

Projekt „Attraktivität von Städten und Gemeinden“ der Universität Siegen

Ergebnisse der Online-Befragung für die Stadt Hilchenbach

Datenstand: 16.12.2016

Luschei, Frank; Dipl.-Psych.; Politikwissenschaft
Strünck, Christoph; Prof. Dr.; Politikwissenschaft

Universität Siegen
Fakultät I / Politikwissenschaft
Adolf-Reichwein-Str. 2
D-57068 Siegen
frank.luschei@uni-siegen.de

Siegen, 30.12.2016

Inhaltsverzeichnis

0. Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick.....	5
1. Ausgangslage.....	7
2. Ergebnisse	11
2.1. Beschreibung der Teilnehmer /Auswertbare Fragebögen	11
2.1.1. Zeitraum der Befragung, Anzahl der Teilnehmer und Ausfülldauer	11
2.1.2. Teilnehmer nach Alter und Geschlecht	12
2.1.3. Aussagekraft/Repräsentativität der Antworten	12
2.1.4. Teilnehmer nach Ortsteilen.....	14
2.1.5. Teilnehmer nach Zuzugsstatus	15
2.1.6. Wohndauer der Rückkehrer und Zugezogenen	16
2.1.7. Herkunftsstadt der Zugezogenen	16
2.1.8. Wohnungssuche	17
2.1.9. Umzugsgründe	17
2.1.10. Wichtigkeit, in der Stadt wohnen zu bleiben.....	19
2.1.11. Wohngebäudetyp.....	20
2.1.12. Eigentumsstatus	20
2.1.13. Berufstätigkeit	21
2.1.14. Ort der Arbeitsstätte.....	22
2.1.15. Kinder.....	23
2.1.16. Anzahl der Kinder	24
2.1.17. Eltern/Schwiegereltern in der Nähe	24
2.1.18. Ehrenamt	25
2.2. Wichtigkeit und Bewertung der Attraktivitätsmerkmale Hilchenbach	26
2.2.1. Wichtigkeit und Bewertung der Attraktivitätsmerkmale, absteigend sortiert nach Wichtigkeit.....	27
2.2.2. Wichtigkeit und Bewertung der Attraktivitätsmerkmale, absteigend sortiert nach Bewertung.....	29
2.2.3. Kriterium „Wichtigkeit“ im Vergleich zu den anderen Kommunen	32
2.2.4. Kriterium „Bewertung“ im Vergleich zu den anderen Kommunen	34
2.2.5. Zielgruppeneinschätzungen: Was jungen Familien besonders wichtig ist.....	36
2.2.6. Zielgruppeneinschätzungen: Fortzugs-Gefährdete	44
2.3. Arbeitszufriedenheit	50
2.4. Lebensqualität.....	53
2.5. Auswertung der Text- und Kommentarfelder	55
3. Schlussfolgerungen.....	56
4. Literaturverzeichnis	57

Verzeichnis der Tabellen

Tab. 1:	Die stärksten Teilnehmertage.....	11
Tab. 2:	Teilnehmer differenziert nach Geschlecht und Altersgruppe.....	12
Tab. 3:	Über- und unterrepräsentierte Bevölkerungsgruppen	13
Tab. 4:	Teilnehmer nach Ortsteil	14
Tab. 5:	Anteile der Hiergeborenen, Rückkehrer und Zugezogenen	15
Tab. 6:	Wohndauer der Rückkehrer und Zugezogenen	16
Tab. 7:	Zuzugsentfernung.....	17
Tab. 8:	Wie leicht oder schwierig es war, die aktuelle Wohnung zu finden	17
Tab. 9:	Umzugsgründe	18
Tab. 10:	Bleibestärke: „Wie wichtig ist es Ihnen, in ... wohnen zu bleiben?“	19
Tab. 11:	Bleibestärke-Extremgruppen	19
Tab. 12:	Wohngebäudetyp	20
Tab. 13:	Anteil der Mieter und Eigentümer an den Teilnehmern	21
Tab. 14:	Anteil der aktuell Berufstätigen und nicht Berufstätigen	21
Tab. 15:	Anteil der aktuell Berufstätigen nach Geschlecht und Altersgruppe.....	22
Tab. 16:	Beschäftigte nach dem Ort der Arbeitsstätte.....	22
Tab. 17:	Anteil der Befragten mit Kind(ern)	23
Tab. 18:	Anteil der Befragten mit Kind(ern) in Altersgruppen	23
Tab. 19:	Geburtenziffern in NRW und Hilchenbach von 2005 bis 2015	24
Tab. 20:	Anzahl der Kinder	24
Tab. 21:	Anteil der Befragten mit Kind(ern) unter 10 Jahren mit Eltern/Schwiegereltern in der Nähe	25
Tab. 22:	Übernahme von Betreuungsaufgaben durch die Eltern/Schwiegereltern der Teilnehmer.....	25
Tab. 23:	Ehrenamt, Engagement und Nutzung von Angeboten	26
Tab. 24:	Anteile der Fortzugs-Gefährdeten nach Entfernung des Arbeitsortes.....	48

Verzeichnis der Abbildungen

Abb. 1:	Einwohnerzahl von Hilchenbach von 1962 bis 2015 am 31.12. des Jahres	7
Abb. 2:	Geborene, Gestorbene und Geburtensaldo von 1962 bis 2015.....	8
Abb. 3:	Zugezogene, Fortgezogene und Wanderungssaldo von 1976 bis 2015	9
Abb. 4:	Jährliches Gesamtsaldo der Bevölkerung von 1962 bis 2015.....	9
Abb. 5:	Wichtigkeit und Bewertung der Attraktivitätsmerkmale, absteigend sortiert nach Wichtigkeit	29
Abb. 6:	Wichtigkeit und Bewertung der Attraktivitätsmerkmale, absteigend sortiert nach Bewertung	31
Abb. 7:	Wichtigkeit der Attraktivitätsmerkmale in Hilchenbach im Vergleich	33
Abb. 8:	Bewertung der Attraktivitätsmerkmale in Hilchenbach im Vergleich	35
Abb. 9:	Wichtigkeit und Bewertung der Jüngeren (20-40 Jahre), absteigend sort. nach Wichtigkeit	37
Abb. 10:	Wichtigkeitsunterschiede zwischen Jüngeren mit und ohne Kind(ern)	39
Abb. 11:	Bewertungsunterschiede zwischen Jüngeren mit und ohne Kind(ern).....	41
Abb. 12:	Wichtigkeits- und Bewertungsprofil der jungen Familien in Hilchenbach	43
Abb. 13:	Unterschiede in der Wichtigkeitseinschätzung zwischen Fortzugs-Gefährdeten und Anderen	45
Abb. 14:	Unterschiede in der Bewertung von Hilchenbach zwischen Fortzugs-Gefährdeten und Anderen	47
Abb. 15:	Wichtigkeit und Bewertung der Fortzugs-Gefährdeten in Hilchenbach	49
Abb. 16:	Arbeitszufriedenheit: Hilchenbach im Vergleich	51
Abb. 17:	Arbeitszufriedenheit: Vergleich von Fortzugs-Gefährdeten und Anderen	52
Abb. 18:	Arbeitszufriedenheit nach Arbeitsort.....	53
Abb. 19:	Die drei Merkmalsgruppen der Lebensqualität der Teilnehmer aus Hilchenbach ..	54

0. Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick

- Seit 1996 ist die Bevölkerungszahl in Hilchenbach von 16.700 auf 15.000 im Jahr 2014 gesunken. Seit dem Jahrtausendwechsel sterben in Hilchenbach mehr Menschen als geboren werden. Seit 2003 sind mehr Menschen aus Hilchenbach fortgezogen als nach Hilchenbach zugezogen. Die positiven Veränderungen im Jahr 2015 sind v.a. auf die Zuzüge von Geflüchteten zurückzuführen.
 - Vom 07.06.2016 bis 13.11.2016 haben 374 Personen einen auswertbaren Fragebogen ausgefüllt. Im Schnitt haben sie 16 Minuten dafür gebraucht.
 - Bei den Teilnehmern sind die 30-60-jährigen Frauen sowie die 50-60-jährigen Männer überrepräsentiert. Jüngere sind unterrepräsentiert.
 - Der Ortsteil Alt-Hilchenbach ist deutlich überrepräsentiert, aus den meisten kleineren Ortsteilen gibt es kaum Teilnehmer, so dass die Darstellung von differenzierten Ergebnissen nach Ortsteilen kaum sinnvoll ist.
 - Von den Teilnehmern sind 38 Prozent auch in Hilchenbach geboren, 17 Prozent gehören zu den Rückkehrern und fast die Hälfte (46%) gehört zu den Zugezogenen; die allermeisten leben seit vielen Jahren in Hilchenbach.
 - Von den in den letzten Jahren Zugezogenen kommt gut ein Drittel aus einer direkten Nachbarstadt, ein weiteres knappes Drittel aus einer Stadt, die weniger als 50 km entfernt ist. Fernzuzieher gibt es kaum.
 - Knapp zwei Drittel der Befragten gibt an, dass private Gründe für den Zuzug maßgeblich waren. Der Erwerb von Wohneigentum und / oder ein Arbeitsplatzwechsel spielen eine deutlich geringere Rolle.
 - Rund neun Prozent der Teilnehmer geben an, dass es „überhaupt nicht wichtig (ist), in Hilchenbach wohnen zu bleiben“ oder nennen die benachbarte Antwortmöglichkeit („Fortzugs-Gefährdete“). Rund die Hälfte gibt an, dass es ihnen „total wichtig (ist), in Hilchenbach wohnen zu bleiben“, oder sie wählen die benachbarte Kategorie.
 - Knapp 60 Prozent der Befragten lebt in einem frei stehenden Einfamilienhaus. Gut zwei Drittel sind Eigentümer der Wohnimmobilie.
 - Gut drei Viertel der Befragten sind berufstätig. Der Anteil der berufstätigen Frauen liegt nur unwesentlich unter dem Anteil der berufstätigen Männer.
-

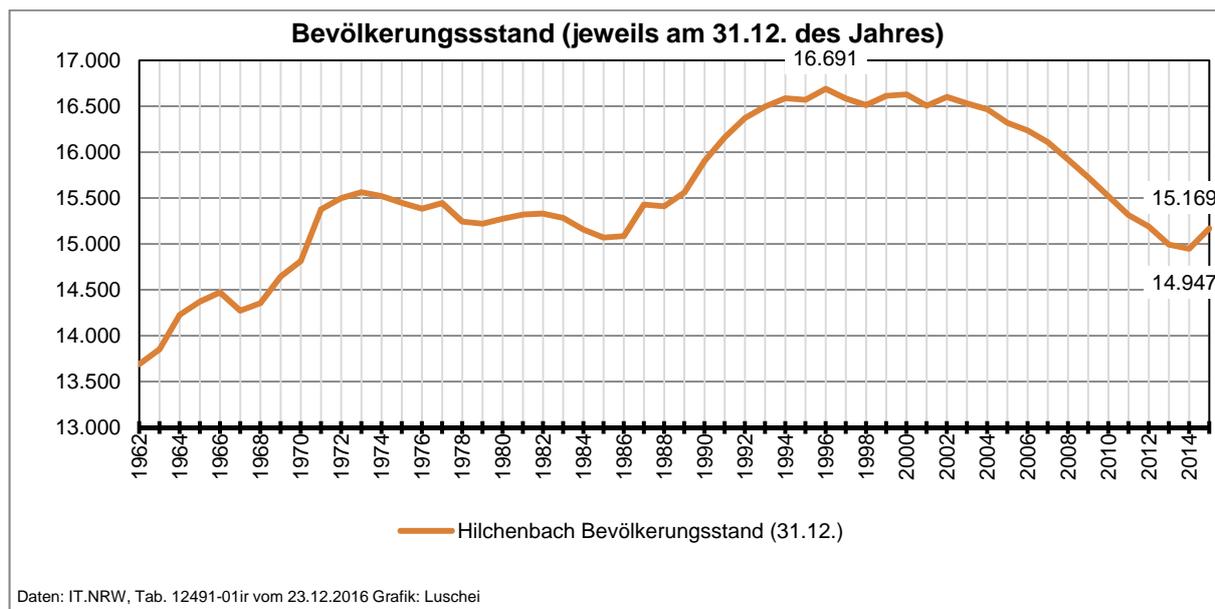
- Knapp die Hälfte der Beschäftigten arbeitet in Hilchenbach, ein knappes Viertel in einer direkten Nachbarstadt und ein weiteres Viertel in einer Stadt, die bis zu 50 km entfernt liegt. Fernpendler, die mehr als 50 km zur Arbeit fahren, sind selten.
 - Zwei Drittel der Befragten haben Kind(er). Von den 20-30-Jährigen hat ein Fünftel Kinder, ab 30 Jahren sind es mehr als 70 Prozent.
 - Für die Befragten sind „eine hohe Lebensqualität“, „gute Einkaufsmöglichkeiten“ sowie „ein gutes Telekommunikationsnetz“ die wichtigsten Attraktivitätsmerkmale einer Stadt. Die meisten Attraktivitätspunkte erhält Hilchenbach in den Merkmalen „Naturerlebnisse in der Nähe“, „in ruhiger Wohngegend wohnen“ sowie „breites Sportangebot“.
 - Jungen Familien ist eine „kinderfreundlich aufgestellte Stadt und die „Kinderfreundlichkeit der Menschen“ signifikant wichtiger als den jüngeren ohne Kinder. Bezüglich der „kinderfreundlich aufgestellten Stadt“ sehen die Familien mit Kind(ern) auch den größten Verbesserungsbedarf neben der Verbesserung der Einkaufsmöglichkeiten.
 - Denjenigen, die auf jeden Fall in der Stadt wohnen bleiben wollen, gefällt es auch in fast allen Attraktivitätsmerkmalen signifikant besser als den Fortzugs-Gefährdeten.
 - Die Zufriedenheit der Beschäftigten mit verschiedenen Arbeitsplatzmerkmalen ist überwiegend groß. Fortzugs-Gefährdete sind weniger zufrieden mit der „Zusammenarbeit mit den direkten Kollegen“ sowie den „Arbeitszeiten“.
 - Lebensqualität besteht offensichtlich aus drei Merkmalsgruppen. Erstens aus Infrastrukturmerkmalen, wie z.B. Arbeitsplätze, Telekommunikationsnetz und der Autobahnanbindung sowie zweitens Wohlfühl-Aspekten, wie z.B. weltoffene, tolerante, freundliche und aufgeschlossene Menschen, Kontakte zu anderen Menschen und der Atmosphäre der Stadt. Die dritte Gruppe enthält Merkmale zu „Wohnen, Natur, Familie und Freunde“.
 - Für die Auswertung der Text- und Kommentarfelder wird Hilchenbach eine entsprechende Excel-Datei zur Verfügung gestellt. Insgesamt haben 344 Personen Kommentare eingetragen. Die Kommentare bestehen aus 3.900 unterschiedlichen Worten, die bis zu 330-mal pro Wort vorkamen.
-

1. Ausgangslage

Längst ist die Erkenntnis angekommen, dass der demografische Wandel – also v.a. die Veränderungen in der Gesamtzahl und Zusammensetzung der Bevölkerung – ganz wesentliche Auswirkungen für die Zukunft von Kommunen hat.

Die folgende Abbildung stellt die Entwicklung der Einwohnerzahl¹ von Hilchenbach von 1962 bis 2015 dar. Anfang der 1970er Jahre wurde ein erster Bevölkerungshöchststand erreicht. Danach ist die Bevölkerungszahl bis zur Mitte der 1980er Jahre wieder leicht gesunken. Der starke Anstieg zum Beginn der 1990er Jahre ist v.a. auf den Zuzug von Menschen aus den „neuen Bundesländern“ und den osteuropäischen Ländern nach der Öffnung der Länder des ehem. Ostblocks zurückzuführen. 1996 wurde der höchste Bevölkerungsstand erreicht. Danach ist er wiederum deutlich gefallen. Der Anstieg der Bevölkerung im Jahr 2015 ist dann das Ergebnis des Zuzugs von Geflüchteten und Asylbewerbern.

Abb. 1: Einwohnerzahl von Hilchenbach von 1962 bis 2015 am 31.12. des Jahres



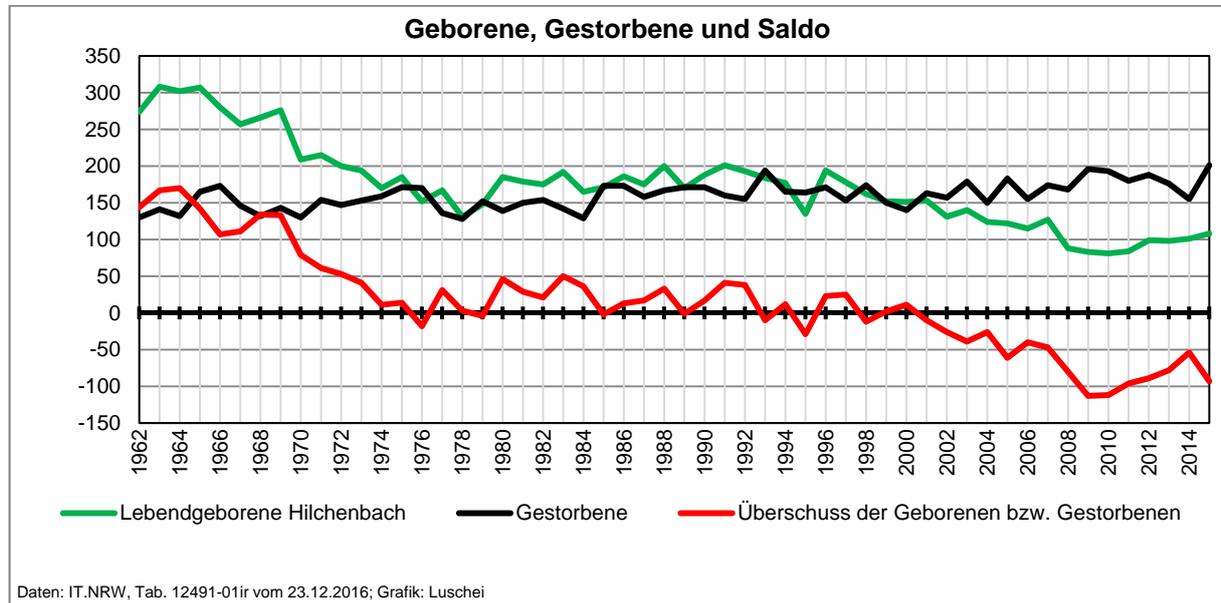
Die erste wichtige Einflussvariable auf die Einwohnerentwicklung ist die Zahl der Geburten und Todesfälle in einem Jahr. Diese Daten werden in der folgenden Abbildung dargestellt.

Die größte Zahl an Geburten wurden in Hilchenbach im Jahr 1963 mit 308 erreicht. Im gleichen Jahr starben 141 Personen. Hierdurch ist ein Überschuss von 167 Personen zu verzeichnen. Danach wurde nach einem starken Rückgang der Geburtenzahlen über viele Jahre vergleichsweise gleich bleibende Geburten zwischen 150 und 200 Kindern erreicht. Seit der Mitte der 1990er Jahre gehen sie wiederum zurück und lagen im Jahr 2015 bei 108. Die Zahl

¹ In diesem Bericht wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit durchgängig die männliche Schreibweise verwendet. Es sind natürlich stets Personen männlichen und weiblichen Geschlechts gleichermaßen gemeint.

