



MITTELDEUTSCHLAND MONITOR

Kernergebnisse

Die Region steht vor großen Herausforderungen.

Die Stimmung in der Bevölkerung hat sich im Vergleich zum Vorjahr signifikant verschlechtert. Hauptsächlicher Grund dafür sind die gestiegenen Lebenshaltungskosten. Diese Entwicklung steht in engem Zusammenhang mit den gestiegenen Sprit- und Energiepreisen. Die Energiewende wird deswegen von vielen kritischer beurteilt als noch vor einem Jahr und die Ausstiegsszenarien für Kohle und Atomkraft stärker hinterfragt.

Gleichzeitig ist der Bedarf eines Strukturwandels in der Region in den Augen der Menschen nach wie vor groß. Aber auch dieser Prozess wird von vielen Bürgerinnen und Bürgern kritischer, v.a. weniger erfolgversprechend, zielgerichtet und transparent gesehen.

Kerntreffer: Energiewende

Eine Mehrheit der Bevölkerung befürwortet weiterhin die Energiewende (Ja: 55%, Nein: 32%). Die Zustimmung zur Energiewende ist aber leicht gesunken (von 2020: 61% auf 2021: 55%).

Die Befürwortung des Ausbaus Erneuerbarer Energien ist weiterhin auf hohem Niveau.

Die Bevölkerung stimmt weiterhin mehrheitlich für einen Kohleausstieg (Ja: 48%, Nein: 40%). Die Gegner haben im Vergleich zum Vorjahr aber deutlich zugenommen (2020: 29%, 2021: 40%). Die Mehrheitsmeinung hat sich zudem gegen einen Atomausstieg gedreht (Ja: 40%, Nein: 49%).

Kerntreffer: Strukturwandel

Die Mehrheit der Bürger sieht weiterhin die Notwendigkeit eines Strukturwandels in der Region (Ja: 54%, Nein: 23%).

Die Wasserstoffwirtschaft wird dabei zunehmend als erfolgversprechende Branche für eine positive Entwicklung der Region wahrgenommen (2020: 40%, 2021: 42%).

Nur ein kleiner Anteil der Bürger (29%) sieht schon einen einsetzenden Strukturwandel. Knapp die Hälfte der Bevölkerung (49%) sieht noch keine Anzeichen für einen einsetzenden Strukturwandel.

Kerntypen: Strukturwandel

Die Bürger nehmen den Prozess des Strukturwandels zudem deutlich kritischer wahr. Sie sehen den Strukturwandelprozess weniger erfolgversprechend (78% auf 69%), transparent (63% auf 51%) und zielgerichtet (69% auf 59%). Auch die Wahrnehmung einer breiten Unterstützung sinkt von 56% auf 47%.

Der Informationsbedarf zum Strukturwandel ist weiterhin hoch (wichtig: 61%), wobei nur wenige Menschen diesem Thema eine hohe Priorität beimessen („besonders wichtig“: 10%). Gleichzeitig ist die Zufriedenheit mit den Informationen zum Strukturwandel weiterhin sehr niedrig (Note 1-3: 39%).

Kernergebnisse: Zufriedenheit

Die positive Entwicklung der Region hat sich in der Wahrnehmung der Menschen verlangsamt („verbessert“: 2020: 43% zu 2021: 37%).

Der Anteil der Zufriedenen mit der Situation in der Region ist gesunken (Note 1-3: 2020: 72% zu 2021: 62%).

Die positive Entwicklung der persönlichen Lebenssituation hat sich verlangsamt („verbessert“: 2020: 43% zu 2021: 36%).

Der Anteil der Zufriedenen mit der persönlichen Lebenssituation ist gesunken (Note 1-3: 78% zu 67%).

Die gestiegene Unzufriedenheit mit den Lebenshaltungskosten ist stärkster Treiber der aktuellen Entwicklung (Anteil Zufriedener: 2020: 51% zu 2021: 36%).

STUDIENINFOS

FELDZEIT

12.-18.November 2021

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.)

STICHPROBENVERFAHREN

Bevölkerung: Quotenstichprobe nach Alter und Geschlecht

FALLZAHL

Bevölkerung: 2.020 erfolgreiche Interviews

METHODE

CAWI (Computer Assisted Web Interviewing)

INTERVIEWS NACH GEBIET



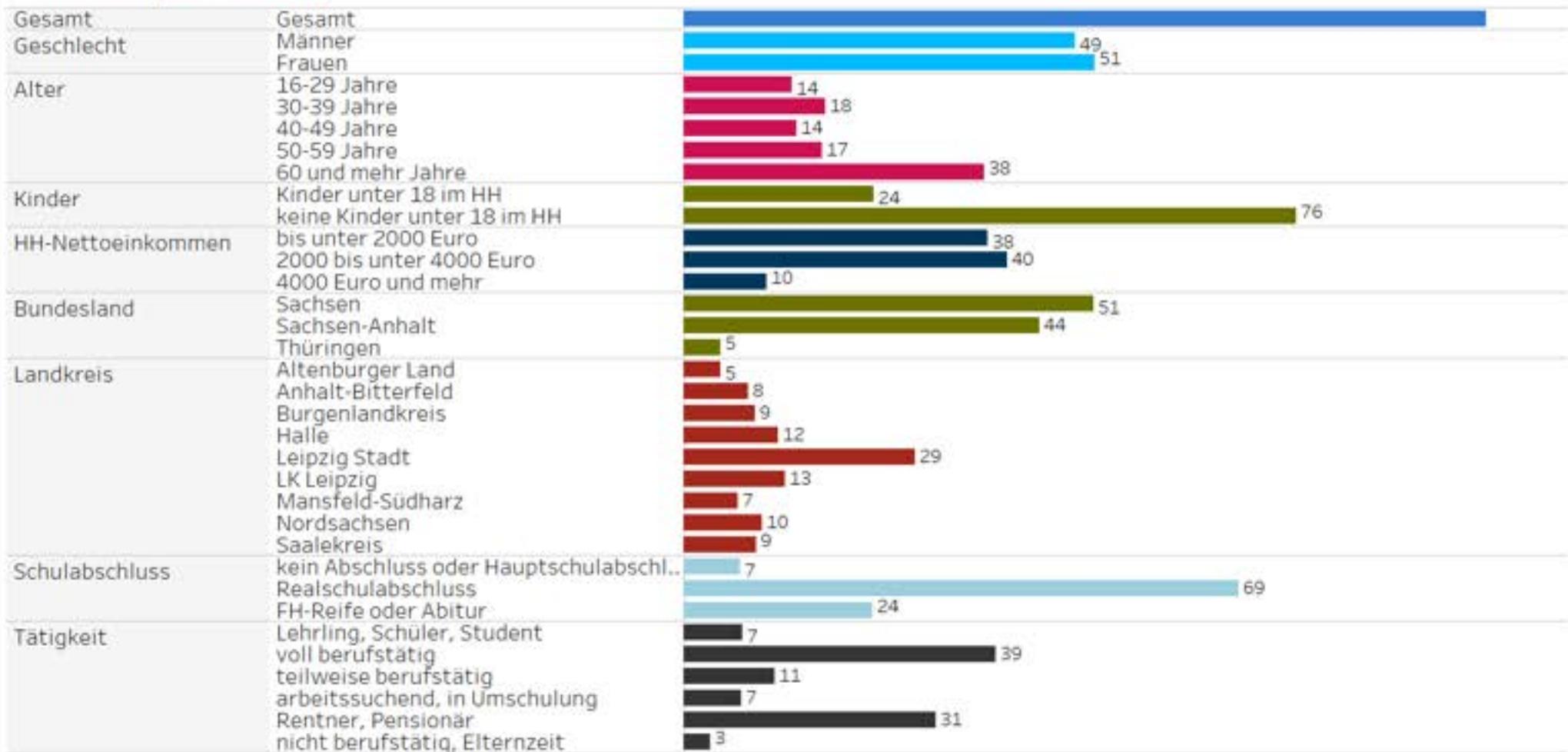
Legende

Bundesland

- Sachsen
- Sachsen-Anhalt
- Thüringen

STICHPROBE

Jahr: 2021 | Bevölkerung



Filterauswahl

Jahr
2021

Studie
Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal
Alle

Zielgruppe
Gesamt

Objektmerkmal
Mehrere Werte

Objektmerkmal

■ Gesamt	■ HH-Nett..
■ Geschle..	■ Bundesl..
■ Alter	■ Landkreis
■ Kinder	■ Schulabs.

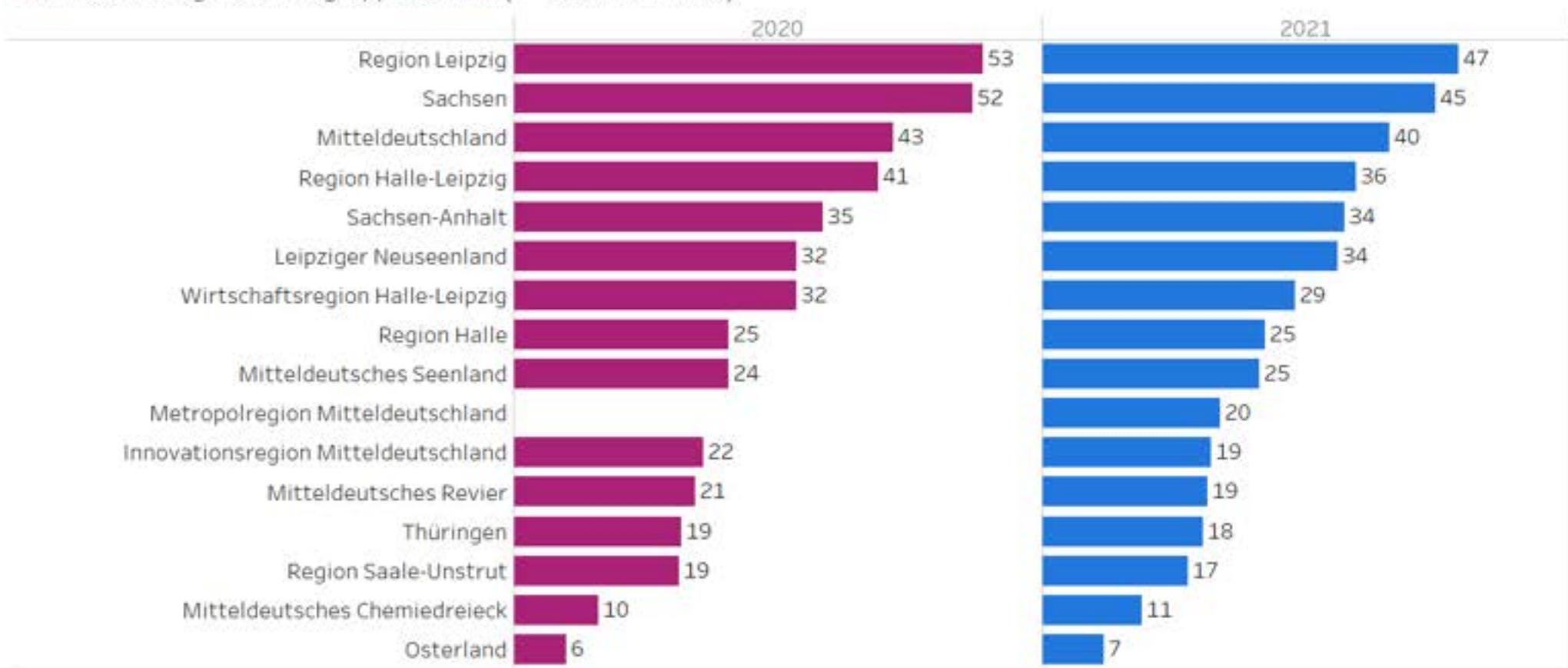
Angaben in %

REGION ZUGEHÖRIGKEIT

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

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

TOP2-Bewertung in der Zielgruppe **Gesamt** (n = 1.038 bis 2.020)



Filterauswahl

Jahr

Alle

Zielgruppenmerkmal
Gesamt

Zielgruppe
Gesamt

Bewertungsdimension
TOP2

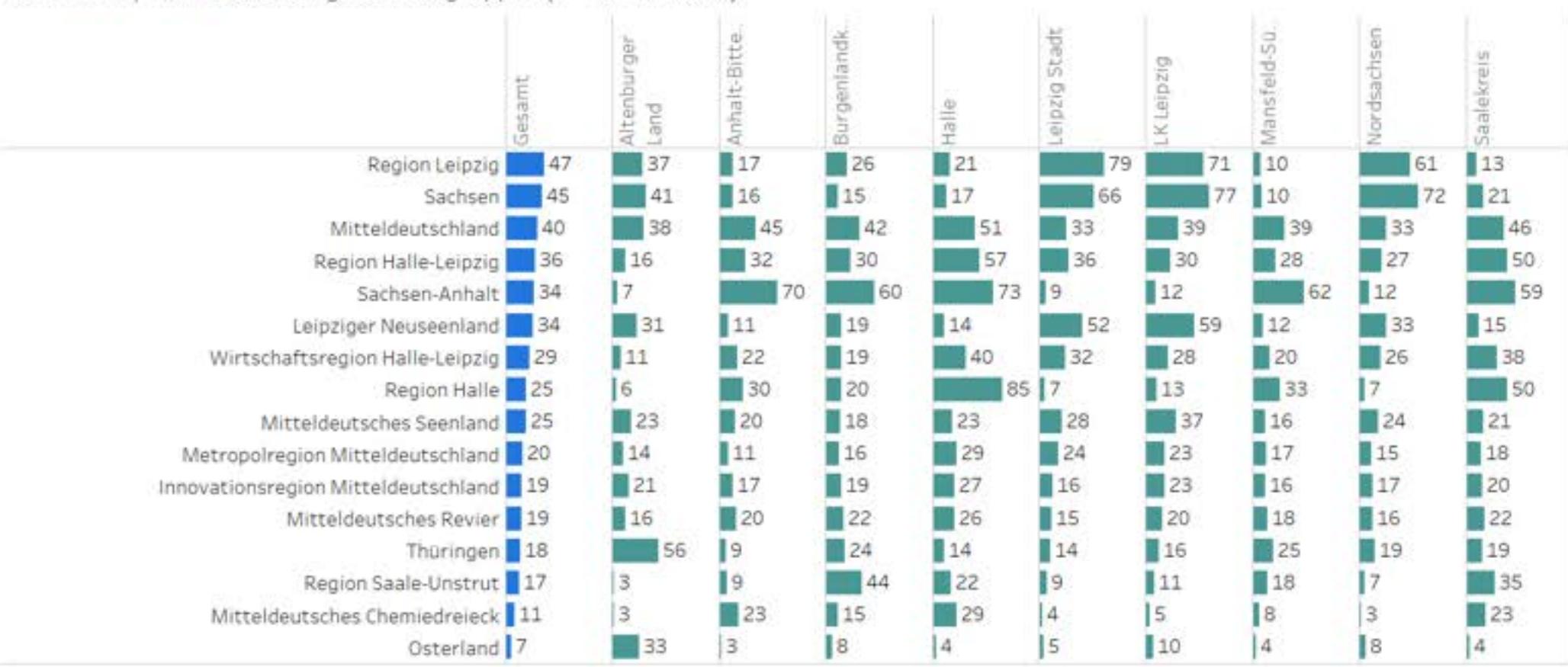
Angaben in %

REGION ZUGEHÖRIGKEIT

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

Skalenabfrage von 1 = sehr stark bis 6 = überhaupt nicht

Jahr: 2021 | TOP2-Bewertung nach Zielgruppen (n = 90 bis 2.020)



