

BÜRGERUMFRAGE 2001
BEITRÄGE ZUR STATISTIK NR. 79

Impressum

Herausgeberin:	Stadt Münster Amt für Stadt- und Regionalentwicklung, Statistik 48127 Münster
Redaktion:	Werner Schemmick (Amt für Stadt- und Regionalentwicklung, Statistik)
Anfragen/Information:	Tel: 02534/ 971 – 114 Fax: 02534/ 971 – 199 E-Mail: amt12@stadt-muenster.de
Datenaufbereitung:	Werner Schemmick (Amt für Stadt- und Regionalentwicklung, Statistik), Andrea Mallas und Manuela Papke (CASA - Universität Münster)
Text/Grafiken:	Andrea Mallas, Peter Neumann und Manuela Papke (CASA - Universität Münster)
Tabellen:	Werner Schemmick
Umschlaggestaltung:	Ralf Monshausen
Druck:	Personal- und Organisationsamt Hausdruckerei
Schutzgebühr:	10,- €

Vorwort

Meinungen, Ansprüche, Bedarfe und Erfahrungen von Bürgern beeinflussen und spiegeln kommunalpolitische Entscheidungsprozesse wider. Diese Tatsache setzt eine gute Kommunikation und Information zwischen Bürgerschaft auf der einen Seite sowie Verwaltung und Rat auf der anderen Seite voraus.

Die Suche nach geeigneten "Beteiligungsinstrumenten" hat einige Städte schon vor etlichen Jahren bewogen, Anleihen in der sozialwissenschaftlichen Umfrageforschung aufzunehmen. In Münster werden seit 1988 Bürgerinnen und Bürger regelmäßig nach ihrer Meinung zu allgemeinen und aktuellen Themen unserer Stadt befragt. Dank des wissenschaftlich abgesicherten Verfahrens haben die in diesen Bürgerumfragen ermittelten Ergebnisse - trotz der relativ kleinen Stichprobe von 1 % der Bevölkerung - eine hohe Aussagekraft.

Die vorliegende Bürgerumfrage ist eine Mehrthemenumfrage. Fester Bestandteil ist ein wiederkehrender Fragenkomplex zur Zufriedenheit der Bürgerinnen und Bürger mit verschiedenen Lebensbedingungen in der Stadt. Die Kontinuität in der inhaltlichen Abfrage ist Teil eines umfassenden Stadtbeobachtungssystems und zeigt gleichzeitig Reaktionen auf eintretende Veränderungen auf.

Die inhaltlichen Schwerpunktthemen orientieren sich an aktuellen Fragestellungen, die im Interesse einzelner Fachämter liegen oder aber sie sind durch Innovationen und strukturelle Veränderungen in der breiten Angebotspalette der Stadt Münster begründet. Unter diesen Prämissen konzentrieren sich die Fragen in der Bürgerumfrage 2001 auf Zielvorstellungen und Profilerwartungen zur künftigen Stadtentwicklung Münsters in engem Kontext zu Wünschen für das im Aufbau befindliche Stadtmarketing.

Weitere inhaltliche Informationsgebiete sind die Akzeptanz des Internet im Allgemeinen, die Resonanz auf das "publikom" und die Anforderungen an ein e-government bei der Stadt Münster. Und schließlich ermöglichen einige Fragen zum Kinoangebot in Münster, und das relativ kurz nach der Eröffnung des CINEPLEX-Kinos, bereits erste Veränderungen der Kinolandschaft in Münster zu reflektieren.

Ich würde mich freuen, wenn die dargestellten Ergebnisse auch dieses Mal bei Planern und Bürgern ein breites Interesse finden.

Münster, im Januar 2002

Hartwig Schultheiß
Stadtrat

INHALTSVERZEICHNIS

1 Einleitung	9
1.1 Fragestellung	9
1.2 Methodik	9
1.3 Repräsentativität	9
1.4 Weitere Auswertungsmöglichkeiten.....	11
2 Einschätzung der Lebensqualität in Münster	12
3 Ziele für die zukünftige Stadtentwicklung Münsters	15
4 Stadtmarketing	20
4.1 Eigenschaften der Stadt Münster	20
4.2 Veranstaltungen in Münster.....	22
4.3 Interesse an einer regelmäßig erscheinenden Veranstaltungsübersicht	25
5 Die Nutzung des Internets	27
5.1 Nutzerzahlen des Internets.....	27
5.2 Nutzungsarten und Nutzungshäufigkeit	29
5.3 Die Nutzung des Internets als Informationsquelle.....	31
5.4 Nutzung von Diensten und Angeboten im Internet.....	31
5.5 Die Nutzung des publikom – Stadtnetz für Münster	32
5.6 Städtische Dienstleistungen im Internet.....	35
6 Kino	37
6.1 Häufigkeit der Kinobesuche.....	37
6.2 Akzeptanz des neuen CINEPLEX-Kinos	38
6.3 Beurteilung der Atmosphäre in den Kinos von Münster	39
6.4 Informationen über das Angebot der Kinos in Münster	41
TABELLENTEIL	43
Bürgerumfragen 1989 – 2001 (Themenschwerpunkte)	84
Veröffentlichungsverzeichnis	85
Fragebogen	

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1:	Repräsentativität der Stichprobe bezüglich der Altersstruktur	10
Abb. 2:	Einschätzung von Wichtigkeit und Zufriedenheit der Lebensbedingungen in Münster	13
Abb. 3:	Ziele für die zukünftige Stadtentwicklung Münsters.....	16
Abb. 4:	Ziele für die zukünftige Stadtentwicklung Münsters - nach Geschlecht -	18
Abb. 5:	Eigenschaften Münsters im Vergleich der Jahre 1989, 1997 und 2001	21
Abb. 6:	Interesse am Besuch größerer Veranstaltungen in Münster 2001	23
Abb. 7:	Art des Interesses am Besuch größerer Veranstaltungen in Münster	24
Abb. 8:	Interesse an einem Magazin mit Informationen über größere Veranstaltungen in Münster	26
Abb. 9:	Internet-Nutzer und Nicht-Nutzer in Münster - nach Altersgruppen und Geschlecht -	28
Abb. 10:	Nutzungsarten des Internets in Münster	29
Abb. 11:	Nutzung der Möglichkeiten und Angebote im Internet.....	30
Abb. 12:	Nutzung von Themen und Bereichen aus dem Internet allgemein	31
Abb. 13:	Nutzung von Diensten und Angeboten aus dem Internet allgemein	32
Abb. 14:	Nutzung von Themen und Bereichen aus dem publikom – Stadtnetz für Münster	33
Abb. 15:	Nutzung von Diensten und Angeboten des publikom – Stadtnetz für Münster ..	34
Abb. 16:	Zukünftige Nutzung von Internet-Dienstleistungen der Stadt Münster.....	35
Abb. 17:	Häufigkeit von Kinobesuchen in den letzten 12 Monaten – Vergleich 1998, 1999, 2001	37
Abb. 18:	Häufigkeit des Kinobesuchs in den letzten 12 Monaten - nach Altersgruppen - .	38
Abb. 19:	Beurteilung der Atmosphäre in den Kinos von Münster.....	40
Abb. 20:	Informationsbeschaffung über das Kinoangebot	41

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1:	Repräsentativität nach Alter und Geschlecht 2001	45
Tabelle 2:	Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Münster 2001	46
Tabelle 3:	Wichtigkeit der Lebensbedingungen in Münster 2001	48
Tabelle 4:	Zukünftige Ziele für Münster in 2001 - nach Geschlecht -.....	50
Tabelle 5:	Zukünftige Ziele für Münster in 2001 - nach Altersgruppen -	52
Tabelle 6:	Eigenschaften von Münster in 1989, 1997 und 2001 - nach Geschlecht -	54
Tabelle 7:	Eigenschaften von Münster in 1989, 1997 und 2001 - nach Altersgruppen -	56
Tabelle 8:	Art des Interesses am Besuch größerer Veranstaltungen in Münster 2001 - nach Geschlecht -	58
Tabelle 9:	Art des Interesses am Besuch größerer Veranstaltungen in Münster 2001 - nach Altersgruppen -	59
Tabelle 10:	Art des Interesses am Besuch größerer Veranstaltungen in Münster 2001 - nach Stadtgebiet -	61
Tabelle 11:	Interesse an einem Magazin mit Informationen über größere Veranstaltungen in Münster 2001	62
Tabelle 12:	Möglichkeiten der Internetnutzung in 2001	64
Tabelle 13:	Ort der Internetnutzung in 2001	65
Tabelle 14:	Art der Internetnutzung in 2001	66
Tabelle 15:	Häufigkeit der Internetnutzung in 2001 - nach Geschlecht -	66
Tabelle 16:	Häufigkeit der Internetnutzung in 2001 - nach Altersgruppen -	67
Tabelle 17:	Genutzte Themen und Dienste von Internet und publikom 2001 - nach Geschlecht -	68
Tabelle 18:	Genutzte Themen und Dienste von Internet und publikom 2001 - nach Altersgruppen -	69
Tabelle 19:	Nutzer zukünftiger Dienstleistungen der Stadt Münster im Internet 2001	70
Tabelle 20:	Zukünftig genutzte Dienstleistungen der Stadt Münster im Internet 2001	70

Tabelle 21:	Bereitschaft zur Zahlung zusätzlicher Gebühren für zukünftige elektronische Dienstleistungen in 2001	71
Tabelle 22:	Zahl der Kinobesuche in den letzten 12 Monaten in Münster 2001	73
Tabelle 23:	Bisherige Besuche des CINEPLEX-Kinos in Münster 2001	75
Tabelle 24:	Beurteilung der Atmosphäre der Kinos in Münster 2001	77
Tabelle 25:	Informationsquellen über das Filmangebot der Kinos in Münster 2001	78
Tabelle 26:	Alter und Geschlecht der Befragten in 2001	79
Tabelle 27:	Stadtbezirk und Geschlecht der Befragten in 2001	79
Tabelle 28:	Staatsangehörigkeit und Geschlecht der Befragten in 2001	80
Tabelle 29:	Familienstand und Geschlecht der Befragten in 2001	80
Tabelle 30:	Höchster Schulabschluss und Geschlecht der Befragten in 2001	81
Tabelle 31:	Erwerbsstruktur und Geschlecht der Befragten in 2001	81
Tabelle 32:	Soziale Stellung und Geschlecht der Befragten in 2001	82
Tabelle 33:	Haushaltsgröße und Geschlecht der Befragten in 2001 - zusammenlebende Personen -	82
Tabelle 34:	Kinder unter 18 Jahren in 2001	83
Tabelle 35:	Lebensgemeinschaft der Befragten in 2001	83

1 Einleitung

1.1 Fragestellung

In der vorliegenden Bürgerumfrage 2001 der Stadt Münster ging es um die Meinungen und Auffassungen der Münsteraner Bürgerinnen und Bürger zu verschiedenen aktuellen und periodisch wiederkehrenden Themen. Anknüpfend an frühere Befragungen wurde untersucht, wie zufrieden die Bürgerinnen und Bürger mit den kommunalen Angeboten und Einrichtungen sind und welche Relevanz sie ihnen beimessen. Ebenfalls zum wiederholten Male waren die Kinos in Münster einer der Themenschwerpunkte. Außerdem standen Fragen der Stadtentwicklung und des Stadtmarketings im Mittelpunkt der Umfrage. Detailliert wurde auch das Thema Internet-Nutzung in Münster und die Nutzung des publikoms – Stadtnetz für Münster – erfragt und ausgewertet.

Durch die regelmäßige Wiederholung bestimmter Fragen ist es möglich, nicht nur eine Momentaufnahme zu zeichnen, sondern darüber hinaus, Entwicklungstendenzen in der Stadt zu verfolgen.

1.2 Methodik

Nach einem mathematischen Zufallsverfahren wurde auch für diese Bürgerumfrage ein Teil der Bevölkerung Münsters auf der Grundlage des Einwohnerregisters der Stadt ausgewählt und zu einer Stichprobe zusammengefügt. In die Stichprobe wurden ca. 4 000 Personen einbezogen, die zum Zeitpunkt der Befragung mindestens 18 Jahre alt und mit ihrem Hauptwohnsitz in Münster gemeldet waren. Diesen Personen wurde der standardisierte Fragebogen per Post zugeschickt. Der Rücklauf erfolgte über Rücksendung mit einem beigefügten Freiumschlag. Der Zeitraum der Befragung erstreckte sich von Anfang März bis April 2001.

1.3 Repräsentativität

Von den 4 004 Fragebögen wurden 1988 zurückgesendet und bilden die Grundlage dieser Auswertung. 49,7 % der angeschriebenen Bürgerinnen und Bürger haben sich dementsprechend an der diesjährigen Bürgerumfrage beteiligt.

Die Zusammensetzung der Stichprobe hinsichtlich der soziodemographischen Faktoren Geschlecht und Alter weicht geringfügig von der Verteilung in der gesamten Münsteraner Bevölkerung ab. Der Anteil der männlichen Befragten von 48,4 % in der Stichprobe übersteigt den Anteil in der Bevölkerung leicht um zwei Prozentpunkte.

Die Rücklaufquote bei den Frauen war etwas niedriger als bei den Männern. Somit sind sie in der Stichprobe geringfügig (um 2,0 %) unterrepräsentiert.

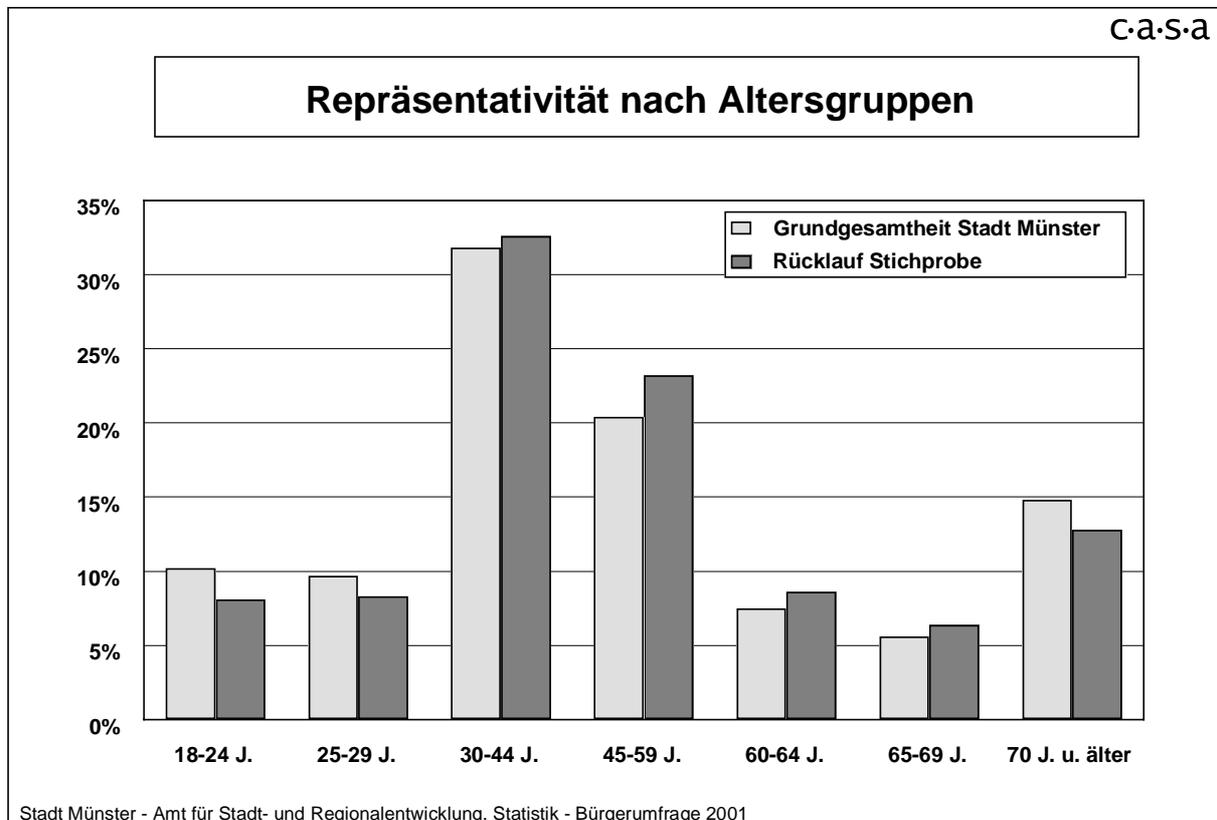


Abb. 1: Repräsentativität der Stichprobe bezüglich der Altersstruktur

In den jüngeren Altersgruppen bis 29 Jahre haben sich weniger Personen an der Befragung beteiligt als es ihrem Anteil in der Grundgesamtheit entspricht. Das gleiche gilt in der Altersgruppe der über 70-Jährigen. Leicht überproportional haben sich die Altersgruppen zwischen 30 und 69 Jahren beteiligt. Die 60- bis 64-Jährigen haben die höchste Rücklaufquote aller Altersgruppen mit 59,6 %. Die geringste Beteiligung gab es mit einer Rücklaufquote von 41,9 % bei den 25- bis 29-Jährigen (vgl. Tabelle 1).

Die Übereinstimmungen zwischen der Struktur der Münsteraner Bevölkerung und der Stichprobe sind hoch genug, um von der Repräsentativität der Bürgerumfrage 2001 hinsichtlich der analysierten Merkmale für die Grundgesamtheit der Münsteraner Bevölkerung auszugehen. Diese Stichprobe erlaubt es, Rückschlüsse auf die gesamte Münsteraner Bevölkerung zu ziehen.

1.4 Weitere Auswertungsmöglichkeiten

Eine vollständige und umfassende Auswertung aller Daten der Bürgerumfrage 2001 kann in diesem Bericht nicht geliefert werden. In den folgenden Kapiteln sowie im Tabellenteil wird ein Überblick zu wichtigen Merkmalen und Themen gegeben. Vertiefende Analysen sind auf der Basis der im Amt für Stadt- und Regionalentwicklung, Statistik verfügbaren Datenbestände durch spezielle Auswertungen jedoch auf Anforderung möglich.

In der Bürgerumfrage 2001 werden die ermittelten Werte als ganze Zahlen, also ohne Nachkommastelle dargestellt. Hiermit soll deutlich gemacht werden, dass es sich bei den Ergebnissen um Stichprobenwerte handelt und nicht die Genauigkeiten darstellbar sind, die eine Verwendung von Zahlen mit Nachkommastellen vielleicht vermuten lässt.

Zum Verständnis der Tabellen sind die verwendeten Zeichen zu Beginn des Tabellenteils (Seite 44) aufgeführt.

2 Einschätzung der Lebensqualität in Münster

Traditionell wird in der Bürgerumfrage die Zufriedenheit der Münsteraner Bürgerinnen und Bürger mit den Lebensbedingungen in Münster untersucht. Da die Bewertung der Zufriedenheit mit ausgesuchten Lebensbedingungen in Münster mit unterschiedlichen Erfahrungshaltungen der Befragten einhergeht, ist es sinnvoll, den Stellenwert, den einzelne Attribute (Angebote und Einrichtungen) der Stadt für den jeweiligen Befragten haben, zu ermitteln. Aus diesem Grund wurde neben der Zufriedenheit auch die Wichtigkeit der einzelnen Lebensbedingungen erfragt (vgl. Tabellen 2 und 3). Dabei variiert die Zusammenstellung der Angebote und Einrichtungen der Stadt Münster in den einzelnen Bürgerumfragen leicht, um einerseits bei prägnanten Bewertungen einen jährlichen Vergleich vornehmen zu können, aber auch, um neue interessante Merkmale den Münsteranerinnen und Münsteranern zur Bewertung vorzulegen.

In Abbildung 2 werden die Attribute, die in Hinsicht auf die Bewertung der Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Münster abgefragt wurden, nach der Rangfolge der Mittelwerte ihrer Wichtigkeit geordnet dargestellt. Dabei kennzeichnet die Darstellung der Mittelwerte in einer Notenskala eine Bewertung zwischen eins (sehr wichtig bzw. sehr zufrieden) und fünf (überhaupt nicht wichtig bzw. überhaupt nicht zufrieden).

Wie im Vorjahr sind den Münsteranerinnen und Münsteranern die „Sauberkeit der Luft“ und das „Angebot an Arbeitsplätzen“ die wichtigsten Aspekte im Hinblick auf die Angebote und Einrichtungen der Stadt Münster. 96 % der Befragten benoten die „Sauberkeit der Luft“ und 95 % benoten das „Angebot an Arbeitsplätzen“ mit sehr wichtig bzw. wichtig. Die Zufriedenheit insbesondere mit dem letztgenannten Attribut fällt jedoch – ebenso wie im Vorjahr – durchschnittlich aus.

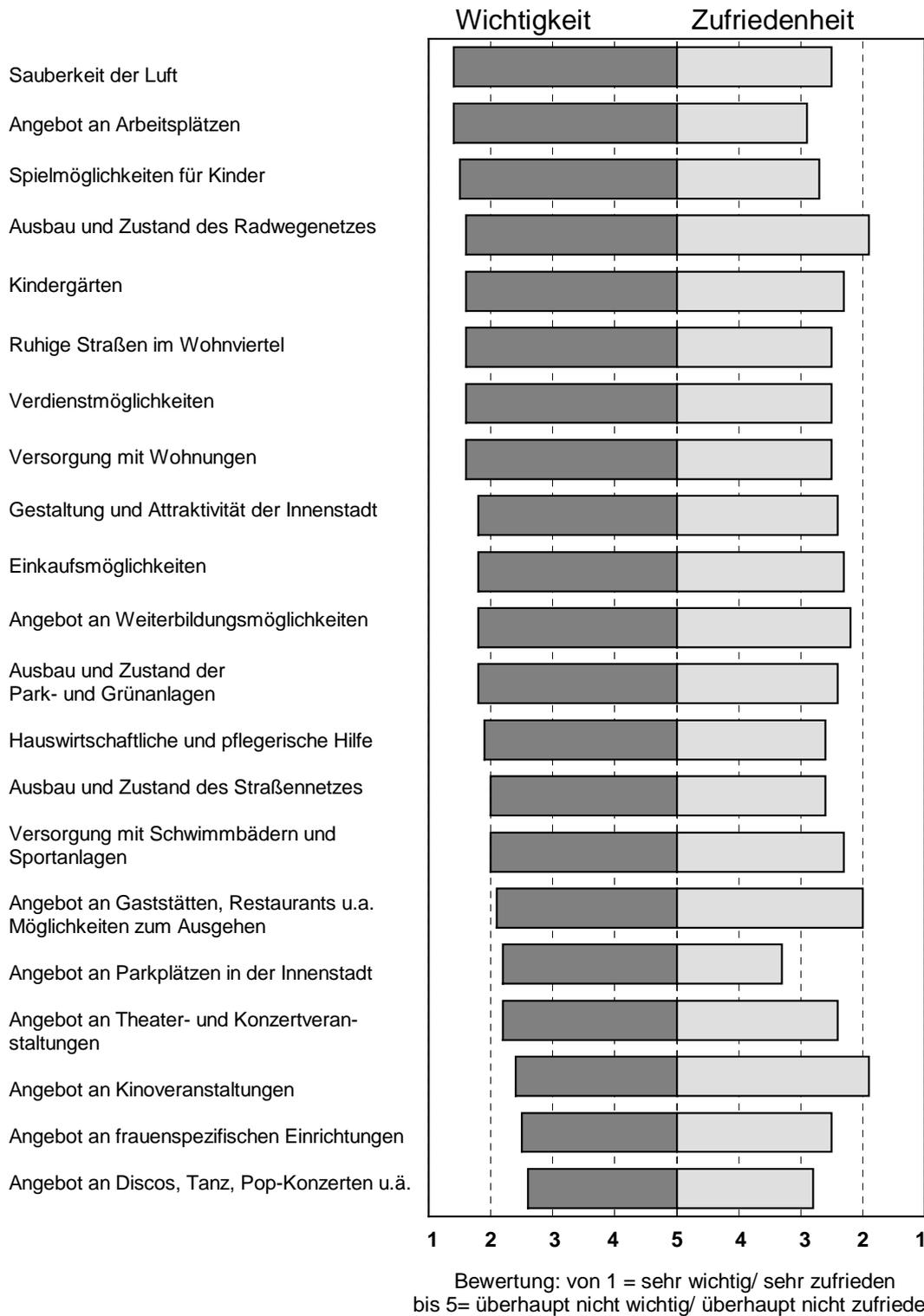
Eine ebenso große Diskrepanz zwischen hoher Wichtigkeit und eher durchschnittlicher Zufriedenheit fällt bei den „Spielmöglichkeiten für Kinder“ auf. 94 % der Befragten halten dieses Angebot in der Stadt Münster für sehr wichtig bzw. wichtig, aber nur 45 % der Befragten sind mit dem Angebot an Spielmöglichkeiten für Kinder in Münster sehr zufrieden bzw. zufrieden.

Weitere wichtige Einrichtungen und Angebote der Stadt Münster aus der Sicht ihrer Bürgerinnen und Bürger sind die Versorgung mit Wohnungen (94 % wichtige bzw. sehr wichtige Nennungen), die Kindergärten (93 %), gute Verdienstmöglichkeiten (92 %), ruhige Straßen im Wohnviertel (91 %) und der Ausbau und Zustand des Radwegenetzes (90 %).

C·a·S·a

Einschätzung von Wichtigkeit und Zufriedenheit der Lebensbedingungen in Münster

- sortiert nach der Reihenfolge der Mittelwerten von „Wichtigkeit“ -



Stadt Münster - Amt für Stadt- und Regionalentwicklung, Statistik - Bürgerumfrage 2001

Abb. 2: Einschätzung von Wichtigkeit und Zufriedenheit der Lebensbedingungen in Münster

Zu den Merkmalen, die den Münsteranerinnen und Münsteranern von den im Fragebogen angeführten am wenigsten wichtig erscheinen, zählen das „Angebot an Discos, Tanz, Pop-Konzerten u.ä.“ (48 %), das „Angebot an Kinoveranstaltungen“ (54 %) und das „Angebot an frauenspezifischen Einrichtungen“ (57 %). Gleichzeitig stellt das Angebot an Kinoveranstaltungen in diesem Jahr die Lebensbedingung dar, die den größten Zufriedenheitsgrad erreicht (86 % sehr zufrieden oder zufrieden). Das Angebot an Kinoveranstaltungen ist im Vergleich zur letzten Abfrage dieses Kriteriums im Jahre 1998 von Rang zwei auf Rang eins der Zufriedenheitsskala gerückt. Die vorliegende Bürgerumfrage befasst sich u.a. deshalb noch eingehender in Kapitel 6 mit der Untersuchung des Kinoangebotes im Münster.

Zusätzlich ist anzuführen, dass das Angebot an frauenspezifischen Einrichtungen bei den Frauen erwartungsgemäß einen höheren Wichtigkeitsgrad (63 % der Nennungen für wichtig bzw. sehr wichtig) einnimmt als bei den Männern (48 % wichtig bzw. sehr wichtig). Bei der Einschätzung der Zufriedenheit mit diesem Angebot stimmen Frauen und Männer weitestgehend überein. Nahezu die Hälfte der Nennungen entfallen auf die Einschätzungen sehr zufrieden bzw. zufrieden (Frauen: 52 %, Männer: 49 %). In der Einschätzung der Wichtigkeit und Zufriedenheit mit den abgefragten Angeboten und Einrichtungen in Münster sind keine weiteren signifikanten geschlechtsspezifischen Unterschiede festzustellen.

Zu den Lebensbedingungen in Münster, mit denen die Bürger am meisten zufrieden sind, gehören in diesem Jahr der Ausbau und Zustand des Radwegenetzes (81 % sehr zufrieden oder zufrieden) und das Angebot an Gaststätten, Restaurants und anderen Möglichkeiten zum Ausgehen (79 % sehr zufrieden bzw. zufrieden).

Das Angebot an Parkplätzen in der Innenstadt ist ein Merkmal, das bereits in allen früheren Bürgerumfragen von den Münsteraner Bürgern und Bürgerinnen kritisch beurteilt wird. So bewerten in diesem Jahr 44 % der Befragten die Ausstattung mit Parkplätzen in der Innenstadt von Münster als nicht zufrieden oder völlig unzufrieden. Allerdings ist diesbezüglich im Vergleich zu den Vorjahren ein positiver Trend zu beobachten. Im Jahr 2000 äußerten sich noch 51 % mit dem Angebot an Parkplätzen unzufrieden, 1999 und 1998 waren es sogar jeweils 64 %.

