



IMAGEANALYSE

Ergebnispräsentation im Rat am 17.12.2025



Ablauf

1. Definition und Bedeutung des Images
2. Verbindung zum Stadtmarketing
3. Umfang der Imageanalyse
4. Ergebnisse der Befragung
5. Fazit
6. Einordnung und Ausblick

Hinweis:

Die Imageanalyse wurde in Zusammenarbeit mit der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften erstellt.

1. Definition und Bedeutung des Images

Wichtig zu verstehen:

Ein Image entsteht in den Köpfen und nicht im Rathaus.



Was ist ein Image?

- Wahrnehmung, die Menschen von einer Stadt haben
- Zusammenspiel aus Erfahrungen, Emotionen und öffentlicher Darstellung
- Jeder Berührungspunkt kann das Image beeinflussen

1. Definition und Bedeutung des Images



Warum ist das Image wichtig?

- Beeinflusst Attraktivität z.B. als Wohn- und Arbeitsort
- Kann sich z.B. auf Zuzug, Wirtschaft, Tourismus und Ehrenamt auswirken
- Grundlage für Identifikation der Einwohnenden
- Stärkt Akzeptanz für städtische Projekte

2. Verbindung zum Stadtmarketing

→ Städte brauchen ein gutes Image für ihre Entwicklung.

Stadtmarketing bedeutet in diesem Zusammenhang:

- Stärken sichtbar machen, Schwächen identifizieren
- Image und Wahrnehmung aktiv gestalten
- Kommunikation mit Einwohnenden verbessern

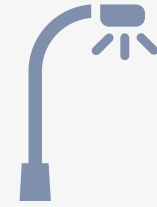
→ **Die Imageanalyse liefert Grundlage**

3. Umfang der Imageanalyse



1. Sekundäranalyse
2. Ortsbegehung
3. **Bürgerbefragung**
4. Entwicklung der Markenerne und Positionierung
5. Ableitung von Handlungsempfehlungen

4. Ergebnisse der Befragung



Infrastruktur

Stärken	Schwächen
Gute ÖPNV-Anbindung	Bildungsangebot wird uneinheitlich wahrgenommen
Sicherheitsgefühl am Tag	Unsicherheitsgefühl am Abend / in der Nacht
→ Grundsätzlich hohe Lebensqualität	

4. Ergebnisse der Befragung



Aufenthalt & Stadtbild

- **Nutzung öffentlicher Plätze:** gering
- **Störfaktoren:** Müll, Vandalismus, Wegezustände
- **Wünsche:** Sitzgelegenheiten, Cafés, Freizeit- und Aufenthaltsorte für Jugendliche, Wasserspiele, attraktive Aufenthaltsbereiche insbesondere in den Zentren

4. Ergebnisse der Befragung

Zentrales Ergebnis:

Mehr Beteiligungsmöglichkeiten gewünscht



Identifikation

- **Hohe Verbundenheit** mit Ronnenberg
- **Schwachstellen:**
 - wenig Identifikation über Ehrenamt, Bildung, Beruf
 - Gefühl: „Ich kann wenig mitgestalten“

4. Ergebnisse der Befragung



Kommunikation

- Bekanntheit der Kommunikationskanäle ausbaufähig
 - Gewünschte Kontaktwege: persönlich, klassisch und digital
- **Verwaltungskommunikation** wird in der Tendenz als sachlich, aber teils **zu wenig sichtbar** wahrgenommen.

4. Ergebnisse der Befragung



→ Kultur- und Freizeitangebote werden insgesamt als ausbaufähig gesehen.

Kultur & Freizeit

- Veranstaltungen insgesamt ausbaufähig
- Bekanntheit der Angebot sehr schwankend
- Freizeitangebote in einigen Ortsteilen werden kaum genutzt

5. Fazit



→ **Regelmäßige Imagebeobachtung** um Entwicklungen zu erkennen und strategisch zu reagieren.

Die Imageanalyse zeigt:

- Insgesamt ein positives Bild der Stadt
- Aber: klare Wünsche nach mehr Aufenthaltsqualität, Beteiligung & Sichtbarkeit
- Die Analyse bildet künftig die Grundlage für weiteres Stadtmarketing

6. Einordnung und Ausblick



→ **Regelmäßige Imagebeobachtung** um Entwicklungen zu erkennen und strategisch zu reagieren.

- **Einzelne Hinweise aus der Befragung wurden bereits aufgegriffen** oder befinden sich in Planung bzw. Umsetzung
- Die Analyse ersetzt keine bestehenden Konzepte, sondern **bündelt Wahrnehmungen und Inhalte**. So schafft sie eine **gemeinsame Grundlage**.
- **Beteiligung, Sichtbarkeit und Identifikation** langfristig zu stärken ist das Ziel

6. Einordnung und Ausblick



Neue Maßnahmen ab 2026

Einführung einer Online-Beteiligungsplattform

- Reaktion auf den deutlich genannten Wunsch nach Mitgestaltung
 - Funktionen: Ideen einreichen, Feedback geben, an Umfragen teilnehmen, Projekte verfolgen
- niedrigschwellige Möglichkeit der Mitgestaltung

KONTAKT

Weitere Informationen unter
www.ronnenberg.de/imageanalyse



Stadtmarketing der Stadt Ronnenberg



Marina Dälken



0511 / 4600 – 4013



marina.daelken@ronnenberg.de

