

# **Kapitel 7**

## **Vergleichende Analyse**

**Beitrag der Hochschule Emden / Leer**

# Inhalt

<b>7 Vergleichende Analyse</b>	<b>3</b>
<b>7.1 Bekanntheit (Elsner, Team Emden)</b> .....	<b>3</b>
7.1.1 Geografische Bekanntheit .....	3
7.1.2 Wichtigste Assoziationen.....	4
<b>7.2 Selbstbild – Fremdbild (Elsner, Team Emden)</b> .....	<b>5</b>
7.2.1 Vorgehen.....	5
7.2.2 Standortfaktoren im Bereich Wohnen .....	5
7.2.3 Standortfaktoren im Bereich Arbeiten .....	9
7.2.4 Standortfaktoren im Bereich Bildung.....	12
7.2.5 Standortfaktoren im Bereich Kultur, Freizeit und Erholung.....	14
7.2.6 Eigenbild und Fremdbild auf einen Blick .....	17
<b>7.3 Merkmale der Region (Elsner, Team Emden)</b> .....	<b>18</b>
7.3.1 Selbstbild - Fremdbild.....	18
7.4.1. Bild in der Öffentlichkeit.....	21
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>24</b>

## 7 Vergleichende Analyse

### 7.1 Bekanntheit (Elsner, Team Emden)

#### 7.1.1 Geografische Bekanntheit

Wer weiß, wo die Regionen liegen? In den Kapitel 3.2.2, 4.2.2, 5.2.2 und 6.2.2 wurden die Antworten zur allerersten Frage der Online-Befragung bereits für jede Region ausgewertet. Hier zeigen wir im Vergleich, wie die Ortskenntnisse bei Einheimischen und Auswärtigen jeweils verteilt waren. Ostfriesland und Emsland liegen vorn bei beiden Zielgruppen, die Wesermarsch zeigt auch ein recht ausgeglichenes Bild, etwa 10 Prozentpunkte niedriger, nochmal zehn Prozentpunkte darunter liegen die Sächsischen Regionen, wobei hier der Unterschied in den Antworten von innen und außen extrem groß ist.

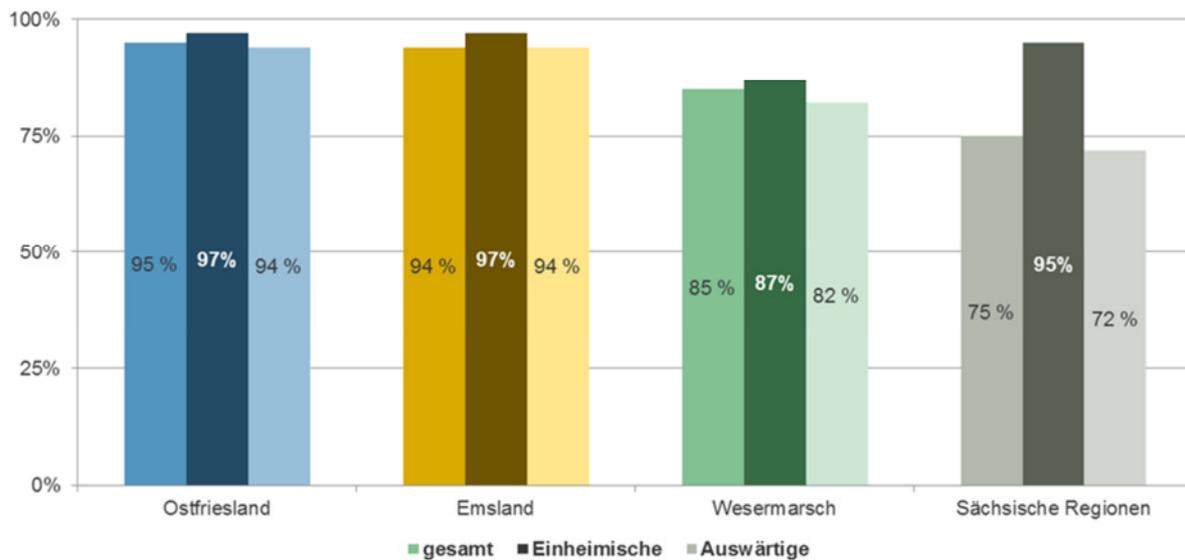


Abb. 7.1.1-1 Wer weiß, wo die Region liegt  
Anzahl richtiger Antworten im Vergleich der Regionen

## 7.1.2 Wichtigste Assoziationen

In den Abbildungen 3.2.3-2, 4.2.3-2, 5.2.3-2 und 6.2.3-2 werden die Häufigkeiten der spontanen Nennungen je Region und nach Themen dargestellt. In dieser Analyse wird kurz darauf eingegangen, welches die drei am häufigsten genannten Themen sind und worin hier die Gemeinsamkeiten bzw. Unterschiede der Vergleichsregionen liegen.

Region	Thema 1 und %	Thema 2 und %	Thema 3 und %
Ostfriesland	Landschaft 16 %	Inseln, Küste, Deich 11 %	Nordsee, Meer; Wattenmeer 10 %
Emsland	Landschaft 34 %	Identifikation 15 %	Wirtschaft und Infrastruktur 11 %
Wesermarsch	Landschaft 36 %	Kühe, Weiden und Wiesen 18 %	Inseln, Küste, Deiche 7 %
Sächsische Regionen	Landschaft 40 %	Städte und Orte 26 %	Erholung, Freizeit, Sport 16 %

Abb. 7.1.2-1 Starke Themen der Regionen

Wie in Abbildung 7.2-1 zu sehen ist, sind die Landschaften in allen Regionen am stärksten thematisiert worden, wobei hier die sächsischen Regionen mit 40 % der Nennungen für die Region die Landschaften für sich vereinnahmen können.

Bei den Regionen Ostfriesland, Wesermarsch und den sächsischen Regionen wird bei den drei häufigsten Nennungen das touristische Thema hervorgehoben, das zeigt die Stärke der Regionen. Einzig das Emsland hat einen wirtschaftlichen Aspekt in den TOP-3-Nennungen. Hier wird sehr deutlich klar, dass vor allem das Emsland auch nach außen das Bild einer wirtschaftsstarken Region vermittelt. Die am häufigsten genannten Bilder sind auch diejenigen, die in den Regionen am stärksten beworben werden. Dies zeigt, dass die Werbung auch in den Köpfen der Menschen hängen bleibt und gut ausgewählt wurde.

## 7.2 Selbstbild – Fremdbild (Elsner, Team Emden)

### 7.2.1 Vorgehen

Das folgende Kapitel geht nun nochmals explizit auf eine Innen- und Außensicht ein. Dabei werden das Fremd- und das Eigenbild anhand der Postleitzahlen der Befragten unterschieden. Wer innerhalb der Untersuchungsregion lebt, entwickelt sein eigenes Bild von der Region und fällt somit in die Kategorie Selbstbild. Im Fokus steht zunächst die Zufriedenheit mit Standortfaktoren aus den Bereichen Wohnen, Arbeiten, Bildung, und Kultur, Erholung und Freizeit.

### 7.2.2 Standortfaktoren im Bereich Wohnen

Zunächst wird die Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Wohnen, die sich aus der Division der Ausprägung und der Wichtigkeit ergibt, betrachtet.

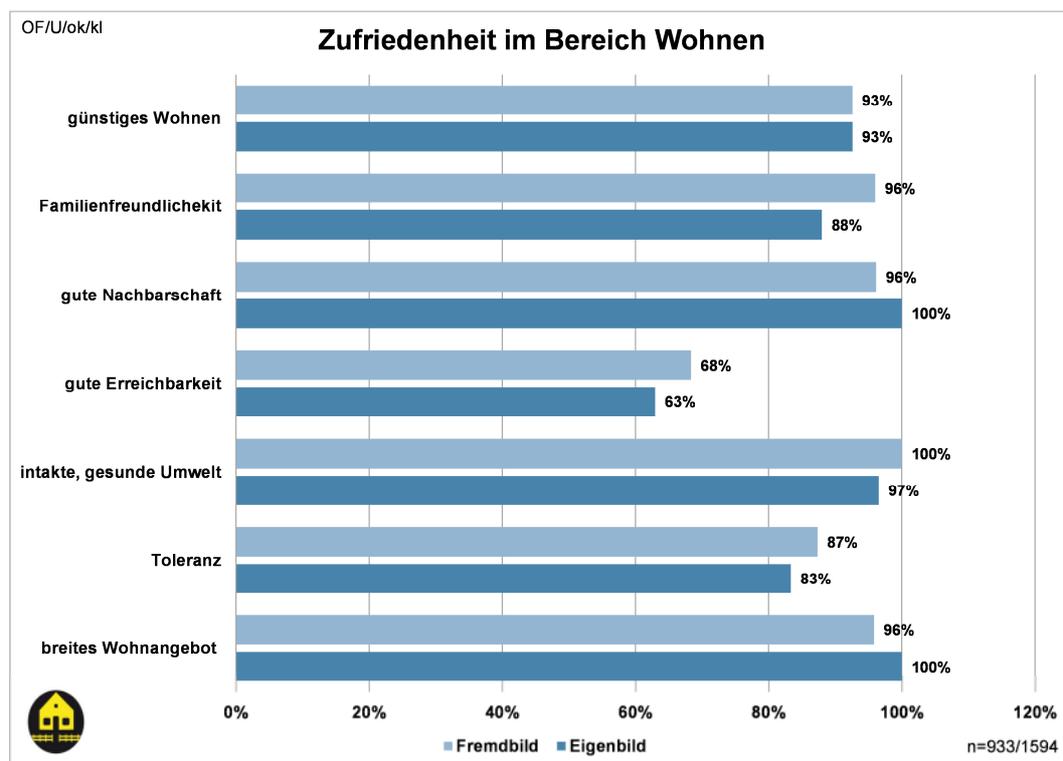


Abb. 7.2.2-1 Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Wohnen in Ostfriesland unterteilt nach Selbst- und Fremdbild

Ostfriesland bekommt aus Sicht der Einheimischen im Bereich gute Nachbarschaft und breites Wohnangebot eine bessere Bewertung als von Auswärtigen. Das Fremdbild weist jedoch in den Kategorien Toleranz, gesunde Umwelt, gute Erreichbarkeit sowie

Familienfreundlichkeit höhere Werte aus. Einig sind sich beide Gruppen im Punkt günstiges Wohnen.

