

Ergebnisse der Bevölkerungsumfrage zur Standortattraktivität von Konolfingen

Einleitung

Im Rahmen einer Bachelorarbeit an der Berner Fachhochschule wurde die Standortattraktivität der Gemeinde Konolfingen als Wohnort untersucht. Zentrales Element war dabei die Umfrage bei der Bevölkerung von Konolfingen sowie den 2018 und 2019 weggezogenen Personen, die vom 17. bis 29. Februar 2020 durchgeführt wurde.

In der Zwischenzeit konnten die umfangreichen Ergebnisse der Umfrage ausgewertet werden. Dieses Dokument gibt einen Überblick über die eingetroffenen Antworten, die allgemeine Wichtigkeit verschiedener Faktoren bei der Wohnortwahl und die konkreten Ergebnisse in Bezug auf Konolfingen.

Antworten

Die der Umfrage zu Grunde liegende Population umfasst 4'947 Personen. Dies sind Menschen über 18 Jahren, die in der Gemeinde Konolfingen wohnen oder seit dem 01.01.2018 weggezogen sind. Gesamthaft nahmen 644 Personen an der Umfrage teil, davon 191 auf Papier und 429 Online. 24 Antworten konnten für die Auswertung nicht berücksichtigt werden, da zumeist aufgrund eines technischen Fehlers eine Mehrheit der Fragen und die demografischen Angaben nicht ausgefüllt wurden. Die Anzahl berücksichtigter Antworten beträgt entsprechend 620, was einer Teilnahmequote von 12.5% entspricht. Darin inbegriffen sind die Antworten der Wegzugerinnen und Wegzuger, von denen 14.5% an der Umfrage teilgenommen haben.

Repräsentativität

Damit eine Befragung repräsentativ ist, müssen die Merkmale der antwortenden Personen (Geschlecht, Alter, etc.) mit den Merkmalen der Gesamtbevölkerung übereinstimmen. Dies ist bei dieser Umfrage nur bedingt der Fall.

Die Teilnahme nach Alter in Tabelle 1 zeigt, dass die 30-49-Jährigen zu rund 9% übervertreten sind. Dies ist konsistent mit der Beobachtung, dass beeindruckend viele Personen aus Familienhaushalten (256) an der Umfrage teilgenommen haben. Hingegen fällt der Anteil an Personen ab 70 Jahren im Verhältnis 9% zu gering aus. Dies kann damit zusammenhängen, dass sich besonders Personen im hohen Alter weniger am gesellschaftlichen Leben und entsprechend auch an dieser Umfrage beteiligen.

Tabelle 1: Teilnahme nach Alter

Alter	18-30	30-49	50-69	ab 70	k. A.
% der Pop.	16.4%	31.3%	33.1%	19.2%	
% der Antworten	15.6%	40.2%	31.3%	10.5%	2.4%

Die Teilnahme nach Geschlecht in Tabelle 2 zeigt, dass Männer zu gut 6% unterrepräsentiert sind. Besonders bei den 20- bis 59-Jährigen stammen die Antworten zu 66% von Frauen. Bei den über 70-Jährigen antworten wiederum mehrheitlich Männer.

Tabelle 2: Teilnahme nach Geschlecht

Geschlecht	Frauen	Männer	k. A.
% der Pop.	51.6%	48.4%	
% der Antworten	53.2%	41.9%	4.8%

Die Tabelle 3 zeigt, dass der persönliche Brief an die Neuzuzügerinnen und Neuzuzüger Wirkung gezeigt hat: sie haben rege an der Umfrage teilgenommen. Aber auch Menschen, die schon lange in Konolfingen wohnen, sind gut vertreten. Beim Lesen dieser Tabelle muss berücksichtigt werden, dass jüngere Personen rein aufgrund ihres Alters gar nicht die Möglichkeit haben, schon sehr lange in Konolfingen zu wohnen.

Tabelle 3: Teilnahme nach Wohndauer in Jahren

Wohndauer (Jahre)	0-2	2.5-9	10-19	20-29	30+	k. A.
% der Antworten	16.5%	22.4%	16.9%	15.6%	23.4%	5.2%

Die Aussagekraft einer Stichprobe lässt sich auch anhand von statistischen Kennwerten beschreiben. Für diese Kennwerte gilt die Annahme, dass die zugrundeliegende Stichprobe repräsentativ ist. Der wichtigste Wert ist das Konfidenzniveau. Dieses sagt aus, wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, dass ein Umfrageergebnis tatsächlich der Beurteilung der Gesamtbevölkerung entspricht. Die Fehlerspanne gibt an, um wie viele Prozente ein Umfrageergebnis von der tatsächlichen Beurteilung der Gesamtbevölkerung abweichen kann.

Bei einem sehr hohen Konfidenzniveau von 99% (Fehlerspanne 5%) wären 587 Antworten repräsentativ für eine Population von 4'947 Personen. Dieser Wert wird mit den 620 Antworten übertroffen. Auch für die verschiedenen Altersgruppen weist die Umfrage eine hohe Aussagekraft auf.

Aus dieser Analyse schliesst sich, dass die Umfrage zwar eine hohe statistische Verlässlichkeit hat, die Merkmale der Antwortenden aber zu wenig mit den Merkmalen der Gesamtbevölkerung übereinstimmen, um repräsentativ zu sein. Nichtsdestotrotz können aus der Umfrage wichtige Erkenntnisse gewonnen werden, die insbesondere in Bezug auf starke übergreifende Antworttrends eine hohe Verlässlichkeit haben.

Wohnbevölkerung

In Bezug auf Wohnorte unterscheiden sich die Bedürfnisse, beispielsweise von einer Familie und von einem pensionierten Ehepaar. Diese Gruppen mit unterschiedlichen Bedürfnissen und entsprechend verschiedenartigem Verhalten werden als Segmente bezeichnet. Auf der Basis der Ergebnisse der Bevölkerungsumfrage werden fünf Grobsegmente definiert. Die Umfrage zeigt, dass zuerst einmal wesentliche Differenzen zwischen Familienhaushalten und allen weiteren Haushaltsformen (Paar-, Einzel-, WG-Haushalte) bestehen. Weiter zeigt sie, dass die Bedürfnisse von Paar- und Einzelhaushalten je nach Alter differieren. Dies dürfte mit der jeweils typischen Lebensphase zusammenhängen.

