

**Eine integrierte Betrachtung zur Haushalts- und Jugendlichenbefragung im
Rahmen des Gemeindeentwicklungskonzeptes Wachtberg**

Prof. Dr. Oded Löwenbein

Claudia Zang

vorgelegt am 25. September 2002

in Wachtberg, Schulzentrum Berkum

während des „Zukunftsforum Wachtberg“

Bitte wenden Sie sich im Falle eines Wunsches nach weiteren Informationen

bezüglich der Haushalts- und Jugendlichenbefragung an:
oded.loewenbein@fh-brs.de

bezüglich des Gemeindeentwicklungskonzeptes an:
stadtplanung@stadtentwicklung-do.de

Zielsetzung der Befragung ist die Erfassung der Meinungen und Vorstellungen der Wachtberger Bürger mit den Schwerpunkten Mobilität, Einkauf und Aufenthaltsqualität. Sie sollen ebenso wie die Vorstellungen der Meinungsträger in das zukunftsgerichtete Konzept der Gemeindeentwicklung einfließen. Handlungsbedarf ist angezeigt, nachdem die gute Wohnqualität allein kein ausreichendes Fundament für die zukünftige Entwicklung Wachtbergs darstellt.

Der Zielsetzung wurde entsprochen durch eine Zufallsauswahl von Haushalten aus allen Ortschaften Wachtbergs. Aus dem Einwohnermelderegister wurden 2023 Adressen auf der Basis von Zufallszahlen ausgewählt. Sie erhielten auf dem Postwege einen dreiseitigen Fragebogen.

Mobilitätsaspekte finden sich in den Fragen 1, 2 und 6. Frage 1 erfasst die Ursache der Mobilität.

1. Zu welchem Zweck suchen Sie die folgenden Ortschaften auf?
[Bitte jeweils ein "x" in jedes zutreffende Kästchen.]

	Einkauf	Bankbesuch	Arztbesuch	Arbeit	Cafe- oder Gaststättenbesuch	Freizeitaktivitäten
Adendorf						
Berkum						
Niederbachem						
Pech						
Villip						

In Frage 2 wird Mobilitätsintensität erfasst. Frage 6 registriert die Wahl des Fortbewegungsmittels.

2. Wie häufig suchen Sie die folgenden Ortschaften auf?
[Bitte jeweils ein "x" in jedes zutreffende Kästchen.]

	täglich	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	ein- bis zweimal pro Monat	wenige Male im Jahr
Adendorf					
Berkum					
Niederbachem					
Pech					
Villip					

6. Welches Verkehrsmittel nutzen Sie in der Regel zum Erreichen von Einkaufsort, Arbeit und Freizeiteinrichtungen?

	PKW	Fahrrad	Bus	Moped / Motorrad	zu Fuß
Einkauf					
Arbeit					
Freizeiteinrichtungen					

Einkauf ist angesichts der geringen Kaufkraftbindung und der langjährigen und kontrovers diskutierten Frage zur Errichtung eines Einkaufszentrums ein bedeutendes Thema in Wachtberg. Es bildet den Schwerpunkt der Fragen 3 bis 5. Zentraler Aspekt in Frage 3 ist die Deckung des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs nach Einkaufsorten.

3. Wo kaufen Sie folgende Produktgruppen **überwiegend** ein? [Bitte eine Angabe pro Zeile.]

	eigene Ortschaft	andere Ortschaft	Wachtberg außerhalb von Wachtberg, und zwar in:
Lebensmittel			_____
Drogerieartikel			_____
Bücher / Zeitschriften / Schreibwaren			_____
Bekleidung			_____
Schuhe			_____
Hausrat / Glas / Porzellan			_____
Spiel / Sport / Hobby			_____
Möbel / Raumausstattung			_____
Uhren / Schmuck / Optik			_____
Heimwerkerbedarf			_____
Unterhaltungselektronik / Computer			_____
Elektrogeräte / Leuchten			_____

Von Bürgern vermisste Sortimente werden in Frage 4 erfasst, während Frage 5 sich der Häufigkeit von Versand- und Internetkauf widmet.

4. Vermissten Sie bestimmte Sortimente in Wachtberg?

ja, und zwar: _____
nein

5. Wie häufig kaufen Sie über Versand, Katalog oder Internet ein?

[Bitte ein "x" im zutreffenden Kästchen.]

täglich	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	ein- bis zwei- mal pro Monat	wenige Male im Jahr

Die Realisation einer Lebensqualität wird maßgeblich beeinflusst von der Aufenthaltsqualität. In Frage 7 wird die Aufenthaltsqualität in einzelne wesentliche Aspekte heruntergebrochen.

7. Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten bezüglich der Aufenthaltsqualität in Ihrer Ortschaft sowie in den fünf Ortschaften Adendorf, Berkum, Niederbachem, Pech und Villip zusammen?

Zufriedenheit in Ihrer Ortschaft

Zufriedenheit in den 5 Ortschaften

hoch ++	+	0	-	niedrig --		hoch ++	+	0	-	niedrig --
					Kulturangebot					
					Breites Angebot im Handwerk					
					Gutes Preis-Leistungsverhältnis des Warenangebotes					
					Gastronomieangebot					
					Stressfreies Einkaufen					
					Erreichbarkeit					
					Gestaltung der Gebäudefassaden					
					Gestaltung Straßen, Wege, Plätze					

					Gestaltung von Schaufenster, Auslagen					
					Parkmöglichkeiten					
					Wohnstandort					
					Betreuungsangebot sozialer Einrichtungen					
					Sportangebot					

[Bitte jeweils zwei "x" je Zeile!]

Abschließend können Haushalte in offenen Fragen ihre Gedanken zur Steigerung der Attraktivität ihrer Ortschaft (Frage 8) und Wachtbergs (Frage 9) niederlegen:

8. Wodurch könnte Ihre Ortschaft für Sie noch attraktiver werden? Nennen Sie bitte drei wesentliche Verbesserungsmaßnahmen und denken Sie dabei auch an andere Dinge als das Einkaufen!

9. Wodurch könnte die Gemeinde Wachtberg für Sie noch attraktiver werden? Nennen Sie bitte drei wesentliche Verbesserungsvorschläge!

In der Regel wird der Fragebogen bei Haushaltsbefragungen vom Haushaltsvorstand oder der haushaltsführenden Person ausgefüllt. Vorstellungen von Jugendlichen werden auf diese Weise nur unzureichend erfasst. Deshalb wurde zusätzlich zur Auswahl der Haushalte eine einfache Zufallsauswahl unter Jugendlichen gezogen. Der mit der Post versendete Fragebogen enthielt die gleichen Themenschwerpunkte wie im Haushaltsfragebogen. Gesondert aufgenommen wurde neben der Arbeit die Option „Schule“.

