

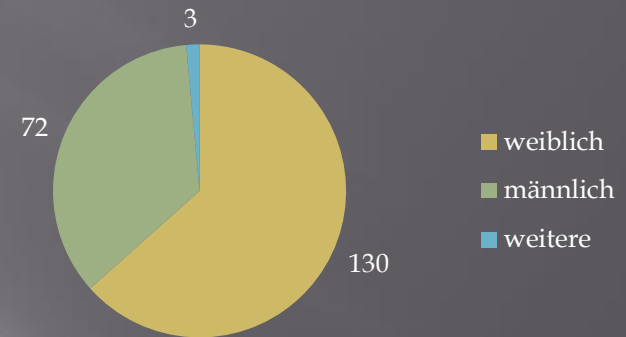
UMFRAGE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT 2017

Ergebnisse der Befragung von
Anwohner*innen in MNW durch das
Quartiersmanagement im Frühjahr 2017

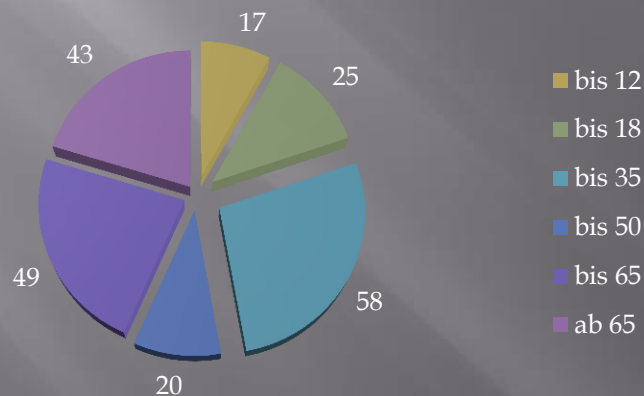
Grundlegendes

- ▣ Anzahl Teilnehmer*innen: 233
- ▣ Gültige Fragebögen: 219
- ▣ Fehlangaben: 7,8 % → hohe Performanz