3 Ziele für die zukünftige Stadtentwicklung Münsters

In der ersten Frage der Bürgerumfrage Münster 2001 ging es um die Bewertung einer Reihe von lokalpolitischen Entwicklungszielen für Münster. Es wurde untersucht, welchen Stellenwert die Münsteraner Bürgerinnen und Bürger allgemeinen Zielen der Stadtentwicklung für Münster beimessen. Die verschiedenen Zielsetzungen betreffen das alltägliche Leben ihrer Bürger ebenso wie die Beziehungen der Stadt nach außen. In der Antwortskala konnte unterschieden werden, für wie wichtig die Umsetzung der einzelnen Ziele erachtet wird, ob sie also unbedingt erreicht werden sollten, ob deren Umsetzung wünschenswert oder nicht so wichtig ist oder sie gar auf keinen Fall angestrebt werden sollten (vgl. Tabelle 4).

Fast alle in der Frage vorgegebenen Ziele erfuhren eine sehr hohe Zustimmung. Die positiven Antwortmöglichkeiten „sollte unbedingt erreicht werden“ und „wäre wünschenswert“ wurden bei fast allen Aussagen von mehr als 70 % der Münsteraner Befragten gewählt. Das wichtigste Entwicklungsziel der Münsteraner Bürgerinnen und Bürgern ist, dass in Münster hohe Qualitäten im Umwelt-, Natur- und Klimaschutz verwirklicht werden. Mehr als die Hälfte der Befragten (55 %) meinen, dass dieses Ziel unbedingt erreicht werden sollte, weitere 40 % der Befragten halten die Umsetzung dieses Ziels für wünschenswert.

Vor allem die Themen der Freizeit, des Wohnens und des Versorgens führen die Rangliste der Ziele, die unbedingt erreicht werden sollten, fort. Ungefähr die Hälfte der Münsteranerinnen und Münsteraner wollen unbedingt erreicht sehen, dass Münster attraktiv ist durch seine Kultur- und Freizeitangebote, als Wohnstandort – insbesondere für Familien mit Kindern – und als Einkaufsstadt. Auch das gute Zusammenleben von ausländischen und deutschen Bürgern in Münster ist den Befragten sehr wichtig; 46 % von ihnen meinen, dass dieses Ziel unbedingt erreicht werden sollte, weitere 45 % erachten die Umsetzung dieses Ziels als wünschenswert.

Zu den Zielen, die überwiegend für wünschenswert, jedoch weniger für unbedingt umzusetzen gehalten werden, gehören, dass Münster seinen jetzigen Charakter bewahren soll (54 % der Nennungen entfallen auf „wäre wünschenswert“), bürgerschaftliches Engagement und vielfältige Mitwirkungsmöglichkeiten angestrebt werden sollten (59 %) und die Stadt zu den Münsterlandgemeinden ein partnerschaftliches Verhältnis pflegen solle (56 %).

Bevölkerungswachstum ist das einzige Thema, dem die Münsteraner Bürgerinnen und Bürger nur sehr wenig Relevanz für die Stadtentwicklung beimessen. Mehr als die Hälfte (52 %) der Münsteranerinnen und Münsteraner meinen, dass Bevölkerungswachstum anzustreben für Münster nicht so wichtig sei. 13 % der Befragten lehnen es sogar ab, dieses Thema zu einem Ziel der Münsterschen Stadtentwicklung zu machen.

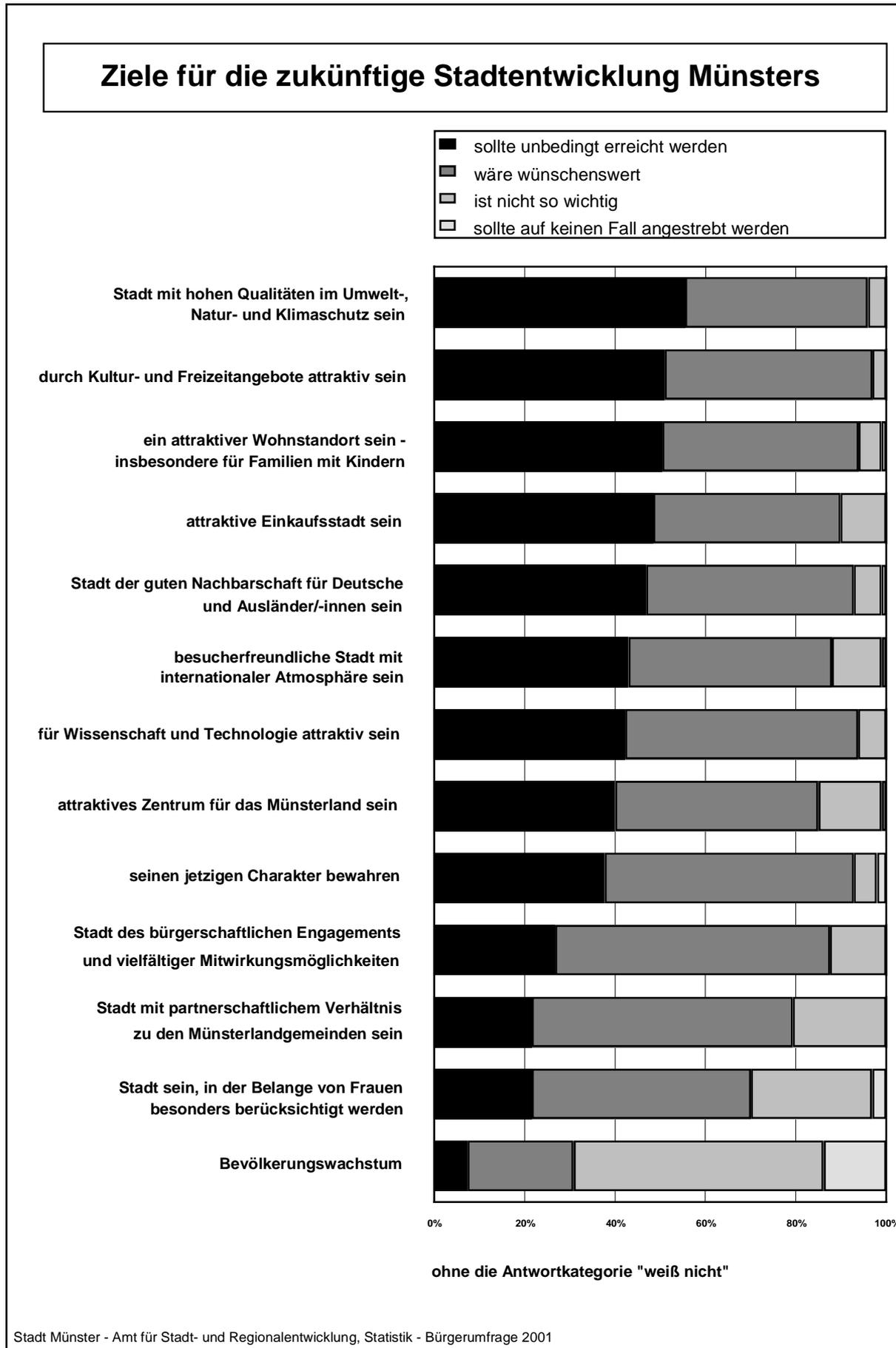


Abb. 3: Ziele für die zukünftige Stadtentwicklung Münsters

Die Einschätzungen der Wichtigkeit, differenziert nach dem Geschlecht der Befragten, unterscheidet sich bei der Mehrzahl der Aussagen nur geringfügig (vgl. Tabelle 4). Dass in Münster die Belange von Frauen besonders berücksichtigt werden sollten, wird von den Frauen als wichtiger eingestuft als von den Männern. Für 30 % der Frauen ist dieses Ziel „unbedingt zu erreichen“, jedoch nur für 11 % der Männer. Knapp die Hälfte der Münsteranerinnen und Münsteraner findet es wünschenswert, dieses Ziel umzusetzen. Ein Drittel der Männer meint, die Belange von Frauen in der Stadtentwicklung besonders zu berücksichtigen, sei nicht so wichtig. Bei den Frauen sind es immerhin 18 %, die ebenso denken.

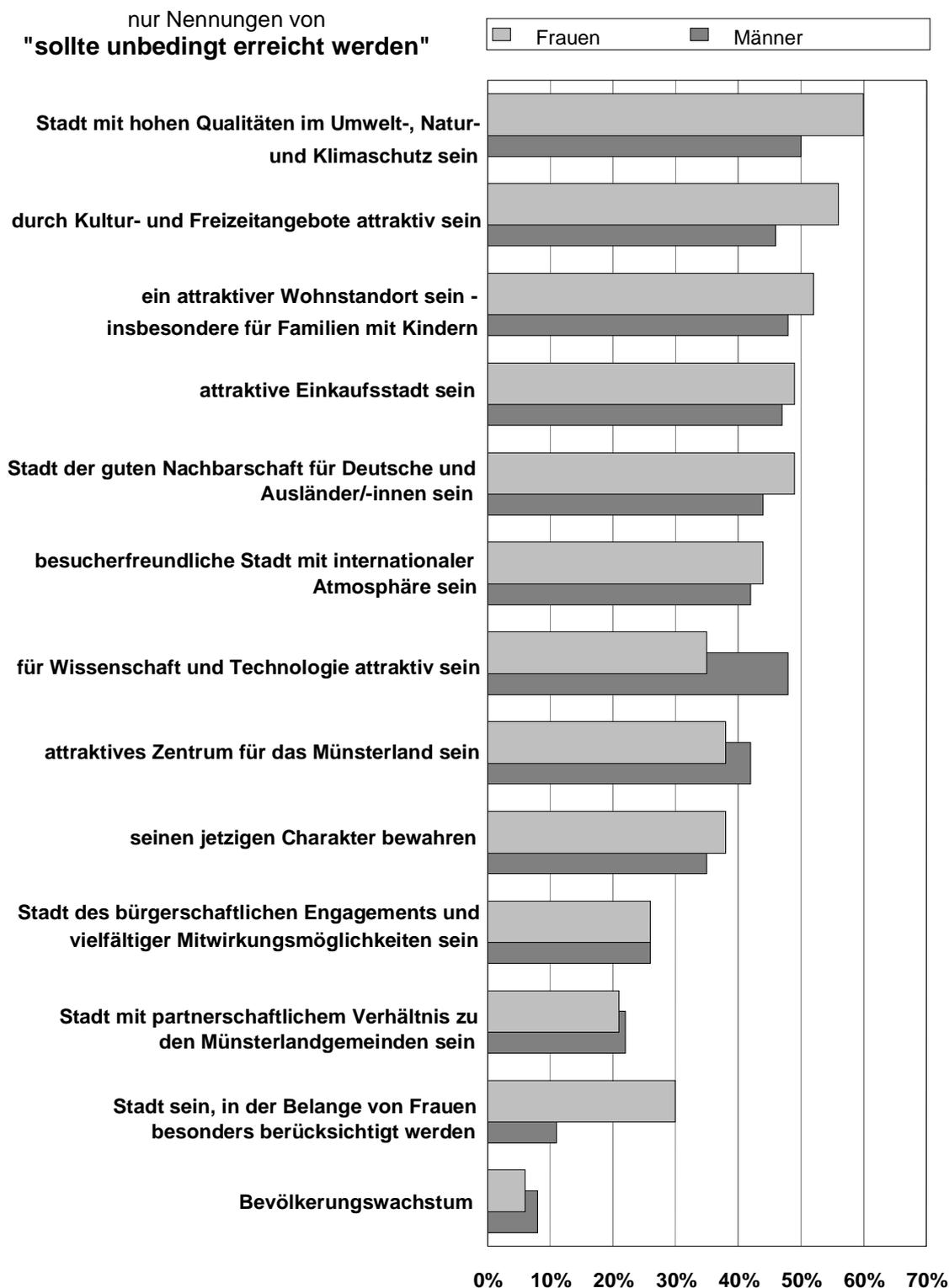
Die Frauen bewerten auch die Aussagen, Münster solle eine Stadt sein, in der hohe Qualitäten im Umwelt-, Natur- und Klimaschutz verwirklicht werden und die attraktiv durch Kultur- und Freizeitangebote ist, mit 60 % für die Antwortkategorie „sollte unbedingt erreicht werden“ um 10 Prozentpunkte höher als die Männer. Dass Münster für Wissenschaft und Technologie attraktiv sein sollte, ist den Männern wichtiger als den Frauen. 48 % der Männer meinen, dieses Ziel solle unbedingt erreicht werden. Bei den Frauen sind es mit 35 % 13 Prozentpunkte weniger.

Die jüngeren Altersgruppen (die 18- bis 29-Jährigen und die 30- bis 44-Jährigen) legen im Vergleich zu den älteren Menschen tendenziell ihren Schwerpunkt (in der Kategorie „sollte unbedingt erreicht werden“) vor allem auf hohe Klima- und Umweltschutzstandards (56 % bei den 18- bis 29-Jährigen und 61% bei den 30- bis 44-Jährigen), auf Attraktivität durch Kultur- und Freizeitangebote (59 % den 18- bis 29-Jährigen und 56 % bei den 30- bis 44-Jährigen) und auf gute Nachbarschaft von deutschen und ausländischen Mitbürgern (50 % bei den 18- bis 29-Jährigen und 52 % bei den 30- bis 44-Jährigen), wie aus Tabelle 5 ersichtlich wird.

Mit „ist nicht so wichtig“ stufen diese jüngeren Altersgruppen folgende Ziele für die zukünftige Stadtentwicklung häufiger ein als ihre älteren Mitbürger: die besondere Berücksichtigung der Belange von Frauen (37 % bei den 18- bis 29-Jährigen), das partnerschaftliche Verhältnis Münsters zu seinen Umlandgemeinden (33 % bei den 18- bis 29-Jährigen und 26 % bei den 30- bis 44-Jährigen) und die Attraktivität der Stadt als Zentrum für das Münsterland (18 % bei den 18- bis 29-Jährigen und 21 % bei den 30- bis 44-Jährigen). Auch der Umsetzung bürgerschaftlichen Engagements und vielfältiger Mitwirkungsmöglichkeiten messen sie weniger Bedeutung bei als die älteren Münsteranerinnen und Münsteraner. Die Attraktivität Münsters als Zentrum für das Münsterland (46 % bei den 45- bis 59-Jährigen und 49 % bei den 60-Jährigen und älteren) und das partnerschaftliche Verhältnis der Stadt zu den Münsterlandgemeinden (23 % bei den 45- bis 59-Jährigen und 35 % bei den 60-Jährigen und älteren) ist den Altersgruppen von 45 bis 59 Jahren und den 60-Jährigen und älteren Menschen tendenziell wichtiger (in der Antwortkategorie „sollte unbedingt erreicht werden“).

Ziele für die zukünftige Stadtentwicklung Münsters

- nach Geschlecht -



Stadt Münster - Amt für Stadt- und Regionalentwicklung, Statistik - Bürgerumfrage 2001

Abb. 4: Ziele für die zukünftige Stadtentwicklung Münsters - nach Geschlecht -

Münsters Attraktivität für Wissenschaft und Technologie wird von den älteren Befragten etwas wichtiger bewertet. In der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen meinen 82 %, dass dieses Ziel „unbedingt erreicht werden“ sollte oder dies zumindest „wünschenswert“ wäre. Von den über 60-Jährigen meinen dies 95 %.

Dies zeigt gleichzeitig, dass die aufgezeigten Unterschiede immer vor dem Hintergrund der insgesamt hohen Zustimmung zu den meisten Aussagen betrachtet werden müssen. Die Mehrheit der Münsteranerinnen und Münsteraner stehen den angeführten Zielen für die Stadtentwicklung (ausgenommen das Bevölkerungswachstum) also insgesamt positiv gegenüber, die feinen Unterschiede (genauer die geschlechts- oder altersspezifischen Unterschiede) zeigen sich im Grad der Relevanz, die die verschiedenen Gruppen einzelnen Aussagen beimessen.

4 Stadtmarketing

Die Darstellung der Stadt Münster nach außen wirkt sich nicht nur auf seine (potentiellen) Gäste aus. Auch die Bürger dieser Stadt bewerten die Bemühungen des Stadtmarketings im Sinne eines Eigenimages. Dabei spiegelt das Eigenimage die subjektiven Vorstellungen, Meinungen und Urteile der Bürger über ihre Stadt wider. Nach 1989 und 1997 wurden in der Bürgerumfrage 2001 die Münsteranerinnen und Münsteraner wieder um eine Bewertung verschiedener Eigenschaften von Münster gebeten (vgl. Tabelle 6 und 7). Darüber hinaus wurde im Themenkomplex Stadtmarketing das Interesse der Münsteraner Bürgerinnen und Bürger an verschiedenen Veranstaltungen in Münster abgefragt (vgl. Tabelle 8, 9 und 10). Für die Herausgabe eines städtischen Veranstaltungskalenders, der dann anschließend im September 2001 erstmals für 2,- DM je Exemplar erschien, wurden die Münsteranerinnen und Münsteraner gefragt, ob Interesse an einem solchen Magazin besteht und wenn ja, zu welchem Preis ein solcher Veranstaltungskalender angenommen würde (vgl. Tabelle 11).

4.1 Eigenschaften der Stadt Münster

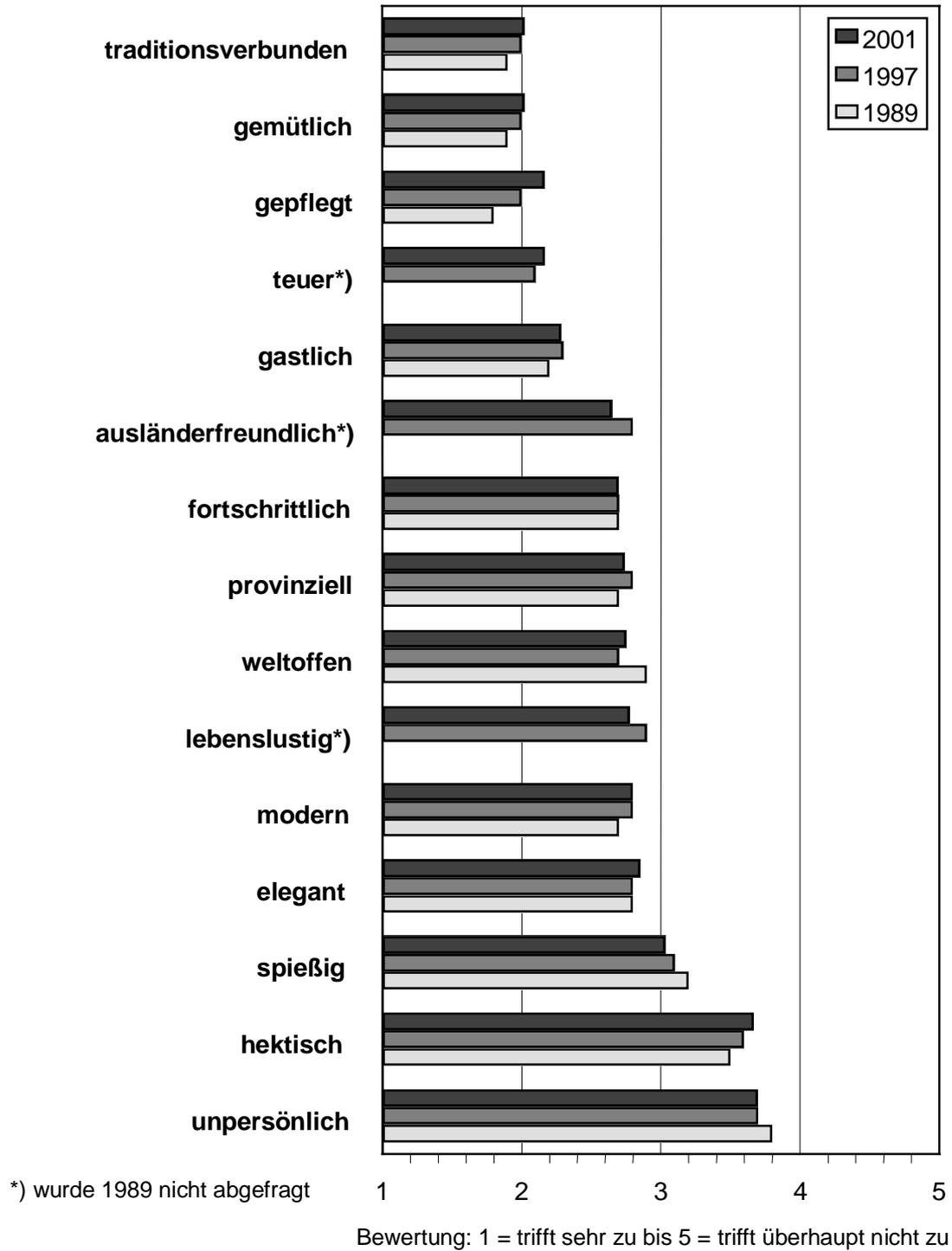
Bewertet wurden die Eigenschaften der Stadt Münster mit einer Zustimmungstärke nach einer Notenskala von eins (trifft sehr zu) bis fünf (trifft überhaupt nicht zu). In der Abbildung 5 werden dabei die Durchschnittsnoten bzw. Mittelwerte dargestellt. Die größte Zustimmung erhielten unter den vorgegebenen Antwortmöglichkeiten die Eigenschaften „traditionsverbunden“ (mit einem Mittelwert von 2,0), „gemütlich“ (2,0), „gepflegt“ (2,2), „teuer“ (2,2) und „gastlich“ (2,3). Im Vergleich zu den Einschätzungen im Jahre 1997 fällt auf, dass die Bewertung „gepflegt“ im Jahre 2001 eine geringere Zustimmung erfährt (1997 lag der Mittelwert noch bei 2,0).

Wie in den vergangenen Bürgerumfragen 1989 und 1997 treffen nach Einschätzung der Münsteraner Bürgerinnen und Bürger die Eigenschaften „unpersönlich“ (\emptyset in 2001 = 3,7), „hektisch“ (3,7) und „spießig“ (3,0) am wenigsten auf Münster zu. Weitere auffällige Änderungen im Vergleich zur letzten Befragung der Eigenschaften Münsters sind, auch hinsichtlich der Unterscheidung nach Geschlecht, kaum festzustellen (vgl. Tabelle 6).

In Hinsicht auf die Einschätzungen in den verschiedenen Altersgruppen lassen sich im Allgemeinen ebenfalls keine besonders gravierenden Unterschiede festmachen. Interessant sind hier eventuell noch die differierenden Einschätzungen der Attribute „weltoffen“, „fortschrittlich“, „gastlich“, „spießig“ und „lebenslustig“. In diesen Fällen unterscheiden sich besonders die Bewertungen der Altersklasse 60 Jahre und älter von denen der jüngeren Münsteranerinnen und Münsteranern.

C.a.S.a

Eigenschaften Münsters im Vergleich der Jahre 1989, 1997 und 2001



Stadt Münster - Amt für Stadt- und Regionalentwicklung, Statistik - Bürgerumfrage 2001

Abb. 5: Eigenschaften Münsters im Vergleich der Jahre 1989, 1997 und 2001

So trifft die Weltoffenheit, die Fortschrittlichkeit und Gastlichkeit Münsters nach Einschätzung der älteren Befragten eher mehr zu, als nach Meinung der jüngeren Befragten. Für das Attribut „weltoffen“ wählen 51 % der über 59-Jährigen die Beurteilung „trifft zu“ bzw. „trifft sehr zu“, wohingegen in den anderen Altersgruppen nur ca. 30 % diese Beurteilung wählen. Für das Merkmal „fortschrittlich“ liegt die Bewertung der über 59-jährigen Münsteranerinnen und Münsteraner bei 46 % (die der jüngeren Bürgerinnen und Bürger bei durchschnittlich 34 %) und das Merkmal „gastlich“ trifft bei den über 59-Jährigen mit 76 % eher zu, als bei den jüngeren Altersgruppen mit durchschnittlich 63 % (vgl. Tabelle 7).

Im Gegensatz dazu befinden die jüngeren Münsteranerinnen und Münsteraner unter 45 Jahren ihre Stadt mit einer mittleren Benotung von 2,8 eher als spießig, als die älteren Bürgerinnen und Bürger mit einer mittleren Benotung von 3,0 bzw. 3,4. Auch das Merkmal „lebenslustig“ trifft nach Überzeugung der 18- bis 29-Jährigen eher auf die Stadt Münster zu (mit 49 % der Nennungen bei „trifft sehr zu“ bzw. bei „trifft zu“), als nach Einschätzung der älteren Altersgruppen mit durchschnittlich 33 % (vgl. Tabelle 7).

4.2 Veranstaltungen in Münster

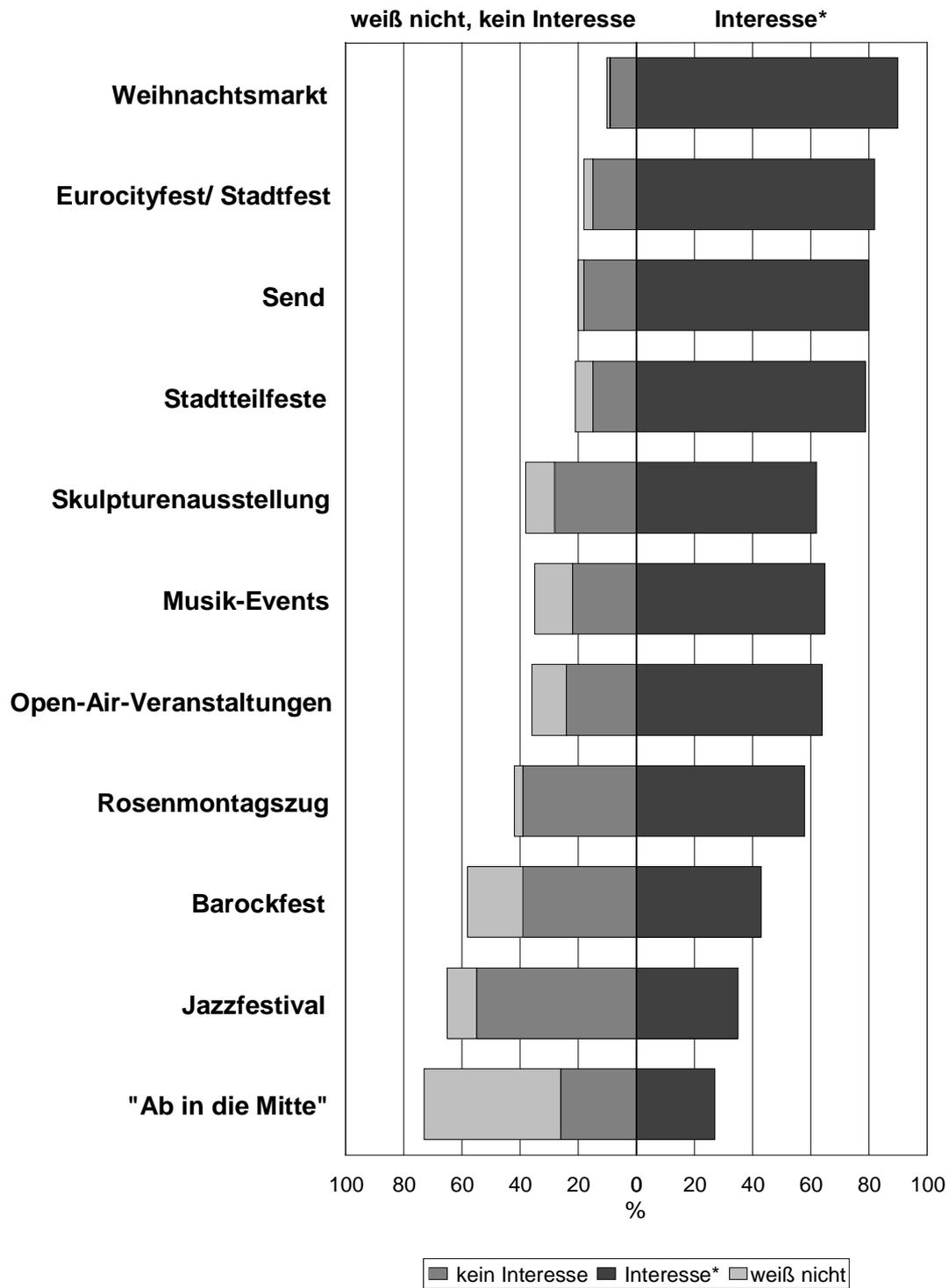
In der Bürgerumfrage 2001 wurden die Münsteraner Bürgerinnen und Bürger im Themenkreis Stadtmarketing auch nach ihrem Interesse an einem Besuch größerer Veranstaltungen in Münster gefragt. Differenziert wurden dabei Antwortmöglichkeiten für das Interesse am Besuch der unterschiedlichen Veranstaltungen in „Ja, bereits besucht“, „Ja, gehe mit auswärtigen Gästen“, „Ja, Besuch geplant“, „Nein, kein Interesse“ und „weiß nicht“. Mehrfachantworten waren bei dieser Frage zulässig.

