

Imageanalyse Naters

Einleitung

Durch den wirtschaftlichen Strukturwandel und die Konkurrenz um finanzielle Mittel, Firmenansiedlungen, Arbeitsplätze, Bevölkerung und Infrastruktur fällt es den einzelnen Gemeinden zunehmend schwerer, sich im Konzert der Standorte bemerkbar zu machen, geschweige denn alleine zu behaupten.

Zur **Erhaltung und Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit** hat sich das **Regionalmarketing** in einer Vielzahl unterschiedlicher Regionen in ganz Europa bewährt. Regionalmarketing eignet sich als Instrument zur Abstimmung von regionalen Entwicklungsstrategien und um Investoren und Touristen sowie Bürgerinnen und Bürger für eine Region zu gewinnen.

Um eine nachhaltige Positionierung und Profilierung im kantonalen und nationalen Kontext zu erreichen, wollen die **Gemeinden Brig-Glis und Naters gemeinsam ein Regionalmarketing aufbauen**. Die zwei Gemeinden haben bereits ein gemeinsames regionales Leitbild entwickelt. Darin ist ebenfalls eine umfassende SWOT-Analyse enthalten. Damit sind die Phasen «Analyse» und «Leitbild» bereits bearbeitet worden, welche als Vorgaben für die weitere Konzeption des Regionalmarketings gelten. Die **Imageanalyse**, als nächster Schritt, wurde inzwischen durchgeführt und die Resultate liegen vor.

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Einleitung	1
Projektbeschreibung	
Imageanalyse als Teil des Regionalmarketingprozesses	2
Vom Institut Wirtschaft & Tourismus angewandte Methodik	2
Auswertung der Umfrage	
Die Natischer Bevölkerung fühlt sich wohl	4
Die Bevölkerung vermisst Reformfreudigkeit	5
Gute Noten für die Gemeindeverwaltung	5
Gute Wertungen für die Gemeinderäte	6
Politik als Hobby – nein danke!	7
Stärken und Schwächen	7
Naters als Erholungs- und Freizeitraum	10
Ein familienfreundliches, sehenswertes Dorf	11
Naters zeigt sich kooperativ...	12
Absolut strategiekonform	12

Werte Mitbürgerinnen
Werte Mitbürger



Die Bürgerinnen und Bürger haben als «Kunde» heute hohe Erwartungen an den Service der Verwaltung und die Infrastruktur der Gemeinde. Häufig fehlen jedoch den Behörden verlässliche Informationen über die aus Einwohnersicht wahrgenommenen Stärken und Schwächen der Gemeinde. Deshalb kann eine systematische Einwohnerbefragung wichtige Hinweise für die Verwaltung liefern. Sie kann aufzeigen, welche Bedürfnisse in der Bevölkerung vorhanden sind, wie diese momentan von der Gemeinde befriedigt werden und wo allenfalls Verbesserungsmöglichkeiten bestehen.

Die Resultate der Einwohnerbefragung sollen nicht nur aufzeigen, wie zufrieden die Bevölkerung mit der Gemeinde ist, sondern wo der Schuh drückt und welche Bedürfnisse allenfalls die Einwohnerinnen und Einwohner haben. Die gewonnenen Kenntnisse über die Einwohnerbedürfnisse und deren Befriedigung sollen auch einen gezielteren Einsatz der Mittel und Ressourcen ermöglichen. Dank der Einwohnerbefragung gewinnen die Gemeindeverantwortlichen repräsentative Aussagen über die wahrgenommene Qualität der Leistungen und können wirkungsvolle Optimierungsmassnahmen ableiten. Die Einwohnerbefragung dient damit gleichzeitig als Sprachrohr für die Bevölkerung und als Wegweiser für die Verwaltungsführung.

Im Namen des Gemeinderates danke ich den Mitbürgerinnen und Mitbürger für die zahlreiche Teilnahme an dieser Befragung und der Hochschule Wallis, Institut Wirtschaft & Tourismus, für die fachliche Unterstützung.

Manfred Holzer
Gemeindepräsident

Das Institut Wirtschaft & Tourismus der Hochschule Wallis wurde von den Gemeinden Brig-Glis und Naters mit der **Durchführung der Imageanalyse** beauftragt. Der Hauptbestandteil dieser Imageanalyse bildet die **Bevölkerungsbefragung**. Die Ergebnisse der Befragung dienen als Grundlage für den Aufbau der Regionalmarketing-Strategie für die Region Brig-Glis und Naters. Im privaten Sektor wird heute die identitätsorientierte Markenführung als zukunftsweisend propagiert. Dabei geht es darum, Mitarbeitende, also interne, als Multiplikatoren des Firmenimages zu benutzen. Jeder Mitarbeitende dient somit als Botschafter für die eigene Positionierung. Wird davon ausgegangen, dass jeder Mitarbeitende mit etwa 100 verschiedenen Personen pro Jahr über das Unternehmen spricht, ist erkennbar, wie gross die **Multiplikatoreneffekte** sein können. Deshalb ist es wichtig, dass das Eigenbild mit der angestrebten Positionierung übereinstimmt. Wenn eine Grossbank sich als innovativ bezeichnet, die Mitarbeitenden jedoch das Gegenteil empfinden,

wird es schwierig sein, diese Positionierung glaubhaft zu transportieren. Es ist zwar möglich, eine Positionierung ohne die als Multiplikatoren dienenden Mitarbeitenden zu erreichen, allerdings nur mit sehr grossem finanziellem Engagement. Noch stärker hat diese identitätsorientierte **Positionierung** Gültigkeit für den öffentlichen Sektor, weil das Produkt «Gemeinde» hauptsächlich von den Einwohnern definiert wird. Eine Gemeinde oder Region wird sich nicht glaubhaft und dauerhaft als etwas positionieren können, dass von den Einwohnern gegenteilig empfunden wird. Ausser – wie bereits erwähnt – mit grossen finanziellen Anstrengungen. Deshalb muss für die künftige Marketing-Strategie zuerst das Eigenbild oder die Identität ermittelt werden.

In diesem **INFO** werden die wichtigsten Resultate für die Gemeinde Naters präsentiert. Ausführliche Auswertungen werden demnächst auf der Internetseite der Gemeinde Naters (www.naters.ch) publiziert.

Projektbeschreibung

Imageanalyse als Teil des Regionalmarketingprozesses

Um ein Regionalmarketingkonzept zu erarbeiten, muss zunächst eine Situationsanalyse gemacht werden. Ziel dieser Analyse ist es, die Ausgangssituation als Basis für alle späteren Planungen, Strategien und darauf aufbauenden Massnahmen darzustellen.

Die Imageanalyse ist zentraler Bestandteil der Situationsanalyse, da es ähnlich wie im Unternehmensbereich nicht alleine darauf ankommt, dass ein Produkt alle Merkmale eines Erfolgsproduktes erfüllt, sondern die subjektiv empfundenen Eigenschaften einen bedeutenden Anteil ausmachen. Die Imageanalyse sollte an den verschiedenen Funktionsbereichen einer Re-

gion ansetzen und dabei zwischen den Zielgruppen differenzieren, um auf diese Weise die zielgruppenspezifische Ausrichtung der Produkte und Aktivitäten sicherstellen zu können.

Es wird grundsätzlich zwischen Fremd- und Eigenimage unterschieden. Das Eigenimage bezieht sich auf die Bevölkerung der Region, das Fremdimage auf Ziel- und Anspruchsgruppen ausserhalb der Region. Ziel der vorliegenden Imageanalyse ist, das Eigenimage der Natischerinnen und Natischer zu erheben. Das Eigenimage stellt gleichzeitig das Identitäts- und Identifikationsgefühl der Menschen in der Region dar.

