



Erhebung zur
Bekanntheit und Bewertung der Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz
Februar-März 2006

Auswertung

Stefan Peters

Planungsbüro Stadt-Kinder
Huckarder Str. 8-12
44147 Dortmund
info@stadt-kinder.de
Dortmund, April 2006

Inhaltsverzeichnis

Einleitung - Untersuchungsdesign, Erhebungsdurchführung und Aufbau dieser Auswertung	4
Untersuchungsergebnisse	
- die Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz, ihre Bekanntheit und Wertschätzung	7
Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen	26

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Zusammensetzung der Stichprobe	4
Tabelle 2: Anregungen für aufzunehmende Themen	23
Tabelle 3: Anregungen für aufzunehmende Rubriken	24
Tabelle 4: Anregungen für zu löschende Rubriken	24

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Kennen Sie die Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz?	7
Abbildung 2: Die Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz finde ich... ..	8
Abbildung 3: Bewertung der vorliegenden Ausgabe 4/2005 im Bezug auf das vorher gefällte Urteil zur Stadtteilzeitung	9
Abbildung 4: Wie oft lesen Sie die Stadtteilzeitung? (gesamt)	10
Abbildung 5: Wie oft lesen Sie die Stadtteilzeitung? (nur BewohnerInnen)	10
Abbildung 6: Wie oft erscheint die Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz Ihrer Meinung nach?	11
Abbildung 7: Wie oft sollte die Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz erscheinen?	11
Abbildung 8: Welche Zukunft wünschen Sie der Stadtteilzeitung nach Ende des Förderzeitraums?	12
Abbildung 9: Welchen Charakter hat die Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz?	13
Abbildung 10: Welchen Charakter hat die Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz?	14
Abbildung 11: Welche Eigenschaft beschreibt die Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz am besten?	15
Abbildung 12: Folgende Elemente der Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz finde ich genau richtig!	17
Abbildung 13: Folgende Elemente der Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz sollten sich ändern!	17
Abbildung 14: Wie bewerten Sie die Übersichtlichkeit der Stadtteilzeitung?	18
Abbildung 15: Welche Auswirkungen hätten bestimmte Veränderungen auf Ihr Leseverhalten?	19
Abbildung 16: Welche Rubrik gehört zu den wichtigsten vier (von neun Rubriken) in der Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz?	20
Abbildung 17: Welche ist die wichtigste Rubrik in der Stadtteilzeitung?	21
Abbildung 18: Welche ist die unwichtigste Rubrik in der Stadtteilzeitung?	22
Abbildung 19a: Was für eine Art von Förderprogramm ist das Stadtteilprojekt?	25
Abbildung 19b: Was für eine Art von Förderprogramm ist das Stadtteilprojekt Bickern/Unser Fritz ? (nur Gremienmitglieder)	25
Abbildung 19c: Was für eine Art von Förderprogramm ist das Stadtteilprojekt Bickern/Unser Fritz ? (nur BewohnerInnen)	25

Einleitung - Untersuchungsdesign, Erhebungsdurchführung und Aufbau dieser Auswertung

Zur Vorbereitung einer Evaluierung der Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz und um bereits zu einem frühen Zeitpunkt die Akzeptanz der Stadtteilzeitung einschätzen zu können, war eine Erhebung notwendig. Die Stadtteilzeitung erschien zum Zeitpunkt der Umfrage seit über 2 Jahren in sieben Ausgaben, so dass von einer grundsätzlichen Bekanntheit und dem Vorhandensein eines grundsätzlichen Bewertungs- und Meinungsschemas zur Zeitung bei den Befragten ausgegangen werden kann. Ziel der Erhebung ist es deshalb, die Bekanntheit der Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz im Stadtteil, ihre Wertschätzung, ihr Image und das Interesse der LeserInnen an den einzelnen Rubriken kennenzulernen. Die Ergebnisse sollen als Hintergrundinformation für die kontinuierliche Weiterentwicklung der Zeitung und als Referenzrahmen für eine Schlussevaluation dienen. Aus diesem Grund enthielt der Fragebogen Fragen zu allen vorgenannten Themen sowie zu ergänzenden demografischen Merkmalen.

Die Erhebung zur Bekanntheit und Bewertung der Stadtteilzeitung fand zwischen 9. Februar und 31. März 2006 als Fragebogenerhebung statt. Dabei nahmen alle in diesem Zeitraum stattfindende Gremien und Gruppen des Stadtteilprojekts an der Aktion teil, d.h. Stadtteilbeirat, Lenkungsgruppe, AK Kanalfest, Frauenfrühstück. In Ergänzung wurden zwei Pfarrgemeinderäte beteiligt. Von wenigen Ausnahmen abgesehen sind alle Erhebungsteilnehmer ehren- oder hauptamtliche Multiplikatoren. Die Stichprobe umfasst n=83. Die Streuung von Alter und Geschlecht entspricht nicht dem Durchschnitt des Stadtteils oder der Bundesrepublik (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Zusammensetzung der Stichprobe

	aus dem Erneuerungsgebiet von außerhalb	Männlich weiblich	Unter26 26-55 über 55
Lenkungsgruppe und Stadtteilbeirat (n=30)	8	20	0
	20	8	19 9
Bewohner (ohne Mitarbeitende in den o.a. Gremien, n=30)	30	16	5
	0	14	17 7
andere (n=23)	0	13	2
	22	9	16 4
Gesamt (n=83)	38 (46%)	49 (59%)	7 (8%)
	42 (51%)	31 (37%)	52 (63%) 20 (24%)
	an Summe fehlende: keine Angabe	an Summe fehlende: keine Angabe	an Summe fehlende: keine Angabe

Die Erhebung lässt damit Aussagen darüber zu, wie ehrenamtliche und hauptamtliche Multiplikatoren aus dem Stadtteil und mit dem Stadtteilprojekt Befasste die Stadtteilzeitung bewerten. Da Multiplikatoren auch immer in Kontakt zu weiteren BewohnerInnen im Stadtteil stehen, gibt sie sehr gute Hinweise auf die Akzeptanz der Zeitung im Stadtteil. Gleichwohl ist sie *keine* repräsentative LeserInnenbefragung.

Die Befragten füllten den Fragebogen in stiller Arbeit aus, das Planungsbüro Stadt-Kinder stand während dessen für Rückfragen zur Verfügung. Wenige Fragebögen wurden von den Befragten nach Hause genommen und zu einem späteren Zeitpunkt im Stadtteilbüro abgegeben.

Der Fragebogen bestand aus zwei Teilen mit insgesamt 28 Fragen, von denen die meisten durch Multiple Choice beantwortet werden konnten. Fünf der 28 Fragen ermöglichten die Eingabe textlicher Anregungen.

Teil 1 war ungestützt, setzte die Kenntnis der Stadtteilzeitung voraus und wurde daher nur von n=60 ausgefüllt. Teil 2 erlaubte, die Stadtteilzeitung zum Beantworten der Fragen zur Hand zu nehmen und zu analysieren. Die einzelnen Fragen wurden zu 90% ausgefüllt, die Spannweite reicht von 81% („Wie oft sollte die Zeitung erscheinen?“) bis 98% („Kennen Sie die Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz?“). Die Antworten waren in nahezu allen Fällen eindeutig. Wo ein gefühlsmäßiger Eindruck wiedergegeben werden musste, wurden vereinzelt Grenzlinien zwischen zwei Klassen anstelle einer eindeutigen Klasse angekreuzt. Diese Auswahlen sind ungültig, stellen aber eine Minderheit dar. Damit hat der Fragebogen sich als offenbar verständlich erwiesen. Seine Ergebnisse können als grundsätzlich reliabel eingestuft werden.

In der Auswertung wird zum Teil nach Teilgruppen unterschieden. Die Gruppe „Lenkungsgruppe und Stadtteilbeirat“ umfasst deren Mitglieder, soweit sie an der Erhebung teilgenommen haben. Ihre Aussagen repräsentieren eine Sicht auf das Stadtteilprojekt mit einer inhaltlichen und hierarchischen Distanz, da das Stadtteilprojekt für die Gremienmitglieder in der Regel nur eines von zahlreichen bearbeiteten Projekten im Rahmen der täglichen Arbeit darstellt.

Die Gruppe „BewohnerInnen, AK Kanalfest, Pfarrgemeinderäte“ umfasst alle ErhebungsteilnehmerInnen, die *nicht* beruflich oder ehrenamtlich mit dem Stadtteilprojekt zusammenarbeiten, unabhängig vom eigenen Wohnort. Sie tragen keine unmittelbare Verantwortung für die Entwicklung des Stadtteilprojekts und bringen die unbeeinflusste Sicht von BewohnerInnen in die Erhebung ein.

Die Gruppe „BewohnerInnen“ umfasst alle ErhebungsteilnehmerInnen, die *nicht* beruflich oder ehrenamtlich mit dem Stadtteilprojekt zusammenarbeiten *und zugleich* aus Bickern/Unser Fritz kommen. Wie die vorgenannte Gruppe tragen sie keine unmittelbare Ver-

antwortung für die Entwicklung des Stadtteilprojekts und bringen die unbeeinflusste Sicht von BewohnerInnen in die Erhebung ein.

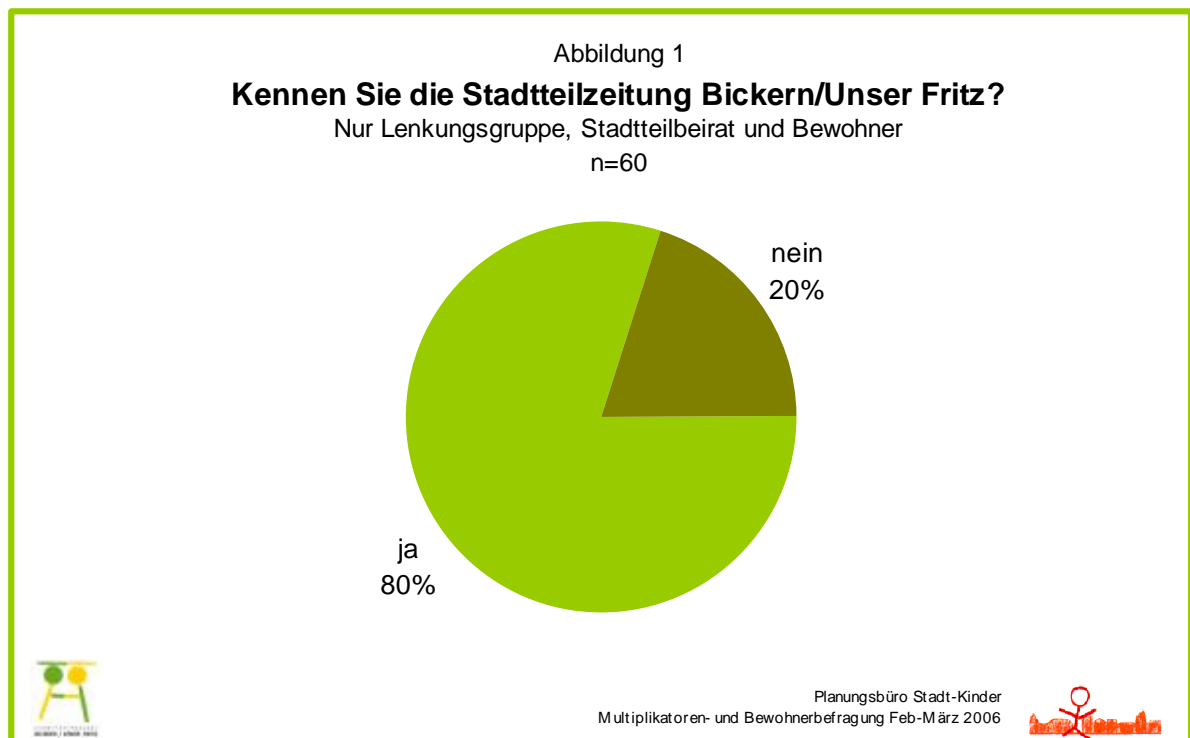
Die BewohnerInnen anderer Herner Stadtteile bzw. von außerhalb wurden in der Teilgruppenbetrachtung nicht einzeln berücksichtigt.

