Erhebung eines Meinungsbildes über das Land Brandenburg:

Zusammenfassung der Kernergebnisse

Auftraggeber:

Staatskanzlei des Landes Brandenburg,

Stabsstelle Landesmarketing

com.X Institut für Kommunikations-Analyse & Evaluation,
20. Juni 2017

com.X

com.X · Ehrenfeldstraße 34 · 44789 Bochum · Germany
Institut für Kommunikations-Analyse & Evaluation
Quast. Warthun GbR
com.X@comx-forschung.de · www.comx-forschung.de

Fon +49(0)234-3250830 · Fax +49(0)234-3250831
Commerzbank Bochum · Kto 3859915 · BLZ 43040036
IBAN DE27 4304 0036 0385 9915 00 · SWIFT COBADEFF430
USt-IdNr. DE 202 600 415

Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.
DeGEval Gesellschaft für Evaluation e.V.

1. Ausgangssituation, Erkenntnisziel und Methode

Als Grundlage für die Aktualisierung des Landesmarketings hat die Stabsstelle Landesmarketing der Staatskanzlei des Landes Brandenburg Ende 2016 die Erhebung eines Meinungsbildes zum Land Brandenburg öffentlich ausgeschrieben. Ziel war es, ein differenzierendes Meinungsbild zu positiven und negativen Aspekten des Landes in der Wahrnehmung der deutschen Bevölkerung sowie weiterer wichtiger Zielgruppen zu erhalten. Die Ergebnisse sollen als Grundlage für die zielgerichtete Entwicklung einer Landesmarketingstrategie dienen.

In einem zweistufigen Auswahlverfahren hat sich das Forschungs- und Beratungsinstitut com.X als erfolgreicher Bieter durchgesetzt und zwischen Februar und Juni 2017 eine umfangreiche Studie durchgeführt. Dabei kamen folgende, teils aufeinander aufbauende und sich gegenseitig kontrollierende Methoden zum Einsatz:

1. Auftaktworkshop mit dem Auftraggeber und Brandenburger Marketing- und Kommunikationsexpertinnen und -experten
2. 8 Gruppendiskussionen mit Bevölkerungsvertreterinnen und -vertretern bundesweit an 5 Standorten in und außerhalb Brandenburgs[1]
3. Bundesweite Online-Bevölkerungsbefragung von n = 1.613 Befragten ab 16 Jahren[2], in Zusammenarbeit mit dem international renommierten Meinungsforschungsinstitut Ipsos
4. Telefon-Befragung von n = 200 Meinungsführer(inne)n[3] und Unternehmensverantwortlichen[4] jeweils zu 1/3 aus Brandenburg und zu 2/3 bundesweit außerhalb Brandenburgs

Auftaktworkshop (1) und Gruppendiskussionen (2) dienten einerseits im Sinne einer Vorstufe dazu, die Fragebögen für die bundesweiten Befragungen (3 und 4) vorzubereiten und die aus Zielgruppensicht wirklich relevanten Fragen zu stellen. Andererseits stellen sie für sich genommen ein Ergebnis dar und kontrollieren bzw. ergänzen die bundesweiten Befragungsergebnisse.

Der umfangreiche Ergebnisbericht wurde am 20. Juni 2017 vorgelegt, die zentralen Ergebnisse sind nachfolgend zusammengefasst.

---

[1] Innerhalb Brandenburgs Cottbus und Neuruppin, außerhalb Berlin, Bochum und Stuttgart.

[2] In der Befragung waren 1.000 Personen für Deutschland repräsentativ bezogen auf die Kriterien Alter, Geschlecht und Bundesland vertreten. Um darüber hinaus belastbare Ergebnisse für Brandenburg selbst (n = 300), Berlin (n = 200) und die östlichen Bundesländer zusammengenommen (n = 264) zu erhalten, wurden zusätzlich weitere Personen nur aus diesen Gebieten befragt, bis insgesamt die in den Klammern angegebenen Zahlen für diese Gruppen erreicht waren. Insgesamt ergab sich so die Gesamtzahl von 1.613 Befragten.

[3] Vertreter/-innen aus Medien, Politik, Wissenschaft und Forschung, Verbänden, Stiftungen, NGOs.

[4] Bundesweit wurden Unternehmen ab einer Mindestgröße von 50 Mitarbeitenden befragt, die aus für die Brandenburger Wirtschaftsförderung besonders relevanten Clustern stammen (vgl. www.wfbb.de). Innerhalb Brandenburgs wurde eine Stichprobe aus Unternehmen aller Mitarbeitergrößenklasssen und Branchen befragt.

2. Kurzzusammenfassung

Das Bundesland Brandenburg ist in der bundesweiten Wahrnehmung wenig präsent und besitzt ein geringes Profil, ist also ein (nahezu) weißes Blatt. Markante (touristische) Orte verfügen zwar über eine hohe Bekanntheit, werden aber vielfach nicht mit Brandenburg verbunden. Manches Wissen zu positiven Aspekten ist nur vage und unbewusst vorhanden.

Aus fernerer West-Sicht läuft Brandenburg einerseits Gefahr, indifferent als Osten wahrgenommen zu werden, mehr aber noch in der Wahrnehmung mit Berlin zu verschmelzen bzw. von Berlin überblendet zu werden. Andererseits geht es nicht ohne Berlin: Für Brandenburger/-innen rein praktisch nicht und für Auswärtige ist in mehrerer Hinsicht Berlin die „Brücke nach Brandenburg“: für die Aufmerksamkeit, das Ansehen und den realen Besuch.

Das schon vorhandene und an sich positive Faktum stärkeren Zuzugs aus Berlin (insbesondere in den „Speckgürtel“) scheint nach innen auch Konfliktpotenzial zu bieten. Allein mit Maßnahmen des Marketings dagegen anzugehen, übersteigt aber dessen Möglichkeiten.

Unternehmensverantwortliche in Brandenburg haben ein enorm positives Bild vom Land, während Meinungsführer/-innen sowohl bundesweit als auch in Brandenburg selbst kritischer werten.