Filterauswahl

Jahr
2021

Zielgruppenmerkmal
Mehrere Werte

Zielgruppe
Alle

Zielgruppenmerkmal

Gesamt
Landkreis

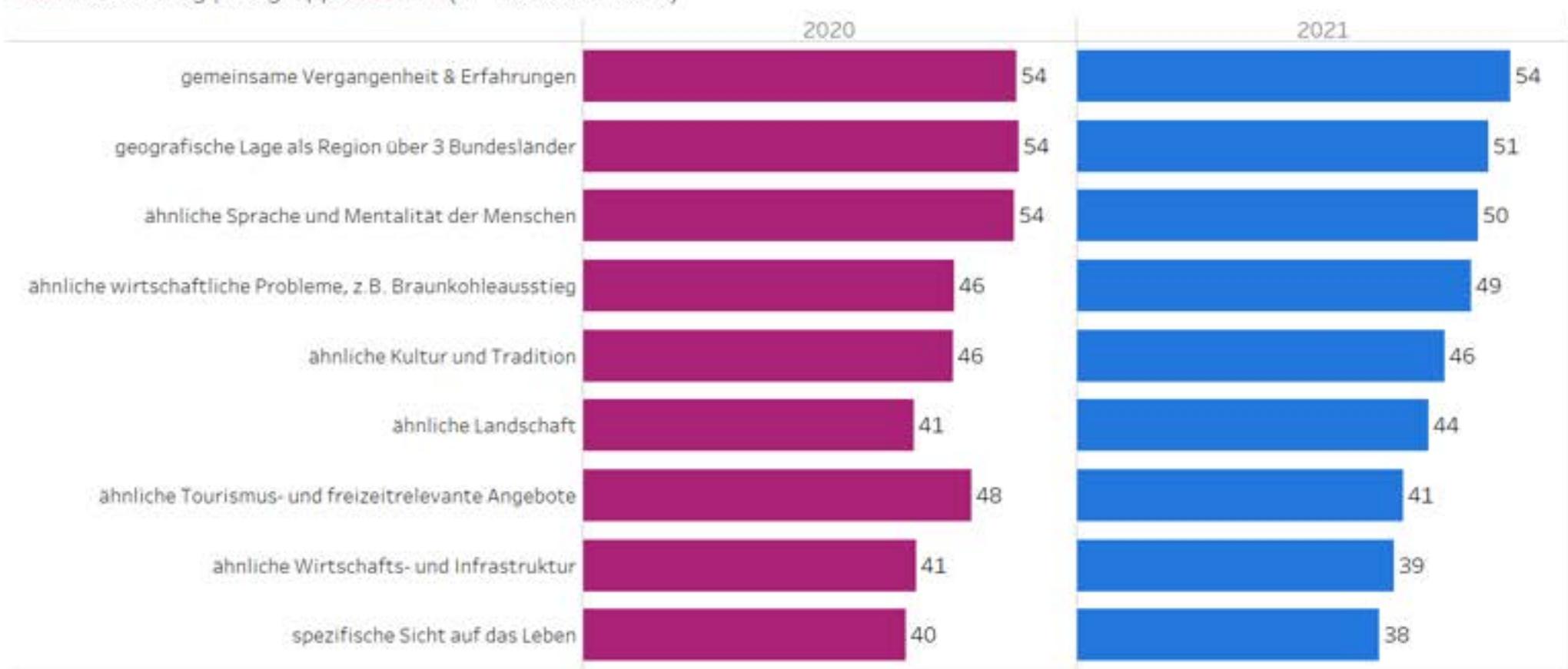
Angaben in %

REGION GEMEINSAMKEITEN

Wie stark prägen folgende Faktoren Ihrer Meinung nach das Mitteldeutsche Revier?

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

TOP2-Bewertung | Zielgruppe **Gesamt (n = 1.038 bis 2.020)**



Filterauswahl

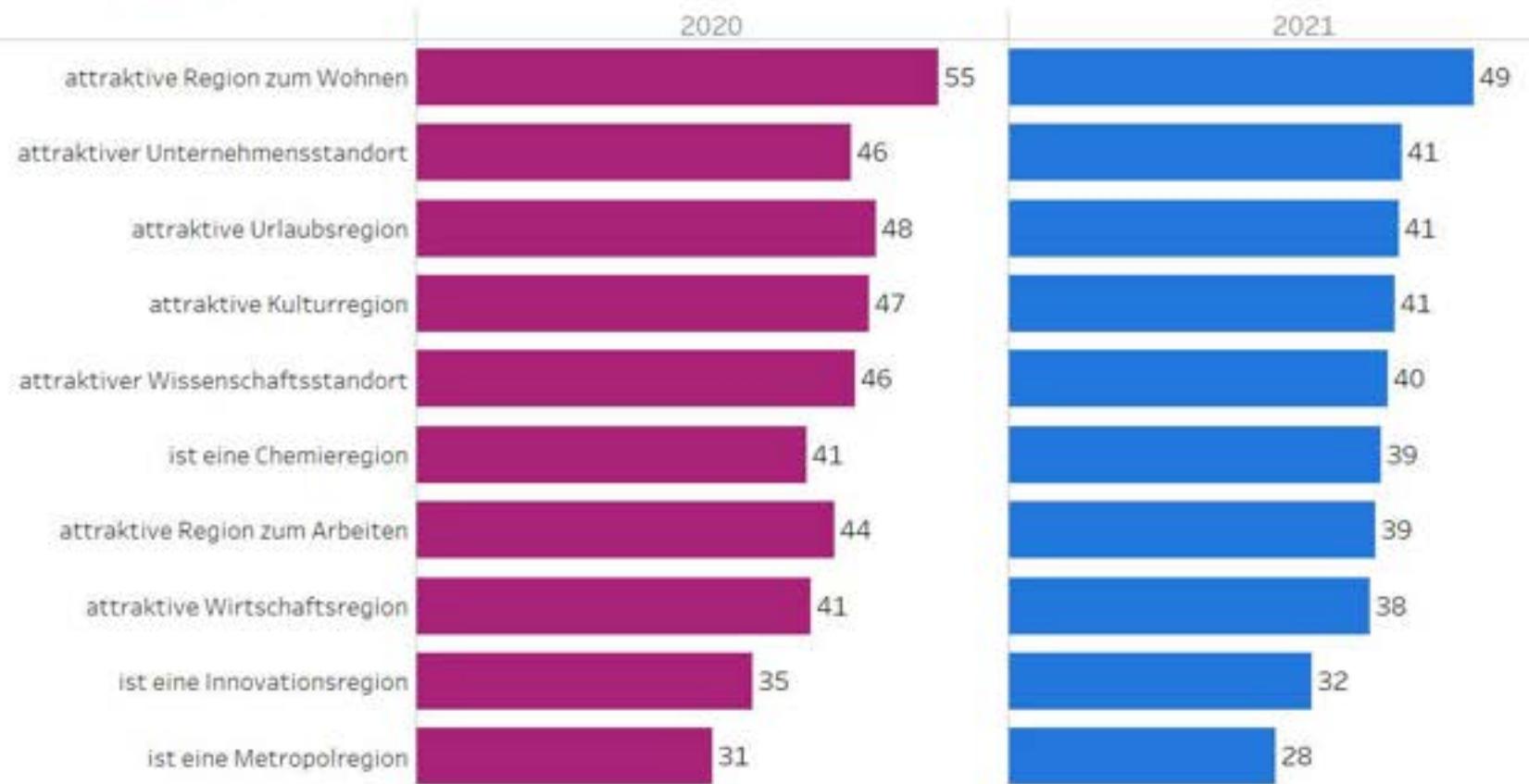
Jahr
Alle
Studie
Bevölkerung
Zielgruppenmerkmal
Alle
Zielgruppe
Gesamt
Bewertungsdimension
TOP2

REGION QUALITÄTEN

Wie stark stimmen Sie persönlich den folgenden Aussagen über das Mitteldeutsche Revier zu?

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

TOP2-Bewertung | Zielgruppe Gesamt (n = 1.038 bis 2.020)



Filterauswahl

Jahr

Alle

Studie

Bevölkerung

Zielgruppe

Gesamt

Zusatz

TOP2

Angaben in %



METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND

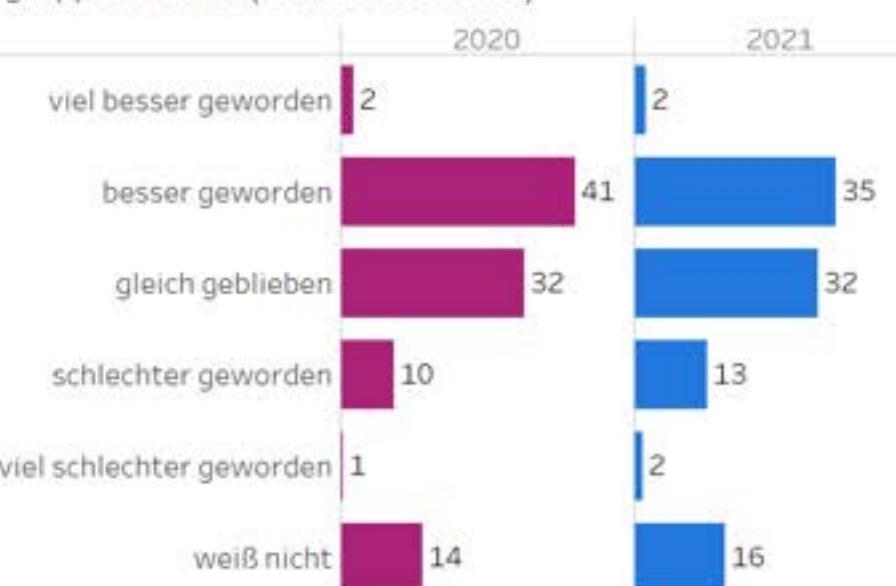
MAS Partners
data driven decisions

REGION WANDEL & ZUFRIEDENHEIT

WANDEL

Und ist die Situation im Mitteldeutschen Revier in den letzten 5 Jahren insgesamt besser geworden, schlechter geworden oder ist es gleich geblieben?

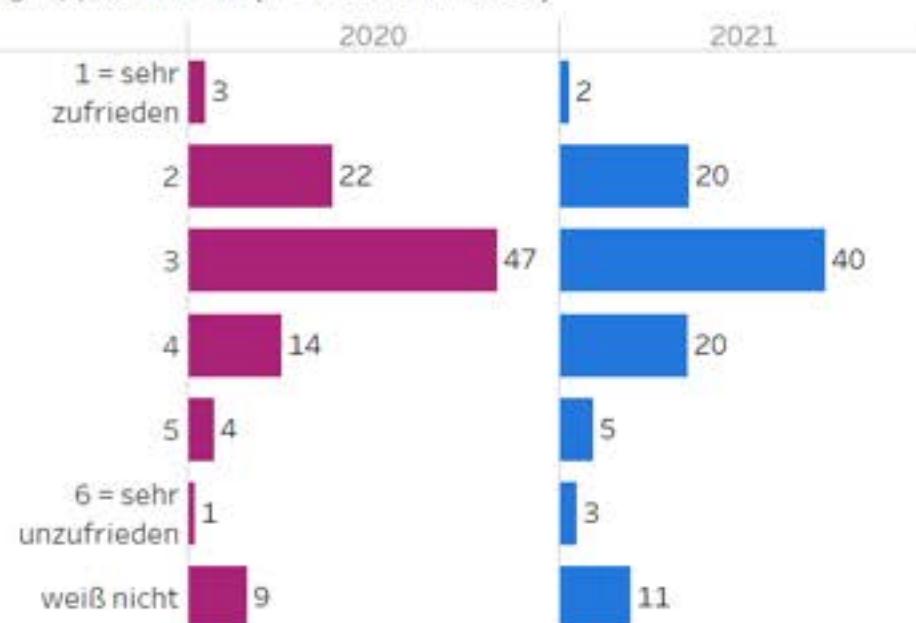
Zielgruppe: **Gesamt** (n=1.038 bis 2.020)



ZUFRIEDENHEIT

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der derzeitigen Situation im Mitteldeutschen Revier?

