

Attraktiv sein ist alles

HILCHENBACH / FREUDENBERG Online-Umfrage soll Kommunen gestalten helfen

18 Städte und Gemeinden möchten sich den Spiegel vorhalten lassen.

js ■ Südwestfalen mag ausgesprochen industriestark sein, in Sachen Demografie aber schwächelt die Region. Während sich NRW-weit etwa zwei Drittel der Städte und Gemeinden über Wanderungsgewinne freuen können, gehört nur ein Viertel der Kommunen Südwestfalens zu diesen „Glücklichen“. Woran liegt das? „Häufig bemühte Erklärungsansätze erweisen sich bei näherer Untersuchung oftmals als Mythen“, sagt Frank Luschei. Der Diplom-Psychologe aus Müssen, Demografieforscher am Uni-Siegen-Forschungskolleg „Zukunft menschlich gestalten“ (FoKoS), möchte diese Mythen entlarven und ihnen Geschichten aus der Realität entgegensetzen. Dafür hat er sich auf Datensammlung begeben. Gemeinsam mit 18 südwestfälischen Kommunen – darunter Hilchenbach, Freudenberg und Olpe – führt er derzeit eine Online-Befragung durch, um herauszufinden: Was macht eine Stadt oder eine Gemeinde attraktiv?

Dass gerade die kleineren Kommunen an die größeren Städte verlieren, könnte man durchaus annehmen. Empirische Erhebungen sprechen eine andere Sprache. Zwar weisen die vier größten Städte Nordrhein-Westfalens (Köln, Düsseldorf, Dortmund und Essen) Zuwächse auf, ab der fünftgrößten Stadt (Duisburg) sieht es aber schon ganz anders aus. „In den kleineren

Städten kommen sowohl deutliche Wanderungsverluste als auch -gewinne vor“, beruft sich Frank Luschei auf IT.NRW, das frühere Statistische Landesamt.

Viele Arbeitsplätze locken viele Menschen an? Auch das klingt plausibel, ist aber mit Blick auf die Statistik nicht zu belegen. In der Rheinmetropole Düsseldorf mag das zutreffen, in der Kreisstadt am Biggesee hingegen nicht: Dass arbeitsplatzdichte Olpe liegt beim Wanderungssaldo unter dem Landesdurchschnitt. Unterm Strich, so Frank Luschei, sei der Zusammenhang zwischen Arbeitsplatzdichte und Wanderungssaldo sehr klein und damit „statistisch nicht signifikant“.

Attraktiv muss sie sein, die Gemeinde oder die Stadt, in der man gerne lebt. Aber was genau macht diese Attraktivität aus, die Menschen dazu bringt, in einer Kommune zu bleiben oder sie sogar zur Wahlheimat zu machen? Das lässt sich mit den vorliegenden Zahlen nicht so ohne Weiteres beantworten. Frank Luschei versucht daher, ein wenig Licht in dieses Dunkel zu bringen. Ausgangspunkt war die Studentenbefragung in Siegen, bei der die Jungakademiker die Attraktivität der Kröntenstadt bewertet haben. Die aktuelle Umfrage ist nun eine Weiterentwicklung, die in die Breite der Bevölkerung gehen soll und die sich eines niederschweligen Instruments bedient: Die Bürger werden per Online-Fragebogen um ihr persönliches Urteil gebeten.

Seit Mitte vergangenen Jahres laufen die Vorbereitungen für das Projekt, Ende 2015 wurden die Kommunen der südwestfälischen Kreise zur Teilnahme aufgeru-

fen. Anfang 2016 wurden Vertreter aus den interessierten Rathäusern zu Workshops ins FoKoS-Domizil in Weidenau eingeladen, 18 Kommunen entschlossen sich daraufhin, am Projekt teilzunehmen. Zunächst wurde der Fragebogen testweise von Verwaltungsmitarbeitern und Kommunalpolitikern aufgefüllt, anschließend wurden spezifische Anregungen der Teilnehmer eingearbeitet. Vor einigen Tagen kamen die ersten öffentliche Aufrufe aus den Rathäusern beteiligter Kommunen, weitere werden spätestens nach den Sommerferien nachziehen. „Deutschlandweit sind wir mit diesem Projekt als Einzige unterwegs“, berichtet Luschei.

Und so geht es: Etwa 20 Minuten Zeit sollten sich die Hilchenbacher, Freudenberger und Olper nehmen, um über die Websites ihrer Kommunen auf das Umfrageformular zu gelangen und es auszufüllen. Der Datenschutz ist garantiert, die teilnehmenden Kommunen erhalten im Herbst ihre Auswertungen – nicht aber die ausgefüllten virtuellen Fragebögen und auch nicht die Ergebnisse der anderen.

Abgefragt werden objektive Merkmale wie „gute Autobahnverbindung“ oder „gutes Telekommunikationsnetz“. Darüber hinaus wird aber auch um subjektive Einschätzungen gebeten. Die Befragten sollen nicht nur ihren Wohnort nach diesen Merkmalen bewerten, sondern auch sagen, wie wichtig ihnen die einzelnen Punkte für die Attraktivität der Kommune sind. Herauskommen wird am Ende eine Grafik, in der die Differenz zwischen der Wichtigkeitseinschätzung und den vergebenen Attraktivitätspunkten abzulesen ist. Die Teilnehmerkommunen, die sich selbst im anonymisierten Abschlussbericht identifizieren können, werden ablesen können, was ihren Bürgern wichtig ist – und wie sie ihre Stadt in jedem Einzelaspekt sehen. „Wir möchten Wanderungsentscheidungen nachvollziehbar machen.“ Die Kommunen hätten dadurch eine Chance, einzugreifen und Instrumente zu entwickeln, diese Entscheidungen zu beeinflussen.

Was die 18 Rathäuser mit dem Ergebnis ihrer Befragung anstellen, bleibt ihnen überlassen. Prinzipiell können sie die erhobenen Daten in der Schublade verschwinden lassen – sie können sie aber auch öffentlich diskutieren und für die Stadtentwicklung nutzen. Mit einer Wiederholung der Umfrage in Eigenregie könnte dann in ein paar Jahren herauszufinden sein, ob diese oder jene Intervention Früchte getragen hat.



Was bewegt die Menschen, aus ihren Wohnorten abzuwandern? Wo können Kommunen an ihrer Attraktivität arbeiten? Frank Luschei möchte es herausfinden. Foto: Jan Schäfer