

Bevölkerungsbefragung Stadt Buchs (Schwerpunkt Kommunikation)

Schlussbericht



Einleitung

Vorwort des Projektteams

EINFÜHRUNG

Das Informations- und Kommunikationsverhalten sowohl von Einzelpersonen, als auch von Organisationen hat sich in den letzten 20 Jahren stark verändert. Die Stadt Buchs möchte den Anforderungen an eine moderne Gemeindekommunikation gerecht werden und sich kommunikativ stetig weiterentwickeln. Aus diesem Grund wurde in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Graubünden im Spätherbst eine Bevölkerungsbefragung zum Thema Kommunikation durchgeführt, um auch deren Bedürfnisse und Einschätzungen zu erheben. Im vorliegenden Schlussbericht sind alle Ergebnisse festgehalten.

HERZLICHES DANKESCHÖN FÜR DIE TEILNAHME

Das Projektteam und der Stadtrat bedanken sich herzlich bei den Einwohnerinnen und Einwohnern für die grosse Teilnahme an der Befragung. Mit 1'763 Personen haben rund 15.5% der angeschriebenen Personen an der Umfrage teilgenommen, was für eine freiwillige Bevölkerungsbefragung und eine Gemeinde in dieser Grössenordnung einen sehr guten Wert (Rücklaufquote) darstellt. Dies zeigt, dass der Bevölkerung die Stadt am Herzen liegt. Ohne ihre Teilnahme wäre der vorliegende Bericht und die daraus gezogenen wertvollen Erkenntnisse nicht möglich gewesen.

WEITERES VORGEHEN

Die Resultate des Schlussberichts wurden an einem Workshop im Stadtrat zusammen mit der FH Graubünden besprochen. Erste Massnahmen in der Kommunikation werden im Frühling im Stadtrat diskutiert und eingeleitet.

Die Bevölkerung wird über die weiteren Massnahmen zum gegebenen Zeitpunkt informiert. Bei Fragen zum Inhalt des vorliegenden Schlussberichts steht das Projektteam gerne zur Verfügung.

Stadtrat Buchs

Management Summary (I)

Das Wichtigste in Kürze



Hohe Teilnahme an Umfrage

Es wurden alle in der Stadt Buchs wohnhaften Personen ab 16 Jahren angeschrieben – dies sind 11'400 Personen. Mit 1'763 Personen haben rund 15.5 % der angeschriebenen Einwohner/innen an der Umfrage teilgenommen. Dies ist ein bemerkenswert hoher Wert und zeigt die Verbundenheit und das Interesse der Bevölkerung an der Kommunikation ihrer Wohnortgemeinde. Die Befragungsgruppen der Jungen bis 35-jährig sind etwas unterrepräsentiert, was sich mit der Erfahrung bei anderen Umfragen deckt. Immerhin haben 268 Personen von 16 bis 35 Jahren an der Umfrage teilgenommen, was 15 % aller Teilnehmenden ausmacht und höher ist, als in vergleichbaren Umfragen. Um den Umstand der Unterrepräsentativität der Jungen zu entschärfen, wurden Interviews durchgeführt. Rund 15 % der Teilnehmenden sind nicht stimmberechtigt – dies ist zwar ein substantieller Anteil, in der Grundgesamtheit machen sie jedoch mit 41 % deutlich mehr aus. Damit sind die Nicht-Stimmberechtigten in der Umfrage klar unterrepräsentiert. Es zeigt sich, wie auch bei vielen anderen Umfragen, dass diese Bevölkerungsgruppe schwierig zu erreichen ist. Weiter zeigt sich, dass die Befragungsgruppe einen hohen Anteil an höheren Bildungsabschlüssen aufweist.



Ausgeprägte Zufriedenheit

Mehr als die Hälfte (52%) sind mit der Kommunikation der Stadt Buchs «eher zufrieden» oder «sehr zufrieden». Die Bevölkerung gibt demnach der Kommunikation der Stadt ein gutes Zeugnis. Diese ausgeprägte Zufriedenheit ist über die Altersklassen hinweg sehr ähnlich. Es lässt sich eine schwache Tendenz zu einer etwas kritischeren Einschätzung mit fortschreitendem Alter beobachten.



Erreichen der Bevölkerung und Identifikation

Die Mehrheit der Befragten sind der Meinung, dass die Stadt mit der Kommunikation die Bevölkerung erreicht (Mittelwert 3.30 auf Skala von 1-5). Ausgenommen sind die 16-35-Jährigen, die dies in der Tendenz kritischer beurteilen. Zudem identifiziert sich über die Hälfte der Befragten (52 %) stark oder sehr stark mit der Stadt Buchs. Dies ist bei den Nicht-Stimmberechtigten sogar noch etwas stärker ausgeprägt als bei den Stimmberechtigten.

Management Summary (II)

Das Wichtigste in Kürze

Informationsverhalten und Massnahmen

Das «Buchs aktuell» in Papierform wird als Informationsorgan von der Bevölkerung am meisten genutzt, gefolgt von amtlichen Mitteilungen im «Werdenberger & Obertoggenburger» und journalistischen Beiträgen im «Werdenberger & Obertoggenburger». Es zeigt sich, dass gerade die Jungen mit keinem Kanal adäquat erreicht werden können. Über alle Altersklassen selten genutzt werden die digitale Mitwirkungsplattform «E-Mitwirkung», die Abo-Dienste (Newsletter) und der Anschlagkasten beim Rathaus. Zudem werden die Sozialen Medien für die Informationsbeschaffung noch wenig benutzt. Das «Buchs aktuell» scheint auch ein wichtiges Instrument zur Erreichung der Nicht-Stimmberechtigten zu sein. Als weiterführende Massnahmen sieht die Bevölkerung vor allem die Publikation von Stadtratsbeschlüssen auf der Webseite, die Modernisierung der Webseite sowie die Stärkung der Kommunikation in offiziellen Kanälen (amtlicher Anzeiger) sowie Online-Kanälen. Weniger Zustimmung erhalten digitale Partizipationsplattformen.

Handlungsempfehlungen

Auf Basis der Bevölkerungsbefragung und der Fokusgruppeninterviews werden folgende Empfehlungen zur Weiterentwicklung der bestehenden Kommunikation ausgesprochen: 1.) Kommunikationsbeauftragte/r benennen bzw. einstellen, 2.) Informationsbroschüre «Buchs aktuell» stärken und amtliche Mitteilungen im W&O intensivieren, 3.) Publikation der Beschlüsse des Stadtrats auf der Webseite, 4.) Webseite modernisieren und übersichtlicher gestalten, 5.) Nutzung digitaler Kanäle zur Erreichung der jüngeren Bevölkerung, 6.) Stärkere strategische Berücksichtigung der Bevölkerung ohne Stimm- und Wahlrecht; 7.) Jüngere Bevölkerungsgruppen für politische Themen sensibilisieren und 8.) die Kommunikationsinstrumente der Bevölkerung kommunizieren.



Inhaltsverzeichnis

Übersicht

1	Erhebung und Methodik.....	5
2	Beschreibung der Stichprobe.....	7
3	Beurteilung aktuelle Kommunikation der Stadt Buchs.....	18
4	Zukünftige Kommunikation der Stadt.....	28
5	Interviews mit jungen Erwachsenen.....	65
6	Fazit & Handlungsempfehlungen.....	68
7	Anhang.....	81

1 Erhebung und Methodik

Erhebung und Methodik

Methodische Eckwerte

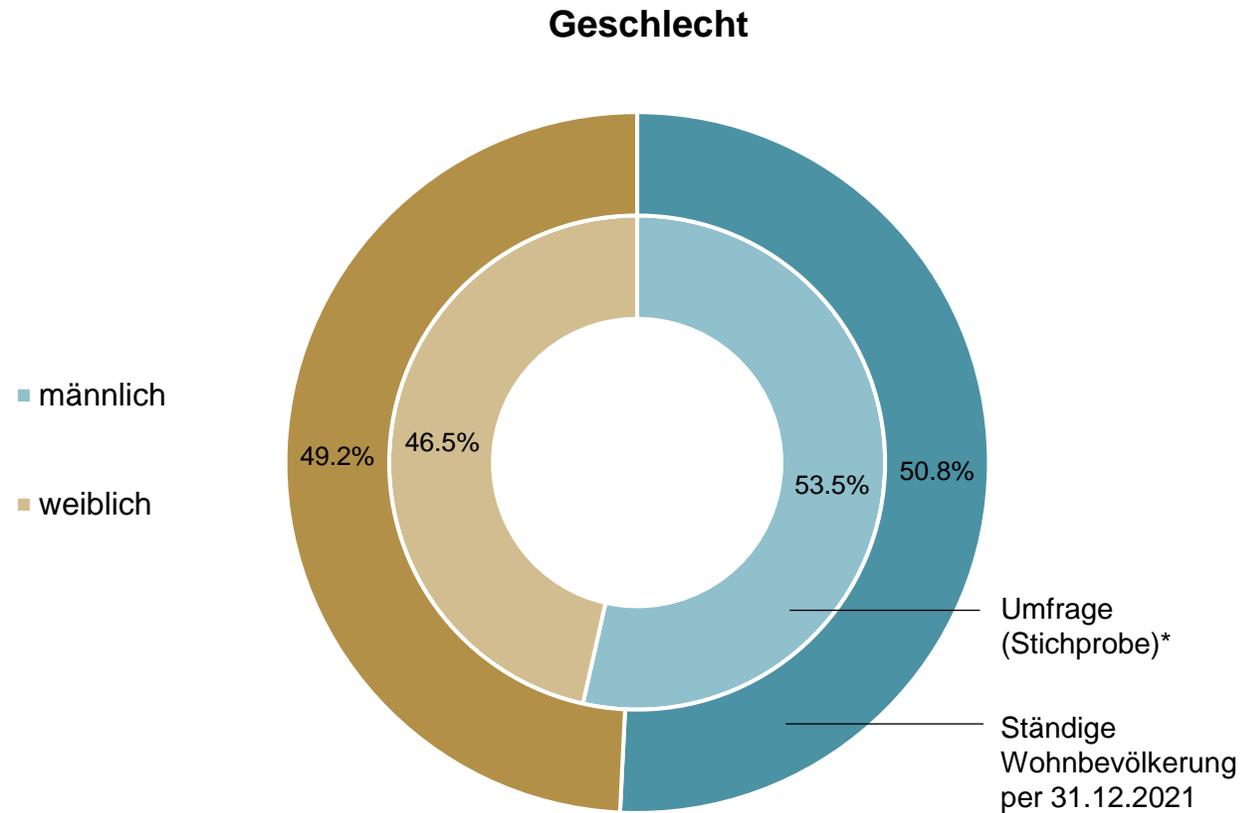


Methode	Schriftliche Befragung und Online-Befragung der Bevölkerung der Stadt Buchs
Zeitraum	24. Oktober – 27. November 2022 (postalische Antworten berücksichtigt bis 16. Dezember 2022)
Angeschriebene Personen	11'400*
Anzahl Umfrageantworten	1'763
Rücklaufquote	15.5%
Genutzte Form des Fragebogens	Online: 864 (49%) Print: 899 (51%)
Instagram-Kampagne	Anzahl erreichte User: 9'822 Anzahl Link Klicks: 871

2 Beschreibung der Stichprobe

Beschreibung der Stichprobe

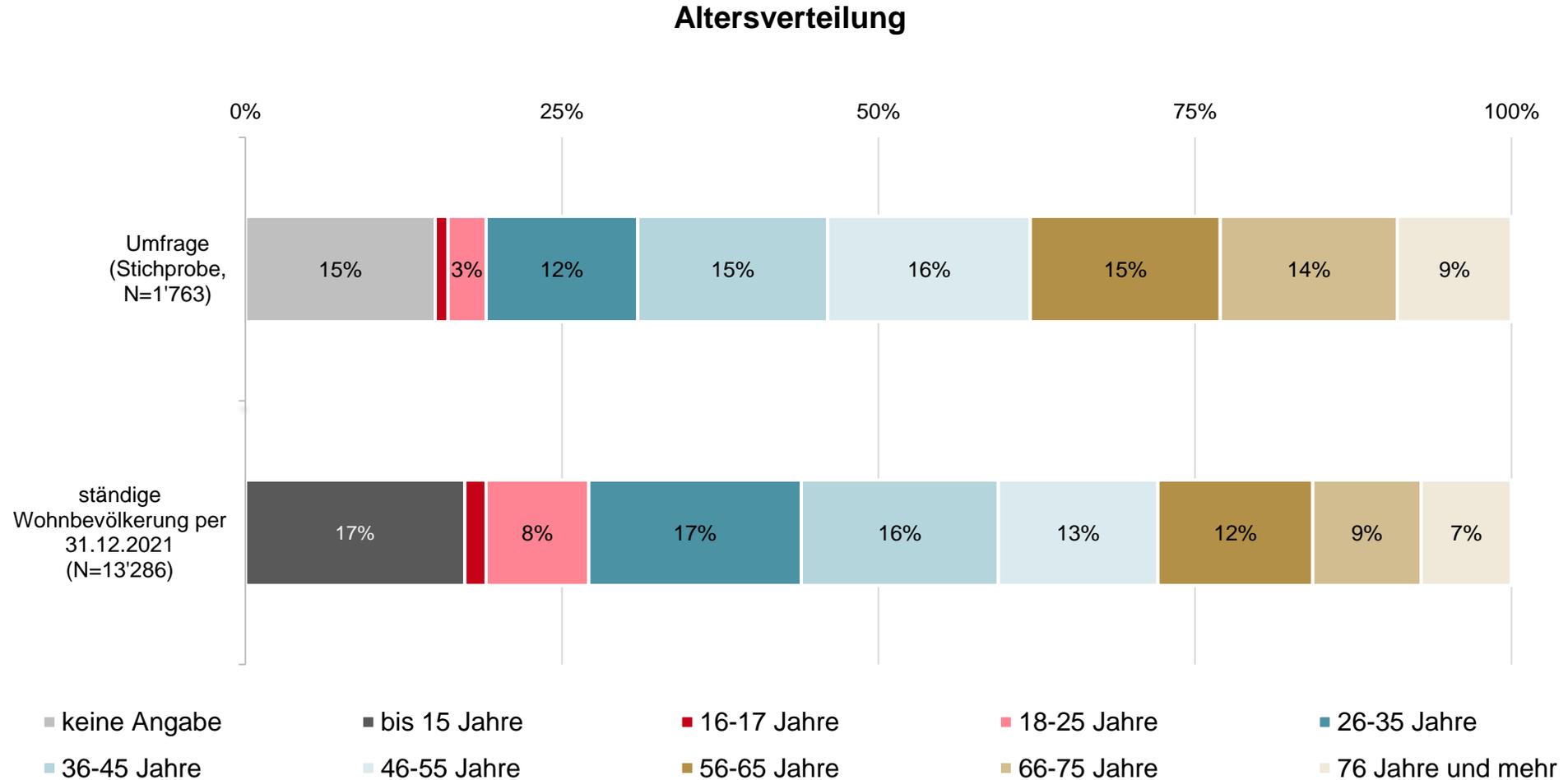
Vergleich Geschlecht in Stichprobe und Grundgesamtheit



*N=1'508 (ohne "keine Angabe")
In der Stichprobe gab es keine Nennungen für die Kategorie "divers" (0%).

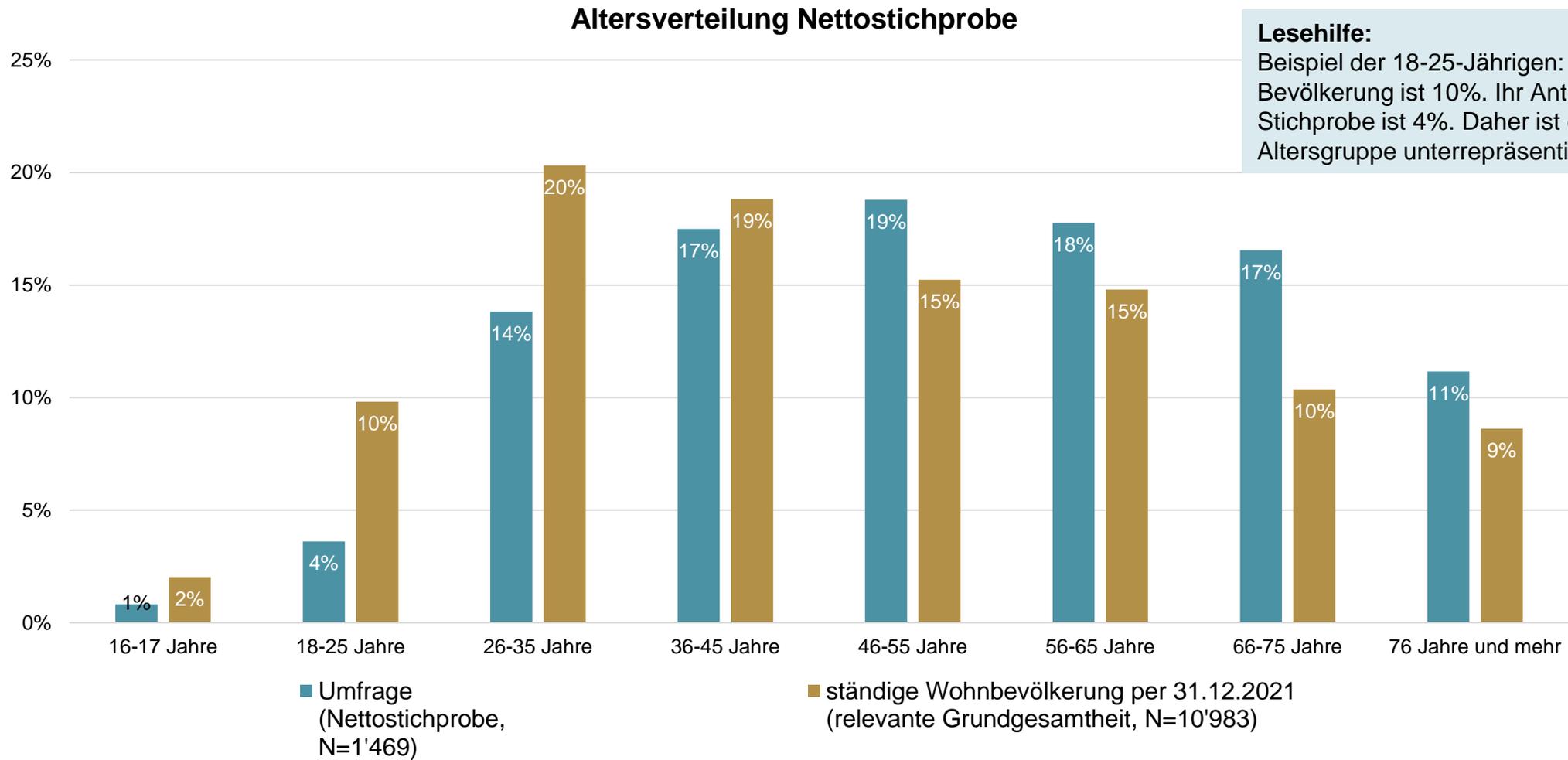
Beschreibung der Stichprobe

Vergleich Alter in Stichprobe und Grundgesamtheit



Beschreibung der Stichprobe

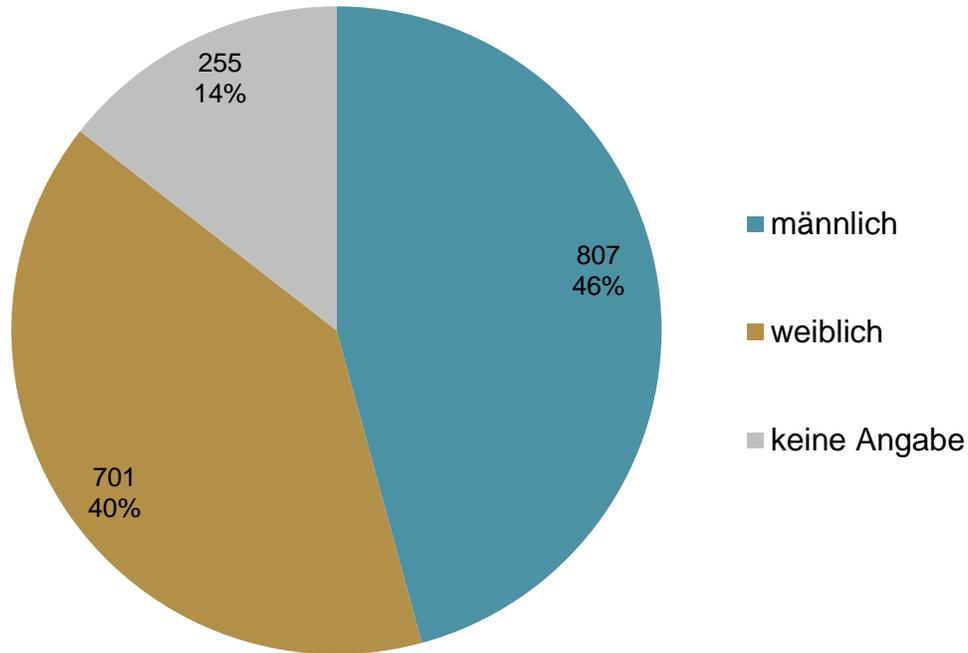
Vergleich Alter in Nettostichprobe und relevanter Grundgesamtheit



Beschreibung der Stichprobe

Geschlecht und Alter

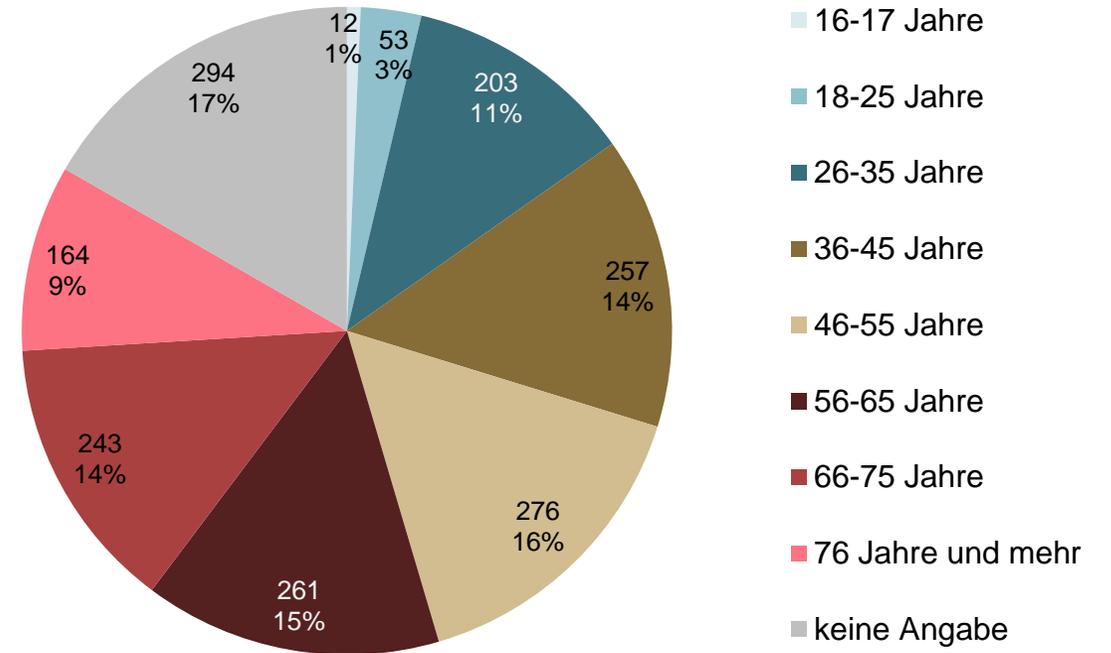
Geschlecht



N = 1'763

In der Stichprobe gab es keine Nennungen für die Kategorie "divers" (0%).

Alter

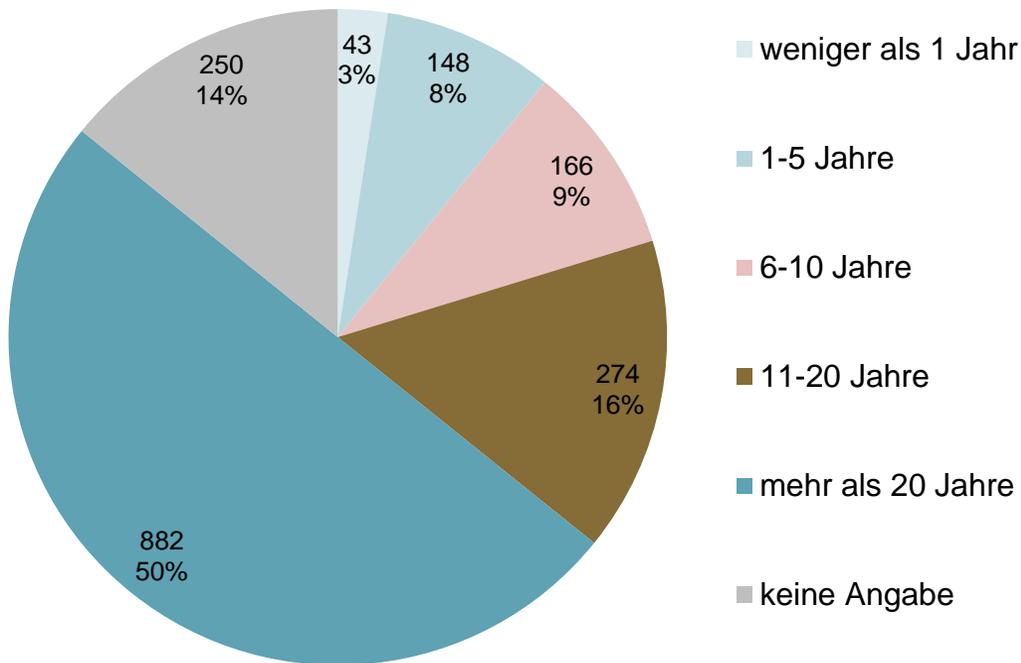


N = 1'763

Beschreibung der Stichprobe

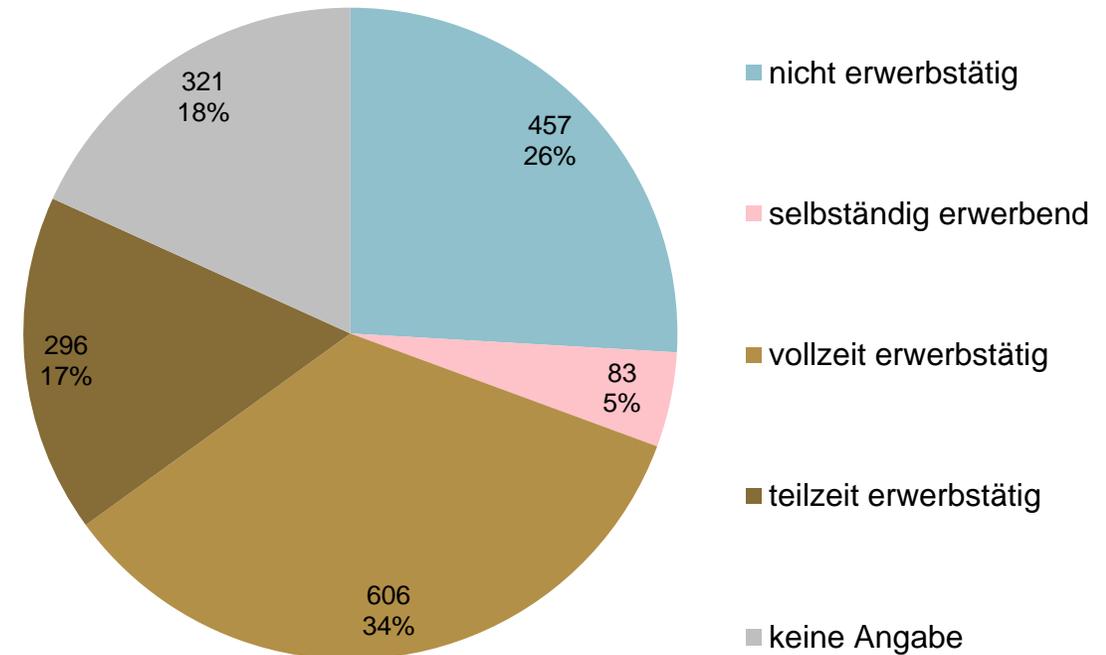
Wohnsitzdauer und derzeitige Beschäftigungssituation

Seit wie vielen Jahren wohnen Sie insgesamt in der Stadt Buchs?