Zielgruppe: **Gesamt** (n = 1.038 bis 2.020)



Filterauswahl

Jahr
Alle
Studie
Bevölkerung
Zielgruppe
Gesamt

Angaben in %

Ø 3,0

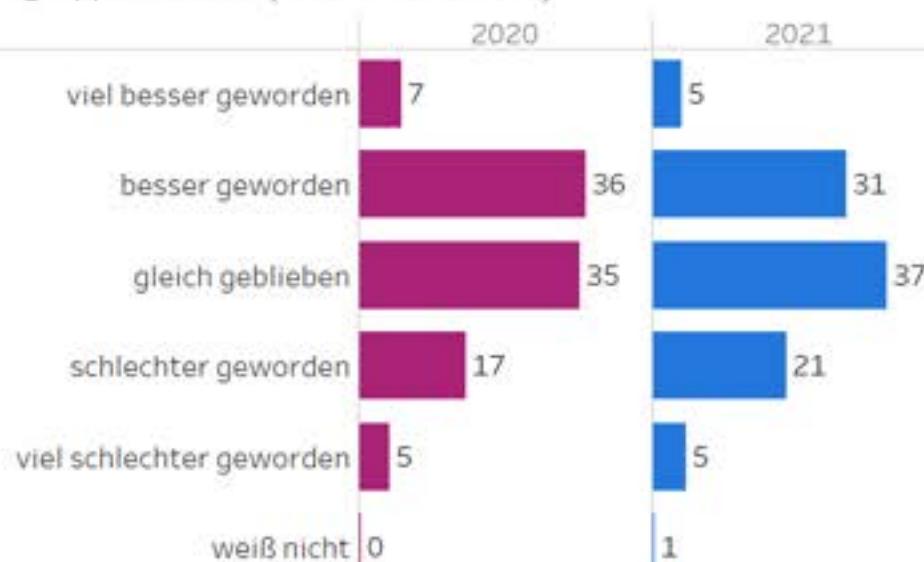
Ø 3,2

LEBENSSITUATION WANDEL & ZUFRIEDENHEIT

WANDEL

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

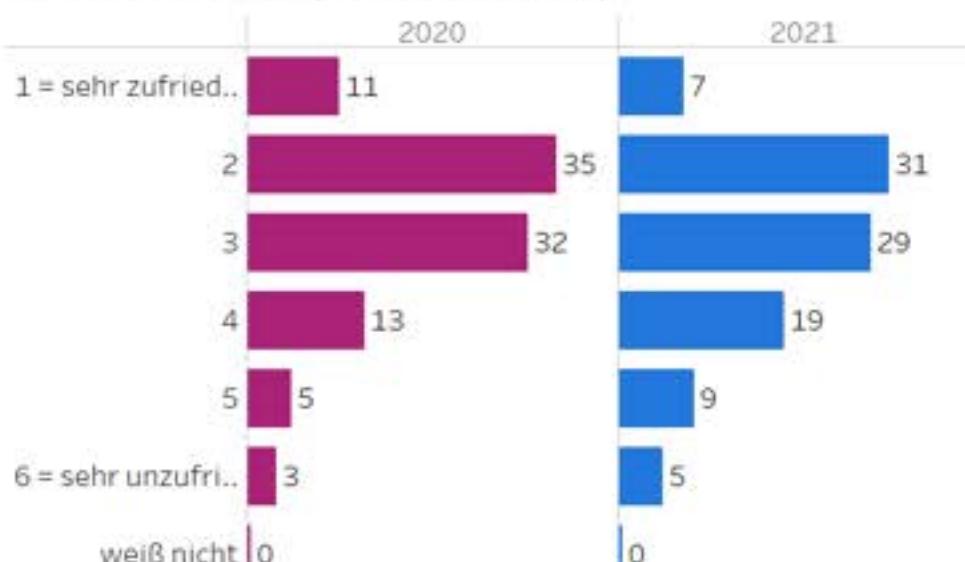
Zielgruppe: Gesamt (n=1.038 bis 2.020)



ZUFRIEDENHEIT

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrer derzeitigen persönlichen Lebenssituation?

Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038 bis 2.020)



Filterauswahl

Jahr

Alle

Studie

Bevölkerung

Zielgruppe

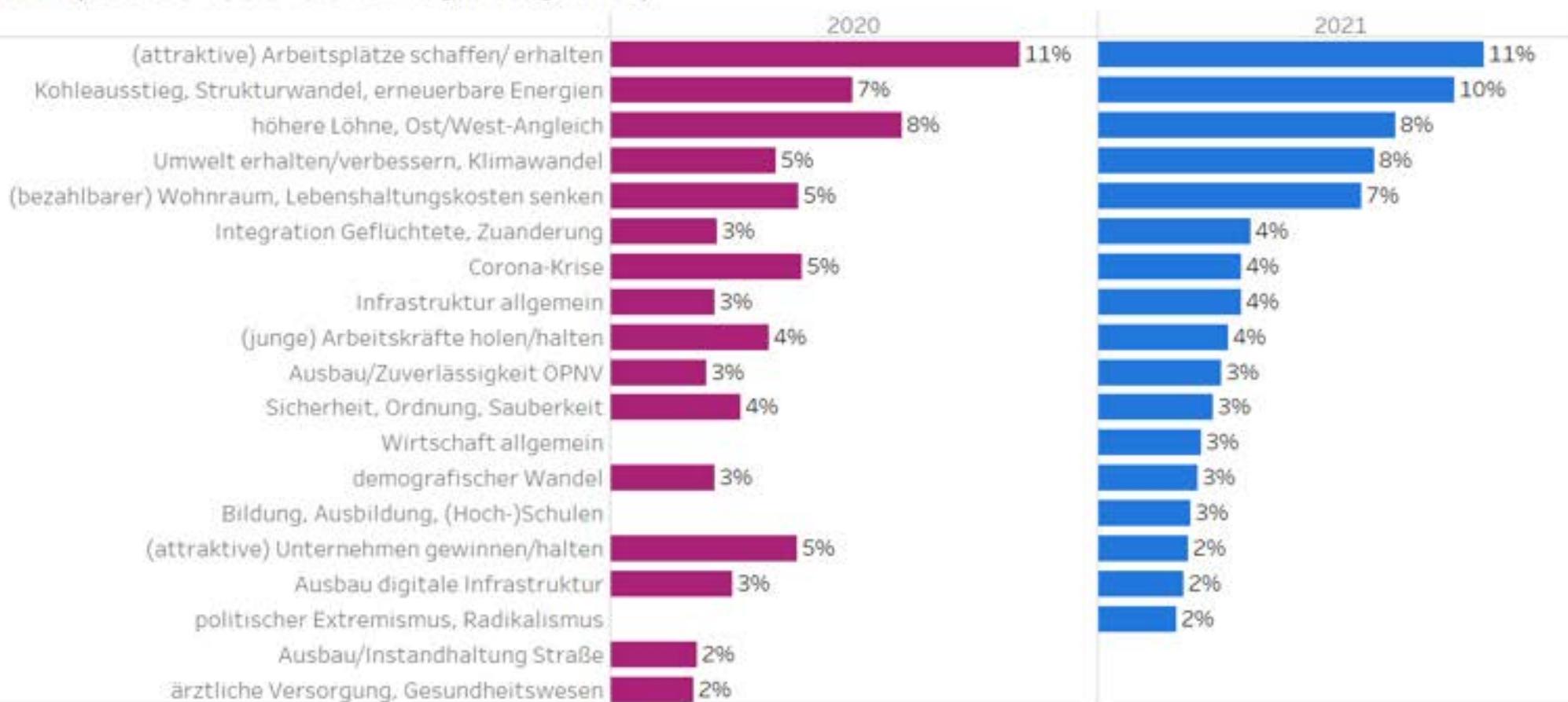
Gesamt

Angaben in %

HERAUSFORDERUNGEN OFFEN

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

Gesamt (1.985 bis 4.240 offene Nennungen kategorisiert)



Filterauswahl

Jahr

Alle

Zielgruppenmerkmal

Mehrere Werte

Zielgruppe

Gesamt

Angaben in % der Nennungen, ohne
w.n. k.A.

fehlende Prozente zu 100 sind
sonstige Nennungen unter 2%



**METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND**

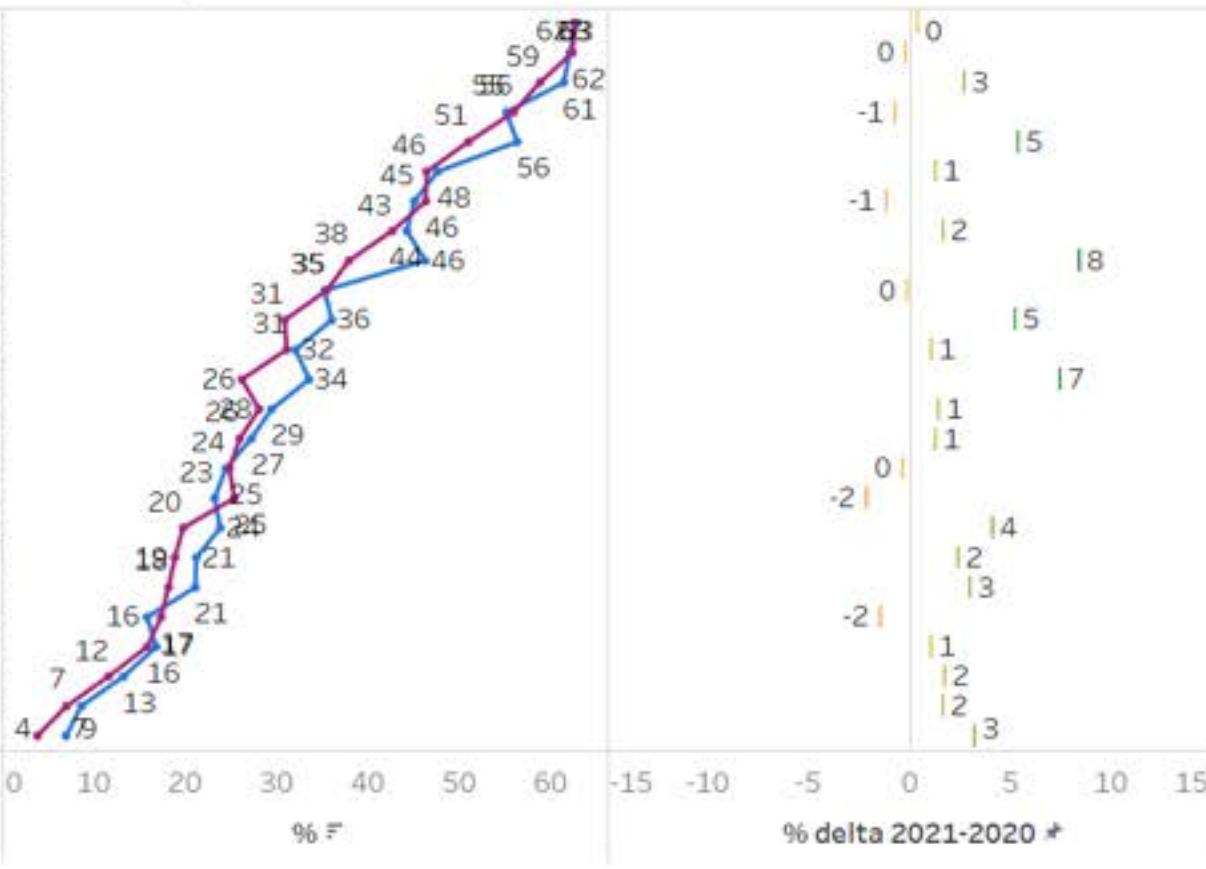
MAS Partners
data driven decisions

STRUKTURANGEBOTE WICHTIGKEIT

Wie wichtig sind die Aspekte für Sie persönlich?

"besonders wichtig" in der Zielgruppe **Gesamt** (n = 1.038 bis 2.020)

Öffentliche Sicherheit und Ordnung ist gewährleistet
 wohnortnahe medizinische Versorgung, Angebot an Ärzten
 wohnortnahe Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs
 gute Breitbandversorgung, schnelles Internet
 intakte Natur
 attraktive Löhne
 gute Straßenanbindung
 guter öffentlicher Nahverkehr
 niedrige Lebenshaltungskosten
 gutes Angebot an Arbeits- und/oder Ausbildungsplätzen
 gutes Angebot an attraktivem Wohnraum
 gutes Angebot an attraktiven Arbeitgebern
 Verfügbarkeit Mobilfunk, 5G
 leistungsfähige Kommunen
 attraktive Naherholungsmöglichkeiten
 wohnortnahe Angebote an Kinderbetreuungseinrichtungen
 persönliche Entwicklungsmöglichkeiten
 umfangreiches Radwegenetz
 wohnortnahe Angebote der Verwaltung
 vielfältige Freizeitangebote
 wohnortnahe Angebote an Spielplätzen
 demokratische Beteiligungsmöglichkeiten
 gutes Angebot an Kulturveranstaltungen
 attraktive Hochschullandschaft
 gutes Angebot an attraktiven Bauflächen



