

Das Image der Stadt Schwabach

Umlandanalyse
für die
Stadt Schwabach



Schwabach, 11. November 2009

www.pragma-beratung.de

- **Untersuchungsanlage**
- **Das Image der Stadt Schwabach in der Umlandbevölkerung**
 - Wahrnehmung der Stadt Schwabach
 - Einzelaspekte im Detail
 - Kritik an der Stadt Schwabach
 - Aussagen über Schwabach
 - Verbundenheit mit Schwabach
- **Strategische Ansätze**
- **Diskussion**

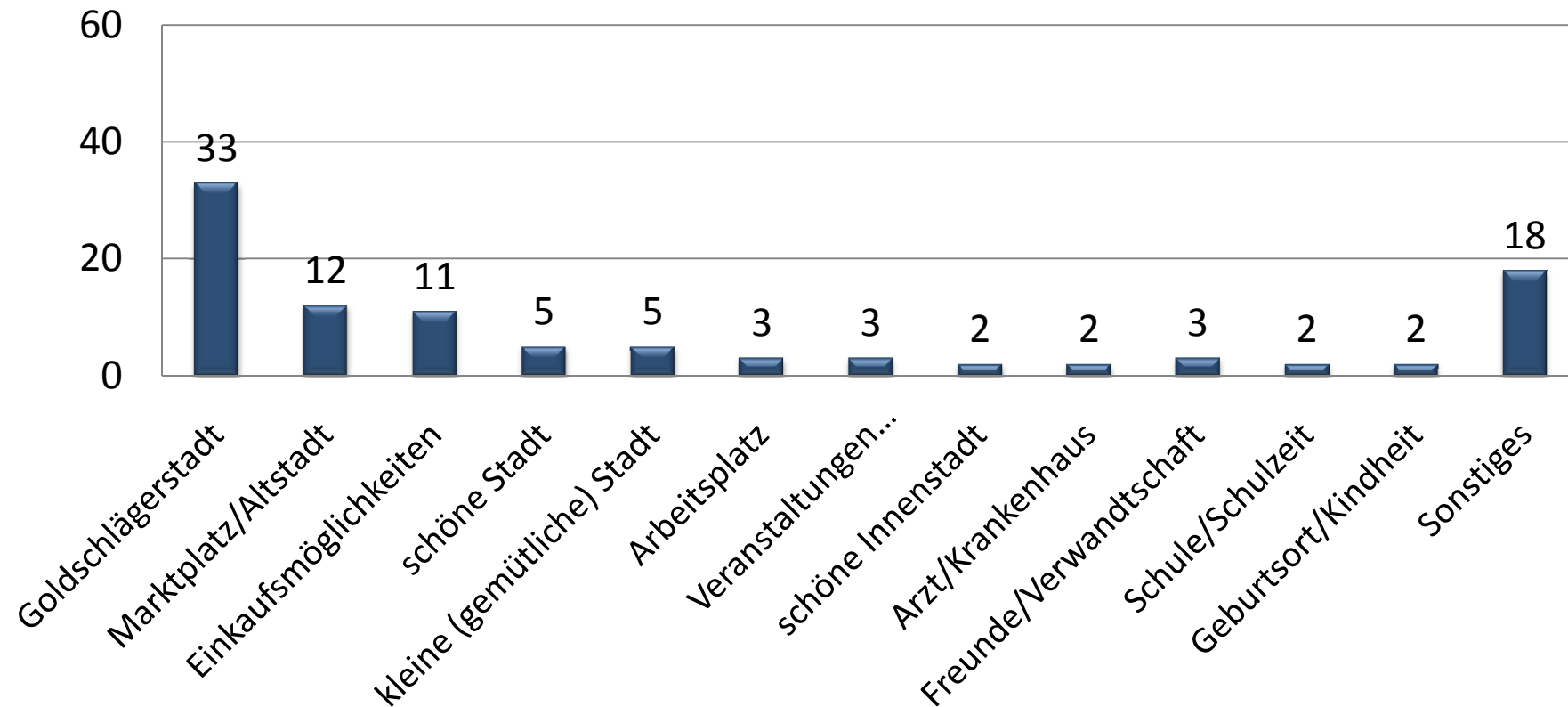
- Telefonische Interviews mit 584 zufällig ausgewählten Bürgern ab 18 Jahren aus Umlandgemeinden der Stadt Schwabach
- Erhebungszeitraum zwischen dem 29. Juli und 13. August 2009
- Kategorisierung der Gemeinden nach geographischer Lage (Nord, Süd, Ost, West – Kontrolle der Quotierung in der Stichprobe)
- Aussagekraft für die Einwohnerschaft der ausgewählten Umlandgemeinden



WAHRNEHMUNG DER STADT SCHWABACH

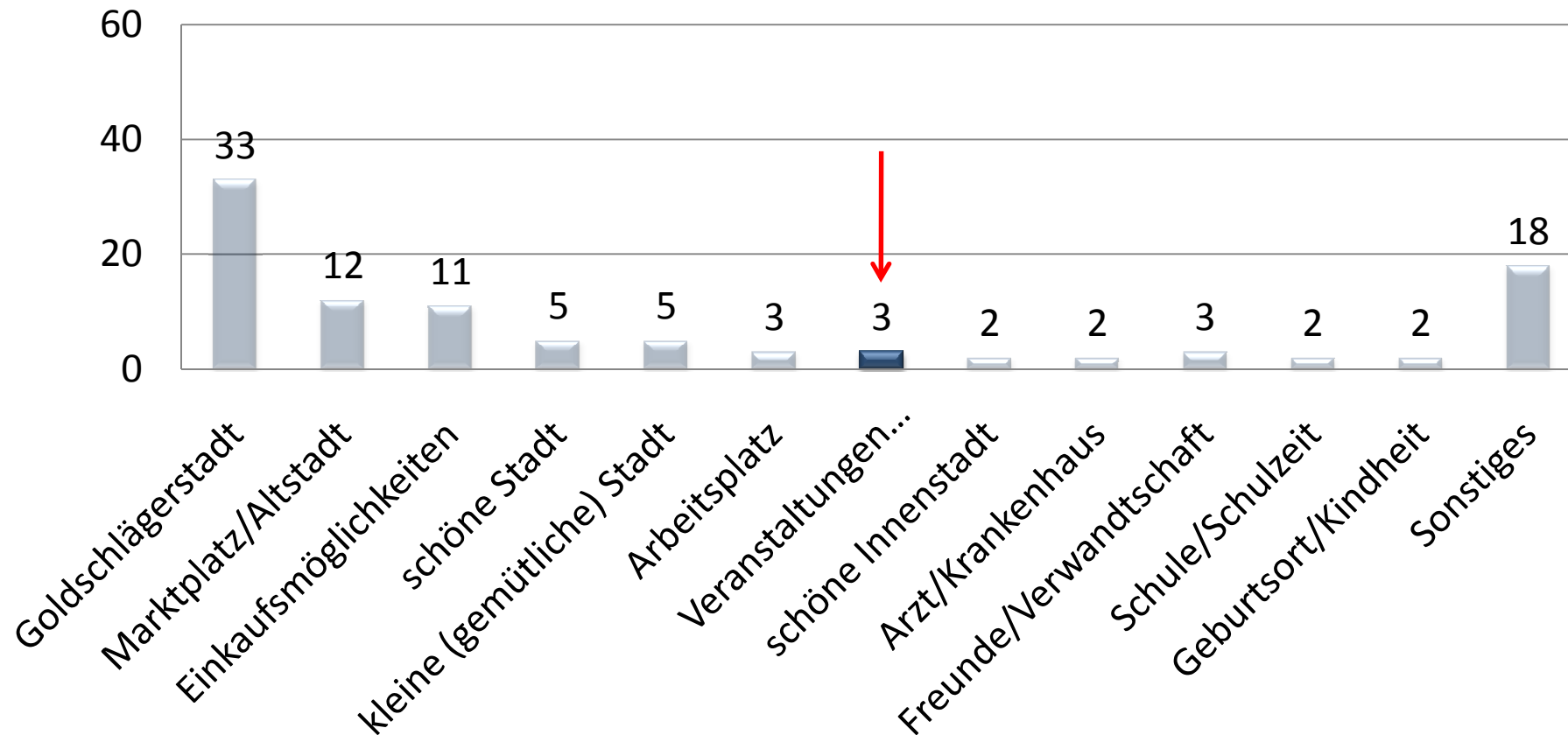
Spontanassoziationen I

„Wenn Sie einmal an Schwabach denken, was verbinden Sie dann ganz spontan mit dieser Stadt?“



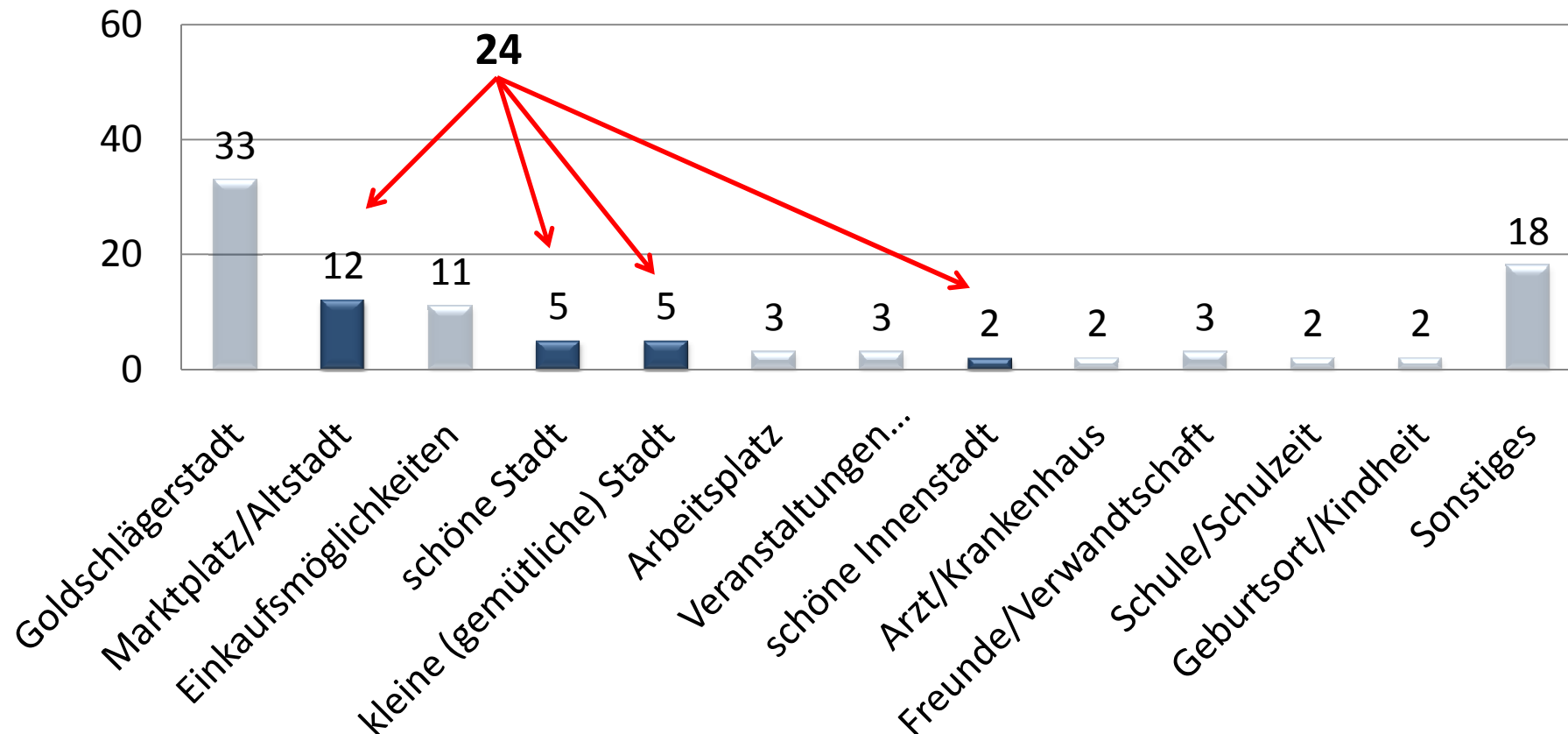
Spontanassoziationen II

„Wenn Sie einmal an Schwabach denken, was verbinden Sie dann ganz spontan mit dieser Stadt?“



Spontanassoziationen III

„Wenn Sie einmal an Schwabach denken, was verbinden Sie dann ganz spontan mit dieser Stadt?“



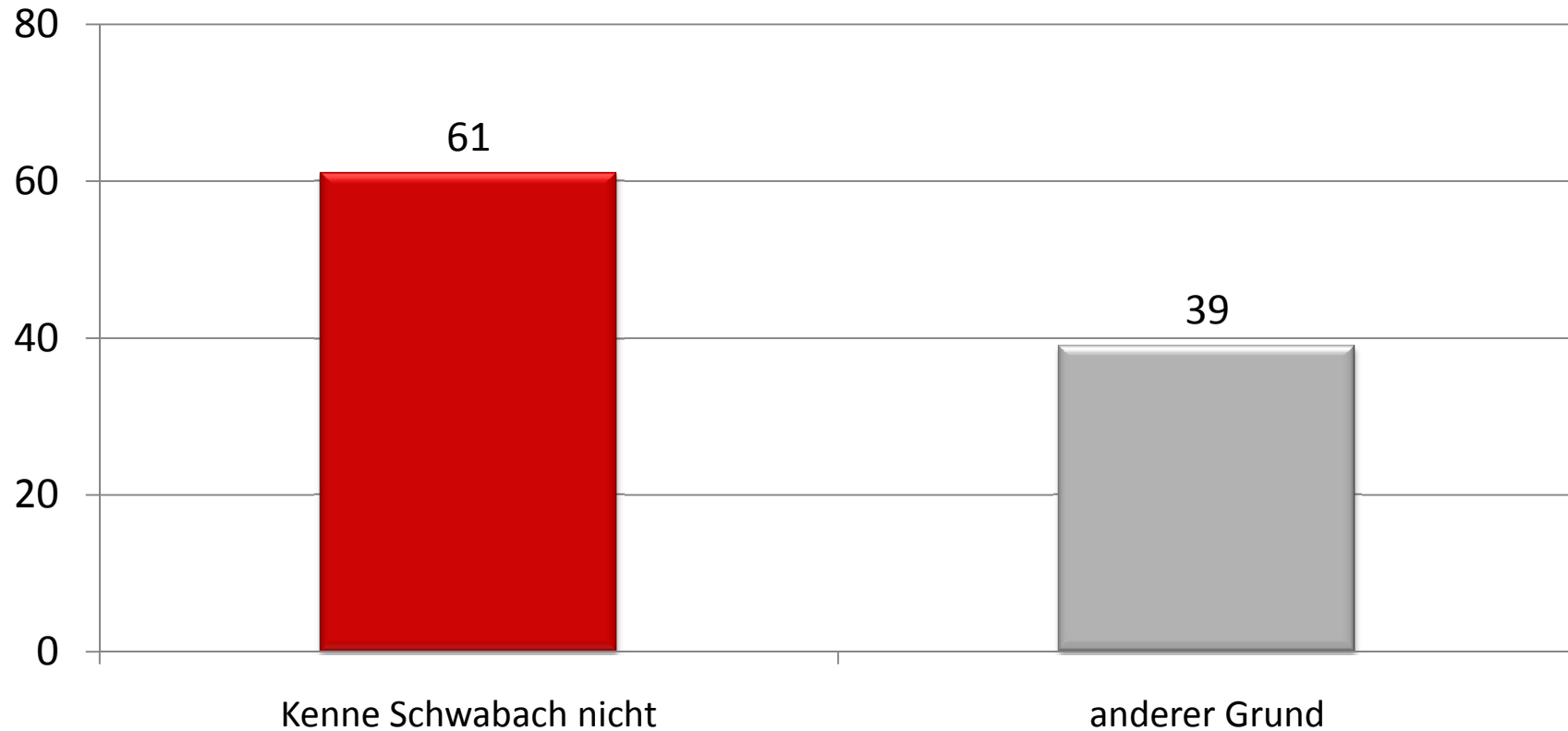
Spontanassoziationen IV

Assoziationen mit der Stadt Schwabach nach Region

	Goldschlägerstadt	Stadtbild	Veranstaltungen
Nord	28	28	3
Ost	36	26	3
Süd	31	19	2
West	39	26	4
Gesamt	33	24	3