N = 1'763

Wie ist Ihre derzeitige Beschäftigungssituation?

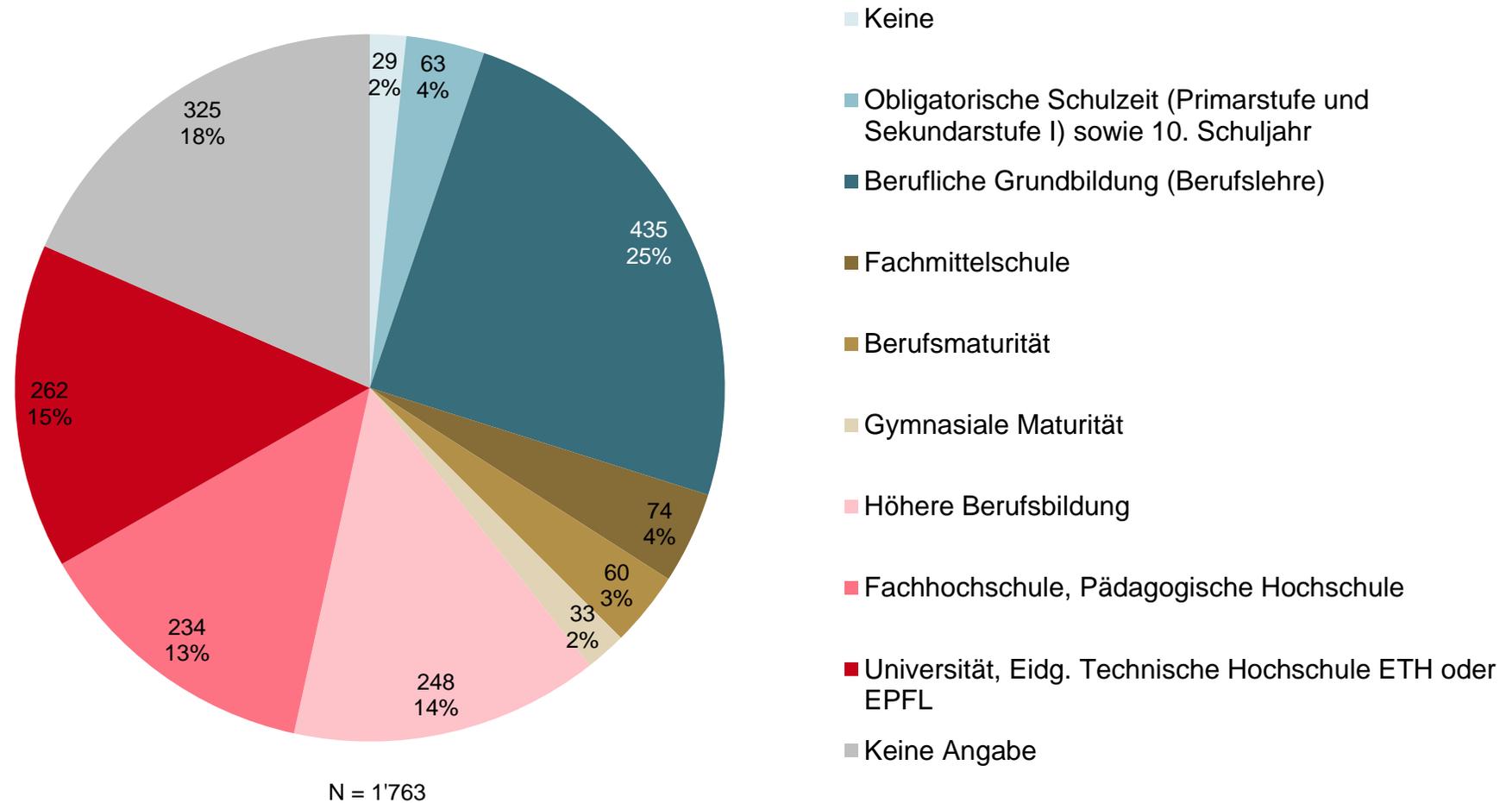


N = 1'763

Beschreibung der Stichprobe

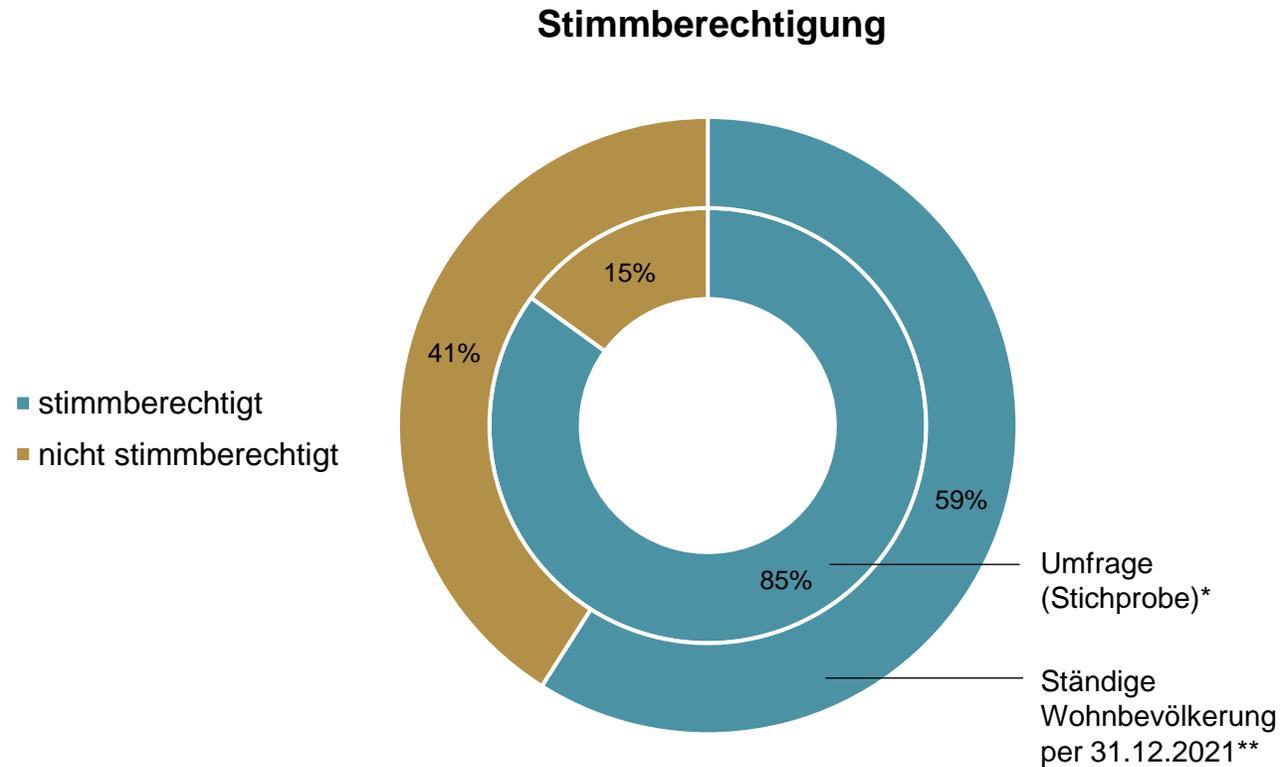
Höchste Ausbildung

Welche ist die höchste Ausbildung, die Sie abgeschlossen haben bzw. in der Sie sich gerade befinden?



Beschreibung der Stichprobe

Vergleich Stimmberechtigung in Nettostichprobe und relevanter Grundgesamtheit

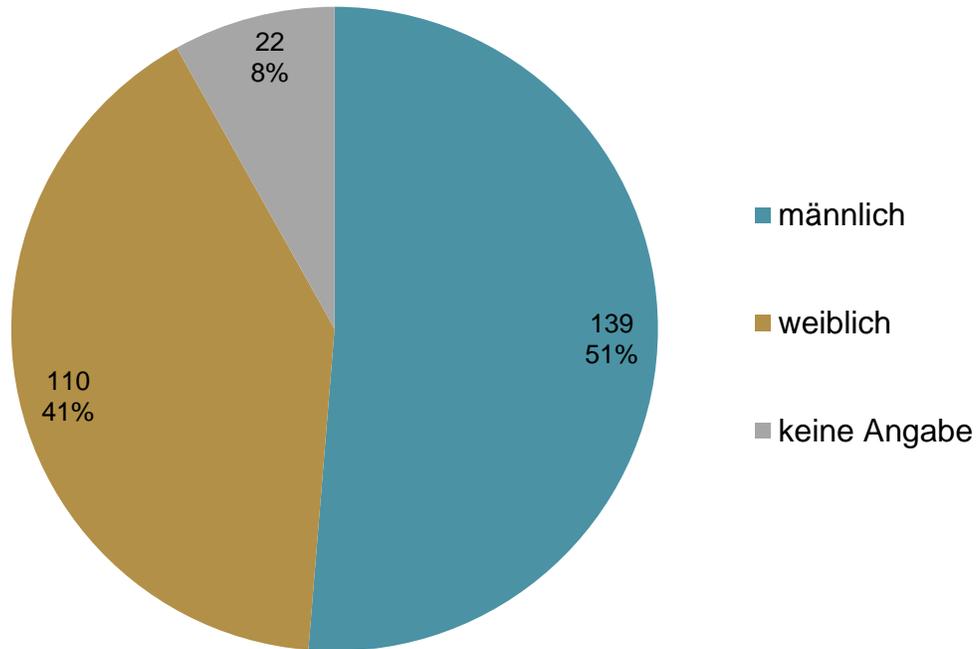


*N=1'457 (ohne unter 18-Jährige); **N=10'761 (ohne unter 18-Jährige)

Beschreibung der Stichprobe

Geschlecht und Alter der Nicht-Stimmberechtigten

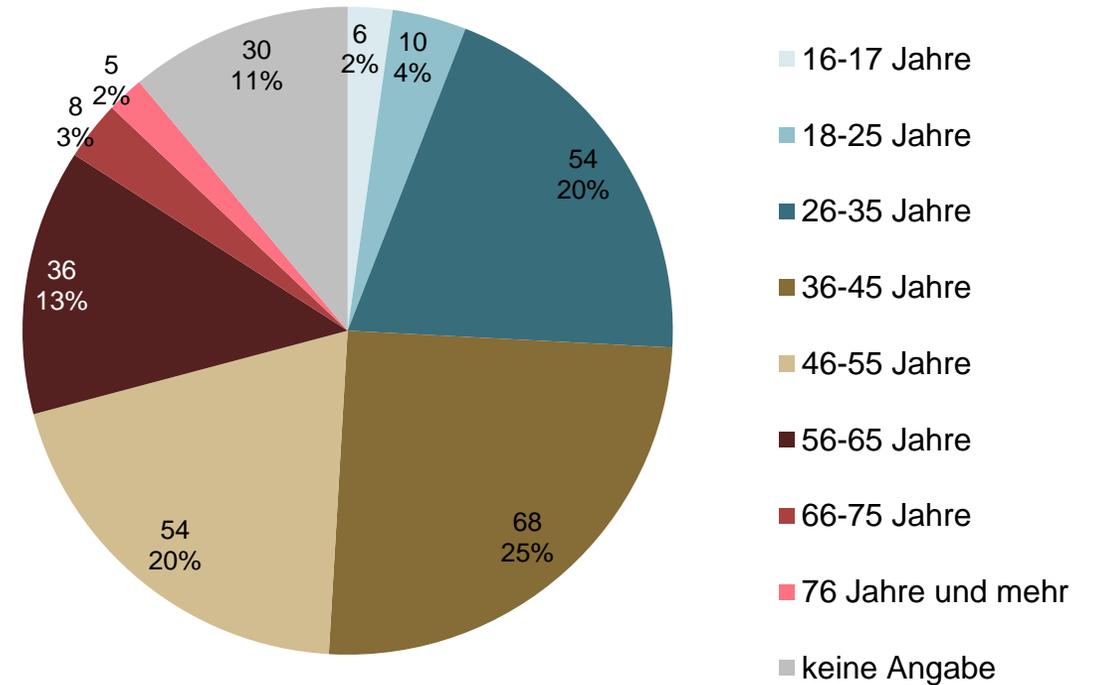
Ihr Geschlecht



N = 271

In der Stichprobe gab es keine Nennungen für die Kategorie "divers" (0%).

Alter

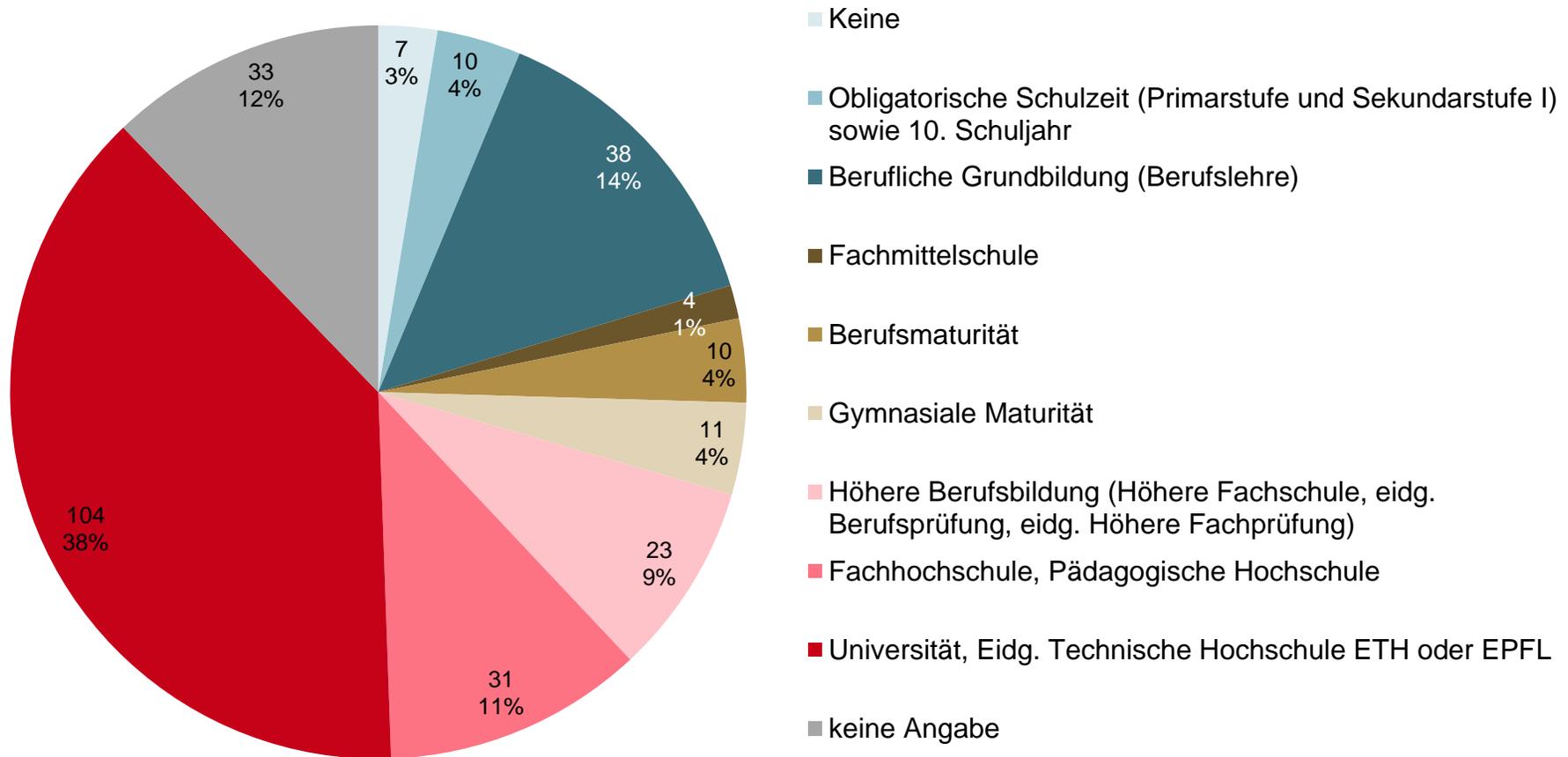


N = 271

Beschreibung der Stichprobe

Bildungsstand der Nicht-Stimmberechtigten

Welche ist die höchste Ausbildung, die Sie abgeschlossen haben bzw. in der Sie sich gerade befinden?

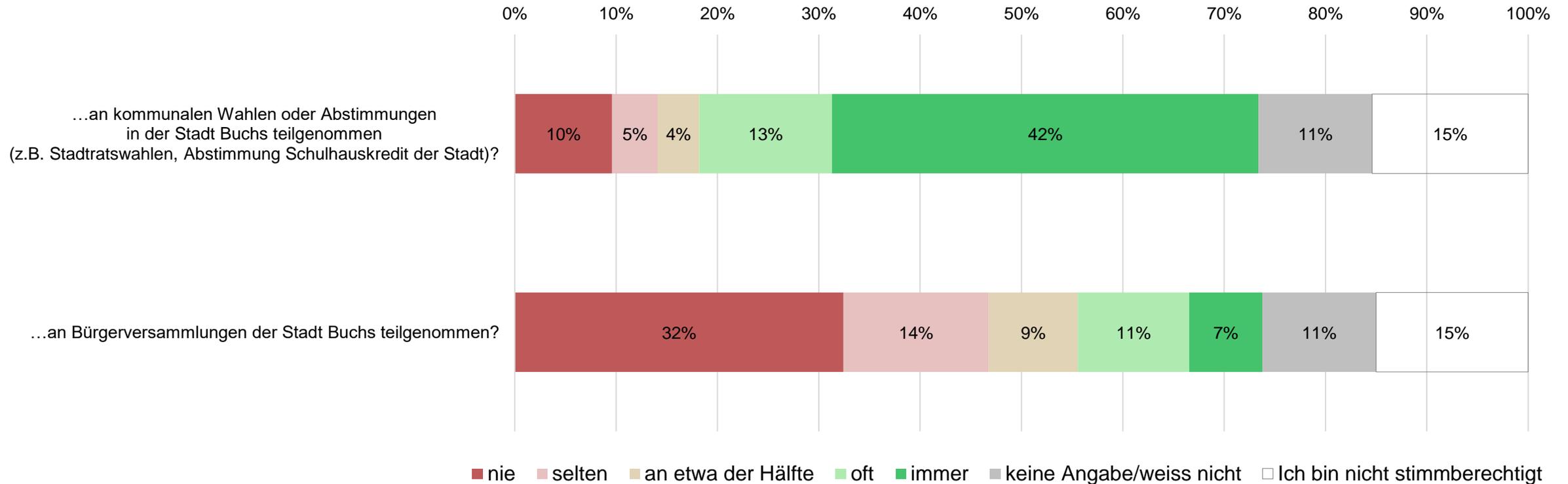


N = 271

Beschreibung der Stichprobe

Teilnahme an kommunalen Wahlen und Bürgerversammlungen

Wie oft haben Sie in den letzten fünf Jahren...

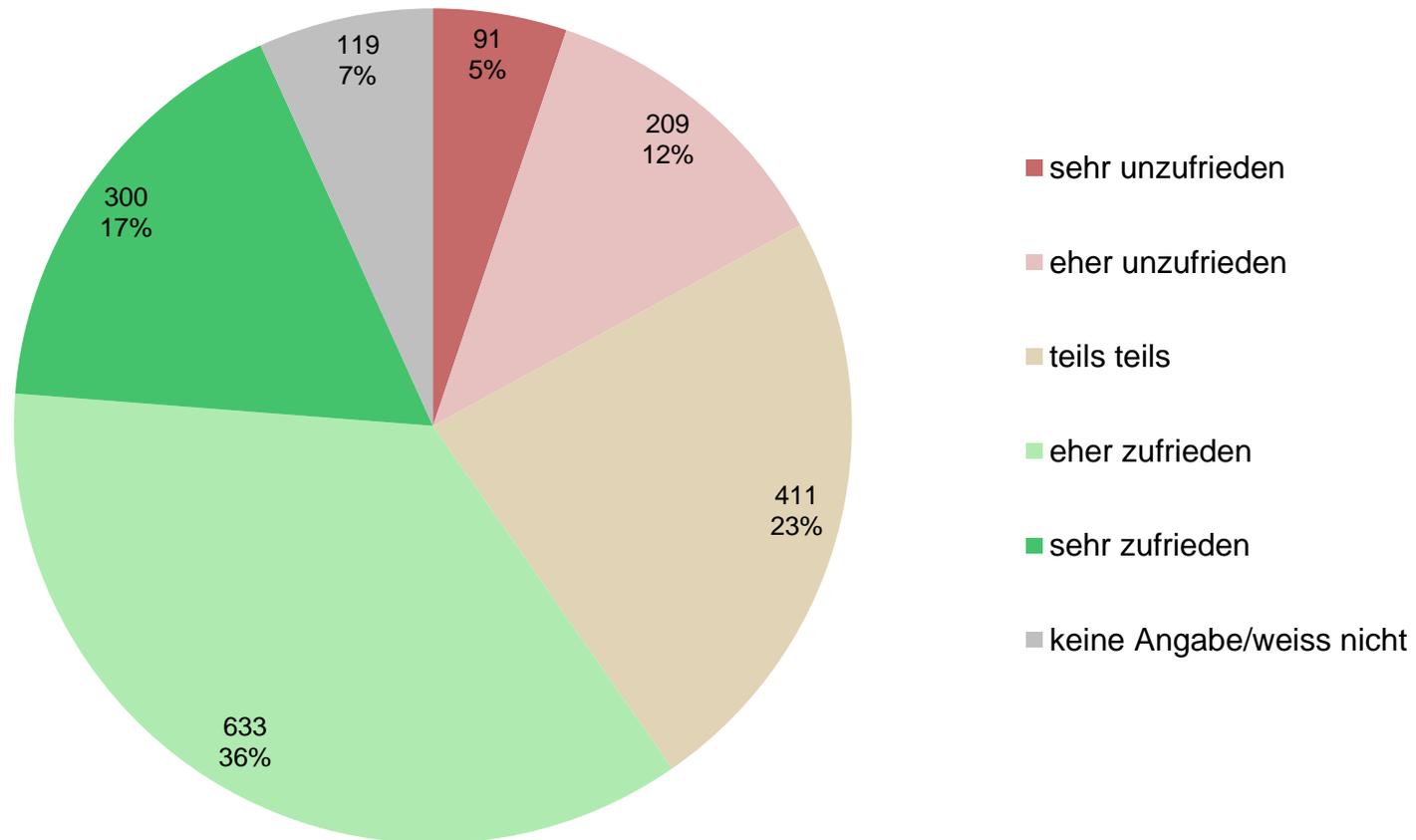


3 Beurteilung aktuelle Kommunikation der Stadt Buchs

Beurteilung aktuelle Kommunikation der Stadt Buchs

Allgemeine Zufriedenheit mit der Kommunikation

Wie zufrieden sind Sie im Allgemeinen mit der Kommunikation der Stadt Buchs (Verwaltung und Behörden) mit der Bevölkerung?

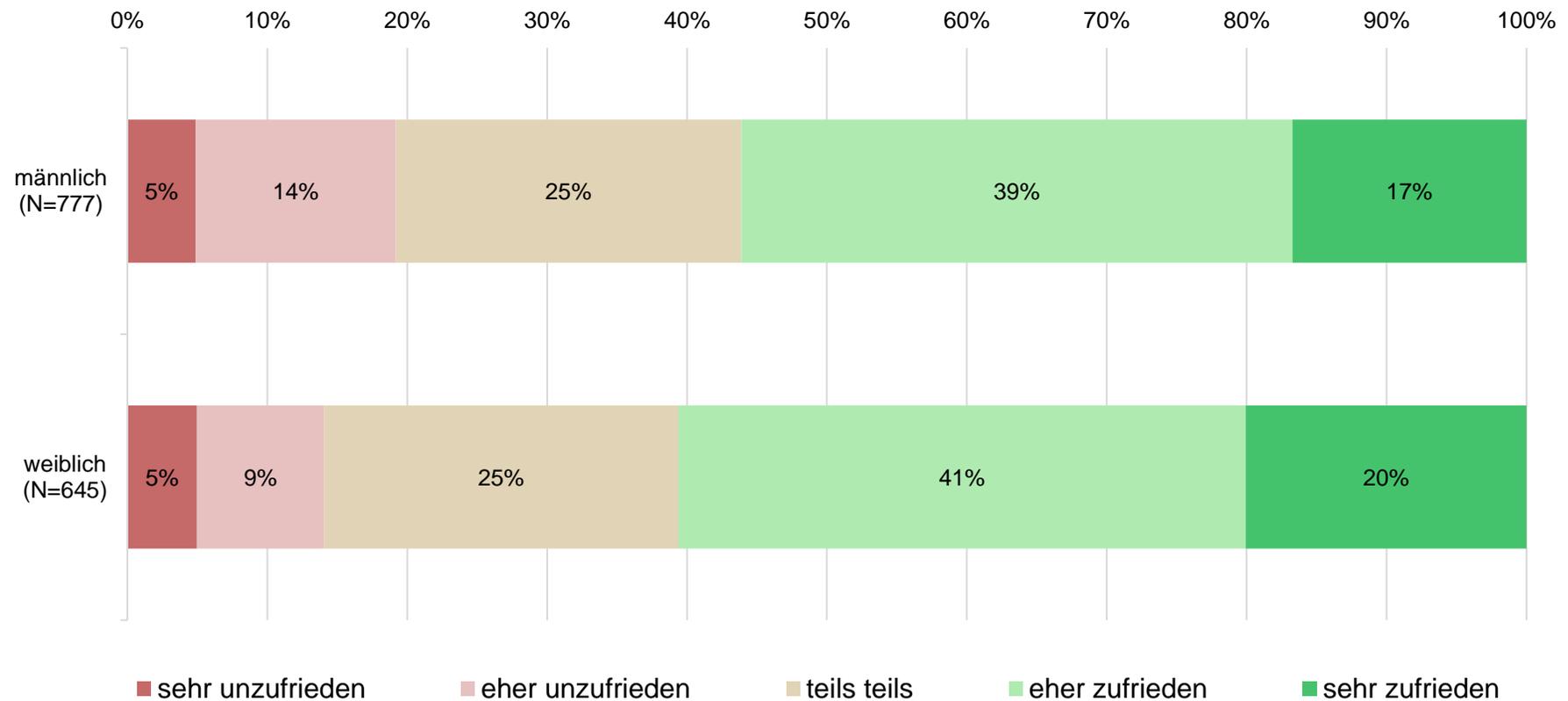


N = 1'763

Beurteilung aktuelle Kommunikation der Stadt Buchs

Allgemeine Zufriedenheit mit der Kommunikation: Aufteilung nach Geschlecht

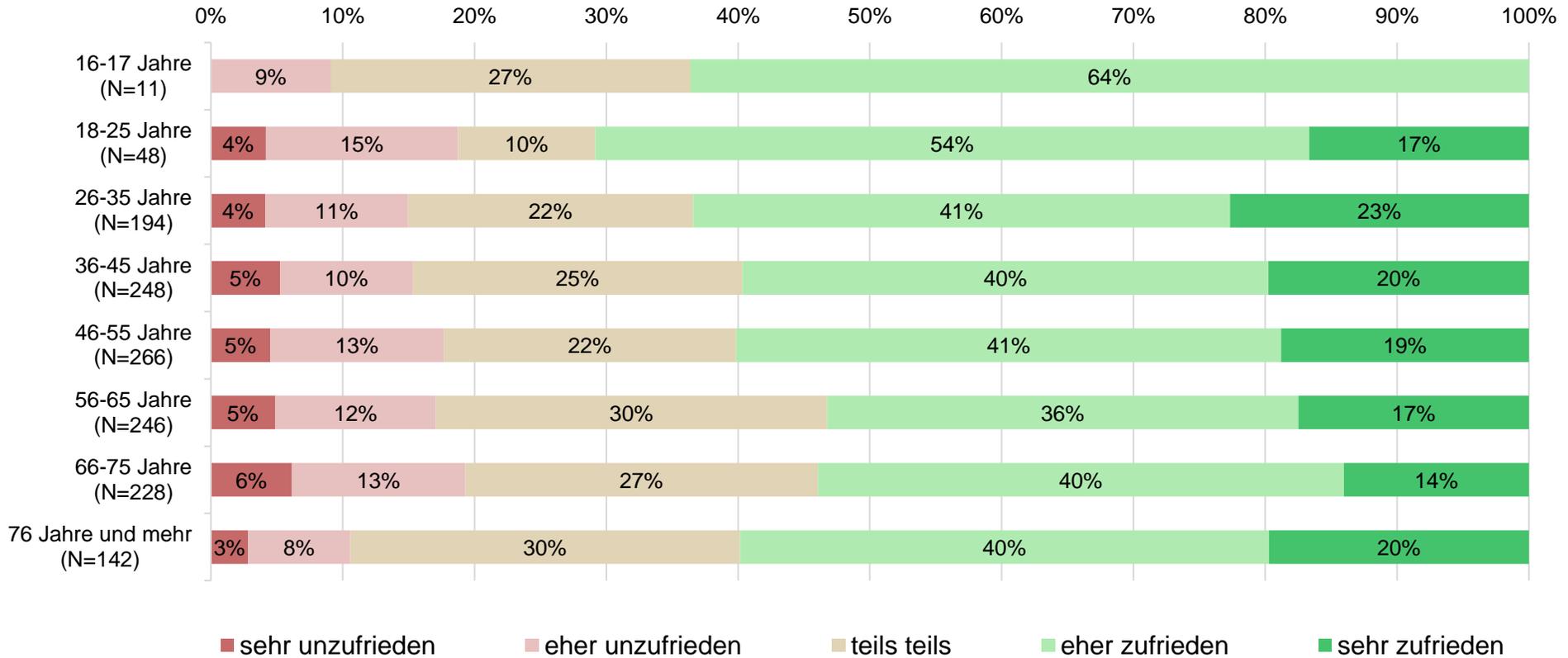
Wie zufrieden sind Sie im Allgemeinen mit der Kommunikation der Stadt Buchs (Verwaltung und Behörden) mit der Bevölkerung?



