



**Fokussiert auf die Zukunft
von Stadt und Land.
Seit 1988.**

Ergebnisse einer Bürgerbefragung im Rahmen der Fortschreibung des Kreisentwicklungskonzepts Odenwaldkreis

- Abschlussbericht -



Bearbeitung: Dr. Stefan Leuninger, Florian Gillwald, Katrin Heißel
Stuttgart, November 2019

Stadt+Regionalentwicklung
Handel
Marketing
Digitale Stadt
Management
Wirtschaftsförderung
Immobilien

CIMA Beratung + Management GmbH
Neue Weinsteige 44 70180 Stuttgart

T 0711-64864-61
cima.stuttgart@cima.de
www.cima.de

München
Stuttgart
Forchheim
Frankfurt a.M.
Köln
Leipzig
Berlin
Hannover

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Sprachgebrauch

Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezügen die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

Inhalt

Anlass und Ziel und Aufgabenstellung	4
Baustein A: Sozio-demografische Grundlagen	6
Baustein B: Ergebnisse	9
Baustein C: Synopse und Bewertung	36
Zusammenfassung und Fazit	43

Anlass und Ziel und Aufgabenstellung

Anlass und Ziel

Im Juli 2019 wurde die CIMA Beratung + Management GmbH, Büro Stuttgart, vom Odenwaldkreis beauftragt, Beratungs- und Managementleistungen in Bezug auf die Aktualisierung des Kreisentwicklungskonzeptes zu übernehmen. Im Rahmen des begleitenden Partizipationsprozesses hat sich der Landkreis dafür entschieden, in einer ersten Phase eine online-gestützte Bürgerbefragung durchzuführen. Im Rahmen einer Online-Befragung wurde grundsätzlich allen interessierten Bürgerinnen und Bürgern die Möglichkeit gegeben, sich an dem Gesamtprozess zur Fortschreibung des Kreisentwicklungskonzeptes zu beteiligen.

Konkret umfasst die Online-Befragung zur Kreisentwicklung zwei Oberziele:

- Einschätzung und Bewertung von unterschiedlichen Rahmenbedingungen und Strukturen im Odenwaldkreis (u. a. Arbeiten, Versorgung, Umwelt, Wohnen, Verkehr) aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger und Formulierung von wesentlichen Stärken und Schwächen sowie möglichen Handlungsfeldern.
- Erarbeitung von fachlichen Grundlagen und Handlungsschwerpunkten für die Durchführung von öffentlichen Dialogveranstaltungen in Bezug auf die Fortschreibung des Kreisentwicklungskonzept.

Grundsätzlich ist aus Sicht der empirischen Sozialforschung mittlerweile festzustellen, dass online-gestützte Befragungen eine anerkannte Methode zum Erkenntnisgewinn bei diesen untersuchungsleitenden Themenstellungen sind. Im Hinblick auf die gewünschten Qualitätskriterien und möglichst hohe Beteiligungsquoten gilt es jedoch einige Rahmenbedingungen zu beachten:

- Die Bearbeitungsdauer sollte erfahrungsgemäß 12-15 Minuten nicht überschreiten (diesbezüglich wurden von der CIMA umfangreiche Pretests durchgeführt).
- Es sollte die ergänzende Möglichkeit bestehen, den ausgefüllten Fragebogen auszudrucken (damit die Bürgerinnen und Bürger eine „Gedächtnisstütze“ für den weiteren Dialogprozess haben).
- Es muss eine flankierende Möglichkeit eingeräumt werden, den Fragebogen auch schriftlich auszufüllen (entsprechende „Abgabestellen“ wurden im Odenwaldkreis kommuniziert).
- Notwendige Hinweise auf Datenschutz usw.
- Flankierende Öffentlichkeitsarbeit.
- Frühzeitige, direkte Information von Interessensgruppen.

Unter Beachtung der o. g. Rahmenbedingungen wurde Anfang August 2019 im Rathaus ein Abstimmungsgespräch mit Herrn Landrat Matiaske und den zuständigen Mitarbeitern geführt, um die Aspekte Fragebogenlänge, Zeitdauer, ergänzende schriftliche „Ausfüllmöglichkeiten“, begleitende Kommunikation sowie thematische Schwerpunkte im Fragebogen zu erörtern.

Die Programmierung des Fragebogens hat die CIMA übernommen.

Umsetzung

Die online-gestützte Bürgerbefragung im Odenwaldkreis wurde im September 2019 durchgeführt. Bei der Terminfestlegung wurden insbesondere die Ferienzeiten im Land Hessen berücksichtigt. Bewusst ist eine Fokussierung auf einen Monatszeitraum vorgenommen worden, auch um

mögliche externe Effekte, die sich im Verlauf einer Befragung auf die Ergebnisse auswirken (z. B. aufkommende politische oder planerische Diskussionen zu Einzelthemen), auszuklammern.

Um die Akzeptanz und Zugänglichkeit der Online-Befragung sicherzustellen, wurden entsprechende Links sowohl auf der Website des Landkreises als auch in den Kommunen des Landkreises integriert. Die Nutzung der kommunalen Websites als wichtige Multiplikatoren hat sich im Rahmen der Befragung als sehr hilfreicher Ansatz im Hinblick auf die Mitmachquote erwiesen.

Zum Start der Online-Befragung am 1. September wurde die Öffentlichkeit über die Presse sowie die o. g. Websites informiert. Ergänzend wurden auch wichtige Multiplikatoren und Interessengruppen über diese Partizipationsmöglichkeit informiert.

Das Fragebogen-Design gliedert sich in zwei Hauptbereiche:

- Fachliche Fragen in unterschiedlichen Formaten (in der Regel geschlossene Fragen, ergänzt um offene Antwortmöglichkeiten, z. B. zu besonderen Stärken und Schwächen des Landkreises),
- sozio-demokratische Angaben der Antwortenden (z. B. Haushaltsgröße, Wohnort, Wohndauer).

Im Hinblick auf die technische Umsetzung haben sich Auftragnehmer und Auftraggeber sinnvollerweise darauf verständigt, dass einzelne Fragen auch „übersprungen“ bzw. nicht ausgefüllt werden konnten.

Am 30. September wurde der Befragungs-Link „abgeschaltet“. Damit hatten alle Bürgerinnen und Bürger exakt einen Monat Zeit, sich an der Online-Befragung zu beteiligen.

¹ Die Cima geht erfahrungsgemäß davon aus, dass ab einer Teilnehmerquote von 1.000 – unabhängig von der Grundgesamtheit – eine stabile und sehr gut verwertbare Datengrundlage vorliegt.

Beteiligung und Resonanz

Insgesamt sind von der Cima 1.462 qualifizierte online-gestützte Befragungen sowie 99 schriftliche Rückantworten in die Auswertung einbezogen worden. Insgesamt und auch im Vergleich mit anderen Online-Befragungen ist von einer sehr guten Qualität der Rückantworten auszugehen. „Quatsch“-Fragebögen oder Fragebögen mit herablassenden Antworten waren nicht vorhanden.

In Ergänzung sind beim Landratsamt einige weiterführende E-Mails von Bürgerinnen und Bürgern angekommen, die sich zu einzelnen Punkten vertieft mit der Thematik „Kreisentwicklung“ beschäftigt haben. Vier Rückmeldungen haben das Landratsamt im Hinblick auf die durchgeführte Methode erreicht. Eine Rückmeldung zielt darauf ab, eventuell für den gesamten Landkreis bzw. alle Haushalte eine schriftliche Befragung durchzuführen. In einer weiteren Rückmeldung wurde darauf aufmerksam gemacht, dass eine statistische Repräsentanz bei einem solchen Ansatz nicht durchgängig gewährleistet werden könne.¹

Auswertung der Bürgerbefragung

Die Auswertung der durchgeführten online-gestützten Bürgerbefragung im Odenwaldkreis wird nach den nachstehenden 4 Blöcken ausgewertet und dargestellt:

A Sozio-demografische Grunddaten

B Ergebnisse

C Synopse und Bewertung

D Zusammenfassung und Fazit

Baustein A: Sozio-demografische Grundlagen

Der Odenwaldkreis umfasst laut amtlicher Statistik rund 97.000 Einwohner. Bei einer durchschnittlichen Haushaltsgröße in Hessen von ca. 2,0 – 2,1 Personen ergibt sich eine Gesamtanzahl von ca. 47.000 Haushalten im Odenwaldkreis.

Die Gesamtanzahl der Antworten der Online-Befragung inkl. der Personen die in „Papierform“ geantwortet haben, gliedert sich in Bezug auf die kreis-angehörigen Gemeinden wie folgt:

Tabelle 1: Herkunft der Teilnehmer der Befragung

Kommune	Teilnehmer an der Befragung (Online/Papier) – absolut
Reichelsheim	121
Oberzent	203
Mossautal	95
Michelstadt	206
Lützelbach	48
Höchst	138
Fränkisch-Crumbach	65
Erbach	163
Brombachtal	53
Breuberg	78
Brensbach	60
Bad König	87
sonstige Kommunen	21
keine Antwort auf diese Fragestellung	223
Summe	1.561

Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Abbildung 1: Herkunft der Teilnehmer der Befragung



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019, Odenwaldkreis 2019

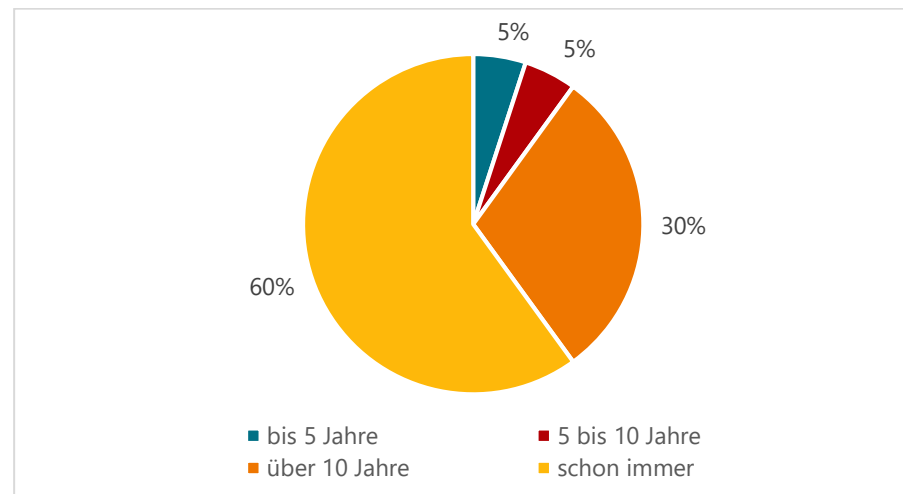
Erwartungsgemäß entfällt der Großteil der Rückantworten auf die größten Kommunen im Odenwaldkreis, nämlich Oberzent, Michelstadt und Erbach. Andererseits ist festzuhalten, dass nur wenige Bürgerinnen und Bürger von außerhalb des Odenwaldkreises sich an der Online-Umfrage beteiligt haben.

Die teilnehmenden Bürgerinnen und Bürger kennen sich im Odenwaldkreis gut aus. Dies belegt die Nachfrage zur eigenen „Lebenszeit im Odenwaldkreis“. Die Mehrzahl der Antwortenden gab an, dass sie „schon immer“ im Odenwaldkreis leben (60%). Weitere 30% leben bereits über 10 Jahre im Odenwaldkreis. Nur eine geringe Anzahl von Teilnehmerinnen und Teilnehmern gab an, „bis zu 5 Jahre“ im Odenwaldkreis zu leben (5%) (vgl. Abb. Abbildung 2).

Einen wichtigen sozio-demografischen Aspekt stellt die Haushaltsgröße der teilnehmenden Befragten dar. Denn hieraus ergeben sich jeweils spezifische Anforderungen an Versorgungsmöglichkeiten, Wohnraum und den Aspekt Arbeiten. Die Mehrzahl der Antworten entfielen auf die Kategorie „3-4 Personen“ (43%), gefolgt von den 2-Personen Haushalten (41%). Etwa gleich viel antwortende Personen entfielen auf die Kategorie „1 Person“ sowie „mehr als 4 Personen“ (jeweils ca. 9% bzw. 7%) (vgl. Abbildung 3).

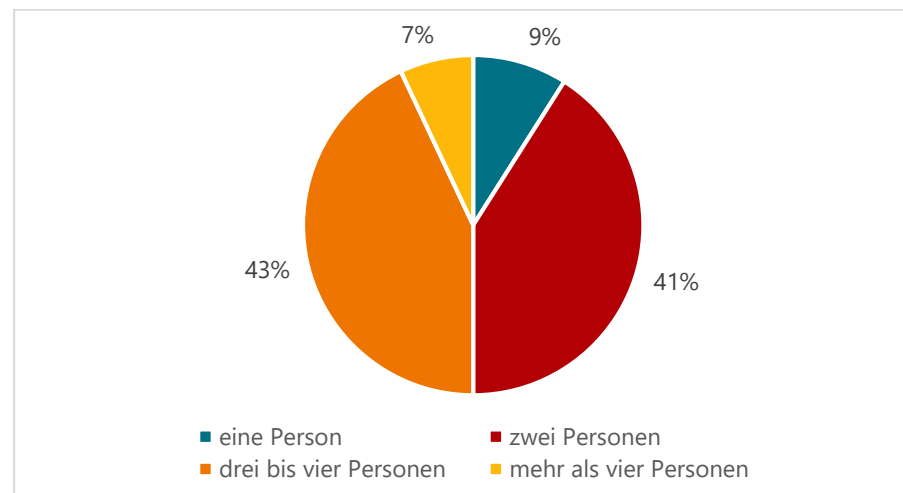
Einen weiteren wichtigen sozio-demografischer Faktor stellt die Altersstruktur dar – denn hieraus ergeben sich auch spezifische Anforderungen und auch unterschiedliche Handlungsfelder im Odenwaldkreis. Die ganz überwiegende Mehrzahl der antwortenden Personen sind den Altersgruppen 31-49 Jahre sowie 50-67 Jahre zuzuordnen. Auf beide Altersgruppen summiert entfielen rund 75% der Antwortenden. Als weitere Altersgruppe folgte die Gruppe der 19-30-Jährigen mit einem Anteil von 16% an den

Abbildung 2: Wie lange leben Sie bereits im Odenwaldkreis?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Abbildung 3: Anzahl der Personen in Ihrem Haushalt



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Teilnehmenden. Die Gruppe der unter 18-Jährigen war nur mit einem geringen Anteil an der Befragung beteiligt (vgl. Abbildung 5).²

In Bezug auf das Geschlecht der teilnehmenden Personen ergab sich ein nahezu ausgeglichener Anteil zwischen männlichen und weiblichen Teilnehmern.

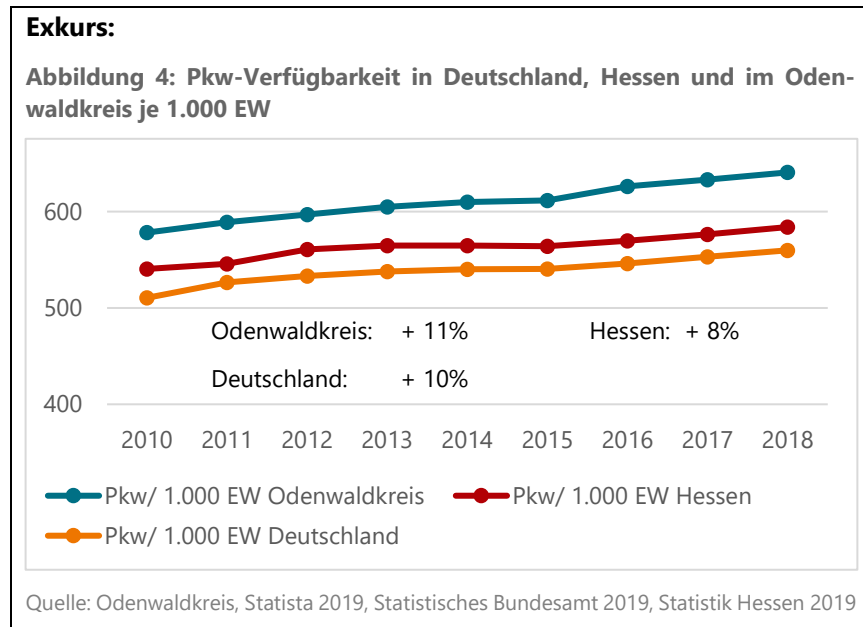
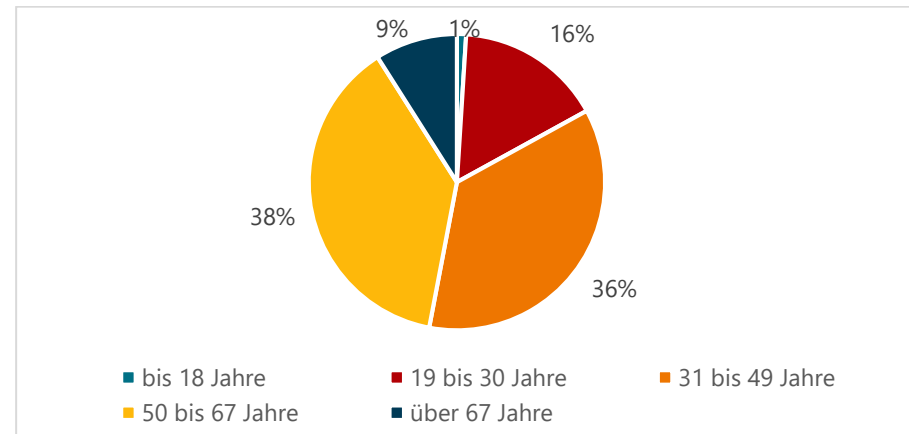


Abbildung 5: Wie alt sind Sie?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

² Hieraus ergibt sich die Notwendigkeit, im weiteren Dialog- und Kommunikationsprozess speziell ein Forum für diese Gruppe (z. B. Jugendliche/Schüler) anzubieten.

Baustein B: Ergebnisse

Frage 1: „Leben Sie gerne im Odenwaldkreis?“

Die ganz überwiegende Zahl der Antworten zielt auf die Kategorien „sehr gerne“ und „gerne“ ab. In der Summe haben rund 90% diese Frage mit diesen beiden Antwortmustern beantwortet. Auf die Antwortkategorie „ungern“ entfielen lediglich 10% der Antworten (vgl. Abbildung 6).

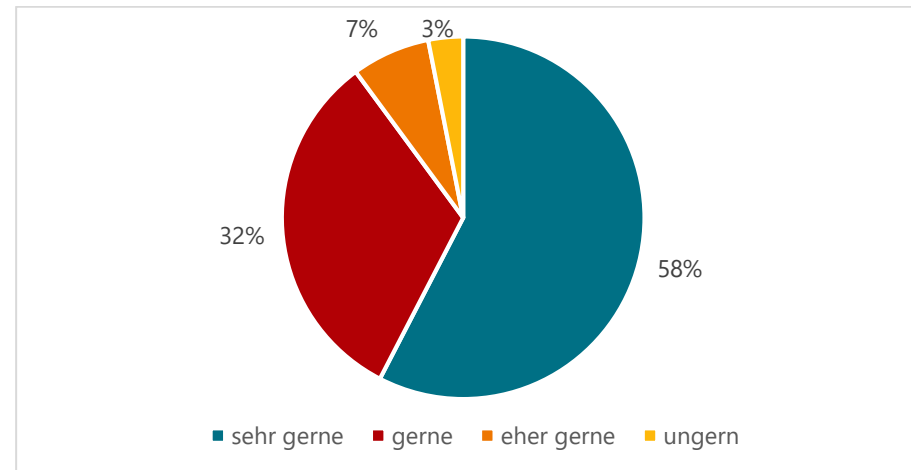
Die überwältigende Zahl der antwortenden Bürgerinnen und Bürger leben „sehr gerne“ und „gerne“ im Odenwaldkreis (90%).

Frage 2: „Im Folgenden sind jeweils zwei gegensätzliche Begriffspaare genannt. Bitte kreuzen Sie an, welche Eigenschaft aus Ihrer Sicht für den Odenwaldkreis zutreffen.“

Frage 2a: „Ist der Odenwaldkreis lebenswert?“

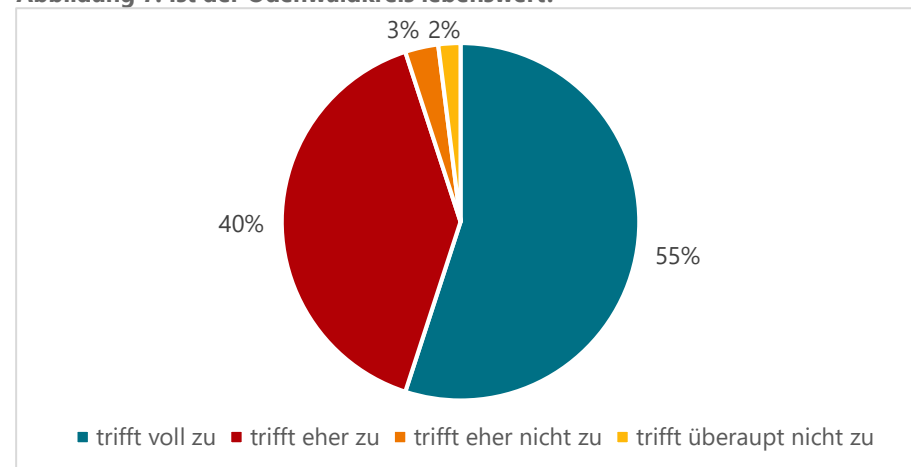
Analog zum Antwortmuster der Frage 1 haben auch bei der Frage zum „lebenswerten Odenwaldkreis“ die überwiegende Zahl der antwortenden Bürgerinnen und Bürger mit „trifft voll zu“ und „trifft eher zu“ geantwortet. Insgesamt entfielen summiert rund 95% der Antworten auf diese beiden Kategorien. Auf die Summe der beiden vorgegebenen Antwortkategorien „trifft eher nicht zu“ und „trifft überhaupt nicht zu“ entfielen lediglich 5% der Antworten (vgl. Abbildung 7).

