

Ergebnisse der 2. Bürgerbefragung im Rahmen der Sauberkeitsinitiative

Mai 2014

- **Untersuchungsrahmen**
- **Untersuchungsmethodik**
- **Ergebnisse (Auszug)**
 - Befragungsergebnisse 2014
 - Vergleich 2009 und 2014
 - Clustervergleiche
- **Zusammenfassung**

Untersuchungsrahmen (1)

- **Evaluation** des Sauberkeitsprojektes „Rund um den Marktplatz Berliner Straße“ macht Überprüfung Situation vor und nach dem Projekt erforderlich
- Die erste Befragung fand im **Mai/Juni 2009**, die zweite Befragung im **März/April 2014** statt
- Gegenstand der **Bürgerbefragung** sind Zufriedenheit, subjektive Wahrnehmung von Sauberkeit und Ordnung, Verhalten im öffentlichen Raum und Engagement
- Befragt wurden Passanten im Projektgebiet und damit i. W. **Bewohner des Viertels** rund um den Marktplatz Berliner Straße
- Die Befragung erfolgte durch von INFA-ISFM eingewiesene **Interviewer** (Leitfaden / Schulung)

Untersuchungsrahmen (2)

- Zielsetzung ist die **Messung von Verbesserungen** bei Indikatoren für
 - Engagement
 - Nutzung des öffentlichen Raums
 - Zufriedenheit
 - Sauberkeitim Rahmen der 2. Bürgerbefragung
- Des Weiteren sollen Erkenntnisse über den Bekanntheitsgrad der Initiative und deren Aktionen abgefragt werden, um Rückschlüsse auf deren **Zielerreichung** zu erhalten

- **Untersuchungsrahmen**
- **Untersuchungsmethodik**
- **Ergebnisse (Auszug)**
 - Befragungsergebnisse 2014
 - Vergleich 2009 und 2014
 - Clustervergleiche
- **Zusammenfassung**

- Es wurden bei der 2. Bürgerbefragung **13 Fragen** gestellt wobei auch Interviews in türkischer Sprache möglich waren
- Es wurden Befragungen über den **ganzen Tag** verteilt durchgeführt
- Die Interviewer bewegten sich im **gesamten Viertel** (Straßeninterviews)
- Die **statistischen Parameter** (Alter, Geschlecht, Nationalität etc.) wurden nach dem Interview subjektiv vom Interviewer ergänzt, um die Interviewzeit möglichst kurz zu halten
- Die Ergebnisse wurden in einem dreiseitigen **Papierfragebogen** dokumentiert
- Die Interviewbögen wurden von **INFA-ISFM** ausgewertet

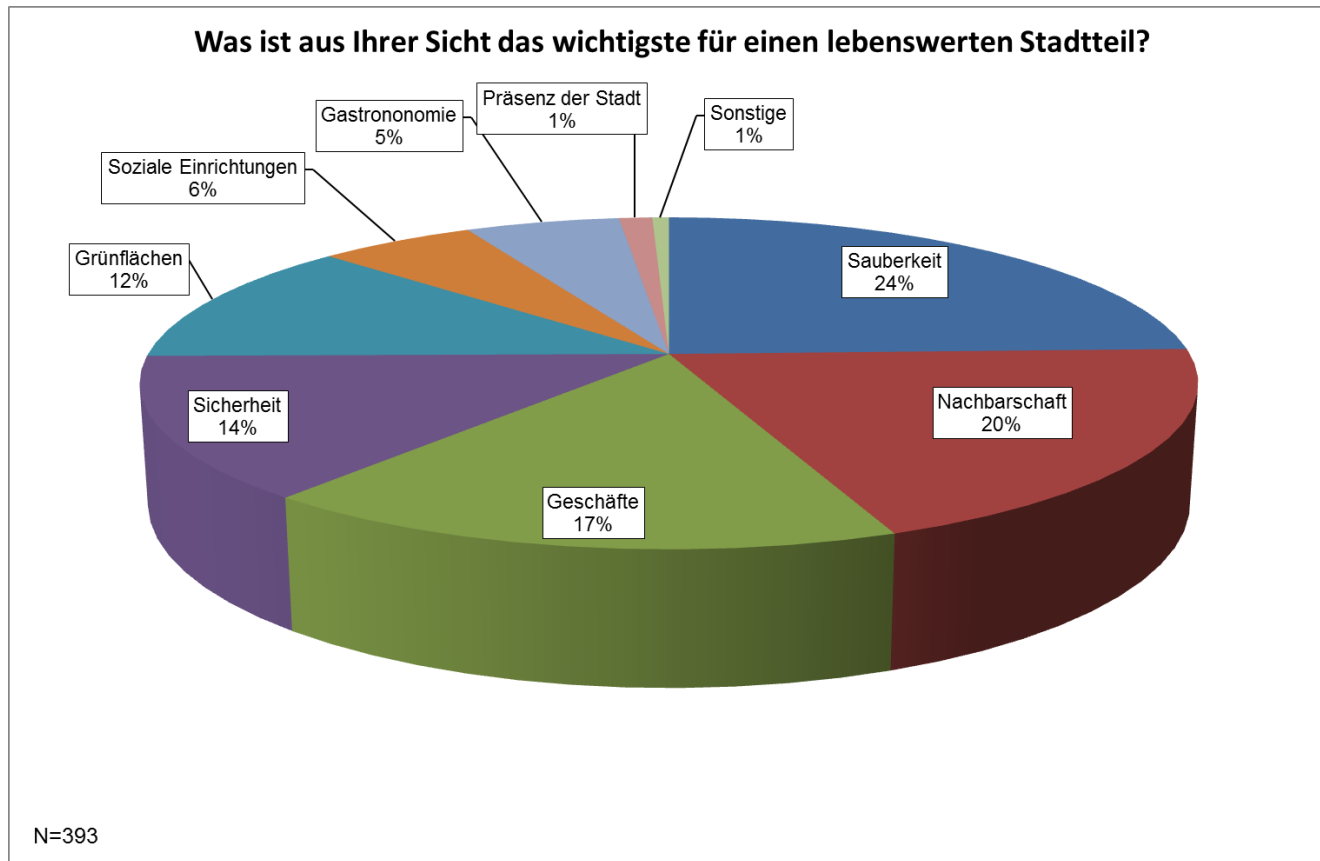
- **Angaben zur Grundgesamtheit**

- Es wurden **393 Interviews** geführt
 - Bei 5.234 Bewohnern im Viertel ist dies ein Anteil von 7,5 %.
- Der Anteil von interviewten Frauen liegt bei 51,4 %
 - Der Frauenanteil ist etwas überhöht (Grundgesamtheit 47,2 %)
- Der Anteil der befragten Mitbewohner mit türkischem Migrationshintergrund liegt bei 20 %
 - Der Anteil ist etwas zu niedrig (Grundgesamtheit 25 %)
 - Der Anteil der deutschen Befragten liegt mit 52 % nahe an der Zielmarke von 55 %.
- Nachfolgend ist eine **Auswahl aus der Gesamtauswertung** dargestellt

- Untersuchungsrahmen
- Untersuchungsmethodik
- **Ergebnisse (Auszug)**
 - Befragungsergebnisse 2014
 - Vergleich 2009 und 2014
 - Clustervergleiche
- Zusammenfassung

Befragungsergebnisse 2014

Wohlfühlempfinden im Viertel

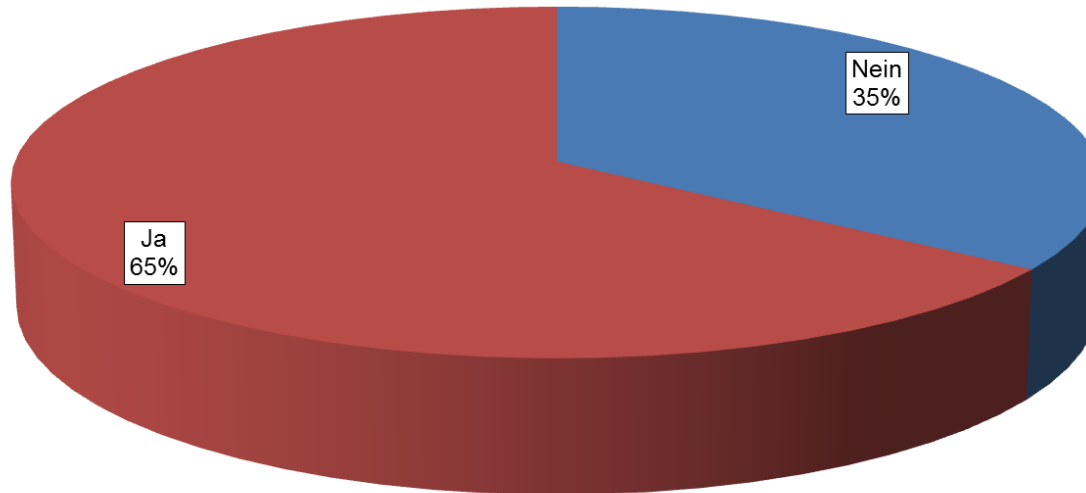


- Sauberkeit und Nachbarschaft sind die wichtigsten Komponenten der Befragten
- Präsenz der Stadt und Gastronomie spielen keine wichtige Rolle

Befragungsergebnisse 2014

Bekanntheit der Sauberkeitsinitiative „Hallo Nachbar“

Haben Sie schon von der Sauberkeitsinitiative
"Hallo Nachbar" gehört?



