

Kapitel 6

Sächsische Regionen

6 Sächsische Regionen 3

6.1	Lage der Regionen (Schrumpf, Föllner, Nolopp)	3
6.1.1	Gebiet und Naturraum	3
6.1.1.1	Osterzgebirge.....	4
6.1.1.2	Sächsische Schweiz.....	6
6.1.2	Geschichte	9
6.1.3	Demographie.....	10
6.1.4	Wirtschaftliche Entwicklung	12
6.1.5	Top 5 Branchen.....	14
6.1.6	Arbeitsmarkt	14
6.1.7	Aktuelle Akteure, Strategien und Zielgruppen.....	15
6.2	Markenbild der Sächsische Regionen (Elsner, Fabian, Team Emden).....	19
6.2.1	Klassifizierung der Befragten	20
6.2.2	Wer weiß, wo die Region liegt? (Fragen A, B, C...)	25
6.2.3	Welche Bilder sind mit der Region verbunden?	29
6.2.4	Welche Begriffe sind mit der Region verbunden?	32
6.2.5	Was macht die Sächsischen Regionen attraktiv?	41
6.2.6	Wer fühlt sich mit der Region verbunden und wodurch?	54
6.2.7	Wer will in der Region wohnen bzw. arbeiten und warum?	64

Abbildungen	75
-------------------	----

6 Sächsische Regionen

6.1 Lage der Regionen

(Schrumpf, Nolopp, Drebold)

Der Landkreis Sächsische Schweiz – Osterzgebirge wirkte in diesem Projekt unter der verständlichen Bedingung mit, dass seine beiden Altkreise mit ihrer jeweiligen Authentizität gleichberechtigt zu untersuchen seien.

In der Online-Befragung konnte sich jeder daher selbst aussuchen, zu welcher Region er oder sie sich gern äußern wollte, und wir haben dabei sowohl die beiden Altkreise berücksichtigt als auch den neuen Kreiszuschnitt. So ergaben sich drei „sächsische Regionen“ für das Projekt:

- I. der heutige Landkreis Sächsische Schweiz – Osterzgebirge (2013)**
- II. der Altkreis „Sächsische Schweiz“ (2008 aufgelöst)**
- III. der Altkreis „Weißeritzkreis“ (2008 aufgelöst), heute „Osterzgebirge“**

6.1.1 Gebiet und Naturraum

Der Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge befindet sich am östlichen Rand von Deutschland im Freistaat Sachsen und grenzt an die Tschechischen Republik. Am 1. August 2008 vereinigten sich die Landkreise Sächsische Schweiz und Weißeritzkreis und bilden nun mit der Hauptstadt Pirna zusammen den neuen Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge (vgl. Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge 2012a).

Im Norden grenzt dieser an die Stadt Dresden und die Landkreise Bautzen und Meißen (vgl. Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge 2010:3). Der Landkreis Mittelsachsen schließt sich im Westen an (vgl. ebd.).

Die landschaftlichen Merkmale des Landkreises sind das Elbsandsteingebirge der Sächsischen Schweiz, die Berglandschaft des Osterzgebirges sowie die Vorberge des Lausitzer Berglands im Nordosten (vgl. Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge

2012a). Die Elbe und die Weißeritz fließen durch den Landkreis (vgl. ebd.). Der höchste Punkt des Kreises ist der Kahleberg mit einer Höhe von 905 Metern und die tiefste Stelle liegt mit 109 Metern bei Dresden am Elbstrand (vgl. ebd.).



Abb. 6.1.1-1 Der Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge in Sachsen¹

6.1.1.1 Osterzgebirge

Wie schon der Name vermuten lässt, ist das Osterzgebirge der Ostteil des Erzgebirges und breitet sich auf deutschen und tschechischen Boden aus (vgl. incomminternetcommunications 2012b). Es liegt im Süden von Sachsens Hauptstadt Dresden und weist Höhen von 600 bis zu 900 Metern auf. Auf deutscher Seite ist der

¹Schott 2000-2012, Hervorhebung durch Nolopp

höchste Punkt der Kahleberg, mit einer Höhe von 905 Metern über Normalnull (vgl. ebd.). Mit 440 km² ist die Region um das Osterzgebirge das größte Landschaftsschutzgebiet in Sachsen (vgl. incomminternetcommunications 2012a). Diese Besonderheit bietet Einwohnern und Touristen die Vorteile von purer Natur. Für Wintersportarten und als Erholungsort im Winter eignet sich das Osterzgebirge bekanntermaßen hervorragend. Es gibt viele Skilifte, Rodelstrecken, ein Eisstadion, Natureisbahnen und professionelle Loipen (vgl. incomminternetcommunications 2012b). Außerdem ist die Bobbahn in Altenberg als eine der schnellsten und anspruchsvollsten der Welt bekannt (vgl. ebd.).



Abb. 6.1.1-2 Bobbahn in Altenberg²

Die Fläche des heutigen Erzgebirges war ursprünglich mit Wasser bedeckt (vgl. hier und im Folgenden Stiftung Naturbewahrung Osterzgebirge 2012). Im Laufe der Jahrtausende bildete sich durch Ablagerungen eine mehr als 1.000 m dicke Schicht aus feinem Sand und Ton. In der Zeit der sogenannten variskischen Gebirgsbildung³ wurde diese Sedimentebene in verschiedene Schichten gefaltet. Durch diesen Vorgang bildete sich das Gestein Gneis (Gefüge aus Quarz, Feldspat und Glimmer), aus dem sich das Erzgebirge zum großen Teil zusammensetzt. Plattenbewegungen ließen die Flächen aus Gneis auseinander reißen. In diesen so entstandenen Brüchen und Fugen sammelte sich flüssiger Granit an, der nach dem Abkühlen zu Mineralien kristallisierte.

Diese mineraliengefüllten Spalten werden Gänge genannt bzw. wenn die darin vorkommenden Mineralien für den Menschen brauchbar sind, werden sie als Erzgänge

²Wintersport Altenberg (Osterzgebirge) GmbH 2012

³ vor 450 – 280 Mio. Jahren, vgl. Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden 2003

bezeichnet. Diese Erzgänge wurden im 16. Jahrhundert aufgefunden und so bekam der Gebirgszug seinen Namen. Typisch für die Landschaft des Erzgebirges sind die Ebenen aus Glimmerschiefer und Gneis, sowie die Granitfelsen und Berge aus Basalt.

6.1.1.2 Sächsische Schweiz

Das Elbsandsteingebirge schließt sich östlich an das Erzgebirge an und befindet sich ebenfalls südlich von Dresden. Das Gebirge reicht von Pirna bis ca. 10 km hinter die deutsche Grenze in das tschechische Decin. Der höchste Berg auf deutscher Seite ist mit 561m der Tafelberg Großer Zschirnstein im Landschaftsschutzgebiet (vgl. Busch 2003-2012). Den deutschen Abschnitt des Elbsandsteingebirges bezeichnet man als Sächsische Schweiz. Ihre Größe beträgt ca. 368 km² (vgl. Vetter & Vetter 2012).

In der Kreidezeit, vor ca. 144 bis 66 Mio. Jahren, befand sich dort, wo sich heute die Schluchten zwischen den Bergen des Gebirges befinden, eine Meeresbucht (vgl. hier und im Folgenden Busch 2003-2012). In diese Schluchten wurden aus Flüssen des Erzgebirges Sedimente abgelagert, zusammen mit den Schalen von Meeresbewohnern.

Nach einigen Millionen von Jahren entwickelte sich aus dieser Sedimentschicht eine 400 - 600 Meter dicke Schicht aus Sandstein. Durch den Wasserdruck des über der Schicht liegenden Meeres verdichtete sich diese Sandsteinschicht. Das Kreidemeer trat vor ca. 100 Mio. Jahren zurück und der Boden des Meeres hob sich. Die Sandsteinplatten lagen dadurch frei. Durch Erosionen wurde vor ca. 35 bis 25 Mio. Jahren die Platte in Stücke gespalten und durch Spalten und Kluften in Einzelteile zerteilt.

Die Granitschicht des jetzigen Lausitzer Berglands hob sich im Nordosten über die zerspaltenen Sandsteinplatten. Im Süden stellte sich die Scholle des Erzgebirges auf und erreichte einen schrägen Winkel. Diese Veränderungen bewirkten ein steileres Gefälle der Flüsse, die dadurch Täler erzeugten. Es entstanden weite Schluchten und Klüften in der vormaligen zerrütteten Sandsteinplatte. Am Ende der Eiszeit verstärkte die Eisschmelze die Führung der Flüsse, allen voran der Elbe. Sie fraß sich ca. 300 Meter in den Sandstein und formte die heutigen Klamme und Schluchten im Elbsandsteingebirge. Die starke Abtragung von Fels und Gestein durch Wasser und Wind hat in Tausenden von Jahren die verschiedenen Formen des Elbsandsteingebirges hervorgebracht. Je nach Härte der Felsen haben sich Höhlen und Schluchten entwickelt. Es lassen sich drei Landschaftsebenen unterscheiden:

Die unterste Ebene bilden die verschiedenen Täler und Schluchten, durchzogen von der Elbe. Die zweite Ebene besteht aus sogenannten „Ebenheiten“, d.h. Hochflächen. Darüber hinaus befinden sich in der höchsten Ebene die für das Elbsandsteingebirge bekannten Tafelberge und Felsenformationen, mit Höhenunterschieden von bis zu 450 Metern. Ein bedeutender Teil der Elbsteinlandschaft ist inzwischen ein Nationalpark und steht somit unter besonderem Naturschutz.



Abb. 6.1.1-3 Blick von der Festung Königstein auf den Lilienstein, Sächsische Schweiz⁴

⁴Richter 2012



Abb. 6.1.1-4 Basteibrücke, Sächsische Schweiz⁵

⁵Richter 2012

6.1.2 Geschichte

Wie schon im vorherigen Kapitel beschrieben, vereinigten sich die Kreise Sächsische Schweiz und der Weißeritzkreis am 1. August 2008 zum gemeinschaftlichen Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge (vgl. Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge 2012a).

Im Jahr 1874 war das Gebiet noch in die zwei Amtshauptmannschaften Dippoldiswalde und Pirna aufgeteilt (vgl. hier und im Folgenden Hauptstaatsarchiv Dresden 1969). Sie wurden nach außen durch die vom Amtshauptmann gelenkte Bezirksversammlung und Bezirksausschüsse vertreten. Die Gerichtsämter Dippoldiswalde, Altenberg, Frauenstein und Lauenstein wurden zusammengefasst zur Amtshauptmannschaft Dippoldiswalde. Im Jahr 1910 umfasste sie ca. 652 km² mit etwa 58 300 Einwohnern. „Sie war die am wenigsten besiedelte und verstädterte Amtshauptmannschaft in Sachsen“ (Hauptstaatsarchiv Dresden 1969).

Im Osten der Amtshauptmannschaft Dippoldiswalde befand sich die Amtshauptmannschaft Pirna (vgl. hier und im Folgenden Hauptstaatsarchiv Dresden 1969). Sie fasste die Gerichtsämter Hohnstein, Königstein, Lauterbach, Pirna, Schandau, Sebnitz und Stolpen zusammen. Mit 906,06 km² war sie von der Gebietsgröße her die größte Amtshauptmannschaft in Sachsen. Die Region um Pirna hatte 1910 ca. 165.500 Einwohner. Die ersten Siedlungen bildeten sich im ehemaligen Weißeritzkreis, durch die Abwanderung thüringischer und fränkischer Bauern in nordöstliche Richtung (vgl. Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge 2012a).

Der für die Region bedeutende Bergbau entwickelte sich erst nach 1420 und hatte seine erfolgreichsten Zeiten im 16. Jahrhundert (vgl. ebd.). „Dem Bergbau- und Hüttenwesen verdankt (...) [die Region] nicht nur ihren wirtschaftlichen Aufschwung sondern auch ein unverwechselbares bergmännisches Brauchtum und das kulturelle Traditionsbewusstsein“ (Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge 2012a, Ergänzungen durch F.Schrumpf).

Die Gewinnung von Erz, Silber, Zinn und Steinkohle formte über lange Zeit das Bild der Region, die Lebensweise der Anwohner und die Kultur (vgl. hier und im Folgenden Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge 2012a). Durch die Feinkohleverkokung konnte 1828 in einem Dorf der Region eine der weltweit ersten Gaslampen zum Leuchten gebracht werden. Im Jahr 1939 wurden die Amtshauptmannschaften in Landkreise umbenannt. Der vorherige Amtshauptmann wurde damit zum „Landrat“. 1952 wurden aus der vormaligen Amtshauptmannschaft Pirna die neuen Kreise Pirna sowie Sebnitz gebildet, die allerdings im

Zuge der Kreisgebietsreform 1994 wieder fusioniert wurden. Der Landkreis **Sächsische Schweiz** entstand ebenfalls zu diesem Zeitpunkt. Der Landkreis Dippoldiswalde wurde zusammen mit Freital zum **Weißeritzkreis**.

6.1.3 Demographie

Der Landkreis hat seit seiner Zusammenlegung 2008 eine Größe von rund 18.416 km² und breitet sich somit auf ca. 9 % der Fläche des Freistaates aus. Mit fast einer viertel Million Einwohnern leben rund 6 % der sächsischen Bevölkerung im Landkreis. Im Vergleich mit den Subregionen Ostfrieslands ist die sächsische Region etwas größer als das oldenburgische Teil der ostfriesischen Halbinsel, jedoch leben dort noch mehr Menschen. Die Aufteilung der männlichen und weiblichen Bevölkerung ist sehr ausgeglichen, die Männerquote liegt auch hier bei 49,5 %.

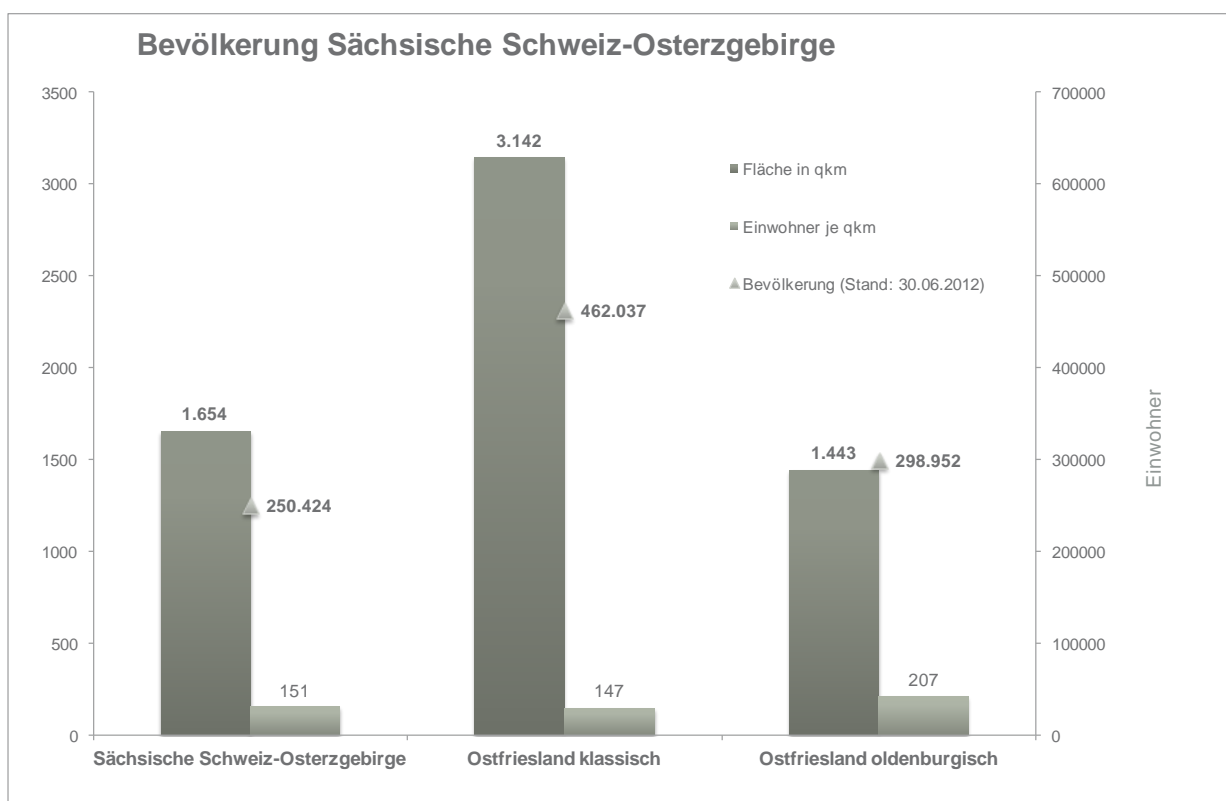


Abb. 6.1.3-1 Bevölkerung Sächsische Schweiz-Osterzgebirge⁷

⁷ Eigene Darstellung, Daten Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen 2008, Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen 2012c, Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen 2012a

Die Besiedlungsdichte liegt mit 151 Einwohnern pro km² etwa genauso hoch wie im klassischen Ostfriesland. Im Vergleich zu Sachsen zählt der Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge zu den eher dünn besiedelten Gebieten.

Die Altersverteilung in der Sächsischen Schweiz–Osterzgebirge ist ähnlich der in Niedersachsen. Auffällig ist der jetzt schon größere Anteil der Menschen über 65 Jahre.

	unter 6 Jahren	6 bis 15 Jahre	15 bis 25 Jahre	25 bis 45 Jahre	45 bis 65 Jahre	65 Jahre +	insgesamt
Sächsische Schweiz - Osterzgebirge	12430	18448	20182	58795	77741	63264	250860
in %	4,95	7,35	8,05	23,44	30,99	25,22	100,00
Ostfriesland klassisch	22818	44638	55385	110947	133717	94359	461864
in %	4,94	9,66	11,99	24,02	28,95	20,43	100,00
Ostfriesland oldenburgisch	13502	26375	34139	68709	88327	68002	299054
in %	4,51	8,82	11,42	22,98	29,54	22,74	100,00

Abb. 6.1.3-2 Altersverteilung Sächsische Schweiz-Osterzgebirge⁸

Der Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge hat ebenfalls mit den Folgen des demografischen Wandels zu kämpfen. Die Bevölkerung nimmt, bezogen auf die Jahre 2010 und 2011, im Landkreis sogar stärker ab als der Landesdurchschnitt, wie die nachfolgende Abbildung zeigt.

Landkreis Land	Bevölkerung am 31.12.2010	Bevölkerung am 31.12.2011	Bevölkerungszu- bzw. -abnahme (-) in %
Sächsische Schweiz-Osterzgebirge	252 308	250 860	-0,6
Sachsen	4 149 477	4 137 051	-0,3

Abb. 6.1.3-3 Bevölkerungsentwicklung in Sachsen⁹

⁸ Eigene Darstellung, Daten Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen 2012b:24–25, Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen 2012b

⁹ Eigene Darstellung, Daten Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen 2012a

Das Landesamt für Statistik prognostiziert dem Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge bis zum Jahr 2025 einen Bevölkerungsrückgang um bis zu 11 % (vgl. Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen 2010:2–3). Hierbei wird der ländliche Raum stärker betroffen sein als die städtischen Gebiete (vgl. ebd.). Der gewichtigste Grund für die Entwicklung ist die zunehmende Alterung der Gesellschaft bei gleichzeitigem Rückgang junger Menschen (vgl. ebd.: 3).

6.1.4 Wirtschaftliche Entwicklung

Der Landkreis verdankt seine wirtschaftliche Entwicklung vor allem dem Bergbau (vgl. hier und im Folgenden incomminternetcommunications 2012a). Mit der allgemeinen Zunahme von Reisen und Tourismus wurde für das Gebiet mit dem Tourismussektor eine weitere Einnahmequelle erschlossen. 1883 erlebte die Region einen deutlichen wirtschaftlichen Anstieg durch den Bau der heute dienstältesten deutschen Schmalspurbahn, die zwischen Freital und Kipsdorfverkehrt. Einen weiteren Grund gab es 1890, mit Fertigstellung der Müglitztalbahn. Der Tourismus wuchs stetig, wodurch viele Erholungs- und Kurorte entstanden und Pensionen sowie Gaststätten ausgebaut wurden. Es folgte der Ausbau von Wanderrouten und des sportlichen Angebot, insbesondere der Bereich des Wintersports wurde erweitert und geformt.

Das Bruttoinlandsprodukt pro Erwerbstätigem für den Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge war im Jahr 2009 in der Relation zu Sachsen eher niedrig. Es lag bei einer vierstufigen Kategorie auf dem niedrigsten Rang mit der Bedeutung eines BIP/Erwerbstätiger von unter 46.000 €. Im Vergleich dazu lag der Landesdurchschnitt bei 47.916 €. Das höchste BIP/Erwerbstätiger in Sachsen lag vergleichsweise bei 53.511 € im Landkreis Leipzig. Das Bruttoinlandsprodukt je Erwerbstätigen ist in den Jahren von 1998 bis 2009 im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge stark gestiegen. Während der deutsche Gesamtschnitt nahezu konstant blieb, stieg das BIP/Erwerbstätigen im Landkreis um fast 10.000 €.

Die Qualität der Infrastruktur wurde 2006 immens verbessert, indem die Autobahn A 17 im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge freigegeben wurde (vgl. Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge 2012b).

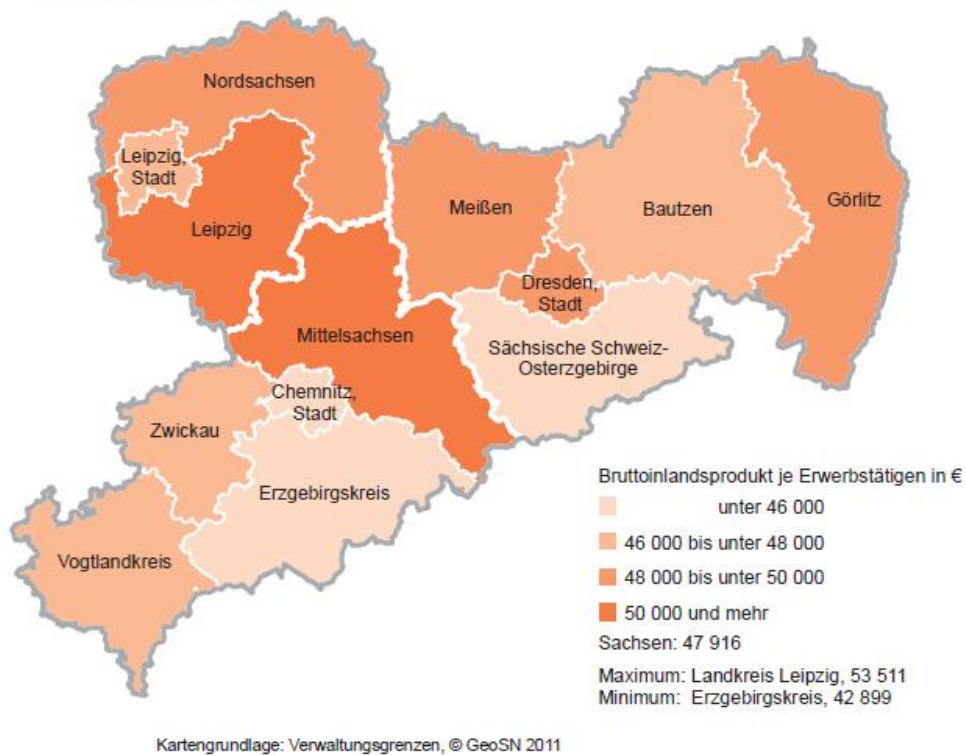


Abb. 6.1.4-1 Bruttoinlandsprodukt zu Marktpreisen je Erwerbstätigen in Sachsen 2009¹⁰

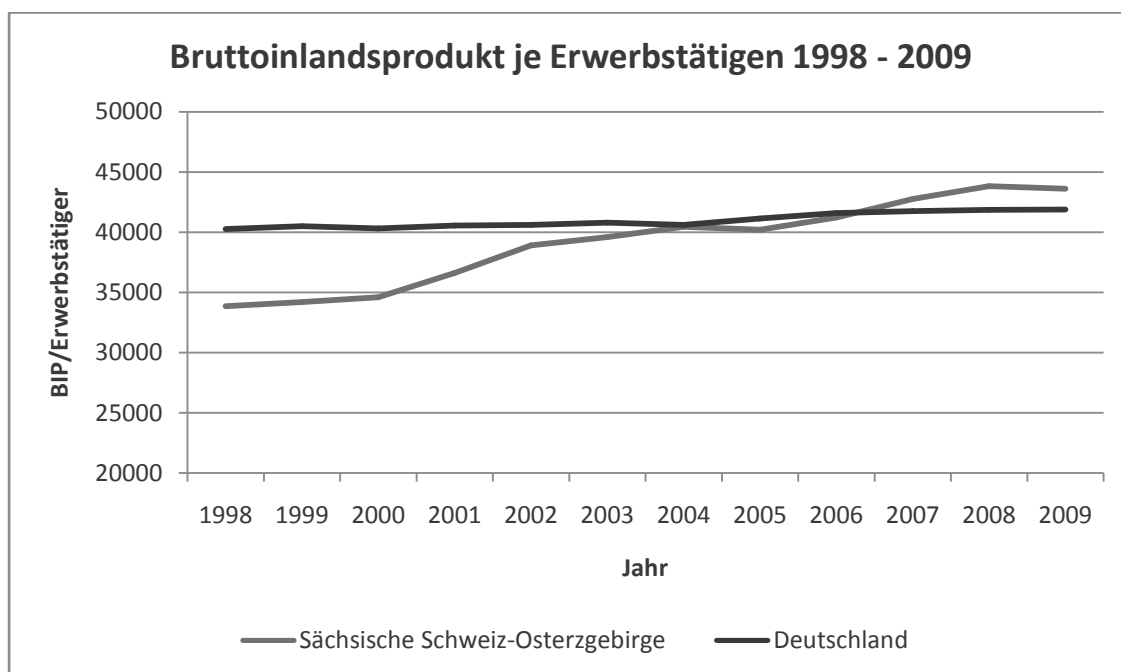


Abb. 6.1.4-2 Bruttoinlandsprodukt zu Marktpreisen je Erwerbstätigen 1998 bis 2009¹¹

¹⁰ Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen 2011:5

6.1.5 Top 5 Branchen

Charakteristisch für die Wirtschaft in der Region Sächsische Schweiz-Osterzgebirge ist unter anderem die Glashütter Uhrenindustrie, sowie die Erzeugung von Stahl, Papier und Glas (vgl. hier und im Folgenden Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge 2012b). Die ländlichen Gebiete sind außerdem geprägt vom traditionellen Handwerk und der Landwirtschaft. Weiterhin ist die Tourismuswirtschaft eine sehr wichtige Branche, was zum einen an den landschaftlichen Besonderheiten und zum anderen an der Vielzahl weiterer Sehenswürdigkeiten, wie z. B. diversen Burgen und Schlösser liegt. Innerhalb der Tourismusbranche nehmen die Wintersportangebote eine besondere Stellung ein. Klettern und Wandern hingegen sind wichtige Attraktionen in den Sommermonaten.

6.1.6 Arbeitsmarkt

Die Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt sind eher als positiv zu beschreiben. Im Mai 2012 waren im Arbeitsamtsbezirk Pirna 11.132 Frauen und Männer als arbeitslos gemeldet, was einer Arbeitslosenquote von 8,6 % entspricht, wobei diese im Vorjahr noch bei 9,7 % lag (vgl. hier und im Folgenden Agentur für Arbeit Pirna 2012). Auffällig ist dennoch die überdurchschnittlich hohe Anzahl der Langzeitarbeitslosen (ein Jahr oder länger arbeitslos), die im letzten Berichtszeitraum um 80 Personen stieg. Somit sind 40% der gesamten Arbeitslosen von Langzeitarbeitslosigkeit betroffen. Im Gegensatz dazu ist die Quote der Jugendarbeitslosigkeit rückläufig. Zum Zeitpunkt der Erhebung waren 39,5% aller Erwerbslosen älter als 50 Jahre, wobei auch hier regressive Tendenzen erkennbar werden.

Die folgende Abbildung zeigt, dass der Landkreis einen überdurchschnittlichen Anteil von Beschäftigten im primären Sektor im Vergleich zum Freistaat Sachsen aufweist.

2,8 % der Berufstätigen sind also im Bereich Fischerei sowie Forst- und Landwirtschaft tätig. Dieser Anteil ist auch höher als im Landkreis Leer und im Land Niedersachsen, die hier als Vergleichsgrößen aufgeführt sind. Im Vergleich zum Bundesland weist der Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge im 2. Sektor (Bergbau, verarbeitendes Gewerbe) einen geringeren Anteil aus, was in etwa dem Prozentsatz von Leer entspricht.

Der tertiäre Sektor (u. a. Dienstleistungen) ist dennoch im Verhältnis zum Freistaat weniger stark vertreten.

¹¹ Eigene Darstellung, Daten: Bundesministerium für Bildung und Forschung 2012, Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen 2009, Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen 2011

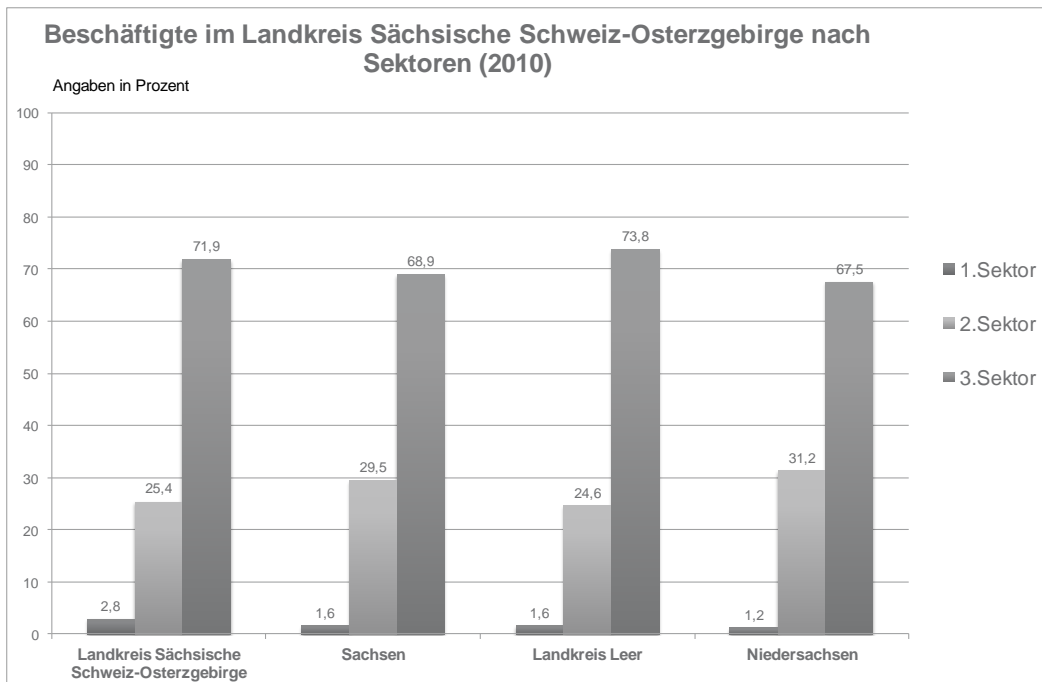


Abb. 6.1.6-1 Beschäftigte im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge¹²

6.1.7 Aktuelle Akteure, Strategien und Zielgruppen

Das Bild der Region Sächsische Schweiz-Osterzgebirge ist stark durch die landschaftlichen Besonderheiten geprägt. Vor allem die Felsenlandschaften des Elbsandsteingebirges und des Osterzgebirges sind sehr prägnant und werden häufig als Bildelemente in der Werbung benutzt. Charakteristisch sind auch die Verbindungen zu Outdoor-Aktivitäten im Sportbereich, wie z. B. Wandern in den Bergen oder Skifahren. Weiterhin ist die Elbe ein auffälliges Element, das durch Bilder der Region repräsentiert wird. Hinzu kommt die wertvolle historische Bausubstanz in Dörfern, Städten, Schlossanlagen und der in Jahrhunderten gewachsenen Infrastruktur von historischen Schmalspurbahnen bis zu Schaubergwerken.