Diese Auswertung besteht aus drei Teilen. Auf die vorliegende Beschreibung des Untersuchungsdesigns folgt der Teil der Erhebungsauswertung. Im abschließenden Teil diskutiert das Planungsbüro Stadt-Kinder Empfehlungen, die aus der Untersuchung heraus resultieren könnten.

Untersuchungsergebnisse – Die Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz, ihre Bekanntheit und Wertschätzung

Die Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz erscheint seit 2005 regelmäßig quartalsweise und wird kostenlos an alle rund 6.000 Haushalte im Erneuerungsgebiet verteilt. Darüber erhalten die Mitglieder von Lenkungsgruppe und Stadtteilbeirat sie per Post. Infolgedessen müsste sie einem großen Anteil der Befragten bekannt sein.

Für die Bekanntheitsfrage wurden nur die relevanten Zielgruppen, d.h. die Gremienmitglieder und die BewohnerInnen aus dem Erneuerungsgebiet ausgewertet (zur Teilgruppenbeschreibung vgl. Einleitung). 80% der so Befragten bejahen, die Stadtteilzeitung zu kennen (vgl. Abbildung 1). Bei differenzierter Betrachtung bejahen dies 83% der Mitglieder von Lenkungsgruppe/Stadtteilbeirat und 77% der BewohnerInnen aus Bickern/Unser Fritz. Zum Vergleich (nicht in die Berechnung von Abbildung 1 einbezogen): Nur 57% aller darüber hinausgehenden Befragten kennen die Stadtteilzeitung, d.h. Personen, die als Multiplikatoren in den Stadtteil kommen (Pfarrgemeinderat, Frauenfrühstück), ohne hier zu wohnen oder Lenkungsgruppe bzw. Stadtteilbeirat anzugehören.

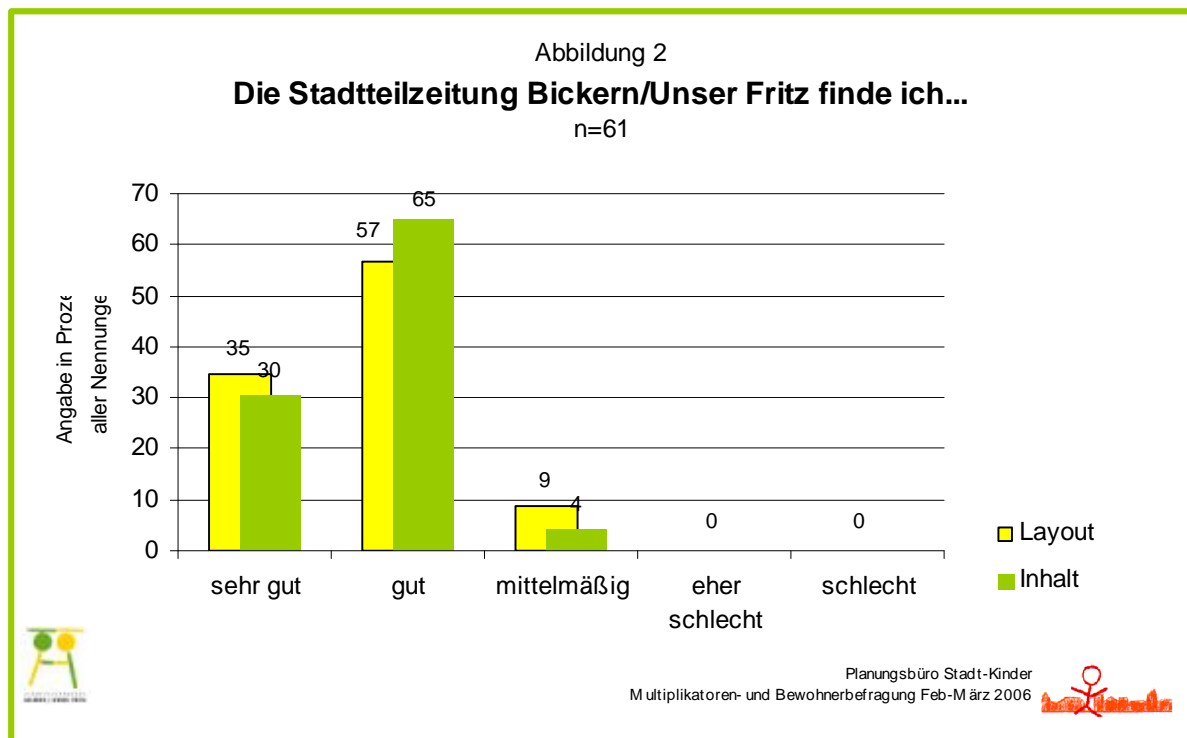


Ein gewisser Anteil Nichtkenner unter den BewohnerInnen ist mit Werbeverbotsschildern zu erklären, die das Einwerfen kostenloser Sendungen verhindert. Gleichwohl gibt es immer wieder Beschwerden über nicht gelieferte Stadtteilzeitungen innerhalb des Erneuerungsgebiets, die bestätigen, dass die Quote der Nichtkenner nicht allein durch diese Verbotsschilder begründet sein kann. Die relativ niedrige Kenntnisquote unter Lenkungsgruppe bzw. Stadt-

teilbeirat ist insofern verwunderlich, als dass die Befragten die Zeitung regelmäßig postalisch mit den Protokollen ihrer jeweiligen Gremiensitzung erhalten.

Die allgemeine Bewertung der Stadtteilzeitung wurde innerhalb des Fragebogens zweimal durchgeführt und unterschied nach „Inhalt“ und „Layout“. Die erste allgemeine Bewertung erfolgte durch Befragte, denen die Stadtteilzeitung bereits bekannt war. Die zweite Abfrage bezog sich auf die den allen Befragten vorliegende Ausgabe 4/2005.

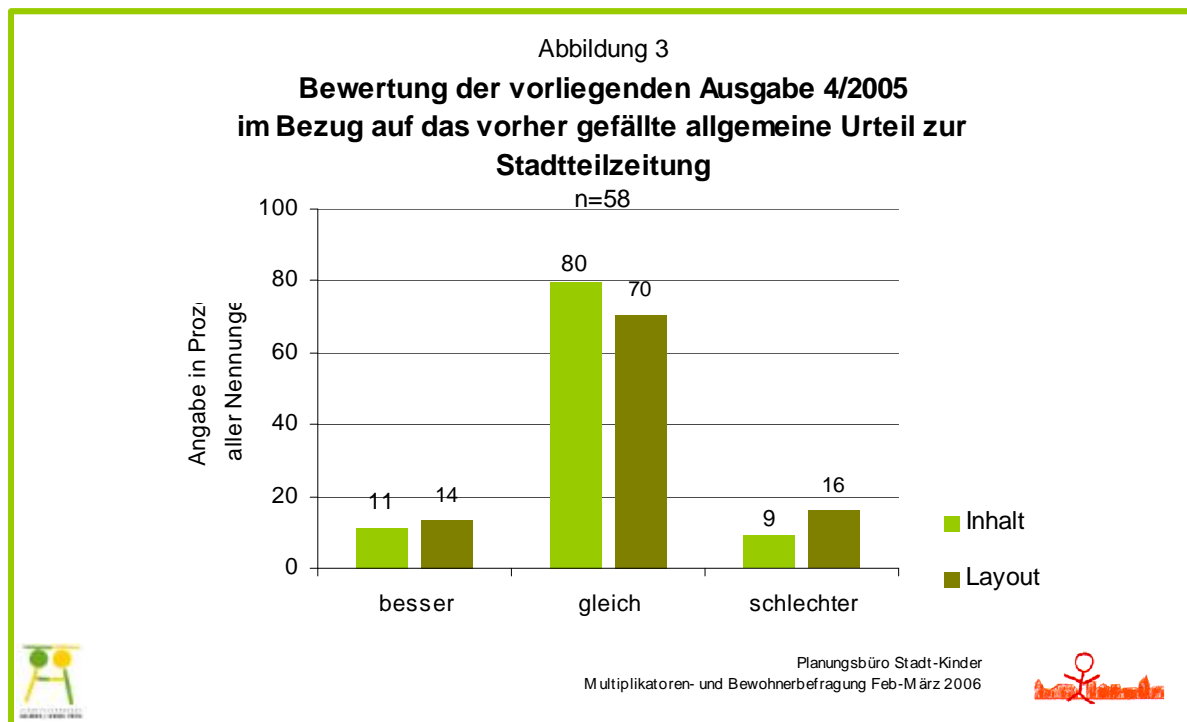
95% aller Befragten bewerten den *Inhalt* der Zeitung als „gut“ oder „sehr gut“ (vgl. Abbildung 2). 92% der Befragten bewerten das *Layout* der Zeitung als „gut“ oder „sehr gut“. Dies ist ein beeindruckend guter Wert vor dem Hintergrund der Tatsache, dass es sich um ein kostenloses Mitteilungsblatt handelt, zu dem LeserInnen nicht automatisch eine Interessenbindung haben. Die Stadtteilzeitung kann damit als eindeutig im Stadtteil akzeptiert betrachtet werden. Differenziertere Aussagen über das Image der Stadtteilzeitung geben Abbildungen 9-11.



Ergänzend zum Multiple Choice konnten die Befragten Kommentare zur Gesamtbewertung der Stadtteilzeitung schreiben. Die insgesamt 21 Kommentare waren fast durchgehend positiv. Am häufigsten wurden Eigenschaften wie „informativ“, „ansprechend“, „vielschichtig“ positiv hervorgehoben. Aber auch wertvolle Hinweise zur Verbesserung wurden gegeben: z.B. „schön wären mehr Termine“ und „Es müsste noch 'n Tick mehr für Jugendliche drin stehen“ (zur Auswertung der Anregungen vgl. Tabellen 2-4).