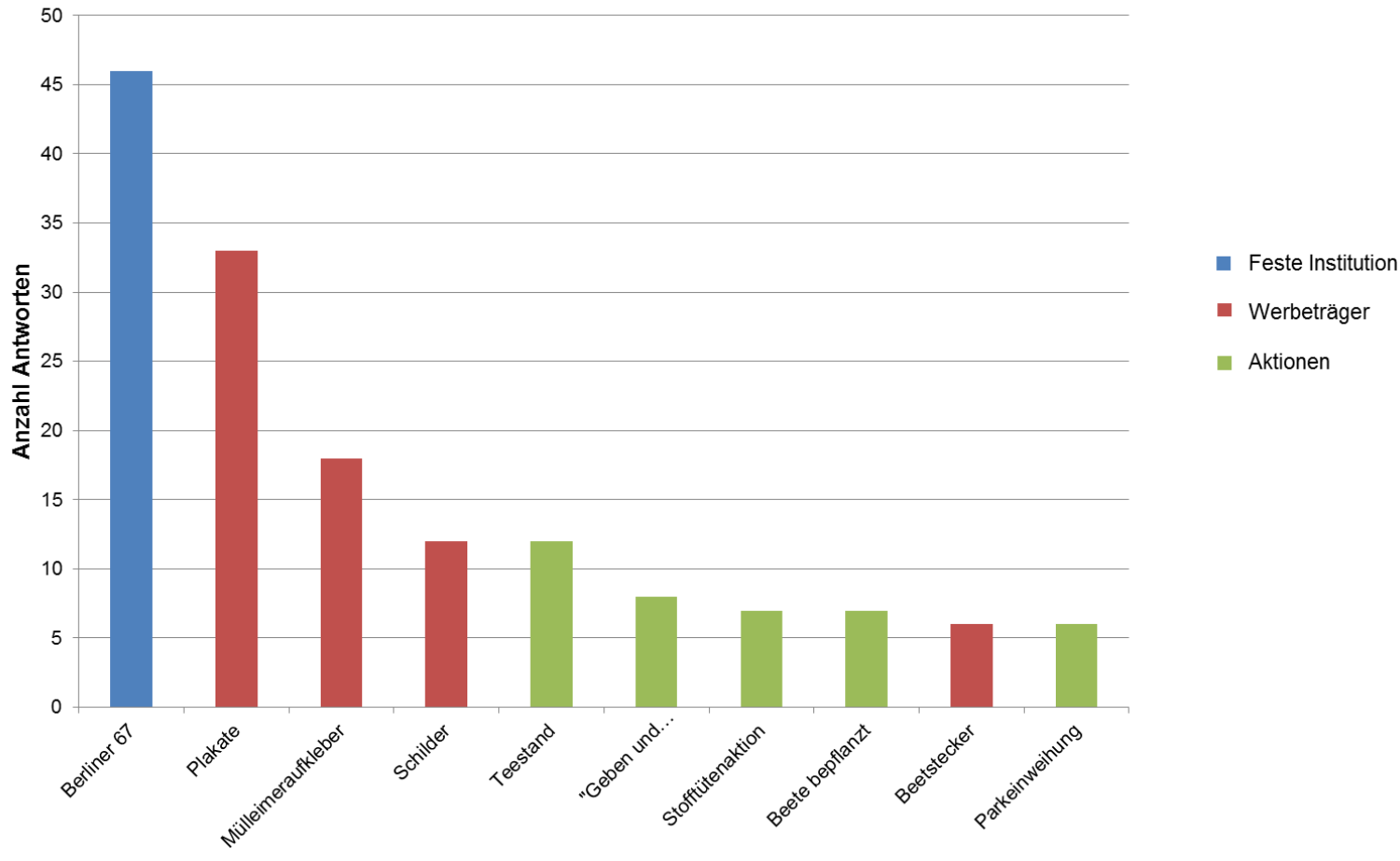
N=393

➤ 65 % der Anwohner ist im Frühjahr 2014 die Initiative bekannt

Befragungsergebnisse 2014

Bekanntheit der Sauberkeitsinitiative „Hallo Nachbar“

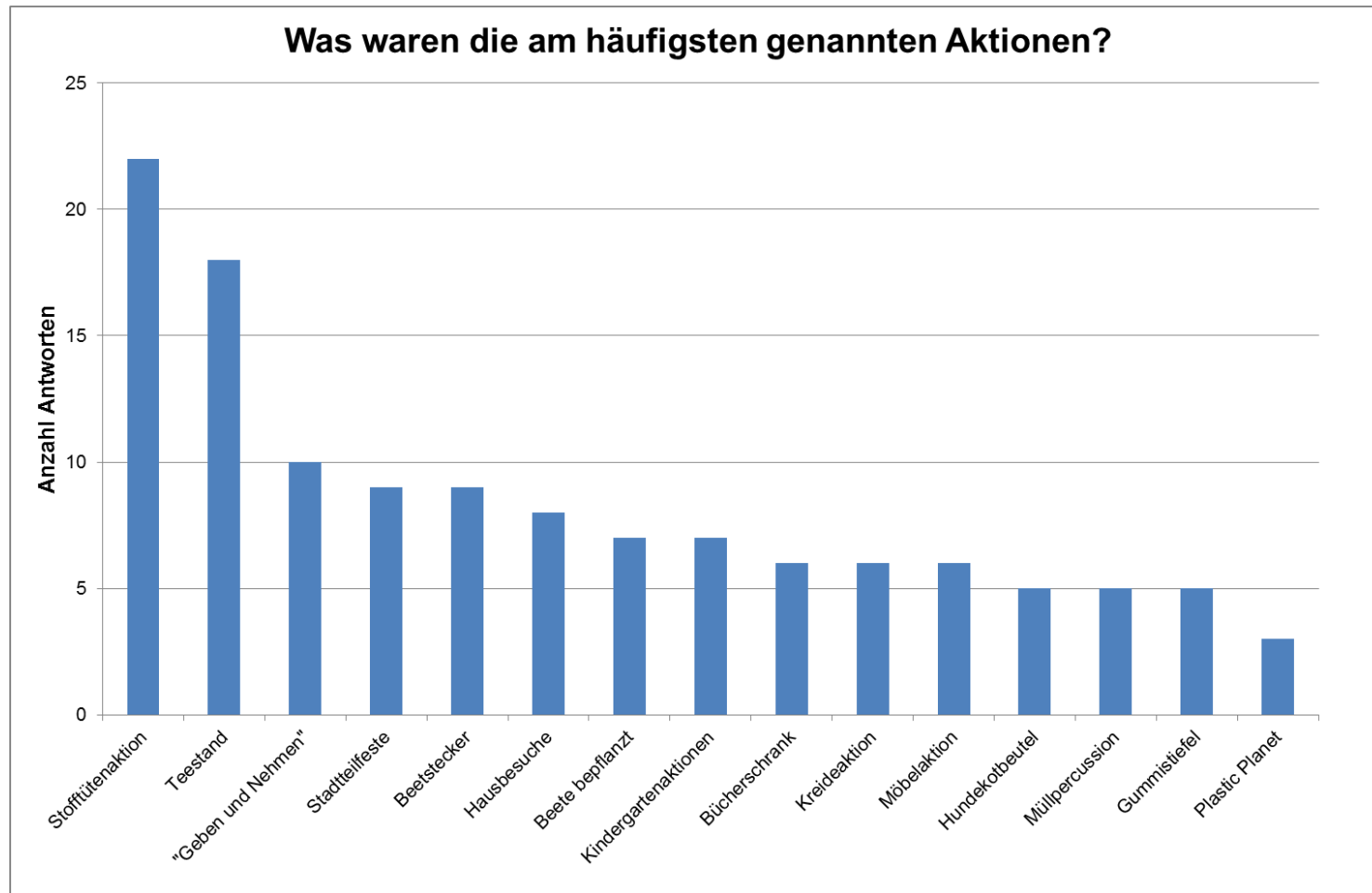
Was fällt Ihnen spontan als erstes zu der Initiative ein?



➤ Berliner 67 ist das Gesicht der Initiative

Befragungsergebnisse 2014

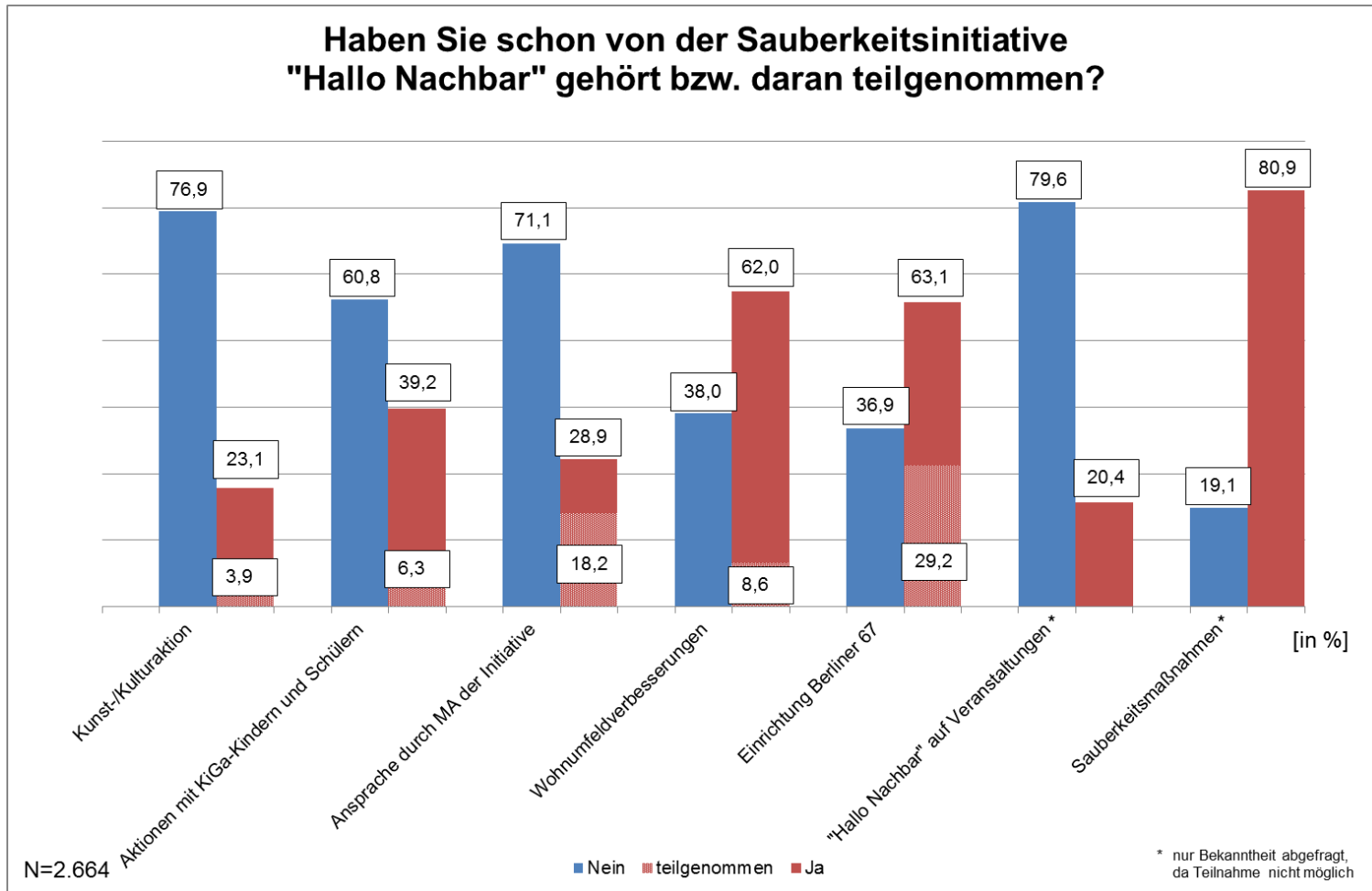
Bekanntheit der Sauberkeitsinitiative „Hallo Nachbar“



➤ Bei den Aktionen ist der Teestand gut in Erinnerung geblieben

Befragungsergebnisse 2014

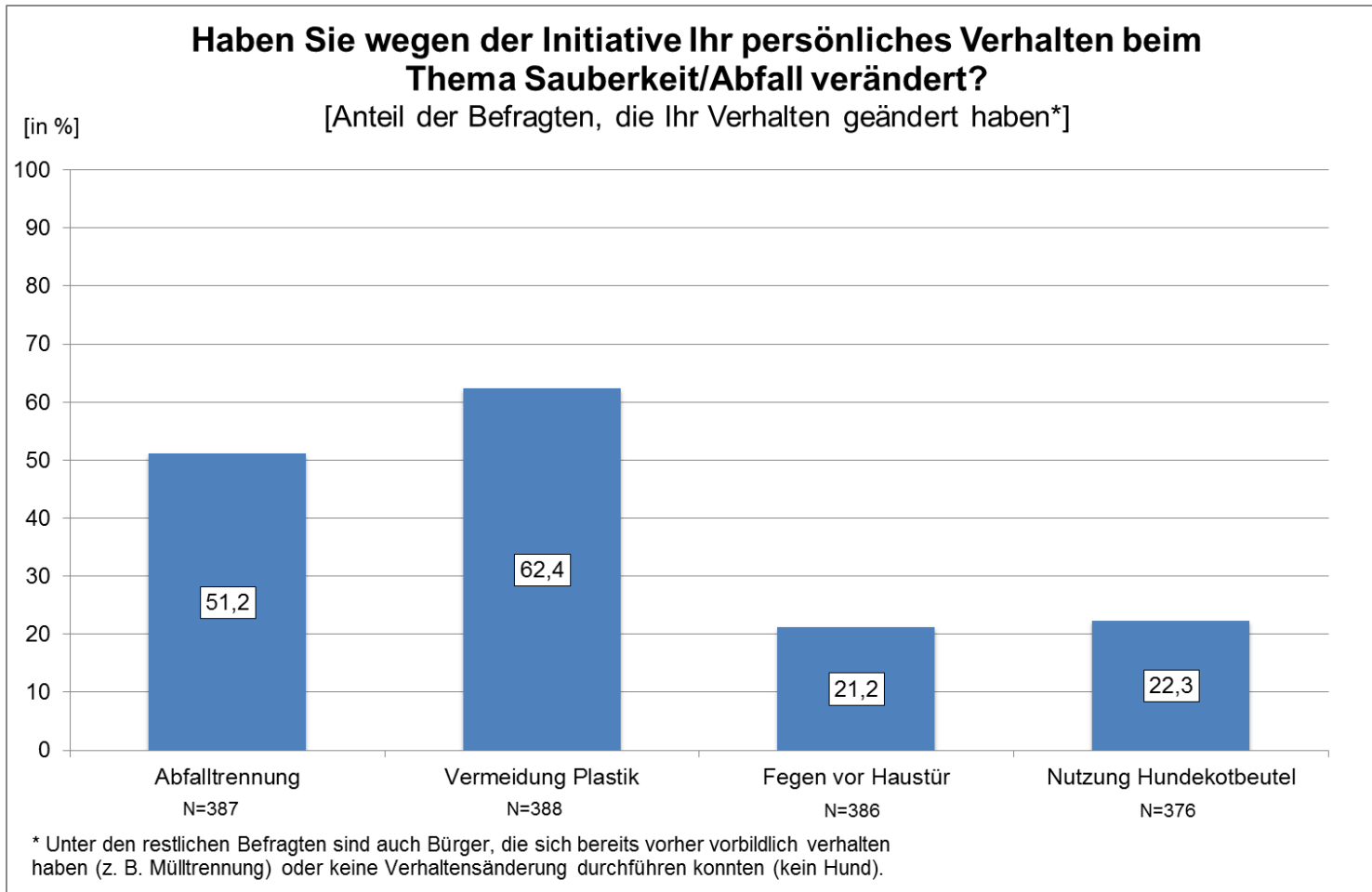
Bekanntheit der Sauberkeitsinitiative „Hallo Nachbar“



