



Bevölkerungsbefragung Oberägeri Oktober 2010

Ergebnispräsentation

Oberägeri, 21. Februar 2011

Gemeinde-Thermometer® Modul Bevölkerung
Ein Produkt der Quint AG, Cham

EINWOHNERGEMEINDE
OBERÄGERI
einwohnergemeinde@oberaegeri.ch
www.oberaegeri.ch

Repräsentative Bevölkerungsbefragung



Inhalt

Eckdaten der Befragung

1. Standortqualitäten
2. Gemeinschaftsklima
3. Sorgenbarometer
4. Gemeindeentwicklung und Firmenstandort
5. Zufriedenheit mit Gemeindeverwaltung
6. Ausgabenpräferenzen und Steuerfuss



7. Wohnzufriedenheit und Wegzugsabsichten
8. Angebotsentwicklung und Investitionswunsch
9. Raumordnung, Entwicklungsgebiet Seeufer und Zentrum
10. Verkehrspolitik und Zusammenarbeit
11. Freizeitaktivitäten und Veranstaltungsangebot
12. Information und Kommunikation



Eckdaten der Befragung

Einwohnerzahl 31.12.2007	5'152
Stichprobe Erwachsene	872 (Einwohnerregister: Auswahl nach Random-Verfahren)
Jugendliche der Oberstufe	45
Am Schalter abgeholte Fragebogen	27
Ausgeteilte Fragebogen	944
Total erhaltene Fragebogen	692 (Bruttorücklauf 73.3%)
<u>Gültige/auswertbare Fragebogen</u>	<u>617 (Nettorücklauf 62.5%)</u>



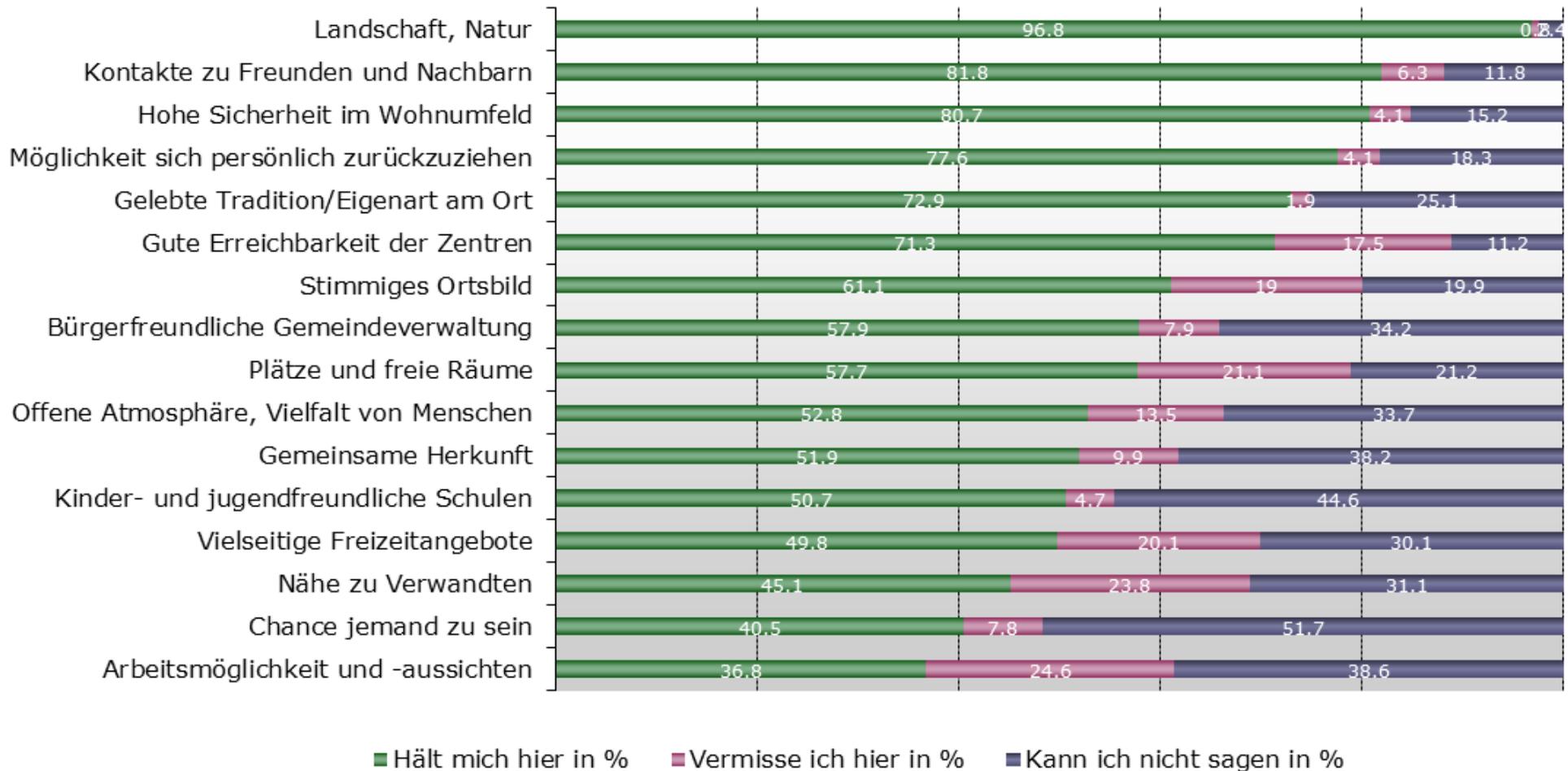
1. Standortqualitäten

F4 **Sie finden hier Eigenschaften, die einen Ort zur Heimat machen.**
Was hält Sie in Oberägeri, was vermissen Sie hier? Kreuzen Sie bitte jeweils

