

Sie haben bereits 3% des Fragebogens ausgefüllt. 3%

SVI-Stiftungslehrstuhl für Marketing und Dialogmarketing an der Steinbeis-Hochschule Berlin

Prof. Dr. Dr. Helmut Schneider

Kommunale Bürgerkommunikation

Eine Erhebung unter Bürgermeisterinnen und Bürgermeistern in Kommunen mit mehr als 5.000 Einwohnern

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

Hinweis: Bitte verwenden Sie nicht den Zurück-Button Ihres Browsers, sondern die Zurück-Buttons am Ende der Seiten.

Weiter

Sie haben bereits 5% des Fragebogens ausgefüllt. 5%

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

 %[Zurück](#)[Weiter](#)

Sie haben bereits 8% des Fragebogens ausgefüllt. 8%

Im Folgenden möchten wir Näheres **zur Pflichtkommunikation** Ihrer Kommune erfahren.

Wie bedeutsam sind die folgenden Zielsetzungen im Rahmen der Pflichtkommunikation Ihrer Kommune?

	gar nicht bedeutsam	2	3	4	5	6	sehr bedeutsam
Information der Bürger	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Dialog mit Bürgern	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Erfüllung gesetzlicher Verpflichtungen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

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

Es wird über wenige Kanäle kommuniziert	2	3	4	5	6	Es wird über viele Kanäle kommuniziert
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

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 Pflichtkommunikation in Ihrer Kommune eher einseitig oder eher zweiseitig ausgerichtet?

eher einseitig	2	3	4	5	6	eher zweiseitig
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Wie würden Sie die in Ihrer Kommune im Rahmen der Pflichtkommunikation genutzten Kommunikationsformen bewerten?

traditionell	2	3	4	5	6	modern
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

In wie weit halten Sie Veränderungen der Vorgehensweise im Rahmen der Pflichtkommunikation in Ihrer Kommune für notwendig?

kein Veränderungsbedarf	2	3	4	5	6	großer Veränderungsbedarf
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

[Zurück](#)
[Weiter](#)

Sie haben bereits 10% des Fragebogens ausgefüllt. 10%

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.**

[Zurück](#)
[Weiter](#)

Sie haben bereits 13% des Fragebogens ausgefüllt.  13%

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?

gar nicht bedeutsam	2	3	4	5	6	sehr bedeutsam
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

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

gar nicht bedeutsam	2	3	4	5	6	sehr bedeutsam
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

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

gar nicht bedeutsam	2	3	4	5	6	sehr bedeutsam
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

[Zurück](#)
[Weiter](#)

Sie haben bereits 15% des Fragebogens ausgefüllt.  15%

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

nie

☐

sehr selten

☐

selten

☐

manchmal

☐

oft

☐

sehr oft

☐

immer

☐

Zurück

Weiter

Sie haben bereits 18% des Fragebogens ausgefüllt.  18%

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

gar nicht

☐

2

☐

3

☐

4

☐

5

☐

6

☐

sehr intensiv

☐

Zurück

Weiter

 The University of Michigan Press

gar nicht differenziert **2** **3** **4** **5** **6** **sehr stark differenziert**

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Es wird über wenige Kanäle kommuniziert

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Es wird über viele Kanäle kommuniziert

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

eher einseitig 2 3 4 5 6 eher zweiseitig

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Weiter

Sie haben bereits 23% des Fragebogens ausgefüllt. 23%

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

	wird sehr selten genutzt	2	3	4	5	6	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.: Gemeinde-website, Newsletter, soziale Online-Plattformen [wie facebook], Internetforen)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

[Zurück](#)
[Weiter](#)

Sie haben bereits 25% des Fragebogens ausgefüllt. 25%

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

	gar nicht bedeutsam	2	3	4	5	6	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 ohne Nutzung eines Kommunikationsmediums (Bsp.: Amtstermine, Sprechstunden, face-to-face Gespräche)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Massenkommunikation mit dem Bürger mittels elektronischer Medien (Bsp.: Gemeinde-website, 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)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

[Zurück](#)
[Weiter](#)

Sie haben bereits 28% des Fragebogens ausgefüllt. 28%

Kommunikation von Veränderungen. Hierunter fällt die Kommunikation mit den Bürgern im Rahmen von infrastrukturellen Veränderungen (bspw. Eröffnung/Schließung von sozialen Einrichtungen).

Für wie bedeutsam erachten Sie die Kommunikation von Veränderungen?

gar nicht bedeutsam	2	3	4	5	6	sehr bedeutsam
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Und wie bedeutsam war die Kommunikation von Veränderungen **vor zwei Jahren**?

gar nicht bedeutsam	2	3	4	5	6	sehr bedeutsam
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Und was denken Sie, wie bedeutsam wird die Kommunikation von Veränderungen **in zwei Jahren** sein?

gar nicht bedeutsam	2	3	4	5	6	sehr bedeutsam
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

[Zurück](#)
[Weiter](#)

Sie haben bereits 31% des Fragebogens ausgefüllt.  31%

Werden in Ihrer Kommune im Rahmen der Kommunikation von Veränderungen Ziele der Kommunikation festgelegt?

