

Stadt Gossau

Standortbestimmung städtische Kommunikation

Bericht

Kontaktperson: Raoul Steiger (Publicom)

© Publicom AG, CH-8802 Kilchberg, 4. Juni 2018

Ausgangslage und Zielsetzung

- > Standortbestimmung:
 - Nutzung Publikumsmedien und städtische Medien, insbes. für Informationen über Gossau
 - Wahrnehmung und Wirkung städtischer Kommunikationsleistungen bei Bevölkerung
 - Überprüfung der Zielerfüllung gemäss Kommunikationskonzept 2010
 - Wahrnehmung Gossauer Stadtrat
- > Amtliches Publikationsorgan: Wahrnehmung Veränderungen und Erwartungen an neuen Kanal
- > Grundlagen für Überarbeitung Kommunikationskonzept

Inhaltsverzeichnis

- > Ausgangslage, Ziele und Methodik
- > Strukturdaten, Affinität
- > Medien und Informationsverhalten
- > Amtliches Publikationsorgan
- > Wahrnehmung städtische Kommunikation
- > Wahrnehmung Stadtrat
- > Zusammenfassung und Fazit
- > Empfehlungen

Methodische Eckdaten

- > **Methode:** Online-Interviews (CAWI) à ca. 10 Minuten; strukturierter Fragebogen mit 5 offenen Fragen; Durchführung: Demoscope (Adligenswil)
- > **Grundgesamtheit:** Bewohner der Gemeinde Gossau ab 18 Jahren (ohne Heimbewohner)
- > **Stichprobe:** N=511 abgeschlossene Interviews (Rücklaufquote: 17%) quotiert nach Alter und Geschlecht
- > **Einladung:** per Briefpost (N=1'875) und E-Mail (N=1'175) im Namen des Stadtpräsidiums. Quotierter Versand durch Demoscope. E-Mail mit persönlichem Reminder
- > **Feldzeit:** 12. April bis 6. Mai 2018 (25 Tage)

Vorbemerkung

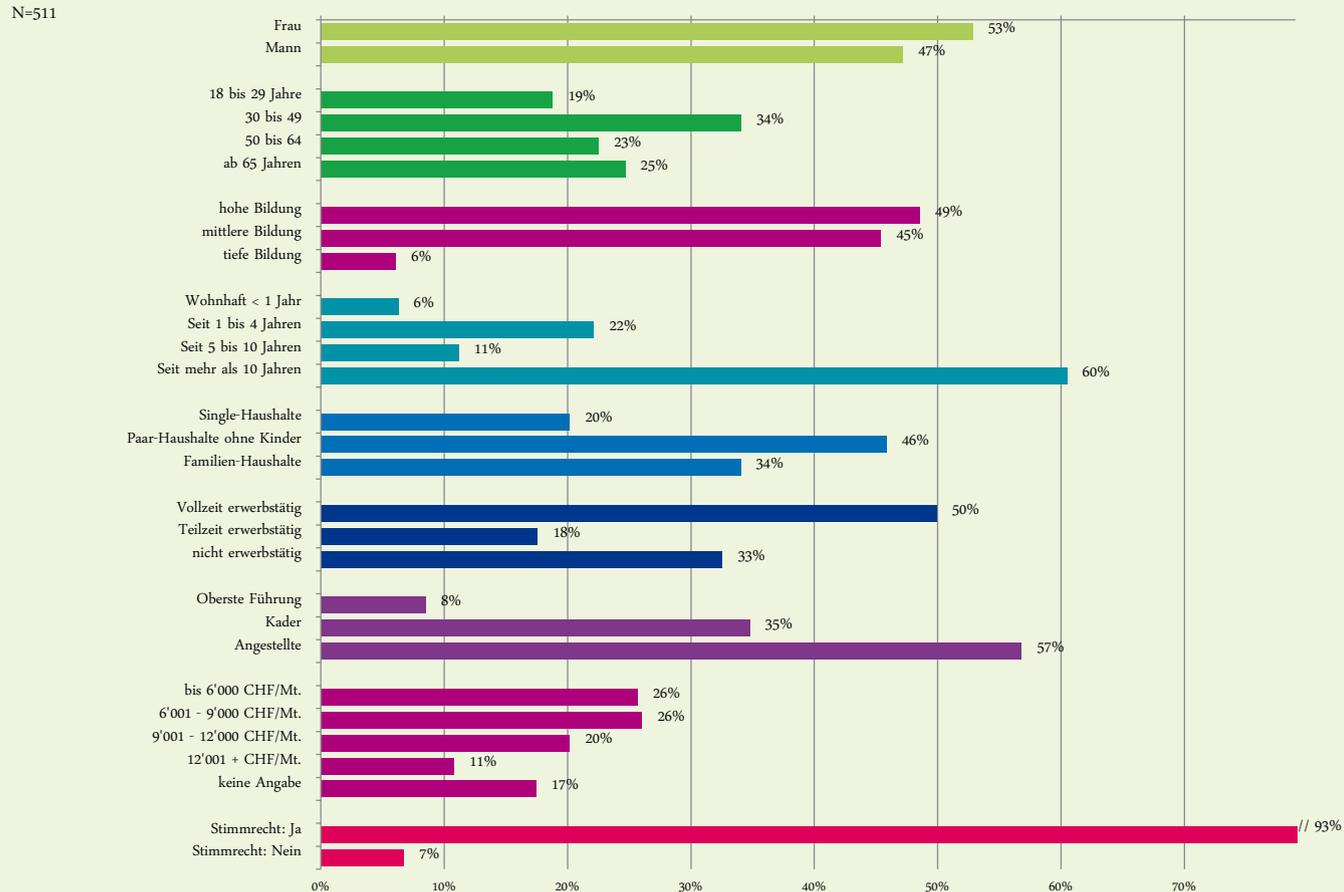
Die hohe **Repräsentativität** der Befunde wird dadurch gewährleistet, dass jeder, der zur Grundgesamtheit gehört, die Möglichkeit hat, in die Stichprobe zu fallen und an der Befragung teilzunehmen: Die Befragten wurden auf Grundlage des Personenregisters Stadt Gossau (zufällig) per Brief oder E-Mail zur Studienteilnahme eingeladen, mit Fokus auf die briefliche Einladung.

Zur Identifikation wurde jedem Adressaten ein persönliches **Passwort** zugeteilt (für Quotenkontrolle und gezielten Reminder-Versand). Das Anschreiben verwies die Personen auf die **Website** der Stadt Gossau, wo das Ziel der Studie erklärt war. Über einen Link gelangte man nach Passwort-Eingabe zur Studie bei Demoscope.

91% der Schweizer Bevölkerung nutzen das Internet mind. einmal wöchentlich (BfS 2017). Die Interviews wurden als **CAWI** (computer-assisted web interview) durchgeführt. Online-Befragungen bieten zahlreiche Vorteile: Sie sind für Probanden **bequemer** (Zeitpunkt und Tempo selber bestimmbar, Unterbrüche sind möglich usw.), sie finden dadurch eine höhere **Akzeptanz** und liefern eine **hohe Datenqualität** (Filterführung, Warnmeldungen, Zeigematerial usw.).

In einer Referenzstudie von Publicom für das BAKOM (in Arbeit) wurden keine systematischen Unterschiede im Antwortverhalten von Offlinern im Vergleich zu Onlinern festgestellt.

