

Liebe Zukunftsgestalter,

ganz herzlichen Dank, dass Sie an unserer Befragung teilnehmen!

Wir haben ein klares Ziel vor Augen: Wir wollen die Besonderheiten der Stadt Lüdinghausen mit den Ortsteilen Lüdinghausen und Seppenrade nach innen und außen noch sichtbarer machen und mit Ihnen gemeinsam positiv weiterentwickeln, um die Stadtmarke zu schärfen.

Die Entwicklung unserer Stadtmarke ist ein Prozess, der sich über eine längere Zeit erstrecken wird. Wir richten uns mit dieser ersten Befragung zur Bestandsaufnahme an Sie als Bürgerinnen und Bürger, sowie Besucherinnen und Besucher unserer Stadt. Ihre Meinung ist uns wichtig!

Ihre Antworten werden uns die positiven Seiten unserer Stadt aufzeigen, die wir noch attraktiver machen wollen, genauso wie offene Handlungsfelder, die wir angehen wollen.

Bitte nehmen Sie sich **10-15 Minuten** Zeit für die Beantwortung der Fragen. Die Auswertung erfolgt völlig anonym. Sie können bis zum **15.10.2023** teilnehmen.

Ganz herzlichen Dank noch einmal für Ihre Unterstützung!

Ansgar Mertens

Bürgermeister

Stefan Wiemann

Geschäftsführer Lüdinghausen Marketing

[Q1]

Zunächst einige allgemeine Fragen:

Wo wohnen Sie? Ich wohne...

Zeile:

[r1] ... in Lüdinghausen.

[r2] ... in Seppenrade.

[r3] ... außerhalb des Stadtgebiets, bis zu 30 Kilometer entfernt.

[r4] ... außerhalb des Stadtgebiets, mehr als 30 Kilometer entfernt.

[Q2] Seit wann wohnen Sie in [pipe: Q2_pipe]? Ich wohne [pipe: Q2_pipe] seit ...

Condition: Q1.r1 or Q1.r2

Zeile:

[r1] ... meiner Geburt/ Kindheit (auch mit Unterbrechung).

[r2] ... seit dem Jahr

[r3] möchte ich nicht sagen.

[Q3] Was sind die häufigsten Gründe für Sie, Lüdinghausen zu besuchen?

Condition: Q1.r3 or Q1.r4

Bitte wählen Sie aus der folgenden Auswahl bis zu 3 Gründe aus:

Zeile:

[r1] Ich arbeite in Lüdinghausen/Seppenrade.

[r2] Besuche bei Verwandten/ Freunden.

[r3] Einkaufen/ Besuch des Wochenmarkts.

[r4] Freizeit- und Sportaktivitäten.

[r5] Gesundheit, z.B. Besuch bei Ärzten, Gesundheitseinrichtungen (Fußpflege, Ergotherapie, etc.).

[r6] Service, z.B. Besuch beim Friseur, sonstigen Dienstleistern.

[r7] Gastronomie-Besuch.

[r8] Kunst-/Kultur.

[r9] Veranstaltungsbesuch.

[r10] Sonstiges, und zwar:

[Q4] Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Bitte urteilen Sie anhand einer Skala von 1 bis 5, wobei „1“ bedeutet „ich stimme vollkommen zu“ und „5“ bedeutet „ich stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

Spalte:

[c1] 1 - ich stimme vollkommen zu

[c2] 2

[c3] 3

[c4] 4

[c5] 5 - ich stimme überhaupt nicht zu

[c6] Weiß nicht/möchte ich nicht sagen

Zeile:

[r1] Ich fühle mich mit Lüdinghausen/Seppenrade sehr verbunden.

[r2] Lüdinghausen/Seppenrade hebt sich positiv von anderen Städten/ Gemeinden ab.

[r3] Ich würde die Stadt als Wohnort auch meinen Freunden empfehlen.

