

PRÄSENTATION zur Imageanalyse

BürgerInnen-Workshop Vorsfelde

im Rahmen des Bundes-Förderprogrammes
„Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“

08.02.2023 | 18:00 Uhr | Schulzentrum Vorsfelde



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wohnen, Stadtentwicklung
und Bauwesen

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Zukunftsfähige 
Innenstädte und Zentren



IMAGEANALYSE, MARKENPOSITIONIERUNG UND -ENTWICKLUNG FÜR DIE WOLFSBURGER ORTSTEILE VORSFELDE UND FALLERSLEBEN

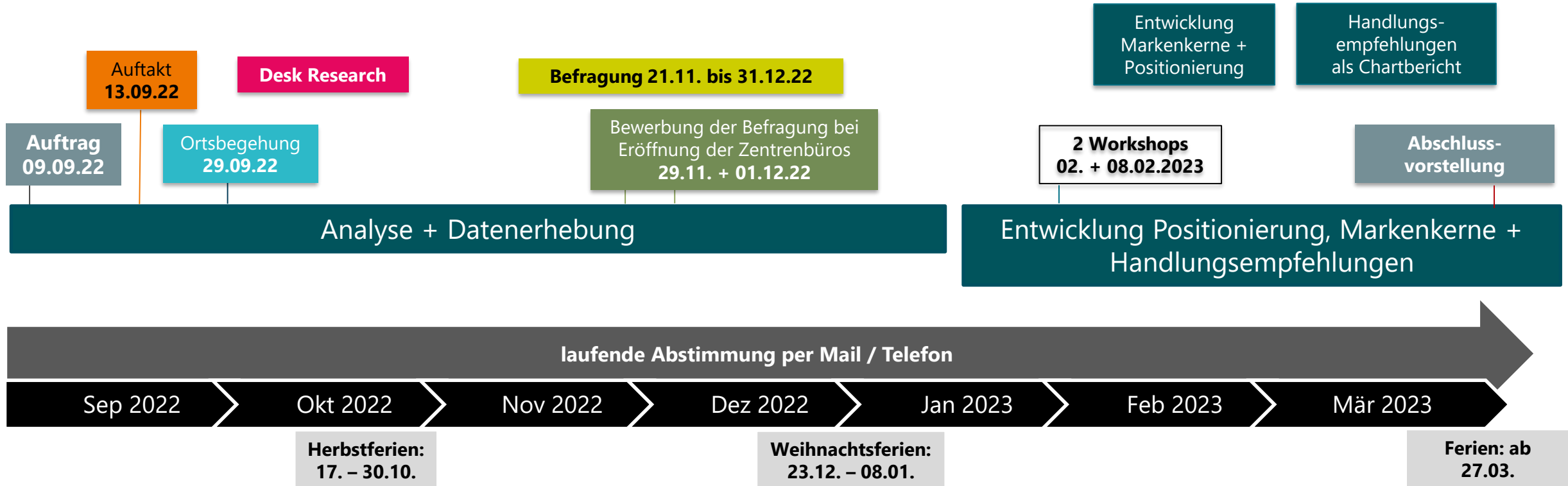
BürgerInnen-Workshop Vorsfelde | 08.02.2023 | 18:00 Uhr

Janne Dora Borchers (Projektleiterin)
Natascha Shevchenko (Projektassistentin)

cima.

Ablaufplan im Überblick

Die Schritte im Prozess



Was bestimmt das Ortsbild von Vorsfelde und die Identität?



St. Petrus-Kirche



historisches Fachwerk



MTV Vorsfelde



Einkaufsmöglichkeiten



Ütschenpaul



Kaufhaus Hohls









THEMEN

- historische Altstadt + Fachwerkhäuser
- Stadtgeschichte (ehemals Ackerbürgerstadt und zentraler Markort der Region)
- infrastrukturelle Angebote (Fachgeschäfte, Supermärkte, Dienstleister, Schulen, Banken, etc.)
- Einkaufsmöglichkeiten (inhaber*innen-geführter Fachhandel, Service-Kompetenz, Kund*innenzufriedenheit)
- Naturschutzgebiet Drömling



IMAGEWIRKUNG

- Gegenpol zur jungen und modernen Kernstadt Wolfsburg 
 - historisch gewachsenes Stadtteilzentrum 
 - Dank der guten Infrastruktur reicht das Versorgungsgebiet über die Stadtteilgrenzen hinaus in umliegende Gemeinden 
 - Einkaufserlebnis: breites Angebot, individuelle und kompetente fachliche Beratung 
 - positives Image der Naherholungsmöglichkeit in der Natur, allerdings nur geringe Kommunikation der Nutzungsmöglichkeiten 
- Viele der Themen sprechen eher die ältere Bevölkerung an bei Vernachlässigung junger Nutzergruppen. 

Ergebnisse der Analyse

Befragung (online + print)

Zeitraum:

21.11. bis 31.12.2022

insg. 840 Teilnehmende,
davon 336 aus WOB



Was fällt Dir spontan zu Fallersleben ein?

Die Feste! Hier ist immer was los.

Und wie würdest Du Vorsfelde beschreiben?

Auf jeden Fall als sympathisch.

Du kennst die Wolfsburger Ortsteile Fallersleben und / oder Vorsfelde? Dann mach jetzt mit bei unserer Umfrage! www.imageumfrage-wolfsburg.de

Wolfsburgerleben • Folgen

wolfsburgerleben Wie gefällt es euch in Fallersleben und Vorsfelde? Eure Meinung ist gefragt!