Abb. 1: Soziodemografische Struktur

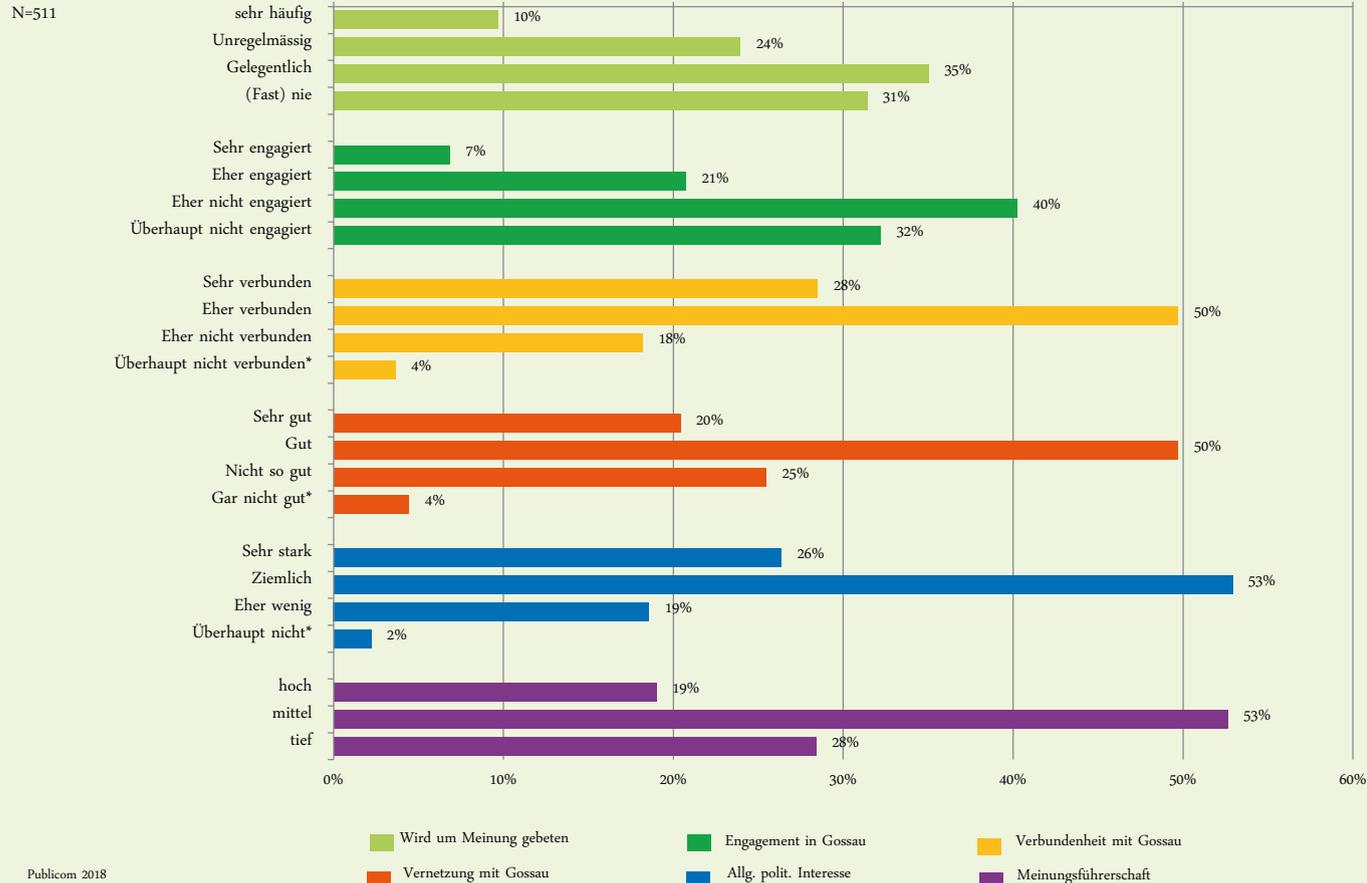


Publicom 2018

Strukturdaten geben einen Einblick in die **Soziodemografie** der befragten Personen:

- > **Gewichtung der Daten** nicht nötig, da Teilnahme an der Befragung über Quoten für Alter und Geschlecht gesteuert wurde
- > **Frauen** in Stichprobe leicht übervertreten
- > Hohe **Wohndauer**: Mehrheit lebt seit mehr als 10 Jahren in Gossau
- > Ein Drittel sind **Familienhaushalte**, fast 50% Zweipersonen-Haushalte
- > Die Hälfte arbeitet **vollzeit**
- > **Schweizer Bürger** (93%) sind in Studie klar übervertreten
- > Befragte mit Ausbildung auf **Teritärstufe** (höhere Berufsbildung, HF, FH, Unis/ETH). sind im Vergleich zu Gesamtbevölkerung übervertreten
- > Befragungsteilnehmer repräsentieren insgesamt ein **themenaffines Bevölkerungssegment**

Abb. 2: Affinität zum Befragungsthema



Publicom 2018

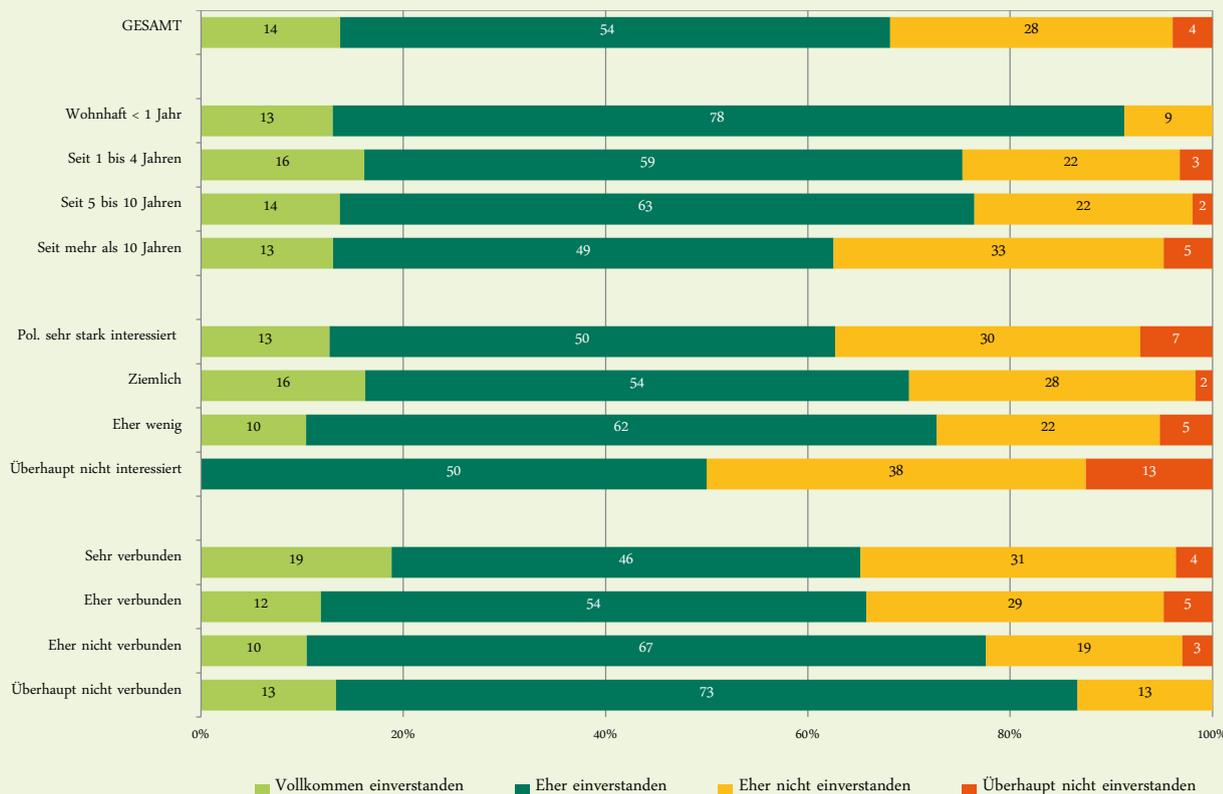
Die **Affinität zum Befragungsthema** wurde mit **fünf Items** erhoben. Aus den fünf Items wurde der **Index "Meinungsführerschaft"** konstruiert (s. Anhang).

- > **Mehrheit** wird **gelegentlich oder unregelmässig um Meinung gebeten**, 10% sehr häufig
- > Etwas mehr als **ein Viertel** der Befragten **engagiert** sich in Gossau
- > Die **Mehrheit** fühlt sich mit Gossau **verbunden**
- > **Vernetzung** in Gossau: **70% (sehr) gut**
- > **Acht von zehn** Befragten **interessiert** sich allgemein "ziemlich" oder "sehr stark" für **politische Themen**

Hinweis: Mit * markierte Kategorien enthalten kleine Fallzahlen (< 30) und können nur mit Vorsicht interpretiert werden.

Abb. 3: "Die Ostschweizer Medien berichten genügend häufig über die öffentlichen Angelegenheiten der Stadt Gossau"

N=511



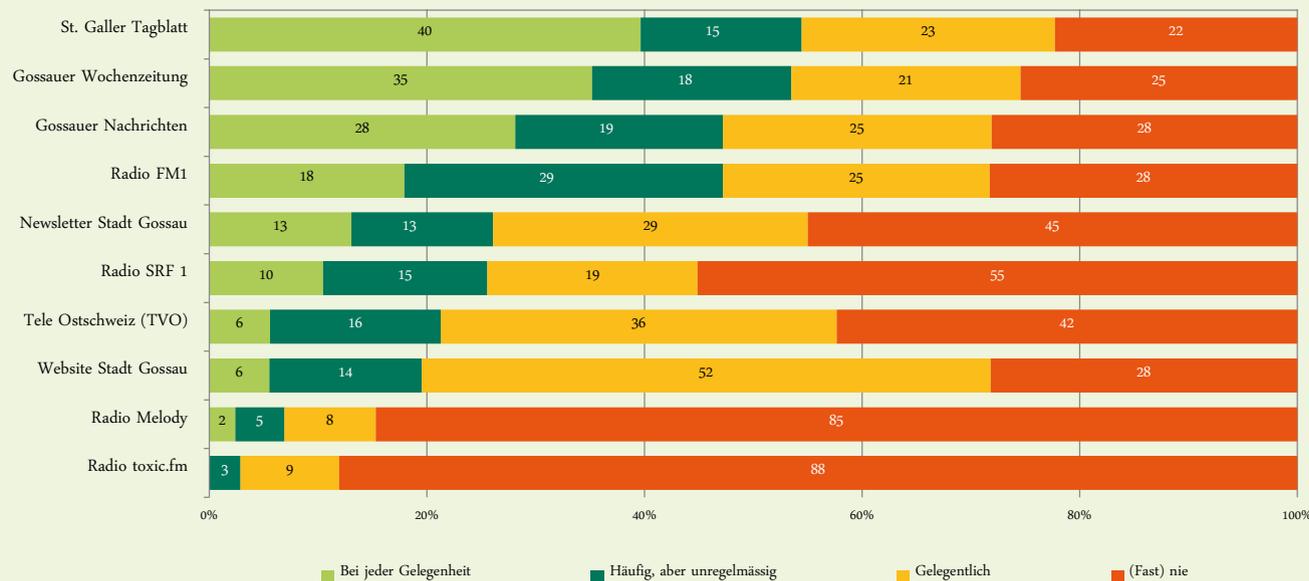
Publicom 2018

Der **erste Ergebnisblock** zeigt, wie sich die Bewohner von Gossau zu Gossau informieren. Im Fokus sind dabei die **Publikumsmedien** (Presse, Rundfunk) und die **Medien der Stadt Gossau** (Website und Newsletter).