Beurteilung aktuelle Kommunikation der Stadt Buchs

Allgemeine Zufriedenheit mit der Kommunikation: Aufteilung nach Alter

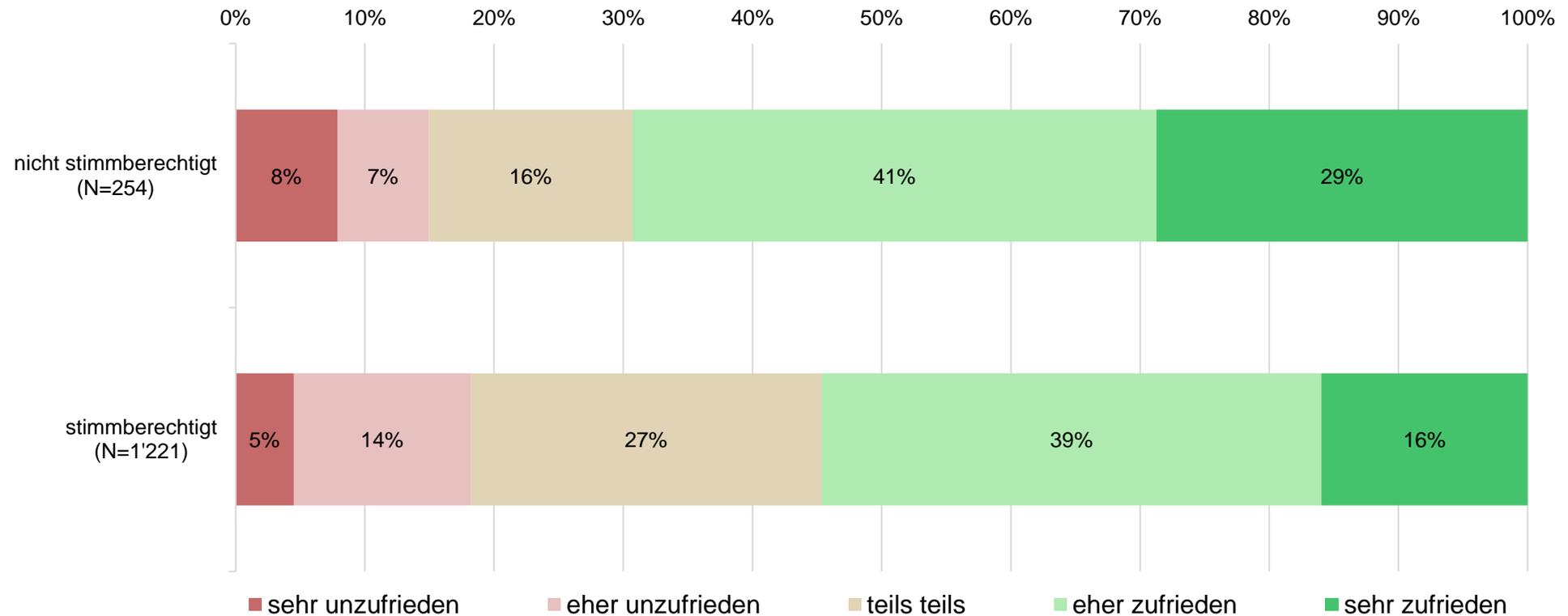
Wie zufrieden sind Sie im Allgemeinen mit der Kommunikation der Stadt Buchs (Verwaltung und Behörden) mit der Bevölkerung?



Beurteilung aktuelle Kommunikation der Stadt Buchs

Allgemeine Zufriedenheit mit der Kommunikation: Aufteilung nach Stimmberechtigung

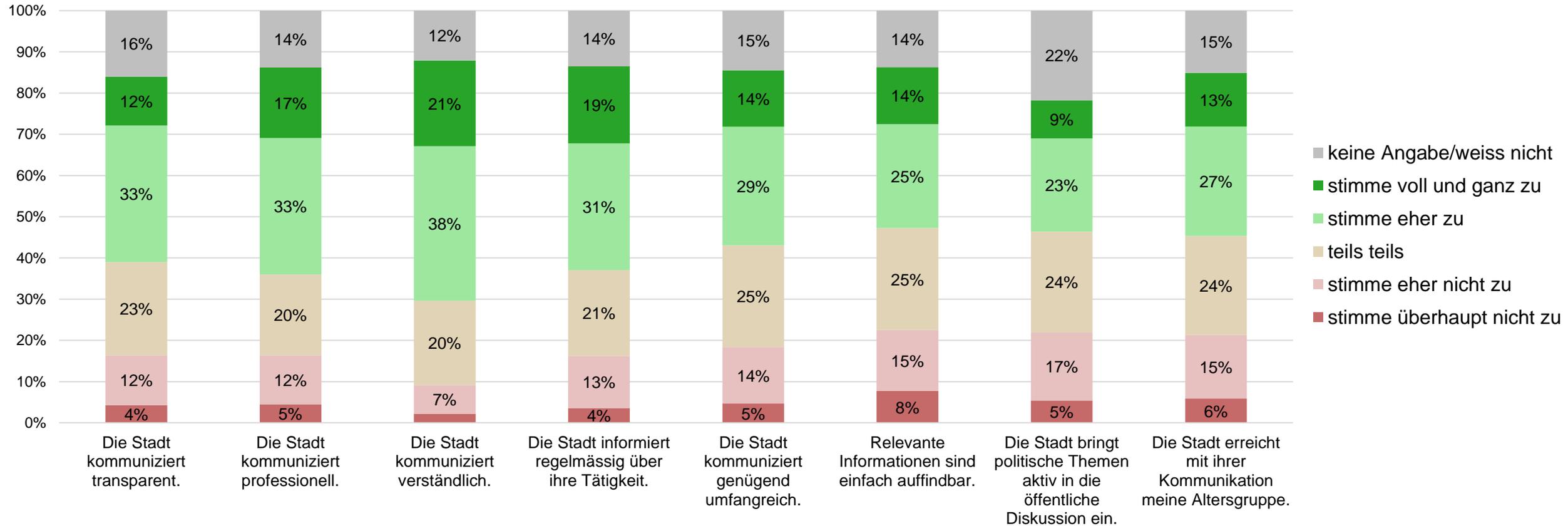
Wie zufrieden sind Sie im Allgemeinen mit der Kommunikation der Stadt Buchs
(Verwaltung und Behörden) mit der Bevölkerung?



Beurteilung aktuelle Kommunikation der Stadt Buchs

Aussagen zum Kommunikationsverhalten

Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zum Kommunikationsverhalten der Stadt Buchs zu?

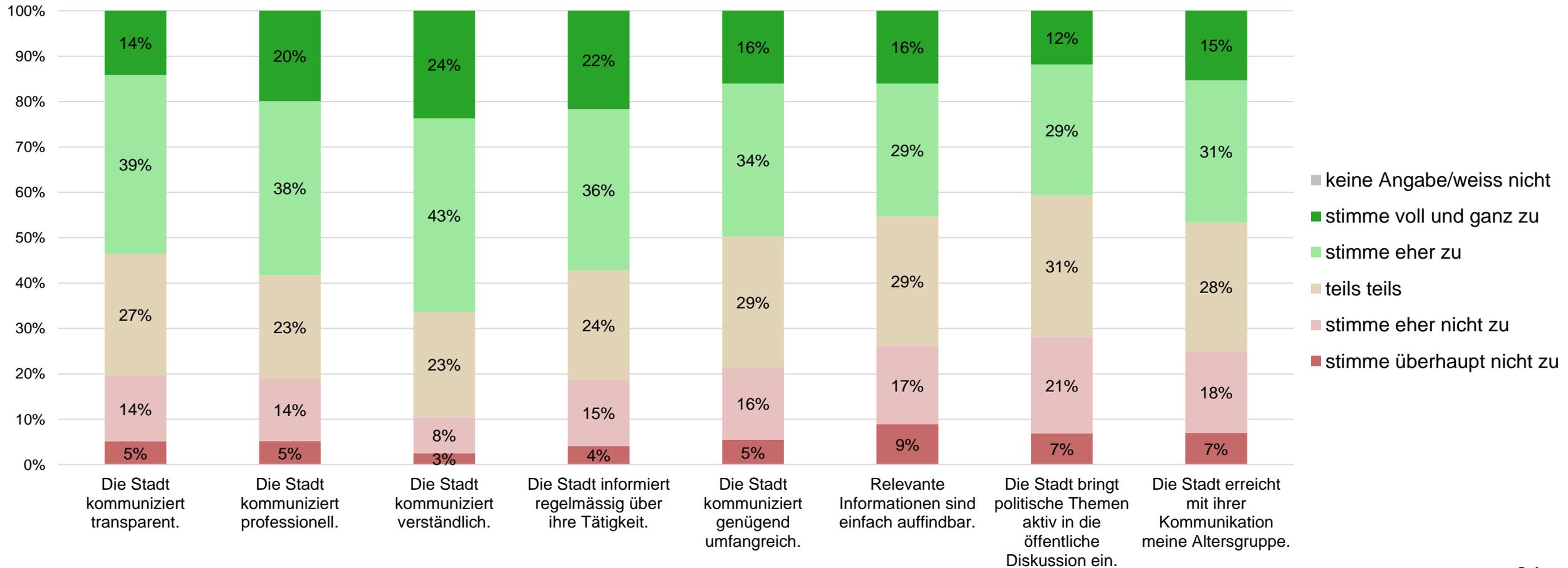


N = 1'763

Beurteilung aktuelle Kommunikation der Stadt Buchs

Aussagen zum Kommunikationsverhalten (ohne k.A./weiss nicht)

Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zum Kommunikationsverhalten der Stadt Buchs zu?

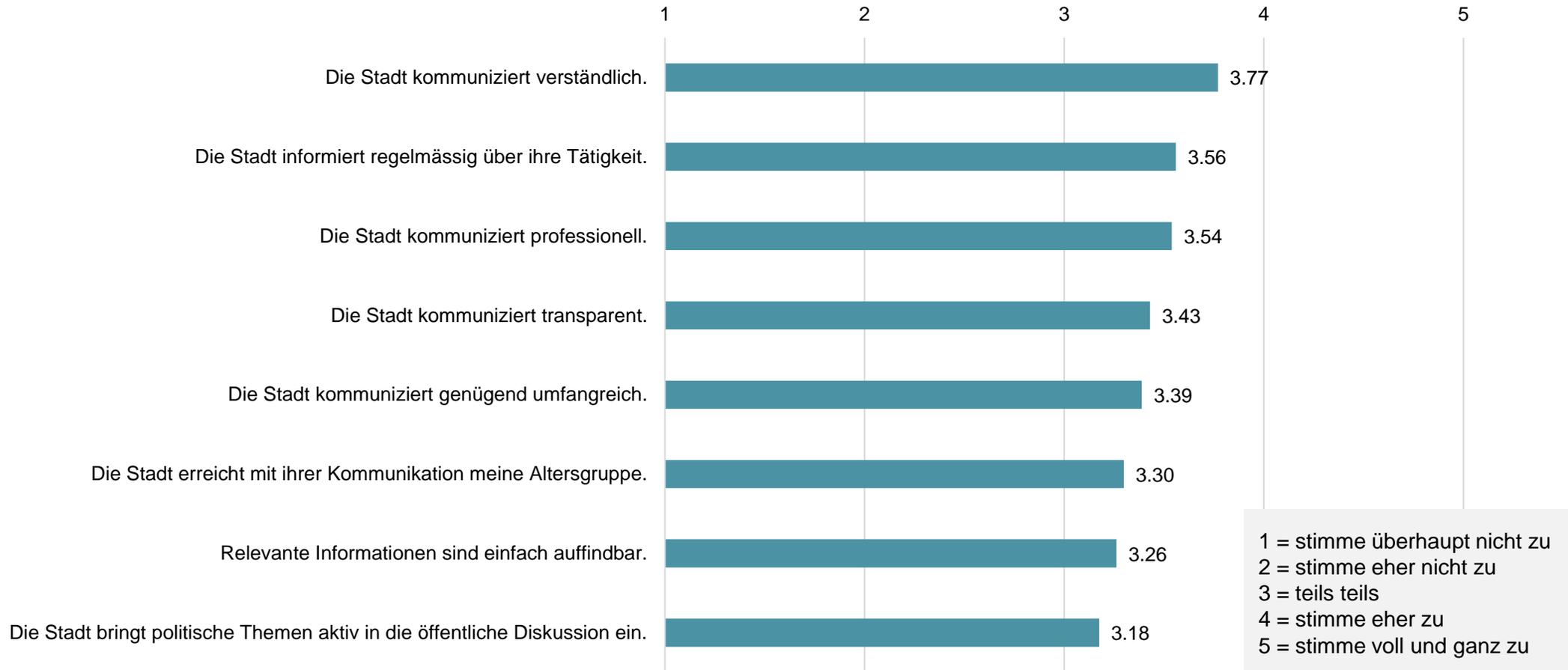


N = 1'378-1'497

Beurteilung aktuelle Kommunikation der Stadt Buchs

Aussagen zum Kommunikationsverhalten: Mittelwerte

Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zum Kommunikationsverhalten der Stadt Buchs zu? (Mittelwerte)

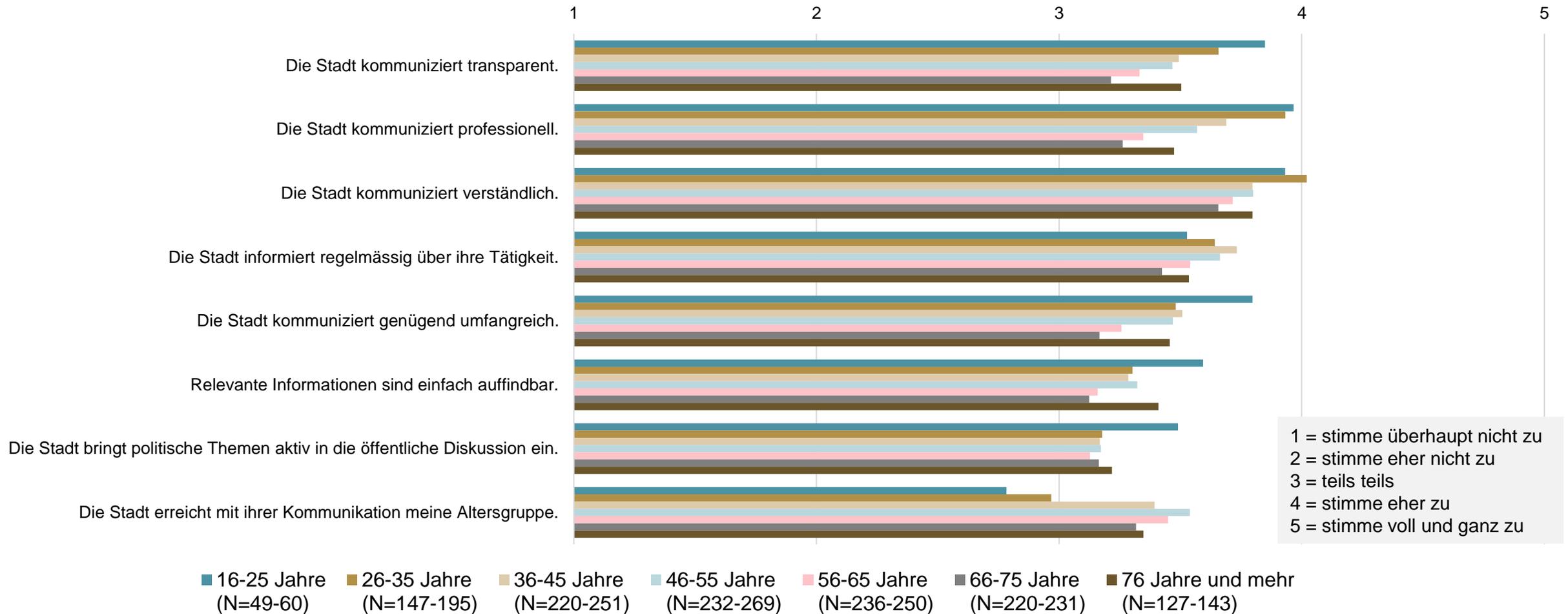


N=1'378-1'549

Beurteilung aktuelle Kommunikation der Stadt Buchs

Aussagen zum Kommunikationsverhalten: Mittelwerte aufgeteilt nach Alterskategorie

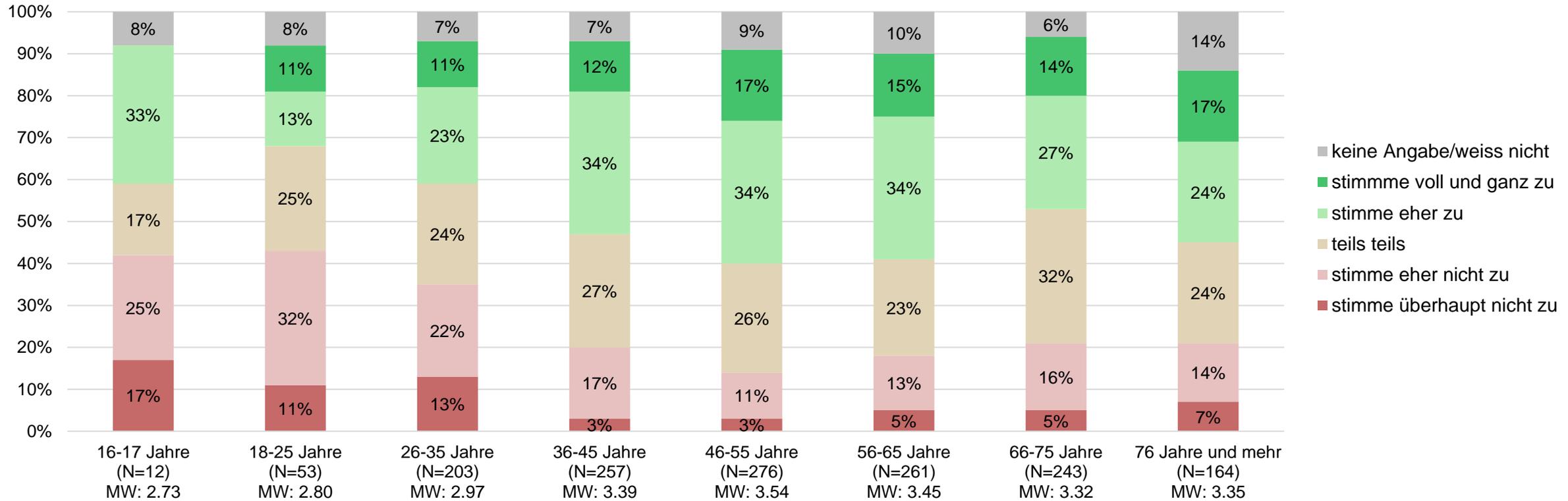
Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zum Kommunikationsverhalten der Stadt Buchs zu? (Mittelwerte)



Beurteilung aktuelle Kommunikation der Stadt Buchs

Aussagen zum Kommunikationsverhalten: Erreichen der Altersgruppe (aus vorangegangener Frage)

Die Stadt erreicht mit ihrer Kommunikation meine Altersgruppe.



Anmerkung:
Mittelwert alle Befragten: 3.30 (N=1'496)

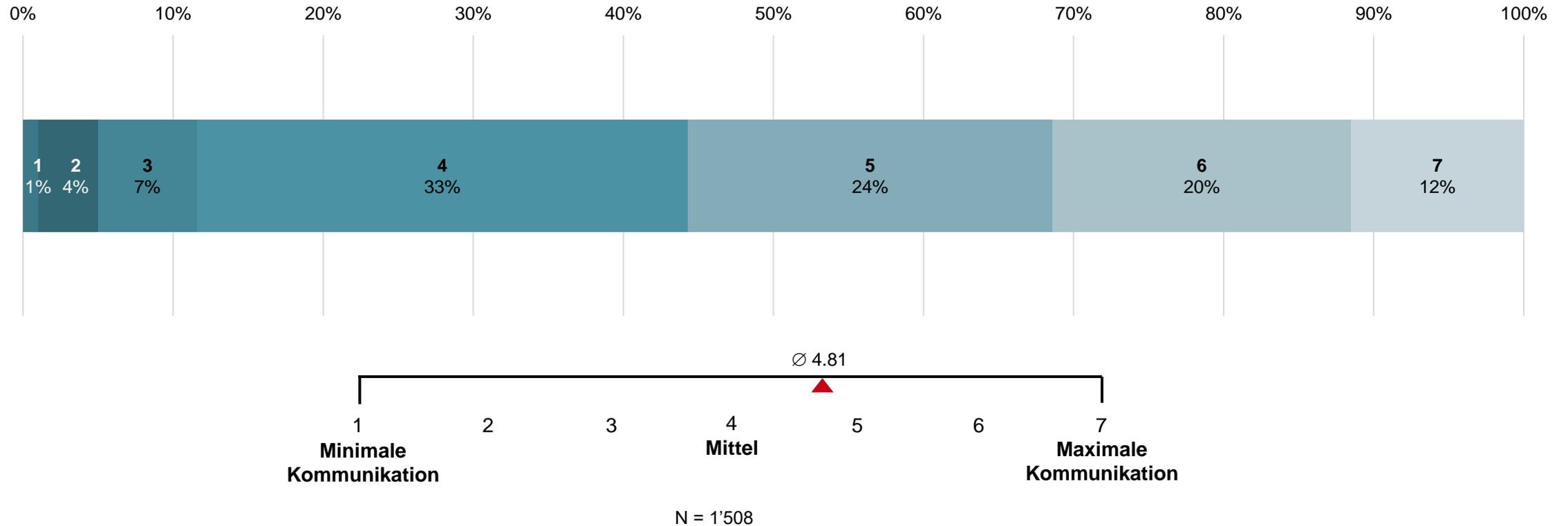
1 = stimme überhaupt nicht zu
2 = stimme eher nicht zu
3 = teils teils
4 = stimme eher zu
5 = stimme voll und ganz zu

4 Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Idealzustand Kommunikation

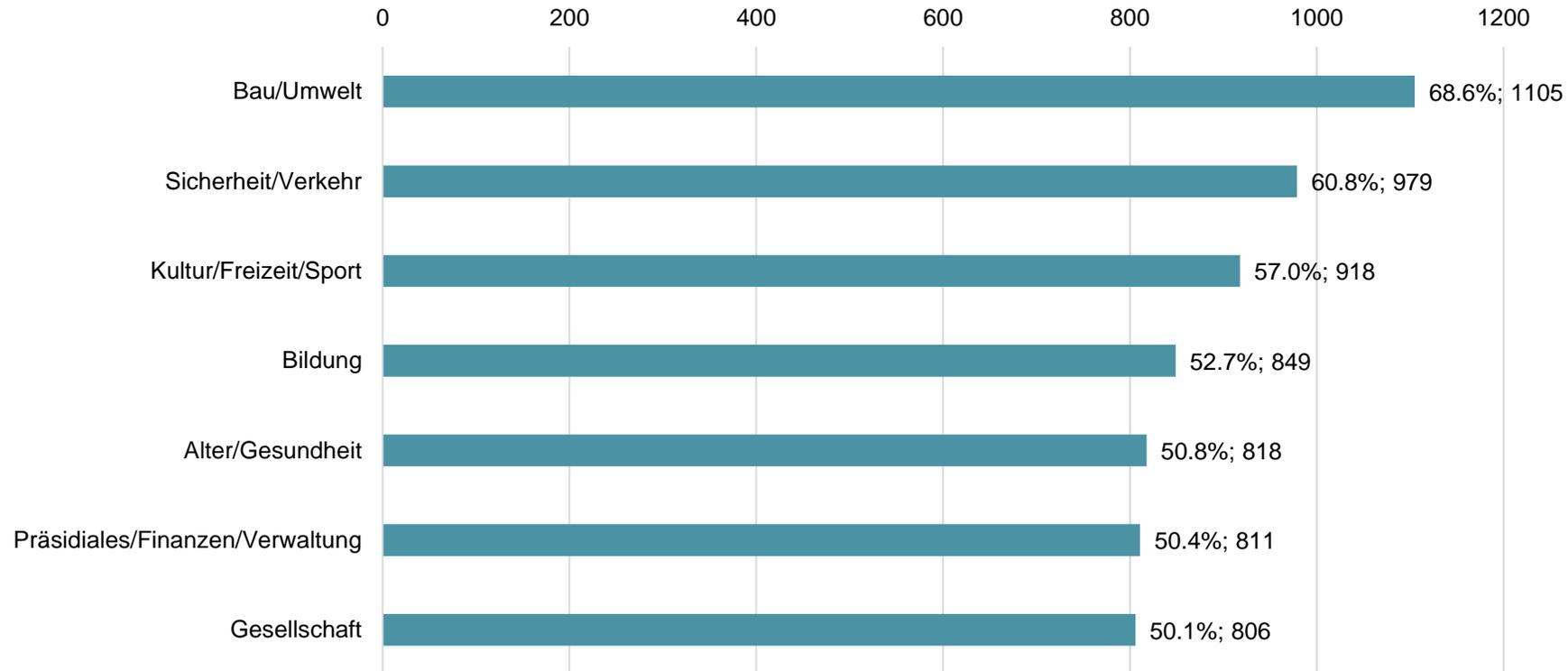
Wie sollte die Stadt idealerweise kommunizieren?



Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Themen für eine regelmässige und aktive Kommunikation

**Zu welchen Themen sollte die Stadt Ihrer Ansicht nach regelmässig und aktiv* kommunizieren?
(Mehrfachantworten möglich)**



N = 1'610

* z.B. via eigenem Informationsblatt «Buchs aktuell», allenfalls Stadtnachrichten im «Werdenberger & Obertoggenburger», Informationsveranstaltungen, Newsletter

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Themen für eine regelmässige und aktive Kommunikation: Weitere Themen (Kommentarfeld)



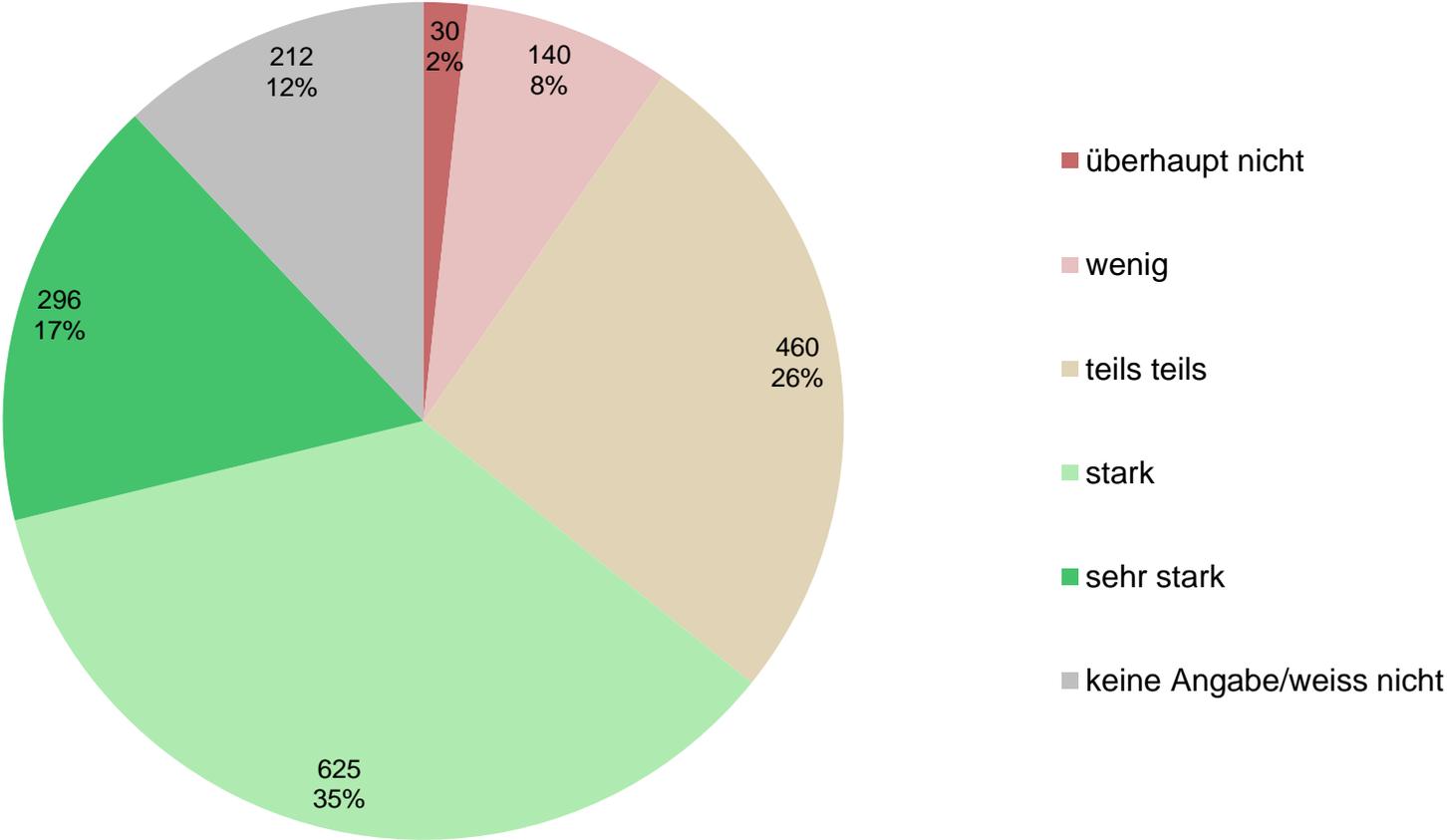
Andere:	Anzahl Nennungen
Aktuelles und Politisches	9
Energie, Ökologie und Versorgung	6
Langfrist-Planung, Strategie, Ausblick	5
Infrastruktur und Bau	4
Kinder- und Jugendförderung	4
Finanzen	4
Immigration und Grenzschutz	3
Soziale Dienste, Soziales	2
Aktuelle Themen und Resultate Wahlen/Abstimmungen auf Webseite	2
Diverse Einzelnennungen (siehe Anhang)	

Anzahl Kommentare: 74

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Identifikation mit der Stadt Buchs

Wie sehr identifizieren Sie sich mit der Stadt Buchs?

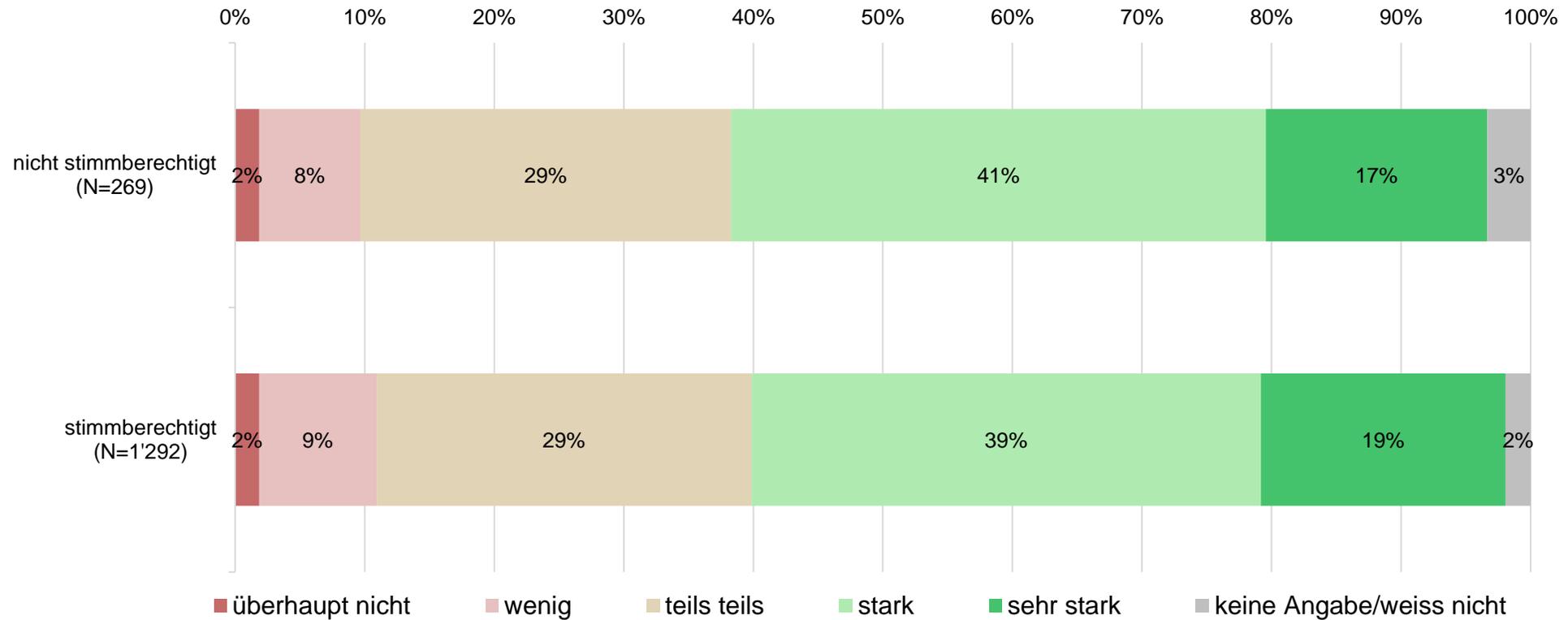


N = 1'763

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Identifikation mit der Stadt Buchs: nach Stimmberechtigung

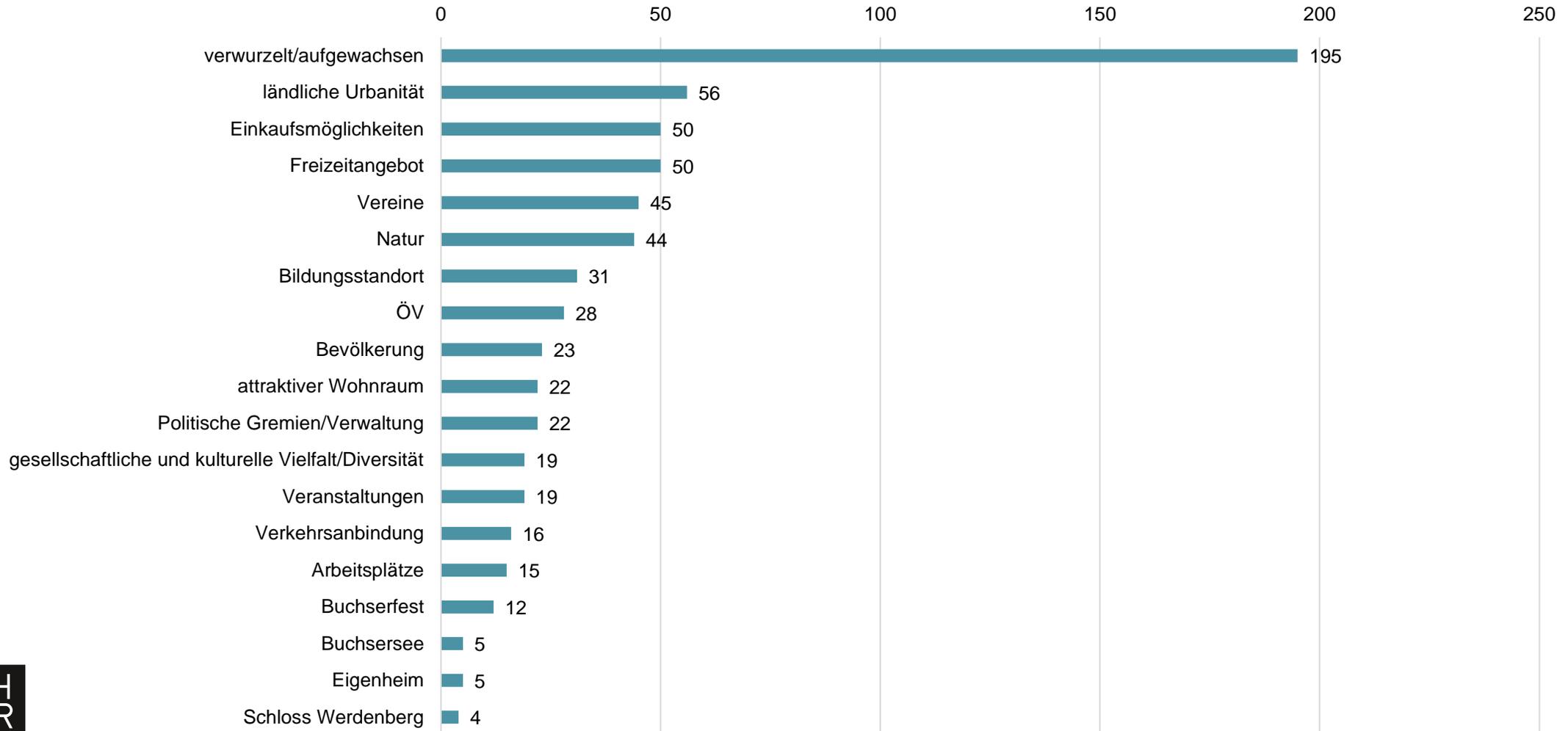
Wie sehr identifizieren Sie sich mit der Stadt Buchs?



Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Identifikation mit der Stadt Buchs: Kommentarfeld

Was trägt für Sie persönlich zur Identifikation mit der Stadt Buchs bei? (Cluster)



Anzahl Kommentare: 581 mit Mehrfachnennungen

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Häufigkeit Nutzung der Informationsquellen: Mittelwerte

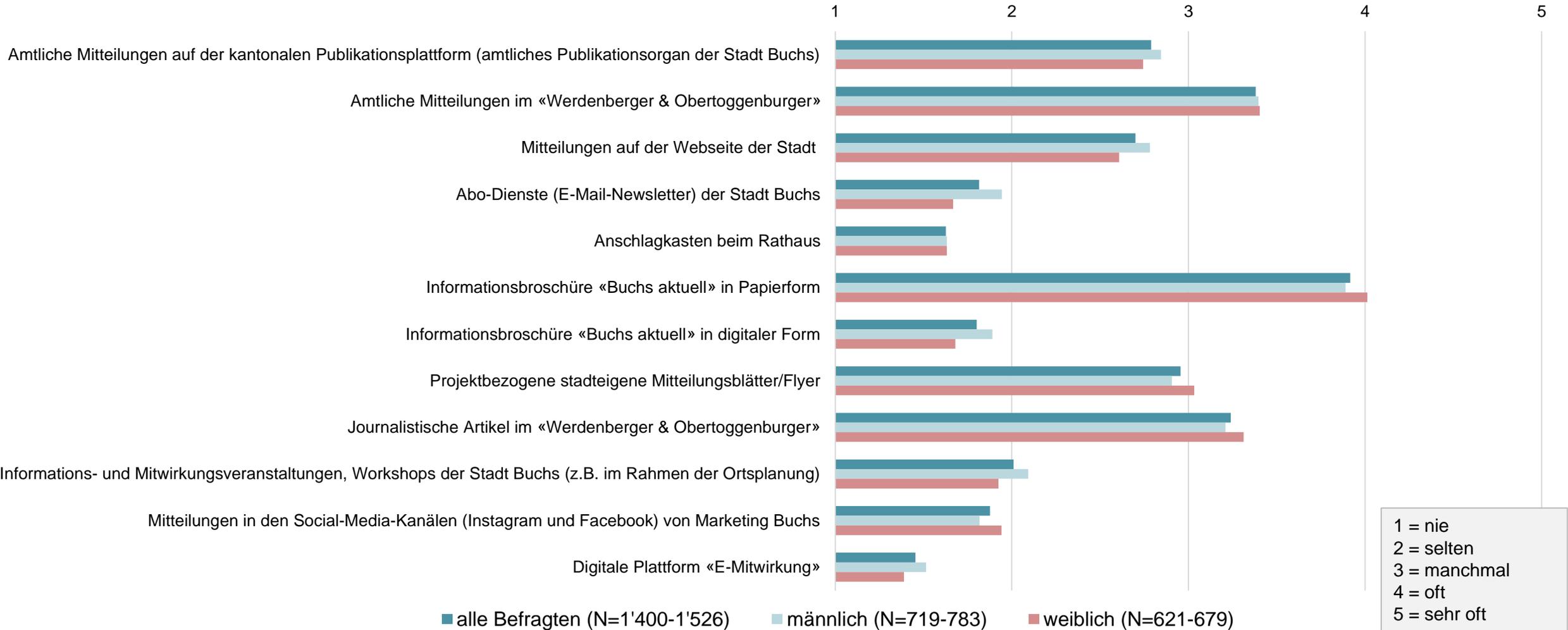
Wie oft informieren Sie sich über die politischen und gesellschaftlichen Geschehnisse in der Stadt mittels folgender Medien? (Mittelwerte)



Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Häufigkeit Nutzung der Informationsquellen: Mittelwerte nach Geschlecht

Wie oft informieren Sie sich über die politischen und gesellschaftlichen Geschehnisse in der Stadt mittels folgender Medien? (Mittelwerte)



Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Häufigkeit Nutzung der Informationsquellen: Kreuztabelle «Buchs aktuell» und Amtl. Mitteilungen im W&O

		Amtl. Mitteilungen im W&O				
		nie	selten	manchmal	oft	sehr oft
Buchs aktuell	nie	44	18	21	5	3
	selten	22	26	22	17	8
	manchmal	38	56	74	44	21
	oft	51	63	112	198	79
	sehr oft	40	52	76	135	272

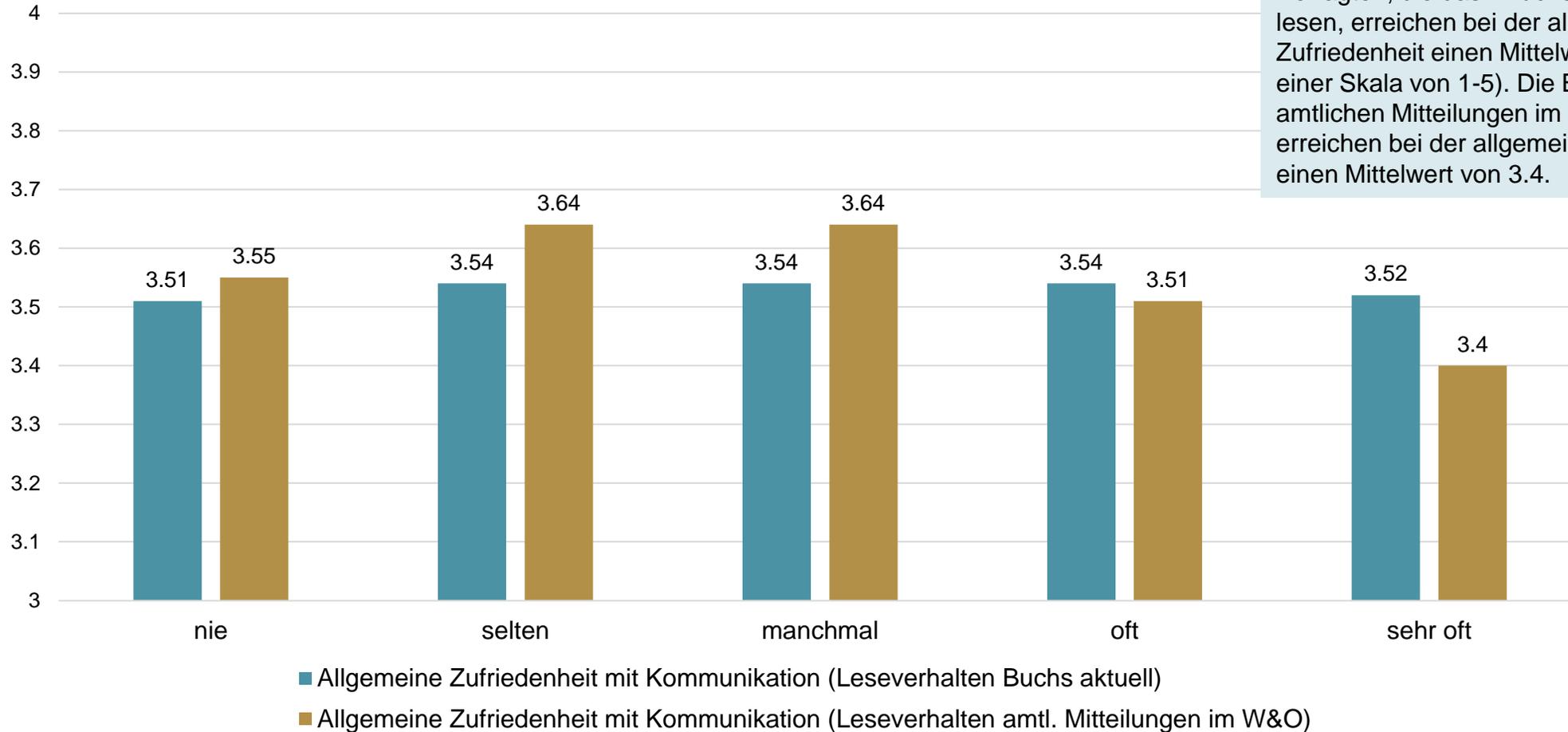


Leser/innen von Buchs aktuell, lesen in der Tendenz auch die amtl. Mitteilungen im W&O.

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Häufigkeit Nutzung der Informationsquellen: Zufriedenheit und Informationsverhalten

Allgemeine Zufriedenheit und Informationsverhalten



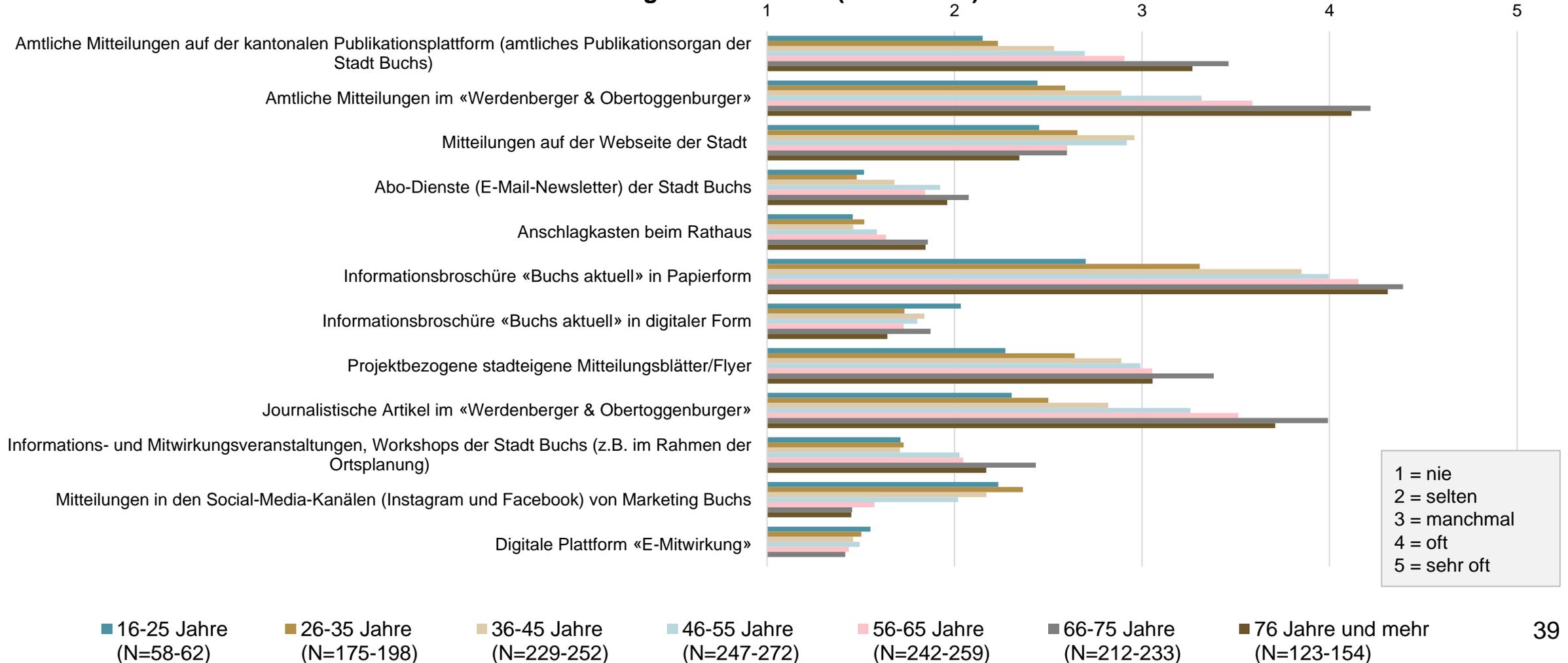
Lesehilfe:

Beispiel Informationsverhalten «sehr oft»: Die Befragten, die das «Buch aktuell» sehr oft lesen, erreichen bei der allgemeinen Zufriedenheit einen Mittelwert von 3.52 (auf einer Skala von 1-5). Die Befragten, die die amtlichen Mitteilungen im W&O sehr oft lesen, erreichen bei der allgemeinen Zufriedenheit einen Mittelwert von 3.4.

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Häufigkeit Nutzung der Informationsquellen: Mittelwerte nach Alterskategorie

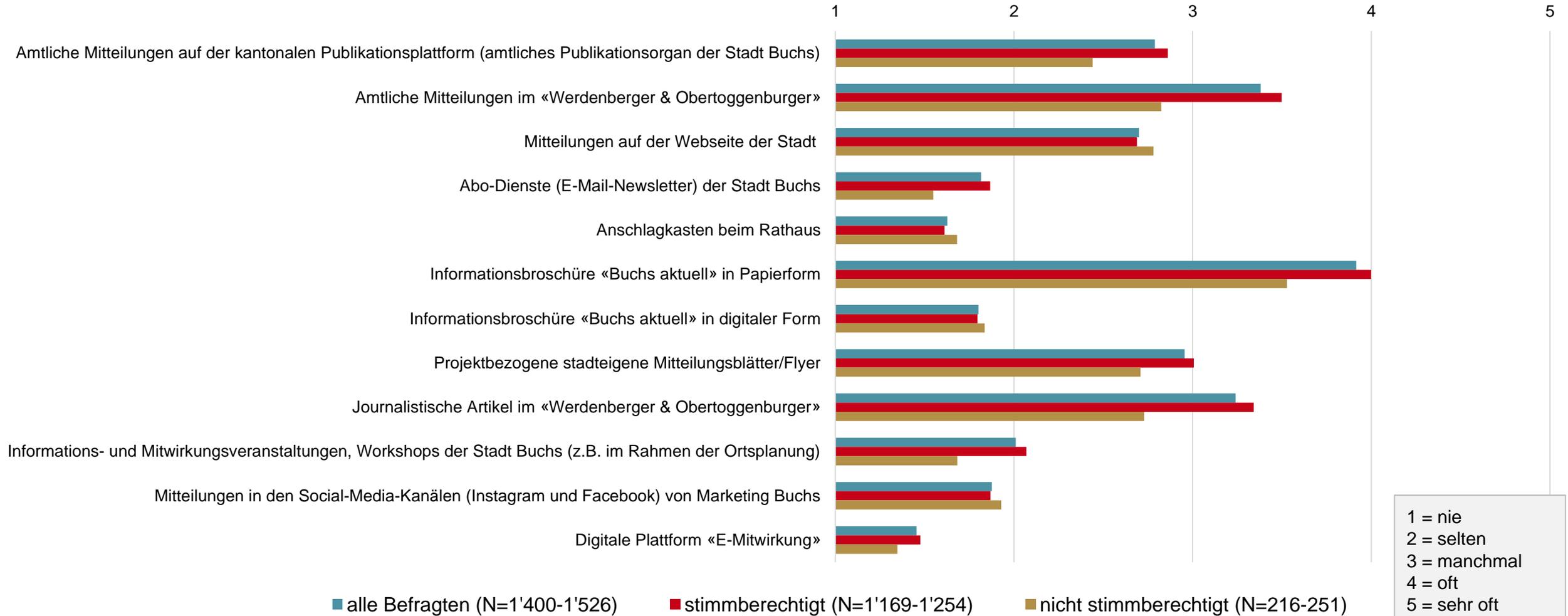
Wie oft informieren Sie sich über die politischen und gesellschaftlichen Geschehnisse in der Stadt mittels folgender Medien? (Mittelwerte)



Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Häufigkeit Nutzung der Informationsquellen: Mittelwerte nach Stimmberechtigung

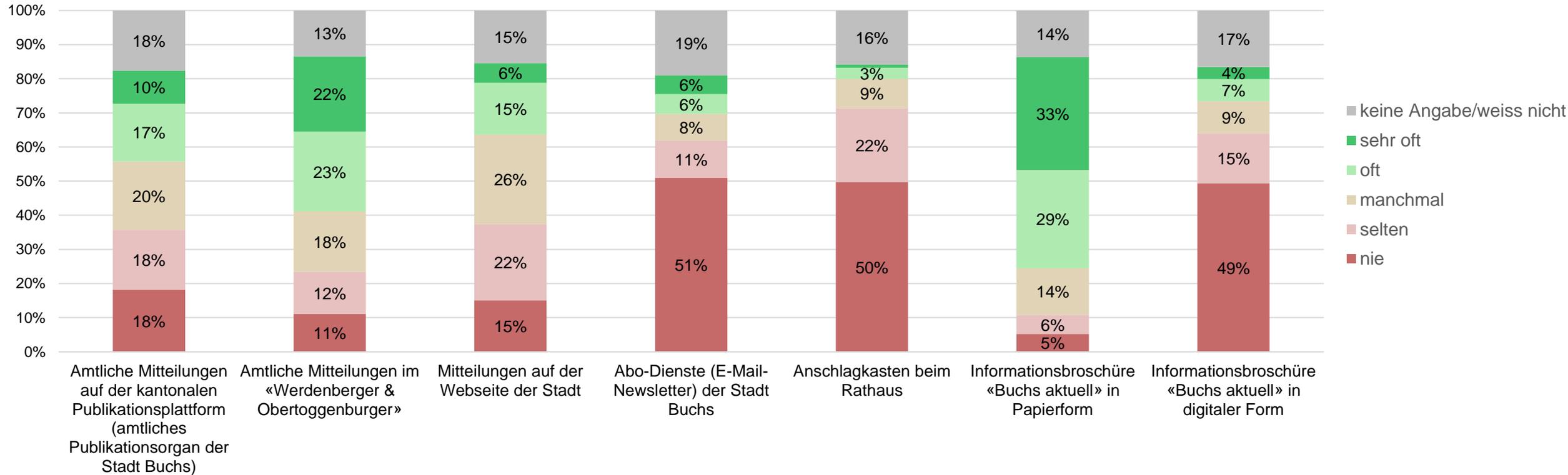
Wie oft informieren Sie sich über die politischen und gesellschaftlichen Geschehnisse in der Stadt mittels folgender Medien? (Mittelwerte)



Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Häufigkeit Nutzung der Informationsquellen (1/2)

Wie oft informieren Sie sich über die politischen und gesellschaftlichen Geschehnisse in der Stadt mittels folgender Medien?

