



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

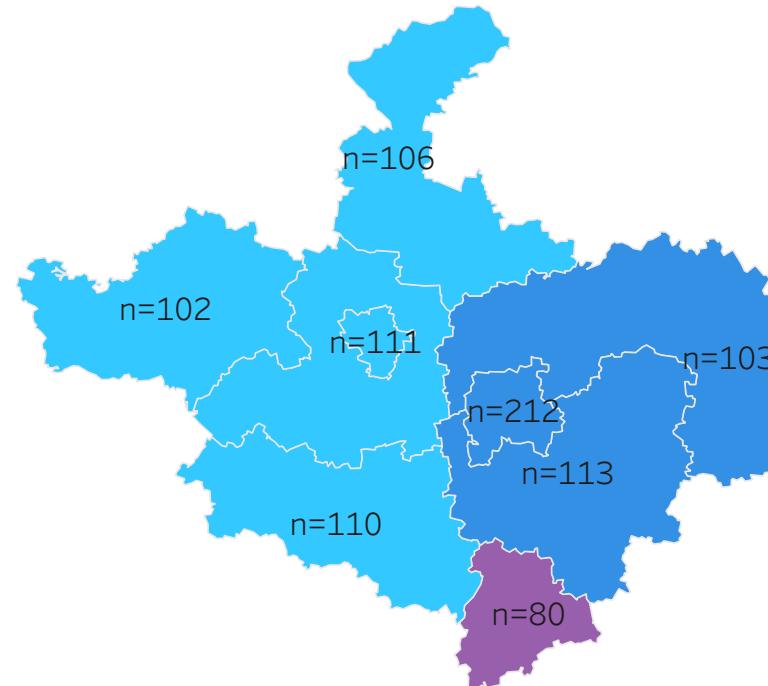
FALLZAHL

Bevölkerung: 1.038 erfolgreiche Interviews
Teilnehmer Zukunftswerkstätten: 65 erfolgreiche Interviews

METHODE

CAWI (Computer Assisted Web Interviewing)

