

Ergebnisse der Befragung

zum Image

der Stadt Lengerich

September 2020

Inhalt:

- | | |
|---|----------|
| 1. Einleitung | S. 3-4 |
| 2. Ergebnisse und Interpretation der Fragen | S. 5-10 |
| 3. Fazit | S. 11-12 |

Anhang

- | | |
|---------------------------------------|----------|
| A1 Grafische Übersicht der Ergebnisse | S. 13-27 |
|---------------------------------------|----------|

1. Einleitung

Eindrücke einer Stadt sind sehr vielfältig und in der Regel subjektiv im Auge des Betrachters, des Bürgers oder des Gastes. Etwas einfacher ist dies z.B. für Großstädte oder Kommunen in klar strukturierten Regionen (Oberbayern, Ostfriesland, Mecklenburgische Seenplatte etc.), obwohl auch hier der Wettbewerb in den vergangenen Jahren stetig an Bedeutung gewonnen hat. Umso wichtiger wird ein möglichst klar geschärftes Profil für das Stadtmarketing und das Citymanagement, für alle Aktionen in der Stadt, für den Bürger und letztlich für alle Akteure in einer Stadt.

„In der heutigen Zeit ist festzustellen, dass sich Städte in einem zunehmenden Wettbewerb um junge, qualifizierte und kaufkraftstarke Bürger sowie wirtschaftliche Ansiedlungen in Form von Handels- und Industrieunternehmen befinden. Die Attraktivität und das Image einer Stadt sind daher ausschlaggebend für den Umfang des Zustroms von Bürgern und Unternehmen und somit auch für die städtischen Einnahmen. Grundsätzlich ist mit dem Image ein komplexes "inneres Bild" gemeint, dass ein Mensch von einem Gegenstand, einer Institution oder einer Person hat. Das Image einer Stadt setzt sich aus folgenden Komponenten zusammen:

- wie man die Stadt gefühlsmäßig beurteilt (z.B. sympathisch, anonym) - affektive Komponente
- was man aufgrund von Meinungen anderer oder eigener Erfahrungen über die Stadt weiß (z.B. gutes Kulturangebot, fähige Wirtschaftsförderung) - kognitive Komponente
- inwieweit man bereit ist, Aktivitäten, bezogen auf die Stadt, zu entwickeln (z.B. Engagement im Verkehrsverein) - konative Komponente“

Riebel J. (1993) Imageanalyse: Was sind wesentliche Analyse- und Gestaltungsfelder für das Stadtimage?

Im September 2020 führte die Lengerich Marketing GmbH für das Citymanagement der Stadt Lengerich, eine Online-Befragung zum Image der Stadt durch. Ziel war es, rein subjektive Einschätzungen vieler empirisch zu erheben und sowohl Trends als auch Potentiale zu erkennen, um ein erfolgreiches und zielgerichtetes Stadtmarketing und Citymanagement zu unterstützen und wichtige Handlungsfelder auszumachen und in Ihrer Bedeutung gewichten zu können.

Die Möglichkeit der Online-Befragung und Auswertung ergab sich aus der Bachelorarbeit von Frau Lena-Marie Kemper im Studiengang „Öffentliches Management“ an der Hochschule Osnabrück. Parallel zu Ihrer Arbeit wurde hierbei zusammen mit dem Citymanagement ein Fragenkatalog entwickelt und die Befragung digital durchgeführt. Die Befragung hat keinen Anspruch auf Repräsentativität, gleichwohl lassen sich einige Tendenzen deutlich erkennen.

Insgesamt haben sich immerhin 538 Personen an der Befragung in auswertbarer Form beteiligt. Davon haben 361 Teilnehmer alle Fragen beantwortet, 177 Teilnehmer nur wenige Fragen unbeantwortet gelassen.

Je nach Herkunft (Lengericher und Nicht-Lengericher) wurden teilweise unterschiedliche Fragen gestellt, übersprungen oder in veränderter Form formuliert. Am Schluss der Befragung konnten alle Teilnehmer in offenen Fragestellungen noch weitere Anliegen individuell formulieren.

Die einzelnen Ergebnisse sind im Anhang grafisch dargestellt. Bei einigen Fragen wurde eine Bewertung in vier Kategorien von positiv zu negativ vorgenommen. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist hier darauf zu achten, dass der Wert von „zwei“ hier eine klare Trennung ist.

In der nachfolgenden Betrachtung der Ergebnisse werden einige Interpretationsansätze, insbesondere für Fragen mit recht eindeutigen oder auch überraschenden Ergebnissen, aufgeführt. Natürlich steht es aber jedem Nutzer und Leser frei, eigene Schlüsse zu ziehen oder Erkenntnisse zu gewinnen.

2. Ergebnisse und Interpretationsansätze der Befragung

Frage 1: Wenn Sie an Lengerich denken, was fällt Ihnen dann spontan Typisches ein?
(offene Fragestellung)

Zu Beginn der Befragung wurden in einer offenen Fragestellung spontane Assoziationen zur Stadt Lengerich abgefragt. Im Ergebnis gab es hier zahlreiche und auch individuelle Antworten, von denen sich aber einige häuften. Bei den Lengericher Teilnehmern ist die häufigste Nennung „es ist langweilig und nichts los“ mit 16 % der Teilnehmer. Die häufigste Nennung bei den Nicht-Lengerichern ist „hässliche Stadt“ mit 15 %. Dies haben im Vergleich nur 3 % der Lengericher hier erwähnt. Nennenswerte Häufungen in den Antworten, die man somit auch als „imagerrelevant“ bezeichnen könnte, sind in beiden Gruppen „Canyon, Römer, Teutoburger Wald, hoher Migrationsanteil, Gempt-Halle, Industriestandort und Leerstand.

Die auffälligsten Unterschiede gibt es bei den Nennungen „hässliche Stadt“, (dies assoziieren 15% der Auswärtigen und nur 3 % der Lengericher), hoher Migrationsanteil (9% der Auswärtigen, 5% der Lengericher) und „langweilig/nichts los“. Bei der letzten Kategorie liegt allerdings die Vermutung nahe, dass die Auswärtigen dies nicht beurteilen wollen bzw. diese Kategorie nicht zu ihren spontanen Assoziationen zählt.

Frage 2: Lengerich und die Lengericher sind für Sie vor allem...

Hier wurden die vier regionalen Einordnungen Teutoburger Wald, Tecklenburger Land, Westfalen und Münsterland vorgegeben. Es waren Mehrfachnennungen möglich.

Diese allgemeine Frage diente vor allem dem Zweck, Erkenntnisse über eine zielgerichtete Vermarktung nach außen, bzw. über eine geeignete „Dachmarke“ zu gewinnen, um ein vorhandenes Image positiv nutzen zu können.

Lengericher wie Nicht-Lengericher ordnen die Stadt deutlich, mit fast zwei Dritteln, dem Tecklenburger Land zu. Die Lengericher Bürger darüber hinaus mit 43% noch dem Teutoburger Wald. Die Zuordnung der Nicht-Lengericher zu Westfalen, Münsterland sowie Teutoburger Wald liegt jeweils zwischen 25 und 32%.

Frage 3: Wie weit treffen die folgenden Begriffe auf Lengerich zu?

Städten werden häufig bestimmte Eigenschaften zugeschrieben, die sich dann auch im Image widerspiegeln. In Frage 3 wurde hier in ganz allgemeinen Kategorien nach der Einschätzung und Zuordnung in der Wahrnehmung gefragt. Es konnte in vier Bewertungsstufen (völlig unzutreffend „0“ bis sehr zutreffend „4“) geantwortet werden, sodass die Trennung zwischen positiven und negativen Bewertungen bei einem Wert von 2,0 liegt.

Bewertet wurden die Begriffe Industriestandort, Wirtschaftsstandort, Kinder- und familienfreundliche Stadt, Stadt mit viel Grün / Natur, Einkaufsstadt und Kulturstadt.

Erwartungsgemäß fanden alle Teilnehmer die Begriffe Industrie- und Wirtschaftsstandort mit Werten >3 besonders zutreffend, wobei der Begriff Wirtschaftsstandort, der vielleicht eher positiver gesehen wird, im Vergleich zum Industriestandort, bei den Auswärtigen etwas häufiger als bei den Lengerichern genannt wurde.

Auch die Begriffe familienfreundliche Stadt und Stadt mit viel Grün erreichten Bewertungen deutlich über dem Wert 2.

Lediglich der Begriff Einkaufsstadt wurde jeweils negativ eingeschätzt.

Frage 4: Wie beurteilen Sie die Stadt Lengerich anhand der untenstehenden Eigenschaften?

Die Bewertung dieser Frage erfolgte nach demselben Prinzip (vier Kategorien von negativ bis positiv) wie in Frage 3. Es wurden dabei positiv beschreibende Adjektive vorgegeben, um festzustellen wo, gerade für eine Vermarktung, realistische positive Einschätzungen verstärkt werden können.

Deutlich positiv (>2,5) und damit zutreffend, wurden hier die Adjektive preiswert, traditionsverbunden, tolerant, umweltbewusst und gastfreundlich bewertet.

Eine eher neutralere Einschätzung gab es bei lebendig, gemütlich, fortschrittlich und gepflegt, eine leicht negative Einschätzung für die Beschreibung attraktiv.

Die Tendenzen sind für Lengericher Bürger und Auswärtige ähnlich.

Frage 5: Wie beurteilen Sie die Stadt Lengerich insgesamt?

Auf diese allgemeine Frage gab es wieder 4 Bewertungskategorien von negativ bis positiv. Insgesamt zeigt sich hier, im Vergleich zu den vorangegangenen Fragen, eine durchweg positive Bewertung der Stadt Lengerich. In einer Auswertung nach Altersstufen, ist dies besonders bei jüngeren Teilnehmern der Umfrage auffällig.

Frage 6: Wie beurteilen Sie die umliegenden Kommunen im Vergleich zur Stadt Lengerich?

Um die Ergebnisse aus Frage 5 mit anderen Kommunen vergleichbar zu machen, wurden hier, ohne thematische Vorgaben, Vergleiche mit Gemeinden aus dem Umland abgefragt. Ergebnis: Alle im Vergleich zu Lengerich abgefragten umliegenden Kommunen wurden in der Wahrnehmung allgemein deutlich positiver bewertet. Dies gilt besonders für Tecklenburg und Saerbeck, nachfolgend von positiv zu negativ für Hagen, Lienen, Ladbergen und Hasbergen.