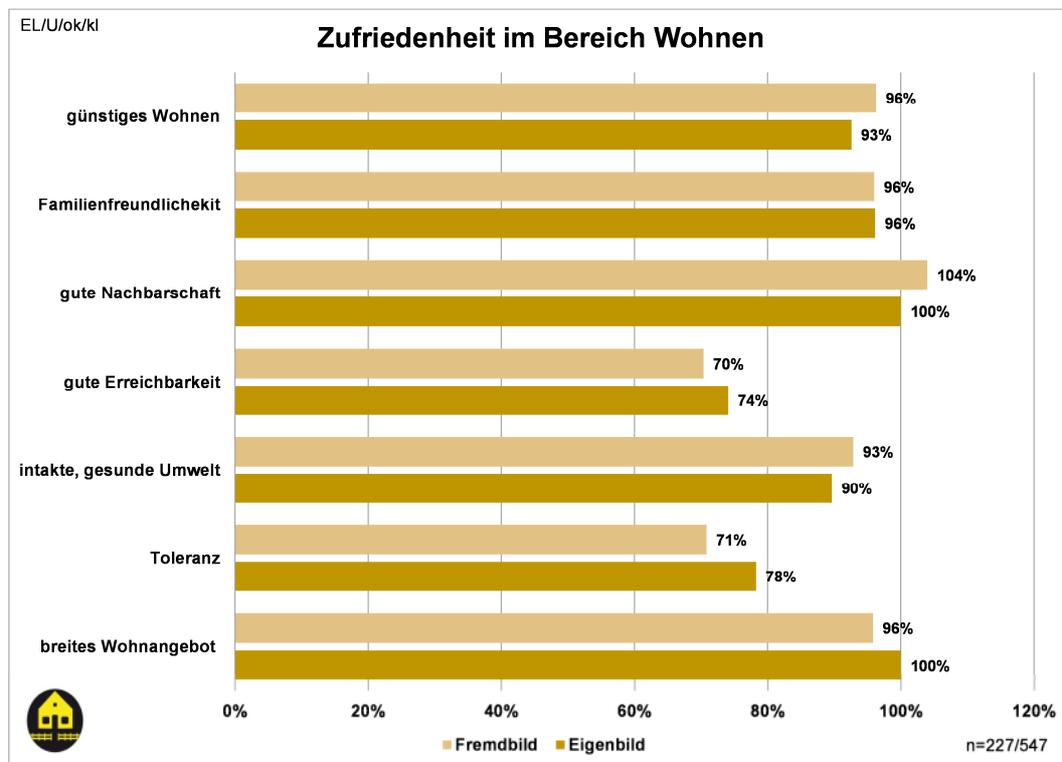


Abb. 7.2.2-2 Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Wohnen im Emsland unterteilt nach Selbst- und Fremdbild

Ein ähnliches Bild ergibt sich in der Untersuchungsregion Emsland.

Hier übersteigt die Fremdbewertung die eigene Einschätzung in den drei Bereichen günstiges Wohnen, gute Nachbarschaft sowie intakte Umwelt.

Die Bewohner der Region schätzen jedoch das Emsland als besser erreichbar und toleranter ein und bescheinigen ein breiteres Wohnangebot.

Die Familienfreundlichkeit des Emslands wird von innen und außen gleich stark wahrgenommen und mit einem Zufriedenheitsgrad von 96 Prozent als sehr hoch eingeschätzt.

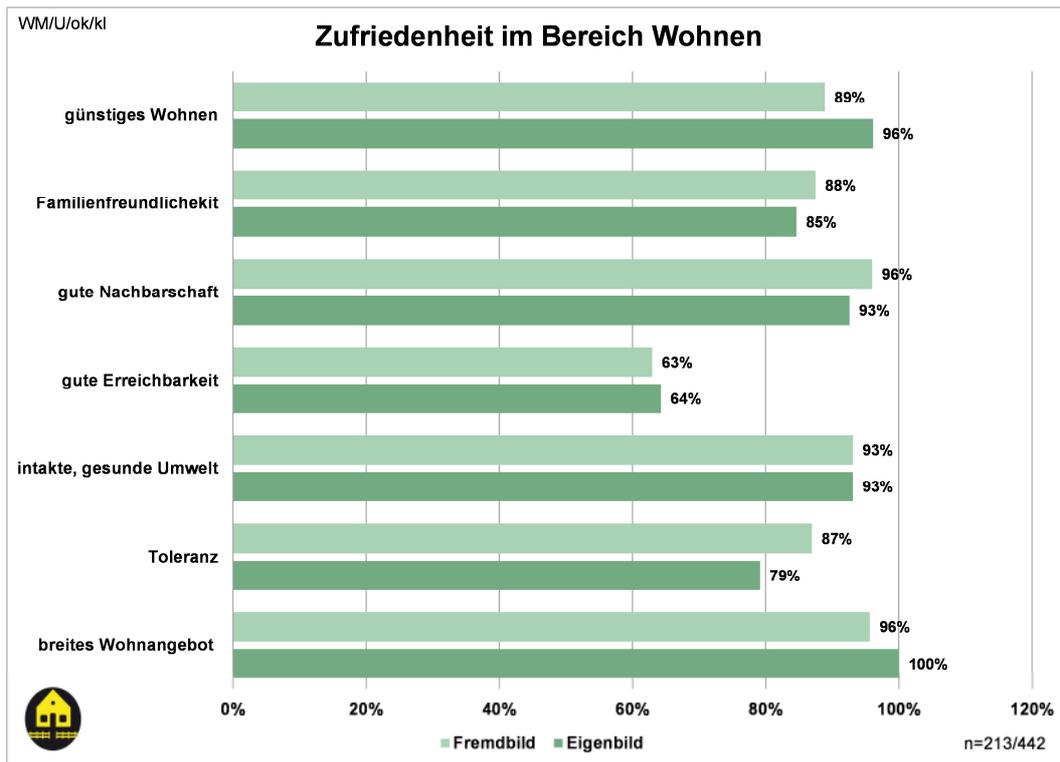


Abb. 7.2.2-3 Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Wohnen in der Wesermarsch unterteilt nach Selbst- und Fremdbild

In der Wesermarsch liegen das Fremd- und Selbstbild in den Bereichen Familienfreundlichkeit, gute Nachbarschaft und tolerantes Umfeld auseinander. Externe schätzen die Situation in den drei Punkten besser ein als es Einheimische bewerten.

Besonders die Zufriedenheit mit dem Punkt tolerantes Wohnumfeld wird von Auswärtigen mit 8 % deutlich positiver bewertet. Eine intakte und gesunde Umwelt wird von den Befragten innerhalb und außerhalb der Region gleich stark eingeschätzt.

Die hohe Zufriedenheit von 93 % ist bemerkenswert, da die Region auch mit dem Atomkraftwerk Unterweser assoziiert wird. Eine positivere Einschätzung erreicht die Region Wesermarsch von den Einheimischen in den Bereichen günstiges Wohnen, gute Erreichbarkeit und breites Wohnangebot. Dennoch sind auch hier die Abweichungen vom Selbst- zum Fremdbild eher gering (max. 7 %).

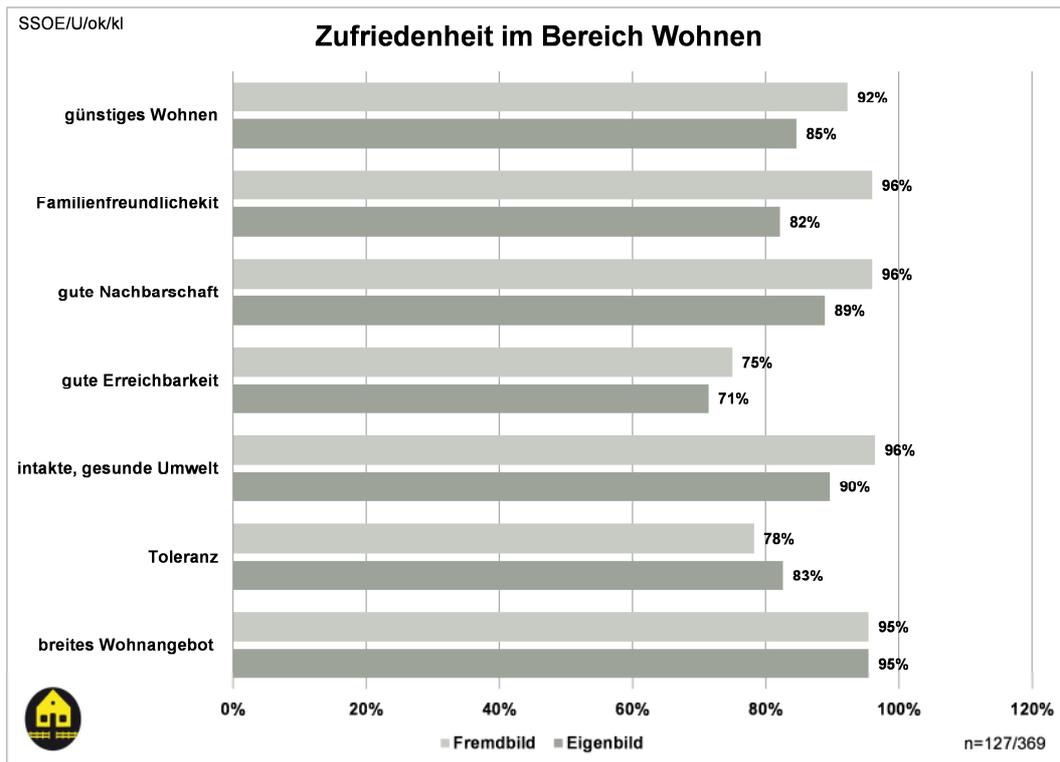


Abb. 7.2.2-4 Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Wohnen in den Sächsischen Regionen unterteilt nach Selbst- und Fremdbild

Ein spannendes Bild ergibt sich bei der Betrachtung des Selbst- und Fremdbildes im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge, wobei hier die geringen Fallzahlen berücksichtigt werden müssen.

Die Region wird von Außenstehenden in fünf von sieben Punkten im Bereich Wohnen besser bewertet als von Einheimischen.