Vom Institut Wirtschaft & Tourismus angewandte Methodik

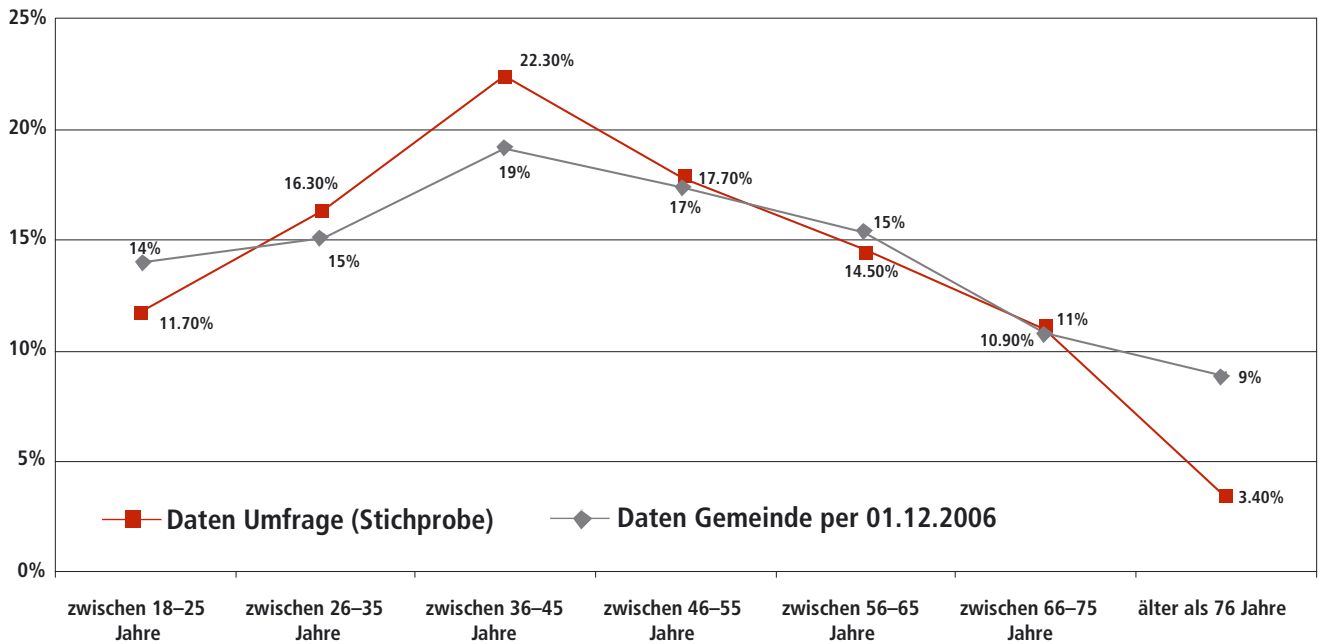
Nachstehend wird zusammenfassend das Vorgehen bei der Imageanalyse vorgestellt.

Entwicklung des Fragebogens

Es wurde eine schriftliche Befragung durchgeführt. Für die Imageanalyse wurde ein standardisierter Fragebogen mit Antwortvorgaben (geschlossene Fragen) zusammen mit Vertretern des Gemeinderates bei-

der Gemeinden Brig-Glis und Naters entwickelt. Die schriftliche Befragung wurde am 14. August 2006 mit dem Versand der Fragebogen an die Haushalte der Gemeinden Brig-Glis und Naters gestartet. Befragt wurde die gesamte Bevölkerung der Gemeinden (inklusive Personen im Besitz der Niederlassungsbewilligung C). Die Altersgrenze wurde auf das Mündigkeitsalter 18 gelegt (ab Jahrgang 1988).

Abb. 1 Altersgruppen Gemeinde Naters (n=1633)



Rücklauf und Präsentation der Ergebnisse

Die Feldphase der Imageanalyse Brig-Glis und Naters wurde Mitte Oktober erfolgreich abgeschlossen. Die Rücklaufquote beträgt für die Gemeinde Brig-Glis mit 2'256 ausgefüllten Fragebogen 24,82% und für die Gemeinde Naters 26,51% (1'691 ausgefüllte Fragebogen). Die Gemeinde Brig-Glis hat insgesamt 9'088 Fragebogen versandt, die Gemeinde Naters 6'379. Die Auswertung der Umfrage erfolgte computergestützt mit der Statistik Software Sphinx.

Repräsentativität

Die Repräsentativität stellt bei Umfragen jeweils einen wichtigen Punkt dar, wenn es darum geht die Gültigkeit der Resultate einzuordnen. Für jede Umfrage gibt es eine Grundgesamtheit. Diese besteht in der vorliegenden Umfrage aus allen Einwohnern die älter als 18 Jahre sind. Das bedeutet, dass sich sämtliche Resultate der Befragung auf diese Grundgesamtheit beziehen. (So haben die vorliegenden Resultate beispielsweise keine Gültigkeit für Personen, die jünger als 18 Jahre sind.) Würden alle Personen aus der Grundgesamtheit einen Fragebogen ausfüllen, würde dies eine Vollerhebung darstellen. Wenn

ein bestimmter Prozentsatz aus der Grundgesamtheit den Fragebogen ausfüllt, wird von einer Stichprobe gesprochen. Bei jeder Frage wird angegeben, wie viele Personen die jeweilige Frage beantwortet haben. Dies wird mit dem Buchstaben «n» gekennzeichnet. n=1688 bedeutet demnach, dass 1'688 Personen die Frage beantwortet haben. Eine Stichprobe ist dann repräsentativ, wenn sie alle wichtigen Merkmale der Grundgesamtheit enthält und in ihrer Zusammensetzung der Grundgesamtheit so entspricht, dass sie ein verkleinertes Abbild derselben darstellt. Die wichtigen Merkmale der vorliegenden Umfrage sind: Geschlecht und Alter. Diese Merkmale wurden überprüft. Das tatsächliche Verhältnis zwischen Frau und Mann liegt in der Gemeinde Naters in etwa bei 51% Frauen und 49% Männer. In der vorliegenden Umfrage beträgt das Verhältnis zwischen Frau und Mann 49% zu 47% (4% der Antwortenden haben die Aussage verweigert). Die **Abbildung 1** zeigt die tatsächliche Altersverteilung in der Gemeinde und in der Stichprobe. Die Stichprobe stellt ein sehr gutes Abbild der Wirklichkeit dar. Einzig bei der Altersgruppe älter als 76 ist die Stichprobe leicht unterrepräsentiert. Die Umfrage ist folglich **inhaltlich repräsentativ**.

Impressum

INFO erscheint
6 bis 8 Mal pro Jahr
31. Jahrgang, März 07
Auflage 4'300 Exemplare
INFO geht gratis an
alle Natischer Haushalte.

Herausgeberin INFO
Gemeinde Naters
Junkerhof
3904 Naters
info@naters.ch
www.naters.ch

Redaktion
Alphons Epiney
Gemeindeschreiber
3904 Naters
alphons.epiney@naters.ch

Gestaltung
werbstatt, Sara Meier
Gliserallee 90, 3902 Glis
Tel. 027 924 45 55
Fax 027 924 45 54
meier@werbstatt.net

Imageanalyse
Durchführung Bevölkerungsbefragung und Auswertung – Texte und Grafiken **INFO** – durch das Institut Wirtschaft & Tourismus der Hochschule Valais (HEVs).



Auswertung der Umfrage

Die Natischer Bevölkerung fühlt sich wohl

Aus der Umfrage geht erfreulicherweise hervor, dass die befragten Personen sehr gerne in ihrer Gemeinde wohnen. 93% der Natischerinnen und Natischer fühlen sich in ihrer Gemeinde «wohl» oder sogar «sehr wohl». Verstärkt wird diese Aussage durch die Pendlerstatistik (Anzahl Zupendler minus Anzahl Wegpendler) bei den erwerbstätigen Personen (vgl. Bundesamtes für Statistik BFS). Täglich verlassen 2'480 Personen die Gemeinde Naters um ihrer Arbeit nachzugehen, während nur gerade 783 Personen in die Gemeinde Naters strömen.

Hieraus ist klar ersichtlich, dass der Natischer Bürger für das Wohnen in seiner Gemeinde gerne die täglichen Strapazen des Arbeitsweges auf sich nimmt. Hier wird auch die hohe Wohnqualität in Naters widergespiegelt.

Die Stimmung der Natischer stimmt

Aus der Beantwortung der Frage «Wie beurteilen Sie die Stimmung in der Bevölkerung im Allgemeinen» ergibt sich ein sehr positives Bild. Beinahe 70% der Bevölkerung hat ausgesagt, dass die Bevölkerungsstimmung eher positiv ist. Wird dies mit der Wohndauer verglichen ergibt sich ein interessantes Bild (vgl. Abbil-

dung 2). Einwohner, die weniger als 10 Jahre in Naters wohnen, beurteilen die Bevölkerungsstimmung noch positiver als die Einwohner, welche bereits mehr als 10 Jahre in der Gemeinde wohnen. Der Tatsache, dass die Beurteilung der Bevölkerungsstimmung mit Zunahme der Wohndauer offensichtlich schlechter wird, ist in Zukunft sicherlich Rechnung zu tragen. Dennoch kann die Wohnsituation in der Gemeinde auch für langfristige Bewohner dank der guten Stimmung als attraktiv bezeichnet werden.

