

Bevölkerungsumfrage

indeland



**indeland**  
**GmbH**  
ich. see. zukunft.

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Klimaschutz






Kofinanziert durch:

Ministerium für Wirtschaft,  
Industrie, Klimaschutz und Energie  
des Landes Nordrhein-Westfalen



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Methodenbeschreibung	3
Befragungsgebiet	4
Struktur	5
<b>Ergebnisse</b>	
Allgemeines Stimmungsbild	9
„indeland“	15
Ausbildung & Beruf	25
Umwelt & Nachhaltigkeit	28
Mobilität	34
<b>Zusammenfassung &amp; Fazit</b>	<b>39</b>

	<b>Befragungsarten</b>	a) Bevölkerungsumfrage: Schriftliche Mehrthemen-Befragung mit einer Nachfassaktionen und Apriori-Incentivierung   Teilnahmemöglichkeiten: schriftlich-postalisch & online b) Öffentlich zugängliche Onlinebefragung
	<b>Grundgesamtheit / Auswahlgesamtheit</b>	Personen ab 18 Jahren in Privathaushalten im Befragungsgebiet (ca. 121 000 Personen; Stand: 31.12.2021).
	<b>Stichprobe / Nettointerviews</b>	Bevölkerungsumfrage: Mehrstufiges Verfahren: 1. Stufe: Haushaltsadressen-Auswahl 2. Stufe: Zielperson im ausgewählten Befragungshaushalt (Geburtstagsverfahren)  Nettointerviews: <b>1.984</b>
	<b>Feldzeit</b>	29.11.2022 – 10.01.2023
	<b>Gewichtung / Repräsentativität</b>	Mehrstufiges Gewichtungsverfahren nach der amtlichen Bevölkerungsstatistik 1. Kreise und Haushaltsgröße (Haushaltsgewichtung) 2. Alter, Geschlecht, Bildung (Personengewichtung) Prozentuiert wurde jeweils auf die gewichtete Anzahl der Befragten. <b>Die Umfrage ist repräsentativ für die erwachsene Bevölkerung im Befragungsgebiet.</b> Das Konfidenzintervall liegt bei 95 Prozent und die Fehlerspanne bei +/- fünf Prozentpunkten (bei einem Anteilswert von 50 Prozent).

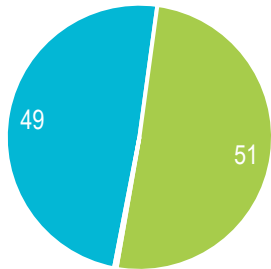
Gebiet	Gemeinde	GKZ	PLZ	Bevölkerung (Grundgesamtheit)	Verteilung innerhalb der Grundgesamtheit	Netto-Stichprobe (realisierte Interviews)	Verteilung der realisierten Interviews in der Netto-Stichprobe
	Aldenhoven (LK Düren)	5358004	52457	13.787	9%	177	9%
	Inden (LK Düren)	5358020	52459	7.480	5%	157	8%
	Jülich (LK Düren)	5358024	52428	32.336	21%	438	22%
	Langerwehe (LK D.)	5358032	52379	14.071	9%	214	11%
	Linnich (LK Düren)	5358036	52441	12.697	8%	170	9%
	Niederzier (LK Düren)	5358048	52382	14.154	9%	200	10%
	Eschweiler (Städteregion Aachen)	5354012	52249	56.172	37%	620	31%

# Struktur im Befragungsgebiet



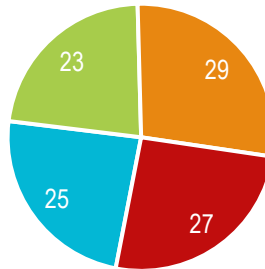
## Geschlecht

- Männer
- Frauen
- Divers



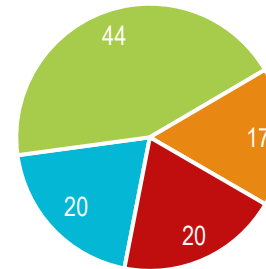
## Altersgruppen

- Unter 35 Jahre
- 35 – 49 Jahre
- 50 – 64 Jahre
- 65 Jahre u. älter



## Haushaltsgröße

- 1 Person
- 2 Personen
- 3 Personen
- 4+ Personen

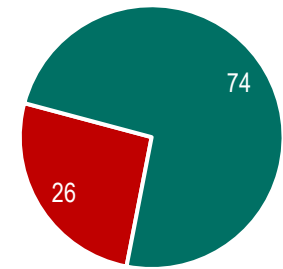


Ø 2,43



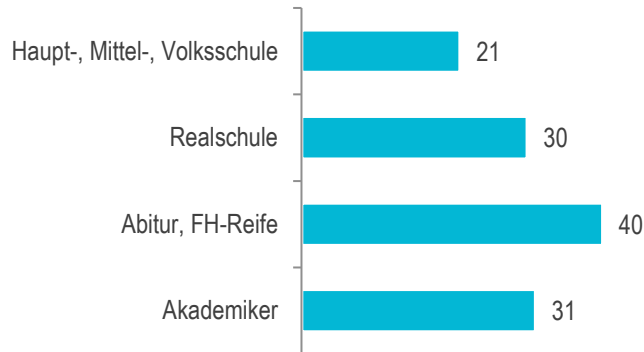
## Haushalte mit/ohne Kindern

- Haushalt mit Kindern
- Haushalt ohne Kinder

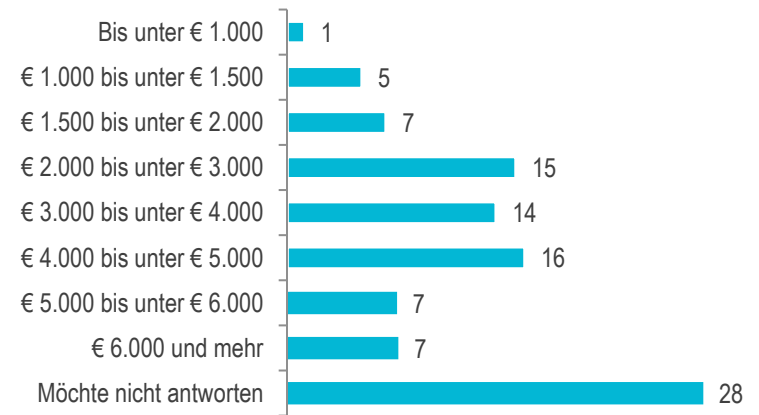


# Struktur im Befragungsgebiet

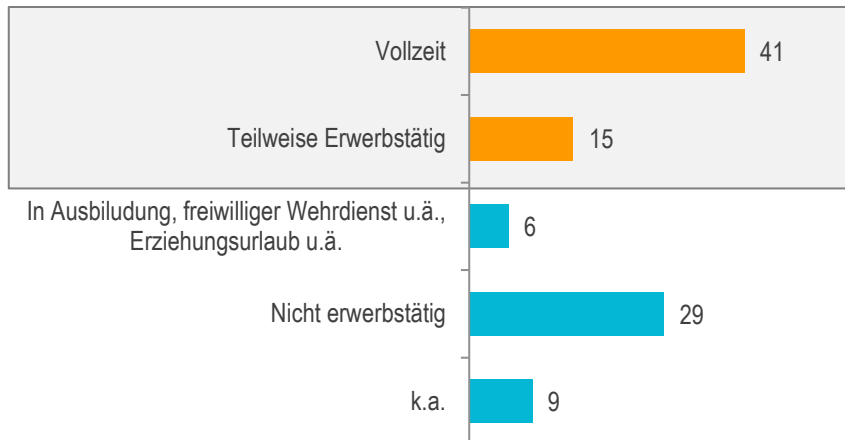
## Formale Bildung



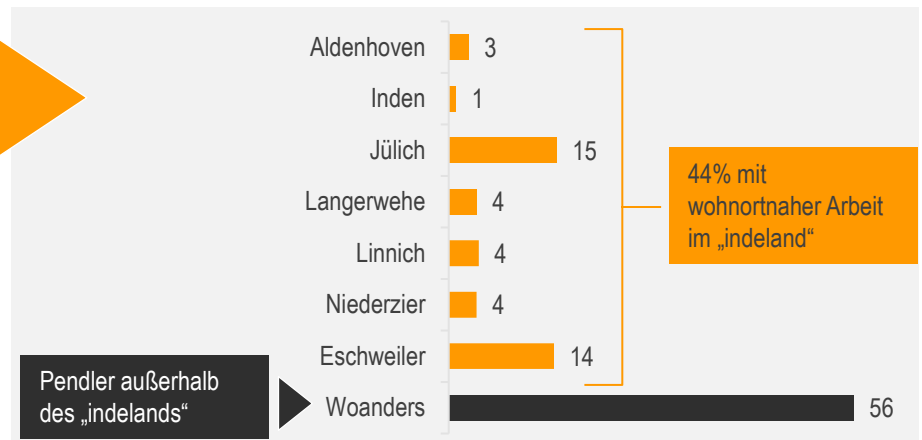
## Haushaltsnettoeinkommen



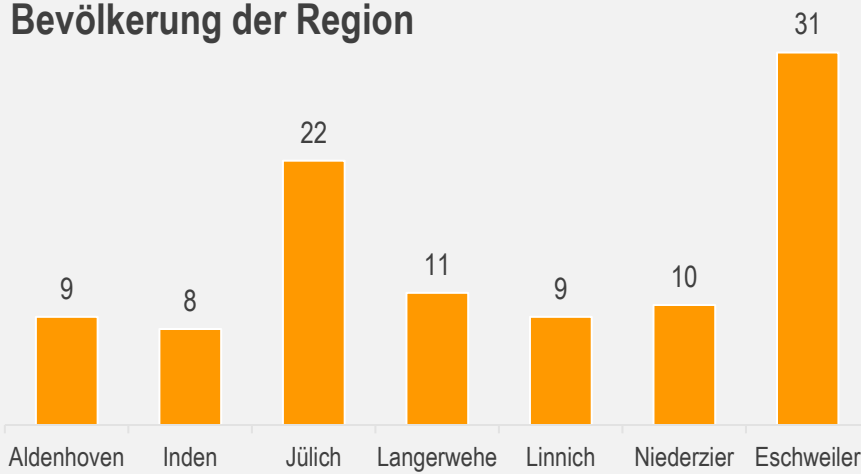
## Erwerbstätigkeit



## Arbeitsort



## Bevölkerung der Region

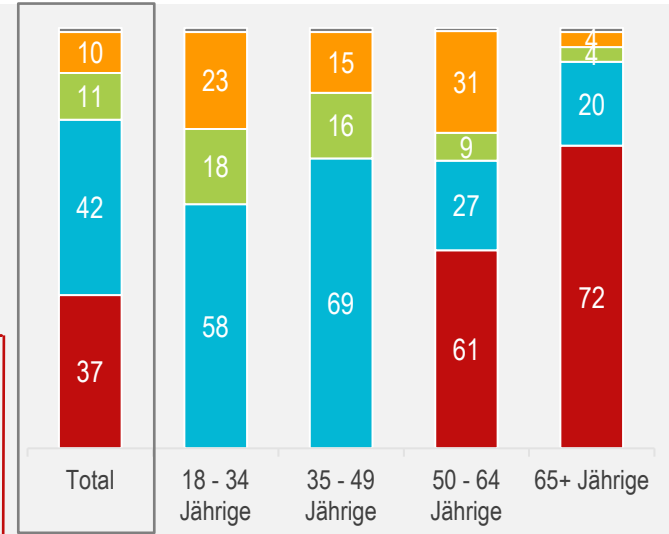


## Zugehörigkeit zur Region

- k.A.
- Weniger als 10 Jahre
- Seit 10 - 19 Jahren
- Seit 20 - 49 Jahren
- Seit 50+ Jahren

= „Neubürger“

= „Alteingesessene“



Nach Altersgruppen

Gebiet

X2: Seit wann leben Sie hier in dieser Region?

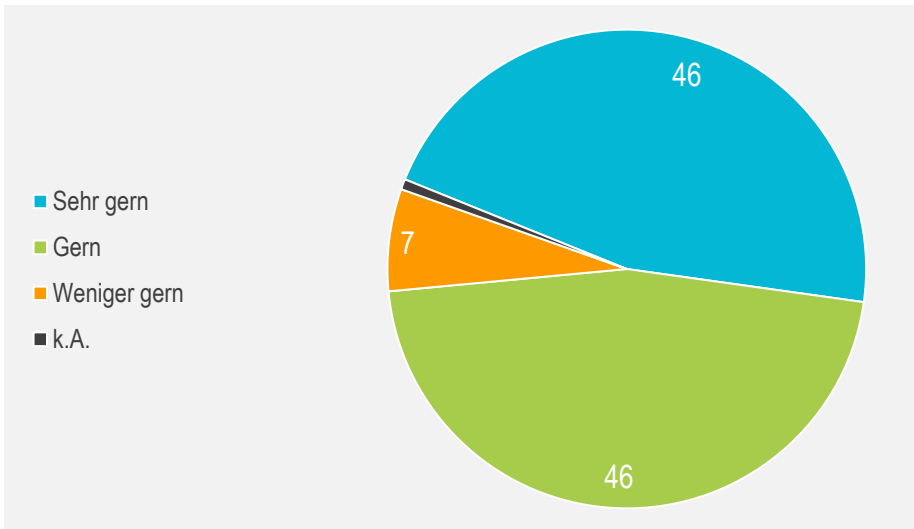
Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent

# Ergebnisse



# Allgemeines Stimmungsbild

46 Prozent der erwachsenen Bevölkerung im „indeland“ fühlen sich dort zurzeit sehr wohl, weitere 46 Prozent leben gerne dort, 7 Prozent weniger gern. Diese Verteilung ist ab dem Alter von 35 Jahren nahezu identisch.