➤ Sauberkeitsmaßnahmen am bekanntesten

Befragungsergebnisse 2014

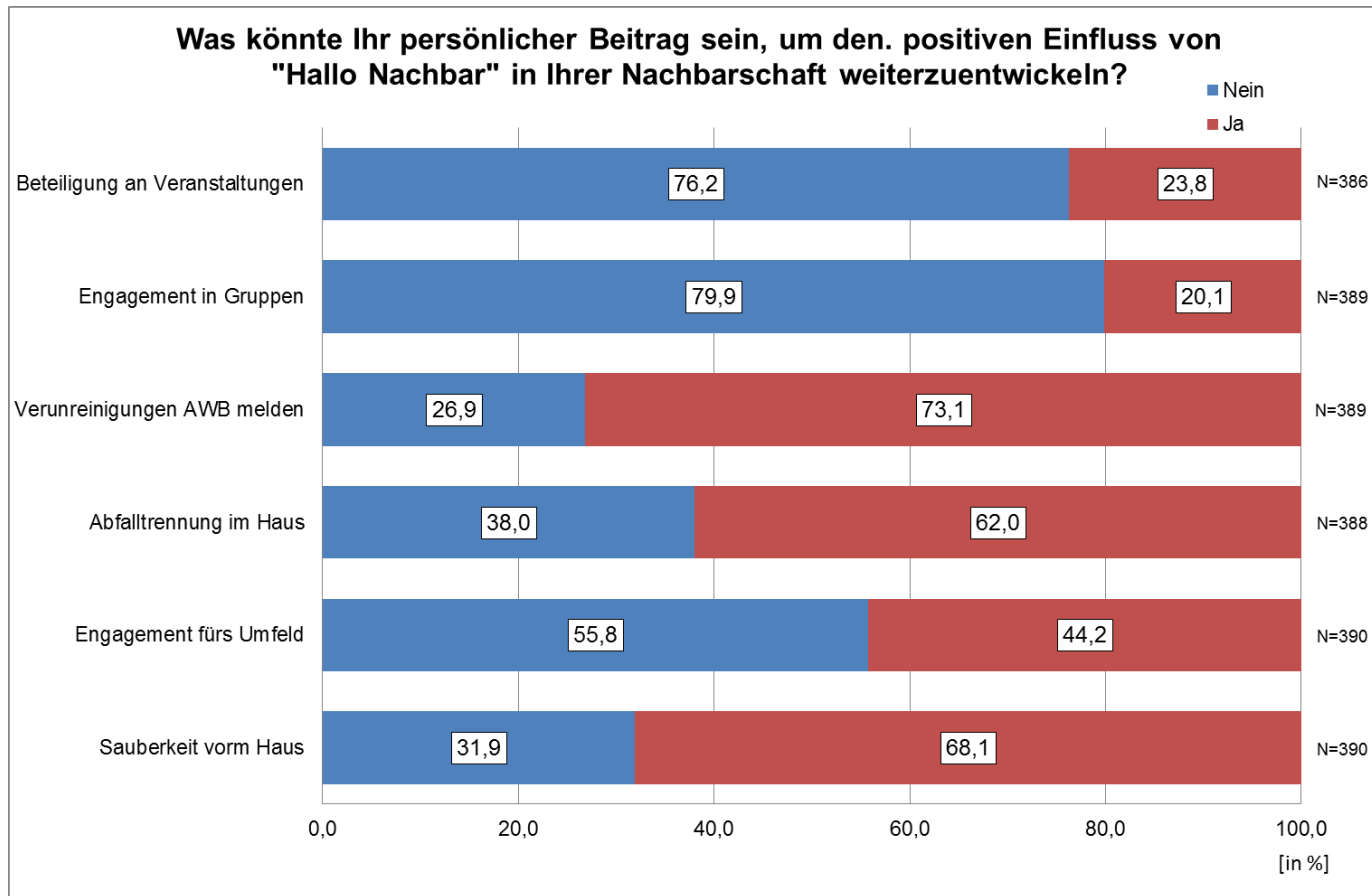
Bekanntheit der Sauberkeitsinitiative „Hallo Nachbar“



➤ Verhaltensänderungen werden mitgeteilt

Befragungsergebnisse 2014

Weiterentwicklung der Sauberkeitsinitiative „Hallo Nachbar“

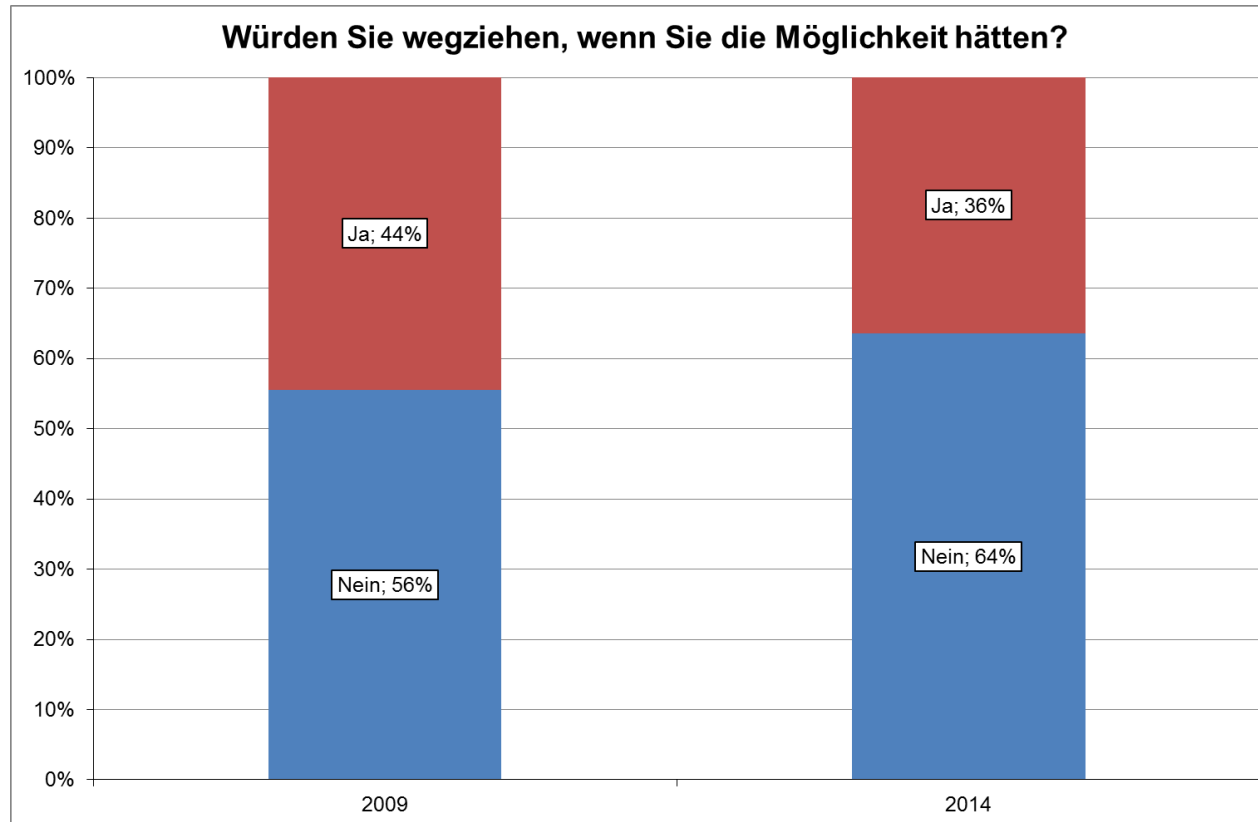


- Mit „Verunreinigungen AWB melden“, „Abfalltrennung im Haus“ und „Sauberkeit vorm Haus“ wurden vor allem Punkte genannt, die wenig zeitaufwendig sind

- Untersuchungsrahmen
- Untersuchungsmethodik
- **Ergebnisse (Auszug)**
 - Befragungsergebnisse 2014
 - Vergleich 2009 und 2014
 - Clustervergleiche
- Zusammenfassung

