

**Uttenreuth  
gemeinsam  
gestalten**



# Bürgerfragebogen

Ergebnisse

# Uttenreuth gemeinsam gestalten

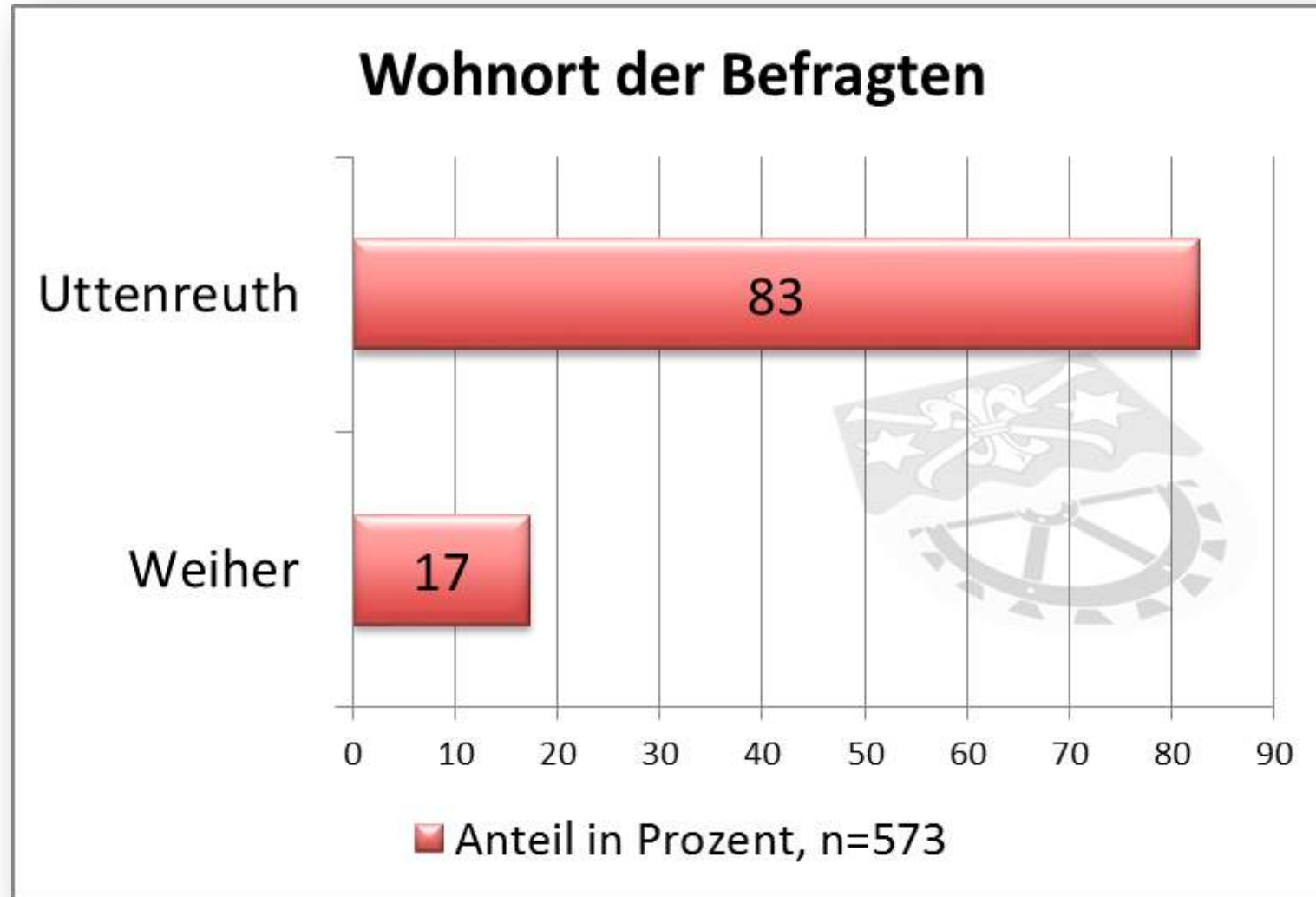


# 6999

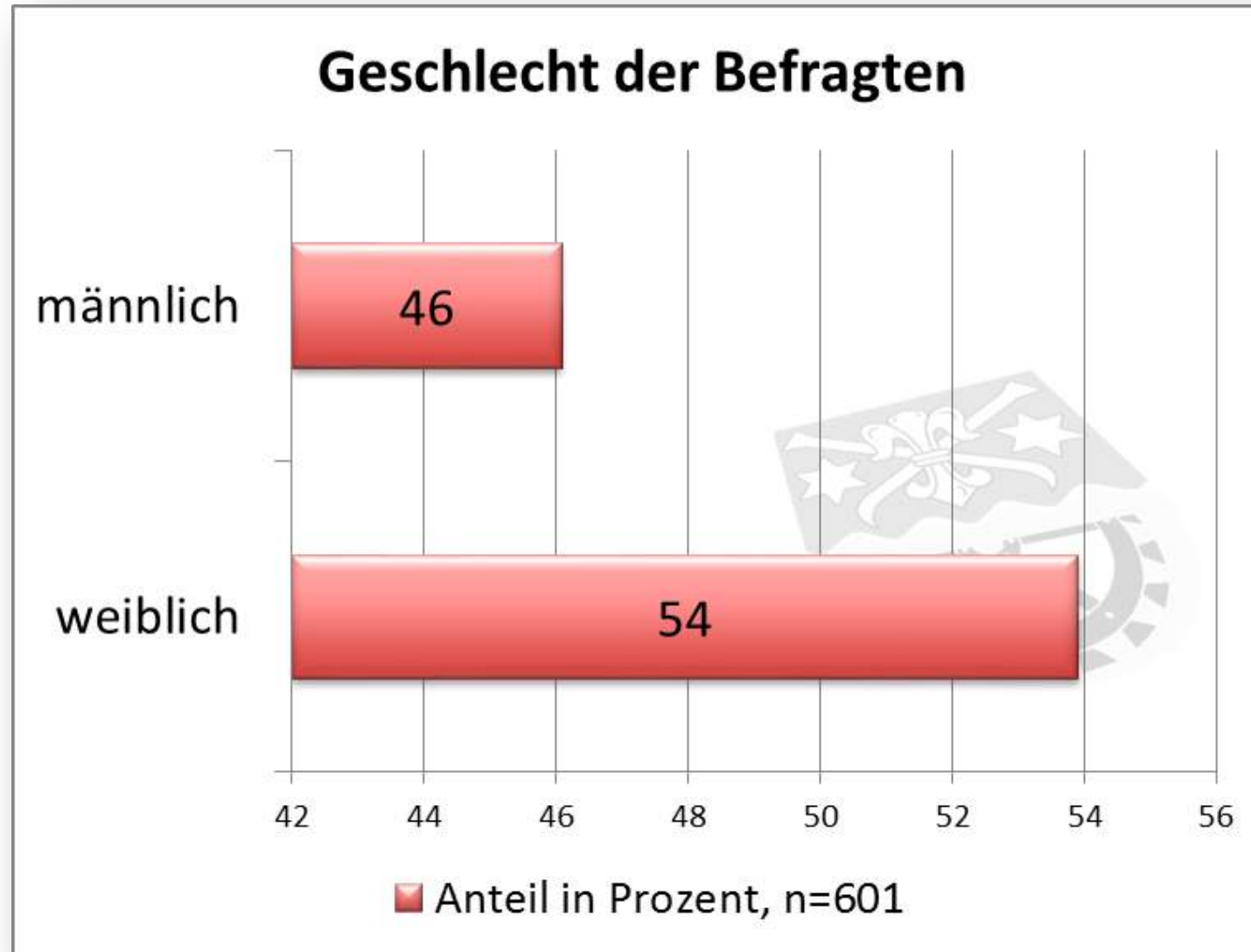
Bürger haben an der Befragung  
teilgenommen.

