



**Odense Kommune
Image - nulpunktsmåling**

December 2007

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image – 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Indholdsoversigt

Indhold	Slide nr.
Formål med undersøgelsen	3
Summary og konklusioner	4
Screening	11
Resultater – Hvad forbindes med Odense	12
Resultater – Image generelt	12
Resultater – Til-/fraflytning	14
Resultater – Image – 'Leg og læring'	16
Resultater – Image – bæredygtighed	17
Resultater – Odenses nuværende vision	18
Resultater – Odenses fremtidige vision	21
Resultater – Indsatsområder for Odense Kommune	25
Resultater – Hvis Odense var en person...	27
Om undersøgelsen	28
Kontakt	29

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image – 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Undersøgelsens formål

- I forbindelse med en 4 årig branding-strategi for Odense Kommune, ønskes en nulpunktsmåling med det overordnede formål at belyse det image, som Odense Kommune har blandt dens borgere samt et repræsentativt udsnit af den danske befolkning generelt.
- Fokus for Odense Kommune er visionsforslaget "at lege er at leve".
- Undersøgelsen forventes gentaget i 2009 eller 2010 for at måle effekten af branding-kampagnen.

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

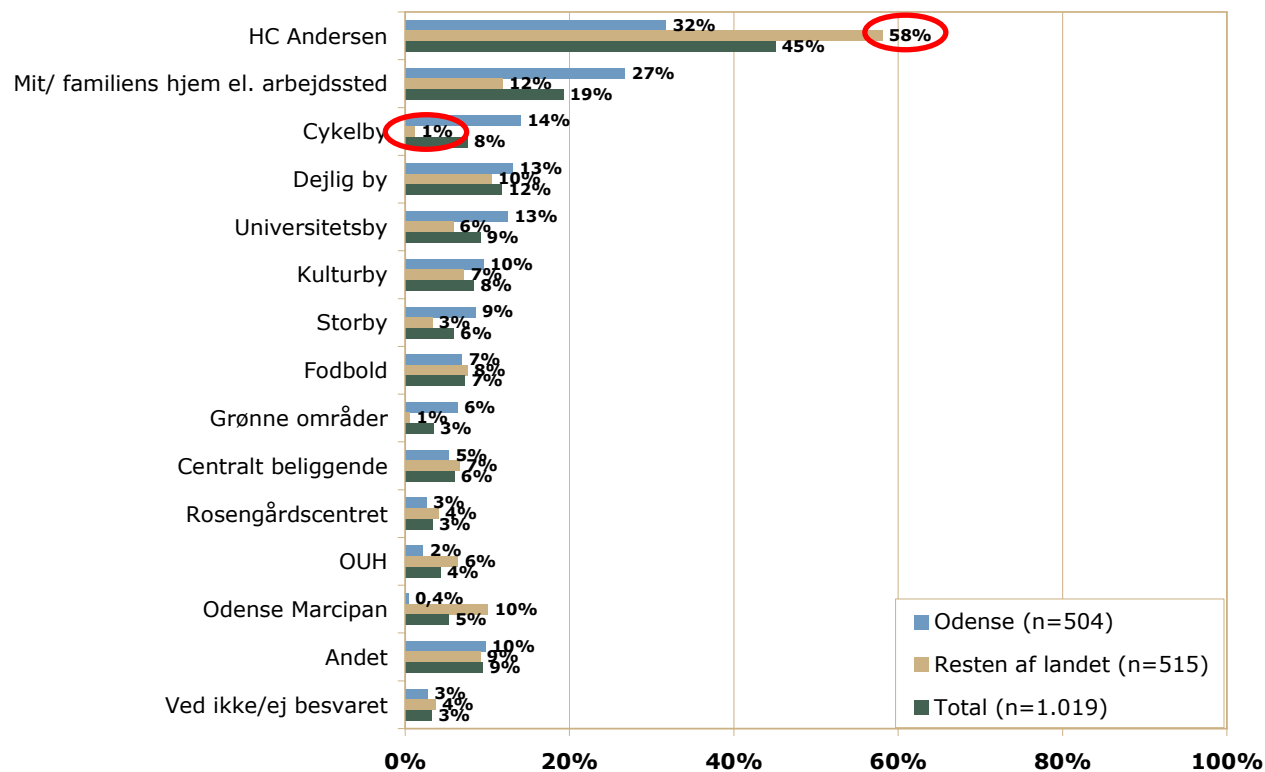
Om undersøgelsen

Kontakt

Summary og konklusioner

HC Andersen og Odense hænger sammen...

- Uhjulpet forbinder flest Odense med HC Andersen – specielt uden for Odense.
 - For odenseanerne selv drejer det sig om 32%, mens det for resten af landet er 58%.
- Dernæst forbindes Odense med hjemby/arbejdsby for en selv og/eller familien (27% blandt odenseanerne).



Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Summary og konklusioner

Odense er et godt sted at bo

- Odenseanerne er især meget enige i, at Odense er et godt sted at bo, og at det er en god studieby.
 - Generelt er odenseanerne positive overfor deres egen by og alle generelle image-udsagn opnår gennemsnit under 5,00 på en skala gående fra 1=Meget enig til 10=Meget uenig.
- Resten af landet er mest enige i, at Odense er en hyggelig og historisk by, hvilket er som forventet, da dette segment må forventes at have et mindre kvalificeret kendskab til mere specifikke forhold omkring byen.
- 28% af odenseanerne vil aldrig forlade deres by.
- I resten af landet er der en andel på 51%, der aldrig kunne finde på at flytte til Odense.
 - Jobskifte kan i høj grad få folk til at overveje at til-/fraflytte Odense (hhv. 44% og 45%).

Indholdsoversigt

Formål

Summary og
konklusioner

Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

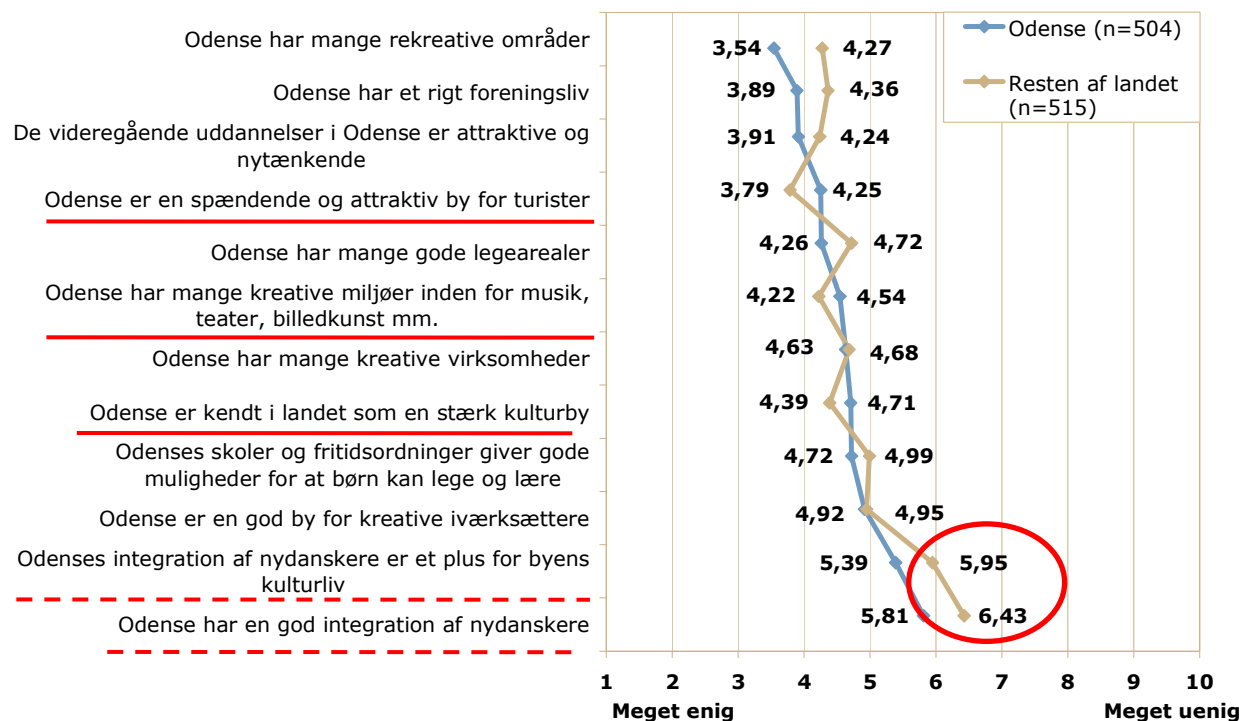
Om undersøgelsen

Kontakt

Summary og konklusioner

Odense opfattes positivt internt og i resten af landet - med integration som skønhedsplet

- Odense-segmentet er ikke overraskende mere enige i stort set alle udsagn om 'Leg og læring' end resten af landet.
 - På det kulturelle område er resten af landet dog mere enige end odenseanerne. Det gælder turisme, det kreative miljø og stærk kulturby.
 - Resten af landet er mere uenige i, at integrationen i Odense er god!



Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fracflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

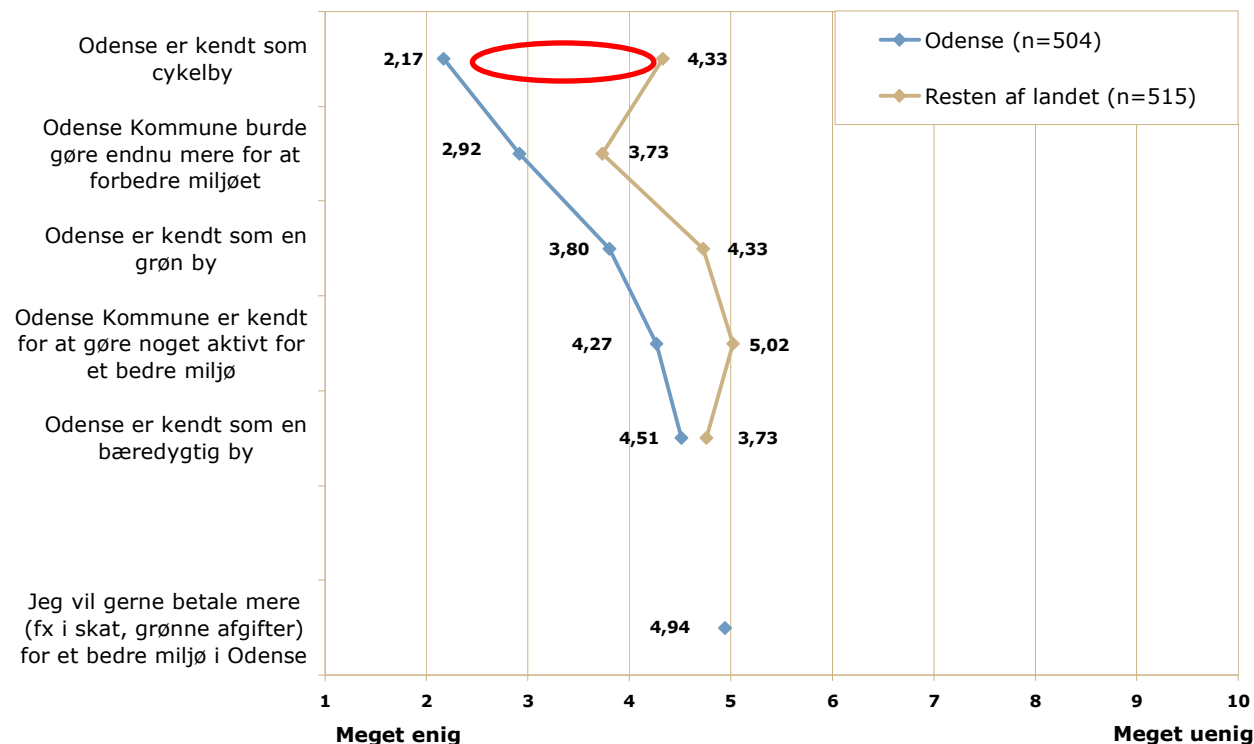
Kontakt

Summary og konklusioner

Mht. bæredygtighed ses ligeledes en overvejende positiv vurdering af Odense;

Ikke overraskende især blandt odenseanere. Størst enighed opnås på 'kendt som cykelby'.