Abb. 2 Bevölkerungsstimmung vs Wohndauer

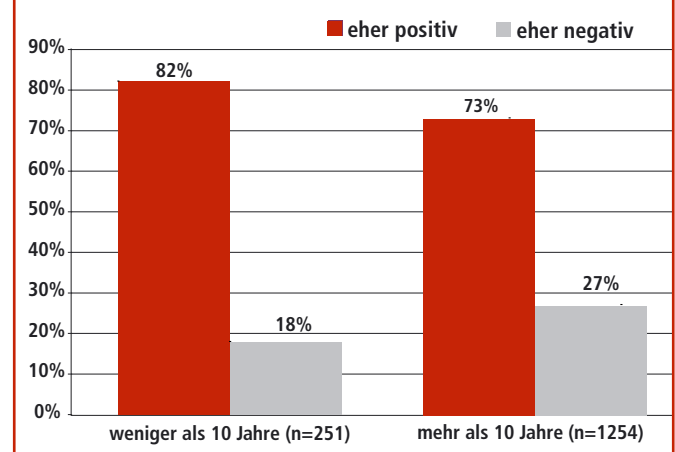
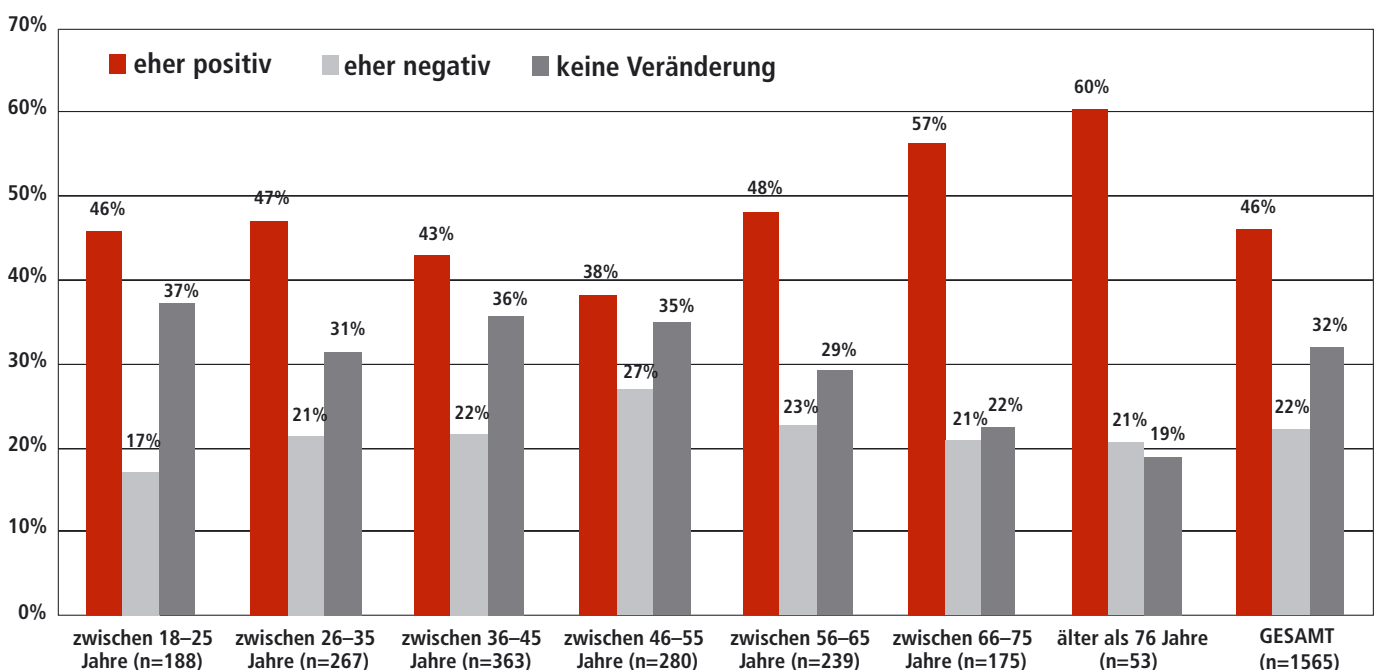


Abb. 3 Veränderung vs Alter



Die Bevölkerung vermisst Reformfreudigkeit

Weniger als die Hälfte der Antwortenden blickt positiv auf die Veränderungen der letzten Jahre zurück. Auch wenn die Aussage, dass es keine Veränderungen gegeben hat, nicht unbedingt negativ zu werten ist, lässt sich trotzdem festhalten, dass die Hälfte der Bevölkerung eine gewisse Anpassungsfähigkeit an Veränderungen vermisst. Etwa ein Drittel der Bevölkerung erkennt eine gewisse Stagnation (keine Ver-

änderung) in der Entwicklung. Vor allem bei den Jüngeren wird dies deutlich. Die Altersgruppe zwischen 46 bis 55 Jahren zeichnet ein düsteres Bild. Beinahe zwei Drittel dieser Altersgruppe sagen aus, dass es keine Veränderungen gegeben hat oder dass die Veränderungen gar negativ seien. Die Antwortenden im Pensionsalter schätzen die Veränderungen eher positiv ein (vgl. **Abbildung 3**).

Gute Noten für die Gemeindeverwaltung

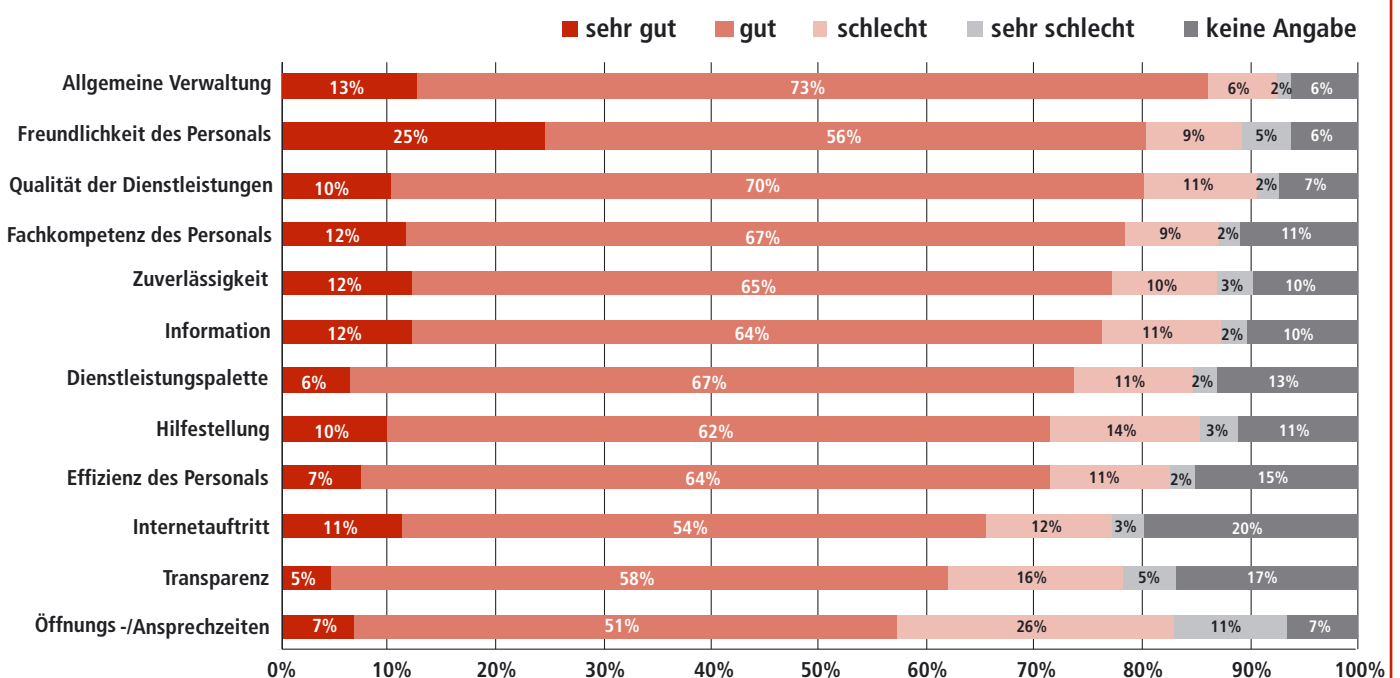
Abbildung 4 zeigt, wie die Natischer Bevölkerung die Gemeindeverwaltung gemäss den aufgeführten Punkten beurteilt. Die besten Noten erhält der Bereich Allgemeine Verwaltung. 86% der Antwortenden geben diesem Bereich gute bis sehr gute Noten. Das Personal wird für seine Freundlichkeit und die Qualität der geleisteten Arbeit ebenfalls mit jeweils zirka 80% positiven Wertungen belohnt.