Wir wollen es genau wissen: Warum und wie häufig besucht ihr die Wolfsburger Ortsteile, was macht das Lebensgefühl dort aus? Wo seht ihr ihre Stärken, was gefällt euch vielleicht auch nicht? Macht mit und sagt uns eure Meinung unter www.imageumfrage-wolfsburg.de (Link in Bio und in der Story).

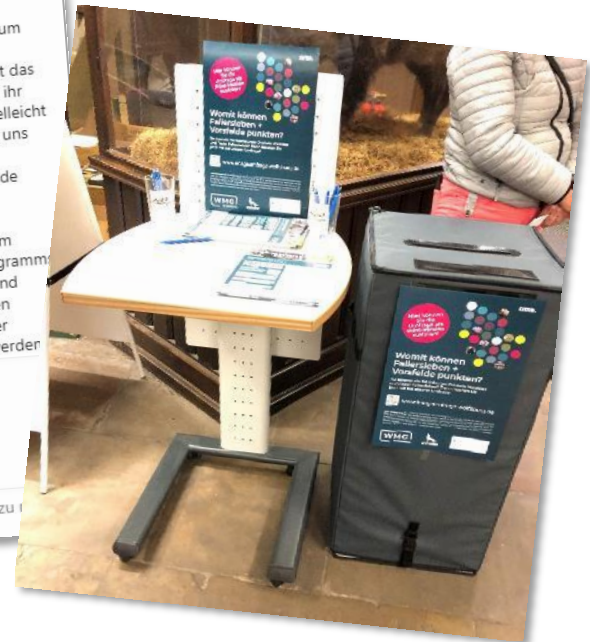
Wieso wir das wissen wollen? Im Rahmen des Bundesförderprogramm "Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren" sollen die historischen Ortskerne im Dreiklang mit der Innenstadt weiterentwickelt werden

335 Aufrufe
NOVEMBER 22, 2022

Melde dich an, um mit „Gefällt mir“ zu oder zu kommentieren.

WMG Für Wolfsburg

WOLFSBURG



Was macht den Wolfsburger Ortsteil Fallersleben besonders? Was macht das Lebensgefühl hier aus? Womit kann Fallersleben punkten? Diese Fragen sind für Sie – als Einwohnerin oder auch als Besucherin – am besten beurteilen! Daher freuen wir uns, wenn Sie nachfolgend an unserer Befragung teilnehmen. Dauer: ca. 10 Minuten

Es gibt auch die Möglichkeit, online an der Befragung teilzunehmen unter www.wmg-wolfsburg.de/umfrage oder scannen Sie mit Ihrem Smartphone den folgenden QR-Code:

Zum Hintergrund: Die Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH möchte die besonderen Merkmale von Fallersleben herausarbeiten. Ziel ist es, die Identität der Menschen mit den Ortsteilen zu stärken und die Vielfältigkeit Wolfsburgs sichtbar zu machen. Die Ergebnisse der Befragung sind die Grundlage für die Entwicklung der Identitätsmerkmale für die Ortsteile. Unterstützt wird die WMG bei diesem Vorhaben durch die Agentur CIMA Beratung + Management GmbH.

Hinweis zum Datenschutz: Die Befragung erfolgt anonym. Die Erfassung der gewonnenen Daten erfolgt im Einklang mit den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Daten. Die Befragungsergebnisse werden nur in zusammenfassender Form dargestellt und nicht auf Angaben einzelner Personen zurückzuführen. Die geltenden Bedingungen sind unter www.cima.de zu finden.

Die Durchführung der Befragung wird begleitet durch die CIMA Beratung + Management GmbH.

4 Mit welchen Begriffen / Eigenschaften würden Sie Fallersleben beschreiben?
Bitte hier eintragen:

mir fällt dazu nichts ein

5 Wie häufig sind Sie in Fallersleben?
 täglich wöchentlich monatlich gelegentlich selten oder nie

6 Was sind die wichtigsten Gründe für Ihren Besuch in Fallersleben?
Bitte wählen Sie höchstens 3 Optionen aus.

Einkäufen / Wochenmarkt ich arbeite in Fallersleben. Arztbesuch Besuch Verwandte / Freunde
 Kinderbetreuung / Schule Freizeit- und Sportaktivitäten Friseurbesuch Gastronomiebesuch
 Sonstiges, und zwar: Kunst / Kultur Veranstaltungsbesuch