Das Interesse der Wachtberger Bürger an ihrer Ortschaft und Gemeinde hat wesentlichen Anteil an der Repräsentativität und hohen Aussagekraft der Umfrage.

Von den 254 angeschriebenen Jugendlichen haben 28 Prozent geantwortet. Einen gleich hohen Rücklauf hat auch die Haushaltsbefragung (27 Prozent). Feldzeit war in beiden Fällen der Monat Juni 2002 (Tabelle 1).

Tabelle 1: Die Aussendung erfolgte rechtzeitig vor den Sommerferien

Aussendung an Haushalte	4. Juni
Aussendung an Jugendliche	6. Juni
Ende der Rückläufe	5. Juli

Es wurden insgesamt 2277 Briefe verschickt. Bis zum 5. Juli sind 618 Rückmeldungen zu verzeichnen gewesen. Angesichts der Tatsache, dass keinerlei Anreiz zum Ausfüllen des Fragebogens z. B. in der Form eines Gewinnspiels gegeben wurde,

verdeutlicht der hohe Rücklauf von über einem Viertel aller Aussendungen (27 Prozent) das Interesse der Wachtberger Bürger und Bürgerinnen an der Entwicklung Ihres unmittelbaren Umfeldes. Sie demonstrieren auf diese Weise ihre Zustimmung zur Entscheidung bezüglich einer Durchführung der Haushalts- und Jugendlichenbefragung.

Tabelle 2: Der Rücklauf demonstriert ein hohes Interesse an der Mitsprache

	Rücklaufquote	Aussendungen
Haushalte	27%	2023
Jugendliche	28%	254

Quelle: Eigene Berechnungen

In der Regel ist dieses Verhalten mit der Bereitschaft und dem Interesse verbunden, sich bei der Gestaltung der Zukunft aktiv zu beteiligen. Entsprechend sei die Einrichtung von themenbezogenen Arbeitsgruppen unter hoher Bürgerbeteiligung im Rahmen eines Stadtmarketingprozesses angeregt.

Unterstrichen wird das Interesse an einer Entwicklung auch durch eine Betrachtung der Rückläufe nach Ortsteilen (Tabelle 3). Hier fällt Ließem mit einem Spitzenwert von 33 Prozent auf. Gleichzeitig verfügt diese Ortschaft nur über eine geringe Infrastruktur. Denkbar wäre in diesem Falle eine resignative Grundstimmung gewesen mit dem Ergebnis einer geringen Beteiligung an der Befragung.

Tabelle 3: Die Partizipation der Wachtberger Haushalte an der Befragung verteilt sich gleichmäßig über die Ortschaften

Rückläufe %	Rückläufe absolut	Aussendungen	
22	41	184	Adendorf (inkl. Klein Villip)
25	30	122	Arz- und Fritzdorf
30	62	208	Berkum
33	54	165	Ließem
24	95	393	Niederbachem
29	55	190	Oberbachem (inkl. Gimmersdorf und Kürrighoven)
27	75	279	Pech
30	102	342	Villip (inkl. Villiprott und Holzem)
23	32	140	Werth- und Züllighoven

Quelle: Eigene Berechnungen

Die umfangreichen Angaben bei den offenen Fragen (Frage 8 und 9), der mit 92 Prozent sehr hohe Wert bezüglich der Angabe zum Haushaltseinkommen sowie die geringen Anteile im Falle der Antwortkategorie „Keine Angaben“ unterstreichen das hohe Interesse der Bürgerschaft an der Beteiligung.

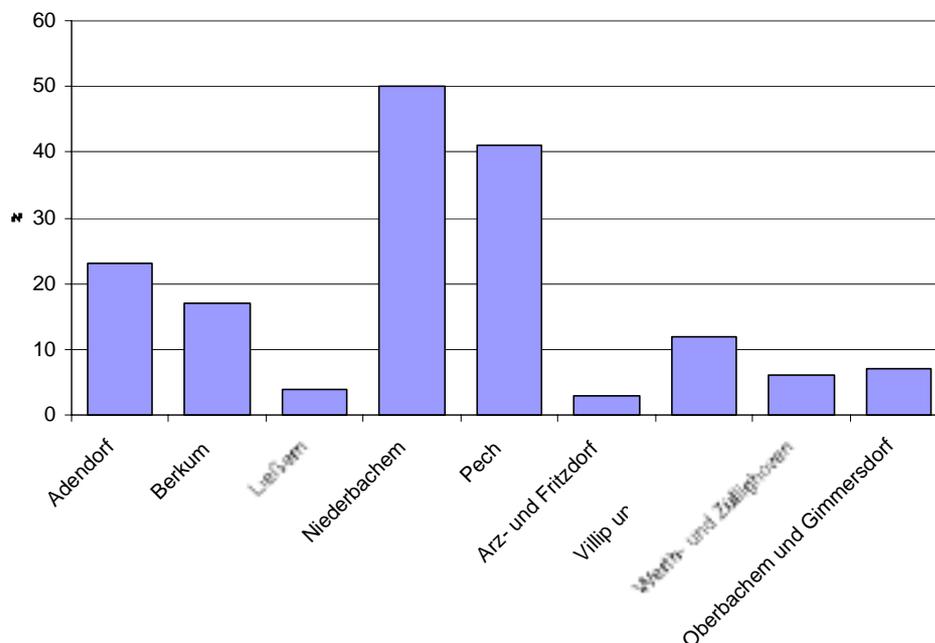
Konsistenzprüfungen der Daten zeugen zudem von einer hohen Qualität der Befragung. Beispielsweise decken sich die Antworten zur Zufriedenheit mit der Aufenthaltsqualität mit den Angaben zum Besuchszweck der Ortschaften.

Die soziodemografische Struktur Wachtbergs spiegelt sich in der Stichprobe wieder: Hohe Anteile finden sich bei älteren Personen, kleinen und sehr gut verdienenden Haushalten. Durch die zusätzliche Befragung Jugendlicher wird ein hoher Anteil der 16- bis 18-Jährigen gewährleistet. Damit wird insgesamt eine hohe Repräsentativität der Umfrage dokumentiert.