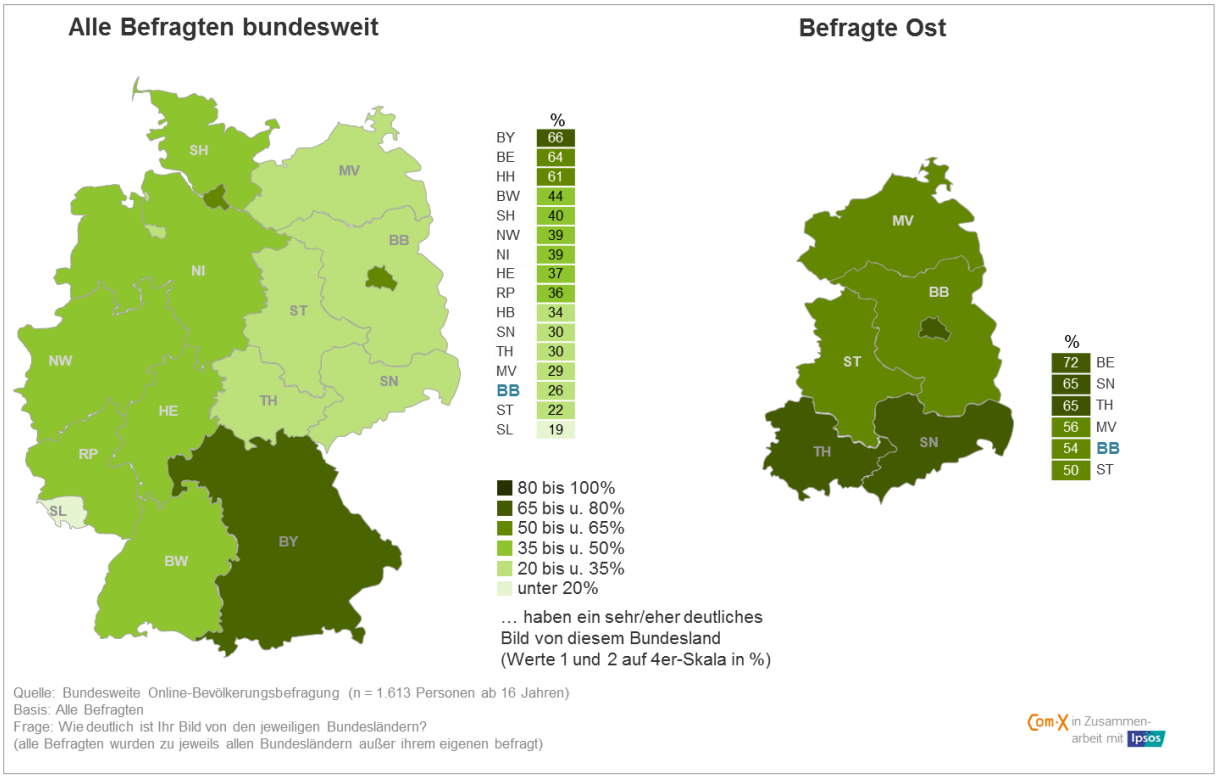
Die Erhebung verweist deutlich auf die Notwendigkeit, das Bild des Landes Brandenburg deutschlandweit zu schärfen. Dazu ist die (nahezu) Leere-Blatt-Position mit de facto vorhandenen Stärken, die aber unzureichend bekannt sind oder Brandenburg nicht zugeschrieben werden sowie Berlin als Brücke ein guter Ausgangspunkt.

3. Zentrale Ergebnisse

Geringe Präsenz von Brandenburg und rudimentärer Wissensstand über das Land

Das Bundesland Brandenburg ist in der deutschen Bevölkerung wenig präsent: Nur rund jeder Vierte (26%) gibt bundesweit an, ein (eher) deutliches Bild vom Land Brandenburg vor Augen zu haben (im Folgenden „Brandenburg-Kenner“ genannt). Nur Sachsen-Anhalt (22%) und das Saarland (19%) haben in der Bevölkerung eine noch geringere Präsenz als Brandenburg, während Bayern mit 66% Spitzenreiter ist. Alle ostdeutschen Länder finden sich am Ende des Präsenz-Rankings. Das bundesweite Gesamtergebnis ist stark durch den (analog zur Bevölkerungsstruktur) hohen Anteil westdeutscher Befragter geprägt. Betrachtet man nur Befragte aus Ostdeutschland, besteht ein wesentlich deutlicheres Bild von Brandenburg, aber auch allen anderen östlichen Bundesländern (vgl. Abb. 1).

Abb. 1: Deutlichkeit des Bildes der einzelnen Bundesländer bei Bürger(inne)n aller anderen Bundesländer