Frage 7: Welche Arten von Geschäften oder Angeboten fehlen Ihnen?
(offene Fragestellung)

Mit dieser Frage beginnt der konkretere Teil der Befragung. Bemerkenswert ist die fast parallele Bewertung von Lengerichern und Nicht-Lengerichern. 40 bis 45% benennen als mit Abstand größtes Defizit, das Fehlen von Bekleidungs- und Textilgeschäften. Mit größerem Abstand gefolgt von dem Wunsch nach Haushaltswaren (12% bei den Lengericher) und mehr Gastronomie (7%).

Frage 8: Was meinen Sie wie viele leerstehende gewerbliche Räumlichkeiten innerhalb der Innenstadt Lengerichs vorhanden sind?

An dieser Stelle der Befragung wird zum einen die subjektive Einschätzung der Teilnehmer abgefragt, zum anderen lässt das Ergebnis, verglichen mit dem IST-Zustand bei den Leerständen, Rückschlüsse darauf zu, wie realistisch die Bewertungen sind. Tatsächlich sind die Leerstände in Lengerich, verglichen mit anderen Innenstädten und in Relation zur gesamten Verkaufsfläche, deutlich vorhanden und sichtbar. Jedoch liegen sie noch unter dem Niveau vieler anderer Kommunen. Dies liegt vor allem auch daran, dass gerade kleinere Ladenlokale leer stehen, die sich aber natürlich in der Wahrnehmung erkennbar machen. Lengericher und Nicht-Lengericher sehen mit etwas mehr als 50% der Befragten „relativ viel Leerstand“. „Viel Leerstand“ sehen ca. 29% der Lengericher, aber nur 14% der Nicht-Lengericher.

Fragen nur an Lengericher Bürger (Fragen 9-14)

Die nachfolgenden Fragen 9-14 wurden nur an Lengericher Bürger gestellt. Durch das Befragungstool der Hochschule Osnabrück war es möglich, diese für alle Auswärtigen zu überspringen, bzw. direkt auf die Schlussfragen für Nicht-Lengericher zu verlinken.

Frage 9: Wie verbunden fühlen Sie sich mit Lengerich?

Obwohl einige Fragen des Einleitungsteils auch von Lengericher Bürgern negativ bewertet wurden, zeigt sich hier mit 36% Nennungen von „sehr verbunden“ und mit 42% „ziemlich verbunden“, also bei 78% der Teilnehmer an der Befragung, eine positive Verbundenheit mit der Stadt Lengerich. Einem Großteil der Befragten liegt die Stadt Lengerich somit „am Herzen“. Rückschlüsse auf die gesamte Bürgerschaft sind hier allerdings besonders schwierig, da eventuell andersdenkende Lengericher nicht an der Befragung teilgenommen haben.

Frage 10: Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit der Lebensqualität in Lengerich?

In dieser Frage geht es nun nicht mehr um Wahrnehmung und Image der Stadt, sondern um die subjektive persönliche Zufriedenheit.

Trotz aller genannten negativen Aspekte zeigt sich auch hier bei knapp 70% der Befragten, eine eher positive Zufriedenheit mit der Lebensqualität in der Stadt Lengerich

Frage 11: Angenommen, Sie müssten aus irgendeinem Grund aus Lengerich wegziehen. Was würden Sie am meisten an Lengerich vermissen – abgesehen von Ihrer Wohnung, Ihren persönlichen Bekannten und Ihrer Arbeit? (offene Fragestellung)

Lässt man die meistgenannte Antwort „nichts“ (23%) unbeachtet, so zeigt sich, dass besonders die Grünflächen (22%), der nahe Teutoburger Wald (19%) und die Lage (5%) positiv eingeschätzt werden. Mehrfachnennungen gibt es danach noch zu Heimat, Freunde und Familie, Canyon, Ruhe, Gemeinschaft, Innenstadt, medizinische Infrastruktur, Vielfältigkeit und Brunnenfest.

Frage 12: Wie wichtig sind Ihnen folgende kulturelle Angebote?

Bei dieser Frage wurde, unabhängig vom Angebot in Lengerich, nach den kulturellen Vorlieben der Probanden gefragt. Ziel war es hier, Rückschlüsse auf Bedarf, Situation und Planung von Veranstaltungen aller Art ziehen zu können. Da sich die Bedürfnisse nach Altersgruppen unterscheiden, ist die Auswertung (Anlage) hier jeweils in drei Kategorien unterteilt.

Vorgegeben waren unterschiedliche Formen von Kulturangeboten, die wieder einer vierstufigen Bewertung unterzogen wurden.

Größere Bedeutung und Interesse kommen im Bedarf Angeboten aus den Bereichen Kleinkunst und Kabarett, Kino, Kneipenszene und Konzerte (ohne klassische Konzerte) sowie Discotheken bei einer jüngeren Zielgruppe, zu.

Weniger Bedeutung haben hier Museen, Musicals, Theater und klassische Konzerte.

Hier lassen sich z.B. auch die Erfolge von „Rock am Rathaus“ oder dem „Mondscheinkino“ im Vergleich z.B. zur „BlueNight“ ablesen.

Frage 13: Wie zufrieden sind Sie mit der jetzigen Situation der Kulturangebote in Lengerich?

Zum Abgleich mit der vorangegangenen Frage konnte hier eine konkrete Bewertung des derzeitigen kulturellen Angebotes in Lengerich vorgenommen werden. Tendenziell positiv wurde hier das Angebot von Kleinkunst und Kabarett, von Ausstellungen und Konzerten, Theater und klassischen Konzerten bewertet. Eher negativ schnitten die Bewertungen von Disco und öffentlichen Partys sowie der Kneipenszene ab.

Frage 14: Wie aktiv beteiligen Sie sich in Ihrer Freizeit an der Entwicklung/Gestaltung der Stadt Lengerich?

Hintergrund der Frage ist vor allem die Möglichkeit, Rückschlüsse auf den Teilnehmerkreis der Befragung schließen zu können und so eine Aussage über die Wahrnehmung in der Bürgerschaft treffen zu können. Konkret heißt dies: Wie viele Teilnehmer gehören „zu den üblichen Verdächtigen“, die sich häufig mit städtischen Themen z.B. im Stadtrat, der Offensive oder der WGL beschäftigen. Erfreulicherweise liegt hier der Anteil derer, die sich als eher inaktiv oder völlig inaktiv bezeichnen, weit über 70% der Befragten.

Fragen an die Bürger aus dem Umland Lengerichs
(Nicht-Lengericher / Fragen 15 und 16)

Für alle Teilnehmer der Befragung, die in der Herkunft etwas anderes als Lengerich angegeben hatten, wurden nach dem „Imageteil“ die konkreten Fragen an die Lengericher Bürger übersprungen. Um hier ein Gefühl für die Aussagekraft der Bewertungen zu erhalten, wurden hier noch die nachfolgenden Fragen gestellt.

Frage 15: Wie oft sind Sie in Lengerich?

Da Lengerich einen deutlichen Einpendlerüberschuss hat, ist es nicht verwunderlich, dass zwei Drittel der teilnehmenden auswärtigen Befragten oft, also mehrmals in der Woche, nach Lengerich fahren. Jeweils etwa 10% gaben an, einmal in der Woche, ein oder mehrmals im Monat oder selten, also mehrmals im Jahr, Lengerich zu besuchen.

Frage 16: Aus welchen Gründen fahren Sie nach Lengerich?

Mehr als 40% der Teilnehmer gaben hier an, zur Arbeit nach Lengerich zu fahren. Der Grund hierfür liegt sicher in der starken wirtschaftlichen Situation und der vorhandenen Industrie. Dies sind aber immer noch 20% weniger als die, die Lengerich mehrmals in der Woche besuchen. Diese fehlenden 20% setzen sich also vor allem aus den nächstfolgenden Motiven „Besuch von Familie / Freunden / Bekannten“ (ca. 25%) und „Lebensmittel einkaufen“ (ca.15%) zusammen. Letztere Kategorie wurde bewusst von dem Anlass „Shopping / Einkaufsbummel“ (<5%) getrennt.

Die weiteren Kategorien der Freizeitaktivitäten fallen ebenfalls deutlich ab. Es zeigt sich, dass Lengerich hier offenbar großen Nachholbedarf aufweist und nicht nennenswert als attraktives Ausflugsziel eingeschätzt wird.

3. Fazit

Wie eingangs erwähnt, erhebt die Befragung keinen Anspruch auf Repräsentativität. Sie war ursprünglich auch eher dazu gedacht, bei der Planung von Aktionen, Veranstaltungen und ähnlichen Projekten, den Bedarf und das Interesse möglichst genau zu treffen und gerade in der Marketingarbeit nach außen, Potentiale zu erkennen bzw. zu einer Imageaufwertung und damit auch zu einer Belebung der Stadt, beizutragen. Oftmals sind hier noch subjektive Eindrücke und individueller Einsatz Einzelner der Motor der diesbezüglichen Aktivitäten.

Dennoch lassen sich aufgrund der relativ großen Teilnehmerzahl an der Befragung, einige Tendenzen und klare Aussagen ablesen, die sicherlich, auch wenn nicht auf hohem Signifikanzniveau, aber doch nicht zufällig, entstanden sind. Eine detailliertere Auswertung an dieser Stelle macht somit Sinn, auch wenn der Interpretationsspielraum vielleicht noch beschränkt ist.

Es lässt sich vermuten, dass die Befragung selbst schon allein durch ihre Durchführung Türen aufgestoßen hat und eine nachhaltigere Berücksichtigung und Bearbeitung der Themen Image und Identität gewünscht und erforderlich ist und bleibt, wenn Lengerich seine Funktion als Mittelzentrum erhalten und festigen möchte.

Natürlich steht es jedem Leser frei, hier zu eigenen Ergebnissen zu kommen und diese vor dem Hintergrund aktueller oder zukünftiger Fragestellungen selbst zu interpretieren.

Im Wesentlichen lassen sich aus unserer Sicht folgende Erkenntnisse und Rückschlüsse gewinnen bzw. bereits vermutete Thesen untermauern:

Die Stadt Lengerich ist vor allem als Industrie- und Wirtschaftsstandort bekannt, was letztlich ein Pfund ist, mit dem man wuchern kann und auf das viele andere Kommunen durchaus mit Neid schauen. Für eine erfolgreiche Imagewerbung und Identitätsstiftung wird es eine zentrale Herausforderung sein, dieses Thema positiv zu besetzen und aufzuladen.

Eine Vermarktung nach außen sollte vor allem über die regionale Einordnung in das Tecklenburger Land erfolgen. Hier spielen der Teutoburger Wald, Westfalen und das Münsterland eine eher untergeordnete Rolle.