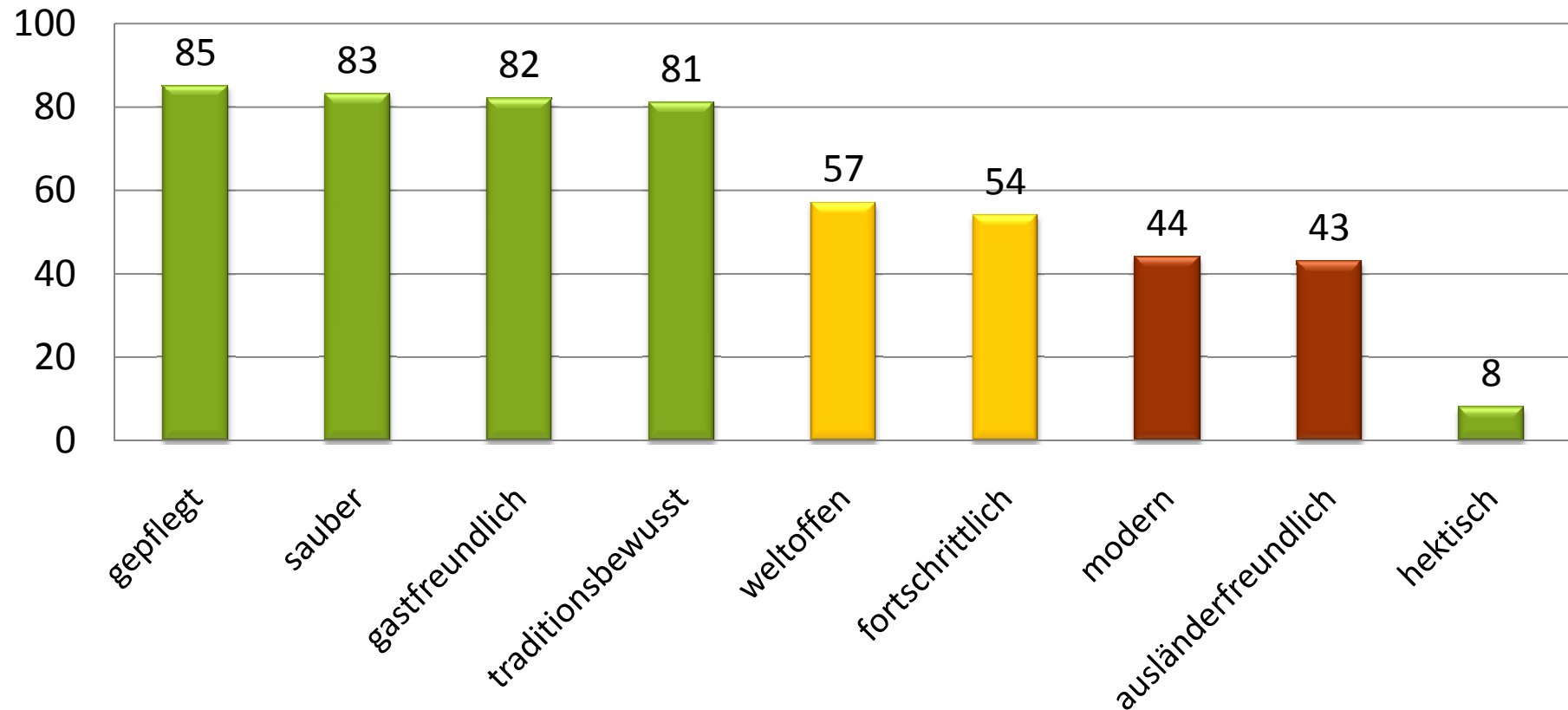
Spontanassoziationen V

Gründe für Interview-Verweigerung: Nennungen in Prozent



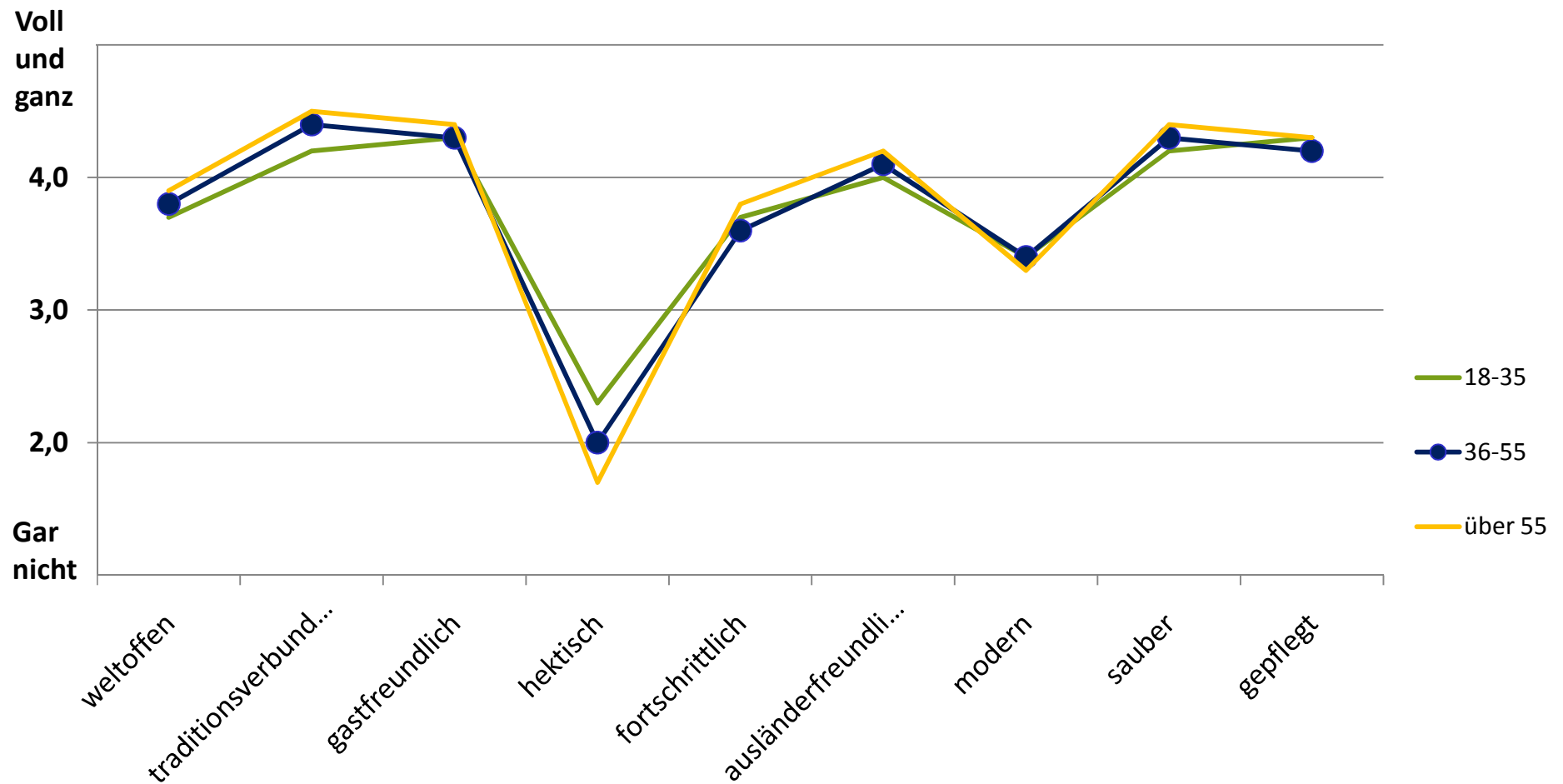
Eigenschaftsprofil I

„Welche Eigenschaften treffen Ihrer Meinung nach auf die Stadt Schwabach zu?“



Eigenschaftsprofil II

Eigenschaftsprofil der Stadt Schwabach nach Altersgruppen





Zwischenfazit I

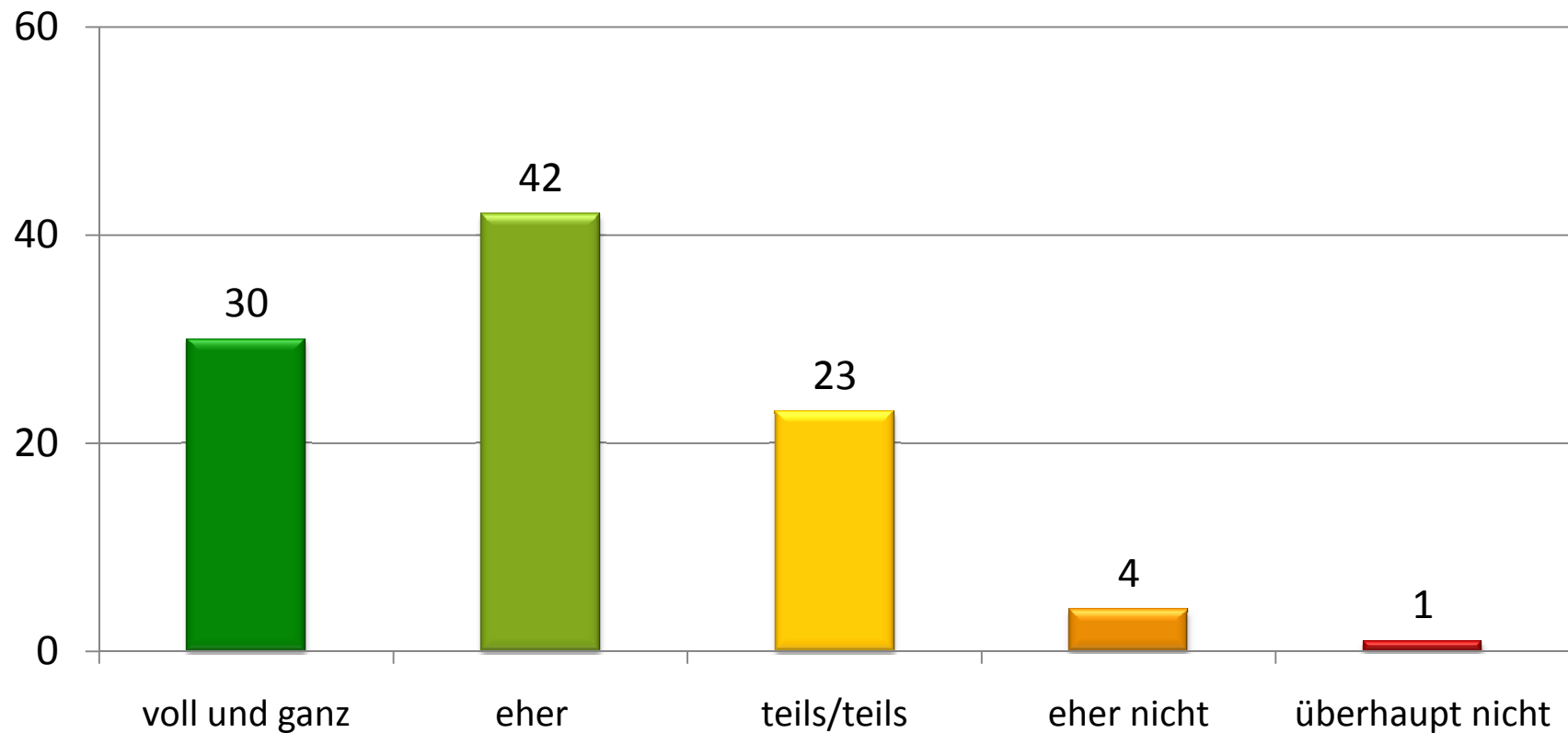
- Image der Stadt Schwabach als „Goldschlägerstadt“ dominiert ihre Außenwahrnehmung
- Überdurchschnittlich viele (positive) Spontanassoziationen zum Stadtbild, allerdings nur sehr wenige Nennungen aus dem Veranstaltungsbereich
- Analyse der Befragungsverweigerer deutet auf relevantes Informationspotential im Umland der Stadt Schwabach hin
- Eigenschaften wie Gemütlichkeit und Traditionsverbundenheit bestimmen die Einschätzung der Stadt Schwabach; eher moderate Werte bei Modernität und Fortschrittlichkeit
- Kaum Bewertungsunterschiede in soziodemographischen Teilgruppen



EINZELASPEKTE IM DETAIL

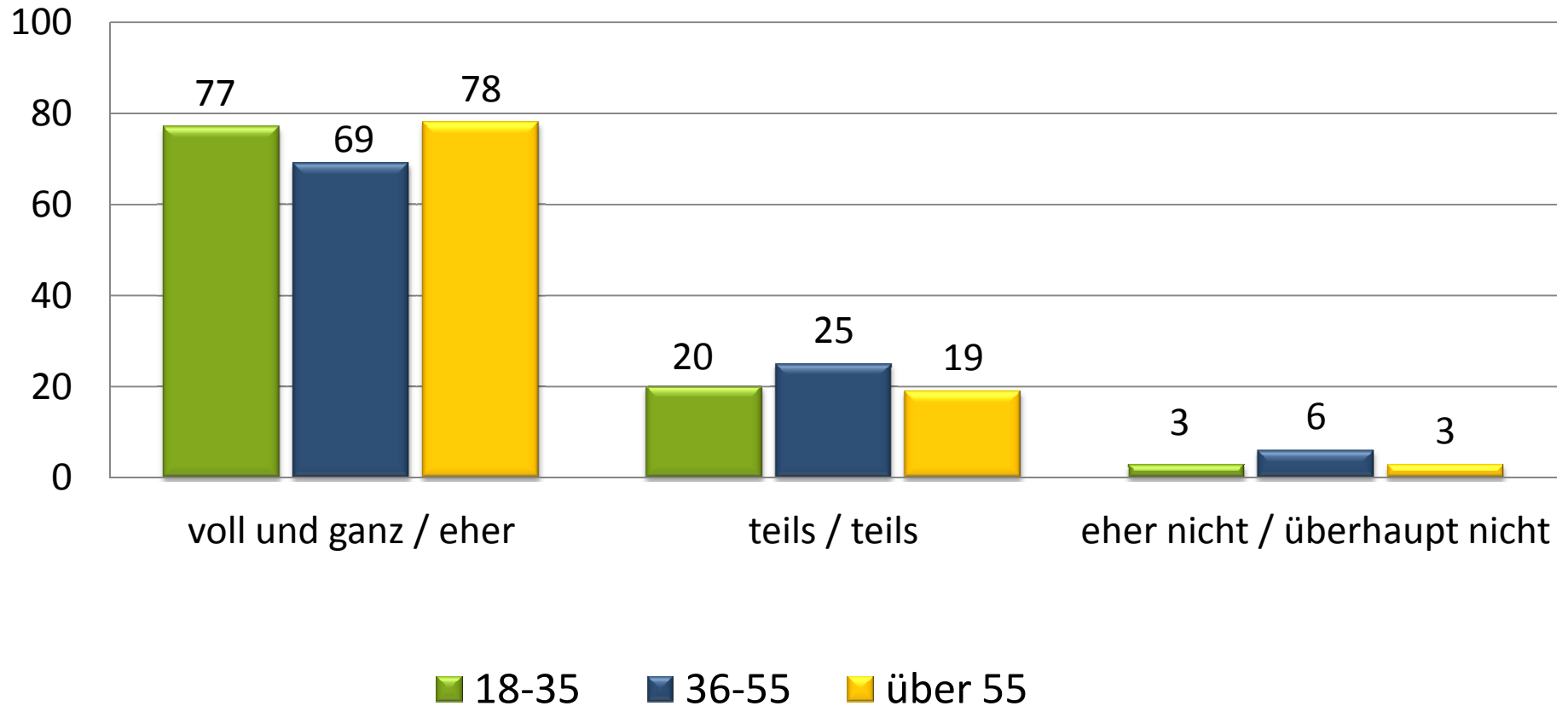
Gesamtzufriedenheit I

„Inwieweit sind Sie – alles in allem – mit dem, was die Stadt Schwabach bietet, zufrieden?“