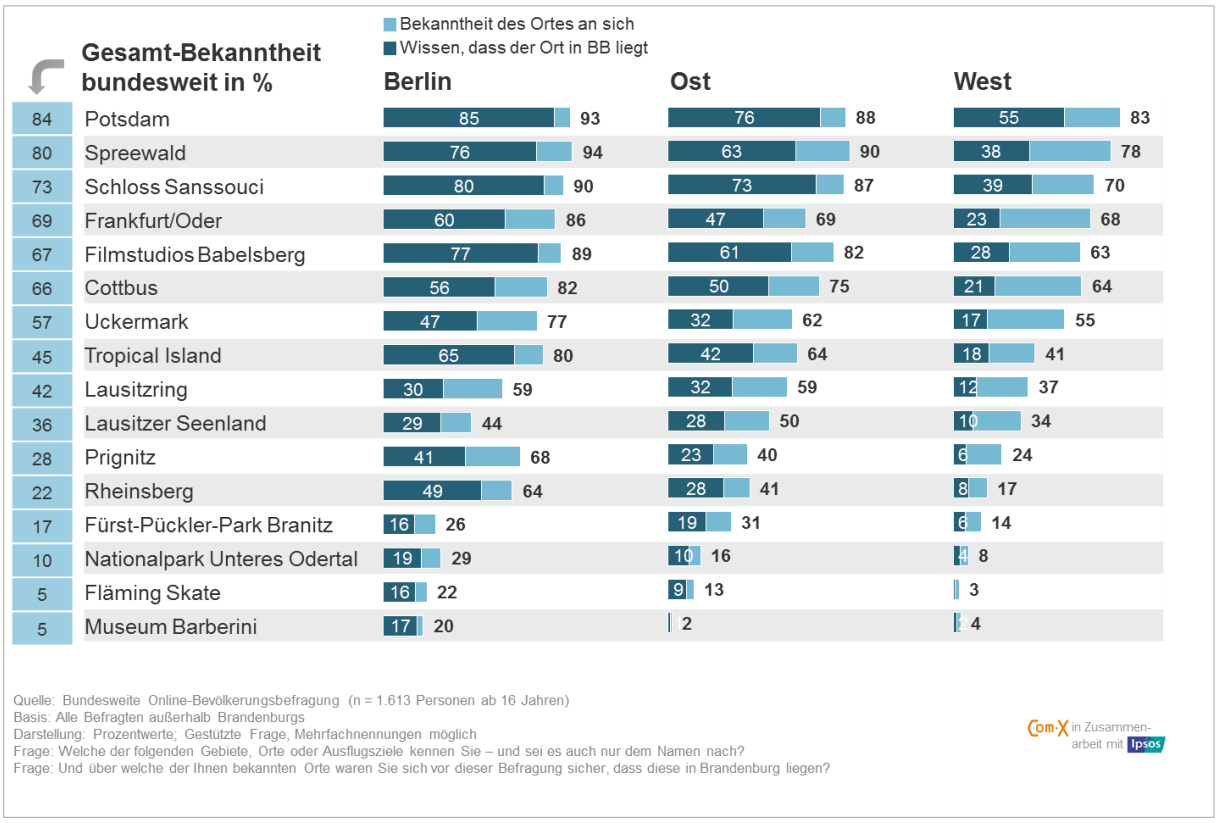


In Umdrehung der Blickrichtung ist Brandenburg am präsentesten in Berlin (83%) und den östlichen Ländern (z. B. in Sachsen-Anhalt 69%), aber deutlich weniger im Westen (z. B. Nordrhein-Westfalen 23%) (vgl. Abb. 3).

Als unmittelbare Folge der geringen Präsenz ist auch das Wissen über Brandenburg nur rudimentär ausgeprägt. Dass Brandenburg im Osten Deutschlands liegt, ist nahezu 100% der Bevölkerung in West und Ost bekannt, und dass es an Berlin angrenzt, weiß auch noch die deutliche Mehrheit (85% im Osten, 80% im Westen). Dass aber Brandenburg Berlin komplett umschließt, ahnt nicht mal jeder Fünfte in Westdeutschland.[5]

Orte wie Potsdam, der Spreewald oder Sanssouci sind zwar durchaus (auch gestützt) breiter bekannt (auch im Westen über 70%), werden aber vielfach gar nicht in Brandenburg verortet. Diese Diskrepanz zeigt sich noch deutlicher zu Event-Orten wie den Filmstudios Babelsberg oder Tropical Island, die sogar nur weniger als die Hälfte der Westdeutschen, die sie kennen, mit Brandenburg in Verbindung bringen (vgl. Abb. 2).

Abb. 2: Bekanntheit Brandenburger Orte und Zuordnung zu Brandenburg

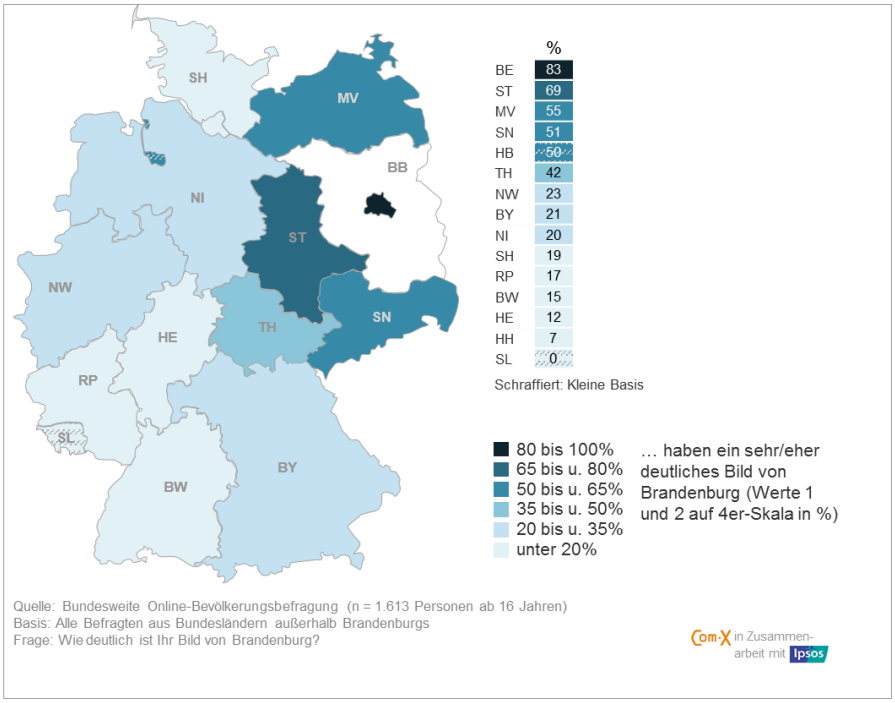


„Brandenburg-Kenner“ wissen zu diesen und weiteren Details mehr und werten zumeist im Folgenden auch (tendenziell) positiver in Bezug auf Brandenburg. Unter „Brandenburg-Kennern“ befinden sich in Relation zu den Nicht-Kennern mehr formal höher Gebildete, Männer

[5] In der Befragung wurde eine gerasterte Deutschlandkarte gezeigt und die wurden Befragten gebeten, jedes Feld zu wählen, in dem Brandenburg liegt (Brandenburg ersteckte sich in der Karte auf vier Felder). Alle vier Felder ausgewählt und damit die geografische Lage und Größe richtig eingeschätzt haben in Westdeutschland lediglich 18%.

und Personen mittleren Alters (30 bis 49 Jahre). Speziell Brandenburger Orte sind zudem bei Älteren (50+) zumeist bekannter.

Abb. 3: Deutlichkeit des Bildes von Brandenburg bei Bürger(inne)n anderer Bundesländer



Im Vergleich mit anderen Ländern nur mittlere Sympathie-Werte für Brandenburg

Das Sympathie-Ranking spiegelt die mangelnde Präsenz. Brandenburg liegt in Deutschland mit der Note 2,7[6] wie schon bei der Präsenz weiter hinten (Spitzenreiter ist hier Schleswig-Holstein mit 1,8, letzter Sachsen-Anhalt mit 2,8).

Die Sympathie-Unterschiede der Länder sind jedoch geringer als die der Präsenz, denn nur „Kenner“ der jeweiligen Länder wurden zu dessen Sympathie gefragt[7], es ergibt sich gewissermaßen ein Nivellierungseffekt: Bekanntes ist sympathischer und umgekehrt ist eher Sympathisches präsent.

Der Zusammenhang von Wissen und Gefallen zeigt sich explizit auch für Brandenburg: Bei Kennern hat Brandenburg – wie erwähnt – einen Sympathiewert von 2,7, bei Nicht-Kennern nur 3,4.

