Die Oberbürgermeisterin

Vorlagenummer: FB 13/0013/WP18
Öffentlichkeitsstatus: öffentlich
Datum: 19.03.2025

Image- und Zufriedenheits-Befragungen 2024:

Vorlageart: Kenntnisnahme
Federführende Dienststelle: FB 13 - Fachbereich Kommunikation und Stadtmarketing
Beteiligte Dienststellen:
Verfasst von: FB 13, FB 01

Beratungsfolge:

Datum	Gremium	Zuständigkeit
02.04.2025	Hauptausschuss	Kenntnisnahme

Erläuterungen:
Der Fachbereich Kommunikation und Stadtmarketing und die Abteilung Statistik und Wahlen des Fachbereichs Bürger*innendialog und Verwaltungsleitung haben 2024 jeweils in Fortsetzung früherer Befragungen Aufträge zur erneuten Analyse der Markenbausteine bzw. der Bürger*innenzufriedenheit erteilt. Unabhängig davon war Aachen auch Bestandteil des SKL Glückatlas, der für vierzig Großstädte die Lebenszufriedenheit ihrer Bewohner*innen untersucht hat. Die Ergebnisse unterscheiden sich sowohl in der Aktualität als auch in Inhalten und Ergebnissen, was grundsätzlich die Aussagekraft von Analysen dieser Art hinterfragen lässt. Dennoch gibt es auch Gemeinsamkeiten, darunter vor allem die kritischen Bemerkungen zur Qualität des ÖPNV. Im Verhältnis zu den kritischen Bewertungen in den beiden städtischen Befragungen hat das Ergebnis des SKL Glücksatlas für Aachen als „drittglücklichste Großstadt in Deutschland“ überrascht und über die bundesweite Berichterstattung die positive Wahrnehmung Aachens in den Vordergrund gerückt. Ebenso zeigt die Übernachtungsstatistik, dass Aachen nach wie vor als touristisches Ziel hochattraktiv ist.

Imagebefragung 2024 Stadt Aachen (Quelle: Skopos Research)

Aachen steht als Stadt in einem starken bundesweiten Wettbewerb um Einwohnende und Studierende, Gäste und Kund*innen, Investor*innen und Unternehmen. In diesem Standortwettbewerb hat Aachen viel Attraktives zu bieten. Welchen Blick Menschen aus der Region und bundesweit auf die Besonderheiten der Stadt haben, hat die Stadt Aachen im Rahmen des Markenprozesses 2018 erstmals systematisch erfragt. Gemäß des vom Rat 2019 erteilten Auftrags ist diese Befragung 2024 erneut in Auftrag gegeben worden.

Sie beruht wie 2018 auf zwei Säulen: Zum einen haben bundesweit 1000 repräsentativ ausgewählte Personen über ein Panel des Marktforschungsinstituts Skopos Research ihre Meinung geäußert. Zum zweiten hatten im

September 2024 Menschen aus der Region in einer nicht-repräsentativen Befragung die Gelegenheit, sich an der Imagebefragung zu beteiligen. Mitmachen konnten alle, die in Aachen, der Städteregion, in Ostbelgien oder NL-Limburg leben. Teilnehmen konnte ohne Einschränkung jede Person mit Zugang zu einem Internetzugang. Der Fragebogen stand in deutscher, niederländischer und französischer Sprache zur Verfügung. Die Befragung wurde über städtische und öffentliche Medien beworben und ausschließlich digital durchgeführt. Teilgenommen haben 3.650 Personen, davon 815 aus der Region, darunter wiederum 100 belgische und 50 niederländische Beiträge.

Nach Auswertung aller Daten hat das Marktforschungsinstitut Skopos die regionalen Ergebnisse den repräsentativen, bundesweit erhobenen Aussagen über Aachen gegenübergestellt. Ebenfalls wurden diese verglichen mit den Ergebnissen von 2018.

Die erste Imagebefragung 2018

Die erste Imagebefragung wurde 2018 als Bestandteil des Markenprozesses durchgeführt, den die Stadt Aachen, beauftragt durch den Rat der Stadt, angestoßen hatte. Untersucht wurde das aktuelle Image der Stadt Aachen. Frage war damals, ob die Stadt ausreichend gut profiliert unterwegs ist. Genau dieses Profil sollte in dem Markenprozess klar konturiert werden. Ziel des Prozesses war es, aus der Gewichtung und Bündelung der Ergebnisse eine verbindliche Systematik an Markenbausteinen abzuleiten. Abschließend folgte eine Verständigung unter den Multiplikator*innen und Marketingakteur*innen der Stadt, um das Bild der Stadt einheitlich nach außen darzustellen. Das Ergebnis des Markenprozesses wurde 2019 vom Rat verabschiedet und ist unter www.aachen.de/DE/stadt_buerger/aachen_profil/stadtmarketing/Marke-Aachen zu finden. Es enthielt unter anderem auch den Auftrag, die Imagebefragung zu wiederholen.

Inhalte der Befragung

Was unterscheidet Aachen von anderen Städten? Was macht die Stadt besonders? Würden Sie Freunden empfehlen, nach Aachen zu ziehen? Welchen Stellenwert haben Wissenschaft, Weihnachtsmarkt, Printen und Start Ups? Diese und ähnliche Fragen hat die Stadt Aachen gestellt. Der Fokus lag darauf, die Wahrnehmung der Stärken und Merkmale unserer Stadt einzuordnen. Nicht Thema dieser Befragung war es, aktuelle Politik oder die Arbeit der Verwaltung zu bewerten. Im Sinne der Vergleichbarkeit entsprachen die Fragen denen der ersten Befragung 2018. Neu hinzugefügt wurden nur Fragen über Start Ups, weil diese als Ergebnis aus dem Markenprozess 2018 als Markenbaustein in die Marke eingegangen sind. Um den Markenkern über deutliche Aussagen eindeutig identifizieren zu können, waren die Fragen zu den erfragten städtischen Eigenschaften 2018 nachdrücklich und pointiert formuliert („sehr“ etc.). Die Antworten sind entsprechend einzuordnen.

Ergebnisse 2024

Das Marktforschungsinstitut fasst die Ergebnisse wie folgt zusammen:

- Bekanntheit der Stadt Aachen und Assoziationen
  „Aachen ist bundesweit weiterhin eher wenig bekannt, zumindest im Vergleich mit den weiteren abgefragten Städten. 54% der Befragten haben nur begrenzte Informationen über die Stadt und waren bislang nie dort. Der größte Anteil der Aachen-Kenner*innen stammt mit 53% erwartungsgemäß aus

Nordrhein-Westfalen, während in den anderen Bundesländern der Anteil unter 9% liegt und mit zunehmender Entfernung abnimmt. Aachen ist in der Außensicht insbesondere für den Aachener Dom bekannt, der zusammen mit der Altstadt zu den Hauptgründen für Besuche zählt. In der Innensicht wird Aachen ebenfalls stark mit dem Aachener Dom und der Altstadt verbunden, jedoch wird die Stadt hier häufiger als wenig attraktiv beschrieben."

- Bewertung der Stadt Aachen
  Aachen erhält von den Teilnehmenden aus der Region in Bezug auf die Gesamtattraktivität eine deutlich schlechtere Bewertung als 2018 (rund 20%-Punkte weniger) – das Bild von außen ist weiterhin moderat positiv (36% vs. 39% 2018) und 40% der Aachen-Kenner geben an, (äußerst) wahrscheinlich wieder in die Stadt zu kommen (2018: 43%). Die Aachener Bürger*innen schätzen immer noch besonders die attraktive Lage im Dreiländereck und die überschaubare Größe der Stadt. Weniger positiv empfinden sie hingegen den Rückgang vieler Geschäfte in der Innenstadt sowie den hohen Autoverkehr und die Zunahme von Obdachlosen. In der Außensicht werden negative Assoziationen (wie Leerstände aus Innensicht) kaum genannt.
  Die größten Unterschiede in der Detailbewertung zwischen Innen- und Außensicht zeigen sich in puncto Familienfreundlichkeit, Einkaufsmöglichkeiten und Gastronomieangebote, was von den Aachenern negativer bewertet wird als von "Außen". Generell ist die Innensicht zumeist negativer als die Außensicht.
  Insgesamt zeigen sich nur wenige Unterschiede zwischen den Subgruppen Alter, Bildung, Beruf und Wohnzeitraum. Tendenziell gilt für die Außensicht, dass ältere Personen Aachen in den Details etwas positiver bewerten als jüngere. Ein ähnlicher Trend ist in puncto Bildung zu beobachten: Je höher der Bildungsabschluss, desto positiver die Bewertung. In der Innensicht fällt gleichzeitig auf, dass jüngere und in Ausbildung befindliche Personen die Stadt insgesamt am attraktivsten finden.

- Einflussfaktoren auf die Attraktivität Aachens
  „Die größten Einflussfaktoren auf die Attraktivität Aachens sind die Einkaufsmöglichkeiten, das europäische Lebensgefühl, die Altstadt und die Gastronomie – aus Sicht der Aachener Bürger wird jedoch nur die Altstadt überdurchschnittlich gut bewertet, Handlungsbedarf wird, wie 2018, bei Einkaufsmöglichkeiten, Lebensgefühl und Gastronomieangebot gesehen.
  Die Außenperspektive wird maßgeblich durch die reizvolle Altstadt beeinflusst, die auch überdurchschnittlich gut bewertet wird. Viele der weiteren Faktoren haben einen ähnlichen Einfluss auf die Attraktivität und bieten teilweise Handlungsbedarf, unter anderem (analog zur Innensicht) Einkaufsmöglichkeiten, Lebensgefühl und Gastronomieangebot."

- Empfehlung Aachens
  „Immerhin 23% der Befragten aus der Außenperspektive können sich vorstellen, in Aachen zu wohnen, in etwa genauso viele können sich, sowohl unter den Aachener Bürgern als auch aus Außensicht, vorstellen ein Startup in der Stadt zu gründen – in erster Linie aufgrund der vorhandenen Fachkräfte (Innensicht) bzw. der guten Lage (Außensicht). Dagegen sprechen die Infrastruktur (Innensicht) bzw. die dadurch entstehende Entfernung zum Lebensmittelpunkt (Außensicht).
  Während die Weiterempfehlungsbereitschaft (Net Promoter Score, NPS) für Aachen als Besuchsort in der Außensicht relativ konstant bleibt (-5 vs. 2018: -1), sinkt sie in der Innensicht deutlich – sogar auf -36 unter Bewohner*innen des Aachener Umlands (2018: +3). Die Weiterempfehlung Aachens als Wohnort

sinkt ebenfalls deutlich in der Innensicht."

Die größten Abweichungen

- Aachen (aus Innensicht) wird deutlich seltener mit der Universität assoziiert als noch 2018 (15% 2024 vs. 28% 2018).
- 13% verbinden Aachen spontan mit Leerständen, was 2018 noch kein nennenswertes Thema war. In der Außensicht sind diese und ähnliche negative Aspekte kein Thema.
- 2018 waren Innen- und Außensicht bezogen auf die Attraktivität der Stadt noch auf gleichem Niveau (39% Top 2), 2024 sehen die Aachener „ihre" Stadt deutlich kritischer und lediglich 20% bewerten sie als (sehr) attraktiv. In der Region sinkt der Wert sogar von 40% auf 15%.
- In der offenen Abfrage „Was schätzen Sie besonders an Aachen als Wohnort?" werden viele positive Merkmale der Stadt Aachen (Lage, Größe, Altstadt, Umland) tendenziell seltener hervorgehoben als 2018, Kritikpunkte wie Leerstand (29% vs 19%), zu viel Autoverkehr (23% vs. 11%), Obdachlose (19% vs. 9%) und Baustellen/Großprojekte (16% vs. 4%) dagegen deutlich häufiger geäußert. Dagegen gingen die kritischen Stimmen zur politischen Führung/Stadtentwicklung in der Innensicht von 18% 2018 auf 12% 2024 zurück.
- Bei den Hauptgründen für Aachen als Wohnort fallen in der Innensicht der Studienort (27% vs. 45%) und die Aussage „Mir gefällt Aachen" (18% vs 30%) deutlich gegenüber 2018 ab.
- Die Weiterempfehlungsbereitschaft sinkt in der Innensicht von +3 auf -30 in der Stadt Aachen, im Umland auf -36. In der Außensicht bleibt sie relativ stabil (-5 vs. -1). Die Weiterempfehlung als Wohnort ist in der Innensicht noch weiter gesunken (2018 bereits klar negativ).
- Deutlich häufiger als noch 2018 (19%) wurden statt „versteckter" Qualitäten in der offenen Abfrage Kritikpunkte genannt (31%).

Sonstige Besonderheiten

- Neu war die Frage zu Start Ups. Eine hypothetische Start Up-Gründung kann sich in etwa jeder Fünfte (Innensicht) bzw. jeder Vierte (Außensicht) in Aachen vorstellen. In der Außensicht werden insbesondere die gute Lage und Aachen als schöne Universitätsstadt als Gründe für die Vorstellbarkeit genannt. Tatsächlich belegt Aachen aktuell bei den Gründungen bundesweit den vierten Platz hinter Heidelberg, München und Berlin.
- 85% der Teilnehmenden an der nicht repräsentativen, Innensicht-Befragung wohnt seit mehr als zehn Jahren in Aachen oder der Region. Etwas mehr als die Hälfte hat mindestens einen Hochschulabschluss und ist voll berufstätig.
- Nach wie vor liegen die Top 2 der Besuchswahrscheinlichkeit unter den Aachen-Kennern bei 40%.
- Bei Detailbetrachtung der verschiedenen Subgruppen (Innensicht) zeigen sich die besten Bewertungen unter Personen, die erst kürzer in Aachen leben, Jüngeren und in Ausbildung befindlichen Personen.

Perspektivisch ist es für eine erneute Imagebefragung im Sinne eines relevanten Ergebnisses sinnvoll, die Fragestellungen auf marktübliche Formulierungen anzupassen, also von den sehr nachdrücklichen, für die Markenbildung notwendigerweise stark pointierten Eigenschaften auf ein normales Niveau von Aussagen umzusteigen. Für die lokale Befragung sollte zukünftig statt der offenen, nicht repräsentativen Befragung das Aachen Panel als Plattform für eine repräsentative Bürger*innenbefragung genutzt werden.

Koordinierte Bürgerbefragung 2024:
Lebenszufriedenheit in deutschen Städten
(Quelle: Urban Audit Deutschland / Verband Deutscher Städtestatistik)

Die Stadt Aachen hat im Auftrag der Abteilung Statistik und Wahlen des städtischen Fachbereichs Bürger*innendialog und Verwaltungsleitung nach 2018 und 2021 zum dritten Mal an der Bürgerbefragung „Lebenszufriedenheit in deutschen Städten“ teilgenommen. Im Mittelpunkt standen allgemeine Fragen zu öffentlichen Aufgaben der Stadt, zu örtlichen Gegebenheiten, zur persönlichen Zufriedenheit, zum öffentlichen Nahverkehr sowie zu Umwelt und Sicherheit. Ziel der Studie ist es, die Lebenszufriedenheit in den teilnehmenden Städten zu ermitteln. Ein Vergleich der Städte ermöglicht es, zwischen allgemeinen kommunalen Entwicklungen und Besonderheiten der eigenen Stadt zu unterscheiden. Die teilnehmenden 16 Städte (Aachen, Braunschweig, Gießen, Göppingen, Hildesheim, Ingolstadt, Kassel, Koblenz, Konstanz, Ludwigsburg, Mannheim, Neuss, Osnabrück, Recklinghausen, Saarbrücken, Witten) gewinnen hierdurch wichtige Informationen, in welchen Bereichen die Bürger*innen mit ihrer Stadt zufrieden sind – aber auch, wo es noch Defizite gibt. Die Ergebnisse sollen dazu beitragen, aktuelle kommunale Planungen zu unterstützen und die Lebensbedingungen in der Stadt weiter zu verbessern.

Die Organisation der Umfrage übernahm im Auftrag der Städtegemeinschaft das IFAK Institut (Markt- und Sozialforschung). Die Auswahl der Befragten erfolgte nach dem Zufallsprinzip auf Grundlage des Melderegisters. Die so ermittelten 2.300 Aachener*innen, die den Aachener Bevölkerungsquerschnitt abbilden, wurden angeschrieben und konnten vom 26.08.2024 bis zum 22.10.2024 teilnehmen. 886 Personen haben sich beteiligt. Das entspricht einer bereinigten Responsequote von 40,8% (Unzustellbare sind nicht berücksichtigt) – ein hoher Wert für eine freiwillige Befragung.

Zusammenfassung der Ergebnisse von Aachen (AC) im Vergleich zum Gesamtergebnis

- Die große Mehrheit der Teilnehmer*innen ist zufrieden damit, in ihrer Stadt zu leben (gesamt 86%; AC: 85%).
- Der Anteil derjenigen, die mit ihrer persönlichen Situation zufrieden sind, ist in allen Städten hoch (berufliche Situation: 73%; finanzielle Situation: 78%; ‚dem Leben, das sie führen‘: 89%, Wohngegend: 88%)
- In die Zukunft (5-Jahres-Perspektive) blickt nur eine Minderheit optimistisch (gesamt: 19%); in Aachen waren die Teilnehmenden etwas zuversichtlicher, auf niedrigem Niveau (26%).
- Der Wohnungsmarkt wird über alle Städte hinweg überwiegend als negativ eingestuft (AC: 72% unzufrieden, etwas positiver als der Durchschnitt).
- Die Themen Sicherheit und Wohnungswesen sind städteübergreifend (auch in Aachen) die zwei wichtigsten Themen für die Menschen.
- Für Aachen ist besonders auffällig:

1. Die Aachener*innen äußerten sich häufiger zufrieden mit der Gesundheitsversorgung (AC: 77%; gesamt: 66%) wie auch mit öffentlichen Flächen, Märkten, Plätzen und Fußgängerzonen wird (AC: 72%; gesamt: 67%).
2. Am auffälligsten: Deutlich schlechter wird der öffentliche Nahverkehr bewertet, insbesondere die

Zuverlässigkeit von Bussen (Unzufrieden – AC: 62%; gesamt: 35%), aber auch die Bezahlbarkeit (Unzufrieden – AC: 53%; gesamt: 40%).

3. Armut wird in AC häufiger als Problem wahrgenommen (ist ein Problem: AC: 59%; gesamt: 47%).
4. Einer guten Integration von Ausländer*innen stimmen die Aachener häufiger zu (AC: 39%; gesamt 28%); auf insgesamt niedrigem Niveau.
5. Die Aussage ‚schnelle und unkomplizierte Hilfe durch die Stadtverwaltung' wird in Aachen häufiger verneint (Ablehnung der Aussage – AC: 43%; gesamt: 32%).
6. Bei den drei wichtigsten Themen für die Stadt wird in Aachen überproportional der öffentliche Nahverkehr genannt (AC: 37%; gesamt: 22%); in AC ist der öffentliche Personennahverkehr damit das dritthäufigste Thema nach Wohnungswesen und Sicherheit. Mehrfachantworten waren hier möglich.
7. Das Auto als Verkehrsmittel wird unterdurchschnittlich oft in Aachen angegeben (AC: 50%; gesamt 60%), dafür wird überdurchschnittlich zu Fuß gegangen (AC: 58%; gesamt 44%) – Mehrfachantworten waren hier möglich.

Zusammenfassung der Ergebnisse für Aachen im Zeitvergleich

- Die Daten sind mit denen von 2018 nicht direkt vergleichbar, da eine andere Methodik angewandt wurde (2018: Telefoninterviews). Daher werden die aktuellen Ergebnisse mit denen von 2021 verglichen.
- Überwiegend waren die aktuellen Bewertungen städteübergreifend negativer als 2021, das betrifft insgesamt die Gesundheitsversorgung sowie das Sicherheitsgefühl, wobei Sicherheit gleichzeitig das wichtigste Thema für die Befragten ist.
- Ausnahmen, die 2024 für alle Städte insgesamt etwas positiver bewertet werden als 2021, betreffen die berufliche Situation sowie die Bezahlbarkeit im öffentlichen Nahverkehr (Vermutung: Einführung des Deutschlandtickets). Letztes trifft nicht auf Aachen zu. Hier wird die Bezahlbarkeit des öffentlichen Nahverkehrs negativer bewertet als noch 2021.

Der Schnell-Vergleich zu allen Städten sowie der Zeitvergleich für Aachen sind im Anhang zu finden.
Gesamtbericht: www.staedtestatistik.de/fileadmin/media/VDSt/Umfragen/PDF/VDSt_Koord.Umfrage2024_Gesamtbericht_V5.pdf

Exkurs 1: „Aachen ist drittglücklichste Großstadt in Deutschland" (Quelle: SKL Glücksatlas / Forschungszentrum Generationenverträge der Universität Freiburg)

Aachen ist die drittglücklichste Großstadt in Deutschland. Dieses angesichts der oben genannten Umfrageergebnisse eher überraschende Ergebnis hat das Forschungszentrum Generationenverträge der Universität Freiburg im Rahmen seiner regelmäßigen Studie zur Lebenszufriedenheit der Deutschen veröffentlicht, dem Glücksatlas (seit 2022 SKL Glücksatlas). Basis für die Errechnung der Lebenszufriedenheit waren zwischen 2021 und 2024 deutschlandweit insgesamt 46.675 Befragte, für die 40 Großstädte waren es 25.557 Befragte. In Aachen sind 272 Personen mündlich-persönlich befragt worden. Die Frage lautete: „Wie zufrieden sind Sie zurzeit – alles in allem – mit ihrem Leben? 0 = ganz und gar nicht zufrieden bis 10 = völlig zufrieden".

Kassel schafft es mit 7,38 Punkten auf Rang 1 im Glücksstädteranking der 40 größten deutschen Städte. Auf Kassel folgen Erfurt (7,36 Punkte), Aachen (7,33), Kiel (7,32), Krefeld (7,28) und Münster (7,24).
Aachen ist demnach mit 7,33 Punkten die drittglücklichste Großstadt in Deutschland. Bei der Lebensqualität, also den messbaren Indikatoren wie z.B. Einkommen, Gesundheitsversorgung oder Grünflächen liegt Aachen laut dieser Erhebung dagegen im Städtevergleich im unteren Mittelfeld (Rang 27).

Auszüge aus den Ergebnissen des Glückatlas für Aachen

„Die Aachener sind somit mit ihrem Leben zufriedener als es die objektiven Wohlfahrtsindikatoren erwarten lassen. Wir nennen das einen „Overperformer" … Aachen ist jung, studentisch und hat eine hoch gebildete Bevölkerung. Die international bekannte RWTH zieht zahlreiche Wissenschaftler nach Aachen. Zudem ist die Kaiserstadt aufgrund ihres Doms und der Lage im Dreiländereck touristisch gut erschlossen. Ähnlich wie die anderen Städte in der Region leidet Aachen aber an einer hohen Zahl an Wohnungseinbrüchen."

„Mit 7,33 Punkten sind die Aachener die drittglücklichsten Großstädter Deutschlands. Damit liegt die Lebenszufriedenheit in Aachen um 0,97 Punkte höher als beim Letztplatzierten Rostock (6,36). Die nächstgelegenen Großstädte mit über 200.000 Einwohnern Köln (6,85), Mönchengladbach (7,08), Bonn (6,91) und Duisburg (6,99) liegen ebenso deutlich hinter Aachen."

„Für das hohe Wohlbefinden in Aachen ist eine für Deutschland einzigartige Mischung aus mehreren Faktoren ausschlaggebend: Aachen ist zum einen jung und studentisch. Mit der international bekannten RWTH und dem nahen Forschungszentrum Jülich zieht die Stadt zum anderen Wissenschaftler aus ganz Deutschland und aus aller Welt an. Die Gründungsintensität ist hoch, ebenso die Selbstständigenquote. Aachen ist auch touristisch gut erschlossen (Dom, „Kaiserstadt"). Zusammen mit der Lage am Dreiländereck bietet Aachen somit ein internationales Flair – in dieser Art noch vergleichbar mit Trier oder Freiburg im Breisgau."
www.skl-gluecksatlas.de/artikel/staedteranking-2024.html

Exkurs 2: „Übernachtungszahlen in Aachen so hoch wie nie zuvor" (Quelle: aachen tourist service e.v.)

IT.NRW veröffentlicht die Übernachtungszahlen für 2024 – und Aachen kann sich über Rekordzahlen im Millionenbereich freuen. Noch nie haben mehr Gäste in Aachen übernachtet. Der aachen tourist service e.v. (ats) blickt auf ein erfolgreiches Tourismusjahr zurück. Die Zahlen zeigen ein deutliches Wachstum: Von Januar bis Dezember 2024 wurden insgesamt 565.735 Ankünfte registriert. Die Zahl der Übernachtungen stieg auf insgesamt 1.080.307. Damit übertrifft Aachen die Zahlen der letzten Jahre und erreicht neue Rekordwerte.

Besonders stark entwickelte sich der internationale Tourismus: 210.828 ausländische Gäste kamen nach Aachen, ein Anstieg von 14,3 % im Vergleich zu 2023. Die meisten ausländischen Übernachtungen entfielen auf Gäste aus den Niederlanden (55.771), gefolgt von Belgien (40.386), Frankreich (27.506), UK (24.672) und den USA (18.752). Auch in weiteren europäischen Märkten, darunter Österreich, Dänemark, Spanien und Italien, wurden deutliche Zuwächse verzeichnet.

Vor allem die Monate von Juni bis August, die von zahlreichen Veranstaltungen und einer hohen Reisebereitschaft profitierten, waren hinsichtlich der Übernachtungszahlen herausragend. Die meisten Ankünfte

konnten, wie schon in früheren Jahren, im Dezember verzeichnet werden – mit dem Weihnachtsmarkt als einem der touristischen Highlights des Jahres gab es in der Adventszeit vor allem bei der Anzahl der ausländischen Übernachtungsgäste Spitzenwerte.

Betrachtet man die Gesamtübernachtungen des Jahres 2024 im Vergleich zum Vorjahr, konnte Aachen (+ 8,0 %) sowohl den positiven NRW-Trend (+ 1,7 %) als auch die deutschlandweiten Zuwächse (+ 1,9 %) im Tourismus deutlich übertreffen.
(Auszug aus einer Pressemitteilung des aachen tourist service e.v., 27.02.2025)

Fazit

85 Prozent Zufriedenheit

Das Gute zuerst: Laut der Zufriedenheitsbefragung sind 85 Prozent der Teilnehmenden zufrieden mit ihrer Lebenssituation in Aachen bezogen auf Wohnen, Finanzen, Beruf und Lebensumstände. Aachener*innen blicken zudem öfter optimistisch auf die Zukunft als Menschen in anderen Städten. Die Hauptkritikpunkte sind ÖPNV, Sicherheit und die Kommunikation sowie der Dialog mit der Stadtverwaltung.
Die Coronazeit mit ihren Einschränkungen mag ebenso eine Rolle gespielt haben wie die übrigen Krisen, denen Aachen – wie alle Kommunen – in den letzten fünf Jahren ausgesetzt war. Auch gesellschaftliche Transformationsprozesse mit den damit verbundenen Änderungen und Neuerungen mögen zur Verunsicherung der Menschen beitragen. Insofern spiegelt die Befragung in gewisser Weise sicher auch einen gesellschaftlichen Trend in Deutschland wider. Das belegen die aktuellen Bewertungen, die städteübergreifend negativer waren als 2021. Die Ergebnisse bestätigen aber auch, dass die Stadt Aachen gut darin beraten ist, weiterhin intensiv über ihre Projekte und Entscheidungen zu informieren und die Beteiligung der Bürger*innen auszubauen.

Stadtmarketing und Wissenschaft

Unerwartet ist der gesunkene Anteil derjenigen Stimmen, die die Stadt Aachen mit Wissenschaft und Hochschulen assoziieren. Das Ergebnis ist der RWTH bekannt, sie bezieht es in ihren aktuellen Markenprozess mit ein. Das Stadtmarketing wird konsequent die Dachmarke Future Lab Aachen weiterverfolgen: 2025 feiern der beliebte Archimedische Sandkasten und die dazugehörige Werkstatt ihr zehnjähriges Jubiläum. Das Stadtmarketing wird diesen Anlass nutzen und neben der Webseite www.futurelab-aachen.de, dem eigenen Instagram- und dem LinkedIn-Kanal wieder einen Schwerpunkt mit dem ausdrücklichen Thema „Wissenschaft“ setzen, in Zusammenarbeit mit dem RWTH-Marketing wissenschaftsrelevante Veranstaltungen betonen und ausweiten und in Zusammenarbeit mit dem touristischen Marketing überregionale Maßnahmen stärken. Seit 2019 stimmen sich aachen tourist service, MAC, Eurogress und Stadtmarketing im Auftrag des Rats in einer regelmäßigen Marketingkonferenz ab, um mit ihren jeweiligen Schwerpunkten die Marke Aachen zu verstetigen. Rückblicke auf die Aktivitäten des Stadtmarketing insgesamt gibt die Seite www.aachen.de/DE/stadt_buerger/aachen_profil/stadtmarketing/Rueckblick/.

Maßnahmen und Weichenstellungen

Zu den eher negativ bewerteten Bereichen sind in den letzten Jahren politische Weichenstellungen erfolgt, die Veränderungen auf den Weg gebracht haben. So arbeitet die Verwaltung mit dem Innenstadtmorgen-Konzept

und Programmen zur Förderung des Einzelhandels, darunter „Ladenliebe“ und „Öcher Perlen“, erfolgreich an konkreten Verbesserungen. Die Maßnahmen in der Innenstadt mit der Umgestaltung des Theaterplatzes, der Entwicklung des Altstadtquartiers Büchel, den Entwicklungen rund um das „Haus der Neugier“, dem Ausbau der Premiumfußwege, den Planungen für die Errichtung eines neuen Wohnquartiers im Bereich des Bushofs, aber auch Spielplatz- und Parksanierungen werden sich ebenfalls positiv auswirken. Das Integrierte Konzept für Attraktivität und Sicherheit beinhaltet konkrete Maßnahmen, die in den nächsten Monaten ihre ersten Wirkungen entfalten werden. Programme zur Unterstützung von Wohnungslosen wie „Housing First“ sind im Aufbau. Verbesserungen beim Nahverkehr werden mit dem neuen Nahverkehrsplan eingeleitet. Laut der aktuellen Greenpeace Studie ist Aachen eine der wenigen Städte, die es geschafft haben, das Angebot im ÖPNV zu steigern. Die erweiterten Angebote des Bürger*innendialogs haben sich bereits etabliert und werden kontinuierlich beworben.

Positivwerbung für Aachen

Vertraut man den Ergebnissen des Glücksatlas, finden sich die prägnanten Markenbausteine der Stadt Aachen wieder. Selbst wenn die Basis unter repräsentativen Gesichtspunkten fragwürdig ist, war die überregionale mediale Verbreitung der Botschaft von Aachen als drittglücklichster Stadt Deutschlands nicht nur erfreulich für Aachen, sondern vor allem werbewirksam und imagefördernd. Mit Blick auf die touristischen Zahlen wird gleichzeitig deutlich, dass die Attraktivität Aachens überregional hoch bleibt.

Anlage/n:

1 - skl Glücksatlas Aachen 2024 (öffentlich)

2 - SKOPOS-Imageanalyse 2024 (öffentlich)

3 - VDSt_KoordinierteBuerberbefragung2024_Aachen (öffentlich)

Aachen

Subjektive Lebenszufriedenheit*
Rang 3 (von 40)

Objektive Lebensqualität**
Rang 27 (von 40)

„Overperformer“

- Die Kaiserstadt Aachen ist mit 7,33 Punkten **die drittglücklichste Großstadt in Deutschland**. Zufriedener sind nur die Einwohner Erfurts (7,36) und von Kassel (7,38). Knapp hinter Aachen liegt Kiel (7,32). Rostock bildet das Schlusslicht und liegt mit 6,36 Punkten auf Rang 40.
- Bei der Lebensqualität, also den messbaren Wohlfahrtsindikatoren wie z.B. Einkommen, Gesundheitsversorgung oder Grünflächen liegt Aachen im Städtevergleich im unteren Mittelfeld (Rang 27). Die Aachener sind somit **mit ihrem Leben zufriedener als es die objektiven Wohlfahrtsindikatoren erwarten lassen**. Wir nennen das einen „Overperformer“.
- Aachen ist **jung, studentisch und hat eine hoch gebildete** Bevölkerung. Die international bekannte RWTH zieht zahlreiche Wissenschaftler nach Aachen. Zudem ist die Kaiserstadt aufgrund ihres Doms und der Lage im Dreiländereck touristisch gut erschlossen. Ähnlich wie die anderen Städte in der Region leidet Aachen aber an einer hohen Zahl an Wohnungseinbrüchen.

