

Präsentation der Ergebnisse der repräsentativen Umfragen am 11. März 2013, Bundesgymnasium Klosterneuburg



DIESES PROJEKT DER STADTERNEUERUNG UND -ENTWICKLUNG
WURDE AUS MITTELN DER EUROPÄISCHEN UNION KOFINANZIERT.

EUROPÄISCHER FONDS FÜR REGIONALE ENTWICKLUNG (EFRE)
EINE INVESTITION IN IHRE ZUKUNFT.



EGGER & PARTNER[©]

Netzwerk für Standortentwicklung & Standortmanagement



Umsetzungsorientierte, breit getragene und nachhaltige **Stadt- & Ortsentwicklung**



stadt- & ortsentwicklung

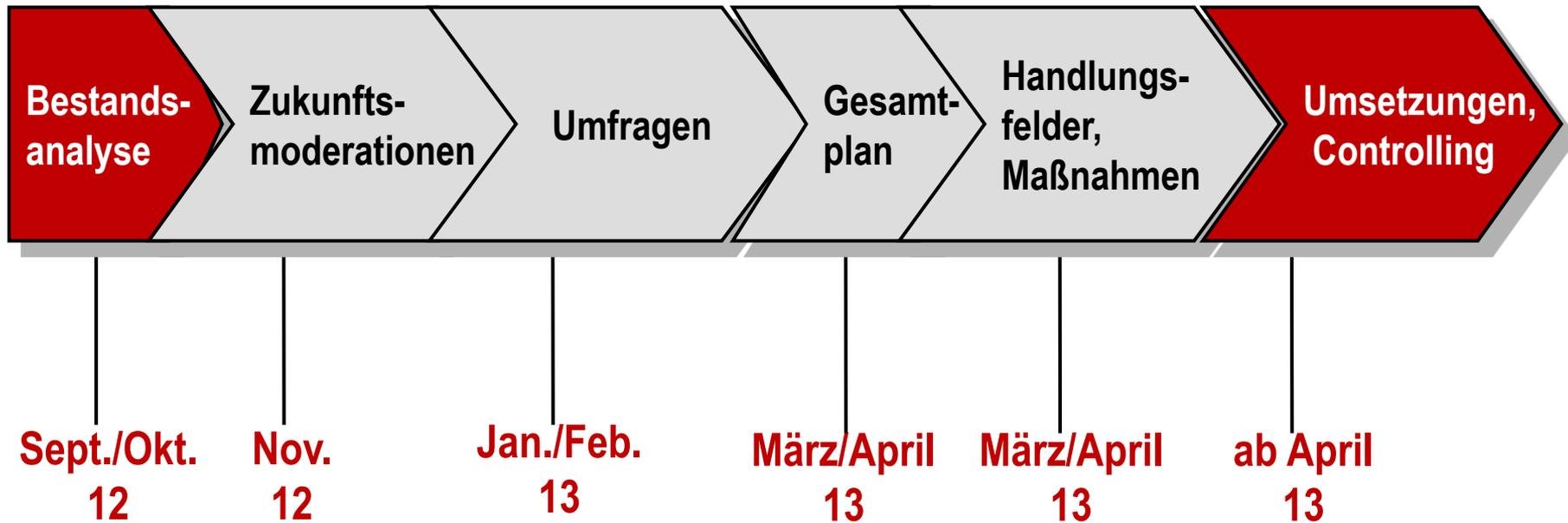
gemeinsam für klosterneuburg

mitdenken | mitreden | mitgestalten

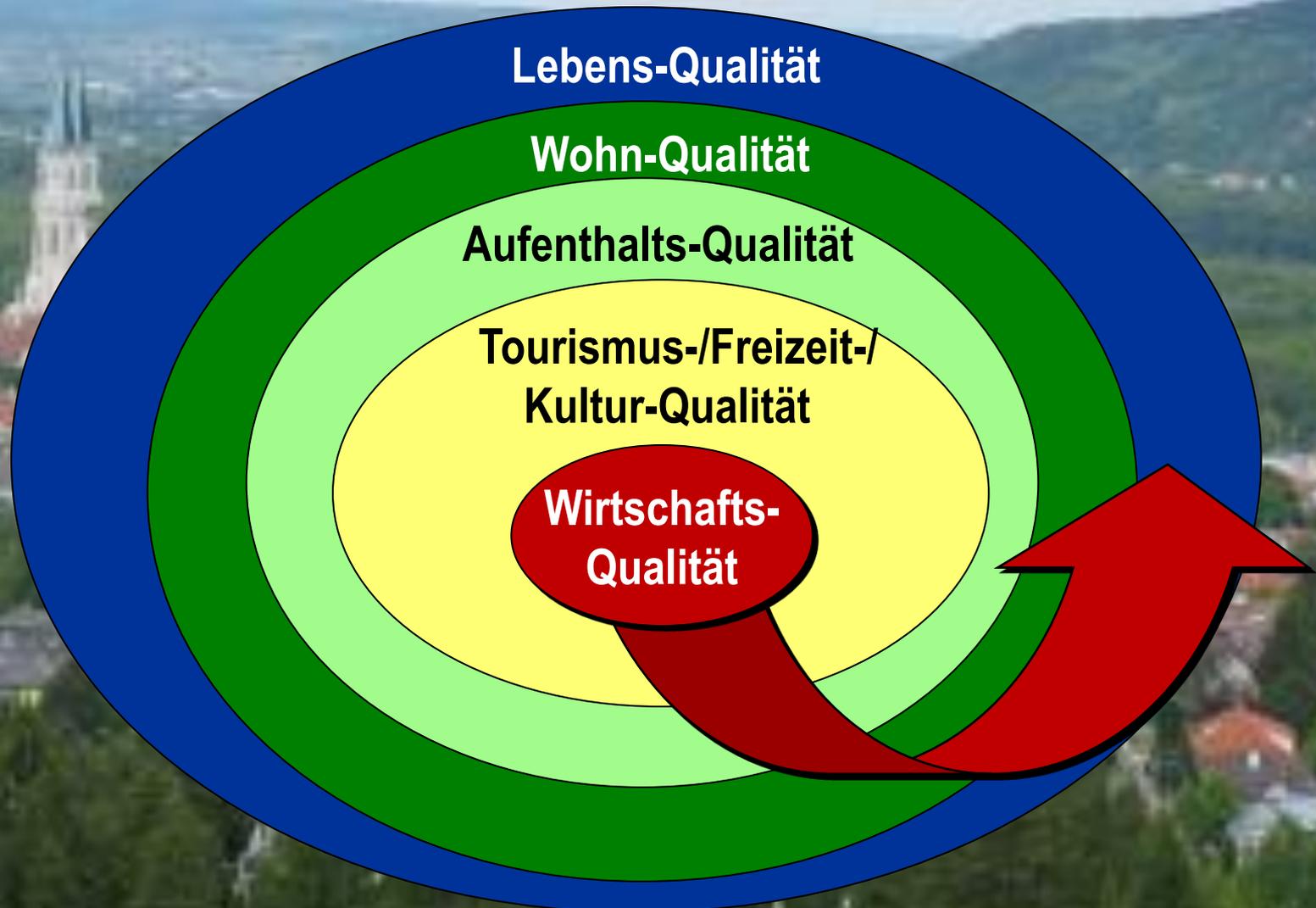
Ablauf

- 1. Meilensteine des Stadt- & Ortsentwicklungs-Prozesses**
- 2. Präsentation der Ergebnisse der repräsentativen Bevölkerungs- und Kundenbefragung**
- 3. Arbeitssitzung der sechs Umsetzungsteams**

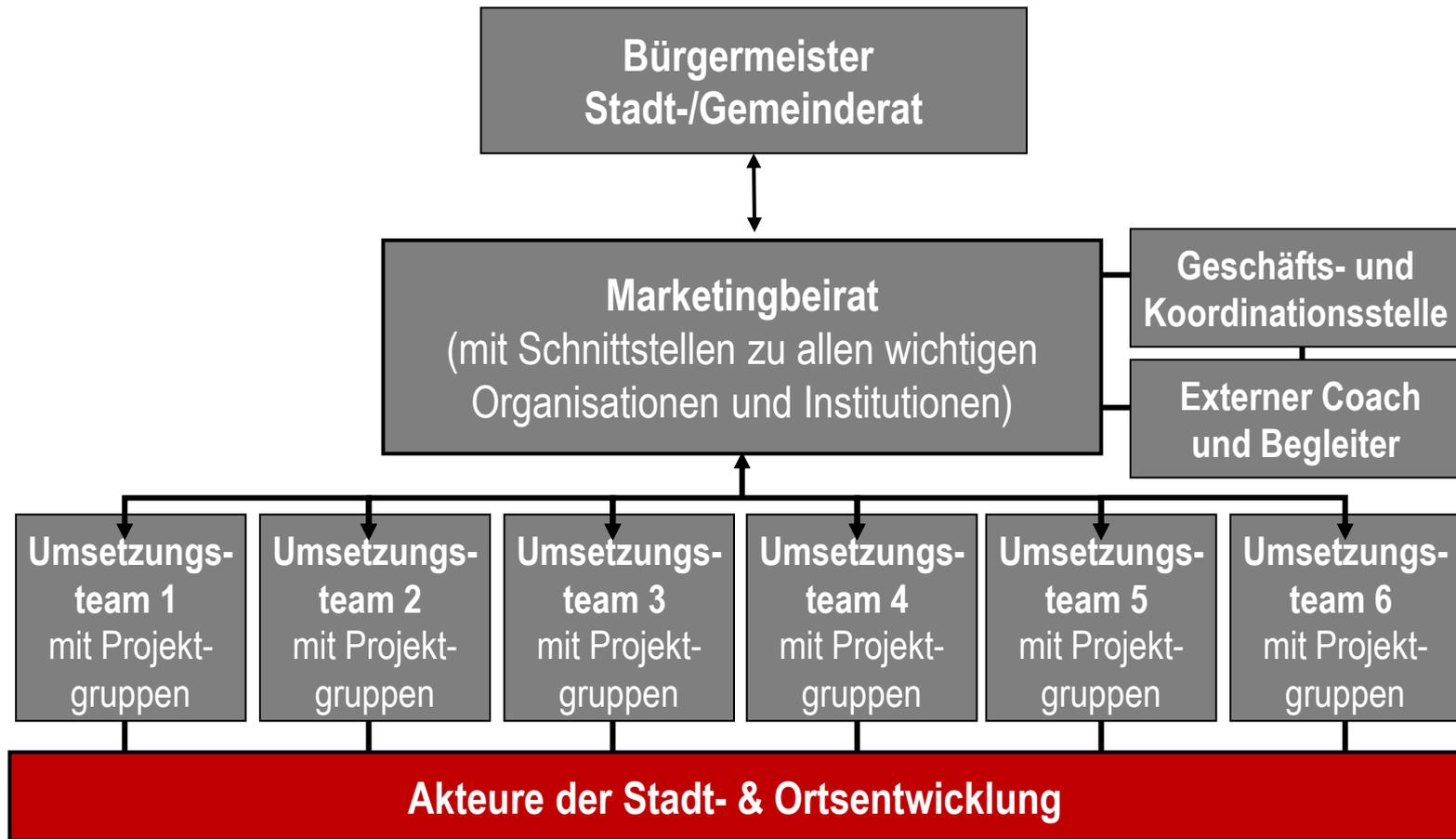
Meilensteine inkl. Zeitplanung



Ziele einer umfassenden Stadt- & Ortsentwicklung



Organisation der Stadt- & Ortsentwicklung



Instrumente der Stadt - & Ortsentwicklung

- ◆ **Repräsentative Bevölkerungs- und Kundenbefragung**
- ◆ **Marketing- und Strategiehandbuch des Standortmarketings**
- ◆ **Markenhandbuch der Marke Klosterneuburg**
- ◆ **Projekt- und Budgetplanung 2013**

Hintergrundinfos zu den Umfragen

Zwei Fragebögen:

- Fragebogen 1: **Bevölkerungsbefragung**
Identitätsmuster (DNA) der Marke Klosterneuburg
- Fragebogen 2: **Kundenbefragung**
Stadtmarketing-relevante Themen

Arten der Befragung:

- Bevölkerungsbefragung mittels Online-Fragebogen
- Haushaltsbefragung in Klosterneuburg durch InterviewerInnen
- Haushaltsbefragung im Einzugsbereich durch InterviewerInnen
- Kundenbefragung: Verteilung durch Klosterneuburger Betriebe

Ergebnisse der repräsentativen Bevölkerungsbefragung / Identitätsmuster (DNA) der Marke Klosterneuburg



Detailinformationen zur repräsentativen Bevölkerungsbefragung

- Thema der Umfrage:** Identitätsmuster (DNA) der Marke Klosterneuburg
- Art der Umfrage:** Bevölkerungsbefragung mittels Online-Fragebogen und schriftlicher Haushaltsbefragung
- Grundgesamtheit:** Bevölkerung in der Stadtgemeinde Klosterneuburg

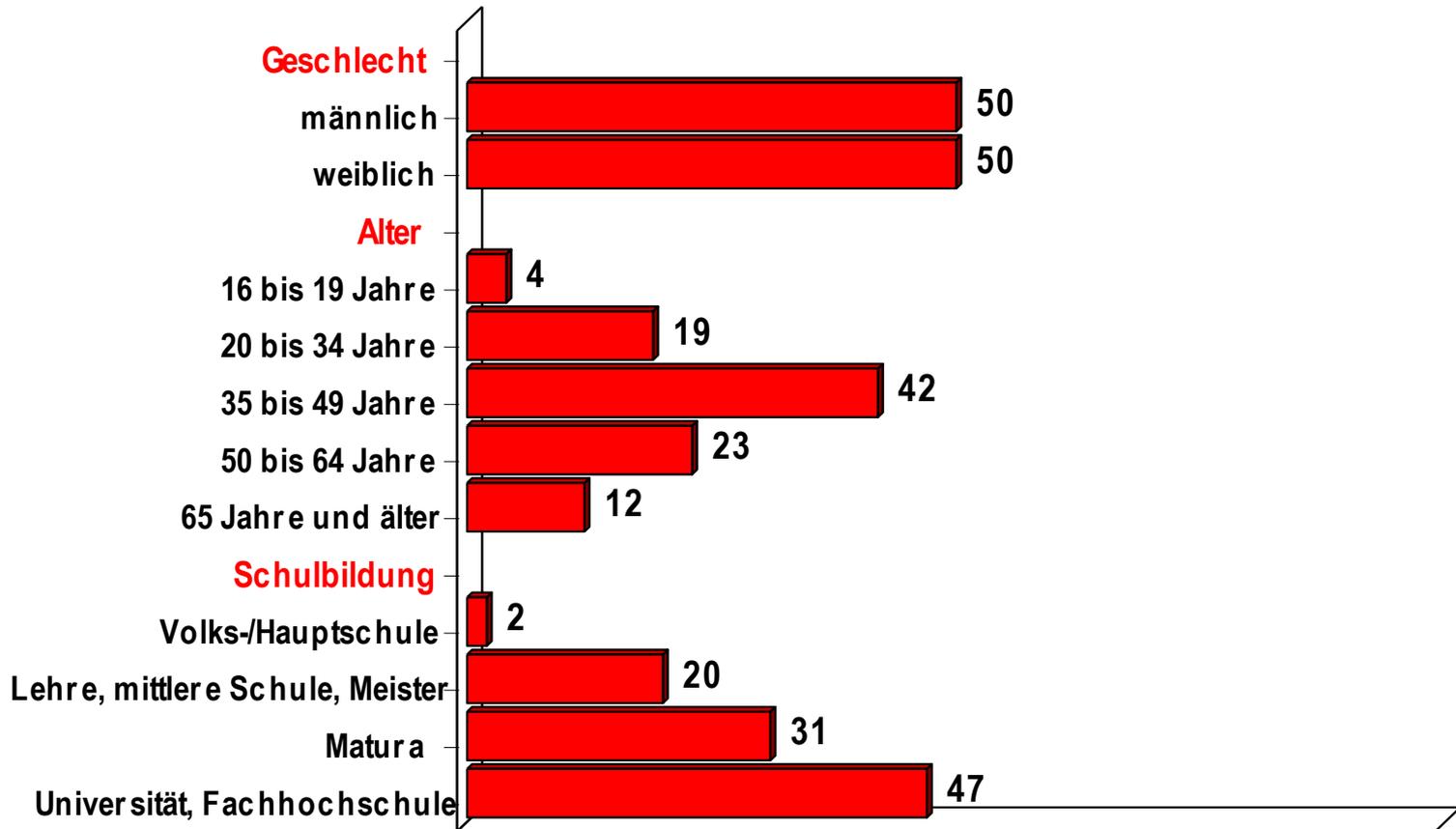
Detailinformationen zur repräsentativen Bevölkerungsbefragung

Stichprobe: n = 621 Interviews

**max. statistische
Fehlerrspanne:** +/- 4,1 %

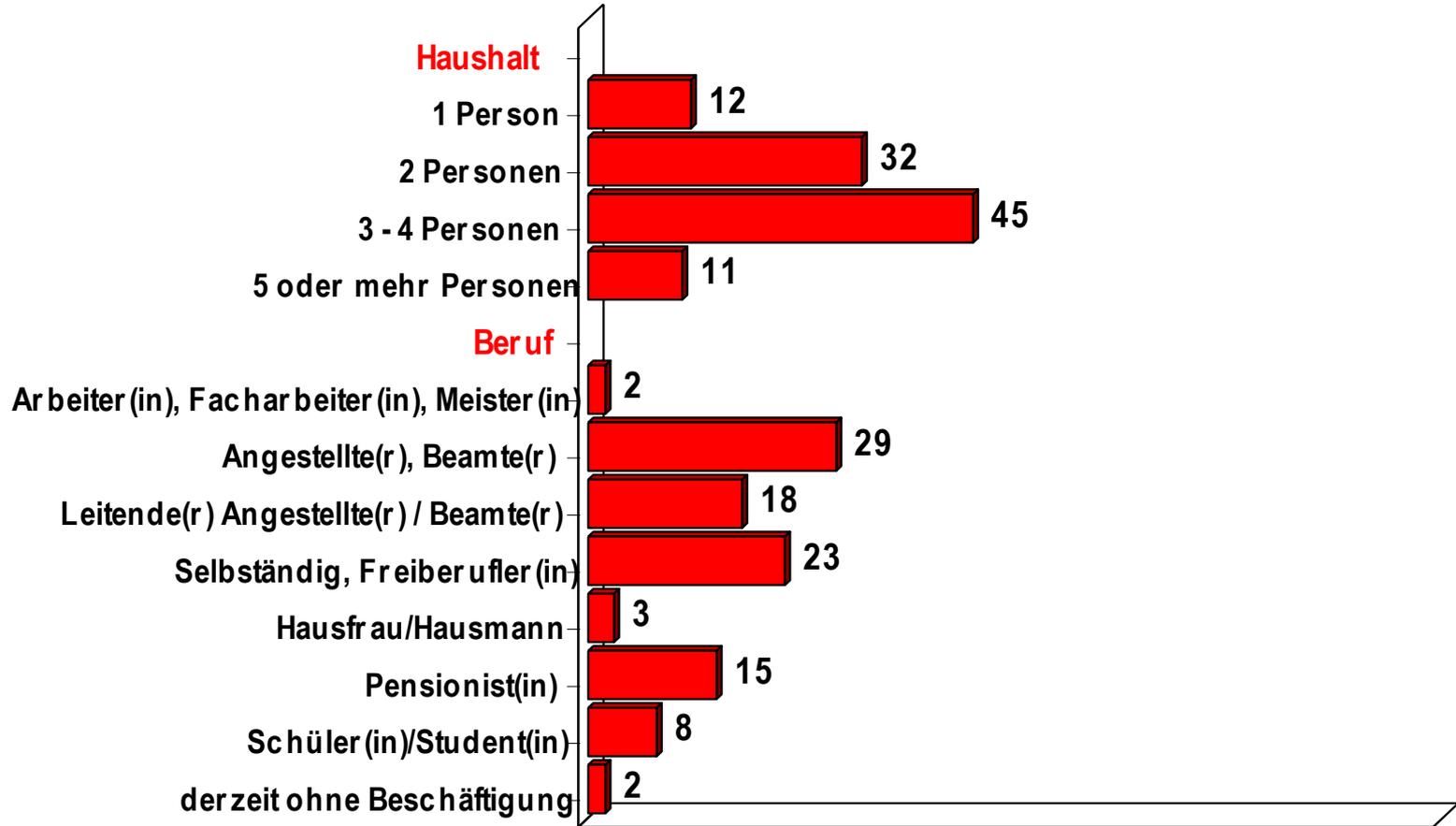
Befragungszeit: Januar/Februar 2013

Soziodemographische Daten - Bevölkerungsbefragung Klosterneuburg



Werte in Prozent

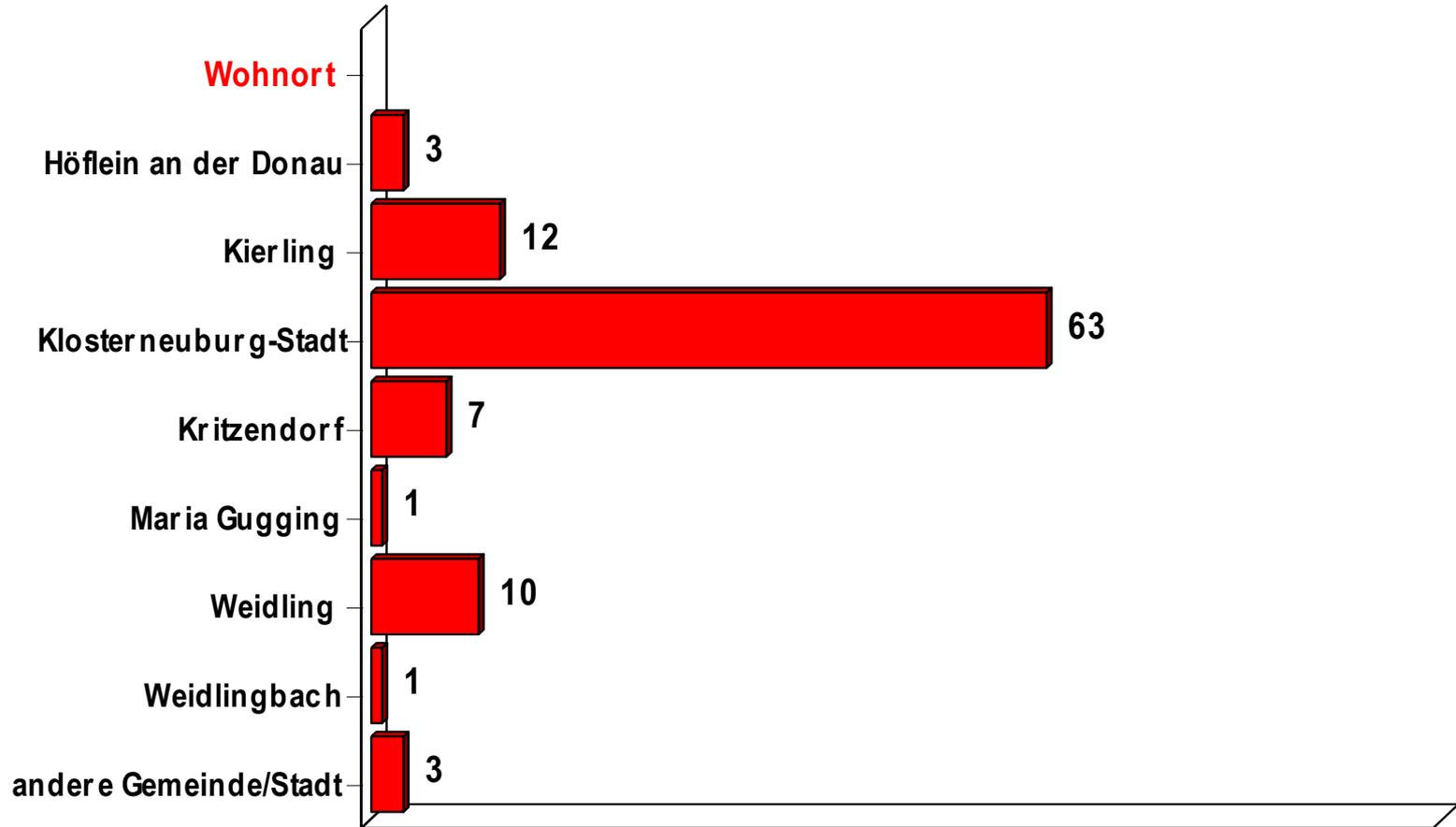
Soziodemographische Daten - Bevölkerungsbefragung Klosterneuburg



Fortsetzung 1

Werte in Prozent

Soziodemographische Daten - Bevölkerungsbefragung Klosterneuburg

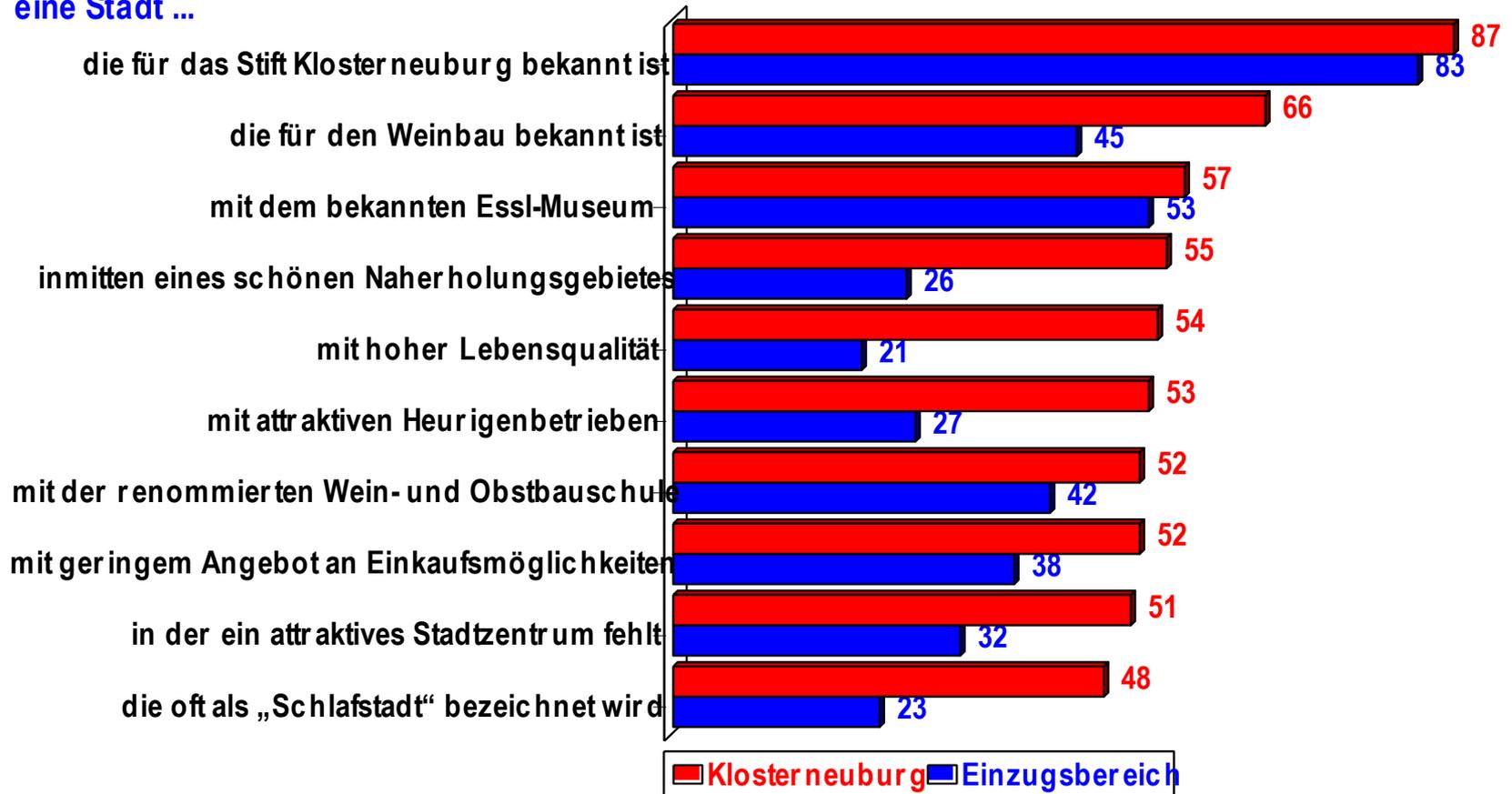


Fortsetzung 2

Werte in Prozent

Was ist die Stadtgemeinde Klosterneuburg für Sie heute ?