Abbildung 6: Leben Sie gerne im Odenwaldkreis?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Abbildung 7: Ist der Odenwaldkreis lebenswert?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Frage 2b: „Ist der Odenwaldkreis attraktiv?“

Erstaunlicherweise gab es bei der Detailbetrachtung der Fragestellung 2b doch einige Unterschiede zur – auf den ersten Blick – in die gleiche Richtung zielenden Frage 2a. Zwar gab über die Hälfte der Befragten an, dass diese Fragestellung „eher zutrifft“, jedoch lag die Zahl der Antwortkategorien bei „trifft voll zu“ nur bei rund 14%. Ein gutes Viertel der Befragten gab indessen an, dass diese Fragestellung, „Ist der Odenwaldkreis attraktiv?“, eher nicht zutrifft (vgl. Abbildung 8).

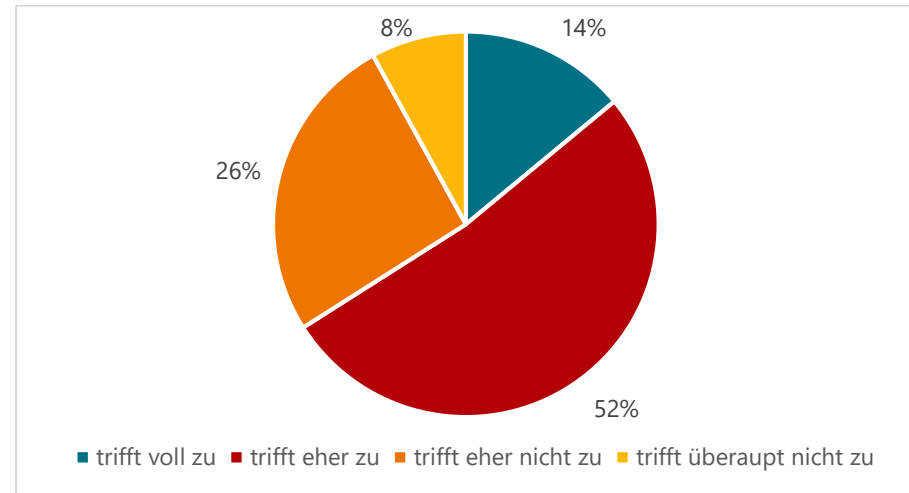
Frage 2c: „Ist der Odenwaldkreis gemütlich?“

Komplette Zustimmung! So könnte man zusammenfassend die Antwortmuster auf diese Fragestellung beantworten. Über 90% der Befragten gaben an, dass die Antwortkategorien „trifft eher zu“ und „trifft voll zu“ hier zu verwenden sind. Nur knapp 6% der Antworten bezogen sich auf die vorgegebenen Kriterien „trifft überhaupt nicht zu“ bzw. „trifft eher nicht zu“.

Frage 2d: „Ist der Odenwaldkreis modern?“

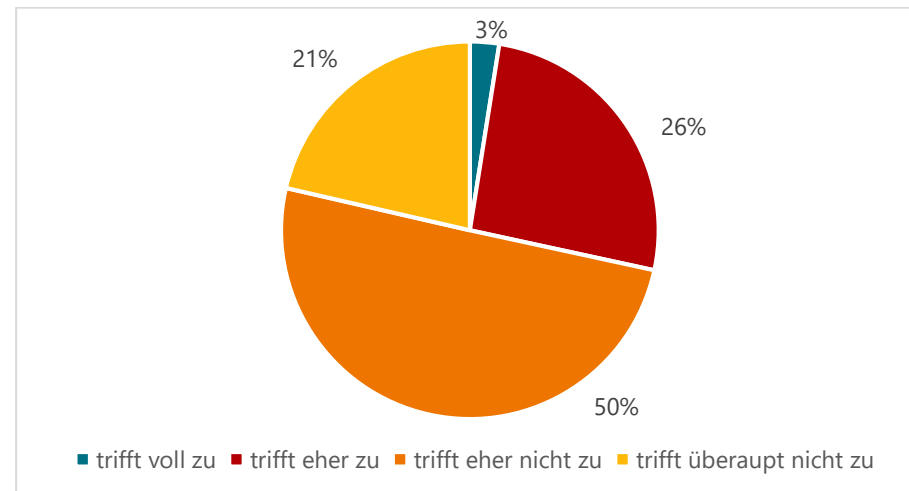
In sehr deutlicher Veränderung des Antwortverhaltens gegenüber den vorab dargestellten Fragestellungen 2a bis 2c kam hier die klare Aussage zum Tragen, wonach rund ¾ der Befragten diese Fragestellung verneinten und die Antwortkategorien „trifft überhaupt nicht zu“ bzw. „trifft eher nicht zu“ genutzt haben. Nur rund ¼ der Befragten gab diesbezüglich an, dass die Antwortkategorie „trifft eher zu“ auf die Fragestellung „Ist der Odenwaldkreis modern?“ zutrifft (vgl. Abbildung 9).

Abbildung 8: Ist der Odenwaldkreises attraktiv?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Abbildung 9: Ist der Odenwaldkreises modern?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Frage 2e: „Ist der Odenwaldkreis sympathisch?“

Auch diesbezüglich eine klare Tendenz der Antwortenden. Knapp 90% der Befragten gaben diesbezüglich an, dass die Fragestellung, „Ist der Odenwaldkreis sympathisch?“ entweder „eher zutrifft“ bzw. „voll zutrifft“. Demgegenüber gaben nur rund 7% der Befragten an, wonach dieses Kriterium „eher nicht zutrifft“.

Frage 2f: „Ist der Odenwaldkreis aufgeschlossen?“

Bezüglich dieser Fragestellung gab es ein sehr unentschiedenes Meinungsbild der Befragten. Rund 54% der Befragten gaben an, wonach dieses Kriterium „eher zutrifft“ bzw. „voll zutrifft“. Ein knappes Drittel der Befragten war diesbezüglich der Auffassung, dass dieses Fragekriterium „eher nicht zutrifft“ (vgl. Abbildung 10).

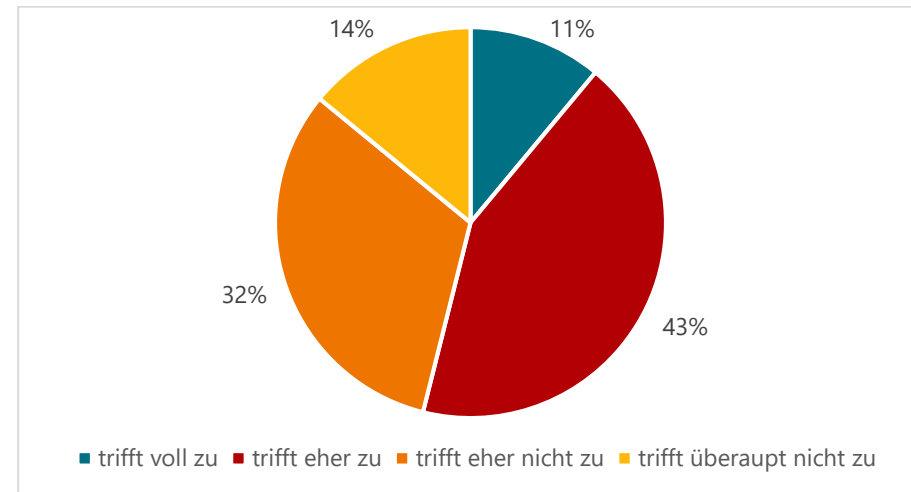
Frage 2g: „Ist der Odenwaldkreis ruhig?“

Bezüglich dieser Fragestellung, „Ist der Odenwaldkreis ruhig?“, gab es ein recht eindeutiges Antwortverhalten der Befragten. Über 90% der Antworten haben sich für die Kriterien „trifft eher zu“ bzw. „trifft voll zu“ entschieden.

Frage 2h: „Ist der Odenwaldkreis lebendig?“

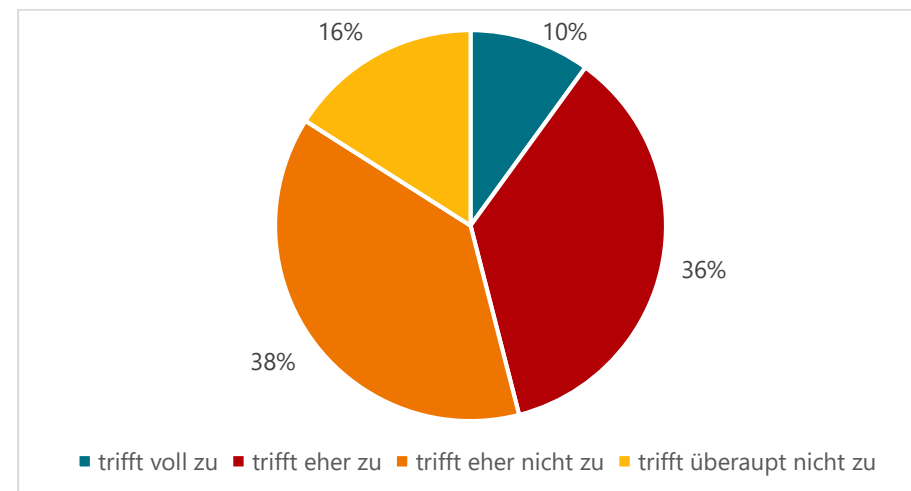
Bezüglich der Fragestellung, „Ist der Odenwaldkreis lebendig?“, gab es unterschiedliche Aussageschwerpunkte von Seiten der Befragten. Rund 45% der Befragten gaben an, dass diese Zuordnung entweder „eher zutrifft“ oder „voll zutrifft“. Rund 38% der Befragten gaben indessen an, dass diese Zuordnung „eher nicht zutrifft“ (vgl. Abbildung 11).

Abbildung 10: Ist der Odenwaldkreis aufgeschlossen?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Abbildung 11: Ist der Odenwaldkreis lebendig?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Frage 2i: „Ist der Odenwaldkreis innovativ?“

Bezüglich dieser Fragestellung nach der Innovationsorientierung im Odenwaldkreis bzw. des Odenwaldkreises gab es eine recht klare Aussage durch die Befragten. Etwa $\frac{3}{4}$ der Befragten haben sich diesbezüglich für die Kriterien „trifft überhaupt nicht zu“ bzw. „trifft eher nicht zu“ entschieden. Rund 28% der Befragten haben die Antwortkategorie „trifft eher zu“ genutzt (auf die Kategorie „trifft voll zu“ entfielen nur 5% der Antworten) (vgl. Abbildung 12).

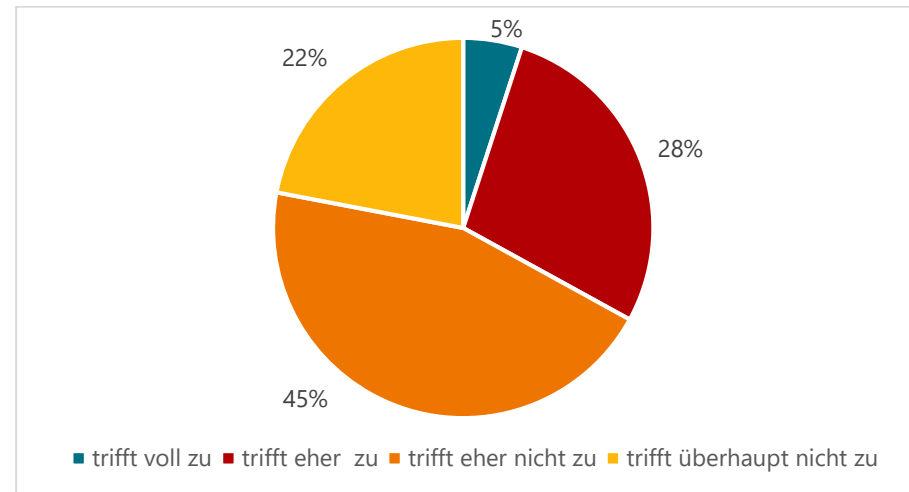
Frage 2j: „Ist der Odenwaldkreis aufstrebend?“

Die Antwortmuster zu dieser Fragestellung folgen im Wesentlichen den Antworten der Frage 2i. Rund $\frac{2}{3}$ der Befragten entschieden sich in der Summe für die beiden Antwortkategorien „trifft überhaupt nicht zu“ bzw. „trifft eher nicht zu“. In etwa analog zu der vorherigen Fragestellung bewerten nur rund 5% der Befragten den Odenwaldkreis als aufstrebend („trifft voll zu“).

Frage 2k: „Ist der Odenwaldkreis sozial?“

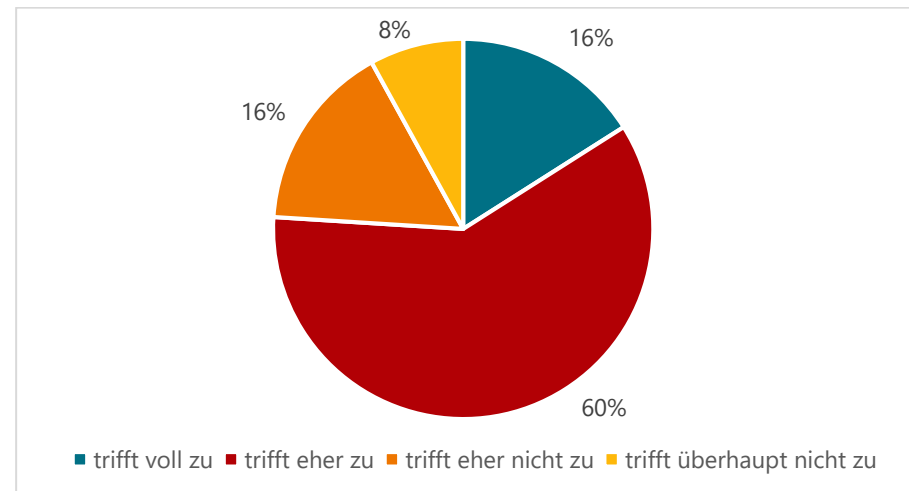
Fast $\frac{2}{3}$ der Befragten, nämlich 60%, haben diese Fragestellung mit dem Antwortmuster „trifft eher zu“ beantwortet. In der Gesamtsumme bewerten damit über $\frac{3}{4}$ der Befragten diese Fragestellung, inwieweit der Odenwaldkreis sozial ist, mit „trifft eher zu“ bzw. „trifft voll zu“ (vgl. Abbildung 13).

Abbildung 12: Ist der Odenwaldkreises innovativ?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Abbildung 13: Ist der Odenwaldkreis sozial?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Frage 2l: „Ist der Odenwaldkreis sicher?“

Ein ganz klares Antwortmuster ergibt sich zu dieser (wichtigen) Fragestellung. 90% der Antworten entfallen auf die Fragestellung, ob der Odenwaldkreis sicher sei, auf die Antwortkriterien „trifft eher zu“ bzw. „trifft voll zu“. Ein klares Meinungsbild! Nur rund 4% der Befragten gaben an, dass diese abgefragte Einschätzung „überhaupt nicht zutrifft“ (vgl. Abbildung 14).

Frage 2m: „Ist der Odenwaldkreis preiswert?“

Analog zur Fragestellung 2l ergibt sich auch bezüglich der Frage, „Ist der Odenwaldkreis preiswert?“ eine eindeutige Aussage aus Sicht der Befragten. Knapp 80% der Befragten gaben an, dass diese Einschätzung entweder „voll zutrifft“ oder „eher zutrifft“. Nur rund 6% der Befragten gaben an, dass diese Einschätzung „überhaupt nicht zutrifft“.

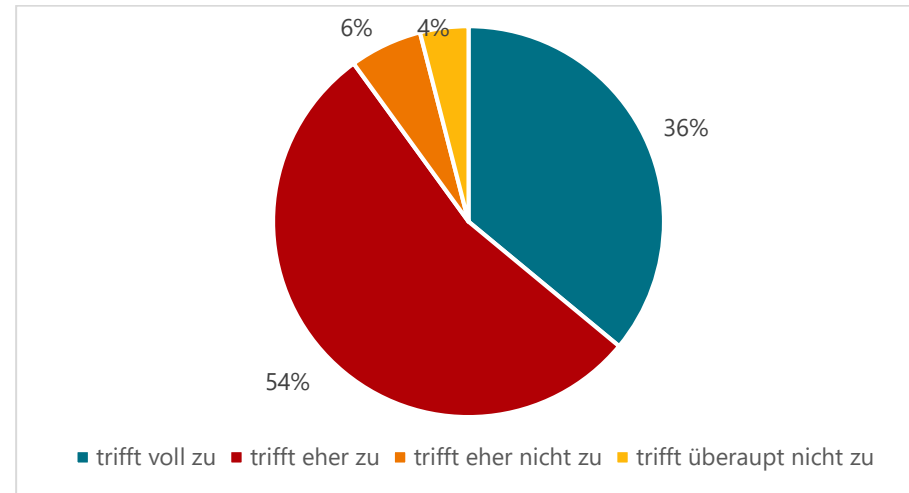
Frage 2n: „Ist der Odenwaldkreis umwelt-/klimafreundlich?“

Auch zu dieser (aktuellen und in den Medien breit diskutierten) Fragestellung gab es eine klare Aussagetendenz. Über die Hälfte der Befragten, nämlich 51%, gaben an, dass die Aussage hinsichtlich Umwelt-/Klimafreundlichkeit „eher zutrifft“. Weitere 16% gaben an, dass dies „voll zutrifft“. Dennoch gab knapp 1/4 der Befragten an, dass diese Einschätzung „eher nicht zutrifft“ (vgl. Abbildung 15).

Frage 2o: „Ist der Odenwaldkreis familienfreundlich?“

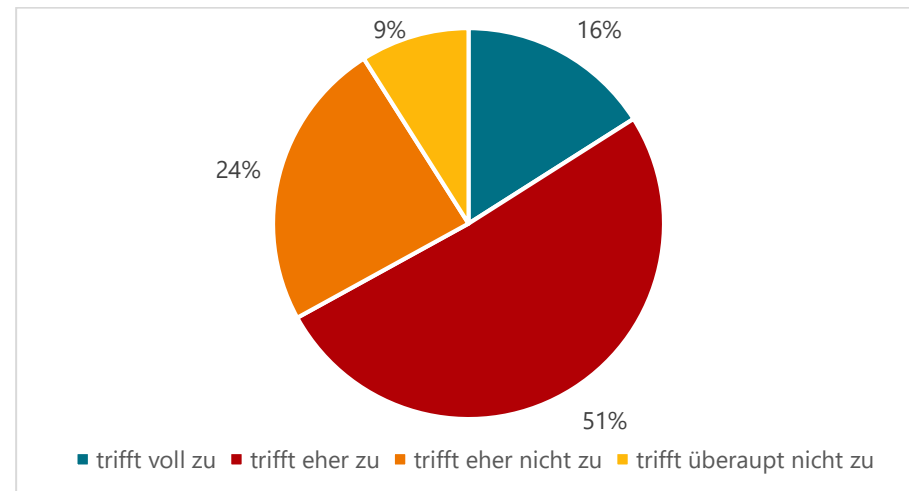
Über ¾ der Befragten gaben bezüglich der Fragestellung, „Ist der Odenwaldkreis familienfreundlich?“ an, dass diese Einschätzung „eher zutrifft“ bzw. „voll zutrifft“. Nur rund 7% der Befragten haben angegeben, dass diese Einschätzung „überhaupt nicht zutrifft“ (vgl. Abbildung 16).

Abbildung 14: Ist der Odenwaldkreis sicher?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Abbildung 15: Ist der Odenwaldkreis umwelt-/ klimafreundlich?

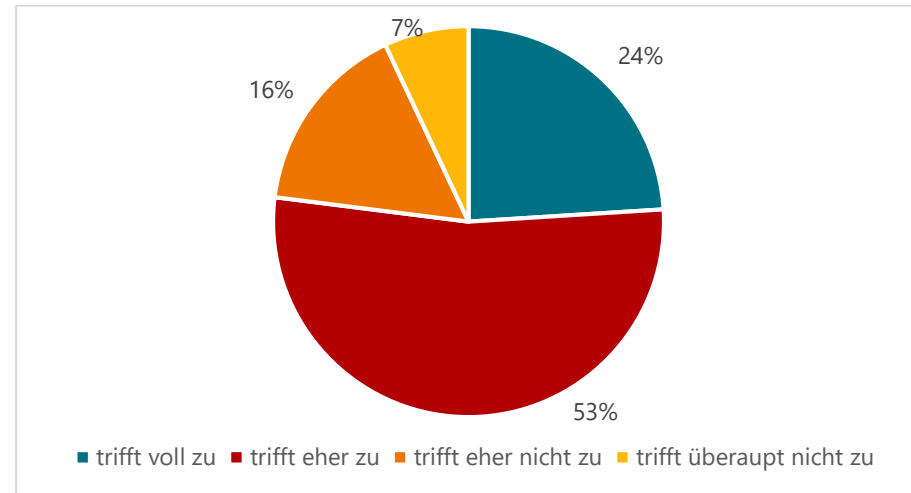


Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Frage 2p: „Ist der Odenwaldkreis alten- und seniorenfreundlich?“

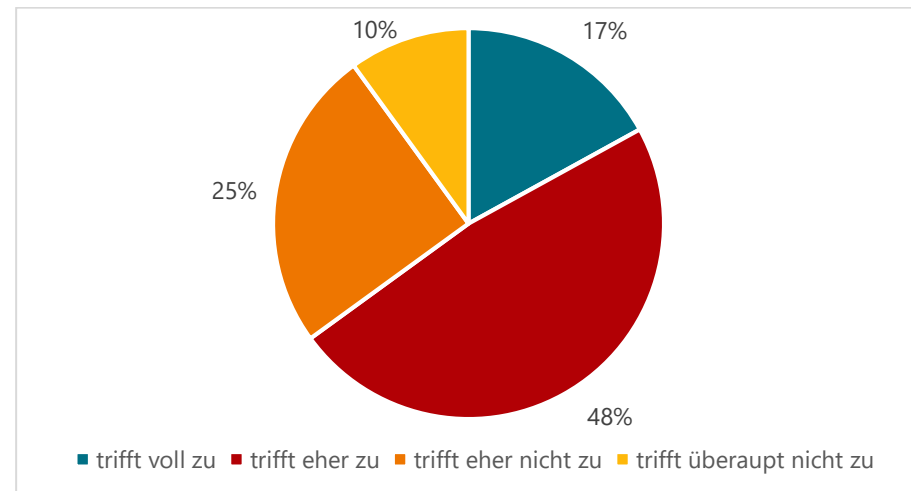
Knapp die Hälfte der Befragten stimmen dieser Aussage „eher zu“; weitere 17% stimmen dieser Aussage „voll zu“. Aber dennoch macht die Fragestellung deutlich, dass ein gutes Drittel der Befragten, nämlich 35%, die Antwortkategorie „trifft überhaupt nicht zu“ bzw. „trifft eher nicht zu“ verwendet haben (vgl. Abbildung 17).