[r4] Die Menschen in Lüdinghausen/ Seppenrade pflegen ein gutes Miteinander.

[r5] Ich mag es, dass man hier kurze Wege hat.

[r6] Das Image der Stadt ist gut.

[r7] Lüdinghausen/Seppenrade wird sich auch in Zukunft gut entwickeln.

[Q5] Einmal ganz spontan - wie fühlt sich Lüdinghausen/Seppenrade als [pipe: Q5_pipe] für Sie an? Wie sehr treffen aus Ihrer Sicht die folgenden Eigenschaften auf die Stadt zu?

Bitte urteilen Sie anhand einer Skala von 1 bis 5, wobei „1“ bedeutet „trifft voll und ganz zu“ und „5“ bedeutet „trifft überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

Spalte:

[c1] 1 - trifft voll und ganz zu

[c2] 2

[c3] 3

[c4] 4

[c5] 5 - trifft überhaupt nicht zu

[c6] Weiß nicht/möchte ich nicht sagen

Zeile:

[r1] modern

[r2] einladend

[r3] sicher

[r4] innovativ

[r5] natürlich

[r6] engagiert

[r7] offen

[r8] vielfältig

[r9] konservativ

[r10] nachhaltig

[r11] attraktiv

[r12] gemeinschaftlich/kooperativ

[r13] lebendig

[r14] traditionsbewusst

[r15] familienfreundlich

[Q6] Nun geht es um Ihre Einschätzung der Attraktivität von verschiedenen Aspekten der Stadt. Zunächst betrachten wir das Erscheinungsbild und die Sehenswürdigkeiten der Stadt.

Bitte urteilen Sie wieder anhand der Skala von 1 bis 5, wobei „1“ bedeutet „finde ich außerordentlich attraktiv“ und „5“ bedeutet „finde ich überhaupt nicht attraktiv“. Mit den Werten dazwischen können Sie wieder Ihr Urteil abstufen.

(Falls Sie zu einzelnen Punkten nicht urteilen können, wählen Sie „weiß nicht/ nicht zutreffend“)

Spalte:

[c1] 1 - finde ich außerordentlich attraktiv

[c2] 2

[c3] 3

[c4] 4

[c5] 5 - finde ich überhaupt nicht attraktiv

[c6] Weiß nicht/nicht zutreffend

Zeile:

[r1] Das Stadtbild insgesamt

[r2] Die Innenstadt

[r3] Der Ortskern Seppenrade

[r4] Das Flair der Stadt

[r5] Der Rosengarten

[r6] Der Ammonit

[r7] Die Einbettung in die Landschaft des Münsterlandes

[r8] Die Burgen rund um die Stadt

[r9] Die Nähe zum Wasser (Stever, Kanal, Klutensee)

[Q7] Nun betrachten wir die Einkaufsmöglichkeiten, die Wirtschaft und die Infrastruktur der Stadt.

Bitte urteilen Sie wieder anhand der Skala von 1 bis 5, wobei „1“ bedeutet „finde ich außerordentlich attraktiv“ und „5“ bedeutet „finde ich überhaupt nicht attraktiv“. Mit den Werten dazwischen können Sie wieder Ihr Urteil abstufen.

(Falls Sie zu einzelnen Punkten nicht urteilen können, wählen Sie „weiß nicht/ nicht zutreffend“)

Spalte:

[c1] 1 - finde ich außerordentlich attraktiv

[c2] 2

[c3] 3

[c4] 4

[c5] 5 - finde ich überhaupt nicht attraktiv

[c6] Weiß nicht/nicht zutreffend

Zeile:

- [r1] Die Einkaufsmöglichkeiten generell
- [r2] Das Angebot an inhabergeführten Geschäften
- [r3] Das Angebot an Filialen wichtiger Einkaufsketten (Kodi, dm, Pieper etc.)
- [r4] Das Gastronomieangebot
- [r5] Die Angebote bezüglich Gesundheit, Wellness und ärztlicher Versorgung
- [r6] Das Angebot an passendem Wohnraum
- [r7] Das Angebot an offenen Stellen/ Jobs
- [r8] Die Möglichkeiten für Unternehmensgründung und/ oder Gewerbeansiedlung und/ oder Ausübung einer selbstständigen Tätigkeit
- [r9] Das Angebot an Einrichtungen für Kinder (Kitas, Schulen)
- [r10] Das Angebot an Einrichtungen für Jugendliche (Treffpunkte, Sportparcours, etc.)
- [r11] Das Angebot an Einrichtungen für Senioren (Treffpunkte, Veranstaltungen, Hilfsangebote, etc.)
- [r12] Das Angebot an Einrichtungen für Menschen mit Beeinträchtigungen
- [r13] Das (Weiter-)Bildungsangebot
- [r14] Die Verkehrsführung und Infrastruktur für Autos (Straßen, Parkplätze, etc.)
- [r15] Das Radwegenetz und die Infrastruktur für Fahrräder (Fahrradständer, abgesenkte Bordsteine, etc.)
- [r16] Die Infrastruktur für Fußgänger (Gehsteige, Fußgängerzonen, etc.)

[Q8] Nun betrachten wir das kulturelle Leben und die Freizeitangebote der Stadt.

Bitte urteilen Sie wieder anhand der Skala von 1 bis 5, wobei „1“ bedeutet „finde ich außerordentlich attraktiv“ und „5“ bedeutet „finde ich überhaupt nicht attraktiv“. Mit den Werten dazwischen können Sie wieder Ihr Urteil abstufen.

(Falls Sie zu einzelnen Punkten nicht urteilen können, wählen Sie „weiß nicht/ nicht zutreffend“)

Spalte:

- [c1] 1 - finde ich außerordentlich attraktiv
- [c2] 2
- [c3] 3
- [c4] 4
- [c5] 5 - finde ich überhaupt nicht attraktiv

[c6] weiß nicht/nicht zutreffend

Zeile:

[r1] Kunst-/Kulturangebot

[r2] Freizeitangebot/ der Freizeitwert

[r3] Sportmöglichkeiten

[r4] Erholungswert

[r5] Angebot an Vereinen

[r6] Möglichkeiten für ehrenamtliches/ soziales Engagement

[r7] Rosenfest

[r8] Seppenrade Mittendrin

[r9] Schützenfeste

[r10] Stadtfest

[r11] Die saisonalen Märkte (Westfälischer Wintermarkt, Lüdinghauser Frühling, Kartoffelfest)

[r12] Abendmarkt

[r13] Wochenmarkt

[r14] Bauernmarkt

[r15] Kulturveranstaltungen auf der Burg Vischering

[r16] Kulturveranstaltungen auf der Burg Lüdinghausen

[r17] Grasbahnrennen

[r18] Klutensee-Festival

[r19] Annotopia

[hQ9] HIDDEN: for punching rows from Q6,Q7,Q8

Zeile:

[r1] Das Stadtbild insgesamt

[r2] Die Innenstadt

[r3] Der Ortskern Seppenrade

[r4] Das Flair der Stadt

[r5] Der Rosengarten

[r6] Der Ammonit

[r7] Die Einbettung in die Landschaft des Münsterlandes

- [r8] Die Burgen rund um die Stadt
- [r9] Die Nähe zum Wasser (Steuer, Kanal, Klutensee)
- [r10] Die Einkaufsmöglichkeiten generell
- [r11] Angebot an inhabergeführten Geschäften
- [r12] Das Angebot an Filialen wichtiger Einkaufs-ketten (Kodi, dm, Pieper etc.)
- [r13] Das Gastronomieangebot
- [r14] Die Angebote bezüglich Gesundheit, Wellness und ärztlicher Versorgung
- [r15] Das Angebot an passendem Wohnraum
- [r16] Das Angebot an offenen Stellen/ Jobs
- [r17] Die Möglichkeiten für Unternehmensgründung und/ oder Gewerbeansiedlung und/ oder Ausübung einer selbständigen Tätigkeit
- [r18] Das Angebot an Einrichtungen für Kinder (Kitas, Schulen)
- [r19] Das Angebot an Einrichtungen für Jugendliche (Treffpunkte, Sportparcours, etc.)
- [r20] Das Angebot an Einrichtungen für Senioren (Treffpunkte, Veranstaltungen, Hilfsangebote, etc.)
- [r21] Das Angebot an Einrichtungen für Menschen mit Beeinträchtigungen
- [r22] Das (Weiter-)Bildungsangebot
- [r23] Die Verkehrsführung und Infrastruktur für Autos (Straßen, Parkplätze, etc.)
- [r24] Das Radwegenetz und die Infrastruktur für Fahrräder (Fahrradständer, abgesenkte Bordsteine, etc.)
- [r25] Die Infrastruktur für Fußgänger (Gehsteige, Fußgängerzonen, etc.)
- [r26] Das Kunst-/Kulturangebot
- [r27] Das Freizeitangebot/ der Freizeitwert
- [r28] Die Sportmöglichkeiten
- [r29] Der Erholungswert
- [r30] Das Angebot an Vereinen
- [r31] Die Möglichkeiten für ehrenamtliches/ soziales Engagement
- [r32] Das Rosenfest
- [r33] Seppenrade Mittendrin
- [r34] Die Schützenfeste
- [r35] Das Stadtfest
- [r36] Die saisonalen Märkte (Westfälischer Wintermarkt, Lüdinghauser Frühling, Kartoffelfest)
- [r37] Der wöchentliche Abendmarkt

[r38] Der Wochenmakrt

[r39] Der wöchentliche Bauernmarkt

[r40] Die Kulturveranstaltungen auf der Burg Vischering

[r41] Die Kulturveranstaltungen auf der Burg Lüdinghausen

[r42] Das Grasbahnrennen

[r43] Das Klutensee-Festival

[r44] Annotopia

[Q9]

Wie könnte man Bereiche mit niedriger Attraktivität verbessern?

Nennen Sie bitte den Bereich/ die Bereiche und passende Handlungsangebote dazu.

[hQ11] HIDDEN: for punching rows from Q6,Q7,Q8

Zeile:

[r1] Das Stadtbild insgesamt

[r2] Die Innenstadt

[r3] Der Ortskern Seppenrade

[r4] Das Flair der Stadt

[r5] Der Rosengarten

[r6] Der Ammonit

[r7] Die Einbettung in die Landschaft des Münsterlandes

[r8] Die Burgen rund um die Stadt

[r9] Die Nähe zum Wasser (Stever, Kanal, Klutensee)

[r10] Die Einkaufsmöglichkeiten generell

[r11] Angebot an inhabergeführten Geschäften

[r12] Das Angebot an Filialen wichtiger Einkaufs-ketten (Kodi, dm, Pieper etc.)