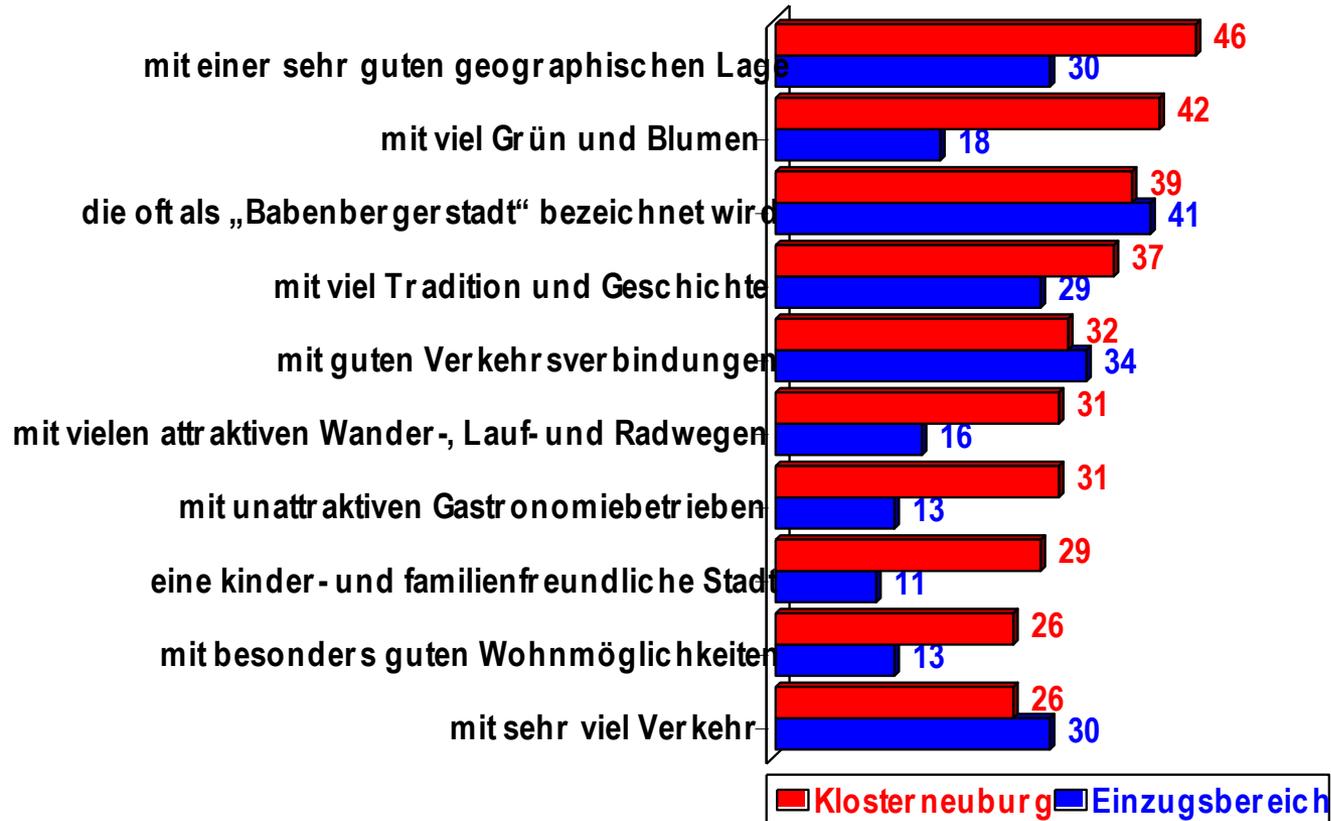
eine Stadt ...



Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

Was ist die Stadtgemeinde Klosterneuburg für Sie heute?

eine Stadt ...

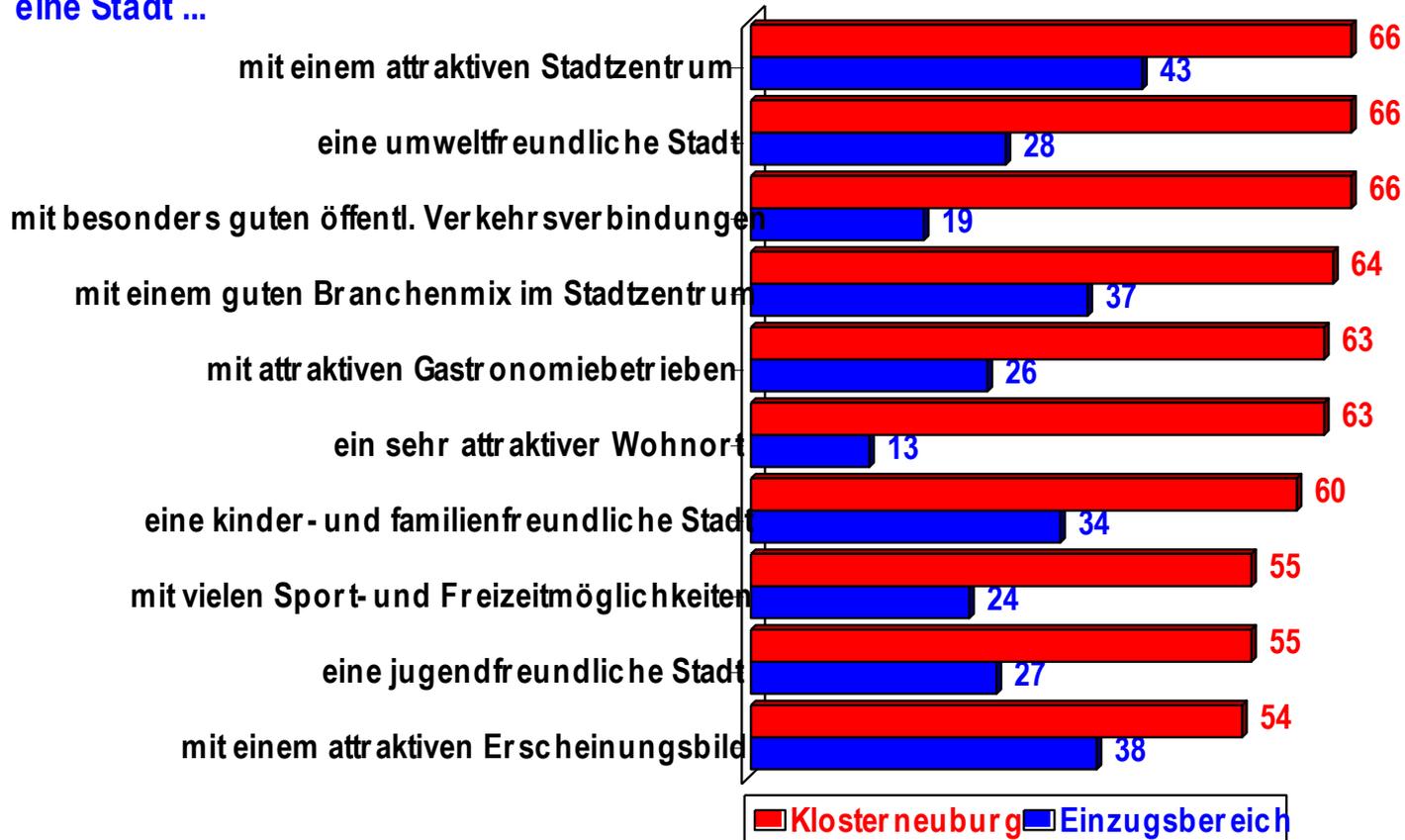


Fortsetzung

Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

Die Stadtgemeinde Klosterneuburg für Sie idealerweise in fünf bis zehn Jahren

eine Stadt ...



Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

Die Stadtgemeinde Klosterneuburg für Sie idealerweise in fünf bis zehn Jahren

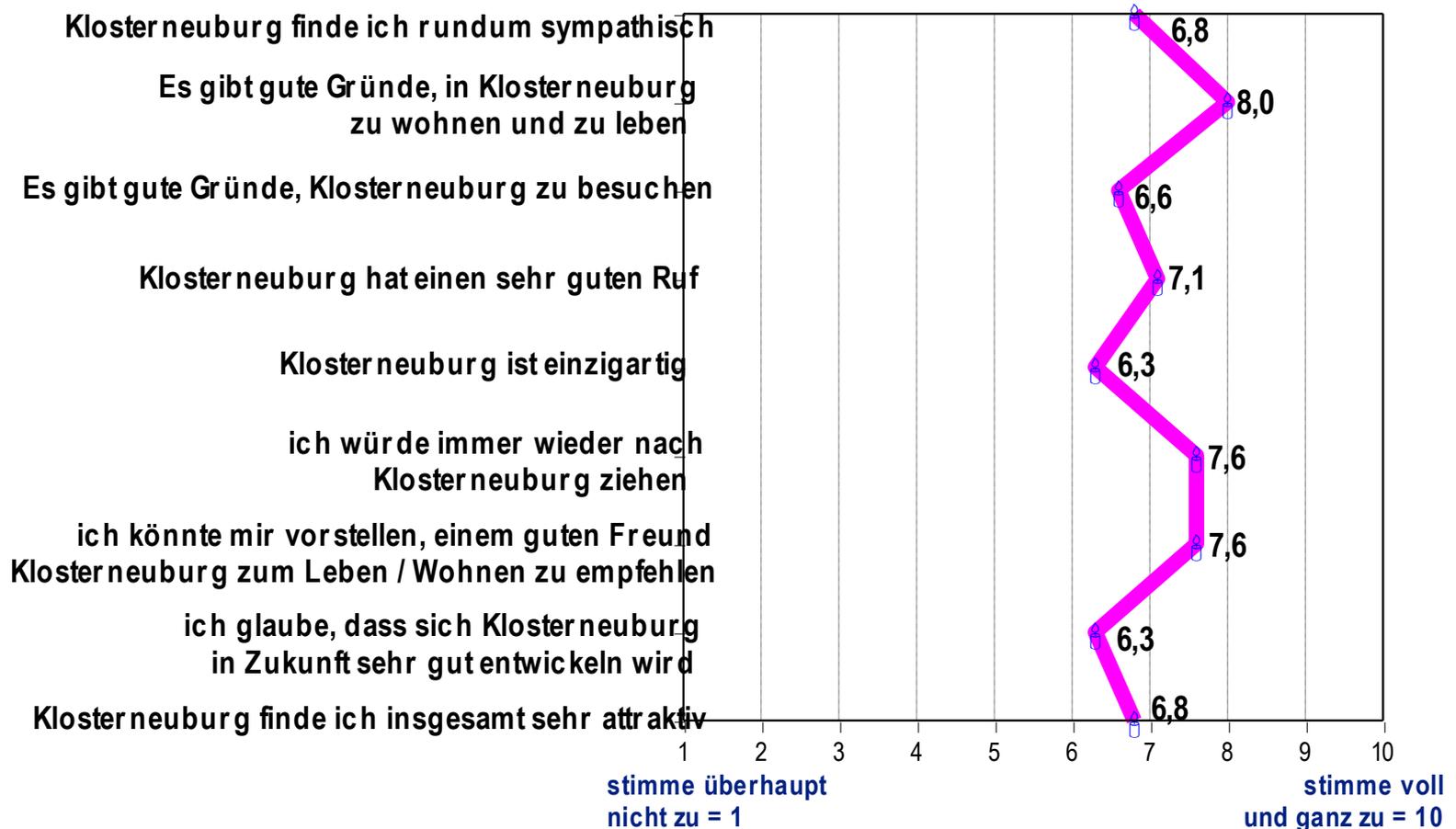
eine Stadt ...



Fortsetzung

Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

Bewertung der allgemeinen Aussagen über die Stadtgemeinde Klosterneuburg



Unterschied zwischen Zustimmung und Treiberwirkung

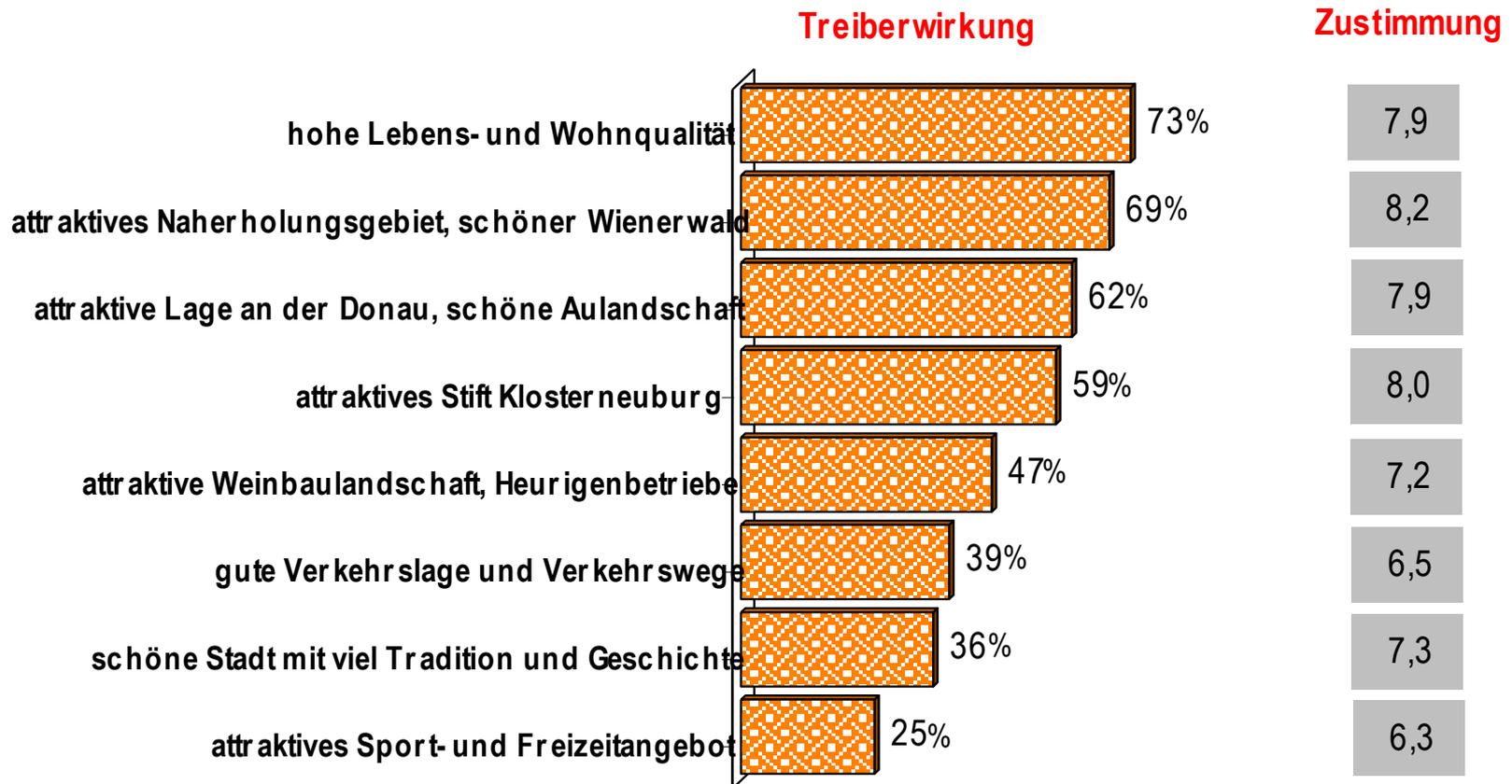
Zustimmung

Durchschnittswert,
der ausweist, wie eine
Gegebenheit
Klosterneuburgs
bewertet wird

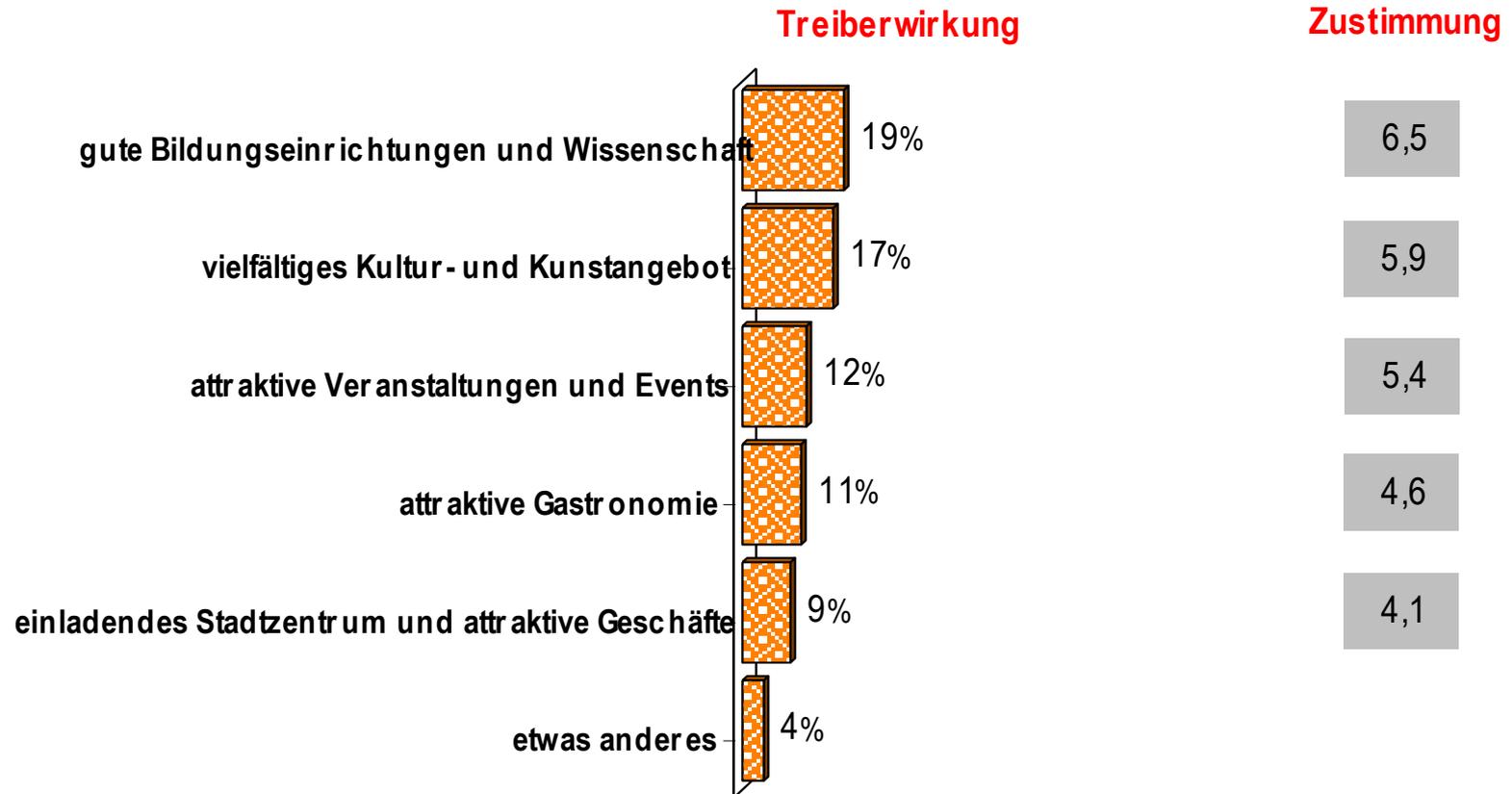
Treiberwirkung

Prozentwert,
der ausweist, wie sich
diese Gegebenheit
auf die Attraktivität
Klosterneuburgs
auswirkt

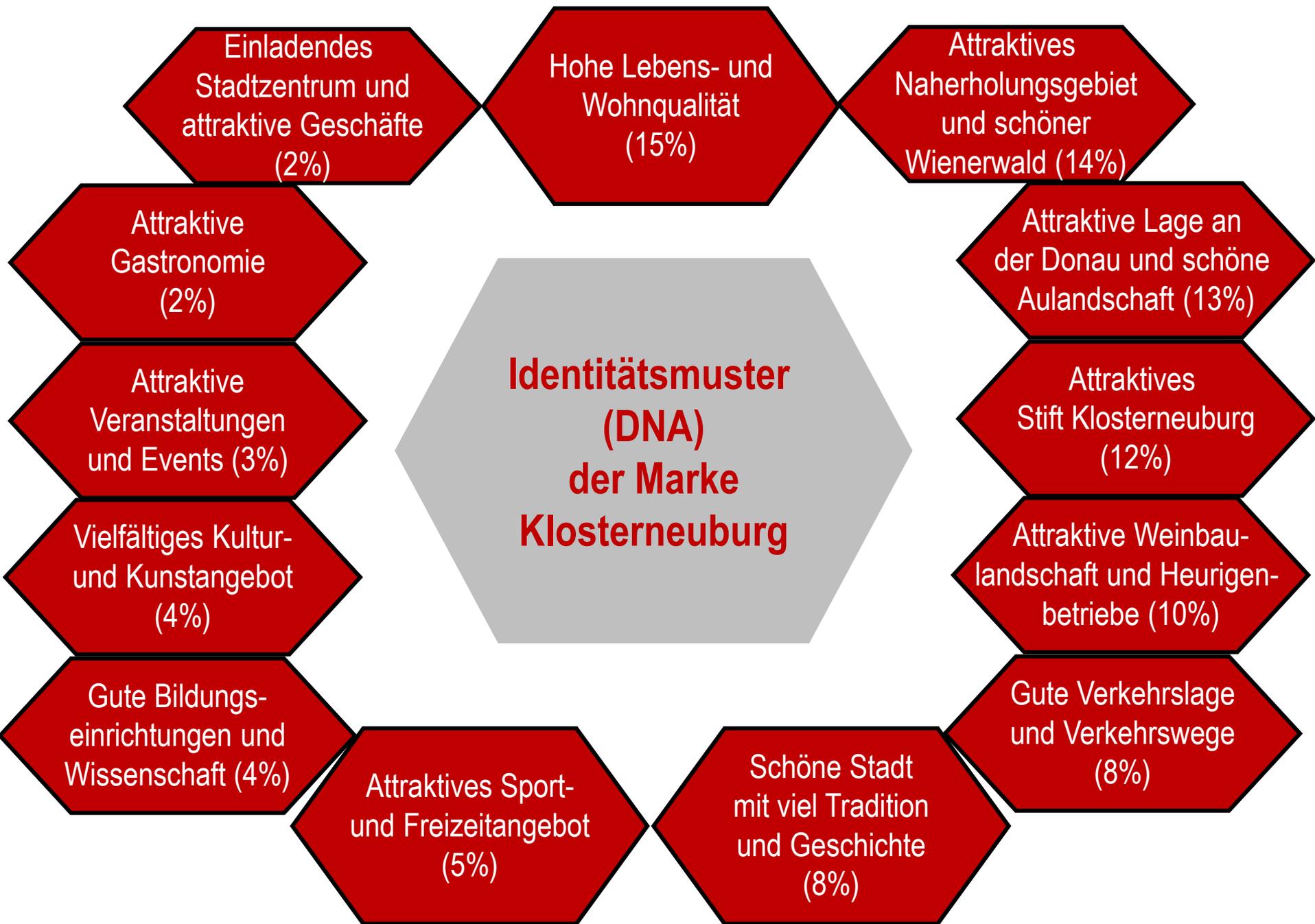
Aussagen, die sich auf die Attraktivität der Stadtgemeinde Klosterneuburg am meisten auswirken?



