



Regionalkonferenz Erzgebirge 2015

Wahrnehmung des Erzgebirges im Selbst- und Fremdbild – Ergebnisse der FR-Regio-Studie
Markus Schubert, Partner Conoscope GmbH

Methoden:

- Telefonische Befragung (CATI)
- Online-Befragung (CAWI) – Linkversand, Online-Panel

Zielgruppen: Privatpersonen und Unternehmer im Erzgebirge, in Sachsen, in den neuen und alten Bundesländern

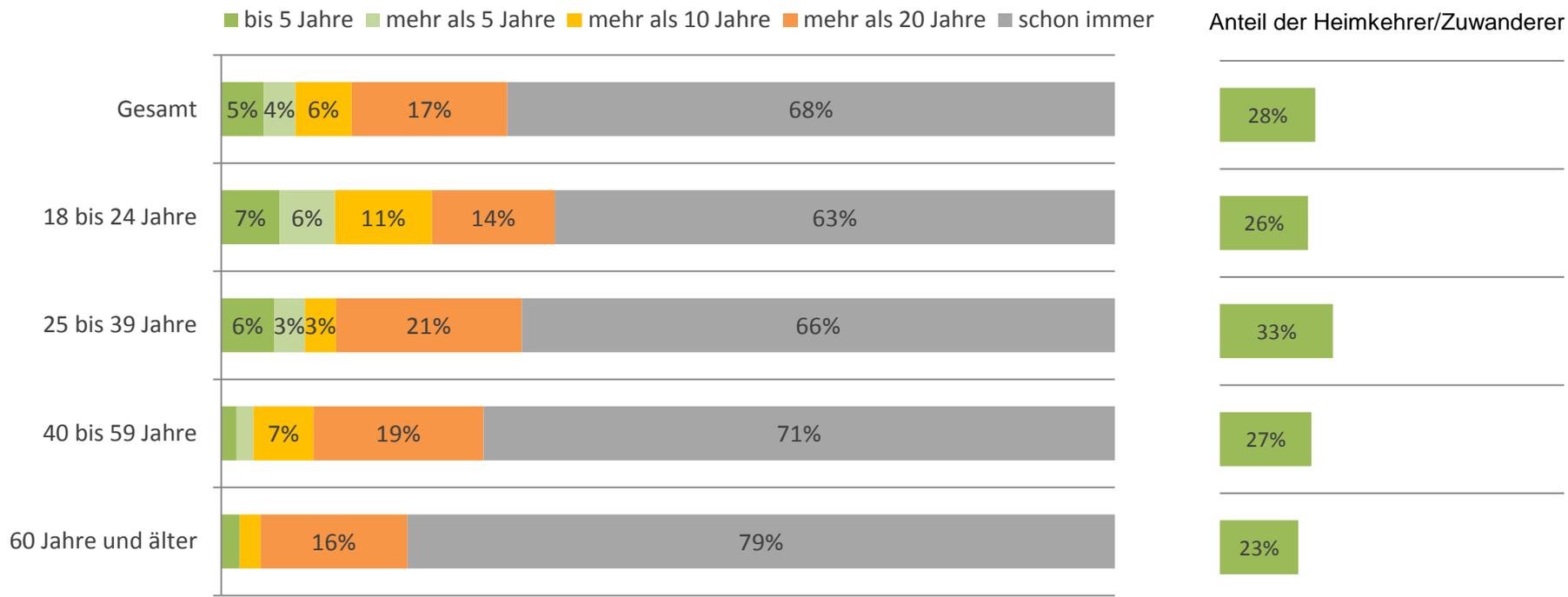
Erhebungszeitraum: 01.09.2015 bis 30.09.2015

Rücklauf:

- Bevölkerung: $n=745$ (CATI) + $n=1799$ (CAWI) $\Rightarrow N=2544$
- Unternehmen: $n=230$ (CATI) + $n=282$ (CAWI) $\Rightarrow N=512$
- Bevölkerungsrepräsentative und quotierte Gewichtung

Privatpersonen aus der Region

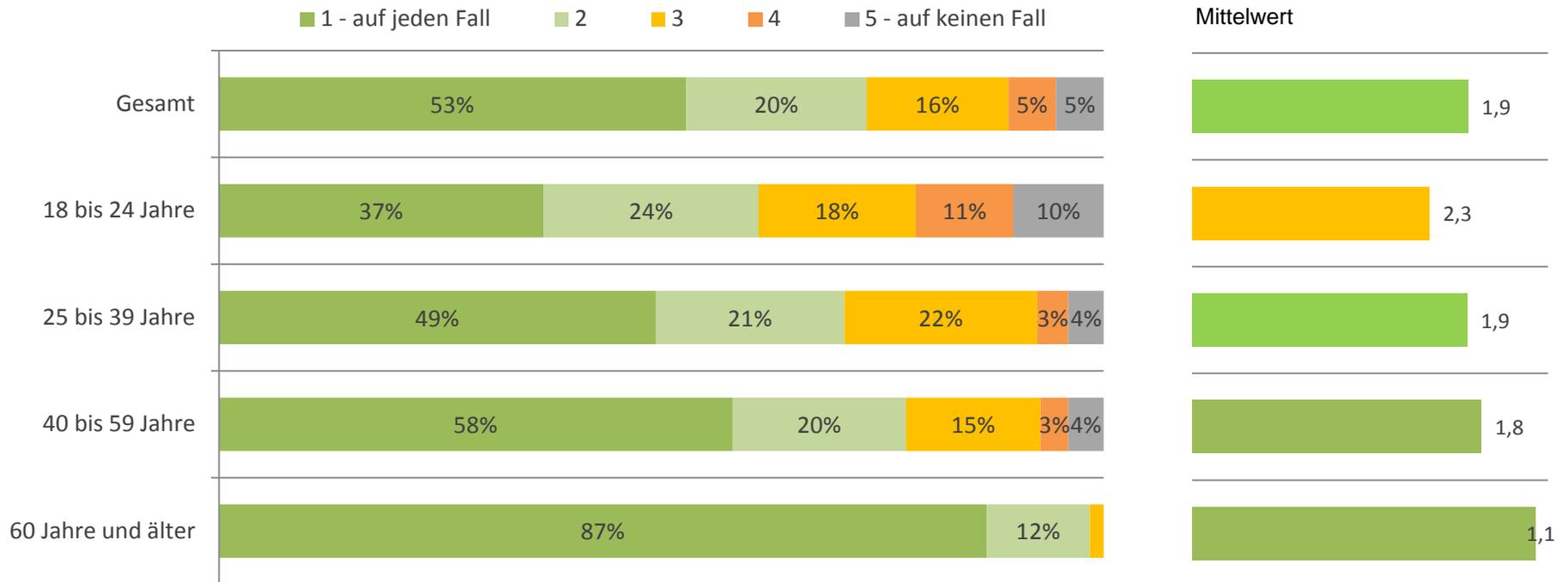
Wie viele Jahre **wohnen Sie** insgesamt schon in der Region Erzgebirge?



n=600, Herkunft Erzgebirge

Privatpersonen aus der Region

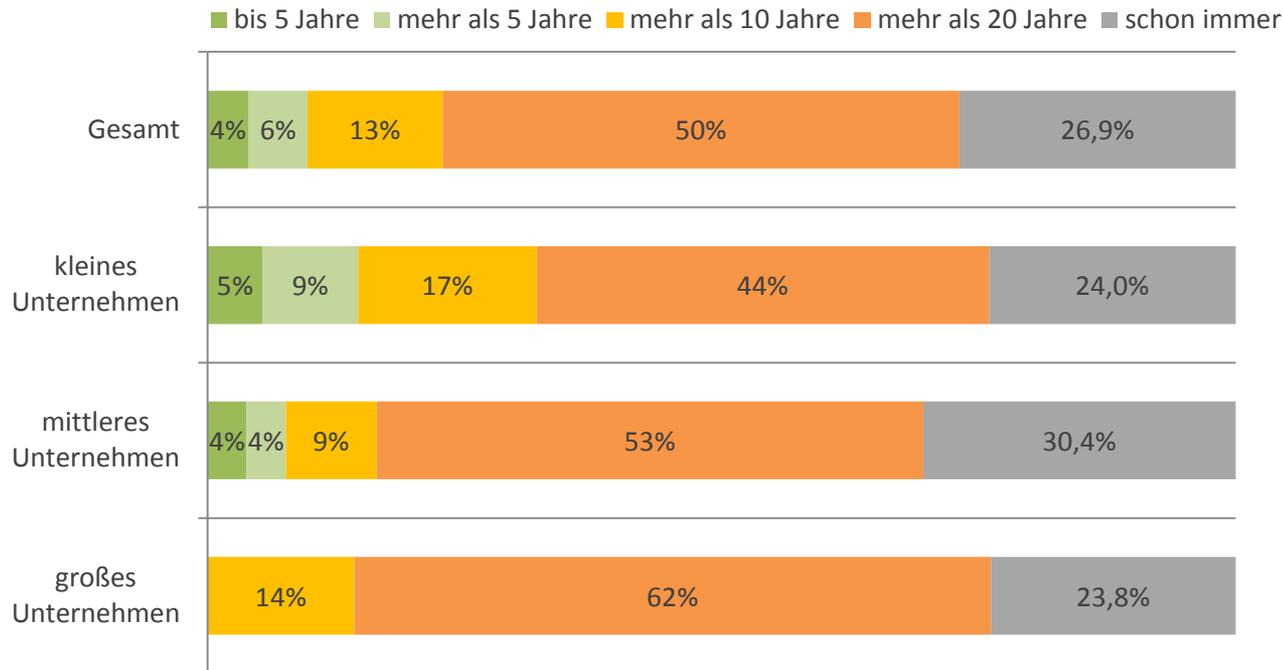
Wie sicher ist es, dass Sie auch in den nächsten Jahren im Erzgebirge **wohnen werden**?