Die Stadt Lengerich wird ohne konkrete Themen generell zunächst einmal und vor allem von jüngeren Auswärtigen, positiv bewertet. Allerdings schlechter im direkten Vergleich zu allen umliegenden Kommunen. Da die Fallzahlen der jüngeren Teilnehmer allerdings vergleichsweise gering waren, muss man hier mit Interpretationen vorsichtig sein. Zwei denkbare Ansätze wären allerdings: Die Jüngeren schätzen vielleicht das Jobangebot in Lengerich, immerhin suchen 40% von ihnen Lengerich zum Zweck der Arbeit auf. Vielleicht besuchen die jüngeren Teilnehmer aus dem nahen Umfeld gerne Lengerich aber auch, weil es hier immerhin doch mehr Angebot als in umliegenden Dörfern gibt. Eine konkrete Aussage lässt sich aufgrund der vorliegenden Befragung hier leider nicht treffen, sondern müsste mit der Fragestellung „Wie machen wir Lengerich für junge Auswärtige interessant?“ erneut bearbeitet werden.

Positiv bewertet werden weiterhin das Grün und die Natur in und rund um die Stadt. Bei Lengerichern und Auswärtigen werden bei den entsprechenden Fragen, und auch in den

offenen Kategorien, sehr häufig die Lage, der Teutoburger Wald und die Landschaft um Lengerich als entscheidend für die Attraktivität der Stadt genannt.

Da viele weitere Faktoren eher negativ oder als fehlend bewertet wurden, ist hier auch der Grund für die recht große Zufriedenheit mit der Lebensqualität zu suchen. Problematisch im Wettbewerb der Städte ist dabei, dass viele andere Kommunen in der Region im Zweifelsfall noch „grüner“ sind oder hier die fehlende Industrie auch nicht negativ wahrgenommen werden kann. Hier liegt vermutlich dann der Grund dafür, dass Lengerich im direkten Vergleich, dann wieder schlechter bewertet wird. Aus diesem Grunde ist die positive Aufladung der Themen Industrie und Wirtschaft an dieser Stelle so wichtig. Zudem ist für ein Mittelzentrum der städtische Charakter imagebildend und authentisch, kurz:

Das langfristige Ziel der Vermarktung muss sein, die authentischen Alleinstellungsmerkmale der Stadt Lengerich positiver zu besetzen. Dies sind vor allem Wirtschaft und Industrie.

Erfreulich ist auch die positive Einschätzung als kinder- und familienfreundliche Stadt sowie die weitgehend positive bis neutrale Bewertung des Kulturangebotes.

Was offenbar fehlt oder verstärkt werden muss, sind die städtischen Funktionen einer Einkaufsstadt oder einer Kneipenszene.

Gerade bei den Lengerichern selbst wird das Angebot an klassischen Konzerten und Ausstellungen als positiv wahrgenommen. Defizite befinden sich eher bei Angeboten, die „Geselligkeit“ ermöglichen. Letzteres gilt vor allem für Jugendliche.

Wichtige Erkenntnisse zum Image der Stadt lassen sich auch in die Beurteilung der Eigenschaften interpretieren. Positiv und zutreffend sind hier die Eigenschaften „preiswert, traditionsverbunden, tolerant, umweltbewusst, fortschrittlich und gastfreundlich“ bewertet worden, während die Adjektive „lebendig, attraktiv, gemütlich“ weniger mit Lengerich in Verbindung gebracht werden. Hier kann die Kombination aus tolerant und gastfreundlich vor dem Hintergrund des Migrationsanteils, der bei den freien Assoziationen zu Beginn der Befragung eher negative Aspekte vermuten ließ, durchaus positive Ansätze haben.

Deutlich negativer sind die Aussagen der Auswärtigen zu ihrem Verhalten und zur Einschätzung Lengerichs. Realistisch betrachtet gibt es hier außer „Arbeit“ und „Lebensmittel einkaufen“ offenbar nur wenig Anlass für einen Besuch der Stadt. Trotzdem wird diese Zielgruppe zukünftig besonders wichtig für den Erhalt einer lebendigen Stadt der Größe Lengerichs sein: Eine Belebung allein durch die eigenen Einwohner, die sich zudem noch selbst vermehrt in Richtung Münster, Osnabrück oder Richtung Internet orientieren werden, wird keine ausreichende (wirtschaftliche) Basis schaffen. Auch für den Wettbewerb um weitere neue Einwohner, wird es wichtiger werden, eine attraktive und geeignete Infrastruktur in den Bereichen von Freizeitgestaltung und Geselligkeit zu schaffen, die auch für Auswärtige Attraktivität bietet und die somit zur Belebung beitragen.

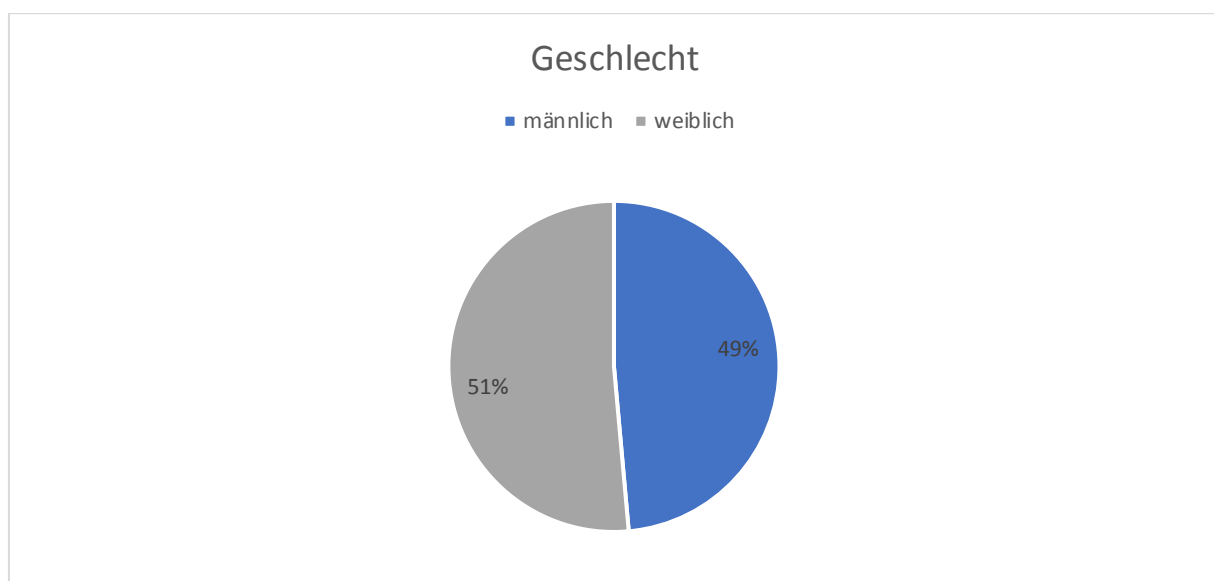
Offenbar herrscht gerade bei den weichen Standortfaktoren die größte Unzufriedenheit.

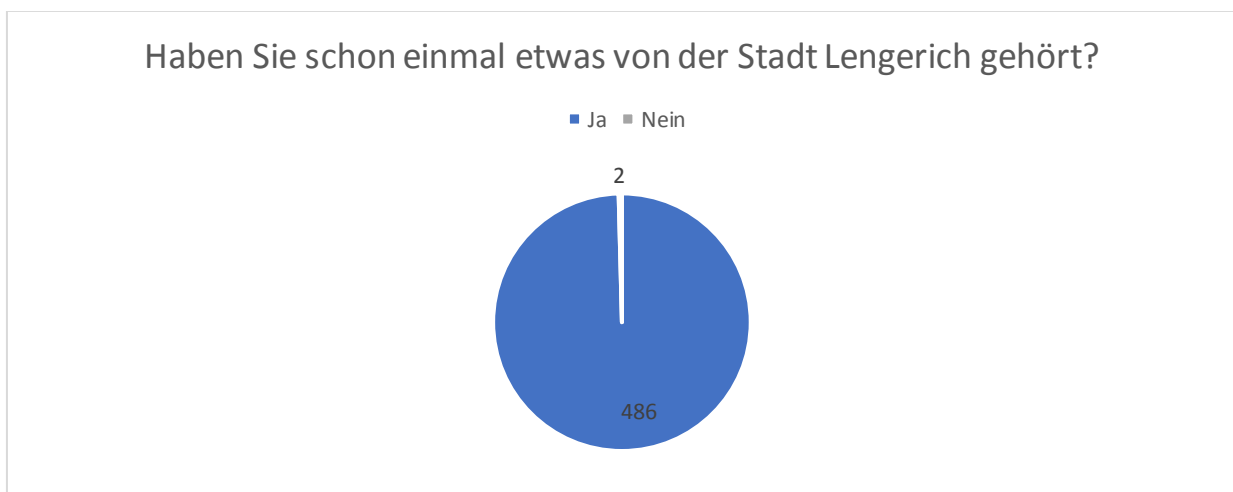
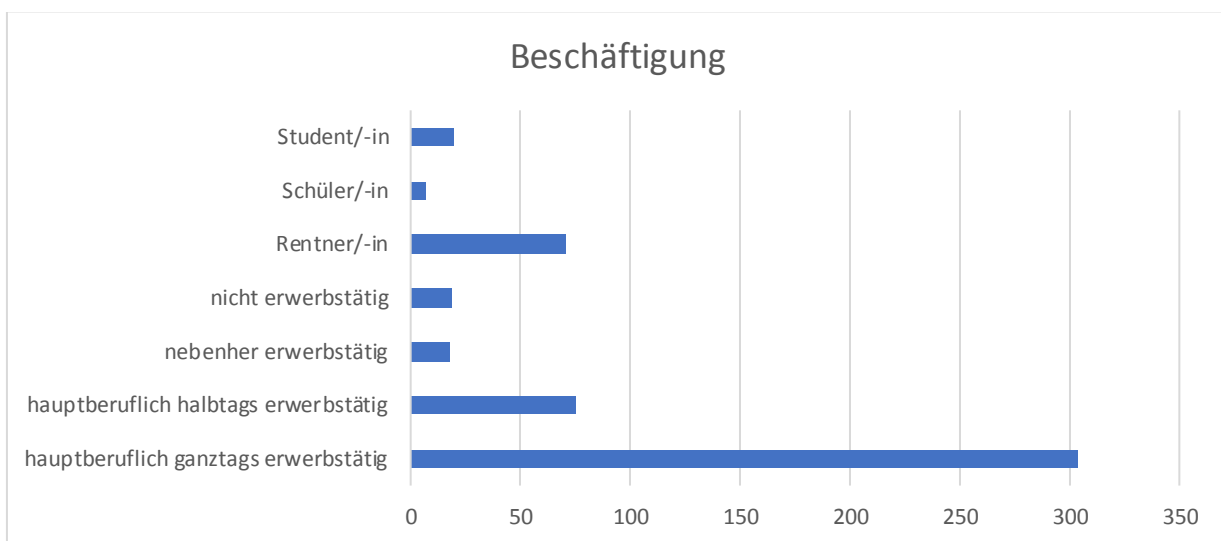
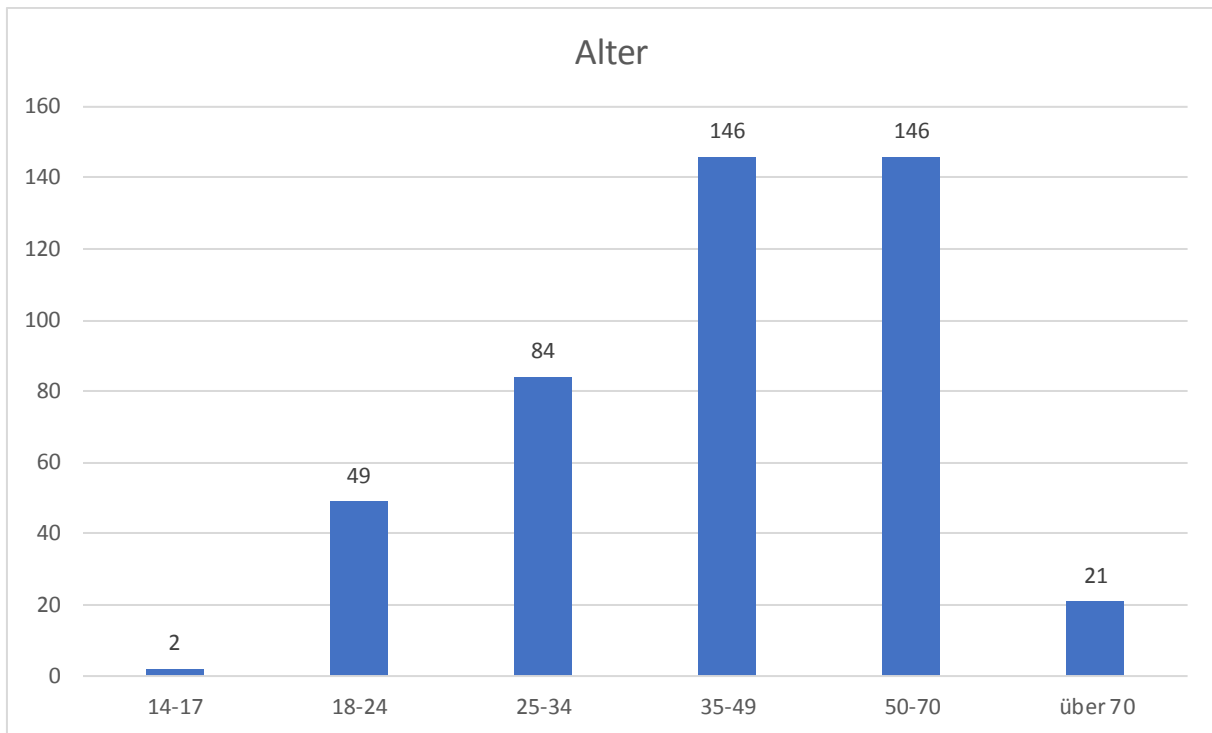
Anhang A1 Grafische Übersichten der Ergebnisse