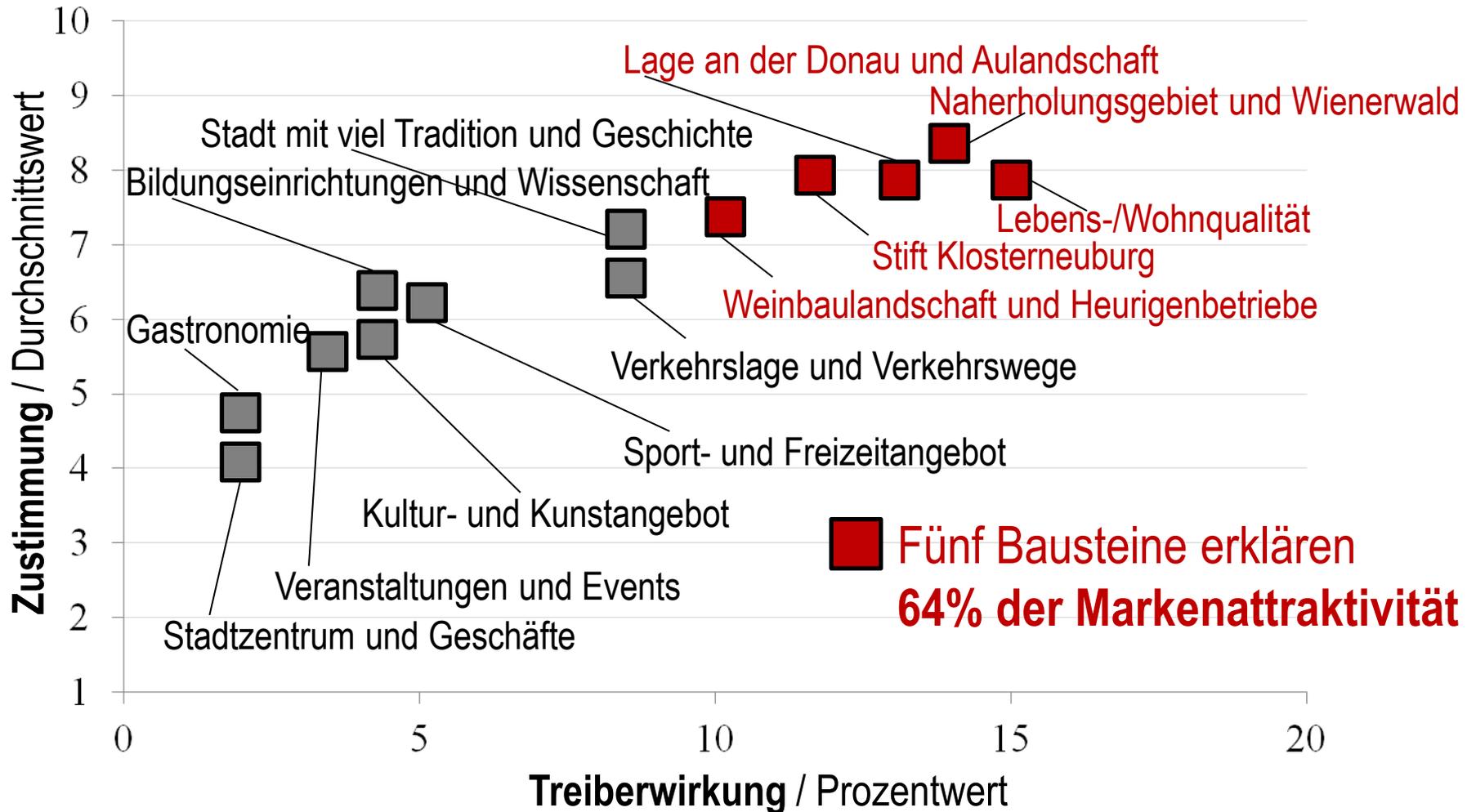
Aussagen, die sich auf die Attraktivität der Stadtgemeinde Klosterneuburg am meisten auswirken?



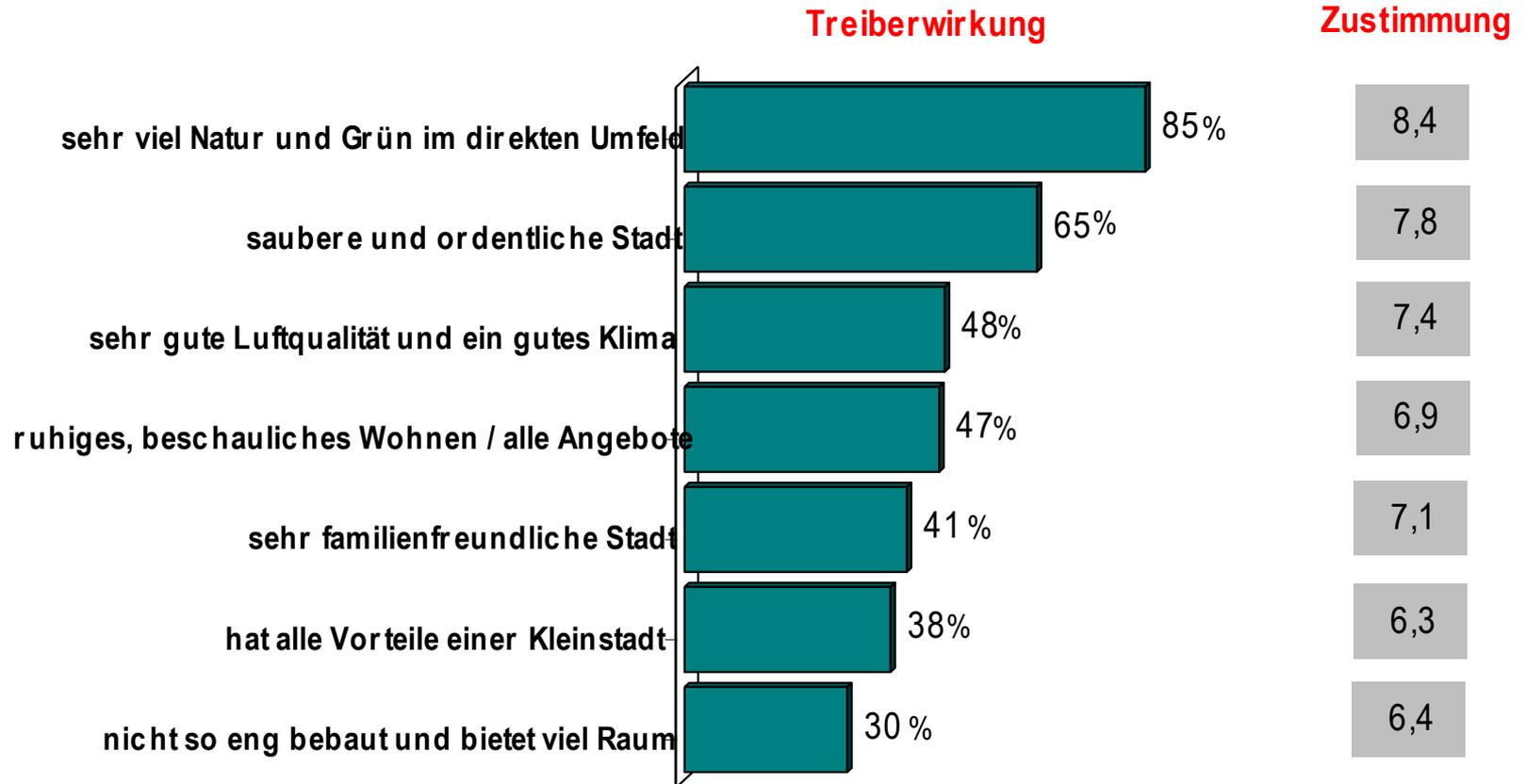
Fortsetzung



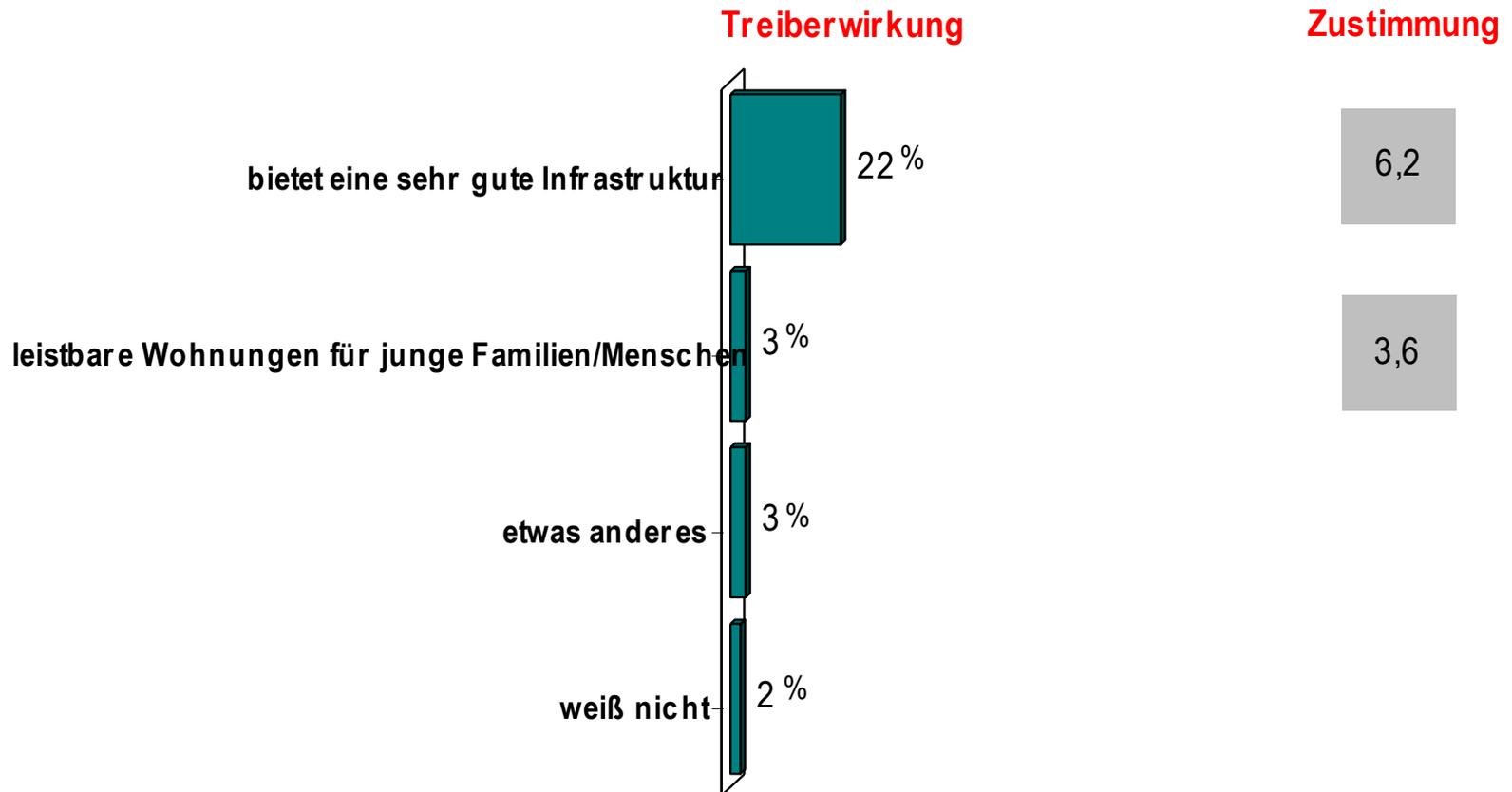
Markenbausteine im Überblick



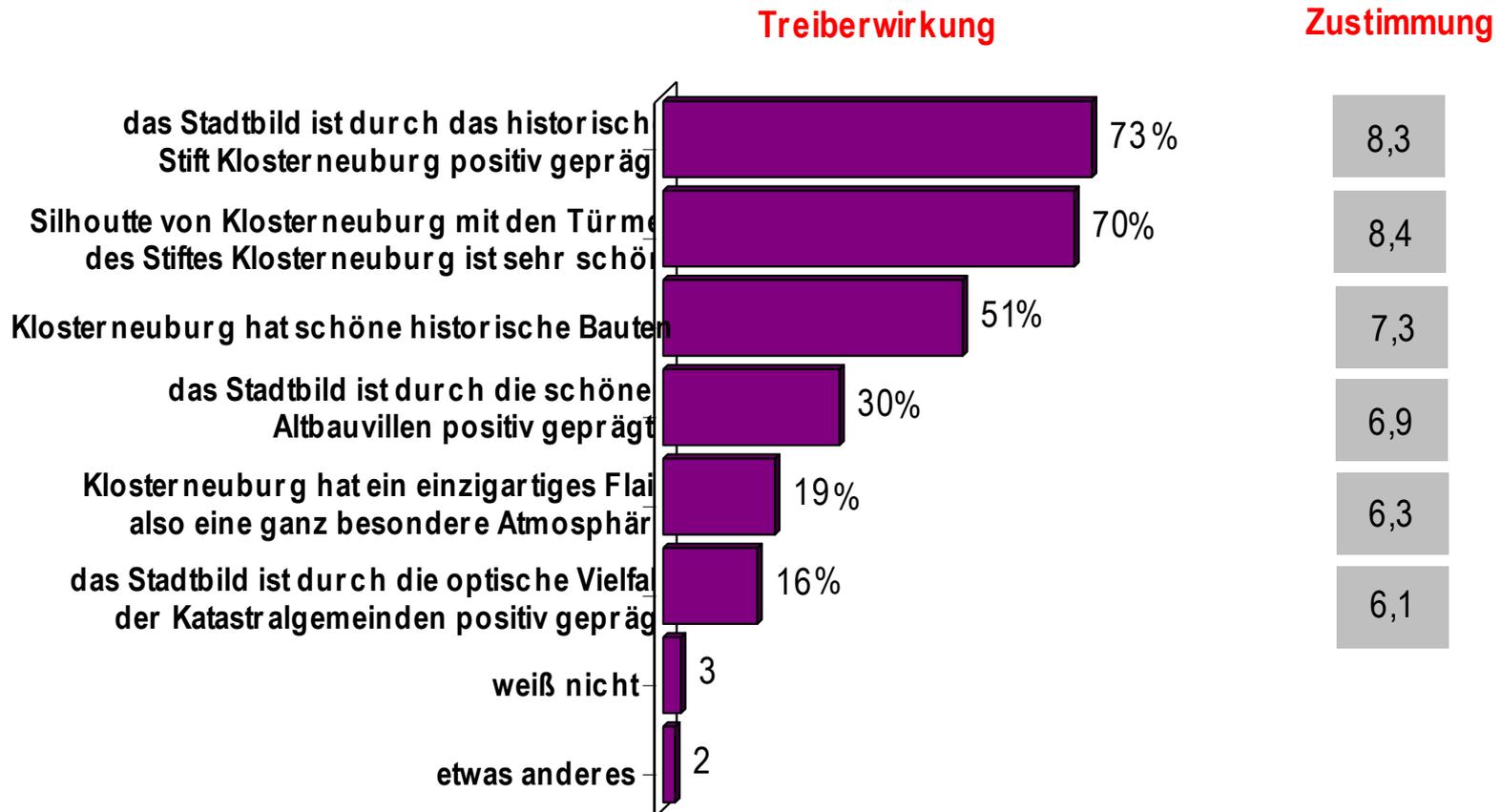
Aussagen, die sich auf den Bereich “ Hohe Lebens- und Wohnqualität” in Klosterneuburg am meisten auswirken?



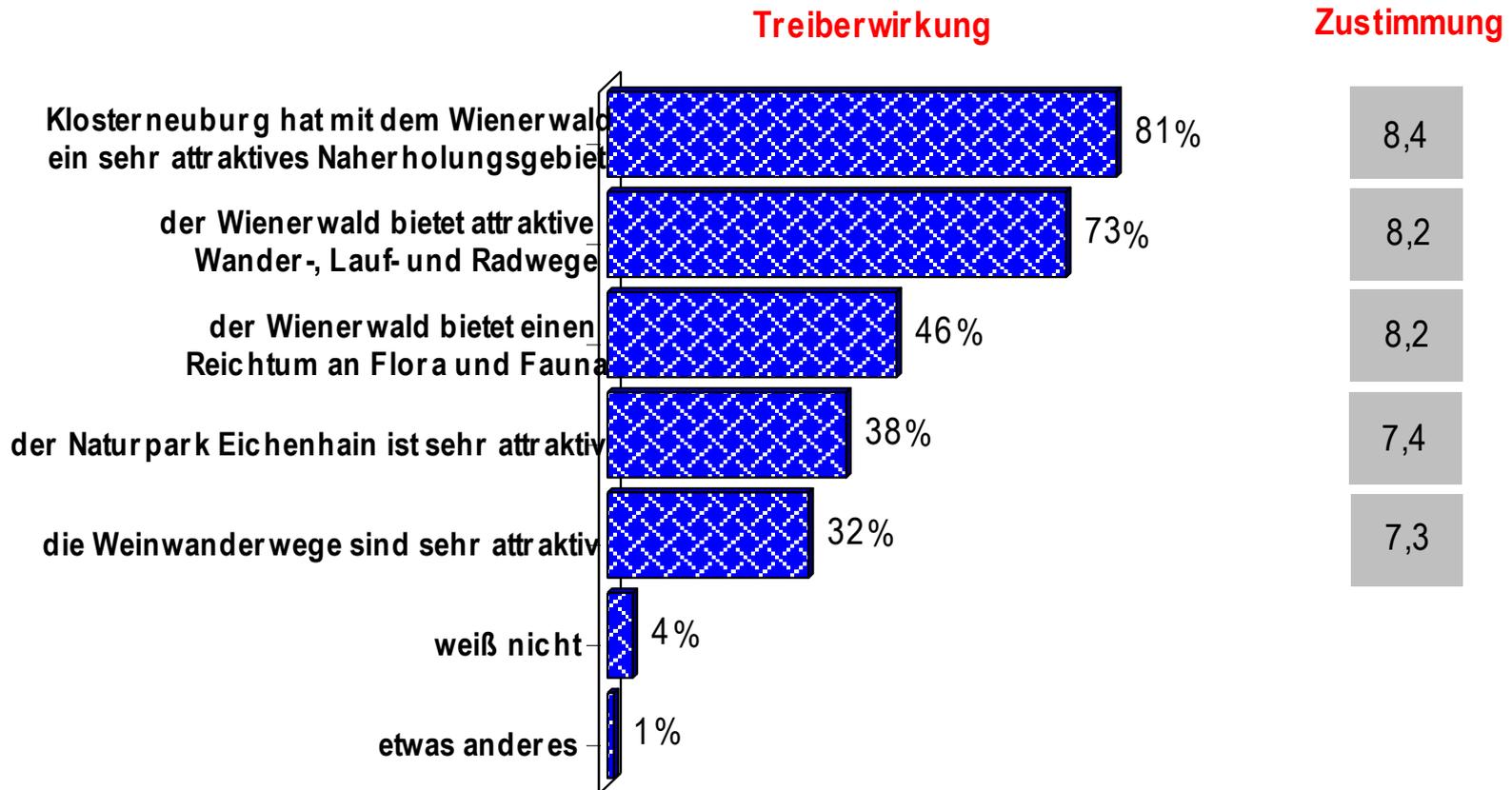
Aussagen, die sich auf den Bereich “ Hohe Lebens- und Wohnqualität” in Klosterneuburg am meisten auswirken?



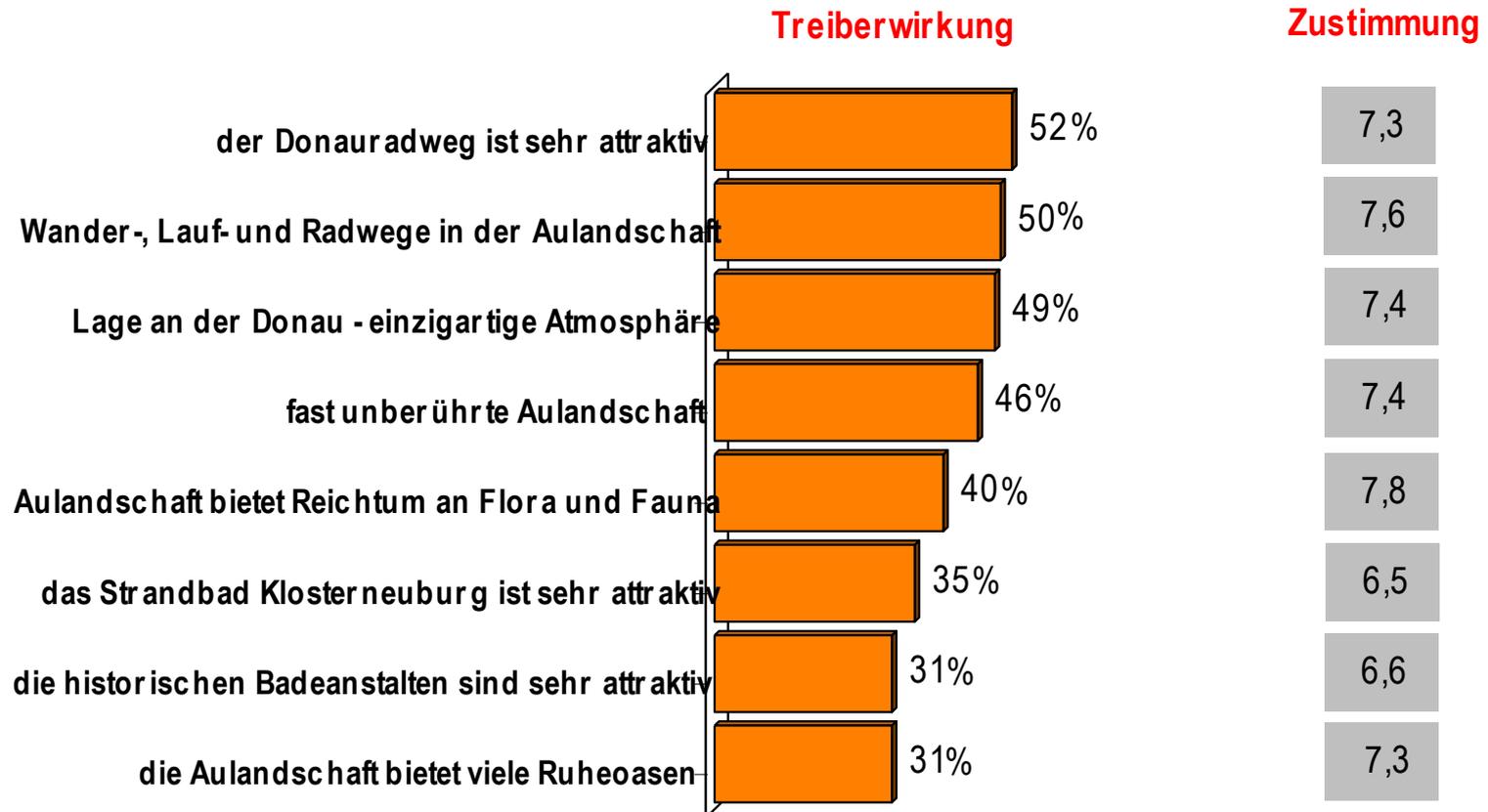
Aussagen, die sich auf den Bereich “Schöne Stadt Klosterneuburg mit viel Tradition und Geschichte” am meisten auswirken?



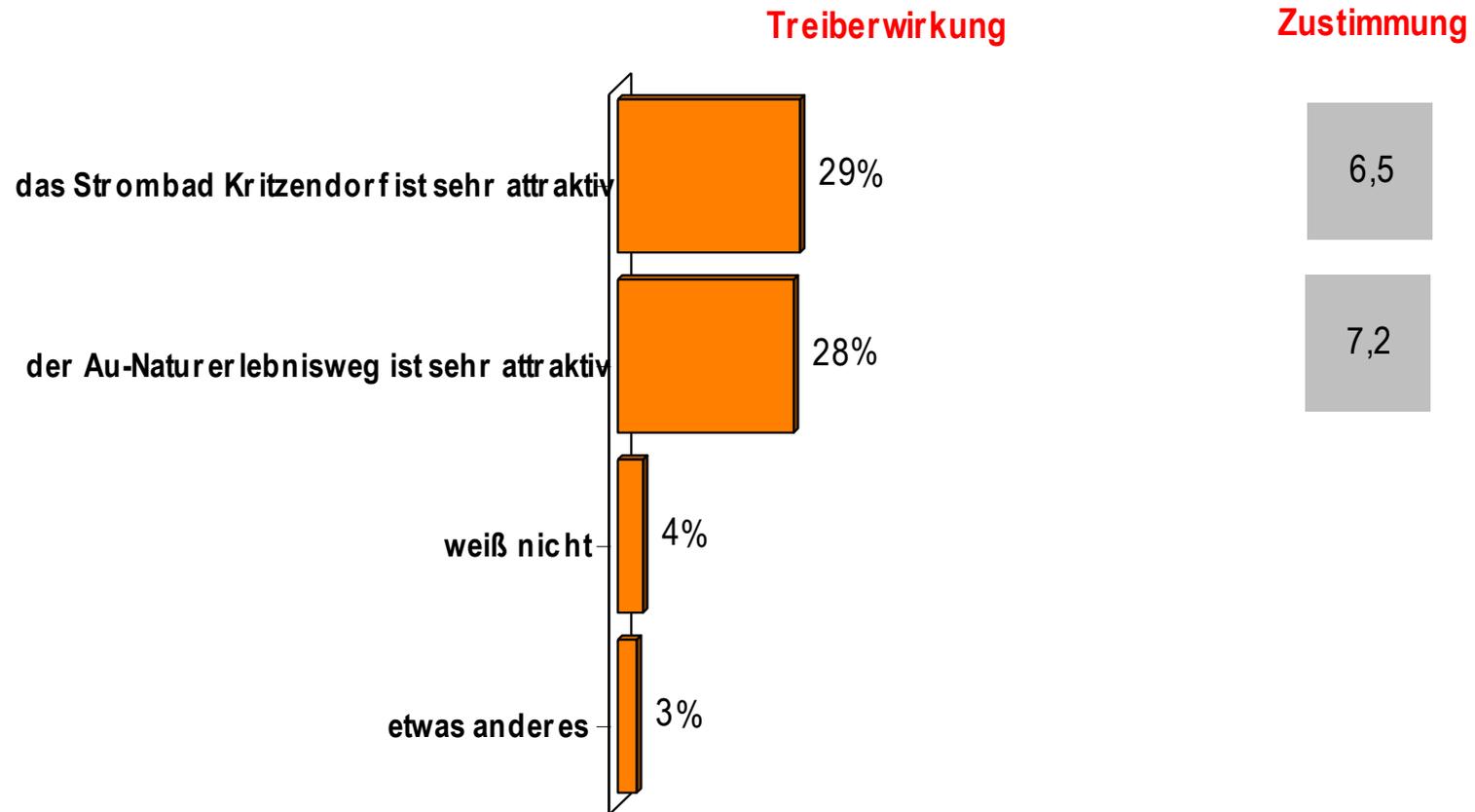
Aussagen, die sich auf den Bereich **“Attraktives Naherholungsgebiet und schöner Wienerwald von Klosterneuburg** am meisten auswirken?