nie

☐

sehr selten

☐

selten

☐

manchmal

☐

oft

☐

sehr oft

☐

immer

☐

Zurück

Weiter

Sie haben bereits 34% des Fragebogens ausgefüllt.  34%

Inwieweit wird in Ihrer Kommune das Erreichen der Kommunikationsziele im Rahmen der Kommunikation von Veränderungen gemessen?

gar nicht

☐

2

☐

3

☐

4

☐

5

☐

6

☐

sehr intensiv

☐

Zurück

Weiter

Sie haben bereits 38% des Fragebogens ausgefüllt. 38%

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

gar nicht differenziert	2	3	4	5	6	sehr stark differenziert
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

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

Es wird über wenige Kanäle kommuniziert	2	3	4	5	6	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 Kommunikation von Veränderungen in Ihrer Kommune? Geht der Impuls zur Kommunikation eher vom Bürger oder eher von der Kommune aus?

Impuls geht eher vom Bürger aus	2	3	4	5	6	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 Baumaßnahmen). Zweiseitige Kommunikation ist explizit auf das Herbeiführen von Reaktionen ausgerichtet (bspw. Bürgeranfragen). Ist die Kommunikation von Veränderungen in Ihrer Kommune eher einseitig oder eher zweiseitig ausgerichtet?

eher einseitig	2	3	4	5	6	eher zweiseitig
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

[Zurück](#)
[Weiter](#)

Sie haben bereits 41% des Fragebogens ausgefüllt. 41%

Wie häufig nutzt Ihre Kommune die nachfolgenden Kommunikationsformen im Rahmen der Kommunikation von Veränderungen?

	wird sehr selten genutzt	2	3	4	5	6	wird sehr häufig genutzt
Persönliche Kommunikation mit dem Bürger <u>ohne</u> Nutzung eines Kommunikationsmediums (Bsp.: Amtstermine, Sprechstunden, face-to-face Gespräche)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
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 mittels <u>nicht</u> elektronischer Informationsmaterialien (Bsp.: Amtsblatt, Anzeigetafel, Gemeindezeitung)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Massenkommunikation mit dem Bürger mittels elektronischer Medien (Bsp.: Gemeinde-website, Newsletter, soziale Online-Plattformen [wie facebook], Internetforen)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Massenkommunikation mit dem Bürger über lokale Institutionen wie Vereine, Initiativen, Verbände oder Organisationen als Kommunikationsmittler.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Massenkommunikation mit dem Bürger über Journalisten bzw. Massenmedien als Kommunikationsmittler (Bsp. Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, Hintergrundgespräche)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Zurück

Weiter

Sie haben bereits 44% des Fragebogens ausgefüllt. 44%

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

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

Zurück

Weiter

Sie haben bereits 48% des Fragebogens ausgefüllt. 48%

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
☐	☐	☐	☐	☐

Zurück

Weiter

Sie haben bereits 53% des Fragebogens ausgefüllt.  53%

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

- ☐ Ja
☐ Nein

Zurück

Weiter

Sie haben bereits 58% des Fragebogens ausgefüllt.  58%

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:

[Zurück](#)[Weiter](#)

Sie haben bereits 63% des Fragebogens ausgefüllt. 63%

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

	unwichtig	2	3	4	5	6	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?**

gar nicht erreicht	2	3	4	5	6	voll und ganz erreicht
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Zurück

Weiter

Sie haben bereits 67% des Fragebogens ausgefüllt. 67%

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
- ☐ Ortsnahe 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?

	trifft gar nicht zu	2	3	4	5	6	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	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Zurück

Weiter

Sie haben bereits 72% des Fragebogens ausgefüllt.  72%

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 Ihrer Einschätzung**?

- ☐ Befragung
- ☐ eigene Einschätzung (Erfahrungswerte)
- ☐

Zurück

Weiter

Sie haben bereits 77% des Fragebogens ausgefüllt.  77%

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

- ☐ Ja
☐ Nein

Zurück

Weiter

Sie haben bereits 81% des Fragebogens ausgefüllt. 81%

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

weniger weit entwickelt	2	3	4	5	6	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?

gar nicht erfolgreich	2	3	4	5	6	sehr erfolgreich
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

[Zurück](#)
[Weiter](#)

Sie haben bereits 86% des Fragebogens ausgefüllt. 86%

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 Punkte

Wie wird sich der Wettbewerb für Ihre Kommune in folgenden Bereichen Ihrer Ansicht nach in den nächsten zwei Jahren entwickeln?

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

Zurück

Weiter

Sie haben bereits 91% des Fragebogens ausgefüllt. 91%

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 %

Während eines großen Treffens von Freunden reden %

Mit einem Freund beim Warten in einer Schlange sprechen %

In einer kleinen Gruppe von Fremden sprechen %

Eine Rede vor Fremden halten %

Während eines großen Treffens von Bekannten reden %

Eine Rede vor Bekannten halten %

Während eines großen Treffens von Fremden reden %

Mit einem Fremden beim Warten in einer Schlange reden %

In einer kleinen Gruppe von Freunden sprechen %

Eine Rede vor Freunden halten %

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)

Zurück

Weiter

Sie haben bereits 7% des Fragebogens ausgefüllt.  7%

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 Gemeindeschlüssel (AGS) achttellig, 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.

[Weiter](#)

Sie haben bereits 100% des Fragebogens ausgefüllt.  100%

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