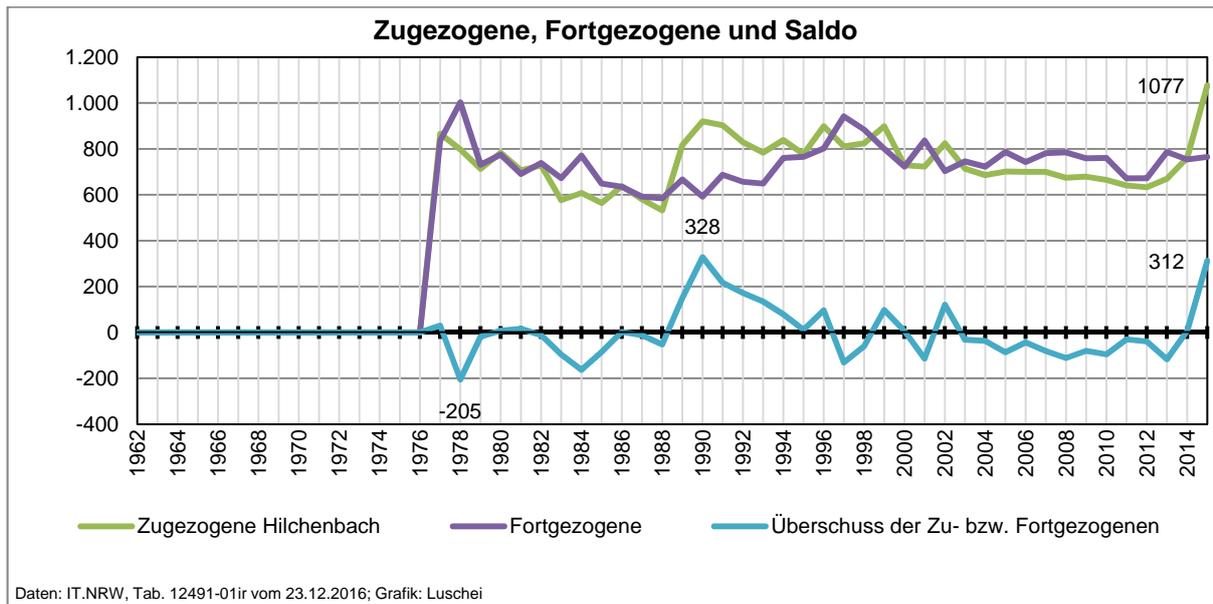
der Gestorbenen lag im Jahr 2015 mit 201 deutlich über der Zahl der Geborenen, so dass sich hierdurch die Bevölkerungszahl um 93 Einwohner verringert.

Abb. 2: Geborene, Gestorbene und Geburtensaldo von 1962 bis 2015



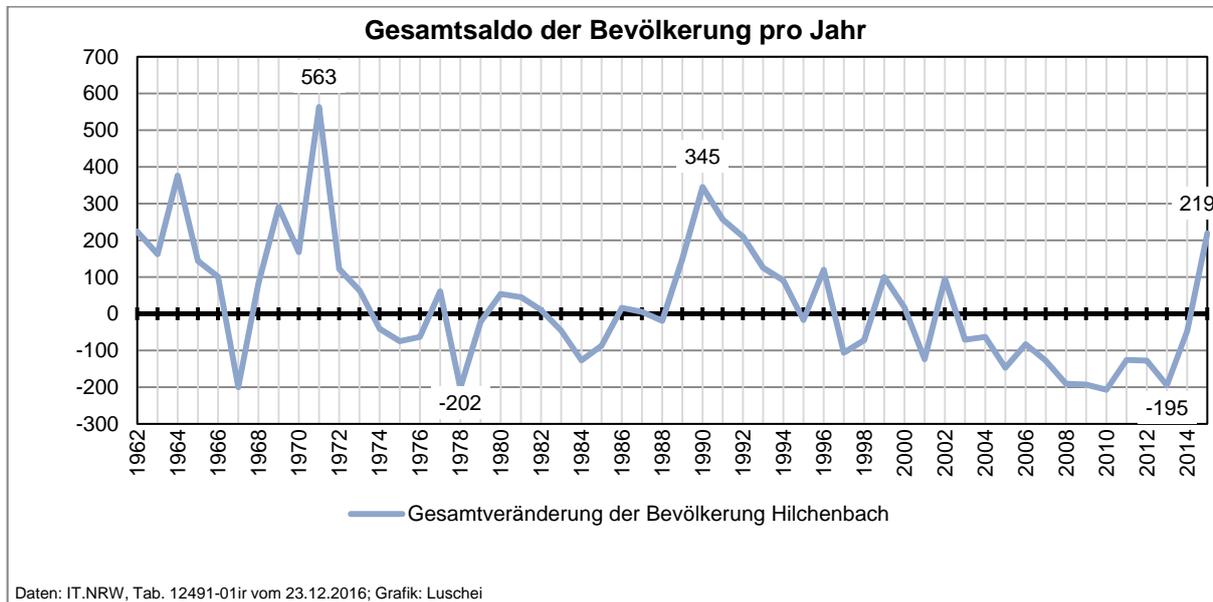
Die zweite wichtige Einflussvariable auf die Einwohnerentwicklung sind die Zuzüge in eine Stadt oder Gemeinde und die Fortzüge aus dieser heraus. Diese sind in der folgenden Abbildung für die Jahre 1977 bis 2015 aufgeführt. Daten für die davor liegenden Jahre liegen bei IT.NRW nicht vor. Nahezu im gesamten Zeitraum liegt die Zahl der Zuzüge in etwa der Höhe der Zahl der Fortzüge. Dies sorgt wechselnd für Wanderungsgewinne und Wanderungsverluste. Anfang der 1990er Jahre wird durch die hohe Zahl der Zugezogenen (920) und durch eine geringere Zahl an Fortzügen (592) ein deutlicher Wanderungsgewinn von 328 Personen erreicht. Seit 2003 sind durchgängig Wanderungsverluste zu verzeichnen. Erst im Jahr 2015 übersteigt die Zahl der Zugezogenen wiederum die Zahl der Fortgezogenen, so dass geringere Wanderungsgewinne verzeichnet werden können.

Abb. 3: Zugezogene, Fortgezogene und Wanderungssaldo von 1976 bis 2015



In der Summe führen die jährlichen Geburtensalden sowie die Wanderungssalden zu folgenden Bevölkerungszunahmen oder -abnahmen pro Jahr.

Abb. 4: Jährliches Gesamtsaldo der Bevölkerung von 1962 bis 2015



Die Daten zeigen v.a. auch, wie viel „Bewegung“ in jedem Jahr in der Bevölkerungsentwicklung ist. Immerhin umfasst die Zahl der Zuzüge und die Zahl der Fortzüge in der Summe rund 10 Prozent der Gesamtbevölkerung: Rund 5 Prozent verlassen die Stadt und rund 5 Prozent kommen neu in die Stadt. Insofern könnte man durch kleinere positive Veränderungen bei Zuzugs- sowie den Fortzugszahlen bereits das Gesamtsaldo der Bevölkerung deutlich beeinflussen.

Städte und Gemeinden wollen für ihre Einwohnerinnen und Einwohner möglichst attraktiv

sein. Dadurch hofft man auf viele neue Einwohner durch eine Steigerung der Zuzüge und geringe Einwohnerverluste durch eine Senkung der Zahl der Fortzüge. Das ist angesichts einer schrumpfenden Bevölkerung im Demografischen Wandel besonders wichtig. Aber was macht eine Stadt attraktiv? Kann man die Attraktivität von Kommunen messen? Und wie würden die Bürgerinnen und Bürger dann ihren eigenen Wohnort bewerten? Seit Mitte 2015 läuft hierzu im FoKoS das Forschungsprojekt „Attraktivität von Städten und Gemeinden“, bei dem ein speziell entwickeltes Online-Instrumentarium erprobt wird und ab Sommer 2016 zum Einsatz kommt.

Hieran hat sich auch Hilchenbach beteiligt. In diesem Bericht werden die wesentlichen Ergebnisse für die Stadt Hilchenbach dargestellt und z.T. mit den Ergebnisse der Gesamtgruppe aus aktuell 12 teilnehmenden Städten und Gemeinden verglichen, so dass eine Einordnung der Ergebnisse möglich wird.

2. Ergebnisse

2.1. Beschreibung der Teilnehmer / Auswertbare Fragebögen

2.1.1. Zeitraum der Befragung, Anzahl der Teilnehmer und Ausfülldauer

In der Zeit vom 07.06.2016 bis 13.11. 2016 wurden insgesamt 374 auswertbare² Online-Fragebögen aus Hilchenbach ausgefüllt³. Die sechs Tage mit den stärksten Rückläufen zeigt die folgende Tabelle. An diesen Tagen wurden 126 Fragebögen (34% aller Fragebögen) ausgefüllt. An allen anderen Tagen wurden weniger als 18 Fragebögen ausgefüllt. Eine Teilnehmerkommune erreichte an den fünf teilnehmerstärksten Tagen rund 60 Prozent der Gesamtteilnehmerzahl, was vermutlich auf die gleichzeitige Teilnehmerwerbung auf mehreren Kommunikationskanälen zurückzuführen ist.

Tab. 1: Die stärksten Teilnehmertage

	Anzahl der Teilnehmer an diesem Tag (N=)	Anteil an allen Teilnehmern in %
2016_06_07	18	4,8%
2016_06_12	22	5,9%
2016_06_21	18	4,8%
2016_06_22	20	5,3%
2016_06_23	22	5,9%
2016_07_01	26	7,0%
Gesamtzahl der Teilnehmer an diesen Tagen	126	33,70%

Hohe Teilnehmerzahlen sind meist das Ergebnis von gezielten Kommunikationsmaßnahmen über das Projekt und die Teilnahmemöglichkeit in der Presse, über Veröffentlichungen in Online-Medien und bei Veranstaltungen. In einer teilnehmenden Stadt wurde zusätzlich über Meldungen im Radio auf das Projekt hingewiesen. Der Erfolg solcher Maßnahmen zeigt sich in sprunghaft steigenden Teilnehmerzahlen an demselben Tag oder dem Folgetag, die Teilnehmerzahlen gehen dann jedoch bereits nach zwei Tagen deutlich zurück. Ab dem dritten Tag sind nur noch geringfügige Teilnehmerzahlen beobachtbar. Insofern lebt die Teilnahmebereitschaft von mehrfach hintereinander geschalteten und intensiven Werbemaßnahmen, die auch auf verschiedene Kanäle (z.B. Facebook, Wochenblätter; Anzeigenblätter, Regionales Fernsehen, Regionalnachrichten, amtliche Bekanntmachungsblätter) verteilt sind.

² Insgesamt haben 590 Hilchenbacher den Online-Fragebogen begonnen. Viele haben dann das Ausfüllen direkt nach den ersten Seiten abgebrochen. Weitere haben keine Angaben zum Alter und / oder Geschlecht gemacht oder zu viele „weiß nicht / keine Antwort“-Antworten bei den Attraktivitätsmerkmalen gegeben. Insofern entsprechen die ausgewerteten 374 Fragebögen einer Netto-Ausschöpfungsquote von rund 63 Prozent.

³ Zum Zeitpunkt dieser Auswertung Ende Dezember 2016 ist die Befragung noch nicht vollständig abgeschlossen. Einige Städte und Gemeinden werben noch für weitere Teilnehmer.

In allen Städten und Gemeinden hat die Hälfte der Befragten knapp 17 Minuten (Medianwert) für das Ausfüllen des Fragebogens benötigt⁴. Die anderen 50 Prozent hat dazu länger gebraucht. Der Medianwert für Hilchenbach liegt mit 16 Minuten leicht darunter.

2.1.2. Teilnehmer nach Alter und Geschlecht

Die absoluten Teilnehmerzahlen nach Geschlecht und Altersgruppe zeigt die folgende Tab. 2.

Tab. 2: Teilnehmer differenziert nach Geschlecht und Altersgruppe

	jünger als 20 Jahre	20<30 Jahre	30<40 Jahre	40<50 Jahre	50<60 Jahre	60<70 Jahre	70 Jahre oder älter	Gesamt
männlich	1	18	21	38	55	27	16	176
weiblich	14	21	36	43	67	14	3	198
Gesamt	15	39	57	81	122	41	19	374

2.1.3. Aussagekraft / Repräsentativität der Antworten

Im Zusammenhang mit Befragungen wird kritisch hinterfragt, wie aussagekräftig die Ergebnisse denn überhaupt sind. Hierauf gibt es mehrere Antworten:

1. Üblicherweise haben Einwohner nur in wenigen Städten und Gemeinden die Möglichkeit, ihre Meinungen und Einschätzungen zur Stadtentwicklung zu äußern. Die Teilnahme an der Online-Umfrage ist daher eine(!) mögliche Form der stärkeren Bürgerbeteiligung an kommunalen Entwicklungsprozessen. Insofern sind die Rückmeldungen - wenngleich vielleicht von gar nicht so vielen Teilnehmern - Meinungen und Einschätzungen, die man vermutlich ohne die Online-Befragung nicht bekommen hätte. Insofern ist jede geäußerte Meinung und jedes verteilte Kreuzchen im Fragebogen auch aussagekräftig.

2. Übersetzt man "aussagekräftig" mit "repräsentativ", dann ist hiermit meist die statistische Repräsentativität gemeint. Ob die Teilnehmer einen repräsentativen Ausschnitt aus der Gesamtbevölkerung entsprechen, wird meist anhand der soziodemografischen Daten geprüft. Da im Online-Fragebogen nach dem Geschlecht und der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Altersgruppe gefragt wurde, kann die Gesamtgruppe der Teilnehmer mit den Daten der Landesdatenbank NRW (IT.NRW) vergleichen. Für alle bislang teilgenommen Kommunen kann

⁴ Die Ausfülldauer wird vom Programm automatisch berechnet und umfasst die Zeit vom Beginn des Ausfüllens bis zum Abschicken der Daten. Sie ist die einzige Information, die „ungefragt“ von den Teilnehmern erhoben wurde. Darüber hinaus wurden keine Informationen erfasst (z.B. IP-Adresse), mit denen eine spätere Rückverfolgung des Antwortenden möglich wäre. Insofern sichert der Online-Fragebogen schon rein technisch die Anonymität des Befragten.

man aus den IT.NRW-Daten ableiten, dass rund 7,7 Prozent der Einwohner männlich und zwischen 30 und 40 Jahren alt sind. Insofern sollten auch von den Teilnehmern 7,7 Prozent männlich und zwischen 30 und 40 Jahren alt sein. Dem ist leider nicht ganz so. Statt dessen sind die männlichen Teilnehmer im Alter von 30-40 Jahren mit knapp zehn 10 Prozent überrepräsentiert. Noch stärker überrepräsentiert sind jedoch die Frauen zwischen 30 und 50 Jahren.

Da diese Prüfung für alle Geschlechter- und Altersgruppen und auch für jede einzelne teilnehmende Stadt oder Gemeinde durchgeführt wird, kann gezeigt werden, welche Personengruppen offensichtlich besonders häufig und welche besonders selten an der Online-Umfrage teilgenommen haben.

Abweichungen sollten also nicht überbewertet werden. Immerhin spielt die statistische Repräsentativität⁵ in den seltensten Fällen eine entscheidende Rolle: Bei Bundestags-, Landtags- und Gemeinderatswahlen wird die Aussagekraft der Ergebnisse auch nicht davon abhängig gemacht.

Eine Einschränkung bezüglich der Repräsentativität ist dadurch zu erwarten, dass der Online-Fragebogen lediglich in deutscher Sprache vorlag. Eine Übersetzung in andere Sprachen war jedoch im Rahmen des Projektes nicht durchführbar.

In der folgenden Tab. 3 ist aufgeführt, welche Personengruppen in Hilchenbach besonders häufig und welche eher selten an der Befragung teilgenommen haben. In den grün hinterlegten Feldern haben deutlich mehr Personen teilgenommen, als dies bei exakter statistischer Repräsentativität erwartbar war. Sie sind somit überrepräsentiert. In der rot hinterlegten Feldern „fehlen“ Personen, sie sind somit unterrepräsentiert. Die Ziffern in den Feldern entsprechen dabei der genauen rechnerischen Anzahl zu vieler bzw. fehlender Personen.

Tab. 3: Über- und unterrepräsentierte Bevölkerungsgruppen

	14<20	20<30	30<40	40<50	50<60	60<70	
männlich	-19,1	-12,9	-5,4	2,2	14,3	-1,6	-22,4
weiblich	-2,0	-4,4	11,1	8,9	25,9	-17,1	22,4
Insgesamt	-21,1	-17,3	5,7	11,1	40,2	-18,7	0,0

Stellt man die Frage, wie hoch der Anteil der erreichten Personen bezogen auf die Gesamtbevölkerung ist, so ist es sinnvoll, die Analyse auf solche Personengruppen zu beschränken, die man voraussichtlich überhaupt mit einer Online-Umfrage erreichen kann. So ist z.B. nicht

⁵ Die statistische Repräsentativität wurde mittels chi-quadrat-Test geprüft. In allen Städten oder Gemeinden sind die Abweichungen der beobachteten von den erwarteten Häufigkeiten so groß, dass die statistische Repräsentativität nicht erreicht wird.

zu erwarten, dass Babys, Kleinkinder und Menschen im hohen Alter überhaupt erreichbar sind. Beschränkt man die Analysegruppe also auf Personen von 14 bis 70 Jahre, so entsprechen die 372 Teilnehmer in dieser Altersgruppe bei einer Bevölkerungszahl von 10.849 Personen in dieser Altersgruppe einer Ausschöpfungsquote von 3,3 Prozent. Die Kommune mit der geringsten Ausschöpfungsquote erreicht am 16.12.2016 rund ein Prozent, die Kommune mit der höchsten Ausschöpfungsquote erreicht sechs Prozent. In einer Stadt erreicht ein Ortsbürgermeister eine Ausschöpfungsquote von knapp neun Prozent in seinem Ortsteil.

2.1.4. Teilnehmer nach Ortsteilen

Die Teilnehmer stammen aus den in Tab. 4 aufgeführten Ortsteilen: In der rechten Spalte „Anteil an allen Teilnehmern“ ist aufgeführt, wie hoch der Anteil der Teilnehmer aus dem spezifischen Stadtteil im Vergleich zu an allen Teilnehmern ist. In der Spalte „Anteil an allen Einwohnern“ ist der Anteil der Einwohner in diesem Stadtteil an allen Einwohnern aufgeführt. Liegt der Anteil der Teilnehmer deutlich über der Zahl des Anteils an allen Einwohnern, so ist dies ein Hinweis darauf, dass dieser Stadtteil überrepräsentiert ist. Im umgekehrten Fall ist der Stadtteil unterrepräsentiert.