Filterauswahl

Jahr

Alle

Zielgruppenbereich

Alle

Zielgruppe

Gesamt

Bewertungsdimension

besonders wichtig

Jahr

2020

2021

Angaben in %



METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND

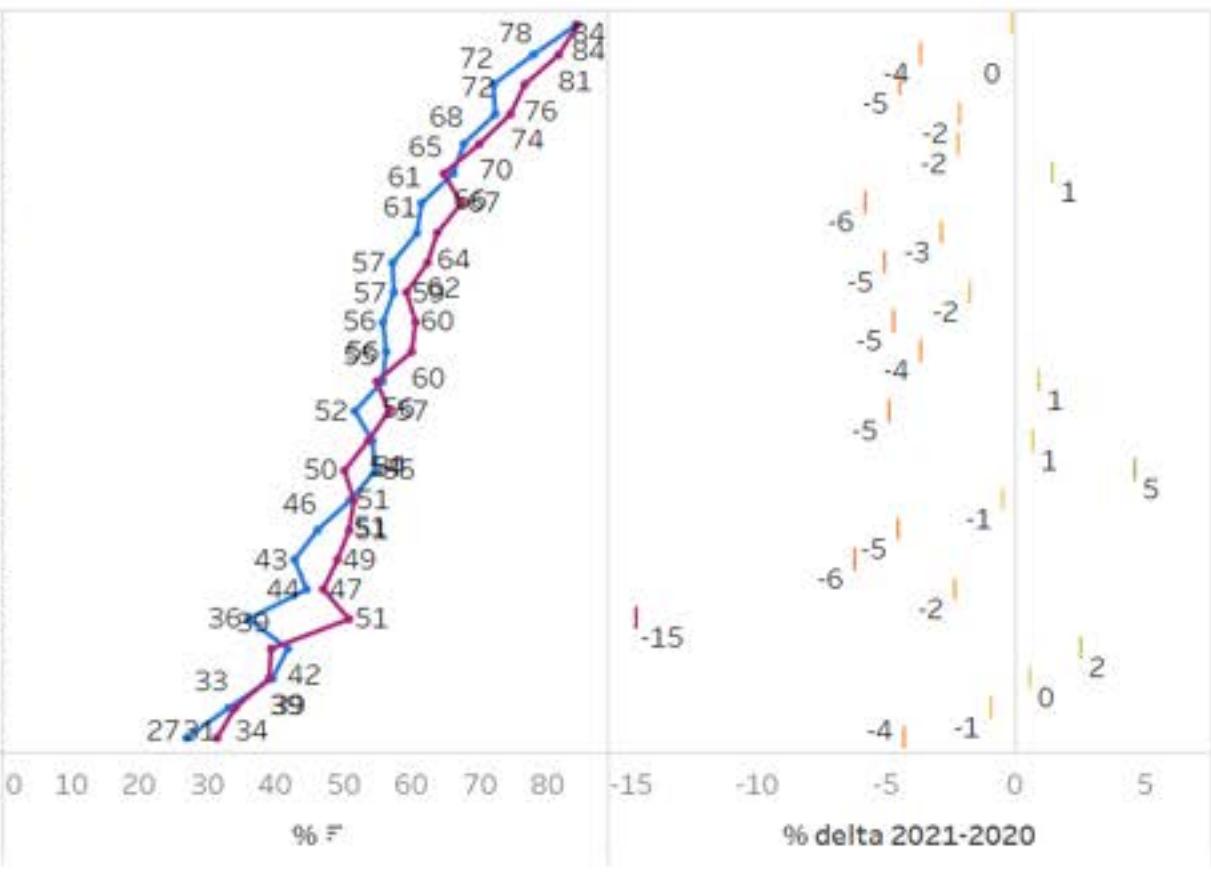
MAS Partners
data driven decisions

STRUKTURANGEBOTE ZUFRIEDENHEIT

Und wie zufrieden sind Sie persönlich mit folgenden Aspekten?

"zufrieden" in der Zielgruppe: **Gesamt**

wohnortnahe Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs
gute Straßenanbindung
wohnortnahe medizinische Versorgung, Angebot an Ärzten
attraktive Naherholungsmöglichkeiten
intakte Natur
gute Breitbandversorgung, schnelles Internet
guter öffentlicher Nahverkehr
wohnortnahe Angebote der Verwaltung
wohnortnahes Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen
Öffentliche Sicherheit und Ordnung ist gewährleistet
wohnortnahes Angebot an Spielplätzen
vielfältige Freizeitangebote
gutes Angebot an Kulturveranstaltungen
gutes Angebot an attraktivem Wohnraum
persönliche Entwicklungsmöglichkeiten
Verfügbarkeit Mobilfunk, 5G
umfangreiches Radwegenetz
demokratische Beteiligungsmöglichkeiten
leistungsfähige Kommunen
attraktive Hochschullandschaft
niedrige Lebenshaltungskosten
gutes Angebot an Arbeits- und/oder Ausbildungsplätzen
gutes Angebot an attraktiven Arbeitgebern
gutes Angebot an attraktiven Bauflächen
attraktive Löhne



Filterauswahl

Jahr

Alle

Zielgruppenbereich

Alle

Zielgruppe

Gesamt

Bewertungsdimension

Mehrere Werte

Jahr

2020

2021

Angaben in %



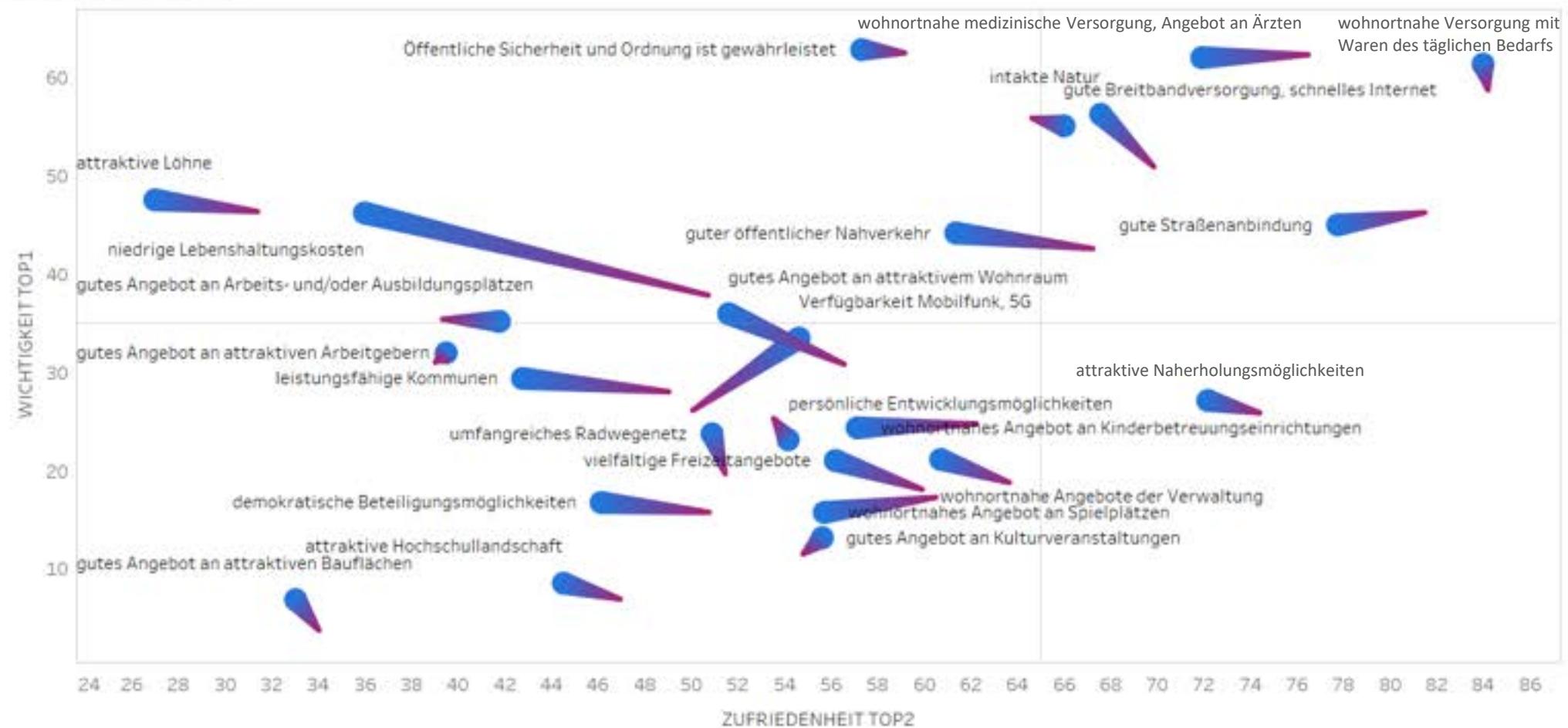
METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND

MAS Partners
data driven decisions

Filterauswahl

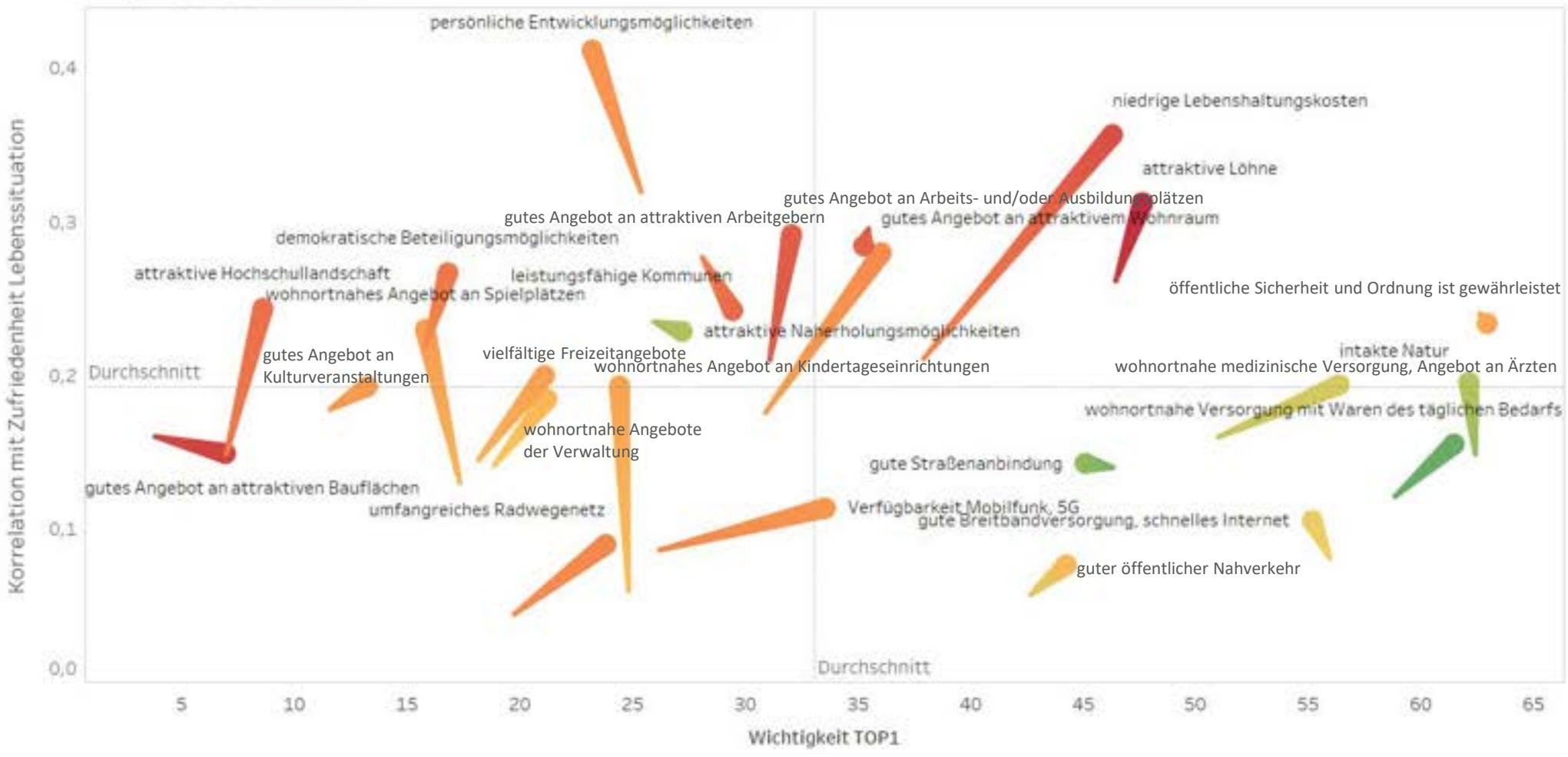
Jahr	2020
Alle	
Studie	
Bevölkerung	
Zielgruppenmerkmal	
Mehrere Werte	
Zielgruppe	
Gesamt	
BM Zufriedenheit	65
BM Wichtigkeit TOP1	35
Jahr	
2020	
2021	
Angaben in %	

PERFORMANCEMATRIX

Zielgruppe: Gesamt


HANDLUNGSRELEVANZMATRIX

Trend | Zielgruppe: Gesamt



Filterauswahl

Jahr
Alle

Zielgruppenmerkmal
Mehrere Werte

Zielgruppe
Gesamt

Zufriedenheit TOP2
27 84

Jahr
2020
2021

Angaben in %

ENERGIEWENDE

ENERGIEWENDE ALLGEMEIN

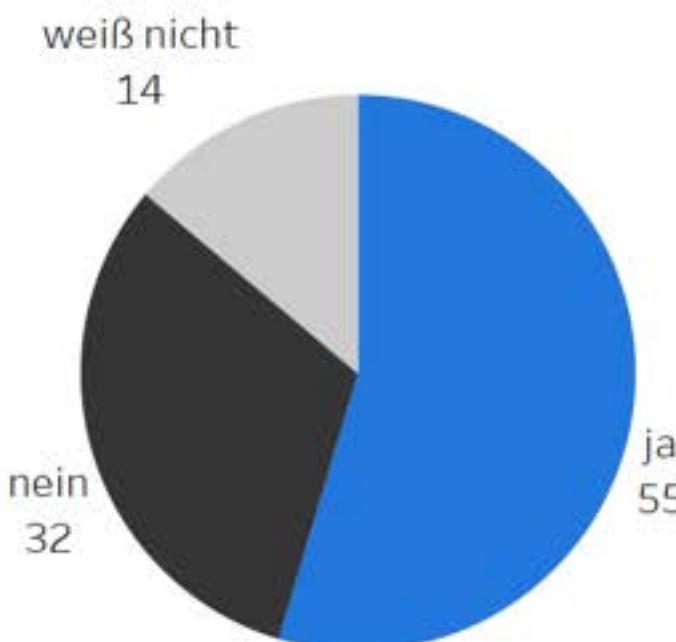
Befürworten Sie persönlich grundsätzlich die Ziele der Energiewende?

