

Die Bürgermeisterperspektive — Anhang: Fragebogen

Kommune bedeutet immer auch Kommunikation. Aber wie kommunizieren Kommunen mit Ihren Bürgern? Welche unterschiedlichen Ausgestaltungen bestehen in der kommunalen Kommunikationslandschaft? Welche Verbesserungspotenziale existieren? Das Forschungsprojekt „kommunale Bürgerkommunikation“ unter Leitung von Prof. Dr. Dr. Schneider untersucht die Kommunikation zwischen Kommunen und ihren Bürgern. Es wird am SVI-Stiftungslehrstuhl für Marketing und Dialogmarketing der Steinbeis-Hochschule Berlin durchgeführt. Ziel der Untersuchung ist es, einen Überblick über die Kommunikation der Kommunen mit mehr als 5.000 Einwohnern mit ihren Bürgern zu erhalten. Das Forschungsprojekt findet in enger Kooperation mit dem **Deutschen Städte und Gemeindebund (DStGB)** statt.

Der Fragebogen sollte von der Bürgermeisterin respektive dem Bürgermeister Ihrer Kommune ausgefüllt werden. Ihre Antworten werden nach den datenschutzrechtlichen Bestimmungen streng vertraulich behandelt und in anonymisierter Form ausgewertet. Die Identifikationsdaten zu Ihrer Kommune werden ausschließlich zur Zuordnung weiterer sekundärer Daten benötigt. Die Zuordnung dieser sekundären Daten ist wichtig für eine strukturierte Auswertung der Ergebnisse. Einzeldarstellungen von befragten Kommunen oder ein Ranking zwischen den befragten Kommunen werden ausdrücklich nicht vorgenommen.

Die Befragung wird ca. 35 Minuten in Anspruch nehmen. Wir möchten uns an dieser Stelle herzlich für Ihre Teilnahme an dieser wissenschaftlichen Studie bedanken. Gerne informieren wir Sie über die Ergebnisse dieser Studie. Wenn Sie einen Ergebnisbericht wünschen, teilen Sie uns bitte am Ende des Fragebogens Ihre E-Mail-Adresse mit.

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!

Prof. Dr. Dr. Helmut Schneider Tel.: 030.293309-251
E-Mail: h.schneider@steinbeis-smi.de

Zunächst möchten wir gerne von Ihnen wissen, in welchem Verhältnis in Ihrer Kommune gesetzliche Pflichtkommunikation (bspw. Änderungen von Satzungen) zu freiwilliger Kommunikation (bspw. Einladungen zu Stadtmarketingevents auf Homepage) steht. Wenn Sie sich die **gesamte Kommunikation Ihrer Kommune** mit den Bürgerinnen und Bürgern vor Augen führen, **welchen Anteil hat die Pflichtkommunikation und welchen Anteil die freiwillige Kommunikation?**

Pflichtkommunikation	%
freiwillige Kommunikation	%
Soll-Summe zu vergeben	100 %

Im Folgenden möchten wir Näheres **zur freiwilligen Kommunikation** Ihrer Kommune mit dem Bürger erfahren. Wir **unterscheiden hierbei vier Kommunikationsbereiche in Abhängigkeit vom Anlass**, der zur Kommunikation führt:

1. **Bürgerinformation.** Hierunter fällt die Kommunikation, in der kontinuierlich Informationen für den Bürger zur Verfügung gestellt werden (bspw. Pflege der Internetseite mit aktuellen Informationen).
2. **Kommunikation von Identifikationsmaßnahmen.** Hierzu gehört die Kommunikation mit den Bürgern, die mit der Intention erfolgt, dass die Bürger sich mit der Kommune identifizieren (bspw. Stadtmarketingaktivitäten und Partizipationskonzepte).
3. **Kommunikation von Veränderungen.** Hierunter fällt die Kommunikation mit den Bürgern im Rahmen von infrastrukturellen Veränderungen (bspw. Eröffnung/Schließung von sozialen Einrichtungen).
4. **Krisenkommunikation.** Hierzu zählt die Kommunikation mit dem Bürger im Zusammenhang mit krisenhaften Erscheinungen. Derartige Krisen können einerseits akuter Natur sein (bspw. unzureichender Räumdienst bei Wintereinbruch) oder andererseits Ergebnis eskalierender chronischer Fragestellungen sein (bspw. Verkehrsplanung).