Wachtberger sind an einer ortsnahen Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs interessiert

Die bisherige Entwicklung Wachtbergs im Einzelhandel ist durch Abwanderung gekennzeichnet. EDEKA und SPAR finden sich noch in Adendorf, Berkum, Niederbachem und Pech. Bäckereien, Metzgereien und Bauernläden ergänzen das Angebot. Lediglich in Niederbachem wird mindestens die Hälfte des täglichen Bedarfs in der eigenen Ortschaft gedeckt (Abbildung 1). Es folgt nicht etwa Berkum als Ortschaft mit der zweithöchsten Anzahl an Geschäften sondern Pech. Dafür wird von der Wirtschaftsförderung das gute Angebot der dortigen Bäckerei maßgeblich mitverantwortlich gemacht.

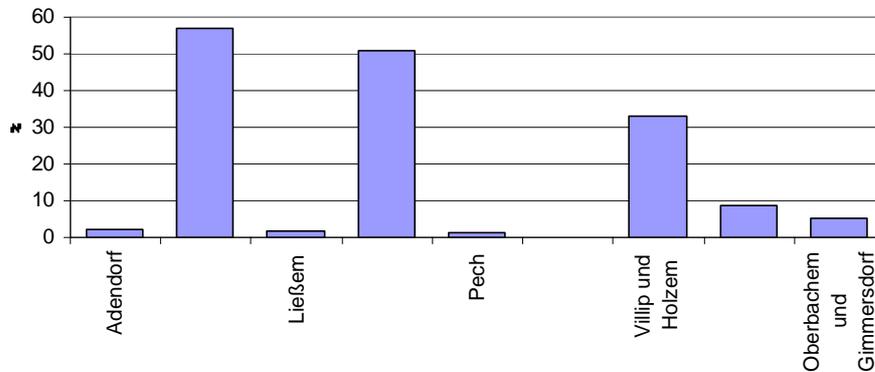
Abbildung 1: Lediglich in Niederbachem kaufen die Hälfte der Haushalte Lebensmittel im eigenen Ort ein



Quelle: Eigene Berechnungen

Wo ein Angebot im Drogeriebereich in der Form eines Schlecker-Marktes existiert (Berkum, Niederbachem, Villip), dort erfolgt eine überproportionale Bedarfsdeckung (Abbildung 2).

Abbildung 2: In Berkum und Niederbachem kaufen mehr als 50 % Drogerieartikel im eigenen Ort ein.

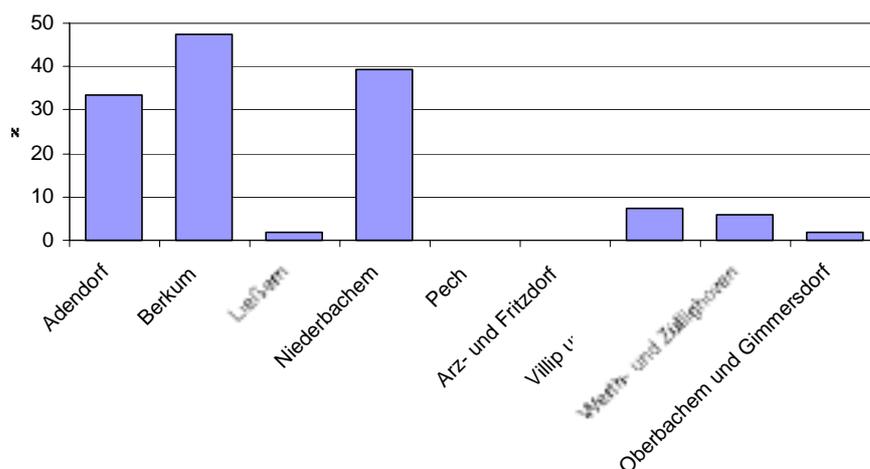


Quelle: Eigene Berechnungen

Ergebnis des mit Ausnahme von Niederbachem unterdurchschnittlichen Angebotes ist ein hoher Kaufkraftabfluss in die umliegenden Städte und Gemeinden. Fritz-, Arz- und Adendorfer sowie Werthovener orientieren sich nach Meckenheim. Berkum, Pech und Villip, Gimmersdorf und Oberbachem, Züllighoven kaufen überwiegend in Bad Godesberg ein. Ließem orientiert sich nach dem nahegelegenen Lannesdorf.

Im Bereich von Büchern und Zeitschriften zeigt sich ein ähnliches Bild (Abbildung 3). Die Existenz von Schreibwarenläden in Adendorf und Berkum sorgen neben Niederbachem für hohe Bedarfsdeckungsanteile.

Abbildung 3: Adendorf, Berkum und Niederbachem haben bei der eigenen Bevölkerung Kompetenz im Bereich Bücher und Zeitschriften