- > Mehrheit (ca. zwei Drittel) **zufrieden** mit **Häufigkeit der Medienberichterstattung** über Gossau
- > Personen, die seit **mehr als 10 Jahren** in Gossau wohnen, stimmen tendenziell **weniger** zu als die Anderen
- > **Politisch stark interessierte** und überhaupt **nicht interessierte** haben grossen Anteil an **kritisch eingestellten** Personen
- > **Verbundenheit** mit Gossau hängt mit **Unzufriedenheit** mit Häufigkeit der Berichterstattung zusammen

Abb. 4: Regionale Medienangebote – Nutzungshäufigkeit

N=511

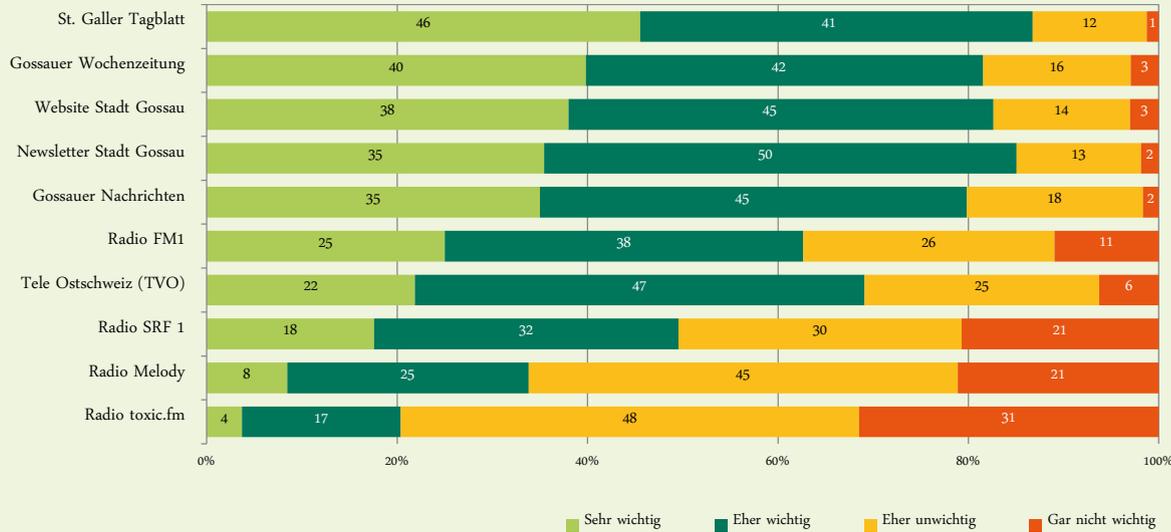


Publicom 2018

- > **Printmedien** werden sehr häufig genutzt
- > Das **St. Galler Tagblatt**, die **Gossauer Wochenzeitung** und die **Gossauer Nachrichten** werden von rund der Hälfte der Befragten häufig gelesen
- > **Gossau-Website** von fast drei Vierteln nach Bedarf genutzt (vgl. Abb. 14), **Newsletter** etwas seltener
- > **Jüngere Befragte** nutzen genannte Medien tendenziell weniger häufig (Ausnahme: Radios FM1 und toxic.fm)

Abb. 5: Regionale Medienangebote – Wichtigkeit für Information über Gossau

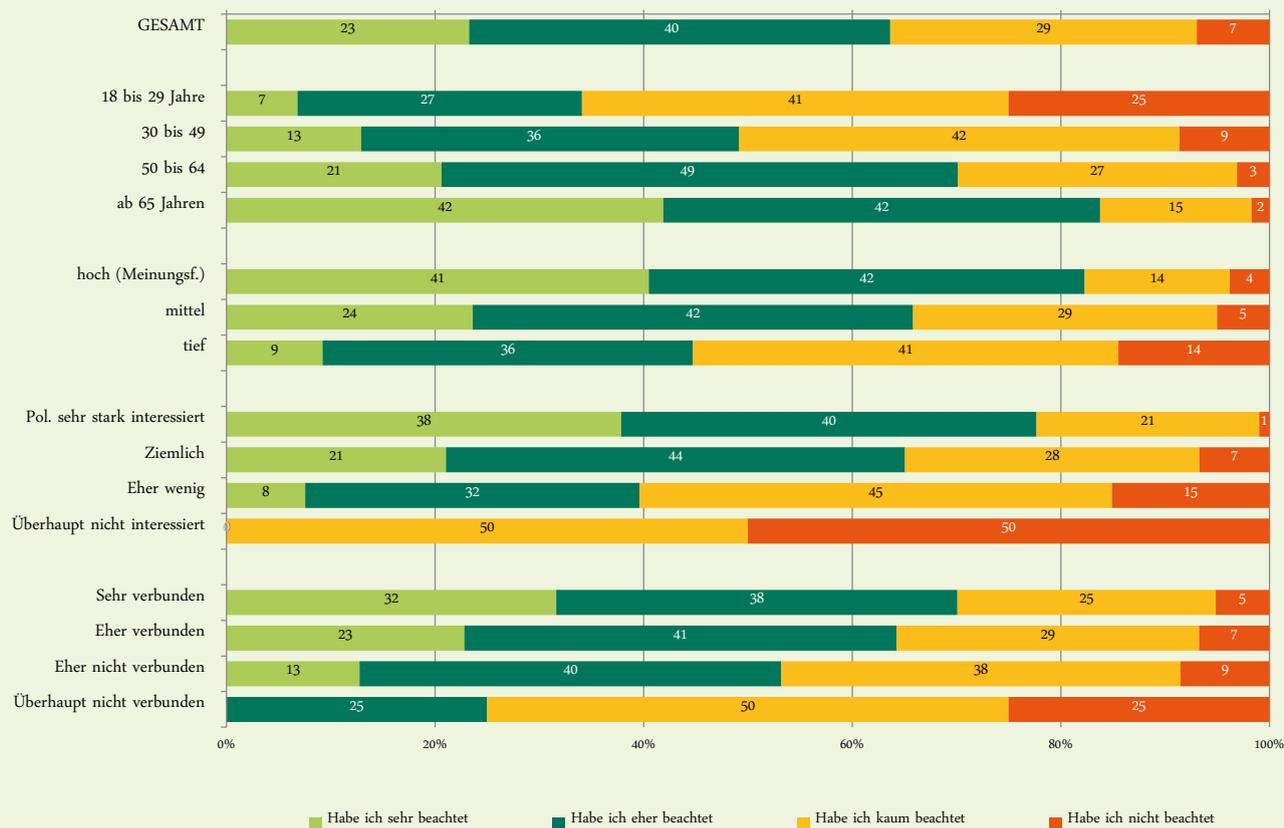
N=511



- > **Wichtigkeit** aller Medien für Informationen über Gossau generell **stärker** ausgeprägt als Nutzungshäufigkeit
- > **Printmedien** spielen sehr wichtige Rolle; **St. Galler Tagblatt** vor GoZ und Gossauer Nachrichten – sowohl bei Wichtigkeit als auch Nutzungshäufigkeit
- > **Website** und **Newsletter** der Stadt Gossau werden von der Mehrheit als (eher) wichtig beurteilt, sie kommen an dritter und vierter Stelle (Wichtigkeit > Nutzungshäufigkeit)
- > **Alterseffekt**: ältere Befragte finden die Medien durchschnittlich wichtiger als die jüngeren Befragten