- Dog mener man, at der kan gøres mere for at forbedre miljøet.
- Holdningen til hvorvidt man som Odense-borger vil betale mere i skat for et bedre miljø er neutral eller svagt positiv.



Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

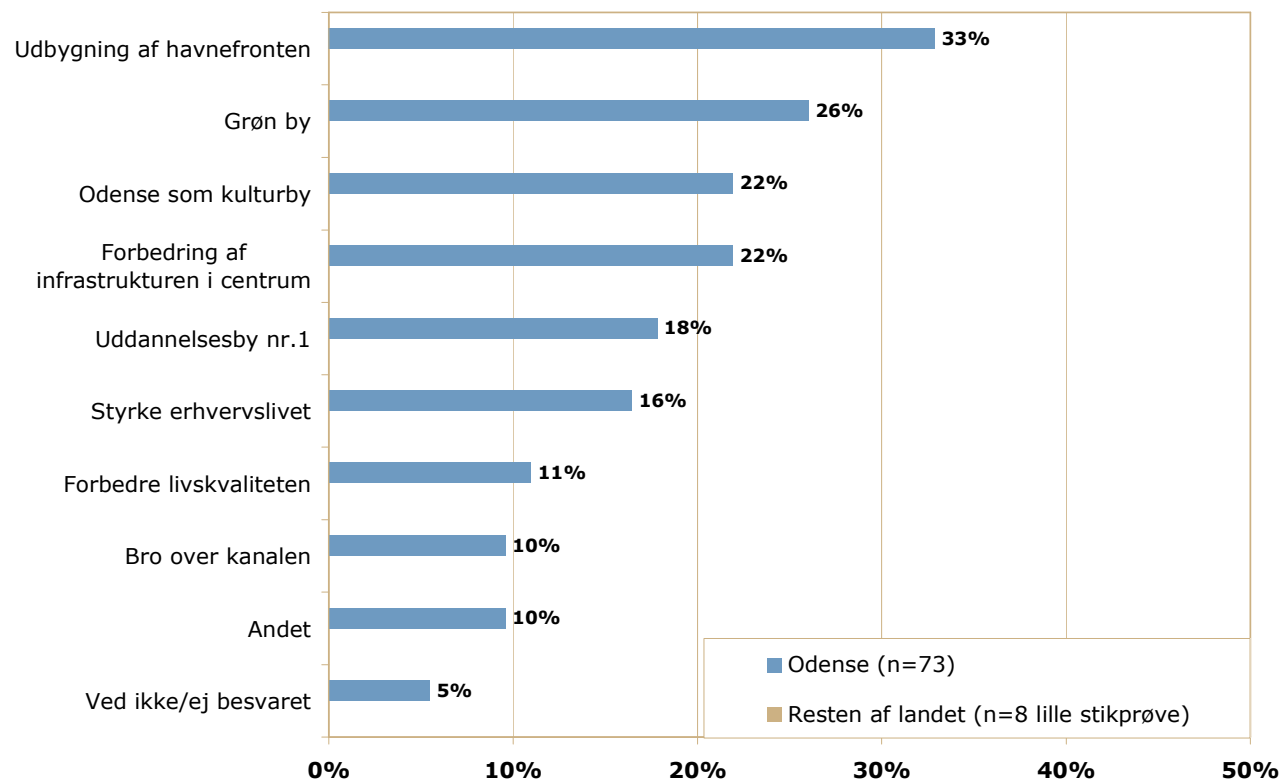
Om undersøgelsen

Kontakt

Summary og konklusioner

Lavt kendskab til Odense Kommunes nuværende vision

- Kun 14% af odenseanerne kender til kommunens nuværende vision.
 - Heraf mener 1/3, at det er udbygning af havnefronten.



Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Summary og konklusioner

Et klart flertal mener, at 'Leg og læring' er et godt mål for en by

- 80% af odenseanerne (75% for resten af landet) deler denne opfattelse.
 - Hovedbegrundelserne for den positive opfattelse er, at det er en god basis for udvikling og nytænkning, og at læring gennem leg er positivt (begge 37% blandt odenseanerne).
 - De relativt få negative overfor 'Leg og læring' begrundet det med et manglende fokus på mere vigtige områder og at det er useriøst.

Begrænset kendskab til udtrykket 'at lege er at leve' fra Odense Kommune

- Kun 13% af Odense-segmentet kender til udtrykket i forbindelse med Odense
 - Mere end halvdelen (58% for odenseanerne) mener, at forslaget er et godt bud på den fremtidige vision for Odense. 30% forholder sig neutralt.
 - Af de 12%, der synes forslaget er dårligt, begrundet mere end halvdelen det med, at det er useriøst.
 - Imod Odense-segmentet bør holdningen til "at lege er at leve" blive styrket hos de ældre (50+ år) og hos dem med kortere videregående uddannelse (fx laboranter, datamatikere). Der er en tendens mod at disse grupper synes mindre godt om udtrykket end andre alders- og uddannelsesgrupper i undersøgelsen.
- **Samlet set bør Odense Kommune derfor arbejde med at få den seriøse vinkel med i den kommende strategi.**

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Summary og konklusioner

Mange mulige indsatsområder for Odense Kommune

- Børneområdet er det hyppigst nævnte (17%), men der er ikke markante niveauforskelle på ældreområdet, integration, miljø og erhvervsliv.
- Der er signifikant flere af de unge / yngre (18 – 39 år) af Odense-segmentet, der har overvejet at flytte fra byen end dem over 39 år. Der er ligeledes flere funktionærer og studerende (dog ikke signifikant) end andre erhvervsgrupper, der har overvejet at flytte fra Odense.
- Af de adspurgte udenfor Odense, er der en klar tendens mod, at flere børnefamilier (30-49 år) og funktionærer end andre alders- og erhvervsgrupper, ikke kunne forestille sig at flytte til Odense.
- Mod disse grupper bør Odense Kommunes "image-tiltag" fokuseres i forhold til at holde dem i hhv. lokke dem til kommunen.

Odense er afslappet, forsigtig, solid, velopdragen og provinsiel

- Både odenseanerne selv og resten af landet har relativt svært ved at bedømme Odense som en person, hvorfor gennemsnittene alle ligger i midten af 10-punkt-skalaen mellem 4 og 7.
 - Der ses en overordnet tendens til, at Odense-segmentet overvejende karakteriserer byen ved hjælp af de lidt mere konservative ord, mens resten af landet i højere grad forholder sig helt neutralt eller med en svag hældning mod de mere kreative/sprudlende ord.
 - Der er således ingen tvivl om, at odenseanerne ikke lever i en illusion om, at de bor i en pulserende metropol.

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

Resultater:

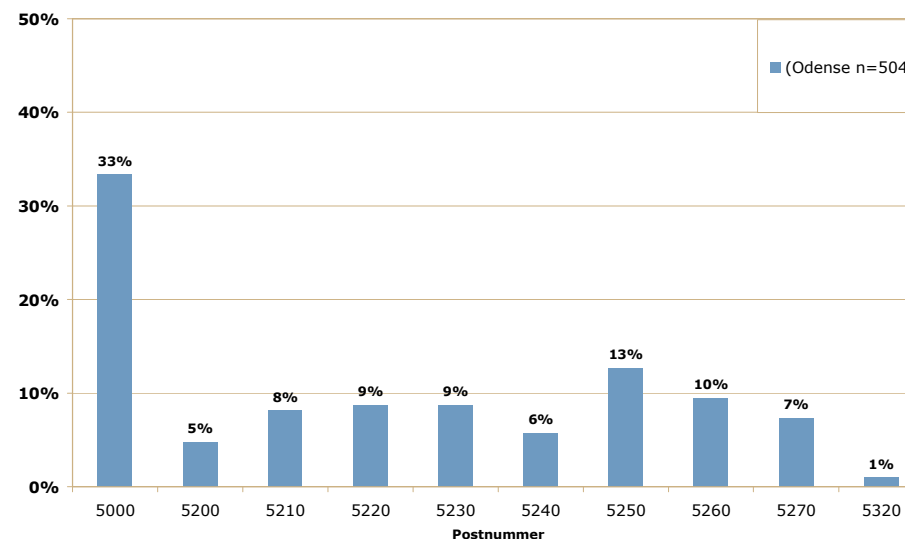
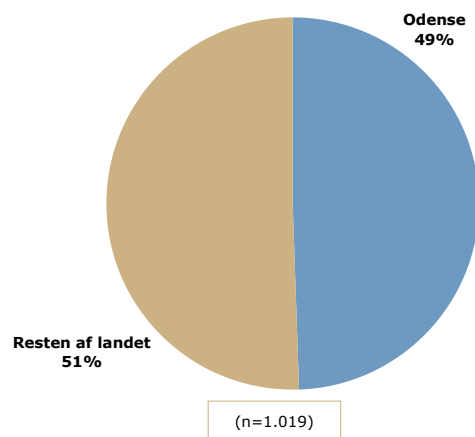
- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

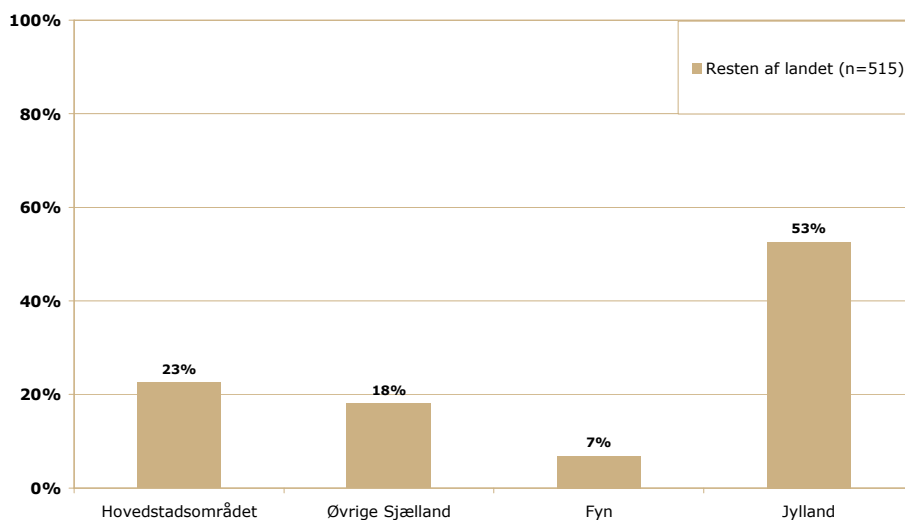


Screening - Postnummer



Hovedparten af respondenterne i 'Odense-segmentet' bor i postnummer 5000.