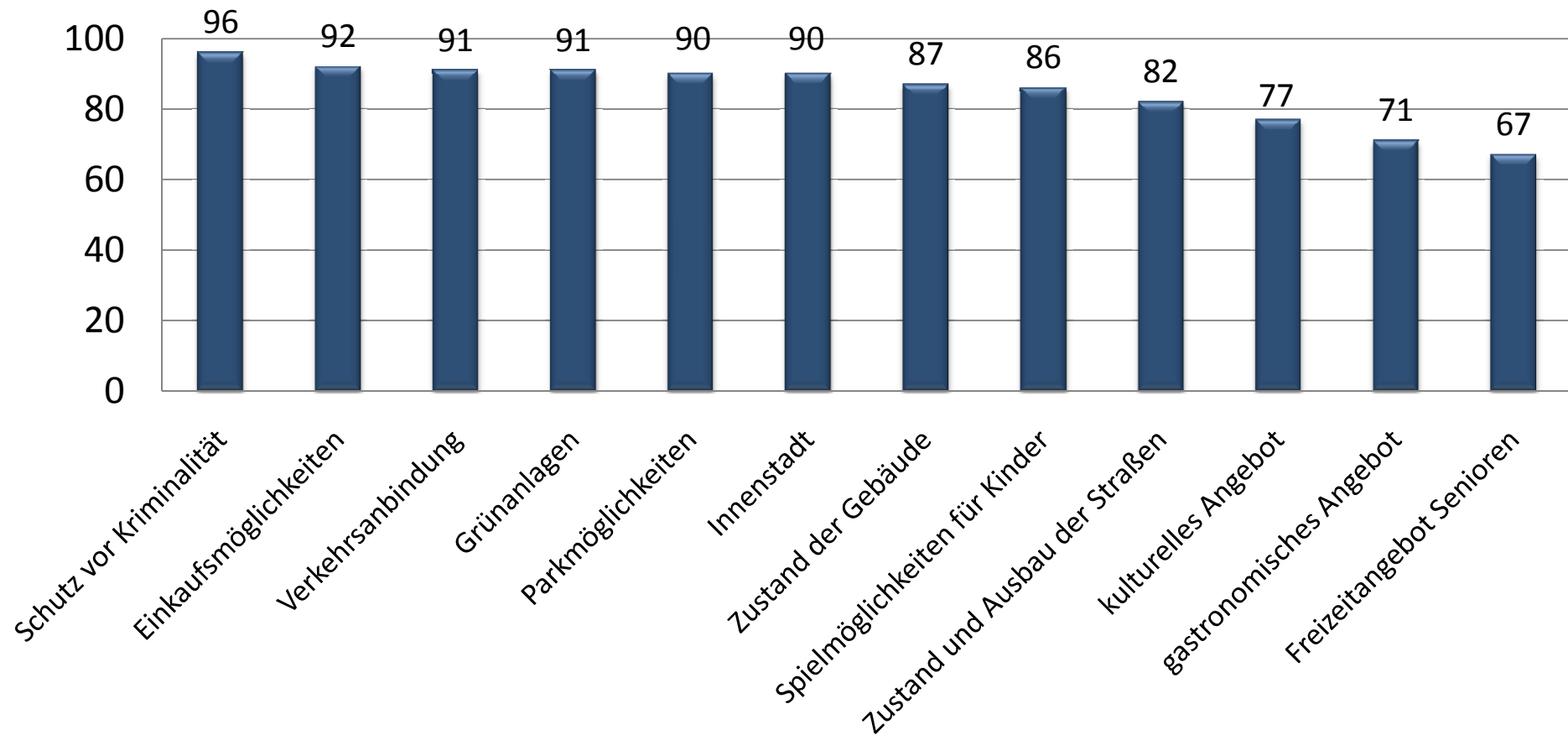


Gesamtzufriedenheit II

Gesamtzufriedenheit nach Alter

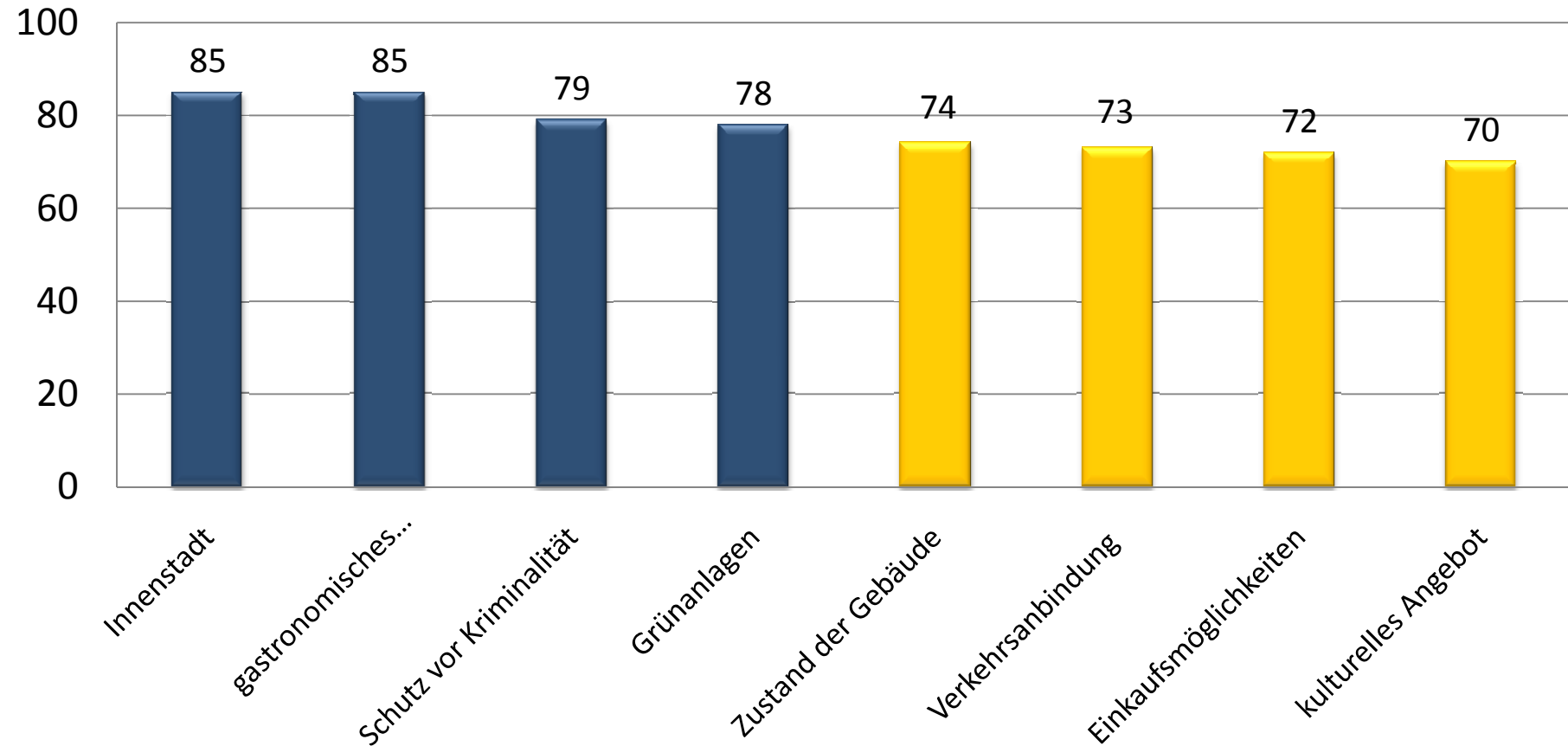


Faktoren für Lebensqualität **allgemein**



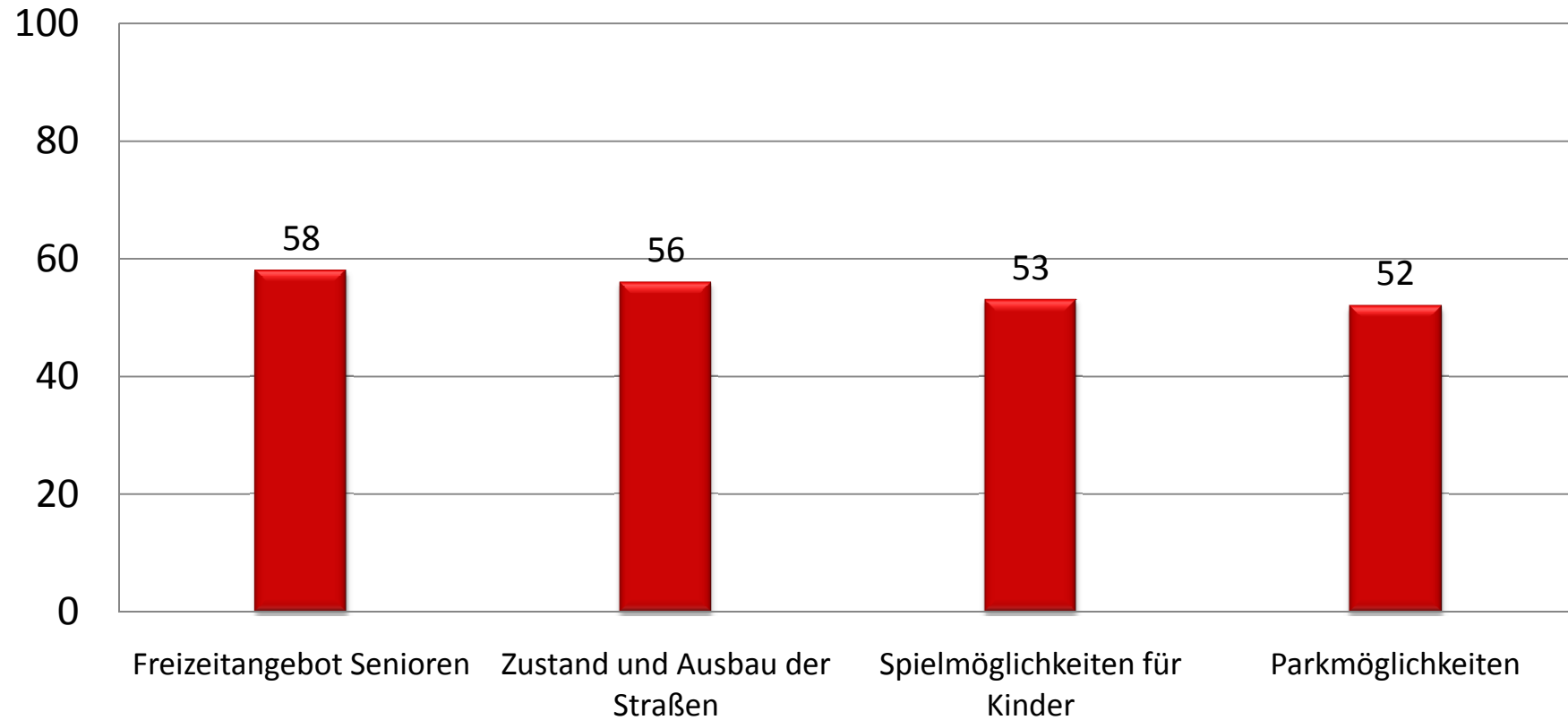
Einzelfaktoren II

Lebensqualität: Zufriedenheit mit der Situation in Schwabach



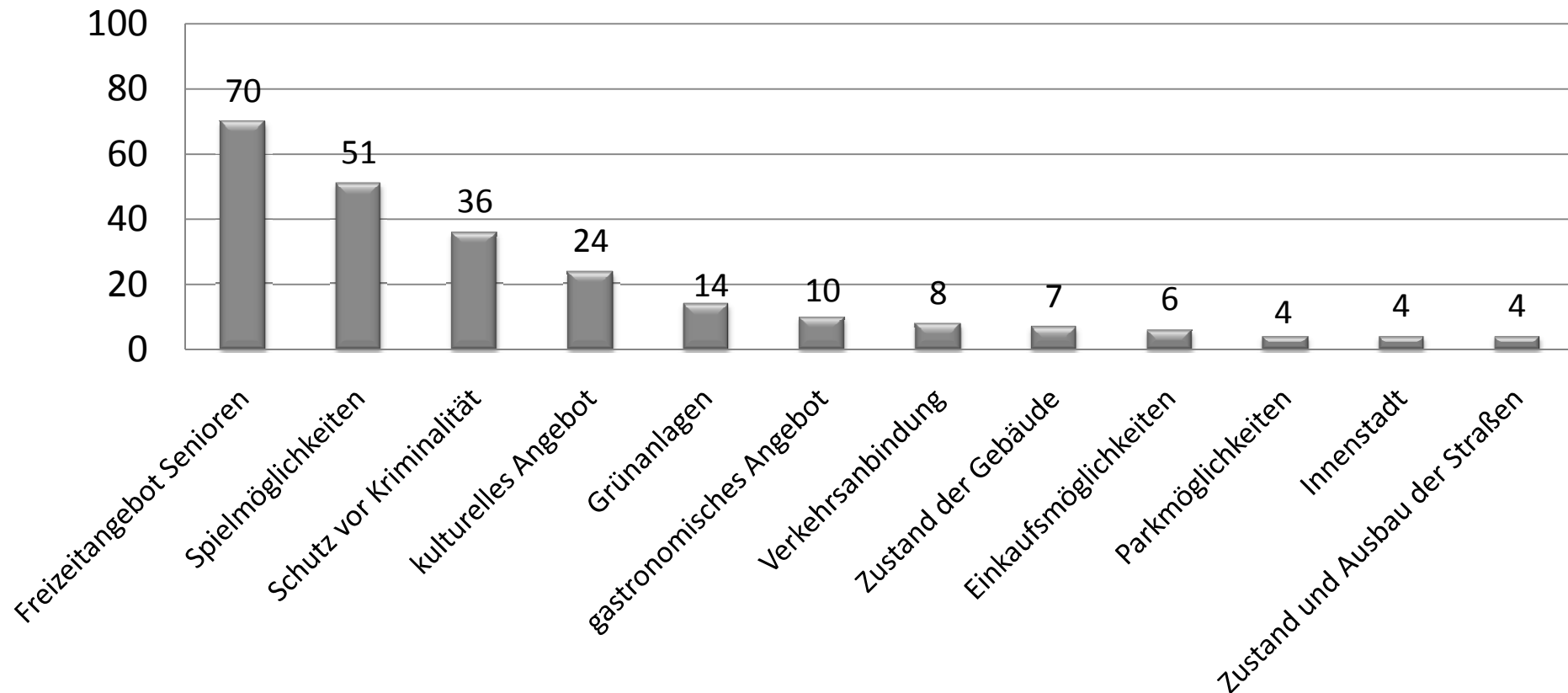
Einzelfaktoren III

Lebensqualität: Zufriedenheit mit der Situation in Schwabach



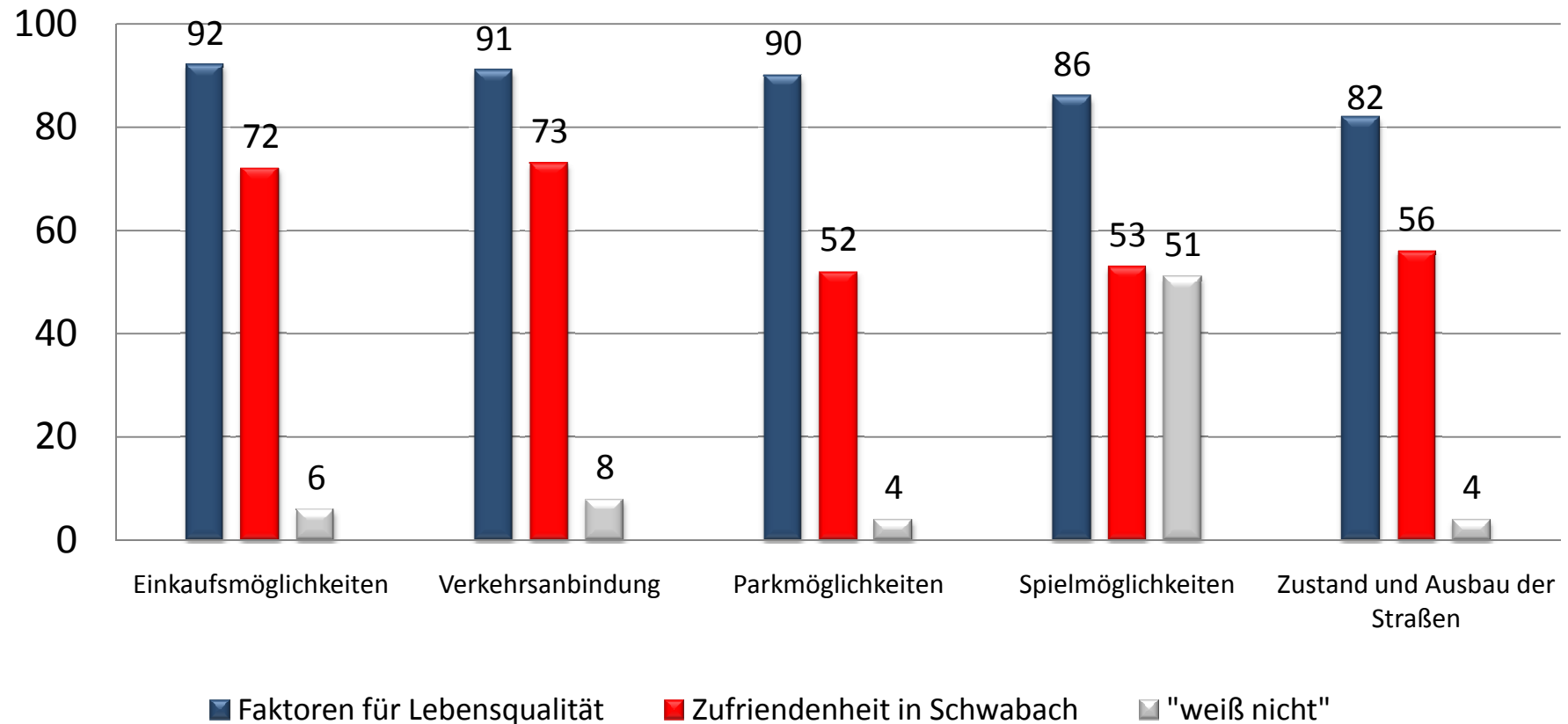
Einzelfaktoren IV

Zufriedenheit mit Faktoren der Lebensqualität in Schwabach
(Antwortkategorie „weiß nicht“ in Prozent)



Einzelfaktoren V

Faktoren für Lebensqualität versus Situation in Schwabach
(dringlichste Herausforderungen)





Zwischenfazit II

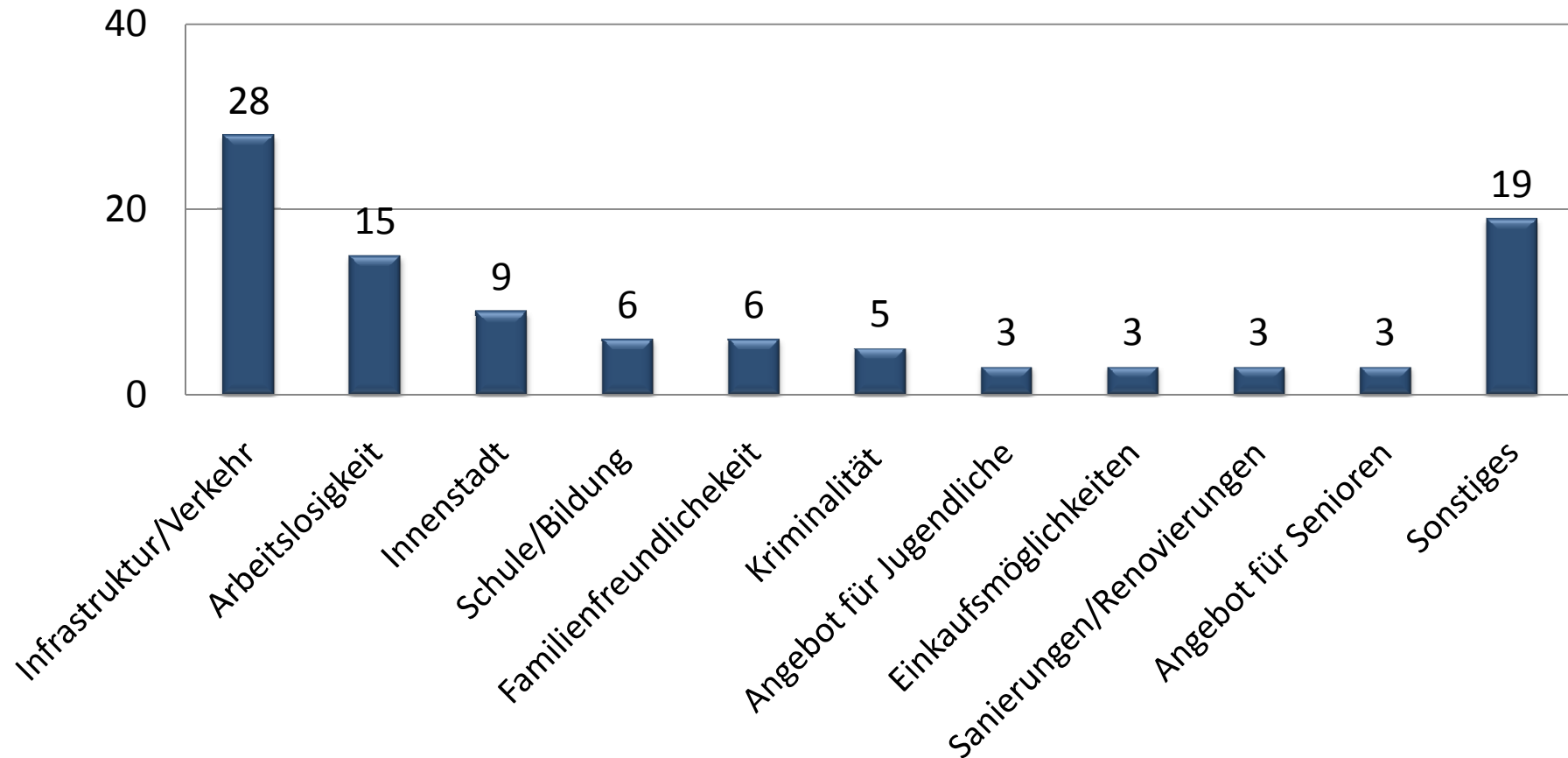
- Insgesamt überwiegend Zufriedenheit der Bewohner der Umlandgemeinden mit dem Angebot der Stadt Schwabach; keine signifikanten Abweichungen in regionalen oder soziodemographischen Teilgruppen
- Sehr positive Bewertung ausgewählter Aspekte (Innenstadt, Gastronomie) der Stadt Schwabach, aber messbare Defizite bei den wichtigen Faktoren Einzelhandel und Verkehrsinfrastruktur
- Hohe Informiertheit der Befragten über bemängelte Gesichtspunkte unterstreicht die Relevanz der Problemlagen