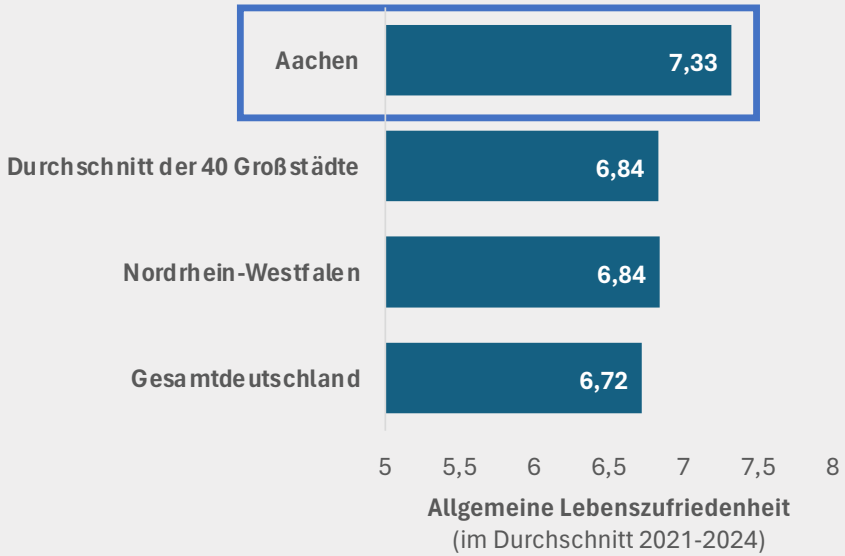
* Basis für die Lebenszufriedenheit: Deutschlandweit 46.675 Befragte 2021 bis 2024, für 40 Großstädte 25.557 Befragte. Aachen: 272 Befragte. Mündlich-persönliche Befragungen. Befragungsdurchführung: Institut für Demoskopie Allensbach. Frage: „Wie zufrieden sind Sie zurzeit – alles in allem – mit ihrem Leben? 0 = ganz und gar nicht zufrieden bis 10 = völlig zufrieden“.

** Basis für die Lebensqualität: 45 Indikatoren aus öffentlich verfügbaren Statistiken. Zu sämtlichen Quellen siehe die Gesamtstudie, abrufbar unter https://www.skl-gluecksatlas.de/info/presse.html.

Kontakt: Prof. Dr. Bernd Raffelhüschen | Forschungszentrum Generationenverträge | Universität Freiburg

Allgemeine Lebenszufriedenheit Aachen Im Durchschnitt 2021-2024

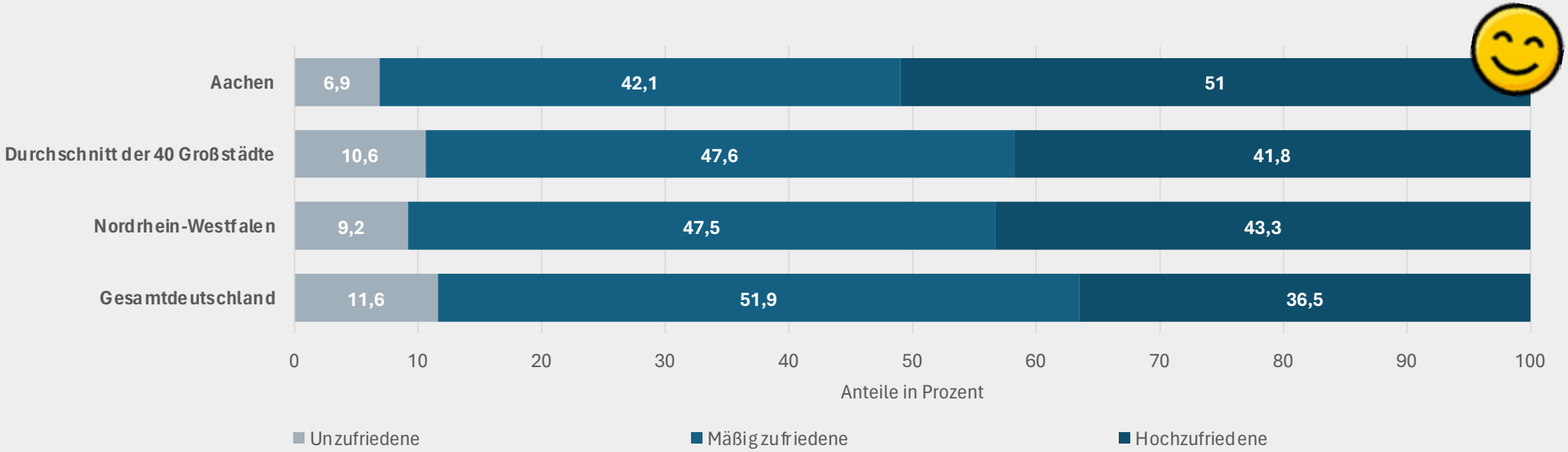
„Wie zufrieden sind Sie zurzeit - alles in allem - mit Ihrem Leben?“
0 = ganz und gar nicht zufrieden bis 10 = völlig zufrieden
Im Durchschnitt 2021 bis 2024



- Mit 7,33 Punkten sind die Aachener die drittglücklichsten Großstädter Deutschlands. Damit liegt die Lebenszufriedenheit in Aachen **um 0,97 Punkte höher als beim Letztplatzierten Rostock** (6,36). Die nächstgelegenen Großstädte mit über 200.000 Einwohnern Köln (6,85), Mönchengladbach (7,08), Bonn (6,91) und Duisburg (6,99) liegen ebenso deutlich hinter Aachen.
- Das Glücksniveau der Einwohner von Aachen liegt **0,49 Punkte über dem Durchschnitt des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen**. Das überrascht wenig: Die Ränder NRWs (z.B. Münsterland, Ostwestfalen, Region rund um Aachen) sind auch im Glücksatlas regelmäßig zufriedener als das Ruhrgebiet oder die Region rund um Köln.*
- Für das hohe Wohlbefinden in Aachen ist eine für Deutschland einzigartige Mischung aus mehreren Faktoren ausschlaggebend: Aachen ist zum einen **jung und studentisch**. Mit der international bekannten RWTH und dem nahen Forschungszentrum Jülich zieht die Stadt zum anderen Wissenschaftler aus ganz Deutschland und aus aller Welt an. Die Gründungsintensität ist hoch, ebenso die Selbstständigenquote.
- Aachen ist auch **touristisch gut erschlossen** (Dom, „Kaiserstadt“). Zusammen mit der Lage am Dreiländereck bietet Aachen somit ein **internationales Flair** – in dieser Art noch vergleichbar mit Trier oder Freiburg im Breisgau.

** Raffelhüschen, B.; Renz, T.* (2023): Glück in den verschiedenen Regionen Deutschlands. In: Raffelhüschen, B. (Hrsg.): SKL Glücksatlas. Penguin-Verlag: München, S. 81-162.

Allgemeine Lebenszufriedenheit Aachen Verteilung in Prozent



- **Mehr als die Hälfte geben** in Aachen auf der Skala zwischen 0 und 10 **Werte zwischen 8 und 10 an** und sind somit mit ihrem Leben hochzufrieden. Etwas mehr als 40 Prozent sind mäßig zufrieden.
- Die Menschen in Aachen sind auch im Vergleich zu ihrer Umgebung zufriedener. In Nordrhein-Westfalen sind gerade mal 43,3 Prozent hochzufrieden, in Gesamtdeutschland 36,5 Prozent. Auch gibt es mit knapp 7 Prozent im Vergleich zum Bundesland (9,2 Prozent) und dem Bund (11,6 Prozent) vergleichsweise wenige Unzufriedene.
- Zu den Hochzufriedenen in Aachen gehören überdurchschnittlich viele Familien und Studenten.

Anmerkungen: Unzufrieden = 0 bis 4; mäßig zufrieden = 5 bis 7; hochzufrieden = 8 bis 10.
Durchschnitt 2021-2024

Objektive Lebensqualität — Aachen — Stärken und Schwächen

Stärken	Aachen	Ø 40 Städte	Ø Deutschland
Arbeitsmarkt			
Selbstständigenquote Selbständige je 100 Erwerbstätige in Prozent, 2021	8,1	7,2	8,8
Demografie			
Wenige Einpersonenhaushalte Anteil an allen Haushalten in Prozent, 2021	45,9	50,0	41,0
Bildung			
Studierende an Hochschulen je 1.000 Einwohner, 2021	110,2	87,0	42,1
Kultur/Freizeit			
Zahlreiche öffentliche Bäder Bäder je 100.000 Einwohner, 2022	9,4	5,7	Wert nicht verfügbar

- Aachen ist eine **sehr studentische und damit junge Stadt**. Die Gründungsaktivität ist aufgrund der erfolgreichen technischen Hochschulen auch hoch. Ein Zeichen dafür ist die mit 8,1 Prozent hohe Selbstständigenquote. Zum Vergleich: In Braunschweig sind es gerade mal 5,7 Prozent.
- In Aachen ist **der Anteil der Einpersonenhaushalte mit 45,9 Prozent im Städtevergleich gering**. Je weniger Menschen alleine leben, desto geringer der Grad an sozialer Isolation und Einsamkeit in einer Stadt.

Schwächen	Aachen	Ø 40 Städte	Ø Deutschland
Kriminalität			
Wohnungseinbrüche pro 100.000 Einwohner, 2022	144	118	79
Familie			
Wenig nahgelegene Grundschulen Einwohnergewichtete Luftliniendistanz zur nächsten Grundschule in m, 2021	710	567	Wert nicht verfügbar
Gesundheit			
Wenige Krankenhausbetten je 1.000 Einwohner, 2021	6,5	8,2	5,8

- Die **Zahl der Wohnungseinbrüche** je 1.000 Einwohner ist in Aachen mit 144 überdurchschnittlich. Allerdings ist die ganze Region betroffen: Auch in Köln (206), Mönchengladbach (188) und Bonn (191) wird häufig in Wohnungen eingebrochen.
- **Schwächen zeigt Aachen in der Gesundheitsversorgung**: Je 1.000 Einwohner stehen 6,5 Krankenhausbetten zur Verfügung – in Bonn sind es z.B. 12,7. Auch die Ärztedichte und die Zahl der Apotheken sind in Aachen unterdurchschnittlich.

Imageanalyse
Stadt Aachen 2024

Datenerhebung, Auswertung und Abgleich mit den Ergebnissen 2018: Skopos Institut für Markt- und Kommunikationsforschung

Inhaltsübersicht

1. **Studiensteckbrief**
2. Management Summary
3. Bekanntheit, Assoziation und Besuchsgründe Aachen
4. Image Aachens
5. Weiterempfehlung (Besuch und Wohnort)
6. Soziodemographie

Studiensteckbrief

	Innensicht AC	Außensicht
Zielgruppe	Bürger*innen der Stadt Aachen und des Aachener Umlandes	Überregional, DE
Methode	Online-Befragung über multiple Kommunikationskanäle der Stadt Aachen	Online-Befragung über Online-Access-Panel
Stichprobe	n=3.640	n=1.000, darunter n=744 Aachen-Kenner*innen (Besuch Aachens in den letzten 8 Jahren, keine Durchreise)
Befragungszeitraum	26.08.2024 - 30.09.2024	27.08.2024 - 12.09.2024

Hinweis: Die hier verwendeten Symbole und Farben für die Innen- und Außensicht werden im Folgenden für die Darstellung von Unterschieden zwischen den einzelnen Subgruppen verwendet.

Stichprobe Außensicht

Bei der Außensicht wird zwischen zwei Stichproben unterschiedenen:

Bruttostichprobe

- Stichprobe inklusive aller ausgescreenten Teilnehmer*innen
- n=7.610
- Relevant für: Bekanntheitsmessung
- Ziel ist der Erhalt eines repräsentativen Bildes der Bekanntheit der Stadt Aachen in Deutschland (Achtung: Brutto-Stichprobe wurde deutschland-rep. nach Bundesland gewichtet)

Nettostichprobe

- Stichprobe exklusive der ausgescreenten Teilnehmer
- n=744 Aachen-Kenner*innen sowie n=256 Nicht-Kenner*innen
- Relevant für: Assoziation, Besuchsgründe, Imagebewertung, Weiterempfehlung
- Ziel ist eine detaillierte Bewertung der Stadt Aachen, welche vor allem von Aachen-Kenner*innen möglich gegeben werden kann

Inhaltsübersicht

1. Studiensteckbrief
2. **Management Summary**
3. Bekanntheit, Assoziation und Besuchsgründe Aachen
4. Image Aachens
5. Weiterempfehlung (Besuch und Wohnort)
6. Soziodemographie

Management Summary

Bekanntheit der Stadt Aachen und Assoziationen

- Aachen ist bundesweit weiterhin eher wenig bekannt, zumindest im Vergleich mit den weiteren abgefragten Städten – 54% der Befragten haben nur begrenzte Informationen über die Stadt und waren bislang nie dort.
- Der größte Anteil der Aachen-Kenner*innen stammt mit 53% erwartungsgemäß aus Nordrhein-Westfalen, während in den anderen Bundesländern der Anteil unter 9% liegt und mit zunehmender Entfernung abnimmt.
- Aachen ist in der Außensicht insbesondere für den Aachener Dom bekannt, der zusammen mit der Altstadt zu den Hauptgründen für Besuche zählt. In der Innensicht wird Aachen ebenfalls stark mit dem Aachener Dom und der Altstadt verbunden, jedoch wird die Stadt hier auch häufig als wenig attraktiv beschrieben.

Bewertung der Stadt Aachen

- Aachen erhält in Bezug auf die Gesamtattraktivität eine deutlich schlechtere Bewertung als 2018 (rund 20%-Punkte weniger), zumindest in der Innensicht – das Bild von außen ist weiterhin moderat positiv (36% vs. 39% 2018) und 40% der Aachen-Kenner geben an, (äußerst) wahrscheinlich wieder in die Stadt zu kommen (2018: 43%). Die Aachener Bürger*innen schätzen immer noch besonders die attraktive Lage im Dreiländereck und die überschaubare Größe der Stadt. Weniger positiv empfinden sie hingegen den Rückgang vieler Geschäfte in der Innenstadt sowie den hohen Autoverkehr und die Zunahme von Obdachlosen.
- Die größten Unterschiede in der Detailbewertung zwischen Innen- und Außensicht zeigen sich in puncto Familienfreundlichkeit, Einkaufsmöglichkeiten und Gastronomieangebote, was von den Aachenern deutlich negativer bewertet wird als von "Außen". Generell ist die Innensicht zumeist negativer als die Außensicht.
- Insgesamt zeigen sich nur wenige Unterschiede zwischen den Subgruppen wie Alter, Bildung, Beruf und Wohnzeitraum. Tendenziell gilt für die Außensicht, dass ältere Personen Aachen in den Details etwas positiver bewerten als jüngere. Ein ähnlicher Trend ist in puncto Bildung zu beobachten: Je höher der Bildungsabschluss, desto positiver die Bewertung. In der Innensicht fällt gleichzeitig auf, dass jüngere und in Ausbildung befindliche Personen die Stadt insgesamt am attraktivsten finden.
- Betrachtet man Aachen im Eigenschaftsprofil wird die Stadt als authentisch, familiär, gesellig und offen wahrgenommen. Diese (und nahezu alle weiteren) Eigenschaften finden aus der Außenperspektive eher Zustimmung als aus der Sicht der Bürger selbst.

Management Summary

Einflussfaktoren auf die Attraktivität Aachens

- Die größten Einflussfaktoren auf die Attraktivität Aachens sind die Einkaufsmöglichkeiten, das europäische Lebensgefühl, die Altstadt und die Gastronomie – aus Sicht der Aachener Bürger wird jedoch nur die Altstadt überdurchschnittlich gut bewertet, Handlungsbedarf wird, wie 2018, bei Einkaufsmöglichkeiten, Lebensgefühl und Gastronomieangebot gesehen.
- Die Außenperspektive wird maßgeblich durch die reizvolle Altstadt beeinflusst, die auch überdurchschnittlich gut bewertet wird. Viele der weiteren Faktoren haben einen ähnlichen Einfluss auf die Attraktivität und bieten teilweise Handlungsbedarf, unter anderem (analog zur Innensicht) Einkaufsmöglichkeiten, Lebensgefühl und Gastronomieangebot.

Empfehlung Aachens

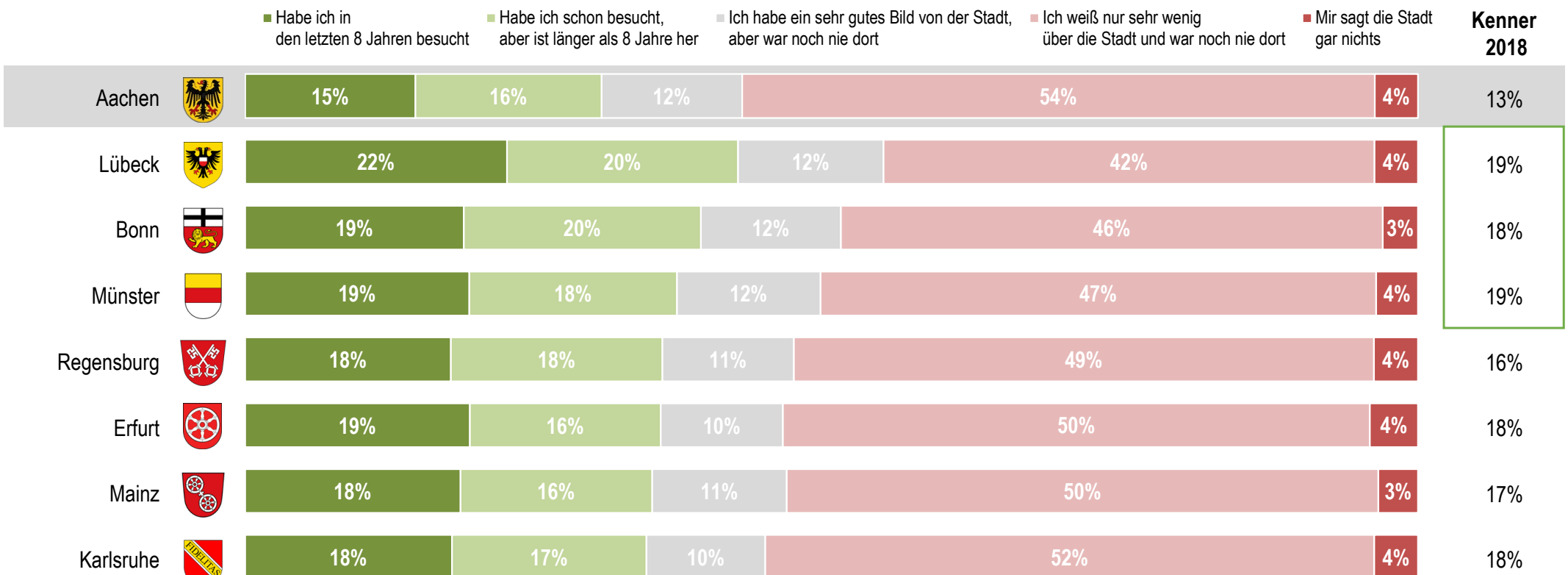
- Immerhin 23% der Befragten aus der Außenperspektive können sich vorstellen, in Aachen zu wohnen, in etwa genauso viele können sich, sowohl unter den Aachener Bürgern als auch aus Außensicht, vorstellen ein Startup in der Stadt zu gründen – in erster Linie aufgrund der vorhandenen Fachkräfte (Innensicht) bzw. der guten Lage (Außensicht). Dagegen sprechen die Infrastruktur (Innensicht) bzw. die dadurch entstehende Entfernung zum Lebensmittelpunkt (Außensicht).
- Während die Weiterempfehlungsbereitschaft für Aachen als Besuchsort in der Außensicht relativ konstant bleibt (-5 vs. 2018: -1), sinkt der NPS in der Innensicht deutlich – sogar auf -36 unter Bewohner*innen des Aachener Umlands (2018: +3). Die Weiterempfehlung Aachens als Wohnort sinkt ebenfalls deutlich in der Innensicht.

Inhaltsübersicht

1. Studiensteckbrief
2. Management Summary
3. **Bekanntheit, Assoziation und Besuchsgründe Aachen**
4. Image Aachens
5. Weiterempfehlung (Besuch und Wohnort)
6. Soziodemographie

Bekanntheit Aachens

Ungefähr ein Drittel (deutschlandweit) war schon einmal in Aachen, 15% in den letzten 8 Jahren – beides sind im Vergleich mit den weiteren abgefragten Städten die niedrigsten Werte. 54% wissen nur sehr wenig über die Stadt und waren noch nie dort.

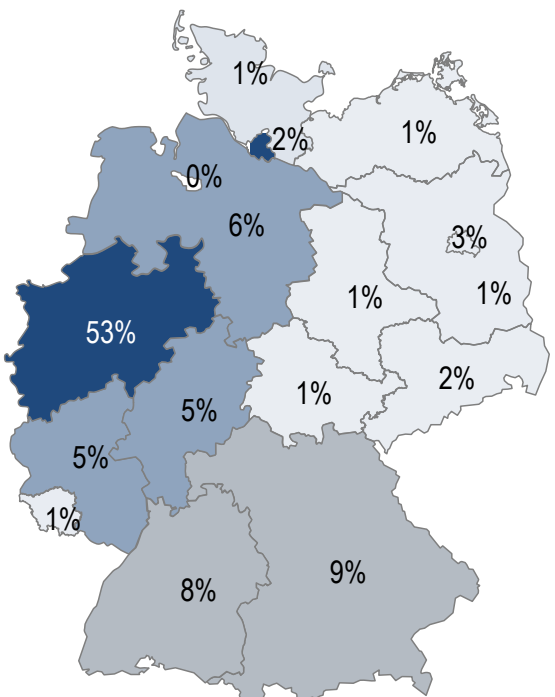


A1: Bitte geben Sie an, wie gut Sie die folgenden Städte kennen.
Basis: 2024/2018: Alle Befragten (Bruttostichprobe): n=7610/8754

Aachen-Kenner* in den Bundesländern

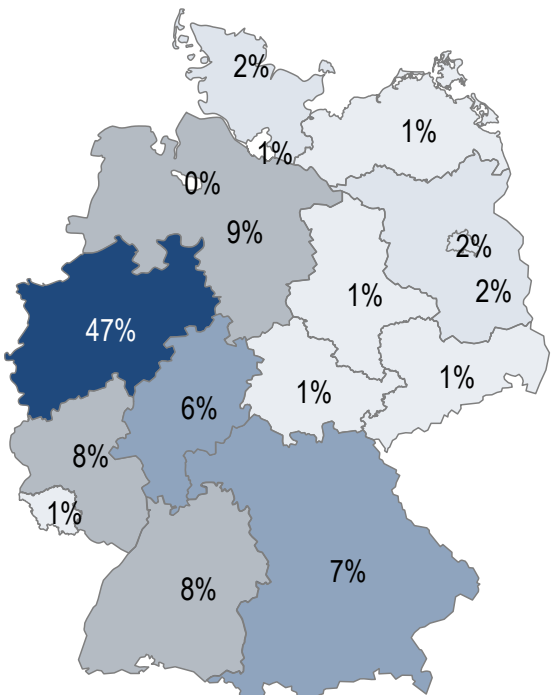
Erwartungsgemäß kommt der größte Anteil an Aachen-Kennern aus NRW. Die Verteilung der Aachen-Kenner gestaltet sich ähnlich zu der letzten Studie in 2018.

2024



***Definition Aachen-Kenner:**
Besuch der Stadt Aachen in den letzten 8 Jahren, keine Durchreise

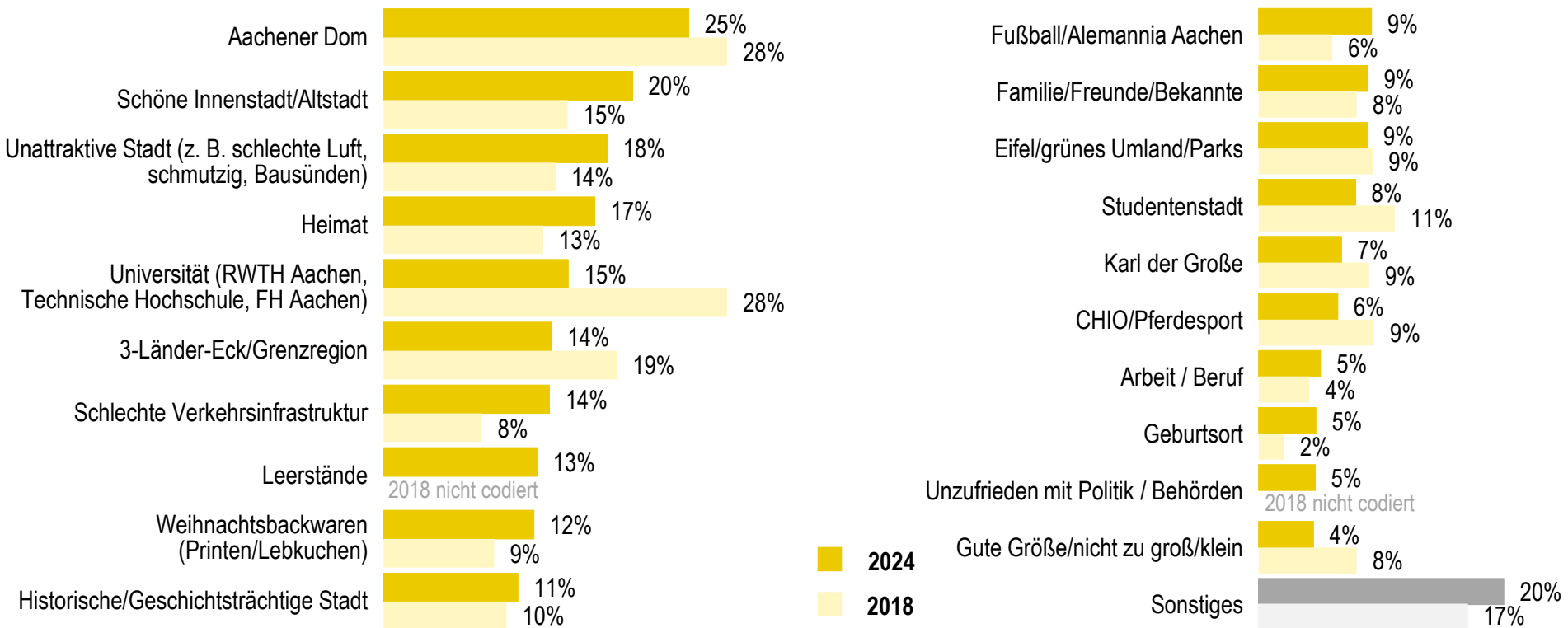
2018



A1: Bitte geben Sie an, wie gut Sie die folgenden Städte kennen.
Basis: 2024/2018: Baden-Württemberg n=41/76, Bayern n=37/82, Berlin n=24/27, Brandenburg n=9/13, Bremen n=6/5, Hamburg n=7/19, Hessen n=43/49, Mecklenburg-Vorpommern n=4/6, Niedersachsen n=49/56, Nordrhein-Westfalen n=419/502, Rheinland-Pfalz n=70/45, Saarland n=8/7, Sachsen n=9/20, Sachsen-Anhalt n=9/12, Schleswig-Holstein n=8/11, Thüringen n=10/12 (Bruttostichprobe)

Assoziationen Aachen

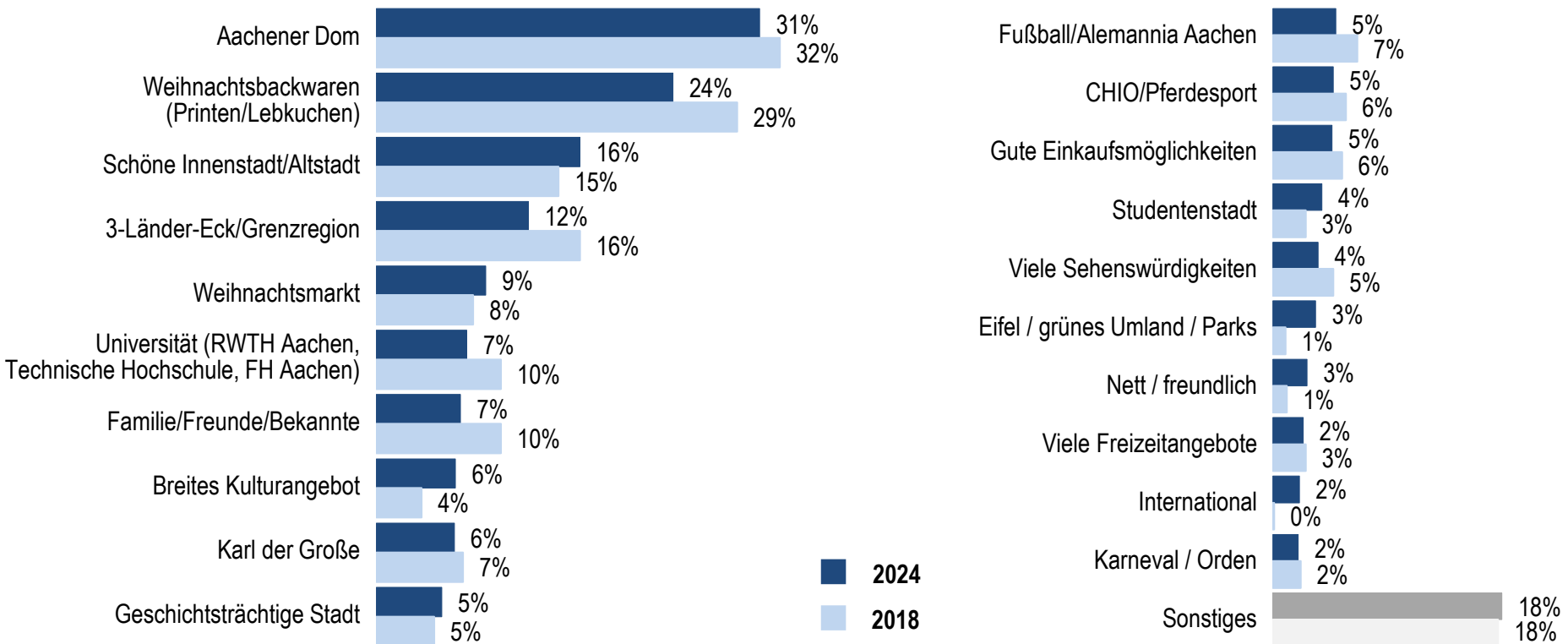
Aachen (aus Innensicht) wird deutlich seltener mit der Universität assoziiert als noch 2018, am häufigsten jedoch weiterhin mit dem Aachener Dom. 13% verbinden Aachen spontan mit Leerständen, was 2018 noch kein nennenswertes Thema gewesen ist.