In Abbildung 6 sind die vorgegebenen Veranstaltungen nach der Rangfolge des größten Interesses aufgeführt. Das Interesse setzt sich in dieser Abbildung aus den Antwortmöglichkeiten „Ja, bereits besucht“, „Ja, gehe mit auswärtigen Gästen“, „Ja, Besuch geplant“ zusammen, die in Abbildung 7 gesondert dargestellt werden. Dabei nehmen der Weihnachtsmarkt (mit insgesamt 90 % der Nennungen in einer der o.g. positiven Antwortmöglichkeiten), das Eurocityfest bzw. das Stadtfest (82 %), der Send (80 %) und die Stadtteilstadt (79 %) die ersten Ränge ein. Beachtenswert ist, dass auf den untersten Rängen nicht unbedingt die Veranstaltungen angesiedelt sind, für die die Münsteranerinnen und Münsteraner das meiste Desinteresse zeigen.

Zu diesen Veranstaltungen gehören in erster Linie das Jazzfestival (55 % der Nennungen „NEIN, kein Interesse“), der Rosenmontagszug (39 %) und das Barockfest (38 %).

C·a·S·a

**Interesse am Besuch größerer Veranstaltungen
in Münster 2001**



*) "bereits besucht", "gehe mit auswärtigen Gästen", "Besuch geplant"
 Stadt Münster - Amt für Stadt- und Regionalentwicklung, Statistik - Bürgerumfrage 2001

Abb. 6: Interesse am Besuch größerer Veranstaltungen in Münster 2001

Veranstaltungen, zu denen die meisten Befragten keine Meinung (mit der Aussage „weiß nicht“) haben, sind „Ab in die Mitte“ mit 47 % der Nennungen mit der Aussage „weiß nicht“ und das Barockfest mit 19 % (vgl. Tabelle 8). Mit ein Grund für diese doch sehr großen Abweichungen bei den verschiedenen Veranstaltungen dürfte auch der Zeitpunkt der Befragung im Frühjahr 2001 sein. Veranstaltungen, die schon vor längerer Zeit stattgefunden haben, sind nicht mehr so präsent. Deutlich wird dies vor allem bei der relativ neuen Veranstaltung „Ab in die Mitte“. Hier wurde von potentiellen Besuchern eher "weiß nicht" als "Ja, Besuch geplant" angekreuzt (vgl. Abbildung 6).

Untersucht man die Art des Interesses der Münsteraner Bürgerinnen und Bürgern an den einzelnen größeren Veranstaltungen in Münster genauer, entspricht den oberen Rängen auch die Antwortkategorie „JA, bereits besucht“ (Weihnachtsmarkt = 75 %, Send = 69 %, Eurocityfest/ Stadtfest = 68 % und Stadtteilfeste = 61 %).

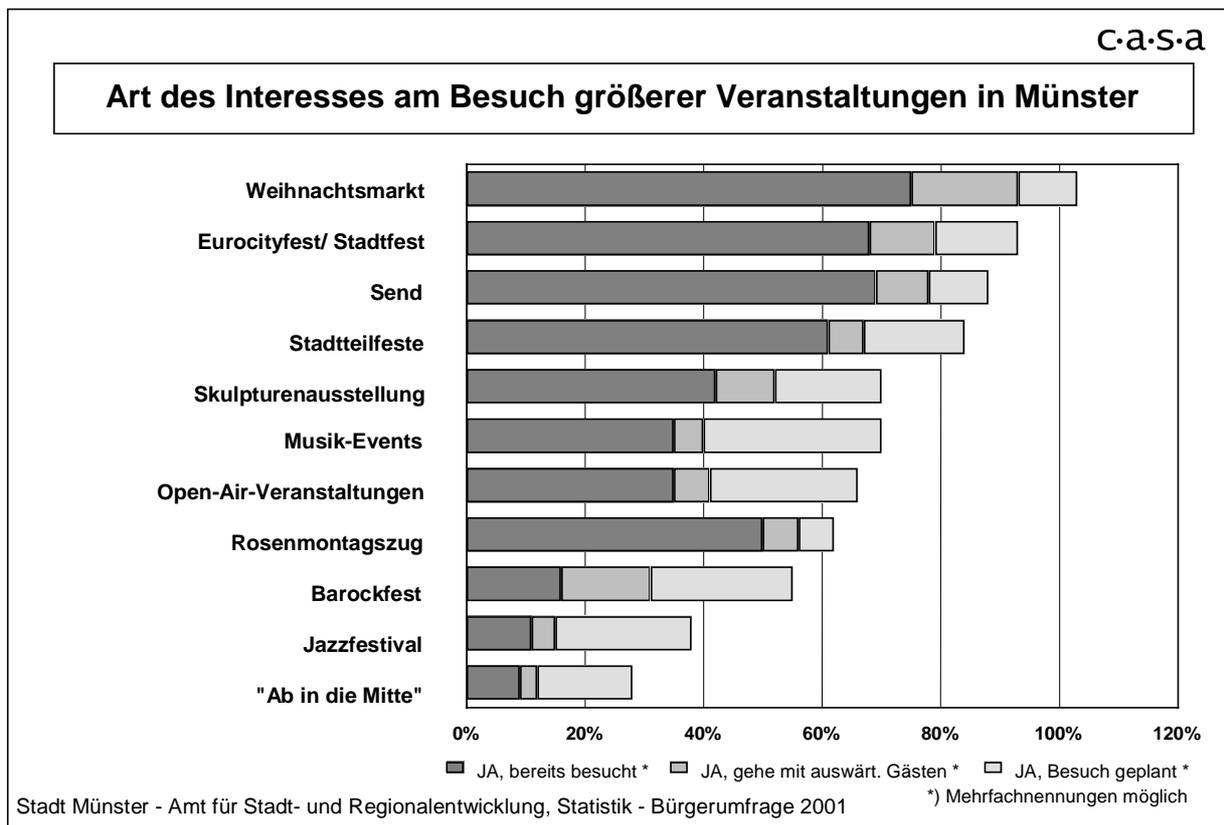


Abb. 7: Art des Interesses am Besuch größerer Veranstaltungen in Münster

Interessant für das Stadtmarketing ist darüber hinaus auch, auf welche Veranstaltungen die Münsteraner Bürgerinnen und Bürger auswärtige Gäste mitnehmen und somit zusätzliche Besucher auf diesen Veranstaltungen in Münster zu erwarten sind. Auch hier steht der Weihnachtsmarkt mit 18 % und das Eurocityfest/ Stadtfest mit 11 % der Nennungen für „JA, gehe mit auswärtigen Gästen“ auf den ersten Rängen.

Interessant ist, dass hier die Skulpturenausstellung mit 10 % an dritter Stelle steht. 9 % der Nennungen entfallen noch auf den Send (vgl. Tabelle 8). Insgesamt fällt auf den mittleren und unteren Rängen, mit Ausnahme des Rosenmontagszuges, ein relativ hohes Aufkommen der Antwortmöglichkeit „JA, Besuch geplant“ auf, was ebenfalls Interesse und potentielle Besucherzahlen für die betreffenden Veranstaltungen ausdrückt. Insbesondere planen die Befragten den Besuch von Musik-Events (30 % der Nennungen „JA, Besuch geplant“), Open-Air-Veranstaltungen (25 %), das Barockfest (24 %) und das Jazzfestival (23%).

Hinsichtlich der vorgegebenen Aussagen zum Besuch größerer Veranstaltungen in Münster fallen bei den Münsteranerinnen und bei den Münsteranern insbesondere unterschiedliche Interessensbekundungen in Hinblick auf die Skulpturenausstellung auf. Hier bekunden deutlich mehr Frauen als Männer das Interesse am Besuch der Veranstaltungen. Für die Skulpturenausstellung entfallen bei den Frauen 47 % der Nennungen auf „Ja, bereits besucht“, wohingegen bei den Männern nur 37 % auf diese Antwortkategorie entfallen. Dementsprechend mehr Nennungen (32 %) sind bei den Männern unter „Nein, kein Interesse“ zu verzeichnen – bei den Frauen nur 24 % (vgl. Tabelle 8).

Unterschiede im Hinblick auf das Alter der Münsteraner Bürgerinnen und Bürger bezüglich größerer Veranstaltungen in Münster sind in erster Linie an dem Interesse der 60-Jährigen und älteren Befragten festzumachen. Es fällt auf, dass bei Veranstaltungen, wie Musik-Events und Open-Air-Veranstaltungen das Interesse dieser Altersgruppe deutlich von den anderen Altersgruppen abweicht. Für Open-Air-Veranstaltungen bezeugen mehr als die Hälfte der älteren Befragten (52 %) kein Interesse, bei Musik-Events entfallen 46 % der Nennungen in dieser Altersklasse auf die Antwort „Nein, kein Interesse“. Dementsprechend deutlicher fällt das Interesse an diesen Veranstaltungen bei den unteren Altersklassen aus, die man hier auch als Zielgruppen für derartige Veranstaltungen bezeichnen kann (vgl. Tabelle 9).

4.3 Interesse an einer regelmäßig erscheinenden Veranstaltungsübersicht

In der Bürgerumfrage 2001 wurde im thematischen Zusammenhang mit dem Stadtmarketing auch das Interesse der Münsteranerinnen und Münsteraner an einem regelmäßig erscheinenden Magazin mit Informationen über die verschiedenen Veranstaltungen in Münster erfragt. Diese Ergebnisse sind in Abbildung 8 dargestellt. Der Großteil der Befragten (53 %) würde eine solche Veranstaltungsübersicht als kostenlose Serviceleistung der Stadt begrüßen. Ein geringerer Anteil der Befragten (25 %) informiert sich über solche Veranstaltungen mit Hilfe anderer Quellen und 4 % der Befragten haben kein Interesse an einer Veranstaltungsübersicht.

17 % der Befragten hätten Interesse an einem solchen Magazin, auch bei einer entsprechenden Bezahlung für eine solche Dienstleistung. Diese 17 % teilen sich auf in 10 %, die einen Preis von weniger als 5,- DM pro Monat akzeptieren würden, in 6 %, die auch bis zu 5,- DM pro Exemplar bezahlen würden und 1 % der Befragten, die bis zu 10,- DM pro Monat für eine solche Veranstaltungsübersicht bezahlen würden.

Im Hinblick auf Unterschiede zwischen den Altersgruppen der Münsteraner Bürgerinnen und Bürger zeichnen sich die 60-Jährigen und älteren Befragten dadurch aus, dass sie offenbar mehr als die unteren Altersgruppen andere Quellen, wie z. B. die Tageszeitung, zur Informationsbeschaffung über Veranstaltungen in Münster nutzen. Dementsprechend sind es vor allem die unter 60-jährigen Münsteranerinnen und Münsteraner, die dazu bereit sind, für eine solche Veranstaltungsübersicht Geld auszugeben. Bei den unter 60-Jährigen entfallen durchschnittlich 20 % auf derartige Nennungen, wohingegen bei den höheren Altersgruppen mit 10 % nur halb soviel zu verzeichnen sind (vgl. Tabelle 11). Interessant sind diese Erkenntnisse, da die Stadt Münster ab September 2001 einen monatlichen Veranstaltungskalender unter dem Titel „Münster aktuell – Programm für Münster“ zum Preis von 2,- DM pro Exemplar herausgibt. Um den Münsteraner Bürgerinnen und Bürgern dieses Angebot reizvoll zu gestalten, werden zum Auftakt die ersten vier Monatsausgaben in einem kostenlosen Probeabo herausgegeben. Mit ein Grund hierfür dürften auch die Ergebnisse dieser Befragung sein.

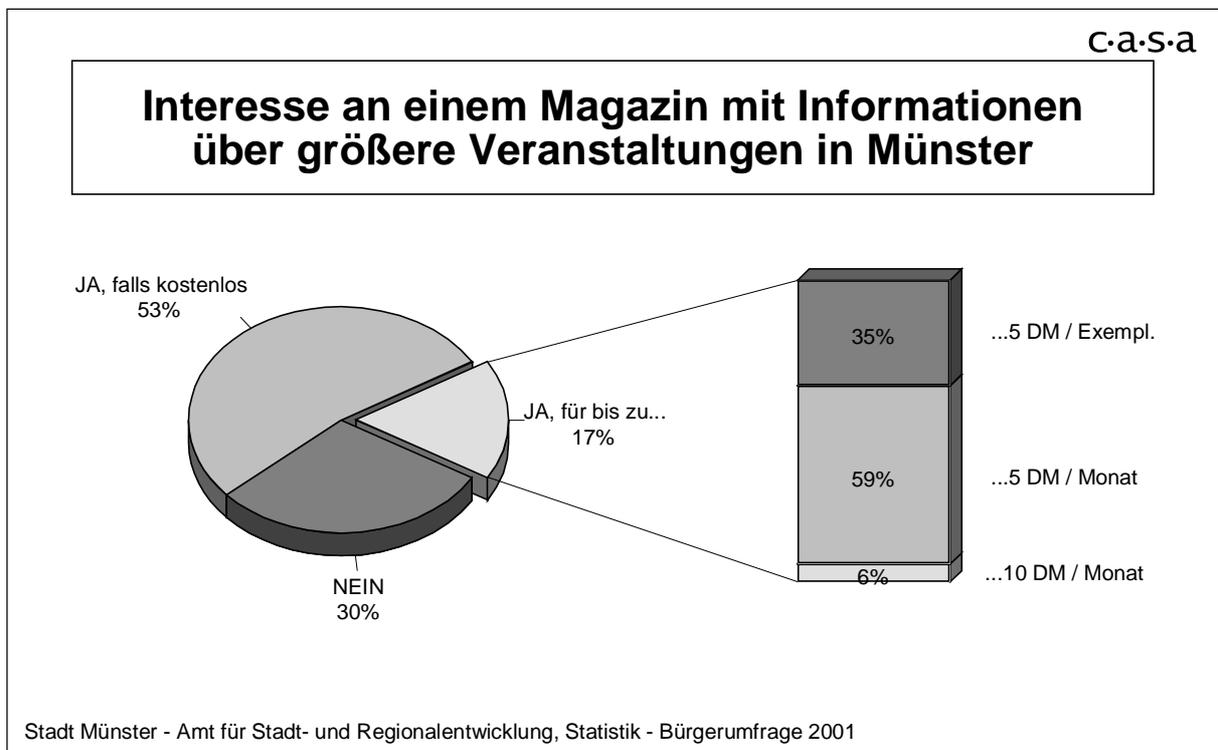


Abb. 8: Interesse an einem Magazin mit Informationen über größere Veranstaltungen in Münster

5 Die Nutzung des Internets

Das Internet ist ein modernes Informations- und Kommunikationsmedium, das in den letzten Jahren stark an Popularität gewonnen hat und inzwischen von vielen Bevölkerungskreisen genutzt wird. Mit den Nutzerzahlen wachsen auch die Möglichkeiten der Anwendung des Internets für berufliche und private Zwecke und reichen heute von der einfachen Informationsrecherche bis zur Abwicklung finanzieller Transaktionen, wie beispielsweise beim Homebanking.

5.1 Nutzerzahlen des Internets

Bei der Bürgerumfrage der Stadt Münster 2001 gaben 1133 an, das Internet zu nutzen. Der Anteil der Internet-Nutzer von 58 % zeigt, dass mehr als die Hälfte der Münsteranerinnen und Münsteraner sich diesem modernen Medium zuwenden (vgl. Tabelle 12). Die im Erhebungszeitraum der Bürgerumfrage Münster 2001 aktuellen Ergebnisse des GfK-Online Monitors¹, die im Internet veröffentlicht wurden (vgl. <http://www.gfk.de>), haben gezeigt, dass zum Jahreswechsel 2000/2001 die Nutzerzahlen bei etwa 24,2 Mio. Bundesbürgern lagen, was einem Anteil von 46 % an der bundesdeutschen Bevölkerung entspricht.² Somit liegt der Anteil der Internet-Nutzer in der Münsteraner Bevölkerung um 12 Prozentpunkte über dem zum Zeitpunkt der Erhebung erreichten bundesweiten Durchschnittswert.

Wie auch in der gesamten Bundesrepublik wird die Zahl der Internet-Nutzer auch in Münster weiter steigen. So haben sich bereits 10 % der Befragten dafür entschieden, sich in Kürze dem Internet zuzuwenden. Damit könnte der Anteil der Nutzer des Internets kurzfristig auf mehr als zwei Drittel der Bevölkerung Münsters ansteigen.

Etwas mehr als die Hälfte der Münsteranerinnen (53 %) nutzen das Internet. Unter den Männern liegt der Anteil der Internet-Nutzer mit 63 % deutlich höher. Im Vergleich zu den Ergebnissen der Bürgerumfrage 1996 zeigt sich, dass die Zahl der Internet-Nutzer unter Männern (1996: 20 %) und Frauen (1996: 12 %) zwar gleichermaßen gewachsen ist, aber die Männer immer noch überrepräsentiert sind.

Die Verteilung der Internet-Nutzer über die Altersgruppen zeigt, dass sich vor allem die älteren Menschen dem Medium noch wenig zuwenden. Unter den jungen Menschen wird das Internet bereits sehr stark genutzt.

¹ Die GfK Gruppe ist eines der weltweit führenden Marktforschungsunternehmen. Seit 1997 wird der GfK-Online Monitor im halbjährlichen Rhythmus als bundesweit repräsentative Erhebung zur Internetnutzung durchgeführt.

² wobei der GfK-Online-Studie die Bevölkerungsgruppe von 14 bis 69 Jahren zugrunde liegt.

In der Altersgruppe 18 bis 29 Jahre nutzen schon 83 % das Internet, in den nächsthöheren Altersgruppen von 30 bis 44 Jahren sind es 74 %, von 45 bis 59 Jahren 63 %, und von den älteren Menschen ab 60 Jahren nutzen bislang nur 18 % das neue Medium (vgl. Tabelle 12).

In den unteren Altersgruppen ist das Verhältnis von Männern und Frauen nahezu ausgeglichen. Innerhalb der jüngsten Bevölkerungsgruppe (18-29 Jahre) ist eine Abweichung beim Anteil der weiblichen Nutzer (81 %) zu dem Anteil der Männer (82 %) noch nicht gegeben. Erst mit zunehmendem Alter zeigt sich jeweils ein deutlicher Unterschied. Bei den über 59-jährigen Nutzern liegt der Frauenanteil dann nur noch bei 12 % (Männer = 20 %)

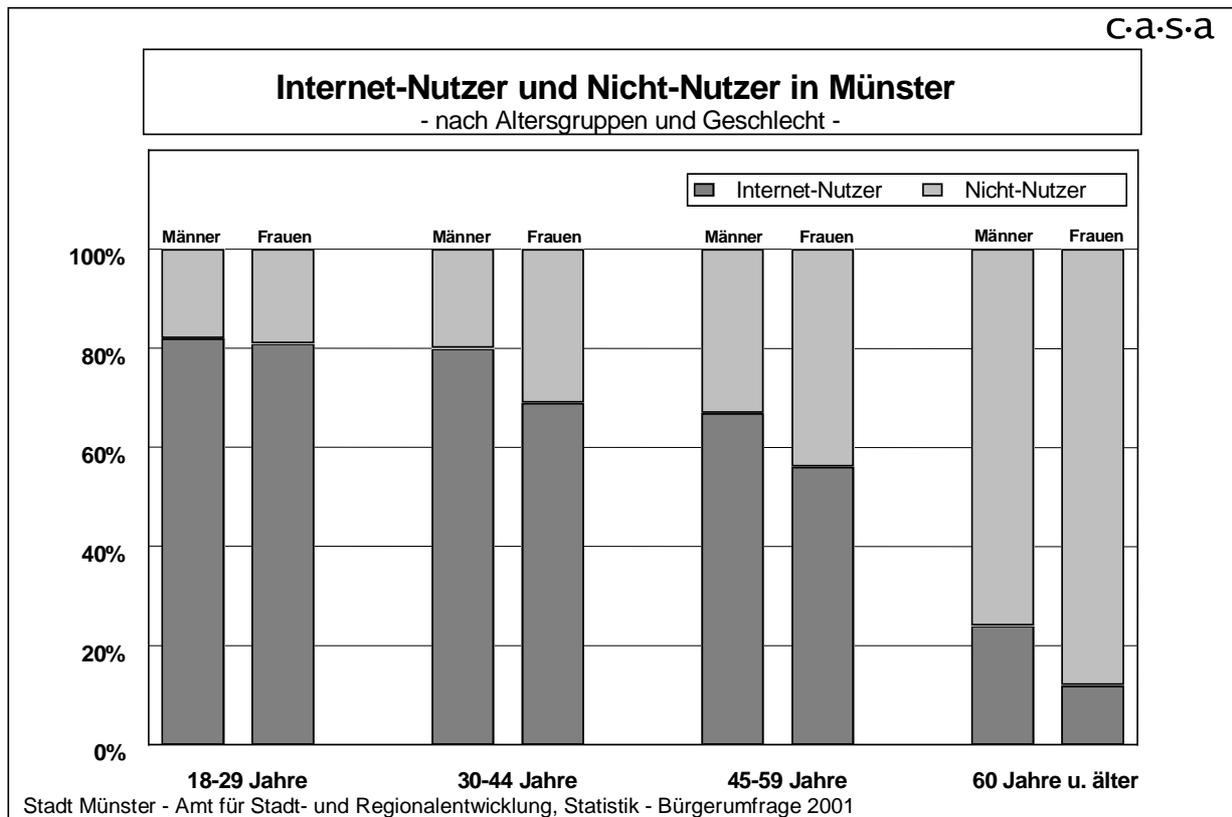


Abb. 9: Internet-Nutzer und Nicht-Nutzer in Münster - nach Altersgruppen und Geschlecht -

Der Zugang zum Internet ist bei den Befragten mit hohen Schulabschlüssen weiter verbreitet als bei denen, die niedrigere Bildungsabschlüsse erreicht haben. So gehören 81 % der Befragten mit Abitur zu den Internet-Nutzern, bei den Befragten mit Hauptschulabschluss sind es 43 %, bei denen mit Volksschulabschluss nur 20 %.

Das Internet nimmt einen hohen Stellenwert im Beruf und Privatleben seiner Nutzer ein. 81 % der Münsteraner Internet-Nutzer nutzen das Internet privat, was einem Anteil von 46 % an der Gesamtbevölkerung entspricht. 56 % der Münsteraner Internet-Nutzer haben am Arbeitsplatz die Möglichkeit der Internet-Nutzung. Dies entspricht in etwa einem Drittel aller Münsteranerinnen und Münsteraner. Nur 7 % der Nutzer nutzen das Internet in sonstigen Einrichtungen (vgl. Tabelle 13).

5.2 Nutzungsarten und Nutzungshäufigkeit

Für die meisten Münsteraner Bürgerinnen und Bürger ist das Internet vor allem ein Medium, über das sie sich informieren und mit anderen kommunizieren.

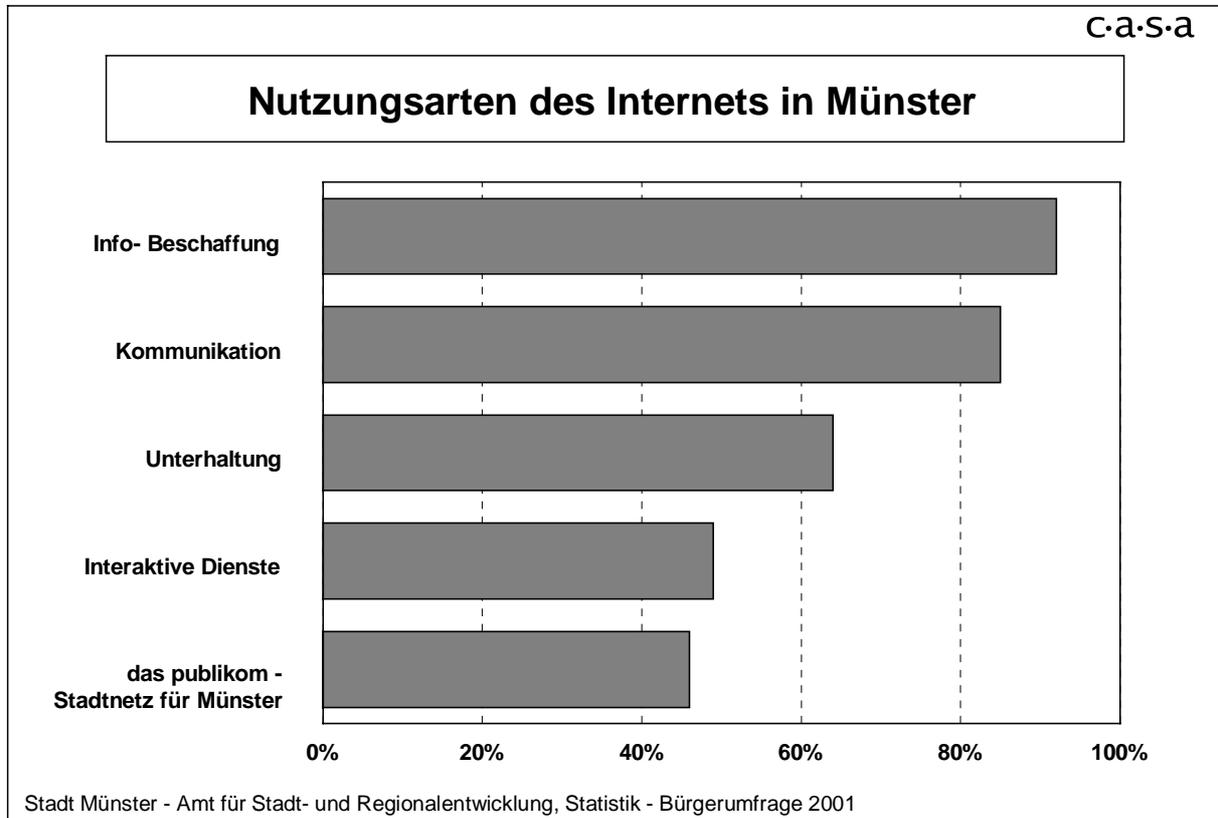


Abb. 10: Nutzungsarten des Internets in Münster

Kommunikation über das Internet, wie das Verschicken elektronischer Post, wird von 85 % der Münsteraner Internet-Nutzer betrieben. 64 % suchen im Internet auch Unterhaltungsangebote oder Surfen einfach zum Spaß. 18 % der Internet-Nutzer haben kein Interesse an Internet-Unterhaltungsangeboten und deshalb die Antwortkategorie „nie/kein Interesse“ gewählt (vgl. Tabelle 14).

Interaktive Angebote nutzen mit 49 % etwa die Hälfte der befragten Münsteraner Nutzer. 32 % haben angegeben, dass sie diese Angebote (noch) nicht nutzen, was ein Hinweis auf das noch mangelnde Vertrauen der Menschen in die Sicherheit persönlicher Daten im Internet sein könnte.

Jede dieser Nutzungsarten wird in unterschiedlicher, zeitlicher Häufigkeit genutzt, hat also ihr eigenes zeitliches Nutzungsprofil, was in der Differenzierung der Nutzung nach „(fast) täglich“, „mehrmals pro Woche“ und „ab und zu“ deutlich wird (vgl. Tabelle 15).

Kommunikation per Internet ist mit 41 % der Nennungen für die Antwortkategorie „(fast) täglich“ die zeitlich am intensivsten genutzte Art. Informationsrecherche im Internet betreiben 41 % der Internet-Nutzer in Münster „ab und zu“.

Von 34 % der Nutzer werden Informationen im Internet „mehrmals pro Woche“ gesucht und 25 % tun dies „(fast) täglich“. Surfen zum Spaß und zur Unterhaltung und die Nutzung interaktiver Dienste hingegen gehören mit 67 % bzw. 69 % für die Antwortkategorie „ab und zu“ zu den Nutzungsarten, die zeitlich weniger intensiv gebraucht werden (zur Nutzung des lokalen „publikom – Stadtnetz für Münster“ vgl. Kapitel 5.5).

Insgesamt unterscheiden sich die zeitlichen Nutzungsgewohnheiten von Männern und Frauen sehr deutlich. Die Münsteraner Nutzerinnen gehen weniger häufig „(fast) täglich“ ins Internet als die Münsteraner Nutzer. Fast die Hälfte der männlichen Internet-Nutzer (49 %) kommuniziert beispielsweise „(fast) täglich“ per Internet, aber nur ein Drittel (32 %) der weiblichen Nutzer tun dies ebenfalls. Die Mehrheit der weiblichen Nutzer beschäftigt sich mit allen angeführten Nutzungsarten „ab und zu“ im Internet. Bei den männlichen Nutzern ist das nur für die Nutzungsarten „Unterhaltung / Surfen zum Spaß“ und „Interaktive Dienste“ der Fall (vgl. Tabelle 15).