---

[6] Gemessen auf einer Schulnoten- bzw. 6er-Skala.

[7] Hätte man alle Befragten zu allen Bundesländern gefragt, hätte dies die Belastungsgrenze überschritten. Zu Brandenburg wurden daher immer alle gefragt, zu allen anderen Bundesländern nur die, die ein (eher) deutliches Bild vom jeweiligen Land haben. Für Ländervergleiche wurden jeweils einheitlich die Kenner herangezogen, um gleiche Voraussetzungen zu gewährleisten.

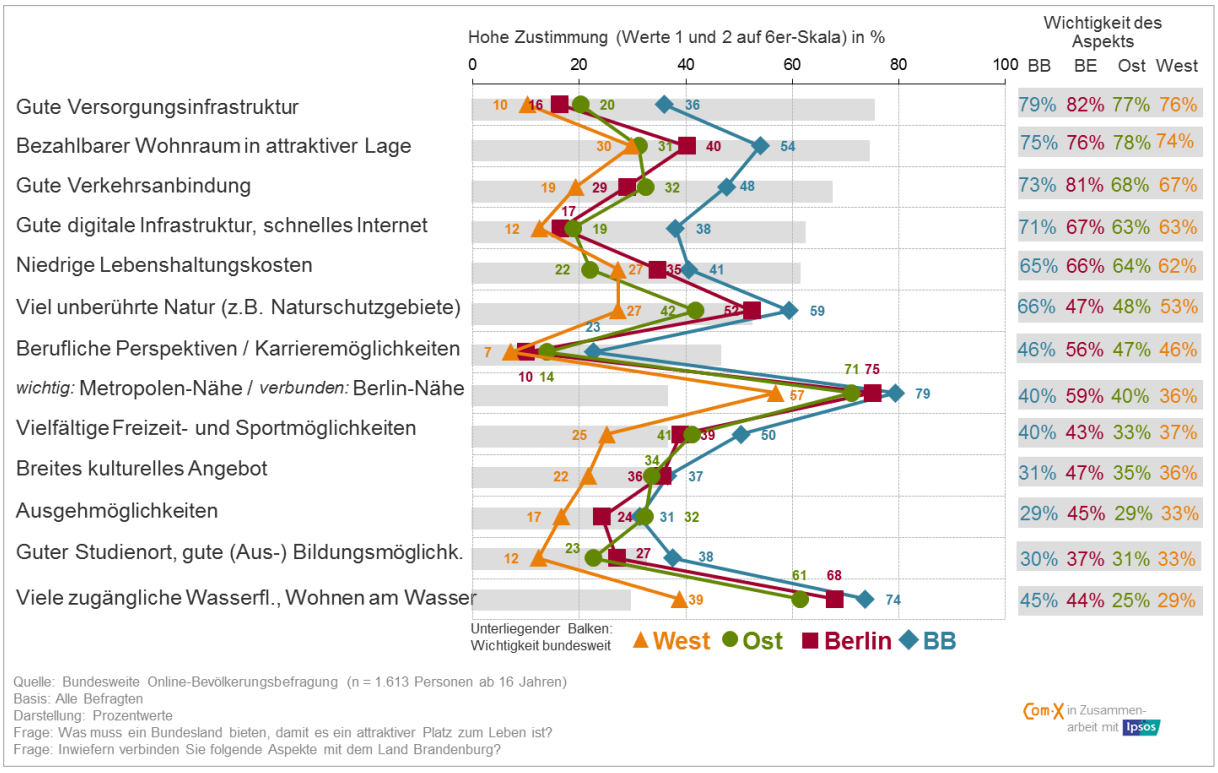
In Umdrehung der Blickrichtung findet Brandenburg dementsprechend in den Ländern relativ gesehen mehr Sympathie, in denen es auch präsenter ist, also vornehmlich im Osten, allem voran in Sachsen-Anhalt (2,4 bei allen Befragten und sogar 2,2 bei „Brandenburg-Kennern“). Im direkten Vergleich der Ost-Bundesländer untereinander inklusive Eigenbewertung schätzen Sachsen-Anhalter/-innen Brandenburg zusammen mit Thüringen sogar positiver ein als ihr eigenes Heimatland.

Brandenburg: Land mit viel Natur und Wasserflächen

Als in Deutschland repräsentativ wichtig erachtete (Basis-)Faktoren zur Wohnort-Wahl (wie Infrastruktur oder Lebenskosten) werden in der Bevölkerung zumeist nicht stark positiv mit Brandenburg verbunden. Rational weniger wichtige wie Natur oder Wasserflächen werden in der Bevölkerung deutlich stärker Brandenburg zugeschrieben – selbst wenn auch hierbei das Wissen vor allem im Westen noch deutlich ausbaufähig ist. Doch auch wenn diese Aspekte keine prioritären Entscheidungs- bzw. Basisfaktoren sind, sind sie aus Sicht eines Landesmarketings nicht zu vernachlässigen: So ist z. B. Leben am Wasser ein Begeisterungsfaktor oder Attraktor, der für eine Entscheidung, sich dem Land zuzuwenden oder nicht, das entscheidende Zünglein an der Waage sein kann.

Brandenburger/-innen und Berliner/-innen verbinden diese Begeisterungsfaktoren nicht nur deutlich stärker mit Brandenburg, sondern diese sind ihnen auch wichtiger – wenn man es also kennt, würde man es vermissen! (vgl. Abb. 4)

Abb. 4: Mit Brandenburg verbundene Aspekte und deren Wichtigkeit in der Bevölkerung



Die Brandenburger Bevölkerung sieht vieles besser, benennt aber auch Probleme

In der Brandenburger Bevölkerung wird die Wichtigkeit von Basisfaktoren kaum anders gesehen als anderswo, wie etwa bei der Wichtigkeit einer guten Versorgungsinfrastruktur: 79% in Brandenburg vs. 76% in West.[8] Anders sieht es dafür aus, inwieweit diese in Brandenburg gegeben sind: Hier sind die Einschätzungen fast immer und z. T. deutlich höher, auch bei wichtigen Basisfaktoren wie Versorgungsinfrastruktur, bezahlbarem Wohnraum, Verkehrsanbindung, digitaler Infrastruktur zwischen 24% und 29% über Westniveau.