INTERVIEWS NACH GEBIET

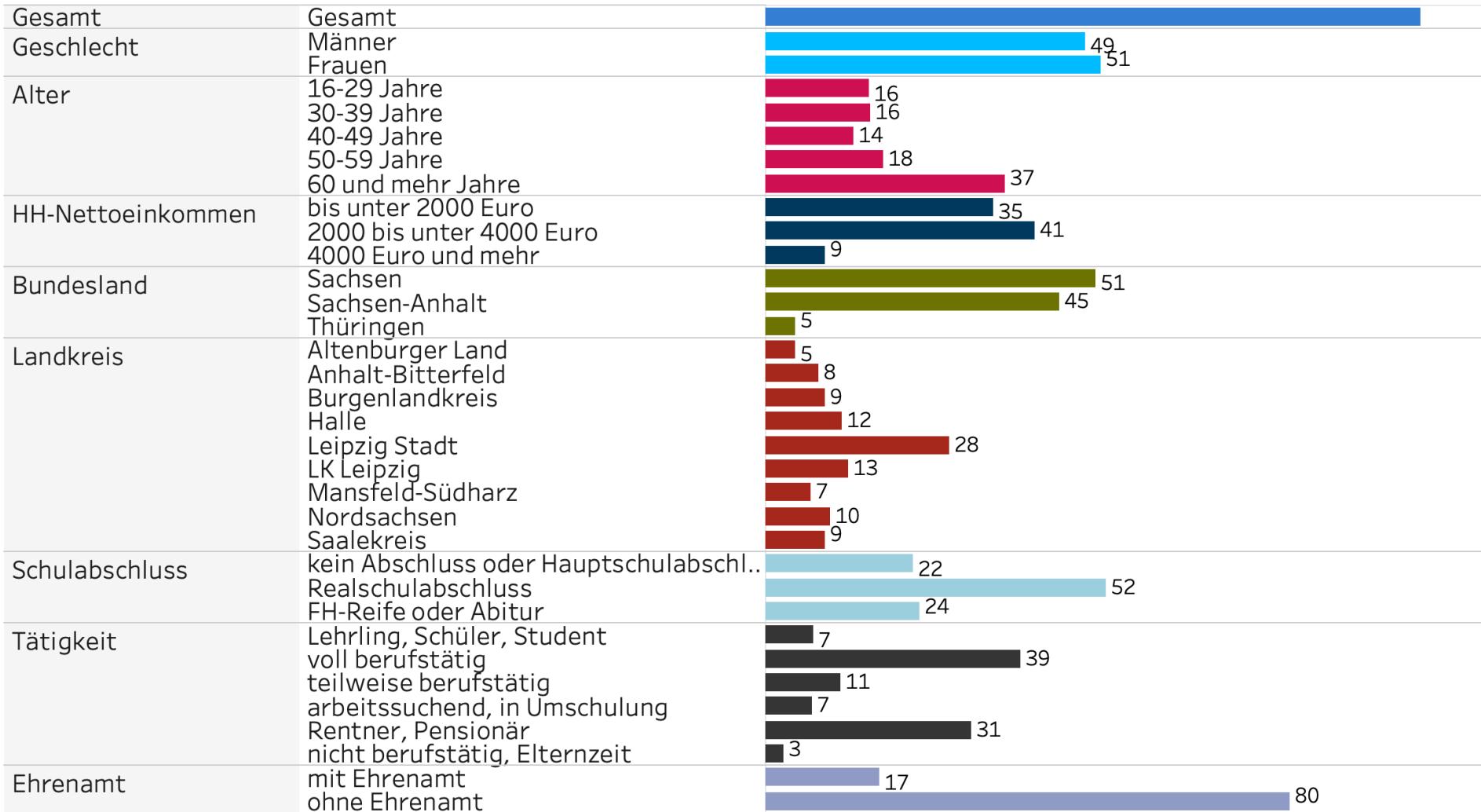


Legende

- Bundesland
- Sachsen
 - Sachsen-Anhalt
 - Thüringen

STICHPROBE

Bevölkerung



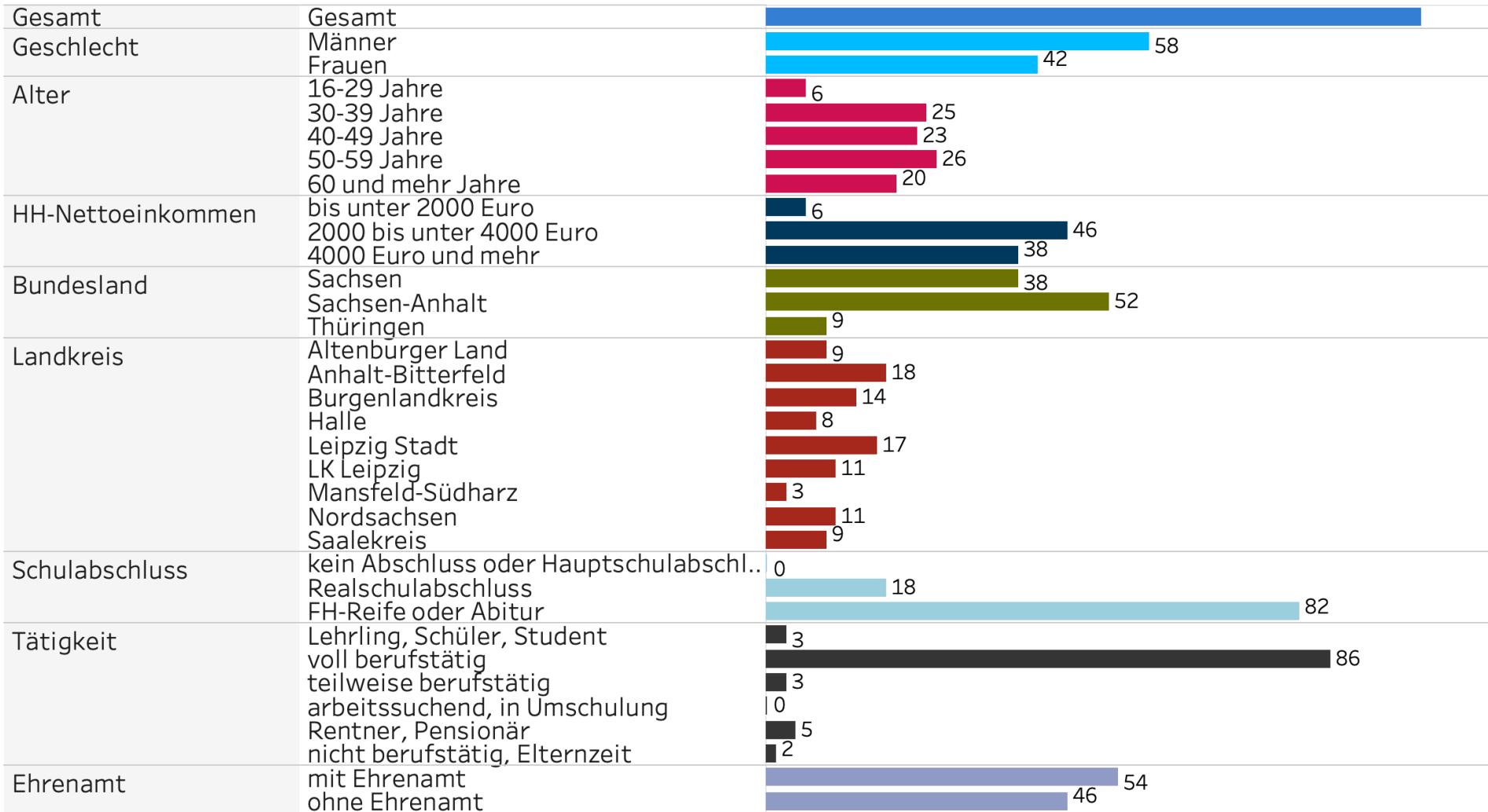
Filterauswahl

- 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

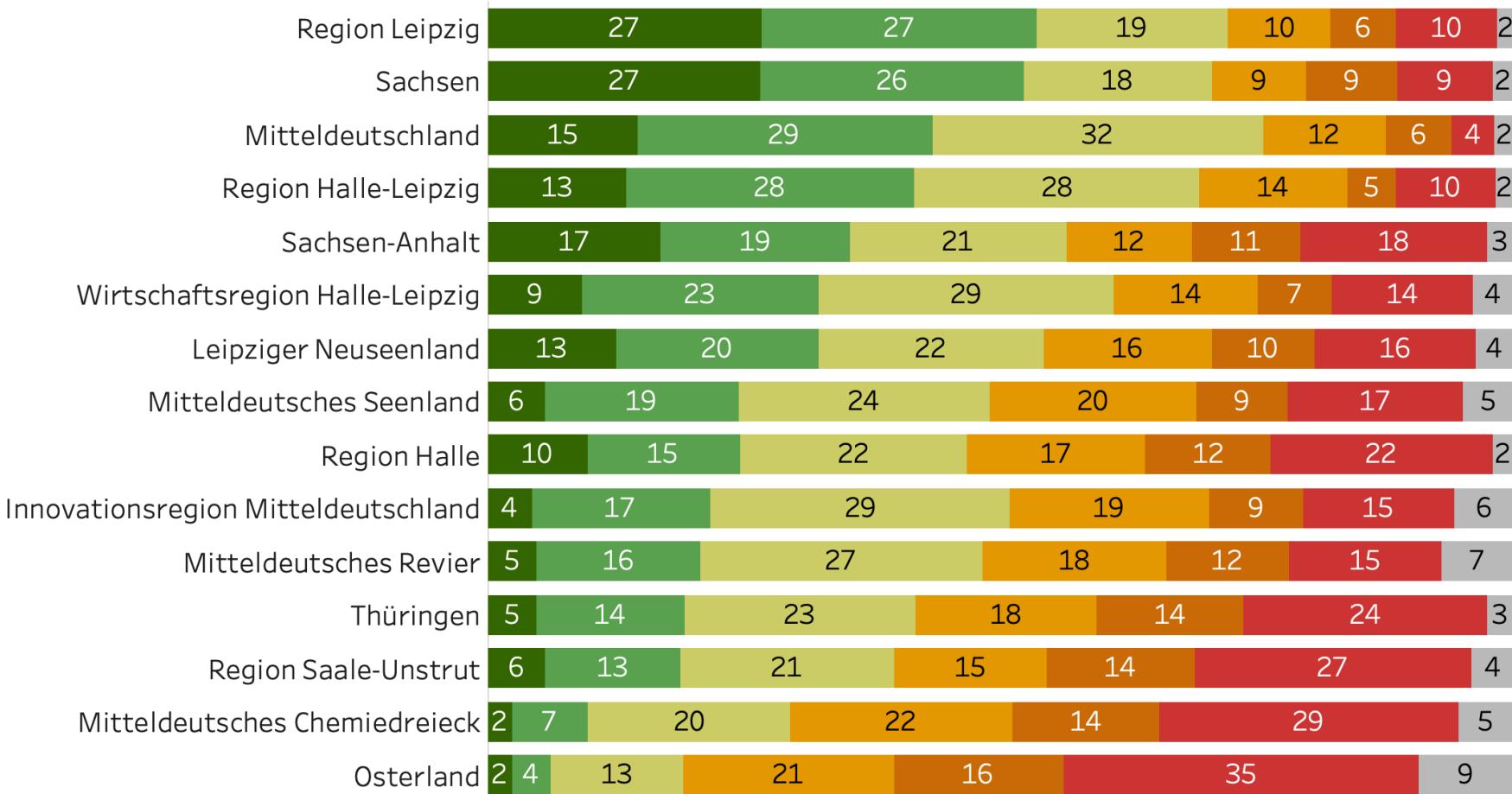
Angaben in %

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

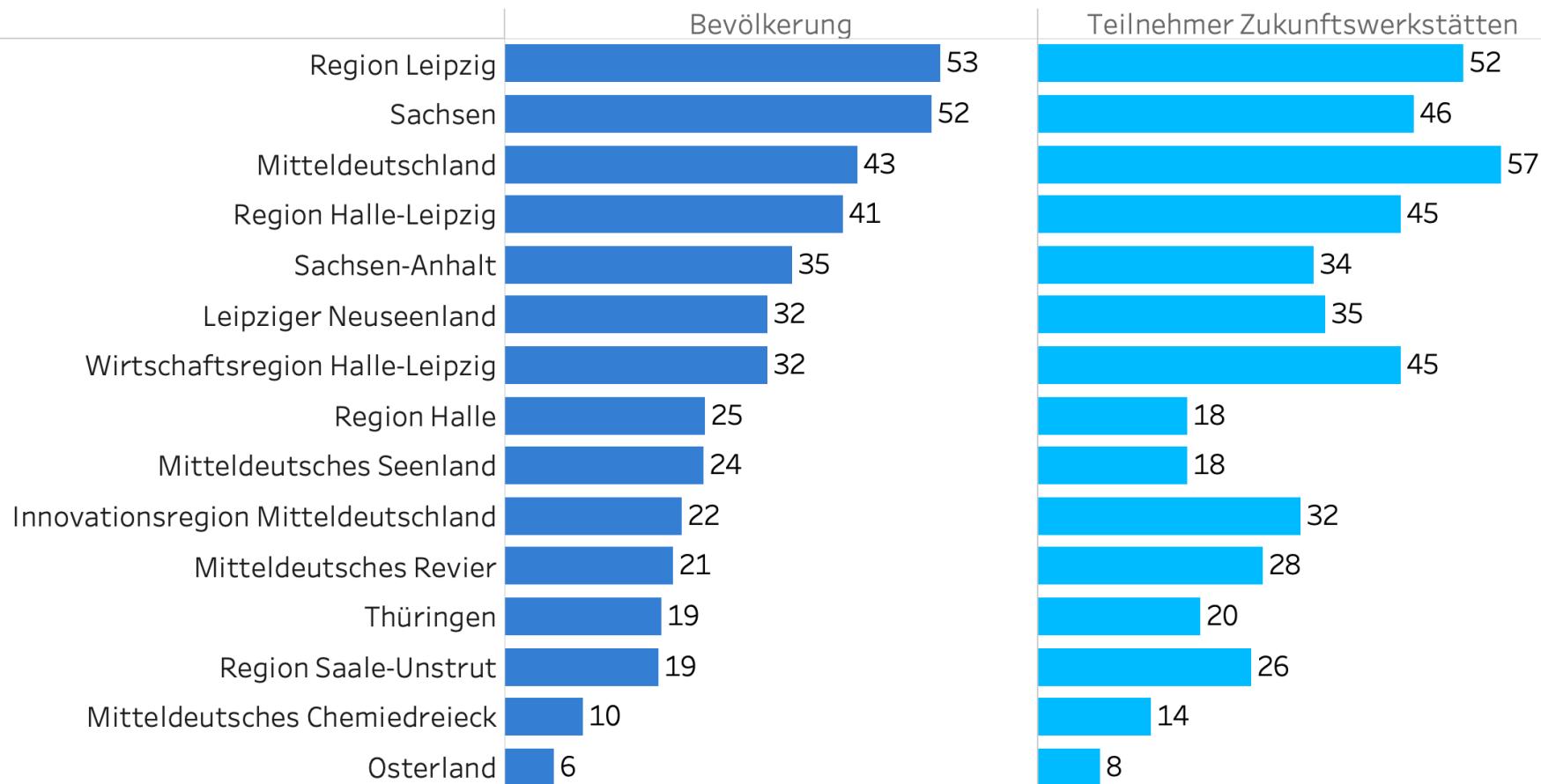
Angaben in %

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

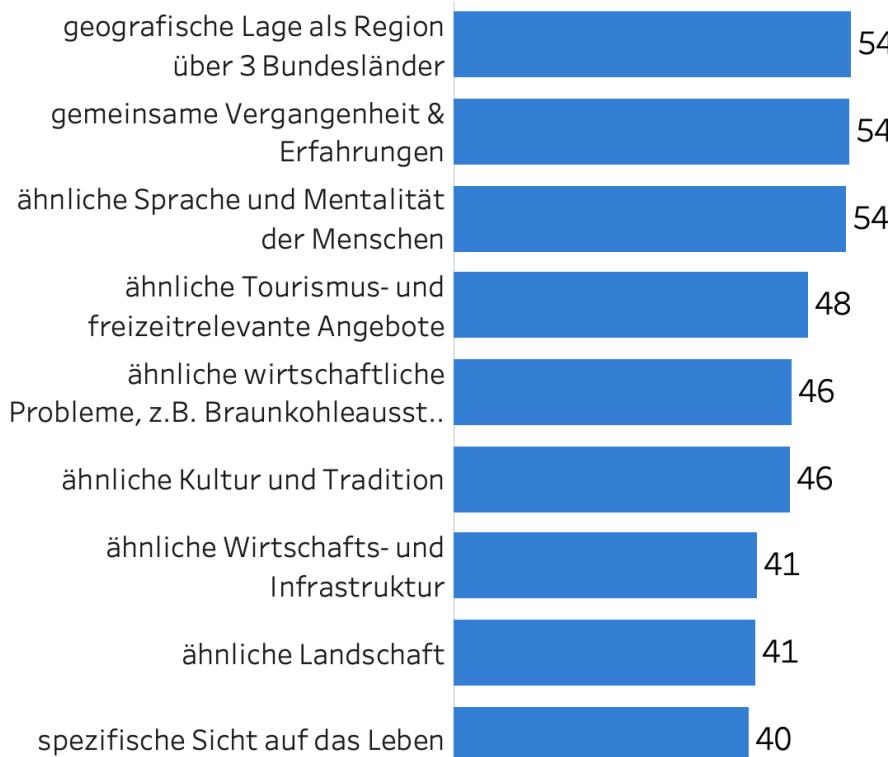
Studie
■ Bevölkerung
■ Teilnehmer Zuku..
Angaben in %

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)

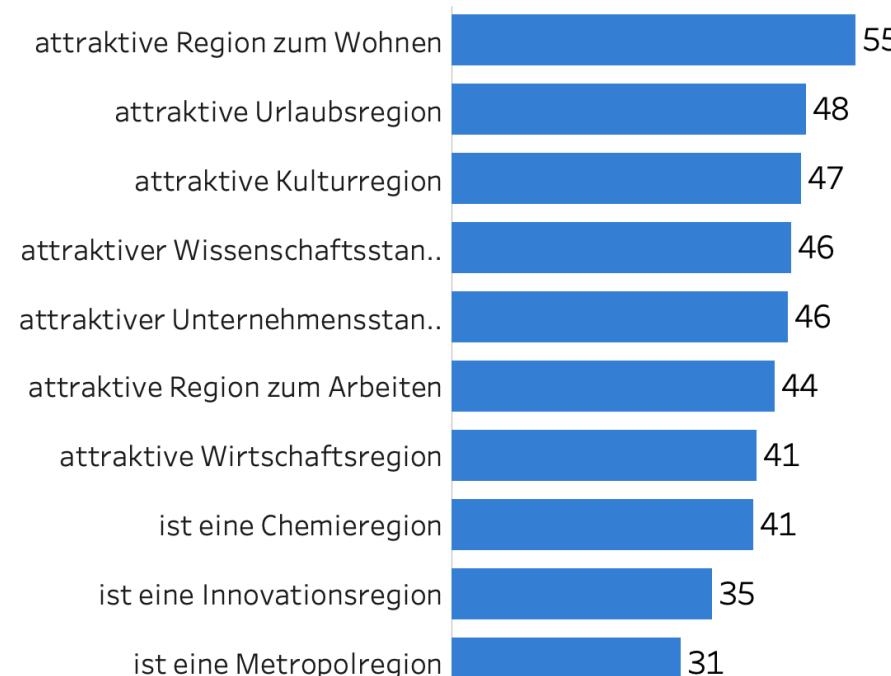


Grenzregion: 65%
Wirtsch. Probleme: 63%

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%	

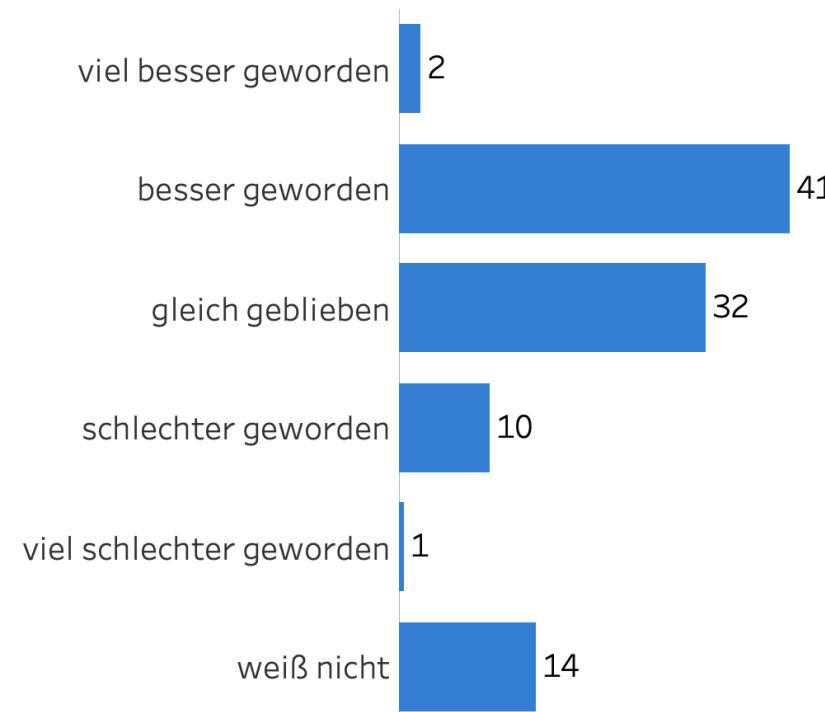
Angaben in %

IRMD | WANDEL & ZUFRIEDENHEIT

WANDEL

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

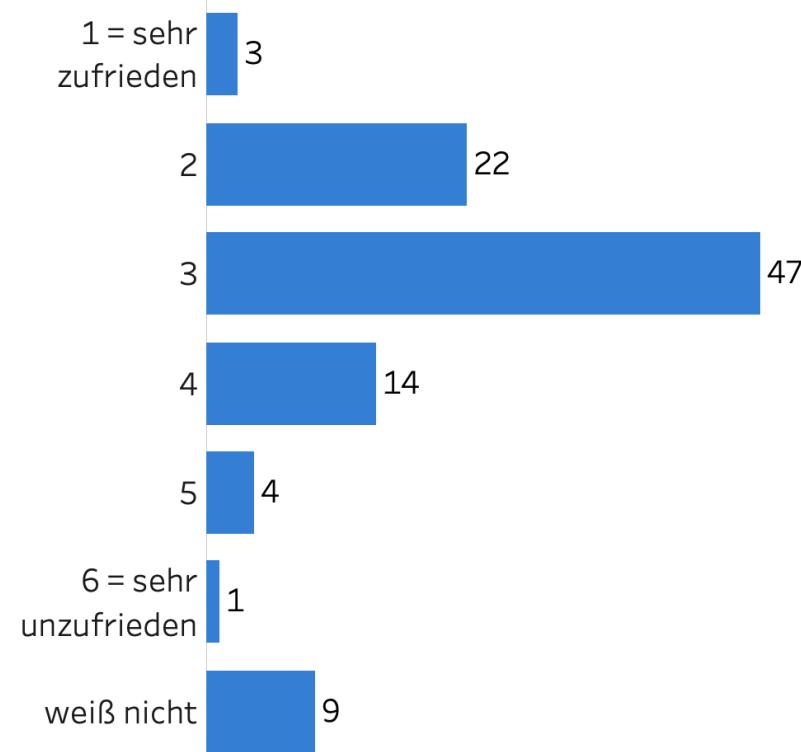
Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n=1.038)



ZUFRIEDENHEIT

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

Bevölkerung | Gesamt (n = 1.038)



Filterauswahl

Studie
Bevölkerung
Zielgruppe
Gesamt

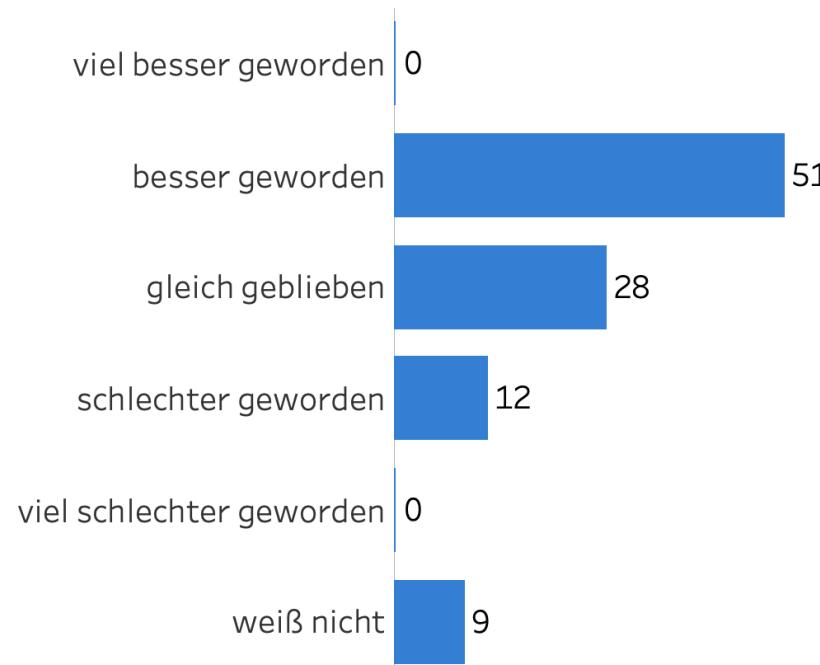
Angaben in %

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?