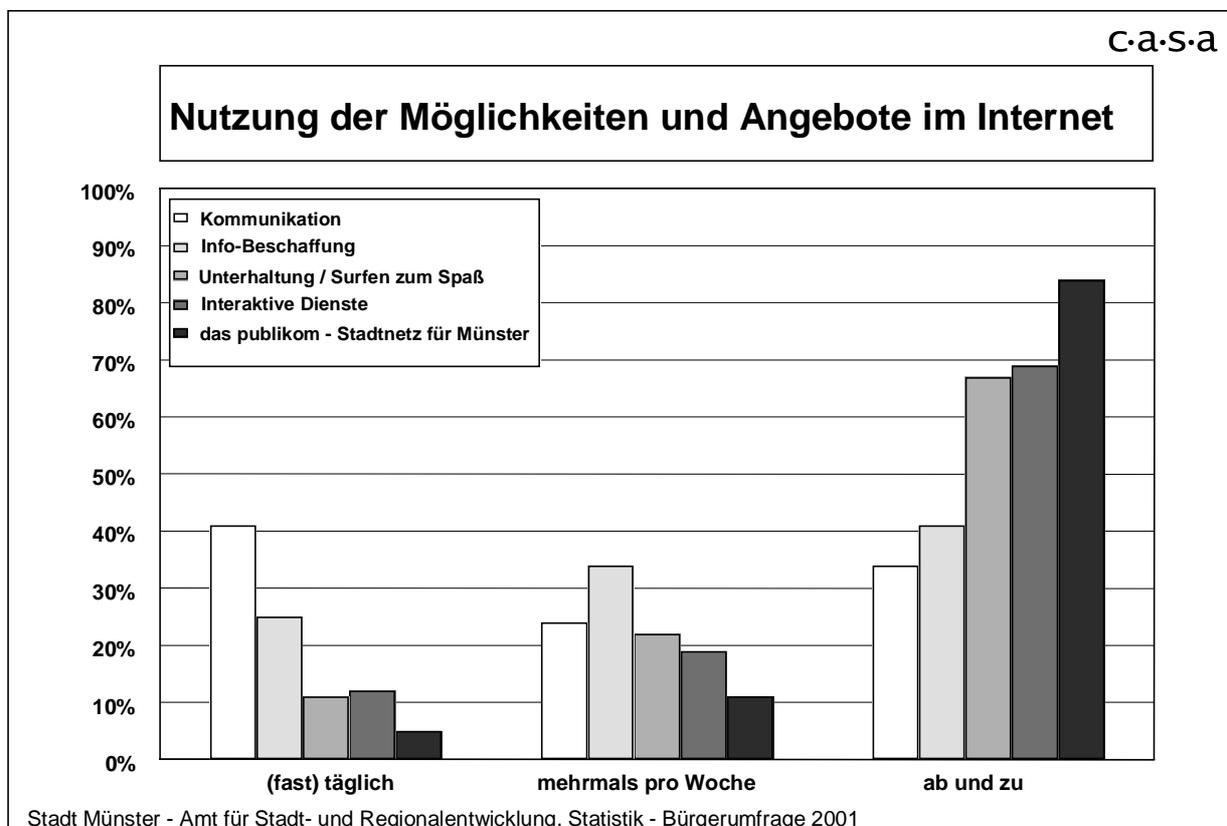


Abb. 11: Nutzung der Möglichkeiten und Angebote im Internet

5.3 Die Nutzung des Internets als Informationsquelle

Fast alle Münsteraner Internet-Nutzer betreiben Informationsrecherche zu den verschiedensten Themen. Die Rangliste der Themen, über die sich die Befragten bereits im Internet informiert haben, wird angeführt von Tourismus und Urlaubsreisen (68 % der Nennungen). Auch für Informationen über Schule, Studium und Weiterbildung (53 %) sowie Arbeit, Wirtschaft und Finanzen (52 %) spielt das Internet eine große Rolle und wird von mehr als der Hälfte der Münsteranerinnen und Münsteraner genutzt. Gesellschaftliche und politische Themen rangieren eher auf hinteren Plätzen. Über die Themen Politik (33 %) sowie Soziales und Gesundheit (32 %) informieren sich im Internet etwa ein Drittel der Befragten (vgl. Tabelle 17).

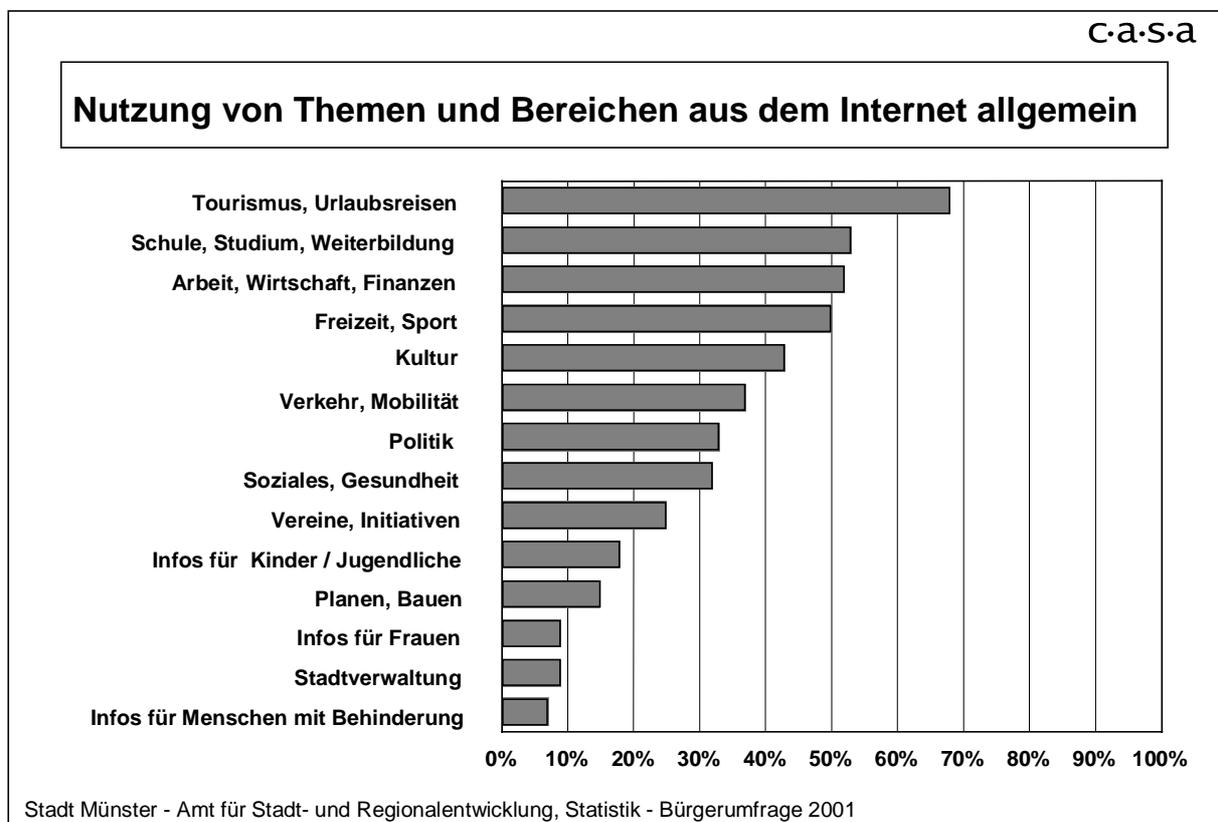


Abb. 12: Nutzung von Themen und Bereichen aus dem Internet allgemein

5.4 Nutzung von Diensten und Angeboten im Internet

Das Internet stellt seinen Nutzern heute bereits ein breites Spektrum an kommerziellen und nicht-kommerziellen Service- und Dienstleistungen zur Verfügung. Dies ermöglicht den Nutzern, alltägliche Erledigungen wie Einkaufen, Bankgeschäfte abwickeln oder Eintrittskarten für kulturelle Ereignisse bestellen direkt von zu Hause aus und unabhängig von Öffnungszeiten zu tätigen.

Andererseits bietet das Internet die Möglichkeit für die Nutzer, selbst aktiv in Erscheinung zu treten, indem sie sich in virtuellen Treffpunkten mit anderen Nutzern unterhalten können oder sich über eine eigene Internet-Seite dem Internet-Publikum präsentieren können.

44 % der Münsteraner Internet-Nutzer haben bereits über das Internet etwas gebucht oder bestellt. 39 % nutzen im Internet die Informationsangebote von (traditionellen) Medien, wie Zeitungen und Fernsehanstalten. Nahezu ein Drittel der Internet-Nutzer haben schon im Internet eingekauft (32 %) oder ihre Bankgeschäfte erledigt (30 %). 22 % der Münsteraner Internet-Nutzer treffen sich in „Chat-Rooms“ zu Gesprächen und 12 % sind schon mit einer eigenen Homepage präsent (vgl. Tabelle 17).

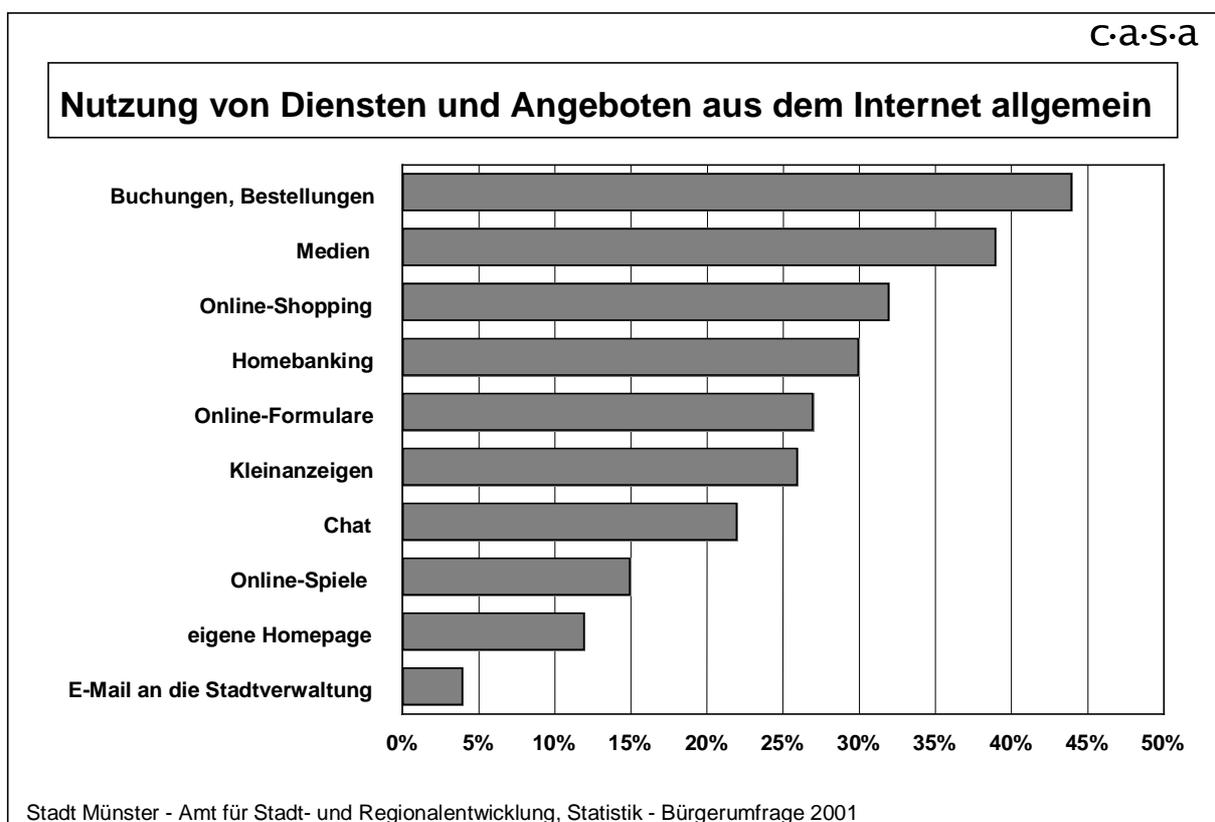


Abb. 13: Nutzung von Diensten und Angeboten aus dem Internet allgemein

5.5 Die Nutzung des publikom – Stadtnetz für Münster

Das publikom – Stadtnetz für Münster ist die offizielle Präsenz der Stadt Münster und der Münsteraner Bürgerinnen und Bürger im Internet. Organisiert als Kooperation kommunaler, bürgerschaftlicher und kommerzieller Träger (Stadt Münster, büne e.V., Citycom GmbH) schafft das publikom eine Plattform für die Vermittlung kommunaler Aktivitäten für die Münsteraner Bürgerinnen und Bürger und auch als Außendarstellung. Über die Internet-Seite www.muenster.de ist der Zugang zu Informationen und die Kommunikation mit der Stadtverwaltung, öffentlichen Einrichtungen, bürgerschaftlichen Organisationen, lokalen

Firmen und E-Commerce-Anbietern möglich. Das publikom hat somit die Funktion einer Schnittstelle lokaler Informationsverbreitung, es ist Forum für Diskussion und bürger-schaftliche Partizipation.

Welche Akzeptanz das publikom bei den Münsteraner Bürgerinnen und Bürgern hat und wofür es von ihnen genutzt wird, wurde in dieser Bürgerumfrage erstmals detailliert untersucht. Betrachtet man von der Gesamtheit aller Befragten nur die Internet-Nutzer in Münster, so zeigt sich, dass fast die Hälfte dieser Personen (46 %) das publikom als lokales Fenster innerhalb des richtigen Internets nutzen. Das entspricht nahezu einem Viertel aller Münsteranerinnen und Münsteraner. Diese Zahl lässt auf eine außerordentlich hohe Akzeptanz schließen. Weitere 37 % der Internet-Nutzer haben angegeben, dass sie das publikom „(noch) nicht“ nutzen. Etwas mehr Männer als Frauen surfen im publikom. 53 % der männlichen Internet-Nutzer und 39 % der weiblichen Internet-Nutzer haben bereits das publikom genutzt (vgl. Tabelle 14). „(Fast) täglich“ wird das publikom von 5 % der Internet-Nutzern besucht. Die große Mehrheit der publikom-Nutzer (84 %) beschäftigt sich „ab und zu“ auf der Münsteraner Internet-Seite (vgl. Tabelle 15).

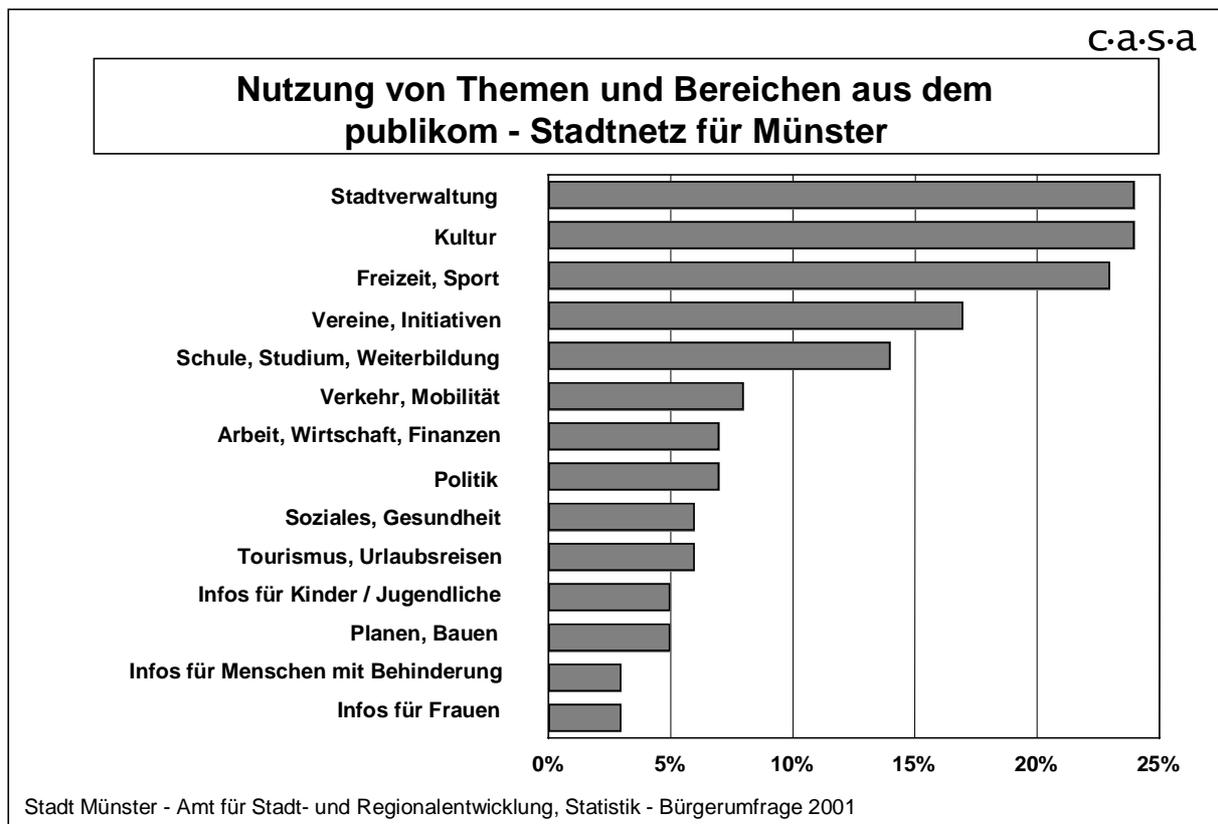


Abb. 14: Nutzung von Themen und Bereichen aus dem publikom – Stadtnetz für Münster

Im Gegensatz zur thematisch universalen und weltweiten Reichweite des Internets allgemein, hält das publikom Themen und Angebote bereit, die einen lokalen Bezug haben.

Dementsprechend formiert sich die Rangfolge der Themen, über die sich die Münsteraner Bürgerinnen und Bürger im publikum informieren anders als bei der allgemeinen Internet-Nutzung.

Am häufigsten haben die Münsteraner Internet-Nutzer mit jeweils 24 % die Informationen und Dienste der Stadtverwaltung in Anspruch genommen und sich über die lokale Kultur informiert. Für die Bereiche Freizeit und Sport und lokale Vereine bzw. Initiativen ist das publikum für 23 % bzw. 17 % der Internet-Nutzer eine Informationsquelle (vgl. Tabelle 17).

Bei der Nutzung interaktiver Dienste und Angebote im publikum zeigen sich die Münsteraner Internet-Nutzer bislang eher zurückhaltend. Immerhin haben aber schon 6 % der Internet-Nutzer Kleinanzeigen im publikum geschaltet. Dies ist gleichzeitig die Kategorie mit den meisten Nennungen für die Nutzung von Diensten und Angeboten im publikum. 5 % der Münsteraner Internet-Nutzer haben über das publikum bereits Buchungen und Bestellungen durchgeführt, Online-Formulare ausgefüllt oder eine E-Mail an die Stadtverwaltung versendet³. Kommerzielle Anwendungen über das publikum wie Homebanking (2 %) und Online-Shopping (1 %) haben für die Münsteraner bislang kaum eine Bedeutung (vgl. Tabelle 17).

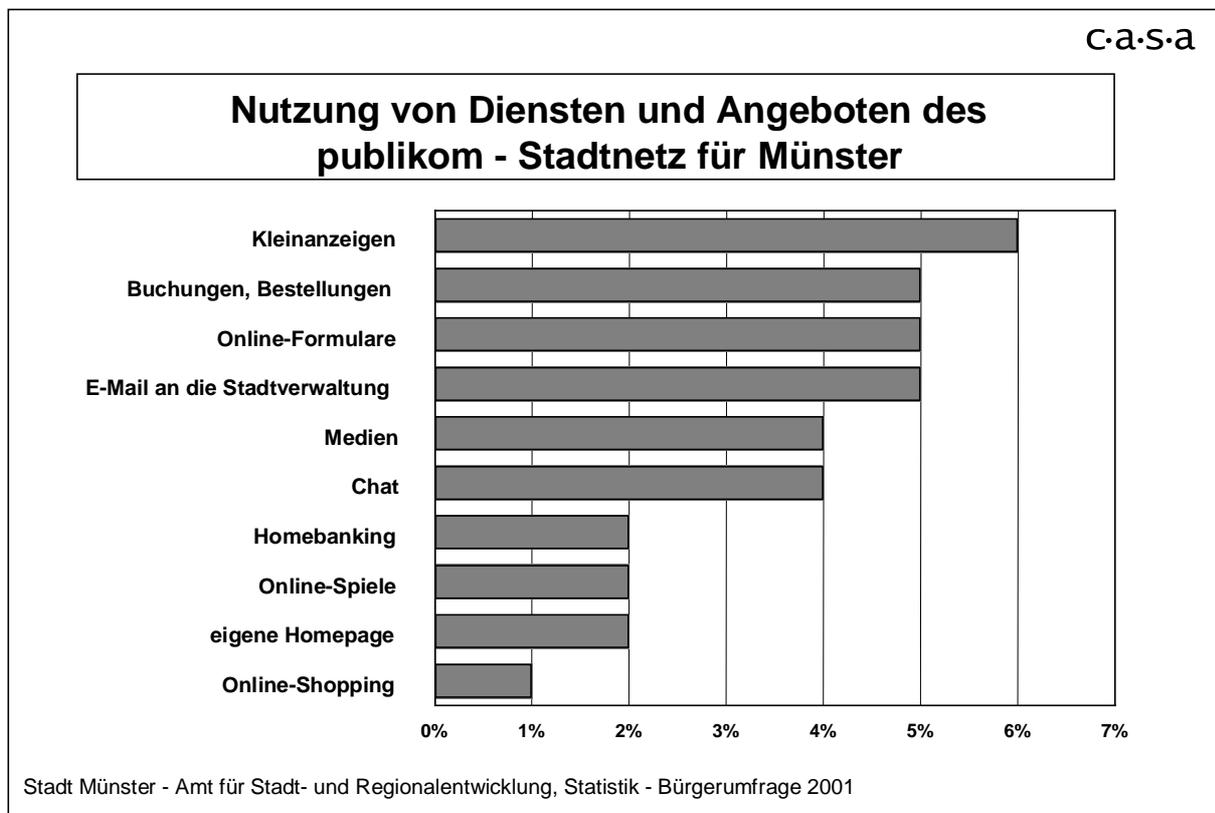


Abb. 15: Nutzung von Diensten und Angeboten des publikum – Stadtnetz für Münster

³ Bei der Stadtverwaltung gingen 2001 pro Monat zwischen 40 000 und 50 000 E-Mails ein (Quelle: Presse- und Informationsamt Stadt Münster)

Das Publikum wird also bislang vornehmlich als Informationsmedium genutzt. Das kommunikative und interaktive Potential dieser lokalen Internet-Plattform wird hingegen nur von wenigen Nutzern ausgeschöpft.

5.6 Städtische Dienstleistungen im Internet

Auch die Stadt Münster plant in Zukunft die Abwicklung einer Reihe von städtischen Dienstleistungen zusätzlich über das Internet anzubieten. Um zu erfahren, wie aufgeschlossen die Münsteraner Bürgerinnen und Bürger diesen neuen elektronischen Diensten gegenüberstehen, wurde in der Bürgerumfrage 2001 ermittelt, ob die Münsteranerinnen und Münsteraner eine beispielhafte Auswahl solcher Dienste auf elektronischem Wege nutzen würden und ob sie bereit wären, für die Nutzung dieser Internet-Dienstleistungen auch zu bezahlen.

Eine große Anzahl der Münsteraner steht diesen neuen Möglichkeiten grundsätzlich aufgeschlossen gegenüber: 68 % aller Befragten haben bei mindestens einer der zur Auswahl stehenden Dienstleistungen angegeben, dass sie diese über das Internet nutzen würden. 26 % der Münsteranerinnen und Münsteraner werden keinen dieser Dienste nutzen (vgl. Tabelle 19).

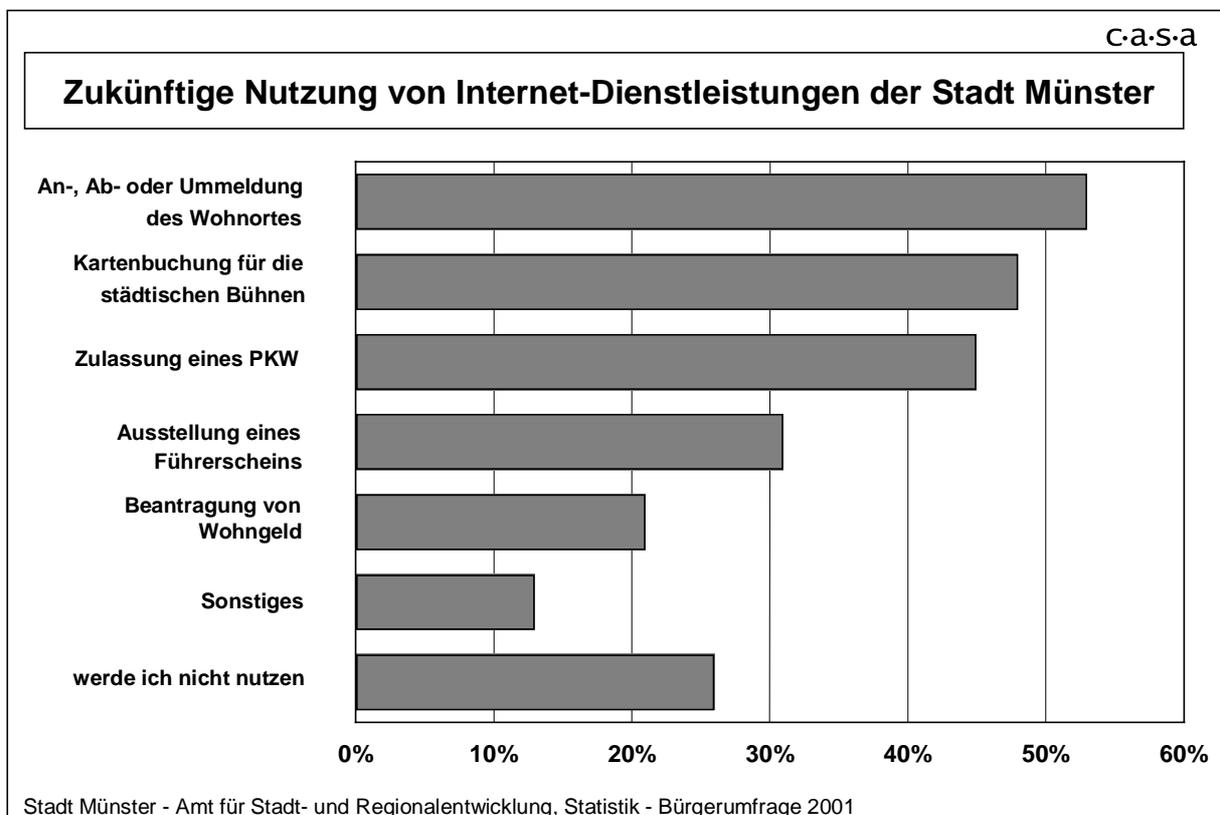


Abb. 16: Zukünftige Nutzung von Internet-Dienstleistungen der Stadt Münster

Mehr als die Hälfte der Bürgerinnen und Bürger (53 %) würde die An-, Ab- oder Ummeldung ihres Wohnortes auf elektronischem Wege erledigen. Ebenfalls nahezu die Hälfte der Münsteraner Bürgerinnen und Bürger ist bereit, auf diese Weise die Eintrittskarten für die Städtischen Bühnen (48 %) zu bestellen oder die Zulassung ihres Pkws (45 %) zu beantragen. Die Ausstellung eines Führerscheins und den Wohngeldantrag würden 31 % bzw. 21 % der Befragten nutzen (vgl. Tabelle 20).

Allerdings sind mehr als die Hälfte der Befragten (55 %) nicht dazu bereit, für die Nutzung dieser Dienste zusätzliche Kosten zu tragen, darunter insbesondere die älteren Bürger. 16 % der Befragten würden einmalig für diese Dienstleistungen aufkommen, 13 % pro genutzter Aktion, und 16 % der Münsteranerinnen und Münsteraner konnten darüber noch keine Entscheidung treffen (vgl. Tabelle 21).

