



REGIO-TRANS ^{KMU}

Kurzbericht AP 3

Michael Kress, Madeleine Böhm, Katharina Papke

Ausgewählte Ergebnisse einer Bevölkerungsbefragung im Kreis Steinfurt

Hintergrundpapier zum Pressegespräch
am 22.03.2017 in Steinfurt

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



FONA
Sozial-ökologische
Forschung
BMBF

Inhaltsverzeichnis

1. HINTERGRUND UND METHODE DER BEFRAGUNG	3
1.1. HINTERGRUND UND ZIELSETZUNG DER BEFRAGUNG	3
1.2. METHODE DER BEFRAGUNG	3
2. AUSGESUCHTE ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG.....	4
2.1. BEWERTUNG DES KREISES STEINFURT	4
2.1.1. <i>Bewertung des Kreises Steinfurt als Wohn- und Arbeitsort und Verbundenheit mit dem Kreis....</i>	4
2.1.2. <i>Relevanz verschiedener Merkmale einer Region</i>	5
2.1.3. <i>Bewertung der Merkmale im Kreis Steinfurt.....</i>	5
2.2. WAHRNEHMUNG SOZIAL-ÖKOLOGISCHEM ENGAGEMENTS REGIONALER UNTERNEHMEN	6
2.2.1. <i>Interesse an Informationen und Informationsstand</i>	6
2.2.2. <i>Informationsquellen.....</i>	8
2.2.3. <i>Bewertung sozial-ökologischen Engagements von Unternehmen</i>	8
2.2.4. <i>Regionalität als Merkmal unternehmerischen Handelns.....</i>	9
3. ZUSAMMENFASSUNG.....	10

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: VERTEILUNG VON ALTER , GESCHLECHT UND BILDUNG NACH DER GEWICHTUNG DER STICHPROBE	3
ABBILDUNG 2: BEWERTUNG DER ATTRAKTIVITÄT DES KREIS STEINFURT.....	4
ABBILDUNG 3: VERBUNDENHEIT DER BEVÖLKERUNG MIT DEM KREIS STEINFURT	4
ABBILDUNG 4: WICHTIGKEIT AUSGESUCHTER MERKMALE BEI DER WAHL DES WOHNORTES	5
ABBILDUNG 5: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM JEWEILIGEN MERKMAL AM AKTUELLEN WOHNORT	6
ABBILDUNG 6: AUSMAß DES INFORMATIONSIINTERESSES ÜBER SOZIAL-ÖKOLOGISCHES ENGAGEMENT VON UNTERNEHMEN.....	7
ABBILDUNG 7: INFORMATIONSSSTAND DER BEFRAGTEN ZUM SOZIAL-ÖKOLOGISCHEN ENGAGEMENT VON UNTERNEHMEN	7
ABBILDUNG 8: NUTZUNG VON INFORMATIONSQLLENN.....	8
ABBILDUNG 9: RELEVANZVERGLEICHE DES ENGAGEMENTS UND DER MAßNAHMEN	9
ABBILDUNG 10: RELEVANZVERGLEICH ZWISCHEN DEN MERKMALEN REGIONALEN HANDELNS VON UNTERNEHMEN	9

1. Hintergrund und Methode der Befragung

1.1. Hintergrund und Zielsetzung der Befragung

Im Herbst 2016 wurde im Rahmen des Forschungsprojekts „RegioTrans^{KMU}“ (weitere Informationen zum Projekt finden sich unter www.regio-trans.kmu.de) eine Befragung von Bürger/innen des Kreises Steinfurt durchgeführt. Anhand der Befragung sollte untersucht werden, wie diese den Kreis Steinfurt und das soziale und ökologische Engagement regional ansässiger Unternehmen wahrnehmen. Die zentralen Fragestellungen und Themen der Befragung lauteten:

1. Wie nehmen die Bürger/innen den Kreis Steinfurt wahr?
 - Attraktivität des Kreis Steinfurt
 - Wichtigkeit und Bewertung einzelner Merkmale des Kreis Steinfurt
 - Wahrnehmung und Bewertung sozial-ökologischer Aktivitäten des Kreis Steinfurt
2. Welche Bedeutung hat soziales und ökologisches Engagement von regional ansässigen Unternehmen für die Bürger/innen des Kreises Steinfurt?
 - Verständnis & Kenntnis sozial-ökologischen Engagements regionaler Unternehmen
 - Interesse und Informationswünsche hinsichtlich sozial-ökologischen Engagements
 - Relevanz verschiedener Maßnahmenbereiche sozial-ökologischen Engagements

Neben diesen Kernthemen wurden auch Fragen zum Hintergrund der Befragten (Alter, Geschlecht etc.) abgefragt, anhand derer im späteren Verlauf weitere Analysen stattfinden werden.