Abb. 6: Beachtung der amtlichen Publikation in der GoZ

N=511



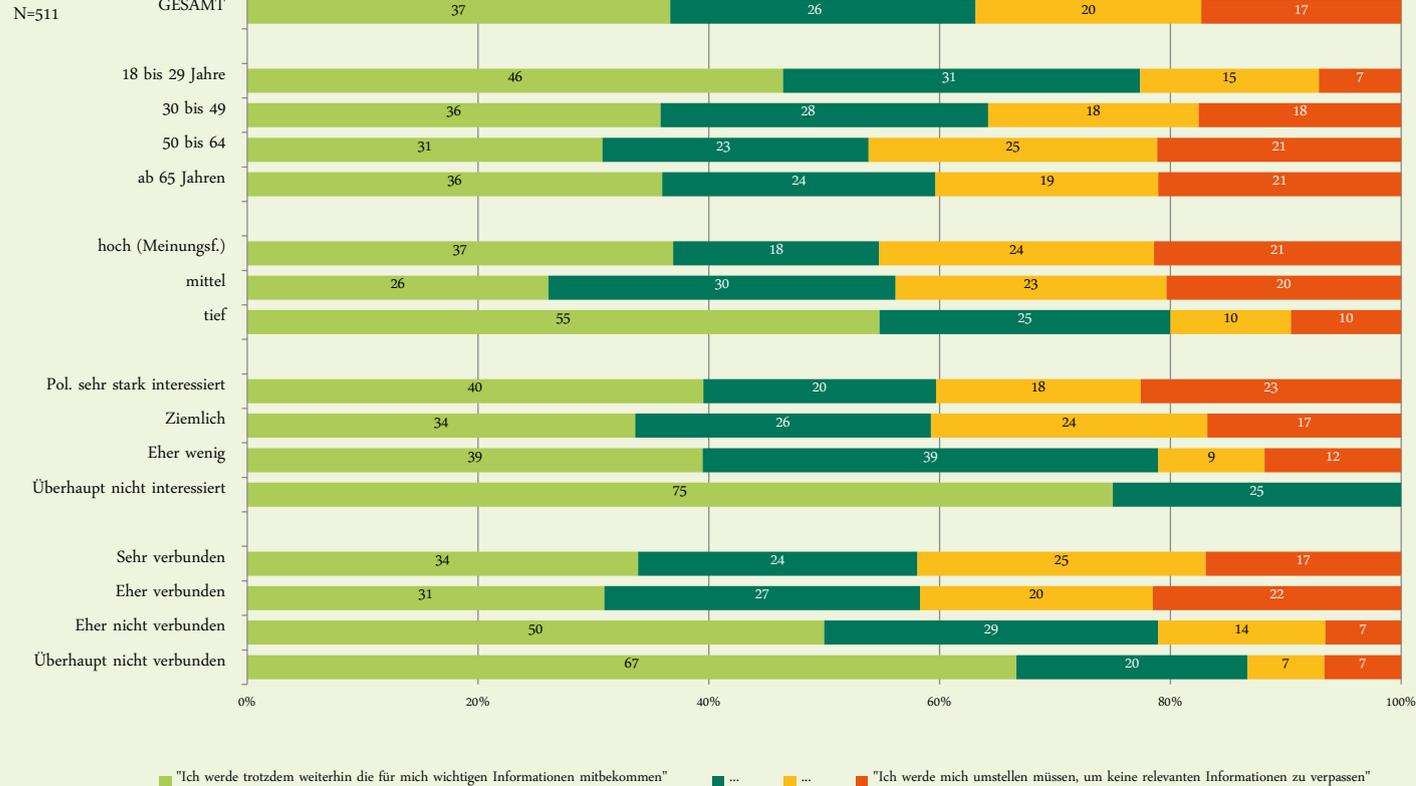
Publicom 2018

Im **zweiten Ergebnisblock** wird das **amtliche Publikationsorgan** behandelt. Bisher erschienen die amtlichen Nachrichten in der Gossauer Wochenzeitung. Ab 2019 hätte Gossau die Möglichkeit, die Mitteilungen nur noch online zu verbreiten. Hier wird evaluiert, **wie** das **Publikationsorgan genutzt** wurde und welche Erwartungen hinsichtlich der **Veränderungen** bestehen.

- > **Mehrheit** beachtete die amtliche Publikation (nur 7% "nie")
- > Markantes **Altersgefälle**
- > **Meinungsführer, politisch interessierte** und mit Gossau **sehr verbundene** Personen beachteten die Publikationen deutlich häufiger

"Wir würden uns ein Mitteilungsblatt wie einige Nachbargemeinden wünschen. Wir sind nicht sehr versiert mit den neuen Medien und wären mit "gedruckten" Informationen besser bedient. (Frau, 65 Jahre)

Abb. 7: Folgen der Einstellung der amtlichen Publikation in der GoZ



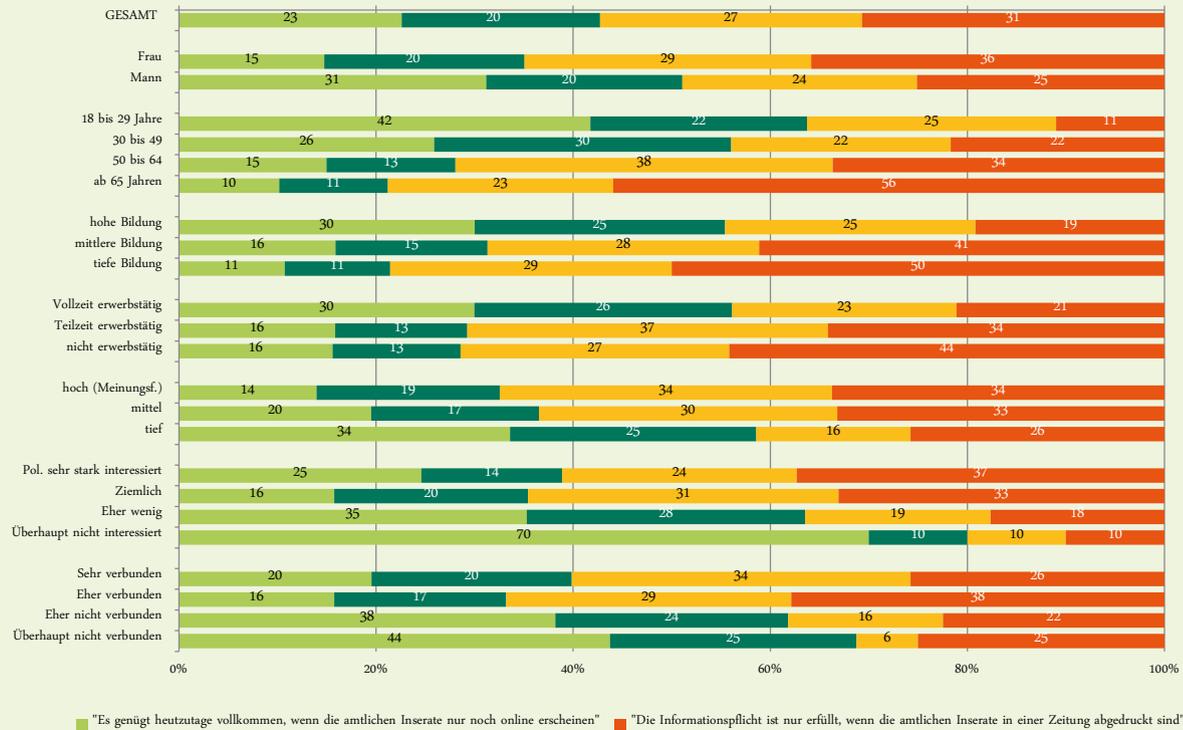
Publicom 2018

> **37 %** müssen sich **umstellen**, um an Infos zu gelangen, v.a. **Ältere, Meinungsführer, politisch interessierte** und mit Gossau **Verbundene**

"Ich würde mich eigentlich für die Dinge welche in Gossau am laufen sind interessieren. In der heutigen Informationsflut gelangen diese Infos einfach nicht mehr zu mir. Früher habe ich gelegentlich die GoZ gelesen. Seit ich gezügelt habe erhalte ich weder GoZ noch Gossauer Nachrichten. Ich frag mich grad wirklich was der für mich passende Informationskanal ist..." (Mann, 31 Jahre)

Abb. 8: Erfüllung der Informationspflicht – reicht online?

N=511



Publicom 2018

- > **Klares Votum** für die Publikation in einer **Zeitung**
- > **Frauen** bevorzugen die Publikation in einer **Zeitung**, **Männer** sind **gespalten**: einer Hälfte reicht eine Online-Publikation, die andere Hälfte benötigt die Publikation in einer Zeitung
- > **Meinungsführer**, **politisch interessierte** und mit Gossau sehr **verbundene** Personen wünschen die Publikation in einer **Zeitung**
- > **Jüngere**, **vollzeit erwerbstätige** Personen und solche mit **hoher Bildung** tendieren zu "online only"

Abb. 9: Offenheit der städtischen Kommunikation

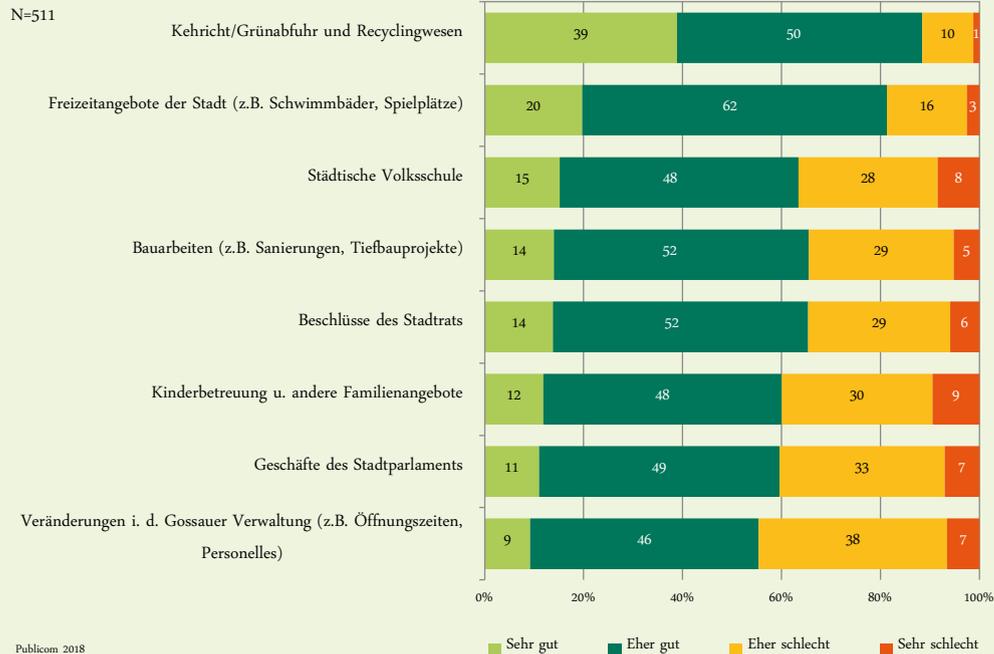
N=511



Im **dritten Ergebnisblock** geht es um die Wahrnehmung der **städtischen Kommunikationsmittel** (Medienarbeit, Website und Abstimmungsunterlagen).