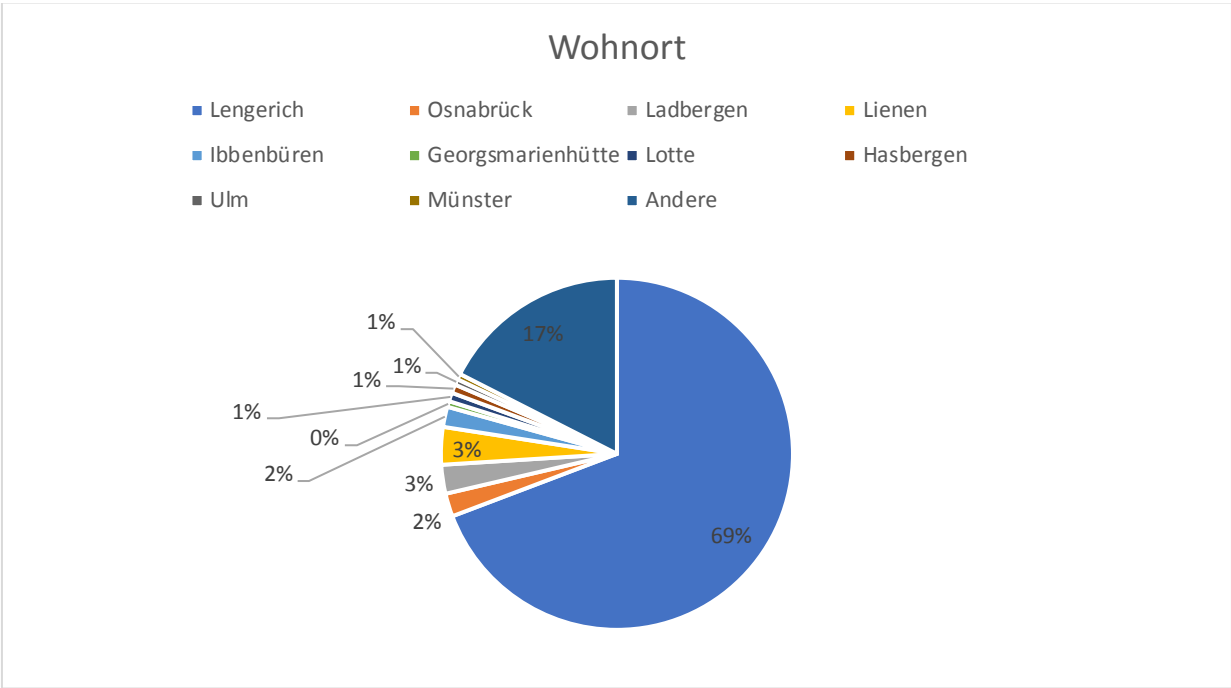
Imageanalyse der Stadt Lengerich

Teilnehmeranzahl gesamt	538
Teilnehmeranzahl vollständig	361
Teilnehmeranzahl unvollständig	177