Tab. 4: Teilnehmer nach Ortsteil

Stadtteil	Einwohner am 31.12.15	Anteil an allen Einwohnern am 31.12.15	Teilnehmer	Anteil an allen Teilnehmern	Anmerkung
(Alt-) Hilchenbach	4.374	27,6%	149	40,3%	deutlich überrepräsentiert
Dahlbruch	3.777	23,9%	50	13,5%	deutlich unterrepräsentiert
Müsen	2.487	15,7%	37	10,0%	deutlich unterrepräsentiert
Allenbach	2.064	13,0%	44	11,9%	leicht unterrepräsentiert
Vormwald	1.059	6,7%	34	9,2%	leicht überrepräsentiert
Helberhausen	649	4,1%	21	5,7%	leicht überrepräsentiert
Lützel	472	3,0%	11	3,0%	Anzahl gering
Hadem	367	2,3%	11	3,0%	Anzahl gering
Grund	343	2,2%	7	1,9%	Anzahl gering
Ruckersfeld	85	0,5%	2	0,5%	Anzahl gering
Oechelhausen	78	0,5%	0	0,0%	fehlt
Oberndorf	70	0,4%	4	1,1%	Anzahl gering
Gesamt	15.825		370*		

* hier fehlen 4 Personen, die keine Angabe zum Ortsteil gemacht haben

2.1.5. Teilnehmer nach Zuzugsstatus

Am Anfang des Fragebogens wurden die Teilnehmer gefragt, ob sie in der jeweiligen Stadt oder Gemeinde „geboren sind und seitdem immer in der Stadt leben“ („Hiergeborene“), ob sie „hier geboren sind aber längere Zeit woanders gewohnt haben“ („Rückkehrer“) oder „woanders geboren und später zugezogen sind“ („Zugezogene“).

Nach dem Datenstand Mitte Dezember liegt nach rund 3.500 Teilnehmern in 12 Städten der Anteil der Hiergeborenen bei rund 39 Prozent. Zwischen den Städten schwankt dieser Anteil von 27 bis 51 Prozent. Ein Fünftel aller Einwohner gehört zu den Rückkehrern (10 bis 30 Prozent) und 41 Prozent sind Zugezogene (24 bis 56 Prozent). Die Angaben für Hilchenbach sind in der folgenden Tab. 5 aufgeführt.

Tab. 5: Anteile der Hiergeborenen, Rückkehrer und Zugezogenen

	Hiergeborene		Rückkehrer		Zugezogene		Gesamt N=
	N=	Zeilen-%	N=	Zeilen-%	N=	Zeilen-%	
Hilchenbach	141	37,7%	62	16,6%	171	45,7%	374
Gesamt*	1.381	39,2%	713	20,3%	1.425	40,5%	3.519
von (min)*		26,9%		9,7%		23,5%	
bis (max)*		51,0%		30,1%		56,2%	
* Teilnehmer aus 12 Kommunen mit mehr als 30 gültige Fragebögen, Datenstand 16.12.2016							

Hilchenbach hat einen niedrigen Anteil an Rückkehrern im Vergleich zu allen anderen bislang ausgewerteten 12 Städte und Gemeinden.

2.1.6. Wohndauer der Rückkehrer und Zugezogenen

In der folgenden Tabelle ist aufgeführt, seit wie vielen Jahren die Rückkehrer und Zugezogenen in der Stadt wohnen.

Tab. 6: Wohndauer der Rückkehrer und Zugezogenen

		bis 5 Jahre	5<10 Jahre	10<15 Jahre	15<20 Jahre	20 J. oder länger	Gesamt ⁶
Hilchenbach	N=	36	34	25	23	114	232
	Zeilen-%	15,5%	14,7%	10,8%	9,9%	49,1%	100%
Gesamt	N=	354	280	293	240	949	2.116
	Zeilen-%	16,7%	13,2%	13,8%	11,3%	44,8%	100%
alle Kommunen	von (min)	13,7%	10,2%	5,6%	9,5%	33,0%	
alle Kommunen	bis (max)	23,2%	20,5%	18,8%	15,5%	55,6%	

Die Wohndauer der Rückkehrer und Zugezogenen befindet sich in Hilchenbach nahe an der Gesamtzahl der Teilnehmer. Lediglich eine Kommune hat auffallend viele vor 5 bis 10 Jahren Zugezogenen. Diese Kommune hat dann auch einen besonders niedrigen Anteil von Rückkehrern und Zugezogenen, die länger als 20 Jahre in der Stadt wohnen.

2.1.7. Herkunftsstadt der Zugezogenen

Diejenigen, die vor weniger als fünf Jahren in die Stadt gezogen sind, wurden danach gefragt, wie weit ihre Herkunftsstadt entfernt ist. Da hier in den Kommunen nur wenige Personen betroffen sind, dürfen die entsprechenden Daten auch nur vorsichtig interpretiert werden. Nachrichtlich sind zusätzlich die Daten aus allen 12 Kommunen (Stand: 16.12.16) aufgeführt. Demnach ist rund ein Drittel aus einer direkten Nachbarstadt in den aktuellen Wohnort umgezogen. Ein weiteres Fünftel kommt aus einer daran angrenzenden Stadt, die bis zu 50 km Luftlinie entfernt liegt. Bei einem weiteren Fünftel liegt die Entfernung zwischen 100 und 250 Kilometer. „Fernzuzüge“ sind eher selten.

⁶ Eine verringerte Anzahl von Personen kann darin begründet sein, dass einige Rückkehrer und Zugezogene bei der Frage nach dem Zuzugszeitpunkt keine Angabe gemacht haben. Diese sind in dieser Tabelle nicht berücksichtigt. Das Herauslassen von Personen mit den Angaben „Weiß nicht / keine Antwort“ gilt auch für andere Tabellen.

Tab. 7: Zuzugsentfernung

	Hilchenbach		Gesamt	
	N=	Spalten-%	N=	Spalten-%
...aus direkter Nachbarstadt /-gemeinde zugezogen	14	38,90%	121	34,3%
bis 50 km Luftlinie entfernt	11	30,60%	76	21,5%
50<100 km Luftlinie entfernt	3	8,30%	34	9,6%
100<250 km Luftlinie entfernt	3	8,30%	74	21,0%
250<500 km Luftlinie entfernt	2	5,60%	28	7,9%
500 km Luftlinie oder mehr entfernt	3	8,30%	20	5,7%
Gesamt	36	100,00%	353	100%

Statistisch sind die Daten für Hilchenbach unauffällig. Dies liegt v.a. daran, dass ohnehin nur wenige Personen für diese Analyse berücksichtigt werden konnten und die Daten der aus 50 km oder größerer Entfernung Zugezogenen sehr klein sind.

2.1.8. Wohnungssuche

In allen 12 Kommunen berichten rund 41 Prozent der kürzlich zugezogenen (<5 Jahre) Teilnehmer, dass es „leicht“ oder „sehr leicht“ war, eine Wohnung zu finden. Rund 31 Prozent geben an, dass es „schwierig“ oder „sehr schwierig“ war. Gut ein Viertel positioniert sich genau dazwischen. Die Daten für Hilchenbach in der folgenden Tab. 8 stehen wiederum unter der Einschränkung, dass es sich insgesamt nur um wenige Personen handelt. Darüber hinaus kann die Zahl der in der Tabelle berücksichtigten Personen wiederum dadurch verringert sein, dass die Antwortmöglichkeit „weiß nicht/ keine Antwort“ gewählt wurde und diese Personen für die Analyse unberücksichtigt bleiben.

Tab. 8: Wie leicht oder schwierig es war, die aktuelle Wohnung zu finden

	Hilchenbach		Gesamt	
	N=	Spalten-%	N=	Spalten-%
-2 sehr schwierig	4	12,10%	30	9,0%
-1 schwierig	4	12,10%	74	22,2%
0 neutral	8	24,20%	92	27,6%
+1 leicht	8	24,20%	81	24,3%
+2 sehr leicht	9	27,30%	56	16,8%
Gesamt	33	100,00%	333	100%

2.1.9. Umzugsgründe

Es gibt eine Vielzahl von Annahmen darüber, warum Menschen neu in eine Stadt umziehen. Allerdings ist nicht bekannt, dass es hierzu eine erprobte Skala zur Erfassung der Gründe

gibt. Insofern wurde in dem Online-Fragebogen versucht, eine geeignete Skala zu konstruieren und zu erproben.

Die vor weniger als fünf Jahren Zugezogenen wurden danach gefragt, welche Rolle acht mögliche und vorgegebene Zuzugsgründe gespielt haben. Die Ankreuzmöglichkeiten lagen dabei zwischen „0=gar keine Rolle gespielt“ bis zu „10=alleiniger Umzugsgrund“. Darüber hinaus konnten weitere wichtige Gründe angekreuzt werden, die dann in einem Freifeld spezifiziert werden konnten⁷. Die zusammengefassten Antworten sind in der folgenden Tabelle aufgeführt. Am häufigsten wird angegeben, dass private Gründe der einzige Umzugsgrund waren. Die anderen Umzugsgründe folgen erst mit deutlichem Abstand.

Tab. 9: Umzugsgründe

zusammengefasste Originalskala:	0, 1, 2, 3 geringe Rolle		4, 5, 6 mittelm. Rolle		7, 8, 9, 10 große Rolle		Ges. N=
	N=	Ze.-%	N=	Ze.-%	N=	Ze.-%	
private Gründe (Heirat, Zusammenzug mit Partner, Gründung eines eigenen Haushalts usw.)	8	22,9%	5	14,3%	22	62,9%	35
Erwerb von Haus- / Wohneigentum in STADTNAME ⁸	18	54,5%	1	3,0%	14	42,4%	33
Es gibt noch weitere, oben nicht genannte Gründe	20	66,7%	2	6,7%	8	26,7%	30
alte Wohnung / Haus zu groß/klein, zu teuer, zu schlecht	22	71,0%	2	6,5%	7	22,6%	31
ehemalige Wohngegend zu laut, zu dicht bebaut, ...	24	77,4%	2	6,5%	5	16,1%	31
einen neuen Ausbildungs- / Arbeitsplatz in STADTNAME angetreten	23	74,2%	4	12,9%	4	12,9%	31
Zusammensetzung der ehemaligen Nachbarschaft	27	87,1%	0	0,0%	4	12,9%	31
einen neuen Ausbildungs- / Arbeitsplatz in einer Nachbarstadt/-gemeinde angetreten	26	83,9%	3	9,7%	2	6,5%	31
Kündigung der alten Wohnung (wegen Eigenbedarf, befristetes Mietverhältnis, ...)	29	93,5%	0	0,0%	2	6,5%	31

Detailanalysen zeigen, dass es häufig mehrere Gründe sind, die für den Umzug in eine neue Stadt eine Rolle spielen. Empirisch begründete Aussagen sind daher - insbesondere bei so wenigen betroffenen Personen - schwierig. Daher kann die oben aufgeführte Tabelle allenfalls Anhaltspunkte für die relevantesten Umzugsgründe liefern.

⁷ Was waren die Gründe dafür, weshalb Sie nach STADTNAME gezogen sind? Manchmal können ja auch mehrere Faktoren gleichzeitig eine Rolle spielen. Sie können bei jedem einzelnen Grund ankreuzen von 0="hat gar keine Rolle gespielt" bis 10="das war der einzige Umzugsgrund".

⁸ STADTNAME wurde im Online-Fragebogen automatisch durch den Namen der Stadt ersetzt, in der man wohnt.

2.1.10. Wichtigkeit, in der Stadt wohnen zu bleiben

Alle Teilnehmer konnten auf einer siebenstufigen Skala (0=“überhaupt nicht wichtig“ bis 6=“total wichtig, in ... wohnen zu bleiben“) angeben, wie wichtig es ihnen ist, in der Stadt wohnen zu bleiben. Mehr als die Hälfte aller Befragten aus den 12 Kommunen kreuzen hier die beiden Extrempunkte 6=“total wichtig, in ... wohnen zu bleiben“ und die davor liegende Ziffer 5 an. In Hilchenbach sind es unbedeutend weniger. Insgesamt sind kaum bemerkenswerte Unterschiede im Antwortverhalten der Teilnehmer aus Hilchenbach im Vergleich zur Gesamtgruppe erkennbar.

Tab. 10: Bleibestärke: „Wie wichtig ist es Ihnen, in ... wohnen zu bleiben?“

	Hilchenbach		Gesamt	
	N=	Sp.-%	N=	Sp.-%
0= ... überhaupt nicht wichtig	22*	5,9%	225	6,4%
1	11*	3,0%	87	2,5%
2	9	2,4%	119	3,4%
3=mittelmäßig wichtig	85	22,9%	759	21,7%
4	53	14,3%	486	13,9%
5	85	22,9%	837	23,9%
6= ... total wichtig, in STADTNAME wohnen zu bleiben.	106	28,6%	986	28,2%
Gesamt	371	100%	3499	100%
* zusammen 8,9% Fortzugs-Gefährdete				

In späteren Analysen werden aus den vorliegenden Antworten zwei Extremgruppen gebildet und deren Antwortverhalten miteinander verglichen. Die eine Extremgruppe umfasst die Personen, die den Skalenwert „6“ und deren verbaler Beschreibung angekreuzt haben und denen es „total wichtig ist, in der Stadt wohnen zu bleiben“. Die zweite Gruppe besteht aus den Personen, denen es überhaupt nicht wichtig ist, in der Stadt wohnen zu bleiben (Antwort „0“) sowie der benachbarten Antwortmöglichkeit „1“. Die Ergebnisse sind in der folgenden Tab. 11 aufgeführt.

Tab. 11: Bleibestärke-Extremgruppen

	0+1 überhaupt nicht wichtig, in ... wohnen zu bleiben („Fortzugs-Gefährdete“)		6=total wichtig, in ... wohnen zu bleiben		Gesamt (Extremgruppen)	
	N=	Spalten-% (Extremgruppen)	N=	Spalten-% (Extremgruppen)	N=	Spalten-%
Hilchenbach	33	23,7%	106	76,3%	139	100%
Gesamt	312	24,0%	986	76,0%	1.298	100%
alle Kommunen	von (min)	16,2%		61,8%		
alle Kommunen	bis (max)	38,2%		83,8%		

Der Vergleich der Extremgruppenanteile zeigt, dass es von den 12 teilnehmenden Städten

und Gemeinden lediglich eine Stadt gibt, die durch einen besonders hohen Anteil von Personen auffällt, denen der Verbleib in der Stadt überhaupt nicht wichtig ist.

Im Kapitel 2.2.6 ab S. 44 wird überprüft, ob es Unterschiede im Antwortverhalten bezüglich der Bewertung der Attraktivitätsmerkmale gibt.

2.1.11. Wohngebäudetyp

Die Befragten konnten angeben, in welchem Wohngebäudetyp sie wohnen. Die folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse für Hilchenbach sowie die Vergleichsergebnisse aller 12 Städte und Gemeinden.

Tab. 12: Wohngebäudetyp

	Hilchenbach		Gesamt	
	N=	Spalten-%	N=	Spalten-%
frei stehendes Einfamilienhaus	217	58,50%	1803	52,0%
Einfamilien-Doppelhaus oder Reihenhaus	35	9,40%	376	10,8%
Haus mit 2 Wohnungen	63	17,00%	645	18,6%
Haus mit 3 Wohnungen	19	5,10%	245	7,1%
Haus mit 4 Wohnungen	13	3,50%	106	3,1%
Haus mit 5 Wohnungen oder mehr	24	6,50%	292	8,4%
Gesamt	371	100,00%	3.467	100%

Der Anteil der Teilnehmer, die in einem frei stehenden Einfamilienhaus wohnen, ist relativ hoch im Vergleich der 12 Kommunen untereinander: In vier Kommunen liegt er signifikant⁹ niedriger. In einigen anderen Kommunen ist der Anteil derjenigen, die in einem Haus mit 5 Wohnungen oder mehr wohnen, signifikant größer als in Hilchenbach.

2.1.12. Eigentumsstatus

Der Anteil der Eigentümer an allen Befragten schwankt zwischen den Kommunen zwischen 59 und 79 Prozent. Gleichzeitig liegt der Anteil der Mieter der Wohnimmobilie zwischen 14 und 36 Prozent.

In Hilchenbach liegt der Anteil der Eigentümer ebenso hoch wie in der Gesamtgruppe.

⁹ Bei Vergleichen von Gruppen und deren Mittelwerte oder - in diesem Fall Anteile in Kommunen - sind nahezu immer Unterschiede erkennbar. Mittels statistischer Signifikanzprüfungen wird dann getestet, ob die Unterschiede so groß sind, dass sie nicht zufällig entstanden sein können. Signifikante Unterschiede sind dann solche, die „substanzuell“ und so groß sind, dass sie nicht im Bereich der zufälligen Schwankungen liegen können.

Tab. 13: Anteil der Mieter und Eigentümer an den Teilnehmern

	Mieter		Eigentümer		Sonstiges		Gesamt	
	N=	Zeilen-%	N=	Zeilen-%	N=	Zeilen-%	N=	Zeilen-%
Hilchenbach	91	24,4%	259	69,4%	23	6,2%	373	100%
Gesamt	828	23,8%	2436	69,9%	222	6,4%	3486	100%
von (min)	8	13,7%	23	58,7%	0	0,0%	31	100%
bis (max)	138	36,3%	441	79,1%	43	9,4%	561	100%

2.1.13. Berufstätigkeit

Die Befragten wurden gebeten anzugeben, ob sie aktuell berufstätig sind. Darüber hinaus wurde nicht weiter nach der Art der Berufstätigkeit unterschieden. Insofern können die Angaben der Befragten alle Formen der Beschäftigung umfassen, von der sozialversicherungspflichtigen Vollzeitbeschäftigung bis zur stundenweise Aushilfe.

Der Anteil der Berufstätigen liegt bei den Teilnehmern in 12 relevanten Kommunen zwischen 72¹⁰ und 83 Prozent. Der Anteil der Berufstätigen in Hilchenbach liegt nur unwesentlich über dem Gesamtdurchschnitt.

Tab. 14: Anteil der aktuell Berufstätigen und nicht Berufstätigen

	ja		nein		Gesamt	
	N=	Zeilen-%	N=	Zeilen-%	N=	Zeilen-%
Hilchenbach	284	77,2%	84	22,8%	368	100%
Gesamt	2642	76,3%	819	23,7%	3461	100%
von (min)	16	51,6%	15	17,5%	31	100%
bis (max)	400	82,5%	152	48,4%	552	100%

Rund 77 Prozent der an der Befragung teilnehmenden Frauen in Hilchenbach sind berufstätig. Von den Männern sind es nahezu gleich viele (78%, vgl. Tab. 15). Im familientypischen Alter 30-50 Jahren ist die Quote der berufstätigen Frauen - auf den ersten Blick - ungewöhnlich hoch. So sind (Lesebeispiel) von den insgesamt 36 Frauen in der Altersgruppe 30-40 Jahre immerhin 88,9 Prozent berufstätig.

¹⁰ Die in der Tabelle aufgeführten 51,6% stammen aus einer Kommune, die mit der Befragung erst begonnen hat und aus der bis Mitte Dezember erst sehr wenige Fragebögen vorliegen. Insofern dürfte sich der Tabellenwert noch deutlich ändern.