7 Wie beurteilen Sie Fallersleben bezüglich der folgenden Eigenschaften eher?
Bitte setzen Sie pro Zeile ein Kreuz.

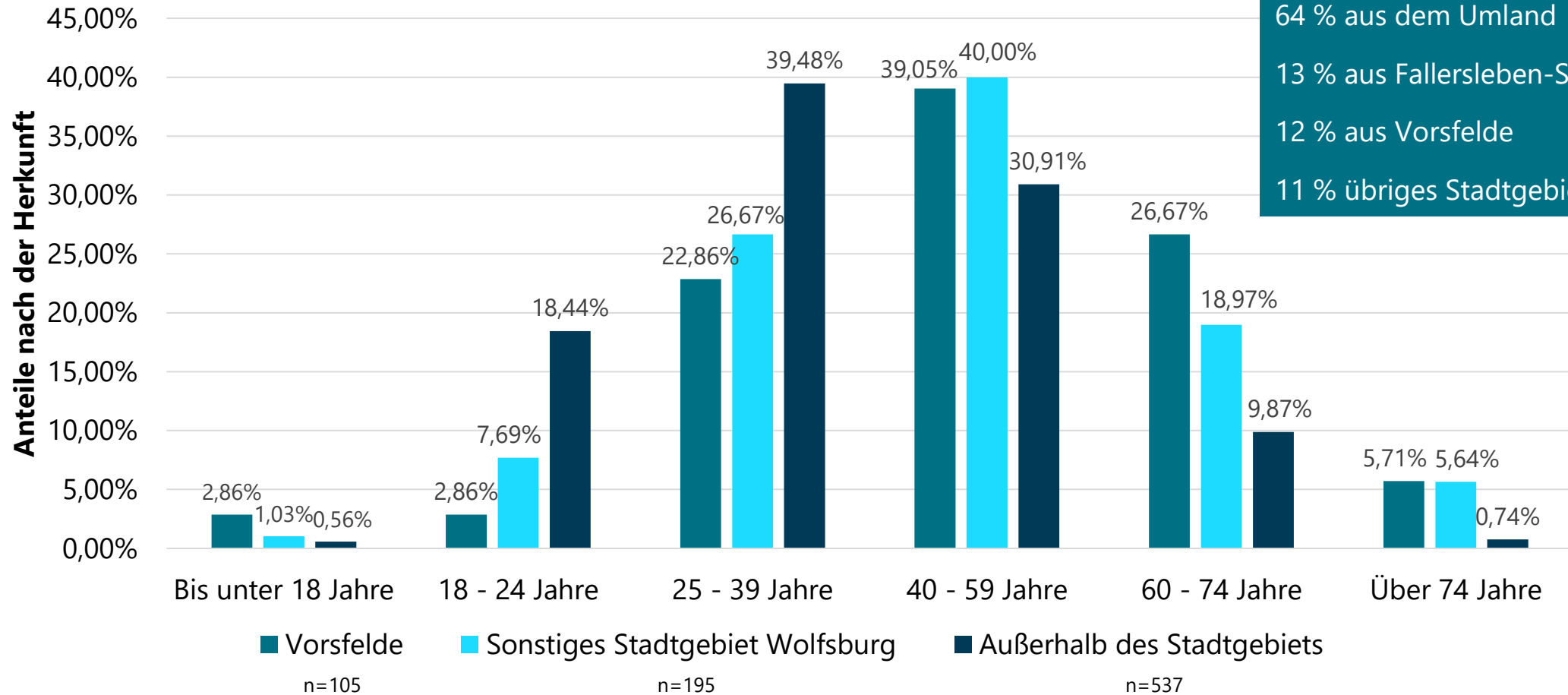
alt / historisch	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	jung
unecht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	echt / authentisch
unkreativ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	kreativ
unbeständig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	traditionsbewusst
unsympathisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	sympathisch
engstirnig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	echt / authentisch
leblos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	lebendig
hässlich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	traditionsbewusst
grau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	sympathisch
kulturell nicht engagiert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	weltoffen
sozial nicht engagiert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	vielfältig
sportlich desinteressiert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	schön
hat keinen Platz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	grün
dörflich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	kulturell engagiert
unmodern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	sozial engagiert
nicht familienfreundlich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	sportbegeistert
unsicher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	hat Platz
streckig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	städtisch
abgehangt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	fortschrittlich / modern
steerlos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	familienfreundlich
nicht jugendfreundlich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	sicher
nicht seniorinnenfreundlich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	sauber
starr / rigide	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	aufstrebend
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	innovativ
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	jugendfreundlich
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	seniorinnenfreundlich
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	dynamisch