Abbildung 16: Ist der Odenwaldkreis familienfreundlich?



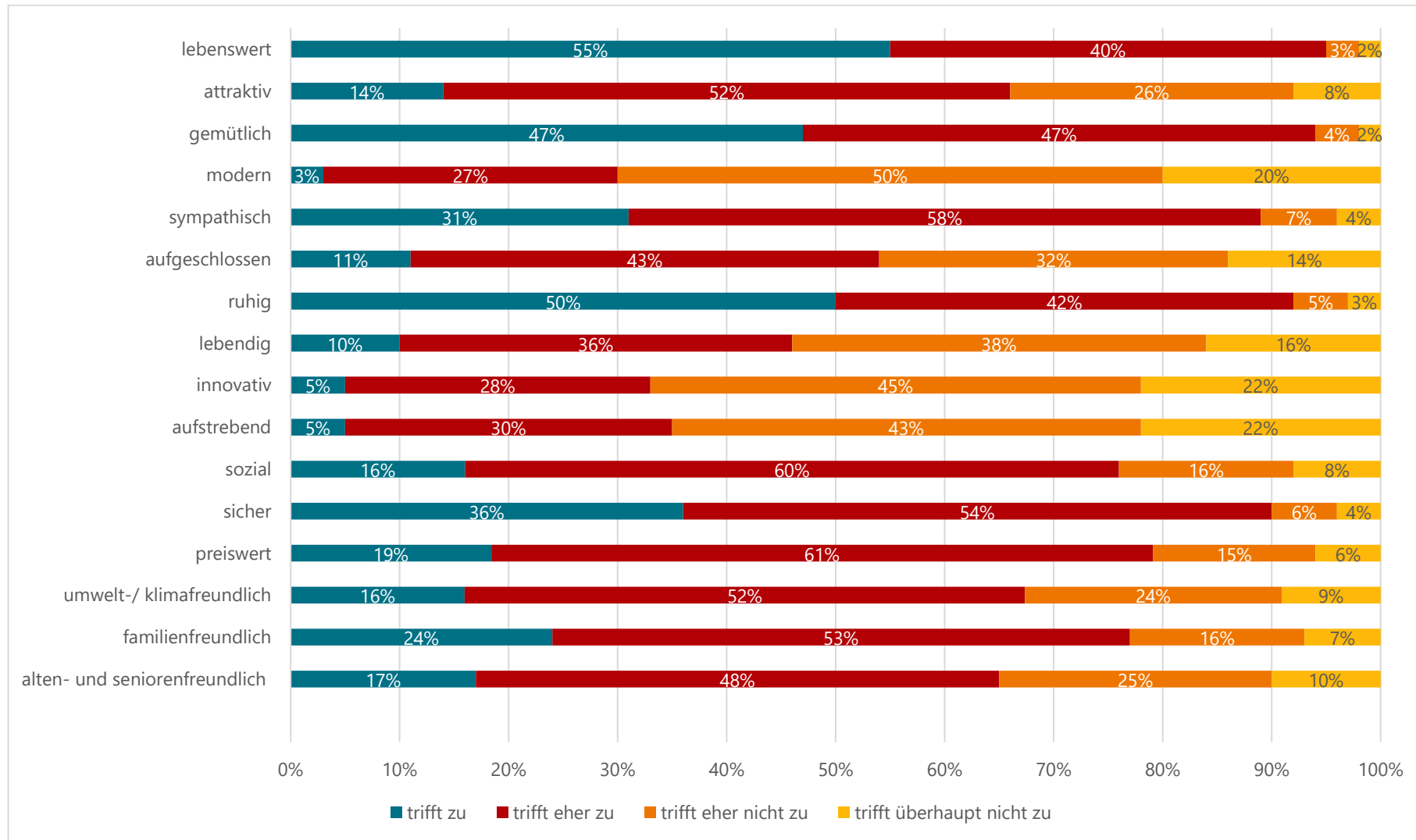
Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Abbildung 17: Ist der Odenwaldkreis alten- und seniorenfreundlich?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Abbildung 18: Welche Eigenschaften sind für den Odenwaldkreis zutreffend?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Frage 3: „Was sind Ihrer Meinung nach die drei wesentlichen Stärken des Odenwaldkreises?“

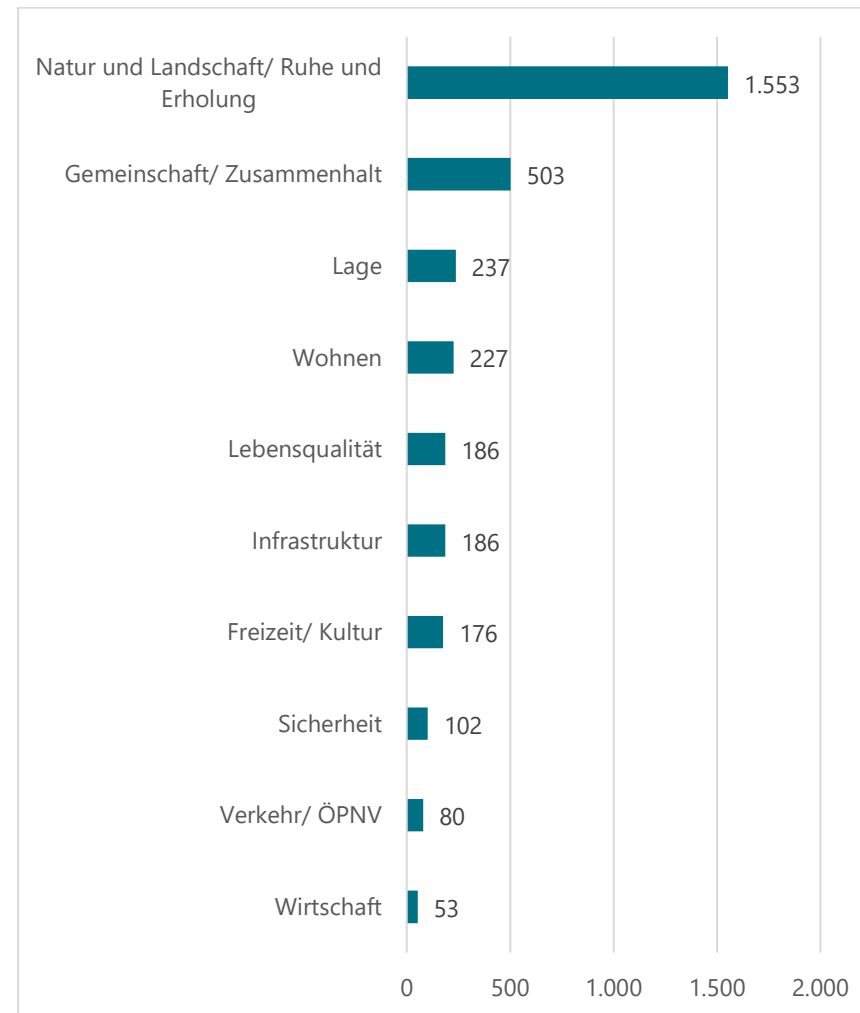
Im Rahmen der Frage 3 wurden die wesentlichen Stärken des Odenwaldkreises aus Sicht der Befragten abgefragt. In dieser offenen Frage gab es die Möglichkeit, drei Stärken zu formulieren.

Insgesamt wurden von den Bürgerinnen und Bürgern 3.653 Stärken formuliert (vgl. Abbildung 19).

Als ganz zentrale, wesentliche Stärke hat sich das gesamte Themenfeld „Natur und Landschaft/ Ruhe und Erholung“ herauskristallisiert. Insgesamt entfielen auf dieses Handlungsfeld 1.553 Nennungen.

An zweiter Stelle wurde von vielen Befragten eine soziale Thematik, nämlich das Gemeinschaftsgefühl bzw. der Zusammenhalt, genannt. Rund 503 Nennungen entfielen auf diesen Aspekt. Bei den anderen Aspekten (vgl. die nebenstehende Abbildung) wurden deutlich weniger Themenbereiche angeführt. Auffallend ist, dass auf den gesamten Bereich Wirtschaft/Arbeitsplätze kaum Nennungen von Seiten der Bevölkerung als Stärke formuliert wurden.

Abbildung 19: Was sind Ihrer Meinung nach die drei wesentlichen Stärken des Odenwaldkreises? (10 meistgenannte Antworten, N=3.653, Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Frage 4: „Was sind Ihrer Meinung nach die drei wesentlichen Schwächen des Odenwaldkreises?“

In Frage 4 wurden analog zu Frage 3 die Schwächen des Odenwaldkreises in Form einer offenen Frage behandelt. Auch hier hatten die Bürgerinnen und Bürger die Möglichkeit, jeweils drei Schwächen zu formulieren.

Insgesamt entfielen 3.804 Nennungen auf die Schwächen des Odenwaldkreises (vgl. Abbildung 20).

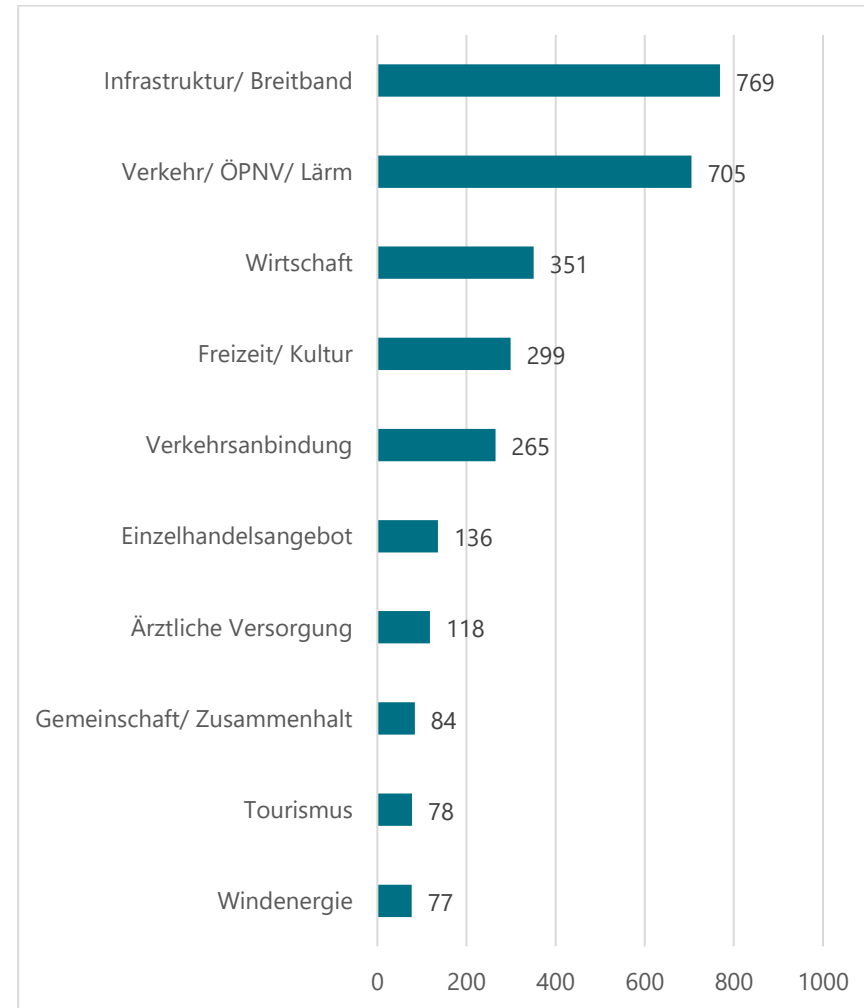
Zwei wesentliche Themenbereiche haben sich aus Sicht der teilnehmenden Bürgerinnen und Bürger herauskristallisiert:

- Die infrastrukturelle Versorgung, insbesondere der Themenbereich IT-Infrastruktur/Breitbandversorgung, wurde mit 769 Nennungen am häufigsten aufgeführt.
- An nächster Stelle der meistgenannten Schwächen wurde mit 705 Nennungen der gesamte Themenbereich Verkehr genannt. Dieses umfassende Handlungsfeld beinhaltet u. a. den ÖPNV sowie die fehlende bzw. recht weit entfernte Autobahnanbindung.

Im Gegensatz zur Frage 3 tauchte bei den Schwächen des Odenwaldkreises der Bereich Wirtschaft an dritter Stelle der Nennungen (N=351) auf. Als weitere häufig genannte Schwäche wurde der Gesamtkomplex Freizeit- und Kulturangebot genannt (N=229).

Auffallend ist, gerade im Vergleich zur aktuellen bundesweiten öffentlichen Diskussion, dass die Thematik „Wohnen“ nicht unter den 10 meistgenannten Schwächen zu finden ist.

Abbildung 20: Was sind Ihrer Meinung nach die drei wesentlichen Schwächen des Odenwaldkreises? (10 meistgenannte Antworten, N=3.804, Mehrfachnennungen möglich)



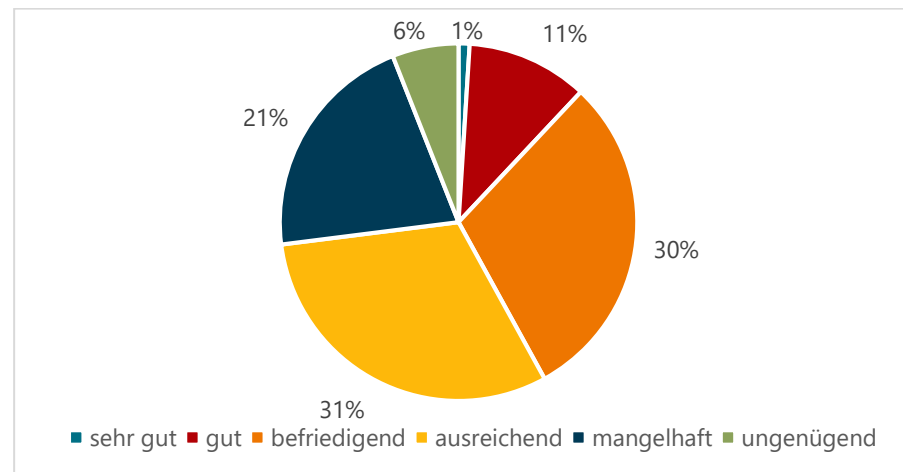
Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Frage 5: „Wie bewerten Sie folgende Standortaspekte des Odenwaldkreises in Form von Schulnoten von 1 bis 6?“

Frage 5 zielt darauf ab, in unterschiedlichen Handlungsfeldern eine Bewertung des Status durch die Bürgerinnen und Bürger vornehmen zu lassen. Als methodische Grundlage wurden die Befragten gebeten, die Bewertungen in Schulnoten (1 = sehr gut; 6 = ungenügend) abzugeben. Wir erlauben uns, die Bewertung in den einzelnen Handlungsbereichen wie folgt zusammenzufassen:

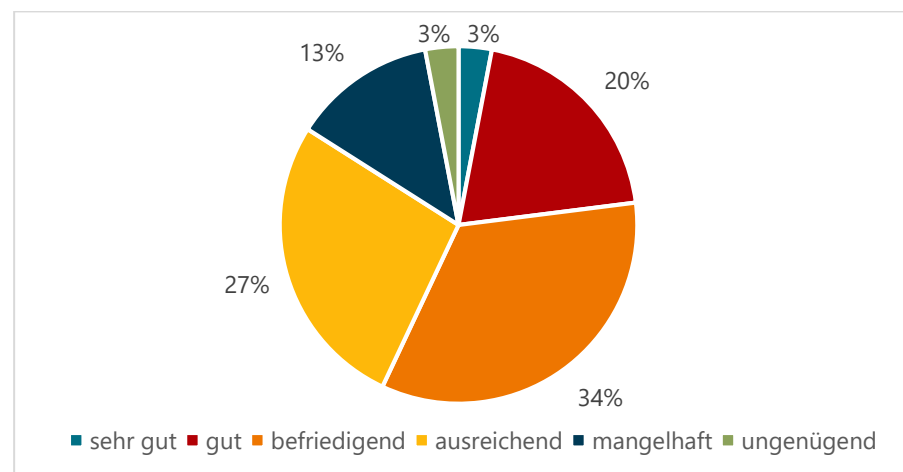
- Über 80% der Befragten bewerten das **Wohnraumangebot** im Odenwaldkreis als befriedigend bis gut. Auf die Schulnote 1 (= sehr gut) entfielen 7% der Nennungen; auf die Schulnoten 5 und 6 (mangelhaft/ungenügend) entfielen 8% der Nennungen.
- Die **Arbeitsplätze** im Odenwaldkreis werden in der Gesamtbeurteilung als ausreichend bis befriedigend (zusammen rund 60%) bewertet. Rund 12% der Befragten benoten das Arbeitsplatzangebot als sehr gut bis gut (Noten 1 und 2); 27% der Befragten (!) gaben hierzu die Schulnoten 5 und 6 ab (vgl. Abbildung 21).
- Die Benotung der **Ausbildungsplätze**, gerade für Schülerinnen und Schüler bzw. Jugendliche ein wichtiges Kriterium, folgt im Wesentlichen der Benotung des Arbeitsplatzangebotes. Rund 61% der Befragten ordnen das Ausbildungsplatzangebot mit ausreichend bis befriedigend (Noten 3 und 4) ein. Rund 22% gaben die Noten 1 und 2 (gut und sehr gut). Ein ungenügendes bis mangelhaftes Ausbildungsplatzangebot attestierten rund 16% der Befragten (vgl. Abbildung 22).

Abbildung 21: Wie bewerten Sie die Arbeitsplätze im Odenwaldkreis in Form von Schulnoten von 1-6?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

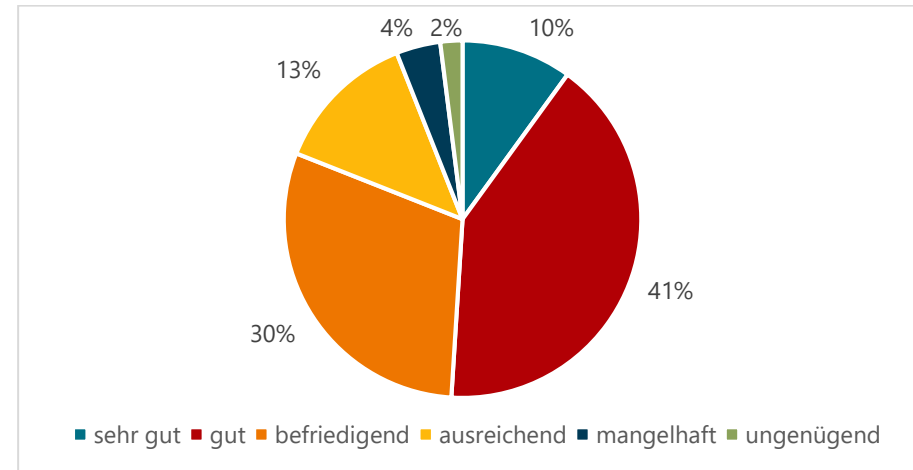
Abbildung 22: Wie bewerten Sie die Ausbildungsplätze im Odenwaldkreis in Form von Schulnoten von 1-6?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

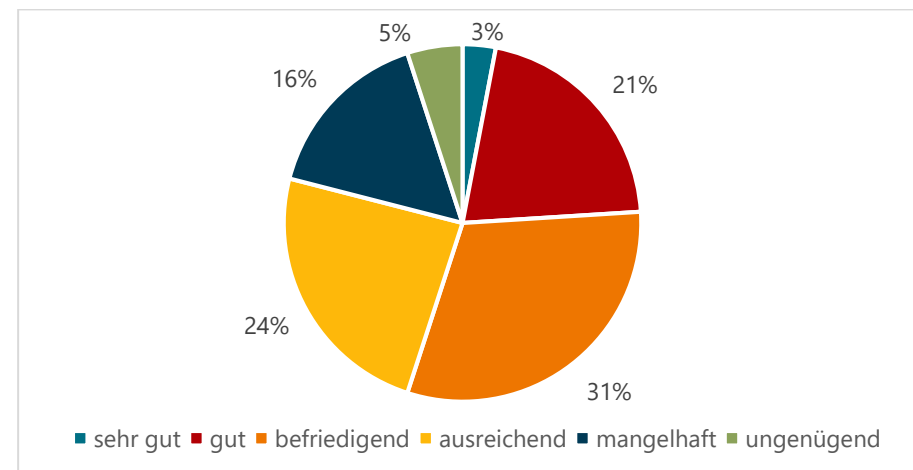
- Das **Schulwesen** erhält von den Befragten – etwa im Gegenteil zu den vorgenannten Bereichen Arbeits- und Ausbildungsplätze – eine positive Bewertung. Über die Hälfte der Befragten, nämlich 51% gaben hierzu die Schulnoten 1 und 2 (gut und sehr gut) ab. Nur 6% der Befragten bewerteten das Schulwesen mit ungenügend bis mangelhaft (vgl. Abbildung 23).
- Bei der Benotung der **ärztlichen Versorgung** gab es die meisten Nennungen bei den Schulnoten 2, 3 und 4 (d. h. gut bis ausreichend). Die höchste Anzahl an Nennungen, nämlich rund 31%, entfallen auf ein befriedigendes ärztliches Versorgungsangebot. Immerhin gaben 21% der Befragten an, dass die ärztliche Versorgung mit ungenügend bis mangelhaft einzuordnen sei (vgl. Abbildung 24).
- Die Benotung des **öffentlichen Personennahverkehrs** erreicht zusammengefasst recht schlechte Werte. In der Summe gaben 47% der Befragten an, dass das Angebot im öffentlichen Personennahverkehr ungenügend bis mangelhaft sei. Demgegenüber bezogen sich nur rund 9% der Befragten diesbezüglich auf ein gutes bis sehr gutes Angebot (Schulnoten 1 bis 2).
- Die Benotung der **Einkaufsmöglichkeiten** fokussiert sich im mittleren Schulnotenbereich. Rund 1/3, nämlich 31%, gaben diesbezüglich eine befriedigende Bewertung (Schulnote 3) ab. Weitere 33% bewerten die Einkaufsmöglichkeiten mit gut bzw. sehr gut (Schulnoten 1 und 2).
- Eine überdurchschnittlich positive Bewertung erhält die **Gastronomie** von den Befragten. 43% gaben hierzu die Schulnoten 1 und 2 (gut, sehr gut). Nur 10% bewerteten das gastronomische Angebot mit den Schulnoten ungenügend und mangelhaft.