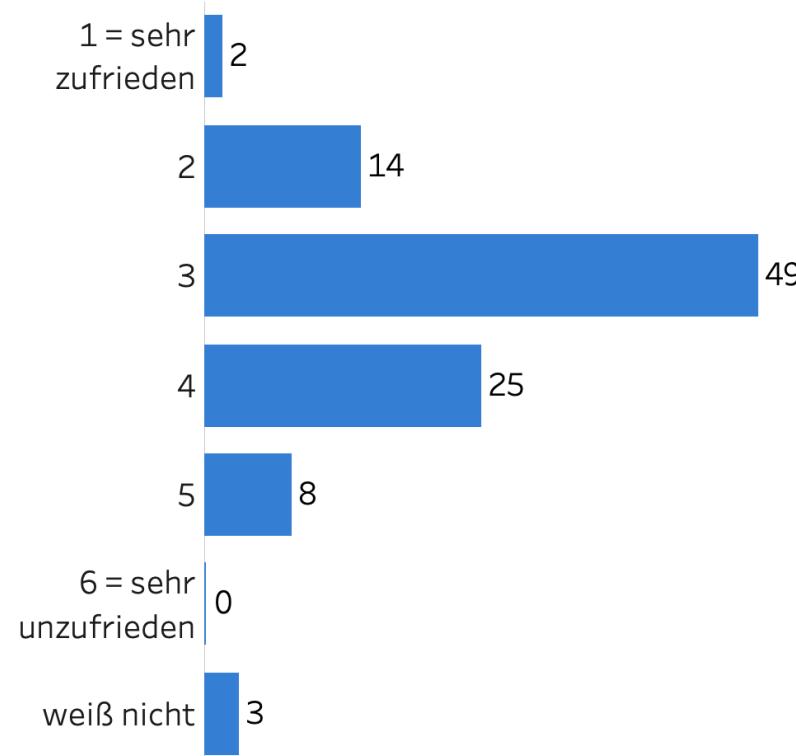
Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe:
Gesamt (n=65)



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

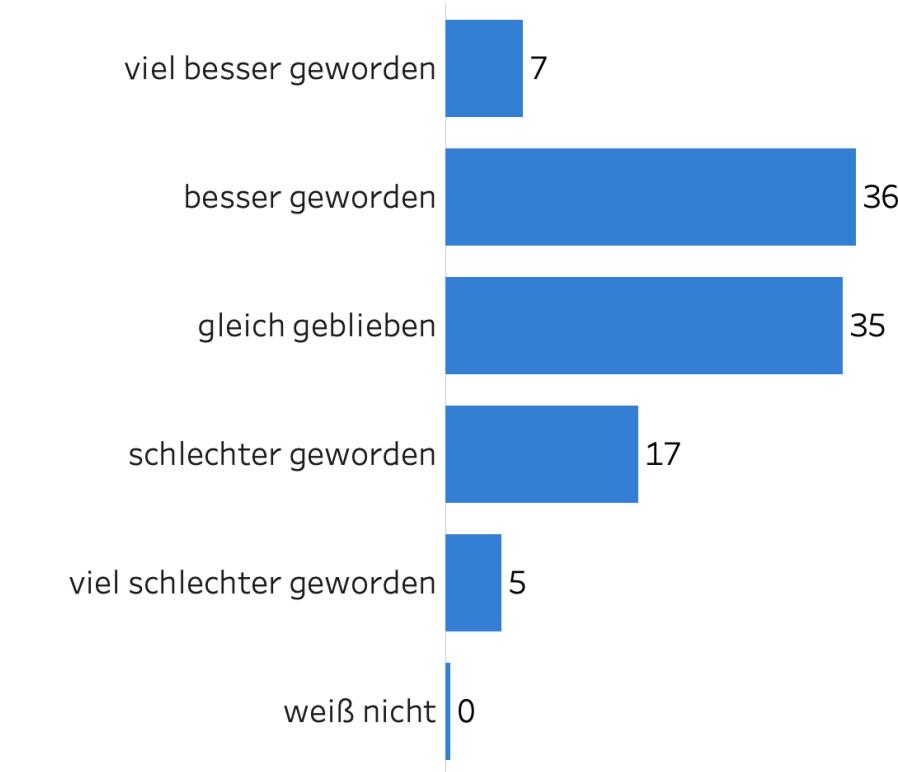
Angaben in %

LEBENSSITUATION | WANDEL & ZUFRIEDENHE...

WANDEL

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

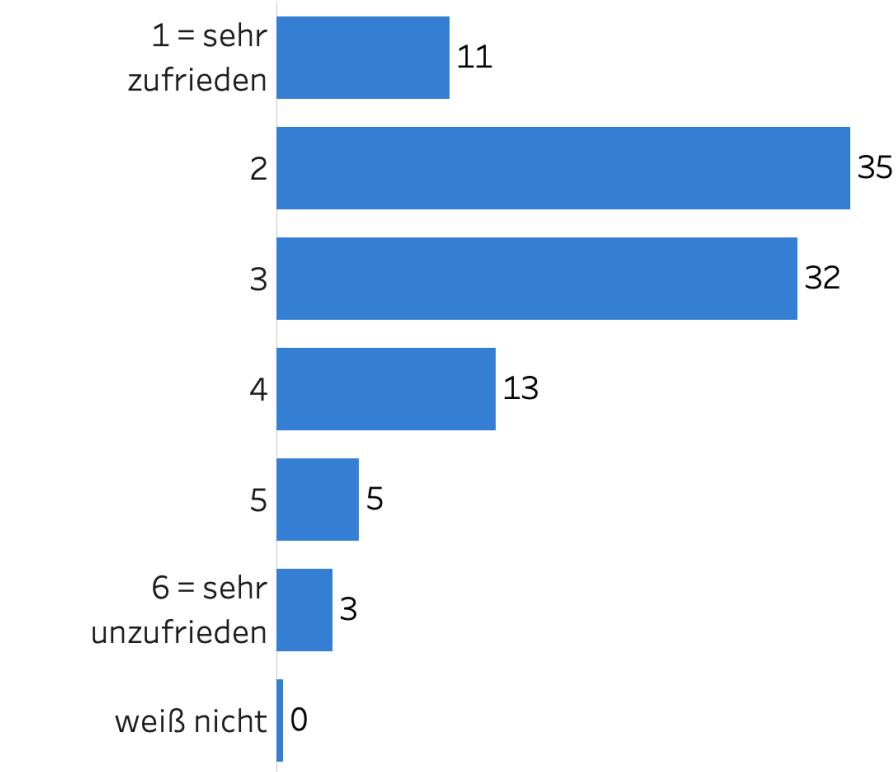
Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n=1.038)



ZUFRIEDENHEIT

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrer derzeitigen persönlichen Lebenssituation?

Bevölkerung | Gesamt (n = 1.038)



Filterauswahl

Studie
Bevölkerung

Zielgruppe
Gesamt

Angaben in %

LEBENSSITUATION | WANDEL & ZUFRIEDENHE...

WANDEL

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

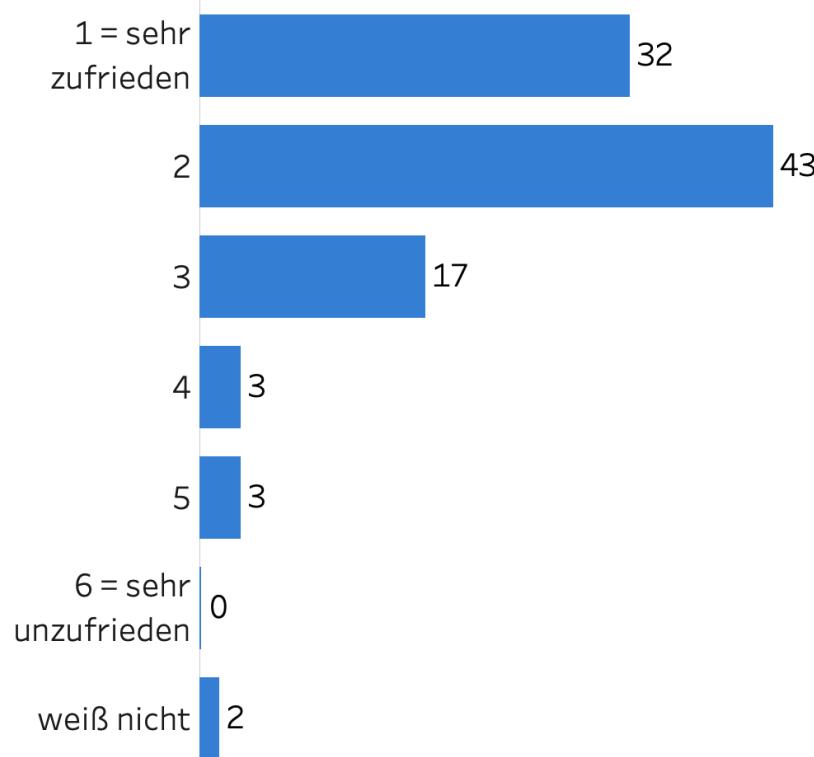
Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe: Gesamt (n=65)



ZUFRIEDENHEIT

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrer derzeitigen persönlichen Lebenssituation?

Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Gesamt (n = 65)



Filterauswahl

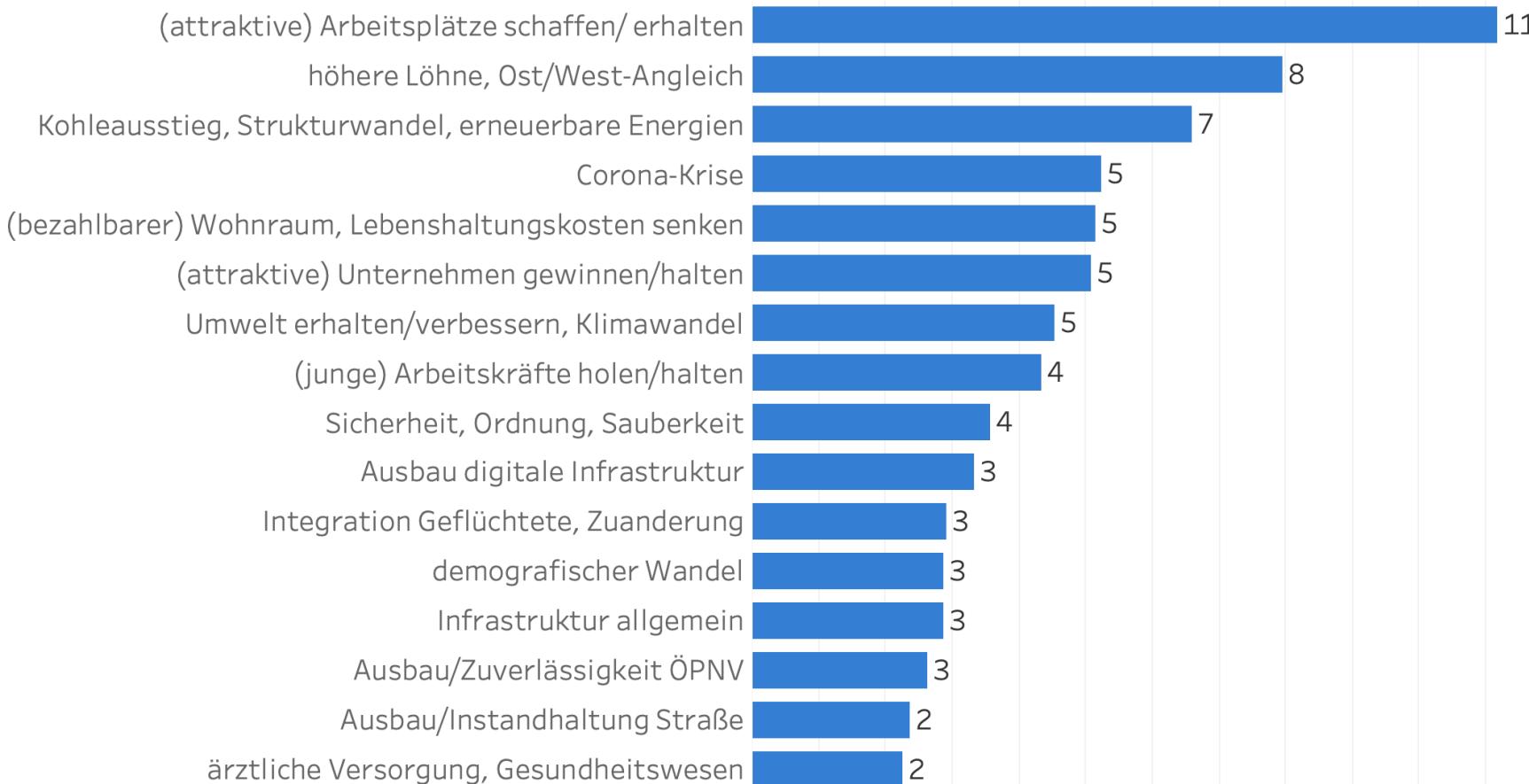
Studie
Teilnehmer Zukunft..

Zielgruppe
Gesamt

HERAUSFORDERUNGEN OFFEN

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

Bevölkerung | Zielgruppe: **Gesamt** (1.985 offene Nennungen kategorisiert)

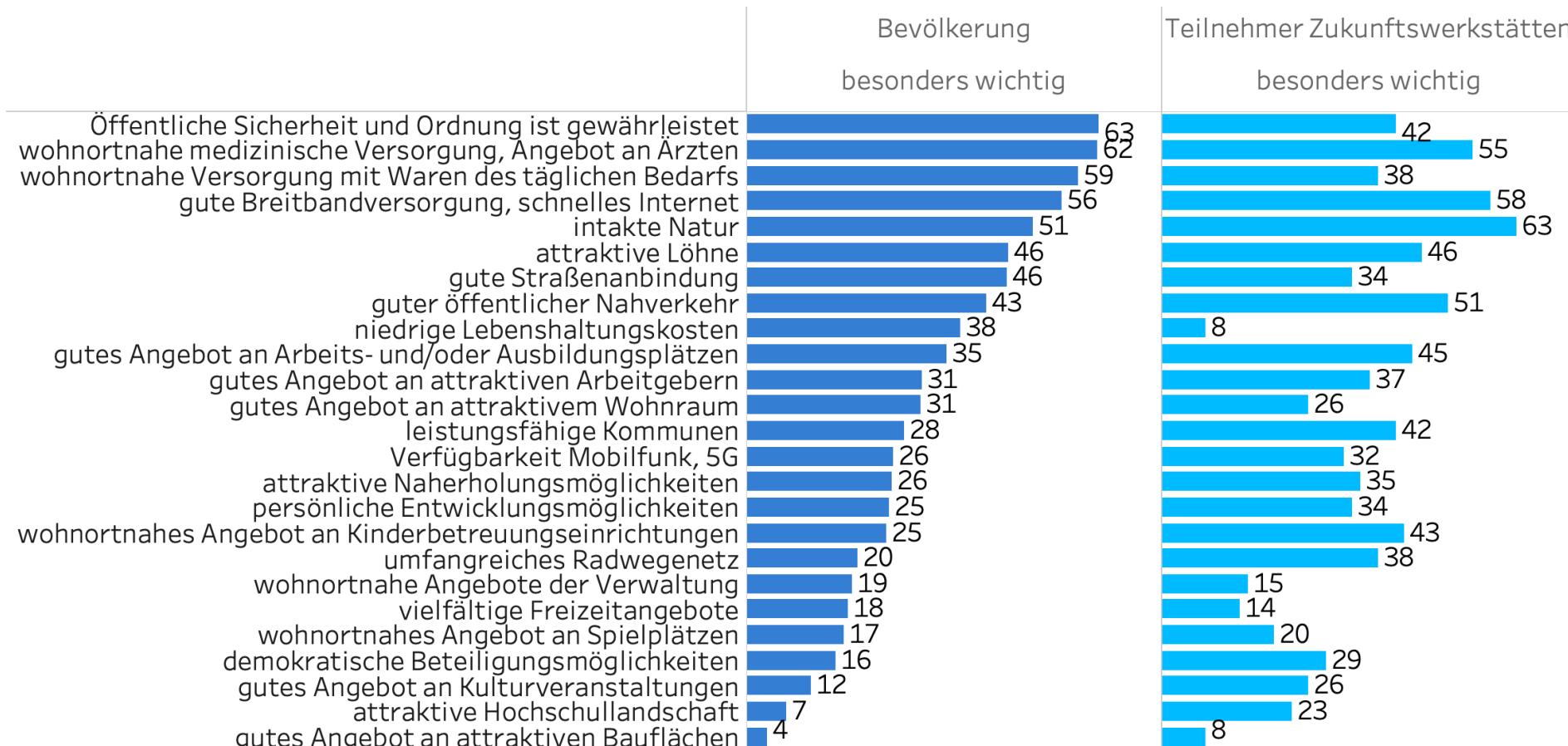


Angaben in % der Nennungen,
ohne w.n. k.A.
fehlende Prozente zu 100 sind
sonstige Nennungen unter 2%