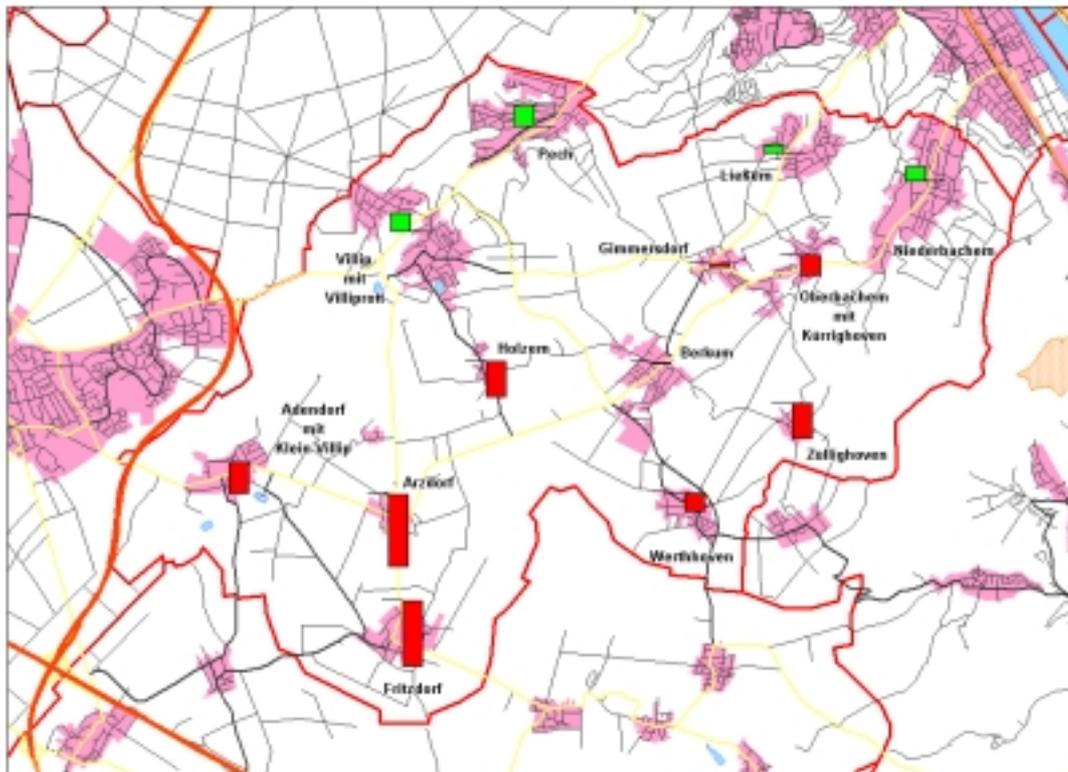
Quelle: Eigene Berechnungen

Güter des mittel- und langfristigen Bedarfs erwerben Wachtberger überwiegend in Bonn. Dies gilt für alle Wachtberger vor allem im Bereich von Bekleidung und

Möbeln. Lediglich Aden-, Arz- und Fritzdorfer zeigen Präferenzen für Meckenheim als Einkaufsort für die weiteren mittel- und langfristigen Warensortimente.

Die Kaufkraft in Wachtberg ist die höchste im Rhein-Sieg-Kreis. Entsprechend empfiehlt sich die Deckung des Angebots auf einem qualitativ hochwertigen Niveau. Weniger das billige Angebot steht im Fokus als vielmehr die von den Kunden als gutes Verhältnis von Preis und Leistung empfundene Dienstleistung gilt es zu fördern. Für eine ausgewogene Planung zukünftiger Einzelhandelsinfrastruktur ist zu berücksichtigen, dass die Kaufkraft in Wachtberg ungleichmäßig verteilt ist (Abbildung 4).

Abbildung 4: Die Ortschaften im Norden verfügen über viel Kaufkraft



Quelle: Microm 2002

Durchschnittliche Werte zeigen Berkum und Gimmersdorf. Eine überdurchschnittliche Kaufkraftkonzentration findet sich im Nordbereich (Villip, Pech, Ließem und Niederbachem). Vor allem in diesen Ortschaften können sich die Einwohner einen ortsnahe personalintensiven Einzelhandel leisten. Die Befragungsergebnisse bestätigen, dass das kleinflächige Einzelhandelsangebot Teile der Kaufkraft zu binden vermag, sofern er vorhanden ist.

Vor allem in westlichen Ortschaften und Züllighoven sind unterdurchschnittliche Kaufkraftwerte zu beobachten. In Meckenheim existiert bereits ein Discountangebot. Die ausgeprägte Orientierung bei den Aden-, Arz- und Fritzdorfern nach Meckenheim mag entsprechend nicht ausschließlich der örtlichen Nähe geschuldet sein.

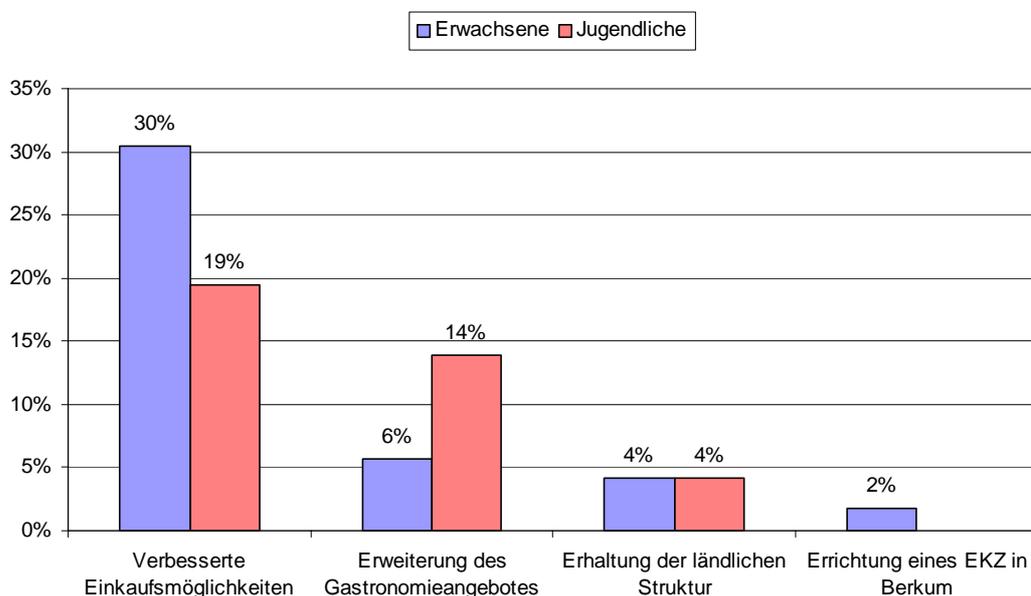
Es zeigt sich Handlungsbedarf vor allem im Zentralbereich der Gemeinde. Deshalb sind Anstrengungen zur Erweiterung eines Angebots von Waren des kurz- und mit-

telfristigen Bedarfs in Berkum für Berkum, Holzem, Züllighoven und Werthoven angezeigt.

Bei den künftigen Planungen sollte ein ausgewogenes Konzept in Wachtberg verfolgt werden. Es sollte den Bedürfnissen in den unterschiedlichen Ortschaften gerecht werden. Dabei ist darauf zu achten, dass die bisherige ortsnahe Versorgung gestärkt wird, wo die entsprechende Kaufkraft verfügbar ist. Eine Gefährdung der bestehenden und von der Bevölkerung angenommenen Infrastruktur ist zu vermeiden.

Bei den Änderungswünschen und Verbesserungsvorschlägen werden von Erwachsenen verbesserte Einkaufsmöglichkeiten am häufigsten genannt. Selbst bei den Jugendlichen rangiert die Nennungshäufigkeit auf dem zweiten Platz (Abbildung 5).