Godt halvdelen af respondenterne i segmentet 'Resten af landet' er bosiddende i Jylland



S.1. Hvilket postnummer bor du i?

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

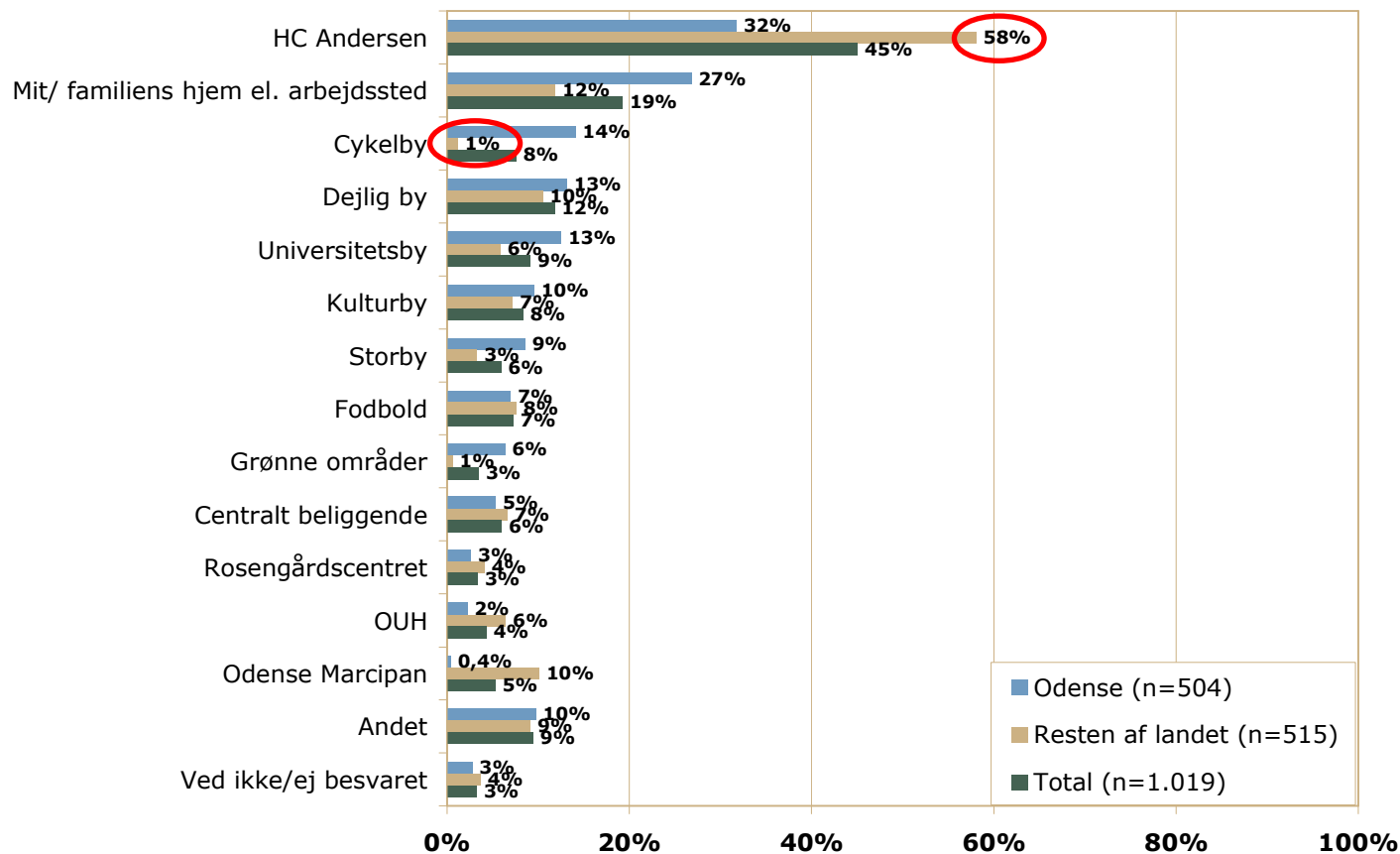
Resultater:

- ▣ Hvad forbindes med Odense
- ▣ Image - generelt
- ▣ Til-/fraflytning
- ▣ Image - 'Leg og læring'
- ▣ Image - bæredygtighed
- ▣ Nuværende vision
- ▣ Fremtidige vision
- ▣ Indsatsområder
- ▣ Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Hvad forbindes Odense med?



Odense forbindes primært med HC Andersen. Det gælder både Odense-segmentet, men i signifikant højere grad resten af landet, der naturligvis ikke kender til de mere specifikke forhold i Odense. Således angiver signifikant flere fra Odense-segmentet, at Odense er deres hjemby/arbejdsby, cykelby, universitetsby etc. "Vollsmose" nævnes totalt kun af under 4 %.

1. Hvilke forhold forbinder du med Odense?

Indholdsoversigt

Formål

Summary og
konklusioner

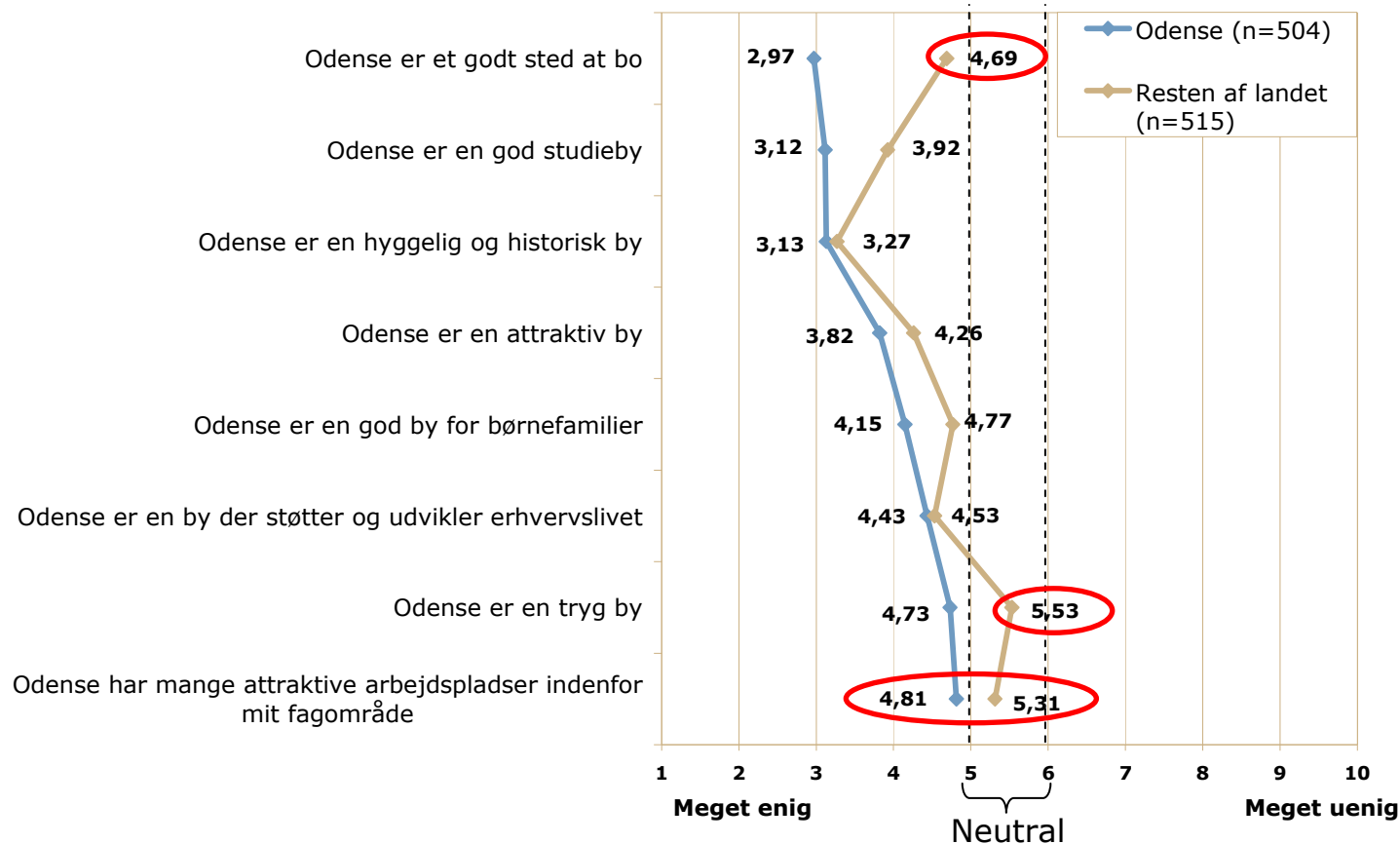
Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige visioner
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Enighed i image-udsagn - generelt



Generelt er Odense-segmentet mere enige i alle udsagn om byen end resten af landet, og generelt er der en overvejende positiv holdning til Odense på landsplan. Resten af landet mener dog i mindre grad, at Odense er et godt sted at bo eller en tryk by. Ligeledes er der fortsat en udfordring mht. at virke som en by med erhvervsmæssige muligheder.