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

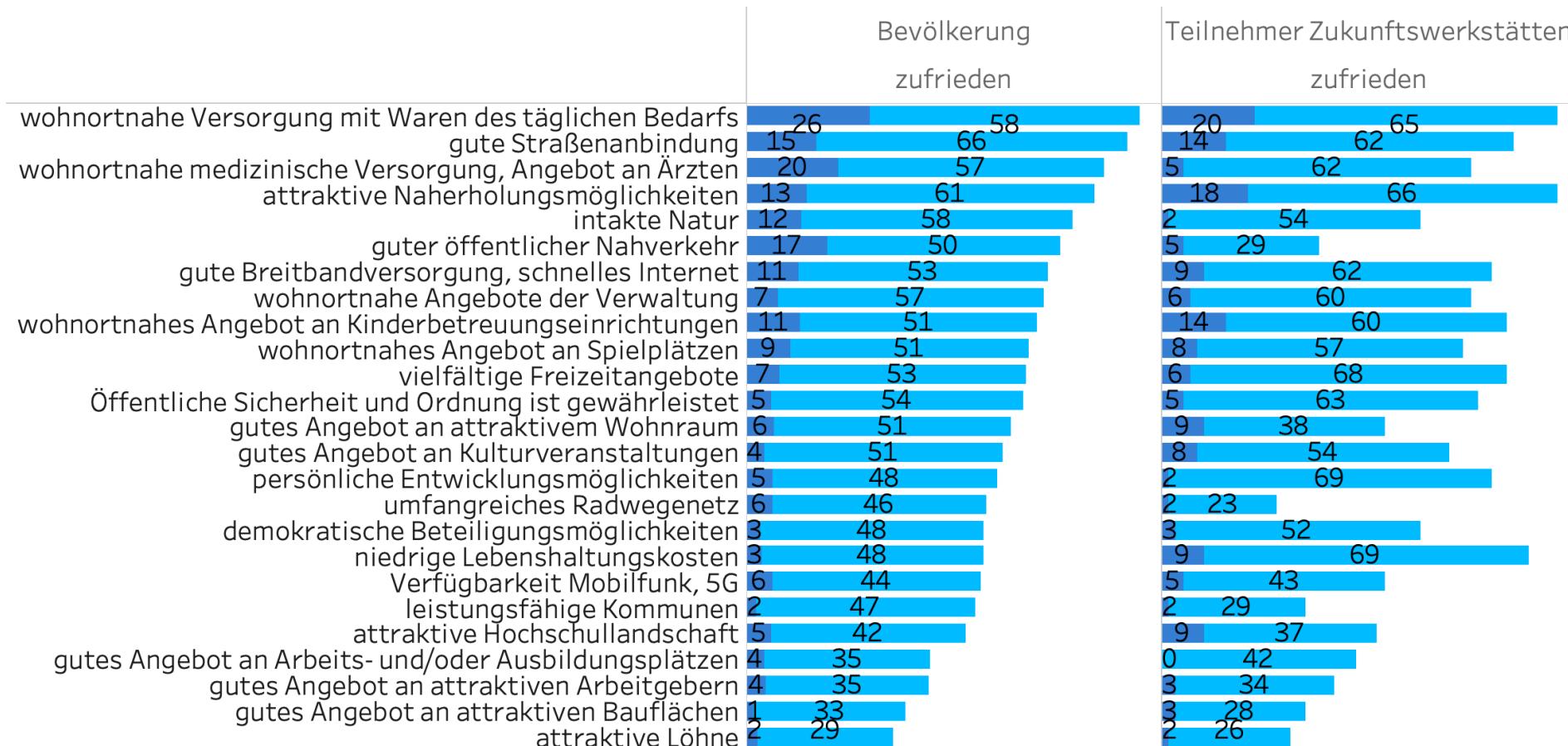
Bevölkerung
Teilnehmer Zuku..

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

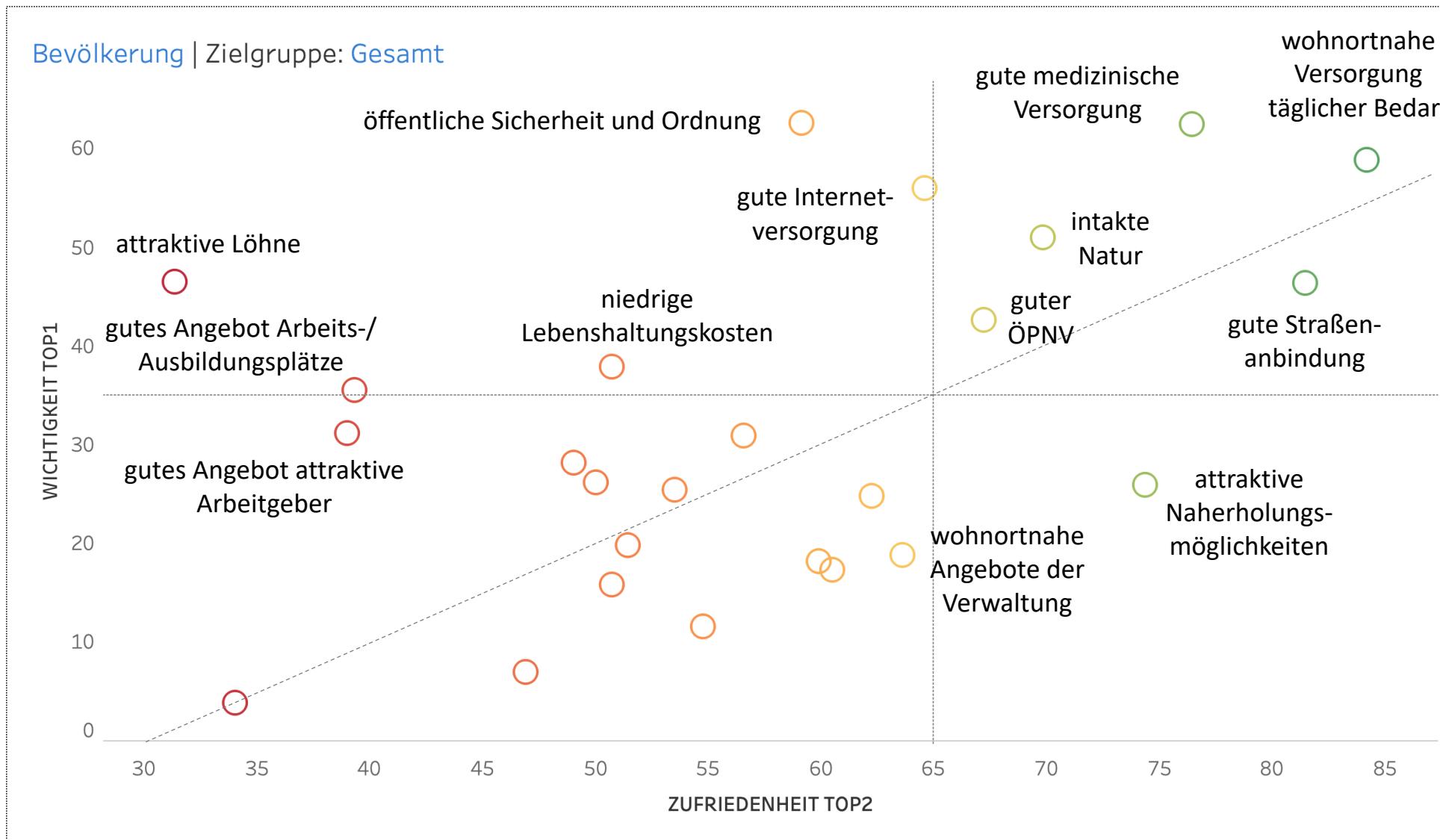
Kategorien

zufrieden

besonders zufrie..

Angaben in %

PERFORMANCEMATRIX

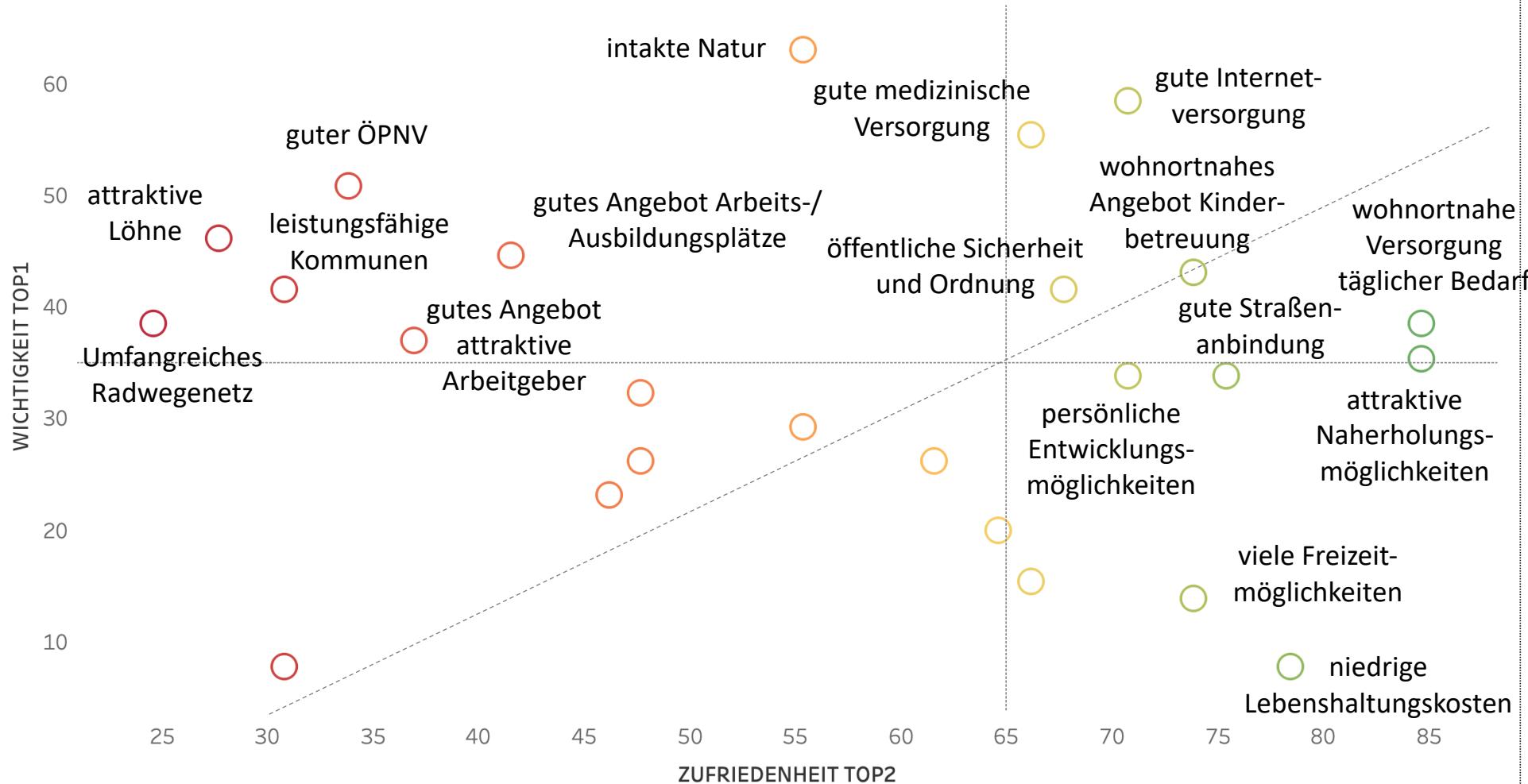


Filterauswahl

Studie	Bevölkerung
Zielgruppenmerkmal	Mehrere Werte
Zielgruppe	Gesamt
BM Zufriedenheit	65
BM Wichtigkeit TOP1	35
Zufriedenheit TOP2	31 84
Angaben in %	
METROPOLREGION	Mitteldeutschland
MAS Partners	data driven decisions

PERFORMANCEMATRIX

Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe: Gesamt



Filterauswahl

Studie
Teilnehmer Zukunftsw..