		Vermissen ich
A	Landschaft, Natur rund um den Ort	<input type="radio"/> 1
B	Plätze und freie Räume im Ort	<input type="radio"/> 1
C	Gelebte Tradition/Eigenart am Ort	<input type="radio"/> 1
D	Chance, hier jemand zu sein und etwas zu bedeuten	<input type="radio"/> 1
E	Gemeinsame Herkunft, zum Ort dazugehören	<input type="radio"/> 1
F	Gute Kontakte zu Freunden und Nachbarn	<input type="radio"/> 1
G	Nähe zur Verwandtschaft	<input type="radio"/> 1
H	Offene Atmosphäre, Vielfalt von Menschen	<input type="radio"/> 1



Abbildung 1: Haltemotive und Mangelerfahrungen





Oberägeri verfügt über eine herausragende Standortqualität:

Landschaft/Natur

Gefolgt von (fünf!) etablierten Standortqualitäten:

Kontakte zu Freunden/Nachbarn
Sicherheit im Wohnumfeld
Rückzugsmöglichkeit
Gelebte Tradition
Erreichbarkeit der Zentren

... vermisst werden:

Arbeitsmöglichkeiten/-aussichten, Plätze / Freiräume, Freizeitangebote

Tendenz 2006 / 2010: Weiche Standortfaktoren „Kontakte zu Freunden, Nachbarn“ und „Gelebte Tradition“ haben gewonnen.



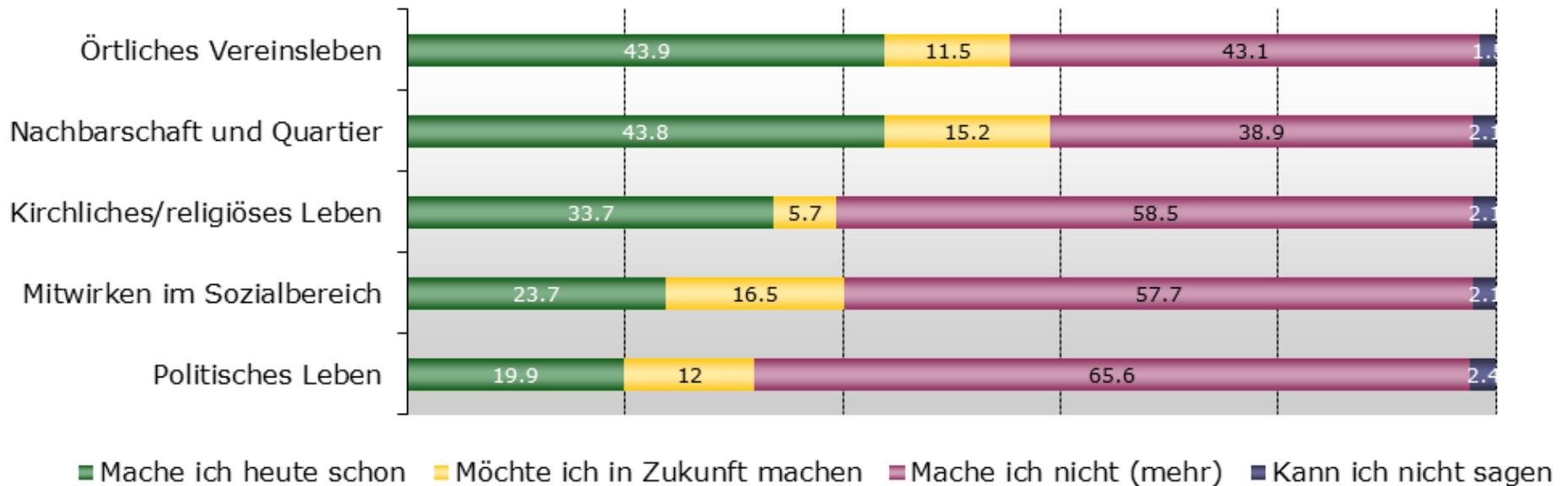
Partizipation und Engagement in der Gemeinde

F12 **Jede Gemeinschaft ist auf das ehrenamtliche oder freiwillige Engagement ihrer Mitglieder angewiesen. Im Folgenden finden Sie verschiedene Aktivitäten.** Kreuzen Sie bitte jeweils an, was für Sie zutrifft.

		Mache ich heute schon	Möchte ich in Zukunft machen	Mac
A	Mitwirken am örtlichen Vereinsleben (kulturell/sportlich)	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	
B	Mitwirken im Quartier und in der Nachbarschaft	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	
C	Teilnahme am politischen Leben	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	
D	Teilnahme am kirchlichen oder religiösen Leben	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	
E	Mitwirken im Sozialbereich (Kinderbetreuung, Jugendarbeit, Altersbetreuung)	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	



Abbildung 2: Mitwirken am Dorfleben





- Oberägeri besticht durch ein überdurchschnittlich nachbarschaftliches und religiöses Leben.
- Für alle Bereiche ausser „kirchliches/religiöses Leben“ lassen sich 12-16% der Bevölkerung neu gewinnen!
- Seit 18-20 Jahre Ansässige lassen sich gut fürs Mitwirken im Dorf gewinnen (Nachbarschaft/Quartier und örtliches Vereinsleben).



2. Gemeinschaftsklima

F9 **In jeder Gemeinde gibt es verschiedene Gruppen. Geben Sie bitte an, wie wichtig jede dieser Gruppen für Sie ist.**
0 heisst «völlig unwichtig für mich», 10 heisst «sehr wichtig für mich».
Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Antwort abstufen.