Die Meinungen über die Zufriedenheiten weichen um bis zu 14 % voneinander ab. Das breite Wohnangebot wird von beiden Gruppen gleich hoch bewertet. Auffällig ist, dass ein tolerantes Umfeld von Externen wesentlich geringer bewertet wird als von Ansässigen.

## 7.2.3 Standortfaktoren im Bereich Arbeiten

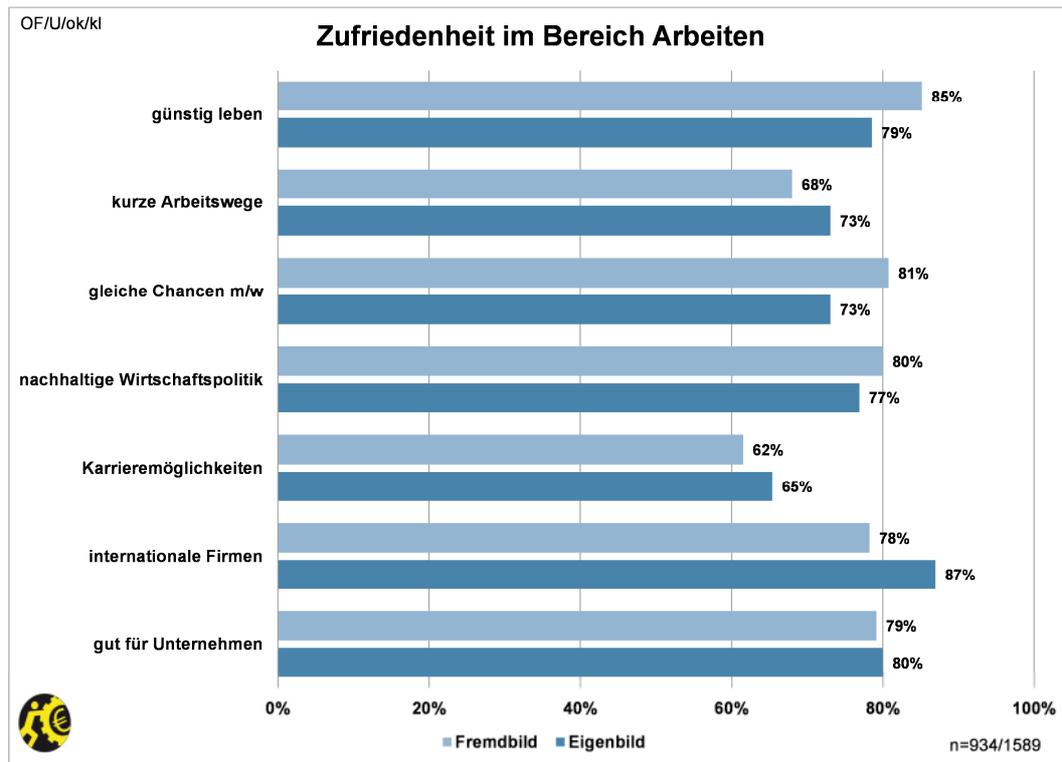


Abb. 7.2.3-1 Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Arbeiten in Ostfriesland unterteilt nach Selbst- und Fremdbild

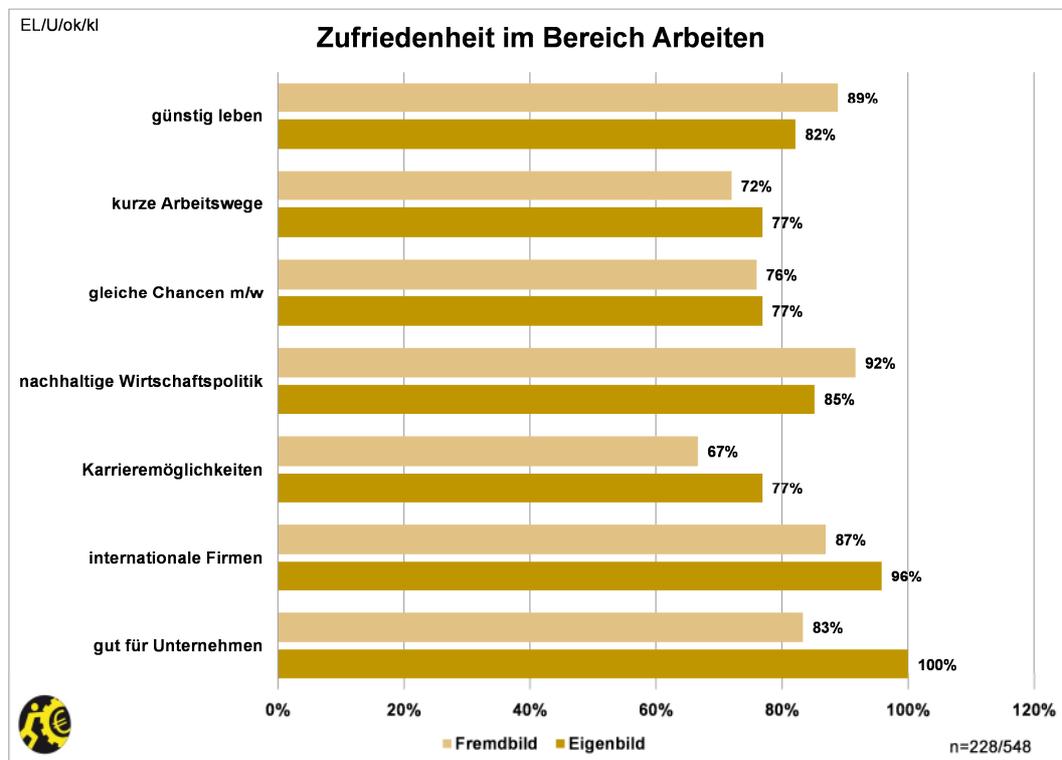


Abb. 7.2.3-2 Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Arbeiten im Emsland unterteilt nach Selbst- und Fremdbild

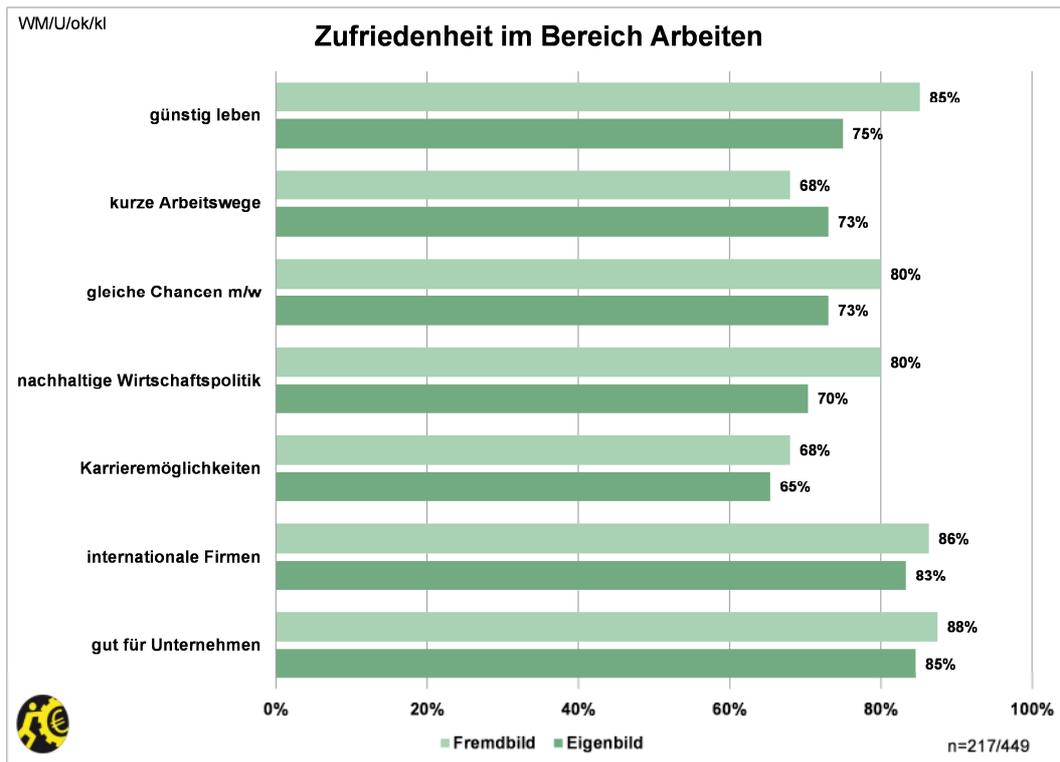


Abb. 7.2.3-3 Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Arbeiten in der Wesermarsch unterteilt nach Selbst- und Fremdbild

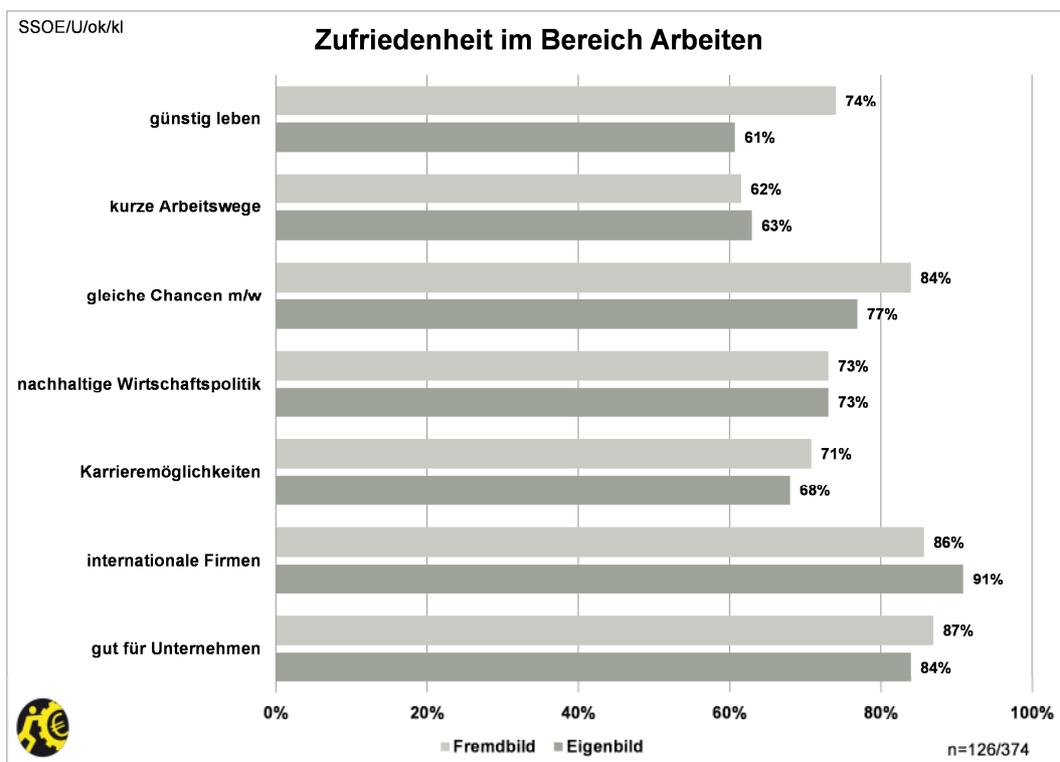


Abb. 7.2.3-4 Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Arbeiten in den Sächsischen Regionen unterteilt nach Selbst- und Fremdbild

Die vorstehenden Abbildungen zeigen die Unterscheidung von Fremd- und Selbstbild mit der Zufriedenheit im Bereich Arbeiten.