Zielgruppenmerkmal
Mehrere Werte

Zielgruppe
Gesamt

BM Zufriedenheit
65

BM Wichtigkeit TOP1
35

Zufriedenheit TOP2
25 85

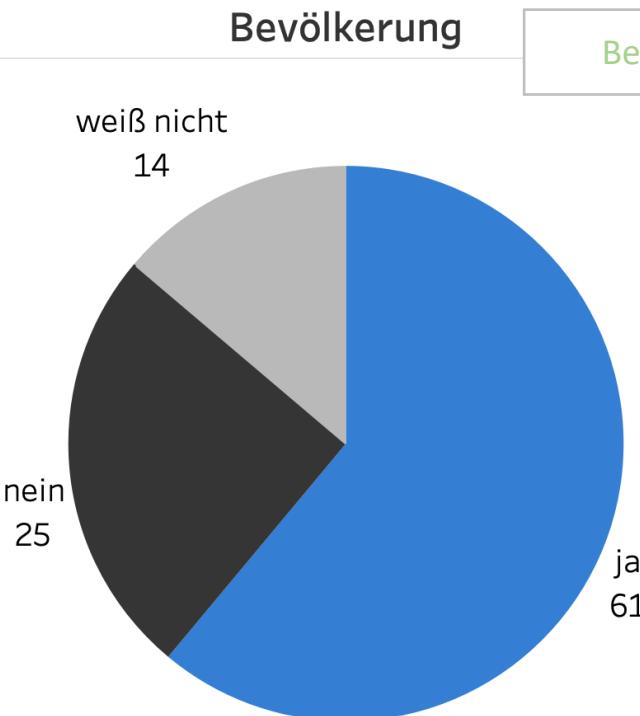
Angaben in %

THEMA ENERGIEWENDE

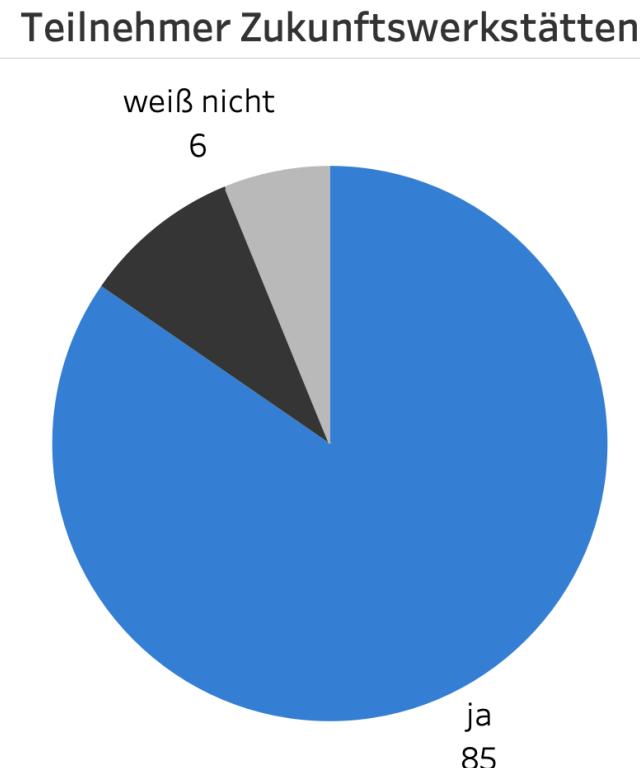
ENERGIEWENDE ALLGEMEIN

Befürworten Sie persönlich grundsätzlich die Ziele der Energiewende?

Gesamt (n = 65 bis 1.038)



Befürworter: 45%



Filterauswahl

Zielgruppe
Gesamt

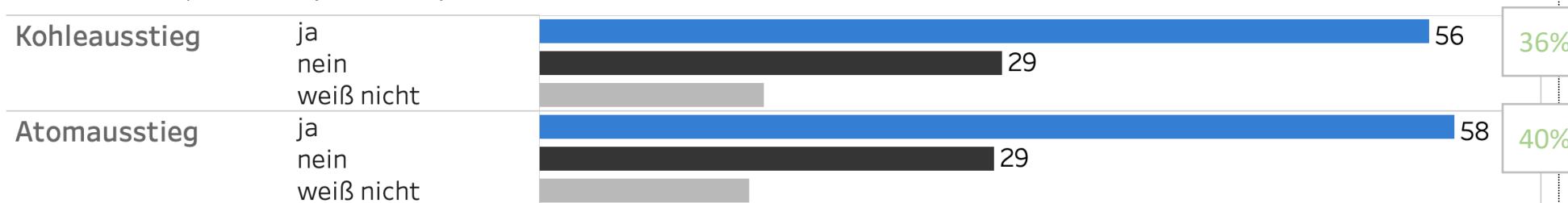
Angaben in %

THEMA ENERGIEWENDE

KOHLEAUSSTIEG

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

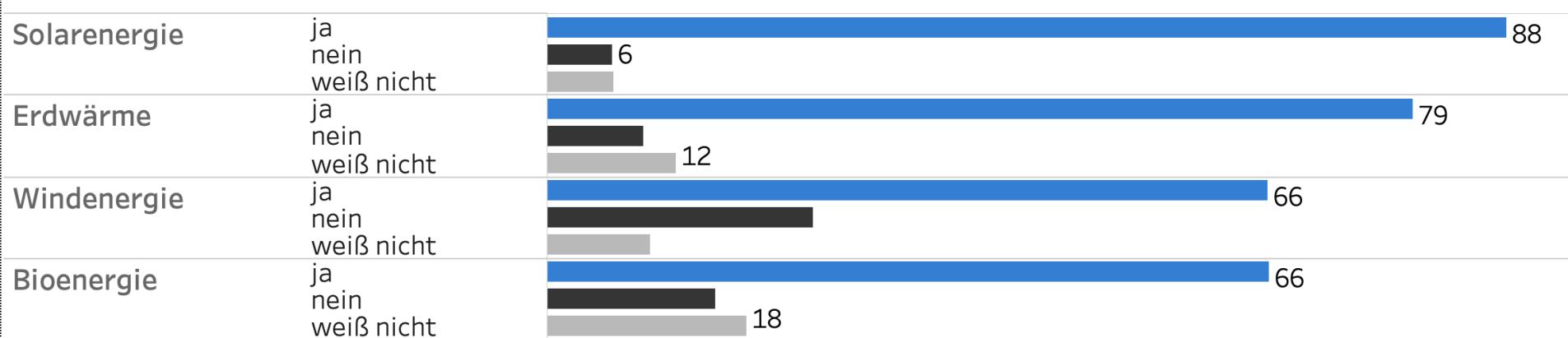
Bevölkerung | Gesamt (n = 1.038)



ERNEUERBARE ENERGIE

Befürworten Sie persönlich grundsätzlich den Ausbau der folgenden erneuerbaren Energien?

Bevölkerung | Gesamt (n = 1.038)



Filterauswahl

Studie
Bevölkerung

Zielgruppe
Gesamt

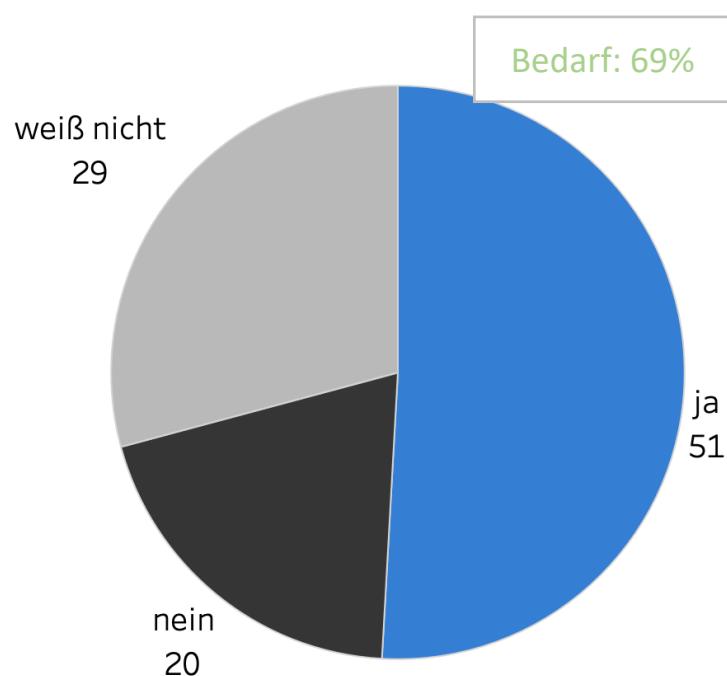
Angaben in %

STRUKTURWANDEL

BEDARF WANDEL

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

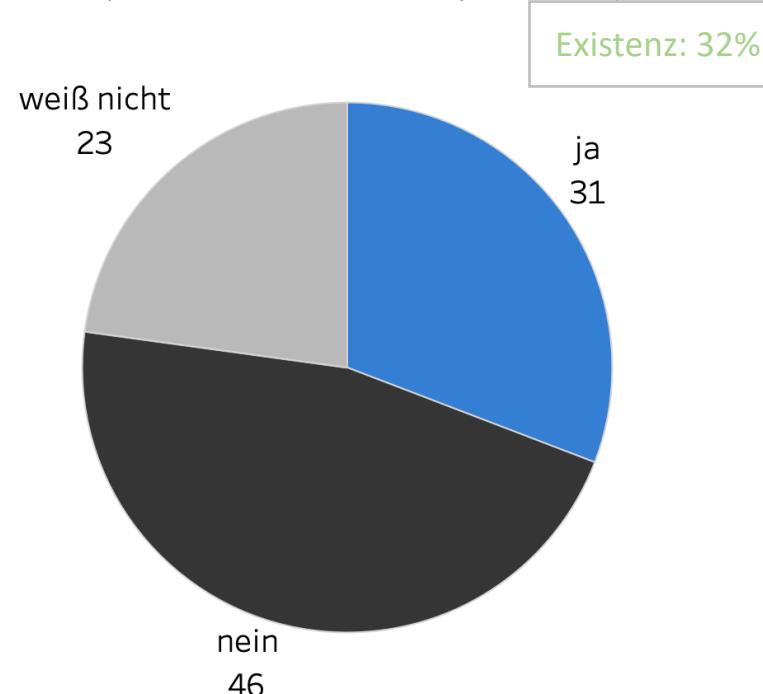
Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038)



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

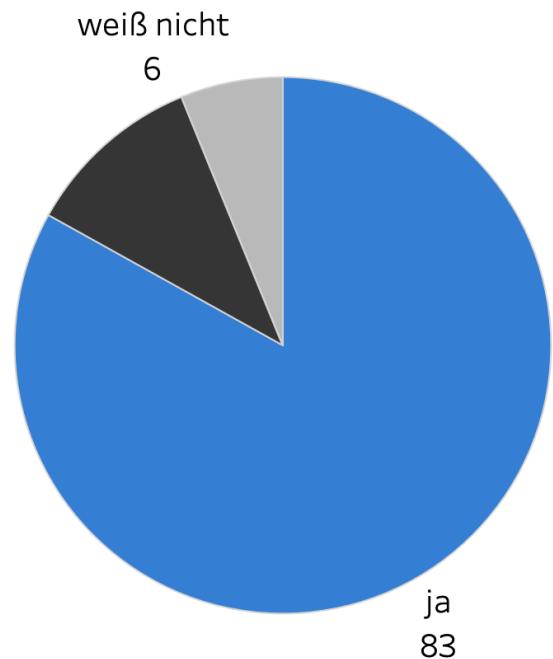
Angaben in %

STRUKTURWANDEL

BEDARF WANDEL

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

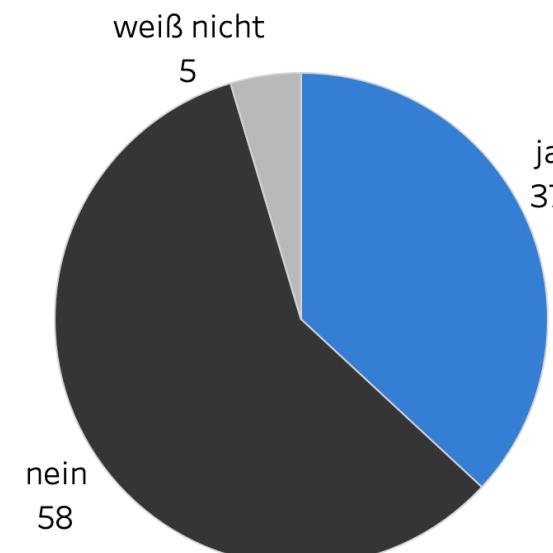
Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe:
Gesamt (n = 65)



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

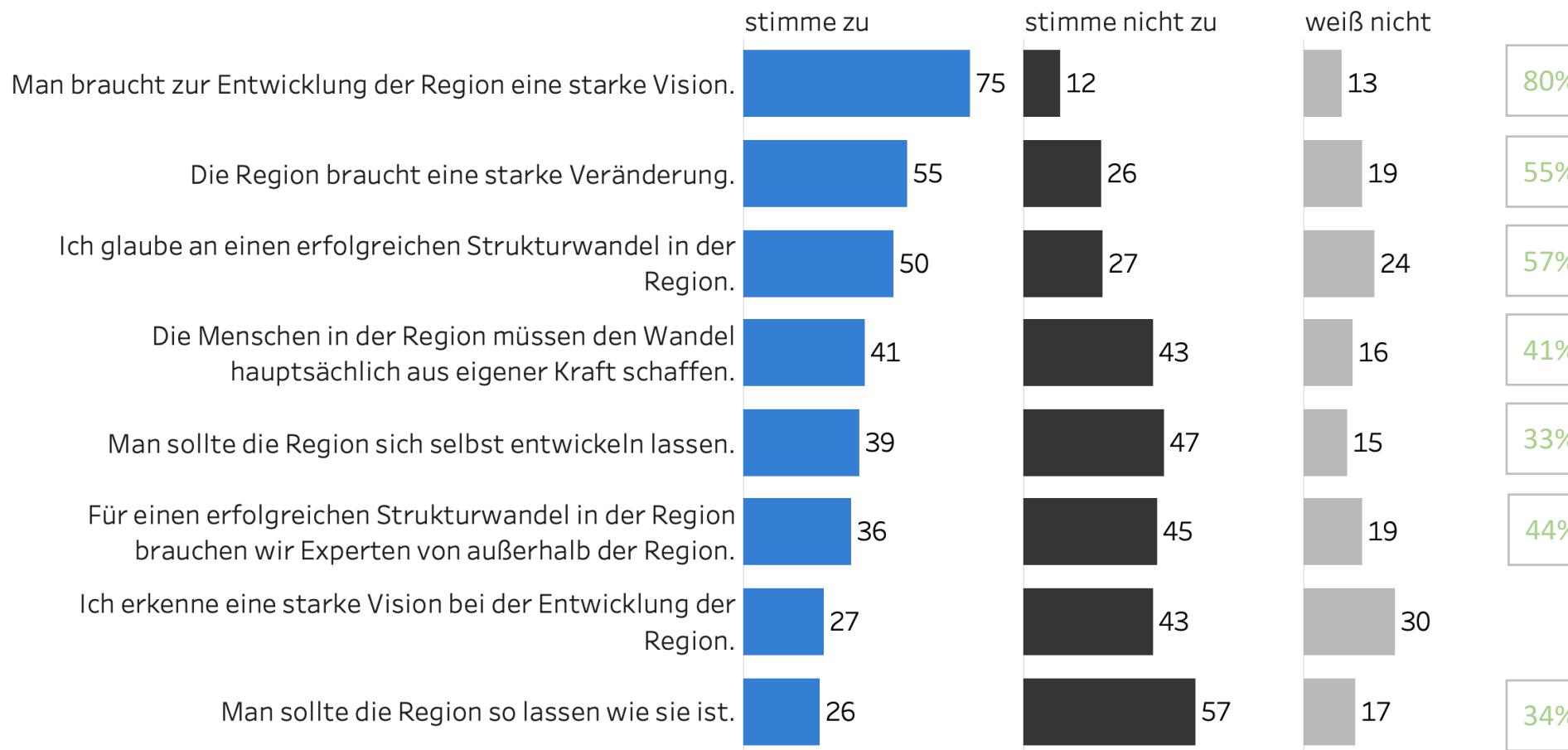
Farblegende
■ ja
■ nein
■ weiß nicht

Angaben in %

STRUKTURWANDEL FAKTOREN

Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

Bevölkerung | Zielgruppe: **Gesamt** (n=1.038)



