



IFES Ges.m.b.H., Institut für empirische Sozialforschung
A-1050 Vienna, Rainergasse 38
tel.: +43 1 546 70
fax: +43 1 546 70 312
e-mail: ifes@ifes.at
www.ifes.at

Dr. Gert Feistritzer

21. Mai, 2002

Pressepapier

Österreichischer Städtebund

IFES-Studie: „Erlebnisraum Stadt“

Hauptergebnisse der Studie: „Erlebnisraum Stadt“

Das IFES führte Anfang Mai 2002 im Auftrag des Österreichischen Städtebundes eine bundesweite telefonische Befragung in Städten über 5000 Einwohnern zum Thema „Erlebnisraum Stadt“ und über die Zufriedenheit mit den Angeboten in der eigenen Gemeinde durch. Einbezogen wurde eine repräsentative Stichprobe von 1000 Personen ab 16 Jahren. Darüber hinaus wurden 200 Personen aus kleineren Gemeinden befragt, um Vergleichsergebnisse auch für den ländlichen Raum zu haben.

Ausgangspunkt und Problemstellung ist die sich in der rezenten Volkszählung manifestierende städtische Abwanderungs- und Suburbanisierungstendenz. Daraus ergeben sich eine Reihe von grundsätzlichen Fragestellungen: Wie stark identifizieren sich die Stadtbewohner/innen mit ihrer Gemeinde? Womit sind sie zufrieden, wo erwartet man sich mehr? Was macht für die Bevölkerung eigentlich den Reiz des städtischen Lebens aus? Welche Chancen könnten sich für die Belebung der Städte durch verstärkte Event- und Veranstaltungsangebote ergeben? Welche Zielgruppen wären besonders ansprechbar? Was lässt sich tun, um das Leben in der Stadt sowohl für die städtische Bevölkerung als auch für Besucher attraktiver zu machen?

Wie sehr identifiziert man sich mit der eigenen Stadt bzw. Gemeinde?

Die große Mehrzahl der städtischen Wohnbevölkerung fühlt sich mit der eigenen Wohngemeinde innerlich durchaus stark verbunden (68 %). Bei rund einem Fünftel der Befragten hält sich die Identifikation mit der eigenen Stadt schon eher in Grenzen (22 %); rund 10 Prozent der Stadtbewohner/innen haben der eigenen Stadt gegenüber so gut wie kein Verbundenheitsgefühl.

Bemerkenswert ist, dass sich diese Verteilung relativ konform bei allen Gemeinde- und Stadtgrößen abzeichnet. Selbst in den ländlichen Kleingemeinden ist die innere Verbundenheit der Bewohner mit der Gemeinde nicht ausgeprägter als in den größeren Städten.

Wovon hängt die innere Bindung an die eigene Gemeinde in erster Linie ab? Die wesentlichen Faktoren sind das Alter und die Wohndauer. Bei den unter 30-Jährigen ist die innere Verbundenheit mit der Wohngemeinde generell deutlich schwächer ausgeprägt als bei den Älteren; bei jenen, die schon über 20 Jahre oder seit ihrer Geburt an ihrem Wohnort leben, ist die emotionale Bindung deutlich höher als bei den Zugezogenen. Erstaunlich ist in diesem Zusammenhang, dass sich die vom Land oder von einer kleinen Stadt in eine größere Stadt

Abgewanderten viel stärker mit ihrer neuen, städtischen Wohngemeinde identifizieren, als dies bei den von einer größeren Stadt in eine kleinere Gemeinde übersiedelten Personen der Fall ist.

Insgesamt 80 Prozent der städtischen Bevölkerung verspüren keine Abwanderungswünsche; dies trifft gleichermaßen auf die Befragten in den kleineren Gemeinden zu. Was wird von den abwanderungswilligen Städtern präferiert? 6 Prozent würden gerne in eine Umlandgemeinde ziehen, 7 Prozent ins Ausland und 4 Prozent in eine andere Stadt (Rest: weiß nicht). Aus der Stadt und näher „zur Natur“ zieht es am ehesten die mittleren Altersgruppen, also jene mit kleineren Kindern (die sich dann als Jugendliche vermutlich wieder eher nach dem städtischen Leben sehnen). Von der ländlichen Bevölkerung gaben 7 Prozent an, sie würden eigentlich lieber in einer Stadt wohnen – die Stadt- bzw. Landpräferenzen gleichen sich also ziemlich aus.

