

Einwohnerbefragung Cittaslow

// Basisauswertung

Wachstum fördern...

IMT



Gliederung

1	METHODIK	2
2	MANAGEMENT SUMMARY	4
3	MERKMALE DER BEFRAGTEN GRUPPEN	10
4	UNIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	35
5	BIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	97
	COPYRIGHT, IMPRESSUM	173

IMT

1. Methodik

Ziele

- Generierung von Erkenntnissen zu den Themen **Lebensqualität und Tourismus in Cittaslow-Städten** in Deutschland aus Sicht der Einwohnerinnen und Einwohner

Untersuchungsschwerpunkte

- **Rolle des Tourismus** in drei ausgewählten Cittaslow-Städten
- **Eigenschaften / Persönlichkeiten** der drei Cittaslow-Städte
- **Wichtigkeit und Zufriedenheit** mit verschiedenen Aspekten
- **Bekanntheit** der Initiative Cittaslow
- Auswirkungen der **Mitgliedschaft in Cittaslow Deutschland**

Untersuchungsdesign

- **Befragung** der Einwohnerinnen und Einwohner in den Städten Bad Essen, Deidesheim und Meldorf
- **Gesamt-Stichprobenumfang:** 788 Befragte
- 3 Teilstichproben, je Stadt separate **CATI-Ad hoc-Befragung**

Laufzeit

- **Erhebungszeitraum:** 12.06.2017 bis 27.06.2017
- **Befragungszeit:** i.d.R. zwischen 16:00 bis 20:45 Uhr

Gliederung

1	METHODIK	2
2	MANAGEMENT SUMMARY	4
3	MERKMALE DER BEFRAGTEN GRUPPEN	10
4	UNIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	35
5	BIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	97
	COPYRIGHT, IMPRESSUM	173

IMT

2. Management Summary

Der vorliegende Berichtsband stellt die Ergebnisse einer Einwohnerbefragung zum Thema „**Cittaslow**“ für die Städte Bad Essen, Deidesheim und Meldorf vor. Die telefonischen CATI-Ad hoc-Befragungen wurden im Zeitraum vom 12.06. bis 27.06.2017 durchgeführt. Ziel der Befragung war es, Erkenntnisse über die **Lebensqualität**, die **Zufriedenheit** und den **Tourismus in Cittaslow-Städten** in Deutschland aus Sicht der Einwohnerinnen und Einwohner zu generieren.

Die Untersuchungsschwerpunkte wurden dabei wie folgt gewählt:

- **Rolle des Tourismus** in drei ausgewählten Cittaslow-Städten
- **Eigenschaften / Persönlichkeiten** der drei Cittaslow-Städte
- **Wichtigkeit und Zufriedenheit** mit verschiedenen Aspekten
- **Bekanntheit** der Initiative Cittaslow
- Auswirkungen der **Mitgliedschaft in Cittaslow Deutschland**

Das Management Summary gibt einen Kurzüberblick über die Studie und fasst die Kernergebnisse des Gesamtberichts für die drei Destinationen zusammen.

Im Bericht werden zunächst die **soziodemografischen Merkmale der Befragten** in jeder Stadt beschrieben. Aufgrund der Größe der Städte konnten die Befragungen nicht bevölkerungsrepräsentativ durchgeführt werden. Tendenziell wurde eher die ältere, formal höher gebildete Bevölkerung in den drei Städten durch die telefonischen Befragungen erreicht. Die Befragungen sind jedoch repräsentativ für den Querschnitt der Bevölkerung in den einzelnen Städten, die über einen eingetragenen Festnetzanschluss verfügen.

Anschließend werden die **univariaten Befragungsergebnisse für die drei Cittaslow-Städte** einzeln dargestellt. Eine Kurzzusammenfassung für die einzelnen Städte findet sich auf den folgenden Seiten. Daran schließt sich eine Gegenüberstellung der Ergebnisse für die drei Städte an.

Im letzten Teil sind die Ergebnisse **bivariater Auswertungen** enthalten. Als Kreuzfragen dienen dabei die Bekanntheit der Mitgliedschaft in der Vereinigung Cittaslow Deutschland (bekannt – nicht bekannt) und die Beurteilung zur Entwicklung der Lebensqualität (verbessert – gleich geblieben) sowie die soziodemografischen Merkmale Bildung und Haushaltsnettoeinkommen. Für Bad Essen wurde zudem der Wohnort (Gemeinde oder Ortschaft Bad Essen) als weiteres soziodemografisches Merkmal in die bivariate Auswertung einbezogen.



2. Management Summary

Kernergebnisse Bad Essen

In Bad Essen wurden insgesamt 338 BürgerInnen befragt.

Eigenschaften

Bad Essen erhält von den Befragten die höchste Zustimmung für die Beschreibung „ist ein Ort, in dem ich gerne lebe“ (Mittelwert 4,4 auf einer Skala von 1 = „trifft überhaupt nicht zu“ bis 5 = „trifft voll und ganz zu“). Auch ist es „ein Ort, der für Besucher attraktiv ist“ (4,3) und „geeignet für Unternehmungen in Natur und Landschaft“ (4,3). Die geringste Zustimmung erhält die Beschreibung „ist barrierefrei gestaltet“ (3,2). Positive Bewertungen erhalten die Eigenschaften „lebenswert“, „gastfreundlich“ (je 4,2) und „liebenswert“ (4,1), während die Eigenschaften „langweilig“ (2,2) und „langsam“ (2,9) als am wenigsten zutreffend bewertet werden.

89% der Befragten sind insgesamt sehr zufrieden oder zufrieden mit Bad Essen. Unter den einzeln abgefragten Aspekten sind die Befragten am zufriedensten mit der Natur und Landschaft sowie den Einkaufsmöglichkeiten (jeweils 80% „sehr zufrieden“ + „zufrieden“), gefolgt von dem Angebot an Pflegeeinrichtungen (76%) und dem Ortsbild (73%).

Aussagen zum Tourismus

Die Aussagen, die einen positiven Effekt des Tourismus beschreiben, werden von den Befragten in Bad Essen durchweg zustimmend beurteilt. Die höchste Zustimmung erreicht die Aussage „der Tourismus ist wichtig für die Stadt“ (Mittelwert 4,4 auf einer Skala von 1 = „trifft überhaupt nicht zu“ bis 5 = „trifft voll und ganz zu“), gefolgt von den Aussagen „ich empfinde es als bereichernd, dass Gäste die Stadt besuchen“ und „der Einzelhandel profitiert vom Tourismus“ (jeweils 4,3). Eine nur geringe Zustimmung erhalten die Aussagen „ich fühle mich durch den Tourismus gestört“ (1,7) und „Touristen sollten räumlich stärker auf bestimmte Bereiche beschränkt werden“ (2,1).

Cittaslow

57% der Befragten wissen, dass die Stadt Mitglied in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ist. Von diesen nehmen 28% eine Verbesserung der Lebensqualität in der Stadt seit der Mitgliedschaft wahr, für 71% ist die Lebensqualität gleich geblieben. 32% der Befragten nannten positive Entwicklungen im Bereich Stadtplanung / Infrastruktur als Folge der Mitgliedschaft, von jeweils 25% wurden zudem die Bereiche Wirtschaft und Gastronomie sowie von 23% Verbesserungen im Bereich Kultur / Freizeitangebote genannt. Auf die Frage nach negativen Entwicklungen gab es nur 5 Nennungen, die sich auch in den zukünftigen Wünschen für die Stadtentwicklung widerspiegeln: Von 75% der 205 Befragten werden weitere Verbesserungen im Bereich der Stadtplanung / Infrastruktur gewünscht, 26% äußern Wünsche zum Bereich Veranstaltungen / Freizeitangebote und 21% sehen Handlungsbedarf für das Image der Stadt.

2. Management Summary

Kernergebnisse Deidesheim

In Deidesheim wurden insgesamt 147 BürgerInnen befragt.

Eigenschaften

Deidesheim erhält von den Befragten die höchste Zustimmung für die Beschreibung „ist ein Ort, in dem ich gerne lebe“ und „ist ein Ort, der für Besucher attraktiv ist“ (Mittelwert je 4,5 auf einer Skala von 1 = „trifft überhaupt nicht zu“ bis 5 = „trifft voll und ganz zu“). Auch ist der Ort „geeignet für Unternehmungen in Natur und Landschaft“ (4,2). Die geringste Zustimmung erhält die Beschreibung „ist ein Ort, der ein breites Angebot an Job bietet“ (2,9). Positive Bewertungen erhalten die Eigenschaften „lebenswert“, „regionaltypisch“ und „gastfreundlich“ (je 4,3). Als weniger zutreffend werden Eigenschaften wie „langweilig“ (2,1) und „langsam“ (3,0) beurteilt.

82% der Befragten sind insgesamt sehr zufrieden oder zufrieden mit Deidesheim. Unter den einzeln abgefragten Aspekten sind die Befragten am zufriedensten mit der Natur und Landschaft (83% „sehr zufrieden“ + „zufrieden“) sowie den Einkaufsmöglichkeiten (82%), gefolgt von dem Ortsbild (77%) und der medizinischen Versorgung (76%).

Aussagen zum Tourismus

Die Aussagen, die einen positiven Effekt des Tourismus beschreiben, werden von den Befragten in Deidesheim durchweg zustimmend beurteilt. Die höchste Zustimmung erreicht die Aussage „der Tourismus ist wichtig für die Stadt“ (Mittelwert 4,5 auf einer Skala von 1 = „trifft überhaupt nicht zu“ bis 5 = „trifft voll und ganz zu“), gefolgt von den Aussagen „ich empfinde es als bereichernd, dass Gäste die Stadt besuchen“ und „der Einzelhandel profitiert vom Tourismus“ (je 4,0). Eine nur geringe Zustimmung erhalten die Aussagen „Touristen sollten räumlich stärker auf bestimmte Bereiche beschränkt werden“ (2,1) und „ich fühle mich durch den Tourismus gestört“ (2,2).

Cittaslow

77% der Befragten wissen, dass die Stadt Mitglied in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ist. Von diesen nehmen 40% eine Verbesserung der Lebensqualität in der Stadt seit der Mitgliedschaft wahr, für 60% ist die Lebensqualität gleich geblieben. 46% der Befragten nannten positive Entwicklungen im Bereich Stadtplanung / Infrastruktur als Folge der Mitgliedschaft. Zudem nehmen 43% im Bereich Veranstaltungen / Freizeitangebote, 23% im Bereich des Images sowie 18% im Bereich Gastronomie positive Entwicklungen wahr. Auf die Frage nach negativen Entwicklungen gab es 15 Nennungen, die sich auch in den zukünftigen Wünschen für die Stadtentwicklung widerspiegeln: Von 65% der 103 Befragten werden weitere Verbesserungen im Bereich der Stadtplanung / Infrastruktur gewünscht, 21% äußern Wünsche zum Bereich Tourismus und 11% sehen Handlungsbedarf für die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt.

2. Management Summary

Kernergebnisse Meldorf

In Meldorf wurden insgesamt 303 BürgerInnen befragt.

Eigenschaften

Meldorf erhält von den Befragten die höchste Zustimmung für die Beschreibung „ist ein Ort, in dem ich gerne lebe“ (Mittelwert 4,3 auf einer Skala von 1 = „trifft überhaupt nicht zu“ bis 5 = „trifft voll und ganz zu“). Auch ist Meldorf ein Ort, der „ruhig und beschaulich“ (4,2) ist und „bietet Möglichkeiten für kulturelle Aktivitäten“ (4,0). Die geringste Zustimmung erhält die Beschreibung „ist ein Ort, der ein breites Angebot an Job bietet“ (2,5). Positive Bewertungen erhalten die Eigenschaften „lebenswert“ (4,1), „regionaltypisch“, „gastfreundlich“, „liebenswert“ sowie „ruhig“ (jeweils 4,0), während die Eigenschaft „langweilig“ (2,7) als am wenigsten zutreffend bewertet wird.

79% der Befragten sind insgesamt sehr zufrieden oder zufrieden mit Meldorf. Unter den einzeln abgefragten Aspekten sind die Befragten am zufriedensten mit den Sportangeboten (73% „sehr zufrieden“ + „zufrieden“) sowie den Einkaufsmöglichkeiten und der Natur und Landschaft (je 64%), gefolgt von dem Geräuschpegel (62%).

Aussagen zum Tourismus

Die Aussagen, die einen positiven Effekt des Tourismus beschreiben, werden von den Befragten in Meldorf durchweg zustimmend beurteilt. Die höchste Zustimmung erreicht die Aussage „der Tourismus ist wichtig für die Stadt“ (Mittelwert 4,5 auf einer Skala von 1 = „trifft überhaupt nicht zu“ bis 5 = „trifft voll und ganz zu“), gefolgt von den Aussagen „ich empfinde es als bereichernd, dass Gäste die Stadt besuchen“ und „der Tourismus in der Stadt sollte gefördert werden“ (jeweils 4,4). Eine nur geringe Zustimmung erhalten die Aussagen „ich fühle mich durch den Tourismus gestört“ (1,4) und „Touristen sollten räumlich stärker auf bestimmte Bereiche beschränkt werden“ (1,9).

Cittaslow

70% der Befragten wissen, dass die Stadt Mitglied in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ist. Von diesen nehmen 25% eine Verbesserung der Lebensqualität in der Stadt seit der Mitgliedschaft wahr, für 73% ist die Lebensqualität gleich geblieben. 45% der Befragten nannten positive Entwicklungen im Bereich Stadtplanung / Infrastruktur als Folge der Mitgliedschaft, von 31% wurden zudem der Bereich Umweltschutz / Nachhaltigkeit sowie von 29% Verbesserungen im Bereich Wirtschaft genannt. Auf die Frage nach negativen Entwicklungen gab es 38 Nennungen, die sich auch in den zukünftigen Wünschen für die Stadtentwicklung widerspiegeln: Von 80% der 218 Befragten werden weitere Verbesserungen im Bereich der Stadtplanung / Infrastruktur gewünscht, 23% äußern Wünsche zum Bereich Wirtschaft und 17% sehen Handlungsbedarf für das Image der Stadt.

2. Management Summary

Signifikante Unterschiede

Im folgenden werden einige signifikante Unterschiede zwischen den drei Cittaslow-Städten Bad Essen, Deidesheim und Meldorf aufgeführt.

Eigenschaften der Städte

Die Eigenschaften lebenswert, gastfreundlich, liebenswert und regionaltypisch finden sich bei allen drei Städten unter den Top 5-Eigenschaften. Als fünfte Eigenschaft fallen „ruhig“ für Meldorf sowie „attraktiv“ für Deidesheim und Bad Essen in die Top 5.

Hinsichtlich der Beschreibungen zeigen die Mittelwerte von Meldorf häufig leicht niedrigere Ausprägungen, die jedoch signifikant sind. Unter den Aussagen, die eine hohe Zustimmung in allen drei Orten erreichen, liegen die Werte für Meldorf für die Aussagen „ist geeignet für Unternehmungen in Natur und Landschaft“ (3,9) und „ist ein Ort, der für Besucher attraktiv ist“ (3,7) leicht unter denen von Bad Essen (jeweils 4,3) und Deidesheim (4,2 bzw. 4,5). Diese Tendenz zeigt sich für die meisten Beschreibungen. Abweichend davon erhalten die Aussagen „ist ruhig und beschaulich“ und „bietet den Bürgern Beteiligungsmöglichkeiten bei der Stadtentwicklung“ in Deidesheim (3,6 bzw. 3,0) eine mittlere Zustimmung, die in Bad Essen (4,0 bzw. 3,4) und Meldorf (4,2 bzw. 3,4) jeweils leicht höher ausfällt.

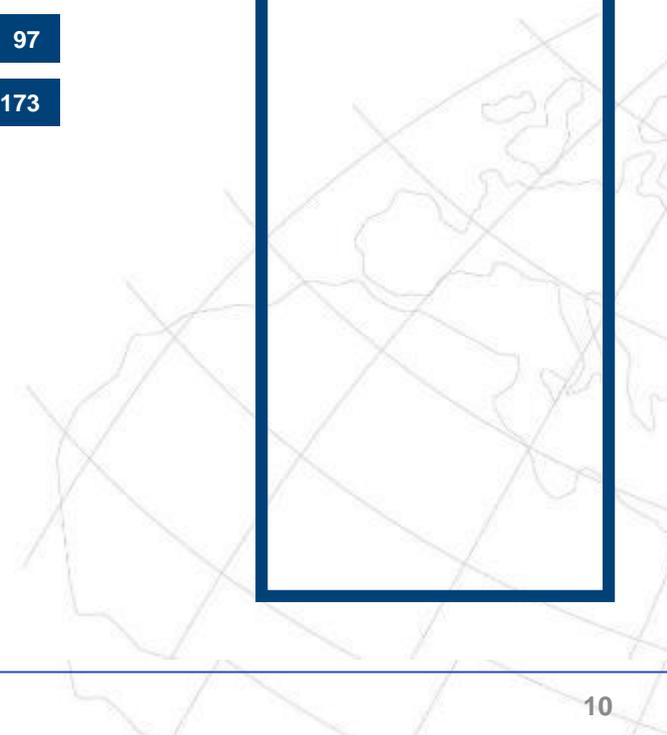
Aussagen zum Tourismus

Die höchste Zustimmung erhalten in allen drei Orten die Aussagen „der Tourismus ist wichtig für die Stadt“, „ich empfinde es als bereichernd, dass Gäste die Stadt besuchen“ und „der Einzelhandel profitiert vom Tourismus“. Signifikante Abweichungen zwischen Deidesheim und den anderen beiden Orten zeigen sich für mehrere Aussagen. Die Aussage „ich fühle mich durch den Tourismus gestört“ erfährt sowohl in Bad Essen (1,7) als auch in Meldorf (1,4) sehr wenig Zustimmung, während die BürgerInnen in Deidesheim dieser Aussage stärker zustimmen (2,2). Ähnliches gilt für die Aussage „der Tourismus sollte gefördert werden“, welche in Bad Essen (4,0) und Meldorf (4,4) auf größere Zustimmung als in Deidesheim (3,5) trifft. Auch für die Aussagen „ich empfinde es als bereichernd, dass Gäste die Stadt besuchen“, „der Einzelhandel profitiert vom Tourismus“ und „der Tourismus hat positiven Einfluss auf die Lebensqualität“ ist die Zustimmung in Deidesheim jeweils leicht, aber signifikant niedriger als in den anderen beiden Städten. Insgesamt liegen die Zustimmungen zu Kriterien, die negative Auswirkungen des Tourismus implizieren oder Einschränkungen zum Tourismus fordern, jedoch in allen Orten auf niedrigem Niveau. Kritische Überlastungserscheinungen werden in der Summe somit aus Sicht der Einwohner nicht wahrgenommen.

Gliederung

1	METHODIK	2
2	MANAGEMENT SUMMARY	4
3	MERKMALE DER BEFRAGTEN GRUPPEN	10
3.1	Bad Essen	10
3.2	Deidesheim	19
3.3	Meldorf	27
4	UNIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	35
5	BIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	97
	COPYRIGHT, IMPRESSUM	173

IMT



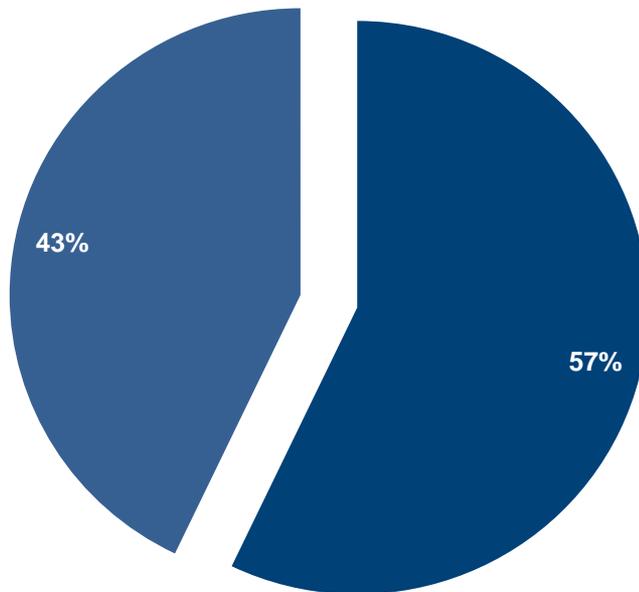
3.1 Merkmale der Befragten in Bad Essen

Soziodemografie: Wohnort

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Bad Essen (N=338)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 338



■ Gemeinde Bad Essen

■ Ortschaft Bad Essen

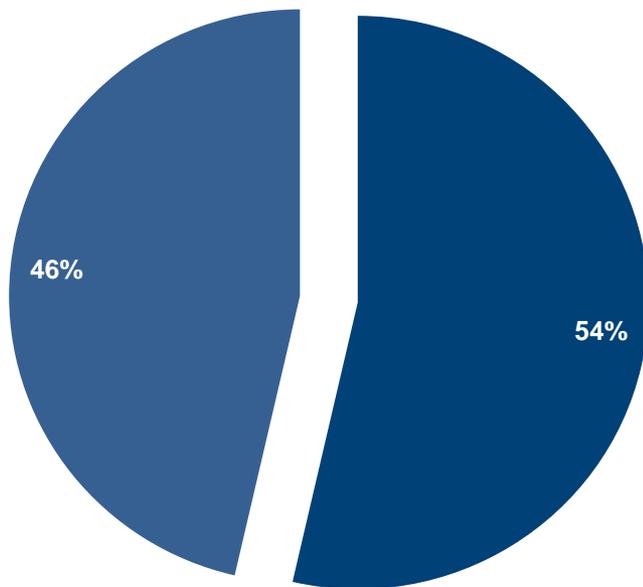
3.1 Merkmale der Befragten in Bad Essen

Soziodemografie: Geschlecht

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Bad Essen (N=338)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 338



■ weiblich

■ männlich

3.1 Merkmale der Befragten in Bad Essen

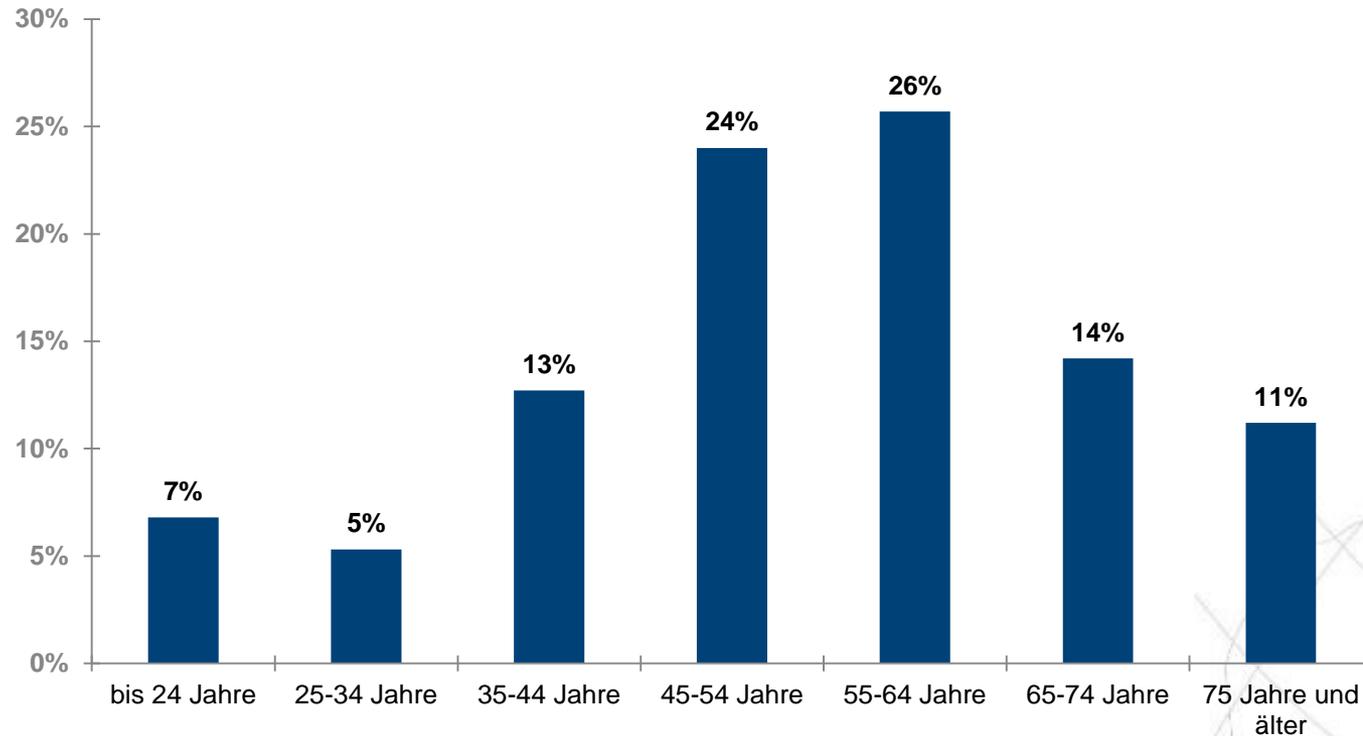
Soziodemografie: Altersklassen

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ **Bad Essen (N=338)**

▶ **Basis:** Alle Befragte mit Angabe

▶ **Anzahl der Befragten:** 338



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind runderungstechnisch bedingt.

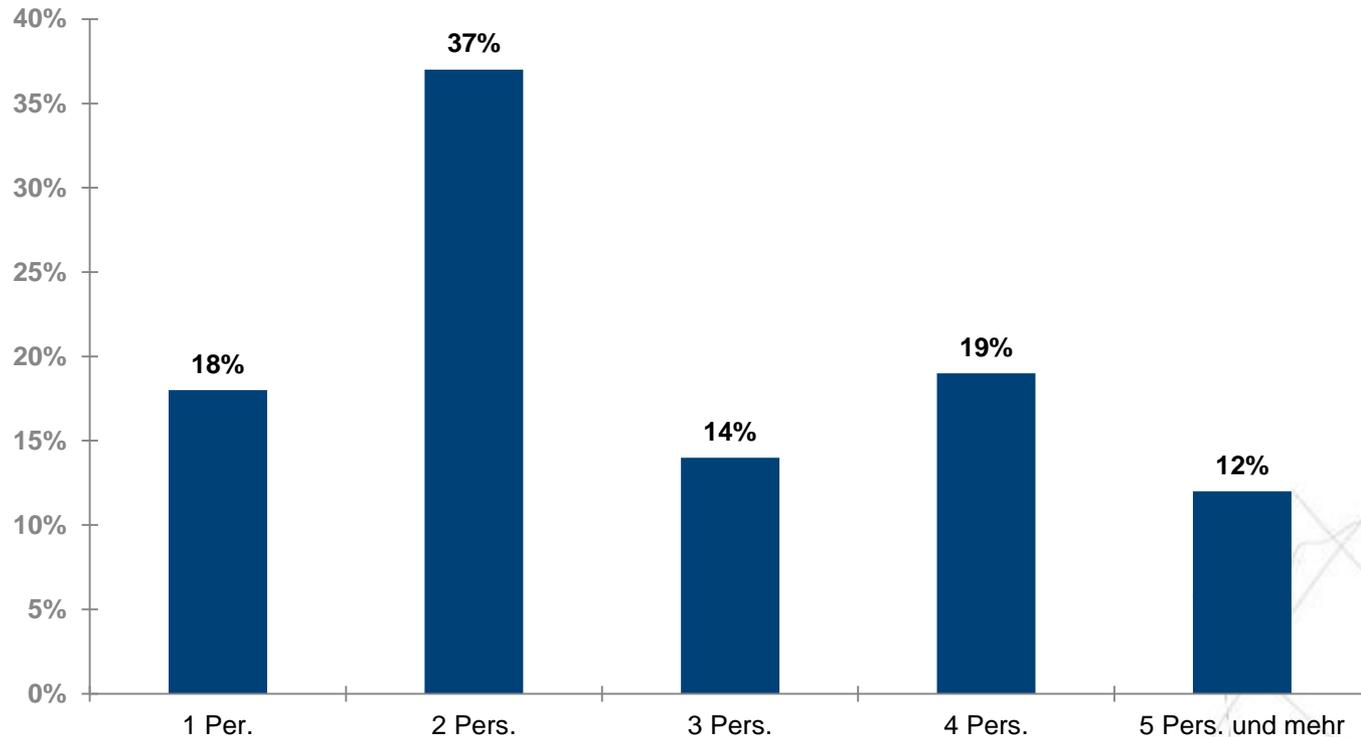
3.1 Merkmale der Befragten in Bad Essen

Soziodemografie: Haushaltsgröße

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Bad Essen (N=338)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 338



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind runderungstechnisch bedingt.

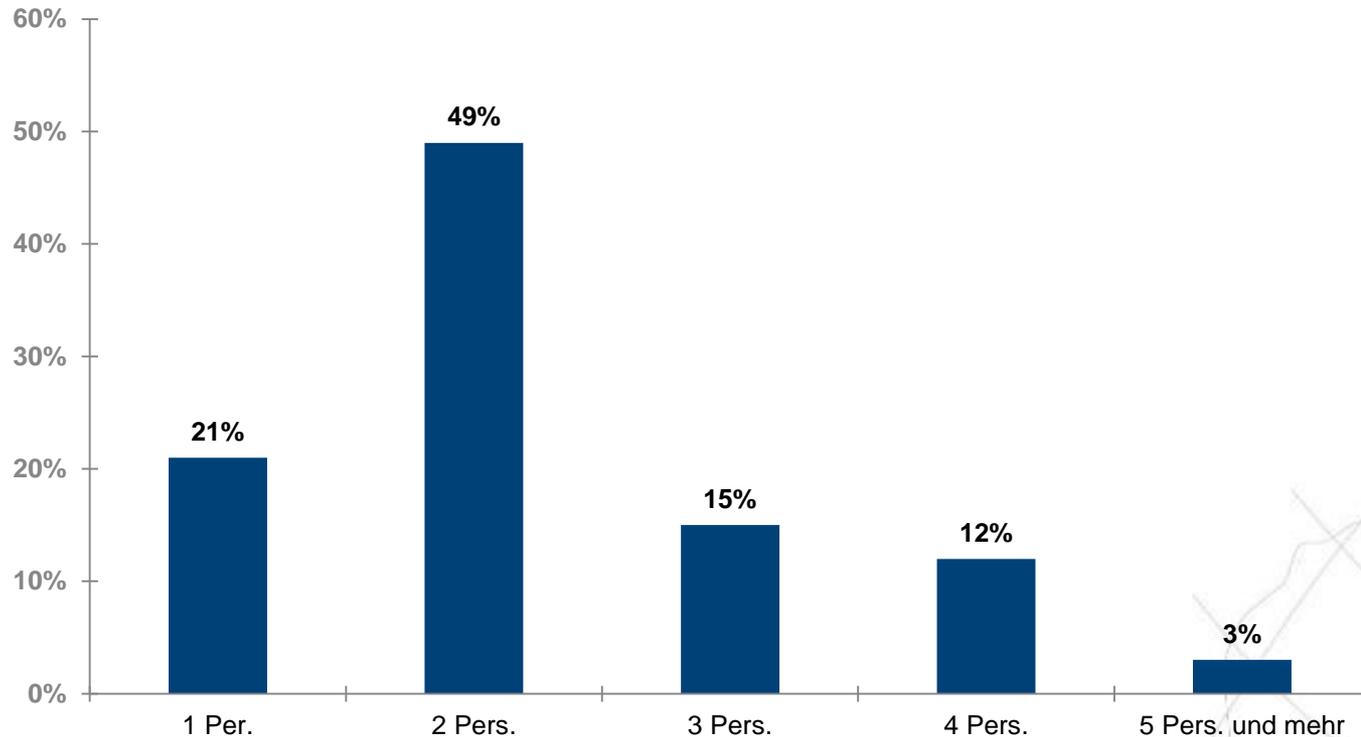
3.1 Merkmale der Befragten in Bad Essen

Soziodemografie: Personen über 14 Jahre

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Bad Essen (N=338)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 338



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind runderungstechnisch bedingt.

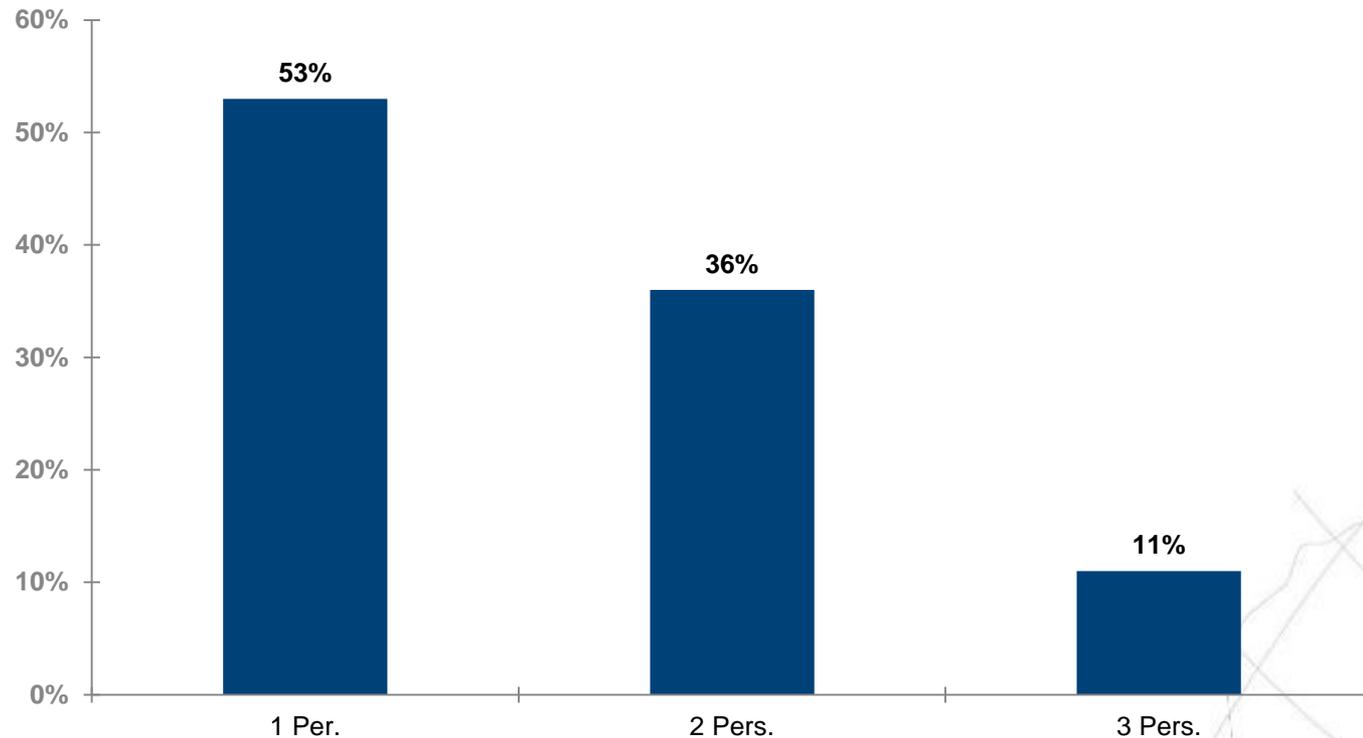
3.1 Merkmale der Befragten in Bad Essen

Soziodemografie: Kinder unter 14 Jahre

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Bad Essen (N=338)

- ▶ **Basis:** Alle Befragte mit Kindern unter 14 Jahre
- ▶ **Anzahl der Befragten:** 95



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

3.1 Merkmale der Befragten in Bad Essen

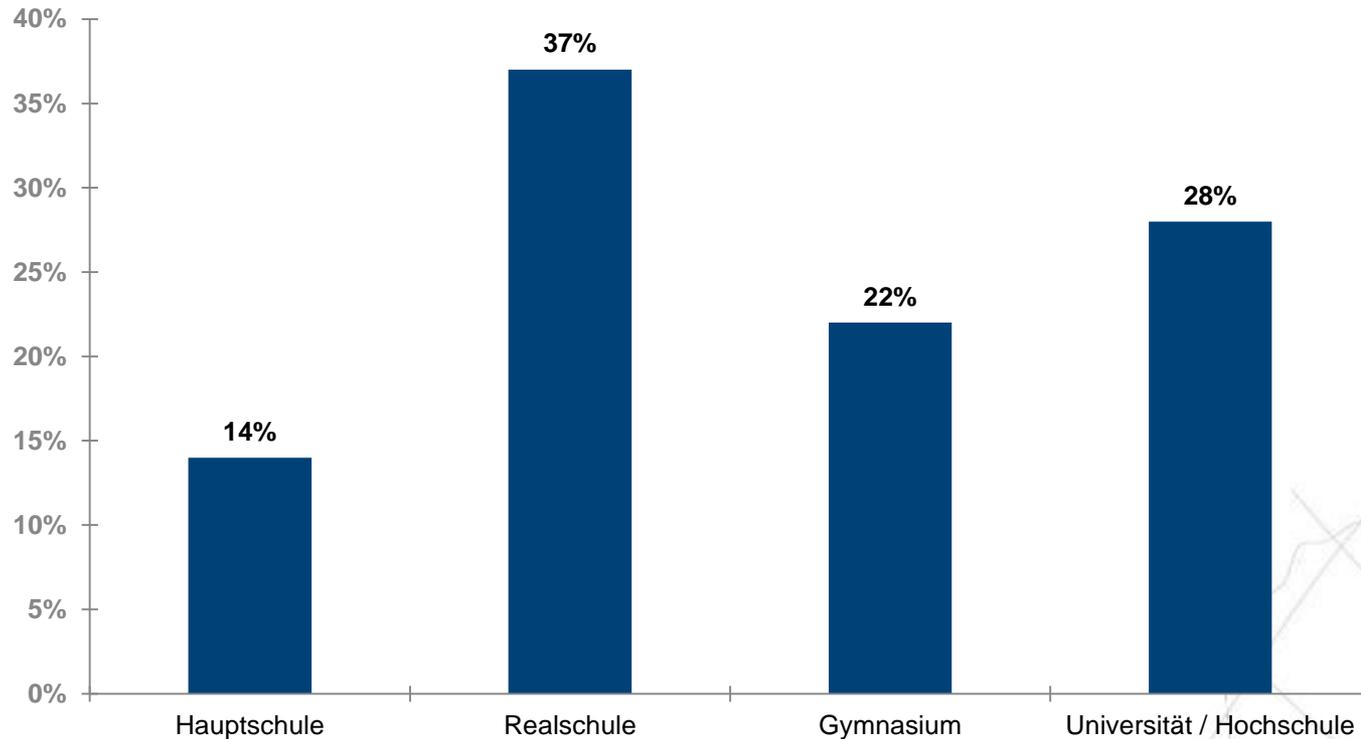
Soziodemografie: Schulbildung

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: 336



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind runderungstechnisch bedingt.