Die Abbildung 1 zeigt diese fünf Grobsegmente, ihre Merkmale und ihre wichtigsten Bedürfnisse, wobei die besonderen Bedürfnisse jedes Segments unterstrichen sind. Die Tabelle 4 gibt einen Überblick über die verschiedenen Elemente der Darstellung.

Tabelle 4: Überblick über verschiedene Elemente der Abbildung 1

Abbildungselement	Beschreibung
Prozentangabe	Die Prozentangabe sagt aus, welcher Anteil der Bevölkerung in diesem Typ Haushalt wohnt. Beispiel: unter 30-Jährige mit einem eigenen Einzel-, Paar- oder WG-Haushalt machen 7% der Gesamtbevölkerung von Konolfingen aus.
Steueranteil Gemeinde	Dieser Betrag sagt aus, welcher Anteil der Gesamtsteuern einer erwachsenen Person in einem Haushalt ungefähr an die Gemeinde geht.
Zentrale Faktoren	Dies sind die absoluten Top-Faktoren für dieses Segment.
Wichtige Faktoren	Diese Faktoren sind ebenfalls sehr wichtig.
Eher wichtige Faktoren	Diese Faktoren haben im Vergleich zu den anderen Segmenten für dieses Segment ebenfalls eine spezielle Bedeutung, auch wenn sie nicht ganz so wichtig sind.

Abbildung 1: Segmente

Unter 30-Jährige (7%)	30-49-Jährige (8%)	50-69-Jährige (19%)	70+ (16%)
<p>Jahrgang 1990-2001, meist in Paar-, WG- oder Einzelhaushalt</p> <p>Steueranteil Gemeinde: rund CHF 2'000</p> <p>Zentral: ÖV-Anbindung, Einkaufsmöglichkeiten, <u>Nähe zu Familie und Freunden, Nähe zum Arbeitsplatz</u>, schöne Wohnung</p> <p>Wichtig: Niveau der Mietpreise / Immobilienpreise, Naherholungsmöglichkeiten, Landschaftsqualität</p> <p>Eher wichtig: <u>Reisezeit zur nächsten Stadt mit Zentrumsfunktion</u>, Aussicht</p>	<p>Jahrgang 1970-1989, meist in Paar- oder Einzelhaushalt</p> <p>Steueranteil Gemeinde: mehr als CHF 3'300</p> <p>Zentral: ÖV-Anbindung, Einkaufsmöglichkeiten, <u>Nähe zum Arbeitsplatz</u>, schöne Wohnung, <u>Niveau der Mietpreise / Immobilienpreise</u></p> <p>Wichtig: Naherholungsmöglichkeiten, Nähe zu Familie und Freundeskreis</p> <p>Eher wichtig: Landschaftsqualität, Aussicht</p>	<p>Jahrgang 1950-1969, meist in Paar- oder Einzelhaushalt</p> <p>Steueranteil Gemeinde: rund CHF 3'900</p> <p>Zentral: ÖV-Anbindung, Einkaufsmöglichkeiten</p> <p>Wichtig: Naherholungsmöglichkeiten, Landschaftsqualität, Nähe zum Arbeitsplatz, schöne Wohnung</p> <p>Eher wichtig: <u>Gesundheitsversorgung, Alters- und Pflegeheim und Alterswohnungen</u>, Steueranlage, öffentliche Sicherheit</p>	<p>Jahrgang bis-1949, meist in Paar- oder Einzelhaushalt</p> <p>Steueranteil Gemeinde: rund CHF 3'100</p> <p>Zentral: ÖV-Anbindung, <u>Gesundheitsversorgung</u>, Einkaufsmöglichkeiten</p> <p>Wichtig: Landschaftsqualität, <u>öffentliche Sicherheit</u>, Niveau der Mietpreise / Immobilienpreise</p> <p>Eher wichtig: <u>Alters- und Pflegeheim und Alterswohnungen</u>, Schöne Wohnung, Naherholungsmöglichkeiten, Steueranlage, <u>Verkehrssicherheit</u></p>
<p>Familien (50% der Bevölkerung lebt in diesem Haushaltstyp)</p> <p>Diverse Jahrgänge; primär 1965-1989 / Steueranteil Gemeinde: nicht abschätzbar</p> <p>Zentral: ÖV-Anbindung, Einkaufsmöglichkeiten, Naherholungsmöglichkeiten</p> <p>Wichtig: Nähe zum Arbeitsplatz, <u>Bildungsangebot Kindergarten, Primar- und Sekundarstufe</u>, Nähe zu Familie und Freundeskreis</p> <p>Eher wichtig: Schöne Wohnung, Landschaftsqualität, Niveau der Mietpreise / Immobilienpreise, Verkehrssicherheit, <u>Aussenräume und Spielplätze</u>, Schwimmbad, KiTa- und Tagesschulangebot (für Paare mit Doppelverdienst)</p>			