Abbildung 23: Wie bewerten Sie das Schulwesen im Odenwaldkreis in Form von Schulnoten von 1-6?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Abbildung 24: Wie bewerten Sie die ärztliche Versorgung im Odenwaldkreis in Form von Schulnoten von 1-6?

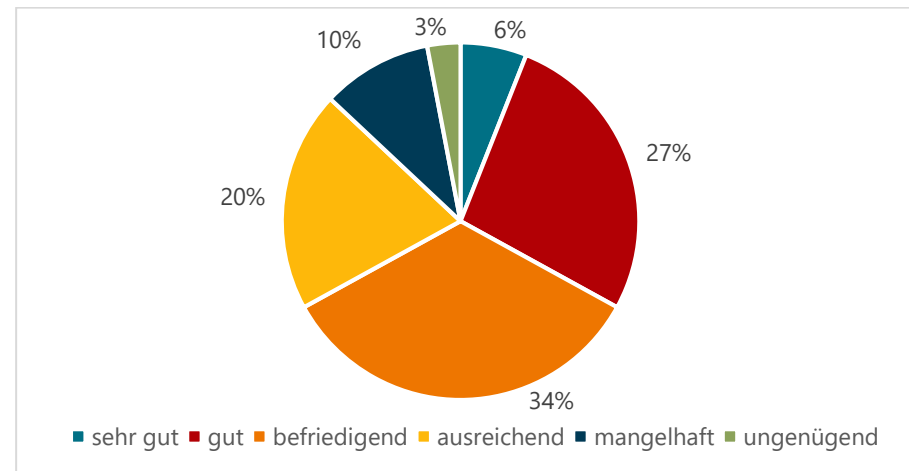


Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

- Das **Dienstleistungsangebot** wird von rund 3/4 der Befragten als gut bis befriedigend (Noten 2 und 3) bewertet.
- Das **kulturelle Angebot** erhält von den Befragten überwiegend eine gute bis befriedigende Bewertung (Noten 2 und 3). Rund 61% der Nennungen entfallen zusammengefasst auf diese Bewertung (vgl. Abbildung 25).
- Das **Sportangebot** wird im Odenwaldkreis von den Befragten überaus positiv bewertet. Über die Hälfte der Befragten, nämlich 54%, gaben hierzu die Schulnoten 1 und 2 (gut, sehr gut) ab. Für weitere 31% ist das Sportangebot zumindest befriedigend.
- Beim **Freizeitangebot** entfallen die meisten Nennungen auf die Schulnoten befriedigend und gut, nämlich zusammen 66%. Ein sehr gutes Freizeitangebot (Note 1) attestieren weitere 8%; ebenfalls 8% entfallen auf die Benotung eines mangelhaften Freizeitangebotes (vgl. Abbildung 26).
- Am eindeutigsten ist die Benotung zu **Natur und Landschaft**. 96% der Befragten (!) gaben hierfür die Noten 1 und 2 ab; wobei in der Gesamtbetrachtung sogar 71% der Befragten die Note 1 (sehr gut) gegeben haben.
- Die **Lebensqualität im Odenwaldkreis speziell für Jugendliche** bewerten 30% der Befragten mit der Note 3 (befriedigend); weitere 25% mit der Note 4 (ausreichend). Auffallend ist, dass rund 25% der Befragten die Lebensqualität mit den Noten 5 und 6 (ungenügend, mangelhaft) bewerten.

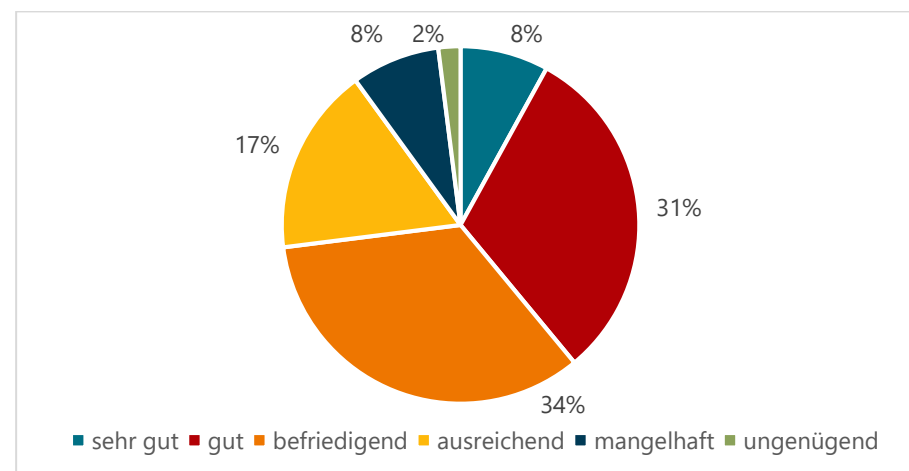
In der ersten Querschnittsbetrachtung der Frage 5, Bewertung von Standortaspekten nach Schulnoten, fällt ganz besonders auf, dass der Bereich Natur und Landschaft im Odenwaldkreis eine exzellente Benotung erfährt. Auch das Schulwesen sowie die Gastronomie erhalten überwiegend eine gute bzw. positive Bewertung. Der öffentliche Personennahverkehr erhält im Rahmen dieser Befragung die ungünstigste Benotung.

Abbildung 25: Wie bewerten Sie das kulturelle Angebot im Odenwaldkreis in Form von Schulnoten von 1-6?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Abbildung 26: Wie bewerten Sie das Freizeitangebot im Odenwaldkreis in Form von Schulnoten von 1-6?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Frage 6: „Wie wichtig sind Ihnen Handlungsfelder bzw. Aspekte der Kreisentwicklung?“

Neben der durchgeführten Benotung von vielfältigen Angebotsaspekten bzw. Handlungsfeldern im Odenwaldkreis ist es auch wichtig, deren Bedeutung aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger zu erfahren. Legt man beide Aspekte übereinander, ergeben sich wichtige Hinweise für die zukünftige Kreisentwicklung.

Frage 6a: Wichtigkeit des Wohnraums

Wie nicht anders zu erwarten, bildet der Wohnraum einen wichtigen Aspekt aus Sicht der befragten Bürgerinnen und Bürger. Rund $\frac{3}{4}$ der Befragten gab an, dass dieser Aspekt „wichtig“ bzw. „sehr wichtig“ sei. Als „unwichtig“ erachten diesen Aspekt nur 5% der Befragten.

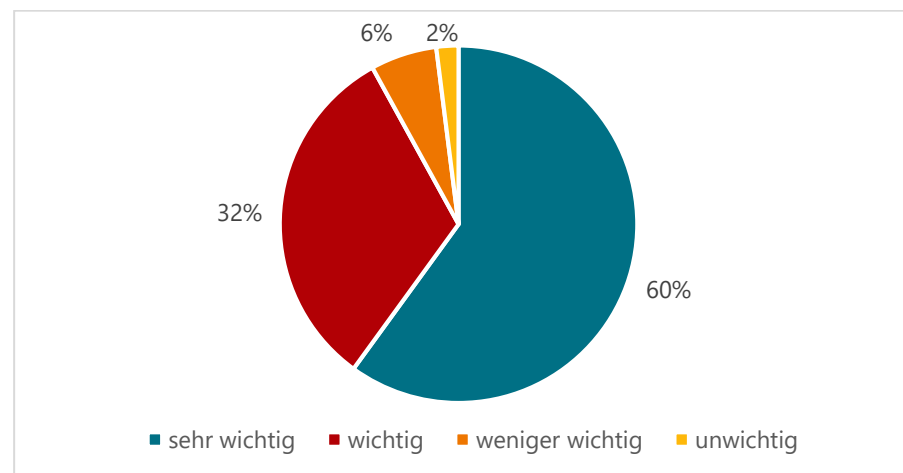
Frage 6b: Wichtigkeit von Arbeitsplätzen

Erstaunlicherweise lag dieser Aspekt – auch gegenüber dem o. g. Bereich Wohnraum – in der Wichtigkeit aus Sicht der Befragten ganz weit vorne. Für 60% der Befragten sind Arbeitsplätze „sehr wichtig“ – ein weiteres Drittel, nämlich 32%, sehen diesen Aspekt als „wichtig“ an (vgl. Abbildung 27).

Frage 6c: Wichtigkeit von Ausbildungsplätzen

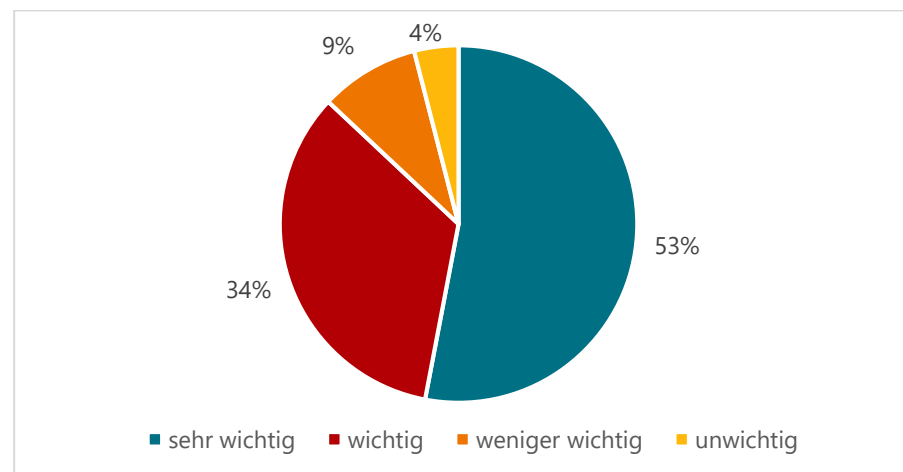
Fast analog zu den Aussagen zu den Arbeitsplätzen (Frage 6 b) bildet auch der Bereich „Ausbildungsplätze“ einen ganz wichtigen Aspekt der Kreisentwicklung aus Sicht der Befragten. Für 87% (!) der Befragten sind Ausbildungsplätze „wichtig“ bzw. „sehr wichtig“ (vgl. Abbildung 28).

Abbildung 27: Wie wichtig sind Ihnen die Arbeitsplätze im Odenwaldkreis?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Abbildung 28: Wie wichtig sind Ihnen die Ausbildungsplätzen im Odenwaldkreis?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Frage 6d: *Wichtigkeit des Schulwesens*

Über 90% der Befragten gaben an, dass das Schulwesen „wichtig“ bzw. „sehr wichtig“ sei. Allein auf den Aspekt „sehr wichtig“ entfielen mehr als 2/3 der Antworten (vgl. Abbildung 29).

Frage 6e *Wichtigkeit der ärztlichen Versorgung*

Eine ganz zentrale Frage aus Sicht der befragten Bürgerinnen und Bürger. Denn für 77% bildet die ärztliche Versorgung einen „sehr wichtigen“ Aspekt. Erstaunlicherweise gab nur 1% (!) an, dass dieser Aspekt „unwichtig“ bzw. „weniger wichtig“ sei. Hieraus leitet sich demnach ein wichtiges Handlungsfeld ab (vgl. Abbildung 30).

Frage 6f: *Wichtigkeit des öffentlichen Personennahverkehrs*

Für 91% der Befragten stellt dieser Aspekt einen „wichtigen“ bzw. „sehr wichtigen“ Baustein der Kreisentwicklung dar.

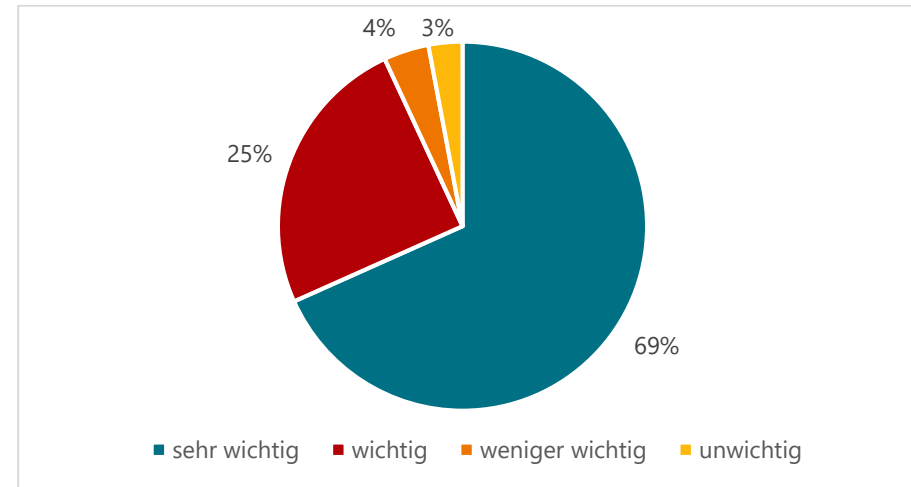
Frage 6g: *Wichtigkeit der Einkaufsmöglichkeiten*

Für über die Hälfte der Befragten, nämlich 54%, stellt dieser Aspekt einen „wichtigen“ Baustein dar. Ein weiteres Drittel empfindet diesen Aspekt als „sehr wichtig“.

Frage 6h: *Wichtigkeit der Gastronomie*

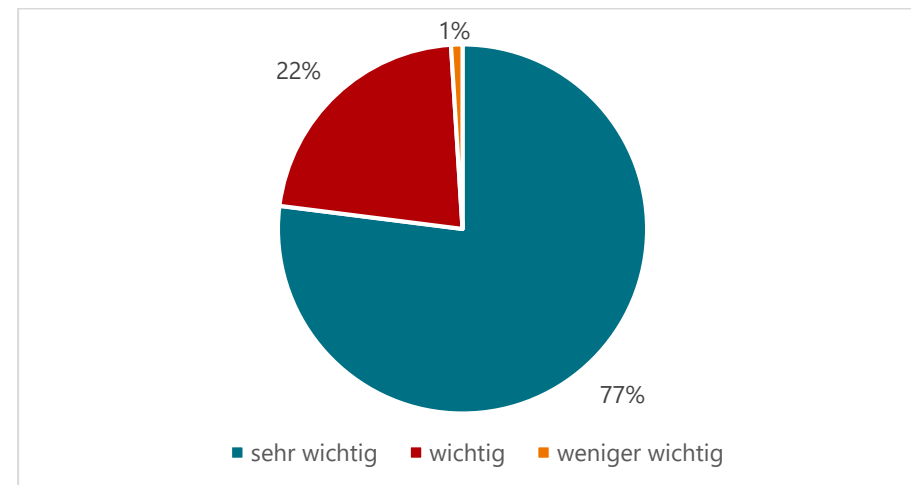
In etwa analog zur Einordnung der Einkaufsmöglichkeiten ist das Antwortverhalten der befragten Bürgerinnen und Bürger zum Themenbereich Gastronomie einzuordnen. Über die Hälfte der Antworten, nämlich 53%, sehen hier einen „wichtigen“ Aspekt. Für weitere 22% der Befragten ist dieser Aspekt sogar „sehr wichtig“. Für rund ¼ der Befragten ist das

Abbildung 29: **Wie wichtig ist Ihnen das Schulwesen im Odenwaldkreis?**



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Abbildung 30: **Wie wichtig ist Ihnen die ärztliche Versorgung im Odenwaldkreis?**



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

gastronomische Angebot demgegenüber „unwichtig“ bzw. „weniger wichtig“ (vgl. Abbildung 31).

Frage 6i: *Wichtigkeit des Dienstleistungsangebotes*

Der umfassende Dienstleistungsbereich wurde in dieser Frage nicht näher spezifiziert. Über drei Viertel der Befragten gaben an, das dieser Angebotsbaustein wichtig oder sehr wichtig sei.

Frage 6j+6k: *Wichtigkeit des kulturellen bzw. Sportangebotes*

Beide Antwortkategorien können insoweit zusammengefasst werden, als eine nahezu analoge Bewertung vorliegt. Jeweils gut die Hälfte aller Befragten (52% bei Kultur, 53% bei Sport) sehen hier „wichtige“ Elemente.

Frage 6l: *Wichtigkeit des Freizeitangebotes*

Das Freizeitangebot ist für 84% der Befragten wichtig oder sehr wichtig.

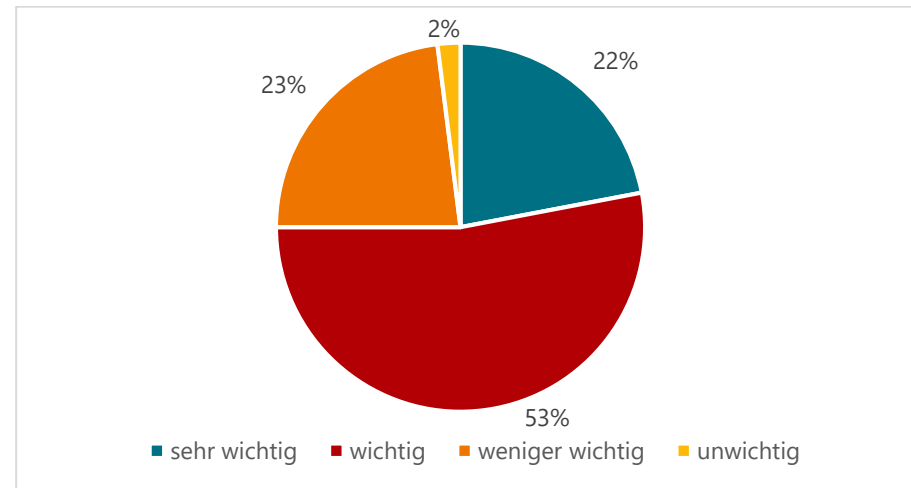
Frage 6m: *Wichtigkeit der Natur und Landschaft*

Natur und Landschaft sind für $\frac{3}{4}$ der Befragten „sehr wichtig“ und nur für 4% „weniger wichtig“.

Frage 6n: *Wichtigkeit der Lebensqualität der Jugend*

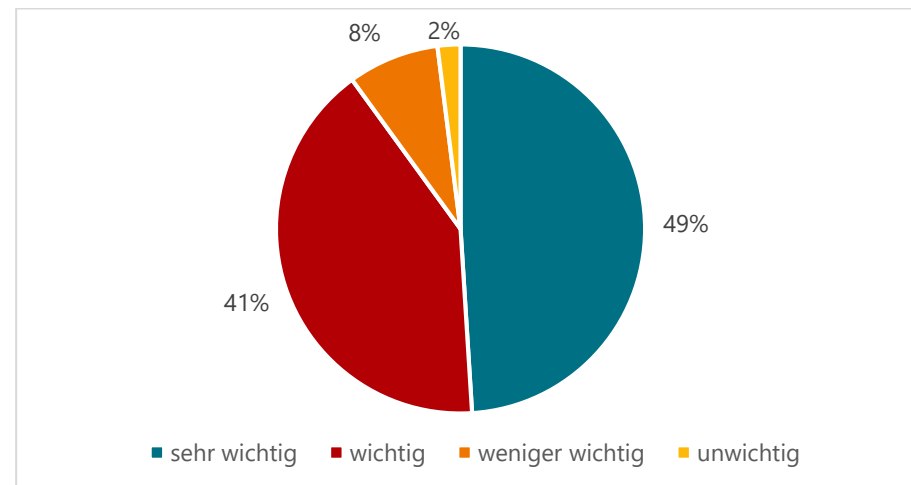
Für knapp die Hälfte aller Befragten, nämlich 49%, stellt dieser Aspekt einen „sehr wichtigen“ Ansatz dar; für weitere 41% der Befragten ist dieser Aspekt „wichtig“ (vgl. Abbildung 32).

Abbildung 31: **Wie wichtig ist Ihnen die Gastronomie im Odenwaldkreis?**



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Abbildung 32: **Wie wichtig ist Ihnen die Lebensqualität der Jugendlichen im Odenwaldkreis?**



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

In der Gesamtbetrachtung der Frage 6 fällt auf, dass insbesondere die ärztliche Versorgung sowie der Bereich Natur und Landschaft eine herausragende Bedeutung aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger einnehmen.