In welchem Verhältnis stehen die vier unterschiedlichen Kommunikationsbereiche in Ihrer Kommune? Wenn Sie sich die **gesamte freiwillige Kommunikation Ihrer Kommune** mit den Bürgerinnen und Bürgern vor Augen führen, **welchen Anteil haben in Ihrer Kommune die Kommunikationsbereiche?**

Bürgerinformation	%
Kommunikation von Identifikationsmaßnahmen	%
Kommunikation von Veränderungen	%
Krisenkommunikation	%
Soll-Summe zu vergeben	100 %

Wir werden Ihnen nachfolgend einige Fragen zur Bedeutsamkeit der Kommunikation, den Kommunikationszielen sowie den Kommunikationssträngen in den vorgestellten Kommunikationsbereichen stellen. **Beziehen Sie Ihre Antworten bitte auf den jeweils angesprochenen Kommunikationsbereich.**

Bürgerinformation. Hierunter fällt die Kommunikation, in der kontinuierlich Informationen für den Bürger zur Verfügung gestellt werden (bspw. Pflege der Internetseite mit aktuellen Informationen).

Für wie bedeutsam erachten Sie die Kommunikation im Rahmen der Bürgerinformation?

1	2	3	4	5	6	7
gar nicht bedeutsam						sehr bedeutsam

Und wie bedeutsam war die Kommunikation im Rahmen der Bürgerinformation **vor zwei Jahren**?

1	2	3	4	5	6	7
gar nicht bedeutsam						sehr bedeutsam

Und was denken Sie, wie bedeutsam wird die Kommunikation im Rahmen der Bürgerinformation **in zwei Jahren** sein?

1	2	3	4	5	6	7
gar nicht bedeutsam						sehr bedeutsam

Werden in Ihrer Kommune im Rahmen der Bürgerinformation Ziele der Kommunikation festgelegt?

nie	sehr selten	selten	manchmal	oft	sehr oft	immer
-----	-------------	--------	----------	-----	----------	-------

Inwieweit wird in Ihrer Kommune das Erreichen der Kommunikationsziele im Rahmen der Bürgerinformation gemessen?

1	2	3	4	5	6	7
gar nicht						sehr intensiv

Inwieweit wird die Kommunikation im Rahmen der Bürgerinformation nach den Anforderungen einzelner Zielgruppen (z. B. Familien oder Jugendliche) differenziert?

1	2	3	4	5	6	7
gar nicht differenziert						sehr stark differenziert

Wie viele Kommunikationskanäle (z. B. Brief, Pressemitteilung, Homepage, Amtsblätter usw.) nutzen Sie?

1	2	3	4	5	6	7
es wird über wenige Kanäle kommuniziert						es wird über viele Kanäle kommuniziert

Der Impuls zur Kommunikation zwischen Kommune und Bürger kann von der Kommune oder vom Bürger ausgehen. Wie ist das im Rahmen der Bürgerinformation in Ihrer Kommune? Geht der Impuls zur Kommunikation eher vom Bürger oder eher von der Kommune aus?

1	2	3	4	5	6	7
Impuls geht eher vom Bürger aus						Impuls geht eher von der Kommune aus

Die Kommunikation zwischen Kommune und Bürger kann eher einseitig oder eher zweiseitig ausgerichtet sein. Einseitige Kommunikation zielt nicht auf eine Reaktion (bspw. Bekanntgabe von Öffnungszeiten). Zweiseitige Kommunikation ist explizit auf das Herbeiführen von Reaktionen ausgerichtet (bspw. Bürgeranfragen). Ist die Bürgerinformation in Ihrer Kommune eher einseitig oder eher zweiseitig ausgerichtet?

1	2	3	4	5	6	7
eher einseitig						eher zweiseitig

Wie häufig nutzt Ihre Kommune die nachfolgenden Kommunikationsformen im Rahmen der Bürgerinformation?