KRITIK AN DER STADT SCHWABACH

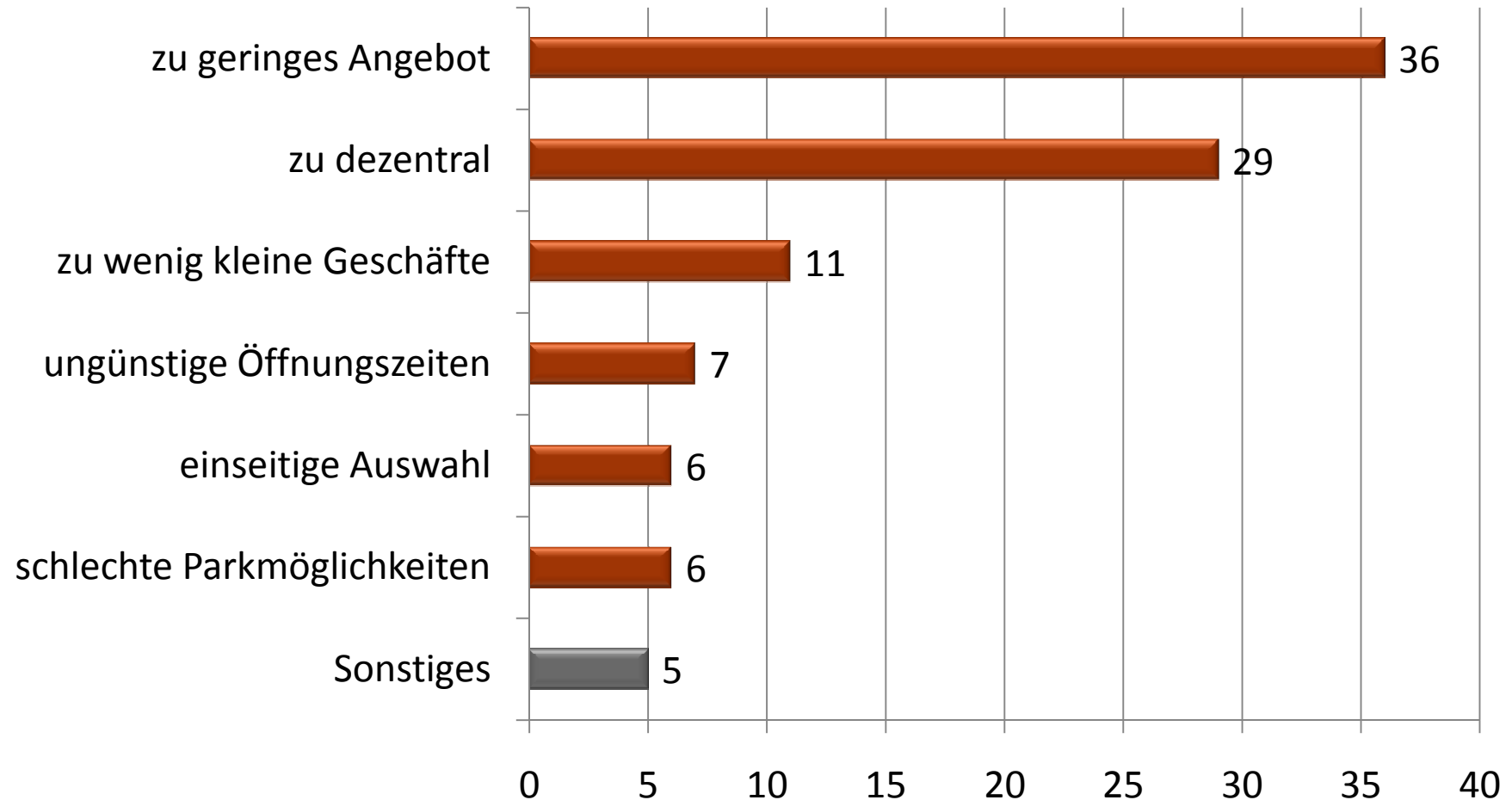
Wichtigstes Problem

„Was ist Ihrer Meinung nach derzeit das wichtigste Problem in Schwabach?“



Kritik an Einkaufsmöglichkeiten I

„Und was genau meinen Sie damit?“



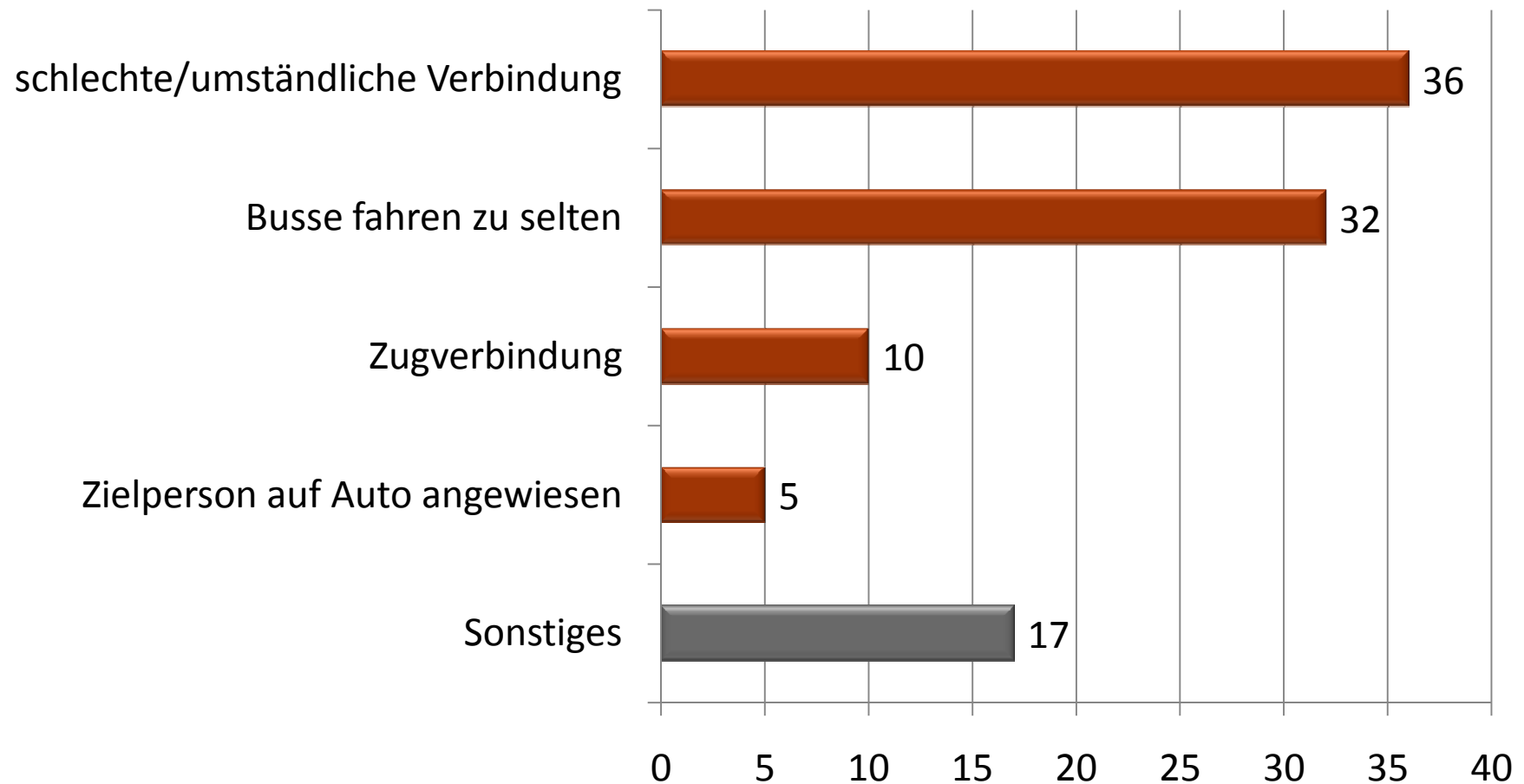


Kritik an Einkaufsmöglichkeiten II

- „generell sehr kleines Angebot“
- „Auswahl an Läden ist zu gering im Vergleich zu Nürnberg“
- „Nürnberg bietet mehr“
- „Ladenöffnungszeiten sind schlecht, Geschäfte schließen abends zu früh“
- „Lebensmittelgeschäfte zu weit vom Stadtzentrum entfernt“
- „die Innenstadt hat keine Geschäfte mehr außer den großen Ketten“
- „die kleinen Geschäfte machen alle zu“

Kritik an Verkehrsanbindung I

„Und was genau meinen Sie damit?“



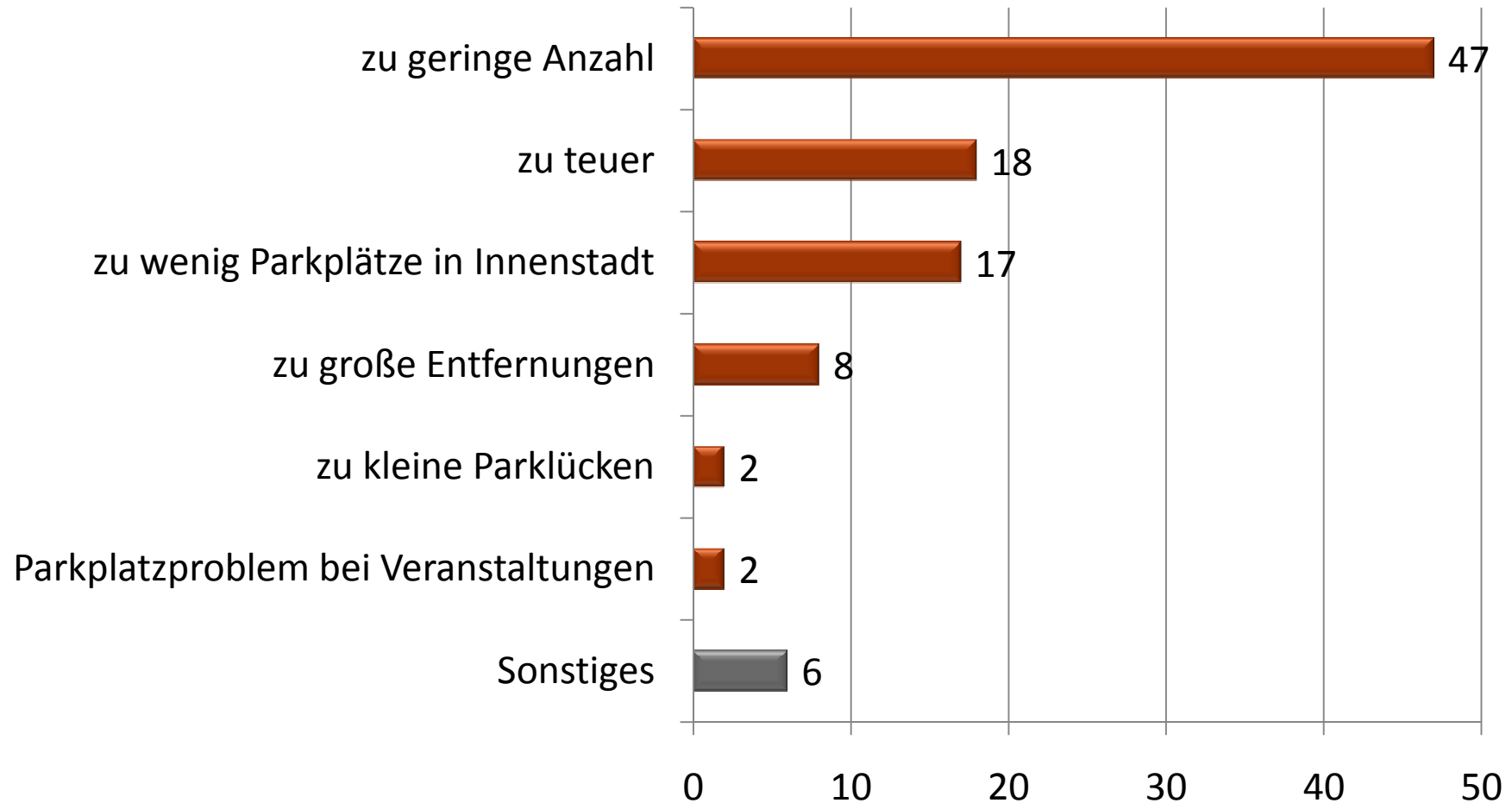


Kritik an Verkehrsanbindung II

- „Zugverbindungen nicht so günstig“
- „öffentlicher Nahverkehr sollte öfter fahren“
- „Schwabach ist mit öffentlichem Nahverkehr sehr schwer zu erreichen“
- „Linienverkehr der Busse zu selten“
- „schlechte Busverbindung von außerhalb“
- „brauche von mir zur nächsten Bushaltestelle viel zu lange“
- „oft Stau in Richtung Innenstadt wegen der Ampelschaltung“

Kritik an Parkmöglichkeiten I

„Und was genau meinen Sie damit?“



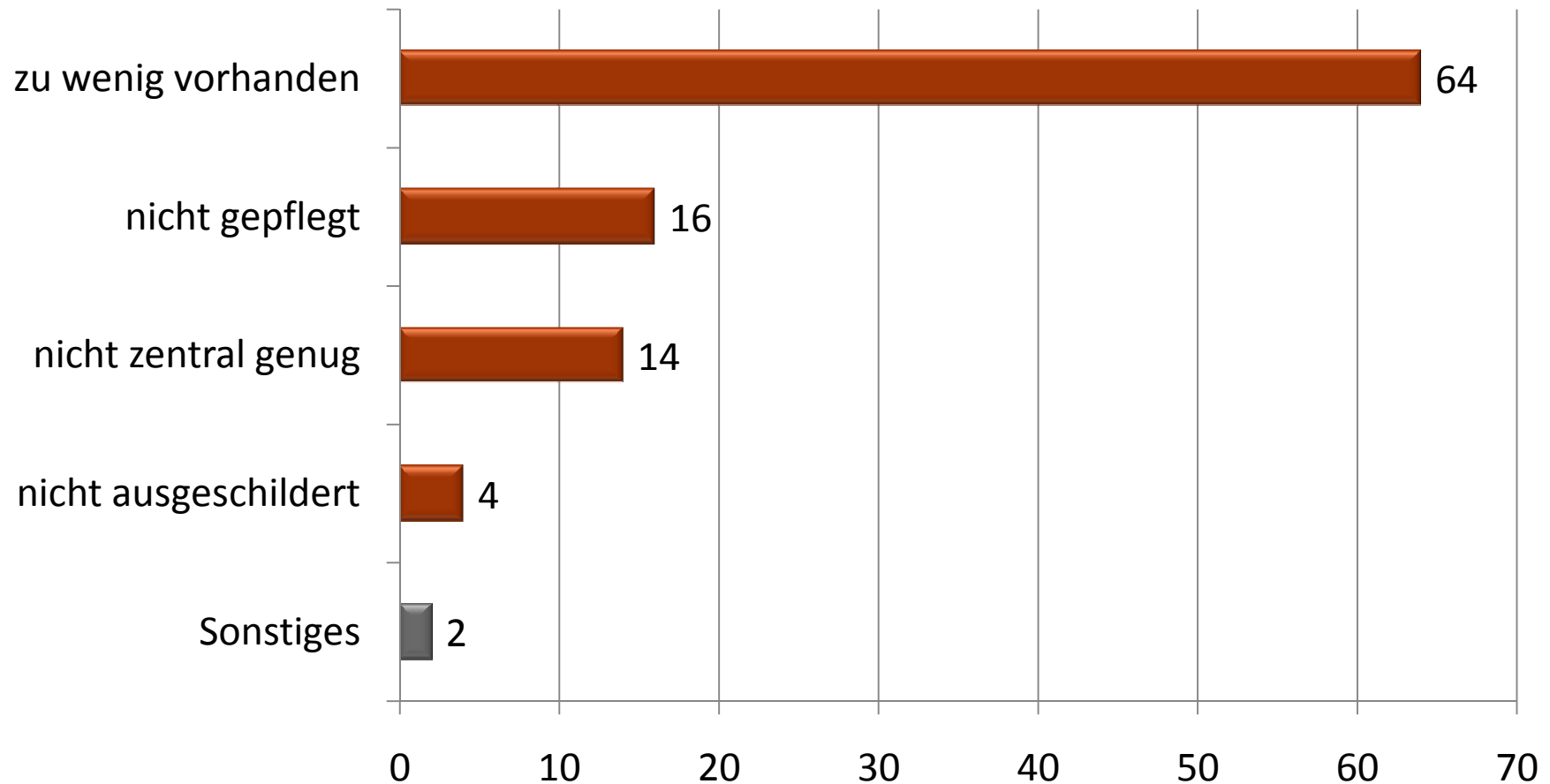


Kritik an Parkmöglichkeiten II

- „Ich bin unzufrieden, weil es zu wenige Parkmöglichkeiten gibt“
- „zu geringes Angebot an Parkfläche“
- „Parkmöglichkeiten in der Innenstadt zu selten und zu teuer“
- „das Parkhaus ist eine Katastrophe“
- „zu wenige, zu eng, zu teuer“
- „es gibt außerhalb des Parkhauses in der Innenstadt kaum Parkmöglichkeiten“

Kritik an Spielmöglichkeiten für Kinder I

„Und was genau meinen Sie damit?“



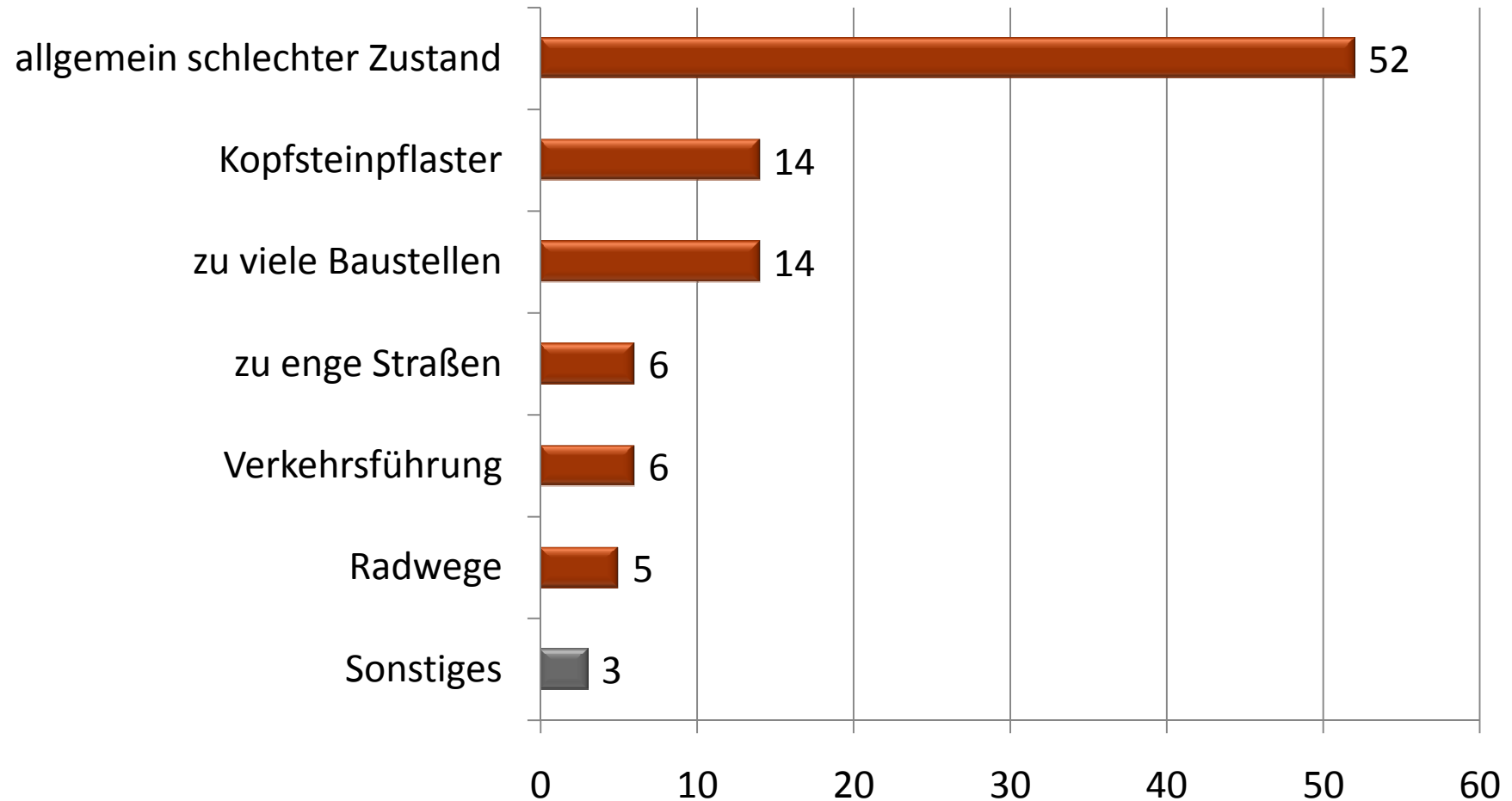


Kritik an Spielmöglichkeiten für Kinder II

- „es gibt nur wenige Spielplätze in der Stadt und die sind oft nicht sauber“
- „die paar Spielplätze sind nicht wirklich gepflegt“
- „Spielplätze werden nicht gewartet“
- „vor allem zentral in der Innenstadt gibt es zu wenige Spielmöglichkeiten“
- „nur am Stadtrand, nicht in der Innenstadt“
- „am Marktplatz gibt es keinen Spielplatz“

Kritik an Zustand und Ausbau der Straßen I

„Und was genau meinen Sie damit?“





Kritik an Zustand und Ausbau der Straßen II

- „Schlaglöcher, Kopfsteinpflaster, Mulden“
- „das gesamte Stadtgebiet ist Stoßdämpferstrecke“
- „sehr maroder Zustand“
- „Beläge der Straßen sind in schlechter Verfassung“
- „die Ringstraßen sind in einem schlimmen Zustand“
- „in Außenbezirken sehr schlechter Ausbauzustand“
- „Straßen werden bloß geflickt“
- „Umgehungsstraßen fehlen“