Einige Ehepaare – und eine Familie –  
haben die Befragung zusammen  
ausgefüllt!

# Statistische Daten



# Statistische Daten



# Statistische Daten



Durchschnittsalter

59 J.

# Statistische Daten



Durchschnittliche Wohndauer in Uttenreuth

29 J.

# Statistische Daten



Durchschnittliche Haushaltsgröße

2,6

# Statistische Daten



Durchschnittliche PKW-Anzahl pro Haushalt

1,5



# Leben Sie gerne in Uttenreuth?



**86% Ja**

72%

**13% Teils, teils**

28%

**<1% nein/weiß nicht**

0%

# Was verbinden Sie mit Uttenreuth?



**Wohnort**

(9 von 10)

**Arbeitsort**

3 von 10

**Heimat**

**Natur**

**Nachbarschaft**

(7 von 10)

**Freizeit**

6 von 10

**Kultur**

5 von 10

**Verkehrsbelastung**

(7 von 10)



# Mottos für Uttenreuth

Themenfelder, Nennungshäufigkeit und Beispiele

## Einwohner (14):

„Die besten Leut wohnen in Uttenreuth“  
„Offen, lebendig, herrlich.“

## Naturnähe trotz Stadtnähe (83):

„Verbindet die Vorteile von Stadt und Land“  
"Erfülltes Leben auf dem Land - direkt neben der Stadt"

## Heimat, Lebensqualität (66):

„Liebenswert in allen Lebenslagen“  
„Wohlfühlort Uttenreuth“

## Stadtnähe (23):

„Familienfreundliche Gemeinde, Angebote für jede Generation, idealer Wohn- und Lebensort am Rande der Stadt.“

„Uttenreuth - immer nah dran“

## Naturnähe (12):

„Angenehmes Wohnen in der Natur mit dörflichem Charakter“  
„Leben im Grünen“

## Aufforderungen (15):

„Unser Dorf soll schöner werden.“  
„Den Erlanger Osten nicht abhängen lassen“

## Zitate, Aussprüche (16):

„Pfarrer Esper sagte zum Abschied: „Du mein geliebtes Uttenreuth“, dem schließe ich mich an“  
„Carpe Diem“

## Durchgangsverkehr (31):

„Geben Sie Gas.“  
„Von Osten nach Erlangen -> Augen zu und durch!“

## Ortsbild, Strukturen, Einwohner (20):

„Unattraktive Durchgangsorte ohne strukturiertes Ortsbild“  
„Fortschritt? Nein, danke!“

Haben Sie einen Lieblingsort in  
Uttenreuth/Weiher?



**62% Ja**

**38% Nein**

Haben Sie einen Lieblingsort in  
Uttenreuth/Weiher?