1.2. Methode der Befragung

Die Befragung wurde vom Zentrum für Erneuerbare Energien (ZEE) der Universität Freiburg konzipiert und vom SOKO Institut für Sozialforschung und Kommunikation anhand persönlicher und telefonischer Interviews durchgeführt. Um ein für den Kreis Steinfurt repräsentatives Ergebnis zu erhalten, wurde das „Random-Route“ Verfahren zur Auswahl der Zielpersonen eingesetzt. Die qualitativ hochwertige Stichprobe umfasste 1003 Personen, mit denen Interviews vollständig durchgeführt wurden.

Nachdem in der zufällig ausgewählten Stichprobe eine von der Grundgesamtheit abweichende Altersverteilung festgestellt wurde, fand eine Gewichtung des Datensatzes gemäß der Merkmale Alter und Geschlecht statt. Nach dieser Gewichtung des Datensatzes zeigt sich die Verteilung der Merkmale Geschlecht, Alter und Bildung in der Stichprobe wie folgt:

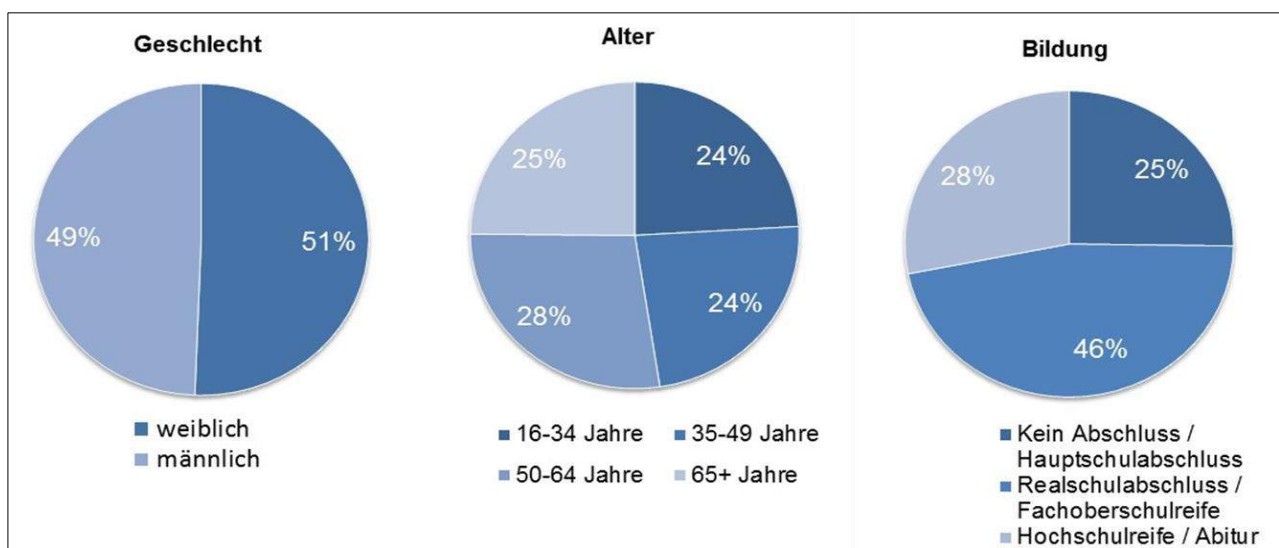


Abbildung 1: Verteilung von Alter , Geschlecht und Bildung nach der Gewichtung der Stichprobe

2. Ausgesuchte Ergebnisse der Befragung

2.1. Bewertung des Kreises Steinfurt

Ziel des ersten Befragungsteils war es herauszufinden wie die Bevölkerung den Kreis Steinfurt hinsichtlich verschiedener Merkmale wahrnimmt und bewertet.

2.1.1. Bewertung des Kreises Steinfurt als Wohn- und Arbeitsort und Verbundenheit mit dem Kreis

Insgesamt wird der Kreis Steinfurt positiv von den Befragten bewertet. Vier von fünf Befragte (78 %) bewerten den Kreis als eine *attraktive Region zum Leben bzw. Wohnen*. Der Aussage, dass der Kreis *eine attraktive Region zum Arbeiten* ist, stimmen nur etwas mehr als die Hälfte der Befragten (57 %) zu.