Filterauswahl

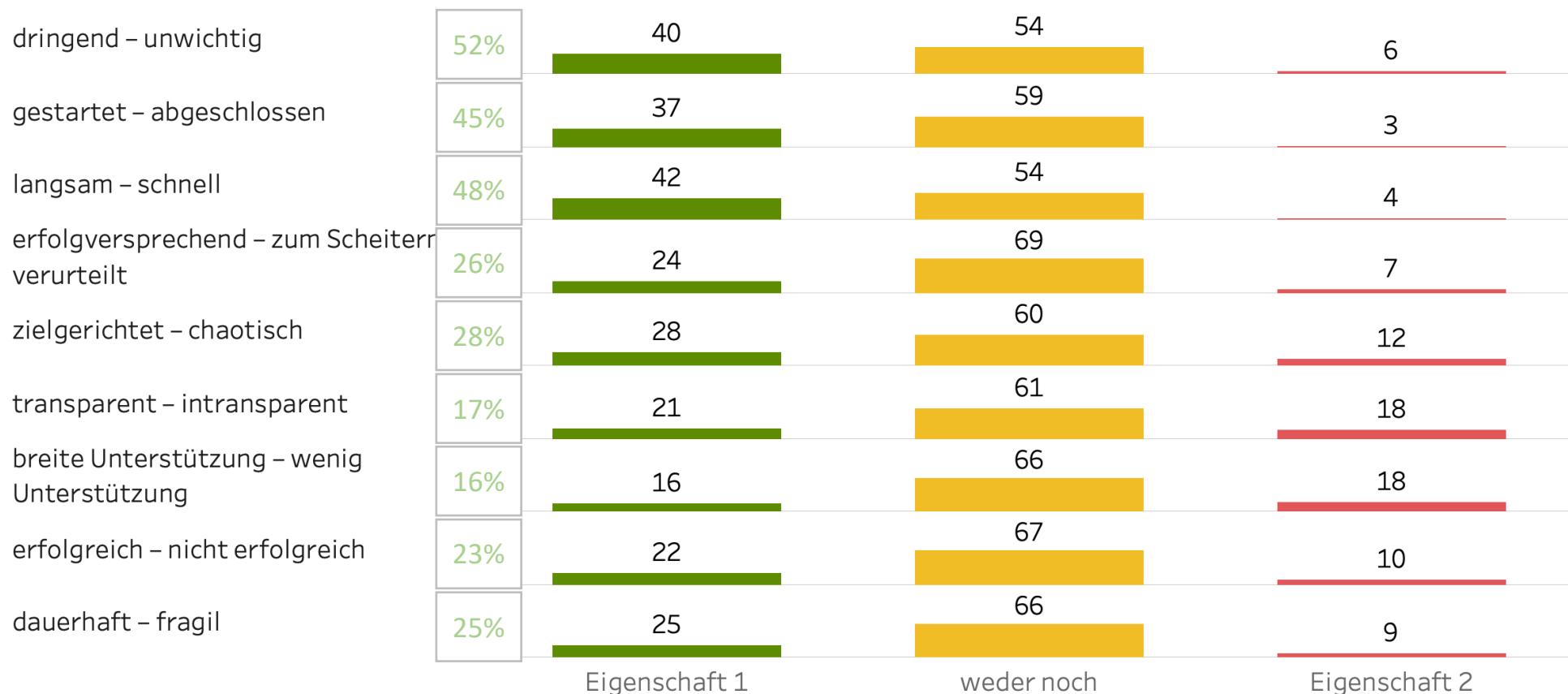
- Studie
- Bevölkerung
- Zielgruppenmerkmal
- Gesamt
- Zielgruppe
- Gesamt
- Imagekategorie
- Alle
- Farblegende
- stimme zu
- stimme nicht zu
- weiß nicht

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..

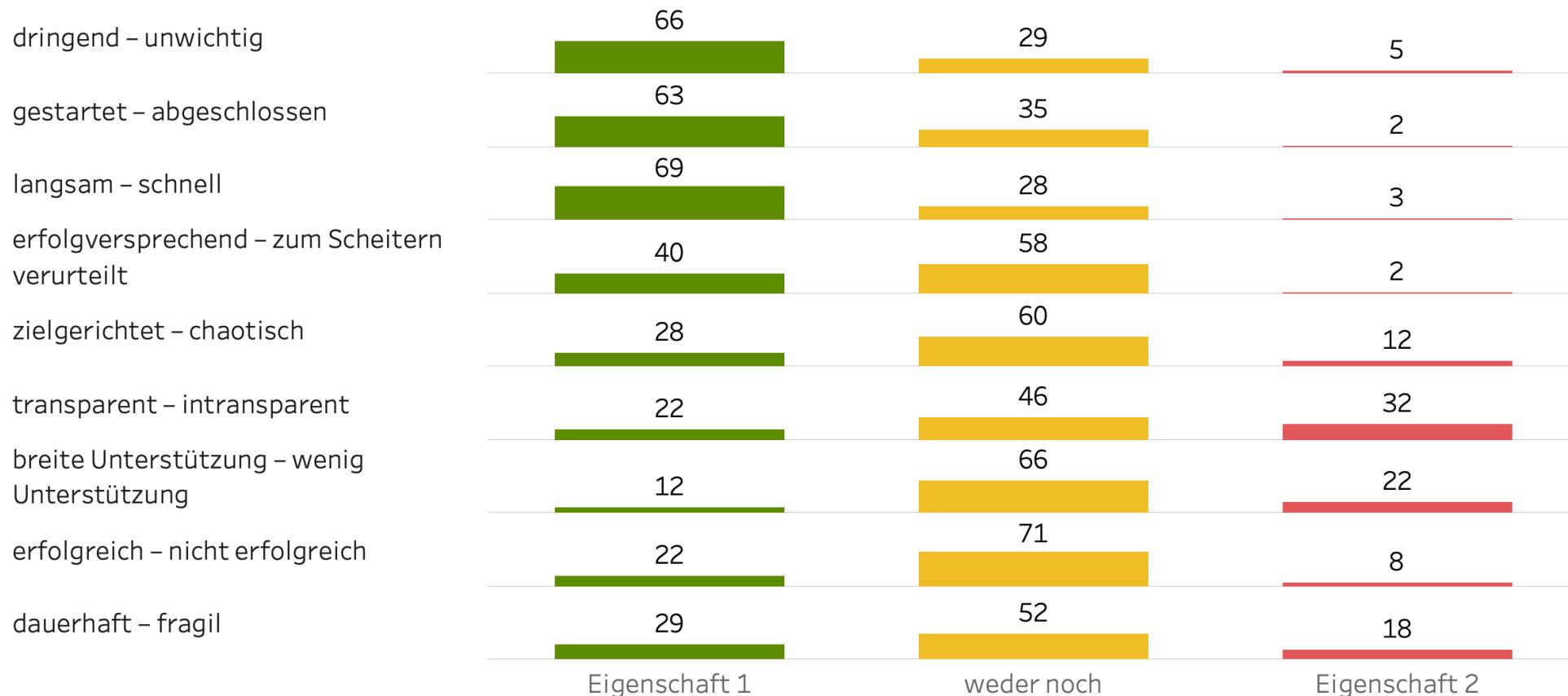
- Eigenschaft 1
- weder noch
- Eigenschaft 2

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..

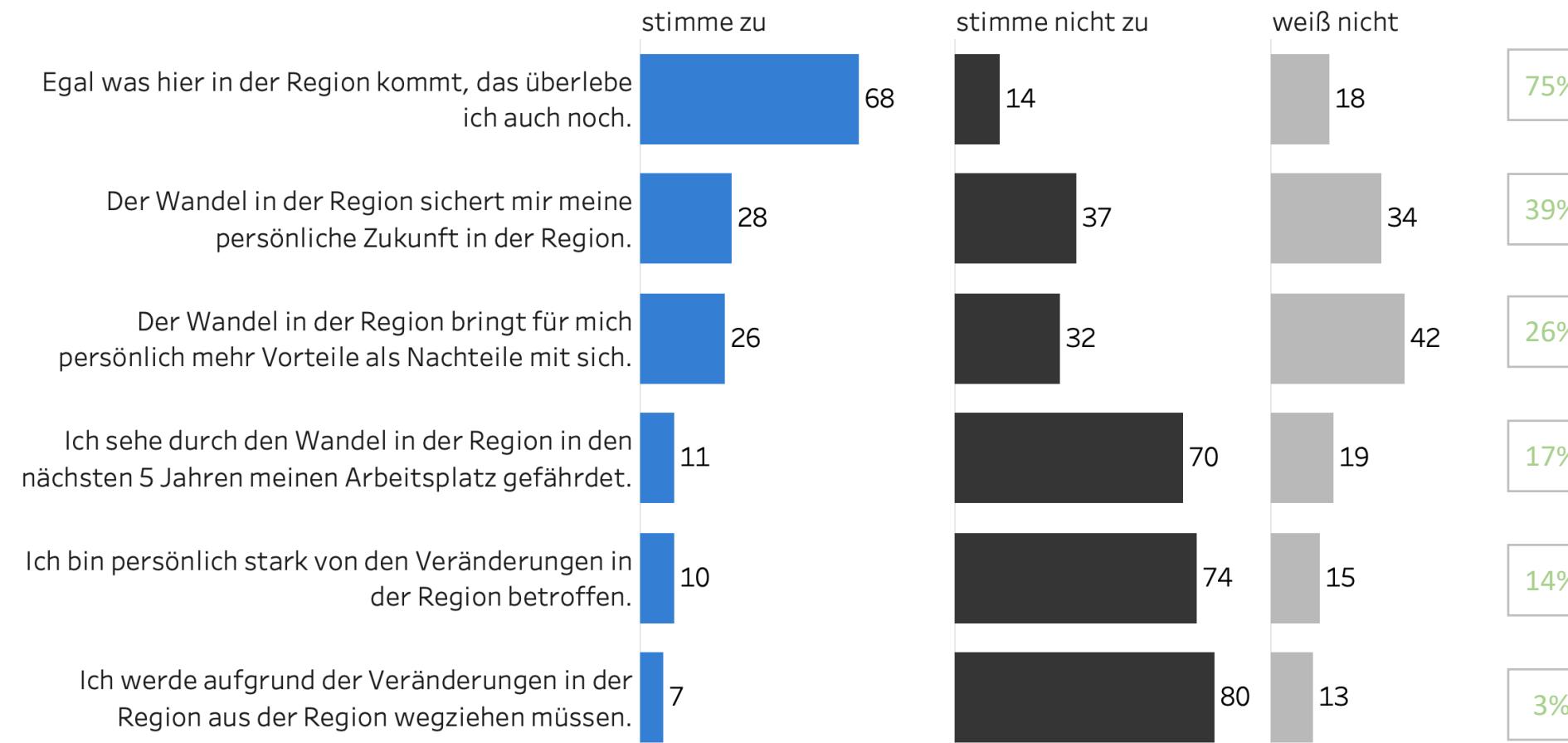
- Eigenschaft 1
- weder noch
- Eigenschaft 2

Angaben in %

STRUKTURWANDEL AUSWIRKUNGEN

Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

Bevölkerung | Zielgruppe: **Gesamt** (n = 1.038)



Filterauswahl

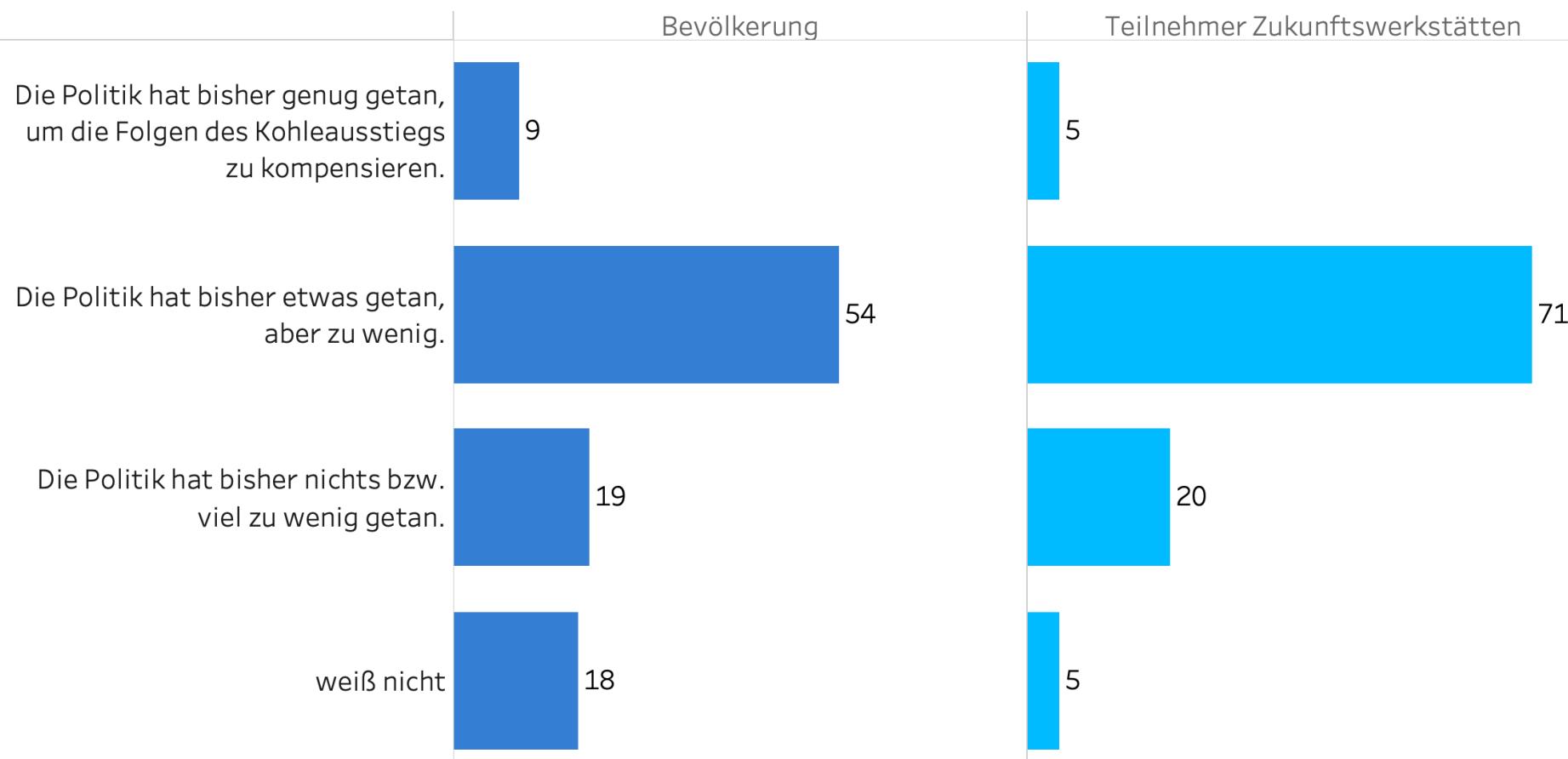
Studie
Bevölkerung
Zielgruppenmerkmal
Gesamt
Zielgruppe
Gesamt
Farblegende
■ stimme zu
■ stimme nicht zu
■ weiß nicht