Dennoch wird deutlich, dass auch Brandenburger/-innen hier durchaus Probleme sehen (wie schon die Gruppendiskussionen zeigten), denn das Gegebene wird zwar in der Befragung durch die Brandenburger Bevölkerung besser eingeschätzt als außerhalb, in der Tendenz aber meist immer noch in (deutlicher) Diskrepanz zur empfundenen Wichtigkeit (vgl. Abb. 4).

Gute Attraktivität Brandenburgs für Tourismus, geringere als potenzieller Zuzugsort

Hinsichtlich der Wohnort-Attraktivität liegt Brandenburg im Ländervergleich bei der Bevölkerung ebenfalls weiter hinten: Für dauerhaften Zuzug um 30%, für zeitweisen Zuzug 37% (die Spitzenreiter Schleswig-Holstein bzw. Hamburg liegen etwa doppelt so hoch). Was die touristische Attraktivität betrifft, sieht es positiver aus: Für Kurzreisen ist Brandenburg für 79% attraktiv (hier führt Hamburg das Ranking an mit 97%). Für längere Aufenthalte liegt Brandenburg mit 65% Attraktivität in der Mitte des Bundesländer-Rankings: Spitzenreiter sind die Küstenländer Mecklenburg-Vorpommern (90%) und Schleswig-Holstein (89%), während Berlin (49%) und Bremen (43%) am Ende stehen. Alle bisher genannten Werte in diesem Absatz beziehen sich dabei jeweils auf „Brandenburg-Kenner“ bundesweit bzw. Kenner der jeweiligen anderen Bundesländer.[9] Differenziert man nach Regionen, sieht man, dass die jeweilige Attraktivität aus Berliner und aus ostdeutscher Sicht deutlich höher als aus westdeutscher Perspektive eingeschätzt wird (vgl. Abb. 5).

Für Berliner und Ostdeutsche (tendenziell noch stärker bei Männern, unter 30-Jährigen und in Berliner Mehrpersonenhaushalten) ist vor allem die Zuzugs-, aber auch die touristische Attraktivität Brandenburgs deutlich höher als in Westdeutschland. In Westdeutschland finden zudem Studierende Brandenburg als Zuzugsort tendenziell attraktiver; ebenso steigt mit zunehmendem Alter, höherer formaler Bildung und Einkommen die Attraktivität von Brandenburg als touristisches Ziel.

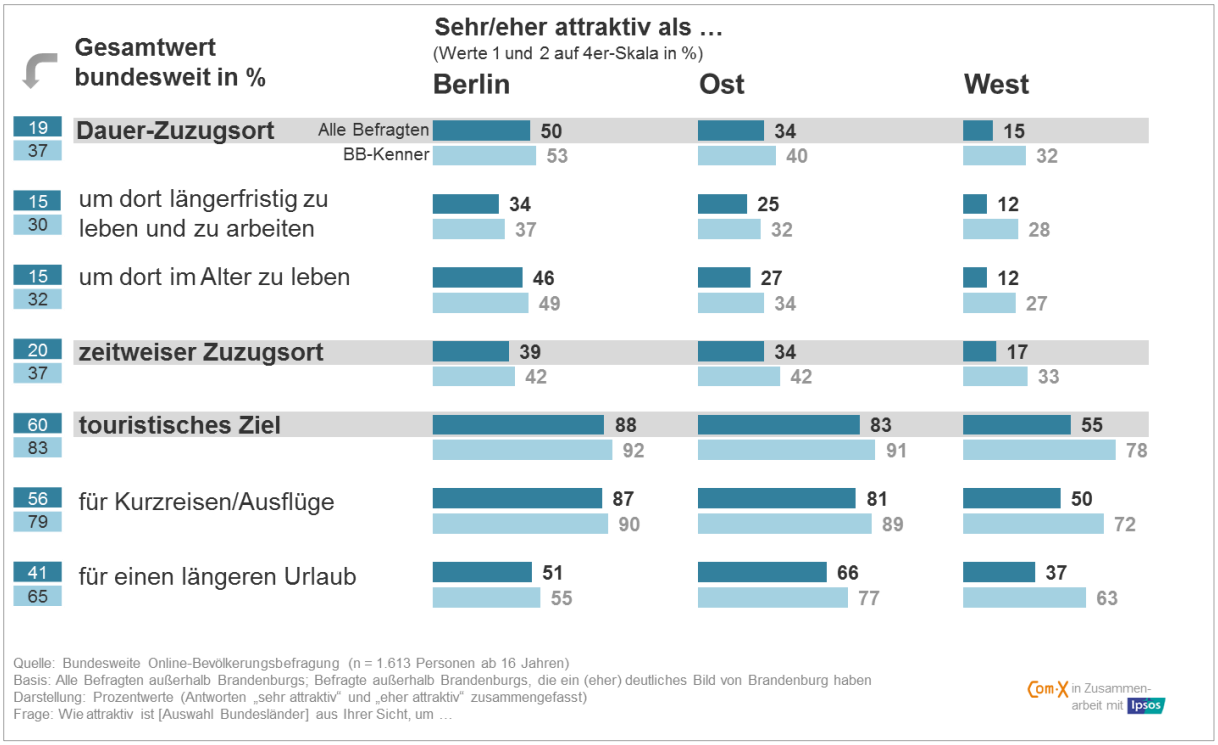
---

[8] Zustimmungswerte 1 und 2 auf einer 6er-Skala.

[9] Die verschiedenen Attraktivitäts-Aspekte wurden immer in Bezug auf Brandenburg abgefragt, für alle anderen Bundesländer nur dann, wenn die Befragten zuvor angegeben habe, ein (eher) deutliches Bild vom jeweiligen Bundesland zu haben (s. auch Fußnote 7).

Das Willkommensgefühl bei potenziellen Brandenburg-Besucher(inne)n und Zuzügler(inne)n ist zwar meist eher gegeben, aber 30% Westdeutsche und 22% der Berliner fühlen sich auch (eher) nicht willkommen.

Abb. 5: Attraktivität Brandenburgs als Zuzugsort oder touristisches Ziel – nach Region



Wenig polarisierendes Eigenschaftenprofil für Brandenburg und seine Landeskinder

Das Eigenschaftenprofil[10] für Brandenburg und die Brandenburger/-innen polarisiert wenig, kippt aber auch nicht ins Negative: *bodenständig, freundlich, entspannt, verlässlich* und *aufrichtig* werden am ehesten zugeschrieben, aber weniger *tolerant, fortschrittlich, spannend* und *optimistisch*. Zwar bewerten Brandenburger/-innen sich selbst im Vergleich (bis auf *freundlich*) immer am besten, aber insgesamt auch eher zurückhaltend – was ja auch zum sowohl in der Selbst- als auch in der Fremdeinschätzung zugesprochenen bodenständigen Charakter passt.