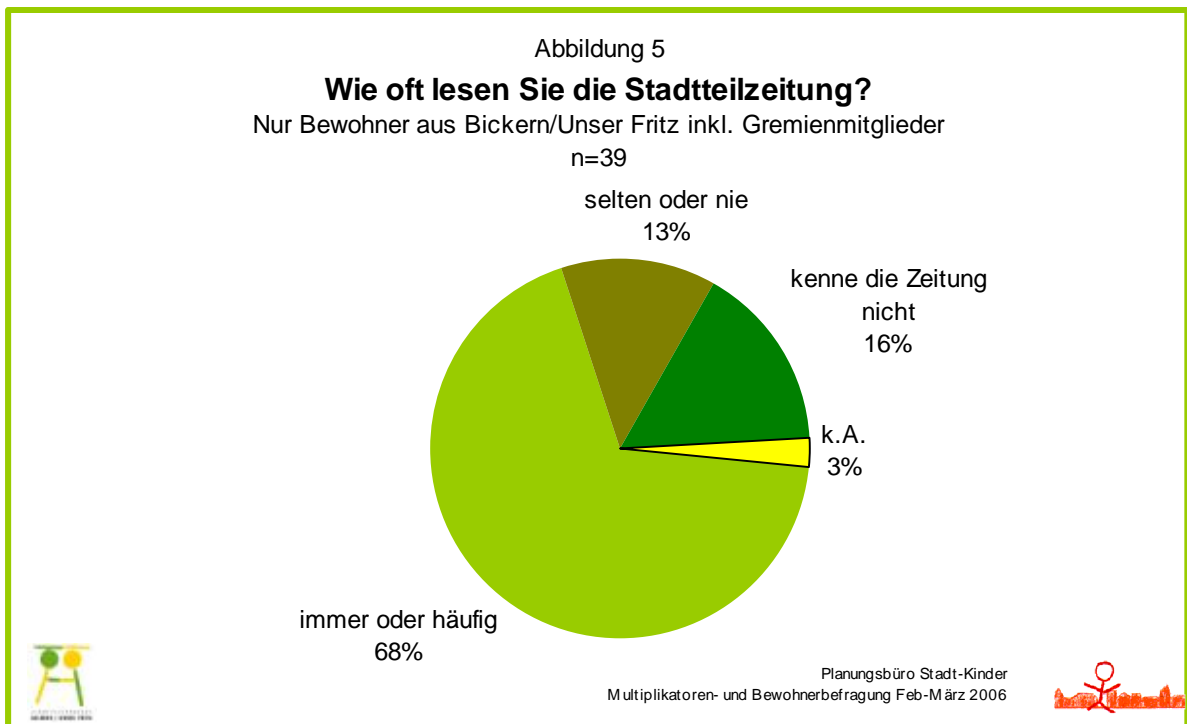
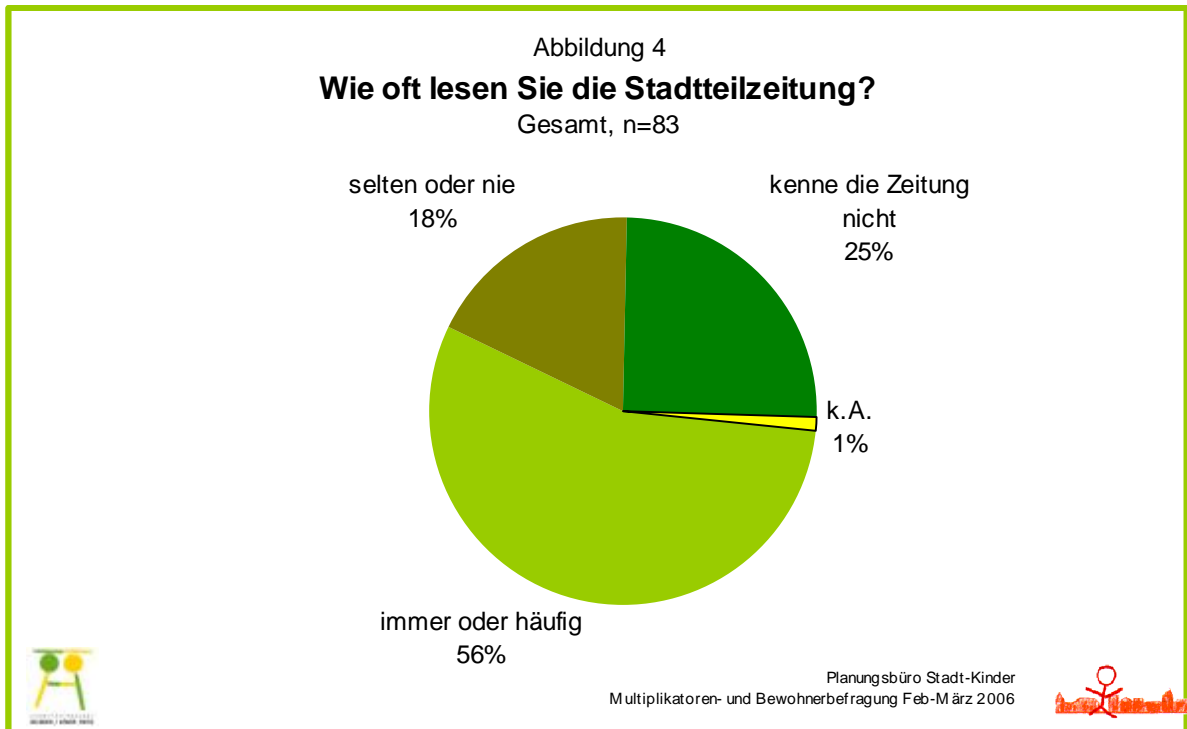
Das gute Gesamtergebnis wird durch die Abfrage nach einer generellen Einschätzung der vorliegenden Ausgabe 4/2005 bestätigt. Die Abfrage war vom Wortlaut her identisch. Die Er-

gebnisse wurden den Ergebnissen der ersten Abfrage gegenüber gestellt (vgl. Abbildung 3). Dabei zeigte sich, dass der Anteil jener, der die vorliegende Ausgabe schlechter als das allgemeine Bild von der Stadtteilzeitung bewerten, identisch mit dem Anteil derer ist, die sie besser bewerten. Bei umgekehrter Frage („Wie ist Ihr allgemeines Bild von der Stadtteilzeitung im Bezug auf die Ihnen vorliegende Ausgabe?“) wäre das Ergebnis identisch; die außerordentlich positive Bewertung der Stadtteilzeitung (s.o.) darf damit als konsolidiert betrachtet werden.



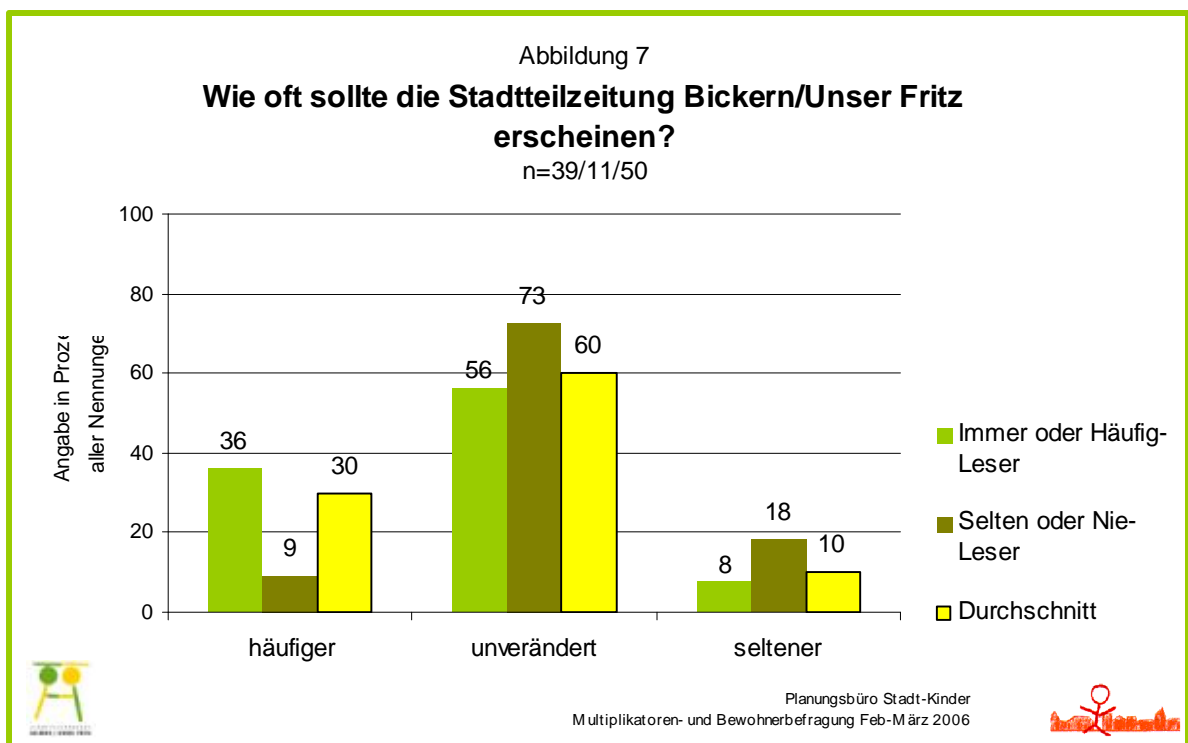
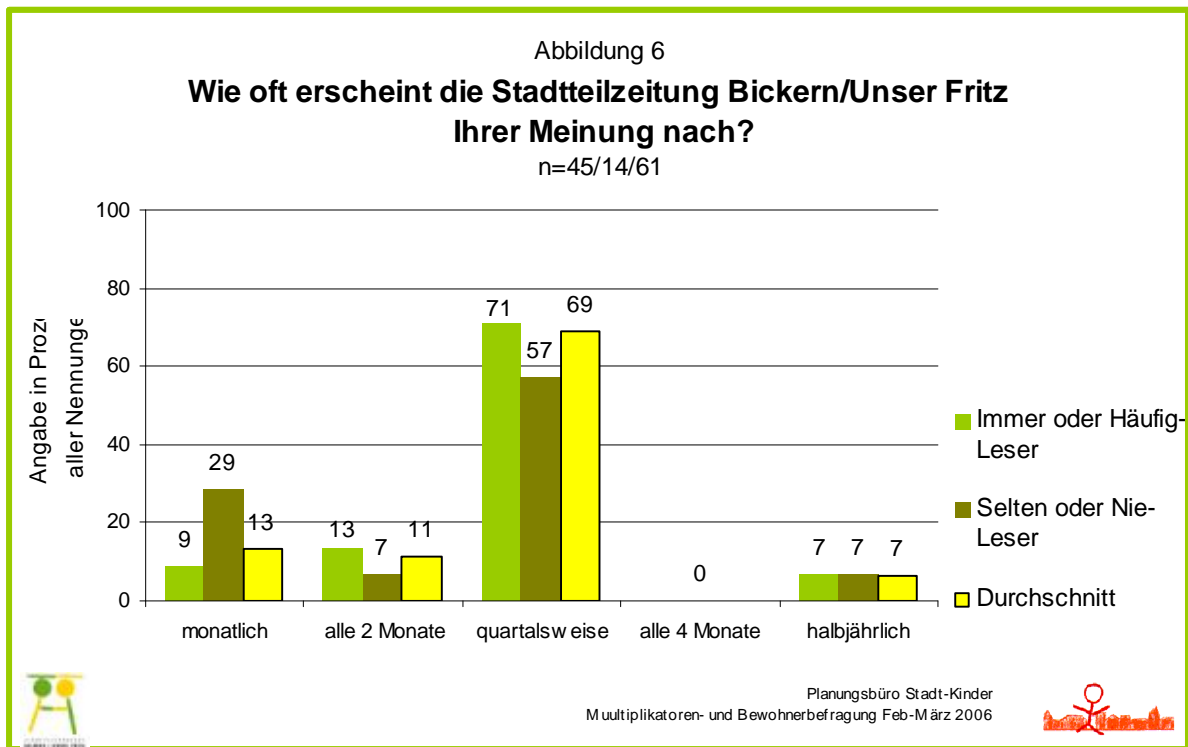
Die Lesehäufigkeit der Stadtteilzeitung ergab ein differenziertes Bild. Da die Erhebung nicht repräsentativ für die Bewohner des Stadtteils ist, dürfen die Ergebnisse nicht überbewertet werden. Über die Hälfte aller Befragten (57%) lesen die Stadtteilzeitung „immer“ oder „häufig“ (vgl. Abbildung 4). Bei Beschränkung auf die BewohnerInnen des Stadtteils, denen ein Interesse an Ereignissen im Stadtteil unterstellt werden kann, sind es sogar über zwei Drittel (68%) (vgl. Abbildung 5). Die Bindung der BewohnerInnen an die Zeitung ist also intensiver als die in der gesamten Stichprobe.