6 Kino

6.1 Häufigkeit der Kinobesuche

Kinobesuche sind für die meisten Münsteranerinnen und Münsteraner eine beliebte Freizeitaktivität. 64 % der Münsteranerinnen und Münsteraner sind in den vergangenen 12 Monaten mindestens einmal in eines der Kinos in Münster gegangen. Die Zahl der Kinogänger ist somit im Vergleich zum Jahre 1999 (56 %) deutlich um 8 Prozentpunkte gewachsen.

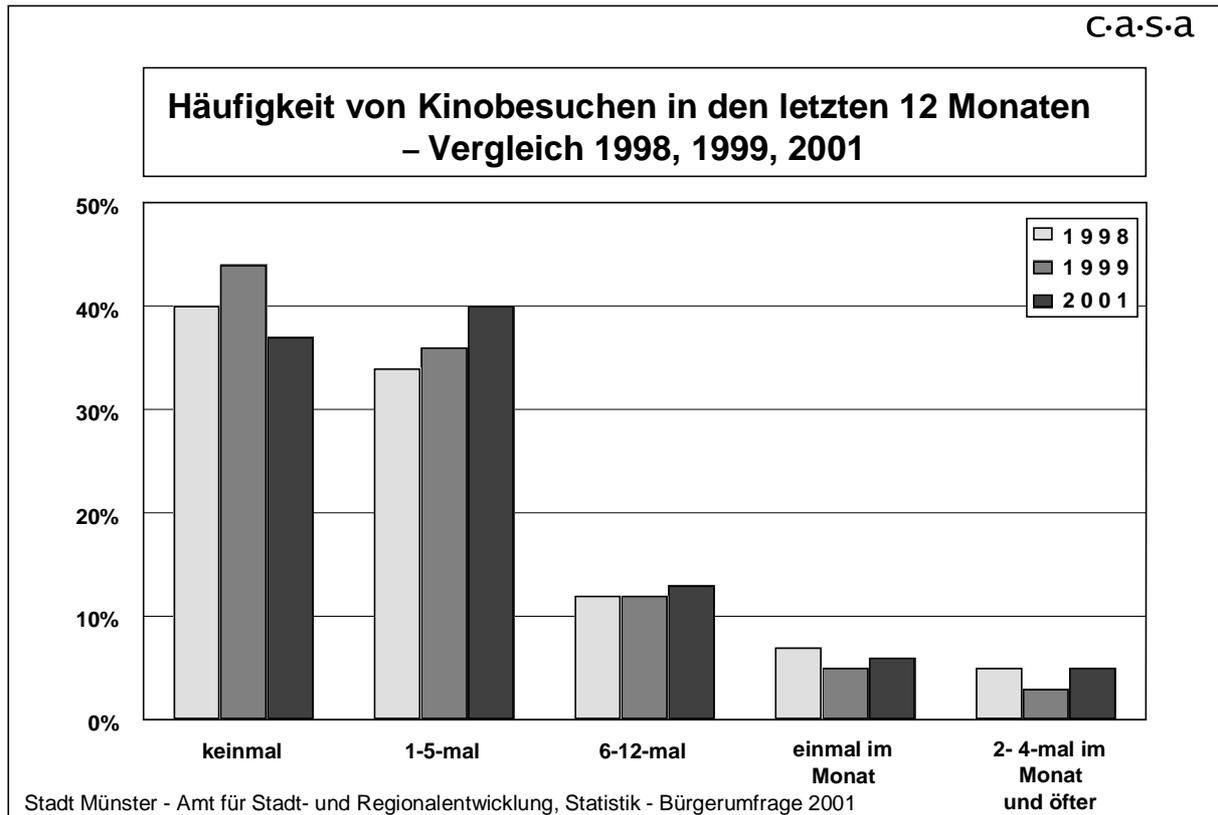


Abb. 17: Häufigkeit von Kinobesuchen in den letzten 12 Monaten – Vergleich 1998, 1999, 2001

Zu den Kinoliebhabern gehören Männer und Frauen gleichermaßen. Mit 65 % gehen zwar etwas mehr Münsteraner Frauen als Männer (62 %) in die Kinos der Stadt, jedoch ist der Unterschied von 3 Prozentpunkten nur marginal. Der größte Anteil der Münsteraner (40 %) besucht zwischen ein und fünf mal pro Jahr ein Münsteraner Kino. 13 % gehen sechs bis zwölf Mal ins Kino und 6 % einmal im Monat. Öfter als einmal im Monat machen sich nur 5 % der Münsteranerinnen und Münsteraner auf den Weg ins Kino (vgl. Tabelle 22). Verglichen mit den Zahlen der Jahre 1998 und 1999 zeigt sich, dass die Zahl der Kinogänger insgesamt seit 1999 wieder zugenommen hat, nachdem sie im Vergleich zwischen 1999 und 1998 zurückgegangen war. Dieses Wachstum geht vor allem auf diejenigen zurück, die das Kino nicht ganz so häufig besuchen („1-bis-5-mal“ und „6-bis-12-mal“).

Welche Rolle Kinobesuche in der Freizeitgestaltung übernehmen, scheint vor allem eine Frage des Alters zu sein. Von den 18- bis 29-Jährigen haben sich in den letzten 12 Monaten nur 8 % keinen Film im Kino angesehen. Mehr als die Hälfte der Münsteraner aus dieser Altersgruppe (52 %) gehen mindestens sechs mal pro Jahr oder öfter ins Kino, 15 % von ihnen sogar mehrmals im Monat. Die Kinogänger der beiden nächsthöheren Altersgruppen der 30- bis 44-Jährigen und 45- bis 59-Jährigen gehen etwas weniger oft ins Kino, zumeist 1- bis 5-mal im Jahr. Von den über 60-Jährigen zieht es nur noch etwa ein Viertel (29 %) in die Lichtspielhäuser. Im Vergleich zu den letzten Jahren setzt sich aber der Trend fort, dass auch die älteren Menschen in Münster sich wieder mehr dem Kino zuwenden.

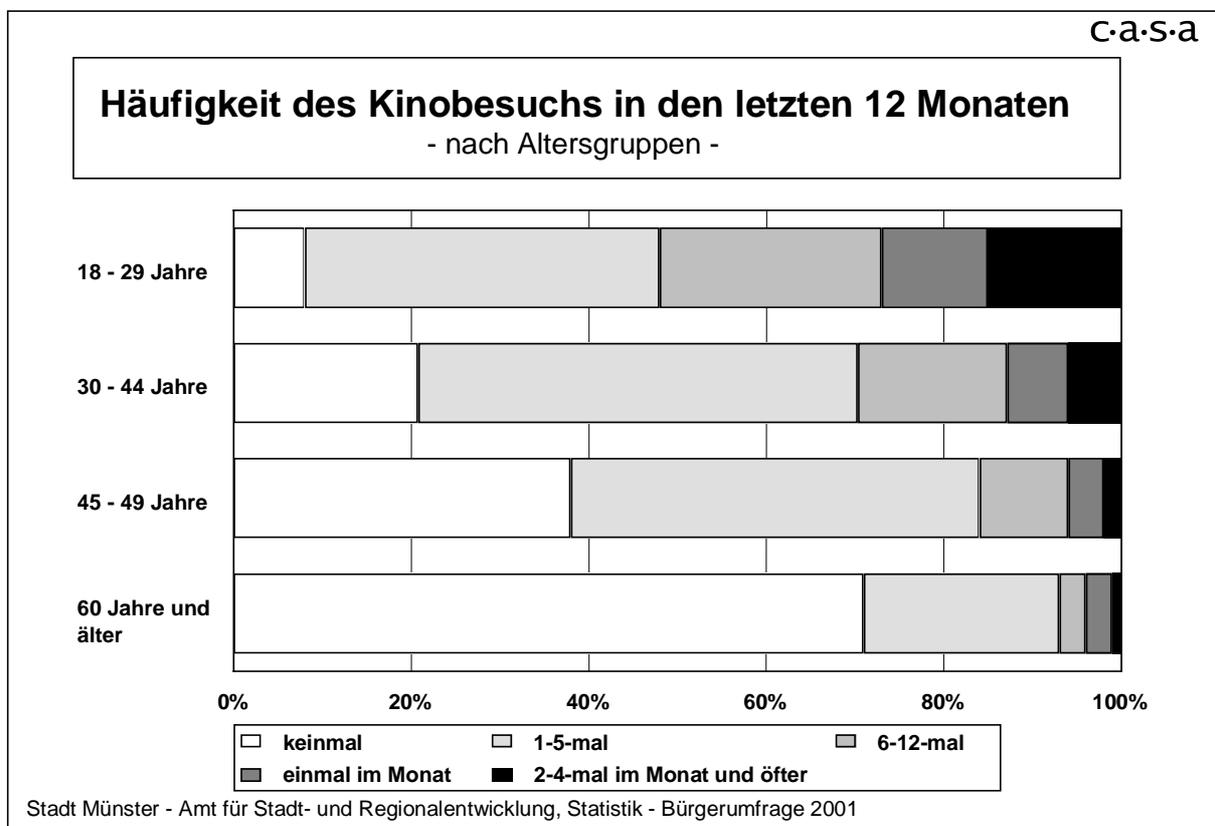


Abb. 18: Häufigkeit des Kinobesuchs in den letzten 12 Monaten nach Altersgruppen

6.2 Akzeptanz des neuen CINEPLEX-Kinos

Das im Herbst 2000 eröffnete CINEPLEX-Kino im Hafengebiet hat die Kinolandschaft der Stadt verändert. Wie das neue Kino von den Münsteraner Bürgerinnen und Bürgern angenommen wird und wie die dortige Atmosphäre beurteilt wird, war ein Bestandteil des Themenkomplexes Kino in der Bürgerumfrage 2001.

Jeder zweite Münsteraner Kinogänger (55 %) hat das neue CINEPLEX-Kino bereits besucht. Dabei sind insgesamt 16 % aller CINEPLEX-Besucher in den ersten Monaten ausschließlich im CINEPLEX gewesen und haben keines der anderen Kinos besucht.

43 % waren 2- bis 5-mal und 36 % einmal im CINEPLEX, um sich einen Film anzusehen. 5 % der CINEPLEX-Besucher gingen häufig („6-mal und öfter“) in dieses Kino.

Das CINEPLEX hat vor allem die jüngeren Kinogänger angezogen. Fast drei Viertel der 18 - bis 29-Jährigen (72 %) haben das CINEPLEX bereits besucht. Aus den Altersgruppen zwischen 30 und 59 Jahren waren es ca. die Hälfte aller Kinogänger. Den geringsten Zuspruch unter den Kinogängern fand das neue Kino bislang bei den ab 60-Jährigen, von denen es nur von 32 % besucht wurde. Die meisten Besucher gingen zwischen zwei und fünf mal ins CINEPLEX (vgl. Tabelle 23).

6.3 Beurteilung der Atmosphäre in den Kinos von Münster

Einem großen Teil der Befragten war es nicht möglich, die Atmosphäre in den Kinos zu beurteilen. Dies zeigen die Anteile der Nennungen für die Antwortkategorie „weiß nicht“, die von fast der Hälfte der Befragten (45 %) beim CINEPLEX bis zu 23% für das Kino STADT NEW YORK reichen. Im Durchschnitt enthielten sich etwa ein Drittel der Befragten der Bewertung, indem sie die Antwortkategorie „weiß nicht“ wählten. Dies kann verschiedene Gründe haben. Zum einen finden sich hier diejenigen Personen wieder, die nicht zu den Kinogängern gehören. Zum anderen ist anzunehmen, dass viele Kinogänger ein oder mehrere Kinohäuser bevorzugen und nicht alle Kinos in Münster kennen.

Da jedoch der hohe Anteil der Nennungen für „weiß nicht“ die eigentliche Beurteilung der einzelnen Kinos verzerrt und einen Vergleich unter den Kinos schwierig macht, wurde die Antwortmöglichkeit „weiß nicht“ in der inhaltlichen Auswertung ausgeschlossen, so dass nur die Bewertungen der Besucher zwischen „sehr angenehm“ und „sehr unangenehm“ die Grundlage der weiteren Betrachtung bilden (vgl. Tabelle 24).

Die Atmosphäre in den Münsteraner Kinos wird nur von durchschnittlich 9 % der Münsteranern als „unangenehm“ oder „sehr unangenehm“ empfunden. Besonders wohl fühlen sich die Münsteranerinnen und Münsteraner in den Kinos STADT NEW YORK mit 78 %, das Schloßtheater mit 69 % und dem CINEPLEX mit 67 % der Nennungen für die Antwortkategorien „sehr angenehm“ und „angenehm“. Eine überwiegend „sehr angenehme“ Atmosphäre wird mit 36 % der Nennungen dem neuen CINEPLEX bescheinigt. Im Metropolis finden hingegen nur 6 % die Atmosphäre „sehr angenehm“. Im ROLAND-Theater fühlen sich auch nur 8 % der Kinogänger sehr wohl („sehr angenehm“).

Die Atmosphäre im Metropolis wird von der Mehrheit der Befragten (44 %), die dieses Kino bewertet haben, mit der Antwortmöglichkeit „teils / teils“, also sowohl mit angenehmen als auch unangenehmen Eindrücken beschrieben. Weitere 37 % der Befragten finden die Atmosphäre in diesem Kino „angenehm“. In den Kinos ROLAND-Theater, STADT NEW YORK, Schloßtheater und CINEMA wird die Atmosphäre von den meisten Befragten als „angenehm“ empfunden. Nennenswerte „unangenehme“ und „sehr unangenehme Erfahrungen“ haben 14 % der Kinogänger im CINEPLEX, 13 % im Metropolis und 12 % der Befragten im CINEMA gemacht (vgl. Abbildung 19).

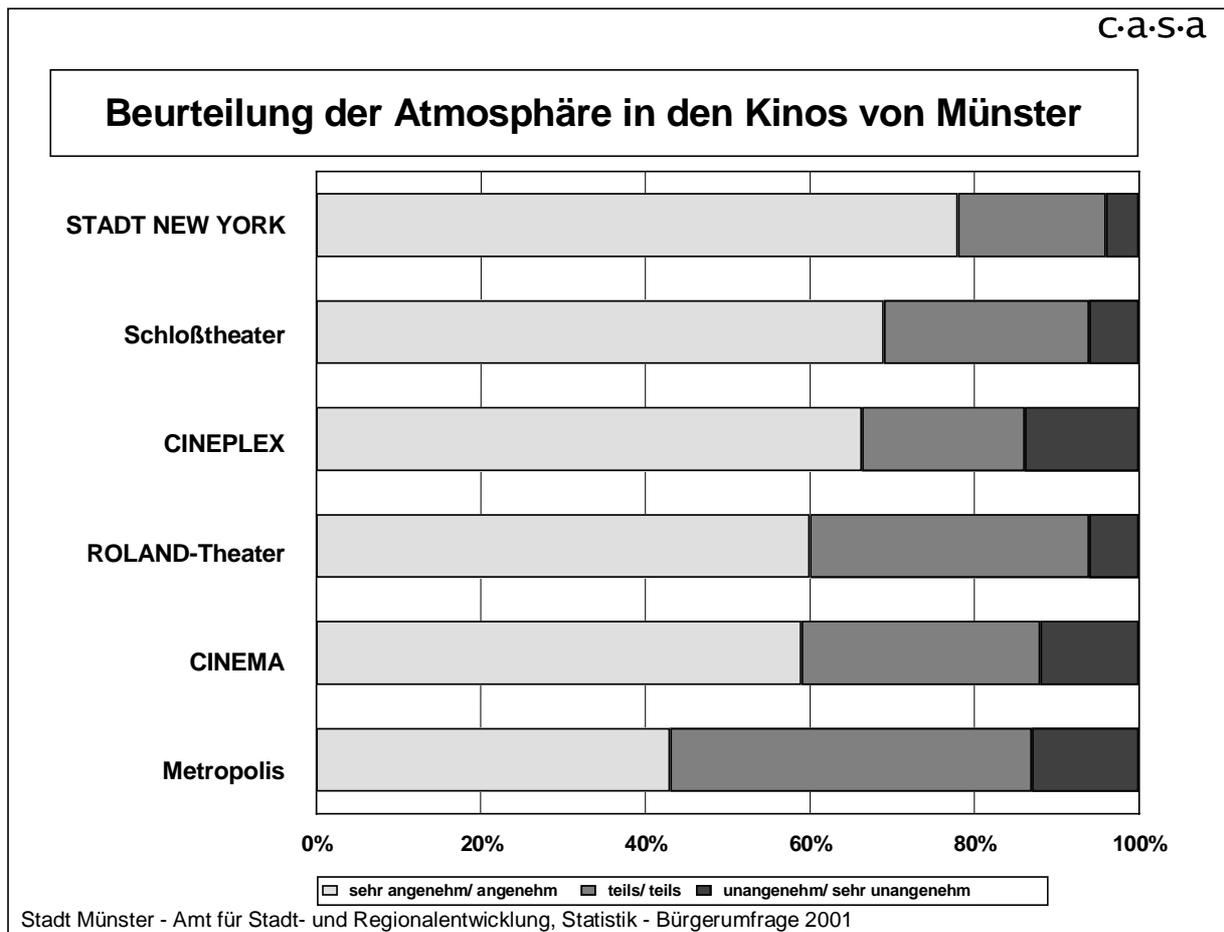


Abb. 19: Beurteilung der Atmosphäre in den Kinos von Münster

Unterschiedliche Eindrücke von männlichen und weiblichen Kinogängern haben sich insbesondere bei der Beurteilung des Schloßtheaters gezeigt. Hier empfinden deutlich mehr Frauen als Männer die Atmosphäre als „sehr angenehm“. Bei fast allen Kinos schätzen die Münsteranerinnen die Atmosphäre etwas positiver ein. Nur im ROLAND-Theater empfinden die Männer die Atmosphäre bei der Nennungen für „sehr angenehm“ etwas besser als die Frauen (vgl. Tabelle 24).

6.4 Informationen über das Angebot der Kinos in Münster

Die Münsteranerinnen und Münsteraner nutzen nicht nur eine Quelle, wenn sie sich über das aktuelle Filmprogramm in den Münsteraner Kinos informieren möchten. Die hohe Zahl der Nennungen zeigt, dass mehrere Informationsquellen diese Funktion erfüllen (im Durchschnitt 3,8 Nennungen pro Person). Als wichtigstes Informationsmedium über das Filmangebot in Münster haben die Szene-Zeitungen, wie „na dann ...“, „Kino aktuell“, „ultimo“ und „gig“ den Tageszeitungen (WN und MZ) den ersten Rang abgelassen. Die Szene-Blätter erhielten insgesamt 25 % der Nennungen, während die Tageszeitungen 24 % der Nennungen erhielten. Eine nahezu unverändert große Bedeutung in der Informationsverbreitung über das Kinoangebot nehmen die „Tipps von Bekannten“ mit 14 % der Nennungen ein. Etwa die gleiche Relevanz haben die Informationen der Radio- und Fernsehsender (13 %). Bislang machen nur wenige Münsteranerinnen und Münsteraner (3 % der Nennungen) von der Möglichkeit Gebrauch, das Kinoprogramm über das Internet abzufragen (vgl. Tabelle 25).

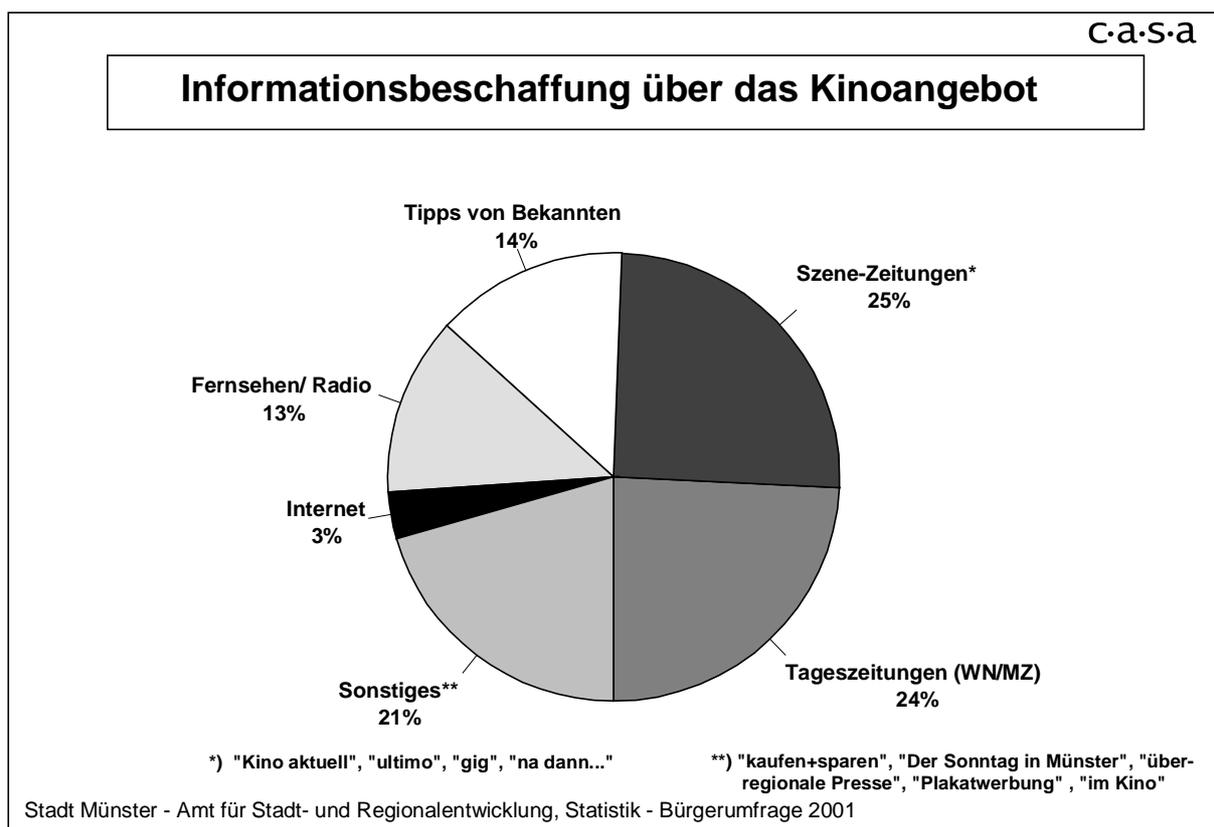


Abb. 20: Informationsbeschaffung über das Kinoangebot

Seit 1996 unverändert steigend ist die Bedeutung der Informationsquelle „Sonstiges“. Insgesamt 21 % der Nennungen entfallen auf die Nutzung von Plakatwerbung, der überregionalen Presse, der Vorschau in den Kinos selbst, sowie auf die Information aus den Zeitungen „kaufen+sparen“ und „Der Sonntag in Münster“ (vgl. Tabelle 25).

TABELLENTEIL

ZEICHENERKLÄRUNG

- 0 = weniger als die Hälfte von 1, jedoch mehr als nichts
- = nichts vorhanden (genau null)
- . = Zahlenwert unbekannt oder geheim zu halten
- () = Aussagewert eingeschränkt, da Werte Fehler aufweisen können
- X = Tabellenfach gesperrt, weil Aussage nicht sinnvoll

Tabelle 1: Repräsentativität nach Alter und Geschlecht 2001

Merkmal	Einwohner Personen ab 18 Jahren mit Hauptwohnsitz				Differenz Rücklauf zu Grund- gesamt- heit	Stich- probe	Rücklauf- quote (3) / (6)
	Grundgesamtheit Stadt Münster		Rücklauf Stichprobe				
	absolut	%	absolut	%	%-Punkte	absolut	%
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Geschlecht							
männlich	101 708	46,4	963	48,4	+ 2,0	1 876	51,3
weiblich	117 317	53,6	1 025	51,6	- 2,0	2 128	48,2
Altersgruppe							
18 - 24 Jahre	22 337	10,2	161	8,1	- 2,1	364	44,2
25 - 29 Jahre	21 303	9,7	165	8,3	- 1,4	394	41,9
30 - 44 Jahre	69 644	31,8	648	32,6	+ 0,8	1 324	48,9
45 - 59 Jahre	44 584	20,4	460	23,2	+ 2,8	834	55,2
60 - 64 Jahre	16 346	7,5	170	8,6	+ 1,1	285	59,6
65 - 69 Jahre	12 357	5,6	128	6,4	+ 0,8	210	61,0
70 J. und älter	32 454	14,8	255	12,8	- 2,0	593	43,0
Insgesamt	219 025	100,0	1988*	100,0	X	4 004	49,7

*) einschließlich der Personen ohne Angabe zu einzelnen Merkmalen

Tabelle 2: Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Münster 2001

Angebote und Einrichtungen in Münster	Geschlecht	Grad der Zufriedenheit						Nennungen*
		sehr zu- frieden	zu- frieden	mehr o. weniger zufrieden	nicht zu- frieden	völlig unzu- frieden	Mittel- wert	
		%	%	%	%	%	Ø	
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	
Verdienst- möglichkeiten	Männer	4	51	32	10	3	2,6	796
	Frauen	5	50	35	9	1	2,5	771
	Insgesamt	4	51	33	10	2	2,5	1 567
Angebot an Arbeitsplätzen	Männer	2	36	39	19	5	2,9	766
	Frauen	4	34	38	21	4	2,9	731
	Insgesamt	3	35	38	20	4	2,9	1 497
Einkaufs- möglichkeiten	Männer	16	53	22	7	2	2,3	943
	Frauen	16	51	24	8	1	2,3	992
	Insgesamt	16	52	23	7	2	2,3	1 935
Versorgung mit Bussen und Bahnen	Männer	17	49	20	10	4	2,4	884
	Frauen	16	49	19	12	4	2,4	948
	Insgesamt	16	49	20	11	4	2,4	1 832
Ausbau und Zustand des Straßennetzes	Männer	7	44	29	15	4	2,7	927
	Frauen	6	51	32	9	2	2,5	947
	Insgesamt	6	48	31	12	3	2,6	1 874
Ausbau und Zustand des Radwegenetzes	Männer	32	49	13	5	1	1,9	920
	Frauen	34	47	14	3	1	1,9	940
	Insgesamt	33	48	14	4	1	1,9	1 860
Kindergärten	Männer	13	55	23	8	1	2,3	488
	Frauen	14	57	20	6	3	2,3	459
	Insgesamt	13	56	22	7	2	2,3	947
Spielmöglichkeiten für Kinder	Männer	8	37	40	13	3	2,7	577
	Frauen	12	34	33	19	3	2,7	551
	Insgesamt	10	35	36	16	3	2,7	1 128
Versorgung mit Schwimmbädern und Sportanlagen	Männer	9	56	26	7	3	2,4	866
	Frauen	10	59	22	7	2	2,3	869
	Insgesamt	10	57	24	7	2	2,3	1 735
Ausbau und Zustand der Park- und Grünanlagen	Männer	11	52	28	6	2	2,3	910
	Frauen	10	51	31	6	2	2,4	955
	Insgesamt	11	52	30	6	2	2,4	1 865
Angebot an Theater- und Konzert- veranstaltungen	Männer	8	49	32	8	3	2,5	818
	Frauen	10	51	29	8	2	2,4	891
	Insgesamt	9	50	30	8	2	2,4	1 709
Fortsetzung								

*) ohne die Antwort "Kann ich nicht beurteilen"

noch Tabelle 2: Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Münster 2001

Angebote und Einrichtungen in Münster	Geschlecht	Grad der Zufriedenheit						Nennungen*
		sehr zu-frieden	zu-freiden	mehr o. weniger zufrieden	nicht zu-frieden	völlig unzu-frieden	Mittel-wert	
		%	%	%	%	%	Ø	
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	
Angebot an Discos, Tanz, Pop-Konzerten u.ä.	Männer	4	38	41	13	4	2,8	656
	Frauen	5	38	37	16	4	2,8	604
	Insgesamt	4	38	39	14	4	2,8	1 260
Angebot an Kinoveranstaltungen	Männer	28	59	11	2	1	1,9	794
	Frauen	30	56	12	2	0	1,9	839
	Insgesamt	29	57	12	2	0	1,9	1 633
Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten	Männer	14	59	22	4	1	2,2	708
	Frauen	16	60	20	3	1	2,1	759
	Insgesamt	15	59	21	4	1	2,2	1 467
Angebot an frauenspezifischen Einrichtungen	Männer	8	41	42	7	1	2,5	286
	Frauen	6	46	38	8	2	2,5	525
	Insgesamt	7	45	39	8	2	2,5	811
Hauswirtschaftliche und pflegerische Hilfe	Männer	4	43	43	7	3	2,6	348
	Frauen	8	47	33	10	2	2,5	341
	Insgesamt	6	45	38	9	2	2,6	689
Sauberkeit der Luft	Männer	6	57	29	6	2	2,4	861
	Frauen	5	48	37	8	2	2,5	876
	Insgesamt	6	53	33	7	2	2,5	1 737
Versorgung mit Wohnungen	Männer	7	49	32	10	2	2,5	810
	Frauen	6	50	31	11	3	2,5	800
	Insgesamt	6	49	32	10	2	2,5	1 610
Ruhige Straßen im Wohnviertel	Männer	10	48	28	11	3	2,5	916
	Frauen	10	47	29	10	3	2,5	953
	Insgesamt	10	48	28	11	3	2,5	1 869
Gestaltung und Attraktivität der Innenstadt	Männer	10	51	28	8	2	2,4	924
	Frauen	11	49	31	7	1	2,4	977
	Insgesamt	11	50	30	7	2	2,4	1 901
Angebot an Parkplätzen in der Innenstadt	Männer	6	23	25	26	20	3,3	874
	Frauen	5	23	30	25	18	3,3	863
	Insgesamt	5	23	27	25	19	3,3	1 737
Angebot an Gaststätten, Restaurants u. a. Möglichkeiten zum Ausgehen	Männer	20	57	17	4	1	2,1	925
	Frauen	24	57	15	3	1	2,0	961
	Insgesamt	22	57	16	4	1	2,0	1 886