**Weinberg**

Marloffsteiner Straße

Schwarzer Adler

**Reichswald**

**Lieblingsorte**

Eigenes Haus/Garten

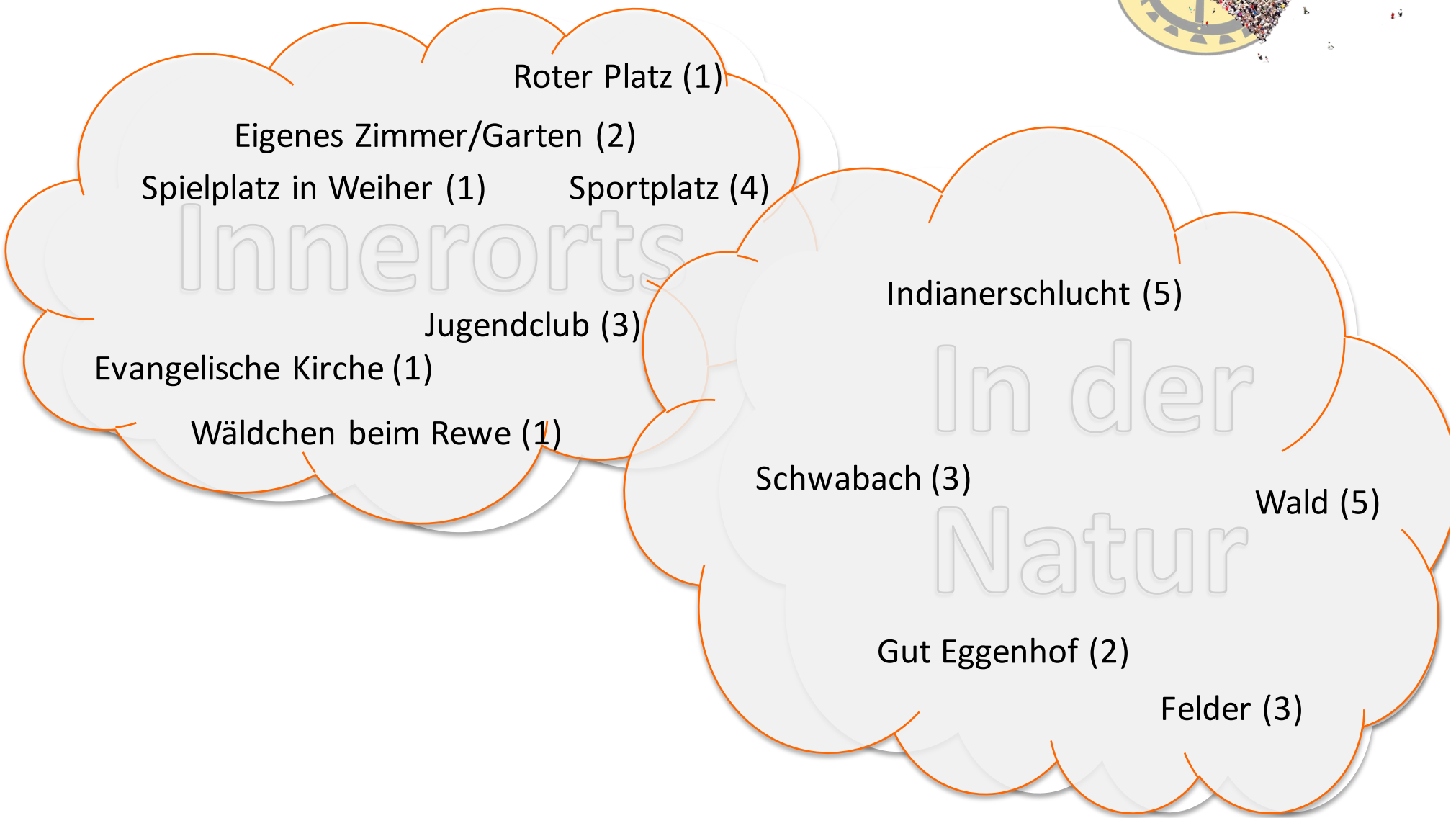
Schlössla

**Natur**

Sägmüllerstraße