2. I hvilken grad er du enig i følgende...? (8 udsagn)

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

Resultater:

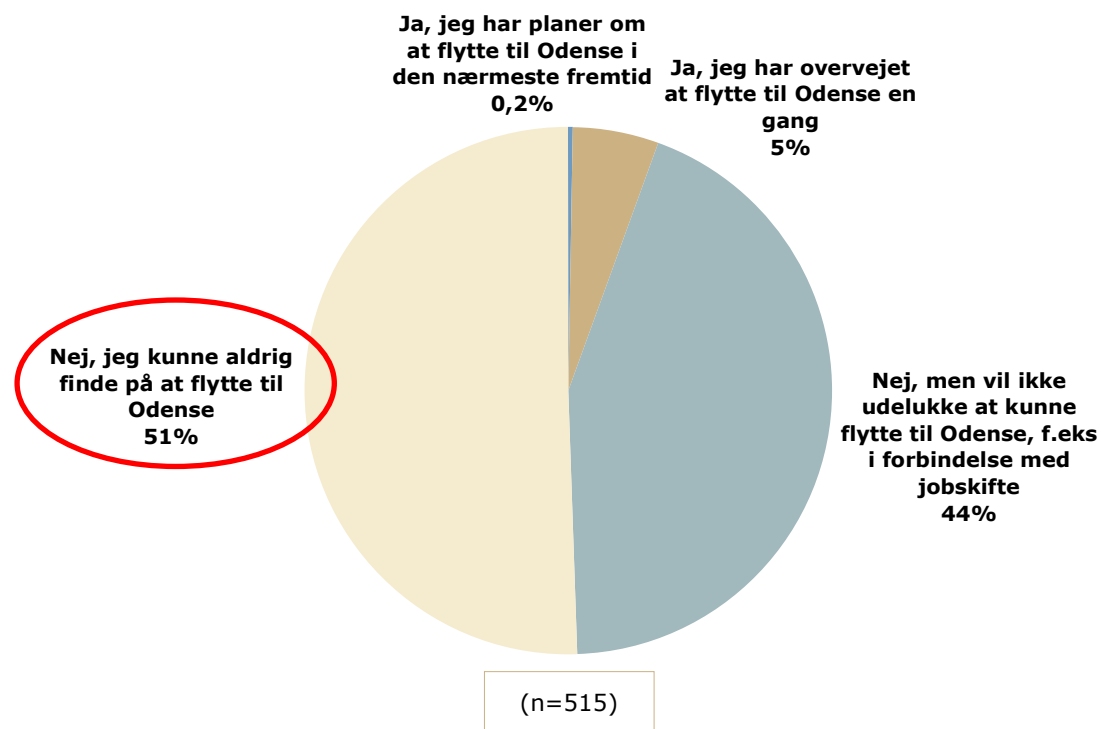
- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Odense tilflytning...

Ej bosiddende i Odense



Lige store andele vil ikke udelukke, at et jobskifte vil kunne få dem til at flytte henholdsvis til og fra Odense (44% og 45%). Blandt personer bosiddende i resten af landet vil halvdelen aldrig flytte til Odense.

3. Kunne du forestille dig at flytte til Odense?
(Ej bosiddende i postnr. 5000-5270, 5320 eller 5491)

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

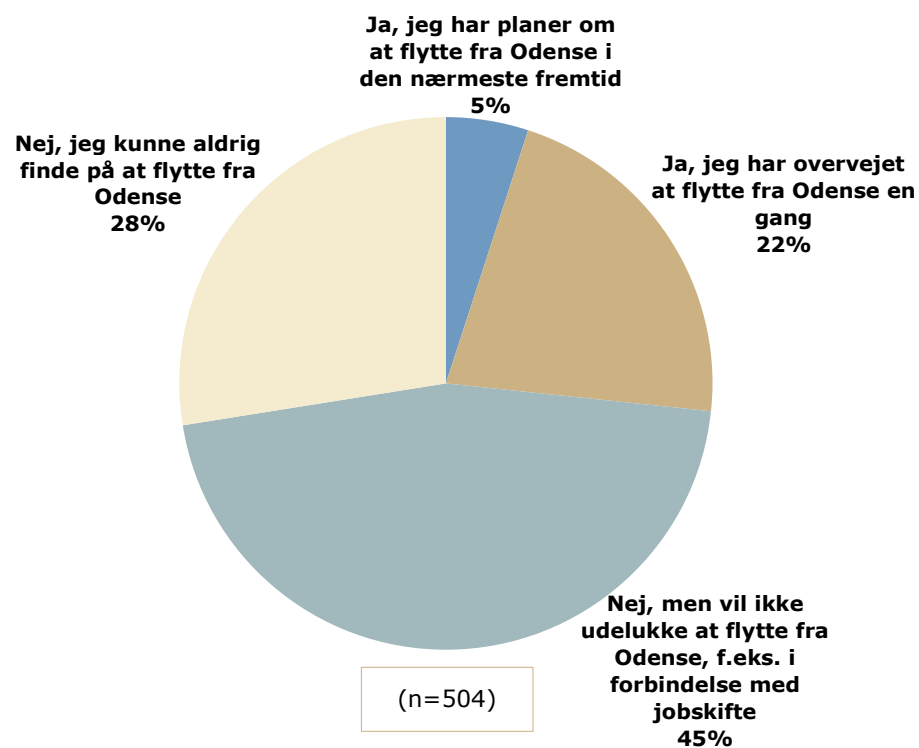
Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fracflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Odense fraflytning... Bosiddende i Odense



Lige store andele vil ikke udelukke, at et jobskifte vil kunne få dem til at flytte henholdsvis til og fra Odense (44% og 45%). Blandt personer bosiddende i Odense vil 28% aldrig flytte fra byen.

3. Kunne du forestille dig at flytte fra Odense? (Bosiddende i postnr. 5000-5270, 5320 eller 5491)

Indholdsoversigt

Formål

Summary og
konklusioner

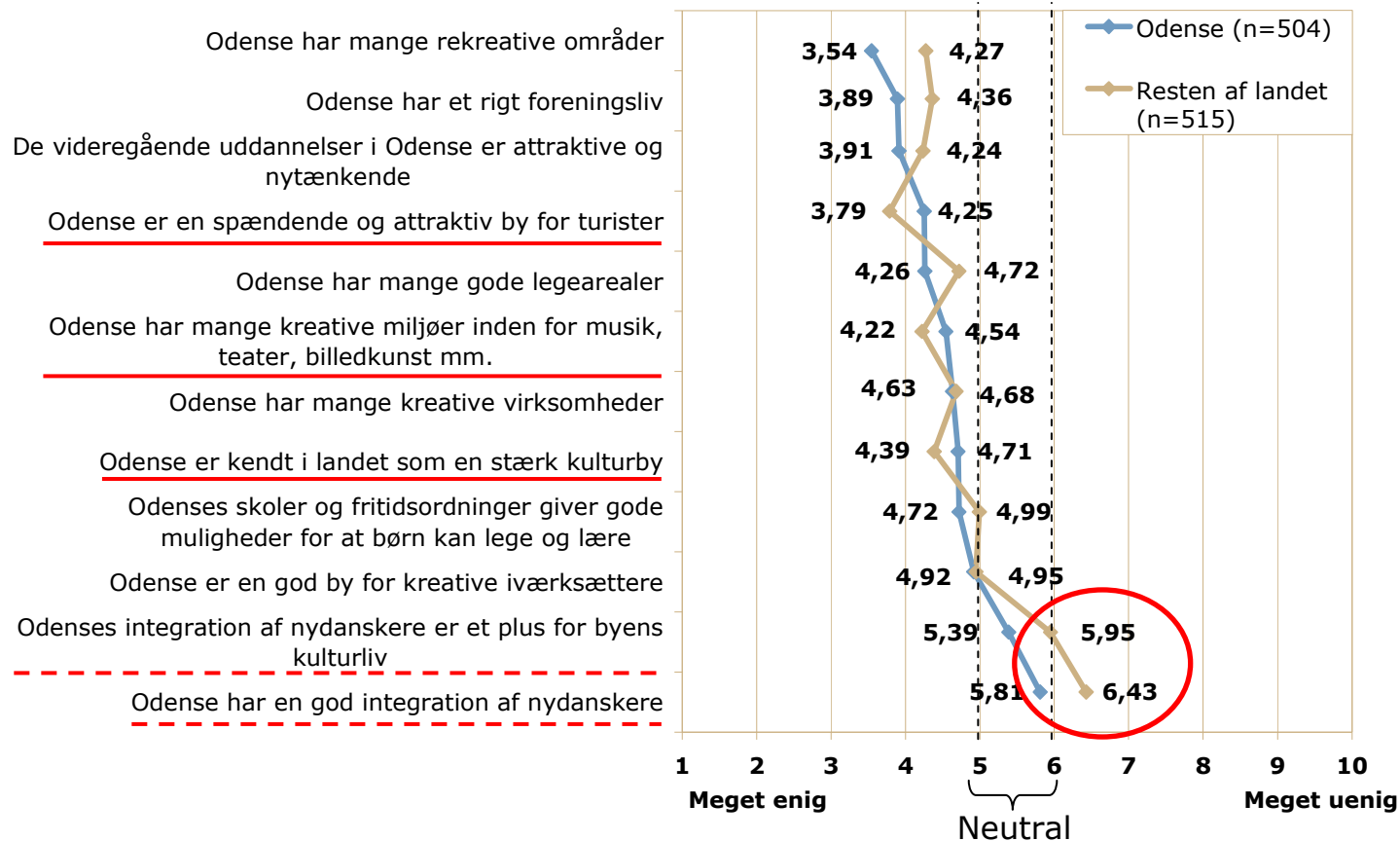
Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Enighed i image-udsagn - 'Leg og læring'



Generelt vurderes Odense positivt både af egne indbyggere og i resten af landet. Odense-segmentet er ikke overraskende mere enige i stort set alle udsagn end resten af landet, men omkring det kulturelle, er resten af landet mere enige end odenseanerne. Det gælder turisme, det kreative miljø og stærk kulturby. Til gengæld er resten af landet også mere uenige i, at integrationen i Odense er god.

4. I hvilken grad er du enig i følgende...? (12 udsagn)

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

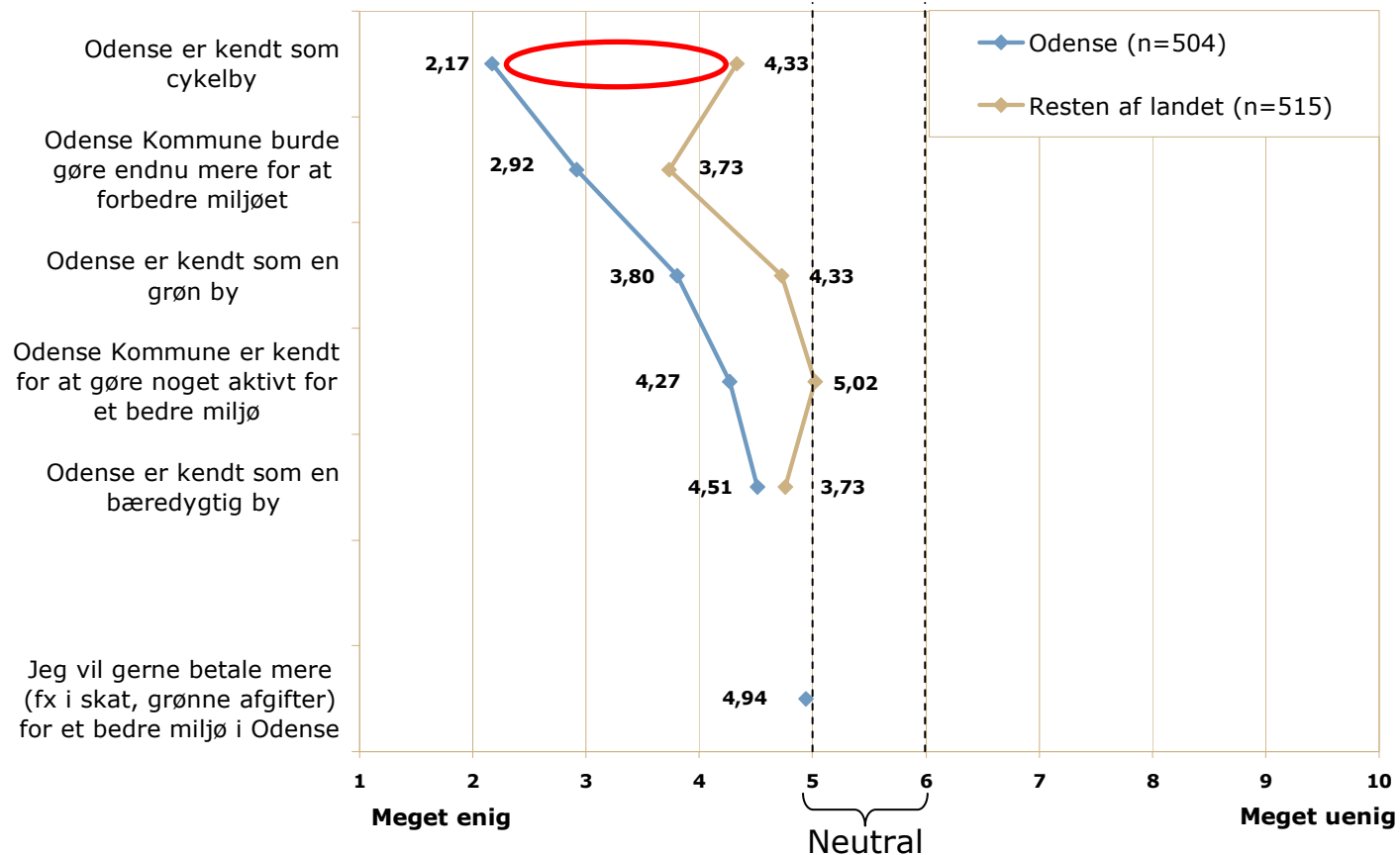
Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Enighed i image-udsagn – bæredygtighed