3.1 Merkmale der Befragten in Bad Essen

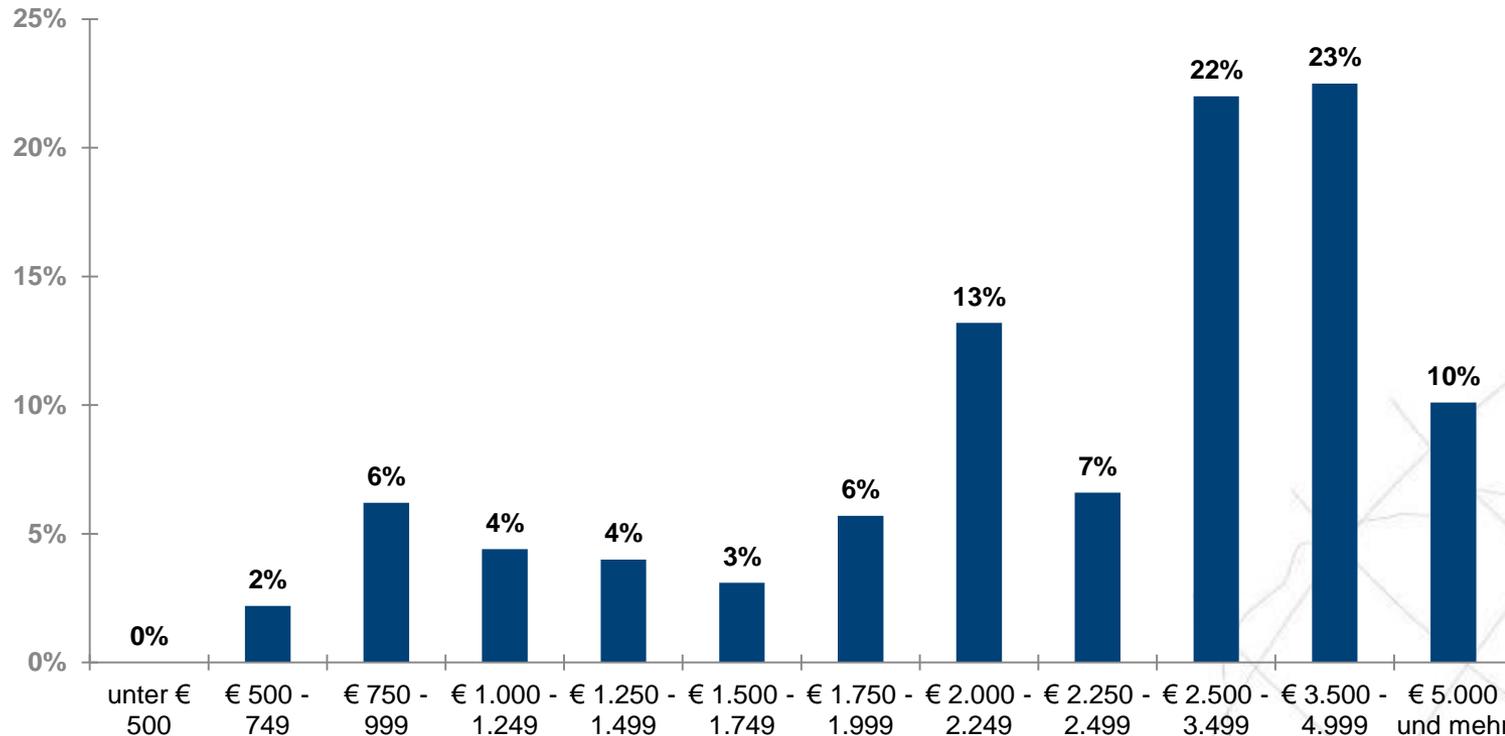
Soziodemografie: Haushaltsnettoeinkommen

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ **Bad Essen (N=338)**

▶ **Basis:** Alle Befragte mit Angabe

▶ **Anzahl der Befragten:** 227



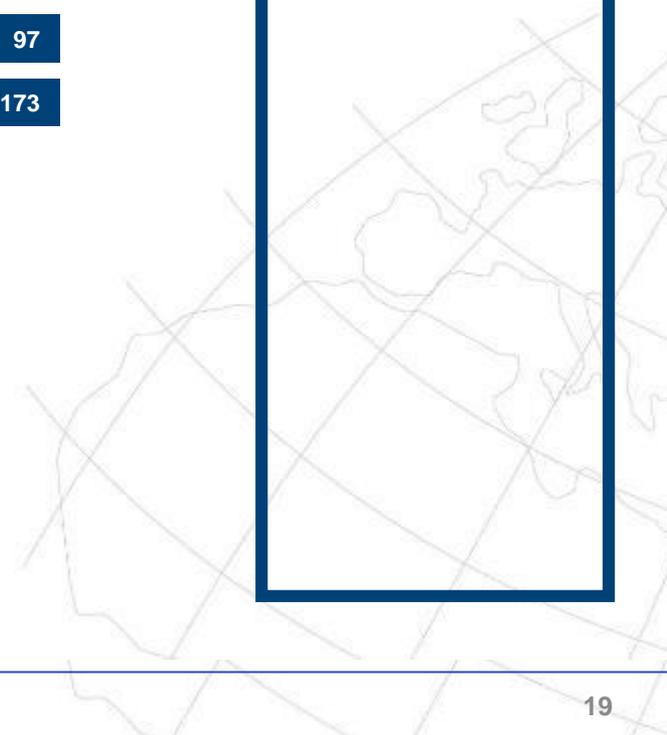
Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

Gliederung

1	METHODIK	2
2	MANAGEMENT SUMMARY	4
3	MERKMALE DER BEFRAGTEN GRUPPEN	10
3.1	Bad Essen	10
3.2	Deidesheim	19
3.3	Meldorf	27
4	UNIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	35
5	BIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	97
	COPYRIGHT, IMPRESSUM	173

IMT



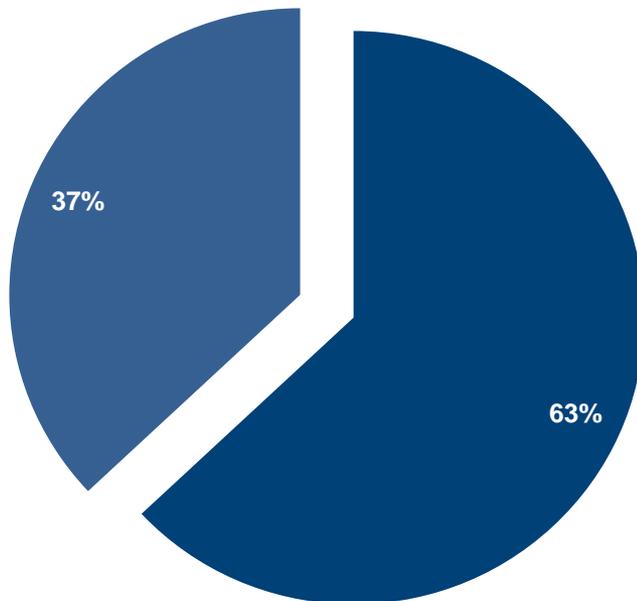
3.2 Merkmale der Befragten in Deidesheim

Soziodemografie: Geschlecht

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Deidesheim (N=147)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 147



■ weiblich

■ männlich

3.2 Merkmale der Befragten in Deidesheim

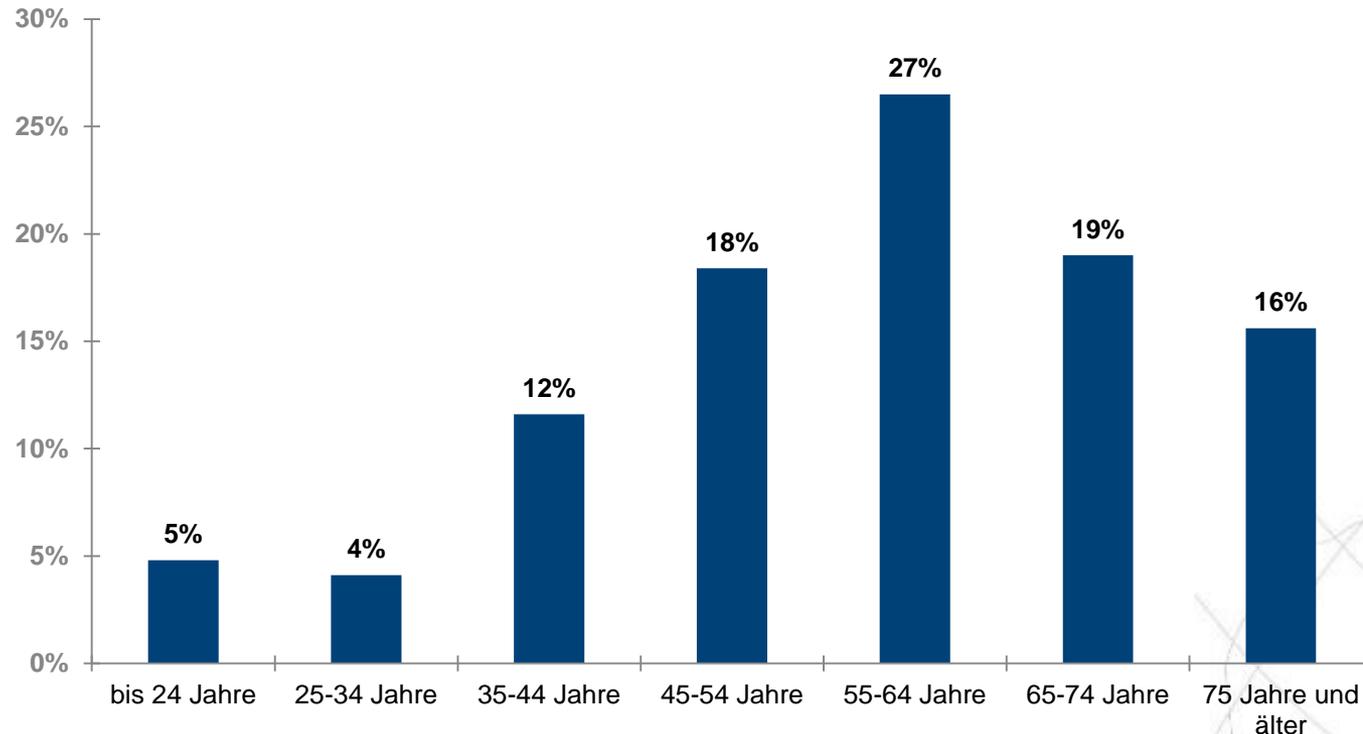
Soziodemografie: Altersklassen

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Deidesheim (N=147)

▶ **Basis:** Alle Befragte mit Angabe

▶ **Anzahl der Befragten:** 147



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

3.2 Merkmale der Befragten in Deidesheim

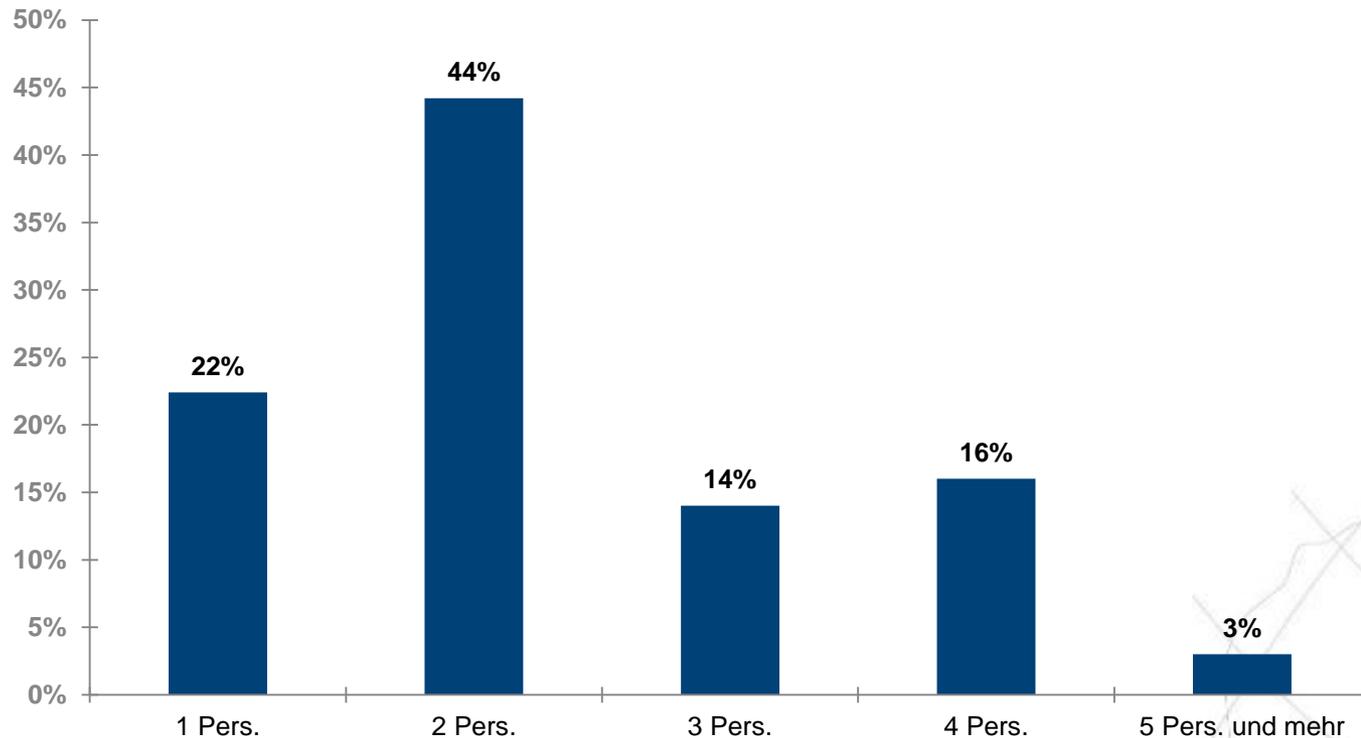
Soziodemografie: Haushaltsgröße

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: 147



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind runderungstechnisch bedingt.

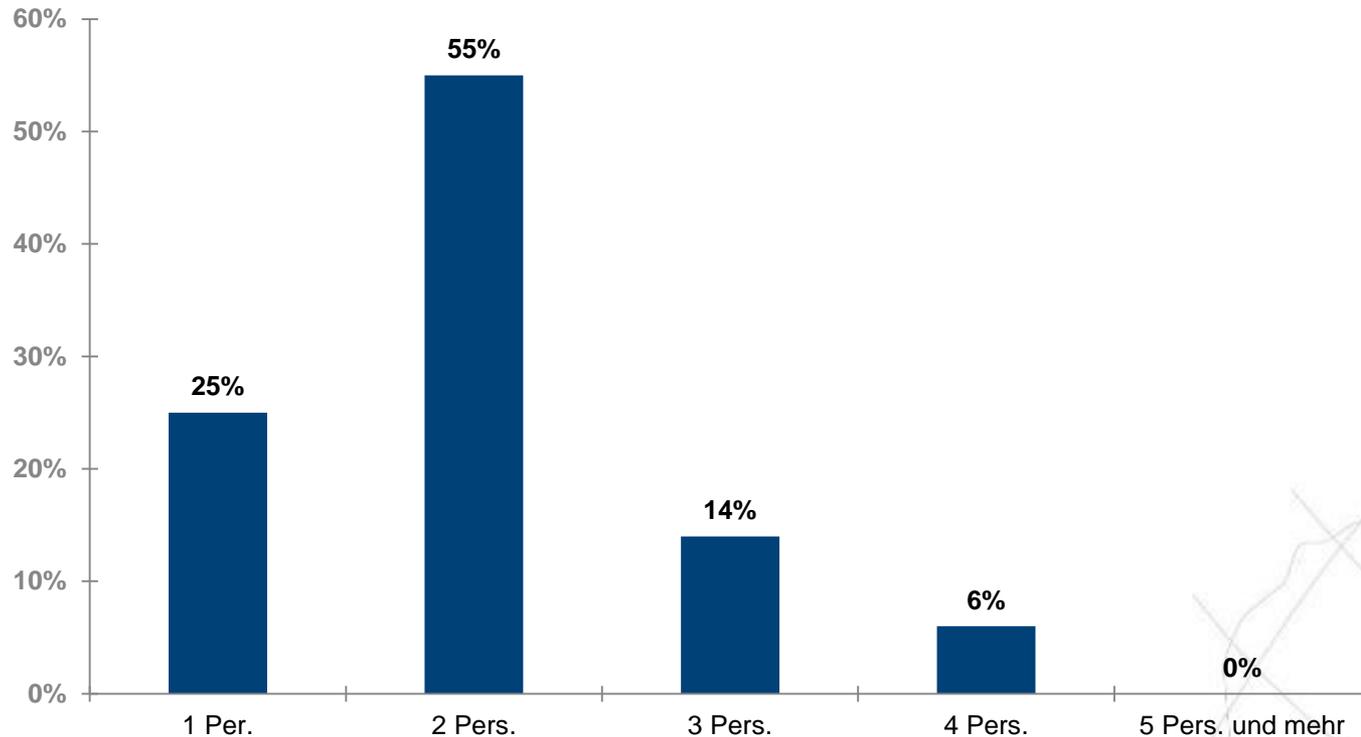
3.2 Merkmale der Befragten in Deidesheim

Soziodemografie: Personen über 14 Jahre

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Deidesheim (N=147)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 147



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind runderungstechnisch bedingt.

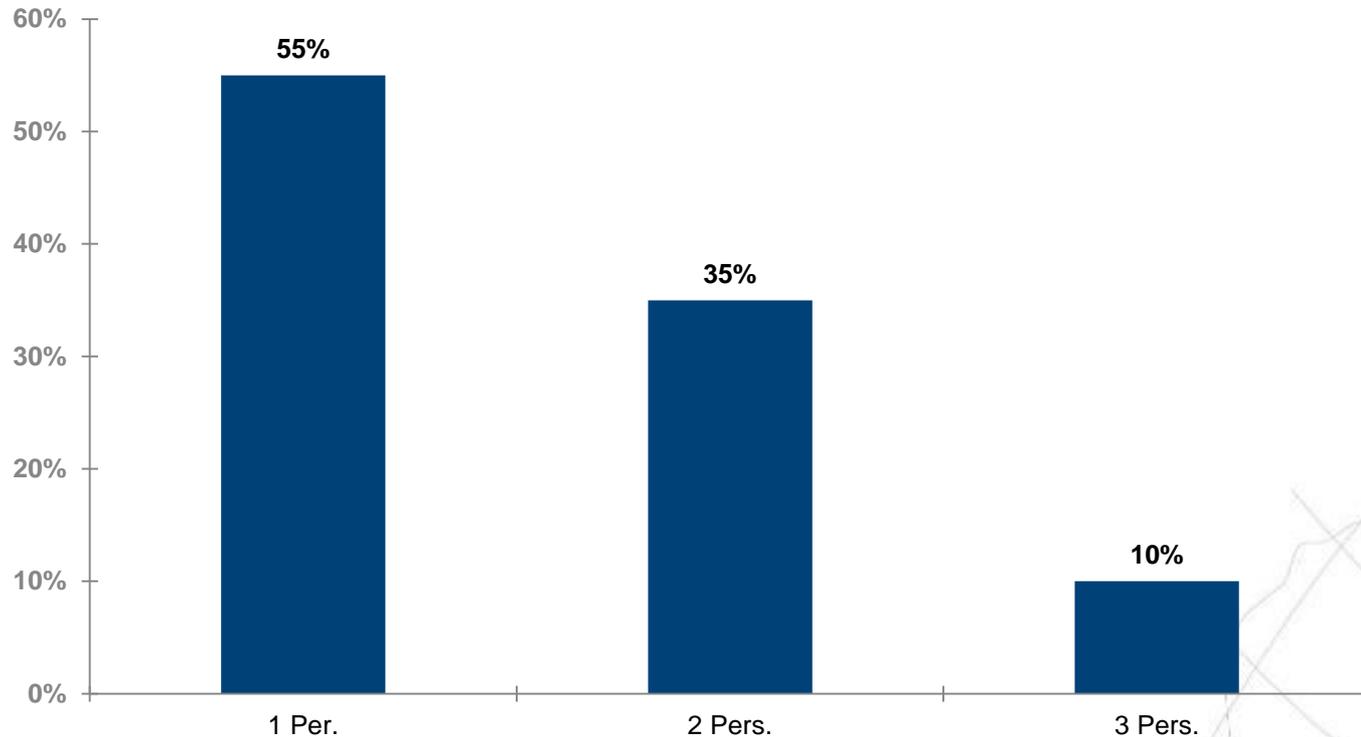
3.2 Merkmale der Befragten in Deidesheim

Soziodemografie: Kinder unter 14 Jahre

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Deidesheim (N=147)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Kindern unter 14 Jahre
- ▶ Anzahl der Befragten: 29



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind runderungstechnisch bedingt.

3.2 Merkmale der Befragten in Deidesheim

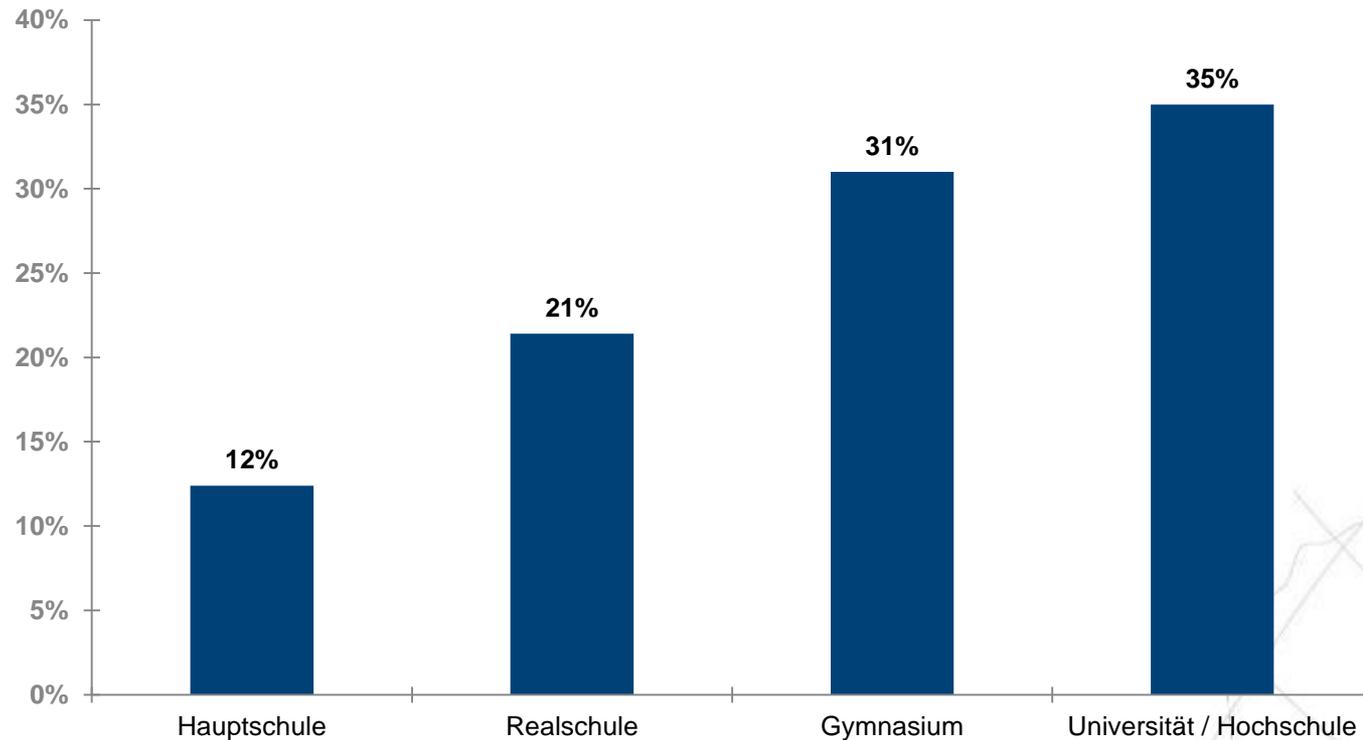
Soziodemografie: Schulbildung

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Deidesheim (N=147)

▶ **Basis:** Alle Befragte mit Angabe

▶ **Anzahl der Befragten:** 145



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

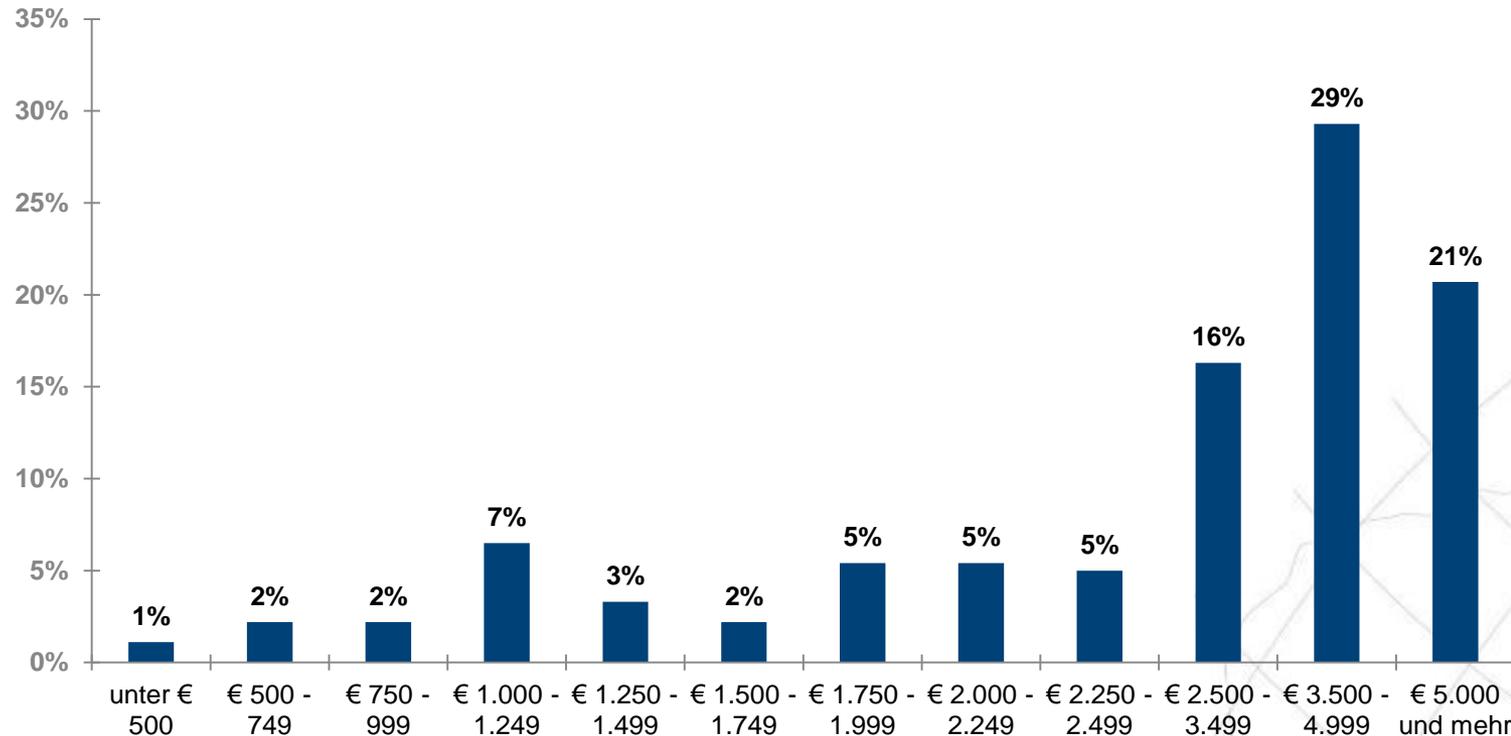
3.2 Merkmale der Befragten in Deidesheim

Soziodemografie: Haushaltsnettoeinkommen

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Deidesheim (N=147)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 92



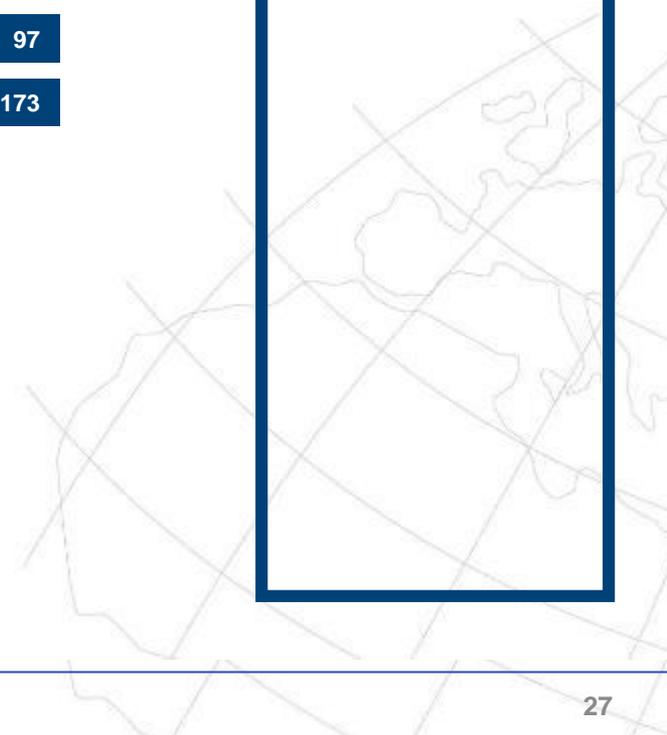
Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

Gliederung

1	METHODIK	2
2	MANAGEMENT SUMMARY	4
3	MERKMALE DER BEFRAGTEN GRUPPEN	10
3.1	Bad Essen	10
3.2	Deidesheim	19
3.3	Meldorf	27
4	UNIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	35
5	BIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	97
	COPYRIGHT, IMPRESSUM	173

IMT



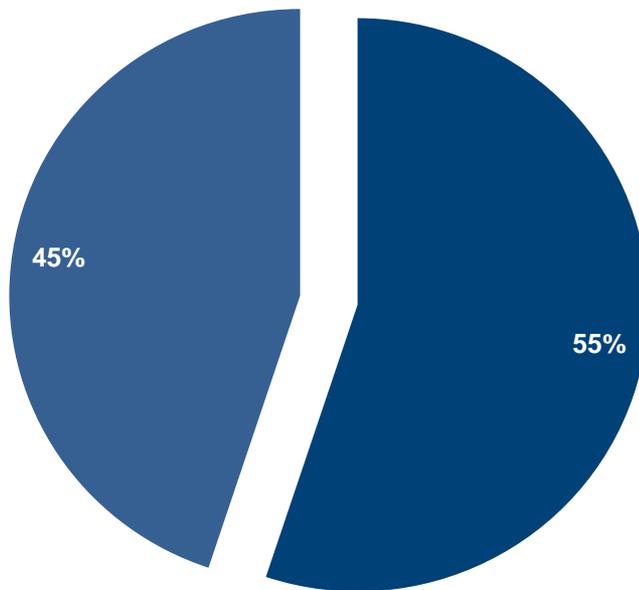
3.3 Merkmale der Befragten in Meldorf

Soziodemografie: Geschlecht

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Meldorf (N=303)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 303



■ weiblich

■ männlich

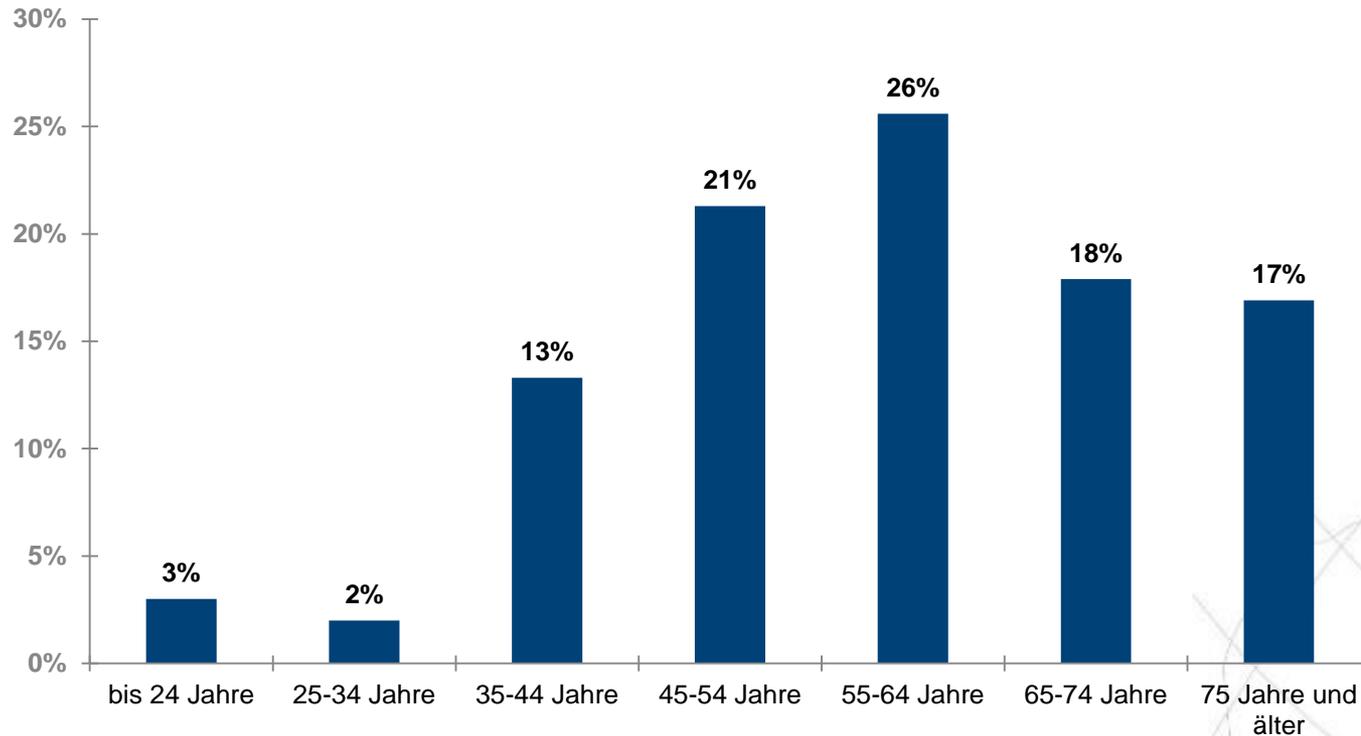
3.3 Merkmale der Befragten in Meldorf

Soziodemografie: Altersklassen

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Meldorf (N=303)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 301



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

3.3 Merkmale der Befragten in Meldorf

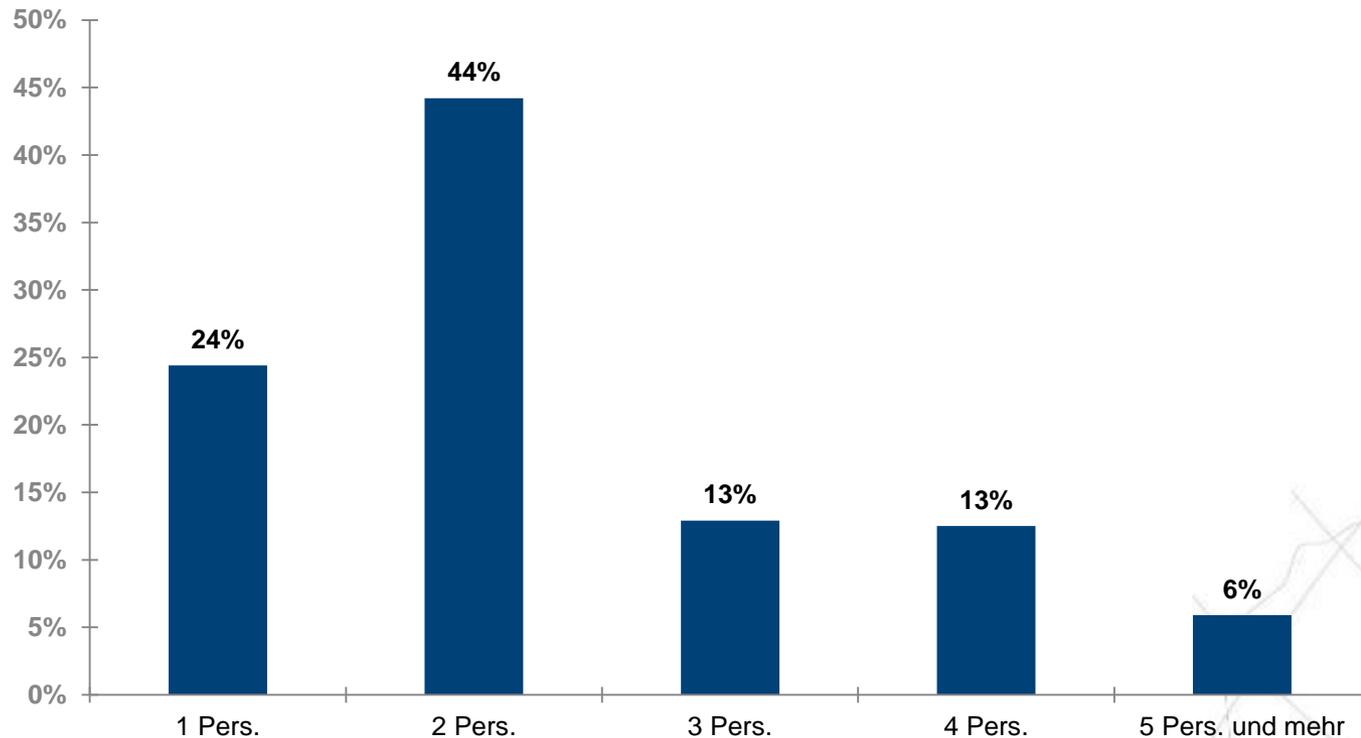
Soziodemografie: Haushaltsgröße

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: 303



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind runderungstechnisch bedingt.

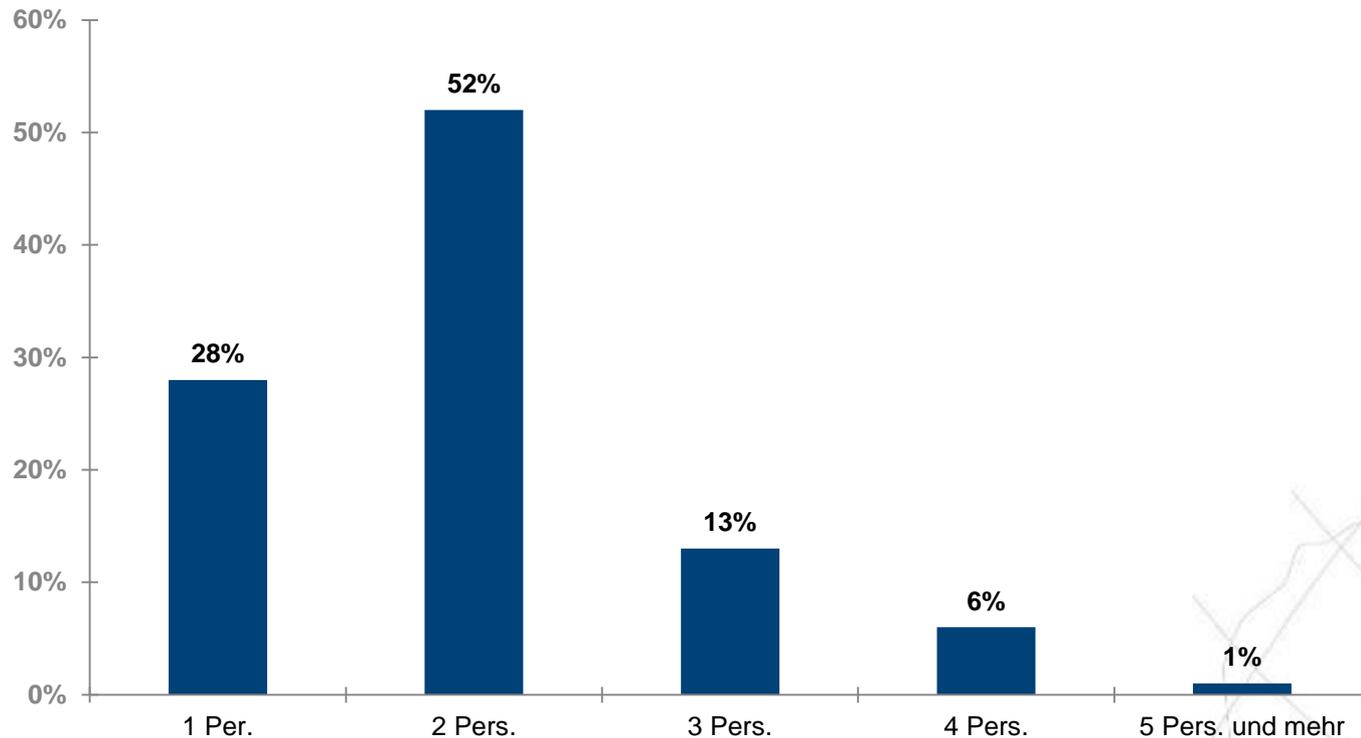
3.3 Merkmale der Befragten in Meldorf

Soziodemografie: Personen über 14 Jahre

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Meldorf (N=303)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 303



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind runderungstechnisch bedingt.