Werden diese Resultate mit der Frage nach dem «Wohlfühlen» verglichen, zeigt sich, dass die Gemeindeverwaltung auch zur positiven Einstellung der Natischer Bevölkerung beiträgt. Von den «sich wohl fühlenden» Befragten bewerten beinahe 95% die Arbeit der Allgemeinen Verwaltung als positiv.

Naters surft mehr als der Durchschnittsschweizer

Der Internetauftritt der Gemeinde wird von den befragten Personen durchschnittlich als positiv bewertet. 20% der Antwortenden haben keine Angabe zum Internetangebot gemacht oder machen können. Daraus kann abgeleitet werden, dass 20% der Natischer die Internetseite ihrer Gemeinde bisher noch nicht besucht haben. Dabei handelt es sich wahrscheinlich um diejenigen, welche keinen Internetanschluss besitzen und damit auch nicht die Möglichkeit haben, die Internetseite der Gemeinde zu kontaktieren. Etwa 80% der Befragten haben somit die Internetseite bereits besucht. Diese Anzahl kann als sehr positiv bewertet werden, da gemäss einer Erhebung des Bundesamts für Statistik gesamtschweizerisch «nur» etwa 71%

Abb. 4 Allgemeine Beurteilung der Verwaltung



der Bevölkerung das Internet innerhalb der letzten 6 Monate mindestens einmal benutzt haben.

Die Internetseite der Gemeinde Naters wurde in der Zwischenzeit erneuert. An anderer Stelle haben zwei Drittel der Antwortenden ausgesagt, dass das Angebot an Dienstleistungen im Internet durch die Gemeinde wichtig ist. Grundsätzlich ist es sicherlich nicht vermessen zu verlangen, dass sämtliche Formulare, welche keine Schalterpräsenz benötigen, online abrufbar sein sollten.

Trotz den hohen positiven Bewertungen kann Verbesserungspotential in den beiden folgenden Bereichen abgeleitet werden:

■ **Öffnungs-/Ansprechzeiten:** Dieser Bereich muss sich von den Befragten am meisten Kritik gefallen lassen und hat damit das grösste Verbesserungspotential. Mehr als ein Drittel der befragten Personen

beurteilt die Öffnungs- bzw. Ansprechzeiten als negativ. Vor einigen Jahren hat die Gemeindeverwaltung probeweise am Samstagmorgen ihre Schalter geöffnet. Wegen der fehlenden Nutzung wurde dieser Versuch wieder eingestellt. Es wäre zu prüfen, ob eine Verlängerung der Öffnungszeiten am Abend den Bedürfnissen entspricht.

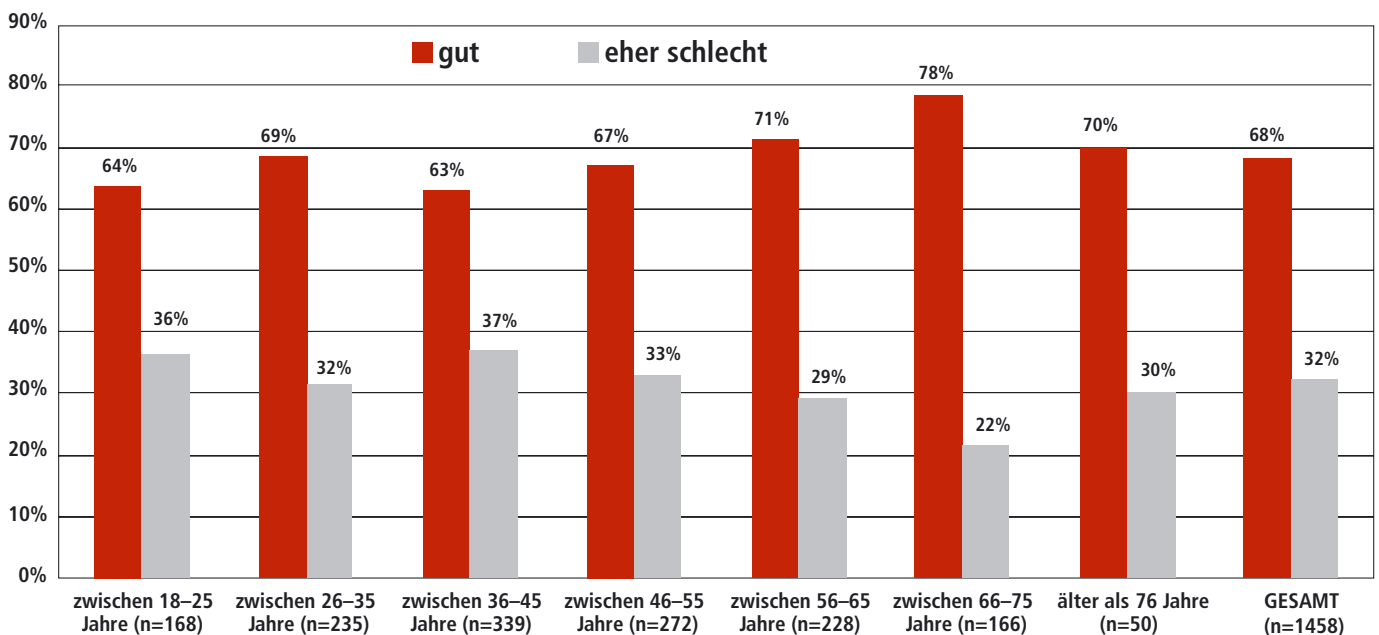
■ **Transparenz:** Dieser Bereich bietet in jeder Umfrage Verbesserungspotential. Es ist üblich, dass etwa 15 bis 20% der Befragten angeben, dass die Transparenz verbessert werden könnte. Auch in Naters ist dies der Fall. Rund ein Fünftel der Befragten vertritt die Meinung, dass die Gemeinde Naters keine transparente Informationspolitik betreibt, während zirka 62% die Transparenz als «gut» bis «sehr gut» einstufen. Besonders das **INFO** wie auch das Internet eignen sich, der Bevölkerung Entscheide und Aktivitäten der Gemeinde näher zu bringen.

Gute Wertungen für die Gemeinderäte

Beinahe 70% der Antwortenden fühlen sich durch den Gemeinderat gut vertreten. Es sind wenige Unterschiede über die verschiedenen Altersgruppen hinweg erkennbar. Zudem ist erstaunlich, dass sich auch die Jungen gut vertreten fühlen. Denn wer hätte gedacht, dass fast zwei Drittel der Jugendlichen ihre Meinung durch den Gemeinderat «gut» vertreten sehen (vgl. **Abbildung 5**). Die von der Schweizerischen Gesell-

schaft für praktische Sozialforschung (GFS) durchgeführte Umfrage bezüglich der Glaubwürdigkeit der Bundesräte hat gezeigt, dass die Bundesräte bei den Wahlberechtigten Glaubwürdigkeitswerte zwischen 44 und 72% erhielten. Natürlich ist der Gemeinderat von Naters nicht mit dem Bundesrat vergleichbar. Trotzdem geben diese Werte einen Anhaltspunkt, wenn es darum geht, die Werte von Naters einzuordnen.