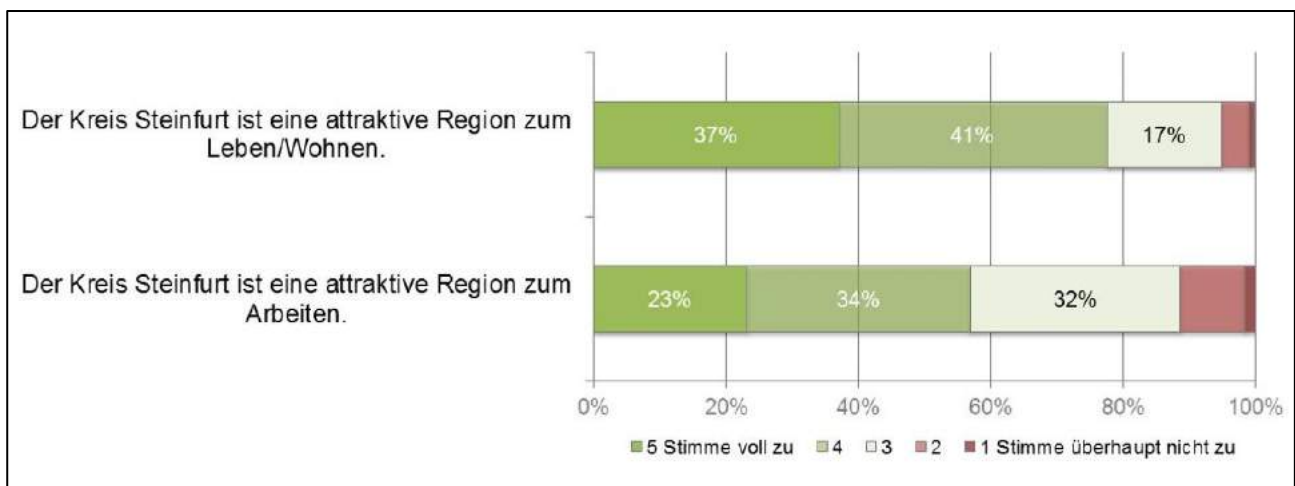


Abbildung 2: Bewertung der Attraktivität des Kreis Steinfurt

Neben der Einordnung der Attraktivität des Kreises als Lebens- und Arbeitsort spielt die Verbundenheit mit der Region eine wichtige Rolle dafür, wie der Kreis bewertet wird. Da rund zwei Fünftel (41 %) der Befragten angeben, sich mit dem Kreis Steinfurt *stark verbunden* zu fühlen und ebenso viele (39 %) angeben, sich mit dem Kreis Steinfurt *ziemlich verbunden* zu fühlen, ist ein *hohes Verbundenheitsgefühl* der Bevölkerung mit dem Kreis Steinfurt auszumachen.

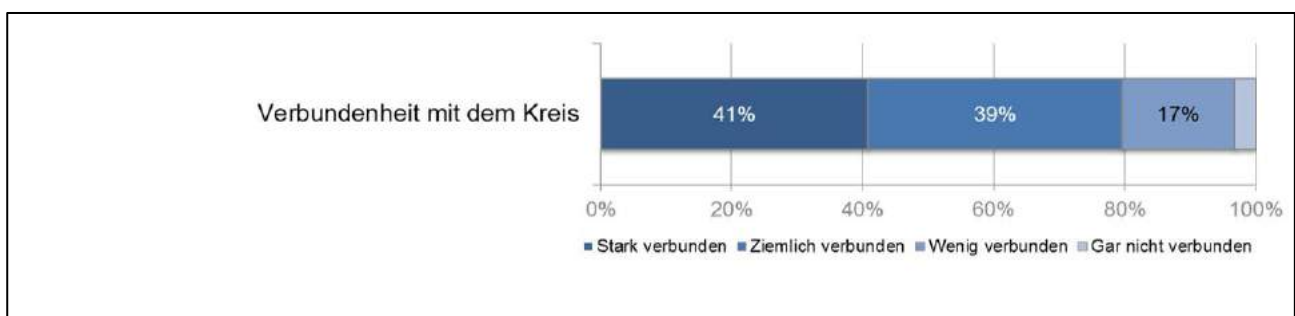


Abbildung 3: Verbundenheit der Bevölkerung mit dem Kreis Steinfurt

2.1.2. Relevanz verschiedener Merkmale einer Region

Für die Bewertung einer Region bzw. eines Wohnortes sind verschiedene Merkmale relevant. Vor einer Bewertung ihres Wohnortes anhand dieser Merkmale wurden die Probanden zunächst gefragt, wie wichtig ihnen diese jeweiligen Merkmale sind.

Für die Befragten in Steinfurt sind besonders die *Versorgungs- und Infrastruktur* sowie die *Wohnungsnahen Grün- und Erholungsflächen* wichtig. An dritter Stelle folgt das Merkmal *Arbeitsmarkt*, welches somit für die Probanden ebenfalls eine sehr wichtige Rolle zu spielen scheint.