Vergleich Befragungen 2009 und 2014

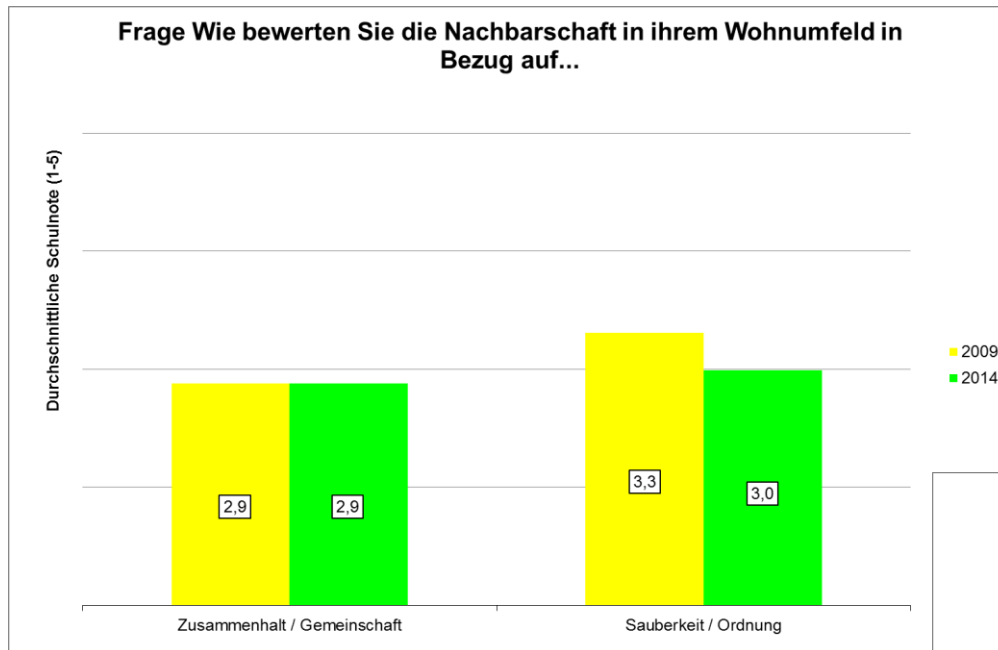
Wohlfühlempfinden im Viertel



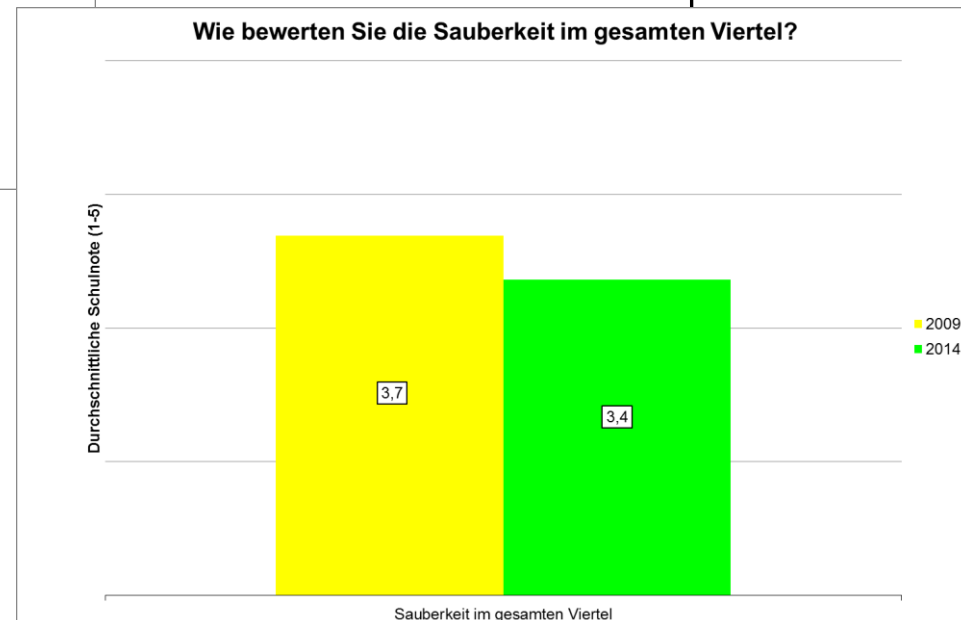
- **Wohlfühlempfinden im Viertel ist leicht gestiegen**
 - Anteil der Befragten, die wegziehen würden hat sich im Vergleich zu 2009 um 8 %-Punkte verringert

Vergleich Befragungen 2009 und 2014

Sauberkeit im Viertel

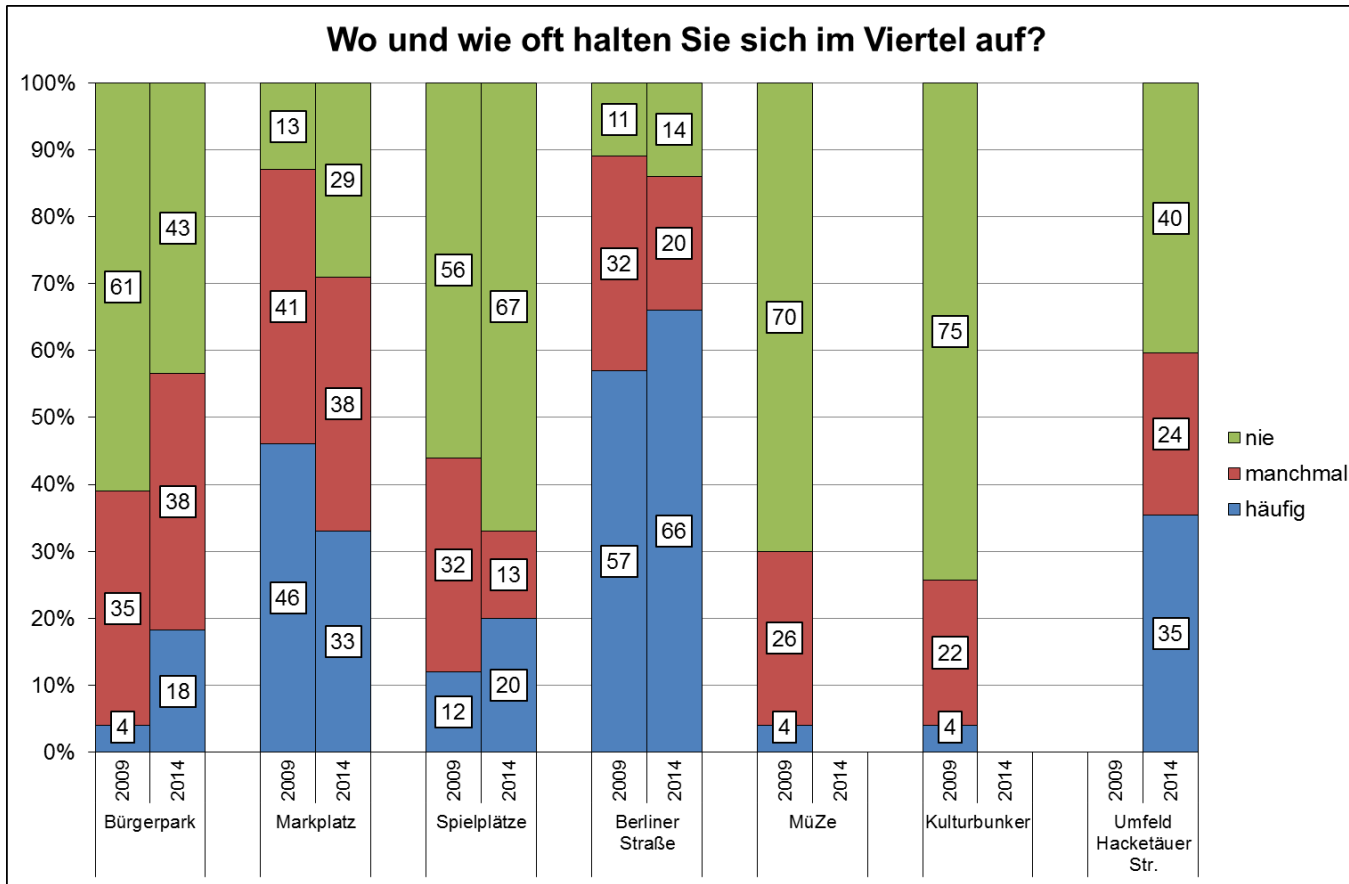


- Bewertung von Sauberkeit und Ordnung hat sich verbessert



Vergleich Befragungen 2009 und 2014

Aufenthalt im Viertel



Aufenthalt

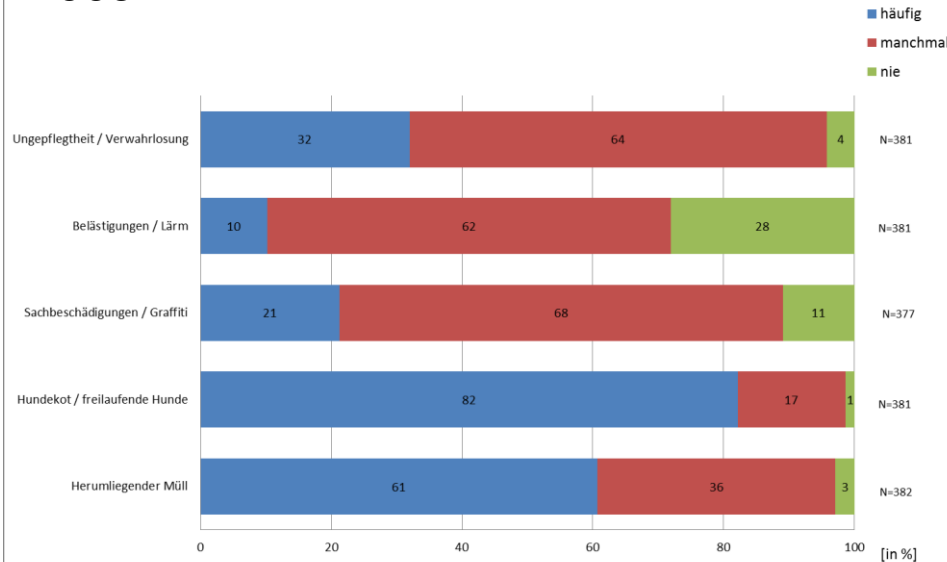
- im Bürgerpark und der Berliner Str. hat zugenommen
- auf dem Marktplatz hat abgenommen

Vergleich Befragungen 2009 und 2014

Störungen im Viertel

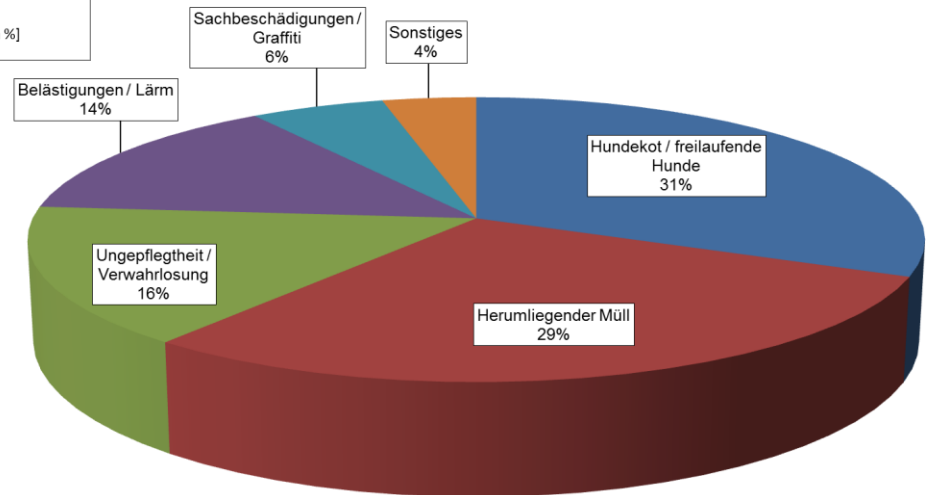
2009

Was stört Sie, wenn Sie im Viertel unterwegs sind?



- **Herumliegender Müll und Hundekot stört die Befragten nach wie vor am meisten**

Was stört Sie am meisten, wenn Sie im Viertel unterwegs sind ?

