

MITTELDEUTSCHLAND MONITOR

STUDIENINFOS

FELDZEIT

04.-22. November 2020

GRUNDGESAMTHEIT

Bevölkerung: Deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren
Leipzig Stadt, LK Leipzig, Nordsachsen, Anhalt-Bitterfeld,
Burgenlandkreis, Halle, Mansfeld-Südharz, Saalekreis,
Altenburger Land (rd. 1,7 Mio.)

Teilnehmer Zukunftswerkstätten: (rd. 320)

STICHPROBENVERFAHREN

Bevölkerung: Quotenstichprobe nach Alter und Geschlecht

Teilnehmer Zukunftswerkstätten: Vollauswahl

FALLZAHL

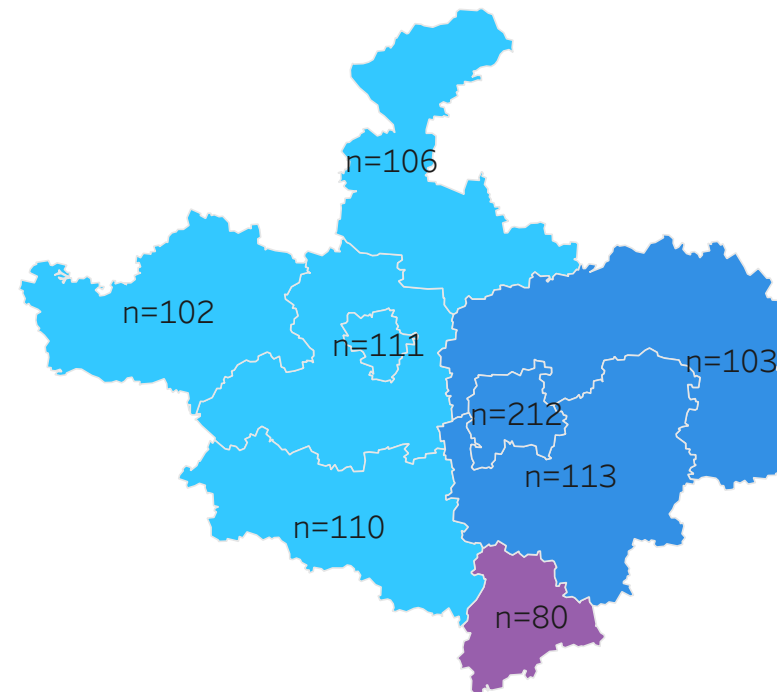
Bevölkerung: 1.038 erfolgreiche Interviews

Teilnehmer Zukunftswerkstätten: 65 erfolgreiche Interviews

METHODE

CAWI (Computer Assisted Web Interviewing)

INTERVIEWS NACH GEBIET

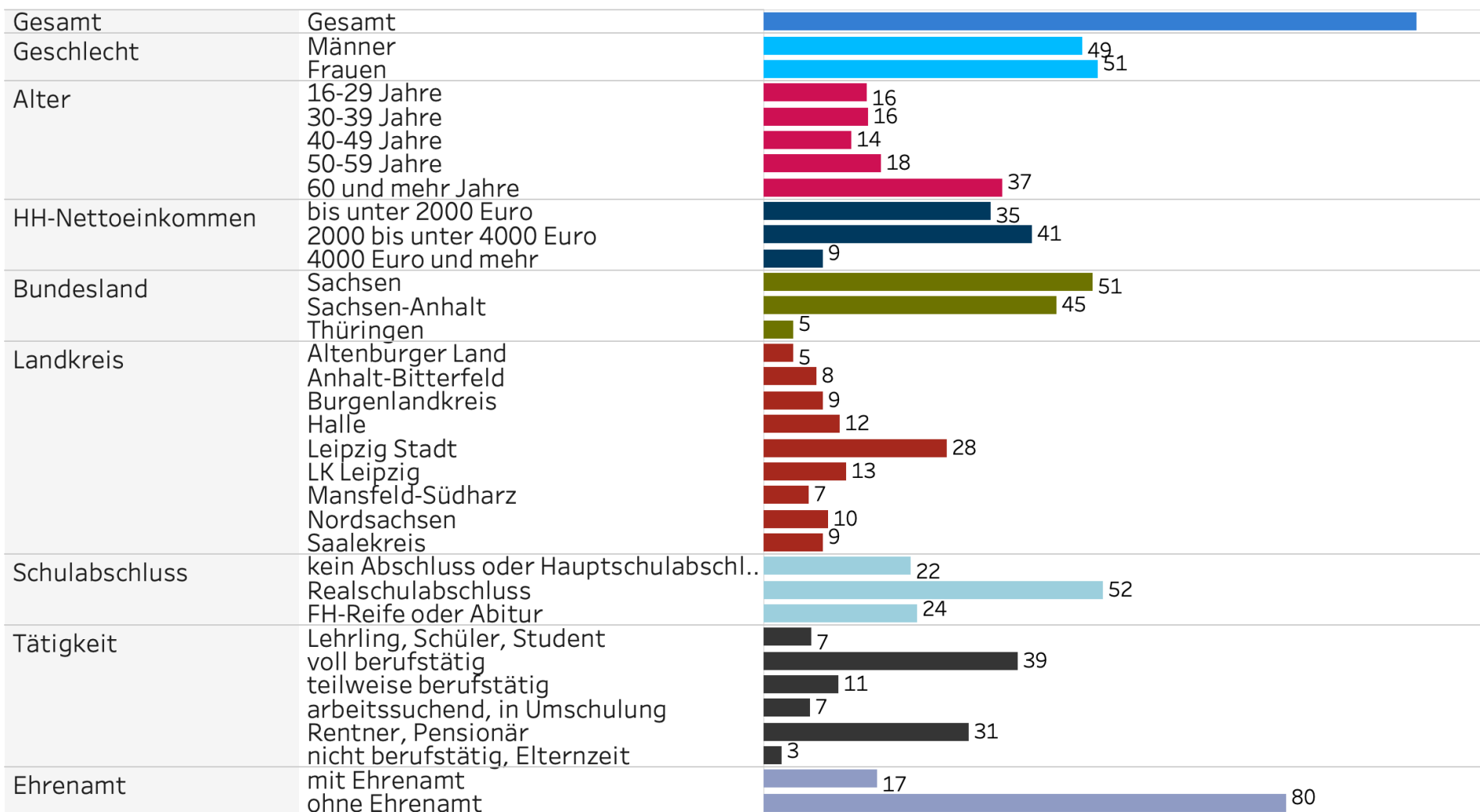


Legende

- Bundesland
- Sachsen
 - Sachsen-Anhalt
 - Thüringen

STICHPROBE

Bevölkerung



Filterauswahl

Studie

Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal

Alle

Zielgruppe

Gesamt

Objektmerkmal

Mehrere Werte

Objektmerkmal

Gesamt

Geschlecht

Alter

HH-Nettoeinkom..

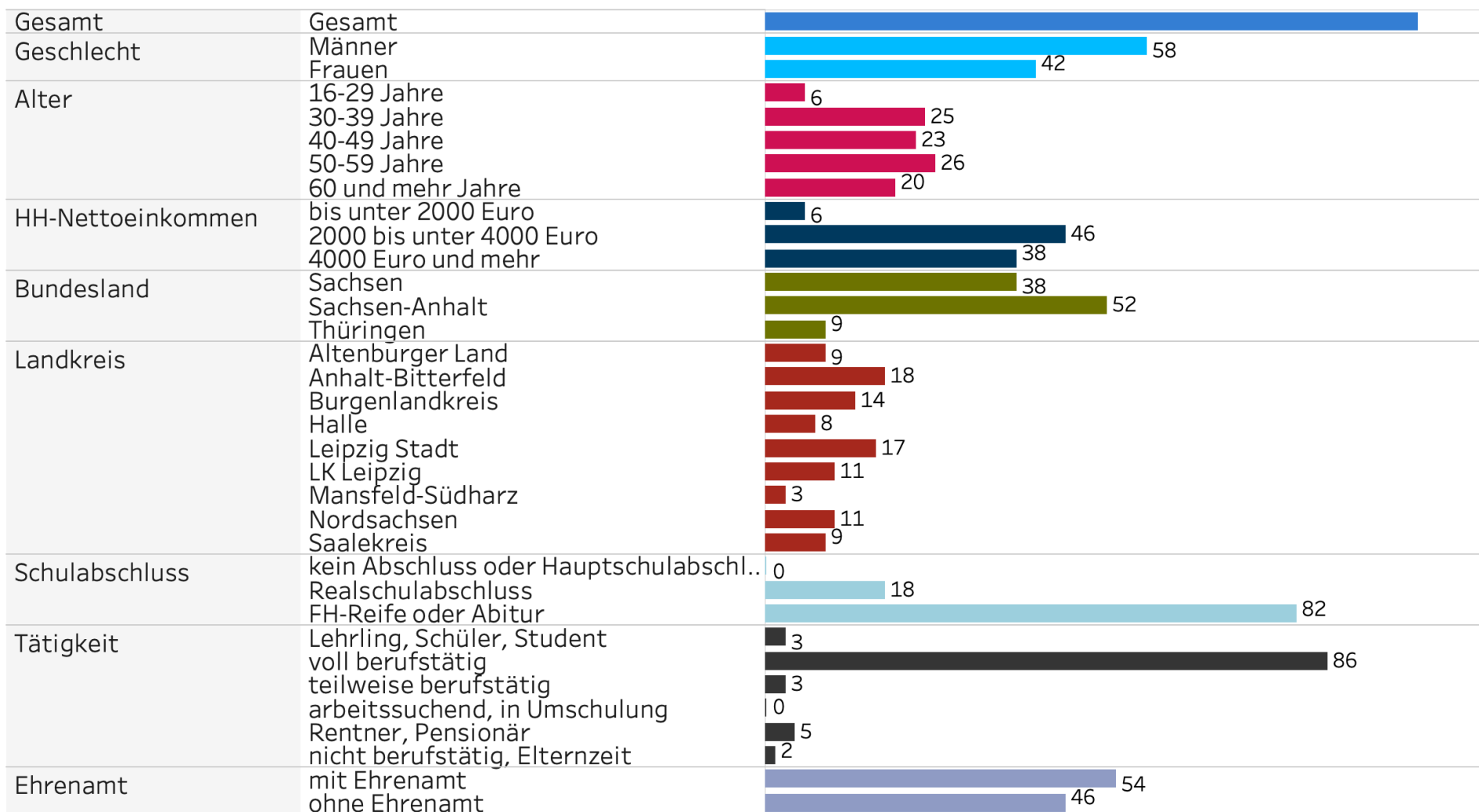
Bundesland

Landkreis

Angaben in %

STICHPROBE

Teilnehmer Zukunftswerkstätten



Filterauswahl

Studie

Teilnehmer Zukunft..

Zielgruppenmerkmal

Alle

Zielgruppe

Gesamt

Objektmerkmal

Mehrere Werte

Objektmerkmal

■ Gesamt

■ Geschlecht

■ Alter

■ HH-Nettoeinkom..

■ Bundesland

■ Landkreis

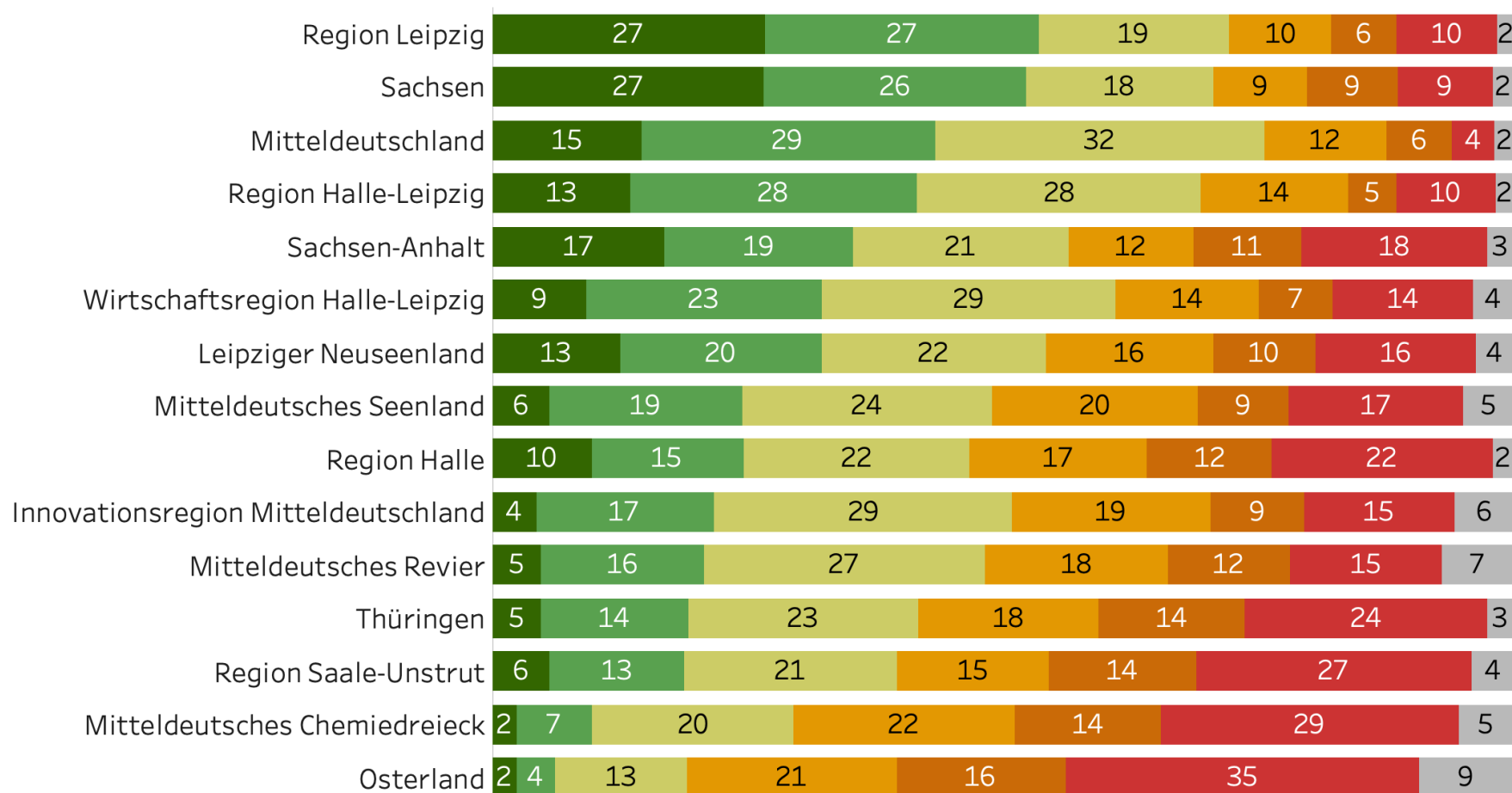
Angaben in %

REGIONEN ZUGEHÖRIGKEIT

Wie stark fühlen Sie sich persönlich zu den folgenden Regionen zugehörig?