	1	2	3	4	5	6	7
	wird sehr selten genutzt			wird sehr häufig genutzt			
Massenkommunikation mit dem Bürger mittels klassischer werblicher Medien (Bsp.: Plakate, Flyer / Flugblätter, Postwurfsendungen, Anzeigen)							
Persönliche Kommunikation mit dem Bürger mittels eines Kommunikationsmediums (Bsp.: Briefe, Telefon, E-Mail, Chat)							
Massenkommunikation mit dem Bürger über Journalisten bzw. Massenmedien als Kommunikationsmittler (Bsp. Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, Hintergrundgespräche)							
Massenkommunikation mit dem Bürger über lokale Institutionen wie Vereine, Initiativen, Verbände, oder Organisationen als Kommunikationsmittler							
Massenkommunikation mit dem Bürger mittels <u>nicht</u> elektronischer Informationsmaterialien (Bsp.: Amtsblatt, Anzeigetafel, Gemeindezeitung)							
Persönliche Kommunikation mit dem Bürger <u>ohne</u> Nutzung eines Kommunikationsmediums (Bsp.: Amtstermine, Sprechstunden, face-to-face Gespräche)							
Massenkommunikation mit dem Bürger mittels elektronischer Medien (Bsp.: Gemeindeforum, Newsletter, soziale Online-Plattformen [wie facebook], Internetforen)							

Wie bedeutsam schätzen Sie die Kommunikationsformen im Rahmen der Bürgerinformation für ihre Kommune ein – unabhängig davon, wie oft Sie diese nutzen.

	1	2	3	4	5	6	7
	(gar nicht bedeutsam)			(sehr bedeutsam)			
Massenkommunikation mit dem Bürger über lokale Institutionen wie Vereine, Initiativen, Verbände oder Organisationen als Kommunikationsmittler							
Massenkommunikation mit dem Bürger mittels klassischer werblicher Medien (Bsp.: Plakate, Flyer / Flugblätter, Postwurfsendungen, Anzeigen)							
Persönliche Kommunikation mit dem Bürger <u>ohne</u> Nutzung eines Kommunikationsmediums (Bsp.: Amtstermine, Sprechstunden, face-to-face Gespräche)							
Massenkommunikation mit dem Bürger mittels elektronischer Medien (Bsp.: Gemeindeforum, Newsletter, soziale Online-Plattformen [wie facebook], Internetforen)							
Massenkommunikation mit dem Bürger mittels <u>nicht</u> elektronischer Informationsmaterialien (Bsp.: Amtsblatt, Anzeigetafel, Gemeindezeitung)							
Massenkommunikation mit dem Bürger über Journalisten bzw. Massenmedien als Kommunikationsmittler (Bsp. Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, Hintergrundgespräche)							
Persönliche Kommunikation mit dem Bürger mittels eines Kommunikationsmediums (Bsp.: Briefe, Telefon, E-Mail, Chat)							

Wie hoch ist das **jährliche Budget für die Kommunikation mit den Bürgern in Ihrer Kommune** – ohne Kosten für Mitarbeiter?

unter 10.000 €	10.001 bis 25.000 €	25.001 bis 50.000 €	50.001 bis 100.000 €	100.001 bis 250.000 €	250.001 bis 500.000 €	500.001 bis 1.000.000 €	mehr als 1.000.001 €
-------------------	------------------------	------------------------	-------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------------------	-------------------------

Wie wird sich dieses Budget in den nächsten zwei Jahren Ihrer Ansicht nach entwickeln?

stark sinken	sinken	unverändert bleiben	steigen	stark steigen
--------------	--------	---------------------	---------	---------------

Was denken Sie, **wie zufrieden sind die Bürger mit der Kommunikation** Ihrer Kommune?

sehr unzufrieden	unzufrieden	teils, teils	zufrieden	sehr zufrieden
------------------	-------------	--------------	-----------	----------------

Wurden in den **letzten 20 Jahren in Ihrer Kommune Maßnahmen zur Modernisierung** der Verwaltung durchgeführt oder sind in Einführung?

- Ja
- Nein

In **welchen Bereichen** wurden **Modernisierungsmaßnahmen** durchgeführt? (Mehrfachantworten möglich)

- Organisationsstruktur
- E-Government
- Aufgabenkritik/ Konsolidierungsprozesse
- Ausbau der Bürger- und Kundenorientierung
- Auslagerung/ Privatisierung von Aufgabenbereichen
- Personalmanagement
- Rechnungswesen und Ressourcenbewirtschaftung
- Umgestaltung des Verhältnisses zwischen Rat und Verwaltung
- Sonstiges _____

Wie wichtig waren bei den **Modernisierungsbemühungen** in Ihrer Kommune die folgenden Ziele?

1	2	3	4	5	6	7
unwichtig					sehr wichtig	

Höhere Bürger- und Kundenorientierung
Erreichen größerer Kostentransparenz
Qualifizierteres Personal
Bessere Leistungsqualität der Verwaltung
Klarere Verantwortungsstrukturen in der Verwaltung
Kosteneinsparungen
Klare Verantwortungsteilung zwischen Politik und Verwaltung
Weitere Ziele:

Wenn Sie den Modernisierungsprozess und die Gesamtheit aller Ziele, die verfolgt wurden, **alles in allem** betrachten. Inwieweit **wurden die Modernisierungsziele erreicht**?