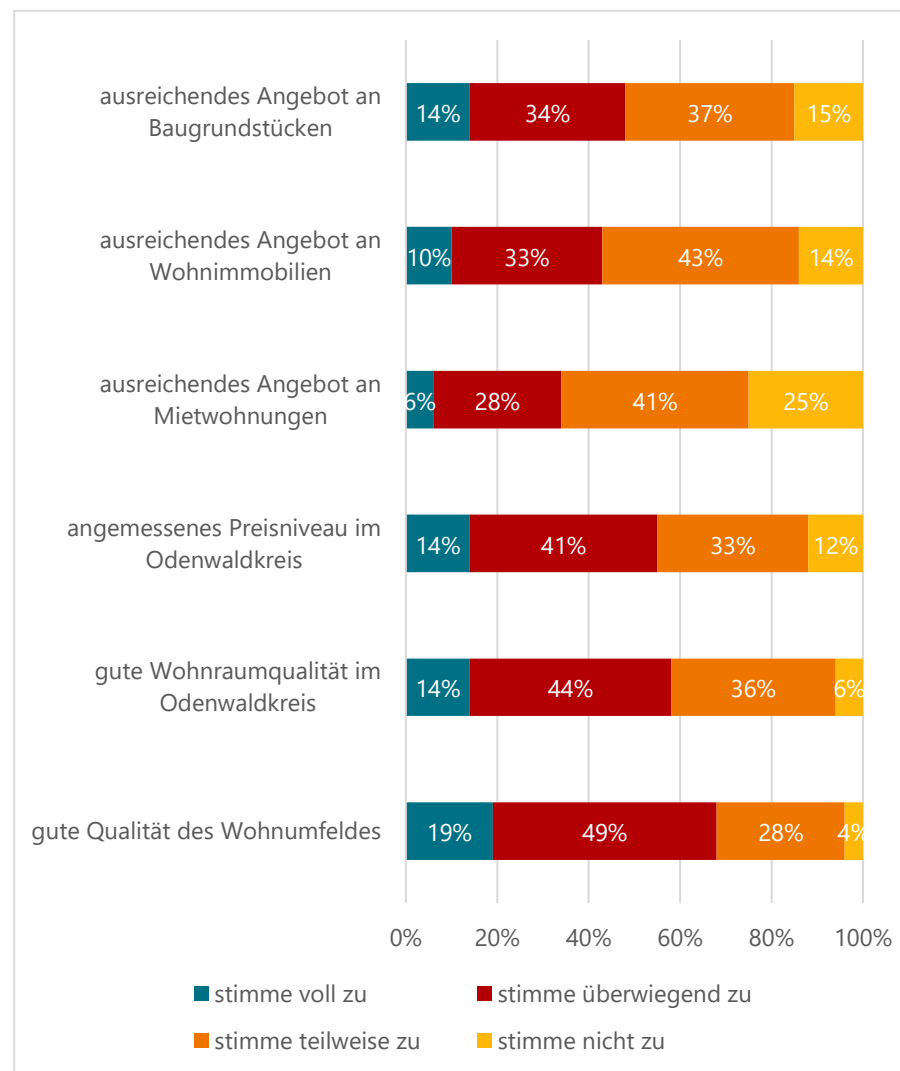
Frage 7: „Welche der folgenden Aussagen im Hinblick auf das Wohnraumangebot im Odenwaldkreis stimmen Sie zu?“

In der Frage 7 wurden anhand von 4 Kriterien, nämlich „stimme voll zu“, „stimme überwiegend zu“, „stimme teilweise zu“ und „stimme nicht zu“, vorgegebene Thesen zum Thema Wohnen durch die Bürgerinnen und Bürger eingeordnet (vgl. Abbildung 33).

Wir erlauben uns, die einzelnen Teilaspekte wie folgt zusammenzufassen:

- Die Fragestellung nach einem ausreichenden Angebot an **Baugrundstücken** führte überwiegend zu den zwei Bewertungen „stimme teilweise zu“ und „stimme überwiegend zu“. Beide Kriterien wurden in der Summe von rund 71% der Befragten genannt.
- Bei der Frage nach einem ausreichenden **Angebot an Wohnimmobilien** bewegten sich die Mehrzahl der Antworten auch in den beiden mittleren Kategorien. Für rund 43% der Befragten ist die These mit „stimme teilweise zu“ und für weitere 33% mit „stimme überwiegend zu“ einzuordnen.
- Im Gegensatz zu den o. g. Fragestellungen gab es bei der These in Richtung eines ausreichenden **Angebotes an Mietwohnungen** deutlich mehr Antworten, nämlich 25%, die mit „stimme nicht zu“ antworteten.
- Bei der Abfrage eines angemessenen **Preisniveaus** im Odenwaldkreis fielen mit rund 41% die meisten Antworten auf den Aspekt „stimme überwiegend zu“. Zusammen mit dem Kriterium „stimme voll zu“ wird damit das Preisniveau im Odenwaldkreis von der Mehrzahl (55%) als angemessen eingeordnet.

Abbildung 33: Welche der folgenden Aussagen im Hinblick auf das Wohnraumangebot im Odenwaldkreis stimmen Sie zu?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

- Auch bei der Einordnung im Hinblick auf eine gute **Wohnqualität** ergeben sich mehrheitliche Antwortmuster bei den beiden Kriterien „stimme überwiegend zu“ und „stimme voll zu“, nämlich zusammen 58%. Weitere 36% stimmten dieser thesenhaften Überlegung „teilweise zu“.
- Eine gute Qualität des **Wohnumfeldes** bejahen rund die Hälfte der Befragten. Rund 49% „stimmen überwiegend zu“. Weitere 19% entfallen auf das Antwortmuster „stimme voll zu“ (in der Summe ergibt dies eine Zustimmung zur guten Qualität des Wohnumfeldes in einer Größenordnung von rund 68% der Befragten).

In der summierten Betrachtung ist insbesondere auf die vergleichsweise hohe Zustimmung in puncto gute Qualität des Wohnumfeldes hinzuweisen, während das ausreichende Angebot an Mietwohnungen überwiegend mit den Kriterien „stimme nicht zu“ und „stimme teilweise zu“ (Summe: 68%) eingeordnet wird.

Frage 8: „Planen Sie in den nächsten ein bis zwei Jahren Veränderungen in Bezug auf Ihre Wohnsituation?“

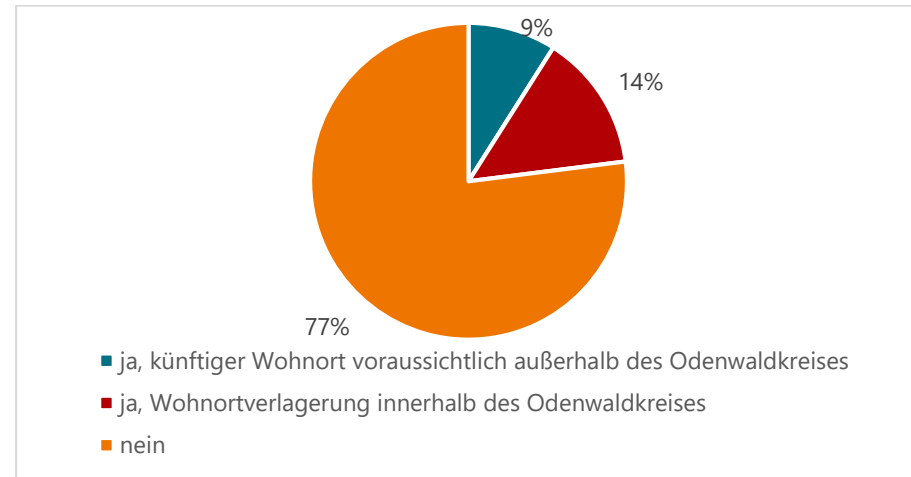
Die überwiegende Zahl der Befragten, rund $\frac{3}{4}$, planen in der nächsten Zeit keine Veränderungen der Wohnsituation. Rund 14% planen eine Wohnraumverlagerung voraussichtlich innerhalb des Odenwaldkreises – rund 9% gaben an, dass eine mögliche Wohnortveränderung in Richtung außerhalb des Odenwaldkreises ansteht bzw. geplant ist (vgl. Abbildung 34).

Frage 9: „Was sind die Gründe für die geplante Veränderung Ihrer Wohnsituation?“

Die 3 meistgenannten Gründe für geplante Wohnraumveränderungen liegen in folgenden Bereichen:

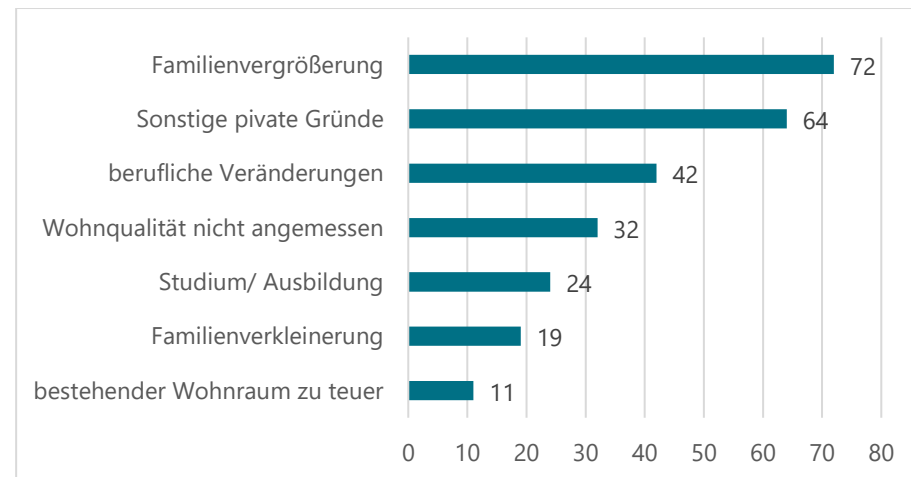
- Familienvergrößerung,

Abbildung 34: Planen Sie in den nächsten ein bis zwei Jahren Veränderungen in Bezug auf Ihre Wohnsituation?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Abbildung 35: Was sind die Gründe für die geplante Veränderung Ihrer Wohnsituation? (N=264)



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

- private Gründe (ohne nähere Nennungen),
- berufliche Veränderungen.

Nur rund 4% haben angegeben, dass der bestehende Wohnraum zu teuer sei und weitere 12% der Befragten haben angegeben, dass die aktuelle Wohnraumqualität nicht angemessen sei (vgl. Abbildung 35).

Frage 10: „Welche der folgenden Aussagen hinsichtlich des Arbeitsplatzangebotes stimmen Sie zu?“

Wie die vorherigen Fragen gezeigt haben, stellt das Arbeits- und Ausbildungsplatzangebot grundsätzlich einen wichtigen Baustein aus Sicht der befragten Bürgerinnen und Bürger dar.

Die Auswertung zu dieser Fragestellung zeigt folgendes Ergebnis (vgl. Abbildung 36):

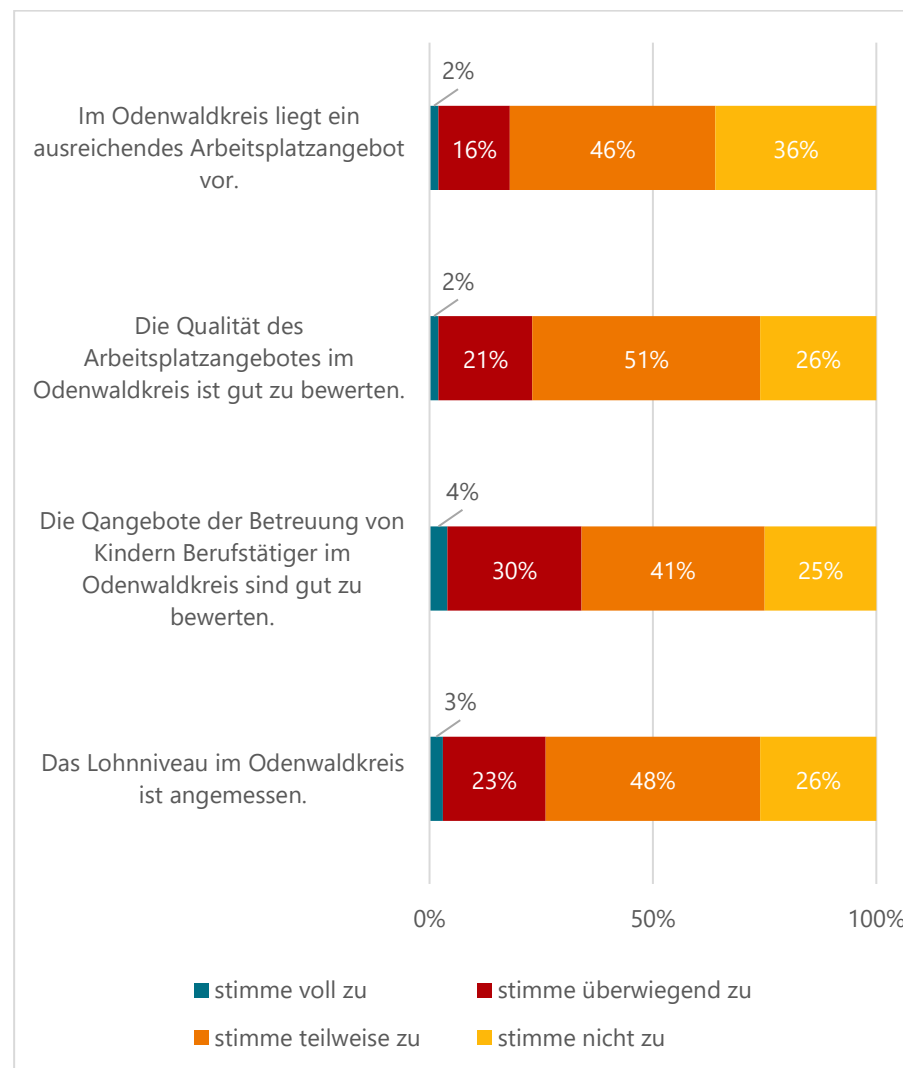
„Im Odenwaldkreis liegt ein ausreichendes Arbeitsplatzangebot vor“:

Über 1/3 der Befragten, nämlich 36%, stimmen dieser These „nicht zu“. Demgegenüber stimmen (nur) 18% dieser These „überwiegend zu“ bzw. „voll zu“.

„Die Qualität des Arbeitsplatzangebotes im Odenwaldkreis ist gut zu bewerten“:

Die überwiegenden Antwortmuster entfallen bezüglich dieser These auf das Kriterium „stimme teilweise zu“, nämlich 51%. 26% „stimmen nicht zu“; 23% stimmen entweder „überwiegend zu“ bzw. „voll zu“.

Abbildung 36: Welche der folgenden Aussagen hinsichtlich des Arbeitsplatzangebotes stimmen Sie zu?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

„Die Angebote der Betreuung von Kindern Berufstätiger im Odenwaldkreis sind gut zu bewerten“:

Über 1/3 der Befragten, nämlich 34%, stimmen dieser Formulierung „überwiegend zu“ bzw. „voll zu“. Rund 1/4 der Befragten, nämlich 25% stimmen dieser Aussage „nicht zu“.

„Das Lohnniveau im Odenwaldkreis ist angemessen“:

Rund 1/4 der Befragten stimmen dieser Formulierung entweder „nicht zu“ bzw. „überwiegend zu“ bzw. „voll zu“.

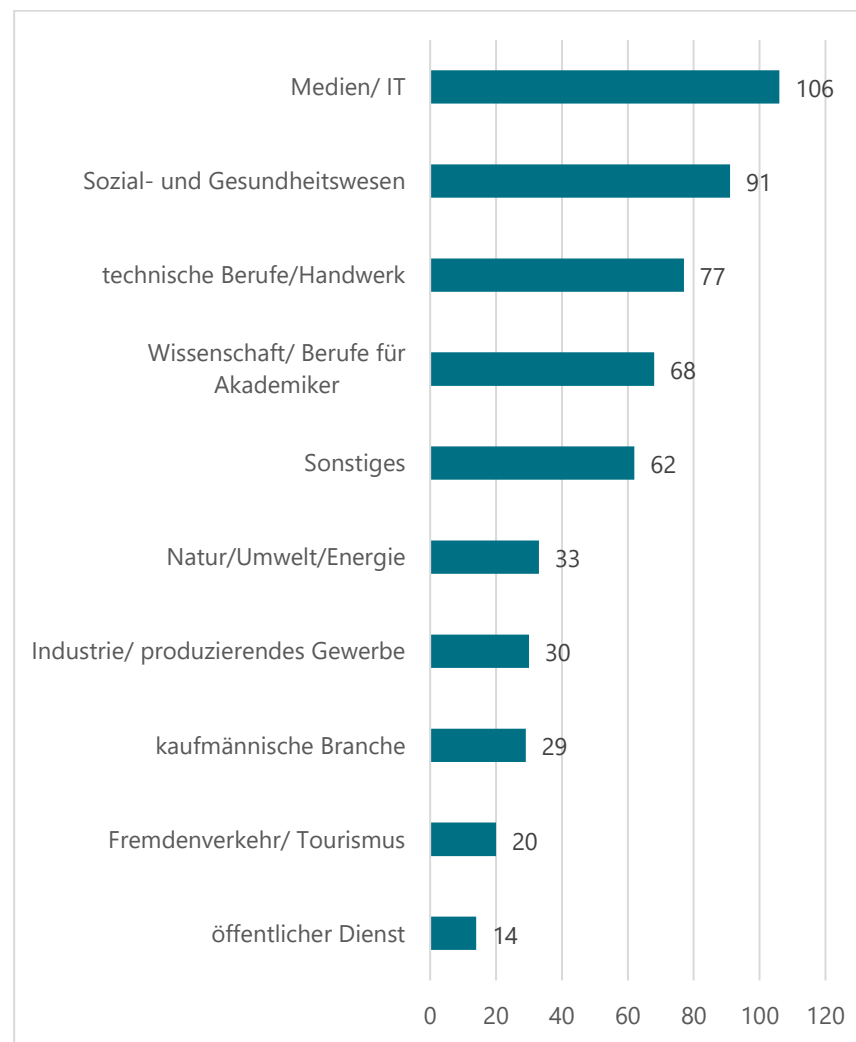
In der Gesamtbetrachtung zeigt sich, dass das Arbeitsplatzangebot im Odenwaldkreis grundsätzlich als entwicklungsfähiges Handlungsfeld eingestuft wird.

Frage 11: „Ich wünsche mir ein zusätzliches Arbeits-/ Ausbildungsplatzangebot in folgender Branche:“

Im Rahmen der offen gestellten Frage 11 hatten die teilnehmenden Bürgerinnen und Bürger die Möglichkeit, Ausbildungs-, Branchen- bzw. qualifikationsorientierte Aussagen für den Odenwaldkreis in Richtung einer Weiterentwicklung des Arbeitsplatz- und Ausbildungsplatzangebotes zu formulieren. Insgesamt haben die teilnehmenden Bürgerinnen und Bürger 530 Nennungen zu diesem Punkt formuliert (vgl. Abbildung 37).

Die meistgenannte Anzahl der Nennungen, nämlich 106, entfallen auf den Bereich IT-Wirtschaft/Digital-Wirtschaft. An zweiter Stelle sind die Berufsfelder Gesundheit/Pflege, Sozialwesen und Erziehung/Bildung aufgeführt worden (N=91). An dritter Stelle wurden die Nennungen zu den Wirtschaftsbereichen Handwerk und technische Berufe zusammengefasst. Die Anzahl summiert sich auf 77 Nennungen. Als weitere Anregung, 68

Abbildung 37: Ich wünsche mir ein zusätzliches Arbeits-/ Ausbildungsplatzangebot in folgender Branche, N=530



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Nennungen, ist die Förderung der Wissenschaft, darunter auch der Auf-/Ausbau von Studienangeboten im Odenwaldkreis, genannt worden.

Frage 12: „Nutzen Sie (zumindest teilweise) die Möglichkeit von Zuhause aus/im Homeoffice zu arbeiten?“

Immerhin knapp 1/3 der befragten Bürgerinnen und Bürger, nämlich 36%, nutzen die Möglichkeit, von zu Hause aus zu arbeiten (vgl. Abbildung 38).

Frage 13: „Planen Sie zukünftig (bzw. verstärkt) von Zuhause aus/im Homeoffice zu arbeiten?“

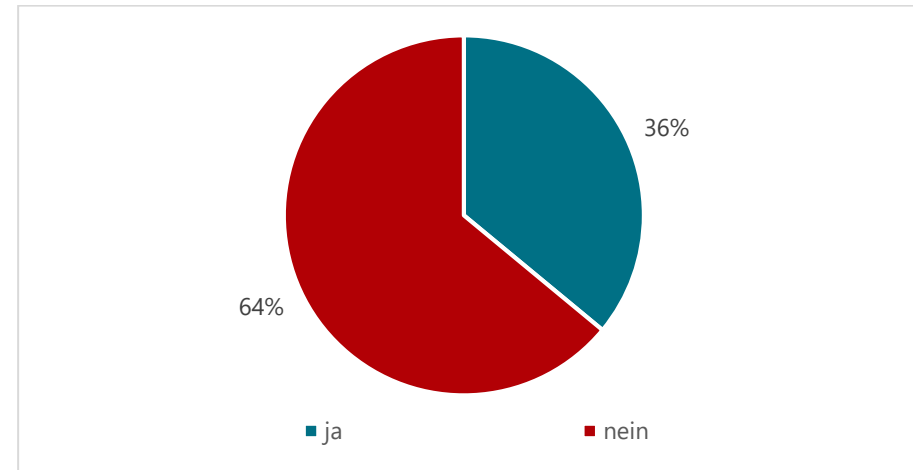
Die überwiegende Mehrzahl der Befragten, nämlich 62%, plant diesbezüglich keine Veränderung. Aber immerhin rund 38% der Bürgerinnen und Bürger aus dem Odenwaldkreis, die sich an der Befragung beteiligt haben, sehen hier einen beruflichen Ansatz (vgl. Abbildung 39).