- A Einheimische / Eingesessene
 0 1 2 3

- B Neu zugezogene Personen
 0 1 2 3

- C Personen ausländischer Nation
 0 1 2 3

sehr wichtig
für mich

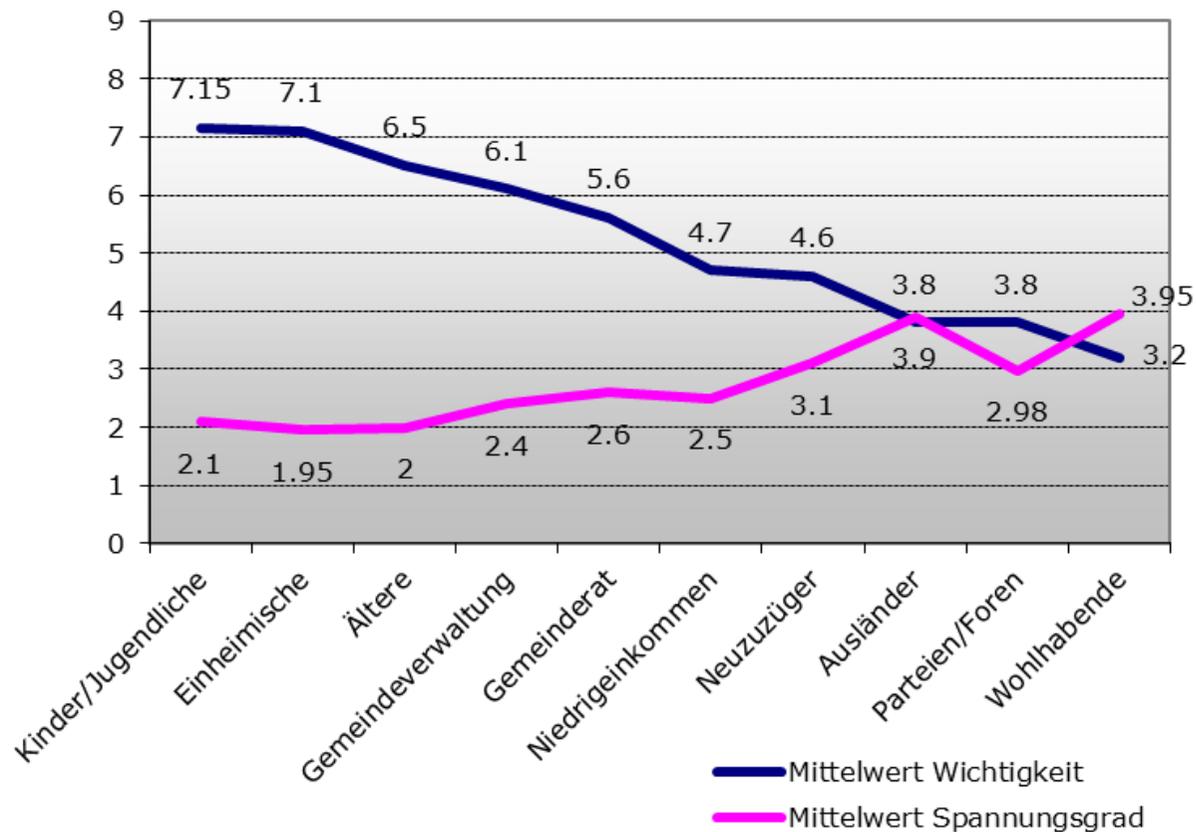
F10 **Und wie erleben Sie Ihre Beziehungen zu diesen Gruppen?**
0 heisst «sehr entspannt / sehr unproblematisch», 10 heisst «sehr gespannt»
Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Antwort abstufen.

- A Einheimische / Eingesessene
 0 1 2 3 4 5 6 7 8

- B Neu zugezogene Personen
 0 1 2 3 4 5 6 7 8



Abbildung 3: Wichtigkeit und Spannungsverhältnis von Personengruppen





- Wichtig: **Kinder/Jugendliche, Einheimische, die Gemeindeverwaltung, Ältere.**
- Grundsätzlich: Vergleichsweise wenig Spannungen.
- Höchste Spannungen: gegenüber **Ausländer, Wohlhabende.**
- Höhere Spannungen: bei **Neuzuzüger** und **politischen Gruppierungen.**

Heimatgefühl: 70% der Bevölkerung fühlen sich sehr heimisch.

Integration: 62% sprechen von (sehr) guter Integration und noch mehr

→ Heimisch sein heisst also nicht unbedingt integriert sein.



3. Sorgenbarometer

F5 **Was macht Ihnen Sorgen, wenn Sie an Oberägeri denken?** 0 heisst «ich bin überhaupt nicht besorgt», 10 heisst «ich bin sehr besorgt». Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Antwort abstimmen. Bitte jede Zeile beantworten.