n=599, Herkunft Erzgebirge

Unternehmen aus der Region

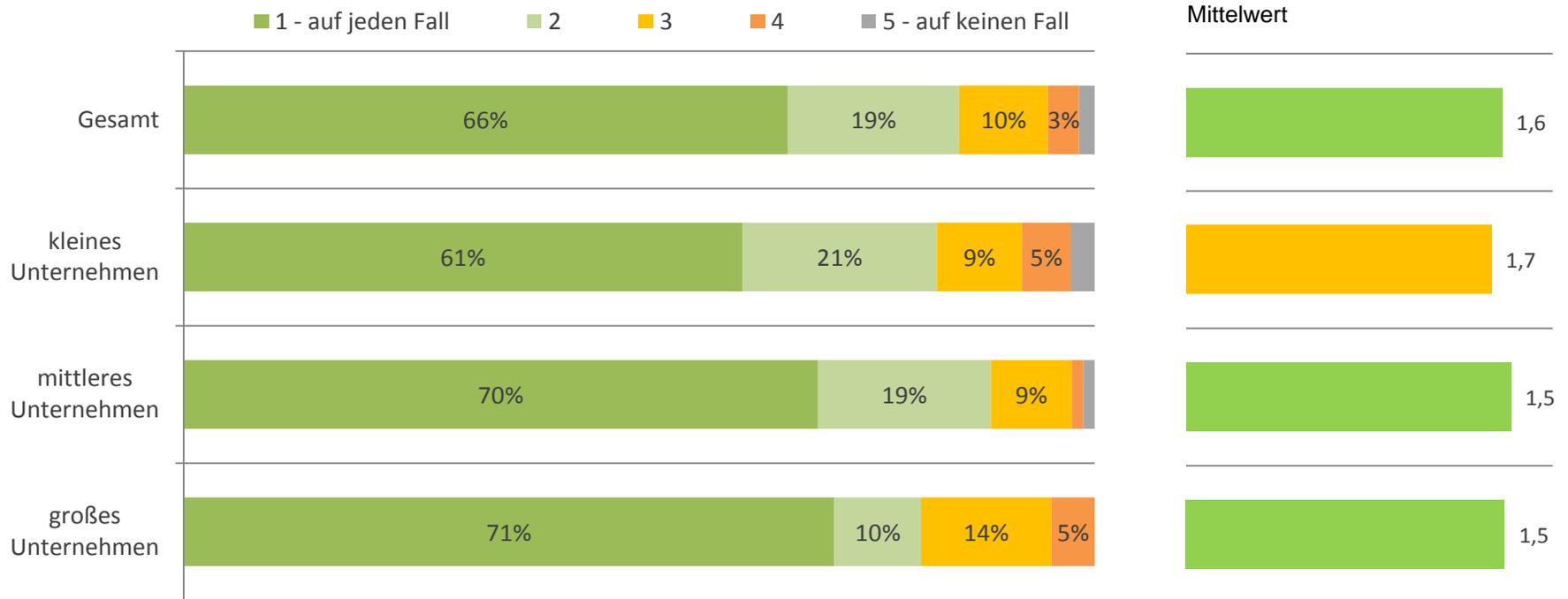
Wie viele Jahre ist **Ihr Unternehmen** in der Region Erzgebirge ansässig?



n=150, Herkunft Erzgebirge

Unternehmen aus der Region

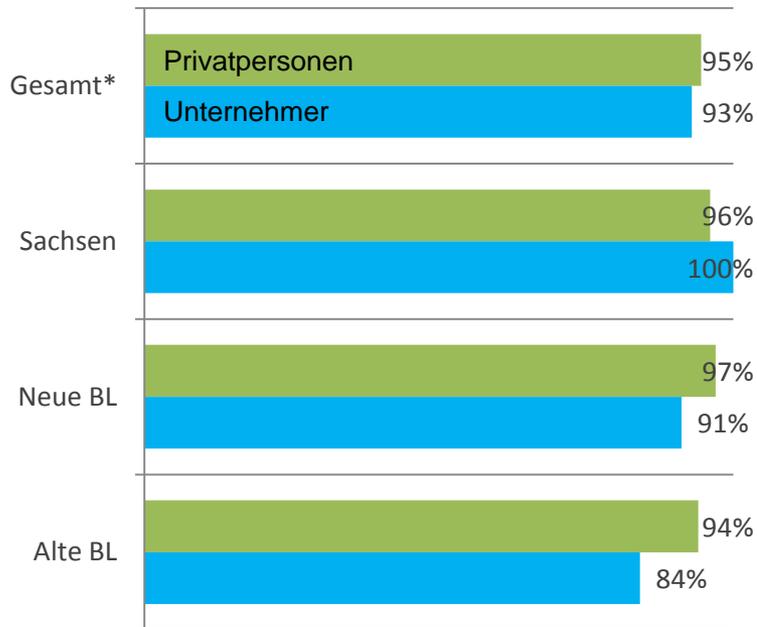
Wie sicher ist es, dass **Ihr Unternehmenssitz** in den nächsten Jahren im Erzgebirge sein wird?



n=150, Herkunft Erzgebirge

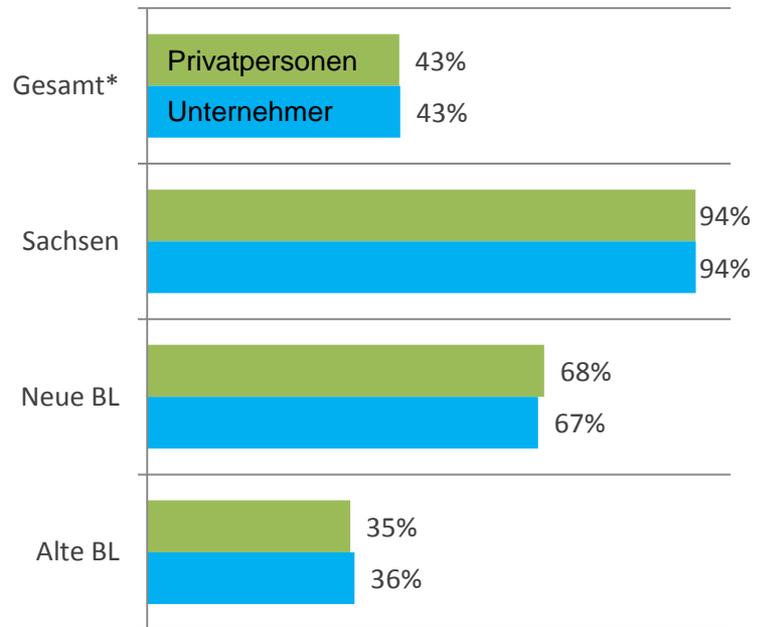
Bekanntheit der Region

Haben Sie schon einmal vom Erzgebirge gehört?



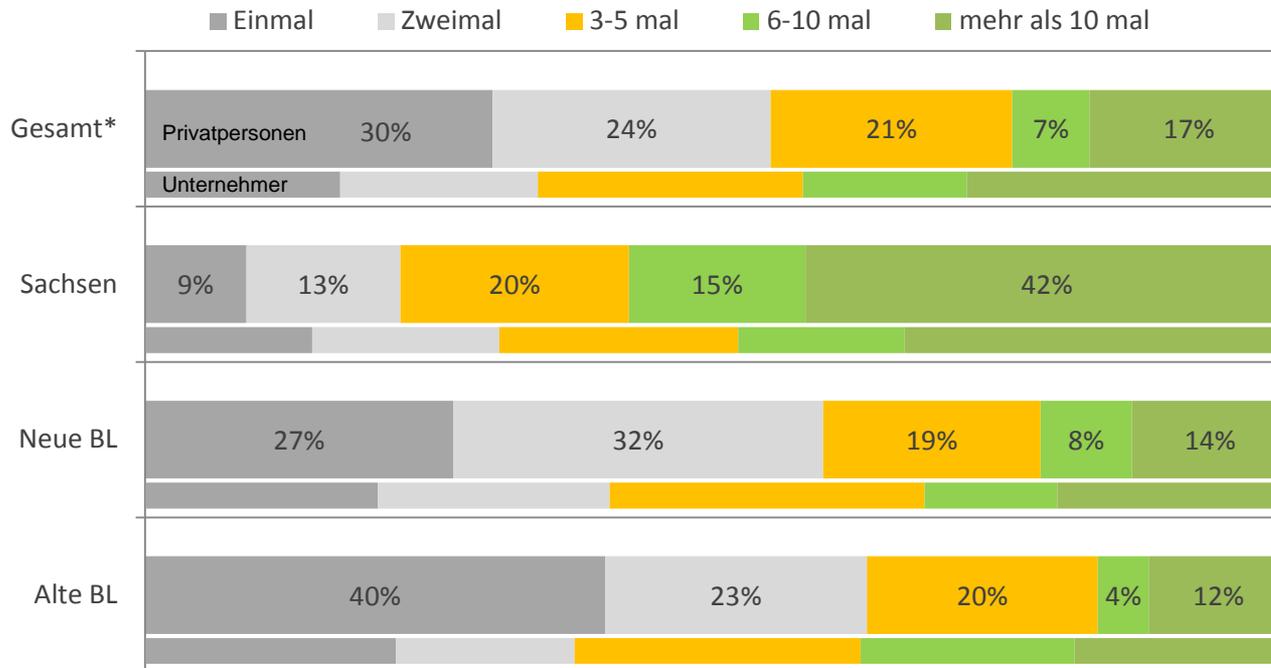
n=2527, *Bevölkerungsrepräsentativ
n=350 Unternehmen, quotiert

Waren Sie schon einmal im Erzgebirge?



Besuche in der Region

Wie oft waren Sie bisher schon im Erzgebirge zu Besuch?