Erfolgsfaktoren

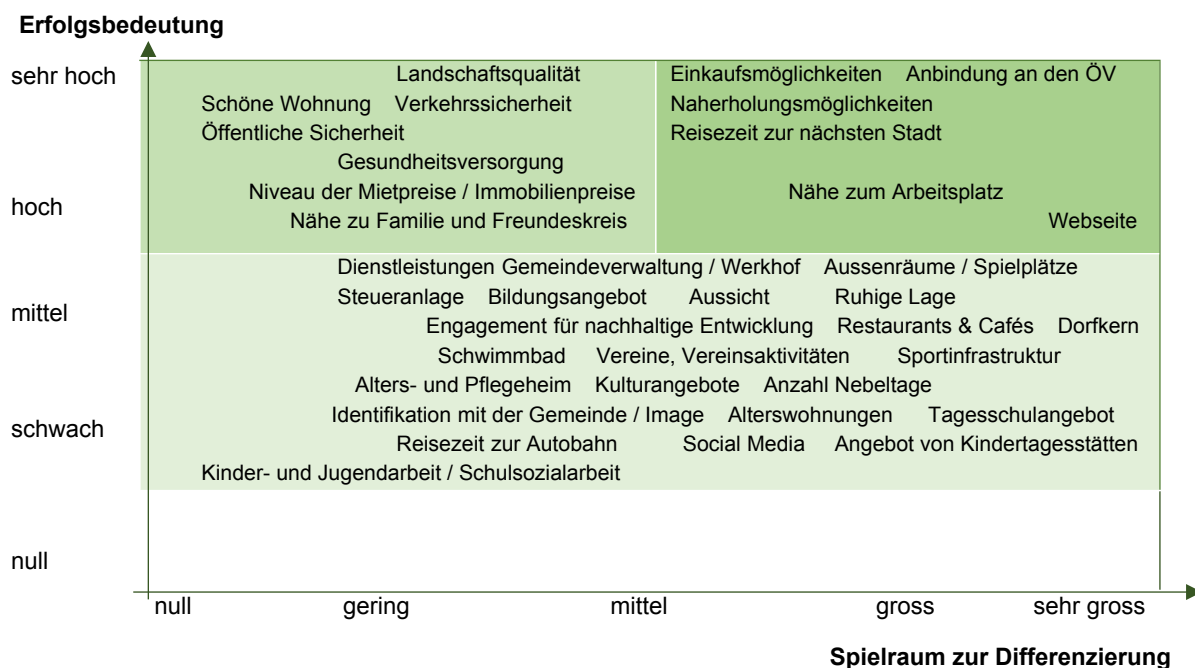
In jedem Markt gibt es spezifische «Schlüsselerfolgsfaktoren». Gleichzeitig gibt es auch weniger zentrale Faktoren, die eine Rolle spielen können. Das Dominanz-Standardmodell von Kühn und Fuhrer eignet sich, diese Zusammenhänge aufzuzeigen. Die vier verschiedenen Faktorentypen sind in der Tabelle 5 ersichtlich. Dabei bedeutet «Differenzierungsspielraum» für das Standortmarketing, dass diese Faktoren stark unterschiedlich ausgeprägt sein können, auch wenn eine Gemeinde nur beschränkt Einfluss darauf nehmen kann.

Tabelle 5: Faktorentypen des Standard-Dominanz-Modells

Faktorentyp	Beschreibung
Dominierend	Diese Faktoren haben eine hohe bis sehr hohe Erfolgsbedeutung. Gleichzeitig bieten sie einen grossen Differenzierungsspielraum. Durch sie kann sich eine Gemeinde auszeichnen und strategische Wettbewerbsvorteile aufbauen.
Standard	Diese haben ebenfalls eine hohe bis sehr hohe Erfolgsbedeutung, die Möglichkeiten der Differenzierung sind hingegen beschränkt. Ihre Bedeutung liegt darin, dass ein Nichterfüllen der Standards stark negativ beeinflusst, während ein Übertreffen kaum honoriert wird.
Komplementär	Diese Faktoren haben eine geringe bis mittlere Erfolgsbedeutung und einen gewissen Differenzierungsspielraum. Sie sind nicht zentral und gleichzeitig auch nicht komplett zu vernachlässigen.
Marginal	Dies sind Faktoren, die wegen fehlender Wirkung oder aus praktischen Gründen im Markt nicht oder kaum eingesetzt werden.

Die Faktoren für den Wohnortmarkt sind in Abbildung 2 dargestellt. Ergänzt werden sie durch weitere Marketinginstrumente, die durch Gemeinden verwendet werden können. Die Wichtigkeit wird entsprechend den Umfrageergebnissen angegeben. Der Differenzierungsspielraum ergibt sich aus dem Vergleich mit den wichtigsten Vergleichsgemeinden.

Abbildung 2: Erfolgsfaktoren im Wohnortmarkt



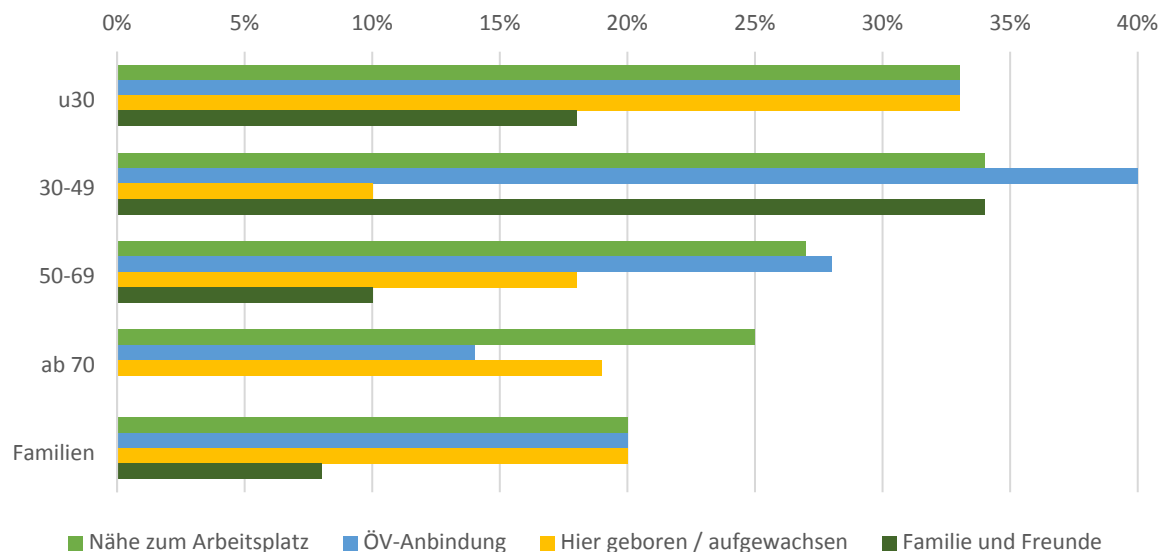
Bewertung der Standortattraktivität

Dieser Teil gibt die Ergebnisse der Umfrage wieder, die mittels Excel für jedes Segment ausgewertet wurden. Bei den quantitativen Ergebnissen der Umfrage standen die als am wichtigsten bewerteten allgemeinen Faktoren sowie die jeweilige Bewertung Konolfingens im Vordergrund. Weiter wurden die grössten Abweichungen gegenüber dem Durchschnitt untersucht. Die offenen Fragen bezüglich Zu- und Wegzug, Image und Massnahmen wurden qualitativ ausgewertet, wobei aufgrund der grossen Datenmenge nur Aussagen in die Auswertung einbezogen wurden, die mehrfach gemacht wurden. Um Mehrfachnennungen festzustellen, wurde das Wörterzähl-Hilfsmittel TagCrowd.com verwendet.