- Alteingesessene
- Personen, die sich gut über die Entwicklung im „indeland“ informiert fühlen

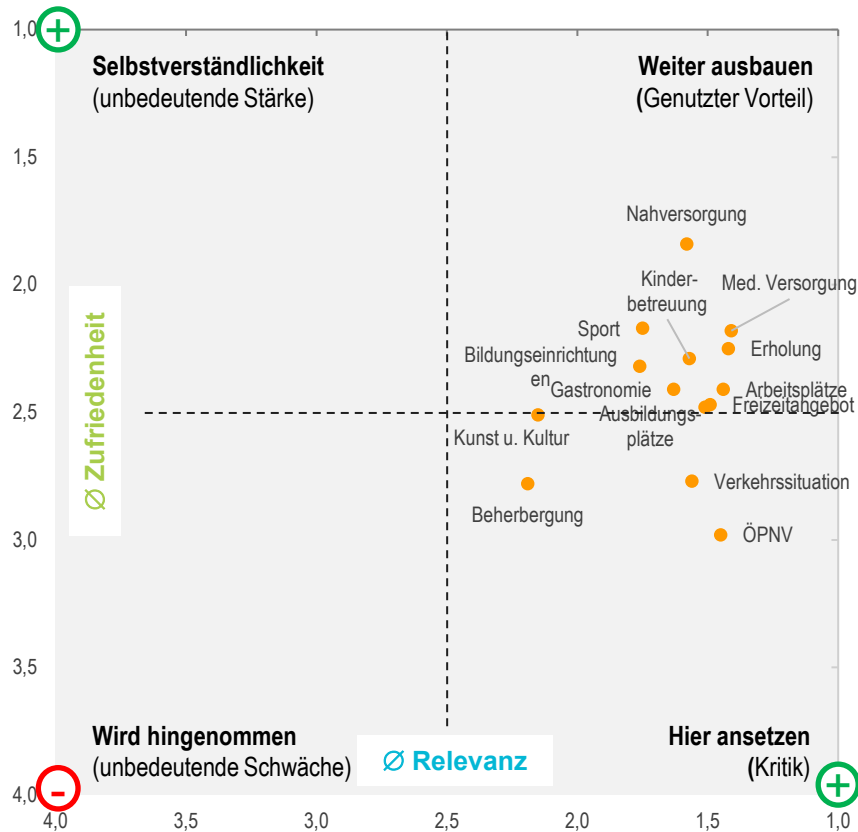


- Jüngere Befragte bis 34 Jahre
- Neubürger\*innen

# Vergleich Relevanz vs. Zufriedenheit mit Merkmalen im indeland

Im Hinblick auf regionale Merkmale wünscht die Mehrheit der Befragten einen Ausbau des infrastrukturellen Angebots. Das betrifft vor allem die Verkehrssituation (insb. den ÖPNV), das Freizeitangebot sowie das Angebot an Arbeits- und Ausbildungsplätzen. Auch in Bezug auf das Beherbergungsangebot sowie Kunst und Kultur sind die Befragten weniger zufrieden.

## Portfolio indeland



## Differenz: Ø Relevanz ./. Ø Zufriedenheit



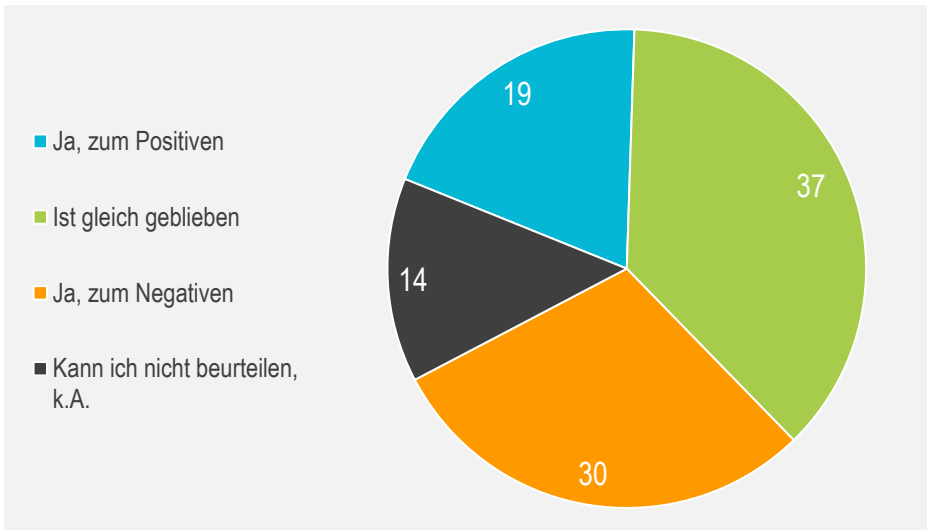
Frage 16: Wie wichtig sind, Ihrer Meinung nach, die folgenden Themen, um das gesamte „indeland“ als Region attraktiv zu gestalten?

Frage 5: Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten hier in der Region?

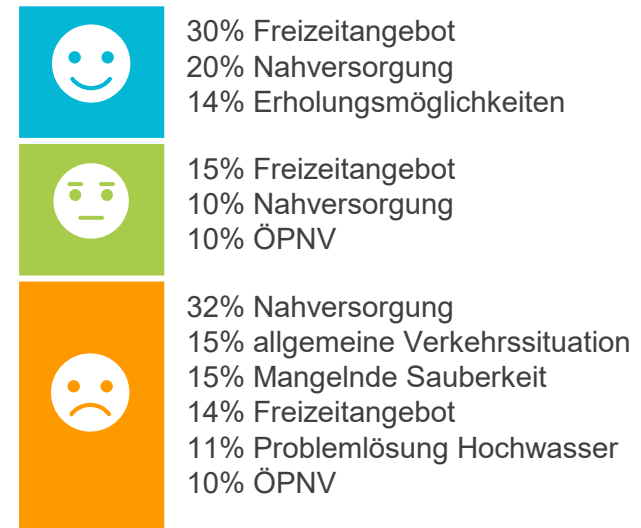
Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent | Ø von 1=positiv/wichtig bis 4=negativ/unwichtig

Die Attraktivität der Region hat sich aus Sicht der Bevölkerung in den letzten Jahren nicht wesentlich verbessert: Zwar nehmen 19 Prozent eine Verbesserung wahr – insbesondere in Bezug auf das Freizeitangebot, die Nahversorgung und Erholungsmöglichkeiten –, diesen stehen jedoch 30 Prozent gegenüber, die die Entwicklung pessimistisch beurteilen – v. a. bezüglich der Nahversorgung, der Verkehrssituation, mangelnder Sauberkeit und fehlendem Freizeitangebot.

## Entwicklung im Inland?



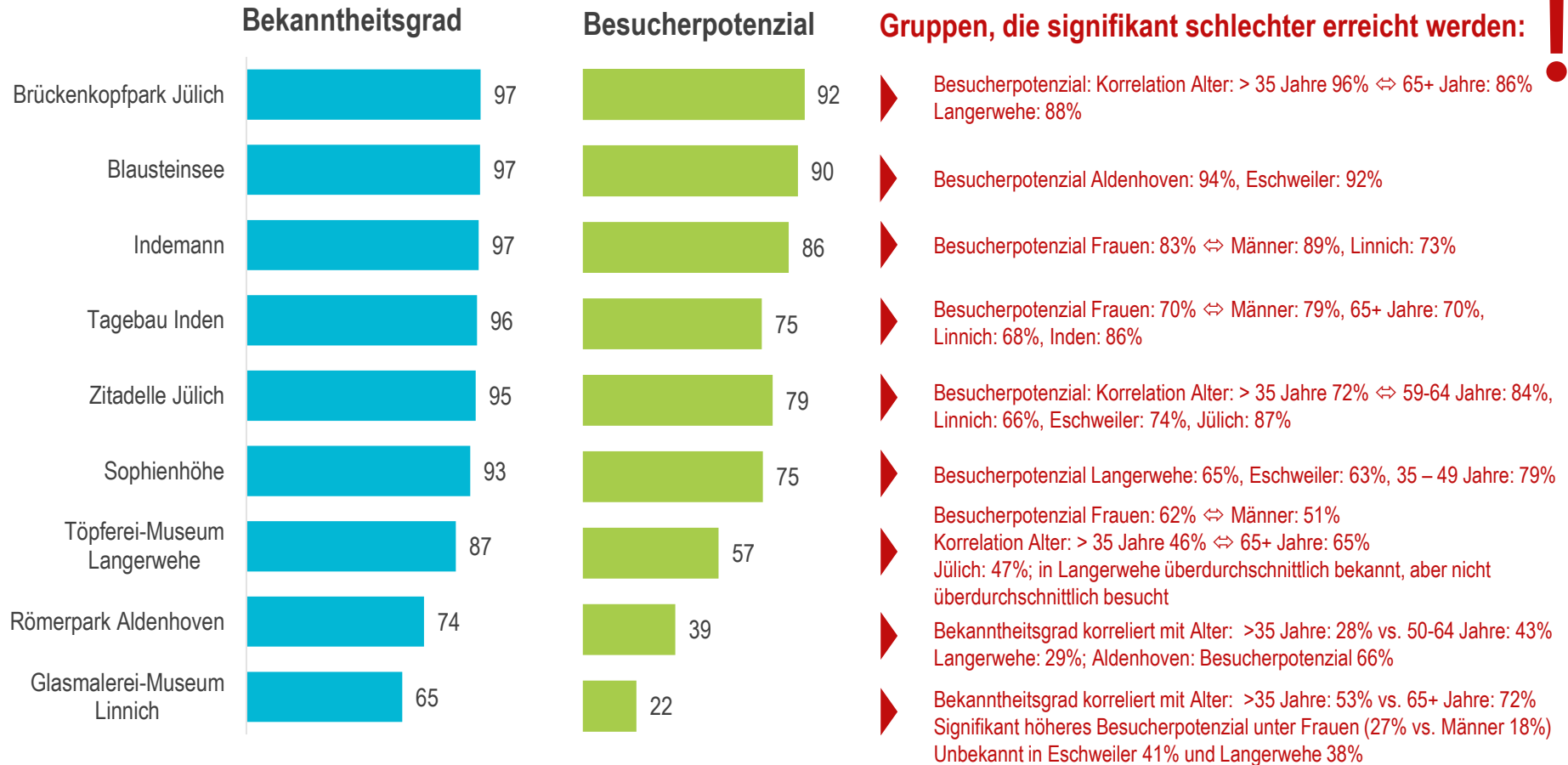
## Entwicklungs-Argumente:



Nennungen >= 10%

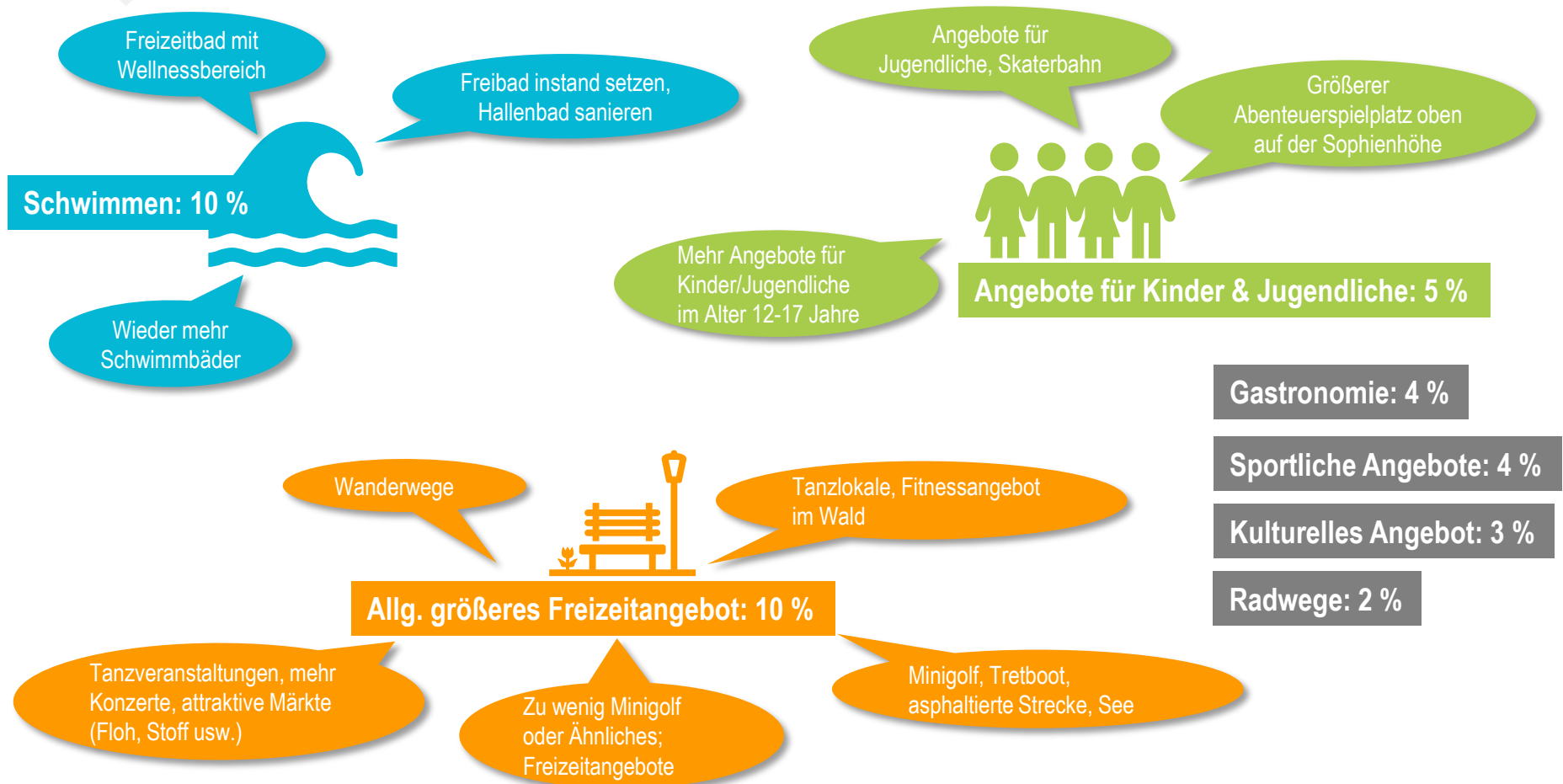
Frage 6: Hat sich die Attraktivität dieser Region in den letzten Jahren verändert?  
Frage 7: Woran machen Sie Ihre Antwort bei vorheriger Frage fest? (ungestützte Abfrage)  
Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent

Die touristischen Einrichtungen im indeland sind der Bevölkerung flächendeckend bekannt. Das Besucherpotenzial der einzelnen Einrichtungen liegt in einer Bandbreite von 92 Prozent (Brückenkopfpark Jülich) bis 22 Prozent (Glasmalerei-Museum), variiert jedoch bei den meisten Attraktionen in Bezug auf das Alter, das Geschlecht und den Wohnort der Befragten.