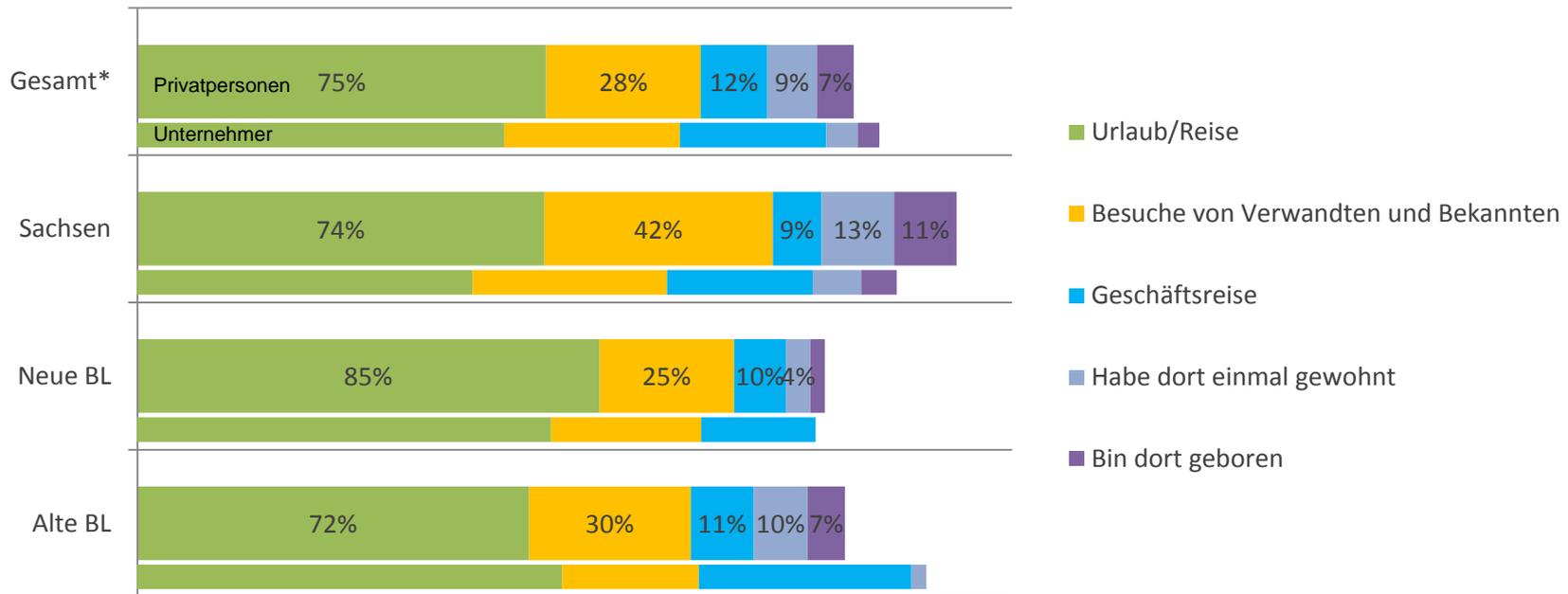
Mittelwert



n=951, *Bevölkerungsrepräsentativ
n=232 Unternehmen

Besuche in der Region

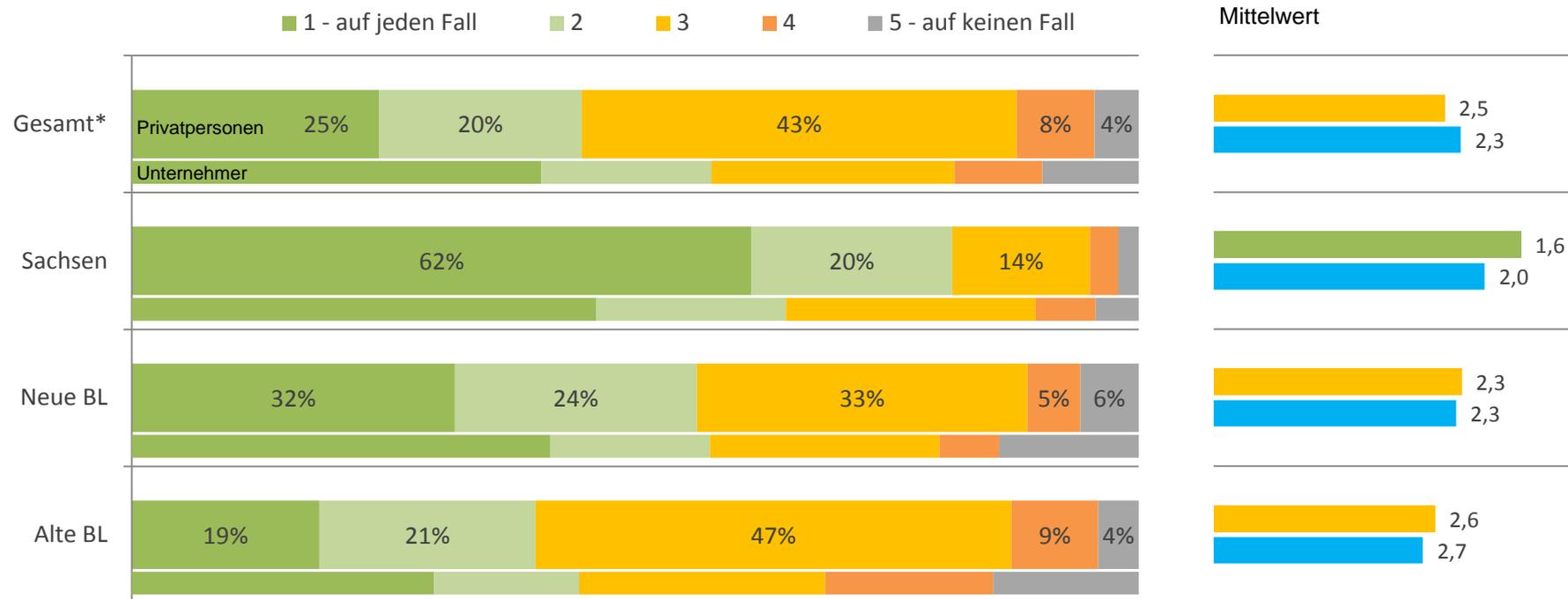
Was waren die Gründe für Ihren Aufenthalt im Erzgebirge?



n=1002, *Bevölkerungsrepräsentativ, Mehrfachnennungen möglich
n=231 Unternehmen, Mehrfachnennungen möglich

Besuche in der Region

Werden Sie das Erzgebirge in Zukunft (wieder) besuchen?

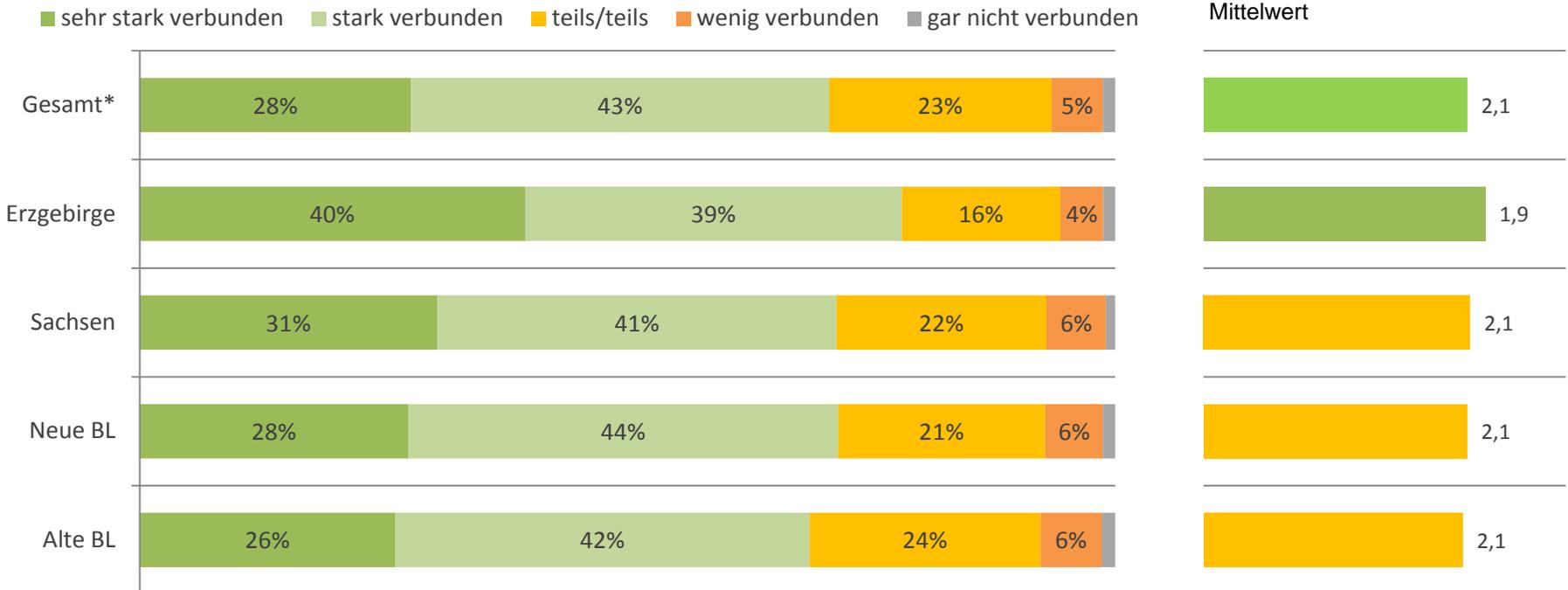


n=2.388 , *Bevölkerungsrepräsentativ
n=350 Unternehmen

Regionale Verbundenheit



Wie verbunden sind Sie mit der Region, in der Sie **momentan leben**?



n=2.000, *Bevölkerungsrepräsentativ, sonst quotierte Stichprobe



Wie stufen Sie die **Lebensqualität in Ihrem jetzigen Wohnort** ein?