Ostfriesland hat ein günstigeres Eigenbild in den Punkten kurze Arbeitswege, gute Karrieremöglichkeiten, Internationalität und „guter Standort für Unternehmen“.

Die Punkte günstige Lebenshaltungskosten, Chancengleichheit und eine nachhaltige Wirtschaftspolitik werden hingegen im Fremdbild günstiger bewertet als von Einheimischen.

Das Eigenbild des Emslands ist häufig besser als das Selbstbild. In fünf von sieben Faktoren im Bereich Arbeit liegt das Selbstbild über den Einschätzungen Externer.

Das zeigt ein deutliches Selbstbewusstsein im wirtschaftlichen Bereich, das jedoch im restlichen Deutschland noch nicht im selben Umfang geteilt wird.

Im Gegensatz dazu wird die Wesermarsch von Auswärtigen durchweg besser beurteilt.

Lediglich die Zufriedenheit mit kurzen Arbeitswegen liegt auf der Seite der Bewohner.

Die Region Sächsische Schweiz-Osterzgebirge zeigt kein so eindeutiges Bild.

Die Zufriedenheit im Bereich Arbeit ist bei Einheimischen in den Punkten kurzer Arbeitsweg und Internationalität höher, wohingegen die anderen Faktoren von außen besser eingeschätzt werden.

## 7.2.4 Standortfaktoren im Bereich Bildung

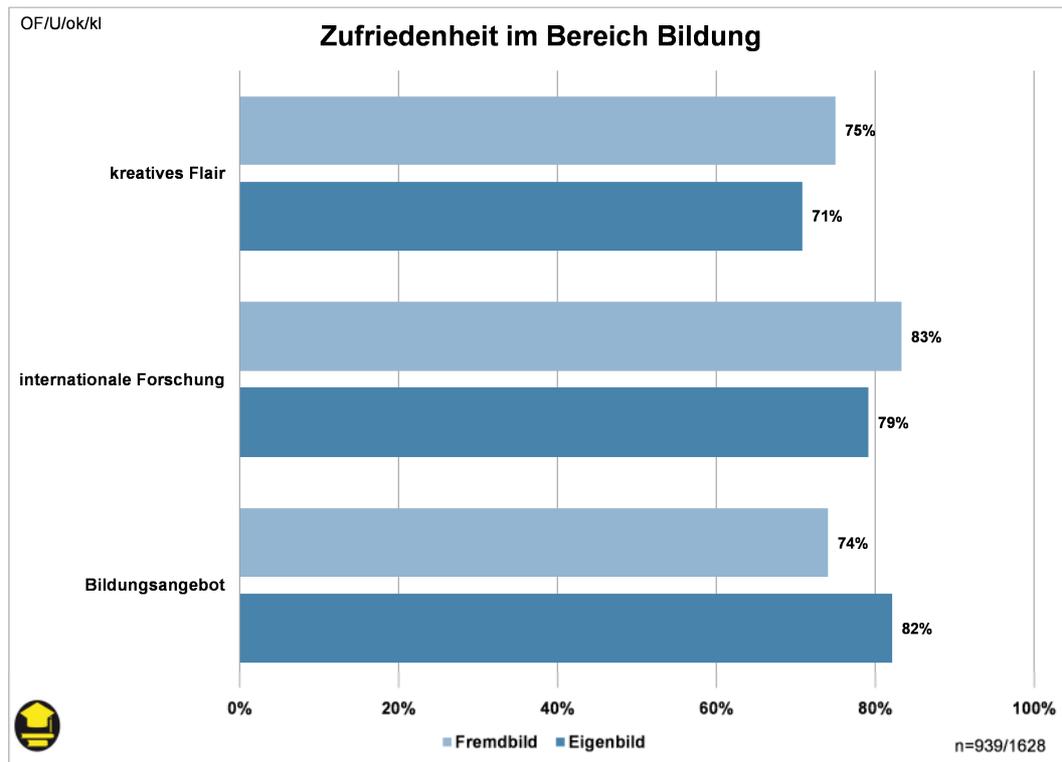


Abb. 7.2.4-1 Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Bildung in Ostfriesland unterteilt nach Selbst- und Fremdbild

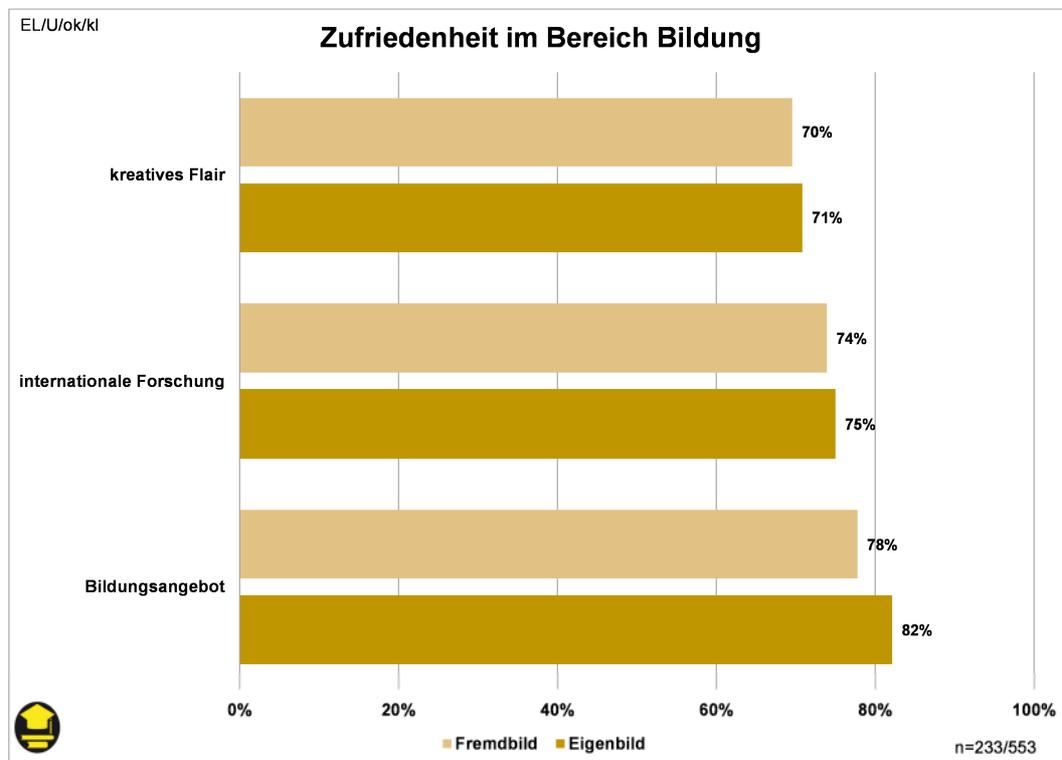


Abb. 7.2.4-2 Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Bildung im Emsland unterteilt nach Selbst- und Fremdbild

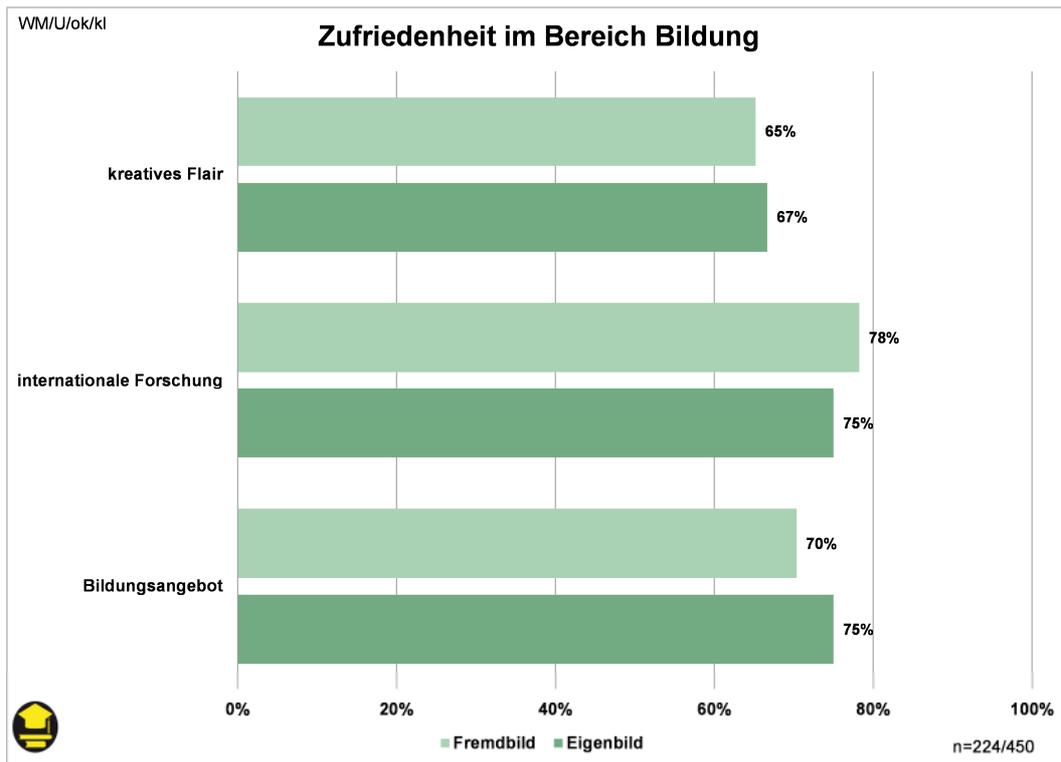


Abb. 7.2.4-3 Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Bildung in der Wesermarsch unterteilt nach Selbst- und Fremdbild