Abbildung 5: Wachtberger wünschen ortsnahe Einkaufsmöglichkeiten

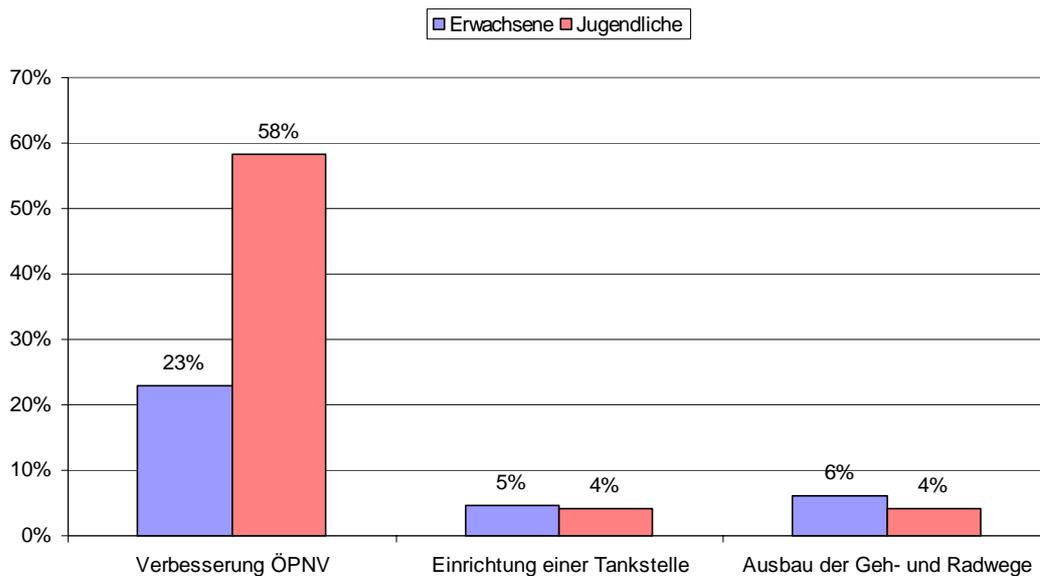


Quelle: Eigene Berechnungen

Lediglich 2 Prozent geben bei der offenen Frage an, ein Einkaufszentrum zu wünschen. Nach Wunsch Wachtberger Bürger ist eine Verstärkung der ortsnahe Einkaufsinfrastruktur vordringlich.

Übertroffen wird die Nennung zu verbesserten Einkaufsmöglichkeiten bei Jugendlichen lediglich vom Wunsch nach einem Ausbau des ÖPNV (Abbildung 6). Angesichts der erheblichen Fläche Wachtbergs und der zu bestimmten Tageszeiten gering ausfallenden Busfrequenz ist gehandicapt, wer kein Auto fahren kann.

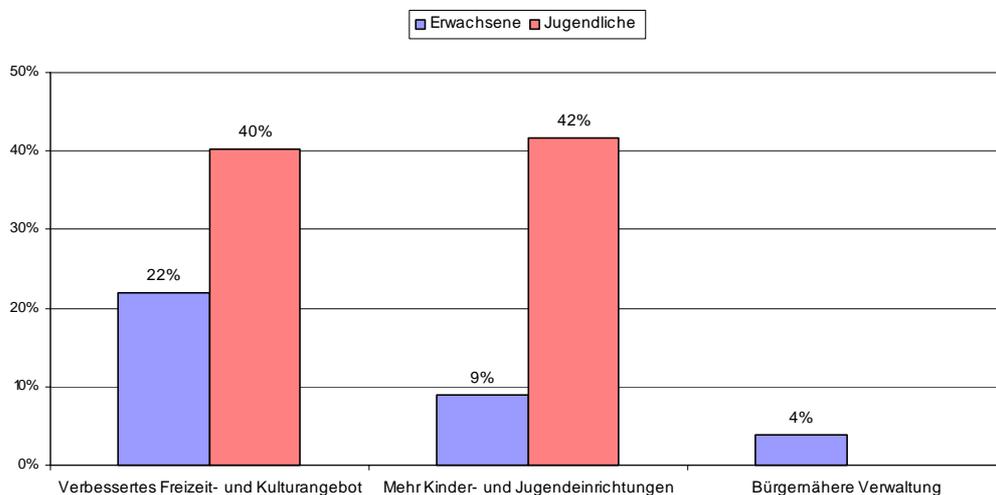
Abbildung 6: Wachtberger wünschen sich einen besseren öffentlichen Nahverkehr



Quelle: Eigene Berechnungen

Auch bessere Gastronomieangebote werden von Jugendlichen gewünscht. Im Einklang damit steht der Wunsch nach mehr Kinder- und Jugendeinrichtungen sowie Freizeit- und Kulturangebot (Abbildung 7). Wenngleich diese Wünsche bei Jugendlichen eine häufige Nennung erfahren, so nennen auch Erwachsene im signifikanten Umfang diese Aspekte.

Abbildung 7: Im Freizeit- und Kulturbereich besteht in Wachtberg Handlungsbedarf

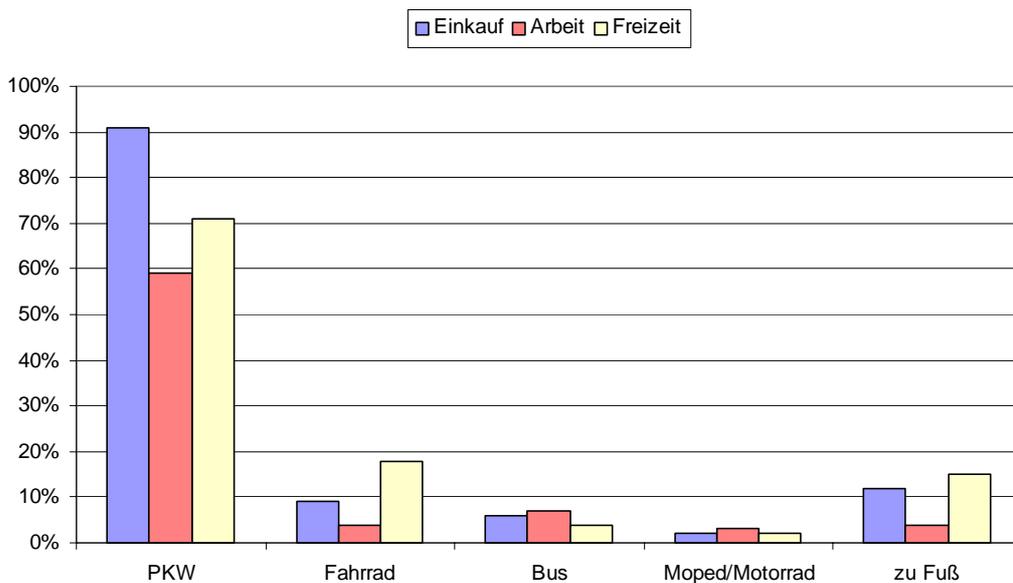


Quelle: Eigene Berechnungen

Das dominierende Fortbewegungsmittel für Erwachsene ist der PKW und für Jugendliche der Bus.