[10] Polarisierende Eigenschafts-Paare (Bsp. *abgehoben* vs. *bodenständig*) wurden auf einer 5er-Skala mit den jeweiligen Endpunkten „trifft sehr zu" und einer Mittelposition „weder noch bzw. sowohl als auch" abgefragt.

Brandenburg und Berlin: Positives, wenn auch nicht spannungsfreies Verhältnis

Die Verbindung Brandenburg-Berlin gilt als positiv für beide, auch und gerade in Brandenburg und Berlin, wo dies jeweils bis zu drei Viertel so sehen. Vor allem aus entfernter West-Sicht verschwimmen allerdings Berlin und Brandenburg geradezu, was sich schon in den der Repräsentativbefragung vorgeschalteten Gruppendiskussionen beleuchten ließ: Aus der Entfernung (West) werden Brandenburg und Berlin gedanklich verbunden (fast zu einem Land). Der Weg nach Berlin führt zwar durch Brandenburg, Berlin ist aber *„die Brücke nach Brandenburg“*[11], das man als Berlin-Tourist *„mitnimmt“*. Zudem führt der (gedankliche) Weg nach Brandenburg über Berlin (anders als der räumliche).

Auch für Brandenburger/-innen ist die Bedeutung von Berlin hoch: Nicht jeder liebt es, aber fast jeder braucht es (z.B. für diverse Erledigungen).

Wie schon in den Gruppendiskussionen zeigte sich auch in der bundesweiten Online-Befragung, dass das Verhältnis der Brandenburger und Berliner Bevölkerung nicht spannungsfrei ist: Berliner/-innen denken, dass Zuziehende aus Berlin in Brandenburg nur bedingt willkommen sind (3,0) und Brandenburger/-innen selbst schätzen das Willkommen für zuziehende Berliner/-innen ins Land auch nur mit 2,6[12] ein. Mentalitätsmäßig passt man auch nicht so recht zusammen (Wertungen Brandenburg 3,0 / Berlin 3,1).

(Auch lange) Zugezogene sehen sich deutlich weniger als Brandenburger als in Brandenburg Geborene

Auch hier bestätigt sich in der Befragung ein Bild, dass man aus den Gruppendiskussionen in Brandenburg und Berlin sehr plastisch gewinnen konnte: Gebürtige Brandenburger fühlen sich deutlich stärker als Brandenburger/-in (2,0) als Zugezogene (3,6). Und noch weniger ausgeprägt ist das Brandenburg-Gefühl bei denen, die erst innerhalb der letzten 5 Jahre zugezogen sind (4,1); vgl. Abb. 6.[13]

Zudem zeigt sich ein tendenzielles Nord-Süd- und Außen-Innen-Gefälle im Brandenburg-Gefühl: Am ausgeprägtesten ist es in Prignitz-Oberhavel und Uckermark-Barnim, am geringsten (und nach dem zuvor Dargestellten folgerichtig) in den zuzugsstarken Städten und Kreisen des süd-westlichen Berliner Umlandes.

Im Binnenverhältnis Brandenburgs gelten folgende Faustregeln: Nachbarn sind einander mentalitätsmäßig näher als Bewohner weiter entfernter Regionen. Insgesamt fühlen sich die Brandenburger in der Mentalität deutlich regional geprägt. Die Lausitz sieht sich eigenständiger als andere Regionen.

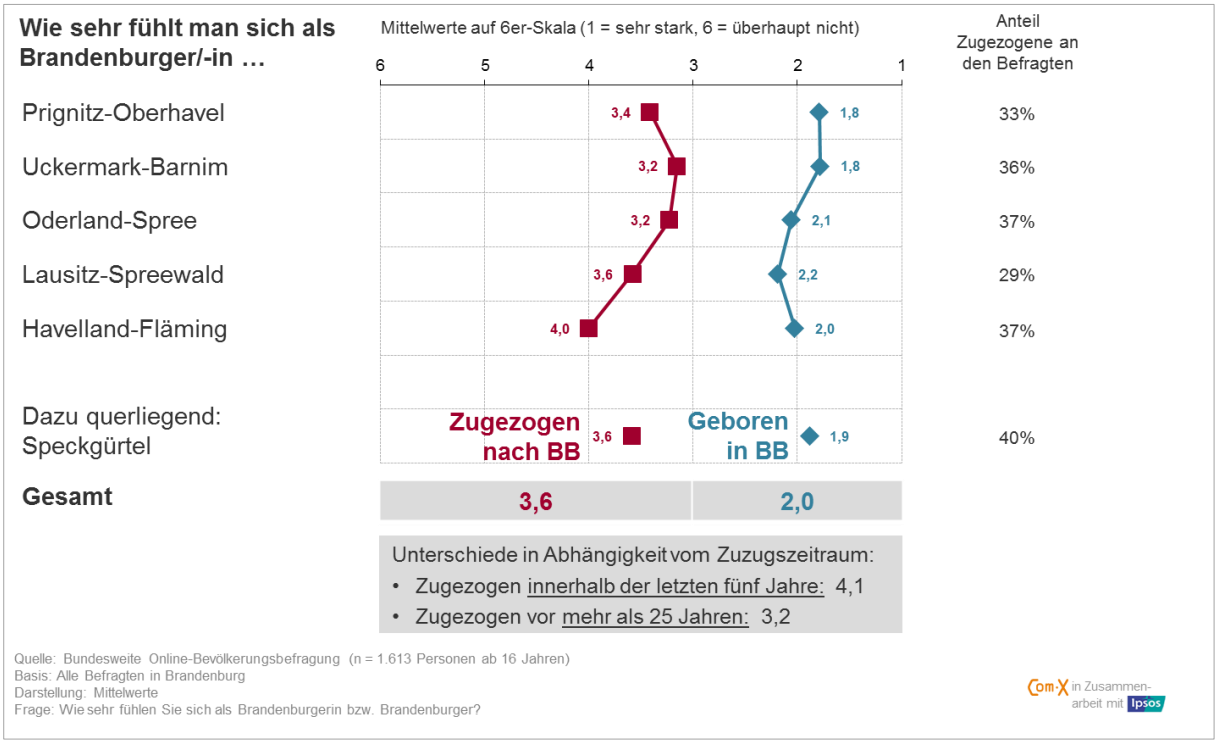
---

[11] Die kursiv gesetzten Zitate sind Originalzitate von Teilnehmenden der Gruppendiskussionen.