A Öffentliche Finanzen

0 1 2 3 4 5 6 7

B Verkehrsbelastung und -sicherheit

0 1 2 3 4 5 6 7

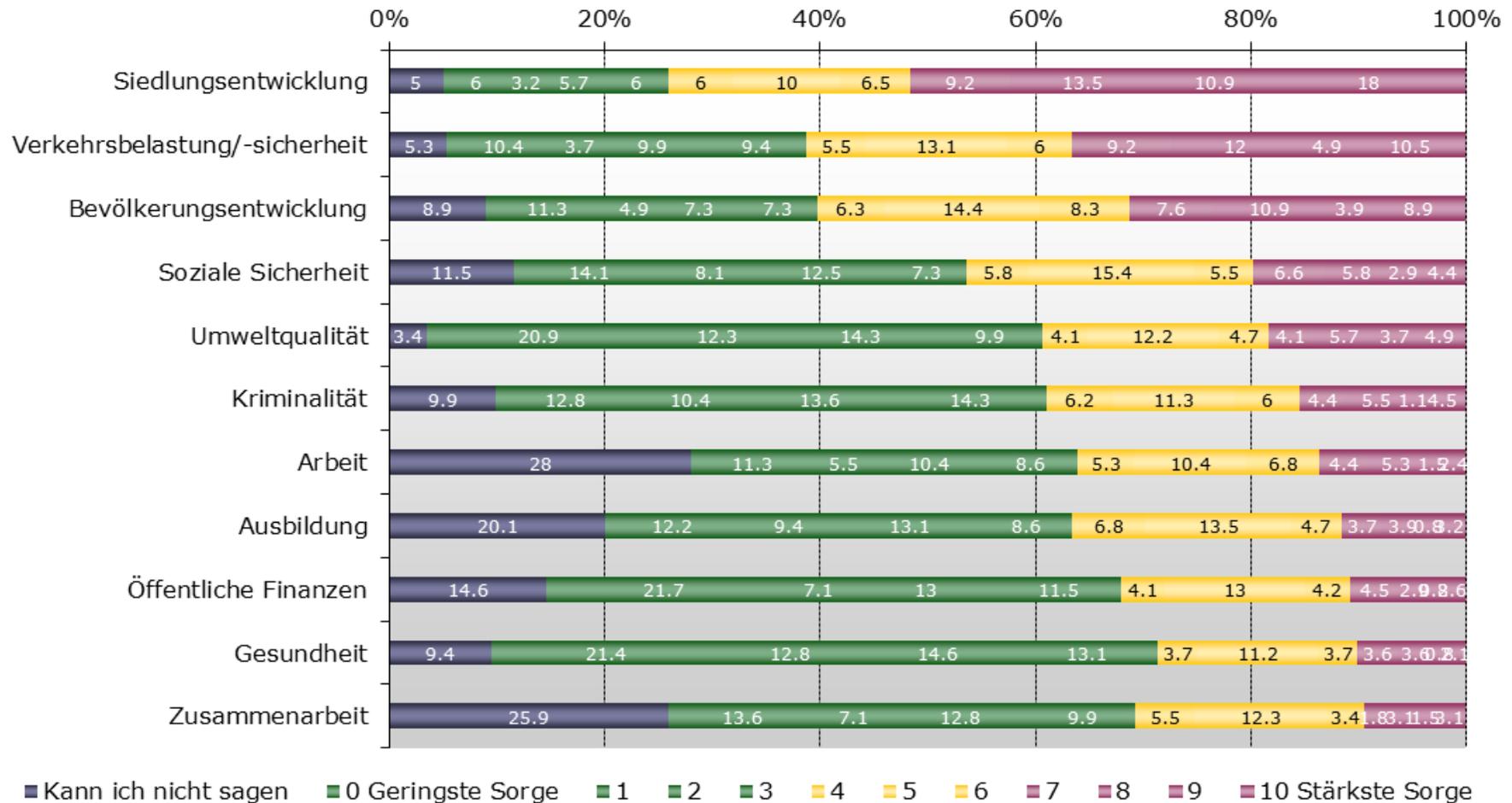
C Bevölkerungsentwicklung (Alte, Junge, Nationalitäten)

0 1 2 3 4 5 6 7





Abbildung 4: Sorgenbarometer





- «**Siedlungs-**», «**Verkehrs-**» und «**Bevölkerungsentwicklung**» machen grössere Sorgen.
- «**Öffentliche Finanzen**» und «**Gesundheit**», «**Zusammenarbeit**» machen am wenigsten Sorgen.
- Schüler, Ausländer, Neuzuzüger sowie höher Gebildete erweisen sich oft weniger besorgt, die **Einheimischen** und **Morgärtler** eher mehr.



4. Gemeindeentwicklung und Firmenstandort

F13 **Was meinen Sie: In welche Richtung soll sich Oberägeri in Zukunft am ehesten entwickeln?**
Nur eine Antwort ankreuzen.

Öffnung und Neuerung würden gut tun, insbesondere

.....
Es bleibt am Besten so, wie es jetzt ist

.....

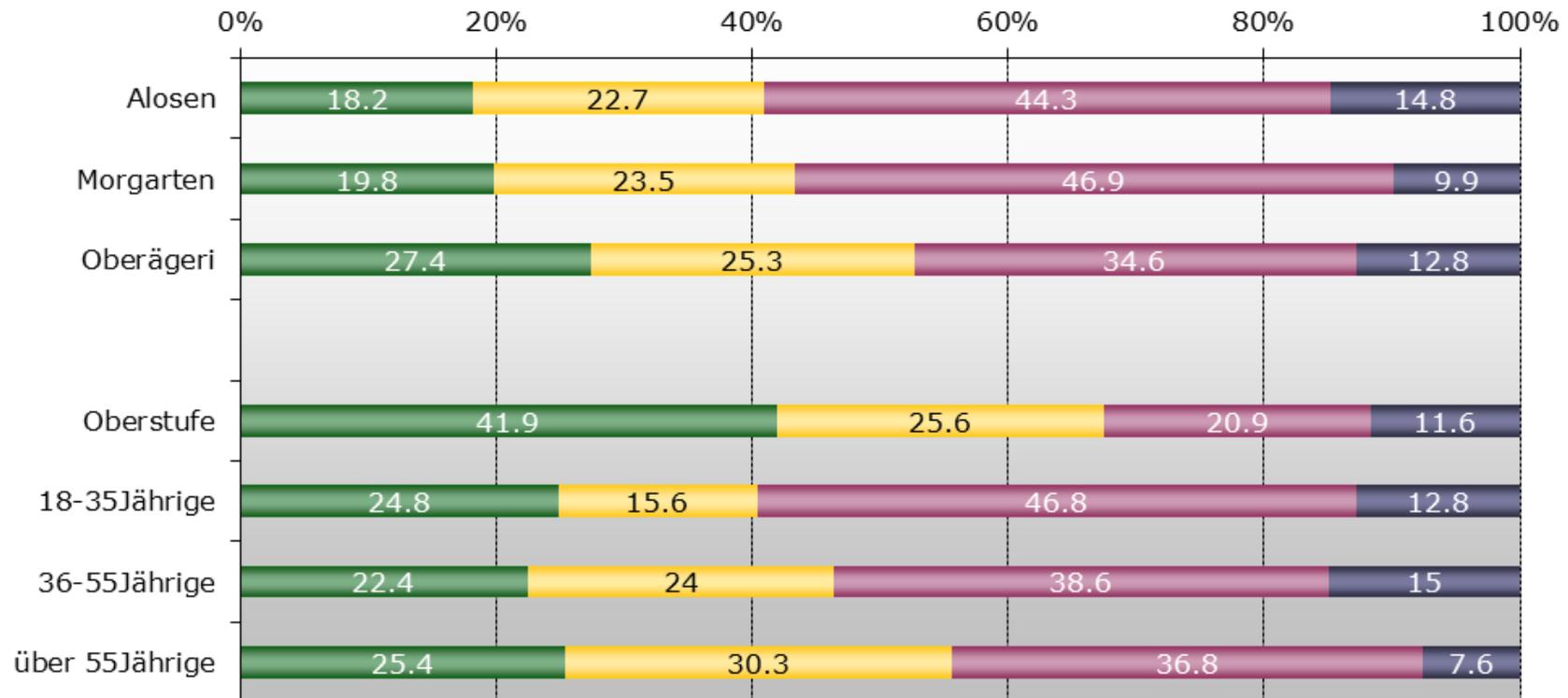
.....
Tradition und herkömmliche Werte sollten