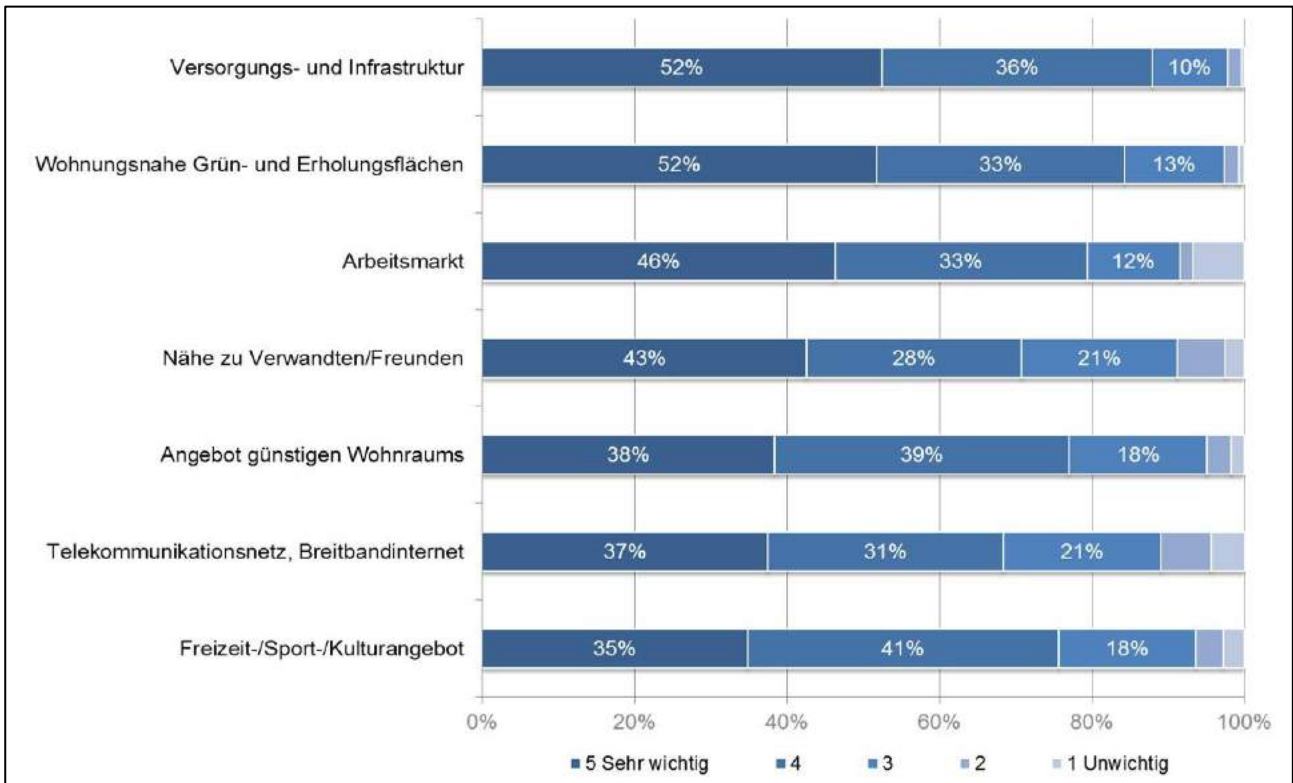


Abbildung 4: Wichtigkeit ausgesuchter Merkmale bei der Wahl des Wohnortes

2.1.3. Bewertung der Merkmale im Kreis Steinfurt

Anschließend wurden die Probanden gefragt, wie zufrieden sie mit den verschiedenen Merkmalen in Ihrem Wohnort sind. Besonders hohe Zufriedenheitswerte zeigen sich bei den *Wohnungsnahen Grün- und Erholungsflächen* sowie der *Nähe zu Verwandten/Freunden*. Am kritischsten werden *Arbeitsmarkt*, *Telekommunikationsnetz/Breitbandinternet* und das *Angebot günstigen Wohnraums* bewertet.