Warum wohnen Menschen in Konolfingen?

Die Abbildung 3 zeigt die Hauptgründe, die verschiedene Bevölkerungsgruppen für ihre Wohnortwahl nennen. Dabei spielt neben dem ÖV und der Nähe zum Arbeitsplatz vor allem die Tatsache, in der Gemeinde aufgewachsen zu sein, eine bedeutende Rolle. Damit verbunden ist auch das soziale Netz, das die Menschen bereits in der Region haben.

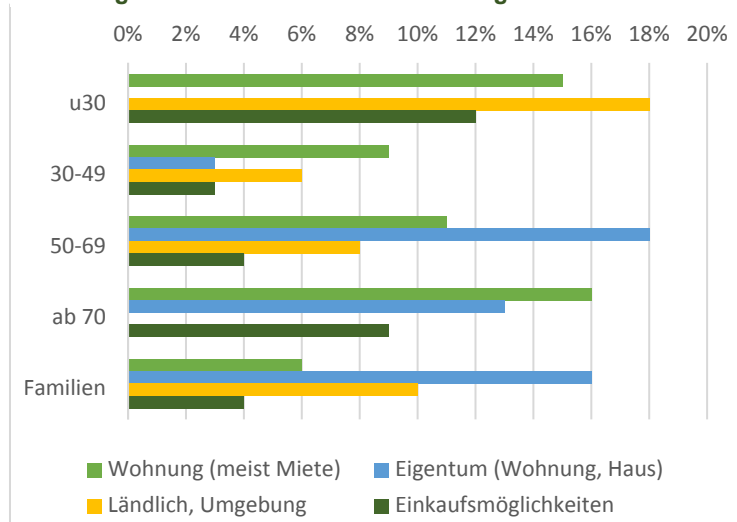
Abbildung 3: Hauptgründe für die Wohnortwahl



Nennungen je Segment in % der Antworten.

Die wichtigsten weiteren Gründe sind bereits deutlich heterogener. Insbesondere die Bedeutung von Wohneigentum und den Einkaufsmöglichkeiten differiert je nach Alter. Interessant ist, dass die Einkaufsmöglichkeiten beim Zuzugsentscheid eine vergleichsweise untergeordnete Rolle zu spielen scheinen.

Abbildung 4: Weitere Gründe für den Zuzug



Für Familien sind ausserdem das Bildungsangebot (6%) sowie die Kinderbetreuungsmöglichkeiten von Bedeutung. Das passt ins Bild: Familien weisen deutlich breitere Bedürfnisse auf als die anderen Segmente, worauf auch der Maximalwert von 20% bei den wichtigsten Nennungen hinweist.

Nennungen je Segment in % der Antworten.

Wo jemand wohnt, scheint eine sehr bewusste Wahl zu sein: «Zufällig» sind nur 4% der 50-69-Jährigen und etwa 8% des Segments «ab 70» nach Konolfingen gezogen. Zum Schluss spielen auch persönliche Gründe eine Rolle: rund 6% der 20- bis 69-Jährigen gibt an, dass sie zu ihrem Partner gezogen seien. Bemerkenswert ist hier, dass vor allem Frauen zu ihrem Partner zu ziehen scheinen. Ein Zusammenzug mit der Partnerin wird nie erwähnt.

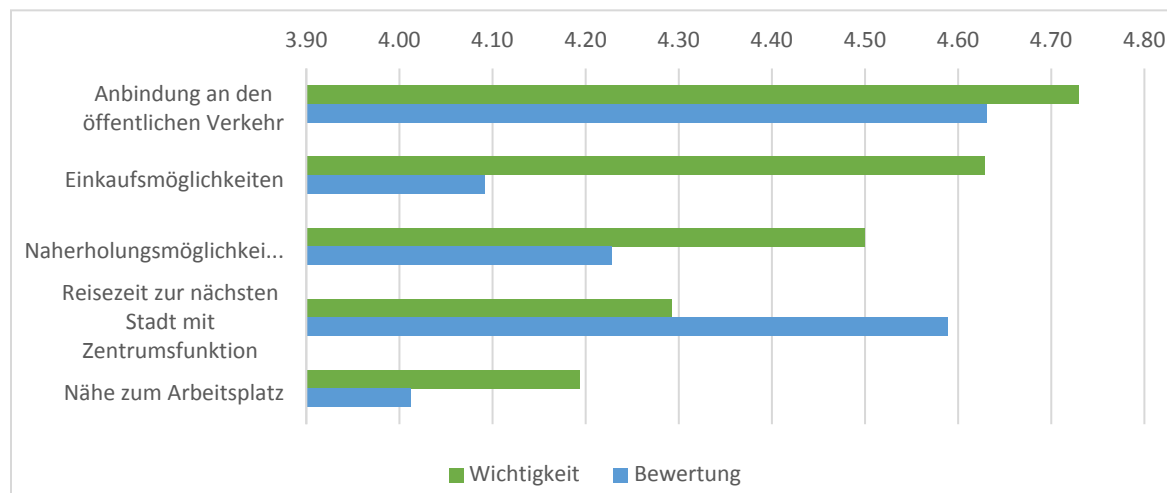
Wie bewerten sie die Gemeinde?

Nun, da die Menschen in Konolfingen wohnen, können sie die verschiedenen Standortfaktoren präzise bewerten – auch jene, denen sie vor dem Zuzug vielleicht kaum Beachtung geschenkt haben. Wie Konolfingen hier abschneidet, ist besonders wichtig, weil das Halten von bestehenden Einwohnerinnen und Einwohnern gemäss Gubler und Möller rund fünfmal wichtiger ist als der Gewinn einer neuen Zuzügerin oder eines neuen Zuzügers.