Zentrale Ergebnisse der Online-Befragung

Vorsfelde

Soziodemographische Angaben

Altersstruktur nach Wohnort der Befragten

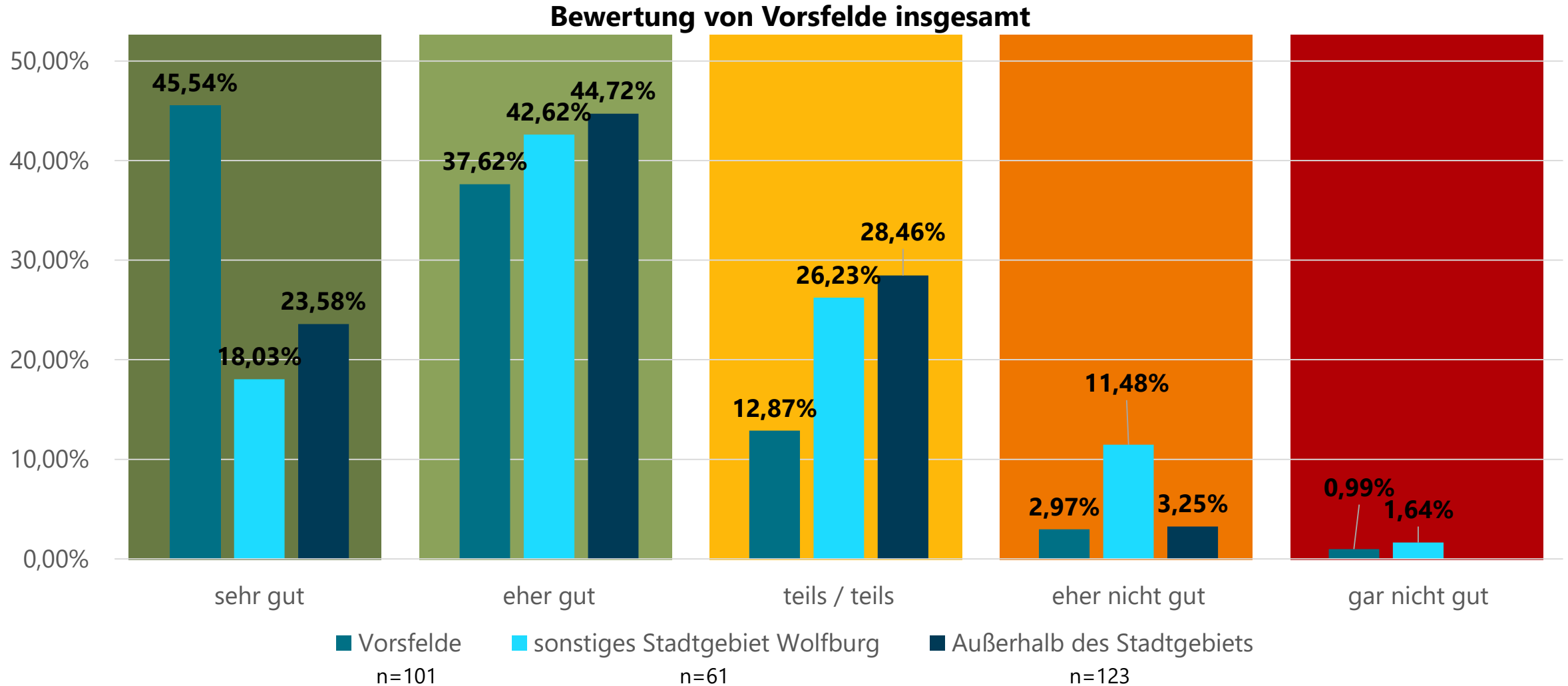


HERKUNFT

- 64 % aus dem Umland
- 13 % aus Fallersleben-Sülfeld
- 12 % aus Vorsfelde
- 11 % übriges Stadtgebiet WOB