| | Erzgebirge | Sachsen | Neue BL | Alte BL |
|--|------------|---------|---------|---------|
| Landschaft und Natur | 1,5 | 2,0 | 1,9 | 1,9 |
| Anbindung an Schnellstraßen, Bundesstraßen und Autobahnen | 2,7 | 1,8 | 2,0 | 1,8 |
| Freundlichkeit des Umfeldes | 2,1 | 2,2 | 2,3 | 2,2 |
| Bildungseinrichtungen | 2,6 | 2,3 | 2,4 | 2,2 |
| Kinderfreundlichkeit | 2,5 | 2,4 | 2,4 | 2,3 |
| Mietpreisniveau | 2,4 | 2,3 | 2,6 | 2,8 |
| Lebenshaltungskosten | 2,6 | 2,4 | 2,6 | 2,6 |
| ÖPNV-Verkehrsanbindung | 3,3 | 2,3 | 2,3 | 2,3 |
| Arbeitsplatzsituation | 3,3 | 3,0 | 3,1 | 2,6 |

n=1.975 , quotierte Stichprobe, Mittelwert auf einer Skala von 1 = sehr gut bis 5 = sehr schlecht

Regionale Standortqualität

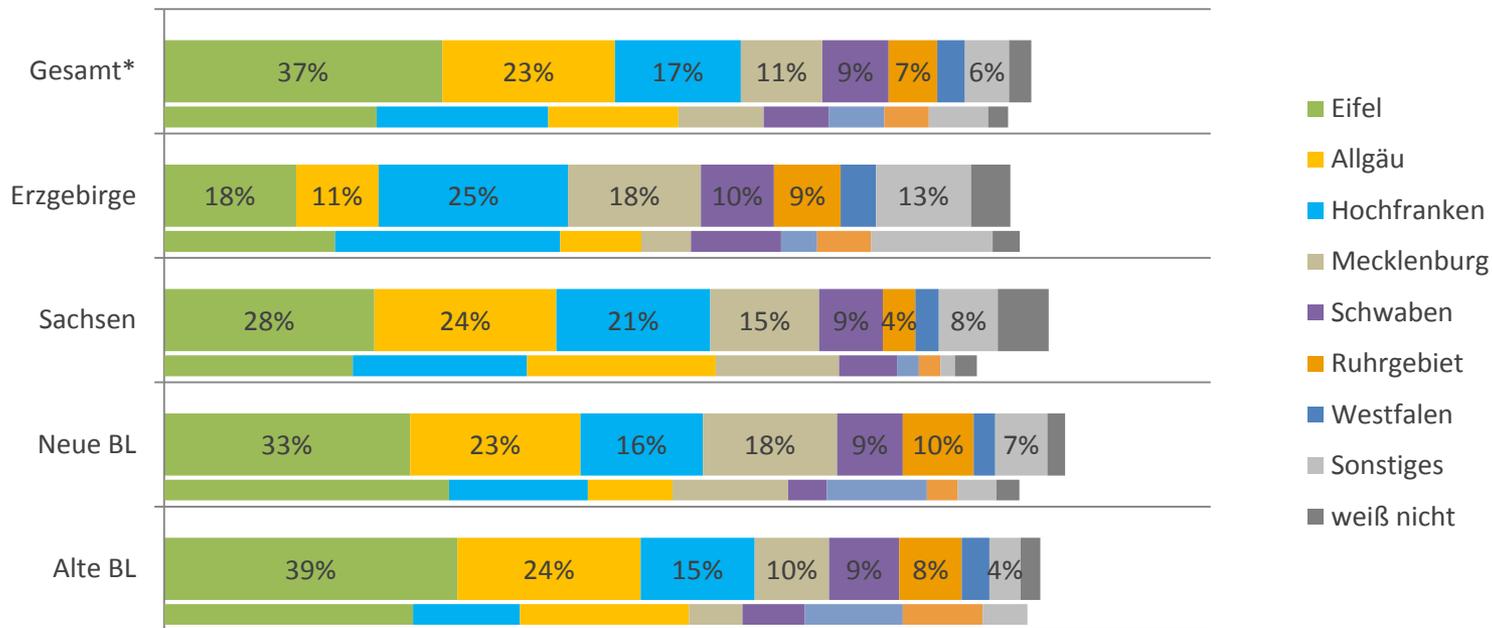
Wie stufen Sie die **Standortqualität an Ihrem jetzigen Unternehmenssitz** ein?

| | Erzgebirge | Sachsen | Neue BL | Alte BL |
|--|------------|---------|---------|---------|
| Landschaft und Natur | 1,5 | 1,9 | 1,9 | 1,8 |
| Freundlichkeit des Umfeldes | 2,0 | 2,1 | 2,2 | 2,1 |
| Anbindung an Schnellstraßen, Bundesstraßen und Autobahnen | 2,8 | 1,9 | 1,9 | 1,9 |
| Kinderfreundlichkeit | 2,3 | 2,2 | 2,3 | 2,1 |
| Bildungseinrichtungen | 2,6 | 2,1 | 2,3 | 2,0 |
| Mietpreisniveau | 2,2 | 2,5 | 2,6 | 2,6 |
| Lebenshaltungskosten | 2,4 | 2,6 | 2,6 | 2,5 |
| ÖPNV-Verkehrsanbindung | 3,3 | 2,2 | 2,4 | 2,2 |
| Arbeitsplatzsituation | 2,7 | 2,6 | 2,8 | 2,1 |

n=494 Unternehmen, quotierte Stichprobe, Mittelwert auf einer Skala von 1 = sehr gut bis 5 = sehr schlecht

Regionaler Vergleich

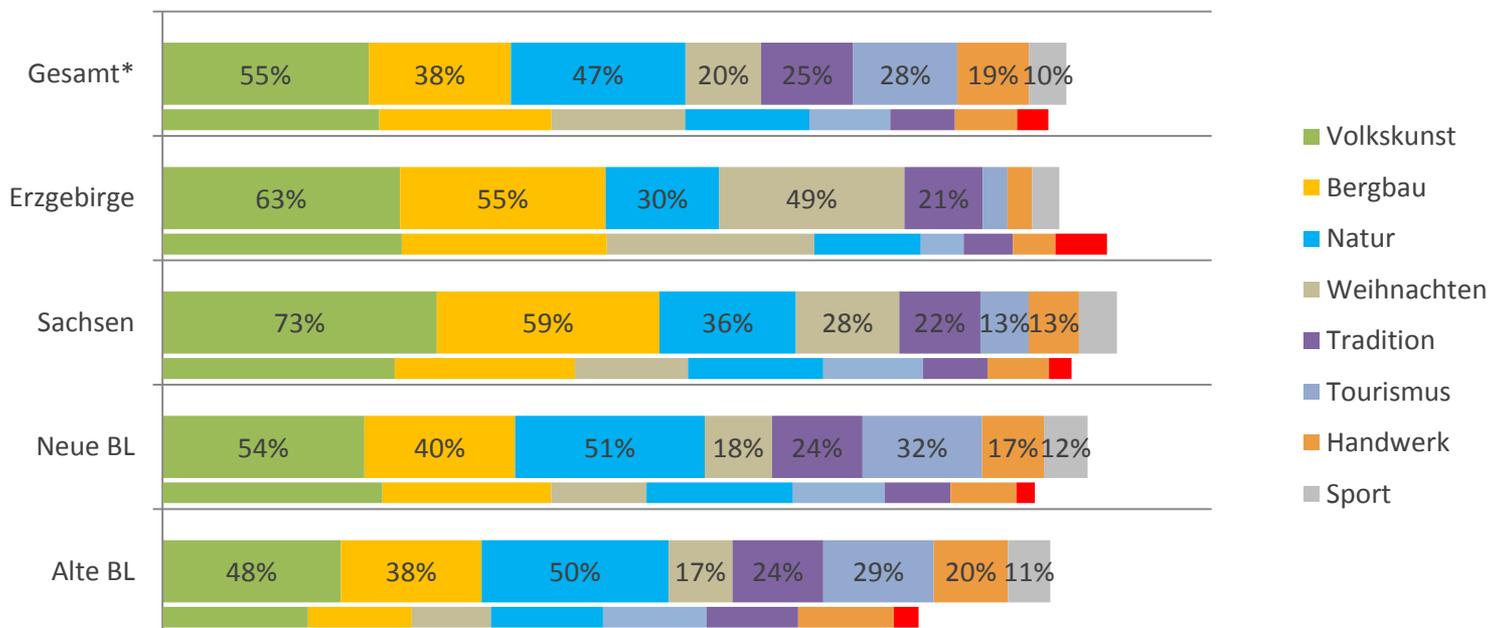
Mit welchen **Wirtschaftsregionen in Deutschland** würden Sie das Erzgebirge am ehesten vergleichen?



n=1.975 , *Bevölkerungsrepräsentativ, Mehrfachnennungen möglich
n=439 Unternehmen, Mehrfachnennungen möglich

Spontane Assoziationen

Womit würden Sie spontan das Erzgebirge verbinden? (TOP 8)