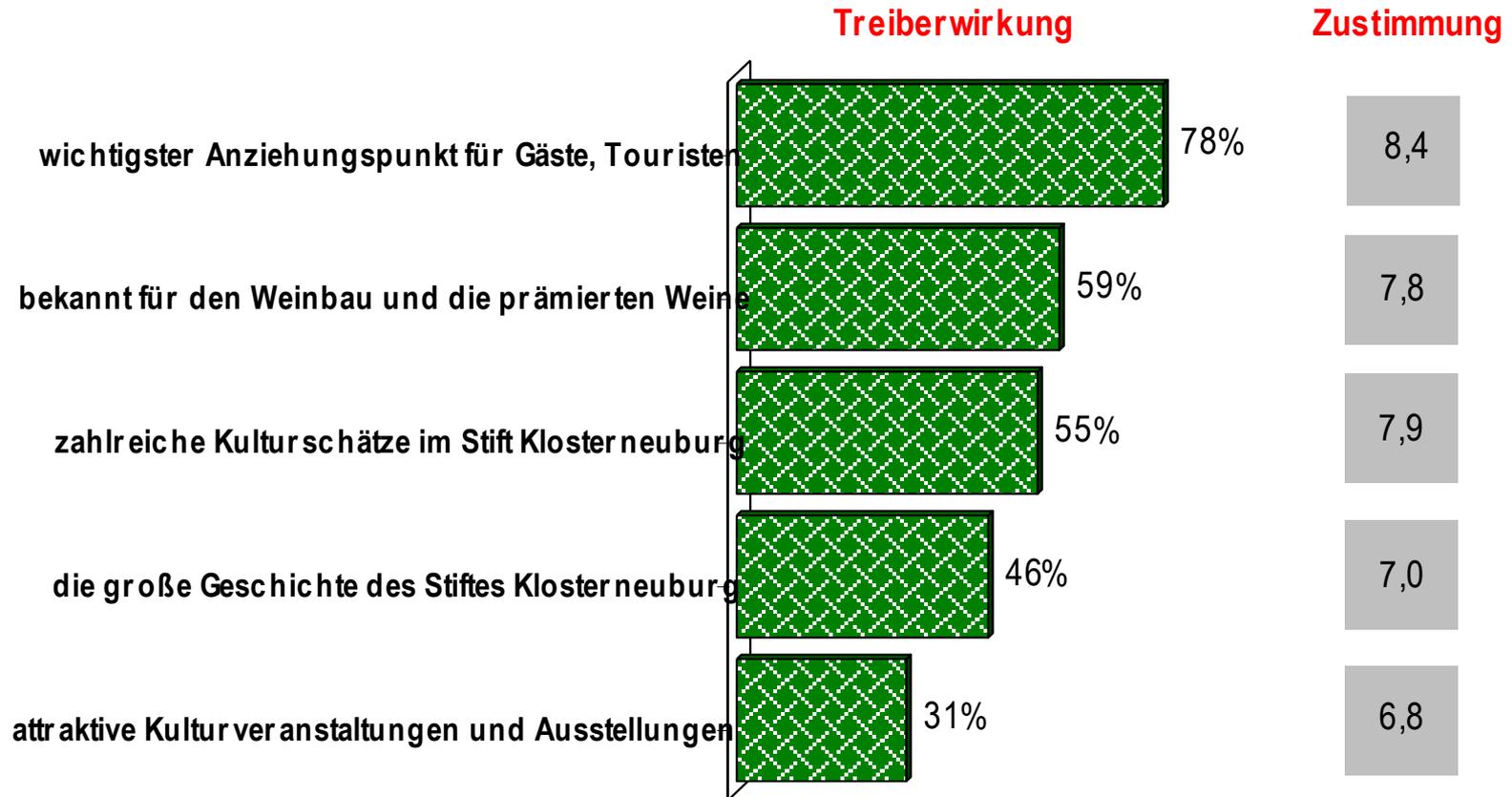
Aussagen, die sich auf den Bereich **“Attraktive Lage an der Donau und schöne Aulandschaft von Klosterneuburg** am meisten auswirken?



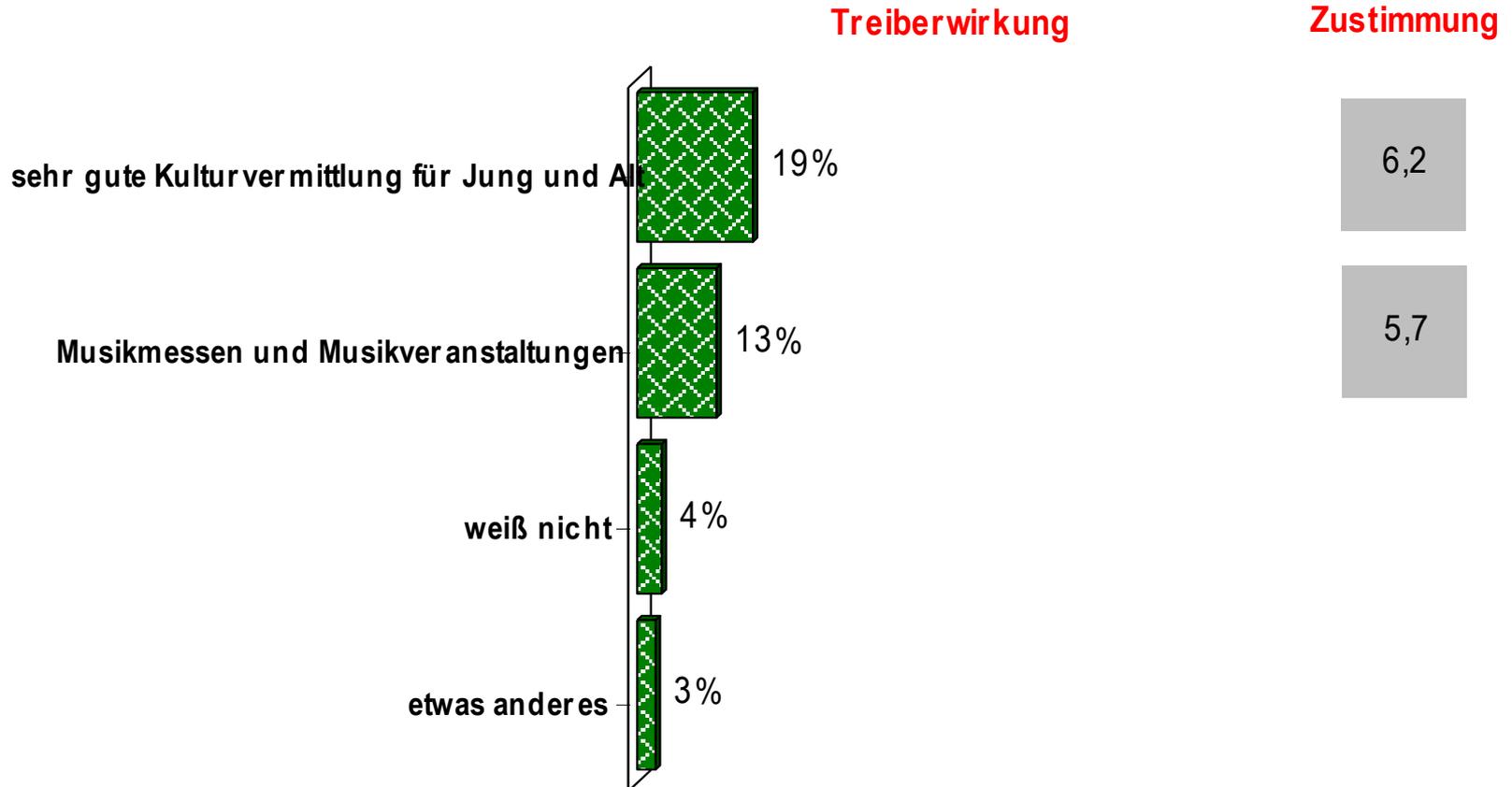
Aussagen, die sich auf den Bereich **‘Attraktive Lage an der Donau und schöne Aulandschaft von Klosterneuburg’** am meisten auswirken?



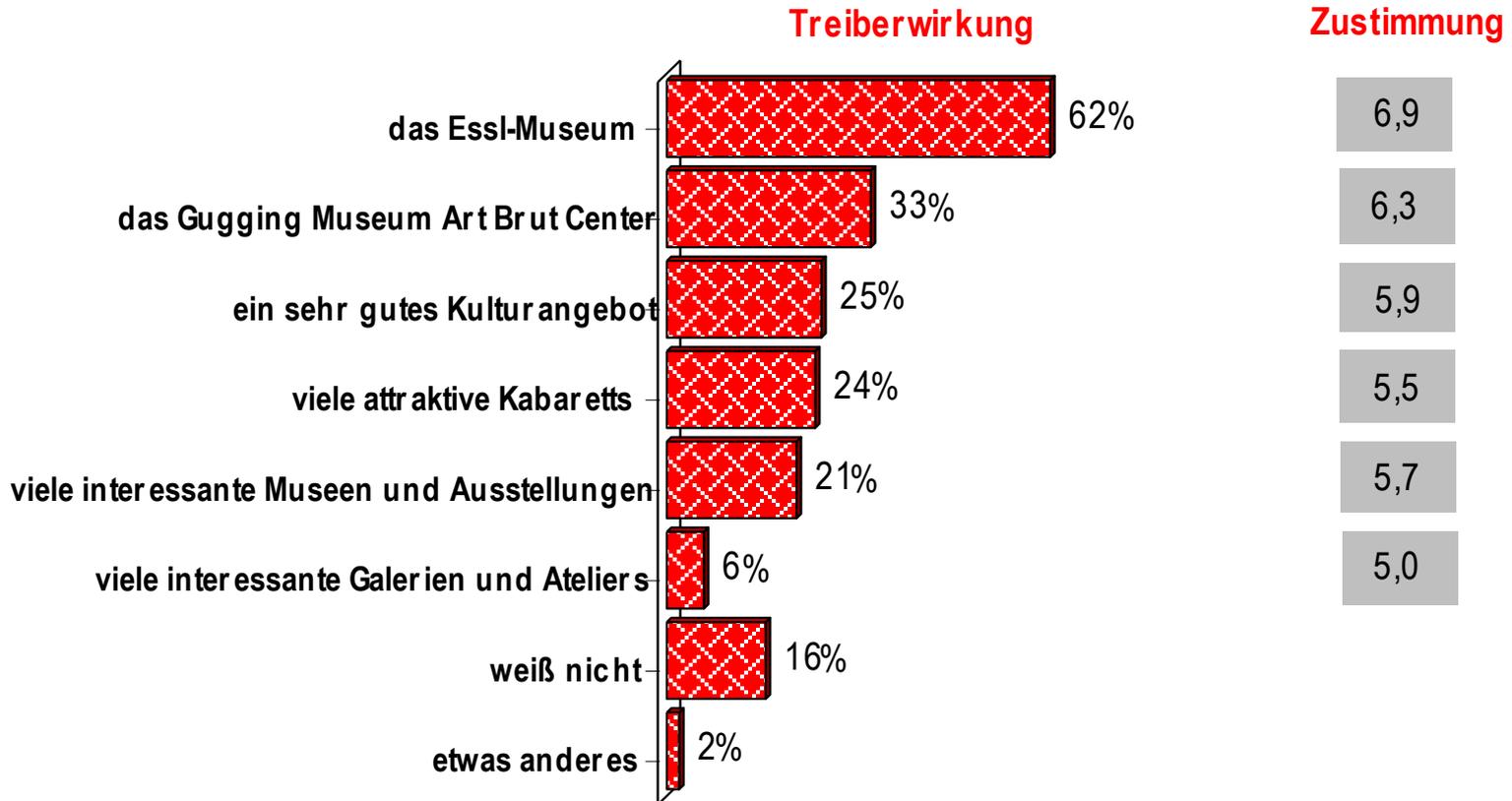
Aussagen, die sich auf den Bereich “Attraktives Stift Klosterneuburg” am meisten auswirken?



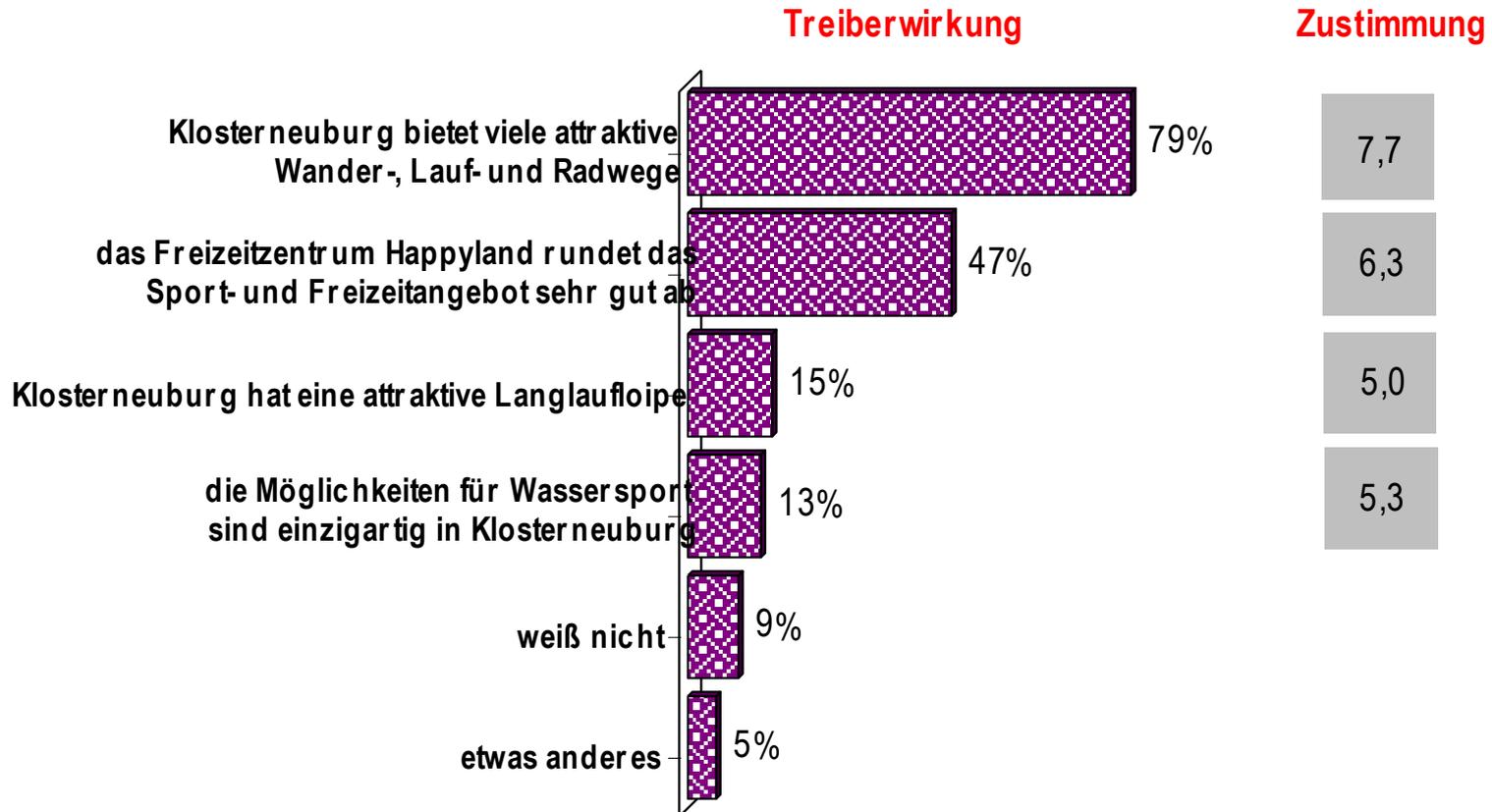
Aussagen, die sich auf den Bereich “Attraktives Stift Klosterneuburg ” am meisten auswirken?



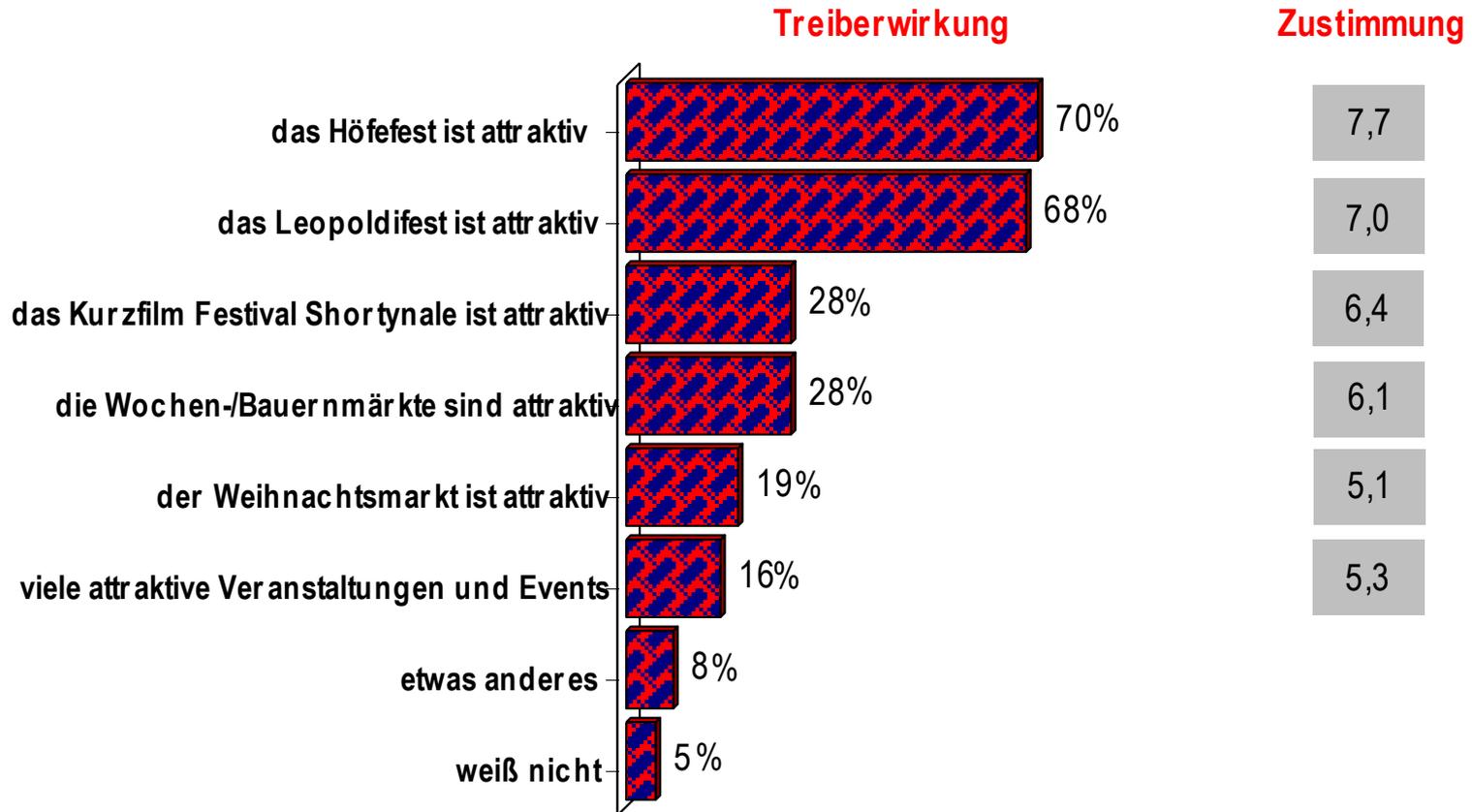
Aussagen, die sich auf den Bereich “ Vielfältiges Kultur- und Kunstangebot in Klosterneuburg ” am meisten auswirken?



Aussagen, die sich auf den Bereich “ Attraktives Sport- und Freizeitangebot in Klosterneuburg ” am meisten auswirken?



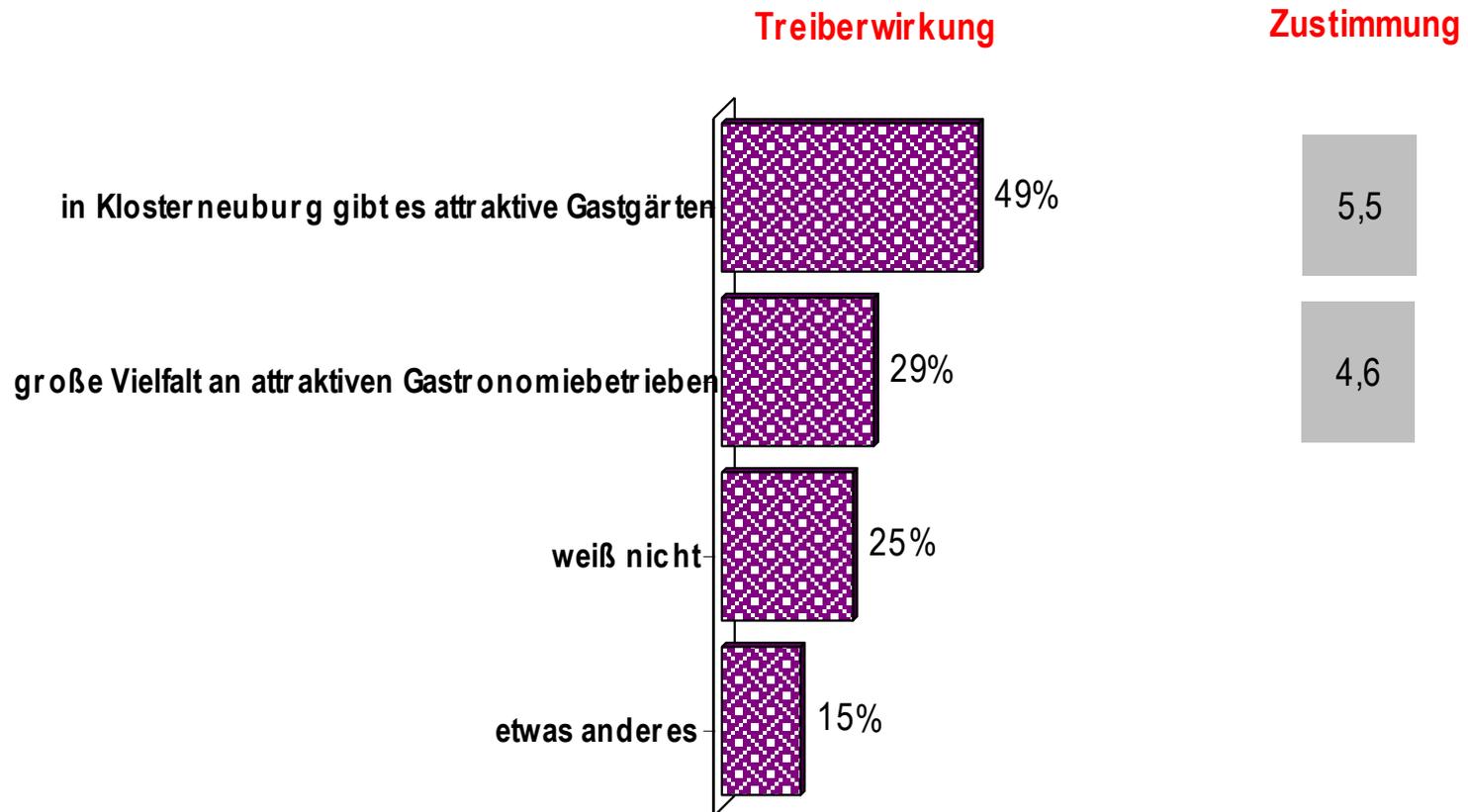
Aussagen, die sich auf den Bereich “ Attraktive Veranstaltungen und Events in Klosterneuburg ” am meisten auswirken?