Worauf sind die städtischen Bewohner in Bezug auf ihre Gemeinde stolz? In erster Linie auf: das schöne Stadtbild, auf die schöne Landschaft rund um die Stadt sowie auf die vorhandene Kultur- und Veranstaltungsszene. In den großen Städten (ab 50.000 EW) wurde in ganz überdurchschnittlichem Ausmaß auf ein schönes Stadtambiente und auf die urbanen Kultur- und Veranstaltungsangebote hingewiesen.

Zufriedenheit mit den kommunalen Einrichtungen

Ein weiterer wichtiger Faktor für die innere Bindung an die Stadt ist natürlich die Zufriedenheit mit den kommunalen Leistungen bzw. mit der Gemeindeverwaltung, mit der Infrastruktur und insbesondere auch mit den gebotenen Freizeitangeboten.

Die eigene Gemeinde wird in vielen wesentlichen Bereichen ausgesprochen positiv beurteilt. Das betrifft im besonderen Maße die wichtigsten Versorgungseinrichtungen, wie Wasserwirtschaft, die medizinische und die schulische Versorgung. Auch in Bezug auf die Sauberkeit der Stadt, die Wohnqualität und die öffentliche Sicherheit manifestiert sich breite Zufriedenheit. Mit den kommunalen Leistungen und Diensten insgesamt gesehen ist die große Mehrzahl der Bewohner/innen jedenfalls weitgehend zufrieden (zu 70 %), und zwar in allen Gemeindegrößenklassen. Nur eine verschwindende Minderheit von insgesamt 3 Prozent gibt dezidiert schlechte Noten.

Am ehesten städtische Schwachstellen werden gesehen: bei der Arbeitsmarktsituation, also in Bezug auf die Arbeitsmöglichkeiten bzw. freien Stellen und bei den Freizeitangeboten für Jugendliche sowie hinsichtlich der vorhandenen Freiräume für Kinder.

Städtische Lebensqualität ist mehr: Die Erlebniskultur als wesentlicher Attraktivitätsfaktor

Attraktiv ist eine Stadt für deren Bewohner und Besucher dann, wenn es ein breites Spektrum an Attraktionen und Angeboten gibt. Die meisten Spontanantworten entfielen bei der Frage, was eigentlich den Reiz und das Flair einer Stadt ausmache, auf: „viele Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten“, „Theaterangebote“ und auf „besondere Veranstaltungen, Events und Happenings“. Jeweils rund 30 Prozent der Befragten verbinden dies ad hoc mit dem Flair einer

Stadt. Erst danach folgen: Sehenswürdigkeiten, Museen, Ausstellungen, Grünflächen und andere Aspekte.

Was erwarten sich die Jüngeren, also die unter 30-Jährigen? Dass ganz allgemein „viel los ist“, dass es eine vielfältige Beisel- und Kulturszene gibt und dass größere Events veranstaltet werden. Mit zunehmendem Alter steigt dann das Interesse am Theaterangebot, an Museen und Ausstellungen. Darüber, dass Großveranstaltungen und Events (besondere Musik- und Kulturveranstaltungen, Stadtfeste, Sportveranstaltungen usw.) zur Belebung einer Stadt beitragen, besteht jedenfalls breiter Konsens: Insgesamt 85 Prozent aller Befragten stimmen dem zu, 57 Prozent halten solche Happenings sogar für „sehr wichtig“.

Diesbezüglich gibt es auch kaum Einstellungsunterschiede zwischen den einzelnen Altersgruppen. Die Jüngeren sind davon zwar besonders überzeugt, aber auch von den über 60-Jährigen werden solche Events von 81 Prozent als sehr oder eher schon wichtig erachtet, um mehr Leben in die Stadt zu bringen.

Bemerkenswert ist, dass man auf die Attraktivität solcher Events weitgehend unabhängig vom persönlichen Interesse und einer eigenen Teilnahme hinweist. Persönliches Interesse melden natürlich vor allem die unter 30-Jährigen an (zu 83 %), aber auch von den 30-60-Jährigen zeigen sich rund drei Viertel daran interessiert. Unter den über 60-Jährigen fühlt sich davon rund jede/r Zweite persönlich angesprochen – auch das ist ein ganz beachtliches Besucherpotential. Der große Stellenwert, der Events sowohl generell wie in Bezug auf die eigenen Interessen beigemessen wird, bildet sich übrigens in sämtlichen Gemeindegrößen ab, also durchaus auch im kleinstädtischen und selbst im ländlichen Bereich.