Abb. 5 Vertretung Anliegen durch Gemeinderat vs Alter

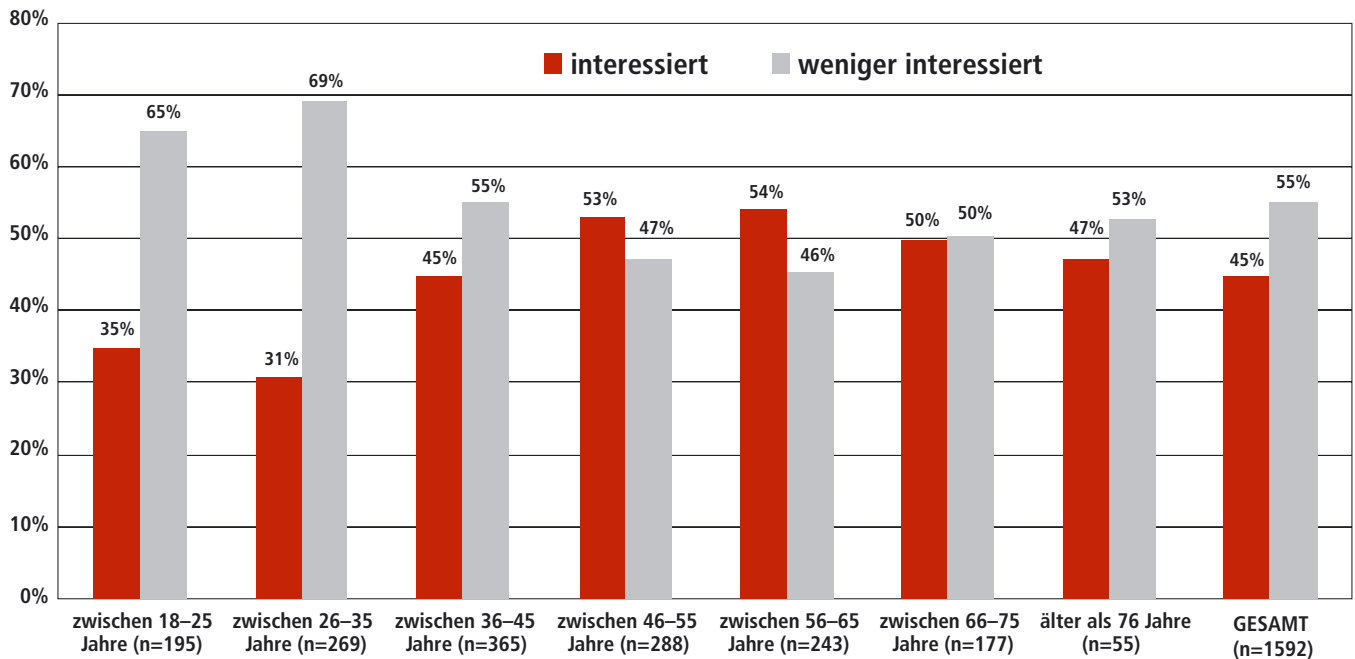


Zur Zeit sind keine Frauen im Gemeinderat vertreten. Deshalb interessiert es besonders, wie sich die Frauen durch die Gemeinderäte vertreten fühlen. 72% der antwortenden Frauen sagen aus, dass ihre Anliegen

durch den Gemeinderat «sehr gut» oder «gut» vertreten werden. Bei den Männern sind dies 64%. Es haben 712 Frauen und 727 Männer auf diese Frage geantwortet.

Politik als Hobby – nein danke!

Abb. 6 Interesse am politischen Geschehen vs Alter



Das Resultat der oben aufgeführten Grafik (**Abbildung 6**) spricht klare Worte: Mehr als die Hälfte der Natischer Bevölkerung (55%) sind nicht unbedingt am politischen Geschehen in ihrer Gemeinde interessiert! Nur gerade innerhalb von zwei Altersgruppen (46 bis 55 Jahre und 56 bis 65 Jahre) interessiert sich mehr als die Hälfte der befragten Personen für Politik.

Als Spitzenreiter im negativen Sinn können die Werte der beiden jüngsten Altersgruppen angesehen werden. Hier ist unverkennbar, dass sich in diesen beiden

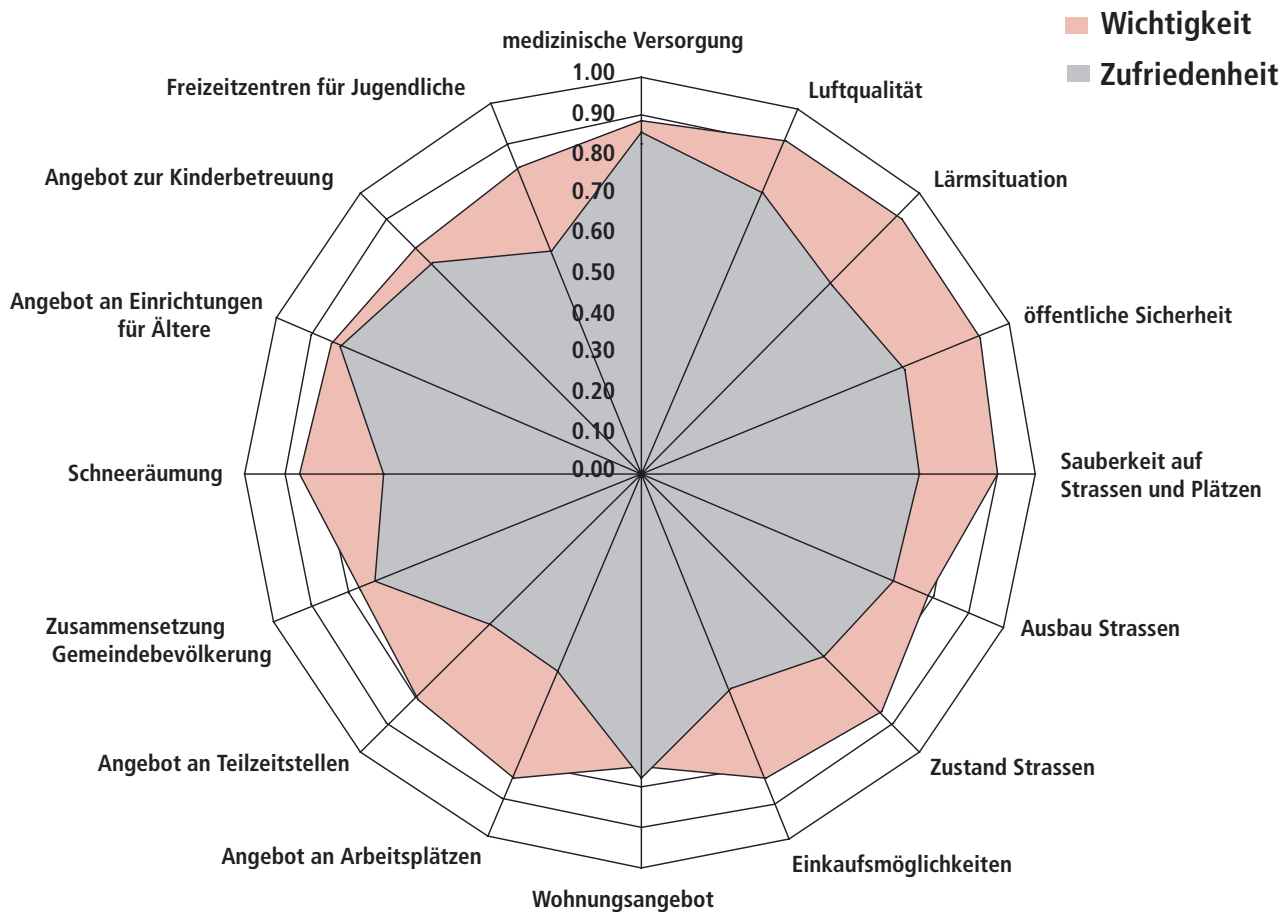
Erhebungsgruppen durchschnittlich nicht einmal ein Drittel der Befragten für Politik interessieren. Diese Politikverdrossenheit lässt sich allerdings nicht mit der schlechten Vertretung der Anliegen der Jugendlichen durch die Gemeinderäte begründen (**vgl. Abbildung 5**). Dies entspricht eher einer allgemeinen Interessenlosigkeit der Jugendlichen an der Politik. Dieses mangelnde Interesse bestätigt auch eine Statistik des BFS zu den Nationalratswahlen 2003, wo Jugendliche betreffend Wahlbeteiligung am schlechtesten abgeschlossen haben.

Stärken und Schwächen

Innerhalb einer Auswahl von Fragen hatte die Bevölkerung die Möglichkeit, ihre Zufriedenheit mit bestimmten Eigenschaften der Gemeinde Naters auszudrücken. Oft wird die Bevölkerung lediglich nach der Zufriedenheit gefragt. Die Zufriedenheit alleine ist allerdings noch wenig aussagekräftig. Was bringt es zu wissen, dass die Bevölkerung mit der Sauberkeit auf Strassen und Plätzen zufrieden ist, ohne zu wissen, ob dies der Bevölkerung überhaupt wichtig ist. Deshalb wurde die Bevölkerung bei jeder Eigenschaft

ebenfalls nach der Wichtigkeit befragt. Aus der Lücke zwischen Zufriedenheit und Wichtigkeit (**vgl. Abbildung 7 und 8**) lassen sich mit Hilfe von statistischen Berechnungen Stärken-Schwächen-Profile berechnen. Daraus wiederum lässt sich der Handlungsbedarf aus Sicht der Bevölkerung ableiten. Schätzt die Bevölkerung beispielsweise die Sauberkeit als sehr wichtig ein und bewertet diese gleichzeitig als ungenügend, stellt die Sauberkeit eine klare Schwäche dar. Es bestünde Handlungsbedarf.

Abb. 7 Allgemeine Eigenschaften



Da dieser Stärken-Schwächen-Analyse eine grosse Menge an Informationen zu entnehmen ist, fokussiert sich die Auswertung der Ergebnisse vor allem auf die gemäss den befragten Personen besonders wichtigen Eigenschaften. Diese werden wiederum in Stärken und Schwächen unterteilt.