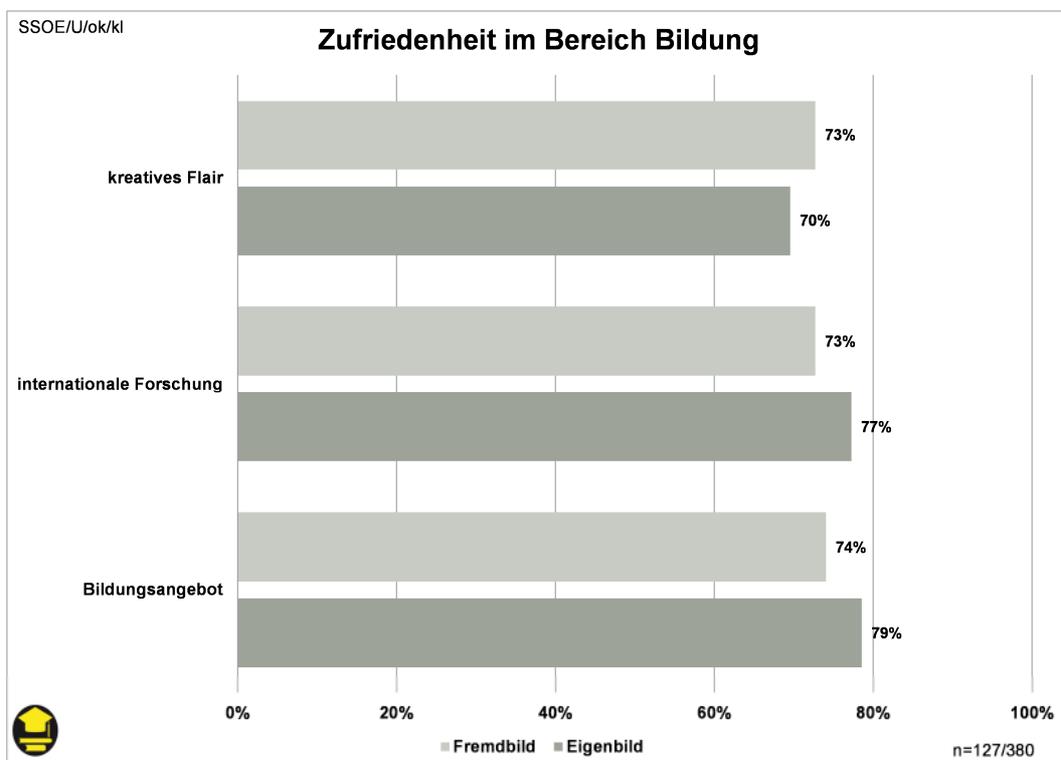


Abb. 7.2.4-4 Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Bildung in den Sächsischen Regionen unterteilt nach Selbst- und Fremdbild

Während das Emsland auch hier im Eigenbild in allen Punkten zufriedener ist, zeigt Ostfriesland sich lediglich im Bereich breites Bildungsangebot selbstbewusster. In der Wesermarsch wird die internationale Forschung von außen stärker wahrgenommen und der Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge wird von außen eher mit kreativen Flair in Verbindung gebracht.

### **7.2.5 Standortfaktoren im Bereich Kultur, Freizeit und Erholung**

Der vierte Block der Standortfaktoren ist dem Bereich Kultur, Freizeit und Erholung gewidmet. Selbst- und Fremdbild zeigen hier große Unterschiede. In Ostfriesland gibt es im Bereich *Gleichgesinnte finden* und ein *breites Angebot an Kulturmöglichkeiten haben* Übereinstimmungen der zwei Gruppen. Zufriedener sind die Ostfriesen jedoch im Bereich Raum für Individualität sowie mit den Freizeitangeboten. Abermals präsentiert sich das Emsland im Selbstbild zufriedener als die Wahrnehmung von Außenstehenden. Lediglich der Bereich Sinn für Individualität wird von außen stärker bemerkt. In der Wesermarsch zeigt sich eine breitere Streuung: Auch hier bewerten Außenstehende den Sinn für Individualität höher, jedoch zeigen Einheimische einen höheren Grad an Zufriedenheit mit dem Kulturangebot. Gleichgesinnte finden und das Freizeitangebot werden gleich wahrgenommen. In den Sächsischen Regionen ist das Fremdbild positiver als das Selbstbild. Ausgenommen den Sinn für Individualität den beide Gruppen gleich stark bewerten.

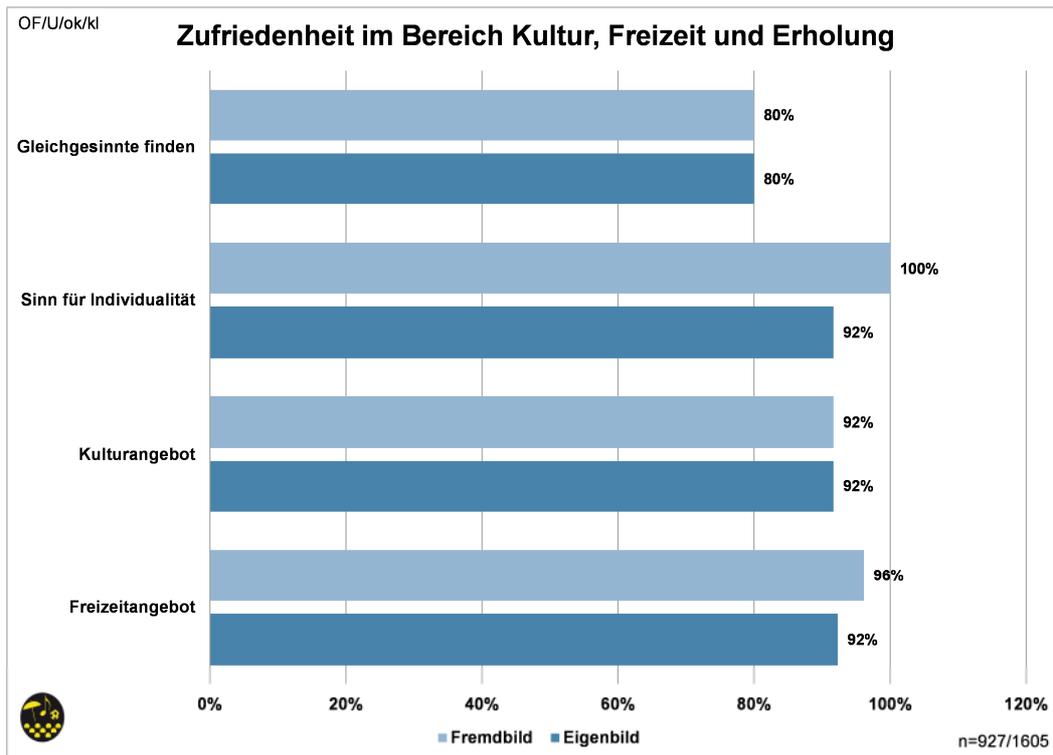


Abb. 7.2.5-1 Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Kultur in Ostfriesland nach Selbst- und Fremdbild

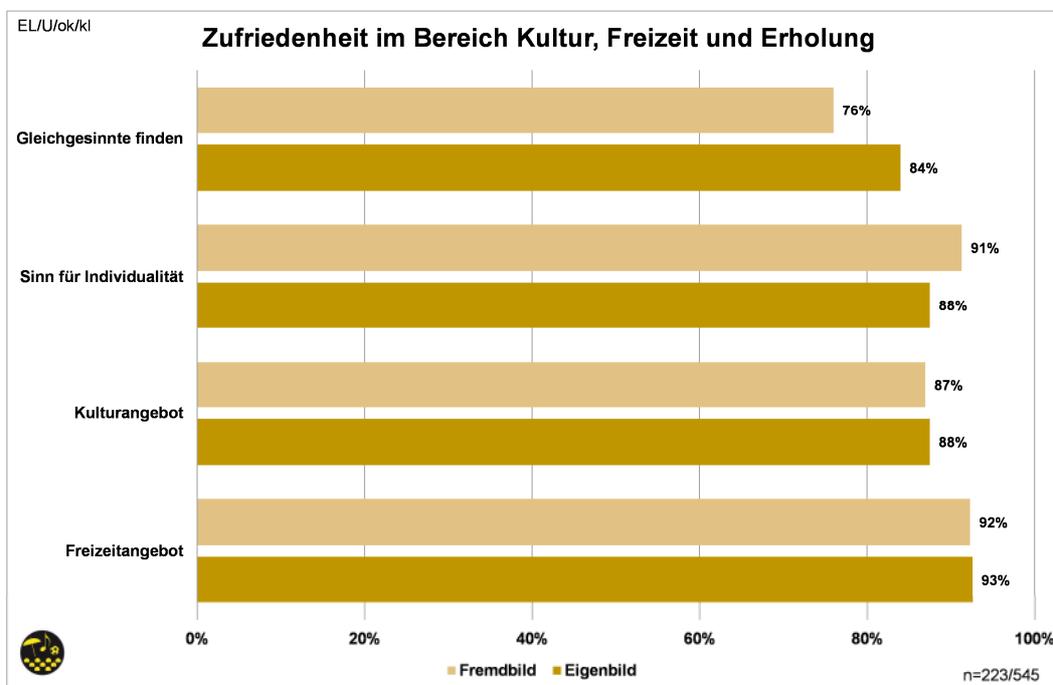


Abb. 7.2.5-2 Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Kultur im Emsland nach Selbst- und Fremdbild