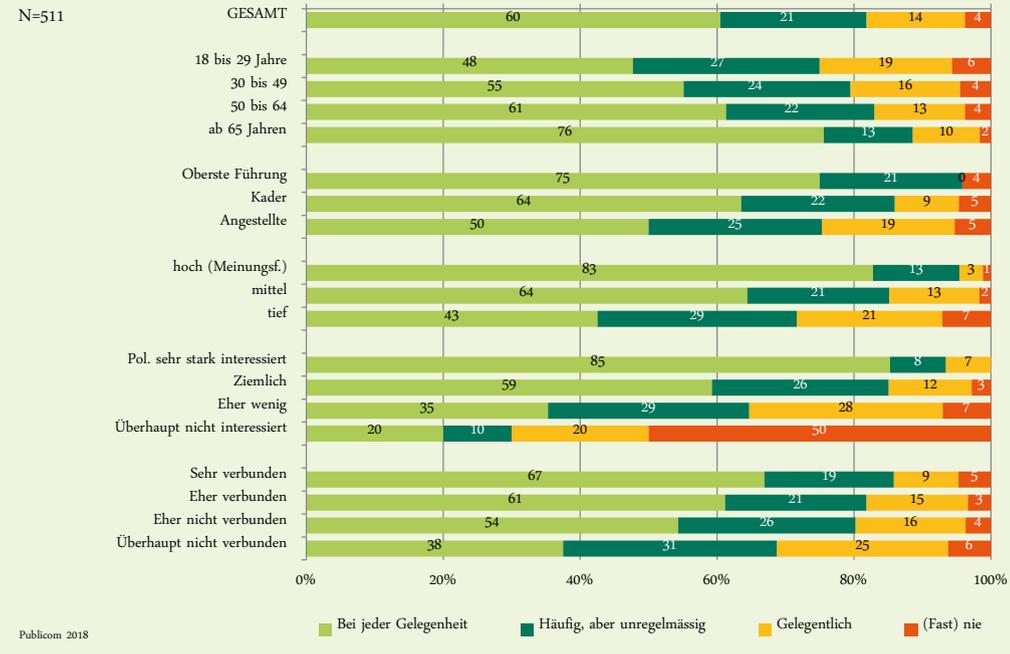
- > **41%** empfinden die städtische Kommunikation als **offen** (top two boxes)
- > Zwischen den Gruppen sind kaum Unterschiede feststellbar
- > Nuancen gibt es bei **Nicht-Erwerbstätigen**: sie empfinden Kommunikation **offener**
- > **Nicht mit Gossau verbundene Bewohner** empfinden Kommunikation des Gossauer Stadtrats und der Stadtverwaltung tendenziell **verschlossen**

Abb. 10: Informationsstand der Gossauer



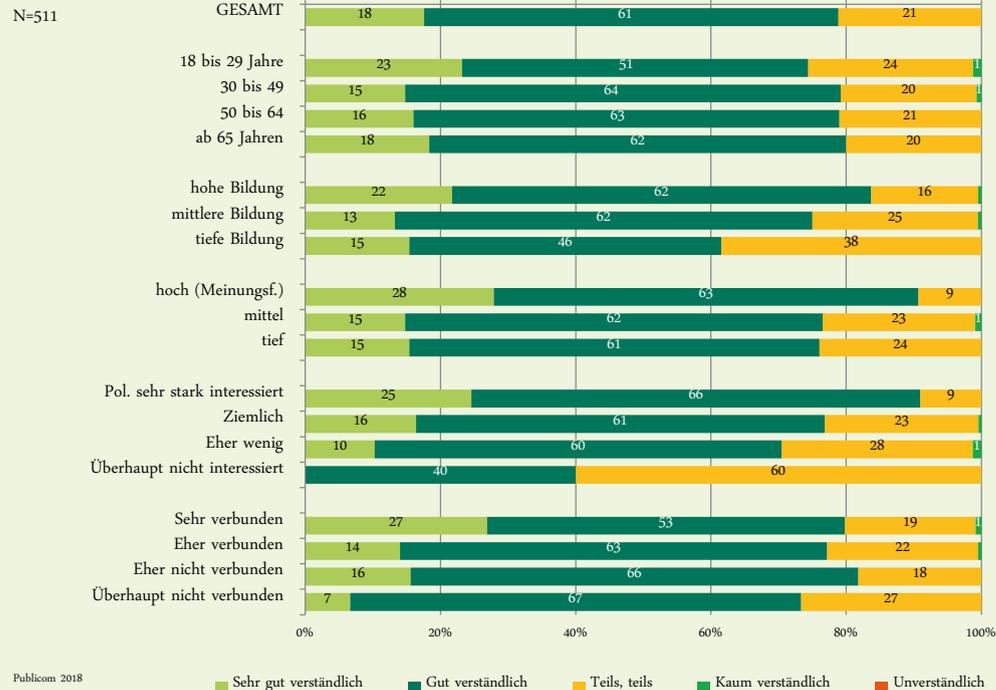
- > Gossauer fühlen sich allgemein (sehr) **gut informiert**
- > Informationsstand besonders bei Themen mit einem starken **Bezug zum Alltag** gut (Kehricht, Freizeit)
- > Zu **politischen** (Parlament und Exekutive) und **verwaltungsinternen Themen** sind die Gossauer etwas **weniger gut informiert**

Abb. 11: Nutzungshäufigkeit der Abstimmungsunterlagen



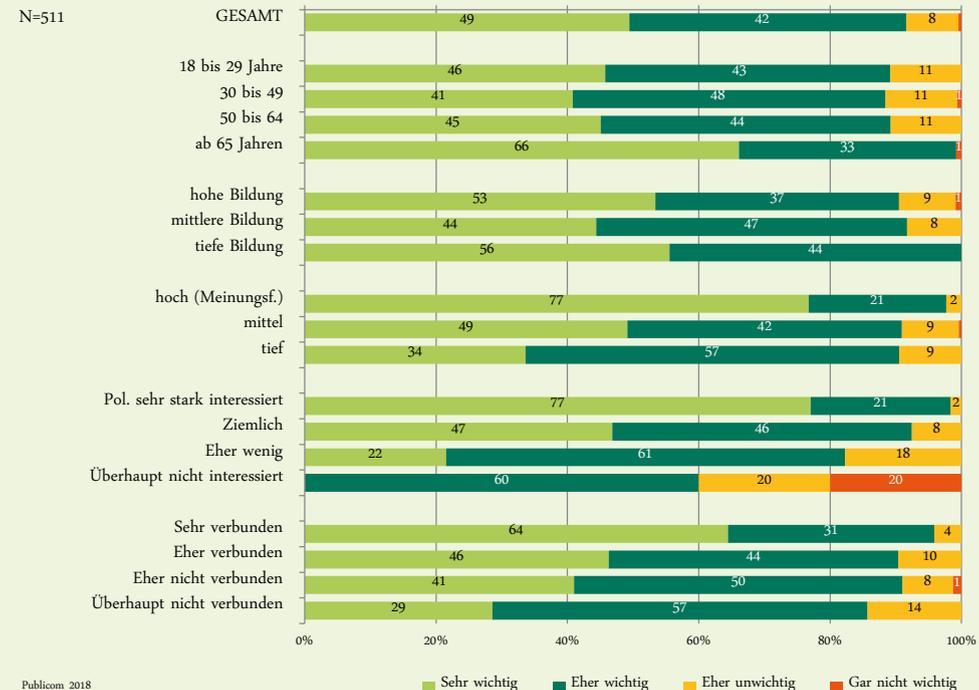
- > **Bedeutende Mehrheit** liest Abstimmungsunterlagen
- > Positiver Effekt von **Alter, beruflicher Stellung, Meinungsführerschaft** und **allgemeinem politischen Interesse** und **Verbundenheit mit Gossau**.

Abb. 12: Verständlichkeit der Abstimmungsunterlagen



- > **Hohe Verständlichkeit:** Keiner findet die Abstimmungsunterlagen unverständlich, **vier Fünftel** finden sie (sehr) **gut verständlich**
- > **Meinungsführer, politisch sehr stark interessierte** und mit Gossau sehr **verbundene Personen** finden die Abstimmungsunterlagen überdurchschnittlich sehr gut verständlich

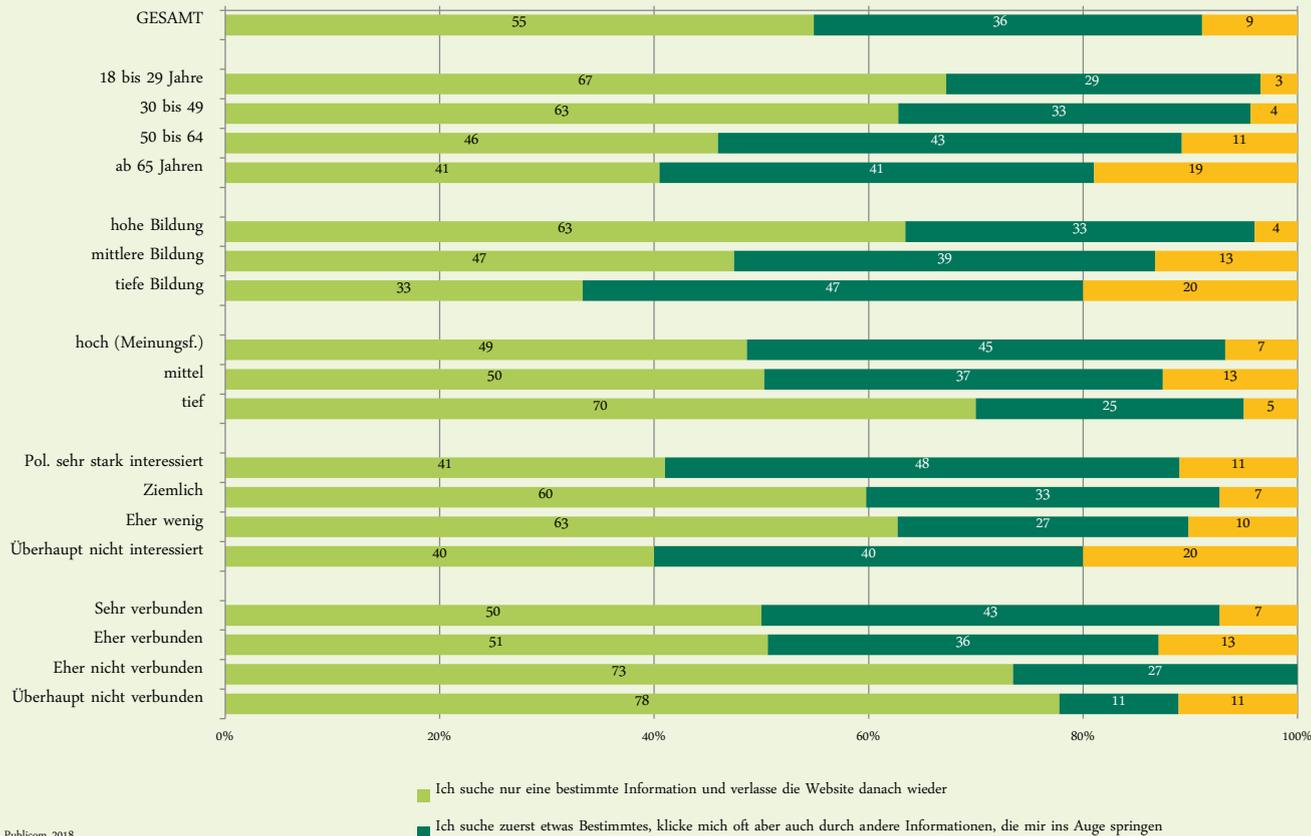
Abb. 13: Wichtigkeit der Abstimmungsunterlagen