Frage 8: Welche der nachfolgend aufgeführten touristischen Einrichtungen kennen Sie und welche haben Sie schon einmal besucht?  
Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent

Aktuell mangelt es aus Sicht der Bevölkerung in den inland-Kommunen vor allem an Schwimmmöglichkeiten und einem allgemein größeren Freizeitangebot (Wandernetz, Minigolf, Fitness, Tanzveranstaltungen und Ähnliches). Auch spezielle Angebote für Kinder und Jugendliche, ein vielfältigeres gastronomisches Angebot, sportliche Betätigungsmöglichkeiten, ein größeres kulturelles Angebot und der Ausbau des Radwegenetzes stehen bei der Bevölkerung auf der Wunschliste.



X9: Was fehlt Ihrer Meinung nach noch zusätzlich in der Region als touristisches Angebot oder als Freizeitangebot (ungestützte Abfrage)?

Basis: Alle Befragten | siehe Excelliste mit offenen Nennungen

# „indeland“

Den Begriff Strukturwandel assoziiert die Bevölkerung im indeland überwiegend mit einer Veränderung der Wirtschaftsstruktur, der Beendigung des Braunkohletagebaus sowie der Veränderung des Lebens- und Freizeitraumes (jeweils über 60 Prozent Zustimmung), der Veränderung des Arbeitsplatzangebots sowie der Landschaft (57 bzw. 55 Prozent Zustimmung).

## Assoziationsraum



Verbesserung der Verkehrswege, Straßennetz, Schienenverkehrsnetz

Abschied vom Wachstum-Wahnsinn & Eingang in eine neue Ära in Einklang mit der Natur.

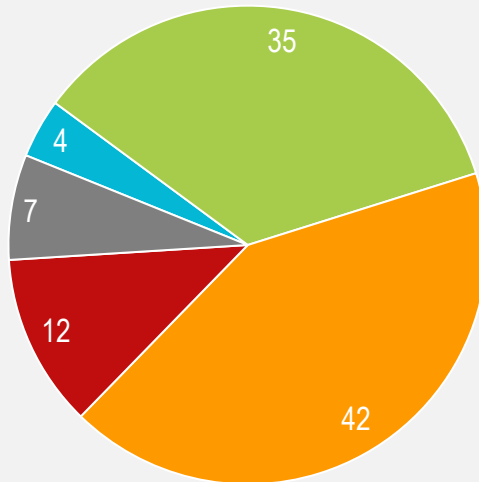
Frage 10: Was verstehen Sie unter dem Begriff „Strukturwandel“?  
Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent | Sonstiges: siehe Excelliste



39 Prozent der Bevölkerung fühlen sich derzeit über Entwicklungen im „indeland“ sehr gut oder gut in Kenntnis gesetzt. 42 Prozent der Befragten fühlen sich aktuell weniger gut, 12 Prozent gar nicht darüber informiert. Analog dem Alter wächst der Informationsstand. Darüber hinaus ist ein Zusammenhang mit dem formalen Bildungsstand der Bevölkerung zu beobachten.

Ø 2,66

- Sehr gut
- Gut
- Weniger gut
- Gar nicht
- Weiß ich nicht, k.A.



- Positive Korrelation mit Alter: Mit zunehmendem Alter besser **inhaltlich** informiert (65+ Jährige: 44% informiert vs. < 35-Jährige: 34%)
- Positive Korrelation mit formaler Bildung

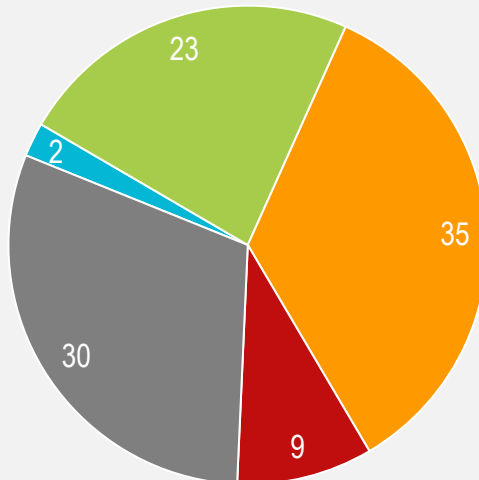
Frage 11: Das „indeland“ ist ein regionaler Zusammenschluss der Kommunen rund um den Tagebau Inden. Wie gut fühlen Sie sich über die Entwicklung im „indeland“ informiert?

Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent | Ø von 1=positiv bis 4=negativ

Etwas mehr als ein Viertel der Bevölkerung hat den Eindruck, dass sich in den letzten Jahren ein regionaler Zusammenhalt im „indeland“ herausgebildet hat. 44 Prozent teilen diese Auffassung nicht. 30 Prozent, insbesondere Neubürger, erlauben sich zur Entwicklung des regionalen Zusammenhalts kein Urteil.

Ø 2,73

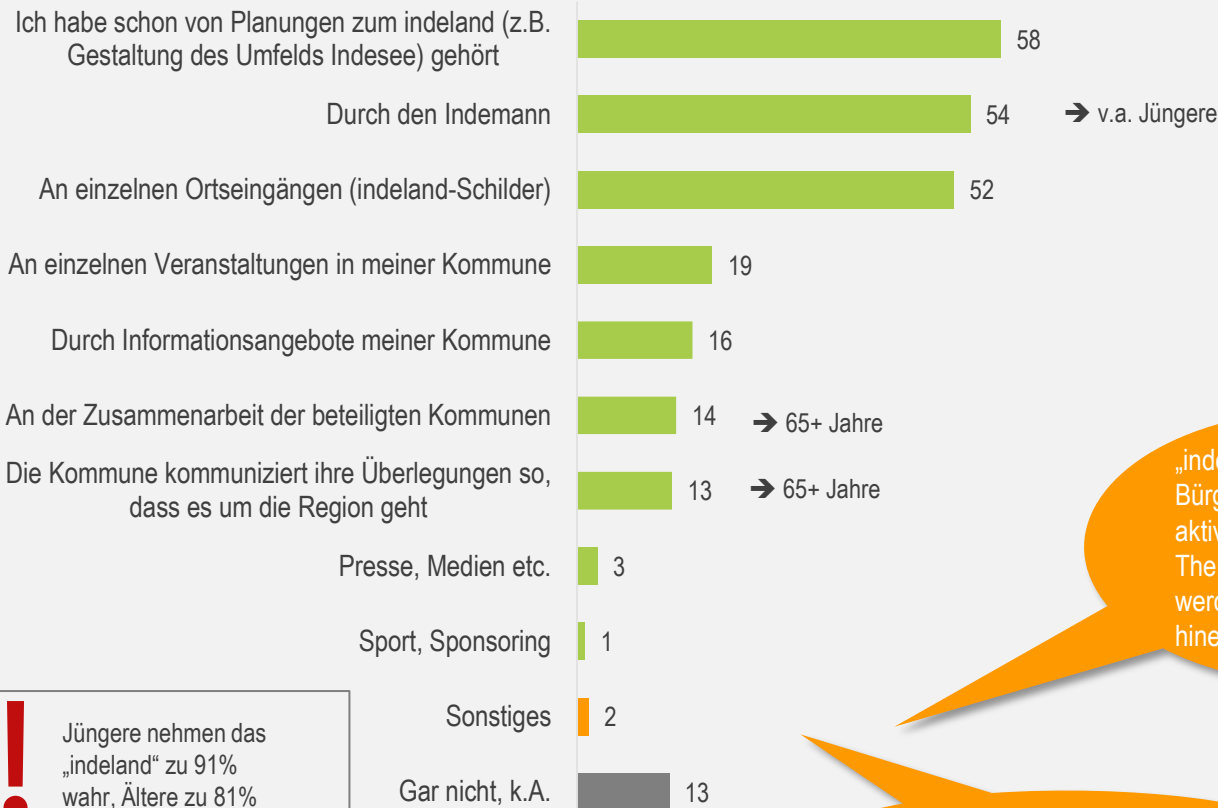
- Ja, auf jeden Fall
- Eher ja
- Eher nein
- Nein, auf keinen Fall
- Weiß ich nicht, k.A.



Frage 12: Hat sich, Ihrer Wahrnehmung nach, in den letzten Jahren ein regionaler Zusammenhalt hier im „indeland“ herausgebildet?

Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent | Ø von 1=positiv bis 4=negativ

In Berührung mit dem „indeland“ kommt die Bevölkerung derzeit am häufigsten durch Informationen zu Planungen zum „indeland“ (58 Prozent), durch den Indemann (54 Prozent) und die Ortseingangsschilder (52 Prozent). An einzelnen kommunalen Veranstaltungen hat knapp ein Fünftel bisher teilgenommen, 16 Prozent haben Informationsangebote der Kommune in Anspruch genommen. Jüngere nehmen das „indeland“ insgesamt häufiger wahr als Ältere, obgleich Ältere sich häufiger inhaltlich besser informiert fühlen.



**!** Jüngere nehmen das „indeland“ zu 91% wahr, Ältere zu 81%

„indeland ist nur den Bürgern ein Begriff, die sich aktiv informieren. Das Thema muss viel präsenter werden und in die Orte hinein gebracht werden.“

„Gewerbl. Firmen schmücken sich mit dem Namen Indeland.“

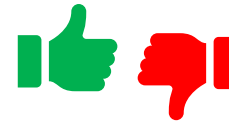
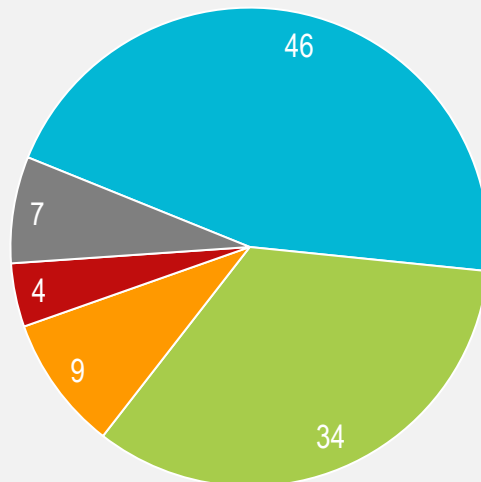
Frage 13: Wie und wo nehmen Sie das „indeland“ wahr?  
Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent | Sonstiges: siehe Excelliste

Die geplante Seenlandschaft rund um die Grube des Tagebaus Inden trifft auf große Zustimmung in der Bevölkerung: 79 Prozent sehen darin eine sehr große oder große Chance für eine attraktive Gestaltung der Region. Kritik äußern insgesamt 13 Prozent, darunter insbesondere alteingesessene bzw. ältere Bürger. Neubürger und Haushalte mit Kindern sind hingegen signifikant häufiger von der Idee begeistert.

## Ist die Umwandlung der Grube in einen See eine Chance?

Ø 1,70

- Ja, auf jeden Fall
- Eher ja
- Eher nein
- Nein, auf keinen Fall
- Weiß ich nicht, k.A.



