



## Deutschland-Umfrage 2010 zu Leipzig

## LEIPZIGER STATISTIK UND STADTFORSCHUNG

### Deutschland-Umfrage 2010 zu Leipzig [03/10]

Herausgeber: Stadt Leipzig, Amt für Statistik und Wahlen  
Redaktion: Dr. Josef Fischer, Johannes Heinemann  
Mitarbeit: Dr. Günter Roski, Frank Lehmann  
Karten: Johannes Heinemann  
Technische Bearbeitung: Kathrin Siegert  
Verlag: Stadt Leipzig, Amt für Statistik und Wahlen  
Druckerei: Stadt Leipzig, Hauptamt  
Redaktionsschluss: 19.03.2010

Gebühr: 7,- € (zuzüglich Versandkosten)

Alle Rechte vorbehalten.

Es ist nicht gestattet, ohne ausdrückliche Genehmigung des Amtes für Statistik und Wahlen diese Veröffentlichung oder Teile daraus für gewerbliche Zwecke zu vervielfältigen oder in elektronische Systeme einzuspeichern. Die Vervielfältigung dieser Veröffentlichung oder von Teilen daraus ist für nicht gewerbliche Zwecke mit Angabe der Quelle gestattet.

Veröffentlichungen des Amtes für Statistik und Wahlen können wie folgt bezogen werden:

Postbezug (zuzüglich Versandkosten):  
Stadt Leipzig  
Amt für Statistik und Wahlen  
04092 Leipzig

Direktbezug:  
Stadt Leipzig  
Amt für Statistik und Wahlen  
Burgplatz 1, Stadthaus, Raum 228

Statistischer Auskunftsdienst: Fon (0341) 123 2847  
Fax (0341) 123 2845  
E-Mail [statistik-wahlen@leipzig.de](mailto:statistik-wahlen@leipzig.de)  
Internet [www.leipzig.de/statistik](http://www.leipzig.de/statistik)  
[www.leipzig.de/wahlen](http://www.leipzig.de/wahlen)

Inhaltsverzeichnis	Seite
Inhaltsverzeichnis	1
Vorbemerkungen	3
Assoziationen zu Leipzig	4
Besucher in Leipzig	6
Leipzig als potenzieller Besuchs- und Wohnort	8
Image-Aspekte 1	10
Image-Aspekte 2	14
Image-Aspekte 3	18
Gesamtübersicht der Image-Aspekte	23
Ergebnistabellen	24
Fragebogen	33

---

## Aus dem Inhalt

Bereits Anfang der 1990er Jahre wurden deutschlandweite Umfragen zu Leipzig und seinem Image durchgeführt. Die Ergebnisse waren Anlass unter anderem zur Initiierung der Aktion „Leipzig kommt“. Nach wie vor dienen Imageumfragen dazu, die Veränderungen der Außen-sicht auf die Stadt zu analysieren und eine Standortbestimmung für Leipzig vornehmen zu können. Im Februar 2010 wurde aus diesem Anlass erneut eine deutschlandweite Befragung gestartet.

Leipzig wird im Osten wie im Westen Deutschlands traditionell am häufigsten mit der Messe sowie dem Hauptbahnhof und dem Völkerschlachtdenkmal in Verbindung gebracht. Außerdem lässt unter den Befragten die historische Leipziger Innenstadt mit ihren zahlreichen weiteren Sehenswürdigkeiten zunehmend Assoziationen in Bezug zu Leipzig entstehen.

Von den Ostdeutschen waren 82 Prozent in Leipzig, über die Hälfte zuletzt nach 2004. Von den Westdeutschen kennt nur jeder dritte Leipzig vom Sehen, 15 Prozent besuchten die Stadt ab 2005. Am seltensten besuchten Baden-Württemberger die Messestadt. Ein knappes Viertel aller Besucher kam aus beruflichen Gründen nach Leipzig, darunter mehr Westdeutsche als Ostdeutsche.

Diejenigen, die zuletzt ab 2005 in Leipzig waren, können sich wesentlich besser vorstellen, Leipzig erneut zu besuchen oder gar hier zu wohnen, als die, welche früher oder noch nie hier waren. Insgesamt können sich Ost- und Westdeutsche im Befragungsjahr 2010 jedoch schlechter vorstellen, Leipzig demnächst zu besuchen oder in Leipzig zu wohnen, als noch 2007. Bei beiden Aspekten äußern sich Westdeutsche zurückhaltender als Ostdeutsche.

Leipzig wird vor allem als weltoffen, traditionsverbunden und als gastlich eingeschätzt – gleichzeitig gegenüber früher jedoch als weniger modern beurteilt.

In sehr starkem Umfang wird Leipzig attestiert, eine Messestadt mit internationaler Bedeutung zu sein. Mit ähnlich hoher Zustimmung äußern die Befragten aus Ost und West, dass Leipzig eine bedeutende Hochschul- und Universitätsstadt, eine Stadt der Kultur und Künste sowie eine Stadt mit verkehrsgünstiger Lage ist.

Als Fazit der Umfrage bleibt festzuhalten: Leipzig wird grundsätzlich als sympathische und interessante Stadt wahrgenommen. Besucht man sie, bleiben Eindrücke, welche die Stadt positiv bewerten lassen und zu Wiederholungsbesuchen anregen. Jedoch ist ein positives Image kein Selbstläufer – das zeigen die bei der diesjährigen Befragung im Trend leicht negativeren Ergebnisse gegenüber den vorangegangenen Befragungen. Für die Stadtverwaltung sollten die vorliegenden Resultate daher als Legitimation dienen, weiter verstärkt eine positive Außenwahrnehmung von Leipzig zu fördern, um die möglichen wertvollen Multiplikatorwirkungen, welche von einem positiven Stadtimage ausgehen können, für die Stadt zu nutzen.

## Vorbemerkungen

Die Stadt Leipzig führte erstmals 1991 eine deutschlandweite Umfrage zu Leipzig durch. Weitere Umfragen fanden 1996, 1999, 2002, 2007 und nunmehr im Februar 2010 statt. Der Abstand zur letzten Umfrage 2007 beträgt drei Jahre. Das ist für Image-Untersuchungen eine angemessene Zeit. Der Befragungszeitpunkt ist insofern von Bedeutung, da im Jahr zuvor zwei wichtige Jubiläen stattfanden nämlich 600 Jahre Universität Leipzig und 20 Jahre Friedliche Revolution.

Diese Umfrage wurde wiederum vom Institut für Marktforschung Leipzig als Telefon-Umfrage durchgeführt. Unter mehreren Bietern hatte dieses Institut das beste Angebot und somit den Zuschlag bekommen.

Es wurden erneut nach Vorgaben der Stadtverwaltung repräsentativ je 1 000 Personen über 18 Jahre in Ostdeutschland mit Berlin und in Westdeutschland befragt. Neben den Fragen zur Demografie (Geschlecht, Alter, höchster Schulabschluss, soziale Stellung) wurden sechs Fragen bzw. Fragekomplexe gestellt. Die Antworten dazu werden in den Abschnitten *Assoziationen zu Leipzig*, *Besucher in Leipzig*, *Leipzig als potenzieller Besuchs- und Wohnort* sowie den *Image-Aspekten 1 bis 3* behandelt. Insbesondere bezüglich der Image-Aspekte 2 und 3 wurden gegenüber der vorangegangenen Befragung einige Modifikationen vorgenommen. Auf diese Weise ist die Vergleichbarkeit teilweise eingeschränkt, bei erstmals gefragten Aspekten nicht möglich.

Etwaige Abweichungen der Stichprobe von der Grundgesamt hinsichtlich Alter und Geschlecht werden durch entsprechende Wichtungsfaktoren kompensiert. Ein weitere Wichtung berücksichtigt die unterschiedliche Auswahlwahrscheinlichkeit zwischen Ost- und Westdeutschland. Dieses Verfahren garantiert repräsentative Ergebnisse nicht nur für Ost- und Westdeutsche, sondern auch für die Gesamtgruppe und daraus abgeleitete Unterteilungen.

Am Ende des Berichts sind die Antworten tabellarisch untersetzt nach verschiedenen Untergruppen einschließlich soziodemografischer Gruppen dargestellt. Weiterhin erfolgt hierbei eine Unterteilung nach Ländern bzw. im Falle von Hamburg / Schleswig-Holstein, Bremen / Niedersachsen und Saarland / Rheinland-Pfalz nach Ländergruppen, was zusätzliche interessante Einblicke auch in Form von Deutschlandkarten ermöglicht.

Obwohl die Ergebnisermittlung mit hoher Genauigkeit erfolgt, sind alle Prozentangaben auf ganze Zahlen und alle Mittelwerte auf eine Kommastelle gerundet. Deswegen können bei der Addition von Einzelwerten in Tabellenzeilen, wo die Gesamtsumme 100 Prozent ergeben müsste, formal Abweichungen von 100 auftreten. In Diagrammen können (in Folge der Rundung scheinbar) gleiche Werte durch unterschiedlich lange Balken dargestellt sein. Aus dem selben Grund können in den Choroplethenkarten Bundesländer, die in den Ergebnistabellen formal gleiche Mittelwerte aufweisen, dennoch in unterschiedliche Klassen fallen und demzufolge verschieden eingefärbt sein. Die in den Kartenlegenden angegebenen Intervallgrenzen sind zudem keine gerundeten, sondern exakte Werte. (Dadurch fällt z.B. ein Mittelwert von 2,38... in ein Intervall mit einer oberen Grenze bis unter 2,4, während er in der Ergebnistabelle auf 2,4 gerundet wird.)

Die Deutschland-Umfrage 2010 wurde finanziell durch die Industrie- und Handelskammer zu Leipzig unterstützt. Ihr sei dafür vielmals gedankt.

## Assoziationen zur Stadt Leipzig

Wenn Sie an die Stadt Leipzig denken, was fällt Ihnen da ein? Führen Sie bitte ein oder zwei Stichworte an.

Von den 2 007 Befragten antworteten auf diese Eingangsfrage 1 742 und benannten ein oder zwei (vereinzelt auch drei) Assoziationen, welche ihnen zu Leipzig spontan einfielen. Die Äußerungen wurden zur besseren Übersichtlichkeit und Vergleichbarkeit wieder zu den 33 Kategorien zusammengefasst, die bereits in der Befragung von 2007 genutzt wurden. Die Ergebnisse werden in nachfolgender Tabelle getrennt nach West- und Ostdeutschland dargestellt. Fast 9 von 10 Befragten konnten Assoziationen zu Leipzig äußern - Ostdeutsche erneut mehr als Westdeutsche. Der Bekanntheitsgrad von Leipzig hat sich im Zeitverlauf betrachtet insbesondere in Westdeutschland weiter stabilisiert. Fiel Anfang der 90er Jahre den Befragten im Westen in fast 30 Prozent der Fälle zu Leipzig nichts ein, einem Großteil der anderen nur vage Vermutungen, so haben knapp zwei Jahrzehnte später die meisten Westdeutschen Assoziationen zur Stadt Leipzig, zudem meist wesentlich konkretere als früher. Dennoch ist der Bekanntheitsgrad im Westen immer noch geringer als im Osten.

Assoziationen zur Stadt Leipzig	WEST					OST				
	1996	1999	2002	2007	2010	1996	1999	2002	2007	2010
	Befragte mit Nennungen									
	784	827	806	810	805	953	956	957	946	937
Anzahl der Nennungen										
1 Messen, Messestadt, Leipziger Messe, Messegelände	392	297	195	155	184	532	551	456	378	379
2 Stadt der Wende, Montagsdemo, friedliche Revolution	44	34	20	29	43	109	32	29	22	49
3 Boomtown, Baustellen, Aufschwung, Restauration, dynamisch	56	23	21	23	45	74	23	35	36	71
4 schlechter Zustand, kaputte Straßen, heruntergekommen	32	19	2	4	9	59	18	7	9	9
5 Ost, Ostdeutschland, Ex-DDR, Sachsen, neue Bundesländer	54	241	242	218	234	61	55	56	41	71
6 friedliche Menschen, Bekannte, Verwandte, Heimat	25	31	54	46	36	37	45	53	58	80
7 Leipziger Allerlei und andere Leipziger Spezialitäten	40	54	54	44	68	-	1	4	3	9
8 Gewandhaus, Gewandhausorchester, Kurt Masur	48	23	12	25	29	32	53	24	45	59
9 Oper, Operette, Ballett	15	9	10	11	12	16	16	10	29	17
10 Thomaner, Johann Sebastian Bach, Musikstadt	22	38	22	26	30	8	28	18	18	40
11 Theater, Kabarett, Szenenkultur	6	6	5	3	13	7	8	6	9	15
12 Kultur, Museen, Schiller, Goethe	38	60	42	37	45	37	35	46	29	46
13 Zoo	3	5	5	17	19	46	71	98	170	145
14 Freizeitmöglichkeiten, sonstige Kulturangebote (2007 neu)	-	-	-	8	1	-	-	-	23	18
15 Völkerschlachtdenkmal, Völkerschlacht	51	43	37	43	57	134	242	273	262	213
16 Hauptbahnhof	31	73	75	104	93	81	227	240	244	205
17 Flughafen (1996 und 1999 unter 21 erfasst)	-	-	15	22	19	-	-	39	40	31
18 Infrastruktur (z.B. Verkehr, Naherholung; 2007 neu)	-	-	-	8	10	-	-	-	33	30
19 Auerbachs Keller (1996 unter 21 erfasst)	-	20	12	15	40	-	26	23	30	32
20 schöne, alte Stadt, Innenstadt, historische Stadt	81	53	93	109	118	38	38	61	74	96
21 Sehenswürdigkeiten, Passagen, Kirchen, sonst. Bauwerke	51	61	34	80	100	47	103	63	102	113
22 Universität, Hochschulen, Kliniken, Studenten, Buchstadt	31	28	29	38	54	66	74	88	67	97
23 Tourismus, Reiseziel, Kongresse	5	21	14	15	9	12	28	9	11	5
24 Gastronomie, Hotellerie, Weihnachtsmarkt, Einkaufsläden	21	20	42	32	14	-	14	13	15	25
25 Wirtschaft, Handel, Banken, Industrie, Unternehmen	32	16	30	30	28	34	35	60	58	42
26 Fernsehen, Medien, TV Sendungen (2007 neu)	-	-	-	9	26	-	-	-	7	12
27 Sport, Sportstätten, Fußballmannschaften, Sportvereine	32	26	23	60	47	14	24	47	63	45
28 Dialekt	21	10	12	22	26	3	4	2	7	7
29 Kriminalität (bis 2002 unter 31 erfasst)	-	-	-	44	3	-	-	-	22	4
30 sonstige positive Aussagen	5	7	3	20	31	11	5	1	7	16
31 sonstige negative Aussagen	28	14	14	14	18	77	17	8	11	29
32 sonstige neutrale Aussagen	28	48	133	89	45	14	45	45	24	27
33 falsche Zuordnung (z. B. von Bauwerken zu Leipzig)	12	11	68	17	43	7	5	5	3	14

Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig 2010

Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

Die Leipziger *Messe (1)* prägt insgesamt am stärksten das Außenbild der Stadt Leipzig - bei den Ostdeutschen doppelt so intensiv wie bei den westdeutschen Befragten. Im Zeitvergleich hat die Dominanz der Messe jedoch gegenüber den 90er Jahren deutlich abgenommen. Dies muss jedoch nicht zwangsweise negativ interpretiert werden. Vielmehr ist eine Bedeutungsverlagerung hin zu anderen Aspekten bzw. eine stärkere Streuung von Assoziationen zu Leipzig in den Befragungsergebnissen zu konstatieren, welches als ein Indiz für die Vielseitigkeit von Leipzig zu werten ist.

Die Rolle Leipzigs als Stadt der *Montagsdemonstrationen* bzw. *friedlichen Revolution (2)* wird von Ost wie West gleichermaßen intensiv wahrgenommen. Zu der verstärkten Verknüpfung Leipzigs mit der historischen Bedeutung des Herbstes 1989 trugen sicherlich auch die Festlichkeiten zum 20-jährigen Jubiläum der Friedlichen Revolution im Rahmen des Leipziger Lichtfestes bei bzw. die zahlreichen Berichterstattungen durch Medien aller Art. Die Geschehnisse des Herbstes 89 sind im Jubiläumsjahr 2009 wieder stärker ins Bewusstsein gerückt und wurden folglich als Stichwort deutlich häufiger genannt als bei den vergangenen vier Befragungen.

Leipzig wird heute zwar nicht mehr so stark als Boomtown erlebt wie noch 1996, aber zahlreiche Bauvorhaben (Citytunnel), ein hoher Restaurierungsgrad alter Bausubstanz und der allgemein wahrgenommene Tenor „es wird viel getan“ lassen ähnlich gute Werte wie früher erzielen. Weiterhin übt die *Innenstadt* mit *Auerbachs Keller*, den Passagen und vielen anderen beeindruckenden Bauwerken und *Sehenswürdigkeiten (19-21)* einen weiterhin deutlich ansteigenden Reiz auf die Bürger in Ost und West aus.

Die territoriale bzw. geografische Einordnung von Leipzig ist unter den Westdeutschen weiterhin die stärkste Assoziationskategorie. Die Zuschreibung von Leipzig zu den Schlagworten *Ostdeutschland (5)*, Ex-DDR, Sachsen oder Neue Bundesländer wurde dreimal häufiger gewählt als von ostdeutschen Befragten.

Der *Leipziger Hauptbahnhof (16)* wird nach wie vor von den Befragten oft erwähnt, von Ostdeutschen häufiger als Westdeutschen, wenn auch in geringerem Ausmaß als in den Befragungsjahren zuvor. Dennoch muss der Hauptbahnhof als prägendes Wahrzeichen Leipzigs genannt werden und verbleibt bei Reisenden, Shoppingfreunden und Touristen in oft bleibender Erinnerung. Ähnliches gilt für den *Leipziger Zoo (13)*. Auch er rangiert bei den Assoziationen – insbesondere im Osten der Republik – nach wie vor in der Spitzengruppe.