Gesamt (n = 1.038 bis 2.020)

2020



2021



Filterauswahl

Zielgruppenmerkmal
Mehrere Werte

Zielgruppe
Gesamt

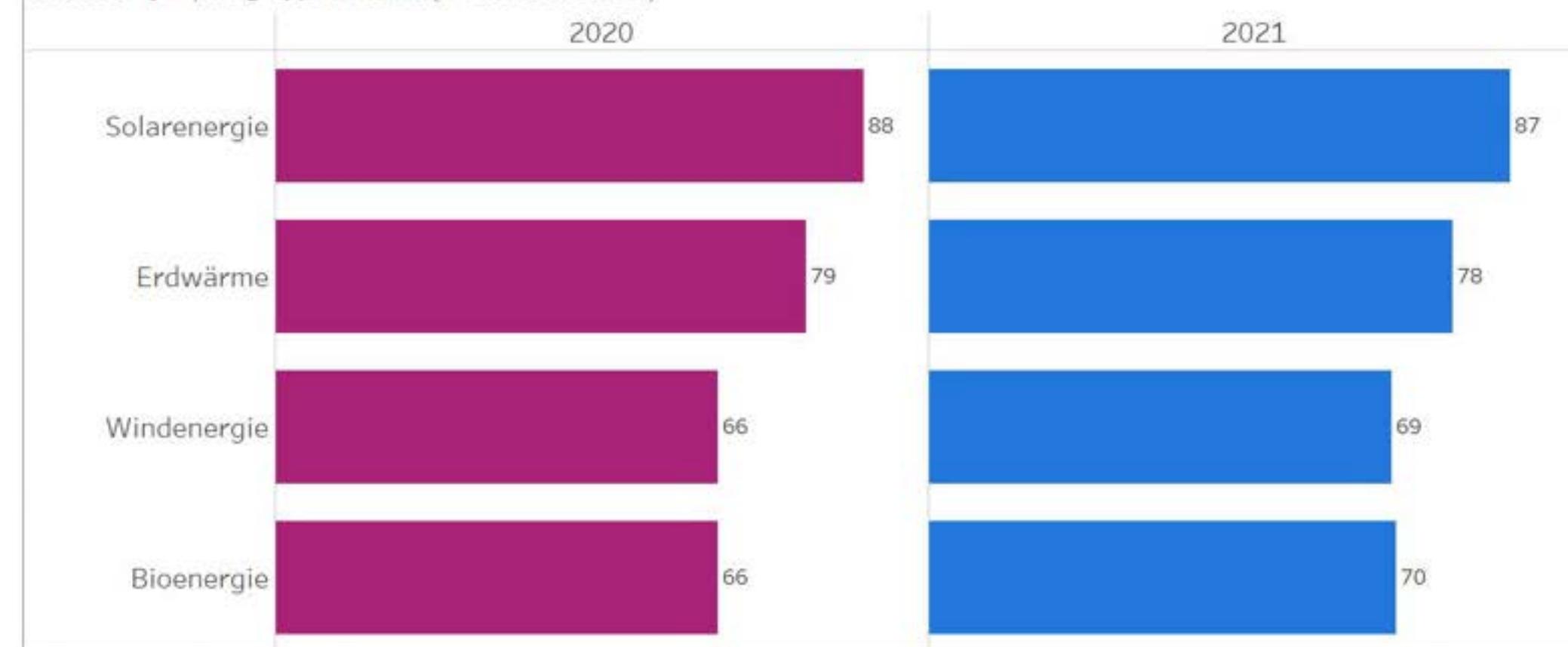
Angaben in %

ENERGIEWENDE

ERNEUERBARE ENERGIEN

Befürworten Sie persönlich grundsätzlich den Ausbau der folgenden erneuerbaren Energien?

Antwort: "ja" | Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038 bis 2.020)



Filterauswahl

Jahr

Alle

Studie

Bevölkerung

Zielgruppe
Gesamt

Angaben in %



METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND

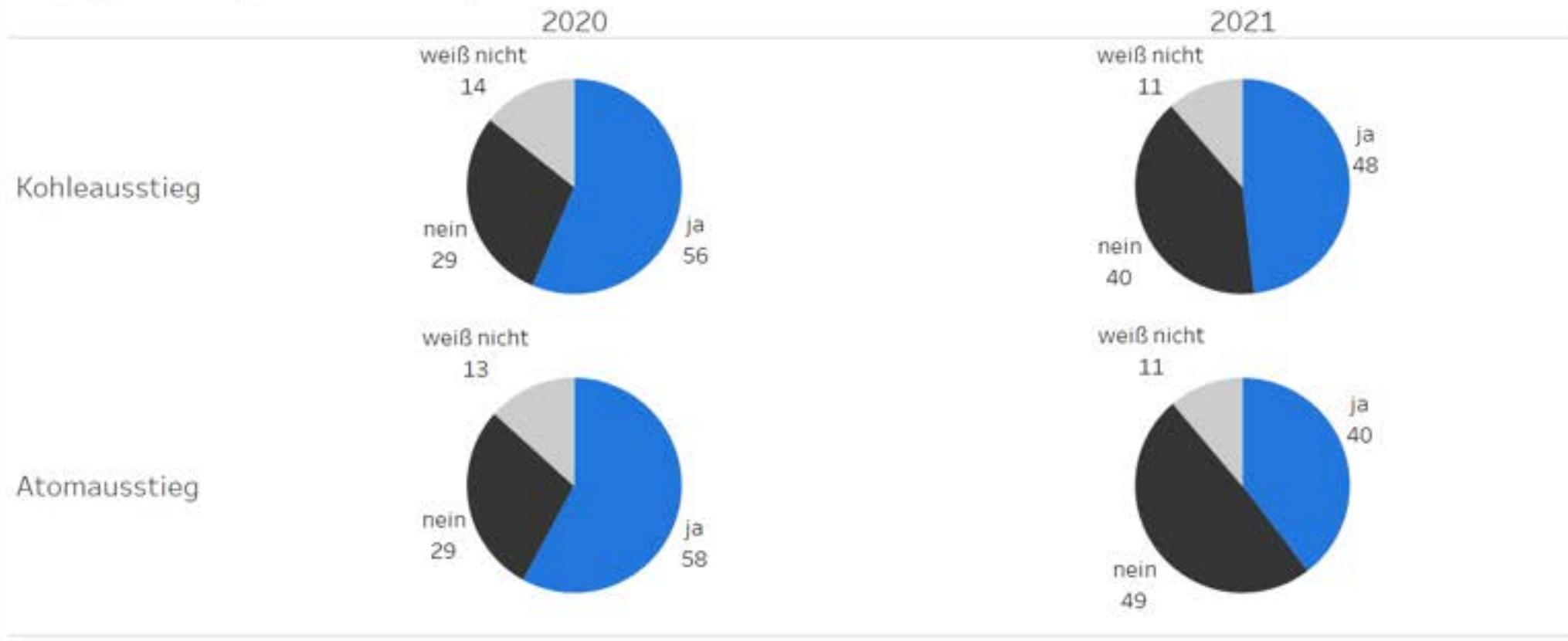
MAS Partners
data driven decisions

ENERGIEWENDE

KOHLE- UND ATOMAUSSTIEG

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

Zielgruppe: **Gesamt** (n = 1.038 bis 2.020)



Filterauswahl

Jahr

Alle

Studie

Bevölkerung

Zielgruppe

Gesamt

Angaben in %

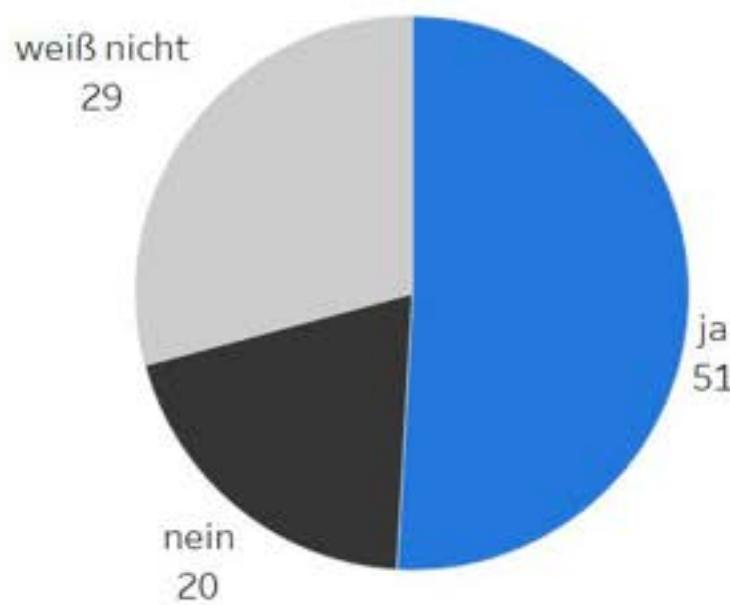
STRUKTURWANDEL

BEDARF WANDEL

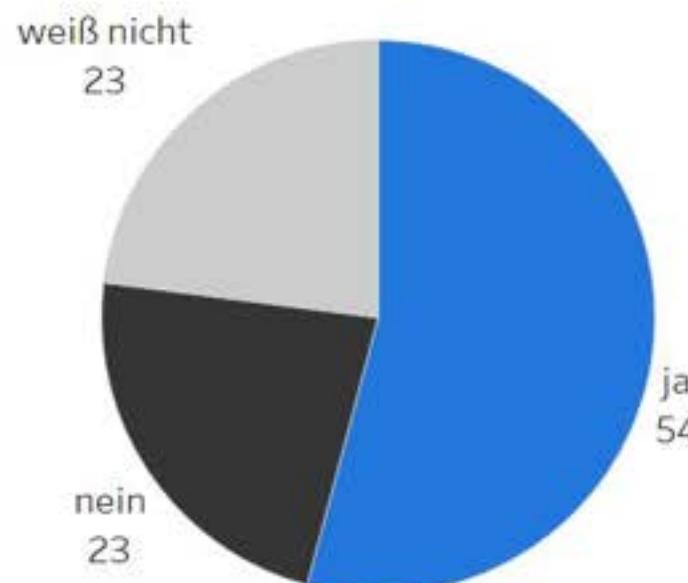
Würden Sie sagen, dass in der Region eine grundsätzliche Veränderung oder ein tiefgreifender Strukturwandel notwendig ist?

Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038 bis 2.020)

2020



2021



Filterauswahl

Jahr

Alle

Studie

Bevölkerung

Zielgruppe

Gesamt

Angaben in %

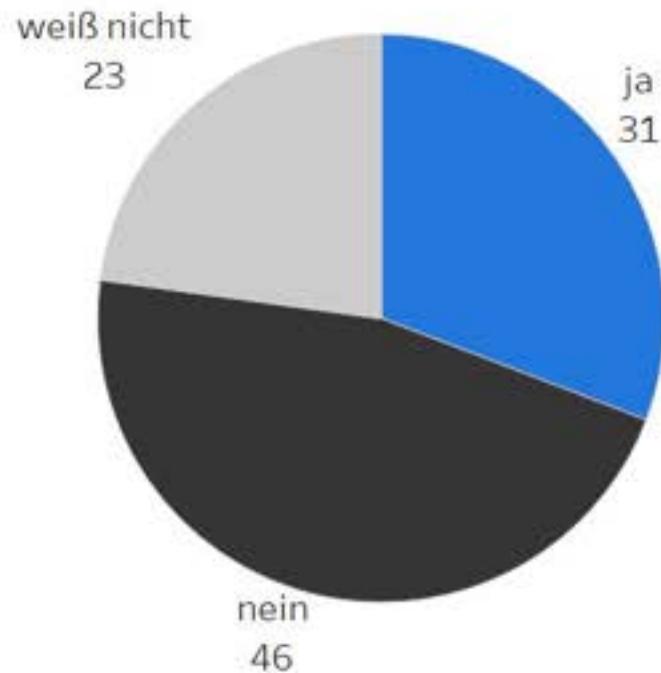
STRUKTURWANDEL

EXISTENZ WANDEL

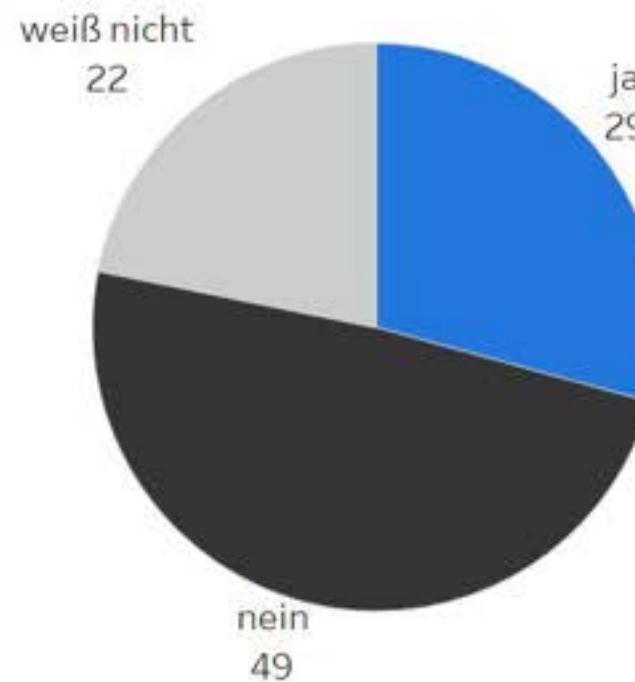
Haben Sie das Gefühl, dass ein grundsätzlicher Veränderungsprozess im Mitteldeutschen Revier im Zuge des Kohleausstiegs schon eingesetzt hat?

Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038 bis 2.020)

2020



2021



Filterauswahl

Jahr

Alle

Studie

Bevölkerung

Zielgruppe

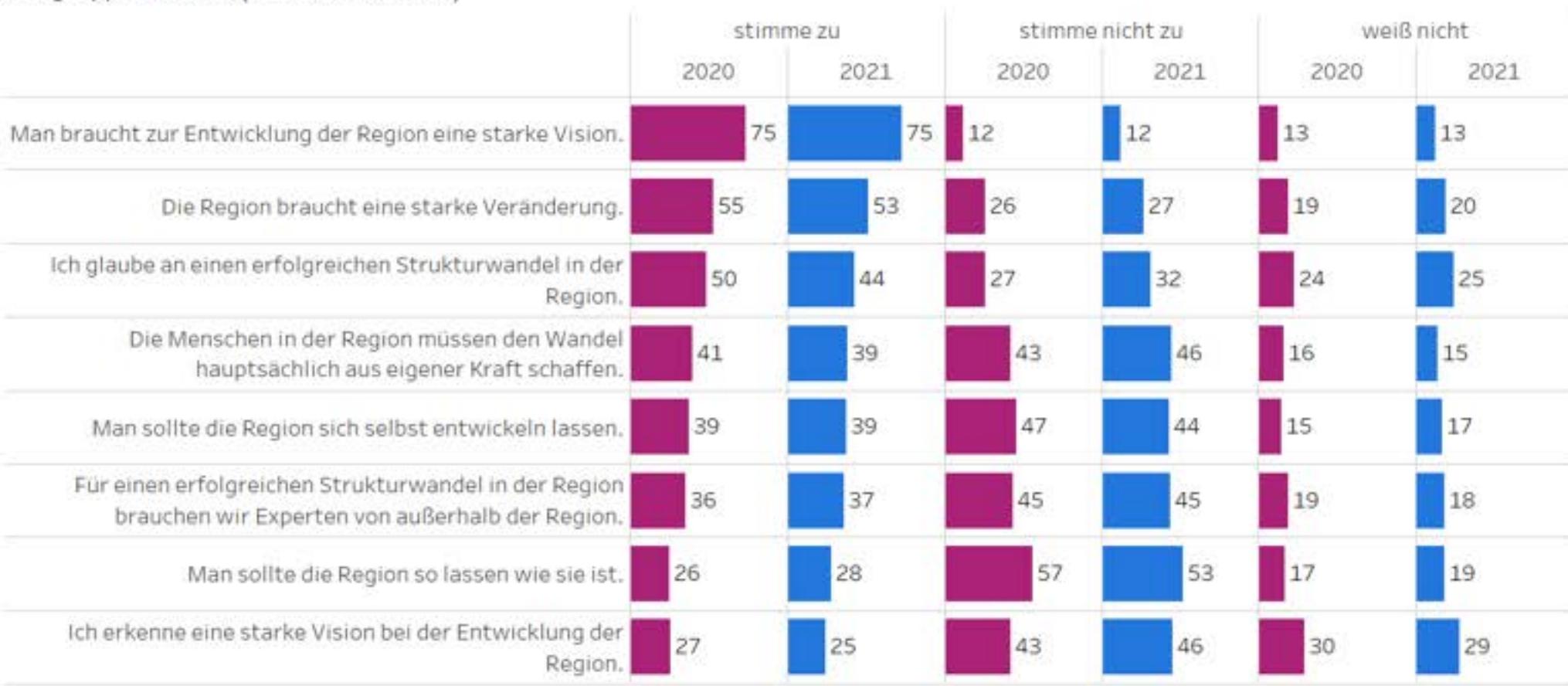
Gesamt

Angaben in %

STRUKTURWANDEL FAKTOREN

Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

Zielgruppe: **Gesamt** (n=1.038 bis 2.020)



Filterauswahl

Jahr

Alle

Studie

Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal

Gesamt

Zielgruppe

Gesamt

Imagekategorie

Alle

Jahr

2020

2021

Angaben in %

STRUKTURWANDEL EIGENSCHAFTEN

Welche der folgenden Eigenschaften treffen Ihrer Meinung nach auf den Veränderungsprozess im Mitteldeutschen Revier zu?

Zielgruppe: **Gesamt** (n=1.038 bis 2.020)



Filterauswahl

Jahr

Alle

Studie

Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal
Gesamt

Zielgruppe
Gesamt

Jahr

■ 2020

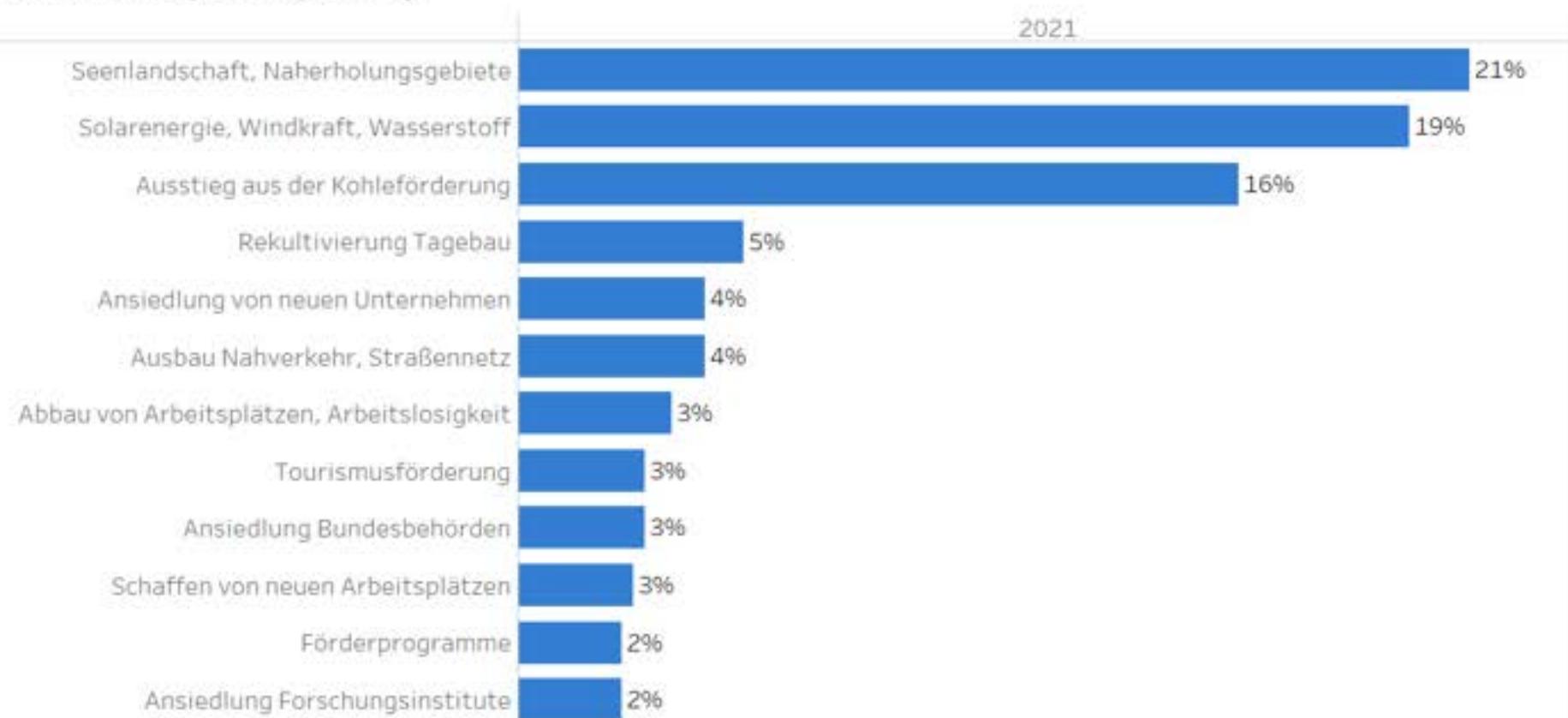
■ 2021

Angaben in %

STRUKTURWANDEL PROJEKTE OFFEN

Welche Maßnahmen und Projekte im Zusammenhang mit dem Strukturwandel im Zuge des Kohleausstiegs kennen Sie in Ihrer Region?

Gesamt (832 offene Nennungen kategorisiert)



Filterauswahl

Jahr
2021

Zielgruppenmerkmal
Mehrere Werte

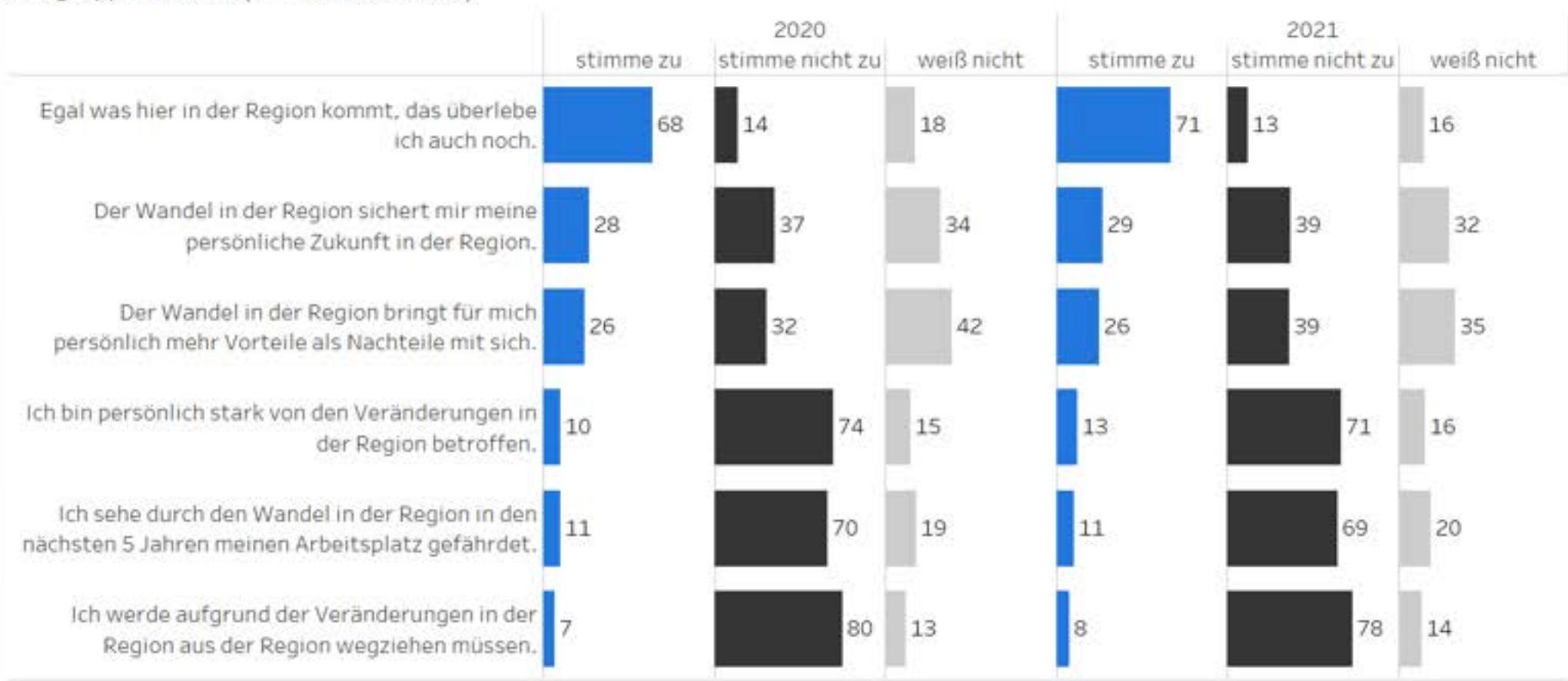
Zielgruppe
Gesamt

Angaben in %

STRUKTURWANDEL AUSWIRKUNGEN

Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

Zielgruppe: **Gesamt** (n = 1.038 bis 2.020)



Filterauswahl

Jahr

Alle

Studie

Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal
Gesamt

Zielgruppe
Gesamt

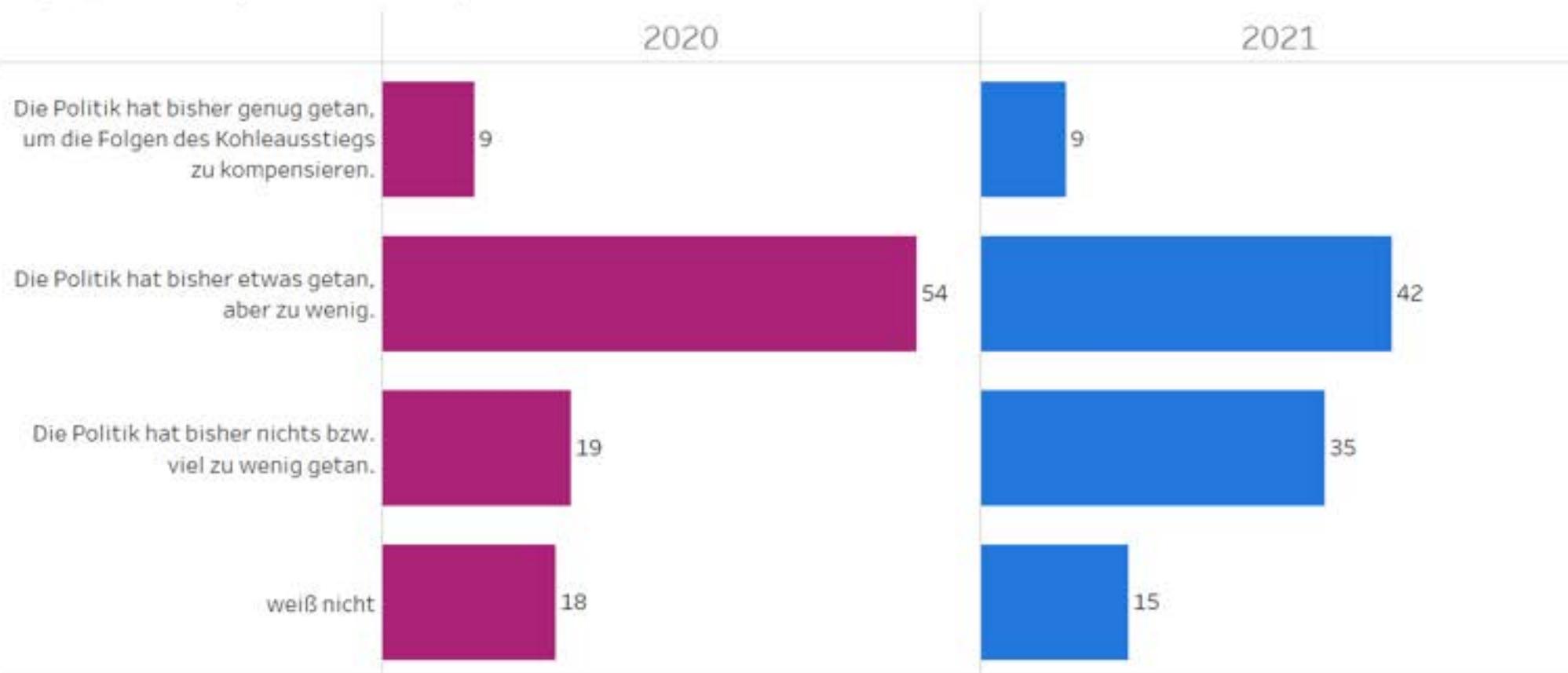
Farblegende
█ stimme zu
█ stimme nicht zu
█ weiß nicht

Angaben in %

STRUKTURWANDEL POLITIK

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

Zielgruppe: **Gesamt** (n = 1.038 bis 2.020)



Filterauswahl

Jahr

Alle

Studie

Bevölkerung

Zielgruppenbereich

Alle

Zielgruppe

Gesamt

Angaben in %



METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND

MAS Partners
data driven decisions

ZUSAMMENARBEIT LANDKREISE

RELEVANZ

Wie wichtig erachten Sie die Zusammenarbeit der verschiedenen Landkreise und Städte im Mitteldeutschen Revier, um die Region zu entwickeln?