Welche Arten von Event-Veranstaltungen werden gewünscht?

Die Freizeitgesellschaft hat längst alle Bevölkerungsgruppen erfasst. Und Freizeit spielt sich zunehmend im öffentlichen Raum ab. Dementsprechend wird eine breite Vielfalt an Event-Angeboten gewünscht.

Die Highlights: Jeweils zwischen 50 und 60 Prozent der städtischen Bevölkerung sind persönlich an Events mit moderner Musik interessiert, weiters an besonderen Ausstellungen (z.B. Landesausstellung), an größeren Märkten (Adventmarkt, Ostermarkt, Flohmarkt usw.) und an größeren Fachmessen. Gleich danach folgen Stadt- und Volksfeste sowie Konzertveranstaltungen mit klassischer Musik (46-47 %). Vier von zehn Befragten würden Film-Festwochen reizen; 35 Prozent melden Interesse an attraktiven städtischen Sportevents (z.B. Meisterschaften) an. Rund ein Viertel der Befragten wünscht sich größere Volksmusik- bzw. Folklore- und Brauchtums-Veranstaltungen. Auch an Marathon-Veranstaltungen bekunden beachtliche 15 Prozent der Bevölkerung ihr persönliches Interesse.

Ein großes Teilnehmer-Potential gibt es somit für alle genannten Event-Formen, wobei sich je nach Veranstaltung bestimmte Bevölkerungsgruppen natürlich besonders angesprochen fühlen. Das ist vor allem auch eine Frage des Alters. An Events mit moderner Musik sind 87 Prozent der unter 30-Jährigen interessiert; bei den 30-45-Jährigen liegt die Quote bei rund 70

Prozent, bei den 45- bis 60-Jährigen auch noch bei ca. 40 Prozent. Erst bei den höheren Altersgruppen lässt das Interesse deutlich nach.

Umgekehrt bei den Konzertveranstaltungen mit klassischer Musik: hier fühlen sich am stärksten die älteren Bürger/innen angesprochen (zu 65 %); bei den 45-60-Jährigen sind es 53 Prozent, bei den über 30-Jährigen 43 Prozent und bei den Jüngeren auch noch beachtliche 27 Prozent. Dasselbe gilt tendenziell für Volksmusik-Konzerte und Folklore-Veranstaltungen; die unter 30-jährigen Städter können dem weniger abgewinnen, von den über 60-Jährigen ist rund die Hälfte interessiert. Große Ausstellungen kommen zwar auch überdurchschnittlich gut bei den älteren Personen an, hier sind aber auch die mittleren Altersgruppen (zu knapp 60 %) und die Jüngeren (zu knapp 50 %) ansprechbar. Der Besuch von Stadt- und Volksfesten kommt für alle Bevölkerungsteile in Betracht, dasselbe gilt für große Märkte und Fachmessen. Interesse an attraktiven Sportveranstaltungen bekunden vor allem die unter 45-Jährigen (zu über 40 %).

Auch hier ist festzuhalten, dass es bei den Event-Präferenzen gar nicht so große Unterschiede zwischen den größeren Städten und den kleineren Gemeinden gibt. In den kleineren Kommunen stoßen zwar Volksmusik- und Brauchtumsveranstaltungen auf ein etwas überdurchschnittliches Interesse; die Nennungsanteile bei den anderen abgefragten Events liegen aber auch in den weniger großen Gemeinden teilweise noch deutlich über jenen der traditionellen ländlichen Veranstaltungen. Dies betrifft etwa große Märkte, Ausstellungen, Events mit moderner Musik (Pop, Rock, Rap usw.), Stadtfeste und Fachmessen.

Bei welchen Event-Bereichen erwartet man sich von den Städten und Gemeinden mehr als bisher?

Viele dieser Events werden im städtischen Bereich natürlich schon erfolgreich veranstaltet, etliche auch in den kleineren Gemeinden. Dementsprechend werden die derzeitigen Veranstaltungsangebote für die eigene Stadtbevölkerung insgesamt gesehen eher positiv beurteilt (Durchschnittsnote 2,1 auf einer 5-stufigen Notenskala). Eher Unzufrieden ist man allerdings mit den Event-Angeboten für die Jugendlichen, also die 14-20-Jährigen (nur Wien bildet hier eine Ausnahme) und mit den Veranstaltungsprogrammen für die älteren Menschen. Dass vor allem für die Gruppe der Jugendlichen zu wenig gemacht wird, meinen nicht nur die Jugendlichen selbst, sondern auch viele der unter 60-Jährigen. In den kleinen Städten und in den ländlichen Gemeinden wird das entsprechende Defizit für die unter 20-Jährigen und für die 20-30-Jährigen besonders stark empfunden.