Skalenabfrage von 1 = sehr stark bis 6 = überhaupt nicht

Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038)



Filterauswahl

Zielgruppe

Gesamt

Skala

- weiß nicht
- 6 = überhaupt nic..
- 5
- 4
- 3
- 2
- 1 = sehr stark

Angaben in %



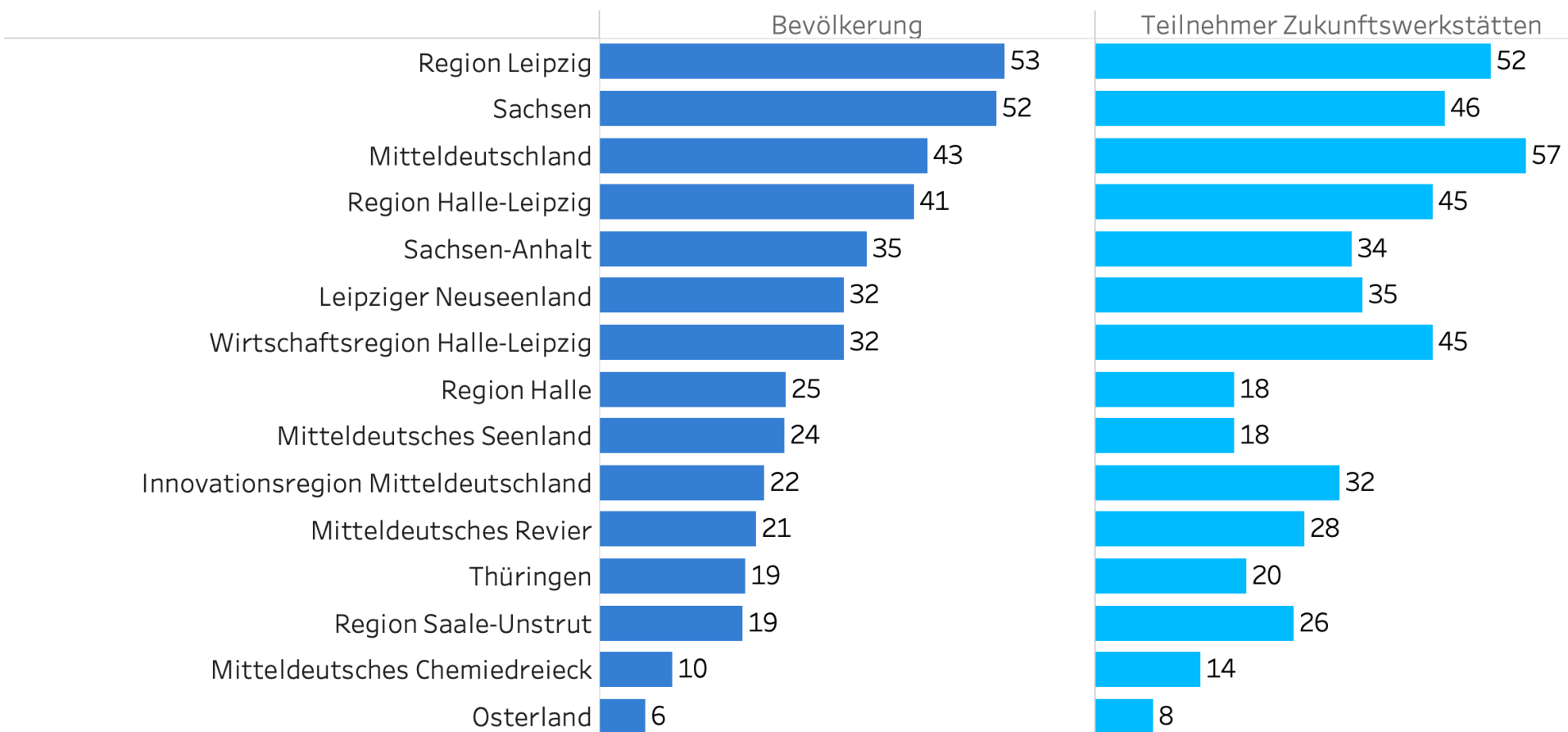
MAS Partners
data driven decisions

REGIONEN ZUGEHÖRIGKEIT

Wie stark fühlen Sie sich persönlich zu den folgenden Regionen zugehörig?

Skalenabfrage von 1 = *sehr stark* bis 6 = *überhaupt nicht*

TOP2-Bewertung | Zielgruppe: **Gesamt** (n = 65 bis 1.038)



Lausitz-Monitor:
Lausitz: 54 Prozent



Filterauswahl

Zielgruppenmerkmal
Mehrere Werte

Zielgruppe
Gesamt

Studie

■ Bevölkerung
■ Teilnehmer Zuku..

Angaben in %



MAS Partners
data driven decisions

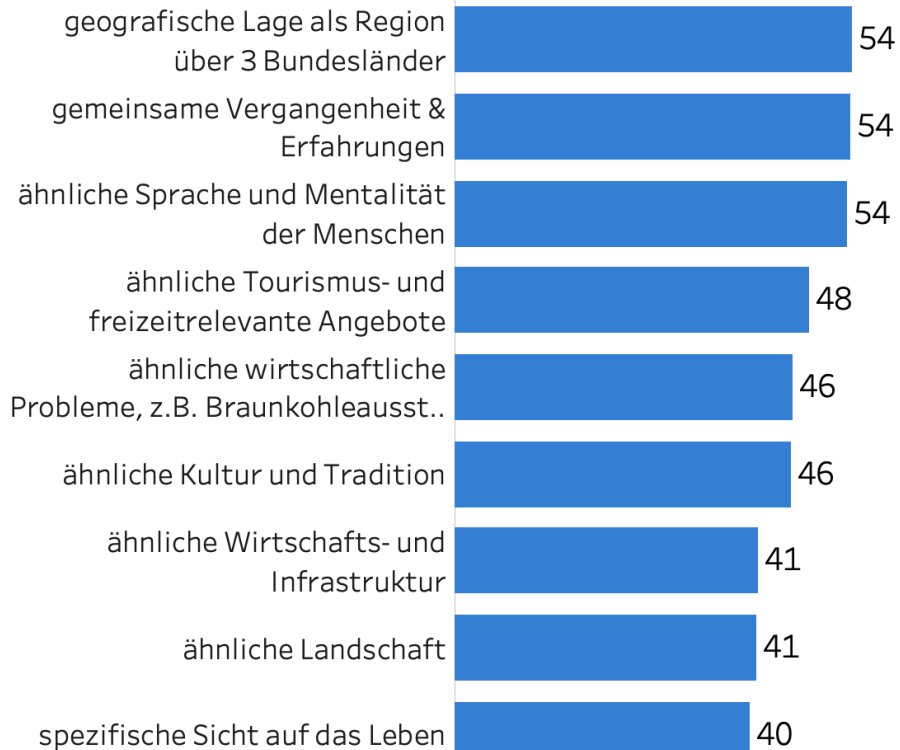
IRMD | FAKTOREN & QUALITÄTEN

FAKTOREN

Wie stark prägen folgende Faktoren Ihrer Meinung nach die Innovationsregion Mitteldeutschland?

Skalenabfrage von 1 = *sehr stark* bis 6 = *überhaupt nicht*

Bevölkerung | TOP2-Bewertung | Gesamt (n = 1.038)



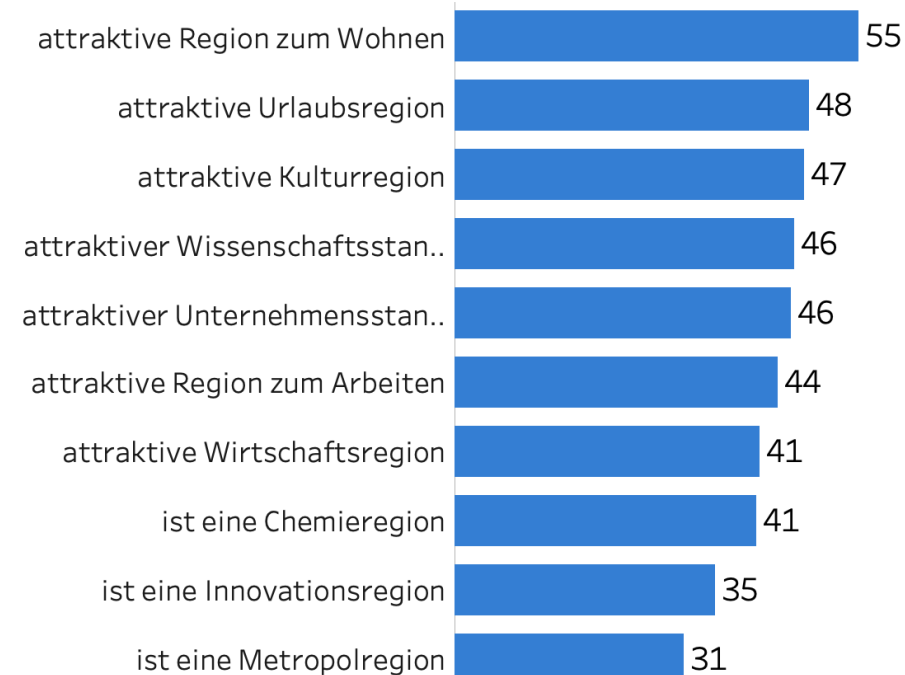
Grenzregion: 65%
Wirtsch. Probleme: 63%

STANDORTQUALITÄTEN

Wie stark stimmen Sie persönlich den folgenden Aussagen über die Innovationsregion Mitteldeutschland zu?

Skalenabfrage von 1 = *stimme voll und ganz zu* bis 6 = *stimme überhaupt nicht zu*

Bevölkerung | TOP2-Bewertung | Gesamt (n = 1.038)



Filterauswahl

Studie

Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal

Alle

Zielgruppe

Gesamt

Bewertungsdimensi..
TOP2

Urlaub: 68%
Wohnen: 65%
Arbeiten: 30%

Angaben in %

IRMD | WANDEL & ZUFRIEDENHEIT

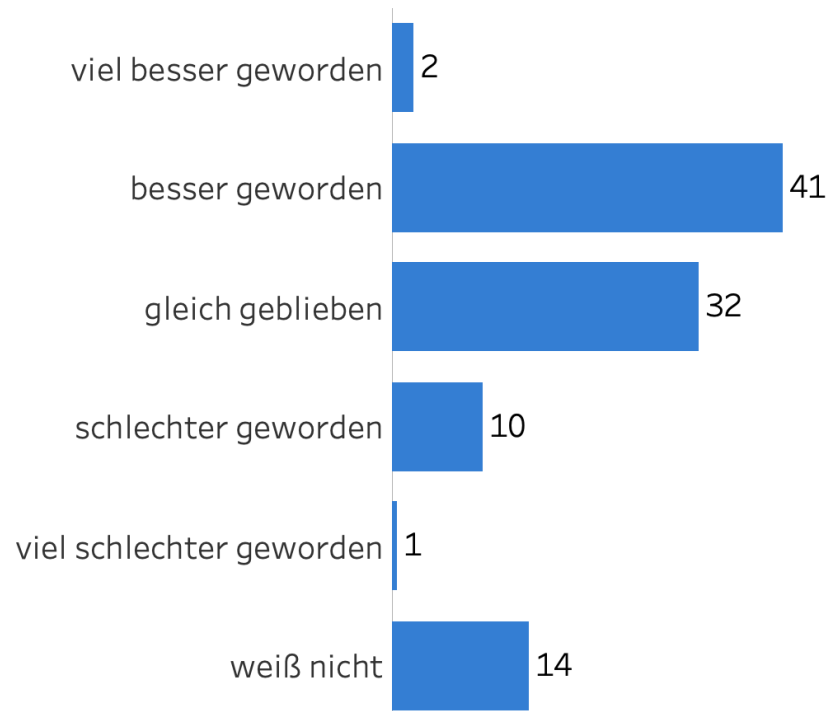
Filterauswahl

Studie
Bevölkerung
Zielgruppe
Gesamt

WANDEL

Und ist die Situation in der Innovationsregion Mitteldeutschland in den letzten 5 Jahren insgesamt besser geworden, schlechter geworden oder ist es gleich geblieben?

Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n=1.038)

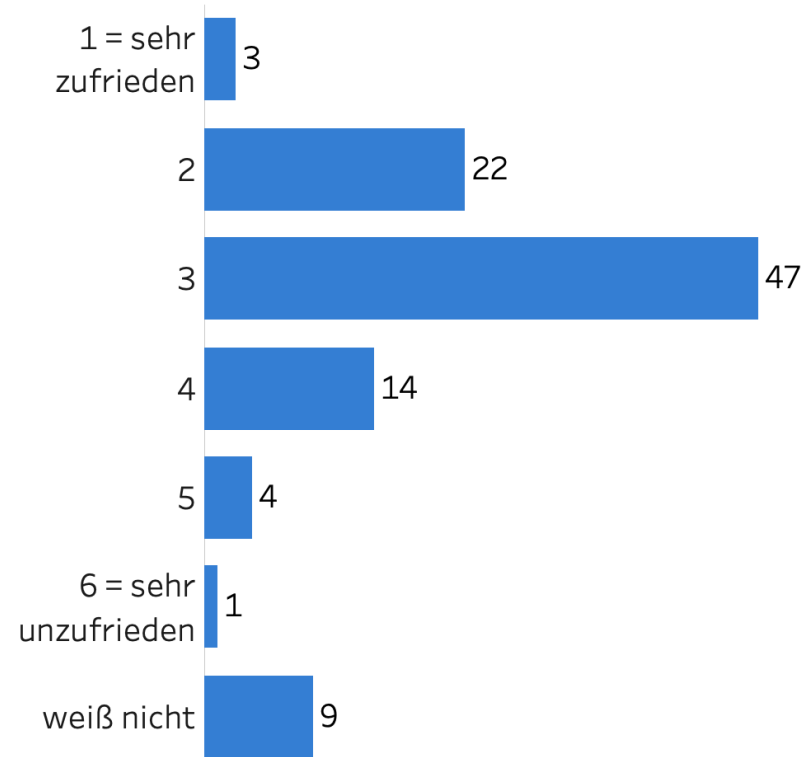


viel besser: 3%
besser: 40%

ZUFRIEDENHEIT

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der derzeitigen Situation in der Innovationsregion Mitteldeutschland?

Bevölkerung | Gesamt (n = 1.038)



TOP2: 28%
TOP3: 72%

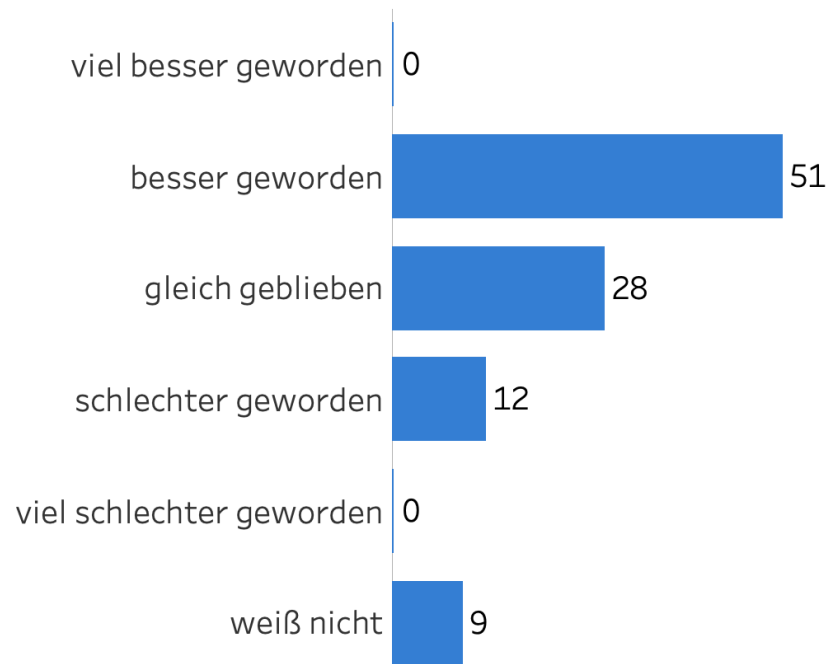
Angaben in %

IRMD | WANDEL & ZUFRIEDENHEIT

WANDEL

Und ist die Situation in der Innovationsregion Mitteldeutschland in den letzten 5 Jahren insgesamt besser geworden, schlechter geworden oder ist es gleich geblieben?