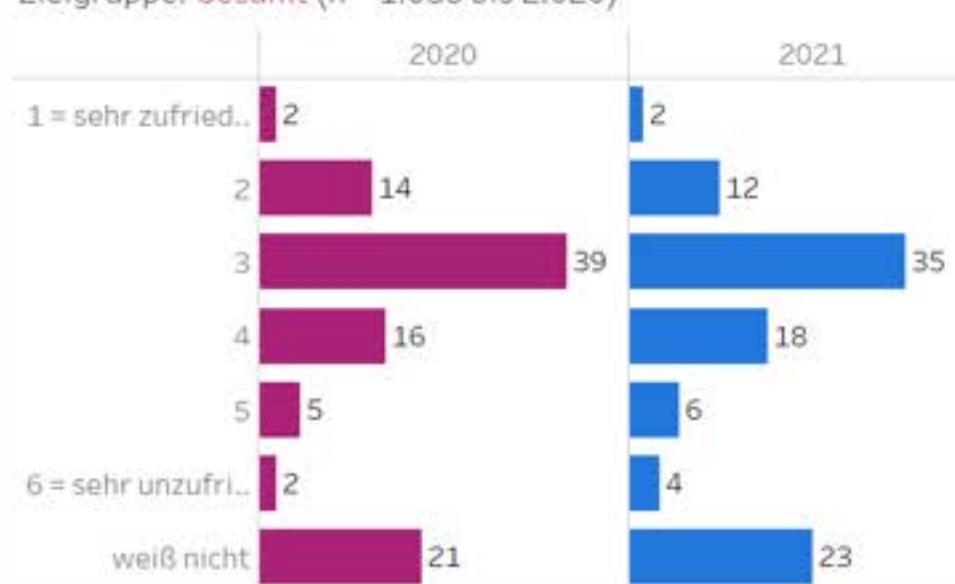
Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038 bis 2.020)



ZUFRIEDENHEIT

Wie zufrieden sind Sie mit der Zusammenarbeit der verschiedenen Landkreise und Städte im Mitteldeutschen Revier?

Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038 bis 2.020)



Filterauswahl

Jahr

Alle

Studie

Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal

Mehrere Werte

Zielgruppe
Gesamt

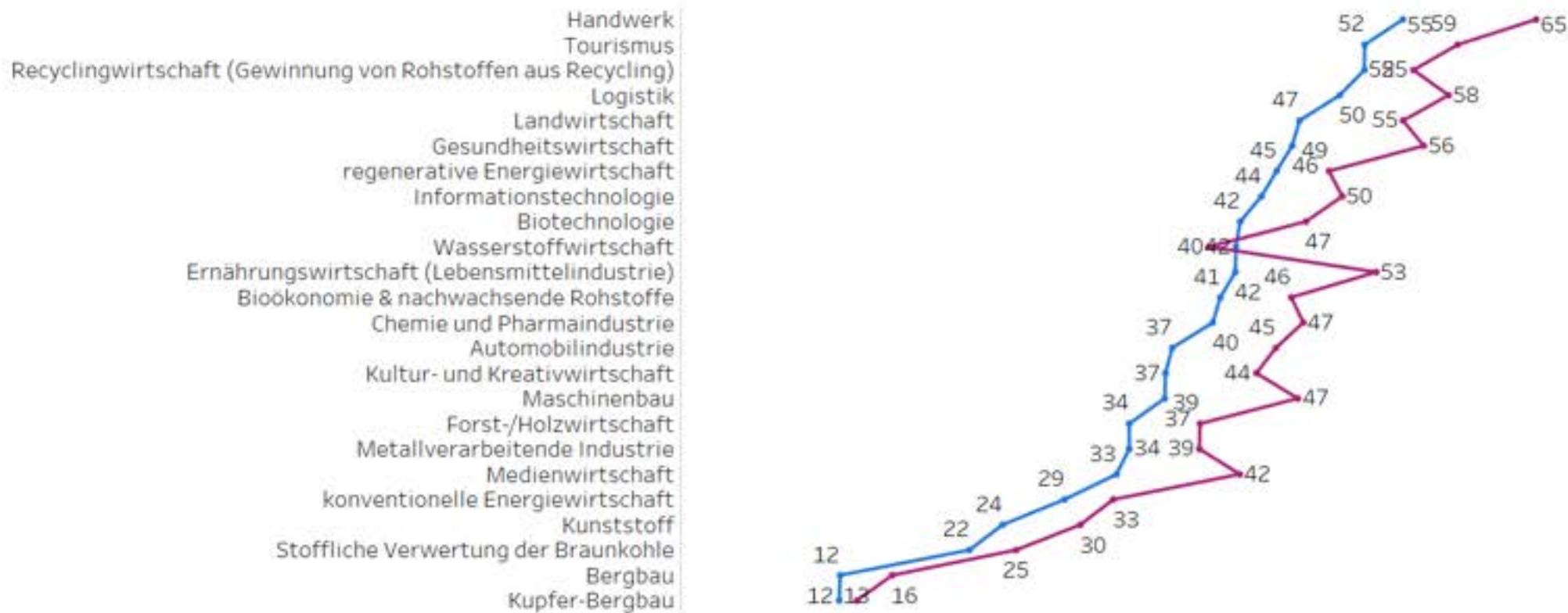
Angaben in %

ZUKUNFTSBRANCHEN

Welche der folgenden Branchen und Zukunftstechnologien finden Sie erfolgversprechend für eine positive Entwicklung im Mitteldeutschen Revier?

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

TOP2-Bewertung | Zielgruppe: Gesamt (n = 1.038 bis 2.020)



Filterauswahl

Jahr

Alle

Studie

Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal

Mehrere Werte

Zielgruppe

Gesamt

Bewertungsdimension

TOP2

Jahr

2020

2021

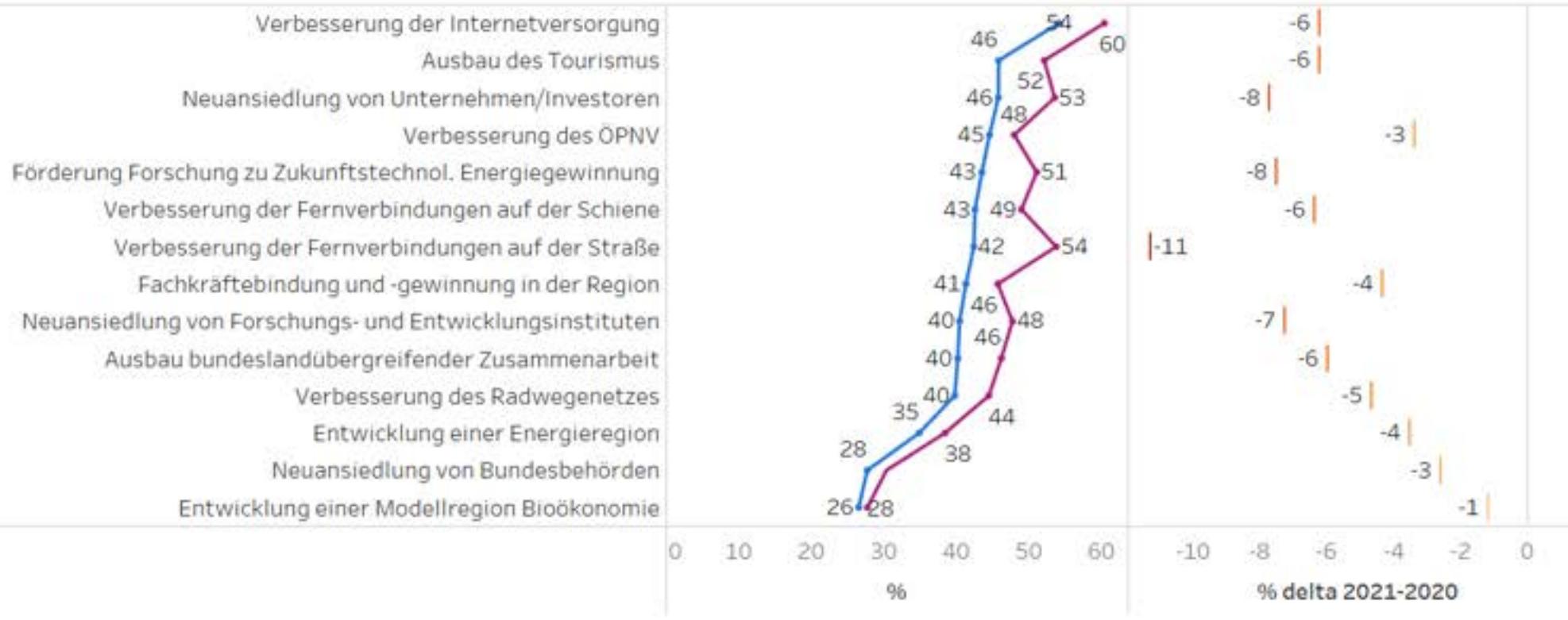
Angaben in %

ZUKUNFTSSTRATEGIEN

Wie erfolgversprechend finden Sie die folgenden Zukunftsstrategien für eine positive Entwicklung im Mitteldeutschen Revier?

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

TOP2-Bewertung | Zielgruppe: **Gesamt** (n = 1.038 bis 3.058)



Filterauswahl

Jahr

Alle

Studie

Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal
Gesamt

Zielgruppe
Gesamt

Bewertungsdimension
TOP2

Jahr

■ 2020

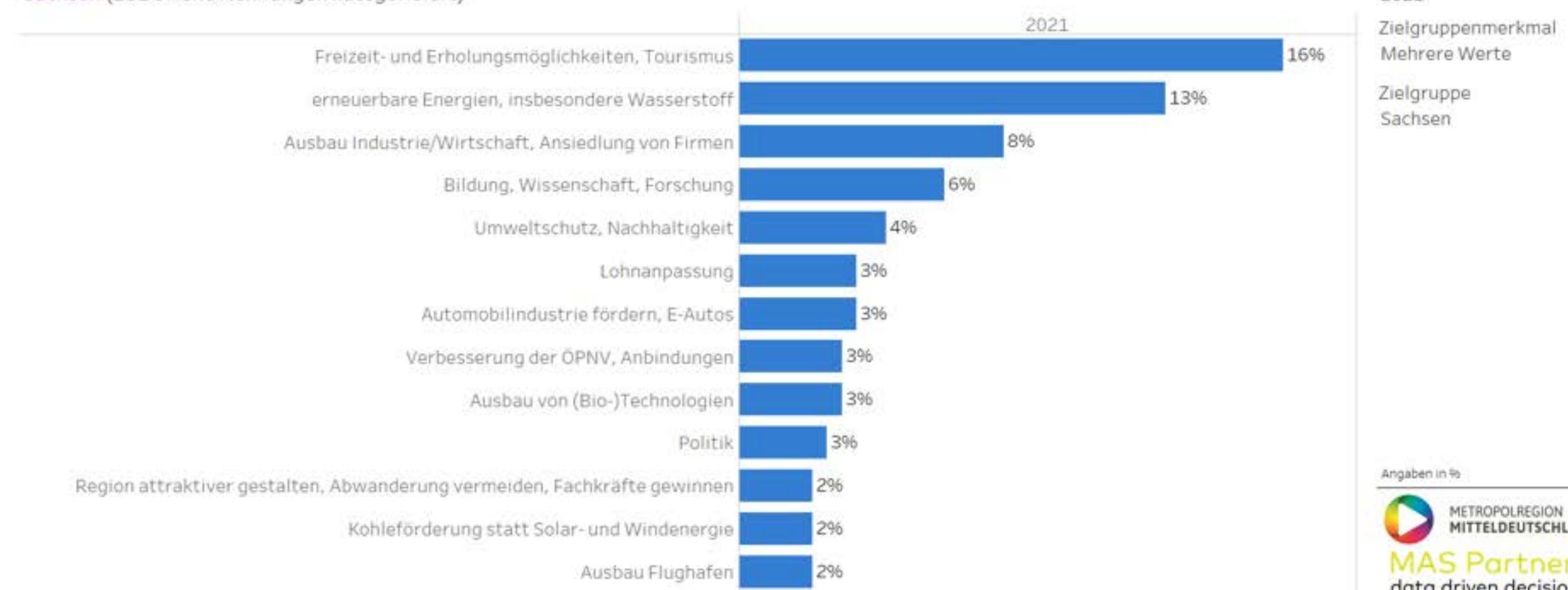
■ 2021

Angaben in %

ZUKUNFTSSTRATEGIEN OFFEN

Fällt Ihnen noch etwas ein, was im Mitteldeutschen Revier in Zukunft wirtschaftliches Potential haben könnte?