*) ohne die Antwort "Kann ich nicht beurteilen"

Tabelle 3: Wichtigkeit der Lebensbedingungen in Münster 2001

Angebote und Einrichtungen in Münster	Geschlecht	Grad der Wichtigkeit					Nennungen = 100 %*
		sehr wichtig	wichtig	mehr oder weniger wichtig	unwichtig **	Mittelwert	
		%	%	%	%	Ø	absolut
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Verdienstmöglichkeiten	Männer	42	50	8	1	1,7	847
	Frauen	51	42	6	1	1,6	857
	Insgesamt	46	46	7	1	1,6	1 704
Angebot an Arbeitsplätzen	Männer	59	36	4	1	1,5	839
	Frauen	68	28	3	1	1,4	857
	Insgesamt	63	32	3	1	1,4	1 696
Einkaufsmöglichkeiten	Männer	33	51	14	2	1,9	902
	Frauen	35	50	14	1	1,8	953
	Insgesamt	34	50	14	2	1,8	1 855
Versorgung mit Bussen und Bahnen	Männer	42	44	11	3	1,8	883
	Frauen	52	38	8	1	1,6	934
	Insgesamt	47	41	9	2	1,7	1 817
Ausbau und Zustand des Straßennetzes	Männer	30	49	17	5	2,0	897
	Frauen	27	52	16	4	2,0	924
	Insgesamt	29	51	17	4	2,0	1 821
Ausbau und Zustand des Radwegenetzes	Männer	48	40	9	2	1,7	890
	Frauen	54	38	6	1	1,6	929
	Insgesamt	51	39	8	2	1,6	1 819
Kindergärten	Männer	45	47	6	2	1,7	681
	Frauen	53	41	4	2	1,5	725
	Insgesamt	49	44	5	2	1,6	1 406
Spielmöglichkeiten für Kinder	Männer	48	45	6	1	1,6	722
	Frauen	60	36	3	1	1,5	769
	Insgesamt	54	40	4	1	1,5	1 491
Versorgung mit Schwimmbädern und Sportanlagen	Männer	27	51	21	2	2,0	855
	Frauen	27	53	18	2	2,0	902
	Insgesamt	27	52	19	2	2,0	1 757
Ausbau und Zustand der Park- und Grünanlagen	Männer	31	51	16	2	1,9	884
	Frauen	35	52	13	1	1,8	942
	Insgesamt	33	52	14	1	1,8	1 826
Angebot an Theater- und Konzertveranstaltungen	Männer	17	47	29	6	2,3	835
	Frauen	22	50	26	3	2,1	905
	Insgesamt	20	48	27	4	2,2	1 740

Fortsetzung

*) ohne die Antwort "Kann ich nicht beurteilen"

**) beinhaltet "nicht wichtig" und "überhaupt nicht wichtig"

noch Tabelle 3: Wichtigkeit der Lebensbedingungen in Münster 2001

Angebote und Einrichtungen in Münster	Geschlecht	Grad der Wichtigkeit					Nennungen = 100 %*
		sehr wichtig	wichtig	mehr oder weniger wichtig	unwichtig**	Mittelwert	
		% (1)	% (2)	% (3)	% (4)	Ø (5)	absolut (6)
Angebot an Discos, Tanz, Pop-Konzerten u.ä.	Männer	12	34	38	15	2,6	736
	Frauen	11	37	40	11	2,5	729
	Insgesamt	12	36	39	13	2,6	1 465
Angebot an Kinoveranstaltungen	Männer	11	41	38	10	2,5	809
	Frauen	13	43	37	7	2,4	851
	Insgesamt	12	42	38	9	2,4	1 660
Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten	Männer	29	57	12	2	1,9	799
	Frauen	38	50	11	1	1,8	865
	Insgesamt	33	53	11	2	1,8	1 664
Angebot an frauenspezifischen Einrichtungen	Männer	11	37	31	20	2,7	539
	Frauen	19	44	27	10	2,3	765
	Insgesamt	16	41	29	14	2,5	1 304
Hauswirtschaftliche und pflegerische Hilfe	Männer	29	52	15	4	1,9	590
	Frauen	40	45	11	4	1,8	680
	Insgesamt	35	48	13	4	1,9	1 270
Sauberkeit der Luft	Männer	64	31	4	0	1,4	878
	Frauen	67	30	2	1	1,4	916
	Insgesamt	66	30	3	1	1,4	1 794
Versorgung mit Wohnungen	Männer	42	50	6	2	1,7	856
	Frauen	47	47	5	1	1,6	882
	Insgesamt	45	49	5	1	1,6	1 738
Ruhige Straßen im Wohnviertel	Männer	43	46	8	2	1,7	896
	Frauen	51	42	7	1	1,6	944
	Insgesamt	47	44	8	2	1,6	1 840
Gestaltung und Attraktivität der Innenstadt	Männer	34	51	13	3	1,8	884
	Frauen	34	50	15	1	1,8	945
	Insgesamt	34	51	14	2	1,8	1 829
Angebot an Parkplätzen in der Innenstadt	Männer	30	40	17	13	2,2	878
	Frauen	29	38	23	10	2,2	899
	Insgesamt	29	39	20	12	2,2	1 777
Angebot an Gaststätten, Restaurants u. a. Möglichkeiten zum Ausgehen	Männer	19	55	23	3	2,1	889
	Frauen	20	57	21	2	2,0	931
	Insgesamt	19	56	22	2	2,1	1 820

*) ohne die Antwort "Kann ich nicht beurteilen"

**) beinhaltet "nicht wichtig" und "überhaupt nicht wichtig"

Tabelle 4: Zukünftige Ziele für Münster in 2001 - nach Geschlecht -

Ziele der zukünftigen Stadtentwicklung	Geschlecht	Grad der Wichtigkeit					Nennungen = 100 %
		solte unbedingt erreicht werden	wäre wünschenswert	ist nicht so wichtig	solte auf keinen Fall angestrebt werden	weiß nicht	
		%	%	%	%	%	
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
Stadt mit hohen Qualitäten im Umwelt-, Natur- und Klimaschutz sein	Männer	50	44	5	0	1	946
	Frauen	60	36	3	0	1	998
	Insgesamt	55	40	4	0	1	1 944
durch Kultur- und Freizeitangebote attraktiv sein	Männer	46	49	3	0	1	932
	Frauen	56	42	2	0	0	980
	Insgesamt	51	46	2	0	1	1 912
ein attraktiver Wohnstandort sein - insbesondere für Familien mit Kindern	Männer	48	44	6	1	1	948
	Frauen	52	42	4	1	1	998
	Insgesamt	50	43	5	1	1	1 946
attraktive Einkaufsstadt sein	Männer	47	43	10	1	0	943
	Frauen	49	40	10	-	1	992
	Insgesamt	48	41	10	0	1	1 935
Stadt der guten Nachbarschaft für Deutsche und Ausländer/-innen sein	Männer	44	46	8	1	1	938
	Frauen	49	45	5	0	1	988
	Insgesamt	46	45	6	1	1	1 926
besucherfreundliche Stadt mit internationaler Atmosphäre sein	Männer	42	46	11	1	0	947
	Frauen	44	45	10	0	1	1 003
	Insgesamt	43	45	11	1	1	1 950
Fortsetzung							

noch Tabelle 4: Zukünftige Ziele für Münster in 2001 - nach Geschlecht -

Ziele der zukünftigen Stadtentwicklung	Geschlecht	Grad der Wichtigkeit					Nennungen = 100%
		solte unbedingt erreicht werden	wäre wünschenswert	ist nicht so wichtig	sollte auf keinen Fall angestrebt werden	weiß nicht	
		%	%	%	%	%	absolut
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
für Wissenschaft und Technologie attraktiv sein	Männer	48	45	4	0	2	924
	Frauen	35	53	7	0	5	965
	Insgesamt	41	49	6	0	3	1 889
attraktives Zentrum für das Münsterland sein	Männer	42	44	13	1	1	939
	Frauen	38	46	15	0	1	985
	Insgesamt	40	45	14	0	1	1 924
seinen jetzigen Charakter bewahren	Männer	35	54	7	2	2	902
	Frauen	38	54	4	1	2	953
	Insgesamt	37	54	5	2	2	1 855
Stadt des bürgerschaftlichen Engagements und vielfältiger Mitwirkungsmöglichkeiten sein	Männer	26	57	14	0	2	927
	Frauen	26	61	9	0	4	967
	Insgesamt	26	59	11	0	3	1 894
Stadt mit partnerschaftlichem Verhältnis zu den Münsterlandgemeinden sein	Männer	22	54	21	0	3	944
	Frauen	21	57	18	0	3	998
	Insgesamt	21	56	19	0	3	1 942
Stadt sein, in der Belange von Frauen besonders berücksichtigt werden	Männer	11	45	33	4	6	921
	Frauen	30	49	18	1	2	983
	Insgesamt	21	47	26	2	4	1 904
Bevölkerungswachstum	Männer	8	24	51	12	4	934
	Frauen	6	21	52	14	8	970
	Insgesamt	7	22	52	13	6	1 904

Tabelle 5: Zukünftige Ziele für Münster in 2001 - nach Altersgruppen -

Ziele der zukünftigen Stadtentwicklung	Altersgruppe	Grad der Wichtigkeit					Nennungen = 100 %
		sollte unbedingt erreicht werden	wäre wünschenswert	ist nicht so wichtig	sollte auf keinen Fall angestrebt werden	weiß nicht	
		%	%	%	%	%	absolut
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Stadt mit hohen Qualitäten im Umwelt-, Natur- und Klimaschutz sein	18 - 29 J.	56	37	7	0	1	322
	30 - 44 J.	61	35	3	0	1	644
	45 - 59 J.	52	41	6	0	1	448
	60 J. u.ä.	51	46	3	-	1	529
	Insgesamt	55	40	4	0	1	1 944
durch Kultur- und Freizeitangebote attraktiv sein	18 - 29 J.	59	38	2	0	1	323
	30 - 44 J.	56	41	2	0	0	640
	45 - 59 J.	48	49	2	-	1	448
	60 J. u.ä.	42	53	4	0	1	500
	Insgesamt	51	46	2	0	1	1 912
ein attraktiver Wohnstandort sein - insbesondere für Familien mit Kindern	18 - 29 J.	44	45	9	1	2	324
	30 - 44 J.	57	36	6	1	1	644
	45 - 59 J.	45	48	5	0	2	448
	60 J. u.ä.	50	47	2	1	2	529
	Insgesamt	50	43	5	1	1	1 946
attraktive Einkaufsstadt sein	18 - 29 J.	44	44	12	-	0	321
	30 - 44 J.	38	46	15	0	0	643
	45 - 59 J.	54	36	10	0	1	448
	60 J. u.ä.	57	39	3	0	1	522
	Insgesamt	48	41	10	0	1	1 935
Stadt der guten Nachbarschaft für Deutsche und Ausländer/-innen sein	18 - 29 J.	50	40	6	1	2	317
	30 - 44 J.	52	41	6	0	1	639
	45 - 59 J.	45	47	7	1	1	449
	60 J. u.ä.	38	54	6	1	2	520
	Insgesamt	46	45	6	1	1	1 926
besucherfreundliche Stadt mit internationaler Atmosphäre sein	18 - 29 J.	43	43	12	2	0	323
	30 - 44 J.	38	45	16	1	1	645
	45 - 59 J.	43	47	9	0	1	449
	60 J. u.ä.	48	45	5	0	1	532
	Insgesamt	43	45	11	1	1	1 950
Fortsetzung							

noch Tabelle 5: Zukünftige Ziele für Münster in 2001 - nach Altersgruppen -

Ziele der zukünftigen Stadtentwicklung	Geschlecht	Grad der Wichtigkeit					Nennungen = 100%
		sollte unbedingt erreicht werden	wäre wünschenswert	ist nicht so wichtig	sollte auf keinen Fall angestrebt werden	weiß nicht	
		%	%	%	%	%	absolut
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
für Wissenschaft und Technologie attraktiv sein	18 - 29 J.	32	50	10	0	7	319
	30 - 44 J.	40	48	9	0	3	633
	45 - 59 J.	44	51	3	-	1	437
	60 J. u.ä.	46	49	2	-	3	499
	Insgesamt	41	49	6	0	3	1 889
attraktives Zentrum für das Münsterland sein	18 - 29 J.	36	45	18	0	2	321
	30 - 44 J.	29	47	21	1	1	637
	45 - 59 J.	46	41	13	0	1	447
	60 J. u.ä.	49	45	4	0	1	518
	Insgesamt	40	45	14	0	1	1 924
seinen jetzigen Charakter bewahren	18 - 29 J.	30	58	7	3	3	314
	30 - 44 J.	37	52	7	2	3	636
	45 - 59 J.	39	54	5	1	1	426
	60 J. u.ä.	38	56	3	1	2	478
	Insgesamt	37	54	5	2	2	1 855
Stadt des bürgerschaftlichen Engagements und vielfältiger Mitwirkungsmöglichkeiten sein	18 - 29 J.	19	59	17	1	5	317
	30 - 44 J.	27	57	13	0	2	631
	45 - 59 J.	25	62	11	-	2	444
	60 J. u.ä.	29	60	7	0	4	501
	Insgesamt	26	59	11	0	3	1 894
Stadt mit partnerschaftlichem Verhältnis zu den Münsterlandgemeinden sein	18 - 29 J.	12	47	33	1	7	321
	30 - 44 J.	14	56	26	0	4	641
	45 - 59 J.	23	58	16	0	2	448
	60 J. u.ä.	35	58	5	0	2	531
	Insgesamt	21	56	19	0	3	1 942
Stadt sein, in der Belange von Frauen besonders berücksichtigt werden	18 - 29 J.	20	35	37	3	5	321
	30 - 44 J.	22	45	24	3	6	635
	45 - 59 J.	21	49	25	2	2	445
	60 J. u.ä.	20	55	20	2	3	502
	Insgesamt	21	47	26	2	4	1 904
Bevölkerungswachstum	18 - 29 J.	3	13	56	18	9	320
	30 - 44 J.	4	16	57	17	6	635
	45 - 59 J.	7	26	51	12	5	443
	60 J. u.ä.	13	32	43	6	7	505
	Insgesamt	7	22	52	13	6	1 904

Tabelle 6: Eigenschaften von Münster in 1989, 1997 und 2001 - nach Geschlecht -

Eigen- schaft	Ge- schlecht	Grad der Zustimmung						Nen- nungen = 100%
		trifft sehr zu	trifft zu	teils / teils	trifft kaum zu	trifft überhaupt nicht zu	Rang- folge*	
		%	%	%	%	%	absolut	absolut
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
gemütlich	Männer	24	52	22	2	0	2	944
	Frauen	24	52	22	1	1	1	995
	2001 Insg.	24	52	22	2	0	2	1 939
	1997 Insg.	25	56	16	3	0	2	1 871
	1989 Insg.	27	55	15	2	0	3	2 106
weltoffen	Männer	6	33	46	13	2	9	927
	Frauen	5	28	53	12	2	9	986
	2001 Insg.	5	30	50	13	2	9	1 913
	1997 Insg.	8	34	38	17	3	7	1 843
	1989 Insg.	7	29	39	20	5	9	2 053
gepflegt	Männer	18	50	30	3	1	4	947
	Frauen	22	47	29	3	1	3	1 008
	2001 Insg.	20	48	29	3	1	3	1 955
	1997 Insg.	24	56	17	2	0	3	1 878
	1989 Insg.	31	55	13	1	0	1	2 107
fort- schrittlich	Männer	4	33	53	10	1	8	934
	Frauen	3	34	55	7	1	6	973
	2001 Insg.	3	34	54	8	1	7	1 907
	1997 Insg.	5	35	47	11	2	6	1 840
	1989 Insg.	6	34	43	14	2	7	2 047
gastlich	Männer	10	55	29	4	1	5	943
	Frauen	11	56	29	4	0	5	992
	2001 Insg.	11	56	29	4	1	5	1 935
	1997 Insg.	12	55	28	4	1	5	1 863
	1989 Insg.	18	53	24	4	1	4	2 081
modern	Männer	4	27	54	13	1	11	938
	Frauen	3	27	57	12	1	11	983
	2001 Insg.	4	27	56	12	1	11	1 921
	1997 Insg.	4	30	50	15	2	10	1 834
	1989 Insg.	6	34	46	14	1	6	2 053
provinziell	Männer	11	28	43	14	3	7	923
	Frauen	8	27	45	17	2	8	964
	2001 Insg.	10	28	44	16	3	8	1 887
	1997 Insg.	12	29	35	20	5	9	1 812
	1989 Insg.	10	37	30	18	4	5	2 020

Fortsetzung

*) Rangfolge für 1989 nur für 12 Eigenschaften (3 weniger als 1997 und 2001)

noch Tabelle 6: Eigenschaften von Münster in 1989, 1997 und 2001 - nach Geschlecht -

Eigen- schaft	Ge- schlecht	Grad der Zustimmung						Nen- nungen = 100% absolut
		trifft sehr zu	trifft zu	teils / teils	trifft kaum zu	trifft überhaupt nicht zu	Rang- folge*	
		%	%	%	%	%	absolut	
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	
unper- sönlich	Männer	2	7	30	47	14	15	929
	Frauen	1	6	28	50	16	15	973
	2001 Insg.	1	7	29	48	15	15	1 902
	1997 Insg.	3	9	25	45	19	15	1 804
	1989 Insg.	2	9	21	46	23	12	2 014
hektisch	Männer	2	5	31	49	13	14	937
	Frauen	2	7	29	47	16	14	989
	2001 Insg.	2	6	30	48	14	14	1 926
	1997 Insg.	2	10	25	48	16	14	1 814
	1989 Insg.	3	12	32	41	12	11	2 033
traditions- verbunden	Männer	21	58	20	2	-	1	937
	Frauen	23	56	19	2	0	2	995
	2001 Insg.	22	57	19	2	0	1	1 932
	1997 Insg.	27	55	15	3	1	1	1 860
	1989 Insg.	31	55	12	2	0	2	2 093
elegant	Männer	5	28	49	16	2	12	930
	Frauen	5	25	49	18	3	12	982
	2001 Insg.	5	26	49	17	2	12	1 912
	1997 Insg.	5	29	44	19	3	11	1 824
	1989 Insg.	7	30	45	17	2	8	2 042
spießig	Männer	10	21	37	24	8	13	930
	Frauen	9	17	42	23	10	13	980
	2001 Insg.	9	19	40	23	9	13	1 910
	1997 Insg.	11	20	32	26	11	13	1 817
	1989 Insg.	10	17	28	29	16	10	2 028
ausländer- freundlich	Männer	6	38	51	5	1	6	934
	Frauen	2	31	60	7	1	7	980
	2001 Insg.	4	34	56	6	1	6	1 914
1997 Insg.	4	33	49	11	3	8	1 832	
lebens- lustig	Männer	4	32	51	13	1	10	936
	Frauen	3	31	49	14	2	10	983
	2001 Insg.	3	32	50	14	1	10	1 919
1997 Insg.	4	25	51	18	2	12	1 831	
teuer	Männer	25	38	32	5	0	3	945
	Frauen	26	37	31	5	0	4	1 006
	2001 Insg.	26	38	32	5	0	4	1 951
1997 Insg.	29	41	25	4	1	4	1 861	

*) Rangfolge für 1989 nur für 12 Eigenschaften (3 weniger als 1997 und 2001)

**Tabelle 7: Eigenschaften von Münster in 1989, 1997 und 2001
- nach Altersgruppen -**

Eigen- schaft	Alters- gruppe	Grad der Zustimmung						Nen- nungen = 100% absolut
		trifft sehr zu	trifft zu	teils / teils	trifft kaum zu	trifft überhaupt nicht zu	Mittel- wert	
		%	%	%	%	%	Ø	
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	
gemütlich	18 - 29 J.	26	51	21	2	0	2,0	324
	30 - 44 J.	23	53	22	2	0	2,0	644
	45 - 59 J.	25	50	23	2	1	2,0	452
	60 J. u.ä.	24	54	21	1	0	2,0	518
	Insgesamt	24	52	22	2	0	2,0	1 939
weltoffen	18 - 29 J.	3	29	52	14	2	2,8	325
	30 - 44 J.	4	25	54	15	2	2,9	638
	45 - 59 J.	5	26	53	13	2	2,8	441
	60 J. u.ä.	9	42	40	8	1	2,5	508
	Insgesamt	5	30	50	13	2	2,8	1 913
gepflegt	18 - 29 J.	19	45	33	2	1	2,2	324
	30 - 44 J.	23	53	23	1	0	2,0	644
	45 - 59 J.	17	51	28	3	1	2,2	451
	60 J. u.ä.	19	41	35	4	1	2,3	535
	Insgesamt	20	48	29	3	1	2,2	1 955
fort- schrittlich	18 - 29 J.	1	35	54	9	0	2,7	322
	30 - 44 J.	3	31	57	8	1	2,7	639
	45 - 59 J.	3	28	57	10	1	2,8	443
	60 J. u.ä.	6	40	47	6	1	2,6	502
	Insgesamt	3	34	54	8	1	2,7	1 907
gastlich	18 - 29 J.	8	54	33	4	1	2,4	320
	30 - 44 J.	7	54	33	5	1	2,4	639
	45 - 59 J.	9	56	30	4	0	2,3	450
	60 J. u.ä.	17	59	21	2	0	2,1	525
	Insgesamt	11	56	29	4	1	2,3	1 935
modern	18 - 29 J.	2	30	54	12	1	2,8	324
	30 - 44 J.	2	26	56	14	2	2,9	641
	45 - 59 J.	4	23	60	12	1	2,8	448
	60 J. u.ä.	6	31	53	9	1	2,7	507
	Insgesamt	4	27	56	12	1	2,8	1 921
provinziell	18 - 29 J.	8	26	43	18	6	2,9	319
	30 - 44 J.	10	28	45	15	2	2,7	636
	45 - 59 J.	12	30	41	14	2	2,6	441
	60 J. u.ä.	9	26	47	18	1	2,8	490
	Insgesamt	10	28	44	16	3	2,7	1 887

Fortsetzung

noch Tabelle 7: Eigenschaften von Münster in 1989, 1997 und 2001
- nach Altersgruppen -

Eigen- schaft	Alters- gruppe	Grad der Zustimmung						Nen- nungen = 100% absolut
		trifft sehr zu	trifft zu	teils / teils	trifft kaum zu	trifft überhaupt nicht zu	Mittel- wert	
		%	%	%	%	%	Ø	
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	
unper- sönlich	18 - 29 J.	2	8	27	49	14	3,7	323
	30 - 44 J.	1	7	31	47	14	3,6	639
	45 - 59 J.	1	6	27	50	16	3,7	448
	60 J. u.ä.	1	5	28	48	18	3,8	491
	Insgesamt	1	7	29	48	15	3,7	1 902
hektisch	18 - 29 J.	2	9	29	47	14	3,6	325
	30 - 44 J.	2	6	31	49	12	3,6	642
	45 - 59 J.	2	4	29	51	14	3,7	449
	60 J. u.ä.	2	6	30	45	17	3,7	509
	Insgesamt	2	6	30	48	14	3,7	1 926
traditions- verbunden	18 - 29 J.	20	50	25	5	0	2,1	324
	30 - 44 J.	20	53	25	2	0	2,1	642
	45 - 59 J.	20	62	17	2	-	2,0	446
	60 J. u.ä.	27	62	11	1	-	1,9	519
	Insgesamt	22	57	19	2	0	2,0	1 932
elegant	18 - 29 J.	7	32	45	14	3	2,7	320
	30 - 44 J.	5	29	47	18	2	2,8	642
	45 - 59 J.	3	23	51	19	3	3,0	444
	60 J. u.ä.	6	23	53	16	2	2,8	505
	Insgesamt	5	26	49	17	2	2,9	1 912
spießig	18 - 29 J.	16	21	33	21	8	2,8	321
	30 - 44 J.	11	24	42	18	5	2,8	640
	45 - 59 J.	9	19	43	22	7	3,0	447
	60 J. u.ä.	4	11	38	33	15	3,4	501
	Insgesamt	9	19	40	23	9	3,0	1 910
ausländer- freundlich	18 - 29 J.	6	39	47	8	2	2,6	319
	30 - 44 J.	2	29	62	6	1	2,7	636
	45 - 59 J.	3	32	60	5	0	2,7	443
	60 J. u.ä.	6	39	50	5	-	2,5	515
	Insgesamt	4	34	56	6	1	2,6	1 914
lebens- lustig	18 - 29 J.	7	42	41	10	1	2,6	320
	30 - 44 J.	3	31	50	14	2	2,8	643
	45 - 59 J.	2	25	56	16	1	2,9	448
	60 J. u.ä.	4	31	51	13	1	2,8	507
	Insgesamt	3	32	50	14	1	2,8	1 919
teuer	18 - 29 J.	26	34	32	7	-	2,2	325
	30 - 44 J.	30	39	28	3	-	2,1	644
	45 - 59 J.	24	44	27	4	0	2,1	451
	60 J. u.ä.	21	33	39	6	0	2,3	530
	Insgesamt	26	38	32	5	0	2,2	1 951

**Tabelle 8: Art des Interesses am Besuch größerer Veranstaltungen in Münster 2001
- nach Geschlecht -**

Veranstaltung	Geschlecht	Zahl der Personen mit Angaben = 100%	jeweiliger Anteil mit der Antwort:					
			JA, bereits besucht	JA, gehe mit auswärtigen Gästen	JA, Besuch geplant	NEIN, kein Interesse	weiß nicht	
			absolut	%	%	%	%	%
			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Eurocityfest / Stadtfest	Männer	939	67	11	14	16	3	
	Frauen	983	69	11	14	13	3	
	Insgesamt	1 922	68	11	14	15	3	
Send	Männer	943	69	9	10	19	2	
	Frauen	1 001	69	9	10	18	2	
	Insgesamt	1 940	69	9	10	18	2	
Jazzfestival	Männer	921	11	4	23	54	10	
	Frauen	953	11	3	22	56	10	
	Insgesamt	1 874	11	4	23	55	10	
Musik-Events	Männer	917	34	6	30	24	12	
	Frauen	940	36	4	29	20	14	
	Insgesamt	1 857	35	5	30	22	13	
"Ab in die Mitte"	Männer	870	9	3	17	29	43	
	Frauen	879	9	3	15	24	51	
	Insgesamt	1 749	9	3	16	26	47	
Barockfest	Männer	916	14	5	22	43	17	
	Frauen	964	18	4	25	33	20	
	Insgesamt	1 880	16	5	24	38	19	
Skulpturen- ausstellung	Männer	922	37	10	18	32	10	
	Frauen	967	47	10	18	24	9	
	Insgesamt	1 889	42	10	18	28	10	
Open-Air-Veranstaltungen	Männer	905	33	7	25	27	13	
	Frauen	946	38	5	25	22	12	
	Insgesamt	1 851	35	6	25	24	12	
Stadtteulfeste	Männer	931	59	7	19	14	7	
	Frauen	982	62	5	16	16	5	
	Insgesamt	1 913	61	6	17	15	6	
Rosen- montags- zug	Männer	940	52	7	6	37	2	
	Frauen	987	48	5	5	41	4	
	Insgesamt	1 927	50	6	6	39	3	
Weihnachts- markt	Männer	953	72	17	11	11	1	
	Frauen	1 013	77	19	9	8	1	
	Insgesamt	1 966	75	18	10	9	1	