Zentrale Ergebnisse der Online-Befragung

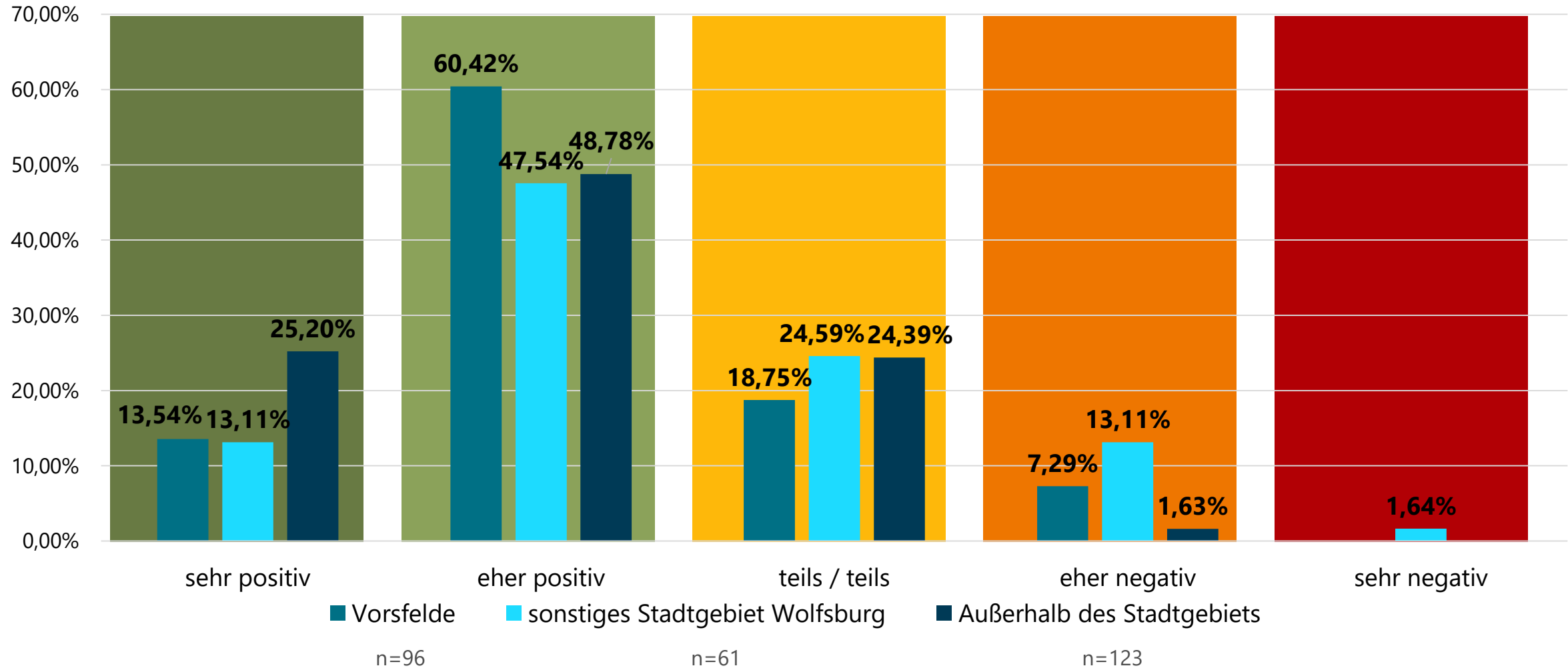
Vorsfelde



Zentrale Ergebnisse der Online-Befragung

Vorsfelde

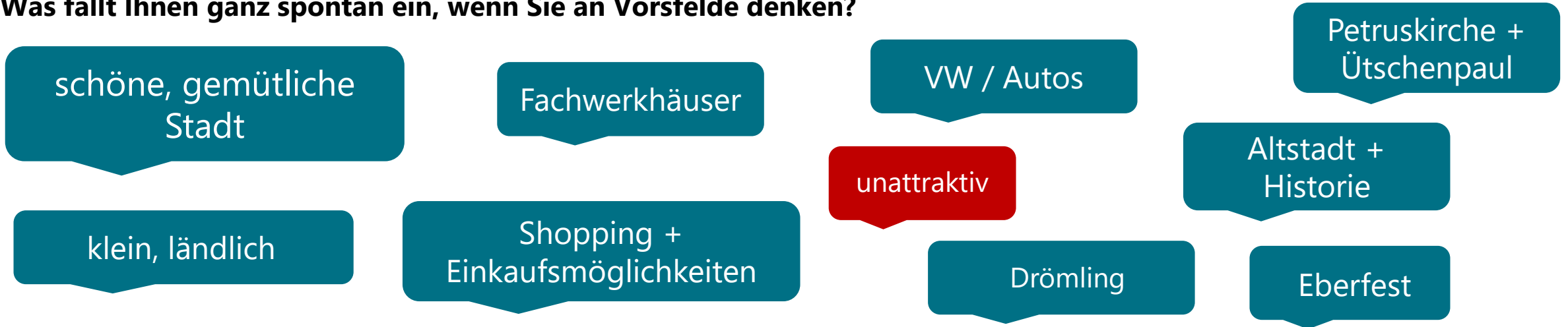
Bewertung des Images von Vorsfelde



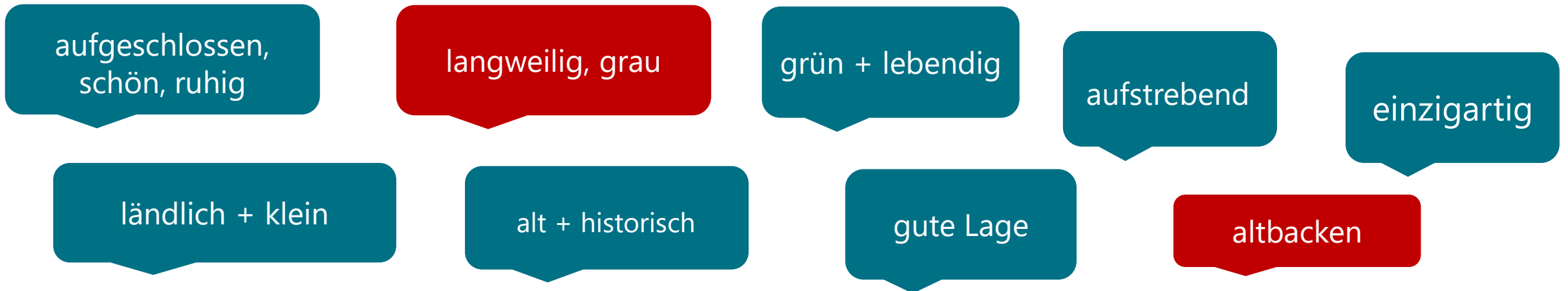