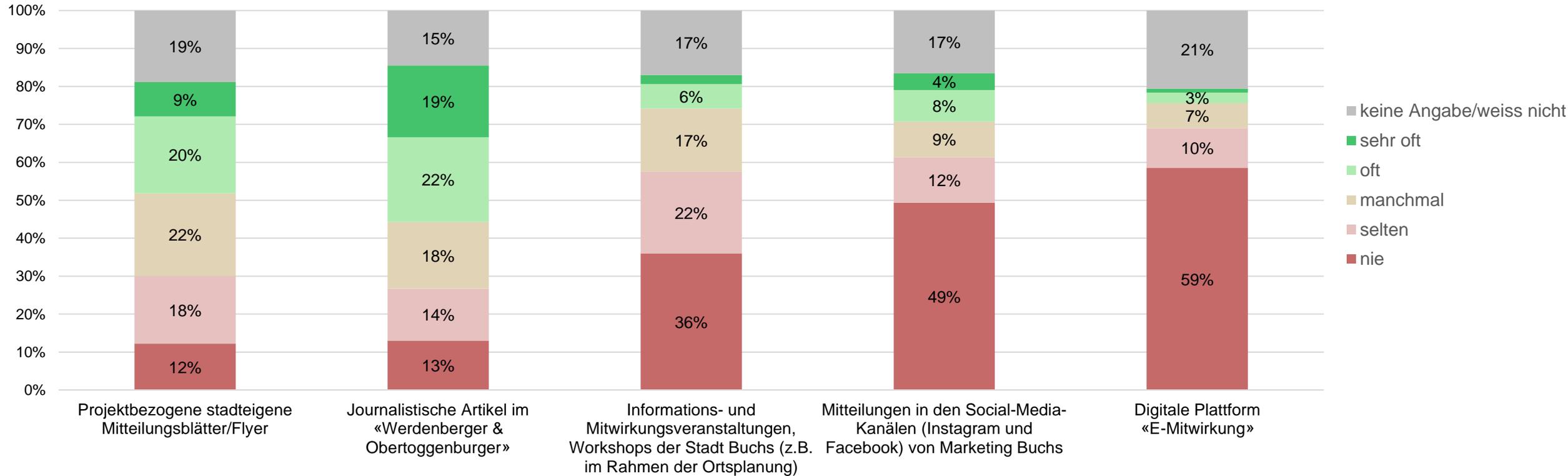


N = 1'763

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Häufigkeit Nutzung der Informationsquellen (2/2)

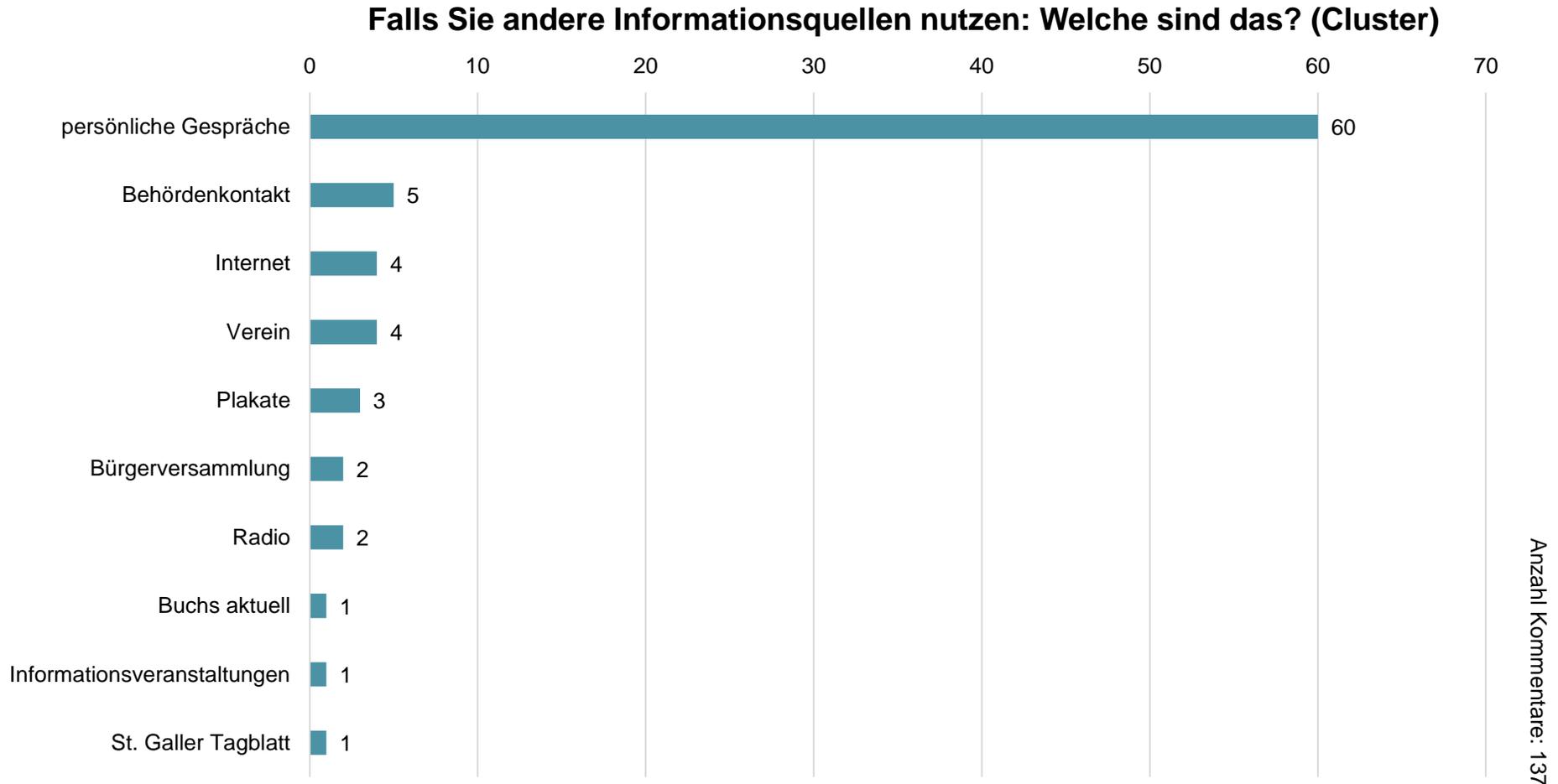
Wie oft informieren Sie sich über die politischen und gesellschaftlichen Geschehnisse in der Stadt mittels folgender Medien?



N = 1'763

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

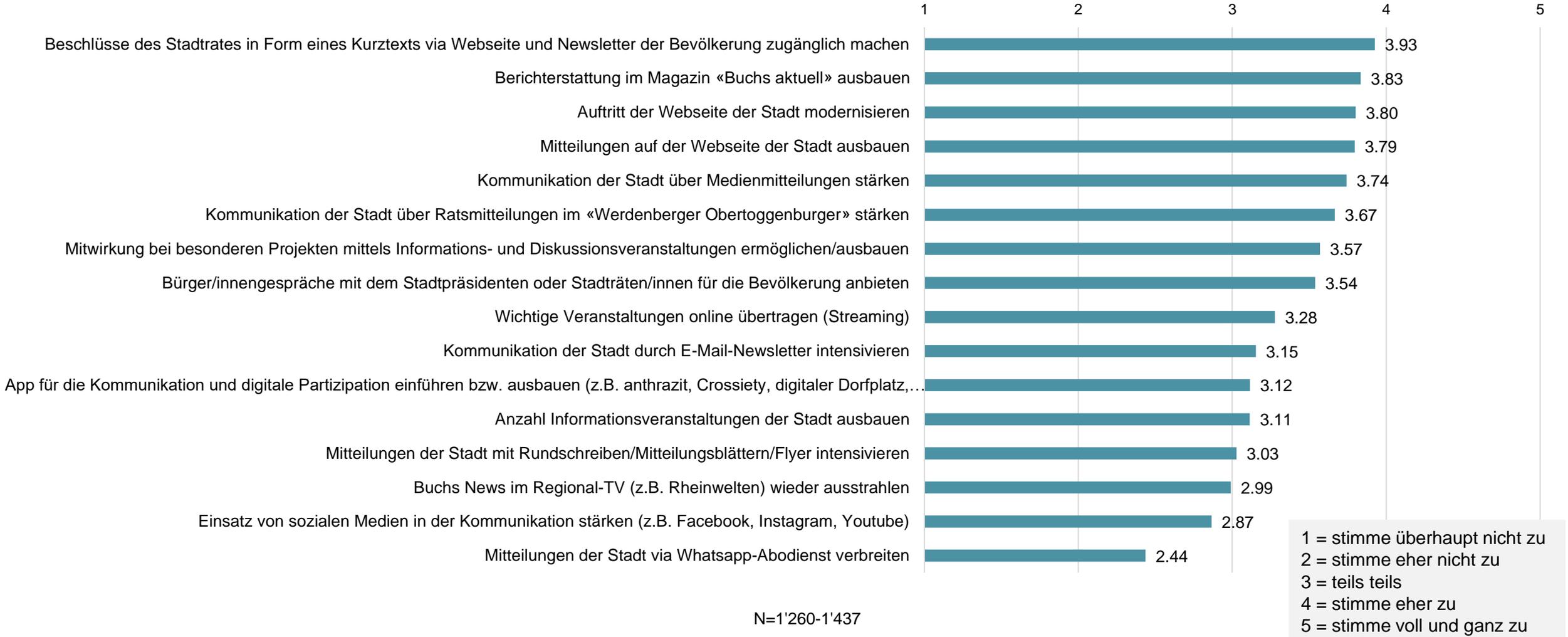
Häufigkeit Nutzung der Informationsquellen: Andere Informationsquellen (Kommentarfeld)



Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Beurteilung Massnahmen: Mittelwerte

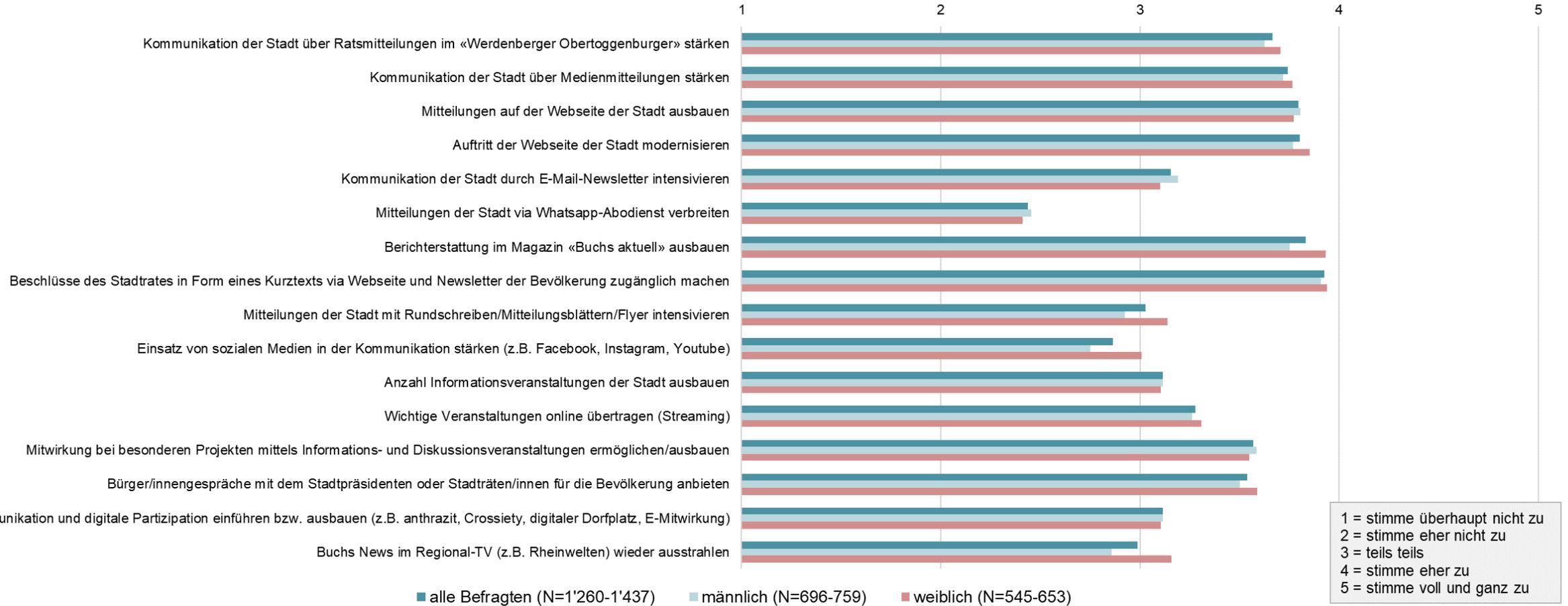
Erachten Sie folgende Massnahmen hinsichtlich der Kommunikation der Stadt Buchs als sinnvoll? (Mittelwerte)



Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Beurteilung Massnahmen: Mittelwerte nach Geschlecht

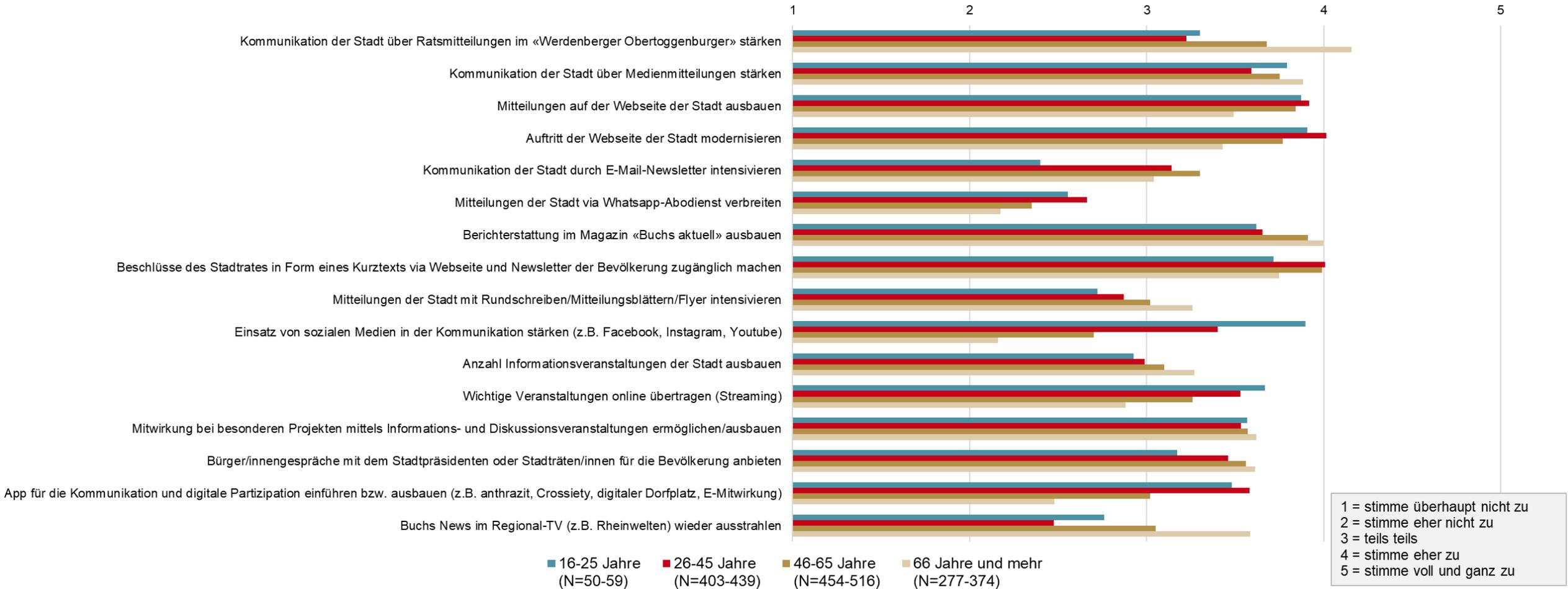
Erachten Sie folgende Massnahmen hinsichtlich der Kommunikation der Stadt Buchs als sinnvoll? (Mittelwerte)



Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Beurteilung Massnahmen: Mittelwerte nach Alterskategorie

Erachten Sie folgende Massnahmen hinsichtlich der Kommunikation der Stadt Buchs als sinnvoll? (Mittelwerte)



Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Beurteilung Massnahmen: Mittelwerte nach Alterskategorie Tabellenform

1 = stimme überhaupt nicht zu
 2 = stimme eher nicht zu
 3 = teils teils
 4 = stimme eher zu
 5 = stimme voll und ganz zu

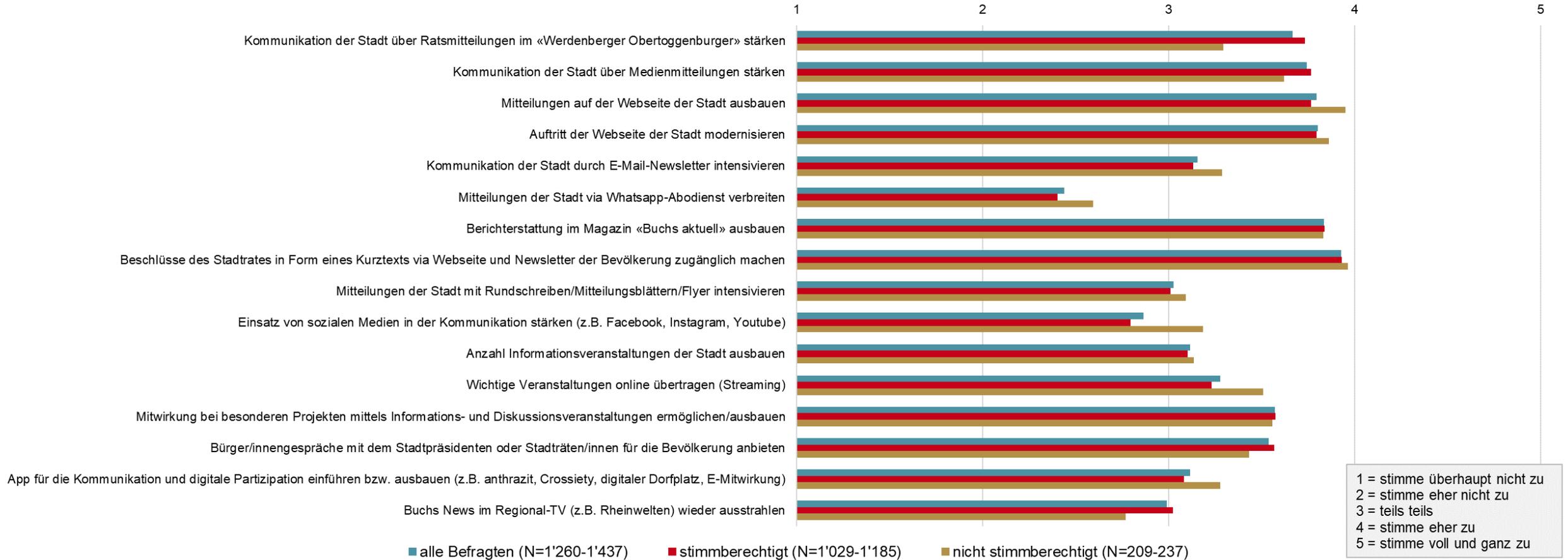
	16-25 Jahre (N=50-59)	26-35 Jahre (N=173-196)	36-45 Jahre (N=225-243)	46-55 Jahre (N=241-265)	56-65 Jahre (N=213-251)	66-75 Jahre (N=178-233)	76 Jahre und mehr (N=98-143)
	Mittelwert	Mittelwert	Mittelwert	Mittelwert	Mittelwert	Mittelwert	Mittelwert
Kommunikation der Stadt über Ratsmitteilungen im «Werdenberger Obertoggenburger» stärken	3.30	3.15	3.28	3.61	3.76	4.18	4.13
Kommunikation der Stadt über Medienmitteilungen stärken	3.79	3.66	3.53	3.78	3.72	3.96	3.76
Mitteilungen auf der Webseite der Stadt ausbauen	3.87	3.77	4.04	3.88	3.80	3.59	3.31
Auftritt der Webseite der Stadt modernisieren	3.91	4.02	4.02	3.86	3.68	3.55	3.21
Kommunikation der Stadt durch E-Mail-Newsletter intensivieren	2.40	3.00	3.26	3.32	3.29	3.09	2.95
Mitteilungen der Stadt via Whatsapp-Abodienst verbreiten	2.55	2.81	2.54	2.37	2.33	2.21	2.11
Berichterstattung im Magazin «Buchs aktuell» ausbauen	3.62	3.56	3.72	3.85	3.96	4.01	3.98
Beschlüsse des Stadtrates in Form eines Kurztexts via Webseite und Newsletter der Bevölkerung zugänglich machen	3.72	3.95	4.05	4.07	3.89	3.83	3.61
Mitteilungen der Stadt mit Rundschreiben/Mitteilungsblättern/Flyer intensivieren	2.72	2.89	2.85	2.93	3.11	3.24	3.29
Einsatz von sozialen Medien in der Kommunikation stärken (z.B. Facebook, Instagram, Youtube)	3.90	3.79	3.09	2.88	2.51	2.18	2.13
Anzahl Informationsveranstaltungen der Stadt ausbauen	2.93	2.97	3.00	3.07	3.14	3.35	3.13
Wichtige Veranstaltungen online übertragen (Streaming)	3.67	3.55	3.52	3.39	3.11	3.13	2.44
Mitwirkung bei besonderen Projekten mittels Informations- und Diskussionsveranstaltungen ermöglichen/ausbauen	3.57	3.42	3.62	3.62	3.52	3.69	3.50
Bürger/innengespräche mit dem Stadtpräsidenten oder Stadträten/innen für die Bevölkerung anbieten	3.17	3.32	3.57	3.68	3.44	3.61	3.61
App für die Kommunikation und digitale Partizipation einführen bzw. ausbauen (z.B. anthrazit, Crossiety, digitaler Dorfplatz, E-Mitwirkung)	3.48	3.65	3.52	3.24	2.77	2.50	2.45
Buchs News im Regional-TV (z.B. Rheinwelten) wieder ausstrahlen	2.76	2.48	2.47	2.95	3.15	3.55	3.66

Anmerkung: rot = 1.00-2.499, gold = 2.50-3.499, grün = 3.50-5.00

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Beurteilung Massnahmen: Mittelwerte nach Stimmberechtigung

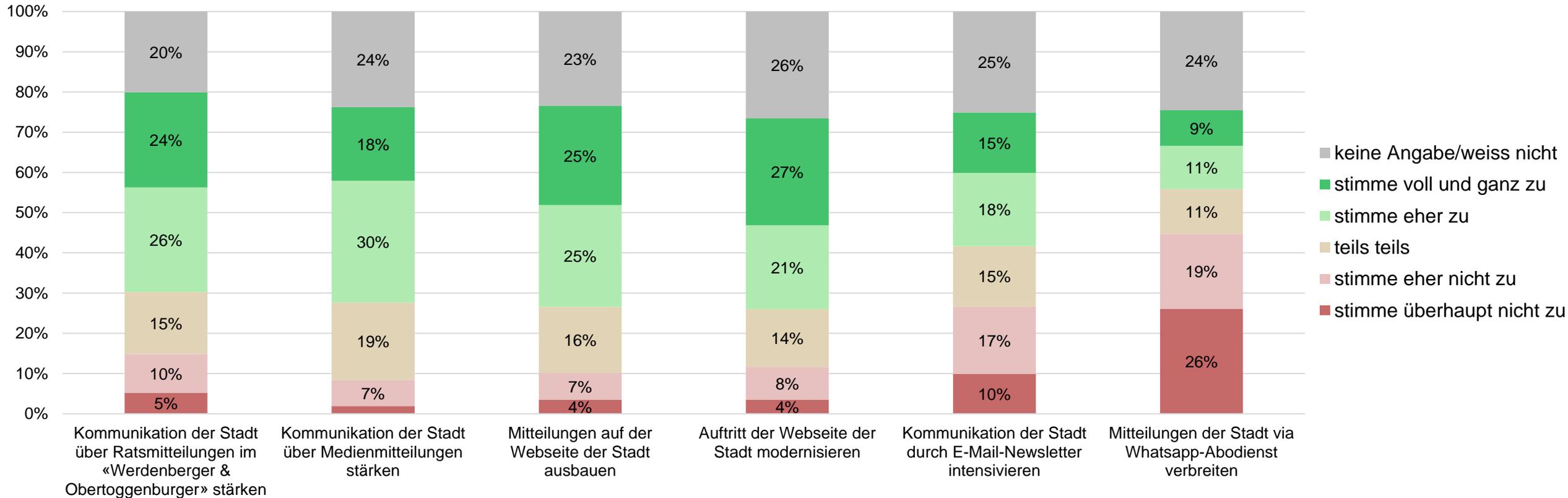
Erachten Sie folgende Massnahmen hinsichtlich der Kommunikation der Stadt Buchs als sinnvoll? (Mittelwerte)



Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Beurteilung Massnahmen (1/4)

Erachten Sie folgende Massnahmen hinsichtlich der Kommunikation der Stadt Buchs als sinnvoll?