Demografische Angaben

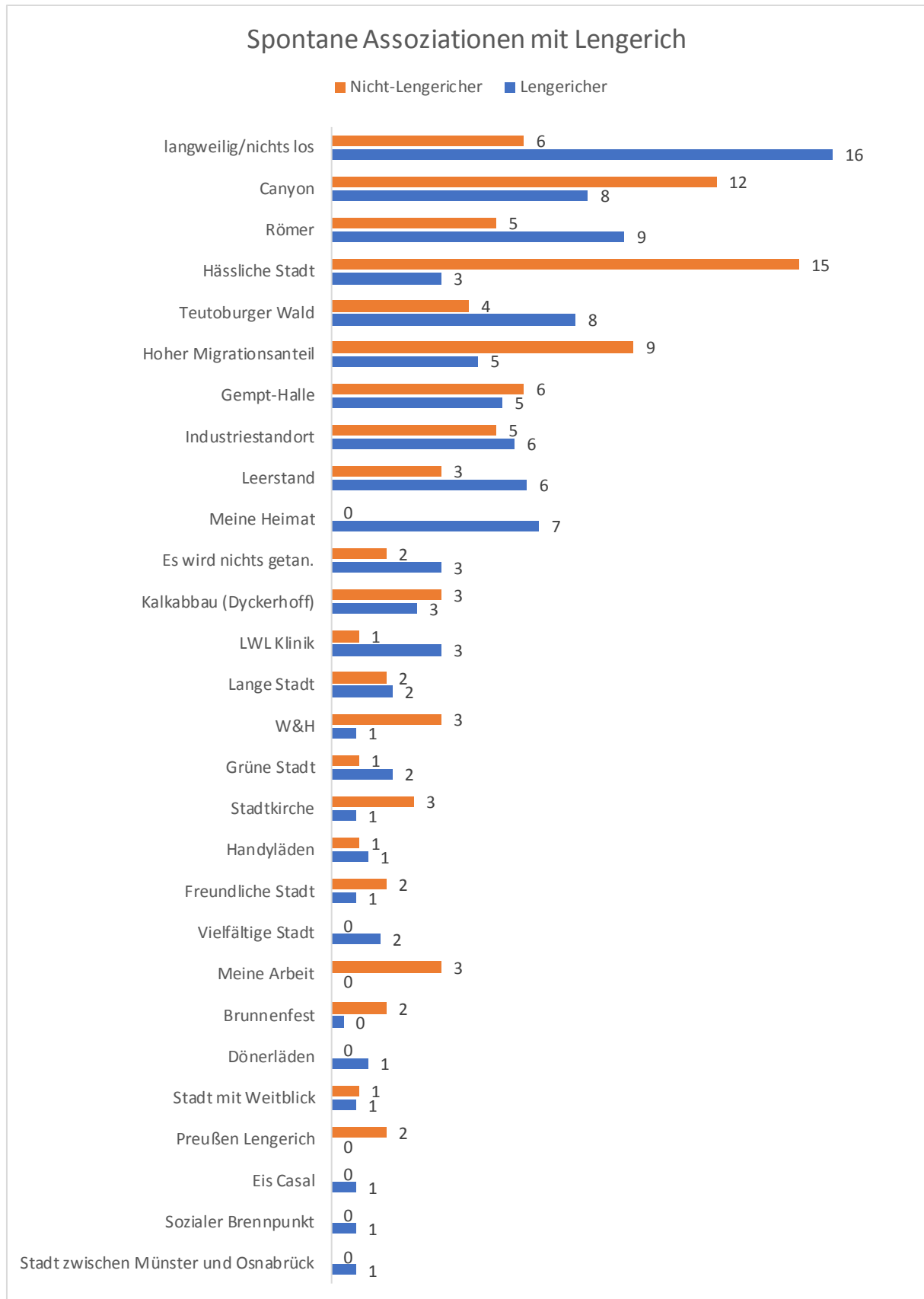






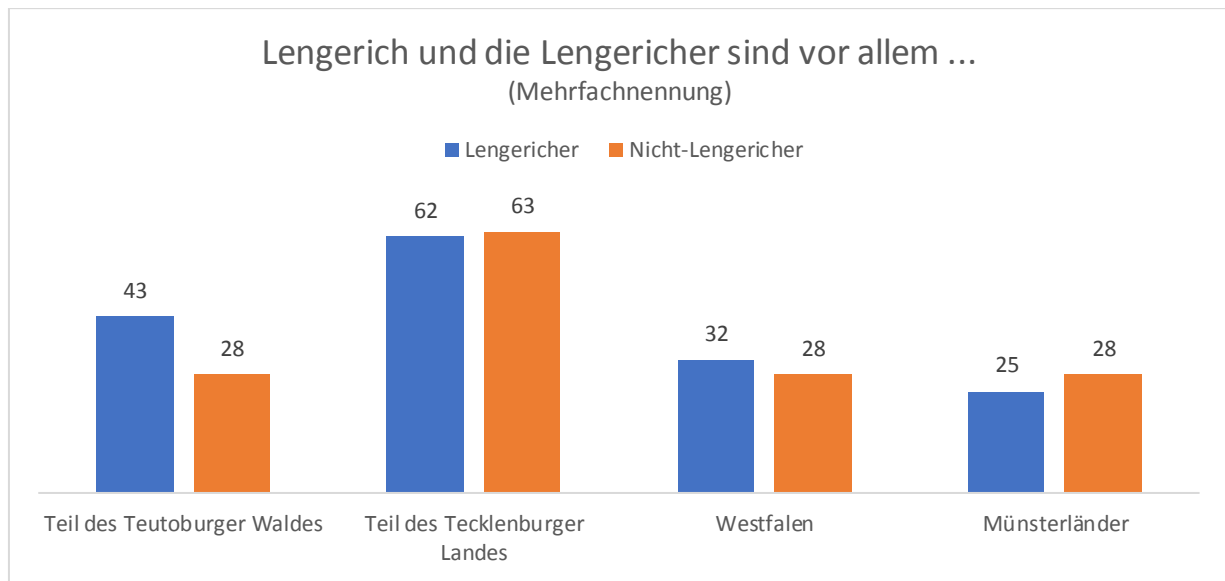
Angaben in Prozent

Frage 1: Wenn Sie an Lengerich denken, was fällt Ihnen dann spontan Typisches ein?
(offene Fragestellung)



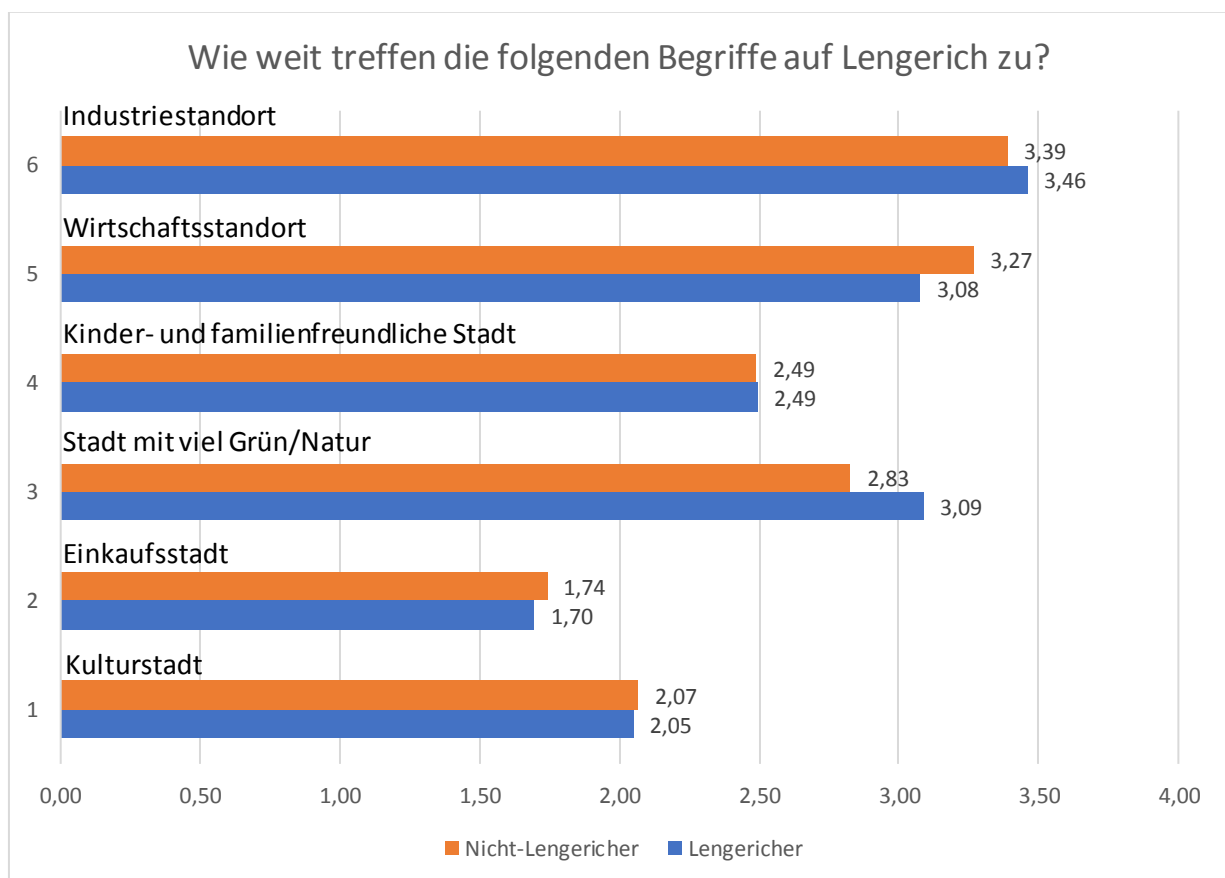
Angaben in Prozent

Frage 2: Lengerich und die Lengericher sind für Sie vor allem...



Angaben in Prozent

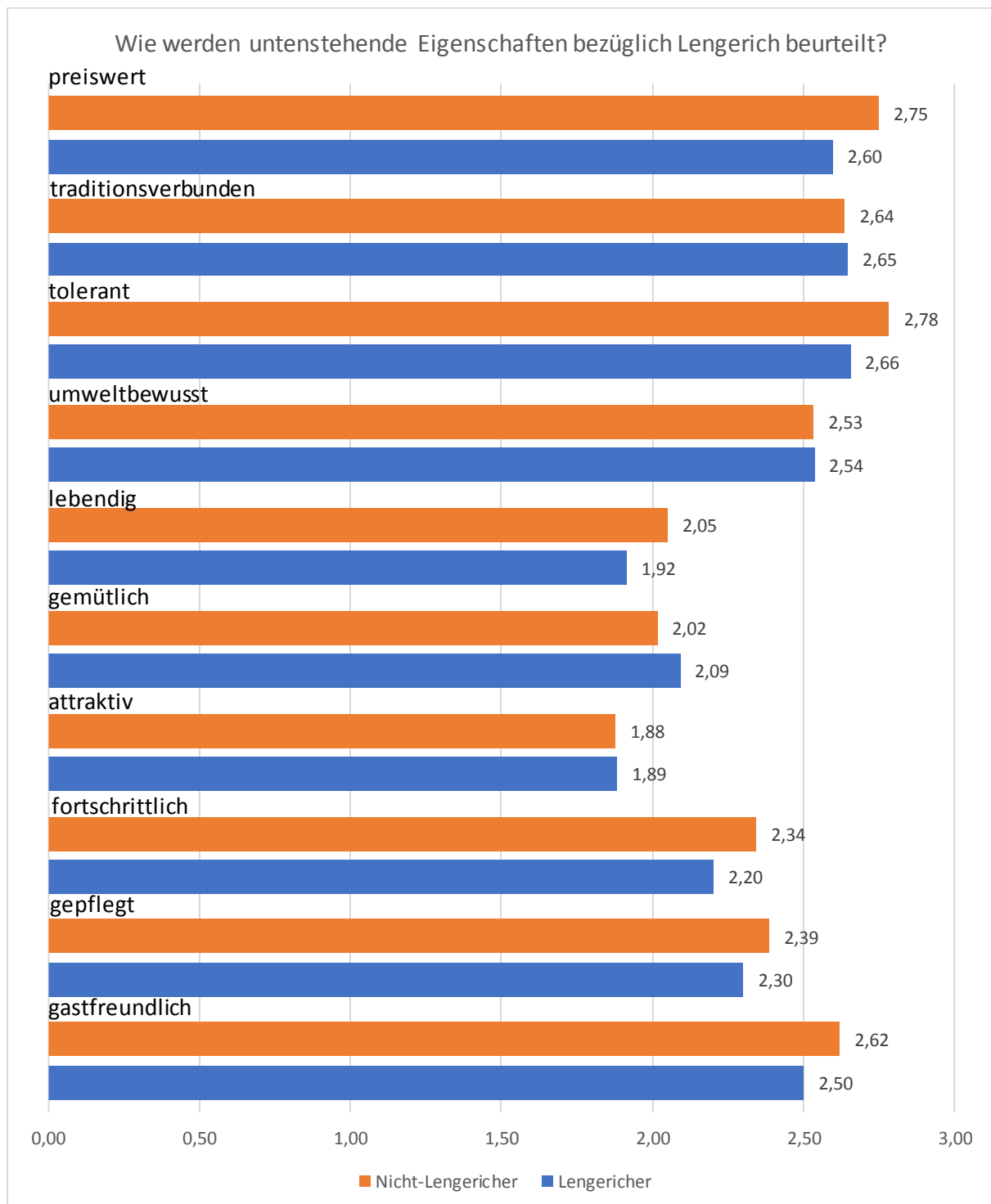
Frage 3: Wie weit treffen die folgenden Begriffe auf Lengerich zu?



neutral = 2 | negativ < 2 | positiv > 2

(1 = völlig unzutreffend | 2 = weniger zutreffend | 3 = eher zutreffend | 4 = sehr zutreffend)