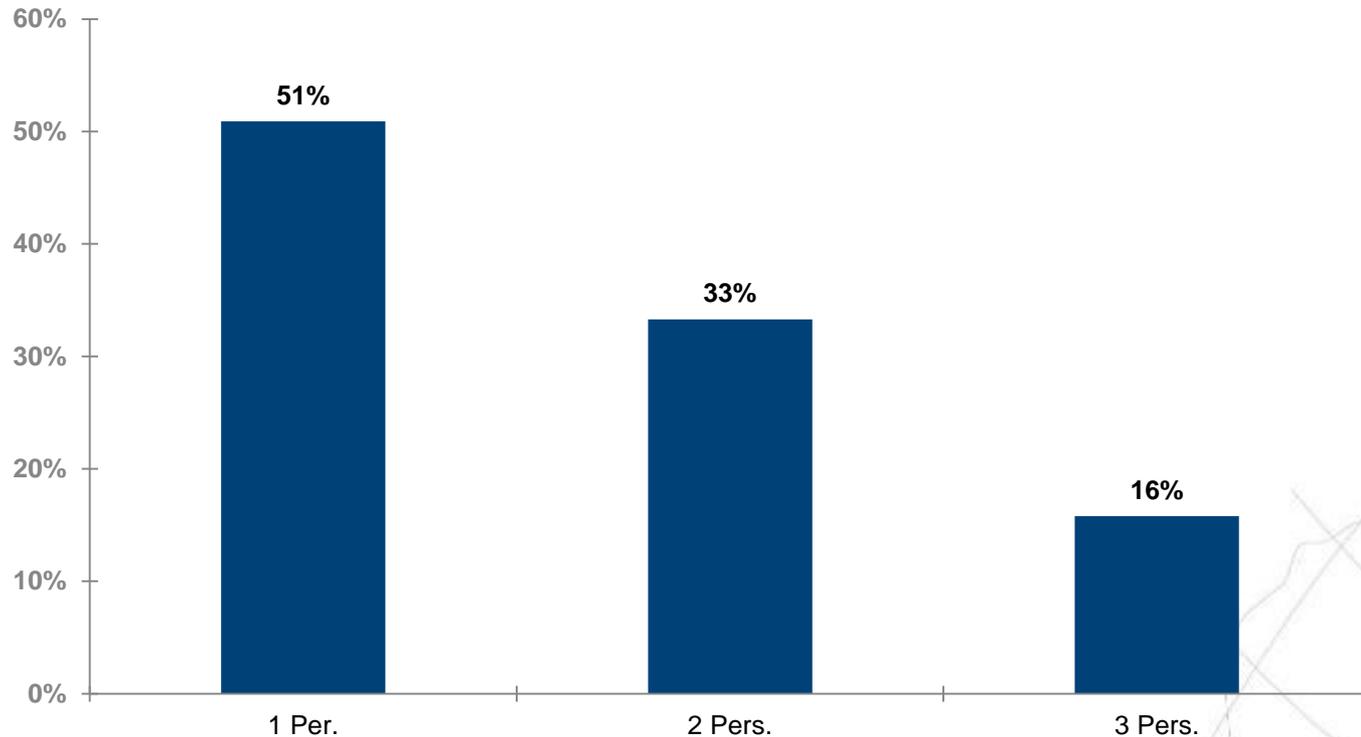
3.3 Merkmale der Befragten in Meldorf

Soziodemografie: Kinder unter 14 Jahre

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Meldorf (N=303)

- ▶ **Basis:** Alle Befragte mit Kindern unter 14 Jahre
- ▶ **Anzahl der Befragten:** 57



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

3.3 Merkmale der Befragten in Meldorf

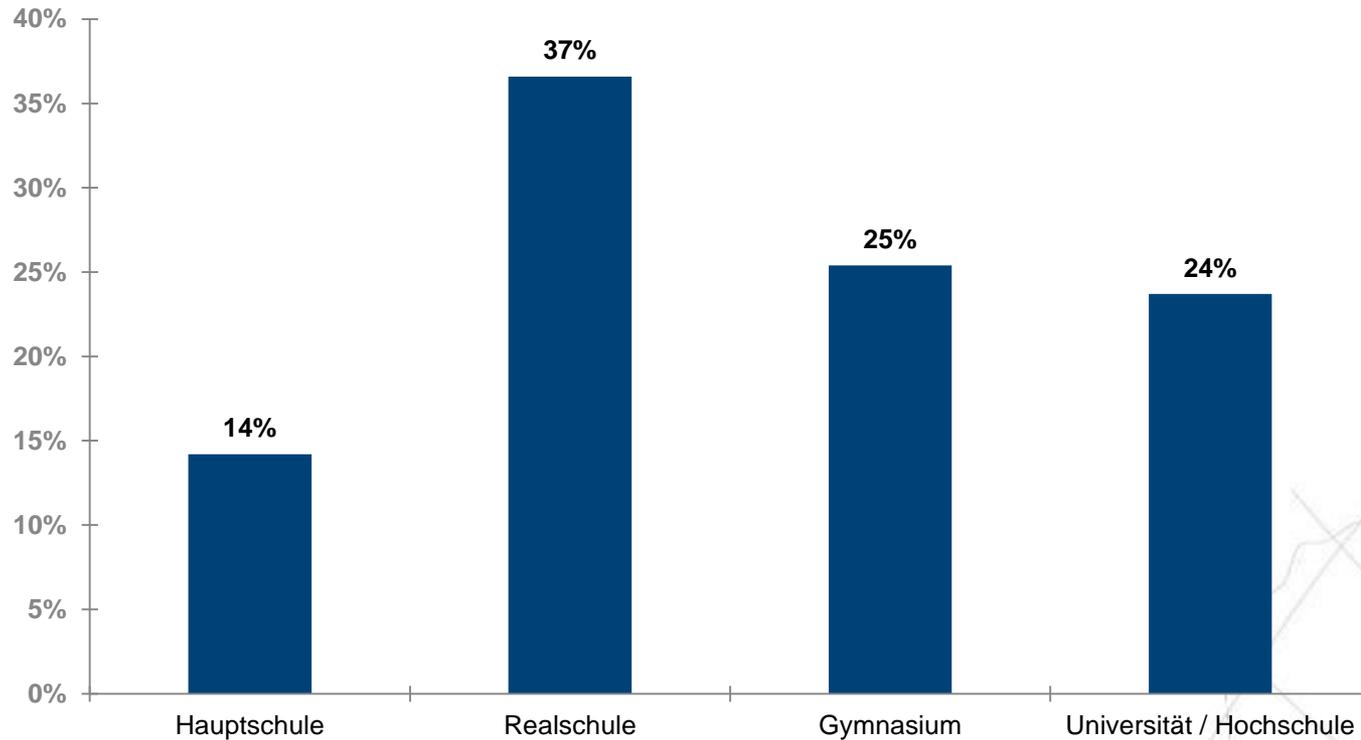
Soziodemografie: Schulbildung

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: 295



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind runderungstechnisch bedingt.

3.3 Merkmale der Befragten in Meldorf

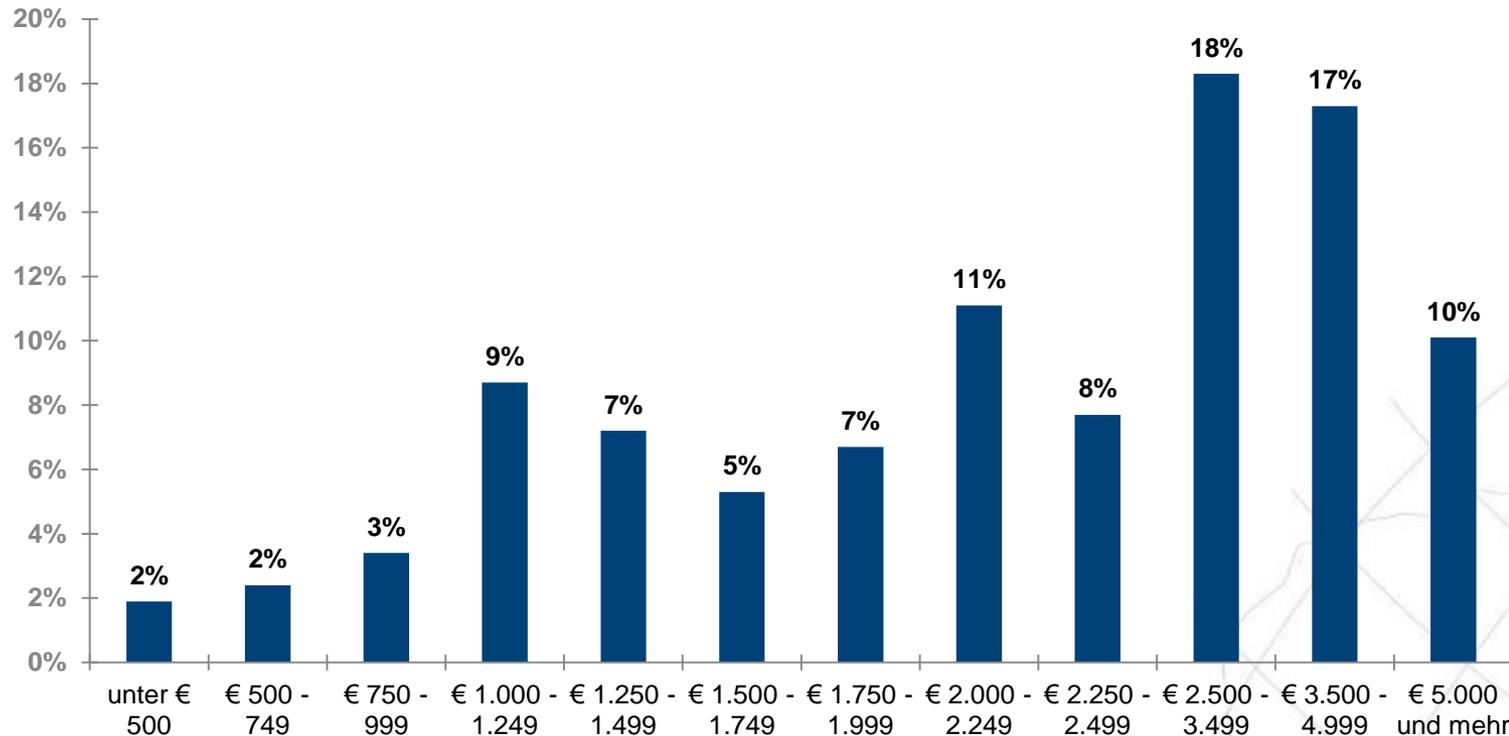
Soziodemografie: Haushaltsnettoeinkommen

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Meldorf (N=303)

▶ **Basis:** Alle Befragte mit Angabe

▶ **Anzahl der Befragten:** 208



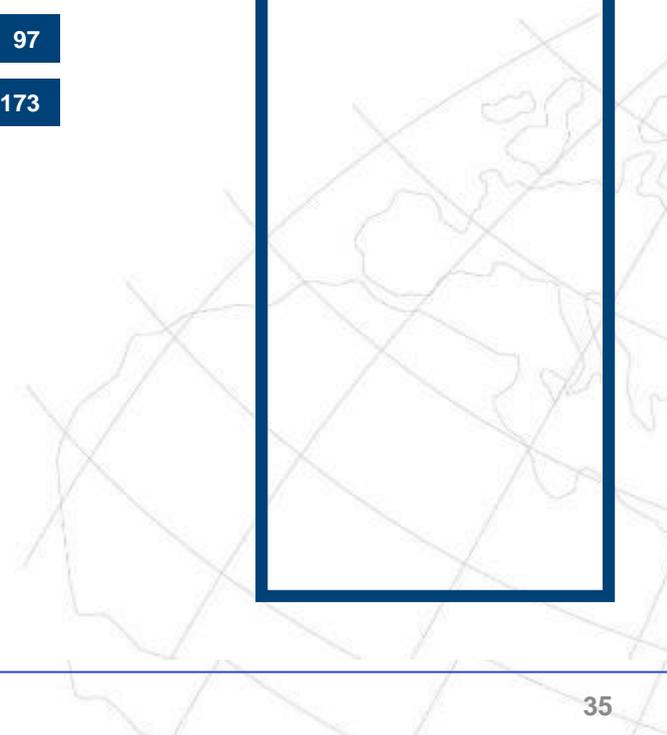
Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind runderungstechnisch bedingt.

Gliederung

1	METHODIK	2
2	MANAGEMENT SUMMARY	4
3	MERKMALE DER BEFRAGTEN GRUPPEN	10
4	UNIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	35
4.1	Bad Essen	35
4.2	Deidesheim	56
4.3	Meldorf	76
5	BIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	97
	COPYRIGHT, IMPRESSUM	173

IMT



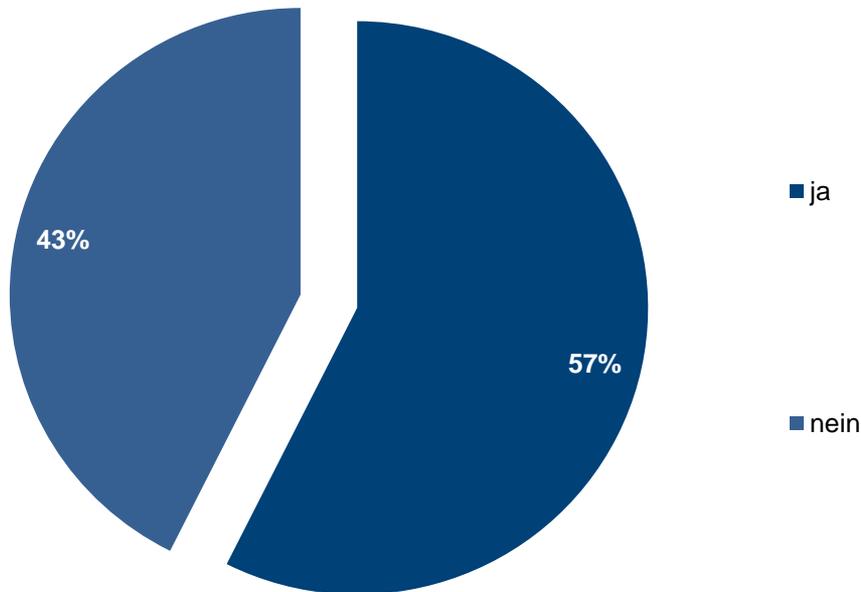
4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

Ist Ihnen bekannt, dass Bad Essen Mitglied in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ist?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Bad Essen (N=338)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 338



4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

Sind Ihnen positive Entwicklungen bekannt, die sich aufgrund der Mitgliedschaft von Bad Essen in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ergeben haben? (Mehrfachantworten möglich)

■ Bad Essen (N=338)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 75

Teil I	Nennungen	% der Nennungen	% der Fälle
Stadtplanung / Infrastruktur	24	19,5	32,0
Gestaltung des Hafenbeckens	6	4,9	8,0
Wanderwege / Parkanlagen / Landschaftspflege	5	4,1	6,7
Überarbeitung des Verkehrskonzeptes (mehr Fahrradwege)	4	3,3	5,3
Sonstiges	9	7,3	12,0
Wirtschaft	19	15,4	25,3
Regionalität	13	10,6	17,3
Sonstiges	6	4,9	8,0
Gastronomie	19	15,4	25,3
Lokale / Gastronomie	16	13,0	21,3
Sonstiges	3	2,4	4,0
Kultur / Freizeitangebote	17	13,8	22,7
Veranstaltungen / Workshops / Projekte	12	9,8	16,0
Sonstiges	5	4,1	6,7

4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

Sind Ihnen positive Entwicklungen bekannt, die sich aufgrund der Mitgliedschaft von Bad Essen in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ergeben haben? (Mehrfachantworten möglich)

■ Bad Essen (N=338)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 75

Teil II	Nennungen	% der Nennungen	% der Fälle
Image	15	12,2	20,0
Entschleunigung	6	4,9	8,0
Sonstiges	9	7,3	12,0
Tourismus / mehr Tourismusförderung	10	8,1	13,3
Umweltschutz / Nachhaltigkeit	7	5,7	9,3
Sonstiges	11	8,9	14,7
Gesamt	123	100,0	164,0

4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

Sind Ihnen positive Entwicklungen bekannt, die sich aufgrund der Mitgliedschaft von Bad Essen in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ergeben haben? (Mehrfachantworten möglich)

> Oberkategorien, Größe relativ zur Anzahl der Nennungen

■ Bad Essen (N=338)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 75



4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

Sind Ihnen positive Entwicklungen bekannt, die sich aufgrund der Mitgliedschaft von Bad Essen in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ergeben haben? (Mehrfachantworten möglich)

> Oberkategorien und Top-Einzelnennungen

■ Bad Essen (N=338)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 75

Kat. 1: Stadtplanung / Infrastruktur
(32,0% d. Befragten)

Gestaltung des Hafenbeckens
(8,0%)

Wanderwege / Parkanlagen /
Landschaftspflege (6,7%)

Sonstiges
(12,0%)

Überarbeitung des Verkehrskonzeptes
(mehr Fahrradwege) (5,3%)

Kat. 2: Wirtschaft
(25,3% d. Befragten)

Regionalität (17,3%)

Sonstiges (8,0%)

Positive Entwicklungen Bad Essen

Lokale / Gastronomie (21,3%)

Sonstiges (4,0%)

Kat. 3: Gastronomie
(25,3% d. Befragten)

Veranstaltungen / Workshops / Projekte (16,0%)

Sonstiges (6,7%)

Kat. 4: Kultur / Freizeitangebote
(22,7% d. Befragten)

4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

Sind Ihnen negative Entwicklungen bekannt, die sich aufgrund der Mitgliedschaft von Bad Essen in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ergeben haben? (Mehrfachantworten möglich)

■ Bad Essen (N=338)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 5

	Nennungen	% der Nennungen	% der Fälle
Verkehrskonzept / ÖPNV / Infrastruktur	2	40,0	40,0
Image	2	40,0	40,0
Stadtplanung / Infrastruktur	1	20,0	20,0
Gesamt	5	100,0	100,0

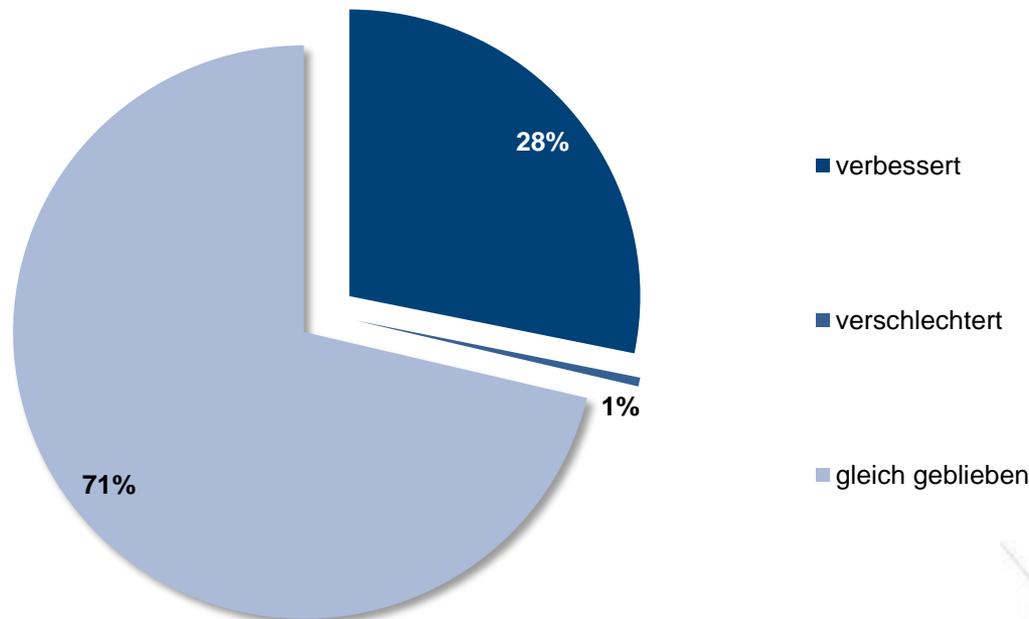
4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

Wie hat sich aus Ihrer Sicht die Lebensqualität in Bad Essen insgesamt entwickelt, seit Bad Essen in der Vereinigung Cittaslow Deutschland Mitglied ist?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Bad Essen (N=338)

- ▶ **Basis:** Alle Befragte, die wissen, dass Bad Essen Mitglied in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ist
- ▶ **Anzahl der Befragten:** 209



4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

Was wünschen Sie sich zukünftig von Bad Essen? (Mehrfachantworten möglich)

■ Bad Essen (N=338)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 205

Teil I	Nennungen	% der Nennungen	% der Fälle
Stadtplanung / Infrastruktur	153	48,7	74,6
Überarbeitung des Verkehrskonzeptes (bessere Fahrradwege)	41	13,1	20,0
Besserer ÖPNV	34	10,8	16,6
Verkehrsberuhigte Zonen / autofreie Innenstadt	12	3,8	5,9
Modernisierung / progressive Stadtentwicklung	7	2,2	3,4
Beständigkeit / Erhaltung der Stadt	7	2,2	3,4
Gestaltung des Stadtbildes	6	1,9	2,9
Barrierefreiheit	6	1,9	2,9
Weniger Bauaktivität	5	1,6	2,4
Mehr Parkplätze	5	1,6	2,4
Mehr (bezahlbarer) Wohnraum	5	1,6	2,4
Sonstiges	25	8,0	12,3

4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

Was wünschen Sie sich zukünftig von Bad Essen? (Mehrfachantworten möglich)

■ Bad Essen (N=338)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 205

Teil II	Nennungen	% der Nennungen	% der Fälle
Veranstaltungen / Freizeitangebote	54	17,2	26,3
Angebote für Jugendliche / Kinder / Kinderbetreuung	20	6,4	9,8
Kino / Freiluftkino	16	5,1	7,8
Kulturelles Angebot / Freizeitangebot	7	2,2	3,4
Sonstiges	11	3,5	5,3
Image	43	13,7	21,0
Ruhe	12	3,8	5,9
Lebensqualität / Menschen- / Familienfreundlichkeit	11	3,5	5,4
Weltoffenheit	6	1,9	2,9
Positives Image	6	1,9	2,9
Sonstiges	8	2,6	3,9
Zusammenarbeit / Vernetzung	20	6,4	9,8
Bürgernah / Bürgerbeteiligung / attraktiver für Bürger	15	4,8	7,3
Sonstiges	5	1,6	2,4

4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

Was wünschen Sie sich zukünftig von Bad Essen? (Mehrfachantworten möglich)

■ Bad Essen (N=338)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 205

Teil III	Nennungen	% der Nennungen	% der Fälle
Wirtschaft	20	6,4	9,8
Wirtschaftsförderung	6	1,9	2,9
Besseres Angebot / Vermarktung allg.	5	1,6	2,4
Mehr Einzelhandel / mehr Geschäfte im Zentrum	5	1,6	2,4
Sonstiges	4	1,3	2,0
Umweltschutz / Nachhaltigkeit	10	3,2	4,9
Tourismus	8	2,5	3,9
Mehr Touristen / Tourismusförderung	5	1,6	2,4
Sonstiges	3	1,0	1,5
Sonstiges	6	1,9	2,9
Gesamt	314	100,0	153,2

4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

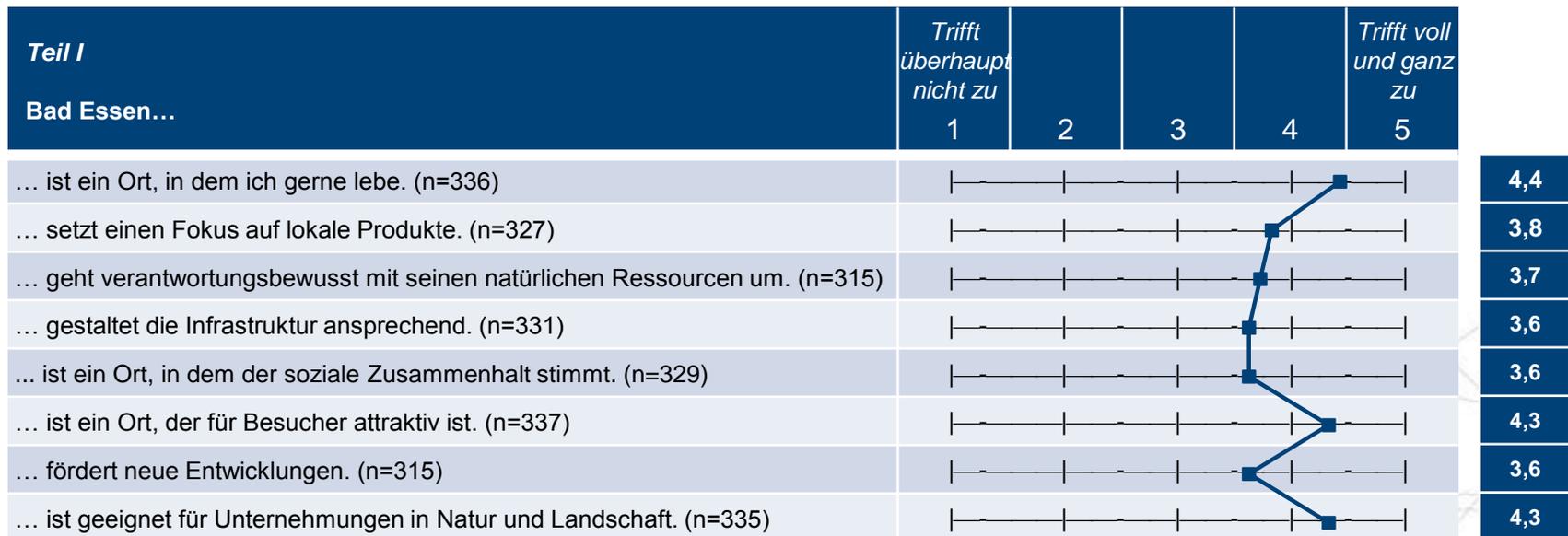
Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Beschreibungen auf Bad Essen zu?

> Mittelwerte

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 315



4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

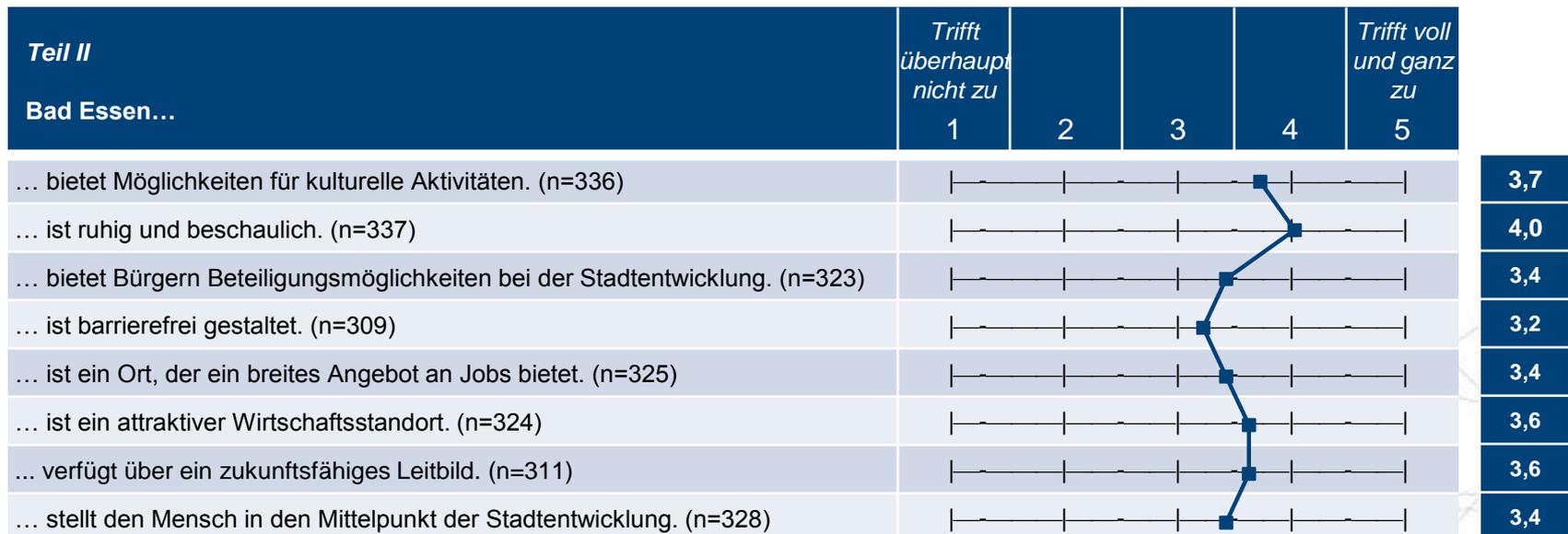
Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Beschreibungen auf Bad Essen zu?

> Mittelwerte

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 309



4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

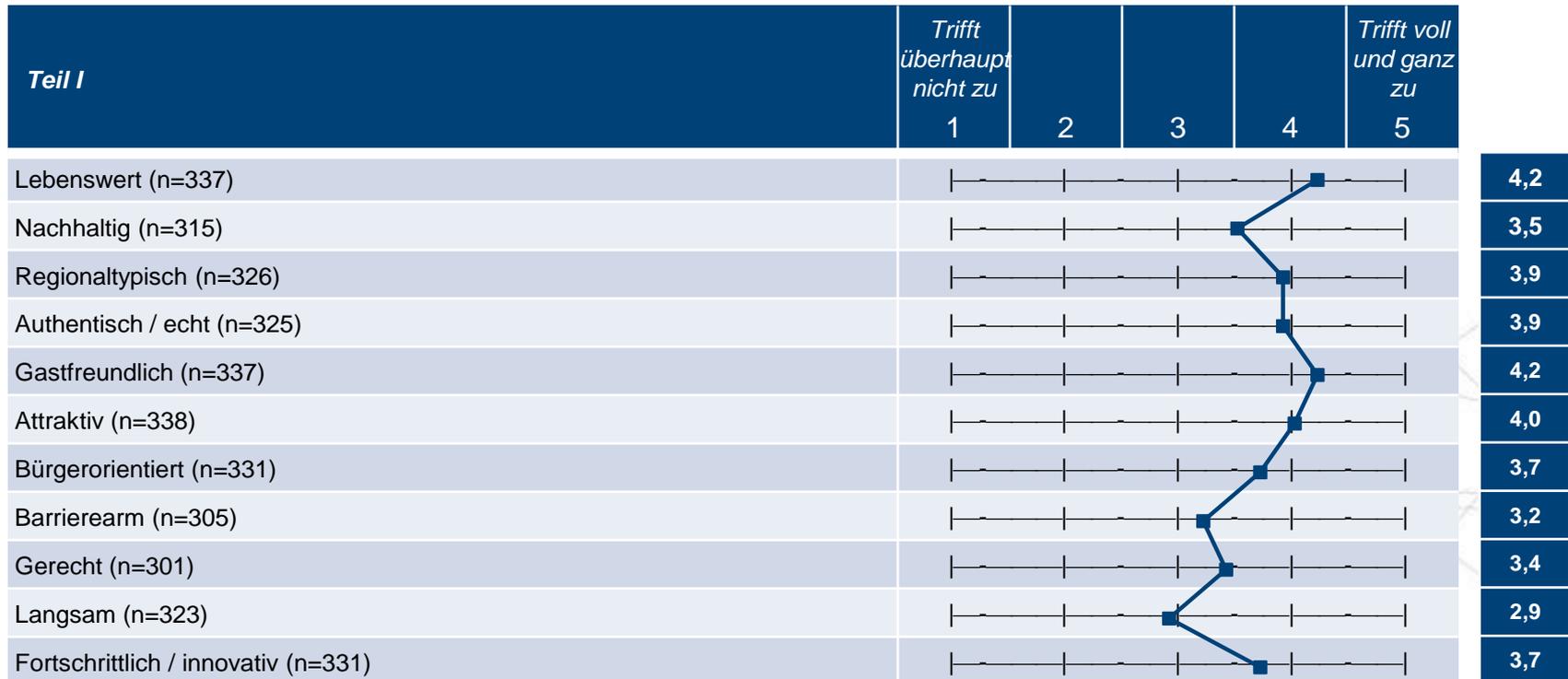
Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf Bad Essen zutreffen.

> Mittelwerte

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 301



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf Bad Essen zutreffen.

> Mittelwerte

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 311



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

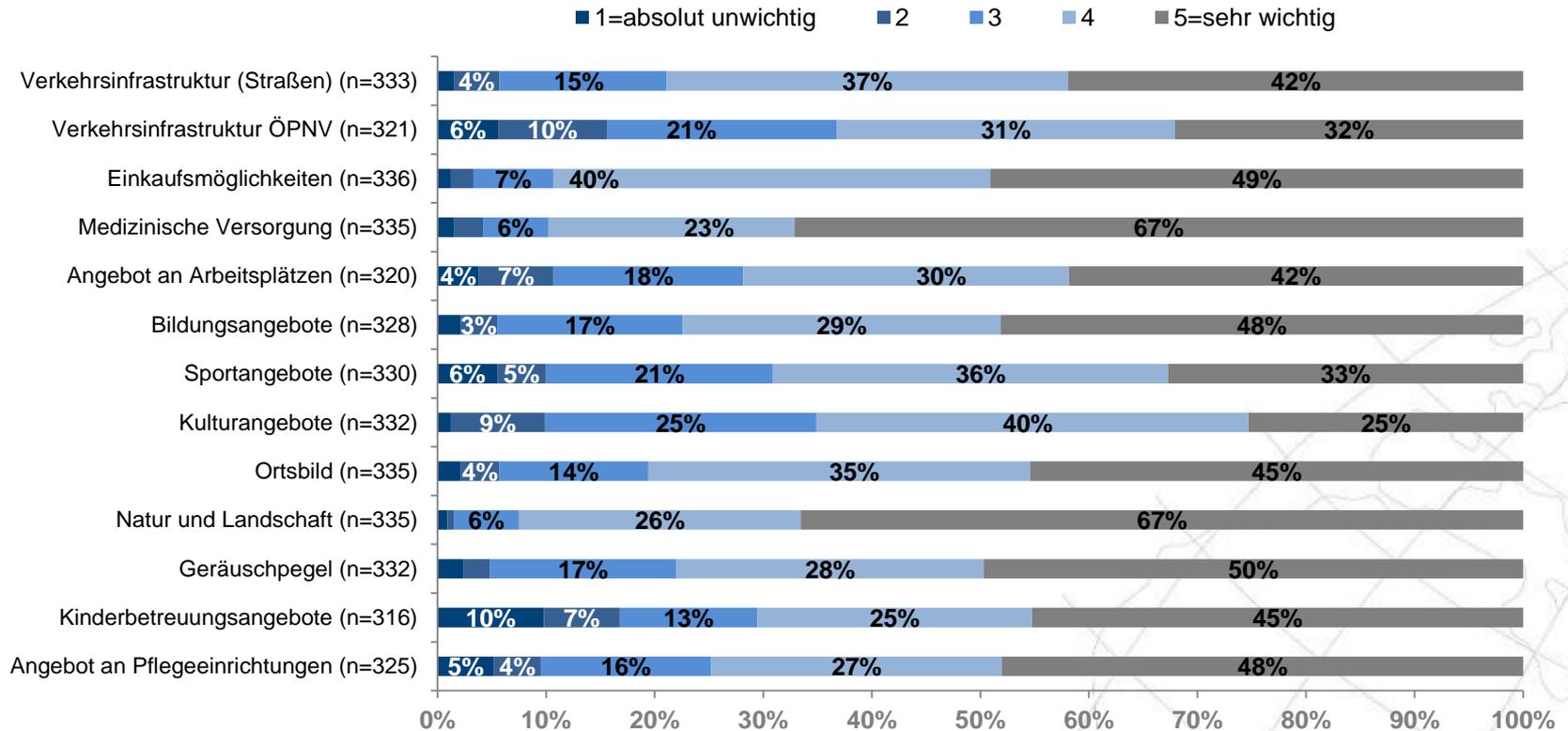
Wie wichtig ist Ihnen der Aspekt in Bad Essen?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 316



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

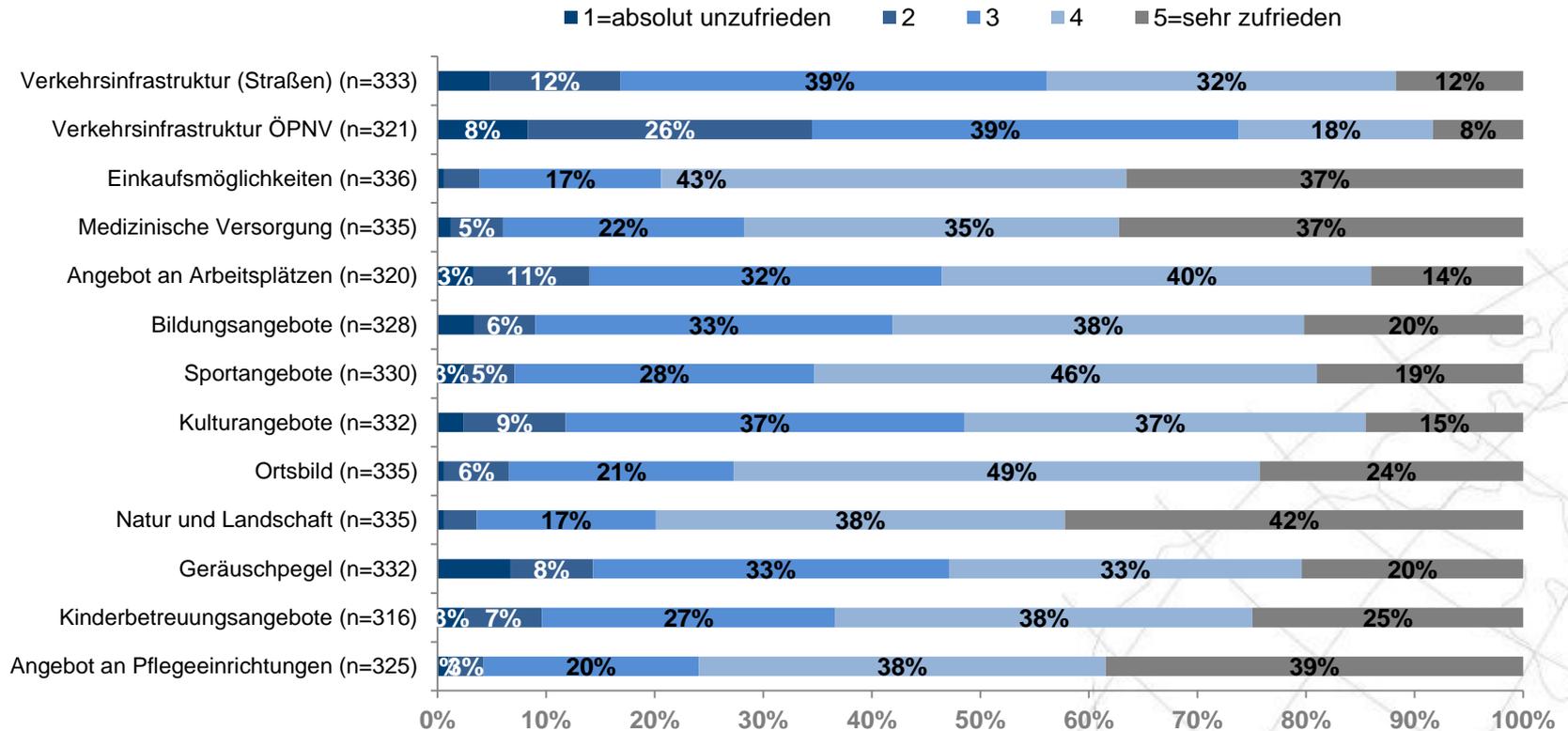
Wie zufrieden sind Sie mit dem Aspekt in Bad Essen?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 312