Sachsen (231 offene Nennungen kategorisiert)

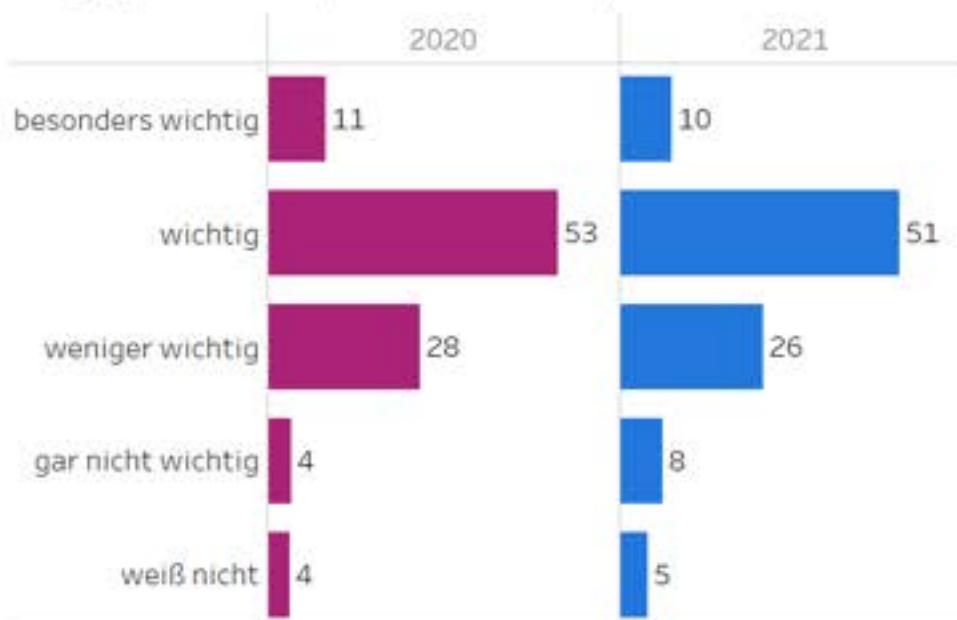


INFORMATION & KOMMUNIKATION

WICHTIGKEIT VON INFORMATIONEN

Wie wichtig ist es für Sie persönlich, sich über den Strukturwandel im Mitteldeutschen Revier zu informieren?

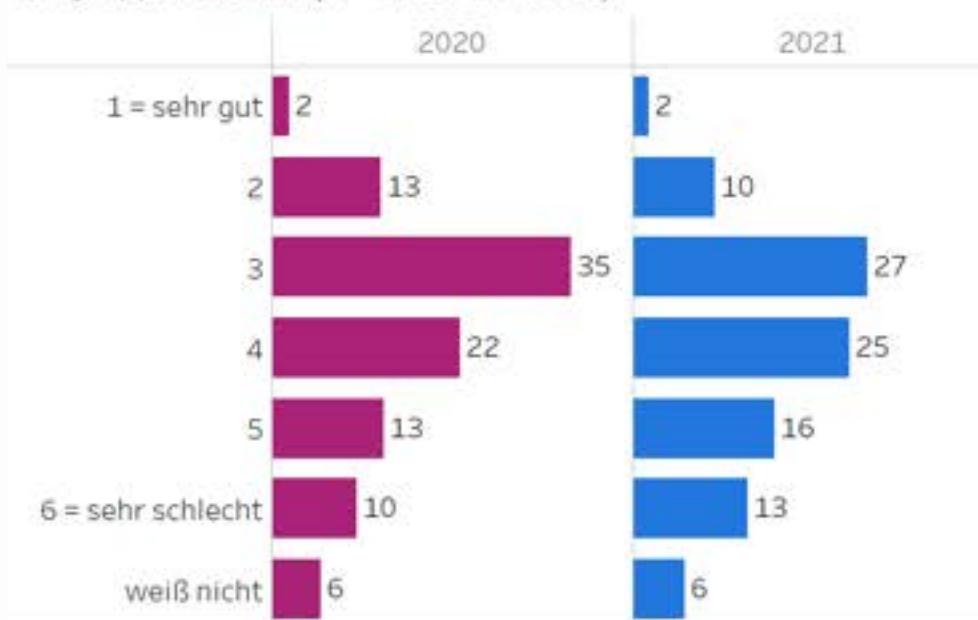
Zielgruppe: **Gesamt** (n = 1.038 bis 2.020)



ZUFRIEDENHEIT MIT INFORMATIONEN

Wie gut fühlen Sie sich persönlich über den Strukturwandel im Mitteldeutschen Revier informiert?

Zielgruppe: **Gesamt** (n = 1.038 bis 2.020)



Filterauswahl

Jahr

Alle

Studie

Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal
Mehrere Werte

Zielgruppe
Gesamt

Angaben in %



METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND

MAS Partners
data driven decisions

Ø 3,6

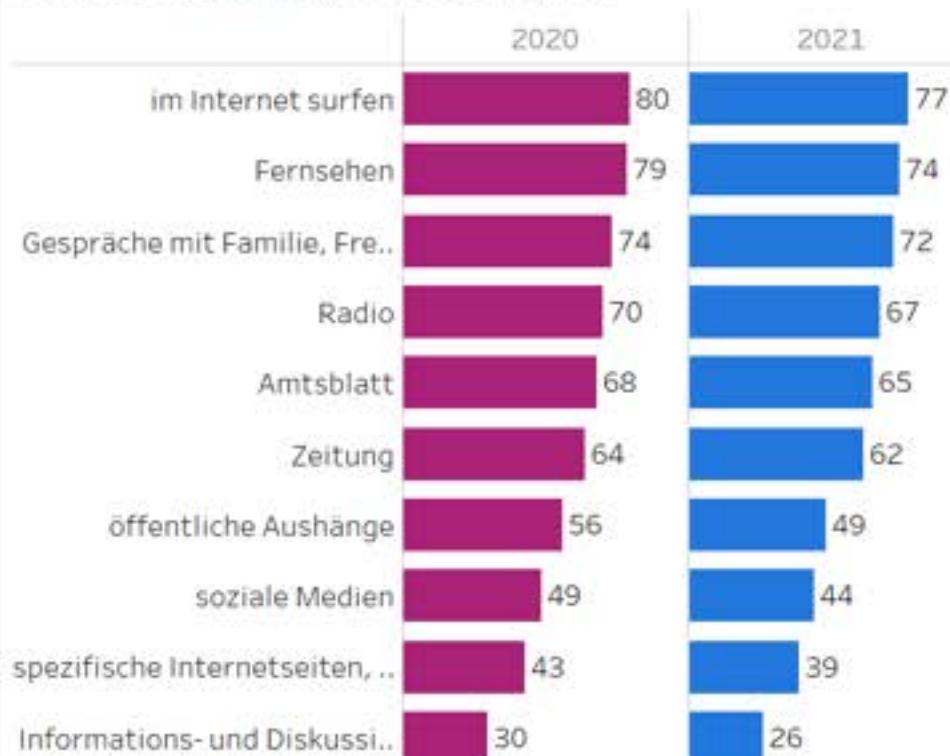
Ø 3,9

INFORMATIONSVERHALTEN

INFORMATIONSQUELLEN

Welche Quellen würden Sie nutzen, um sich über den Wandel im Mitteldeutschen Revier zu informieren?

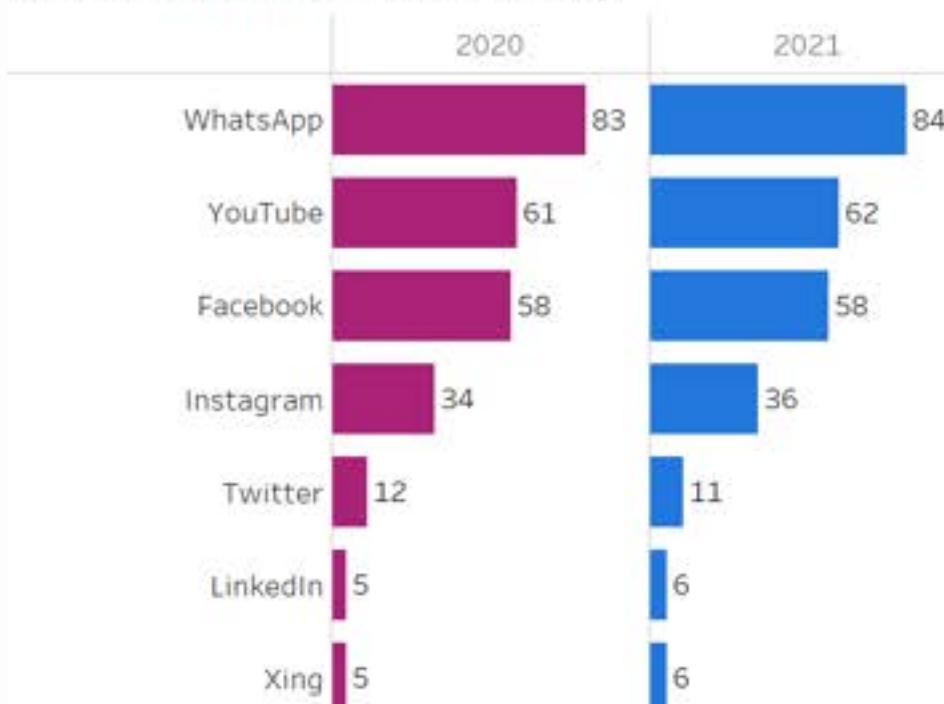
Zielgruppe: **Gesamt** (n = 1.038 bis 2.020)



ONLINE-COMMUNITIES

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

Zielgruppe: **Gesamt** (n = 1.038 bis 2.020)



Filterauswahl

Jahr

Alle

Studie

Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal
Mehrere Werte

Zielgruppe
Gesamt

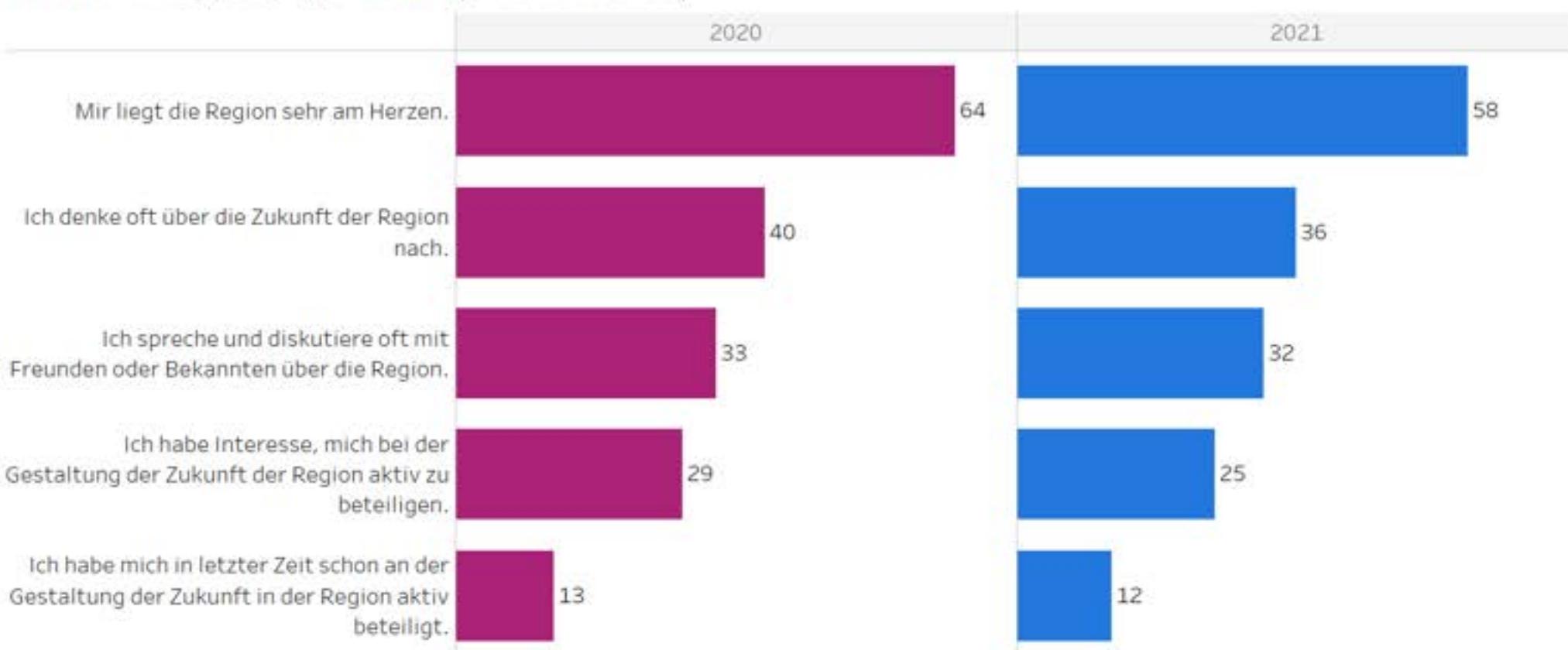
Angaben in %

ENGAGEMENT

Wie sehr stimmen Sie folgenden Aussagen über das Mitteldeutsche Revier zu?

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

TOP2-Bewertung | Zielgruppe: **Gesamt** (n = 1.038 bis 2.020)



Filterauswahl

Jahr

Alle

Studie

Bevölkerung

Zielgruppenmerkmal
Mehrere Werte

Zielgruppe
Gesamt

Bewertungsdimension
TOP2

Angaben in %



METROPOLREGION
MITTELDEUTSCHLAND

MAS Partners
data driven decisions