[r13] Das Gastronomieangebot

[r14] Die Angebote bezüglich Gesundheit, Wellness und ärztlicher Versorgung

[r15] Das Angebot an passendem Wohnraum

[r16] Das Angebot an offenen Stellen/ Jobs

- [r17] Die Möglichkeiten für Unternehmensgründung und/ oder Gewerbeansiedlung und/ oder Ausübung einer selbständigen Tätigkeit
- [r18] Das Angebot an Einrichtungen für Kinder (Kitas, Schulen)
- [r19] Das Angebot an Einrichtungen für Jugendliche (Treffpunkte, Sportparcours, etc.)
- [r20] Das Angebot an Einrichtungen für Senioren (Treffpunkte, Veranstaltungen, Hilfsangebote, etc.)
- [r21] Das Angebot an Einrichtungen für Menschen mit Beeinträchtigungen
- [r22] Das (Weiter-)Bildungsangebot
- [r23] Die Verkehrsführung und Infrastruktur für Autos (Straßen, Parkplätze, etc.)
- [r24] Das Radwegenetz und die Infrastruktur für Fahrräder (Fahrradständer, abgesenkte Bordsteine, etc.)
- [r25] Die Infrastruktur für Fußgänger (Gehsteige, Fußgängerzonen, etc.)
- [r26] Das Kunst-/Kulturangebot
- [r27] Das Freizeitangebot/ der Freizeitwert
- [r28] Die Sportmöglichkeiten
- [r29] Der Erholungswert
- [r30] Das Angebot an Vereinen
- [r31] Die Möglichkeiten für ehrenamtliches/ soziales Engagement
- [r32] Das Rosenfest
- [r33] Seppenrade Mittendrin
- [r34] Die Schützenfeste
- [r35] Das Stadtfest
- [r36] Die saisonalen Märkte (Westfälischer Wintermarkt, Lüdinghauser Frühling, Kartoffelfest)
- [r37] Der wöchentliche Abendmarkt
- [r38] Der Wochenmakrt
- [r39] Der wöchentliche Bauernmarkt
- [r40] Die Kulturveranstaltungen auf der Burg Vischering
- [r41] Die Kulturveranstaltungen auf der Burg Lüdinghausen
- [r42] Das Grasbahnrennen
- [r43] Das Klutensee-Festival
- [r44] Annotopia

[Q11] Hier sehen Sie noch einmal die Bereiche, bei denen Sie eine hohe Attraktivität angegeben haben. Welche 3 dieser Bereiche sind aus Ihrer Sicht besonders geeignet, die Stadt Lüdinghausen als Marke von anderen Städten positiv abzuheben?

Zeile:

- [r1] Das Stadtbild insgesamt
- [r2] Die Innenstadt
- [r3] Der Ortskern Seppenrade
- [r4] Das Flair der Stadt
- [r5] Der Rosengarten
- [r6] Der Ammonit
- [r7] Die Einbettung in die Landschaft des Münsterlandes
- [r8] Die Burgen rund um die Stadt
- [r9] Die Nähe zum Wasser (Steuer, Kanal, Klutensee)
- [r10] Die Einkaufsmöglichkeiten generell
- [r11] Angebot an inhabergeführten Geschäften
- [r12] Das Angebot an Filialen wichtiger Einkaufs-ketten (Kodi, dm, Pieper etc.)
- [r13] Das Gastronomieangebot
- [r14] Die Angebote bezüglich Gesundheit, Wellness und ärztlicher Versorgung
- [r15] Das Angebot an passendem Wohnraum
- [r16] Das Angebot an offenen Stellen/ Jobs
- [r17] Die Möglichkeiten für Unternehmensgründung und/ oder Gewerbeansiedlung und/ oder Ausübung einer selbständigen Tätigkeit
- [r18] Das Angebot an Einrichtungen für Kinder (Kitas, Schulen)
- [r19] Das Angebot an Einrichtungen für Jugendliche (Treffpunkte, Sportparcours, etc.)
- [r20] Das Angebot an Einrichtungen für Senioren (Treffpunkte, Veranstaltungen, Hilfsangebote, etc.)
- [r21] Das Angebot an Einrichtungen für Menschen mit Beeinträchtigungen
- [r22] Das (Weiter-)Bildungsangebot
- [r23] Die Verkehrsführung und Infrastruktur für Autos (Straßen, Parkplätze, etc.)
- [r24] Das Radwegenetz und die Infrastruktur für Fahrräder (Fahrradständer, abgeseckte

Bordsteine, etc.)

[r25] Die Infrastruktur für Fußgänger (Gehsteige, Fußgängerzonen, etc.)