Tab. 15: Anteil der aktuell Berufstätigen nach Geschlecht und Altersgruppe

	männlich		weiblich		Gesamt Hilchenbach	
	Anteil der Berufstätigen in %	N=	Anteil der Berufstätigen in %	N=	Anteil der Berufstätigen in %	N=
jünger als 20 Jahre	0,0%	1	23,1%	13	21,4%	14
20<30 Jahre	83,3%	18	65,0%	20	73,7%	38
30<40 Jahre	95,2%	21	88,9%	36	91,2%	57
40<50 Jahre	94,7%	38	90,5%	42	92,5%	80
50<60 Jahre	90,9%	55	90,6%	64	90,8%	119
60<70 Jahre	51,9%	27	21,4%	14	41,5%	41
70 Jahre +	12,5%	16	0,0%	3	10,5%	19
Gesamt	77,8%	176	76,6%	192	77,2%	368

2.1.14. Ort der Arbeitsstätte

Neben der Frage nach der Beschäftigung wurde auch nach dem Ort der Arbeitsstätte gefragt. Von den beschäftigten Teilnehmern aus Hilchenbach arbeiten rund 44 Prozent in Hilchenbach. Dies entspricht in etwa dem Anteil in der Gesamtgruppe. Dasselbe gilt für den Anteil derjenigen, die in einer Nachbarstadt arbeiten als auch die Nah- und Fernpendler.

Tab. 16: Beschäftigte nach dem Ort der Arbeitsstätte

	in STADTNAME		in Nachbarstadt		bis 50 km entfernt		weiter als 50 km entfernt		Gesamt	
	N=	Ze.-%	N=	Ze.-%	N=	Ze.-%	N=	Ze.-%	N=	Ze.-%
Hilchenbach	126	44,4%	67	23,6%	73	25,7%	18	6,3%	284	100%
Gesamt	1121	42,7%	760	28,9%	551	21,0%	196	7,5%	2628	100%
von (min)		29,0%		12,3%		6,3%		0,0%		100%
bis (max)		62,6%		42,4%		29,0%		11,3%		100%

2.1.15. Kinder

Zwei Drittel der Befragten in den 12 Kommunen haben Kinder. Hilchenbach liegt mit 67 Prozent ziemlich genau im Durchschnitt der Gesamtgruppe.

Tab. 17: Anteil der Befragten mit Kind(ern)

	nein		ja		Gesamt	
	N=	Zeilen-%	N=	Zeilen-%	N=	Zeilen-%
Hilchenbach	123	33,0%	250	67,0%	373	100%
Gesamt	1194	34,1%	2307	65,9%	3501	100%
von (min)		28,8%*		53,9%		100%
bis (max)		46,1%		71,3%*		100%

* nach der Herausnahme der Kommune mit nur 31 Teilnehmern, die extrem geringe Teilnehmerzahlen mit Kindern aufweist

In den Altersgruppen der 30-50-Jährigen liegt der Anteil der Teilnehmer mit Kindern über dem Anteil in der Gesamtgruppe. Demgegenüber ist der Anteil der Teilnehmer mit Kind(ern) in der Altersgruppe der 50-60-Jährigen deutlich niedriger.

Tab. 18: Anteil der Befragten mit Kind(ern) in Altersgruppen

	Hilchenbach		Gesamt	
	Anteil mit Kind(ern) in %	N=	Anteil mit Kind(ern) in %	N=
jünger als 20 Jahre	0,0%	15	0,7%	152
20<30 Jahre	20,5%	39	15,3%	457
30<40 Jahre	71,9%	57	63,1%	648
40<50 Jahre	76,5%	81	77,0%	790
50<60 Jahre	68,6%	121	79,9%	796
60<70 Jahre	92,7%	41	87,8%	460
70 Jahre oder älter	94,7%	19	90,4%	198
Gesamt	67,0%	373	65,9%	3501

Auf der Grundlage der Angaben der Teilnehmer lässt sich jedoch nur schwer beurteilen, ob ein hoher oder niedriger Anteil der Kinder mit einer besonderen Zusammensetzung der Teilnehmergruppe zusammenhängt, indem z.B. vorwiegend Personen mit oder ohne Kinder teilgenommen haben. Deshalb wurde zum Vergleich mit objektiven Daten aus den öffentlich zugänglichen Datenbanken von IT.NRW die zusammengefasste Geburtenziffer für die Jahre 2005 bis 2015 berechnet und diese Angaben für die teilnehmenden Städte und Gemeinden in der folgenden Tabelle aufgeführt. Somit ist ein Vergleich der Befragungsergebnisse mit den Geburtenziffern der eigenen Stadt oder Gemeinde mit der Geburtenziffer des Landes NRW möglich.

Im Zeitraum von 2005 bis 2015 hat Hilchenbach die niedrigste durchschnittliche Geburtenziffer aller teilnehmenden Kommunen. Die folgende Tab. 19 zeigt, dass die Geburtenziffer in

Hilchenbach mit 1,31 auch unter der Geburtenziffer des Landes NRW liegt. Allerdings gibt es bedeutsame Schwankungen im Beobachtungszeitraum. Während in den Jahren 2005 und 2007 die Geburtenziffer vergleichsweise hoch war, lag sie in den Jahren von 2008 bis 2011 extrem niedrig.

Tab. 19: Geburtenziffern in NRW und Hilchenbach von 2005 bis 2015

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Durchschnitt
Land NRW	1,38	1,37	1,40	1,40	1,37	1,40	1,36	1,38	1,38	1,47	1,50	1,40
Hilchenbach	1,45	1,39	1,59	1,11	1,13	1,11	1,17	1,36	1,39	1,36	1,41	1,31
von (min)	1,19	1,29	1,16	1,11	1,13	1,11	1,17	1,26	1,15	1,22	1,38	1,31
bis (max)	1,80	1,85	1,94	1,84	1,72	1,83	1,87	2,02	1,97	1,78	2,00	1,79

2.1.16. Anzahl der Kinder

Rund die Hälfte der Befragten aus allen 12 Kommunen mit Kindern haben zwei Kinder. Ein Viertel hat ein Kind und weniger als ein Fünftel hat drei Kinder. In Hilchenbach liegt der Anteil der Teilnehmer mit vielen Kindern eher unter den Vergleichskommunen. Dafür ist der Anteil derjenigen größer, der nur ein Kind hat.

Tab. 20: Anzahl der Kinder

	1 Kind		2 Kinder		3 Kinder		4 Kinder oder mehr		Gesamt	
	N=	Ze.-%	N=	Ze.-%	N=	Ze.-%	N=	Ze.-%	N=	Ze.-%
Hilchenbach	71	28,5%	130	52,2%	39	15,7%	9	3,6%	249	100%
Gesamt	591	25,8%	1176	51,4%	417	18,2%	106	4,6%	2290	100%
von (min)		20,3%		44,9%		15,3%		2,1%		100%
bis (max)		32,1%		58,6%		21,7%		7,1%		100%

2.1.17. Eltern/Schwiegereltern in der Nähe

Großeltern spielen beim Aufwachsen von Kindern eine wichtige Rolle. Gerade bei der Berufstätigkeit der Eltern werden von den Großeltern häufig Betreuungsaufgaben übernommen, die dadurch indirekt einen Beitrag zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf leisten.

Deshalb wurden Teilnehmer mit Kind(ern) unter zehn Jahren danach befragt, ob ihre Eltern/Schwiegereltern in der Nähe wohnen. In der Gesamtgruppe wohnen bei rund 83 Prozent die Eltern/Schwiegereltern in der Nähe. In Hilchenbach liegt dieser Anteil deutlich darunter.

Tab. 21: Anteil der Befragten mit Kind(ern) unter 10 Jahren mit Eltern/Schwiegereltern in der Nähe

	ja		nein		Gesamt	
	N=	Zeilen-%	N=	Zeilen-%	N=	Zeilen-%
Hilchenbach	49	75,4%	16	24,6%	65	100%
Gesamt	564	82,7%	118	17,3%	682	100%
von (min)		75,4%		5,6%		100%
bis (max)		94,4%		24,6%		100%

Neben der Frage nach der räumlichen Nähe der Eltern/ Schwiegereltern wurde zusätzlich danach gefragt, ob sie Betreuungsaufgaben auch bei kurzfristigen Betreuungsengpässen (z.B. Ferienzeiten, Schließungstage, Überstunden, ungünstige Arbeitszeiten, eigene Krankheit oder Krankheit der Kinder) übernehmen können.

Zwischen den teilnehmenden Kommunen schwanken die jeweiligen Angaben bei den Antwortmöglichkeiten sehr stark. Darüber hinaus liegen häufig nur geringe Zellhäufigkeiten vor, so dass die Messgenauigkeit eingeschränkt ist. Insofern dürfen die relativ niedrigeren Angaben dazu, dass die Eltern/Schwiegereltern jederzeit oder eher helfen können, nicht überbewertet werden.

Tab. 22: Übernahme von Betreuungsaufgaben durch die Eltern/Schwiegereltern der Teilnehmer

	ja, sie können jederzeit helfen		eher ja		eher nein		nein, das geht gar nicht	
	N=	Zeilen-%	N=	Zeilen-%	N=	Zeilen-%	N=	Zeilen-%
Hilchenbach	22	33,8%	22	33,8%	13	20,0%	8	12,3%
Gesamt	190	28,0%	261	38,4%	138	20,3%	90	13,3%
von (min)		13,2%		20,0%		11,1%		5,6%
bis (max)		55,6%		56,8%		33,3%		23,7%

2.1.18. Ehrenamt

Ehrenamtliches Engagement spielt in Deutschland eine wichtige Rolle. Rund 36 Prozent der Bürgerinnen und Bürger haben eine freiwillige Tätigkeit übernommen¹¹.

Zur Erfassung des ehrenamtlichen Engagements in den beteiligten Kommunen wurde eine Skalenkombination verwendet, bei der sowohl die Mitgliedschaft in einem Verein und / oder einer Organisation sowie dem Ausmaß der eigenen Mitarbeit umfasst und miteinander kombiniert¹².

Die Antworten der Teilnehmer aus Hilchenbach liegen ziemlich genau im Durchschnitt der Antworten der Teilnehmer aus den anderen Kommunen. Demnach ist rund ein Fünftel der

¹¹ BMFSF 2010

¹² Formulierung des Einleitungstextes und der Frage: „Sind sie Mitglied in einem Verein (z.B. Sport, Musik, Kultur, Brauchtum, ...) und / oder einer öffentlichen Organisationen (z.B. Kirche, Partei, freiwillige Feuerwehr, Sozialverband, ...)? Wie stark engagieren Sie sich ehrenamtlich? Bitte suchen Sie sich die am besten passende und höchste Antwortmöglichkeit aus!“

Befragten in keinem Verein oder Organisation Mitglied. Gut ein Viertel arbeitet mehr als zwei Stunden pro Woche in einem Verein oder einer Organisation aktiv mit, wobei auch Angaben von mehr als 10 Stunden gemacht werden.

Tab. 23: Ehrenamt, Engagement und Nutzung von Angeboten

	Hilchenbach		Gesamt	
	N=	Sp.-%	N=	Sp.-%
Ich bin nirgendwo Mitglied	80	21,6%	711	20,4%
Ich bin zwar nirgendwo Mitglied, nutze aber gelegentlich die Angebote von Vereinen oder ehrenamtl. Organisationen	34	9,2%	278	8,0%
Ich bin Mitglied und nutze gelegentlich mal die Angebote	60	16,2%	489	14,1%
Ich bin Mitglied und nutze Angebote regelmäßig	33	8,9%	325	9,3%
Ich bin Mitglied und helfe /arbeite auch gelegentlich aktiv mit	72	19,5%	628	18,1%
Ich bin Mitglied; mehr als 2 Stunden pro Woche aktiv mit	48	13,0%	497	14,3%
Ich bin Mitglied und helfe /arbeite durchschnittlich auch mehr als 5 Stunden pro Woche aktiv mit	29	7,8%	355	10,2%
Ich bin Mitglied; mehr als 10 Stunden pro Woche aktiv	14	3,8%	195	5,6%
Gesamt	370	100%	3478	100%

2.2. Wichtigkeit und Bewertung der Attraktivitätsmerkmale Hilchenbach

Die Einschätzungen der Befragten, wie wichtig verschiedene Merkmale für die Attraktivität einer Stadt sind und die für die Stadt in diesen Merkmalen vergebenen Attraktivitätspunkte sind die wichtigsten Ergebnisse, die im Rahmen des Projektes ermittelt werden.

Welche Merkmale für die Attraktivität einer Stadt aus der subjektiven Sicht ihrer Einwohner besonders wichtig und weniger wichtig sind, darüber gibt es bislang keine erprobtes Erhebungsverfahren, bei dem die Einwohner einer Stadt in ihrer Gesamtheit die Grundlage bilden.

In Voruntersuchungen wurde eine entsprechende Skala für Studierende entwickelt und 2013 und 2015 an der Stichprobe der Studierenden der Universität Siegen und der Universität Paderborn erprobt. Die Ergebnisse wurden in einem Abschlussbericht¹³ dokumentiert.

Für die Online-Erhebung im aktuellen Projekt wurden einige Merkmale aus der Studierendenbefragung übernommen und um Merkmale ergänzt, die z.T. in den Workshops mit den teilnehmenden Städten sowie in Pretests mit Verwaltungsmitarbeitern und Rats- sowie Ausschussmitgliedern als zusätzlich relevant genannt wurden. Die Wichtigkeit der Attraktivitätsmerkmale und die Einschätzung der Attraktivität der Städte durch die Teilnehmer sind Gegenstand dieses und der folgenden Kapitel.

Die Ergebnisdarstellung der Profile folgt einer immer ähnlichen Systematik:

¹³ Strünck und Luschei 2013

Auf der linken Seite befinden sich untereinander die 30 Merkmale. Diese sollten im ersten Schritt danach eingeschätzt werden, wie wichtig sie für die Attraktivität einer Stadt aus der Sicht des Befragten sind. Zum Zweiten sollte der Befragte seiner Stadt in jedem einzelnen Merkmal Attraktivitätspunkte vergeben, für wie attraktiv er also seine Stadt einschätzt. Aus der Gesamtzahl aller Teilnehmer wurden dann jeweils die Mittelwerte über die vergebenen Wichtigkeits- und Attraktivitätspunkte berechnet.

Für die Einschätzung der Wichtigkeit und der Attraktivität konnte man jeweils auf einer 11-stufigen Skala¹⁴ (von Null bis zehn) den am besten passenden Wert anklicken. Dabei waren nur die Endpunkte der Skala und die Mitte (5) verbal gekennzeichnet (siehe die Erläuterungen oberhalb der verwendeten Skala).

In der Legende rechts ist jeweils beschrieben, welche Bedeutung die durchgezogenen bzw. gestrichelten Linien haben.

Die einzelnen Merkmale werden durch eine Linie zu einem Profil verbunden. Je nachdem, ob eine Abbildung auf die Wichtigkeit oder die Bewertung der Merkmale fokussiert, ändert sich die Reihenfolge der eingeschätzten Merkmale. In der folgenden Abb. 5 kann man z.B. erkennen, dass mit der blauen Linie offensichtlich eine abnehmende Wichtigkeit dargestellt werden soll, die Linie läuft von rechts oben (ganz besonders wichtig) nach links unten (weniger wichtig). Die wichtigsten Merkmale sind also links ganz oben genannt und die unwichtigen unten.

Die rote Linie repräsentiert die Bewertung der Attraktivität in den Attraktivitätsmerkmalen. Je weiter rechts sich die rote Bewertungslinie befindet, umso mehr Attraktivitätspunkte hat die Stadt in diesem Merkmal erhalten.

Der Zwischenraum zwischen der roten und blauen Linie lässt sich als Interventionsbedarf im Merkmal interpretieren. Ein großer Unterschied zwischen der Wichtigkeit und der Bewertung signalisiert einen hohen Interventionsbedarf, ein kleiner Unterschied stellt einen geringeren Interventionsbedarf dar. Dabei kann es sich anbieten, solche Merkmale für Verbesserungen zu prüfen, die den Einwohnern auch besonders wichtig sind und bei denen die Befragten gleichzeitig einen hohen Interventionsbedarf artikulieren.

2.2.1. Wichtigkeit und Bewertung der Attraktivitätsmerkmale, absteigend sortiert nach Wichtigkeit

In der folgenden Abb. 5 ist aufgeführt, wie wichtig den Befragten die aufgeführten Merkmale für die Attraktivität einer Stadt sind und wie viele Attraktivitätspunkte sie ihrer Stadt geben. Die Liste ist absteigend nach der Wichtigkeit sortiert, so dass die oben stehenden Merkmale besonders wichtig sind und die weiter unten stehenden entsprechend weniger wichtig sind.

¹⁴ Vergleichbare elfstufige Skalen werden z.B. im European Social Survey verwendet, siehe Weinhardt 2014

In der Abb. 5 erhalten fast alle Merkmale mehr als fünf Punkte. Es ist also kein Merkmal aufgeführt, welches für die Attraktivität wirklich unwichtig ist. Die geringen Abstufungen zeigen darüber hinaus, warum die Verwendung einer elfstufigen Skala angemessen ist: So können die Befragten auch feinere Abstufungen noch mit entsprechend unterschiedlichen Zahlenwerten ausdrücken.

Am wichtigsten ist den Teilnehmern in Hilchenbach „eine hohe Lebensqualität“¹⁵. Danach folgen „gute Einkaufsmöglichkeiten“ und „ein gut ausgebautes Telekommunikationsnetz“ „.

Am wenigsten wichtig ist „eine gute Autobahnanbindung“, „gute und ausreichend viele Radwege und zum Rad fahren geeignete Wege innerörtlich, zwischen den Ortsteilen, überregional und in der Natur“, sowie „ein reges Nachtleben (z.B. Diskotheken, Clubs, Nachtbars, ...)“.

Einen großen Interventionsbedarf gibt es bei den Einkaufsmöglichkeiten. Bereits deutlich geringer ist der Interventionsbedarf beim Telekommunikationsnetz, gefolgt vom Gesundheitssystem.

Bezüglich der Naturerlebnisse in der Nähe werden die Ansprüche der Teilnehmer erfüllt. Gleiches gilt für die (weniger wichtige) Breite der Sportangebote.

¹⁵ Was die Befragten genau unter Lebensqualität verstehen und welche Merkmale sie dazuzählen, wird im Kapitel 2.4 ab Seite 54 erläutert.

hier nach den Bewertungspunkten sortiert. Somit stehen die Merkmale, in denen Hilchenbach die positivsten Bewertungen erhält, ganz oben und die weniger gut eingeschätzten Merkmale entsprechend weiter unten.

Die Abbildung zeigt, dass sich die allermeisten Merkmale im positiven Teil der Skala befinden und im Durchschnitt mehr als 5 Punkte erreichen. Im negativen Teil der Skala befinden sich „eine gute Autobahnanbindung“, „gute berufliche (individ.) Chancen“, „gut ausgebauter ÖPNV“, „gute Einkaufsmöglichkeiten“ und „reges Nachtleben“.

2.2.3. Kriterium „Wichtigkeit“ im Vergleich zu den anderen Kommunen

Die folgende Abbildung zeigt, ob und wie stark sich die eingeschätzte Wichtigkeit der Merkmale der Teilnehmer aus Hilchenbach von der eingeschätzten Wichtigkeit der Teilnehmer aus anderen Städten und Gemeinden unterscheidet. Also: Sind die Wichtigkeitseinschätzungen in allen beteiligten Kommunen gleich oder werden unterschiedliche Priorisierungen vorgenommen?