In starkem Umfang bewirkt auch das *Völkerschlachtdenkmal (15)* Assoziationen zu Leipzig, im Osten viermal so stark wie im Westen. Mit der Fertigstellung der andauernden Sanierung sind hier noch deutliche Imagegewinne erwartbar.

Die Festlichkeiten zum 600-jährigen Jubiläum der Universität Leipzig und zunehmende Studentenzahlen aus den alten Bundesländern lassen die Wahrnehmung Leipzigs als *Universitäts- und Hochschulstadt (22)* in Ost wie West weiter anwachsen.

Der Leipziger *Kultur (10-12)*, insbesondere der Musik, ist in der Außenwahrnehmung ein zunehmender Stellenwert zu bescheinigen: das Gewandhaus, der Thomanerchor und auch das Bachfest tragen einen erheblichen Teil hierzu bei.

Die Assoziierung Leipzigs über die *Medien (26)* begründet sich durch eine steigende Anzahl von Serien, welche Leipzig als Drehort haben („Soko Leipzig“, „Tatort“, „In aller Freundschaft“) und sich die Stadt so für West- und Ostdeutsche zunehmend als Medienstandort erschließt.

Als Kuriosum bleibt, dass Leipzig in den spontanen Nennungen auch 20 Jahre nach der Wiedervereinigung in falsche, jedoch berühmte Zusammenhänge gebracht wird, welche oftmals zum Schmunzeln führen. So ordneten Befragte z.B. die Frauenkirche, die Semperoper oder den Thüringer Wald zu Leipzig, sieben Befragte betitelten Leipzig gar als Landeshauptstadt Sachsens.

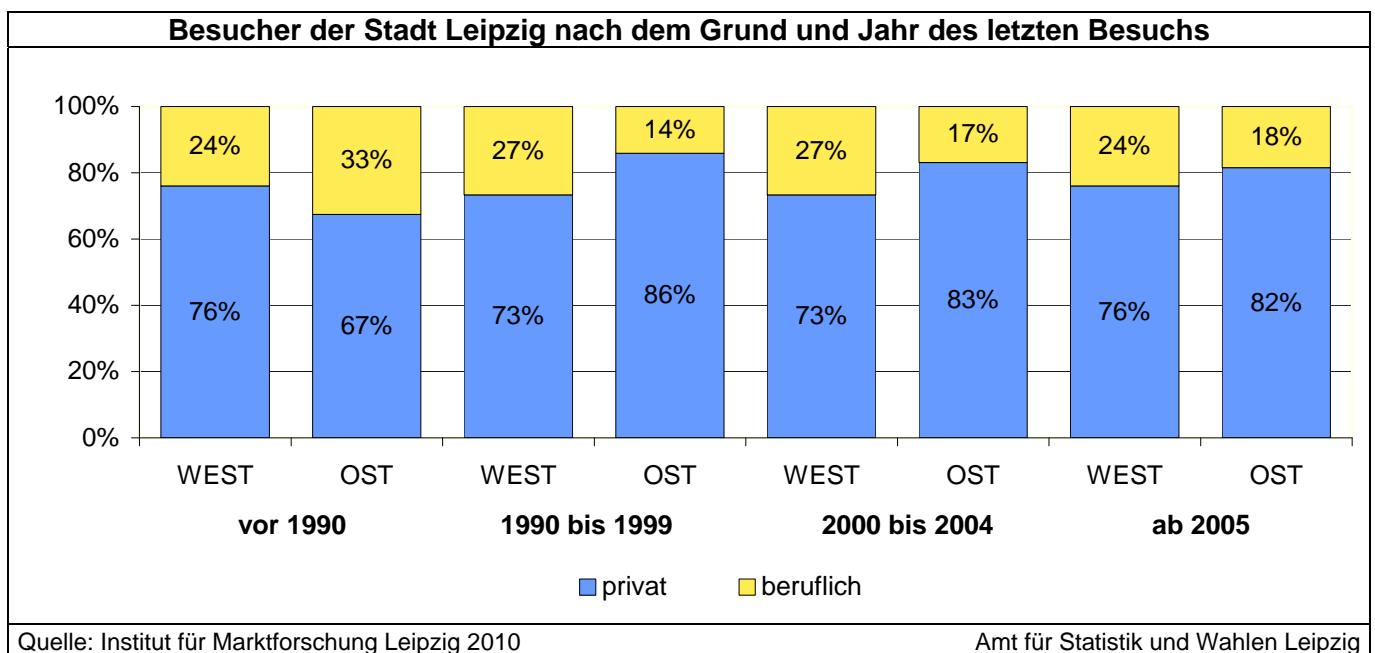
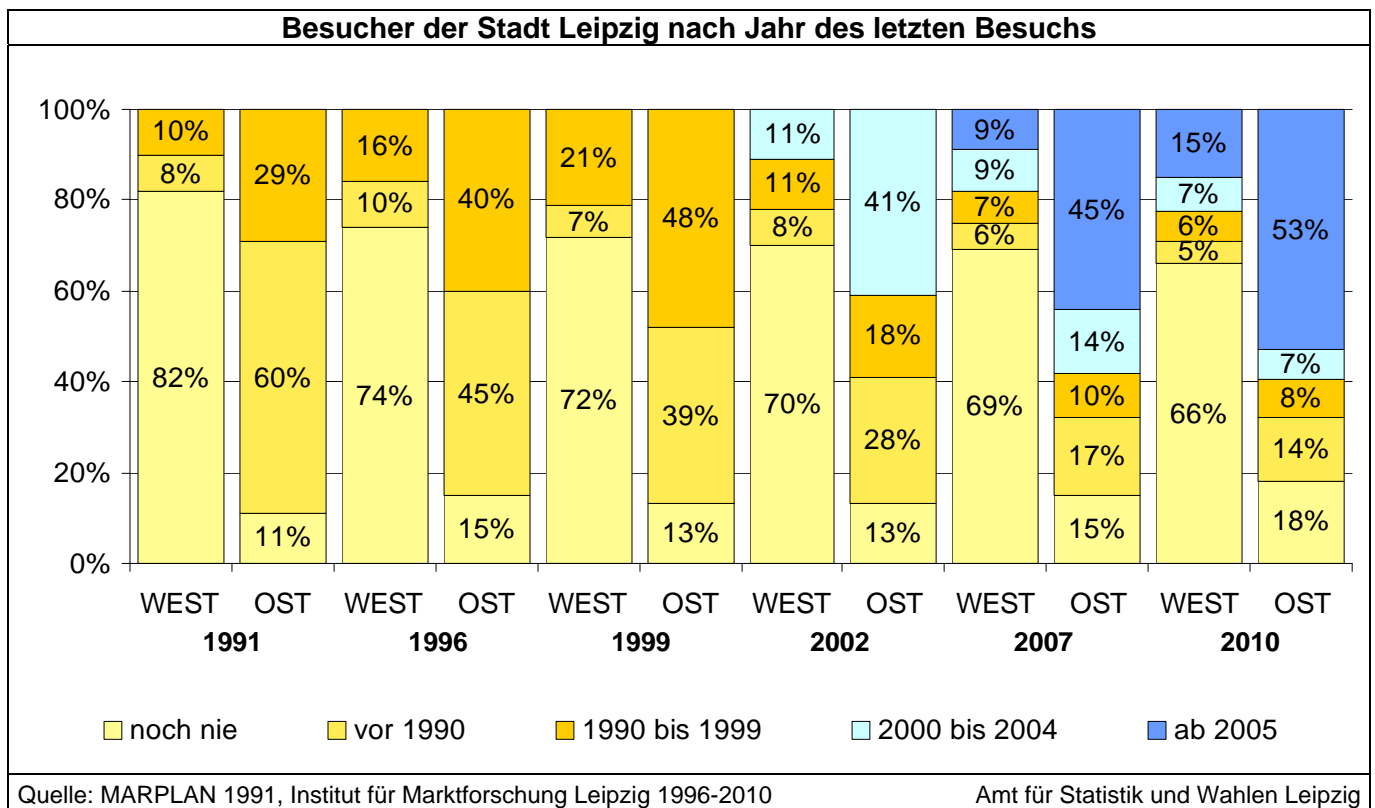
## Besucher in der Stadt Leipzig

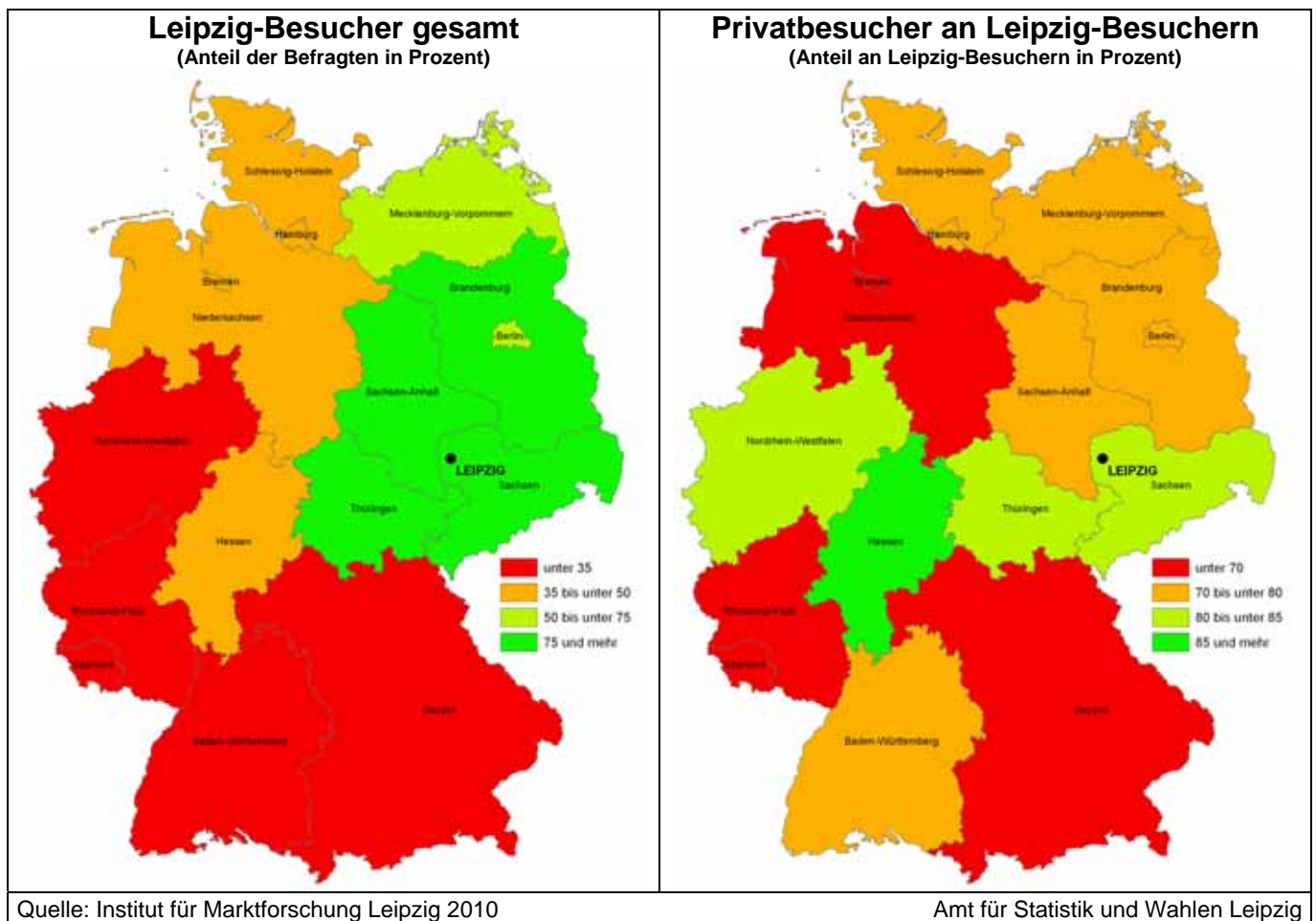
Wann waren Sie zuletzt in Leipzig?

Im Besuchsfall: War dieser letzte Aufenthalt beruflich oder privat?

Bis zur Befragung von 1999 wurden hier nur drei Gruppen unterschieden: die nie in Leipzig waren, die vor der friedlichen Revolution (vor 1990) bzw. die danach in Leipzig waren. Da sich der letztgenannte Zeitraum immer mehr vergrößerte, wurde bei der Befragung von 2002 zunächst eine weitere Gruppe unterschieden, nämlich die, welche ab 2000 in Leipzig war. Diese Gruppe wird seit der Befragung 2007 erneut untergliedert. Nur die Anteile derer, die noch nie in Leipzig waren, sind unmittelbar vergleichbar.

Die Zusatzfrage nach dem beruflichen oder privaten Aufenthalt wurde 2007 erstmalig gestellt.





Immerhin kennen 44 Prozent der Befragten Leipzig vom eigenen Erleben. Das sind hochgerechnet etwa 28 Millionen erwachsene Einwohner der Bundesrepublik. Gegenüber dem Erhebungsjahr 2007 ist das eine leichte Zunahme.

Hinsichtlich der Anteile an Leipzig-Besuchern gibt es große regionale Unterschiede, wie es auch in der obigen linken Karte zu sehen ist. Es ist klar, dass räumliche Nähe eine Stippvisite vereinfacht. Deshalb verwundert es nicht, dass der Anteil der Leipzig-Besucher in den drei mitteldeutschen Ländern am höchsten ist. Die Karte zeigt darüber hinaus eine klare Trennung zwischen Ost- und Westdeutschland. Die innerdeutsche Grenze erschwerte den Westdeutschen vor 1990 eine Reise in die Messestadt. Für die Einwohner aus Ostdeutschland (außer Westberlin) gab es eine solche Hürde nicht. Von den Besuchern aus Mecklenburg-Vorpommern weilte immerhin die Hälfte bereits vor der Wende das letzte Mal an der Pleiße.

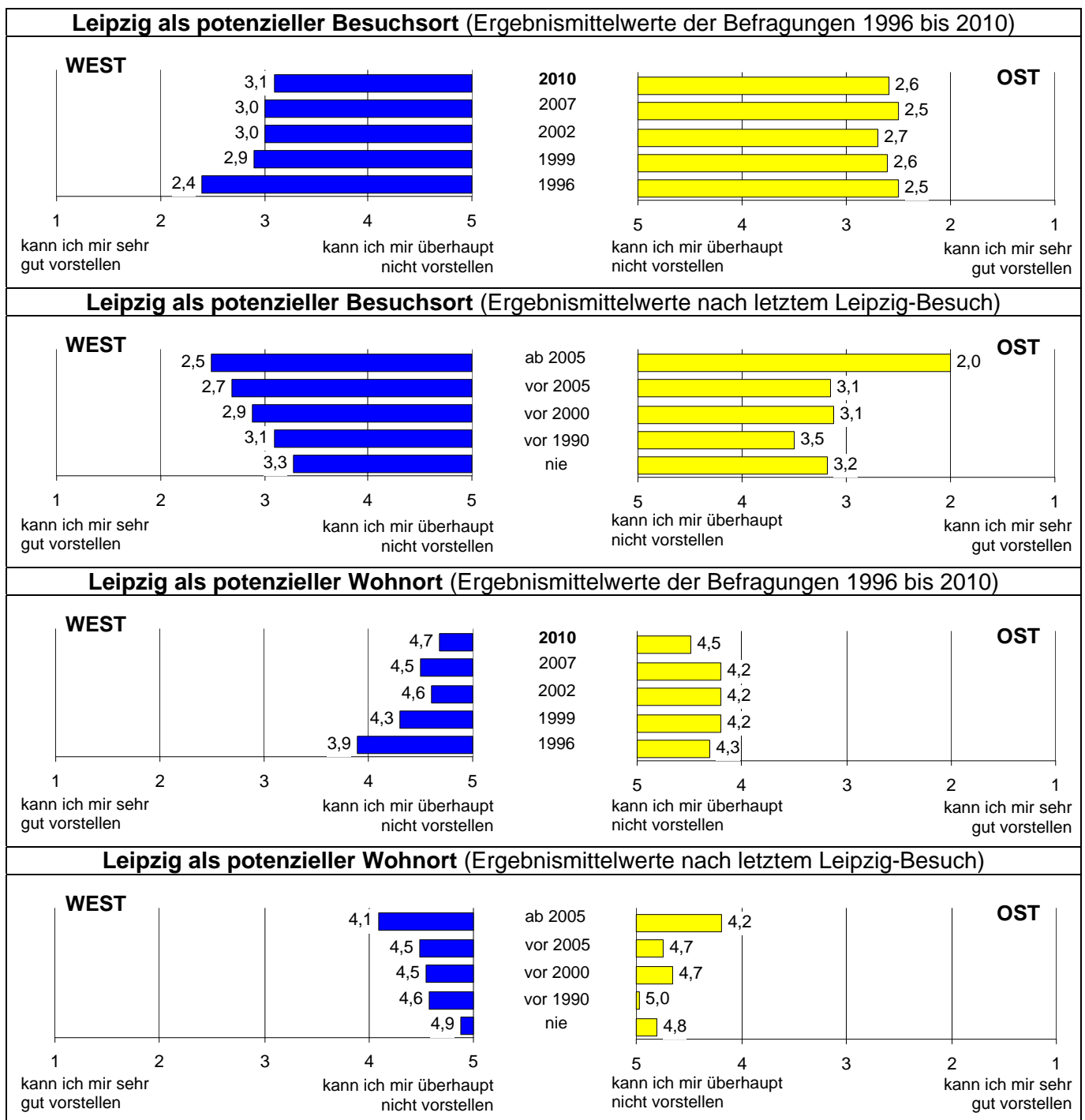
Die Besuchsquote hängt eindeutig vom Lebensalter ab: Obwohl jüngere Leute in der Regel mobiler sind als ältere, steigt mit zunehmendem Alter ganz einfach die Zeitspanne für einen potenziellen Leipzigbesuch und damit tatsächlich der Anteil derjenigen, die irgendwann in ihrem Leben die Messestadt besucht haben. Von den Befragten der jüngsten Altersgruppe (18 bis unter 25 Jahre) weilten über 70 Prozent noch nie in Leipzig; bei den Ältesten (ab 65 Jahre) liegt dieser Anteil bei 45 Prozent. Gleichwohl war in beiden Gruppen beinahe jeder Vierte in jüngster Zeit (ab 2005) in der sächsischen Metropole.