¹² Eigene Darstellung, Daten Wegweiser Kommune

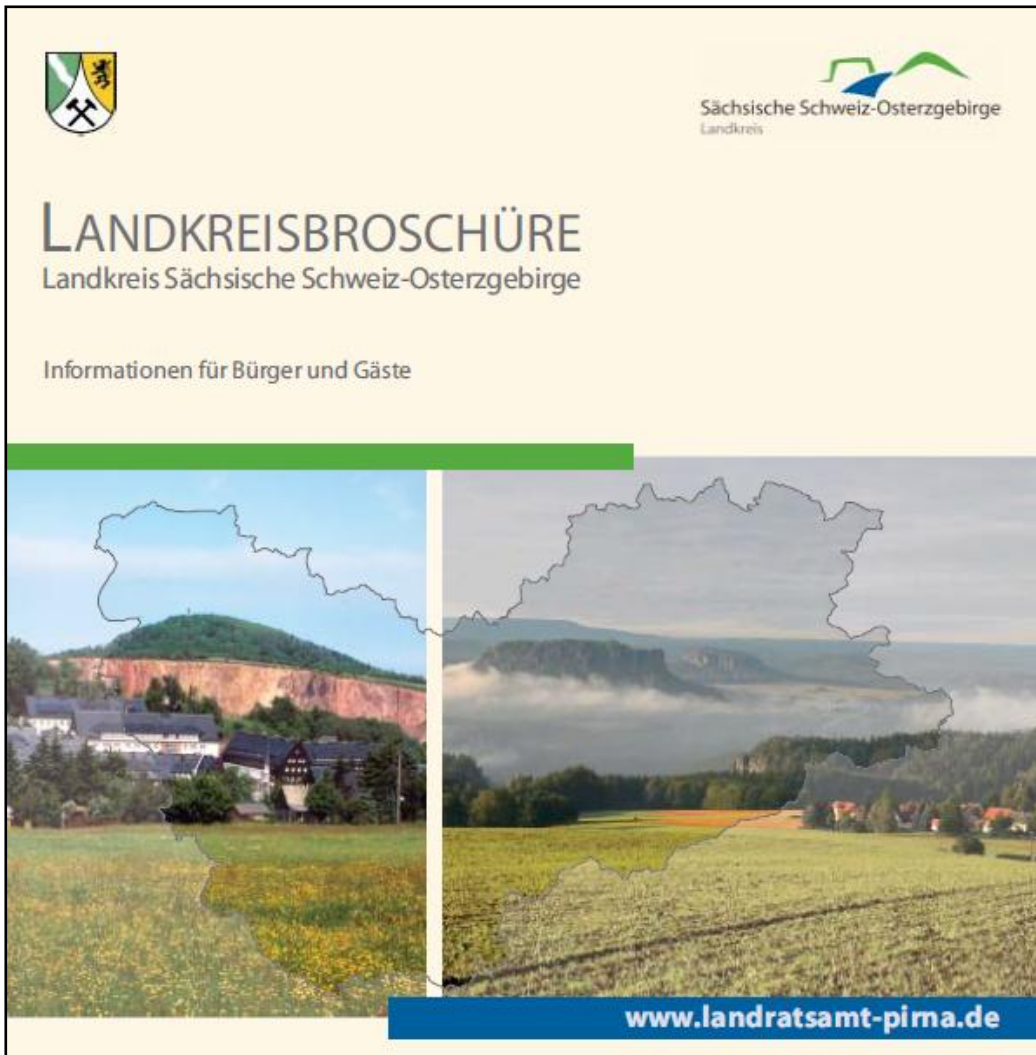


Abb. 6.1.7-1 Landkreisbroschüre Sächsische Schweiz – Osterzgebirge

Bei der Vermarktung der Sächsischen Schweiz-Osterzgebirge ist der Landkreis selbst der wichtigste Akteur, der mittels Broschüren, des Internets und weiteren Mitteln versucht aktuelle und zukünftige Bürger, Unternehmer und Touristen anzuwerben und für die Region zu begeistern. Dabei nutzt er im Logo wie bereits oben angedeutet die Naturelemente Osterzgebirge, Elbsandsteingebirge sowie die Elbe als Fluss dazwischen.

 <p>Sächsische Schweiz-Osterzgebirge Landkreis</p>	<p>Logo Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge Quelle: Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge 2012c</p>
 <p>Sächsische Schweiz České Švýcarsko</p>	<p>Sächsische Schweiz Logo Tourismusverband Quelle: Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V. 2012</p>
 <p>Tourismusregion SILBERNES ERZGEBIRGE Osterzgebirge · Freiberger Land · Flöha-/Zschopautal</p>	<p>Logo Tourismusgemeinschaft Silbernes Erzgebirge Quelle: Tourismusgemeinschaft Silbernes Erzgebirge e.V. 2012</p>

Abb. 6.1.7-2 Touristische Logos der Region

Im Tourismusbereich sind die offiziellen Organisationen jedoch getrennt für die Sächsische Schweiz und das Osterzgebirge zu finden. Zu den erwähnenswerten Akteuren zählen hier der Tourismusverein Elbsandsteingebirge e.V., der Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V. und die Tourismusgemeinschaft Silbernes Erzgebirge e.V.

Diese drei Akteure versuchen jeweils Touristen, Urlauber und Unternehmen aus der Tourismusbranche für ihre Region zu begeistern, wobei z. T. die angesprochenen Zielgruppen variieren. Während die erstgenannte Institution allgemein als gute Interessenvertretung der Region und als Förderer des Heimatgedankens sowie der Kultur-, Natur-, Landschafts- und Denkmalpflege gilt, wirbt die Tourismusgemeinschaft Silbernes Erzgebirge eher konservativ für die ältere/ reifere Generation.

Als nennenswerter Akteur der Ökonomie gilt die Wirtschaftsinitiative Sächsische Schweiz e.V., die neben den Unternehmern und Bürgern auch die Kommunen, potentielle Auszubildende und Mitarbeiter mit dem Bild des Landkreises als interessanten Wirtschaftsstandort anspricht. Zu ihren Strategien zählen hierbei das Starten von Beschäftigungsinitiativen und die Schaffung von infrastrukturellen Voraussetzungen zur ökonomischen und ökologischen Weiterentwicklung.

Ebenfalls ein weiterer Akteur, der als Dachverband für die Interessenvertretung des ländlichen Raumes gilt, ist der Verein Landschaft(f) Zukunft e.V. Dieser wirbt mit den Bildern

einer innovativen Region mit atemberaubenden Landschaften auf Veranstaltungen und im Internet und bietet den Kommunen, Bürgern und Unternehmen u.a. Förderberatung und Netzwerkmanagement als Service an. Zu dieser Institution gehört auch der Akteur „Regionalentwicklung in der Sächsischen Schweiz“ mit seinem Motto „Gutes von hier“.

Zusammenfassung

- Der Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge, der sich im östlichen Teil von Deutschland befindet und an die Tschechische Republik grenzt, hat sich mit seiner Kreisstadt Pirna 2008 aus den Landkreisen Sächsische Schweiz und Weißeritzkreis gebildet
- Landschaftlich geprägt ist die Region durch das Elbsandsteingebirge der Sächsischen Schweiz, der Berglandschaft des Osterzgebirges, den Vorbergen des Lausitzer Berglandes im Nordosten sowie den beidem Flüssen Elbe und Weißeritz
- Geprägt wurde die Region durch das Bergbau- und Hüttenwesen, welches sich im 15. Jahrhundert entwickelte und auch heute noch durch das unverwechselbare bergmännische Brauchtum und das kulturelle Traditionsbewusstsein gegenwärtig ist
- Der Landkreis zählt zu den eher dünn besiedelten Regionen Sachsens, wobei auch hier die Auswirkungen des demographischen Wandels zu spüren sind, wie an dem stetigen Bevölkerungsrückgang, insbesondere in den ländlichen Bereichen, und der im Durchschnitt immer älter werdenden Bevölkerung zu erkennen ist
- Wirtschaftliche Schwerpunkte sind im Bergbau und in der Tourismusbranche zu finden sowie im Handwerk, der Erzeugung von Stahl, Papier und Glas und in der Landwirtschaft
- Das BIP stieg seit 1998 kontinuierlich an, liegt damit jedoch noch unter dem sächsischen Durchschnitt, seit 2007 jedoch über dem Bundes-BIP
- Der Arbeitsmarkt entwickelt sich positiv: Rückläufige Arbeitslosen- und Jugendarbeitslosenquote

6.2 Markenbild der Sächsischen Regionen (Elsner, Fabian, Team Emden)

In diesem Kapitel steht die Auseinandersetzung mit dem aktuellen Markenstatuts der Sächsischen Regionen im Vordergrund.

Im Folgenden werden die Auswertungen des Fragebogens ausführlich anhand von Grafiken, Tabellen und Interpretationen erläutert. Dabei werden folgende Forschungsfragen nacheinander beantwortet:

- In einem ersten Schritt wird in Abschnitt 6.2.1 erläutert, welche Gruppen zur Einteilung der Befragten differenziert wurden.
- Abschnitt 6.2.2 beschäftigt sich mit der Eingangsfrage des Fragebogens, nämlich der Lage der Regionen.
- Abschnitt 6.2.3 untersucht die Bilder, die mit der Region verbunden werden. Dazu zählen zum einen die spontanen Nennungen und zum anderen vorgegebene Begriffe, bei denen die Befragten angeben mussten, inwieweit sie auf die jeweilige Region zutreffen. Aus beiden Bereichen können Bilder abgeleitet werden, welche die Wahrnehmung der Region beschreiben.
- Eng im Zusammenhang zu dieser Frage steht auch die Untersuchung der Faktoren, die die Attraktivität der Region ausmachen, welche in Abschnitt 6.2.4 vorgenommen wird.
- Anschließend werden dann in Abschnitt 0 Personen ermittelt, die sich mit den Regionen verbunden fühlen. Im Vordergrund steht dabei die Identifizierung der Elemente, die diese Verbundenheit ausmachen bzw. stärken oder schwächen können. Menschen, die sich eher mit der Region verbunden fühlen, können sich auch besser vorstellen in dieser zu leben und zu arbeiten.
- Genau diese Gruppe der Bevölkerung soll in Abschnitt 6.2.6 ermittelt werden.

6.2.1 Klassifizierung der Befragten

Wie auch in Kapitel 3.2 erläutert, werden wir hier einen „Gruppenindex“ nutzen. Dieser liefert uns vier Gruppen, in die alle Befragten einsortiert werden können. Hierbei wird zunächst anhand der Postleitzahl nach Einheimischen und Auswertigen klassifiziert, zusätzlich werden die Befragten danach gruppiert, wie sie den „Markenstatus“ der Region wahrnehmen. Die Variable „Markenstatus“ wird aus 45 Variablen der Online-Befragung ermittelt, wobei der Wertebereich zwischen 1 und 5 liegt.

Nr.	Beschreibung	Markenstatus	Wohnortsbezeichnung
M1E	Niedriger Markenstatus und Wohnort innerhalb	<3,1420	hws_saechsische_schweiz_osterzgebirge =4000 u.=5000
M1F	Niedriger Markenstatus und Wohnort außerhalb	<3,1420	hws_saechsische_schweiz_osterzgebirge =7000 u.=9000
M2E	Hoher Markenstatus und Wohnort innerhalb	>3,1420	hws_saechsische_schweiz_osterzgebirge =4000 u.=5000
M2F	Hoher Markenstatus und Wohnort außerhalb	>3,1420	hws_saechsische_schweiz_osterzgebirge =7000 u.=9000

Abb. 3.2.1-1 Klassifizierungsgruppen der Sächsischen Regionen

Dazu zählt zum einen die Gruppe der Befragten (im Folgenden Gruppe M1E), die der Marke einen Wert von 1 – 3,1420 (Ausprägung 1) zuordnet und aus der Region selbst kommt, und die, die außerhalb der Region wohnen (Gruppe M1F). Zum anderen werden diejenigen zusammengefasst, die der Markenstärke einen Wert von über 3,1420 (Ausprägung 2) zuteilen und innerhalb (Gruppe M2E) sowie außerhalb der Region wohnen (Gruppe M2F).

	Eigenbild (E)	Fremdbild (F)
M 1	Neutrale bis skeptische Einwohner 151	Neutrale bis skeptische Auswärtige 67
M 2	Sehr positiv gestimmte Einwohner 237	Neutrale bis skeptische Auswärtige 64

Abb. 6.2.1-2 Häufigkeitsverteilung der Klassifizierung

In Gruppe M1E befinden sich 151 Personen, in Gruppe M1F 67, in Gruppe M2E 237 und in Gruppe M2F 64 Personen. Insgesamt werden die Sächsischen Regionen von mehr Befragten als starke Marke betrachtet. 57 Prozent aller Befragten sind in die zweite Gruppe, also der Gruppe des höheren Markenstatus, einzuordnen.

Zusätzlich wurden die demografischen Daten näher betrachtet. Dabei wurde allerdings nicht nach intern und extern unterschieden, sondern die Verteilung über beide Regionen insgesamt ausgewertet. Untersucht wurde hierbei der schulische oder berufliche Abschluss, die Konfession, das Geschlecht, der Familienstand, das Haushaltseinkommen und die Unternehmensleitung.

Der Abb. 6.2.1-3 Demografische Daten kann entnommen werden, dass, wie in allen anderen drei Vergleichsregionen auch, in der Untersuchungsregion Sächsische Schweiz-Ostergebirge, Personen mit einem Haupt- oder Realschulabschluss oder einer abgeschlossenen Ausbildung, die Region höher in ihrer Markenstärke einordnen als Abiturienten oder Personen mit Hochschulabschluss. Im Bereich der Konfession bewerten Befragte mit evangelischem Glauben oder ohne Konfession die Sächsischen Regionen etwas besser als Befragte katholischen Glaubens. Beim Geschlecht ist die Wahrnehmung der Region sehr ausgeglichen, allerdings haben Frauen ein minimal besseres Bild von der Region. Anders als bei den Vergleichsregionen wird im Bereich der Lebenssituation die Region positiver von Singles bewertet als von verheirateten befragten Personen. Die Daten des Haushaltseinkommen weisen folgende Informationen bezüglich der Einschätzung des Markenstatus auf: Personen mit einem Haushaltseinkommen von unter 500 Euro bewerten die Region sehr positiv. Am positivsten bewerten allerdings Personen mit einem Einkommen zwischen 1300 und 1500.

Hier geben über 60 Prozent einen Wert über 3,1420 an. Die Klasse der Personen mit einem Einkommen von 900 bis 1300 € hat das negativste Bild der Sächsischen Regionen. Als letztes wurde die Frage nach einer Unternehmensleitung betrachtet. Dies zeigte, dass zwischen Personen, die ein Unternehmen leiten und denen die dies nicht tun, ein kleiner Unterschied besteht, die Unternehmensleiter geben eine bessere Einschätzung ab.

Demografische Daten Gruppenindex

SSOE/U/ok

■ Gruppenindex_Markenstärke 1 ■ Gruppenindex_Markenstärke 2

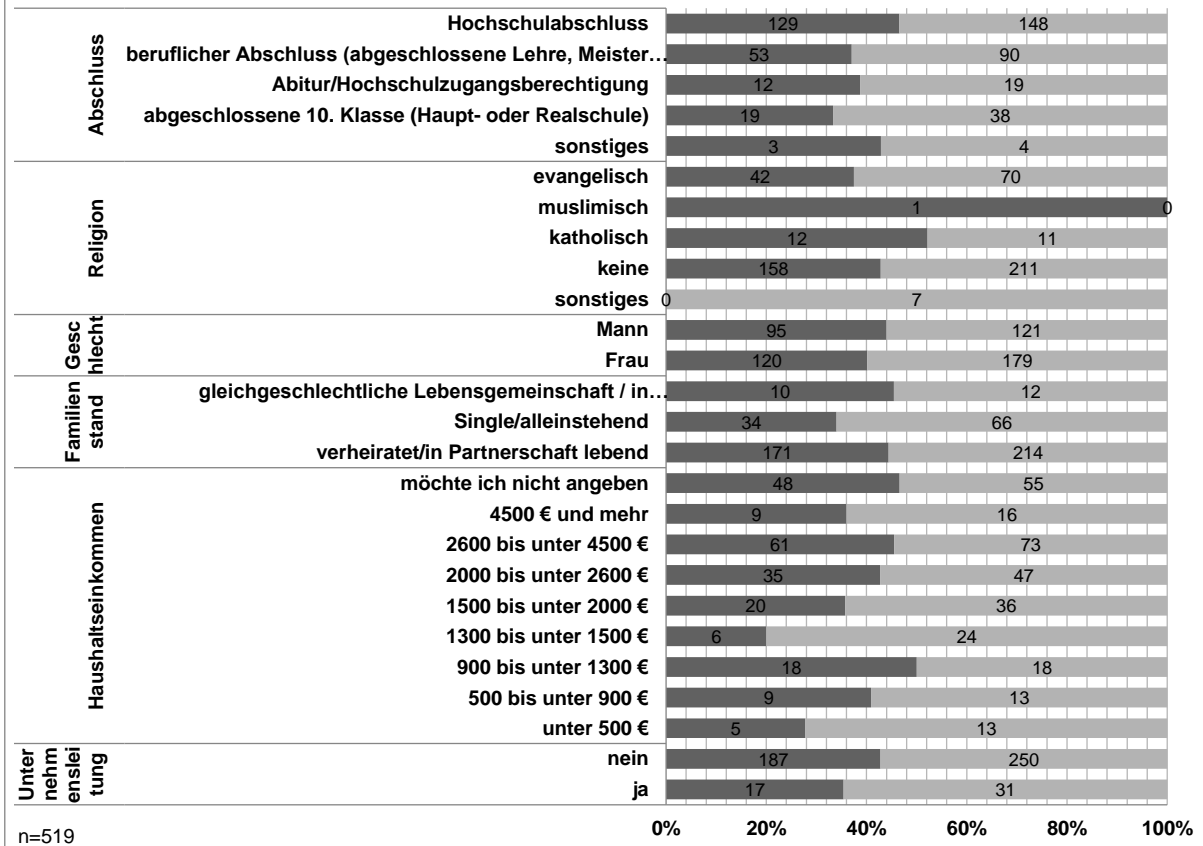


Abb. 6.2.1-3 Demografische Daten der Klassen des Gruppenindex in den Sächsischen Regionen

Weiterhin wurde der neu errechnete Gruppenindex im Zusammenhang mit der Verbundenheit zu den Sächsischen Regionen untersucht. Dabei ergibt sich folgendes Bild:

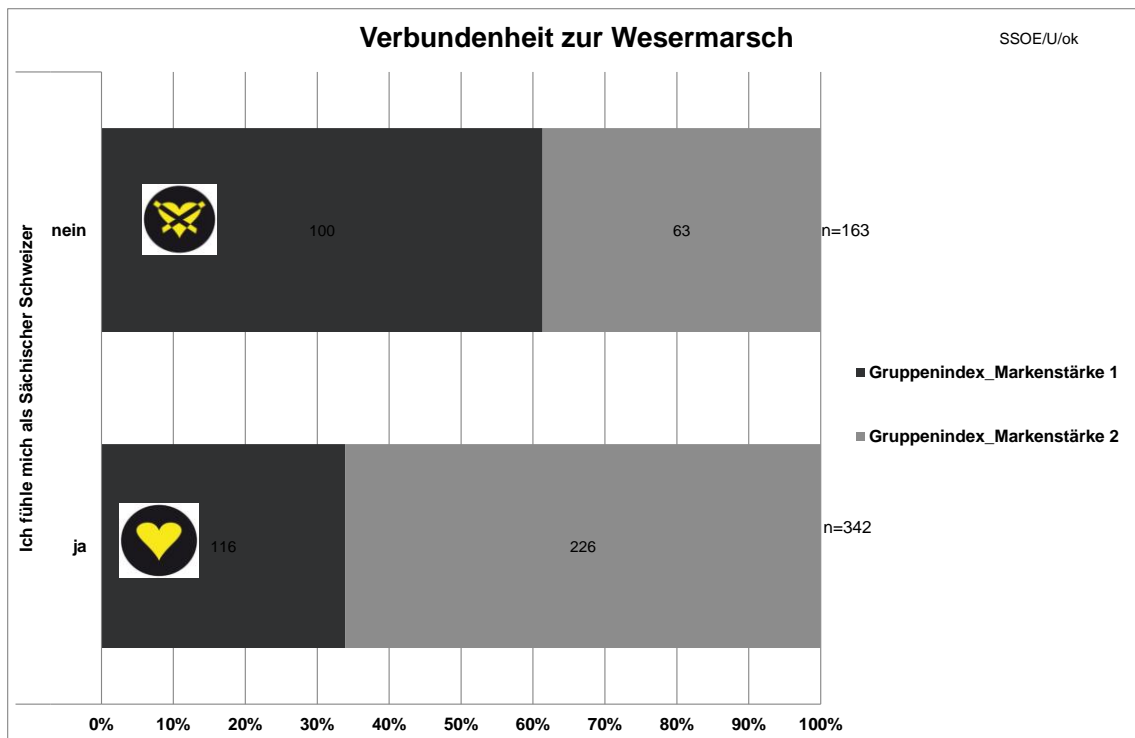


Abb. 6.2.1-4 Gruppenindex vs. Verbundenheit zu den Sächsischen Regionen

Bei der Abb. 6.2.1-4 ist ein Unterschied zwischen den beiden Klassen deutlich zu erkennen. Personen, die sich mit den Sächsischen Regionen verbunden fühlen, sind positiver im Bezug auf die Markenstärke gestimmt, als solche, die sich nicht verbunden fühlen. Es ist ein Unterschied von knapp 30 Prozent.

Wie der nachfolgenden Grafik entnommen werden kann, weist die Untersuchung des Gruppenindex im Zusammenhang mit dem Wunsch, gerne in der besagten Region zu leben, einen ähnlich eindeutigen Trend auf, wie die anderen Vergleichsregionen.

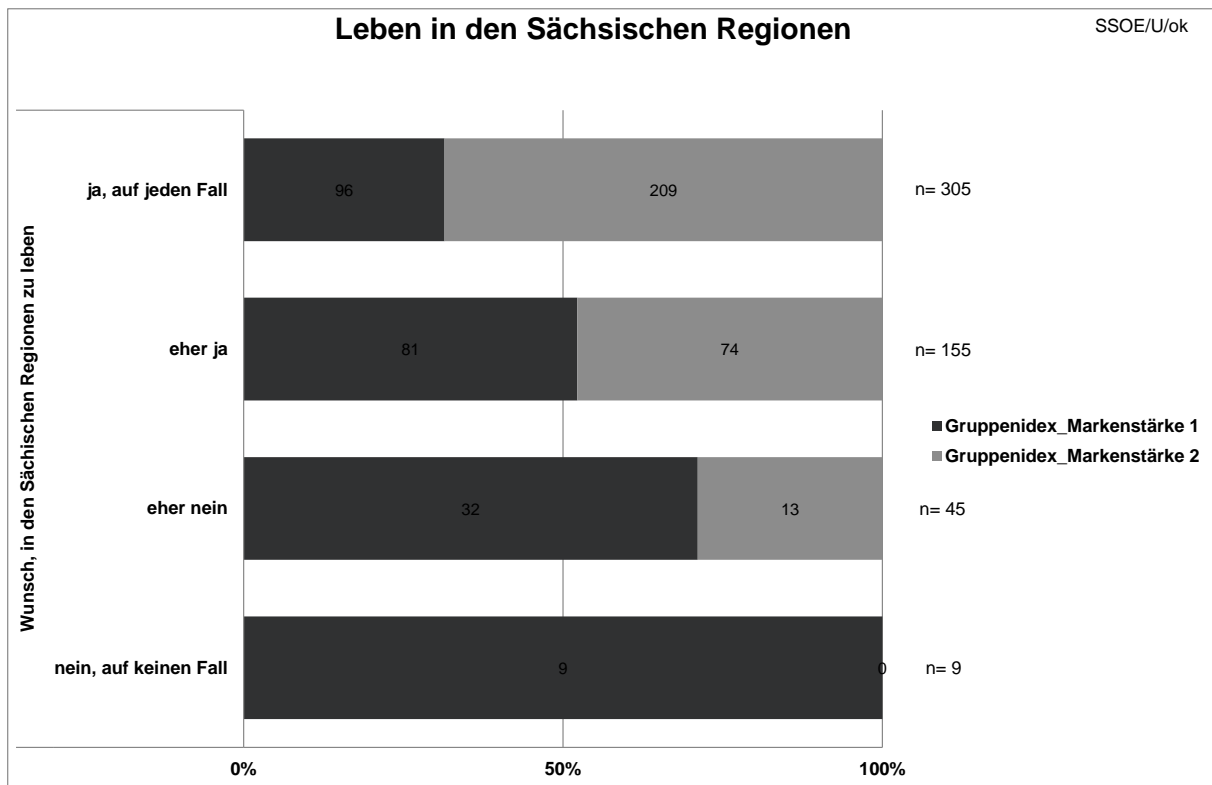


Abb. 6.2.1-5 Gruppenindex vs. Wunsch in den Sächsischen Regionen zu leben bzw. gerne in den Sächsischen Regionen zu leben

Diese Grafik zeigt einen stetig abfallenden Verlauf. Somit verhalten sich Markenstärke und der Wunsch, in den Sächsischen Regionen leben zu wollen, kongruent. Die Personen, die gar nicht gerne in der Region leben bzw. sich auf keinen Fall vorstellen können, in der Region zu leben, bewerten sie durchweg negativ. Diejenigen, die „eher nein“ angekreuzt haben, weisen auch der Marke eine eher geringere Stärke zu. Die Personen, die „ja, auf jeden Fall“ angaben, haben zu über 65 Prozent die Markenstärke im hohen Bereich gesehen. Dies deutet auf ein schlüssiges Bild hin, dass der Wohnort nach der Attraktivität einer Region gewählt wird.

Bei der Beantwortung der folgenden Forschungsfragen werden nun die oben vorgestellten Klassen unterschieden.

6.2.2 Wer weiß, wo die Region liegt? (Fragen A, B, C...)

In diesem Abschnitt wird der erste Fragebogenblock ausgewertet. Im Vordergrund stehen dabei die geographischen Kenntnisse der Befragten. Sie mussten je Fragebogen Regionen auf einer Landkarte richtig zuordnen. Um die Auswertung zu vereinfachen wurde eine neue Variable erzeugt, Lage_derRegion_richtig, die anhand zweier Ausprägungen (richtig und falsch) angibt, ob die Koordinaten der jeweiligen Regionen richtig gewählt wurden. Mit Hilfe verschiedener Untersuchungen bezüglich der Fragestellung: „Wer weiß, wo die Region liegt“, kann abgeleitet werden, wie bekannt die Region ist und ob es Unterschiede in der Zuordnung der verschiedenen Gruppen gibt.

Als Erstes wurde dazu allgemein untersucht, wie viele der Befragten aller Fragebögen die Lage der Sächsischen Regionen richtig beantworten konnten.

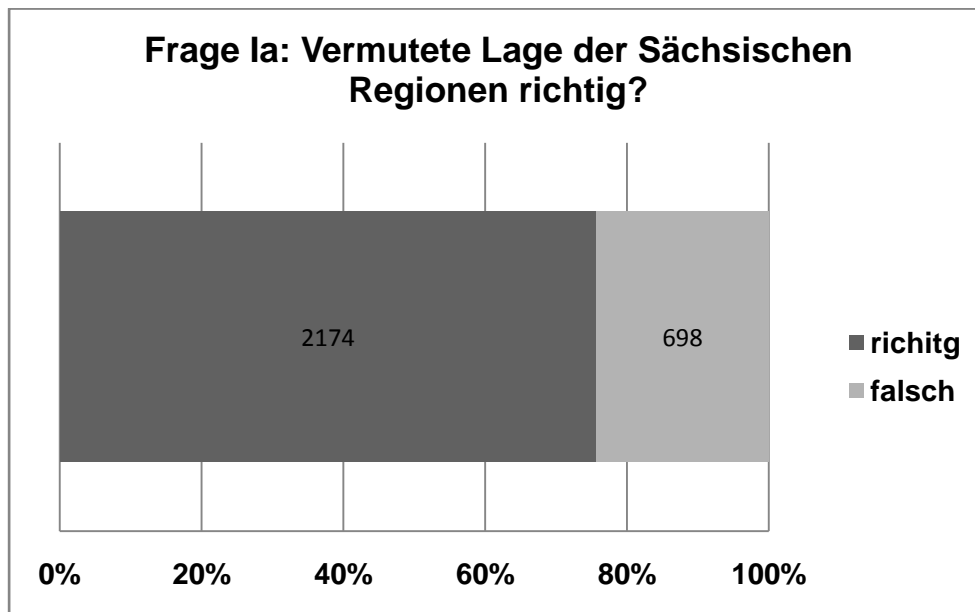


Abb.6.2.2-1 Lage der Sächsischen Regionen richtig oder falsch angegeben

Eine weitere allgemeine Untersuchung, ohne die Verwendung des Gruppenindex, beinhaltet die Betrachtung der Lagevermutung der Befragten, untergliedert anhand ihrer Postleitzahl und somit nach Subregionen der Sächsischen Gebiete. Zu jeder Befragungsregion wurden diese Subregionen erzeugt. Wie in der oben gezeigten Abbildung erkennbar, haben annähernd 80 Prozent der Befragten, die Lage der Sächsischen Regionen richtig vermutet. Dies zeugt von überregionaler Bekanntheit und von korrekter geografischer Zuordnung durch einen Großteil der Befragten. Dies ist eine sehr gute Ausgangsposition zur weiteren Formulierung von Handlungsmaßnahmen zur besseren Vermarktung. Sie beinhalten die Zuordnung der Postleitzahl des Hauptwohnsitzes, unterschieden nach der Region selbst, des Umlandes und Externer.

Für die Sächsischen Regionen wurden vier Subregionen unterschieden, nämlich das Osterzgebirge, die Sächsische Schweiz, das Umland der Sächsischen Regionen und der Rest Deutschlands.

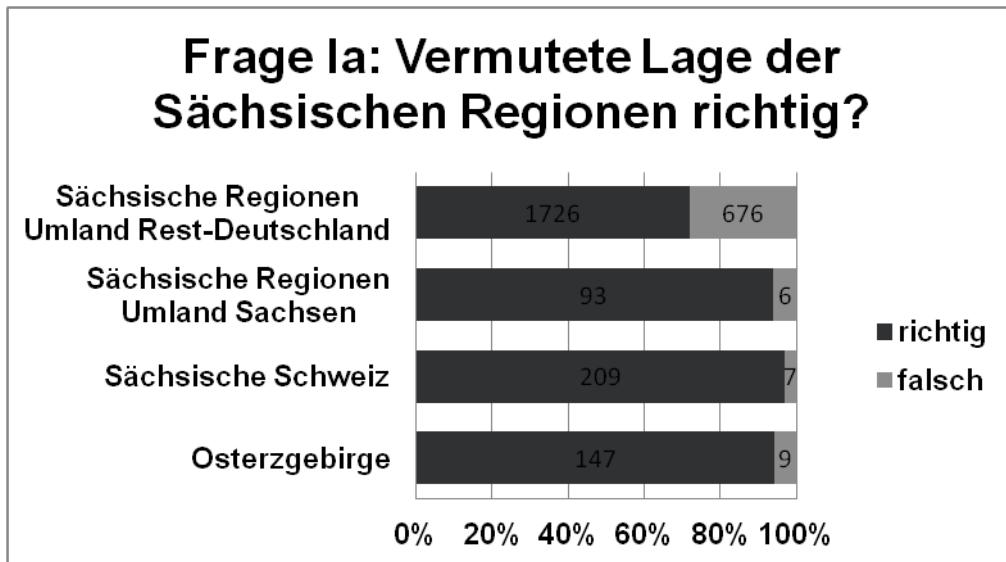


Abb. 3.2.2-2 Lage der Sächsischen Regionen richtig oder falsch angegeben unterschieden nach Subregionen

Diese Abb. 3.2.2-2 zeigt ein Bild, das schlüssig ist: Die Sachsen selbst wissen am besten, wo ihre Region liegt und auch das Umland hat ein positives Ergebnis. Befragte aus Nordrhein-Westfalen erzielten eine bessere Quote als diejenigen aus Niedersachsen und aus dem Rest Deutschlands. Alles in allem wird aber auch hier bestätigt, dass die Sächsischen Regionen überregional bekannt sind und auch der Rest Deutschlands eine Trefferquote von circa fünfundsiebzig Prozent aufweist.