**Tabelle 9: Art des Interesses am Besuch größerer Veranstaltungen in Münster 2001
- nach Altersgruppen -**

Veranstaltung	Altersgruppe	Zahl der Personen mit Angaben = 100 %	jeweiliger Anteil mit der Antwort:*				
			JA, bereits besucht	JA, gehe mit auswärtigen Gästen	JA, Besuch geplant	NEIN, kein Interesse	weiß nicht
			absolut	%	%	%	%
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Eurocityfest / Stadtfest	18 - 29 J.	319	72	9	17	6	6
	30 - 44 J.	638	77	11	12	9	3
	45 - 59 J.	450	74	12	12	13	2
	60 J. u. ä.	513	48	11	17	28	4
	Insgesamt	1 922	68	11	14	15	3
Send	18 - 29 J.	321	74	11	8	17	2
	30 - 44 J.	640	74	10	8	17	2
	45 - 59 J.	451	70	9	11	18	1
	60 J. u. ä.	526	60	9	13	21	2
	Insgesamt	1 940	69	9	10	18	2
Jazzfestival	18 - 29 J.	318	7	4	26	48	16
	30 - 44 J.	624	12	4	26	50	10
	45 - 59 J.	439	15	4	26	49	10
	60 J. u. ä.	492	8	2	13	71	7
	Insgesamt	1 874	11	4	23	55	10
Musik-Events	18 - 29 J.	320	48	5	33	7	14
	30 - 44 J.	625	42	6	34	11	11
	45 - 59 J.	430	37	4	31	20	13
	60 J. u. ä.	482	16	4	20	46	14
	Insgesamt	1 857	35	5	30	22	13
"Ab in die Mitte"	18 - 29 J.	306	5	2	9	20	64
	30 - 44 J.	590	9	2	17	19	55
	45 - 59 J.	406	11	2	19	28	42
	60 J. u. ä.	446	10	6	15	38	31
	Insgesamt	1 749	9	3	16	26	47
Barockfest	18 - 29 J.	317	5	1	13	51	30
	30 - 44 J.	627	13	3	21	42	22
	45 - 59 J.	438	21	4	27	36	15
	60 J. u. ä.	497	24	9	33	25	10
	Insgesamt	1 880	16	5	24	38	19

Fortsetzung

noch Tabelle 9: Art des Interesses am Besuch größerer Veranstaltungen in
Münster 2001 - nach Altersgruppen -

Veranstaltung	Altersgruppe	Zahl der Personen mit Angaben = 100 %	jeweiliger Anteil mit der Antwort:*				
			JA, bereits besucht	JA, gehe mit auswärtigen Gästen	JA, Besuch geplant	NEIN, kein Interesse	weiß nicht
			absolut	%	%	%	%
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Skulpturen- ausstellung	18 - 29 J.	318	33	5	17	36	15
	30 - 44 J.	636	45	13	17	25	11
	45 - 59 J.	441	51	11	18	23	6
	60 J. u. ä.	493	35	9	22	31	8
	Insgesamt	1 889	42	10	18	28	10
Open-Air- Veranstaltungen	18 - 29 J.	315	43	5	33	6	16
	30 - 44 J.	623	45	6	28	11	13
	45 - 59 J.	432	36	7	27	26	9
	60 J. u. ä.	480	17	5	14	52	12
	Insgesamt	1 851	35	6	25	24	12
Stadtteilfeste	18 - 29 J.	317	58	3	15	15	14
	30 - 44 J.	636	70	7	17	8	5
	45 - 59 J.	448	61	7	18	18	4
	60 J. u. ä.	511	51	5	20	22	4
	Insgesamt	1 913	61	6	17	15	6
Rosen- montags- zug	18 - 29 J.	319	53	8	6	34	4
	30 - 44 J.	638	55	5	6	35	4
	45 - 59 J.	447	45	6	5	47	2
	60 J. u. ä.	522	46	7	6	41	2
	Insgesamt	1 927	50	6	6	39	3
Weihnachts- markt	18 - 29 J.	323	85	18	8	4	1
	30 - 44 J.	643	76	19	10	9	1
	45 - 59 J.	459	71	20	11	14	1
	60 J. u. ä.	540	72	16	12	8	1
	Insgesamt	1 966	75	18	10	9	1

**Tabelle 10: Art des Interesses am Besuch größerer Veranstaltungen in Münster 2001
- nach Stadtgebiet -**

Veranstaltung	Stadtgebiet	Zahl der Personen mit Angaben = 100 %	jeweiliger Anteil mit der Antwort:*				
			JA, bereits besucht	JA, gehe mit auswärtigen Gästen	JA, Besuch geplant	NEIN, kein Interesse	weiß nicht
		absolut	%	%	%	%	%
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Euro-cityfest / Stadtfest	Stadtbezirk Mitte	939	59	10	13	12	3
	Außenstadtbez.	983	76	12	16	17	3
	Insgesamt	1 922	68	11	14	15	3
Send	Stadtbezirk Mitte	943	58	9	7	18	2
	Außenstadtbez.	1 001	79	10	12	18	2
	Insgesamt	1 940	69	9	10	18	2
Jazzfestival	Stadtbezirk Mitte	921	12	3	22	42	10
	Außenstadtbez.	953	10	4	24	67	10
	Insgesamt	1 874	11	4	23	55	10
Musik-Events	Stadtbezirk Mitte	917	33	4	25	17	10
	Außenstadtbez.	940	38	5	34	26	15
	Insgesamt	1 857	35	5	30	22	13
"Ab in die Mitte"	Stadtbezirk Mitte	870	9	2	13	20	41
	Außenstadtbez.	879	9	4	18	32	53
	Insgesamt	1 749	9	3	16	26	47
Barockfest	Stadtbezirk Mitte	916	15	4	20	30	18
	Außenstadtbez.	964	18	5	27	45	20
	Insgesamt	1 880	16	5	24	38	19
Skulpturen-ausstellung	Stadtbezirk Mitte	922	40	10	17	20	8
	Außenstadtbez.	967	44	10	20	35	11
	Insgesamt	1 889	42	10	18	28	10
Open-Air-Veranstaltungen	Stadtbezirk Mitte	905	35	6	22	18	9
	Außenstadtbez.	946	36	6	28	30	15
	Insgesamt	1 851	35	6	25	24	12
Stadtteil-feste	Stadtbezirk Mitte	931	54	6	15	11	5
	Außenstadtbez.	982	67	6	19	19	6
	Insgesamt	1 913	61	6	17	15	6
Rosen-montags-zug	Stadtbezirk Mitte	940	41	6	4	34	3
	Außenstadtbez.	987	57	6	7	44	3
	Insgesamt	1 927	50	6	6	39	3
Weihnachtsmarkt	Stadtbezirk Mitte	952	63	17	8	10	1
	Außenstadtbez.	1 014	86	19	12	8	1
	Insgesamt	1 966	75	18	10	9	1

Tabelle 11: Interesse an einem Magazin mit Informationen über größere Veranstaltungen in Münster 2001

Merkmal	JA, bei einem Preis von bis zu ..			JA, falls kosten- los	NEIN, ich nutze andere Quellen	NEIN, kein Inter- esse	Nen- nungen = 100 %
	.. 10,- DM pro Monat	.. 5,- DM pro Monat	.. 5,- DM je Exemplar				
	%	%	%	%	%	%	absolut
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Geschlecht							
männlich	1	9	5	54	26	5	955
weiblich	1	11	7	53	24	4	1 010
Altersgruppe							
18 - 29 Jahre	2	13	5	61	17	2	326
30 - 44 Jahre	1	11	8	59	18	3	644
45 - 59 Jahre	1	11	8	51	25	4	453
60 J. u. älter	1	6	3	43	38	8	541
Haushaltsstruktur							
1 Person	1	13	5	50	26	4	357
2 Personen	2	9	6	49	30	5	796
3 Personen	1	11	8	57	20	4	289
4 Personen	0	11	6	58	21	4	299
5 und mehr Personen	-	9	6	70	15	1	116
Familienstand							
ledig	2	10	6	58	20	3	631
verheiratet	1	10	6	52	27	4	1 090
verwitwet / geschieden	1	10	5	48	30	6	195
Staatsangehörigkeit							
deutsch	1	10	6	53	26	4	1 832
andere Nationalität	1	13	7	59	13	7	75
Fortsetzung							

noch Tabelle 11: Interesse an einem Magazin mit Informationen über größere Veranstaltungen in Münster 2001

Merkmal	JA, bei einem Preis von bis zu ..			JA, falls kosten- los	NEIN, ich nutze andere Quellen	NEIN, kein Inter- esse	Nen- nungen = 100 %
	.. 10,- DM pro Monat	.. 5,- DM pro Monat	.. 5,- DM je Exemplar				
	%	%	%	%	%	%	absolut
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Erwerbsstruktur							
ganztätig berufstätig	2	12	7	54	22	3	710
Unternehmer/Freiberufler	1	14	7	54	19	4	141
teilzeitbeschäftigt	0	13	9	57	19	2	247
nicht erwerbstätig	1	7	4	45	35	8	585
Ausb., Wehrpflicht u. ä.	2	7	3	67	20	1	184
Soziale Stellung							
Schüler/-in / Student/-in	2	8	6	65	19	2	200
Rentner/-in / Pensionär/-in	1	6	3	41	39	9	471
Hausfrau / -mann	-	12	9	56	20	2	195
Schulabschluss							
Volksschule	-	8	3	45	35	9	261
Hauptschule	1	13	4	54	19	7	135
Realschule	1	9	5	54	27	3	355
Fachhochschulreife	2	12	6	53	23	2	273
allg. Hochschulreife	2	11	7	55	22	2	783
anderer Schulabschluss	-	10	6	54	18	4	72
Stadtbezirke							
MITTE	1	11	7	51	25	5	824
AUßENSTADTBEZIRKE	1	10	5	55	25	4	1 134
- West	1	10	8	56	21	4	332
- Nord	1	9	3	57	27	3	181
- Ost	1	10	4	55	27	4	168
- Südost	1	10	3	52	30	5	199
- Hilstrup	1	11	6	52	25	4	254
Insgesamt	1	10	6	53	25	4	1 965

Tabelle 12: Möglichkeit der Internetnutzung in 2001

Merkmal	Personen mit Angaben = 100%	Möglichkeit der Internetnutzung					
		JA, nutze ich* (= Internet-Nutzer)		NEIN, zurzeit nicht, aber in Kürze	NEIN, weiß noch nicht	NEIN, werde ich nicht nutzen	NEIN, kenne Internet nicht
		absolut	%	%	%	%	%
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Geschlecht							
männlich	953	599	63	9	12	12	4
weiblich	1 013	534	53	11	13	15	8
Altersgruppe							
18 - 29 Jahre	323	267	83	6	8	2	2
30 - 44 Jahre	648	481	74	11	10	3	3
44 - 59 Jahre	453	285	63	11	13	9	3
60 J. und älter	541	99	18	10	18	39	15
Schulabschluss							
Volksschule	258	51	20	8	18	41	14
Hauptschule	134	58	43	14	16	15	11
Realschule	354	153	43	15	19	16	6
Fachhochschulreife	268	182	68	11	10	7	3
allg. Hochschulreife	780	630	81	7	7	4	1
Erwerbsstruktur							
ganztätig berufstätig	711	515	72	11	10	5	2
Unternehmer u. ä.	142	119	84	6	4	6	-
teilzeitbeschäftigt	247	162	66	10	14	7	4
Ausbildung, Lehre, Wehrpflicht, Zivildienst	181	156	86	6	5	.	.
Soziale Stellung							
Schüler/in, Student/in	198	181	91	3	4	.	.
Rentner/in, Pensionär/in	467	73	16	9	19	40	16
Hausfrau/-mann	192	97	51	14	18	12	5
Insgesamt	1 966	1 133	58	10	13	14	6

*) Personen, die mindestens eine der drei Antwortvorgaben zu "JA, nutze ich ..." angekreuzt haben

Tabelle 13: Ort der Internetnutzung in 2001

Merkmal	Internet- Nutzer = 100 %	jeweiliger Anteil mit der Antwort: JA, nutze ich ... *		
		... privat	... beruflich, in der Uni / Schule u. ä.	... in sonstigen Einrichtungen
	absolut	%	%	%
	(1)	(2)	(3)	(4)
Geschlecht				
männlich	599	83	61	6
weiblich	534	78	52	7
Altersgruppe				
18 - 29 Jahre	267	80	62	12
30 - 44 Jahre	481	78	59	6
45 - 59 Jahre	285	86	58	3
60 J. und älter	99	81	25	5
Schulabschluss				
Volksschule	51	82	22	6
Hauptschule	58	74	34	14
Realschule	153	80	46	7
Fachhochschulreife	182	81	55	7
allg. Hochschulreife	630	82	65	6
Erwerbsstruktur				
ganztägig berufstätig	515	76	67	6
Unternehmer u. ä.	119	89	56	2
teilzeitbeschäftigt	162	81	57	7
Ausbildung, Lehre, Wehrpflicht, Zivildienst	156	81	65	10
Soziale Stellung				
Schüler/in, Student/in	181	81	72	9
Rentner/in, Pensionär/in	73	86	11	5
Hausfrau/-mann	97	91	28	7
Insgesamt	1 133	81	56	7

Tabelle 14: Art der Internetnutzung in 2001

Möglichkeit / Angebot	Geschlecht	Möglichkeit der Internetnutzung					Internet-Nutzer = 100% absolut (6)
		JA, nutze ich mindestens ab und zu (= Angebotsnutzer)		(noch) nicht	nie / kein Interesse	weiß nicht / ohne Angabe	
		absolut	%	%	%	%	
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
Informationsbeschaffung	Männer	557	93	2	1	4	599
	Frauen	490	92	3	0	5	534
	Insgesamt	1 047	92	3	1	4	1 133
Kommunikation	Männer	521	87	5	3	5	599
	Frauen	445	83	8	5	4	534
	Insgesamt	966	85	6	4	5	1 133
Unterhaltung / Surfen zum Spaß	Männer	441	74	6	13	7	599
	Frauen	285	53	14	23	9	534
	Insgesamt	726	64	10	18	8	1 133
Nutzung interaktiver Dienste	Männer	342	57	27	9	7	599
	Frauen	209	39	38	14	9	534
	Insgesamt	551	49	32	11	8	1 133
das publikom - Stadtnetz für Münster	Männer	315	53	33	6	9	599
	Frauen	208	39	41	7	12	534
	Insgesamt	523	46	37	7	11	1 133

Tabelle 15: Häufigkeit der Internetnutzung in 2001 - nach Geschlecht -

Möglichkeit / Angebot	Geschlecht	Häufigkeit der Internetnutzung			Angebots-Nutzer = 100% %
		(fast) täglich	mehrmals die Woche	ab und zu	
		%	%	%	
		(1)	(2)	(3)	
Informationsbeschaffung	Männer	36	36	29	557
	Frauen	13	32	54	490
	Insgesamt	25	34	41	1 047
Kommunikation	Männer	49	22	28	521
	Frauen	32	26	42	445
	Insgesamt	41	24	34	966
Unterhaltung / Surfen zum Spaß	Männer	15	24	62	441
	Frauen	6	20	74	285
	Insgesamt	11	22	67	726
Nutzung interaktiver Dienste	Männer	16	18	66	342
	Frauen	6	21	74	209
	Insgesamt	12	19	69	551
das publikom - Stadtnetz für Münster	Männer	7	12	82	315
	Frauen	3	9	88	208
	Insgesamt	5	11	84	523

Tabelle 16: Häufigkeit der Internetnutzung in 2001 - nach Altersgruppen -

Möglichkeit / Angebot	Altersgruppe	Häufigkeit der Internetnutzung			Angebots- Nutzer = 100%
		(fast) täglich	mehrmals die Woche	ab und zu	
		%	%	%	absolut
		(1)	(2)	(3)	(4)
Informations- beschaffung	18 - 29 Jahre	23	36	41	252
	30 - 44 Jahre	28	34	38	455
	45 - 59 Jahre	24	32	43	260
	60 Jahre u. älter	18	35	48	80
	Insgesamt	25	34	41	1 047
Kommunikation	18 - 29 Jahre	45	29	26	244
	30 - 44 Jahre	43	23	34	412
	45 - 59 Jahre	38	24	38	238
	60 Jahre u. älter	31	14	56	72
	Insgesamt	41	24	34	966
Unterhaltung / Surfen zum Spaß	18 - 29 Jahre	13	28	59	202
	30 - 44 Jahre	10	20	70	323
	45 - 59 Jahre	10	20	70	162
	60 Jahre u. älter	(10)	(21)	(69)	39
	Insgesamt	11	22	67	726
Nutzung interaktiver Dienste	18 - 29 Jahre	11	13	77	133
	30 - 44 Jahre	11	21	67	264
	45 - 59 Jahre	14	17	69	128
	60 Jahre u. älter	(15)	(35)	(50)	26
	Insgesamt	12	19	69	551
das publikom - Stadtnetz für Münster	18 - 29 Jahre	4	7	89	125
	30 - 44 Jahre	7	11	82	232
	45 - 59 Jahre	5	9	86	129
	60 Jahre u. älter	.	.	(76)	37
	Insgesamt	5	11	84	523

Tabelle 17: Genutzte Themen und Dienste von Internet und publikom 2001
- nach Geschlecht -

Thema / Bereich / Angebot / Dienstleistung	Internet allgemein			publikom		
	jeweiliger Anteil an Nutzern			jeweiliger Anteil an Nutzern		
	Männer	Frauen	Insgesamt	Männer	Frauen	Insgesamt
	%	%	%	%	%	%
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
genutzte Informationsangebote						
Tourismus, Urlaubsreisen	72	64	68	7	5	6
Schule, Studium, Weiterbildung	52	53	53	15	13	14
Arbeit, Wirtschaft, Finanzen	61	42	52	10	4	7
Freizeit, Sport	59	40	50	26	19	23
Kultur	46	41	44	26	21	24
Verkehr, Mobilität	42	30	37	9	6	8
Politik	43	23	33	9	4	7
Soziales, Gesundheit	31	33	32	7	6	6
Vereine, Initiativen	29	21	26	21	13	17
Infos für Kinder / Jugendliche	18	17	18	7	4	5
Planen, Bauen	21	8	15	5	4	5
Infos für Frauen	6	13	9	2	4	3
Stadtverwaltung	11	7	9	29	18	24
Infos für Menschen mit Behinderung	8	7	7	5	2	3
Informationsangebote insgesamt	92	91	91	50	41	46
genutzte Dienste und Angebote						
Buchungen, Bestellungen	50	38	44	6	3	5
Medien	46	31	39	5	4	4
Online-Shopping	39	24	32	1	0	1
Homebanking	36	23	30	3	1	2
Online-Formulare	34	19	27	7	3	5
Kleinanzeigen	32	19	26	8	4	6
Chat	25	18	22	5	3	4
Online-Spiele	16	14	15	2	1	2
eigene Homepage	16	7	12	4	0	2
E-Mail an die Stadtverwaltung	6	3	4	6	3	5
Dienste u. Angebote insgesamt	81	72	77	23	15	19
Internet-Nutzer = 100 %	599	534	1 133	599	534	1 133

**Tabelle 18: Genutzte Themen und Dienste von Internet und publikom 2001
- nach Altersgruppen -**

Thema / Bereich	Internet allgemein				
	jeweiliger Anteil an Nutzern im Alter von .. bis				
	18 - 29 J.	30 - 44 J.	45 - 59 J.	60 J. u. ä.	Insgesamt
	%	%	%	%	%
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
genutzte Informationsangebote					
Tourismus, Urlaubsreisen	62	74	67	62	68
Schule, Studium, Weiterbildung	76	53	41	21	53
Arbeit, Wirtschaft, Finanzen	51	58	48	37	52
Freizeit, Sport	54	57	42	32	50
Kultur	45	47	41	27	44
Verkehr, Mobilität	35	38	38	29	37
Politik	37	32	36	23	33
Soziales, Gesundheit	27	37	31	21	32
Vereine, Initiativen	28	30	21	12	26
Informationen für Kinder / Jugendliche	18	21	17	6	18
Planen, Bauen	13	17	16	9	15
Infos für Frauen	9	11	9	8	9
Stadtverwaltung	9	10	7	11	9
Infos für Menschen mit Behinderung	7	6	10	10	7
genutzte Dienste und Angebote					
Buchungen, Bestellungen	44	47	45	32	44
Medien	46	42	33	25	39
Online-Shopping	39	34	27	14	32
Homebanking	27	34	30	19	30
Online-Formulare	28	30	24	13	27
Kleinanzeigen	31	28	21	12	26
Chat	39	20	12	9	22
Online-Spiele	23	14	12	9	15
eigene Homepage	12	12	12	7	12
E-Mail an die Stadtverwaltung	4	4	6	4	4
Internet-Nutzer = 100 %	267	481	285	99	1 133

Tabelle 19: Nutzer zukünftiger Dienstleistungen der Stadt Münster im Internet 2001

Art der Nutzung elektronischen Dienstleistung	Geschlecht		
	Männer	Frauen	Insgesamt
	%	%	%
	(1)	(2)	(3)
zukünftige Nutzer*	71	65	68
werde ich nicht nutzen	23	29	26
keine oder widersprüchliche Angaben	6	6	6
Personen mit Angaben = 100%	953	1 013	1 966

*) Personen mit mindestens einer Nennung bei den zukünftig gewünschten Dienstleistungen

Tabelle 20: Zukünftig genutzte Dienstleistungen der Stadt Münster im Internet 2001

Art der elektronischen Dienstleistung	jeweiliger Anteil		
	Männer	Frauen	Insgesamt
	%	%	%
	(1)	(2)	(3)
An-, Ab- oder Ummeldung des Wohnortes	55	51	53
Kartenbuchung für die Städtischen Bühnen	47	49	48
Zulassung eines PKW	52	39	45
Ausstellung eines Führerscheins	35	27	31
Beantragung von Wohngeld	22	19	21
Sonstiges (insgesamt)	16	10	13
darunter:			
Sonstiges: Personalausweis / Reisepass	3	2	2
Sonstiges: alles, was möglich ist	3	2	2
Personen mit Angaben = 100% (Mehrfachnennungen möglich)	953	1 013	1 966

Tabelle 21: Bereitschaft zur Zahlung zusätzlicher Gebühren für zukünftige elektronische Dienstleistungen in 2001

Merkmal	JA	davon:		NEIN	weiß nicht	Nennungen = 100 %
		einmalig	pro genutz- ter Aktion			
	%	%	%	%	%	absolut
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Geschlecht						
männlich	32	18	13	54	15	913
weiblich	27	14	14	56	17	939
Altersgruppe						
18 - 29 Jahre	35	23	12	47	18	321
30 - 44 Jahre	38	20	18	46	15	628
45 - 59 Jahre	31	14	16	53	17	429
60 J. u. älter	13	7	6	73	15	473
Haushaltsstruktur						
1 Person	26	13	13	57	17	329
2 Personen	26	15	11	60	15	735
3 Personen	35	19	16	50	15	277
4 Personen	38	19	18	45	17	294
5 und mehr Personen	35	20	15	48	17	115
Familienstand						
ledig	31	19	12	51	18	613
verheiratet	30	15	14	56	15	1 025
verwitwet / geschieden	22	8	14	63	15	168
Staatsangehörigkeit						
deutsch	30	16	13	55	15	1 730
andere Nationalität	27	13	13	51	22	67
Fortsetzung						

noch Tabelle 21: Bereitschaft zur Zahlung zusätzlicher Gebühren für zukünftige elektronische Dienstleistungen in 2001

Merkmal	JA	davon:		NEIN	weiß nicht	Nennungen = 100 %
		einmalig	pro genutz- ter Aktion			
	%	%	%	%	%	absolut
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Erwerbsstruktur						
ganztätig berufstätig	36	19	16	49	16	690
Unternehmer/Freiberufler	38	16	22	48	14	139
teilzeitbeschäftigt	34	17	17	48	18	232
Ausb., Wehrpflicht u. ä.	35	23	12	48	18	182
Soziale Stellung						
Schüler/-in / Student/-in	33	21	11	52	16	196
Rentner/-in / Pensionär/-in	12	6	6	75	13	407
Hausfrau / -mann	31	17	14	49	20	179
Schulabschluss						
Volksschule	13	6	7	75	12	232
Hauptschule	26	16	10	54	21	125
Realschule	29	13	16	55	16	330
Fachhochschulreife	31	18	13	54	15	262
allg. Hochschulreife	36	21	15	49	15	752
Stadtbezirke						
MITTE	29	16	12	55	16	776
AUßENSTADTBEZIRKE	30	15	15	54	16	1 069
- West	32	16	16	53	15	313
- Nord	26	17	9	58	16	172
- Ost	31	14	17	50	19	154
- Südost	28	14	14	56	16	192
- Hilstrup	32	16	16	54	13	238
Insgesamt	29	16	13	55	16	1 852

Tabelle 22: Zahl der Kinobesuche in den letzten 12 Monaten in Münster 2001

Merkmal	Häufigkeit der Besuche					Nennungen = 100 %
	keinmal	1-5-mal	6-12-mal	einmal im Monat	2-4-mal im Monat und öfter	
	%	%	%	%	%	absolut
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Geschlecht						
männlich	38	40	11	5	6	958
weiblich	36	39	15	6	5	1 016
Altersgruppe						
18 - 29 Jahre	8	40	25	12	15	326
30 - 44 Jahre	21	50	17	7	6	646
45 - 59 Jahre	38	46	10	4	2	456
60 Jahre u. älter	71	22	3	3	1	546
Haushaltsstruktur						
1 Person	32	38	16	7	7	357
2 Personen	47	31	12	5	4	799
3 Personen	28	43	16	6	7	294
4 Personen	22	61	10	4	3	299
5 und mehr Personen	28	46	12	9	5	116
Familienstand						
ledig	19	38	22	9	11	633
verheiratet	44	42	9	4	2	1 096
verwitwet / geschieden	53	31	9	4	3	195
Staatsangehörigkeit						
deutsch	37	40	13	5	5	1 839
andere Nationalität	33	32	11	14	11	76
Fortsetzung						

noch Tabelle 22: Zahl der Kinobesuche in den letzten 12 Monaten in Münster 2001

Merkmal	Häufigkeit der Besuche					Nennungen = 100 %
	keinmal	1-5-mal	6-12-mal	einmal im Monat	2-4-mal im Monat und öfter	
	%	%	%	%	%	absolut
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Erwerbsstruktur						
ganztäglich berufstätig	26	47	15	6	5	713
Unternehmer/Freiberufler	26	45	21	2	6	141
teilzeitbeschäftigt	23	49	16	4	8	247
nicht erwerbstätig	67	24	3	4	1	589
Ausb., Wehrpflicht u. ä.	10	42	27	11	10	184
Soziale Stellung						
Schüler/-in / Student/-in	8	37	25	13	17	199
Rentner/-in / Pensionär/-in	74	20	3	3	1	473
Hausfrau / -mann	37	49	7	5	2	189
Schulabschluss						
Volksschule	72	22	3	2	2	261
Hauptschule	43	40	4	8	4	136
Realschule	43	42	7	6	1	351
Fachhochschulreife	26	46	16	6	6	269
allg. Hochschulreife	20	45	21	6	8	782
Stadtbezirke						
MITTE	31	38	16	7	7	828
AUßENSTADTBEZIRKE	41	41	11	5	3	1 140
- West	38	42	11	5	4	334
- Nord	43	37	10	5	4	185
- Ost	47	40	8	4	1	167
- Südost	39	43	10	6	3	200
- Hilstrup	41	40	12	4	3	254
Insgesamt	37	40	13	6	5	1 974
Insgesamt 1999	44	36	12	5	3	1 903
Insgesamt 1998	40	34	12	7	5	1 950
Insgesamt 1996	45	33	13	7	2	2 001