Auffällig ist jedoch auch hier der hohe Anteil derer, die angeben, die Stadtteilzeitung nicht zu kennen.



Die Frage nach der Erscheinungshäufigkeit der Stadtteilzeitung scheidet die Geister. Obwohl nur eine Antwort richtig sein kann, ergibt sich ein außerordentlich heterogenes Bild. Immerhin entscheidet sich eine deutliche Mehrheit für die richtige Antwort, das quartalsweise Erscheinen (vgl. Abbildung 6). Dabei sind die „Immer oder Häufig Leser“ erwartungsgemäß sicherer als die „Selten oder Nie Leser“, die sich häufiger für falsche Antworten

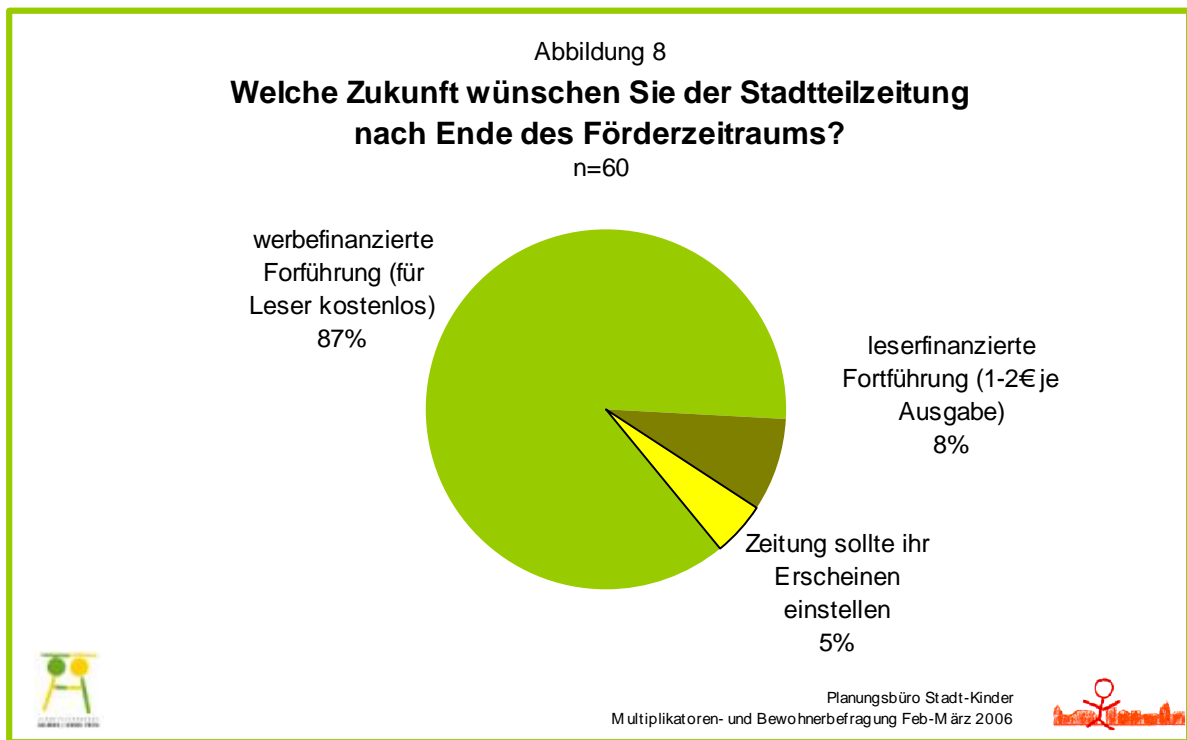
entscheiden. Bemerkenswert, aber ohne plausible Erklärung ist die Tatsache, dass über ein Viertel (29%) der „Selten oder Nie Leser“ den Eindruck hat, die Zeitung erscheine monatlich.



Entsprechend interessant ist die Frage danach, welche Tendenz die gewünschte Erscheinungsweise im Bezug auf die vermutete tatsächliche Erscheinungsweise hat, d.h. ob die Befragten ein häufigeres oder selteneres als das empfundene Erscheinen wünschen. Zu die-

sem Zweck wurden die entsprechenden Aussagen nebeneinander gestellt und nach Lesehäufigkeit getrennt ausgewertet. D.h., das Diagramm gibt nicht Aussagen im Bezug auf die quartalsweise Erscheinung sondern auf die empfundene Erscheinungsweise wieder.

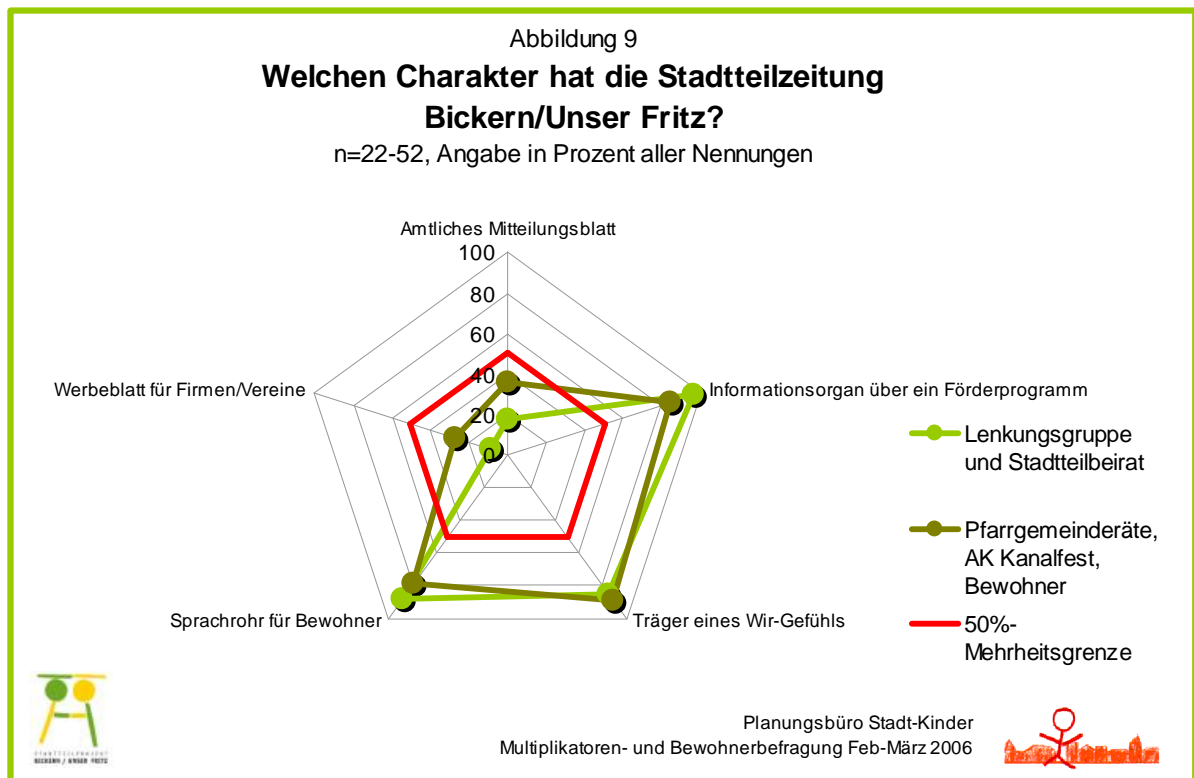
Dabei wird eine höhere Bindung der „Immer oder Häufig Leser“ an die Stadtteilzeitung deutlich (vgl. Abbildung 7). Zwar ist eine Mehrheit beider Gruppen für die Beibehaltung der Erscheinungsweise, die „Selten oder Nie Leser“ antworten aber deutlich gleichgültiger als die „Immer oder Häufig Leser“. So liegt die Zustimmung zum gefühlten Erscheinungsrhythmus der letzteren Gruppe bei 56%, über ein Drittel (36%) wünscht sich ein häufigeres Erscheinen und nur 8% ein selteneres Erscheinen. Demgegenüber können 18% der „Selten oder Nie Leser“ auf Ausgaben der Stadtteilzeitung verzichten, während nur 9% mehr Ausgaben wünschen. Die Zustimmung zum Status Quo liegt mit nahezu drei Vierteln (73%) sehr hoch. Daraus ist zu schließen, dass die „Immer oder Häufig Leser“ eine solch große Zufriedenheit bezüglich Stadtteilzeitung und ihrer Inhalte haben, dass sie weitere Ausgaben gern sähen.



Der Blick in die Zukunft des Stadtteilprojekts wirft die Frage nach dem Weiterbestand der Stadtteilzeitung über die Laufzeit des Förderprogramms hinaus auf. Hier zeigt sich eine große Einigkeit der Befragten (es waren nur Befragte zur Beantwortung aufgerufen, die die Stadtteilzeitung bereits kannten, vgl. Abbildung 8). Die überwältigende Mehrheit (87%) wünscht den Fortbestand der Stadtteilzeitung, wobei diese kostenlos bleiben müsste. Dafür würde sie Werbeanzeigen akzeptieren. Nur 8% der Befragten sind bereit, selbst Geld für die Zeitung zu bezahlen, 5% schlagen vor, das Erscheinen der Zeitung einzustellen. Bei reiner Betrachtung der BewohnerInnen aus Bickern/Unser Fritz ist die Bereitschaft zum Bezahlen

der Stadtteilzeitung sogar noch geringer: 91% wünschen eine werbefinanzierte Fortführung des Erscheinens, 6% die leserfinanzierte Fortführung des Erscheinens und 3% Befürworten ein Ende der Stadtteilzeitung. Bereits an dieser Stelle muss jedoch darauf hingewiesen werden, dass die Befragten in Abbildung 15 kommerzielle Werbung als Entwicklungsoption der Stadtteilzeitung zu einem größeren Anteil ablehnen, als dies aus der hier diskutierten Abbildung interpretierbar wäre.

Wer sie bereits kannte, war aufgerufen, den grundsätzlichen Charakter der Stadtteilzeitung einzuschätzen. Dahinter steht die Frage nach dem Image, das die Zeitung im Stadtteil hat. Ist es als Bürgerblatt oder als Verwaltungsblatt etabliert? Welche Rolle hat sie für die Befragten? Die Erhebungsergebnisse sind eindeutig. Bei der Auswertung wurde nach Gremienmitgliedern von Lenkungsgruppe und Stadtteilbeirat auf der einen Seite und Befragten unterschieden, die nicht beruflich oder ehrenamtlich mit dem Stadtteilprojekt zusammenarbeiten (zur Teilgruppenbeschreibung vgl. Einleitung).