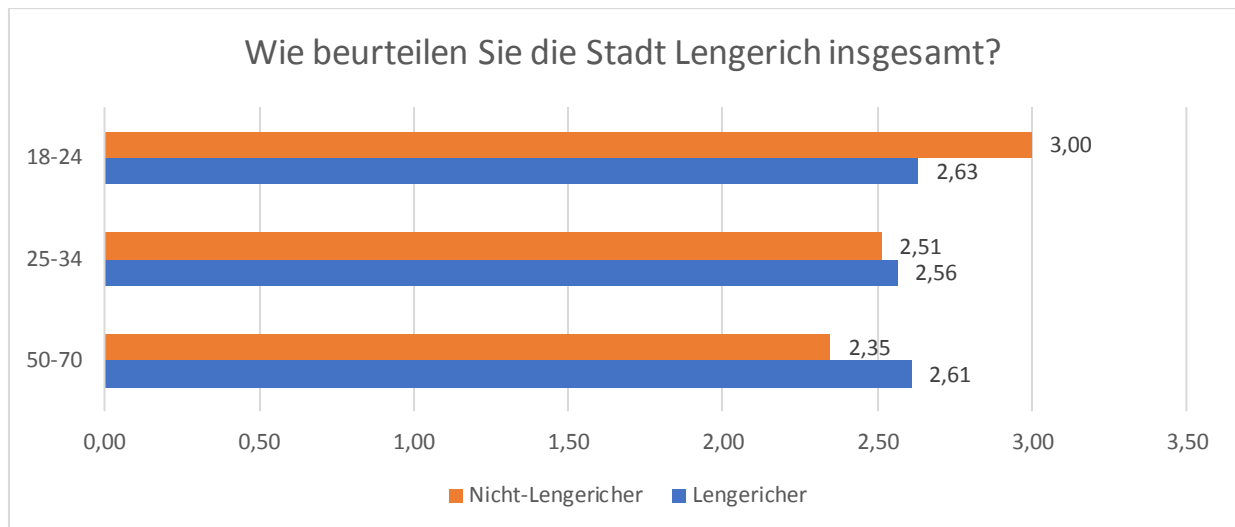
Frage 4: Wie beurteilen Sie die Stadt Lengerich anhand der untenstehenden Eigenschaften?



neutral = 2 | negativ < 2 | positiv > 2

(1 = völlig unzutreffend | 2 = weniger zutreffend | 3 = eher zutreffend | 4 = sehr zutreffend)

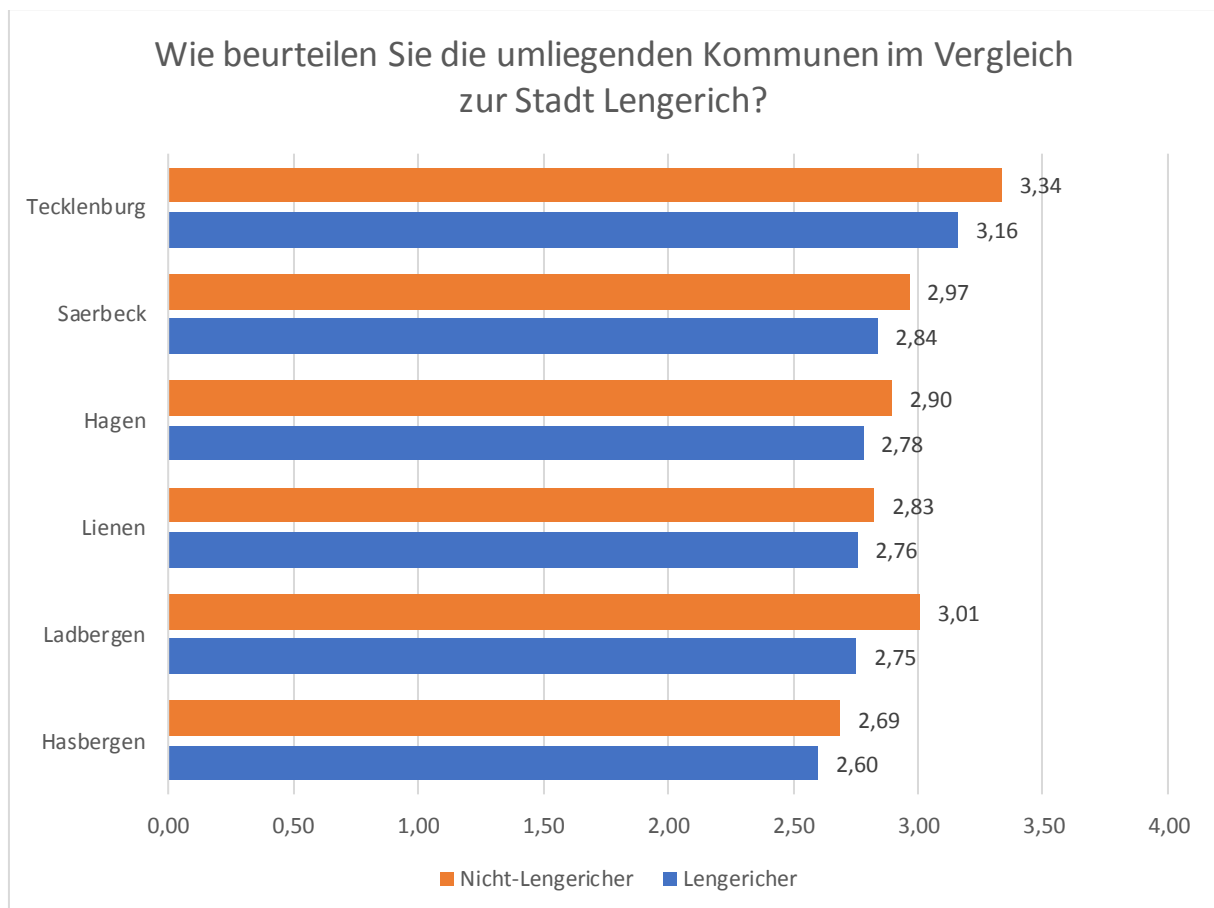
Frage 5: Wie beurteilen Sie die Stadt Lengerich insgesamt?



neutral = 2 | negativ < 2 | positiv > 2

(1 = sehr negativ | 2 = eher negativ | 3 = eher positiv | 4 = sehr positiv)

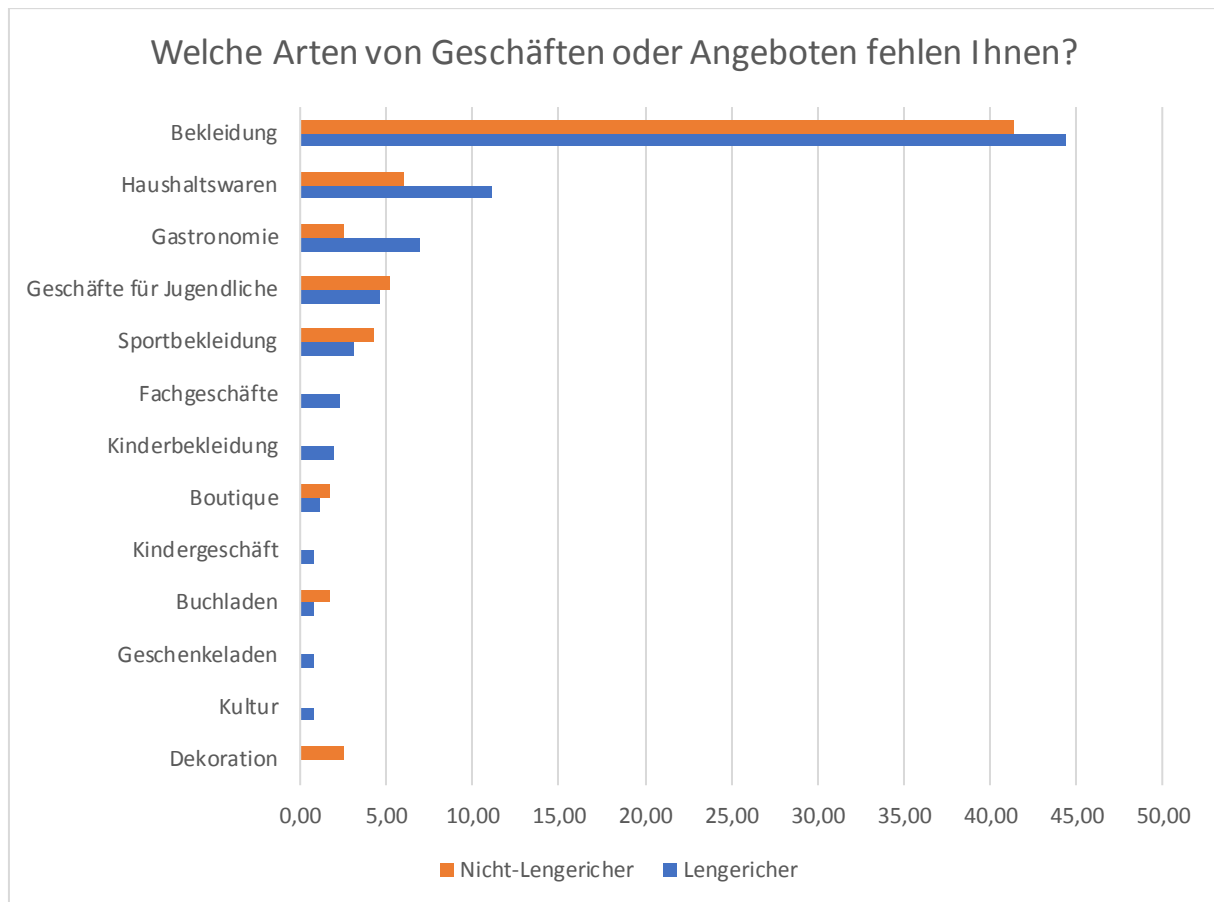
Frage 6: Wie beurteilen Sie die umliegenden Kommunen im Vergleich zur Stadt Lengerich?



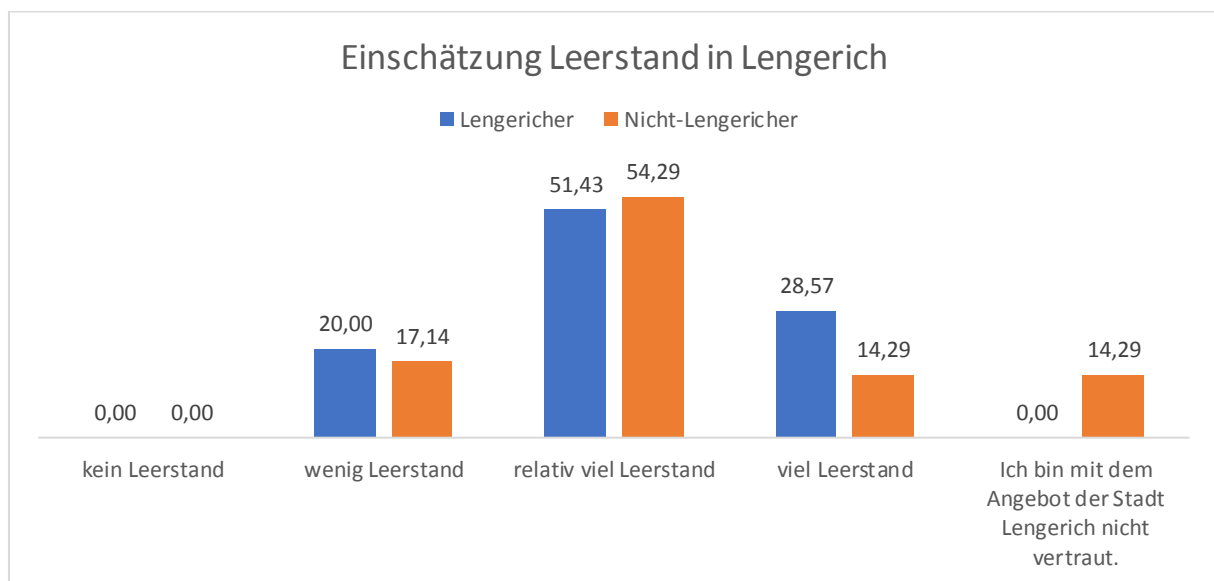
neutral = 2 | negativ < 2 | positiv > 2

(1 = sehr negativ | 2 = eher negativ | 3 = eher positiv | 4 = sehr positiv)