In der folgenden Abb. 7 zeigt die blaue Linie die Wichtigkeitseinschätzung der Merkmale aus der Perspektive der Teilnehmer aus Hilchenbach. Die Merkmale sind in absteigender Reihenfolge sortiert. Die wichtigsten Merkmale stehen oben.

Die gestrichelten blauen Linien geben eine Zusatzinformation. Sie zeigen die Bandbreite der Einschätzungen, wie sie insgesamt in allen anderen teilnehmenden Kommunen getroffen wurden. Damit bieten sie eine Möglichkeit, die eigenen, stadt-spezifischen Bewertungen mit denen der anderen Teilnehmer zu vergleichen. Je weiter die gestrichelten Linien auseinanderliegen, desto stärker variieren die Einschätzungen der anderen Städte. Liegen sie eng beieinander, so unterscheiden sich die Kommunen diesbezüglich nur geringfügig.

Für die Teilnehmer aus Hilchenbach ist das Merkmal „hohe Lebensqualität“ für die Attraktivität einer Stadt am wichtigsten. Hierin unterscheiden sich die Kommunen auch kaum voneinander. Der Unterschied beträgt gerade einmal 0,4 Punkte (Balken „range“ in der Abbildung).

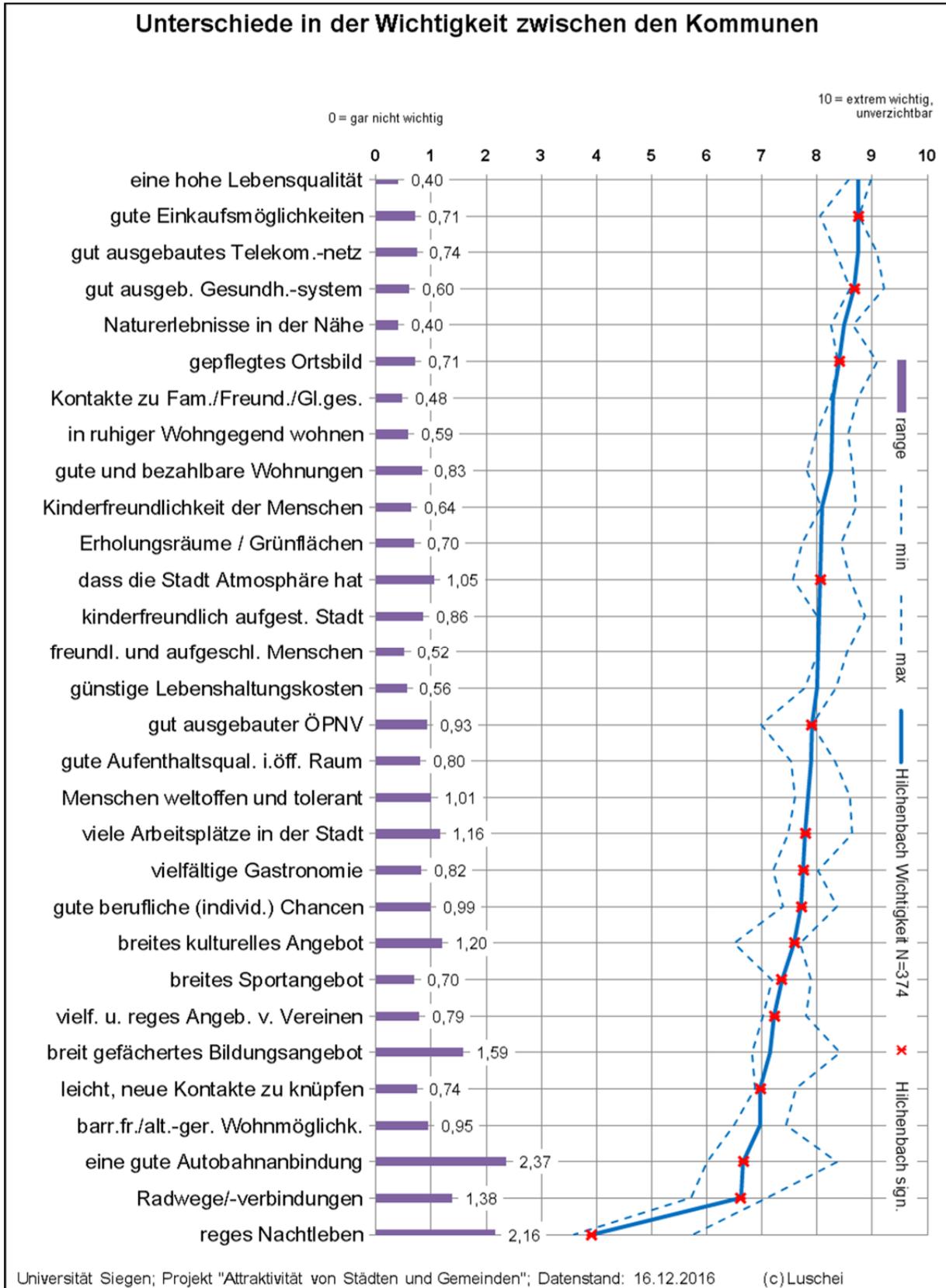
Am zweitwichtigsten sind den Hilchenbachern „gute Einkaufsmöglichkeiten“. Hier liegt Hilchenbach auch am oberen (rechten) Ende der gestrichelten Linien. Die Signifikanzmarkierung (rotes Sternchen) zeigt, dass es mindestens eine Kommune gibt, in denen den Teilnehmern dieses Merkmal signifikant unwichtiger ist.

Insgesamt zeigt die Abbildung, dass die Unterschiede zwischen den Kommunen in den jeweiligen Attraktivitätsmerkmalen nominell nicht sehr groß sind. Offensichtlich schätzen die Befragten aus den anderen Kommunen die allermeisten Merkmale ähnlich wichtig ein wie die Teilnehmer aus Hilchenbach. Die Erwartungen an die Attraktivität einer Stadt oder Gemeinde sind also durchaus ähnlich.

Den größten Unterschied zwischen den Kommunen gibt es beim Merkmal der „guten Autobahn-anbindung“. Hier könnte man vermuten, dass den Teilnehmern in den autobahnfernen Kommunen eine gute Autobahn-anbindung besonders wichtig ist. Jedoch trifft das genaue Gegenteil zu: Am wichtigsten ist die Autobahn-anbindung den Teilnehmern aus den Kommunen mit direkter Anbindung: Olpe, Freudenberg und Marsberg (A44). Den Teilnehmern aus autobahnfernen Kommunen ist die Autobahn-anbindung eher nicht so wichtig.

Die Hilchenbacher Teilnehmer weisen der Autobahn-anbindung eine vergleichsweise geringe Priorität zu. Den Teilnehmern aus einer Stadt ist sie signifikant unwichtiger, den Teilnehmern aus fünf Städten ist sie signifikant wichtiger.

Abb. 7: Wichtigkeit der Attraktivitätsmerkmale in Hilchenbach im Vergleich



2.2.4. Kriterium „Bewertung“ im Vergleich zu den anderen Kommunen

Im Vergleich zur eben gezeigten Priorisierung der Wichtigkeitsmerkmale unterscheidet sich das Ergebnis zur Attraktivitätseinschätzung („Bewertung“) der Kommunen in der folgenden Abb. 8 grundlegend.

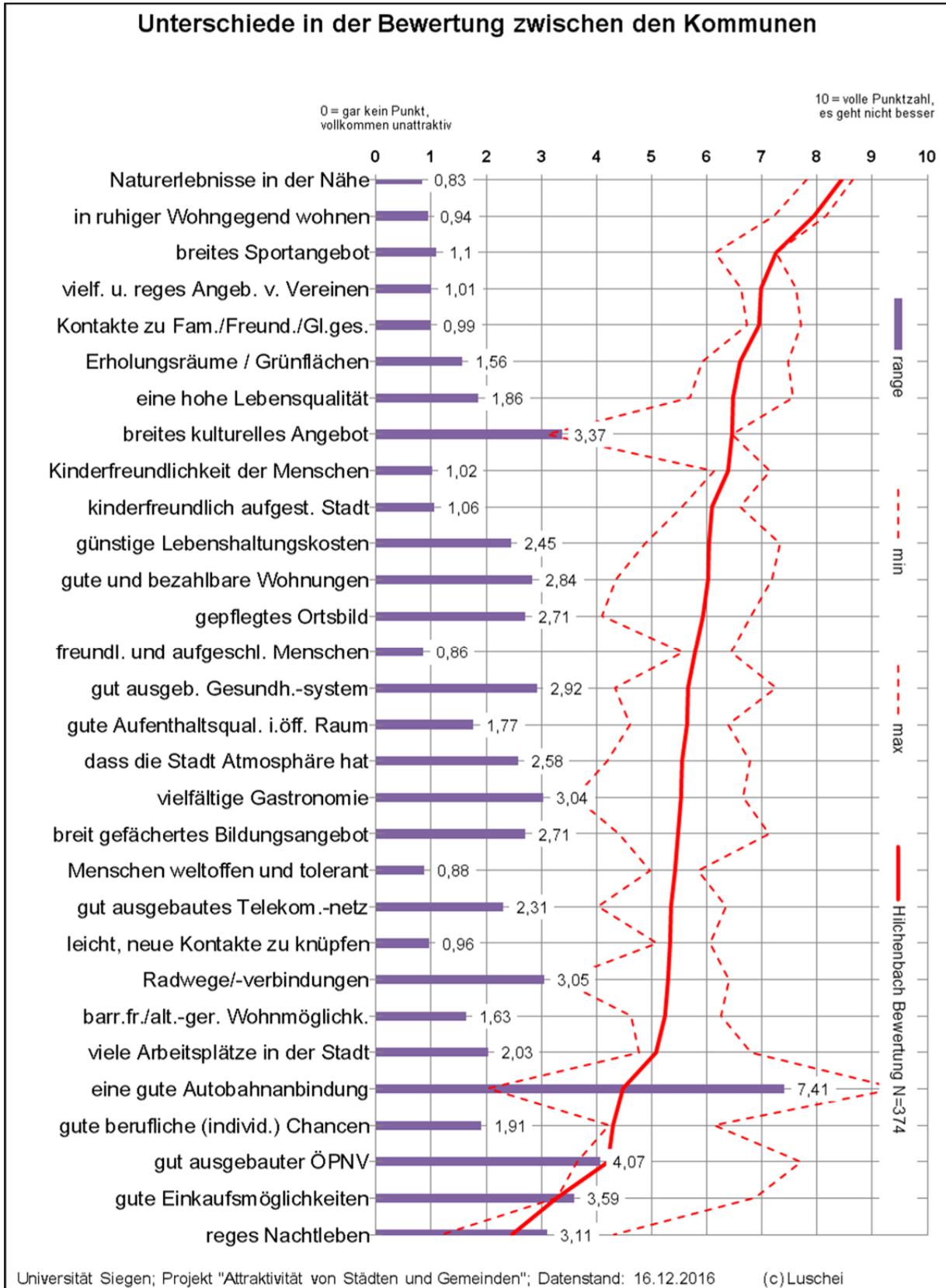
Die Merkmale in der Abbildung sind nach den Attraktivitätspunkten absteigend sortiert, so dass Hilchenbach in den weiter oben stehenden Merkmalen besonders viele Attraktivitätspunkte beschieden wird und in den weiter unten stehenden Merkmale entsprechend ungünstiger eingeschätzt wird.

Die drei am besten eingeschätzten Merkmale sind „Naturerlebnisse in der Nähe“, „in ruhiger Wohngegend wohnen“ und „breites Sportangebot“. Die drei am ungünstigsten eingeschätzten Merkmale sind „gut ausgebauter ÖPNV“, „gute Einkaufsmöglichkeiten“ und „reges Nachtleben“.

Die Unterschiede zwischen den Kommunen sind hier z.T. beträchtlich. Den größten Unterschied gibt es beim Merkmal der „guten Autobahnanbindung“. Die Teilnehmer aus den autobahnfernen Städten Bad Laasphe, Brilon und Halver geben ihren Städten die wenigsten Attraktivitätspunkte. Die autobahnnahen Städte Freudenberg, Olpe und Marsberg erhalten von ihren Einwohnern die - wenig überraschend - meisten Attraktivitätspunkte.

Insgesamt zeigt die Abbildung also das für Hilchenbach spezifische Stärken- und Schwächenprofil. Darüber hinaus ist die Positionierung von Hilchenbach im Vergleich zu den anderen Städten erkennbar.

Abb. 8: Bewertung der Attraktivitätsmerkmale in Hilchenbach im Vergleich



2.2.5. Zielgruppeneinschätzungen: Was jungen Familien besonders wichtig ist

Neben den eben aufgeführten Ergebnissen zur Gesamtgruppe der Teilnehmer aus der eigenen Stadt sind darüber hinaus besondere Zielgruppenanalysen möglich. Hiermit kann geprüft werden, ob die Mitglieder spezifischer Zielgruppen auch besondere Prioritäten setzen und ob durch den Abgleich mit der Attraktivitätseinschätzung auch besonderer Interventionsbedarf erkennbar wird.

„Junge Familien“ können eine solche Zielgruppe sein. Sie spielen eine ganz wichtige Rolle, wenn es um die Attraktivitätssteigerung der Kommunen geht. Nicht zuletzt versucht man z.B. durch die Anwerbung junger Familien die Auswirkungen des demografischen Wandels abzumildern. Betrachten wir also näher, was junge Familien wollen und wo sie besondere Interventionsbedarfe sehen.

Zu den jungen Familien zählen wir derzeit die 20- bis 40-Jährigen mit Kind. Nur diese haben überwiegend kleinere Kinder bis zu 6 Jahren. Von den 40-50-Jährigen mit Kind(ern) haben nur sehr wenige kleinere(!) Kinder im Alter bis 6 Jahre, beinahe alle Kinder sind 6 Jahre oder älter. Ob man diese noch zu den jungen Familien zählen sollte, ist eine Frage der Definition.

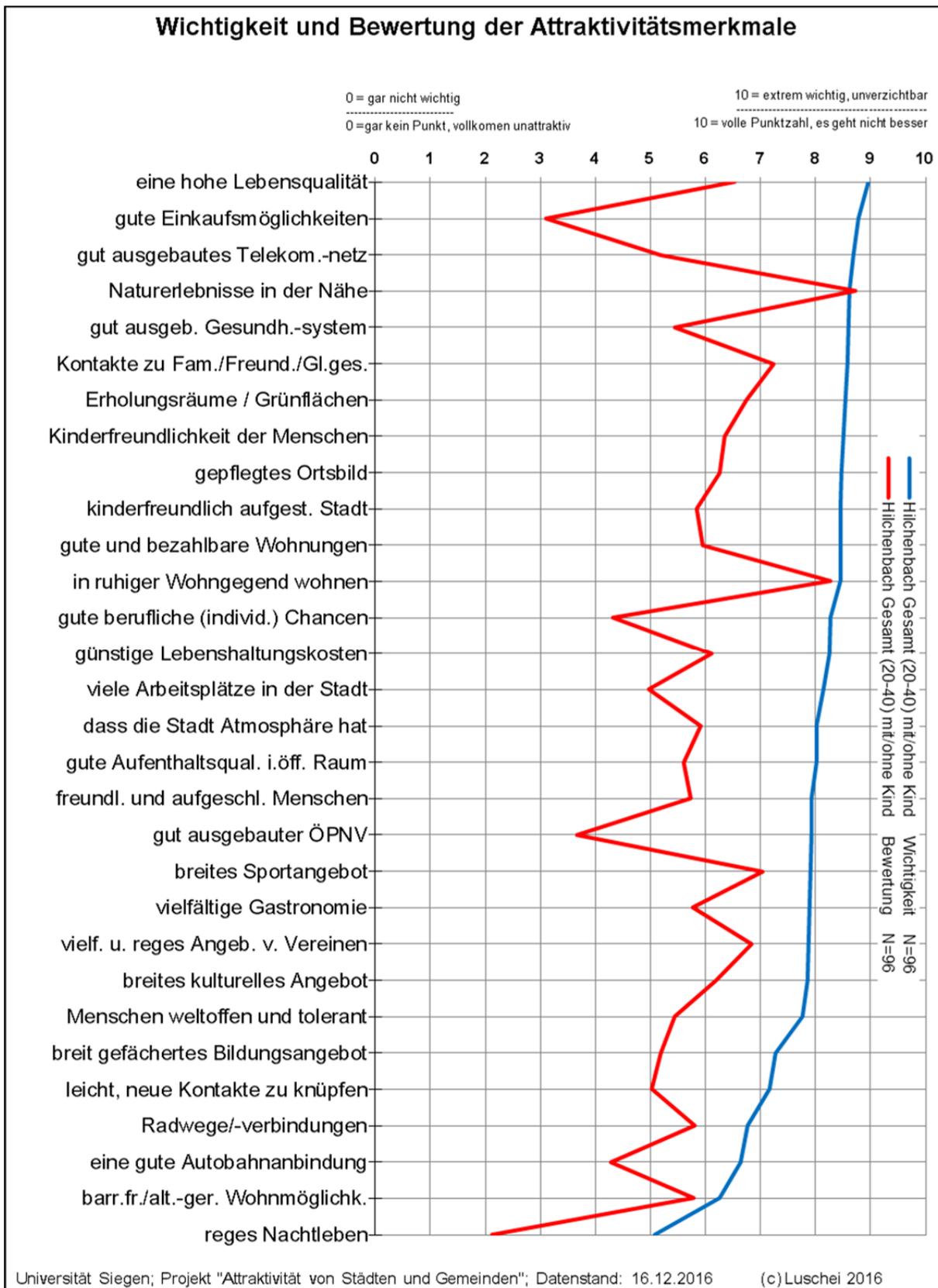
In der folgenden Abbildung wird zunächst das allgemeine(!) Anforderungsprofil der Jüngeren (20-40 Jahre) in Hilchenbach gezeigt und zwar unabhängig davon, ob sie Kinder haben oder nicht.

Den Jüngeren in Hilchenbach ist „eine hohe Lebensqualität“ offensichtlich am wichtigsten. Einen weitaus größeren Interventionsbedarf scheint es jedoch bei den ebenfalls wichtigen Merkmalen „gute Einkaufsmöglichkeiten“ und „gut ausgebautes Telekommunikationsnetz“ zu geben, da gleichzeitig für Hilchenbach lediglich drei bzw. fünf Attraktivitätspunkte gegeben werden.

Besonders gut aufgestellt ist Hilchenbach bezüglich der „Naturerlebnisse in der Nähe“, „in ruhiger Wohngegend (zu) wohnen“ sowie der „Breite des Sportangebots“: Hier werden die Erwartungen erfüllt bzw. nahezu erfüllt.

Größere Unterschiede zwischen Attraktivitäts- und Bewertungspunkten gibt es weiterhin beim „gut ausgebauten Gesundheitssystem“, den „guten (individuellen) beruflichen Chancen“ und beim „ÖPNV“. Hier deutet sich ein größerer Interventionsbedarf an; sofern dies für eine Stadt oder Gemeinde überhaupt möglich ist.