Beide Gruppen bewerteten die Zeitung eindeutig und mit großer Mehrheit als „Träger eines Wir-Gefühls“ und „Sprachrohr für die Bewohner“ (vgl. Abbildung 9). Beide Merkmale ähneln sich, so dass die geringen Unterschiede zwischen beiden wenige Interpretationsmöglichkeiten lassen. Dass beide Gruppen darüber hinaus den Charakter „Informationsorgan über ein Förderprogramm“ als zutreffend auswählen, ist naheliegend.

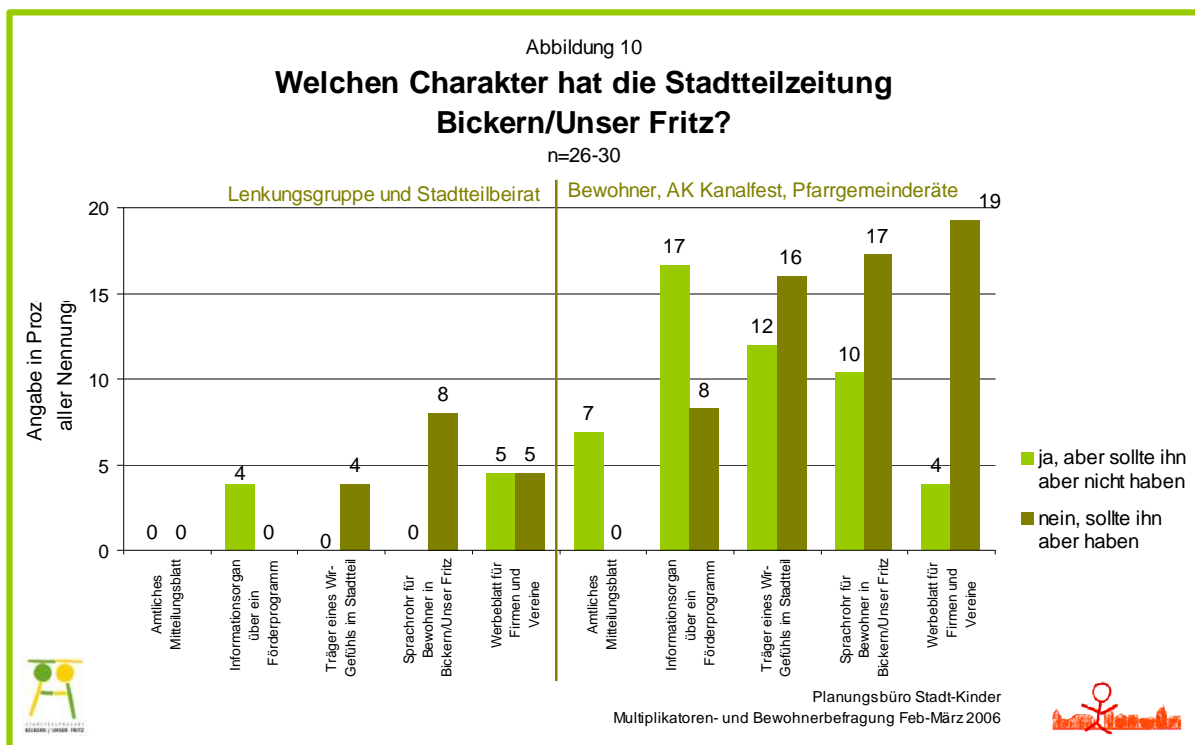
Interessant ist die Einschätzung der eher formalen Charaktereigenschaft, „Amtliches Mitteilungsblatt“. In beiden Gruppen hält nur eine Minderheit diese für zutreffend, wengleich der Eindruck bei der Gruppe „Pfarrgemeinderäte, AK Kanalfest, Bewohner“ doppelt so hoch

ist wie bei der Gruppe der Gremienmitglieder. BewohnerInnen haben bei der Stadtteilzeitung eher den Eindruck, es handele sich um ein formales Mitteilungsorgan als die Gremienmitglieder.

Aus Sicht beider Gruppen ist die Stadtteilzeitung kein Werbeblatt für Firmen und Vereine.

Die bisherige Frage nach dem Charakter der Stadtteilzeitung ließ die nach dem *wünschenswerten* Charakter offen. So bestand im Fragebogen die Möglichkeit, einen Charakter zu bejahen oder zu verneinen, zugleich aber anzugeben, dass dies nicht der wünschenswerte Zustand sei. Die Auswertung dieser „ja, aber“ bzw. „nein, aber“ Antworten ändert nichts am grundsätzlich beobachteten Dreiklang „Informationsorgan, Wir-Gefühl, Sprachrohr“, gibt aber Ansatzpunkte auf die Richtung, in die die Befragten sich bewegen möchten (vgl. Abbildung 10).

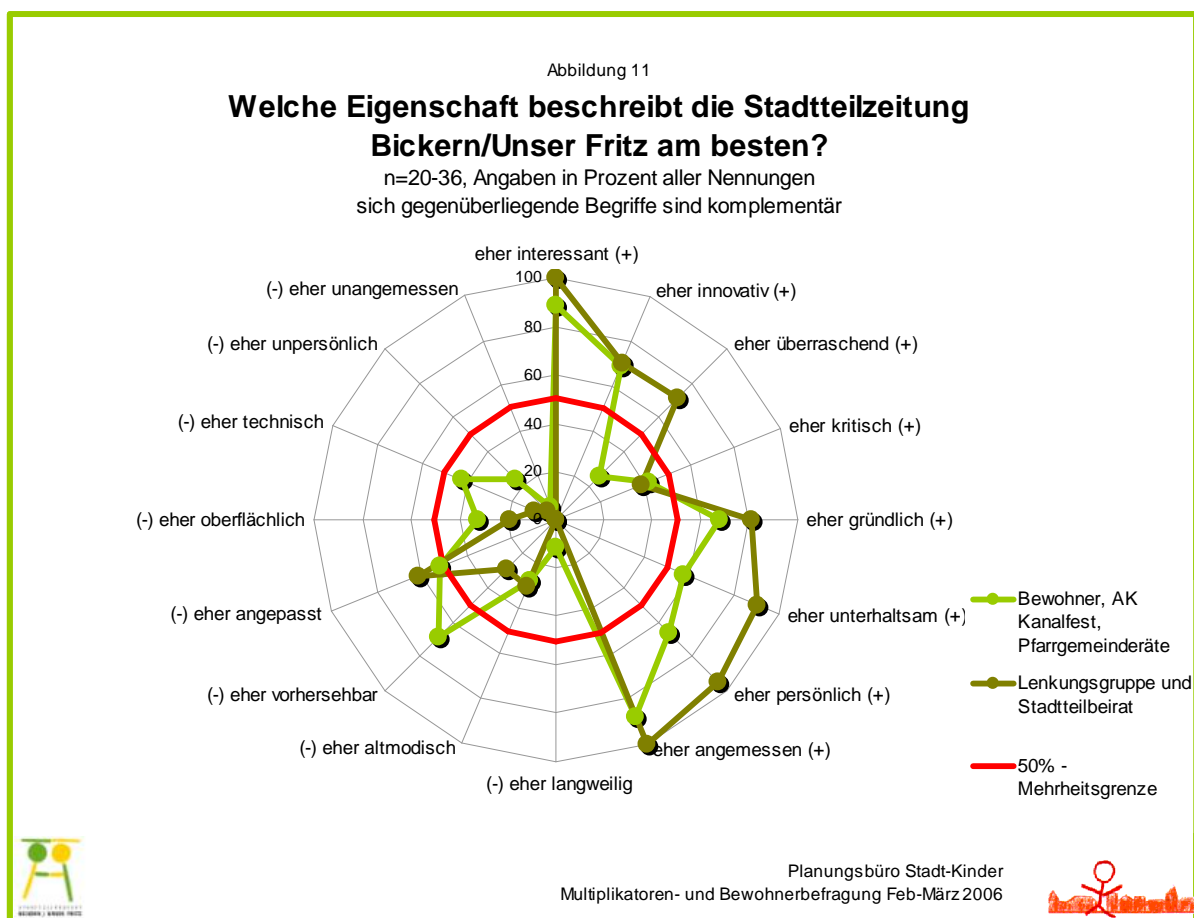
Die befragten Mitglieder von Lenkungsgruppe und Stadtteilbeirat sind mit dem beobachteten Charakter weitgehend einverstanden, Änderungsvorschläge gibt es kaum. Wegen der geringen Größe der Teilstichprobe, macht eine Person hier bereits 4-5% der Nennungen aus, so dass die Vorschläge nicht weiter diskutiert werden.



Die Gruppe der „Bewohner, AK, Kanalfest, Pfarrgemeinderäte“, die die nicht in die Stadtteilarbeit einbezogenen Akteure repräsentieren, zeigen ein deutlich diskussionsfreudigeres Bild. Insbesondere die Seite der verneinten, aber dennoch gewünschten Charaktermerkmale fällt auf. Zwischen 12% und 19% der Befragten dieser Gruppe wünschen eine stärkere Betonung von „Wir Gefühl“, „Sprachrohr der Bewohner“ und „Werbeblatt“. Eine Teilgruppe von 17% der Befragten möchte den Charakter des Informationsmediums über ein Förderpro-

gramm weniger schwerpunkthaft. Dies ist vor dem Hintergrund des Kernanliegens der Zeitung, einen guten Überblick über das Stadtteilprojekt zu geben, sicherlich schwierig. Der Wunsch nach verstärkter Vereinsberichterstattung ist insofern bemerkenswert, als dass er sich als roter Faden in weiteren Aspekten der Erhebungsauswertung wiederfindet (vgl. Abbildungen 16-18).

Noch feiner als die Auswahl fünf möglicher Grundcharaktere ging die Frage nach bestimmten Eigenschaften an das Image der Stadtteilzeitung heran (vgl. Abbildung 11). Zusammengefasst glauben alle Befragten, dass die Stadtteilzeitung *interessant, unterhaltsam, persönlich* und *angemessen*, aber auch eher *angepasst* ist. Während die Gremienvertreter darüber hinaus denken, die Zeitung sei eher *überraschend*, finden die nicht in die Projektarbeit Eingebundenen sie primär *vorhersehbar*.



Zur Ermittlung dieses Ergebnisses wurden den Befragten, denen die Stadtteilzeitung bereits bekannt war, acht gegensätzliche Eigenschaftspaare zur Auswahl gestellt. Auf einer vierstufigen Skala konnten die Befragten in je zwei Stufen eher zu der einen oder eher zu der anderen Seiten tendieren. In der Abbildung liegen die Gegensätze einander gegenüber, die zwei Stufen in Richtung einer Eigenschaft wurden zusammengefasst. Des leichteren Verständnisses wegen erhalten die positiven Eigenschaften ein (+) und die negativen ein (-). Die Summe der sich gegenüberliegenden Eigenschaften ist in der Regel 100% oder knapp darunter, da die Auswahl „weiß nicht“ im Bezug auf die jeweiligen Paare möglich war. Bei der Auswer-

tung wurde erneut nach Gremienmitgliedern von Lenkungsgruppe und Stadtteilbeirat auf der einen und den nicht in die Arbeit des Stadtteilprojekts involvierten Bewohner, AK Kanalfest und Pfarrgemeinderatsmitglieder unterschieden.