Frage 7: Welche Arten von Geschäften oder Angeboten fehlen Ihnen?
(offene Fragestellung)

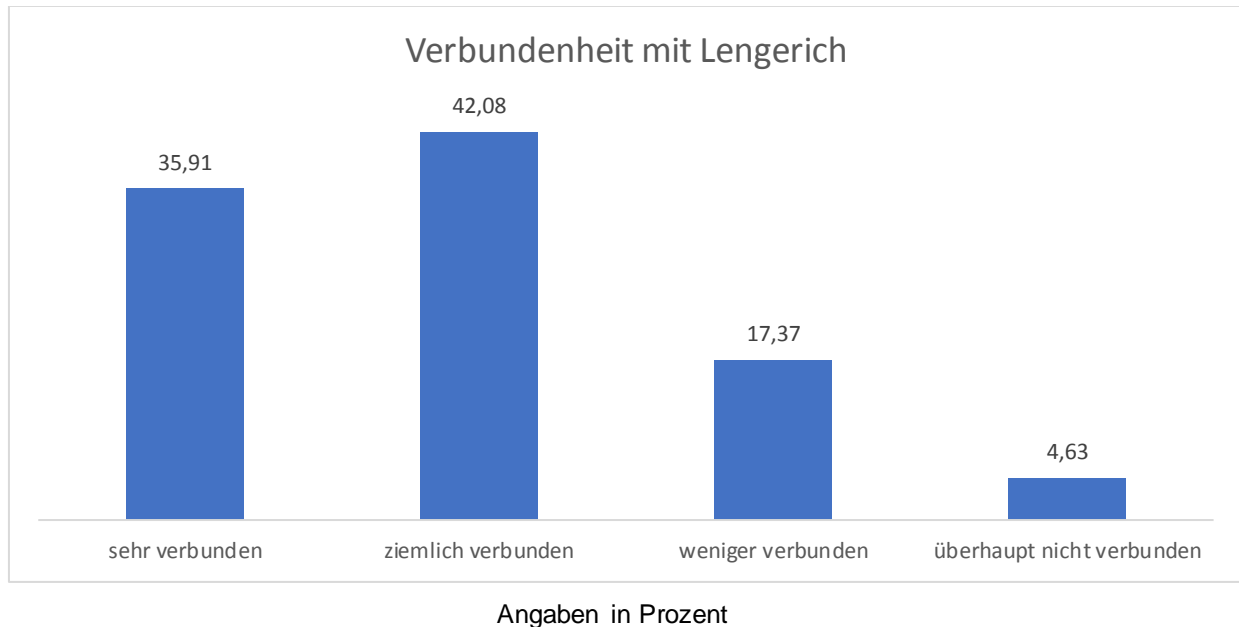


Frage 8: Was meinen Sie wie viele leerstehende gewerbliche Räumlichkeiten innerhalb der Innenstadt Lengerichs vorhanden sind?

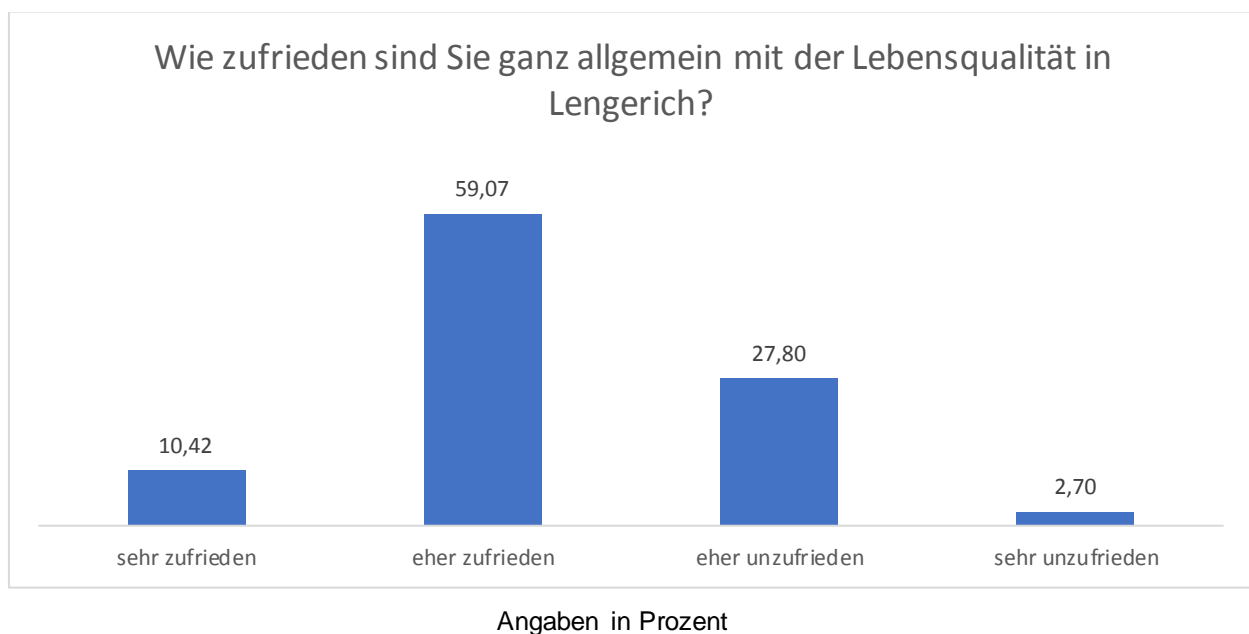


Fragen an die Lengericher Bürger

Frage 9: Wie verbunden fühlen Sie sich mit Lengerich?



Frage 10: Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit der Lebensqualität in Lengerich?

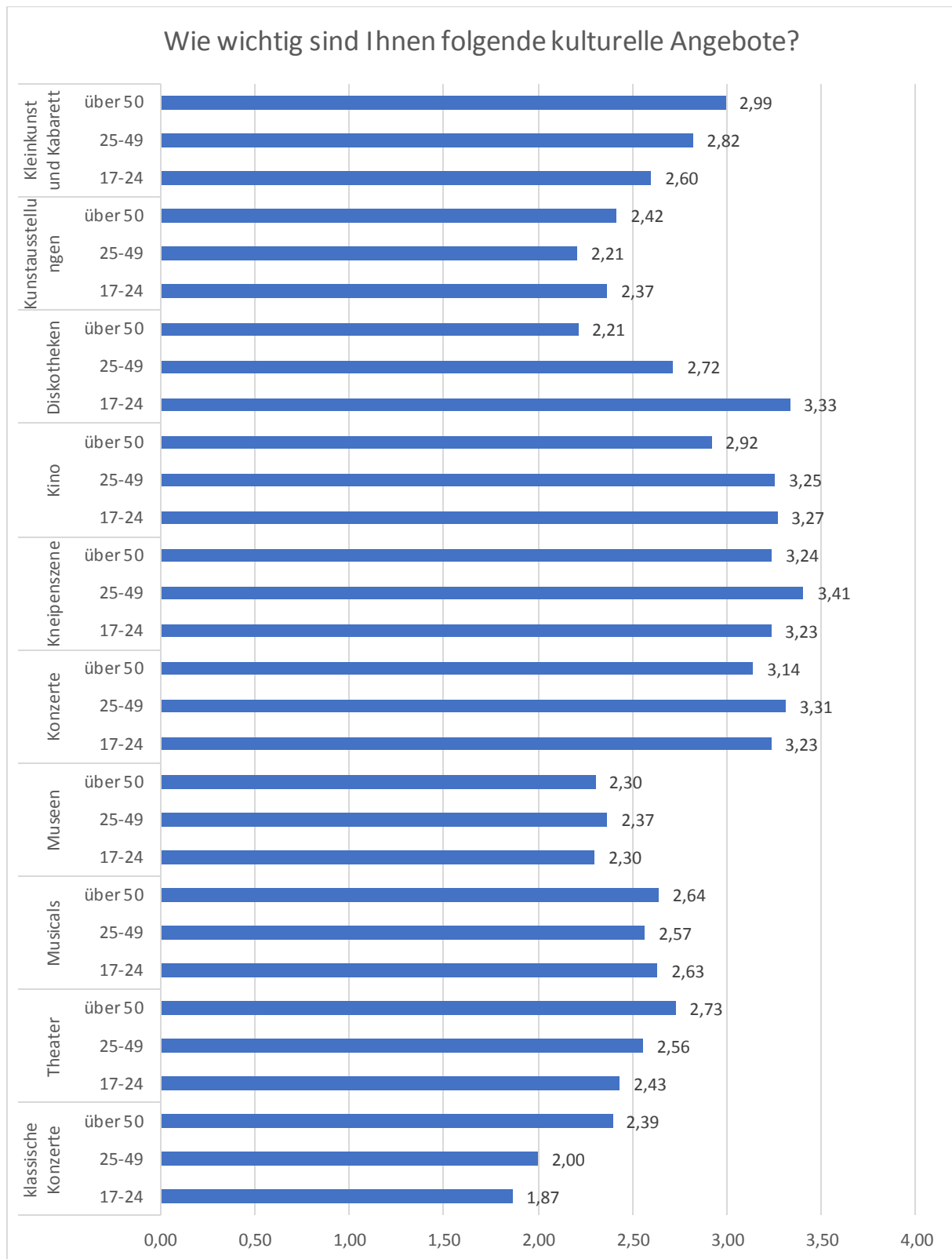


Frage 11: Angenommen, Sie müssten aus irgendeinem Grund aus Lengerich wegziehen. Was würden Sie am meisten an Lengerich vermissen – abgesehen von Ihrer Wohnung, Ihren persönlichen Bekannten und Ihrer Arbeit? (offene Fragestellung)