Unabhängig ob zur Arbeit, zum Einkauf oder in der Freizeit verwenden Wachtberger das Auto als Fortbewegungsmittel, sofern sie eine Fahrerlaubnis haben (Abbildung 8) Bus, Fahrrad oder Motorrad spielen für die meisten keine Rolle.

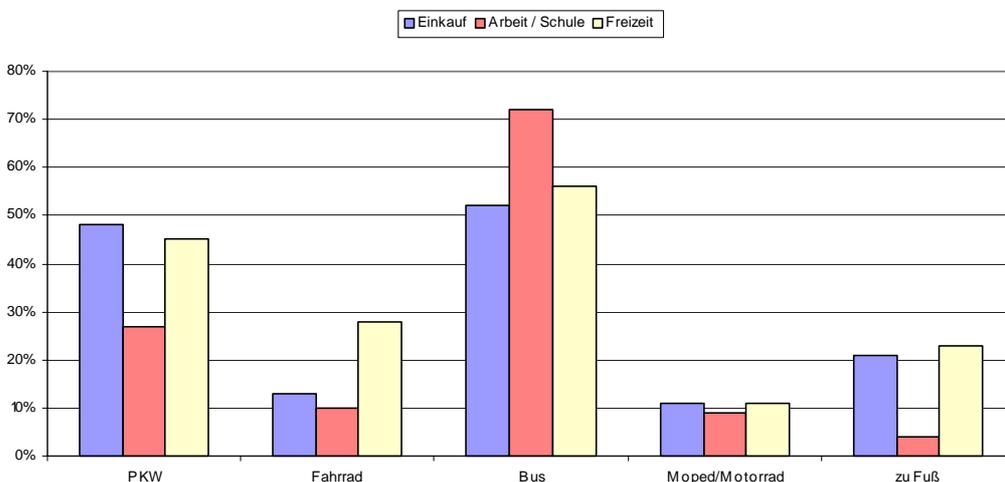
Abbildung 8: Das dominierende Verkehrsmittel der erwachsenen Wachtberger ist der PKW



Quelle: Eigene Berechnungen

Wer aufgrund seines Alters noch keinen Führerschein machen kann, bei dem stellt der Bus das dominierende Fortbewegungsmittel dar (Abbildung 9). Lediglich in der Freizeit vermag das Fahrrad Anteile nahe 20 Prozent zu erreichen.

Abbildung 9: Das dominierende Verkehrsmittel der jugendlichen Wachtberger ist der Bus



Quelle: Eigene Berechnungen

Berkum hat beim Besuchszweck eine herausgehobene Stellung; andere Ortschaften sind allerdings auch von Bedeutung.

Eine Analyse der Ursachen von Mobilität zeigt hohe Bedeutungsüberschüsse für Berkum (Tabelle 4). Wachtberger aus anderen Ortschaften frequentieren Geschäfte, die Bank, das Café oder Restaurant oder Freizeiteinrichtungen weitaus mehr als in

anderen Ortschaften. Beispielsweise geben 144 Wachtberger die Erledigung ihrer Bankgeschäfte in Berkum an, während 62 Befragte in Berkum wohnen (Index: 206).

Tabelle 4: Berkum weist in den meisten Besuchszwecken einen Bedeutungsüberschuss auf

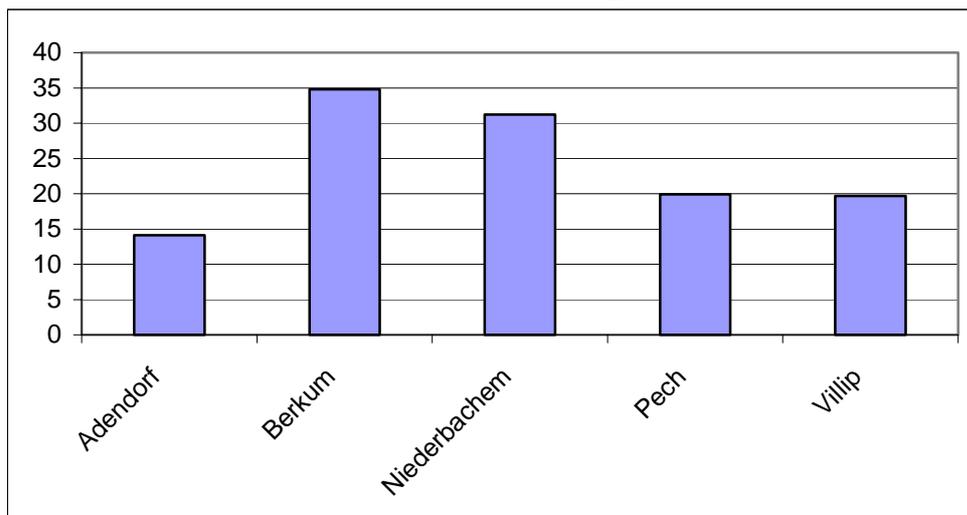
	Einkauf	Bank- besuch	Arztbesuch	Arbeit	Café- und Gaststätten- besuch	Freizeit- aktivitäten
Adendorf	244	120	66	27	95	159
Berkum	232	206	235	47	161	297
Niederbachem	205	83	83	17	58	107
Pech	171	72	69	12	21	113
Villip	100	75	52	14	86	94

Quelle: Eigene Berechnungen

Bei zwei Besuchszwecken weisen neben Berkum die Ortschaften Adendorf, Niederbachem und Pech Bedeutungsüberschüsse auf: Einkauf und Freizeitgestaltung. In diesen beiden Dimensionen ist Wachtberg eher dezentral aufgestellt. Eine Konzentration zukünftiger Entwicklung der Gemeinde Wachtberg ausschließlich auf Berkum würde dem Charakter der bisherigen Struktur zuwiderlaufen.

Die Besuchsintensität ausgewählter Ortschaften zeigt die häufigste regelmäßige Besuchsfrequenz in Berkum: 35 Prozent aller Wachtberger sucht Berkum mindestens einmal in der Woche auf (Abbildung 10). Es wird dicht gefolgt von Niederbachem mit 31 Prozent. Adendorf, Pech und Villip haben dagegen eine Frequenz von höchstens 20 Prozent.