Es ist unmittelbar ersichtlich, dass beide Gruppen von Befragten mehrheitlich ein außerordentlich positives Bild von der Stadtteilzeitung haben. Es ist allerdings auch ersichtlich, dass die positiven Eigenschaften durch die Gremienmitglieder durchgängig etwas positiver beurteilt werden als durch die nicht in die Projektarbeit Involvierten. Letztere bewerten die Zeitung kritischer.

Große gemeinsame Zustimmung besteht für die Eigenschaften „interessant“ und „angemessen“, so dass sich für die Gegenkategorien „uninteressant“ und „unangemessen“ praktisch gar keine Nennungen finden.

Beide Gruppen finden die Zeitung mehrheitlich persönlich, unterhaltsam und gründlich. Während dies zwischen 81% und 95% der Gremienmitglieder empfinden, liegt die Zustimmung bei den nicht in die Arbeit Involvierten mit 58%-68% deutlich darunter.

Beide Gruppen sind ähnlicher Meinung, die Zeitung sei eher innovativ (69-70%) als altmodisch. Gemeinsame Kritik gibt es bei der Bewertung, die Zeitung sei eher angepasst als kritisch (52% der Gruppe „Bewohner, AK Kanalfest, Pfarrgemeinderäte“ sind dieser Meinung und 62% der Gremienmitglieder). Interessant ist, dass die Gremienmitglieder sie als angepasster empfinden.

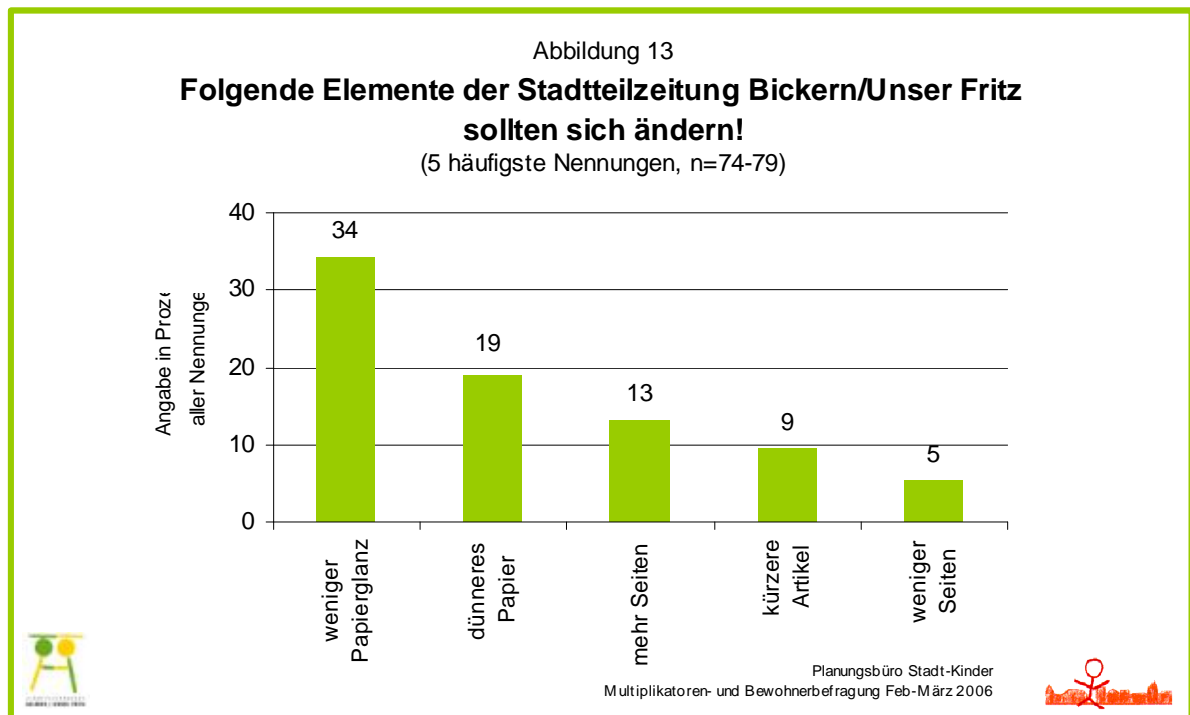
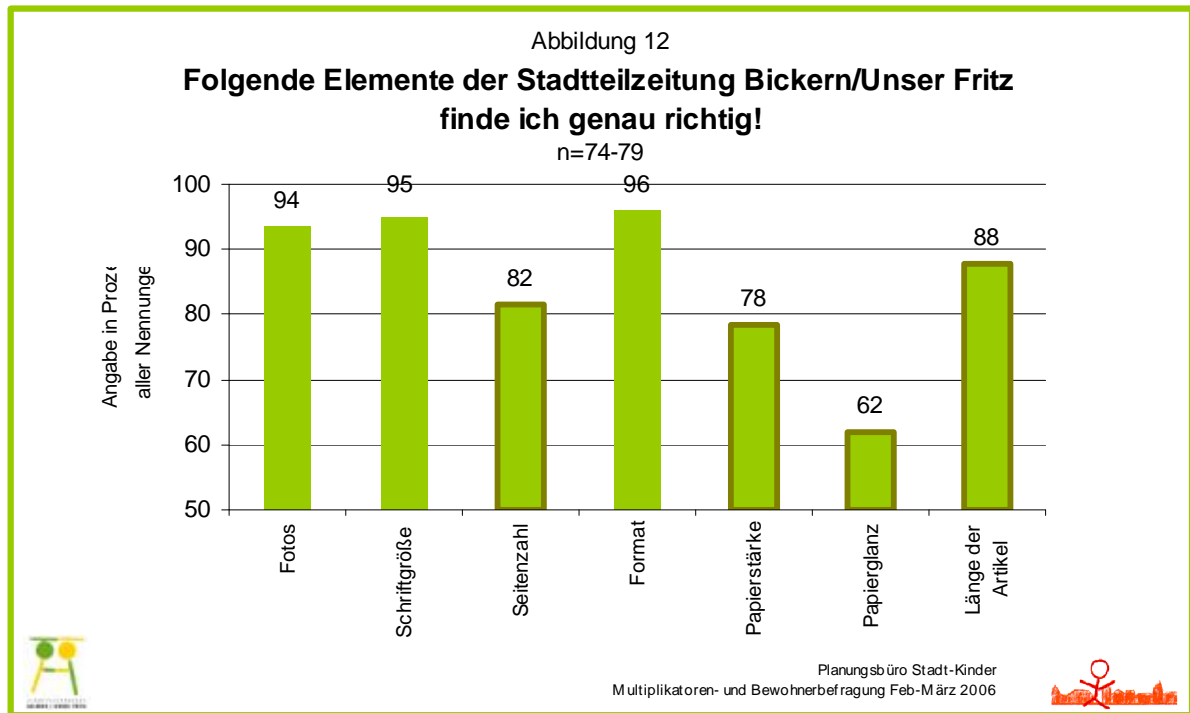
Interessante Differenzen zwischen Gremienmitgliedern und der Gruppe „Bewohner, AK Kanalfest, Pfarrgemeinderäte“ gibt es in der Bewertung, ob die Zeitung überraschend oder vorhersehbar sei. Während eine Mehrheit der ersteren Gruppe sie für eher überraschend hält (71%), halten 75% der letzteren Gruppe sie für vorhersehbar. Dies korreliert mit der Beobachtung über kritische/angepasste Berichterstattung.

Abschließend sei darauf hingewiesen, dass eine relevante Minderheit der Gruppe „Bewohner, AK Kanalfest, Pfarrgemeinderäte“ die Zeitung als eher technisch bewertet (42%, gegenüber der positiven Eigenschaft „unterhaltsam“) und dass immerhin knapp ein Drittel (32%) der gleichen Gruppe die Berichterstattung oberflächlich findet. Unter den Gremienvertretern finden diese Eigenschaften keine Zustimmung in ähnlichem Umfang: Sie bewerten deren positiven Gegenteile *gründlich* und *unterhaltsam* als dominant.

Die Erhebung fragte nach der Wertschätzung verschiedener technischer Merkmale der Stadtteilzeitung. Dabei werden die meisten der zur Diskussion gestellten Elemente als vollkommen richtig dimensioniert eingestuft (vgl. Abbildung 12).

Die größte Zustimmung gibt es für das Format (96%), die Schriftgröße (95%) und die Anzahl der Fotos (94%). Die Zustimmung zu den anderen vier Gruppen liegt zwischen 62% und

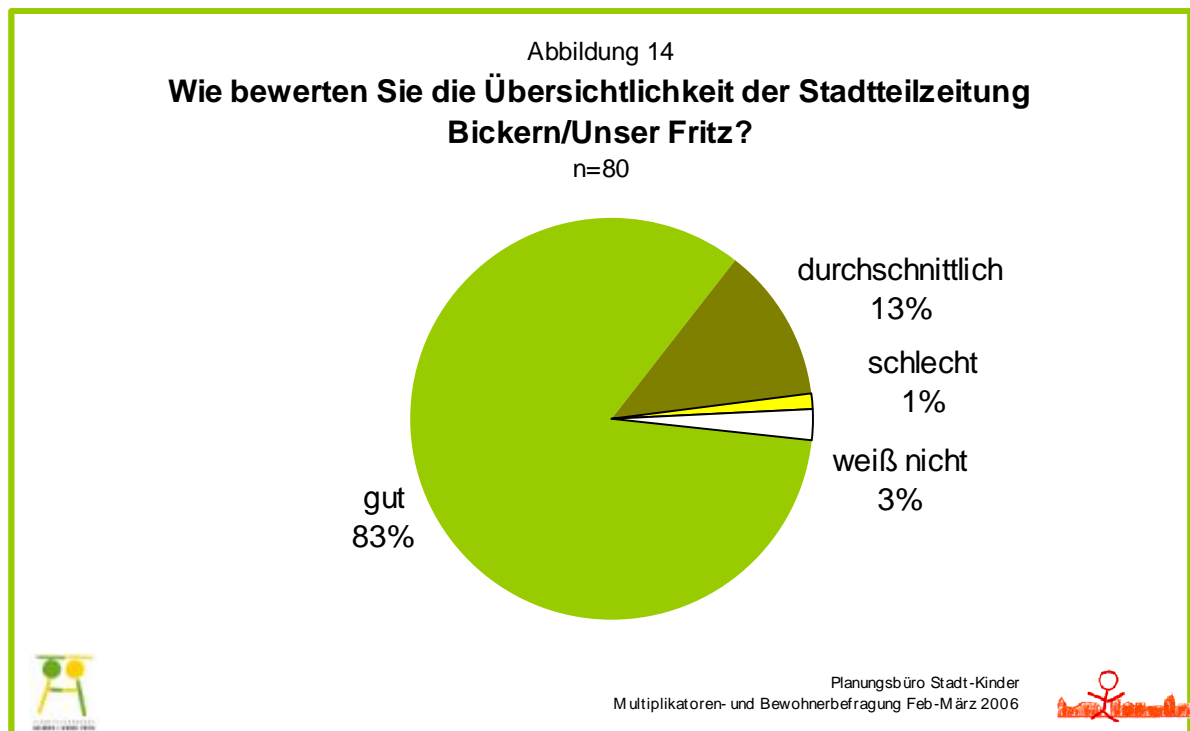
88%, weshalb ein genauerer Blick auf den Grund der Ablehnung geworfen werden soll (vgl. Abbildung 13).