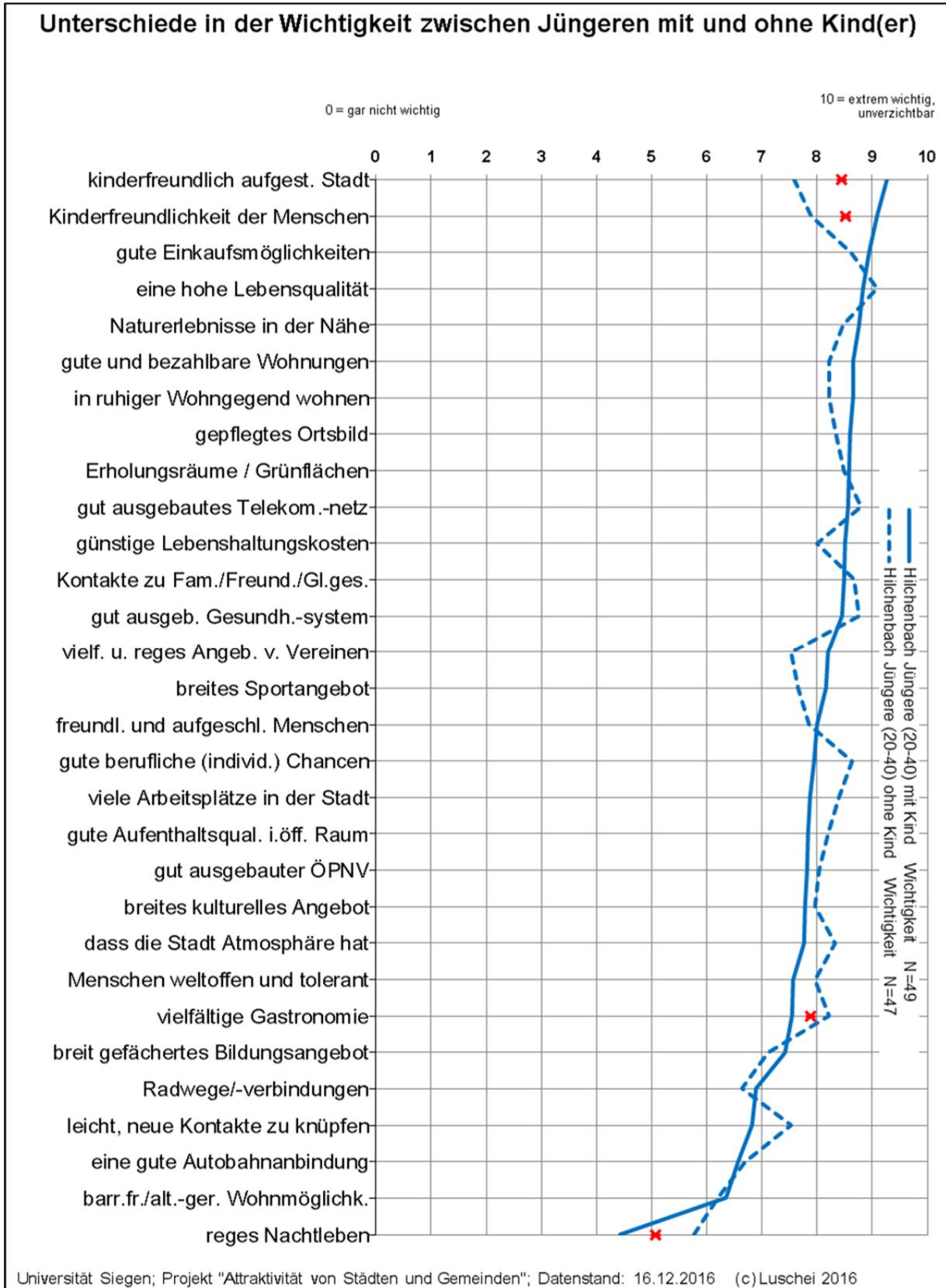
Abb. 9: Wichtigkeit und Bewertung der Jüngerer (20-40 Jahre), absteigend sort. nach Wichtigkeit



Das besondere Anforderungsprofil der jungen Familien an die Stadt zeigt die folgende Abbildung: Hier werden nämlich die Prioritätensetzungen (Wichtigkeitspunkte) der Jüngerer mit(!) Kind mit den Jüngerer ohne(!) Kind verglichen. Am auffälligsten sind die Unterschiede bei der "kinderfreundlich aufgestellten Stadt" (Formulierung im Fragebogen: "... dass sich die Stadt/ Gemeinde kinderfreundlich aufgestellt hat (z.B. Betreuungsplätze für Kinder, Spielplätze, Freizeitangebote, ...)") und bei der "Kinderfreundlichkeit der Menschen in der Stadt". Den Jüngerer mit Kind sind diese beiden Merkmale insgesamt am wichtigsten und gleichzeitig signifikant wichtiger als den Jüngerer ohne Kind, was aber auch nicht überrascht. Das gleiche Ergebnis findet man derzeit in (fast¹⁶) allen teilnehmenden Städten und Gemeinden. Die anderen statistisch bedeutsamen Unterschiede sind ebenfalls mit einem Kreuzchen markiert.

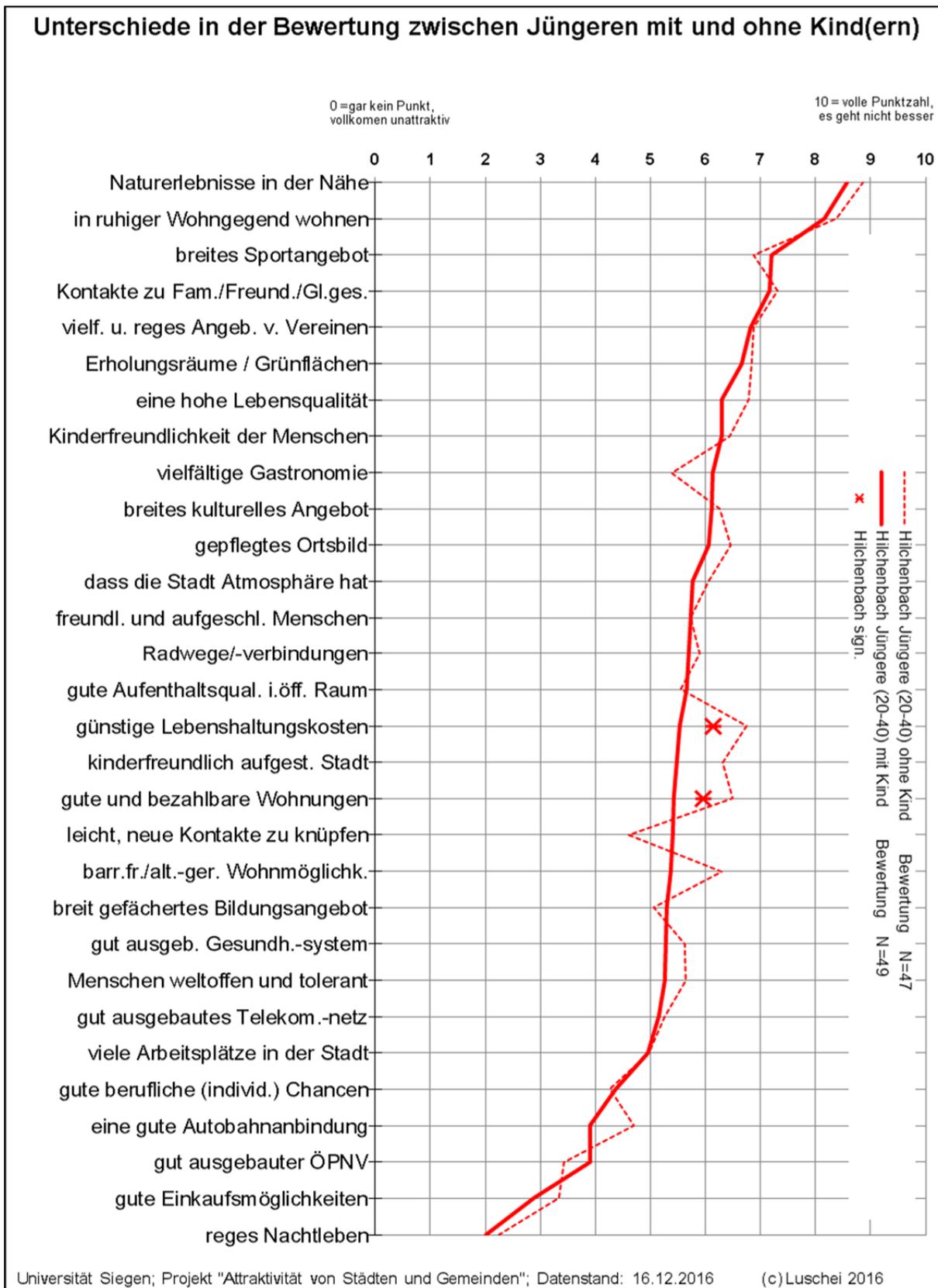
¹⁶ In 11 der 12 teilnehmenden Kommunen mit größeren Teilnehmerzahlen

Abb. 10: Wichtigkeitsunterschiede zwischen Jüngeren mit und ohne Kind(ern)



Bezüglich der Bewertung der Kommune unterscheiden sich die Jüngerer mit und ohne Kind kaum voneinander (vgl. Abb. 11). Dies gilt v.a. für die besonders positiv eingeschätzten Attraktivitätsmerkmale. Signifikant niedrigere Attraktivitätspunkte vergeben die Jüngerer mit Kind(ern) bei den Merkmalen „günstige Lebenshaltungskosten“ sowie „gute und bezahlbare Wohnungen“.

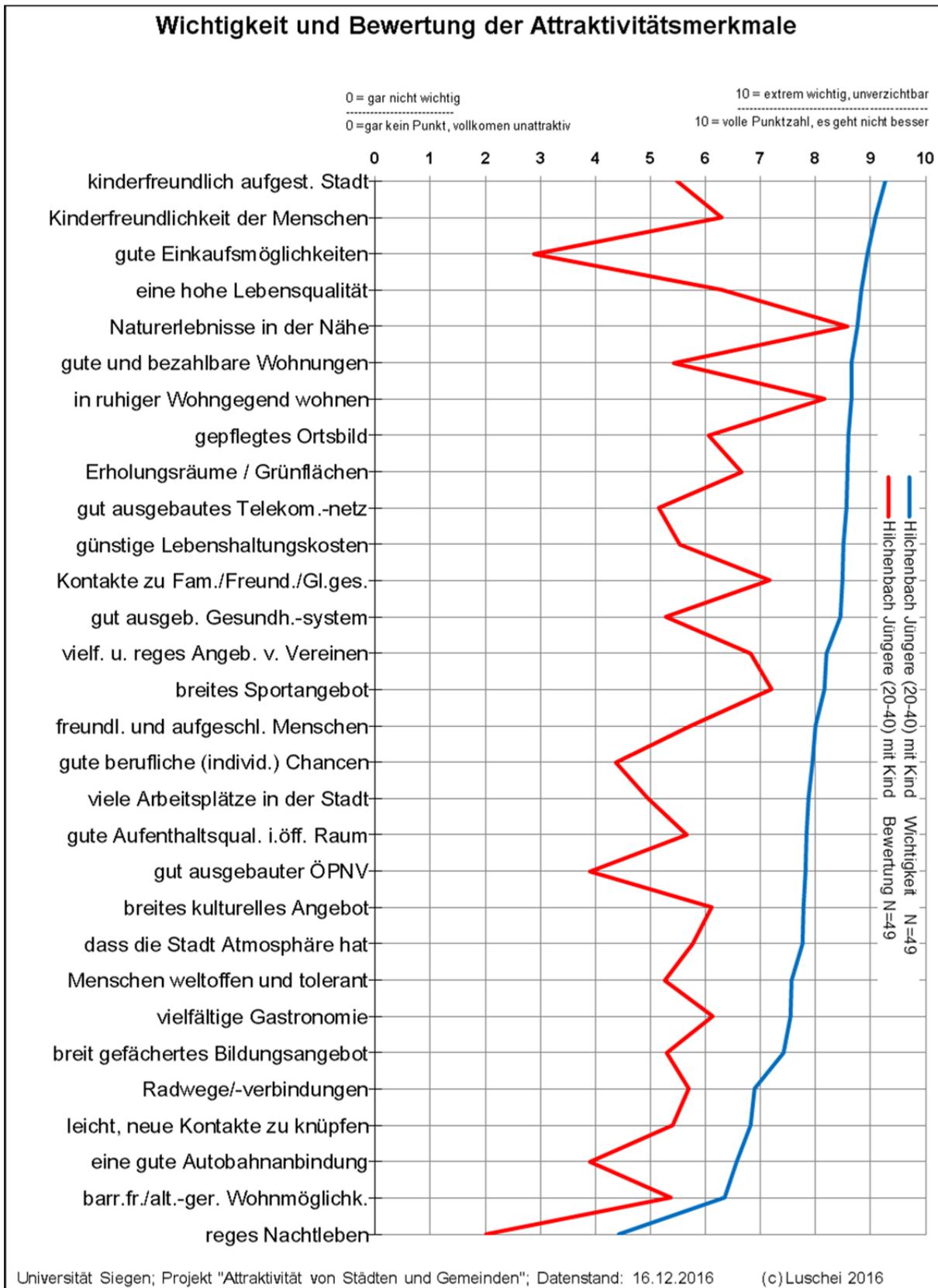
Abb. 11: Bewertungsunterschiede zwischen Jüngeren mit und ohne Kind(ern)



Wenn man die jungen Familien in den Kommunen als eine entscheidende Zielgruppe im oberen Sinne definiert, so sollte man sich deren spezifisches Anforderungs- und Bewertungsprofil in der folgenden Abb. 12 anschauen. Hier werden von den Befragten nämlich die Merkmale "kinderfreundlich aufgestellte Stadt" und die "Kinderfreundlichkeit der Menschen in der Stadt" als die wichtigsten Merkmale genannt. Der Unterschied zwischen den Wichtigkeits- und Bewertungspunkten ist dabei bei der "kinderfreundlich aufgestellten Stadt" größer als bei der "Kinderfreundlichkeit der Menschen". Da man als Kommune vermutlich eher Einfluss auf Strukturmerkmale (Betreuungsplätze, Spielplätze, Freizeitangebote, ...) als auf die Einstellungen der Einwohner (Kinderfreundlichkeit der Menschen) nehmen kann, bietet sich dies als Interventionspunkt an, wenn man die Attraktivität der Stadt für junge Familien verbessern will.

Beim drittwichtigsten Merkmal "gute Einkaufsmöglichkeiten" ist der Unterschied zwischen den Wichtigkeitspunkten und den Bewertungspunkten extrem groß. Diesen findet man jedoch in fast allen Subgruppen in der Untersuchung; insofern handelt es sich hierbei nicht um ein spezifisches Interventionsmerkmal für die "jungen Familien".

Abb. 12: Wichtigkeits- und Bewertungsprofil der jungen Familien in Hilchenbach



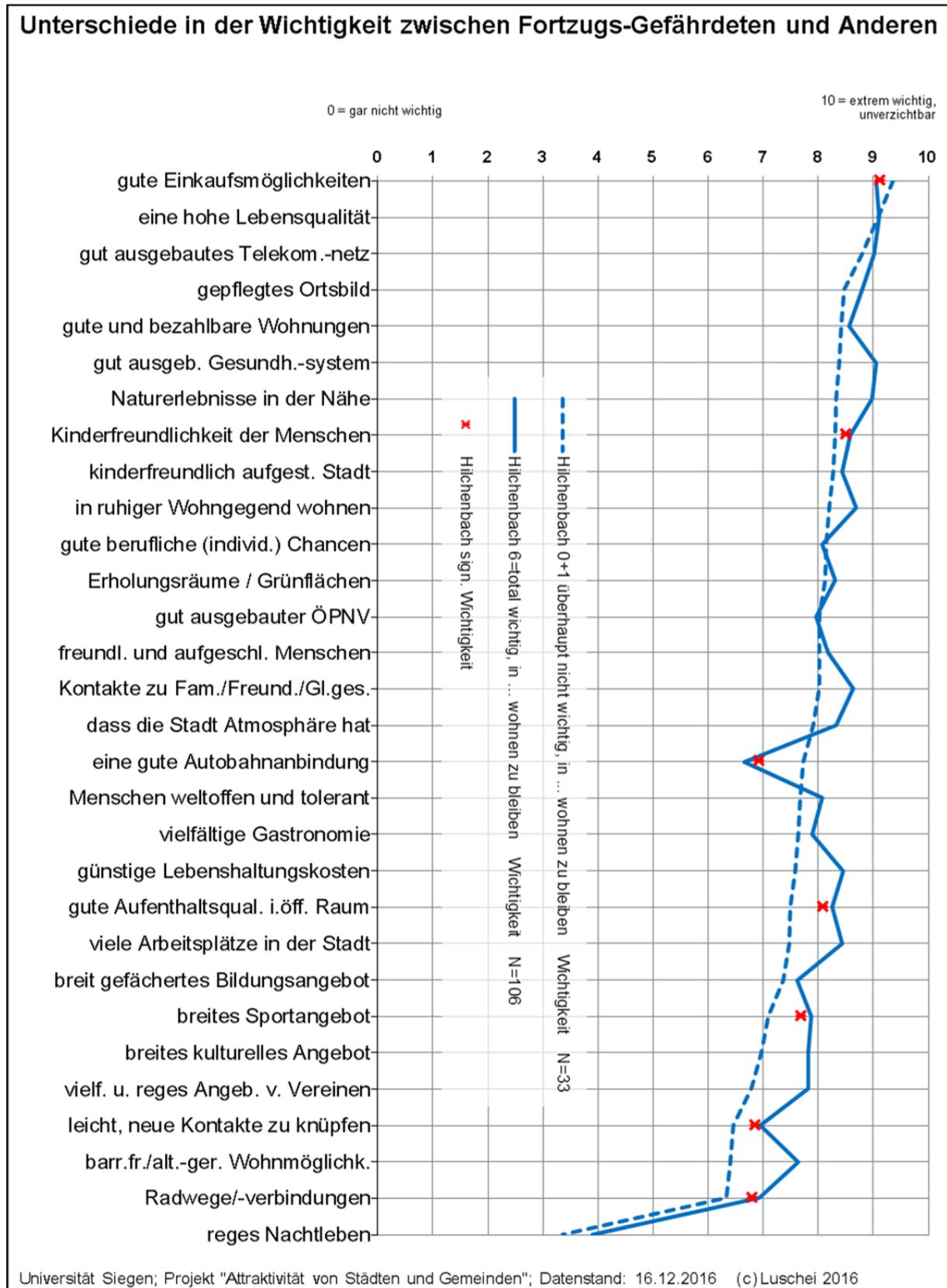
2.2.6. Zielgruppeneinschätzungen: Fortzugs-Gefährdete

Neben der Werbung um neue Einwohner kann es sinnvoll sein, den Fortzug möglichst vieler Einwohner zu verhindern. Bei jährlichen Fortzugszahlen von rund 700 Personen aus Hilchenbach heraus können hier bereits geringfügige Verbesserungen dazu führen, dass sich das Wanderungssaldo positiv entwickelt. Leider kann man bereits Fortgezogene nicht befragen, so dass deren konkrete Fortzugsgründe leider im Dunkeln bleiben.