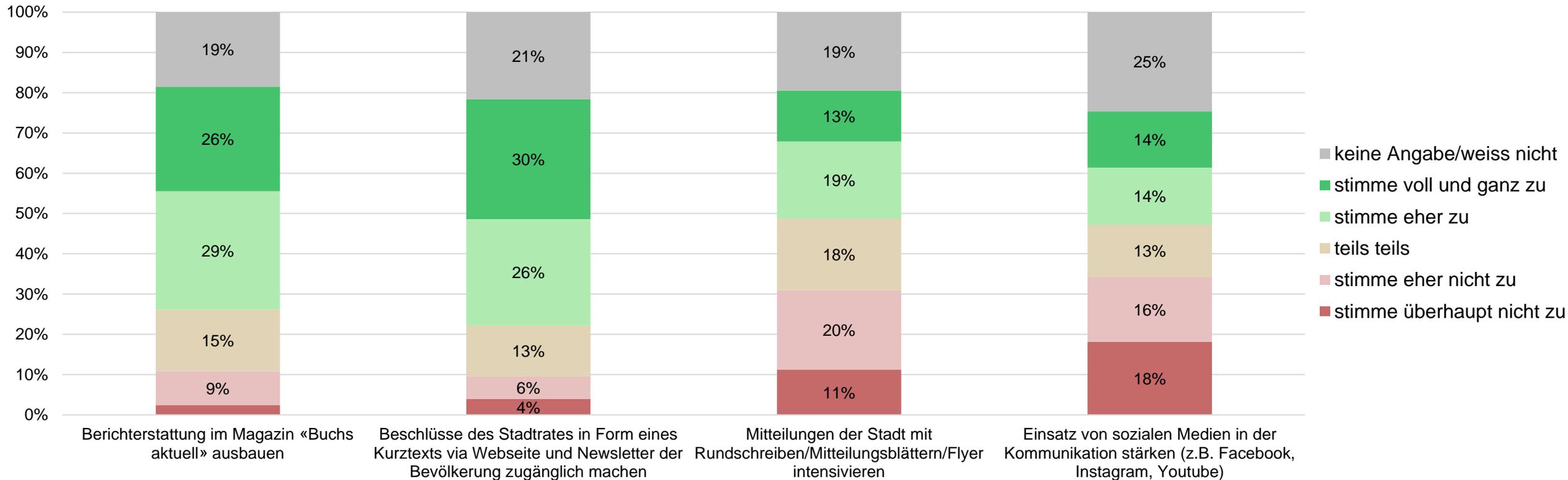


N = 1'763

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Beurteilung Massnahmen (2/4)

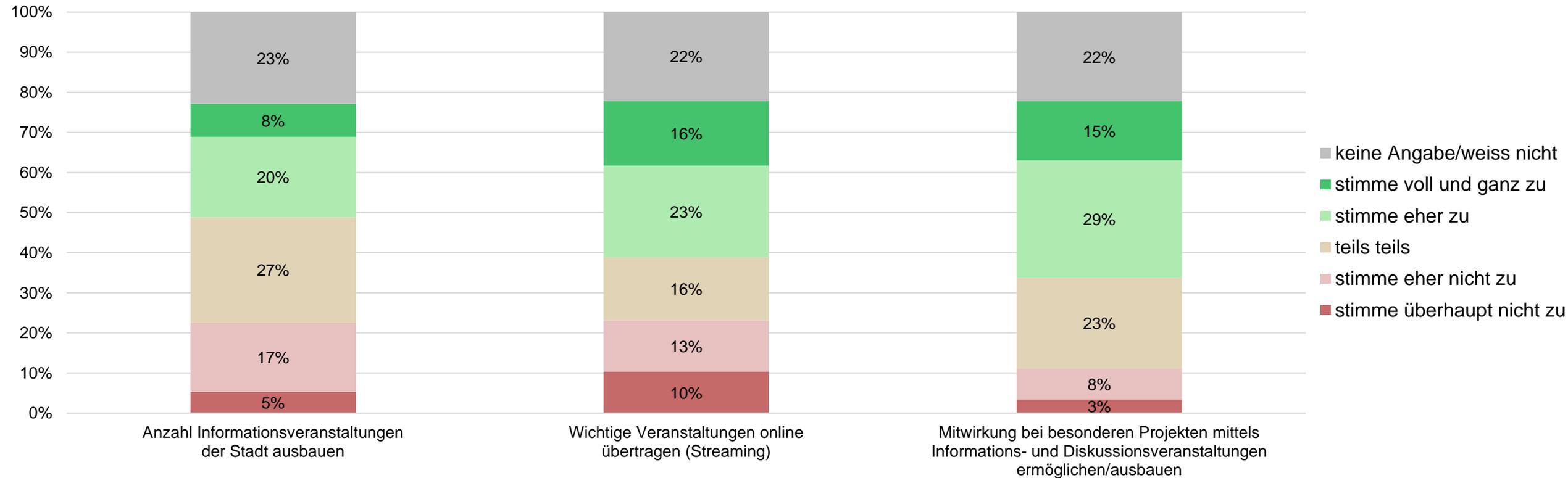
Erachten Sie folgende Massnahmen hinsichtlich der Kommunikation der Stadt Buchs als sinnvoll?



Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Beurteilung Massnahmen (3/4)

Erachten Sie folgende Massnahmen hinsichtlich der Kommunikation der Stadt Buchs als sinnvoll?

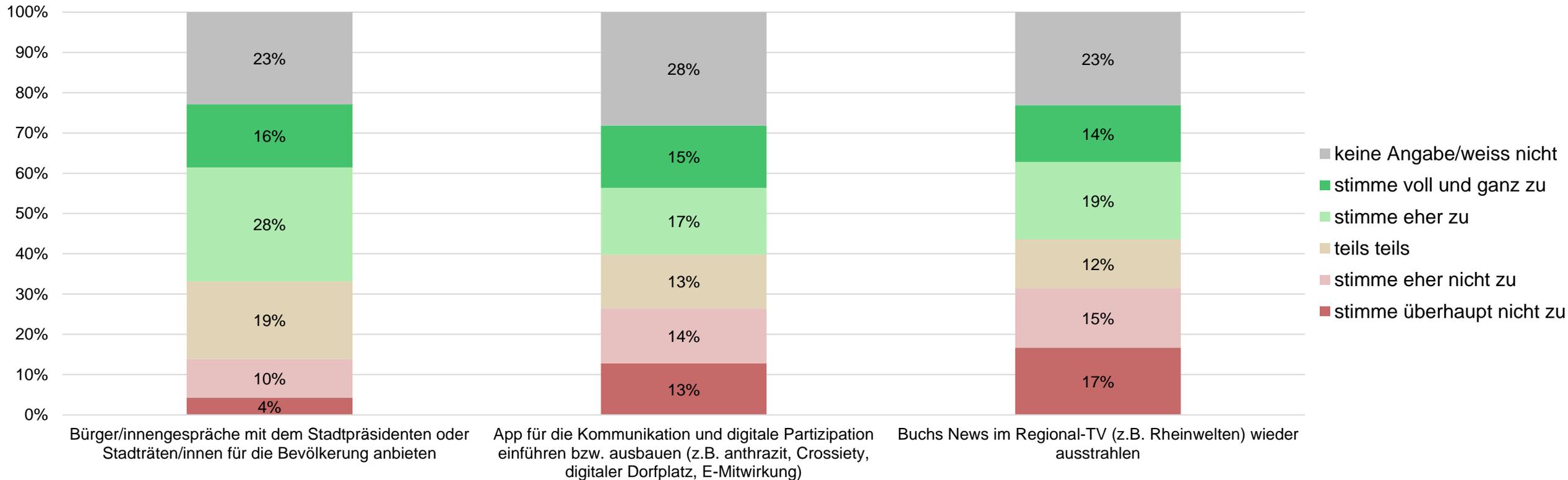


N = 1'763

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Beurteilung Massnahmen (4/4)

Erachten Sie folgende Massnahmen hinsichtlich der Kommunikation der Stadt Buchs als sinnvoll?

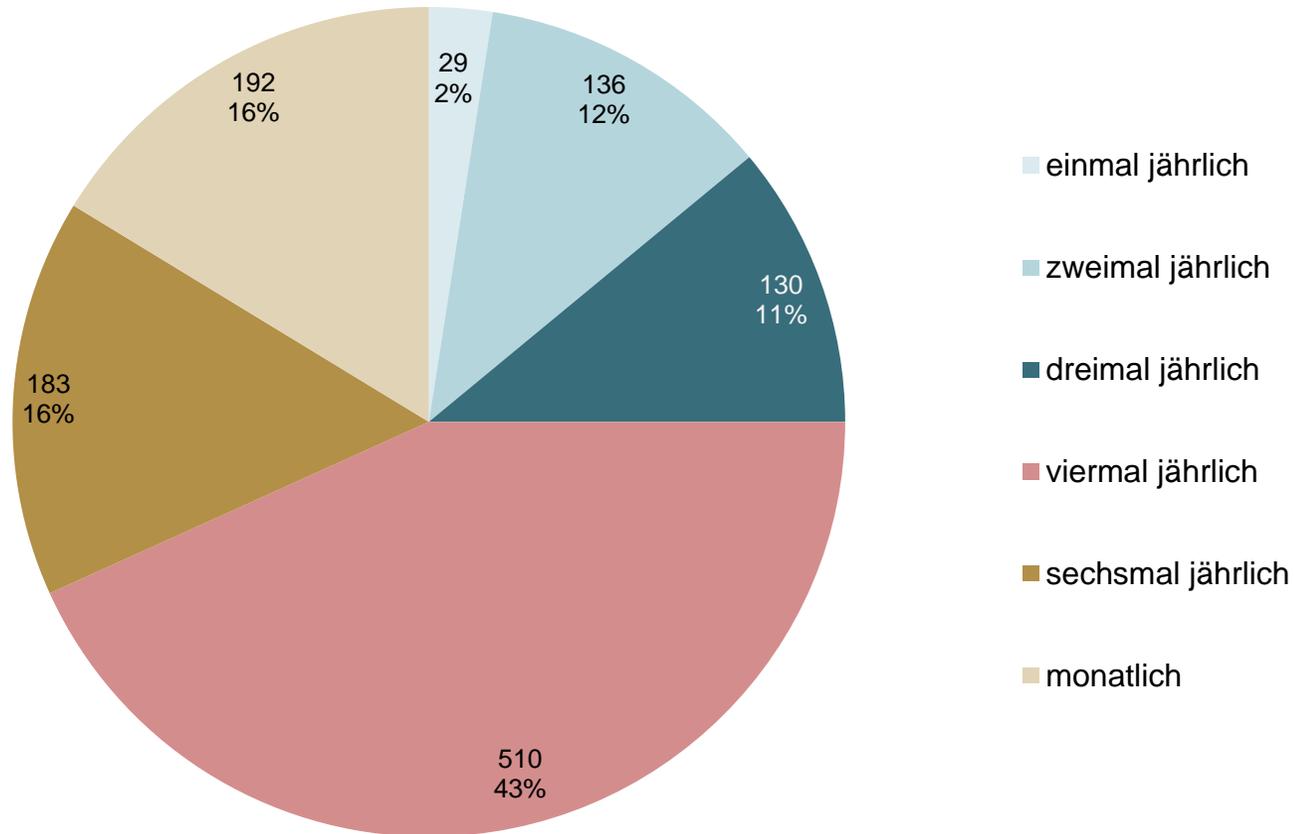


N = 1'763

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Ausbau «Buchs aktuell»

Sie haben bei den Massnahmen zum Ausbau «Buchs aktuell» «teils teils», «stimme eher zu» oder «stimme voll und ganz zu» angegeben: In welchem Rhythmus sollte dieses optimalerweise erscheinen?

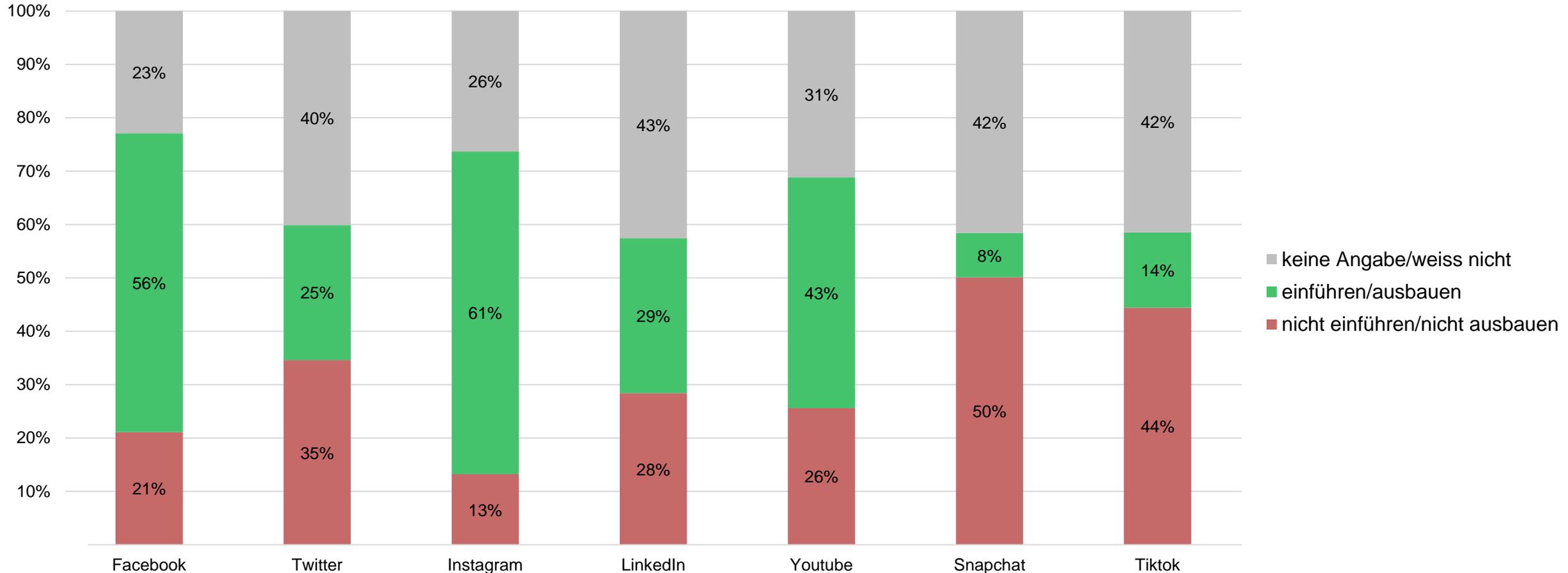


N = 1'180

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Ausbau soziale Medien

Sie haben bei den Massnahmen zum Ausbau «soziale Medien» «teils teils», «stimme eher zu» oder «stimme voll und ganz zu» angegeben: Welche Kanäle / sozialen Medien sollten Ihrer Meinung nach eingeführt bzw. ausgebaut werden?

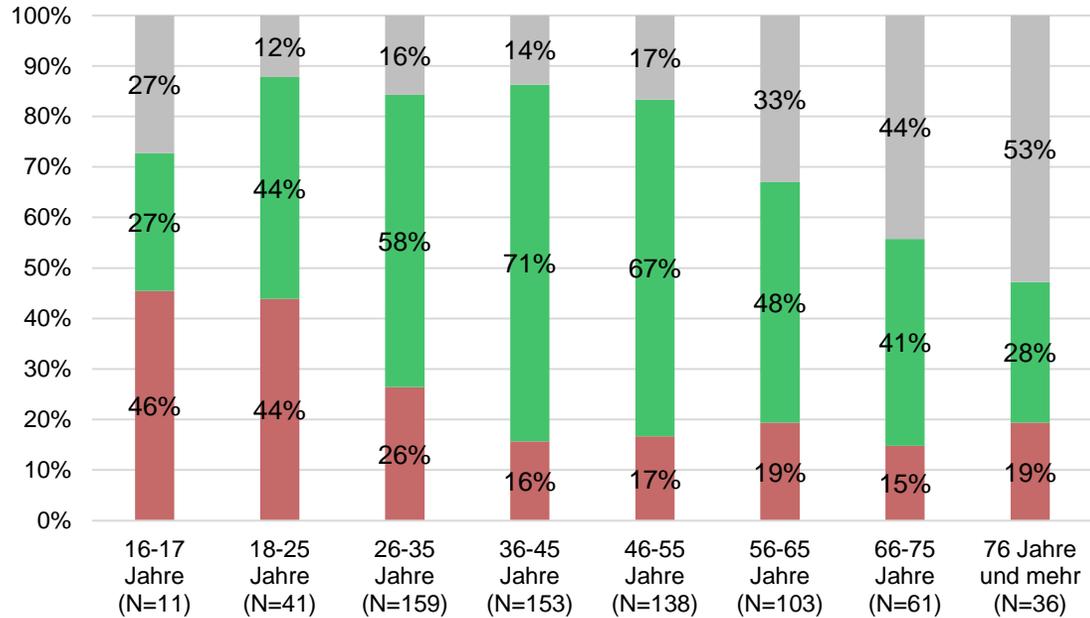


N=735

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

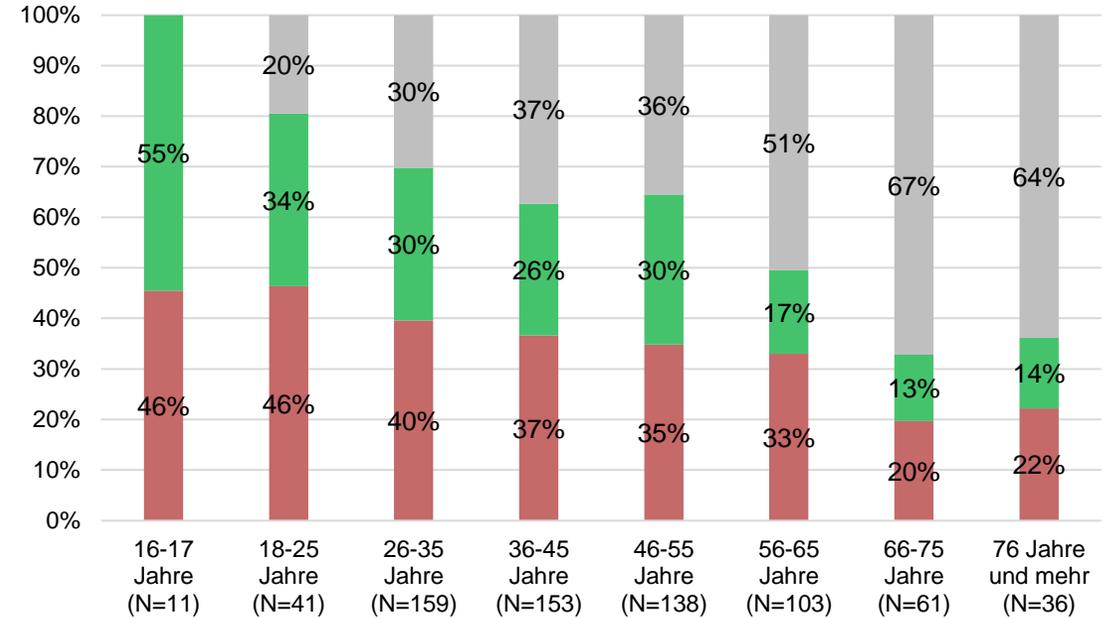
Ausbau soziale Medien: Nach Alterskategorie (1/4)

Facebook



■ nicht einführen/nicht ausbauen ■ einführen/ausbauen ■ keine Angabe/weiss nicht

Twitter

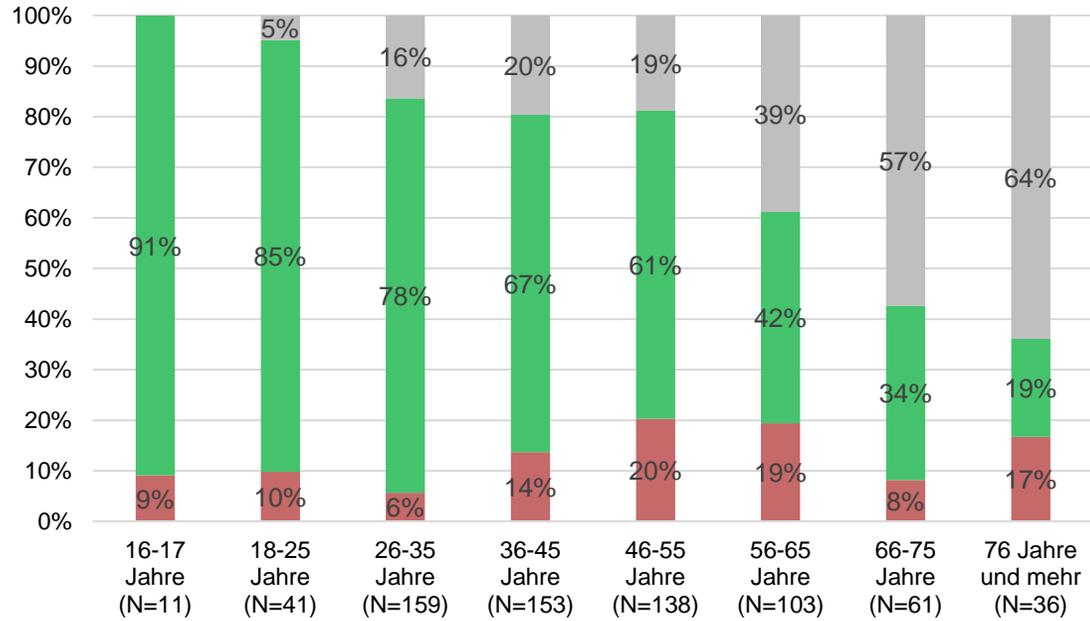


■ nicht einführen/nicht ausbauen ■ einführen/ausbauen ■ keine Angabe/weiss nicht

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

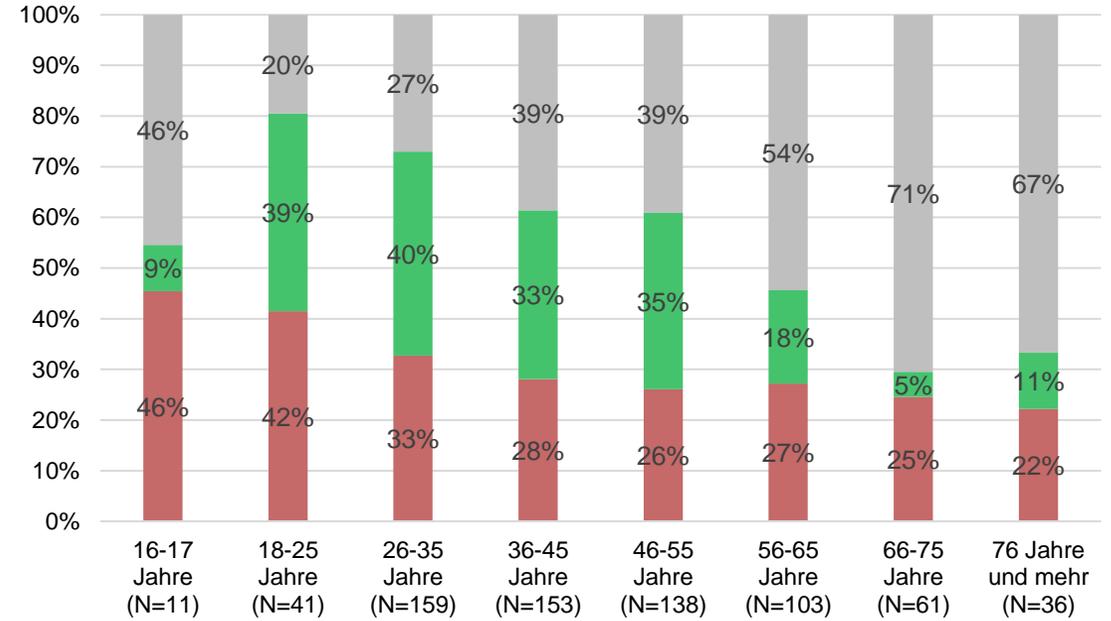
Ausbau soziale Medien: Nach Alterskategorie (2/4)

Instagram



■ nicht einführen/nicht ausbauen ■ einführen/ausbauen ■ keine Angabe/weiss nicht

LinkedIn

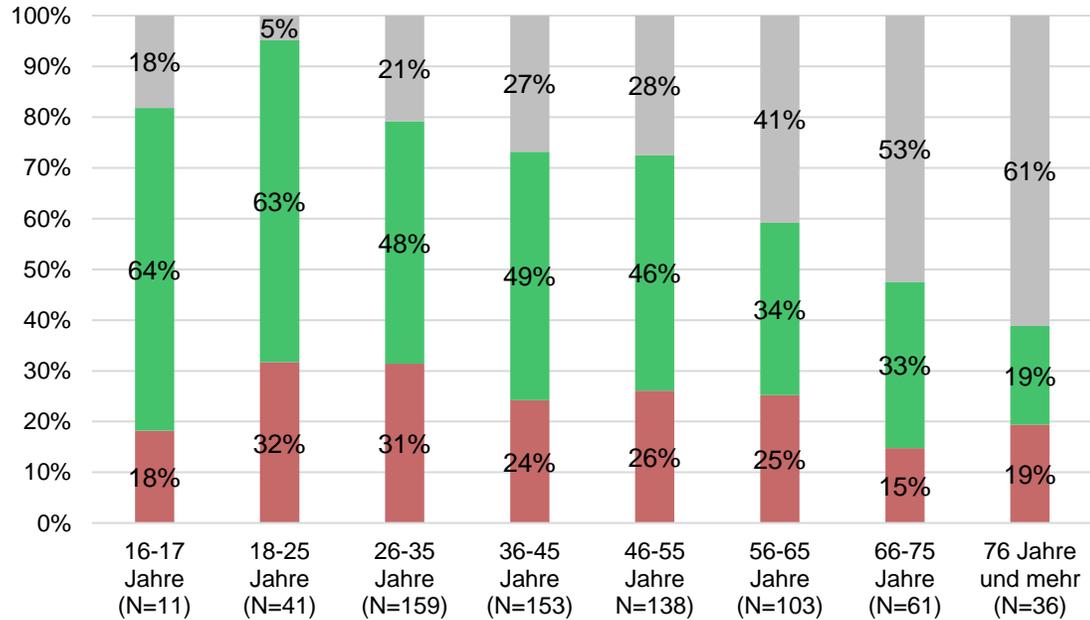


■ nicht einführen/nicht ausbauen ■ einführen/ausbauen ■ keine Angabe/weiss nicht

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

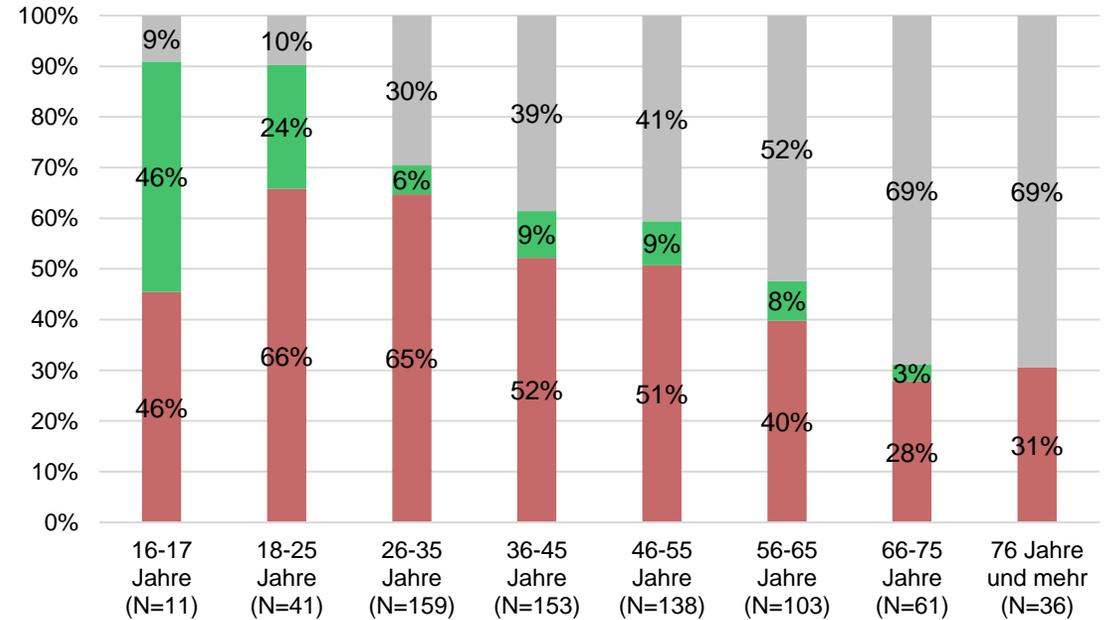
Ausbau soziale Medien: Nach Alterskategorie (3/4)