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

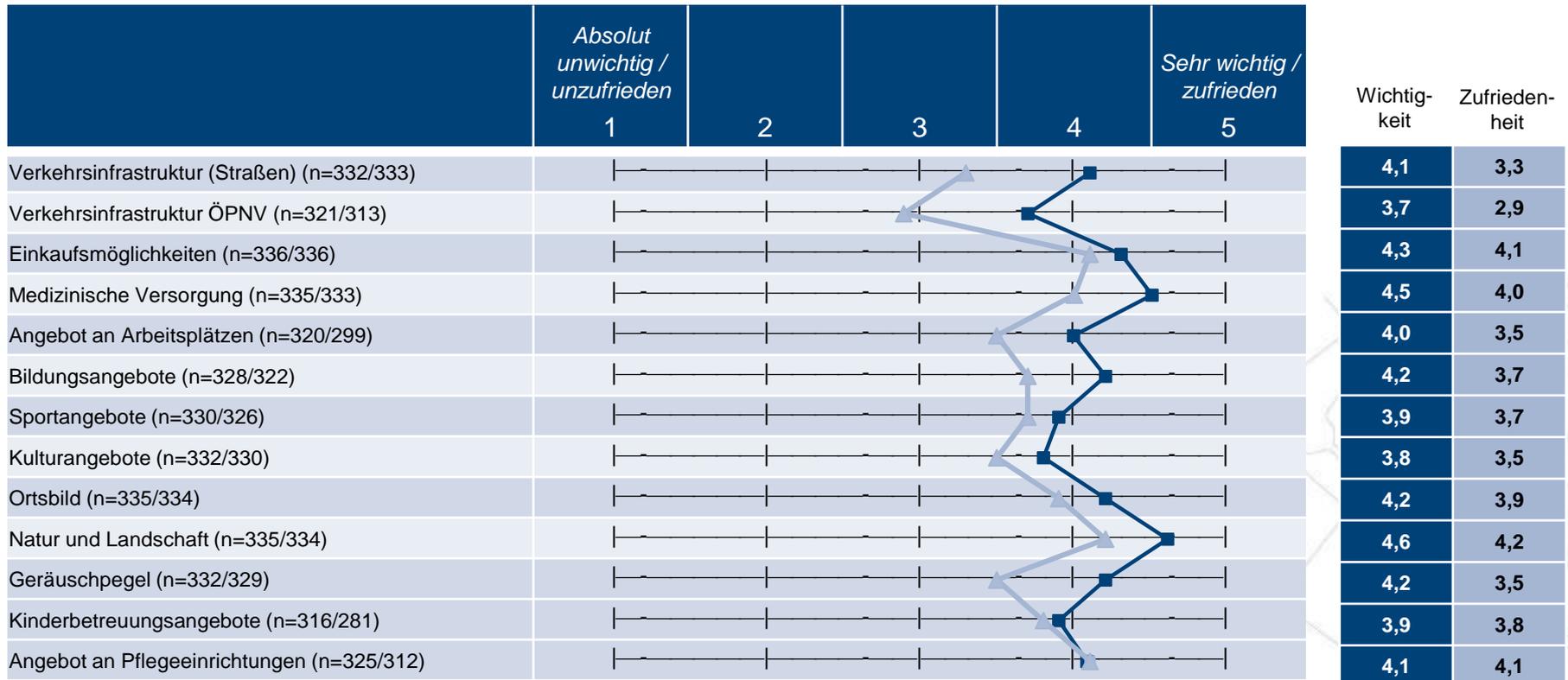
Wie wichtig ist Ihnen der Aspekt in Bad Essen? bzw. Wie zufrieden sind Sie mit dem Aspekt in Bad Essen?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 281



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

4.1 Frequenz-Relevanz-Analyse Bad Essen

Kriterien mit großer Relevanz und niedriger Bewertung sollten verbessert werden:

Motivatoren

- Verkehrsinfrastruktur (Straßen)

Versteckte Chancen

- Kulturangebote
- Angebot an Arbeitsplätzen

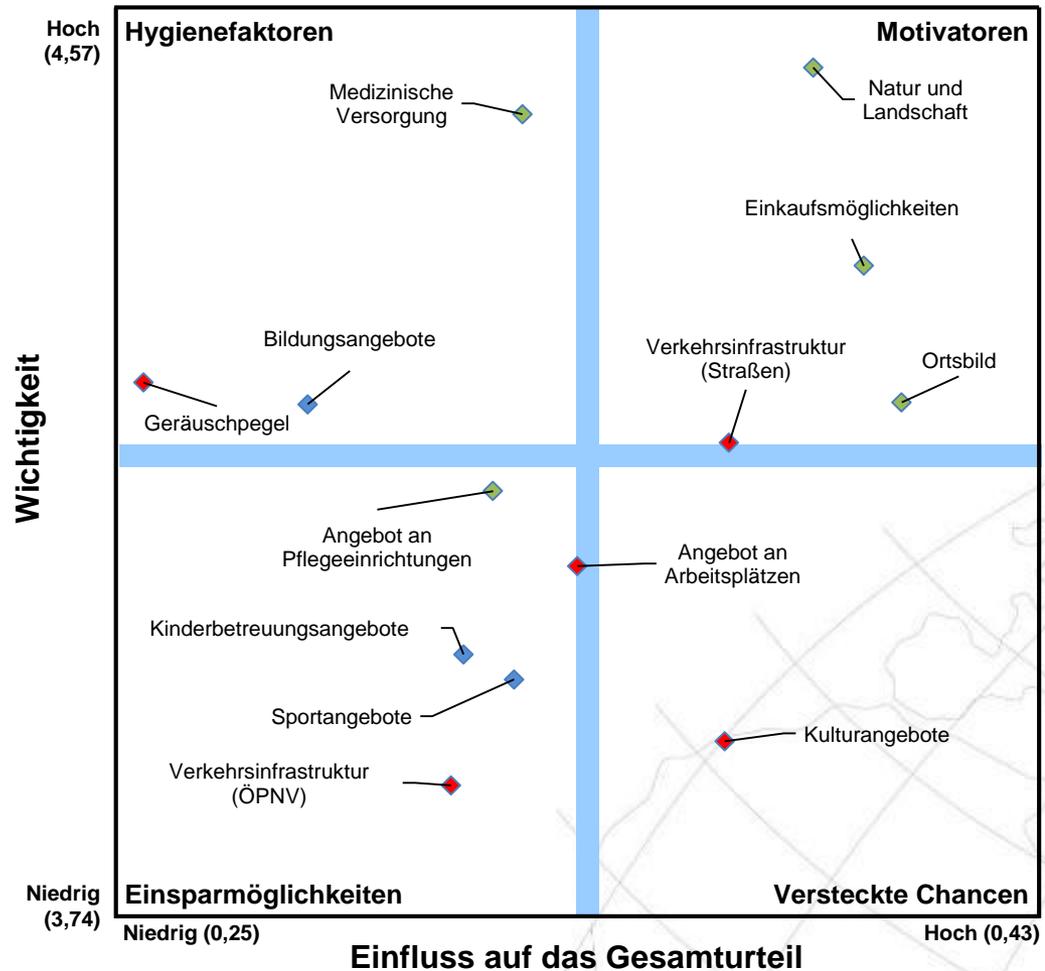
Hygienefaktoren

- Geräuschpegel
- Bildungsangebote

Beurteilung

- ◆ Überdurchschnittliche Leistungsfähigkeit
- ◆ Neutrale Leistungsfähigkeit
- ◆ Unterdurchschnittliche Leistungsfähigkeit

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017



4.1 Univariate Auswertungsergebnisse Bad Essen

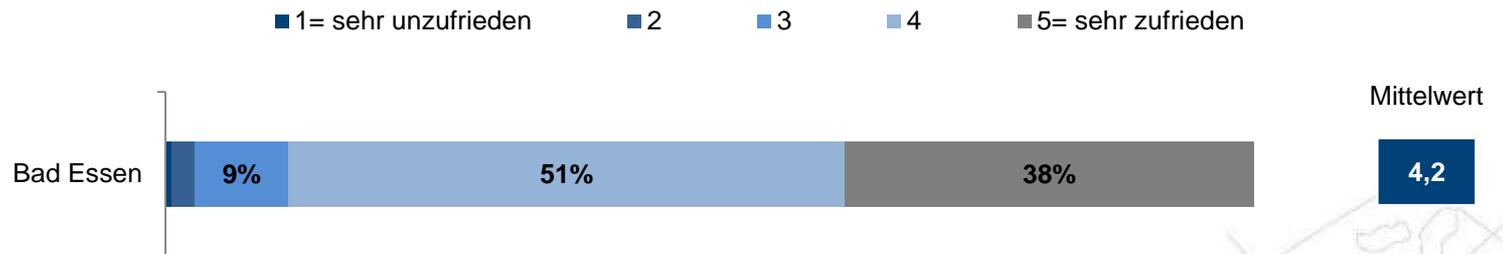
Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Bad Essen?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte

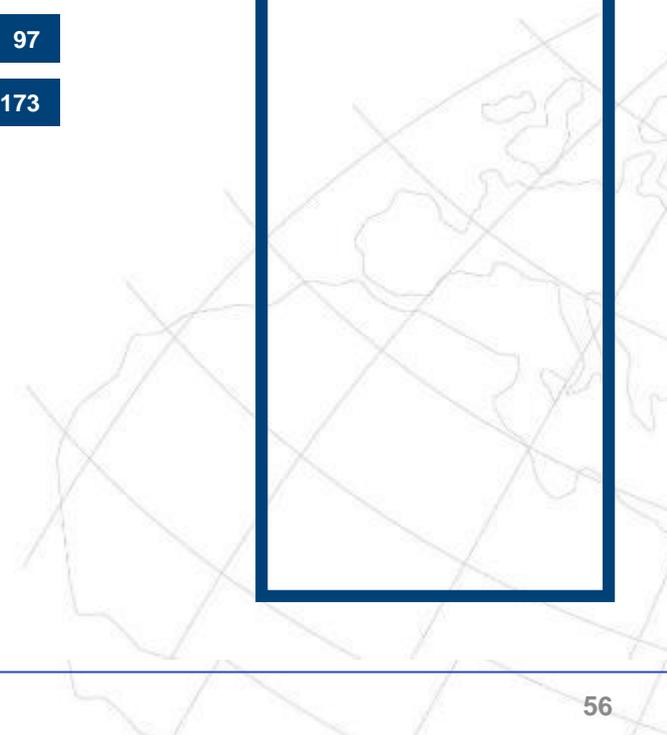
▶ Anzahl der Befragten: 338



Gliederung

1	METHODIK	2
2	MANAGEMENT SUMMARY	4
3	MERKMALE DER BEFRAGTEN GRUPPEN	10
4	UNIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	35
4.1	Bad Essen	35
4.2	Deidesheim	56
4.3	Meldorf	76
5	BIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	97
	COPYRIGHT, IMPRESSUM	173

IMT



4.2 Univariate Auswertungsergebnisse Deidesheim

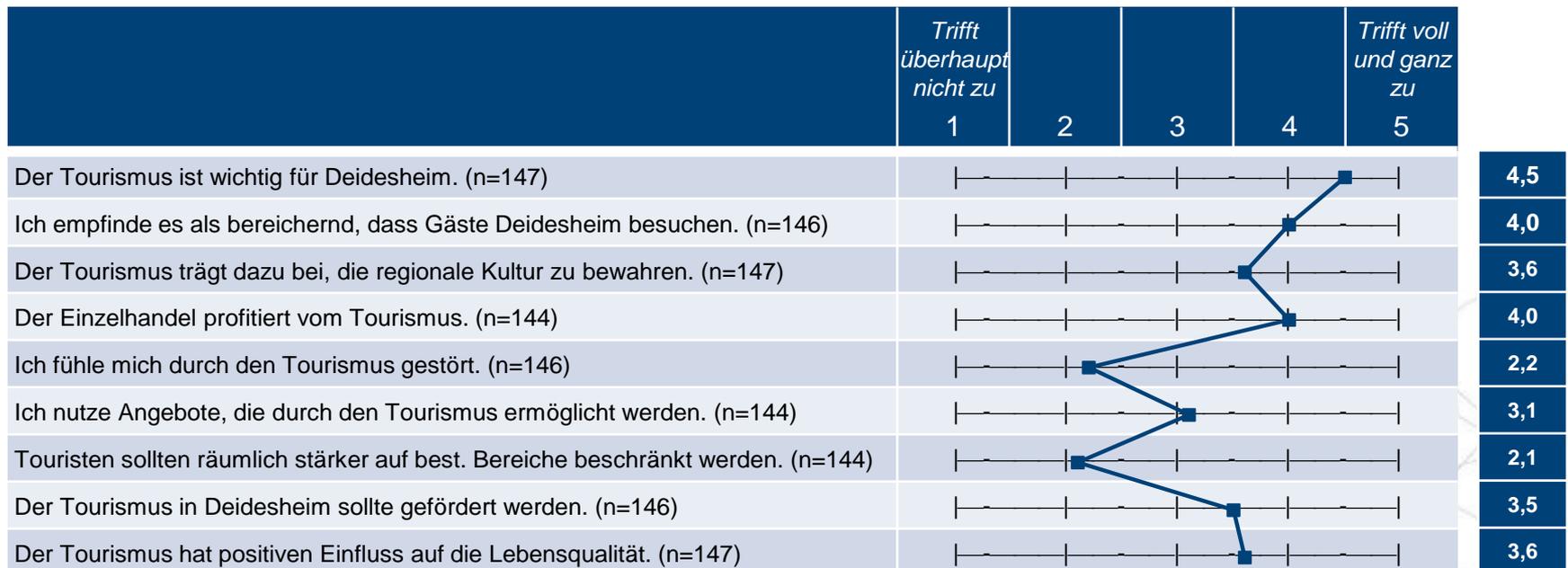
Wie beurteilen Sie die nachfolgenden Aussagen zum Tourismus in Deidesheim?

> Mittelwerte

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 144



4.2 Univariate Auswertungsergebnisse Deidesheim

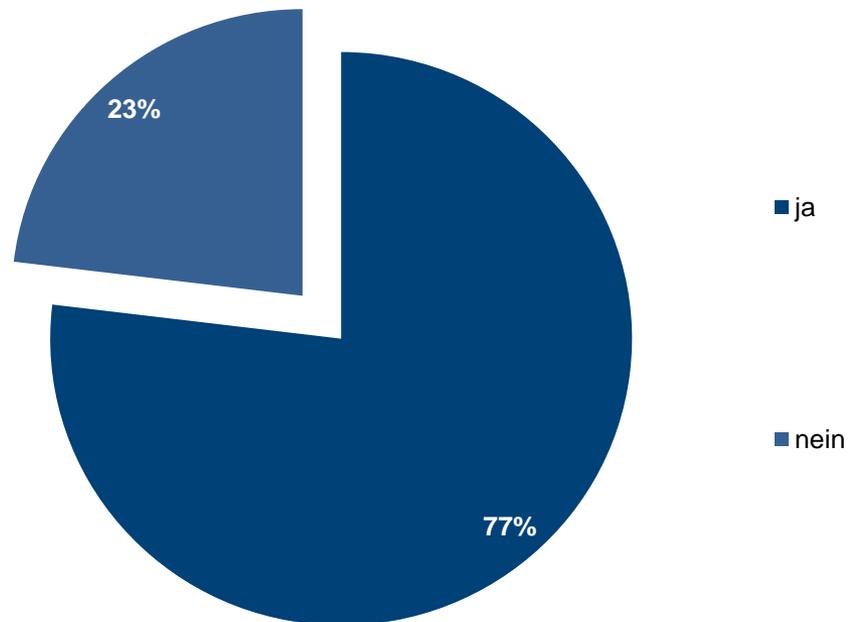
Ist Ihnen bekannt, dass Deidesheim Mitglied in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ist?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: 147



4.2 Univariate Auswertungsergebnisse Deidesheim

Sind Ihnen positive Entwicklungen bekannt, die sich aufgrund der Mitgliedschaft von Deidesheim in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ergeben haben? (Mehrfachantworten möglich)

■ Deidesheim (N=147)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 44

Teil I	Nennungen	% der Nennungen	% der Fälle
Stadtplanung / Infrastruktur	20	25,3	45,5
Wanderwege / Parkanlagen / Landschaftspflege	7	8,9	15,9
Schilder / Wegweiser / Überarbeitung des Verkehrskonzeptes	6	7,6	13,6
Sonstiges	7	8,9	15,9
Veranstaltungen / Freizeitangebote	19	24,1	43,2
Markt / verschiedene Märkte	9	11,4	20,5
Kulturelles Angebot	5	6,3	11,4
Sonstiges	5	6,3	11,4
Image	10	12,7	22,7
Entschleunigung	6	7,6	13,6
Sonstiges	4	5,1	9,1
Gastronomie	8	10,1	18,2
Lokale / Gastronomie	7	8,9	15,9
Sonstiges	1	1,3	2,3

4.2 Univariate Auswertungsergebnisse Deidesheim

Sind Ihnen positive Entwicklungen bekannt, die sich aufgrund der Mitgliedschaft von Deidesheim in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ergeben haben? (Mehrfachantworten möglich)

- Deidesheim (N=147)
- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 44

Teil II	Nennungen	% der Nennungen	% der Fälle
Tourismusförderung	6	7,6	13,6
Zusammenarbeit / Vernetzung	5	6,3	11,4
Wirtschaft / Regionalität	5	6,3	11,4
Sonstiges	6	7,6	13,6
Gesamt	79	100,0	179,5

4.2 Univariate Auswertungsergebnisse Deidesheim

Sind Ihnen positive Entwicklungen bekannt, die sich aufgrund der Mitgliedschaft von Deidesheim in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ergeben haben? (Mehrfachantworten möglich)

> Oberkategorien, Größe relativ zur Anzahl der Nennungen

■ Deidesheim (N=147)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 44



4.2 Univariate Auswertungsergebnisse Deidesheim

Sind Ihnen positive Entwicklungen bekannt, die sich aufgrund der Mitgliedschaft von Deidesheim in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ergeben haben? (Mehrfachantworten möglich)

> Oberkategorien und Top-Einzelnennungen

■ Deidesheim (N=147)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 44

Kat. 1: Stadtplanung / Infrastruktur
(45,5% d. Befragten)

Sonstiges (15,9%)

Wanderwege / Parkanlagen /
Landschaftspflege (15,9%)

Schilder / Wegweiser / Überarbeitung des
Verkehrskonzeptes (13,6%)

Kat. 2: Veranstaltungen / Freizeitangebote
(43,2% d. Befragten)

Kulturelles Angebot (11,4%)

Markt / verschiedene Märkte (20,5%)

Sonstiges (11,4%)

Positive Entwicklungen Deidesheim

Entschleunigung (13,6%)

Sonstiges (9,1%)

Kat. 3: Image
(22,7% d. Befragten)

Lokale / Gastronomie (15,9%)

Sonstiges (2,3%)

Kat. 4: Gastronomie
(18,2% d. Befragten)

4.2 Univariate Auswertungsergebnisse Deidesheim

Sind Ihnen negative Entwicklungen bekannt, die sich aufgrund der Mitgliedschaft von Deidesheim in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ergeben haben? (Mehrfachantworten möglich)

■ Deidesheim (N=147)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 10

	Nennungen	% der Nennungen	% der Fälle
Stadtplanung / Infrastruktur	9	60,0	90,0
Verkehrskonzept / ÖPNV / Infrastruktur	4	26,7	40,0
Sonstiges	5	33,3	50,0
Tourismus	2	13,3	20,0
Wirtschaft	2	13,3	20,0
Sonstiges	2	13,3	20,0
Gesamt	15	100,0	150,0

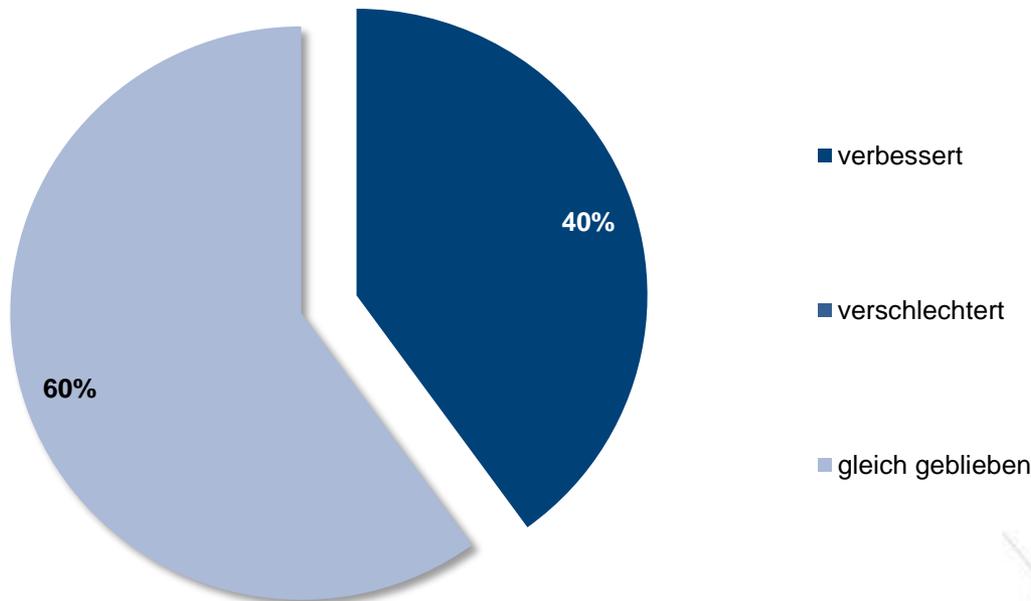
4.2 Univariate Auswertungsergebnisse Deidesheim

Wie hat sich aus Ihrer Sicht die Lebensqualität in Deidesheim insgesamt entwickelt, seit Deidesheim in der Vereinigung Cittaslow Deutschland Mitglied ist?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Deidesheim (N=147)

- ▶ **Basis:** Alle Befragte, die wissen, dass Deidesheim Mitglied in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ist
- ▶ **Anzahl der Befragten:** 115



4.2 Univariate Auswertungsergebnisse Deidesheim

Was wünschen Sie sich zukünftig von Deidesheim? (Mehrfachantworten möglich)

■ Deidesheim (N=147)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 103

Teil I	Nennungen	% der Nennungen	% der Fälle
Stadtplanung / Infrastruktur	67	37,9	65,0
Überarbeitung des Verkehrskonzeptes	14	7,9	13,6
Mehr Parkplätze	11	6,2	10,7
Wanderwege / Parkanlagen	7	4,0	6,8
Mehr (bezahlbarer) Wohnraum	6	3,4	5,8
Sonstiges	29	16,4	28,1
Veranstaltungen / Freizeitangebote	24	13,6	23,3
Angebote für Jugendliche / Kinder / Kinderbetreuung	12	6,8	11,7
Kulturelles Angebot / Freizeitangebot	7	4,0	6,8
Sonstiges	5	2,8	4,9
Tourismus	22	12,4	21,4
Nicht Touristen / Tourismusförderung	16	9,0	15,5
Mehr Touristen / Tourismusförderung	5	2,8	4,9
Sonstiges	1	0,6	1,0
Zusammenarbeit / Vernetzung	22	12,4	21,4
Bürgernah / Bürgerbeteiligung / attraktiver für Bürger	20	11,3	19,4
Sonstiges	2	1,1	1,9

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

4.2 Univariate Auswertungsergebnisse Deidesheim

Was wünschen Sie sich zukünftig von Deidesheim? (Mehrfachantworten möglich)

■ Deidesheim (N=147)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 103

Teil II	Nennungen	% der Nennungen	% der Fälle
Image	17	9,6	16,5
Lebensqualität / Menschen- / Familienfreundlichkeit	6	3,4	5,8
Ruhe	5	2,8	4,9
Sonstiges	6	3,4	5,8
Wirtschaft	11	6,2	10,7
Bessere Geldpolitik / Investitionen	4	2,3	3,9
Sonstiges	7	4,0	6,8
Umweltschutz / Nachhaltigkeit	11	6,2	10,7
Gastronomie	3	1,7	2,9
Gesamt	177	100,0	171,8

4.2 Univariate Auswertungsergebnisse Deidesheim

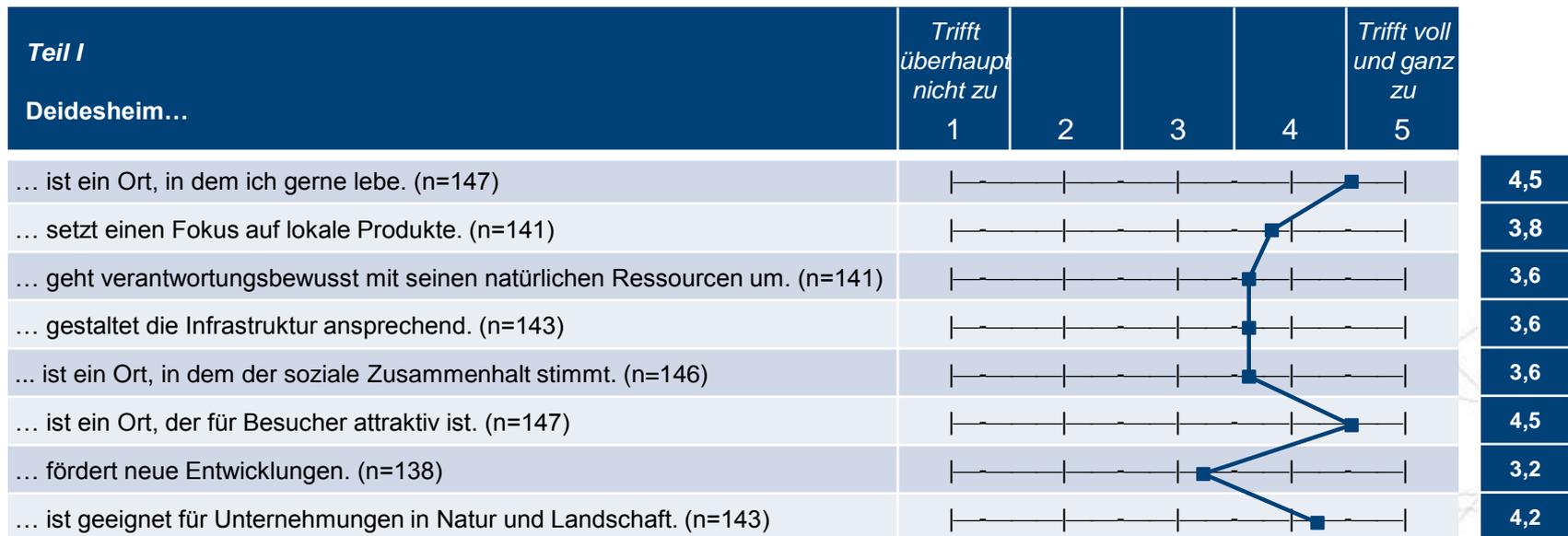
Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Beschreibungen auf Deidesheim zu?

> Mittelwerte

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 138



4.2 Univariate Auswertungsergebnisse Deidesheim

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Beschreibungen auf Deidesheim zu?

> Mittelwerte

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 133



4.2 Univariate Auswertungsergebnisse Deidesheim

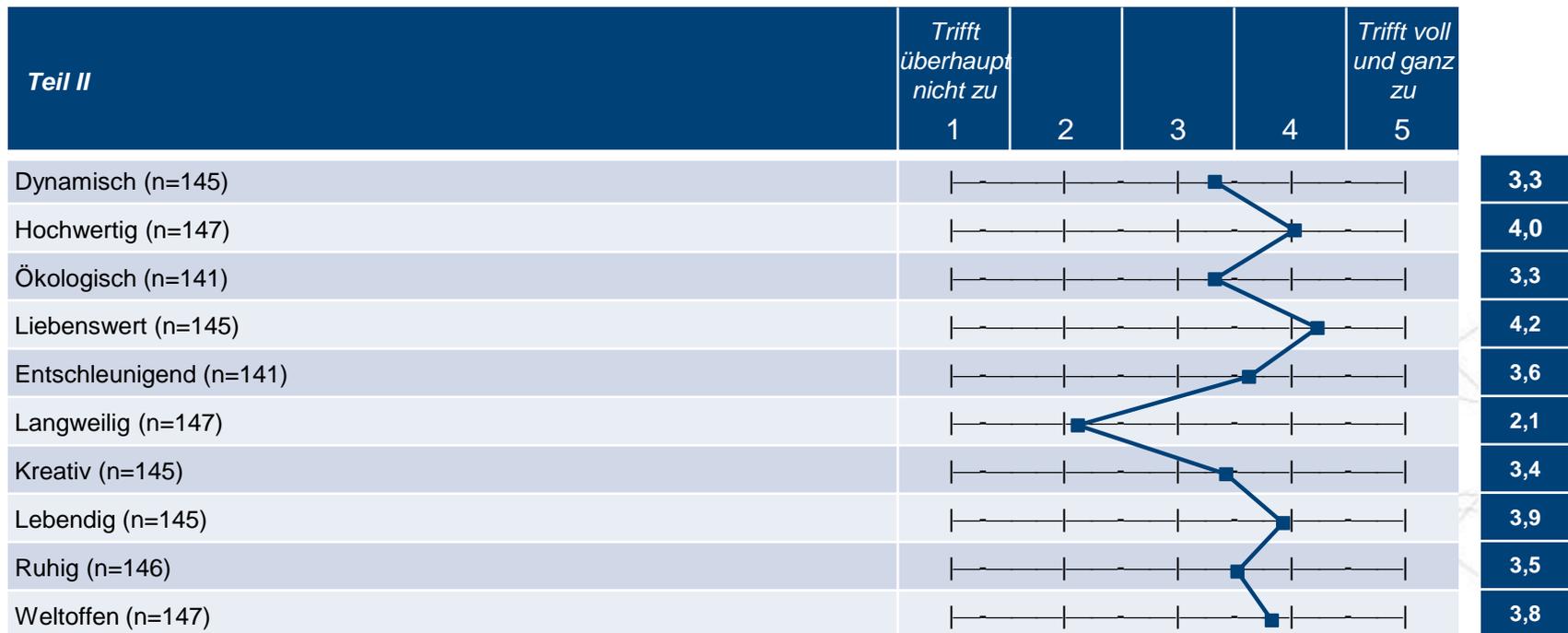
Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf Deidesheim zutreffen.

> Mittelwerte

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 141



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

4.2 Univariate Auswertungsergebnisse Deidesheim

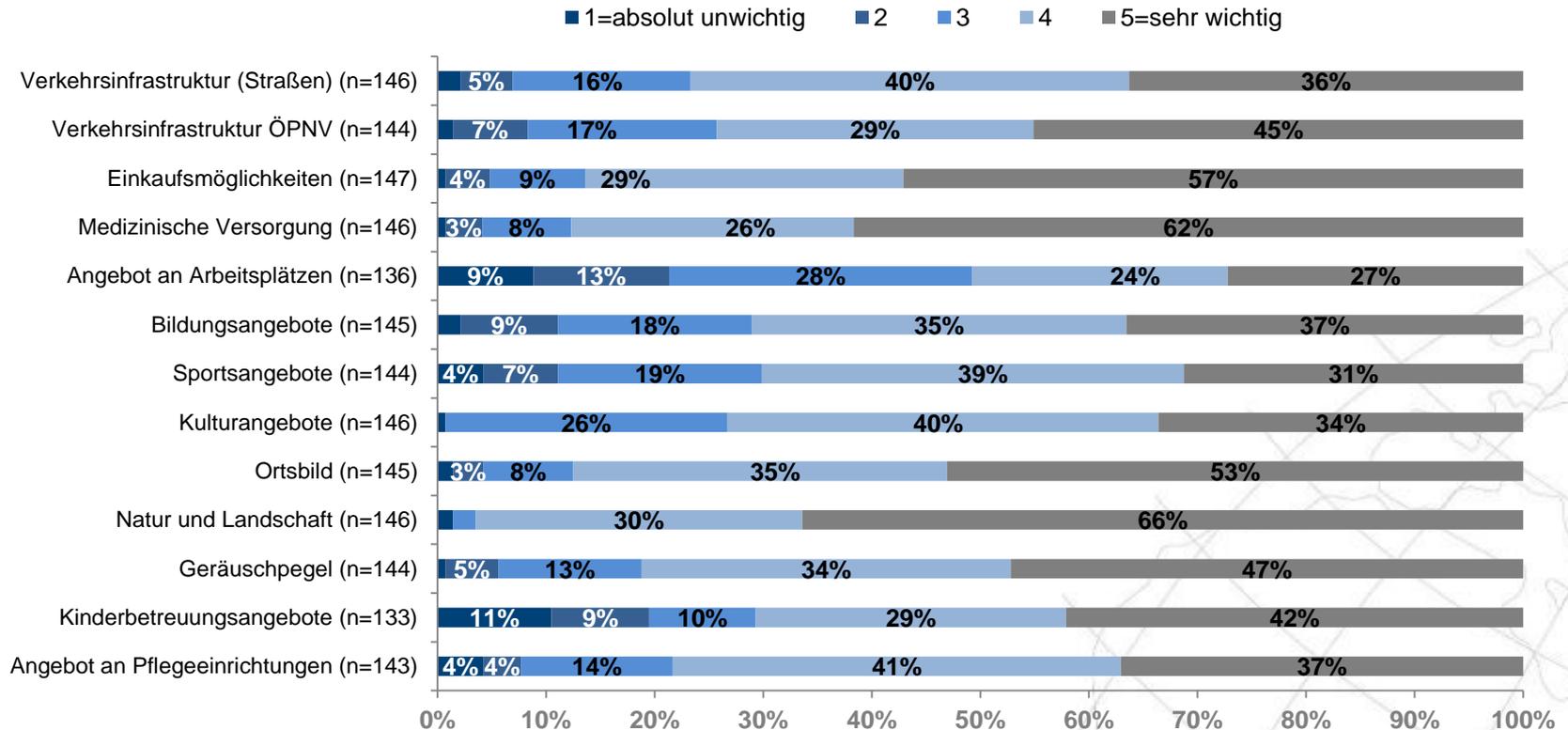
Wie wichtig ist Ihnen der Aspekt in Deidesheim?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 133



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

4.2 Univariate Auswertungsergebnisse Deidesheim

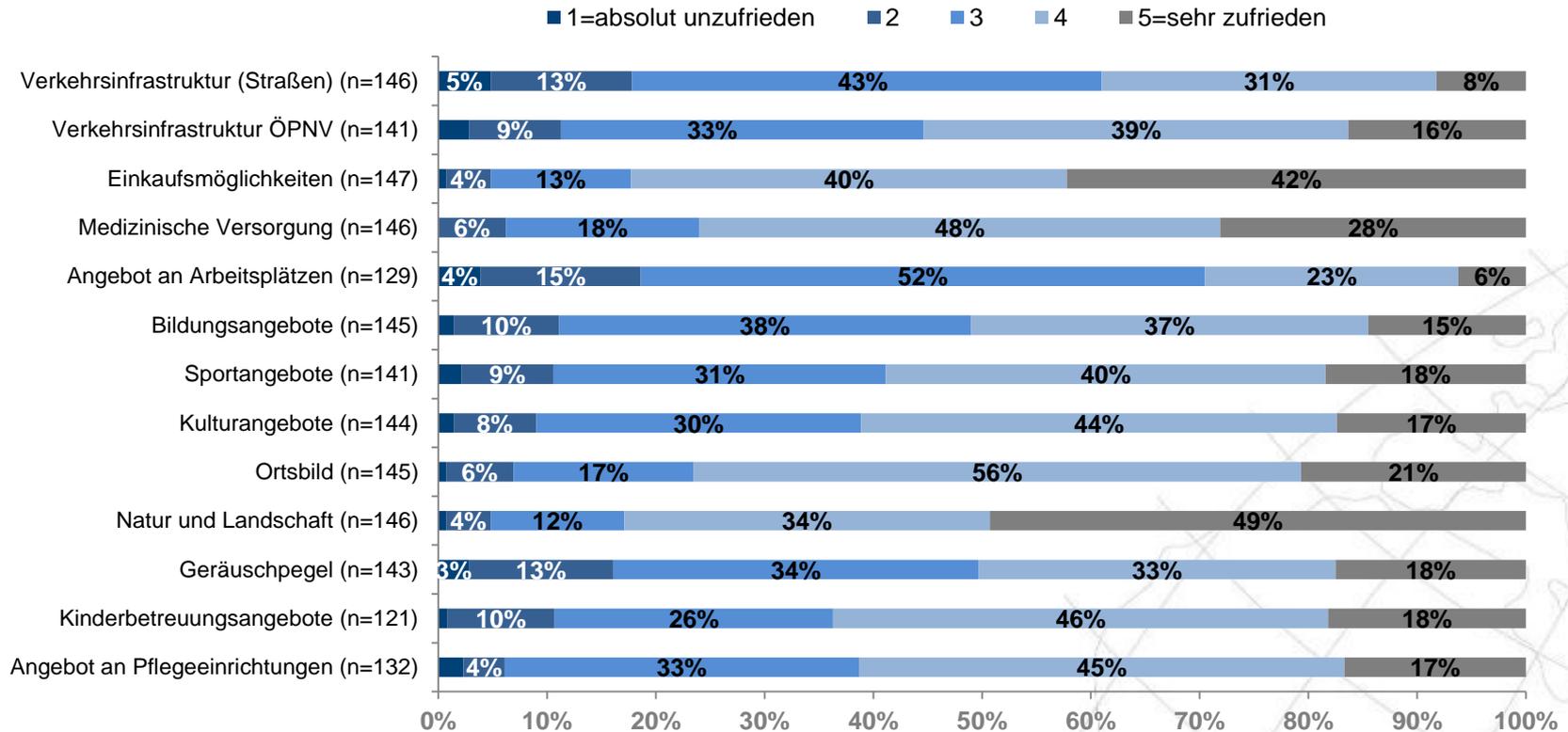
Und wie zufrieden sind Sie mit dem Aspekt in Deidesheim?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 121



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

4.2 Univariate Auswertungsergebnisse Deidesheim

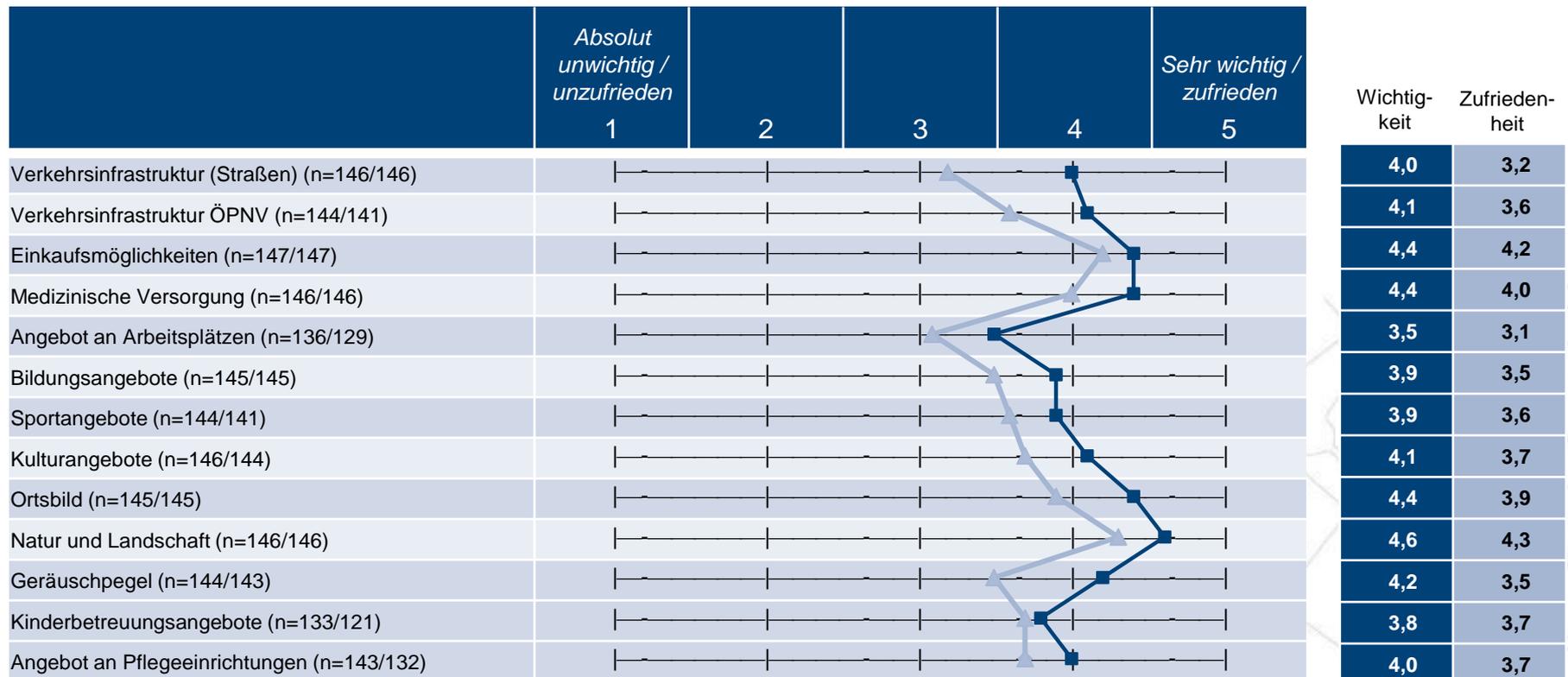
Wie wichtig ist Ihnen der Aspekt in Deidesheim? bzw. Wie zufrieden sind Sie mit dem Aspekt in Deidesheim?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 121



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

4.2 Frequenz-Relevanz-Analyse Deidesheim

Kriterien mit großer Relevanz und niedriger Bewertung sollten verbessert werden:

Motivatoren

- Geräuschpegel

Versteckte Chancen

- Verkehrsinfrastruktur (ÖPNV)
- Verkehrsinfrastruktur (Straßen)

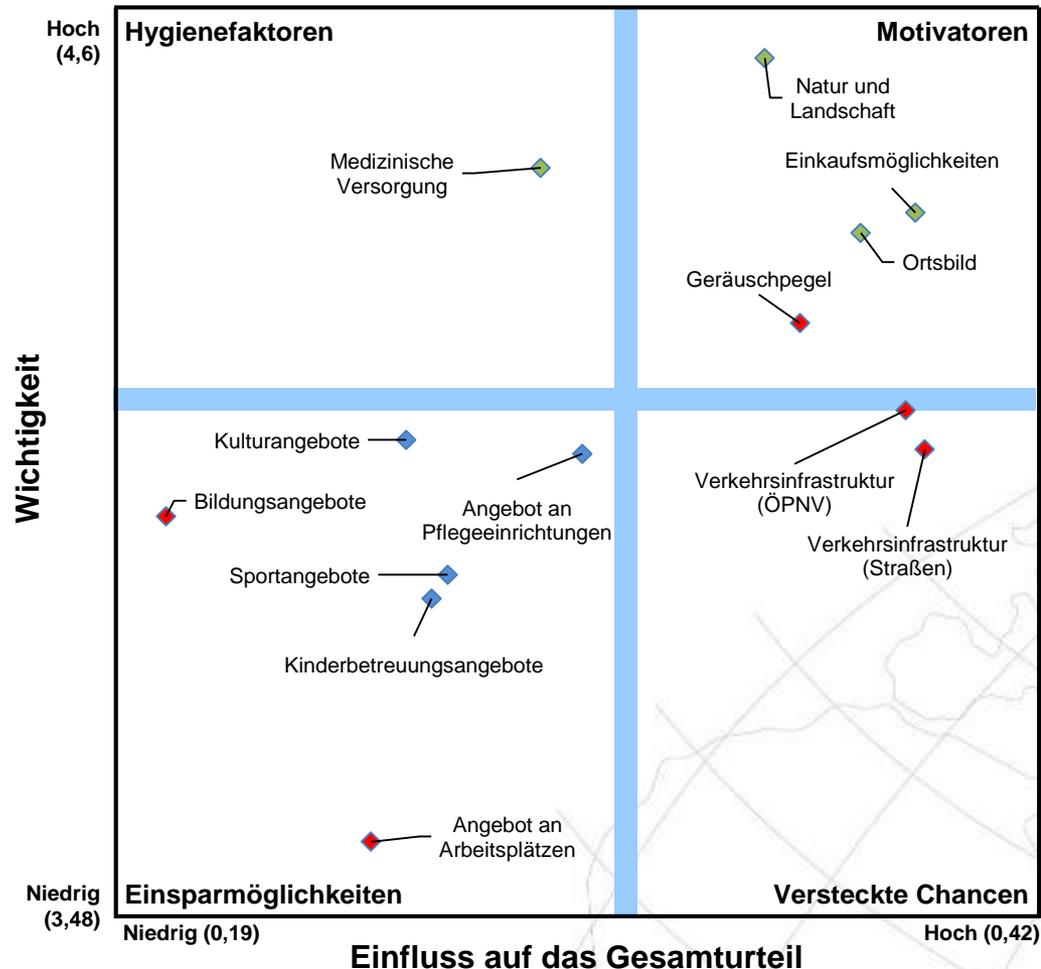
Alle anderen Nutzenaspekte sind von geringer Relevanz.