Die Jüngeren bekunden das mit Abstand größte Interesse an zusätzlichen Veranstaltungen. Während zwei Drittel der über 60-Jährigen die Event-Angebote in der eigenen Stadt bzw. Gemeinde für eher ausreichend halten, melden von den unter 30-Jährigen 76 Prozent konkrete Wünsche nach mehr Veranstaltungen an. Das Hauptinteresse besteht dabei an Events mit moderner Musik; an zweiter Stelle wurden attraktive Sportveranstaltungen genannt. An Musik-Events mit Live-Auftritten von modernen Musikgruppen ist auch ein Drittel der 30-45-Jährigen interessiert.

In den Städten mit weniger als 20.000 Einwohnern und in den ländlichen Gemeinden sind rund 50 Prozent der Befragten darüber hinaus der Auffassung, dass die derzeitige Event- und Veranstaltungsangebote der eigenen Gemeinde für Besucher und Touristen ausbaufähig wären.

Bei der Frage, für welche Gruppen die eigene Gemeinde mehr und attraktivere Veranstaltungen anbieten sollte, gibt es aber eine klare Präferenz: insgesamt 35 Prozent der Befragten verwiesen hier auf die Gruppe der Jugendlichen, also die 14-20-Jährigen, in Bezug auf alle übrigen Altersgruppen und auf die Touristen liegt die entsprechende Nennungsquote bei rund 15 Prozent. In den Städten unter 20.000 Einwohnern wünschen sich rund 50 Prozent der Bewohner/innen attraktivere Angebote für die Jugendlichen. Aber auch in den größeren Städten sieht man in Bezug auf diese Altersgruppe die vergleichsweise größten Defizite.

Welche Chancen für die eigene Gemeinde erwartet man sich bei attraktiven Großveranstaltungen und Events?

Drei von zehn Befragten gehen davon aus, dass eine solche Belebung der eigenen Gemeinde bzw. Stadt für die Bewohner/innen „sicher“ auch mit ein Anreiz wäre, hier gerne zu leben und nicht an eine Abwanderung zu denken. Dieser hohe Anteil überschätzt die positiven Effekte auf eine Eindämmung der städtischen Abwanderung sicher ein wenig. Bei jenen, die selbst gerne wegziehen würden (insgesamt 17 %), gaben aber immerhin 22 Prozent an, dass eine entsprechende Belebung der Gemeinde für sie durchaus ein Motiv wäre, eher doch nicht abzuwandern.

Noch deutlich mehr verspricht man sich für die eigene Gemeinde in anderer Hinsicht. Rund 50 Prozent der Befragten sind davon überzeugt, dass ein stärkeres Event-Angebot ein Anreiz für die Bewohner der Umlandgemeinden wäre, diese Stadt zu besuchen. Weitere 30 Prozent halten das für eher wahrscheinlich. Ähnlich wird der Attrahierungseffekt für Touristen, die dann vermehrt in diese Gemeinde kommen würden, eingeschätzt.

Damit zusammenhängend rechnet die große Mehrheit der städtischen Bevölkerung damit, dass die Abhaltung von größeren Veranstaltungen und Events einen Aufschwung für die Gastronomie und die Geschäfte in ihrer Gemeinde bringen würde („sicher: 59 %; „eher schon“: 22 %). Breiten Konsens gibt es auch darüber, dass die eigene Gemeinde durch eine allgemeine wirtschaftliche Belebung profitieren würde (insgesamt: 74 %). Diese positive Sicht wird mit nur geringen Abweichungen in allen Gemeindegrößenklassen vertreten.

Auch was die Positionierung und das Image der eigenen Gemeinde betrifft, erwartet man sich von einer stärkeren Event- und Veranstaltungskultur sehr viel. Insgesamt drei Viertel der städtischen Bevölkerung sehen darin eine Chance für die eigene Gemeinde, sich im regionalen Umkreis ein besonderes Image zuzulegen. Zwei Drittel der Befragten glauben, dass man damit auch bundesweit imagemäßig stärker reüssieren könnte. Auch in den kleineren Städten hält dies jede/r zweite Befragte für realistisch. Selbst die Möglichkeit, durch spezifische Großveranstaltungen und Events über die Landesgrenzen hinweg Aufmerksamkeit zu erlangen, sehen viele als gegeben: 54 Prozent der Befragten halten auch das für durchaus möglich. In den kleineren Städten überwiegt da zwar schon Skepsis, dadurch auch im Ausland zu einer gewissen

Bekanntheit zu kommen, immerhin ein Drittel der Bewohner/innen kann sich das aber auch dort vorstellen.