Mht. bæredygtighed ses en overvejende positiv vurdering af Odense; ikke overraskende især blandt odenseanere. Dog mener man, at der godt kan gøres mere for at forbedre miljøet. Størst enighed opnås på 'kendt som cykelby'. Holdningen til hvorvidt man som Odense-borger vil betale mere i skat for et bedre miljø er neutral, dog med en hældning til den positive side

5. I hvilken grad er du enig i følgende...? (5 + 1 udsagn)

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

Resultater:

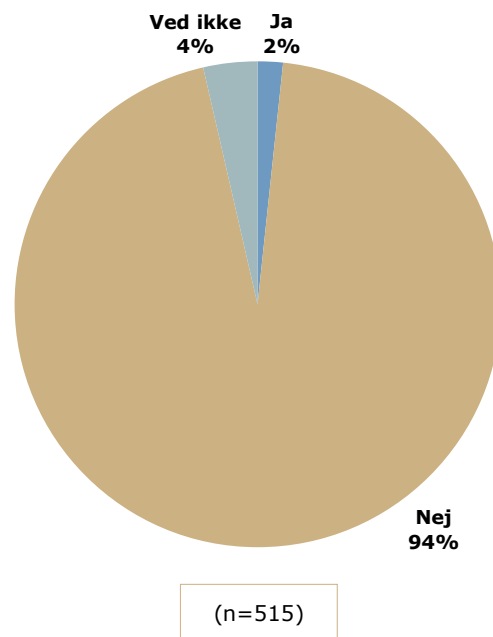
- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige visioner
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

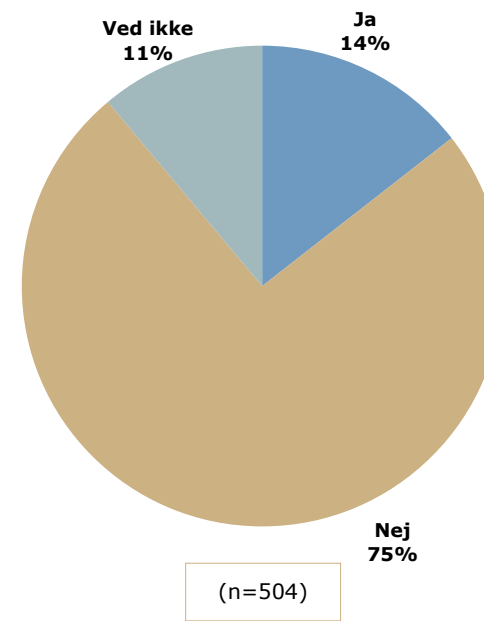
Kontakt

Odense Kommunes nuværende visioner

Ej bosiddende i Odense



Bosiddende i Odense



Kun 14% af Odense-segmentet mener at kende til Odense Kommunes nuværende visioner. $\frac{3}{4}$ kender dem ikke. I resten af landet kender kun 2% til visionerne for Odense.

6. Byrådet i Odense er snart klar med et bud på en vision for Odenses fremtidige udvikling. Kender du til Odense Kommunes nuværende visioner?

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

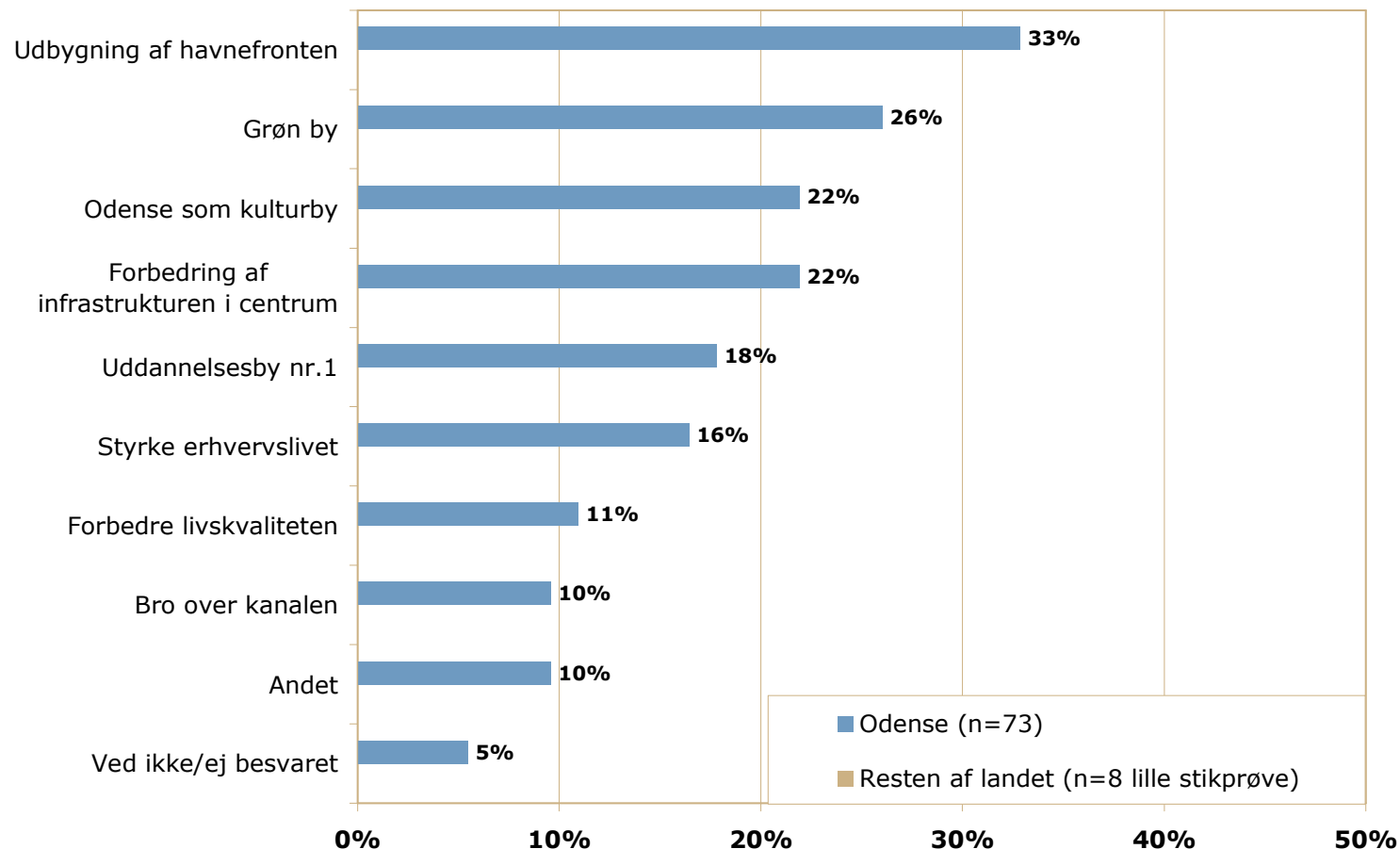
Resultater

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Odense Kommunes nuværende visioner



1/3 af dem, der kender til Odense Kommunes visioner, mener, at det bl.a. handler om udbygningen af havnefronten, Odense som grøn by, kulturby etc.