Die unterdurchschnittliche Beurteilung wird sich daher nicht stark auf das Gesamturteil auswirken.

Beurteilung

- ◆ Überdurchschnittliche Leistungsfähigkeit
- ◆ Neutrale Leistungsfähigkeit
- ◆ Unterdurchschnittliche Leistungsfähigkeit

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017



4.2 Univariate Auswertungsergebnisse Deidesheim

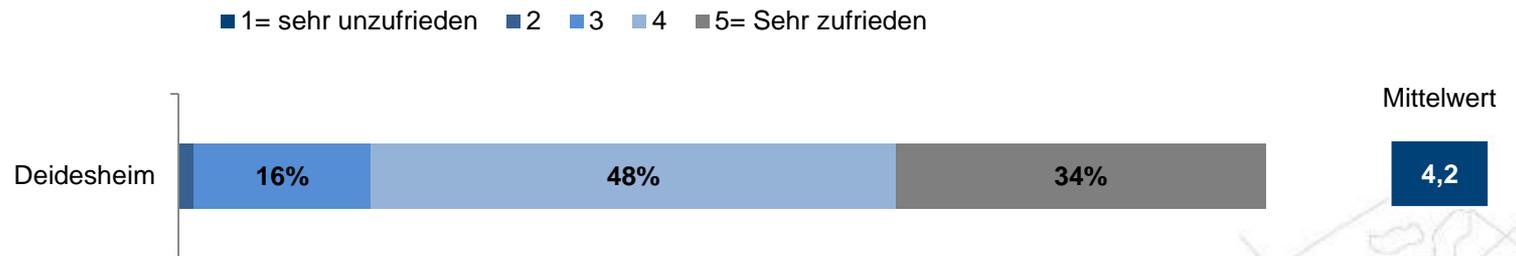
Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Deidesheim?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte

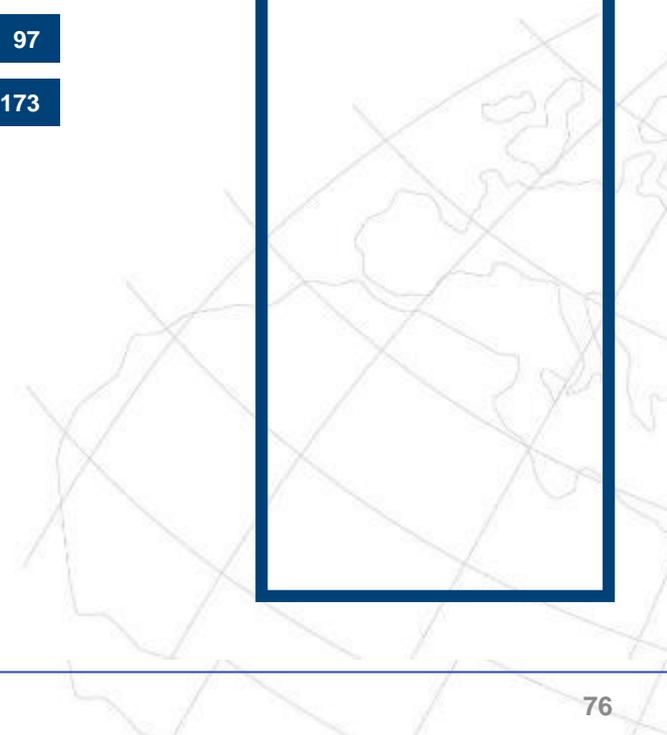
▶ Anzahl der Befragten: 147



Gliederung

1	METHODIK	2
2	MANAGEMENT SUMMARY	4
3	MERKMALE DER BEFRAGTEN GRUPPEN	10
4	UNIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	35
4.1	Bad Essen	35
4.2	Deidesheim	56
4.3	Meldorf	76
5	BIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	97
	COPYRIGHT, IMPRESSUM	173

IMT



4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

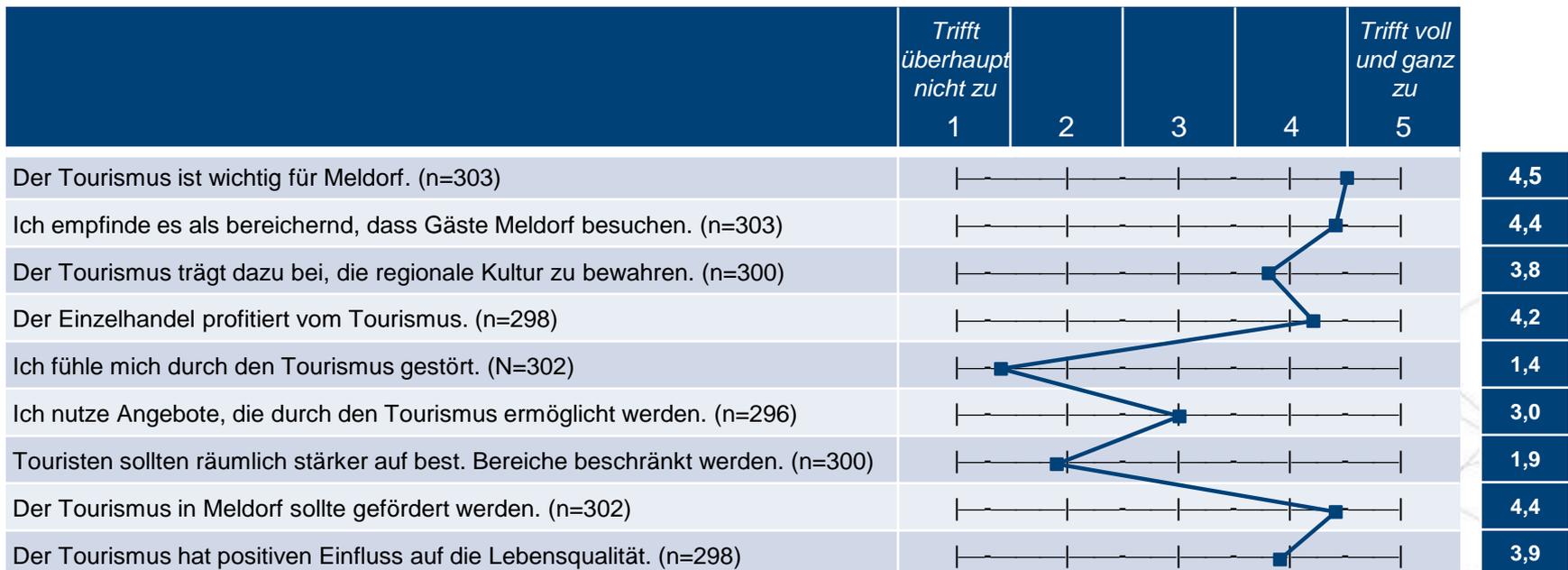
Wie beurteilen Sie die nachfolgenden Aussagen zum Tourismus in Meldorf?

> Mittelwerte

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 296



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

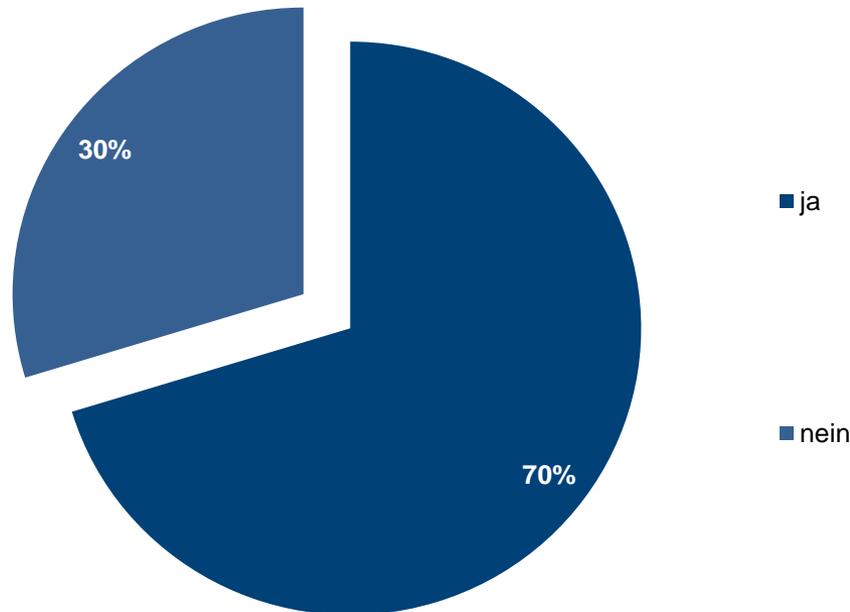
Ist Ihnen bekannt, dass Meldorf Mitglied in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ist?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: 303



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

Sind Ihnen positive Entwicklungen bekannt, die sich aufgrund der Mitgliedschaft von Meldorf in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ergeben haben? (Mehrfachantworten möglich)

- Meldorf (N=303)
- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 58

Teil I	Nennungen	% der Nennungen	% der Fälle
Stadtplanung / Infrastruktur	26	22,6	44,9
Gestaltung des Stadtbildes	12	10,4	20,7
Überarbeitung des Verkehrskonzeptes	7	6,1	12,1
Sonstiges	7	6,1	12,1
Umweltschutz / Nachhaltigkeit	18	12,8	31,0
Nachhaltigkeit	6	5,2	10,3
Umweltschutz	5	4,3	8,6
Angebot von Fair Trade Produkten	4	3,5	6,9
Sonstiges	3	2,6	5,2
Wirtschaft	17	14,8	29,3
Regionalität	13	11,3	22,4
Sonstiges	4	3,5	6,9
Image	13	11,3	22,4
Entschleunigung	6	5,2	10,3
Sonstiges	7	6,1	12,1

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

Sind Ihnen positive Entwicklungen bekannt, die sich aufgrund der Mitgliedschaft von Meldorf in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ergeben haben? (Mehrfachantworten möglich)

■ Meldorf (N=303)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 58

Teil II	Nennungen	% der Nennungen	% der Fälle
Zusammenarbeit / Vernetzung	13	11,3	22,4
Bürgernah / Bürgerbeteiligung	7	6,1	12,1
Sonstiges	6	5,2	10,3
Veranstaltungen / Freizeitangebote	12	10,4	20,7
Veranstaltungen / Workshops / Projekte	4	3,5	6,9
Kulturelles Angebot	4	3,5	6,9
Sonstiges	4	3,5	6,9
Tourismus	7	6,1	12,1
Sonstiges	9	8,1	15,5
Gesamt	115	100,0	198,3

4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

Sind Ihnen positive Entwicklungen bekannt, die sich aufgrund der Mitgliedschaft von Meldorf in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ergeben haben? (Mehrfachantworten möglich)

> Oberkategorien, Größe relativ zur Anzahl der Nennungen

■ Meldorf (N=303)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 58



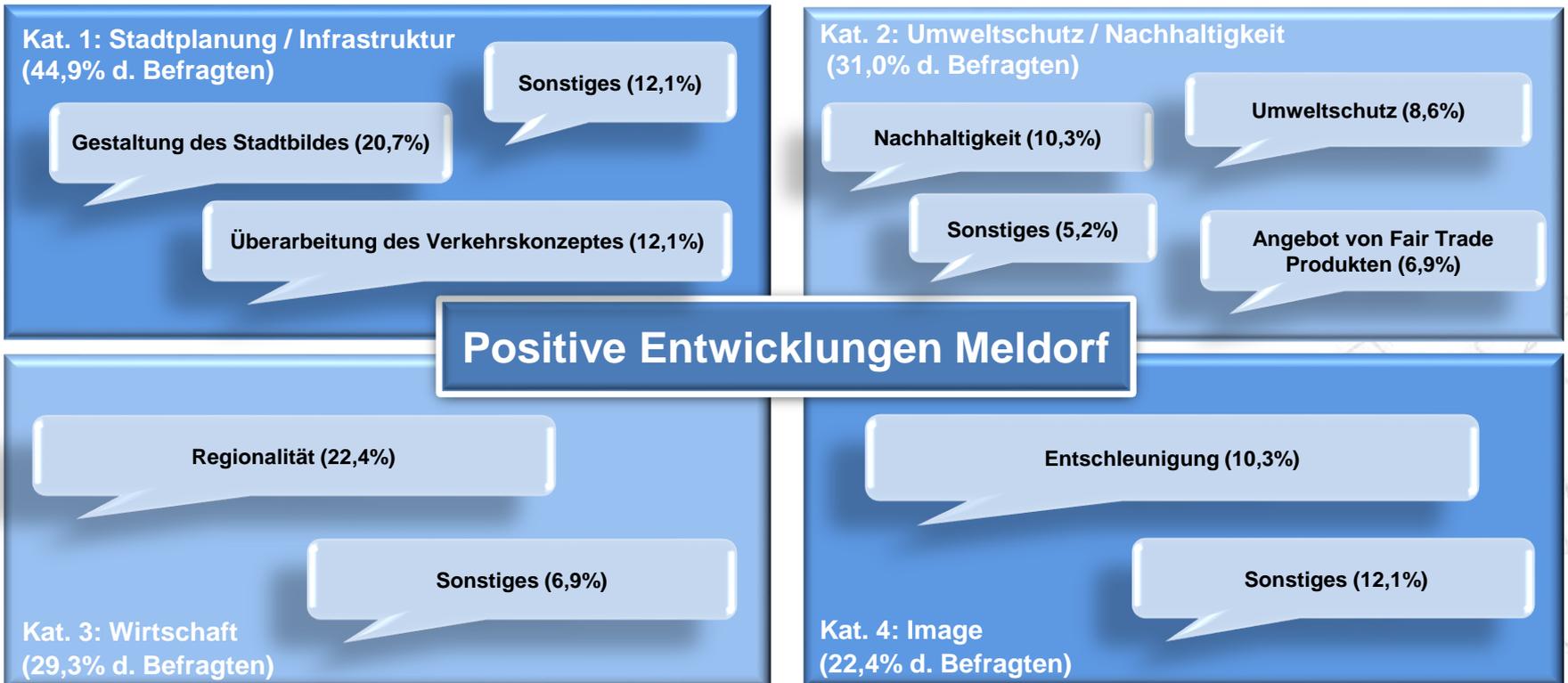
4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

Sind Ihnen positive Entwicklungen bekannt, die sich aufgrund der Mitgliedschaft von Meldorf in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ergeben haben? (Mehrfachantworten möglich)

> Oberkategorien und Top-Einzelnennungen

■ Meldorf (N=303)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 58



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

Sind Ihnen negative Entwicklungen bekannt, die sich aufgrund der Mitgliedschaft von Meldorf in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ergeben haben? (Mehrfachantworten möglich)

■ Meldorf (N=303)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 32

	Nennungen	% der Nennungen	% der Fälle
Stadtplanung / Infrastruktur	15	39,5	46,9
Verkehrskonzept / ÖPNV / Infrastruktur	8	21,1	25,0
Nicht auf junge Leute ausgerichtet	3	7,9	9,4
Sonstiges	4	10,5	12,5
Image	6	15,8	18,8
Keine Veränderung / Aktivität erkennbar	5	13,2	15,5
Veränderungen dauern zu lange	3	7,9	9,4
Wirtschaft	2	5,3	6,3
Tourismus	1	2,6	3,1
Veranstaltungen / Freizeitangebote	1	2,6	3,1
Umweltschutz / Nachhaltigkeit	1	2,6	3,1
Sonstiges	4	10,5	12,5
Gesamt	38	100,0	118,8

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

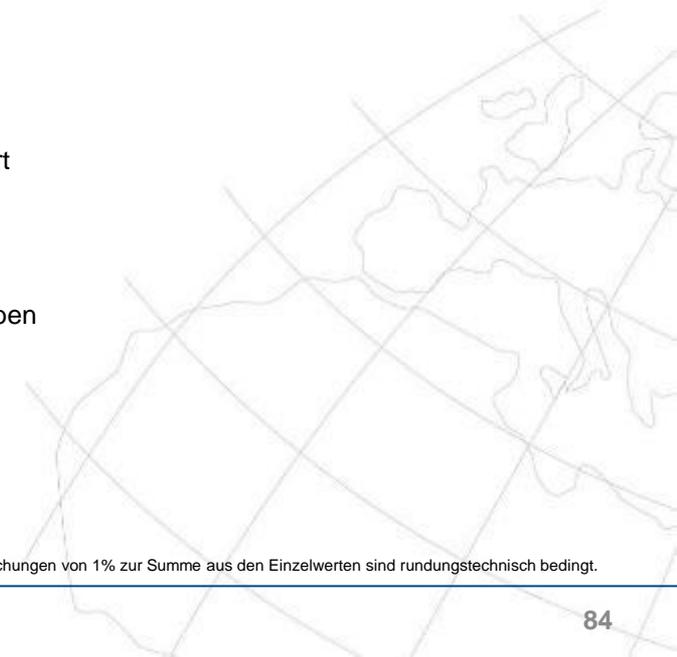
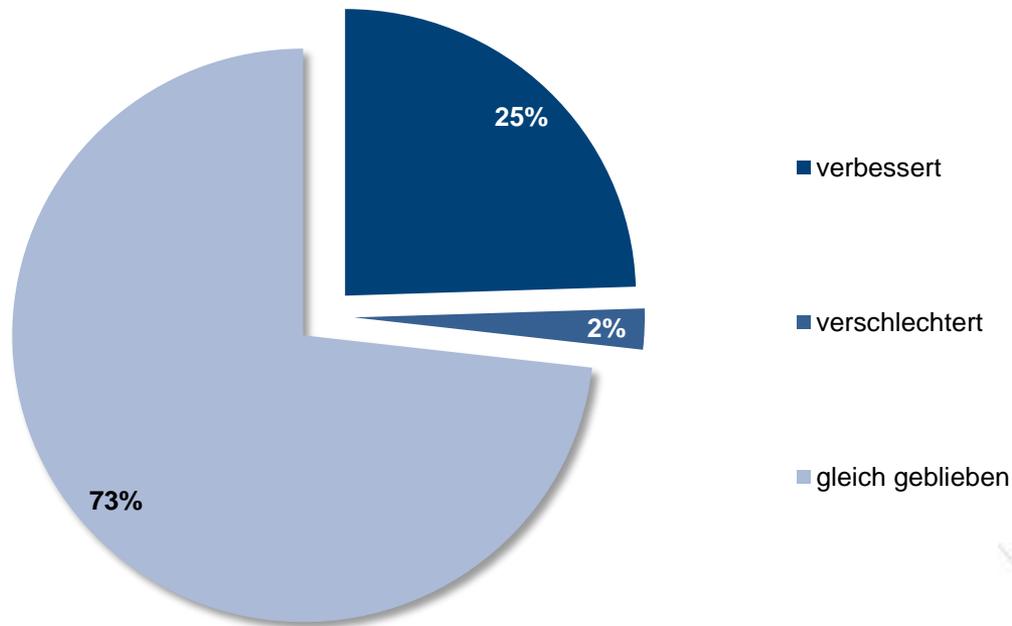
4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

Wie hat sich aus Ihrer Sicht die Lebensqualität in Meldorf insgesamt entwickelt, seit Meldorf in der Vereinigung Cittaslow Deutschland Mitglied ist?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Meldorf (N=303)

- ▶ **Basis:** Alle Befragte, die wissen, dass Meldorf Mitglied in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ist
- ▶ **Anzahl der Befragten:** 303



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

Was wünschen Sie sich zukünftig von Meldorf? (Mehrfachantworten möglich)

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: 218

Teil I	Nennungen	% der Nennungen	% der Fälle
Stadtplanung / Infrastruktur	174	46,0	79,8
Überarbeitung des Verkehrskonzeptes	39	10,3	17,9
Belebtere Innenstadt	26	6,9	11,9
Besserer ÖPNV	14	3,7	6,4
Gestaltung des Stadtbildes	11	2,9	5,0
Mehr (bezahlbarer) Wohnraum	11	2,9	5,0
Barrierefreiheit	8	2,1	3,7
Besseres Internet	8	2,1	3,7
Beständigkeit / Erhaltung der Stadt	7	1,9	3,2
Modernisierung / progressive Stadtentwicklung	6	1,6	2,8
Bessere medizinische Versorgung	6	1,6	2,8
Einrichtungen für Senioren	6	1,6	2,8
Sonstiges	32	8,4	14,6
Wirtschaft	51	13,5	23,4
Mehr Einzelhandel / Geschäfte im Zentrum	29	7,7	13,3
Besseres Angebot / Vermarktung allg.	7	1,9	3,2
Wirtschaftsförderung	6	1,6	2,8
Sonstiges	9	2,3	4,1

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

Was wünschen Sie sich zukünftig von Meldorf? (Mehrfachantworten möglich)

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: 218

Teil II	Nennungen	% der Nennungen	% der Fälle
Veranstaltungen / Freizeitangebote	40	10,6	18,3
Angebote für Jugendliche / Kinder / Kinderbetreuung	19	5,2	8,7
Kulturelles Angebot / Freizeitangebot	12	3,2	5,5
Sonstiges	9	2,2	4,1
Image	36	9,5	16,5
Lebensqualität / Menschen- / Familienfreundlichkeit	12	3,2	5,5
Ruhe	6	1,6	2,8
Weltoffenheit	5	1,3	2,3
Sonstiges	13	3,4	5,9
Tourismus	29	7,7	13,3
Mehr Touristen / Tourismusförderung	22	5,8	10,1
Sonstiges	7	1,9	3,2
Zusammenarbeit / Vernetzung	21	5,6	9,6
Bürgernah / Bürgerbeteiligung / attraktiver für Bürger	14	3,7	6,4
Sonstiges	7	1,9	3,2

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind runderungstechnisch bedingt.

4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

Was wünschen Sie sich zukünftig von Meldorf? (Mehrfachantworten möglich)

- Meldorf (N=303)
- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: 218

Teil III	Nennungen	% der Nennungen	% der Fälle
Umweltschutz / Nachhaltigkeit	12	3,2	5,5
Gastronomie	10	2,6	4,6
Lokale Gastronomie	6	1,6	2,8
Mehr Hotels / Übernachtungsmöglichkeiten	4	1,1	1,8
Sonstiges	5	1,4	2,3
Gesamt	378	100,0	173,4

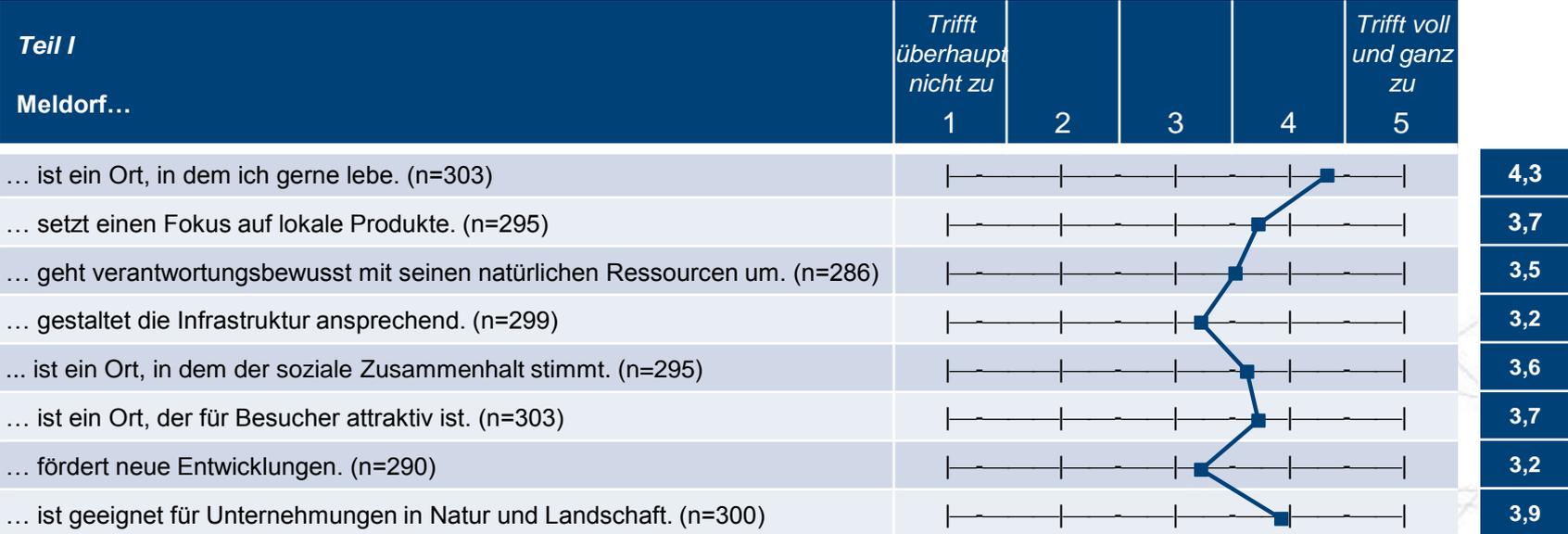
Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Beschreibungen auf Meldorf zu?
 > Mittelwerte

■ Meldorf (N=303)
 ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
 ▶ Anzahl der Befragten: mind. 286



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Beschreibungen auf Meldorf zu?
 > Mittelwerte

■ **Meldorf (N=303)**
 ▶ **Basis:** Alle Befragte mit Angabe
 ▶ **Anzahl der Befragten:** mind. 285



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

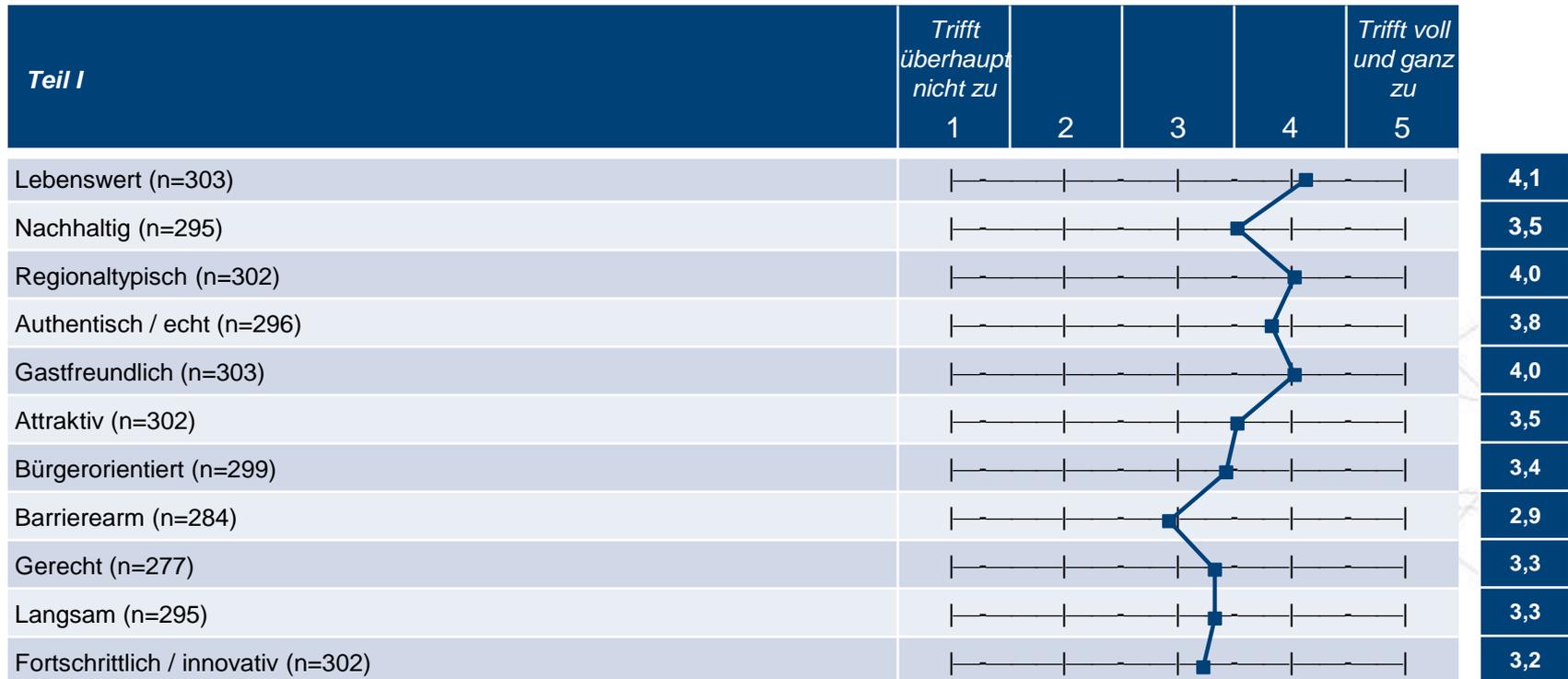
Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf Meldorf zutreffen.

> Mittelwerte

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 277



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

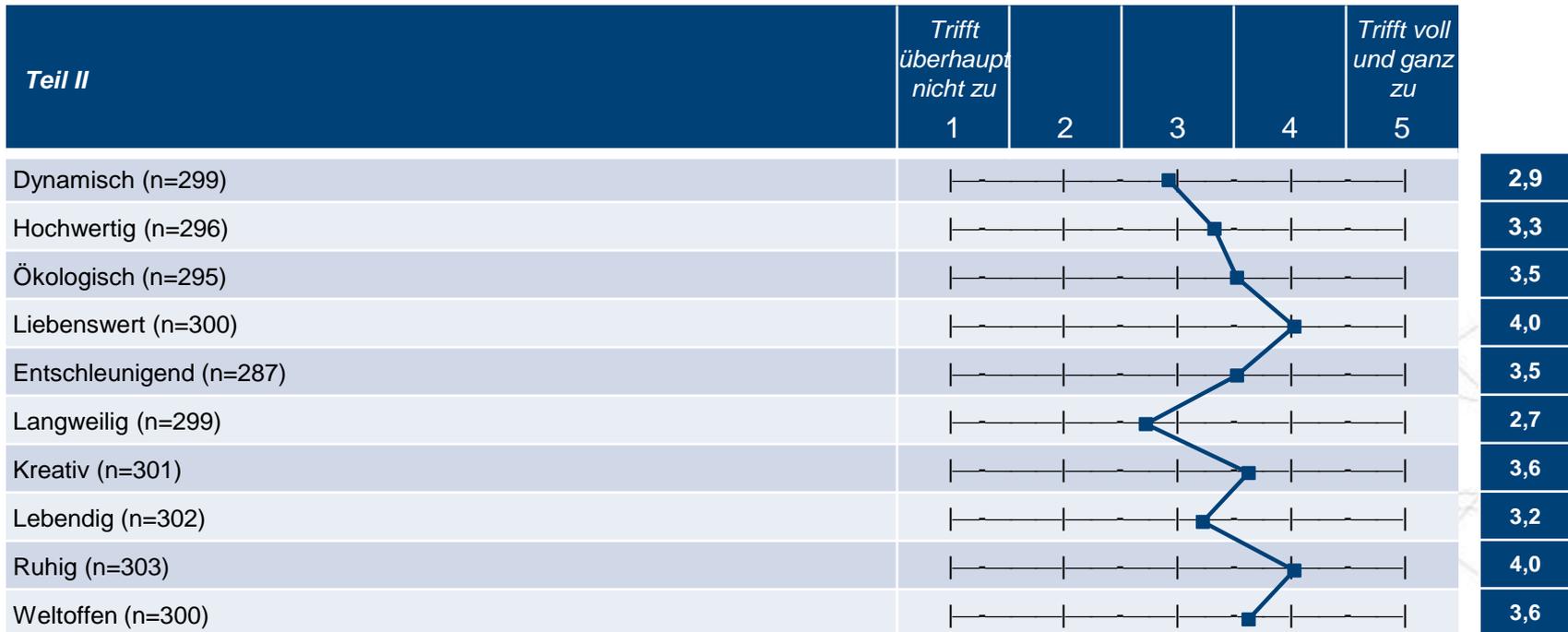
4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf Meldorf zutreffen.