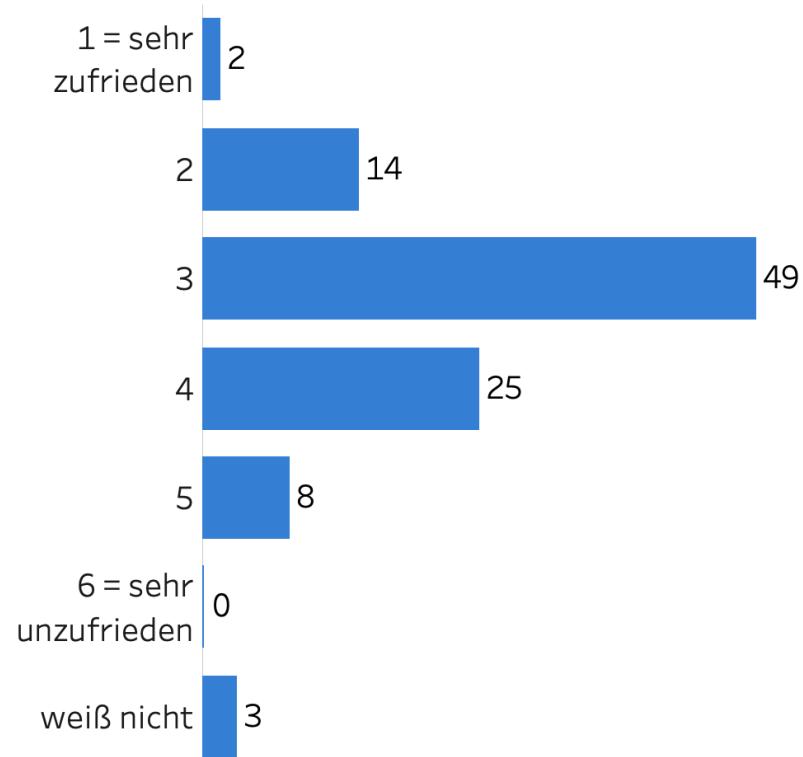
Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe:
Gesamt (n=65)



ZUFRIEDENHEIT

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der derzeitigen Situation in der Innovationsregion Mitteldeutschland?

Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Gesamt (n = 65)



Filterauswahl

Studie

Teilnehmer Zukunft..

Zielgruppe

Gesamt

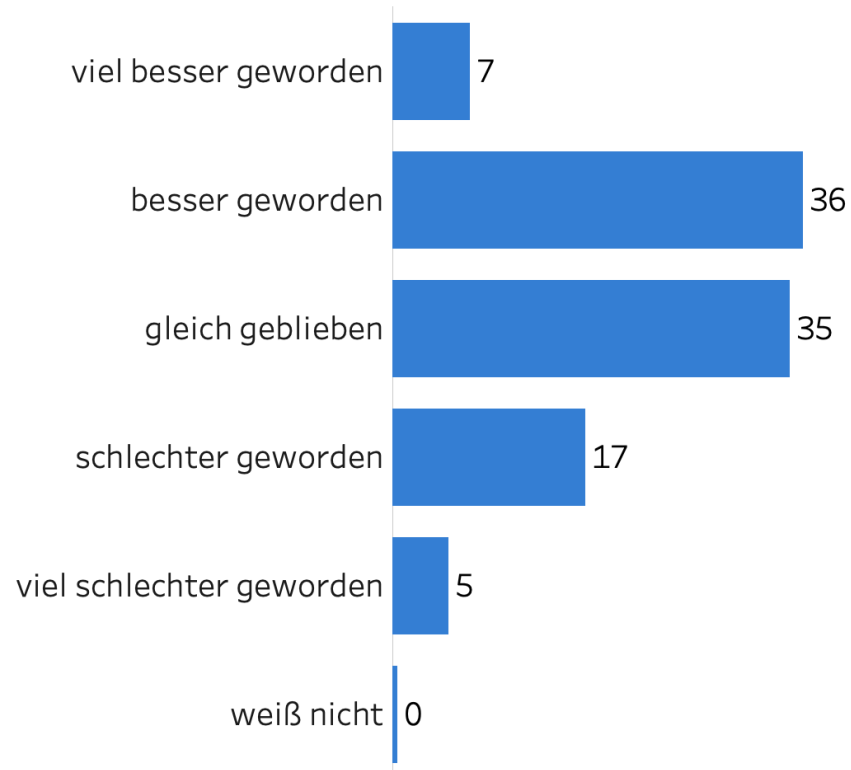
Angaben in %

LEBENSITUATION | WANDEL & ZUFRIEDENHEIT..

WANDEL

Und ist Ihre persönliche Lebenssituation in den letzten 5 Jahren insgesamt besser geworden, schlechter geworden oder ist es gleich geblieben?

Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n=1.038)

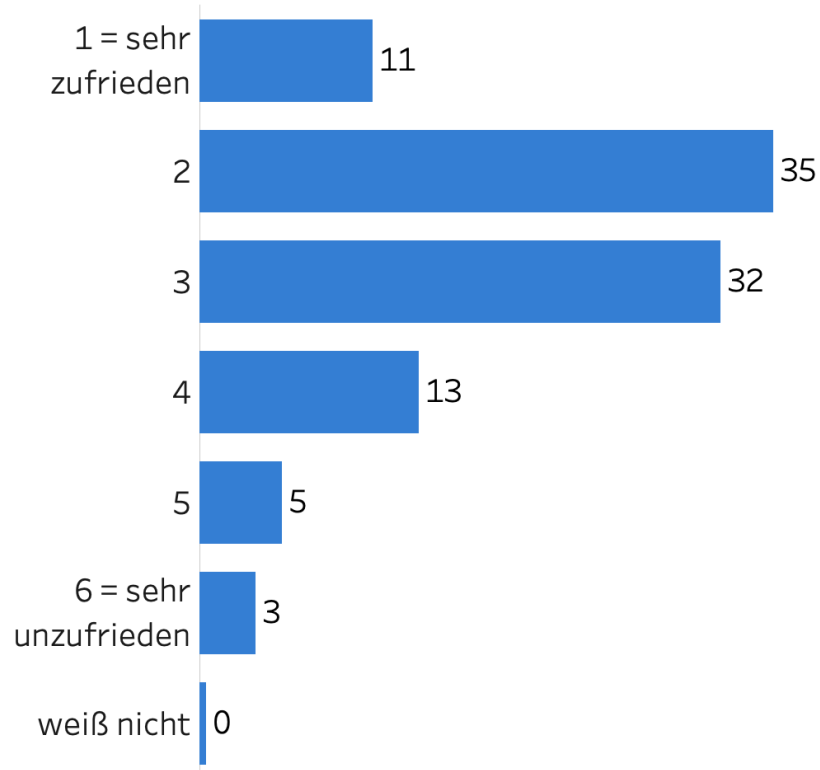


viel besser: 6%
besser: 30%

ZUFRIEDENHEIT

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrer derzeitigen persönlichen Lebenssituation?

Bevölkerung | Gesamt (n = 1.038)



TOP2: 45%
TOP3: 79%

Filterauswahl

Studie

Bevölkerung

Zielgruppe

Gesamt

Angaben in %

LEBENSITUATION | WANDEL & ZUFRIEDENHEIT..

WANDEL

Und ist Ihre persönliche Lebenssituation in den letzten 5 Jahren insgesamt besser geworden, schlechter geworden oder ist es gleich geblieben?

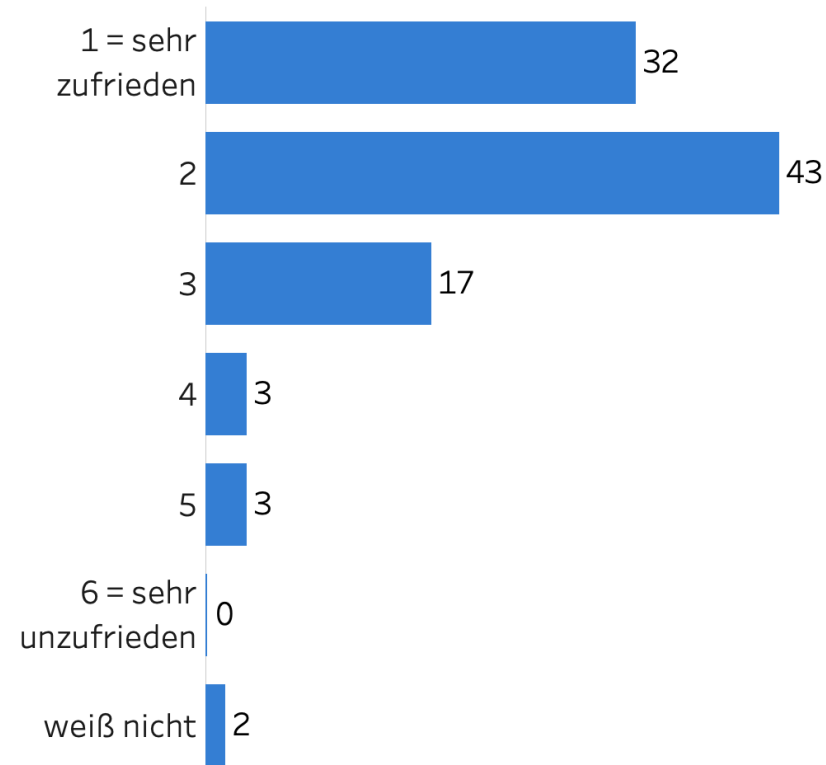
Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe: Gesamt (n=65)



ZUFRIEDENHEIT

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrer derzeitigen persönlichen Lebenssituation?

Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Gesamt (n = 65)



Filterauswahl

Studie

Teilnehmer Zukunft..

Zielgruppe

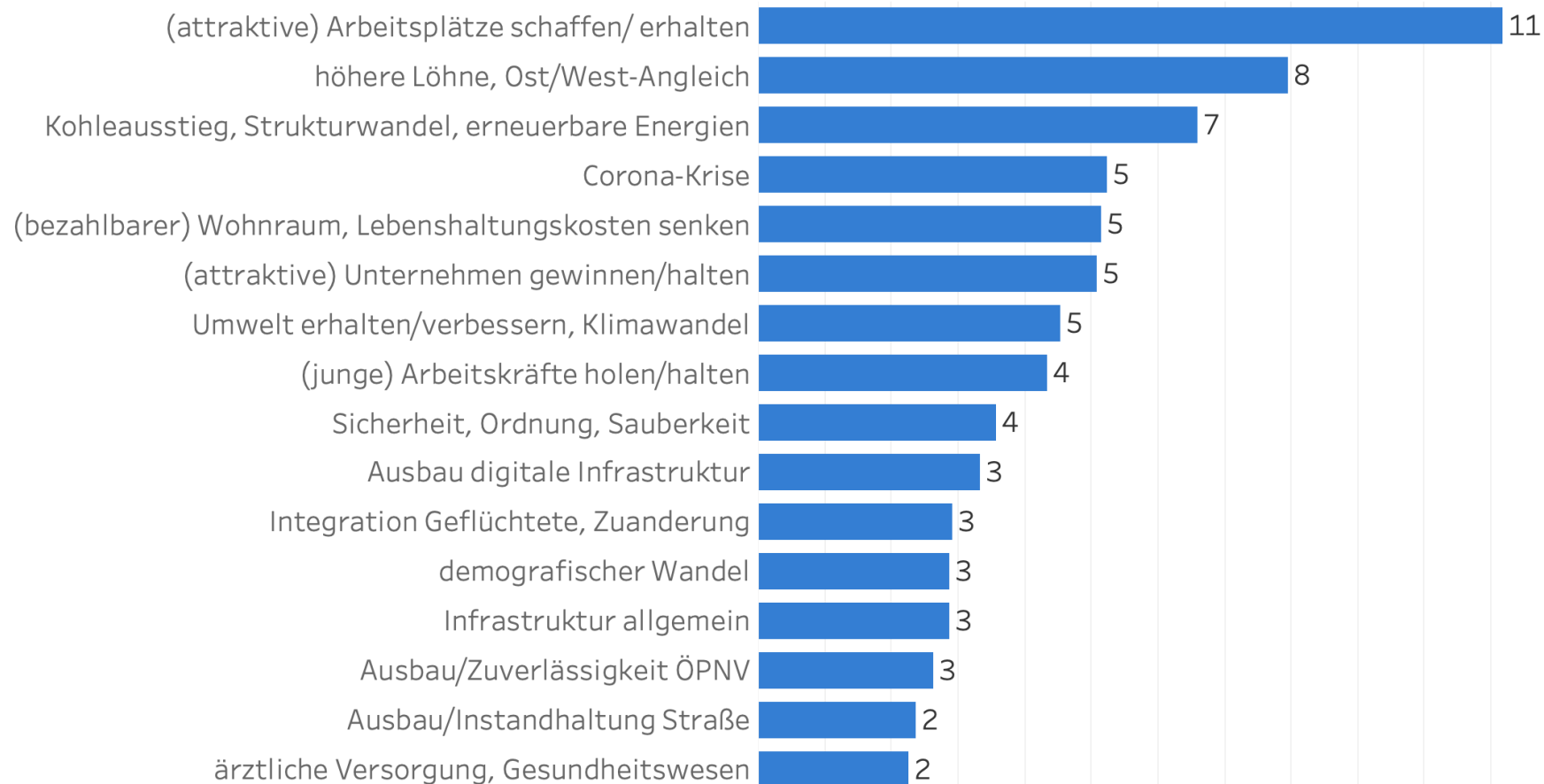
Gesamt

Angaben in %

HERAUSFORDERUNGEN OFFEN

Was sind aus Ihrer Sicht derzeit die 3 größten Herausforderungen für die Region?

Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (1.985 offene Nennungen kategorisiert)

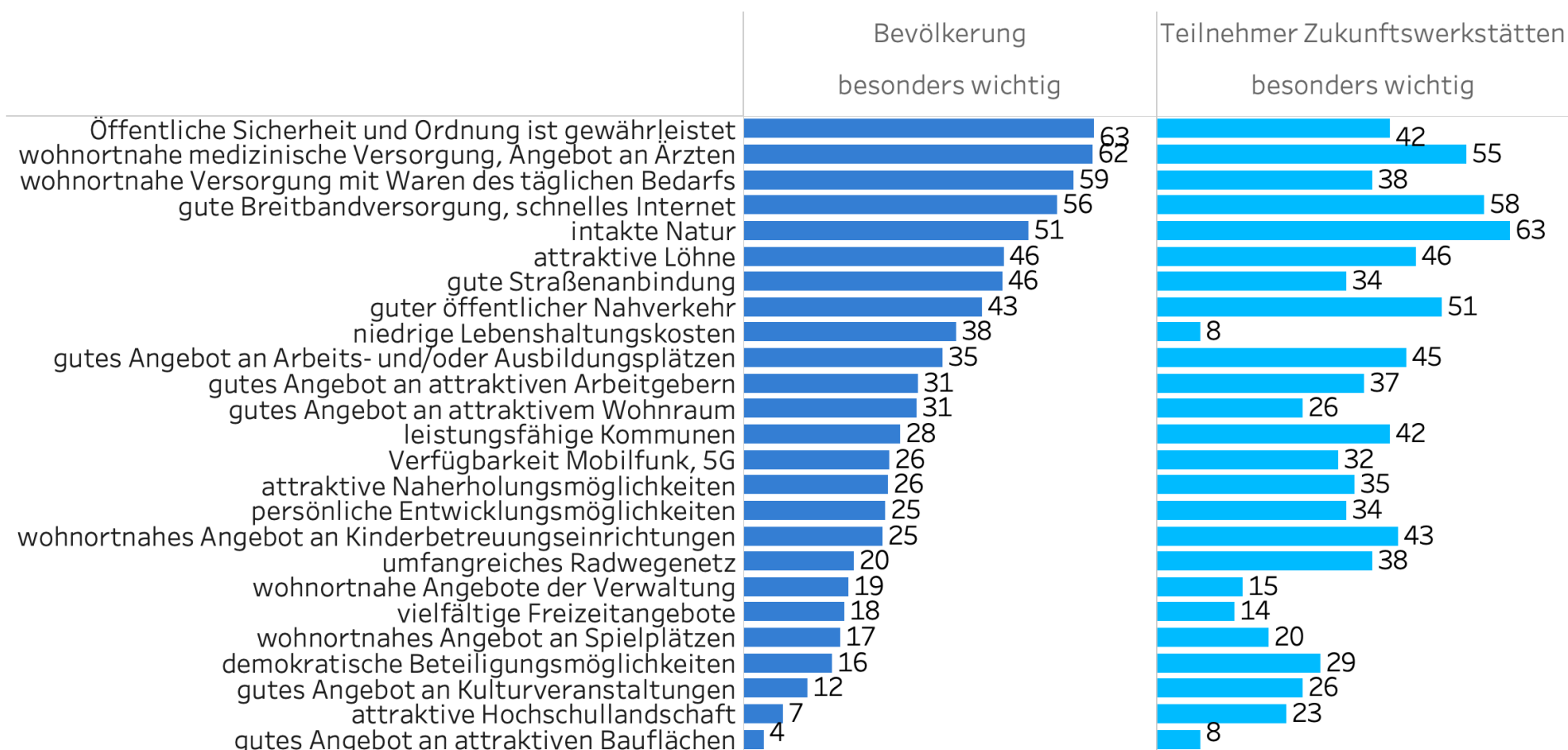


Angaben in % der Nennungen,
ohne w.n. k.A.
fehlende Prozente zu 100 sind
sonstige Nennungen unter 2%

WICHTIGKEIT STRUKTURANGEBOTE

Wie wichtig sind die Aspekte für Sie persönlich?

Bevölkerung und Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe: Gesamt



Filterauswahl

Zielgruppenbereich

Alle

Zielgruppe

Gesamt

Bewertungsdimensi..

besonders wichtig

Studie

■ Bevölkerung

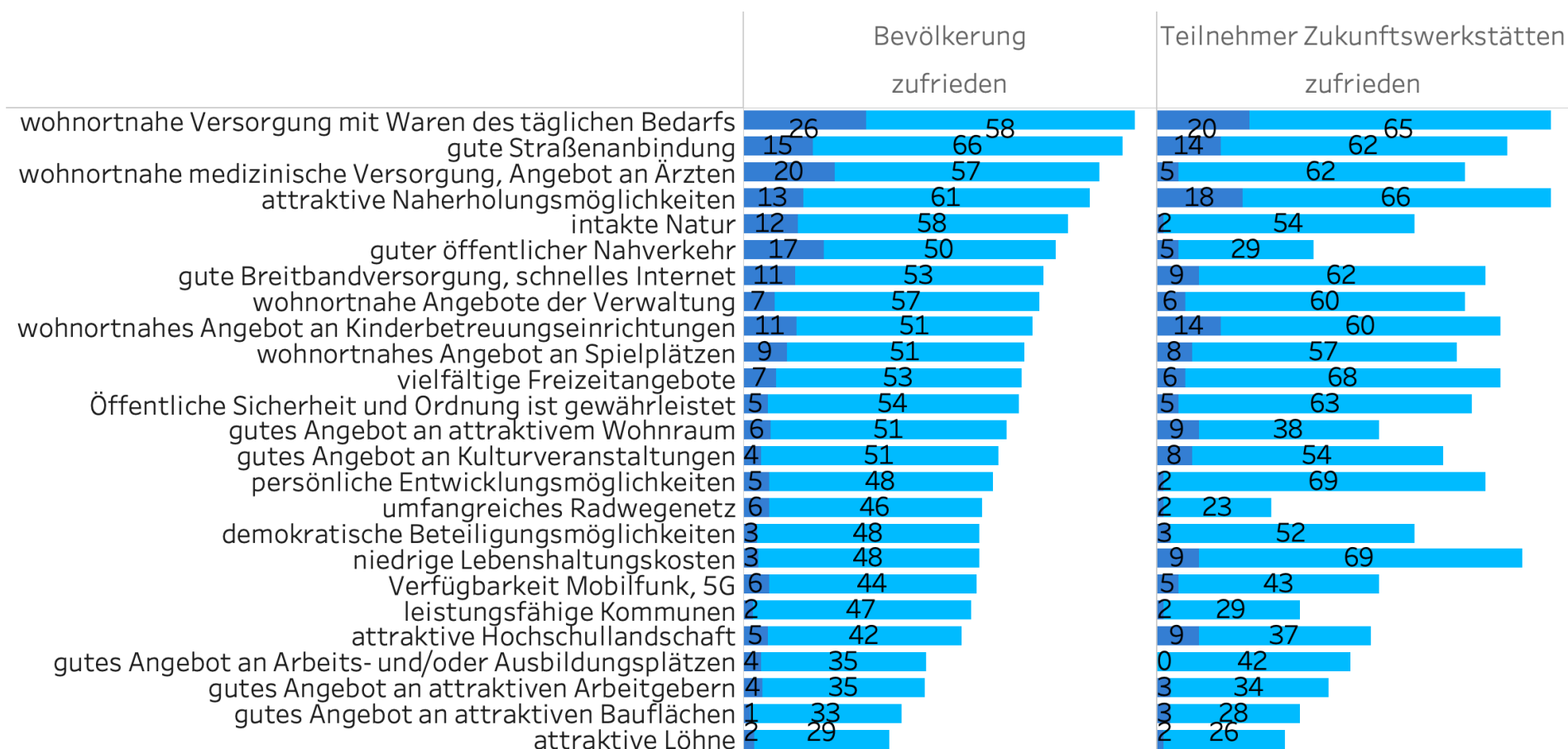
■ Teilnehmer Zuku..

Angaben in %

ZUFRIEDENHEIT STRUKTURANGEBOTE

Und wie zufrieden sind Sie persönlich mit folgenden Aspekten?

Bevölkerung und Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe: Gesamt



Filterauswahl

Zielgruppenbereich

Alle

Zielgruppe

Gesamt

Bewertungsdimensi..

Mehrere Werte

Kategorien

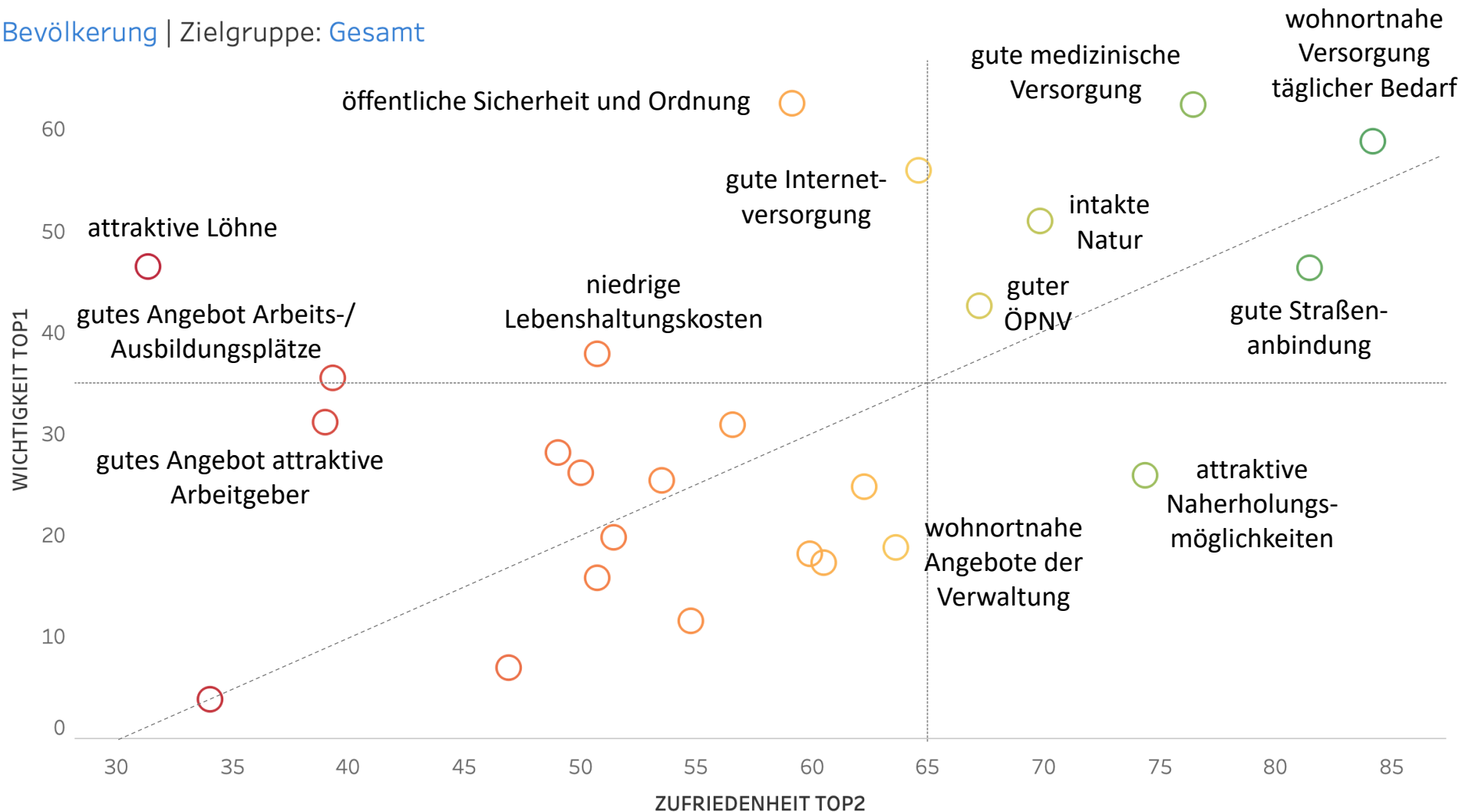
 zufrieden

 besonders zufriede..

Angaben in %

PERFORMANCEMATRIX

Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt



Filterauswahl

Studie
Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal
Mehrere Werte

Zielgruppe
Gesamt

BM Zufriedenheit
65

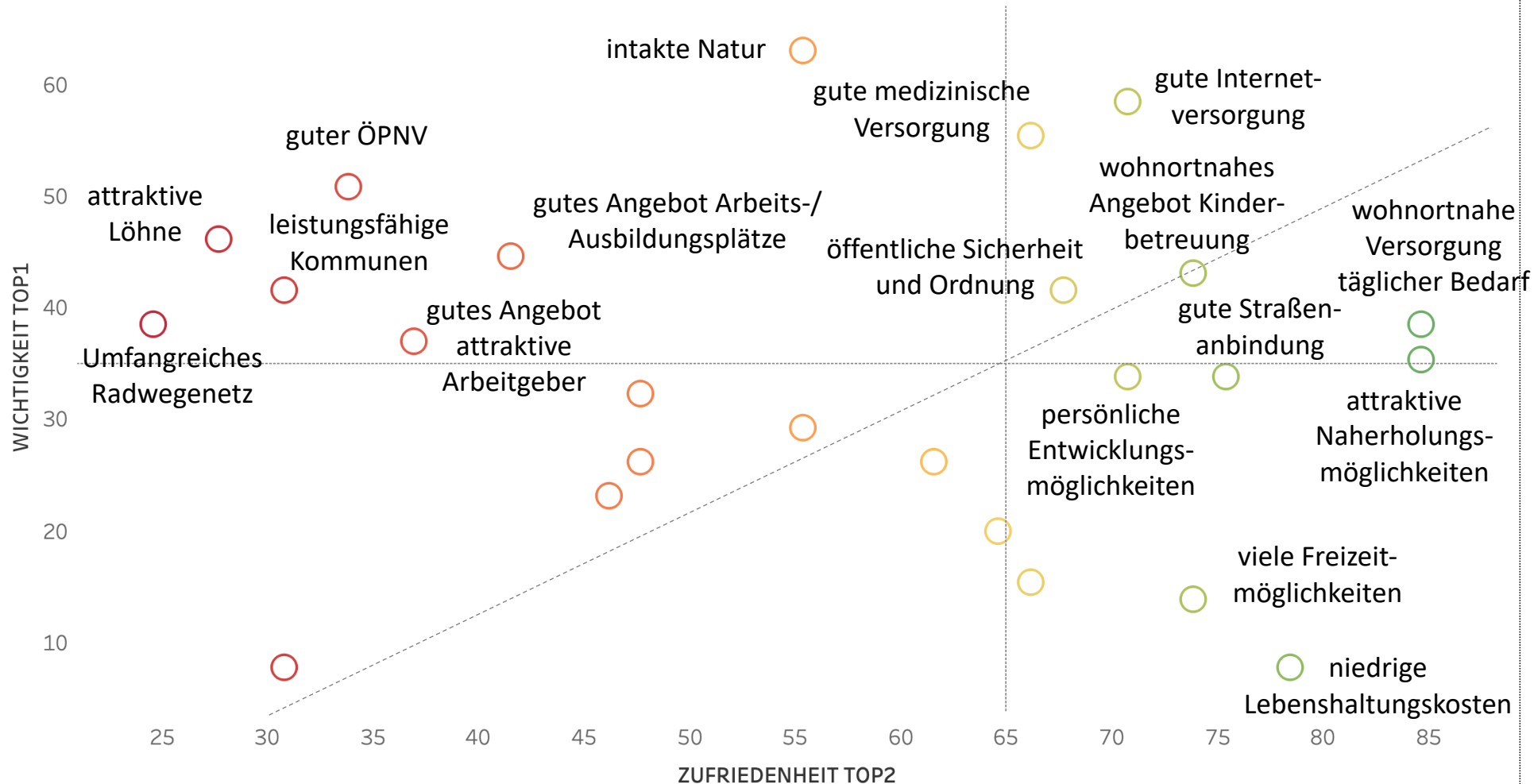
BM Wichtigkeit TOP1
35

Zufriedenheit TOP2
31  84

Angaben in %

PERFORMANCEMATRIX

Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe: Gesamt



Filterauswahl

Studie
Teilnehmer Zukunftswe..