Ein knappes Viertel der Besucher kam aus beruflichen Gründen nach Leipzig, von den männlichen Besuchern fast jeder dritte. Da andererseits die Erwerbstätigenquote bei den Männern höher ist als die der Frauen, erklärt das die Unterschiede in den Besuchsquoten von Männern (46 Prozent) und Frauen (41 Prozent). Bei den Selbstständigen ist der Anteil der Geschäftsreisen als Besuchsgrund mit 50 Prozent am höchsten.

# Leipzig als potenzieller Besuchs- und Wohnort

Städte können unter verschiedenen Gesichtspunkten mehr oder weniger sympathisch sein. Bitte antworten Sie mir anhand einer Skala von 1 bis 5. Eine 1 bedeutet "kann ich mir sehr gut vorstellen" und eine 5 "kann ich mir überhaupt nicht vorstellen". Mit den Ziffern dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen. Wie gut können Sie sich vorstellen,  
 a) Leipzig demnächst zu besuchen b) in Leipzig zu wohnen?

Berufliche Gründe sind bei den Leipziger Bürgerumfragen regelmäßig der am häufigsten genannte Umzugsgrund für einen Wegzug aus Leipzig. Erfordern berufliche Gründe demnach keinen Wohnortwechsel, gibt es nur wenige Sachverhalte, welche den Aufwand eines Umzugs in eine neue Stadt rechtfertigen könnten, vor allem da ein jeder in sein soziales und berufliches Netzwerk eingespannt ist. Es ist demnach keine regionalbezogene Tatsache, dass Umzugsgründe meist nicht an der reinen Attraktivität des Zielortes ausgemacht werden, sondern ursächlich determiniert sind. Ein Wechsel des Wohnortes ist von wesentlich größerer Tragweite als ein Besuch. Insofern erscheint es plausibel, dass Leipzig als potenzielle Besuchsstadt bedeutend bessere Werte erhält und viele für einen Besuch von Leipzig offen sind, aber nicht zu einem Umzug in die Messestadt.



Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig 1996-2010 Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

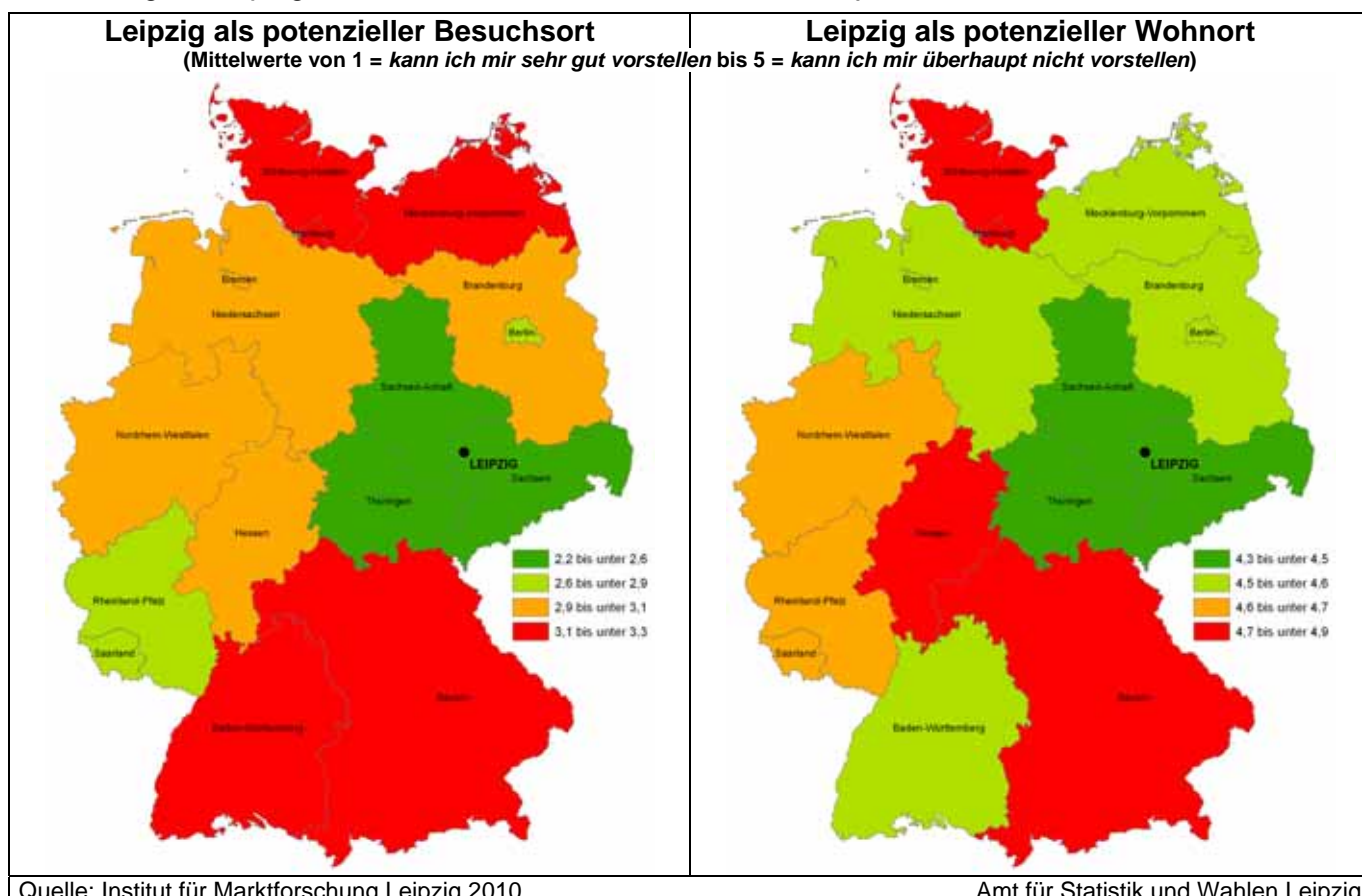
Obwohl Leipzig bei den befragten Imageaspekten „attraktives Reiseziel für Touristen“ sowie „Stadt mit verkehrsgünstiger Lage“ über alle Befragungsjahre hinweg konstant gute Werte erzielte, ist das generelle Interesse an einem Besuch in beiden Seiten der Republik gegenüber 2007 gesunken – in Westdeutschland auf den schlechtesten Wert seit 1996, womit sich der negative Trend fortsetzt. Eine positive Beurteilung Leipzigs mündet folglich nicht automatisch in Besuchsabsichten.

Betrachtet man die Gruppen nach dem letzten Leipzig-Besuch, ergeben sich folgende Aspekte: Diejenigen, welche noch nie in Leipzig waren, haben in Ost wie West ein nur geringes Interesse nach Leipzig zu kommen. Je kürzer jedoch der letzte Besuch zurückliegt, desto eher können sich die Befragten vorstellen Leipzig (wieder) zu besuchen. Die Neugier auf einen Leipzig-Besuch ist bei Befragten mit einem letzten Aufenthalt ab 2005 in Ost wie West am höchsten und erreicht im Osten den guten Mittelwert von 2,0. Für die Ostdeutschen mit einem weiter zurückliegenden letzten Besuchsjahr ist das Interesse an einer Reise nach Leipzig jedoch geringer als unter den Westdeutschen. Das beweist, dass Personen welche in den vergangenen 5 Jahren zu Gast in Leipzig waren, positive Eindrücke aus ihrem Aufenthalt mitgenommen haben und sich Folgebesuche besser vorstellen können, als jene, deren letzter Besuch bereits deutlich in zeitlicher Ferne liegt.

Für die Umzugsbereitschaft nach Leipzig ist eine ähnlich negative Tendenz wie für die Besuchsabsichten festzustellen. Die Mittelwerte weisen gegenüber der letzten Befragung in West (-0,2 Punkte) wie Ost (-0,3 Punkte) einen deutlichen Rückgang auf und erreichen jeweils den schlechtesten Wert unter den letzten fünf Befragungen. Vor allem die Ostdeutschen können sich immer seltener vorstellen, in Leipzig ihren Wohnsitz zu haben. Als positiver Lichtblick bleibt nur, dass sich Personen in Ausbildung (Lehrlinge, Studenten, Schüler) sowie allgemein Jüngere (18- bis unter 30-Jährige) noch am ehesten Leipzig als möglichen Wohnort vorstellen können.

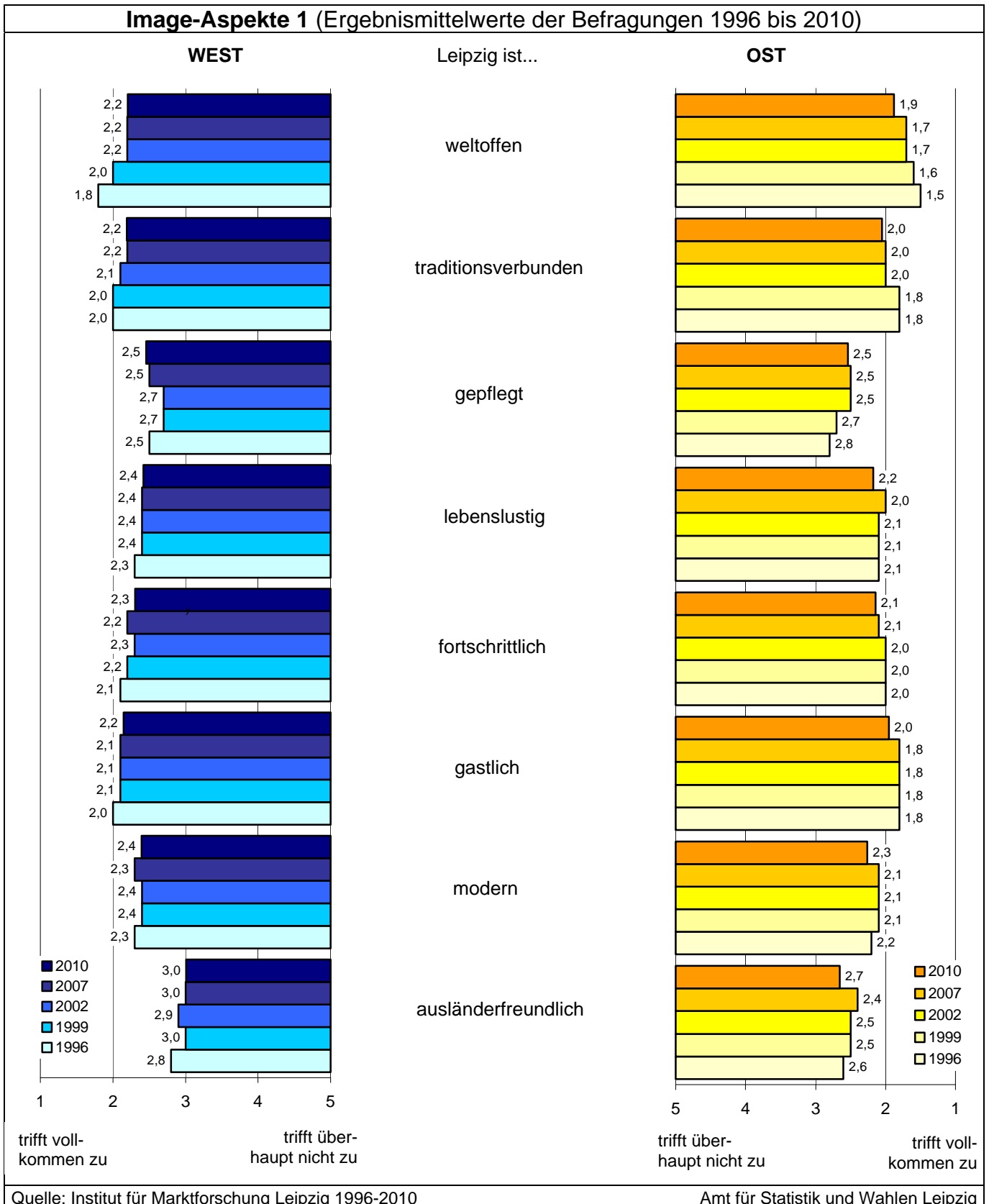
In Abhängigkeit vom letzten Leipzig-Besuch ergibt sich gegenüber dem letzten Befragungsjahr ebenfalls ein negativer Trend: Unabhängig vom letzten Besuch können sich die Befragten deutlich geringer vorstellen, Leipzig als potenziellen Wohnort für sich zu betrachten, als noch 2007. Am ehesten können dies noch Personen, welche ab 2005 in Leipzig waren – für Westdeutsche in höherem Maße als Ostdeutsche. Für all jene, deren Besuch länger zurückliegt oder welche Leipzig nur vom Hörensagen kennen, gilt der Grundtenor „kann ich mir überhaupt nicht vorstellen“.

Wie die folgenden beiden Karten zeigen, sinkt die Besuchs- und Umzugsbereitschaft mit der Entfernung zu Leipzig und weist im mitteldeutschen Raum die jeweils erfreulichsten Werte auf.

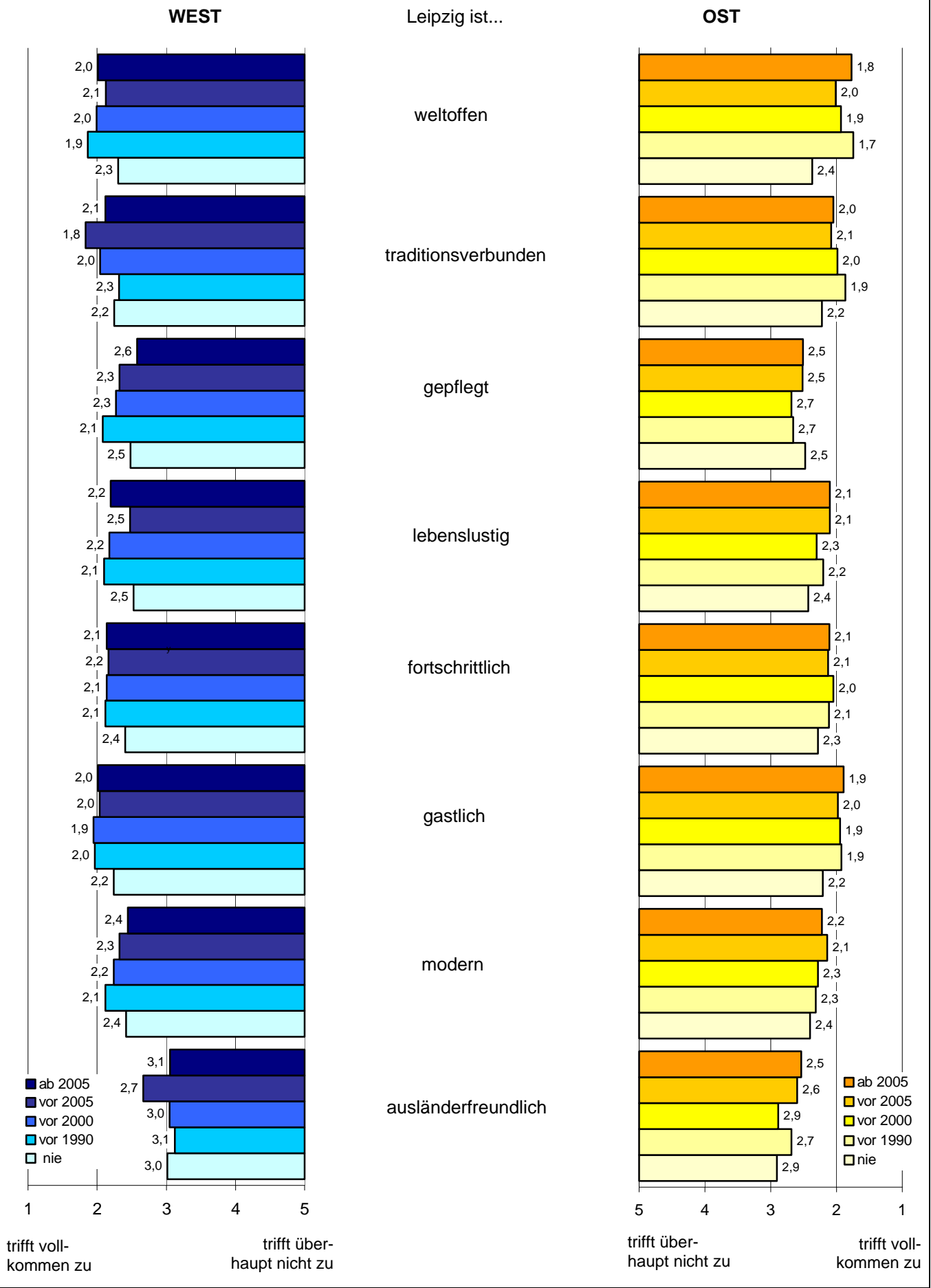


# Image-Aspekte 1

Ich nenne Ihnen jetzt einige Eigenschaften, die eine Stadt haben kann. Sie sagen mir bitte mit einer Abstufung von 1 bis 5, was aus Ihrer Sicht auf die Stadt Leipzig zutrifft. Eine 1 bedeutet "trifft vollkommen zu", eine 5 "trifft überhaupt nicht zu". Mit den Ziffern dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.