[r26] Das Kunst-/Kulturangebot

[r27] Das Freizeitangebot/ der Freizeitwert

[r28] Die Sportmöglichkeiten

[r29] Der Erholungswert

[r30] Das Angebot an Vereinen

[r31] Die Möglichkeiten für ehrenamtliches/ soziales Engagement

[r32] Das Rosenfest

[r33] Seppenrade Mittendrin

[r34] Die Schützenfeste

[r35] Das Stadtfest

[r36] Die saisonalen Märkte (Westfälischer Wintermarkt, Lüdinghauser Frühling, Kartoffelfest)

[r37] Der wöchentliche Abendmarkt

[r38] Der Wochenmarkt

[r39] Der wöchentliche Bauernmarkt

[r40] Die Kulturveranstaltungen auf der Burg Vischering

[r41] Die Kulturveranstaltungen auf der Burg Lüdinghausen

[r42] Das Grasbahnrennen

[r43] Das Klutensee-Festival

[r44] Annotopia

[Q12] Gibt es aus Ihrer Sicht noch Dinge, die fehlen, um die Stadt Lüdinghausen als attraktive Stadt zu positionieren?

[Q13] Haben Sie Ideen, Vorschläge, Anregungen, um das Miteinander der beiden Ortsteile Lüdinghausen und Seppenrade zu verbessern?

[Q14] Nun haben wir noch einige Fragen zur Statistik:

Wie häufig nutzen Sie die folgenden Medien, um sich über Angebote, Veranstaltungen, Neues aus dem Rathaus, etc. in Lüdinghausen zu informieren?

Ist das ...

Spalte:

[c1] Häufig

[c2] Gelegentlich

[c3] Selten

[c4] Nie

Zeile:

[r1] Tageszeitung (Westfälische Nachrichten, Ruhrnachrichten o.a.)

[r2] Website Stadt Lüdinghausen

[r3] Website Lüdinghausen Marketing

[r10] Stadtmagazin "Lüdinghauser Stadtleben"

[r4] Das Bürgerbeteiligungsportal der Stadt Lüdinghausen

[r5] Instagram "Lüdinghauser Stadtleben"

[r6] Instagram "Stadt Lüdinghausen"

[r7] Facebook "Lüdinghauser Stadtleben"

[r8] Facebook "Stadt Lüdinghausen"

[r9] Sonstige, und zwar:

[Q15] Ist Ihnen bekannt, dass Lüdinghausen eine „Cittaslow“ ist?

Zeile:

[r1] Ist mir bekannt

[r2] Ist mir nicht bekannt

[Q15_2] Und unabhängig davon, ob Ihnen das bekannt ist – wünschen Sie sich hierzu mehr Informationen?

Zeile:

[r1] Wünsche mir mehr Informationen dazu

[r2] Benötige keine weiteren Informationen

[Q16] Was ist Ihr Geburtsjahr?

Zeile:

[r1] Mein Geburtsjahr ist das Jahr

[Q17] Sind Sie ...

Zeile:

[r1] ... männlich

[r2] ... weiblich

[r3] ... divers

[r4] möchte ich nicht sagen

[Q18] Was trifft auf Ihren Berufsstatus zu? Ich bin ...

Zeile:

[r1] ... in Vollzeit berufstätig

[r2] ... in Teilzeit beschäftigt

[r3] ... in Elternzeit, Erziehungsurlaub

[r4] ... Ausbildung, FSJ und ähnliches

[r5] ... Schüler/in

[r6] ... Student/in

[r7] ... Hausfrau, Hausmann

[r8] ... Rentner/in

[r9] ... nicht erwerbstätig

[r10] ... arbeitssuchend

[r11] möchte ich nicht sagen

Vielen herzlichen Dank für Ihre Teilnahme! Die Stadt wird nach Auswertung der Ergebnisse eine Zusammenfassung veröffentlichen. Wir freuen uns, wenn Sie sich auch

weiter in den Prozess der Schärfung unserer Stadtmarke einbringen.