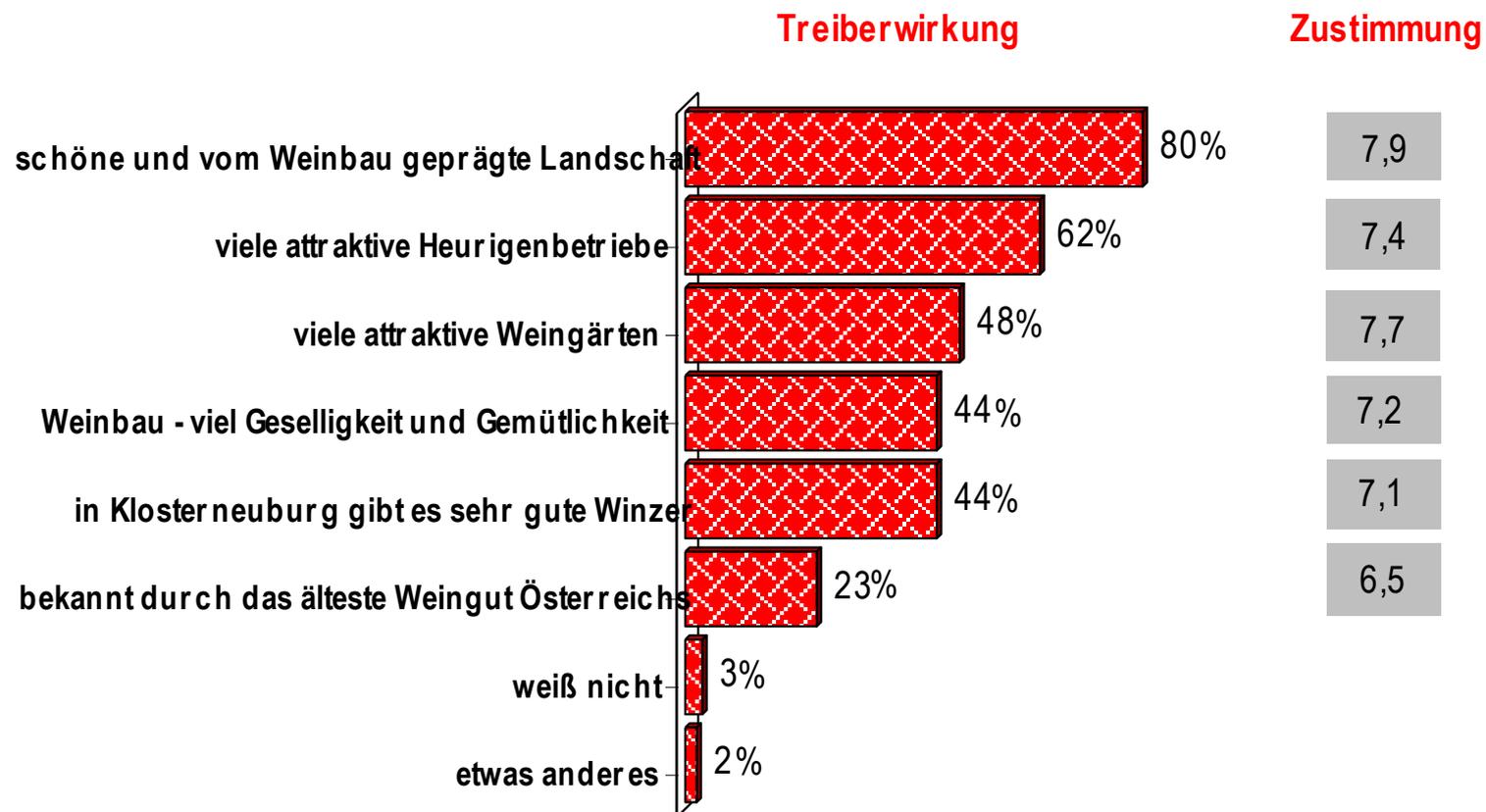
Aussagen, die sich auf den Bereich 'Einladendes Stadtzentrum und attraktive Geschäfte in Klosterneuburg' am meisten auswirken?



Aussagen, die sich auf den Bereich “Attraktive Gastronomie in Klosterneuburg ” am meisten auswirken?



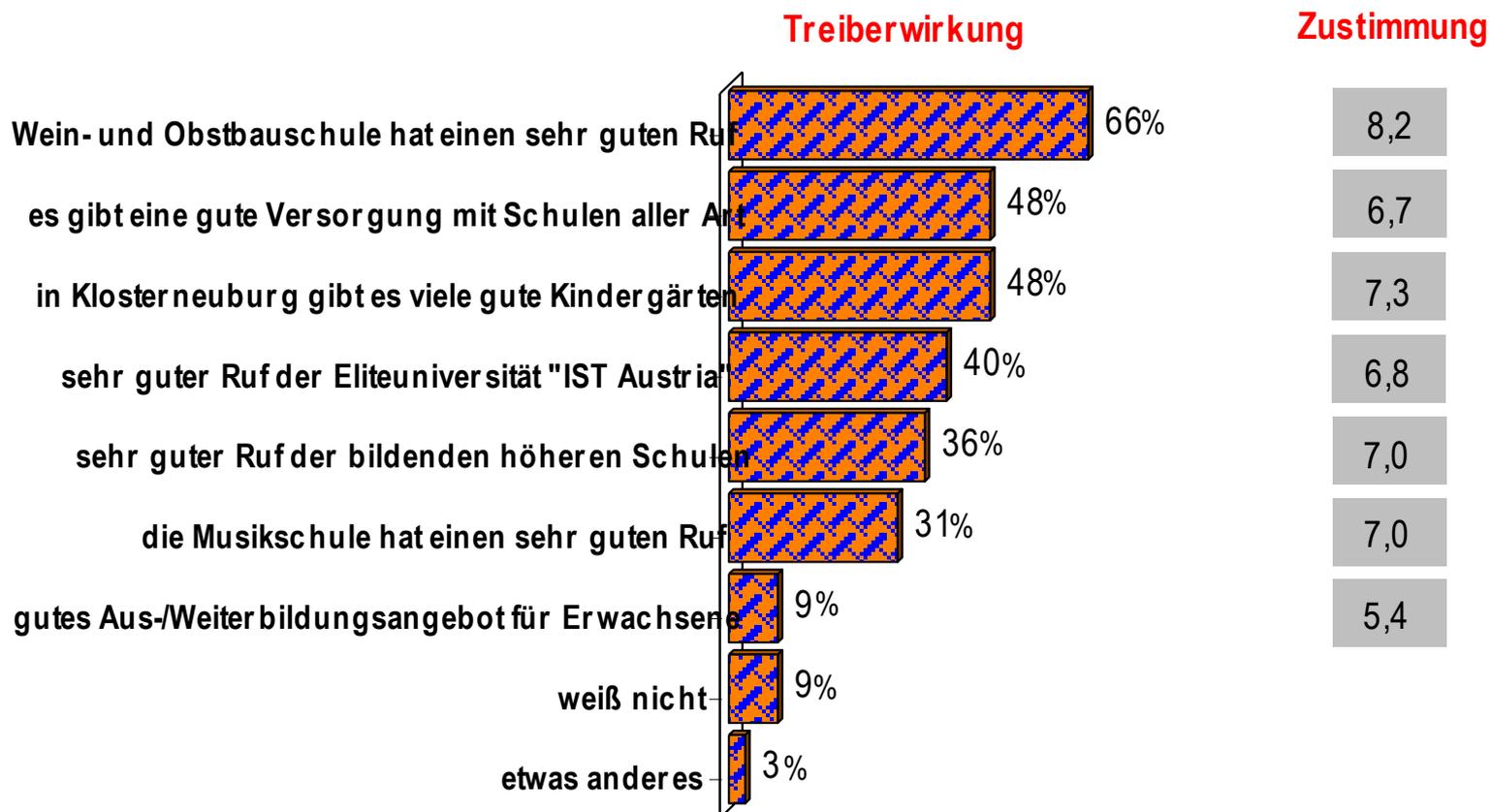
Aussagen, die sich auf den Bereich Attraktive Weinbaulandschaft und attraktive Heurigenbetriebe in Klosterneubürgm meisten auswirken?



Aussagen, die sich auf den Bereich “ Gute Verkehrslage und Verkehrswege in Klosterneuburg ” am meisten auswirken?



Aussagen, die sich auf den Bereich “ Gute Bildungseinrichtungen und Wissenschaft in Klosterneuburg ” am meisten auswirken?





Ergebnisse der repräsentativen Kundenbefragung / Stadtmarketing-relevante Themen



Detailinformationen zur repräsentativen Kundenbefragung

Themen der Umfrage: Stadtmarketing-relevante Themen

Art der Umfrage: Kundenbefragung mittels schriftlicher Befragung in Klosterneuburger Betrieben und Haushalten (Einzugsbereich)

Grundgesamtheit: Kunden in der Stadtgemeinde Klosterneuburg

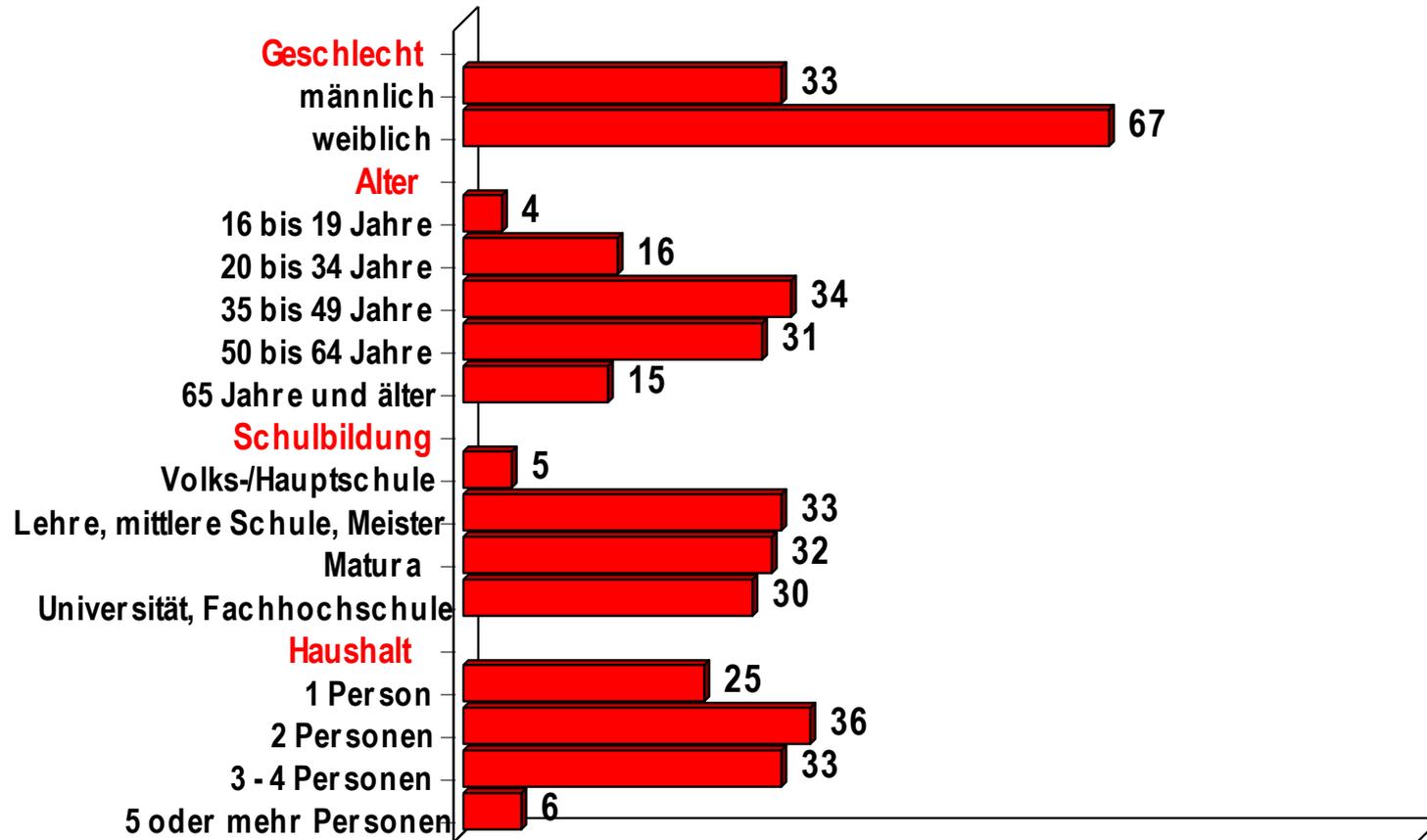
Detailinformationen zur repräsentativen Kundenbefragung

Stichprobe: n = 129 Interviews – Klosterneuburg
n = 128 Interviews – Einzugsbereich

**max. statistische
Fehlerrspanne:** +/- 7,1 %

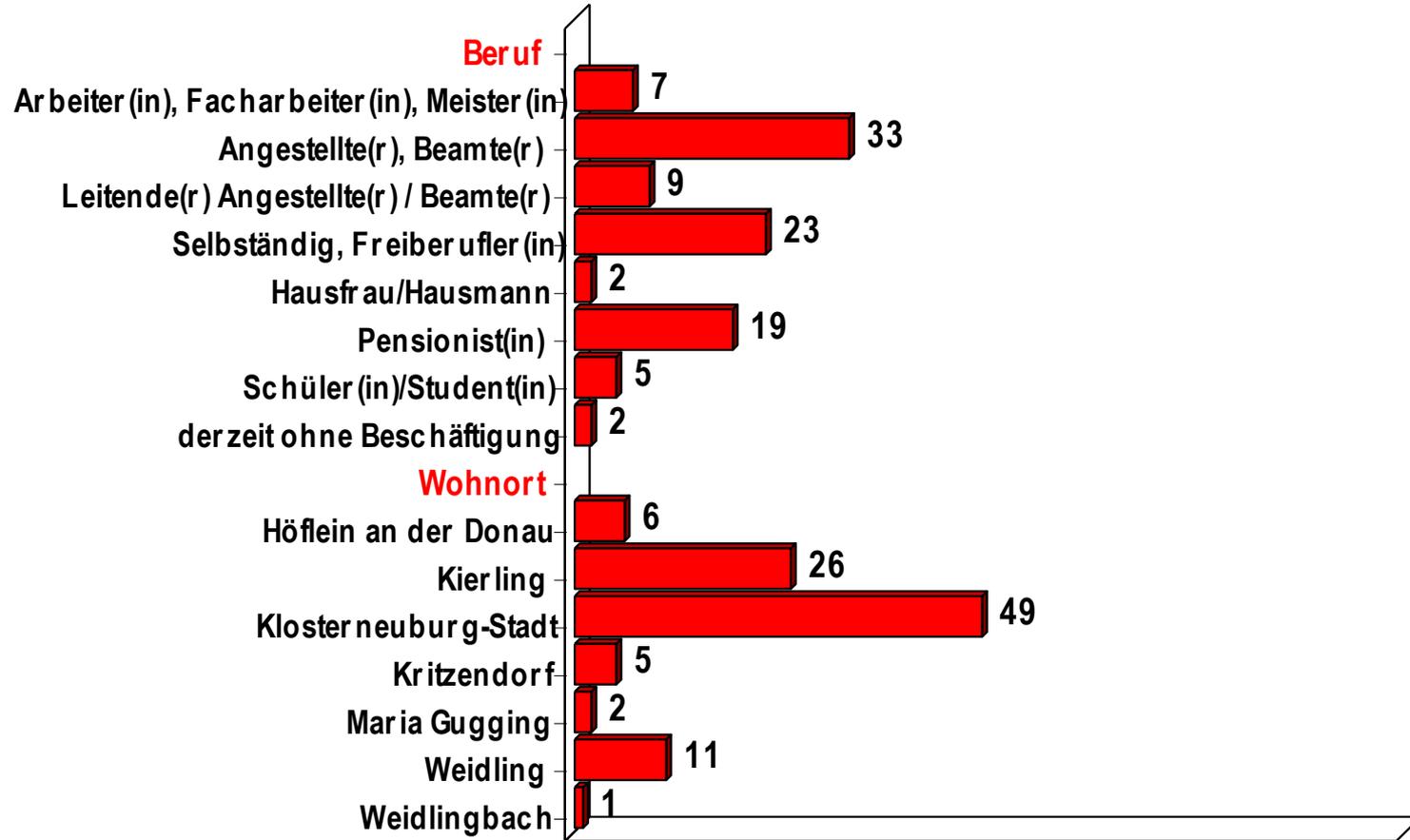
Befragungszeit: Januar/Februar 2013

Soziodemographische Daten - Kundenbefragung Klosterneuburg



Werte in Prozent

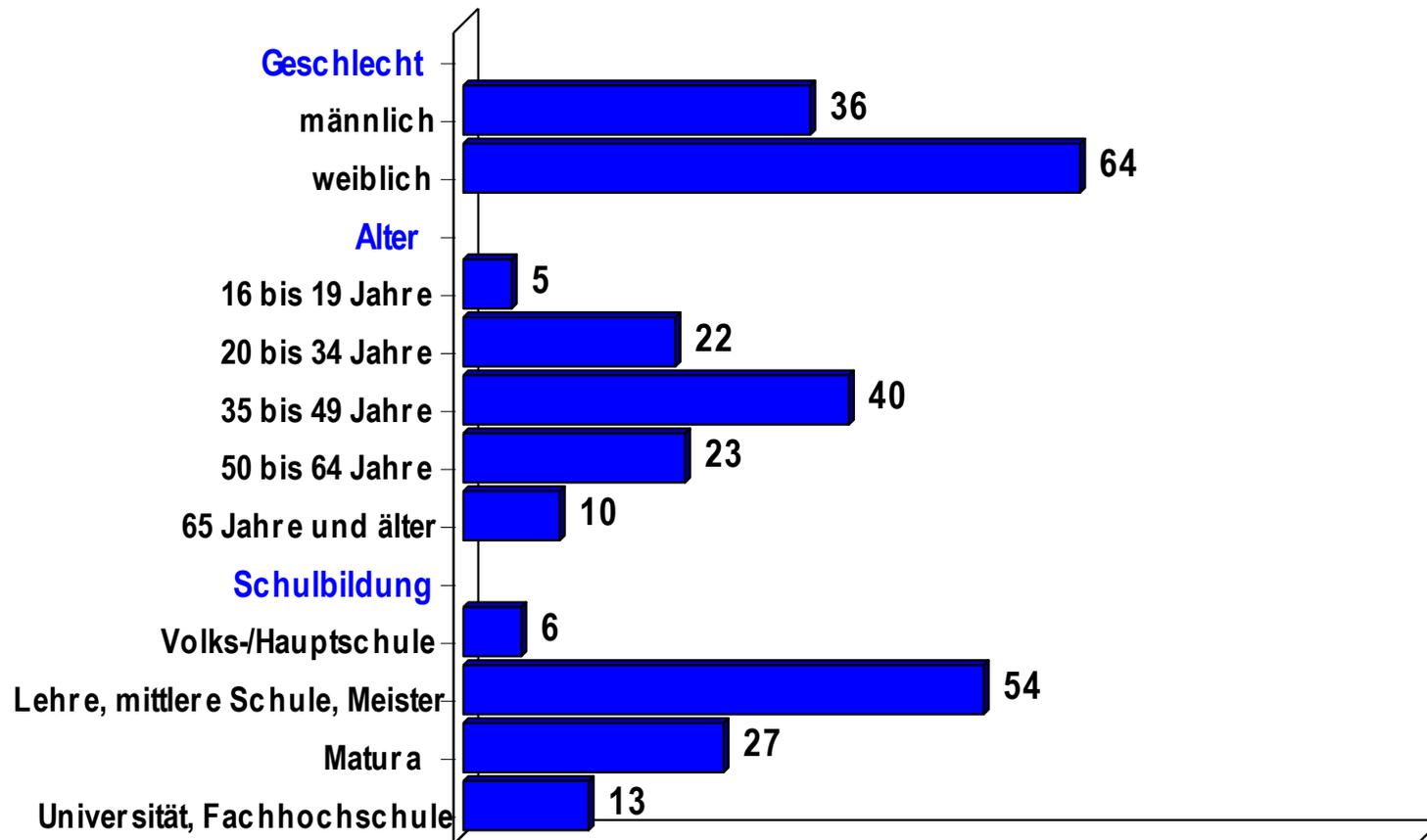
Soziodemographische Daten - Kundenbefragung Klosterneuburg



Fortsetzung

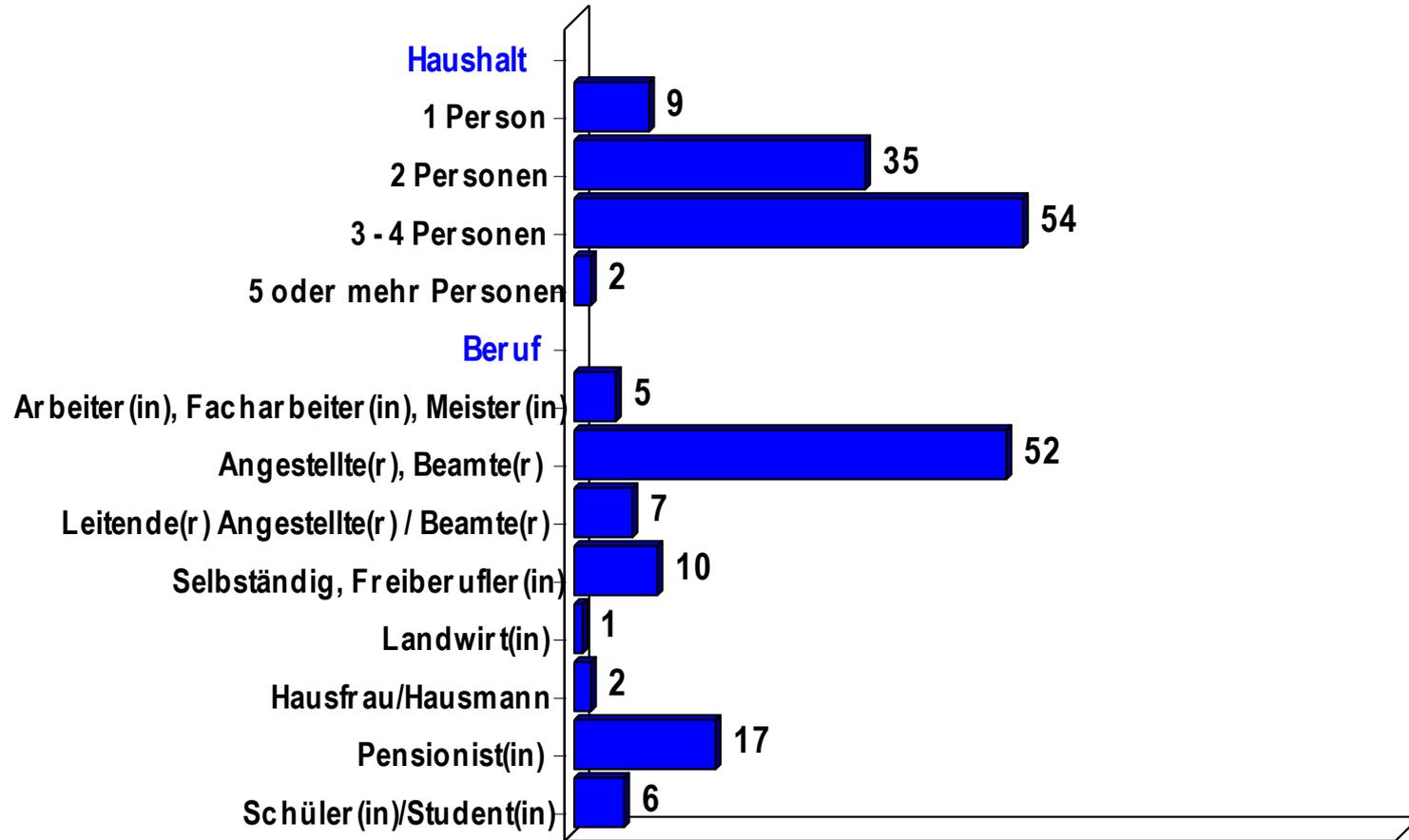
Werte in Prozent

Soziodemographische Daten - Kundenbefragung Einzugsbereich



Werte in Prozent

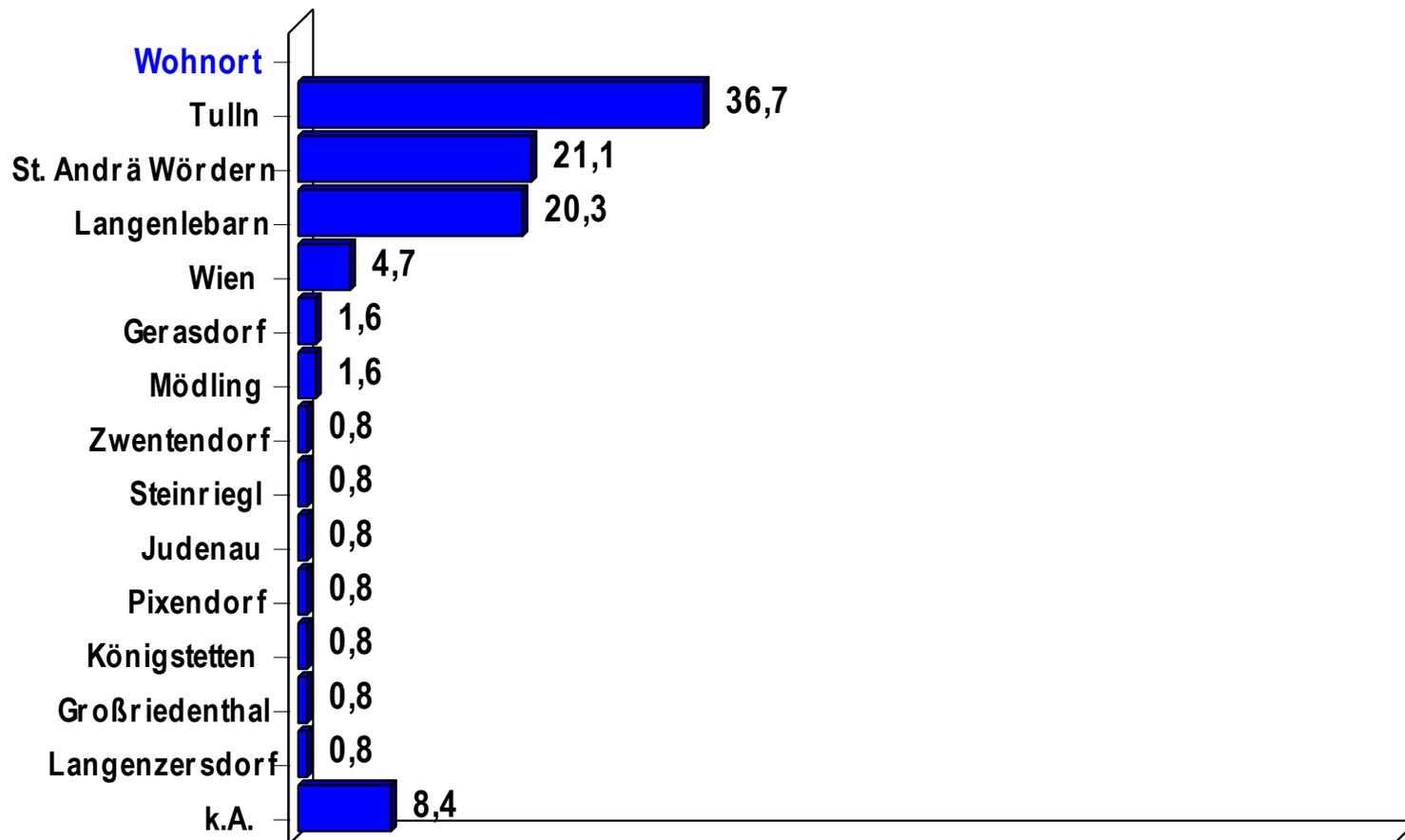
Soziodemographische Daten - Kundenbefragung Einzugsbereich