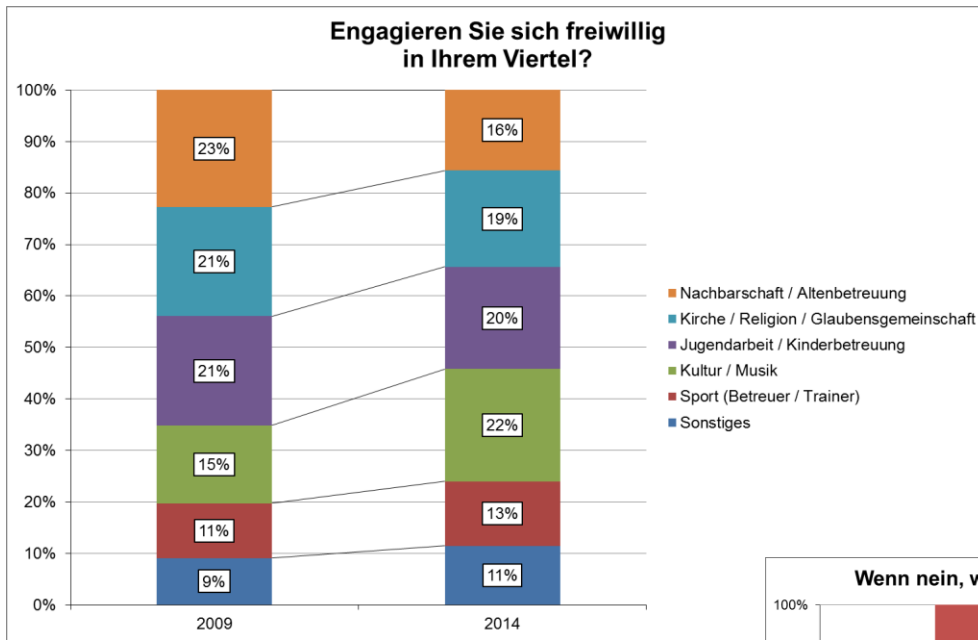


2014: Anteil der Nennungen

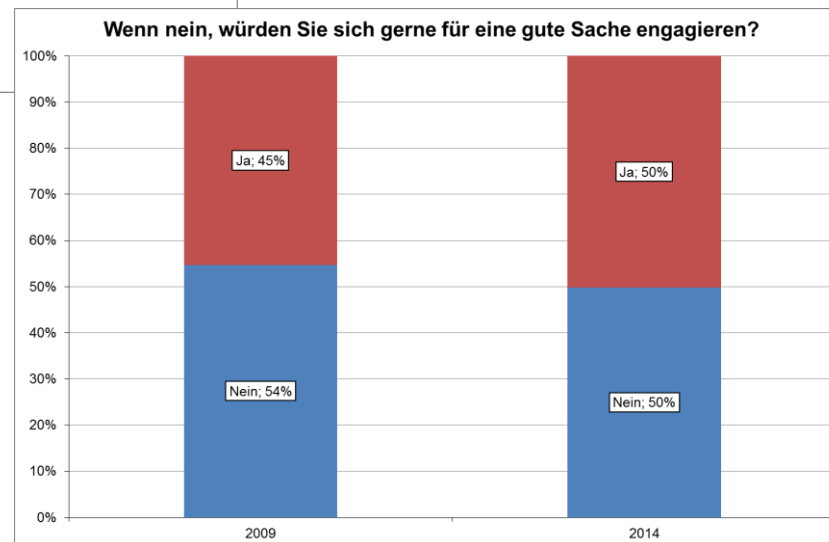
N=1.074

Vergleich Befragungen 2009 und 2014

Aufenthalt im Viertel



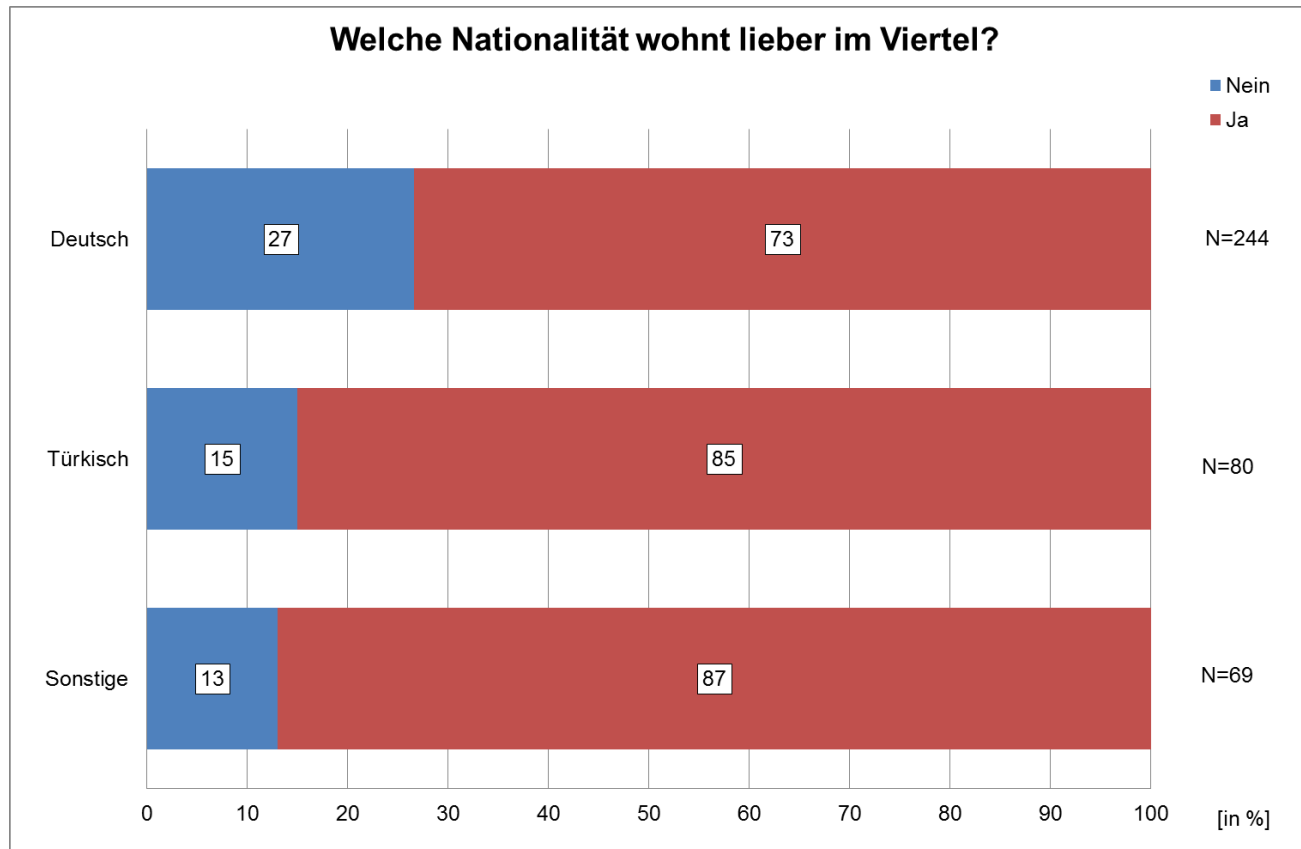
- Grds. Bereitschaft zum Engagement hat leicht zugenommen



- Untersuchungsrahmen
- Untersuchungsmethodik
- **Ergebnisse (Auszug)**
 - Befragungsergebnisse 2014
 - Vergleich 2009 und 2014
 - Clustervergleiche
- Zusammenfassung

Clusterabfragen

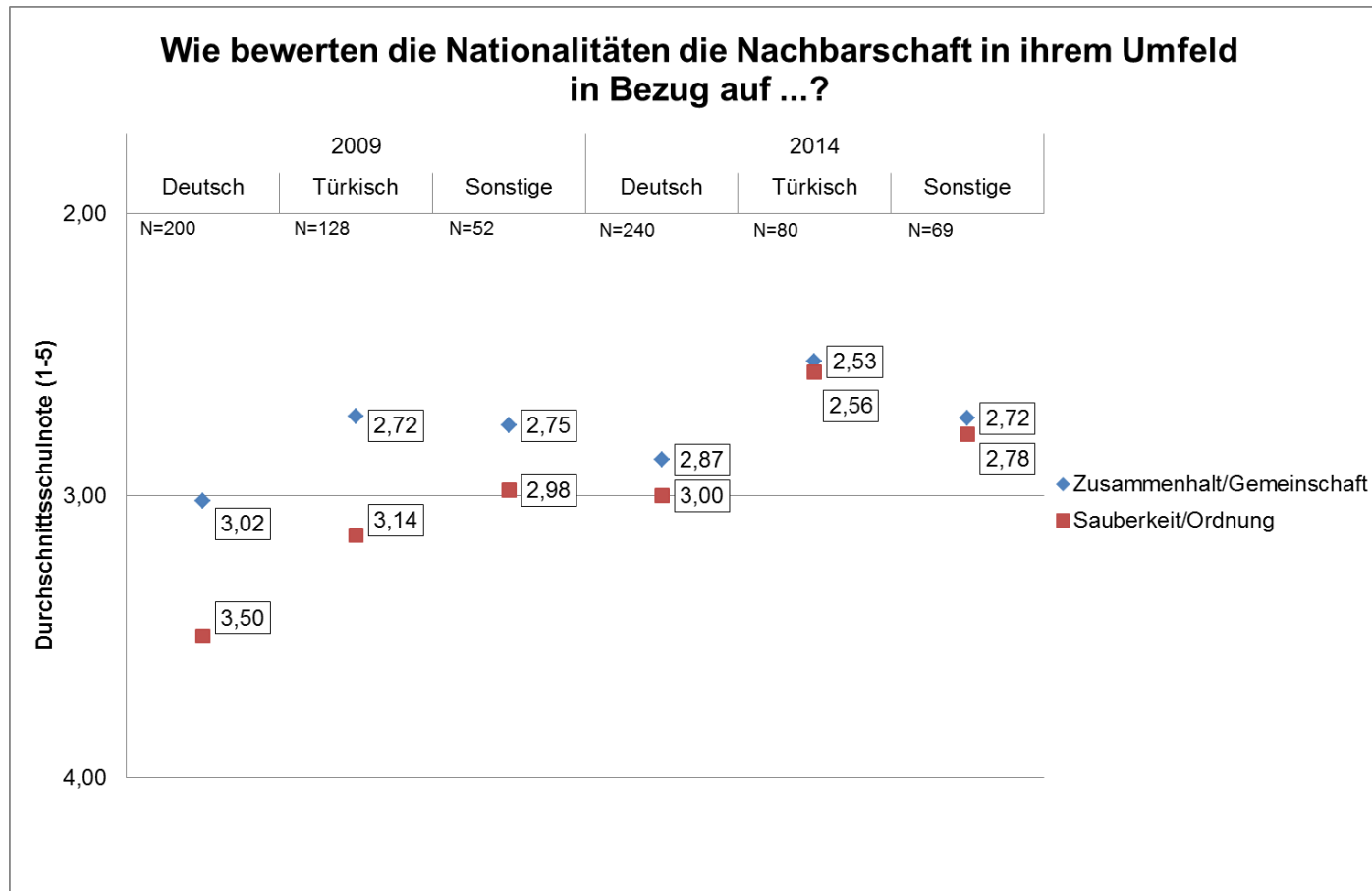
Wohlfühlempfinden



- Wohlfühlempfinden bei den Deutschen hat gegenüber 2009 (79 %) leicht abgenommen
- Bei den Türken (2009: 73 %) und Sonstigen (2009: 75 %) hat das Wohlfühlempfinden hingegen zugenommen