1	2	3	4	5	6	7
gar nicht erreicht						voll und ganz erreicht

Welche **Maßnahmen zur Verbesserung der Bürger- und Kundenorientierung** wurden in Ihrer Kommune in den letzten Jahren verfolgt? (Mehrfachantworten möglich)

- Verkürzung der Bearbeitungszeiten
- Vereinfachung von Formularen
- Verstärkte Orientierung der Kommunikation an Bürger und Kunden
- Erweiterung der Sprechzeiten
- Einrichtung von Bürgerämtern
- Servicegarantien und Leistungsversprechen (Bsp. Reaktionszeiten auf Bürgeranfragen)
- Kunden- und Bürgerbefragungen
- Einführung eines Beschwerdemanagements
- Ortsnahes Angebot von Dienstleistungen
- Einführung eines Qualitätsmanagements
- Sonstiges _____
- Es wurden keine Maßnahmen zur Verbesserung der Bürger- und Kundenorientierung vorgenommen

Welche **Wirkung haben diese Maßnahmen?** Inwiefern treffen die folgenden Aussagen zu?

	1	2	3	4	5	6	7
	trifft gar nicht zu				trifft voll und ganz zu		
Bürgerbeschwerden sind in den letzten Jahren zurückgegangen							
Die Beratungsqualität der Verwaltung ist gestiegen							
Die Zahl der Rechtsstreitigkeiten mit Bürgern ist zurückgegangen							
Die Wartezeiten für den Bürger haben sich verringert							
Wir haben eine höhere Kostentransparenz							
Die Bürger müssen weniger Anlaufstellen aufsuchen							
Die Resonanz der Bürger ist positiv							

Was denken Sie, **wie zufrieden sind die Bürger mit der Verwaltung** Ihrer Kommune?

sehr unzufrieden

unzufrieden

teils, teils

zufrieden

sehr zufrieden

Was ist **Grundlage für Ihre Einschätzung?**

- Befragung
- eigene Einschätzung (Erfahrungswerte)
- _____

Gibt es in Ihrer Kommune Aktivitäten, die unter der Bezeichnung „**Stadtmarketing**“ (alternativ: „**City-Marketing**“, „**City-Management**“, „**Standortmarketing**“, o.ä.) zusammengefasst werden können?

- Ja
- Nein

Wie würden Sie die **Stadtmarketingaktivitäten** Ihrer Kommune in Relation zu vergleichbaren Kommunen **einschätzen?**

1	2	3	4	5	6	7
weniger weit entwickelt						viel weiter entwickelt

Bitte beurteilen Sie die **Bedeutsamkeit der folgenden Zielsetzungen** im Rahmen des Stadtmarketings Ihrer Kommune. Für diese Beurteilung stehen Ihnen **100 Punkte** zur Verfügung. Bitte verteilen Sie diese **vollständig** auf die vorgegebenen Zielsetzungen gemäß der von Ihnen empfundenen Bedeutsamkeit.

Steigerung der der Attraktivität der Kommune als Wohnort	Punkte
Steigerung der Attraktivität der Kommune als Wirtschaftsstandort	Punkte
Steigerung der Attraktivität der Kommune als touristischer Anziehungspunkt	Punkte
Steigerung der Attraktivität der Kommune als Einkaufsort	Punkte
Soll-Summe zu vergeben	100 Punkte

Wie erfolgreich sind die Aktivitäten im Rahmen des Stadtmarketing Ihrer Kommune insgesamt?

1	2	3	4	5	6	7
gar nicht erfolgreich						sehr erfolgreich

Auch Kommunen befinden sich im Wettbewerb mit anderen Kommunen. Bitte beurteilen Sie die **Bedeutsamkeit** der folgenden **Bereiche im Rahmen des Wettbewerbs zwischen den Kommunen** für Ihre Kommune. Für diese Beurteilung stehen Ihnen **100 Punkte** zur Verfügung. Bitte verteilen Sie diese **vollständig** auf die vorgegebenen Bereiche.