Frage 14: „Was sollte der Odenwaldkreis unternehmen, um die Digitalisierung voranzutreiben?“

Bezüglich der vorgegebenen Antwortmuster – Mehrfachantworten waren möglich - ergibt sich folgendes Ergebnis (vgl. Abbildung 40):

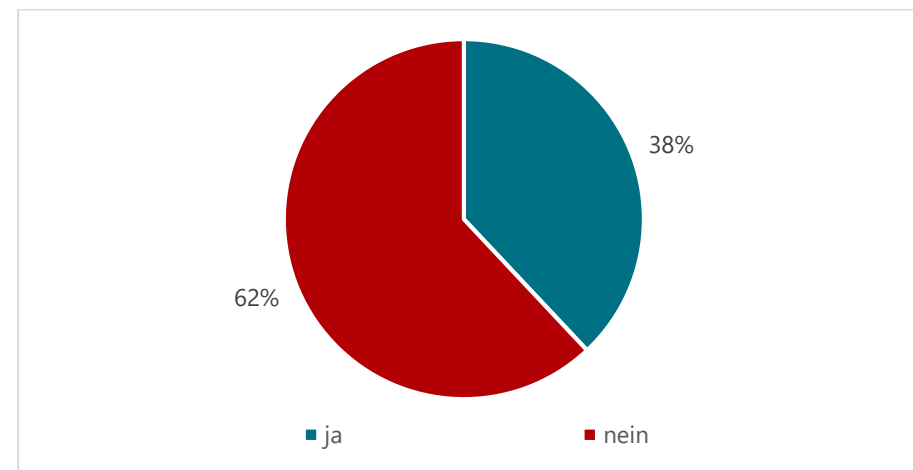
- Die ganz überwiegende Anzahl der Befragten, nämlich 1.075 Nennungen, gaben an, dass die digitale Infrastruktur gefördert werden solle.
- Knapp die Hälfte der Befragten, nämlich 757 Nennungen, zielten bei ihren Antworten auf eine Förderung von Telearbeit/Homeoffice-Möglichkeiten ab.
- Das Thema von gemeinschaftlichen (digitalen) Arbeitsplätzen nimmt demgegenüber aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger eine

Abbildung 38: Nutzen Sie (zumindest teilweise) die Möglichkeit von Zuhause aus/ im Homeoffice zu arbeiten?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

Abbildung 39: Planen Sie künftig (bzw. verstärkt) von Zuhause aus/im Homeoffice zu arbeiten?



Quelle: Bürgerbefragung Odenwaldkreis 2019

(noch) nachgeordnete Bedeutung ein. Auf diesen Aspekt entfielen 351 Nennungen.

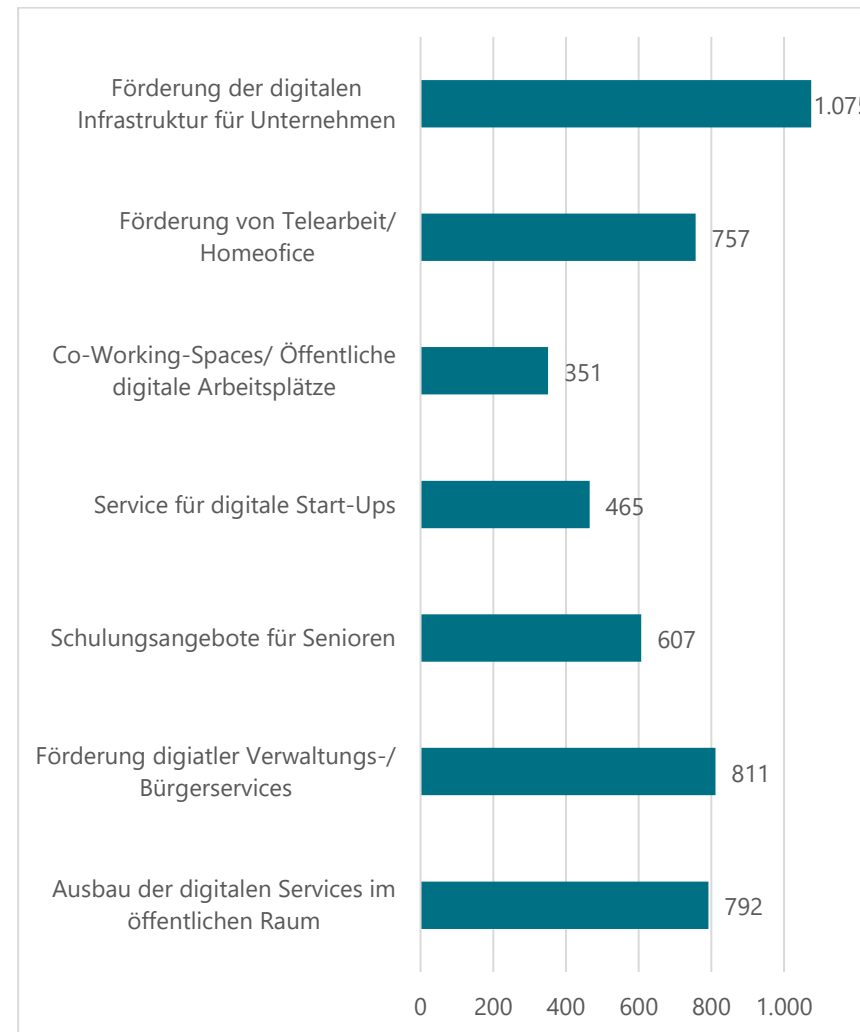
- Erstaunlicherweise gaben fast 1/3 der Befragten, nämlich 465 Nennungen, an, dass die Rahmenbedingungen für (digitale) Start-Ups im Odenwaldkreis gefördert werden können.
- Mit 607 Nennungen sprachen sich die Befragten für eine Stärkung der Schulungsangebote für Senioren aus.
- Die Förderung von digitalen Verwaltungs- und Bürgerservices war für über die Hälfte der Befragten, nämlich 811 Nennungen, ein Anliegen. Analog bezogen sich auch 792 Antworten auf den Ausbau der digitalen Services im öffentlichen Raum.

Frage 15: „Welche Verkehrsmittel nutzen Sie überwiegend für folgende Tätigkeiten?“

Der eigene Pkw ist mit deutlichem Abstand das meistgenutzte Verkehrsmittel im Odenwaldkreis (vgl. Abbildung 41). Der prozentuale Ansatz an der Pkw-Nutzung (eigener Pkw) schwankt innerhalb der unterschiedlichen Anlässe von 89% (Einkaufen) und 47% (Erholung). Auffallend ist, dass auch bei den Arztbesuchen mit einer Nutzungsintensität von 84% der eigene Pkw sehr dominant ist. Beim Anlass Schule/Bildung liegt der Anteil bei rund 53%.

Neben dem Pkw haben als genutztes Verkehrsmittel Bus, Fahrräder oder zu Fuß gehen die zweitgrößte Bedeutung. Das „zu Fuß gehen“ findet insbesondere bei den Anlässen Erholung (32%), Sport (21%) und Gastronomie/Ausgehen (19%) Verwendung. Der Bus hat erwartungsgemäß insbesondere im Bereich Schule/Bildung mit 24% eine größere Bedeutung. Das Fahrrad bzw. E-Bike kommt insbesondere beim Anlass Erholung mit 15%, Sport mit 16% sowie Vereinstätigkeiten/Ehrenamt mit 7% zum Einsatz.

Abbildung 40: Was sollte der Odenwaldkreis unternehmen, um die Digitalisierung voranzutreiben? (Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Odenwaldkreis-Bürgerbefragung 2019

Eine geringe Ausprägung als Mobilitätsmöglichkeit wurde von den befragten Bürgerinnen und Bürgern die Thematik „Mitnehmen im Pkw/Fahrgemeinschaft“ genannt. Die diesbezüglichen Antwortmuster schwankten bei den einzelnen Anlässen zwischen 0% und 1%; wobei die 1% sich auf die beiden Anlässe „Gastronomie und Ausgehen“ sowie „Kultur“ beziehen.

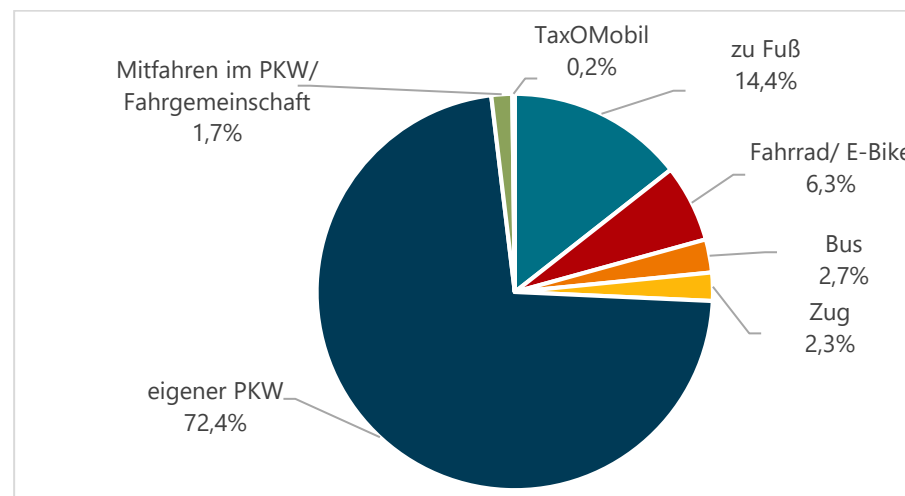
Der Zug als Verkehrsmittel hat erwartungsgemäß insbesondere bei den Anlässen „Schule und Bildung“ (10%) sowie „Arbeiten/Ausbildung“ (8%) eine gewisse Bedeutung. Wenig ausgeprägt ist aus Sicht der Befragten die Nutzung des TaxOMobils. Einige Angaben entfielen diesbezüglich auf den Anlass „Gastronomie/Ausgehen“.

Die Verteilung der 4 Mobilitätsformen „eigener Pkw“, „zu Fuß gehen“, „Bus“ sowie „Fahrrad/E-Bike“ werden nachfolgend den Anlässen zugeordnet (vgl. Abbildung 42 bis Abbildung 45).

Wie nicht anders zu erwarten, stellt der **Pkw** im ländlich geprägten Odenwaldkreis mit seinen zahlreichen Kommunen und Ortsteilen das wichtigste Verkehrsmittel dar. In der Detailbetrachtung zeigt sich jedoch, dass es bezüglich der Nutzung unterschiedlicher Mobilitätsmöglichkeiten Differenzierungen zwischen den einzelnen Tätigkeiten gibt. Wir erlauben uns, die wesentlichen Aspekte diesbezüglich zusammenzufassen:

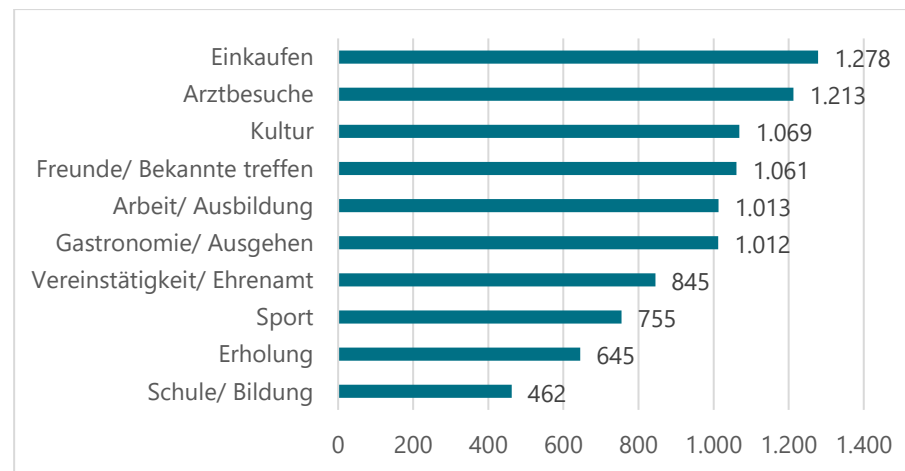
- Der **Pkw** stellt insbesondere für die Themenbereiche „Einkaufen“ und „Arztbesuche“ eine zentrale Rolle dar. Dieser Aspekt lässt sich darauf zurückführen, dass in Teilen des Odenwaldkreises die Versorgungsmöglichkeiten bzw. die ärztliche Versorgung nur (noch) eingeschränkt vorhanden ist. Dies bedeutet, dass Einkaufsmöglichkeiten und Arztbesuche in anderen Orten nachgefragt werden müssen (vgl. Abbildung 42).
- Das „**zu Fuß gehen**“ nimmt im Themenbereich „Erholung“ eine große Rolle ein. Eine Reihe der Befragten gab diesbezüglich an, für Erholung (z. B. Spaziergänge) grundsätzlich „zu Fuß zu gehen“ (vgl. Abbildung 43).

Abbildung 41: Welche Verkehrsmittel nutzen Sie überwiegend?



Quelle: Odenwaldkreis-Bürgerbefragung 2019

Abbildung 42: Häufigkeit Nutzung des Pkws für verschiedene Tätigkeiten, (N=9.353, Mehrfachnennungen möglich)

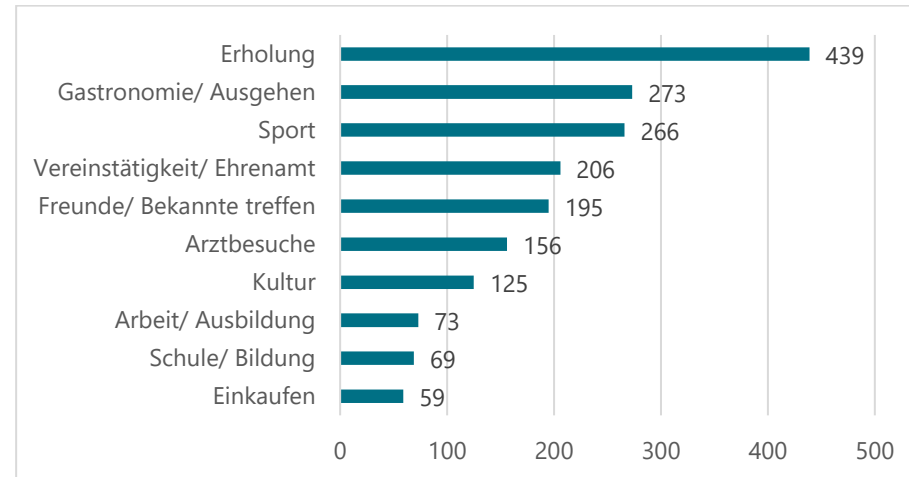


Quelle: Odenwaldkreis-Bürgerbefragung 2019

- Interessant ist, wonach das **Fahrrad** bzw. **E-Bike** bei den Themenfeldern „Erholung“ und „Sport“ eine recht große Bedeutung hat. Sportmöglichkeiten befinden sich in der Regel (noch) in den jeweiligen Wohnstandorten; die angesprochenen Erholungsmöglichkeiten lassen sich auch auf das Themenfeld „Natur erleben“ zurückführen (vgl. Abbildung 44).
- Der **Bus** (ÖPNV) hat im Bereich „Schule und Bildung“ erwartungsgemäß die größte Bedeutung. Ansonsten hat der Bus aus Sicht der Befragten insgesamt nur eine nachgeordnete Bedeutung (vgl. Abbildung 45).

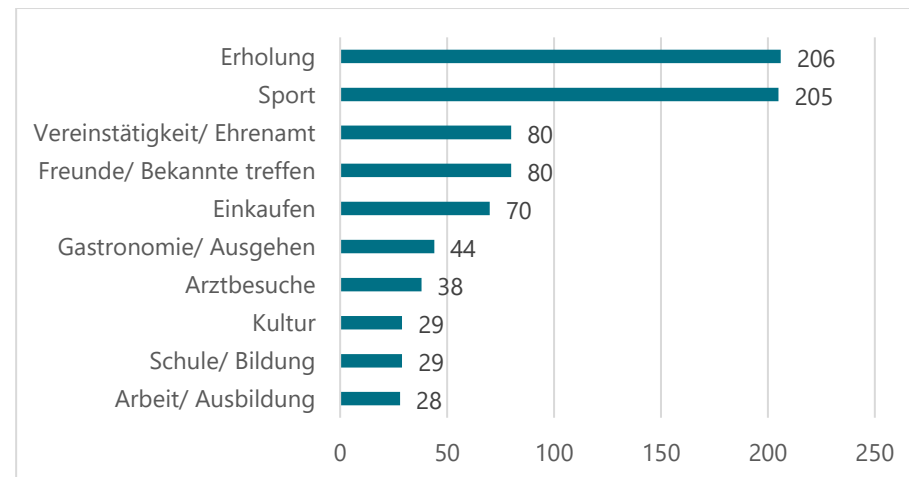
Die flächenmäßige Erschließung des gesamten Odenwaldkreises mit dem ÖPNV wird im Rahmen dieser Befragung deutlich. Nachdem der ÖPNV, gerade in Bezug auf die Fahrten zu anderen Kommunen, nur eine sehr untergeordnete Bedeutung hat, ergibt sich für viele die Notwendigkeit, für zahlreiche Tätigkeiten den Pkw zu nutzen.

Abbildung 43: Häufigkeit zu Fuß gehen für verschiedene Tätigkeiten (N=1.861, Mehrfachnennungen möglich)



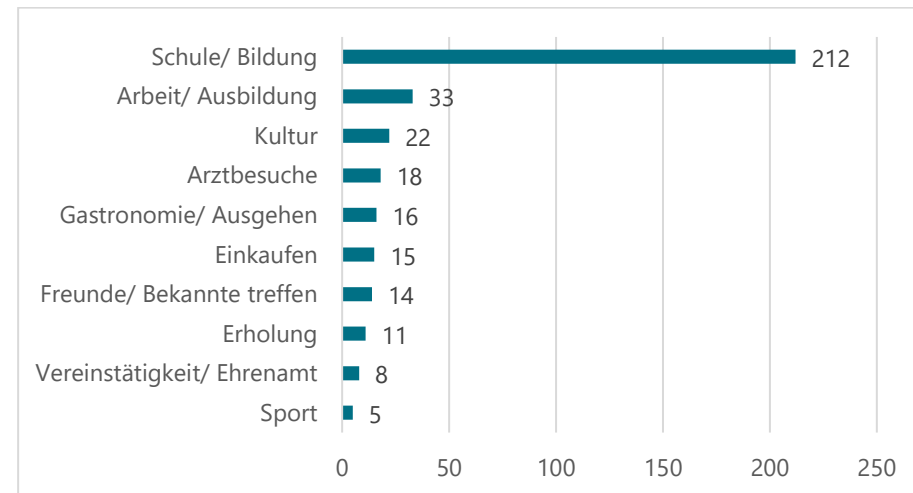
Quelle: Odenwaldkreis-Bürgerbefragung 2019

Abbildung 44: Häufigkeit Nutzung Fahrrad/ E-Bike für verschiedene Tätigkeiten (N=809, Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Odenwaldkreis-Bürgerbefragung 2019

Abbildung 45: Häufigkeit Nutzung Bus für verschiedene Tätigkeiten (N=354, Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Odenwaldkreis-Bürgerbefragung 2019

Frage 16: „Wie wichtig ist Ihnen ein aktives Engagement des Odenwaldkreises im Umwelt-/Klimaschutz?“

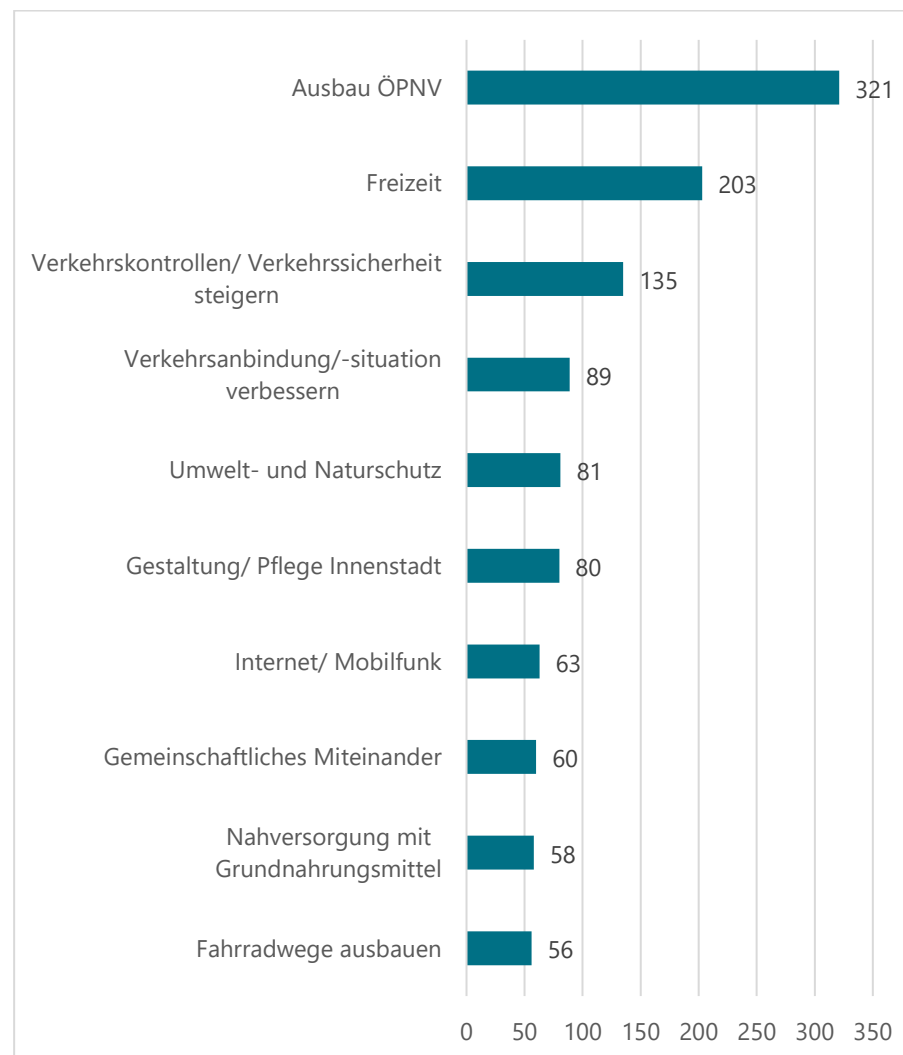
Analog zu den bislang dargestellten Antwortmustern der befragten Bürgerinnen und Bürger sind auch die Antwortmuster auf diese spezifische Frage einzuordnen. Für 81% der befragten Bürgerinnen und Bürger ist dieser Aspekt, nämlich ein aktives Engagement des Odenwaldkreises im Umwelt-/Klimaschutz, ein „wichtiges“ bzw. „sehr wichtiges“ Themenfeld.