Allerdings wurden in der Online-Befragung die Teilnehmer danach gefragt, wie wichtig es ihnen ist, dauerhaft in der Stadt wohnen zu bleiben (vgl. Kap. 2.1.10, S. 19). Knapp neun Prozent geben hier an, dass es ihnen „gar nicht wichtig ist, in der Stadt wohnen zu bleiben“ oder wählen die benachbarte Antwortmöglichkeit. Interpretiert man diese Personengruppe als „Fortzugs-Gefährdete“, so ist eine Analyse möglich, worin sich diese Personengruppe von den anderen Einwohnern, die ganz sicher in der Stadt wohnen bleiben wollen, unterscheidet.

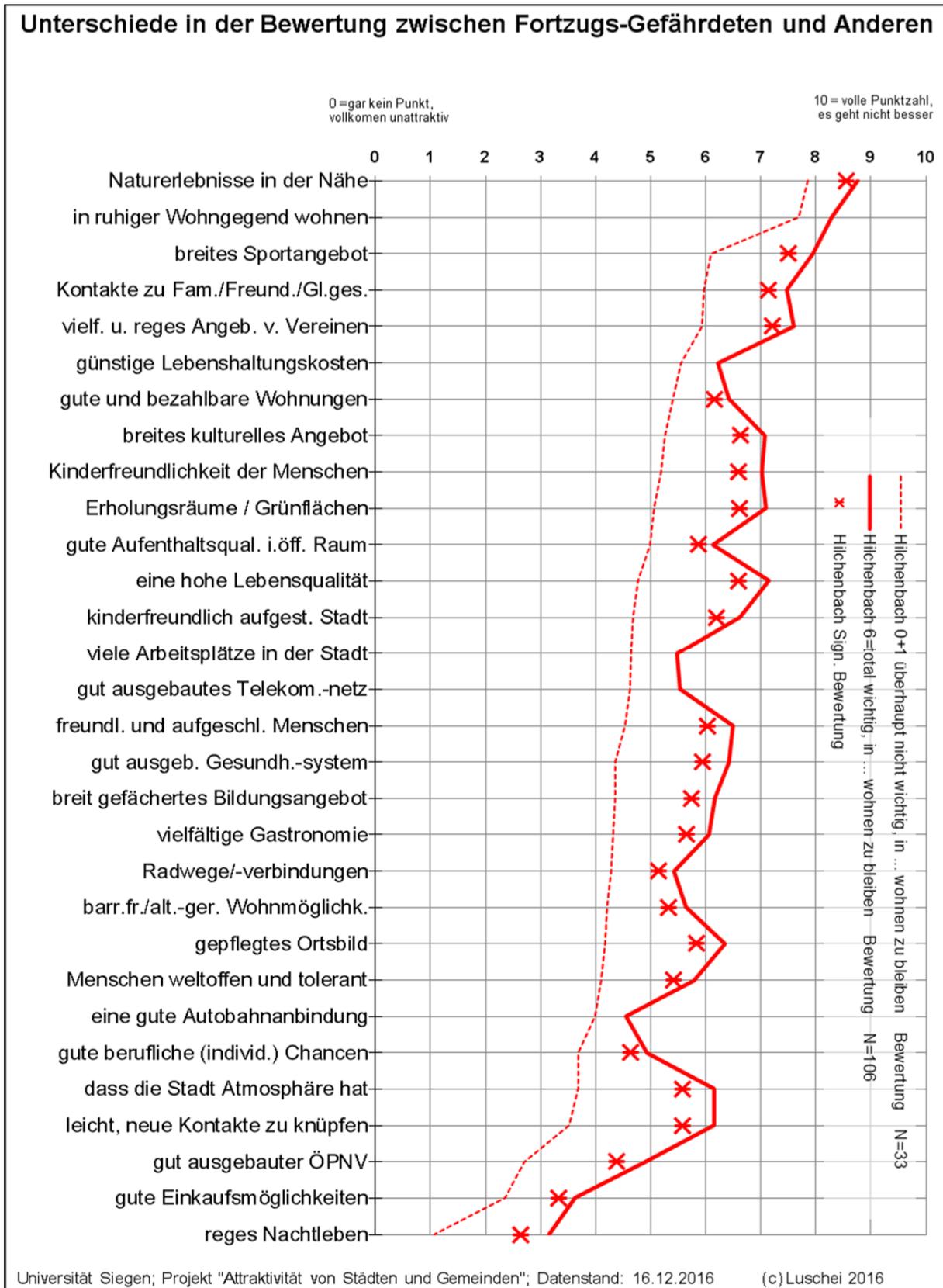
Die Analyse der Wichtigkeitsmerkmale in Abb. 13 zeigt, dass sich beide Personengruppen in sieben der 30 Merkmale signifikant voneinander unterscheiden. Fünf Merkmale sind den Fortzugs-Gefährdeten weniger wichtig als denjenigen, die in jedem Fall in Hilchenbach wohnen bleiben wollen. Lediglich die beiden Merkmale „Einkaufsmöglichkeiten“ und „Autobahn-anbindung“ genießen bei ihnen eine höhere Priorität.

Abb. 13: Unterschiede in der Wichtigkeitseinschätzung zwischen Fortzugs-Gefährdeten und Anderen



Neben den unterschiedlichen Prioritäten unterscheiden sich die Fortzugs-Gefährdeten v.a. in ihren Bewertungen der Attraktivitätsmerkmale von denjenigen, die auf jeden Fall in der Stadt wohnen bleiben wollen. Diese Ergebnisse sind in der folgenden Abb. 14 aufgeführt. So vergeben sie in allen Merkmalen weniger Attraktivitätspunkte. Diese Unterschiede sind in fast allen Merkmalen sogar - trotz der geringen Stichprobengröße - statistisch signifikant. Offensichtlich gefällt es den Fortzugs-Gefährdeten also deutlich weniger in der Stadt als den anderen Einwohnern, die in jedem Fall in der Stadt wohnen bleiben wollen. Möglicherweise ergreifen diese eher Unzufriedenen dann die erstbeste Gelegenheit (z.B. familiäre und/oder berufliche Umzugsgründe), um die Stadt zu verlassen. Bei größerer Zufriedenheit könnten die Fortzugs-Gefährdeten möglicherweise versuchen, z.B. den familiären Mittelpunkt nicht woanders, sondern in Hilchenbach zu legen.

Abb. 14: Unterschiede in der Bewertung von Hilchenbach zwischen Fortzugs-Gefährdeten und Anderen



Die Analyse des Zusammenhangs zwischen der Fortzugs-Gefährdung und dem Arbeitsort ist schwierig, da die Zahl der Fortzugs-Gefährdeten insgesamt gering ist und eine weitere Differenzierung nach dem Arbeitsort die Zellhäufigkeiten zusätzlich verringert. Für Hilchenbach liegen darüber hinaus kaum Angaben zu Personen vor, deren Arbeitsort mehr als 50 km von Hilchenbach entfernt liegt. Insofern kann man allenfalls einen Trend erkennen, dass diejenigen, deren Arbeitsort weiter als die Nachbarstadt aber nur weniger als 50 km entfernt liegt, eher zu den Fortzugs-Gefährdeten. Der Anteil der Fortzugs-Gefährdeten, die in Hilchenbach arbeiten entspricht in etwa dem Anteil bei denjenigen, die in einer Nachbarstadt von Hilchenbach arbeiten. Insofern scheint es relativ unwichtig zu sein, dass sich der Arbeitsort genau am Wohnort befindet. Für genauere Aussagen muss jedoch der Abschlussbericht über alle Teilnehmerkommunen abgewartet werden.

Tab. 24: Anteile der Fortzugs-Gefährdeten nach Entfernung des Arbeitsortes

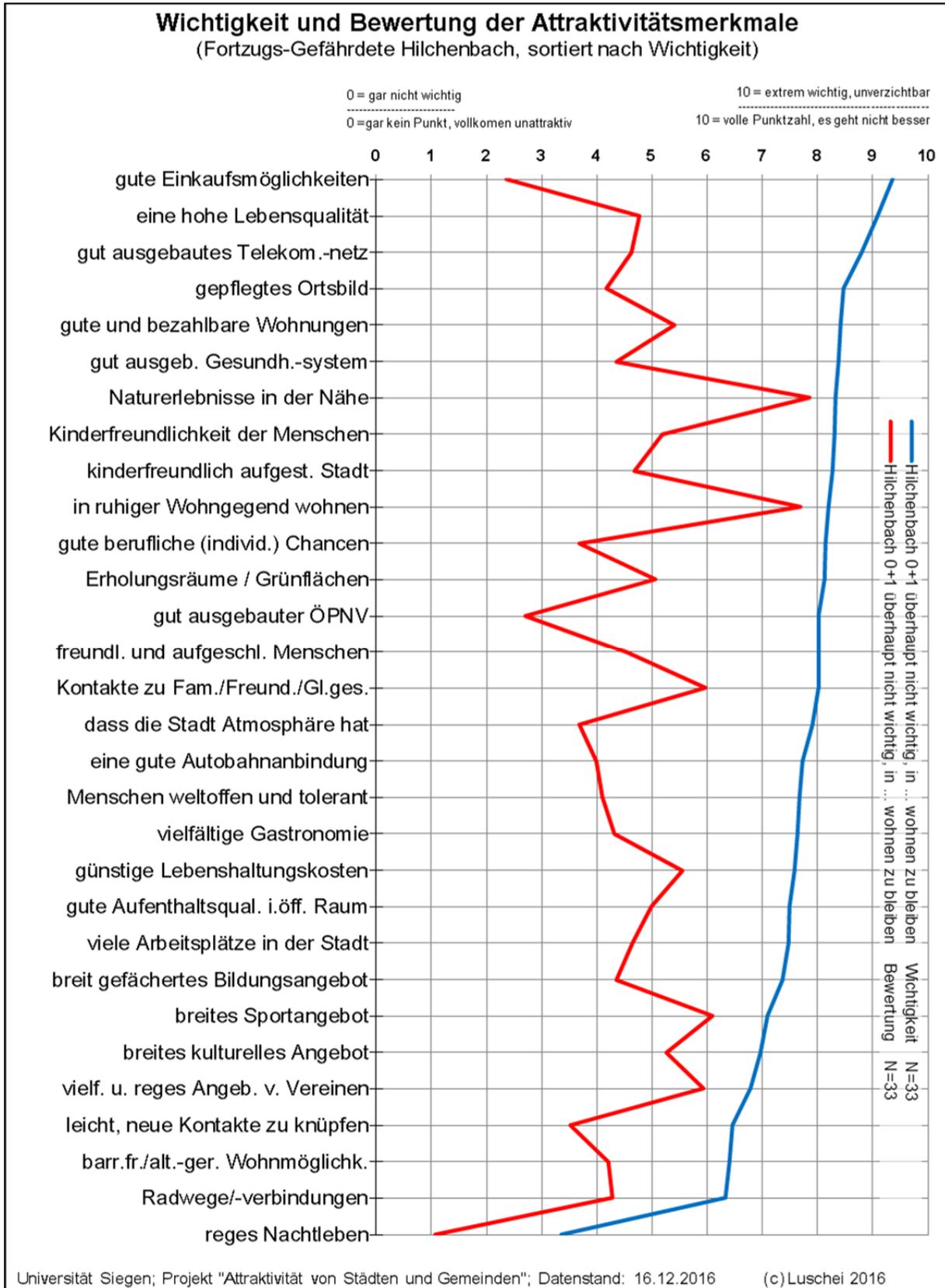
Arbeitsort (zusammengefasst)	0+1 überhaupt nicht wichtig, in ... wohnen zu bleiben		6=total wichtig, in ... wohnen zu bleiben		Gesamt	
	N=	Zeilen-%	N=	Zeilen-%	N=	Zeilen-%
in STADTNAME	12	25,0%	36	75,0%	48	100%
in Nachbarstadt	7*	23,3%	23	76,7%	30	100%
bis 50 km entfernt	8*	36,4%	14	63,6%	22	100%
weiter als 50 km entfernt	0*	0,0%	3	100,0%	3	100%
	27**	26,2%	76	73,8%	103	

* geringe Zellbesetzung beachten

** geringe Anzahl wegen fehlender Werte bei der Entfernung des Arbeitsorts vom Wohnort

Abschließend ist eine Analyse des spezifischen Wichtigkeits- und Bewertungsprofils der Fortzugs-Gefährdeten sinnvoll. Es zeigt in Abb. 15, in welchen Merkmalen für diese Personengruppe besonderer Handlungsbedarf besteht, um die Attraktivität der Stadt zu verbessern.

Abb. 15: Wichtigkeit und Bewertung der Fortzugs-Gefährdeten in Hilchenbach



2.3. Arbeitszufriedenheit

Jenseits der Attraktivitätsmerkmale von Städten und Gemeinden können auch Arbeitsplätze für Wanderungsentscheidungen wichtig sein. Dabei zeigen Daten für alle Städte und Gemeinden in NRW, dass die reine Arbeitsplatzdichte (Anzahl der Arbeitsplätze pro 1.000 Einwohner) mit positiven oder negativen Wanderungssalden nur unwesentlich im Zusammenhang steht¹⁷. Es ist also offensichtlich relativ irrelevant, wie viele Arbeitsplätze es in einer Stadt oder Gemeinde gibt.

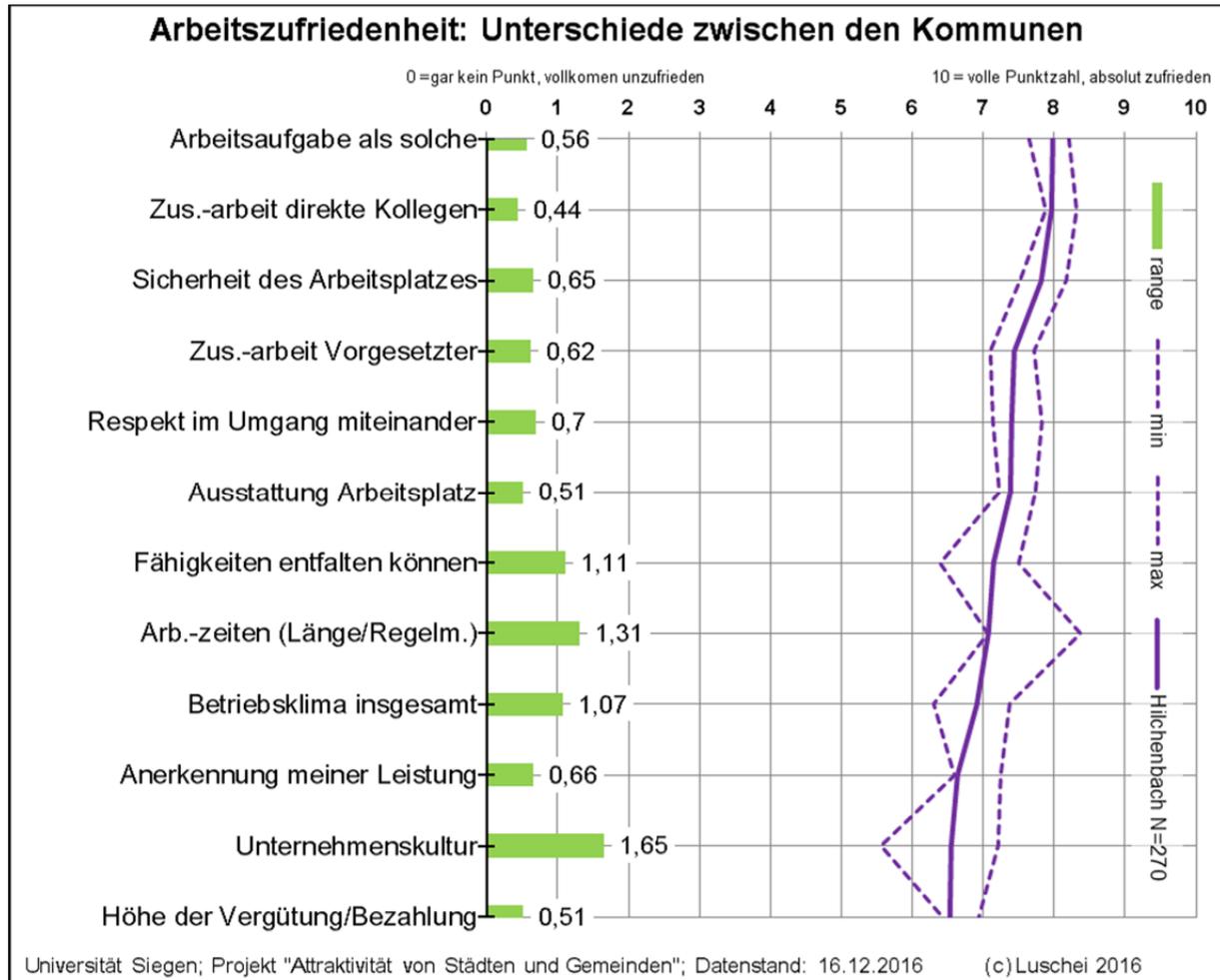
Allerdings könnten es besondere Merkmale von Arbeitsplätzen sein, die einen Einfluss auf Wanderungsentscheidungen nehmen: Vielleicht „passt“ ein Arbeitsplatz einfach nicht zu den eigenen Vorstellungen, er wird - subjektiv - nicht angemessen bezahlt oder die Arbeitszeiten liegen ungünstig. Um dies untersuchen zu können, wurden die berufstätigen Teilnehmer gebeten, ihre Zufriedenheit mit ihrer Arbeit in 12 Arbeitsplatzmerkmalen auf einer elfstufigen Skala anzugeben.

Insgesamt scheinen die Teilnehmer in Hilchenbach mit ihrer Arbeit relativ zufrieden zu sein. Die Werte für die Zufriedenheit liegen in den zwölf Merkmalen zwischen 6,5 und 8 Punkten. Am zufriedensten sind sie mit der „Arbeitsaufgabe als solche“ sowie der „Zusammenarbeit mit den direkten Kollegen“. Am (relativ) unzufriedensten sind sie mit der „Unternehmenskultur“ und mit der „Höhe der Vergütung/Bezahlung“.

Die Unterschiede zwischen den teilnehmenden Städten und Gemeinden sind zwar optisch auffallend aber statistisch irrelevant, zumal die Ausreißerwerte v.a. durch eine Kommune hervorgerufen werden, aus der bislang nur wenige (N=31) Fragebögen vorliegen.