Eine weitere interessante Darstellung hinsichtlich der falschen Antworten bietet eine Landkarte Deutschlands, bei der die Quadranten, die für die Sächsischen Regionen gewählt werden konnten, aufgezeigt werden. Hieraus lässt sich ablesen, wo die Personen, die die Lage nicht richtig angegeben haben, die Region vermuten.

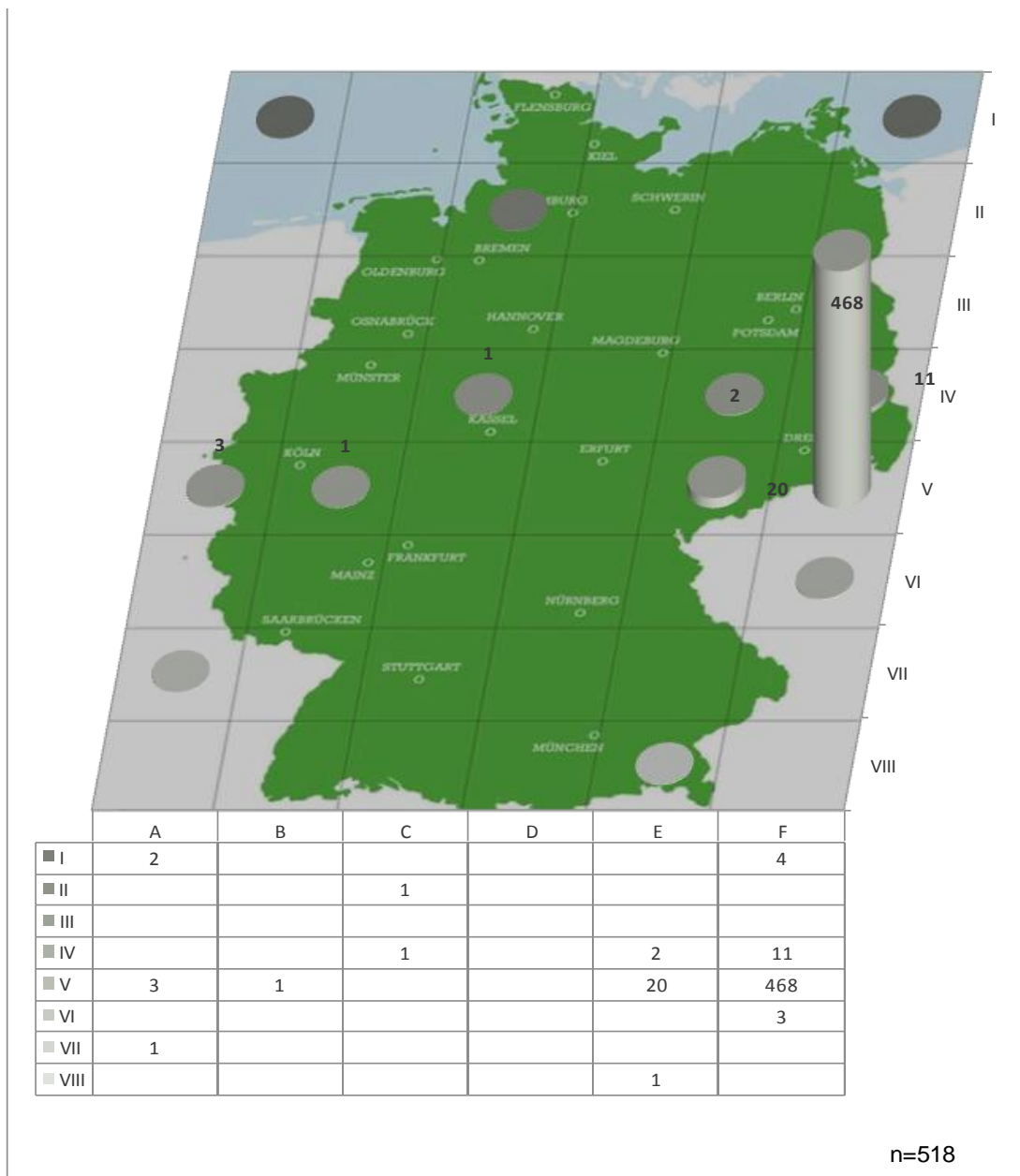


Abb. 6.2.2-3 Lagevermutung der Region Sächsische Schweiz-Osterzgebirge auf der Landkarte

Anschließend soll nun eine Analyse des Fragebogens für die Sächsischen Regionen hinsichtlich der gewählten Gruppen erfolgen.

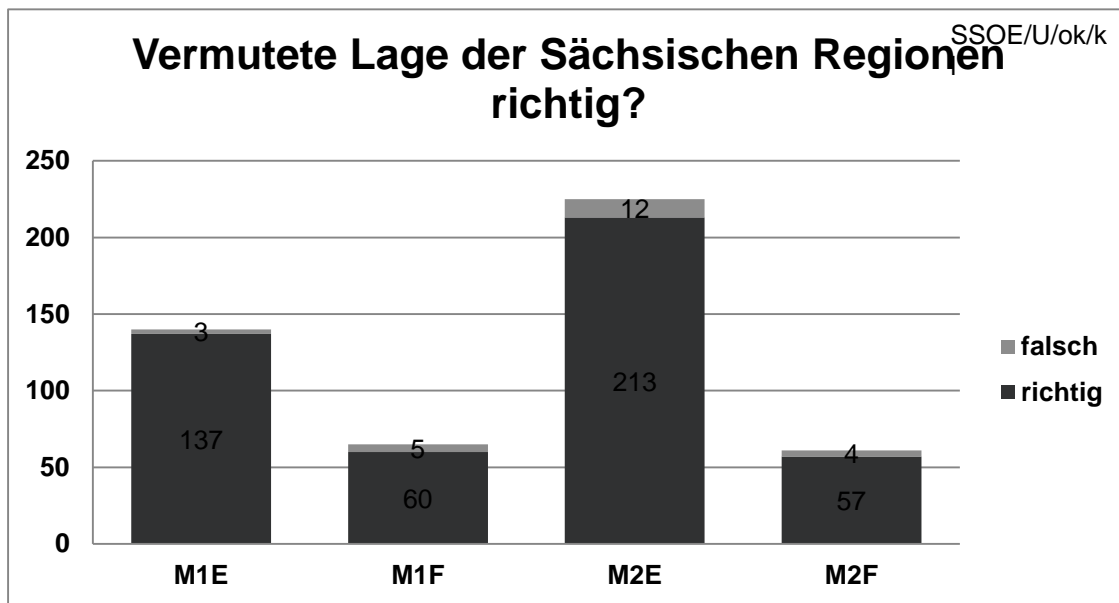


Abb.6.2.2-4 Ortskenntnis nach Markenstatus-Gruppen, absolute Häufigkeiten

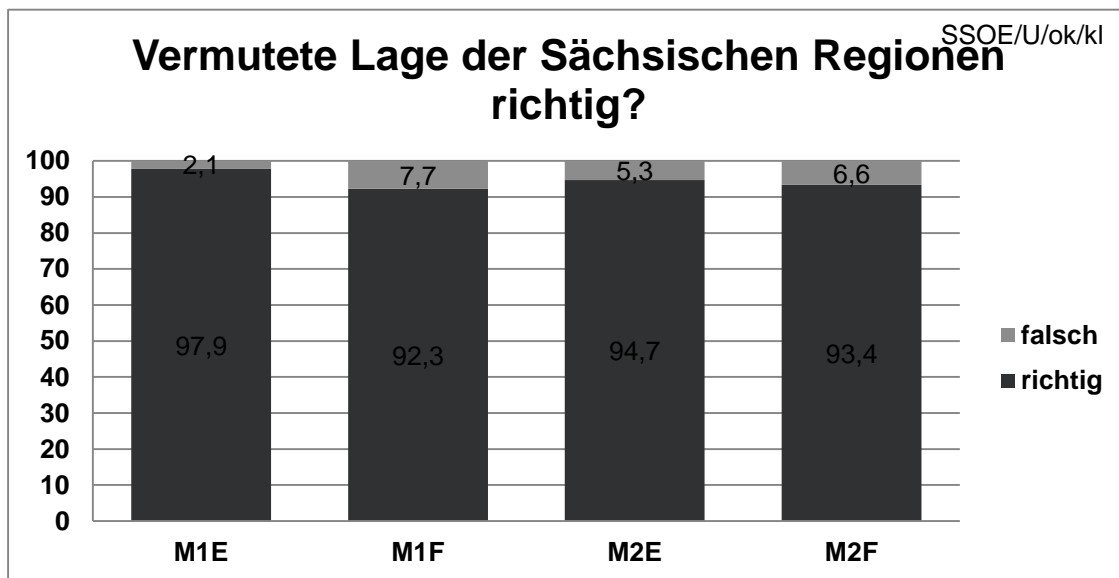


Abb.6.2.2-5 Ortskenntnis nach Markenstatus-Gruppen, relative Häufigkeiten in %

Es ergibt sich eine hohe Bekanntheit der Region bei allen Gruppen, wobei hier die Fallzahlen (eine Stimme mehr oder weniger bei M2F sind bereits 2%!) eine tiefere Interpretation ausschließen.

6.2.3 Welche Bilder sind mit der Region verbunden?

In diesem Abschnitt geht es darum, die drei Felder der spontanen Nennungen auszuwerten. Die Befragten hatten dabei die Möglichkeit drei Stichworte aufzuschreiben, die ihnen spontan zu den Sächsischen Regionen einfallen. Um einen allgemeinen Überblick über diese Nennungen zu erhalten, wurden diese zuerst ungefiltert in eine Wortwolke exportiert. Hier werden die Begriffe je nach Häufigkeit der Nennung in Breite und Größe der Schrift unterschieden (je häufiger der Begriff vorkam, desto größer und dicker wird er dargestellt).



Abb. 3.2.3-1 Wortwolke der spontanen Nennungen für die Sächsischen Regionen

Bereits aus dieser allgemeinen Darstellung lassen sich Bilder erkennen, die stark mit den Sächsischen Regionen verbunden werden, wie zum Beispiel Bergbau, das Elbsandsteingebirge, Urlaub, Berge, Dresden usw. Zudem ist ersichtlich, dass viele der Begriffe eine Verbindung zur Natur aufweisen. Um ein feineres Bild der spontanen Nennungen zu erhalten, wird im Weiteren eine Clusterung aller Begriffe vorgenommen. Dazu werden 22 Oberbegriffe gebildet, in welche die Nennungen der spontanen Antworten untergliedert werden können.

Um anfangs einen besseren Überblick über die erzeugten Bilder zu erhalten, wird ebenfalls eine Wortwolke erstellt. Auf diese wird in der weiteren Auswertung näher eingegangen.

Sächsische Regionen

Schließen Sie die Augen und denken Sie an Ihre Region...

Erste spontane Antwort, nach Themen gruppiert in % von N = 628

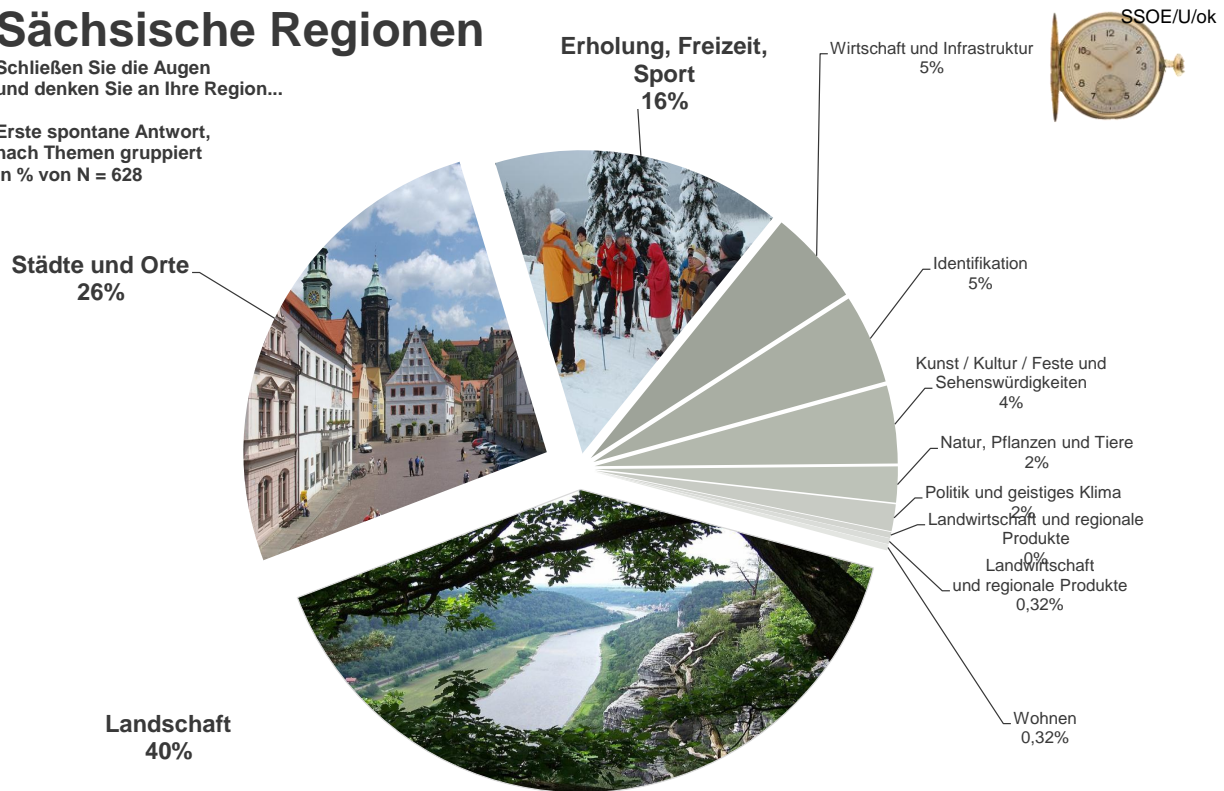


Abb. 3.2.3-2 Häufigkeiten der Themen der spontanen Nennungen für die Sächsischen Regionen

Mit den Sächsischen Regionen werden vor allem Themen im Bereich der Natur, Städte/Orte sowie Erholung/Freizeit verbunden. 40 Prozent aller spontanen Nennungen aus dem Fragebogen für die Region fallen in den Themenbereich Landschaft. 26 Prozent der Befragten gaben Städte/Orte an. Die Themen mit den wenigsten Erwähnungen (unter einem Prozent) sind „Wohnen“ und „Landwirtschaft“.

Schließen Sie die Augen und denken Sie an die Sächsische Schweiz, oder das Osterzgebirge, oder an den gemeinsamen Landkreis....

SSOE/U/ok

Erste spontane Antwort, getrennt anhand der Frage "Fühlen Sie sich als Einheimische / Einheimischer ?"
JA : n= 334 NEIN: 1

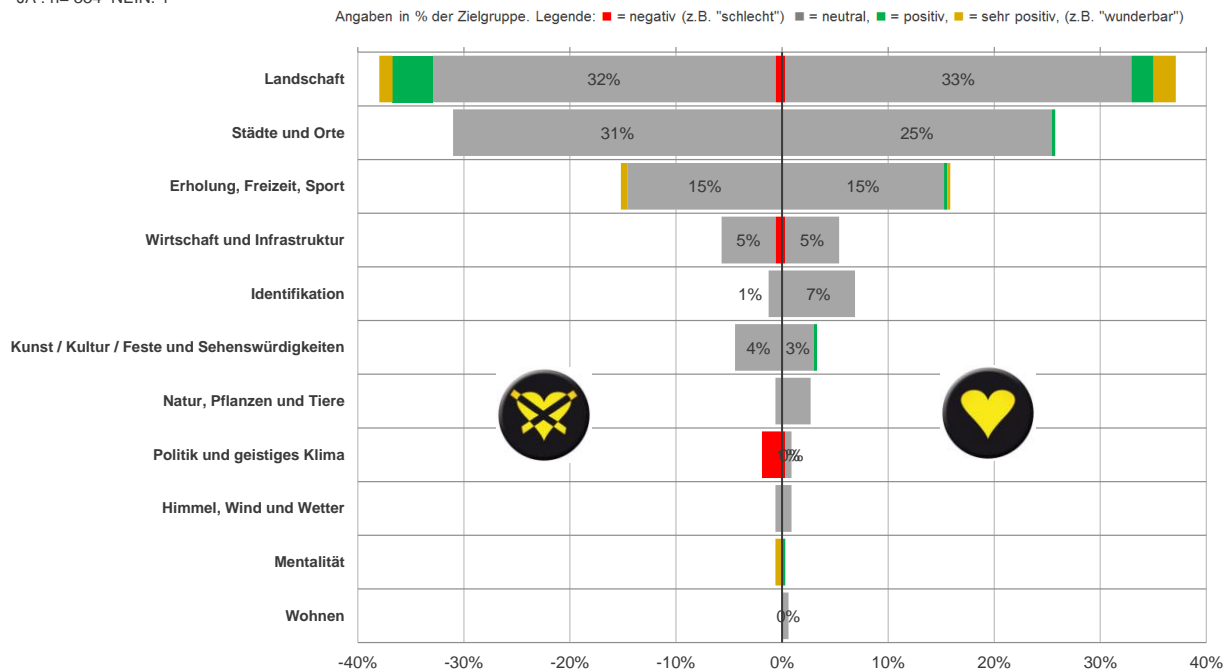


Abb. 6.2.3-3 Themen der spontanen Nennungen unterschieden nach Verbundenheit zu den Sächsischen Regionen

Abbildung 3 in diesem Kapitel zeigt die spontanen Antworten differenziert nach der Bindung der Befragten („Ich fühle mich als... bzw. ich fühle mich NICHT als Einheimischer oder Einheimische. Dabei wird zusätzlich die Tonalität der Angaben unterschieden.

Wo liegen die größten Unterschiede?

- Nennungen zur Identifikation („Heimat“) stammen überwiegend von Personen mit Bindung,
- die meisten (der absolut ja nicht sehr zahlreichen) negativen Meldungen gehen auf das Thema „Politik & geistiges Klima“ und kommen von außerhalb.

Sächsische Schweiz - Osterzgebirge: Schließen Sie die Augen und denken Sie an Ihre Region...

SSOE/U/ok

Erste spontane Antworten, nach Geschlecht der Befragten
Frauen: n = 299 , Männer n = 214

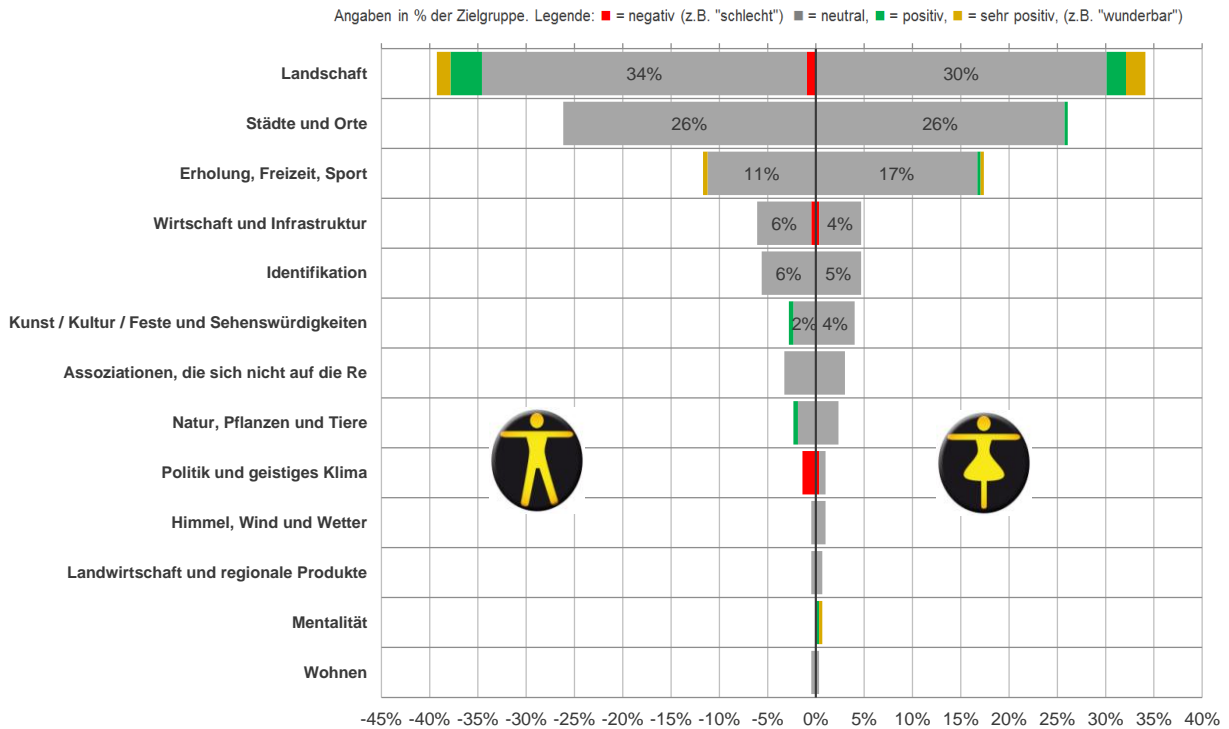


Abb. 6.2.3-4 Themen der spontanen Nennungen unterschieden nach Geschlecht, Sächsische Regionen

Die größten Differenzen sind bei den Themen „Erholung, Freizeit & Sport“ und bei der Landschaft ersichtlich. Die männlichen Befragten geben eine etwas schlechtere Bewertung über das Wetter ab, als die weiblichen.

Im nächsten Abschnitt geht es um die Merkmale der Region in Abschnitt 2 des Fragebogens.

6.2.4 Welche Begriffe sind mit der Region verbunden?

In diesem Abschnitt wird der Fragenblock ausgewertet, bei dem die Befragten Begriffe hinsichtlich ihrer Übereinstimmung mit den Sächsischen Regionen bewerten mussten. Dazu konnten sie zwischen fünf verschiedenen Kategorien unterscheiden:

- Trifft gar nicht zu (1),
- trifft eher nicht zu (2),
- trifft etwas zu (3),
- trifft voll und ganz (4) sowie
- kann oder will ich nicht beurteilen (0).

Aus allen gültigen Antworten ergeben sich die Mittelwerte der Zustimmung, wie gut ein Begriff zur Region passt.

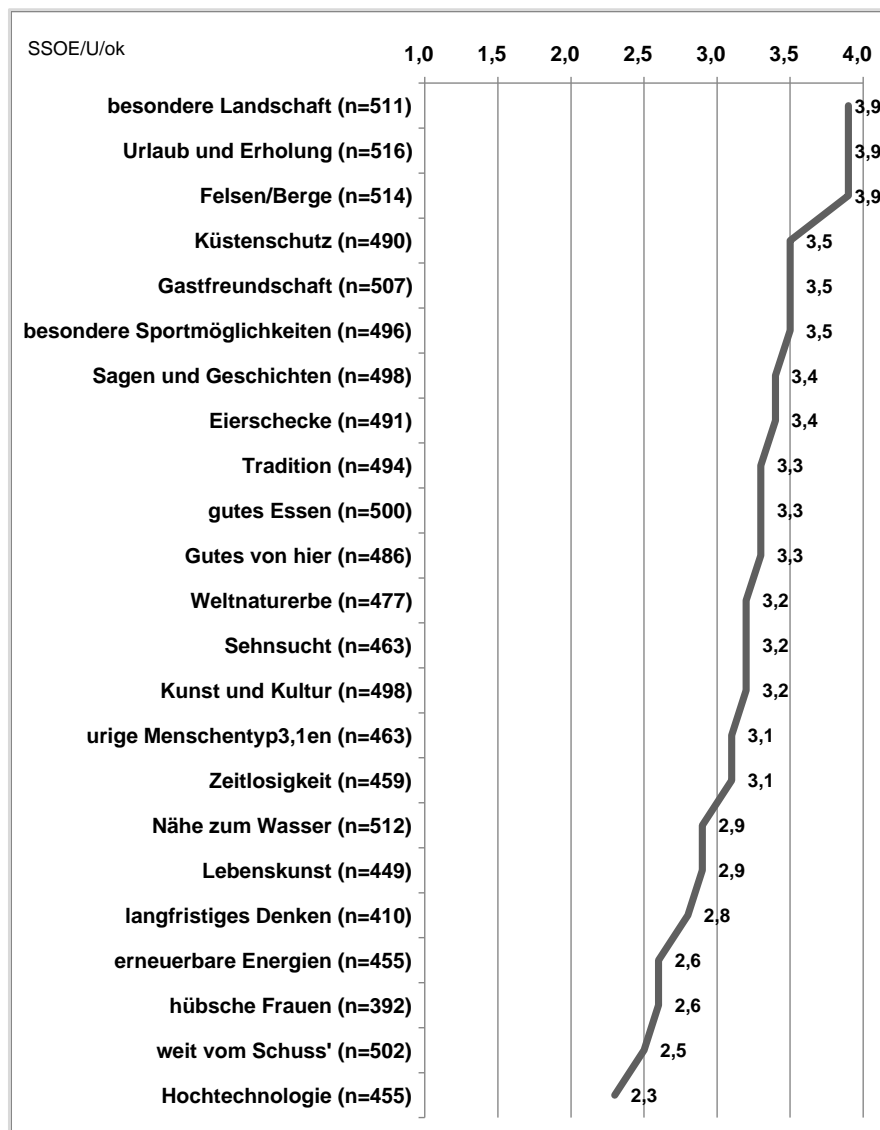


Abb. 3.2.4-1 Inwieweit treffen folgende Aspekte auf die Sächsischen Regionen zu?

Die Landschaft, Urlaub und Erholung sowie Felsen und Berge sind die dominanten Merkmale der Region. Interessanterweise liegt auch der Küstenschutz auf einem hohen Wert. Die Elbe hat zwar Ufer, keine Küsten, aber die Erfahrung der Elbehochwasser in den letzten Jahren ist offenbar stark genug, dass die Hochwassergefahr in dieser Region ganz „vorn“ in der Wahrnehmung bereit liegt und sofort anspricht, wenn ein Begriff daran erinnert.

Dass „Hochtechnologie“ als Merkmal so niedrig rangiert, hier auf dem letzten Platz nahe an der „neutralen Linie“ zwischen „trifft eher zu“ und „trifft eher nicht zu“, lässt vermuten, dass die „Sächsisches Schweiz“ nach wie vor eher ein touristisches Zielgebiet beschreibt als einen komplexen Standort mit Industrie, Infrastruktur und Sozialpolitik. Für die Markenpolitik der Region als Wirtschaftsstandort liegt hier sicherlich eine Herausforderung. Käme eine

Submarke oder parallele Marke (z.B. „Technikstandort Dresden vor der Haustür“) eher in Frage oder sollen die bestehenden Marken „Sächsische Schweiz“ und „Osterzgebirge“ zusätzlich mit Hochtechnologie aufgeladen werden?

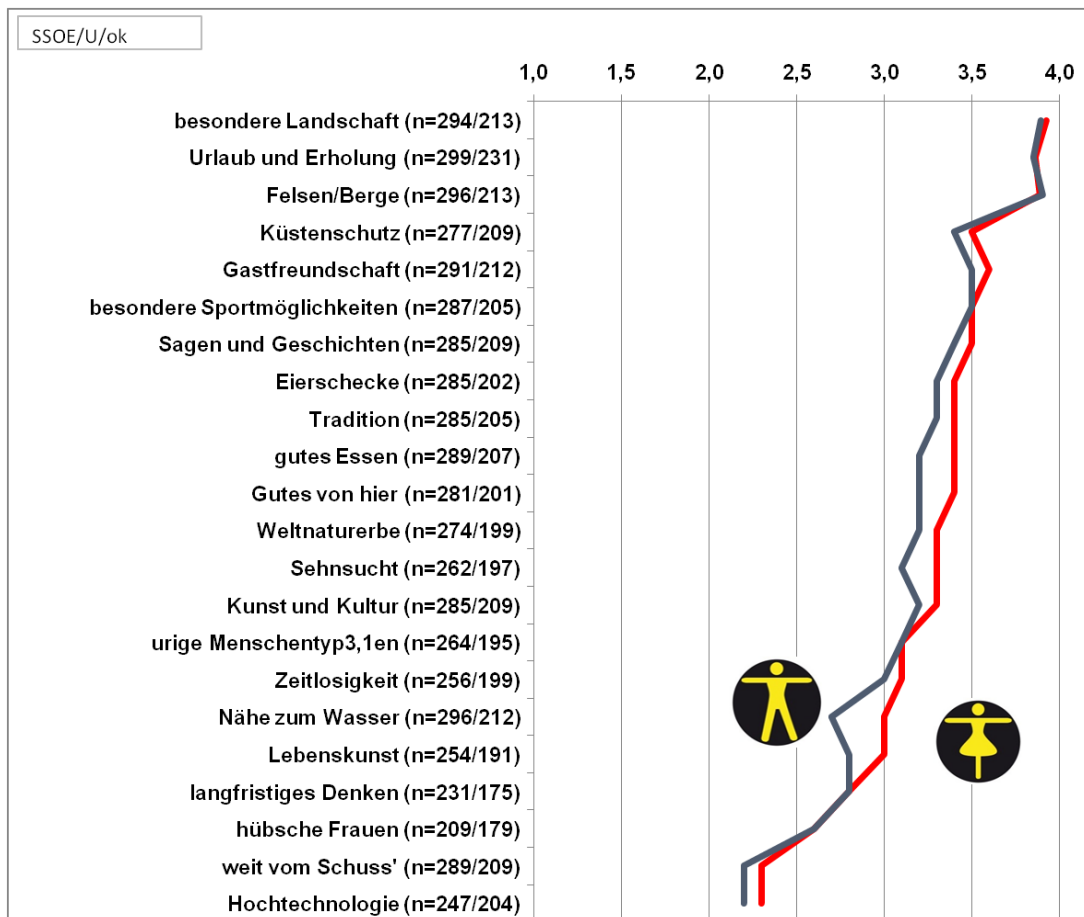


Abb. 3.2.4-2 Inwieweit treffen folgende Aspekte auf die Sächsischen Regionen zu?

Unterscheidung nach Geschlecht

Frauen votieren hier durchweg freundlicher als Männer, vor allem bei den „Genüssen“ (von Eierschecke bis Sehnsucht), aber auch um ein paar Punkte bei Hochtechnologie.

Um einen leichteren Überblick über die Aspekte zu erhalten, werden diese nun nochmals in einer Bewertung unterteilt, nämlich positiv, negativ und neutral für die Region, damit deutlich zu erkennen ist, bei welchen Begriffen ein hoher Mittelwert gut und bei welchen eher nicht so gut ist.