Abbildung 10: Berkum und Niederbachem haben die höchsten Anteile regelmäßiger Besucher aus Wachtberg



Quelle: Eigene Berechnungen

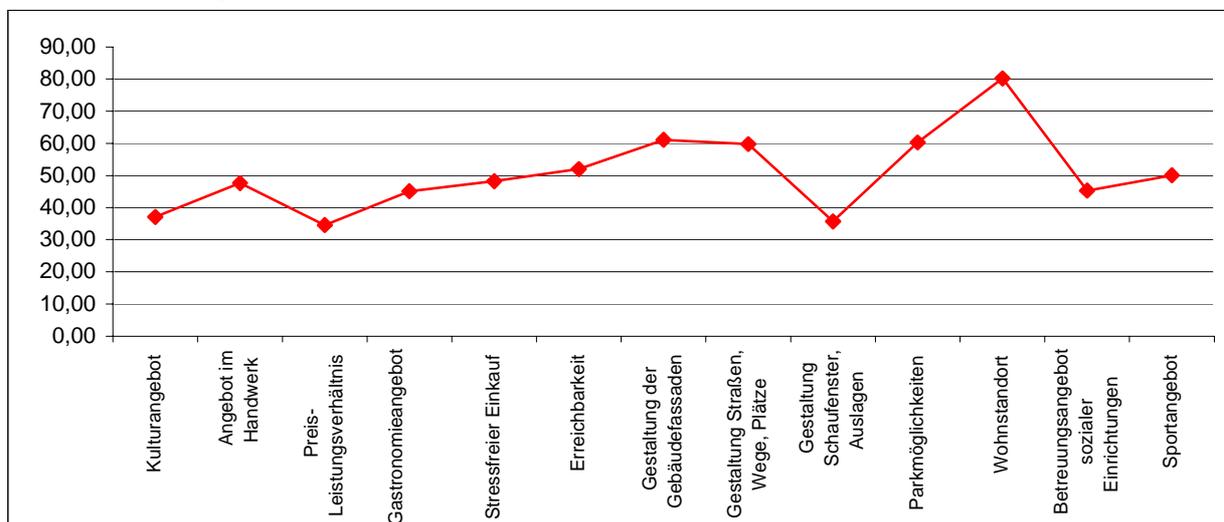
Ansätze einer Identitätsbildung in Richtung „Wachtberger“ und eine starke Orientierung an der eigenen Ortschaft sind erkennbar

Aus Gründen einer ausreichenden Stichprobengröße werden bei der folgenden Betrachtung einzelne in örtlicher Nähe beieinander liegende Ortschaften zusammengefasst. Anderenfalls würden die Stichprobenfehler Aussagen sehr unsicher machen. Beispielsweise werden Arz- und Fritzdorf, Oberbachem und Gimmersdorf, Werth- und Züllighoven, Villip und Holzem zusammen betrachtet.

Höchste Zufriedenheit herrscht in Wachtberg im Bereich des Wohnstandortes. Auf einer Skala von 0 (niedrig --) bis 100 (hoch ++) erreicht die durchschnittliche Zufriedenheit 80 Prozent (Abbildung 11). Es folgen Parkmöglichkeiten und die Gestaltung der Gebäudefassaden mit 60 Prozent.

Unzufriedenheit werden in den Bereichen „Kulturangebot“, „Preis-Leistungsverhältnis“ und der „Gestaltung der Schaufenster und Auslagen“ geäußert. Alle Angaben sind berechnet als Mittelwerte aus den Angaben zur eigenen Ortschaft.

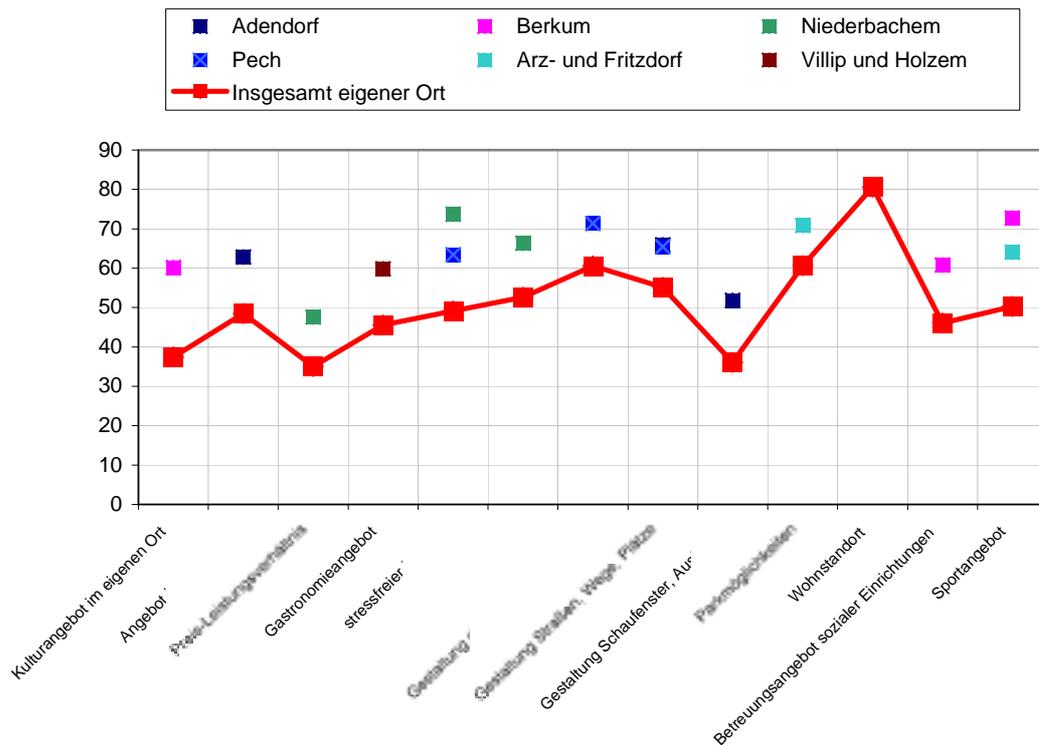
Abbildung 11: Die Zufriedenheit mit dem Wohnstandort ist in Wachtberg herausragend



Quelle: Eigene Berechnungen

Eine Betrachtung nach Ortschaften zeigt eine erhebliche Heterogenität bei den Zufriedenheitswerten. Beim Sportangebot erreichen Berkum sowie Arz- und Fritzdorf hohe Zufriedenheitswerte bezüglich der eigenen Ortschaft (Abbildung 12). Beim stressfreien Einkauf werden Niederbachem und Pech deutlich höher bewertet als der Durchschnitt.