I3: Was verbinden Sie mit der Stadt Aachen? Bitte nennen Sie 3 verschiedene Aspekte, die Ihnen spontan zur Stadt Aachen einfallen. (offene Abfrage, Darstellung der häufigsten Nennungen)
Basis: 2024/2018: Innensicht n=3640/1955

Assoziationen Aachen

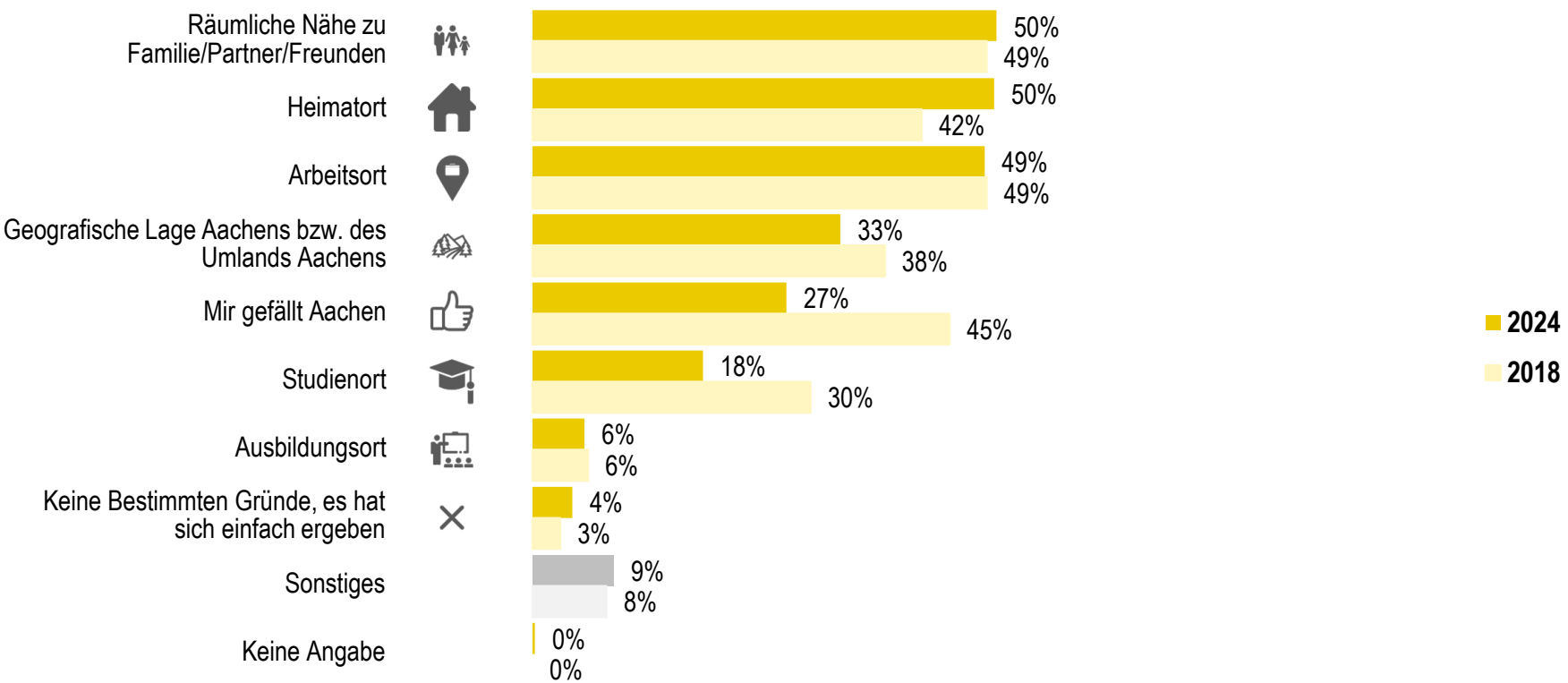
Auch deutschlandweit (Außensicht) wird Aachen am häufigsten mit dem Dom assoziiert, gefolgt von Aachener Printen bzw. Weihnachtsbackwaren generell (seltener als 2018). Negative Assoziationen (wie Leerstände aus Innensicht) werden hier kaum genannt.



A6: Was verbinden Sie mit der Stadt Aachen? Bitte nennen Sie 3 verschiedene Aspekte, die Ihnen spontan zur Stadt Aachen einfallen. (offene Abfrage, Darstellung der häufigsten Nennungen)
Basis: 2024/2018: Außensicht n=1000/1000

Gründe Wohnen

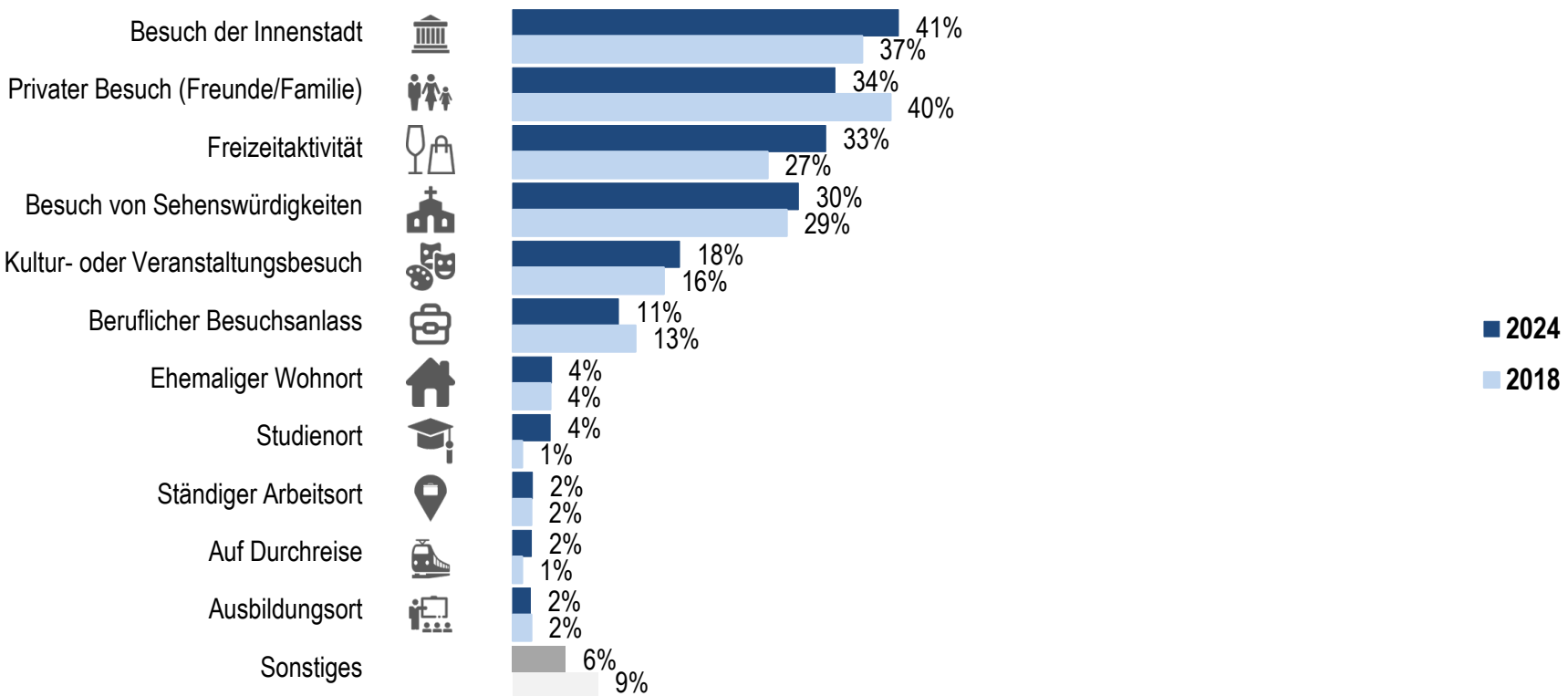
Die 3 klaren Hauptgründe in Aachen zu wohnen, sind die räumliche Nähe zu Familie/Partner/Freunden, die Arbeit und weil Aachen die Heimat ist. 2018 wurden Aachen als Studienort und das generelle Gefallen deutlich häufiger genannt.



I5: Was sind die wichtigsten Gründe, in Aachen bzw. im Umland Aachens zu wohnen?
Basis: Innensicht: 2024 n=3640, 2018 n=1955

Besuchsgründe

Die Gründe für den Besuch Aachens decken sich weitestgehend mit den Ergebnissen aus der Erhebung in 2018 – Innenstadtbesuch, privater Besuch von Freunden/Familie, Freizeitaktivitäten und Sehenswürdigkeiten.



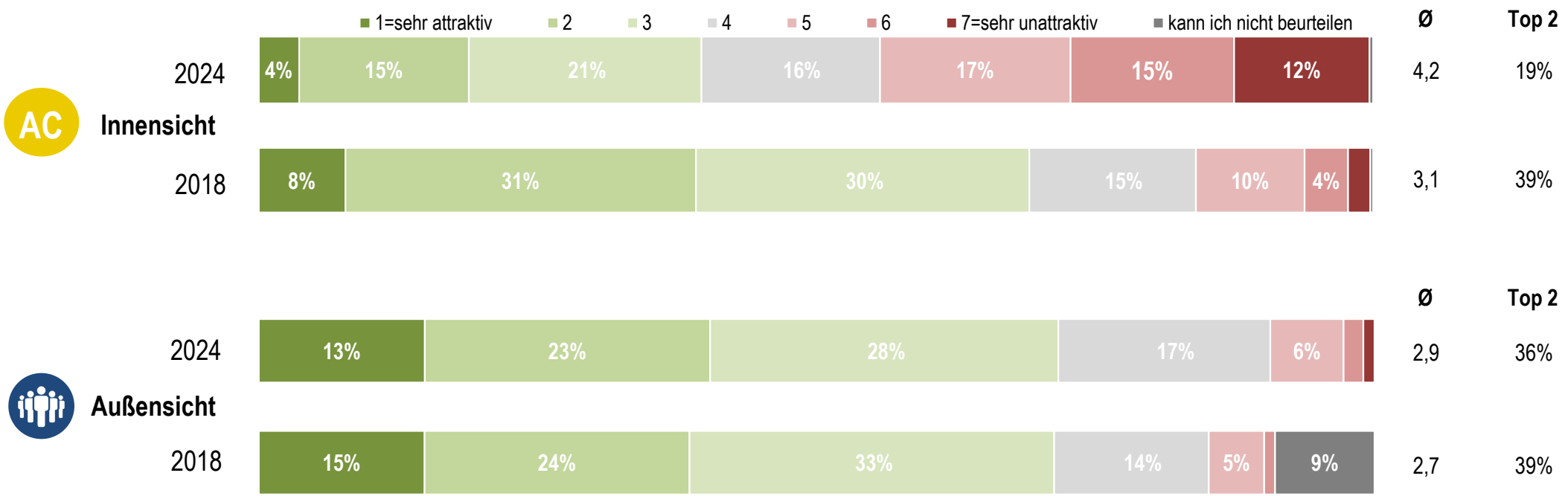
A2: Was waren bzw. sind die Hauptgründe für Ihren letzten Aufenthalt in Aachen?
Basis: 2024/2018: Befragte, die Aachen in der Vergangenheit schon einmal besucht haben (auch Besuche, die länger als 8 Jahre her sind und Durchreisen) n=803/800

Inhaltsübersicht

1. Studiensteckbrief
2. Management Summary
3. Bekanntheit, Assoziation und Besuchsgründe Aachen
4. **Image Aachens**
5. Weiterempfehlung (Besuch und Wohnort)
6. Soziodemographie

Attraktivität Aachens

2018 waren Innen- und Außensicht auf die Attraktivität der Stadt noch auf gleichem Niveau (39% Top 2), 2024 sehen die Aachener „ihre“ Stadt deutlich kritischer und lediglich 19% bewerten sie als (sehr) attraktiv.

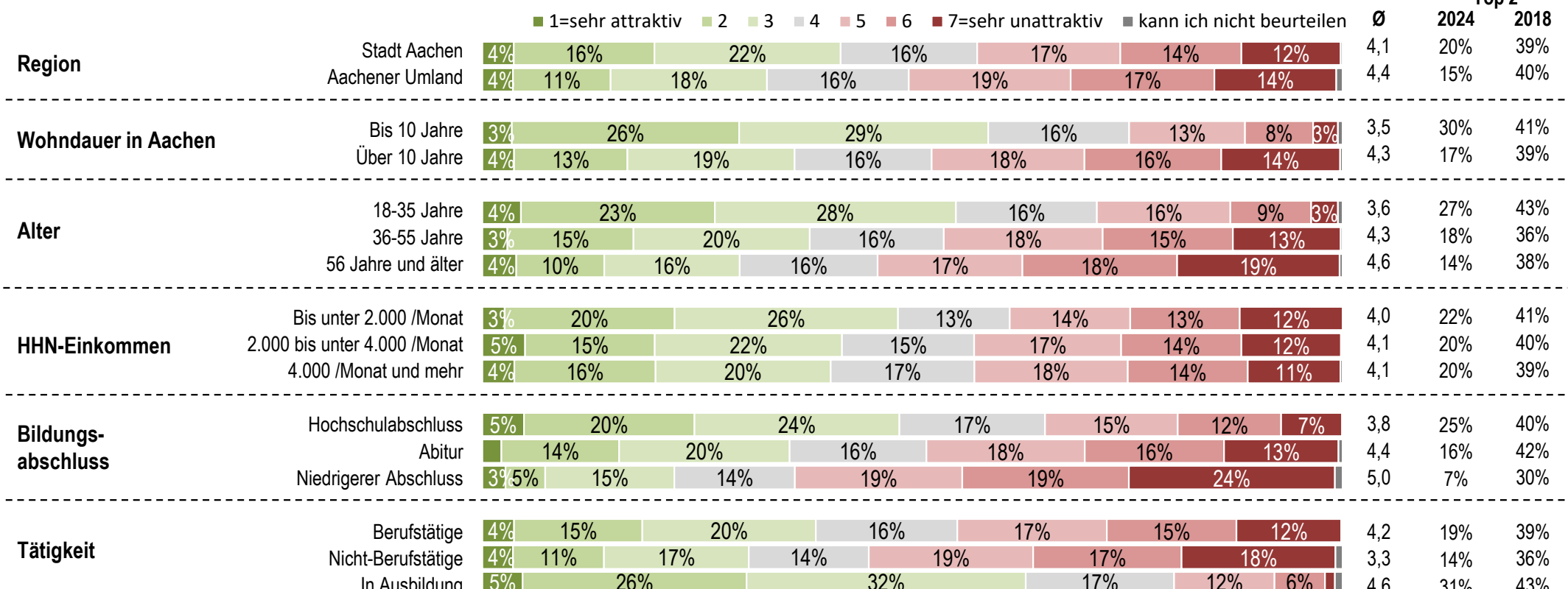


I4/A7: Wie attraktiv finden Sie die Stadt Aachen insgesamt? Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1=sehr attraktiv bis 7=sehr unattraktiv (Werte <3% nicht dargestellt)
Basis: 2024/2018: Innensicht n= 3640/1955; Außensicht n=1000/1000

Attraktivität Aachens

AC

Bei Detailbetrachtung der verschiedenen Subgruppen (Innensicht) zeigen sich die besten Bewertungen unter Personen, die erst kürzer in Aachen leben, Jüngeren und Schülern/Studenten/Auszubildenden. Personen mit niedrigem Bildungsabschluss sind besonders kritisch.

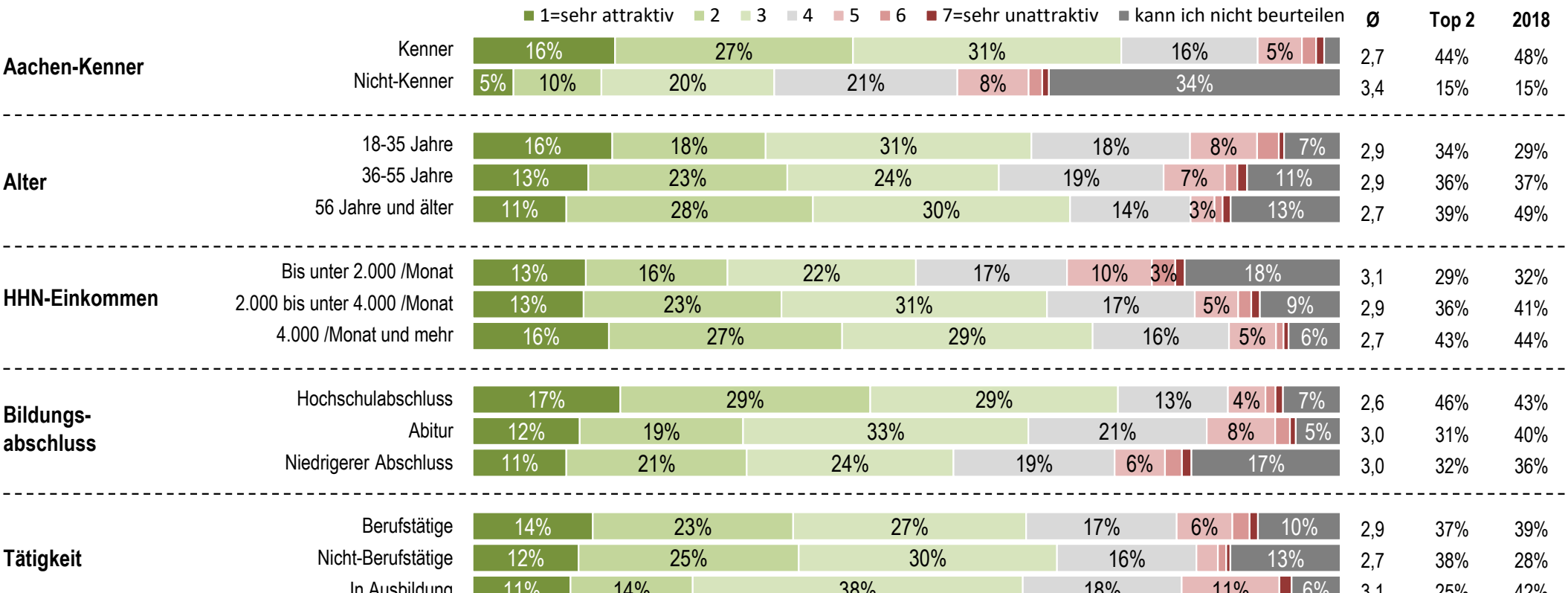


I4: Wie attraktiv finden Sie die Stadt Aachen insgesamt? Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1=sehr attraktiv bis 7=sehr unattraktiv (Werte <3% nicht dargestellt)

Basis: 2024/2018: Stadt Aachen n=2821/1630, Aachener Umland n=819/325, <10 Jahre n=556/499; >10 Jahre n=3084/1456; 18-35 Jahre n=959/772, 36-55 Jahre n=1514/703, 56+ Jahre n=1123/470, <2.000€ n=385/418, 2.000-4.000€ n=1088/641, >=4.000€ n=1586/574, Hochschulabschluss n=1890/1150, Abitur n=1044/577, niedr. Abschluss n=672/228, Berufstätige n=2677/1253, Nicht-Berufstätige n=481/224, Ausbildung n=342/396

Attraktivität Aachens

Negative Bewertungen der Attraktivität Aachens sind, von außen betrachtet, selten. Das positivste Bild haben Kenner der Stadt, sowie Personen mit höherem Einkommen und Bildungsabschluss.



		1	2	3	4	5	6	7	kann ich nicht beurteilen	Ø	Top 2	2018
Aachen-Kenner	Kenner	16%	27%	31%	16%	5%				2,7	44%	48%
	Nicht-Kenner	5%	10%	20%	21%	8%			34%	3,4	15%	15%
Alter	18-35 Jahre	16%	18%	31%	18%	8%			7%	2,9	34%	29%
	36-55 Jahre	13%	23%	24%	19%	7%			11%	2,9	36%	37%
	56 Jahre und älter	11%	28%	30%	14%	3%			13%	2,7	39%	49%
HHN-Einkommen	Bis unter 2.000 /Monat	13%	16%	22%	17%	10%	3%		18%	3,1	29%	32%
	2.000 bis unter 4.000 /Monat	13%	23%	31%	17%	5%			9%	2,9	36%	41%
	4.000 /Monat und mehr	16%	27%	29%	16%	5%			6%	2,7	43%	44%
Bildungs-abschluss	Hochschulabschluss	17%	29%	29%	13%	4%			7%	2,6	46%	43%
	Abitur	12%	19%	33%	21%	8%			5%	3,0	31%	40%
	Niedrigerer Abschluss	11%	21%	24%	19%	6%			17%	3,0	32%	36%
Tätigkeit	Berufstätige	14%	23%	27%	17%	6%			10%	2,9	37%	39%
	Nicht-Berufstätige	12%	25%	30%	16%				13%	2,7	38%	28%
	In Ausbildung	11%	14%	38%	18%	11%			6%	3,1	25%	42%

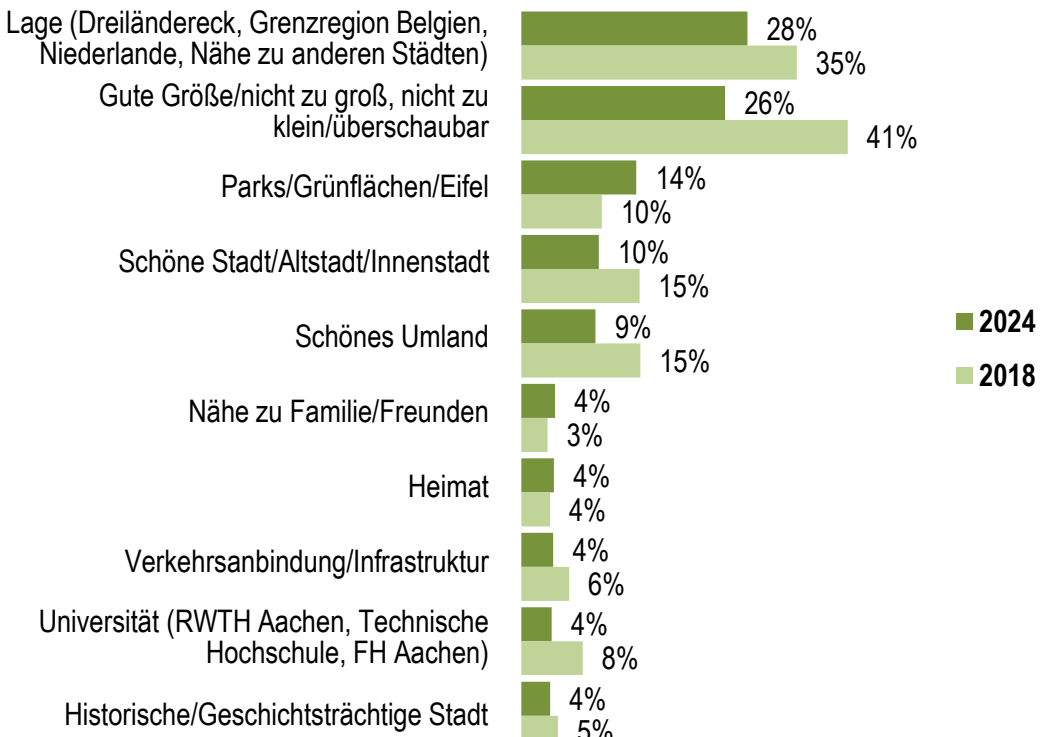
A7: Wie attraktiv finden Sie die Stadt Aachen insgesamt? Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1=sehr attraktiv bis 7=sehr unattraktiv (Werte <3% nicht dargestellt)

Basis: 2024/2018: Kenner n=744/753, Nicht-Kenner n=256/247, 18-35 Jahre n=323/271, 36-55 Jahre n=353/408, 56 Jahre und älter n=324/321, <2.000/Monat n=184/251, 2.000 bis unter 4.000/Monat n=399/451, 4.000/Monat und mehr n=350/196, Hochschulabschluss n=347/316, Abitur n=292/254, niedriger Abschluss n=361/430, Berufstätige n=715/653, Nicht-Berufstätige n=205/262, Ausbildung n=71/76

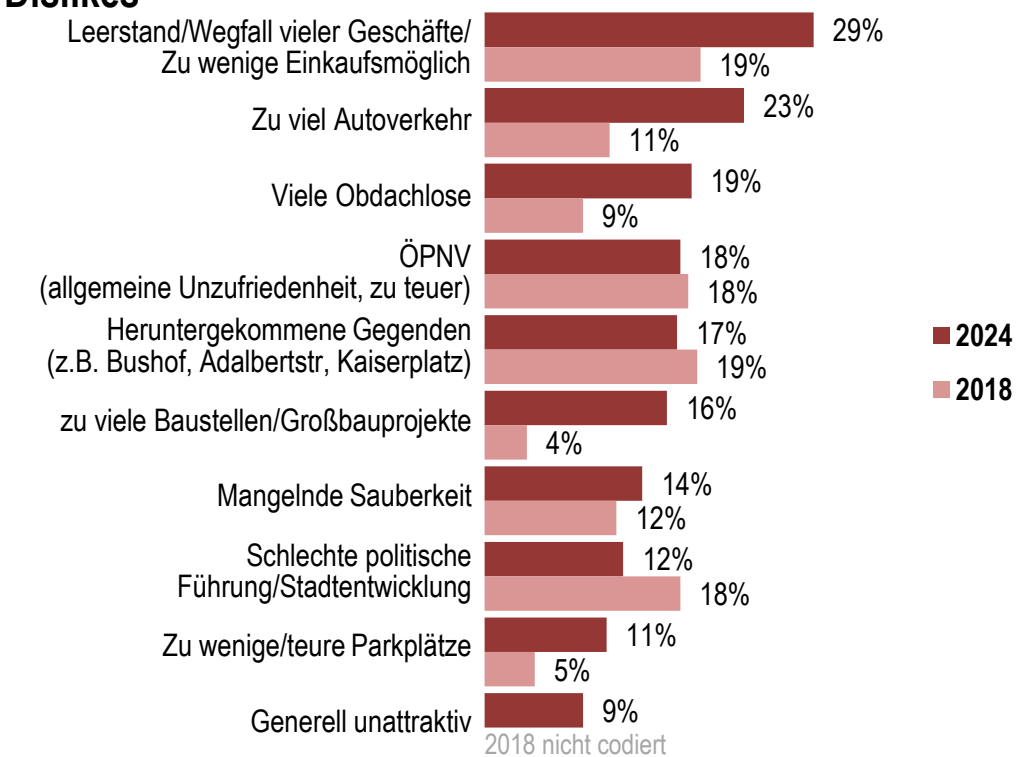
Likes & Dislikes

Viele positive Merkmale der Stadt Aachen (Lage, Größe, Altstadt, Umland) werden tendenziell seltener hervorgehoben als 2018, Kritikpunkte (Leerstand, Verkehr, Obdachlose, Baustellen) deutlich häufiger geäußert.

Likes



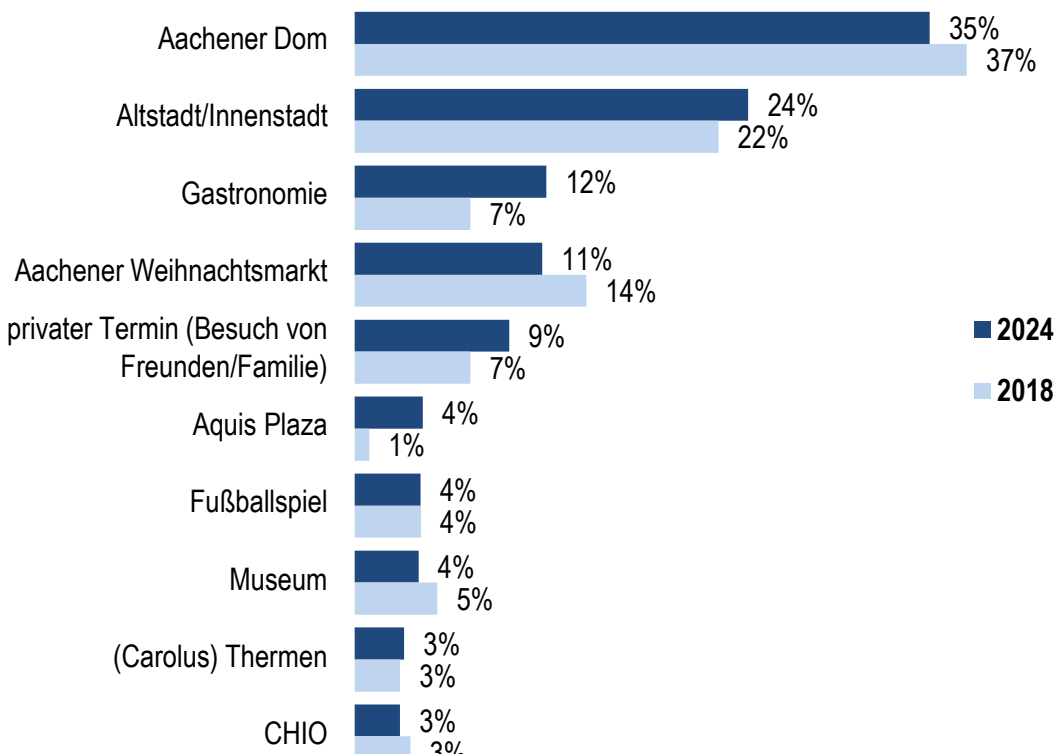
Dislikes



I9: Was schätzen Sie besonders an Aachen als Wohnort? (offene Abfrage, Darstellung der häufigsten Nennungen)
I10: Gibt es etwas, dass Sie an Aachen weniger schätzen? (offene Abfrage, Darstellung der häufigsten Nennungen)
Basis: Innensicht 2024/2018 n=1955/3640

Besuchte Orte und genutzte Angebote

Die am häufigsten genutzten Angebote unter Aachen-Besuchern sind – analog zu 2018 – der Aachener Dom und die Altstadt. Weitere häufig genutzte Angebote sind gastronomischer Art und der Weihnachtsmarkt.

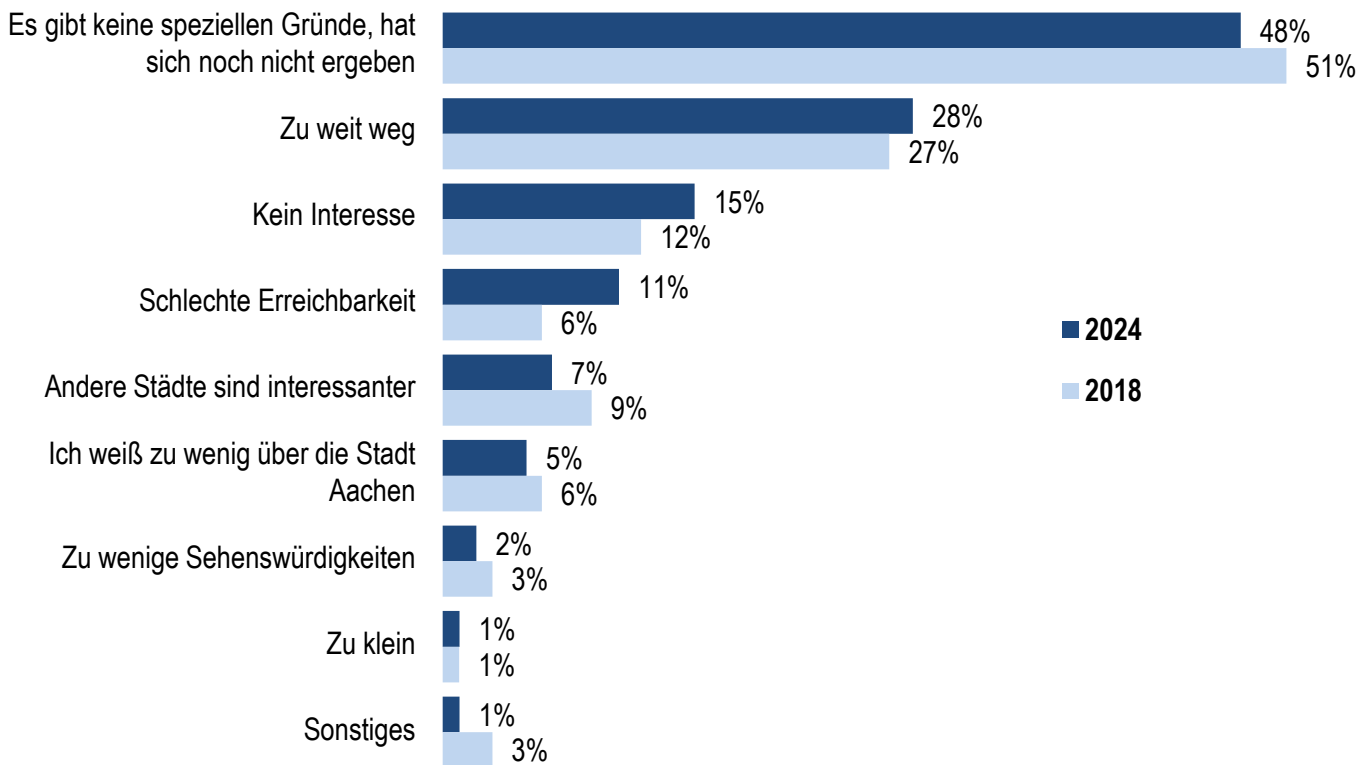


A9: Was genau, d.h. welches Angebot, haben Sie bei Ihrem letzten Aufenthalt in Aachen besucht oder genutzt? (z.B. welche Sehenswürdigkeiten, welches Kultur- oder Freizeitangebot, welche Veranstaltung oder welche Einrichtung) (offene Abfrage, Darstellung der häufigsten Nennungen)

Basis: 2024/2018: Befragte, die Aachen in der Vergangenheit schon einmal besucht haben (auch Besuche, die länger als 8 Jahre her sind) n=803/800

Gründe, warum Aachen noch nicht besucht wurde

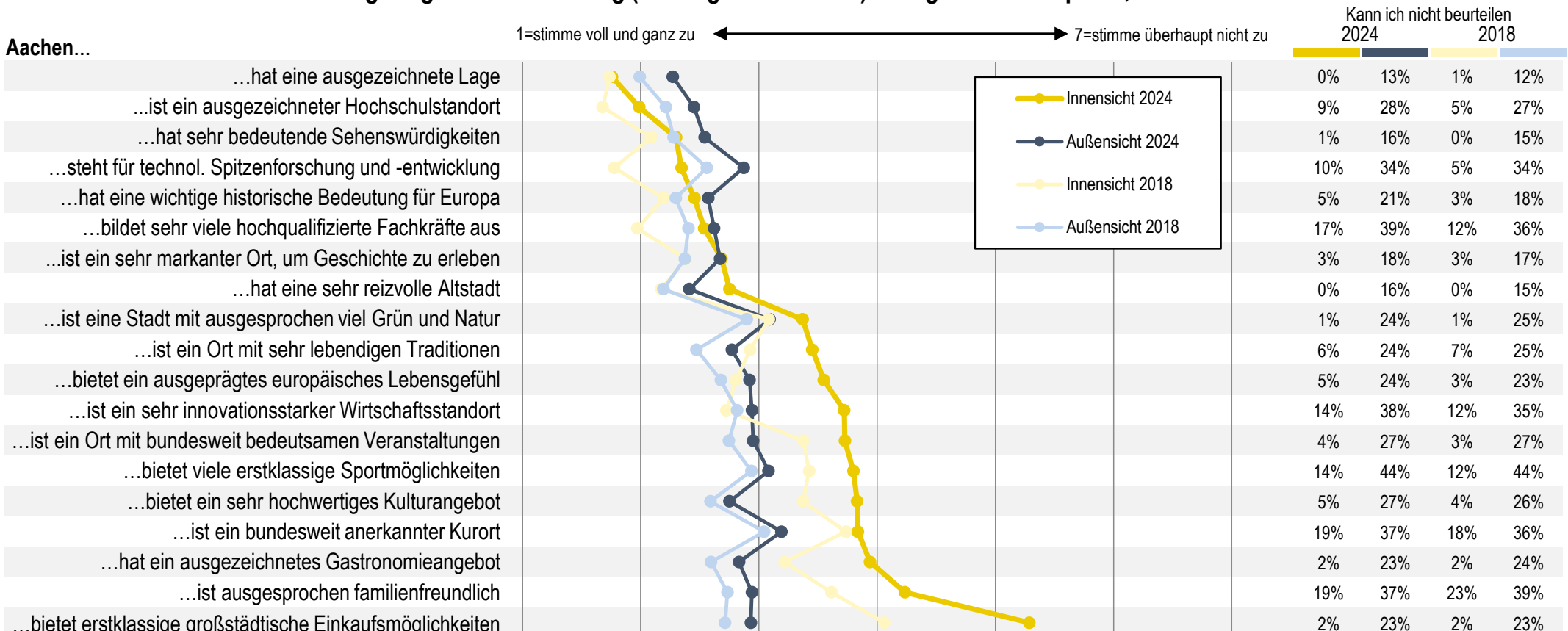
Die Gründe, die gegen einen bisherigen Besuch Aachens sprechen – abgesehen von der fehlenden Gelegenheit (48%) – sind (weiterhin) die Entfernung, fehlendes Interesse und schlechte Erreichbarkeit.