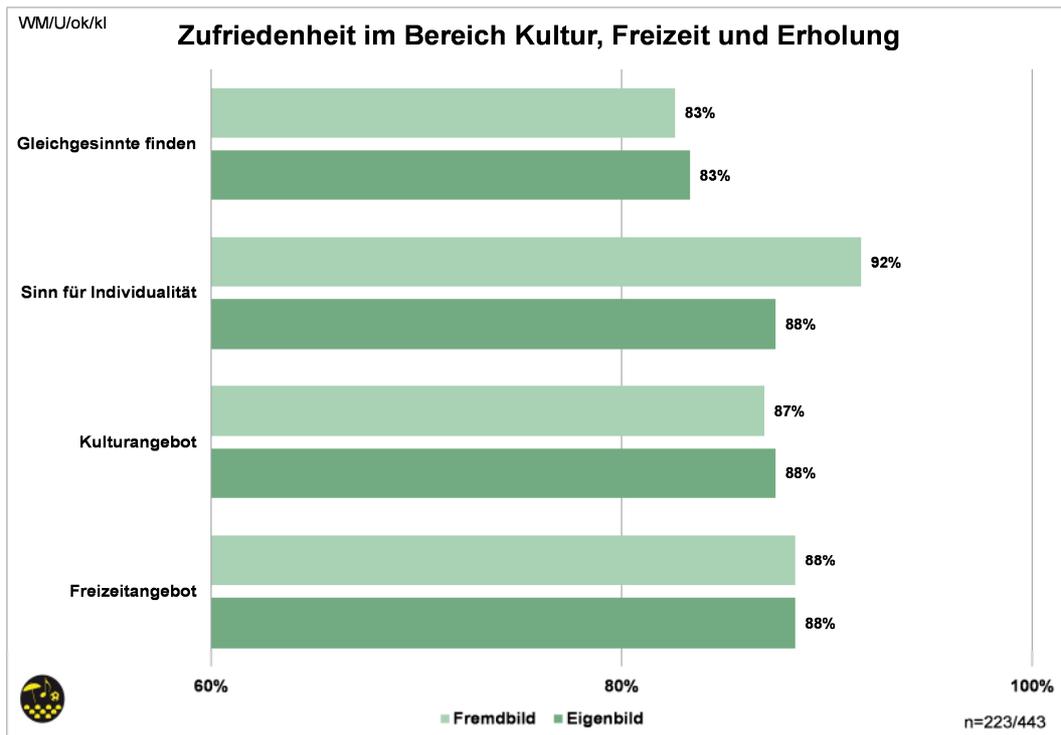


Abb. 7.2.5-3 Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Kultur in der Wesermarsch nach Selbst- und Fremdbild

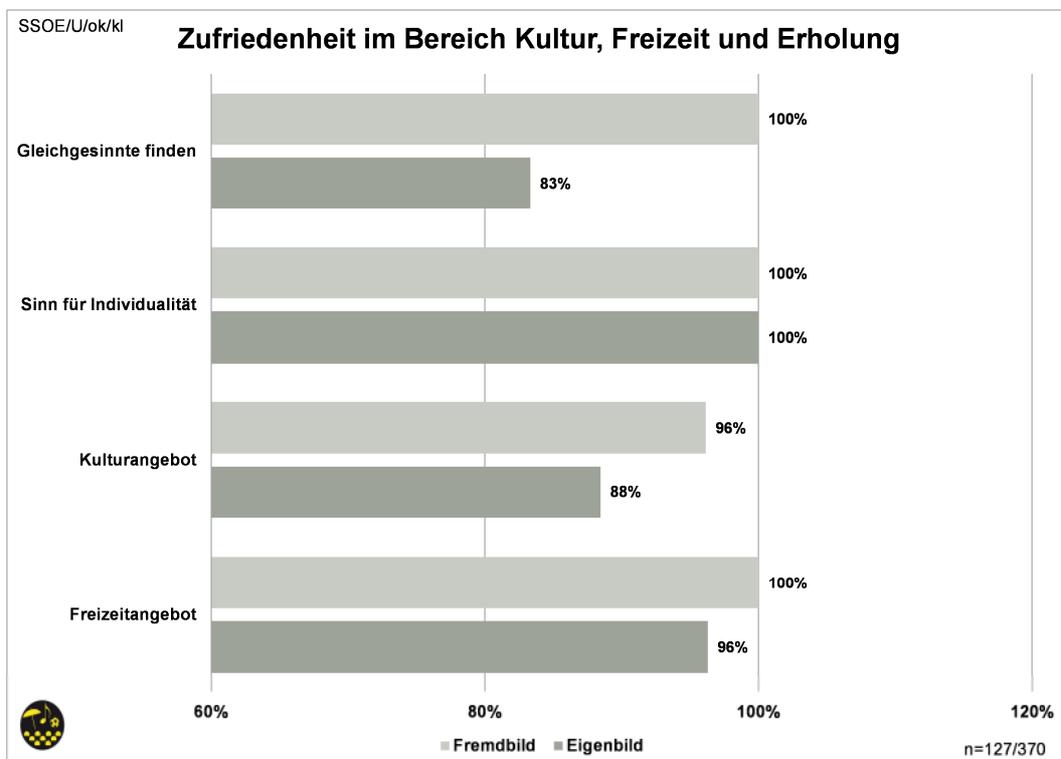


Abb. 7.2.5-4 Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Kultur in den Sächsischen Regionen nach Selbst- und Fremdbild

## 7.2.6 Eigenbild und Fremdbild auf einen Blick

Um abschließend einen Vergleich zwischen den Regionen herzustellen, wurden die Häufigkeiten dreier Kombinationen betrachtet:

	Ostfriesland	Emsland	Wesermarsch	Sächsische Regionen
Das Eigenbild ist schlechter als das Fremdbild $E < F$	11	8	11	13
Eigen- und Fremdbild sind identisch $E = F$	3	1	2	3
Das Eigenbild ist besser als das Fremdbild $E > F$	7	12	8	5

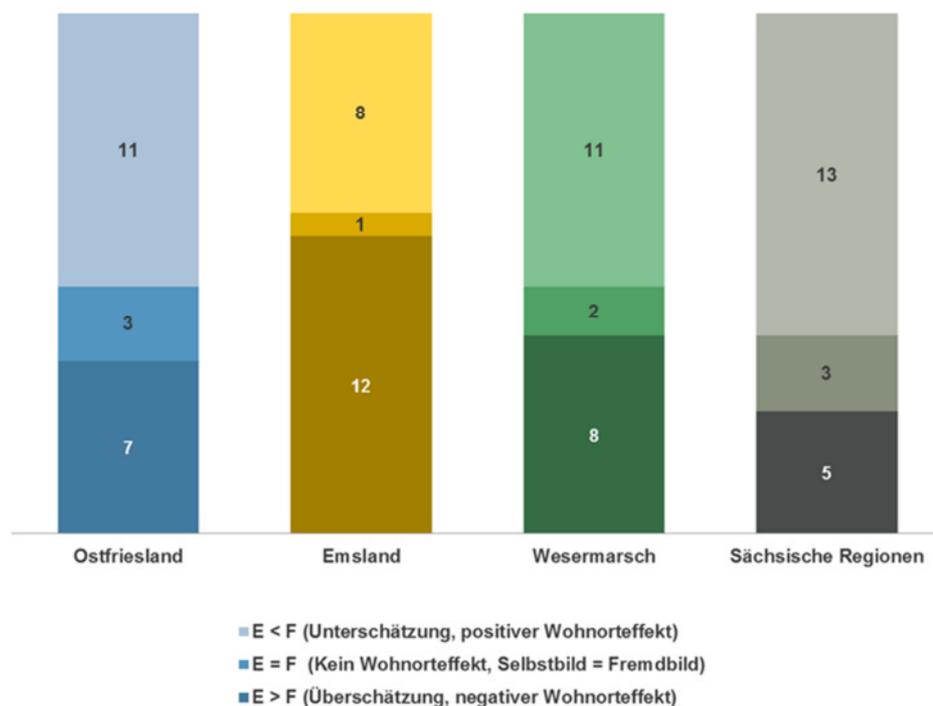


Abb. 7.2.6-1 Standortfaktoren: Häufigkeitsverteilung der Wohnorteffekte

Im Emsland scheinen die Befragten „sehr zufrieden“. Bei 12 von 21 untersuchten Variablen liegt seine Selbsteinschätzung höher als die Bewertung von außen. Nur einmal stimmen Selbst- und Fremdbild überein. Ostfriesland und die Wesermarsch erscheinen „ausgewogener“. Sie „überschätzen“ sich in weniger als der Hälfte der Fälle, und in 11 Fällen unterschätzen sie sich. Die Sächsischen Regionen werden überwiegend von außen höher bewertet als von innen, nur fünfmal