Tabelle 23: Bisherige Besuche des CINEPLEX-Kinos in Münster 2001

Merkmal	Anteil CINEPLEX- Besucher an Kinogängern	Häufigkeit der CINEPLEX-Besuche				Nen- nungen = 100 %
		jedes Mal	einmal	2-5-mal	6-mal und öfter	
	%	%	%	%	%	absolut
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Geschlecht						
männlich	56	19	31	43	8	331
weiblich	55	14	41	43	3	360
Altersgruppe						
18 - 29 Jahre	72	19	26	47	8	216
30 - 44 Jahre	56	14	39	43	4	288
45 - 59 Jahre	49	15	37	45	4	137
60 Jahre u. älter	32	(22)	(56)	.	.	50
Haushaltsstruktur						
1 Person	55	10	33	48	9	134
2 Personen	54	13	40	39	7	226
3 Personen	63	19	35	41	4	134
4 Personen	55	22	33	46	-	129
5 und mehr Personen	55	(24)	(28)	.	.	46
Familienstand						
ledig	63	13	31	48	8	321
verheiratet	50	20	39	39	2	310
verwitwet / geschieden	57	17	40	35	8	52
Staatsangehörigkeit						
deutsch	56	16	36	43	5	647
andere Nationalität	65	(18)	(30)	.	.	33
Fortsetzung						

noch Tabelle 23: Bisherige Besuche des CINEPLEX-Kinos in Münster 2001

Merkmal	Anteil CINEPLEX- Besucher an Kinogängern	Häufigkeit der CINEPLEX-Besuche				Nen- nungen = 100 %
		jedes Mal	einmal	2-5-mal	6-mal und öfter	
	%	%	%	%	absolut	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Erwerbsstruktur						
ganztäglich berufstätig	57	14	35	45	6	303
Unternehmer/Freiberufler	57	17	38	38	7	60
teilzeitbeschäftigt	57	13	40	44	4	108
Ausbildung, Lehre, . Wehrpflicht, Zivildienst	68	22	23	47	7	112
Soziale Stellung						
Schüler/-in / Student/-in	70	14	33	43	10	129
Rentner/-in / Pensionär/-in	34	15	56	.	.	41
Hausfrau / -mann	48	19	40	40	-	57
Schulabschluss						
Volks-/ Hauptsschule	52	33	27	36	4	78
Realschule	55	24	38	38	1	109
Fachhochschulreife	59	16	36	42	6	118
allg. Hochschulreife	57	10	37	45	7	355
Stadtbezirke						
MITTE	53	12	40	41	7	303
AUßENSTADTBEZIRKE	57	19	33	44	4	385
- West	58	18	33	44	6	120
- Nord	62	23	32	42	3	65
- Ost	58	25	33	39	2	51
- Südost	54	22	27	45	6	67
- Hilstrup	54	13	38	46	2	82
Insgesamt	55	16	36	43	5	691

Tabelle 24: Beurteilung der Atmosphäre der Kinos in Münster 2001

Kino	Geschlecht	Beurteilung der Atmosphäre						Nennungen = 100 %*
		sehr angenehm	angenehm	teils / teils	unangenehm	sehr unangenehm	weiß nicht	
		%	%	%	%	%	%	absolut
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
CINE- PLEX	Männer	18	20	10	3	3	45	693
	Frauen	21	14	12	5	4	44	730
	Insgesamt	20	17	11	4	4	45	1 423
	Besucher insg.*	36	31	20	7	7	X	787
ROLAND- Theater	Männer	7	39	23	3	0	26	724
	Frauen	5	39	28	5	1	23	752
	Insgesamt	6	39	26	4	1	25	1 476
	Besucher insg.*	8	52	34	5	1	X	1 113
STADT NEW YORK	Männer	14	44	15	2	1	24	728
	Frauen	18	45	13	2	0	21	771
	Insgesamt	16	45	14	2	0	23	1 499
	Besucher insg.*	20	58	18	3	1	X	1 161
Schloß- theater	Männer	16	28	19	5	2	31	708
	Frauen	25	29	16	3	0	26	773
	Insgesamt	21	29	18	4	1	28	1 481
	Besucher insg.*	29	40	25	5	1	X	1 064
Metropolis	Männer	2	20	26	7	2	43	663
	Frauen	5	25	27	6	1	36	710
	Insgesamt	4	22	27	7	1	39	1 373
	Besucher insg.*	6	37	44	11	2	X	831
CINEMA	Männer	10	23	17	6	2	43	675
	Frauen	14	24	19	6	2	36	735
	Insgesamt	12	24	18	6	2	39	1 410
	Besucher insg.*	20	39	29	9	3	X	860
Kinos in Münster (Durch- schnitt)	Männer	11	29	18	4	2	35	4 191
	Frauen	15	30	19	4	1	31	4 471
	Insgesamt	13	30	19	4	1	33	8 662
	Besucher insg.*	19	44	28	7	2	X	5 816

*) Anteile ohne Berücksichtigung der Nennung "weiß nicht"

Tabelle 25: Informationsquellen über das Filmangebot der Kinos in Münster 2001

Informationsquelle	Geschlecht		Insgesamt			
	Männer	Frauen	2001	1999	1998	1996
	%	%	%	%	%	%
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Tageszeitungen (WN / MZ)	24	24	24	26	26	28
Szene-Zeitungen	25	26	25	24	25	24
Tipps von Bekannten	13	14	14	15	16	16
Fernsehen / Radio	13	13	13	14	14	14
Internet	4	2	3	x	x	x
Sonstiges*	21	21	21	21	19	18
Nennungen = 100 % (Mehrfachnennungen möglich)	3 685	3 922	7 607	6 943	6 943	6 023

*) beinhaltet: "Kino aktuell", "ultimo", "gig" und "na dann ..."

***) beinhaltet: "kaufen+sparen", "Der Sonntag in Münster", "überregionale Presse", "Plakatwerbung" und "Vorschau im Kino"

Tabelle 26: Alter und Geschlecht der Befragten in 2001

Alter von ... bis ...	Geschlecht		Insgesamt		
	männlich	weiblich	2001	1996	1991
	%	%	%	%	%
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18 - 24 Jahre	7	9	8	9	13
25 - 29 Jahre	8	9	8	14	14
30 - 44 Jahre	33	32	33	30	26
45 - 59 Jahre	25	21	23	22	22
60 - 64 Jahre	9	9	9	6	7
65 - 69 Jahre	6	7	6	7	6
70 Jahre u. älter	12	13	13	12	12
Nennungen = 100 %	962	1 025	1 987	2 029	2 210

Tabelle 27: Stadtbezirk und Geschlecht der Befragten in 2001

Stadtbezirk	Geschlecht		Insgesamt		
	männlich	weiblich	2001	1996	1991
	%	%	%	%	%
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
STADTBEZIRK MITTE	40	44	42	44	46
AUSSENSTADTBEZIRKE	60	56	58	56	54
- West	16	18	17	17	16
- Nord	11	8	9	10	9
- Ost	9	9	9	8	9
- Südost	11	10	10	9	9
- Hilstrup	14	12	13	12	11
Nennungen = 100 %	960	1 021	1 981	2 029	2 223

Tabelle 28: Staatsangehörigkeit und Geschlecht der Befragten in 2001

Staatsangehörigkeit	Geschlecht		Insgesamt
	männlich	weiblich	
	%	%	%
	(1)	(2)	(3)
deutsch	96	96	96
andere Nationalität	4	4	4
Nennungen = 100 %	928	1 000	1 928

Tabelle 29: Familienstand und Geschlecht der Befragten in 2001

Familienstand	Geschlecht		Insgesamt		
	männlich	weiblich	2001	1996	1991
	%	%	%	%	%
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
ledig	34	32	33	33	33
verheiratet	59	53	56	56	55
verheiratet, getrennt lebend	0	1	1	1	1
verwitwet	2	6	4	6	7
geschieden	5	7	6	4	4
Nennungen = 100 %	932	1 005	1 937	2 019	2 219

Tabelle 30: Höchster Schulabschluss und Geschlecht der Befragten in 2001

Höchster Schulabschluss	Geschlecht		Insgesamt	
	männlich	weiblich	2001	1996
	%	%	%	%
	(1)	(2)	(3)	(4)
Volksschule	13	15	14	18
Hauptschulabschluss	9	6	7	9
Realschulabschluss	17	20	19	19
Fachhochschule (Fachabitur)	16	13	14	11
allgemeine Hochschulreife (Abitur)	42	41	41	40
anderer Schulabschluss	3	4	3	2
kein Schulabschluss	1	1	1	1
Schulabschluss wird angestrebt	0	1	0	0
Nennungen = 100 %	913	988	1 901	1 966

Tabelle 31: Erwerbsstruktur und Geschlecht der Befragten in 2001

Erwerbsstruktur	Geschlecht		Insgesamt	
	männlich	weiblich	2001	1996
	%	%	%	%
	(1)	(2)	(3)	(4)
ganztätig berufstätig	48	27	37	38
unternehmerisch / freiberuflich tätig	11	3	7	7
teilzeitbeschäftigt (unter 35 Stunden)	4	21	13	13
Kurzarbeit	1	0	0	1
nicht erwerbstätig	24	37	31	26
arbeitssuchend / arbeitslos	3	2	3	4
Ausbildung, Lehre, Wehrpflicht, Zivildienst	9	10	9	11
Nennungen = 100 %	937	1 007	1 944	1 882

Tabelle 32: Soziale Stellung und Geschlecht der Befragten in 2001

Soziale und berufliche Stellung	Geschlecht		Insgesamt	
	männlich	weiblich	2001	1996
	%	%	%	%
	(1)	(2)	(3)	(4)
Schüler/-in, Student/-in	11	12	12	15
Rentner/-in, Pensionär/-in	25	30	28	24
Hausfrau/-mann	1	22	11	17
ganztätig berufstätig	51	31	41	39
unternehmerisch / freiberuflich tätig	12	4	8	5
Nennungen = 100 %	875	853	1 728	1 749

Tabelle 33: Haushaltsgröße und Geschlecht der Befragten in 2001
- zusammenlebende Personen -

Zahl der im Haushalt lebenden Personen	Geschlecht		Insgesamt		
	männlich	weiblich	2001	1996	1991
	%	%	%	%	%
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1 Person	16	22	19	20	21
2 Personen	43	43	43	41	34
3 Personen	17	15	16	19	20
4 Personen	17	15	16	14	15
5 und mehr Personen	7	6	6	6	10
Nennungen = 100 %	903	973	1 876	1 991	2 221
Ø-Personenzahl je Haushalt	X	X	2,5	2,5	2,6

Tabelle 34: Kinder unter 18 Jahren in 2001

Anzahl der Kinder im Haushalt	Anteil in %			
	der Haushalte mit Kindern		aller Haushalte	
	2001	1996	2001	1996
	(1)	(2)	(3)	(4)
1 Kind	41	49	11	12
2 Kinder	46	39	12	9
3 Kinder	10	9	3	2
4 und mehr Kinder	4	3	1	1
Summe der %-Angaben	100	100	27	24
Nennungen = 100 %	505	469	1 899	1 991

Tabelle 35: Lebensgemeinschaft der Befragten in 2001

Zusammenleben im Haushalt mit:	Anteil in %			
	der Nennungen		der Haushalte	
	2001	1996	2001	1996
	(1)	(2)	(3)	(4)
Ehe-/Lebenspartner/-in	51	50	66	65
davon mit				
Ehepartner/-in	43	45	56	55
Lebenspartner/-in*	8	5	10	7
Kind(ern)	25	25	33	32
alleinlebend	15	14	19	19
Sonstige	9	11	12	14
Summe der %-Angaben	100	100	131	130
Nennungen = 100 %	2 481	2 573	1 899	1 991

*) 2-Pers.-Haushalte, bei denen der Befragte "ledig", "verwitwet" oder "geschieden" angegeben hat

BÜRGERUMFRAGEN 1988 - 2001

Jahr	Themenschwerpunkte	Jahr	Themenschwerpunkte
1988	Verkehrspolitik (Auto/Parkplätze/-häuser) Wohngegend (äußeres Erscheinungsbild) Sicherheit bei Dunkelheit Wirtschaftliche Situation/Arbeitslose Umwelt / Glas, Papier, Batterien Wohnen im Alter Betreuung von Kindern Interesse an Politik	1996	Kommunale Problemfelder Geldverwendung Auto- und Fahrradverkehr Wirtschaftliche Situation/Arbeitslose Hausw.und pflegerische Hilfe Kino Gesundheitliche Situation Internet
1989	Eigenschaften Münsters Geschichte Münsters / Stadtjubiläum	1997	Umweltamt (Wasser-/Energiesparen) Image/Eigenschaften der Stadt Münster AWM (Image/Nutzung der Angebote)
1990	Umwelt Autoverkehr im Wohngebiet Aasee-Naherholungsgebiet	1998	Stadtteil (Zufriedenheit mit ...) Stadtentwicklung Car-Sharing Kommunale Problemfelder Grünflächen und Naturschutz Hindenburgplatz Kino Bahnhof / Fahrradstation Einkaufen in Münster
1991	Wohnen (Umzug) Kulturangebote Stadtplanung (Maßnahmenkatalog) Verkehrsmittel (Nutzung) Wirtschaftliche Situation/Arbeitslose Interesse an Politik	1999	Bürgerbeteiligung Stadtteilentwicklung Sporttreiben
1992	Stadtverwaltung (Bewertung) Parks und Grünanlagen Kleingärten / Schrebergärten Friedhof	1999 ("Bürgerumfrage Herbst 1999")	mobile Friedhof Kino AWM (Müllverwertungsanlage) ASD (Amt für Soziale Dienste)
1993	Wohnen (Größe/Ausstattung) Interesse an Politik Stadtteil (Angebote/Einrichtungen) Hausw. u. pflegerische Hilfe Kinderspielplätze Bäume im Stadtgebiet Artenschutz Umwelt (Dachbegrünung/Chemie)	2000	Wohnen Stadtentwicklung Verkehrs- und Stadtplanung
1994	Wohnen (Umzug/Wohnungsbau) KFZ-Pendlerverkehr Verkehrsmittel Sicherheit in Münster (für Frauen)	2000 ("Bürgerumfrage Herbst 2000")	Ehrenamtliche Tätigkeiten Kommunale Problemfelder Umweltschutz / Umweltbüro
1995	VHS Einkaufen Umweltbüro	2001	Stadtmarketing Eigenschaften Münsters Internet und publikom Kino

Veröffentlichungen im Rahmen der Statistischen Vierteljahresberichte:

2/1991	Umweltschutz in Münster	2/1996	Städtische Lebensbedingungen 88-95
3/1992	Stadtentwicklung in Münster	3/1997	Einkaufen in Münster
1/1993	Die Stadtverwaltung im Urteil der Bürger	1/2000	Problemfelder in Münster

Veröffentlichungen des Amtes für Stadt- und Regionalentwicklung, StatistikBeiträge aus Statistik und Stadtforschung (seit 1947)

- 1 Münster, die Hauptstadt der Provinz Westfalen, in schwerer Notzeit nach dem Kriege, 1947
- 2 Statistische Unterlagen der Stadt Münster für ein Friedenstatut, 1947
- 3 Statistische Zahlen über die Städtischen Bühnen und Orchester der Provinzialhauptstadt Münster 1945 bis 1947, 1948
- 4 Bevölkerungs- und Wirtschaftsstruktur Münsters vor und nach dem Kriege, 1948
- 5 Provinzialhauptstadt Münster, Verluste, Zerstörungen und Wiederaufbau, 1948
- 6 Die Wahlen in Münster nach dem Kriege, 1948
- 7 Die Entwicklung der Stadt Münster nach dem Kriege, 1948
- 8 Vorausberechnung der Bevölkerung Münsters bis 1966, 1949
- 9 Die Sterblichkeit der Bevölkerung Münsters nach dem Kriege, 1949
- 10 Städtische Bühnen und Orchester in Münster nach der Währungsreform, 1949
- 11 Luftangriffe auf Münster, 1952
- 12 Die Wahlen in Münster nach dem Kriege, 1952
- 13 Die Schulraumnot der Stadt Münster, 1953
- 14 Statistische Angaben über Zerstörungen und Wiederaufbau in Münster, 1953
- 15 Luftangriffe auf Münster, 2. Auflage, 1954
- 16 Die Wahlen in Münster nach dem Kriege, 1954
- 17 Aufbauprobleme der Stadt Münster, Juni 1955
- 18 Ein Jahrzehnt Wiederaufbau, 1955
- 19 Aufbauprobleme der Stadt Münster, November 1955
- 20 Graphische Darstellungen statistischer Daten, 1955
- 21 Münster, Strukturbild und Wiederaufbau, 1956
- 22 Statistischer Bericht 1952 bis 1956
- 23 Die Schulraumnot der Stadt Münster, 1957
- 24 Personal der Stadtverwaltung, 1958
- 25 Wahlen 1946 bis 1958
- 26 Münster 1959
- 27 Aufbauprobleme der Stadt Münster, 1959
- 28 Städtische Bühnen und Orchester, 1959/60
- 29 Münster 1960
- 30 Die Wohnraumsituation in Münster, 1960
- 31 Krankenanstalten und Heime in Münster, 1960
- 32 Wahlen 1961 bis 1962
- 33 Die Schulraumsituation der Stadt Münster, 1963
- 34 Die Lage der kinderreichen Familien in der Stadt Münster, 1964
- 35 Die Schulraumsituation der Stadt Münster, 1964
- 36 Strukturdaten 1970/1975, 1975
- 37 Wahlen 1975
- 38 Wahl zum Achten Deutschen Bundestag am 03. Oktober 1976 in Münster; 1976
- 39 Europawahl 1979 (einschl. Vorbericht zur Kommunalwahl 1979)
- 40 Die Entwicklung der Zahl der Beschäftigten in Münster 1970 bis 1978, 1979
- 41 Kommunalwahl 1979
- 42 Landtagswahl 1980
- 43 Bundestagswahl 1980
- 44 Innerstädtische Wanderungen in Münster 1981, 1983

Beiträge zur Statistik

- 45 Bundestagswahl 1983
- 46 Wahlen 1984
- 47 Landtagswahl 1985
- 48 Bundestagswahl 1987
- 49 Bürgerumfrage 1988
- 50 Wahlen 1989
- 51 Bürgerumfrage 1989
- 52 Kleinräumige Bevölkerungsprognose 1990
- 53 Landtagswahl 1990
- 54 Ergebnisse der Volkszählung 1987
- 55 Bundestagswahl 1990
- 56 Bürgerumfrage 1990
- 57 Bürgerumfrage 1991
- 58 Bürgerumfrage 1992

- 59 Materialien zur Bevölkerungsgeschichte Münsters 1816-1945
- 60 Bevölkerungsentwicklung und Kleinräumige Bevölkerungsprognose 1993
- 61 Bürgerumfrage 1993
- 62 Wahlen 1994
- 63 Bürgerumfrage 1994
- 64 Landtagswahl 1995
- 65 Bürgerumfrage 1995
- 66 Strukturtypisierung und Kleinräumige Bevölkerungsprognose 1996
- 67 Bürgerumfrage 1996
- 68 Bürgerumfrage 1997
- 69 Bundestagswahl 1998
- 70 Bürgerumfrage 1998
- 71 Bürgerumfrage 1999
- 72 Wahlen 1999
- 73 Bürgerumfrage Herbst 1999
- 74 Landtagswahl 2000
- 75 Wanderungsumfrage 2000
- 76 Bürgerumfrage 2000
- 77 Bevölkerungsprognose 2000
- 78 Bürgerumfrage Herbst 2000
- 79 Bürgerumfrage 2001

Beiträge zur Stadtentwicklung

- 1 Wohnen und Wohnwünsche, 1970
- 2 Wohnverhältnisse und Wohnwünsche der älteren Bürger, 1970
- 3 Erwerbstätige, Beschäftigte, Pendler, 1973
- 4 Wohnbevölkerung, Haushalte, Schüler und Studierende, 1974
- 5 Bevölkerungsprognosen 1980 bis 1985, 1974
- 6 Wohnungen und Einwohner 1975 bis 1985, 1976
- 7 Kinderreiche Familien in Münster 1977, 1979

Beiträge zur Stadtforschung Stadtentwicklung Stadtplanung

ISSN 0933-9078

- 1/90 Verkehrsuntersuchung Roxel
- 2/90 Gutachten Hauptbahnhof / Ostseite
- 3/90 Bauleitplanung und Wohnungsbau 1990
- 4/90 Der Grundstücksmarkt in Münster im Jahre 1989
- 1/91 Städtebaulicher Rahmenplan Hafen / Halle Münsterland, Vorentwurf
- 2/91 Bauleitplanung und Wohnungsbau 1991
- 3/91 Strukturverbesserungen am Hbf
- 4/91 ÖPNV - Förderprogramm Münster 1991
- Programm fahrradfreundliche Stadt Münster/Begleituntersuchungen:
- 1/92 Radfahrer in unechten Einbahnstraßen
- 2/92 Verkehrsmittelwahl im Berufsverkehr
- 3/92 Zeitbudget und Verkehrsteilnahme
- 4/92 Verkehrsmittelwahl im Einkaufsverkehr
- 5/92 Bauleitplanung und Wohnungsbau 1992
- 1/93 Zentrumsplanung Mecklenbeck
- 2/93 Fahrradstraße Schillerstraße
- 3/93 Bauleitplanung und Wohnungsbau 1993
- 1/94 Parkraumuntersuchung Altstadt/Hbf Münster/Westf.
- 2/94 Werkstattbericht Stadtentwicklung Münster 2010, Materialien
- 3/94 Dokumentation Kongress, neue Wege für das Rad
- 4/94 Radverkehr in Fußgängerzonen
- 5/94 Bauleitplanung und Wohnungsbau 1994
- 6/94 Verkehrsbericht Münster 1993
- 7/94 Verkehrsmittelwahl und ÖPNV-Akzeptanz der Studierenden in Münster
- 1/95 Bauleitplanung und Wohnungsbau 1995
- 2/95 Programm fahrradfreundliche Stadt Münster
- Gemeinsame Benutzung von Sonderfahrstreifen durch Bus- und Radverkehr
- 3/95 Haushaltsbefragung Münster 1994, Zeitbudget und Verkehrsteilnahme
- 4/95 Wohnungsbau und Eigenheimbau Wohnwünsche von Wohnungssuchenden und Bauwilligen
- 1/95 Parkraumuntersuchung im Universitätssektor der Westfälischen Wilhelm-Universität Münster
- 2/96 Optimierung für den Radverkehr an Lichtsignalanlagen
- 3/96 Verbesserung der Radverkehrsinfrastruktur im Universitätsbereich/Innenstadtbereich Münster

- 1/97 mensch.mobil '96 Forum für humane Mobilität. Kongressdokumentation
- 2/97 Nachhaltige Stadt- und Regionalentwicklung - von Rio über Istanbul zur lokalen Agenda
- 1/98 Zeitstrukturen und Stadt. Das Zeitprofil von Münster - Chance für eine nachhaltige Entwicklung!?
- 2/98 Untersuchung zu Bündelungspotentialen im Wirtschaftsverkehr des Dienstleistungssektors zum Aufbau einer Branchenlogistik in Münster
- 3/98 Erster Nahverkehrsplan Münster
- 1/99 Entwicklungskorridor Hauptbahnhof Albersloher Weg
- 2/99 Funktionale Stärkung von Stadtteilzentren in Münster
- 1/2000 Neues Wohnen im Bestand
- 2/2000 Regionaler Wohnungsmarkt
- 3/2000 Mobilitätszentrale Münster
- 4/2000 Großflächiger Einzelhandel in Münster
- 1/2001 Wohnbaulandentwicklung; Einwohner, Bautätigkeit, Baulandentwicklung

Regelmäßig erscheinen Vierteljahresberichte und Jahresberichte

2. Stadtmarketing

2.1 Treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Eigenschaften auf Münster zu?

	trifft sehr zu	trifft zu	teils/teils	trifft kaum zu	trifft überhaupt nicht zu
	1	2	3	4	5
gemütlich	<input type="checkbox"/>				
weltoffen	<input type="checkbox"/>				
gepflegt	<input type="checkbox"/>				
fortschrittlich	<input type="checkbox"/>				
gastlich	<input type="checkbox"/>				
modern	<input type="checkbox"/>				
provinziell	<input type="checkbox"/>				
unpersönlich	<input type="checkbox"/>				
hektisch	<input type="checkbox"/>				
traditionsverbunden	<input type="checkbox"/>				
elegant	<input type="checkbox"/>				
spießig	<input type="checkbox"/>				
ausländerfreundlich	<input type="checkbox"/>				
lebenslustig	<input type="checkbox"/>				
teuer	<input type="checkbox"/>				

2.2 Haben Sie Interesse an dem Besuch von größeren Veranstaltungen in Münster? (Mehrfachnennungen möglich)

	JA, bereits besucht	JA, gehe mit auswärtigen Gästen	JA, Besuch geplant	NEIN, kein Interesse	weiß nicht
	1	1	1	1	2
Eurocityfest/Stadtfest	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Send	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazzfestival	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Musik-Events	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
»Ab in die Mitte«	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Barockfest	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skulpturenausstellung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Open-Air-Veranstaltungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stadtteilfeste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rosenmontagszug	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weihnachtsmarkt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige Veranstaltungen? (bitte nennen)	_____ 75				

2.3 Hätten Sie Interesse an einem (regelmäßig erscheinenden) Magazin mit Informationen über Veranstaltungen in Münster?

JA, bei einem Preis von bis zu 10,- DM im Monat 1
 JA, bei einem Preis von bis zu 5,- DM im Monat 2
 JA, bei einem Preis von bis zu 5,- DM je Exemplar 3
 JA, aber nur falls kostenlos 4
 NEIN, ich nutze andere Informationsquellen 5
 NEIN, kein Interesse 6

3. Angebote und Einrichtungen in Münster

Wie zufrieden sind Sie mit den Angeboten und Einrichtungen in Münster und für wie wichtig halten Sie diese?

Bitte in jede Zeile ein Kreuz bei Zufriedenheit und ein Kreuz bei Wichtigkeit!

	Zufriedenheit						Wichtigkeit					
	sehr zufrieden	zufrieden	mehr oder weniger zufrieden	nicht zufrieden	völlig unzufrieden	kann ich nicht beurteilen	sehr wichtig	wichtig	mehr oder weniger wichtig	nicht wichtig	überhaupt nicht wichtig	kann ich nicht beurteilen
Verdienstmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Arbeitsplätzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einkaufsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Versorgung mit Bussen und Bahnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausbau und Zustand des Straßennetzes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausbau und Zustand des Radwegenetzes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kindergärten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spielmöglichkeiten für Kinder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Versorgung mit Schwimmbädern und Sportanlagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausbau und Zustand der Park- und Grünanlagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Theater- und Konzertveranstaltungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Discos, Tanz, Pop-Konzerten u.ä.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Kinoveranstaltungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Weiterbildungseinrichtungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an frauenspezifischen Einrichtungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hauswirtschaftliche u. pflegerische Hilfe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sauberkeit der Luft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Versorgung mit Wohnungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruhige Straßen im Wohnviertel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestaltung und Attraktivität der Innenstadt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Parkplätzen in der Innenstadt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Gaststätten, Restaurants und anderen Möglichkeiten zum Ausgehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Internet

4.1 Haben Sie selbst die Möglichkeit, das Internet zu nutzen? (Mehrfachnennungen möglich)

JA, nutze ich privat (z.B. eigener PC) 121
 JA, nutze ich beruflich, in der Uni/Schule u. ä. 122
 JA, nutze ich in sonstigen Einrichtungen (zum Beispiel Internet-Café, Bücherei) 123
 NEIN, zurzeit nicht, aber in Kürze 124
 NEIN, weiß noch nicht 125
 NEIN, werde ich nicht nutzen 126
 NEIN, kenne Internet nicht 127

Falls Sie »NEIN« angekreuzt haben – Bitte weiter mit Frage 4.5 (auf der nächsten Seite)

4.2 Wie oft nutzen Sie die folgenden Möglichkeiten bzw. Angebote im Internet?

	(fast) täglich	mehrmals pro Woche	ab und zu	(noch) nicht	nie/kein Interesse	weiß nicht
	1	2	3	4	5	6
Kommunikation (E-Mail, Chat, Foren, Mailinglisten)	<input type="checkbox"/>					
Informationsbeschaffung	<input type="checkbox"/>					
Unterhaltung / Surfen zum Spaß	<input type="checkbox"/>					
Nutzung interaktiver Dienste (z.B. Online-Formulare, Buchungen)	<input type="checkbox"/>					
das publikom - Stadtnetz für Münster (www.muenster.de)	<input type="checkbox"/>					

4.3 Zu welchen Themen/Bereichen haben Sie sich schon Informationen aus dem Internet besorgt?

	publikom	Internet allgemein
Freizeit, Sport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stadtverwaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schule, Studium, Weiterbildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbeit, Wirtschaft, Finanzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vereine, Initiativen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kultur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tourismus, Urlaubsreisen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkehr, Mobilität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Politik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soziales, Gesundheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Planen, Bauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Infos für Frauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Infos für Kinder/Jugendliche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Infos für Menschen mit Behinderung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.4 Welche Dienste/Angebote haben Sie schon im Internet genutzt?

	publikom	Internet allgemein
Online Formulare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E-Mail an die Stadtverwaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Buchungen, Bestellungen (Tickets, Kurse, Hotel, Stadtführung, Info-Material usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online-Shopping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Homebanking	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kleinanzeigen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medien (z.B. Zeitung, Fernsehen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online-Spiele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
eigene Homepage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>