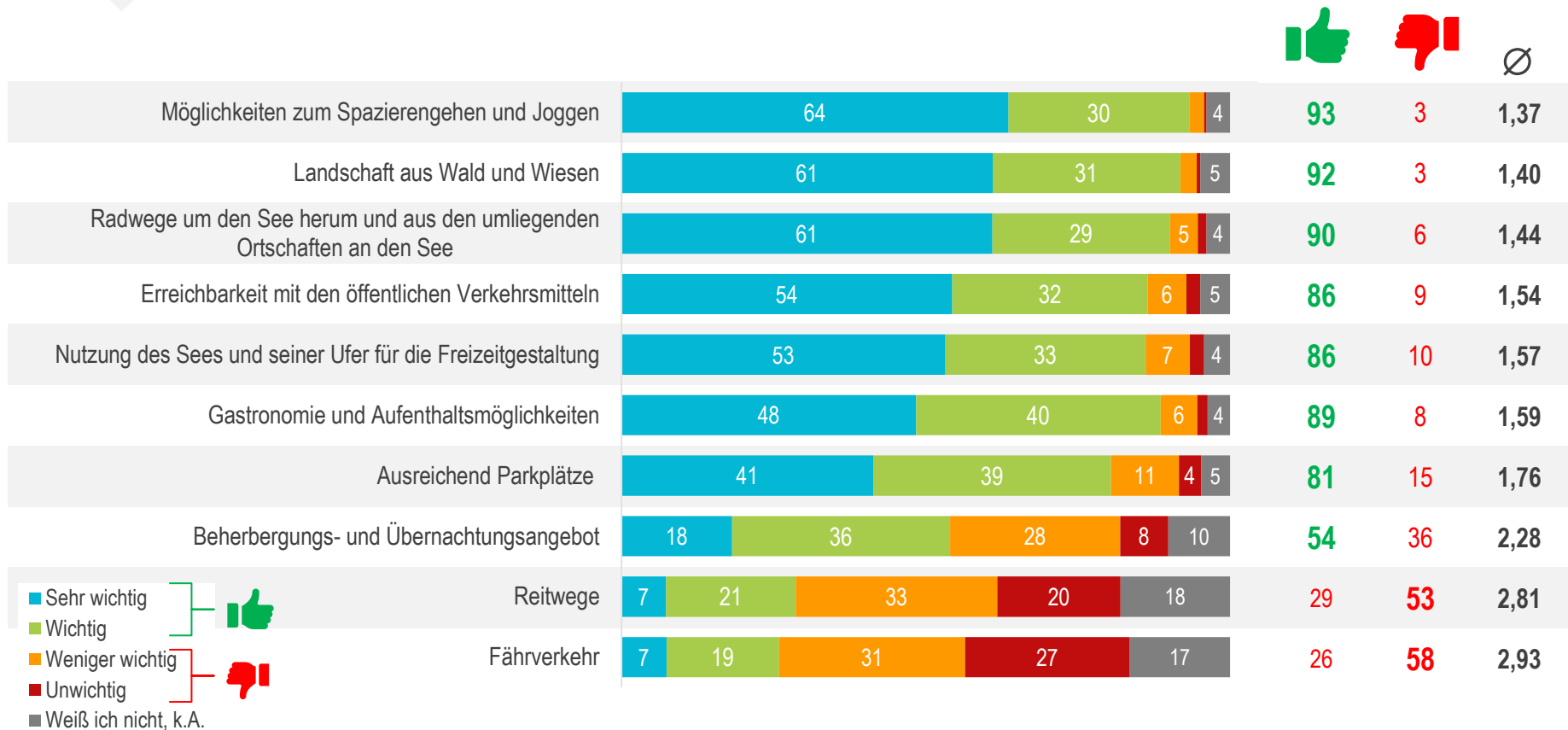
- Korrelation mit Alter: Mit zunehmendem Alter kritischere Einstellung gegenüber geplanter Seenlandschaft
- Mehrpersonenhaushalte und Haushalte mit minderjährigen Kindern überdurchschnittlich begeistert
- Korrelation mit Zugehörigkeit zur Region: Neubürger deutlich begeisterter als Alteingesessene

Frage 14: Nach Beendigung des Tagebaues Inden ist geplant, die dortige Grube in einen See umzugestalten. Sehen Sie darin eine Chance zur positiven Gestaltung der neu entstehenden Seenlandschaft und des dazu gehörenden Umlandes?

Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent | Ø von 1=positiv bis 4=negativ

# Seenlandschaft: Attraktivitäts-Aspekte

Mit der geplanten Seenlandschaft wächst in der Bevölkerung die Erwartungshaltung an eine Verbesserung des Erholungs- und Freizeitangebots in der Region. Hohe Aufenthaltsqualität liefern hierfür eine attraktive Natur, integriertes Gastronomieangebot sowie Bewegungsmöglichkeiten (Spazieren, Joggen, Radfahren, Baden). Für die Erreichbarkeit des zukünftigen Indesees werden das Rad und der ÖPNV dem Auto bevorzugt, wobei zugleich ausreichend Parkplätze vorausgesetzt werden.

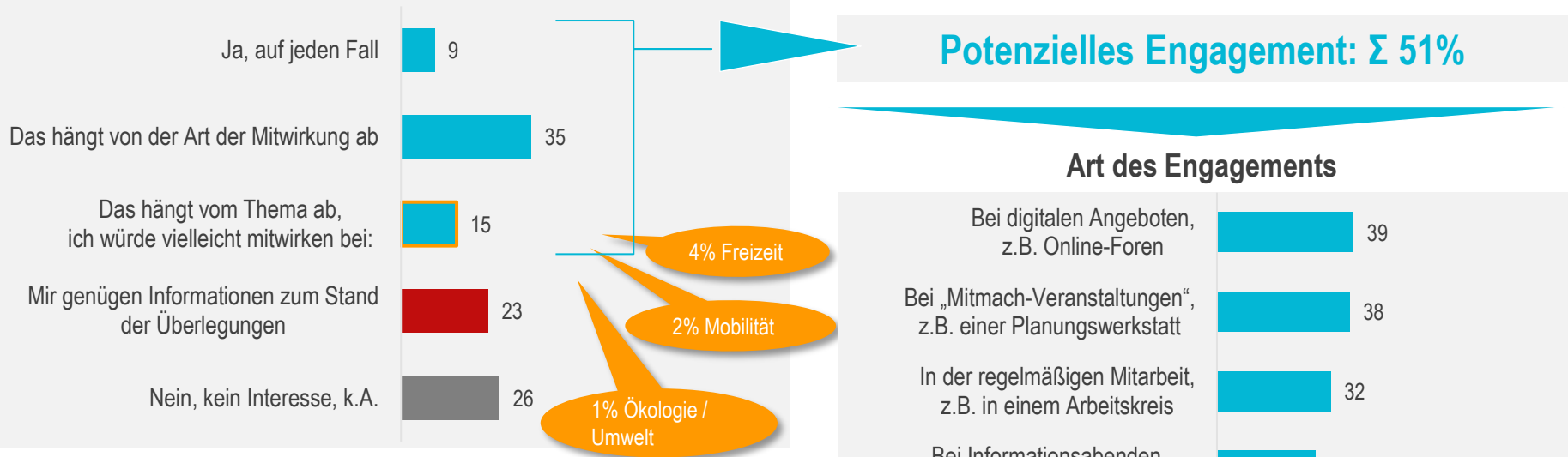


Frage 15: Wie wichtig sind, Ihrer Meinung nach, die folgenden Aspekte, um die geplante Seelandschaft attraktiv zu gestalten?

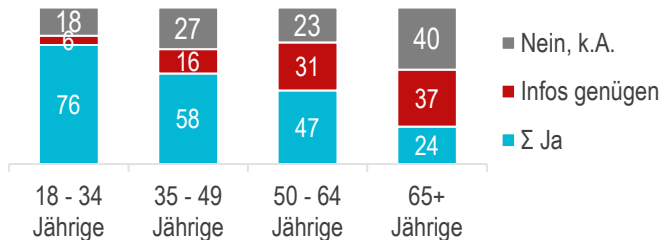
Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent | Ø von 1=wichtig bis 4=unwichtig

Rund die Hälfte der Bevölkerung ist willens, an der Entwicklung des „indelands“ mitzuwirken, wobei sich 9 Prozent uneingeschränkt engagieren möchten, 35 Prozent das Engagement von der Art der Mitwirkung und 15 Prozent vom Thema abhängig machen. Je jünger die Befragten und je besser gebildet, desto häufiger wären sie bereit, sich zu engagieren, insbesondere bei digitalen Angeboten, „Mitmach-Veranstaltungen“, im Rahmen regelmäßiger Mitarbeit oder bei Informationsabenden.

## Potenzial des Bürgerengagements



### Potenzielles Engagement korreliert mit Alter & formaler Bildung

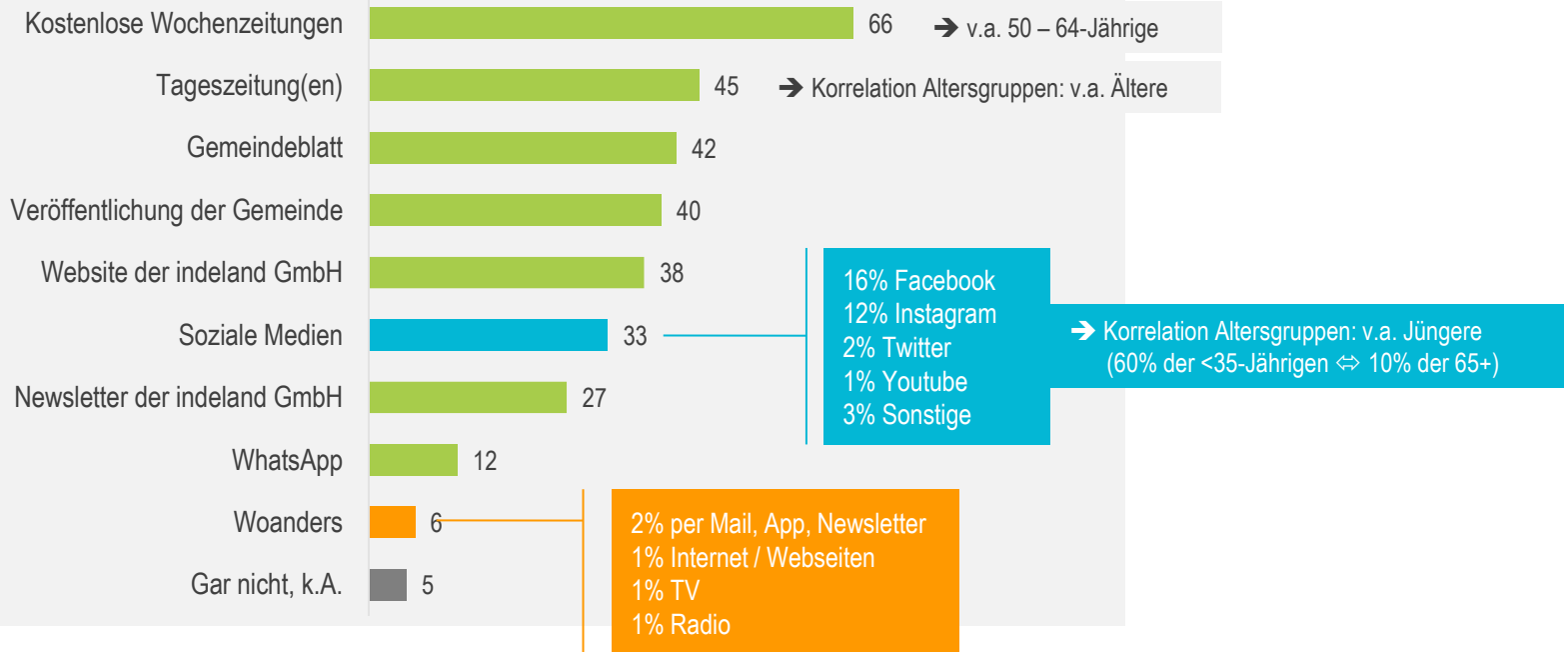


Frage 17: Könnten Sie sich vorstellen, an der Entwicklung und Planung von Themen rund um die Entwicklung des „indelands“ selber mitzuwirken?

Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent | Sonstiges: siehe Excelliste

Frage 18: Wie bzw. wo könnten Sie sich ein persönliches Engagement im „indeland“ vorstellen? → Filter: Frage Frage 17 „Ja“ n=1.001

Präferierte Informationskanäle zu Themen rund um das „indeland“ variieren insbesondere nach Altersgruppen: kostenlose Wochenzeitungen (v.a. in der Altersgruppe der 50–64-Jährigen), Tageszeitungen (Ältere), das Gemeindeblatt bzw. Veröffentlichungen der Gemeinde (v.a. Ältere) sowie die Website der indeland GmbH. Jüngere Bevölkerungsgruppen bevorzugen darüber hinaus Informationen über soziale Medien, allen voran Facebook, Instagram und WhatsApp.



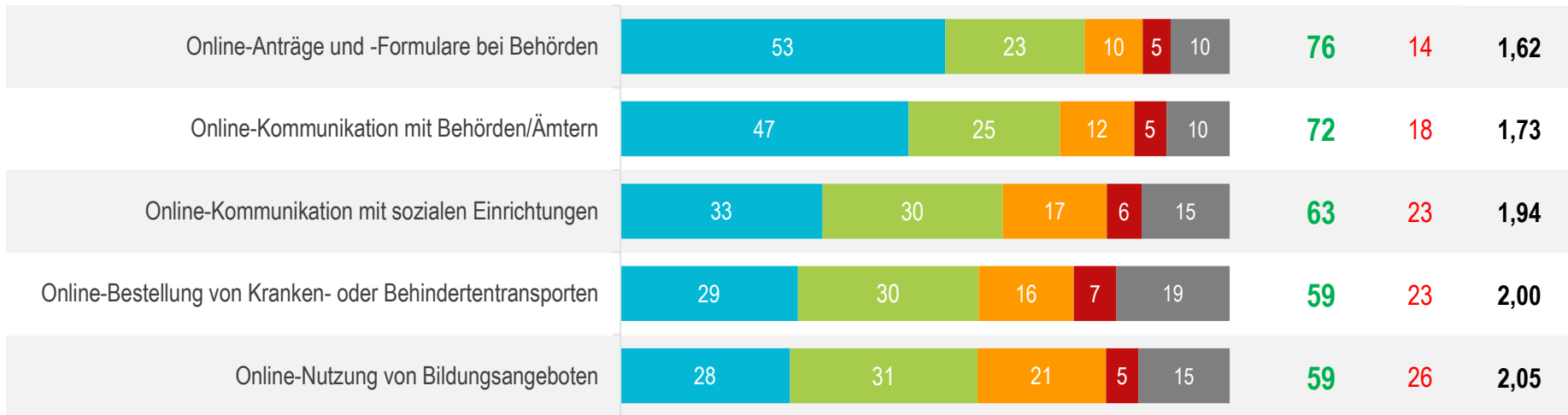
Frage 13: Über welche Kanäle möchten Sie am liebsten Informationen über die Entwicklung des „indelands“ erhalten?  
 Bitte kreuzen Sie Ihre 5 bevorzugten Kanäle an.

Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent | Sonstiges: siehe Excelliste

# Potenzial digitaler Angebote

Die Bereitschaft für digitale Angebote rund um die Kommunikation zwischen Bürgern und den Kommunen oder Dienstleistern ist sehr groß. 76 Prozent würden Online-Anträge und -Formulare bei Behörden nutzen, 72 Prozent eine Online-Kommunikationsmöglichkeit mit den Behörden, 63 Prozent mit sozialen Einrichtungen. Auch eine Online-Bestellung von Kranken- oder Behindertentransporten sowie digitale Bildungsangebote werden mehrheitlich begrüßt.

## Digitale Kommunikation



■ Ja, auf jeden Fall ■ Eher ja ■ Eher nein ■ Auf keinen Fall ■ Weiß ich nicht, k.A.



Frage 20: Der regionale Strukturwandel bietet große Entwicklungschancen. Diese möchte die indeland GmbH erschließen. Hierbei kann die Digitalisierung die Bürgerinnen und Bürger auf verschiedenen Ebenen unterstützen. Welche der folgenden digitalen Angebote würden Sie persönlich nutzen?

Frage 21: Welche weiteren digitalen Angebote sollten Ihrer Meinung nach für die Kommunikation von Bürgerinnen und Bürgern mit den Behörden und Ämtern gemacht werden (ungestützte Abfrage, s. Excelliste)?

Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent | Ø von 1=positiv bis 4=negativ



# Ausbildung & Beruf

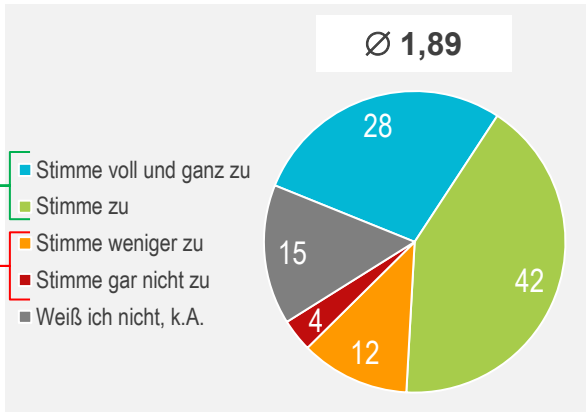
# Arbeitsmarkt: Chancen & Risiken des Strukturwandels

Die zu erwartenden Veränderungen des Arbeitsmarkts werden von einem Großteil der Bevölkerung (70 Prozent) als Chance für einen nachhaltigen Umbau der Wirtschaft betrachtet. Allerdings bereiten insbesondere die (erwartete lange) Zeitspanne der Umstrukturierung, insbesondere den 50–64-Jährigen, mehrheitlich Sorgen. Weniger als die Hälfte der Befragten befürchtet einen Anstieg der Arbeitslosigkeit (44 Prozent).

## Die Veränderung des Angebots an Arbeitsplätzen ist...

... **eine Chance,**

z.B. für einen nachhaltigen Umbau der  
Wirtschaft

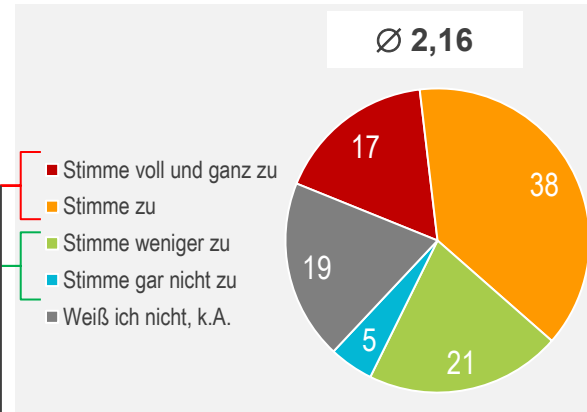


**70%** vs. **15%**

Hinweis: Geringfügige Abweichungen in den Summen sind auf Rundungsdifferenzen zurückzuführen.

... **eher schwierig,**

weil z.B. die Umstrukturierung zu lange  
dauern wird

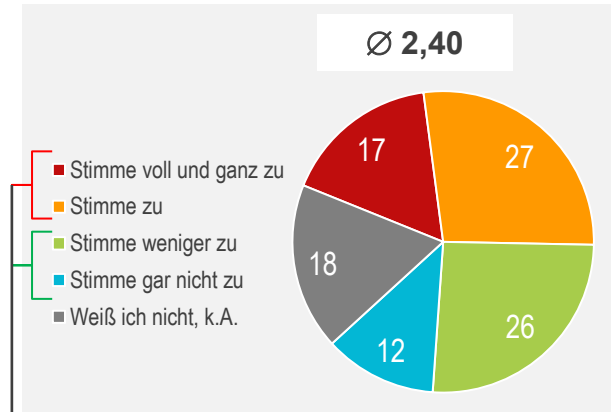


**55%** vs. **26%**

**!** 60% der 50 – 64-Jährigen  
stimmen zu

... **bedrohlich,**

weil dadurch die Arbeitslosigkeit vermutlich  
deutlich steigen wird



**44%** vs. **38%**

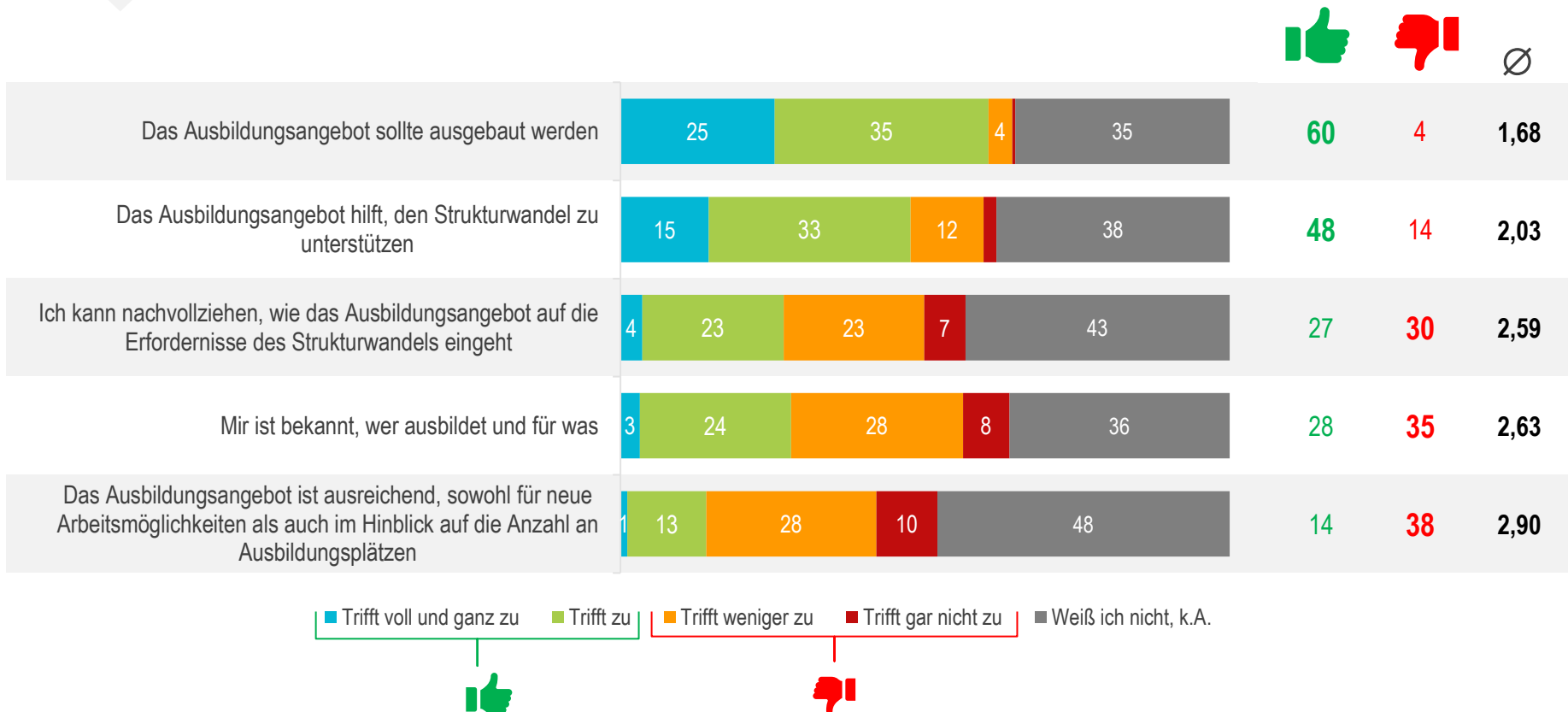
**!** 50% der 50 – 64-Jährigen  
stimmen zu

Frage 22: Durch das Ende des Braunkohleabbaus im Rheinischen Braunkohlerevier wird sich das Angebot an Arbeitsplätzen verändern, quantitativ wie qualitativ. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent | Ø von 1=positiv bis 4=negativ

# Ausbildungsangebot in der Region

Zur Abfederung des Strukturwandels sollte das Ausbildungsangebot in der Region aus Sicht der Mehrheit der Bevölkerung ausgebaut werden. Nur rund ein Viertel der Bevölkerung kann nachvollziehen, wie das Ausbildungsangebot auf die Erfordernisse des Strukturwandels eingeht. 35 Prozent, darunter ein signifikant hoher Anteil an unter 35-Jährigen, geben an, weder Ausbildungsbetriebe noch deren Ausrichtung zu kennen.



Frage 23: Wie schätzen Sie persönlich das Ausbildungsangebot in der Region ein?

Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent | Ø von 1=positiv bis 4=negativ

# Umwelt & Nachhaltigkeit

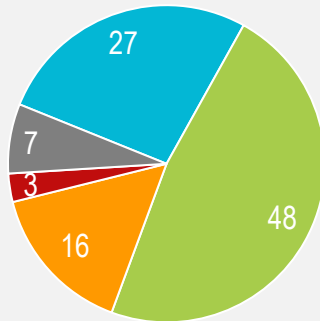
Nachhaltigkeit spielt unter der Bevölkerung des „inlands“ sowohl im privaten als auch im beruflichen Kontext eine große Rolle.

## Nachhaltigkeit spielt...

... in meinem privaten Umfeld ...

Alle Befragten

Ø 1,94



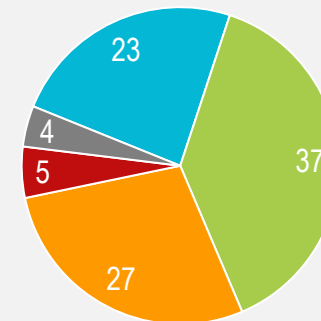
- Sehr große Rolle
- Große Rolle
- Weniger große Rolle
- Keine Rolle
- Weiß ich nicht, k.A.

... in meinem beruflichen Umfeld ...