Immerhin ein Drittel aller Befragten (34%) wünscht, dass das Papier weniger glänzen möge. Knapp ein Fünftel (19%) der Befragten wünscht dünneres Papier, 13% mehr Seiten (aber 5% weniger Seiten!) und 9% kürzere Artikel. Insbesondere der Wunsch nach geringerem Papierglanz und nach dünnerem Papier fällt auf (die anderen Wünsche werden entweder von einer

sehr geringen Anzahl von Befragten vertreten oder spiegeln eine Uneinigkeit zwischen den Befragten wieder wie z.B. beim Seitenumfang).

Alle Befragten waren aufgerufen, die Übersichtlichkeit der ihnen vorliegenden Ausgabe der Stadtteilzeitung zu bewerten. Das Bild ist eindeutig. 83% der Befragten bewerten die Zeitung als übersichtlich, 96% als mindestens durchschnittlich übersichtlich (vgl. Abbildung 14). Dies ist ein gutes Ergebnis, das keinen Handlungsbedarf aufzeigt.

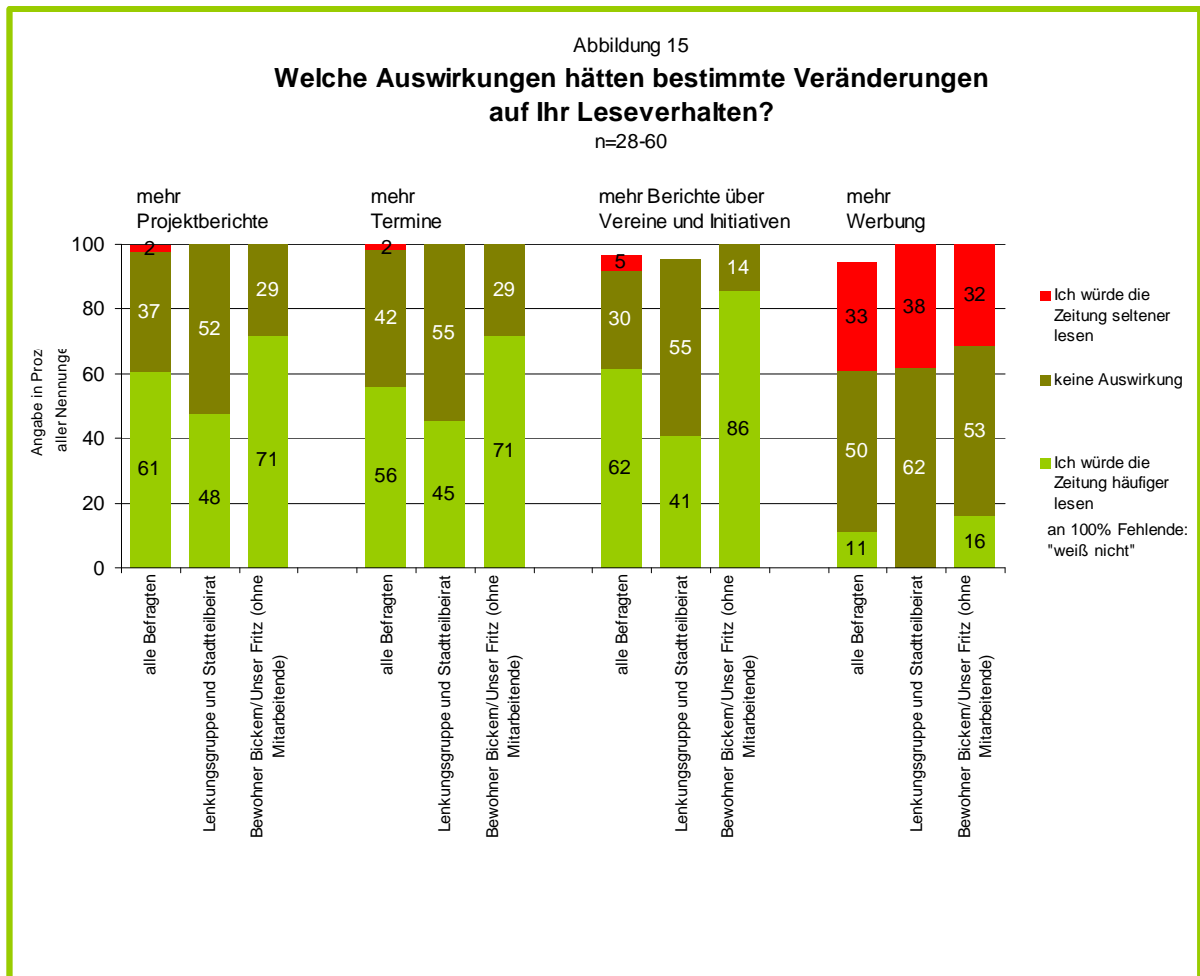


Bevor die Umfrage im abschließenden Teil die Zeitung nach Rubriken unterschieden betrachtete, wurden den Befragten verschiedene Änderungsoptionen im Inhalt der Zeitung zur Bewertung vorgelegt. Nach dem Motto „Was wäre, wenn...“ wurden vier Entwicklungswege zur Auswahl gegeben und die Befragten gebeten, die wahrscheinliche Auswirkung auf das Leseverhalten einzuschätzen. Die Ergebnisse zeigt Abbildung 15.

Zum besseren Verständnis: Jede der Säulengruppen repräsentiert eine der möglichen Veränderungen. Die drei Säulen bilden die Gesamt- und Teilgruppen der Stichprobe, „rot“ Verschlechterung und „hellgrün“ Verbesserung. Für diese Auswertung wurde die Teilgruppe „Bewohner aus Bickern/Unser Fritz“ im Gegensatz zu den bereits bekannten Gremienmitgliedern gebildet, da die meisten Änderungen sich auf eine verstärkte Berichterstattung über Themen speziell im Erneuerungsgebiet beziehen. Dies hat insbesondere zur Folge, dass die Teilgruppen nicht alle Teile der Stichprobe abbilden, d.h. die nicht im Erneuerungsgebiet Wohnenden und zugleich nicht in die Stadtteilarbeit Involvierten werden bei der Teilgruppenbetrachtung *ausgespart*. An 100% fehlende Nennungen stimmten „weiß nicht“.

Die pauschale Betrachtung der gesamten Stichprobe ist nicht ausreichend genau, wie der Blick auf die Säulengruppen zeigt: Während sich für ein Mehr an Projektberichten, Terminen und Vereinsberichten mehrheitlich Verstärkung der Lesehäufigkeit andeutet, ist die gruppenbezogene Betrachtung zum Teil konträr. Eine teilgruppenweise Auswertung ist hier deshalb besonders sinnvoll.

Die Gremienmitglieder möchten in allen vier Optionen mehrheitlich den Status Quo erhalten. Sollte die Zeitung kommerzielle Werbung erhalten, vermuten über ein Drittel (38%) dieser Gruppe, die Zeitung seltener zu lesen.



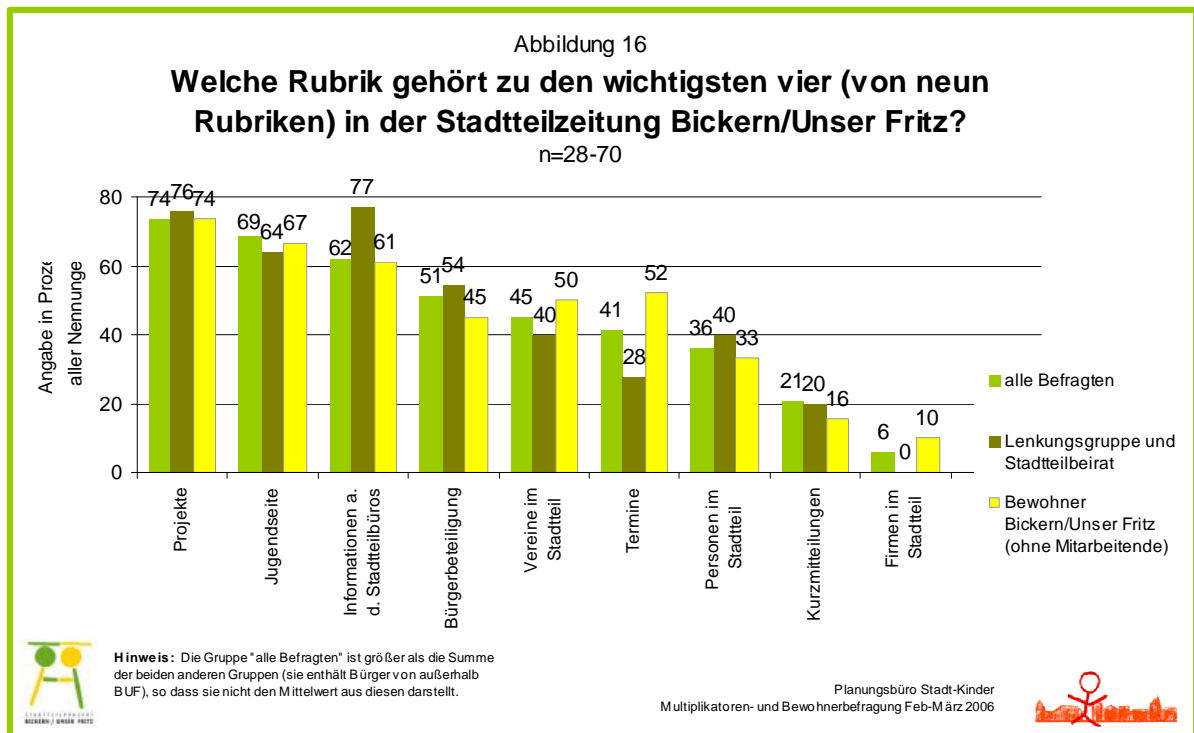
Die Gruppe der Bewohner aus dem Erneuerungsgebiet stehen einem Mehr an Projektberichten, Terminen und Berichten über Vereine und Initiativen mehrheitlich sehr positiv gegenüber (71-86% Zustimmung). Allein in der Frage der vermehrten kommerziellen Werbung scheiden sich die Meinungen: Knapp ein Drittel (32%) lehnt sie ab, ein Sechstel (16%) befürwortet sie und rund die Hälfte (53%) steht ihr indifferent gegenüber. Bemerkenswert ist, dass Werbung für 16% einen Leseverstärker bedeuten würde. Deutlich wird, dass Abbildung 16 und Abbildung 8 bezüglich der Frage der Werbung widersprüchlich sind. Gegen die Alternative des kostenpflichtigen Erscheinens bevorzugen die Befragten Werbung mit großer

Mehrheit, während Werbung als allgemeine Entwicklungsoption der Zeitung deutlich weniger Unterstützung findet.

Über die vom Fragebogen vorgegebenen Auswahlmöglichkeiten hinaus konnten Erhebungsteilnehmer selbst aufschreiben, unter welchen Bedingungen sie die Zeitung häufiger lesen würden. Einer der sechs Kommentare lautet: „mehr Aufforderungscharakter wäre schön! Mitmachaktionen häufiger anregen, evt. auch eine Leserseite für Beiträge von Bürgern“. Zwei Kommentare wünschen sich eine stärkere Vorstellung von „Persönlichkeiten“ im Stadtteil, die weiteren schlagen Jugendthemen, sozialkritische Themen und ein übersichtlicheres Layout vor (zu weiteren Kommentaren der Befragten vgl. Tabellen 2-4).