A10: Warum haben Sie die Stadt Aachen noch nicht besucht?
Basis: 2024/2018: Nicht-Besucher n=197/200

Städteimage – Innen- vs. Außensicht im Jahresvergleich

Die Innensicht bewertet die Detailaspekte zumeist deutlich kritischer als die Außensicht, Ausnahmen sind jedoch unter anderem Lage, Hochschulstandort und Forschung. Negative Entwicklung (im Vergleich zu 2018) bezüglich aller Aspekte, insbesondere aus Innensicht.

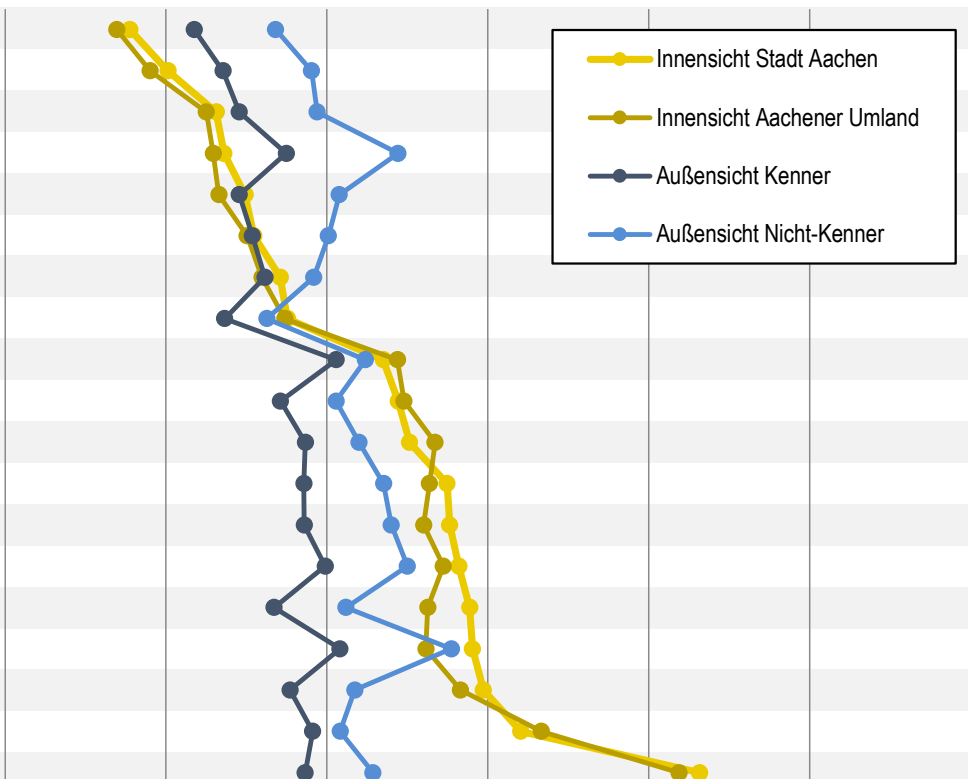


Aachen...	Kann ich nicht beurteilen 2024		Kann ich nicht beurteilen 2018	
…hat eine ausgezeichnete Lage	0%	13%	1%	12%
...ist ein ausgezeichneter Hochschulstandort	9%	28%	5%	27%
…hat sehr bedeutende Sehenswürdigkeiten	1%	16%	0%	15%
…steht für technol. Spitzenforschung und -entwicklung	10%	34%	5%	34%
…hat eine wichtige historische Bedeutung für Europa	5%	21%	3%	18%
…bildet sehr viele hochqualifizierte Fachkräfte aus	17%	39%	12%	36%
...ist ein sehr markanter Ort, um Geschichte zu erleben	3%	18%	3%	17%
…hat eine sehr reizvolle Altstadt	0%	16%	0%	15%
…ist eine Stadt mit ausgesprochen viel Grün und Natur	1%	24%	1%	25%
…ist ein Ort mit sehr lebendigen Traditionen	6%	24%	7%	25%
…bietet ein ausgeprägtes europäisches Lebensgefühl	5%	24%	3%	23%
…ist ein sehr innovationsstarker Wirtschaftsstandort	14%	38%	12%	35%
…ist ein Ort mit bundesweit bedeutsamen Veranstaltungen	4%	27%	3%	27%
…bietet viele erstklassige Sportmöglichkeiten	14%	44%	12%	44%
…bietet ein sehr hochwertiges Kulturangebot	5%	27%	4%	26%
…ist ein bundesweit anerkannter Kurort	19%	37%	18%	36%
…hat ein ausgezeichnetes Gastronomieangebot	2%	23%	2%	24%
…ist ausgesprochen familienfreundlich	19%	37%	23%	39%
…bietet erstklassige großstädtische Einkaufsmöglichkeiten	2%	23%	2%	23%

I7/A12: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Stadt Aachen zustimmen.
Basis: 2024/2018: Innensicht n=3640/1955; Außensicht n=1000/1000

Städteimage – Detailbetrachtung: Innen- vs. Außensicht

Deutlich bessere Bewertungen der Aachen-Kenner gegenüber den Nicht-Kennern, insbesondere in puncto Forschung, Historie und Aachen als Kurort. Die Unterschiede zwischen Bewohnern der Stadt und des Umlands sind hingegen gering.



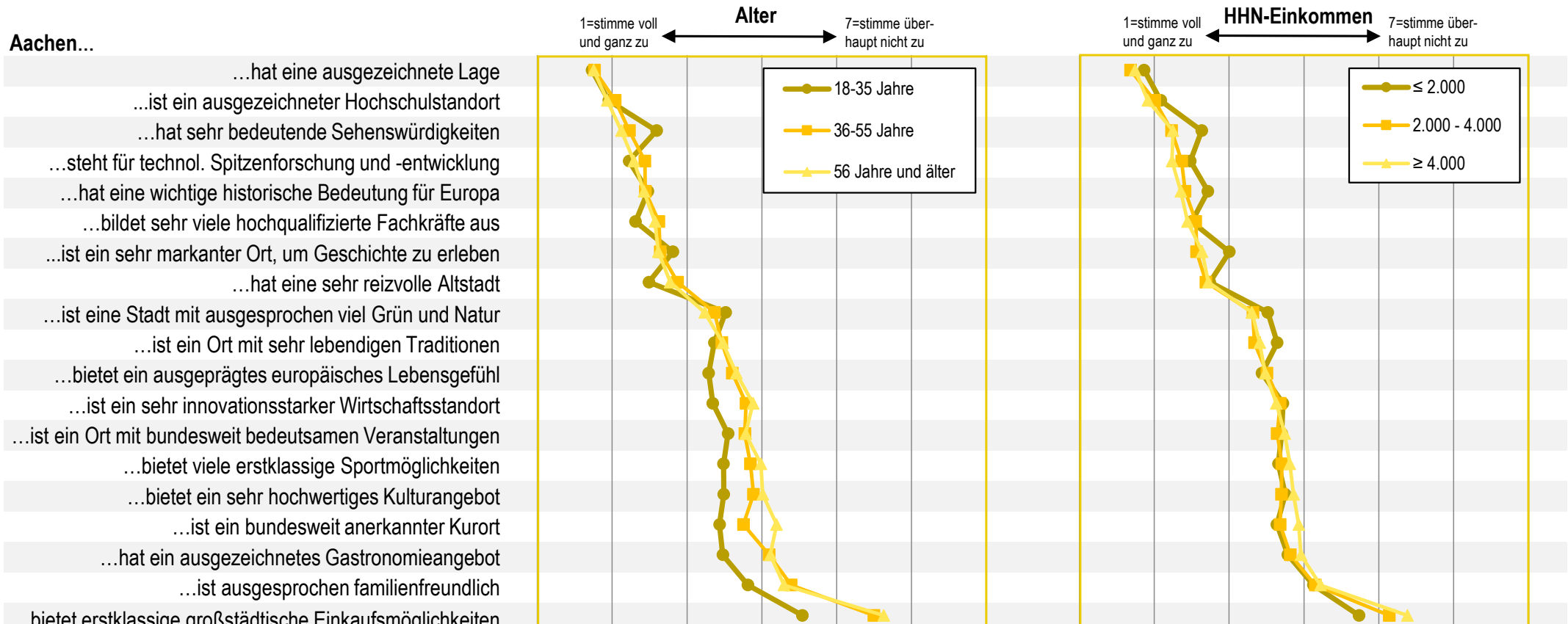
Aachen...	Kann ich nicht beurteilen Innensicht		Außensicht	
…hat eine ausgezeichnete Lage	0%	0%	5%	35%
...ist ein ausgezeichneter Hochschulstandort	8%	10%	20%	51%
…hat sehr bedeutende Sehenswürdigkeiten	1%	0%	7%	42%
…steht für technol. Spitzenforschung und -entwicklung	9%	11%	26%	56%
…hat eine wichtige historische Bedeutung für Europa	6%	4%	13%	44%
…bildet sehr viele hochqualifizierte Fachkräfte aus	17%	16%	32%	60%
...ist ein sehr markanter Ort, um Geschichte zu erleben	3%	2%	9%	42%
…hat eine sehr reizvolle Altstadt	0%	0%	5%	48%
…ist eine Stadt mit ausgesprochen viel Grün und Natur	1%	1%	13%	54%
…ist ein Ort mit sehr lebendigen Traditionen	6%	5%	14%	52%
…bietet ein ausgeprägtes europäisches Lebensgefühl	4%	6%	14%	53%
…ist ein sehr innovationsstarker Wirtschaftsstandort	14%	14%	31%	59%
…ist ein Ort mit bundesweit bedeutsamen Veranstaltungen	4%	6%	18%	51%
…bietet viele erstklassige Sportmöglichkeiten	12%	19%	38%	62%
…bietet ein sehr hochwertiges Kulturangebot	5%	7%	19%	51%
…ist ein bundesweit anerkannter Kurort	20%	15%	29%	62%
…hat ein ausgezeichnetes Gastronomieangebot	2%	2%	12%	55%
…ist ausgesprochen familienfreundlich	20%	17%	29%	62%
…bietet erstklassige großstädtische Einkaufsmöglichkeiten	2%	2%	12%	54%

I7/A12: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Stadt Aachen zustimmen.
Basis: Stadt Aachen n=2821; Aachener Umland n=819, davon 100 Belgien, 50 Niederlande; Kenner n=744; Nicht-Kenner n=256

Städteimage – Subgruppenvergleiche Innensicht (1/3)

AC

Innerhalb der Innensicht bewerten Jüngere die meisten Detailaspekte tendenziell besser als die älteren Altersgruppen – der größte Unterschied zeigt sich in der Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten. Kaum Unterschiede zwischen den verschiedenen Einkommensklassen.



I7: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Stadt Aachen zustimmen.

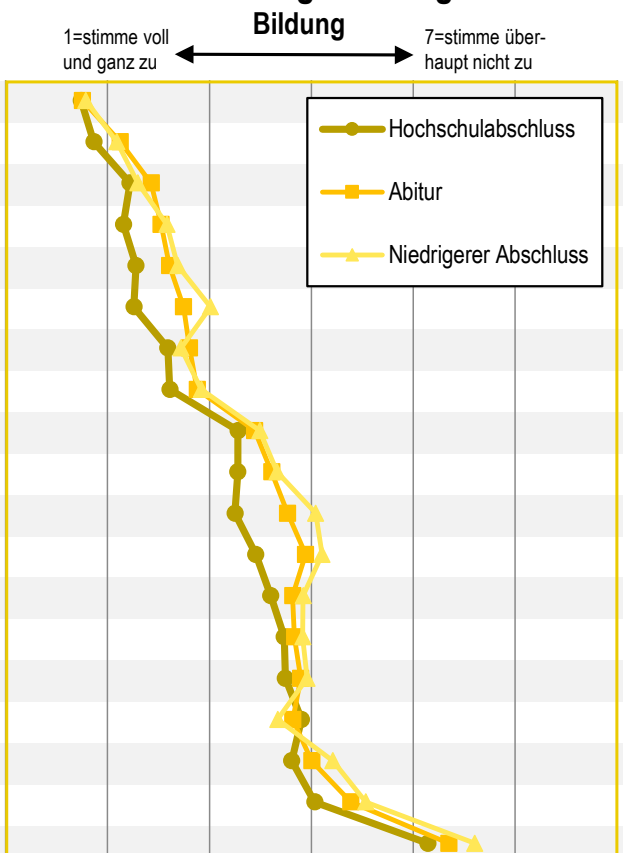
Basis: 18-35 Jahre n=681-955, 36-55 Jahre n=1231-1512, 56 Jahre und älter n=921-1121, bis unter 2.000 /Monat n=276-384, 2.000 bis unter 4.000 / Monat n=850-1088, 4.000 /Monat und mehr n=1303-1585

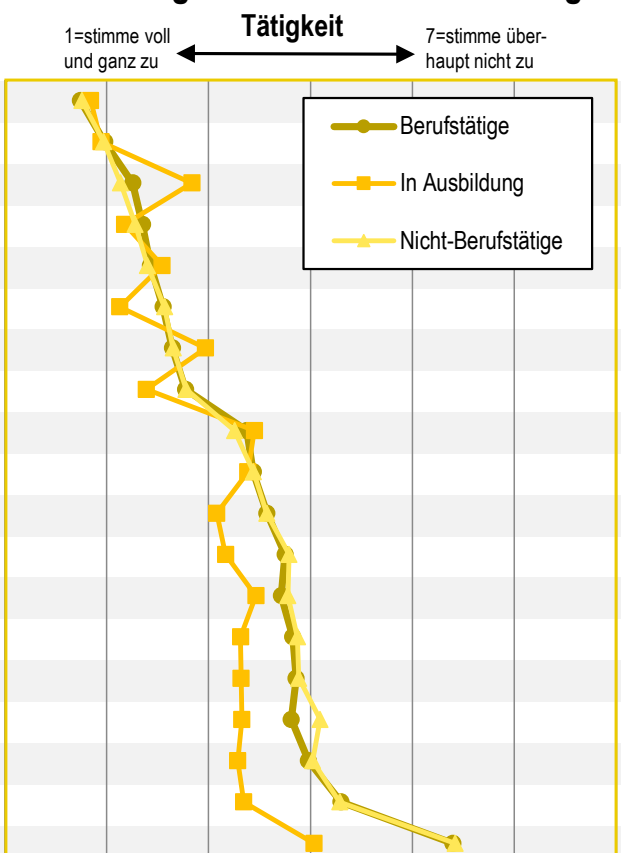
Städteimage – Subgruppenvergleiche Innensicht (2/3)

Tendenziell gilt: Je höher der Bildungsabschluss, desto besser die Bewertung der Detailaspekte, auch wenn die Unterschiede zumeist überschaubar sind. Größere Unterschiede zeigen sich bei Betrachtung der Tätigkeiten – Personen in Ausbildung mit den besten Bewertungen.

Aachen...

- ...hat eine ausgezeichnete Lage
- ...ist ein ausgezeichneter Hochschulstandort
- ...hat sehr bedeutende Sehenswürdigkeiten
- ...steht für technol. Spitzenforschung und -entwicklung
- ...hat eine wichtige historische Bedeutung für Europa
- ...bildet sehr viele hochqualifizierte Fachkräfte aus
- ...ist ein sehr markanter Ort, um Geschichte zu erleben
- ...hat eine sehr reizvolle Altstadt
- ...ist eine Stadt mit ausgesprochen viel Grün und Natur
- ...ist ein Ort mit sehr lebendigen Traditionen
- ...bietet ein ausgeprägtes europäisches Lebensgefühl
- ...ist ein sehr innovationsstarker Wirtschaftsstandort
- ...ist ein Ort mit bundesweit bedeutsamen Veranstaltungen
- ...bietet viele erstklassige Sportmöglichkeiten
- ...bietet ein sehr hochwertiges Kulturangebot
- ...ist ein bundesweit anerkannter Kurort
- ...hat ein ausgezeichnetes Gastronomieangebot
- ...ist ausgesprochen familienfreundlich
- ...bietet erstklassige großstädtische Einkaufsmöglichkeiten



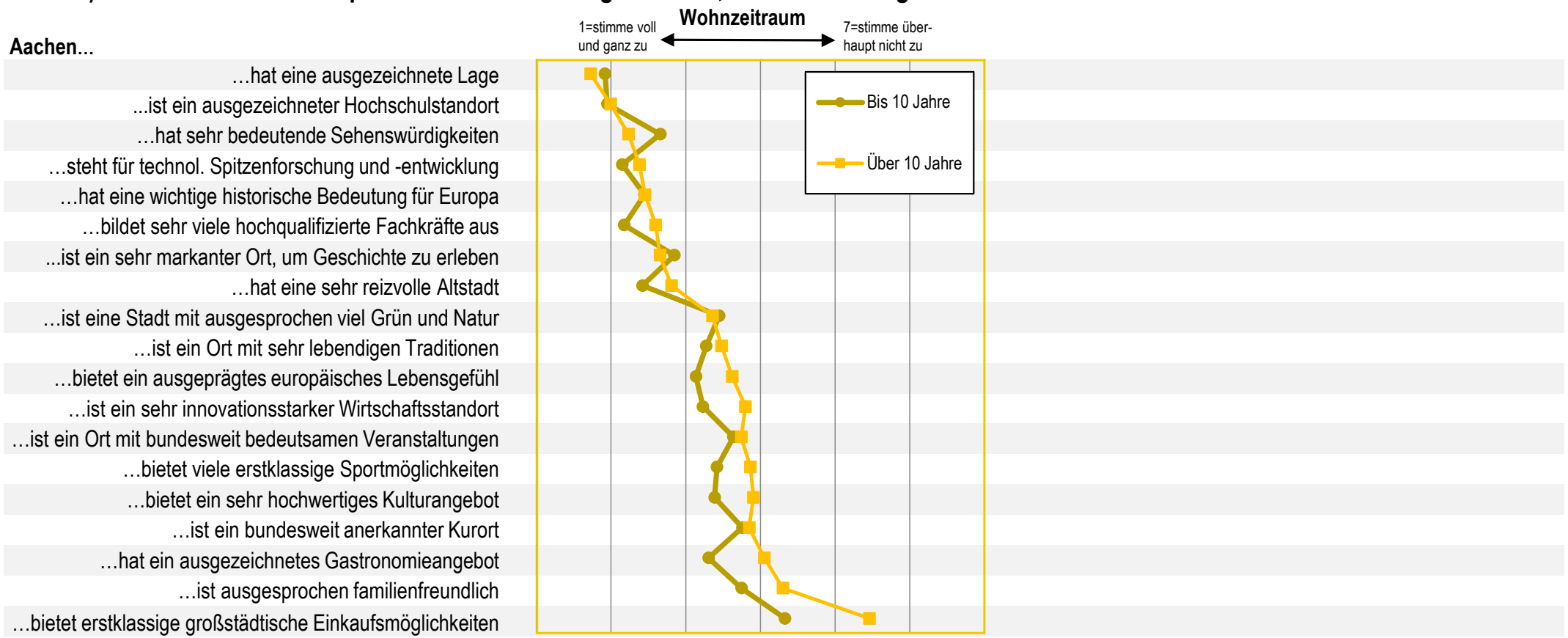


I7: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Stadt Aachen zustimmen.
Basis: Hochschulabschluss n=1484-1890, Abitur n=828-1039, niedrigerer Abschluss n=524-670, Berufstätige n=2184-2673, Nicht-Berufstätige n=398-480, In Ausbildung n=226-340

Städteimage – Subgruppenvergleiche Innensicht (3/3)

AC

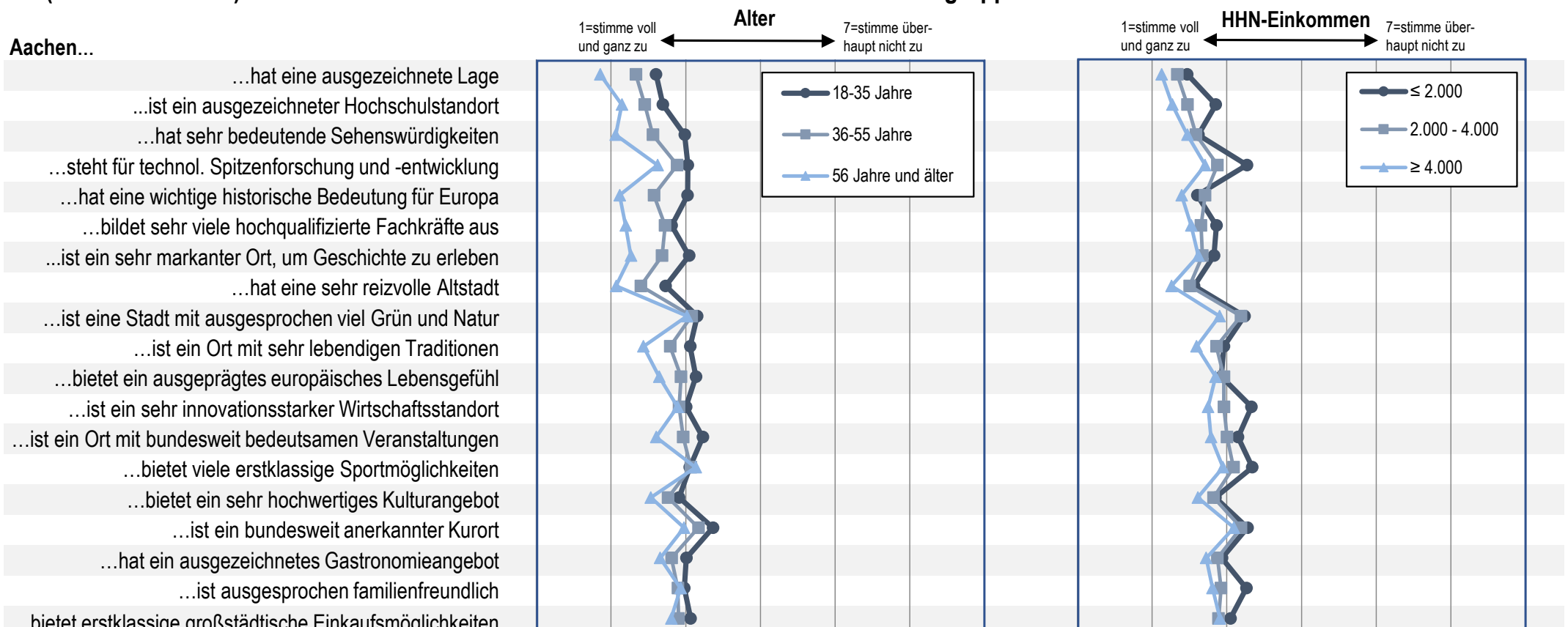
Personen, die seit weniger als 10 Jahre in Aachen wohnen mit höherer Zustimmung als Personen, die bereits länger in Aachen (oder dem Umland) wohnen. Größte Diskrepanzen bei Einkaufsmöglichkeiten, Gastronomieangebot und innovationsstarker Wirtschaftsstandort.



I7: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Stadt Aachen zustimmen.
Basis: Bis 10 Jahre n=344-553, Über 10 Jahre n=2561-3079

Städteimage – Subgruppenvergleiche Außensicht (1/2)

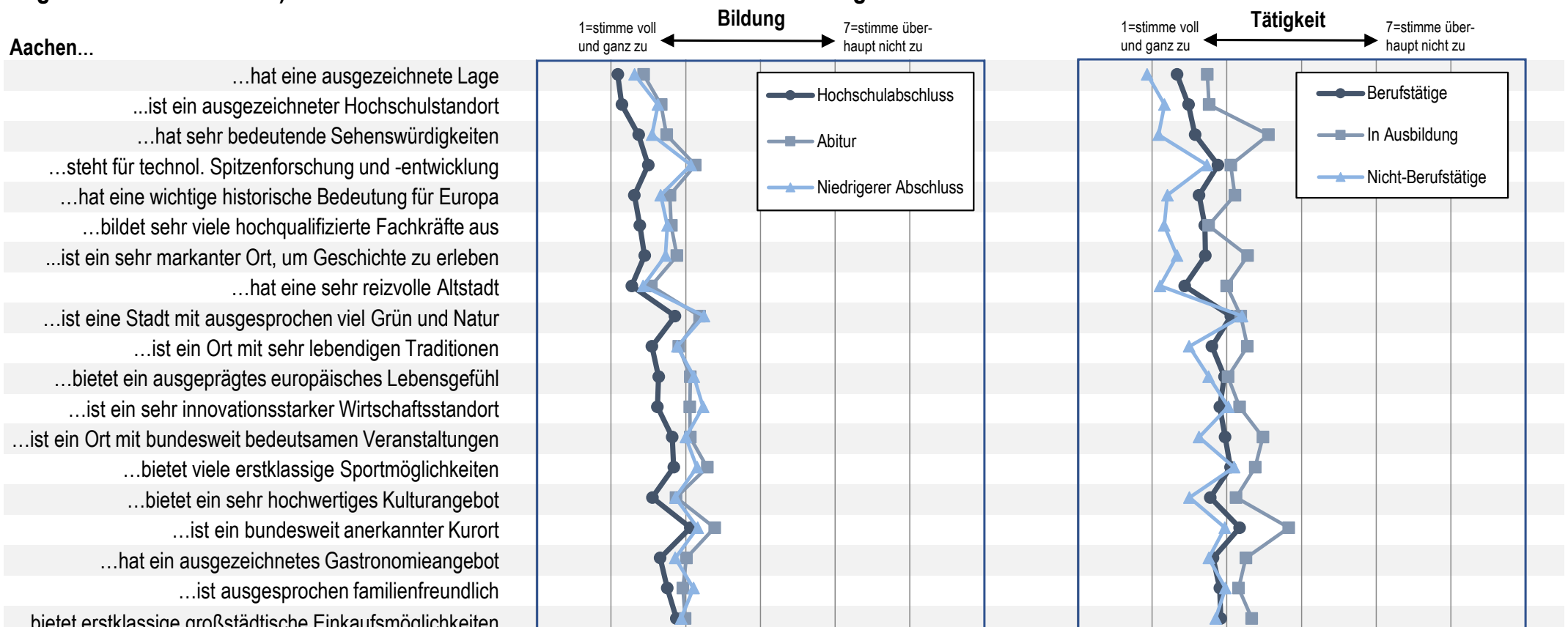
Analog zur Innensicht unterscheiden sich die Bewertungen kaum, je nach Haushaltseinkommen. Im Gegensatz zur Innensicht haben Jüngere ein (zum Teil deutlich) schlechteres Bild von Aachen als insbesondere die älteste Altersgruppe.



A12: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Stadt Aachen zustimmen.
Basis: 18-35 Jahre n=221-289, 36-55 Jahre n=203-309, 56 Jahre und älter n=136-276, bis unter 2.000 /Monat n=88-153, 2.000 bis unter 4.000 / Monat n=234-357, 4.000 /Monat und mehr n=211-312

Städteimage – Subgruppenvergleiche Außensicht (2/2)

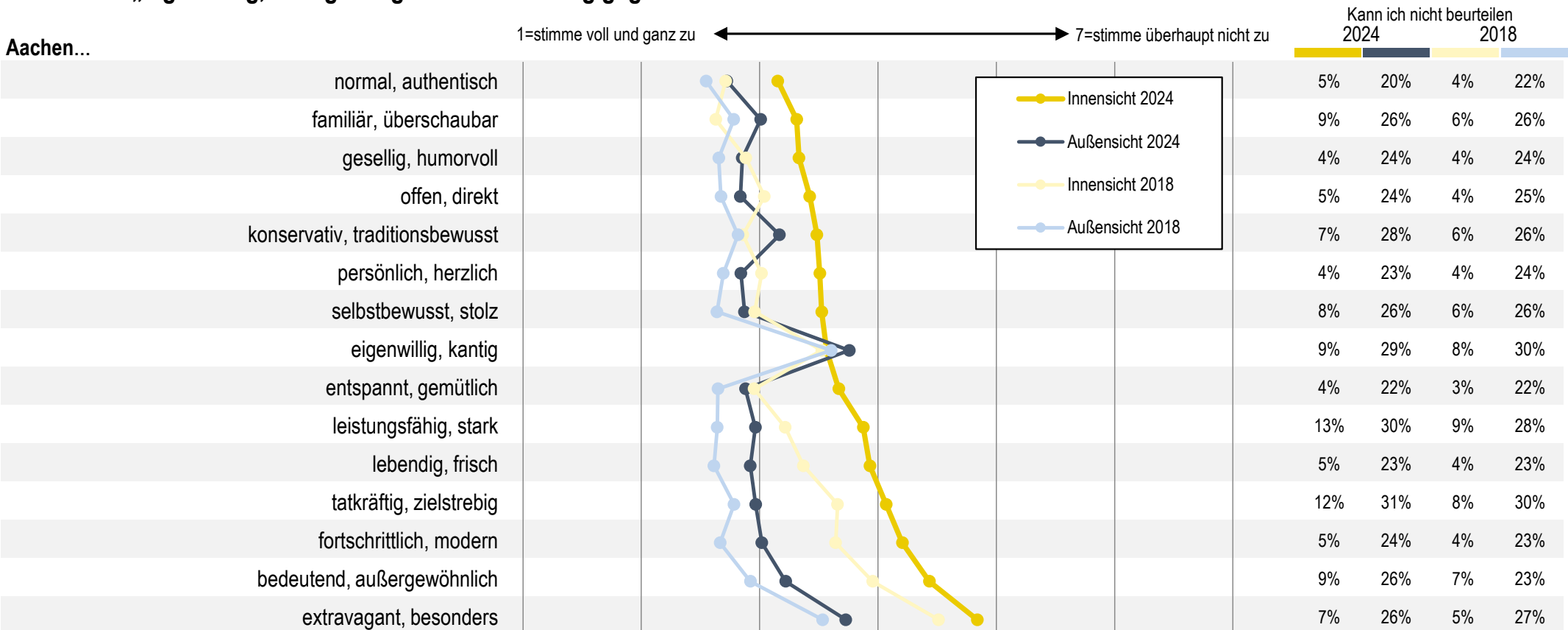
Auch bei der Außensicht gilt, dass höhere Bildung mit besseren Bewertungen einhergeht. Schüler*innen/Studierende/Auszubildende sind (im Gegensatz zur Innensicht) deutlich kritischer als insbesondere Nicht-Berufstätige.