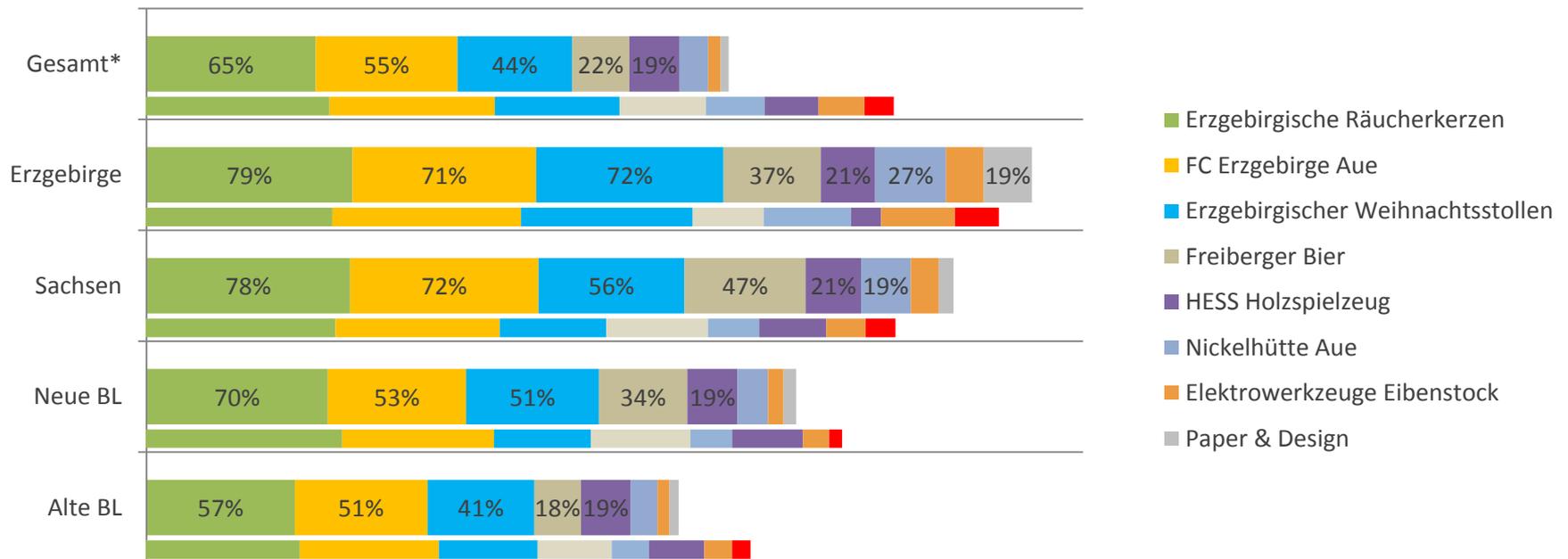


n=2.395, *Bevölkerungsrepräsentativ, Mehrfachnennungen möglich
n=473 Unternehmen, Mehrfachnennungen möglich

**rot: Industrie- und Wirtschaftsstandort

Markenbekanntheiten

Was sind für Sie bekannte erzgebirgische Marken (Produkte/Spezialitäten)? (TOP 8)

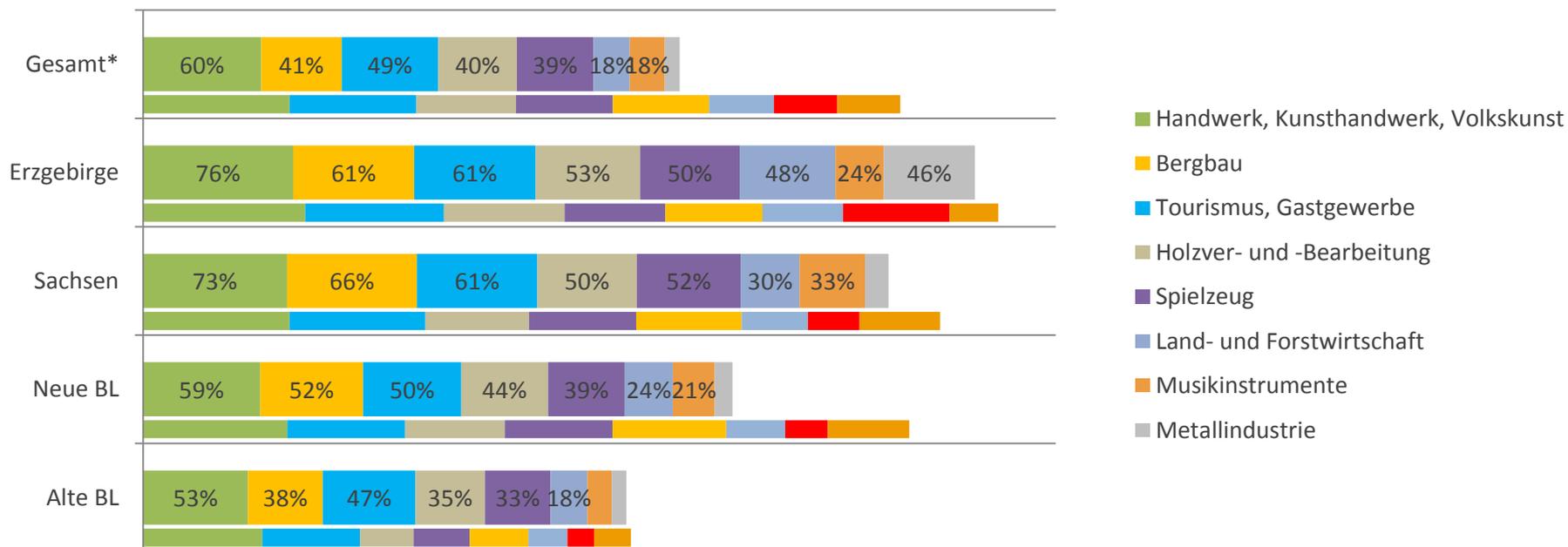


n=2.371, *Bevölkerungsrepräsentativ, Mehrfachnennungen möglich
n=457 Unternehmen, Mehrfachnennungen möglich

**rot: Curt Bauer

Bekannte Wirtschaftszweige

Welche Wirtschaftszweige des Erzgebirges sind Ihnen bekannt? (TOP 8)



n=2.375, *Bevölkerungsrepräsentativ, Mehrfachnennungen möglich
n=468 Unternehmen, Mehrfachnennungen möglich

**rot: Zuliefererindustrie

Markenstärke der Region

Wie stark treffen die folgenden Eigenschaften auf die Region Erzgebirge zu?

| | Erzgebirge | | Sachsen | Neue BL | Alte BL |
|-------------------------------|----------------|-------------|---------|---------|---------|
| | Privatpersonen | Unternehmen | | | |
| natürlich | 1,8 | 2,0 | 1,8 | 1,8 | 1,9 |
| gemütlich | 1,7 | 1,9 | 1,8 | 1,8 | 2,0 |
| historisch gewachsen | 1,8 | 1,7 | 1,7 | 1,9 | 2,0 |
| gastfreundlich | 2,0 | 2,2 | 1,9 | 1,8 | 2,0 |
| sympathisch | 1,9 | 2,0 | 1,9 | 1,9 | 2,2 |
| touristisch attraktiv | 2,1 | 2,3 | 1,9 | 1,9 | 2,2 |
| ehrlich | 2,1 | 2,2 | 2,0 | 2,1 | 2,2 |
| kulturell attraktiv | 2,5 | 2,8 | 2,3 | 2,2 | 2,4 |
| ökologisch intakt | 2,5 | 2,5 | 2,3 | 2,3 | 2,3 |
| fortschrittlich und innovativ | 2,9 | 2,7 | 2,8 | 2,7 | 2,9 |
| wachstumsstark | 3,0 | 3,0 | 3,0 | 2,9 | 3,0 |
| international orientiert | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 2,9 | 3,0 |

n=1.927 , quotierte Stichprobe, Mittelwert auf einer Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 5 = trifft überhaupt nicht zu

Markenstärke der Region im Zeitvergleich

Wie stark treffen die folgenden Eigenschaften auf die Region Erzgebirge zu?

| | Erzgebirge | | Erzgebirge | |
|-------------------------------|------------------------|------------------------|---------------------|---------------------|
| | Privatpersonen 2015 | Privatpersonen 2002 | Unternehmen 2015 | Unternehmen 2005 |
| natürlich | 1,8 | - | 2,0 → | 1,9 |
| gemütlich | 1,7 → | 1,5 | 1,9 → | 1,7 |
| historisch gewachsen | 1,8 → | 1,6 | 1,7 → | 1,5 |
| gastfreundlich | 2,0 | - | 2,2 | - |
| sympathisch | 1,9 → | 1,7 | 2,0 → | 1,9 |
| touristisch attraktiv | 2,1 → | 2,1 | 2,3 → | 2,1 |
| ehrlich | 2,1 | - | 2,2 | - |
| kulturell attraktiv | 2,5 → | 2,5 | 2,8 → | 2,5 |
| ökologisch intakt | 2,5 ↗ | 3,2 | 2,5 ↗ | 2,9 |
| fortschrittlich und innovativ | 2,9 ↗ | 3,2 | 2,7 ↗ | 3,0 |
| wachstumsstark | 3,0 ↗ | 3,4 | 3,0 ↗ | 3,5 |
| international orientiert | 3,1 → | 3,1 | 3,1 → | 3,0 |

n=1.927 , quотиerte Stichprobe, Mittelwert auf einer Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 5 = trifft überhaupt nicht zu

Markenstärke der Region

Wie stark stimmen Sie den folgenden Aussagen über die Region Erzgebirge zu?

| | Erzgebirge | | Sachsen | Neue BL | Alte BL |
|-------------------------------------|----------------|-------------|---------|---------|---------|
| | Privatpersonen | Unternehmen | | | |
| ist eine attraktive Urlaubsregion | 2,1 | 2,3 | 1,9 | 1,9 | 2,1 |
| hat saubere Städte und Dörfer | 2,1 | 2,1 | 2,0 | 2,0 | 2,2 |
| nehme ich positiv wahr | 2,2 | 2,2 | 2,0 | 2,0 | 2,2 |
| ist familienfreundlich | 2,3 | 2,4 | 2,0 | 2,0 | 2,1 |
| Alternative zu anderen Regionen | 2,2 | 2,4 | 2,2 | 2,2 | 2,4 |
| vermittelt Sicherheit | 2,4 | 2,5 | 2,4 | 2,4 | 2,5 |
| fühlen sich Fremde willkommen | 2,6 | 2,7 | 2,4 | 2,2 | 2,4 |
| bietet eine hohe Lebensqualität | 2,7 | 2,9 | 2,5 | 2,4 | 2,5 |
| hat gute Konzepte für die Zukunft | 2,9 | 2,9 | 2,6 | 2,5 | 2,6 |
| orientiert sich an seinen Bewohnern | 3,1 | 3,1 | 2,5 | 2,4 | 2,5 |
| ist fortschrittlich und innovativ | 3,0 | 2,8 | 2,8 | 2,6 | 2,8 |
| hat ein frisches, modernes Design | 3,1 | 3,1 | 3,0 | 2,8 | 2,9 |
| macht gute Werbung | 3,0 | 3,0 | 3,0 | 2,9 | 3,0 |
| reagiert auf Demographie | 3,2 | 3,3 | 3,0 | 2,7 | 2,8 |

n=1.926 , quotierte Stichprobe, Mittelwert auf einer Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 5 = trifft überhaupt nicht zu