Bezüglich der Bewertung sind zwei Fragen von besonderer Bedeutung. Zum einen, wie gross die Differenzen zwischen der Wichtigkeit der dominanten Faktoren und ihrer Bewertung sind. Eine grosse Differenz deutet darauf hin, dass das entsprechende Bedürfnis derzeit zu wenig erfüllt wird, was auf eine Schwäche hindeutet. Eine geringe Differenz deutet hingegen auf eine Stärke hin. Zum anderen ist es interessant, die besonders tiefen Bewertungen zu analysieren. Hier können sich Schwächen bei komplementären oder Standard-Faktoren zeigen, die für die Analyse bedeutsam werden.

Dominante Faktoren

Abbildung 5: Wichtigkeit und Bewertung der dominanten Faktoren



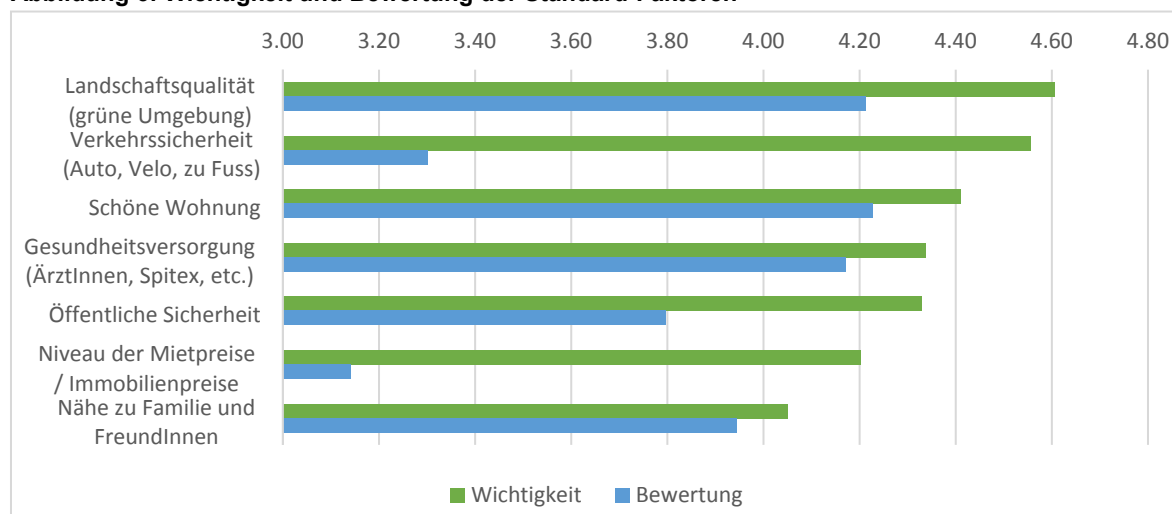
Basierend auf den Mittelwerten der fünf Segmente, gewichtet nach jeweiligem Bevölkerungsanteil (vgl. Abbildung 1: Segmente).

Die Bewertung der dominanten Faktoren zeigt, dass die Bevölkerung von Konolfingen sehr zufrieden ist mit dem ÖV-Anschluss. Die Erwartungen hinsichtlich der Erreichbarkeit der nächsten Stadt werden sogar übertroffen, und die guten Pendelverbindungen dürften gemeinsam mit den vielen lokalen Arbeitsplätzen zur hohen Bewertung des Faktors «Nähe zum Arbeitsplatz» beitragen.

Die Bevölkerung war bei der Bewertung kritischer als bei der Einschätzung der Wichtigkeit und beurteilte die Faktoren im Schnitt um 0.25 Punkte tiefer als ihre Wichtigkeit. Die Naherholungsmöglichkeiten entsprechen mit einer Differenz von 0.27 Punkten diesem Schnitt und dürfen als «den Erwartungen entsprechend» eingeschätzt werden. Hingegen zeigt sich bei den Einkaufsmöglichkeiten eine relevante Differenz von 0.5 Punkten, die auf die fehlenden Alltagsgeschäfte zurückzuführen ist. Dies deckt sich mit der Erkenntnis aus der Analyse der Vergleichsgemeinden, dass Konolfingen Bäckereien, Metzgereien und ähnliche Geschäfte fehlen, die in anderen Gemeinden noch häufig anzutreffen sind.

Standard-Faktoren

Abbildung 6: Wichtigkeit und Bewertung der Standard-Faktoren



Basierend auf den Mittelwerten der fünf Segmente, gewichtet nach jeweiligem Bevölkerungsanteil (vgl. Abbildung 1: Segmente).

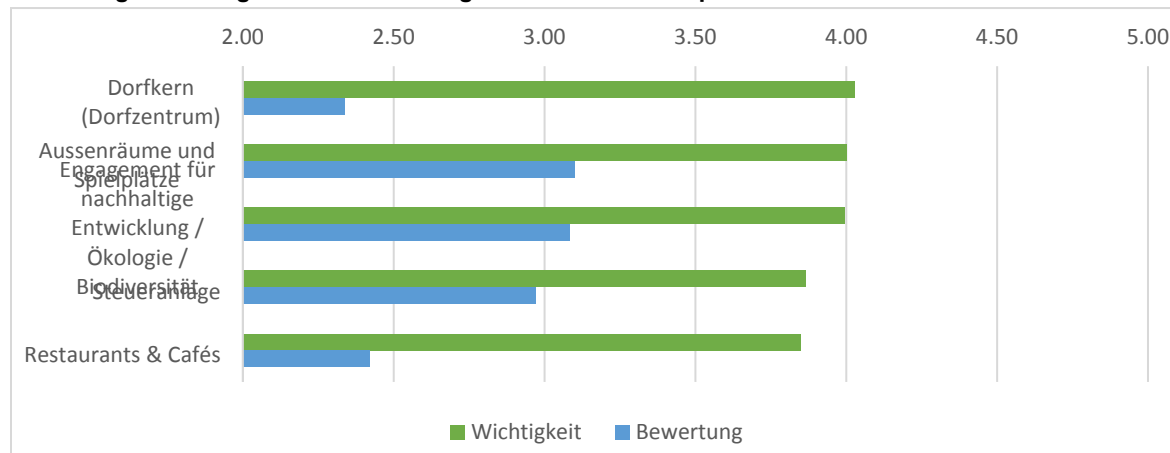
Bei den Standard-Faktoren erfüllt Konolfingen die Erwartungen zumeist. Zwei Ausnahmen sind auffällig: die Verkehrssicherheit und das Niveau der Miet- und Immobilienpreise werden im Vergleich sehr tief bewertet. Bei den Miet- und Immobilienpreisen dürfte dies nicht spezifisch auf Konolfingen zurückzuführen sein, da das Preisniveau in der ganzen Region eher hoch ist. Dabei ist nachvollziehbar, dass die Menschen den Faktor im Mittelwert als «neutral» einschätzen.