Zentrale Ergebnisse der Online-Befragung

Vorsfelde

Was fällt Ihnen ganz spontan ein, wenn Sie an Vorsfelde denken?



Mit welchen Begriffen / Eigenschaften würden Sie Vorsfelde beschreiben?



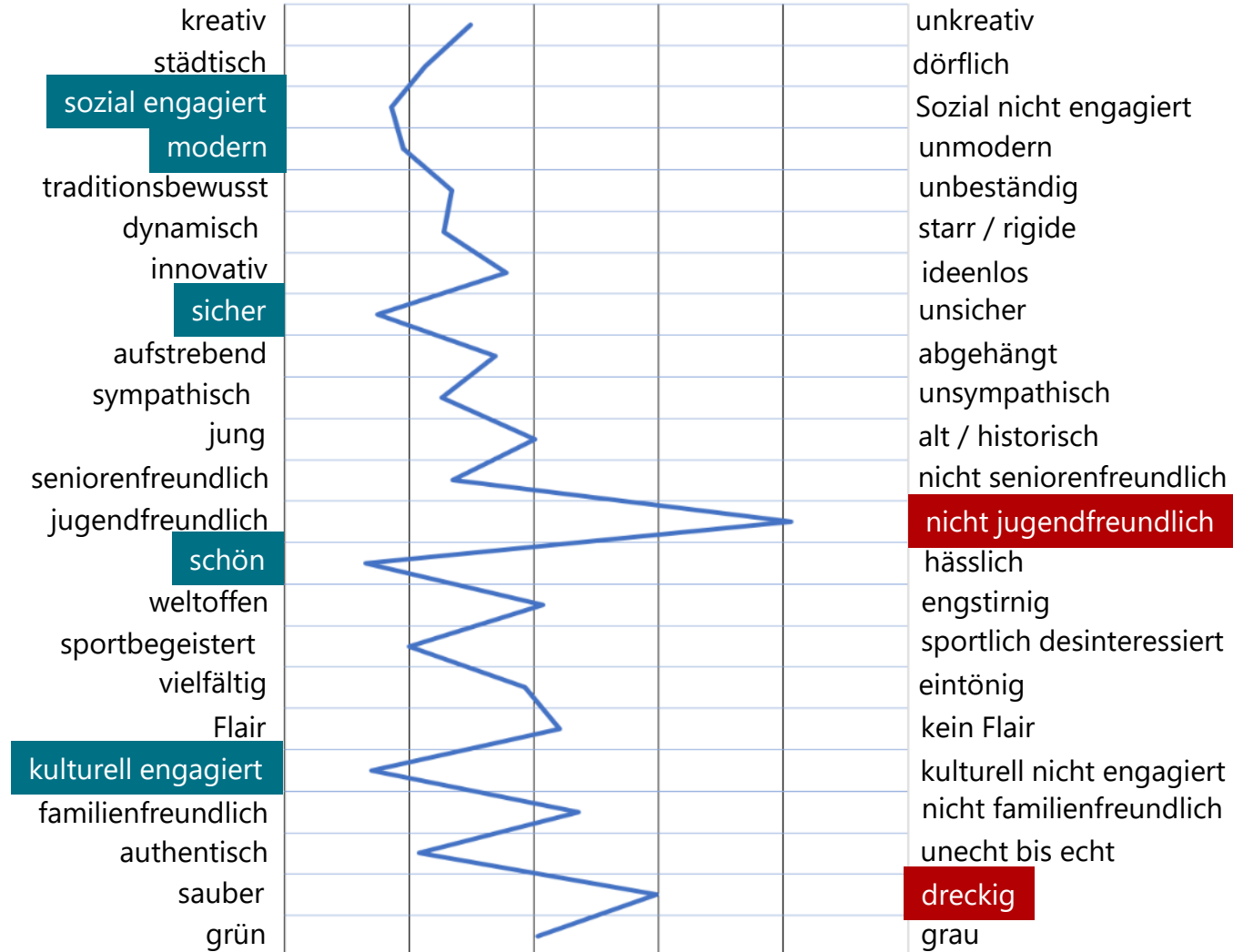
Zentrale Ergebnisse der Online-Befragung