Clusterabfragen

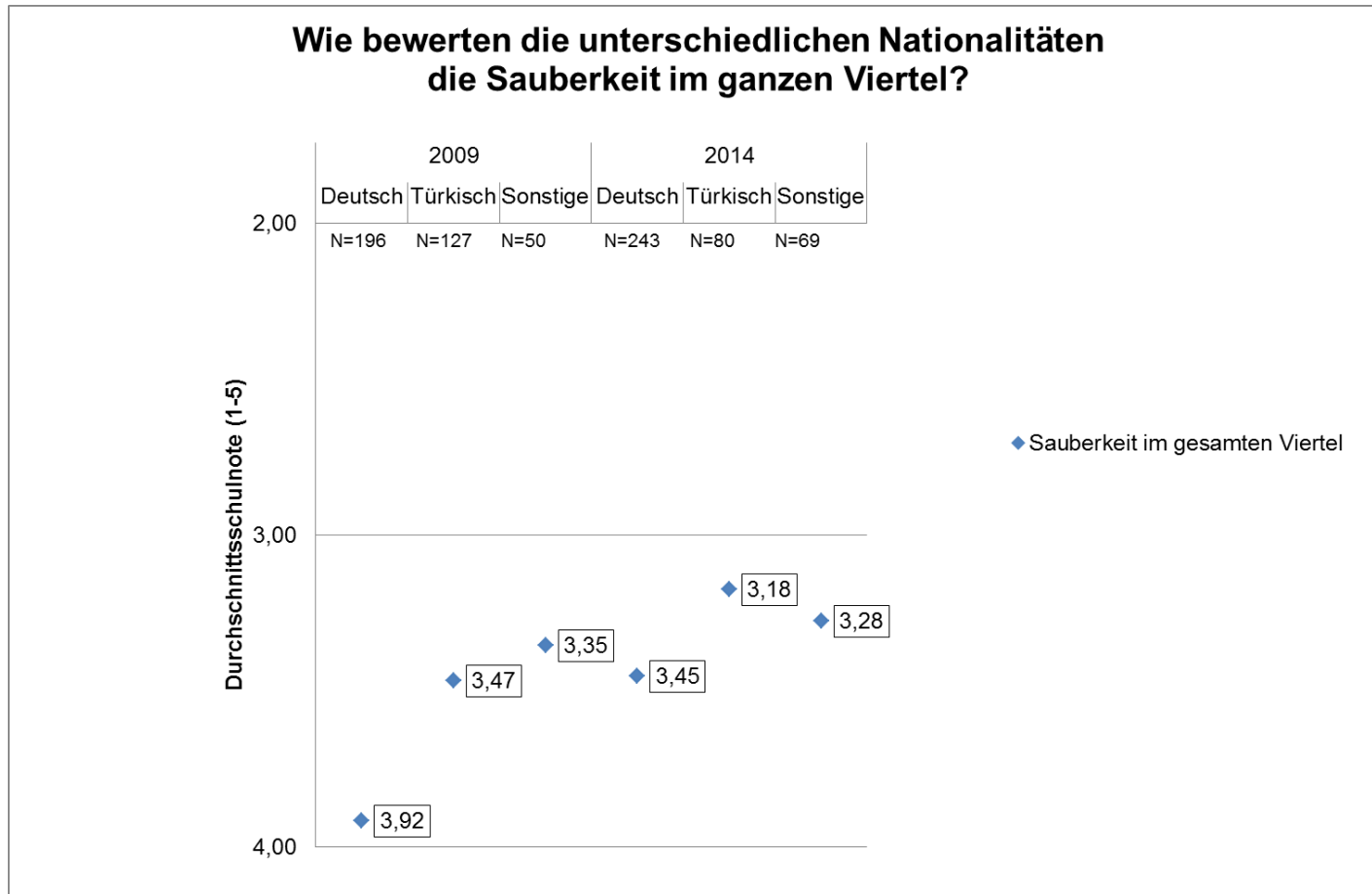
Umfeld



- Bewertungen aller Nationalitäten zu Zusammenhalt/Gemeinschaft und Sauberkeit/Ordnung sind gegenüber 2014 gestiegen
- Deutsche mit den schlechtesten Bewertungen der Ist-Situation

Clusterabfragen

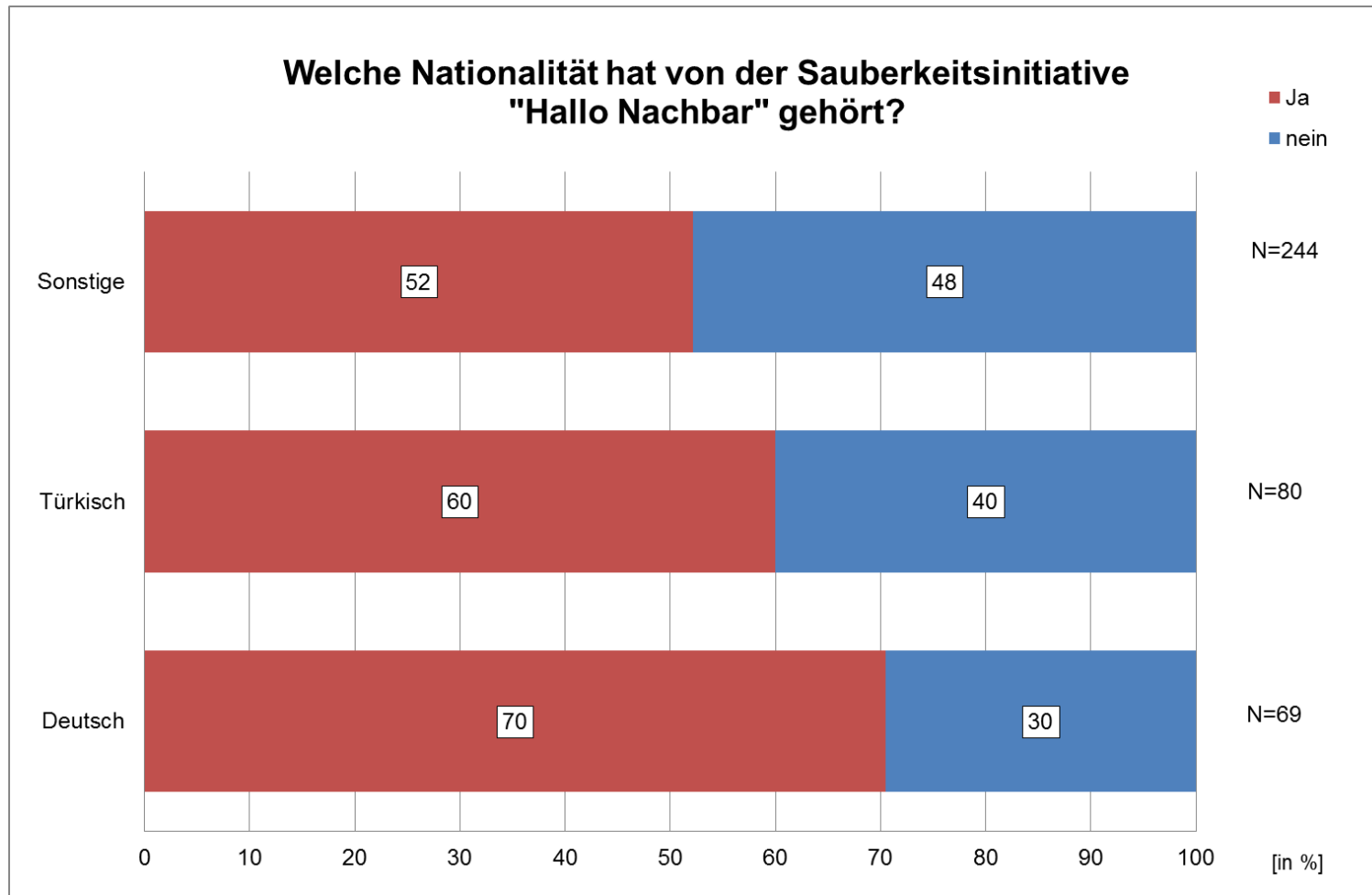
Sauberkeit im Viertel



- Bewertung der Nationalitäten der **Sauberkeit** im ganzen Viertel weisen ähnliche Tendenz wie vorherige Folie auf, allerdings auf geringem Niveau

Clusterabfragen

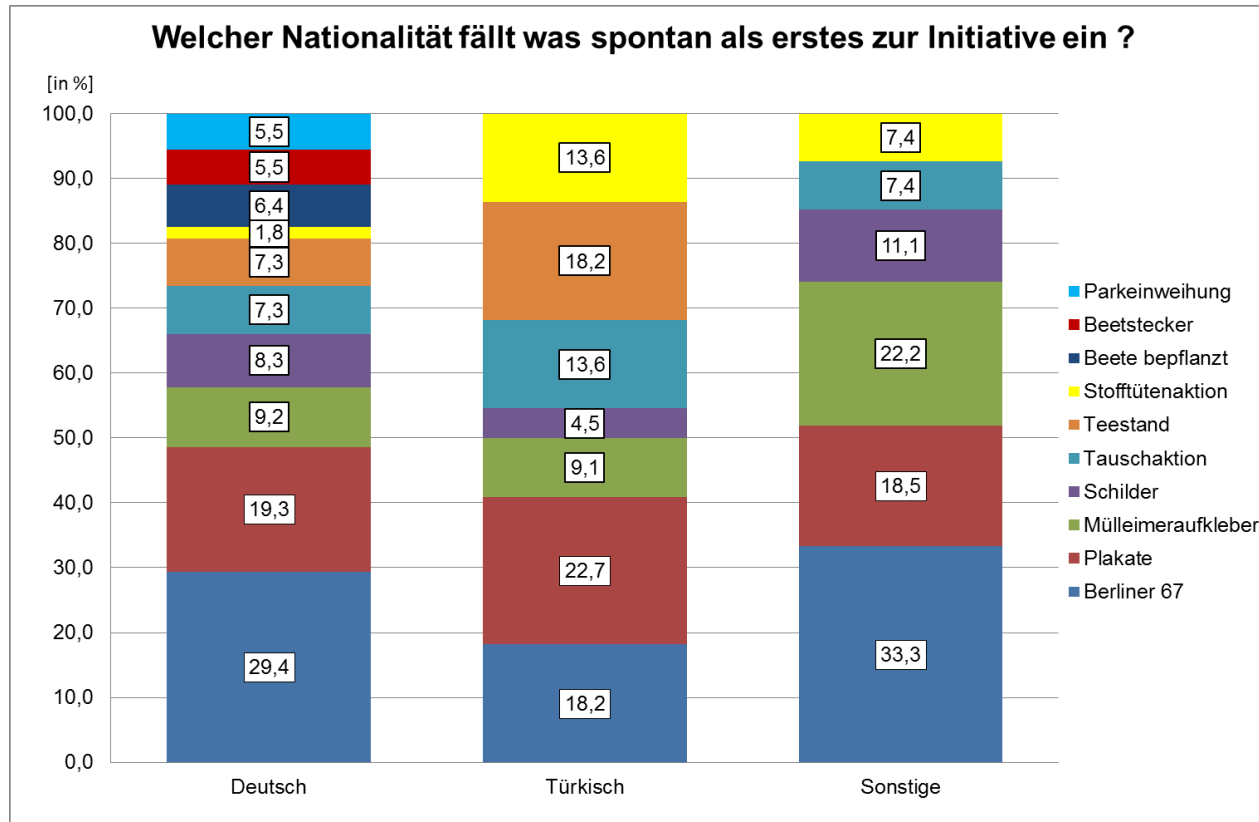
Bekanntheit der Sauberkeitsinitiative



- Bekanntheitsgrad nimmt von Deutschen (70 %) über Türken (60 %) bis zu sonstigen Anwohnern (50 %) ab