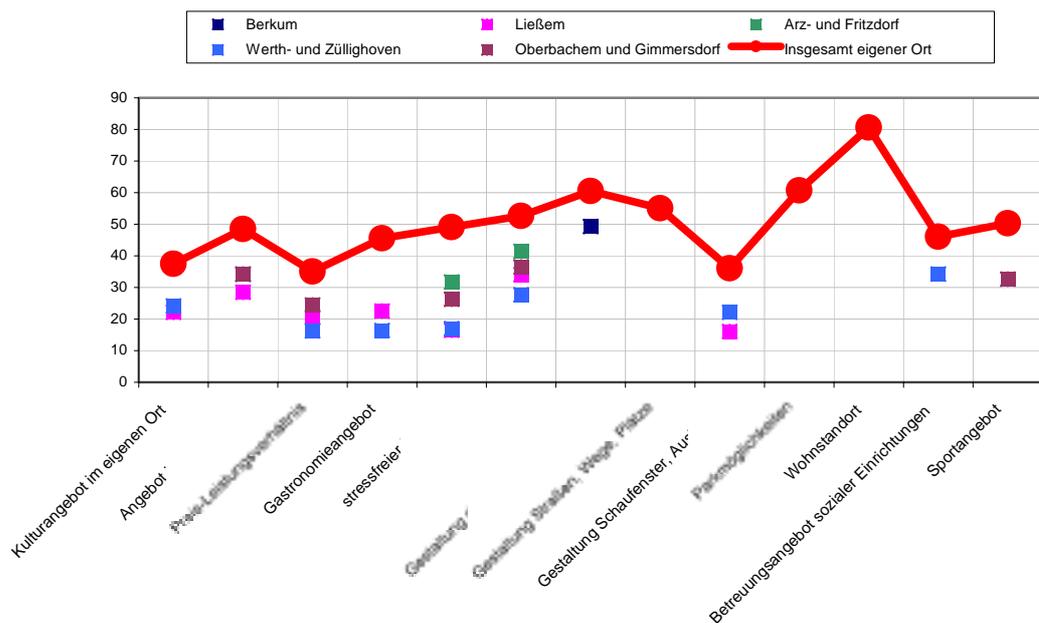
Abbildung 12: Berkum, Niederbachem und Pech haben jeweils drei Bereiche, in denen die Zufriedenheit im eigenen Ort höher bewertet wird als im Durchschnitt



Quelle: Eigene Berechnungen

Bei Bereichen mit unterdurchschnittlicher Zufriedenheit tauchen Ortschaften auf, deren Infrastruktur noch nicht einmal als rudimentär bezeichnet werden kann: Arz- und Fritzdorf, Ließem, Werth- und Züllighoven, Oberbachem und Gimmersdorf.

Abbildung 13: Niedrige Zufriedenheitswerte konzentrieren sich auf Ortschaften ohne nennenswerte Infrastruktur



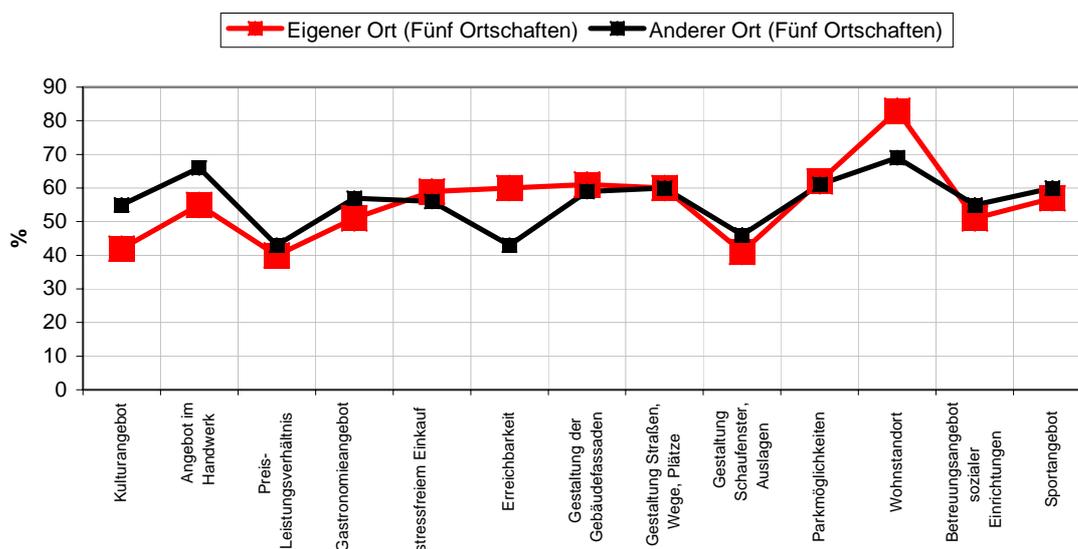
Quelle: Eigene Berechnungen

Ansätze einer Identitätsbildung in Richtung „Wachtberger“ und eine starke Orientierung an der eigenen Ortschaft sind erkennbar.

Im Fragebogen wurde zusätzlich zur Zufriedenheit mit der eigenen Ortschaft auch die Zufriedenheit mit den fünf Ortschaften Adendorf, Berkum, Niederbachem, Pech und Villip abgefragt. Im Vergleich der beiden Zufriedenheitswerte lassen sich Identitätsbildungen ablesen, wenn eine Beschränkung auf die Haushalte aus den genannten fünf Ortschaften erfolgt.

Ein Vergleich zur Aufenthaltsqualität „im eigenen Ort“ und „andere 5 Ortschaften“ beschränkt auf die Antworten aus den 5 Ortschaften Adendorf, Pech, Niederbachem, Berkum und Villip zeigt höhere Werte für positive Profilelemente. Im Kulturbereich wird bei anderer Ort der Wert von Berkum erreicht. Daraus ist auf eine Orientierung an Berkum zu schließen. Im Bereich Handwerk wird zuerst an Adendorf gedacht. Es wird sich mit dem Besten identifiziert.

Abbildung 14: Unterschiedliche Ortschaften tragen zur Profilierung Wachtbergs bei



Quelle: Eigene Berechnungen

Die Wohnsituation in der eigenen Ortschaft wird besser beurteilt als in den fünf Ortschaften zusammen. Im Wohnbereich findet die Identifikation mit der eigenen Ortschaft statt.

Die Erreichbarkeit wird für Wachtberg als Problem angesehen. Als Ergebnis der kognitiven Dissonanz wird die eigene Situation bei diesem Aspekt allerdings positiver gesehen. Folglich ergibt sich ein höherer durchschnittlicher Zufriedenheitswert.