Die Verkehrssicherheit wird vor allem bezüglich der Sicherheit für Velos und zu Fuss Gehende als problematisch beurteilt. Dies dürfte primär im Zusammenhang mit der fehlenden Verkehrsberuhigung in den Quartieren stehen, die bereits im Rahmen der Mitwirkung zum Verkehrsrichtplan der Gemeinde im Herbst 2018 von rund 80% der Befragten gewünscht wurde. Die Gemeinde ist derzeit daran, die Verkehrsberuhigung und weitere Massnahmen umzusetzen, entsprechend dürfte diese Schwäche künftig kleiner werden. Verschiedene Schwachstellen auf

den Kantonsstrassen bleiben allerdings bestehen. Weiter ist denkbar, dass «Sicherheit» im Allgemeinen von der Bevölkerung tendenziell kritischer beurteilt wird als andere Faktoren, wie dies auch beim Faktor «öffentliche Sicherheit» der Fall zu sein scheint. Dieses Empfinden könnte noch vertiefter untersucht werden. Es gibt aber keine Hinweise darauf, dass Konolfingen im Vergleich zu anderen Gemeinden unsicherer ist.

Komplementäre Faktoren

Abbildung 7: Wichtigkeit und Bewertung einer Auswahl komplementärer Faktoren



Basierend auf den Mittelwerten der fünf Segmente, gewichtet nach jeweiligem Bevölkerungsanteil (vgl. Abbildung 1: Segmente).

Bei den komplementären Faktoren zeigen sich mehrere Bereiche, in denen die Erwartungen der Bevölkerung nicht erfüllt werden. An erster Stelle steht dabei das Dorfzentrum, das der am schlechtesten bewertete Faktor der ganzen Umfrage ist. Auf die schwierige Situation im Dorfkern macht auch der Bericht von Wüest Partner aus dem Jahr 2018 zur Siedlungsentwicklung nach Innen aufmerksam, der insbesondere auf den langgestreckten und zu dezentralen Zentrumsperimeter hinweist. Dem Ortskern fehlt es an belebten Nutzungen (Gastronomie, Läden, etc.) und der öffentliche Raum bietet eine unbefriedigende Aufenthaltsqualität. Die Gemeinde strebt zusammen mit einem Grundeigentümer eine Zwischennutzung im Ortskern an, die einen Dorfplatz sowie eine Drive-In-Bäckerei beinhalten soll. Dies dürfte ein erster Schritt für die Aufwertung des Ortskerns sein, der Weg ist aber noch lang.

Die zweitiefste Bewertung erhielt der Faktor «Restaurants & Cafés», wobei der Bevölkerung vor allem ein attraktives Café fehlt. Aber auch die Auswahl an Restaurants wird teilweise als unbefriedigend angesehen. Dabei ist es möglich, dass ein Teil dieser Bewertung auf eine Kommunikationslücke zurückzuführen ist. Beispielsweise stellt sich die Frage, wie bewusst den Umfrageteilnehmenden war, dass mit dem Restaurant im Schloss Hünigen sowie dem Nostalgiecafé durchaus attraktive Angebote bestehen. Nichtsdestotrotz muss festgehalten werden, dass gerade im Zentrum abgesehen vom Hotel Restaurant Kreuz derzeit kein Angebot besteht, das wohl vor allem dort gewünscht wird. Stand Frühling 2020 beabsichtigen sowohl die Raiffeisen wie das Wullehus, ein Café zu eröffnen. Wie gut diese Angebote bei der Bevölkerung ankommen werden, bleibt offen.

Weiter werden sowohl das Engagement für eine nachhaltige Entwicklung, Ökologie und Biodiversität und die Aussenräume und Spielplätze eher tief bewertet. Dies deckt sich mit den Erkenntnissen aus der Analyse der Vergleichsgemeinden. Bezüglich den Spielplätzen ist anzumerken, dass dies ein aktuelles Thema in der Gemeinde ist: im November 2019 wurde eine Petition dazu eingereicht. Bei der Steueranlage ist ein ähnliches Phänomen wie beim Niveau der Miet- und Immobilienpreise zu beobachten: obwohl Konolfingen im regionalen Vergleich gut dasteht, wird dieser Faktor eher tief bewertet.