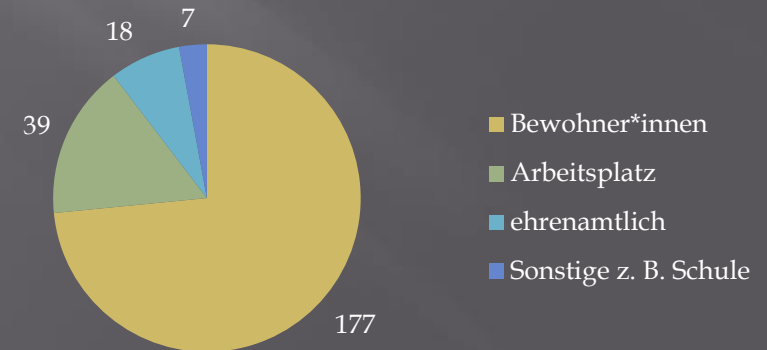
Verteilung Geschlecht



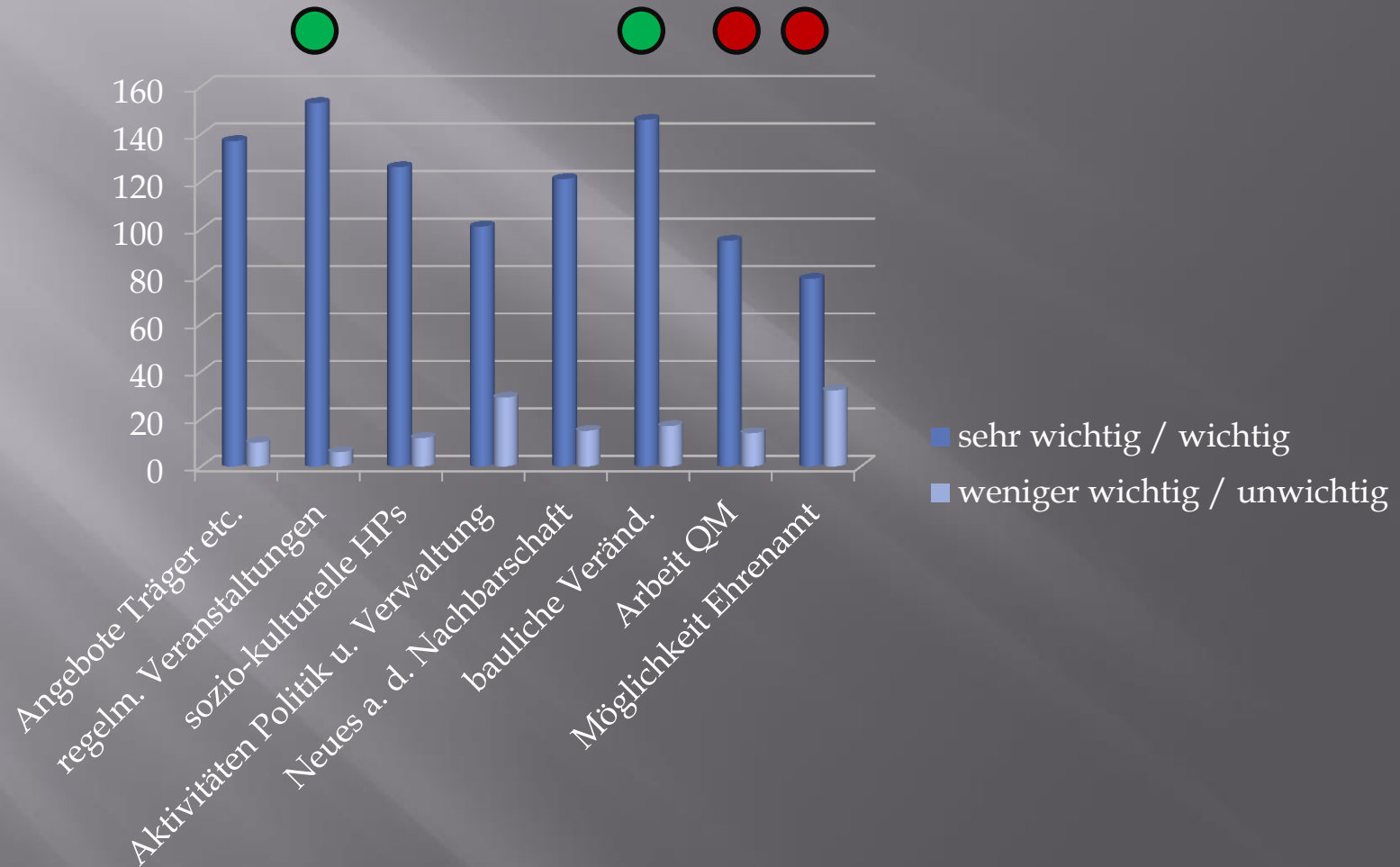
Alter



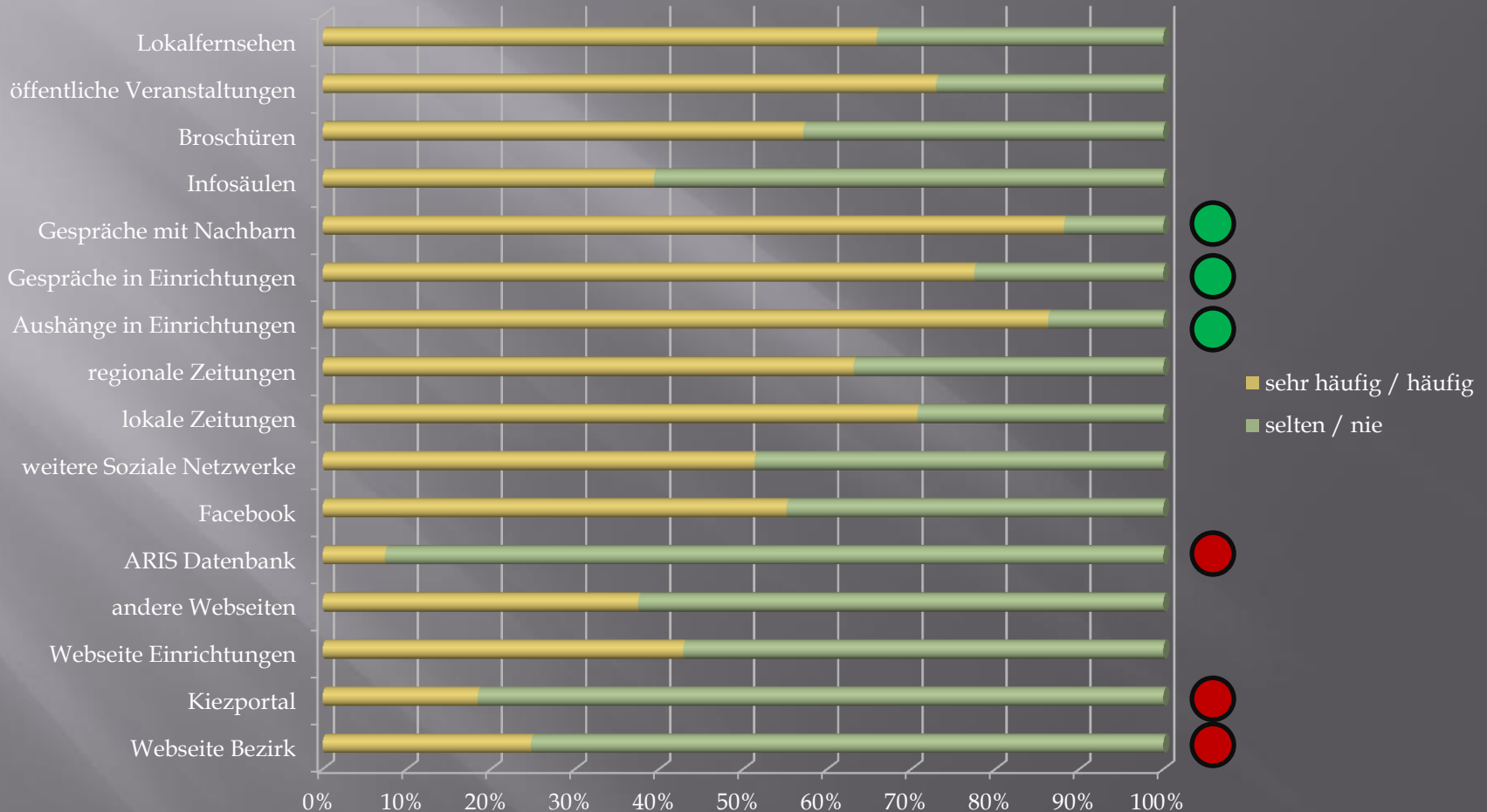
Anbindung an MNW



Welche Themen interessieren?



Mediennutzung



Top 3 Themen nach Altersklassen

Thema	65+	50 - 65	36 - 49	19 - 35	13 - 18	0 - 12
regelmäßige Veranstaltungen	2		1	1	1	1
Neues aus der Nachbarschaft	3				3	
bauliche Veränderungen	1	1		3	2	
soziokulturelle Höhepunkte		2	3			3
Angebote von Trägern etc.		3	2	2		2

Top 4 Medien nach Altersklassen

Medien	65+	50 - 65	36 - 49	19 - 35	13 - 18	0 - 12
lokale Zeitungen	1	1	2			
Gespräche mit Nachbarn	2	2		2	1	4
Aushänge in Einrichtungen	3	4	4	3		1
Lokalfernsehen	4					
Gespräche in Einrichtungen		3		4		3
Facebook			1	1	2	
Regionale Zeitungen			3			
weitere soziale Netzwerke					3	2
öffentl. Veranstaltungen					4	