Zwischenfazit III

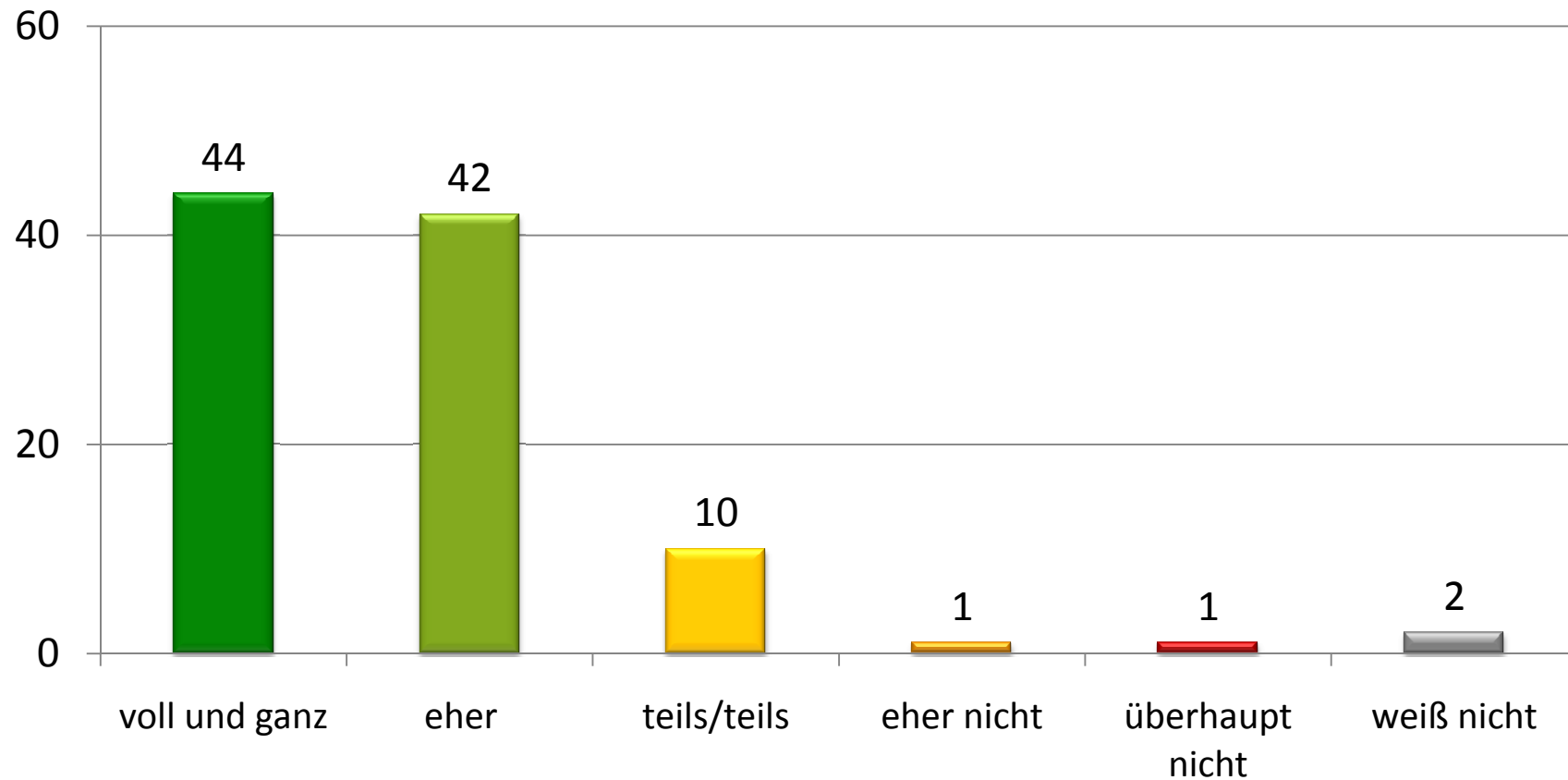
- Verkehrsinfrastruktur der Stadt Schwabach wird auch bei der offenen Problemabfrage als zentrale Herausforderung der Stadtentwicklung benannt
- Weiterentwicklung der Wirtschaftsstruktur in Schwabach (Arbeitsplätze!) als zusätzlicher Interessensschwerpunkt der Befragten
- Kritik in identifizierten Problembereichen lässt sich zumeist auf ein Hauptdefizit zurückführen (Parkplatzmangel, schlechter Allgemeinzustand der Straßen, fehlendes Angebot für Kinder,...)



AUSSAGEN ÜBER SCHWABACH

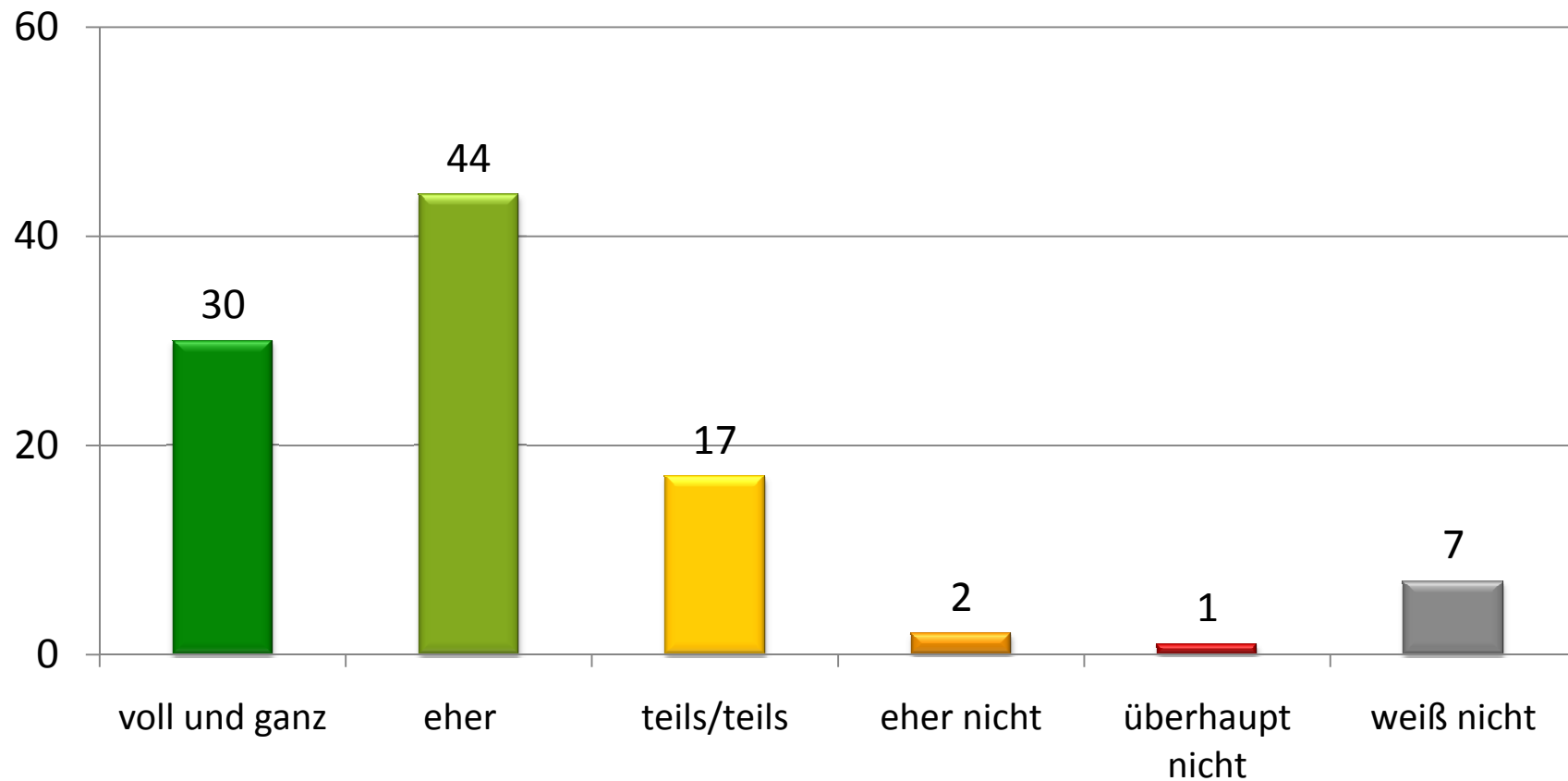
Aussagen I

„Die Stadt Schwabach ist eine Stadt, in der man sich wohlfühlen kann.“



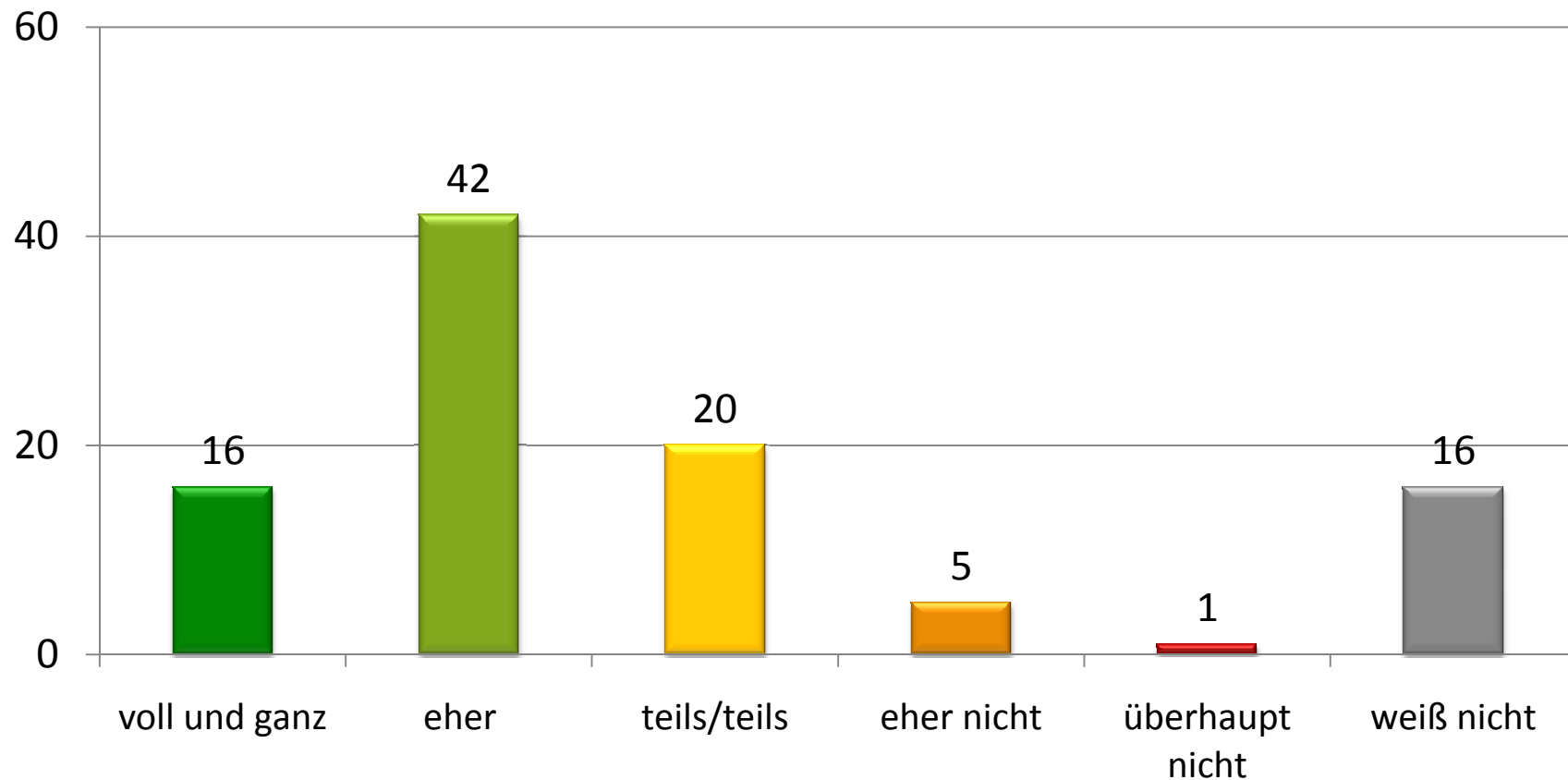
Aussagen II

„Die Stadt Schwabach ist eine Stadt mit freundlichen und aufgeschlossenen Menschen.“