Stärken der Gemeinde Naters bzw. kleiner Handlungsbedarf

Die Stärken der Gemeinde Naters liegen laut befragten Personen insbesondere in folgenden Bereichen:

- medizinische Versorgung
- Luftqualität
- Sauberkeit auf Strassen und Plätzen
- Angebot an Einrichtungen für Ältere
- Grundschulen
- Weiterführende Schulen
- Berufsschulen
- Angebot an Erwachsenenbildung
- Angebot an Fussgängerzonen
- Angebot an öffentlichen Verkehrsmittel

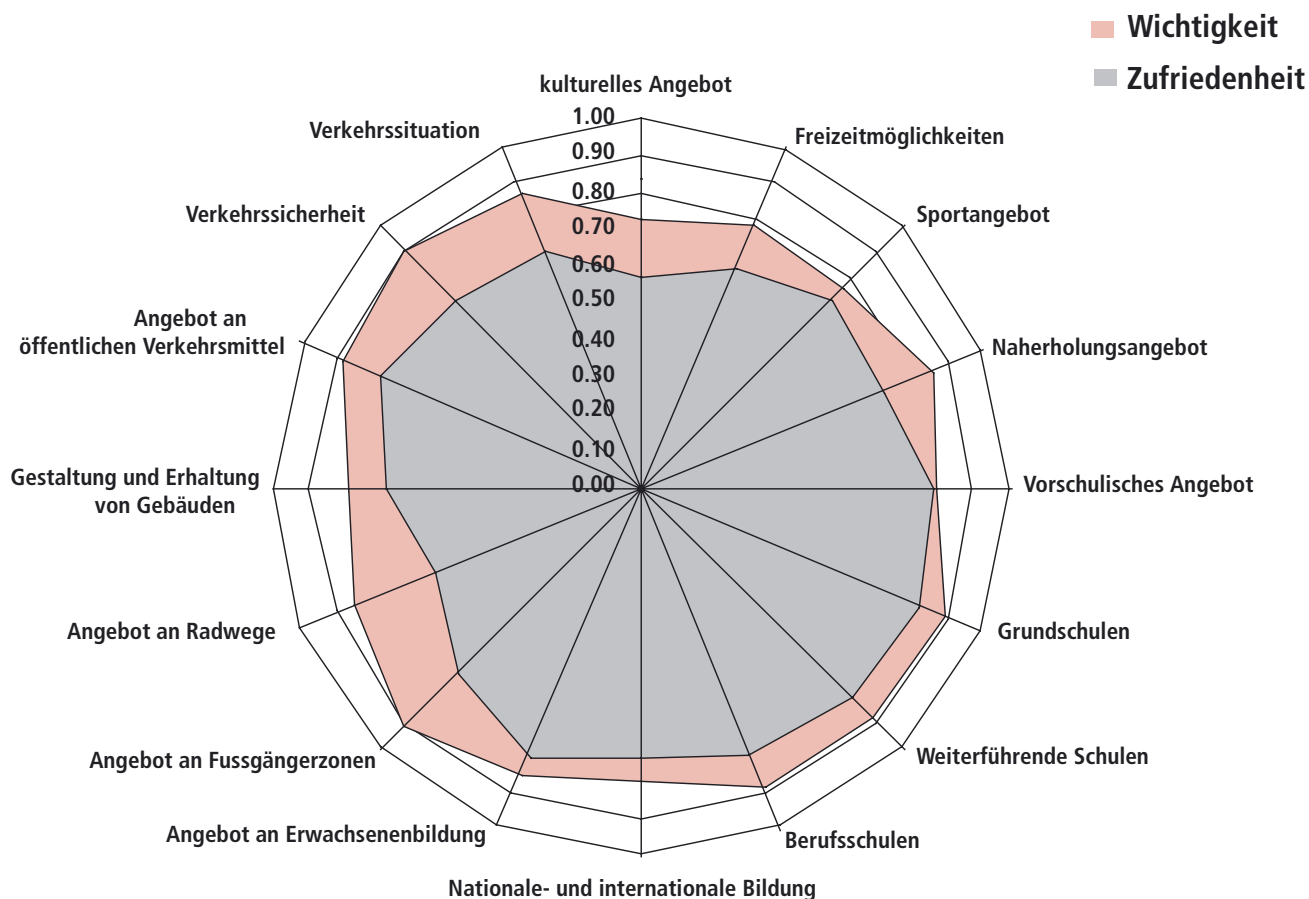
Schwächen der Gemeinde Naters bzw. grosser Handlungsbedarf

Die Schwächen der Gemeinde Naters liegen laut befragten Personen insbesondere in folgenden Bereichen:

- Lärmsituation
- öffentliche Sicherheit
- Zustand Strassen
- Schneeräumung
- Angebot an Radwege
- Verkehrssicherheit
- Verkehrssituation

Die Antwortenden sind vor allem mit der medizinischen Versorgung und dem Angebot an Einrichtungen für ältere Personen sehr zufrieden. Die Neueröffnung des Altersheims in Naters ist offensichtlich in diese Bewertung eingeflossen. Dass die medizinische Versorgung als Stärke beurteilt wird (übrigens ebenfalls bei der Briger Bevölkerung) ist auf Grund der Spitaldiskussion erstaunlich. Dies könnte den Schluss zulassen, dass die Bevölkerung die Politik des Kantons im Gesundheits-

Abb. 8 Kultur/Freizeit & Bildung & Verkehr



bereich unterstützt. Jedoch kann dieses Ergebnis auch in einen gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang gebracht werden, da die Schweiz seit jeher bekannt ist für die hohe Qualität ihrer sozialen Einrichtungen und die hohe soziale Sicherheit. Gesamtschweizerisch gibt es je 100'000 Einwohner 362 praktizierende Ärzte und fast 604 Spitalbetten, was bei Ländervergleichen durchaus ein positiv Resultat wiedergibt.

Kritisiert wird hingegen vor allem die Lärmsituation und die Schneeräumung. Was ebenfalls beachtet werden sollte, ist der Kritikpunkt öffentliche Sicherheit. Die erhöhte Jugendkriminalität der letzten Zeit trägt offensichtlich auch zu dieser Einschätzung bei. Hier herrscht Handlungsbedarf für die Gemeinde Naters. Auch die Lärmsituation wird heute als Schwäche bezeichnet. Im Hinblick auf die Eröffnung der NEAT ist mit noch höheren Lärmbelastungen zu rechnen. Für die Wohn- und Lebensqualität ist die Lärmsituation ein besonders wichtiges Merkmal.

Sehr grosses Wohnungsangebot

Ein Extremwert in **Abbildung 7** stellt das Wohnungsangebot dar. Überraschend ist, dass die Zufrieden-

heit über der Wichtigkeit liegt, was in einer Stärken-Schwächen-Analyse erfahrungsgemäss sehr selten vorkommt. Dies könnte auf die erhöhte Bautätigkeit in den letzten beiden Jahren zurückzuführen sein. Im Jahre 2000 wurde zum letzten Mal eine Leerwohnungszählung durchgeführt. Damals gab es in der Gemeinde Naters «nur» gerade 5 Leerwohnungen. Diese Situation scheint sich entschärft zu haben.

Defizite bei den Arbeitsplätzen – attraktiver Wohnort

Die befragten Personen beurteilen das Angebot an Arbeitsplätzen und Teilzeitstellen als mangelhaft. Gemäss Pendlerstatistik verlassen insgesamt zirka 2'500 Personen Naters für ihre Erwerbstätigkeit. Knapp 1'400 davon arbeiten in Brig-Glis, weitere 600 in Visp. Umgekehrt zählt die Gemeinde Naters knapp 800 Erwerbstätige, die zupendeln. Der grösste Teil davon aus Brig-Glis (zirka 250) und aus Italien (zirka 150). Trotz fehlender Arbeitsplätze nimmt die Wohnbevölkerung in Naters stetig zu. (Zurzeit hat die Gemeinde über 8'000 Einwohner.) Daraus lässt sich schliessen, dass Naters ein äusserst attraktiver Wohn- und Lebensort darstellt. Die Gemeinde Naters hat vor einigen Jahren

ihre Strategie definiert. Ein strategisches Ziel der Gemeinde Naters ist, «ein attraktiver Wohn- und Lebensraum» zu sein. Diese Strategie wird durch die Resultate der durchgeführten Umfrage eindeutig gestützt. Die Gemeinde Naters liegt demnach richtig, wenn sie auch in Zukunft in diesen Bereich investiert.