7. Noter venligst i hovedpunkter Odense Kommunes nuværende visioner

Indholdsoversigt

Formål

Summary og
konklusioner

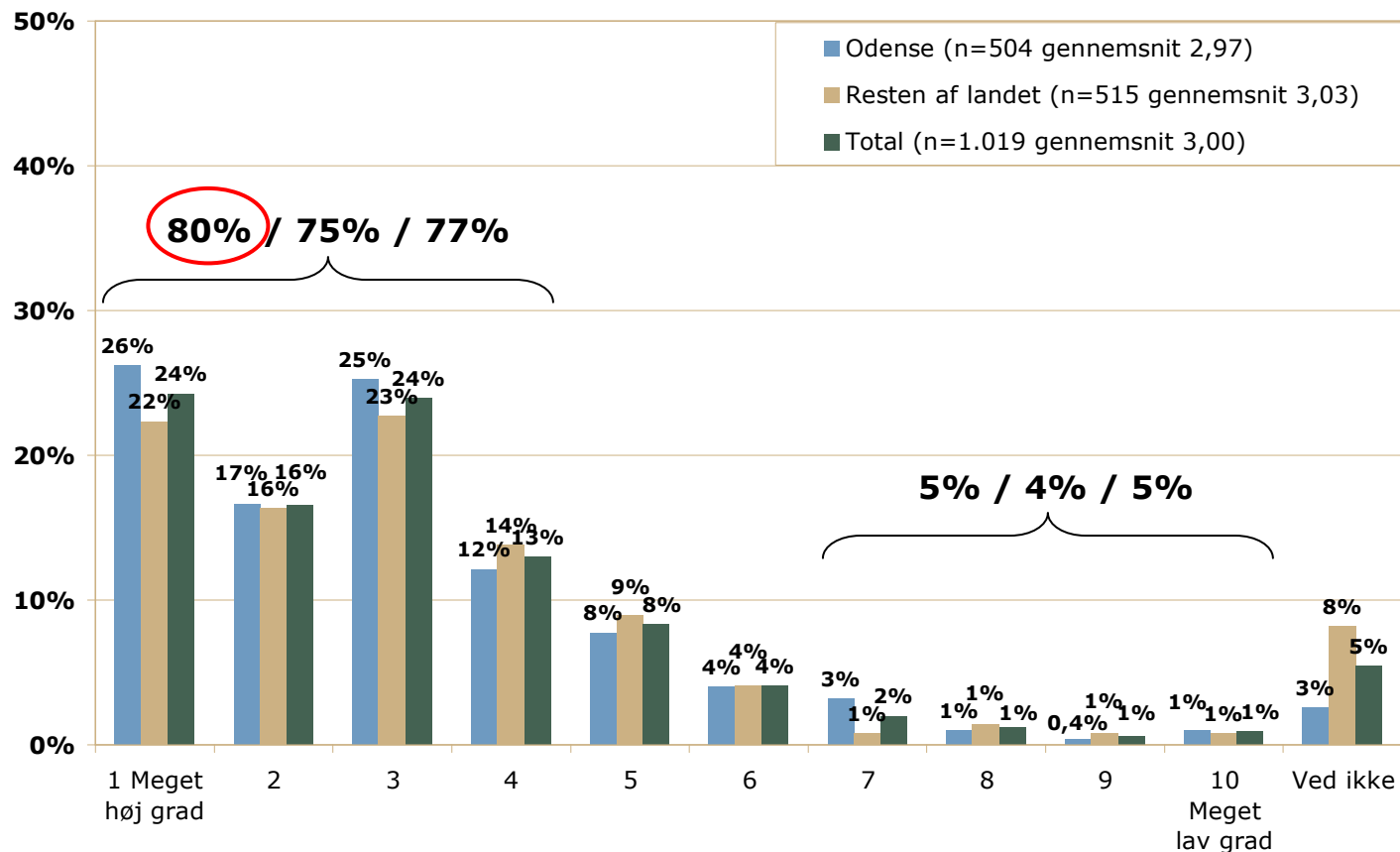
Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Odense Kommunes indsatsområde 'Leg og læring'



Der er bred tilslutning til Odense Kommunes indsatsområde 'Leg og læring'. 80% af Odense-segmentet mener, 'Leg og læring' er et godt mål for Odense som by. 3/4 af resten af landet deler denne opfattelse.

8. Leg og læring er et centralt mål i den nye vision for Odense. Med leg og læring menes bl.a. kreativitet, nytænkning og udfoldelsesmuligheder. Leg og læring skal gælde både i uddannelserne, kulturlivet, erhvervslivet og i fritiden. I hvilken grad mener du, at det er et godt mål at have for en by?

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

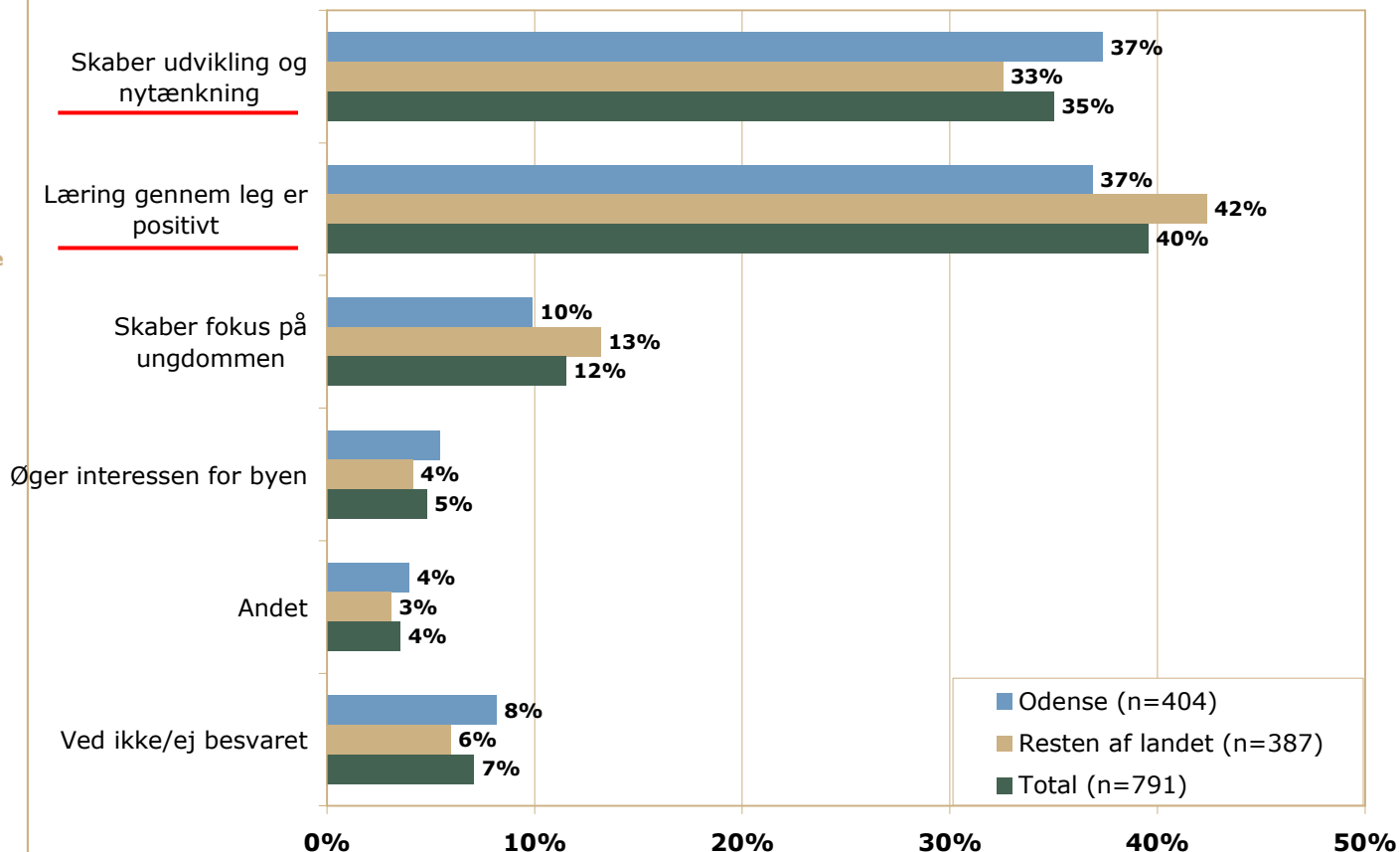
Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Begrundelser for positiv holdning til 'Leg og læring'



Flertallet, som er positive overfor indsatsområdet 'Leg og læring', begrundes primært med, at det vil skabe udvikling og nytænkning, og at læring gennem leg er positivt.

10. Hvorfor mener du, at dette er et godt mål?

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

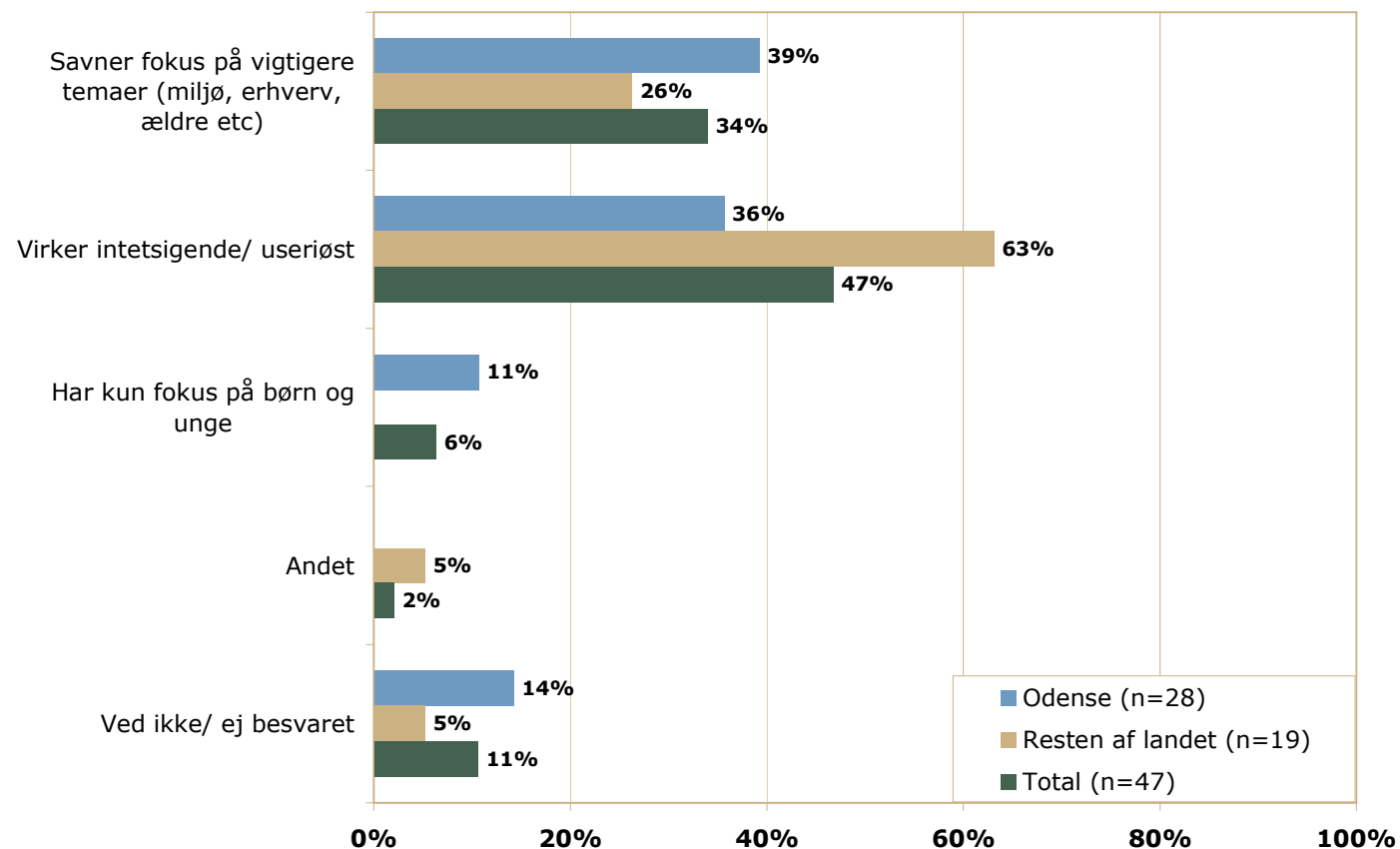
Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Begrundelser for negativ holdning til 'Leg og læring'



De negative, som er en relativ lille andel, savner fokus på vigtige temaer som miljø, erhvervslivet etc. ligesom de mener, at 'Leg og læring' er useriøst.