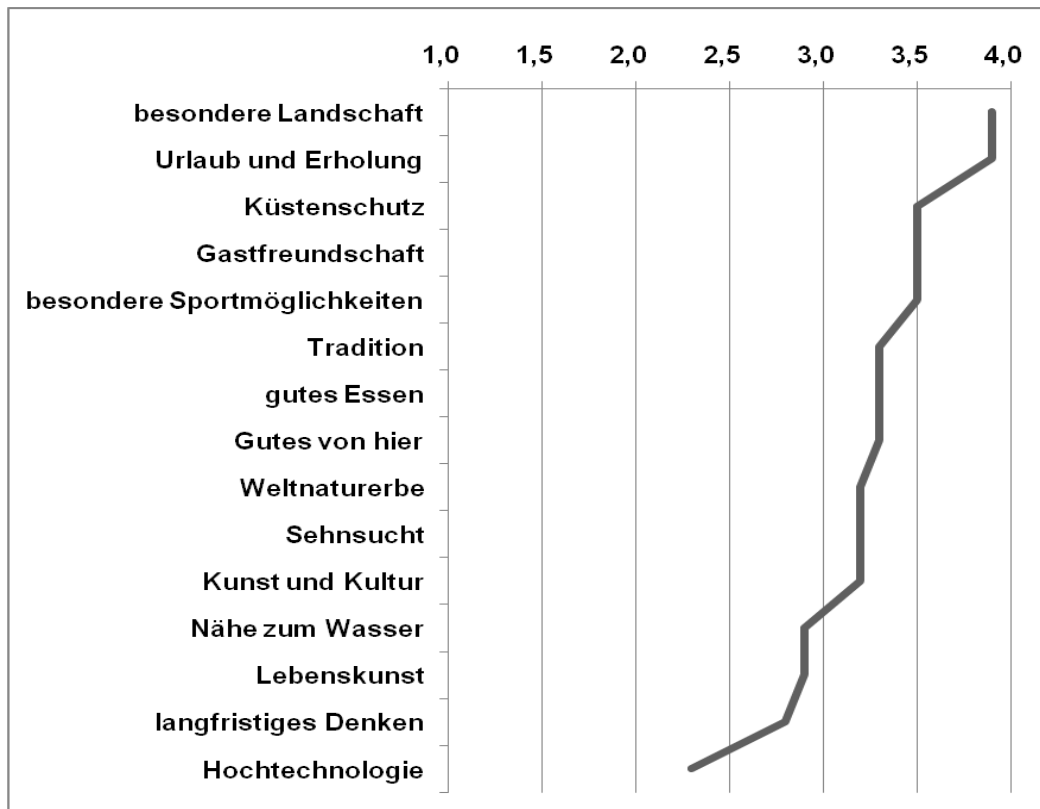


Abb. 6.2.4-3 Inwieweit treffen folgende Aspekte auf die Sächsischen Regionen zu?

Positive Aspekte für die Sächsischen Regionen

Bei diesen positiven Bildern der Region ist es gut, wenn sie einen hohes arithmetisches Mittel aufweisen, da diese Aspekte dann gut zur Region passen, falls die Bilder mit der Realität übereinstimmen.

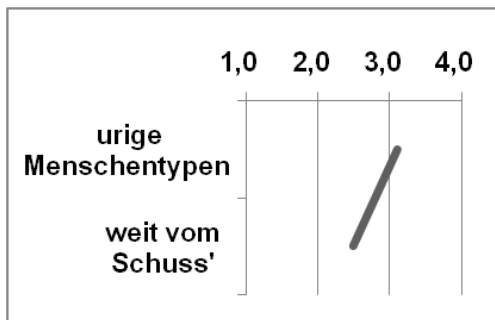


Abb. 6.2.4-4 Inwieweit treffen folgende Aspekte auf die Sächsischen Regionen zu?
Negative Aspekte für die Sächsischen Regionen

Bei diesen Begriffen bedeutet ein hoher Wert, dass auch negative Aspekte mit der Region verbunden sind, da beide Begriffe klar negativ behaftet sind.

Begriffe, die weder einen positiven noch einen negativen Hintergrund haben, wurden unter der Kategorie neutral zusammengefasst.

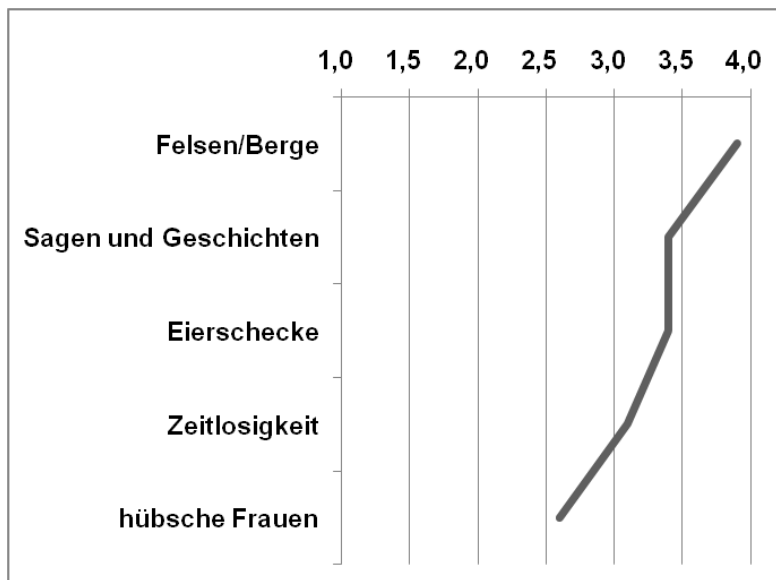


Abb. 6.2.4-5 Inwieweit treffen folgende Aspekte auf die Sächsischen Regionen zu?
Neutrale Aspekte für die Sächsischen Regionen

Im nächsten Schritt wird analysiert, welche Daten aus dem Fragebogen einen großen Einfluss auf die Bildung in der Region haben. Dazu wird das Verfahren des Entscheidungsbaumes herangezogen. Exemplarisch wird dies zum einen mit dem Bild der „besondere Landschaft“ (TOP) und zum anderen mit dem Bild „Hochtechnologie“ (FLOP) gezeigt. Der Entscheidungsbaum identifiziert Beziehungen zwischen den einzelnen Antwortmöglichkeiten und zeigt somit Wechselwirkungen auf. Damit kann u.a. bildlich dargestellt werden, welche Variable den größten Einfluss auf die Antwort „Urlaub/Erholung passt voll und ganz zur Region“ hat. Folgend werden nur einige Äste des Entscheidungsbaumes nach CHAID dargestellt, die als besonders interessant erachtet werden.

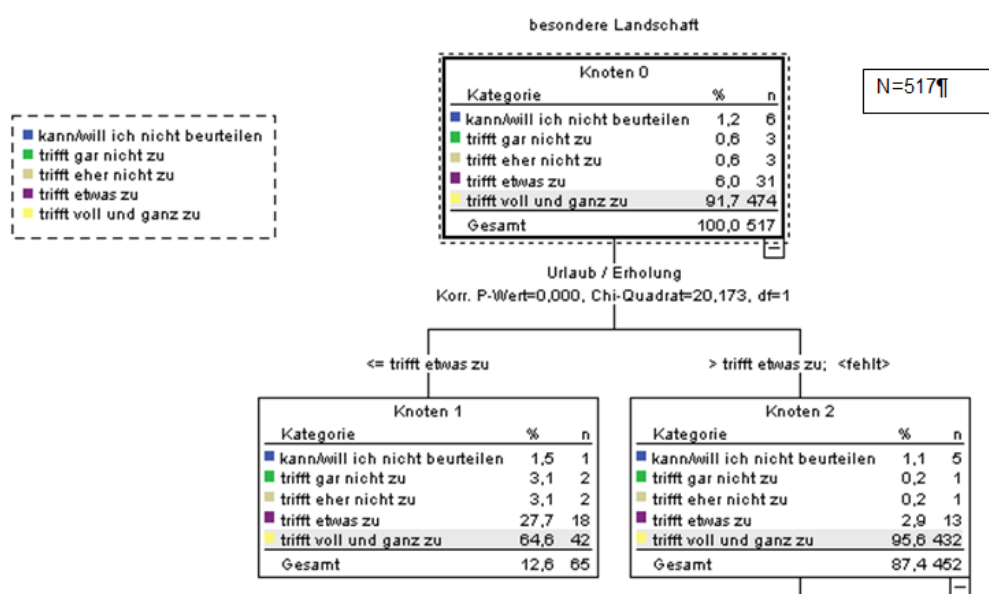


Abb. 6.2.4-6 Entscheidungsbaum nach CHAID für den TOP-Begriff

Ausgangsbild war die „besondere Landschaft“, was voll und ganz auf die Sächsischen Regionen zutrifft. Anhand des Baumes lässt sich ablesen, dass die höchste Korrelation dieses Begriffes mit dem Bild des Urlaubes und der Erholung besteht. Das bedeutet, dass die Befragten, die besondere Landschaft stimmig finden, auch Urlaub und Erholung als passend einschätzen. Dieser Entscheidungsbaum zeigt, dass die Wahrnehmung der Region am signifikantesten mit den Bildern der Region und nicht mit anderen Daten aus dem Fragebogen zusammenhängt. Die Bilder in den Köpfen der Menschen hängen also alle zusammen und umfassen meistens die vorgegebenen Begriffe.

Der nächste Entscheidungsbaum zeigt einen Aspekt der einen niedrigen Wert bei der Übereinstimmung mit den Sächsischen Regionen zugewiesen bekommen hat, nämlich die „Hochtechnologie“.

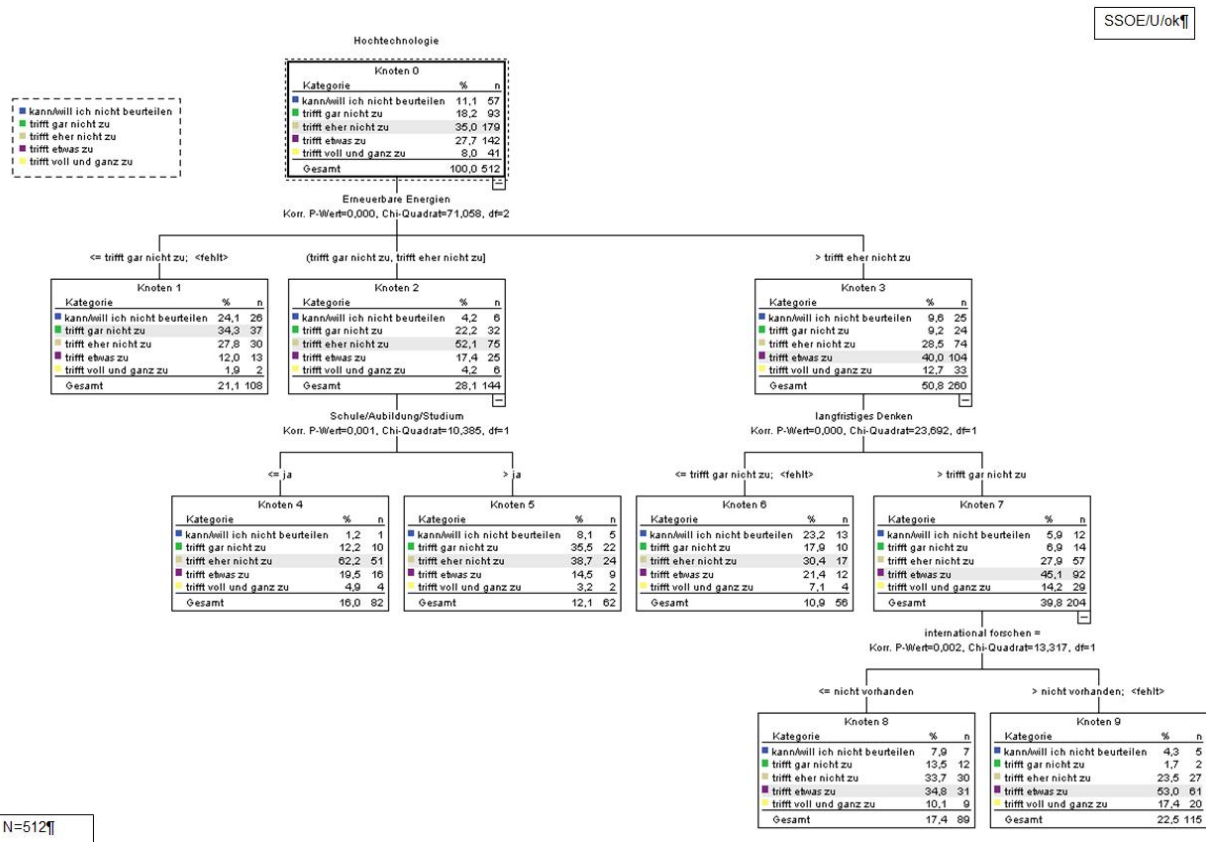


Abb. 6.2.4-7 Entscheidungsbaum nach CHAID für den FLOP-Begriff

Das Thema Hochtechnologie korreliert am häufigsten mit dem Begriff der erneuerbaren Energien (Trifft etwas zu). Zudem steht der Begriff in einem engen Zusammenhang zu langfristigem Denken und internationalem Forschen. So finden wir mehrere für die wirtschaftliche Entwicklung relevante Begriffe miteinander in Wechselwirkung. Umgekehrt könnte eine andere Wahrnehmung der erneuerbaren Energien oder eine Stärkung des Aspektes „internationale Forschung“ sich positiv auf Hochtechnologie im Markenbild auswirken.

Eine weiterführende Untersuchung betrachtet nun die vorher differenzierten Gruppen und ihre Wahrnehmung der Region. Die Gruppen werden folgend in einer Abbildung dargestellt, damit die Unterschiede und Gemeinsamkeiten auf einen Blick zu erkennen sind. Bei diesen vier Gruppen kann zum einen nach der Wahrnehmung der Region als starke Marke und zum anderen nach dem Selbst- und Fremdbild unterschieden werden.

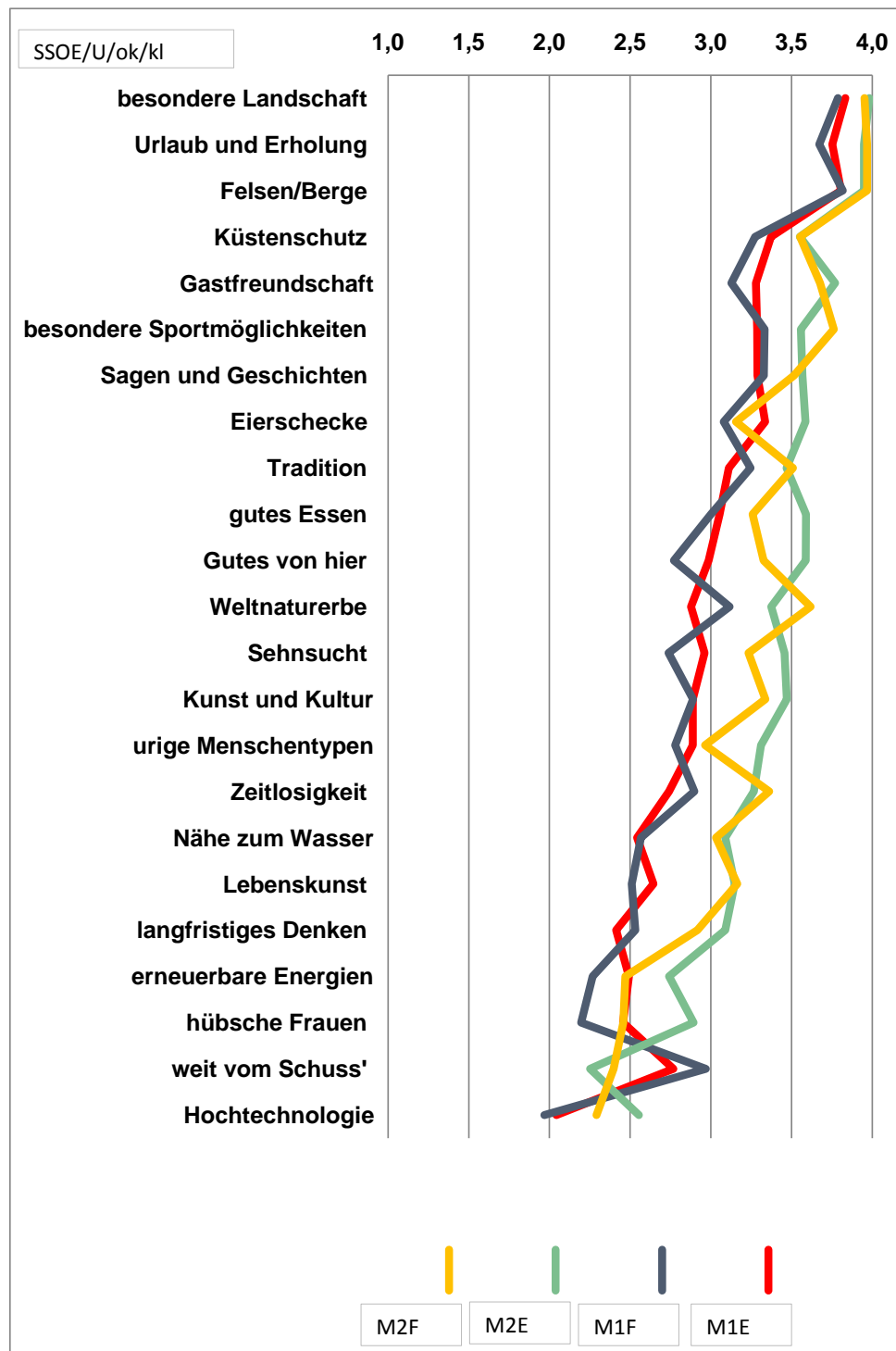


Abb. 6.2.4-8 Inwieweit treffen folgende Aspekte auf die sächsischen Regionen zu?

Unterscheidung nach Klassen

Hier zeigen sich interessante Unterschiede zwischen Einwohnern und Auswärtigen, Freunden und Skeptikern. Zunächst gibt es offenbar klare Stärken der Region: je höher der Mittelwert ist der Begriffe, also je passender die Begriffe für die Sächsischen Regionen sind, desto mehr sind sich Gruppen einig. Bei den Aspekten, die einen niedrigeren Mittelwert erhalten, liegen die Linien weiter auseinander, so z. B. erneuerbare Energien, „weit vom

Schuss“ und Hochtechnologie. Die Gruppen M1F und M2E weisen die unterschiedlichste Meinung auf. Zu erwarten wäre aufgrund der Variablendefinition, dass die M2 – Linien immer oberhalb der M1 – Linien lägen. Das stimmt nicht in jedem Fall. So lieben skeptische Einwohner M1E (rote Linie) die heimische Eierschecke offensichtlich immer noch mehr als die freundlichen Auswärtigen. Bei den besonderen Sportmöglichkeiten, beim Weltnaturerbe, bei der Tradition und auch bei der Zeitlosigkeit votieren die freundlichen Auswärtigen (gelb) besser als die freundlichen Einwohner (grün). Das sind Anregungen sowohl für die Pflege der Marke nach außen als auch für das Binnenmarketing.

6.2.5 Was macht die Sächsischen Regionen attraktiv?

Hier werden die Ausprägung und die Wichtigkeit der harten und weichen Standortfaktoren untersucht.

Zudem werden sehr weiche Aspekte über die Antworten zur „Region als Person“ erarbeitet.

Im ersten Schritt werden somit für jeden Bereich die Wichtigkeit und Ausprägung in einem Netzdiagramm übereinander gelegt, um einen ersten Überblick zu erhalten und Abweichungen direkt zu erkennen.

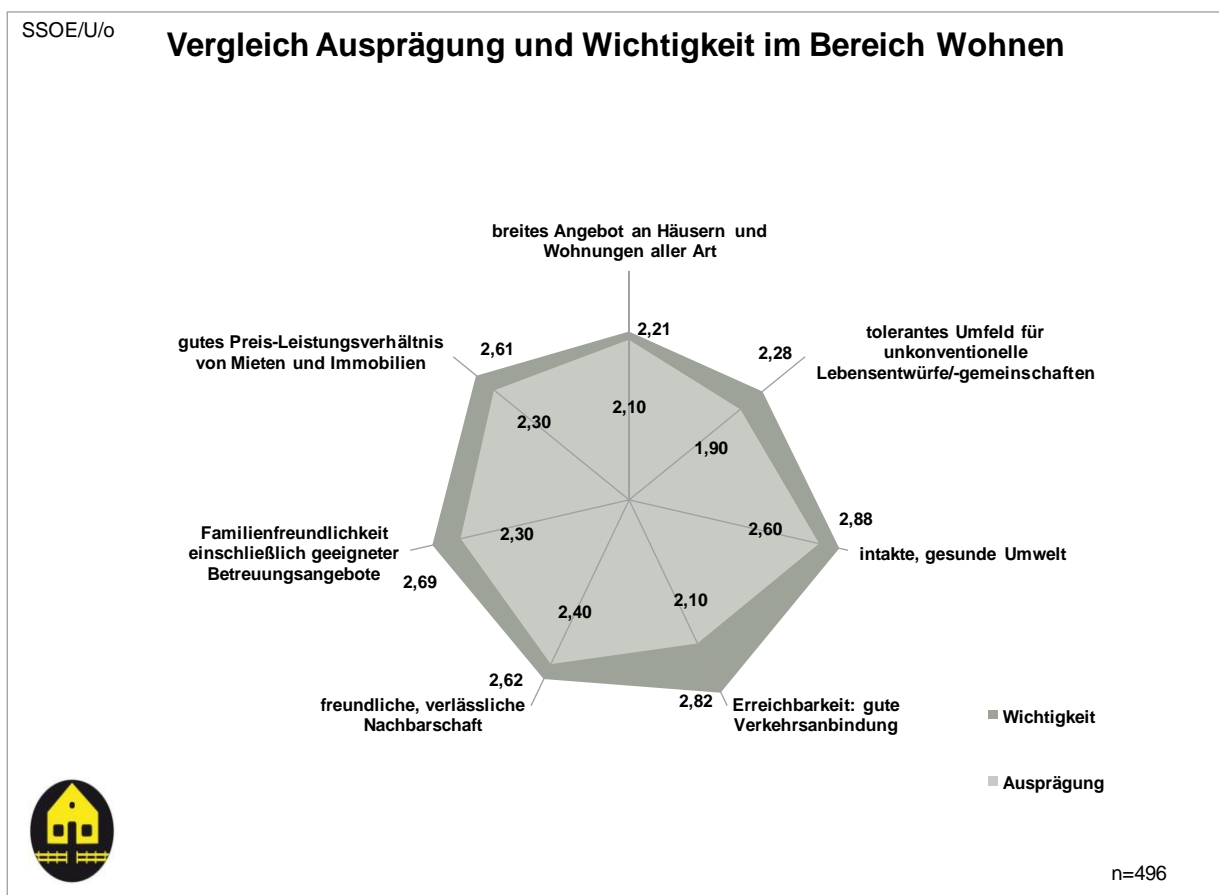


Abb. 3.2.5-1 Ausprägung und Wichtigkeit der Standortfaktoren im Bereich Wohnen für die Sächsischen Regionen

Der Abb. 3.2.5-1 kann entnommen werden, dass den Befragten eine „intakte, gesunde Umwelt“ besonders wichtig ist, da hier ein Mittelwert von 2,88 vorliegt. Alle Mittelwerte liegen über 2 und sind somit als wichtig einzustufen. Ähnlich zeigt es sich bei der Ausprägung in den Sächsischen Regionen. Keiner der genannten Standortfaktoren weist einen Wert < 1,5 aus und ist demnach nicht vorhanden. Allgemein kann folgenden Aussage getroffen werden:

Die Ausprägung ist generell niedriger als die Wichtigkeit. Die größte Übereinstimmung bzw. nur eine Differenz von Ausprägung und Wichtigkeit von -0,11 findet sich beim Standortfaktor „breites Angebot an Häusern und Wohnungen aller Art“. Wobei die größte Differenz zwischen „Wunsch und Wirklichkeit“ bei „Erreichbarkeit und gute Verkehrsanbindung“ mit einem Wert von -0,72 liegt.

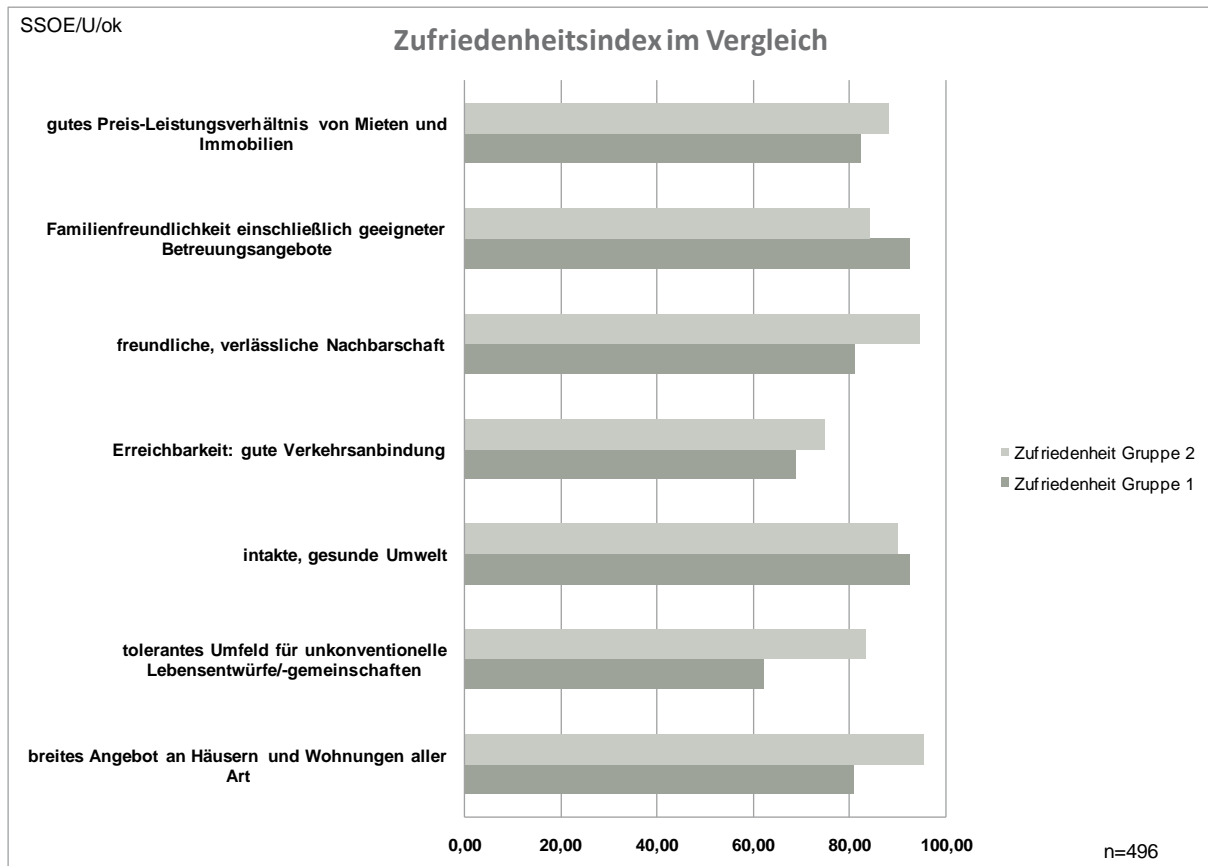


Abb. 3.2.5-2 Zufriedenheit im Bereich Wohnen in den Sächsischen Regionen unterschieden nach gerne leben (wollen) und nicht gerne leben (wollen)

Generell ist in der Abb. 3.2.5-2 ersichtlich, dass diejenigen, die gerne in den Sächsischen Regionen wohnen bzw. gerne hier wohnen würden, meistens einen höheren Zufriedenheitsgrad erreichen, als Befragte, die eher „nein“ und „nein auf keinen Fall“ angegeben haben. Eine völlige Übereinstimmung findet sich bei der ersten Gruppe im Bereich der „intakten und gesunden Umwelt“ sowie bei „Familienfreundlichkeit einschließlich geeigneter Betreuungsangebote“ und bei der zweiten Gruppe bei einer „freundlichen und verlässlichen Nachbarschaft“ sowie bei einem „breiten Angebot an Häusern und Wohnungen aller Art“. Auffällig ist, dass die Zufriedenheit mit der Familienfreundlichkeit in den Sächsischen Regionen bei der ersten Gruppe (wohnen nicht gerne in der Region bzw. können sich eher nicht vorstellen in der Region zu leben) höher ist, als bei der zweiten Gruppe. Nachfolgend wird der Bereich „Arbeit“ genauer untersucht.

Vergleich Ausprägung und Wichtigkeit im Bereich Arbeit

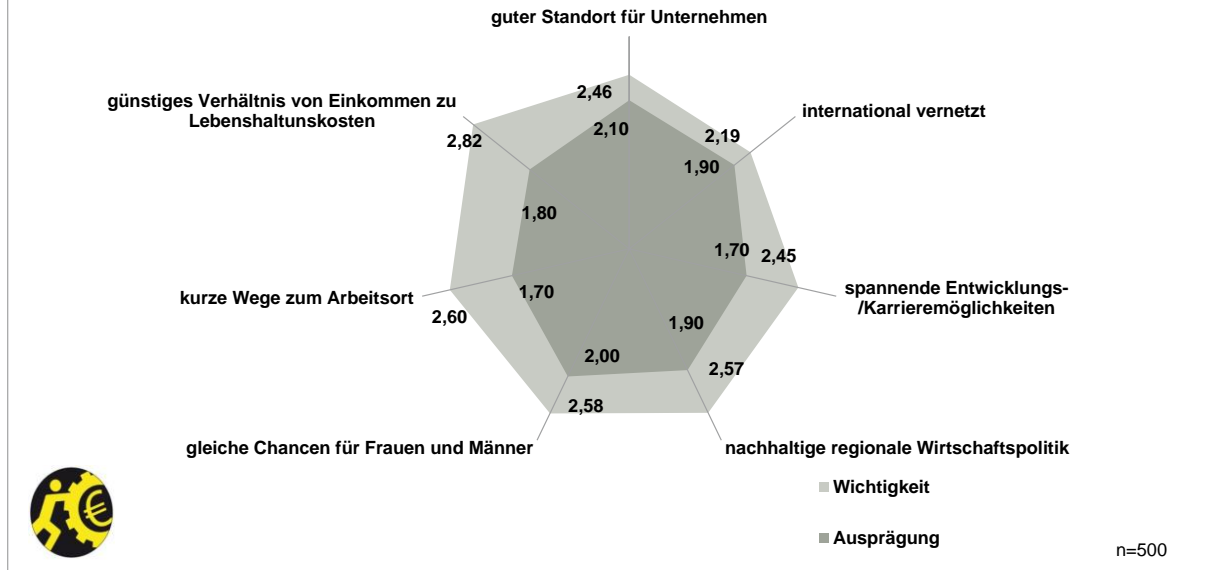


Abb. 6.2.5-3 Ausprägung und Wichtigkeit der Standortfaktoren im Bereich Arbeit und Beruf für die Sächsischen Regionen

In der Abb. 6.2.5-3 ist ersichtlich, dass im Bereich Arbeiten der Unterschied von Wunsch und Ausprägung noch größer ist als im Bereich Wohnen. Aber gerade der Standortfaktor Arbeit ist sehr wichtig, wenn es um die Fachkräfterekrutierung geht. Die kleinste Abweichung von Wichtigkeit und Wirklichkeit liegt bei -0,29 und zwar in den Bereichen guter Standort für Unternehmen und international vernetzt. Die geringste Übereinstimmung mit einer Abweichung von -1,02 findet sich bei dem Faktor spannende „günstiges Verhältnis von Einkommen zu Lebenshaltungskosten“. Um eine detaillierte Auswertung, gerade im Bereich der Arbeit zu erhalten, wird in den folgenden Auswertungen nach Geschlecht, Bildungsstand und Unternehmensleitung unterschieden.