Angaben in %

STRUKTURWANDEL POLITIK

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

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



Filterauswahl

Zielgruppenbereich
Alle

Zielgruppe
Gesamt

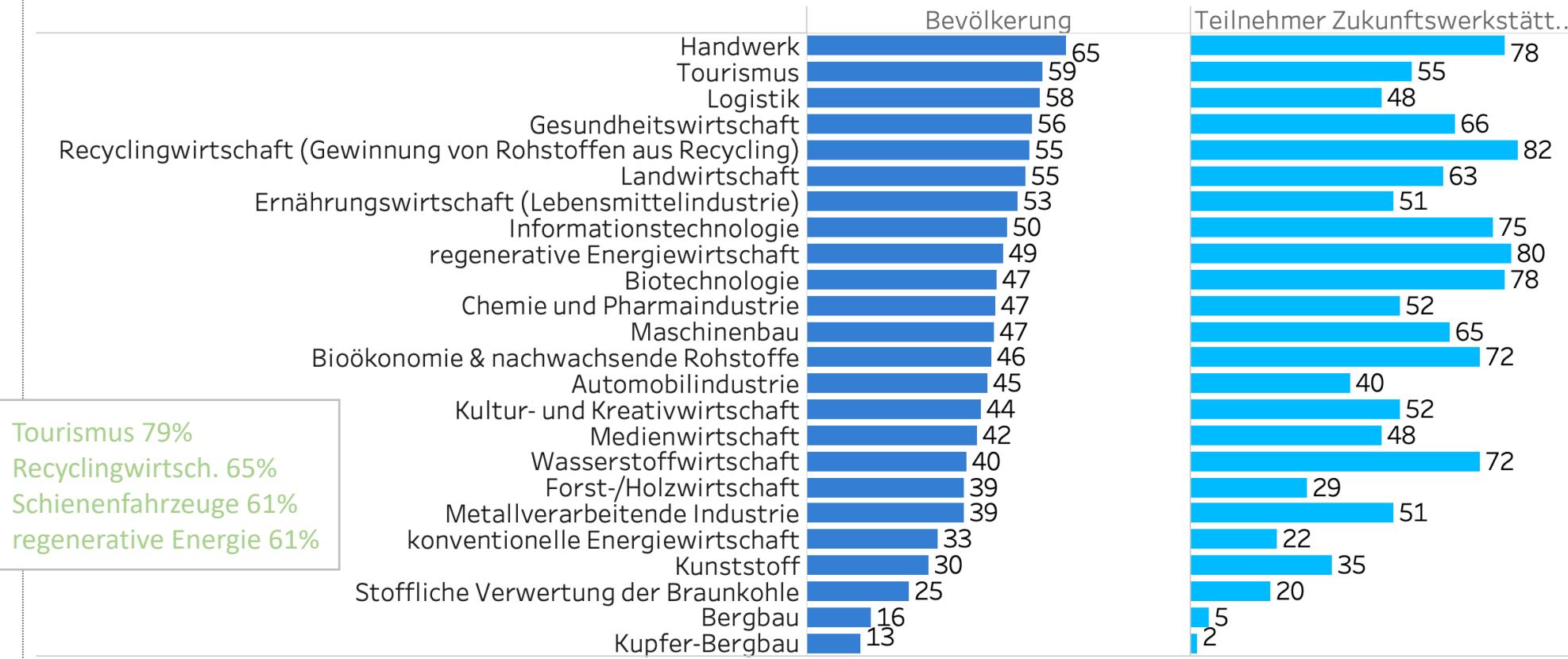
Angaben in %

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)



Filterauswahl

Zielgruppenmerkmal
Gesamt

Zielgruppe
Gesamt

Bewertungsdimensi..
TOP2

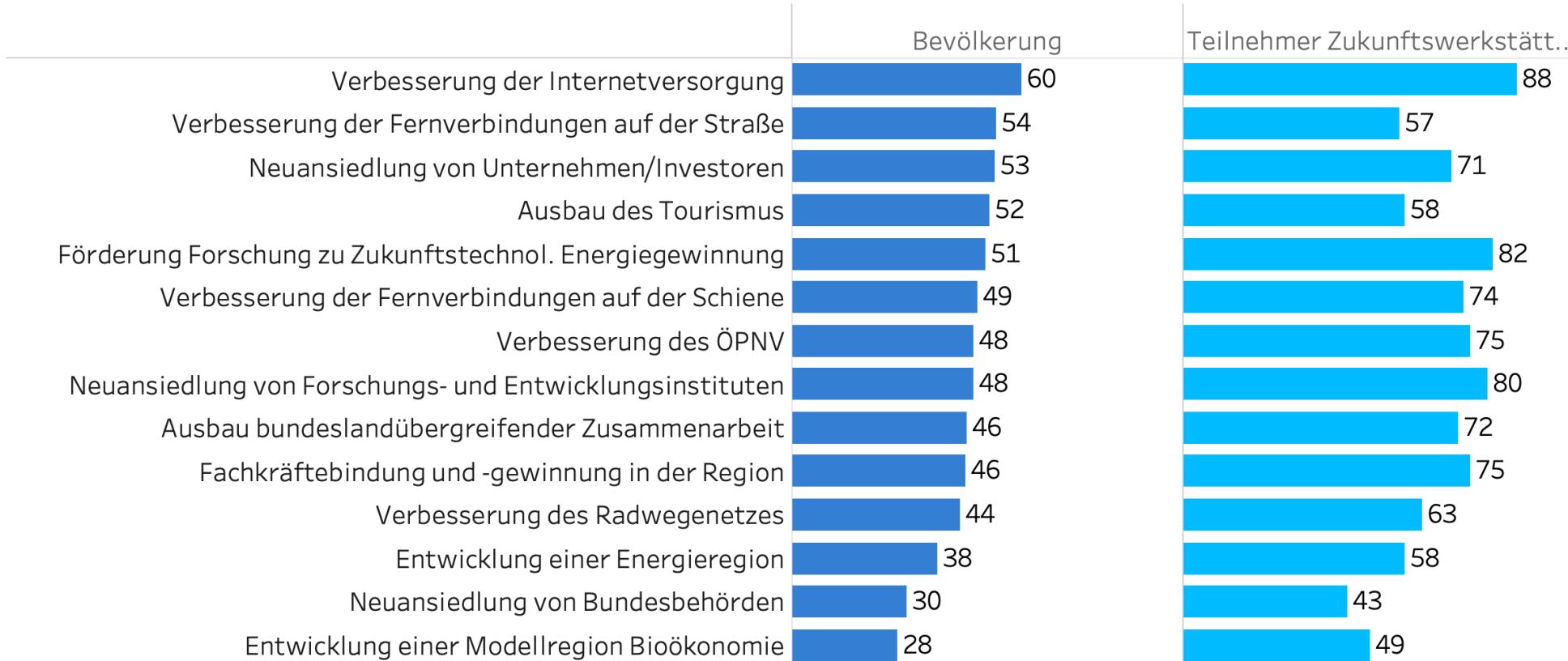
Studie
■ Bevölkerung
■ Teilnehmer Zuku..
Angaben in %

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

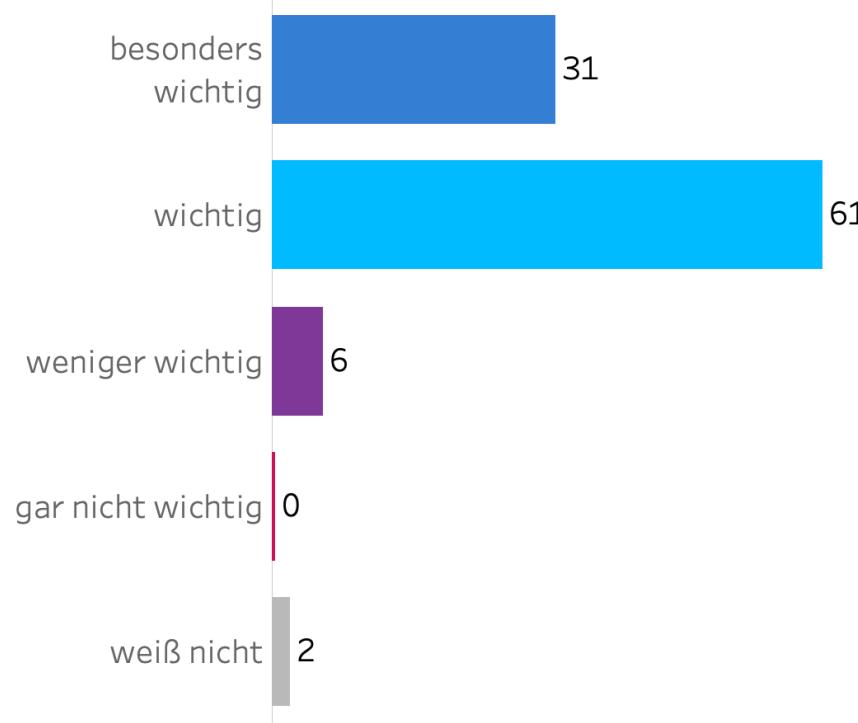
Bewertungsdimensi..
TOP2

Angaben in %

ZUSAMMENARBEIT LANDKREISE

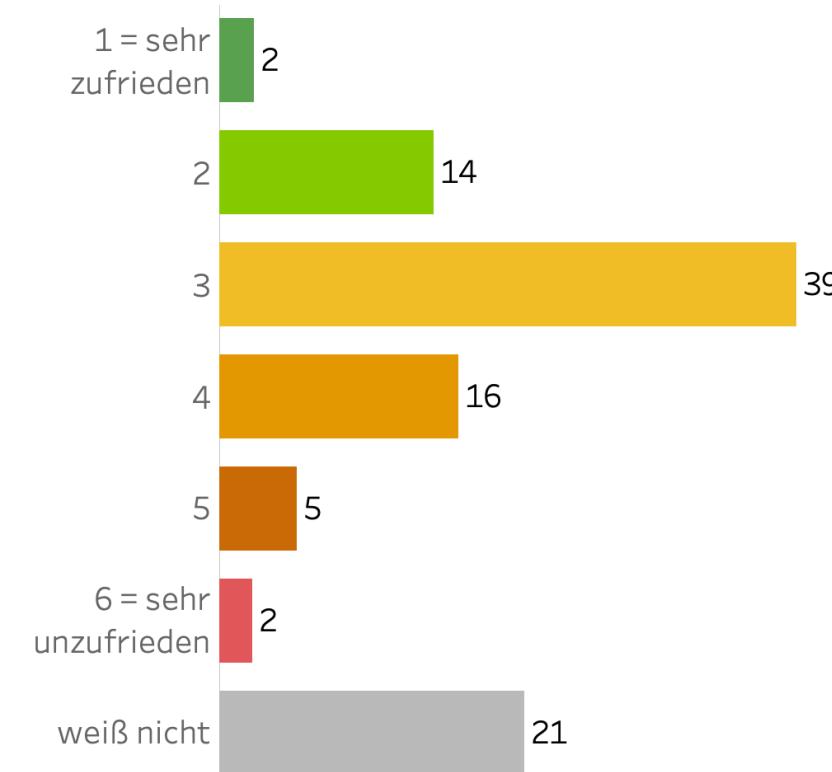
Wie wichtig erachten Sie die Zusammenarbeit der verschiedenen Landkreise und Städte in der Innovationsregion Mitteldeutschland, um die Region zu entwickeln?