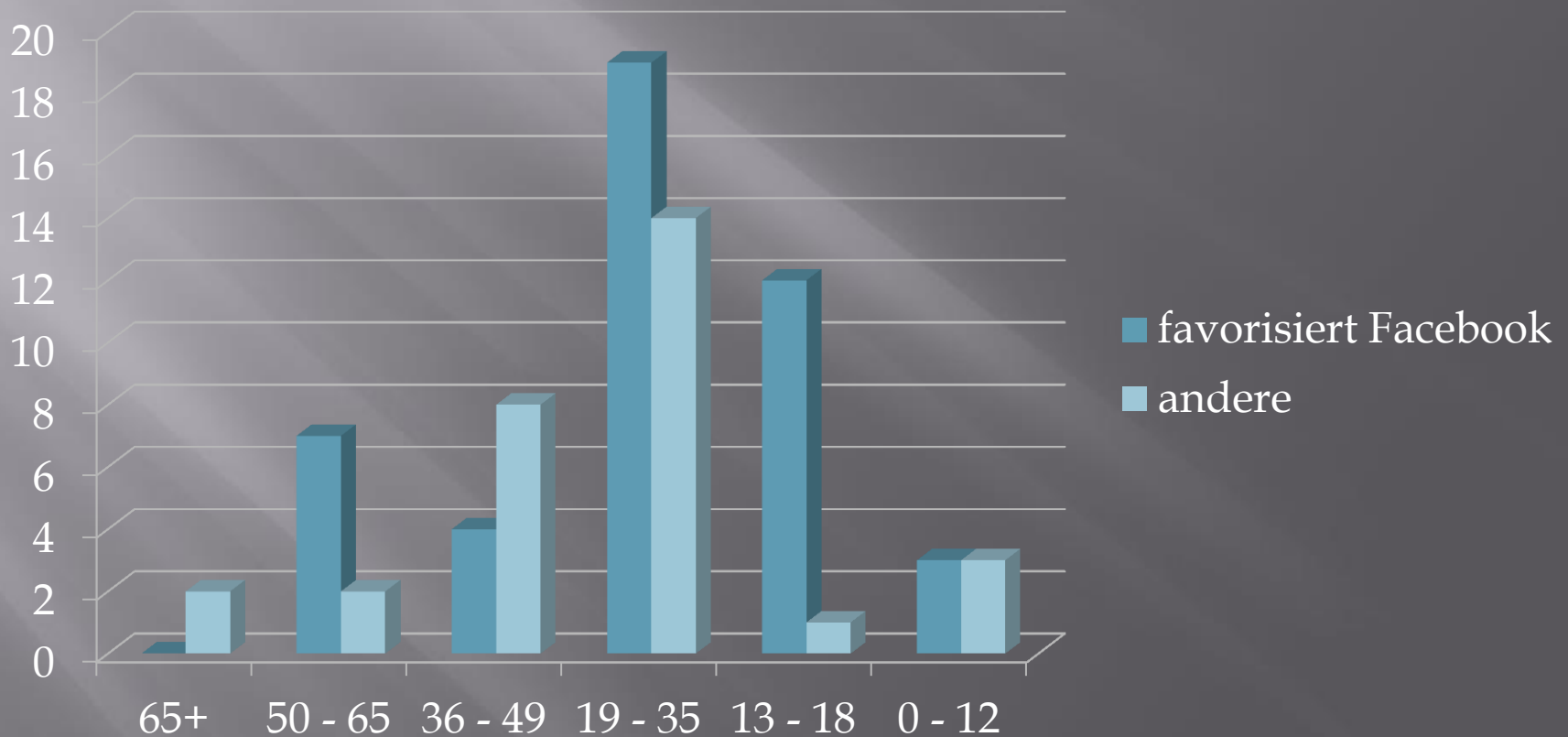
Themen / Medien nach Geschlecht

Themen	♀	♂	♀♂
regelmäßige Veranstaltungen	1	2	0
bauliche Veränderungen	2	1	1
Angebote Träger etc.	3	3	0
Neues aus der Nachbarschaft			2
Aktivitäten von Politik, Verw. etc.			3

Medien	♀	♂	♀♂
Gespräche mit Nachbarn	1	1	
Aushänge in Einrichtungen	2		3
Gespräche in Einrichtungen	3	2	
lokale Zeitungen	4	4	2
regionale Zeitungen		3	1
Lokalfernsehen			4