	Häufigkeiten Gruppe 1			Häufigkeiten Gruppe 2
1-10 km	8		1-10 km	44
11-20 km	4		11-20 km	31
21-40 km	4		21-40 km	42
41-60 km	2		41-60 km	12
61-80 km	2		61-80 km	6
81-100 km	1		81-100 km	1
101-150 km	0		101-150 km	1
151-200 km	0		151-200 km	1
200-300 km	0		200-300 km	2
über 300 km	0		über 300 km	3

Abb. 6.2.5-4 Häufigkeiten der Pendel-Km zum Arbeitsplatz der beiden Gruppen

In der Tabelle lässt sich ablesen, dass in der ersten Gruppe, also die Befragten, die außerhalb der Sächsischen Regionen leben, der größte Anteil eine Strecke von bis zu 40 Kilometern zur Arbeit pendelt. Dabei handelt es sich um eine relativ kurze Strecke. Dies sieht bei denjenigen, die in der Region leben etwas anders aus. Diejenigen, die eine relativ kurze Strecke zur Arbeit fahren (1- 40 Km) machen hier einen Anteil von mehr als 81 Prozent aus. Die restlichen 19 Prozent entfallen auf Strecken > 40 Kilometer.



Abb. 6.2.5-5 Ausprägung und Wichtigkeit der Standortfaktoren im Bereich Bildung für die Sächsischen Regionen

In der Abb. 6.2.5-5 ist ersichtlich, dass auch im Bereich Bildung der Unterschied von Wunsch und Ausprägung besteht. Es bestehen keine größeren Unterschiede zwischen den Abweichungen von Wunsch und Wirklichkeit. Die Abweichungen liegen alle auf einem Intervall von (0,56; 0,76). Für eine ausführlichere Analyse werden nun die Mittelwerte der Standortfaktoren nach Bildungsniveau unterschieden. Die Gruppenbildung erfolgt genauso wie im Bereich „Arbeit“.

Faktor	Gruppe 1	Gruppe 2	Gruppe 3
breites Bildungsangebot	81%	76%	76%
Teilhabe an internationaler Forschung und Ausbildung	86%	82%	71%
kreatives bzw. wissenschaftliches Flair	88%	77%	66%

Abb. 6.2.5-6 Zufriedenheit ausgewählter Standortfaktoren im Bereich Bildung unterschieden nach dem Bildungsniveau

Aus der Tabelle 6.2.5-2 lässt sich ablesen, dass es z. T. gravierende Unterschiede in der Zufriedenheit der Befragten mit verschiedenen Bildungsniveaus gibt. Durchweg unzufriedener sind Personen mit einem Hochschulabschluss mit den Angeboten von der Sächsischen Regionen im Bereich der genannten Standortfaktoren zum Thema Bildung.

Wichtigkeit und Ausprägung im Bereich Kultur, Freizeit, Erholung

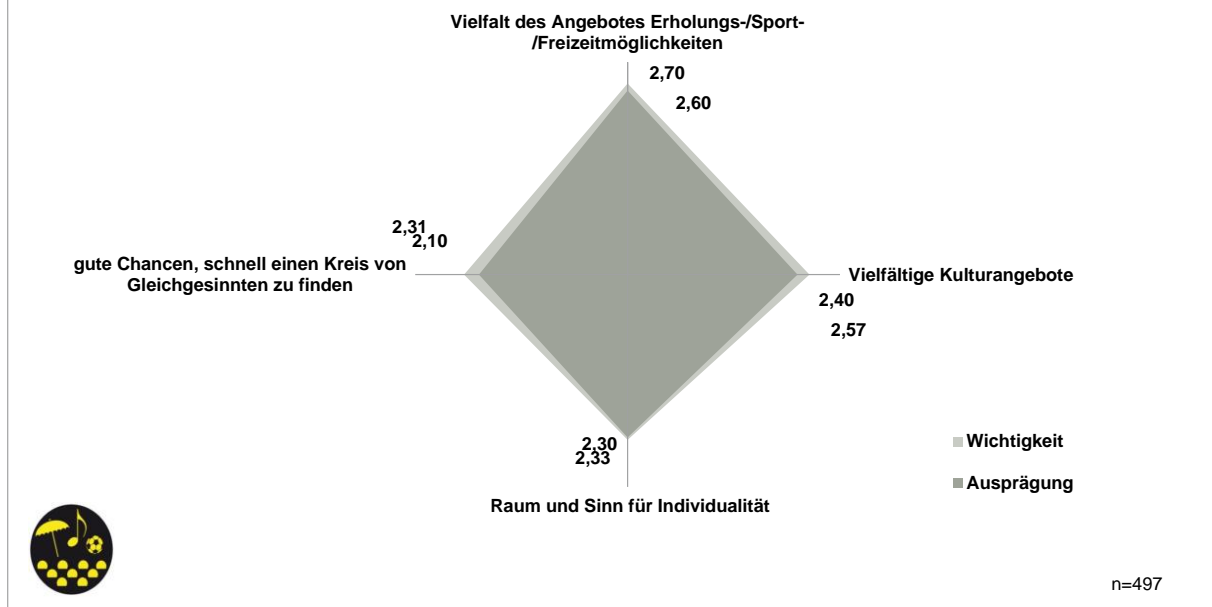


Abb. 6.2.5-7 Ausprägung und Wichtigkeit der Standortfaktoren im Bereich Kultur, Freizeit und Erholung für die Sächsischen Regionen

Im Bereich Kultur, Erholung und Freizeit aus Abb. 6.2.5-7 sind die Wichtigkeit und die Ausprägung nicht ganz so unterschiedlich wie bei den anderen Standortfaktoren. Die Unterschiede zwischen Ausprägung und Wichtigkeit stechen in diesem Diagramm sehr hervor. Die Abweichungen liegen auf einem Intervall von (0,03; 0,21), wobei zwei der vier Abweichungen im oberen Bereich liegen, nämlich diese für „vielfältige Kulturangebote“ und „gute Chancen, schnell einen Kreis von Gleichgesinnten zu finden“.

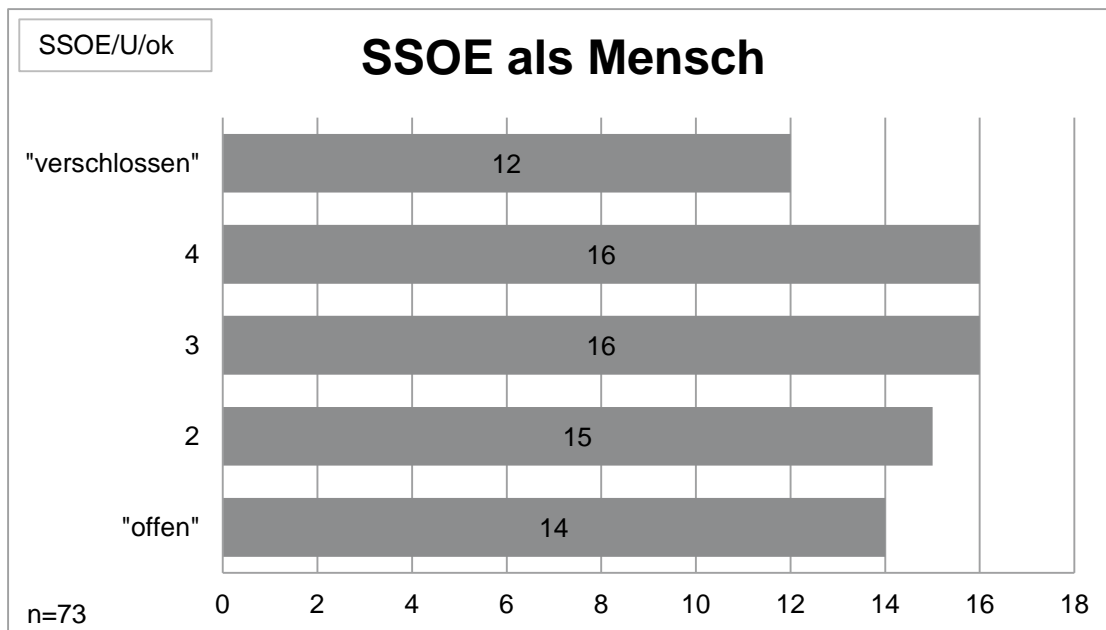


Abb. 6.2.5-8 Eigenschaften der Sächsischen Regionen als Mensch: verschlossen vs. offen

Die Abb. 6.2.5-8 zeigt, dass die Beurteilung derjenigen, die finden, dass der Faktor schnell einen Kreis von Gleichgesinnten zu finden stark ausgeprägt ist. Es ist ersichtlich, dass die Mehrheit dieser Gruppe auch der Meinung ist, dass die Sächsischen Regionen als Mensch eher offen als verschlossen sind. Die Meinungen entfallen in etwa in gleichen Teilen auf die fünf Einstufungen, also jede Einstufung hält etwa zwanzig Prozent der Stimmen. Die Höhe der prozentualen Anteile liegen hier auf dem Intervall von (0,1643; 0,2191).

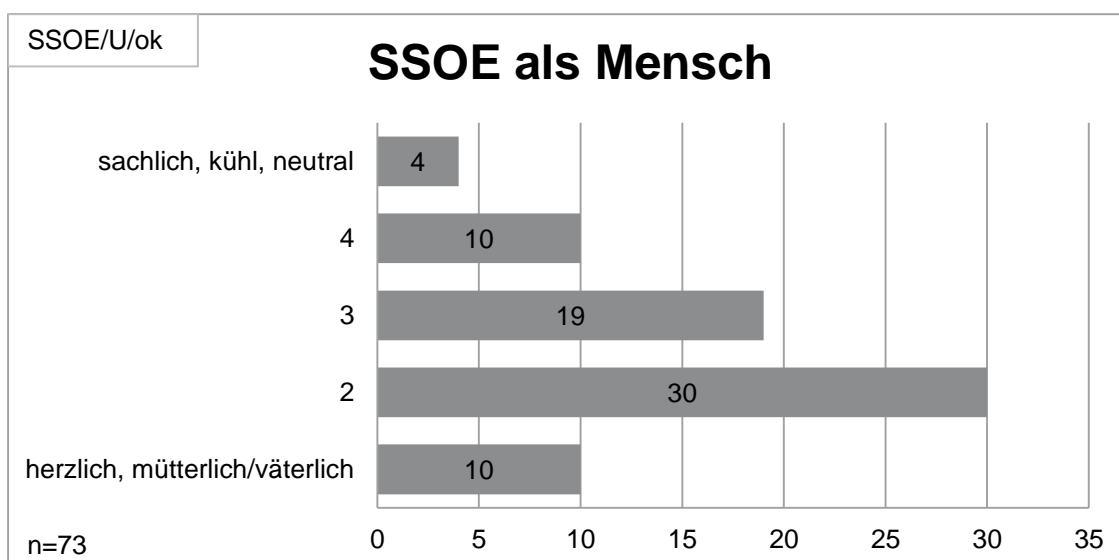


Abb. 6.2.5-9 Eigenschaften der Sächsischen Regionen als Mensch: sachlich vs. herzlich

Bei der Charaktereigenschaft „sachlich, kühl und neutral“ sieht die Häufigkeitsverteilung im Vergleich zu Abb. 6.2.5-8 etwas anders aus. Ein großer Anteil der Daten, etwa 58 Prozent entfallen auf die Einstufungen eins („herzlich, mütterlich/väterlich“) und zwei. Rund 19 Prozent der Meinungen entfallen auf die Stufen vier und fünf („sachlich, kühl und neutral“) und etwa 26 Prozent entfallen auf die dritte Einstufung.

Nachdem nun alle Standortfaktoren allgemein in den Sächsischen Regionen untersucht worden sind, sollen nun Analysen hinsichtlich der in Kapitel **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden**. klassifizierten Gruppen erfolgen. Um eine bessere Übersicht und Vergleichbarkeit der vier verschiedenen Gruppen zu erhalten, wird der Zufriedenheitsindex aus Wichtigkeit und Ausprägung ausgerechnet.

$$\text{Zufriedenheit} = \frac{\text{Wichtigkeit}}{\text{Ausprägung}}$$

Als erstes wird dazu die Zufriedenheit der Standortfaktoren im Bereich Wohnen untersucht.

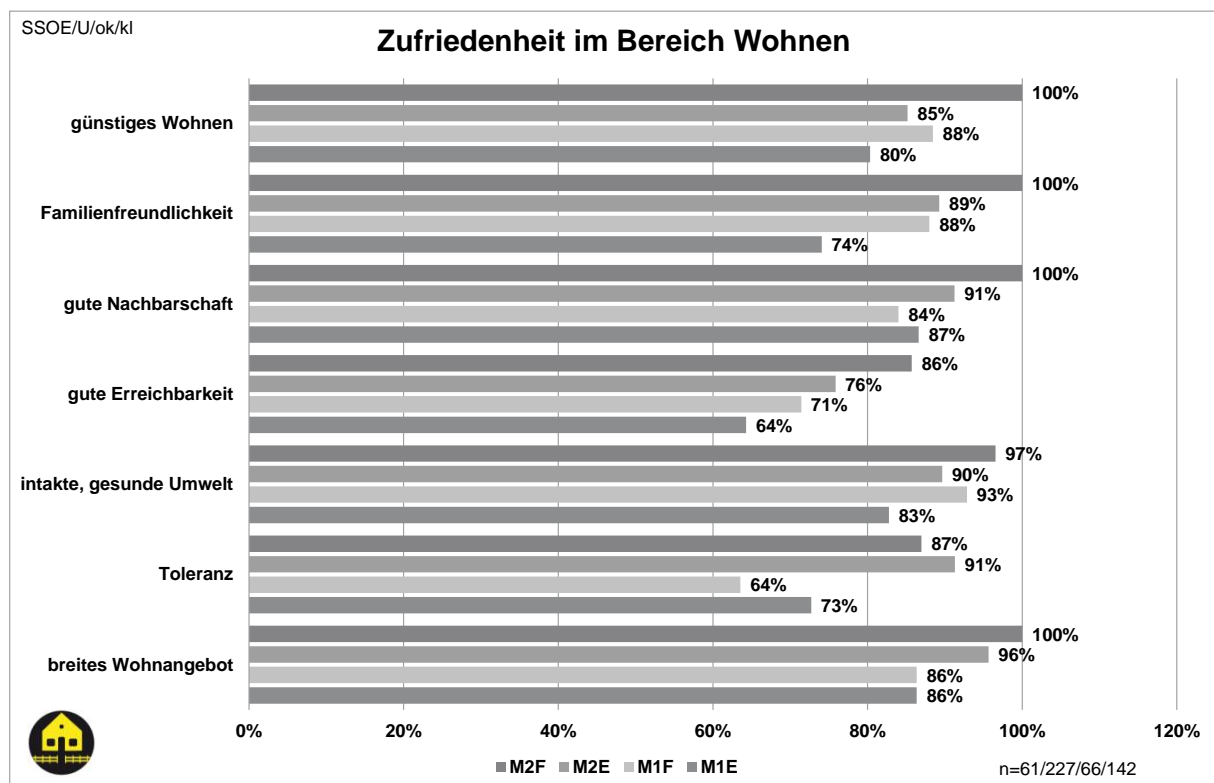


Abb. 6.2.5-10 Zufriedenheit mit den Standortfaktoren im Bereich Wohnen klassiert

Bei einer ersten Durchsicht fällt prägnant auf, dass die Befragten, die den Sächsischen Regionen eine höhere Markenstärke zuordnen, also die Gruppen M2, in den meisten Fällen zufriedener sind als diejenigen, die unter M1 fallen. Bei den Punkten „breites Wohnangebot“, „Familienfreundlichkeit“, „gute Nachbarschaft“ und „günstiges Wohnen“ ist bei der Gruppe M2F die Ausprägung identisch mit der Wichtigkeit. Die Differenzierung zwischen Eigen- und Fremdbild (E und F) ergibt kein eindeutiges Bild. Es lässt sich sagen, dass Personen von außerhalb generell einen höheren Zufriedenheitsindex aufweisen als die Bewohner der Region. Bei dem Faktor der intakten und gesunden Umwelt ist sogar der Zufriedenheitsindex der skeptischen Fremden höher als bei den positiv stimmenden Einwohnern. Dies zeigt eine sehr kritische Bewertung der Standortfaktoren durch die sächsische Bevölkerung.

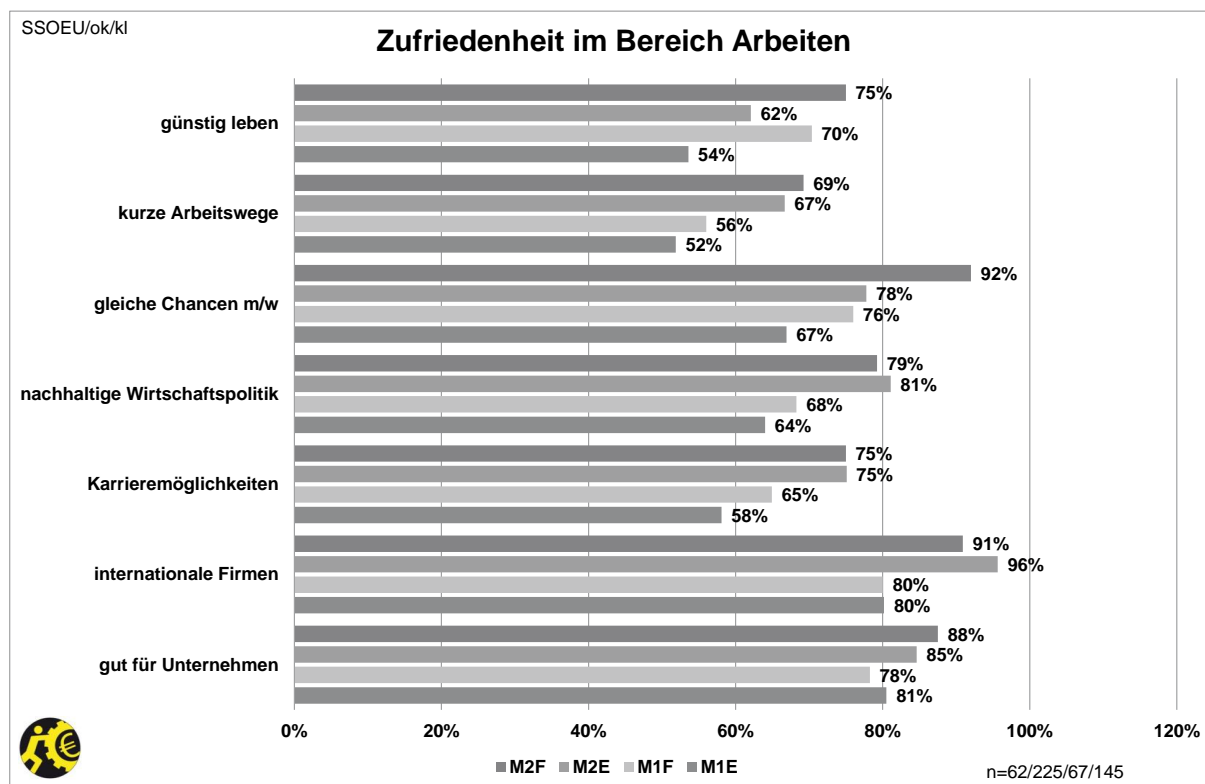


Abb. 6.2.5-11 Zufriedenheit mit den Standortfaktoren im Bereich Arbeiten klassiert

Im Bereich Arbeiten ergibt sich auf den ersten Blick in Abb. 6.2.5-11 ein ähnliches Bild. Die Gruppen M2 sind mit Ausnahme des Standortfaktors „günstig leben“ zufriedener als die Gruppen M1. Es ist ersichtlich, dass es im Bereich Arbeiten keinen Standortfaktor bei einer Gruppe gibt, der eine hundertprozentige Zufriedenheit aufweist. Auch bei diesem Bild ist kein Unterschied bzw. ein klarer Trend zwischen Eigen- und Fremdbild erkennbar. Bei denjenigen, die den Sächsischen Regionen eine hohe Markenstärke zuordnen, sind Eigen-

und Fremdbild bei viervon sieben Standortfaktoren annähernd gleich. Dies zeigt, dass eher die Wahrnehmung der Region entscheidend ist, als der Wohnort.

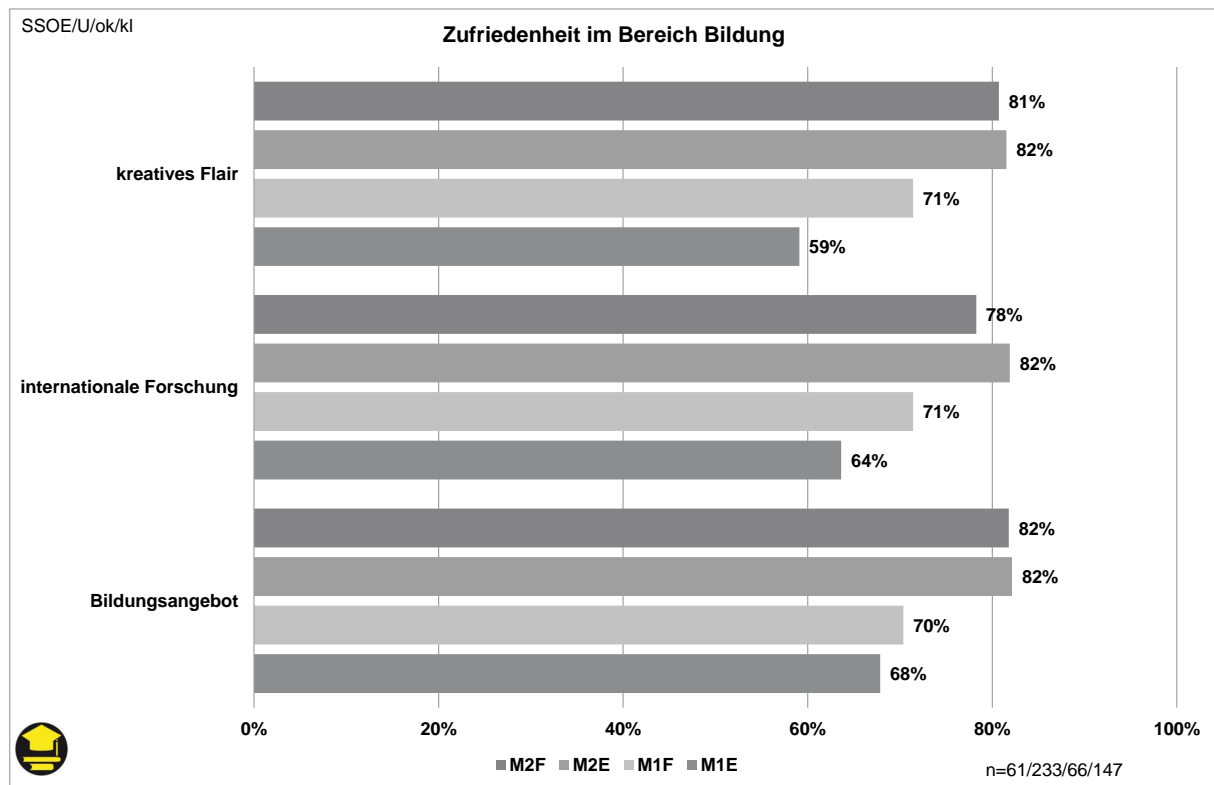


Abb. 6.2.5-12 Zufriedenheit mit den Standortfaktoren im Bereich Bildung klassiert

Die Zufriedenheit der Befragten mit den angegebenen Standortfaktoren im Bereich Bildung weist in Verbindung mit der Markenstärke ebenfalls ein eindeutiges Bild auf. Befragte der Gruppen M2 sind generell zufriedener als diejenigen, die den Gruppen M1 zugeordnet werden. Der größte Unterschied zwischen den beiden Gruppen liegt beim Standortfaktor „kreatives Flair“. Die Differenz zwischen M1E und M2F beträgt hier 22 Prozent. Wie bei den Abbildungen zuvor, ist bei auch dieser Grafik das Eigen- und Fremdbild nicht eindeutig differenzierbar. Interessant ist allerdings, dass in der „hohen“ Markenstatus-Gruppe die Einwohner zufriedener mit den Leistungen der Sächsischen Regionen sind als Auswärtige. Dies bei den anderen Vergleichsregionen und Standortfaktoren in den meisten Fällen anders. Bei den Skeptikern, sind weisen die Externen einen etwas höheren Zufriedenheitsindex auf als die Internen.

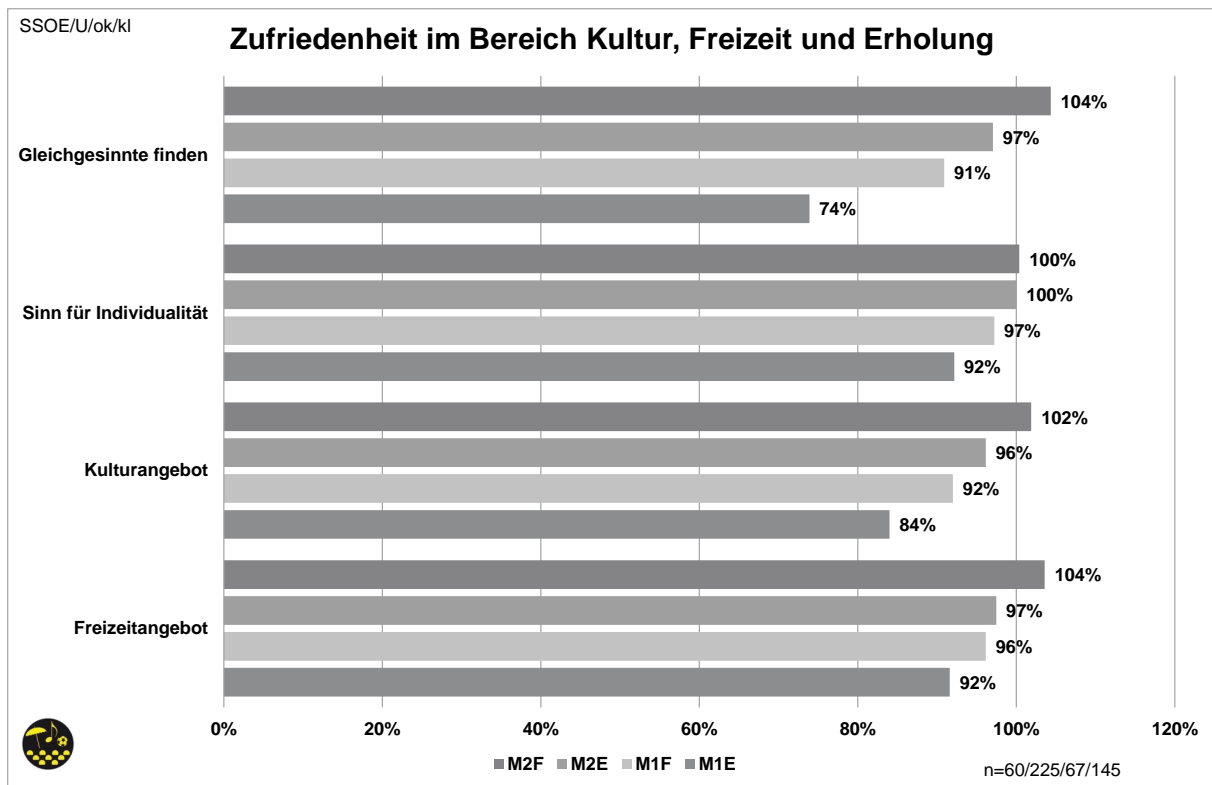


Abb. 6.2.5-13 Zufriedenheit mit den Standortfaktoren im Bereich Kultur, Freizeit und Erholung klassiert

Im Bereich der Freizeitgestaltung (Kultur, Freizeit und Erholung) in der Abb. 6.2.5-13 ist der Unterschied zwischen den vier Markenstatusgruppen nicht ganz eindeutig gegeben. Weshalb nachfolgend die Standortfaktoren einzeln untersucht werden. Der Faktor „gute Chancen, schnell einen Kreis von Gleichgesinnten zu finden“ hat die höchste Zufriedenheit in der Gruppe M2F mit 104 Prozent und die niedrigste Zufriedenheit in Gruppe M1E mit 74 Prozent. Hier weisen die Befragten von außerhalb, die der Region eine höhere Markenstärke zuordnen, die höchste Zufriedenheit auf. Bei den Gruppen M1 ist der Index für das Fremdbild bedeutend höher als der für das Selbstbild der Anwohner der Sächsischen Regionen. Bei dem Faktor „Sinn für Individualität“ deckt die Leistungen die Zufriedenheit der beiden M2 Gruppen zu 100 Prozent. Eher skeptische Externe sind zu 97 und Interne zu 92 Prozent zufrieden. Die Standortfaktoren „Kulturangebote“ und „Freizeitangebote“ zeigen ein ähnliches Bild wie bei den anderen Faktoren. Die Gruppe M2E weisen die höchste Zufriedenheit auf. Auch hier unterscheiden sich das Selbst- und Fremdbild, die Befragten, die nicht in den Sächsischen Regionen leben haben einen höheren Index als die Einwohner. Bei den Faktoren in diesem Bereich ist es auffällig, dass viele eine 100 prozentige Abdeckung der Bedürfnisse einiger Gruppen erreichen.

Ein weiteres Untersuchungsmerkmal der Attraktivität der Region ist der Fragebogenteil, in dem die Befragten die Region als Mensch einschätzen mussten. Dazu wurden Charaktereigenschaften aufgeführt, die von positiv bis zu negativ in fünf Schritten bewertet werden mussten. Um für jedes Attribut einen Wert zu generieren erfolgt an dieser Stelle eine Darstellung der Mittelwerte. Die Attribute werden dabei von positiv (links) nach negativ (rechts) dargestellt. Eine Ausnahme bildet in diesem Kontext das Geschlecht, da es weder positiv noch negativ gewertet werden kann. Die Skala, auf welcher die Befragten ihre Meinung angeben konnten, reicht von 1 (links/Positiv) bis 5 (rechts/negativ). Die 2 stellt dabei die Tendenz zum Positiven dar während die vier eher zum Negativen tendiert. Die 3 bildet die neutrale Mitte ab.

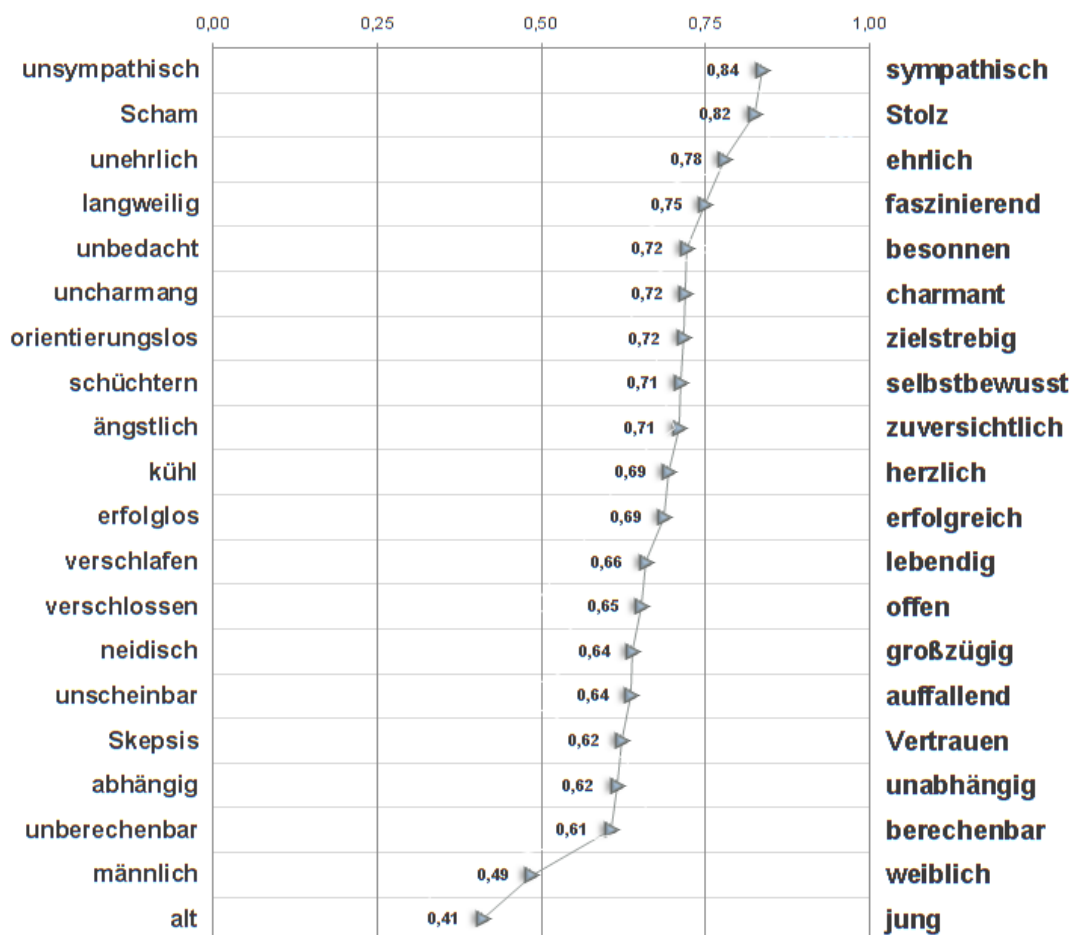


Abb. 6.2.5-14 Mittelwerte „Die Sächsischen Region als Person“

Die sächsischen Regionen werden vor allem als „sympathisch“, „ehrllich und aufrichtig“ und stolz empfunden. Sie ist zudem eher alt, und gleich häufig männlich wie weiblich.