Fortsetzung

Werte in Prozent

Soziodemographische Daten - Kundenbefragung Einzugsbereich



Fortsetzung

Werte in Prozent

Erscheinungsbild & Infrastruktur

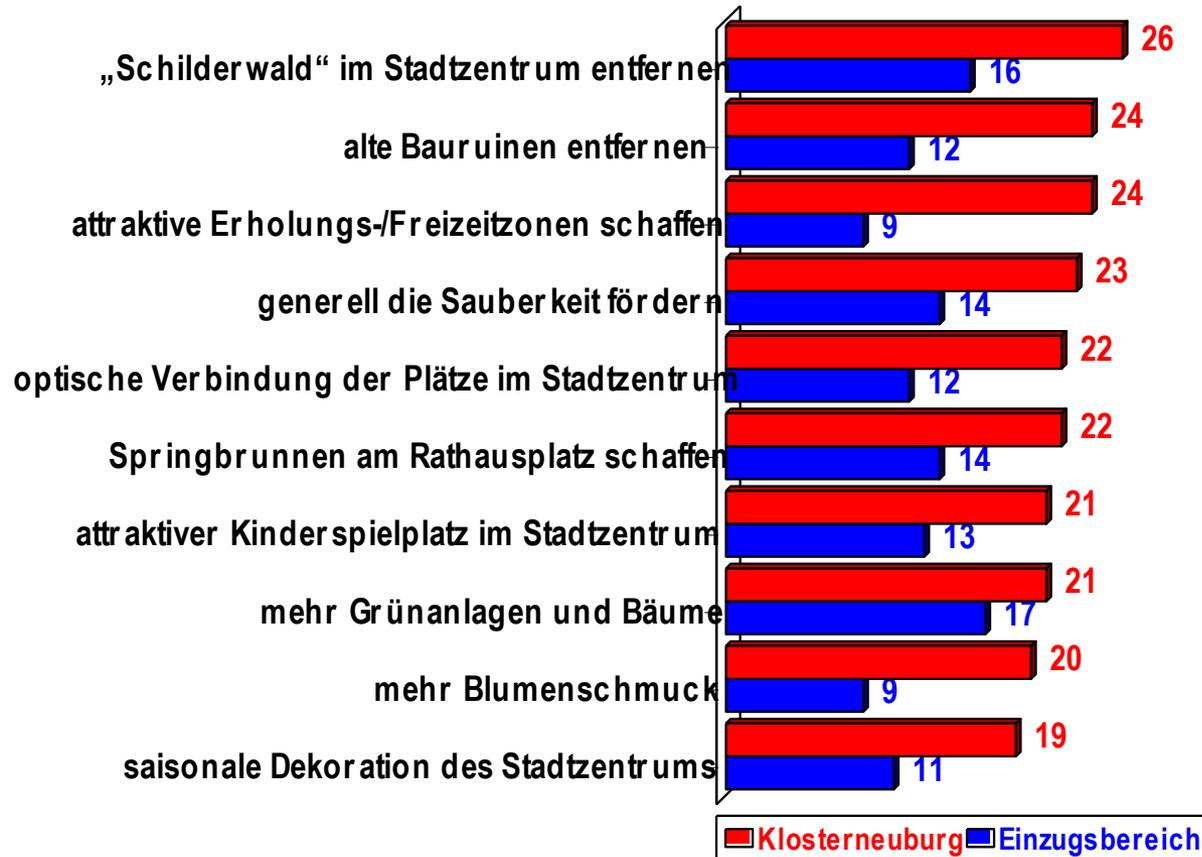


Ideen zur Attraktivierung des Erscheinungsbildes des Klosterneuburger Stadtzentrums



Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

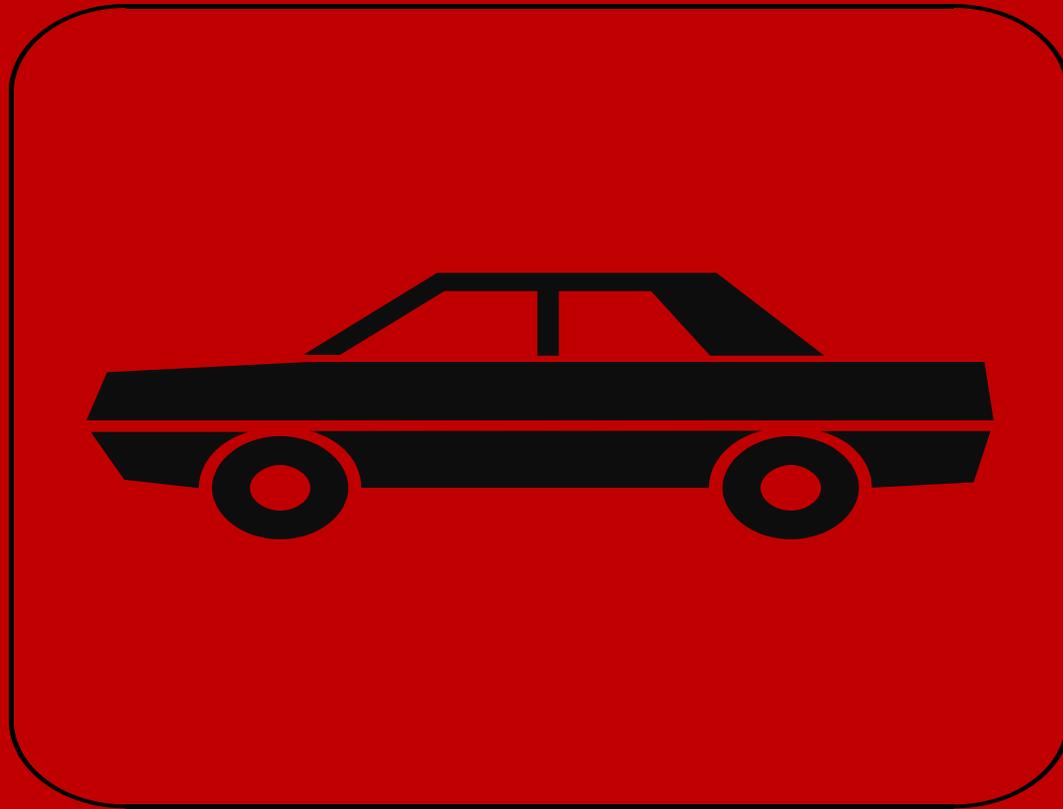
Ideen zur Attraktivierung des Erscheinungsbildes des Klosterneuburger Stadtzentrums



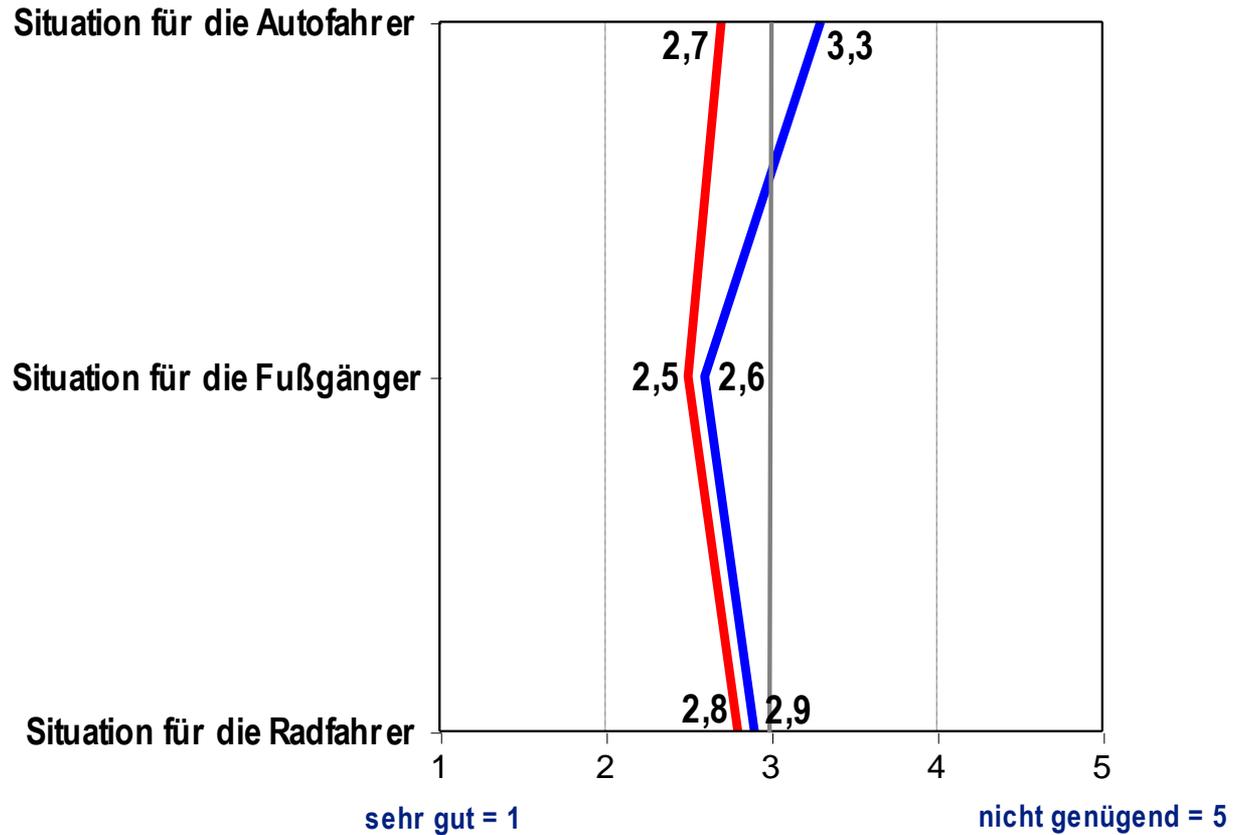
Fortsetzung

Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

Verkehr & Parkflächen

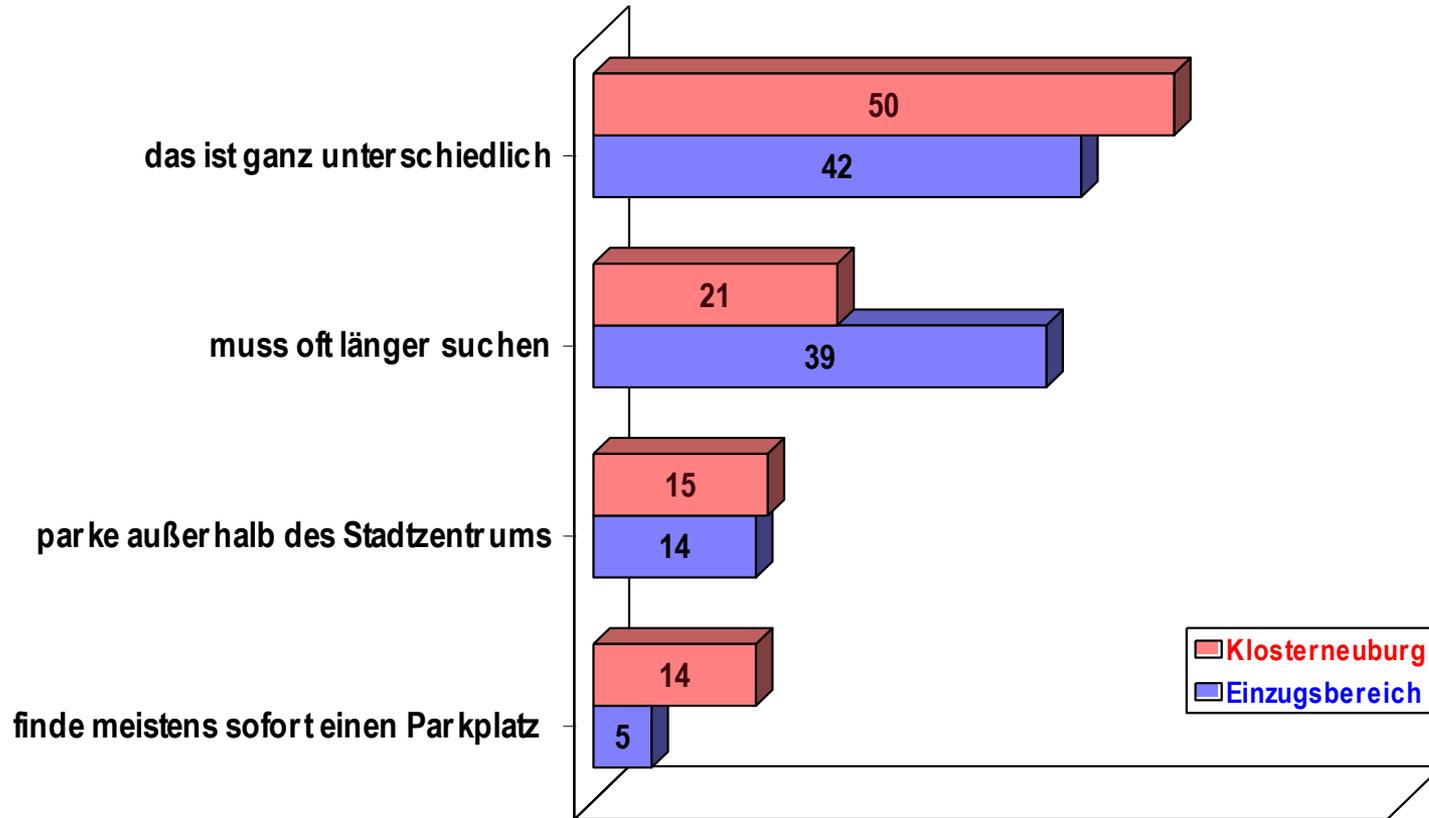


Bewertung der Verkehrssituation in der Stadtgemeinde Klosterneuburg



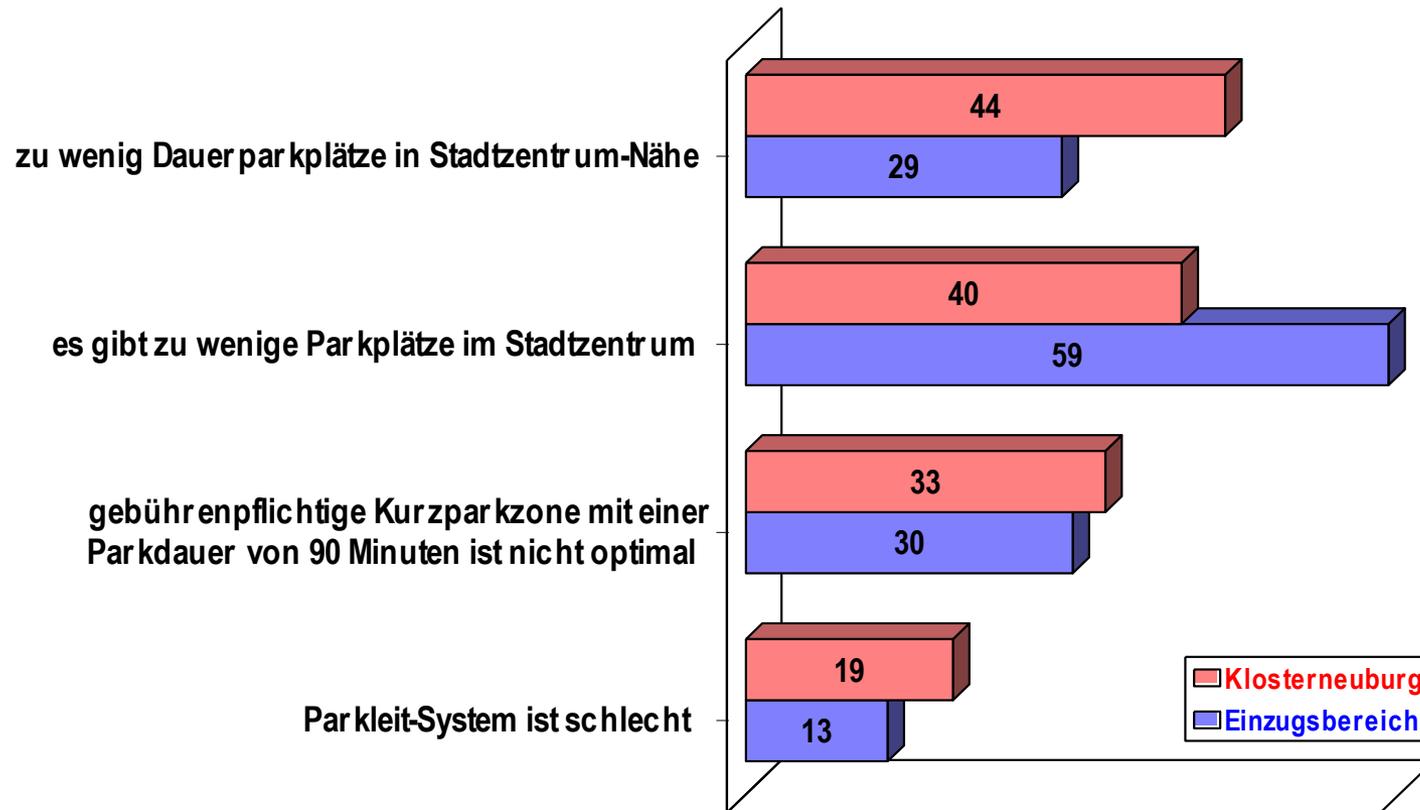
— Klosterneuburg — Einzugsbereich

Finden Sie immer leicht einen Parkplatz im Klosterneuburger Stadtzentrum?



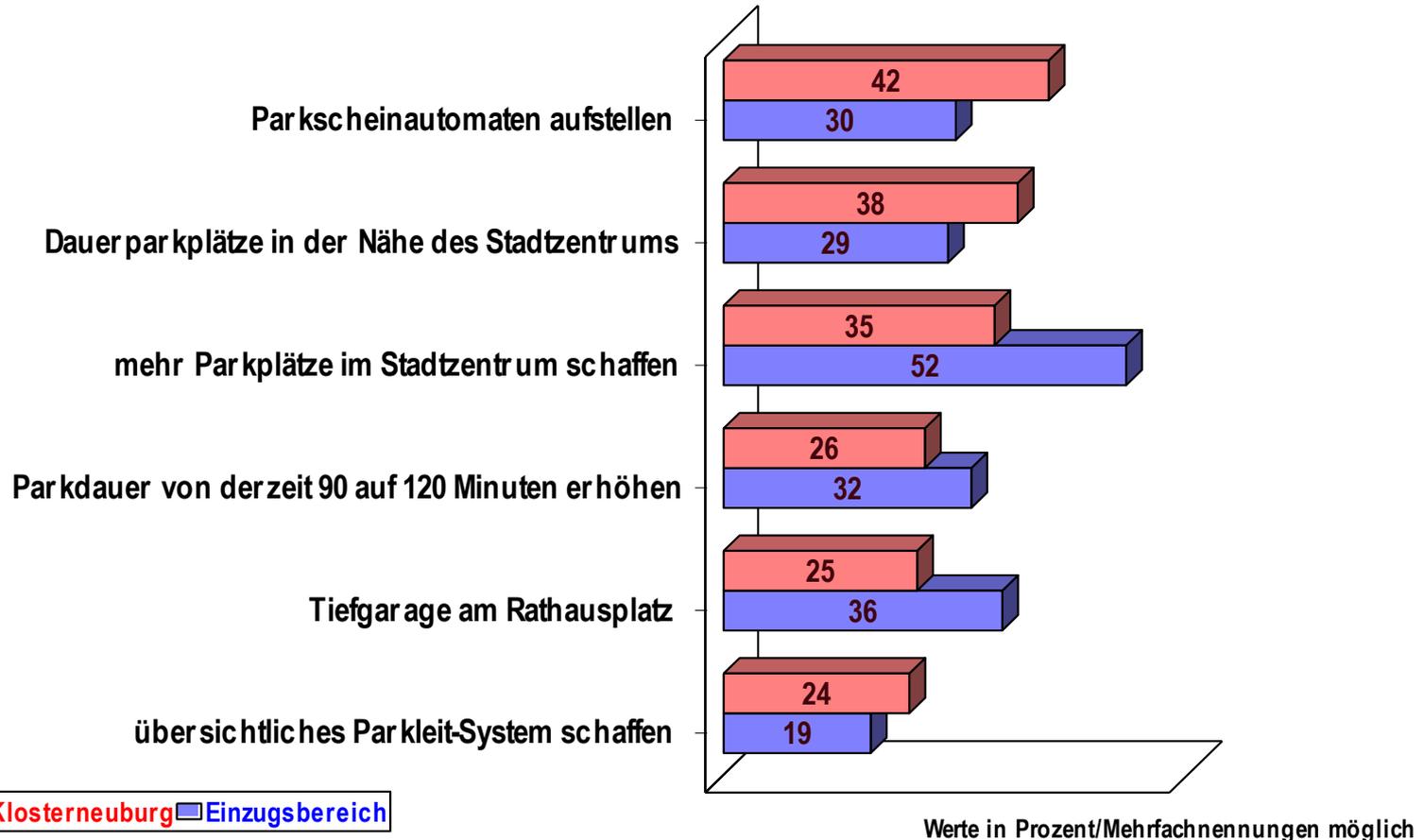
Werte in Prozent

Was stört Sie an der Parkplatzsituation im Klosterneuburger Stadtzentrum?



Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

Ideen bezüglich der Parkplätze im Klosterneuburger Stadtzentrum



Allgemeines Einkaufsverhalten

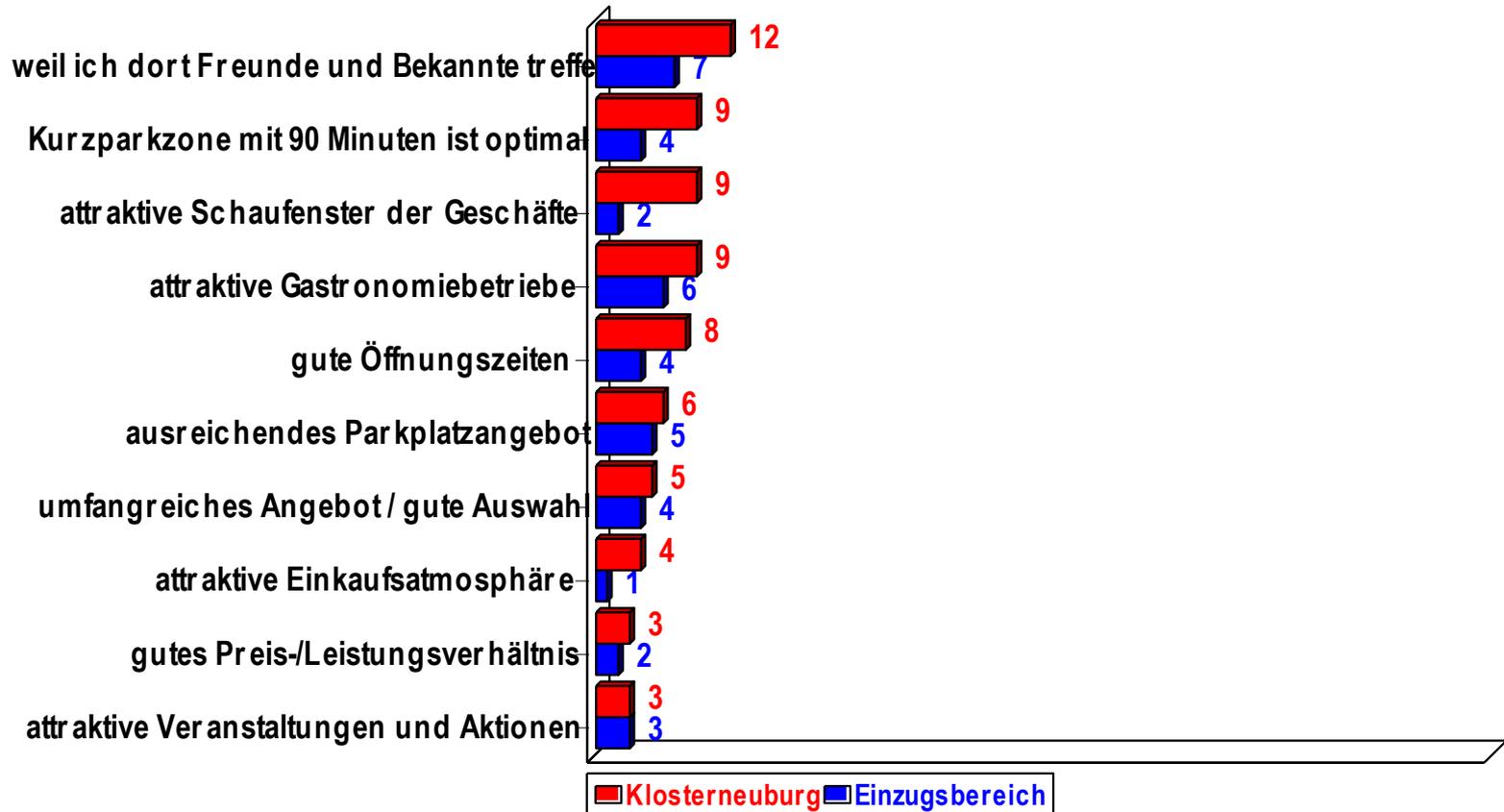


Was spricht für einen Einkauf im Klosterneuburger Stadtzentrum?



Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

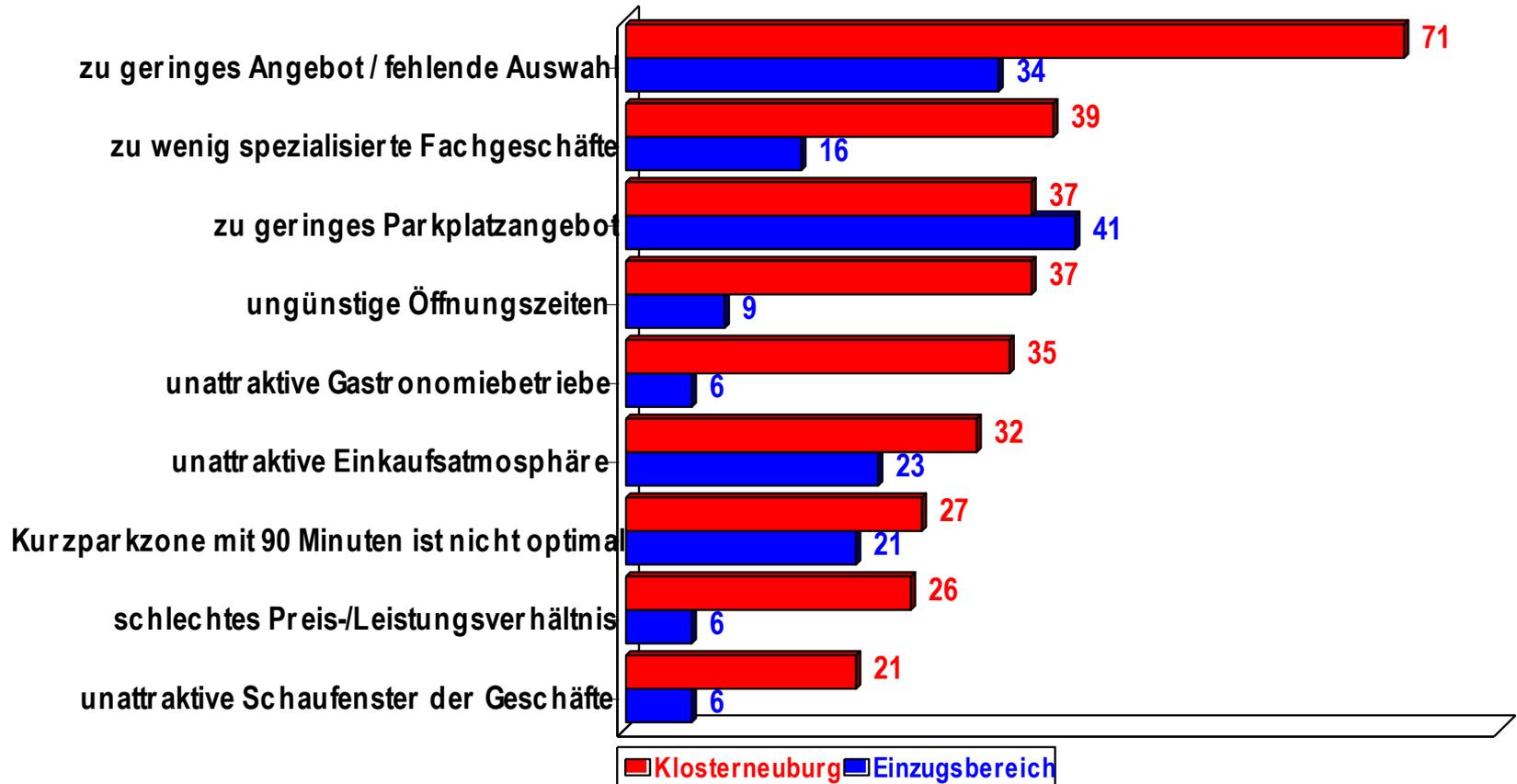
Was spricht für einen Einkauf im Klosterneuburger Stadtzentrum?



Fortsetzung

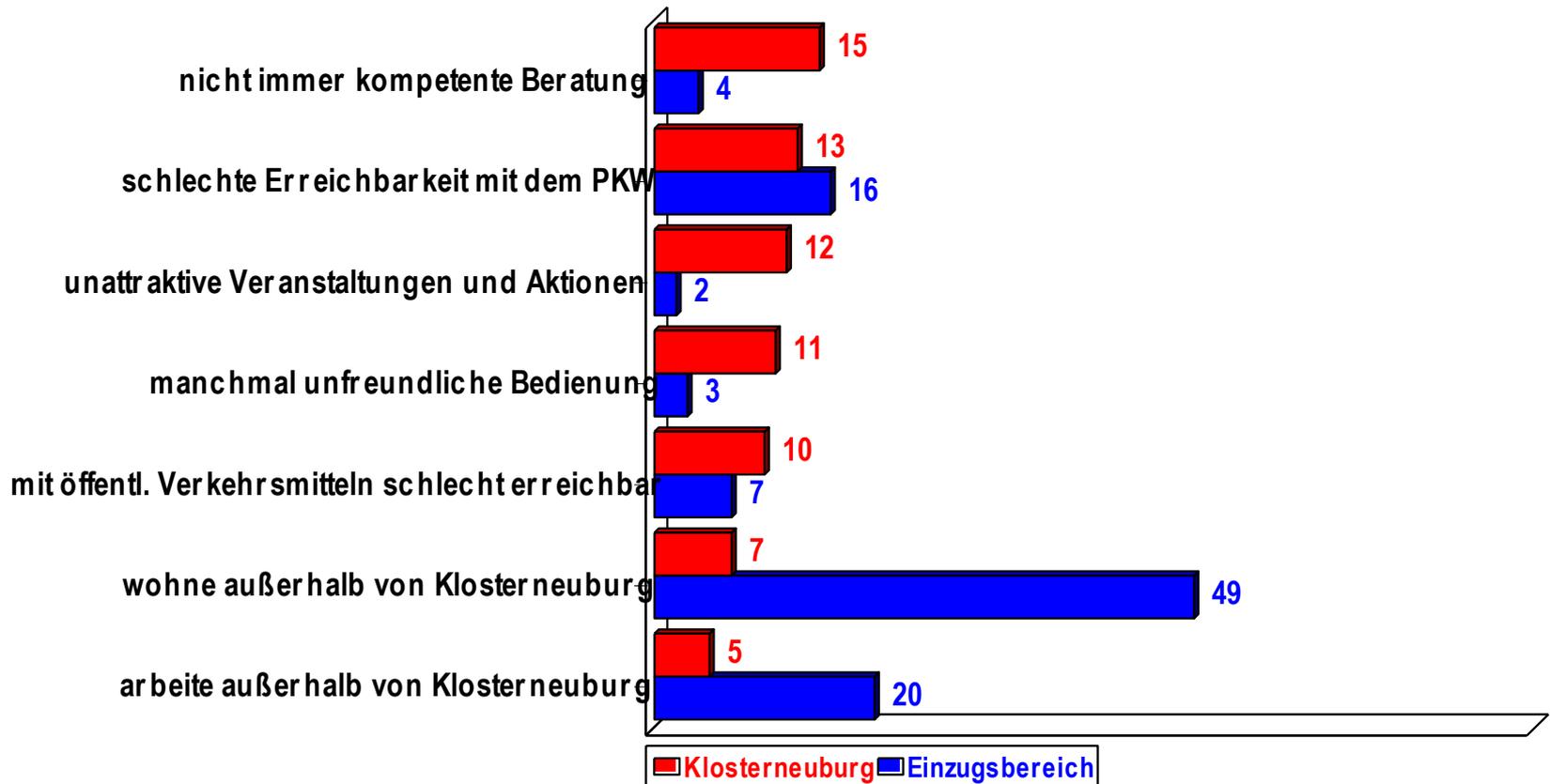
Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

Was spricht gegen einen Einkauf im Klosterneuburger Stadtzentrum?



Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

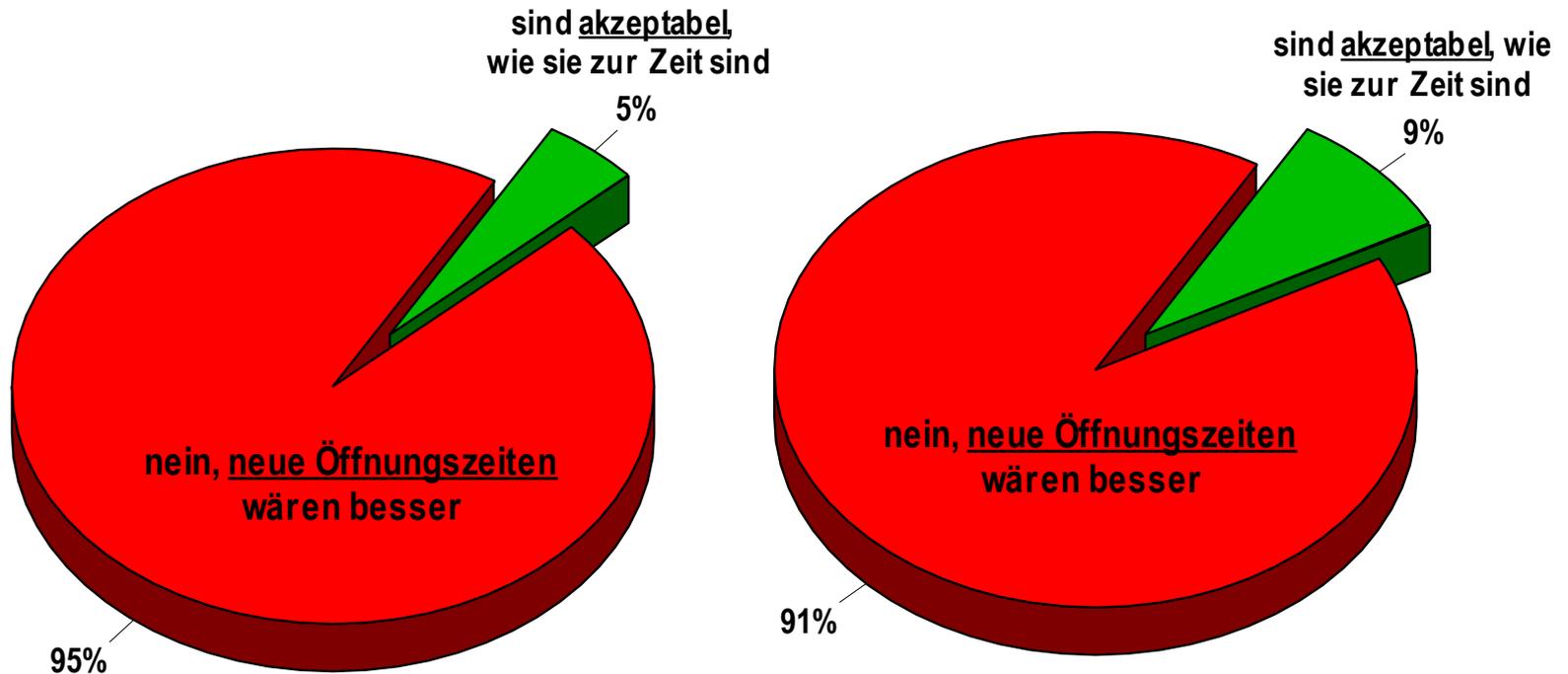
Was spricht gegen einen Einkauf im Klosterneuburger Stadtzentrum?



Fortsetzung

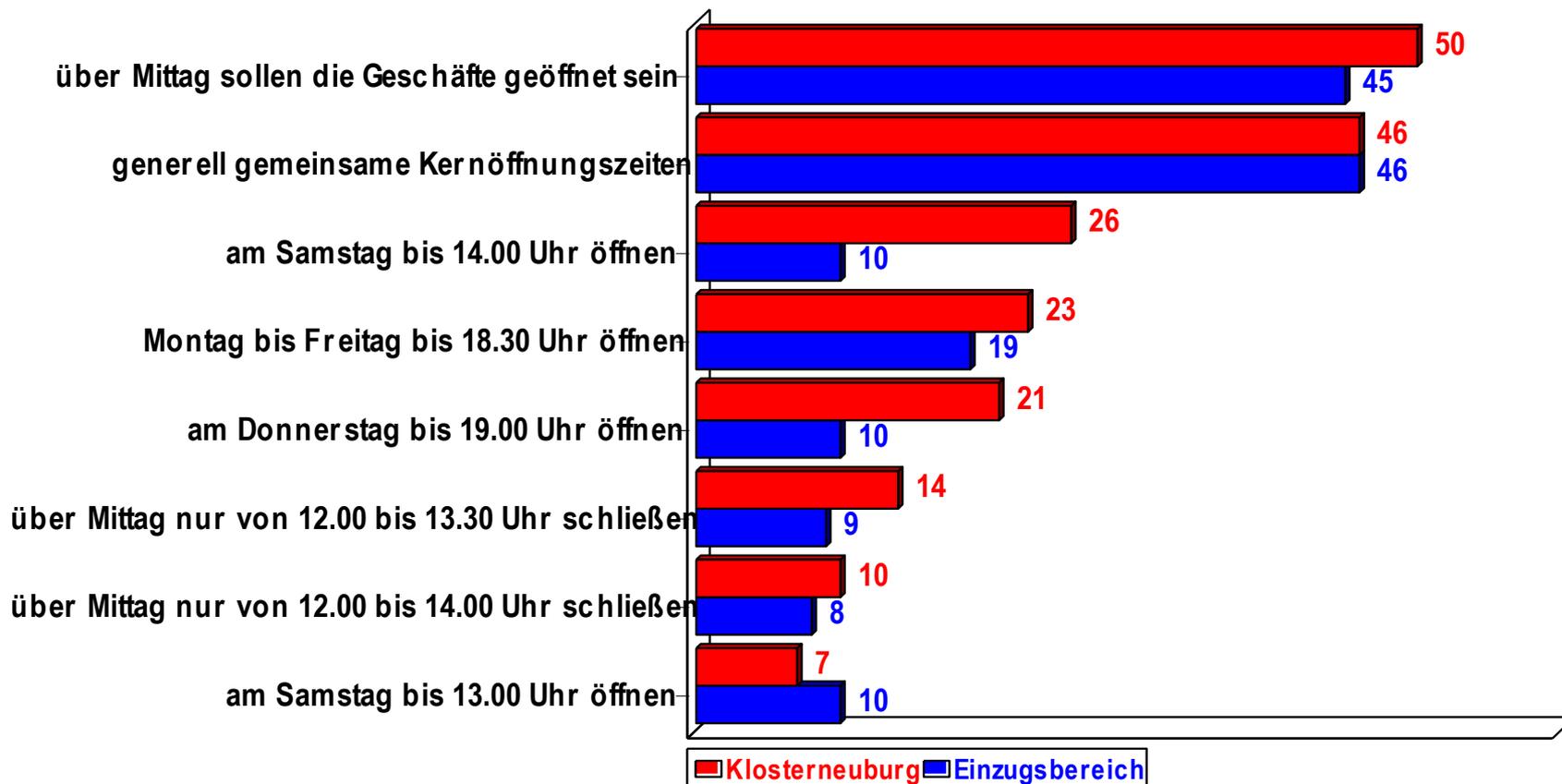
Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