YouTube



■ nicht einführen/nicht ausbauen ■ einführen/ausbauen ■ keine Angabe/weiss nicht

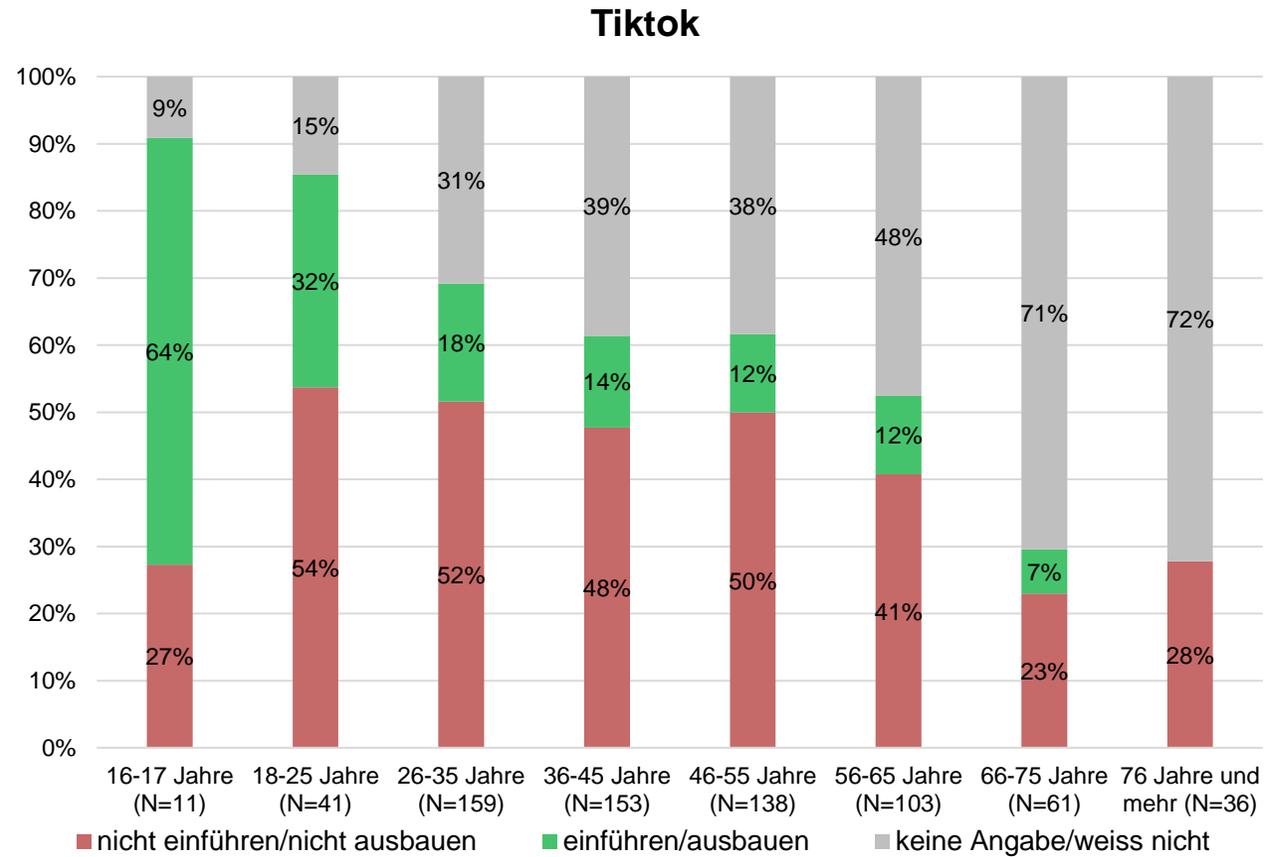
Snapchat



■ nicht einführen/nicht ausbauen ■ einführen/ausbauen ■ keine Angabe/weiss nicht

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Ausbau soziale Medien: Nach Alterskategorie (4/4)



Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Ausbau soziale Medien: Andere (Kommentarfeld, nur andere Kanäle/Bemerkungen als in Frage 11)



Andere:	Anzahl Nennungen
Eigene App	5
Digitaler Dorfplatz (z.B. Crossiety o.ä.)	2
Telegramm Kanal	1
E-Mail	1
Einsatz von sozialen Medien stärken	1
Youtube nur für streaming/recording von Anlässen	1
"Wichtig ist die Informationsgewichtung und die verschiedenen Stile in den unterschiedlichen Kanälen"	1
"wenn ausbauen, dann gezielt. es kommt schon genug spam. insbesondere die entscheide des stadtrates sollten kommunizierten und kommentiert werden. der neue stapi hat viel versprochen. walk the talk wäre jetzt angesagt. ein ausbau der inhalte wäre mir wichtiger als ein ausbau der menge an news. qualität > quantität"	1
Kurze Erklärvideos (z.B. auf YouTube)	1
"Habe selber nur Facebook- wäre aber bereit über eine andere Plattform nachzudenken"	1
TV-Sendungen	1
"Ein Buchser Duell, Abend, 1x Monatlich, auch für Ausländer atraktiv machen (ausländer die hier geboren sind)"	1
"Homepage als Elite Info-Plattform"	1
"Alles was geht"	1
Abschaffung der Papiermedien	1
Kein Einsatz von Social Media in der Politik	1
"Ich nutze keiner dieser Medien."	1

Anzahl Kommentare: 22

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Weitere Bereiche: Kommentarfeld



Sehen Sie weitere Bereiche, bei welchen eine Verbesserung der Kommunikation der Stadt Buchs sinnvoll sein könnte?

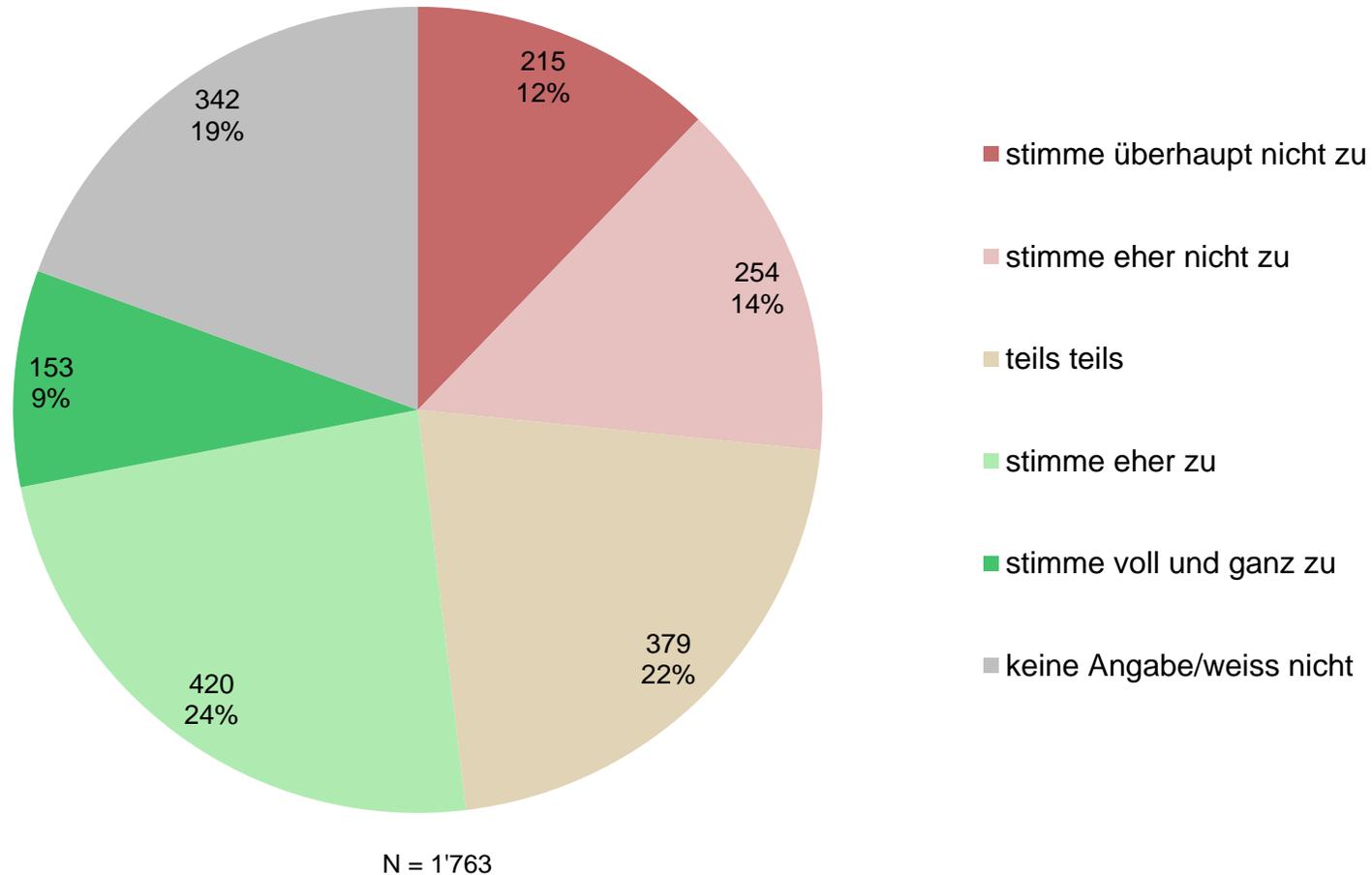
Andere:	Anzahl Nennungen
Übersichtlichkeit/Modernisierung Webseite	16
Mehrsprachigkeit fördern	11
Information über Schule ausbauen	10
Timing politische Kommunikation verbessern	9
Unterlagen zu politischen Geschäften online zur Verfügung stellen	8
auf Kommunikationskanäle hinweisen	7
App einführen	6
Einfacherere Sprache anwenden	5
W+O stärken	5
Flyer	4
Nicht-Stimmbürger einbeziehen	4
Betroffene einbeziehen	3
Beschlüsse publizieren	2
Plakate	2
Kommunikationsabteilung einführen	2
Angebot für Jugend	1
Bildschirm an neuralgischen Punkten (Bahnhof)	1
Bürgergespräche ausbauen	1
Frontoffice verbessern	1
Verfügbarkeit Verwaltung sicherstellen	1

Anzahl Kommentare: 137

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Aussage zu finanziellen und personellen Ressourcen

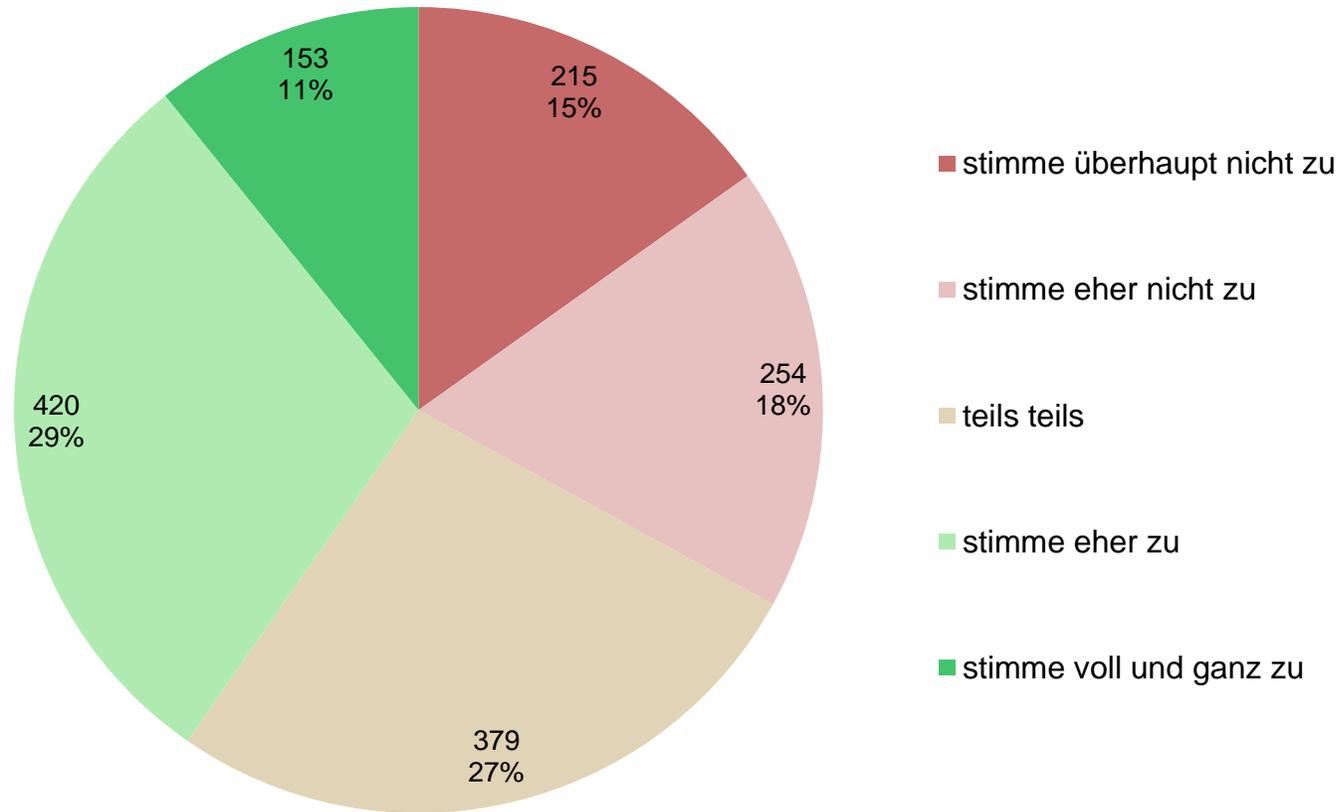
Ein Ausbau der Kommunikation benötigt zusätzliche finanzielle und personelle Ressourcen. Würden Sie einer Erhöhung der finanziellen Mittel zustimmen?



Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Aussage zu finanziellen und personellen Ressourcen (ohne k.A. und weiss nicht)

Ein Ausbau der Kommunikation benötigt zusätzliche finanzielle und personelle Ressourcen. Würden Sie einer Erhöhung der finanziellen Mittel zustimmen?

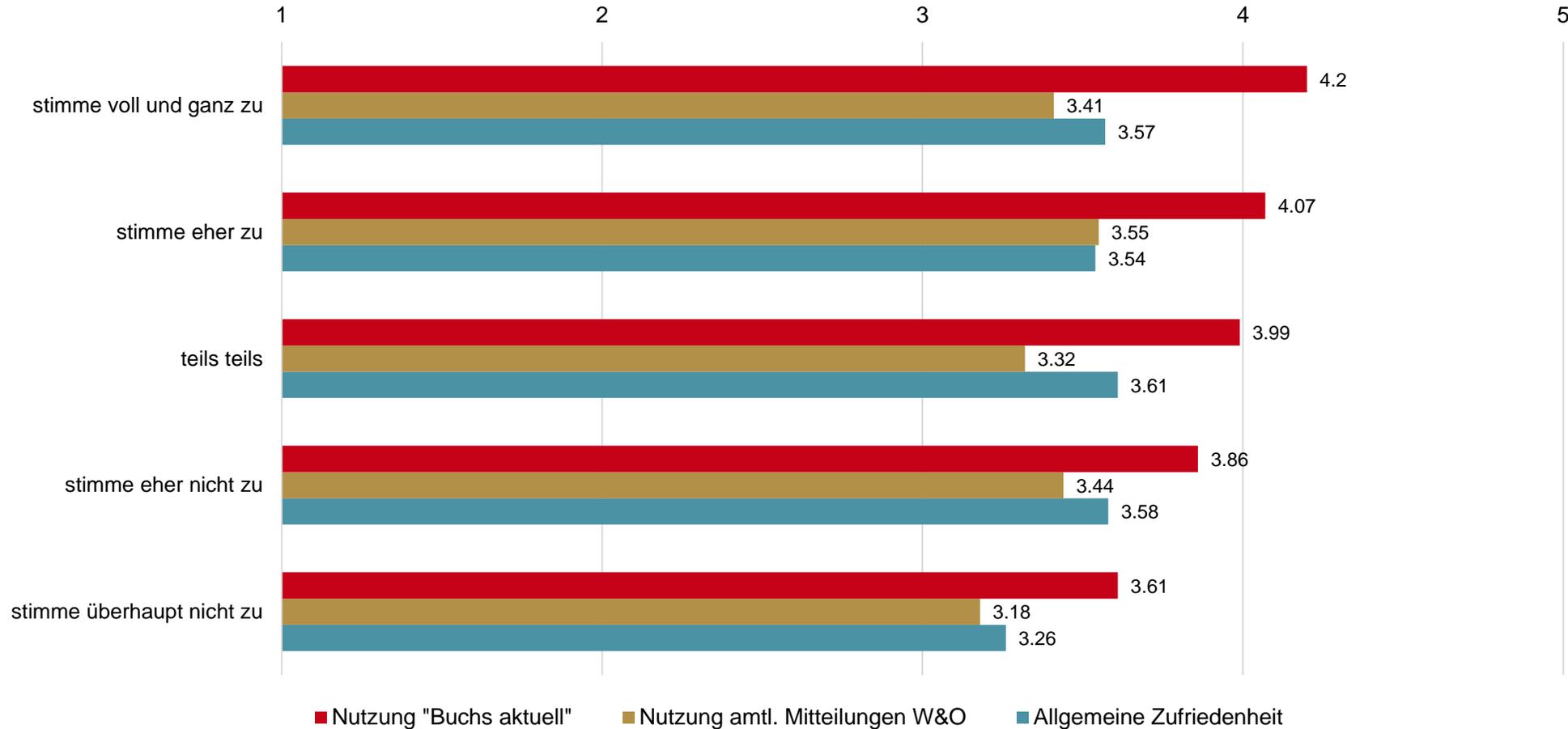


N = 1'421

Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Aussage zu finanziellen und personellen Ressourcen im Vergleich mit Zufriedenheit und Informationsverhalten (Mittelwerte)

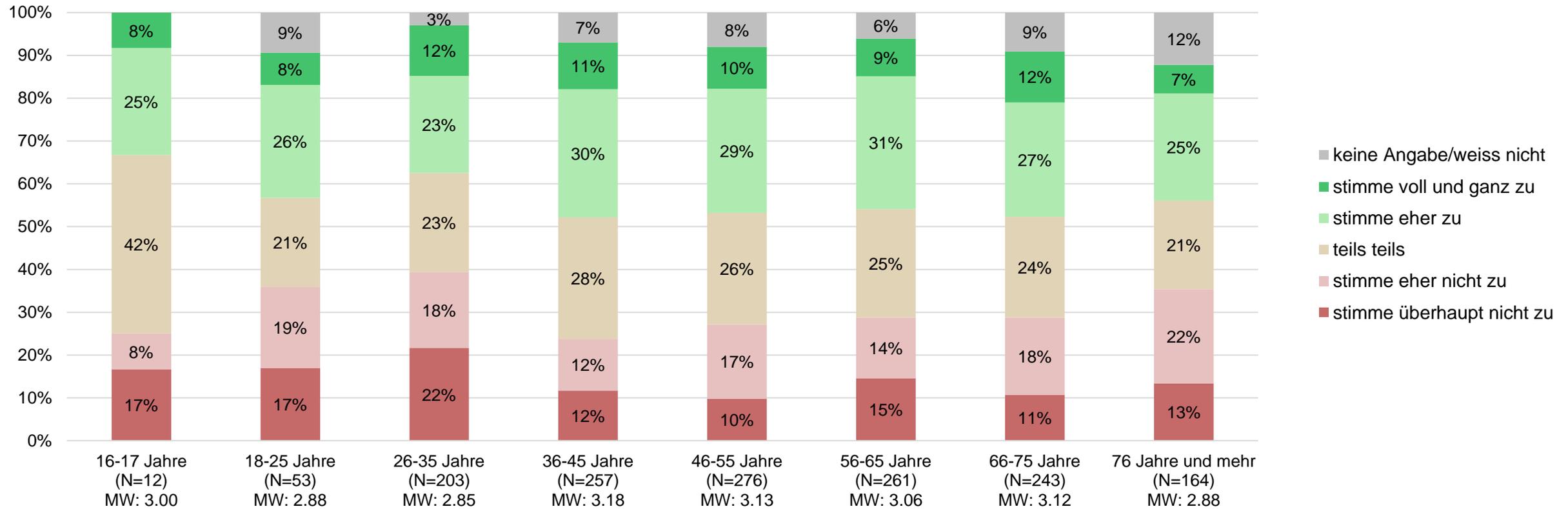
Ein Ausbau der Kommunikation benötigt zusätzliche finanzielle und personelle Ressourcen. Würden Sie einer Erhöhung der finanziellen Mittel zustimmen?



Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

Aussage zu finanziellen und personellen Ressourcen aufgeteilt nach Alterskategorie

Ein Ausbau der Kommunikation benötigt zusätzliche finanzielle und personelle Ressourcen. Würden Sie einer Erhöhung der finanziellen Mittel zustimmen?



Anmerkung:

Mittelwert alle Befragten: 3.03 (N=1'421)

- 1 = stimme überhaupt nicht zu
- 2 = stimme eher nicht zu
- 3 = teils teils
- 4 = stimme eher zu
- 5 = stimme voll und ganz zu

5 Interviews mit jungen Erwachsenen

Rückschau: Fokusgruppen-Interview «Junge Erwachsene»

Methodik:

Ein 75-minütiges Gespräch mit 2 jungen Erwachsenen im Alter von 18 und 22 Jahren.

- Die Beteiligung ist stark abhängig von der **Peer-Group** (Freunde und Bekannte). Bricht diese auseinander, versiegt auch das Engagement.
- In der Schule ist die kommunale Politik kein Thema und geht unter. Auch ist der Stadtrat nie dort, um seine Tätigkeiten zu erklären.
- Der **Jugendrat You Speak** ist ein Einstiegstor. Politische Projekte dauern jedoch zu lange, als dass man die Jungen an der Stange halten könnte. Wichtig ist zudem, keine Mitgliederbeiträge zu verlangen. Die Mitglieder fühlen sich von den Behörden ernst genommen. Für die Rekrutierung ist die Vorstellung an der Schule zentral. Jedoch wird ein politisches Engagement oftmals mit Geld assoziiert. Die **Entschädigung** für ein Engagement wird demnach wichtiger. Diese kann auch in Form von Anerkennung und Erwähnung in den Medien sein.
- Der **Jugendpark** ist ein über die Region hinaus bekanntes Vorzeigemodell der Jugendpartizipation. Die Mitarbeit des Jugendarbeiters war für dessen Erfolg zentral.
- Gut ausgebildete junge Leute, die wirklich etwas ändern wollen und auch politisch interessiert sind, sind weggezogen.
- Es ist schwierig junge Leute zu motivieren. Teilweise öffnen die Leute nicht einmal mehr einen Brief.
- **Plakatwände** an den neuralgischen Punkten, z.B. an der Bahnhofstrasse oder am Bahnhof sind wahrscheinlich das Medium, mit welchem alle Altersgruppen erreicht werden. Auch Flyer können nützlich sein.
- Bürgerversammlungen sind für die Jungen zu langweilig. Es muss ein brisantes Thema sein, damit die Jungen gehen.

Rückschau: Fokusgruppen-Interview «Junge Erwachsene»

Methodik:

Ein 75-minütiges Gespräch mit 2 jungen Erwachsenen im Alter von 18 und 22 Jahren.

- Die **Jungbürgerfeier** als Möglichkeit zur «Politisierung» der Jungen wurde abgeschafft.
- Soziale Medien sind ein wichtiger Kanal, um die Jungen zu erreichen – aber es sollte einen formalen Rahmen haben. Instagram ist ein zentrales Medium für die Jungen. Die Stadt könnte dort viele junge Leute erreichen. Bei den Teenager/innen ist TikTok die Nr. 1. Als Themen für die Kommunikation eignen sich zum Beispiel «Aktivitäten im Sommer» und «Skateboard-Park». Wichtig ist auch, dass via **Social Media** auf die Mitwirkungsmöglichkeiten (z.B. auch auf E-Mitwirkung) aufmerksam gemacht wird. Dabei kann auch die Werbung im Story-Bereich von Instagram nützlich sein – auch die Bevölkerungsbefragung hat durch dies Aufmerksamkeit generiert.
- Infoveranstaltungen haben Potenzial, wenn man diese mit etwas attraktivem verbindet: After-Party etc.
- Eine **App** könnte durchaus auch bei den Jungen Anklang finden.
- Sprachlich müsste die Stadt **einfachere Botschaften** platzieren. Auch das Wording ist zentral.
- **«Buchs aktuell»** wird auch von jungen Leuten gelesen.
- Ungemein wichtig ist, dass man über die von Jugendlichen eingegebenen Punkte Stellung bezieht und über den **Zwischenstand informiert**. Ansonsten kann dies zu Frustration führen.

6 Fazit & Handlungsempfehlungen

Vorläufiges Fazit

1/3

Bei der Befragung konnte eine **Rücklaufquote** von 15.5% erreicht werden. Im **Vergleich zur Grundgesamtheit** (ständige Wohnbevölkerung per 31.12.2021) sind Männer in der Stichprobe leicht überrepräsentiert und Frauen unterrepräsentiert. In Bezug auf das Alter zeigt sich eine ähnliche Verteilung in der Stichprobe und Grundgesamtheit. Allerdings sind die 18-25-Jährigen und 26-35-Jährigen in der Stichprobe unterrepräsentiert, während die 66-75-Jährigen überrepräsentiert sind (S. 9/10). Bei den übrigen Altersgruppen liegen die Unterschiede bei 1-3 Prozentpunkten.

Zwei Drittel der Befragten sind 11 oder mehr Jahre in Buchs wohnhaft. Die Befragten nehmen tendenziell öfter an Wahlen und Abstimmungen (55% «oft» oder «immer») als an Bürgerversammlungen teil. 15% der Befragten sind nicht stimmberechtigt.

Für die Stadt Buchs erfreulich ist, dass über die Hälfte (53%) mit der **Kommunikation** eher oder sehr **zufrieden** sind. Dennoch sind 17% sehr unzufrieden oder eher unzufrieden. Bei der Zufriedenheit scheint es zwischen Männern und Frauen keine grossen Unterschiede zu geben. Die jüngeren Personen sind tendenziell zufriedener als ältere Personen (höherer Anteil «eher zufrieden» oder «sehr zufrieden»). Auch ein Vergleich der Stimmberechtigten mit den Nicht-Stimmberechtigten lässt Unterschiede erkennen: Bei den Nicht-Stimmberechtigten ist der Anteil der zufriedenen Personen höher als bei den Stimmberechtigten.