.....





Abbildung 5: Entwicklungsrichtung



- Öffnung und frischer Wind von aussen würde gut tun
- Es bleibt am besten so, wie es jetzt ist
- Tradition und herkömmliche Werte sollten verstärkt werden
- Kann ich nicht sagen



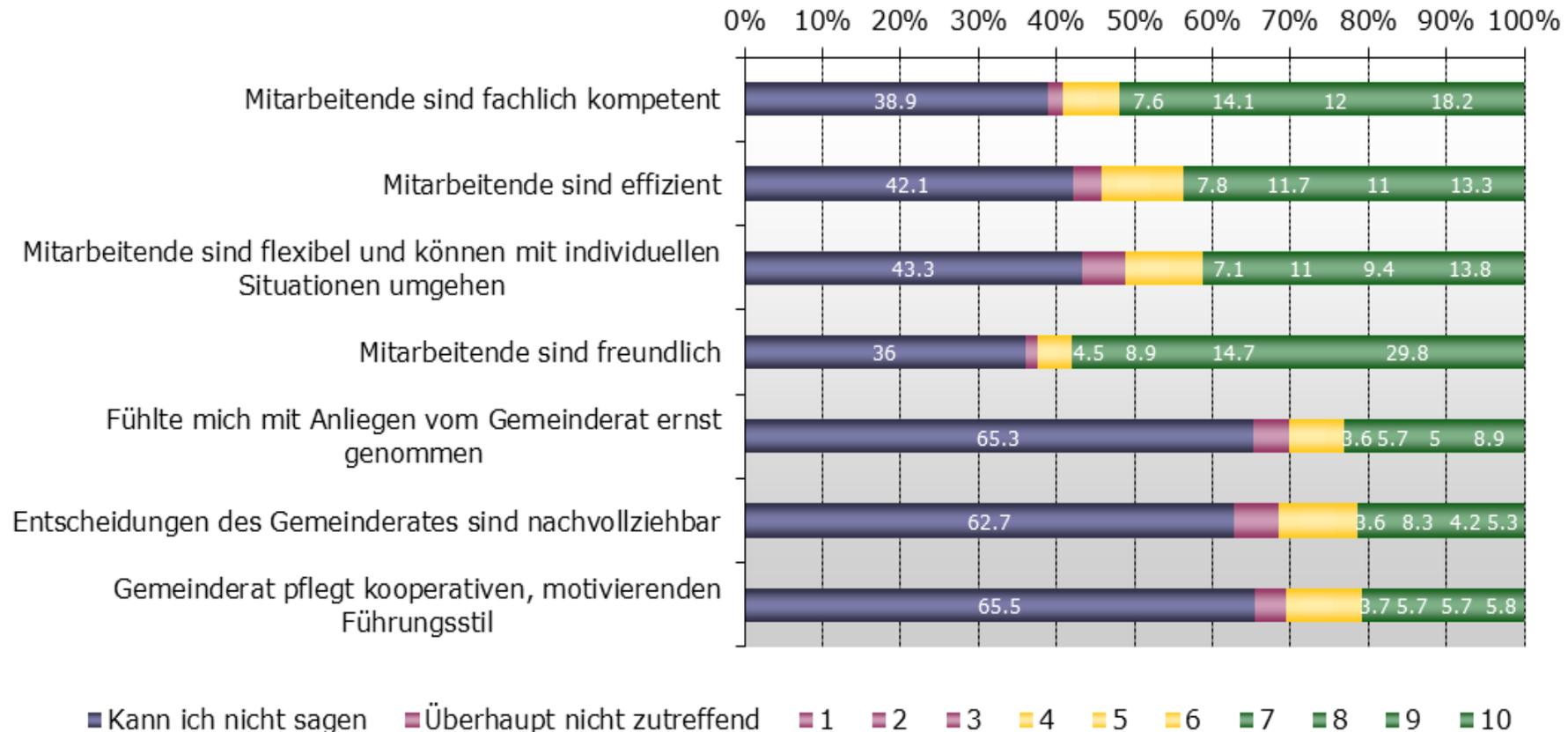
- Gemeinde mit klarer Richtung: **Im Leben modern, in der Werthaltung in der Rückbesinnung.**
- «Öffnung und frischer Wind von aussen» befürwortet eine klare Minderheit: die Jugendlichen.

