

Protokollauszug

Sitzung des Hauptausschusses vom 02.04.2025

Zu Ö 8 Image- und Zufriedenheits-Befragungen 2024: zur Kenntnis genommen FB 13/0013/WP18

Ratsfrau Eschweiler (CDU) äußert, dass die Ergebnisse der Umfrage zwar nicht erfreulich seien, jedoch ernst genommen werden müssen. Sie sieht die Ergebnisse nicht als Rückschritt, sondern als Auftrag, die bereits angestoßenen Maßnahmen im Rahmen des IKS weiter umzusetzen. Sie betont die Bedeutung der Bewohnerinnen und Bewohner Aachens als Botschafterinnen und Botschafter der Stadt und die Notwendigkeit, auf ihre Meinungen zu hören, um das Image der Stadt zu verbessern.

Ratsherr Deumens (Die Linke) zeigt sich skeptisch gegenüber Image- und Zufriedenheitsbefragungen sowie dem Begriff "Glück". Er hinterfragt die Definition von Glück und die Repräsentativität der Umfrageergebnisse, da diese nur die Teilnehmenden und nicht die gesamte Bevölkerung Aachens widerspiegeln. Er weist auf soziale Probleme wie Wohnungsnot, Alters- und Kinderarmut hin, die in der Umfrage nicht ausreichend berücksichtigt werden. Er glaubt jedoch an die Aussage, dass Finnland, aufgrund seiner hervorragenden Sozialpolitik, das glücklichste Land der Welt sei.

Ratsherr Servos (SPD) erkennt in den Umfrageergebnissen Handlungsbedarf, insbesondere in der Innenstadtentwicklung, dem gastronomischen Angebot und der Aufenthaltsqualität. Er sieht die Ergebnisse als Bestätigung dafür, dass die richtigen Themen in den Fokus der Wahlperiode gerückt wurden, und betont die Dringlichkeit, die geplanten Maßnahmen zügig umzusetzen, um den negativen Trend umzukehren.

Ratsherr Schaadt (Grüne) bemerkt, dass die Aachener*innen leider ihre Stadt oft schlechtreden. Er freut sich über die positive Platzierung Aachens im Glücksatlas und sieht darin einen Spiegel für die „Öcher“. Er weist auf die Abweichungen in der Wahrnehmung von innen und außen hin und betont die Notwendigkeit, an den negativ bewerteten Punkten weiterzuarbeiten, um in Zukunft noch bessere Ergebnisse zu erzielen.

Ratsherr Mohr (AfD) hebt die Verbesserungspotenziale hervor, die die Umfrage aufzeigt, und zeigt sich über den geringen Bekanntheitsgrad Aachens überrascht. Er kritisiert, dass trotz der Aufstockung des Fachbereichs Kommunikation und Marketing, der Bekanntheitsgrad der Stadt nur bei 54 % liege. Er sieht darin einen Realitätscheck für die Argumentation, Aachen als Leuchtturmprojekt im Klimaschutz darzustellen.

Oberbürgermeisterin Keupen schließt die Diskussion, indem sie die Bedeutung der Umfrageergebnisse als Auftrag zur Verbesserung der Bekanntheit Aachens betont.