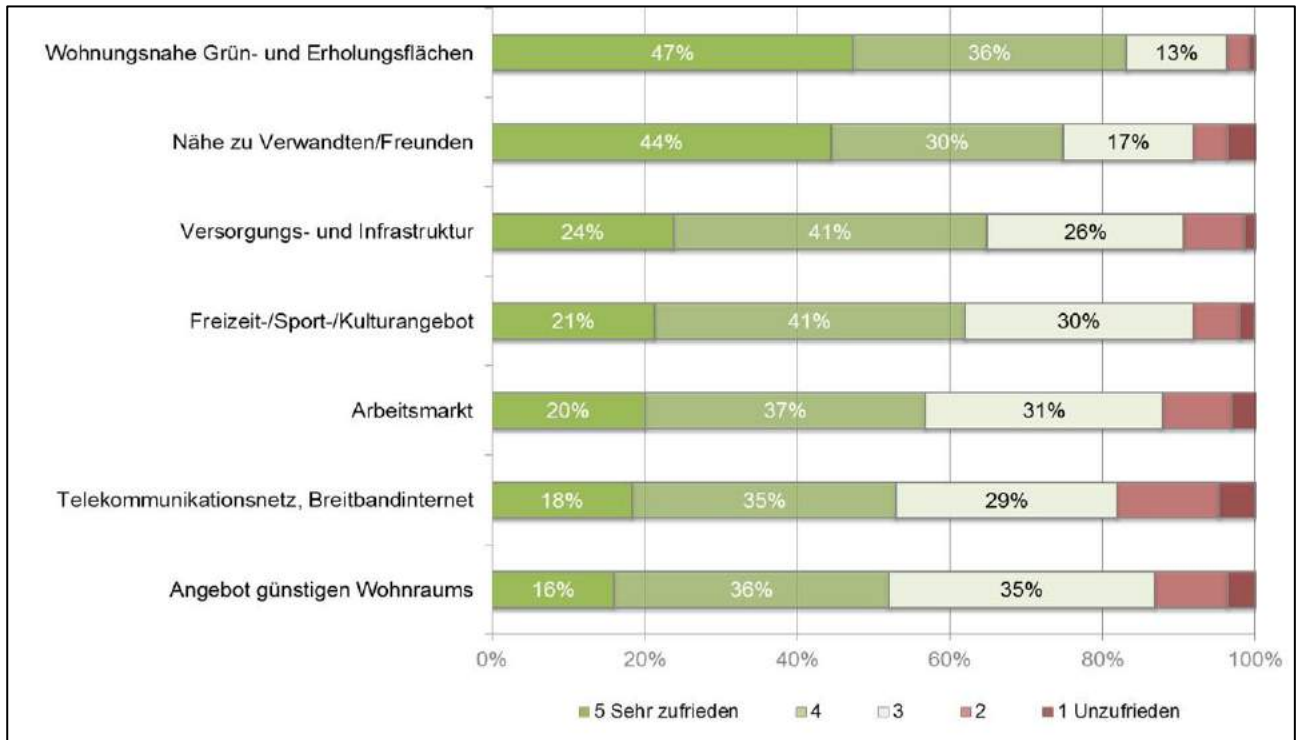


Abbildung 5: Zufriedenheit mit dem jeweiligen Merkmal am aktuellen Wohnort

Im Vergleich der Wichtigkeit und der Zufriedenheit der Merkmale fällt auf, dass sich beide Faktoren – die Relevanz von Merkmalen und die tatsächliche Bewertung am Wohnort – sehr nahe kommen. Die Menschen sind also mit den Faktoren, die ihnen für ihren Lebens- und Arbeitsort wichtig sind, größtenteils auch zufrieden. Die größten Differenzen – und damit Handlungsbedarfe – ergeben sich für die Merkmale *Versorgungs- und Infrastruktur* und *Angebot günstigen Wohnraums*. Auch messen die Proband/innen dem Merkmal *Arbeitsmarkt* eine hohe Bedeutung bei eher kritischer Bewertung zu.

2.2. Wahrnehmung sozial-ökologischen Engagements regionaler Unternehmen

Im zweiten Themenblock der Untersuchung wurden die Proband/innen zu ihrem Interesse, ihrer Wahrnehmung und auch zu ihrer Bewertung von freiwilligem sozialen und ökologischen Engagements von regional ansässigen Unternehmen befragt.

2.2.1. Interesse an Informationen und Informationsstand

Etwas mehr als ein Drittel (37 %) der Befragten gibt an, *sich prinzipiell für Informationen über das soziale und ökologische Engagement von Unternehmen zu interessieren*. Ein geringfügig größerer Teil (42 % der Befragten) gibt an, ein solches *Interesse hänge von dem jeweiligen Produkt, bzw. der Art der Dienstleistung ab*.

Somit steht eine Mehrheit der Proband/innen Informationen über das soziale oder ökologische Engagement von Unternehmen aus der Region mit Interesse gegenüber – auch wenn davon rund die Hälfte ihr Interesse an bestimmte Kategorien, bzw. Merkmale des Produktes oder der Dienstleistung geknüpft ist.

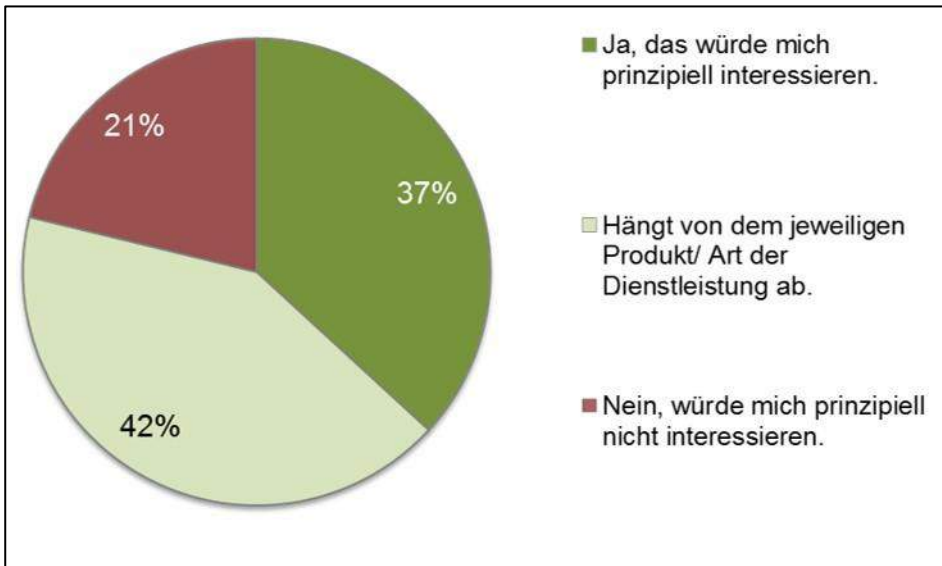


Abbildung 6: Ausmaß des Informationsinteresses über sozial-ökologisches Engagement von Unternehmen