Erwerbstätige

n=1.228

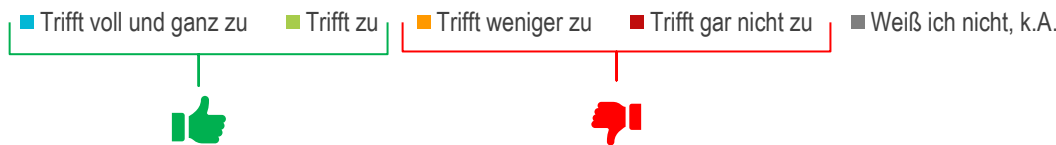
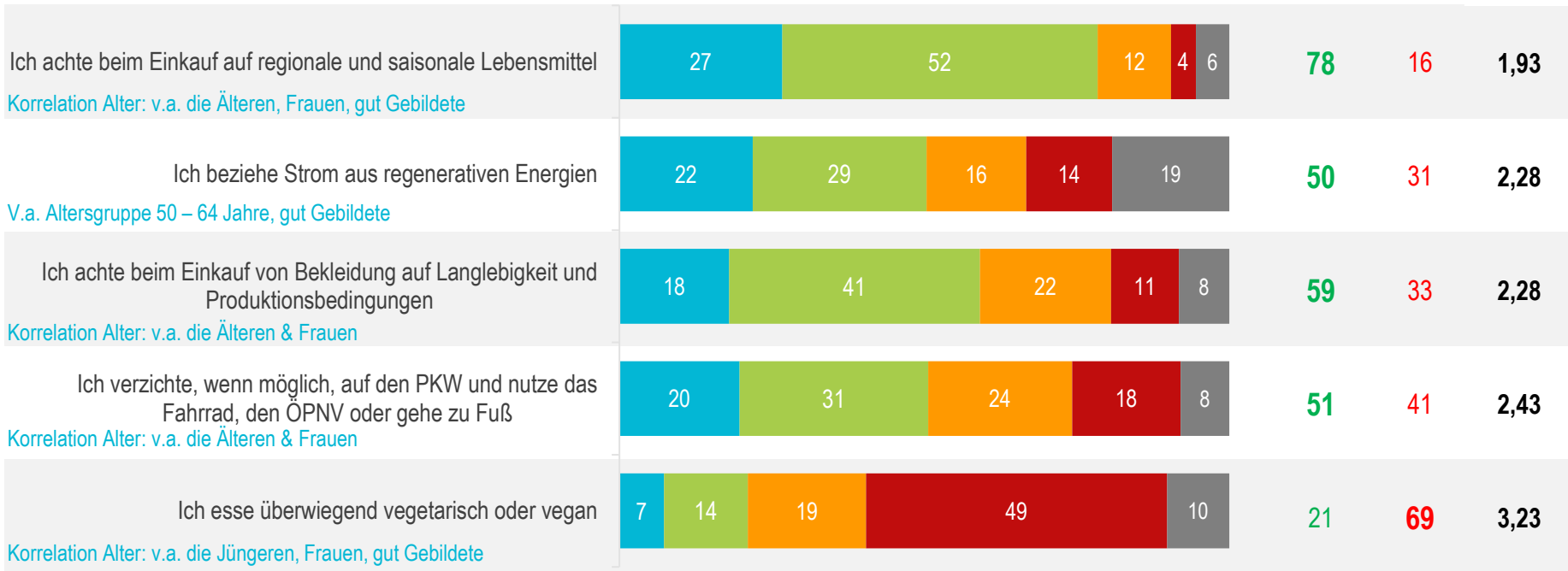
Ø 2,16



Frage 24: Welche Rolle spielt das Thema „Nachhaltigkeit“ für Sie  
Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent | Ø von 1=positiv bis 4=negativ

# Der Nachhaltigkeitsgedanke im Alltag

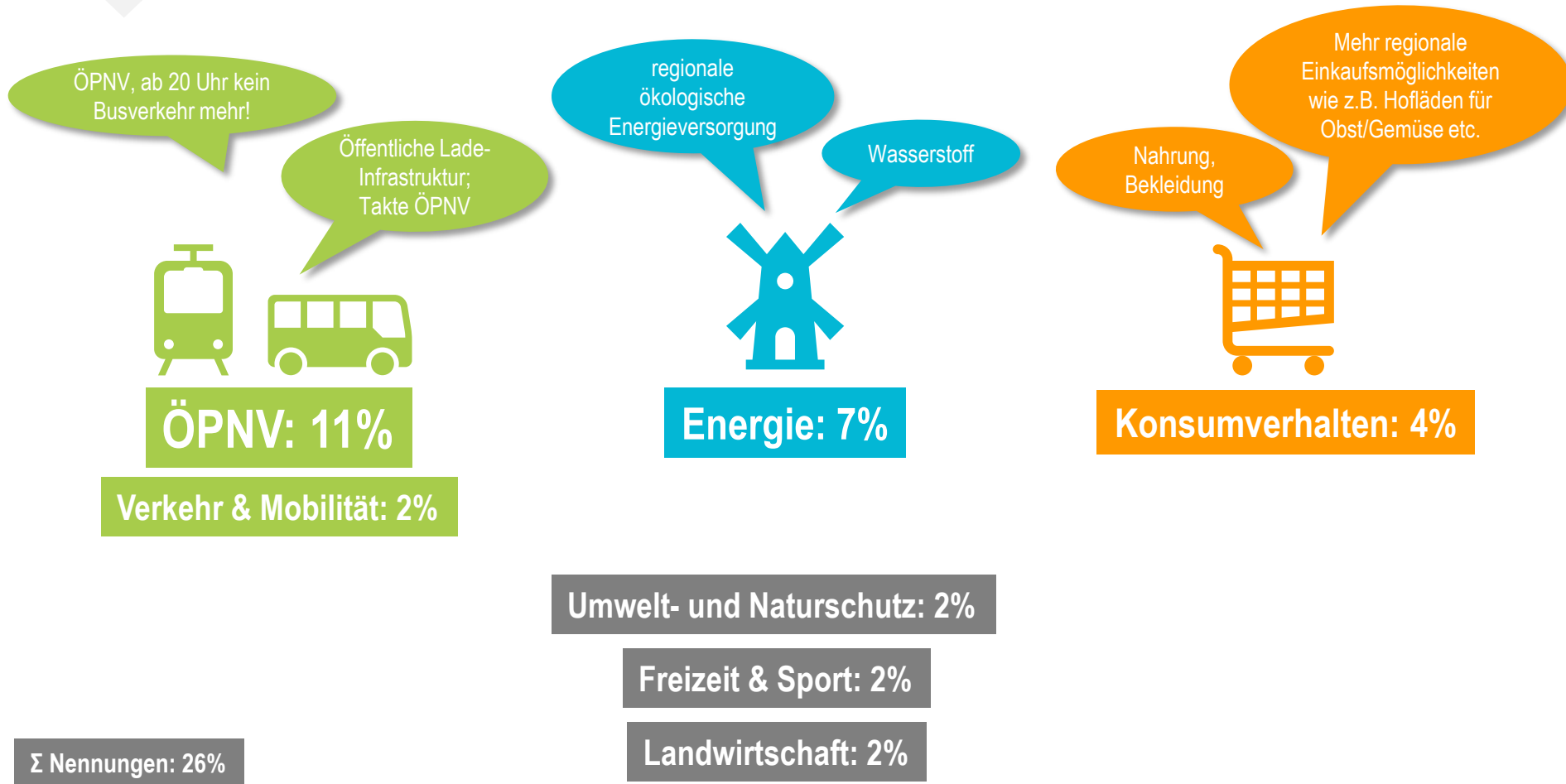
Der Nachhaltigkeitsgedanke wird im Alltag vor allem durch den Einkauf regionaler und saisonaler Lebensmittel (78 Prozent, v.a. Ältere, Frauen, gut Gebildete) umgesetzt. Die Hälfte der Bevölkerung bezieht (auch) grünen Strom, 59 Prozent achten beim Bekleidungseinkauf auf Langlebigkeit und Produktionsbedingungen (Ältere, Frauen). 51 Prozent verzichten nach Möglichkeit auf den PKW (Ältere, Frauen). 21 Prozent der Bevölkerung ernähren sich überwiegend vegetarisch oder vegan (v.a. Jüngere, Frauen, gut Gebildete).



Frage 25: Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen rund um nachhaltiges Verhalten im Alltag zu?

Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent | ∅ von 1=positiv bis 4=negativ

Verbesserungsmöglichkeiten in Bezug auf regionale Nachhaltigkeit sieht die Bevölkerung vor allem in Bezug auf den Ausbau des ÖPNV-Angebots, beim Thema Energie und dem Konsumverhalten.

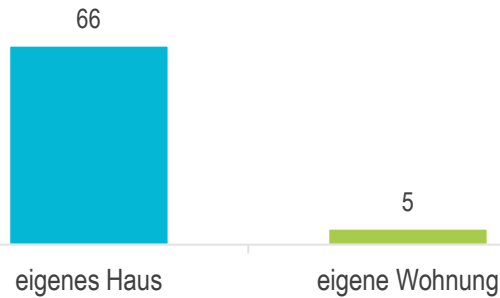


X26: Wo bzw. in welchen Bereichen wünschen Sie persönlich sich hier in der Region mehr Einsatz für nachhaltige Themen (ungestützte Abfrage)?  
Basis: Alle Befragten | siehe Excelliste mit offenen Nennungen

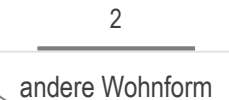
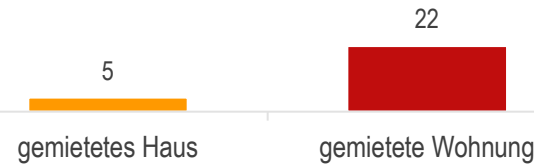
Im „indeland“ liegt die Eigentumsquote bei 71 Prozent. 26 Prozent der Bevölkerung wohnen zur Miete. Derzeit planen insgesamt 10 Prozent der Bevölkerung in den nächsten fünf Jahren einen Hausbau, unter den 18–34-Jährigen mehr als jeder Vierte, unter den aktuellen Mietern 19 Prozent.

## Wohnform

### Eigentümer: 71%



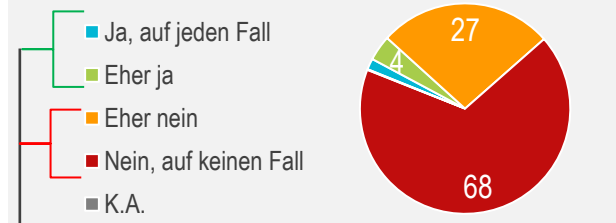
### Mieter: 26%



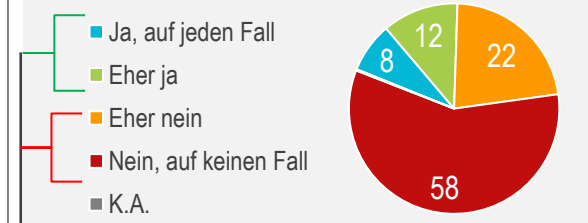
## Potenzial für Hausbau



- 10% der Bevölkerung im „indeland“
- 27% der <35-Jährigen



6% vs. **94%**



19% vs. **80%**

Hinweis: Geringfügige Abweichungen in den Summen sind auf Rundungsdifferenzen zurückzuführen.

Frage 3: Wie wohnen Sie?

Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent

Frage 4: Planen Sie in den nächsten 5 Jahren den Bau eines neuen Hauses?

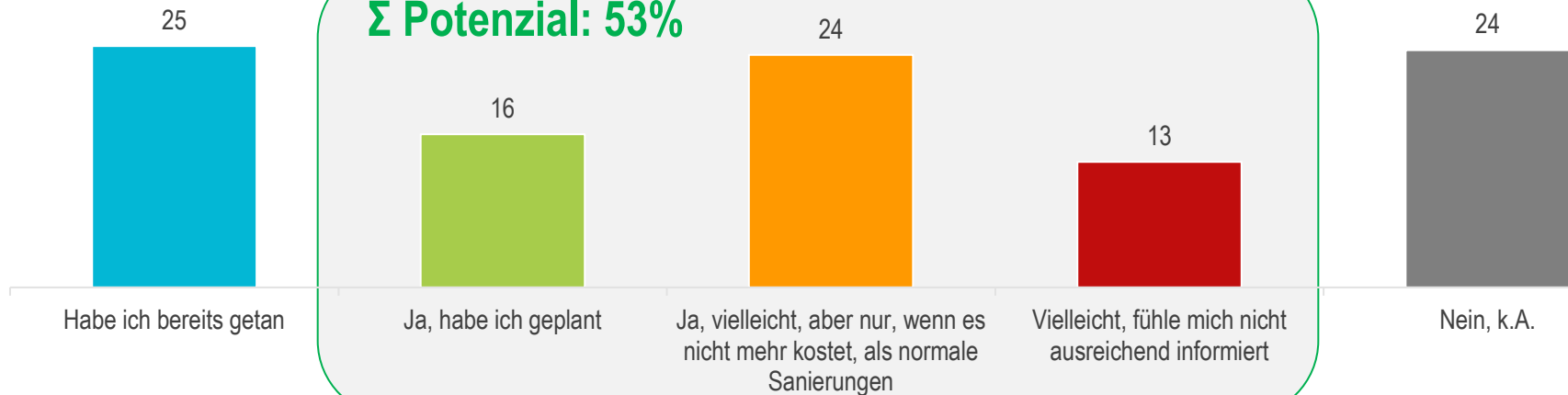


Vier von zehn Befragten geben an, ihre Immobilie bereits klimafreundlich renoviert zu haben, 16 Prozent tragen sich mit dem Gedanken, 24 Prozent machen dies von den Kosten abhängig, 13 Prozent zeigen Bereitschaft, benötigen jedoch konkrete Informationen für die Entscheidung. Die Faktor X Agentur der indeland GmbH (Bauberatung Ressourceneffizienz) ist im Befragungsgebiet 22 Prozent bekannt. Unter denjenigen, die einen Neubau planen, kennt ein Drittel die Faktor X Agentur.

Eigentümer: 71%

## Potenzial für klima-/ressourcenschonende Renovierung

**Σ Potenzial: 53%**



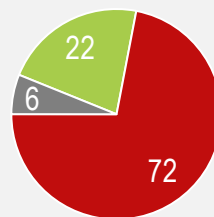
## Bekanntheitsgrad



Signifikant überdurchschnittlich bekannt unter Jüngeren, Männern, gut Gebildeten

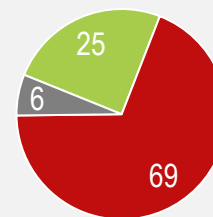
### Alle Befragten

- Ja
- Nein
- K.A.



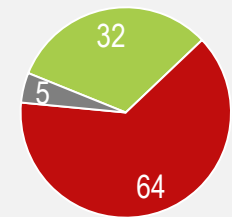
### Alle Eigentümer (n=1.416)

- Ja
- Nein
- K.A.



### Personen, die Neubau planen (n=190)

- Ja
- Nein
- K.A.



Frage 27: Können Sie sich vorstellen, Ihre Wohnung oder Ihr Haus in den nächsten Jahren klima- bzw. ressourcenschonend zu sanieren?