Bei der Frage zum **Kommunikationsverhalten** der Stadt Buchs erhält die Aussage, dass verständlich kommuniziert wird, den höchsten Mittelwert (3.77) und die Aussage, dass politische Themen aktiv in die öffentliche Diskussion gebracht werden, den tiefsten Mittelwert (3.18). Allerdings ist hier zu erwähnen, dass die Mittelwerte hoch zu werten sind (alle über 3 = «teils teils») und dass die Mittelwerte nah beieinander liegen. Die 36-65-Jährigen stimmen der Aussage, dass die eigene Altersgruppe mit der Kommunikation erreicht wird, am ehesten zu, die 16-25-Jährigen am wenigsten.

Vorläufiges Fazit

2/3

Als **Idealzustand für die Kommunikation** (Skala von 1 bis 7) wünscht sich ein Drittel eine mittlere Kommunikation (Stufe 4), weitere 24% eine Kommunikation auf Stufe 5 und 20% auf Stufe 6.

Bei den gewünschten **Themen** für die Kommunikation erhält «Bau/Umwelt» die höchste Anzahl an Nennungen (von 68.6% ausgewählt), gefolgt von Sicherheit/Verkehr (von 60.8% ausgewählt).

Die **meistgenutzten Kommunikationsinstrumente** der Befragten sind das «Buchs aktuell» in Papierform, amtliche Mitteilungen und journalistische Artikel im «Werdenberger & Obertoggenburger». Die «E-Mitwirkung» wird bisher am wenigsten oft genutzt. Hier ist aber zu erwähnen, dass auf dieser Plattform bisher noch wenige Projekte online gestellt werden konnten und daher auch die Häufigkeit der Nutzung zwangsmässig tiefer sein muss. Tendenziell nutzen jüngere Personen öfter digitale Kanäle (z.B. Social Media, «E-Mitwirkung», «Buchs aktuell» in digitaler Form), während ältere Personen öfter analoge Kanäle nutzen (z.B. amtliche Mitteilungen im «Werdenberger & Obertoggenburger», projektbezogene Mitteilungsblätter/Flyer, Anschlagkasten beim Rathaus). Ein grösserer Unterschied zwischen den Stimm- und Nichtstimmberechtigten betreffen amtliche Mitteilungen und journalistische Artikel im «Werdenberger & Obertoggenburger» sowie das «Buchs aktuell». Diese werden von den Stimmberechtigten bedeutend öfter genutzt. Dafür scheinen Mitteilungen auf der Webseite und auf Social Media-Kanälen bei den Nicht-Stimmberechtigten im Vergleich öfter genutzt zu werden.

Vorläufiges Fazit

3/3

Bei der **Beurteilung der Massnahmen** hinsichtlich der Kommunikation erhalten Beschlüsse des Stadtrates in Form eines Kurztexthes am meisten Zustimmung, gefolgt vom Ausbau des Magazins «Buchs aktuell» und der Modernisierung der Webseite (Mittelwerte 3.93, 3.83 bzw. 3.80). Am wenigsten Zustimmung erhält der Whatsapp-Abodienst (Mittelwert 2.44). Auch hier gibt es je nach Alter Unterschiede. Über (fast) alle Altersgruppen hinweg erhalten aber Medienmitteilungen, die Webseite, «Buchs aktuell», Beschlüsse des Stadtrates und Mitwirkung mittels Informations- und Diskussionsveranstaltungen hohe Werte (3.50 und höher). Jüngere Personen favorisieren vor allem auch den Einsatz von sozialen Medien – mit 3.90 höchster Mittelwert für dieses Kommunikationsmittel.

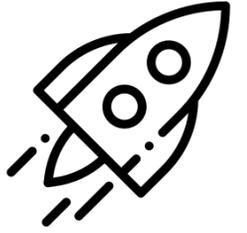
Hinsichtlich der Erscheinungshäufigkeit des **«Buchs aktuell»** wünscht sich eine klare Mehrheit einen Ausbau: 43% wünschen sich, eine Publikation viermal jährlich, 16% sechsmal und weitere 16% monatlich.

Für eine Einführung/einen Ausbau von **Social Media-Kanälen** wird Instagram mit 61% am meisten erwähnt, gefolgt von Facebook mit 56% und YouTube mit 43%. Diese Kanäle werden überproportional von der jüngeren Einwohnerschaft gewünscht.

Bezüglich dem **Einsatz von finanziellen und personellen Ressourcen** stimmen 31% eher oder voll und ganz zu. Demgegenüber stimmen 26% jedoch überhaupt nicht oder eher nicht zu (22% «teils teils», 19% «keine Angabe/weiss nicht»).

Handlungsempfehlungen

Übersicht



Die strategischen Leitlinien folgen aus dem Leitbild aus dem Jahr 2014 und dem Plan 2040. Auf Basis der Bevölkerungsbefragung und der Fokusgruppeninterviews werden folgende Empfehlungen zur Weiterentwicklung der bestehenden Kommunikation ausgesprochen:

- 1.) Kommunikationsbeauftragte benennen bzw. einstellen
- 2.) Informationsbroschüre «Buchs aktuell» stärken und amtliche Mitteilungen im W&O intensivieren
- 3.) Publikation der Beschlüsse des Stadtrats auf der Webseite
- 4.) Webseite modernisieren und übersichtlicher gestalten
- 5.) Nutzung digitaler Kanäle zur Erreichung der jüngeren Bevölkerung
- 6.) Stärkere strategische Berücksichtigung der Bevölkerung ohne Stimm- und Wahlrecht
- 7.) Jüngere Bevölkerungsgruppen für politische Themen sensibilisieren
- 8.) Kommunikationskanäle der Bevölkerung kommunizieren

Handlungsempfehlungen

Massnahme Nr. 1: Kommunikationsbeauftragte benennen bzw. einstellen

Die Stadt Buchs betreibt bereits heute eine umfassende und vielfältige Kommunikation. Die Bewirtschaftung der verschiedenen Kanäle ist kontinuierlich gewachsen und eine Nebentätigkeit der verschiedenen Stabstellen. Für eine ganzheitliche und koordinierte Kommunikation empfiehlt sich, eine **Fachstelle für Kommunikation** bzw. eine/n **Kommunikationsbeauftragte/n** zu benennen bzw. einzustellen. Für diese Stelle bzw. Person ist ein Pflichtenheft mit den entsprechenden Kommunikationsaufgaben zu erstellen. Folgende Aufgaben wären dabei denkbar:

- Sprachliche und inhaltliche Überprüfung der Kommunikationsinhalte in Print und Online
- Bewirtschaftung der unterschiedlichen Kanäle
- Aufbau und Bespielung von digitalen Kanälen (unter Umständen koordinierend, weniger inhaltlich)
- Verantwortung für den Aufbau und die Weiterentwicklung der Webseite
- Ansprechperson für die Medien und die Chefredaktion von «Buchs aktuell»



Handlungsempfehlungen

Massnahme Nr. 2: «Buchs aktuell» stärken und amtliche Mitteilungen im W&O intensivieren

Das meistgenutzte Informationsmedium der befragten Bevölkerung ist das «Buchs aktuell» – und zwar über alle Altersgruppen hinweg. Auch die Nicht-Stimmberechtigten werden mit diesem Medium gut erreicht. Als zweitmeiste Informationsquelle wurden die amtlichen Mitteilungen im Werderberger & Obertoggenburger angegeben. Auch bei den zukünftigen Massnahmen schneidet das «Buchs aktuell» sehr gut ab (zweitmeiste Nennung). Auch die amtlichen Mitteilungen im W&O sind im ersten Drittel der meistgenannten Massnahmen. Auch wünschen sich rund 75% der Befragten das «Buchs aktuell» mind. viermal pro Jahr. Die Daten zeigen das Bedürfnis der Bevölkerung hinsichtlich einer gemeindeeigenen Informationsbroschüre mit regelmässigem Erscheinetermin klar auf.

Auf Basis der Daten wird empfohlen, das «Buchs aktuell» sowohl inhaltlich, als auch bezüglich der Anzahl jährlicher Ausgaben zu stärken. Ebenfalls wird empfohlen, die amtlichen Mitteilungen im W&O komplementär zum «Buchs aktuell» weiterzuführen oder gar auszubauen.



Handlungsempfehlungen

Massnahme Nr. 3: Publikation der Beschlüsse des Stadtrats auf der Webseite

In der Umfrage wurde wiederholt der Wunsch nach einer **transparenten Kommunikation** geäussert. Die Absicht nach einer transparenten Kommunikation sollte explizit im Kommunikationskonzept vermerkt werden. Eine Möglichkeit, diesem Wunsch der Bevölkerung gerecht zu werden, ist die Publikation der behandelten Geschäfte des Stadtrats (siehe fiktives Beispiel rechts) auf der **Webseite** und je nach verfügbarem Platz im **Werdenberger & Obertoggenburger**. Damit entspricht man einer in der Umfrage sehr positiv bewerteten Massnahme (vgl. S. 44). Die **Mitteilungen** können zum Beispiel in folgende Kategorien gegliedert werden:

- Finanzgeschäfte
- Personalgeschäfte
- Baubewilligungen
- Allgemeine Entscheidungen und Mitteilungen

Der Stadtrat hat an seiner Sitzung vom 23.01.23 entschieden:

- Das Buchserfest wird mit einem Gönnerbeitrag von CHF 10'000.- unterstützt.
- Für den Ersatz der Wasserleitung «Güterstrasse» wurde, zuhanden der Bürgerversammlung einem Bruttokredit von CHF 110'000.- zugestimmt.
- Einem Nachtragskredit für die Sanierung der oberen Spitalstrasse von CHF 18'500.- wurde zugestimmt. Der genehmigte Bruttokredit betrug CHF 500'000.- und die Endabrechnung ergab CHF 518'500.- Die daraus resultierte Differenz von CHF 18'500.- im Vergleich zum genehmigten Bruttokredit betrug 3.7%.
- Einem Bruttokredit von CHF 700'000.-, zuhanden der Bürgerversammlung, für die Sanierung der Werdenbergstrasse, wurde zugestimmt.
- Der Einführung von E-Bill für jegliche Gemeinderechnungen wurde zugestimmt.

Es wurden folgende Baubewilligungen erteilt:

- Neubau EFH, Gst. 4890, Mooshalde, Buchs
- Temporäre Aufstellung eines Banners, Gst. 878, Bahnhofstrasse, Buchs

Handlungsempfehlungen

Massnahme Nr. 4: Webseite modernisieren und übersichtlicher gestalten

In der Umfrage wurde die Verbesserung der Übersichtlichkeit und Modernisierung der **Webseite** als wichtige Massnahme klassifiziert (vgl. S. 44/47 und S. 60). Die Webseite ist eine wichtige Informationsquelle für alle Bevölkerungsgruppen und das Eingangstor für viele Anfragen seitens der Einwohnerschaft. Die Webseite ist insbesondere hinsichtlich folgender Gesichtspunkte zu prüfen:

- Modernes Erscheinungsbild
- Einfache und schnelle Auffindbarkeit von Informationen
- Die Sprache sollte einfach und verständlich für ein breites Publikum sein.
- Niederschwellige Kontakt- und Kommunikationsseite (allf. mit Chatbot)
- Einsatz von modernen Elementen wie Infografiken oder gar Videos



Handlungsempfehlungen

Massnahme Nr. 5: Nutzung digitaler Kanäle zur Erreichung der jüngeren Bevölkerung

Die jüngere Bevölkerungsgruppe ist (nicht nur in Buchs) schwierig zu erreichen. Zwar ist ein Teil von ihnen an lokaler und regionaler Politik interessiert und organisiert sich im Jugendrat «You speak», aber ihr Medienkonsum findet vornehmlich im digitalen Raum statt. Die Interviews haben gepaart mit der Bevölkerungsbefragung die Wichtigkeit der digitalen Kanäle bei der jüngeren Einwohnerschaft verdeutlicht. Folgende digitale Kanäle zur Erreichung der jungen Erwachsenen können geprüft und allenfalls im Kommunikationskonzept der Stadt berücksichtigt werden:

1.) Instagram-Kanal: Instagram ist gemäss Interviews das aktuelle Medium. Zwar gibt es auch Snapchat und Tiktok, doch gemäss Aussagen der Interview-Partner eignet sich Instagram am besten für die Kommunikation der Stadt Buchs. Manche Gemeinden haben in der Schweiz einen Instagram-Kanal eröffnet und posten Bilder und Storys. Gerade das Posten von Storys kann genutzt werden, um niederschwellig über allgemeine Geschehnisse in der Gemeinde zu informieren. Jedoch benötigt dies Ressourcen, Ideen und etwas Know-how. Gerade jüngere Mitarbeitende der Stadt sind hingegen wohl mit dem Medium vertraut. Um genügend Inhalte produzieren zu können, kann auch ein Instagram-Team mit Personen aus der Bevölkerung, Vereinen etc. gegründet werden. Diese können Inhalte im Instagram-Kanal (nach Freigabe durch die verantwortliche Person) posten.

2.) App: Eine Anmeldung ist zwingend. Wichtige Informationen, wie Einladungen zu Bürgerversammlungen, Abstimmungen, Veranstaltungen, Abfallkalender etc. werden über die App (oder bei Bedarf auch Push-Mitteilungen) kommuniziert.



Handlungsempfehlungen

Massnahme Nr. 6: Stärkere strategische Berücksichtigung der Bevölkerung ohne Stimm- und Wahlrecht

Ein substantieller Anteil der Buchser Wohnbevölkerung hat kein Stimm- und Wahlrecht. Ein Teil von ihnen ist jedoch praktisch gleich stark an den gesellschaftlichen und politischen Themen der Stadt interessiert. Ohne Stimm- und Wahlrecht fehlt ihnen ein wichtiger Zugang zur politischen Teilhabe in der Stadt. Wir empfehlen eine gesonderte Berücksichtigung dieser Bevölkerungsgruppe im Kommunikationskonzept und schlagen vor, diese mit gezielten Ansprachen und Massnahmen zu bedienen.

Hierbei ist vor allem die **Mehrsprachigkeit** ein Thema. Die Stadt Buchs hat eine kleine, aber sehr interessierte (und zufriedene) Gruppe an Expats. Diese würden sich gewisse Informationen auf Englisch wünschen. Eine gelegentliche Kommunikation von ausgewählten Informationen in englischer Sprache würde den «Buy-in» dieser Bevölkerungsgruppe nochmals stark erhöhen. Weiter ist bei dem hohen Anteil an Nicht-Muttersprachler/innen an eine einfache, verständliche Sprache zu denken. Andere Städte verfügen über Leitfäden (z.B. Stadt Zürich). Diese können allenfalls Inspiration und Unterstützung bieten.

Zudem wird empfohlen, **Einladungen und Botschaften zu Bürgerversammlungen** auch den Nicht-Stimmberechtigten zuzustellen und eine Teilnahme (ohne Stimm- und Wahlrecht) zu ermöglichen. In einem weiteren Schritt sind folgende Möglichkeiten für eine entsprechende Adressierung und Bedienung dieser Bevölkerungsgruppe möglich:

- **Events für Personen ohne Stimm- und Wahlrecht**
- **Gesonderte Vernehmlassung bei zentralen Themen**
- **Bildung einer Kommission interessierter Vertreter/innen ohne Stimm- und Wahlrecht (ergänzend zur Kommission «Interkulturelles Zusammenleben»)**



Handlungsempfehlungen

Massnahme Nr. 7: Jüngere Bevölkerungsgruppen für politische Themen sensibilisieren

Die Interviews haben gezeigt, dass die Jüngeren durchaus interessiert sind an den Geschehnissen in der Stadt. Der Respekt vom Besuch einer Bürgerversammlung ist bei vielen jedoch zu hoch und die Themen für sie zu wenig nahbar. Um der jüngeren Bevölkerung die Stadtpolitik näher zu bringen, können folgende Möglichkeiten geprüft werden:

1.) Besuch an der Oberstufen-Schule:

Der/die Stadtpräsident/in oder ein Mitglied des Stadtrats besucht eine Schulklasse der Oberstufe und erklärt die Grundfunktionsweise einer Stadt/Gemeinde. Es wird aufgezeigt, was konkret in einer Stadt/Gemeinde bewegt werden kann.

2.) Themennachmittage:

Ein weiterer Vorschlag ist eine lose Durchführung von Themenveranstaltungen zu für die Jungen relevanten Themen. An diesen Nachmittagen kann über konkrete Projekte oder über Ideen für mögliche politische Projekte diskutiert und zusammengearbeitet werden. Dadurch soll den Jungen aufgezeigt werden, dass man in der Gemeinde etwas bewegen kann.



Angebote und Ideen

www.engage.ch

<https://www.engage.ch/engage-Atelier>

[Erklärvideo Gemeinde](#)

Handlungsempfehlungen

Massnahme Nr. 8: Kommunikationsinstrumente der Bevölkerung kommunizieren

Bereits heute verfügt die Stadt Buchs über mehrere Kommunikationskanäle (Newsletter, «Buchs aktuell» etc.). Aus den Rückmeldungen in der Umfrage wurde klar, dass die Bevölkerung teilweise nicht weiss, welche Inhalte wo kommuniziert werden. Eine **Übersicht** über die Kommunikationskanäle könnte der Bevölkerung eine **Orientierungshilfe** leisten. Diese Orientierungshilfe könnte auf der Webseite, im W&O und im «Buchs aktuell» als Übersicht über alle Informationsquellen dargestellt werden.

Die Umfrage an sich hat schon einen Aufklärungscharakter, da die Bevölkerung auf die verschiedenen Kanäle aufmerksam gemacht wurden. Nun gilt es dieses Momentum zu nutzen und stetig auf die entsprechenden Kanäle hinzuweisen.



7 Anhang

Fragebogen

(1/4)

A. Beurteilung aktuelle Kommunikation der Stadt Buchs

1. Wie zufrieden sind Sie im Allgemeinen mit der Kommunikation der Stadt Buchs (Verwaltung und Behörden) mit der Bevölkerung?

sehr unzufrieden	eher unzufrieden	teils teils	eher zufrieden	sehr zufrieden	keine Angabe/ weiss nicht
<input type="checkbox"/>					

2. Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zum Kommunikationsverhalten der Stadt Buchs zu?

	stimme überhaupt nicht zu	stimme eher nicht zu	teils teils	stimme eher zu	stimme voll und ganz zu	keine Angabe/ weiss nicht
Die Stadt kommuniziert <u>transparent</u> .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Stadt kommuniziert <u>professionell</u> .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Stadt kommuniziert <u>verständlich</u> .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Stadt informiert <u>regelmässig</u> über ihre Tätigkeit.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Stadt kommuniziert genügend <u>umfangreich</u> .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Relevante Informationen sind <u>einfach</u> auffindbar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Stadt bringt politische Themen aktiv in die <u>öffentliche Diskussion</u> ein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Stadt <u>erreicht</u> mit ihrer Kommunikation <u>meine Altersgruppe</u> .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

B. Zukünftige Kommunikation der Stadt Buchs

3. Wie sollte die Stadt idealerweise kommunizieren? Ordnen Sie den Idealzustand auf folgender Skala ein.

Die Stadt macht im Bereich Kommunikation nur das Nötigste (gesetzlicher Informationsauftrag)	Mittler					Die Stadt hat eine proaktive Kommunikation über möglichst viele Themen in möglichst vielen Kanälen	keine Angabe/ weiss nicht	
Minimale Kommunikation	1	2	3	4	5	6	Maximale Kommunikation	7
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Zu welchen Themen sollte die Stadt Ihrer Ansicht nach regelmässig und aktiv kommunizieren? (z.B. via eigenem Informationsblatt «Buchs aktuell», allenfalls Stadtnachrichten im «Werdenberger & Obertoggenburger», Informationsveranstaltungen, Newsletter) (Mehrfachantworten möglich)

- Alter/Gesundheit
- Bau/Umwelt
- Bildung
- Gesellschaft
- Kultur/Freizeit/Sport
- Präsidiales/Finanzen/Verwaltung
- Sicherheit/Verkehr
- keine Angabe/weiss nicht
- andere, nämlich:

5. Wie oft haben Sie in den letzten fünf Jahren... (Falls Sie weniger als fünf Jahre in der Stadt Buchs wohnhaft sind, beantworten Sie die Frage bitte ab dem Zeitpunkt des Zuzugs.)

	nie	selten	an etwa der Hälfte	oft	immer	keine Angabe/ weiss nicht	Ich bin nicht stimmberechtigt
... an <u>kommunalen</u> Wahlen oder Abstimmungen in der Stadt Buchs teilgenommen (z.B. Stadtratswahlen, Abstimmung Schulhauskredit der Stadt)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
... an Bürgerversammlungen der Stadt Buchs teilgenommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					

6. Wie sehr identifizieren Sie sich mit der Stadt Buchs?

überhaupt nicht	wenig	teils teils	stark	sehr stark	keine Angabe/ weiss nicht
<input type="checkbox"/>					

7. Was trägt für Sie persönlich zur Identifikation mit der Stadt Buchs bei?

Fragebogen

(2/4)

8. Wie oft informieren Sie sich über die politischen und gesellschaftlichen Geschehnisse in der Stadt mittels folgender Medien?

	nie	selten	manchmal	oft	sehr oft	keine Angabe/ weiss nicht
Amtliche Mitteilungen auf der kantonalen Publikationsplattform (amtliches Publikationsorgan der Stadt Buchs)	<input type="checkbox"/>					
Amtliche Mitteilungen im «Werdenberger & Obertoggenburger»	<input type="checkbox"/>					
Mitteilungen auf der Webseite der Stadt	<input type="checkbox"/>					
Abo-Dienste (E-Mail-Newsletter) der Stadt Buchs	<input type="checkbox"/>					
Anschlagkasten beim Rathaus	<input type="checkbox"/>					
Informationsbroschüre «Buchs aktuell» in Papierform	<input type="checkbox"/>					
Informationsbroschüre «Buchs aktuell» in digitaler Form	<input type="checkbox"/>					
Projektbezogene stadteigene Mitteilungsblätter/Flyer	<input type="checkbox"/>					
Journalistische Artikel im «Werdenberger & Obertoggenburger»	<input type="checkbox"/>					
Informations- und Mitwirkungsveranstaltungen, Workshops der Stadt Buchs (z. B. im Rahmen der Ortsplanung)	<input type="checkbox"/>					
Mitteilungen in den Social-Media-Kanälen (Instagram und Facebook) von Marketing Buchs	<input type="checkbox"/>					
Digitale Plattform «E-Mitwirkung»	<input type="checkbox"/>					

Falls Sie andere Informationsquellen nutzen: Welche sind das?

9. Erachten Sie folgende Massnahmen hinsichtlich der Kommunikation der Stadt Buchs als sinnvoll?

	stimme überhaupt nicht zu	stimme eher nicht zu	teils teils	stimme eher zu	stimme voll und ganz zu	keine Angabe/ weiss nicht
1. Kommunikation der Stadt über Ratsmitteilungen im «Werdenberger & Obertoggenburger» stärken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Kommunikation der Stadt über Medienmitteilungen stärken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Mitteilungen auf der Webseite der Stadt ausbauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Auftritt der Webseite der Stadt modernisieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Kommunikation der Stadt durch E-Mail-Newsletter intensivieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Mitteilungen der Stadt via WhatsApp-Abodienst verbreiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Berichterstattung im Magazin «Buchs aktuell» ausbauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Beschlüsse des Stadtrates in Form eines Kurztexsts via Webseite und Newsletter der Bevölkerung zugänglich machen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Mitteilungen der Stadt mit Rundschreiben/Mitteilungsblättern/Flyer intensivieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fragebogen

(3/4)

	stimme überhaupt nicht zu	stimme eher nicht zu	teils teils	stimme eher zu	stimme voll und ganz zu	keine Angabe/ weiss nicht
10. Einsatz von sozialen Medien in der Kommunikation stärken (z.B. Facebook, Instagram, Youtube)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Anzahl Informationsveranstaltungen der Stadt ausbauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Wichtige Veranstaltungen online übertragen (Streaming)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Mitwirkung bei besonderen Projekten mittels Informations- und Diskussionsveranstaltungen ermöglichen/ausbauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Bürger/innen-gespräche mit dem Stadtpräsidenten oder Stadträt/innen für die Bevölkerung anbieten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. App für die Kommunikation und digitale Partizipation einführen bzw. ausbauen (z.B. anthrazit, Crossie ty, digitaler Dorfplatz, E-Mitwirkung)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Buchs News im Regional-TV (z.B. Rheinwelten) wieder ausstrahlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Falls Sie bei **Frage 9 bei 7. Ausbau «Buchs aktuell»** «teils teils», «stimme eher zu» oder «stimme voll und ganz zu» angegeben haben: In welchem Rhythmus sollte dieses optimalerweise erscheinen?

- einmal jährlich
- zweimal jährlich
- dreimal jährlich
- viermal jährlich
- sechsmal jährlich
- monatlich
- keine Angabe/weiss nicht

11. Falls Sie bei **Frage 9 bei 10. Ausbau «soziale Medien»** «teils teils», «stimme eher zu» oder «stimme voll und ganz zu» angegeben haben: Welche Kanäle / sozialen Medien sollten Ihrer Meinung nach eingeführt bzw. ausgebaut werden?

	nicht einführen/ nicht ausbauen	einführen/ ausbauen	keine Angabe/ weiss nicht
Facebook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Twitter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LinkedIn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Youtube	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Snapchat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tiktok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andere:		<input type="checkbox"/>	

12. Ein Ausbau der Kommunikation benötigt zusätzliche finanzielle und personelle Ressourcen. Würden Sie einer Erhöhung der finanziellen Mittel zustimmen?

stimme überhaupt nicht zu	stimme eher nicht zu	teils teils	stimme eher zu	stimme voll und ganz zu	keine Angabe/ weiss nicht
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Sehen Sie weitere Bereiche, bei welchen eine Verbesserung der Kommunikation der Stadt Buchs sinnvoll sein könnte?

Fragebogen

(4/4)

C. Angaben zu Ihrer Person

14. Ihr Geschlecht:

- männlich
- weiblich
- divers
- keine Angabe

15. Seit wie vielen Jahren wohnen Sie insgesamt in der Stadt Buchs? (Falls Sie mit Unterbrüchen in Buchs wohnhaft waren, wählen Sie bitte die total in der Stadt Buchs verbrachten Jahre.)

- weniger als 1 Jahr
- 1–5 Jahre
- 6–10 Jahre
- 11–20 Jahre
- mehr als 20 Jahre
- keine Angabe

16. Wie ist Ihre derzeitige Beschäftigungssituation?

- Nicht erwerbstätig
- Selbständig erwerbend
- Vollzeit erwerbstätig
- Teilzeit erwerbstätig
- Keine Angabe

17. Welche ist die höchste Ausbildung, die Sie abgeschlossen haben bzw. in der Sie sich gerade befinden?

- Keine
- Obligatorische Schulzeit (Primarstufe und Sekundarstufe I) sowie 10. Schuljahr
- Berufliche Grundbildung (Berufslehre)
- Fachmittelschule
- Berufsmaturität
- Gymnasiale Maturität
- Höhere Berufsbildung (Höhere Fachschule, eidg. Berufsprüfung, eidg. Höhere Fachprüfung)
- Fachhochschule, Pädagogische Hochschule
- Universität, Eidg. Technische Hochschule ETH oder EPFL
- Keine Angabe

18. Welchen Jahrgang haben Sie? (vierstellige Zahl z.B. 1980)

19. Sonstige Anmerkungen/Wünsche/Vorschläge

Herzlichen Dank für Ihre geschätzte Mitarbeit!

Fachhochschule Graubünden

Zentrum für Verwaltungsmanagement
Comercialstrasse 22
7000 Chur

Dario Wellinger

dario.wellinger@fhgr.ch, 081 286 39 36

Tatjana Schädler

tatjana.schaedler@fhgr.ch, 081 286 39 88

Quelle Titelbild:
https://de.wikipedia.org/wiki/Buchs_SG#/media/Datei:Buchs_SG_Werdenbergsee-01.jpg / Walter45