Firmenstandort

- Sehr Gewerbe freundlich → sollte es mehr geben.
- Tendenz zu mehr Kultur, Freizeit, Tourismusangebot.



5. Zufriedenheit Gemeindeverwaltung & Gemeinderat





- 52% hatten in den letzten 6 Monaten Kontakt mit der Gemeinde!
- Durchwegs gute Noten, aber mit Potenzial.
- Die höchsten Noten für «**Freundlichkeit**» und «**Fachkompetenz**».
- Gefolgt von «**Effizienz**» und der «**Flexibilität**» (= Potenzial).
- Am kritischsten erweisen sich **Oberstufenschüler**.

Gemeinderatskontakte:

- Mit den Gemeinderäten geht man härter ins Gericht. Man fühlt sich ernst genommen, vermag aber nicht jeden Entscheid nachvollziehen.



6. Ausgabenpräferenzen und Abgabefairness

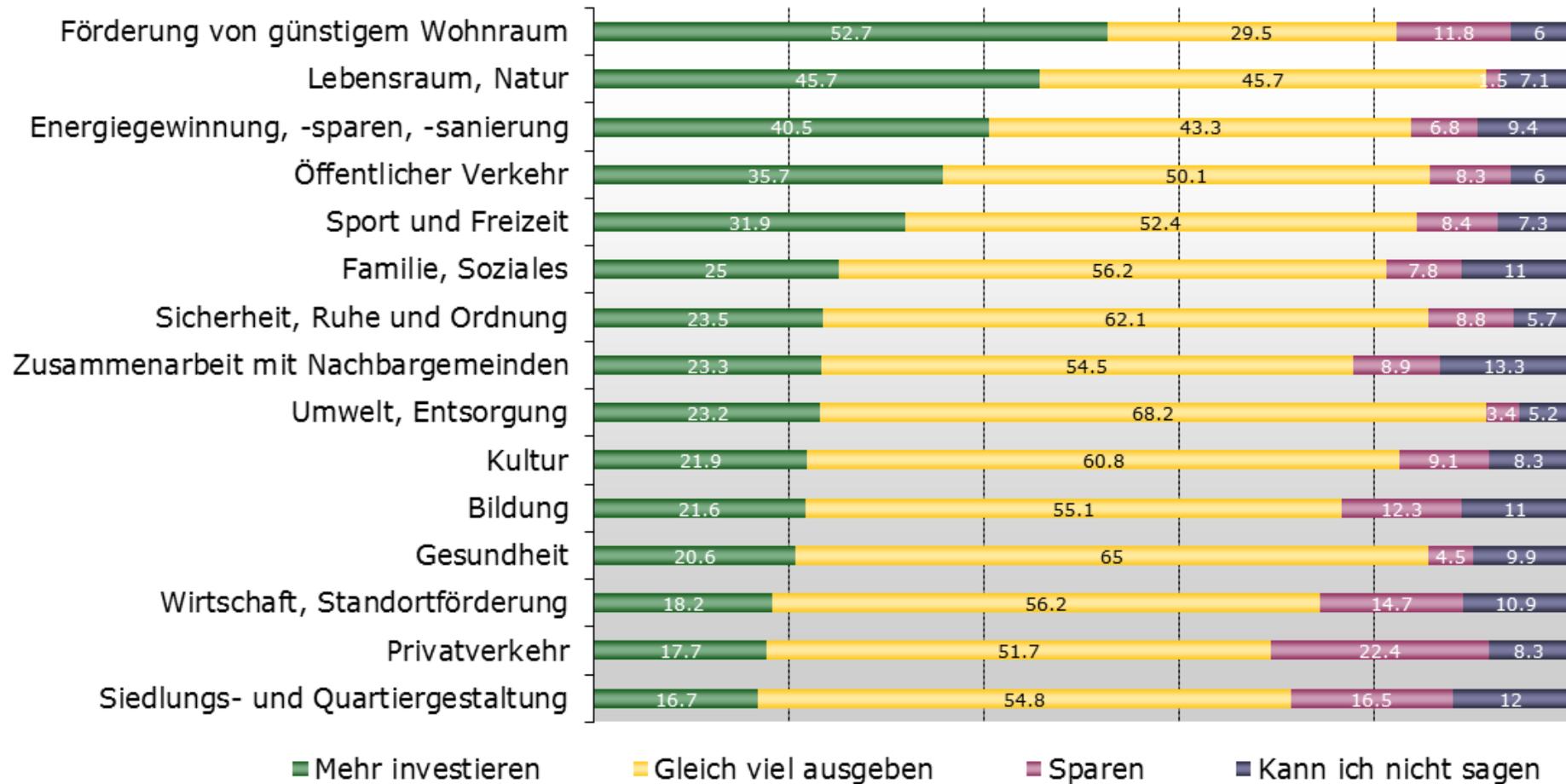
F14 **Die bauliche Entwicklung von Oberägeri beruht unter anderem auf der Verteilung entsprechender Zonen und Nutzflächen. Welche sollte man Ihrer Meinung nach in Zukunft ausdehnen, welche so belassen wie sie sind und welche verkleinern?**

Kreuzen Sie bitte jeweils an, was Ihrer Meinung nach zutrifft. Bitte jede Zeile beantworten.

		Ausdehnen	Belassen	Verkleinern	Kann ich nicht sagen
A	Naturlandschaften, Wälder	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 99
B	Landwirtschaftszonen	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 99
C1	Wohnzone für Mehrfamilienhäuser und mehrstöckige Wohnsiedlungen	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 99



Abbildung 7: Ausgabenpräferenzen





- Die Bevölkerung würde in die «**Förderung von günstigem Wohnraum**» und «**Lebensraum, Natur**» investieren.
- Die restlichen Ausgaben sollen mehrheitlich auf dem aktuellen Stand belassen werden.
- Das Thema „**Energie**“ ist relevant, wie auch die Themen „**Sport und Freizeit**“ und „**öffentlicher Verkehr**“.
- Sparen ist kein Thema, eventuell bei «**privatem Verkehr**».