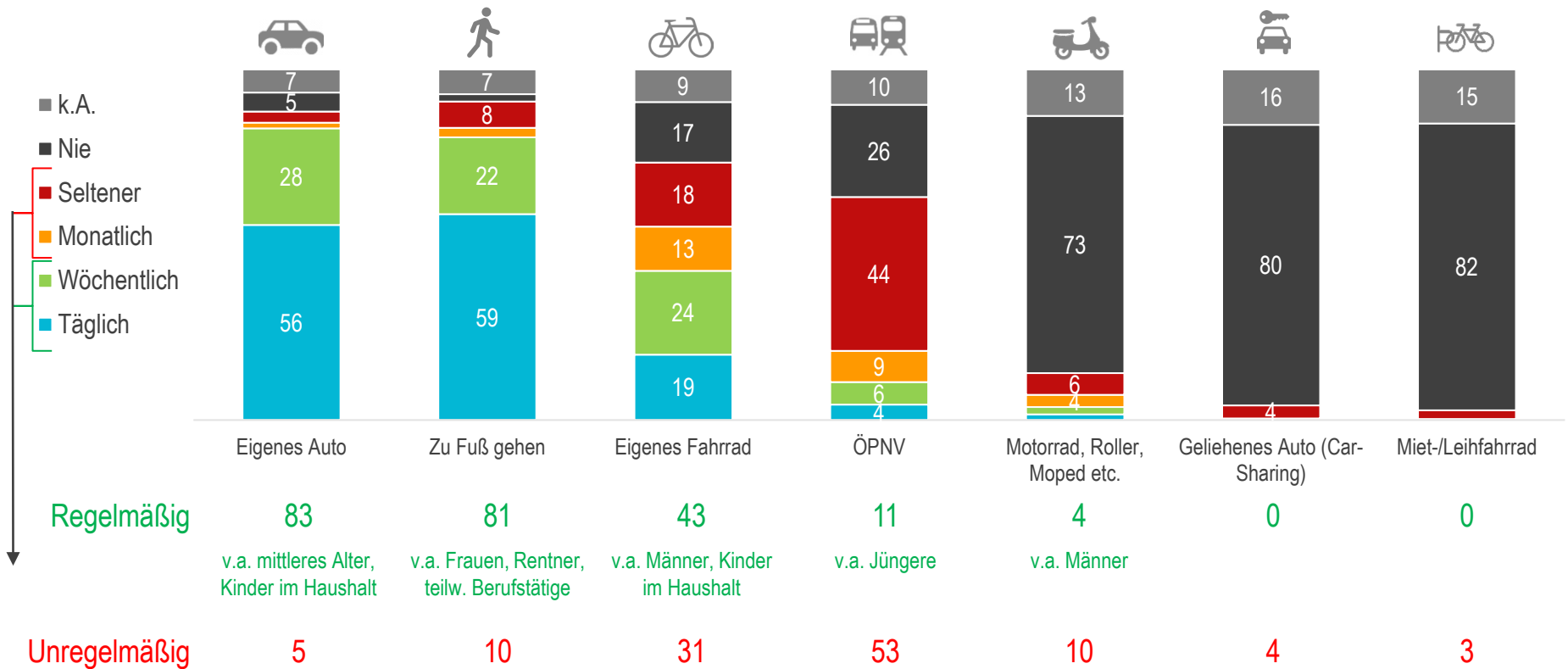
Basis: Filter: Eigentümer n=1.416 | Werte in Prozent

Frage 28: Die Faktor X-Agentur beschäftigt sich mit ressourcenschonendem Bauen. Ist Ihnen die Faktor X-Agentur bekannt?

# Mobilität

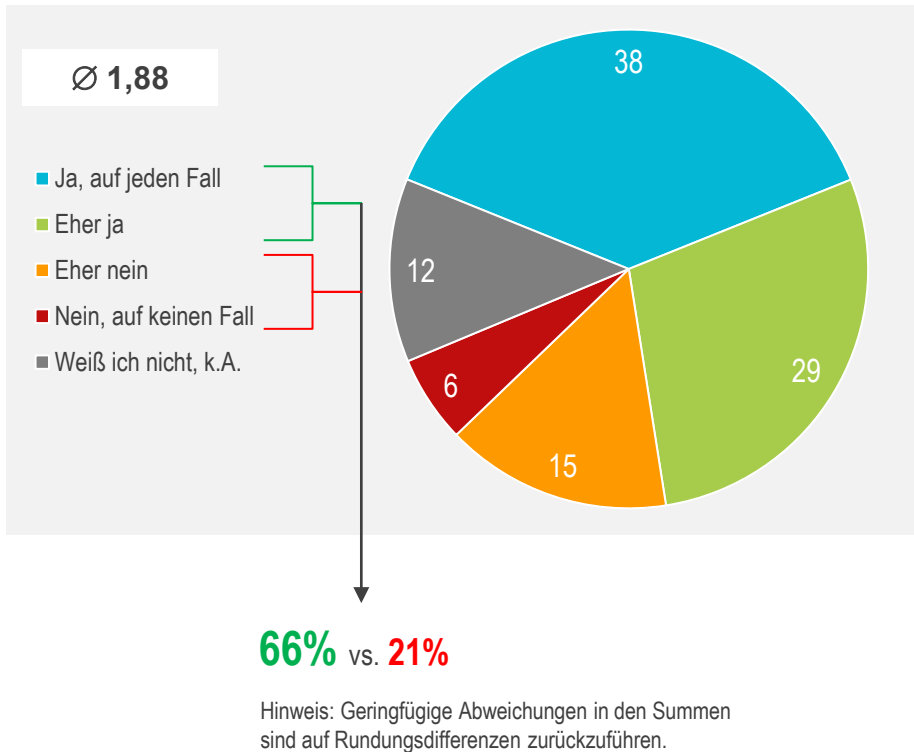
# Fortbewegungsmittel

Das Auto ist das Hauptfortbewegungsmittel im indeland: 83 Prozent nutzen es regelmäßig, d.h., täglich oder wöchentlich. Zu Fuß gehen ebenfalls mehr als vier Fünftel regelmäßig. Das Fahrrad wird von 19 Prozent täglich, von 24 Prozent auf wöchentlicher Basis benutzt. Die ÖPNV-Nutzung fällt mit 11 Prozent regelmäßigen Nutzern deutlich ab. Miet- und Leihangebote, egal, ob für Autos oder Fahrräder, werden bislang nicht regelmäßig verwendet.



Frage 29: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Fortbewegungsmittel?  
Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent

Unter besseren Bedingungen würden zwei Drittel der Bevölkerung auf alternative Mobilitätsformen, wie E-Autos, den ÖPNV, das Fahrrad etc. umsteigen. Diese Bereitschaft nimmt bis zu einem Alter von 64 Jahren zu. Außerdem korreliert sie mit der formalen Bildung.



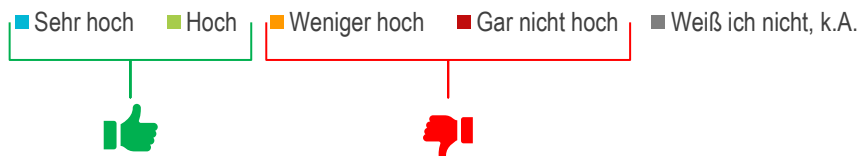
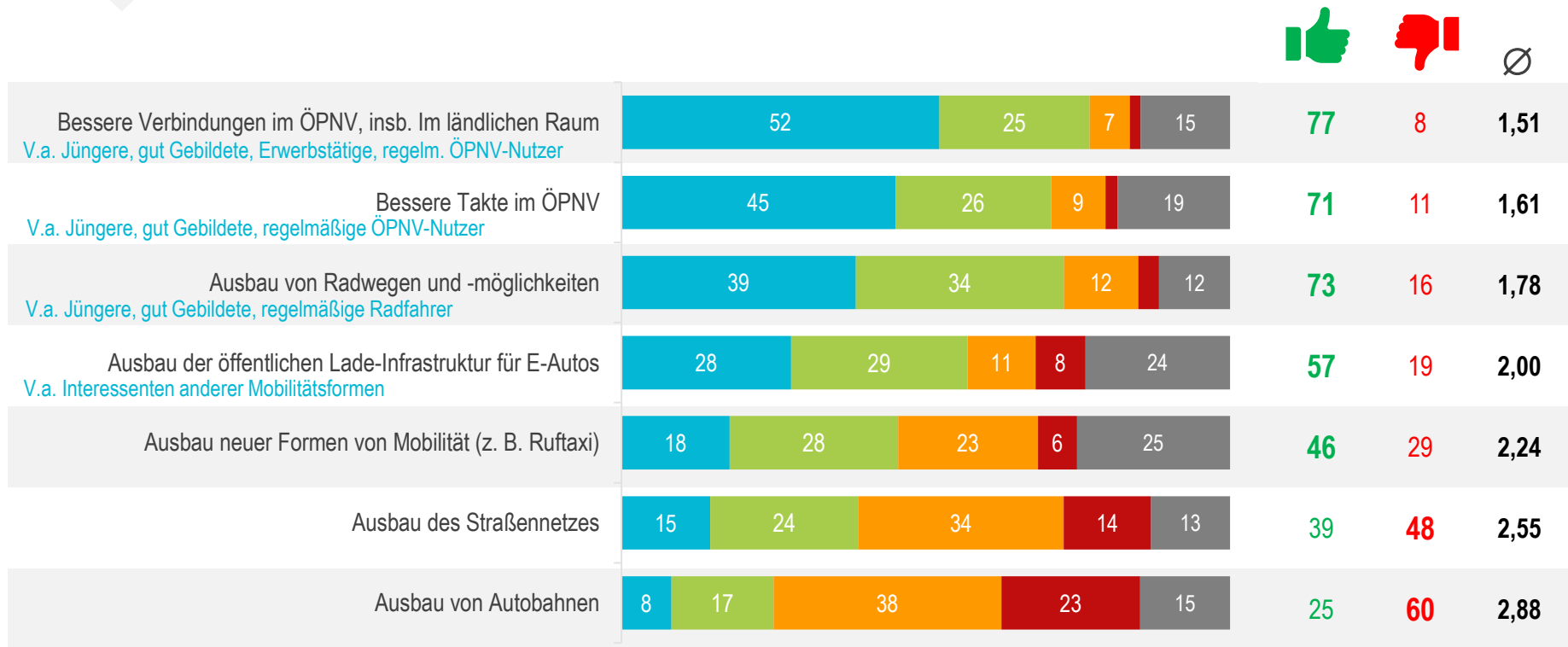
- Korrelation mit Alter: steigendes Potenzial bis 64 Jahre (76%)
- Korrelation mit Bildung: Personen mit Abitur 80%, Akademiker 79%
- 84% der regelmäßigen ÖPNV-Nutzer
- 71% der regelmäßigen Autofahrer

Frage 30: Würden Sie persönlich verstärkt auf andere Mobilitätsformen setzen (z.B. Wechsel auf ein E-Auto, Nutzung von ÖPNV und/oder Fahrrad usw.), wenn die Bedingungen dafür besser als im Moment wären?

Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent | Ø von 1=positiv bis 4=negativ

# Optimierungspotenzial Mobilitätsangebote

Vordringlichsten Optimierungsbedarf hinsichtlich der Mobilität besteht aus Sicht der Bevölkerung in Bezug auf das Angebot des ÖPNV und den Ausbau des Radwegenetzes, weniger bezüglich des Straßen- und Autobahnnetzes.

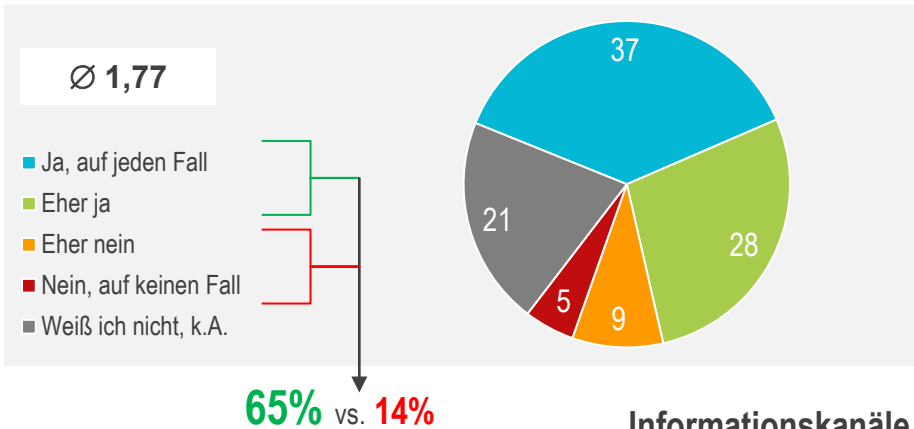


Frage 31: Wie hoch ist Ihrer Meinung nach der Verbesserungs- bzw. Ausbaubedarf der folgenden Bereiche?

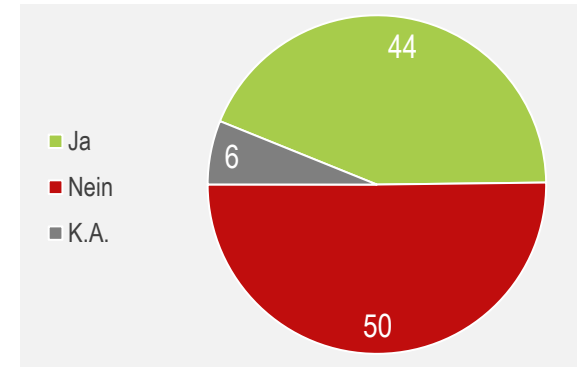
Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent | Ø von 1=positiv bis 4=negativ

Wasserstoff ist als Antriebstechnologie für Fahrzeuge für die Bevölkerung, insbesondere Männer und die Altersgruppe der 50–64-Jährigen von Interesse: knapp zwei Drittel könnten sich vorstellen, ein marktreifes wasserstoffbetriebenes Auto zu kaufen. Die Wasserstoff-Initiative des Kreises Düren ist 44 Prozent bekannt. Informationen rund um die Technologie würden am ehesten direkt bei Autoherstellern eingeholt werden. 25 Prozent würden sich bei der Wasserstoff-Initiative erkundigen.