# Image-Aspekte 1 (Ergebnismittelwerte 2010 nach letztem Leipzig-Besuch)



Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig 2010

Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

Das Image einer Stadt ist ihre Visitenkarte. Es stellt die Brücke zur Öffentlichkeit dar. Herausbildung und Pflege positiver Imagemerkmale sind die Grundlage öffentlicher Akzeptanz und stellen im Wettbewerb der Städte und Regionen einen wichtigen Vorteil dar.

Die auf Seite 10 dargestellte Grafik gibt die Ergebnisse der aktuellen und der früheren Befragungen zum Leipzig-Image aus der Sicht von fünf bundesweiten Befragungen der Jahre 1996, 1999, 2002, 2007 und 2010 wieder. Die nachfolgende zweite Grafik bildet ausschließlich die Ergebnisse der bundesweiten Befragung von 2010 ab, wobei hier nach dem jeweils letzten Leipzig-Aufenthalt der Befragten unterschieden wird.

Die Grafiken gehen auf Eigenschaften ein, die der Stadt Leipzig aus Sicht der West- und der Ostdeutschen zugeschrieben werden. Insbesondere die Aspekte „gastlich“, „weltoffen“ und „traditionsverbunden“ werden aus beiderlei Sicht hervorgehoben, allerdings mit unterschiedlichem Gewicht. In der Regel bewerten die Befragten aus Ostdeutschland fast alle Image-Aspekte etwas positiver als die Befragten aus dem Westteil der Bundesrepublik.

Im Zeitverlauf auf Seite 10 ist zudem deutlich zu erkennen, dass bei fast allen Eigenschaftsbewertungen seit dem Jahr 1996 ein leichter Bedeutungsverlust eingetreten ist. So werden im Jahr 2010 die Eigenschaften „weltoffen“, „lebenslustig“, „gastlich“, „modern“ und „ausländerfreundlich“ von den ostdeutschen Befragten jeweils um mindestens 0,2 Punkte ungünstiger bewertet als noch drei Jahre zuvor. Hingegen ist bei den Westdeutschen ein derartiger Bedeutungsverlust lediglich marginal bei den Eigenschaften „gastlich“, „fortschrittlich“ und „modern“ angezeigt. Insgesamt wird somit, vorrangig durch die in Ostdeutschland Befragten, ein leichter Imageverlust hinsichtlich der genannten Attribute sichtbar.

Die zweite Grafik zeigt ein uneinheitliches Bild. Ostdeutsche wie Westdeutsche, die noch nie in Leipzig waren, beurteilen das Image der Stadt ungünstiger. Alle anderen, die schon einmal in Leipzig zu Gast waren, urteilen günstiger, und zwar weitgehend unabhängig vom jeweiligen Besuchsjahr. Die günstigsten Bewertungen der Westdeutschen stammen fast ausschließlich aus dem Besuchszeitraum vor 2005, die der Ostdeutschen auch aus der Zeit ab 2005.

Westdeutsche urteilen vielfach verhaltener über das Leipzig-Image als Ostdeutsche. Besonders deutlich wird das im Fall der Eigenschaften „weltoffen“, „gastlich“ und „ausländerfreundlich“. Aus einem grundsätzlich nach wie vor etwas kritischeren Potenzial der Westdeutschen fallen insbesondere die ungünstigeren Bewertungen aus Hamburg/Schleswig-Holstein sowie aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland auf. Hingegen äußern Befragte aus Hessen überwiegend günstigere Urteile über die Messestadt.

Von den Ostdeutschen kommen insbesondere aus Thüringen und Sachsen-Anhalt überdurchschnittlich positive Bewertungen zum Leipzig-Image. Die Ursachen dürften in der größeren Nähe zu Leipzig und der damit verbundenen größeren Besuchshäufigkeit der Stadt zu finden sein.

Männer und Frauen unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Leipzig-Wertungen kaum, Rentner erweisen Leipzig deutlich bessere Noten als Lehrlinge, Schüler und Studenten. Allerdings äußern auch Selbstständige Vorbehalte hinsichtlich der Attribute „gepflegt“ und „modern“.

Mit Ausnahme der Eigenschaften „gepflegt“ und „lebenslustig“ zeichnet sich bei allen anderen Attributen von den jüngeren zu den älteren Befragten ein Trend von kritischeren zu mehr wohlwollenden Beurteilungen ab. Auch hier dürfte die mehr oder weniger ausgeprägte Verbundenheit mit der Stadt ausschlaggebend sein.

Die auf der nachfolgenden Seite 13 abgebildeten vier Karten zeigen prototypisch die unterschiedlichen Bewertungen der Stadt Leipzig nach Ländern bzw. nach Ländergruppen (Schleswig-Holstein und Hamburg, Niedersachsen und Bremen sowie Rheinland-Pfalz und das Saarland wurden jeweils zusammengefasst). Die größten Bewertungsunterschiede fallen hinsichtlich der Eigenschaften „ausländerfreundlich“ (2,3 bis 3,2), „weltoffen“ (1,6 bis 2,4), „fortschrittlich“ (1,9 bis 2,6) und „gastlich“ (1,8 bis 2,3) aus. So wird die Ausländerfreundlichkeit in Leipzig von den westdeutschen Bundesländern und Berlin durchweg kritisch gesehen; bei den Merkmalen „gepflegt“ und „modern“ hingegen bestehen zwischen den Befragten in West- und Ostdeutschland nur geringfügige Differenzen.

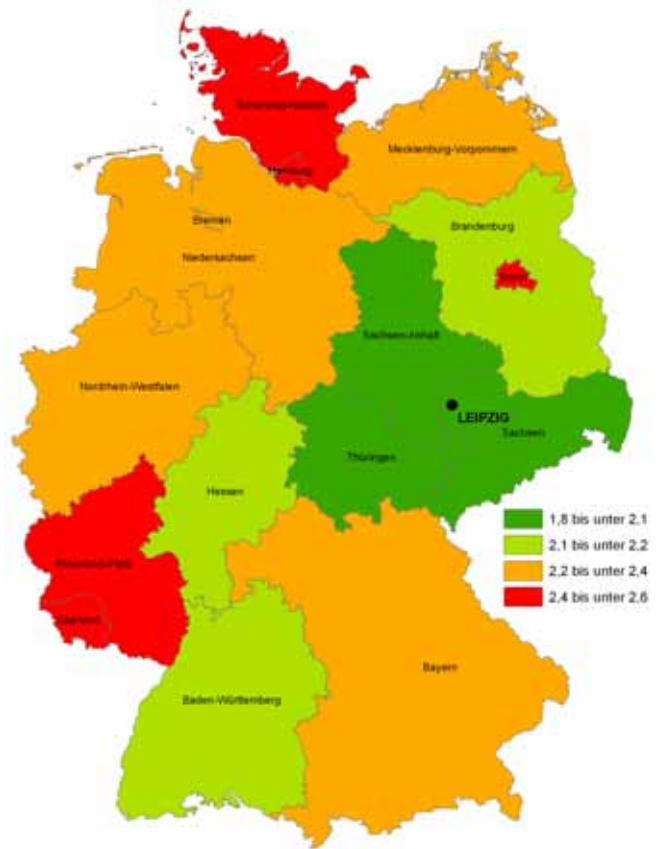
## Leipzig ist ...

(Mittelwerte von 1 = kann ich mir sehr gut vorstellen bis 5 = kann ich mir überhaupt nicht vorstellen)

### weltoffen



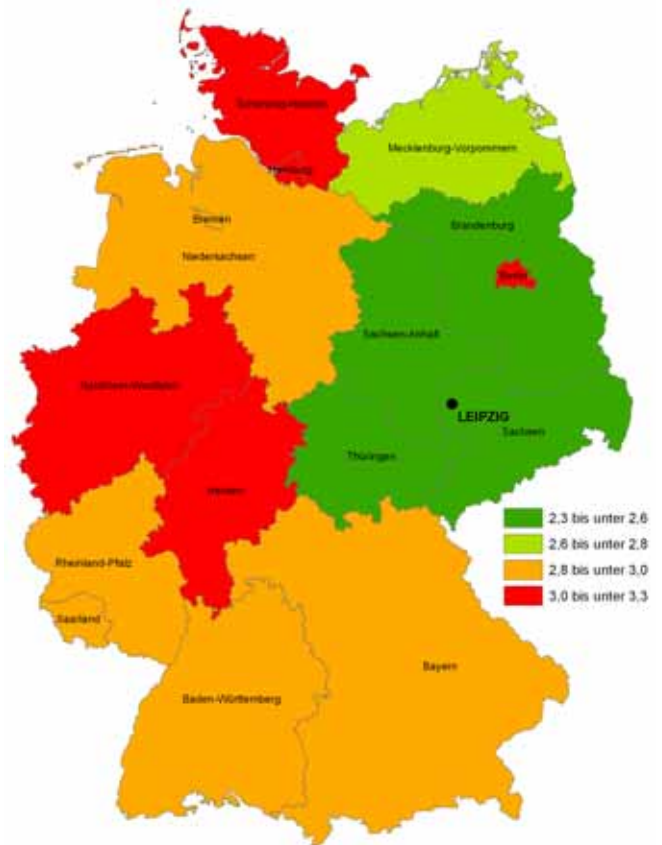
### fortschrittlich



### gastlich



### ausländerfreundlich

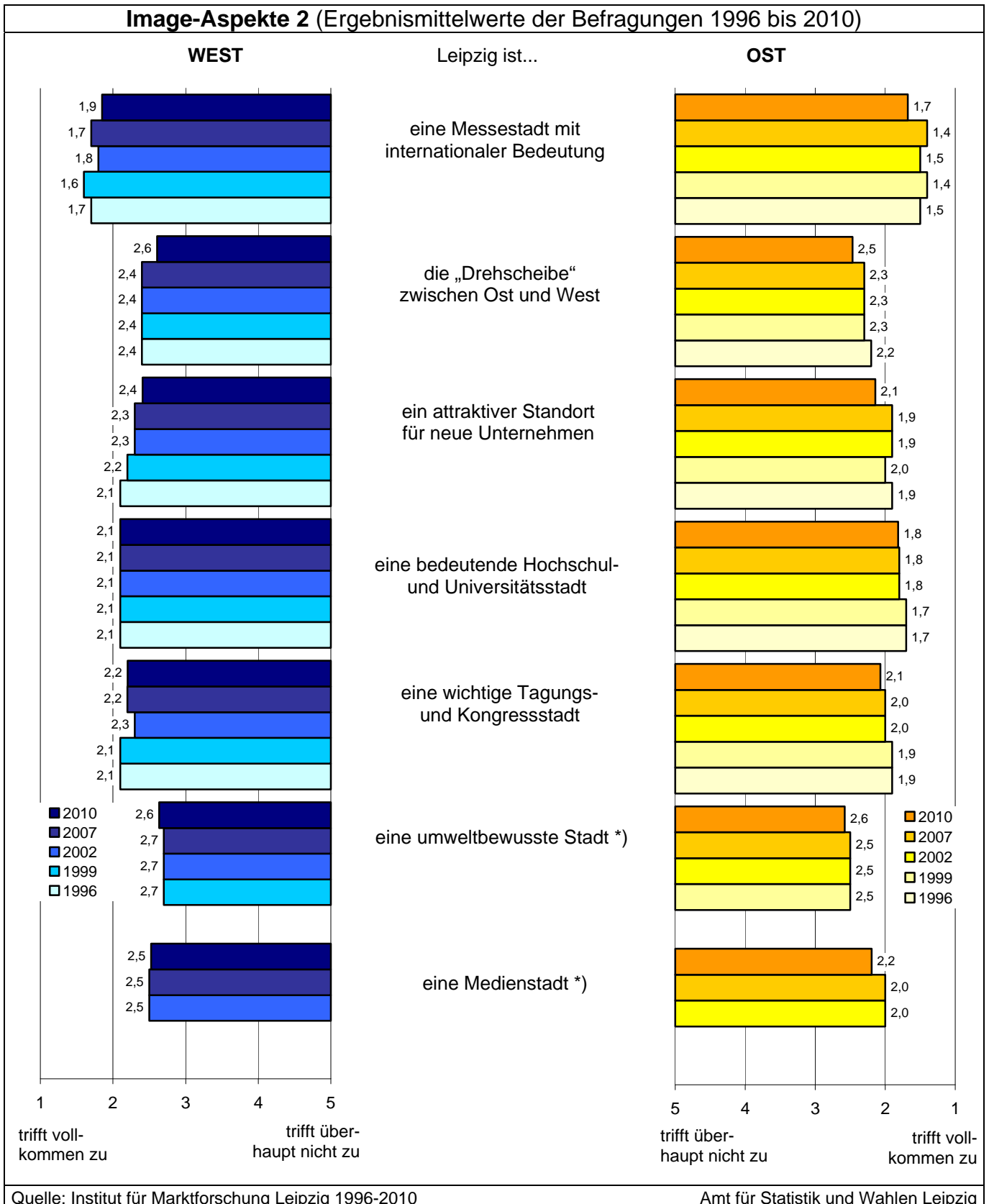


Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig 2010

Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

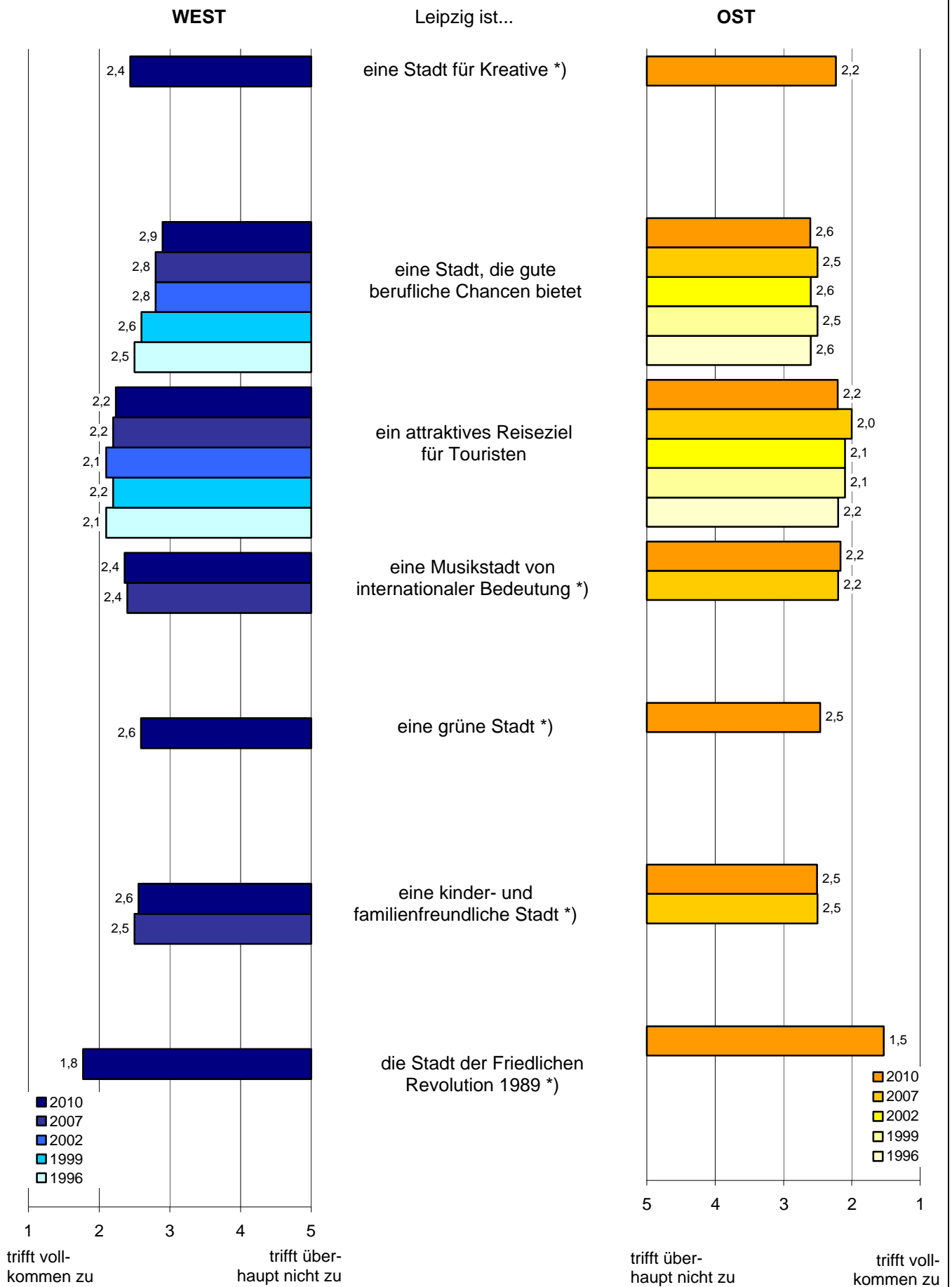
## Image-Aspekte 2

Wir bleiben bei den Besonderheiten, die eine Stadt haben kann. Sie sagen mir bitte mit einer Abstufung von 1 bis 5, inwieweit aus Ihrer Sicht die folgenden Aussagen auf Leipzig zutreffen. Eine 1 bedeutet „trifft vollkommen zu“, eine 5 „trifft überhaupt nicht zu“. Mit den Ziffern dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.