- > Abstimmungsunterlagen sind (sehr) wichtig, um über aktuelle **politische Geschäfte** informiert zu sein (9 von 10)
- > Wie die **Verständlichkeit** korreliert die **Wichtigkeit** mit dem allgemeinen politischen Interesse, mit der Verbundenheit mit Gossau und mit der Meinungsführerschaft

Abb. 14: Nutzungsmodus der Website der Stadt Gossau

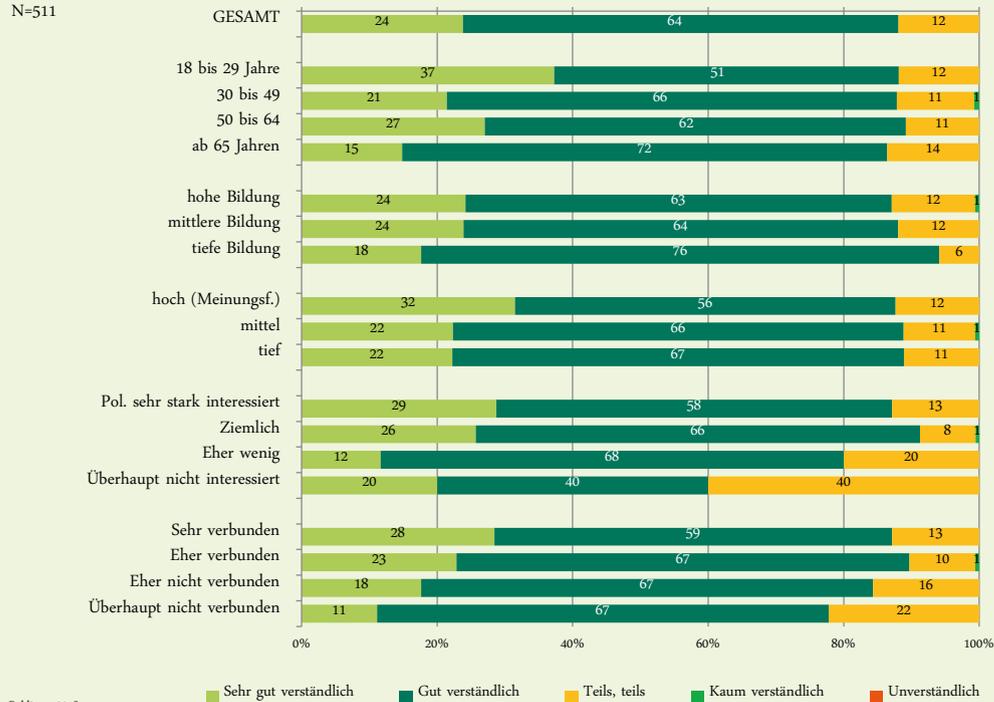
N=511



Publicom 2018

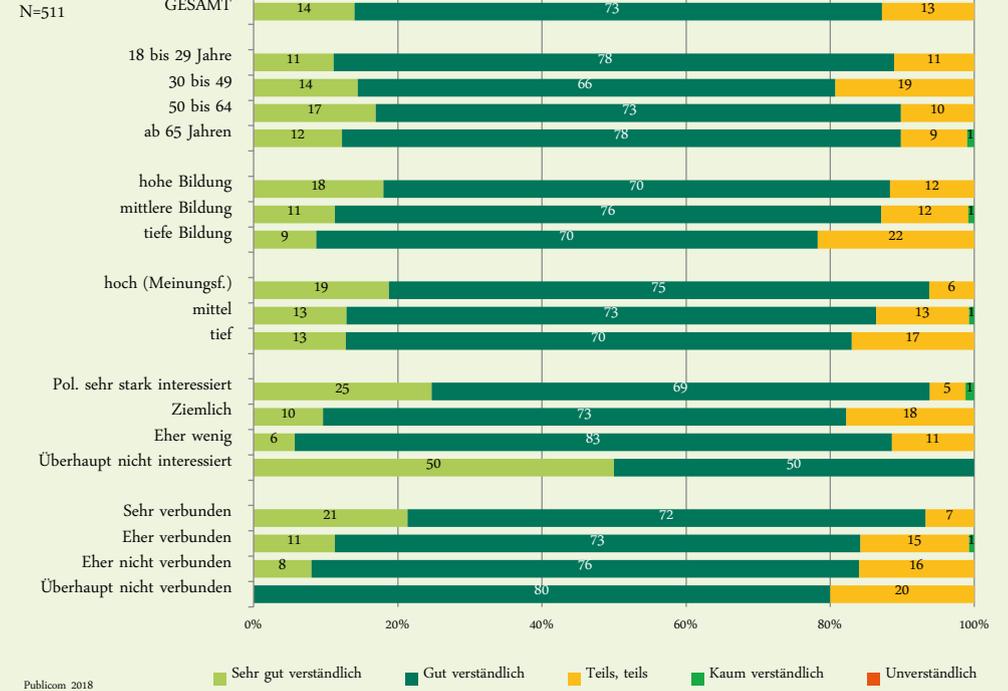
- > Häufigster Nutzungsmodus: **gezielte Suche** nach Infos (55%)
- > 36% suchen **zuerst gezielt** und **surfen** anschliessend weiter
- > 9% klicken sich **durch die Rubriken**
- > Zwischen Segmenten sind **Unterschiede eher gering**
- > **Jüngere** Segmente, höher **gebildete** Befragte nutzen die Website leicht **gezielter**
- > **Ältere** Personen und Personen mit **tiefer Bildung** gehen überdurchschnittlich häufig systematisch durch die **Rubriken** (jeweils ca. 20%)

Abb. 15: Verständlichkeit der Website der Stadt Gossau



- > Website insgesamt **gut bis sehr gut verständlich**
- > **Jüngere Personen** finden die Website überdurchschnittlich häufig "sehr gut"
- > Positiver Effekt der **Verbundenheit mit Gossau** auf Bewertung der Website

Abb. 16: Verständlichkeit des Newsletters der Stadt Gossau



- > Newsletter insgesamt **gut verständlich**.
- > Beim Newsletter fallen weniger "sehr gut verständlich" aus als bei der Website
- > **Verbundenheit** hat positiven Effekt auf Verständlichkeit

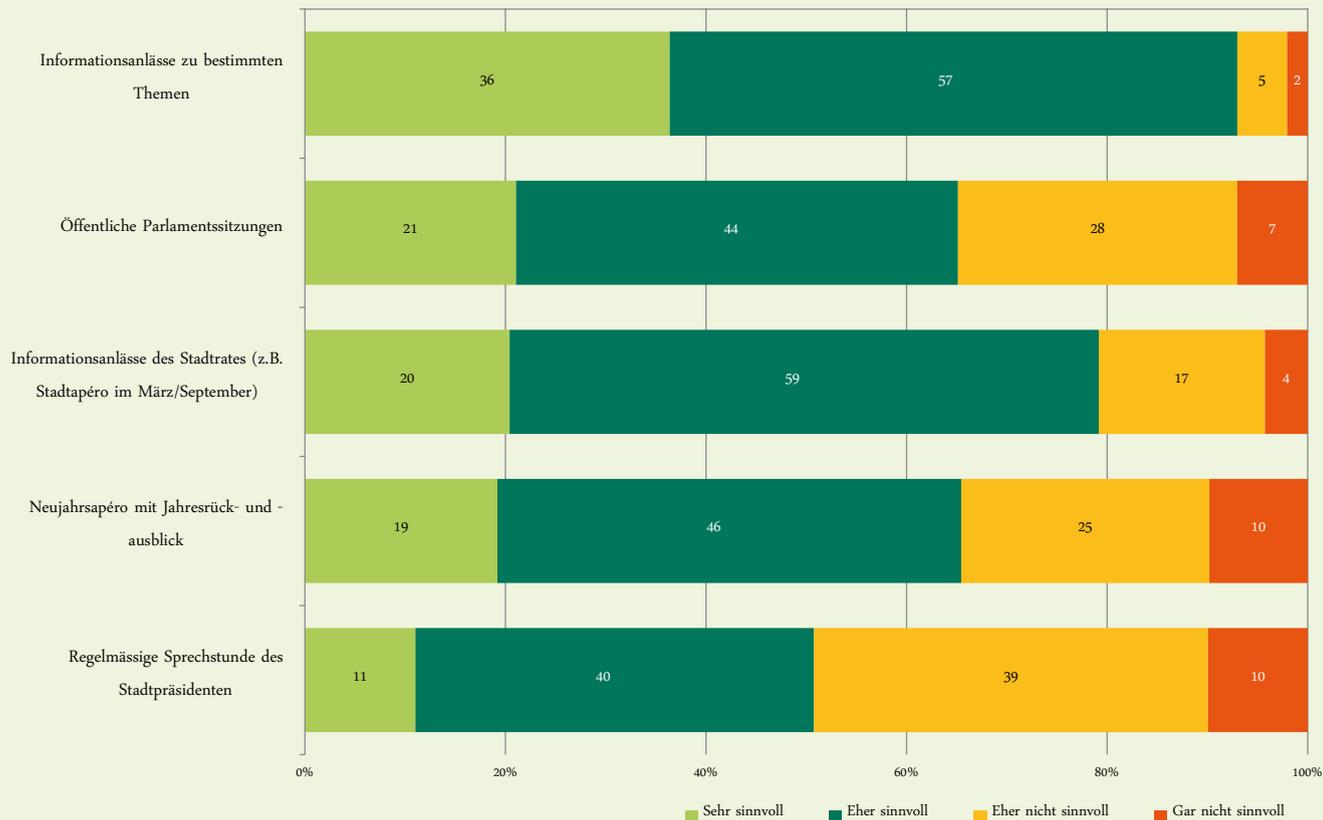
Abb. 17: Neuigkeiten aus Gossaus Stadtrat oder Verwaltung durch Gespräche