A12: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Stadt Aachen zustimmen.
Basis: Hochschulabschluss n=205-311, Abitur n=171-264, niedrigerer Abschluss n=179-299, Berufstätige n=421-618, Nicht-Berufstätige n=83-182, In Ausbildung n=50-65

Eigenschaftsprofil – Innen- vs. Außensicht

Die Außensicht schreibt Aachen sämtliche Eigenschaften stärker zu als die Innensicht – die einzige Ausnahme ist das eher negative konnotierte „eigenwillig, kantig“. Negative Entwicklung gegenüber 2018 – für Innen- und Außensicht.

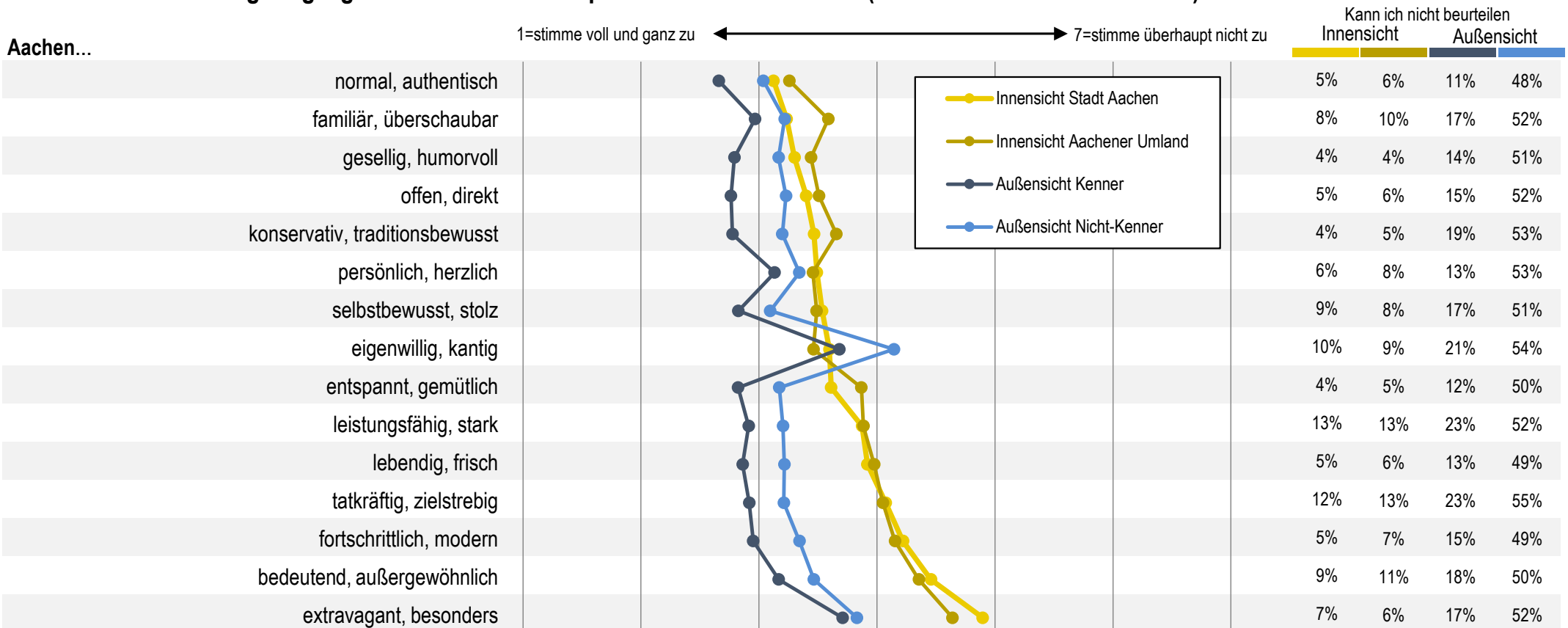


Aachen...	Kann ich nicht beurteilen 2024		2018	
normal, authentisch	5%	20%	4%	22%
familiär, überschaubar	9%	26%	6%	26%
gesellig, humorvoll	4%	24%	4%	24%
offen, direkt	5%	24%	4%	25%
konservativ, traditionsbewusst	7%	28%	6%	26%
persönlich, herzlich	4%	23%	4%	24%
selbstbewusst, stolz	8%	26%	6%	26%
eigenwillig, kantig	9%	29%	8%	30%
entspannt, gemütlich	4%	22%	3%	22%
leistungsfähig, stark	13%	30%	9%	28%
lebendig, frisch	5%	23%	4%	23%
tatkräftig, zielstrebig	12%	31%	8%	30%
fortschrittlich, modern	5%	24%	4%	23%
bedeutend, außergewöhnlich	9%	26%	7%	23%
extravagant, besonders	7%	26%	5%	27%

I8/A13: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Stadt Aachen zustimmen.
Basis: 2024/2018: Innensicht n=3640/1955; Außensicht n=1000/1000

Eigenschaftsprofil – Innen- vs. Außensicht

Höchste Zustimmung zum Eigenschaftsprofil unter Aachen-Kennern. Im direkten Vergleich von Bewohnern der Stadt und des Umlands, sind die Unterschiede eher gering – größter Unterschied in puncto Überschaubarkeit (besser unter Stadtbewohnern).



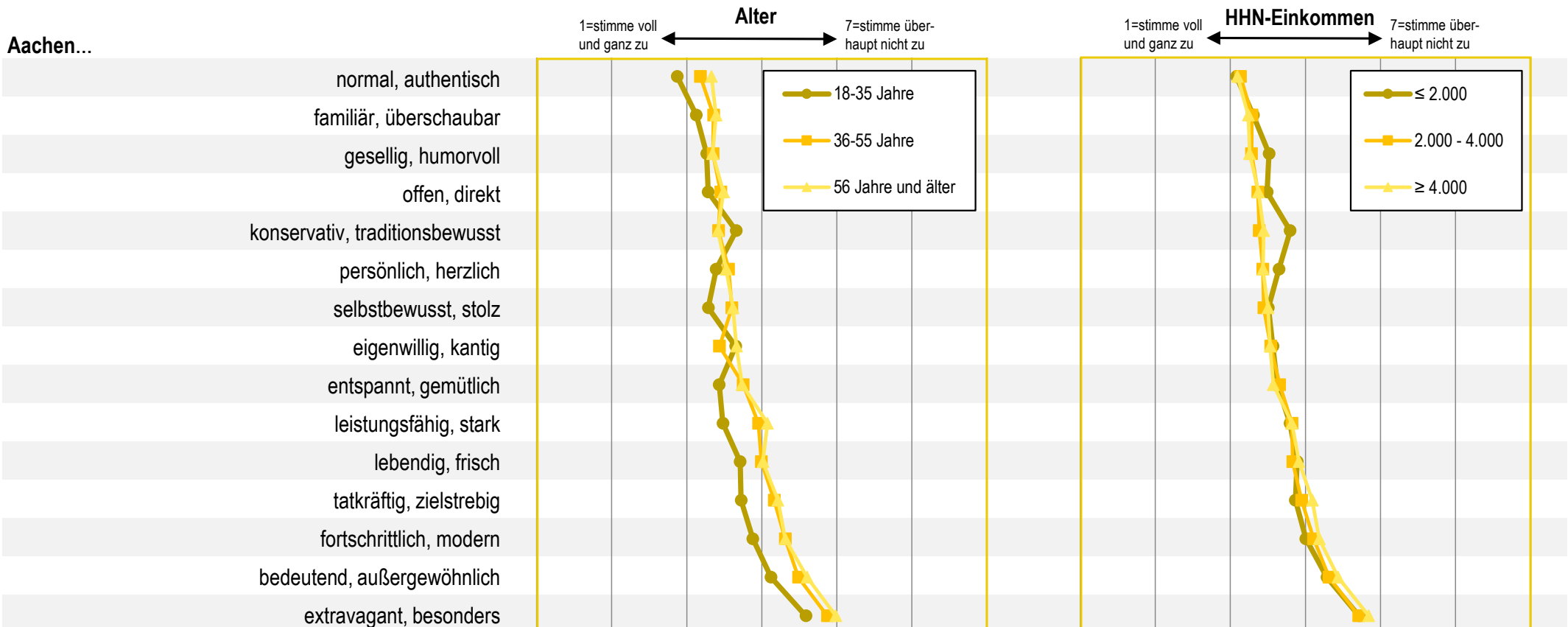
Aachen...	Kann ich nicht beurteilen: Innensicht		Außensicht	
normal, authentisch	5%	6%	11%	48%
familiär, überschaubar	8%	10%	17%	52%
gesellig, humorvoll	4%	4%	14%	51%
offen, direkt	5%	6%	15%	52%
konservativ, traditionsbewusst	4%	5%	19%	53%
persönlich, herzlich	6%	8%	13%	53%
selbstbewusst, stolz	9%	8%	17%	51%
eigenwillig, kantig	10%	9%	21%	54%
entspannt, gemütlich	4%	5%	12%	50%
leistungsfähig, stark	13%	13%	23%	52%
lebendig, frisch	5%	6%	13%	49%
tatkräftig, zielstrebig	12%	13%	23%	55%
fortschrittlich, modern	5%	7%	15%	49%
bedeutend, außergewöhnlich	9%	11%	18%	50%
extravagant, besonders	7%	6%	17%	52%

I8/A13: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Stadt Aachen zustimmen.
Basis: 2024: Innensicht Stadt Aachen n=2821, Innensicht Aachener Umland n=819, Außensicht Kenner n=744, Außensicht Nicht-Kenner n=256

Eigenschaftsprofil – Subgruppenvergleiche Innensicht (1/3)

AC

Kaum Unterschiede in der Bewertung des Eigenschaftsprofils – weder zwischen den verschiedenen Altersgruppen noch zwischen den Einkommensklassen.

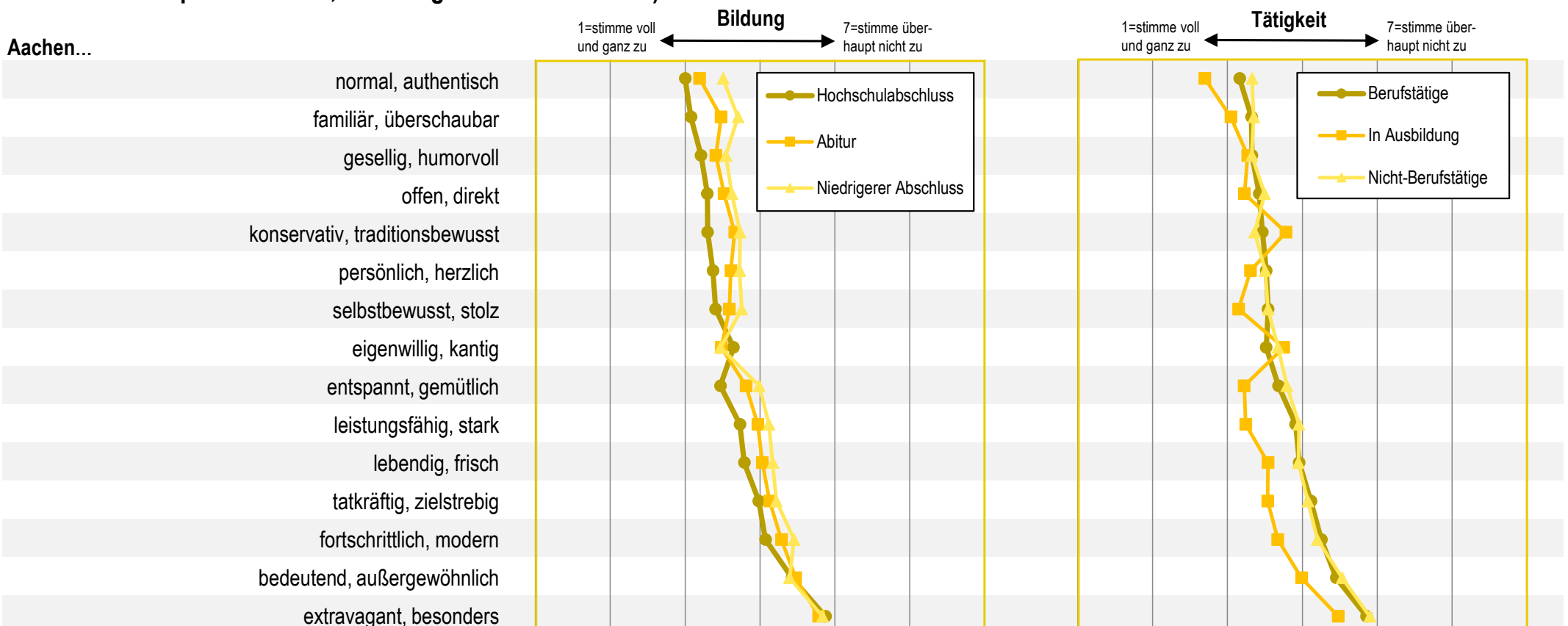


I8: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Stadt Aachen zustimmen.
Basis: 18-35 Jahre n=827-909, 36-55 Jahre n=1333-1457, 56 Jahre und älter n=980-1090, bis unter 2.000 /Monat n=336-370, 2.000 bis unter 4.000 /Monat n=961-1053, 4.000 /Monat und mehr n=1407-1529

Eigenschaftsprofil – Subgruppenvergleiche Innensicht (2/3)

AC

Leicht höhere Zustimmung zum Eigenschaftsprofil unter Hochschulabsolventen und Schüler*innen/Studierende/Auszubildende (größte Unterschiede in puncto Stärke, Tatkräftigkeit und Modernität).

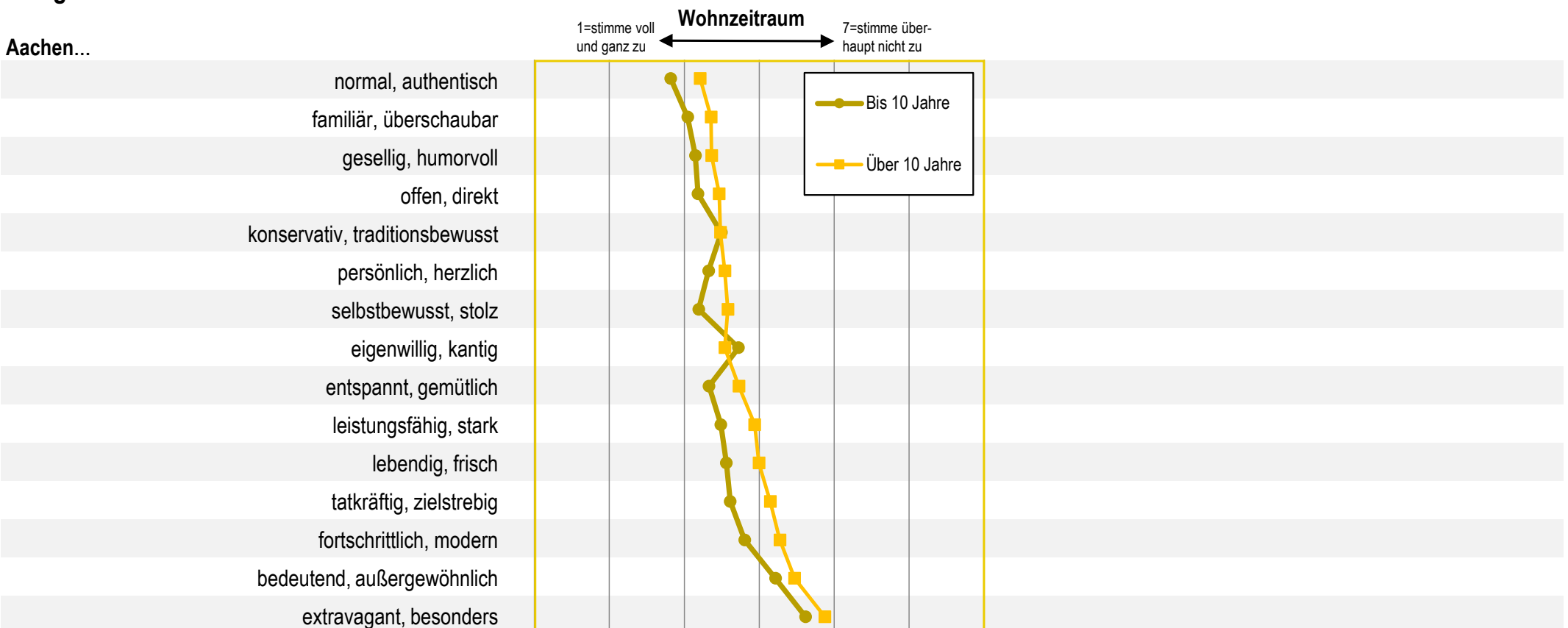


I8: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Stadt Aachen zustimmen.
Basis: Hochschulabschluss n=1649-1802, Abitur n=892-1000, niedrigerer Abschluss n=609-657, Berufstätige n=2352-2573, Nicht-Berufstätige n=420-466, In Ausbildung n=281-318

Eigenschaftsprofil – Subgruppenvergleiche Innensicht (3/3)

AC

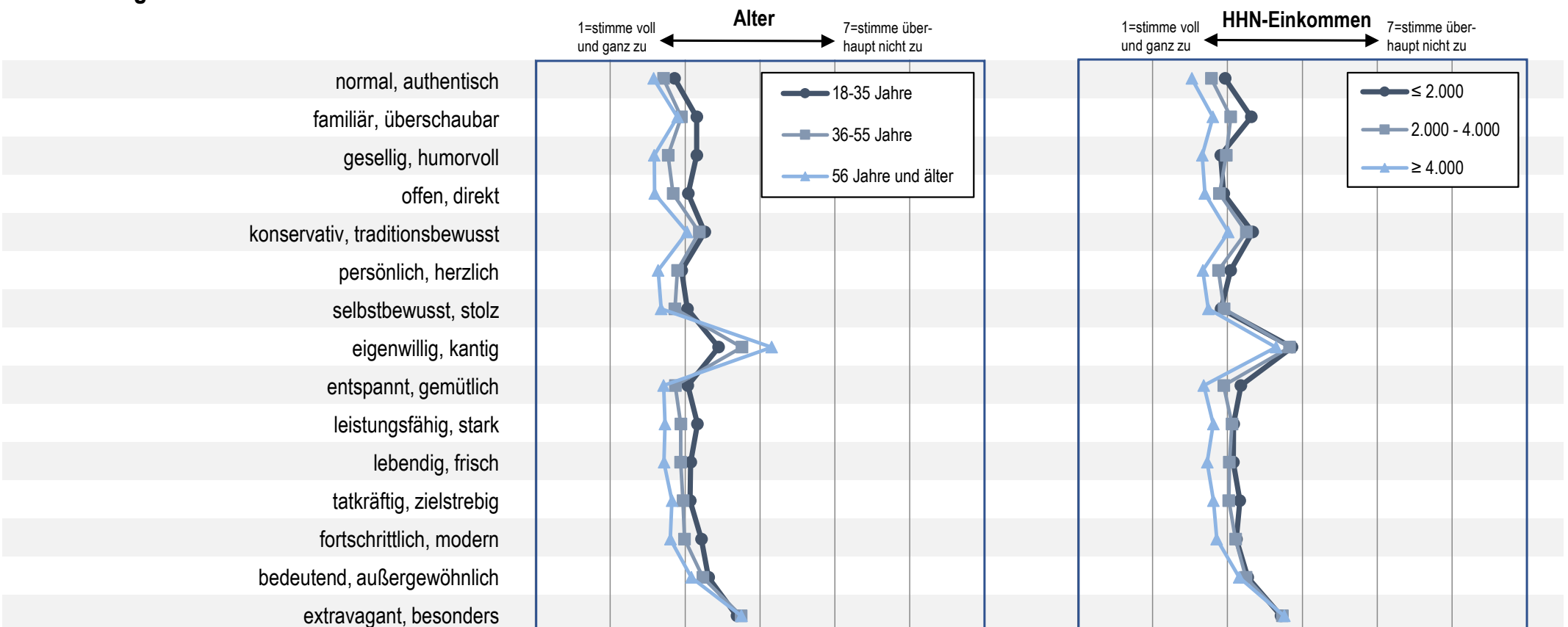
Die länger in Aachen lebende Bevölkerung schreibt der Stadt das Eigenschaftsprofil tendenziell weniger zu als Bewohner*innen, die seit weniger als 10 Jahren in der Stadt leben.



I8: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Stadt Aachen zustimmen.
Basis: Bis 10 Jahre n=447-512, Über 10 Jahre n=2737-2974

Eigenschaftsprofil – Subgruppenvergleiche Außensicht (1/2)

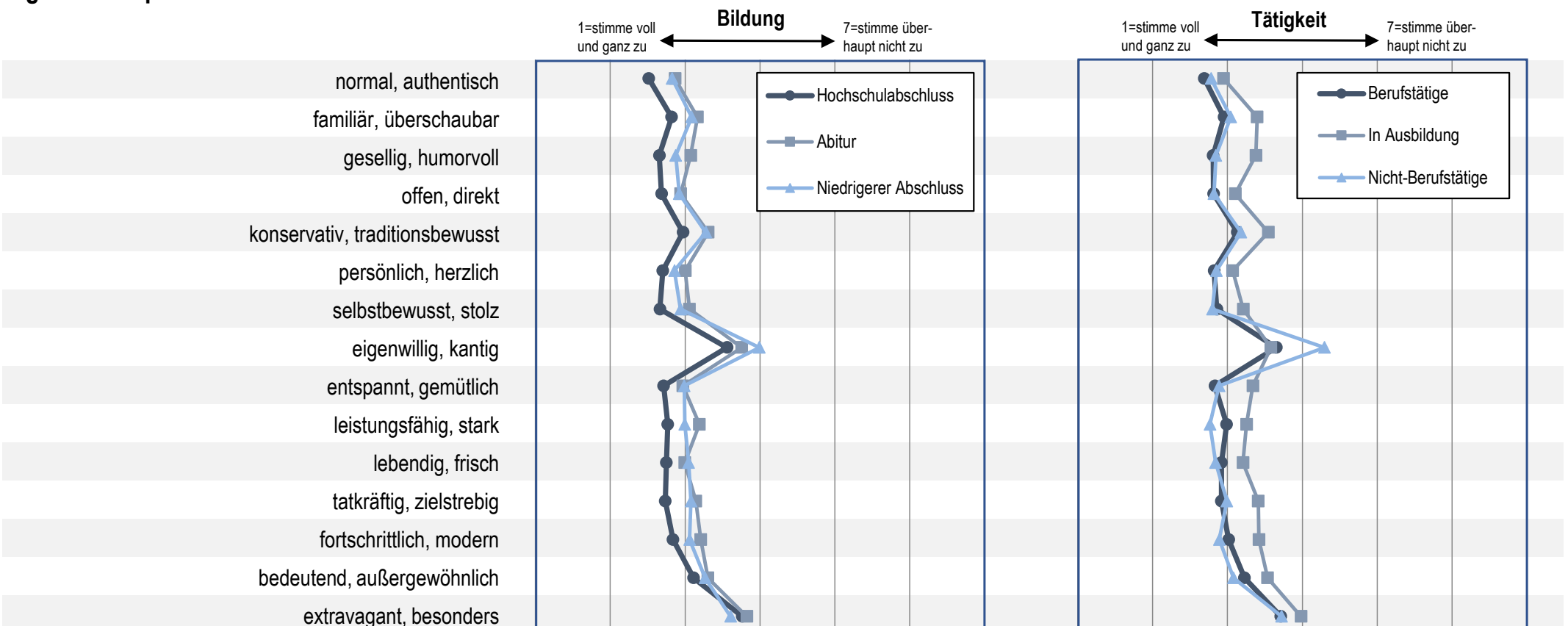
Lediglich marginale Unterschiede in der Außensicht der verschiedenen Alters- und Einkommensklassen – am wenigsten treffen Eigenwilligkeit und Extravaganz auf Aachen zu.



A13: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Stadt Aachen zustimmen.
Basis: 18-35 Jahre n=255-278, 36-55 Jahre n=242-280, 56 Jahre und älter n=188-240, bis unter 2.000 /Monat n=109-128, 2.000 bis unter 4.000 /Monat n=278-331, 4.000 /Monat und mehr n=262-294

Eigenschaftsprofil – Subgruppenvergleiche Außensicht (2/2)

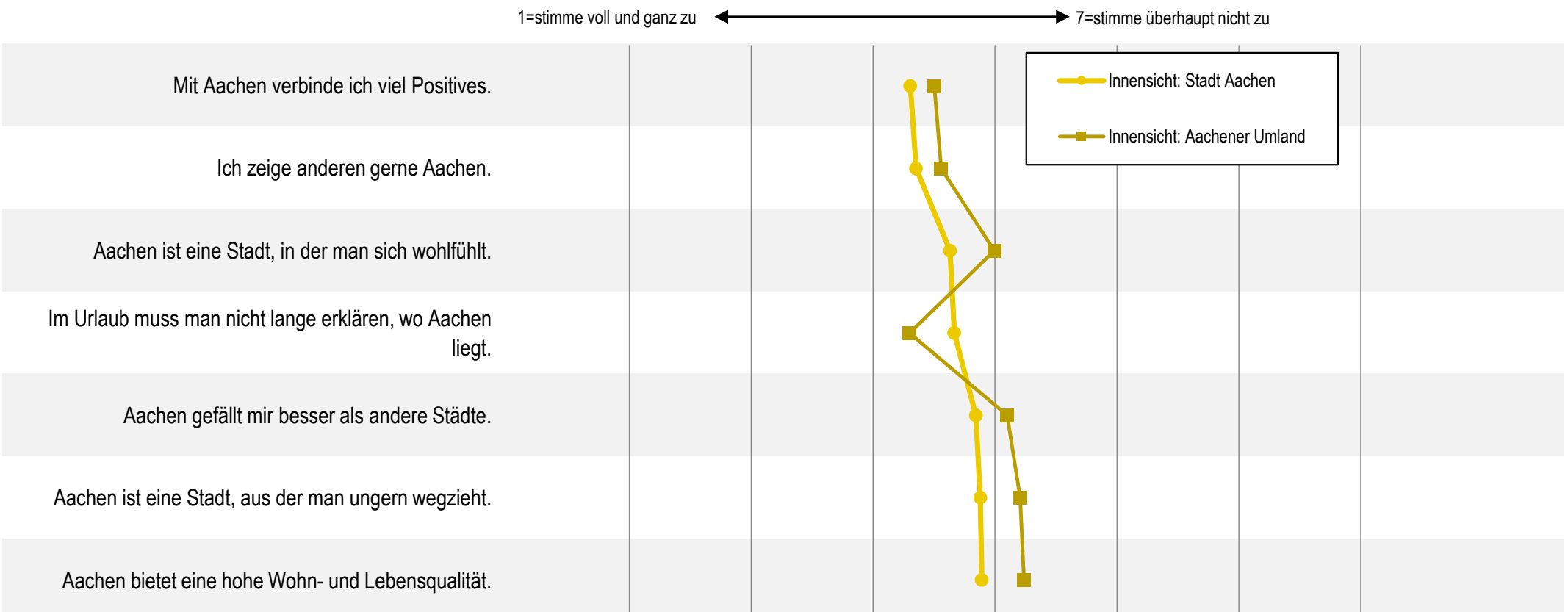
Auch bezüglich Bildung und Tätigkeit sind die Unterschiede in den Bewertungen eher gering – tendenziell höhere Zustimmung zum Eigenschaftsprofil unter Hochschulabsolventen.



A13: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Stadt Aachen zustimmen.
Basis: Hochschulabschluss n=260-294, Abitur n=198-238, niedrigerer Abschluss n=228-266, Berufstätige n=508-578, Nicht-Berufstätige n=117-156, In Ausbildung n=50-59

Wertschätzung der Stadt Aachen

Bewohner*innen der Stadt Aachen (oder des Umlands) verbinden in erster Linie viel Positives mit der Stadt und zeigen sie gerne Anderen – Stadtbewohner*innen wissen „ihre“ Stadt dabei tendenziell mehr zu schätzen als Bewohner des Umlands.

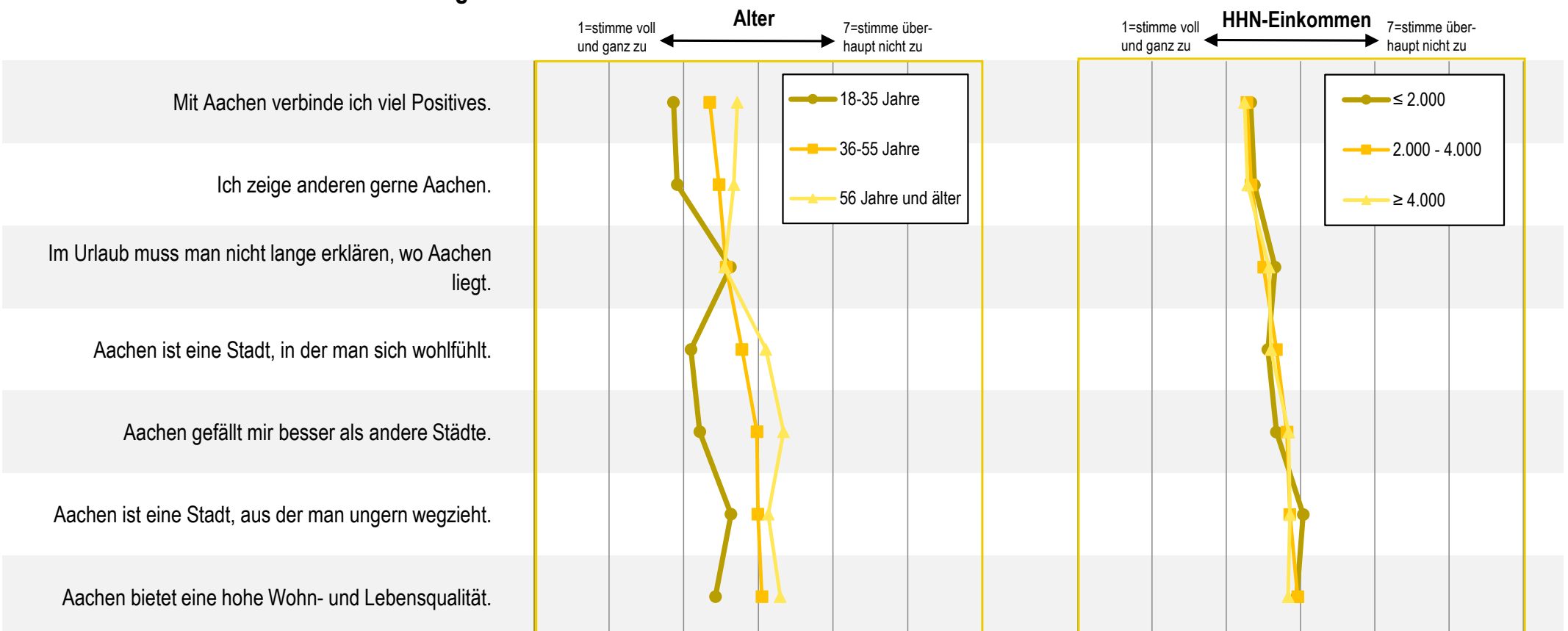


I11: Wie sehr treffen die folgenden Aussagen Ihrer Ansicht nach zu?
Basis: Stadt Aachen n=2821, Aachener Umland n=819, davon 100 Belgien, 50 Niederlande

Wertschätzung der Stadt Aachen – Subgruppenvergleiche (1/3)

AC

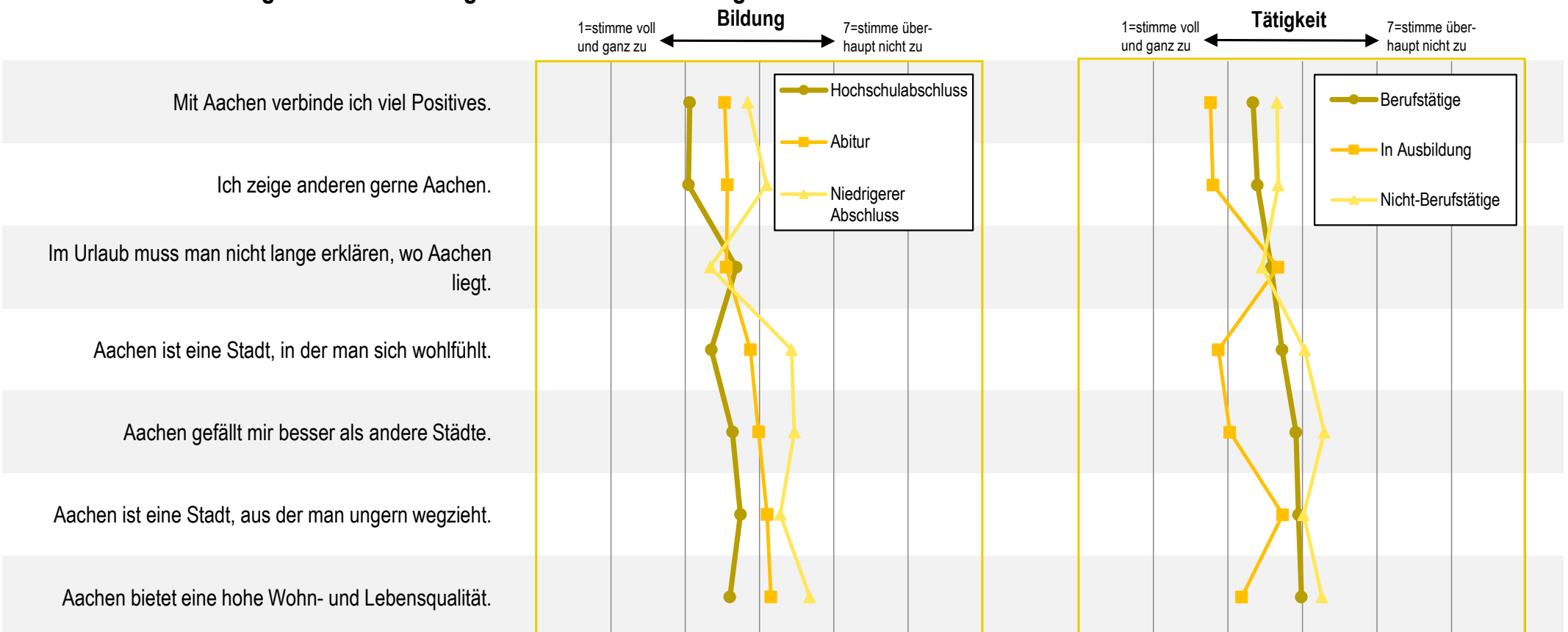
Das Einkommen spielt bei der Wertschätzung Aachens keine Rolle, während Jüngere ein (deutlich) positiveres Bild der Stadt haben – in erster Linie fühlen sie sich wohler und die Stadt gefällt besser.