Steuerfuss:

- 70% der Befragten möchte den Steuerfuss zwischen 66 und 75% belassen.



7. Wohnzufriedenheit und Wegzugsabsichten

- Die Wohnzufriedenheit ist überdurchschnittlich hoch (76%):
«**Oberägeri hat Leim**».
- Die grösste Zufriedenheit bekunden die **Besitzer von Wohneigentum,**
und **Schüler.**
- **Nur 4 Prozent denken an Wegzug,** 16 Prozent gelegentlich.
Der Grund: fehlende günstige Mietwohnung und fehlende Arbeit.



8. Angebotsentwicklung und Investitionswunsch

- F18 **In Oberägeri gibt es Einrichtungen und Angebote für verschiedene Bedürfnisse. Einige davon sind hier aufgezählt. Von welchen sollte es Ihrer Meinung nach mehr geben, von welchen etwa gleich viel wie jetzt und von welchen weniger?**
Kreuzen Sie bitte jeweils an, was Ihrer Meinung nach zutrifft.

		Sollte es mehr geben	Sollte es gleich viel geben wie jetzt	Sollte es weniger geben	Kann ich nicht sagen
A	Einkaufsmöglichkeiten für den täglichen Bedarf	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 99
B	Möglichkeiten, eine interessante Arbeit zu finden	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 99
C	Freizeit- und Sporteinrichtungen	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 99



- Auch in Zukunft soll es von den meisten genannten Angeboten gleich viel geben, **«Interessante Arbeit»** ganz klar mehr.
- „Einkaufsmöglichkeiten täglicher Bedarf“ (Lebensmittel, Papeterie, Apotheke/Drogerie) und „Grünflächen“ teilweise mehr.
- Jugendliche, junge Erwachsene und länger Ortsansässige zeigen starkes Interesse an einem Ausbau des **«Sport- und Freizeitangebot»**. Im Sportbereich: Hallenbad/Schwimmbad & Hallensport. Im Freizeitbereich: Musik und Film.
- Angebotsreduktionen wünscht man sich nicht (keine Sparer).
- In erster Linie sind mehr Hort- und Krippenplätze gefragt.



9. Raumordnung

	Ausdehnen %	Belassen %	Verkleinern %	Kann ich nicht sagen
Erholungs- und Begegnungszonen	64.7	30.3	1.6	3.4
Freihaltezone	32.1	49.3	4.2	14.4
Naturlandschaften, Wälder	30.6	63.9	1.1	4.4
Zone für Dienstleistungen, Gewerbe und Industrie	25.1	54.9	10.2	9.7
Wohnzonen Mehrfam./Siedlungen	23.2	40.7	29.7	6.5
Verkehrs- und Parkplatzflächen	22.4	60.8	9.4	7.5
Wohnzonen Einfamilienhäuser	18.2	45.5	28.4	7.9



Einzig die „Erholungs- und Begegnungszone“ soll ausgedehnt werden.

Die anderen Flächennutzungen und Zonenverteilung sollen mehrheitlich beibehalten werden.

Zu Wohnzonen: Einheimische wünschen mehr Wohnfläche für Mehrfamilienhäuser und Siedlungen, auf Kosten der Zonen für Einfamilienhäuser.



Entwicklungsgebiete Seeufer, Zentrum

F15 **Der Gemeinderat möchte die Planung und Finanzierung der Entwicklungsgebiete Seeufer, Bäder und Zentrum innerhalb der raumplanerischen Auflagen, zeitlichen und finanziellen Rahmenbedingungen optimal auf die Bevölkerungsinteressen abstimmen.**

F15.1 **Welche der aufgeführten Entwicklungsprojekte soll der künftige Gemeinderat weiter bearbeiten?**
Zutreffendes ankreuzen.

Seeufergestaltung 1

Bäderprojekt (kombiniertes Strand- und Hallenbad) 2

Zentrumsgestaltung 3

F15.2 **Wenn Sie Prioritäten setzen müssten: Welches Projekt hätte erste Priorität, welches zweite und dritte?**
Bitte schreiben Sie die Zahlen 1, 2, und 3 in das passende Feld.



Favorisiert: Bäderprojekt & Seeufergestaltung, klar vor Zentrumsplanung.

- **1. Priorität: das Bäderprojekt.** Gefolgt von Seeufergestaltung und
Zentrumsgestaltung.
- Die Multifunktionalität des Bäderprojektes (Winter/Sommer) gibt
vermutlich den Ausschlag für die höhere Priorisierung.



10. Verkehrspolitik und Zusammenarbeit

Verkehr:

- Die Topthemen sind der **«schnelle, strassenunabhängige ÖV-Zubringer»** und der **„Ausbau des ZVB Angebotes auf Gemeindegebiet“**.
- Sekundäre Themen: **«Verkehrssicherheit»** und **«Förderung Langsamverkehr»** sowie **«Ausbau des Nachtbusbetriebes»**.
- Neuralgische Verkehrsstellen sind: **„Mitteldorf-/Schneitstrasse“** sowie **„Hauptstrasse 9/Bachweg5“**.
- Weitere verkehrspolitische Anliegen: Verkehrsberuhigung, Umfahrungen und Untertunnelungen.



Zusammenarbeit:

- **Zusammenlegung der Gemeinden Ober- und Unterägeri** ist klar kein Thema.
- Die Vorteile der **bereichsspezifischen Zusammenarbeit** werden breit erkannt und entsprechende Aktivitäten unterstützt. Die Feuerwehr hat dabei viele Nennungen erhalten.



