

Tool: Quantitative Befragung

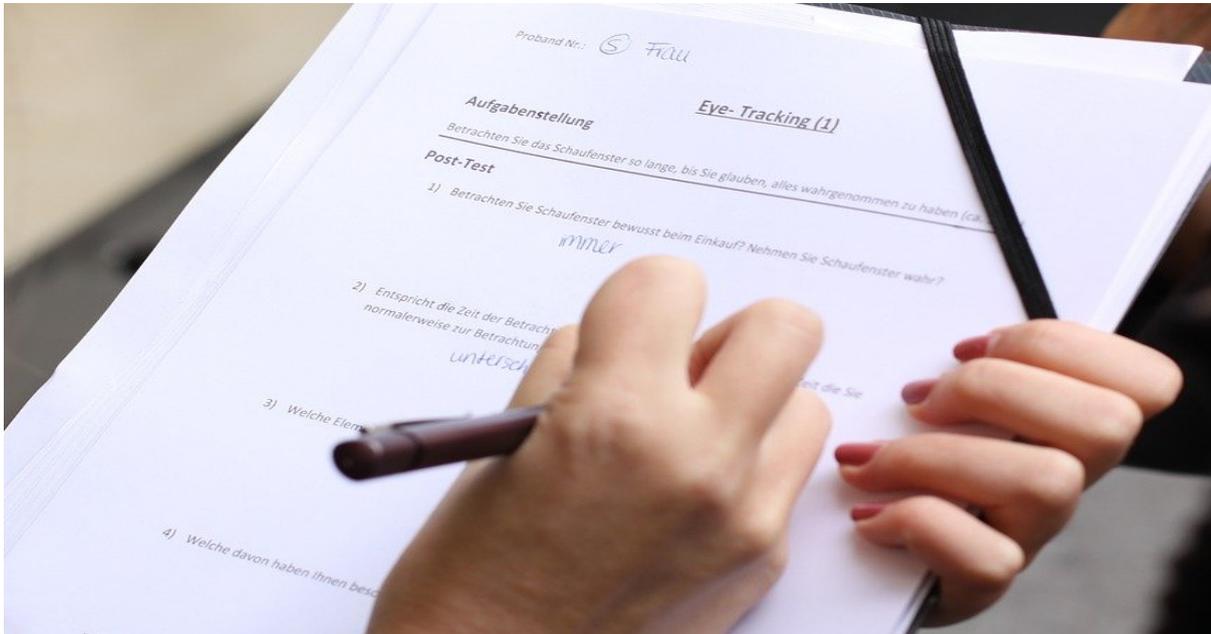


Bild: Pixabay, Delphinmedia

Aussagekräftige Zahlen und klare Tendenzen zu wichtigen Fragen: Wie wird die Idee einer grüneren Stadt angenommen? Gibt es im Stadtteil genug Menschen, die sich für eine grünere Stadt engagieren wollen?

Während qualitative Interviews einen tiefgehenden Einblick in Problemlagen oder Themen bringen, erlauben quantitative Befragungen einen Einblick in die Ausprägung (Stärke, Menge, lat. *quantum*) von Sachverhalten. Ziel ist es also nicht, Geschichten und Erklärungen zu sammeln, sondern generalisierbare Aussagen zu erhalten. Online Tools für Umfragen gibt es mittlerweile sehr viele (s.u.).

Um einen möglichst großen Rücklauf zu erhalten, sollte die Verbreitung der Befragung gut vorbereitet werden:

- Welche Multiplikator*innen, Netzwerke, Newsletter, Social Media Kanäle sind an dem Thema interessiert sind und können die Befragung verbreiten?
- Wie kann die Befragung beworben werden? (zB Flyer mit QR Codes, persönliche Gespräche im öffentlichen Raum, regionale Medien, Newsletter, Social Media)
- Welche kleinen Anreize können den Teilnehmer*innen als Dankeschön angeboten werden? (Gewinnspiele, Goodies)
- Kommunizieren Sie einen Präsentationstermin der Ergebnisse und stellen Sie dar, warum die Befragung wichtig ist.

Die Art der Fragen

Aufgrund der zu erwartenden Datenfülle von Stadtteilbefragungen sollten möglichst wenige offene Fragen gestellt werden, da die Auswertung und Kategorisierung von offenen Fragen



sehr aufwändig ist. Deshalb werden vorwiegend geschlossene Fragen gestellt. Beispiele hierfür sind:

- Ganz allgemein: Was halten Sie von der Idee den Stadtteil stärker zu begrünen:
 - Antwortkategorien mit 5-teiligem-Smileysystem oder Sterne Bewertung,..
- Welche der folgenden Projektideen halten Sie für besonders interessant: (multiple Choice: Auswahl von mehreren Ideen).
 - Projektidee 1
 - Projektidee 2
 - ...
- Ein grüner Stadtteil braucht engagierte Menschen. Können Sie sich grundsätzlich vorstellen ehrenamtlich daran mitzuwirken? (z.B.: durch Pflege von Grünflächen im öffentlichen Raum)
 - Antwortkategorien: Nein, ab und zu, bis zu einer Stunde pro Woche, 1-2 Stunden pro Woche, 3-4 Stunden pro Woche, mehr als 4 Stunden pro Woche.

Was braucht es dafür?

Für die Befragung braucht es einen gut durchdachten Fragebogen der online und/oder offline verbreitet und ausgefüllt werden kann und ggf persönlichen Einsatz, um ihn unter die Leute zu bringen.

Befragungstools

Es gibt eine Reihe von Online-Survey Tools. Auch wenn beispielsweise Google kostenfreie Spreadsheets anbietet, wird aufgrund der Datenschutzgrundverordnung davon eher abgeraten. Folgende Angebote sind niederschwellig zu erwerben und leicht handhabbar:

- <https://www.surveymonkey.de>
- <https://www.surveymonkey.de>

Tipps gibt es hier: <https://www.surveymonkey.de/mp/writing-survey-questions/>

Nutzen für das Projekt

Die Befragung erfüllt folgende Zwecke:

1. Erhebung des grundsätzlichen Interesses und der Bereitschaft sich für eine *essbare Stadt* zu engagieren (Soziales Potenzial)
2. Identifikation von Handlungsfeldern und Begrünungsaktivitäten, für die sich Bewohner*innen begeistern können
3. Bewohner*innen für eine *essbare Stadt* mobilisieren
4. Präsentation von Ergebnissen
5. Kommunikation mit unterschiedlichen Stakeholdergruppen
6. Sammeln von Adressdaten für den Newsletter

Herausforderungen/ Erfahrungen

Im Rahmen des Projekts wurde eine quantitative Befragung unter Seestädter*innen, Anrainer*innen und Menschen, die in der Seestadt arbeiten, durchgeführt. Insgesamt füllten 301 Personen den Fragebogen online- bzw. auch offline (durch persönliche Interviews), aus.



Die Einladung zur Befragung erfolgte über E-Mail-Kontakte des Stadtteilmanagements, E-Mail-Kontakte von engagierten Bewohner*innen, Social-Media-Gruppen der Seestadt und über Mail-Verteiler von lokalen Vereinen. Um der Selbstselektion durch soziale Medien entgegenzuwirken, wurden zusätzlich vor Ort Face-to-Face-Erhebungen in Parks, an öffentlichen Plätzen und Interviews in Wohnanlagen durchgeführt. Als Dankeschön boten wir Bio-Saatgut-Päckchen einer Sponsorenfirma an. Am Ende der Online-Befragung gab es die Möglichkeit, sich in den Newsletter einzutragen, was 160 Personen genutzt haben.