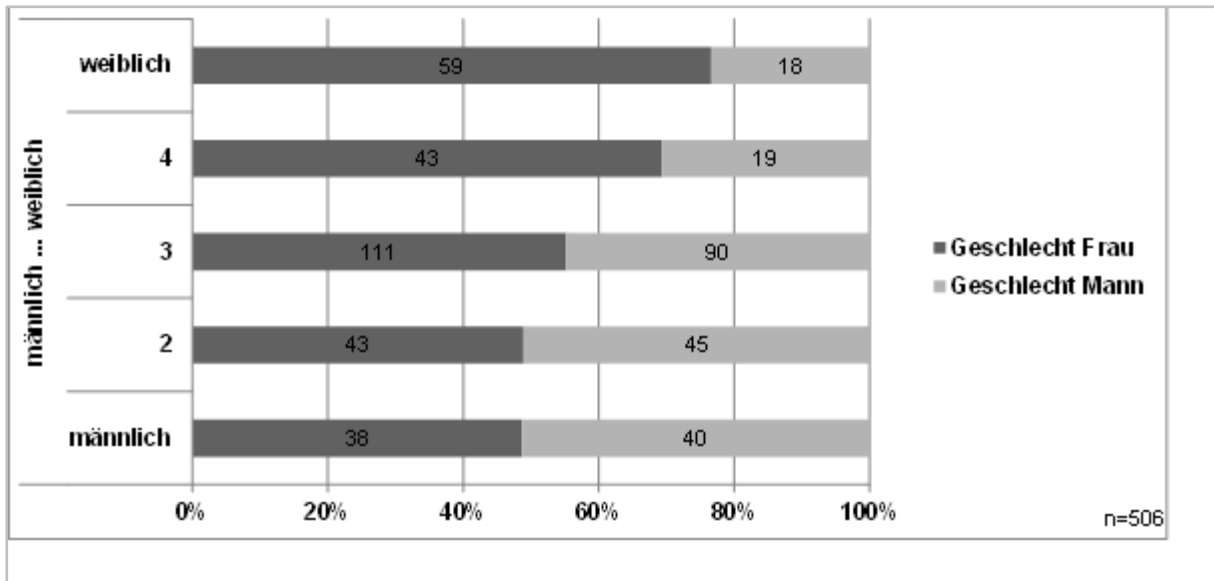


Abb. 6.2.5-15 Die Sächsischen Regionen männlich...weiblich & tatsächliches Geschlecht der Befragten

Frauen (dunkle Balken) halten die Region häufiger für weiblich, während die Mehrheit der Männer sie als männlich ansieht.

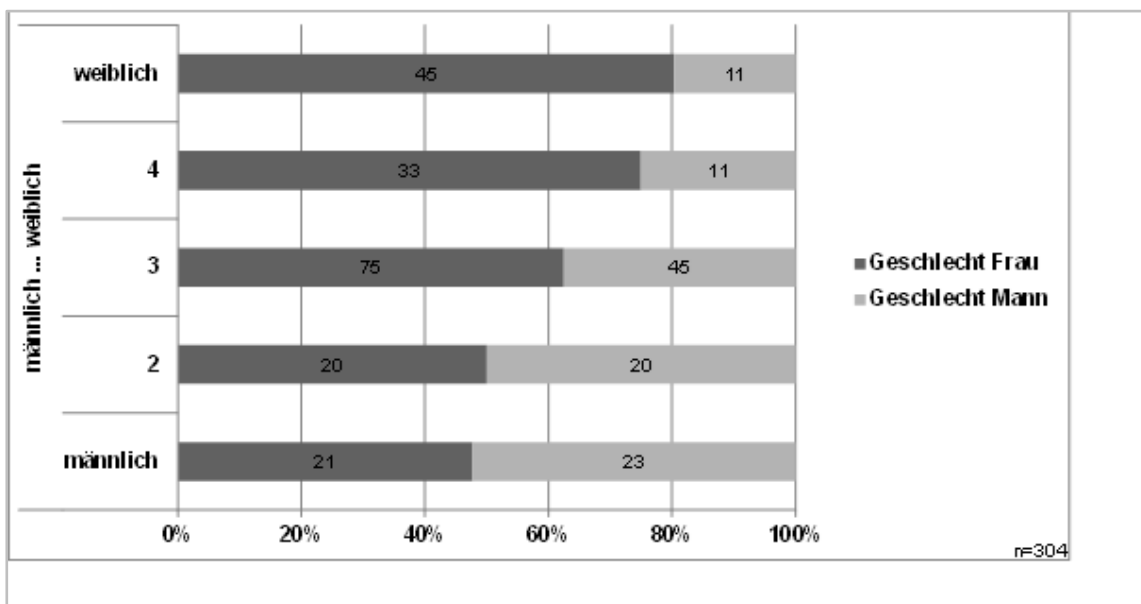


Abb. 6.2.5-16 Die Sächsischen Regionen männlich .. weiblich & tatsächliches Geschlecht der Befragten, welche auf jeden Fall in den Sächsischen Regionen arbeiten wollen

Dieses Bild bleibt stabil, wenn wir nur diejenigen Fälle berücksichtigen, die auch erklärt haben, sehr gern in der Region arbeiten zu wollen.

6.2.6 Wer fühlt sich mit der Region verbunden und wodurch?

In diesem Abschnitt wird untersucht, wer sich mit den Sächsischen Regionen verbunden fühlt und warum dies so ist. Eigens dazu wurde der Fragebogenblock „mein Verhältnis zur Region“ gestaltet. Bei dieser Fragestellung interessieren vor allem die Variablen:

- Herkunft:
„Ich bin Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirgerin“
- Bindung:
„Ich fühle mich als Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirgerin“
- Familie:
„Meine Familie empfindet die Region als ihre Heimat“

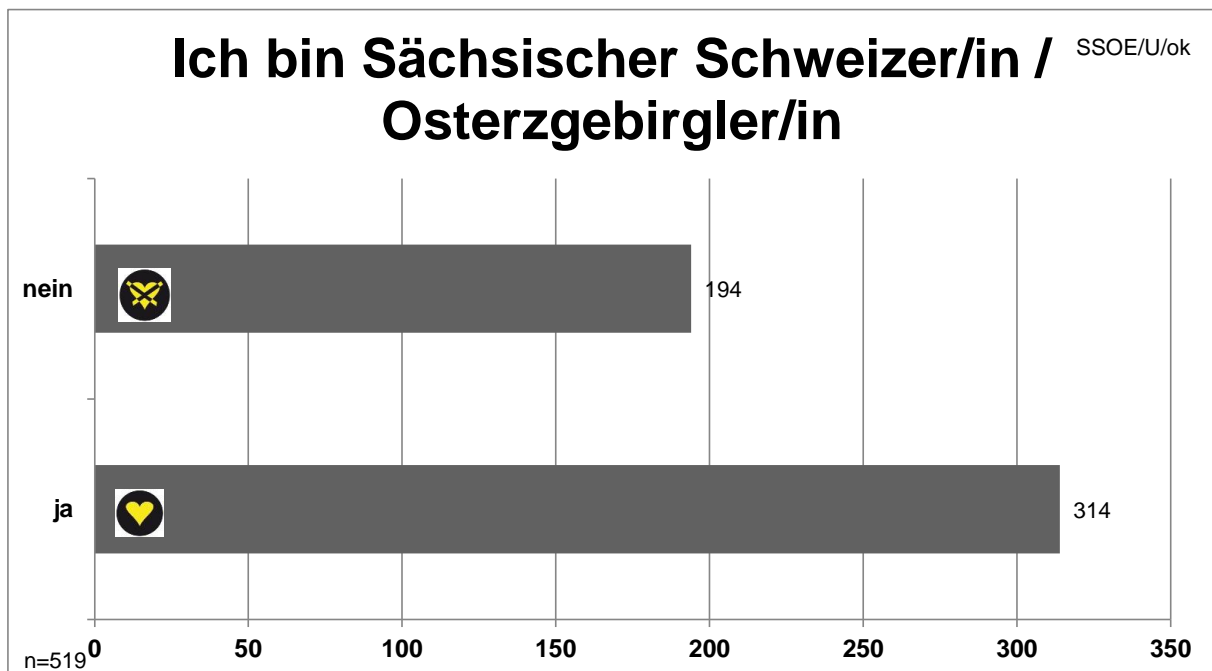


Abb. 3.2.6-1 Häufigkeitsverteilung „Ich bin Sächsischer Schweizer/in bzw. Osterzgebirgler/in“

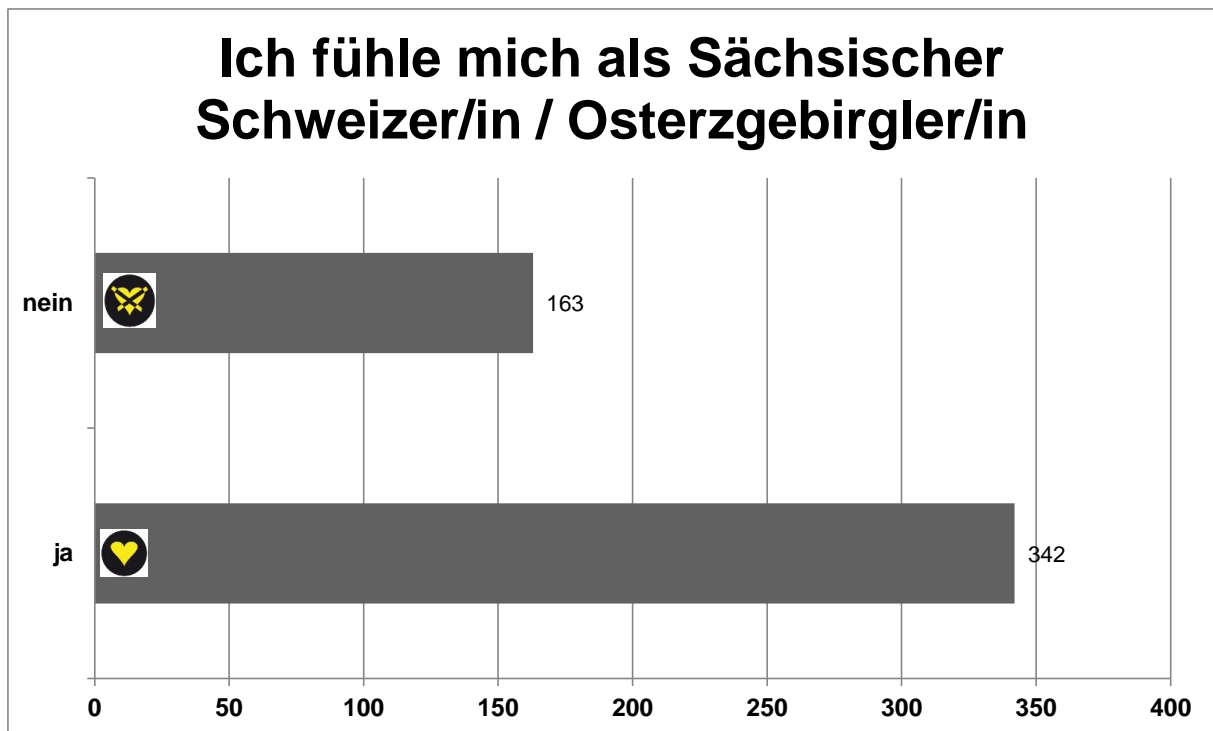


Abb. 3.2.6-2 Häufigkeitsverteilung „Ich fühle mich als Sächsischer Schweizer/in bzw. Osterzgebirgler/in“

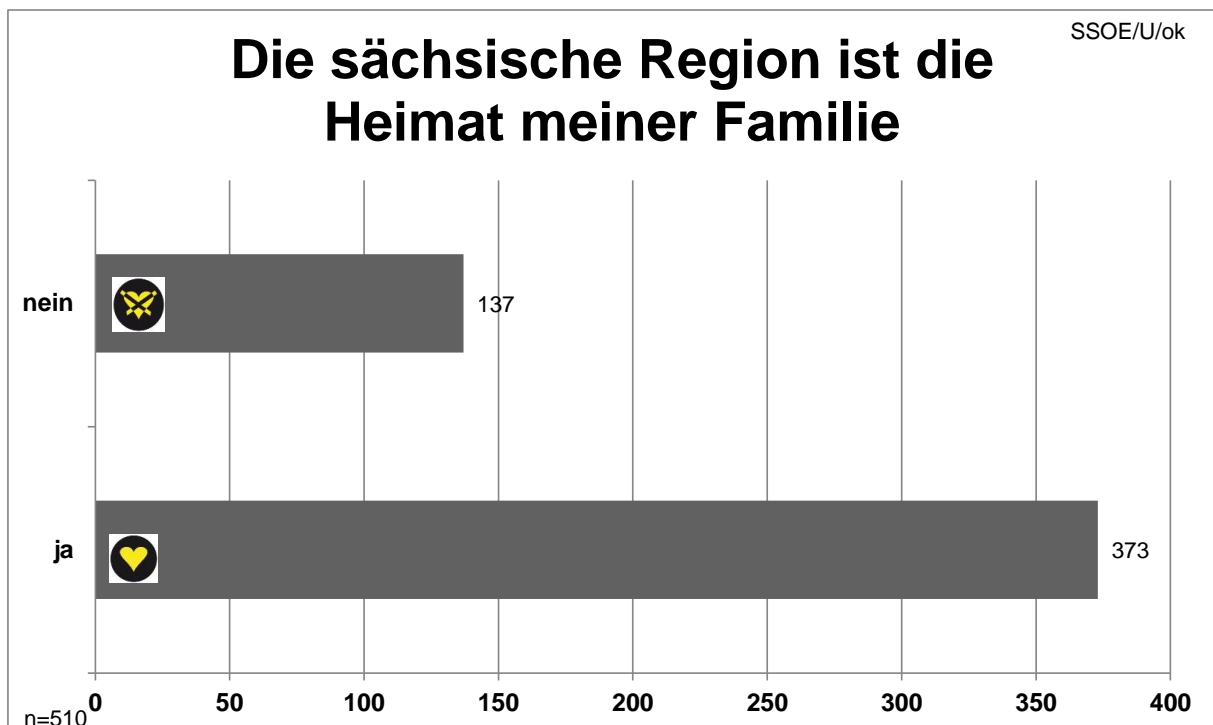


Abb. 6.2.6-3 Häufigkeitsverteilung „Meine Familie empfindet die Sächsischen Regionen als Heimat“

314 Personen haben sich nach der Herkunft zu den Sächsischen Regionen zugeordnet, 342 nach dem Gefühl und 373 aufgrund der Familie. Es wird sicherlich eine Reihe von Personen geben, die beispielsweise durch Heirat oder Umzug in die Heimat eines Elternteils heute in der Region leben, sich aber einer anderen Herkunft bewusst sind und sich dieser auch verbunden fühlen. Die höhere absolute Zahl der Antworten „nach dem Gefühl“ belegt, dass umgekehrt eine Bindung unabhängig von der Herkunft auch möglich ist.

In einer nächsten Untersuchung sollen die Gruppen aus Abschnitt **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** differenziert werden. Für die Aussage „Sächsischer Schweizer/in bzw. Osterzgebirgler/in“ ergibt sich folgendes Bild:

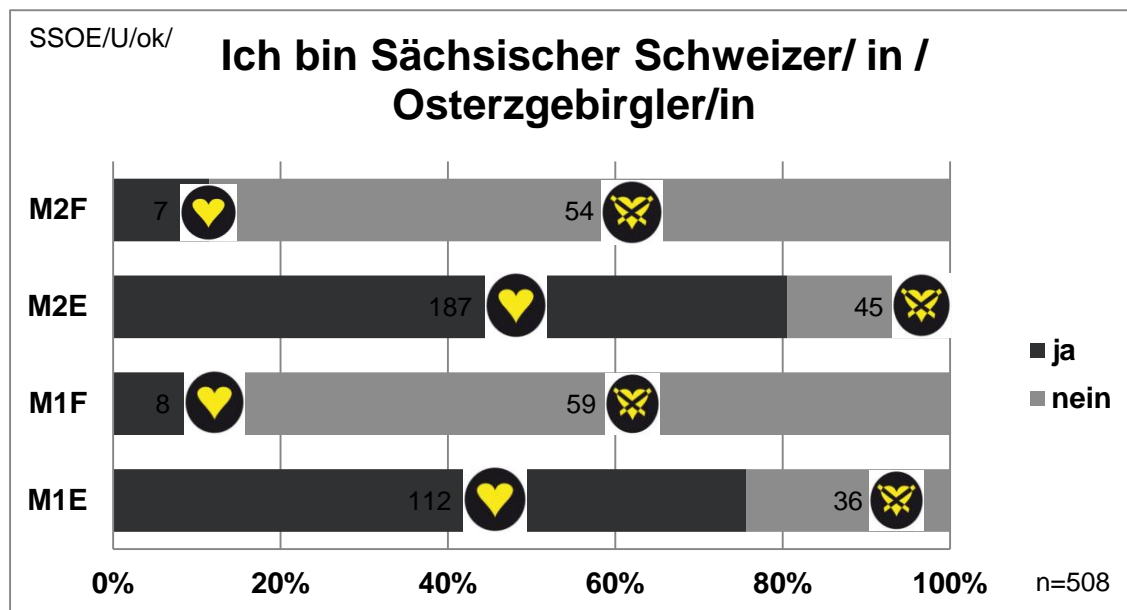


Abb. 6.2.6-4 Häufigkeitsverteilung „Ich bin Sächsischer Schweizer/in bzw. Osterzgebirgler/in“ differenziert nach den klassierten Gruppen

Bei dieser Abb. 6.2.6-4 werden zum einen die beiden verschiedenen Gruppen des Markenstatus unterschieden (unter 3,1420 und über 3,1420), zum anderen kann das Selbst- und Fremdbild differenziert werden. Die beiden unteren Balken der Grafiken zeigen das Selbst- und Fremdbild der ersten Gruppe des Markenstatus. Hierbei ist ersichtlich, dass die Aussage „Ich bin...“ deutlich von dem Wohnort der Befragten abhängt und weniger von der Bewertung der Region in ihrem Markenbild. Über 70 Prozent der Personen, mit einem Wohnsitz in der Sächsischen Schweiz oder im Osterzgebirge, sagen dass sie der Region zugehörig sind. Interessant ist, dass fast gleich viele Befragte, aus der Gruppe M1F sagen, dass sie Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirglerin sind, als Befragte aus der Gruppe, die den Sächsischen Regionen einen hohen Markenwert zuweisen. Es kann also gesagt werden, dass die Zugehörigkeit überwiegend über den Wohnort definiert wird. Eine weitere Untersuchung betrachtet die gefühlte Verbundenheit.

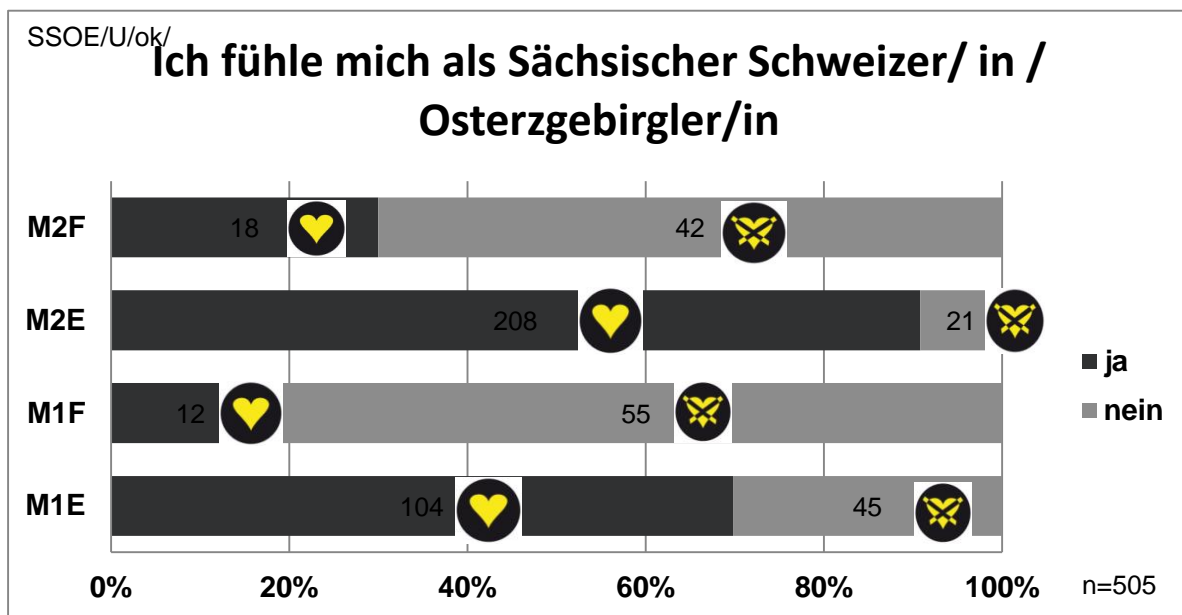


Abb. 6.2.6-5 Häufigkeitsverteilung „Ich fühle mich als Sächsischer Schweizer/in bzw. Osterzgebirgler/in“ differenziert nach den klassierten Gruppen

Diese Abb. 6.2.6-5 zeigt ein etwas anderes Bild als die einfache Häufigkeitsverteilung. In der ersten Gruppe sieht es noch etwas ähnlich aus, knapp 70 Prozent der Einwohner fühlen sich als Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirglerin. Die Zustimmung der Gruppe M1F ist nur wenig im Gegensatz zu „Ich bin...“ gestiegen. Bei den zweiten Gruppen, die den Sächsischen Regionen einen höheren Markenstatus zugeordnet haben, sieht es etwas anders aus. Einheimische sagen zu über 90 Prozent, dass sie sich als Sächsischer Schweizer/in bzw. Osterzgebirgler/in fühlen. Bei den Auswärtigen sind es knapp 30 Prozent. Ein direkter Zusammenhang zwischen „Ich fühle mich als...“ und dem Markenstatus der Region, kann dennoch nicht eindeutig belegt werden.

Anschließend wurden die Variablen untersucht, die teilweise sehr stark mit der Antwort „Ich bin Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirglerin.“ bzw. „Ich fühle mich als Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirglerin“ korrelieren:

- Geboren in den Sächsischen Regionen,
- Lebensjahre in den Sächsischen Regionen,
- Geschlecht,
- Alter,
- Familienstand,
- Religion und
- Bildungsniveau.

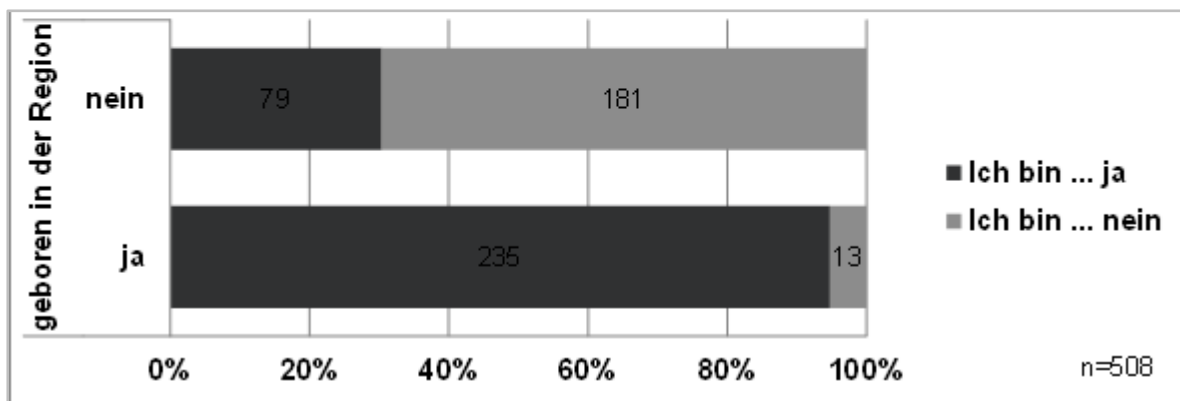


Abb. 6.2.6-6 Häufigkeitsverteilung „Ich bin Sächsischer Schweizer/in bzw. Osterzgebirgler/in“ differenziert nach in der Region geboren ja oder nein

Bei der Abb. 6.2.6-6 ist ersichtlich, dass 95 Prozent derjenigen, die in der sächsischen Schweiz oder dem Osterzgebirge geboren sind, sich auch als Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirglerin bezeichnen. Bei den Befragten, die einen anderen Geburtsort aufweisen sind es immerhin 30 Prozent. Im Gegensatz zu Ostfriesland ist dies schon eine sehr hohe Zahl, dort waren es nämlich lediglich 5 Prozent. Es scheint also so, dass die Aussage „Ich bin Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirglerin“ schneller getroffen wird bzw. nicht zu 100 Prozent vom Geburtsort abhängt.

Genau das Gleiche wird mit der Aussage „Ich fühle mich als Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirglerin“ betrachtet.

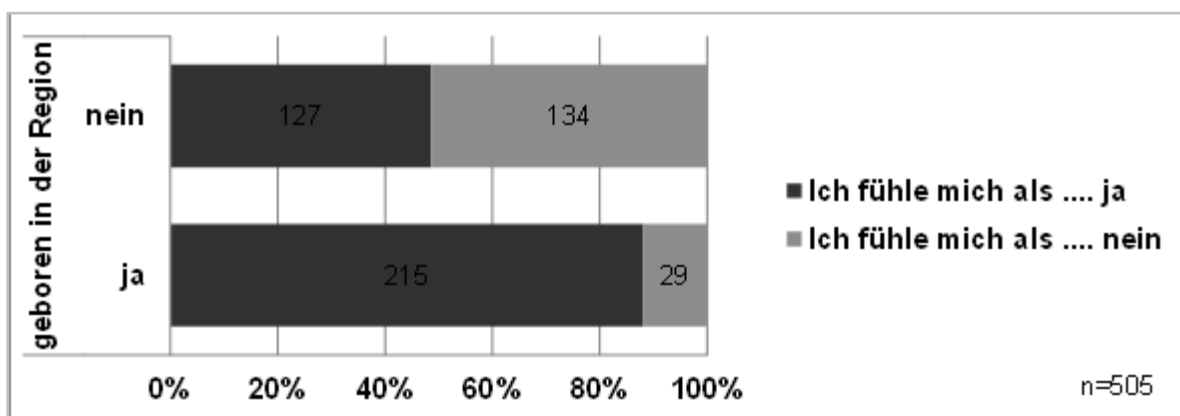


Abb. 6.2.6-7 Häufigkeitsverteilung „Ich fühle mich als Sächsischer Schweizer/in“ differenziert nach in der Region geboren ja oder nein

Bei den Befragten, die in der Region geboren sind, ergibt sich ein ähnliches Bild wie bei der einfachen Häufigkeitsverteilung. Hier sagen mehr Personen, dass sie Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirglerin sind, als dass sie sich als einer fühlen. Bei denjenigen, die nicht in den Sächsischen Regionen geboren wurden, sind es mehr, die sich zur dieser Aussage bekennen. Hier sagen immerhin knapp 50 Prozent, dass sie sich als Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirglerin fühlen. „Externen“, die sich den Regionen verbunden fühlen, scheint also diese Aussage leichter zu fallen als Einheimischen.

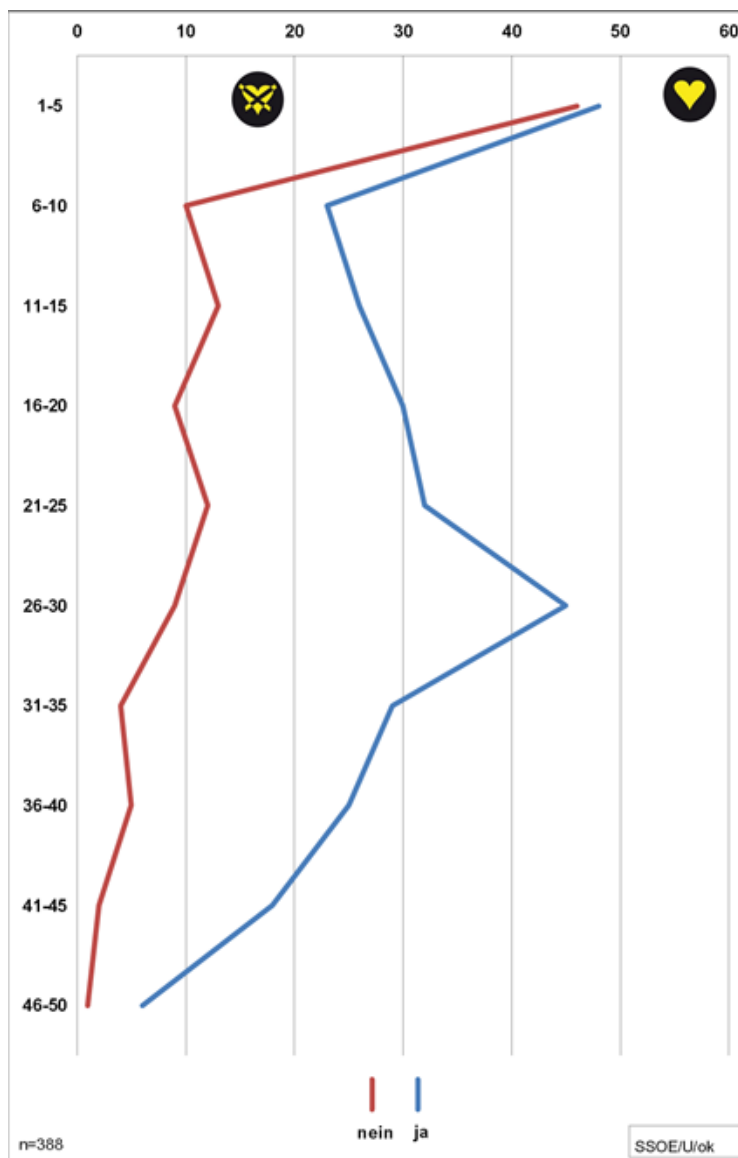


Abb. 6.2.6-8 Kreuztabelle Lebensjahre und „Ich bin Sächsischer Schweizer/in bzw. Osterzgebirgler/in“

Anhand Abb. 6.2.6-8 ist zu erkennen, dass anders, als in den anderen Regionen, beide Antwortmöglichkeiten „ja“ oder „nein“ bei den Lebensjahren zwischen einem fünf Jahre große Fallzahlen aufweisen. Dies sagt aus, dass auch Personen, die noch nicht so lange in den Sächsischen Regionen wohnen, schnell sagen, dass sie Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirglerin sind. Entweder sind es Personen, die in der Region aufgewachsen, weggezogen und wiedergekommen sind, oder in den Sächsischen Regionen wird die Aussage „Ich bin...“ wesentlich schneller getroffen als in den Vergleichsregionen.