Kein Ausländerproblem – kein Überalterungsproblem

Die Zufriedenheit mit der Zusammensetzung der Bevölkerung ist beinahe gleich hoch wie die Wichtigkeit. Daraus lässt sich interpretieren, dass die Bevölkerung das Zusammenleben mit verschiedenen Kulturen schätzt oder zumindest kein Problem in der Anwesenheit von ausländischen Personen sieht. Dies ist wahrscheinlich auch mit den positiven Erfahrungen bei der Integration der Italiener während des Baus des Simplontunnels und bis heute zu begründen. Ebenfalls kann daraus abgeleitet werden, dass die altersmässige Zusammensetzung kein Thema ist. Die Problematik der Überalterung wird sich allerdings in den nächsten Jahren auch in der Gemeinde Naters zweifelsohne stellen. Deshalb sollten die «Ansiedlung» von jungen Familien und die dazu notwendigen Massnahmen zur Verbesserung der

Vereinbarkeit von Beruf und Familie wichtige Ziele für die Gemeinde Naters darstellen.

Im Bereich Bildung top

Auffallend ist bei den Stärken insgesamt vor allem die hohe Zufriedenheit mit den Bildungsangeboten. Auch Bildungsangebote, welche regional angeboten werden, werden als Stärke ausgewiesen. Die Gemeinde Naters hat in der Vergangenheit viel in die Erwachsenenbildung investiert. Das Angebot gilt als eines der umfassendsten in der Region. Diese Bemühungen scheinen sich bezahlt zu machen. Bildungsangebote auf allen Stufen sind für die Wohnattraktivität sehr bedeutend. Deshalb ist diesem Punkt auch in Zukunft besonderes Gewicht zu schenken.

Verbesserungspotential im Bereich Verkehr

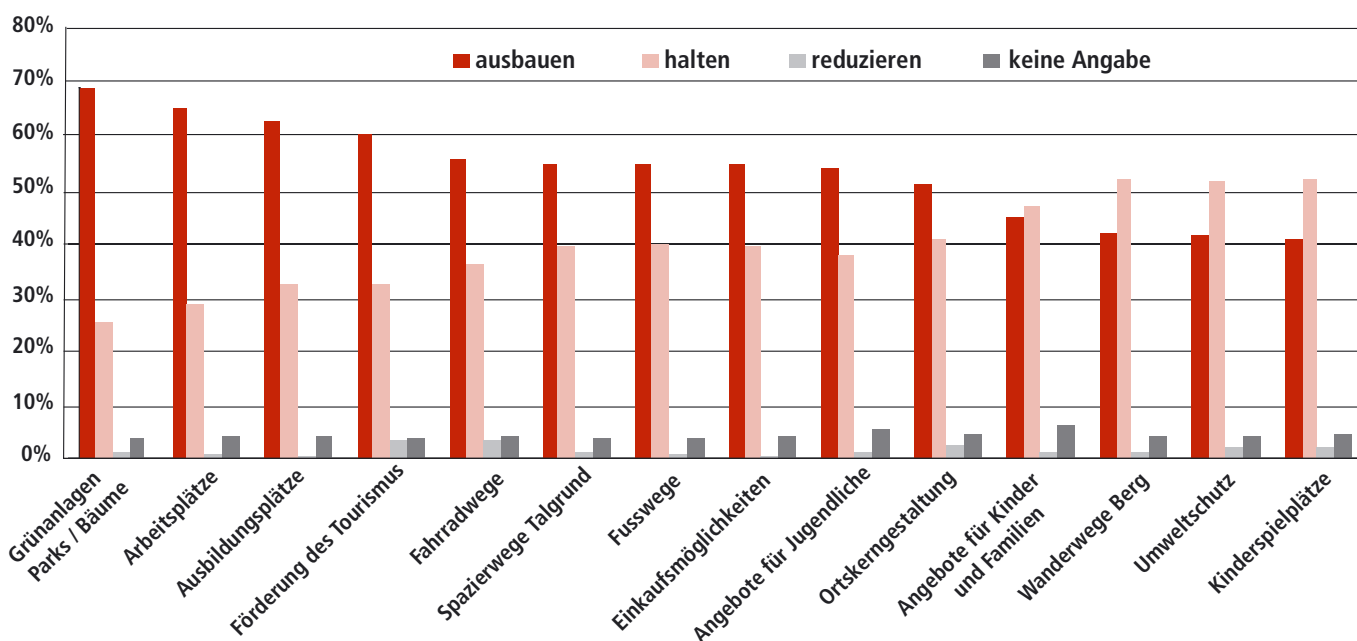
Innerhalb der Schwächen wird vor allem das geringe Angebot an Radwegen von einem Grossteil der Befragten negativ beurteilt. Ganz allgemein ist aus dem Schwächenprofil ersichtlich, dass laut den Befragten im Bereich Verkehr Handlungsbedarf besteht. Hier ist es allerdings wichtig zu erwähnen, dass der öffentliche Verkehr von den Befragten als klare Stärke bezeichnet wurde.

Naters als Erholungs- und Freizeitraum

Der **Abbildung 9** ist zu entnehmen, in welchen Bereichen die befragten Personen Investitionen wünschen. Ursprünglich standen den Umfrageteilnehmern 30 Bereiche (wie z. B. Umweltschutz) zur Verfügung, wel-

chen sie die 3 Ausprägungen «ausbauen», «halten» und «reduzieren» zuordnen konnten. In **Abbildung 9** werden die 14 Bereiche dargestellt, in welche die befragten Personen am meisten investieren würden.

Abb. 9 Investition Öffentlichkeit & Kultur/Freizeit & Stadtbild



Als Investitionsfavorit wurde von den Befragten der Bereich Grünanlagen/Parks/Bäume gewählt und damit als wichtiger eingestuft als Investitionen in den Bereiche Arbeitsplätze und Ausbildungsplätze. Dies ist allerdings konsistent mit der Tatsache, dass die Bewohner von Naters nicht in erster Line wegen der Arbeitsplätze in Naters wohnen. Naters ist eine attraktive Wohn-gemeinde und wird dementsprechend auch nach dem Freizeitangebot beurteilt.

Im Dezember 2007 fährt der letzte Zug der Matterhorn Gotthard Bahn durch Naters. Die Gemeinde Naters hat das frei werdende Trassee bereits gekauft.

Hier hat die Gemeinde die einmalige Chance, die strategisch angestrebte und von der Wohnbevölkerung attestierte Positionierung als attraktiver Wohn- und Lebensraum zu verstärken. Aus der Befragung (ebenfalls aus den Fragen zum MGB Trassee) geht eindeutig hervor, dass die Einwohner von Naters auf dem frei werdenden Trassee ein Angebot im Bereich Naherholung und Grünanlagen wünschen.

Etwa 60% der Briger Bevölkerung wünscht ebenfalls einen Ausbau in diesem Bereich. Damit bietet sich der Gemeinde Naters die Möglichkeit, ein Angebot zu schaffen, welches regionales Interesse wecken wird.

Ein familienfreundliches, sehenswertes Dorf

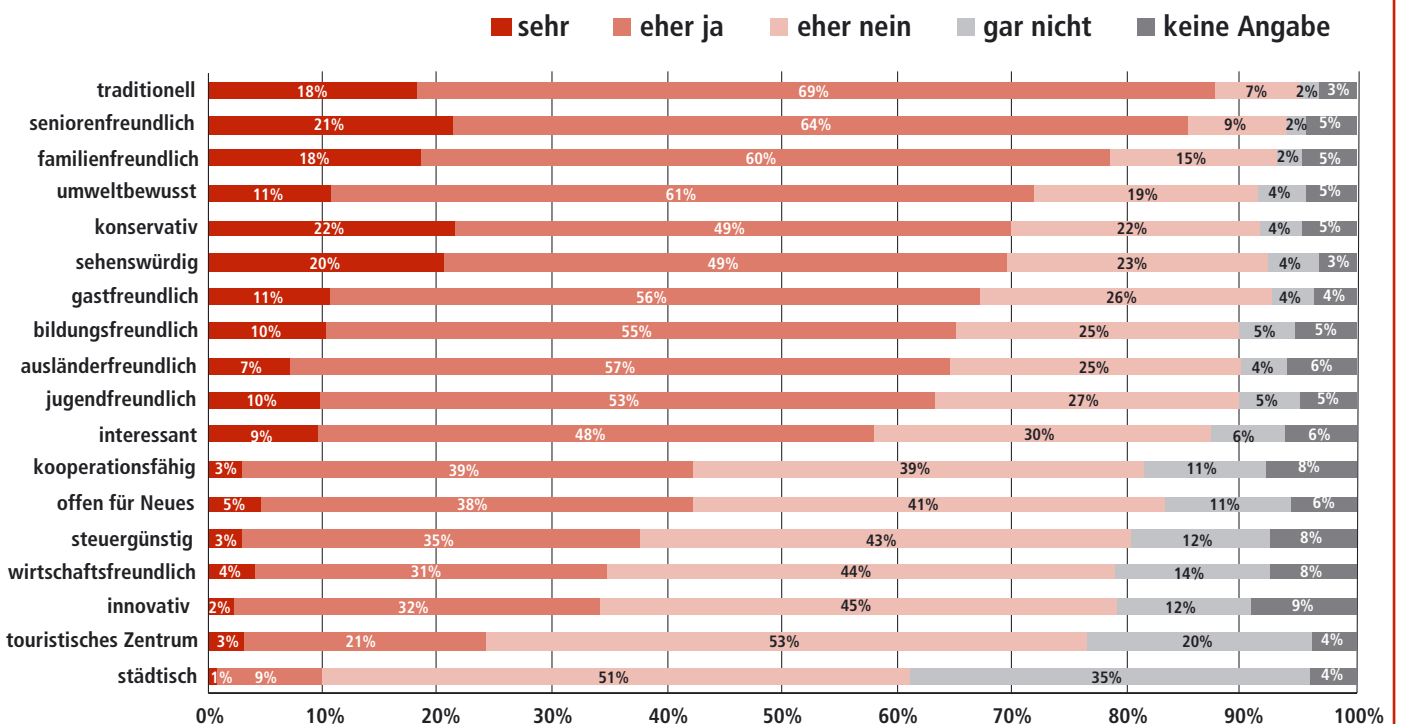
In **Abbildung 10** werden die Aussagen nach den positiven Ausprägungen geordnet. Die Natischer sehen sich als eher traditionell und überhaupt nicht städtisch.