## 7.3 Merkmale der Region (Elsner, Team Emden)

### 7.3.1 Selbstbild - Fremdbild

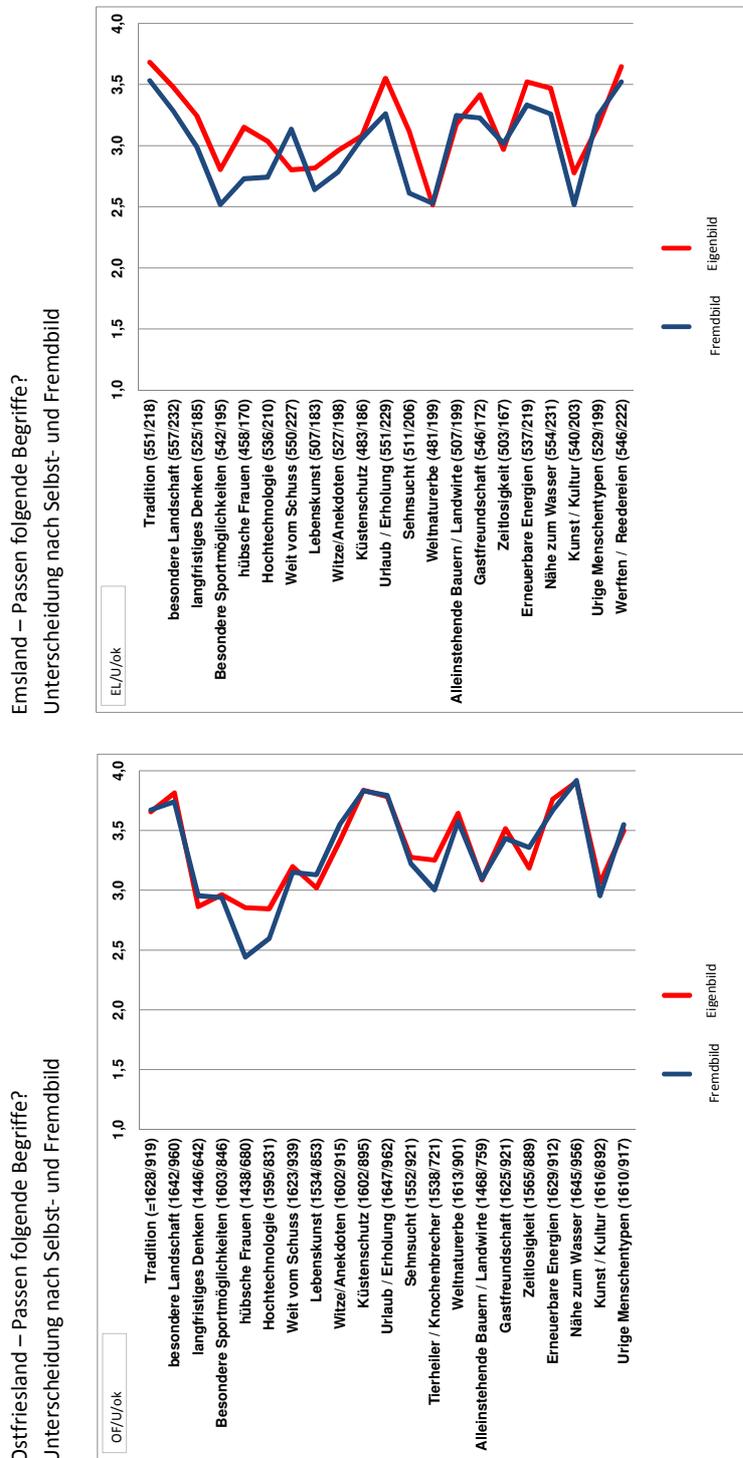
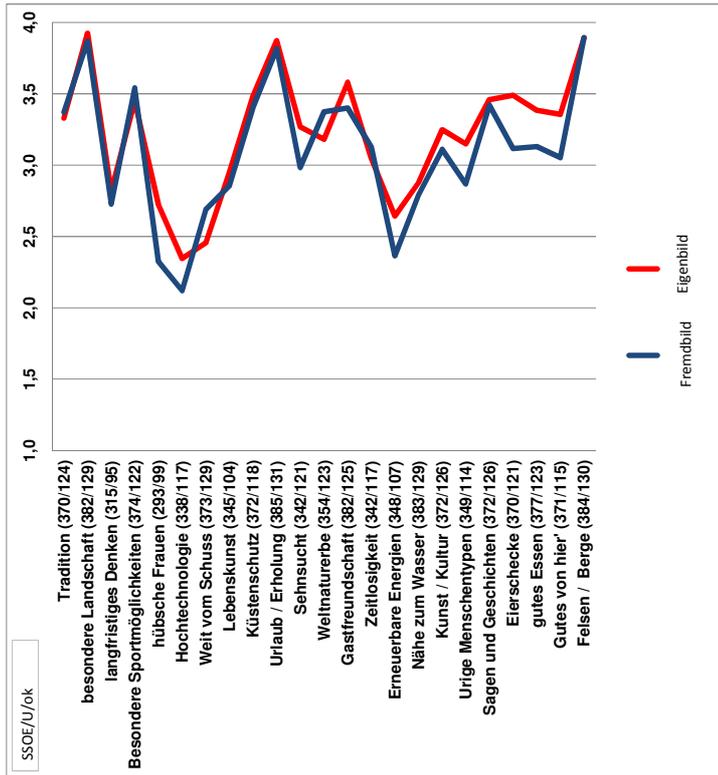


Abb. 7.3.1-1 Selbst- und Fremdbild Ostfriesland und Emsland anhand der Mittelwerte der Frage Was passt zur Region?

Sächsische Regionen – Passen folgende Begriffe?  
Unterscheidung nach Selbst- und Fremdbild



Wesermarsch – Passen folgende Begriffe?  
Unterscheidung nach Selbst- und Fremdbild

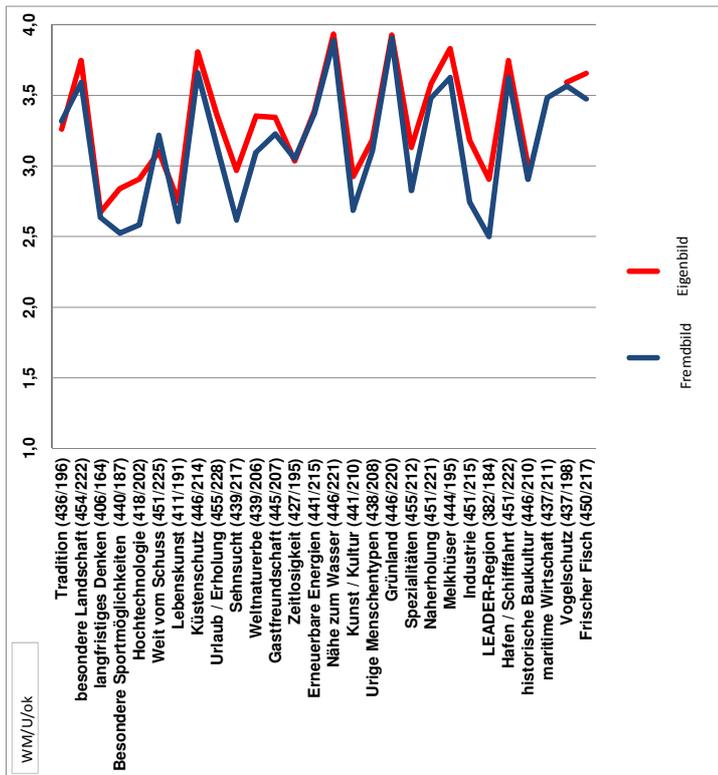


Abb. 7.3.1-2 Selbst- und Fremdbild Wesermarsch und Sächsische Regionen anhand der Mittelwerte der Frage Was passt zur Region?

Die Kurvenverläufe lassen erkennen, dass üblicherweise die Mittelwerte der Gruppen Fremd- und Selbstbild häufig parallel verlaufen und meist sehr eng beieinander liegen. Häufig ist der Mittelwert des Eigenbildes etwas höher.

Das Emsland fällt dabei jedoch auf, weil dabei das Eigenbild verhältnismäßig oft stärker ausgeprägt ist als das Fremdbild und die Differenz der Mittelwerte höher ausfällt.

Ostfriesland weist die größte Differenz beim Item hübsche Frauen und Topmodels auf, doch auch bei Hochtechnologie und Knochenbrechern liegen die Kurven weiter auseinander, wobei das Eigenbild in den Punkten besser ist. Für das Emsland sind keine größeren Differenzen erkennbar, dennoch ist der Mittelwert des Eigenbildes durchschnittlich um 0,1 bis 0,2 höher.

Die Wesermarsch zeigt größere Abweichungen insbesondere bei den Punkten Hochtechnologie, Sehnsucht und LEADER-Region, wobei auch hier das Eigenbild positiver ist als das Bild der Menschen von außerhalb.

Der Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge zeigt wenig Abweichungen der Mittelwerte. Eierschecke, gutes Essen, ‚Gutes von hier‘ und hübsche Frauen sind bei Regionsfremden dennoch nicht so bekannt wie bei den Einheimischen.

## 7.4.1. Bild in der Öffentlichkeit

Die folgenden Grafiken vergleichen das Selbst- und Fremdbild anhand der Mittelwerte des Fragenblocks III. In diesem Block geht es um die Region in der Öffentlichkeit.

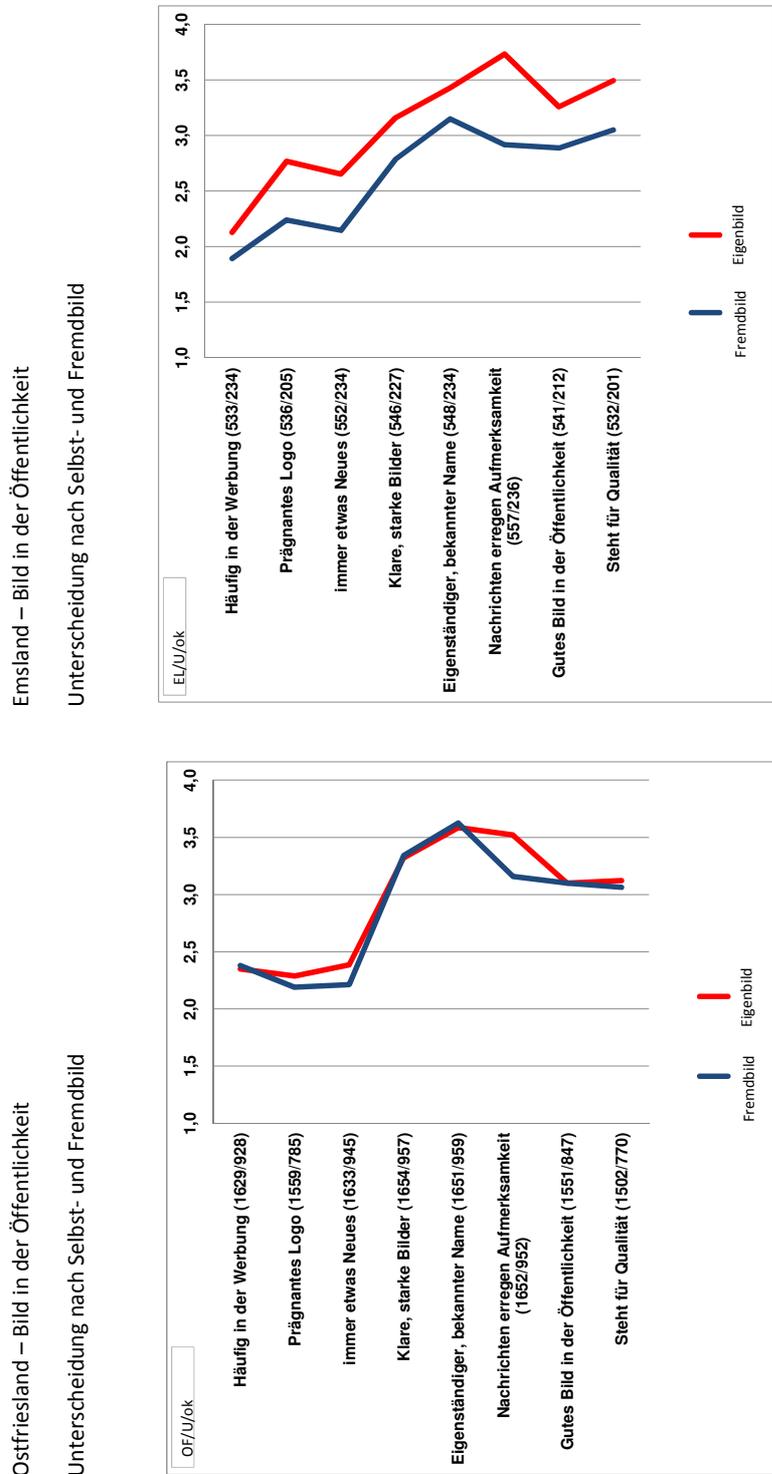
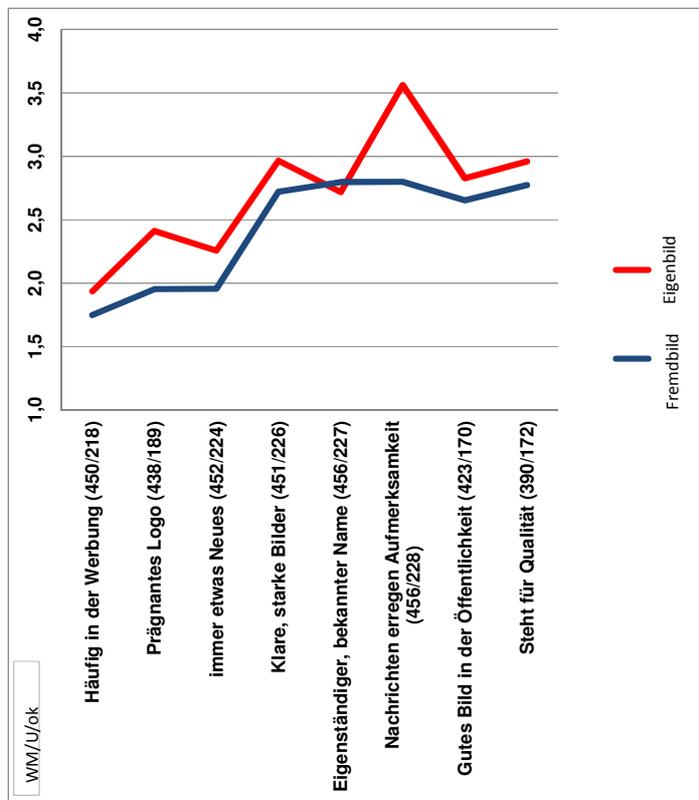