Markenstärke der Region



Wie stark stimmen Sie den folgenden Aussagen über die Region Erzgebirge zu?

| | Erzgebirge | | Sachsen | Neue BL | Alte BL |
|--|----------------|-------------|---------|---------|---------|
| | Privatpersonen | Unternehmen | | | |
| Bewohner sind fleißig | 1,7 | 1,8 | 1,9 | 2,1 | 2,2 |
| viele kleine Unternehmen | 1,9 | 1,6 | 2,0 | 2,2 | 2,3 |
| gut ausgebildete Fachkräfte | 2,2 | 2,4 | 2,4 | 2,5 | 2,6 |
| sehr gut zu erreichen | 2,8 | 3,0 | 2,2 | 2,2 | 2,5 |
| gute Fördermöglichkeiten | 2,7 | 2,7 | 2,6 | 2,6 | 2,7 |
| familienfreundliche Arbeitsbedingungen | 3,0 | 2,7 | 2,5 | 2,5 | 2,5 |
| Fachkräfte gut verwirklichen | 2,9 | 2,6 | 2,6 | 2,5 | 2,6 |
| attraktiv für Unternehmen | 2,9 | 3,1 | 2,9 | 2,8 | 2,9 |
| moderne Infrastruktur | 3,1 | 3,1 | 2,9 | 2,7 | 2,8 |
| geringe Steuern und Abgaben | 3,3 | 3,3 | 3,0 | 3,0 | 3,0 |
| verdienen Arbeiter/Angestellte gut | 4,0 | 3,5 | 3,4 | 3,1 | 3,0 |

n=1.925 , quotierte Stichprobe, Mittelwert auf einer Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 5 = trifft überhaupt nicht zu

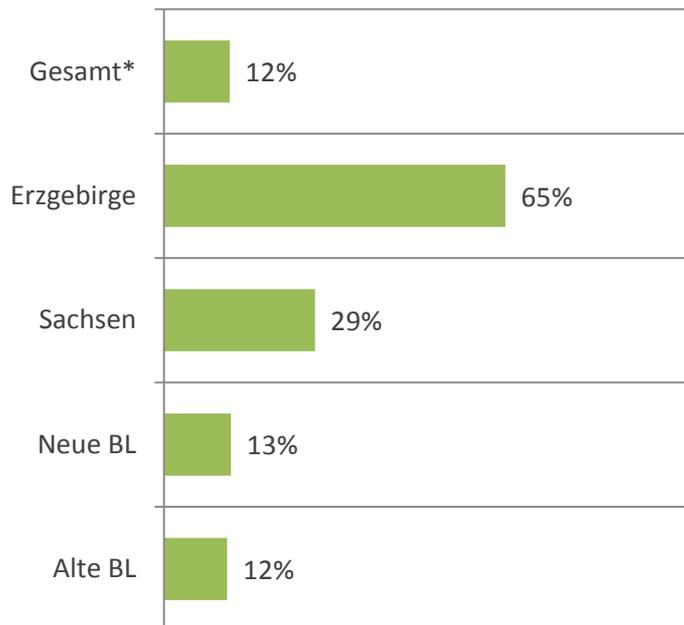


Images und Werbung der Region



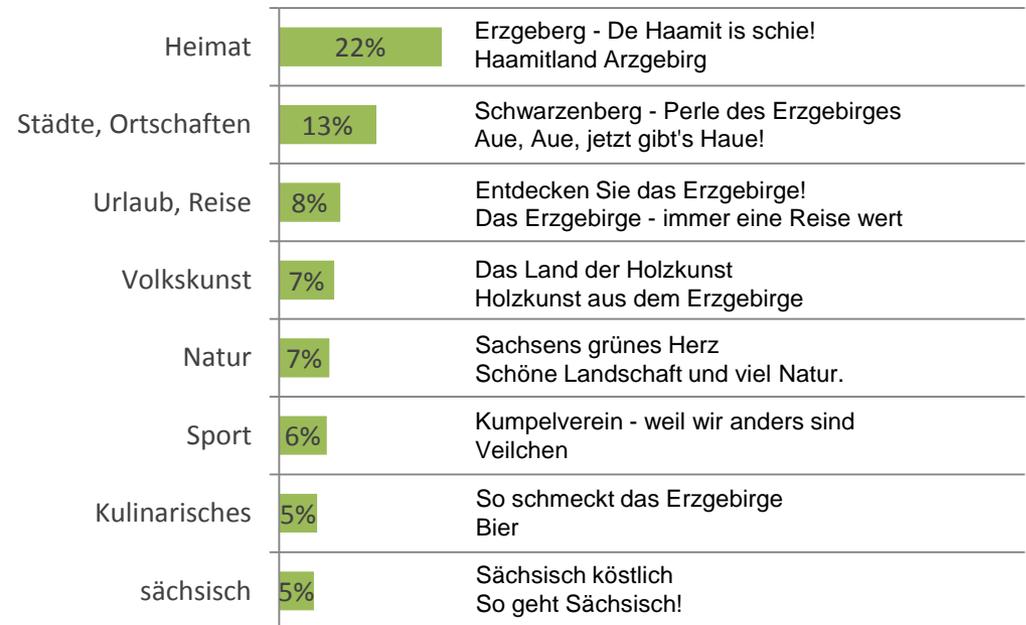
Welche Werbe-Slogans/-Sprüche der Region Erzgebirge fallen Ihnen spontan ein?

Anzahl der Nennungen



n=2.227 , *Bevölkerungsrepräsentativ

Arten der Nennungen (TOP 8)



n=275 , *Bevölkerungsrepräsentativ, Mehrfachnennungen möglich

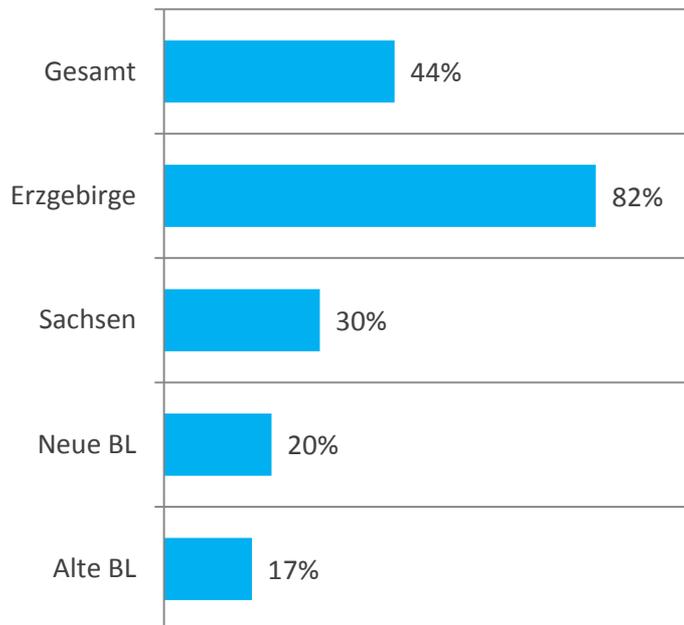


Images und Werbung der Region



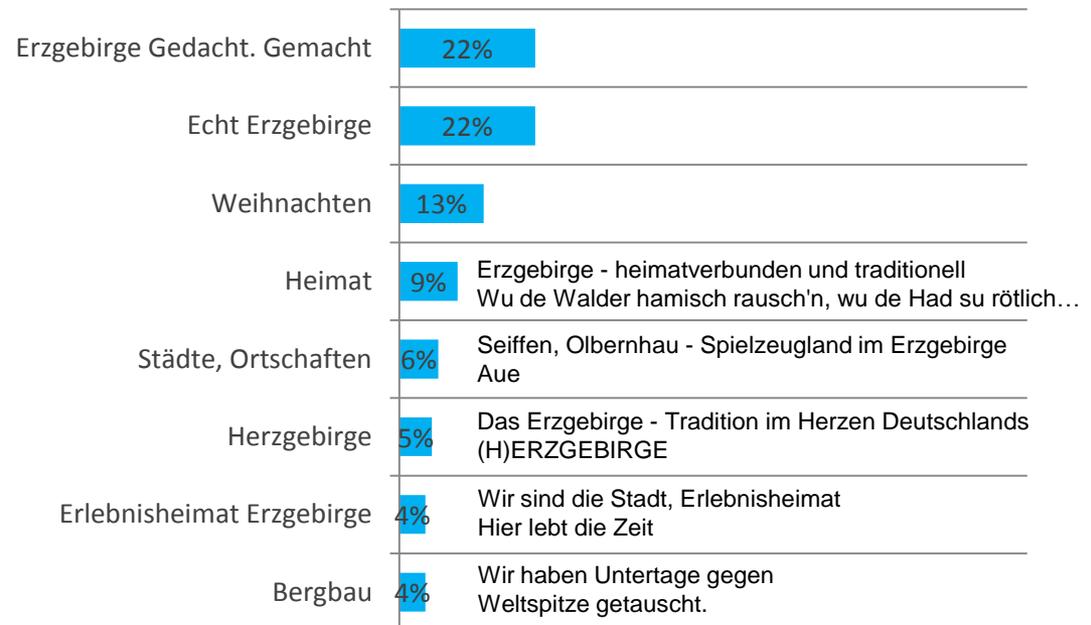
Welche Werbe-Slogans/-Sprüche der Region Erzgebirge fallen Ihnen spontan ein?