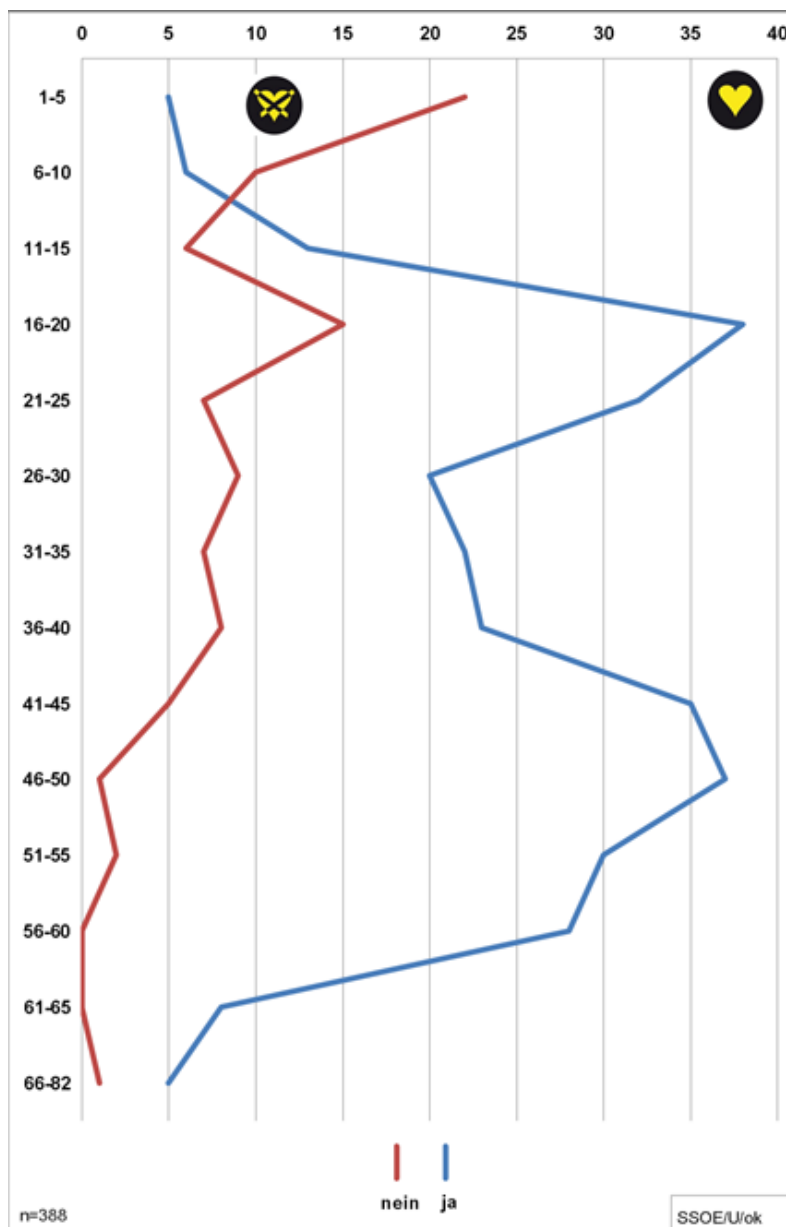


Abb. 6.2.6-9 Kreuztabelle Lebensjahre und „Ich fühle mich als Sächsischer Schweizer/in bzw. Osterzgebirgler/in“

Bei der Aussage „Ich fühle mich...“ ergibt sich auch ein interessantes Bild in der Abb. 6.2.6-9. Befragte im Alter von 16 bis 50 Jahren sagen häufiger, dass sie sich nicht als Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirglerin fühlen, als Befragte die sagen sie fühlen sich als solcher. Eine Erklärung kann natürlich sein, dass es entweder nur die Aussage „Ich bin...“ oder ich „Ich fühle mich als...“ gibt. Sobald sie sagen, sie sind Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirglerin, geben sie nicht mehr an, dass sie auch als solcher fühlen. Diese These kann im weiteren Verlauf des Berichtskapitels untersucht werden, da folgend „Verbundenheitstypen“ entwickelt werden.

In einem nächsten Schritt werden die demographischen Daten der Personen untersucht, die sich mit den Sächsischen Regionen verbunden fühlen. Wie bereits oben erkannt, gibt es verschiedene Arten der Verbundenheit zu den Sächsischen Regionen. Um eine bessere Übersichtlichkeit zu erhalten, wurde eine neue Variable erzeugt, die „Verbundenheitstypen“ beinhaltet.

- Einheimische sind diejenigen, die sagen, sie sind Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirglerin und sie fühlen sich als eine/r
- Geo-Einheimische sind in den meisten Fällen in der Region geboren, bezeichnen sich somit als Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirglerin fühlen sich aber nicht als solche/r
- Wahl-Einheimische sind Befragte, die in der Regel nicht in der Region geboren sind, also nicht sagen „Ich bin Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirglerin“, sich aber als solche/r fühlen
- Nicht-Einheimische haben gar keine Verbundenheitsgefühle zur Sächsischen Schweiz oder zum Osterzgebirge.

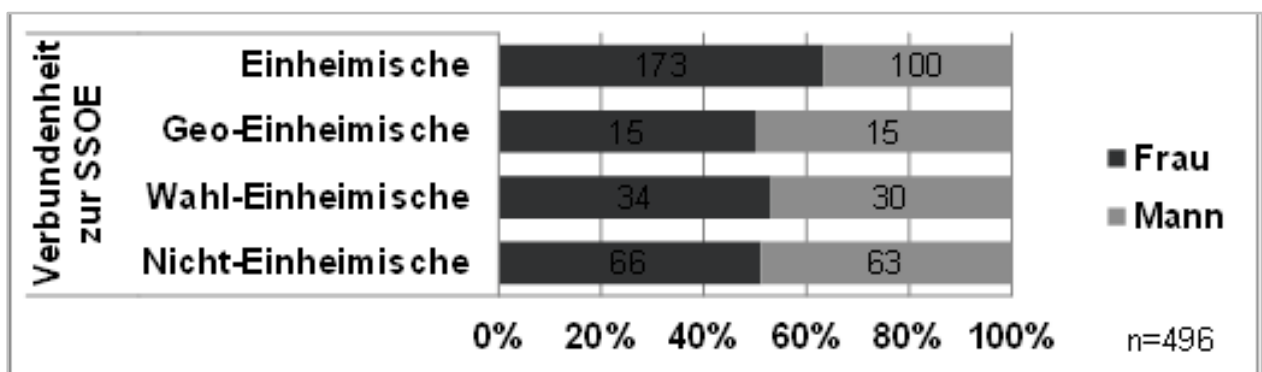


Abb. 6.2.6-10 Geschlecht der Verbundenheitstypen

In Abb. 6.2.6-10 ist zu erkennen, dass sich das Geschlecht nicht auf die Verbundenheit zu einer Region auswirkt. Lediglich bei den Einheimischen sind es mehr Frauen, die sich mit den Sächsischen Regionen verbunden fühlen. Dies kann aber auch daran liegen, dass mehr Frauen aus der Region den Fragebogen beantwortet haben.

In einer nächsten Abbildung wird das Alter der Verbundenheitstypen dargestellt.

		Verbundenheit zur SSOE * Frage VI.3: Geburtsjahr Kreuztabelle													
		Frage VI.3: Geburtsjahr													
		15-17	18-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-74	75 u. älter	Gesamt
Verbundenheit zur SSOE	Nicht-Einheimische	4	2	7	10	12	12	17	12	20	19	4	7	3	129
	Wahl-Einheimische	2	1	2	4	3	6	6	6	7	12	6	5	3	63
	Geo-Einheimische	2	2	4	2	2	2	3	4	2	1	5	0	0	29
	Einheimische	9	3	20	21	21	15	36	39	42	37	11	11	2	267
Gesamt		17	8	33	37	38	35	62	61	71	69	26	23	8	488

Abb. 6.2.6-11 Alter der Verbundenheitstypen

Hier ist zu erkennen, dass ca. 50 Prozent der befragten Einheimischen zwischen 45 und 59 Jahren alt sind. Das sind „ältere“ Personen als in Ostfriesland und den anderen Regionen. Die Personen, die sich als Wahleinheimische fühlen sind auch dieser Lebensphase zuzuordnen.

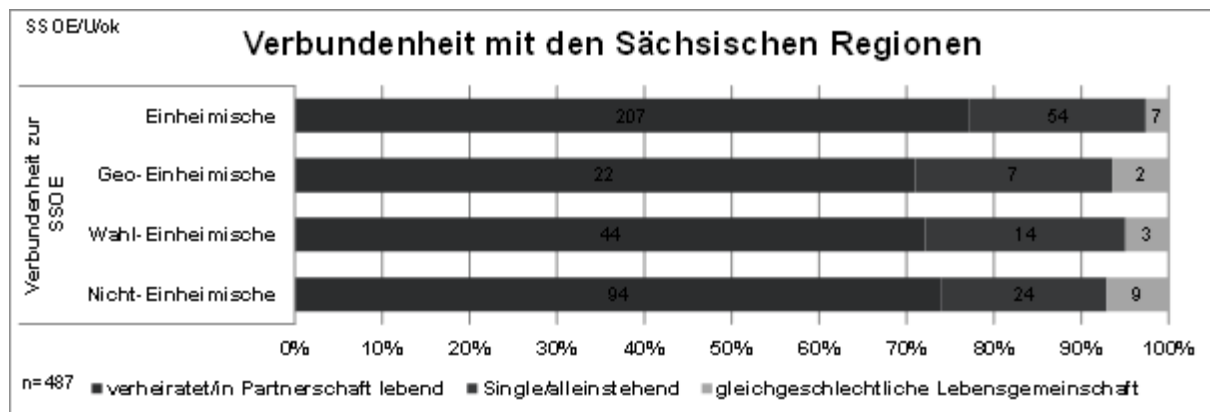


Abb. 6.2.6-12 Familienstand der Verbundenheitstypen

Über 60 Prozent der befragten Einheimischen leben in einer Partnerschaft oder sind verheiratet. Lediglich sieben Befragte leben in einer gleichgeschlechtlichen Partnerschaft. Insgesamt ist ersichtlich, dass die Mehrheit verheiratet ist. Es kann somit nicht gesagt werden, dass das Zugehörigkeitsgefühl von dem Familienstand der teilnehmenden Personen abhängt.

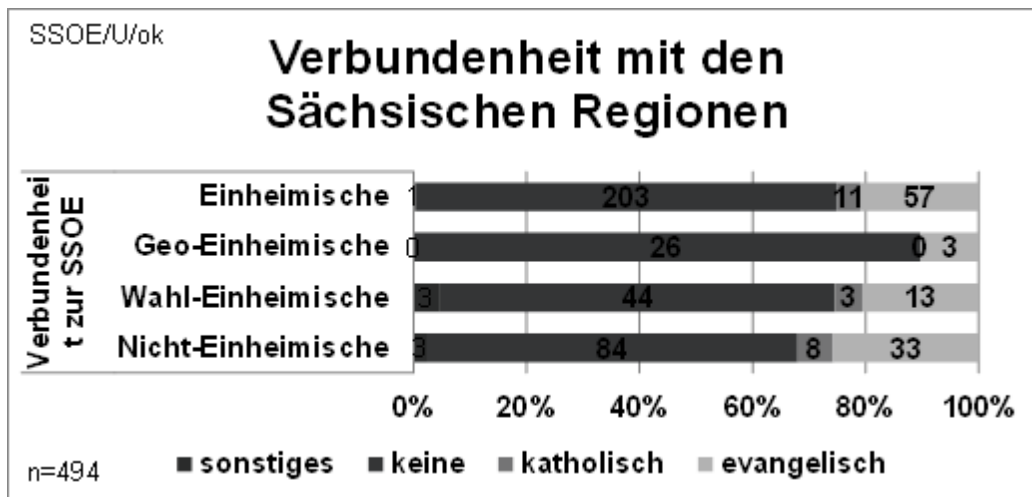


Abb. 6.2.6-13 Religion der Verbundenheitstypen

In Abb. 6.2.6-13 wird die Religion der Verbundenheitstypen dargestellt. Die meisten Befragten des Fragebogens der Sächsischen Schweiz Osterzgebirge gehören keiner Religion an und lediglich 20 Prozent der Einheimischen und der Wahleinheimischen sind evangelisch. Anders als z. B. in Ostfriesland, scheint die Religion aber keinen großen Einfluss auf die Verbundenheit zur Region haben, wobei in diesem Fall der Einfluss des geschichtlichen Hintergrunds Ostdeutschlands zu beachten ist. Als letztes wurde das Bildungsniveau der Verbundenheitstypen differenziert betrachtet.

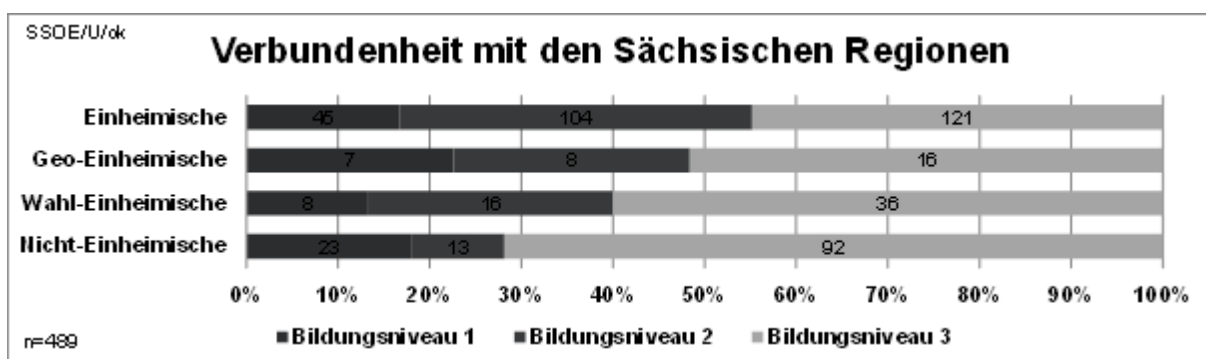


Abb. 6.2.6-14 Bildungsniveau der Verbundenheitstypen

In Abb. 6.2.6-14 wird deutlich, dass sich die größte Anzahl (über 70 Prozent) der Befragten mit einem Hochschulabschluss als Nicht-Einheimischen sehen. Bei den Einheimischen kann der größte Anteil eine Ausbildung aufweisen. Allerdings ist hier auch der geringste Anteil derjenigen mit Hochschulabschluss. Akademiker scheinen den Regionen aber nicht ganz abgeneigt zu sein, da immerhin 60 Prozent der Wahl-Einheimischen einen Hochschulabschluss besitzen.

6.2.7 Wer will in der Region wohnen bzw. arbeiten und warum?

In diesem Abschnitt geht es um die Untersuchung der beiden Fragen „Würden Sie gerne in der Region arbeiten bzw. arbeiten Sie gerne hier?“ und „Würden Sie gerne in der Region leben bzw. leben Sie gerne hier?“ Bei diesen Fragestellungen ist es interessant zu unterscheiden, welche Personen von außerhalb sich vorstellen können, in den Sächsischen Regionen zu leben und zu arbeiten, und welcher Teil der befragten Einheimischen gerne in den Regionen lebt und arbeitet. Die Befragten hatten dabei vier verschiedenen Antwortmöglichkeiten:

- nein, auf keinen Fall,
- eher nein,
- eher ja und
- ja, auf jeden Fall.

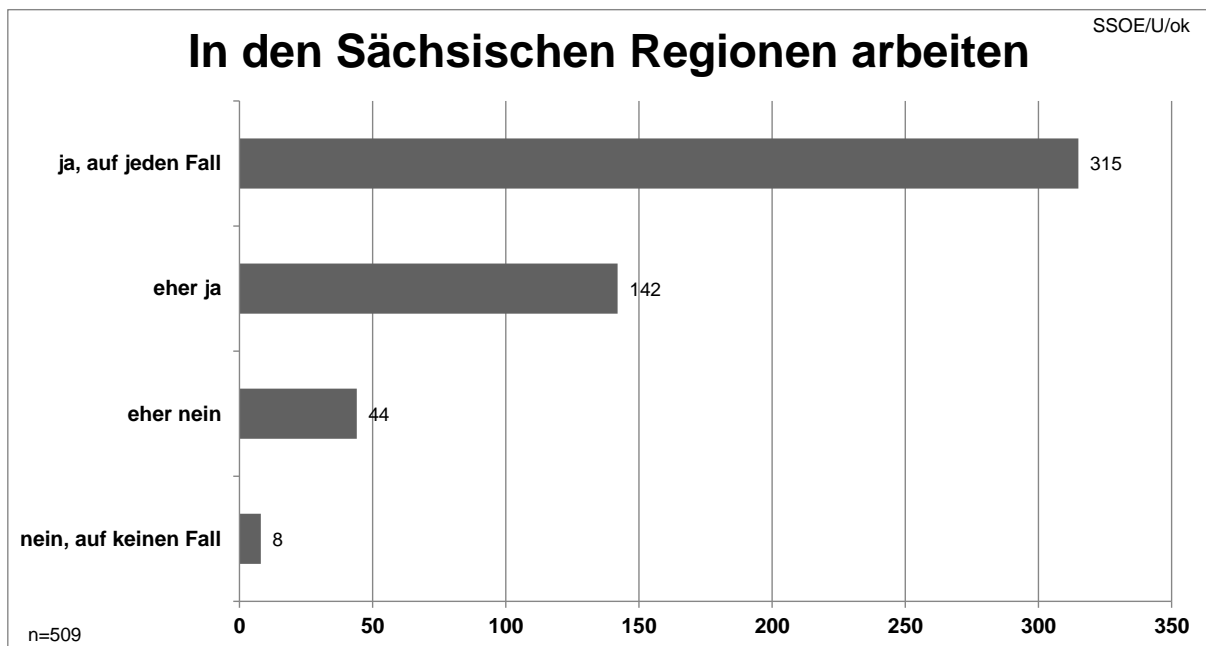


Abb. 3.2.7-1 Wunsch, in den Sächsischen Regionen zu arbeiten bzw. arbeiten gerne in den Sächsischen Regionen

Anhand der Abb. 3.2.7-1 ist zu erkennen, dass 61 Prozent der Befragten sich vorstellen können, in den Sächsischen Regionen zu arbeiten bzw. gerne hier arbeiten. 27 Prozent gaben „eher ja“ an, was bedeutet, dass knapp 90 Prozent der teilnehmenden Personen, sich vorstellen können in der Region zu arbeiten bzw. gerne hier arbeiten. Dies ist ein sehr gutes Ergebnis.

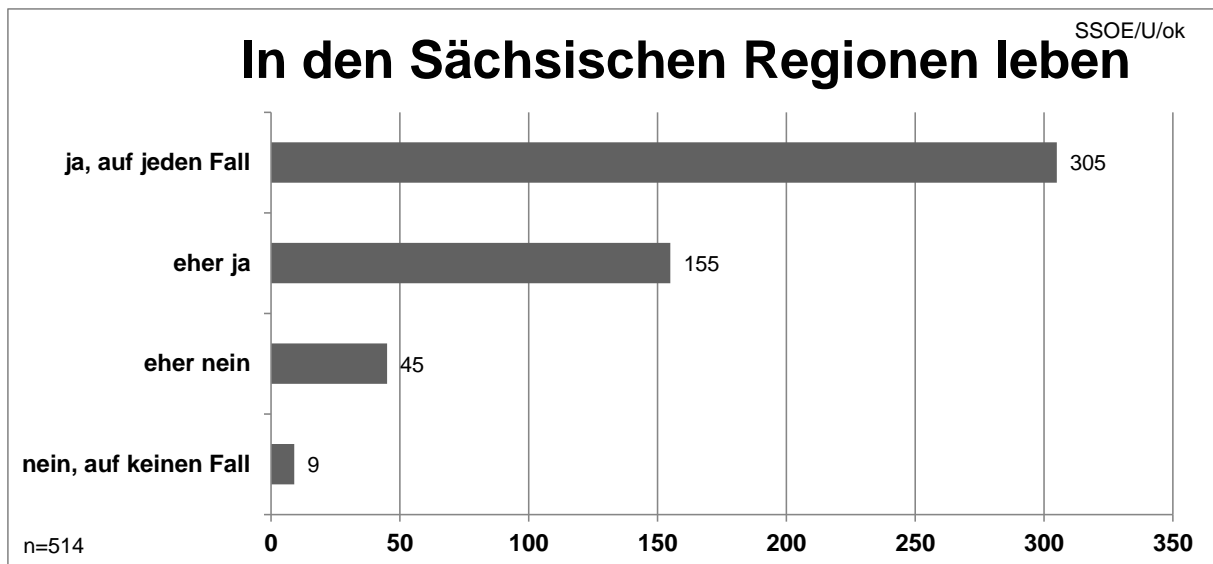


Abb. 3.2.7-2 Wunsch, in den Sächsischen Regionen zu leben bzw. leben gerne in den Sächsischen Regionen

Ein ähnliches Bild ergibt sich bei der Frage nach dem Leben in den Sächsischen Regionen. 60 Prozent können sich auf jeden Fall vorstellen, in der Region zu leben bzw. leben gerne hier. Lediglich zwei Prozent der Befragten können sich auf gar keinen Fall vorstellen in den Sächsischen Regionen zu leben bzw. leben gar nicht gerne in der Region.

In einem nächsten Schritt werden die Befragten hinsichtlich ihrer Herkunft, ihres Geschlechtes und ihres Bildungsstandes differenziert.

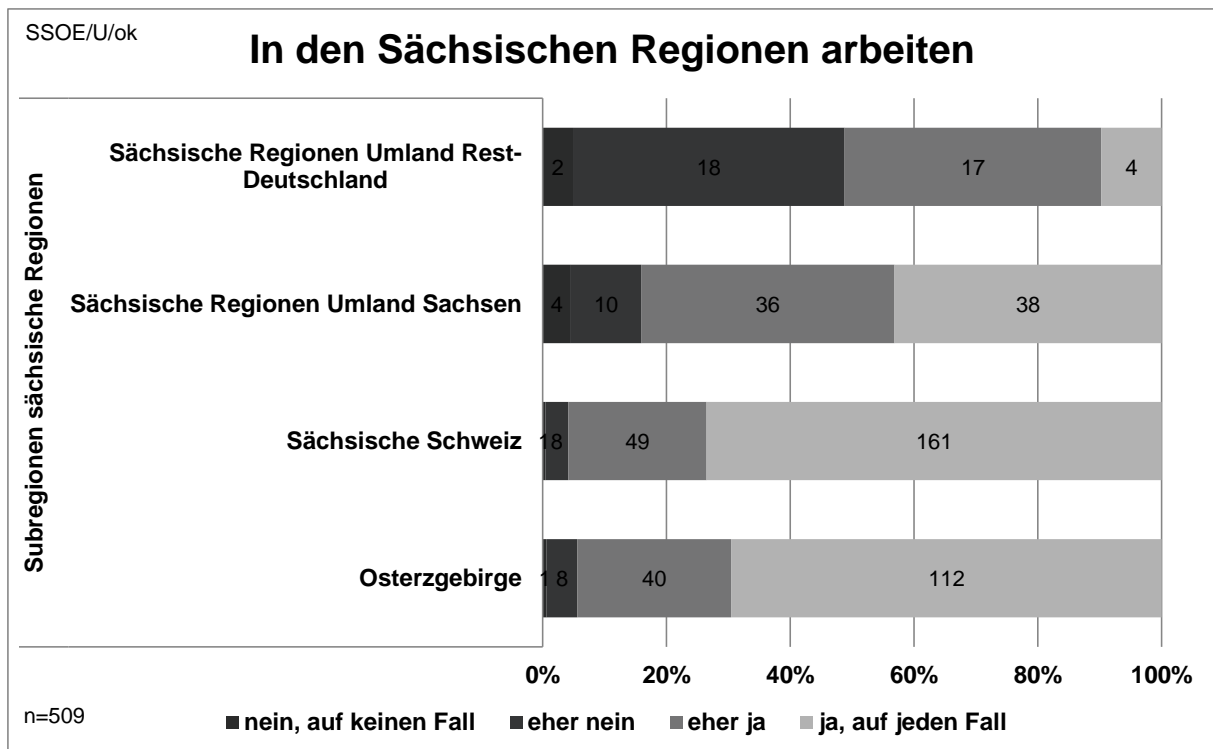


Abb. 6.2.7-3 Wunsch, in den Sächsischen Regionen zu arbeiten bzw. arbeiten gerne in den Sächsischen Regionen unterschieden nach Herkunft

Die Abb. 6.2.7-3 differenziert die Befragten nach ihrem Wohnort. Es ist deutlich erkennbar, dass je weiter der Wohnort von den Sächsischen Regionen entfernt ist desto geringer ist die Anzahl derjenigen, die sich vorstellen können, in der Region zu arbeiten. Zwischen den beiden Regionen Sächsische Schweiz und Osterzgebirge gibt es bei dieser Frage keine großen Unterschiede.

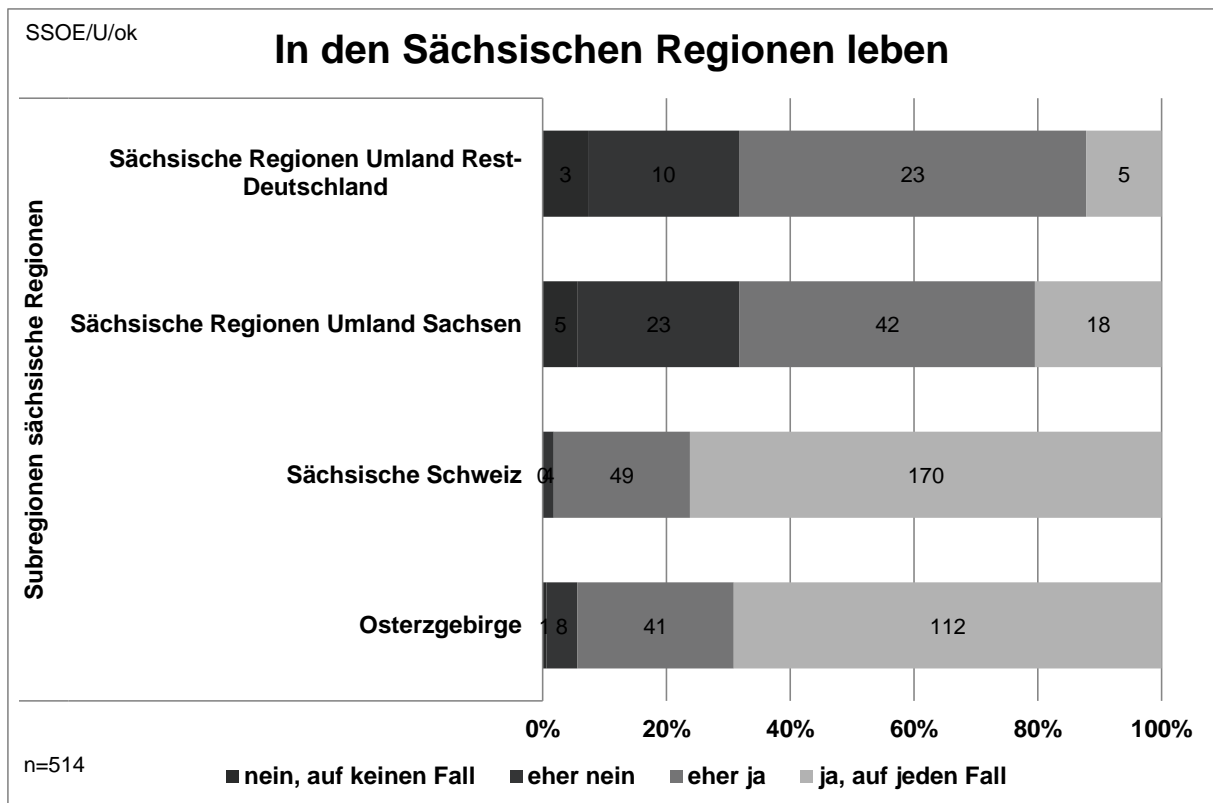


Abb. 6.2.7-4: Wunsch, in den Sächsischen Regionen zu leben bzw. leben gerne in den Sächsischen Regionen unterschieden nach Herkunft

Ein ähnliches Bild ergibt sich bei der Fragestellung nach dem „gerne Leben“ in der Region. Allerdings ist hier nicht die Veränderung hinsichtlich der Entfernung des Wohnortes erkennbar. Befragte aus anderen Regionen Sachsens und aus dem Rest Deutschlands können sich zu gleichen Teilen vorstellen, in der Region zu leben.

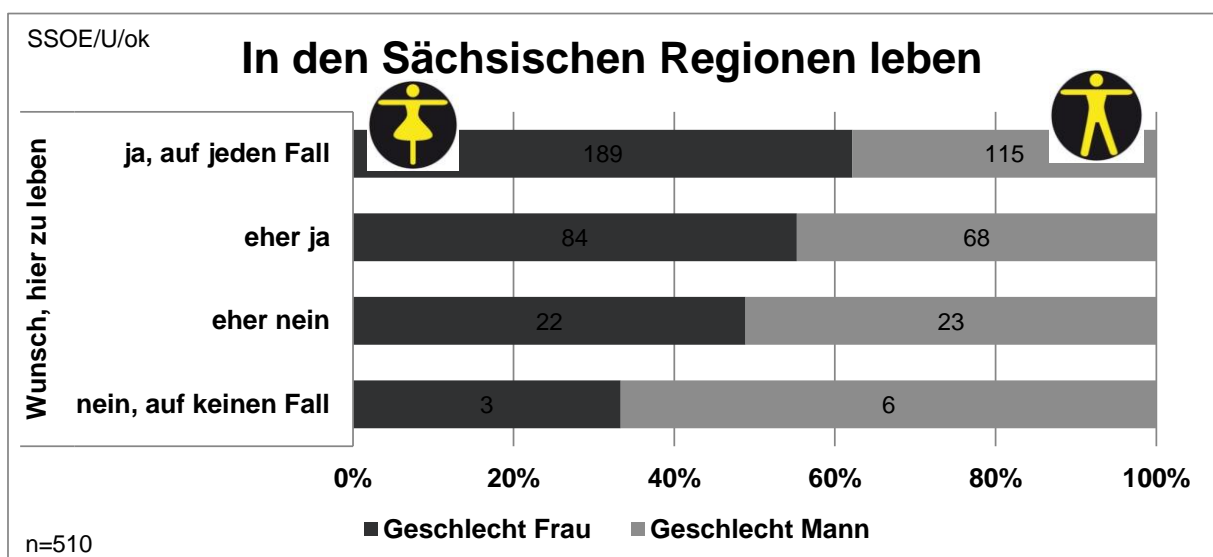


Abb. 6.2.7-5 Wunsch, in den Sächsischen Regionen zu leben bzw. leben gerne in den Sächsischen Regionen unterschieden nach Geschlecht

Als nächstes werden die Befragten differenziert nach Geschlecht. Da sich auch hier ein ähnliches Bild zwischen Leben und Arbeiten abzeichnet, wird auf die Darstellung des „gerne Arbeiten“ verzichtet, sondern nur „gerne Leben“ vorgestellt. Frauen können sich etwas mehr vorstellen, in den Sächsischen Regionen zu leben bzw. leben gerne in den Regionen. Hingegen bei „nein, auf keinen Fall“ überwiegt die Anzahl der Männer.

Anschließend erfolgt auch bei dieser Fragestellung die Differenzierung nach den unterschiedlichen Bildungsniveaus. Dabei wird der Fokus auf die Befragten gelegt, die sich vorstellen können in den Sächsischen Regionen zu arbeiten bzw. bereits gerne in der Region arbeiten.