Diesem relativ starken Interesse an Informationen über das sozial-ökologische Engagement von Unternehmen steht die Frage gegenüber, wie die Bevölkerung ihren aktuellen Informationsstand auf diesem Gebiet einschätzt.

Lediglich einige wenige Befragte (3 %) fühlen sich *sehr gut* zum sozialen und ökologischen Engagement von Unternehmen in der Region informiert. Nimmt man zusätzlich *die Antwortkategorie 4* hinzu, so bleibt der Anteil der Informierten relativ gering (unter 20 %). Der Informationsstand bietet somit Raum für Optimierungsmöglichkeiten.

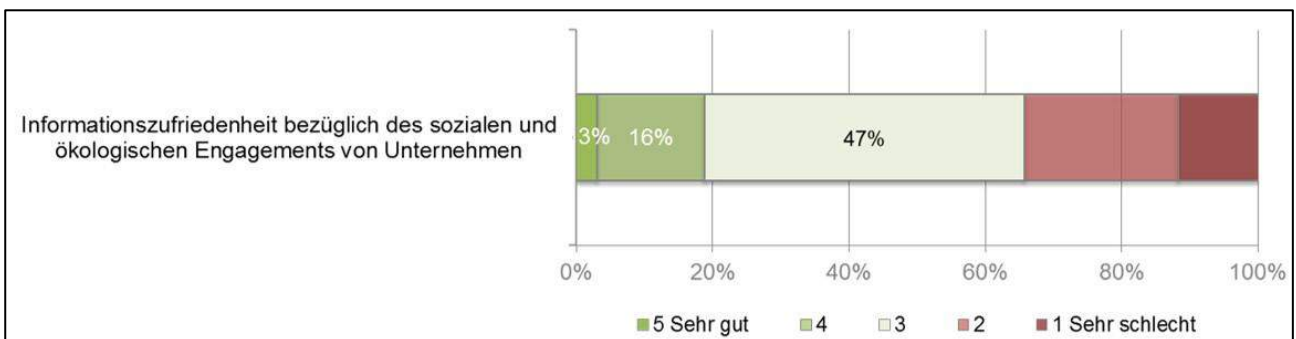


Abbildung 7: Informationsstand der Befragten zum sozial-ökologischen Engagement von Unternehmen

2.2.2. Informationsquellen

Der aktuelle Informationsstand lässt die Frage aufkommen, durch welche Quellen und Medien die Bevölkerung über das soziale und ökologische Engagement der Unternehmen informiert werden möchte. Fast neun von zehn Befragten (87 %) würden sich zu diesem Thema über die *regionale Presse* informieren. Das *Internet* sowie *Informationen durch den Landkreis* sind ebenfalls für ca. zwei Drittel (68 % bzw. 60 %) der Befragten wichtige Kommunikationskanäle, um über die sozialen und ökologischen Aktivitäten von Unternehmen zu informieren.

Nachfolgende Grafik fasst die Nutzungspräferenzen der Befragten zu den konkreten Informationsquellen zusammen:

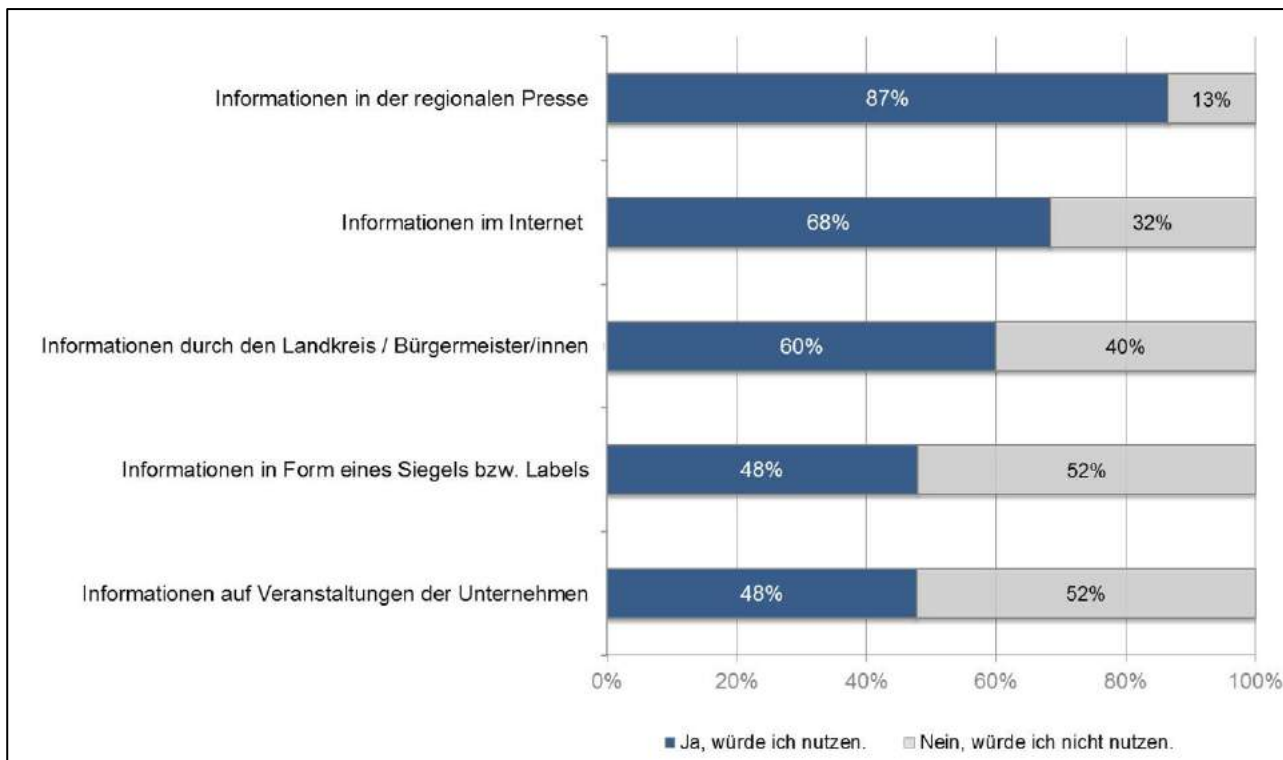


Abbildung 8: Nutzung von Informationsquellen

2.2.3. Bewertung sozial-ökologischen Engagements von Unternehmen

Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten für Unternehmen, sich sozial und ökologisch zu engagieren. Um abschätzen zu können, an welchen Themen bzw. Maßnahmen von Unternehmen die Bevölkerung interessiert ist, wurden die Befragten gebeten, verschiedene Arten von sozialem und ökologischem Engagement in eine Rangfolge zu bringen. Diese Rangfolge soll einen Hinweis darauf geben, welche Maßnahmen von Unternehmen den Befragten wichtiger sind.

Generell ist zu beobachten, dass einem Großteil der Befragten *Soziales Engagement* von Unternehmen wichtiger ist als *ökologisches Engagement*. Über knapp drei Viertel (72 %) der Befragten geben im direkten Vergleich an, dass Soziales Engagement wichtig sei, für den Rest (28 %) der Befragten ist das ökologische Engagement von Unternehmen wichtiger.

Unter den sozialen Maßnahmen fällt auf, dass *Maßnahmen für Mitarbeiter/innen* von einer eindeutigen Mehrheit der Proband/innen (62 %) genannt werden, gefolgt von *Maßnahmen für die Gesellschaft im Allgemeinen* (25 % der Nennungen) und *Sozialen Maßnahmen für die Region* (13 %).

Im Bereich des *Ökologischen Engagements* von Unternehmen wird der Bereich *Maßnahmen zur Vermeidung von Umweltschäden in der unmittelbaren Umgebung/ Region* von einer Mehrheit der Befragten (61 %) deutlich priorisiert. Dahinter folgen die Maßnahmen im Bereich *Klimaschutz/ Energie* (24 %) sowie *Maßnahmen im Bereich Ressourcenverbrauch* (15 %). Zu betonen ist hier jedoch, dass auch diese, hier nicht priorisierten, Maßnahmenbereiche bei einer direkten Abfrage der Wichtigkeit dieser Formen des Engagement ebenfalls von einer überwiegenden Mehrheit (über drei Viertel der Befragten) als wichtig betrachtet werden.

Die Wahl der wichtigsten Maßnahmenbereiche (*Soziale Maßnahmen für Mitarbeiter/innen* und *Vermeidung von Umweltschäden in der unmittelbaren Umgebung/ Region*) lässt vermuten, dass die direkte Betroffenheit und der lebensräumliche Bezug für die Proband/innen einen wichtigen Faktor für die Bewertung darstellen.