> Mittelwerte

■ Meldorf (N=303)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: mind. 295



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

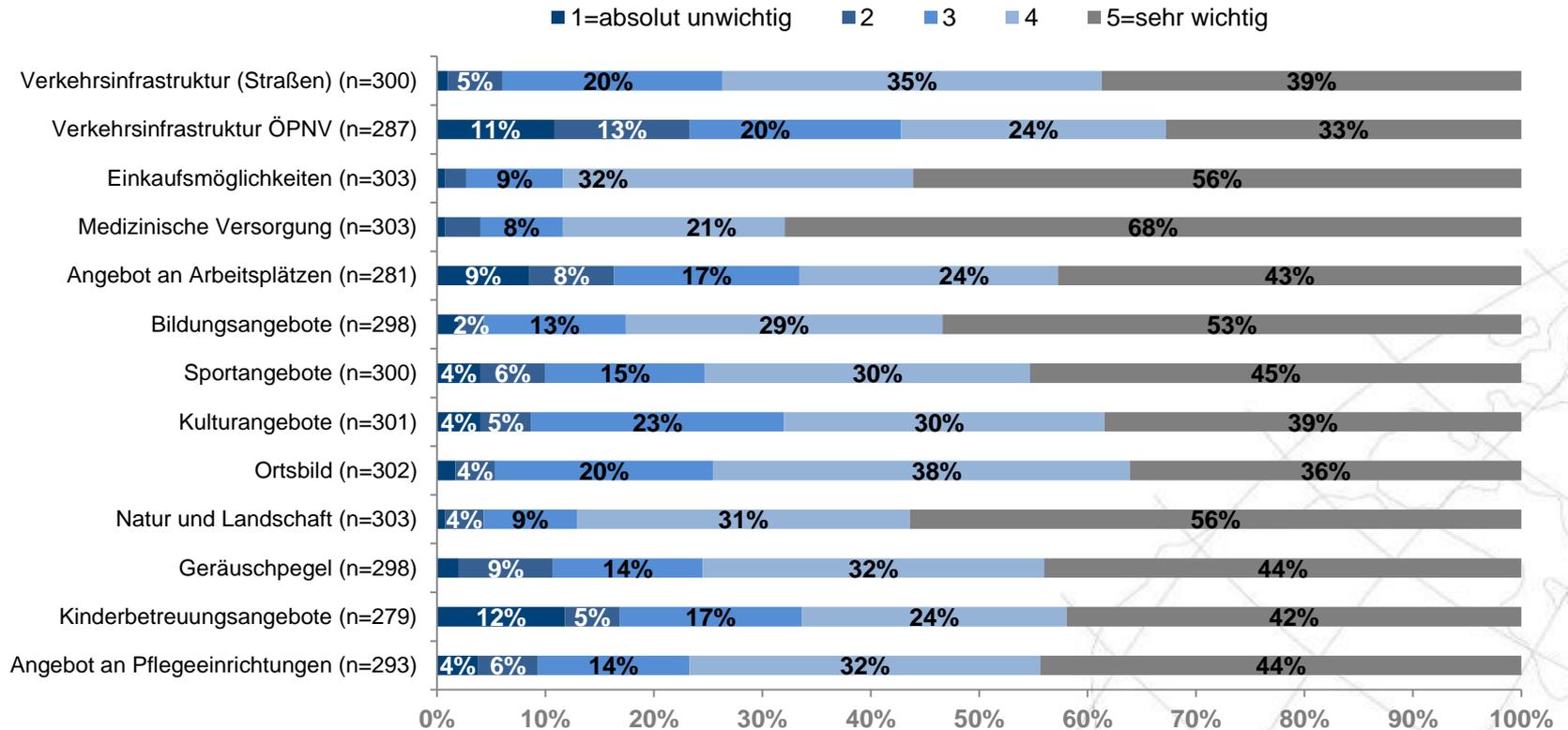
Wie wichtig ist Ihnen der Aspekt in Meldorf?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 279



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

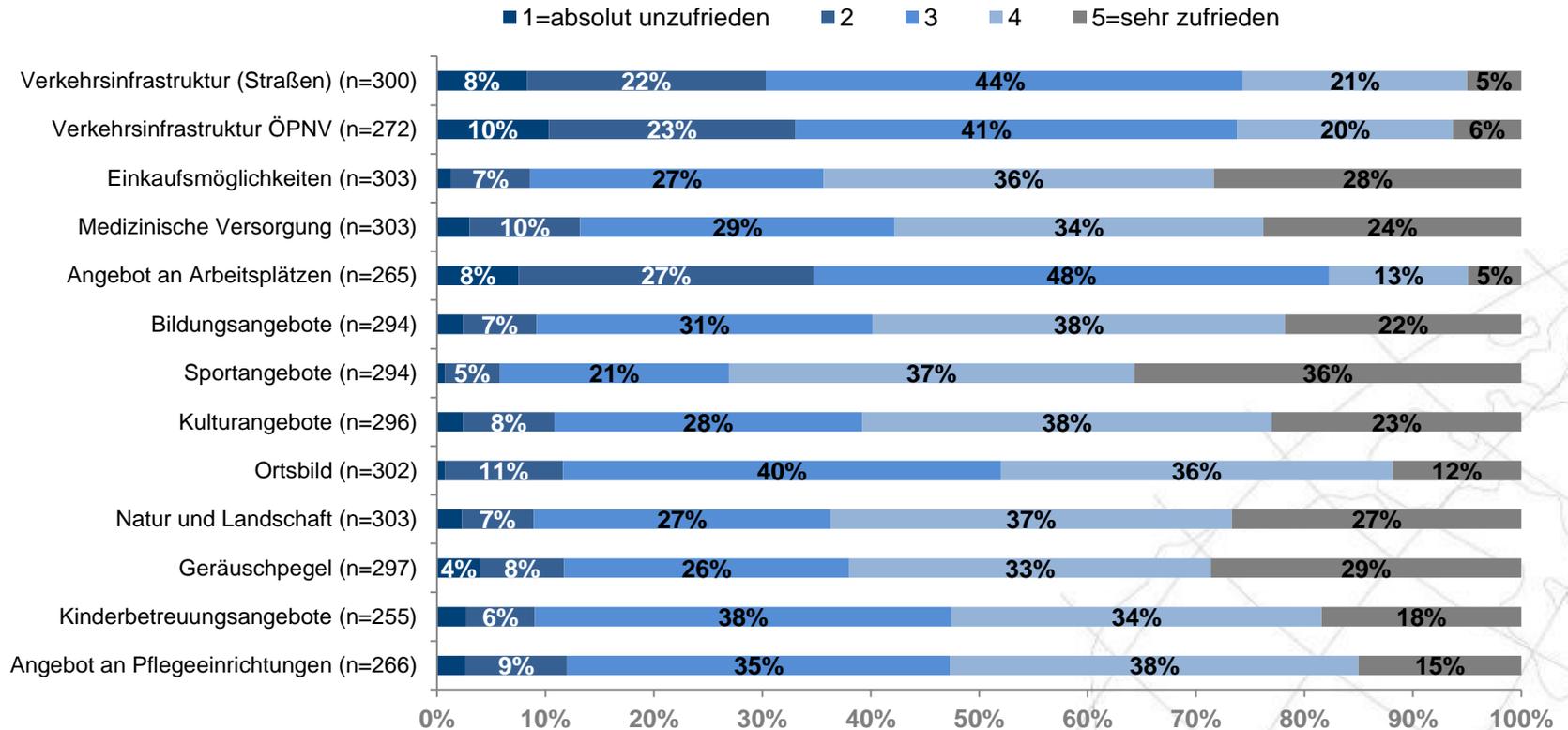
Und wie zufrieden sind Sie mit dem Aspekt in Meldorf?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 255



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

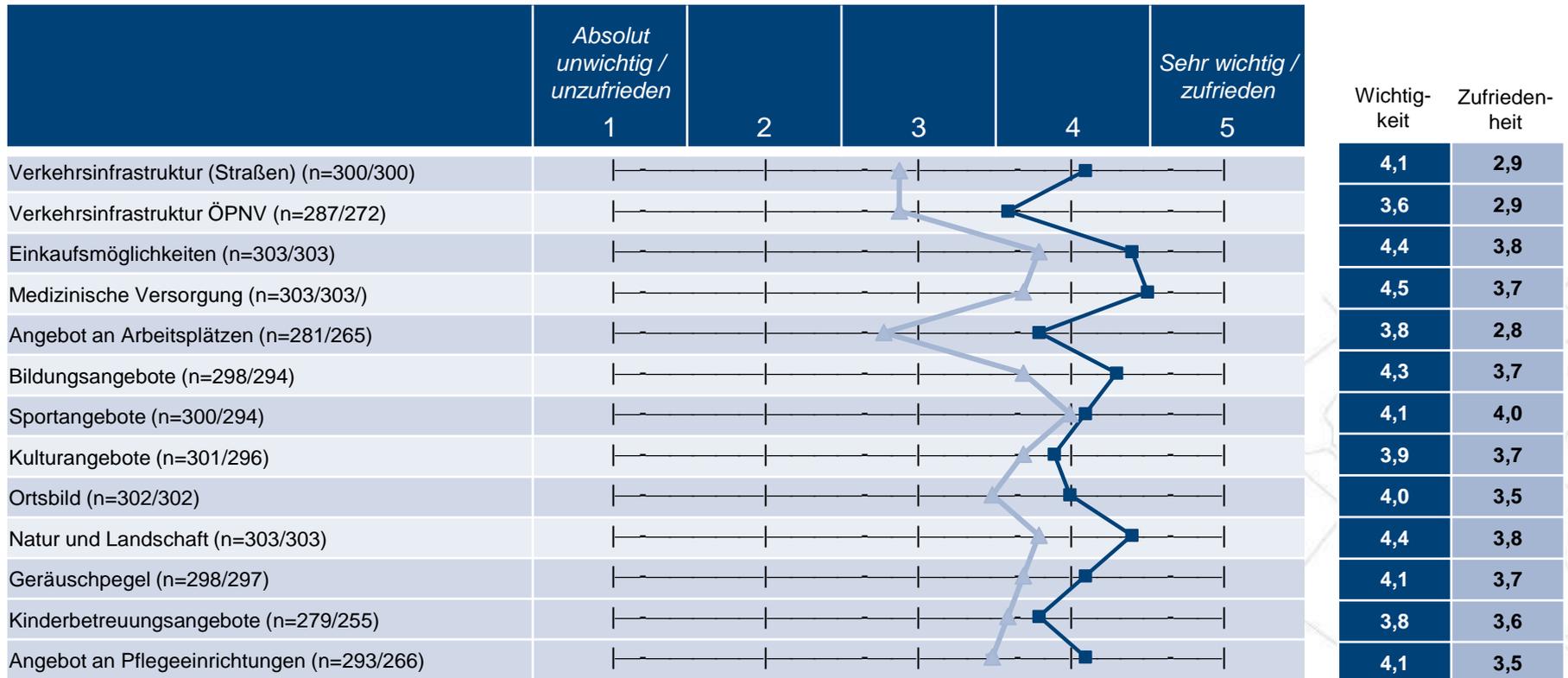
Wie wichtig ist Ihnen der Aspekt in Meldorf bzw. Wie zufrieden sind Sie mit dem Aspekt in Meldorf?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: mind. 255



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

4.3 Frequenz-Relevanz-Analyse Meldorf

Kriterien mit großer Relevanz und niedriger Bewertung sollten verbessert werden:

Versteckte Chancen

- Verkehrsinfrastruktur (Straßen)
- Ortsbild

Hygienefaktoren

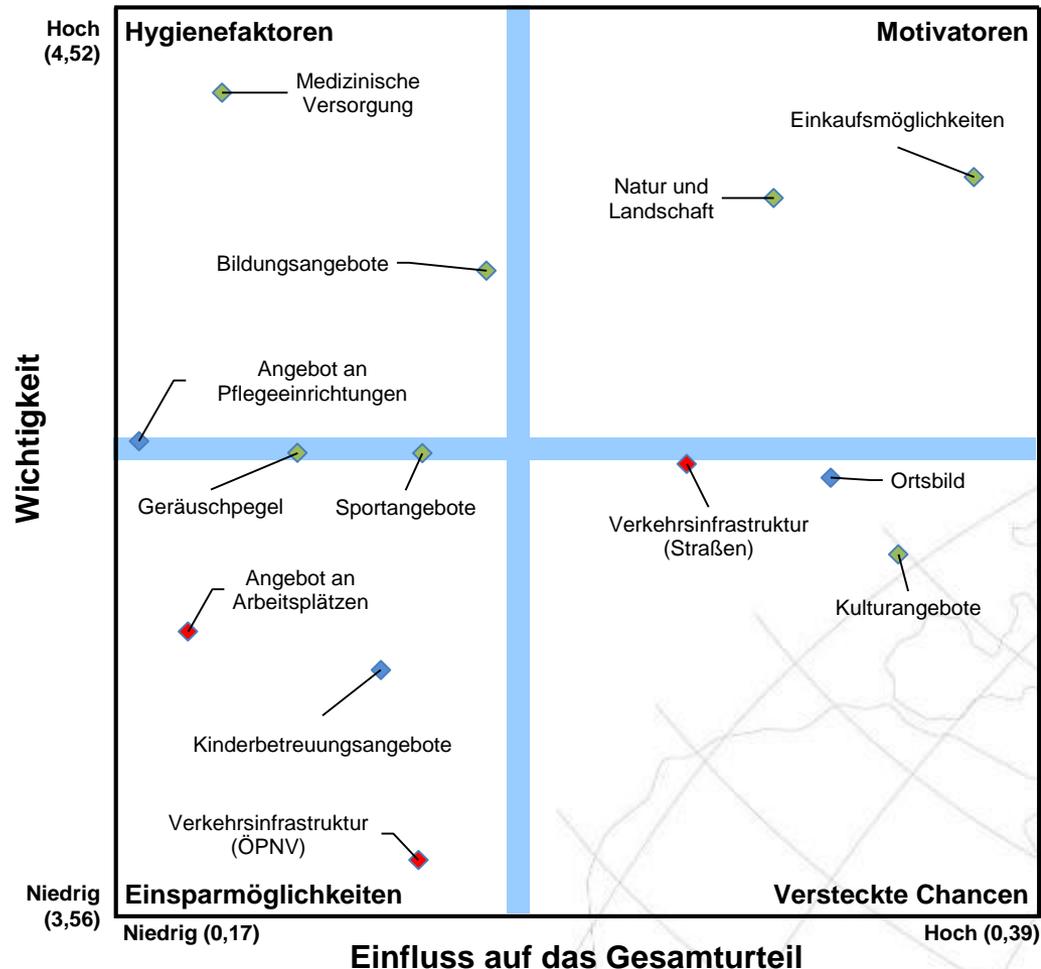
- Angebot an Pflegeeinrichtungen

Alle anderen Nutzenaspekte sind von geringer Relevanz.

Die unterdurchschnittliche Beurteilung wird sich daher nicht stark auf das Gesamturteil auswirken.

Beurteilung

- ◆ Überdurchschnittliche Leistungsfähigkeit
- ◆ Neutrale Leistungsfähigkeit
- ◆ Unterdurchschnittliche Leistungsfähigkeit



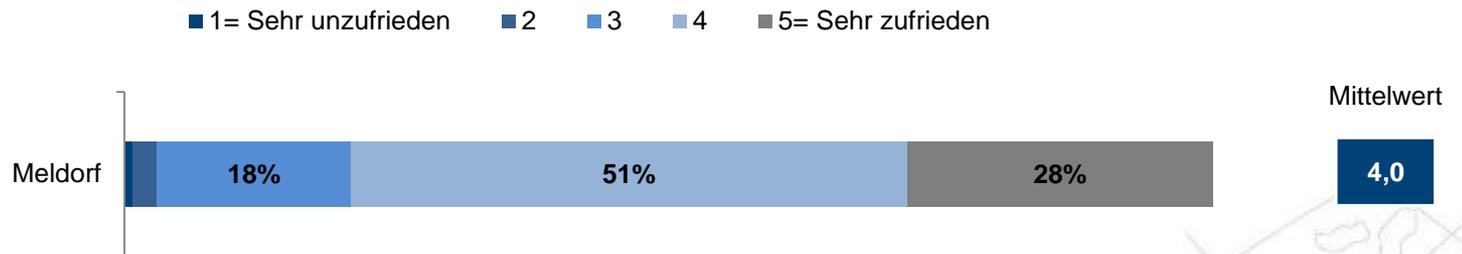
Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

4.3 Univariate Auswertungsergebnisse Meldorf

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Meldorf?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

- Meldorf (N=303)
- ▶ Basis: Alle Befragte
- ▶ Anzahl der Befragten: 303

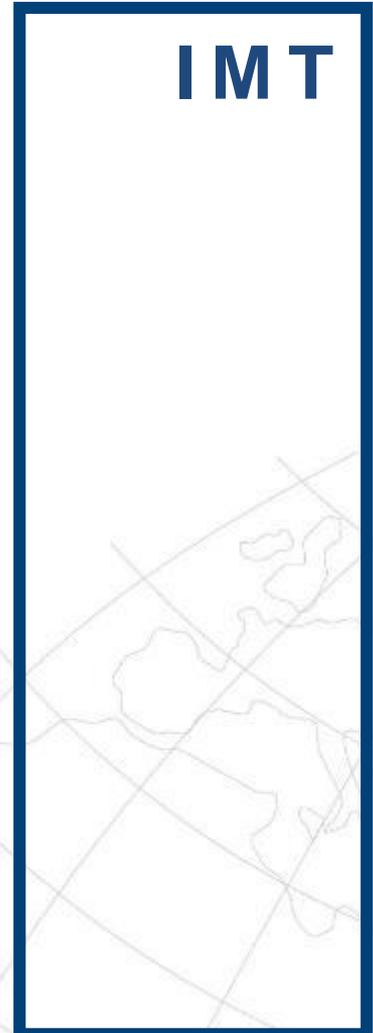


Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind runderungstechnisch bedingt.

Gliederung

1	METHODIK	2
2	MANAGEMENT SUMMARY	4
3	MERKMALE DER BEFRAGTEN GRUPPEN	10
4	UNIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	35
5	BIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	97
5.1	Vergleiche nach Städten	97
5.2	Vergleiche innerhalb der Stadt Bad Essen	108
5.3	Vergleiche innerhalb der Stadt Deidesheim	130
5.4	Vergleiche innerhalb der Stadt Meldorf	150
	COPYRIGHT, IMPRESSUM	173



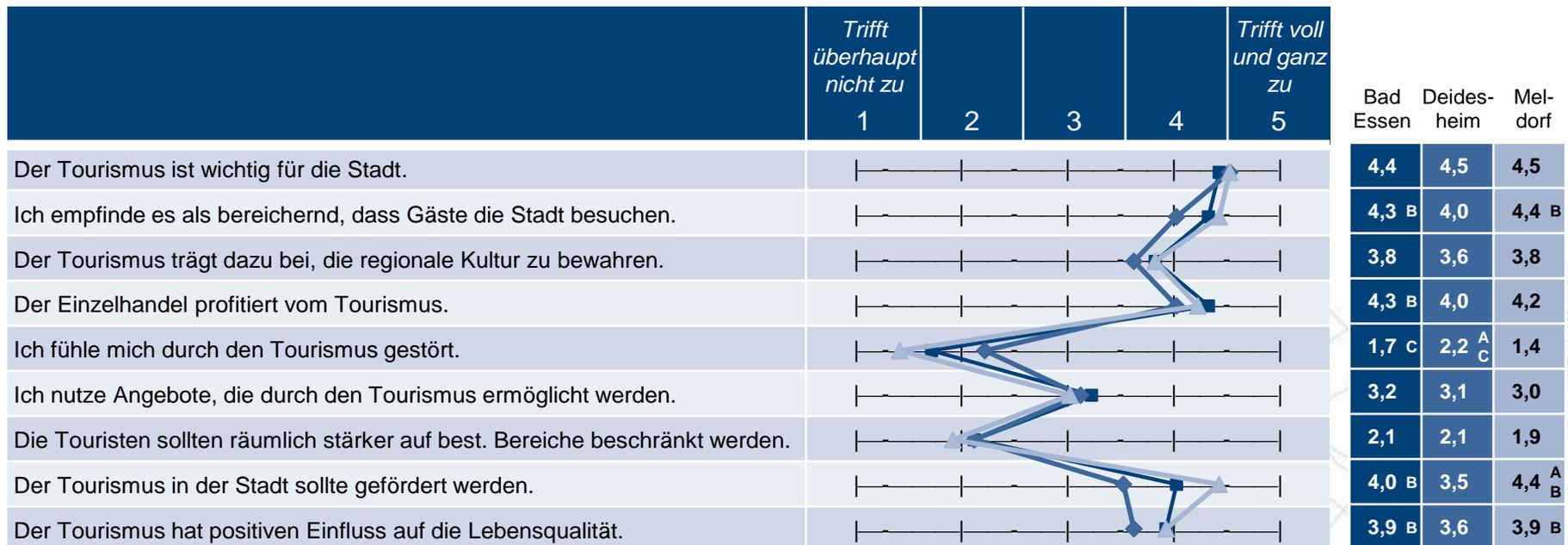
5.1 Vergleiche nach Städten

Wie beurteilen Sie die nachfolgenden Aussagen zum Tourismus?

> Mittelwerte

■ **Gesamte Stichprobe**

- ▶ **Basis:** Alle Befragte mit Angabe
- ▶ **Anzahl der Befragten:** Bad Essen: mind. 329, Deidesheim: mind. 147, Meldorf: mind. 296



A signifikanter Unterschied zu Bad Essen
 B signifikanter Unterschied zu Deidesheim
 C signifikanter Unterschied zu Meldorf

5.1 Vergleiche nach Städten

Ist Ihnen bekannt, dass die Stadt Mitglied in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ist?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ **Gesamte Stichprobe**

Basis: Alle Befragte mit Angabe

Anzahl der Befragten: Bad Essen: 338,

Deidesheim: 147, Meldorf: 303

	Gesamt	Stadt		
		Bad Essen	Deidesheim	Meldorf
Ja	66%	57%	77%	70%
Nein	34%	43%	23%	30%

Signifikanter Unterschied

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind runderungstechnisch bedingt.

5.1 Vergleiche nach Städten

Wie hat sich aus Ihrer Sicht die Lebensqualität in der Stadt insgesamt entwickelt, seit die Stadt in der Vereinigung Cittaslow Deutschland Mitglied ist?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ **Gesamte Stichprobe**

Basis: Alle Befragte mit Angabe

Anzahl der Befragten: Bad Essen: 209,
 Deidesheim: 115, Meldorf: 220

	Gesamt	Stadt		
		Bad Essen	Deidesheim	Meldorf
Verbessert	29%	28%	40%	25%
Verschlechtert	1%	1%	0%	2%
Gleich geblieben	70%	71%	60%	73%

Signifikanter Unterschied

Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

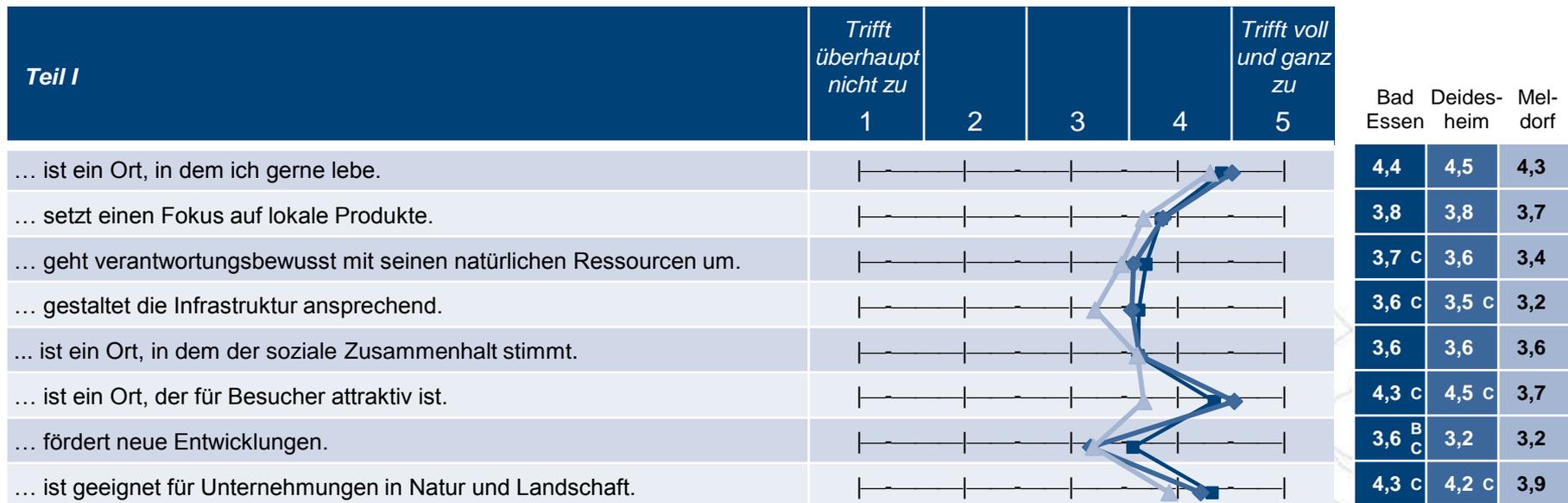
5.1 Vergleiche nach Städten

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Beschreibungen auf die Stadt zu?

> Mittelwerte

■ **Gesamte Stichprobe**

- ▶ **Basis:** Alle Befragte mit Angabe
- ▶ **Anzahl der Befragten:** Bad Essen: mind. 315, Deidesheim: mind. 138, Meldorf: mind. 286



A signifikanter Unterschied zu Bad Essen
 B signifikanter Unterschied zu Deidesheim
 C signifikanter Unterschied zu Meldorf

5.1 Vergleiche nach Städten

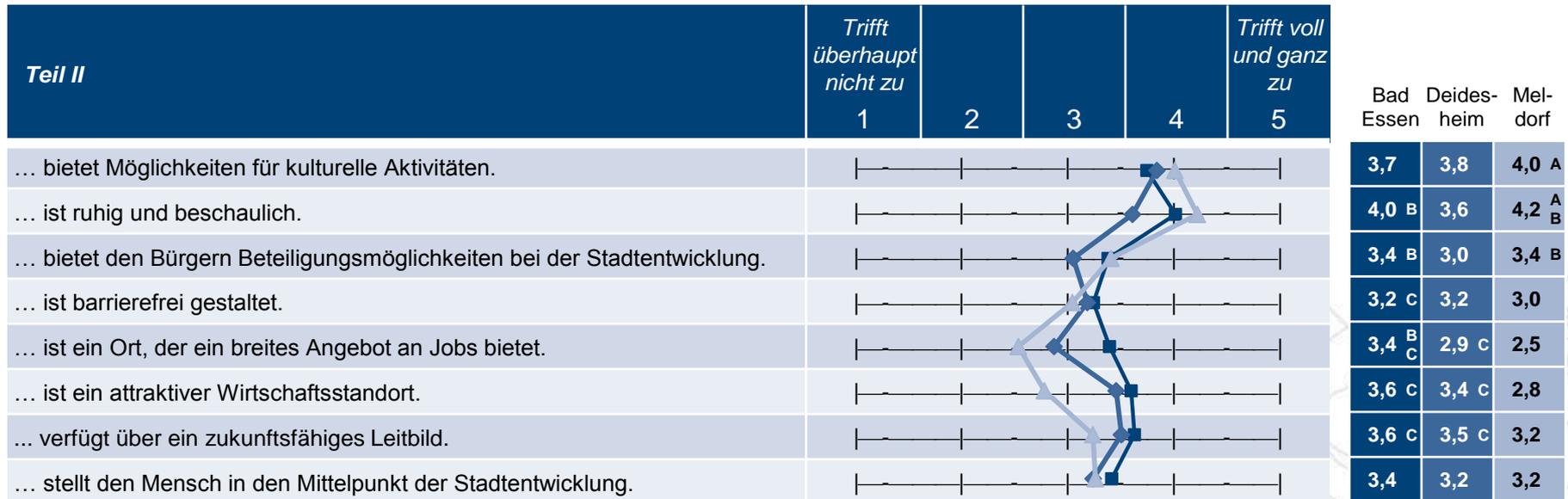
Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Beschreibungen auf die Stadt zu?

> Mittelwerte

■ **Gesamte Stichprobe**

▶ **Basis:** Alle Befragte mit Angabe

▶ **Anzahl der Befragten:** Bad Essen: mind. 309, Deidesheim: mind. 133, Meldorf: mind. 285



A signifikanter Unterschied zu Bad Essen
 B signifikanter Unterschied zu Deidesheim
 C signifikanter Unterschied zu Meldorf

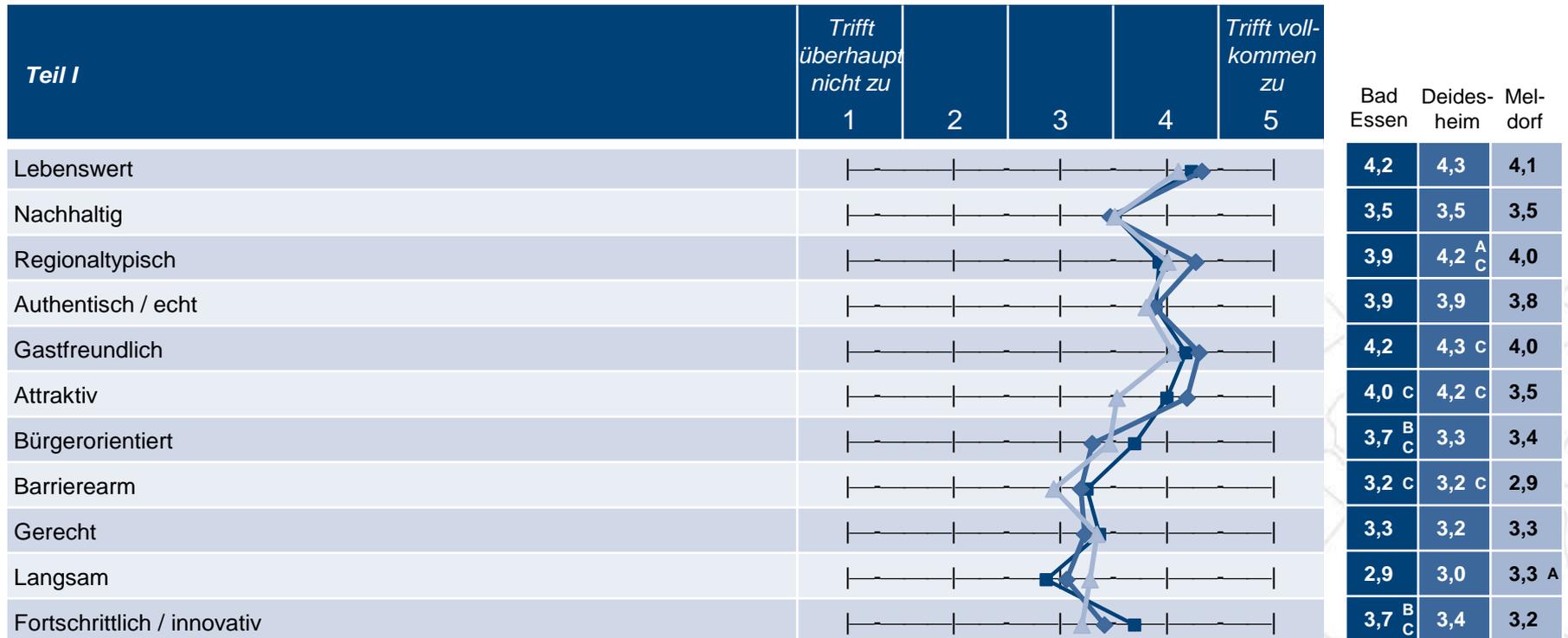
5.1 Vergleiche nach Städten

Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf die Stadt zutreffen.

> Mittelwerte

■ **Gesamte Stichprobe**

- ▶ **Basis:** Alle Befragte mit Angabe
- ▶ **Anzahl der Befragten:** Bad Essen: mind. 301, Deidesheim: mind. 128, Meldorf: mind. 284



A signifikanter Unterschied zu Bad Essen
 B signifikanter Unterschied zu Deidesheim
 C signifikanter Unterschied zu Meldorf

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

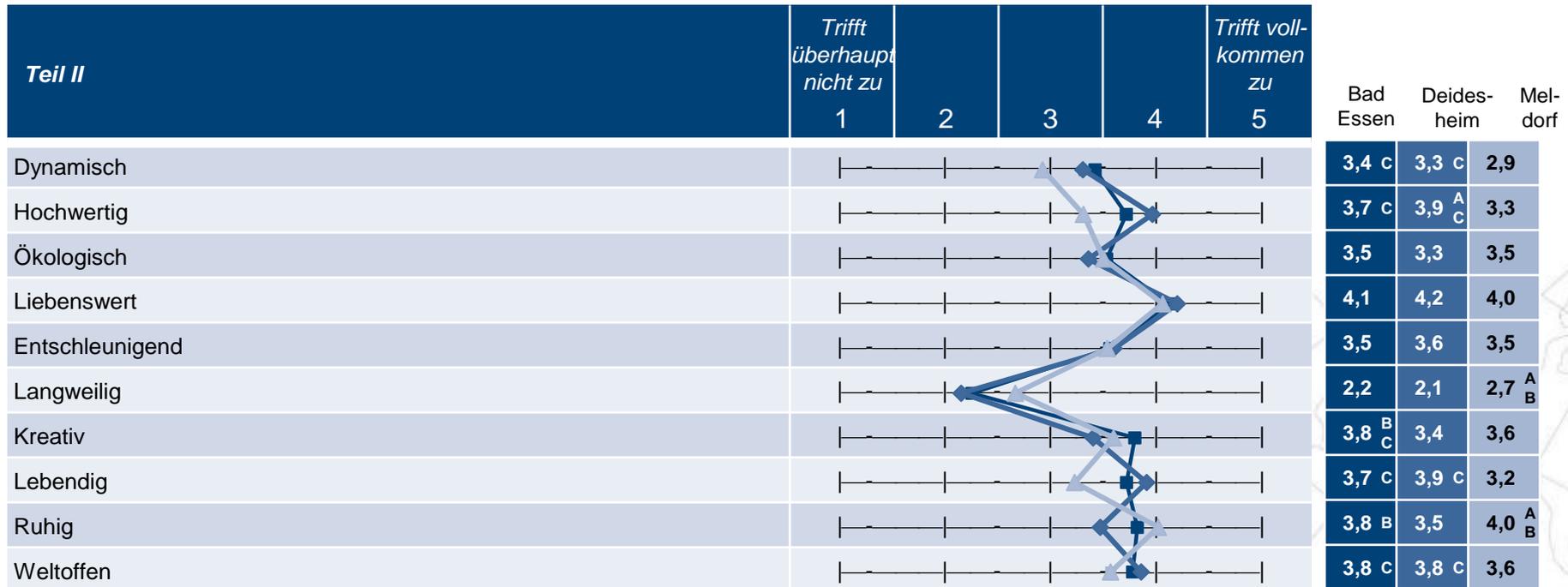
5.1 Vergleiche nach Städten

Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf die Stadt zutreffen.

> Mittelwerte

■ Gesamte Stichprobe

- ▶ **Basis:** Alle Befragte mit Angabe
- ▶ **Anzahl der Befragten:** Bad Essen: mind. 311, Deidesheim: mind. 141, Meldorf: mind. 287



A signifikanter Unterschied zu Bad Essen
 B signifikanter Unterschied zu Deidesheim
 C signifikanter Unterschied zu Meldorf

5.1 Vergleiche nach Städten

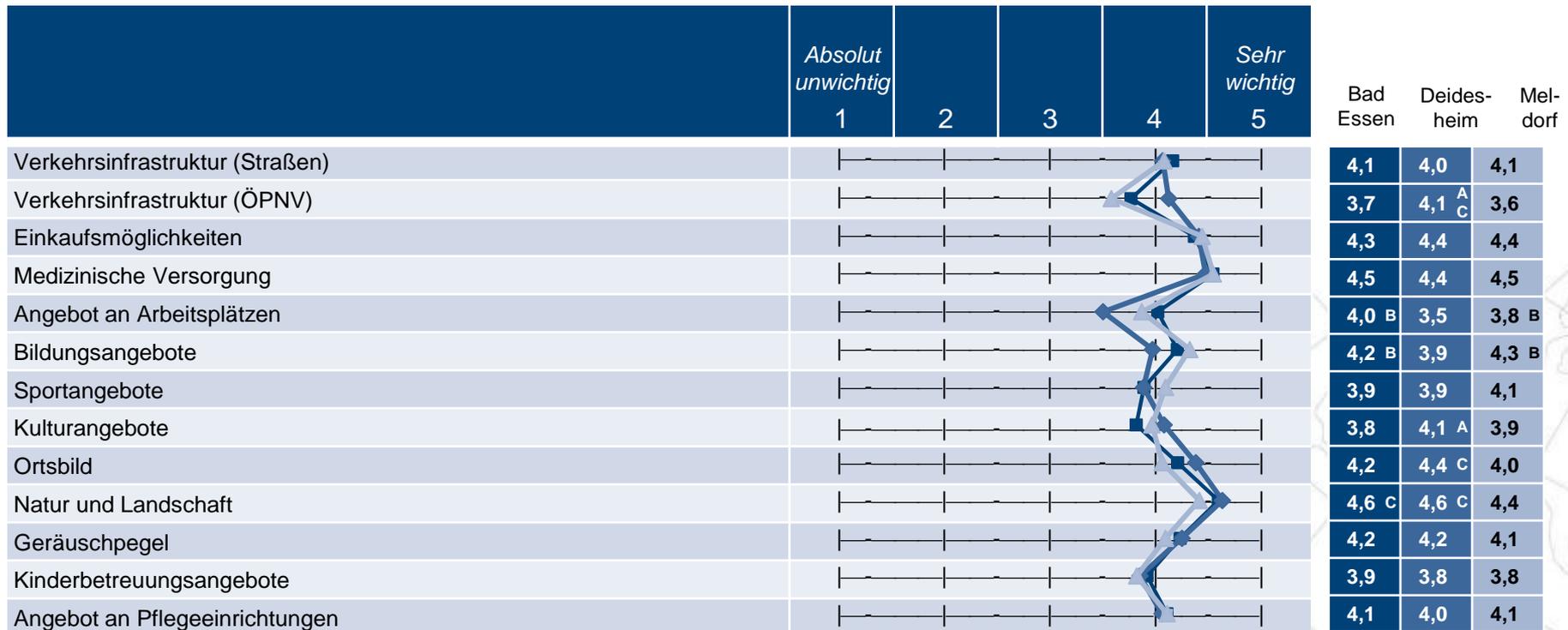
Wie wichtig ist Ihnen der Aspekt?

> Mittelwerte

■ **Gesamte Stichprobe**

▶ **Basis:** Alle Befragte mit Angabe

▶ **Anzahl der Befragten:** Bad Essen: mind. 316, Deidesheim: mind. 133, Meldorf: mind. 279



A signifikanter Unterschied zu Bad Essen
 B signifikanter Unterschied zu Deidesheim
 C signifikanter Unterschied zu Meldorf

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.1 Vergleiche nach Städten

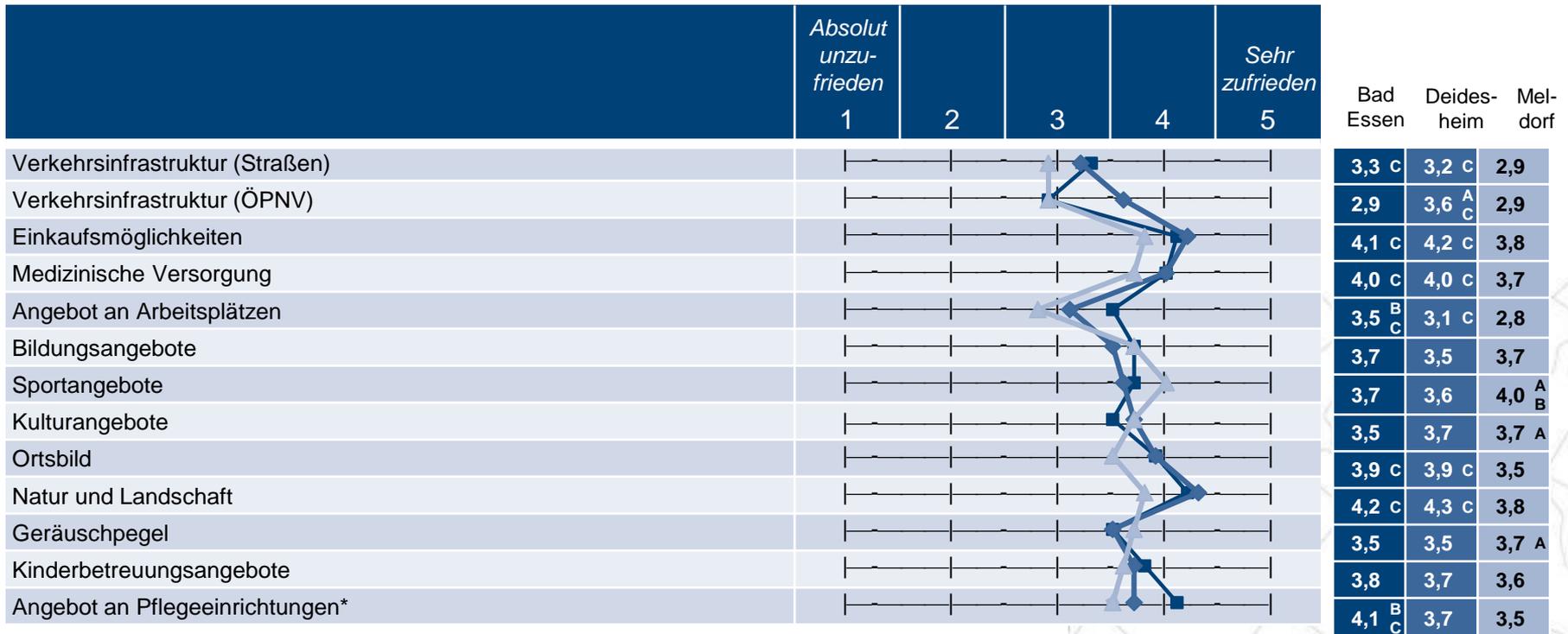
Wie zufrieden sind Sie mit dem Aspekt?

> Mittelwerte

■ Gesamte Stichprobe

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: Bad Essen: mind. 281, Deidesheim: mind. 121, Meldorf: mind. 255



A signifikanter Unterschied zu Bad Essen
 B signifikanter Unterschied zu Deidesheim
 C signifikanter Unterschied zu Meldorf

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.1 Vergleiche nach Städten

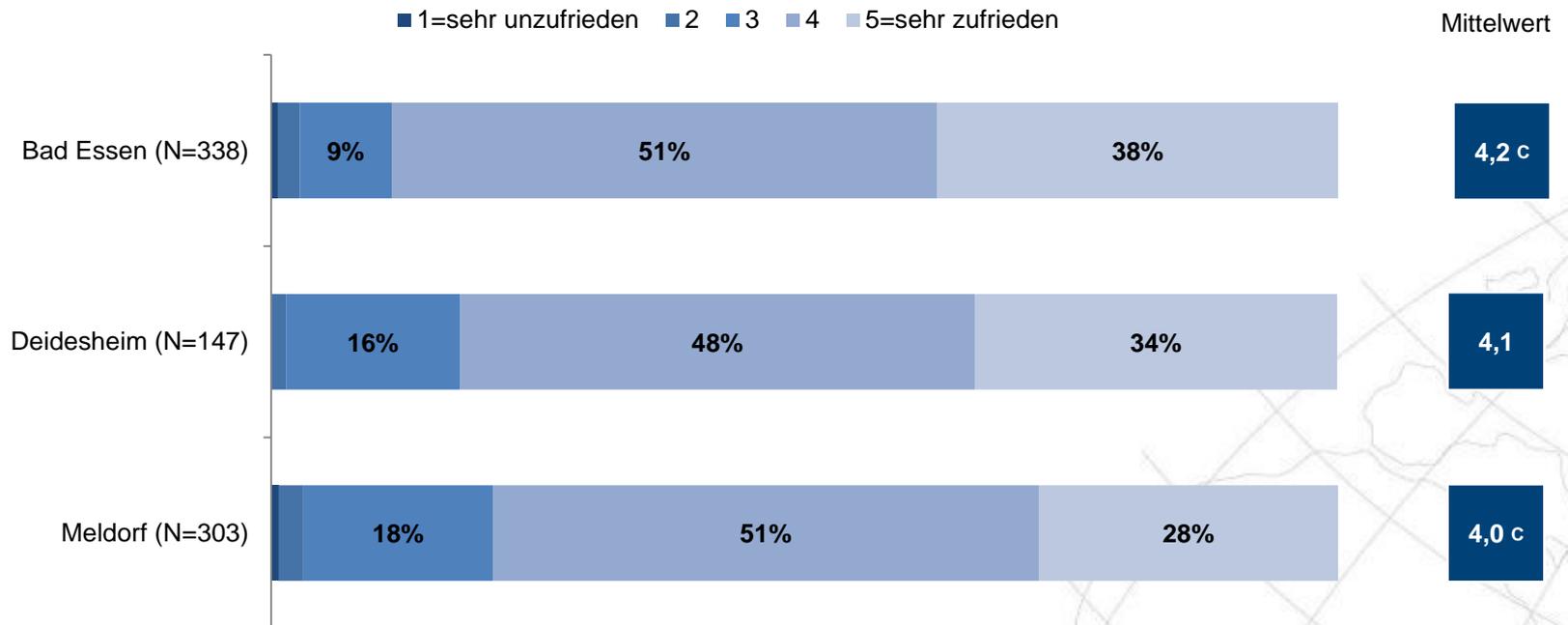
Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der Stadt?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ **Gesamte Stichprobe**

▶ **Basis:** Alle Befragte

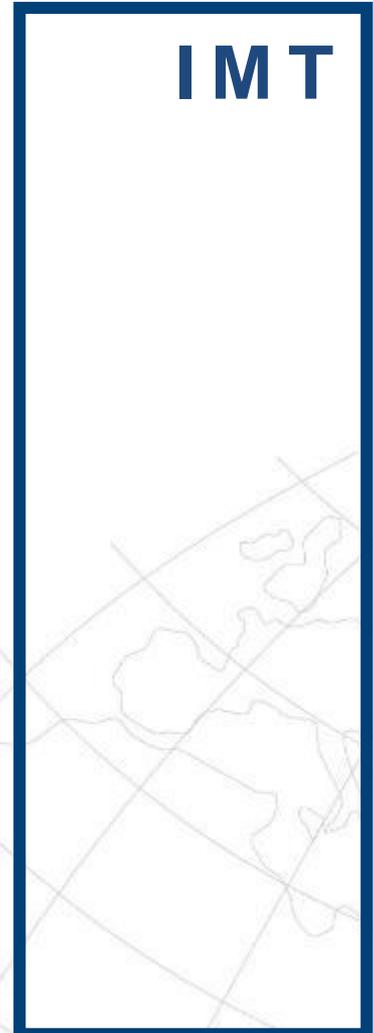
▶ **Anzahl der Befragten:** 788



A signifikanter Unterschied Bad Essen - Deidesheim
B signifikanter Unterschied Meldorf - Deidesheim
C signifikanter Unterschied Bad Essen - Meldorf

Gliederung

1	METHODIK	2
2	MANAGEMENT SUMMARY	4
3	MERKMALE DER BEFRAGTEN GRUPPEN	10
4	UNIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	35
5	BIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	97
5.1	Vergleiche nach Städten	97
5.2	Vergleiche innerhalb der Stadt Bad Essen	108
5.3	Vergleiche innerhalb der Stadt Deidesheim	130
5.4	Vergleiche innerhalb der Stadt Meldorf	150
	COPYRIGHT, IMPRESSUM	173



5.2 Übersicht Signifikanztest Bad Essen – Aussagen zum Tourismus

Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Nettoeinkommen	Wohnort Bad Essen
Der Tourismus ist wichtig für Bad Essen.	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Ich empfinde es als bereichernd, dass Gäste Bad Essen besuchen.	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Der Tourismus trägt dazu bei, die regionale Kultur zu bewahren.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Der Einzelhandel profitiert vom Tourismus.	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Ich fühle mich durch den Tourismus gestört.	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant	signifikant	nicht signifikant
Ich nutze Angebote, die durch den Tourismus ermöglicht werden.	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Touristen sollten räumlich stärker auf best. Bereiche beschränkt werden.	signifikant	nicht signifikant	signifikant	signifikant	nicht signifikant
Der Tourismus in Bad Essen sollte gefördert werden.	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Der Tourismus hat positiven Einfluss auf die Lebensqualität.	signifikant	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

5.2 Aussagen zum Tourismus im Vergleich nach Bekanntheit der Mitgliedschaft bei Cittaslow

Deutschland

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen zum Tourismus auf Bad Essen zu?