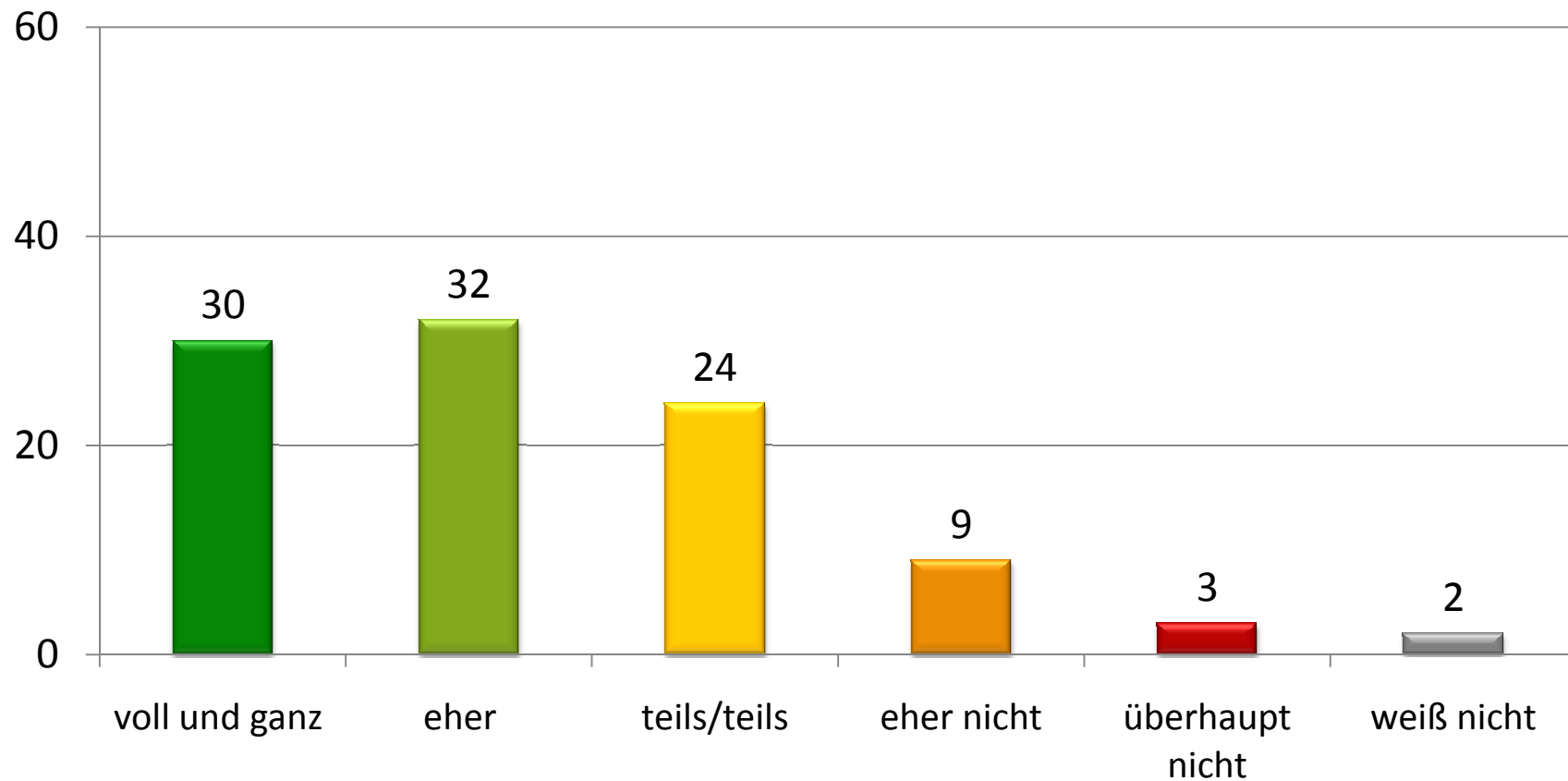
Aussagen III

„Die Stadt Schwabach ist eine Stadt mit guten Zukunftsaussichten.“

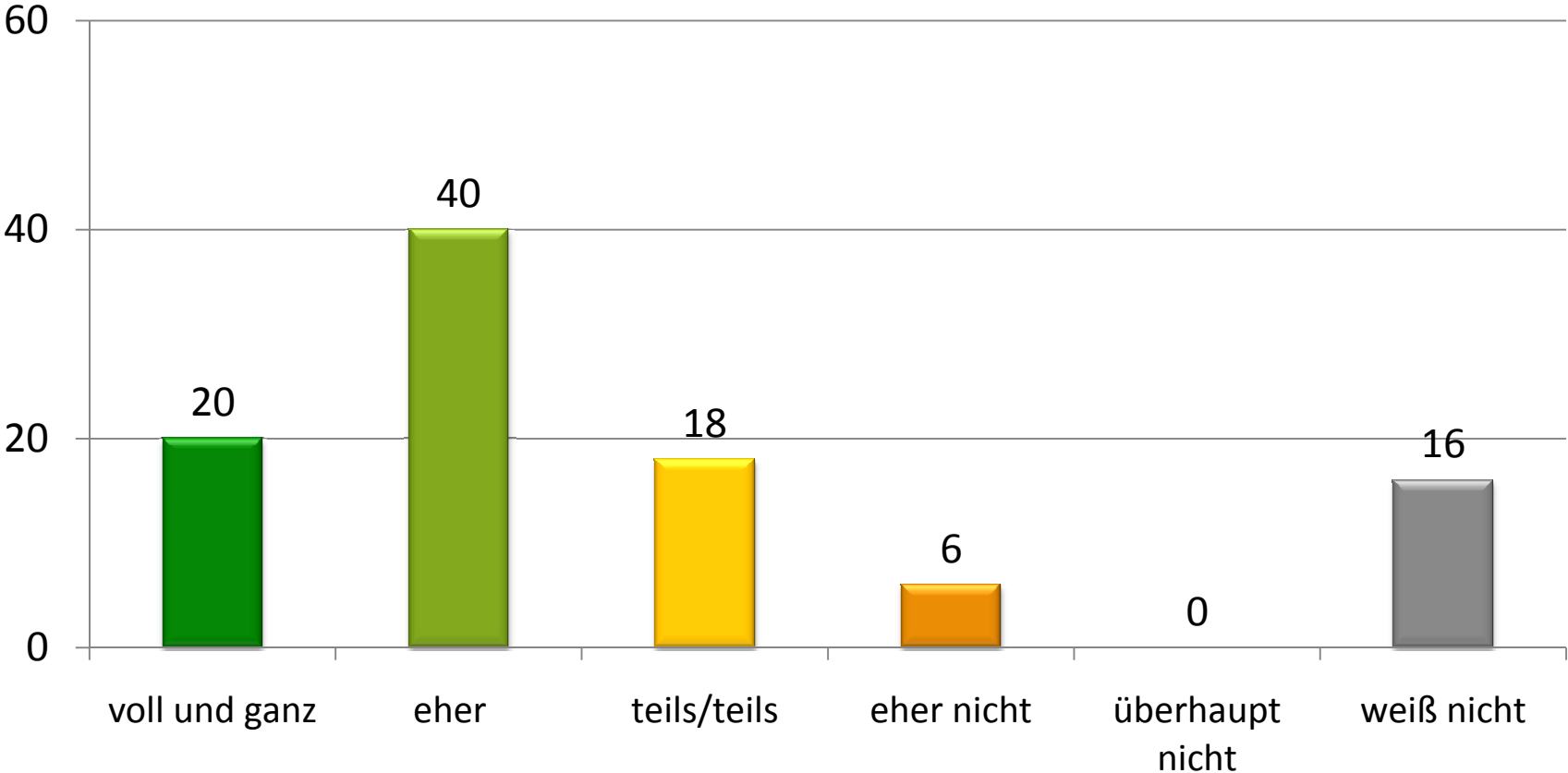


Aussagen IV

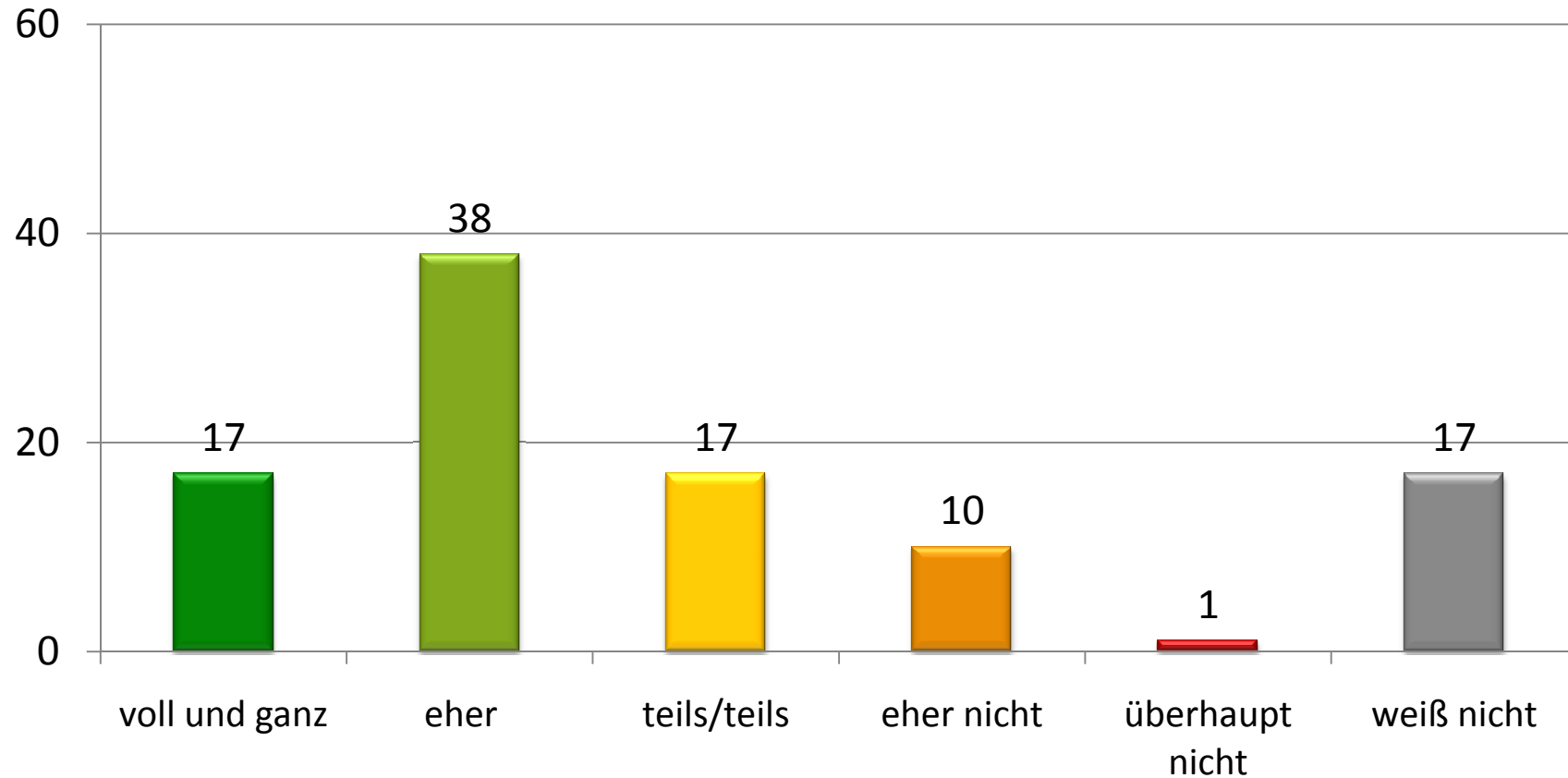
„Die Stadt Schwabach ist eine Stadt, in der man gut einkaufen kann.“



„Die Stadt Schwabach ist eine Stadt für junge Familien.“

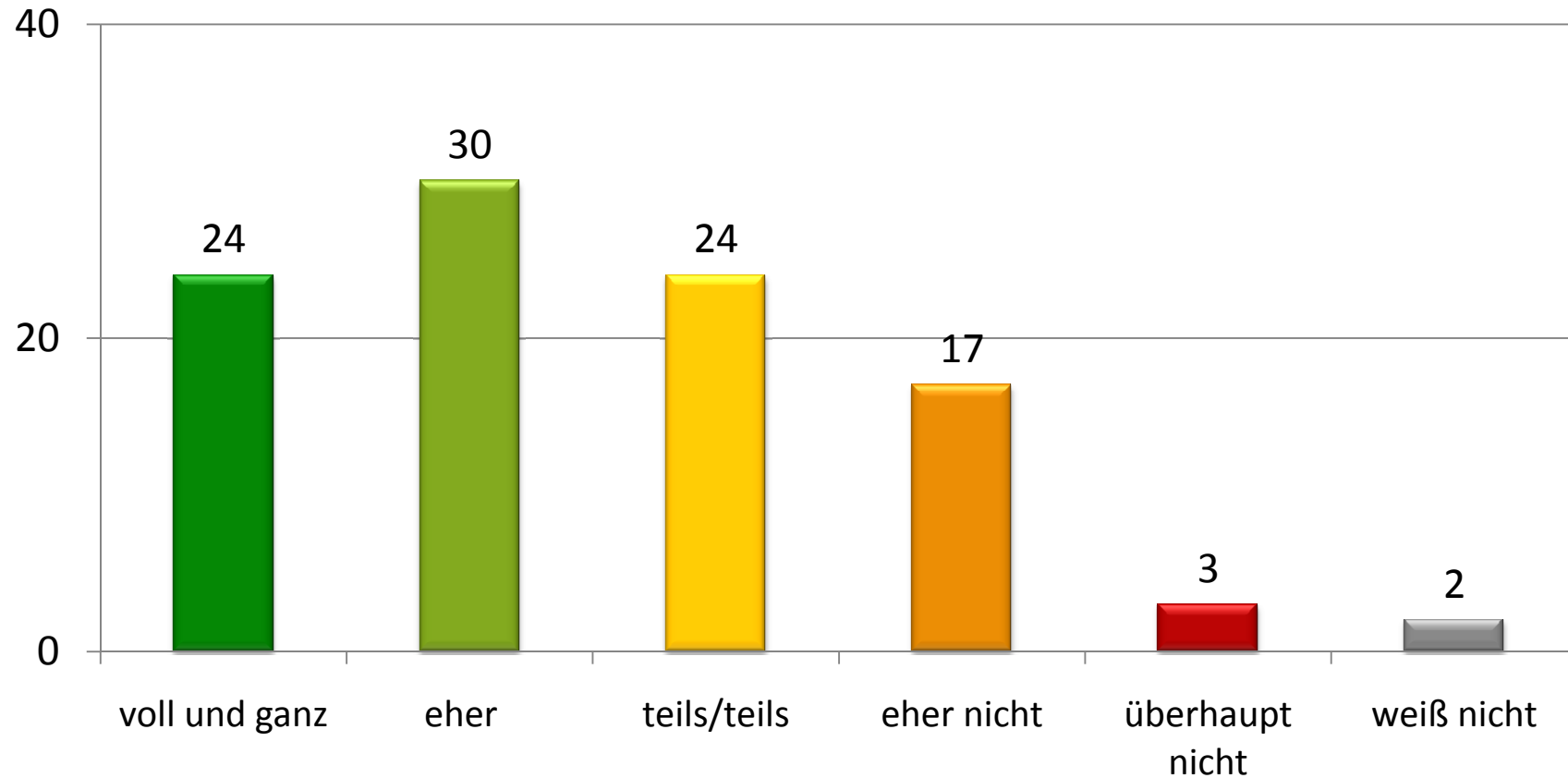


„Die Stadt Schwabach ist ein Standort für neue Unternehmen.“



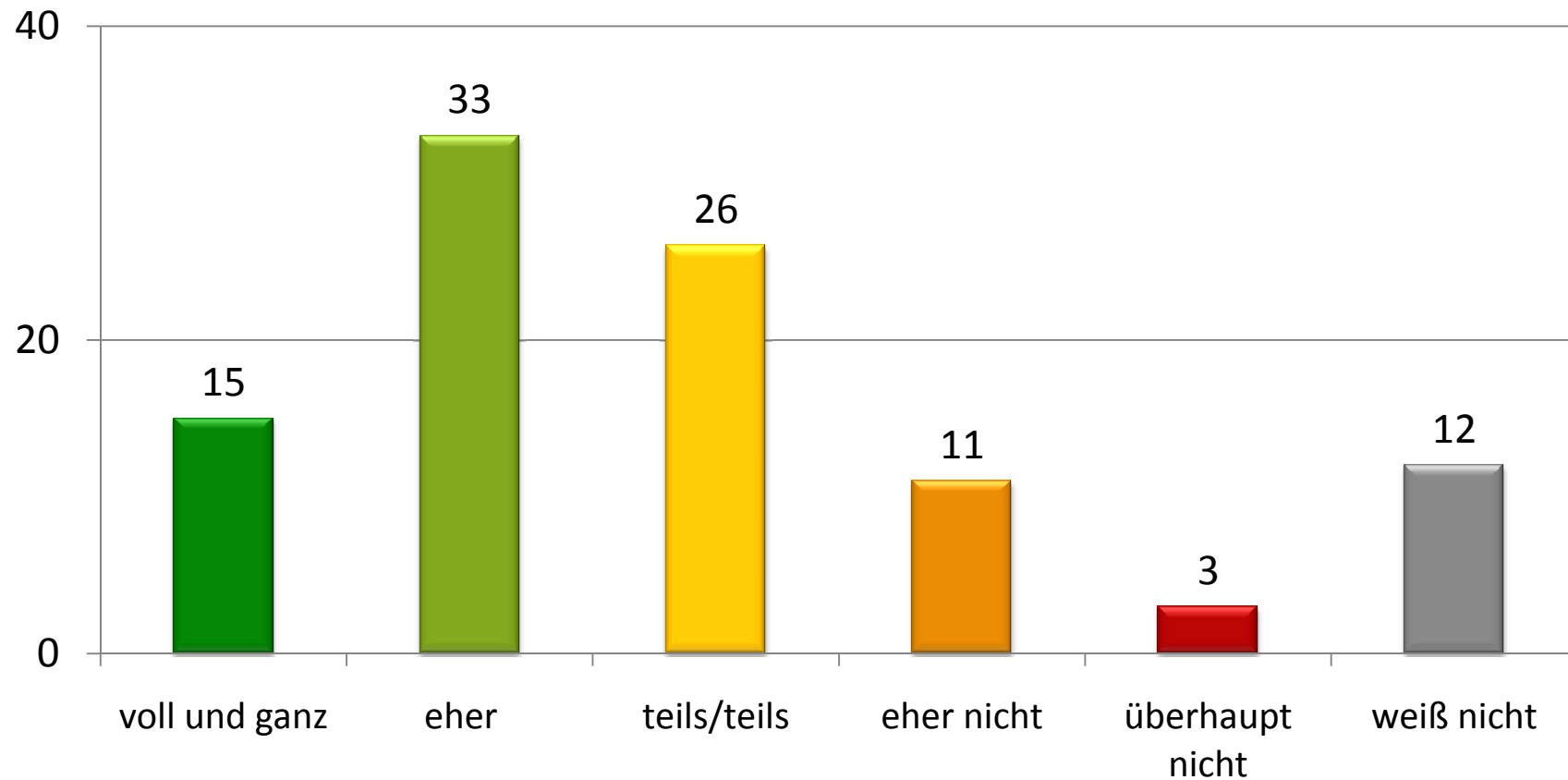
Analyse VII

„Die Stadt Schwabach ist für Touristen ein interessantes Reiseziel.“

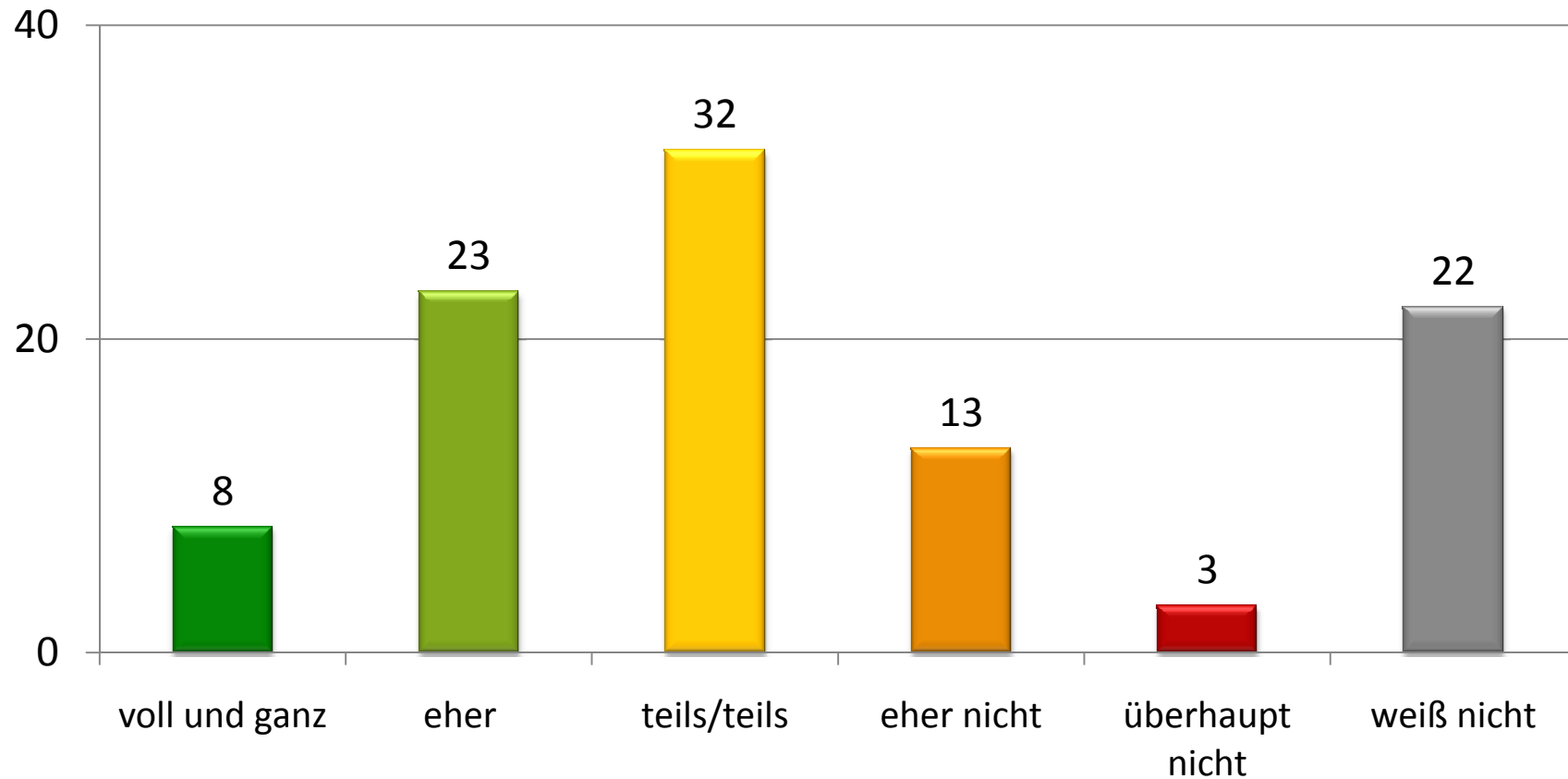


Analyse VIII

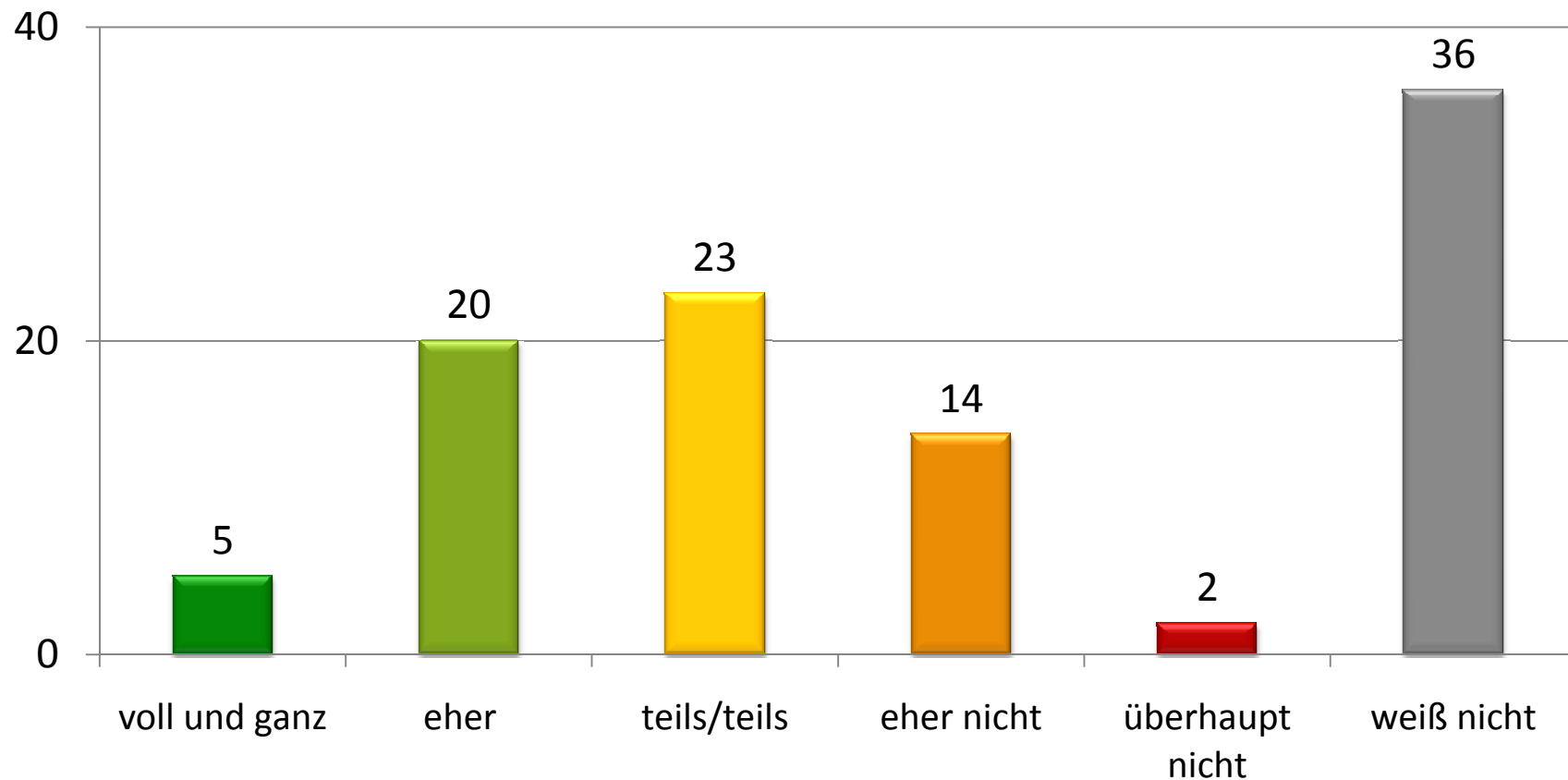
„Die Stadt Schwabach ist eine Stadt der Kultur und Künste.“



„Die Stadt Schwabach ist eine Stadt für leistungsorientierte Menschen.“



„Die Stadt Schwabach ist eine Stadt, die Schulabgängern gute Berufschancen bietet.“