Frage 17: „Haben Sie Maßnahmenvorschläge zur Verbesserung der Lebensqualität in Ihrer Wohngemeinde?“

Frage 17 zielt abschließend darauf ab, den jeweiligen Wohnstandorten, d.h. den Kommunen im Odenwaldkreis, der Befragten mögliche Handlungsfelder zuzuordnen. Als methodischer Ansatz wurde eine offene Fragestellung gewählt. Insgesamt formulierten rund 60% der Befragten Nennungen bzw. Ausführungen. Wir erlauben uns, die meistgenannten Aspekte wie folgt zusammenzufassen (vgl. Abbildung 46):

- Der Ausbau des **öffentlichen Personennahverkehrs** wurde als wichtigster Ansatz genannt. Über 320 Nennungen entfielen auf diesen Aspekt (u.a. Odenwaldbahn, regelmäßige Busverbindungen/Taktfrequenz, Schnellbuslinien, Anschlussqualitäten).
- Weitere **Verkehrsthemen** umfassen die generelle verkehrliche Anbindung des Odenwaldkreises sowie Verkehrssicherheit mit zusammen rund 220 Anregungen (u.a. verstärkte Verkehrskontrollen (u.a. Einschränkung Motorrad und LKW-Verkehr, Reduzierung von Geschwindigkeiten sowie die kommunalen Themen Querungsmöglichkeiten und Parken). Zusätzlich bezogen sich 56 Vorschläge auf die Weiterentwicklung des **Radfahr- bzw. Radwegeangebotes**.

Abbildung 46: Haben Sie Maßnahmenvorschläge zur Verbesserung der Lebensqualität in Ihrer Wohngemeinde? (10 meistgenannte Antworten, insgesamt N= 1.666, Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Odenwaldkreis-Bürgerbefragung 2019

- Auf das Handlungsfeld **Freizeitangebot** entfielen mit über 200 Nennungen die drittgrößte Zahl an Vorschlägen. Hier wurden auch Begegnungsstätten/-räume für Bürgerinnen und Bürger als Ansatzpunkt formuliert. Weitere Einzelaspekte bildeten das kulturelle bzw. Kinoangebot sowie die Aspekte „Jugendzentrum“ und „Spielplatzangebot“.
- Dem Handlungsfeld **Umwelt und Naturschutz** waren rund 80 Vorschläge zuzuordnen (u.a. Vermeidung von „wilden“ Müllablagerungen, Wahrung der Naturraumqualitäten, Biotopentwicklung und Landschaftspflege).
- Im Bereich **Nahversorgung/Einzelhandelsangebot** wurden u.a. die Prüfung/Realisierung/Unterstützung von Dorfläden als Ansatzpunkt aufgeführt.

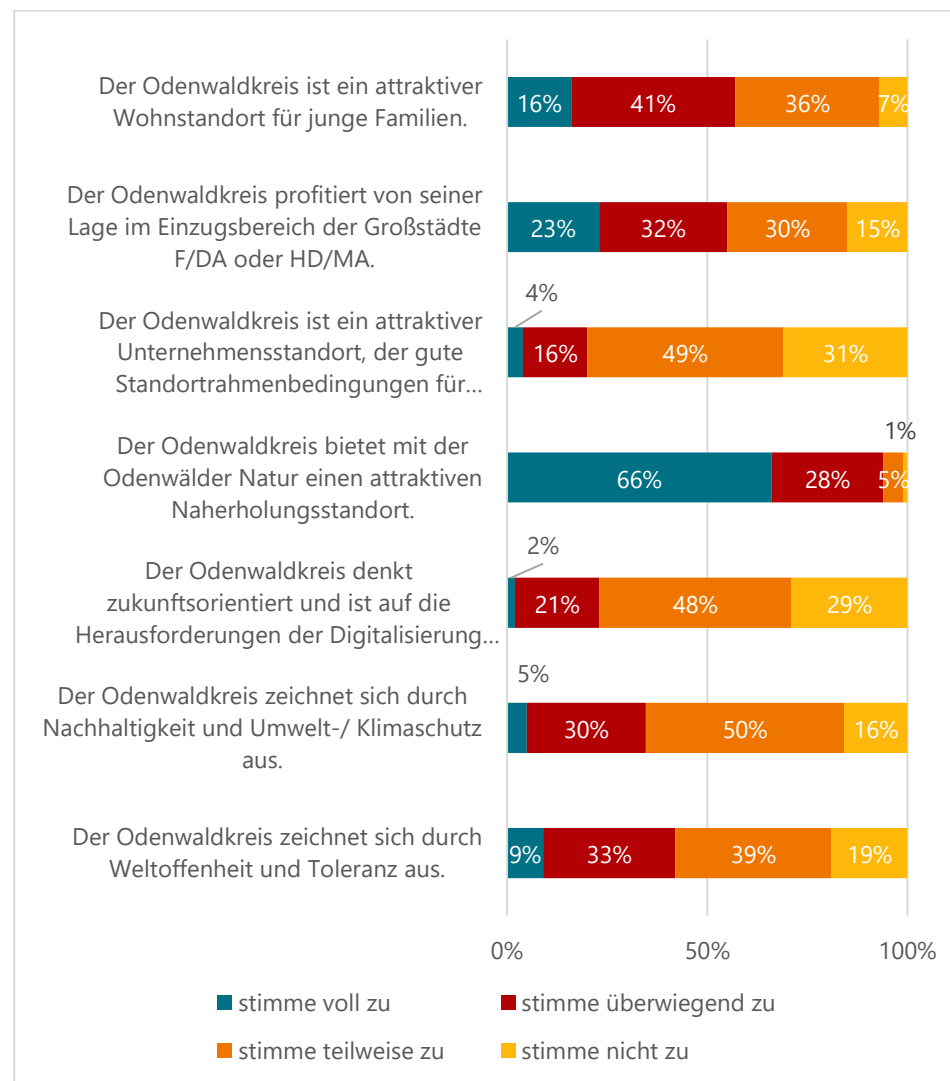
Auffallend ist, dass der Themenbereich „Wirtschaft und Arbeitsplätze“ in dieser offen gestellten Frage nur eine nachgeordnete Bedeutung hat.

Frage 18: „Welcher der folgenden abschließenden Thesen zum Odenwaldkreis stimmen Sie zu?“

In der abschließenden Frage zum fachlichen Teil der Befragung wurden die teilnehmenden Bürgerinnen und Bürger gebeten, vorgegebene Thesen anhand von 4 Kriterien, nämlich „stimme nicht zu“, „stimme teilweise zu“, „stimme überwiegend zu“ sowie „stimme voll zu“ zu bewerten. Mit dieser Fragestellung wurde bewusst eine thematische Annäherung an das Selbst- bzw. Eigenimage im Odenwaldkreis gewählt (vgl. Abbildung 47).

Die auffallendsten Aspekte, die der nebenstehenden Grafik im Detail zu entnehmen sind, lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Abbildung 47: Welcher der folgenden abschließenden Thesen zum Odenwaldkreis stimmen Sie zu?



Quelle: Odenwaldkreis-Bürgerbefragung 2019

- Die meiste Zustimmung aus Sicht der befragten Bürgerinnen und Bürger findet die These „der Odenwaldkreis bietet mit der Natur einen attraktiven Naherholungsstandort“. Auf die naturbezogene These entfällt eine Zustimmung von rund 2/3 (stimme voll zu); fast ein weiteres Drittel stimmt der These „überwiegend zu“.
- Die deutlichste Ablehnung erfährt im Gesamtkontext die These „der Odenwaldkreis ist ein attraktiver Unternehmensstandort“. Knapp 1/3 der Befragten stimmt dieser These „nicht zu“, weitere rund 49% stimmen dieser These nur „teilweise zu“. Eine überwiegende Zustimmung bzw. volle Zustimmung ergibt sich nur bei 16% der Befragten.
- Ebenfalls eine starke Ablehnung erfährt die These „der Odenwald denkt zukunftsorientiert und ist auf die Herausforderungen der Digitalisierung vorbereitet“. Mehr als $\frac{3}{4}$ der Befragten stimmt der These „nicht zu“ oder nur „teilweise zu“. Lediglich 2% der Befragten stimmt der These „voll zu“.
- Recht unentschieden sind die Bewertungen zu den beiden vorgegebenen Thesen „der Odenwaldkreis ist ein attraktiver Wohnstandort für junge Familien“ sowie „der Odenwaldkreis zeichnet sich durch Weltoffenheit und Toleranz aus“. Auch die vorgegebene These „der Odenwaldkreis profitiert von der Lage im Einzugsgebiet der Großstädte Frankfurt/Darmstadt oder Heidelberg/Mannheim wird aus Sicht der Befragten differenziert bewertet. Rund 45% der Befragten „stimmen nicht zu“ bzw. „stimmen teilweise zu“; rund 55% der Befragten „stimmen überwiegend zu“ bzw. „stimmen voll zu“.

In der Gesamtbetrachtung erfahren die beiden Thesen, nämlich „attraktiver Unternehmensstandort“ bzw. „denkt zukunftsorientiert und ist auf die Herausforderungen der Digitalisierung vorbereitet“ aus Sicht der Befragten mit 20 % bzw. 23 % („stimme voll zu“ bzw. „stimme überwiegend zu“) die geringste Zustimmung. Als positive Merkmale werden der „attraktive Wohnstandort für junge Familien“ und die „Lage zu den umliegenden

Großstädten/Verdichtungsräumen“ von den Befragten bewertet. Die hohe Zustimmungsrate zur natur- und naherholungsorientierten These war demgegenüber – bezieht man die vorherigen Antwortmuster ein – erwartbar.

Baustein C: Synopse und Bewertung

Nachdem im Baustein B die Ergebnisse hinsichtlich der Einzelauswertung der Fragen überwiegend deskriptiv dargestellt wurden, geht es in Baustein C um eine fragenübergreifende Einordnung, die auch sozioökonomische bzw. räumliche Komponenten umfasst.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass mit der erzielten Beteiligungsquote der Online-Befragung zuzüglich der rückgesandten „Print-Fragebögen“ eine gute empirische Grundlage erreicht wurde, die auch im Kontext zu vergleichbaren Projekten (z. B. Kreisentwicklungskonzept Main-Taunus-Kreis³) als grundsätzlich positiv einzuordnen ist. Ferner hat sich gezeigt, dass die ergänzende Möglichkeit einer flankierenden „Print-Möglichkeit“ sich als guter Ansatz im Rahmen der grundsätzlich internetbasierten Online-Befragung herausgestellt hat.

1. „Der rote Faden“ – Themenschwerpunkte, Potenziale und Konflikte

In der Gesamtbetrachtung der Teilnehmenden zeigt sich, dass der Odenwaldkreis grundsätzlich als lebenswerte und attraktive Region wahrgenommen wird. Diese positive Gesamteinordnung von Seiten der Bürgerinnen und Bürger lässt sich insbesondere auf zwei Themenfelder zurückführen:

- **Natur und Landschaft** wird als herausragender Potenzialfaktor im Odenwaldkreis wahrgenommen und auch hinsichtlich der Qualitäten so (positiv) bewertet. Sowohl bei der qualitativen Einordnung, z. B. bei der Abfragung entsprechender Thesen und Beurteilung von Begrifflichkeiten als auch der Nennung von Stärken, werden die Aspekte Natur und Landschaft als zentrale Werte und Stärken

wahrgenommen und bewertet. Die positive Einordnung des Aspektes „Natur und Landschaft“ findet letztlich den Ausdruck in einer Notenbewertung von 1 (sehr gut). Demzufolge zielen auch eine Reihe von Anregungen im Rahmen der offenen Fragestellung darauf ab, diese Werte und Potenziale auch im Rahmen des Kreisentwicklungskonzeptes zu beachten.

- Einen weiteren besonderen Wert stellt das **soziale Miteinander** ab. Das Zusammengehörigkeitsgefühl, die Identifikation mit dem Raum sowie das gesellschaftliche Miteinander sind hoch ausgeprägt und werden von den Bürgerinnen und Bürgern auch als besonderer Wert eingeordnet. Insofern zielen auch eine Reihe von Anregungen im Rahmen der offenen Fragestellung darauf ab, Treffpunktfunktionen in den Kommunen weiter auszubauen.

Die Querschnittsauswertung der einzelnen Fragestellungen macht auf der anderen Seite deutlich, dass die gesamte Thematik „**Verkehr und Erreichbarkeit**“ ein Problemfeld im Odenwaldkreis darstellt. Denn grundsätzlich ist davon auszugehen, dies wird durch die Befragungsergebnisse verdeutlicht, dass eine Reihe von Bürgerinnen und Bürgern bei unterschiedlichen Tätigkeiten (z. B. Einkaufen, Arztbesuch, Arbeiten) auf die Überwindung von räumlichen Distanzen angewiesen sind. Großräumig betrachtet haben die Bürgerinnen und Bürger den Eindruck, dass man von den großen Infrastrukturen (z. B. Bahnanbindung, Autobahnanbindung) abseits liegt. Auf der regionalen Ebene ist davon auszugehen, dass das ÖPNV-Angebot (z. B. Busanbindung) von den Bürgerinnen und Bürgern nur wenig genutzt wird und vor diesem Hintergrund als ausbaufähiges Handlungsfeld

³ Rund 1.140 Rückmeldungen von Bürgerinnen und Bürgern wurden im Rahmen der durchgeführten Online-Befragung zum Kreisentwicklungskonzept im Main-Taunus-Kreis ausgewertet (vgl. zwanzig30mtk.org)

angesehen wird. In verkehrlicher Hinsicht wird darüber hinaus auf die Verkehrsbelastung, insbesondere durch Motorräder und Lkw, hingewiesen.

In der Querschnittsauswertung der Fragen sind darüber hinaus zwei Aspekte auffällig. Dem Aspekt **Wohnen** wird grundsätzlich ein gutes Angebot attestiert. Nur wenige befragte Bürgerinnen und Bürger planen in den kommenden Jahren einen Umzug. Das Wohnangebot steht auch in einem engen Kontext mit dem gesellschaftlichen Miteinander, d. h. den vor-Ort vorhandenen Angebotsstrukturen (z. B. Gastronomie und Sport). Gerade bei der offenen Abfrage der Schwächen ist auffallend, dass der Komplex „Wohnen“ – vergleicht man dies mit der derzeit aktuellen bundesweiten Diskussion – kaum genannt wird. Das Angebot an **Arbeits- und Ausbildungsplätzen** wird bei der direkten Abfrage grundsätzlich als entwicklungsbedürftig eingestuft – in offenen Fragestellungen taucht diese Thematik als Handlungsfeld jedoch kaum auf.

2. Bewertung und Wichtigkeit von Angebotsbausteinen

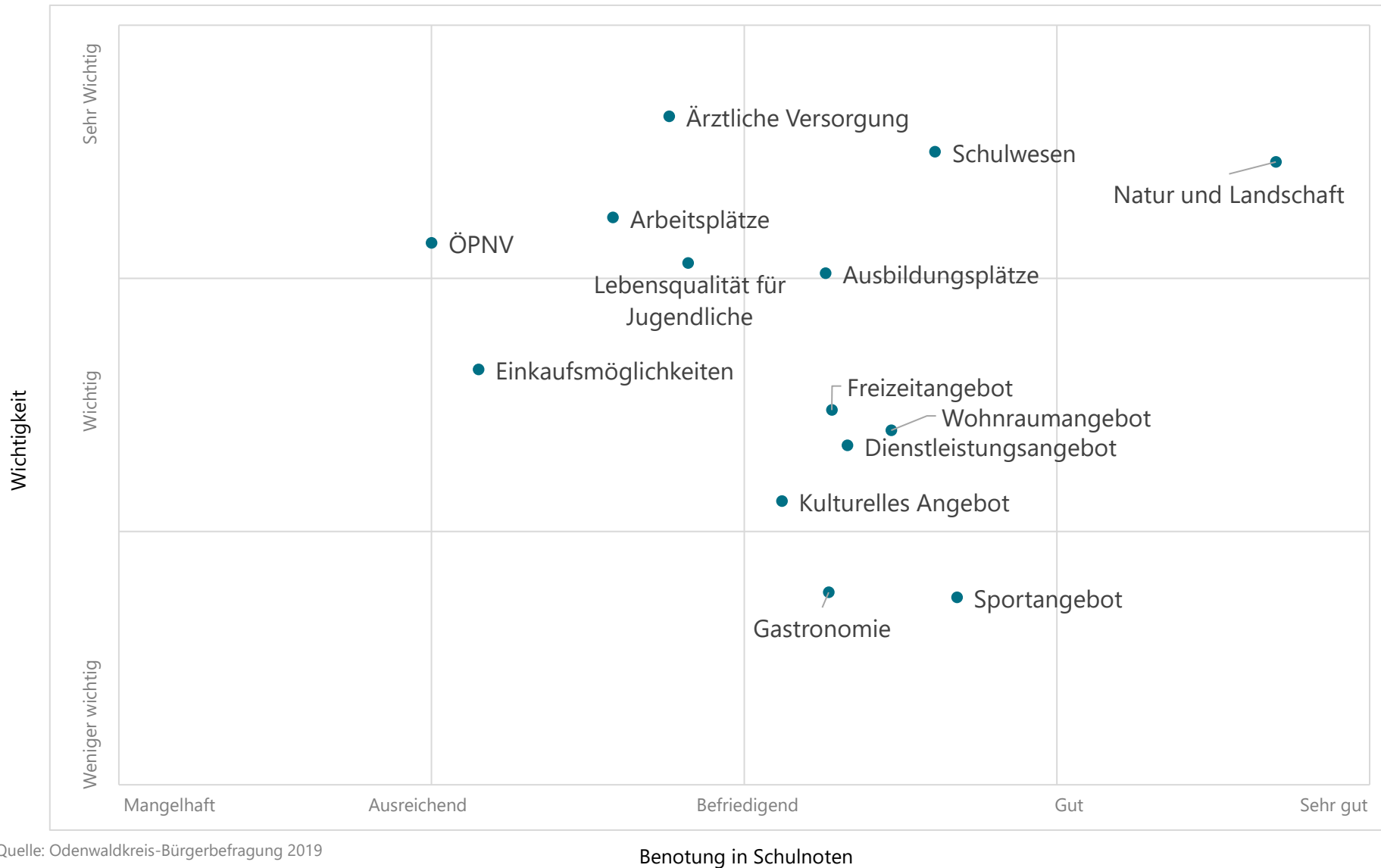
In der Befragung wurden 10 Angebotsbausteine sowohl hinsichtlich der aktuellen Bewertung als auch der Bedeutung bzw. Wichtigkeit aus Sicht der teilnehmenden Bürgerinnen und Bürger abgefragt. Aus dieser Gegenüberstellung lassen sich erste Hinweise auf prioritäre Handlungsfelder ableiten. Die zentralen Aussagen (vgl. Abbildung 48) lassen sich wie folgt im Gesamtkontext einordnen:

- Der Aspekt **Natur und Landschaft** erhält sowohl bei der aktuellen Ausprägung als auch der Bedeutung bzw. Wichtigkeit die höchste Einordnung. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass dieser Angebotsbaustein in einem zielgruppenorientierten Regionalmarketing als authentische Stärke bzw. Wert herausgestellt werden kann. Dieser Aspekt ist demnach auch eine zentrale Grundlage für die positive Bewertung der Lebensqualität bzw. Attraktivität des Odenwaldkreises (insofern verwundert es nicht, zieht man Aussagen aus

dem Verkehrsbereich hinzu, dass Lärmbelastungen durch Motorräder als störend eingeordnet werden). Neben den Möglichkeiten zur Standort- und Regionalprofilierung macht diese Einordnung aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger auch deutlich, dass hier ein sehr „behutsamer Weg“ zur Sicherung dieser Qualitäten anzuwenden ist. Hier sehen die teilnehmenden Bürgerinnen und Bürger noch „Spielraum nach oben“.

- Die Aspekte **Arbeits- und Ausbildungsplatzangebot** sowie **Einkaufsmöglichkeiten** und die **ÖPNV-Anbindung** werden auf der anderen Seite der Notenskala als wenig gut ausgeprägt dargestellt. Ordnet man hier eine Bedeutung bzw. Wichtigkeit aus Sicht der teilnehmenden Bürgerinnen und Bürger zu, wird doch deutlich, dass das Arbeits- und Ausbildungsplatzangebot – neben dem Thema ÖPNV – als bedeutsam eingestuft wird. Beim Thema Arbeiten wird von den Bürgerinnen und Bürgern auf die Möglichkeit von Homeoffice usw. hingewiesen (gleichzeitig verdeutlichen die Bürgerinnen und Bürger, dass die Kommunikations-/Netzinfrastuktur als deutlich entwicklungsbedürftig einzuordnen ist). Im Bereich der Einkaufsmöglichkeiten setzen die Bürgerinnen und Bürger auf dezentrale Angebotsstrukturen, z. B. die Sicherung und Förderung von lokalen Dorfläden.
- In Bezug auf das gesellschaftliche bzw. soziale Miteinander wird deutlich, dass **Sportangebot** und **Gastronomie** aktuell gut ausgeprägte Angebotsstrukturen darstellen. Differenziert man diese Aussagen näher hinsichtlich der Altersgruppen, so bewerten die befragten Bürgerinnen und Bürger jedoch die Umfeldqualitäten in diesem Segment (inklusive kulturellem Angebot) für die jugendlichen Mitbürger als schwierig. In diesem Feld gibt es demnach Handlungsbedarfe, will man die jugendlichen, engagierten Bürgerinnen und Bürger an die Region binden.