Zielgruppenmerkmal
Mehrere Werte

Zielgruppe
Gesamt

BM Zufriedenheit
65

BM Wichtigkeit TOP1
35

Zufriedenheit TOP2
25 85

Angaben in %

THEMA ENERGIEWENDE

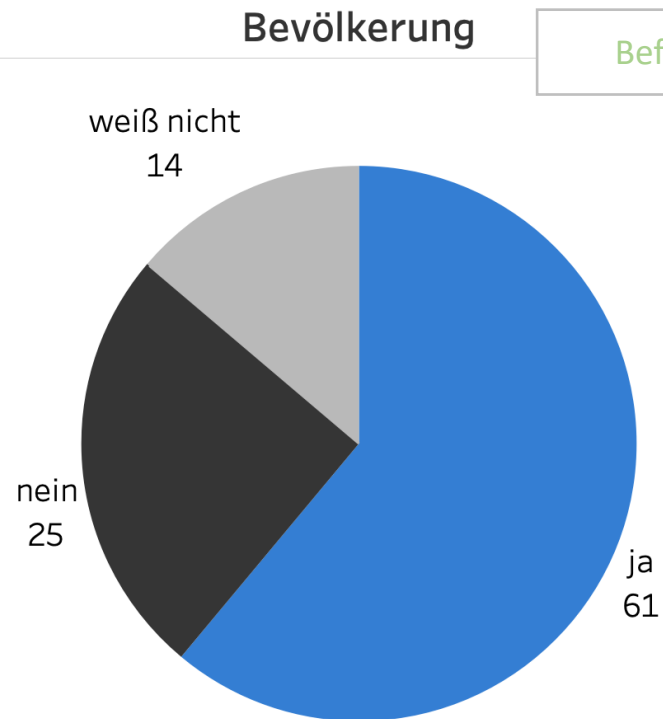
Filterauswahl

Zielgruppe
Gesamt

ENERGIEWENDE ALLGEMEIN

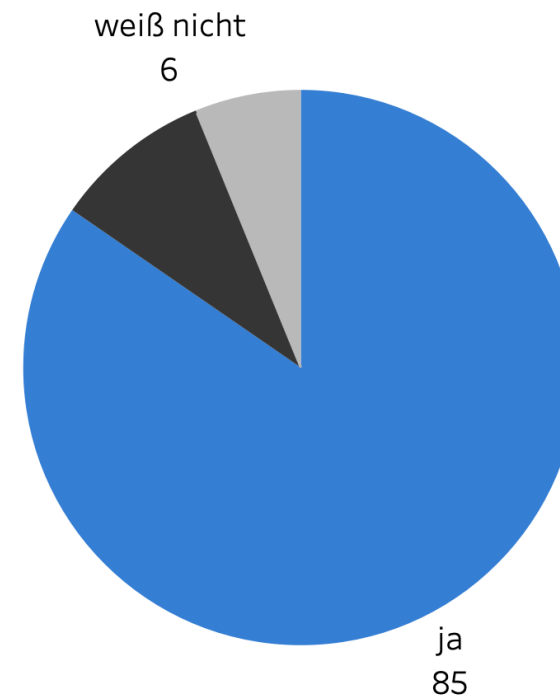
Befürworten Sie persönlich grundsätzlich die Ziele der Energiewende?

Gesamt (n = 65 bis 1.038)



Befürworter: 45%

Teilnehmer Zukunftswerkstätten



Angaben in %

THEMA ENERGIEWENDE

Filterauswahl

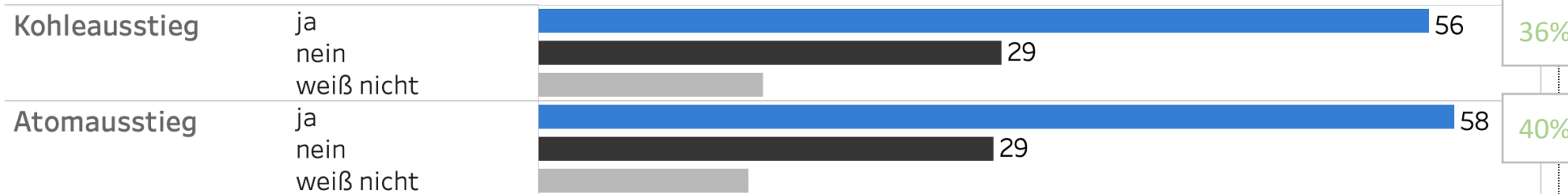
Studie
Bevölkerung

Zielgruppe
Gesamt

KOHLEAUSSTIEG

Befürworten Sie persönlich grundsätzlich die Ziele des Kohleausstiegs bis 2038 / Atomausstiegs bis 2022?

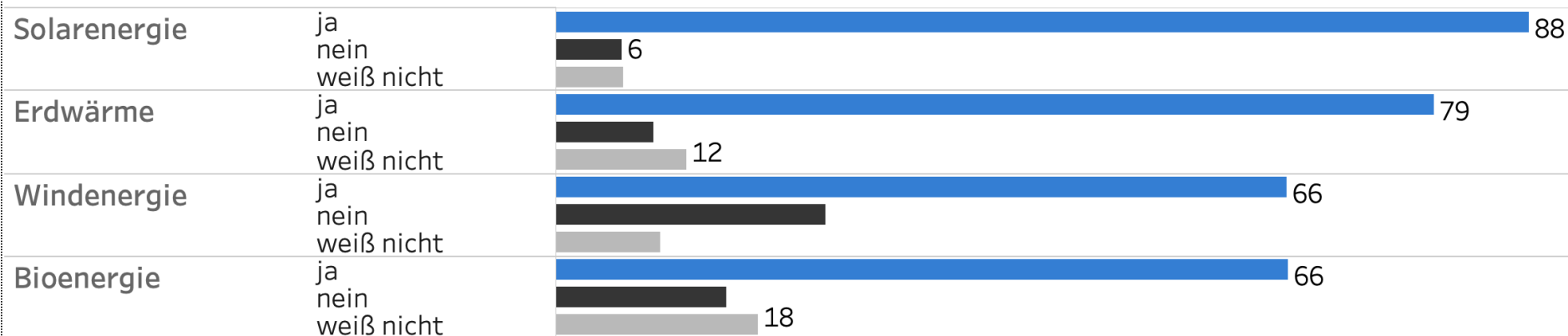
Bevölkerung | Gesamt (n = 1.038)



ERNEUERBARE EINERGIE

Befürworten Sie persönlich grundsätzlich den Ausbau der folgenden erneuerbaren Energien?

Bevölkerung | Gesamt (n = 1.038)



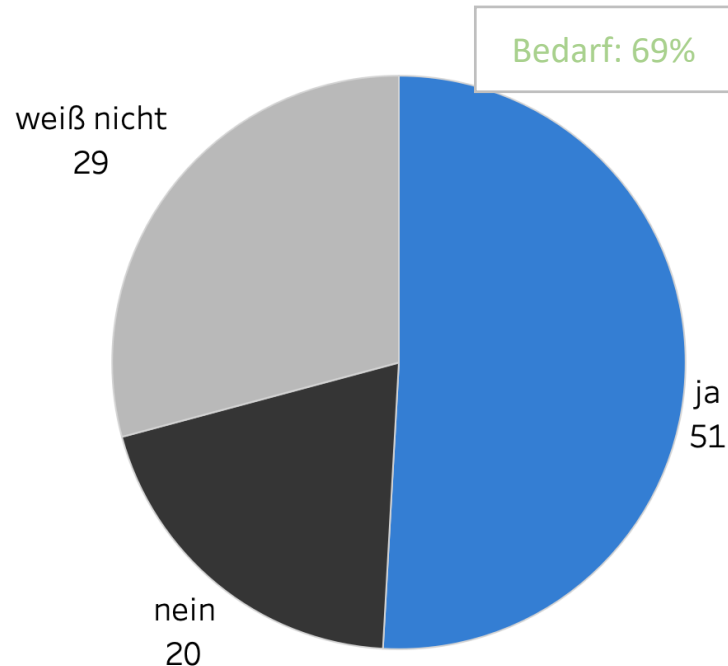
Angaben in %

STRUKTURWANDEL

BEDARF WANDEL

Würden Sie sagen, dass in der Region eine grundsätzliche Veränderung oder ein tiefgreifender Strukturwandel notwendig ist?

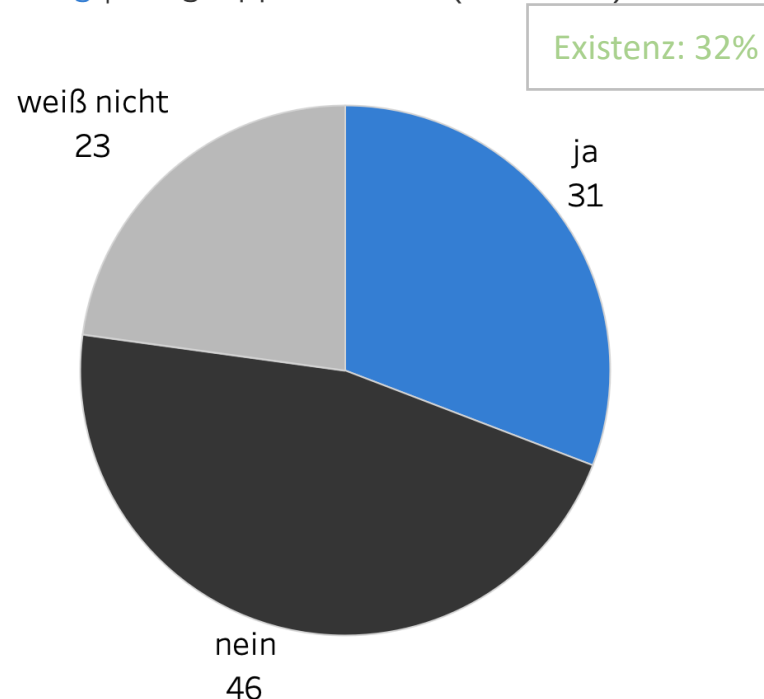
Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038)



EXISTENZ WANDEL

Haben Sie das Gefühl, dass ein grundsätzlicher Veränderungsprozess der Innovationsregion Mitteldeutschland im Zuge des Kohleausstiegs schon eingesetzt hat?

Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038)



Filterauswahl

Studie
Bevölkerung
Zielgruppenmerkmal
Gesamt

Zielgruppe
Gesamt

Farblegende

■ ja
■ nein
■ weiß nicht

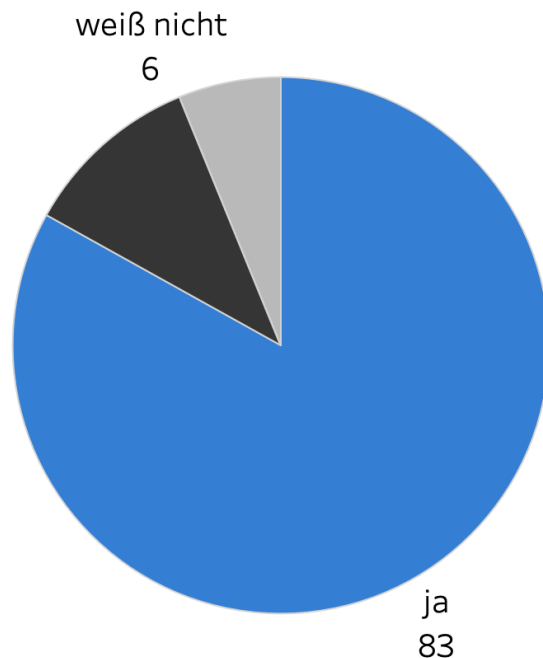
Angaben in %

STRUKTURWANDEL

BEDARF WANDEL

Würden Sie sagen, dass in der Region eine grundsätzliche Veränderung oder ein tiefgreifender Strukturwandel notwendig ist?

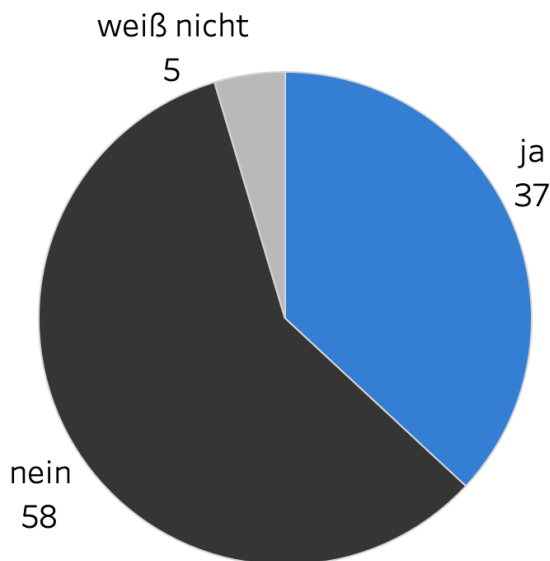
Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe:
Gesamt (n = 65)



EXISTENZ WANDEL

Haben Sie das Gefühl, dass ein grundsätzlicher Veränderungsprozess der Innovationsregion Mitteldeutschland im Zuge des Kohleausstiegs schon eingesetzt hat?

Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe: Gesamt
(n = 65)



Filterauswahl

Studie
Teilnehmer Zukunft..

Zielgruppenmerkmal
Gesamt

Zielgruppe
Gesamt

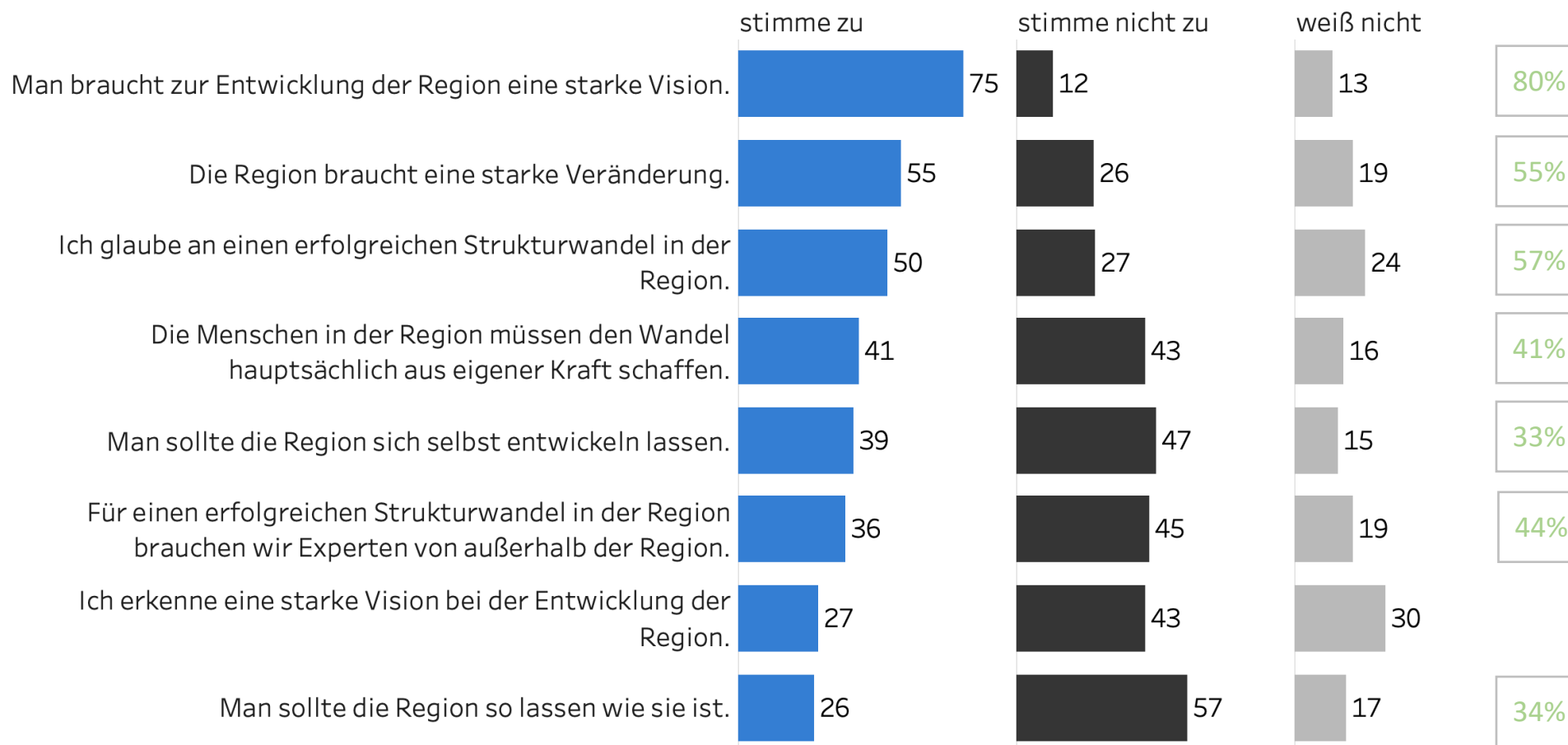
Farblegende
■ ja
■ nein
■ weiß nicht

Angaben in %

STRUKTURWANDEL FAKTOREN

Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n=1.038)