\*) nicht in allen Jahren erfragt

## Image-Aspekte 2 (Ergebnismittelwerte der Befragungen 1996 bis 2010)

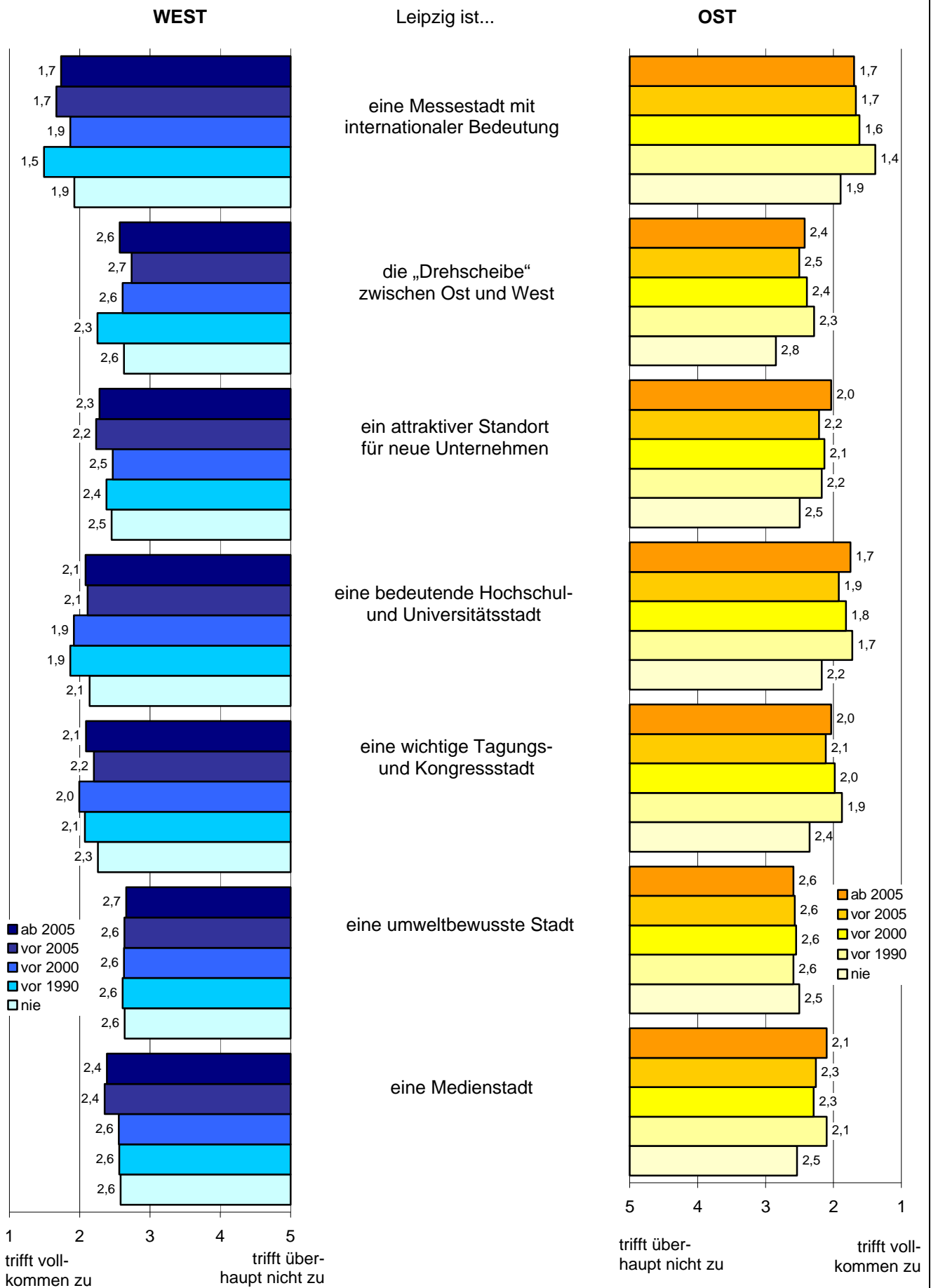


Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig 1996-2010

Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

\*) nicht in allen Jahren erfragt

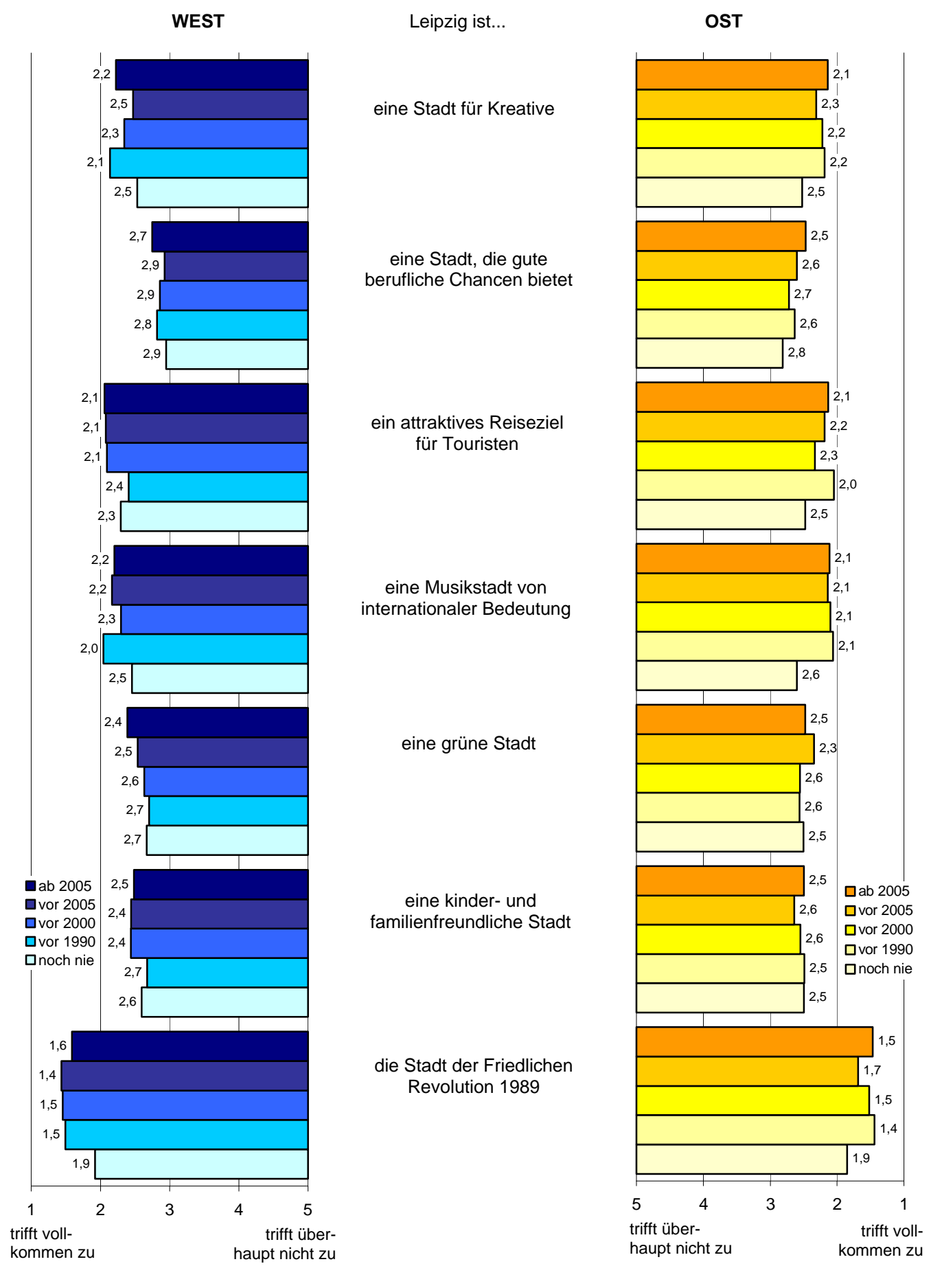
## Image-Aspekte 2 (Ergebnismittelwerte 2010 nach letztem Leipzig-Besuch)



Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig 2010

Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

## Image-Aspekte 2 (Ergebnismittelwerte 2010 nach letztem Leipzig-Besuch)

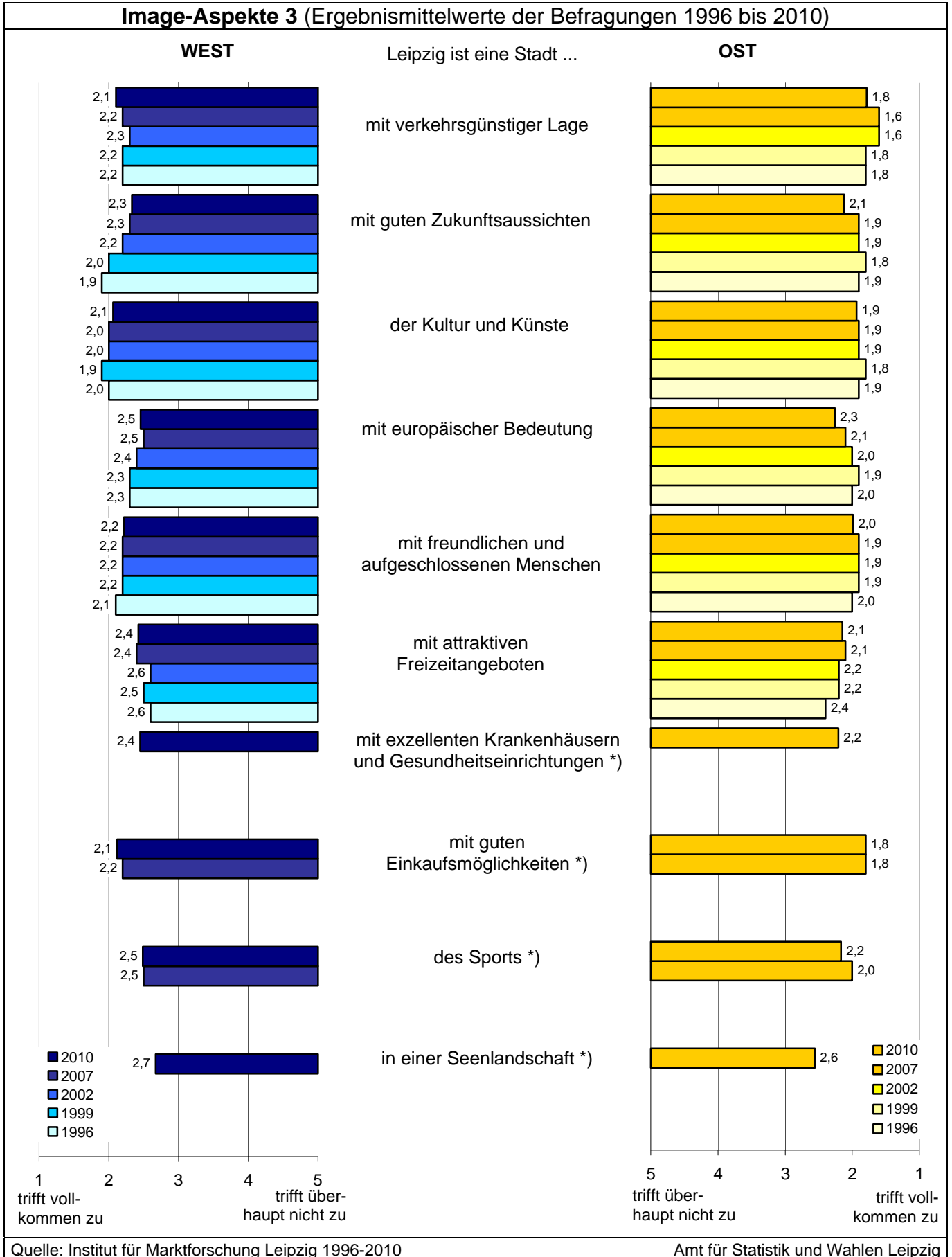


Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig 2010

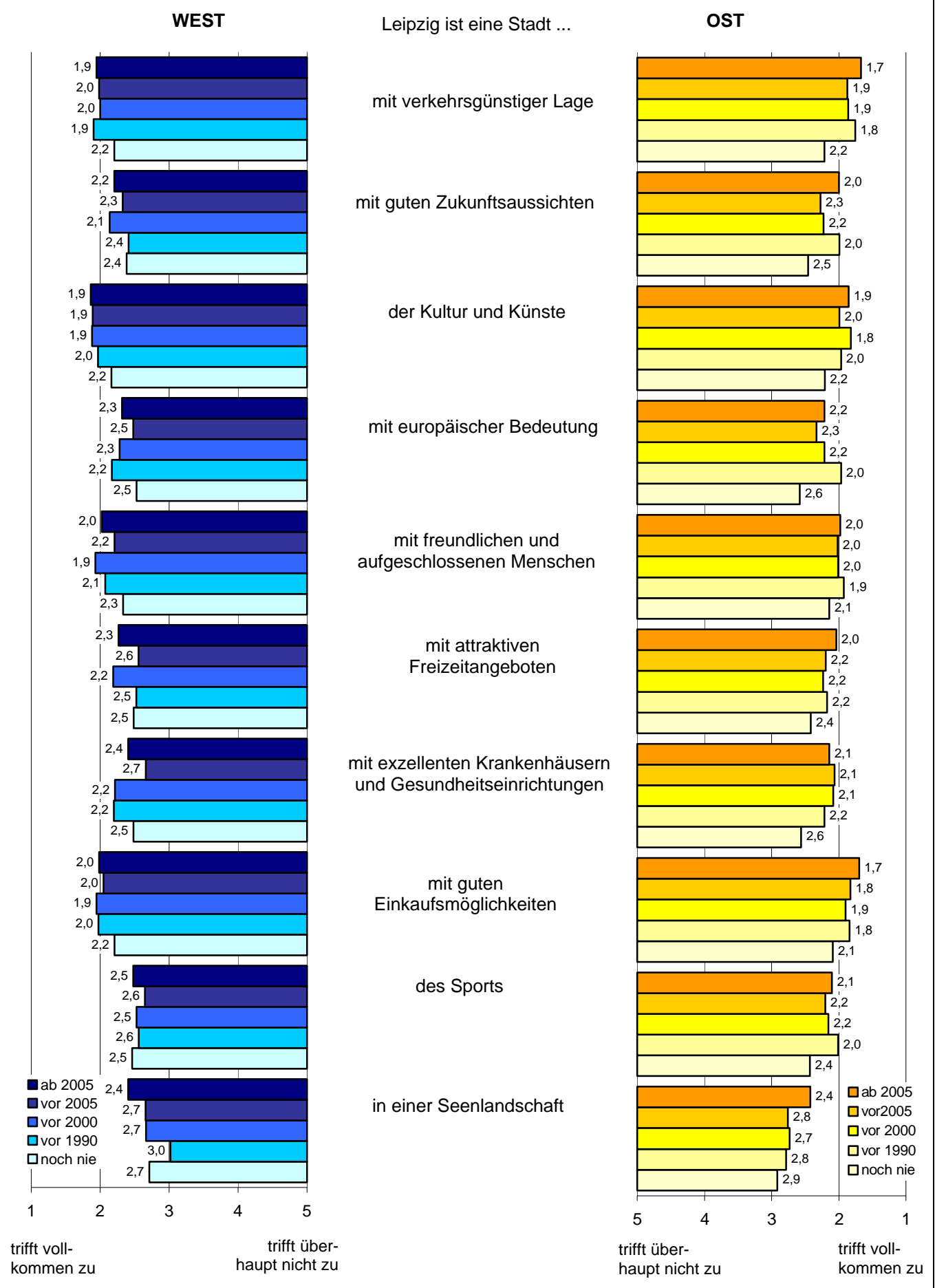
Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

# Image-Aspekte 3

Noch einige weitere Fragen zu Leipziger Besonderheiten mit der Abstufung 1 bis 5 wie eben:



### Image-Aspekte 3 (Ergebnismittelwerte 2010 nach letztem Leipzig-Besuch)



Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig 2010

Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

Eine Analyse der Besonderheiten der Stadt Leipzig weist aus, dass die vergleichsweise besten Bewertungen sowohl von west- als auch von ostdeutscher Seite der Stadt der Friedlichen Revolution 1989 zugestanden werden. Dieses Image-Merkmal, das fast einhellig von allen Befragten zuerkannt wird, ist nicht hoch genug als prägendes Merkmal Leipzigs einzuschätzen. Allein der große Zustrom am 9. Oktober 2009 aus vielen Regionen Deutschlands in die Stadt der Friedlichen Revolution belegt die Bedeutsamkeit jener Tage des Jahres 1989, mit denen Leipzig untrennbar verbunden bleiben wird.

Die nächst höchste Zustimmung erfolgt für die „Messestadt mit internationaler Bedeutung“, für die „bedeutende Hochschul- und Universitätsstadt“, für die „Stadt mit guten Einkaufsmöglichkeiten“, für die „Stadt mit verkehrsgünstiger Lage“ sowie für die „Stadt der Kultur und Künste“. Messestadt, Universitätsstadt und Stadt der Kultur und Künste sind sowohl aus ost- als auch westdeutscher Sicht die hervorragenden Markenzeichen Leipzigs. Ebenso mit einer guten Bewertung versehen sind solche Image-Besonderheiten der Stadt wie die „wichtige Tagungs- und Kongressstadt“, die „Stadt mit freundlichen und aufgeschlossenen Menschen“, die „Stadt mit guten Zukunftsaussichten“, das „attraktive Freizeitangebot“ in Leipzig und die Attraktivität Leipzigs als „Standort für neue Unternehmen“. Die verwendete Antwortskala von 1 „trifft vollkommen zu“ bis 5 „trifft überhaupt nicht zu“ teilt in ihrer Mitte die eher positiven von den eher negativen Werten. In der Gesamtschau ergibt sich, dass keines der gefällten Urteile zum Image Leipzigs schlechter ausfällt als der Wert 2,9.

Im Vergleich der Erhebungen der Jahre 1996 bis 2007 zu den aktuellen Ergebnissen von 2010 sind neben einigen weiter positiv ansteigenden Imagewerten allerdings auch einige negative Befunde festzustellen. Günstiger als in den Jahren zuvor wird Leipzig von West und Ost als eine „Stadt mit freundlichen und aufgeschlossenen Menschen“, als „Stadt mit guten Einkaufsmöglichkeiten“, als „Stadt mit gestiegenem Umweltbewusstsein“ sowie als „Stadt in verkehrsgünstiger Lage“ bewertet. Dabei kommen die positiven Urteile vornehmlich aus der westdeutschen Bevölkerungsgruppe.