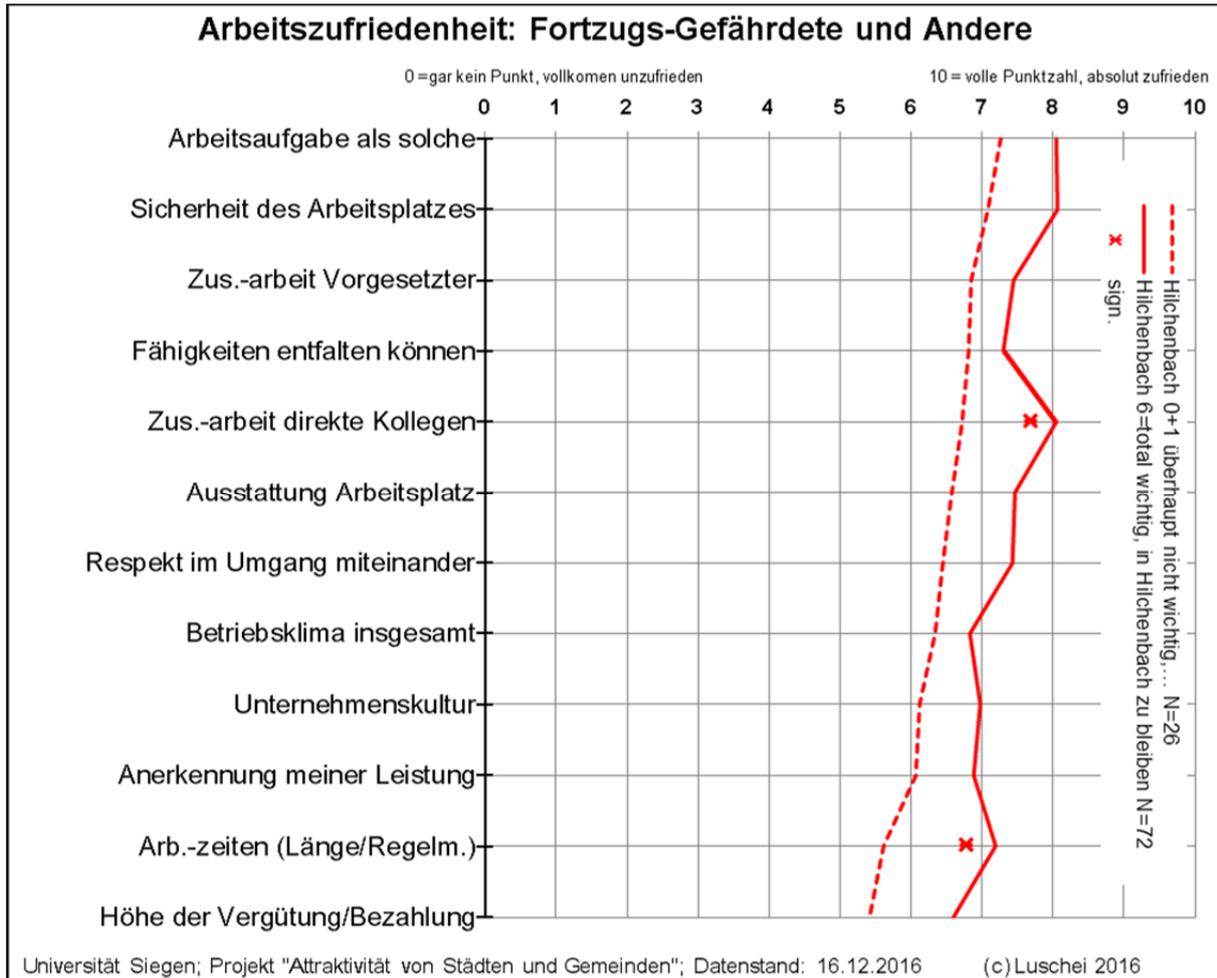
¹⁷ Luschei 2016

Abb. 16: Arbeitszufriedenheit: Hilchenbach im Vergleich



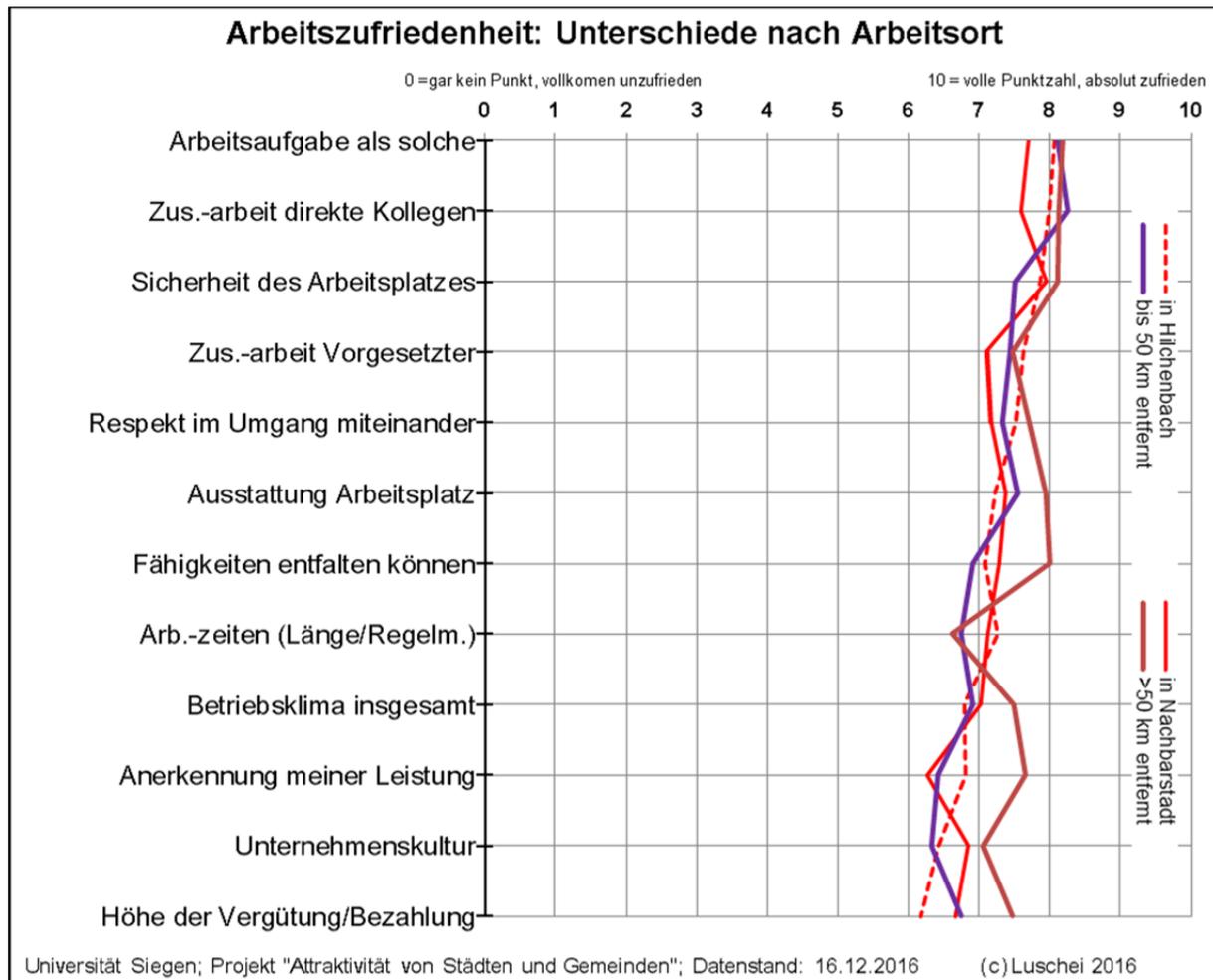
In zwei der 12 Merkmale sind die Fortzugs-Gefährdeten, - trotz der geringen Anzahl von Personen -, statistisch signifikant unzufriedener (Abb. 17): In der Zusammenarbeit mit den direkten Kollegen“ sowie den „Arbeitszeiten (Länge / Regelmäßigkeit,...)“. Möglicherweise würde die Fortzugs-Neigung nachlassen, wenn Verbesserungen in den genannten Arbeitsplatzmerkmalen erreichbar wären.

Abb. 17: Arbeitszufriedenheit: Vergleich von Fortzugs-Gefährdeten und Anderen



Die Arbeitszufriedenheit variiert nur ganz leicht mit dem Arbeitsort: Diejenigen, die in einer Nachbarstadt von Hilchenbach arbeiten, sind ähnlich zufrieden wie die in Hilchenbach beschäftigten. Ein statistisch signifikanter Unterschied zwischen den Beschäftigungsorten ist nicht nachweisbar. Allenfalls ist optisch auffällig, dass die Fernpendler ihre Arbeitszufriedenheit in den meisten Merkmalen positiver einschätzten als die woanders beschäftigten.

Abb. 18: Arbeitszufriedenheit nach Arbeitsort



2.4. Lebensqualität

Im Verlauf der Wichtigkeits- und Bewertungsanalysen wurde mehrfach die Bedeutung der Lebensqualität von den Befragten hervorgehoben. Aber was verstehen die Menschen unter Lebensqualität?

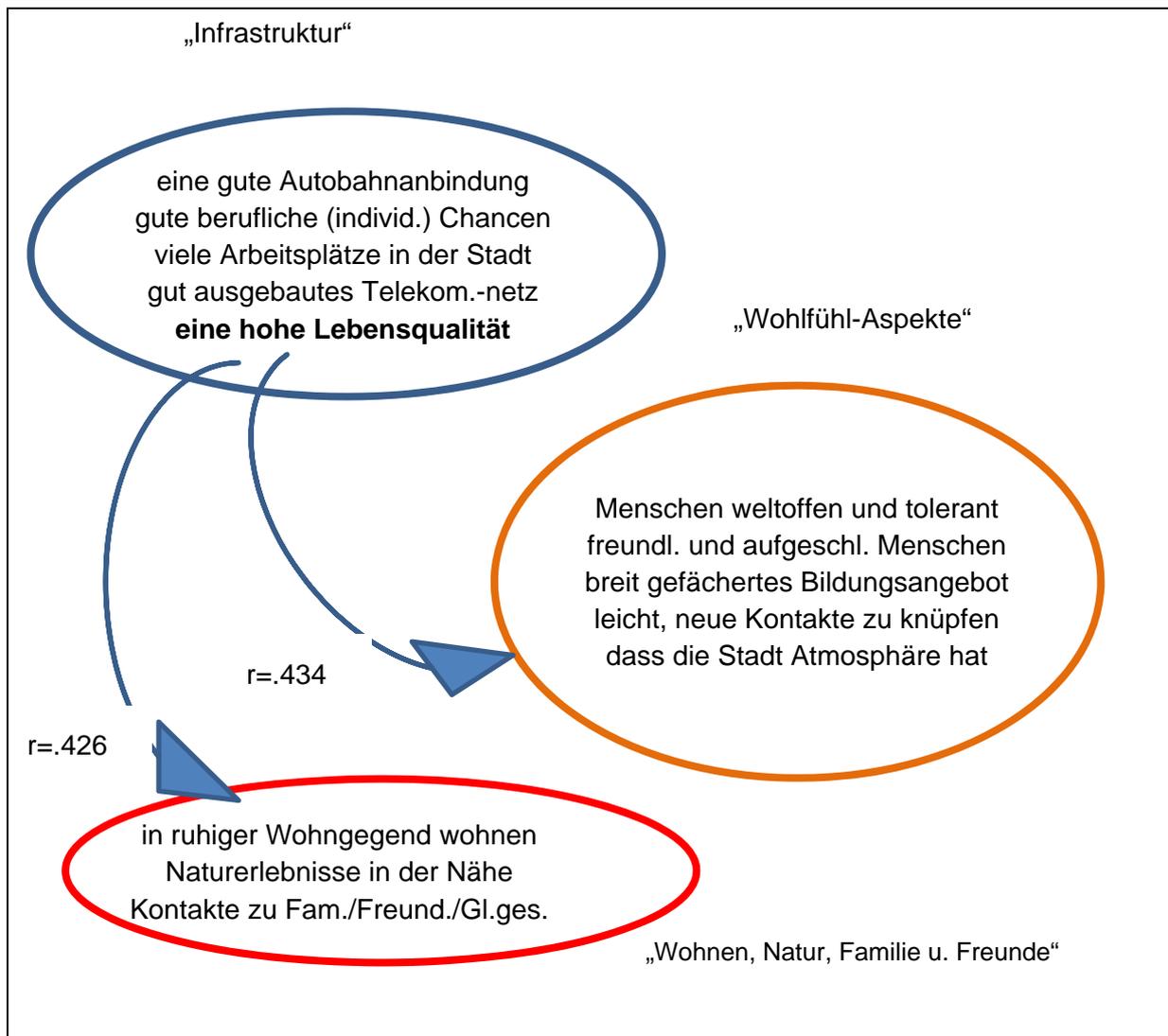
Um dies zu beantworten, wurden die Wichtigkeitseinschätzungen einer Faktorenanalyse unterzogen. Dieses statistische Verfahren erlaubt eine Aussage darüber, welche Attraktivitätsmerkmale am stärksten mit „Lebensqualität in Verbindung gebracht werden.

Das Ergebnis zeigt, dass die Lebensqualität offensichtlich durch drei Merkmalsgruppen beschrieben werden kann. Die erste Gruppe könnte man „Infrastruktur“ nennen. Zu dieser Gruppe gehören die Attraktivitätsmerkmale „eine gute Autobahnanbindung“, „gute berufliche (individ.) Chancen“, „viele Arbeitsplätze in der Stadt“, „gut ausgebautes Telekom.-netz“. In dieser Gruppe befindet sich auch das Attraktivitätsmerkmal „hohe Lebensqualität“.

Die zweite Gruppe könnte man „Wohlfühl-Aspekte“ nennen. Zu dieser gehören „Menschen weltoffen und tolerant“, „freundl. und aufgeschl. Menschen“, „breit gefächertes Bildungsangebot“, „leicht, neue Kontakte zu knüpfen“, „dass die Stadt Atmosphäre hat“, „Menschen weltoffen und tolerant“ sowie „freundl. und aufgeschl. Menschen“ .

Die dritte Gruppe lässt sich im Wesentlichen nur mit der Zusammenfassung ihrer drei Einzelmerkmale beschreiben: „Wohnen, Natur, Familie u. Freunde“.

Abb. 19: Die drei Merkmalsgruppen der Lebensqualität der Teilnehmer aus Hilchenbach



2.5. Auswertung der Text- und Kommentarfelder

Im Verlauf des Online-Fragebogens konnte die Befragten an mehreren Stellen Anmerkungen und Kommentare in entsprechende Textfelder eintragen. Darüber hinaus sollten die Eintragungen Zusatzinformationen liefern, die nicht in Skalenform abgefragt werden konnten. Die Textfelder wurden den folgenden Themen zugeordnet.

- Am Ende der Wichtigkeitseinschätzungen wurde danach gefragt, ob bei den Attraktivitätsmerkmalen noch etwas wichtiges vergessen wurde, was für die Attraktivität einer Stadt ganz wichtig ist. In drei Textfeldern konnten die Befragten entsprechende Eintragungen machen. Mit diesem Fragenblock sollten auch Hinweise dazu ermittelt werden, ob die bestehenden 30 Attraktivitätsmerkmalen dringend noch um weitere zu erweitern sind.
- Anschließend wurde gefragt, was aus Sicht der Befragten für die Attraktivität einer Stadt / Gemeinde total unwichtig ist. Hier ging es auch darum, bei den bestehenden 30 Attraktivitätsmerkmalen evtl. überflüssige Merkmale zu identifizieren, um diese dann ggf. bei späteren Folgebefragungen weglassen zu können.
- Nach der Vergabe der Attraktivitätspunkte wurde danach gefragt, was den Befragten an ihrer Stadt am allerbesten gefällt und die Stadt unverwechselbar und unwiderstehlich macht.
- Anschließend wurde gefragt, was den Befragten in der Stadt überhaupt nicht gefällt und dringend geändert werden müsste.
- Am Ende der Frage nach den Umzugsgründen konnten die Befragten weitere Umzugsgründe eintragen, die bis dahin nicht erfragt wurden.
- Am Ende des Fragebogens konnten die Befragten in ein Kommentarfeld noch weitere Mitteilungen zum Fragebogen machen oder sonstige Anmerkungen eintragen.

Die systematische Auswertung der Textfelder war vereinbarungsgemäß nicht Bestandteil der kommunenspezifischen Auswertungen. Damit sie jedoch in Eigenregie von den teilnehmenden Städten und Gemeinden ausgewertet werden können, wurden die Eintragungen in den Kommentarfeldern von den anderen erhobenen Antworten getrennt und somit - auch technisch anonymisiert - in einem Excel-File zur Verfügung gestellt. Dieses Excel-File erhalten die Kommunen mit einigen Auswertungshilfen, wie z.B. der Möglichkeit, die Anzahl der Vorkommen selbst definierbarer Stichworte automatisch zu zählen und die Eintragungen nach Suchworten zu filtern.

In Hilchenbach haben 344 Personen irgendeinen Eintrag in ein Textfeld eingegeben. Neben den in diesem Abschlussbericht berücksichtigten auswertbaren Fragebögen wurden dabei auch die Antworten von Personen berücksichtigt, die dann später aus der Auswertung aus-

geschlossen werden mussten¹⁸.

Die Auswertungshilfen im Excel-File ermöglichen dann z.B. die Feststellung, dass das Stichwort „Einkaufsmöglichkeiten“ von 99 Personen verwendet wird und das Wort „Einkauf“ insgesamt 144-mal in den Eintragungen vorkommt. Davon wird es 123-mal im Textfeld „was am Wohnort negativ ist“, verwendet. Darüber hinaus werden die Stichworte „Natur“, „Marktplatz“ und „Drogerie“ zwischen 50- und 100-mal genannt.

Insgesamt wurden 3.914 unterschiedliche Worte und Wortfragmente verwendet, einzelne davon bis zu 330-mal.

3. Schlussfolgerungen

Neben den Beschreibungen der Teilnehmer bezüglich ihrer soziodemografischen Variablen geben die Datenauswertungen eine Reihe von Hinweisen darauf, an welchen Stellen die Attraktivität der Stadt gesteigert werden kann. Die Daten können dabei hilfreich sein, die eigenen Vorstellungen und Überzeugungen mit den Einschätzungen von vielen Befragten abzugleichen und hier ggf. neue Überlegungen zu initiieren.

Welche konkreten Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität geeignet sind, kann nahezu ausschließlich nur vor Ort entschieden werden. Die Ergebnisse aus der Umfrage liefern hierzu allenfalls Hinweise. Allerdings lassen sich weitere Fragestellungen mit den Daten überprüfen. In diesem Bericht konnte nur ein Ausschnitt der Auswertungsmöglichkeiten aufgezeigt werden.

¹⁸ Z.B. weil sie keine Angaben zum Geschlecht und / oder Alter gemacht und / oder zu viele (>10) „weiß nicht / keine Antwort“-Angaben in den wichtigen Attraktivitätsmerkmalen gemacht haben.

4. Literaturverzeichnis

BMFSF (Hg.) (2010): Hauptbericht des Freiwilligensurveys 2009. Zivilgesellschaft, soziales Kapital und freiwilliges Engagement in Deutschland 1999 - 2004 - 2009.

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Berlin.

Luschei, Frank (2016): Hier bei uns ist es doch schön! Oder? Die Attraktivität von Städten und Gemeinden als eine Stellschraube bei der Bewältigung des Demografischen Wandels. Hg. v. FoKoS - Forschungskolleg Siegen an der Universität Siegen. Siegen (FoKoS Blickpunkt, 3).

Strünck, Christoph; Luschei, Frank (2013): Attraktivität von Städten und Regionen. Ergebnisse einer Online-Befragung von Studierenden in Siegen und Paderborn. Arbeitsbericht Oktober 2013. Universität Siegen. Siegen. Online verfügbar unter http://www.uni-siegen.de/fokos/aktuelles/files/_online-befragung_attraktivitaet_von_staedten_und_regionen_18_incl_online-bogen_-_geringe_dateigroesse.pdf.

Weinhardt, Michael (2014): European Social Survey. Deutsche Version des Fragebogens der Erhebungswelle 7. Universität Bielefeld. Bielefeld.