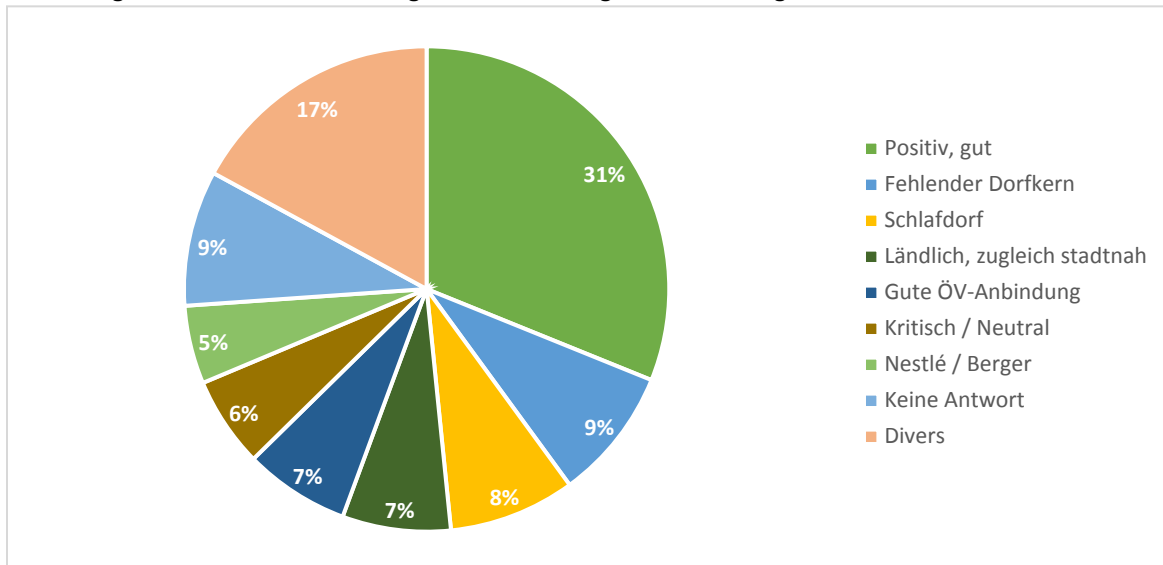
Für die Familien spielt zusätzlich das Bildungsangebot eine wichtige Rolle. Für diese Bewertung wird nur auf die Antworten von Familien abgestützt, da viele andere Umfrageteilnehmende in Bezug auf die Kinder- und Jugendangebote entweder auf eine Antwort verzichtet oder die Faktoren als neutral beurteilt haben. Mit einer Bewertung von rund 3.80 erreicht das Bildungsangebot eine befriedigende Bewertung gegenüber dem Wichtigkeitswert von rund 4.40, wobei die Zufriedenheit im Vergleich zu anderen Faktoren tiefer ausfällt. Gründe dafür lassen sich nicht eindeutig erkennen.

Warum ziehen Menschen weg?

Die qualitative Analyse von 75 zumeist eher jungen Wegzugerinnen und Wegzögern zeigt ein klares Bild: häufig führen persönliche Gründe wie die Liebe, das Studium, die Arbeit oder auch der Erwerb von Wohneigentum an einem anderen Ort zum Wegzug. Besonders bei den u30-Jährigen ist auch der Wunsch, aus dem Familienhaushalt auszuziehen und die Stadt zu erleben, ein wichtiger Grund für den Wegzug. Spezifische Standortfaktoren scheinen nicht im Vordergrund zu stehen. Auch wenn die Wegzüge nun als unbeeinflussbar erscheinen, muss bedacht werden: Konolfingen schien diesen Menschen während ihrer Zeit in der Gemeinde zu wenig wichtig geworden zu sein, als dass sie bleiben wollten.

Wie steht es um das Image?

Abbildung 8: Antworten auf die Frage "Welches Image hat Konolfingen aus Ihrer Sicht?" in %



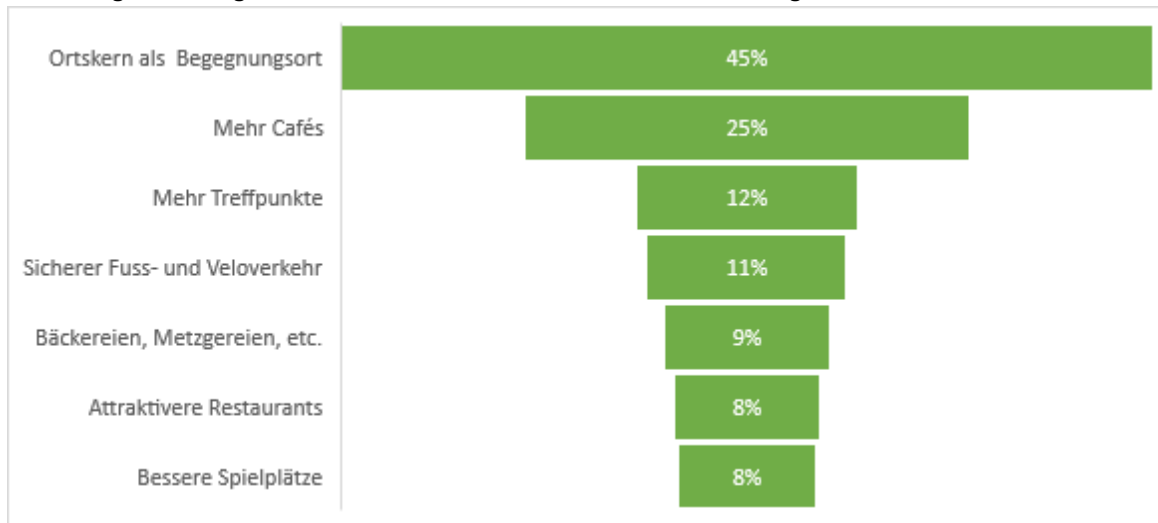
Die Abbildung 8 zeigt, dass das Image von Konolfingen unklar ist. Gleichzeitig sind viele Menschen grundsätzlich zufrieden mit dem Dorf: eine relative Mehrheit antwortet auf die Frage nach dem Image schlicht mit «Ein Positives» oder «Gut». Explizit geschätzt wird die ÖV-Anbindung und das «hybride Dasein» von Ländlichkeit und Stadtnähe, wobei diese klaren Stärken von Konolfingen nur bei einer jungen Minderheit wirklich präsent zu sein scheinen. Die Ländlichkeit wird von einem Teil der Befragten als «ländlich und trotzdem aufgeschlossen, nah an der Stadt», von einem anderen Teil eher als Bodenständigkeit und verbunden mit konservativen Werten wahrgenommen.

Das Stichwort «fehlender Dorfkern» hat noch eine grössere, soziale Dimension: viele nehmen Konolfingen als Durchfahrts- und Pendlerdorf wahr, das nicht wirklich schön ist. Die Menschen lebten eher für sich, es finde wenig Begegnung statt, die Beschreibung «unpersönlich» wird mehrmals verwendet. Die ansässigen Unternehmen Berger Schuhe & Sport sowie Nestlé zeugen von einem Imageelement als Arbeitsstandort, was teilweise auch negativ empfunden wird – insbesondere in Bezug auf die Nestlé, die mit «viel Industrie» gleichgesetzt wird.