9. Hvorfor mener du ikke, at dette er et godt mål?

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

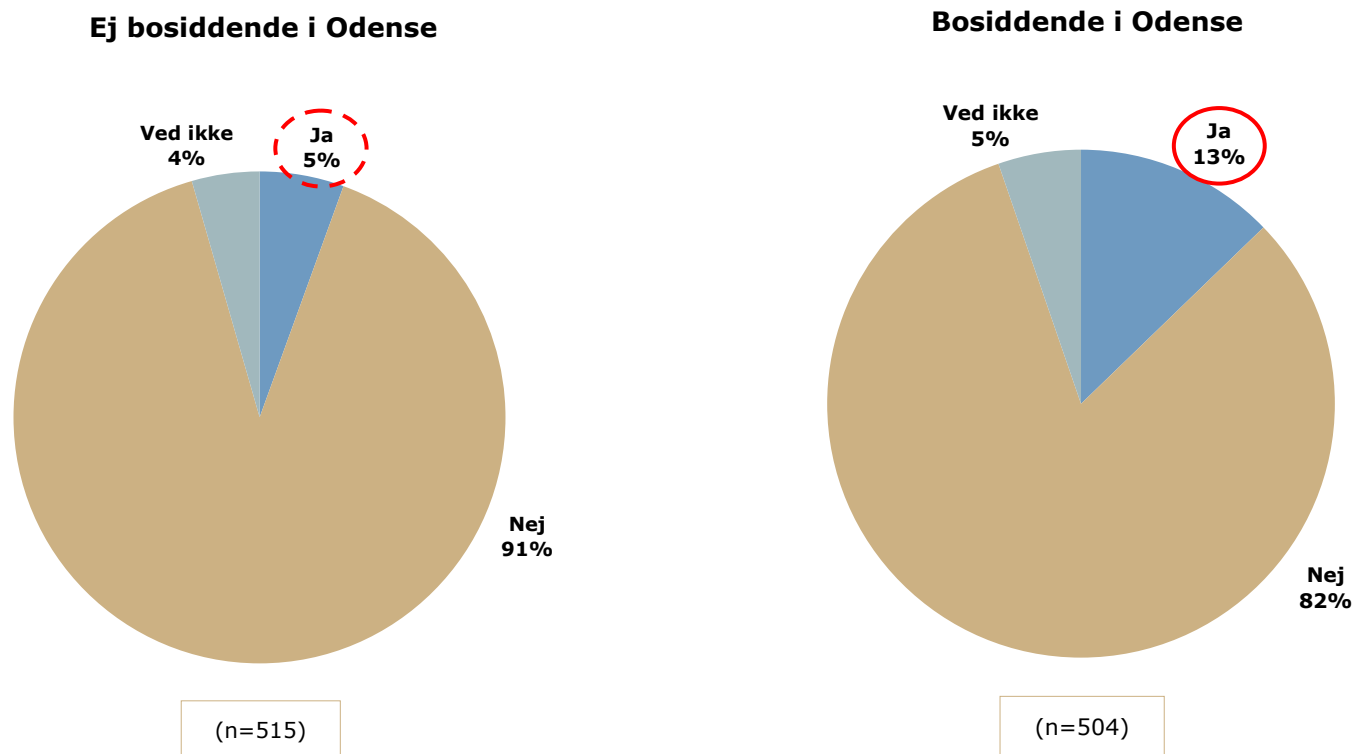
Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Kendskab til 'at lege er at leve'



Kun 13% af Odense-segmentet kender til udtrykket 'at lege er at leve' i forbindelse med Odense Kommune. I resten af landet er det ikke overraskende endnu lavere, 5%.

11. Kender du udtrykket "at lege er at leve" fra Odense Kommune?

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

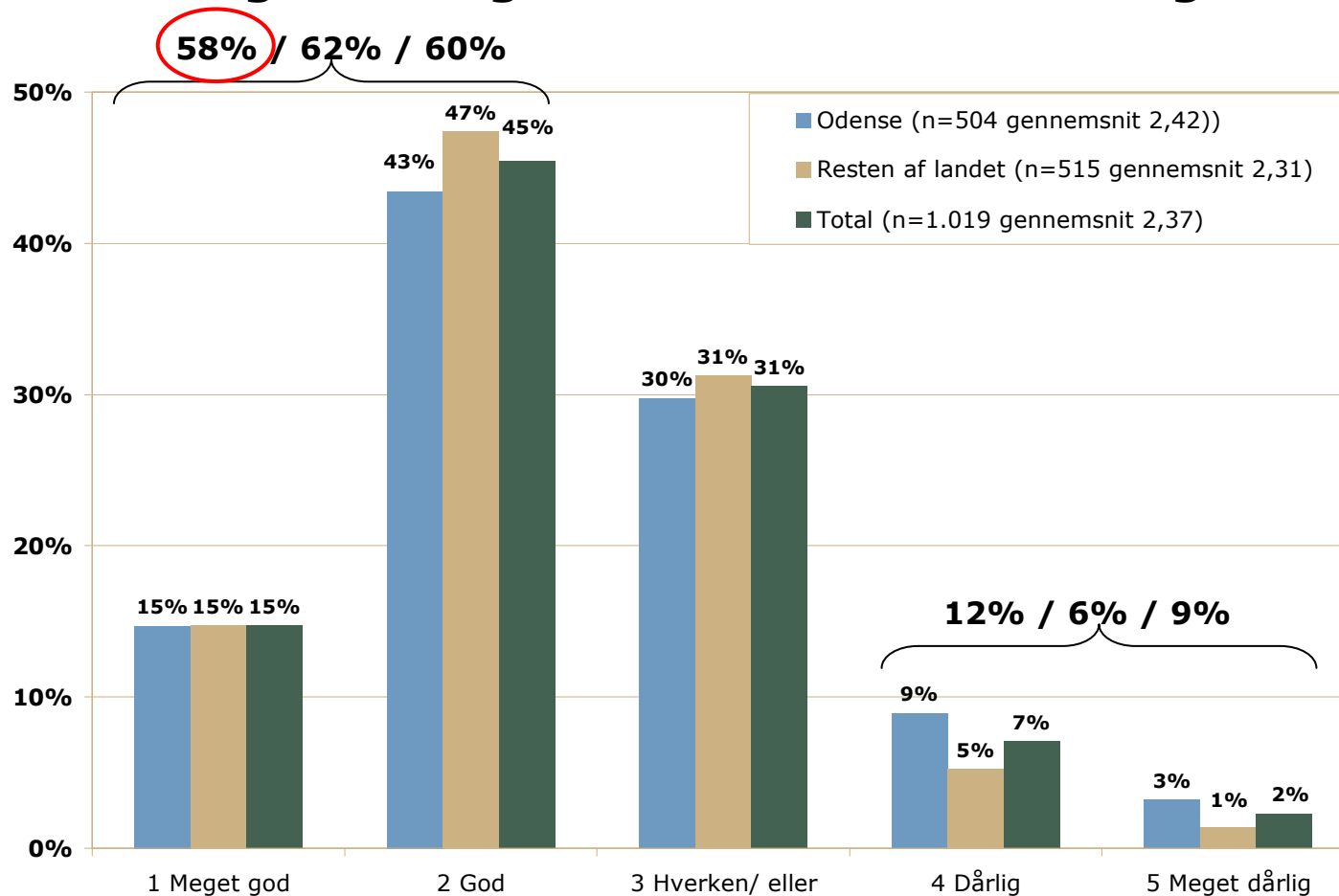
Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Holdning til 'at lege er at leve' som fremtidig vision



Mere end halvdelen af hele undersøgelsens univers mener, at forslaget 'At lege er at leve' er et godt bud på en fremtidig vision for Odense. Knap 1/3 forholder sig neutrale og kun mindre andele er negative.

12. "At lege er at leve" er forslaget til Odenses Kommunes kommende vision for byens udvikling. Synes du, at det er et godt og fængende bud på en vision for byen?

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

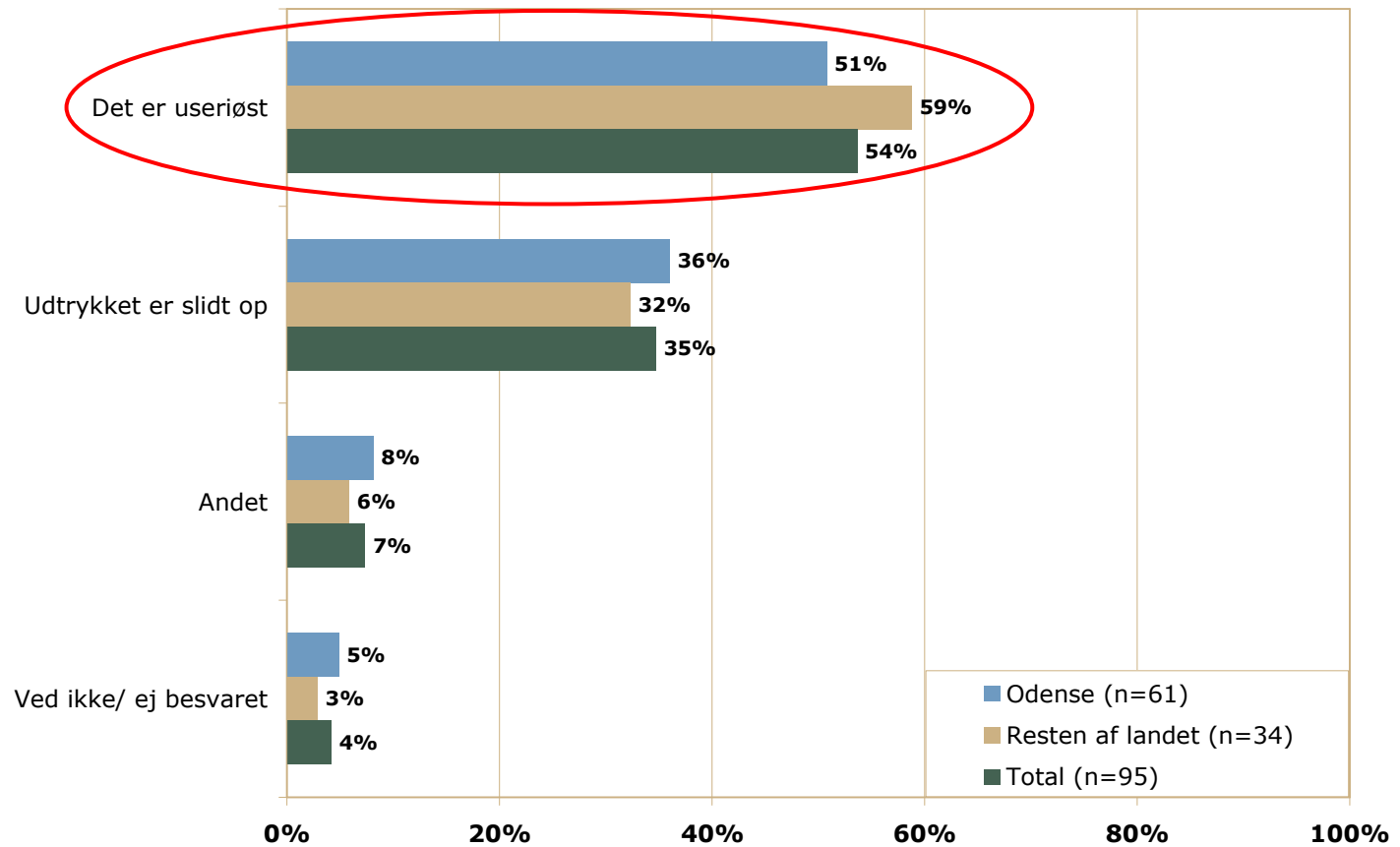
Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Begrundelser for negativ holdning til 'at lege er at leve'



Blandt dem, der er negative overfor visionen 'At lege er at leve' er begrundelsen primært, at det er useriøst, hvilket mere end halvdelen mener, samt at det er et slidt og udvandet udtryk, hvilket fremføres af godt 1/3.