Anzahl der Nennungen



n=205 Unternehmen, quotiert

Arten der Nennungen (TOP 8)



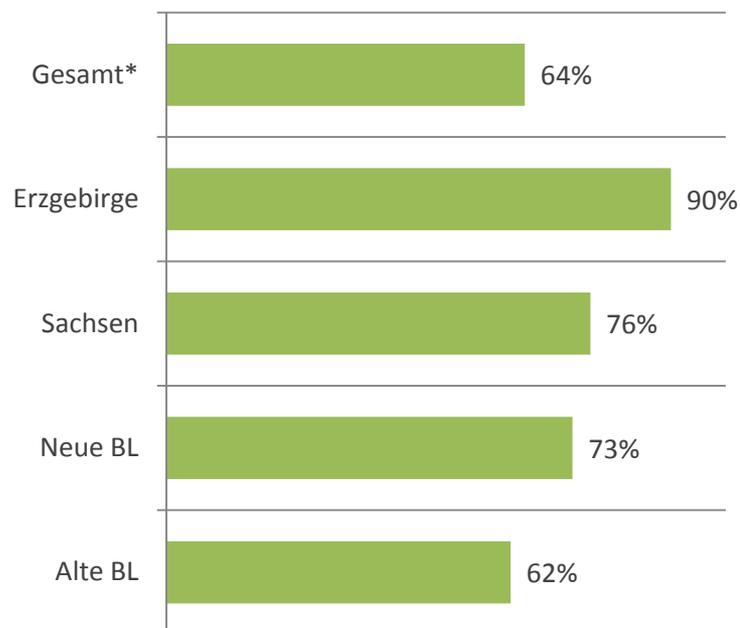
n=97 Unternehmen, quotiert



Images und Werbung der Region

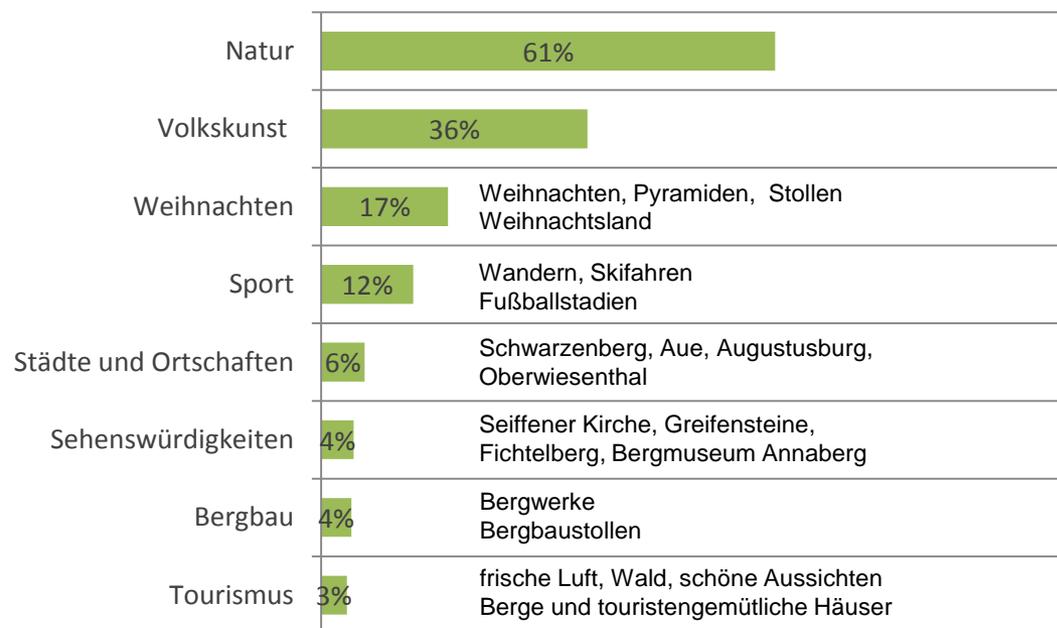
Welche Bilder haben Sie vor Augen, wenn Sie an Werbung der Region Erzgebirge denken?

Anzahl der Nennungen



n=2340 , *Bevölkerungsrepräsentativ

Arten der Nennungen (TOP 8)



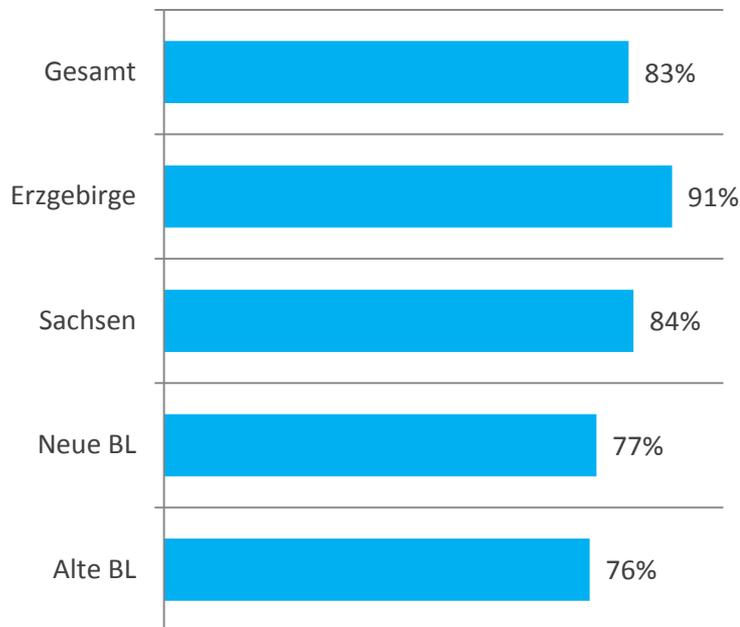
n=1471 , *Bevölkerungsrepräsentativ

Images und Werbung der Region



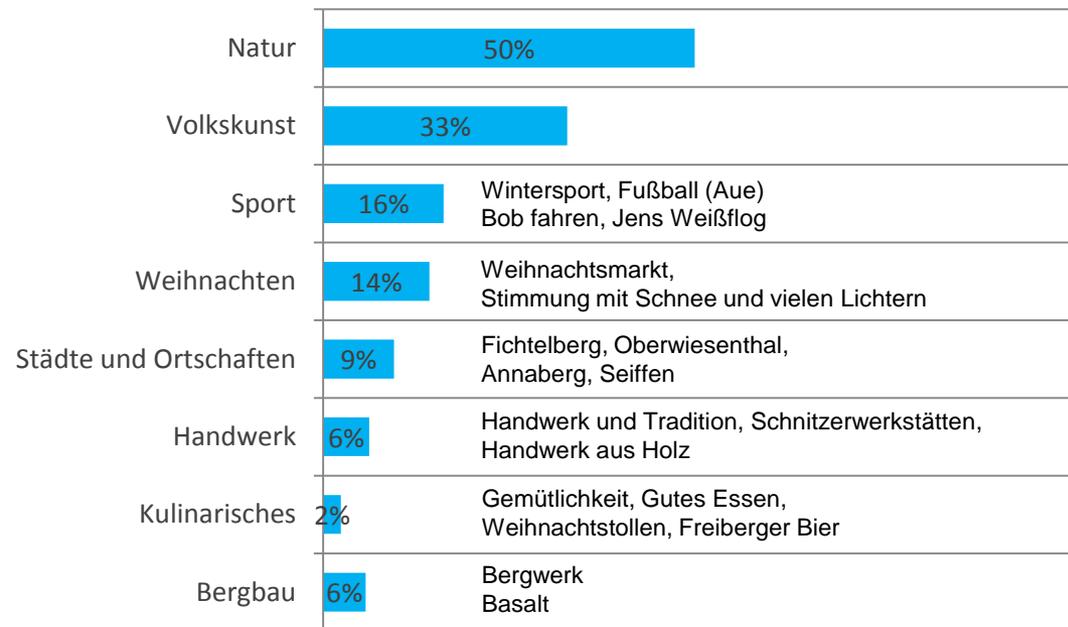
Welche Bilder haben Sie vor Augen, wenn Sie an Werbung der Region Erzgebirge denken?

Anzahl der Nennungen



n=248 Unternehmen, quotiert

Arten der Nennungen (TOP 8)



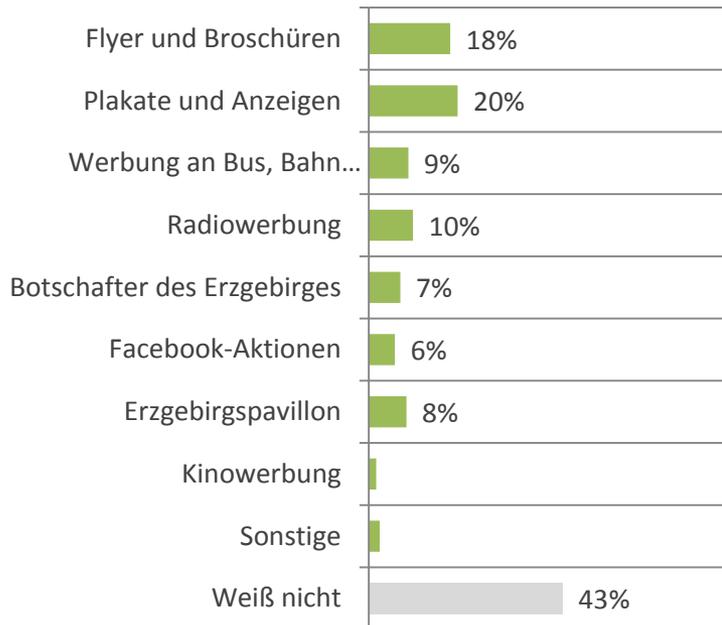
n=211 Unternehmen, quotiert



Images und Werbung der Region

An welche Werbe- und Marketingmaßnahmen zum Wirtschaftsstandort bzw. zur Fachkräftesicherung im Erzgebirge können Sie sich erinnern?