**Schwabachgrund**

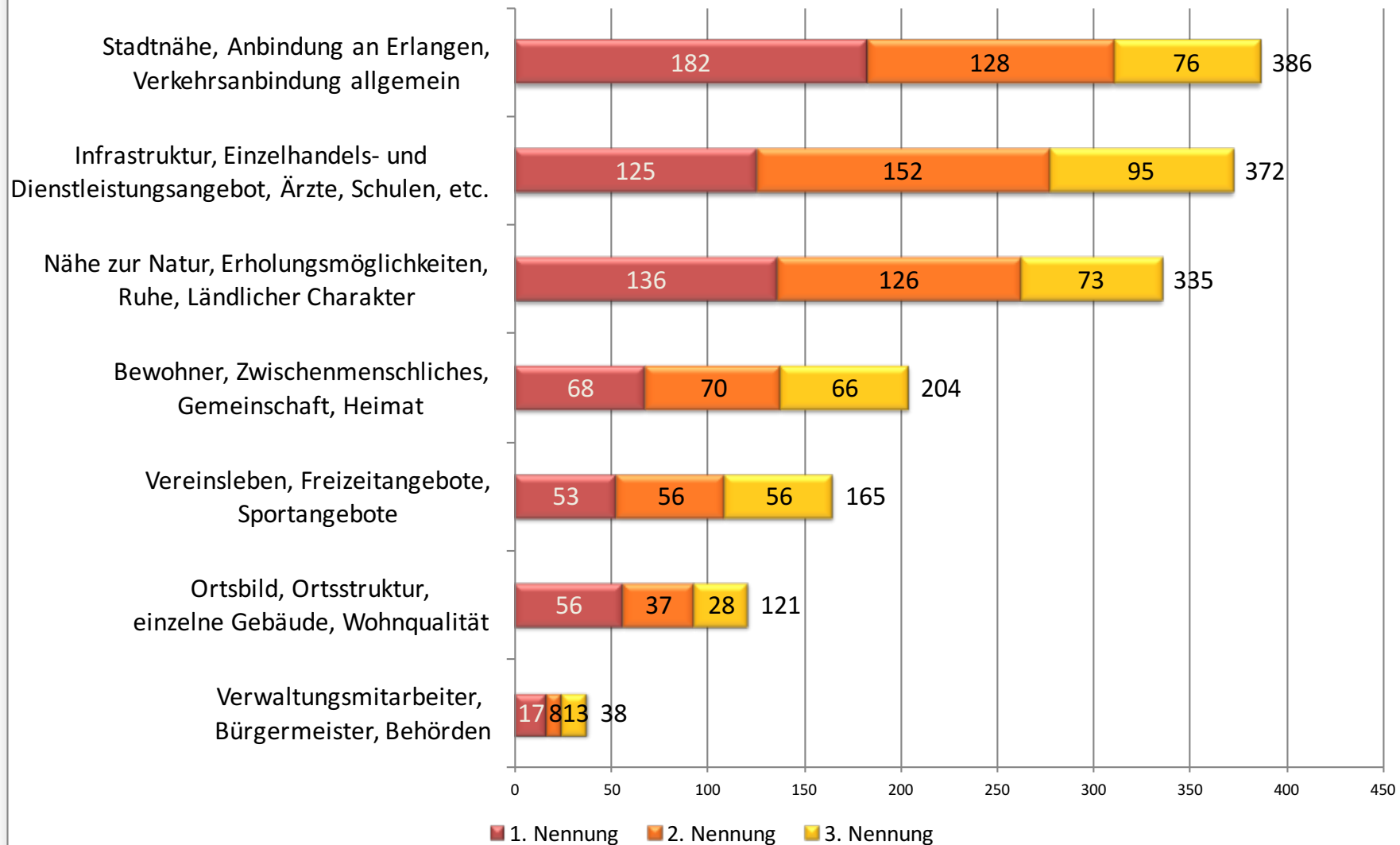
# Lieblingsorte der Jugend



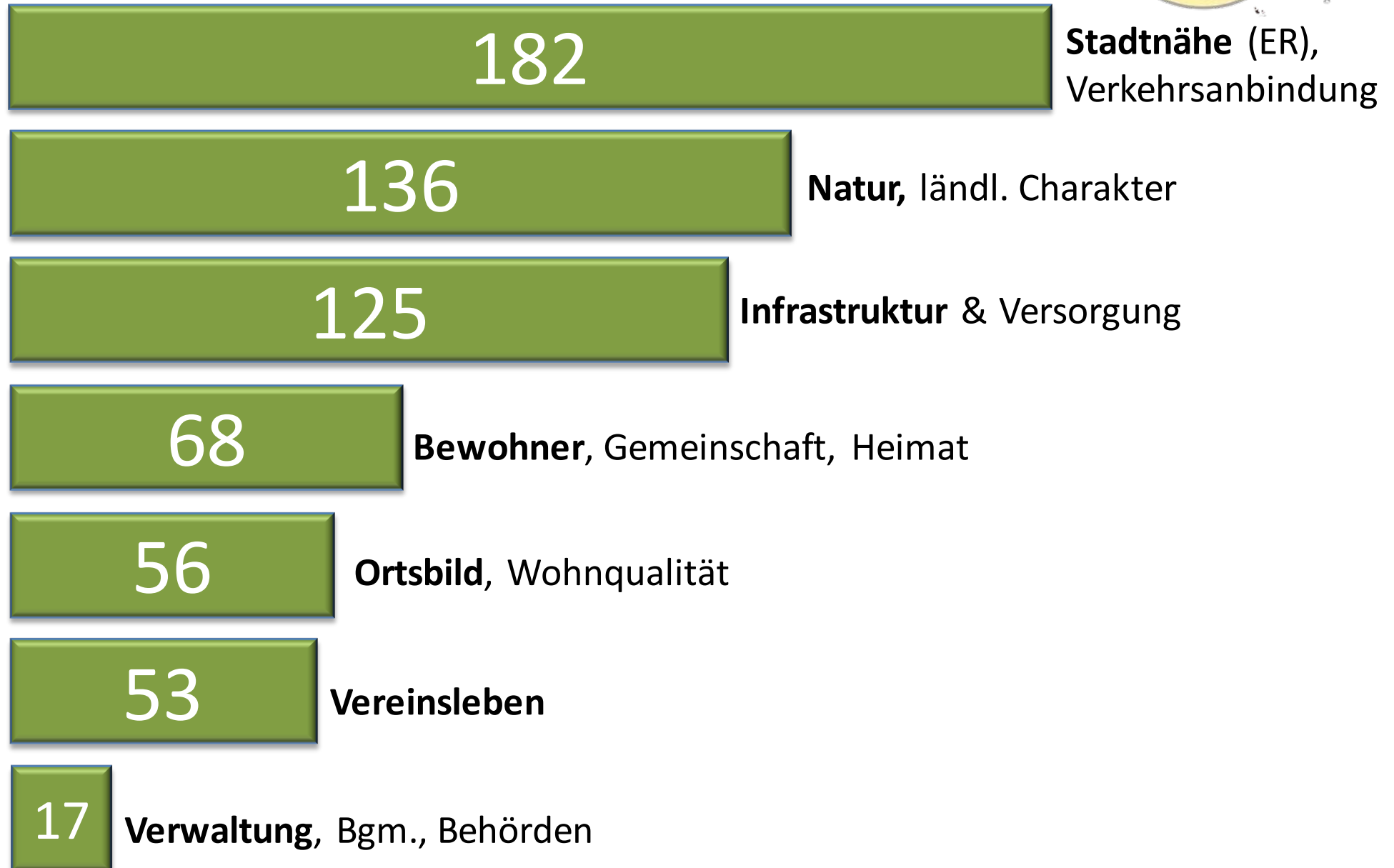
# Positivfaktoren Uttenreuths



Was gefällt Ihnen an Uttenreuth?