13. Hvorfor synes du ikke dette er god og fængende overskrift for den kommende vision?

Indholdsoversigt

Formål

Summary og
konklusioner

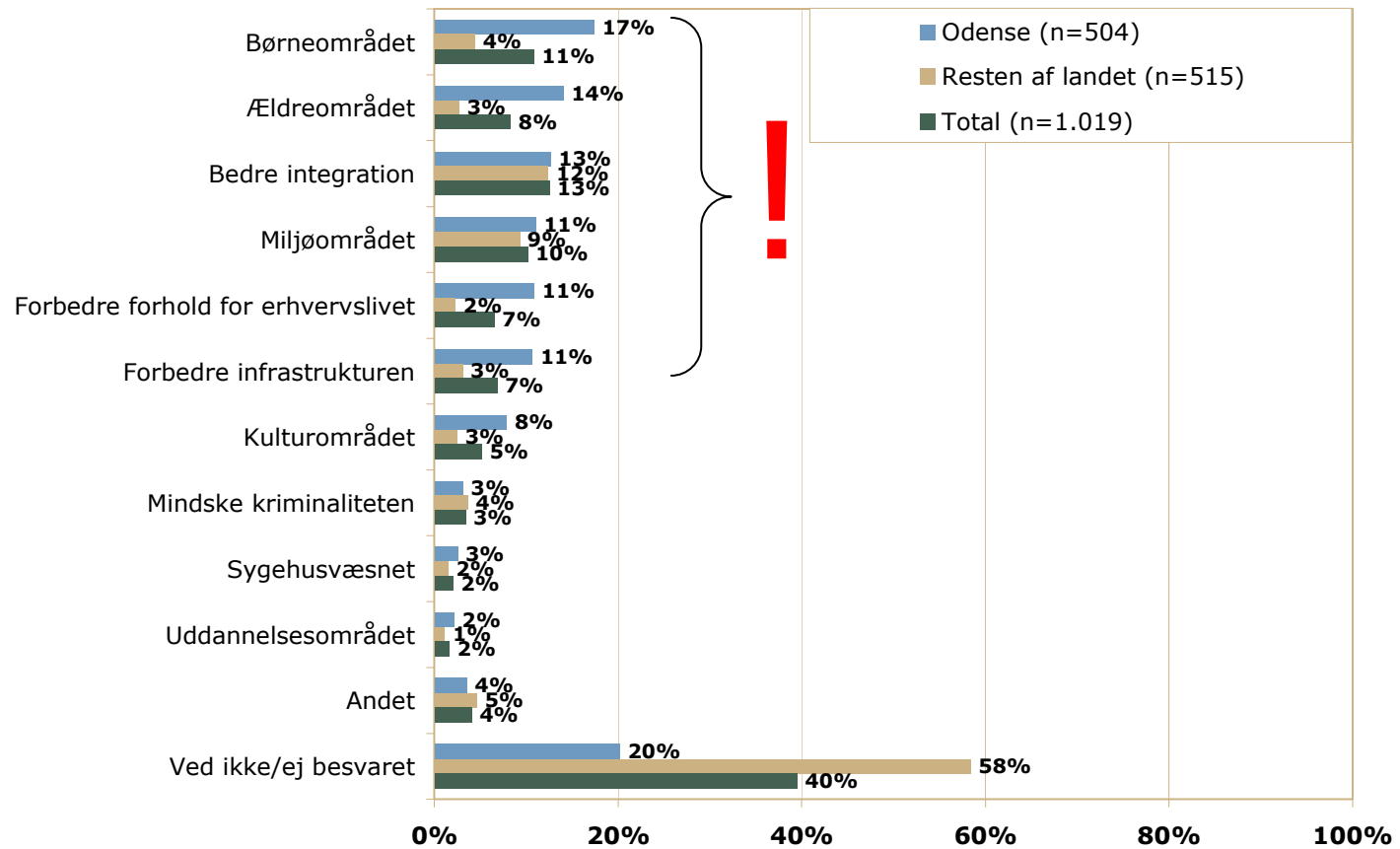
Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Overordnede indsatsområder for Odense Kommune



Der er en lang række områder, som Odense Kommune bør have fokus på. Børneområdet er det hyppigst nævnte, men der er ikke markante niveauforskelle på børn, ældre, integration, miljø, erhvervsliv etc.

14. Hvilke andre overordnede indsatsområder mener du, at Odense Kommune kunne/burde have?

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

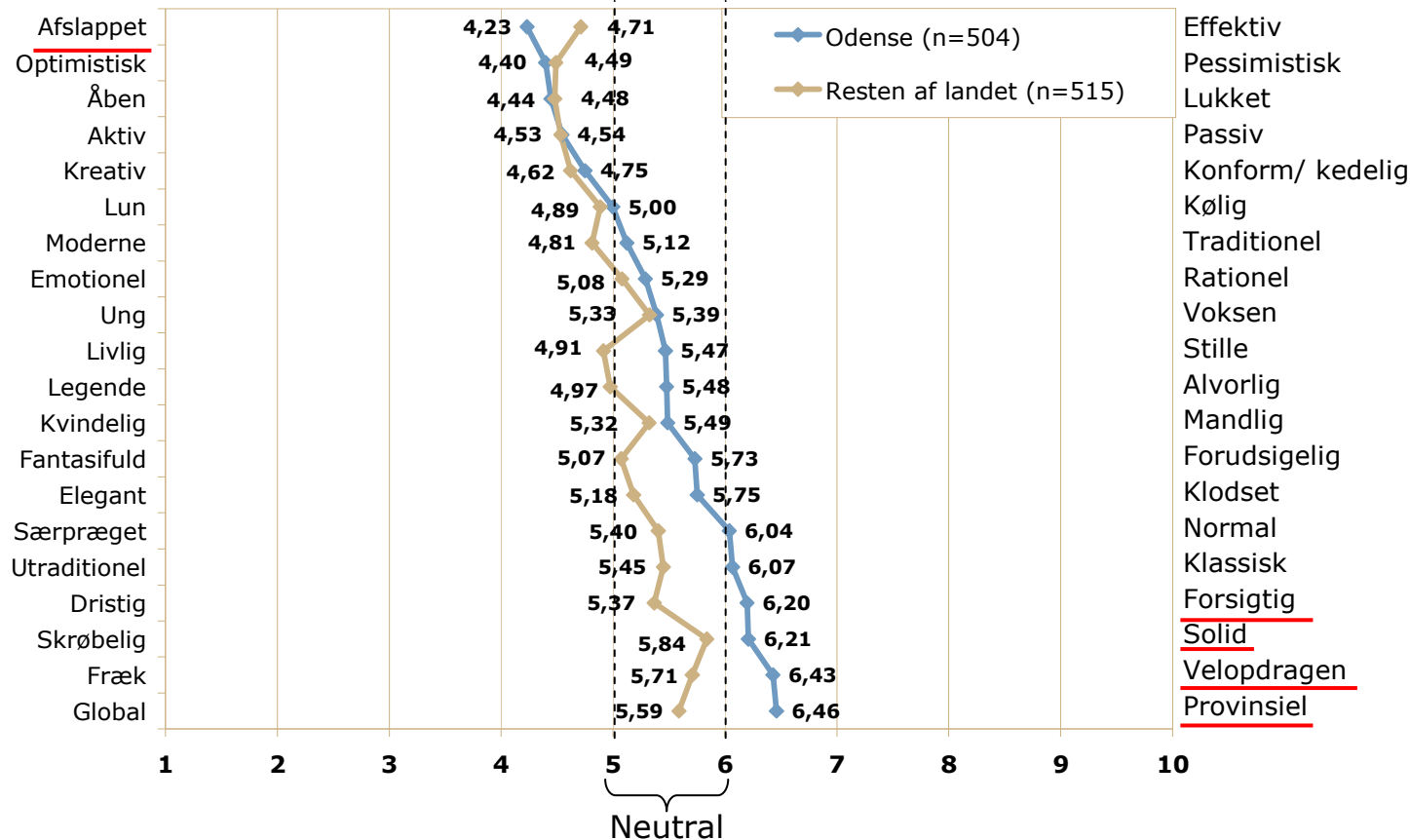
Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Hvis Odense var en person...



Odense bedømt som person er relativt svært for både odenseanerne selv og resten af landet. Gennemsnittene ligger derfor i midten af skalaen. Der ses dog en tendens til, at Odense-segmentet overvejende karakteriserer byen ved hjælp af de lidt mere konservative ord til højre, mens resten af landet i højere grad forholder sig helt neutralt med en svag hældning mod venstre. Med andre ord indikerer svarerne, at Odense mangler en markant profil.

15. Hvordan ville du karakterisere Odense, hvis det var en person?

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Om undersøgelsen

Dataindsamling er gennemført som:

- Web interview i Wilke|Online (CAWI)

Målgruppe og stikprøvestørrelse:

- Undersøgelsens målgruppe er personer 18-63 år bosiddende i Odense (postnummer 5000-5270, 5320 eller 5491) (n=504) og
- Personer 18-63 år bosiddende i resten af Danmark (n=515)

Tidspunkt for dataindsamling:

- Dataindsamling er gennemført fra onsdag d. 5. til søndag d. 16. december 2007

Målingens styrke for dataindsamlingen

- Med stikprøvestørrelser på henholdsvis netto 504 og 515 respondenter kan det med 95% sandsynlighed fastslås, at det målte er korrekt med en maksimal usikkerhed på +/- 4,4% og 4,3% på totaler

Indholdsoversigt

Formål

Summary og konklusioner

Resultater:

- Hvad forbindes med Odense
- Image - generelt
- Til-/fraflytning
- Image - 'Leg og læring'
- Image - bæredygtighed
- Nuværende vision
- Fremtidige vision
- Indsatsområder
- Odense som person

Om undersøgelsen

Kontakt

Kontakt

Dataindsamling og analyse

- Gennemført af Wilke A/S
- Henrik Kjærgaard Clausen
- clausen@wilke.dk
- +45 63 13 33 26

Pernille Tamberg
tamberg@wilke.dk
+45 33 26 71 24

- www.wilke.dk
- Tlf.: +45 70 10 20 80
- Fax: +45 70 10 20 81

- Projekt id: 1472

Kontaktperson hos Odense Kommune

- Rune Bager
- rb@odense.dk
- +45 65 51 11 26