Vermutlich zieht man bei diesen Chanceneinschätzungen den in diesem Fall durchaus realistischen Schluss von sich auf die anderen: Insgesamt rund 60 Prozent der Befragten geben nämlich an, bei einem Besuch anderer österreichischer Städte einen großen Wert auf die dortige Veranstaltungs-Szene zu legen. Für 27 Prozent ist dies nach eigenen Angaben sogar oft der Anlass für den Stadtbesuch. Anzumerken ist hier wiederum, dass sich die große Wertschätzung der Event- und Veranstaltungsangebote bei den Bewohnern sämtlicher Gemeindegrößen abbildet. Diesbezüglich gibt es auch keine großen Unterschiede zwischen den einzelnen Alters- und Sozialgruppen.

Optimismus im Hinblick auf die Entwicklung der Stadt

Knapp zwei Drittel der befragten Städter haben auch den Eindruck, dass seitens ihrer Gemeinde schon jetzt viel getan wird, für diese zu werben und die Stadt nach außen hin gut zu präsentieren. Ein Drittel meint allerdings, dass die Gemeinde hier noch mehr tun könnte, dass die Potentiale also sicher noch nicht ausgeschöpft sind. Vor allem die unter 30-Jährigen erwarten sich da noch mehr Aktivitäten (zu 44 %). Diese Gruppe ist zugleich überdurchschnittlich optimistisch, was die zukünftige Entwicklung ihrer Gemeinde betrifft. 72 Prozent rechnen damit, dass ihre Stadt in Zukunft eher einen Aufschwung nehmen wird; nur eine kleine Minderheit von 7 Prozent befürchtet eine negative Entwicklung.

Eine eindeutig zuversichtliche Einstellung manifestiert sich aber auch bei der städtischen Wohnbevölkerung insgesamt. Hier haben 65 Prozent das Gefühl, dass sich ihre Wohngemeinde in einem positiven Entwicklungsprozess befindet; nur 9 Prozent rechnen damit, dass es mit ihrer Gemeinde eher bergab gehen wird. Knapp ein Viertel der Befragten erwartet sich in absehbarer Zeit keine gravierenden Veränderungen.

Resümee:

Die Stadt hat durchaus Zukunft, davon ist auch die städtische Bevölkerung überzeugt. Was muss eine Stadt dafür bieten, damit man sich dort wirklich wohl fühlt? In erster Linie: eine hohe Wohnqualität, Grünraum, eine gute Einkaufs- und Versorgungs-Infrastruktur, Arbeitsmöglichkeiten und ein vielfältiges Freizeitangebot.

Eine wesentliche Voraussetzung dafür, dem Optimismus und den Erwartungen der Bewohner gerecht zu werden, ist zweifellos, die „Erlebniswelt Stadt“ weiter auszubauen. Die Lebensqualität im urbanen Raum und die Attraktivität einer Stadt für die Bewohner und Besucher hängen in unserer Freizeitgesellschaft in hohem Maße davon ab, wie „belebt“ und abwechslungsreich die öffentliche Szene ist. Es reicht nicht aus, eine gute Infrastruktur für die wirklich notwendigen Lebensbereiche zu haben – von einer Stadt erwartet man sich durchaus mehr: eben auch große Veranstaltungen, besondere Happenings und attraktive Freizeit- und Kulturangebote für die unterschiedlichen Zielgruppen. Städtisches Flair gibt es letztlich nur dort, wo „was los ist“, wo auch ein geselliges Leben im öffentlichen Raum stattfindet, wo es Events im weitesten Sinne gibt. Dann ist die Stadt vor allem auch für die Jugend attraktiv. Gerade bei

dieser wichtigen Gruppe wäre es wichtig, das Verbundenheitsgefühl mit der eigenen Gemeinde zu stärken. Zugleich eröffnet sich über besondere Event-Veranstaltungen die Möglichkeiten für viele Städte, sich ein spezifisches und identitätsstiftendes Stadtprofil und Image zuzulegen. Hier liegt eine Chance für die Städte, die es zu nutzen gilt.

