

# Was die Heimat attraktiv macht

Universität Siegen entwickelt Online-Erhebungen für Kommunen. Befragungen sollen klären, was den Einwohnern an ihrem Wohnort wirklich wichtig ist

Von Harald Ries

**Siegen.** Die genauen Voraussetzungen sind von Ort zu Ort verschieden, und was die Flüchtlinge für die regionale Bevölkerungsstruktur bedeuten werden, lässt sich noch nicht absehen. Aber für die meisten Kommunen Südwestfalens bedeutet der demografische Wandel Schrumpfung. Und dort fragt man sich überall, was man tun könnte, um diesen Prozess zu verlangsamen oder gar umzukehren oder wie man das Wenigerwerden sinnvoll gestalten kann. Ein entscheidender Faktor ist dabei eine möglichst genaue Kenntnis darüber, was Bürgern wirklich wichtig ist.



„Ende 2016 könnten wir erste Trends haben.“

**Frank Luschei**, Universität Siegen

„Doch genau darüber gibt es kaum Erhebungen“, sagt Diplom-Psychologe Frank Luschei vom Forschungskolleg FoKoS der Universität Siegen. „Es gibt Ranglisten, die auf objektiven Daten beruhen, aber keine Untersuchung vor Ort, die klärt, ob den Einwohnern Kitas oder Arbeitsplätze wichtiger sind, ob Wohnungsmieten oder der

Kommunen können sich bei Uni Siegen melden

■ Städte und Gemeinden, die sich am Projekt beteiligen möchten und **Interesse an den neuen Online-Erhebungen** haben, können sich bei Frank Luschei melden, telefonisch unter 0271/7403655 oder per Mail unter frank.luschei@uni-siegen.de.



Das war der Startpunkt: Jugendliche aus Südwestfalen diskutierten im September während des „Jungen Forums“ der Südwestfalenagentur ihre Zukunftsvorstellungen.

FOTO: VOLKER HARTMANN

ÖPNV, Sport oder Kultur entscheidender dafür sind, wie die Bürger ihre Heimat bewerten.“

## Projekt Utopia als Vorbild

Und das soll sich jetzt ändern. Die Uni Siegen entwickelt Online-Erhebungen für Kommunen zur Befragung von Bürgern. Das Konzept fußt auf dem Projekt Utopia, bei dem Jugendliche aus Hilchenbach Fragen zur Attraktivität ihrer Stadt beantworteten. Die besten Noten gaben sie dabei der ruhigen Wohngegend und Naturerlebnissen. „Bedeutend ist nur, dass diese Merkmale von den Jugendlichen für eher unwichtig gehalten werden“, urteilt Luschei. Wichtig war den Teilnehmern der Online-Umfrage dagegen ein gutes Telekommunikationsnetz – das bekam in der Realität aber nur mittelmäßige Bewertungen. Hier sieht der Psychologe beispielsweise kommunale Steuerungsmöglichkeiten.

Darum geht es ja: Wie soll das

knappe Geld ausgegeben werden, um die Städte und Dörfer attraktiver zu gestalten? „Bei der Entscheidung wollen wir helfen“, erklärt Luschei. Rund 30 Merkmale werden abgefragt, vom Bildungsangebot über das Gesundheitssystem bis zu Einkaufsmöglichkeiten und Berufschancen. Wahrscheinlich wird es unterschiedliche Prioritäten geben zwischen Männern und Frauen, zwischen jungen Familien, alleinstehenden Berufstätigen und Rentnern, möglicherweise sind auch die Bedürfnisse zwischen Alteingesessenen und Neubürgern verschieden oder zwischen Städten und Dörfern. „Die Kommunen können sich bei uns melden und spezifische Fragen zu ihrem Ort stellen“, bietet Luschei an. „Wir würden sie dabei auch beraten.“

Wer mitmacht, ist noch nicht klar. Es gibt Kontakte zu Kommunen im Kreis Siegen-Wittgenstein, im Kreis Olpe und im Hochsauerlandkreis, doch prinzipiell ist man

an der Uni Siegen offen für Anfragen aus ganz NRW, wenn auch die Zusammenarbeit mit der Südwestfalenagentur die Region in den Vordergrund schiebt. Das Projekt läuft über zwei Jahre. Wenn es plangemäß läuft, könnte die konkrete Befragung Mitte kommenden Jahres beginnen. „Ende 2016 könnten wir schon erste Trends haben“, hofft Frank Luschei.

## Weltoffenheit am wichtigsten

Damit die Ergebnisse aussagekräftig werden, wäre eine möglichst große Teilnahme wünschenswert – von Kommunen und von Bürgern, die von ihrer Gemeinde über die Befragung informiert werden sollen.

Und dann wird alles besser? Den Hilchenbacher Jugendlichen waren weltoffene und tolerante Menschen das Allerwichtigste. Bei dem Thema sind die Einflussmöglichkeiten von Politik und Verwaltung freilich ein wenig beschränkt.