[12] Gemessen auf einer Schulnoten- bzw. 6er-Skala.

[13] Dito.

Abb. 6: Brandenburger Identität – Vergleich zugezogener mit gebürtigen Brandenburger(inne)n



Brandenburg gehört im direkten Vergleich zu den leicht positiver wahrgenommenen Ost-Bundesländern: Hauptbegründung ist die Berlin-Nähe

Dass vor allem im Westen die Wahrnehmung der östlichen Bundesländer eher gering ist und diese auch gerne in einen Topf geworfen werden, zeigen schon die Ergebnisse zur Präsenz (s.o.).

Stellt man jedoch die östlichen Bundesländer in einen direkten Vergleich, zeigt sich, dass diese aus Westsicht insgesamt weniger und eher indifferent wahrgenommen werden, im direkten Vergleich gehört Brandenburg aber zu den leicht positiver wahrgenommenen. Einen guten Wert im Länderranking der ostdeutschen Länder untereinander erzielt Brandenburg in Sachsen-Anhalt.

Rund zwei Drittel derjenigen, die Brandenburg positiver als andere Ost-Bundesländer sehen, begründen dies mit der Berlin-Nähe, über die Hälfte mit guten Kultur- und Tourismusangeboten und ein Drittel auch noch mit hoher Lebensqualität. Im Osten begründen dies mehr als ein Viertel auch mit einem guten Kita- bzw. Betreuungsangebot für Kinder in Brandenburg.

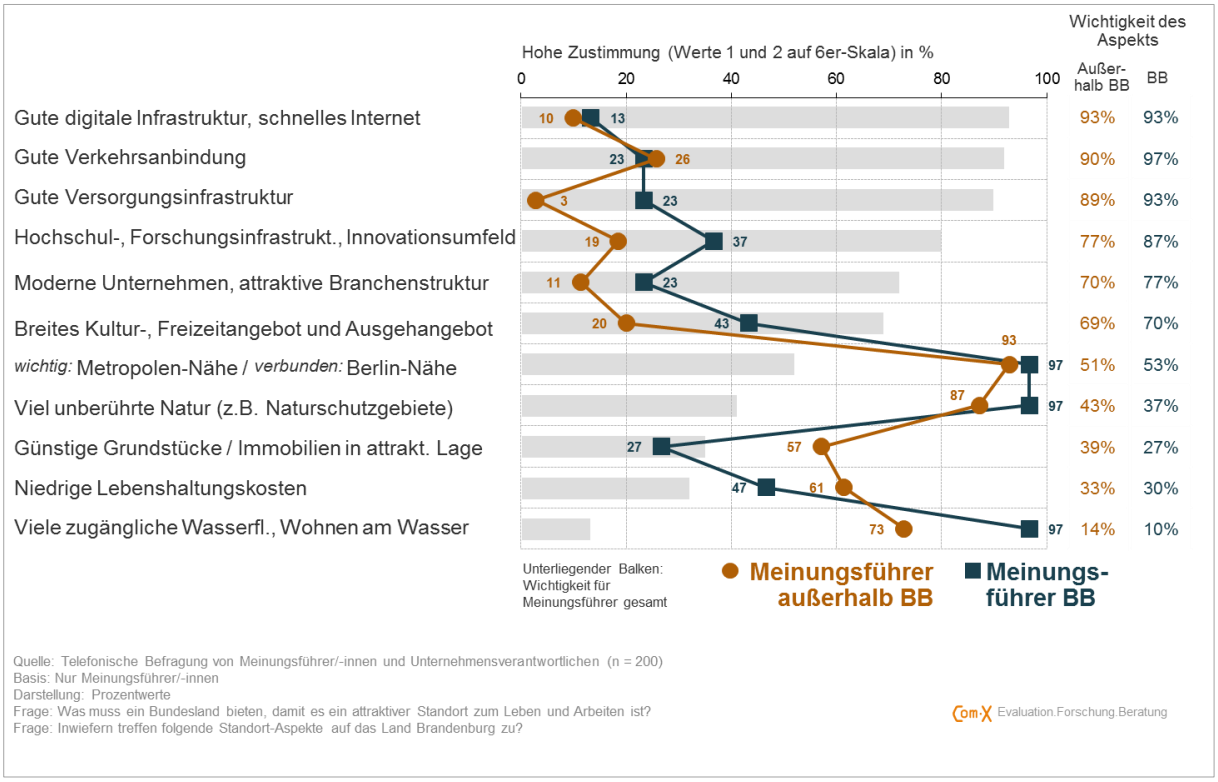
Rechtsradikalismus gilt vor allem aus West-Sicht stärker als ein Ost-Problem – tendenziell aber weniger in Brandenburg

Dass Rechtsradikalismus in Ostdeutschland stärker ausgeprägt ist als im Westen, sehen im Westen und Berlin je rund zwei Drittel so. In Brandenburg selbst stimmen nur ein Drittel und im Osten noch weniger dieser Aussage zu. Von Personen, die hier eher ein Ost-Problem sehen, macht die Mehrheit keine Unterschiede zwischen den Ost-Ländern. Allerdings wird Brandenburg von rund jedem Dritten in West und Berlin, von 26% in Ost und sogar von 39% in Brandenburg selbst weniger als andere Ost-Bundesländer mit dem Problem identifiziert.

Meinungsführer und Unternehmen bestätigen die Meinungstendenzen der Bevölkerung – Ausnahme: Hohe Zufriedenheit in der Brandenburger Wirtschaft

In Bezug auf die meisten Fragen ergibt sich für bundesweite Meinungsführer/-innen (vgl. Abb. 7) und Unternehmensverantwortliche (vgl. Abb. 8) ein weitgehend ähnliches Bild wie für die Bevölkerung insgesamt. Allerdings zeigt sich ein deutliches Muster: Meinungsführer/-innen werten generell kritischer und diejenigen von Brandenburgischen Institutionen unterscheiden sich meist nur gering von denen außerhalb Brandenburgs.

Abb. 7: Mit Brandenburg verbundene Aspekte und deren Wichtigkeit bei Meinungsführern



Bei Unternehmensverantwortlichen aus Brandenburg ist der positive Unterschied zu denen außerhalb hingegen meist signifikant, wobei jene aus Brandenburg dem Land fast alle Aspekte sogar noch stärker positiv zuschreiben als die Bevölkerung Brandenburgs (vgl. Abb. 9).