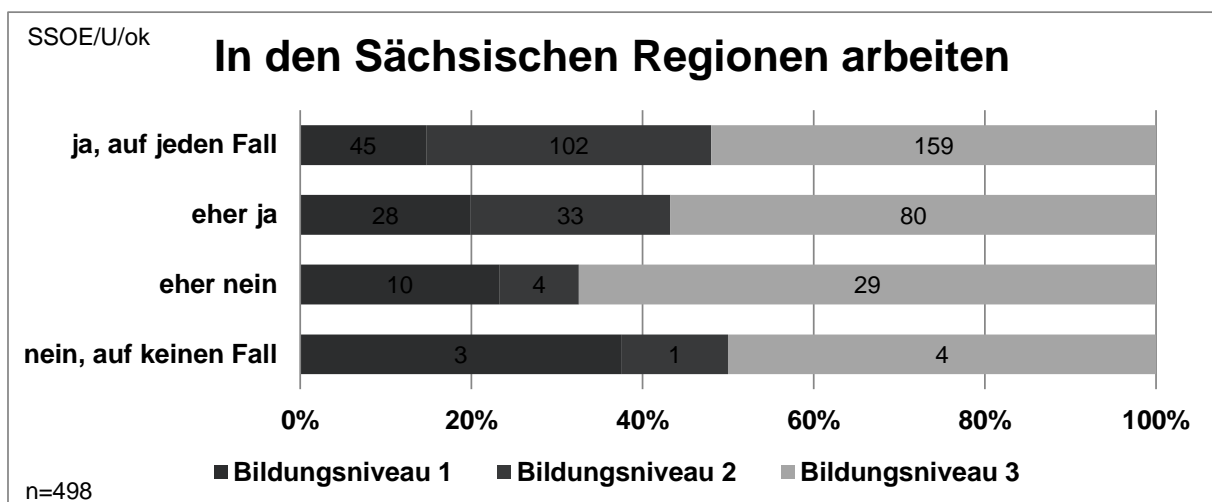


Abb. 6.2.7-6 Wunsch, in den Sächsischen Regionen zu arbeiten bzw. arbeiten gerne in den Sächsischen Regionen unterschieden nach Bildungsniveau

Aus der Abb. 6.2.7-6 ist ersichtlich, dass 50 Prozent der teilnehmenden Personen, die eine Hochschulausbildung abgeschlossen haben, sich auf jeden Fall vorstellen können in den Sächsischen Regionen zu arbeiten bzw. sie arbeiten bereits gerne in der Region. Bei der Antwort „eher ja“ sind es sogar etwas mehr als die Hälfte. Personen mit keiner abgeschlossenen Ausbildung können sich am wenigsten vorstellen, in den Regionen zu arbeiten.

Nach der Unterscheidung der demographischen Merkmale erfolgt nun die Differenzierung der vier verschiedenen Gruppen.

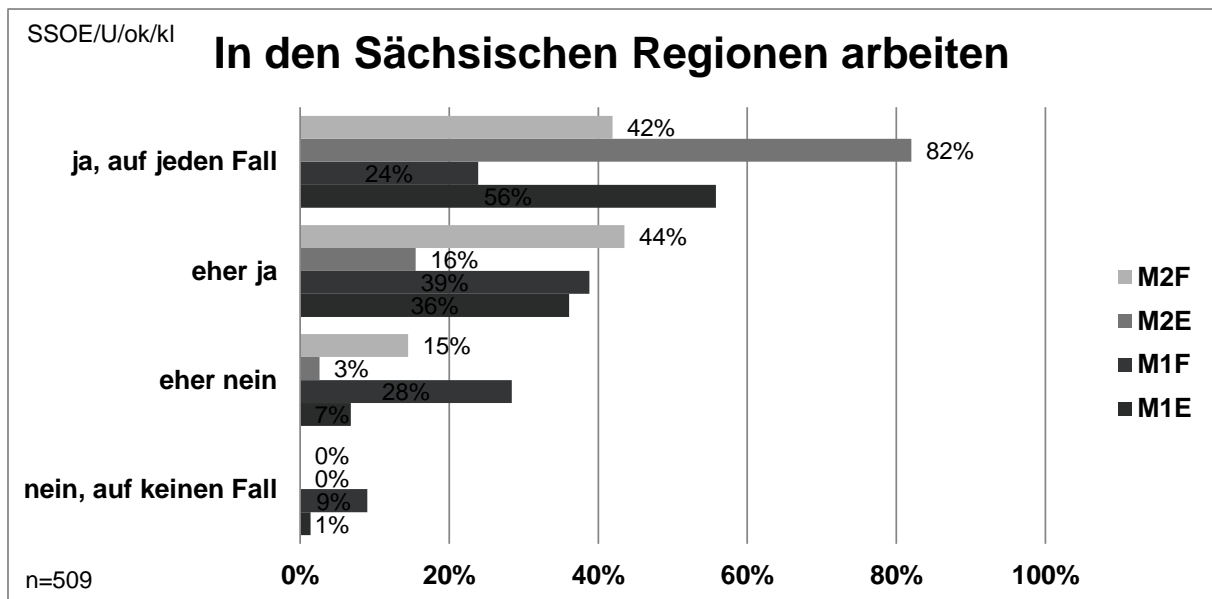


Abb. 6.2.7-7 Wunsch, in den Sächsischen Regionen zu arbeiten bzw. arbeiten gerne in den Sächsischen Regionen unterschieden nach Gruppen

In der Gruppe M1E (geringer Markenstatus, Wohnort in den Sächsischen Regionen) arbeiten ein Prozent überhaupt nicht gerne in der Region, sieben Prozent eher weniger, 36 Prozent eher gerne und 56 sehr gerne. In der Gruppe M2E (hoher Markenstatus, Wohnort in den Sächsischen Regionen) arbeitet keiner der Befragten gar nicht gerne in der Region, drei Prozent gaben eher nein, 16 Prozent eher gerne und 82 Prozent sehr gerne. Das zeigt schon einmal, dass diejenigen, die in den Sächsischen Regionen bereits wohnen sich auch dort sehr fühlen und die überwiegende Mehrheit sehr gerne in der Region arbeitet. Bei dem Fremdbild ergibt sich folgendes Bild: Aus der Gruppe M1F können sich neun Prozent gar nicht vorstellen in den Sächsischen Regionen zu arbeiten, 28 Prozent eher nein, 39 Prozent eher ja und 24 Prozent auf jeden Fall. In der Gruppe M2F sieht es etwas anders aus, hier kann sich kein Befragter überhaupt nicht vorstellen in der Region zu arbeiten, 15 eher nein, 44 Prozent gaben eher ja und 42 Prozent können sich auf jeden Fall vorstellen in den Sächsischen Regionen zu arbeiten. Das bedeutet, dass wenn Befragte von Außerhalb kommen, die Markenwerteinschätzung eine große Rolle bei der Arbeitsplatzentscheidung spielt.

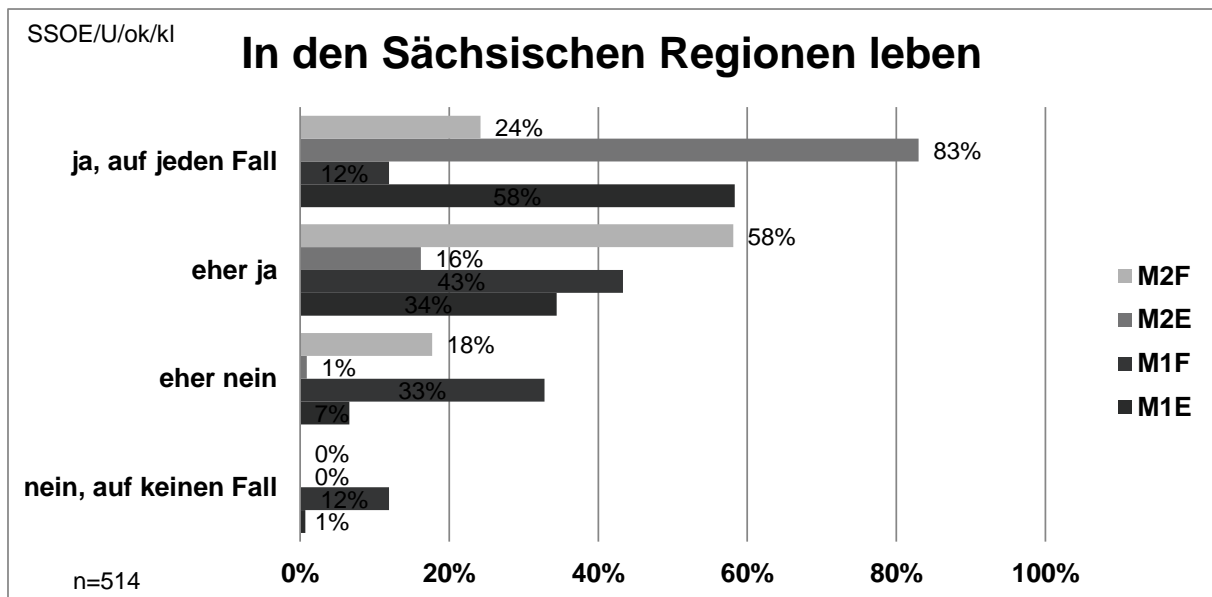


Abb. 6.2.7-8 Wunsch, in den Sächsischen Regionen zu leben bzw. leben gerne in den Sächsischen Regionen unterschieden nach Gruppen

Bei der Unterscheidung der Gruppen hinsichtlich des leben wollen bzw. des gerne leben ergibt sich ein ähnliches Bild, wie bei der vorherigen Abbildung 6.2.7. Auffällig ist jedoch die hohe Prozentabweichung bei der Gruppe M2F bei der Antwort „ja, auf jeden Fall“, beim Arbeiten in den Sächsischen Regionen sind es 42 Prozent und beim nur 24 Prozent. Positiv gesinnte Auswärtige können sich also eher vorstellen in der Region zu arbeiten als zu leben. Dennoch wird aufgrund der auf eine ausführlichere Erläuterung verzichtet.

Nachdem nun die Gruppen differenziert betrachtet wurden, wird ein Entscheidungsbaum erstellt, der Auskunft darüber gibt, welche anderen Variablen im Fragebogen mit der Antwort auf die Frage nach dem gerne arbeiten bzw. leben korrelieren.

Im Bereich Arbeiten werden insgesamt Variablen angegeben:

- Wunsch, hier zu leben
- Die Region als Person erfolgreich...erfolglos
- In der Region gearbeitet

Da in jeder anderen Region auch die Variable „Wunsch, hier zu leben“ korreliert, wird auf die grafische Darstellung verzichtet

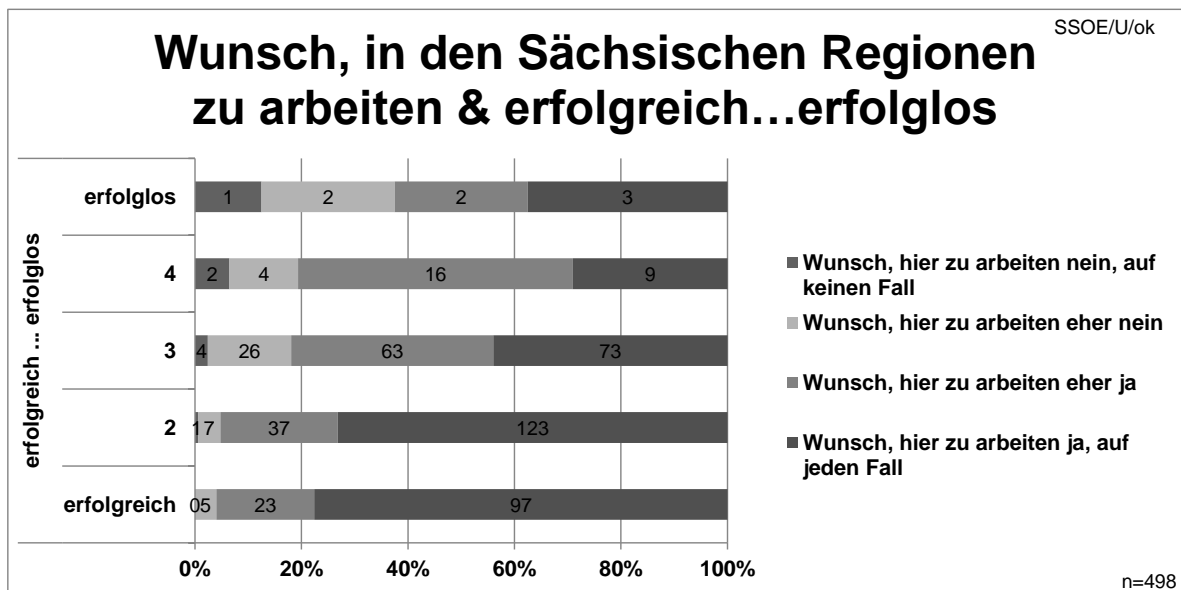


Abb. 6.2.7-9 Kreuztabelle Wunsch in der Region zu arbeiten und die Sächsischen Regionen als Person erfolgreich...erfolglos

Die Personen, die sagen, die Region ist erfolgreich, sagen auch, dass sie sich vorstellen können, in den Sächsischen Regionen zu arbeiten bzw. die gerne dort arbeiten.

Auch die Variable „in der Region gearbeitet“ wurde bereits mehrfach grafisch dargestellt.

Im Bereich wohnen korrelieren folgende Variablen:

- Wunsch, hier zu arbeiten
- Ich bin....
- Ich fühle mich als...
- Wohnortwechsel geplant.

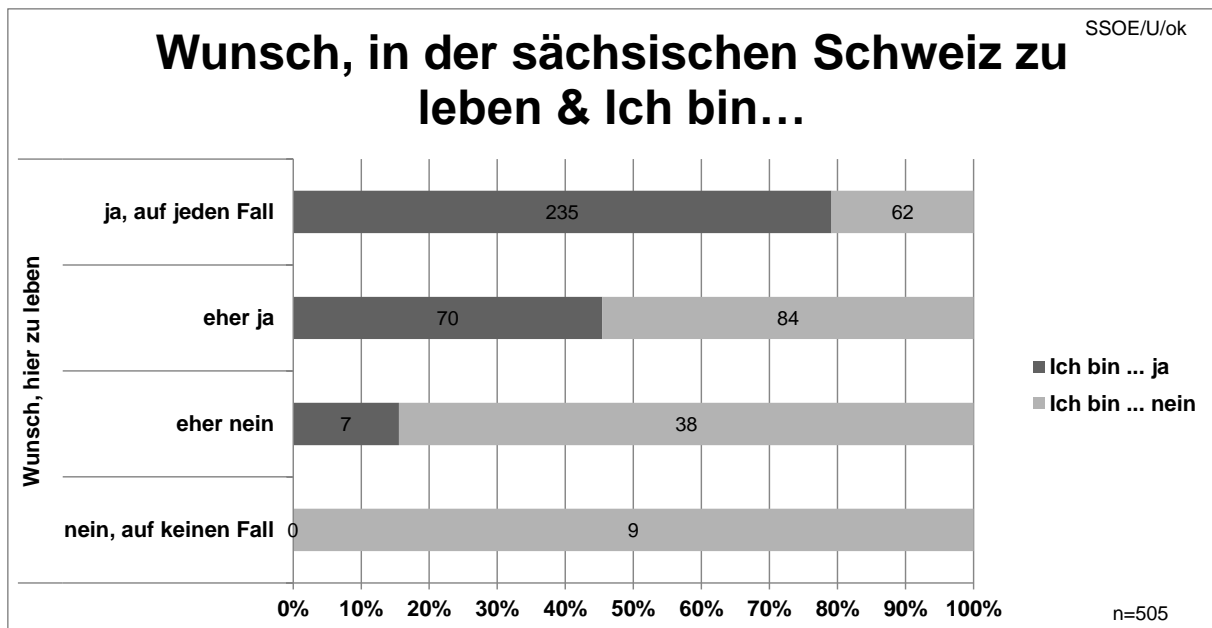


Abb. 6.2.7-10 Kreuztabelle der Verbundenheit zu den Sächsischen Regionen und dem Wunsch in der Region zu leben

Die Befragten, die auf keinen Fall in der Region arbeiten wollen bzw. nicht gerne dort arbeiten sagen auch, dass sie keine Verbindung zur Region haben. Bei „ja auf jeden Fall“ sind es fast 80 Prozent, die sagen, dass sie Sächsischer Schweizer/Schweizerin bzw. Osterzgebirgler/Osterzgebirglerin sind. Das gleiche Bild ergibt sich auch bei der Aussage „Ich fühle mich als...“.

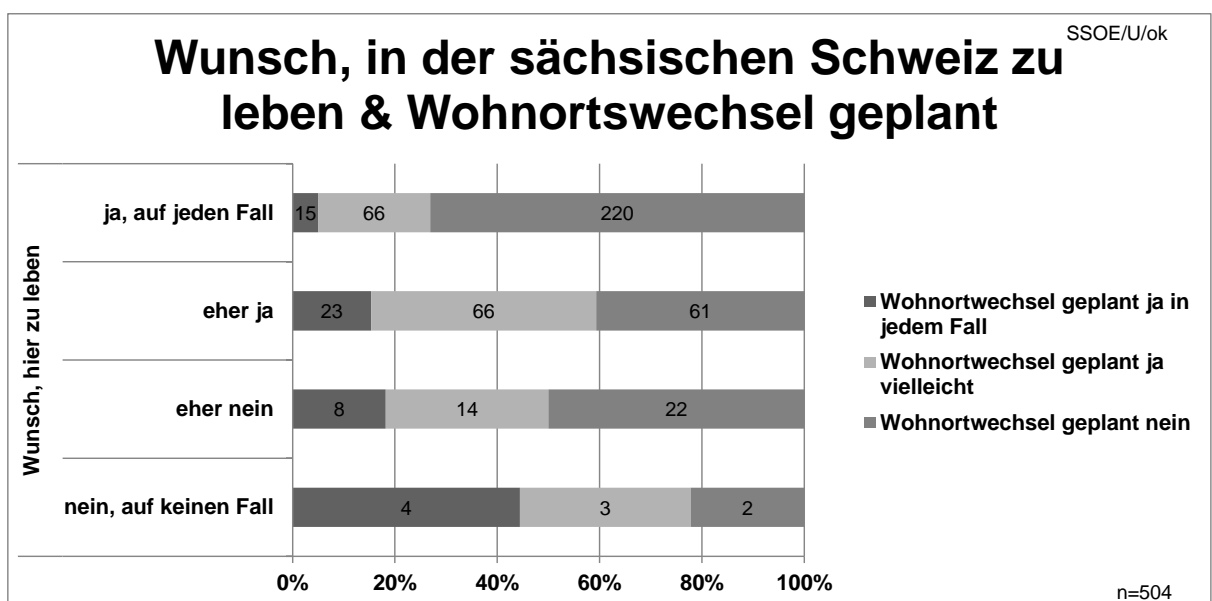


Abb. 6.2.7-11 Kreuztabelle des geplanten Wohnortwechsels und dem Wunsch in der Region zu leben

Die Befragten mussten u. a. auch angeben, ob in nahe gelegener Zeit ein Wohnortwechsel geplant ist. Diese Frage wurde nun mit der Aussage, Wunsch in der Region zu leben bzw. gerne dort zu leben korreliert. Dabei ergibt sich folgendes Bild: Die Befragten, die sich auf jeden Fall vorstellen können, in den Sächsischen Regionen zu leben, haben auch einen Wohnortwechsel geplant. Allerdings ist zu vermerken, dass auch bei den Befragten, die „nein, auf keinen Fall“ angaben, trotzdem über 50 Prozent einen Wohnortwechsel geplant haben. Diese Personen können sich demnach schon vorstellen ihren derzeitigen Wohnort zu verlassen, aber nicht den Tausch mit den Sächsischen Regionen. Es können aber auch Befragte sein, die sich in den Sächsischen Regionen überhaupt nicht wohlfühlen, dort nicht gerne wohnen und deswegen einen Wohnortwechsel planen. Hier sollte auf jeden Fall versucht werden, diese zu halten.

Zusammenfassung:

- **Die Sächsischen Regionen sind regional und überregional sehr bekannt und werden von ca. 75 Prozent der Befragten richtig geografisch eingeordnet.**
- **Die Bilder, die am häufigsten mit den Sächsischen Regionen assoziiert werden, sind „Landschaft“, „Städte und Orte“ sowie „Erholung, Freizeit und Sport“ sie machen 82 Prozent der spontanen Nennungen aus.**
- **Bilder, die gar nicht mit der Region verbunden werden, sind „Wohnen“, und „Landwirtschaft, regionale Produkte“.**
- **Auch bei der gestützten Abfrage von Merkmalen dominieren die besondere Landschaft, Urlaub und Erholung sowie Felsen und Berge.**
- **„Hochtechnologie“ schneidet sehr schwach ab.**
- **Bei den Standortfaktoren weist der Faktor Arbeit die geringste Übereinstimmung von Wichtigkeit und Ausprägung auf. Der Faktor Kultur, Freizeit und Erholung erreicht die größte Übereinstimmung.**
- **Als Mensch werden die Sächsischen Regionen als ehrlich, sympathisch und stolz eingeschätzt.**
- **Personen mit einer abgeschlossenen Ausbildung können sich am wenigsten vorstellen, in den Sächsischen Regionen zu arbeiten.**

Abbildungen

Abb. 6.1.1-1	Der Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge in Sachsen	4
Abb. 6.1.1-2	Blick von der Festung Königstein auf den Lilienstein, Sächsische Schweiz.....	7
Abb. 6.1.1-3	Basteibrücke.....	8
Abb. 6.1.1-4	Bobbahn in Altenberg.....	8
Abb. 6.1.3-1	Bevölkerung Sächsische Schweiz-Osterzgebirge	10
Abb. 6.1.3-2	Altersverteilung Sächsische Schweiz-Osterzgebirge.....	11
Abb. 6.1.3-3	Bevölkerungsentwicklung in Sachsen.....	11
Abb. 6.1.4-1	Bruttoinlandsprodukt zu Marktpreisen je Erwerbstätigen in Sachsen 2009.....	13
Abb. 6.1.4-2	Bruttoinlandsprodukt zu Marktpreisen je Erwerbstätigen 1998 bis 2009.....	13
Abb. 6.1.6-1	Beschäftigte im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge	15
Abb. 6.1.7-1	Landkreisbroschüre Sächsische Schweiz – Osterzgebirge	16
Abb. 6.1.7-2	Touristische Logos der Region	17
Abb. 6.2.1-1	Klassifizierungsgruppen der Sächsischen Regionen	20
Abb. 6.2.1-2	Häufigkeitsverteilung der Klassifizierung	20
Abb. 6.2.1-3	Gruppenindex und demografische Daten	22
Abb. 6.2.1-4	Gruppenindex vs. Verbundenheit zu den Sächsischen Regionen.....	23
Abb. 6.2.1-5	Gruppenindex vs. Wunsch in den Sächsischen Regionen zu leben bzw. gerne in den Sächsischen Regionen zu leben.....	24
Abb. 6.2.2-1	Lage der Sächsischen Regionen richtig oder falsch angegeben.....	25
Abb. 6.2.2-2	Lage der Sächsischen Regionen richtig oder falsch angegeben unterschieden nach Subregionen	26
Abb. 6.2.2-3	Lagevermutung der Region Sächsische Schweiz-Osterzgebirge auf der Landkarte	27
Abb. 6.2.2-4	Ortskenntnis nach Markenstatus-Gruppen, absolute Häufigkeiten	28
Abb. 6.2.2-5	Ortskenntnis nach Markenstatus-Gruppen, relative Häufigkeiten in %	28
Abb. 6.2.3-1	Wortwolke der spontanen Nennungen für die Sächsischen Regionen.....	29
Abb. 6.2.3-2	der Themen der spontanen Nennungen für die Sächsischen Regionen	30
Abb. 6.2.3-3	Spontane Nennungen nach Verbundenheit.....	31
Abb. 6.2.3-4	Spontane Nennungen nach Geschlecht	32
Abb. 6.2.4-1	In weit treffen folgende Aspekte auf die Sächsischen Regionen zu?	33
Abb. 6.2.4-2	Inwieweit treffen folgende Aspekte auf die Sächsischen Regionen zu?.....	34
Abb. 6.2.4-3	Inwieweit treffen folgende Aspekte auf die Sächsischen Regionen zu?.....	35
Abb. 6.2.4-4	Inwieweit treffen folgende Aspekte auf die Sächsischen Regionen zu?.....	36
Abb. 6.2.4-5	Inwieweit treffen folgende Aspekte auf die Sächsischen Regionen zu?.....	36
Abb. 6.2.4-6	Entscheidungsbaum zum TOP-Begriff „besondere Landschaft“	37
Abb. 6.2.4-7	Entscheidungsbaum nach CHAID für den FLOP-Begriff	38
Abb. 6.2.4-8	Inwieweit treffen folgende Aspekte auf die sächsischen Regionen zu?	39
Abb. 6.2.5-1	Standortfaktoren im Bereich Wohnen	41
Abb. 6.2.5-2	Zufriedenheit Wohnen und Wunsch, hier zu leben	42
Abb. 6.2.5-3	Standortfaktoren Arbeit und Beruf.....	43
Abb. 6.2.5-4	Häufigkeiten der Pendel-Km zum Arbeitsplatz der beiden Gruppen	44
Abb. 6.2.5-5	Standortfaktoren Bildung.....	44
Abb. 6.2.5-6	Zufriedenheit ausgewählter Standortfaktoren im Bereich Bildung unterschieden nach dem Bildungsniveau	45
Abb. 6.2.5-7	Standortfaktoren im Bereich Kultur, Freizeit und Erholung.....	46
Abb. 6.2.5-8	Die Region als Mensch: verschlossen vs. offen	47
Abb. 6.2.5-9	Die Region als Mensch: sachlich vs. herzlich	47
Abb. 6.2.5-10	Zufriedenheit mit den Standortfaktoren im Bereich Wohnen klassiert.....	48
Abb. 6.2.5-11	Zufriedenheit mit den Standortfaktoren im Bereich Arbeiten klassiert.....	49
Abb. 6.2.5-12	Zufriedenheit mit den Standortfaktoren im Bereich Bildung klassiert	50
Abb. 6.2.5-13	Zufriedenheit mit den Standortfaktoren im Bereich Kultur, Freizeit und Erholung klassiert.....	51
Abb. 6.2.5-14	Mittelwerte „Ostfriesland als Person“	52
Abb. 6.2.5-15	männlich...weiblich Geschlecht der Befragten	53
Abb. 6.2.5-16	männlich .. weiblich und starker Wunsch, hier zu arbeiten	53
Abb. 6.2.6-1	Alle Befragten nach Herkunft	54
Abb. 6.2.6-2	Alle Befragten nach Bindung.....	55
Abb. 6.2.6-3	Häufigkeitsverteilung „Meine Familie empfindet die Sächsischen Regionen als Heimat“	55
Abb. 6.2.6-4	Markenstatus-Gruppe und Herkunft.....	56

Abb. 6.2.6-5	Markenstatus-Gruppe und Bindung	57
Abb. 6.2.6-6	Herkunft und Geburtsort.....	58
Abb. 6.2.6-7	Bindung und Geburtsort	58
Abb. 6.2.6-8	Herkunft und Lebensjahre	59
Abb. 6.2.6-9	Bindung und Lebensjahre	60
Abb. 6.2.6-10	Geschlecht der Verbundenheitstypen	61
Abb. 6.2.6-11	Alter der Verbundenheitstypen.....	62
Abb. 6.2.6-12	Familienstand der Verbundenheitstypen	62
Abb. 6.2.6-13	Religion der Verbundenheitstypen	63
Abb. 6.2.6-14	Bildungsniveau der Verbundenheitstypen	63
Abb. 6.2.7-1	Arbeitswunsch – alle Befragten.....	64
Abb. 6.2.7-2	Wohnortwunsch.....	65
Abb. 6.2.7-3	Arbeitsortwunsch und Subregion	66
Abb. 6.2.7-4:	Wohnortwunsch nach Subregion	67
Abb. 6.2.7-5	Wohnortwunsch und Geschlecht	67
Abb. 6.2.7-6	Wohnortwunsch und Bildungsniveau	68
Abb. 6.2.7-7	Wunsch, in den Sächsischen Regionen zu arbeiten bzw. arbeiten gerne in den Sächsischen Regionen unterschieden nach Gruppen.....	69
Abb. 6.2.7-8	Markenstatus-Gruppen und Wohnortwunsch	70
Abb. 6.2.7-9	Wohnortwunsch und erfolgreich vs. erfolglos	71
Abb. 6.2.7-10	Wohnortwunsch und Herkunft.....	72
Abb. 6.2.7-11	Wunsch in den Sächsischen Regionen zu leben und Wohnortwechsel geplant.....	72
Abb. 6.3.1-1	Toleranzvariablen für den Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge nach Bindung und Wohnort.....	75
Abb. 6.3.2-1	Talentvariablen nach Bindung und Wohnort.....	76
Abb. 6.3.3-1	Technologievariablen für das Emsland nach Bindung und Wohnort	77
Abb. 6.3.4-1	Technologievariablen für das Emsland nach Bindung und Wohnort	78
Abb. 6.3.4-2	Ausprägung wichtiger Standortfaktoren aus Sicht der „kreativen Klasse“	79
Abb. 6.4.1-1	Variablen zum Thema „Region in der Öffentlichkeit“	80
Abb. 6.4.1-2	Imagebewertung bei Männer und Frauen	81
Abb. 6.4.1-3	Imagebewertung bei den Altersklassen	82
Abb. 6.4.1-4	Imagebewertung in Abhängigkeit vom Familienstand	83
Abb. 6.4.1-5	Imagebewertung in Abhängigkeit vom Berufsabschluss	84
Abb. 6.4.1-6	Imagebewertung in Abhängigkeit vom Haushaltseinkommen	85
Abb. 6.4.1-7	Imagebewertung in Abhängigkeit von der Branche	86
Abb. 6.4.1-8	Imagebewertung in Abhängigkeit von der Branche (Wertetabelle)	87
Abb. 6.4.1-9	Imagebewertung nach „Unternehmensleitung“	88
Abb. 6.4.1-10	Imagebewertung der „Kreativen Zielgruppen“	88
Abb. 6.4.1-11	Imagebewertung überregional	89
Abb. 6.4.1-12	Mediennutzung: Häufigkeit der Nennungen.....	90
Abb. 6.5.2.-2	Ist Sächsische Schweiz/Osterzgebirge eine Marke? – Selbstbild versus Fremdbild	95
Abb. 6.4.3-1	Logo Silbernes Erzgebirge	96
Abb. 6.4.3-2	Logo Nationalpark	96
Abb. 6.4.3-3	Logo Gutes von hier	97
Abb. 6.4.3-4	Logo Landschaf(f)t Zukunft e.V.	97
Abb. 6.4.3-5	Offizielles Wappen der Sächsische Schweiz-Osterzgebirge	97
Abb. 6.4.3-6	Logo des Landkreises Sächsische Schweiz-Osterzgebirge	98
Abb. 6.4.3-7	Fiktives Logo für die Sächsischen Regionen („Fake-Logo“)	98
Abb. 6.4.3-7	Welche der Zeichen passen gut zur Sächsischen Region?	99
Abb. 6.4.3-8	Passende Zeichen nach Wohnort	101
Abb. 6.5.4-1	Auswahl zu beteiligender Akteure (Zusammenstellung: Fabian, Schruppf, Nolopp).....	105
Abb. 6.5.4-1	Bipolare Merkmale der „Region als Person“	107
Abb. 6.5.4-2	Merkmale nach Bindung	108
Abb. 6.5.4-3	Osterzgebirge – Merkmale und Arbeitswunsch	109
Abb. 6.5.4-4	Sächsische Schweiz – Merkmale und Arbeitswunsch	110
Abb. 6.5.4-5	Osterzgebirge – Standortfaktoren und Arbeitswunsch	111
Abb. 6.5.4-6	Sächsische Schweiz – Standortfaktoren und Arbeitswunsch	112
Abb. 6.5.6-1	Größere Unterschiede zwischen neuem Landkreis und Altkreisen	117
Abb. 6.5.6-2	Kleinere Unterschiede zwischen neuem Landkreis und Altkreisen	118