- > Gossauer erfahren häufig neues aus dem Stadtrat oder der Verwaltung **in Gesprächen**
- > **Männer** können häufiger als Frauen auf diesen Weg der Informierung zählen
- > Positiver Effekt der **Bildung**
- > Personen mit **Kindern im Haushalt** erfahren häufiger Neues als Singles und Paare ohne Kinder im Haushalt; vermutlich ist die **Vernetzung** der Eltern durch die **Kinder** für den Informationsaustausch förderlich
- > Weitere Aspekte der Vernetzung: **Wohndauer** und **Verbundenheit mit Gossau** positiv mit der informellen Informierung korreliert
- > Personen mit hoher **Meinungsführerschaft** häufiger Teil des **informellen Informationsaustauschs**
- > Politisch allgemeine **Desinteressierte** informieren sich stärker durch **Gespräche** über Gossaus Stadtrat oder Verwaltung

Abb. 19: Ideen für den Austausch zwischen Stadtrat und Bevölkerung

N=511

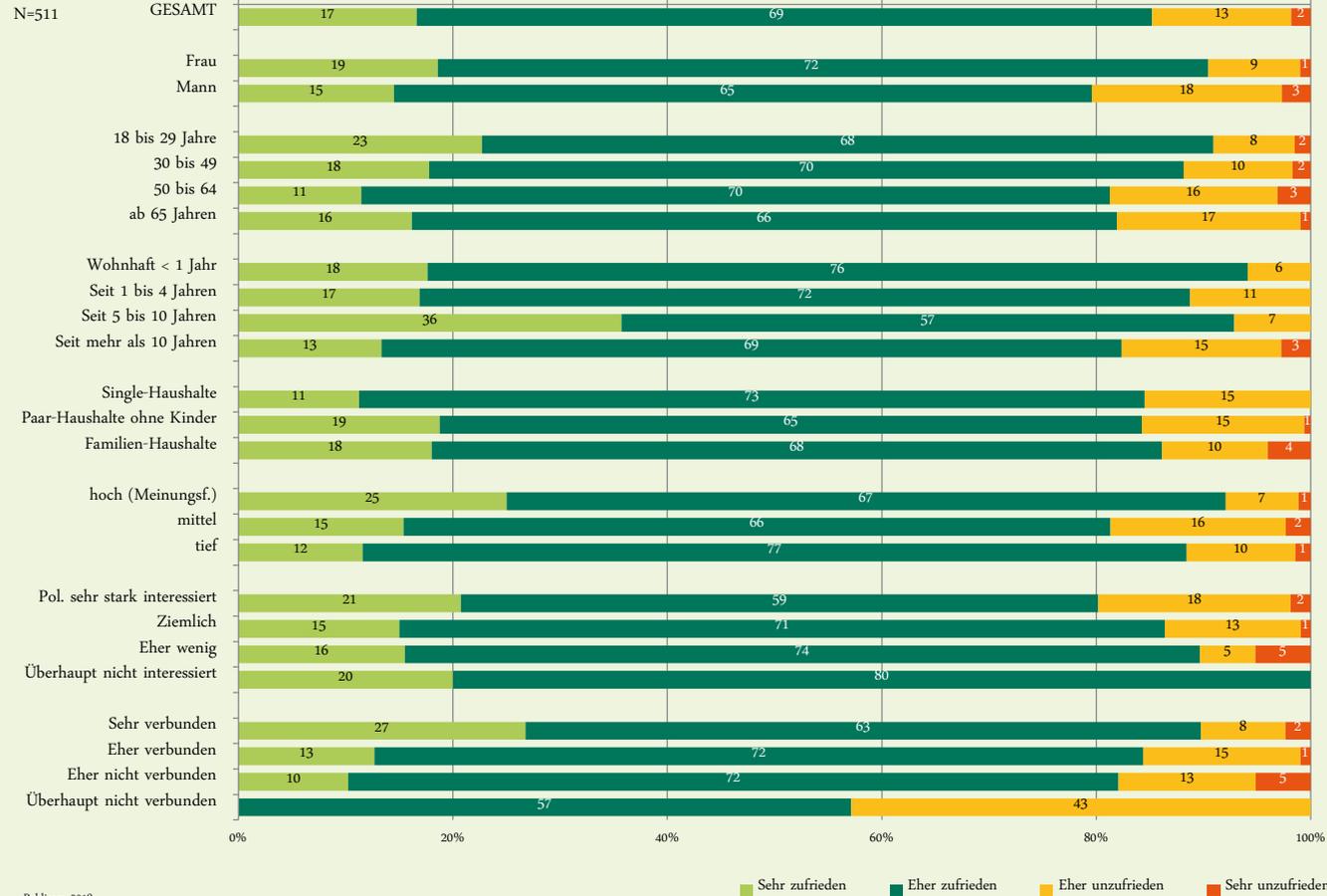


Publicom 2018

Teilnehmer der Befragung wurden nach der Erwünschtheit von fünf möglichen **Begegnungen zwischen Bevölkerung und Stadtrat** gefragt.

- > Favorisiert werden **Informationsveranstaltungen zu bestimmten Themen**
- > **Regelmässige Informationsanlässe** des Stadtrates (z.B. Neujahrsapérop mit Jahresrück- und -ausblick) und **öffentliche Parlamentsitzungen** werden etwas weniger gewünscht
- > Eine regelmässige **Sprechstunde des Stadtpräsidenten** wird von der Hälfte als (eher) sinnvoll, von der andern Hälfte als (eher) nicht sinnvoll betrachtet

Abb. 20: Zufriedenheit mit dem öffentlichen Auftreten der Stadrats-Mitglieder

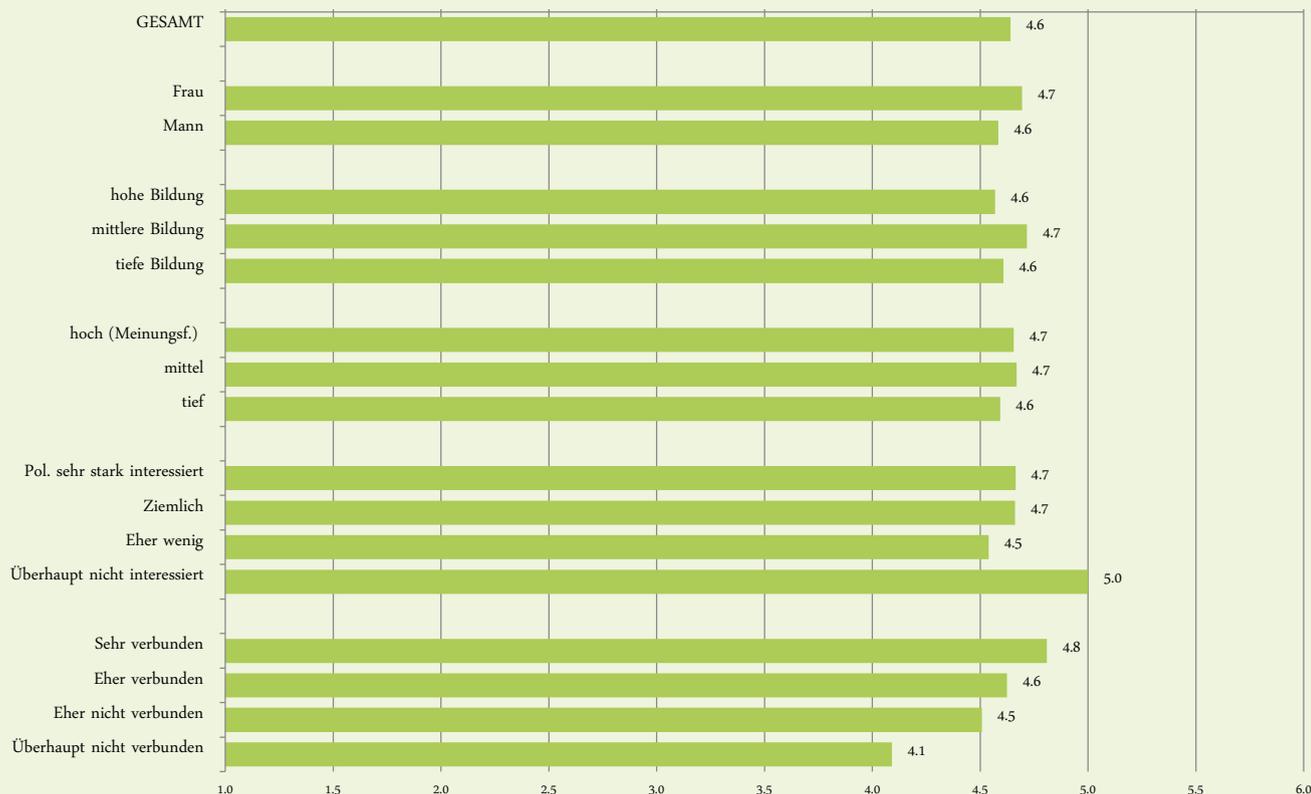


Thema des **vierten und letzten Ergebnisblocks** ist die **Wahrnehmung des Stadtrates**: zum einen die Zufriedenheit mit dem öffentlichen Auftreten der Stadrats-Mitglieder, zum andern soll die Arbeit des Stadtrates mit einer Schulnote bewertet werden.