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

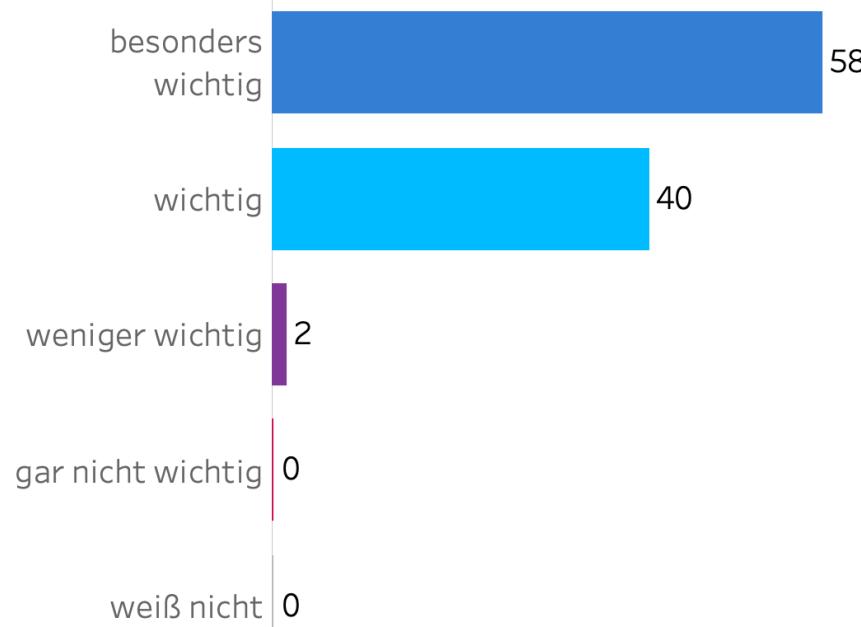
Zielgruppe
Gesamt

Angaben in %

ZUSAMMENARBEIT LANDKREISE

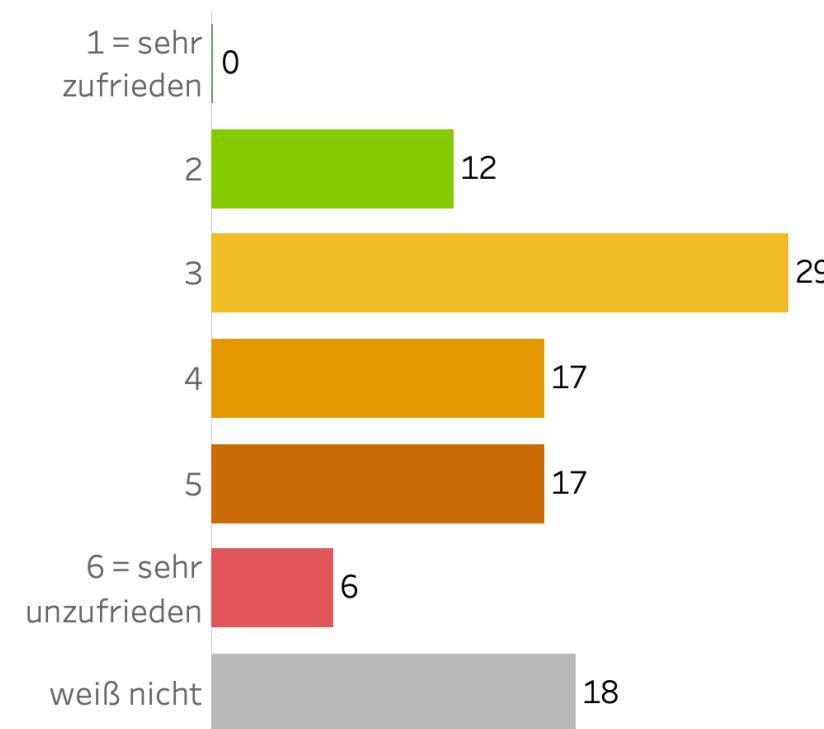
Wie wichtig erachten Sie die Zusammenarbeit der verschiedenen Landkreise und Städte in der Innovationsregion Mitteldeutschland, um die Region zu entwickeln?

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

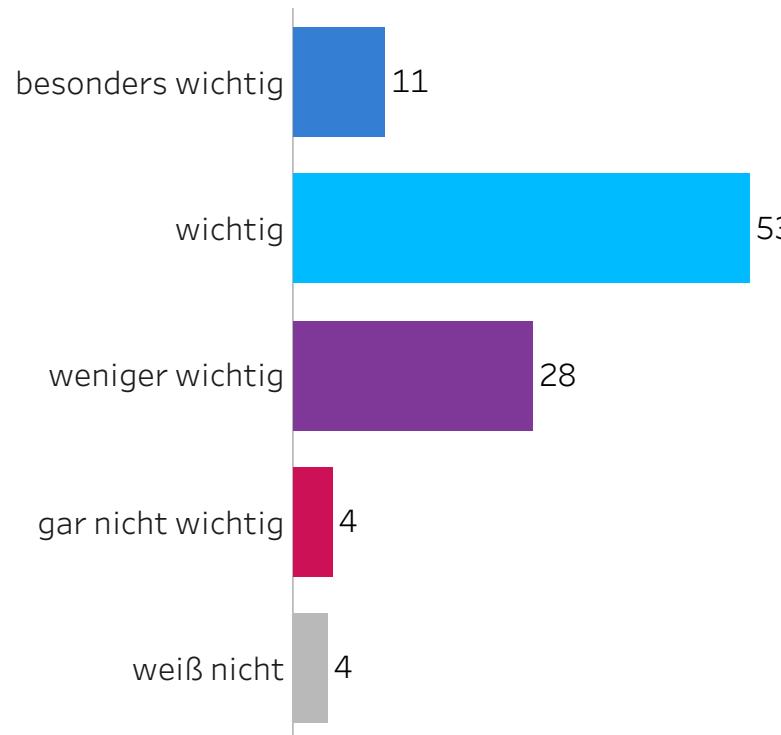
Angaben in %

INFORMATION & KOMMUNIKATION

WICHTIGKEIT VON INFORMATIONEN

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

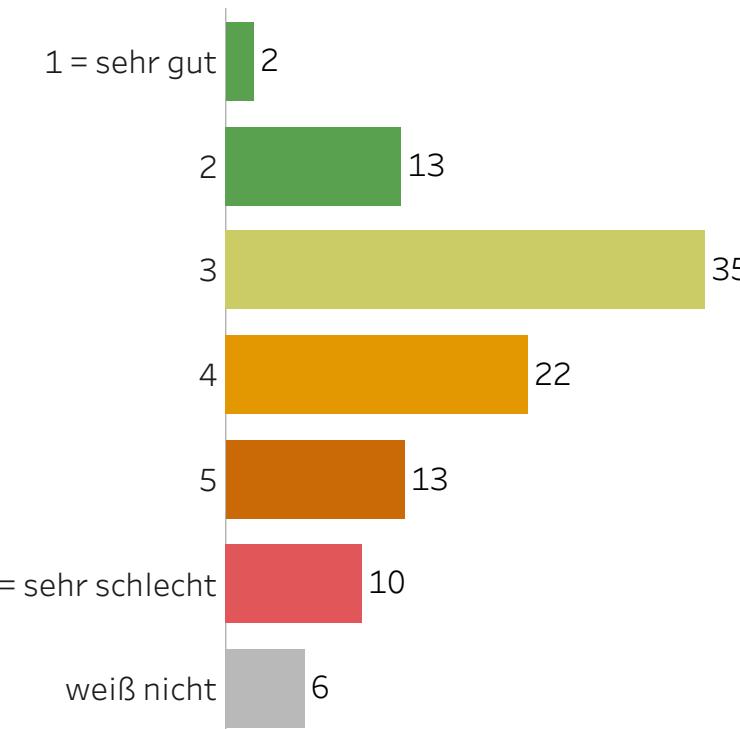
Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038)



ZUFRIEDENHEIT MIT INFORMATIONEN

Wie gut fühlen Sie sich persönlich über den Strukturwandel in der Innovationsregion Mit-teldeutschland informiert?

Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038)



Filterauswahl

Studie
Bevölkerung
Zielgruppenmerkmal
Mehrere Werte
Zielgruppe
Gesamt

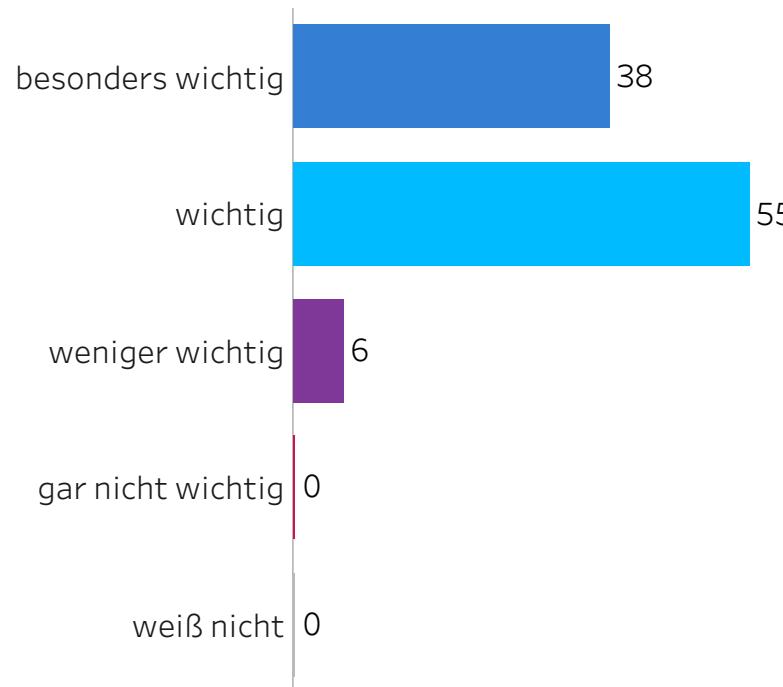
Angaben in %

INFORMATION & KOMMUNIKATION

WICHTIGKEIT VON INFORMATIONEN

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

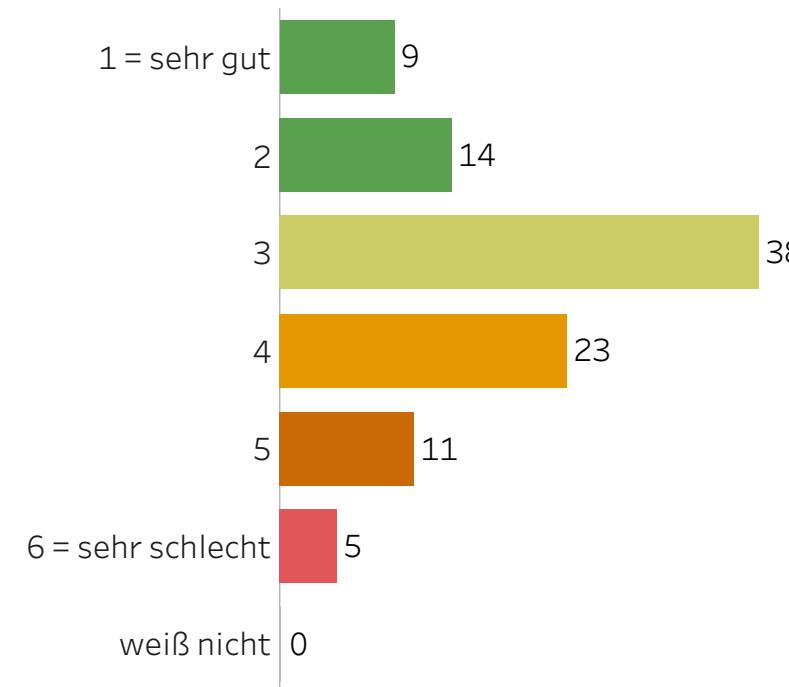
Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe: Gesamt (n = 65)



ZUFRIEDENHEIT MIT INFORMATIONEN

Wie gut fühlen Sie sich persönlich über den Strukturwandel in der Innovationsregion Mit-teldeutschland informiert?

Teilnehmer Zukunftswerkstätten | Zielgruppe: Gesamt (n = 65)



Filterauswahl

Studie
Teilnehmer Zukunft..
Zielgruppenmerkmal
Mehrere Werte

Zielgruppe
Gesamt

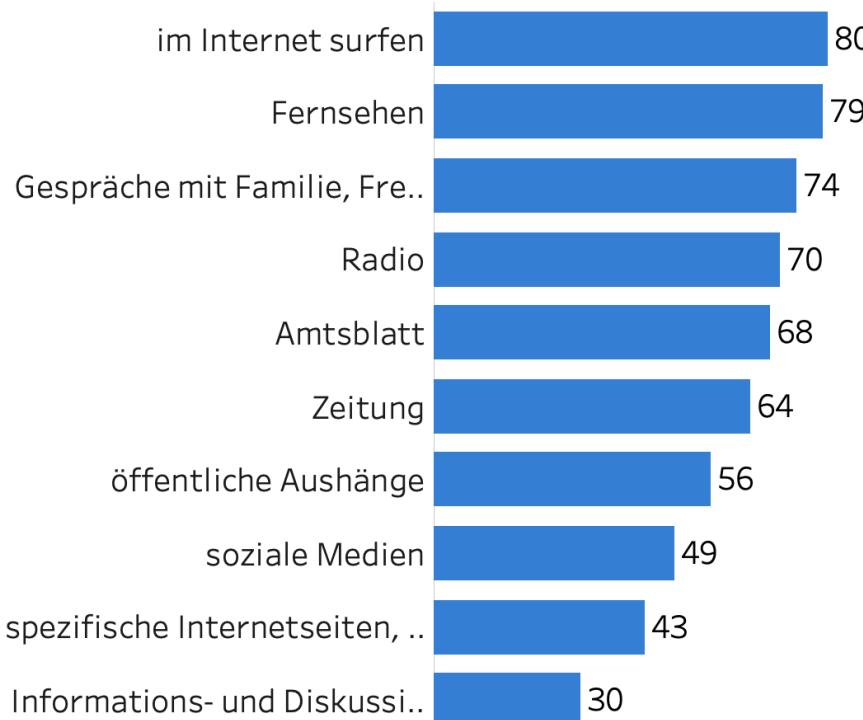
Angaben in %

INFORMATIONSVERHALTEN

INFORMATIONSQUELLEN

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

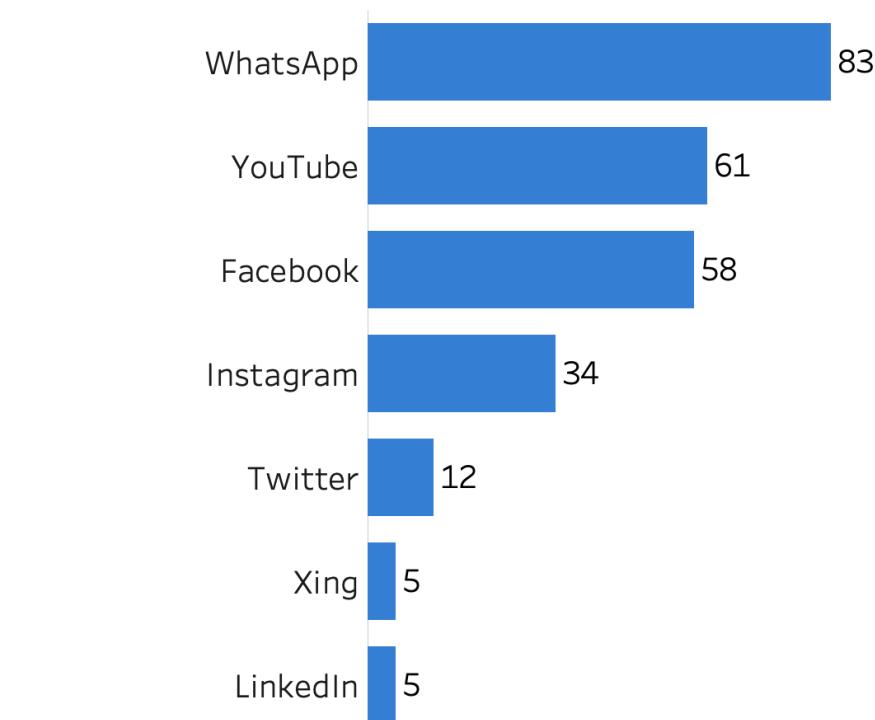
Bevölkerung | Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038)



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.