Clusterabfragen

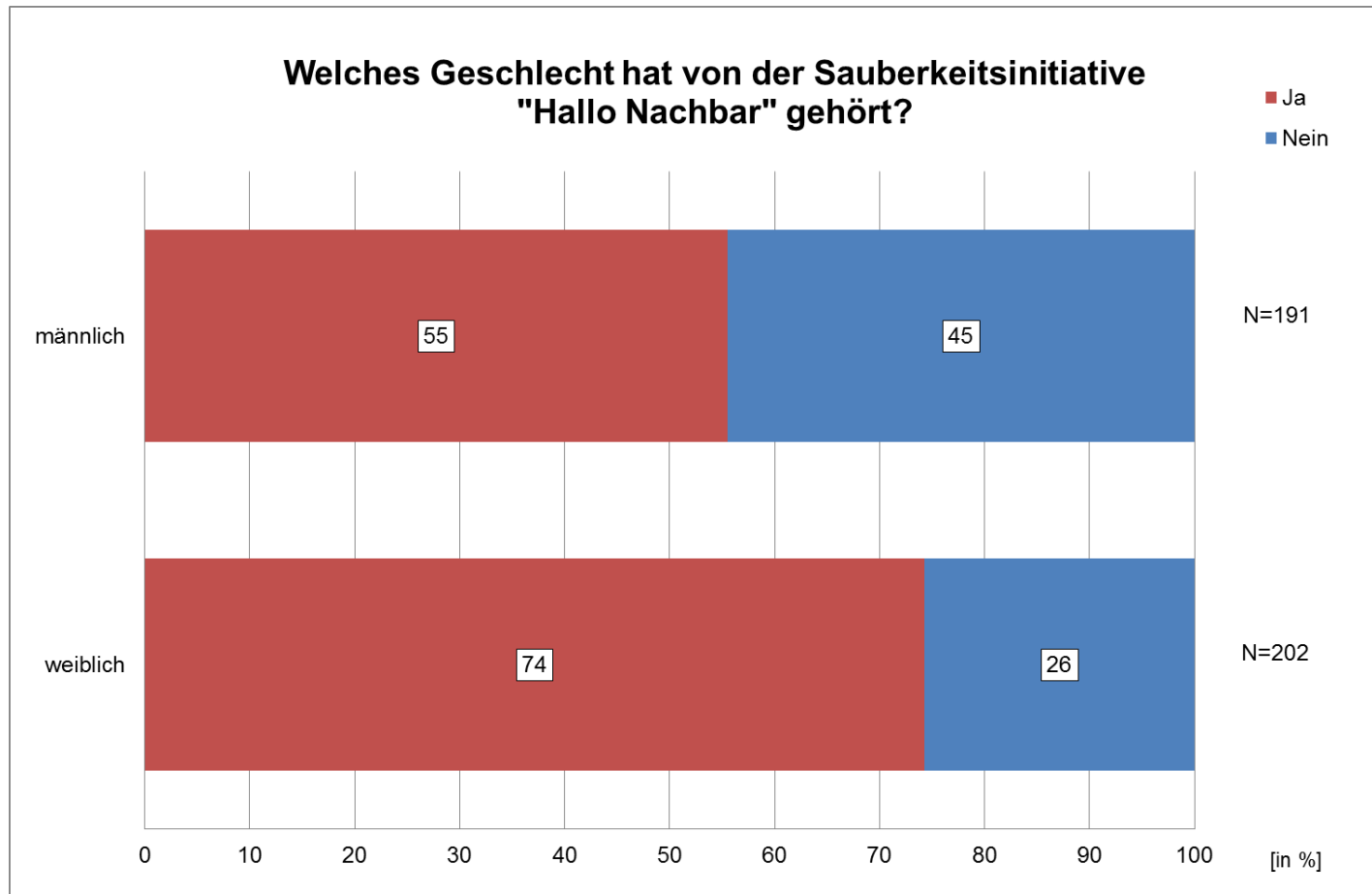
Bekanntheit der Sauberkeitsinitiative



- Sehr unterschiedliche spontane Nennungen bei Nationalitäten
 - Beetstecker nur von deutschen genannt
 - Stofftütenaktion bei Türken
 - Berliner 67 bei Sonstigen

Clusterabfragen

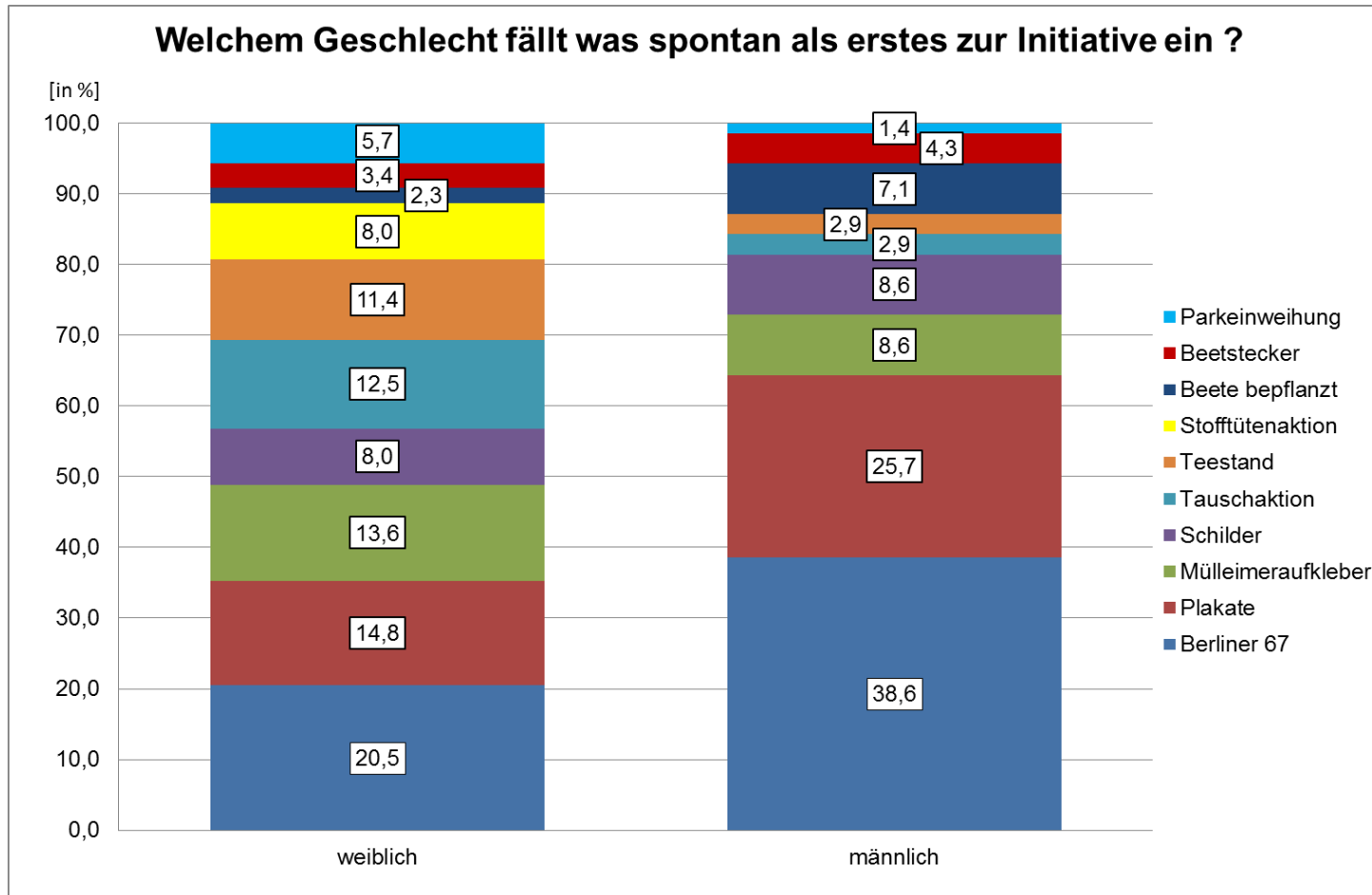
Bekanntheit der Sauberkeitsinitiative nach Geschlechtern



- Frauen haben deutlich öfter als Männer von der Sauberkeitsinitiative gehört

Clusterabfragen

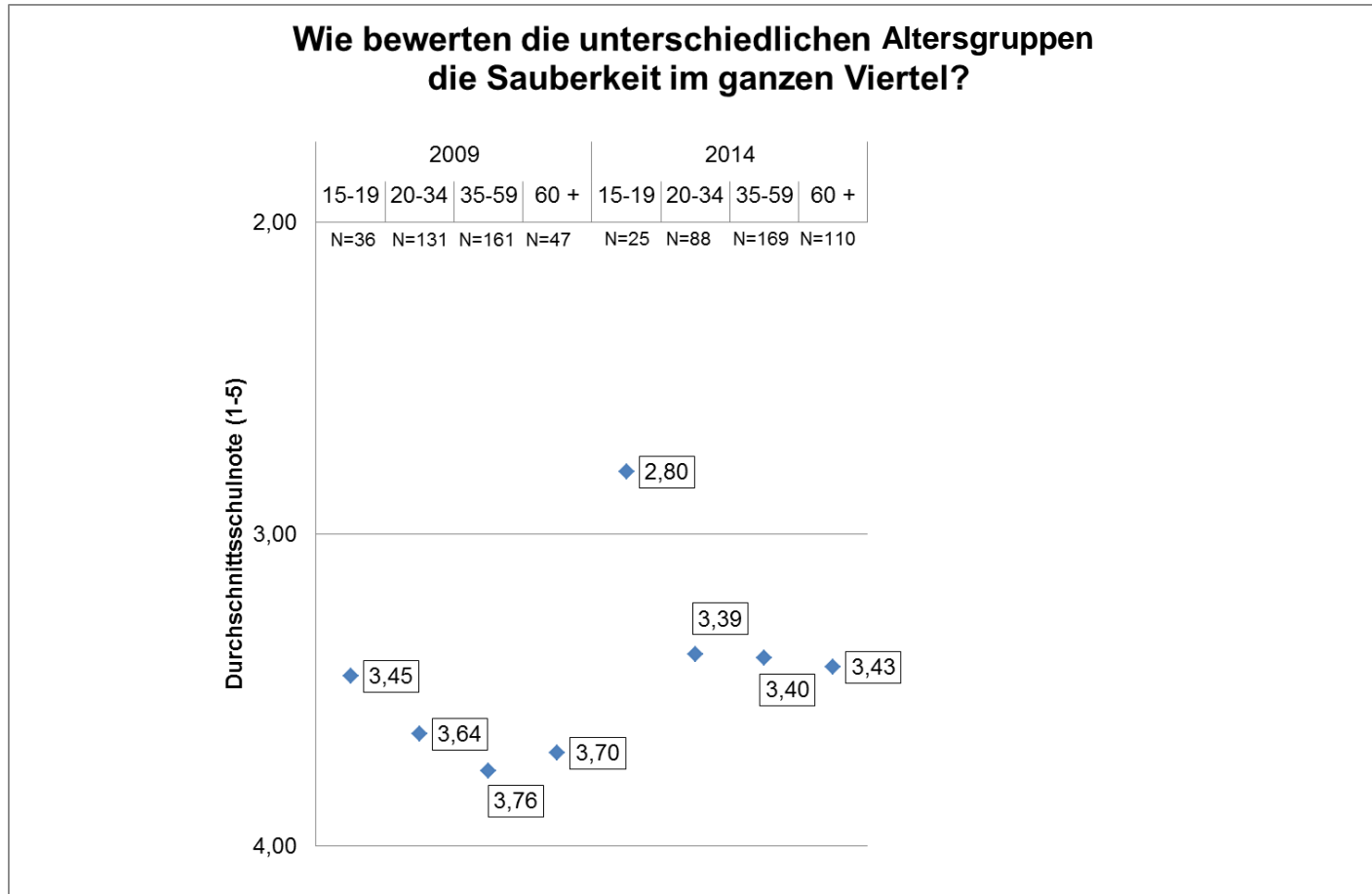
Bekanntheit der Sauberkeitsinitiative nach Geschlechtern