# Was gefällt Ihnen an Utt. – 1. Nennung

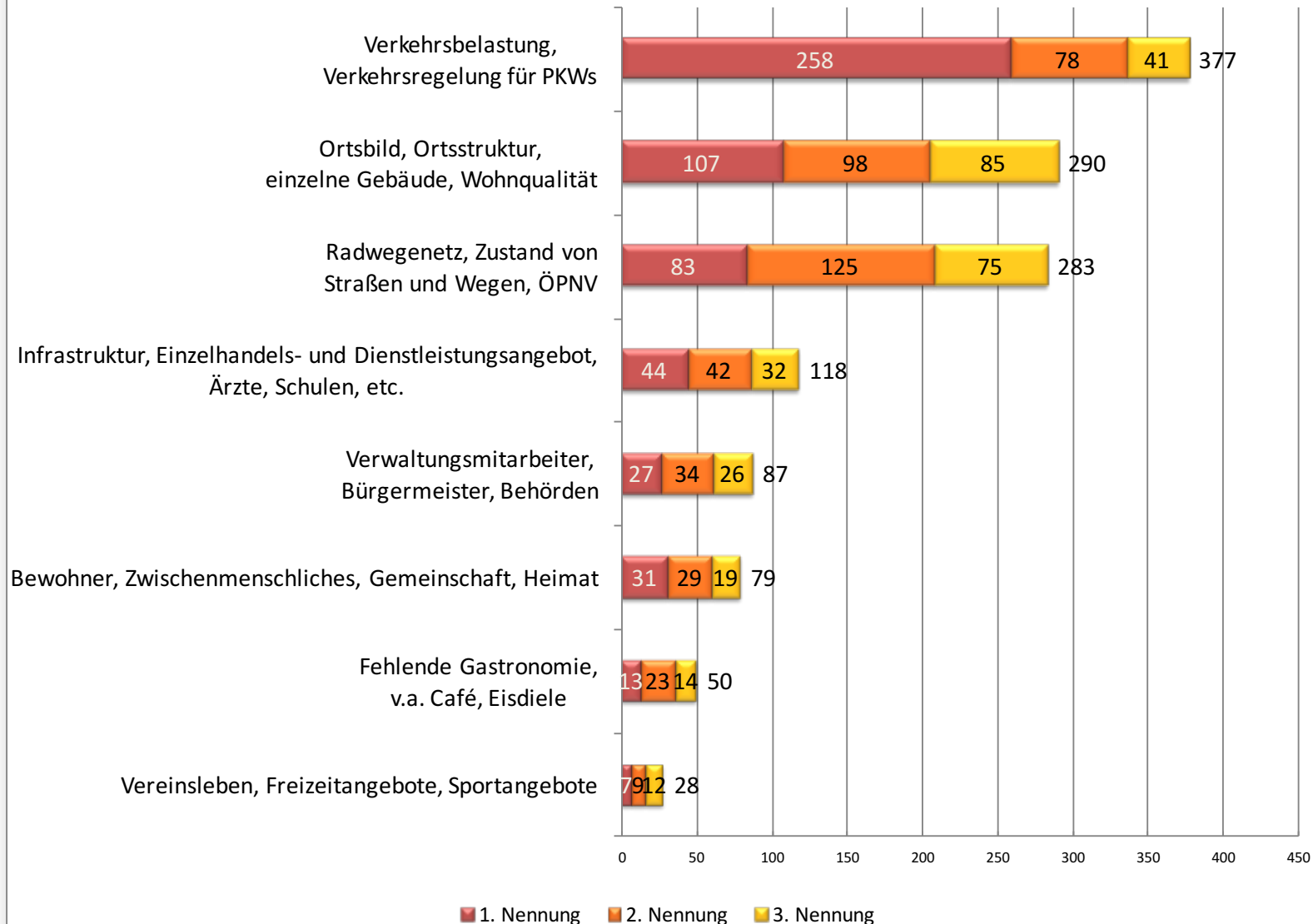




# Negativfaktoren Uttenreuths

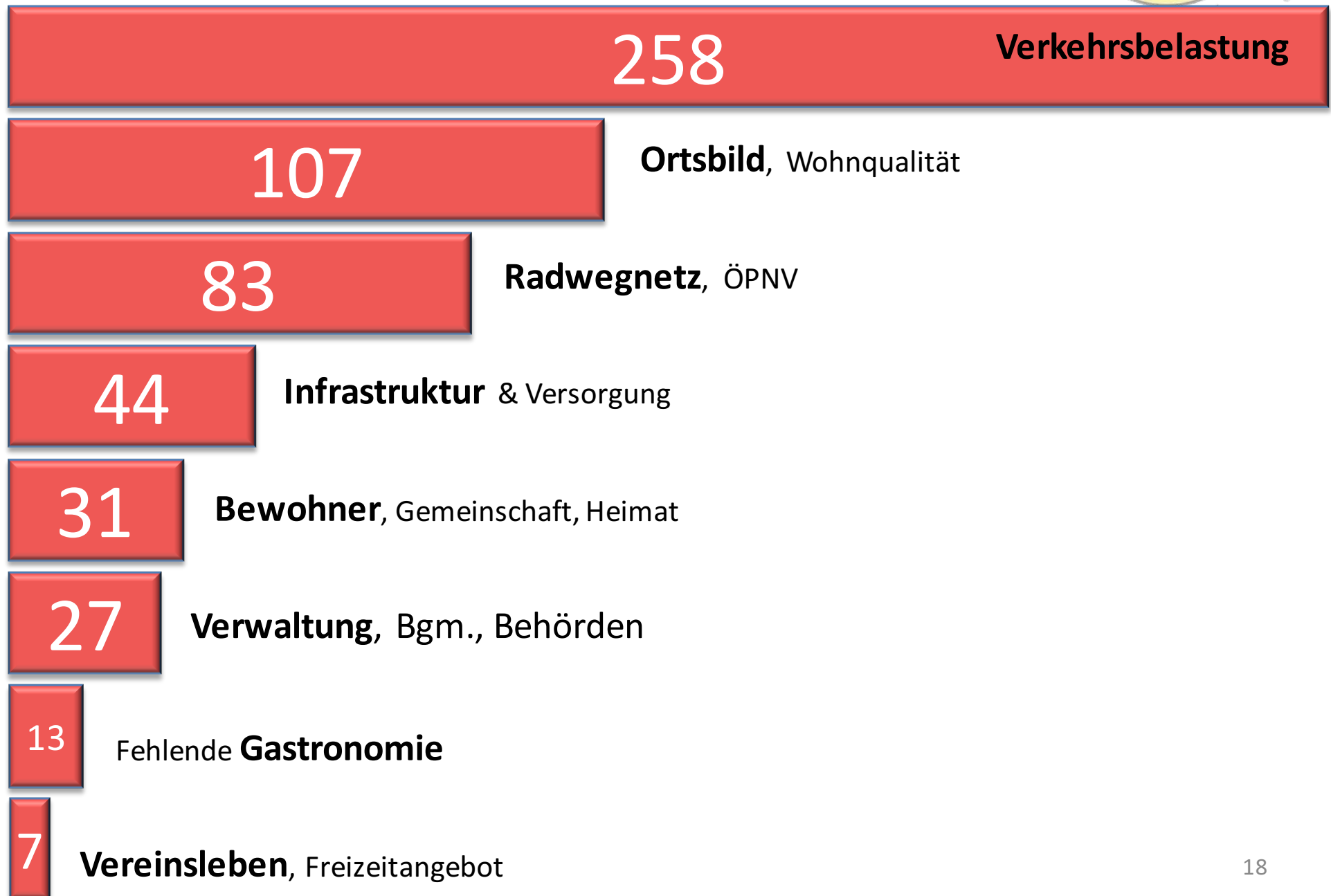


Was missfällt Ihnen an Uttenreuth?