## Potenzial für Fahrzeuge mit Wasserstoff-Antrieb



## Bekanntheitsgrad: Wasserstoff-Initiative Kreis Düren



## Informationskanäle für Wasserstoff-Technologie



Frage 32: Angenommen, die Wasserstoff-Technologie wäre bereits marktreif, könnten Sie sich dann vorstellen, auf ein Fahrzeug mit Wasserstoff-Antrieb umzusteigen?

Frage 33: Ist Ihnen die Wasserstoff-Initiative des Kreis Düren bekannt?

Frage 34: Wo würden Sie sich über Wasserstoff als Technologie für Fahrzeuge informieren bzw. wo haben Sie sich schon einmal informiert?

Basis: Alle Befragten | Werte in Prozent | Ø von 1=positiv bis 4=negativ

# Zusammenfassung

## Allgemeines Stimmungsbild

- 46 Prozent der erwachsenen Bevölkerung im „indeland“ fühlen sich dort zurzeit sehr wohl, weitere 46 Prozent leben gerne dort, 7 Prozent weniger gern. Diese Verteilung ist ab dem Alter von 35 Jahren nahezu identisch.
- Im Hinblick auf regionale Merkmale wünscht die Mehrheit der Befragten einen Ausbau des infrastrukturellen Angebots. Das betrifft vor allem die Verkehrssituation (insb. den ÖPNV), das Freizeitangebot sowie das Angebot an Arbeits- und Ausbildungsplätzen. Auch in Bezug auf das Beherbergungsangebot sowie Kunst und Kultur sind die Befragten weniger zufrieden.
- Die Attraktivität der Region hat sich aus Sicht der Bevölkerung in den letzten Jahren nicht wesentlich verbessert: Zwar nehmen 19 Prozent eine Verbesserung wahr – insbesondere in Bezug auf das Freizeitangebot, die Nahversorgung und Erholungsmöglichkeiten –, diesen stehen jedoch 30 Prozent gegenüber, die die Entwicklung pessimistisch beurteilen – v. a. bezüglich der Nahversorgung, der Verkehrssituation, mangelnder Sauberkeit und fehlendem Freizeitangebot.
- Die touristischen Einrichtungen im indeland sind der Bevölkerung flächendeckend bekannt. Das Besucherpotenzial der einzelnen Einrichtungen liegt in einer Bandbreite von 92 Prozent (Brückenkopfpark Jülich) bis 22 Prozent (Glasmalerei-Museum), variiert jedoch bei den meisten Attraktionen in Bezug auf das Alter, das Geschlecht und den Wohnort der Befragten.
- Aktuell mangelt es aus Sicht der Bevölkerung in den indeland-Kommunen vor allem an Schwimmmöglichkeiten und einem allgemein größeren Freizeitangebot (Wandernetz, Minigolf, Fitness, Tanzveranstaltungen und Ähnliches). Auch spezielle Angebote für Kinder und Jugendliche, ein vielfältigeres gastronomisches Angebot, sportliche Betätigungsmöglichkeiten, ein größeres kulturelles Angebot und der Ausbau des Radwegenetzes stehen bei der Bevölkerung auf der Wunschliste.

## „indeland“

- Den Begriff Strukturwandel assoziiert die Bevölkerung im indeland überwiegend mit einer Veränderung der Wirtschaftsstruktur, der Beendigung des Braunkohletagebaus sowie der Veränderung des Lebens- und Freizeitraums (jeweils über 60 Prozent Zustimmung), der Veränderung des Arbeitsplatzangebots sowie der Landschaft (57 bzw. 55 Prozent Zustimmung).
- 39 Prozent der Bevölkerung fühlen sich derzeit über Entwicklungen im „indeland“ sehr gut oder gut in Kenntnis gesetzt. 42 Prozent der Befragten fühlen sich aktuell weniger gut, 12 Prozent gar nicht darüber informiert. Analog dem Alter wächst der Informationsstand. Darüber hinaus ist ein Zusammenhang mit dem formalen Bildungsstand der Bevölkerung zu beobachten.



- Etwas mehr als ein Viertel der Bevölkerung hat den Eindruck, dass sich in den letzten Jahren ein regionaler Zusammenhalt im „indeland“ herausgebildet hat. 44 Prozent teilen diese Auffassung nicht. 30 Prozent, insbesondere Neubürger, erlauben sich zur Entwicklung des regionalen Zusammenhalts kein Urteil.
- In Berührung mit dem „indeland“ kommt die Bevölkerung derzeit am häufigsten durch Informationen zu Planungen zum „indeland“ (58 Prozent), durch den Indemann (54 Prozent) und die Ortseingangsschilder (52 Prozent). An einzelnen kommunalen Veranstaltungen hat knapp ein Fünftel bisher teilgenommen, 16 Prozent haben Informationsangebote der Kommune in Anspruch genommen. Jüngere nehmen das „indeland“ insgesamt häufiger wahr als Ältere, obgleich Ältere sich häufiger inhaltlich besser informiert fühlen.
- Die geplante Seenlandschaft rund um die Grube des Tagebaus Inden trifft auf große Zustimmung in der Bevölkerung: 79 Prozent sehen darin eine sehr große oder große Chance für eine attraktive Gestaltung der Region. Kritik äußern insgesamt 13 Prozent, darunter insbesondere alteingesessene bzw. ältere Bürger. Neubürger und Haushalte mit Kindern sind hingegen signifikant häufiger von der Idee begeistert.
- Mit der geplanten Seenlandschaft wächst in der Bevölkerung die Erwartungshaltung an eine Verbesserung des Erholungs- und Freizeitangebots in der Region. Hohe Aufenthaltsqualität liefern hierfür eine attraktive Natur, integriertes Gastronomieangebot sowie Bewegungsmöglichkeiten (Spazieren, Joggen, Radfahren, Baden). Für die Erreichbarkeit des zukünftigen Indesees werden das Rad und der ÖPNV dem Auto bevorzugt, wobei zugleich ausreichend Parkplätze vorausgesetzt werden.
- Rund die Hälfte der Bevölkerung ist willens, an der Entwicklung des „indelands“ mitzuwirken, wobei sich 9 Prozent uneingeschränkt engagieren möchten, 35 Prozent das Engagement von der Art der Mitwirkung und 15 Prozent vom Thema abhängig machen. Je jünger die Befragten und je besser gebildet, desto häufiger wären sie bereit, sich zu engagieren, insbesondere bei digitalen Angeboten, „Mitmach-Veranstaltungen“, im Rahmen regelmäßiger Mitarbeit oder bei Informationsabenden.
- Präferierte Informationskanäle zu Themen rund um das „indeland“ variieren insbesondere nach Altersgruppen: kostenlose Wochenzeitungen (v.a. in der Altersgruppe der 50–64-Jährigen), Tageszeitungen (Ältere), das Gemeindeblatt bzw. Veröffentlichungen der Gemeinde (v.a. Ältere) sowie die Website der indeland GmbH. Jüngere Bevölkerungsgruppen bevorzugen darüber hinaus Informationen über soziale Medien, allen voran Facebook, Instagram und WhatsApp.
- Die Bereitschaft für digitale Angebote rund um die Kommunikation zwischen Bürgern und den Kommunen oder Dienstleistern ist sehr groß. 76 Prozent würden Online-Anträge und –Formulare bei Behörden nutzen, 72 Prozent eine Online-Kommunikationsmöglichkeit mit den Behörden, 63 Prozent mit sozialen Einrichtungen. Auch eine Online-Bestellung von Kranken- oder Behindertentransporten sowie digitale Bildungsangebote werden mehrheitlich begrüßt.

## Ausbildung & Beruf

- Die zu erwartenden Veränderungen des Arbeitsmarkts werden von einem Großteil der Bevölkerung (70 Prozent) als Chance für einen nachhaltigen Umbau der Wirtschaft betrachtet. Allerdings bereiten insbesondere die (erwartete lange) Zeitspanne der Umstrukturierung, insbesondere den 50-64-Jährigen, mehrheitlich Sorgen. Weniger als die Hälfte der Befragten befürchtet einen Anstieg der Arbeitslosigkeit (44 Prozent).
- Zur Abfederung des Strukturwandels sollte das Ausbildungsangebot in der Region aus Sicht der Mehrheit der Bevölkerung ausgebaut werden. Nur rund ein Viertel der Bevölkerung kann nachvollziehen, wie das Ausbildungsangebot auf die Erfordernisse des Strukturwandels einget. 35 Prozent, darunter ein signifikant hoher Anteil an unter 35-Jährigen, geben an, weder Ausbildungsbetriebe noch deren Ausrichtung zu kennen.

## Umwelt & Nachhaltigkeit

- Nachhaltigkeit spielt unter der Bevölkerung des „indelands“ sowohl im privaten als auch im beruflichen Kontext eine große Rolle. Der Nachhaltigkeitsgedanke wird im Alltag vor allem durch den Einkauf regionaler und saisonaler Lebensmittel (78 Prozent, v.a. Ältere, Frauen, gut Gebildete) umgesetzt. Die Hälfte der Bevölkerung bezieht (auch) grünen Strom, 59 Prozent achten beim Bekleidungskauf auf Langlebigkeit und Produktionsbedingungen (Ältere, Frauen). 51 Prozent verzichten nach Möglichkeit auf den PKW (Ältere, Frauen). 21 Prozent der Bevölkerung ernähren sich überwiegend vegetarisch oder vegan (v.a. Jüngere, Frauen, gut Gebildete). Verbesserungsmöglichkeiten in Bezug auf regionale Nachhaltigkeit sieht die Bevölkerung vor allem in Bezug auf den Ausbau des ÖPNV-Angebots, beim Thema Energie und dem Konsumverhalten.
- Im „indeland“ liegt die Eigentumsquote bei 71 Prozent. 26 Prozent der Bevölkerung wohnen zur Miete. Derzeit planen insgesamt 10 Prozent der Bevölkerung in den nächsten fünf Jahren einen Hausbau, unter den 18–34-Jährigen mehr als jeder Vierte, unter den aktuellen Mietern 19 Prozent. Vier von zehn Befragten geben an, ihre Immobilie bereits klimafreundlich renoviert zu haben, 16 Prozent tragen sich mit dem Gedanken, 24 Prozent machen dies von den Kosten abhängig, 13 Prozent zeigen Bereitschaft, benötigen jedoch konkrete Informationen für die Entscheidung. Die Faktor X Agentur der indeland GmbH (Bauberatung Ressourceneffizienz) ist im Befragungsgebiet 22 Prozent bekannt. Unter denjenigen, die einen Neubau planen, kennt ein Drittel die Faktor X Agentur.

## Mobilität

- Das Auto ist das Hauptfortbewegungsmittel im indeland: 83 Prozent nutzen es regelmäßig, d.h., täglich oder wöchentlich. Zu Fuß gehen ebenfalls mehr als vier Fünftel regelmäßig. Das Fahrrad wird von 19 Prozent täglich, von 24 Prozent auf wöchentlicher Basis benutzt. Die ÖPNV-Nutzung fällt mit 11 Prozent regelmäßigen Nutzern deutlich ab. Miet- und Leihangebote, egal, ob für Autos oder Fahrräder, werden bislang nicht regelmäßig verwendet. Unter besseren Bedingungen würden zwei Drittel der Bevölkerung auf alternative Mobilitätsformen, wie E-Autos, den ÖPNV, das Fahrrad etc. umsteigen. Diese Bereitschaft nimmt bis zu einem Alter von 64 Jahren zu. Außerdem korreliert sie mit der formalen Bildung. Vordringlichsten Optimierungsbedarf hinsichtlich der Mobilität besteht aus Sicht der Bevölkerung in Bezug auf das Angebot des ÖPNV und den Ausbau des Radwegenetzes, weniger bezüglich des Straßen- und Autobahnnetzes.
- Wasserstoff ist als Antriebstechnologie für Fahrzeuge für die Bevölkerung, insbesondere Männer und die Altersgruppe der 50–64-Jährigen von Interesse: knapp zwei Drittel könnten sich vorstellen, ein marktreifes wasserstoffbetriebenes Auto zu kaufen. Die Wasserstoff-Initiative des Kreises Düren ist 44 Prozent bekannt. Informationen rund um die Technologie würden am ehesten direkt bei Autoherstellern eingeholt werden. 25 Prozent würden sich bei der Wasserstoff-Initiative erkundigen.

Die Bevölkerungsumfrage indeland wurde im Auftrag der  
Entwicklungsgesellschaft indeland GmbH durchgeführt von:

RIM Marktforschung GmbH    +49 (0) 89 76 77 54 90-0  
Untersbergstraße 44        kk@rim-marktforschung.de  
81539 München                www.rim-marktforschung.de

### Kontakt:

Entwicklungsgesellschaft indeland GmbH  
Bismarckstraße 16, 52351 Düren  
[www.indeland.de](http://www.indeland.de)

**Svenja Zeimetz**  
Beteiligung und Dialog  
Tel. 02421 22-1084131  
[s.zeimetz@kreis-dueren.de](mailto:s.zeimetz@kreis-dueren.de)