I11: Wie sehr treffen die folgenden Aussagen Ihrer Ansicht nach zu?
Basis: 18-35 Jahre n=959, 36-55 Jahre n=1514, 56 Jahre und älter n=1123, bis unter 2.000 /Monat n=385, 2.000 bis unter 4.000 / Monat n=1088, 4.000 /Monat und mehr n=1586

Wertschätzung der Stadt Aachen – Subgruppenvergleiche (2/3)

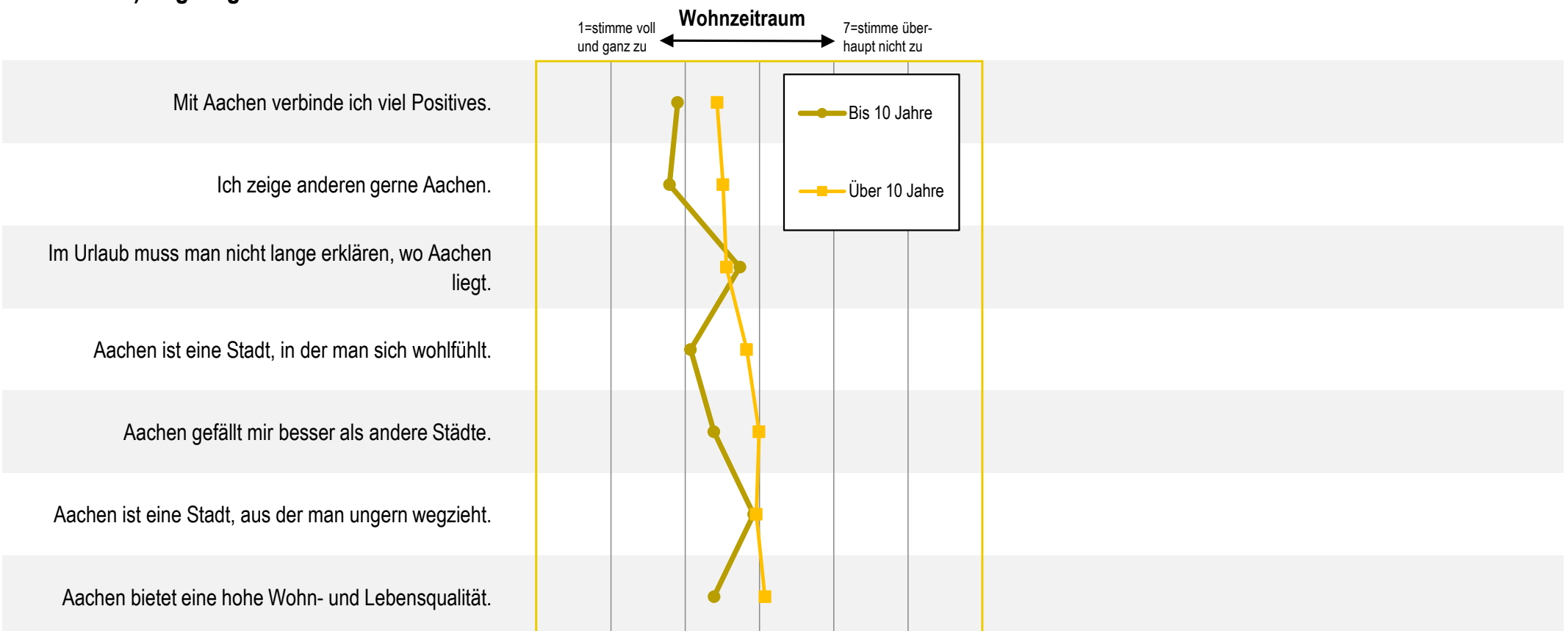
Passend zur höheren Wertschätzung der Jüngeren, bewerten Schüler*innen/Studierende/Auszubildende die „emotionalen“ Aspekte der Stadt deutlich besser. Zudem gilt: Höhere Bildung = höhere Wertschätzung.



I11: Wie sehr treffen die folgenden Aussagen Ihrer Ansicht nach zu?
Basis: Hochschulabschluss n=1890, Abitur n=1044, niedrigerer Abschluss n=672, Berufstätige n=2677, Nicht-Berufstätige n=481, In Ausbildung n=342

Wertschätzung der Stadt Aachen – Subgruppenvergleiche (3/3)

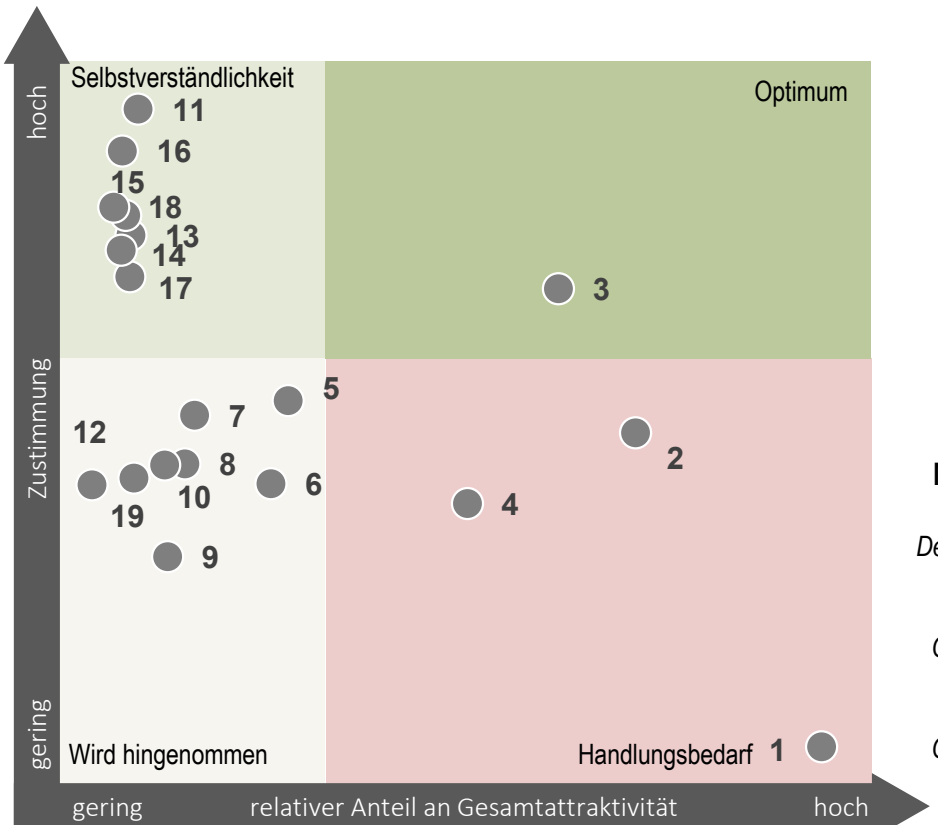
Bewohner Aachens bzw. des Umlands, die bereits mehr als 10 Jahre dort leben, zeigen eine geringere Wertschätzung als kürzlicher (weniger als 10 Jahre) Zugezogene.



I11: Wie sehr treffen die folgenden Aussagen Ihrer Ansicht nach zu?
Basis: Bis 10 Jahre n=556, Über 10 Jahre n=3084

Einflussfaktoren auf die Attraktivität der Stadt Aachen (1/2)

Den größten Einfluss auf die Attraktivität der Stadt hat der Aspekt der Einkaufsmöglichkeiten, welcher am wenigsten erfüllt ist und damit den größten Handlungsbedarf bietet. Die reizvolle Altstadt hingegen ist besonders relevant und zugleich überdurchschnittlich gut erfüllt.



Methode Shapley-Value Regression (LMG):
Der LMG Wert zeigt die relative Wichtigkeit des jeweiligen Merkmals in Bezug auf die Gesamtattraktivität der Stadt Aachen auf. D.h. welche Faktoren am meisten zur Gesamtattraktivität der Stadt Aachen beitragen.

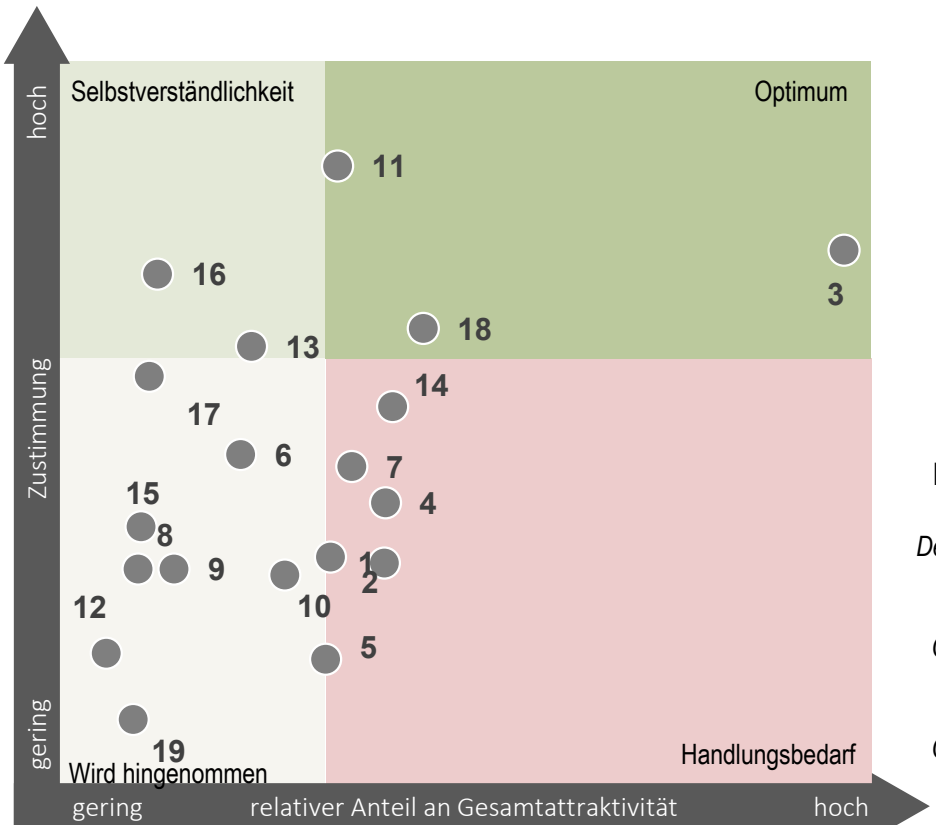
Aachen …

1	bietet erstklassige großstädtische Einkaufsmöglichkeiten
2	bietet ein ausgeprägtes europäisches Lebensgefühl
3	hat eine sehr reizvolle Altstadt
4	hat ein ausgezeichnetes Gastronomieangebot
5	ist eine Stadt mit ausgesprochen viel Grün und Natur
6	bietet ein sehr hochwertiges Kulturangebot
7	ist ein Ort mit sehr lebendigen Traditionen
8	ist ein sehr innovationsstarker Wirtschaftsstandort
9	ist ausgesprochen familienfreundlich
10	ist ein Ort mit bundesweit bedeutsamen Veranstaltungen
11	hat eine ausgezeichnete Lage
12	bietet viele erstklassige Sportmöglichkeiten
13	hat eine wichtige historische Bedeutung für Europa
14	ist ein sehr markanter Ort, um Geschichte zu erleben
15	steht für technologische Spitzenforschung und -entwicklung
16	ist ein ausgezeichneter Hochschulstandort
17	bildet sehr viele hochqualifizierte Fachkräfte aus
18	hat sehr bedeutende Sehenswürdigkeiten
19	ist ein bundesweit anerkannter Kurort

I7: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Stadt Aachen zustimmen.
Basis: Befragte, die alle Aussagen bewertet haben n=2940-3630

Einflussfaktoren auf die Attraktivität der Stadt Aachen (2/2)

Die reizvolle Altstadt hat in der Außensicht einen noch höheren Einfluss auf die Gesamtattraktivität und performt zudem auch hier überdurchschnittlich gut. Am ehesten bieten Grünflächen, europäisches Lebensgefühl und Einkaufsmöglichkeiten Handlungsbedarf.



Methode Shapley-Value Regression (LMG):

Der LMG Wert zeigt die relative Wichtigkeit des jeweiligen Merkmals in Bezug auf die Gesamtattraktivität der Stadt Aachen auf. D.h. welche Faktoren am meisten zur Gesamtattraktivität der Stadt Aachen beitragen.

Aachen …

1	bietet erstklassige großstädtische Einkaufsmöglichkeiten
2	bietet ein ausgeprägtes europäisches Lebensgefühl
3	hat eine sehr reizvolle Altstadt
4	hat ein ausgezeichnetes Gastronomieangebot
5	ist eine Stadt mit ausgesprochen viel Grün und Natur
6	bietet ein sehr hochwertiges Kulturangebot
7	ist ein Ort mit sehr lebendigen Traditionen
8	ist ein sehr innovationsstarker Wirtschaftsstandort
9	ist ausgesprochen familienfreundlich
10	ist ein Ort mit bundesweit bedeutsamen Veranstaltungen
11	hat eine ausgezeichnete Lage
12	bietet viele erstklassige Sportmöglichkeiten
13	hat eine wichtige historische Bedeutung für Europa
14	ist ein sehr markanter Ort, um Geschichte zu erleben
15	steht für technologische Spitzenforschung und -entwicklung
16	ist ein ausgezeichneter Hochschulstandort
17	bildet sehr viele hochqualifizierte Fachkräfte aus
18	hat sehr bedeutende Sehenswürdigkeiten
19	ist ein bundesweit anerkannter Kurort

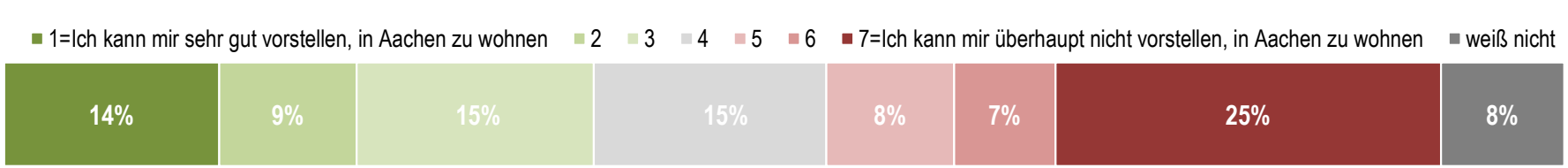
A12: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Stadt Aachen zustimmen.
Basis: Befragte, die alle Aussagen bewertet haben n=560-874

Inhaltsübersicht

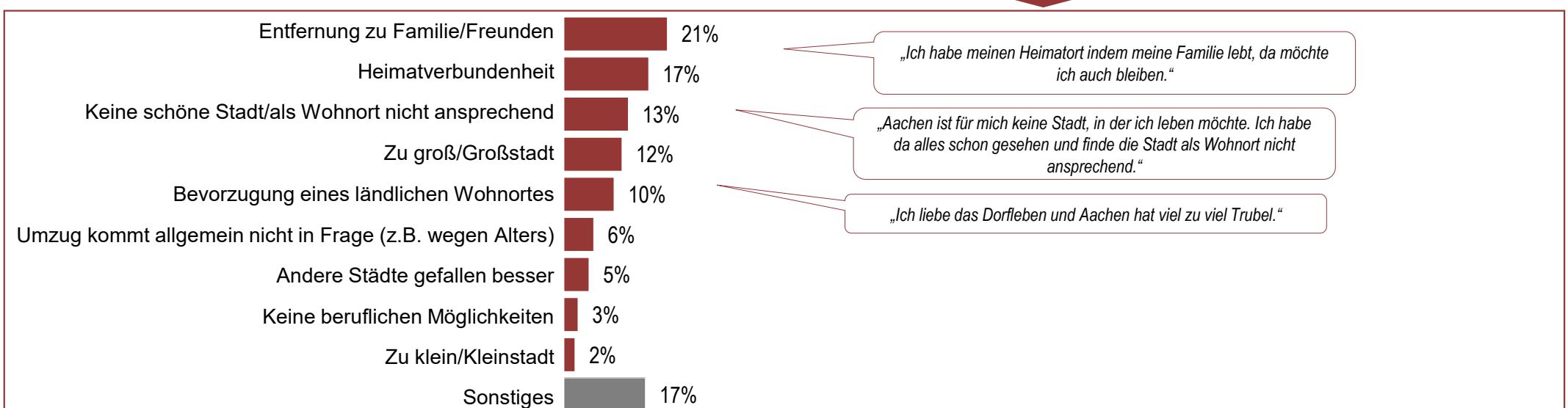
1. Studiensteckbrief
2. Management Summary
3. Bekanntheit, Assoziation und Besuchsgründe Aachen
4. Image Aachens
5. **Weiterempfehlung (Besuch und Wohnort)**
6. Soziodemographie

Aachen als Wohnort

Wie bereits 2018 kann sich in etwa jeder Vierte (sehr) gut vorstellen in Aachen zu wohnen. Auf der anderen Seite kann sich jeder Dritte dies nicht vorstellen – in erster Linie aufgrund der Entfernung zur Familie und der eigenen Heimatverbundenheit.



Ø	Top2	Top 2 (2018)
4,2	23%	25%

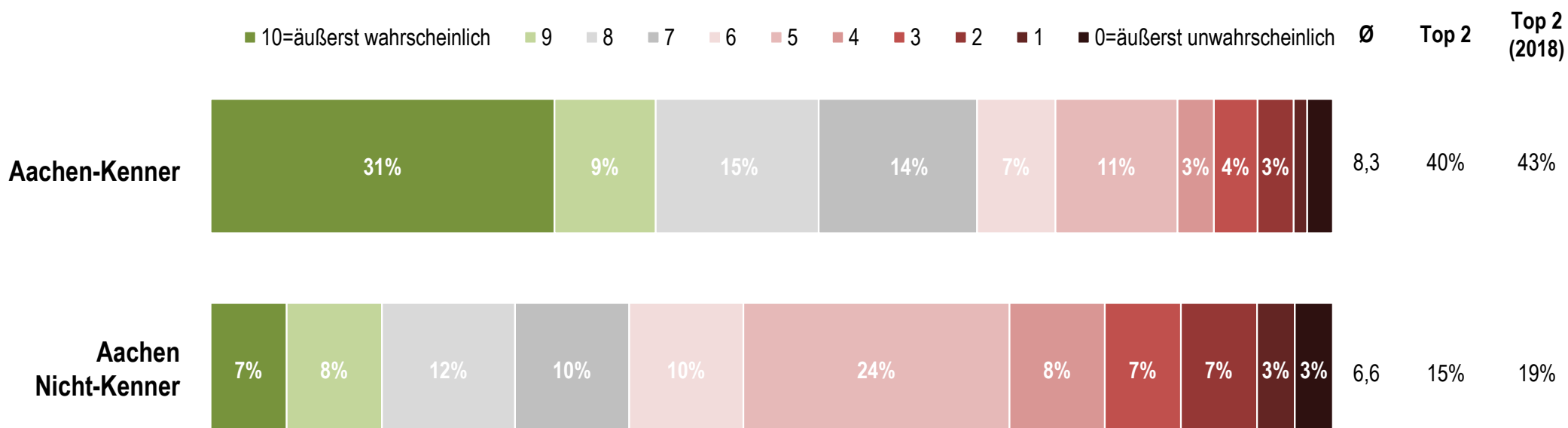


A15: Könnten Sie sich vorstellen in Aachen zu wohnen, wenn Sie losgelöst von privaten Gegebenheiten (Familie, Freunde, Immobilieneigentum) entscheiden könnten?
A16: Warum können Sie sich nicht vorstellen in Aachen zu wohnen? Was spricht für Sie gegen Aachen als Lebensmittelpunkt? (offene Abfrage, Darstellung der häufigsten Nennungen)
Basis: 2024/2018: Außensicht n=1000/1000, Personen, die sich nicht vorstellen können in Aachen zu wohnen; n=294/312

Erneuter Besuch in Aachen

Liegt der letzte Aachen-Besuch maximal 8 Jahre zurück, ist die erneute Besuchswahrscheinlichkeit erwartungsgemäß deutlich höher (40%) als unter Besucher*innen vor mehr als 8 Jahren (15%). Die Unterschiede zur Erhebung in 2018 sind diesbezüglich eher gering.

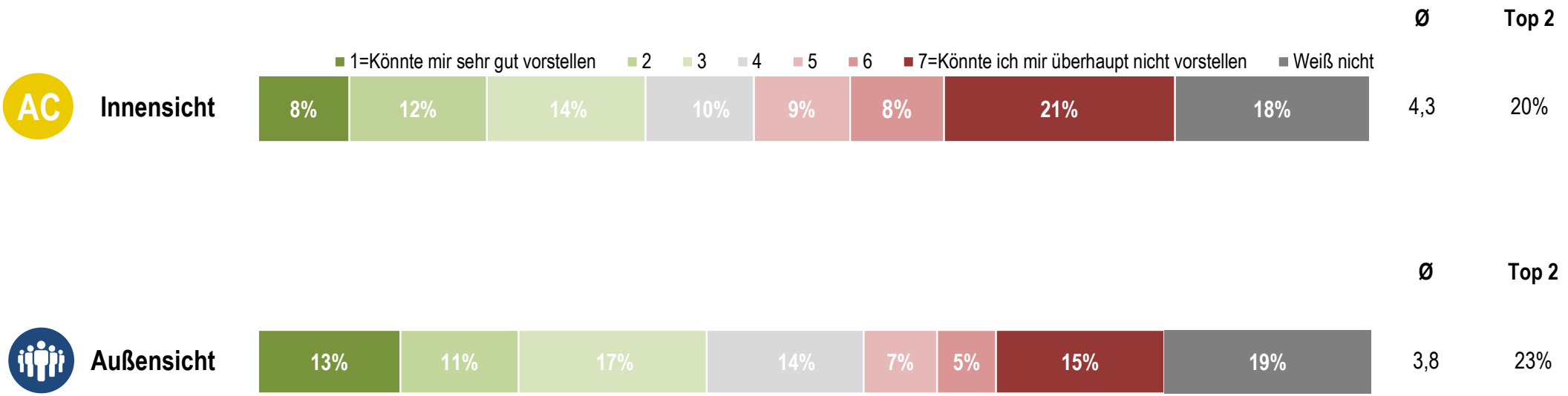
Erneuter Aachen-Besuch:



A11: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Stadt noch einmal besuchen? (Werte <3% nicht dargestellt)
Basis: Außensicht: Aachen-Kenner n=744, Aachen Nicht-Kenner n=59

Aachen als Unternehmensstandort (1/3)

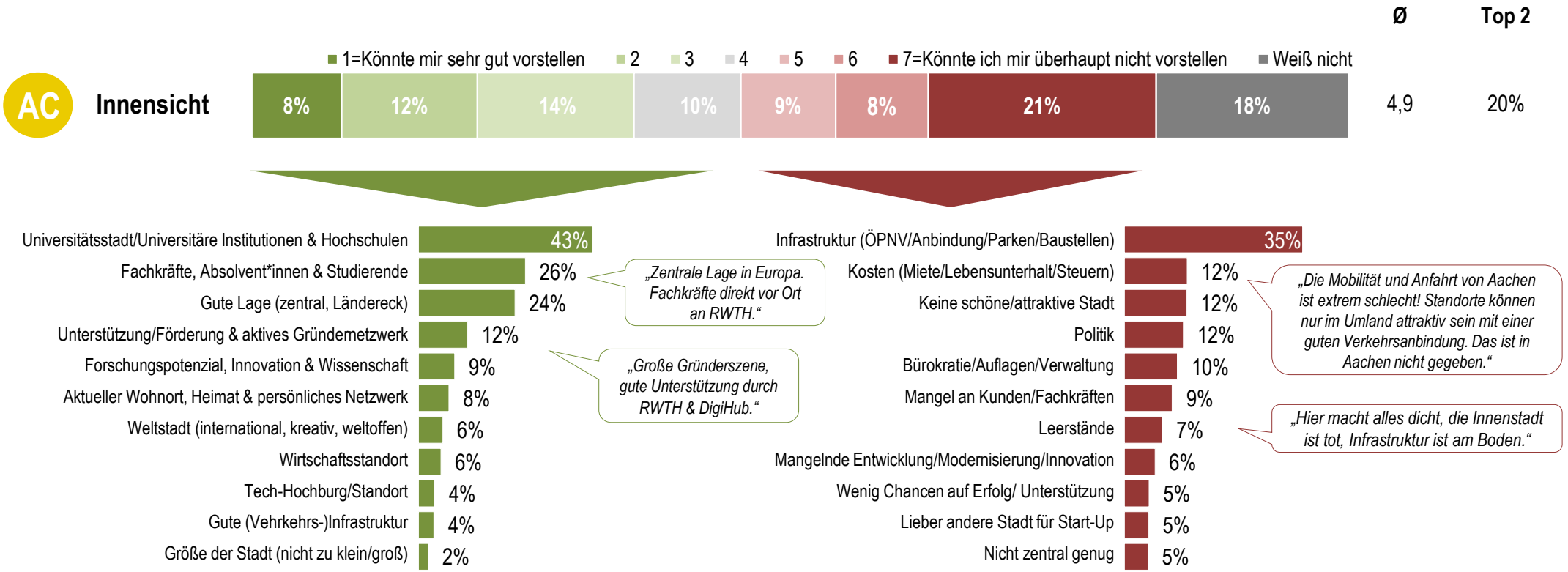
Eine hypothetische Startup-Gründung kann sich in etwa jeder Fünfte (Innensicht) bzw. jeder Vierte (Außensicht) in Aachen vorstellen. Der Anteil an „Gründer*innen“, die sich Aachen als Standort (überhaupt) nicht vorstellen können, ist in der Innensicht größer.



A23/I23: Stellen Sie sich nun einmal vor, Sie wollen in naher Zukunft ein Startup gründen. Wie gut könnten Sie sich vorstellen, Aachen als Unternehmensstandort dafür zu wählen?
Basis: Außensicht: n=1000, Innensicht n=3640

Aachen als Unternehmensstandort (2/3)

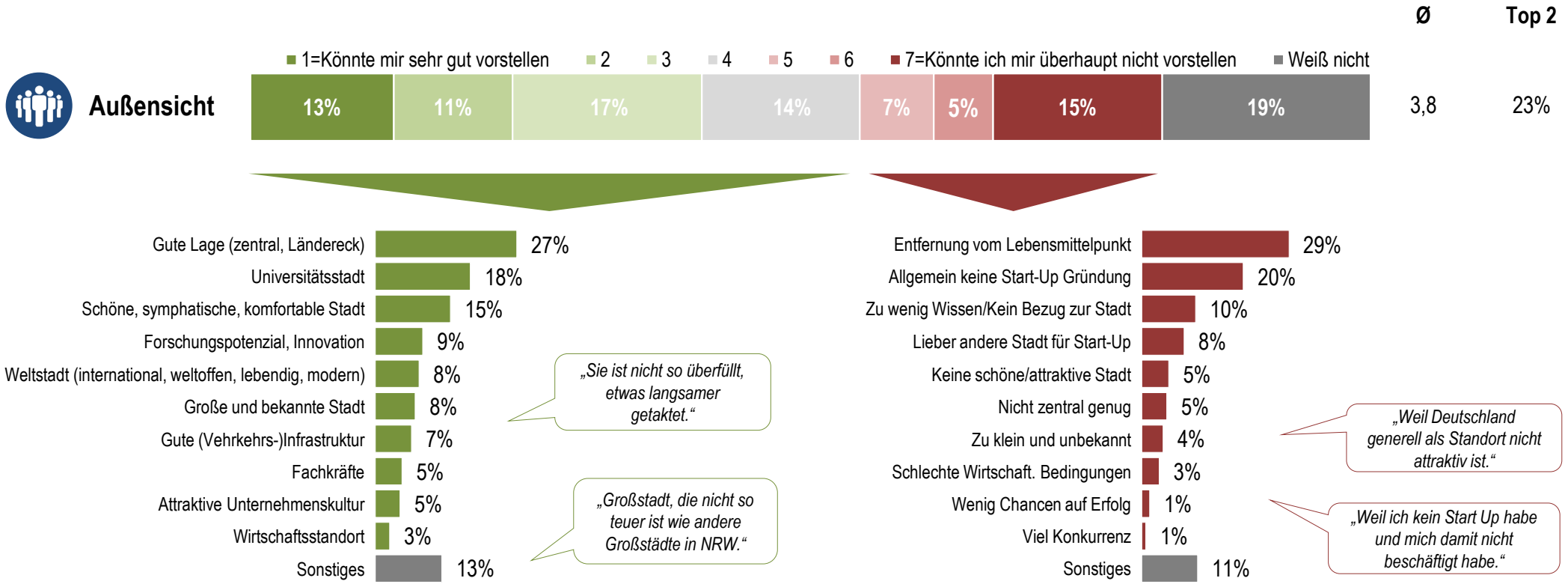
Aachen-Bewohner können sich auf Grund der Universitäten und Hochschulen, der entsprechenden Fachkräfte und der guten Lage vorstellen Aachen als Unternehmensstandort zu nutzen. Dagegen spricht in erster Linie die Infrastruktur.