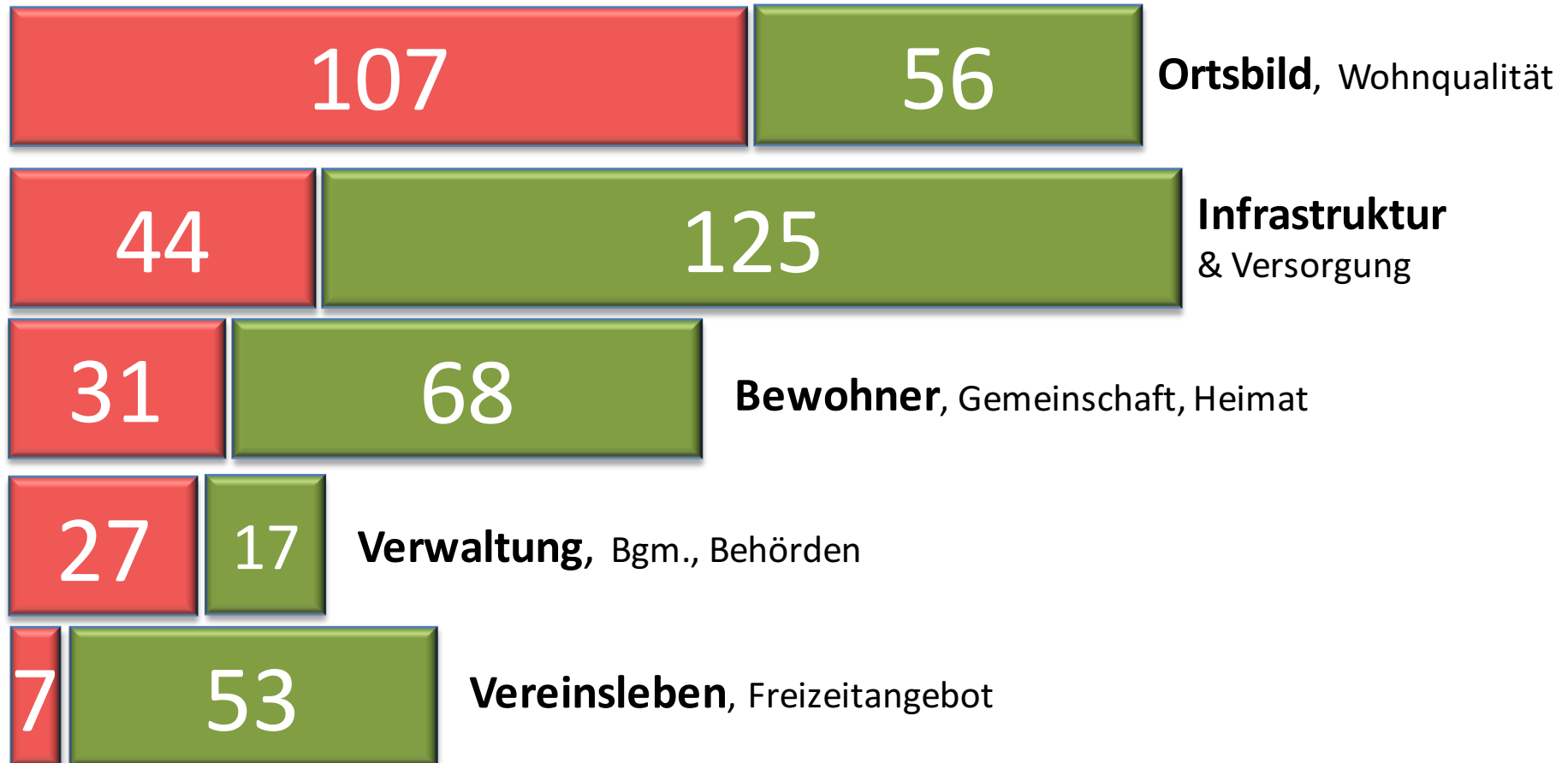


# Negativfaktoren – 1. Nennung





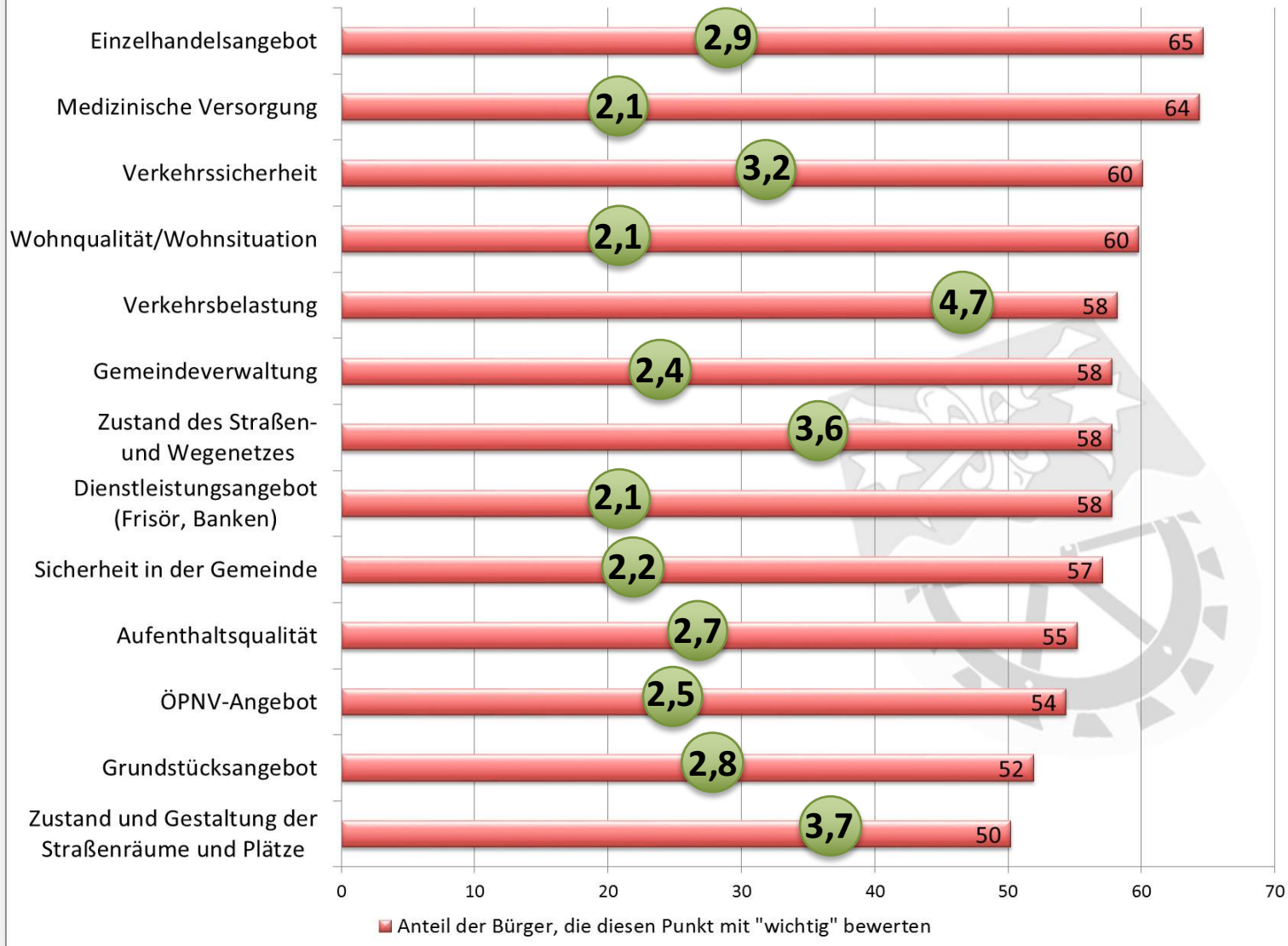
# Positiv/Negativfaktoren – 1. Nennung