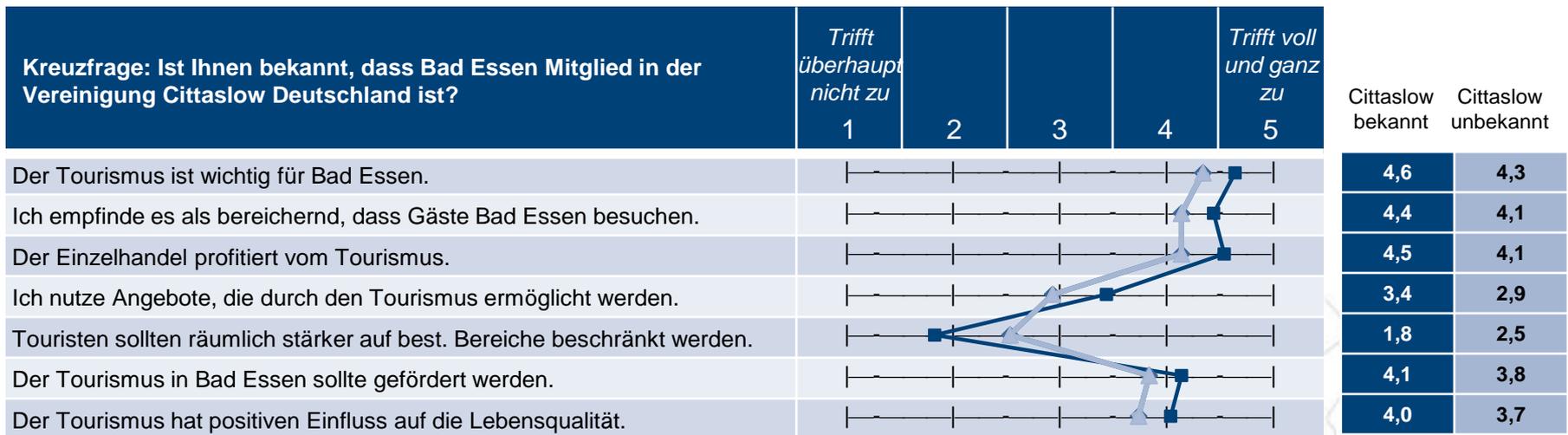
> Mittelwerte

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

bekannt mind. 189, unbekannt mind. 137



5.2 Aussagen zum Tourismus im Vergleich nach Veränderung der Lebensqualität

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen zum Tourismus auf Bad Essen zu?

> Mittelwerte

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

verbessert: 59, gleich geblieben: 146



5.2 Aussagen zum Tourismus im Vergleich nach Bildung

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen zum Tourismus auf Bad Essen zu?

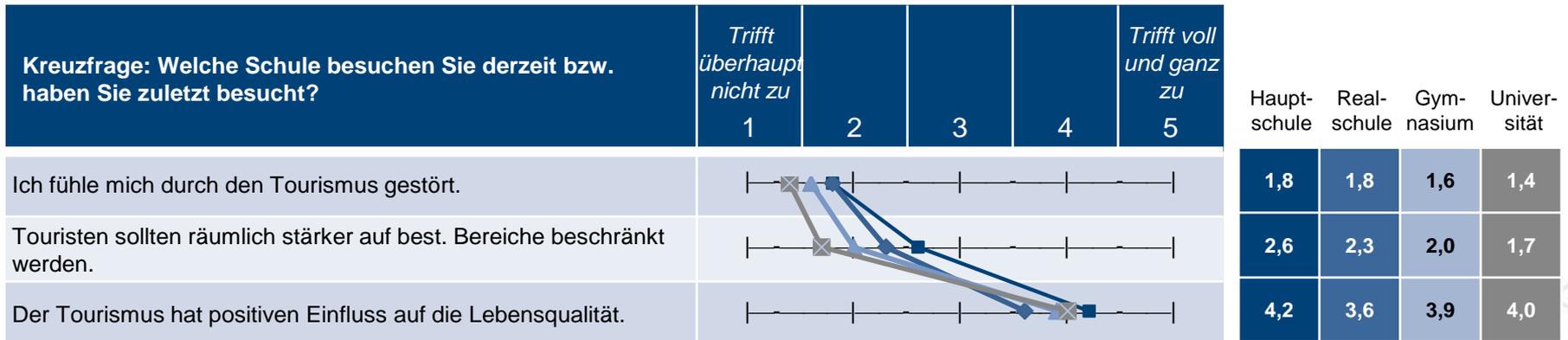
> Mittelwerte

■ **Bad Essen (N=338)**

▶ **Basis:** Alle Befragte mit Angabe

▶ **Anzahl der Befragten:**

Hauptschule mind. 46, Realschule mind. 121, Gymnasium mind. 73, Universität mind. 91



5.2 Aussagen zum Tourismus im Vergleich nach Haushaltsnettoeinkommen

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen zum Tourismus auf Bad Essen zu?

> Mittelwerte

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: bis €999: 18, €1.000-1.999: mind. 39, €2.000-2.499: 45, €2.500-3.499: mind. 48, €3.500-4.999: 51, €5.000 u. mehr: mind. 23



Bis €999	€1.000 -1.999	€2.000 -2.499	€2.500 -3.499	€3.500 -4.999	€5.000 u. mehr
2,5	2,0	1,7	1,7	1,3	1,5
2,9	2,6	2,0	1,8	1,8	1,7

5.2 Übersicht Signifikanztest Bad Essen – Zustimmung

Teil I Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Netto- einkommen	Wohnort Bad Essen
... ist ein Ort, in dem ich gerne lebe.	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... setzt einen Fokus auf lokale Produkte.	signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... geht verantwortungsbewusst mit seinen natürlichen Ressourcen um.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant
... gestaltet die Infrastruktur ansprechend.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist ein Ort, in dem der soziale Zusammenhalt stimmt.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist ein Ort, der für Besucher attraktiv ist.	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... fördert neue Entwicklungen.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist geeignet für Unternehmungen in Natur und Landschaft.	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

5.2 Übersicht Signifikanztest Bad Essen – Zustimmung

Teil II Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Netto- einkommen	Wohnort Bad Essen
... bietet Möglichkeiten für kulturelle Aktivitäten.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist ruhig und beschaulich.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... bietet Bürgern Beteiligungsmöglichkeiten bei der Stadtentwicklung.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist barrierefrei gestaltet.	signifikant	signifikant	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant
... ist ein Ort, der ein breites Angebot an Jobs bietet.	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist ein attraktiver Wirtschaftsstandort.	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... verfügt über ein zukunftsfähiges Leitbild.	signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... stellt den Mensch in den Mittelpunkt der Stadtentwicklung.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

5.2 Zustimmung im Vergleich nach Bekanntheit der Mitgliedschaft bei Cittaslow Deutschland

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Beschreibungen auf Bad Essen zu?
 > Mittelwerte

■ **Bad Essen (N=338)**
 ▶ **Basis:** Alle Befragte mit Angabe
 ▶ **Anzahl der Befragten:** bekannt mind. 176, unbekannt mind. 129

Kreuzfrage: Ist Ihnen bekannt, dass Bad Essen Mitglied in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ist?	Trifft überhaupt nicht zu					Trifft voll und ganz zu					Cittaslow bekannt	Cittaslow unbekannt
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
... ist ein Ort, in dem ich gerne lebe.											4,5	4,3
... setzt einen Fokus auf lokale Produkte.											3,9	3,7
... ist ein Ort, der für Besucher attraktiv ist.											4,4	4,2
... ist geeignet für Unternehmungen in Natur und Landschaft.											4,4	4,2
... ist barrierefrei gestaltet.											3,1	3,4
... ist ein Ort, der ein breites Angebot an Jobs bietet.											3,5	3,2
... ist ein attraktiver Wirtschaftsstandort.											3,7	3,4
... verfügt über ein zukunftsfähiges Leitbild.											3,7	3,5

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.2 Zustimmung im Vergleich nach Veränderung der Lebensqualität

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Beschreibungen auf Bad Essen zu?

> Mittelwerte

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

verbessert: mind. 55, gleich geblieben: mind. 132

Kreuzfrage: Wie hat sich aus Ihrer Sicht die Lebensqualität in Bad Essen insgesamt entwickelt, seit Bad Essen in der Vereinigung Cittaslow Mitglied ist?	Trifft überhaupt nicht zu				Trifft voll und ganz zu	Ver-bessert	Gleich geblieben
	1	2	3	4	5		
... setzt einen Fokus auf lokale Produkte.						4,1	3,8
... geht verantwortungsbewusst mit seinen natürlichen Ressourcen um.						4,0	3,6
... gestaltet die Infrastruktur ansprechend.						3,9	3,5
... bietet Bürgern Beteiligungsmöglichkeiten bei der Stadtentwicklung.						3,7	3,3
... ist barrierefrei gestaltet.						3,4	3,1
... verfügt über ein zukunftsfähiges Leitbild.						4,0	3,6

5.2 Übersicht Signifikanztest Bad Essen – Persönlichkeit

Teil I Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Netto- einkommen	Wohnort Bad Essen
Lebenswert	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Nachhaltig	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Regionaltypisch	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Authentisch / echt	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Gastfreundlich	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Attraktiv	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Bürgerorientiert	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Barrierearm	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Gerecht	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Langsam	signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Fortschrittlich / innovativ	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Dynamisch	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.2 Übersicht Signifikanztest Bad Essen – Persönlichkeit

Teil II Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Netto- einkommen	Wohnort Bad Essen
Hochwertig	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Ökologisch	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Liebenswert	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Entschleunigend	signifikant	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Langweilig	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant	signifikant	nicht signifikant
Kreativ	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Lebendig	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Ruhig	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Weltoffen	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.2 Persönlichkeit im Vergleich nach Bekanntheit der Mitgliedschaft bei Cittaslow Deutschland

Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf Bad Essen zutreffen.

> Mittelwerte

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

bekannt: mind. 185, unbekannt: mind. 122



5.2 Persönlichkeit im Vergleich nach Veränderung der Lebensqualität

Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf Bad Essen zutreffen.

> Mittelwerte

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

verbessert: mind. 57, gleich geblieben: mind. 142



5.2 Persönlichkeit im Vergleich nach Bildung

Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf Bad Essen zutreffen.

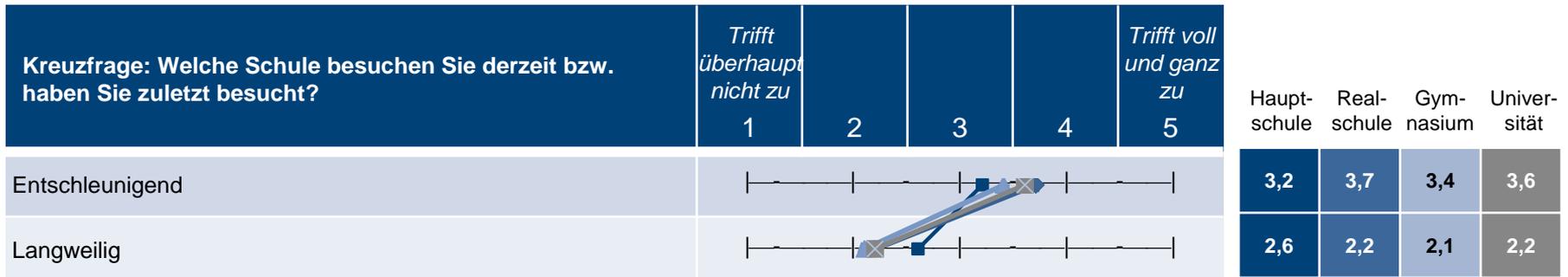
> Mittelwerte

■ **Bad Essen (N=338)**

▶ **Basis:** Alle Befragte mit Angabe

▶ **Anzahl der Befragten:**

Hauptschule mind. 38, Realschule mind. 114, Gymnasium mind. 69, Universität mind. 89



5.2 Übersicht Signifikanztest Bad Essen – Wichtigkeit einzelner Aspekte

Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Nettoeinkommen	Wohnort Bad Essen
Verkehrsinfrastruktur (Straßen)	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Verkehrsinfrastruktur (ÖPNV)	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Einkaufsmöglichkeiten	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Medizinische Versorgung	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Angebot an Arbeitsplätzen	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Bildungsangebote	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Sportangebote	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Kulturangebote	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Ortsbild	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant
Natur und Landschaft	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Geräuschpegel	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Kinderbetreuungsangebote	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Angebot an Pflegeeinrichtungen	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorische Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.2 Wichtigkeit im Vergleich nach Bekanntheit der Mitgliedschaft bei Cittaslow Deutschland

Wie wichtig ist Ihnen der Aspekt in Bad Essen?

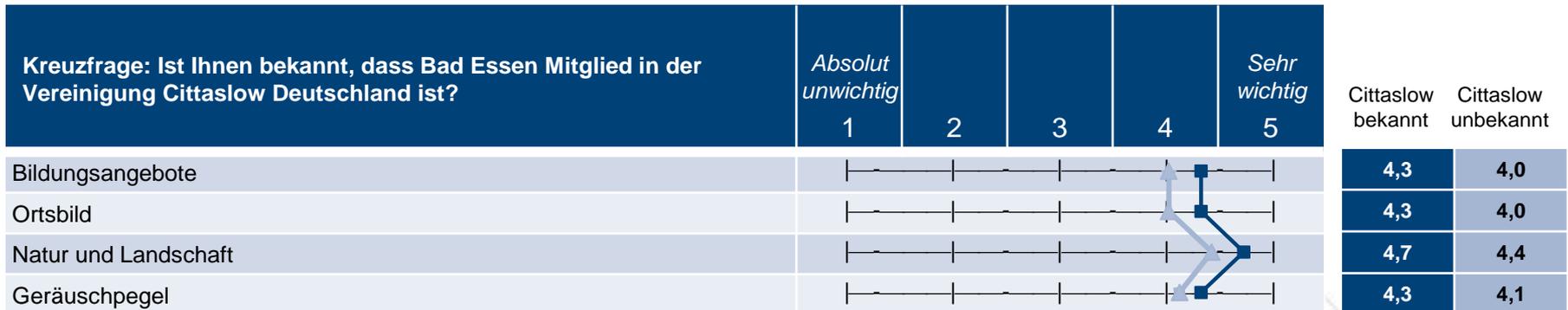
> Mittelwerte

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

bekannt: mind. 191, unbekannt: mind. 137



5.2 Wichtigkeit im Vergleich nach Bildung

Wie wichtig ist Ihnen der Aspekt in Bad Essen?

Hier: Angebot an Pflegeeinrichtungen

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

Hauptschule: 44, Realschule: 119,

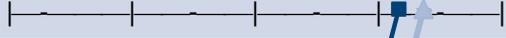
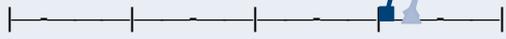
Gymnasium: 73, Universität: 89

	Gesamt	Bildung			
		Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Universität
1=Absolut unwichtig	5%	0%	3%	4%	12%
2	4%	2%	3%	4%	7%
3	16%	14%	14%	14%	20%
4	27%	23%	24%	37%	24%
5=Sehr wichtig	48%	61%	56%	41%	37%

5.2 Wichtigkeit im Vergleich nach Wohnort in Bad Essen

Wie wichtig ist Ihnen der Aspekt in Bad Essen?
 > Mittelwerte

■ **Bad Essen (N=338)**
 ► **Basis:** Alle Befragte mit Angabe
 ► **Anzahl der Befragten:**
 Gemeinde mind. 186, Ortschaft mind. 139

Kreuzfrage: Wohnen Sie in der Gemeinde Bad Essen oder in der Ortschaft Bad Essen?	Absolut unwichtig				Sehr wichtig	Gemeinde Bad Essen	Ortschaft Bad Essen
	1	2	3	4	5		
Ortsbild						4,1	4,3
Pflegeeinrichtungen						4,0	4,2



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.2 Übersicht Signifikanztest Bad Essen – Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten

Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Nettoeinkommen	Wohnort Bad Essen
Stadt insgesamt	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant
Verkehrsinfrastruktur (Straßen)	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant
Verkehrsinfrastruktur (ÖPNV)	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant
Einkaufsmöglichkeiten	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Medizinische Versorgung	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Angebot an Arbeitsplätzen	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Bildungsangebote	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Sportangebote	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Kulturangebote	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant
Ortsbild	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Natur und Landschaft	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Geräuschpegel	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant
Kinderbetreuungsangebote	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Angebot an Pflegeeinrichtungen	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

5.2 Zufriedenheit im Vergleich nach Bekanntheit der Mitgliedschaft bei Cittaslow Deutschland

Wie zufrieden sind Sie mit dem Aspekt?

> Mittelwerte

■ Bad Essen (N=338)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

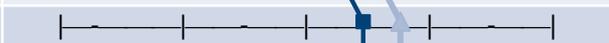
bekannt: mind. 180, unbekannt: mind. 133



5.2 Zufriedenheit im Vergleich nach Wohnort in Bad Essen

Wie zufrieden sind Sie mit dem Aspekt?
 > Mittelwerte

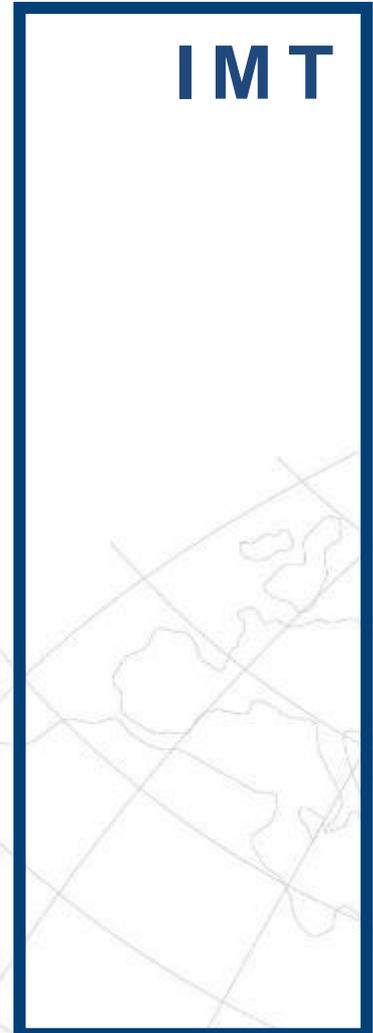
■ **Bad Essen (N=338)**
 ► **Basis:** Alle Befragte mit Angabe
 ► **Anzahl der Befragten:**
Gemeinde mind. 188, **Ortschaft** mind. 140

Kreuzfrage: Wohnen Sie in der Gemeinde Bad Essen oder in der Ortschaft Bad Essen?	Absolut unzufrieden				Sehr zufrieden	Gemeinde Bad Essen	Ortschaft Bad Essen
	1	2	3	4	5		
Stadt insgesamt						4,1	4,4
Verkehrsinfrastruktur (Straßen)						3,2	3,5
Kulturangebote						3,4	3,7
Geräuschpegel						3,4	3,7

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

Gliederung

1	METHODIK	2
2	MANAGEMENT SUMMARY	4
3	MERKMALE DER BEFRAGTEN GRUPPEN	10
4	UNIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	35
5	BIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	97
5.1	Vergleiche nach Städten	97
5.2	Vergleiche innerhalb der Stadt Bad Essen	108
5.3	Vergleiche innerhalb der Stadt Deidesheim	130
5.4	Vergleiche innerhalb der Stadt Meldorf	150
	COPYRIGHT, IMPRESSUM	173



5.3 Übersicht Signifikanztest Deidesheim – Aussagen zum Tourismus

Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Nettoeinkommen
Der Tourismus ist wichtig für Bad Essen.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Ich empfinde es als bereichernd, dass Gäste Bad Essen besuchen.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Der Tourismus trägt dazu bei, die regionale Kultur zu bewahren.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Der Einzelhandel profitiert vom Tourismus.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Ich fühle mich durch den Tourismus gestört.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Ich nutze Angebote, die durch den Tourismus ermöglicht werden.	nicht signifikant	signifikant	signifikant	signifikant
Touristen sollten räumlich stärker auf best. Bereiche beschränkt werden.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Der Tourismus in Bad Essen sollte gefördert werden.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant
Der Tourismus hat positiven Einfluss auf die Lebensqualität.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.3 Aussagen zum Tourismus im Vergleich nach Veränderung der Lebensqualität

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen zum Tourismus auf Deidesheim zu?

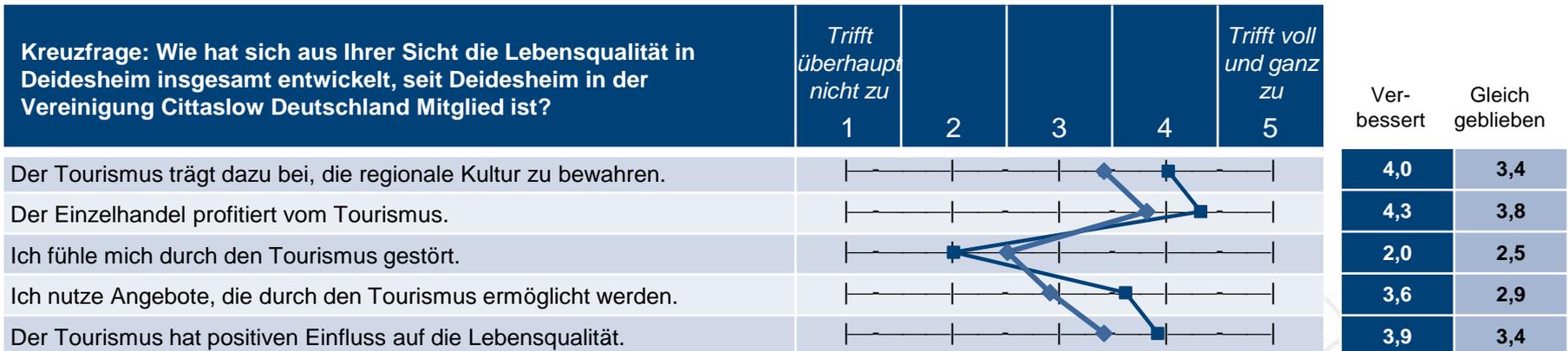
> Mittelwerte

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

verbessert mind. 45, gleich geblieben mind. 68



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.3 Aussagen zum Tourismus im Vergleich nach Bildung

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen zum Tourismus auf Deidesheim zu?

> Mittelwerte

■ Deidesheim (N=147)
 ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
 ▶ Anzahl der Befragten:
 Hauptschule 18, Realschule 30,
 Gymnasium 43, Universität 51

Kreuzfrage: Welche Schule besuchen Sie derzeit bzw. haben Sie zuletzt besucht?	Trifft überhaupt nicht zu				Trifft voll und ganz zu				
	1	2	3	4	5	Haupt- schule	Real- schule	Gym- nasium	Univer- sität
Ich nutze Angebote, die durch den Tourismus ermöglicht werden.						2,3	3,3	3,3	3,0

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.3 Aussagen zum Tourismus im Vergleich nach Haushaltsnettoeinkommen

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen zum Tourismus auf Deidesheim zu?

> Mittelwerte

■ Deidesheim (N=147)

- ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
- ▶ Anzahl der Befragten: bis €999: 4, €1.000-1.999: mind. 15, €2.000-2.499: 9, €2.500-3.499: mind. 15, €3.500-4.999: 27, €5.000 u. mehr: mind. 19

Kreuzfrage: Wie hoch ist etwa das monatliche Netto-Einkommen, das Sie alle zusammen im Haushalt haben? In welche Netto-Einkommensgruppe fällt ihr Haushalt?	Trifft überhaupt nicht zu				Trifft voll und ganz zu
	1	2	3	4	5
Ich nutze Angebote, die durch den Tourismus ermöglicht werden.	[Visual scale with arrows pointing from 1 to 5]				
Der Tourismus in Bad Essen sollte gefördert werden.	[Visual scale with arrows pointing from 1 to 5]				

Bis €999	€1.000 -1.999	€2.000 -2.499	€2.500 -3.499	€3.500 -4.999	€5.000 u. mehr
2,8	2,3	3,0	3,8	3,2	2,9
3,8	3,6	3,8	4,2	3,5	3,1

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.3 Übersicht Signifikanztest Deidesheim – Zustimmung

Teil I Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Netto- einkommen
... ist ein Ort, in dem ich gerne lebe.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... setzt einen Fokus auf lokale Produkte.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... geht verantwortungsbewusst mit seinen natürlichen Ressourcen um.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	signifikant
... gestaltet die Infrastruktur ansprechend.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist ein Ort, in dem der soziale Zusammenhalt stimmt.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist ein Ort, der für Besucher attraktiv ist.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... fördert neue Entwicklungen.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist geeignet für Unternehmungen in Natur und Landschaft.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.3 Übersicht Signifikanztest Deidesheim – Zustimmung

Teil II Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Netto- einkommen
... bietet Möglichkeiten für kulturelle Aktivitäten.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist ruhig und beschaulich.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... bietet Bürgern Beteiligungsmöglichkeiten bei der Stadtentwicklung.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist barrierefrei gestaltet.	signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist ein Ort, der ein breites Angebot an Jobs bietet.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist ein attraktiver Wirtschaftsstandort.	signifikant	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant
... verfügt über ein zukunftsfähiges Leitbild.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... stellt den Mensch in den Mittelpunkt der Stadtentwicklung.	nicht signifikant	signifikant	signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

5.3 Zustimmung im Vergleich nach Bekanntheit der Mitgliedschaft bei Cittaslow Deutschland

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Beschreibungen auf Deidesheim zu?

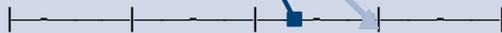
> Mittelwerte

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

bekannt mind. 107, unbekannt mind. 30

Kreuzfrage: Ist Ihnen bekannt, dass Deidesheim Mitglied in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ist?	Trifft					Cittaslow bekannt	Cittaslow unbekannt
	1	2	3	4	5		
... ist barrierefrei gestaltet.						3,1	3,5
... ist ein attraktiver Wirtschaftsstandort.						3,3	3,9

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.3 Zustimmung im Vergleich nach Veränderung der Lebensqualität

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Beschreibungen auf Deidesheim zu?

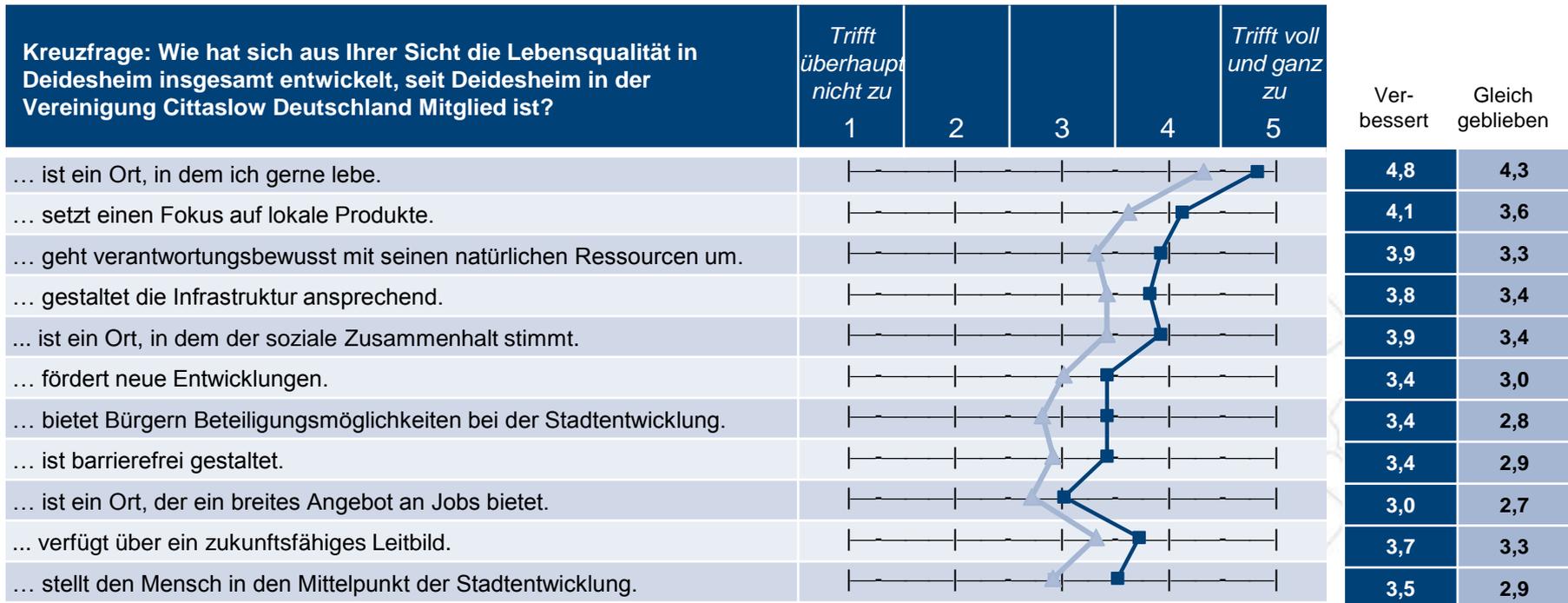
> Mittelwerte

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

verbessert mind. 43, gleich geblieben mind. 62

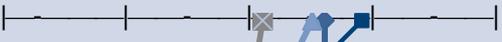


Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.3 Zustimmung im Vergleich nach Bildung

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Beschreibungen auf Deidesheim zu?
 > Mittelwerte

■ **Deidesheim (N=147)**
 ► **Basis:** Alle Befragte mit Angabe
 ► **Anzahl der Befragten:**
Hauptschule mind. 18, **Realschule** mind. 29,
Gymnasium mind. 42, **Universität** mind. 49

Kreuzfrage: Welche Schule besuchen Sie derzeit bzw. haben Sie zuletzt besucht?	Trifft überhaupt nicht zu				Trifft voll und ganz zu				
	1	2	3	4	5	Haupt-schule	Real-schule	Gym-nasium	Univer-sität
... ist ein attraktiver Wirtschaftsstandort.						3,9	3,6	3,5	3,1
... stellt den Mensch in den Mittelpunkt der Stadtentwicklung.						3,3	3,6	3,2	3,0

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.3 Übersicht Signifikanztest Deidesheim – Persönlichkeit

Teil I Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Netto- einkommen
Lebenswert	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	signifikant
Nachhaltig	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Regionaltypisch	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant
Authentisch / echt	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant
Gastfreundlich	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Attraktiv	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant
Bürgerorientiert	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Barrierearm	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Gerecht	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Langsam	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Fortschrittlich / innovativ	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Dynamisch	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.3 Übersicht Signifikanztest Deidesheim – Persönlichkeit

Teil II Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Netto- einkommen
Hochwertig	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Ökologisch	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Liebenswert	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Entschleunigend	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Langweilig	nicht signifikant	signifikant	signifikant	nicht signifikant
Kreativ	nicht signifikant	signifikant	signifikant	nicht signifikant
Lebendig	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Ruhig	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Weltoffen	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.3 Persönlichkeit im Vergleich nach Veränderung der Lebensqualität

Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf Deidesheim zutreffen.

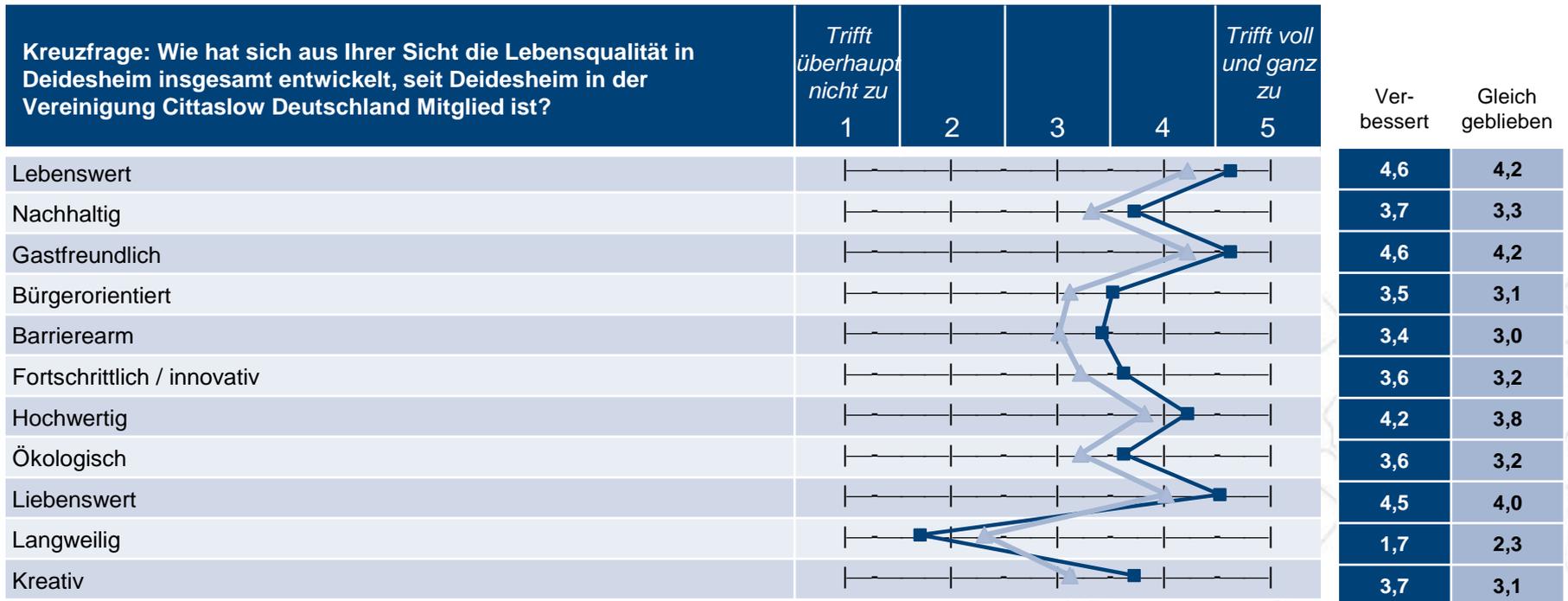
> Mittelwerte

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

verbessert mind. 44, gleich geblieben mind. 66



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.3 Persönlichkeit im Vergleich nach Bildung

Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf Deidesheim zutreffen.

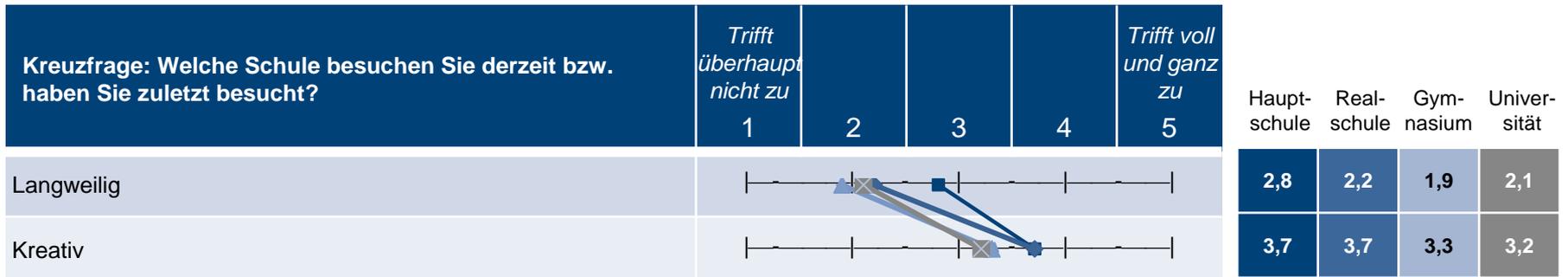
> Mittelwerte

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

Hauptschule mind. 18, Realschule mind. 30, Gymnasium mind. 44, Universität mind. 51



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.3 Persönlichkeit im Vergleich nach Haushaltsnettoeinkommen

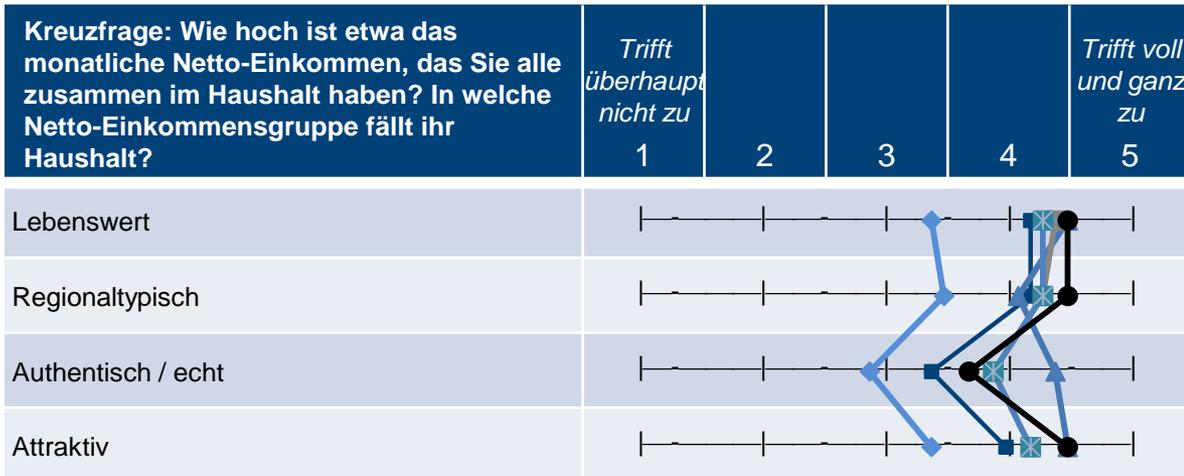
Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf Deidesheim zutreffen.