I23: Stellen Sie sich nun einmal vor, Sie wollen in naher Zukunft ein Startup gründen. Wie gut könnten Sie sich vorstellen, Aachen als Unternehmensstandort dafür zu wählen?
I24: Warum können Sie sich (eher) nicht vorstellen, Aachen als Unternehmensstandort für ein Startup zu wählen? Was spricht für Sie dagegen? (offene Abfrage, Darstellung der häufigsten Nennungen)
I25: Warum können Sie sich (eher) vorstellen, Aachen als Unternehmensstandort für ein Startup zu wählen? Was spricht für Sie für diese Stadt? (offene Abfrage, Darstellung der häufigsten Nennungen)
Basis: Innensicht: n=3640; (eher) nicht vorstellen n=1378; (eher) vorstellen n=1624

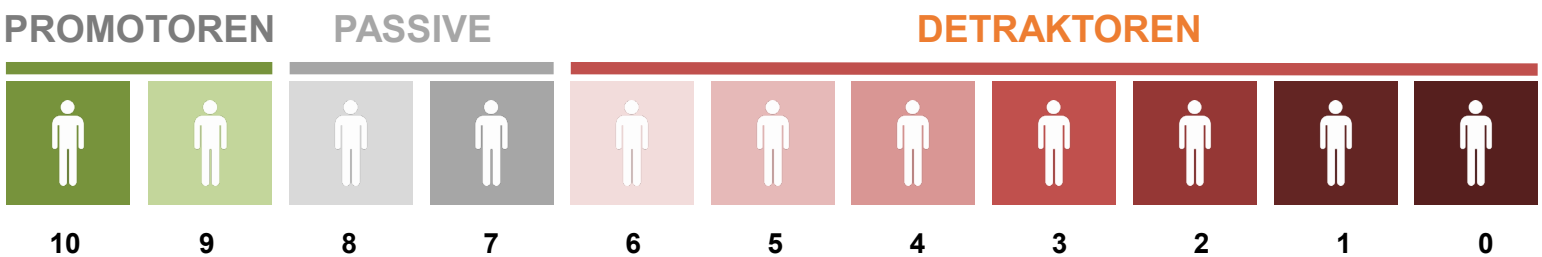
Aachen als Unternehmensstandort (3/3)

In der Außensicht werden insbesondere die gute Lage und Aachen als schöne Universitätsstadt als Gründe für die Vorstellbarkeit genannt. Anders als bei der Innensicht ist die dadurch entstehende Entfernung zum eigentlichen Lebensmittelpunkt der Hauptgrund dagegen.



A17: Stellen Sie sich nun einmal vor, Sie wollen in naher Zukunft ein Startup gründen. Wie gut könnten Sie sich vorstellen, Aachen als Unternehmensstandort dafür zu wählen?
A18: Warum können Sie sich (eher) nicht vorstellen, Aachen als Unternehmensstandort für ein Startup zu wählen? Was spricht für Sie dagegen? (offene Abfrage, Darstellung der häufigsten Nennungen)
A19: Warum können Sie sich (eher) vorstellen, Aachen als Unternehmensstandort für ein Startup zu wählen? Was spricht für Sie für diese Stadt? (offene Abfrage, Darstellung der häufigsten Nennungen)
Basis: Außensicht: n=1000

Erklärung Net Promotor Score



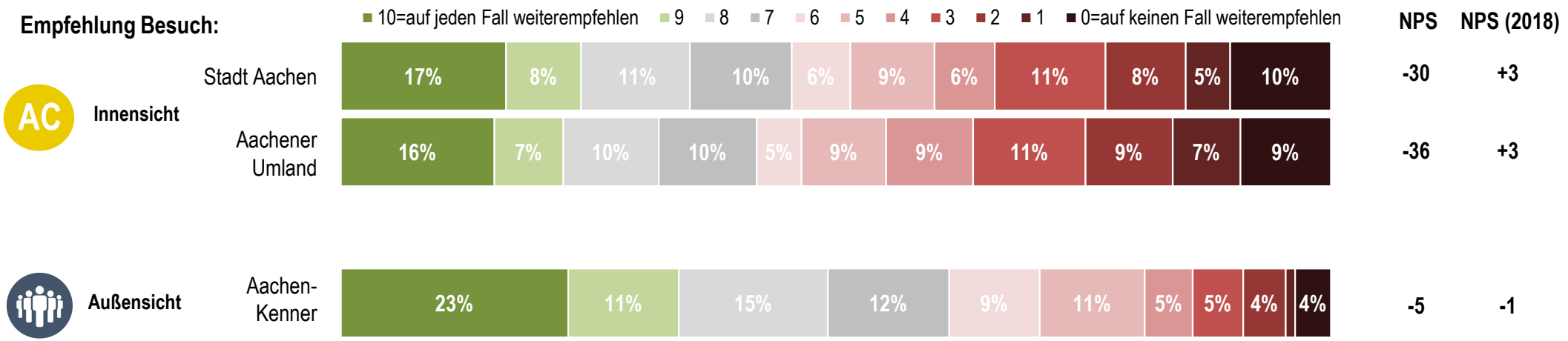
Der Net Promotor Score ist eine Kennzahl, welche die Wahrscheinlichkeit einer Weiterempfehlung angibt. Hierbei haben die Befragten die Möglichkeit, auf einer Skala von 0 (sehr unwahrscheinlich) bis 10 (sehr wahrscheinlich) ihre Weiterempfehlungsbereitschaft anzugeben. Der NPS wird wie folgt berechnet:

NPS = ***% -*** ***%***

Der NPS kann folglich Werte zwischen -100% und +100% erreichen, je größer der Wert, desto positiver das Ergebnis.

Net Promotor Score Aachen

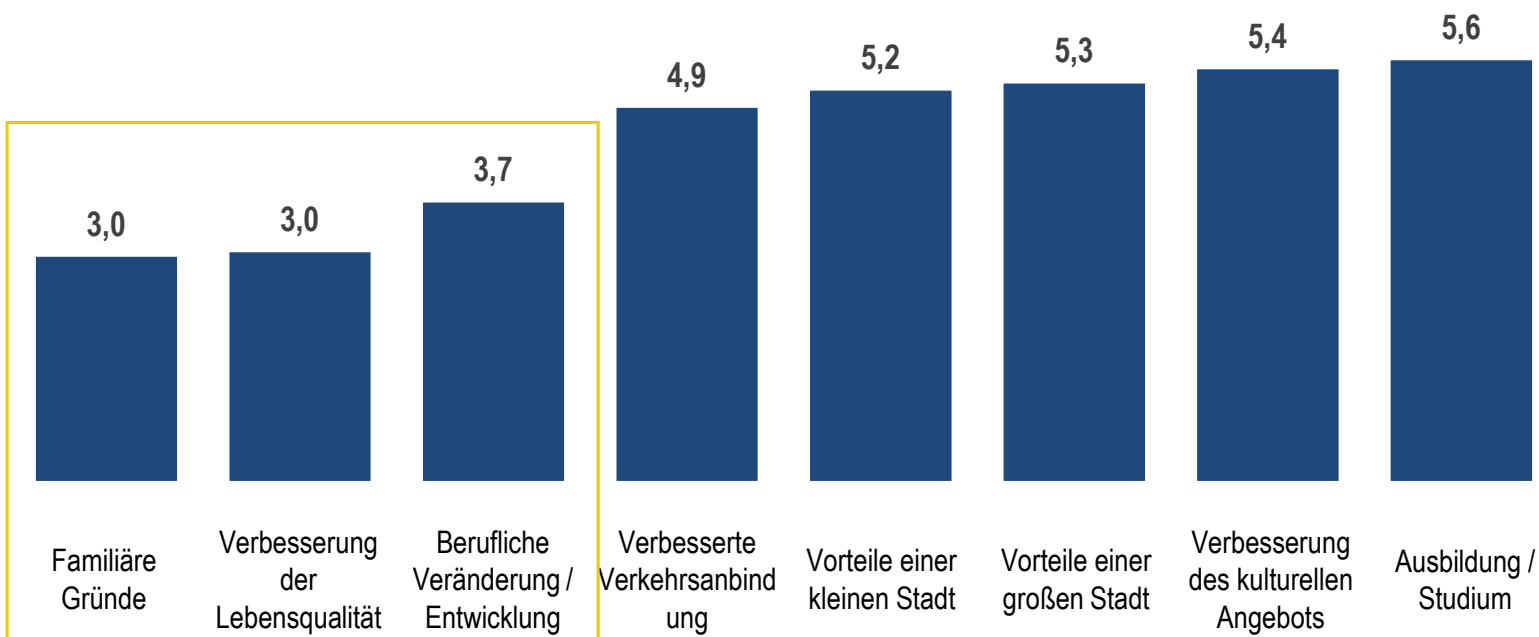
Stabile Weiterempfehlungsbereitschaft innerhalb der Außensicht, während der NPS unter Bewohner*innen der Stadt und des Umlands deutlich gesunken und nun sogar klar negativ ist. Auch die Weiterempfehlung als Wohnort ist noch weiter gesunken (2018 bereits klar negativ).



I12/A17: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie einen Besuch der Stadt Aachen an Freunde und Bekannte weiterempfehlen? / I13: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Freunden oder Bekannten Aachen als Wohnort empfehlen?
Basis: Innensicht: Stadt Aachen n=2821, Aachener Umland n=819, davon 100 Belgien, 50 Niederlande, Außensicht: Aachen Kenner n=744 (Werte <3% nicht dargestellt)

Gründe für Umzug

Analog zur Erhebung 2018 sind auch 2024 die Hauptgründe für den letzten Umzug familiäre Gründe, Verbesserung der Lebensqualität und berufliche Veränderungen.



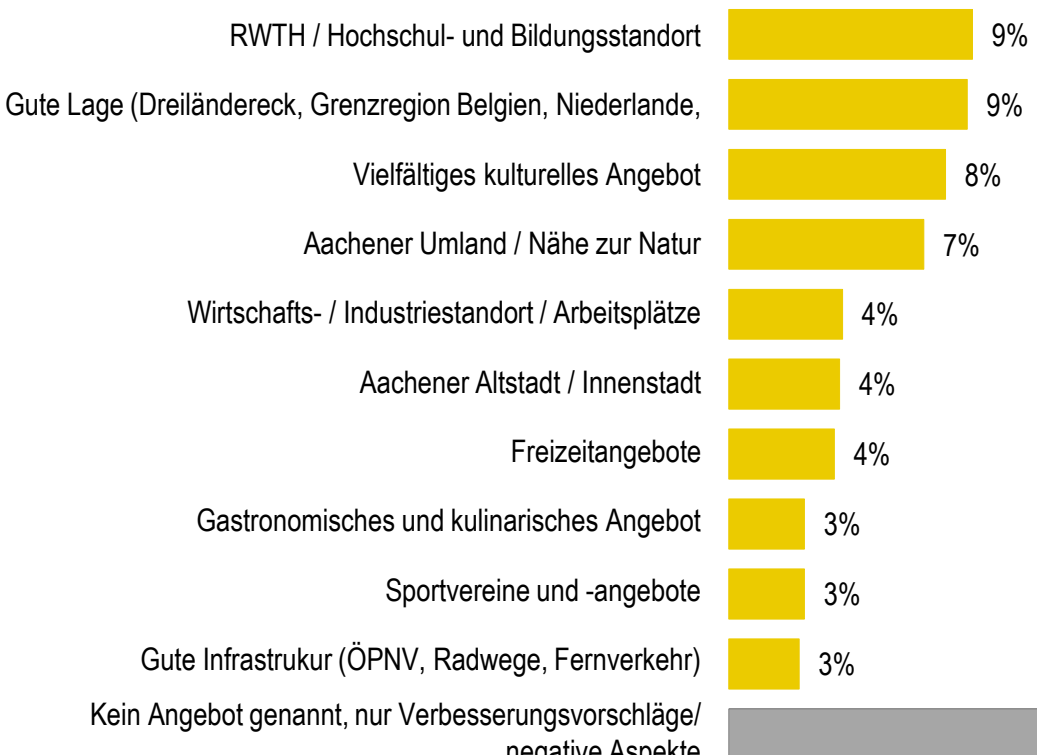
Top 3 Gründe 2018:

1. Familiäre Gründe (⌀ 2,9)
2. Verbesserung der Lebensqualität (⌀ 3,0)
3. Berufliche Veränderungen/ Entwicklung (⌀ 3,7)

A14: Denken Sie einmal an Ihren letzten Umzug. Warum sind Sie umgezogen? (Ranking-Frage, Darstellung der mittleren Platzierung)
Basis: Befragte, die schon einmal umgezogen sind n=844

Bisher versteckte Qualitäten Aachens

Deutlich häufiger als noch 2018 (19%) wurden keine „versteckten“ Qualitäten Aachens genannt (31%), sondern eher kritisiert bzw. Verbesserungsvorschläge genannt. Ansonsten sind die stärker zu kommunizierenden Qualitäten gleichgeblieben.



Top 3 Qualitäten 2018:

1. RWTH / Hochschul- und Bildungsstandort (13%)
2. Gute Lage (Dreiländereck, Grenzregion Belgien, Niederlande, Nähe zu anderen Städten, europäische Stadt) (13%)
3. Vielfältiges kulturelles Angebot (11%)

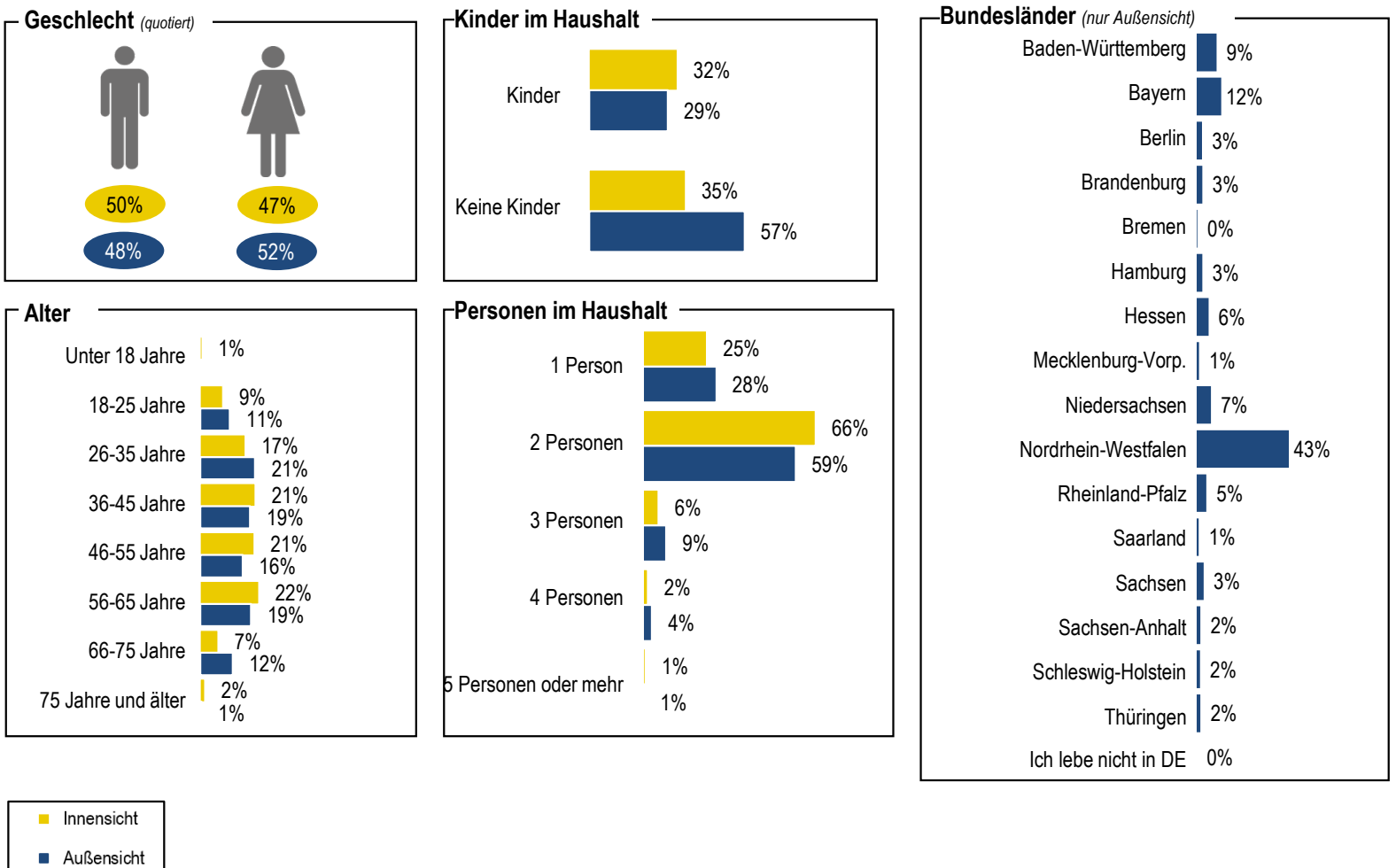
I14: Welche Angebote und Qualitäten Aachens sollten bekannter werden, um in Zukunft mehr Menschen außerhalb der Region für Aachen zu interessieren (z.B. Studierende, Fachkräfte, Familien)? (offene Abfrage, Darstellung der häufigsten Nennungen)

Basis: Innensicht n=3640

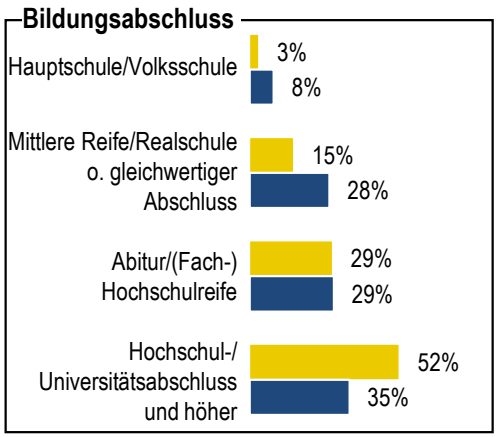
Inhaltsübersicht

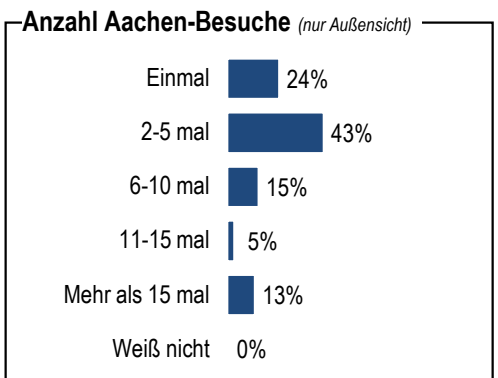
1. Studiensteckbrief
2. Management Summary
3. Bekanntheit, Assoziation und Besuchsgründe Aachen
4. Image Aachens
5. Weiterempfehlung (Besuch und Wohnort)
6. **Soziodemographie**

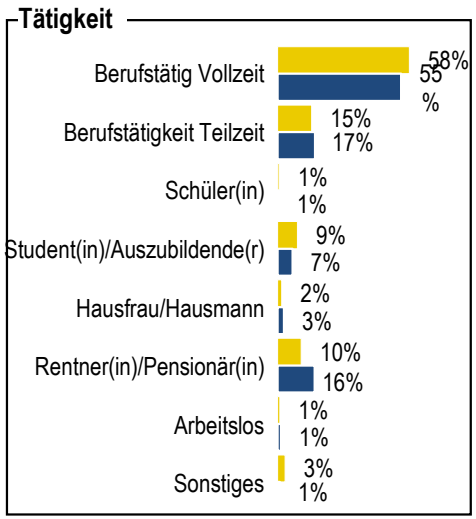
Netto-Stichprobe (1/2)

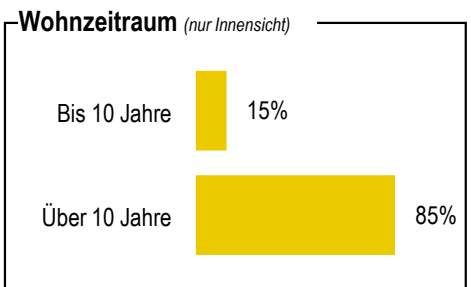


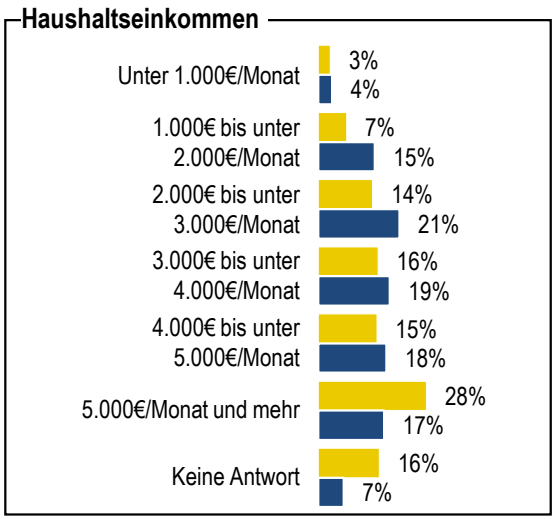
Netto-Stichprobe (2/2)

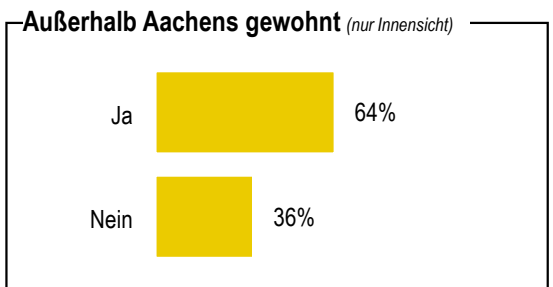




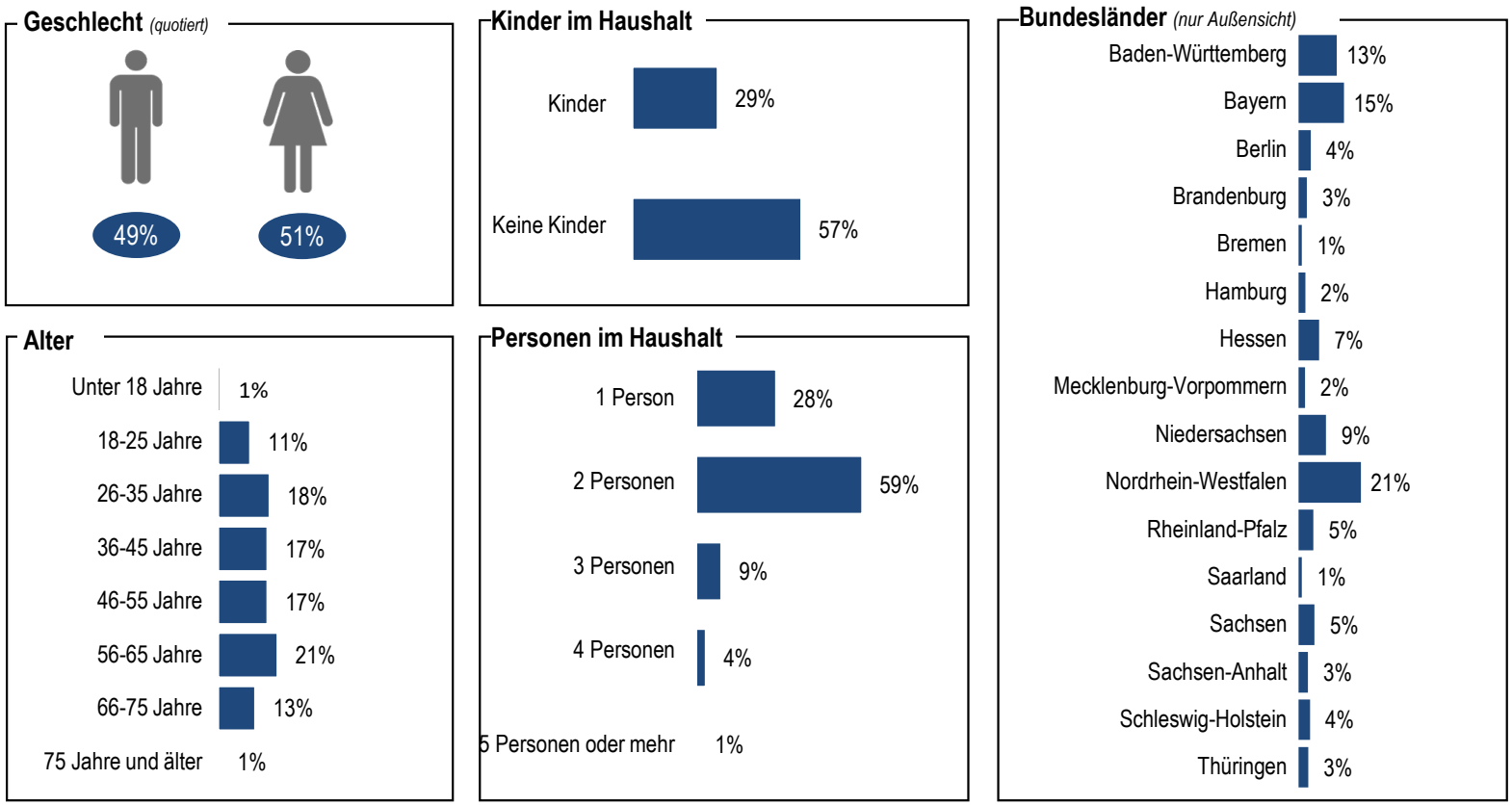




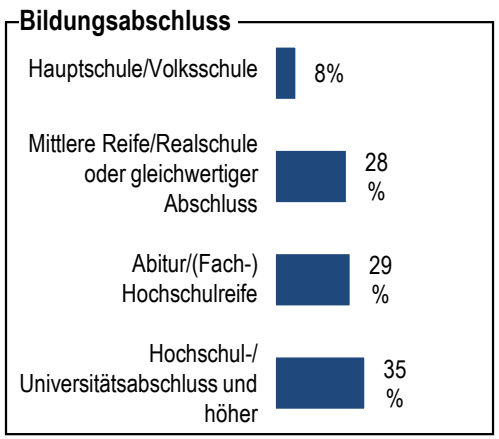


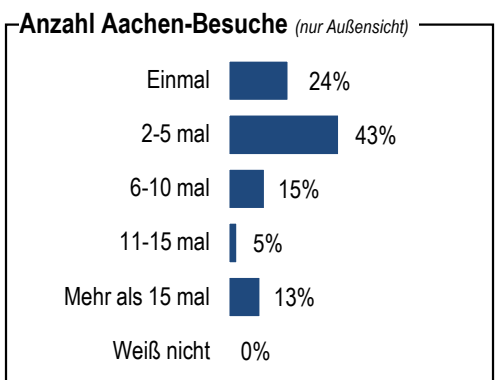


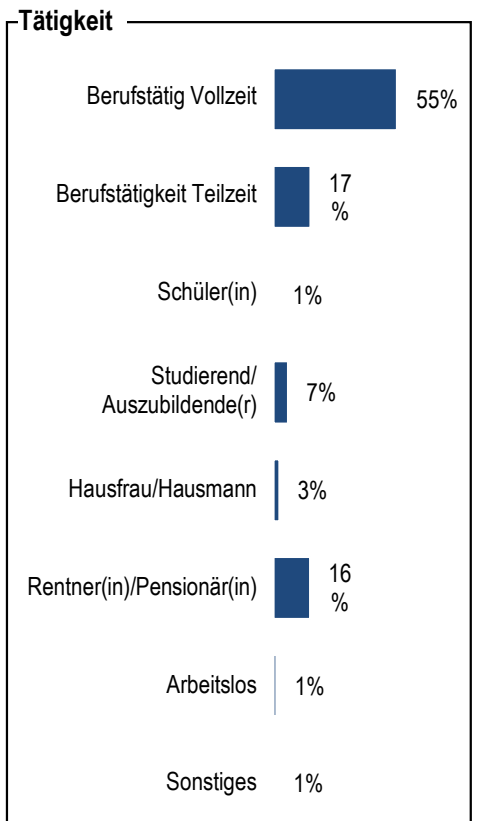
Brutto-Stichprobe (1/2)

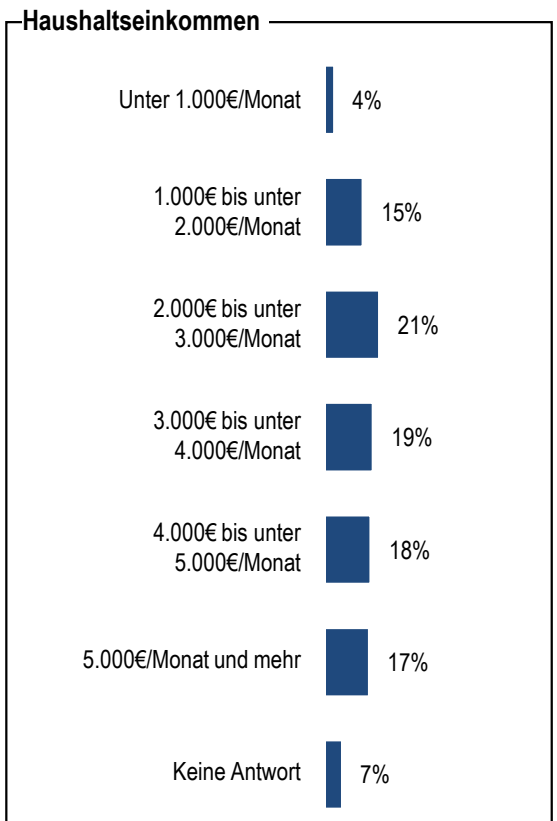


Brutto-Stichprobe (2/2)









Koordinierte

Bürgerbefragung

2024 – Ergebnisse

www.aachen.de

URBAN AUDIT VDSt

stadt aachen

70 von 87 in Zusammenstellung

Koordinierte Bürgerbefragung

Lebenszufriedenheit in deutschen Städten

- 3. Teilnahme Aachens an koordinierter Bürgerbefragung (nach 2018/19 und 2021)
- 16 deutsche Städte
- Aachen: 886 Teilnehmer*innen (von 2.300 Angeschriebenen – Melderegister)
- Erhebungszeitraum: 26.08.2024 – 22.10.2024
- Bereinigte Responsequote (ohne Nichtzustellbare): 40,8 %
- Gesamtbericht mit Methodik und Fragebogen:
  https://www.staedtestatistik.de/fileadmin/media/VDSt/Umfragen/PDF/VDSt_Koord.Umfrage2024_Gesamtbericht_V5.pdf
- Im folgenden Schnellüberblick über Ergebnisse
  - Aachen versus alle Städte
  - Aachen 2024 versus Aachen 2021