# Beurteilung des Ortes



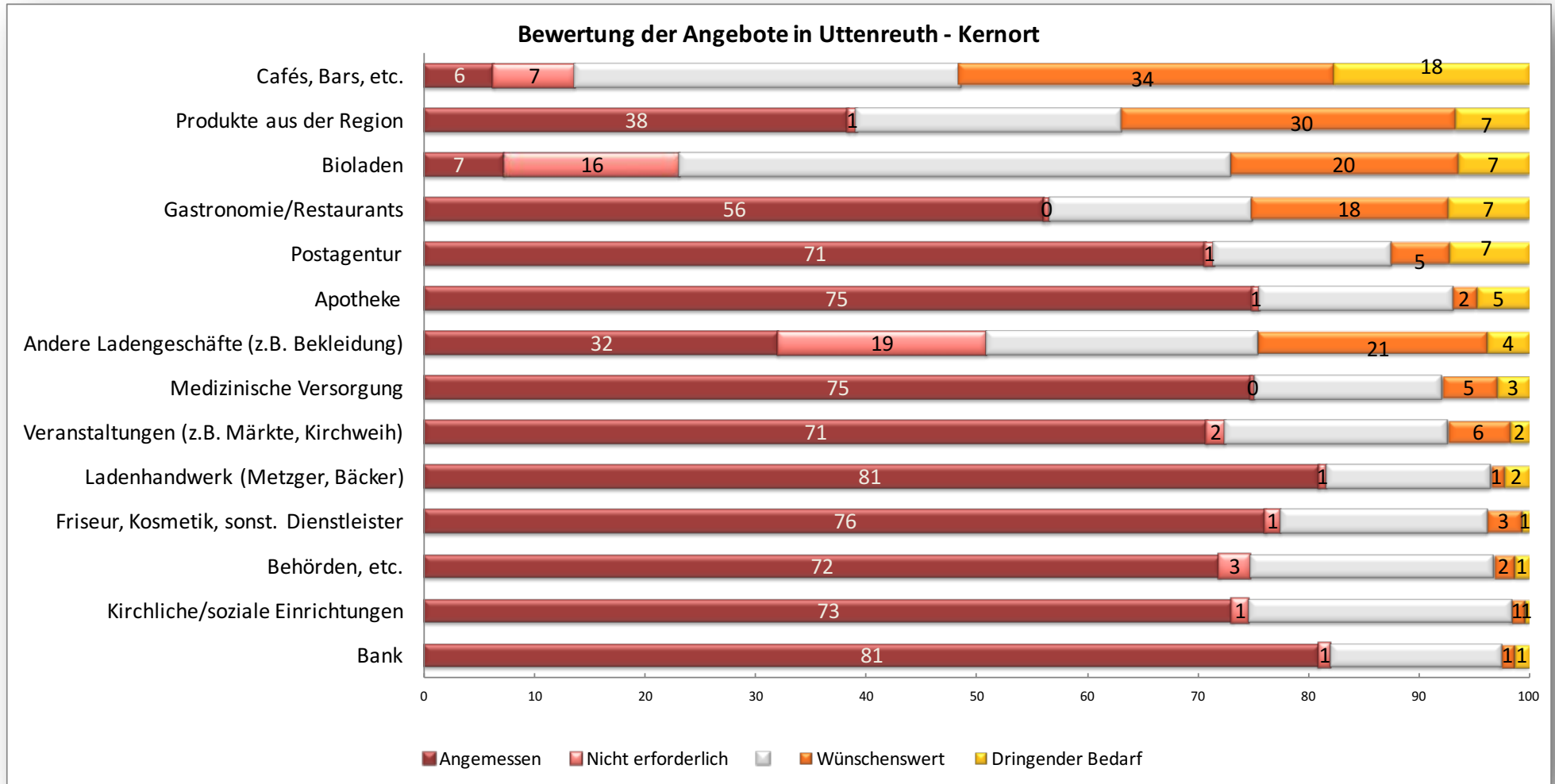
Wichtigkeit und Bewertung des Ist-Zustandes folgender Punkte, (über 50% "wichtig"-Angaben)