- > **Grosse Zufriedenheit** der Gossauer mit öffentlichem Auftreten des Stadtrats
- > 15% eher oder sehr unzufrieden
- > **Frauen** durchschnittlich zufriedener
- > **Jüngere Personen** häufiger zufrieden
- > **Meinungsführer** tendenziell **zufriedener** mit dem Auftreten des Stadtrats
- > politisch **sehr stark Interessierte** sind verhältnismässig häufig **unzufrieden**

Abb. 21: Bewertung der Arbeit des Stadtrats in Schulnoten

N=511, Mittelwerte 1 bis 6 (6="sehr zufrieden")



Publicom 2018

- > Durchschnittsnote beträgt **4.6** – aus Erfahrung von Publicom ein ansprechender Wert, mit gewissem Verbesserungspotenzial
- > **Frauen** geben dem Stadtrat leicht bessere Noten als Männer (4.7 / 4.6)
- > **Verbundenheit** mit Gossau wirkt sich **positiv** auf Durchschnittsnote aus

"Ich finde es schade, dass in der Umfrage das Thema Social Media praktisch gar nicht zu Wort kam, unser Leben wird je länger je mehr digitalisiert; daher finde ich es wichtig, dass die Stadt Gossau auch mit der Zeit geht und sich mal überlegen könnte, Informationen auch auf Facebook, Twitter zu veröffentlichen, ich denke so wären auch die jüngeren Generationen besser informiert und würden sich vielleicht auch mehr in politische Themen, Abstimmungen oder Allgemeine Themen einbringen oder es würde auch unter den jüngeren Generationen über aktuelle Themen der Stadt Gossau gesprochen." (Mann, 26 Jahre)

Informationsverhalten und Publikationsorgan

> **Publikums- und städtische Medien werden genutzt**

Printmedien gehören nach wie vor zu den wichtigsten Informationsquellen, wenn es um öffentliche Angelegenheiten der Stadt Gossau geht. Die wichtigsten Medien für das Geschehen in Gossau sind das St. Galler Tagblatt, die Gossauer Wochenzeitung (GoZ), die Website und der Newsletter der Stadt Gossau und die Gossauer Nachrichten.

> **Amtliches Publikationsorgan in Zeitung wird gewünscht**

Eine Mehrheit beachtete die amtlichen Publikationen in der GoZ. Viele Gossauer müssen sich nach der Einstellung der GoZ umstellen, wenn sie an die Informationen gelangen wollen. Eine Mehrheit sieht die Informationspflicht nur dann erfüllt, wenn amtliche Mitteilungen auch in einem Printmedium publiziert werden. Im Relevant Set ist v.a. das St. Galler Tagblatt: Es wird häufig genutzt und als Medium mit einer hohen Wichtigkeit für Gossauer Themen wahrgenommen.

> **Amtliche Publikation "Online only" mehrheitlich unerwünscht**

Die Publikation "Online only" befürwortet nur eine Minderheit.

Städtische Kommunikation

> **Städtische Kommunikation wird als relativ offen und insbesondere als sehr verständlich wahrgenommen**

Die städtische Kommunikation erfüllt damit seine Ziele gemäss Kommunikationskonzept

> **Gossauer sind gut informiert**

Gossauer sind v.a. über Themen mit Bezug zu ihrem Alltag gut informiert.

> **Abstimmungsunterlagen sind verständlich und werden genutzt**

Abstimmungsunterlagen werden häufig gelesen, sie sind verständlich und sie werden für wichtig befunden.

> **Website und Newsletter werden für gut befunden**

Die Website wird mehrheitlich zielgerichtet besucht. Die Verständlichkeit der Website und des Newsletters sind gut (Website leicht besser als Newsletter).

> **Gossauer mehrheitlich zufrieden mit Stadtrat**

Die Gossauer sind mehrheitlich zufrieden mit dem Auftreten des Stadtrats. Der Arbeit des Stadtrats geben die Bewohner von Gossau eine ansprechende Durchschnittsnote von 4.6.

> Amtliches Publikationsorgan St. Galler Tagblatt

Die meistgelesene Zeitung ist das St. Galler Tagblatt. Die Tageszeitung wird auch als wichtig für Gossauer Themen beachtet.

Eine Mehrheit der Gossauer erwarten die Publikation der amtlichen Informationen in einem Printmedium. Gerade hoch interessierte und involvierte Personen sind es sich gewohnt, für Amtliches eine Zeitung zu lesen.

Zudem könnte ein beachtlicher Teil mit einer "Online only"-Variante nicht abgeholt werden.

> Newsletter-Wahrnehmung stärken

Viele Nichtnutzer haben keine Kenntnis von der Existenz des Newsletters. Die Bekanntheit des Newsletters kann durch geeignete Massnahmen, wie z.B. einem entsprechenden Hinweis bei amtlichen Mitteilungen, gesteigert werden.

*"Um ehrlich zu sein, wusste ich von der Existenz eines Newsletters der Stadt nichts."
(Mann, 46 Jahre)*

"Was für ein Newsletter? Per E-Mail?" (Frau, 29 Jahre)

> Weitere zusätzliche Distributionskanäle

Für die Personen, die sich hauptsächlich online informieren, könnten die amtlichen Informationen zusätzlich in den Newsletter eingebunden werden.

Des Weiteren könnten zusätzlich Social-Media-Kanäle (Twitter, Facebook, ...) bespielt werden, um die online-affine Bevölkerung besser zu erreichen.

"Wenn die jungen Leute auch informiert und einbezogen werden sollen, dann sollte die Stadt Gossau das über Social Media machen. Es läuft heutzutage so viel über Social Media; ich denke ein Einstieg würde sich lohnen. (Mann, 27 Jahre)

> Themenbezogene Informationsveranstaltungen

Themenbezogene Ad-hoc-Veranstaltungen, die den Kontakt zwischen städtischer Politik bzw. Verwaltung und der Bevölkerung fördern, sind sehr akzeptiert. An zweiter Stelle folgen im Kalenderjahr verankerte Informationsanlässe.

Variable "Meinungsführerschaft"

Die Variable "**Meinungsführerschaft**" wird aus folgenden fünf Variablen konstruiert (Summieren der Antworten):

F22 "Meinung"

"Wie häufig werden Sie vor Abstimmungen und Wahlen in der Stadt Gossau von Arbeitskollegen, Bekannten, Freunden oder Familienmitgliedern um Ihre Meinung gebeten?" (vierstufige Skala)

F32 "Engagement in Gossau"

"Wie engagiert sind Sie in der Gossauer Politik, im Gossauer Vereinsleben oder in der Gossauer Kultur?" (vierstufige Skala)

F33 "Verbundenheit mit Gossau"

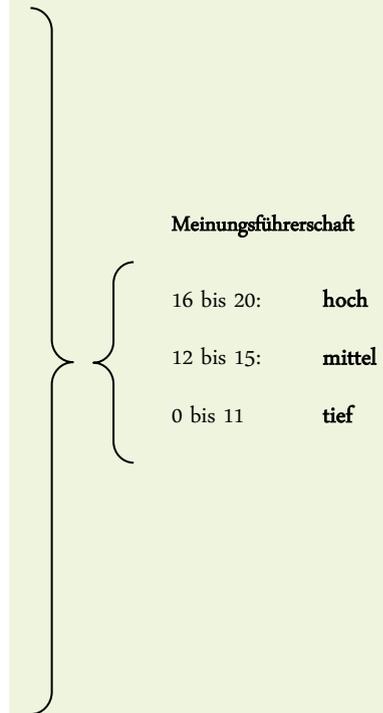
"Wie sehr fühlen Sie sich mit der Stadt Gossau verbunden" (vierstufige Skala)

F34 "Vernetzung in Gossau"

"Im Leben läuft ja auch vieles über Beziehungen. Wie gut sind Sie persönlich in Gossau vernetzt?" (vierstufige Skala)

F35 "Allgemeines politisches Interesse"

"Wie sehr interessieren Sie sich für die politischen Aspekte des Tagesgeschehens in Ihrer Umgebung und auf der Welt?" (vierstufige Skala)



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

Kontaktperson Publicom:

Raoul Steiger

Research Consultant

rstieger@publicom.ch

Publicom AG

Beratung und Forschung
für Medien und Kommunikation

Alte Landstrasse 55

Postfach

CH-8802 Kilchberg

Tel. (+41) 044 716 55 11

Fax (+41) 044 716 55 00

www.publicom.ch