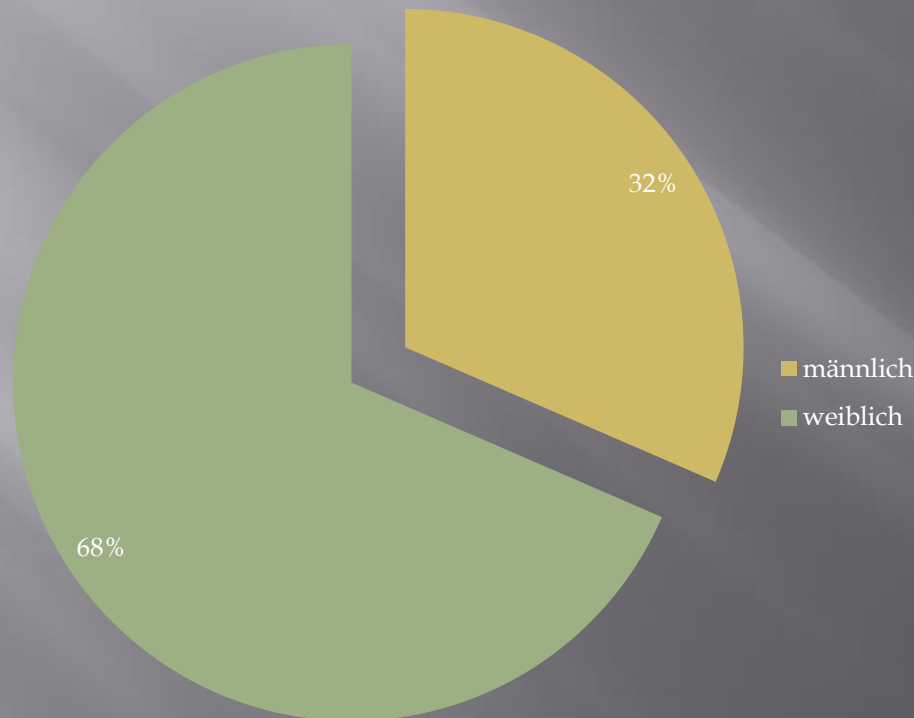
Einzelgruppe Facebook (Bsp.)

Nutzung von Facebook / Alter



Facebook II

Nutzung von Facebook



Die Einzelgruppe „Facebook“ spiegelt allgemeinen Trend der Umfrage 1:1 wieder (Verhältnis Geschlechter der Teilnehmenden, Altersstruktur usw.). Ebenso trifft dies auf andere Einzelgruppen zu!

In welchen Bereichen man sich engagieren würde...



Weitere Themen die genannt bzw. Wünsche die geäußert wurden...



Wortgröße und Anzahl der Nennungen stehen in keinem Zusammenhang

Interpretation I

- ▣ QM-Verfahren ist wenig bekannt bzw. weckt geringes Interesse (ebenso wie dessen Instrumente) → mehr öffentliche Präsenz, mehr Unterstützung der Multiplikator*innen
- ▣ selbst unter angebundenen Personen ist die Anzahl derer die nicht informiert werden möchten hoch (21 %) → Grenzen von ÖA
- ▣ es engagieren sich deutlich mehr weibliche als männliche Menschen, auch ist die Aufgeschlossenheit gegenüber Befragungen höher → MNW bedient den Querschnitt
- ▣ es gibt ein Bedürfnis sich mitzuteilen → Teilnahme und nicht abgefragte Beiträge

Interpretation II

- ▣ ca. 20 % der Befragten wohnen **und** arbeiten hier → viele Menschen sind Ganztags an den Stadtteil angebunden (somit auch gut erreichbar)
- ▣ eine zielgruppenspezifische Ansprache ist möglich, eine zielgruppenübergreifende aufgrund der Unterschiedlichkeit in Medien und Themen **nicht** (dies äußert sich sowohl hinsichtlich der Medien / Themen, als auch des Alters und bedingt des Geschlechts)
- ▣ bei jüngeren Generationen hat das Geschlecht weniger Auswirkung auf Themeninteresse und Medienwahl
- ▣ es ist etwas wie ARIS gewünscht ABER es benötigt auch eine Heranführung an die Bürger*innen → „zentrales Informationsmedium“

Interpretation III

- ▣ Item übergreifend wird deutlich, dass die direkte Ansprache (**peer to peer**, zweitrangig über Akteure) die wirksamste Methode ist Personen zu erreichen → Wertschätzung
- ▣ je höher das Alter, desto geringer das Vertrauen in neue Medien bzw. eine entsprechende Medienkompetenz
- ▣ Menschen in MNW wollen informiert werden wenn sich das Wohnumfeld spürbar verändert und haben ein Interesse zu erfahren, wie Sie ihre Freizeit im Stadtteil gestalten können

Weitere Fragen...?

Vielen Dank für's
Mitmachen!!!