Abbildung 48: Bewertung und Wichtigkeit ausgewählter Standortaspekte



Quelle: Odenwaldkreis-Bürgerbefragung 2019

3. Räumliche Differenzierung der Ergebnisse

Im Rahmen einer offenen Fragestellung sind die Bürgerinnen und Bürger gebeten worden, Handlungsempfehlungen bzw. Verbesserungsvorschläge (Ideen) zu ihren jeweiligen Wohnortgemeinden zu formulieren. Wir erlauben uns, die zentralen Aussagen wie folgt zusammenzufassen:

- Die Weiterentwicklung des **ÖPNV-Angebotes** rangiert in den meisten Kommunen an erster Stelle der Nennungen zu Verbesserungen. Nahezu ähnlich stark ausgeprägt wurden für die meisten Kommunen die Bereiche Freizeit und soziale Treffpunkte als Handlungsschwerpunkte ausgeführt. In den Kommunen Höchst und Erbach rangiert diese **soziale Komponente** noch vor dem ÖPNV-Ausbau (der jedoch auch als zweitwichtigster Aspekt in den beiden Kommunen genannt wird).
- Auffallend in Fränkisch-Crumbach sind die Hinweise der Bevölkerung hinsichtlich einer **Stärkung der Verkehrskontrollen**, um hierdurch zu mehr Sicherheit zu gelangen. Dieser Aspekt wurde auch in anderen Kommunen als wichtigster Ansatzpunkt genannt, insbesondere Höchst, Breuberg, Brenzbach, Bad König und Mossautal.
- Auf den Ausbau der **Kommunikationskapazitäten/-qualitäten** (Mobilfunk, Internet) wird insbesondere in Oberzent, Mossautal und Brombachtal hingewiesen.
- Eine Reihe von Nennungen entfielen auf der kommunalen Ebene darüber hinaus auf **Versorgungsaspekte**. Kinderbetreuung und ärztliche Versorgung wurden in Brombachtal genannt; die Nahversorgung als Themenfeld in Lützelbach und Oberzent.
- Explizit auf die sinnvolle Weiterentwicklung von **Fahrradwegen** wurde vermehrt in Lützelbach und Mossautal hingewiesen.

In der Gesamtbewertung erfolgt auch die Auswertung unter räumlichen Gesichtspunkten dem bereits skizzierten Handlungsschwerpunkt „ÖPNV-Anbindung“. Darüber hinaus wurde auch auf die jeweiligen kommunalen Rahmenbedingungen bezogenen Fragestellungen deutlich, dass Vor-Ort-Treffpunktfunktionen für die Bevölkerung einen sehr wichtigen Aspekt darstellen. Auch die Stärkung der digitalen Kommunikation wird von der Bevölkerung auf der kommunalen Ebene als Ansatz formuliert.

4. Differenzierung nach sozioökonomischen Kriterien

Legt man die angefragten sozioökonomischen Merkmale der Querschnittsauswertung zu Grunde, lassen sich folgende Aussagen treffen:

4.1 Haushaltsgröße

In Bezug auf die jeweilige Haushaltsgröße lassen sich folgende Differenzierungen erkennen:

- Die Thematik „*Arbeitsplätze*“ wird von den Haushalten mit 3-4 Mitgliedern schlechter eingestuft, als die Teilnehmenden in einem 2-Personen-Haushalt.
- Die „*Lebensqualität für Jugendliche*“ wird von den Teilnehmenden in 2-Personen-Haushalten besser eingestuft, als von den 3-4-Personen-Haushalten.
- Der These „*Der Odenwaldkreis denkt zukunftsorientiert und ist auf die Herausforderungen der Digitalisierung vorbereitet*“ stimmen Menschen in kleineren Haushalten deutlich stärker zu als in größeren Haushalten.
- Der Bus als Verkehrsmittel hat für die größeren Haushalte erwartungsgemäß beim Thema Schule/Bildung eine große Rolle.
- „*Dem Odenwaldkreis liegt ein ausreichendes Angebot an Wohnimmobilien vor*“ – dieser Aussage stimmen gerade Personen mit einer

Haushaltsgröße von 3-4 Personen zu. Die 1-Personen-Haushalte denken am ehesten über einen Wohnraumwechsel nach.

- Das Freizeitangebot beurteilen 1-Personen-Haushalte besser als die übrigen Haushaltsstrukturen.
- Die Einkaufsmöglichkeiten beurteilen kleinere Haushalte günstiger als die personenstärkeren Haushalte.

4.2 Wohndauer im Odenwaldkreis

Im Rahmen der Analyse wurden nachstehend die Gruppen der „bis 5 Jahre“ und „5 bis 10 Jahre“ im Odenwaldkreis lebend einer genaueren Betrachtung im Vergleich zur Gesamtgruppe unterzogen. Viele Aspekte werden recht deckungsgleich eingeschätzt (Unterschiede von bis zu +/- 5%). Aber es gibt auch abweichende Einordnungen:

- Das Arbeitsplatzangebot wird von den Gruppen der „bis 5 Jahre“ und „5 bis 10 Jahre“ im Odenwaldkreis lebenden Bürgerinnen und Bürger etwas günstiger eingeschätzt als von Bürgerinnen und Bürgern, die „über 10 Jahre“ bzw. „schon immer“ im Odenwaldkreis leben.
- Gleiches gilt für die Einschätzung der ärztlichen Versorgung, die aber immer noch kritisch bewertet wird.
- Personen, die nur „bis 5 Jahre“ bzw. „5 bis 10 Jahre“ im Odenwaldkreis leben, sehen das Thema Natur und Landschaft noch etwas wichtiger als die anderen Personengruppen an.
- Die derzeitige bzw. zukünftige Bedeutung von Home Office wird von den Personengruppen der „bis 5 Jahre“ bzw. „5 bis 10 Jahre“ im Odenwaldkreis lebenden Bürgerinnen und Bürger etwas wichtiger eingeordnet als von den Gruppen, die „über 10 Jahre“ bzw. „schon immer“ im Odenwaldkreis leben.
- Schulwesen und Arbeitsplätze werden von Personen, die weniger als 10 Jahre im Odenwaldkreis leben als wichtigere Aspekte eingestuft als von

den Personen, die „über 10 Jahre“ oder „schon immer“ im Odenwaldkreis leben.

- Die „Neubürger“ („bis 5 Jahre“ im Odenwaldkreis lebende Bürgerinnen und Bürger) attestieren ein gutes Wohnumfeld – wobei u.a. das Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen positiver als von den im Odenwaldkreis bereits länger lebenden Personengruppen („über 10 Jahre“ bzw. „schon immer“) beurteilt wird.

4.3 Altersgruppen

Im Rahmen der Analyse wurden nachstehend die Gruppe der „19-30-jährigen“ einer genaueren Betrachtung im Vergleich zur Gesamtgruppe unterzogen. Viele Aspekte werden recht deckungsgleich eingeschätzt (Unterschiede von bis zu +/- 5%). Aber es gibt auch einige abweichende Einordnungen:

- Die Zustimmung zur vorgegebenen These „gute Qualität des Arbeitsplatzangebotes“ fällt bei dieser jüngeren Personengruppe etwas geringer als im Durchschnitt aus.
- Demgegenüber wird die Kinderbetreuung der jüngeren Personengruppen günstiger als beim Durchschnitt bewertet.
- Diese jüngere Bevölkerungsgruppe bringt eine höhere Wohnraumwechselabsicht zum Ausdruck.
- Aspekte wie „Förderung der digitalen Infrastruktur“ oder „Förderung von Home Office“ finden bei dieser jüngeren Bevölkerungsgruppe stärkeren Zuspruch.

5. Zusammenfassung der Stärken und Werte sowie Schwächen und Defizite

Abbildung 49: Zusammenfassung Stärken und Werte

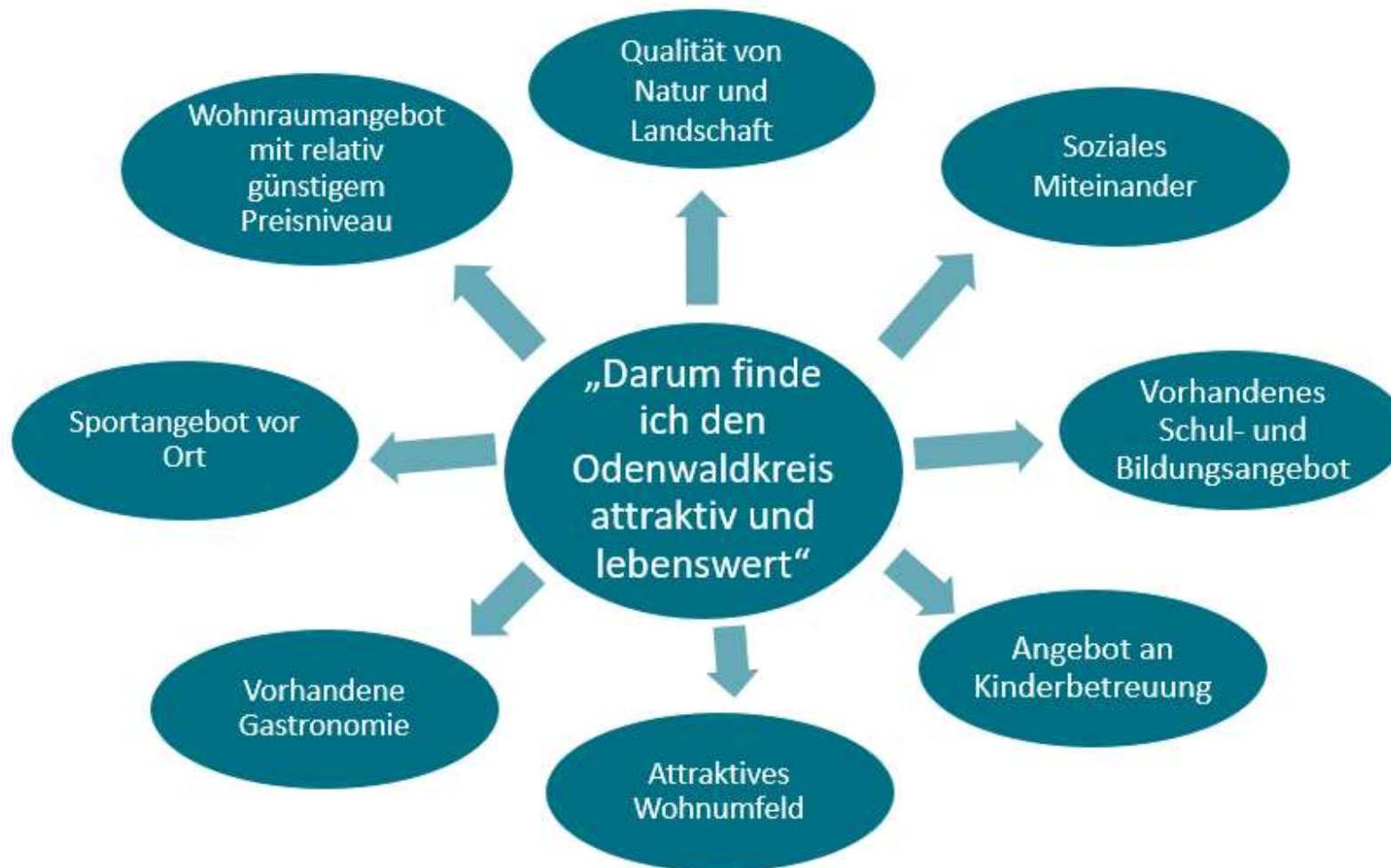
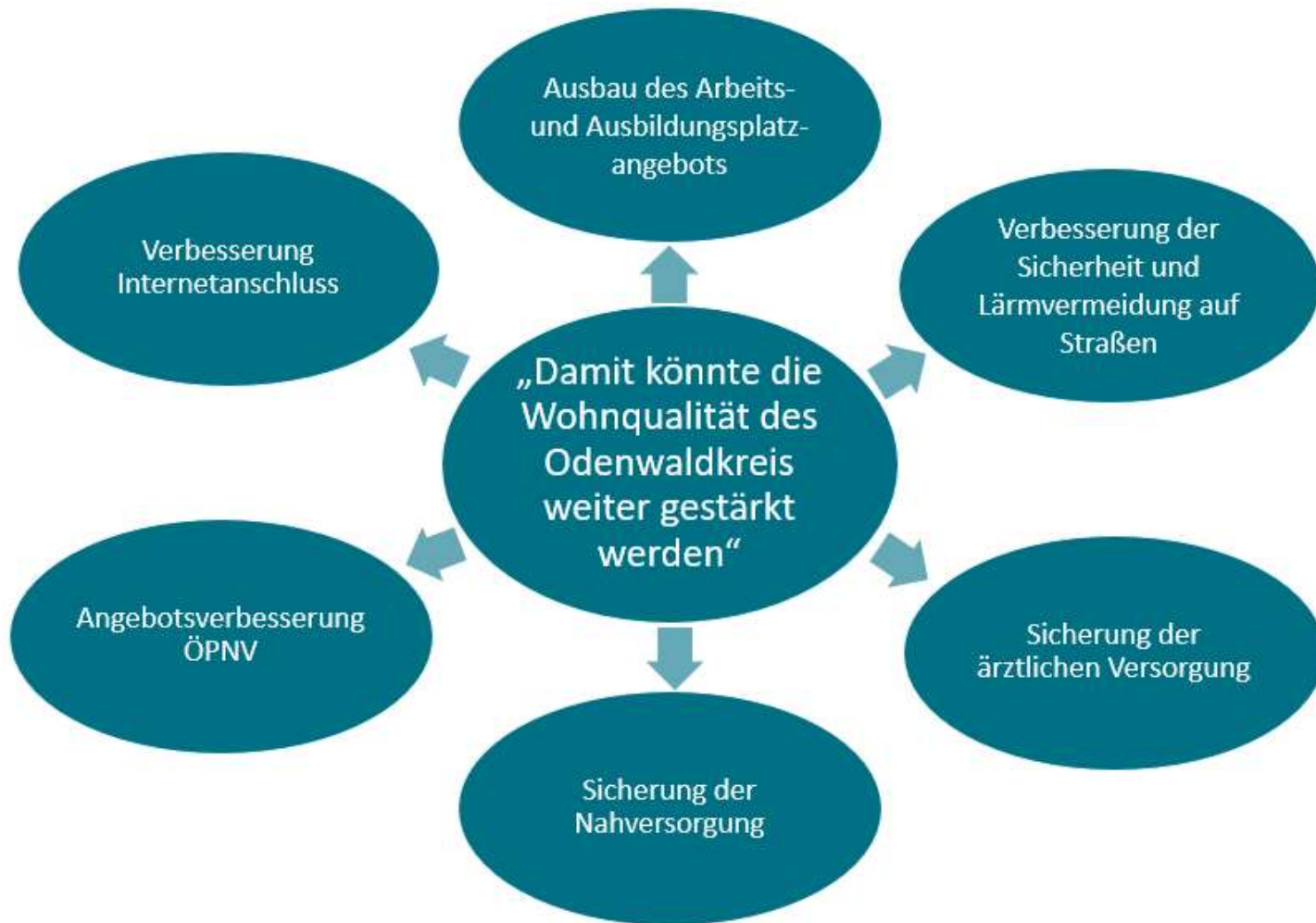


Abbildung 50: Zusammenfassung Schwächen und Defizite



Quelle: Odenwaldkreis-Bürgerbefragung 2019

Zusammenfassung und Fazit

Im Juli 2019 wurde die CIMA Beratung + Management GmbH, Büro Stuttgart, vom Odenwaldkreis mit der Durchführung einer Bürgerbefragung beauftragt. Den Ausgangspunkt hierfür bildet die aktuelle Fortschreibung des Kreisentwicklungskonzeptes. Die Bürgerbefragung wurde in Abstimmung mit dem Landratsamt als Auftraggeber als internetbasierte Online-Befragung durchgeführt – ergänzend bestand für alle interessierten Bürgerinnen und Bürger die Möglichkeit, eine Print-Version auszudrucken, auszufüllen und bei den entsprechenden Stellen (Rathäuser, Landratsamt) abzugeben. Als Befragungszeitraum wurde der ferienfreie September, d. h. ein kompletter Monat, gewählt. Insgesamt haben sich an der Befragung 1.561 Bürgerinnen und Bürger beteiligt, wovon sich 1.462 auf die Online-Version und 99 Antworten auf die Print-Version aufgliedern.

Zusammenfassung

Wir erlauben uns, die zentralen Ergebnisse der Bürgerbefragung wie folgt zusammenzufassen:

- Der Odenwaldkreis wird insgesamt als attraktiver und lebenswerter Wohnstandort eingestuft. Wesentliche Gründe für diese Einschätzung liegen in dem naturräumlichen und Landschaftspotenzial, dem sozialen Miteinander, den allgemein guten Bedingungen auf dem Wohnungsmarkt, dem gastronomischen und Sportangebot sowie im Bereich Bildung und Schule.
- Als am häufigsten genannter Kritikpunkt wurde der Gesamtkomplex „Verkehr“ angegeben. Hierbei ist eine Untergliederung in drei Teilaspekte vorzunehmen. Der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) wird hinsichtlich seiner Bedienungsqualität als ausbaufähig eingestuft. Der Bereich Sicherheit und Lärmbelästigung betrifft insbesondere die Freizeit-Motorräder sowie die Lkws. Ferner wird

grundsätzlich eine schlechte verkehrliche Anbindung an die umliegenden Ballungsräume attestiert.

- Auch wenn die Bürgerinnen und Bürger grundsätzlich (sehr) gerne im Odenwaldkreis leben, werden im Rahmen der durchgeführten Bürgerbefragung einige Handlungsfelder thematisiert. Aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger ist es wichtig, dass die ärztliche Versorgung gewährleistet und die Nahversorgung sichergestellt bzw. wohnortnah entwickelt werden soll.

Zielgruppenspezifisch werden insbesondere Defizite im Bereich der Treffpunkte bzw. des kulturellen Angebotes für Jugendliche formuliert (wenngleich der Anteil der unter 18-Jährigen im Rahmen der Befragung relativ niedrig war).

Als weiteres Handlungsfeld wird darauf hingewiesen, dass das Angebot an Arbeits- und Ausbildungsplätzen weiter zu entwickeln sei.

In der zusammenfassenden Gesamtbewertung wird deutlich, dass aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger als wesentliche Stärke des Odenwaldkreises der Bereich Natur und Landschaft (Note: sehr gut) formuliert wird. Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass dieser Aspekt aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger auch eine große Bedeutung bzw. Wichtigkeit für die Gesamtbewertung einnimmt. Als zentrale Schwäche des Odenwaldkreises wird insbesondere auf die Defizite im Bereich ÖPNV hingewiesen. Dies wird insbesondere bei der räumlichen Überwindung von Distanzen für unterschiedliche Tätigkeiten deutlich, z. B. Einkaufen oder Arztbesuch.

Vor dem Hintergrund der Bewertung und Nutzung des ÖPNV sowie der Ausgangssituation in punkto Siedlungsstruktur übernimmt folgerichtig der Pkw eindeutig die höchste Bedeutung bei der Verkehrsmittelwahl, unabhängig von den jeweiligen Tätigkeiten bzw. Motiven.

Fazit

Aufgrund der guten Mitmachquote und der Qualität der ausgewerteten Fragebögen ergibt sich durch die Ergebnisse der Bürgerbefragung eine gute Grundlage für die weitere Arbeit am Kreisentwicklungskonzept. Wesentliche Stärken und Schwächen wurden aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger in plausibler und nachvollziehbarer Weise formuliert.

Ergänzend zur weiteren Berücksichtigung der vorliegenden Ergebnisse im Rahmen der Fortschreibung des Kreisentwicklungskonzeptes lassen sich aus den Stärken auch authentische Profilierungsfelder für das Standort- und Regionalmarketing ableiten. Zu nennen sind Naturraum und Landschaft als besonderer Wert. Aber auch das Wohnraumangebot und das von den Bürgerinnen und Bürgern gut befundene Wohnumfeld sind als Pluspunkte der Region – auch im Vergleich zu anderen Wohnregionen – einzuordnen. Daneben spielt für die Bürgerinnen und Bürger auch das soziale Miteinander mit entsprechenden Treffpunkten (konsumfrei oder konsumorientiert) eine bedeutende Rolle.

Die Sicherung und ggf. Weiterentwicklung der formulierten Stärken und Werte bildet damit ein gutes Grundraster für die Fortschreibung des Kreisentwicklungskonzeptes. Die formulierten Schwächen bzw. Defizite, diese liegen insbesondere im Bereich Verkehr/ÖPNV, den spezifischen Angebotsstrukturen für die jüngeren Bevölkerungsgruppen, dem Arbeits- und Ausbildungsplatzangebot sowie im Bereich der ärztlichen Versorgung und der Nahversorgung, sind im Rahmen des weiteren Dialogprozesses zu vertiefen und im Rahmen von Impulsprojekten aufzugreifen. Hierbei gilt es auch, die Chancen und Möglichkeiten der Digitalisierung einzubeziehen, die zum Beispiel aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger im ökonomischen Bereich liegen (z. B. Standortvorteile für junge Start-Ups im IT-/Medienbereich, Homeoffice).