Abb. 8: Mit Brandenburg verbundene Aspekte und deren Wichtigkeit bei Unternehmensverantwortlichen

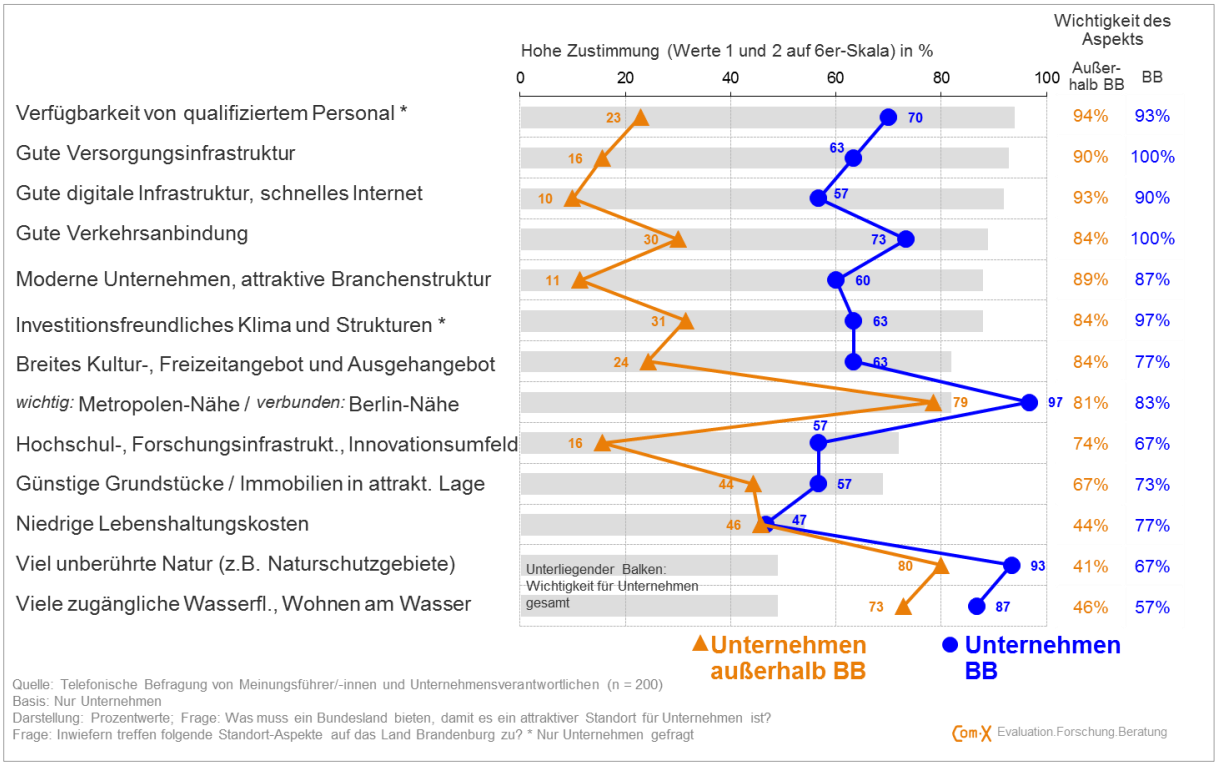
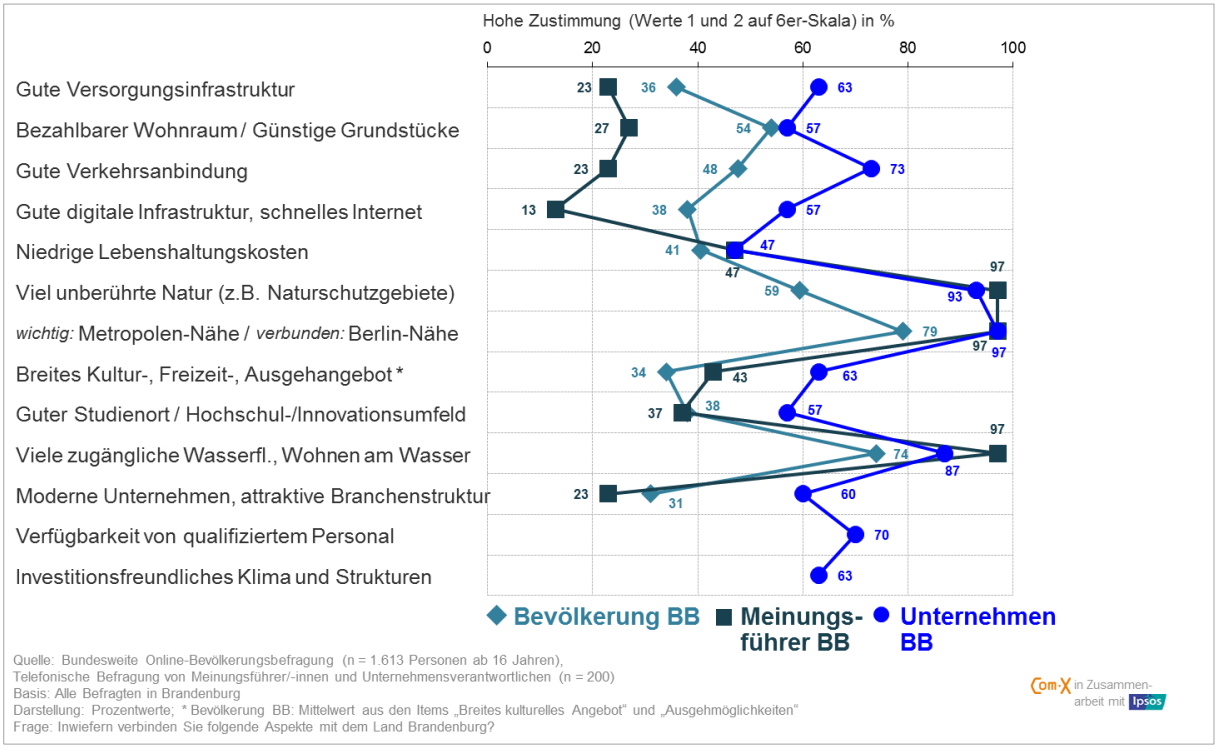


Abb. 9: Mit Brandenburg verbundene Aspekte in der Brandenburger Bevölkerung, bei Meinungsführer(inne)n und Unternehmensverantwortlichen



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!