

Bürgerbefragungen – ein wichtiges Instrument zur Qualitätssicherung

Die öffentliche Verwaltung kann sich nicht wie die Privatwirtschaft – unter dem Motto „wer kauft, ist zufrieden“ – Feedback über den Markt holen. Um die Zufriedenheit mit den öffentlichen Leistungen, die Meinungen der BürgerInnen zu einzelnen, auch politischen Projekten oder Themen und vor allem die zukünftigen Bedarfe der Bevölkerung zu erfahren, müssen die betreffenden Personen – ob BürgerInnen, KundInnen oder NutzerInnen – befragt werden.

Bürgerbefragungen haben zum Ziel, **die Entscheidungen der Politik und die Leistungen der Verwaltung auf eine fundierte, möglichst breite Akzeptanz der Bevölkerung zu stellen.** Dabei geht es nicht darum, die Stimmung in der Bevölkerung auszuloten und dementsprechende Entscheidungen zu treffen oder Leistungen anzubieten. Vielmehr sollen die Bedarfe der Menschen – zum Beispiel der BürgerInnen einer Gemeinde – erkundet und auf diese Bedarfe abgestimmte Entscheidungen getroffen und Leistungen angeboten werden. Darüber hinaus soll die Bürgerbefragung nach Außen auch ein Kommunikationsinstrument sein, welches symbolisiert, dass ...

- die BürgerInnen von Seiten der Politik bzw. Verwaltung aktiv eingebunden werden;
- die Meinungen und Bedarfe der Menschen wahr und ernst genommen werden;
- abgeleitet aus den Ergebnissen Maßnahmen erarbeitet werden, welche den BürgerInnen zu kommunizieren sind.

Von der Bürgerbefragung abzugrenzen sind jedoch Kunden- bzw. Nutzerbefragungen, aber auch die Befragung von Interessensgruppen. Der Unterschied besteht v.a. in folgenden Aspekten:

- **Kundenbefragungen** wenden sich an jene Personen, die eine Leistung unmittelbar in Anspruch genommen haben (z.B. Befragung der KundInnen in einer Bezirkshauptmannschaft, in einer städtischen Bücherei, im kommunalen Kindergarten).
- **Bürgerbefragungen** richten sich an BürgerInnen (z.B. einer Gemeinde oder eines Bezirkes) und damit auch an Personen, die möglicherweise keine unmittelbare Leistung der Verwaltung in Anspruch genommen haben.
- **Die Befragung von Interessensgruppen**, wie Vereine, Gewerkschaften etc., zieht einen weiteren Befragungsrahmen und berücksichtigt den spezifischen Wirkungskreis kommunaler Verwaltungen („Stakeholder-Ansatz“).

Auf Basis dieser Zielgruppenunterscheidung sind auch die Inhalte der Befragungen zu differenzieren. Dementsprechende Themenfelder, die sich entweder an die weiter gefasste Gruppe der BürgerInnen oder eine deutlich enger gefasste Gruppe von KundInnen wenden, sind inhaltlich klar abzugrenzen und zu strukturieren.

Die Durchführung einer Bürgerbefragung ist ein umfangreiches Vorhaben, welches auch ein professionelles Vorgehen im Sinne eines Projektma-

agements erfordert. Dieses soll im Wesentlichen zwei Aspekte bearbeiten: einerseits die organisatorische Planung und Abwicklung und andererseits die inhaltliche Ausgestaltung der Bürgerbefragung.

Herangehensweise und Inhalte einer Bürgerbefragung

In vielen Projekten hat es sich als zielführend erwiesen, eine Projektgruppe einzurichten, in der die unterschiedlichen organisatorischen und inhaltlichen Aspekte durch kundige Personen vertreten werden. Es empfiehlt sich, VertreterInnen folgender Bereiche einzubinden:

- **Politik** – Welchen politisch-strategischen Erkenntnisgewinn soll die Bürgerbefragung haben?
- **maßgebliche Organisationseinheiten** – Welche inhaltlichen Themenfelder sollen abgefragt werden und wer hat hier Interesse an Ergebnissen?
- **Öffentlichkeitsarbeit** – Die Information der BürgerInnen im Vorfeld, während und v.a. auch nach der Befragung über die Ergebnisse ist ein bedeutendes Erfolgskriterium.
- **EDV** – Wie wird die Erfassung und Auswertung der Fragebögen unter den Prämissen möglichst rasch, einfach und sicher abgewickelt?

Stellvertretend für die einzelnen, z.T. sehr detaillierten Durchführungsaspekte soll hier die Kommunikation als ein nachhaltiger Erfolgsfaktor herausgegriffen werden. Wesentlich ist, dass die Ergebnisse der Befragung sowohl nach innen als auch nach außen kommuniziert werden. D.h., einerseits gilt es, die MitarbeiterInnen der Verwaltung von Anfang an und insbesondere über die Befragungsergebnisse zu informieren; andererseits müssen die Ergebnisse in ansprechender Form auch den BürgerInnen gegenüber bekannt gemacht werden. Über die reine Ergebnisinformation hinaus, ist auch die Information über die daraus folgenden Schlüsse und weiteren Schritte von zentraler Bedeutung – Was passiert mit den Ergebnissen? Wie geht es mit einzelnen Anregungen/Bedarfen nun weiter?