Wettbewerb um Unternehmens- und Institutionenansiedlungen	Punkte
Wettbewerb um Touristen	Punkte
Wettbewerb um Einkaufskraft	Punkte
Wettbewerb um Einwohner	Punkte
Soll-Summe zu vergeben	100 Punkte

Welche Wirkung haben diese Maßnahmen? Inwiefern treffen die folgenden Aussagen zu?

	stark sinken	sinken	unverändert bleiben	steigen	stark steigen
Wettbewerb um Einkaufskraft					
Wettbewerb um Touristen					
Wettbewerb um Unternehmens- und Institutionenansiedlungen					
Wettbewerb um Einwohner					

Am Ende des Fragebogens stellen wir Ihnen jetzt eine komplexe **Zusatzfrage**, die sich **auf Ihre Person bezieht**. Die Erkenntnisse hieraus sind **sehr wichtig für die Studie, da die Kommunikationskultur** einer Kommune wesentlich durch das **Kommunikationsverhalten** der Bürgermeisterin bzw. des Bürgermeisters **beeinflusst** wird. Wir wären Ihnen sehr dankbar, wenn Sie sich die Zeit nehmen diese zu beantworten.

Nachfolgend werden 12 Situationen beschrieben, in denen **Sie sich entscheiden könnten zu kommunizieren oder nicht zu kommunizieren. Geben Sie prozentual an, wie oft Sie in der jeweiligen Situation die Wahl treffen würden von sich aus zu kommunizieren.** Sagen Sie uns bitte, wie oft Sie sich prozentual entscheiden zu kommunizieren. (**0% = nie bis 100% = immer**)

Mit einem Bekannten beim Warten in einer Schlange reden	%	Eine Rede vor Bekannten halten	%
Während eines großen Treffens von Freunden reden	%	Während eines großen Treffens von Fremden reden	%
Mit einem Freund beim Warten in einer Schlange sprechen	%	Mit einem Fremden beim Warten in einer Schlange reden	%
In einer kleinen Gruppe von Fremden sprechen	%	In einer kleinen Gruppe von Freunden sprechen	%
Eine Rede vor Fremden halten	%	Eine Rede vor Freunden halten	%
Während eines großen Treffens von Bekannten reden	%	In einer kleinen Gruppe von Bekannten sprechen	%

Ihr Geschlecht

männlich weiblich

Alter

_____Jahre

In welcher **Funktion** füllen Sie den vorliegenden **Fragebogen** aus?

- Bürgermeister/ Bürgermeisterin
 andere: _____

Seit wann haben Sie diese **Funktion** inne?

_____ (vierstellige Eingabe der Jahreszahl)

Teil B: Daten der Kommune

Zum Schluss dieser Befragung möchten wir Sie um einige Angaben zu Ihrer Kommune bitten. Wir versichern Ihnen, dass Ihre Antworten nach den datenschutzrechtlichen Bestimmungen streng vertraulich behandelt und in ausschließlich anonymisierter Form ausgewertet werden. Die Identifikationsdaten zu Ihrer Kommune werden zur Zuordnung weiterer sekundärer Daten benötigt. Um den Aufwand beim Ausfüllen dieses Fragebogens zu reduzieren, werden bereits erhobene sekundäre Daten (beispielsweise die Bevölkerungsdichte) Ihrer Kommune zugeordnet. Die Zuordnung dieser sekundären Daten ist wichtig für eine strukturierte Auswertung der Ergebnisse. **Einzeldarstellungen von befragten Kommunen oder ein Ranking zwischen den befragten Kommunen werden ausdrücklich nicht vorgenommen.**

Wie viele **Einwohner** hat Ihre Kommune?

_____ Einwohner

Name der Kommune: _____

Amtlicher Gemeindegeschlüssel (AGS) achtstellig, falls bekannt

Postleitzahl

Ergebnisbericht: Wünschen Sie einen Bericht zu den anonymisierten Ergebnissen dieser Befragung? Wir lassen Ihnen gerne nach Abschluss der Auswertung einen Ergebnisbericht zukommen. Bitte teilen Sie hierfür **Ihre E-Mail-Adresse** mit.

Vielen Dank für die Teilnahme an der Befragung.

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!

Unsere Adresse:

School of Management and Innovation
Steinbeis-Hochschule Berlin
SVI-Stiftungslehrstuhl für Marketing und Dialogmarketing
Gürtelstraße 29A/30
D-10247 Berlin

Kontakt:

Prof. Dr. Dr. Helmut Schneider
Tel.: 030.293309-251
Fax: 030.293309-258
E-Mail: h.schneider@steinbeis-smi.de