> Mittelwerte

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten: bis € 999: 5, €1.000-1.999: mind. 15, €2.000-2.499: 10, €2.500-3.499: mind. 13, €3.500-4.999: 27, €5.000 u. mehr: mind. 18



	Bis €999	€1.000 -1.999	€2.000 -2.499	€2.500 -3.499	€3.500 -4.999	€5.000 u. mehr
Lebenswert	4,2	3,4	4,5	4,4	4,3	4,5
Regionaltypisch	4,2	3,5	4,1	4,3	4,3	4,5
Authentisch / echt	3,4	2,9	4,4	3,9	3,9	3,7
Attraktiv	4	3,4	4,5	4,2	4,2	4,5

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.3 Übersicht Signifikanztest Deidesheim – Wichtigkeit einzelner Aspekte

Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Nettoeinkommen
Verkehrsinfrastruktur (Straßen)	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant
Verkehrsinfrastruktur (ÖPNV)	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Einkaufsmöglichkeiten	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Medizinische Versorgung	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Angebot an Arbeitsplätzen	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Bildungsangebote	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Sportangebote	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Kulturangebote	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Ortsbild	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Natur und Landschaft	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Geräuschpegel	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Kinderbetreuungsangebote	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Angebot an Pflegeeinrichtungen	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.3 Wichtigkeit im Vergleich nach Bekanntheit der Mitgliedschaft bei Cittaslow Deutschland

Wie wichtig ist Ihnen der Aspekt in Deidesheim?

Hier: Geräuschpegel

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:
bekannt: 111, unbekannt: 33

	Gesamt	Bekanntheit der Mitgliedschaft bei Cittaslow Deutschland	
		bekannt	unbekannt
1=Absolut unwichtig	1%	0%	3%
2	5%	3%	12%
3	13%	9%	27%
4	34%	36%	27%
5=Sehr wichtig	47%	52%	30%

5.3 Wichtigkeit im Vergleich nach Veränderung der Lebensqualität

Wie wichtig ist Ihnen der Aspekt in Deidesheim?
 > Mittelwerte

■ **Deidesheim (N=147)**
 ► **Basis:** Alle Befragte mit Angabe
 ► **Anzahl der Befragten:**
 verbessert: mind. 45, verschlechtert: mind. 69

Kreuzfrage: Wie hat sich aus Ihrer Sicht die Lebensqualität in Deidesheim insgesamt entwickelt, seit Deidesheim in der Vereinigung Cittaslow Deutschland Mitglied ist?	Absolut unwichtig				Sehr wichtig	Ver- bessert	Ver- schlechtert
	1	2	3	4	5		
Kulturangebote						4,2	4,0
Ortsbild						4,6	4,3



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.3 Übersicht Signifikanztest Deidesheim – Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten

Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Nettoeinkommen
Stadt insgesamt	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Verkehrsinfrastruktur (Straßen)	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Verkehrsinfrastruktur (ÖPNV)	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Einkaufsmöglichkeiten	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Medizinische Versorgung	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Angebot an Arbeitsplätzen	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Bildungsangebote	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Sportangebote	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Kulturangebote	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Ortsbild	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Natur und Landschaft	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Geräuschpegel	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Kinderbetreuungsangebote	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Angebot an Pflegeeinrichtungen	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.3 Zufriedenheitsaspekte im Vergleich nach Veränderung der Lebensqualität

Und wie zufrieden sind Sie mit dem Aspekt?

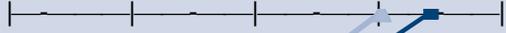
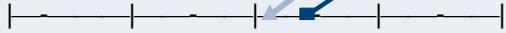
> Mittelwerte

■ Deidesheim (N=147)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

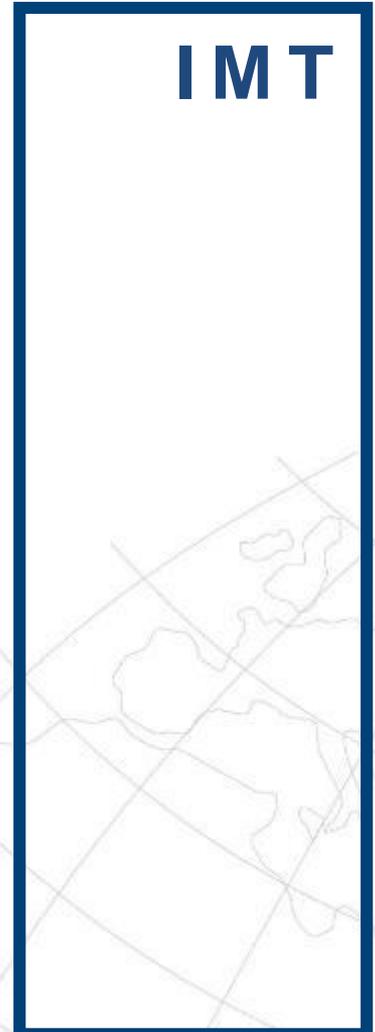
▶ Anzahl der Befragten:

verbessert mind. 45, gleich geblieben mind. 69

Kreuzfrage: Wie hat sich aus Ihrer Sicht die Lebensqualität in Deidesheim insgesamt entwickelt, seit Deidesheim in der Vereinigung Cittaslow Deutschland Mitglied ist?	Absolut unzufrieden				Sehr zufrieden	Verbessert	Gleich geblieben
	1	2	3	4	5		
Stadt insgesamt						4,4	4,0
Verkehrsinfrastruktur						3,4	3,1

Gliederung

1	METHODIK	2
2	MANAGEMENT SUMMARY	4
3	MERKMALE DER BEFRAGTEN GRUPPEN	10
4	UNIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	35
5	BIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	97
5.1	Vergleiche nach Städten	97
5.2	Vergleiche innerhalb der Stadt Bad Essen	108
5.3	Vergleiche innerhalb der Stadt Deidesheim	130
5.4	Vergleiche innerhalb der Stadt Meldorf	150
	COPYRIGHT, IMPRESSUM	173



5.4 Übersicht Signifikanztest Meldorf – Aussagen zum Tourismus

Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Nettoeinkommen
Der Tourismus ist wichtig für Bad Essen.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Ich empfinde es als bereichernd, dass Gäste Bad Essen besuchen.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Der Tourismus trägt dazu bei, die regionale Kultur zu bewahren.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Der Einzelhandel profitiert vom Tourismus.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Ich fühle mich durch den Tourismus gestört.	signifikant	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant
Ich nutze Angebote, die durch den Tourismus ermöglicht werden.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Touristen sollten räumlich stärker auf best. Bereiche beschränkt werden.	signifikant	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant
Der Tourismus in Bad Essen sollte gefördert werden.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Der Tourismus hat positiven Einfluss auf die Lebensqualität.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.4 Aussagen zum Tourismus im Vergleich nach Bekanntheit der Mitgliedschaft bei Cittaslow

Deutschland

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen zum Tourismus auf Meldorf zu?

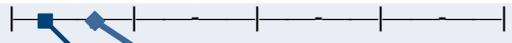
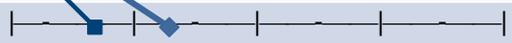
> Mittelwerte

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

bekannt mind. 213, unbekannt mind. 89

Kreuzfrage: Ist Ihnen bekannt, dass Meldorf Mitglied in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ist?	Trifft überhaupt nicht zu				Trifft voll und ganz zu	Cittaslow bekannt	Cittaslow unbekannt
	1	2	3	4	5		
Ich fühle mich durch den Tourismus gestört.						1,3	1,7
Touristen sollten räumlich stärker auf best. Bereiche beschränkt werden.						1,7	2,3

5.4 Aussagen zum Tourismus im Vergleich nach Veränderung der Lebensqualität

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen zum Tourismus auf Meldorf zu?

> Mittelwerte

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

verbessert mind. 53, gleich geblieben mind. 157

Kreuzfrage: Wie hat sich aus Ihrer Sicht die Lebensqualität in Deidesheim insgesamt entwickelt, seit Meldorf in der Vereinigung Cittaslow Deutschland Mitglied ist?	Trifft überhaupt nicht zu				Trifft voll und ganz zu	Verbessert	Gleich geblieben
	1	2	3	4	5		
Der Tourismus trägt dazu bei, die regionale Kultur zu bewahren.						4,2	3,6
Ich nutze Angebote, die durch den Tourismus ermöglicht werden.						3,5	2,9

5.4 Aussagen zum Tourismus im Vergleich nach Bildung

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen zum Tourismus auf Meldorf zu?

> Mittelwerte

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

Hauptschule 41, Realschule mind. 106, Gymnasium 75, Universität 70

Kreuzfrage: Welche Schule besuchen Sie derzeit bzw. haben Sie zuletzt besucht?	Trifft überhaupt nicht zu					Trifft voll und ganz zu				
	1	2	3	4	5	Haupt- schule	Real- schule	Gym- nasium	Univer- sität	
Ich fühle mich durch den Tourismus gestört.						1,8	1,4	1,2	1,2	
Touristen sollten räumlich stärker auf best. Bereiche beschränkt werden.						2,6	2,1	1,5	1,5	

5.4 Übersicht Signifikanztest Meldorf – Zustimmung

Teil I Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Netto- einkommen
... ist ein Ort, in dem ich gerne lebe.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... setzt einen Fokus auf lokale Produkte.	signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... geht verantwortungsbewusst mit seinen natürlichen Ressourcen um.	signifikant	signifikant	nicht signifikant	signifikant
... gestaltet die Infrastruktur ansprechend.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist ein Ort, in dem der soziale Zusammenhalt stimmt.	signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist ein Ort, der für Besucher attraktiv ist.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... fördert neue Entwicklungen.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist geeignet für Unternehmungen in Natur und Landschaft.	signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.4 Übersicht Signifikanztest Meldorf – Zustimmung

Teil II Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Netto- einkommen
... bietet Möglichkeiten für kulturelle Aktivitäten.	signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist ruhig und beschaulich.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... bietet Bürgern Beteiligungsmöglichkeiten bei der Stadtentwicklung.	signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist barrierefrei gestaltet.	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant
... ist ein Ort, der ein breites Angebot an Jobs bietet.	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... ist ein attraktiver Wirtschaftsstandort.	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... verfügt über ein zukunftsfähiges Leitbild.	signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
... stellt den Mensch in den Mittelpunkt der Stadtentwicklung.	signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

5.4 Zustimmung im Vergleich nach Bekanntheit der Mitgliedschaft bei Cittaslow Deutschland

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Beschreibungen auf Meldorf zu?

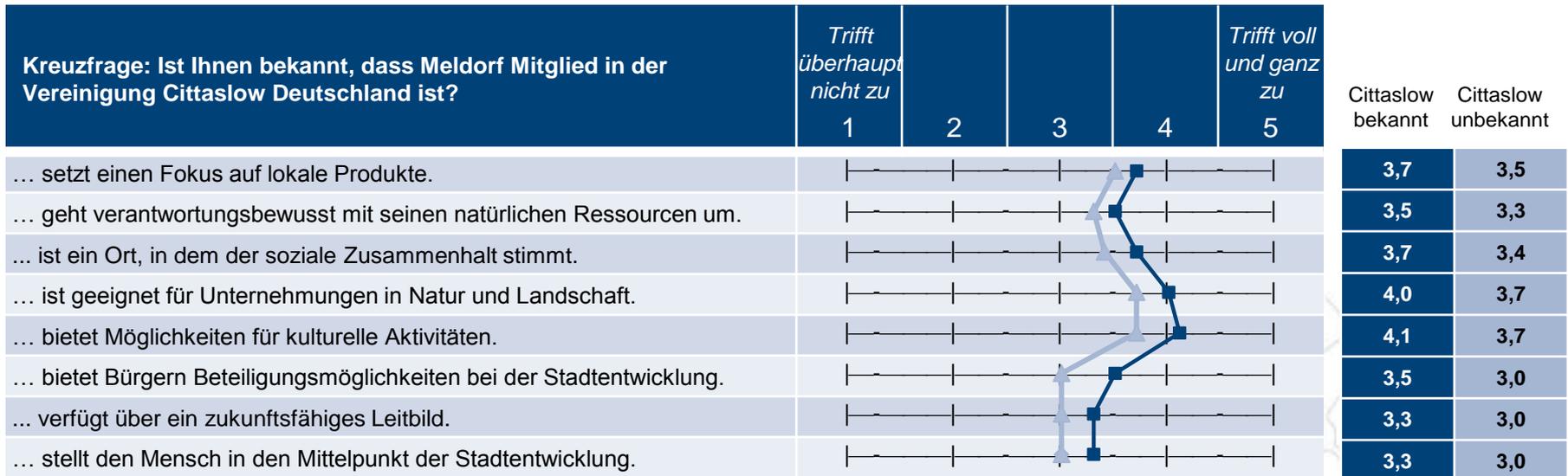
> Mittelwerte

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

bekannt mind. 202, unbekannt mind. 84



5.4 Zustimmung im Vergleich nach Veränderung der Lebensqualität

Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Beschreibungen auf Meldorf zu?

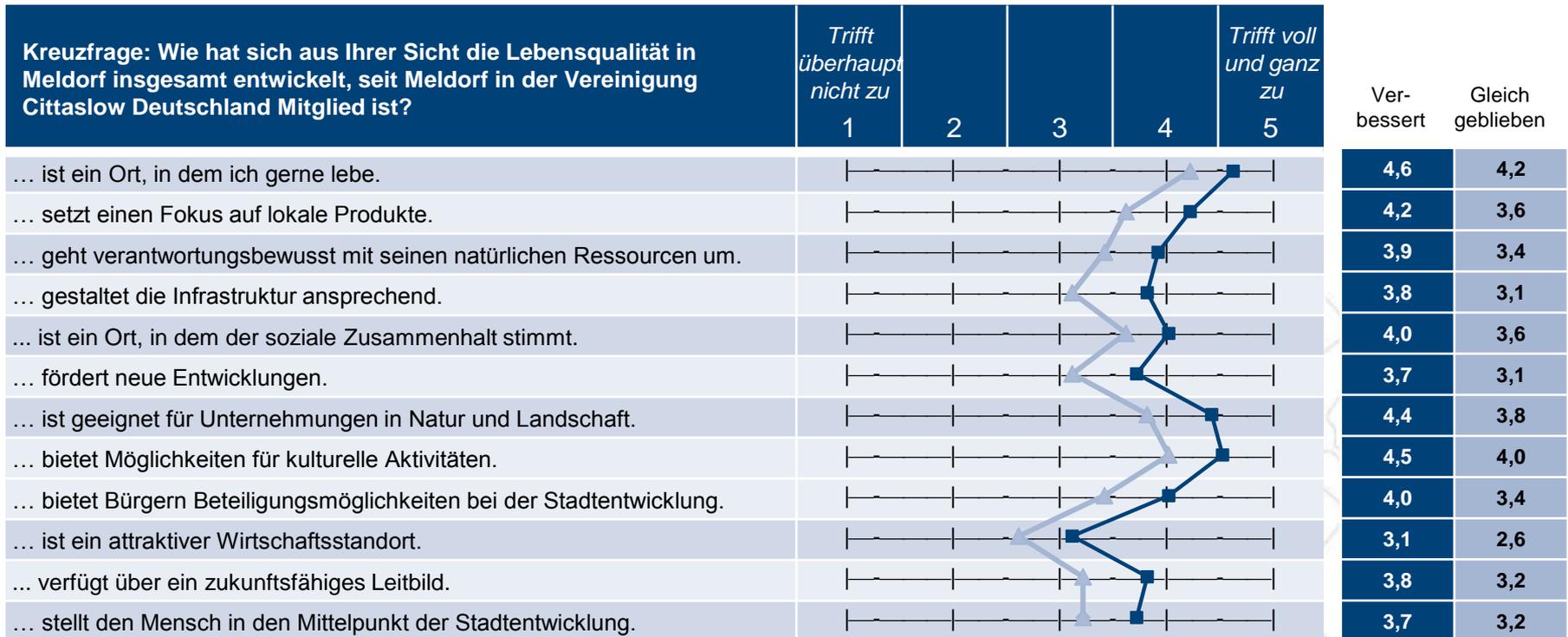
> Mittelwerte

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

verbessert mind. 50 gleich geblieben mind. 152



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.4 Übersicht Signifikanztest Meldorf – Persönlichkeit

Teil I Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Netto- einkommen
Lebenswert	signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Nachhaltig	signifikant	signifikant	signifikant	nicht signifikant
Regionaltypisch	signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Authentisch / echt	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Gastfreundlich	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Attraktiv	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Bürgerorientiert	nicht signifikant	signifikant	signifikant	nicht signifikant
Barrierearm	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Gerecht	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Langsam	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant
Fortschrittlich / innovativ	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Dynamisch	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.4 Übersicht Signifikanztest Meldorf – Persönlichkeit

Teil II Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Netto- einkommen
Hochwertig	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Ökologisch	signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Liebenswert	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Entschleunigend	signifikant	nicht signifikant	signifikant	signifikant
Langweilig	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Kreativ	signifikant	signifikant	signifikant	nicht signifikant
Lebendig	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Ruhig	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Weltoffen	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.4 Persönlichkeit im Vergleich nach Bekanntheit der Mitgliedschaft bei Cittaslow Deutschland

Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf Meldorf zutreffen.

> Mittelwerte

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

bekannt mind. 207, unbekannt mind. 80

Kreuzfrage: Ist Ihnen bekannt, dass Meldorf Mitglied in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ist?	Trifft überhaupt nicht zu				Trifft voll und ganz zu	Cittaslow bekannt	Cittaslow unbekannt
	1	2	3	4	5		
Lebenswert						4,2	3,9
Nachhaltig						3,6	3,3
Regionaltypisch						4,1	3,7
Ökologisch						3,6	3,3
Entschleunigend						3,6	3,3
Kreativ						3,7	3,4

5.4 Persönlichkeit im Vergleich nach Veränderung der Lebensqualität

Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf Meldorf zutreffen.

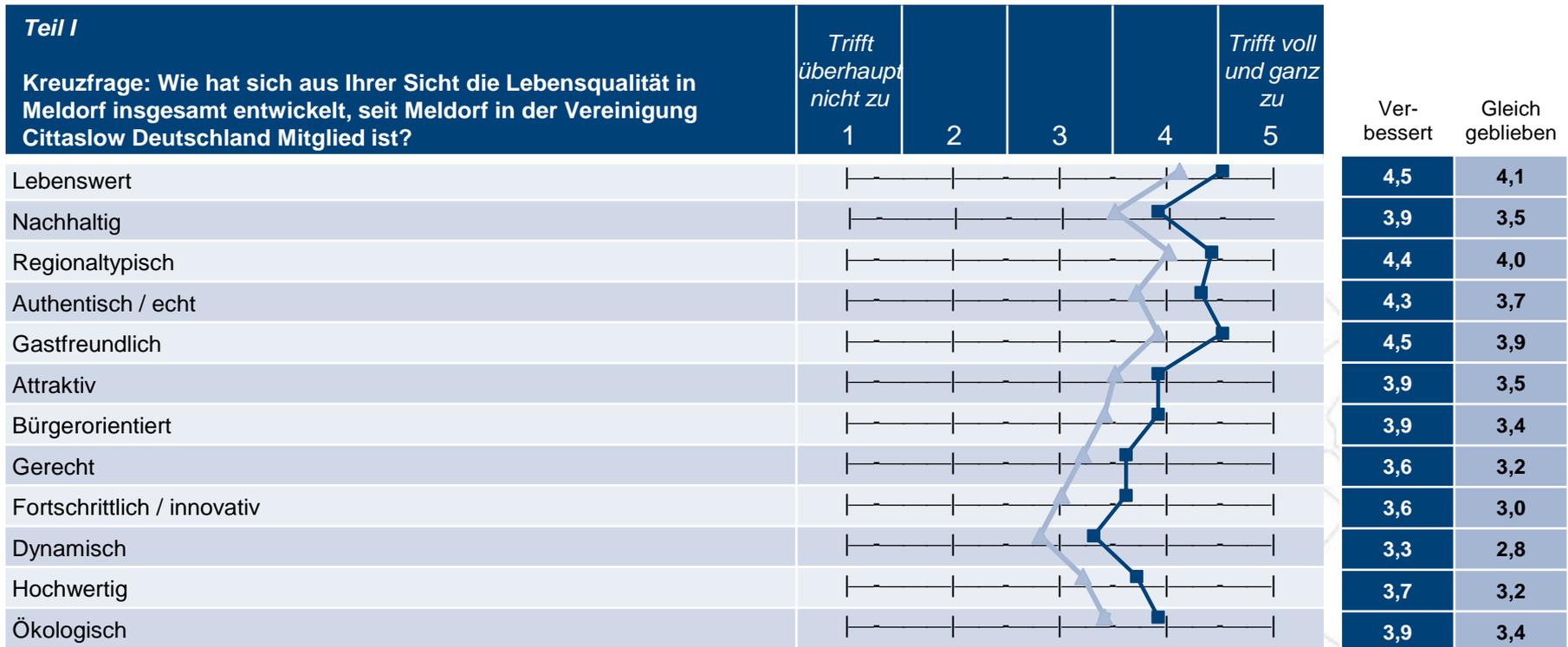
> Mittelwerte

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

verbessert mind. 53, gleich geblieben mind. 144



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.4 Persönlichkeit im Vergleich nach Veränderung der Lebensqualität

Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf Meldorf zutreffen.

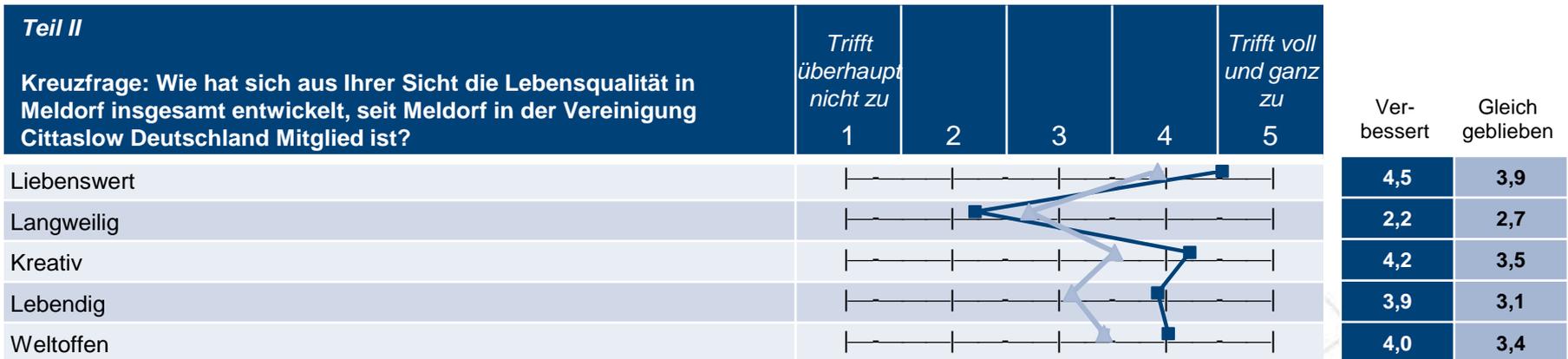
> Mittelwerte

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

verbessert mind. 54, gleich geblieben mind. 154



5.4 Persönlichkeit im Vergleich nach Bildung

Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf Meldorf zutreffen.

> Mittelwerte

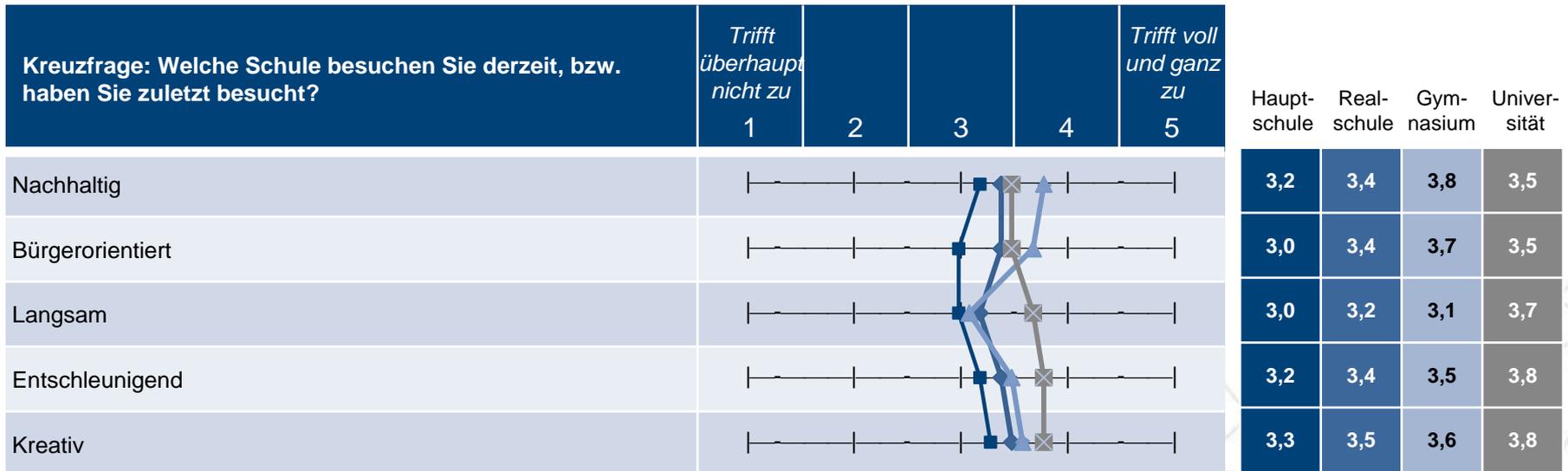
■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

Hauptschule mind. 38, Realschule mind. 100,

Gymnasium mind. 72, Universität mind. 67



5.4 Übersicht Signifikanztest Meldorf – Wichtigkeit einzelner Aspekte

Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Nettoeinkommen
Verkehrsinfrastruktur (Straßen)	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Verkehrsinfrastruktur (ÖPNV)	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant
Einkaufsmöglichkeiten	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Medizinische Versorgung	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	signifikant
Angebot an Arbeitsplätzen	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Bildungsangebote	signifikant	signifikant	signifikant	nicht signifikant
Sportangebote	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Kulturangebote	signifikant	nicht signifikant	signifikant	signifikant
Ortsbild	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Natur und Landschaft	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Geräuschpegel	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Kinderbetreuungsangebote	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Angebot an Pflegeeinrichtungen	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

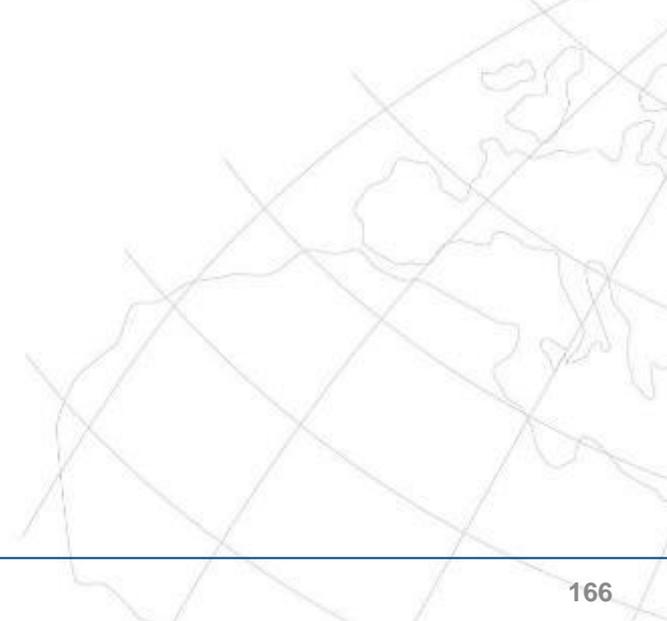
► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

5.4 Wichtigkeit im Vergleich nach Bekanntheit der Mitgliedschaft bei Cittaslow Deutschland

Wie wichtig ist Ihnen der Aspekt in Meldorf?
 > Mittelwerte

■ **Meldorf (N=303)**
 ► **Basis:** Alle Befragte mit Angabe
 ► **Anzahl der Befragten:** bekannt mind. 209, unbekannt mind. 89

Kreuzfrage: Ist Ihnen bekannt, dass Meldorf Mitglied in der Vereinigung Cittaslow Deutschland ist?	Absolut unwichtig	1	2	3	4	Sehr wichtig		
	1	2	3	4	5	Cittaslow bekannt	Cittaslow unbekannt	
Bildungsangebote						4,4	4,1	
Kulturangebote						4,1	3,6	



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.4 Wichtigkeit im Vergleich nach Bildung

Wie wichtig ist Ihnen der Aspekt in Meldorf?

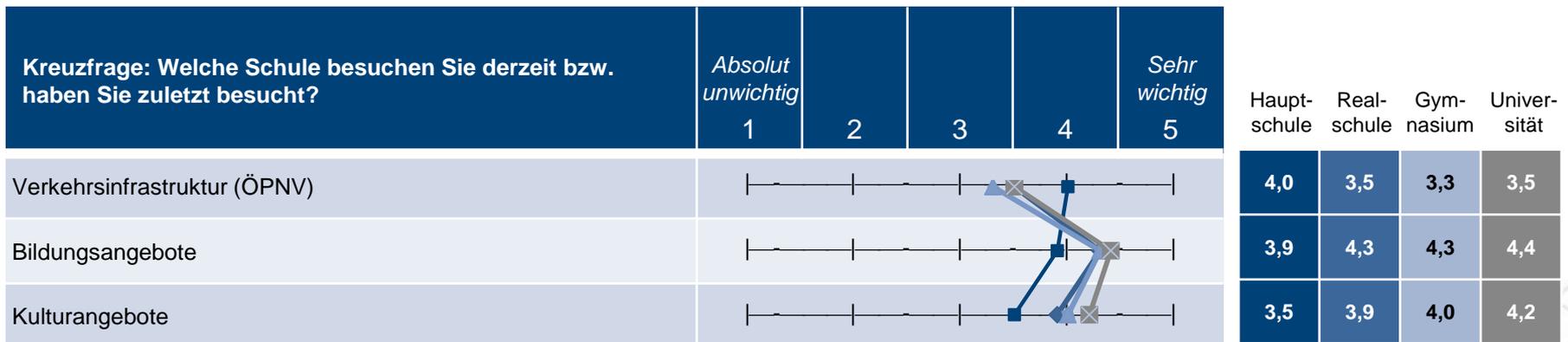
> Mittelwerte

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

Hauptschule mind. 41, Realschule mind. 101, Gymnasium mind. 70, Universität mind. 68



5.4 Wichtigkeit im Vergleich nach Bekanntheit der Mitgliedschaft bei Cittaslow Deutschland

Wie wichtig ist Ihnen der Aspekt in Meldorf?

Hier: Geräuschpegel

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:
bekannt: 111, unbekannt: 33

	Gesamt	Bekanntheit der Mitgliedschaft bei Cittaslow Deutschland	
		bekannt	unbekannt
1=Absolut unwichtig	1%	0%	3%
2	5%	3%	12%
3	13%	9%	27%
4	34%	36%	27%
5=Sehr wichtig	47%	52%	30%

5.4 Übersicht Signifikanztest Meldorf – Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten

Frage	Bekanntheit Cittaslow	Lebensqualität	Bildung	HH-Nettoeinkommen
Stadt insgesamt	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Verkehrsinfrastruktur (Straßen)	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Verkehrsinfrastruktur (ÖPNV)	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant	signifikant
Einkaufsmöglichkeiten	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Medizinische Versorgung	nicht signifikant	signifikant	signifikant	nicht signifikant
Angebot an Arbeitsplätzen	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Bildungsangebote	signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Sportangebote	signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Kulturangebote	signifikant	signifikant	signifikant	nicht signifikant
Ortsbild	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Natur und Landschaft	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	signifikant
Geräuschpegel	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Kinderbetreuungsangebote	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant	nicht signifikant
Angebot an Pflegeeinrichtungen	nicht signifikant	nicht signifikant	signifikant	nicht signifikant

Angewendetes Testverfahren: T-Test für unabhängige Stichproben / einfaktorielle Varianzanalyse; Signifikanzniveau mind. 0,05

► Folgend: Darstellung signifikanter Ergebnisse

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2017

5.4 Zufriedenheit im Vergleich nach Bekanntheit der Mitgliedschaft bei Cittaslow Deutschland

Und wie zufrieden sind Sie mit dem Aspekt?

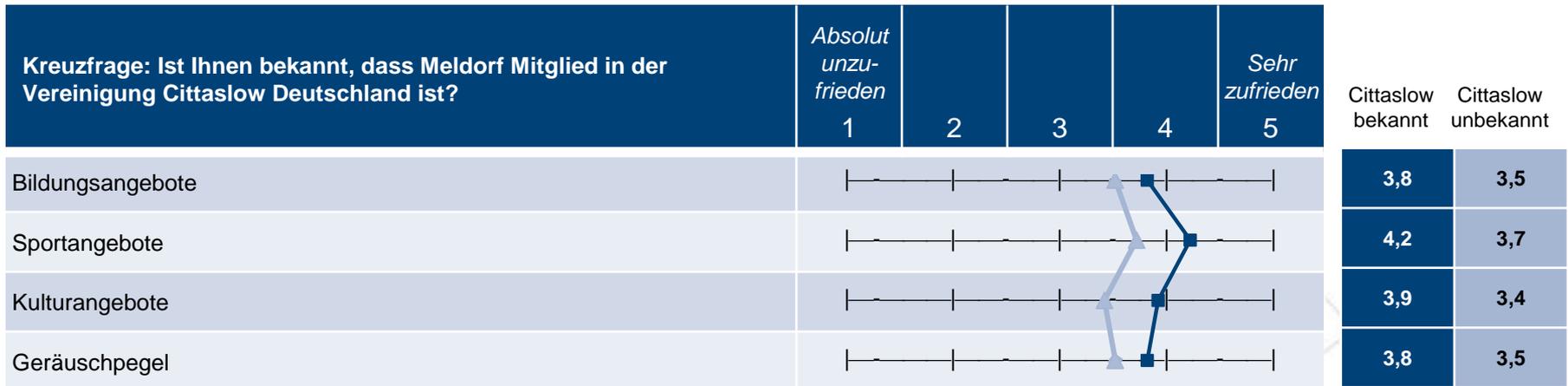
> Mittelwerte

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

bekannt mind. 205, unbekannt mind. 88



5.4 Zufriedenheit im Vergleich nach Bildung

Und wie zufrieden sind Sie mit dem Aspekt?

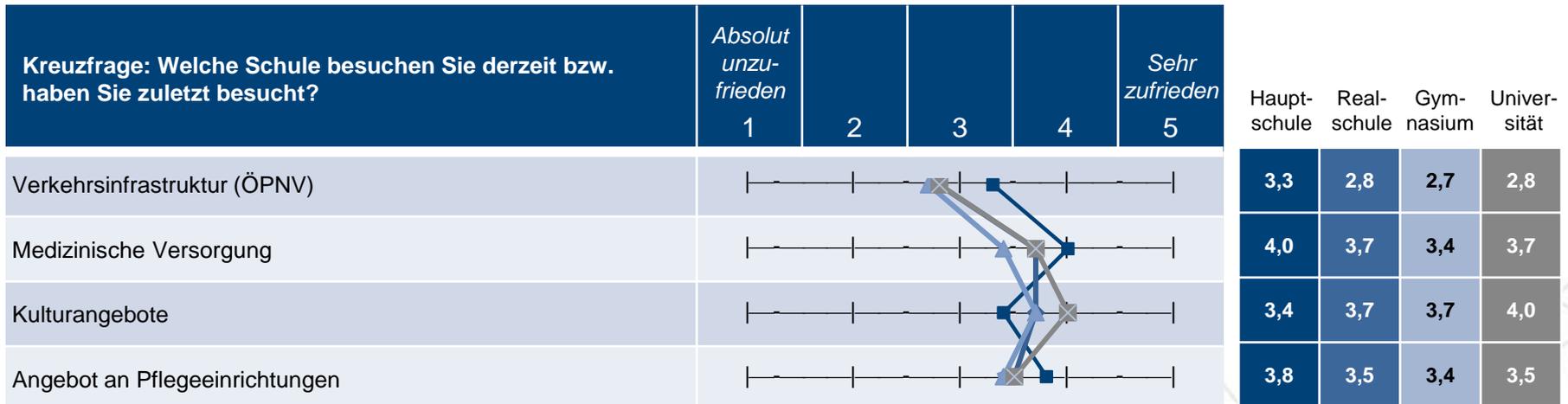
> Mittelwerte

■ Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

▶ Anzahl der Befragten:

Hauptschule mind. 37, Realschule mind. 96,
Gymnasium mind. 61, Universität mind. 61



5.4 Zufriedenheit im Vergleich nach Haushaltsnettoeinkommen

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten?
Hier: Verkehrsinfrastruktur (ÖPNV)

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

Meldorf (N=303)

▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe

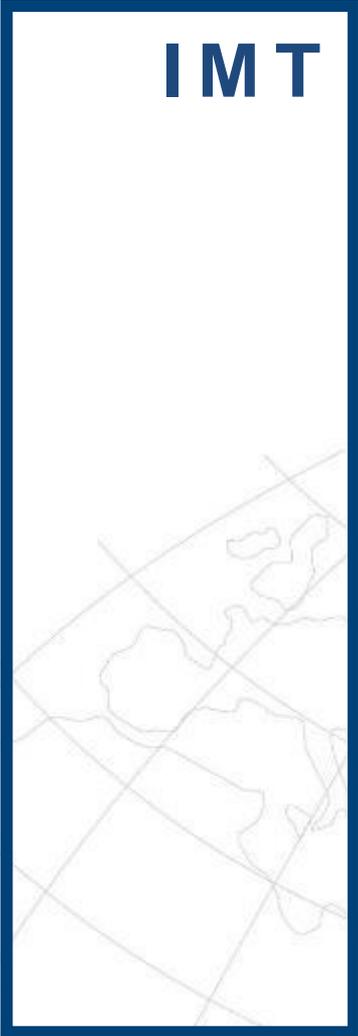
▶ Anzahl der Befragten:

bis € 999: 16, €1.000-1.999: 53, €2.000-2.499: 33,
€2.500-3.499: 33, €3.500-4.999: 33, €5.000 u. mehr: 18

	Gesamt	Haushaltsnettoeinkommen					
		Bis €999	€1.000 – 1.999	€2.000 – 2.499	€2.500 – 3.499	€3.500 – 4.999	€5.000 und mehr
1=Absolut unzufrieden	11%	0%	6%	15%	15%	6%	33%
2	22%	19%	25%	18%	25%	21%	22%
3	43%	44%	40%	33%	42%	67%	28%
4	18%	25%	25%	24%	18%	0%	17%
5=Sehr zufrieden	5%	13%	6%	9%	0%	6%	0%

Gliederung

1	METHODIK	2
2	MANAGEMENT SUMMARY	4
3	MERKMALE DER BEFRAGTEN GRUPPEN	10
4	UNIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	35
5	BIVARIATE AUSWERTUNGSERGEBNISSE	97
	COPYRIGHT, IMPRESSUM	173



IMT

Copyright

Sämtliche Inhalte dieser Dokumentation in Form von Strategien, Modellen, Konzepten, Schaubildern, Analysen und Schlussfolgerungen sowie sonstigen geistigen Schöpfungen sind als geistiges und schöpferisches Eigentum urheberrechtlich geschützt. Eine Verwendung auch in Teilen gegenüber Dritten darf nur unter ausdrücklicher Genehmigung und Quellenangabe des Autors erfolgen, mit Ausnahme der Inhalte, die durch eine gesonderte Quellenangabe gekennzeichnet sind. Der Empfänger ist nicht berechtigt, diese Dokumentation oder Teile davon oder Inhalte davon zu verändern.

IMT

Institut für Management und Tourismus, November 2017
www.imt-fhw.de

Impressum

- **Herausgeber** Fachhochschule Westküste
Institut für Management und Tourismus (IMT)
Prof. Dr. Bernd Eisenstein
Rebekka Weis, M.A.
Christian Eilzer, M.A.
Fritz-Thiedemann-Ring 20
25746 Heide/Holstein
- **Projektdurchführung** Institut für Management und Tourismus (IMT) der FHW, Heide
- **Projektunterstützung** Institut für regionale Marketingforschung und Beratung
(*regio*MAR) der FHW, Heide

Institut für Management und Tourismus, November 2017

Institut für Management und Tourismus
www.imt-fhw.de



IMT