Alle Befragten



n=2274 , *Bevölkerungsrepräsentativ

Befragte aus dem Erzgebirge

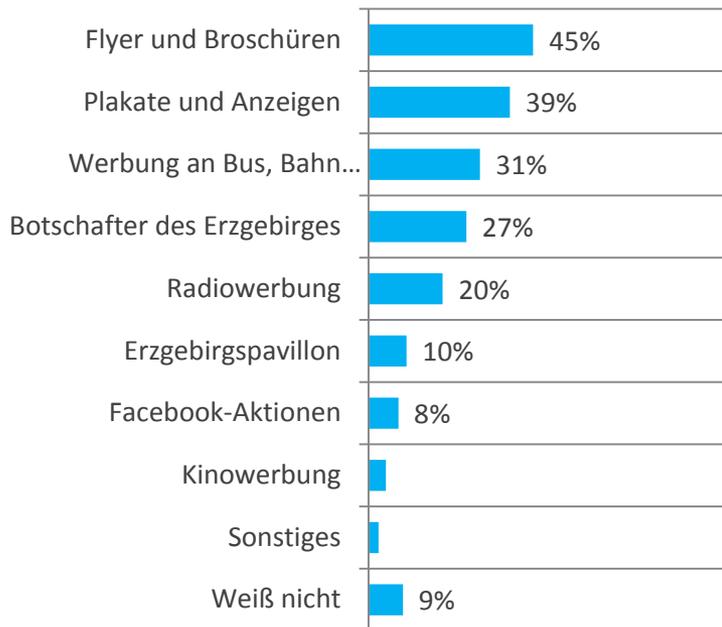


n=496, Herkunft Erzgebirge , Quotiert

Images und Werbung der Region

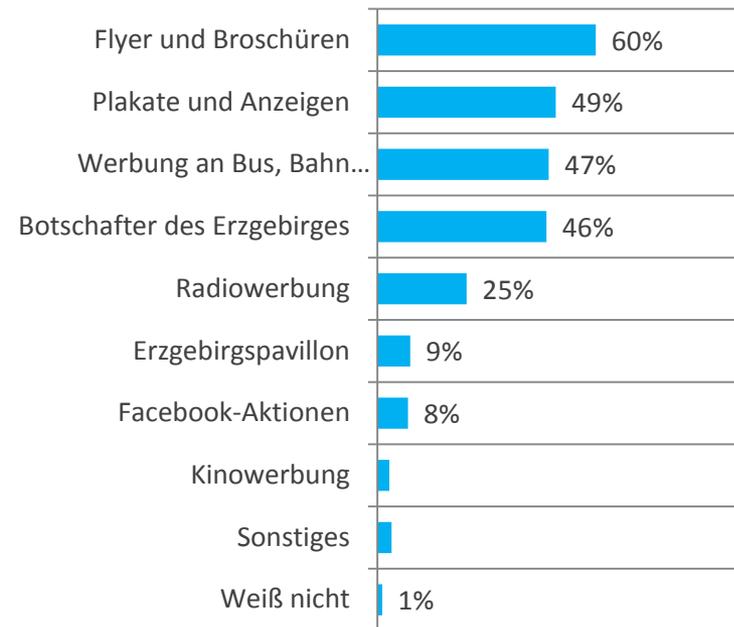
An welche Werbe- und Marketingmaßnahmen zum Wirtschaftsstandort bzw. zur Fachkräftesicherung im Erzgebirge können Sie sich erinnern?

Alle Befragten



n=318 Unternehmen, quotiert

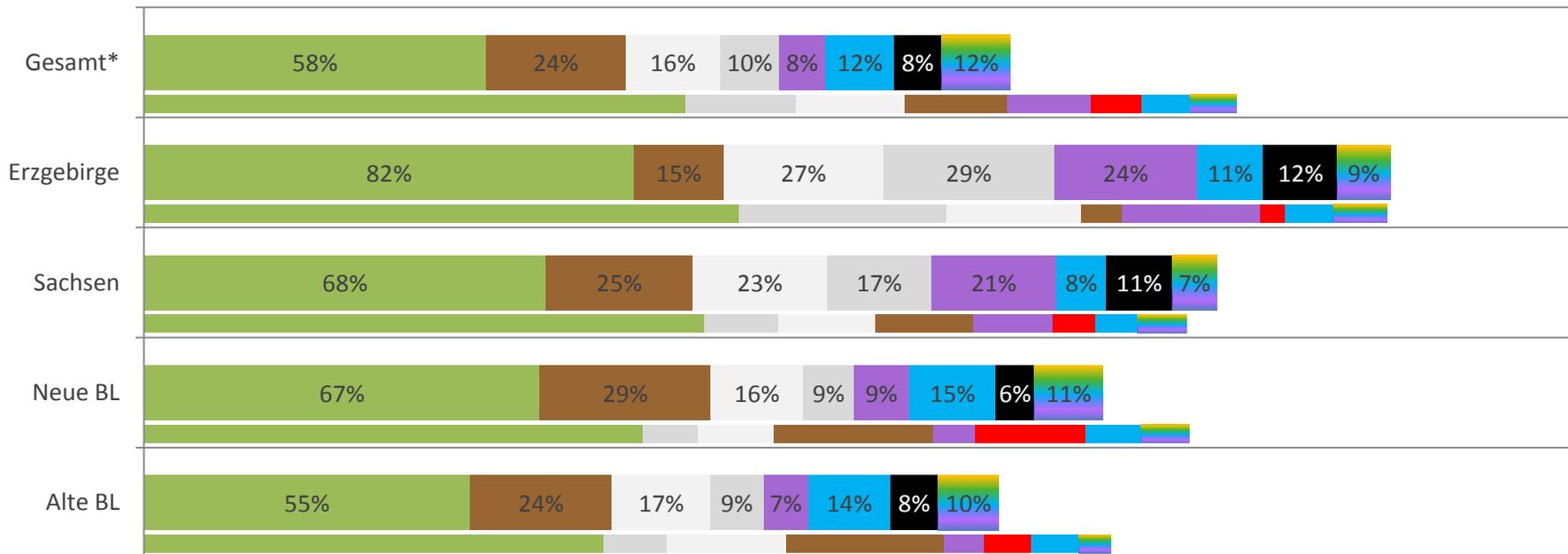
Befragte aus dem Erzgebirge



n=133, Herkunft Erzgebirge, quotiert

Farbwahrnehmung der Region

Welche Farben sehen Sie, wenn Sie an die Region Erzgebirge denken?



n=2.388 , *Bevölkerungsrepräsentativ
n=475 Unternehmen, quotiert

Bekanntheit von Slogans der Region

Sind Ihnen folgende Slogans des Erzgebirges bekannt? Wie gut passt Ihrer Meinung nach der Slogan zur Region Erzgebirge?

| | Erzgebirge | | Sachsen | | Neue BL | | Alte BL | |
|------------------------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|
| | Bekanntheit | Passfähigkeit | Bekanntheit | Passfähigkeit | Bekanntheit | Passfähigkeit | Bekanntheit | Passfähigkeit |
| Holzkunst mit Herz | 54,7% | 1,7 | 53,1% | 1,5 | 43,1% | 1,5 | 35,6% | 1,7 |
| Echt Erzgebirge | 91,6% | 1,5 | 63,7% | 1,5 | 37,6% | 1,7 | 27,8% | 1,9 |
| Erlebnisheimat Erzgebirge | 58,2% | 2,1 | 36,0% | 1,9 | 30,6% | 1,9 | 22,7% | 2,0 |
| Erzgebirge Gedacht. Gemacht. | 42,8% | 2,6 | 22,1% | 2,2 | 19,3% | 1,8 | 14,2% | 2,3 |

n=1866 , quotiert

n=483 , quotiert

Bekanntheit von Slogans der Region

Sind Ihnen folgende Slogans des Erzgebirges bekannt? Wie gut passt Ihrer Meinung nach der Slogan zur Region Erzgebirge?

| | Erzgebirge | | Sachsen | | Neue BL | | Alte BL | |
|------------------------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|
| | Bekanntheit | Passfähigkeit | Bekanntheit | Passfähigkeit | Bekanntheit | Passfähigkeit | Bekanntheit | Passfähigkeit |
| Echt Erzgebirge | 92,6% | 1,5 | 58,1% | 1,7 | 33,0% | 1,6 | 30,0% | 1,6 |
| Holzkunst mit Herz | 49,1% | 1,8 | 39,3% | 1,6 | 32,0% | 1,3 | 31,1% | 1,9 |
| Erlebnisheimat Erzgebirge | 46,9% | 2,2 | 28,2% | 1,9 | 24,3% | 1,5 | 21,1% | 1,8 |
| Erzgebirge Gedacht. Gemacht. | 65,7% | 2,4 | 29,9% | 2,3 | 14,6% | 1,9 | 15,6% | 1,9 |

n=475 Unternehmen , quotiert

n=280 Unternehmen , quotiert

Wie stark treffen die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zu?

Erzgebirge

| Ich würde ... | Privatpersonen | Unternehmen | Sachsen | Neue BL | Alte BL |
|--|----------------|-------------|---------|---------|---------|
| das Erzgebirge als einen geeigneten Urlaubsort weiterempfehlen | 1,7 | 1,9 | 1,8 | 1,9 | 2,3 |
| das Erzgebirge als lebenswerte Region weiterempfehlen | 2,1 | 2,0 | 2,3 | 2,4 | 2,6 |
| das Erzgebirge als einen geeigneten Wirtschaftsstandort weiterempfehlen | 2,7 | 2,5 | 2,8 | 2,8 | 3,1 |
| das Erzgebirge als Region für Fachkräfte weiterempfehlen | 2,9 | 2,6 | 2,8 | 2,7 | 2,9 |

n=1.861 , quotierte Stichprobe, Mittelwert auf einer Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 5 = trifft überhaupt nicht zu



Das Projekt wurde mit einer Zuwendung aus der Richtlinie des Sächsischen Staatsministeriums des Innern zur Förderung der Regionalentwicklung (FR-Regio) finanziert.