Filterauswahl

Studie

Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal

Gesamt

Zielgruppe

Gesamt

Imagekategorie

Alle

Farblegende

■ stimme zu

■ stimme nicht zu

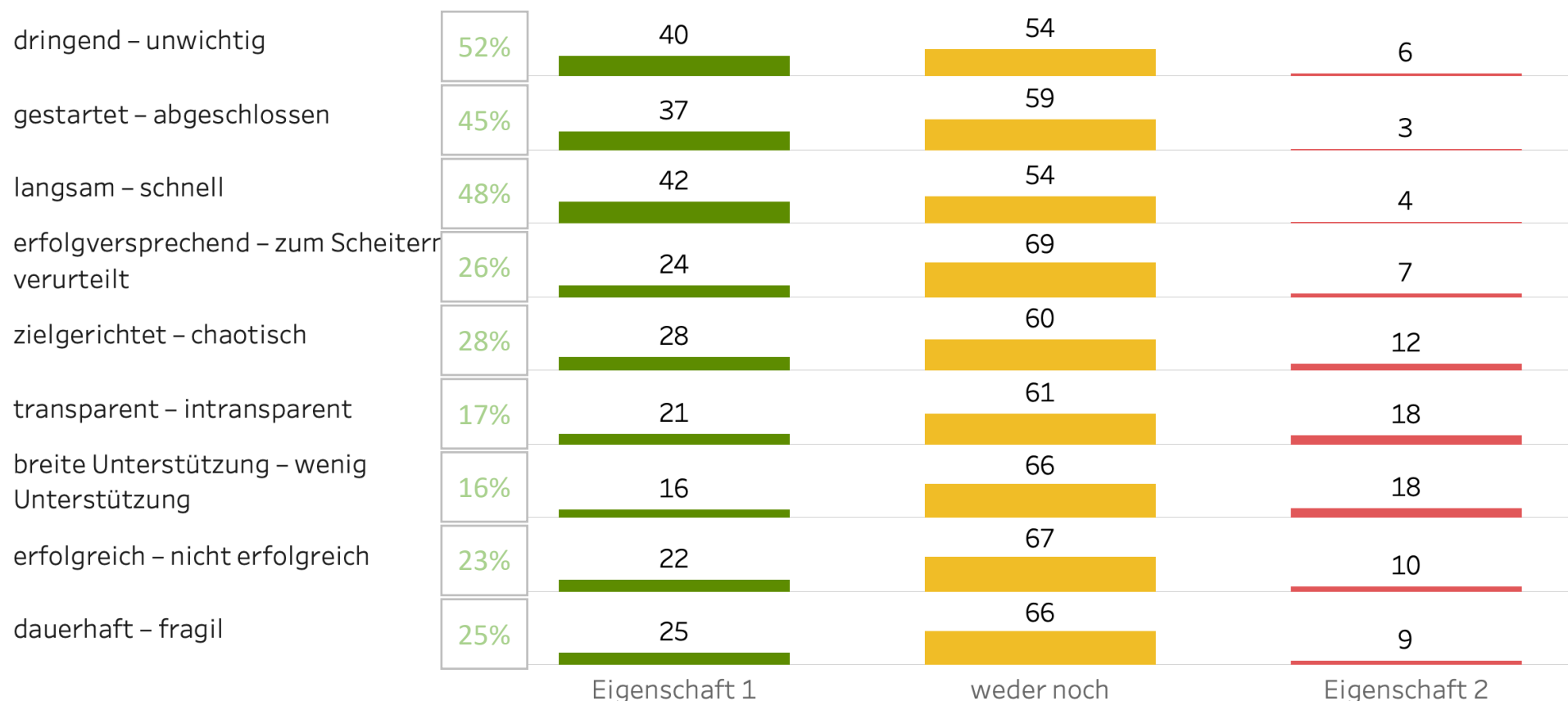
■ weiß nicht

Angaben in %

STRUKTURWANDEL EIGENSCHAFTEN

Welche der folgenden Eigenschaften treffen Ihrer Meinung nach auf den Veränderungsprozess der Innovationsregion Mitteldeutschland zu?

Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n=1.038)



Filterauswahl

Studie

Bevölkerung


Zielgruppenmerkmal

Mehrere Werte

Zielgruppe

Gesamt

Skala Eigenschaften..

 Eigenschaft 1

 weder noch

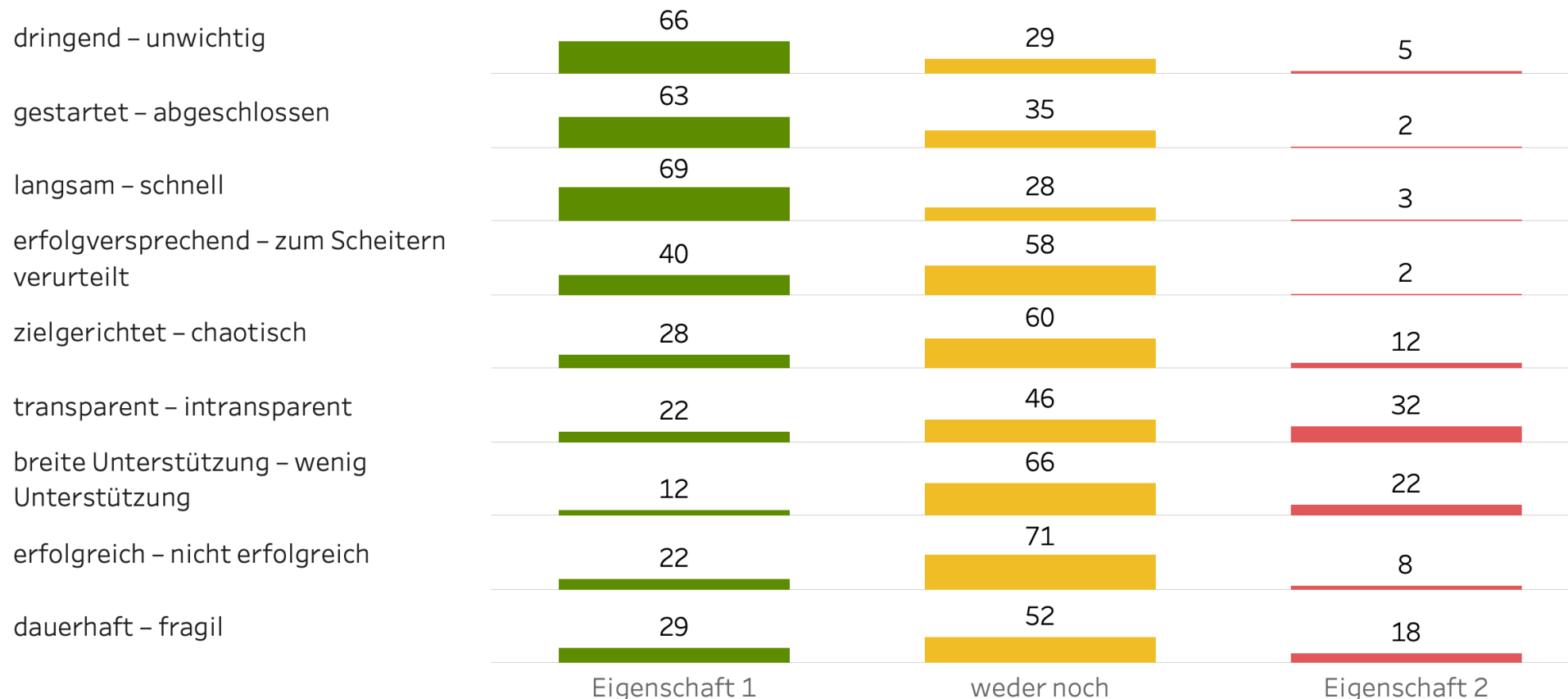
 Eigenschaft 2

Angaben in %

STRUKTURWANDEL EIGENSCHAFTEN

Welche der folgenden Eigenschaften treffen Ihrer Meinung nach auf den Veränderungsprozess der Innovationsregion Mitteldeutschland zu?

Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe: Gesamt (n=65)



Filterauswahl

Studie

Teilnehmer Zukunft..

Zielgruppenmerkmal

Mehrere Werte

Zielgruppe

Gesamt

Skala Eigenschaften..

 Eigenschaft 1

 weder noch

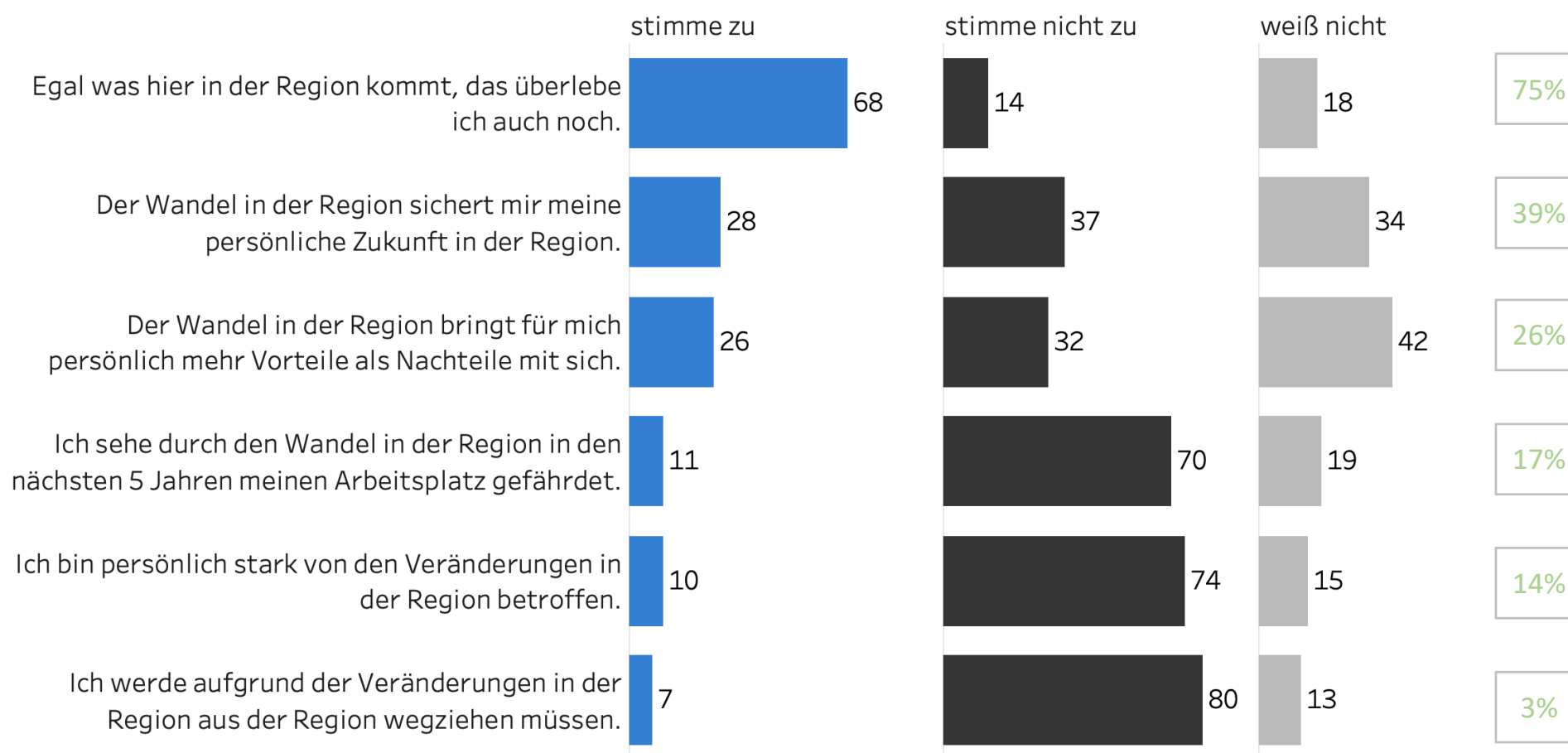
 Eigenschaft 2

Angaben in %

STRUKTURWANDEL AUSWIRKUNGEN

Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038)



Filterauswahl

Studie

Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal

Gesamt

Zielgruppe

Gesamt

Farblegende

 stimme zu

 stimme nicht zu

 weiß nicht

Angaben in %

STRUKTURWANDEL POLITIK

Filterauswahl

Zielgruppenbereich

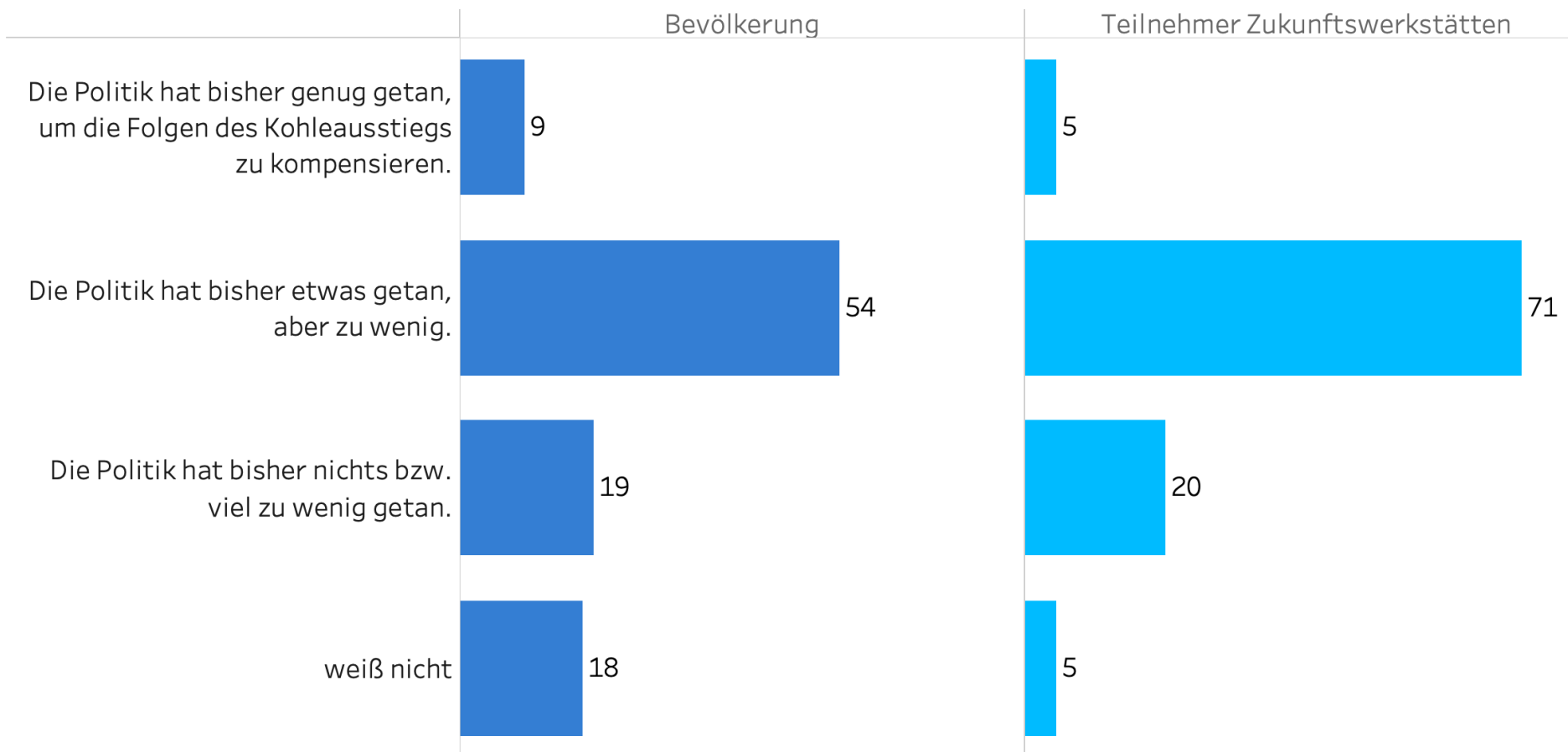
Alle

Zielgruppe

Gesamt

Wie bewerten Sie das Handeln der Politik in Bezug auf den Kohleausstieg?