Die Mehrheit der Bürger schätzt die nebenstehend aufgeführten Punkte als wichtig ein. In Verbindung mit einer guten Note bedeutet dies, die Bürger wissen den guten Zustand zu schätzen und sind mit der Situation zufrieden. Die wenigen Themen mit hoher Wichtigkeit und schlechterer Bewertung geben wichtige Hinweise darauf, dass in den Augen der Bürger Handlungsbedarf auf diesen Feldern besteht.

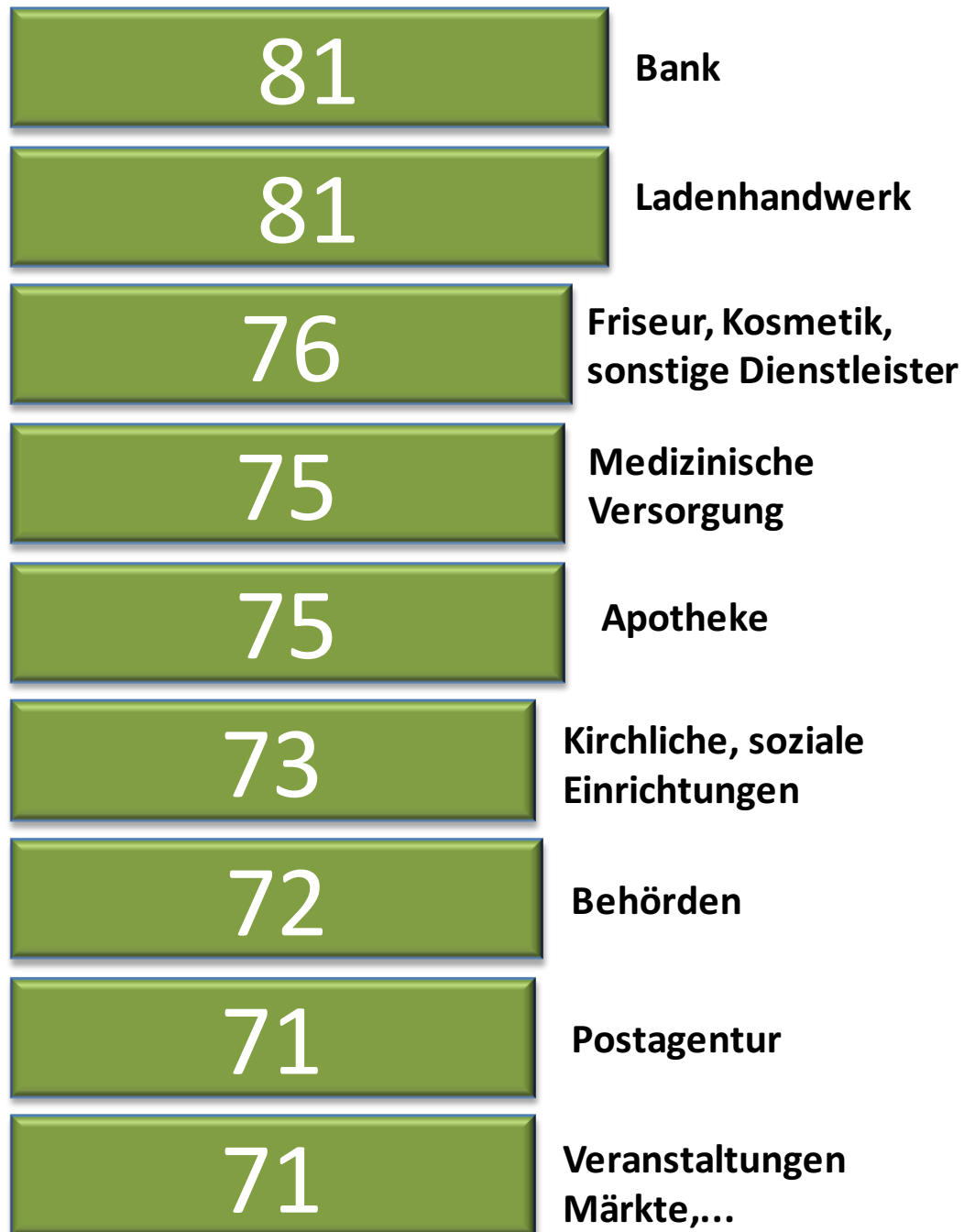
# Beurteilung der Angebote

In Uttenreuth - Kernort





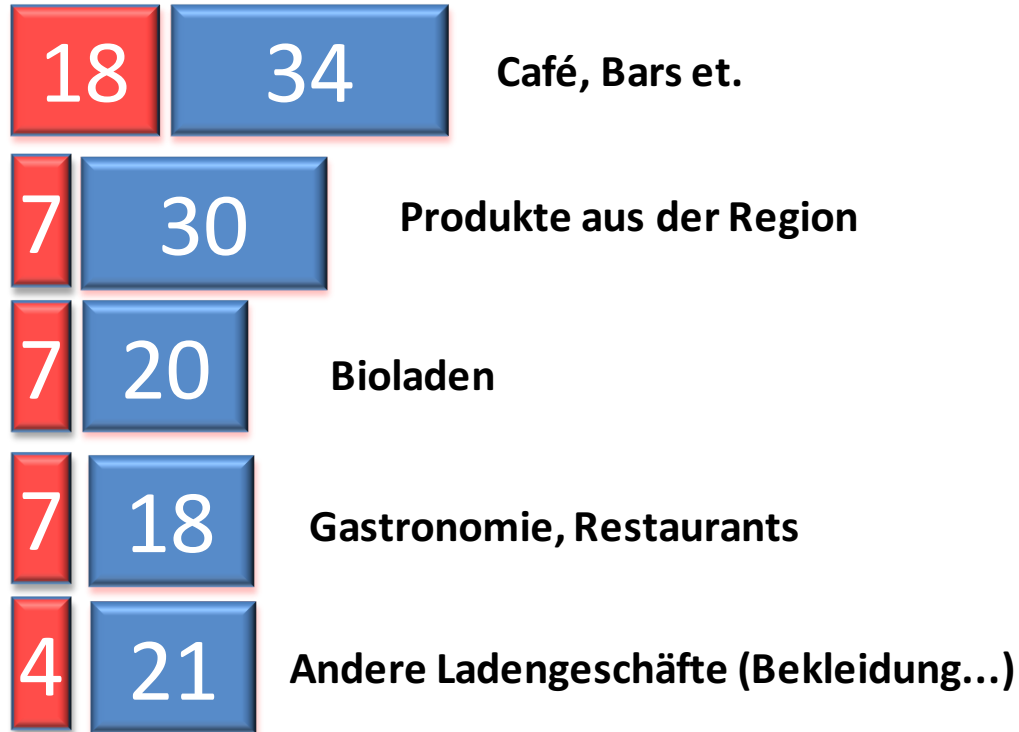
# Uttenreuther Angebote



Angemessene  
Ausstattung  
im Kernort  
(Ang. in %)



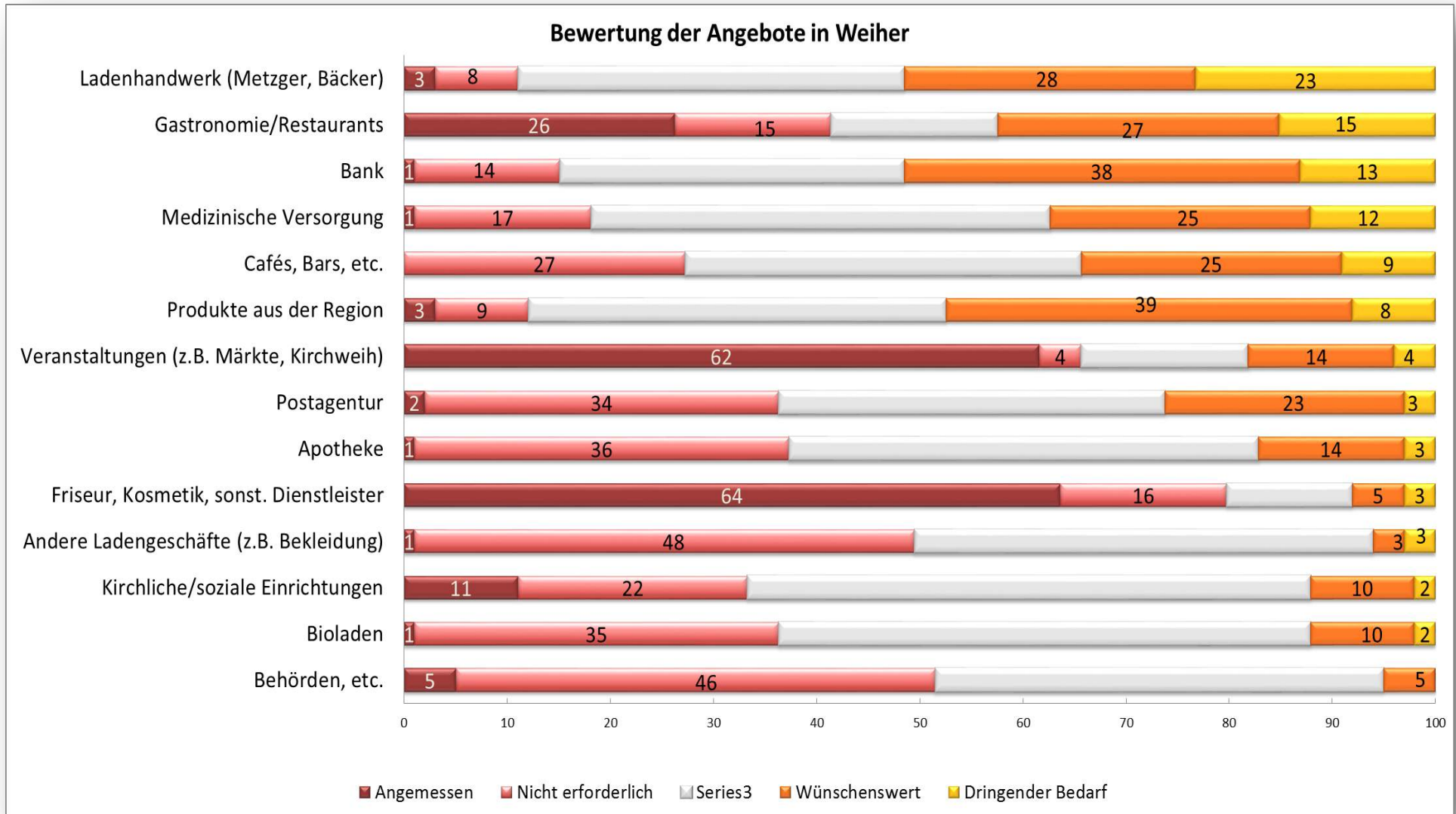
# Uttenreuther Angebote



**Dringender Bedarf**  
und **gewünschtes**  
**Angebot**  
im Kernort  
(Ang. in %)

# Beurteilung der Angebote

In Weiher – nur durch Weiherer Bürger (n=99)



In grau: „weiß nicht“, „keine Angabe“ und „nicht vorhanden“. Diese Kategorien liefern keine Informationen zur Findung von Handlungsfeldern.  
Angaben in Prozent.



# Einzelhandel I



## Bewertung des Einzelhandels in Uttenreuth – Kernort, nach Schulnoten

Ladenöffnungszeiten		2,2			
Fachliche Beratung/Service		2,5			
Preisniveau		2,6			
Aufmachung der Geschäfte		2,7			
Einkaufsatmosphäre		2,7			
Produktvielfalt (Auswahl)		2,9			
Werbung/Aktionen des Einzelhandels		3,0			
Angebotsvielfalt (verschiedene Anbieter)		3,1			Ø 2,7