Öffnungszeiten der Fachgeschäfte in der Stadtgemeinde Klosterneuburg



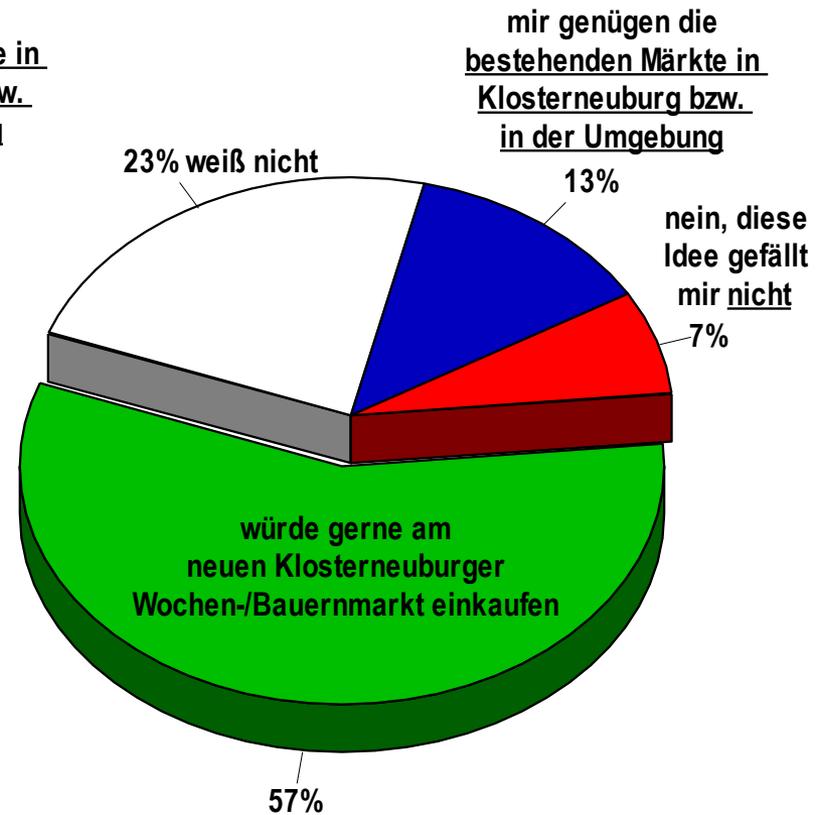
Werte in Prozent

Neugestaltung der Öffnungszeiten der Fachgeschäfte in Klosterneuburg



Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

Wochen-/Bauernmarkt mit 14 Ständen mit sehr breitem Angebot im Stadtzentrum

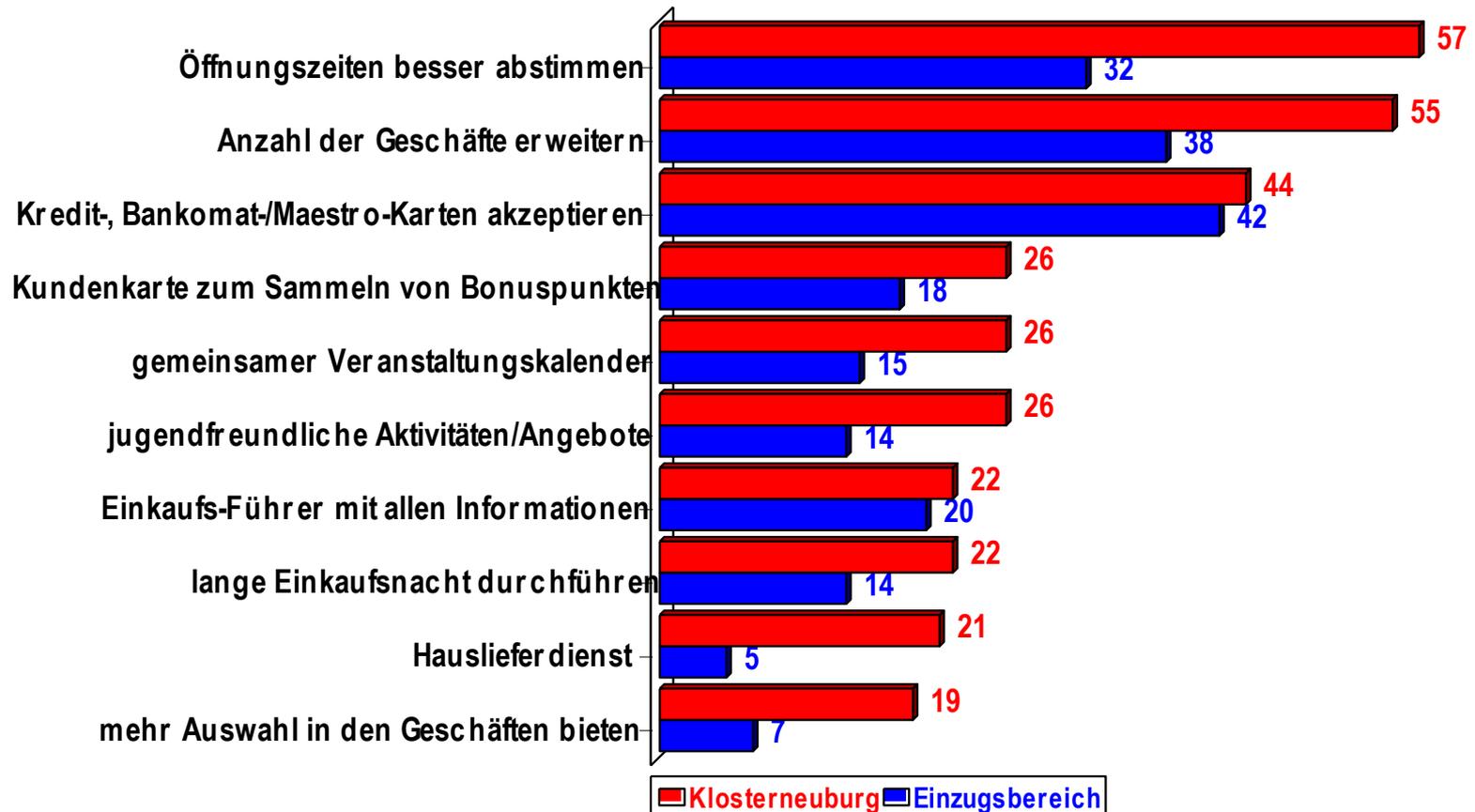


Werte in Prozent

Einzelhandel

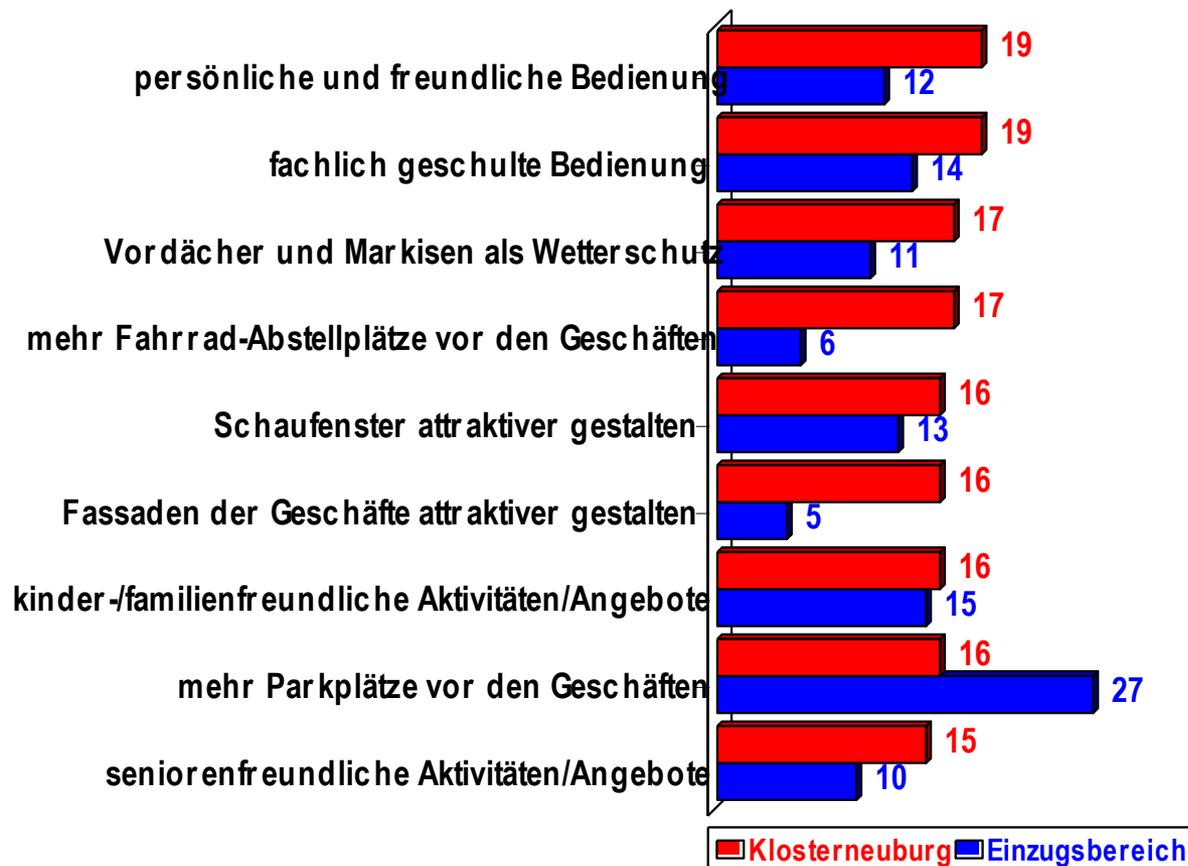


Ideen für die Fachgeschäfte in der Stadtgemeinde Klosterneuburg



Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

Ideen für die Fachgeschäfte der Stadtgemeinde Klosterneuburg



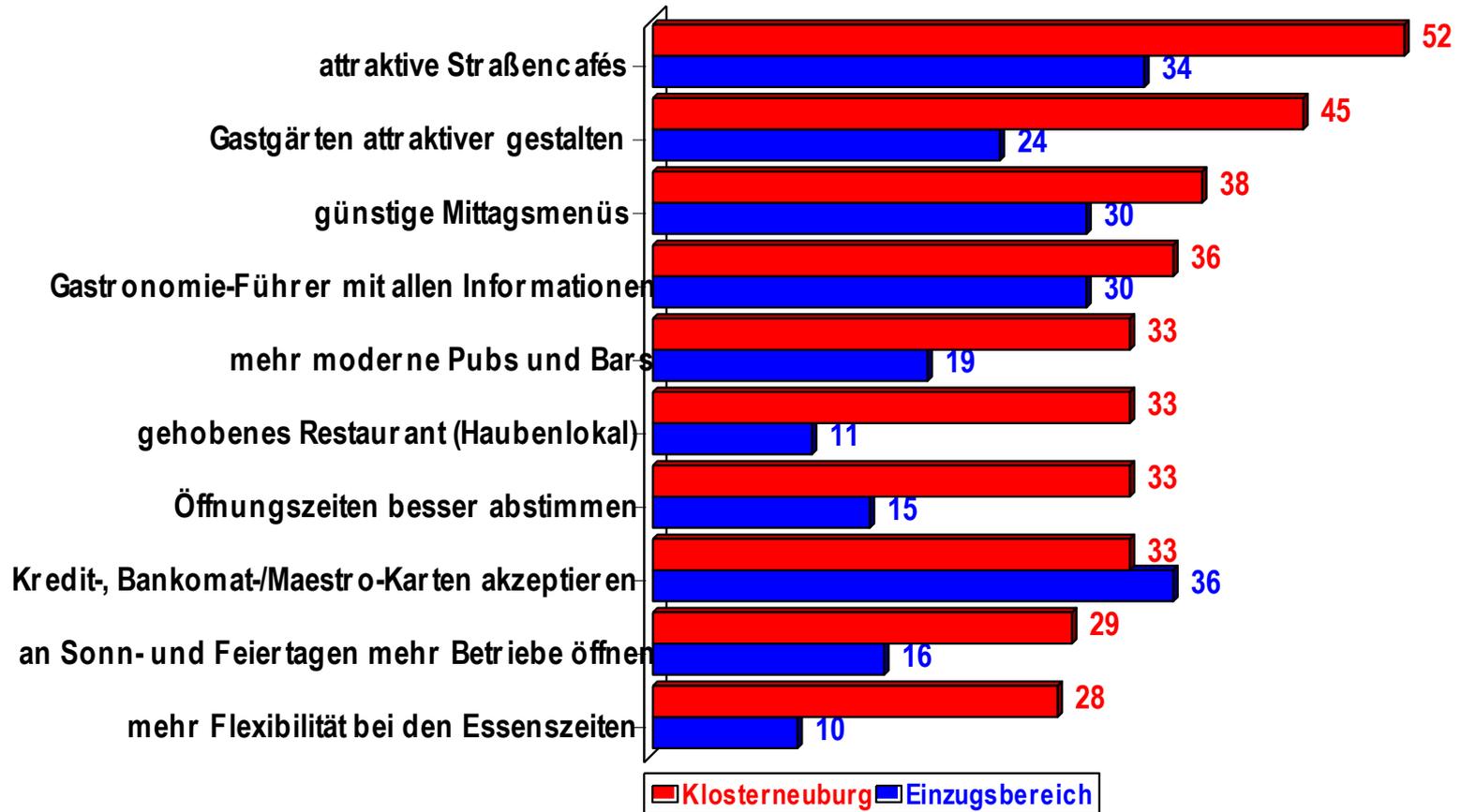
Fortsetzung

Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

Gastronomie

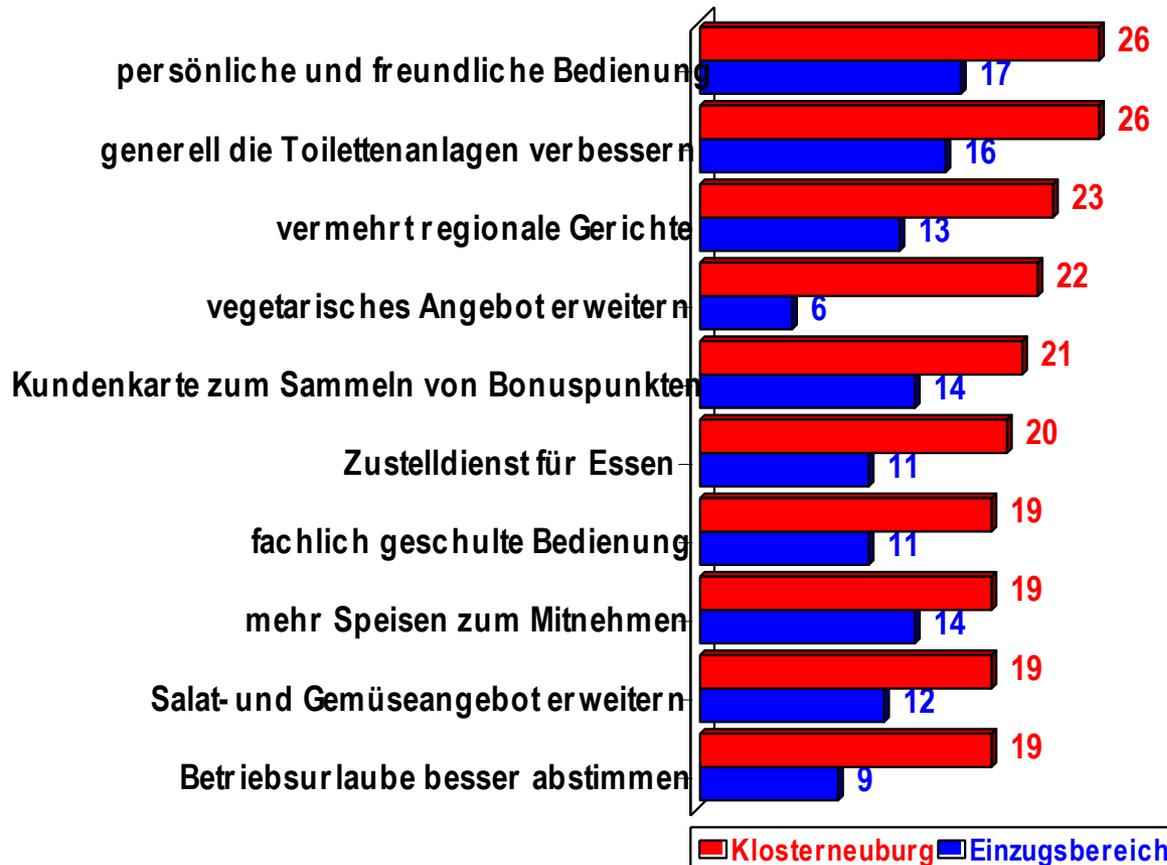


Ideen für die Gastronomiebetriebe in der Stadtgemeinde Klosterneuburg



Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

Ideen für die Gastronomiebetriebe in der Stadtgemeinde Klosterneuburg



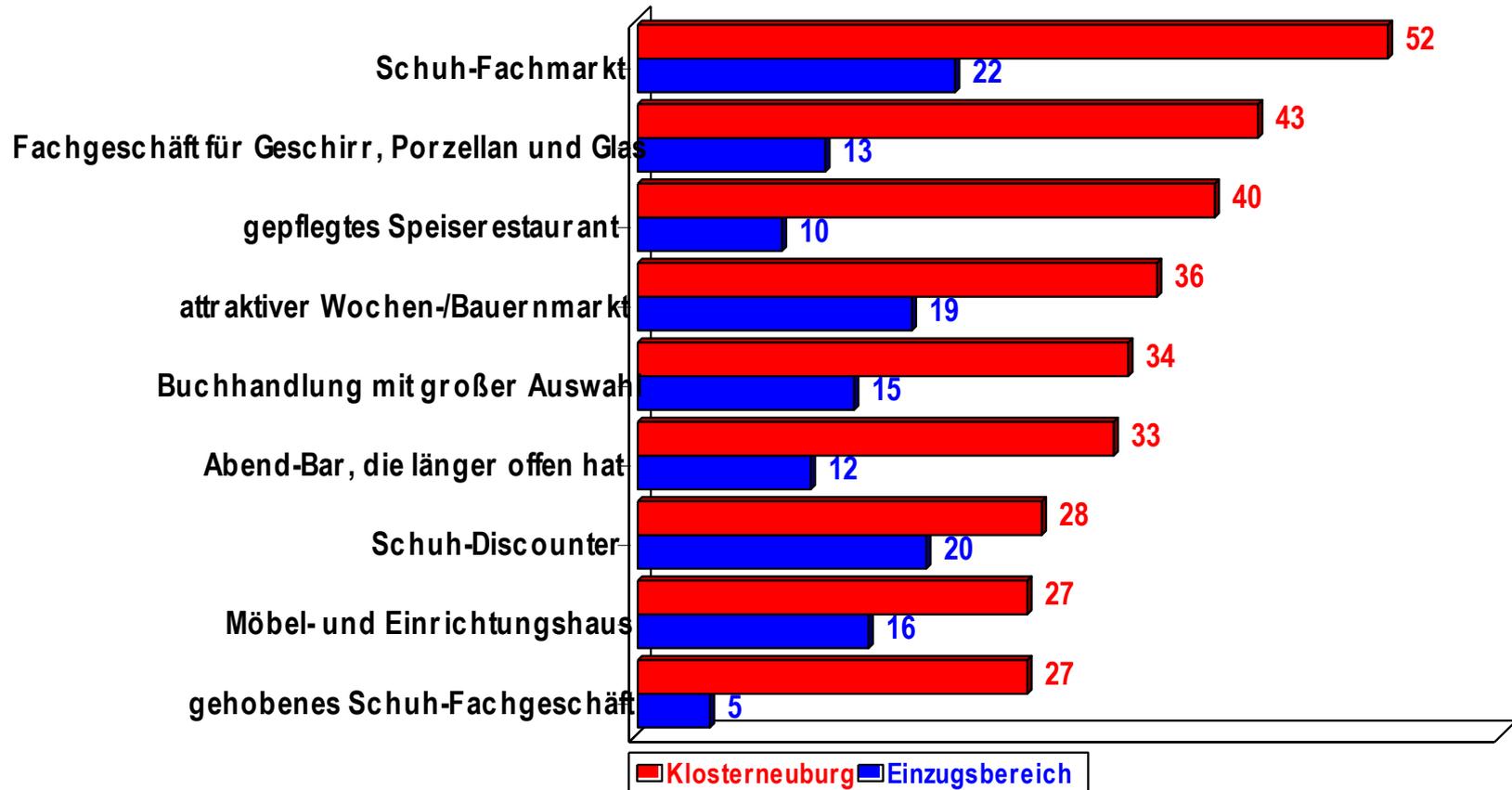
Fortsetzung

Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

Branchen & Betriebstypen der Zukunft

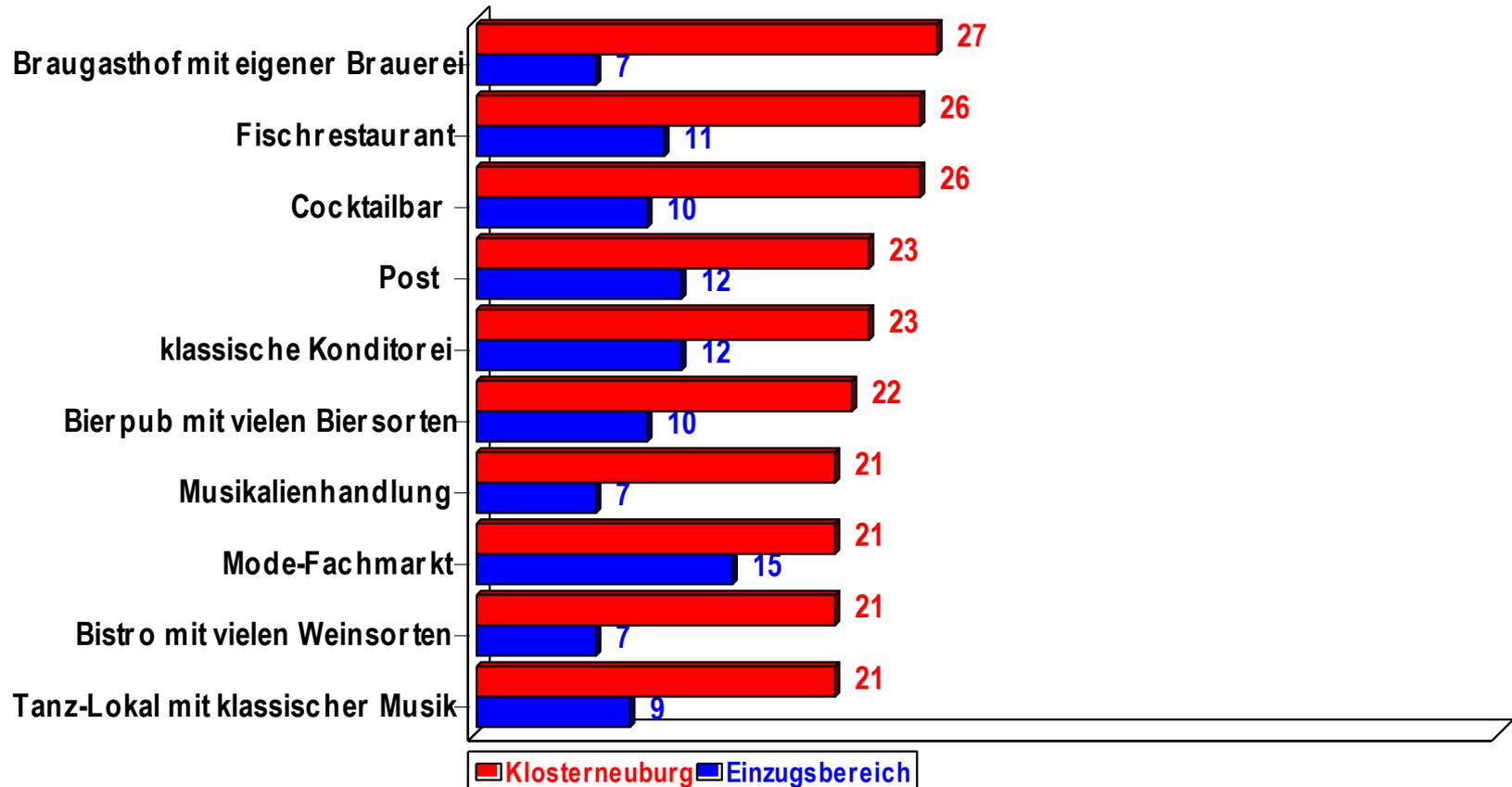


BRANCHEN-HITLISTE



Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

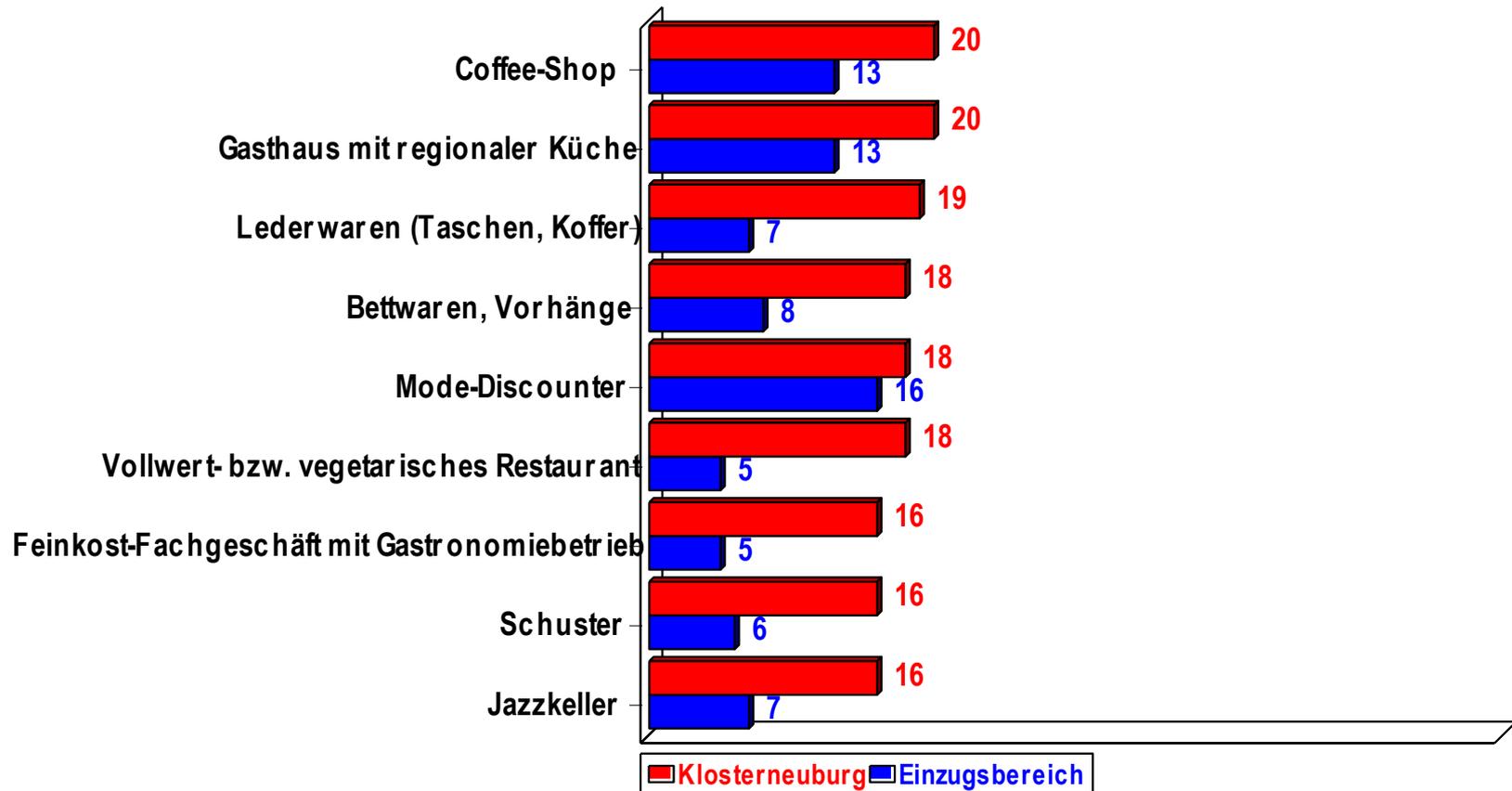
BRANCHEN-HITLISTE



Fortsetzung 1

Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

BRANCHEN-HITLISTE



Fortsetzung 2

Werte in Prozent/Mehrfachnennungen möglich

Schritte zu den konkreten Umsetzungen

1. Auf dem Fundament der repräsentativen Daten und Fakten ein griffiges Marketing-/Strategiehandbuch erstellen

2. Vom Marketing-/Strategiehandbuch das Leitbild der Stadt- & Ortsentwicklung ableiten

3. Vom Leitbild die kurz- und mittelfristigen Zielsetzungen ableiten

**Visualisierung der Marke Klosterneuburg (Markenhandbuch)
Erstellen einer fundierten Projekt- und Budgetplanung 2013**

Bausteine des Standortmarketings



Bausteine des Standortmarketings



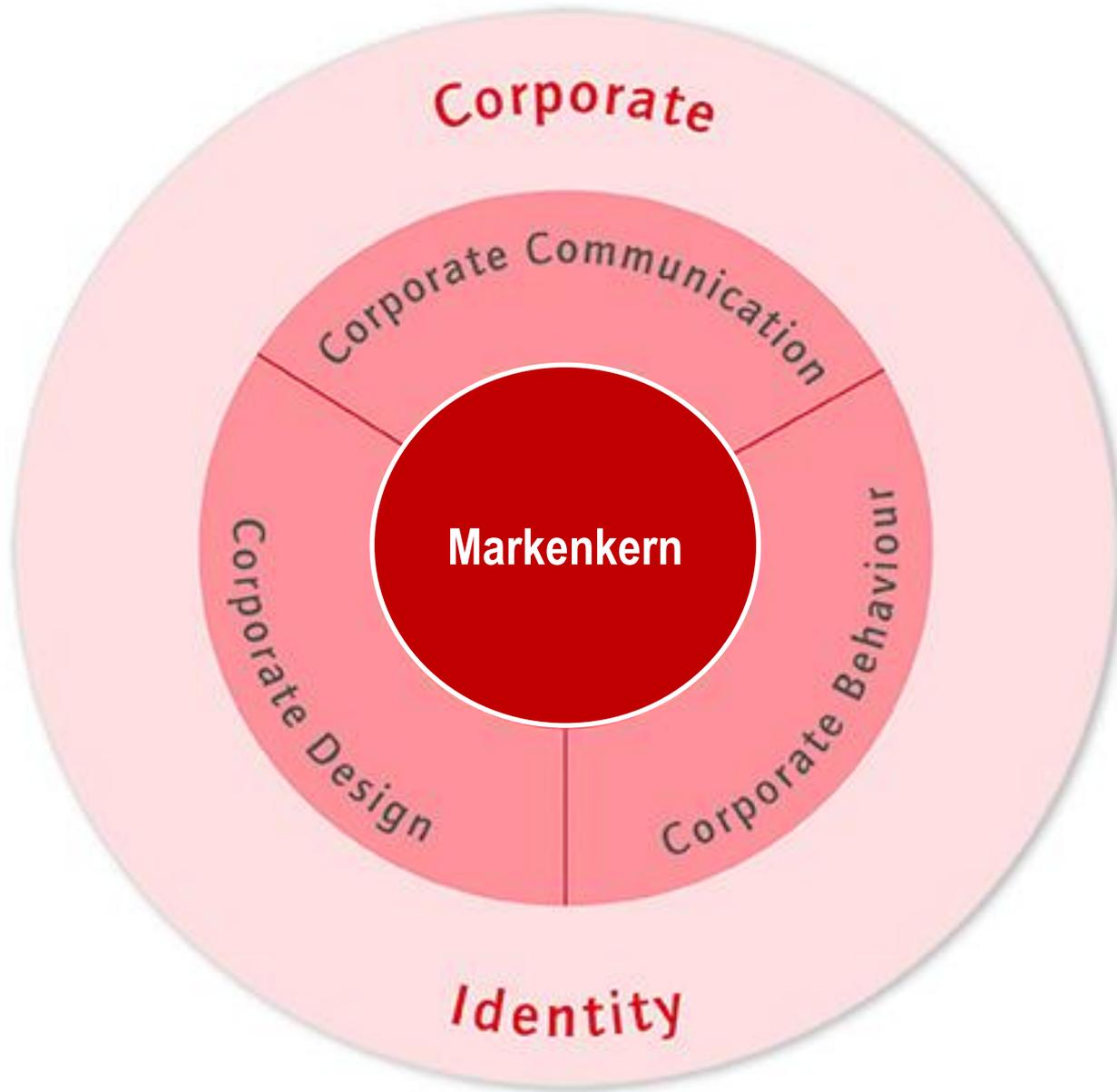
**Mit dem Identitätsmuster
der Marke Klosterneuburg
arbeiten**

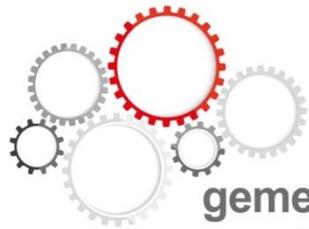
Das Identitätsmuster der Marke Klosterneuburg ist die beste Grundlage für das Marketing und die Kommunikation

- Die **Themen der Kommunikation** sollten in Zukunft dem Identitätsmuster der Marke Klosterneuburg entnommen werden
- In jeder Zielgruppe **spezifische Kommunikationsziele** definieren und diejenigen Gegebenheiten vermitteln, die in ihr die höchste Treiberwirkung haben (Privatpersonen, Wirtschaftstreibende, Touristen/Gäste, etc.)
- Die **Komplexität der Marke akzeptieren** – die Verdichtung auf einen positionierenden Satz wäre kontraproduktiv
- In der Kommunikation **nicht mit abstrakten Image-Begriffen** oder **austauschbaren Leistungen** werben

Das Identitätsmuster der Marke Klosterneuburg ist die beste Grundlage für das Marketing und die Kommunikation

- Statt dessen konkrete **Fakten/Gegebenheiten zur Sprache** bringen, die beim Empfänger die gewünschten Vorstellungen auslösen
- In den jeweiligen Zielgruppen **die richtige Kommunikation** finden, die die starken Treiber der Marke vermitteln und transportieren
- Für diese Treiber der Marke sollten **attraktive Bilder** (Key visuals) und **überzeugender Erzählstoff** gefunden und aufbereitet werden





stadt- & ortsentwicklung
gemeinsam für klosterneuburg
mitdenken | mitreden | mitgestalten

KStadt
KLOSTERNEUBURG



Es gibt nichts Gutes, außer man tut es!