Bedeutungsverluste müssen – hier mehrheitlich von den ostdeutschen Befragten – vor allem hinsichtlich der Merkmale „Messestadt mit internationaler Bedeutung“, „Drehscheibe zwischen Ost und West“, „Stadt mit guten Zukunftsaussichten“, „attraktiver Standort für neue Unternehmen“, „Stadt mit europäischer Bedeutung“, „Medienstadt“, „attraktives Reiseziel für Touristen“ und „Stadt des Sports“ hingenommen werden. Die Rückgänge sind zum Teil deutlich.

Die vorangehende Grafik auf Seite 19 dokumentiert ausschließlich Urteile, die in 2010 erhoben wurden, und zwar differenziert nach den jeweilig letzten Leipzig-Aufenthalten. Dabei zeigt sich auch hier wiederum ein uneinheitliches Bild. Wer noch nie in Leipzig war, trifft in der Regel etwas ungünstigere Bewertungen hinsichtlich der Image-Merkmale. Westdeutsche, die Leipzig bereits besuchten, geben ihre günstigsten Urteile zumeist für den Zeitraum vor 2005 ab, Ostdeutsche hingegen eher für den Zeitraum ab 2005. Allein 12 von 24 Image-Merkmalen wurden von den Ostdeutschen ab 2005 am günstigsten bewertet.

In Bezug auf die einzelnen Bundesländer wird deutlich, dass aus Hamburg und Schleswig-Holstein, aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland sowie aus Berlin häufiger negative Bewertungen zu den Leipziger Besonderheiten erteilt wurden. Positiver werteten die Befragten aus Baden-Württemberg und Hessen sowie im übrigen in besonderer Weise diejenigen aus Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen.

Rentner, aber auch Schulabgänger der 8. Klasse gaben deutlich positivere Urteile zu Leipzig ab, während Lehrlinge, Schüler und Studenten sowie Selbstständige merklich verhaltener urteilten. Bei der Mehrzahl der angeführten Attribute zeichnete sich von den jüngeren zu den älteren Befragten ein Trend von kritischeren zu mehr wohlwollenden Beurteilungen ab.

Die nachfolgenden Karten zeigen beispielhaft für acht der 24 Image-Aspekte, wie die Einschätzung in den einzelnen Bundesländern bzw. den zusammengefassten Ländern (Schleswig-Holstein und Hamburg, Niedersachsen und Bremen sowie Rheinland-Pfalz und Saarland) getroffen wurde. Bezüglich „Stadt in einer Seenlandschaft“ liegen die Urteile am stärksten auseinander.

## Leipzig ist ...

(Mittelwerte von 1 = *kann ich mir sehr gut vorstellen* bis 5 = *kann ich mir überhaupt nicht vorstellen*)

### ein attraktiver Standort für neue Unternehmen



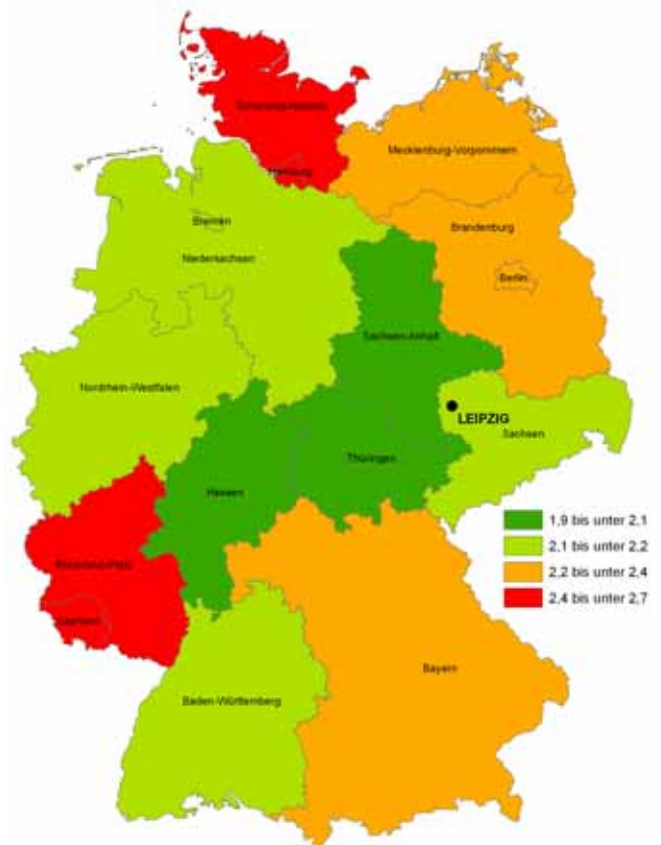
### eine Medienstadt



### eine Stadt, die gute berufliche Chancen bietet



### ein attraktives Reiseziel für Touristen



Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig 2010

Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

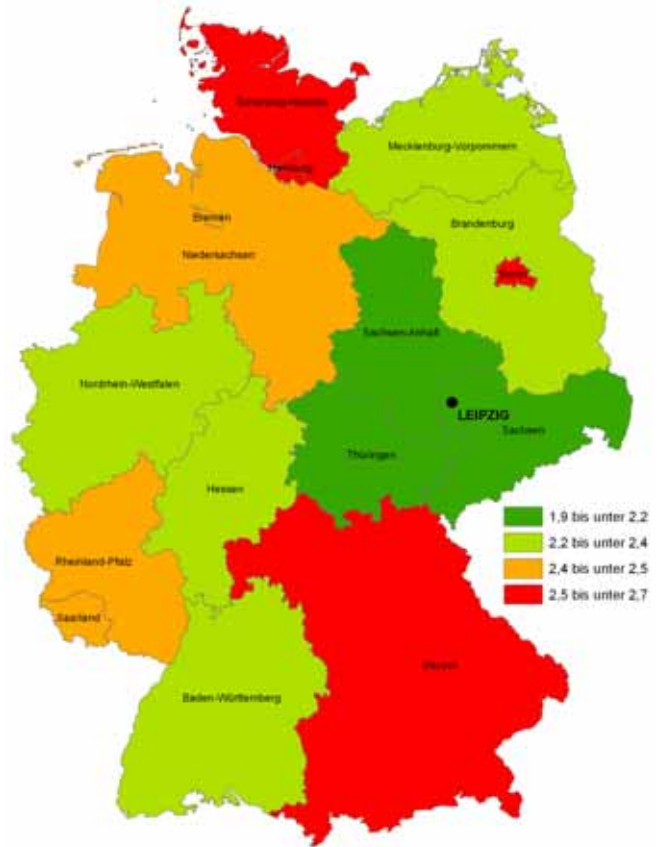
## Leipzig ist ...

(Mittelwerte von 1 = kann ich mir sehr gut vorstellen bis 5 = kann ich mir überhaupt nicht vorstellen)

### die Stadt der Friedlichen Revolution 1989



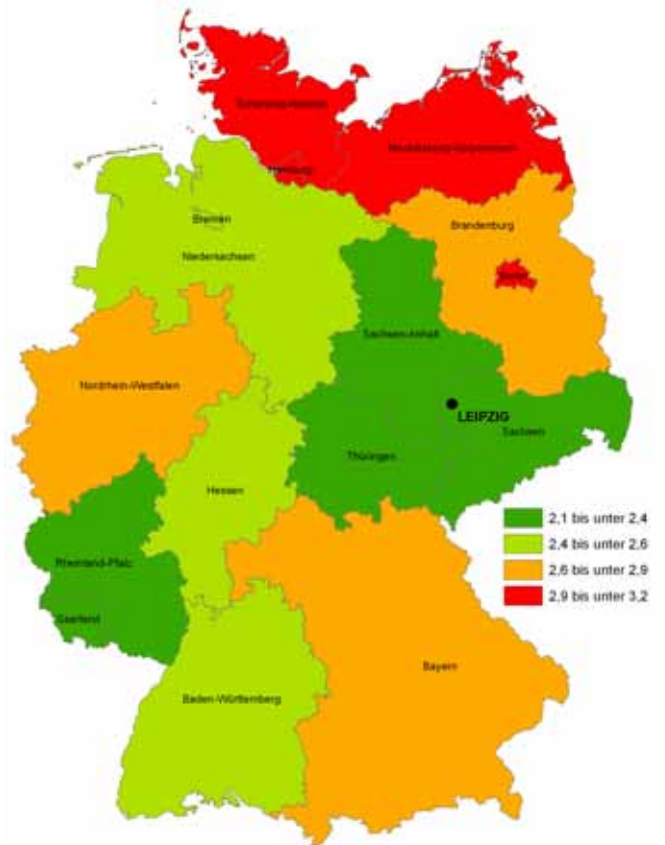
### eine Stadt mit europäischer Bedeutung



### eine Stadt mit exzellenten Krankenhäusern und Gesundheitseinrichtungen



### eine Stadt in einer Seenlandschaft

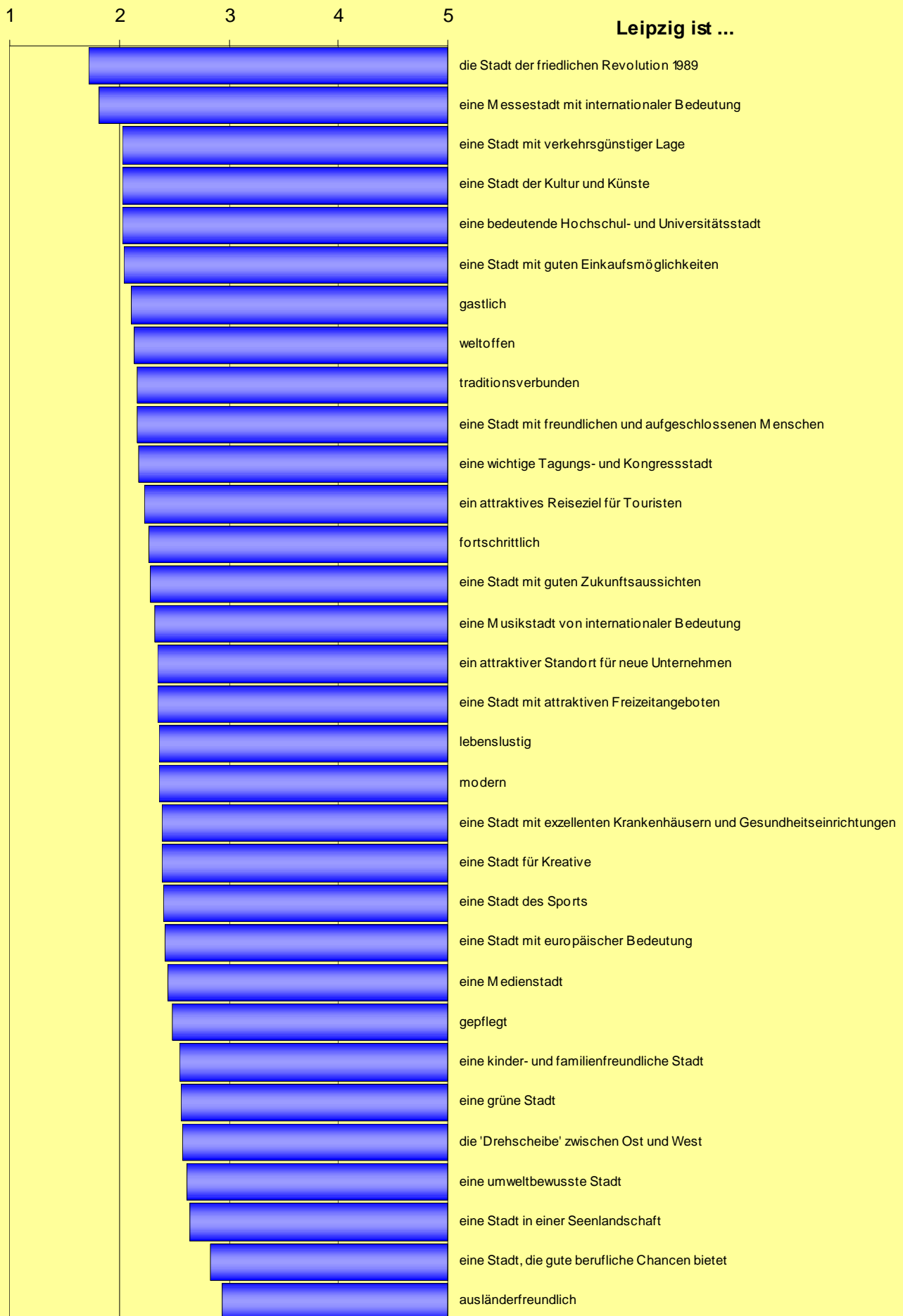


Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig 2010

Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

# Übersicht über alle 32 Image-Faktoren, geordnet nach Mittelwerten

Das trifft zu ... (Mittelwert: 1 = trifft vollkommen zu, ... , 5 = trifft überhaupt nicht zu)



Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig 2010

Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

## Ergebnistabellen

letzter Besuch in Leipzig *) Wann waren Sie zuletzt in Leipzig?	noch nie	vor 1990	1991 bis 2000	2000 bis 2004	ab 2005	Anzahl Befragte
	Prozent					
<b>Gesamt 2010</b>	<b>56</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>23</b>	<b>1952</b>
davon Herkunft:						
West	66	5	6	7	15	991
Ost	18	14	8	7	53	961
davon Bundesland:						
Hamburg/Schleswig-Holstein	52	20	6	5	17	62
Bremen/Niedersachsen	54	2	7	11	25	136
Nordrhein-Westfalen	70	5	7	6	13	273
Hessen	64	1	7	9	18	91
Rheinland-Pfalz/Saarland	70	11	7	5	7	72
Baden-Württemberg	73	2	7	7	11	165
Bayern	68	4	3	8	16	192
Berlin	32	11	11	7	40	208
Brandenburg	22	18	11	11	37	143
Mecklenburg-Vorpommern	33	32	8	3	24	100
Sachsen	4	6	6	4	81	225
Sachsen-Anhalt	11	17	7	3	62	146
Thüringen	12	12	6	11	59	139
davon Geschlecht:						
männlich	54	7	7	7	24	860
weiblich	59	6	6	7	21	1092
davon Alter:						
18 bis unter 25	72	0	0	6	23	139
25 bis unter 30	63	0	10	5	22	104
30 bis unter 40	64	2	6	6	22	262
40 bis unter 50	62	7	7	5	19	427
50 bis unter 65	50	9	8	6	27	584
65 und darüber	45	13	7	12	23	436
darunter soziale Gruppe:						
Erwerbstätiger	59	4	7	7	23	924
Rentner/Vorruhestand	44	14	8	11	23	586
zur Zeit arbeitslos	59	8	6	1	26	79
Selbstständiger/mithelfender	42	6	9	7	37	123
Familienangehöriger	76	0	1	2	21	115
Lehrling/Schüler/Student	71	4	5	4	16	117
sonstiges (z. B. Hausfrau/ Hausmann)						
darunter Schulabschluss:						
8. Klasse	59	10	6	8	16	261
10. Klasse POS, Mittel-, Realschule	61	8	6	5	21	755
12. Klasse EOS, Oberschule, Gymnasium	62	3	8	6	19	369
Fachschule/Hochschule	42	7	8	10	32	519
davon Herkunft und Alter:						
West, 18 bis unter 30	74	0	5	5	16	144
West, 30 bis unter 50	73	3	7	6	12	385
West, 50 und darüber	58	8	7	9	18	462
Ost, 18 bis unter 30	42	1	2	6	50	99
Ost, 30 bis unter 50	20	11	7	5	56	304
Ost, 50 und darüber	9	20	11	7	52	558
<b>Gesamt 2007</b>	<b>59</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>16</b>	<b>1984</b>

Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig

Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

\*) außer Befragte mit Wohnsitz in Leipzig

Besuchsgrund *) War dieser letzte Besuch (in Leipzig) ...	beruflich	privat	Anzahl Befragte
	Prozent		
<b>Gesamt 2010</b>	<b>23</b>	<b>77</b>	<b>1140</b>
davon Herkunft:			
West	25	75	334
Ost	20	80	806
davon Bundesland:			
Hamburg/Schleswig-Holstein	20	80	25
Bremen/Niedersachsen	33	67	59
Nordrhein-Westfalen	19	81	90
Hessen	7	93	34
Rheinland-Pfalz/Saarland	35	65	18
Baden-Württemberg	29	71	46
Bayern	32	68	62
Berlin	23	77	144
Brandenburg	22	78	112
Mecklenburg-Vorpommern	21	79	75
Sachsen	19	81	214
Sachsen-Anhalt	21	79	135
Thüringen	18	82	126
davon Geschlecht:			
männlich	32	68	532
weiblich	14	86	608
davon Alter:			
18 bis unter 25	23	77	52
25 bis unter 30	11	89	50
30 bis unter 40	26	74	123
40 bis unter 50	38	62	227
50 bis unter 65	21	79	378
65 und darüber	19	81	310
darunter soziale Gruppe:			
Erwerbstätiger	28	72	506
Rentner/Vorruhestand	17	83	411
zur Zeit arbeitslos	7	93	46
Selbstständiger/mithelfender	50	50	82
Familienangehöriger			
Lehrling/Schüler/Student	17	83	40
sonstiges (z. B. Hausfrau/Hausmann)	7	93	51
darunter Schulabschluss:			
8. Klasse	25	75	137
10. Klasse POS, Mittel-, Realschule	19	81	420
12. Klasse EOS, Oberschule, Gymnasium	18	82	200
Fachschule/Hochschule	31	69	363
darunter letzter Leipzig-Besuch:			
vor 1990	28	72	192
1991 bis 2000	23	77	157
2000 bis 2004	25	75	137
ab 2005	21	79	654
<b>Gesamt 2007</b>	<b>25</b>	<b>75</b>	<b>1180</b>
Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig		Amt für Statistik und Wahlen Leipzig	