Zwischenfazit IV

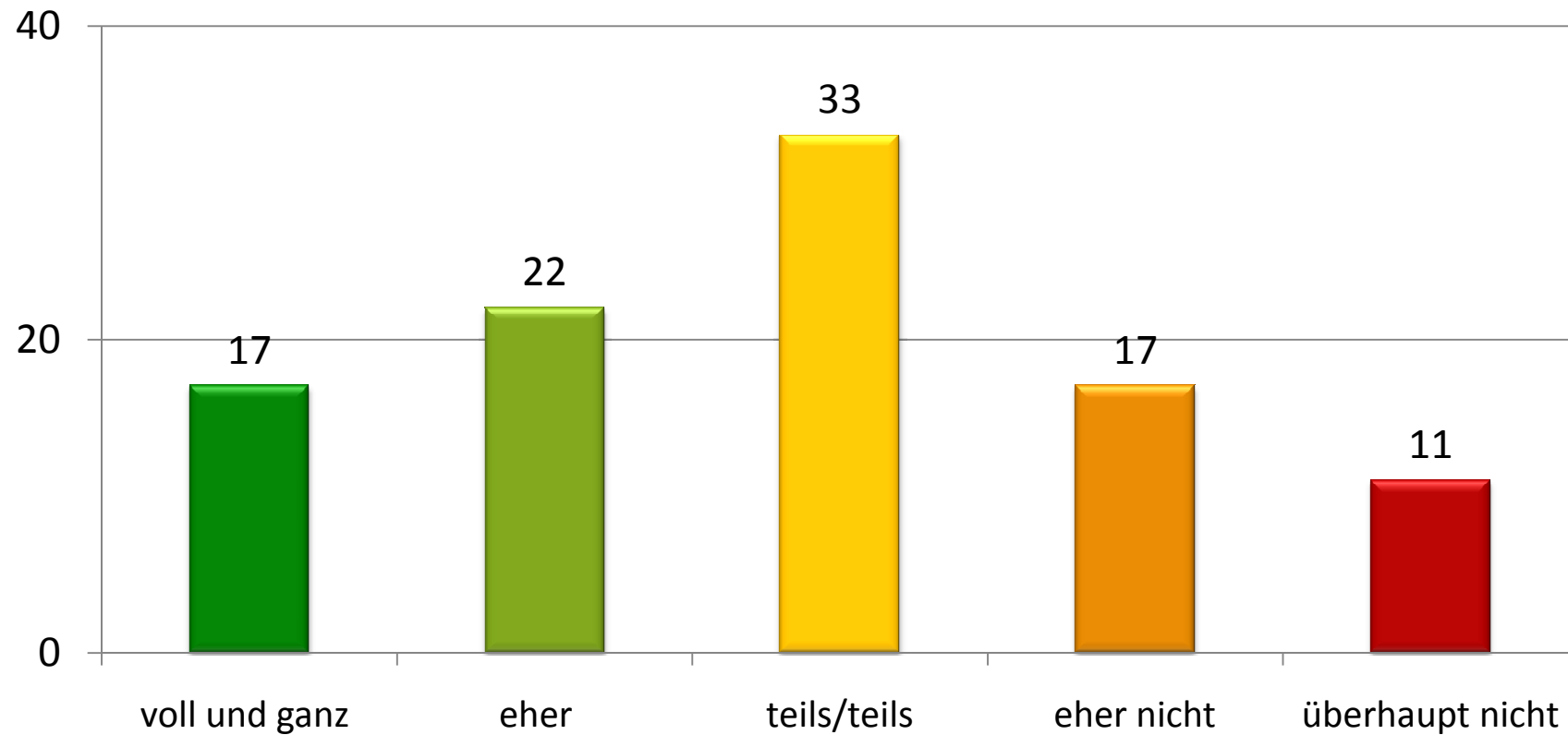
- Tendenziell höhere Zustimmungsraten zu Aussagen, die der Stadt Schwabach Stärken bei „weichen“ Standortfaktoren attestieren (Ausnahme: Kultur!)
- Stärkere Skepsis bei „harten“ Standortfaktoren wie wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit (Unternehmensansiedlungen, Tourismus) und Perspektiven für Berufseinsteiger
- Informationsdefizite bei Variablen wie Zukunftsaussichten der Stadt Schwabach und Potentialen für junge Menschen



VERBUNDENHEIT MIT SCHWABACH

Verbundenheit I

„Fühlen Sie sich ganz allgemein mit der Stadt Schwabach verbunden?“



Verbundenheit II

Verbundenheit mit der Stadt Schwabach nach Alter

	18-35	36-55	über 55	Gesamt
voll und ganz / eher	25	49	47	39
teils / teils	35	34	30	33
eher nicht / überhaupt nicht	40	37	23	28
Gesamt	100	100	100	100

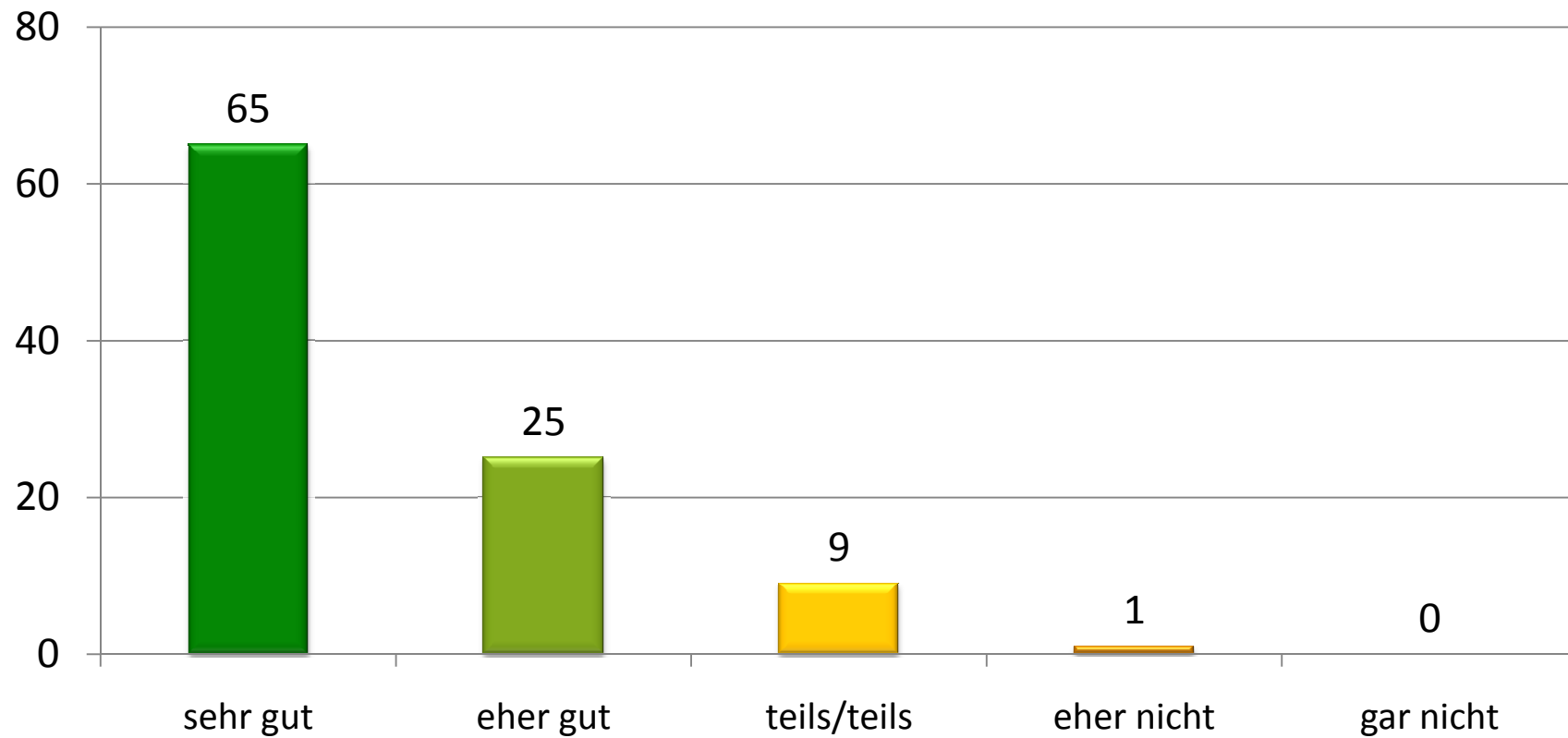
Verbundenheit III

Verbundenheit mit der Stadt Schwabach nach Häufigkeit des Besuchs

	wöchentlich	monatlich	vierteljährlich	jährlich	Gesamt
voll und ganz / eher	58	40	16	2	39
teils / teils	31	34	39	31	33
eher nicht / überhaupt nicht	11	26	45	67	28
Gesamt	100	100	100	100	100

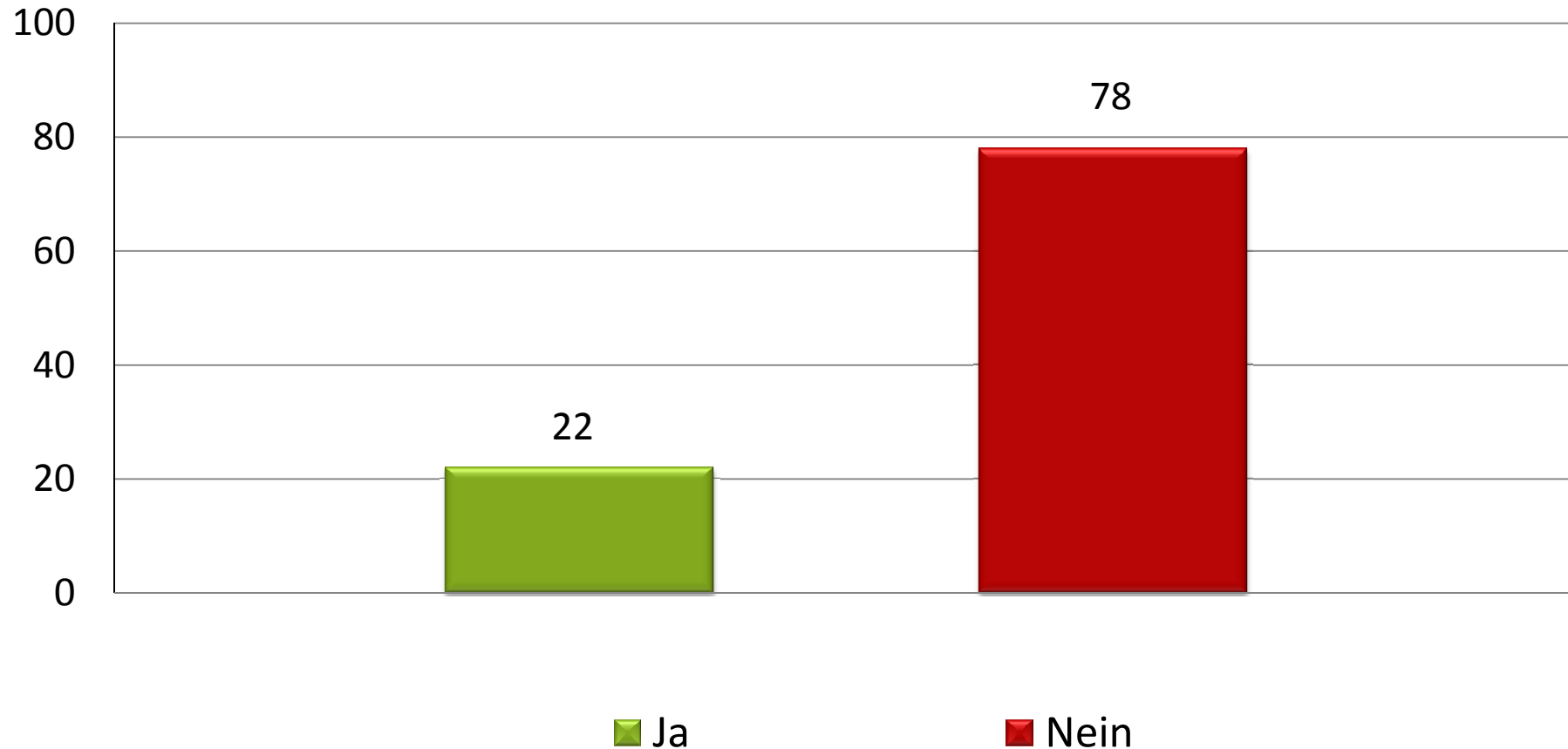
Bürgerfest I

Besucher des Bürgerfestes: „Wie gut hat Ihnen das Schwabacher Bürgerfest gefallen?“



Bürgerfest II

Alle Befragte: „Waren Sie dieses Jahr (2009) beim Schwabacher Bürgerfest?“

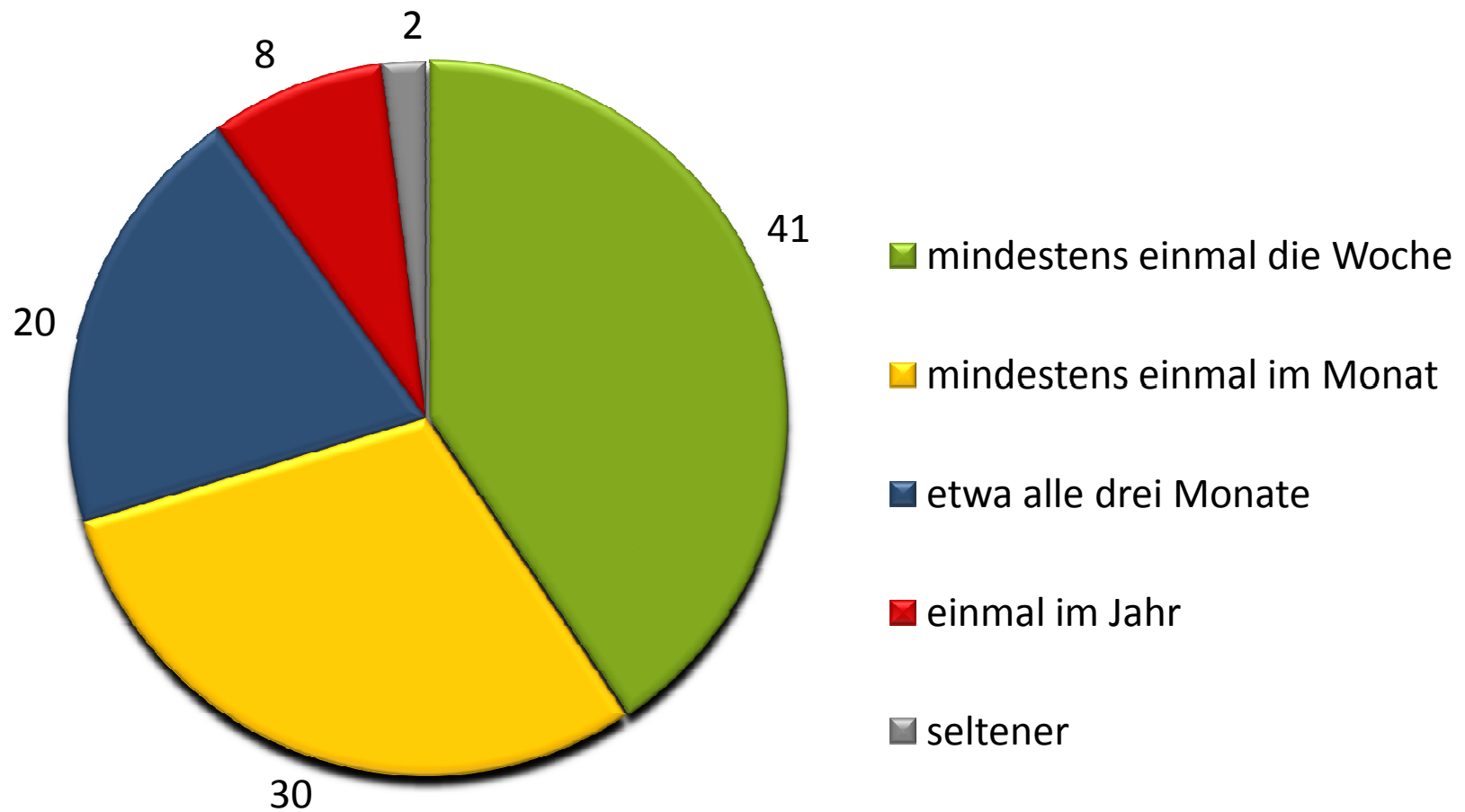


Bürgerfest III

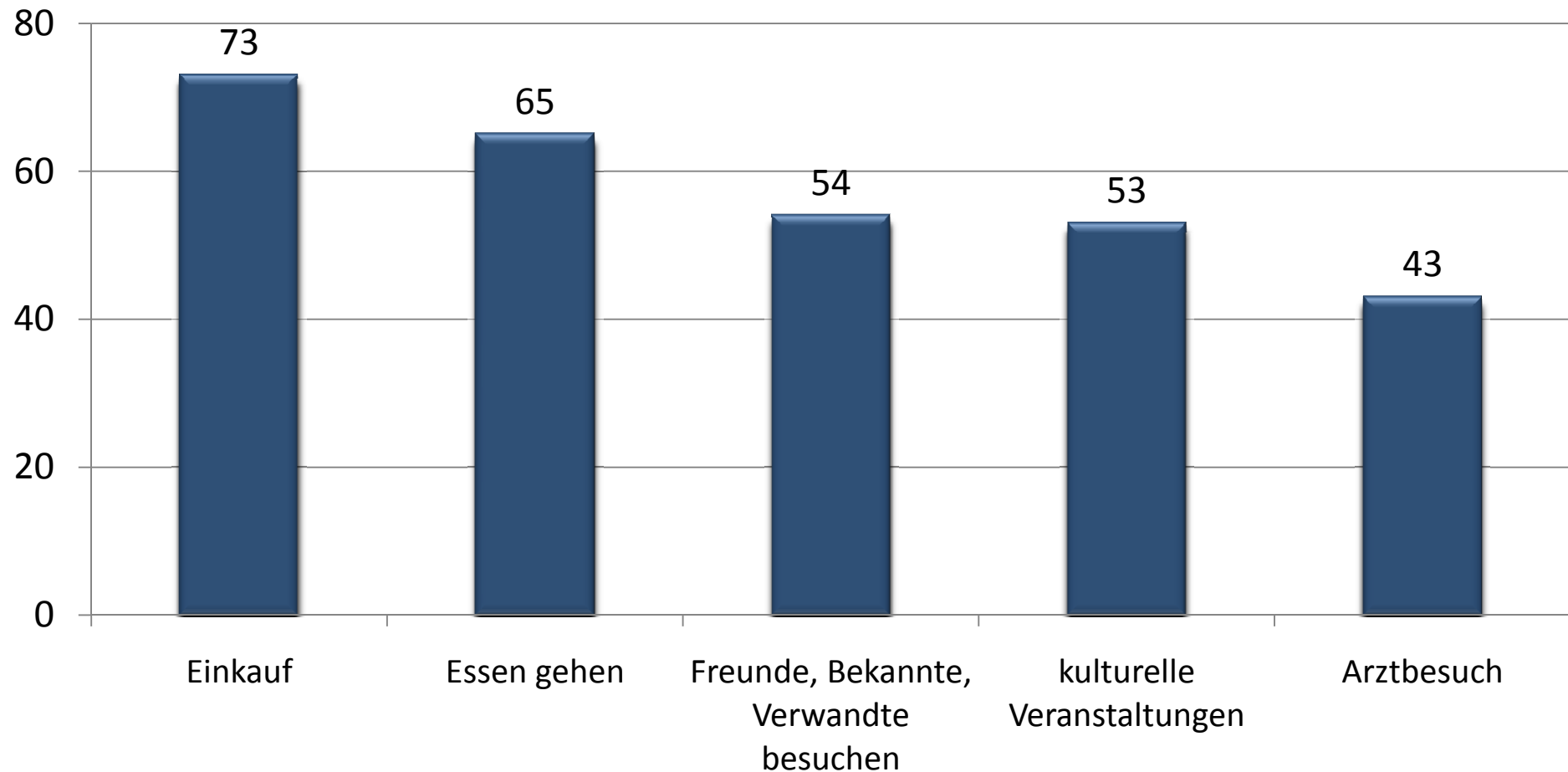
Besuch des Bürgerfestes nach Region

	Nord	Ost	Süd	West	Gesamt
Ja	14	31	25	22	22
Nein	86	69	75	78	78
Gesamt	100	100	100	100	100