Welche Massnahmen wünscht sich die Bevölkerung?

Überwältigende Einigkeit besteht darin, dass der Ortskern umfassend aufgewertet werden soll. Das Zielbild lässt sich als schönes, attraktives, zum Aufenthalt einladendes Dorfzentrum beschreiben, wo sich die Menschen begegnen wollen. Anzugehen ist dabei aus Sicht der Befragten auch der dominante Verkehr, der teilweise als Problem wahrgenommen wird.

Abbildung 9: Wichtigste Massnahmenwünsche der Wohnbevölkerung



In % der antwortenden Befragten (gerundet).

Das Thema «Begegnung» spiegelt sich auch in den nächsten Wünschen: ein Viertel der Menschen wünscht sich ein Café, wo man sich trifft. Ganz allgemein sind «mehr Treffpunkte» gewünscht, die formeller oder informeller Natur sein können. Hauptsächlich, es findet Begegnung statt. Dies dürfte neben dem spezifischen Produktsortiment von Bäckereien, Metzgereien und Käsereien auch ein Grund für den Wunsch nach solchen Geschäften sein – findet doch auch dort eine persönlichere Begegnung statt als in einem Coop oder Migros. Dass die Bevölkerung weder mit der Verkehrssicherheit noch mit dem Restaurantangebot zufrieden ist, spiegelt sich nun auch in den Massnahmenwünschen. Ein weiterer Wunsch sind attraktivere Spielplätze, wo insbesondere ein grosser, zentraler Spielplatz gewünscht ist – wo wiederum Begegnungen stattfinden können.

Weiter sind segmentspezifische Massnahmenwünsche zu erwähnen. Familien wünschen sich mehr Angebote für Kinder und Jugendliche und 16 Personen nennen explizit die Umsetzung der Schullandschaft Stalden als Massnahme zur Erhöhung der Standortattraktivität. Es gibt auch eine Handvoll Stimmen, die sich eine neue Abstimmung oder eine Alternativlösung wünschen. Rund 7% der Personen über 30 Jahren wünschen sich eine Steuersenkung. Finanzieller Natur ist auch der Wunsch von 15% der unter 30-Jährigen nach günstigerem Wohnraum, der von 7% der ab 70-Jährigen geteilt wird.

Schliesslich wird mehrmals der Wunsch nach mehr Kulturangeboten, einer Grünabfuhr sowie einer besseren ÖV-Anbindung von Gysenstein und Herolfingen geäussert, wobei dort vor allem auch die Wiedereinführung des Halbstundentakts der S-Bahn in Tägertschi zentral ist.

Weitere Erkenntnisse

Da Konolfingen unterschiedliche Ortsteile hat, wurde untersucht, ob es nennenswerte Unterschiede zwischen diesen gibt. Die Bedürfnisse und die Bewertungen von Ursellen über das Zentrum bis nach Konolfingen-Dorf und Stalden sind recht homogen. Einzig im Zentrum lässt sich feststellen, dass die ÖV-Anbindung und die Einkaufsmöglichkeiten noch etwas wichtiger sind, während die Landschaftsqualität eine etwas geringere Bedeutung hat.

Die ländlicheren Gebiete von Konolfingen, insbesondere Gysenstein und Herolfingen, weisen interessante Unterschiede auf: die ÖV-Anbindung ist mit 30% der Nennungen auch für sie der Top-Faktor, liegt gegenüber dem Durchschnitt aber rund 20% tiefer. Sie sind mit der ÖV-Anbindung wesentlich unzufriedener als die übrige Bevölkerung, was nachvollziehbar ist, da sie deutlich schlechter erschlossen sind. Die Natur spielt für sie eine wichtigere Rolle: besonders die Aussicht ist für 26% ein Top-Faktor, aber auch die Naherholungsmöglichkeiten und die Landschaftsqualität liegen ihnen am Herzen. Mit diesen Faktoren sind sie bei der Bewertung überdurchschnittlich zufrieden. Deutlich weniger wichtig (-27%) sind ihnen die Einkaufsmöglichkeiten. Als letzter Faktor ist die Verkehrssicherheit zu erwähnen, die der ländlichen Bevölkerung ebenfalls wichtig ist, mit 2.8 Punkten aber noch deutlich schlechter beurteilt wird als von der übrigen Bevölkerung.

Zum Schluss wurde untersucht, ob es bei der Beantwortung nennenswerte Unterschiede zwischen den Geschlechtern gibt. Dabei waren keine wesentlichen Differenzen auszumachen.

Fazit

Konolfingen zeichnet sich besonders durch seine gute Anbindung an den ÖV, die vielen lokalen Arbeitsplätze, viele Einkaufsmöglichkeiten sowie die ländliche Umgebung mit ihren Naherholungsmöglichkeiten aus. Diese Eigenschaften werden von der Bevölkerung sehr geschätzt. Schwächen bestehen hingegen beim unattraktiven Ortskern, der tiefen Verkehrssicherheit für Velofahrer und Fussgängerinnen sowie den fehlenden Cafés und Alltagsläden wie Bäckereien und Metzgereien. Allgemein fehlt der Bevölkerung die Begegnung. Zudem hat Konolfingen ein unklares Image. Die Antworten zum Image zeigen gleichzeitig, dass die Menschen grundsätzlich zufrieden sind mit Konolfingen als Wohnort: «Ein Positives» oder «Gut» sind mit Abstand die häufigsten Antworten.

Kenntnisnahme des Gemeinderats

Der Gemeinderat hat die Ergebnisse interessiert zur Kenntnis genommen. Er wird an seiner Klausurtagung im August 2020 darüber diskutieren, welche Themen vertieft werden und welche Massnahmen gegebenenfalls angegangen werden sollen. Es besteht auch die Möglichkeit, Erkenntnisse aus dieser Analyse in die momentan laufende Ortsplanungsrevision einfliessen zu lassen.