Aus dieser Abbildung lässt sich eine klare Positionierung für die Gemeinde Naters ableiten: Ein familienfreundliches, sehenswertes Dorf mit einem ausgeprägten Traditionsbewusstsein. Diese Positionierung sollte für die Vermarktung der Gemeinde Naters dienen. Eine Positionierung und Vermarktung nach aussen kann nur funktionieren, wenn die Einwohner diese Positionierung stützen. Würde sich die Gemein-

de bspw. als städtisch verkaufen wollen, würde dies nicht funktionieren, weil die Einwohner Naters nicht als städtisch empfinden. Deshalb sollte die Positionierung nach Möglichkeit auf der Identität der Bevölkerung aufbauen.

Die Attribute, welche für die Wohn- und Lebensqualität wichtig sind (familienfreundlich, seniorenfreundlich, umweltbewusst, bildungsfreundlich, sehenswert) haben ausgesprochen hohe Zustimmungswerte erhalten. Einzig der Bereich «steuergünstig» könnte im Moment wenig glaubwürdig kommuniziert werden.

Abb. 10 Wofür steht Naters?



Naters zeigt sich kooperativ...

Betreffend Kooperation mit der Gemeinde Brig-Glis haben die befragten Personen eine sehr positive Einstellung. Die hohen Werte sind sehr erfreulich. Die Bevölkerung von Naters hat folglich wenige Berührungspunkte mit dem «grossen» Nachbarn (Abbildung 11).

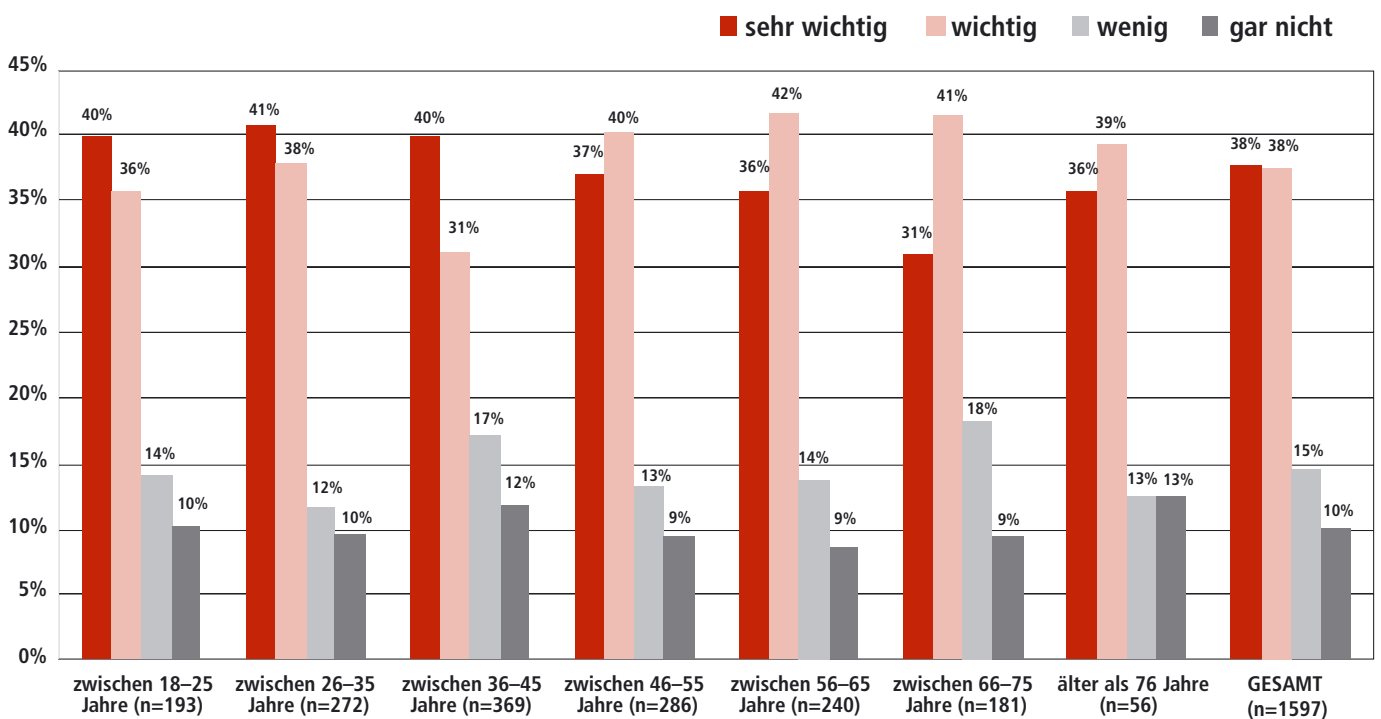
Interessant ist auch, dass diese positive Grundeinstellung unabhängig vom Alter besteht. Wie aus der Grafik ersichtlich wird, bewerten insgesamt 76% die Kooperation mit der Gemeinde Brig-Glis als «wichtig» bis

«sehr wichtig». Auf die Frage «Wofür steht Naters?» (vgl. Abbildung 10) haben allerdings lediglich 42% die Gemeinde Naters als kooperationsfähig beurteilt.

... Brig-Glis noch mehr!

Auch die Bevölkerung von Brig-Glis erachtet die Zusammenarbeit zwischen den beiden Nachbargemeinden als sehr wichtig. Beinahe 80% sind in Brig-Glis dieser Meinung. Dies ist eine klare Aufforderung an die beiden Räte der Gemeinden.

Abb. 11 Kooperation vs Altersgruppen



Absolut strategiekonform

Die aufgeführten Resultate zeigen, dass die definierte Strategie der Gemeinde Naters von den Befragten gestützt wird. Besonders die angestrebte Positionierung «Gemeinde mit höchster Wohn- und Lebensqualität» wird von der Bevölkerung mitgetragen. Auch ist zu erkennen, dass die Bevölkerung einen Ausbau in diesem Bereich wünscht. Beim zweiten strategischen Aufgabenfeld «Förderung von Gewerbe und Tourismus» ist aus der Befragung gewisses Verbesserungspotential zu erkennen. Die Bevölkerung wünscht eindeutig einen Ausbau der Tourismusförderung, obwohl die Gemeinde bereits viel in den Tourismus investiert. Mit den Einkaufsmöglichkeiten ist die Bevölkerung zwar wenig zufrieden, allerdings wird die Wichtigkeit nicht

als sehr hoch beurteilt. Jedenfalls nicht so hoch, dass sich daraus aus Sicht der Bevölkerung eine Schwäche berechnen liesse. Die Differenzierung zwischen Zufriedenheit und Wichtigkeit könnte dahingehend interpretiert werden, dass die Bevölkerung es gewohnt ist, das Einkaufsangebot in der Region zu nutzen. Trotzdem soll ein Angebot in der Gemeinde bestehen bleiben. Aus der Befragung ist kein Bedürfnis nach einem grossen Einkaufszentrum in Naters abzuleiten. Weiter hat die Gemeinde eine gesunde Finanzbasis als strategische Ausrichtung festgelegt. Diese Basis konnte in den letzten Jahren durch Sparanstrengungen erreicht werden. Vielleicht lässt dies die Möglichkeit zu, in Zukunft steuergünstiger zu werden