11. Freizeitaktivitäten und Veranstaltungsangebot

- Im Sport: Unterägeri ist gleich wichtig wie Oberägeri.
- Geselligkeit und Kultur: hier wird klar getrennt.
- Mehrheit: beibehalten der Angebote.
- „Kulturelle Anlässe, Sport und Freizeit“ werden vorallem durch „Mieter“ und „Schüler“ und „Junge“ mehr gefordert.



- **Rund 45%** beurteilen ihren Informationsgrad **als gut bis sehr gut**.
- **23%** der Befragten glauben, **schlecht bis durchschnittlich** über die Gemeindeaktivitäten informiert zu sein.
- Relevant für die Information sind: **«Gespräche zu Hause oder am Arbeitsplatz»**, **«Urnenabstimmungen»**, die **«lokalen Printmedien»** generell, und insbesondere der **«Aegeritaler»** (speziell durch die Schüler).
- „Politcafé“ ist als Breitenmedium noch nicht angekommen!



Zum „Oberägeri.ch“

Inhalt:

- Zwingend: Offizielle Mitteilungen.
- Schulteil und Kultur/Veranstaltungen sind relevant.
- Politische Themen und Gewerbeteil entsprechen weniger dem Bedürfnis.
- Keine namhafte Lücken im Inhalt.

Erscheinungsrhythmus:

- Alle 2 Monate wird mehrheitlich gewünscht, mit Tendenz zu monatlicher Erscheinung.



Der Onlineschalter

- Nur die Hälfte nutzt den Onlineschalter und das 1-2 Mal pro Jahr.
- Mit der Bedienungsfreundlichkeit, Übersichtlichkeit und Vollständigkeit sind die Nutzer grossmehrheitlich zufrieden.

Kostenloser, elektronischer Infodienst:

- 53.6% ist interessiert an einem Angebot eines kostenlosen elektronischen Informationsdienstes.
- Die Grossmehrheit bevorzugt E-Mail gegenüber SMS.
- Priorität Inhalte: 1. Kultur, 2. Entsorgung und Politik.



Entwicklungen seit der Befragung 2006

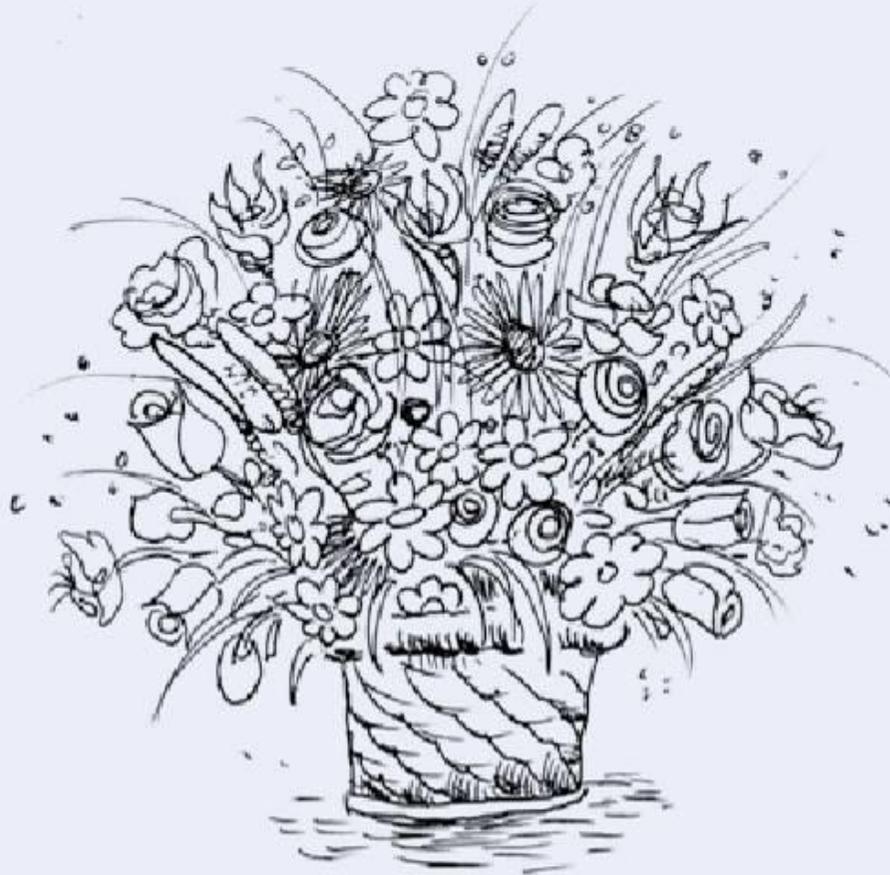
- Weiche Standortfaktoren „Kontakte zu Freunden, Nachbarn“ und „Gelebte Tradition“ haben gewonnen.
- Klarer Trend zu Tradition und herkömmlichen Werten.
- Kinder und Jugendliche haben an Wichtigkeit gewonnen.
- Als Firmenstandort geeignet sind vermehrt Betriebe aus Freizeit und Tourismus.
- Günstiger Wohnraum wird zunehmend gefordert wie auch umweltbezogene Lösungen (Öffentlicher Verkehr & Energie).
- Bedeutung von „Gesprächen“ nimmt zu.



- Bedürfnis nach familienergänzender Kinderbetreuung nimmt zu wie auch das Bedürfnis nach Freizeits- und Vereinsangeboten.
- Nutzung und Bedeutung von elektronischen Medien hat zugenommen.
- Zusammenarbeit mit Unterägeri wird noch mehr gewünscht.



Vielen herzlichen Dank!





Klar in der Wirkung.

Quint AG Marketing & Kommunikation
Frank Steiner, steiner@quint.ch
Roland Brun, brun@quint.ch

Beat Brunner brunner@lfp.ch / Landert Partner Zürich

Luzernerstrasse 26, CH-6330 Cham, Tel. 041 785 2000, www.quint.ag