\*) nur Befragte, die Leipzig besucht haben (und außer Befragte mit Wohnsitz in Leipzig)

Leipzig als potenzieller Besuchs- und Wohnort *) Können Sie sich vorstellen...	Leipzig demnächst zu besuchen	in Leipzig zu wohnen
	Mittelwert (1 = <i>kann ich mir sehr gut vorstellen</i> , ..., 5 = <i>kann ich mir überhaupt nicht vorstellen</i> )	
<b>Gesamt 2010</b>	<b>3,0</b>	<b>4,6</b>
Davon Herkunft:		
West	3,1	4,7
Ost	2,6	4,5
davon Bundesland:		
Hamburg/Schleswig-Holstein	3,2	4,8
Bremen/Niedersachsen	3,0	4,6
Nordrhein-Westfalen	3,0	4,6
Hessen	3,0	4,9
Rheinland-Pfalz/Saarland	2,9	4,7
Baden-Württemberg	3,3	4,6
Bayern	3,3	4,8
Berlin	2,6	4,5
Brandenburg	3,1	4,6
Mecklenburg-Vorpommern	3,2	4,6
Sachsen	2,2	4,5
Sachsen-Anhalt	2,5	4,3
Thüringen	2,3	4,4
davon Geschlecht:		
männlich	2,9	4,6
weiblich	3,0	4,7
davon Alter:		
18 bis unter 25	3,2	4,4
25 bis unter 30	2,9	4,3
30 bis unter 40	3,3	4,7
40 bis unter 50	3,1	4,8
50 bis unter 65	2,7	4,6
65 und darüber	3,0	4,7
darunter soziale Gruppe:		
Erwerbstätiger	3,0	4,6
Rentner/Vorruhestand	3,0	4,8
zur Zeit arbeitslos	3,2	4,5
Selbstständiger/mithelfender Familienangehöriger	2,8	4,6
Lehrling/Schüler/Student	3,1	4,4
sonstiges (z. B. Hausfrau/Hausmann)	3,1	4,7
darunter Schulabschluss:		
8. Klasse	3,5	4,9
10. Klasse POS, Mittel-, Realschule	3,0	4,8
12. Klasse EOS, Oberschule, Gymnasium	2,9	4,5
Fachschule/Hochschule	2,6	4,5
darunter letzter Leipzig-Besuch:		
noch nie	3,3	4,9
vor 1990	3,3	4,7
1991 bis 2000	3,0	4,6
2000 bis 2004	2,8	4,5
ab 2005	2,3	4,1
<b>Gesamt 2007</b>	<b>2,9</b>	<b>4,5</b>
Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig	Amt für Statistik und Wahlen Leipzig	

\*) außer Befragte mit Wohnsitz in Leipzig

Image-Aspekte 1, Teil 1 Leipzig ist ...	weltoffen	traditions- verbunden	gepflegt	lebenslustig
	Mittelwert (1 = trifft vollkommen zu, ..., 5 = trifft überhaupt nicht zu)			
<b>Gesamt 2010</b>	<b>2,1</b>	<b>2,2</b>	<b>2,5</b>	<b>2,4</b>
davon Herkunft:				
West	2,2	2,2	2,5	2,4
Ost	1,9	2,0	2,5	2,2
davon Bundesland:				
Hamburg/Schleswig-Holstein	2,2	2,4	2,7	2,3
Bremen/Niedersachsen	2,2	2,1	2,3	2,5
Nordrhein-Westfalen	2,3	2,1	2,5	2,5
Hessen	2,1	2,0	2,5	2,3
Rheinland-Pfalz/Saarland	2,2	2,4	2,3	2,4
Baden-Württemberg	2,1	2,1	2,5	2,3
Bayern	2,2	2,4	2,5	2,5
Berlin	2,4	2,1	2,4	2,4
Brandenburg	2,0	2,2	2,5	2,3
Mecklenburg-Vorpommern	1,8	2,0	2,6	2,1
Sachsen	1,7	2,0	2,6	2,1
Sachsen-Anhalt	1,6	2,0	2,5	2,1
Thüringen	1,8	2,0	2,6	2,0
davon Geschlecht:				
männlich	2,2	2,1	2,5	2,4
weiblich	2,1	2,2	2,4	2,3
davon Alter:				
18 bis unter 25	2,5	2,5	2,4	2,5
25 bis unter 30	2,4	2,3	2,7	2,2
30 bis unter 40	2,4	2,2	2,6	2,5
40 bis unter 50	2,2	2,2	2,6	2,4
50 bis unter 65	2,1	2,1	2,5	2,4
65 und darüber	1,8	2,0	2,2	2,2
darunter soziale Gruppe:				
Erwerbstätiger	2,2	2,2	2,6	2,4
Rentner/Vorruhestand	1,8	2,0	2,3	2,2
zur Zeit arbeitslos	2,1	2,0	2,6	2,5
Selbstständiger/mithelfender Familienangehöriger	2,1	2,1	2,7	2,3
Lehrling/Schüler/Student	2,6	2,6	2,3	2,5
sonstiges (z. B. Hausfrau/ Hausmann)	2,2	2,2	2,5	2,2
darunter Schulabschluss:				
8. Klasse	2,0	2,1	2,4	2,3
10. Klasse POS, Mittel-, Realschule	2,2	2,2	2,5	2,4
12. Klasse EOS, Oberschule, Gymnasium	2,2	2,2	2,5	2,4
Fachschule/Hochschule	1,9	2,0	2,5	2,3
darunter letzter Leipzig-Besuch:				
noch nie	2,3	2,2	2,5	2,5
vor 1990	1,8	2,1	2,3	2,1
1991 bis 2000	2,0	2,0	2,4	2,2
2000 bis 2004	2,1	1,9	2,4	2,4
ab 2005	1,9	2,1	2,5	2,1
<b>Gesamt 2007</b>	<b>2,1</b>	<b>2,1</b>	<b>2,5</b>	<b>2,3</b>

Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig

Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

Image-Aspekte 1, Teil 2 Leipzig ist ...	fortschrittlich	gastlich	modern	ausländer- freundlich
	Mittelwert (1 = trifft vollkommen zu, ..., 5 = trifft überhaupt nicht zu)			
<b>Gesamt 2010</b>	<b>2,3</b>	<b>2,1</b>	<b>2,4</b>	<b>2,9</b>
davon Herkunft:				
West	2,3	2,2	2,4	3,0
Ost	2,1	2,0	2,3	2,7
davon Bundesland:				
Hamburg/Schleswig-Holstein	2,5	2,2	2,4	3,2
Bremen/Niedersachsen	2,3	2,1	2,5	3,0
Nordrhein-Westfalen	2,3	2,1	2,4	3,1
Hessen	2,1	2,0	2,4	3,2
Rheinland-Pfalz/Saarland	2,6	2,3	2,4	2,9
Baden-Württemberg	2,2	2,1	2,4	2,8
Bayern	2,4	2,3	2,4	3,0
Berlin	2,4	2,2	2,5	3,0
Brandenburg	2,2	2,0	2,3	2,6
Mecklenburg-Vorpommern	2,3	1,8	2,3	2,7
Sachsen	2,1	1,9	2,2	2,6
Sachsen-Anhalt	2,0	1,8	2,2	2,3
Thüringen	1,9	1,9	2,2	2,6
davon Geschlecht:				
männlich	2,3	2,1	2,4	2,9
weiblich	2,3	2,1	2,3	2,9
davon Alter:				
18 bis unter 25	2,6	2,3	2,6	2,7
25 bis unter 30	2,5	2,2	2,5	3,0
30 bis unter 40	2,3	2,3	2,5	3,1
40 bis unter 50	2,4	2,2	2,4	3,0
50 bis unter 65	2,2	2,0	2,4	3,0
65 und darüber	2,0	1,9	2,1	2,8
darunter soziale Gruppe:				
Erwerbstätiger	2,4	2,2	2,4	3,0
Rentner/Vorruhestand	2,0	1,9	2,2	2,8
zur Zeit arbeitslos	2,1	2,0	2,1	2,8
Selbstständiger/mithelfender Familienangehöriger	2,4	2,2	2,6	3,0
Lehrling/Schüler/Student	2,6	2,3	2,6	2,8
sonstiges (z. B. Hausfrau/ Hausmann)	2,3	2,3	2,3	3,0
darunter Schulabschluss:				
8. Klasse	2,1	1,9	2,2	2,8
10. Klasse POS, Mittel-, Realschule	2,3	2,1	2,4	2,9
12. Klasse EOS, Oberschule, Gymnasium	2,5	2,2	2,5	3,0
Fachschule/Hochschule	2,2	2,1	2,3	3,0
darunter letzter Leipzig-Besuch:				
noch nie	2,4	2,2	2,4	3,0
vor 1990	2,1	1,9	2,2	2,9
1991 bis 2000	2,1	1,9	2,3	3,0
2000 bis 2004	2,2	2,0	2,3	2,7
ab 2005	2,1	2,0	2,3	2,8
<b>Gesamt 2007</b>	<b>2,2</b>	<b>2,0</b>	<b>2,3</b>	<b>2,9</b>

Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig

Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

<b>Image-Aspekte 2, Teil 1</b> Leipzig ist ...	eine Messe- stadt mit inter- nationaler Be- deutung	die „Dreh- scheibe“ zwischen Ost und West	ein attraktiver Standort für neue Unter- nehmen	eine be- deutende Hoch- schul- und Universi- tätsstadt	eine wichtige Tagungs- und Kon- gresstadt	eine umwelt- bewusste Stadt	eine Medien- stadt
Mittelwert (1 = trifft vollkommen zu, ..., 5 = trifft überhaupt nicht zu)							
<b>Gesamt 2010</b>	<b>1,8</b>	<b>2,6</b>	<b>2,3</b>	<b>2,0</b>	<b>2,2</b>	<b>2,6</b>	<b>2,4</b>
davon Herkunft:							
West	1,9	2,6	2,4	2,1	2,2	2,6	2,5
Ost	1,7	2,5	2,1	1,8	2,1	2,6	2,2
davon Bundesland:							
Hamburg/Schleswig-Holstein	1,8	2,4	2,5	2,1	2,4	2,6	2,4
Bremen/Niedersachsen	1,9	2,6	2,4	2,1	2,1	2,5	2,6
Nordrhein-Westfalen	1,8	2,6	2,3	2,2	2,2	2,7	2,6
Hessen	1,8	2,8	2,2	1,9	1,9	2,7	2,4
Rheinland-Pfalz/Saarland	1,7	2,5	2,6	1,9	2,1	2,6	2,7
Baden-Württemberg	1,9	2,6	2,4	2,2	2,3	2,5	2,4
Bayern	1,9	2,7	2,5	2,1	2,3	2,8	2,5
Berlin	1,9	2,9	2,4	2,2	2,3	2,8	2,6
Brandenburg	1,8	2,5	2,3	1,9	2,1	2,6	2,3
Mecklenburg-Vorpommern	1,6	2,7	2,3	1,8	2,0	2,5	2,3
Sachsen	1,6	2,3	1,9	1,6	2,0	2,6	2,0
Sachsen-Anhalt	1,5	2,1	1,9	1,7	1,9	2,4	2,1
Thüringen	1,5	2,3	2,0	1,7	2,0	2,5	1,9
davon Geschlecht:							
männlich	1,8	2,6	2,4	2,1	2,2	2,7	2,5
weiblich	1,8	2,5	2,3	2,0	2,1	2,6	2,4
davon Alter:							
18 bis unter 25	2,4	2,9	2,6	2,3	2,7	2,5	2,7
25 bis unter 30	2,1	2,9	2,7	2,3	2,5	2,7	2,6
30 bis unter 40	2,2	3,0	2,5	2,2	2,3	2,8	2,6
40 bis unter 50	1,8	2,6	2,4	2,1	2,2	2,8	2,5
50 bis unter 65	1,7	2,4	2,2	2,0	2,1	2,7	2,4
65 und darüber	1,4	2,2	2,1	1,7	1,8	2,4	2,3
darunter soziale Gruppe:							
Erwerbstätiger	1,9	2,7	2,4	2,2	2,3	2,7	2,5
Rentner/Vorruhestand	1,4	2,2	2,1	1,8	1,9	2,5	2,3
zur Zeit arbeitslos	1,9	2,6	2,0	2,0	2,2	2,3	2,3
Selbstständiger/mithelfender							
Familienangehöriger	2,0	2,5	2,5	2,2	2,2	2,8	2,5
Lehrling/Schüler/Student	2,3	3,1	2,6	2,2	2,6	2,5	2,8
sonstiges (z. B. Hausfrau/ Hausmann)	1,9	2,3	2,3	1,9	2,2	2,6	2,4
darunter Schulabschluss:							
8. Klasse	1,6	2,3	2,2	1,9	2,0	2,5	2,2
10. Klasse POS, Mittel-, Realschule	1,7	2,5	2,4	2,1	2,2	2,6	2,4
12. Klasse EOS, Oberschule, Gymnasium	2,1	2,9	2,5	2,1	2,3	2,7	2,8
Fachschule/Hochschule	1,8	2,6	2,3	2,0	2,1	2,6	2,4
darunter letzter Leipzig-Besuch:							
noch nie	1,9	2,6	2,5	2,1	2,3	2,6	2,6
vor 1990	1,4	2,3	2,3	1,8	2,0	2,6	2,4
1991 bis 2000	1,8	2,6	2,4	1,9	2,0	2,6	2,5
2000 bis 2004	1,7	2,7	2,2	2,1	2,2	2,6	2,3
ab 2005	1,7	2,5	2,2	1,9	2,1	2,6	2,2
<b>Gesamt 2007</b>	<b>1,6</b>	<b>2,4</b>	<b>2,2</b>	<b>2,1</b>	<b>2,2</b>	<b>2,6 *)</b>	<b>2,4</b>

Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig

Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

\*) 2007: Leipzig ist eine Stadt mit Umweltbewusstsein

<b>Image-Aspekte 2, Teil 2</b> Leipzig ist ...	eine Stadt für Kreative	eine Stadt, die gute berufliche Chancen bietet	ein attraktives Reiseziel für Touristen	eine Musikstadt von internationaler Bedeutung	eine grüne Stadt	eine kinder- und familienfreundliche Stadt	die Stadt der Friedlichen Revolution 1989
Mittelwert (1 = trifft vollkommen zu, ..., 5 = trifft überhaupt nicht zu)							
<b>Gesamt 2010</b>	<b>2,4</b>	<b>2,8</b>	<b>2,2</b>	<b>2,3</b>	<b>2,6</b>	<b>2,5</b>	<b>1,7</b>
davon Herkunft:							
West	2,4	2,9	2,2	2,4	2,6	2,6	1,8
Ost	2,2	2,6	2,2	2,2	2,5	2,5	1,5
davon Bundesland:							
Hamburg/Schleswig-Holstein	2,6	3,1	2,7	2,6	2,8	2,6	1,6
Bremen/Niedersachsen	2,4	2,9	2,1	2,3	2,6	2,6	1,8
Nordrhein-Westfalen	2,4	2,8	2,2	2,4	2,6	2,5	1,8
Hessen	2,3	2,7	2,1	2,1	2,4	2,4	1,7
Rheinland-Pfalz/Saarland	2,6	2,9	2,6	2,3	2,5	3,0	1,8
Baden-Württemberg	2,4	3,0	2,2	2,4	2,5	2,4	1,8
Bayern	2,6	2,9	2,2	2,4	2,6	2,6	1,8
Berlin	2,5	2,8	2,4	2,4	2,6	2,6	1,7
Brandenburg	2,4	2,8	2,3	2,3	2,6	2,6	1,7
Mecklenburg-Vorpommern	2,2	2,6	2,4	2,3	2,4	2,4	1,5
Sachsen	2,1	2,6	2,1	2,0	2,4	2,5	1,4
Sachsen-Anhalt	2,0	2,4	2,0	2,0	2,3	2,4	1,5
Thüringen	2,1	2,4	2,1	2,1	2,4	2,4	1,4
davon Geschlecht:							
männlich	2,4	2,8	2,4	2,4	2,6	2,6	1,7
weiblich	2,4	2,8	2,1	2,2	2,5	2,5	1,7
davon Alter:							
18 bis unter 25	2,5	2,8	2,8	3,0	2,7	2,6	2,4
25 bis unter 30	2,5	3,3	2,3	2,8	2,6	2,4	2,1
30 bis unter 40	2,5	2,9	2,3	2,6	2,7	2,5	2,0
40 bis unter 50	2,4	2,9	2,3	2,5	2,6	2,5	1,7
50 bis unter 65	2,4	2,9	2,1	2,1	2,5	2,6	1,5
65 und darüber	2,2	2,5	2,0	1,8	2,4	2,5	1,4
darunter soziale Gruppe:							
Erwerbstätiger	2,5	2,9	2,3	2,5	2,6	2,5	1,8
Rentner/Vorruhestand	2,2	2,5	2,0	1,8	2,4	2,6	1,4
zur Zeit arbeitslos	2,5	2,8	2,2	2,4	2,4	2,4	1,7
Selbstständiger/mithelfender Familienangehöriger	2,5	3,1	2,4	2,5	2,7	2,7	1,6
Lehrling/Schüler/Student	2,5	2,8	2,6	3,0	2,7	2,6	2,3
sonstiges (z. B. Hausfrau/Hausmann)	2,3	3,1	2,1	2,3	2,6	2,5	1,9
darunter Schulabschluss:							
8. Klasse	2,2	2,7	1,9	2,0	2,3	2,3	1,7
10. Klasse POS, Mittel-, Realschule	2,4	2,8	2,3	2,4	2,6	2,6	1,8
12. Klasse EOS, Oberschule, Gymnasium	2,5	2,9	2,3	2,5	2,6	2,6	1,9
Fachschule/Hochschule	2,4	2,8	2,2	2,2	2,5	2,6	1,5
darunter letzter Leipzig-Besuch:							
noch nie	2,5	2,9	2,3	2,5	2,7	2,6	1,9
vor 1990	2,2	2,7	2,3	2,1	2,6	2,6	1,5
1991 bis 2000	2,3	2,8	2,2	2,2	2,6	2,5	1,5
2000 bis 2004	2,4	2,9	2,1	2,2	2,5	2,5	1,5
ab 2005	2,2	2,6	2,1	2,2	2,4	2,5	1,5
<b>Gesamt 2007</b>	<b>*)</b>	<b>2,8</b>	<b>2,2</b>	<b>2,4</b>	<b>*)</b>	<b>2,5 **)</b>	<b>*)</b>

Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig

Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

\*) 2007 nicht erfragt

\*\*) 2007: *Leipzig ist kinder- und familienfreundlich*

<b>Image-Aspekte 3, Teil 1</b> Leipzig ist eine Stadt ...	mit verkehrsgünstiger Lage	mit guten Zukunftsaussichten	der Kultur und Künste	mit europäischer Bedeutung	mit freundlichen und aufgeschlossenen Menschen
<b>Mittelwert (1 = trifft vollkommen zu, ..., 5 = trifft überhaupt nicht zu)</b>					
<b>Gesamt 2010</b>	<b>2,0</b>	<b>2,3</b>	<b>2,0</b>	<b>2,4</b>	<b>2,2</b>
davon Herkunft:					
West	2,1	2,3	2,1	2,5	2,2
Ost	1,8	2,1	1,9	2,3	2,0
davon Bundesland:					
Hamburg/Schleswig-Holstein	2,2	2,5	2,4	2,7	2,3
Bremen/Niedersachsen	1,9	2,2	2,1	2,5	2,2
Nordrhein-Westfalen	2,2	2,3	2,0	2,4	2,3
Hessen	2,0	2,2	2,0	2,4	2,2
Rheinland-Pfalz/Saarland	2,2	2,6	2,1	2,5	2,2
Baden-Württemberg	2,0	2,2	1,9	2,4	2,1
Bayern	2,1	2,4	2,2	2,6	2,3
Berlin	2,0	2,2	2,1	2,6	2,2
Brandenburg	2,0	2,3	2,1	2,3	2,2
Mecklenburg-Vorpommern	1,7	2,2	1,9	2,3	1,9
Sachsen	1,6	2,0	1,8	2,2	1,9
Sachsen-Anhalt	1,6	1,9	1,7	2,0	1,9
Thüringen	1,7	2,0	1,9	2,1	1,9
davon Geschlecht:					
männlich	2,0	2,3	2,1	2,5	2,2
weiblich	2,0	2,3	2,0	2,4	2,1
davon Alter:					
18 bis unter 25	2,4	2,3	2,3	2,9	2,3
25 bis unter 30	2,0	2,5	2,1	2,8	2,3
30 bis unter 40	2,2	2,4	2,2	2,5	2,4
40 bis unter 50	2,1	2,4	2,1	2,4	2,2
50 bis unter 65	1,9	2,2	2,0	2,4	2,1
65 und darüber	1,8	2,2	1,8	2,0	2,0
darunter soziale Gruppe:					
Erwerbstätiger	2,1	2,4	2,1	2,5	2,2
Rentner/Vorruhestand	1,7	2,1	1,8	2,1	2,0
zur Zeit arbeitslos	2,1	2,3	2,0	2,4	1,9
Selbstständiger/mithelfender Familienangehöriger	2,1	2,2	2,2	2,7	2,2
Lehrling/Schüler/Student	2,3	2,3	2,2	2,9	2,3
sonstiges (z. B. Hausfrau/Hausmann)	2,0	2,4	2,2	2,4	2,3
darunter Schulabschluss:					
8. Klasse	1,9	2,2	2,0	2,0	2,1
10. Klasse POS, Mittel-, Realschule	2,1	2,4	2,1	2,4	2,1
12. Klasse EOS, Oberschule, Gymnasium	2,1	2,3	2,1	2,7	2,2
Fachschule/Hochschule	2,0	2,2	1,8	2,5	2,2
darunter letzter Leipzig-Besuch:					
noch nie	2,2	2,4	2,2	2,5	2,3
vor 1990	1,8	2,2	2,0	2,1	2,0
1991 bis 2000	2,0	2,2	1,9	2,3	1,9
2000 bis 2004	2,0	2,3	1,9	2,5	2,2
ab 2005	1,8	2,1	1,9	2,3	2,0
<b>Gesamt 2007</b>	<b>2,1</b>	<b>2,2</b>	<b>2,0</b>	<b>2,4</b>	<b>2,2</b>

Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig

Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

Image-Aspekte 3, Teil 2 Leipzig ist eine Stadt ...	mit attraktiven Freizeitangeboten	mit exzellenten Krankenhäusern und Gesundheitseinrichtungen	mit guten Einkaufsmöglichkeiten	des Sports	in einer Seelandschaft	Durchschnitt aller 32 Image-Mittelwerte
	Mittelwert (1 = trifft vollkommen zu, ..., 5 = trifft überhaupt nicht zu)					
<b>Gesamt 2010</b>	<b>2,4</b>	<b>2,4</b>	<b>2,0</b>	<b>2,4</b>	<b>2,6</b>	<b>2,3</b>
davon Herkunft:						
West	2,4	2,4	2,1	2,5	2,7	2,4
Ost	2,1	2,2	1,8	2,2	2,6	2,2
davon Bundesland:						
Hamburg/Schleswig-Holstein	2,5	2,3	2,1	2,4	3,0	2,5
Bremen/Niedersachsen	2,4	2,5	2,2	2,6	2,5	2,3
Nordrhein-Westfalen	2,5	2,5	2,2	2,5	2,8	2,4
Hessen	2,4	2,3	2,1	2,4	2,4	2,3
Rheinland-Pfalz/Saarland	2,4	2,4	2,0	2,4	2,4	2,4
Baden-Württemberg	2,4	2,4	2,0	2,5	2,6	2,3
Bayern	2,4	2,6	2,1	2,5	2,7	2,4
Berlin	2,5	2,7	2,1	2,5	2,9	2,4
Brandenburg	2,3	2,3	2,0	2,2	2,8	2,3
Mecklenburg-Vorpommern	2,0	2,4	1,9	2,1	3,2	2,2
Sachsen	2,0	2,1	1,6	2,1	2,2	2,1
Sachsen-Anhalt	2,0	2,0	1,6	2,0	2,3	2,0
Thüringen	2,1	2,0	1,7	2,0	2,4	2,0
davon Geschlecht:						
männlich	2,4	2,4	2,1	2,5	2,7	2,4
weiblich	2,3	2,3	2,0	2,3	2,6	2,3
davon Alter:						
18 bis unter 25	2,4	2,4	2,0	2,6	3,0	2,6
25 bis unter 30	2,5	2,3	1,9	2,6	3,0	2,5
30 bis unter 40	2,4	2,4	2,1	2,5	2,6	2,5
40 bis unter 50	2,4	2,5	2,1	2,4	2,7	2,4
50 bis unter 65	2,3	2,4	2,1	2,4	2,5	2,3
65 und darüber	2,2	2,3	1,9	2,2	2,5	2,1
darunter soziale Gruppe:						
Erwerbstätiger	2,5	2,5	2,1	2,5	2,7	2,4
Rentner/Vorruhestand	2,2	2,2	1,9	2,2	2,5	2,1
zur Zeit arbeitslos	2,1	2,3	1,9	2,4	2,8	2,2
Selbstständiger/mithelfender Familienangehöriger	2,5	2,5	2,2	2,6	2,7	2,4
Lehrling/Schüler/Student	2,3	2,4	2,0	2,6	3,0	2,5
sonstiges (z. B. Hausfrau/Hausmann)	2,2	2,1	2,2	2,2	2,7	2,3
darunter Schulabschluss:						
8. Klasse	2,2	2,0	1,9	2,3	2,4	2,2
10. Klasse POS, Mittel-, Realschule	2,4	2,4	2,1	2,4	2,7	2,3
12. Klasse EOS, Oberschule, Gymnasium	2,3	2,5	2,1	2,6	2,7	2,4
Fachschule/Hochschule	2,4	2,5	2,0	2,4	2,5	2,3
darunter letzter Leipzig-Besuch:						
noch nie	2,5	2,5	2,2	2,5	2,7	2,4
vor 1990	2,3	2,2	1,9	2,3	2,9	2,2
1991 bis 2000	2,2	2,2	1,9	2,4	2,7	2,2
2000 bis 2004	2,5	2,5	2,0	2,6	2,7	2,3
ab 2005	2,2	2,3	1,8	2,3	2,4	2,2
<b>Gesamt 2007</b>	<b>2,3</b>	<b>*)</b>	<b>2,1</b>	<b>2,4</b>	<b>*)</b>	<b>**)</b>

Quelle: Institut für Marktforschung Leipzig

Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

\*) 2007 nicht erfragt

\*\*) mit 2007 nicht vergleichbar

## Fragebogen für die Deutschlandumfrage 2010 zu Leipzig

- Bitte verraten Sie mir zunächst Ihr Alter.  
(Geschlecht wird vom Interviewer eingetragen.)
1. Wenn Sie an die Stadt Leipzig denken, was fällt Ihnen da ein? Führen Sie bitte ein oder zwei Stichworte an.
  2. Wann waren Sie zuletzt in Leipzig?  
noch nie (dann weiter mit Frage 4)  
Jahr (ungefähr) (dann weiter mit Frage 3)
  3. War dieser letzte Aufenthalt  
a) beruflich oder b) privat
  4. Städte können unter verschiedenen Gesichtspunkten mehr oder weniger sympathisch sein. Bitte antworten Sie mir anhand einer Skala von 1 bis 5. Eine 1 bedeutet „kann ich mir sehr gut vorstellen“ und eine 5 „kann ich mir überhaupt nicht vorstellen“. Mit den Ziffern dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.  
Wie gut können Sie sich vorstellen ...  
a) Leipzig demnächst zu besuchen b) in Leipzig zu wohnen
  5. Ich nenne Ihnen jetzt einige Eigenschaften, die eine Stadt haben kann. Sie sagen mir bitte mit einer Abstufung von 1 bis 5, was aus Ihrer Sicht auf die Stadt Leipzig zutrifft. Eine 1 bedeutet „trifft vollkommen zu“, eine 5 „trifft überhaupt nicht zu“. Mit den Ziffern dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.  
Leipzig ist ...  
a) weltoffen  
b) traditionsverbunden  
c) gepflegt  
d) lebenslustig  
e) fortschrittlich  
f) gastlich  
g) modern  
h) ausländerfreundlich
  6. Wir bleiben bei den Besonderheiten, die eine Stadt haben kann. Sie sagen mir bitte mit einer Abstufung von 1 bis 5, inwieweit aus Ihrer Sicht die folgenden Aussagen auf Leipzig zutreffen. Eine 1 bedeutet „trifft vollkommen zu“, eine 5 „trifft überhaupt nicht zu“. Mit den Ziffern dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.  
Leipzig ist ...  
a) eine Messestadt mit internationaler Bedeutung  
b) die „Drehscheibe“ zwischen Ost und West  
c) ein attraktiver Standort für neue Unternehmen  
d) eine bedeutende Hochschul- und Universitätsstadt  
e) eine wichtige Tagungs- und Kongressstadt  
f) eine umweltbewusste Stadt  
g) eine Medienstadt  
h) eine Stadt für Kreative  
i) eine Stadt, die gute berufliche Chancen bietet  
j) ein attraktives Reiseziel für Touristen  
k) eine Musikstadt von internationaler Bedeutung  
l) eine grüne Stadt  
m) eine kinder- und familienfreundliche Stadt  
n) die Stadt der Friedlichen Revolution 1989

7. Noch einige weitere Fragen zu Leipziger Besonderheiten mit der Abstufung von 1 bis 5 wie eben.

Leipzig ist eine Stadt ...

- a) mit verkehrsgünstiger Lage
  - b) mit guten Zukunftsaussichten
  - c) der Kultur und Künste
  - d) mit europäischer Bedeutung
  - e) mit freundlichen und aufgeschlossenen Menschen
  - f) mit attraktiven Freizeitangeboten
  - g) mit exzellenten Krankenhäusern und Gesundheitseinrichtungen
  - h) mit guten Einkaufsmöglichkeiten
  - i) des Sports
  - j) in einer Seenlandschaft
- Zum Abschluss noch einige Fragen zur Statistik: Welcher sozialen Gruppe ordnen Sie sich selbst zu?  
*Erwerbstätiger*  
*Rentner/ Vorruhestand*  
*zur Zeit arbeitslos*  
*Selbständiger/ mithelfender Familienangehöriger*  
*Lehrling/ Schüler/ Student*  
*sonstiges (z. B. Hausfrau/ Hausmann)*
  - Welchen Schulabschluss haben Sie?  
*keinen/unter 8 Klassen*  
*8. Klasse*  
*10. Klasse POS, Mittel-, Realschule*  
*12. Klasse EOS, Oberschule, Gymnasium*  
*abgeschlossenes Fachschul-/Hochschulstudium*  
*noch Schüler/Student*
  - Und sagen Sie mir bitte noch, wie viele Personen ab 18 Jahre gehören insgesamt zu Ihrem Haushalt?

Die Zuordnung der Befragten zu den Bundesländern erfolgt auf Basis der Vorwahl-Nummer.

## Veröffentlichungsverzeichnis

Statistisches Jahrbuch der Stadt Leipzig (jährlich) (je 25,- €)  
Statistischer Quartalsbericht (vierteljährlich) (je 7,- €)

### 2010

Kommunale Bürgerumfrage 2009 - Ergebnisbericht (15,- €)

### 2009

Strukturatlas Leipzig 2009 - Karten von Leipzig nach Ortsteilen (15,- €)  
Leipziger Brücken III: Parthefließgewässer (8,- €)  
Bundestagswahl am 27. September in Leipzig – Ergebnisse und Analysen (5,- €)  
Kommunalwahlen 2009 in Leipzig – Ergebnisse und Analysen (5,- €)  
Landtagswahl am 30. August in Leipzig – Ergebnisse und Analysen (5,- €)  
Europawahl am 7. Juni 2009 in Leipzig – Ergebnisse und Analysen (5,- €)  
Bevölkerungsvorausschätzung 2009 für die Stadt Leipzig (5,- €)  
Kommunale Bürgerumfrage 2008 - Ergebnisbericht (15,- €)  
Straßenabschnittsverzeichnis 2009 (7,50 €)  
Menschen mit Behinderungen in Leipzig 2007 (10,- €)  
Vorbericht für Wahlen 2009 (5,- €)

### 2008

Besucherbefragung Weihnachtsmarkt 2008 - Ergebnisbericht (10,- €)  
Stadt - Umland - Region Leipzig 2008 (10,- €)  
Leipziger Brücken II: Elsterfließgewässer (10,- €)  
Leipziger Brücken I: Pleißfließgewässer (10,- €)  
Ortsteilkatalog 2008 (25,- €)  
Zuwanderung nach Leipzig 2007 - Ergebnisbericht (10,- €)  
Das Image der Universität Leipzig – Ergebnisse von Erhebungen 2007 (15,- €)  
Kommunale Bürgerumfrage 2007 - Ergebnisbericht (15,- €)  
Umfrage zur Sicherheit in Leipzig 2007 - Ergebnisbericht (15,- €)  
Bürgerentscheid am 27.01.2008 (5,- €)

### 2007

Strukturatlas Leipzig 2007 - Karten von Leipzig nach Ortsteilen (15,- €)  
EU-Umfrage 2006 zur Lebensqualität in Städten (5,- €)  
Bevölkerungsvorausschätzung für die Stadt Leipzig 2007 (5,- €)  
Kommunale Bürgerumfrage 2006 - Ergebnisbericht (15,- €)  
Deutschland-Umfrage zu Leipzig 2007 (7,- €)  
Freizeit in Leipzig 2006 (15,- €)  
Straßenabschnittsverzeichnis 2007 (7,50 €)

### 2006

Ausländer in der Stadt Leipzig 2006 (15,- €)  
Ortsteilkatalog 2006 (25,- €)  
Besucherbefragung Volkshochschule 2006 – Ergebnisübersicht (5,- €)  
Kommunale Bürgerumfrage 2005 – Ergebnisübersicht (15,- €)  
Oberbürgermeisterwahl 2006 in Leipzig – endgültige Ergebnisse (5,- €)  
Oberbürgermeisterneuwahl 26.02.2006 – vorläufige Ergebnisse (5,- €)  
Oberbürgermeisterwahl am 05.02.2006 – vorläufige Ergebnisse (5,- €)  
Landtagswiederholungswahl 22.01.2006 im Wahlkreis 31 - Leipzig 7 (5,- €)

Die Veröffentlichungen des Amtes für Statistik und Wahlen können wie folgt bezogen werden:

Postbezug (zuzüglich Versandkosten):	Direktbezug:
Stadt Leipzig, Amt für Statistik und Wahlen	Stadt Leipzig, Amt für Statistik und Wahlen
04092 Leipzig	Burgplatz 1, Stadthaus, Raum 228

Alle Veröffentlichungen des Amtes für Statistik und Wahlen liegen in der Bibliothek des Amtes zur Einsicht aus, ebenso die Veröffentlichungen des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen, des Statistischen Bundesamtes, weiterer deutscher Städte, des Deutschen Städtetages und andere. Statistische Auskünfte erhalten Sie unter:

Fon 0341 123-2847, Fax 0341 123-2845 bzw. E-Mail [statistik-wahlen@leipzig.de](mailto:statistik-wahlen@leipzig.de)