Vorsfelde

Beurteilung Vorsfeldes anhand konkreter Eigenschaften

LEGENDE

- positiv
- negativ



n = zwischen 280 und 287

Zentrale Ergebnisse der Online-Befragung

Vorsfelde

Was gefällt Ihnen in Vorsfelde ganz besonders?

allgemein

konkret

Atmosphäre, Ambiente und Flair

die optimale Lage und Anbindung

die Menschen und die
Zusammengehörigkeit

Altstadt, alte
Häuser,
Architektur

die Natur und die
Grünflächen

Drömling

Fußgängerzone und
Einkaufsstraße

Ütschenpaul und Hohls

Was gefällt Ihnen in Vorsfelde überhaupt nicht?

allgemein

konkret

eintönig +
grau

Publikum

Kriminalität

Attraktivität der Geschäfte

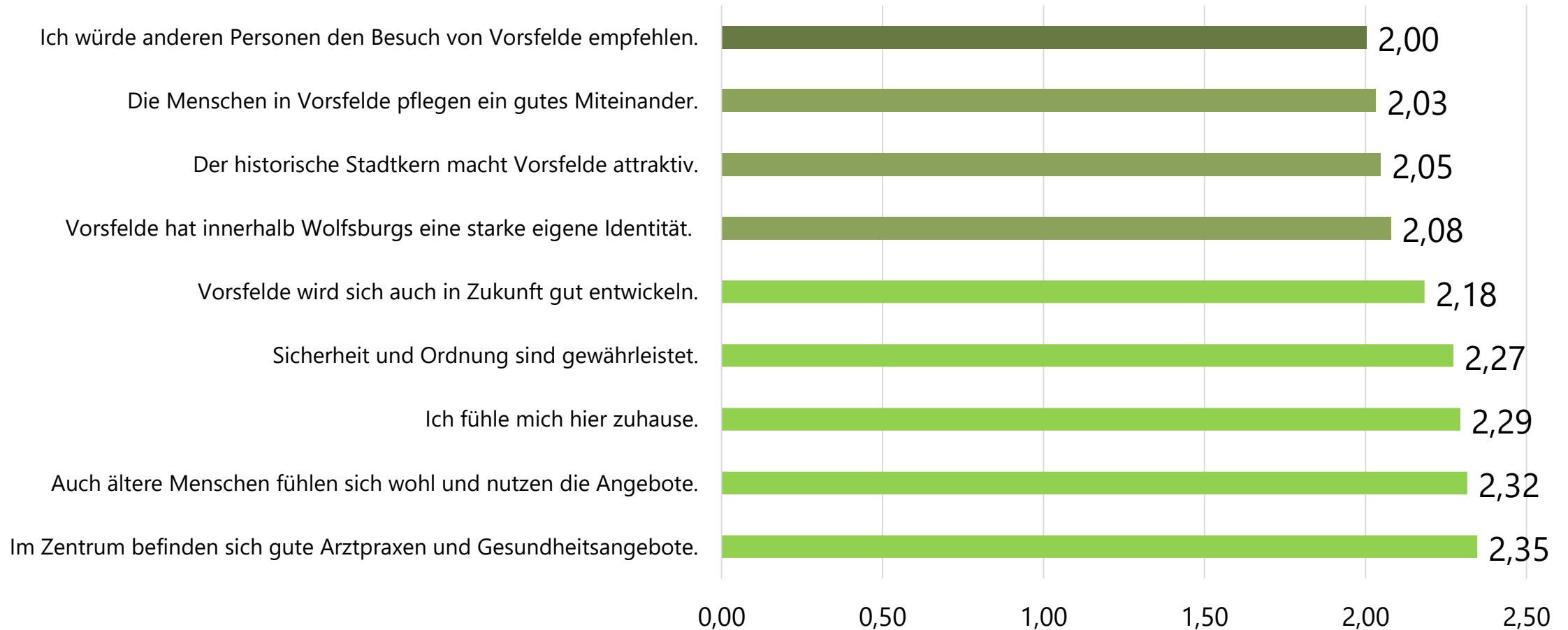
Müll

Verkehrsführung

zu wenige Parkplätze

wenige Spielmöglichkeiten
für Kinder

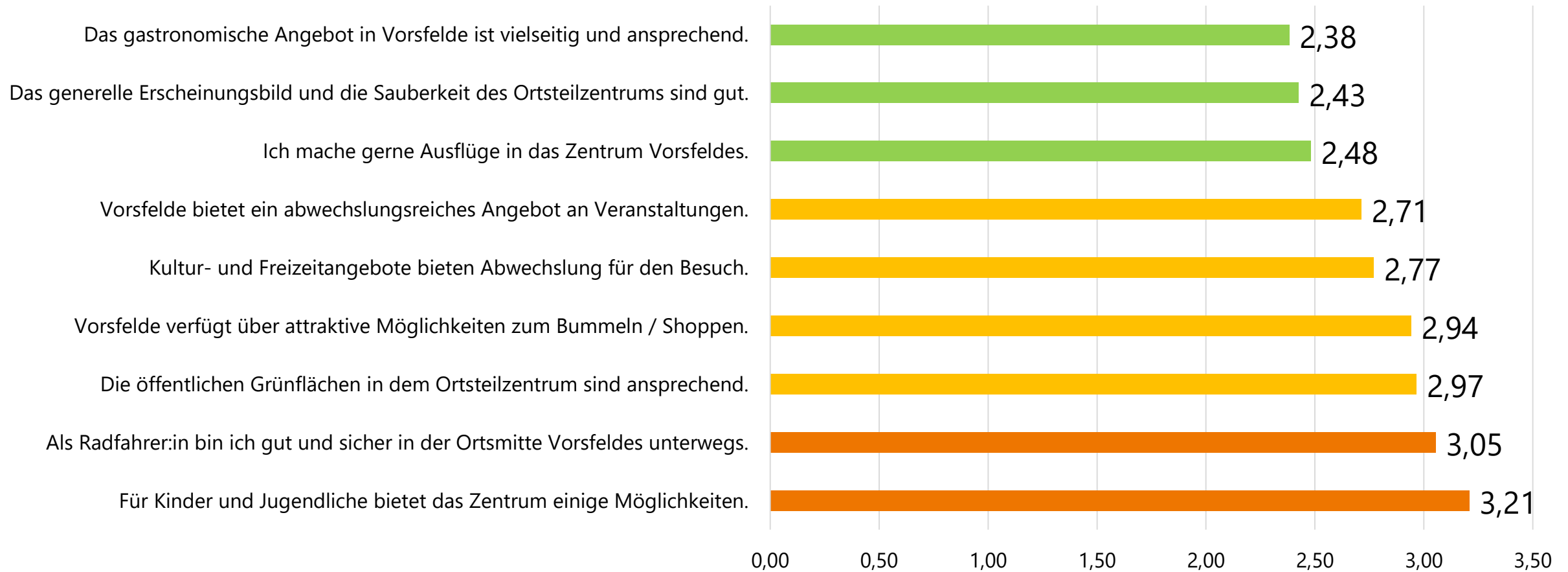
Zustimmung zu bestimmten Aussagen*



* Antwortmöglichkeiten wurden bepunktet. „Stimme vollkommen zu“ entspricht 1 Punkt, „Stimme eher zu“ entspricht 2 Punkten, „teils/teils“ entspricht 3 Punkten, „Stimme eher nicht zu“ entspricht 4 Punkten, „Stimme überhaupt nicht zu“ entspricht 5 Punkten. Dargestellte Werte geben den Durchschnitt an.

n= zwischen 231 und 275

Zustimmung zu bestimmten Aussagen*



* Antwortmöglichkeiten wurden bepunktet. „Stimme vollkommen zu“ entspricht 1 Punkt, „Stimme eher zu“ entspricht 2 Punkten, „teils/teils“ entspricht 3 Punkten, „Stimme eher nicht zu“ entspricht 4 Punkten, „Stimme überhaupt nicht zu“ entspricht 5 Punkten. Dargestellte Werte geben den Durchschnitt an.

