

Gemeindebefragung: So geht's!

Welche Erwartungen hat die Bevölkerung an Politik und Verwaltung? Welche Schwerpunkte soll das neue kommunale Leitbild haben? Eine Gemeindebefragung kann Antworten auf ganz unterschiedliche Fragen liefern – wenn man sie richtig anpackt. Wie das geht, zeigt unsere Checkliste.

Von Hans-Peter Meier-Dallach



In welche Richtung soll sich die Gemeinde bewegen? – Eine Bevölkerungsbefragung kann Impulse geben.

Bild: Schweiz Tourismus

Wie aussagekräftig eine Befragung ist, hängt davon ab, wie gut sie vorbereitet und durchgeführt wird. Das Institut Sozialwissenschaftliche Forschungen «culturprospectiv» hat darum eine Checkliste erarbeitet. Sie führt die wichtigsten Punkte auf, die es bei einer Bevölkerungsbefragung zu beachten gilt.

■ Ziel bestimmen

Jede Befragung braucht eine klare Zielsetzung. Daraus ergibt sich der Grund, warum sie nötig ist,

zu welchem Zweck die Ergebnisse verwendet werden und wie die weiteren Schritte geplant werden können.

■ Zielgruppe festlegen

Jede Umfrage richtet sich an eine bestimmte Zielgruppe. Dies kann die gesamte Bevölkerung sein, oder aber nur ein Teil davon, zum Beispiel alle Teenager oder alle Erwerbstätigen. Welche Bevölkerungsgruppen befragt werden, hängt in erster Linie vom Ziel der Umfrage ab.

■ Methode wählen

Die geeignete Methode kann man erst dann wählen, wenn die Ziele der Befragung klar sind. Je nach Fragestellung ist eine quantitative oder eine qualitative Methode besser geeignet.

Mit einer quantitativen Methode lassen sich die Ansichten ganzer Bevölkerungsgruppen statistisch erfassen. Aber aufgepasst: Nur wenn die Zielgruppen richtig erfasst sind und der Rücklauf der Befragung kontrolliert und gross genug ist, liefert ein quantitatives

Vorgehen gute Ergebnisse. Besonders sorgfältig sind die Stichproben und die Auswahl der Befragten zu bestimmen.

Unter Umständen kann sich eine qualitative Methode sehr gut eignen, um die gewünschten Antworten zu bekommen: So kann beispielsweise ein strukturiertes Interview mit Schlüsselpersonen (Fokusgruppen) aussagekräftige Antworten liefern, welche bereits Hinweise für mögliche Lösungssätze enthalten.

Je nach Ziel der Umfrage empfiehlt es sich, qualitative und quantitative Methoden zu kombinieren. Ein solches Vorgehen ist deshalb zu empfehlen, weil es die Kombination von repräsentativen Ergebnissen mit dem spezifischen (Fach-) Wissen ausgewählter Personen ermöglicht.

■ Fragenkatalog erstellen

Ein Fragekatalog sollte nicht im Alleingang entwickelt werden, sondern im Team. Es ist sinnvoll, die Fragen auch Aussenstehenden vorzulegen, um Fehler oder Unklarheiten zu vermeiden.

Die Antwortmöglichkeiten müssen unbedingt vollständig sein: Bei einer Umfrage zum Thema «Wohnformen im Alter» beispielsweise muss die Antwort «Wohn- oder Hausgemeinschaften» möglich sein. Werden Antwortmöglichkeiten vergessen oder sind Fragen missverständlich, kann die Befragung unmöglich zuverlässige Resultate liefern.

■ Fragebogen attraktiv gestalten

Sobald der Fragekatalog ausgearbeitet ist, geht es an seine Umsetzung. Dabei sind zwei Dinge wichtig: Die Gestaltung und der Weg, über den die Zielgruppe erreicht

werden soll. Es ist wichtig, dass der Fragebogen in Inhalt, Aufbau und Ablauf stimmig und attraktiv daherkommt. Vor allem schriftlich durchgeführte Erhebungen verlangen eine ansprechende Gestaltung. Ein lieblos gestalteter Fragebogen wirkt wert- und bedeutungslos und landet oft direkt im Papierkorb.