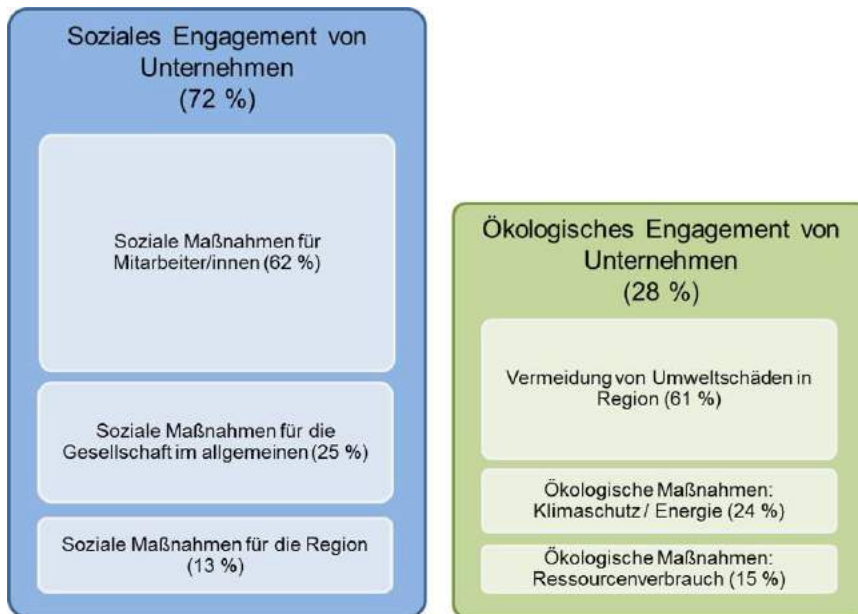
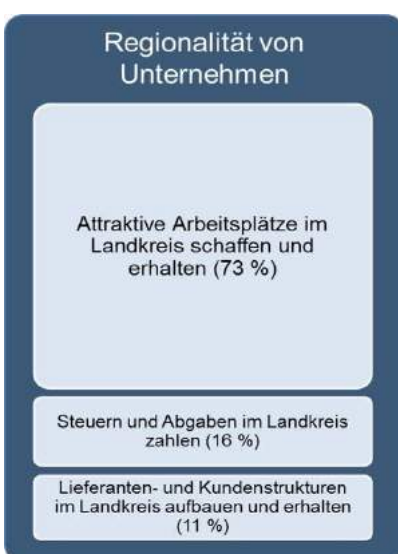


Abbildung 9: Relevanzvergleiche des Engagements und der Maßnahmen

2.2.4. Regionalität als Merkmal unternehmerischen Handelns



Neben dem sozialen und ökologischen Engagement von Unternehmen wurde außerdem untersucht, welches regionale Engagement von den Befragten am meisten präferiert wird. Wie schon bei den sozialen und ökologischen Maßnahmen wurden die Interviewten deshalb gebeten, verschiedene regionale Aktivitäten in eine Priorisierungsreihenfolge zu bringen.

Auch hier wird eines der Merkmale – nämlich *Attraktive Arbeitsplätze im Landkreis schaffen und erhalten* – von der Mehrheit der Befragten (73 %) deutlich priorisiert. Die anderen beiden Merkmale (*Steuern und Abgaben im Landkreis* sowie *Lieferanten- und Kundenstrukturen im Landkreis*) werden nur von einem kleinen Teil der Befragten (16 % bzw. 11 %) priorisiert. Auch hier ist jedoch zu ergänzen, dass auch diese Themen bei einer direkten Abfrage der Wichtigkeit ebenfalls von einer überwiegenden Mehrheit (über drei Viertel der Befragten) als wichtig betrachtet werden.

Abbildung 10: Relevanzvergleich zwischen den Merkmalen regionalen Handelns von Unternehmen

3. Zusammenfassung

Die dargestellten (ausgewählten) Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung können vor dem Hintergrund der in Kapitel 1 dargestellten Fragestellungen wie folgt zusammengefasst werden:

1. Wie nehmen die Bürger/innen den Kreis Steinfurt wahr?

- Der Kreis Steinfurt wird von Bürger/innen insgesamt als attraktiv zum Leben & Wohnen eingeschätzt.
- Den größten Handlungsbedarf sehen die Bürger/innen in den Themen Arbeitsmarkt, Infrastruktur und günstiger Wohnraum.

2. Welche Bedeutung haben soziales und ökologisches Engagement von regional ansässigen Unternehmen für die Bürger/innen des Kreises Steinfurt?

- Es besteht großes Interesse an sozialem und ökologischem Engagement, die Bürger/innen fühlen sich allerdings nicht gut informiert.
- Wichtigstes Thema im Bereich des sozialen Engagements ist, dass die Unternehmen „Angebote für die eigenen Mitarbeiter/innen“ bereitstellen.
- Wichtigstes Thema im Bereich des ökologischen Engagements ist die „Vermeidung von Umweltschäden in der Region“.

Kontakt für Rückfragen

Michael Kress
Albert-Ludwigs-Universität Freiburg
Zentrum für Erneuerbare Energien (ZEE)
Tennenbacher Straße 4
79106 Freiburg
Tel. 0761-203-98562
E-Mail: michael.kress@zee.uni-freiburg.de