Zielgruppe: **Gesamt** (n = 65 bis 1.038)



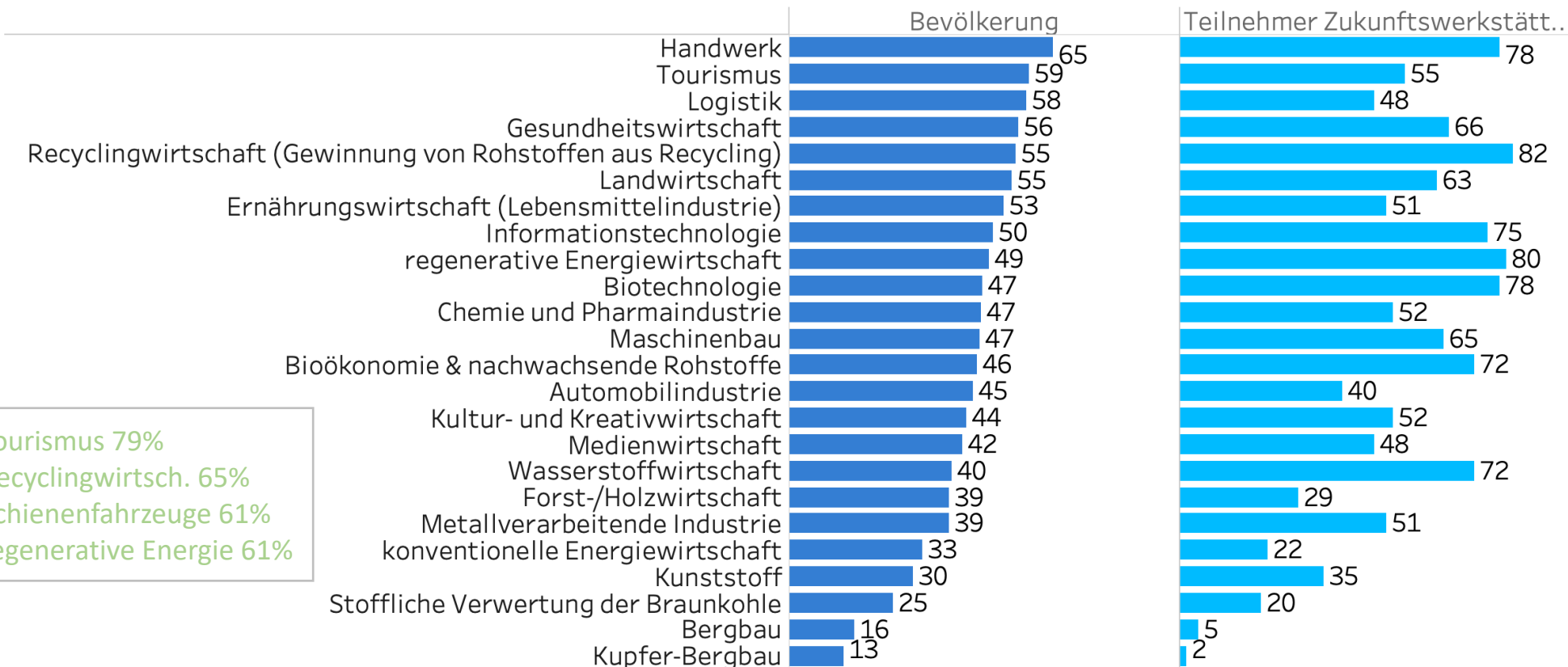
Angaben in %

ZUKUNFTSBRANCHEN

Welche der folgenden Branchen und Zukunftstechnologien finden Sie erfolgversprechend für eine positive Entwicklung der Innovationsregion Mitteldeutschland?

Skalenabfrage von 1 = sehr erfolgversprechend bis 6 = überhaupt nicht erfolgversprechend

TOP2-Bewertung | Zielgruppe: Gesamt (n = 65 bis 1.038)



Tourismus 79%
Recyclingwirtsch. 65%
Schienenfahrzeuge 61%
regenerative Energie 61%

Filterauswahl

Zielgruppenmerkmal

Gesamt

Zielgruppe

Gesamt

Bewertungsdimensi..

TOP2

Studie

■ Bevölkerung
■ Teilnehmer Zuku..

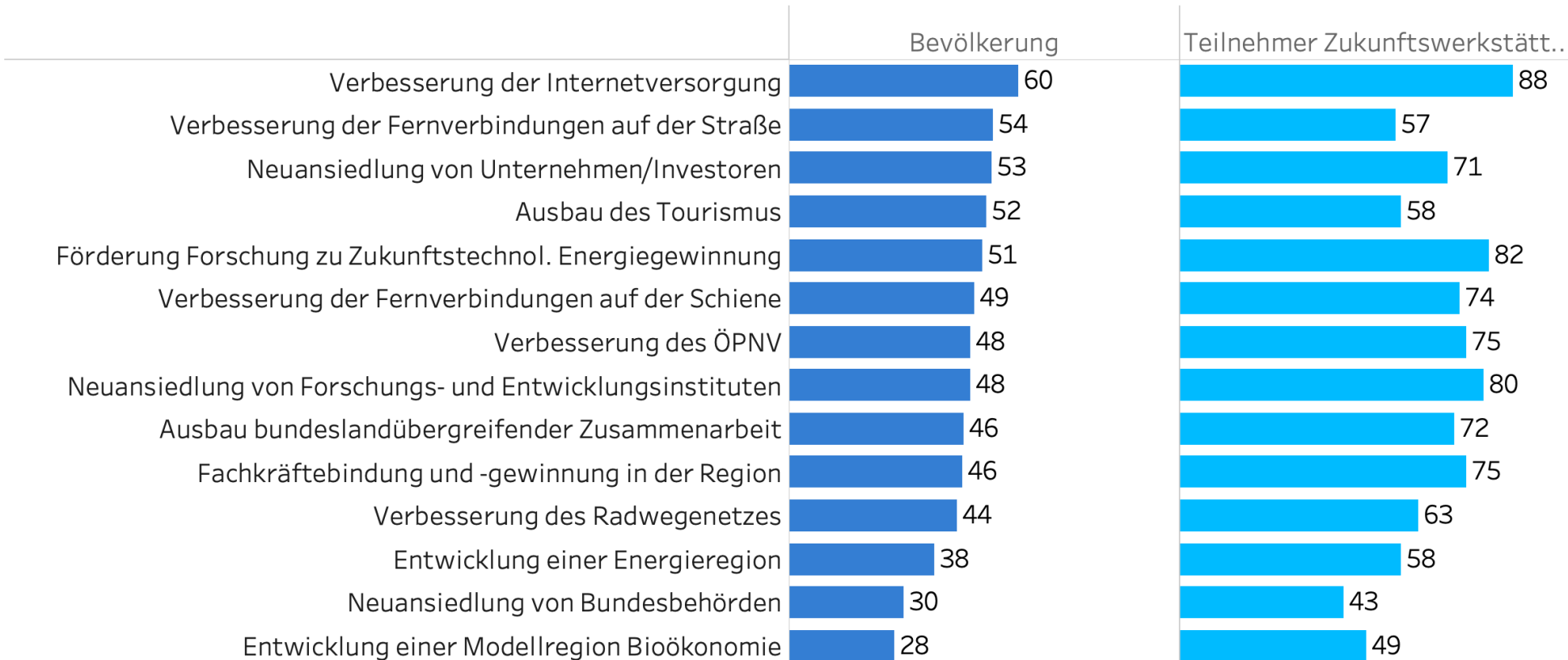
Angaben in %

ZUKUNFTSSTRATEGIEN

Wie erfolgversprechend finden Sie die folgenden Zukunftsstrategien für eine positive Entwicklung der Innovationsregion Mitteldeutschland?

Skalenabfrage von 1 = sehr erfolgversprechend bis 6 = überhaupt nicht erfolgversprechend

TOP2-Bewertung | Zielgruppe: Gesamt (n = 65 bis 1.038)



Filterauswahl

Zielgruppenmerkmal

Gesamt

Zielgruppe

Gesamt

Bewertungsdimensi..

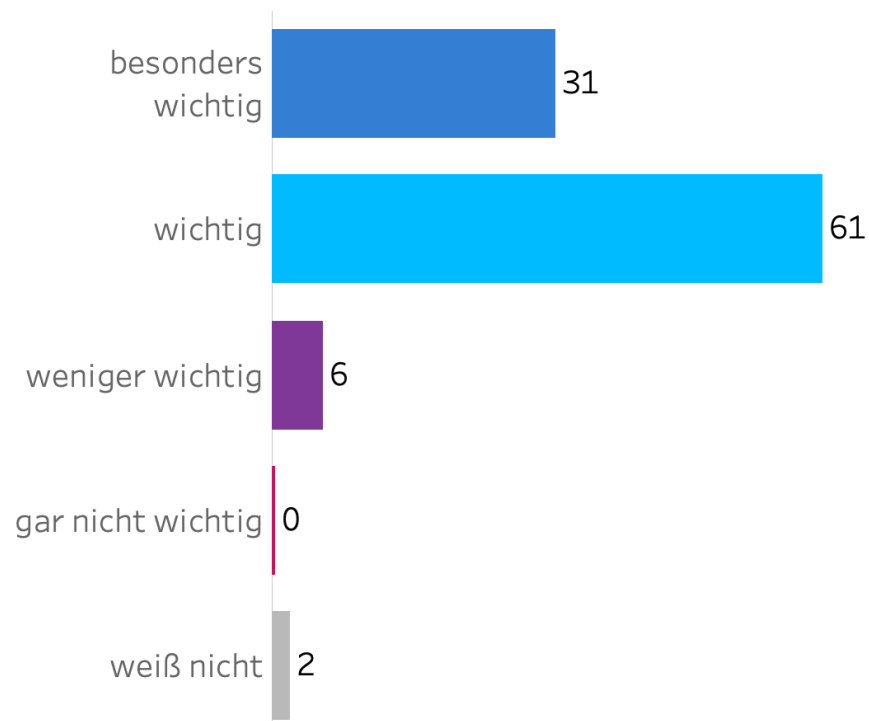
TOP2

Angaben in %

ZUSAMMENARBEIT LANDKREISE

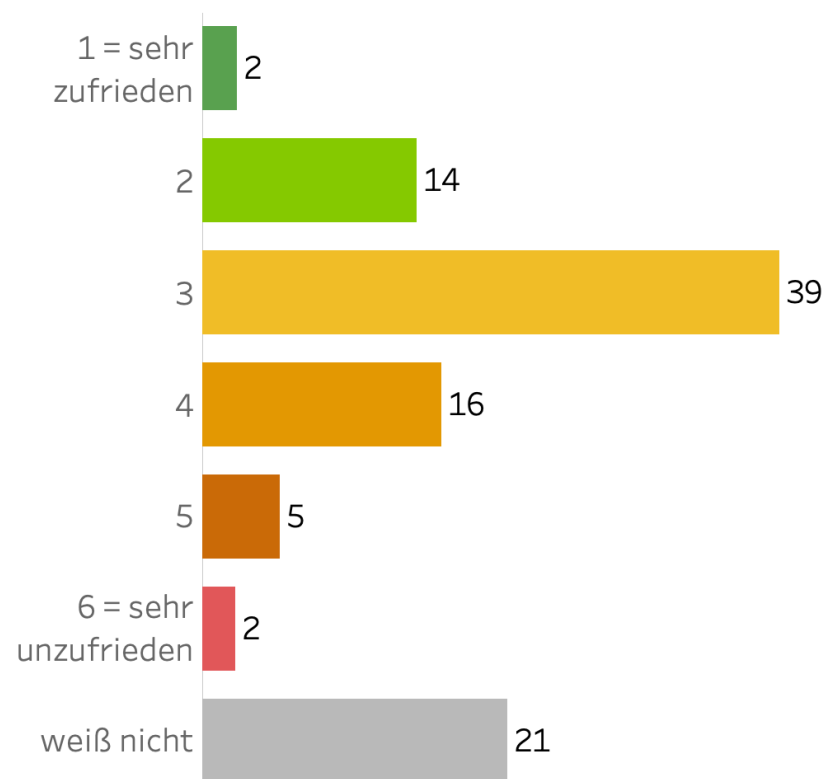
Wie wichtig erachten Sie die Zusammenarbeit der verschiedenen Landkreise und Städte in der Innovationsregion Mitteldeutschland, um die Region zu entwickeln?

Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038)



Wie zufrieden sind Sie mit der Zusammenarbeit der verschiedenen Landkreise und Städte in der Innovationsregion Mitteldeutschland?

Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038)



Filterauswahl

Studie

Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal

Mehrere Werte

Zielgruppe

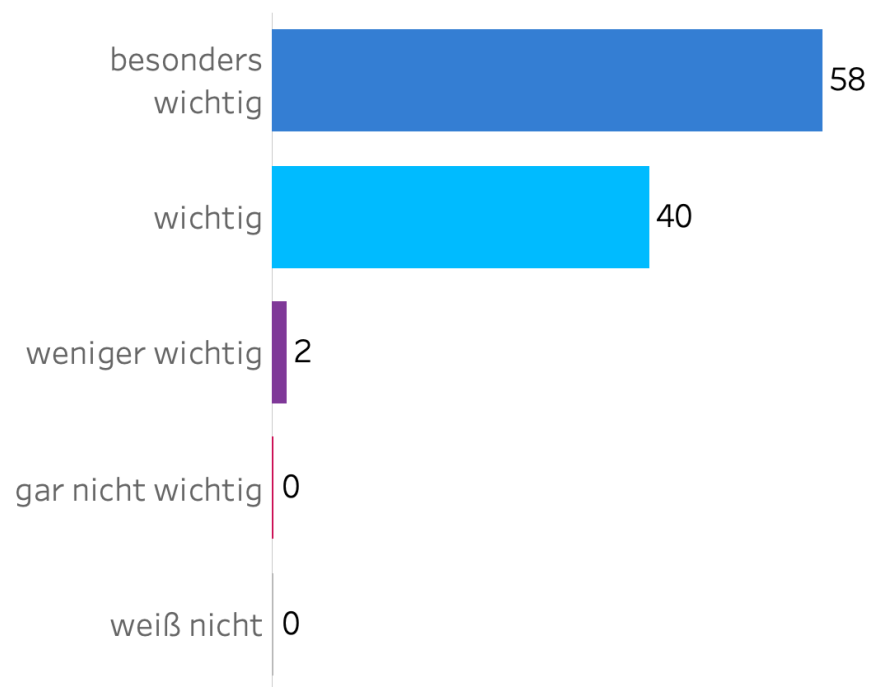
Gesamt

Angaben in %

ZUSAMMENARBEIT LANDKREISE

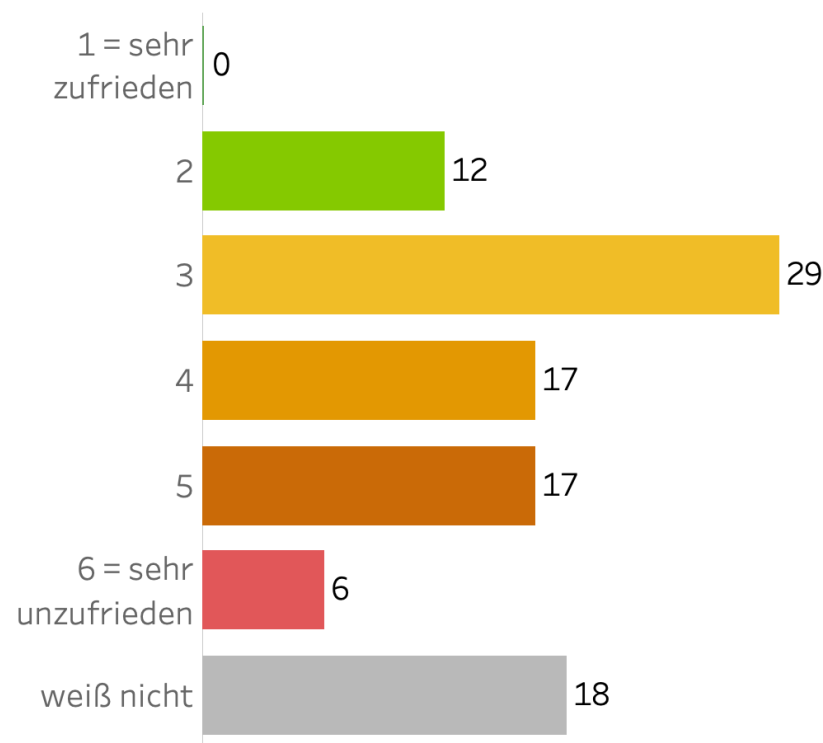
Wie wichtig erachten Sie die Zusammenarbeit der verschiedenen Landkreise und Städte in der Innovationsregion Mitteldeutschland, um die Region zu entwickeln?

Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe: Gesamt (n = 65)



Wie zufrieden sind Sie mit der Zusammenarbeit der verschiedenen Landkreise und Städte in der Innovationsregion Mitteldeutschland?

Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe: Gesamt (n = 65)



Filterauswahl

Studie
Teilnehmer Zukunft..

Zielgruppenmerkmal
Mehrere Werte

Zielgruppe
Gesamt

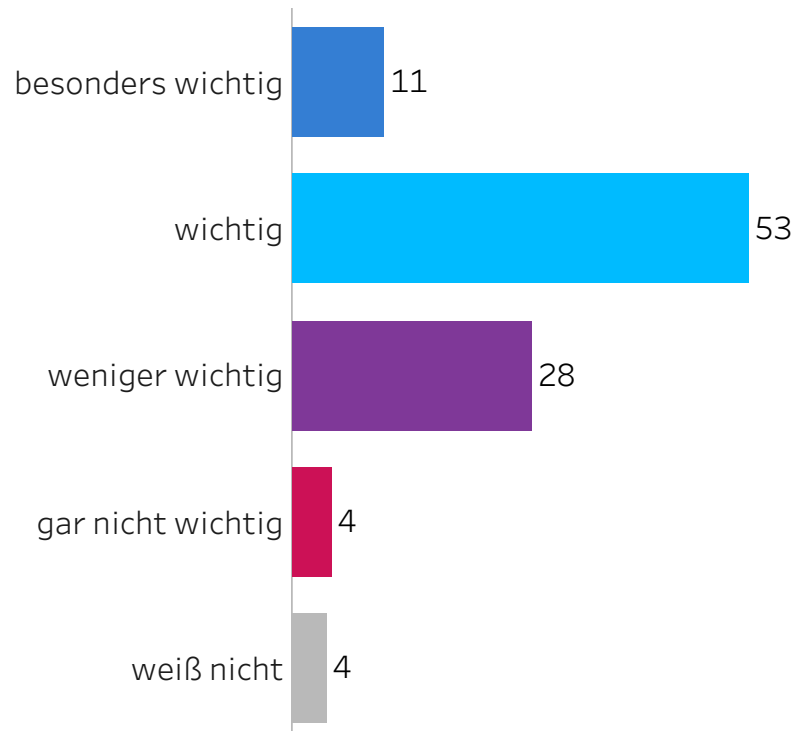
Angaben in %

INFORMATION & KOMMUNIKATION

WICHTIGKEIT VON INFORMATIONEN

Wie wichtig ist es für Sie persönlich, sich über den Strukturwandel in der Innovationsregion Mitteldeutschland zu informieren?

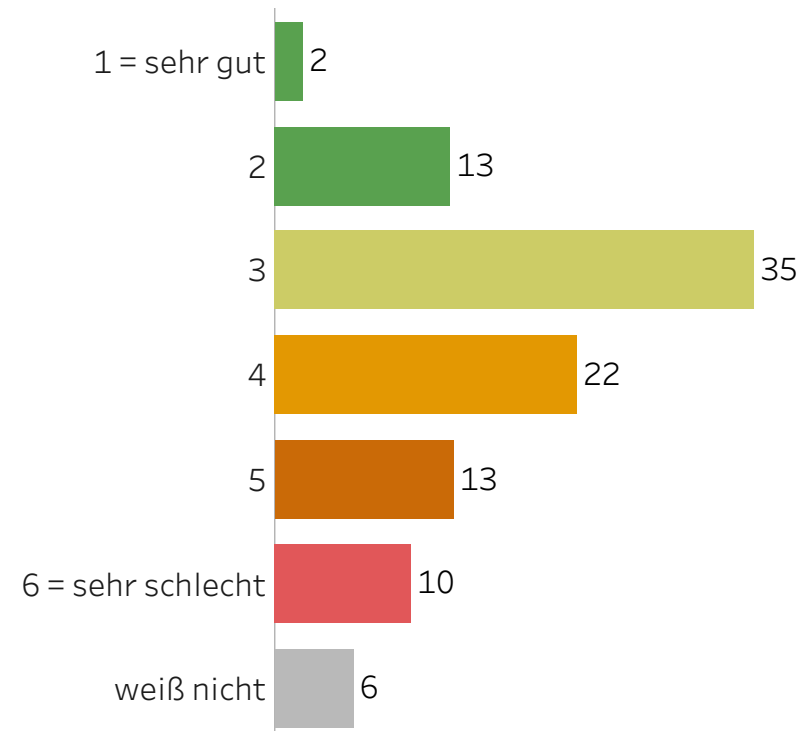
Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038)



ZUFRIEDENHEIT MIT INFORMATIONEN

Wie gut fühlen Sie sich persönlich über den Strukturwandel in der Innovationsregion Mitteldeutschland informiert?

Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038)



Filterauswahl

Studie

Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal

Mehrere Werte

Zielgruppe

Gesamt

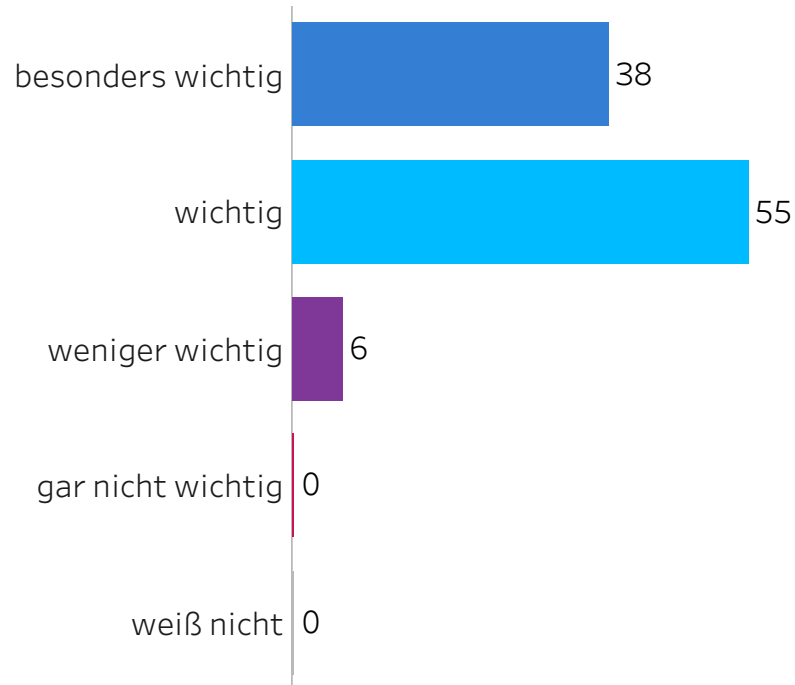
Angaben in %

INFORMATION & KOMMUNIKATION

WICHTIGKEIT VON INFORMATIONEN

Wie wichtig ist es für Sie persönlich, sich über den Strukturwandel in der Innovationsregion Mitteldeutschland zu informieren?

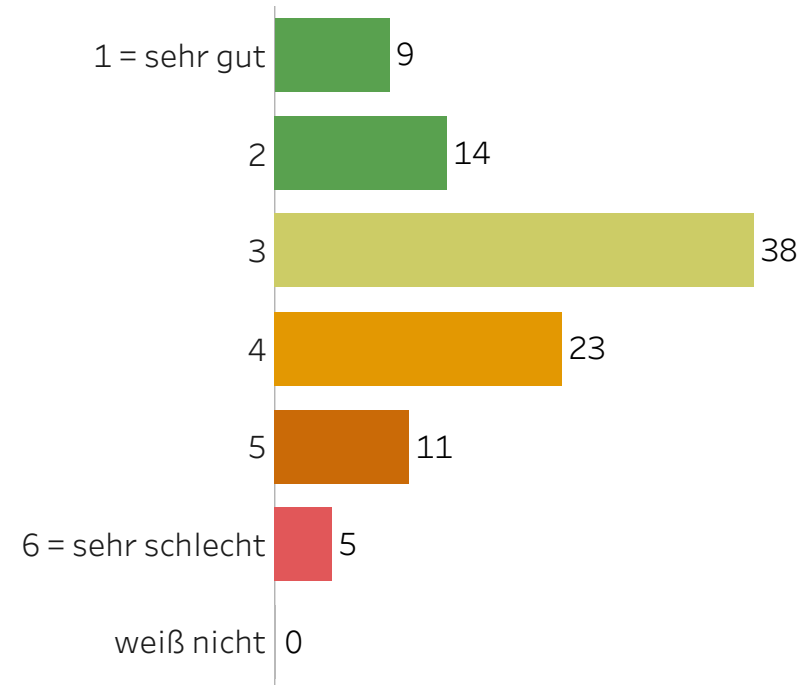
Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe: Gesamt (n = 65)



ZUFRIEDENHEIT MIT INFORMATIONEN

Wie gut fühlen Sie sich persönlich über den Strukturwandel in der Innovationsregion Mitteldeutschland informiert?

Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe: Gesamt (n = 65)



Filterauswahl

Studie

Teilnehmer Zukunft..

Zielgruppenmerkmal
Mehrere Werte

Zielgruppe
Gesamt

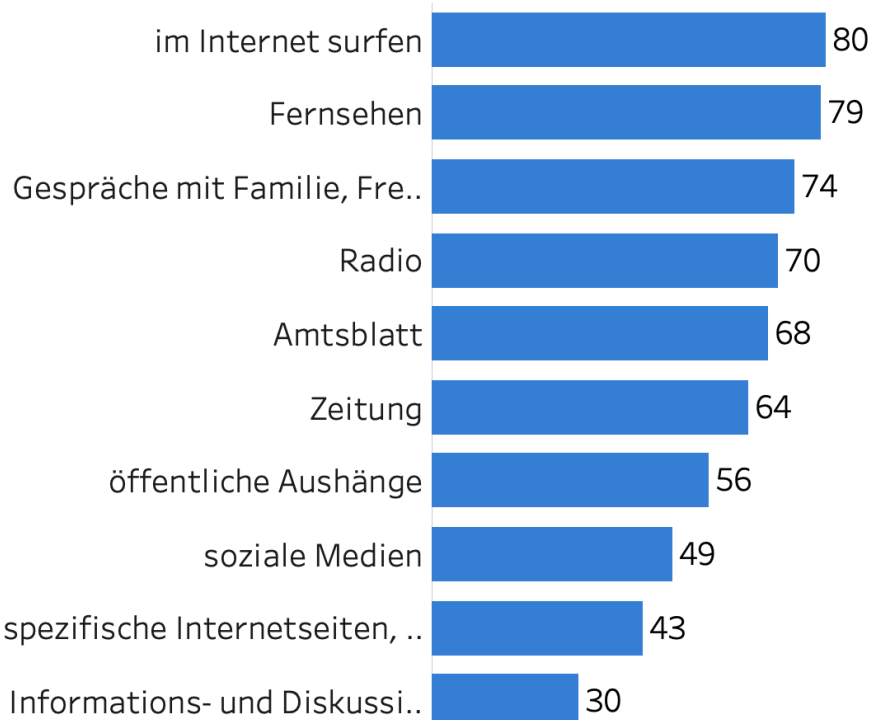
Angaben in %

INFORMATIONSV ERHALTEN

INFORMATIONSQLUELLEN

Welche Quellen würden Sie nutzen, um sich über den Wandel in der Innovationsregion Mitteldeutschland zu informieren?

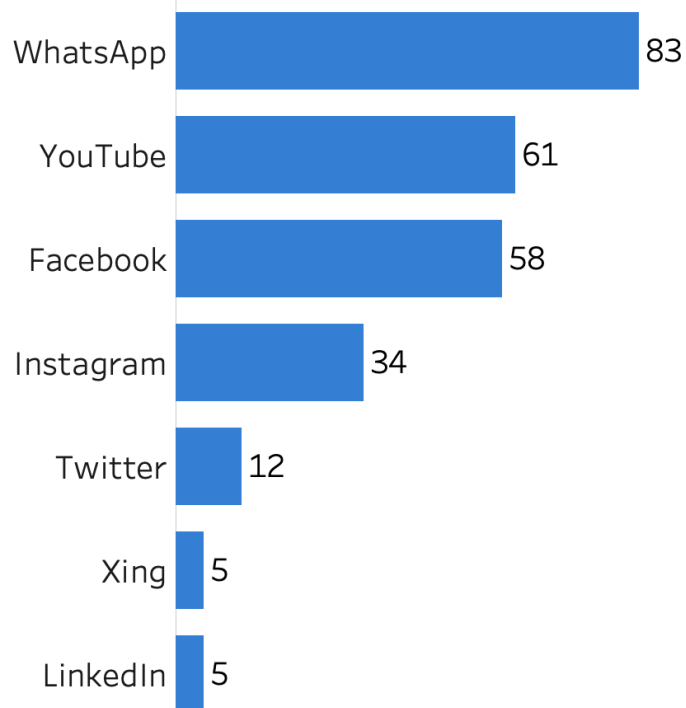
Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038)



ONLINE-COMMUNITIES

Welche der folgenden Online-Communities haben Sie innerhalb der letzten 7 Tage genutzt?

Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038)



Filterauswahl

Studie

Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal

Mehrere Werte

Zielgruppe

Gesamt

Angaben in %



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.