■ Sinn und Zweck erklären

Erfolgreich sind Befragungen in einer Gemeinden dann, wenn ihre Durchführung öffentlich kommuniziert wird. Erfahrungen zeigen, dass sich Befragte grundsätzlich sehr engagiert zeigen, wenn eine Befragung ihre unmittelbare Lebenswelt betrifft, wie dies bei einer kommunalen Befragung der Fall ist.

Es ist darum wichtig, der Bevölkerung zu erklären, zu welchem Zweck die Umfrage stattfindet und warum es für die Gemeinde wichtig ist, dass sich möglichst viele Personen daran beteiligen. Dadurch ergeben sich hohe Rückläufe und die Ergebnisse werden aussagekräftig und ermöglichen Entscheidungen für die Gemeinde.

■ Ergebnisse professionell auswerten

Bereits bei Umfragen mit über 30 Teilnehmerinnen ist es empfehlenswert, zur Auswertung eine Statistiksoftware zu verwenden (beispielsweise SPSS). Entscheidend ist, dass die erhobenen Daten von Fachleuten ausgewertet werden, die über die notwendigen methodischen Kenntnisse verfügen.

■ Ergebnisse verständlich kommunizieren

Eine Befragung sollte schon während der Durchführung Neugier auf die Ergebnisse wecken – auch

bei den Befragten. Sobald Resultate vorliegen, sollten diese attraktiv und für Laien verständlich kommuniziert werden.

■ Genügend Zeit einplanen

Eine Befragung lässt sich in drei Phasen gliedern: Eine Vorbereitungsphase, die Durchführungs- und die Auswertungsphase. Bei der Planung sollte man als Faustregel für jede der drei Phasen ungefähr gleich viel Zeit einplanen. Wichtig ist es, auch für die Kommunikation der Befragungs-Ergebnisse ausreichend Zeit und Mittel einzuplanen. Denn nur wenn die Resultate bekannt sind, hat eine Umfrage Resonanz, nur dann provoziert sie Reaktionen, die ihrerseits aufschlussreich sein können.

Befragungen in Gemeinden sollen eine Langzeitwirkung haben und sind mehr als kurzfristige Momentaufnahmen. Denn es geht oft um Entscheidungsgrundlagen für kommunale Investitionen, zum Beispiel die Entwicklung von Leitbildern oder das Planen von Handlungsstrategien. Es lohnt sich daher, für eine professionell durchgeführte Befragung eine ausreichende Projektzeit zu planen: Sechs Monate sind realistisch.

■ Budget festlegen

Welches Befragungsinstrument zum Einsatz kommt, ist oft eine Budgetfrage. Es ist wichtig, den Kostenrahmen bereits am Anfang festzulegen, am besten schon bei der Zielbestimmung. Erfahrungsgemäss kostet eine repräsentative Umfrage mit mindestens 400 Befragten zwischen 25'000 und 30'000 Franken.

Indem die Gemeinde einen Teil der Arbeiten selber übernimmt, lassen sich die Kosten deutlich sen-

ken, etwa beim Entwurf der Fragen, beim Druck oder bei der Verteilung der Fragebogen.

■ Leistungen mit Drittanbietern möglichst präzise vereinbaren

Wenn ein Institut oder eine Agentur mit der Durchführung einer Gemeindebefragung beauftragt wird, ist es wichtig, die gewünschten Leistungen möglichst exakt zu formulieren. Das verhindert, dass falsche oder nicht benötigte Leistungen erbracht werden, die nur kosten, aber nichts nützen. ■

INFO

Das Institut «cultur prospectiv» hat schon zahlreiche Befragungen mit Gemeinden geplant und durchgeführt. Das Team besteht aus Dr. Hans-Peter Meier-Dallach, Andreas Meyer, lic. phil I und Dr. Therese Walter.

culturprospectiv.ch
hp@culturprospectiv.ch