- Frauen verbinden auch mehr Aktionen mit der Sauberkeitsinitiative als Männer

Clusterabfragen

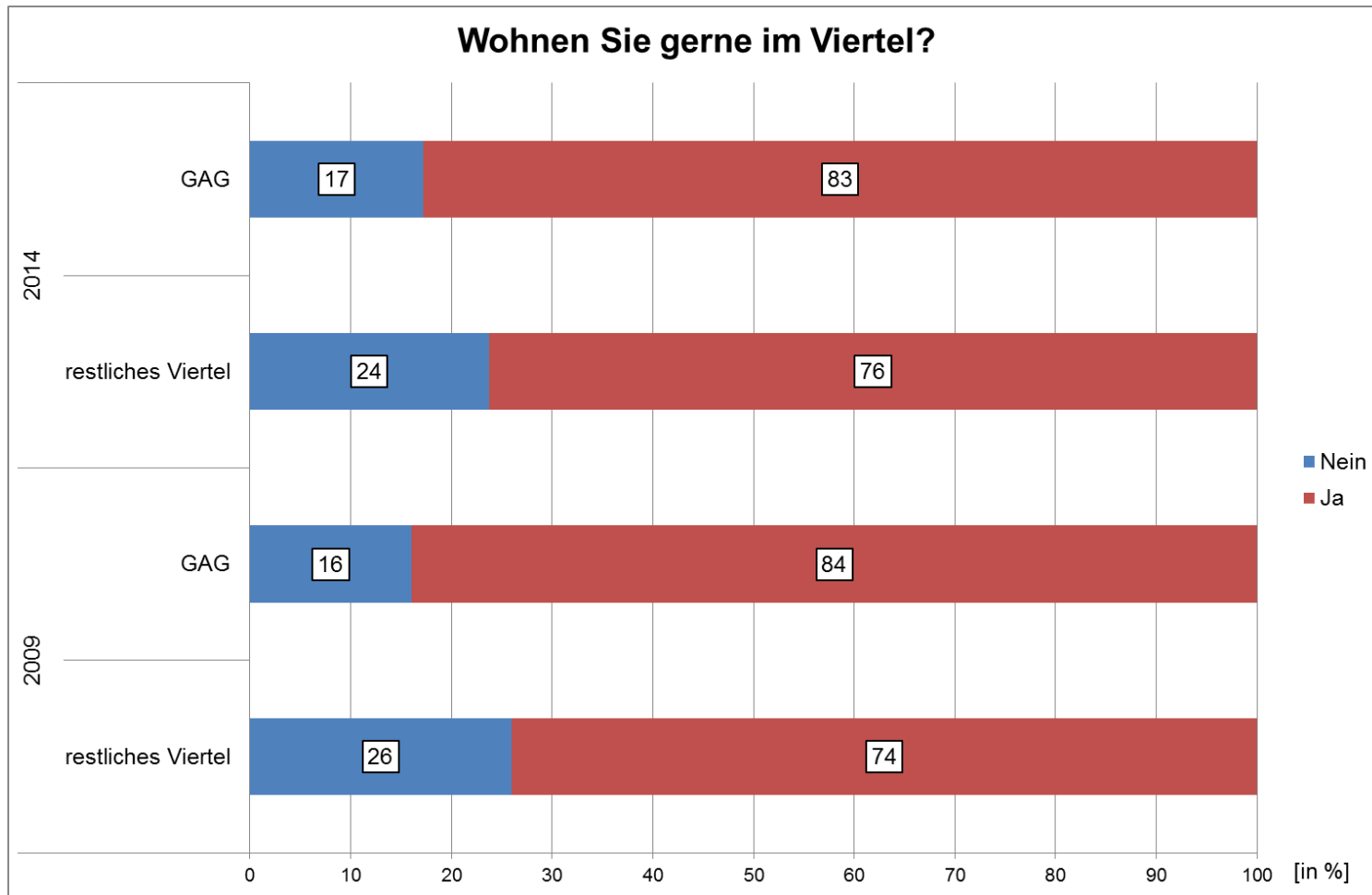
Bekanntheit der Sauberkeitsinitiative innerhalb der Altersgruppen



- Alle Altersgruppen bewerten die Sauberkeit im Vergleich zu 2009 positiver, insbesondere die jüngeren Befragten

Clusterabfragen

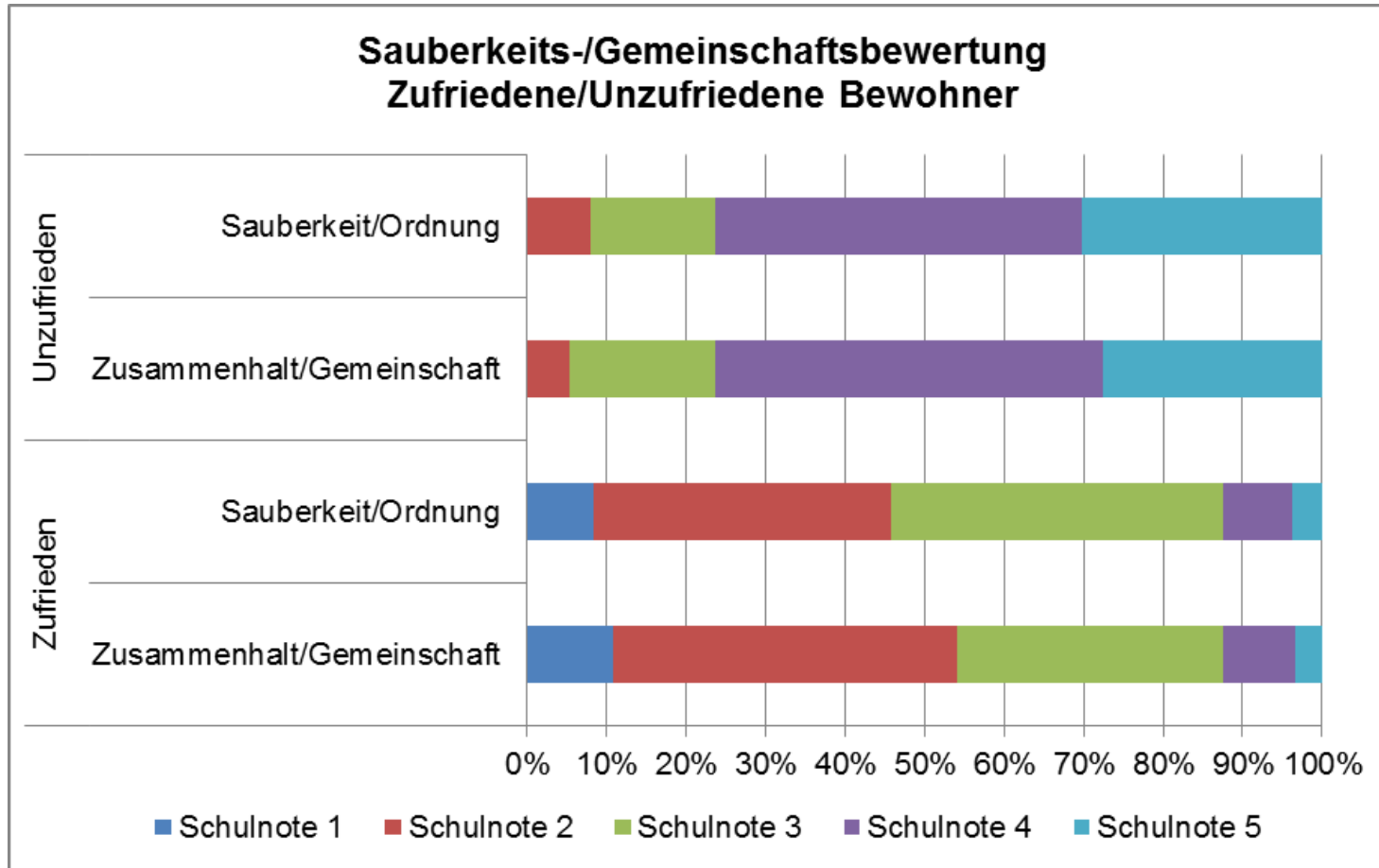
Bekanntheit der Sauberkeitsinitiative nach Wohnverhältnissen



➤ GAG-Bewohner nach wie vor am zufriedensten

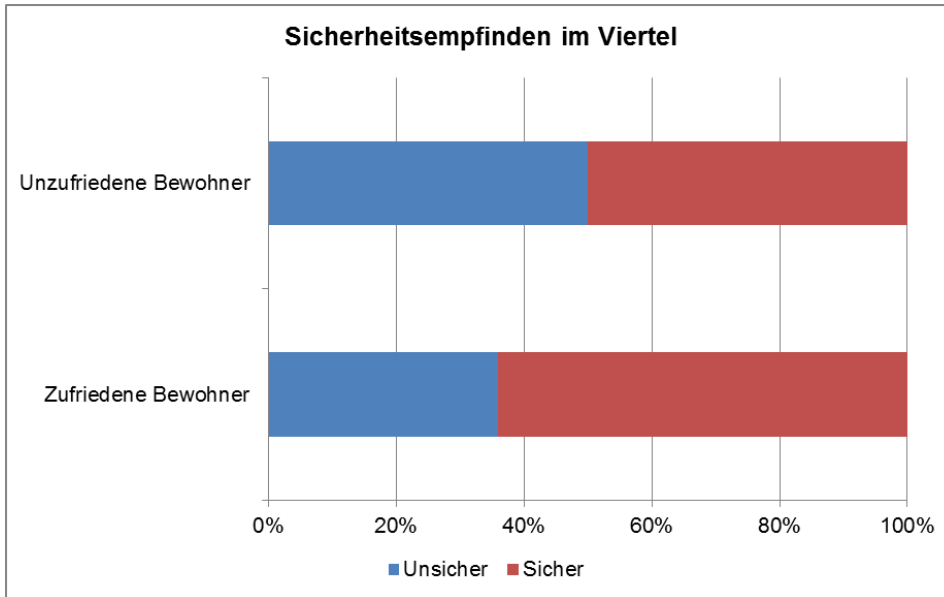
Clusterabfragen

Zufriedenheit/Sicherheit

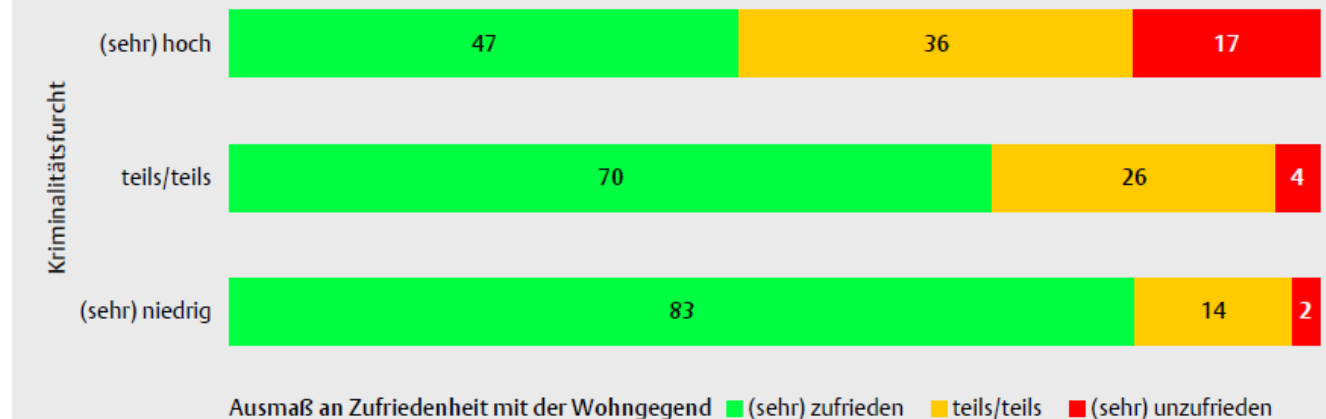


Clusterabfragen

Zufriedenheit/Sicherheit



- **Sicherheitsempfinden zufriedener Viertel-Bewohner ist höher**
- **Umfrage zum Sicherheitsempfinden aus gesamten Stadtgebiet kommt zu ähnlichem Ergebnis**



Quelle: Zum Sicherheitsempfinden der Kölner Bevölkerung,
Leben in Köln-Umfrage 2009

- **Untersuchungsrahmen**
- **Untersuchungsmethodik**
- **Ergebnisse (Auszug)**
 - Befragungsergebnisse 2014
 - Vergleich 2009 und 2014
 - Clustervergleiche
- **Zusammenfassung**

- **Steigerung der Sauberkeit im Viertel konnte nach Meinung der Befragten zwischen 2009 und 2014 erreicht werden**
- **Wohlfühlempfinden im Viertel hat im Vergleich zu 2009 insgesamt zugenommen**
- **Sauberkeitsinitiative ist ca. 2/3 aller Befragten ein Begriff**
 - Unterschiede ergeben sich bei der Nationalität und dem Geschlecht
 - Teilnahme an den Aktionen/Institutionen war unterschiedlich ausgeprägt
- **Am bekanntesten ist die Berliner 67, bei den zeitlich befristeten Aktionen war es der Teestand**
- **Vermeidung von Plastik und Abfalltrennung waren die meist genannten Antworten bei der Frage nach einer Verhaltensänderung**