URBAN AUDIT VDSt

Schnellvergleich

Aachen – alle Städte

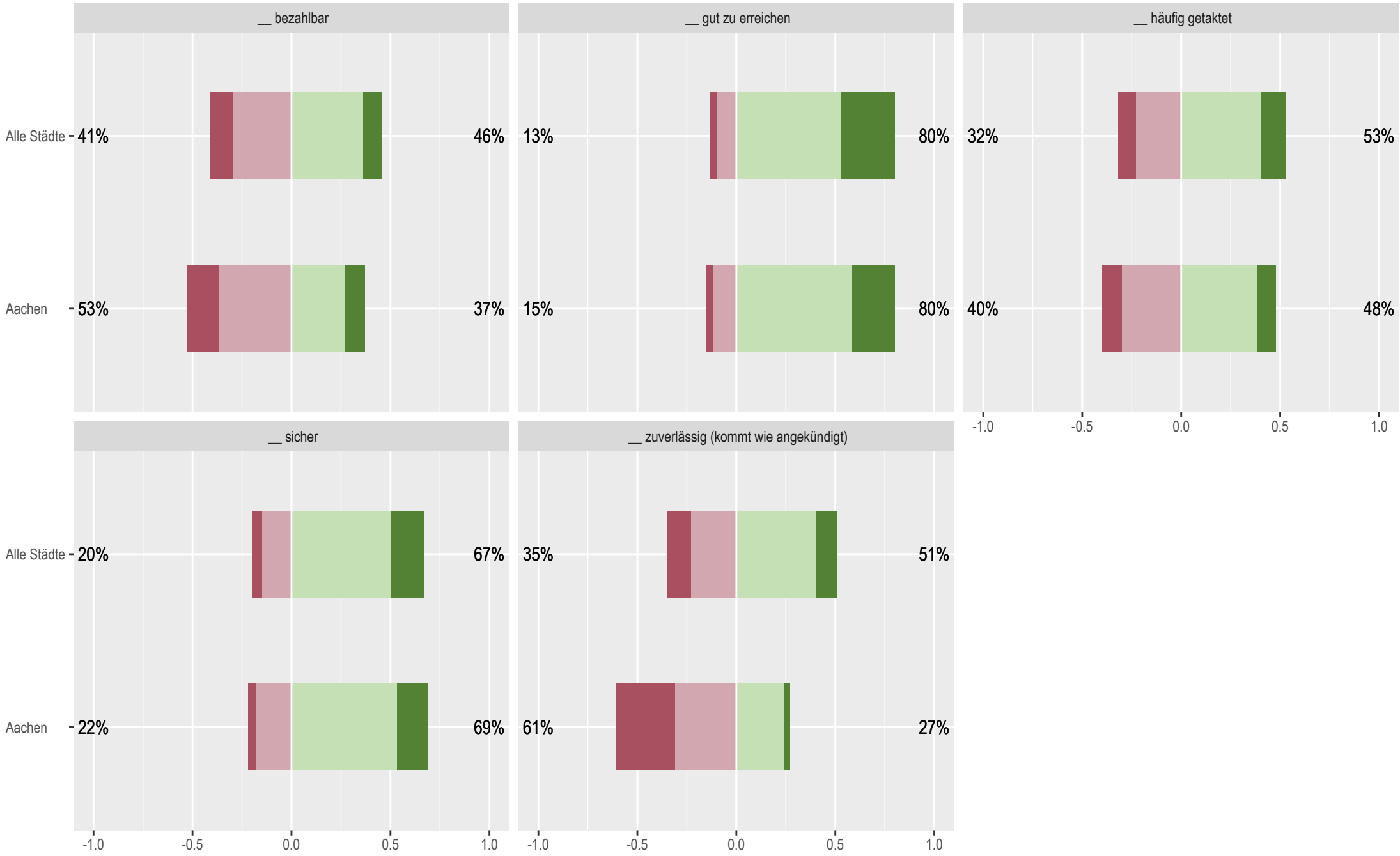
2024

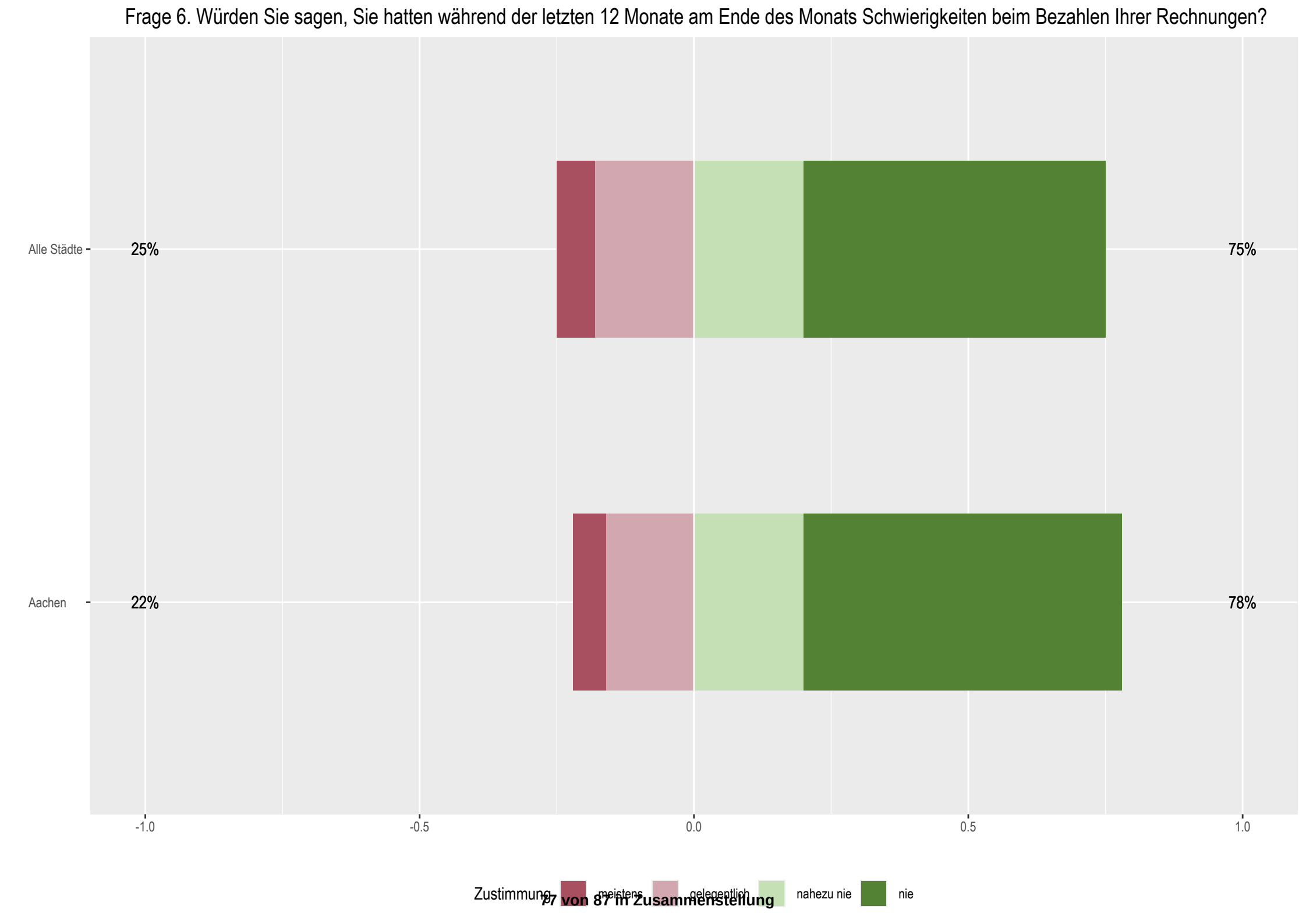
Frage 1. Im Folgenden geht es um Ihre Lebenszufriedenheit in [Stadtname]. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Gegebenheiten in [Stadtname]?

Frage 2. Bitte geben Sie an, wie sehr Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

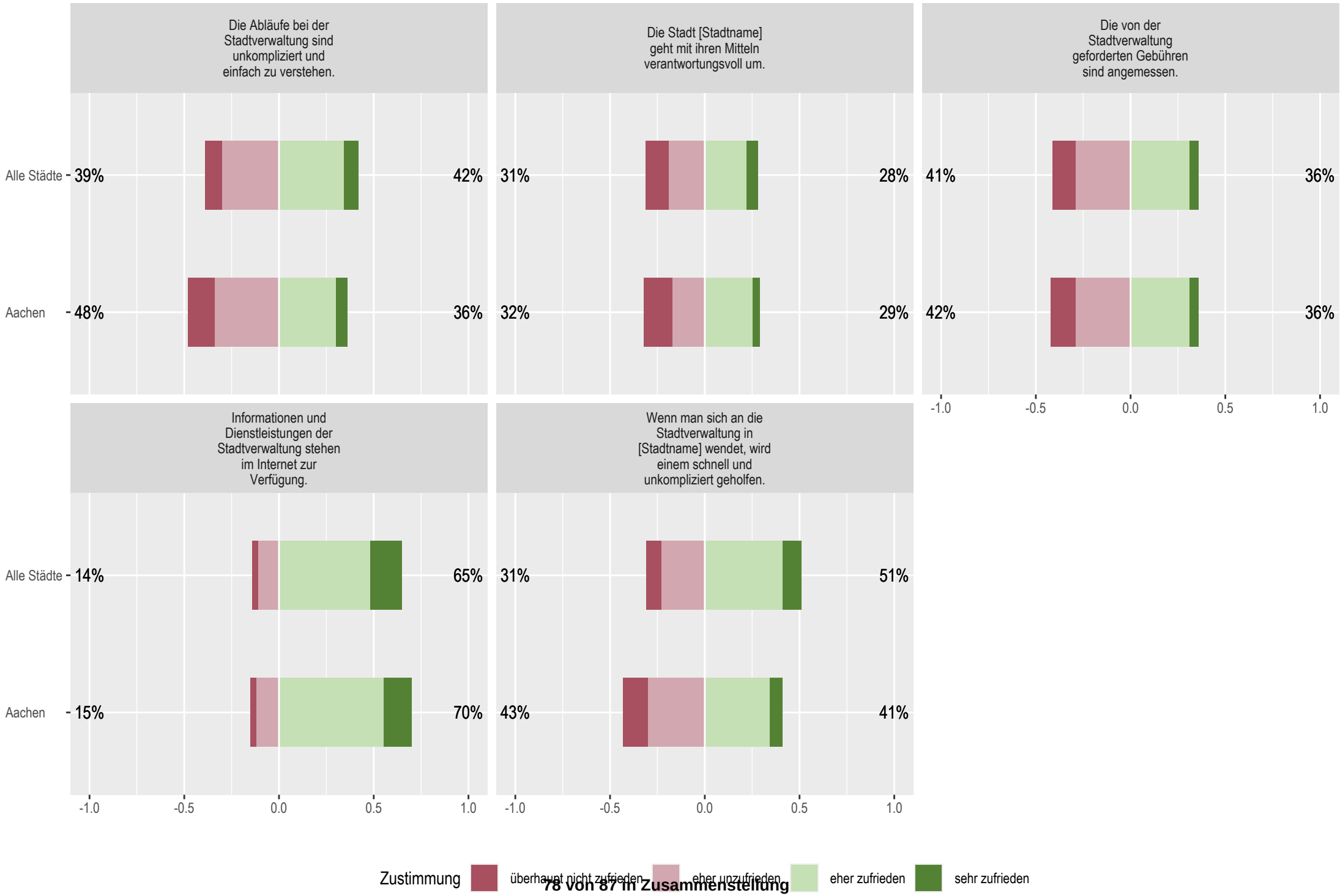
Frage 3. Im Großen und Ganzen: Wie zufrieden sind Sie mit [Stadtname]?
... dem Leben, das Sie führen
... der finanziellen Situation Ihres Haushalts
... der Wohngegend, in der Sie leben
... Ihrer persönlichen beruflichen Situation
Alle Städte
Aachen
10%
89%
20%
78%
10%
89%
19%
79%
12%
87%
11%
74%
11%
88%
12%
73%
0.0
0.5
1.0
Zustimmung
überhaupt nicht zufrieden
eher unzufrieden
eher zufrieden
sehr zufrieden

Frage 5. Wenn Sie an Ihre eigenen Erfahrungen oder Wahrnehmungen mit dem öffentlichen Nahverkehr in [Stadtname] denken: Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?




Frage 6. Würden Sie sagen, Sie hatten während der letzten 12 Monate am Ende des Monats Schwierigkeiten beim Bezahlen Ihrer Rechnungen?
Alle Städte
25%
75%
Aachen
22%
78%
-1.0
-0.5
0.0
0.5
1.0
Zustimmung
meistens
gelegentlich
nahezu nie
nie
7 von 87 in Zusammenstellung

Frage 7. Im Folgenden geht es um einige Aussagen zu Ihrer Stadtverwaltung.
Bitte geben Sie an, ob Sie der Aussage sehr zustimmen, eher zustimmen,...



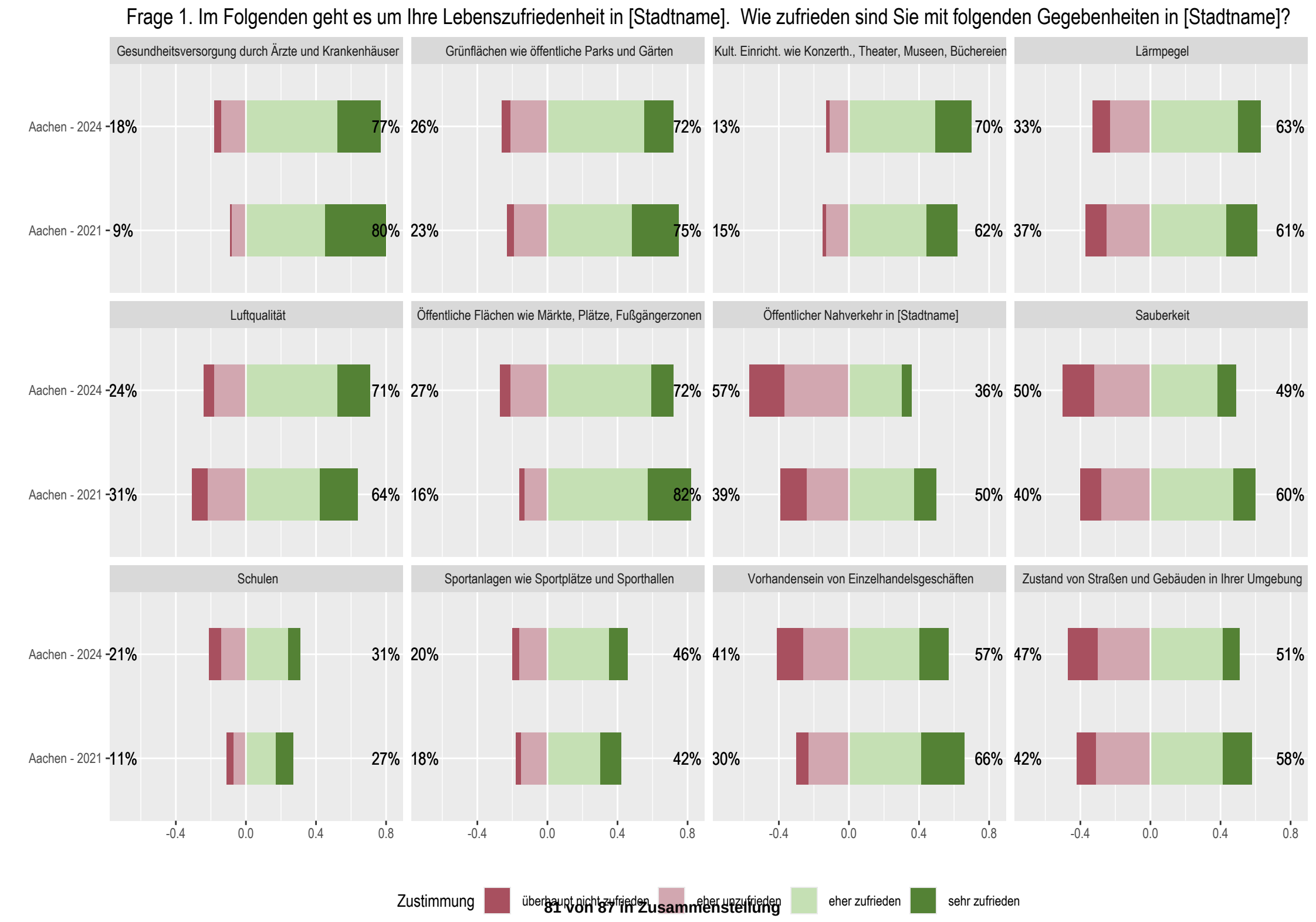
Welche der folgenden Themen sind Ihrer Meinung nach DIE DREI WICHTIGSTEN für [Stadtname]?
Alle Städte
Aachen
53%
42%
16%
22%
6%
8%
21%
27%
35%
24%
32%
8%
43%
44%
16%
37%
6%
6%
25%
31%
20%
23%
35%
10%
0
1
2
3
Antwort
Arbeitslosigkeit
Bildung und Ausbildung
Gesellschaftlicher Zusammenhalt
Gesundheitsversorgung
Infrastruktur der Straßen
Klimawandel/Umweltschutz
Lärm
Luftverschmutzung
Öffentlicher Personennahverkehr
Soziale Einrichtungen
Wohnungswesen
Sicherheit

Schnellvergleich

Aachen

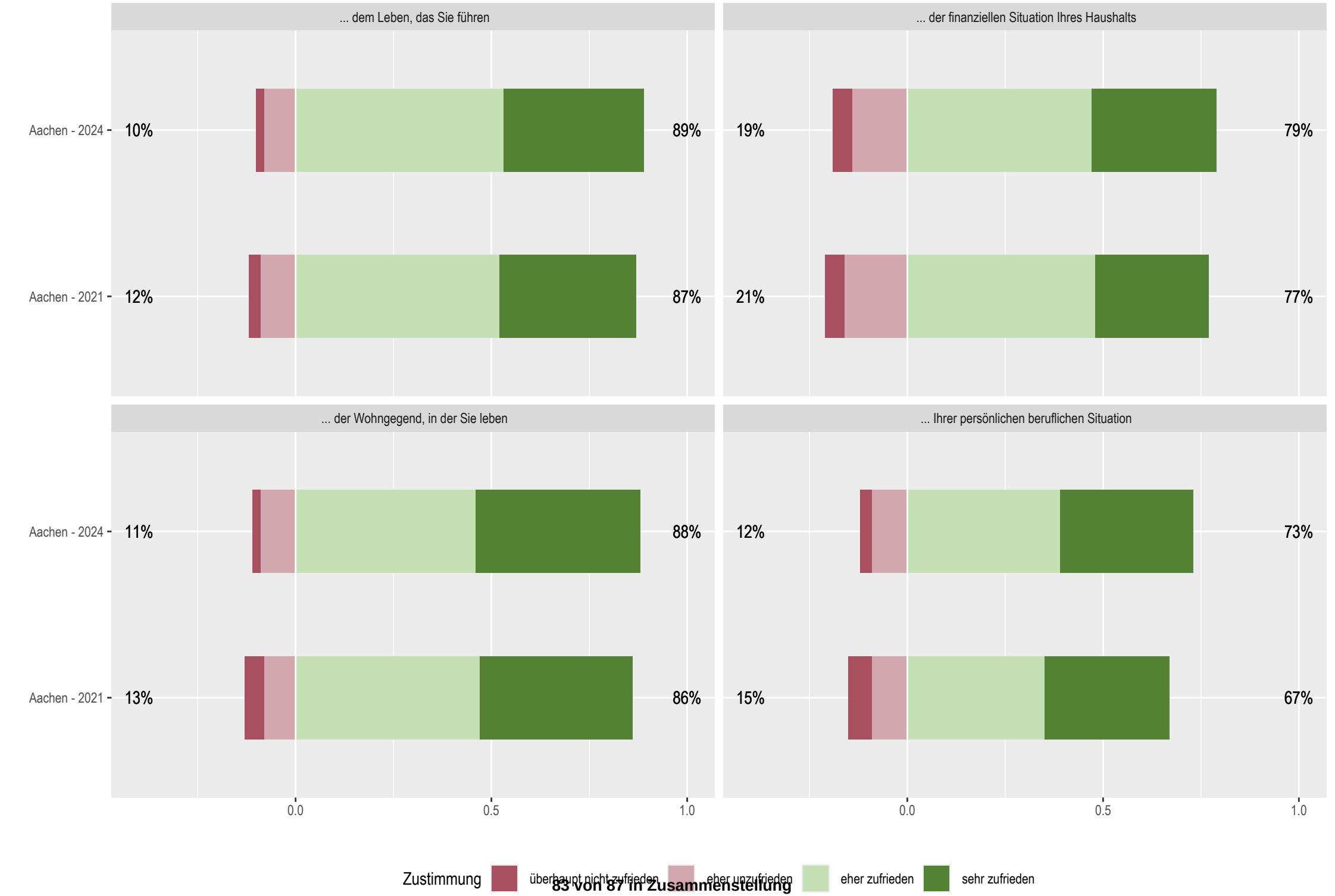
2024 – 2021

URBAN AUDIT VDSt

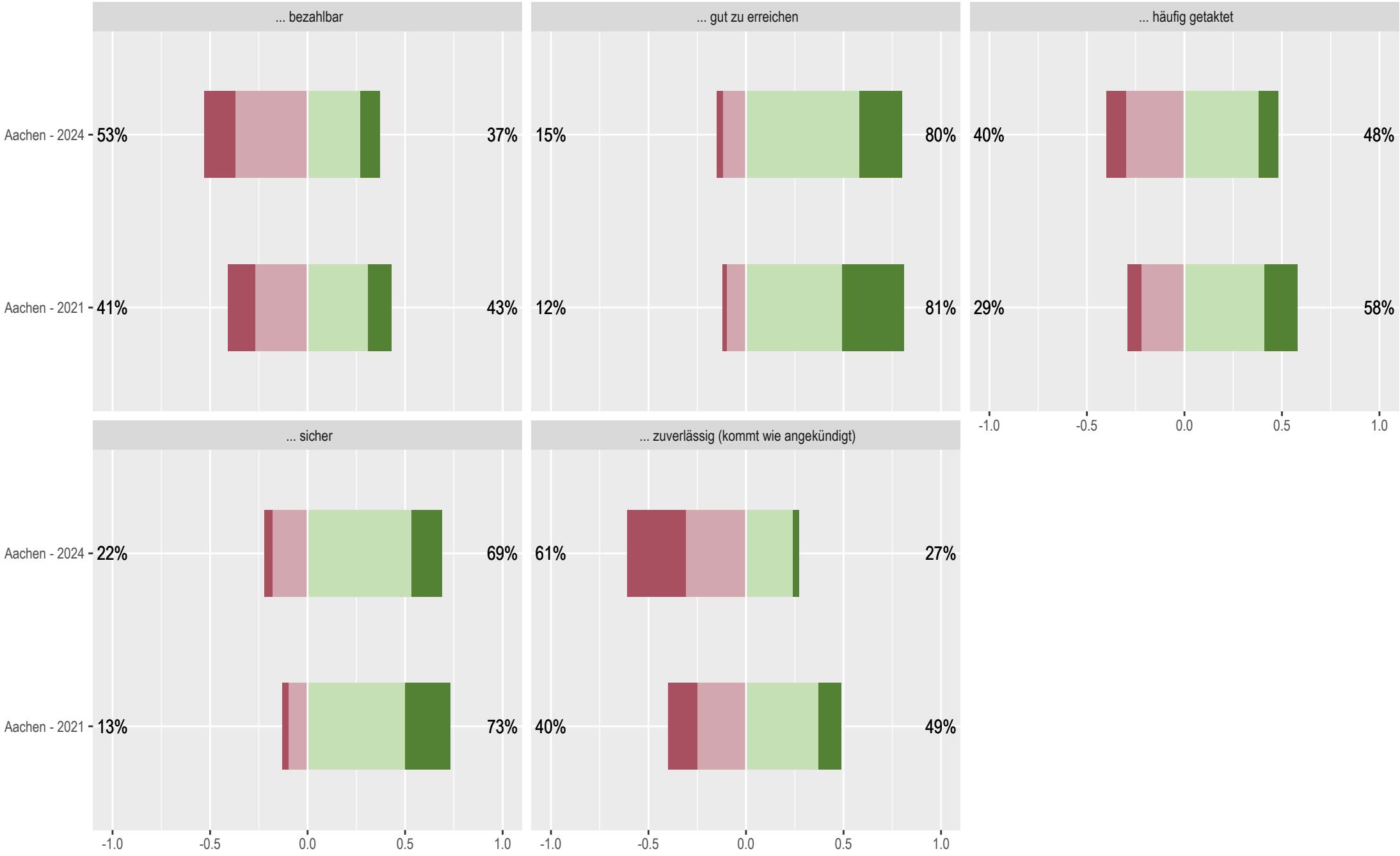

Frage 1. Im Folgenden geht es um Ihre Lebenszufriedenheit in [Stadtname]. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Gegebenheiten in [Stadtname]?
Gesundheitsversorgung durch Ärzte und Krankenhäuser
Grünflächen wie öffentliche Parks und Gärten
Kult. Einricht. wie Konzerth., Theater, Museen, Büchereien
Lärmpegel
Luftqualität
Öffentliche Flächen wie Märkte, Plätze, Fußgängerzonen
Öffentlicher Nahverkehr in [Stadtname]
Sauberkeit
Schulen
Sportanlagen wie Sportplätze und Sporthallen
Vorhandensein von Einzelhandelsgeschäften
Zustand von Straßen und Gebäuden in Ihrer Umgebung
Aachen - 2024
Aachen - 2021
18% 77%
9% 80%
26% 72%
23% 75%
13% 70%
15% 62%
33% 63%
37% 61%
24% 71%
31% 64%
27% 72%
16% 82%
57% 36%
39% 50%
50% 49%
40% 60%
21% 31%
11% 27%
20% 46%
18% 42%
41% 57%
30% 66%
47% 51%
42% 58%
-0.4
0.0
0.4
0.8
Zustimmung
überhaupt nicht zufrieden
eher unzufrieden
eher zufrieden
sehr zufrieden

Frage 2. Bitte geben Sie an, wie sehr Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

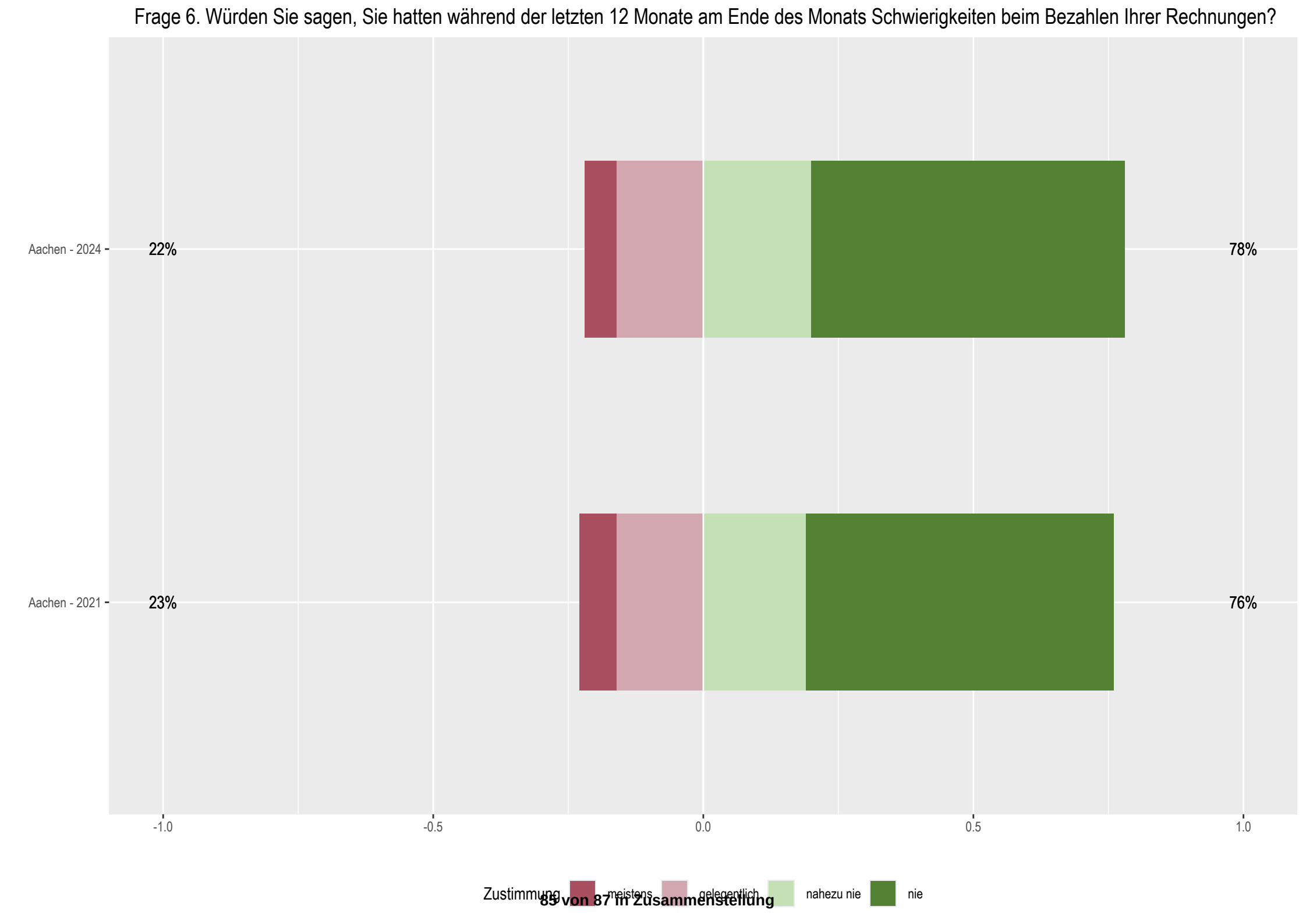
Frage 3. Im Großen und Ganzen: Wie zufrieden sind Sie mit [Stadtname]?



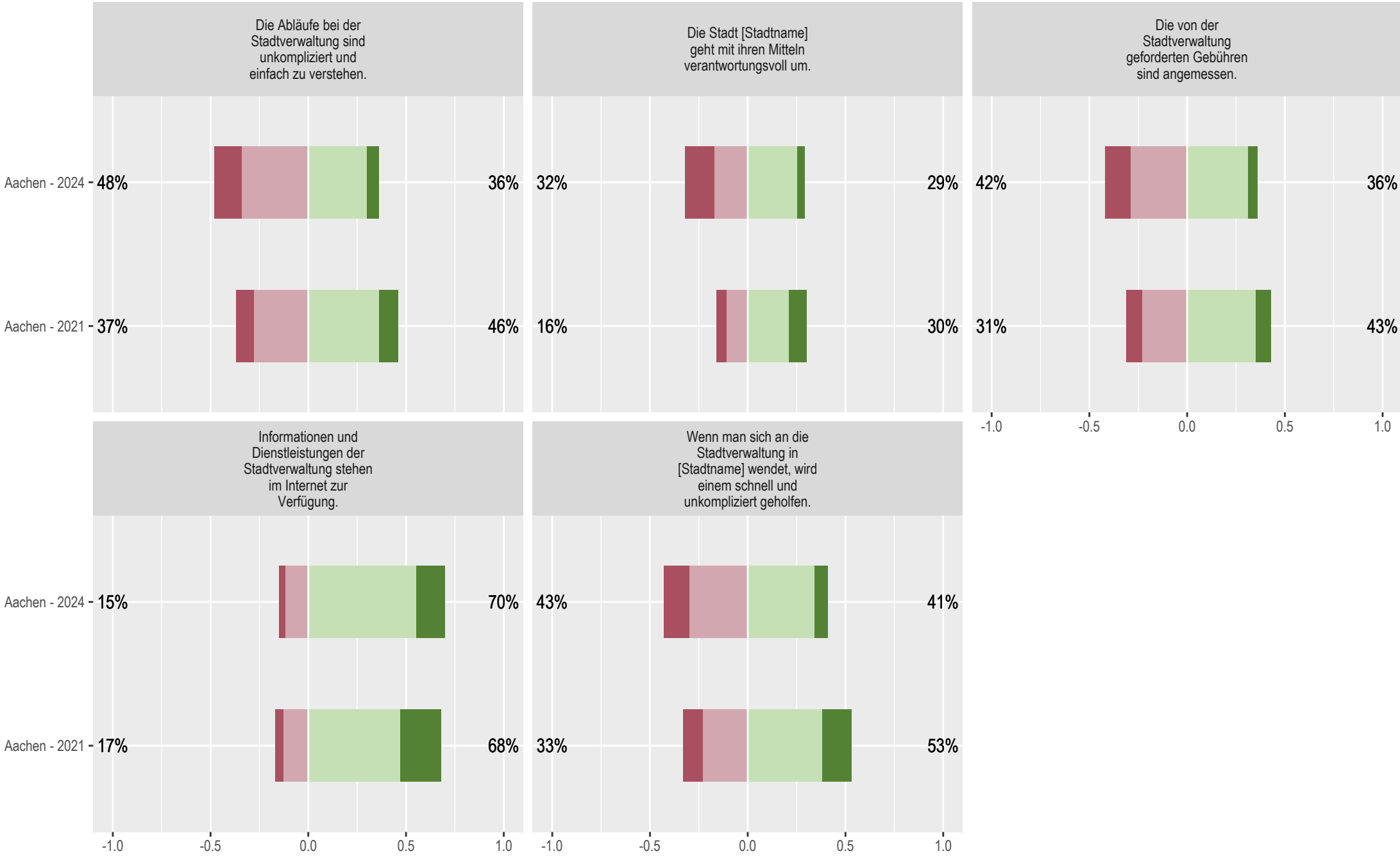
Frage 5. Wenn Sie an Ihre eigenen Erfahrungen oder Wahrnehmungen mit dem öffentlichen Nahverkehr in [Stadtname] denken: Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?



Frage 6. Würden Sie sagen, Sie hatten während der letzten 12 Monate am Ende des Monats Schwierigkeiten beim Bezahlen Ihrer Rechnungen?



Frage 7. Im Folgenden geht es um einige Aussagen zu Ihrer Stadtverwaltung.
Bitte geben Sie an, ob Sie der Aussage sehr zustimmen, eher zustimmen,...



87 von 87 in Zusammenstellung