Abb. 7.4.1-1 Selbst- und Fremdbild Ostfriesland und Emsland anhand der Mittelwerte der Fragen Die Region in der Öffentlichkeit

Wesermarsch – Bild in der Öffentlichkeit

Unterscheidung nach Selbst- und Fremdbild



Sächsische Regionen – Bild in der Öffentlichkeit

Unterscheidung nach Selbst- und Fremdbild

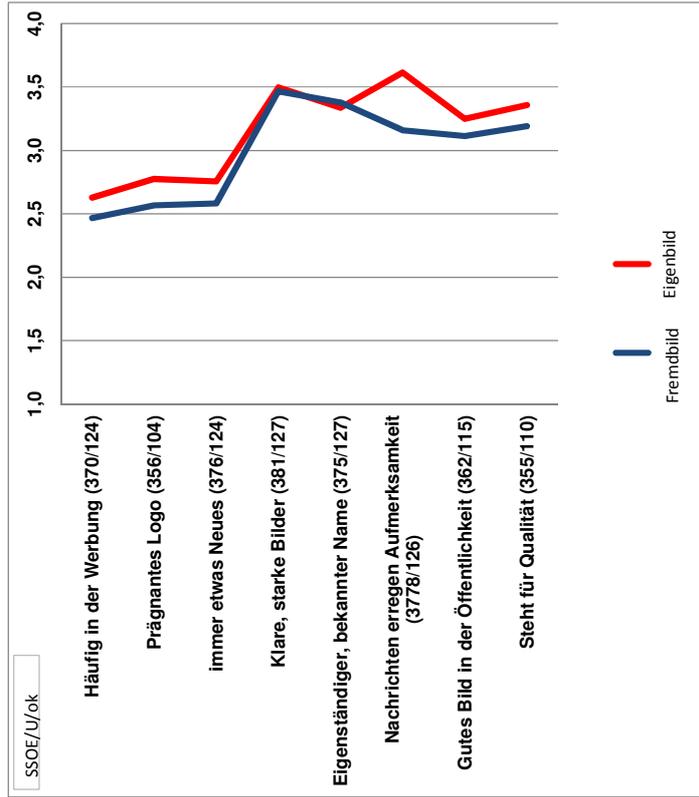


Abb. 7.4.1-2

Selbst- und Fremdbild Wesermarsch und Sächsische Regionen anhand der Mittelwerte der Fragen Die Region in der Öffentlichkeit

Abermals wird deutlich, dass die Mittelwerte eng zusammen liegen. Im Emsland liegt die Eigenbildkurve durchweg über der des Fremdbildes.

Auffällig ist, dass Ostfriesland sowohl von internen als auch externen häufig in der Werbung wahrgenommen wird. Der Mittelwert von 2,4 übersteigt die der Wesermarsch und des Emslandes und erreicht beinahe den der Sächsischen Regionen. Ostfriesland erreicht auch sehr hohe Werte beim eigenständigen Namen, wobei Eigen- und Fremdbild gleich stark sind. Der Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge erreicht besonders starke Mittelwerte bei der Kategorie klare, starke Bilder. An diese hohen Werte kommt nur die Region Ostfriesland heran.

Ein weiterer interessanter Aspekt ist, dass die Einheimischen wesentlich höhere Mittelwerte bei dem Punkt „Nachrichten erregen meine Aufmerksamkeit“ aufweisen. Besonders ausgeprägt ist dies in der Wesermarsch.

#### **Zusammenfassung:**

**Der Faktor „gute Erreichbarkeit“ erhält in allen Regionen und bei beiden Gruppen (Selbst- und Fremdbild) die schlechteste Bewertung.**

**In den Bereichen Arbeit und Bildung übertrifft im Emsland, im Vergleich zu den anderen Regionen, das Selbstbild am häufigsten das Fremdbild.**

**Beim Aspekt der Freizeit- und Kulturmöglichkeiten liegt die größte Differenz der beiden Bilder in den Sächsischen Regionen beim Faktor „gut Chancen, schnell einen Kreis von Gleichgesinnten zu finden“.**

**Eigen- und Fremdbild unterscheiden sich aber insgesamt eher selten gravierend.**

**Die Zufriedenheit mit den Standortfaktoren wird auch bei Regionsfremden, besonders in Ostfriesland, hoch eingeschätzt.**

**Die Mittelwertkurven der passenden Begriffe zeigen beim Selbst- und Fremdbild überwiegend den gleichen Trend auf und unterscheiden sich nicht stark voneinander. Der Unterschied der beiden Bilder ist bei dem Aspekt „die Region in der Öffentlichkeit“ im Emsland am größten.**

# Abbildungsverzeichnis

Abb. 7.1.1-1	Wer weiß, wo die Region liegt .....	3
Abb. 7.1.2-1	Starke Themen der Regionen.....	4
Abb. 7.3.2-1	Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Wohnen in Ostfriesland unterteilt nach Selbst- und Fremdbild .....	5
Abb. 7.3.2-2	Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Wohnen im Emsland unterteilt nach Selbst- und Fremdbild .....	6
Abb. 7.3.2-3	Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Wohnen in der Wesermarsch unterteilt nach Selbst- und Fremdbild .....	7
Abb. 7.3.2-4	Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Wohnen in den Sächsischen Regionen unterteilt nach Selbst- und Fremdbild .....	8
Abb. 7.3.3-1	Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Arbeiten in Ostfriesland unterteilt nach Selbst- und Fremdbild .....	9
Abb. 7.3.3-2	Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Arbeiten im Emsland unterteilt nach Selbst- und Fremdbild .....	9
Abb. 7.3.3-3	Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Arbeiten in der Wesermarsch unterteilt nach Selbst- und Fremdbild .....	10
Abb. 7.3.3-4	Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Arbeiten in den Sächsischen Regionen unterteilt nach Selbst- und Fremdbild .....	10
Abb. 7.3.4-1	Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Bildung in Ostfriesland unterteilt nach Selbst- und Fremdbild .....	12
Abb. 7.3.4-2	Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Bildung im Emsland unterteilt nach Selbst- und Fremdbild.....	12
Abb. 7.3.4-3	Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Bildung in der Wesermarsch unterteilt nach Selbst- und Fremdbild .....	13
Abb. 7.3.4-4	Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Bildung in den Sächsischen Regionen unterteilt nach Selbst- und Fremdbild .....	13
Abb. 7.3.5-1	Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Kultur in Ostfriesland nach Selbst- und Fremdbild.....	15
Abb. 7.3.5-2	Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Kultur im Emsland nach Selbst- und Fremdbild.....	15
Abb. 7.3.5-3	Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Kultur in der Wesermarsch nach Selbst- und Fremdbild.....	16
Abb. 7.3.5-4	Zufriedenheit mit dem Standortfaktor Kultur in den Sächsischen Regionen nach Selbst- und Fremdbild.....	16
Abb. 7.3.6-1	Standortfaktoren: Häufigkeitsverteilung der Wohnorteffekte .....	17

Abb. 7.4.1-1	Selbst- und Fremdbild Ostfriesland und Emsland anhand der Mittelwerte der Frage Was passt zur Region? .....	18
Abb. 7.4.1-2	Selbst- und Fremdbild Wesermarsch und Sächsische Regionen anhand der Mittelwerte der Frage Was passt zur Region?.....	19
Abb. 7.4.1-1	Selbst- und Fremdbild Ostfriesland und Emsland anhand der Mittelwerte der Fragen Die Region in der Öffentlichkeit .....	21
Abb. 7.4.1-2	Selbst- und Fremdbild Wesermarsch und Sächsische Regionen anhand der Mittelwerte der Fragen Die Region in der Öffentlichkeit .....	22