Angaben in Prozent

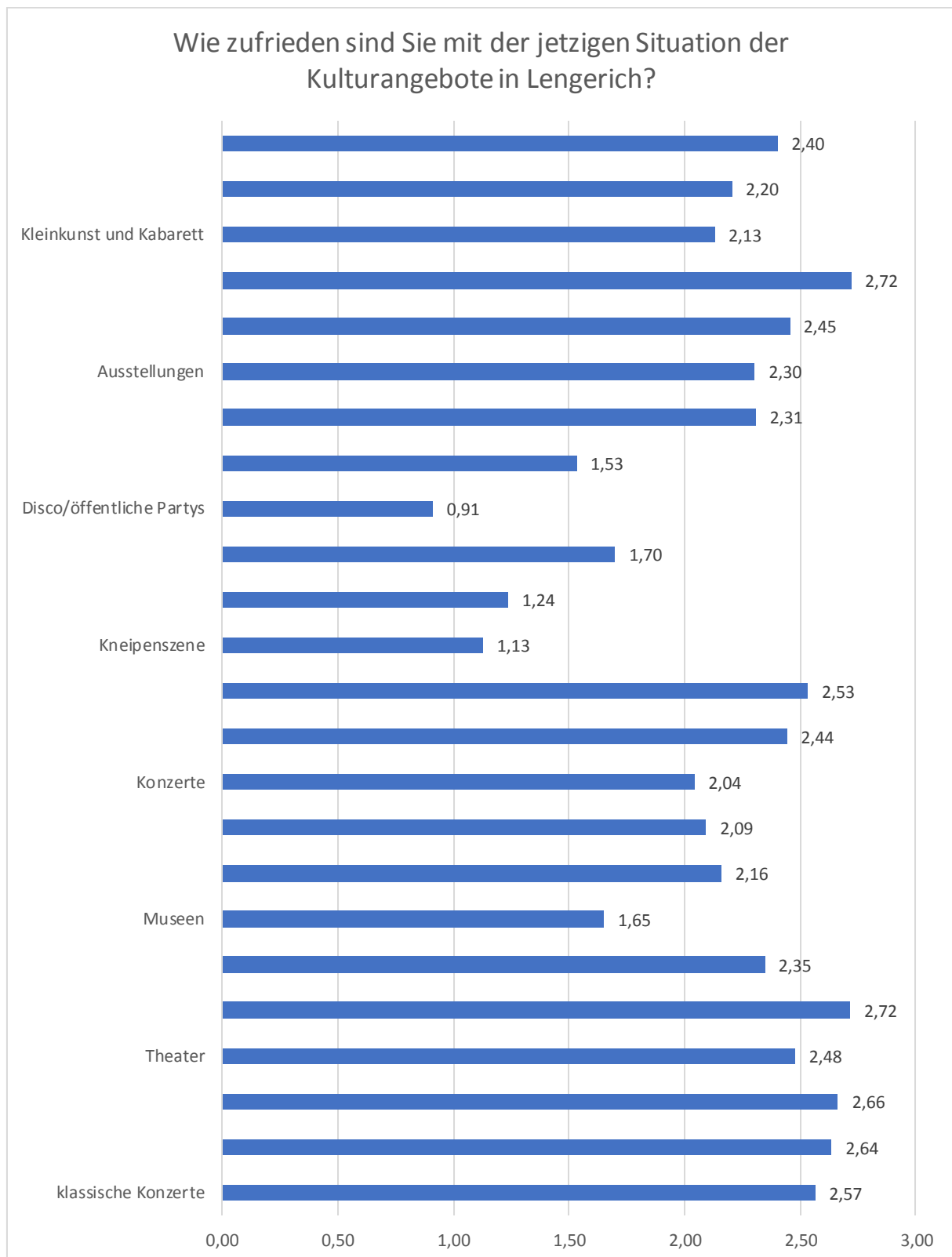
Frage 12: Wie wichtig sind Ihnen folgende kulturelle Angebote?



neutral = 2 | negativ < 2 | positiv > 2

(1 = völlig unwichtig | 2 = eher unwichtig | 3 = eher wichtig | 4 = sehr wichtig)

Frage 13: Wie zufrieden sind Sie mit der jetzigen Situation der Kulturangebote in Lengerich?

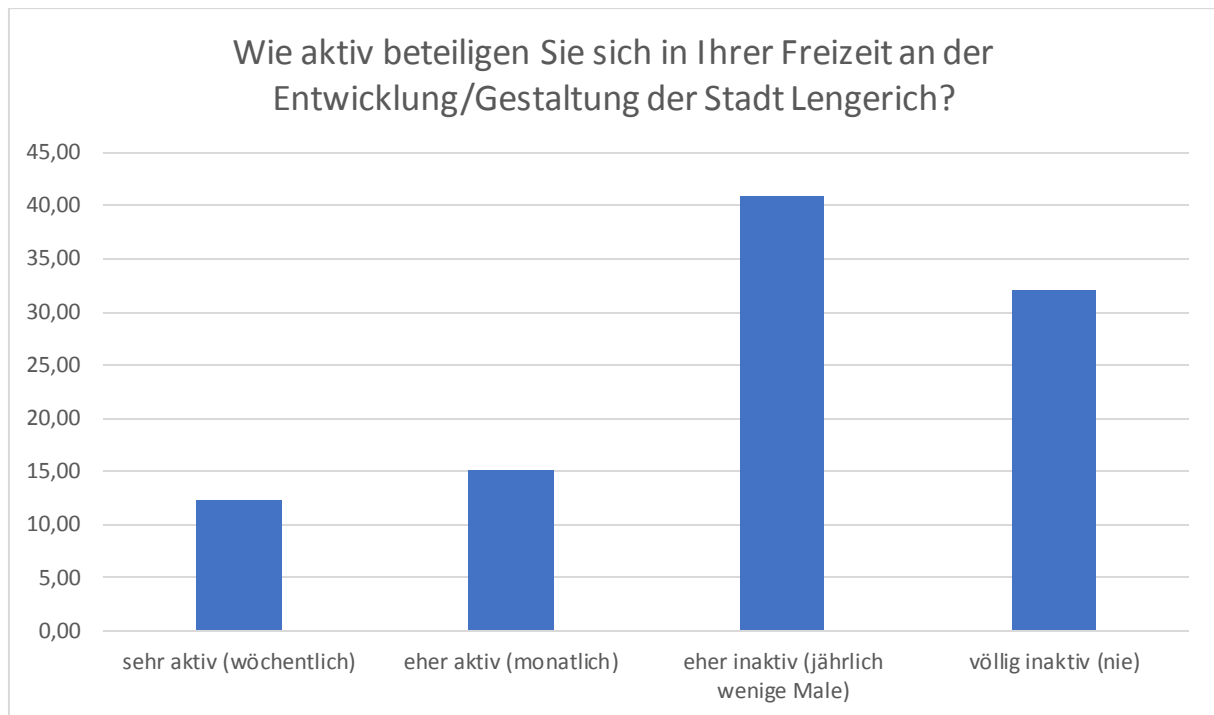


Angaben in Prozent

neutral = 2 | negativ < 2 | positiv > 2

(1 = völlig unwichtig | 2 = eher unwichtig | 3 = eher wichtig | 4 = sehr wichtig)

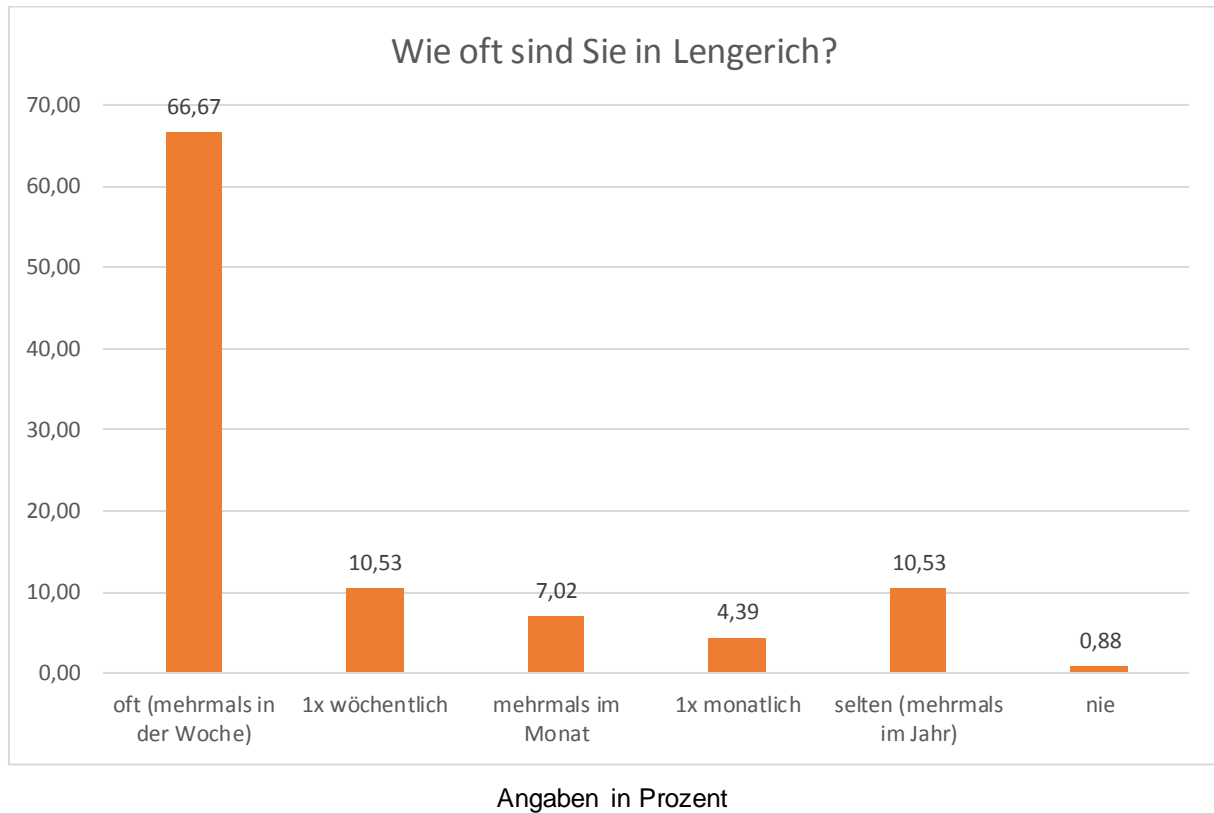
Frage 14: Wie aktiv beteiligen Sie sich in Ihrer Freizeit an der Entwicklung/Gestaltung der Stadt Lengerich?



Angaben in Prozent

Fragen an die Bürger aus dem Umland Lengerichs (Nicht-Lengericher)

Frage 15: Wie oft sind Sie in Lengerich?



Frage 16: Aus welchen Gründen fahren Sie nach Lengerich?