„Wie oft sind Sie in Schwabach?“



„Kommen Sie nach Schwabach zum...?“



Häufigkeit Aktivitäten in Schwabach

regelmäßig

- Einkauf
 - 34 % wöchentlich
 - 38 % monatlich
- Besuch von Freunden und Verwandten
 - 25 % wöchentlich
 - 41 % monatlich

häufig

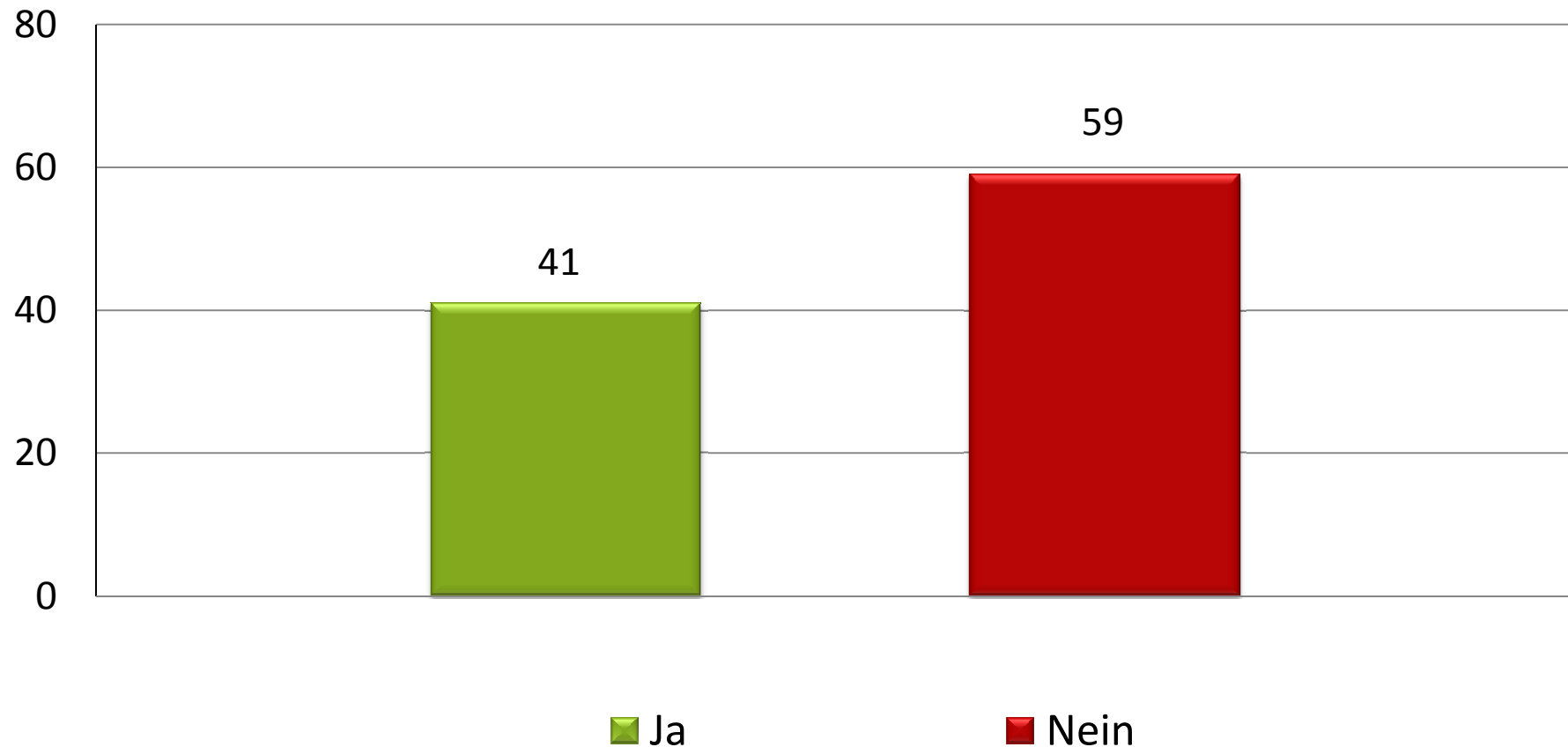
- Essen gehen
 - 4 % wöchentlich
 - 32 % monatlich
 - 42 % alle drei Monate

unregelmäßig

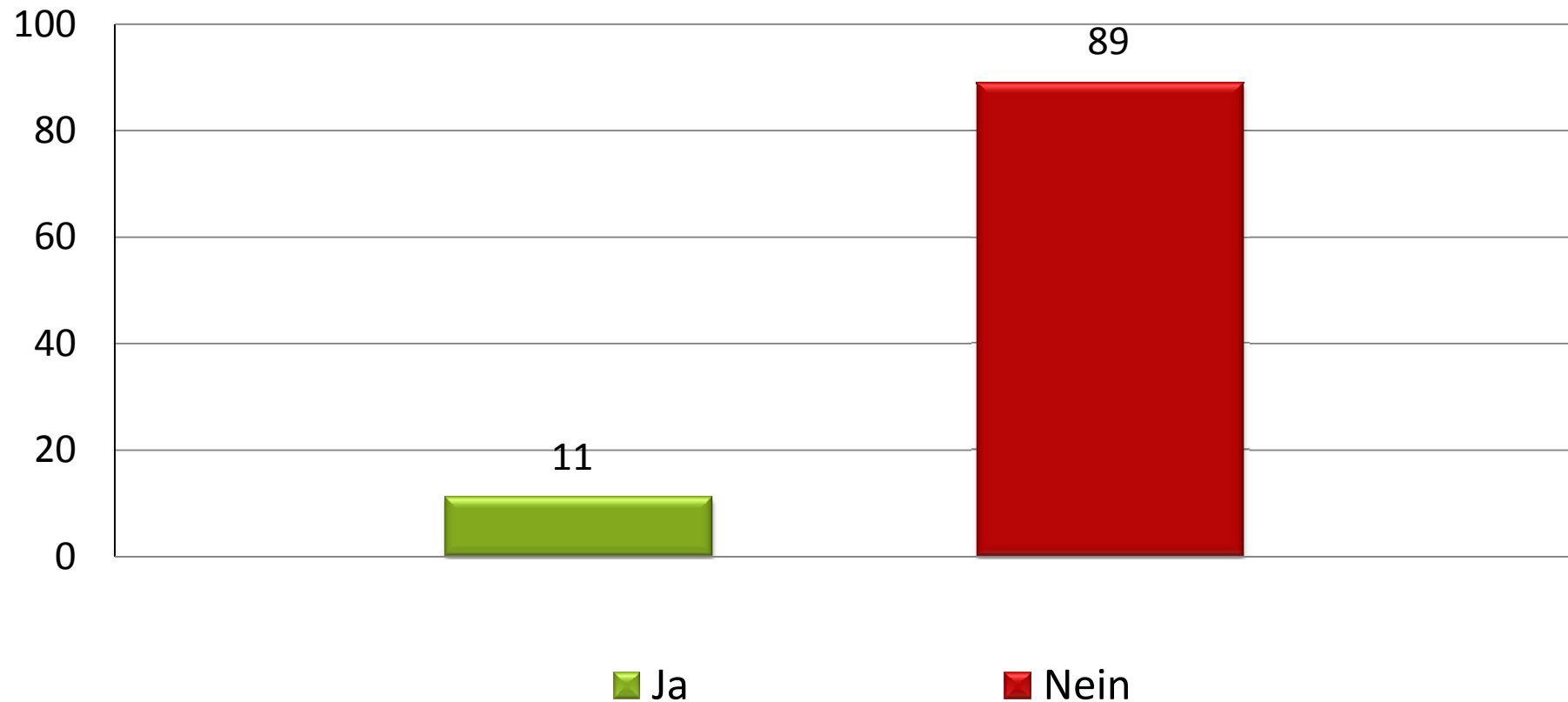
- Kultur
 - 40 % alle drei Monate
 - 33 % einmal im Jahr
 - 6 % seltener
- Arztbesuch
 - 37 % alle drei Monate
 - 37 % einmal im Jahr
 - 8 % seltener

Informationen über Schwabach I

Würden Sie es begrüßen, regelmäßig über das Geschehen (Einzelhandel, Kultur etc.) in Schwabach informiert zu werden?“

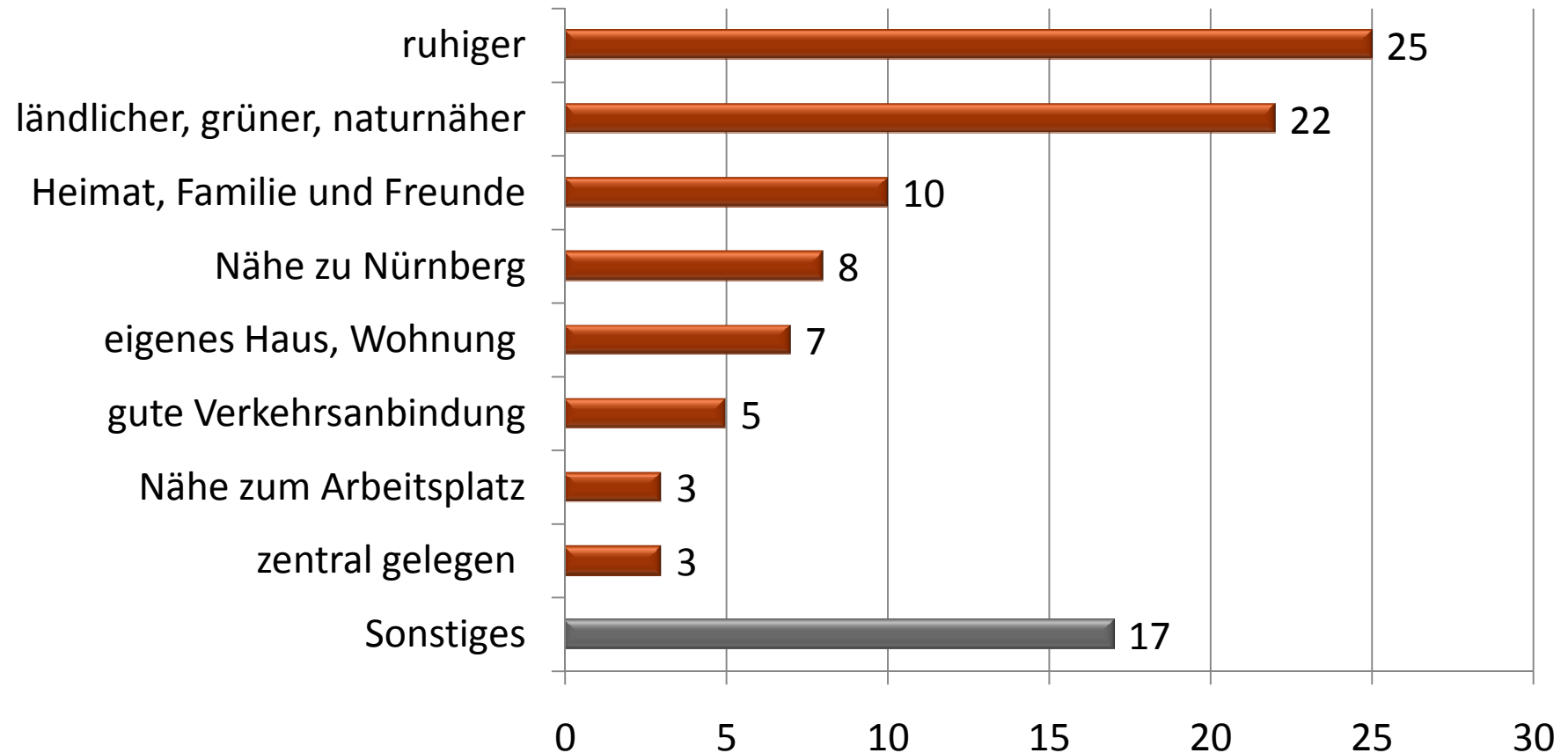


„Momentan wohnen Sie ja im Umland der Stadt Schwabach.
Würden Sie lieber direkt in der Stadt Schwabach leben?“



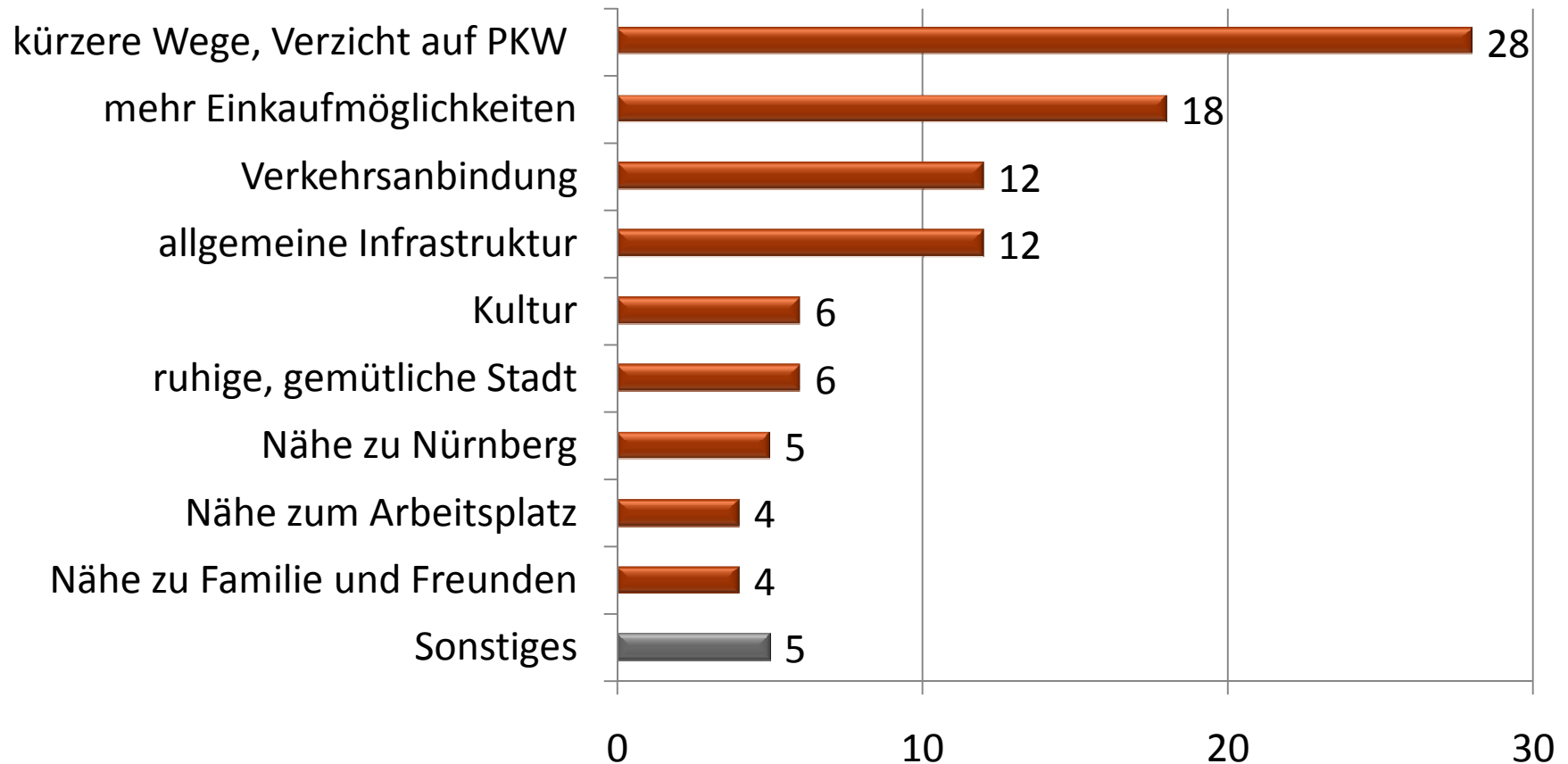
Wohnort II

„Welche Vorteile hat Ihr eigener Wohnort gegenüber der Stadt Schwabach?“



Wohnort III

„Und welche Vorteile hat die Stadt Schwabach gegenüber Ihrem eigenen Wohnort?“





Zwischenfazit V

- Verbundenheit der Umlandbevölkerung mit der Stadt Schwabach bewegt sich nur auf einem mittleren Niveau und fällt unter jüngeren Befragten unterdurchschnittlich aus
- Verbundenheit mit Schwabach korreliert mit der Häufigkeit der Besuche in Schwabach
- Einkauf und Besuch von Freunden und Bekannten als Hauptgründe für regelmäßigen Aufenthalt in Schwabach; nur begrenzte Nutzung von Kulturangeboten
- Befragte sehen Standortvorteile der Stadt Schwabach in kürzeren Wegen als in ihren Heimatorten, den Einkaufsmöglichkeiten und der besseren Infrastruktur



STRATEGISCHE ANSÄTZE



Strategische Ansätze I

- Bereich der Verkehrsinfrastruktur mit den Schwerpunkten Straßenbau und Parkplätze als zentrale Herausforderung der Stadtentwicklung vorantreiben
 - empirische Evidenz
 - Standortfaktor
 - Kampagnenpotential (Öffentlichkeitsarbeit, Bürgerbeteiligung, OB-Gespräche)
- Ausbau und Neuentwicklung generationengerechter Angebote der Stadt Schwabach
 - Stärkung der Beteiligungsmöglichkeiten von Jugendlichen bzw. Senioren (Bürgerkonferenzen, Verbandskontakte etc.)
 - Nutzung der „weichen“ Standortfaktoren wie Familienfreundlichkeit (ruhige, gemütliche Stadt in der Metropolregion Nürnberg)
 - Analyse der Angebote/Erfahrungswerte vergleichbarer Kommunen
 - Zusammenarbeit mit dem Einzelhandel beim Ausbau von Spielflächen für Kinder in der Innenstadt



Strategische Ansätze II

- Bestehende Informationspotentiale nutzen
 - teils hoher Anteil an “weiß nicht”-Antworten an wichtigen Stellen
 - Problemstellung: Bekanntmachung bestehender Maßnahmen und Überzeugung von Kritikern
 - Informationszeitung in Kooperation mit dem Einzelhandel?
- „Goldschlägerstadt Schwabach“
 - Marke hat sich mittlerweile weitgehend etabliert
 - Potential für Tourismus wird in der Wahrnehmung der Umlandbevölkerung aber noch nicht ausreichend genutzt (durchschnittliche Bewertung der touristischen Attraktivität Schwabachs)
 - Herausarbeiten einer Linie Tradition-Moderne („Von der Goldschlägerstadt zur...“)
 - Entwicklung eines Leitbildes mit Einbindung der Bürgerschaft?

VIELEN DANK!