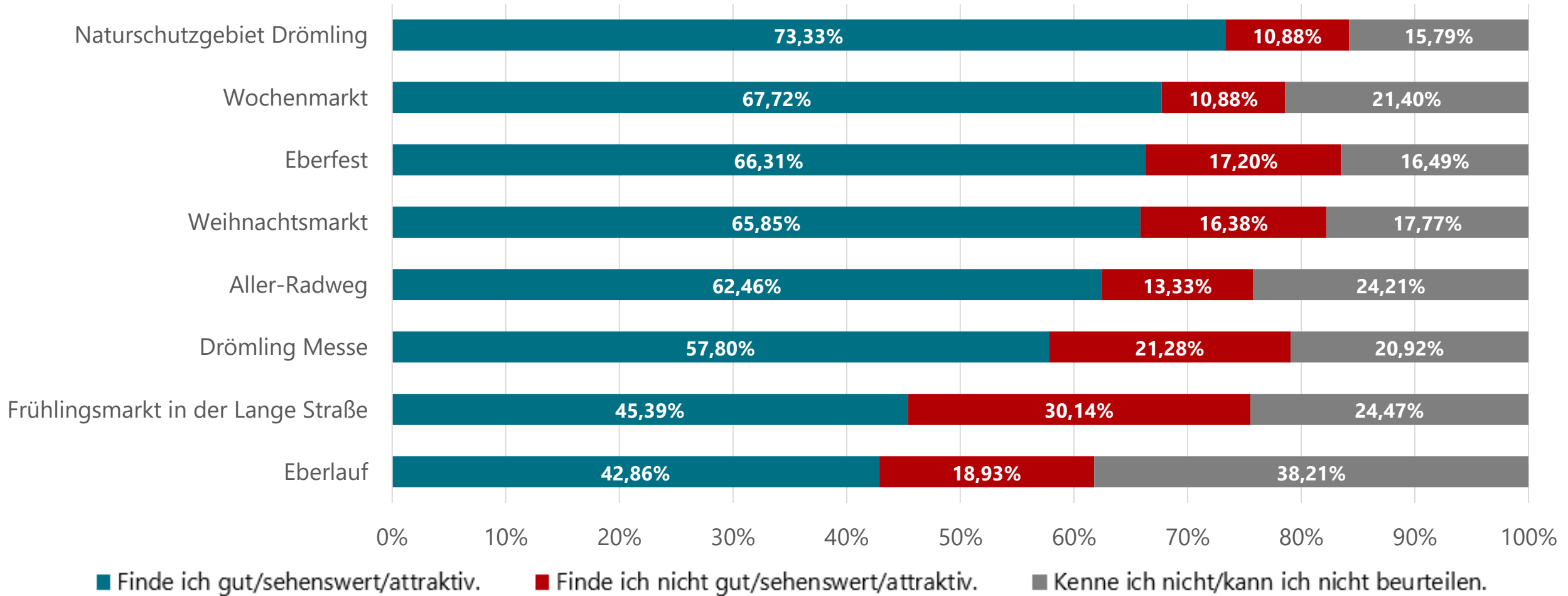
n= zwischen 231 und 275

Zentrale Ergebnisse der Online-Befragung

Vorsfelde



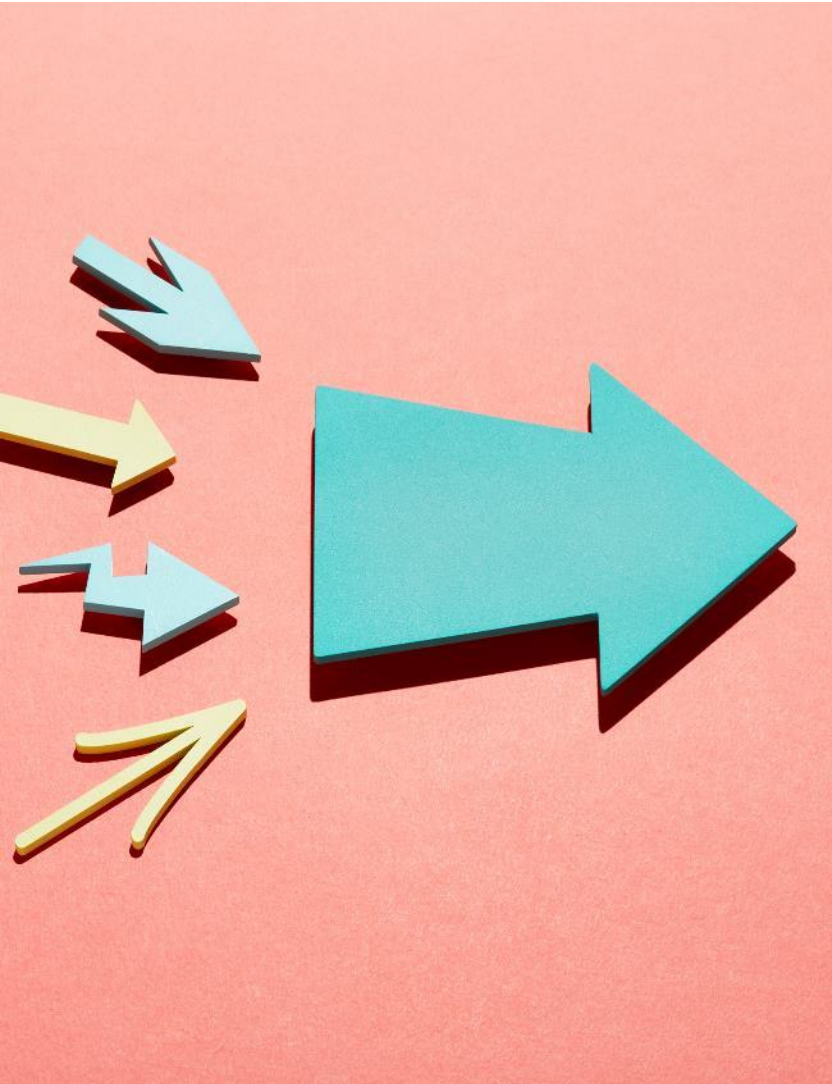
Beurteilung von Sehenswürdigkeiten / Orten / Events in Vorsfelde



n= zwischen 279 und 287

Nächster Step

Entwicklung von Handlungsempfehlungen



- Herausarbeiten der Markenpositionierungen (auch: Zielgruppen, Bilder + Geschichten, Tonalität)
 - Einbindung in Gesamtmarketing + Marke Wolfsburg
 - Identitätsstiftende Maßnahmen vor Ort
 - Empfehlungen für Marketingmaßnahmen
 - Ansätze für das Monitoring
- Priorisierung + Stufenplan