Es muss für die BürgerInnen eindeutig erkennbar werden, dass sie nicht im Rahmen einer „Alibi-Aktion“ befragt wurden, beispielsweise weil es „modern“ ist Befragungen durchzuführen oder, weil sich Politik und/oder Verwaltung in einzelnen Fragen nicht entscheiden konnte. Vielmehr muss ein Kulturwandel erkennbar sein – z.B. wir wollen die BürgerInnen aktiv in das Gemeindegeschehen einbinden, wir wollen künftig pro-aktiv gemeinsam (BürgerInnen, Politik und Verwaltung) die Entwicklung unserer Gemeinde planen und steuern.

Darüber hinaus ist gewissenhaft darauf zu achten, dass durch ...

- das gesamte Befragungsprojekt transparent abläuft; von Anfang an muss daher eine pro-aktive Informations- und Kommunikationspolitik nach Innen und Außen sichergestellt sein.
- die Befragung ausdrücklich die Anonymität der Befragten sichert; es darf keinesfalls der Eindruck ent-

stehen, dass einzelne Antworten auf Personen zuordenbar sind.

Empfehlenswert ist im Anschluss an das Befragungsprojekt weiters, die Befragungsergebnisse inhaltlich entweder im Projektteam abzuarbeiten oder in Form von einzelnen Arbeitspaketen kleineren Arbeitsteams zur Bearbeitung zu übergeben.

Inhalte und Themen

Wichtig ist, sich am Anfang ausreichend Zeit zu nehmen, die Ziele und Erkenntnisinteressen klar zu definieren – „Was wollen wir erfahren?“. Je exakter man definiert, was man wissen will, umso genauer kann man anschließend fragen und, umso qualitativ besser werden die Antworten sein. Es sind die entsprechenden Themenfelder inhaltlich klar abzugrenzen, zu strukturieren und darauf aufbauend die Fragen – einfach, verständlich und eindeutig beantwortbar – auszuarbeiten. Auch eine entsprechende Transparenz über den Nutzen und die Ergebnisverwertung der Befragung gleich zu Beginn darf nicht vernachlässigt werden.

Die Fragestellungen zu Meinungen, Bedarfen und Zufriedenheiten werden meist in den zahlreichen vom KDZ betreuten Projekten zu folgenden Themenfeldern gebündelt:

- Lebensqualität im Allgemeinen,
- wirtschaftliche Struktur,
- soziale Dienstleistungen und Angebote,
- Kinderbetreuung,
- Seniorenbetreuung,
- Freizeitangebote im Kultur- und Sportbereich,
- Verkehrsproblematik und Mobilitätsangebote,
- Leistungen der Verwaltung,
- Politik und ihre Projekte, Strukturen, Bürgerorientierung.

Die konkreten Fragen sollten nicht ausnahmslos geschlossen sein, d.h. mit ja oder nein zu beantworten sein. Geschickter ist es, Aussagen zu formulieren, denen der/die Bürger/in (eher) zustimmen oder (eher) nicht zustimmen kann. Wir empfehlen maximal vier Antwortkategorien, um der Tendenz zur Mitte (keine eindeutige Festlegung) zu vermeiden.

Wesentlich ist auch die inhaltliche Auseinandersetzung mit den Ergebnissen der Bürgerbefragung und deren Rückkoppelung mit möglichen Ursachen. Mit der Nachbereitung sollen zentrale Erkenntnisse der Befragung gesichert sowie mögliche Ursachen dokumentiert werden. Das Setzen von entsprechenden Maßnahmen und Benennen von Verantwortlichen zu deren Umsetzung macht schlussendlich aus der Bürgerbefragung ein wertvolles Steuerungsinstrument für Politik und Verwaltung.

Um die Qualität der öffentlichen Verwaltung weiterzuentwickeln, ist die Einbindung von BürgerInnen u.a. in Form von Befragungen eine schon erprobte und vielfach erfolgreich eingesetzte Methode. Vor Schnellschüssen, die aus einer kurzfristigen Überlegung heraus geschehen, ist zu warnen. Die mehrjährige Erfahrung des KDZ zeigt, dass eine umfangreiche inhaltliche Vorbereitung auf Basis eines kulturellen Wandels in der Verwaltung erfolgentscheidend ist. Daher ist der individuelle Zuschnitt eines Befragungsprojekts wichtiger als das Verteilen und Einsammeln von schlecht gestalteten Fragebögen, die letztlich bei den Befragten mehr Frust auslösen, als wenn sie nicht gefragt worden wären. ■

*Markus Hödl
Bernadette Malz
Philip Parzer*