Die Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz ist in neun Rubriken unterteilt, die in jeder Ausgabe vorkommen und die die inhaltliche Richtung vorgeben. Im Rahmen einer Rangbewertung sollten alle Befragten, auch jene, denen die Zeitung bis dahin unbekannt war, die Wichtigkeit der Rubriken der Stadtteilzeitung untereinander einordnen. Als Szenario wurde den Befragten ausgemalt, die Rubriken der Stadtteilzeitung in der Reihenfolge zu ordnen, nach der sie sie Menschen empfehlen würden, die sich ein Bild vom Stadtteil machen wollen. Die folgenden drei Diagramme geben die Ergebnisse dieser Rangeinordnungen wieder.

Für Abbildung 16 wurden der Anteil der Befragten zusammengefasst, der eine Rubrik in die wichtigste Hälfte (4 von 9 Rubriken) der Stadtteilzeitung einordnet, Abbildung 17 stellt die aus Sicht der Befragten wichtigste und Abbildung 18 die am wenigsten wichtige Rubrik dar.

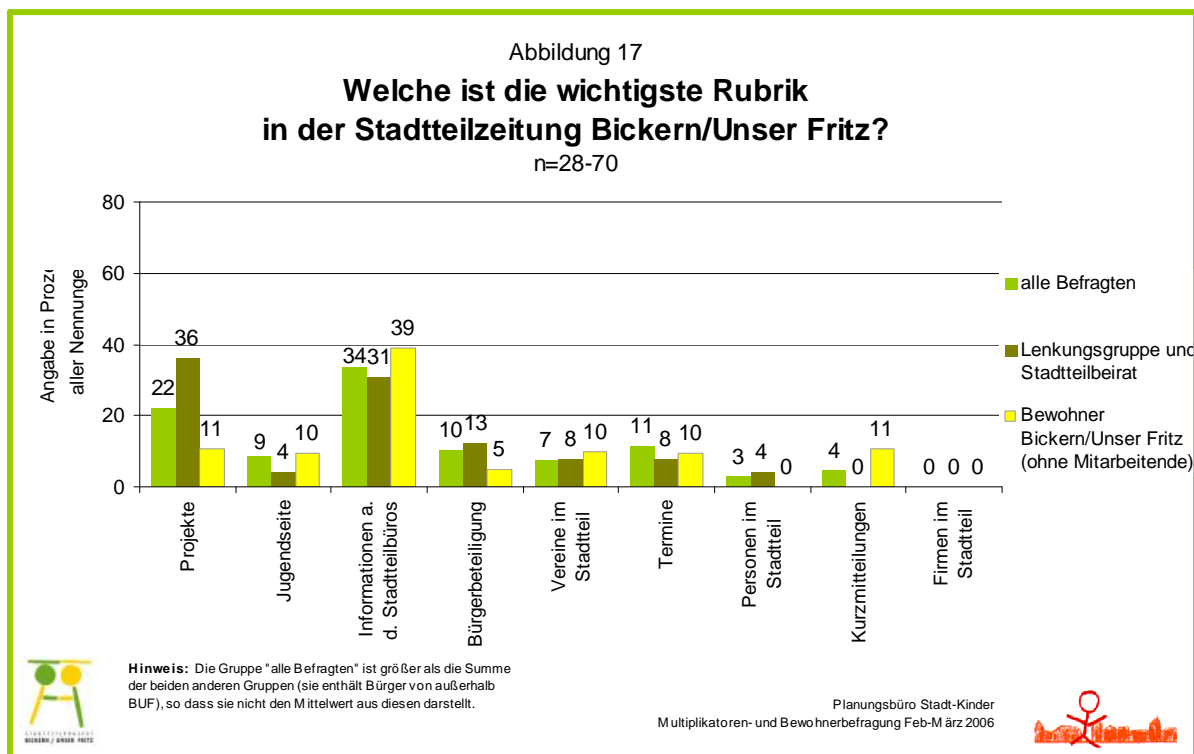


Entsprechend der Wertschätzung als Informationsmedium über ein Förderprogramm steht die Rubrik „Projekte“ bei Einbeziehung der vier wichtigsten Rubriken an vorderster Stelle

(vgl. Abbildung 16). Bemerkenswert und zugleich als Ausreißer zu werten ist die Tatsache, dass die Gremienmitglieder die Rubrik „Informationen aus dem Stadtteilbüro“ noch häufiger unter ihre „TOP 4“ der Rubriken gewählt haben. Für beide Teilgruppen (*Gremienmitglieder* und *Bewohner*) gilt, dass die Projektberichte, die Informationen aus den Stadtteilbüros und die Jugendseite die wichtigsten Seiten in der Zeitung darstellen.

Weiterhin wichtige Seite für Bewohner sind die Rubriken „Vereine im Stadtteil“ und „Termine“, während die Gremienvertreter außer der Rubrik „Bürgerbeteiligung“ keine weiteren mehrheitlich unter die wichtigsten vier Rubriken wählen.. Die Rubriken „Personen im Stadtteil“, „Kurzmitteilungen“ und „Firmen im Stadtteil“ werden mehrheitlich *nicht* unter den wichtigsten vier Rubriken genannt. Im Falle der „Kurzmitteilungen“ verwundert dies, weil sie den als sehr wichtig eingestuften Rubriken „Projekte“ und „Informationen aus den Stadtteilbüros“ inhaltlich ähnlich sind.

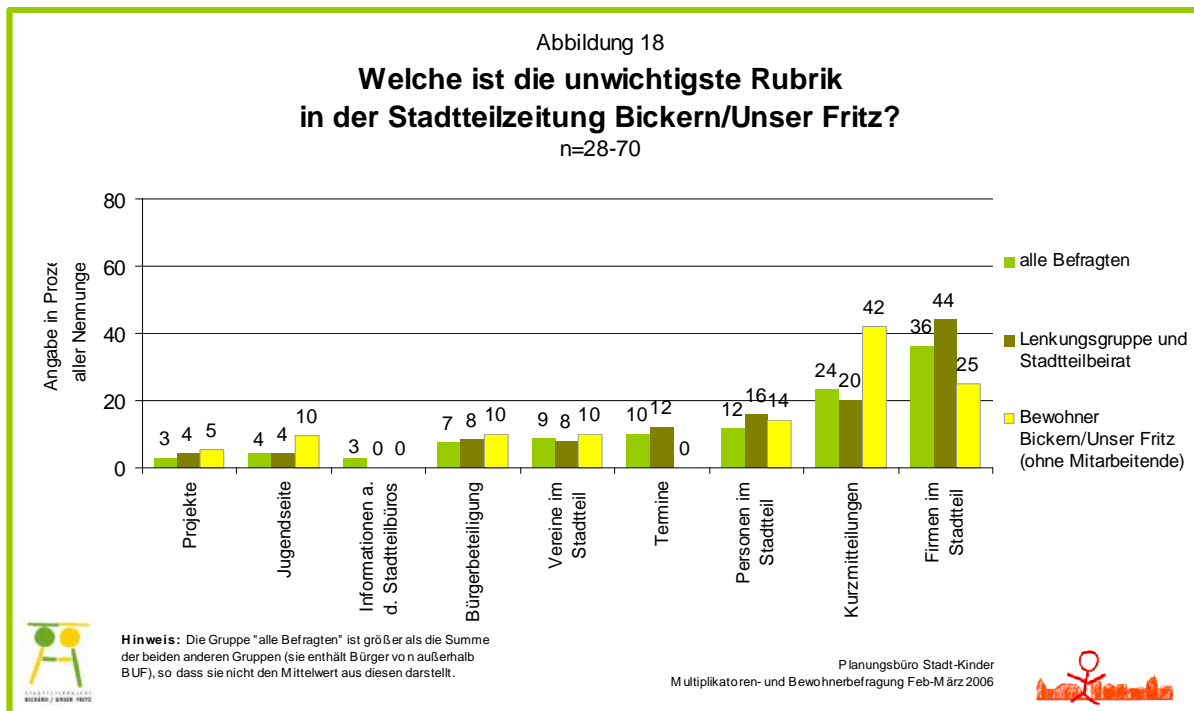
Die alleinige Darstellung der wichtigsten Rubrik (vgl. Abbildung 17) zeigt an, welcher Bereich der Zeitung aus Sicht der Befragten den höchsten Informationsgehalt hat. Bei gemeinsamer Betrachtung beider Teilgruppen ist die Rubrik „Informationen aus den Stadtteilbüros“ am häufigsten als wichtigste genannt (34% der Nennungen), gefolgt von den deutlich abgeschlagenen Projektberichten (22%). Alle anderen Rubriken bewegen sich unter 11%.



Die Teilgruppen bewerten dies jedoch stark unterschiedlich: Für je rund ein Drittel der Gremienvertreter stellt die Projektrubrik (36%) bzw. die „Information aus den Stadtteilbüros“ (31%) die wichtigste Rubrik dar, andere folgen weit abgeschlagen mit 13% und weniger der Nennungen. Die Bewohner haben neben den „Informationen aus den Stadteilbüros“ (39%)

keine Favoriten – fünf weitere Rubriken, darunter auch „Projekte“ werden von nur 11-12% der Befragten als wichtigste Rubrik genannt. An der Rubrik „Neues aus den Stadtteilbüros“ wird sichtbar, dass die Befragten diese meist als *wichtigste* oder *besonders unwichtige* Rubrik eingeordnet haben, das Interesse an ihr also eher polarisiert. Anderenfalls wäre ihre Spitze in Abbildung 17 in Verbindung mit der dritten Position in Abbildung 16 nicht derart deutlich ausgefallen.

Bemerkenswert ist auch, dass kein Erhebungsteilnehmer die „Firmen im Stadtteil“ als wichtigste Rubrik benennt. Weiterhin schätzt kein Bewohner die Rubrik „Personen“ als wichtigste ein (auch in der TOP 4-Betrachtung unterdurchschnittlich wichtig), kein Gremienmitglied stuft die „Kurzmitteilungen“ als wichtigste Rubrik ein. In den Rubriken „Projekte“ und „Kurzmitteilungen“ bestehen die größten Differenzen zwischen den beiden Gruppen – während die Bewohner beide gleich häufig als wichtigste bewerten (10% bzw. 11%), versammeln die Projektberichte die meisten Stimmen als wichtigste Rubrik, während die „Kurzmitteilungen“ auf der anderen Seite der Skala sogar nie genannt werden.



Abschließend wird auch die von den Befragten als am unwichtigsten eingestufte Rubrik der Zeitung dargestellt (vgl. Abbildung 18). Erwartungsgemäß spielen „Personen im Stadtteil“, „Kurzmitteilungen“ und „Firmen im Stadtteil“ bei beiden Teilgruppen eine große Rolle, wenngleich in unterschiedlicher Reihenfolge. Bemerkenswert ist, dass die „Firmen im Stadtteil“ bei den Gremienmitgliedern die am häufigsten genannte unwichtigste Rubrik ist (44%), weit abgeschlagen gefolgt von den „Kurzmitteilungen“ (20%) und den „Personen im Stadtteil“ (12%). Für 42% der BewohnerInnen hingegen sind die „Kurzmitteilungen“ die unwichtigste Rubrik, gefolgt von den „Firmen im Stadtteil“ (25%) und den „Personen im Stadtteil“ (14%). Die „Jugendseite“ ordnen zwar nur 10% der Befragten als unwichtigste Rubrik ein, im

Vergleich zu den anderen ebenfalls als besonders wichtig genannten Rubriken ist dies jedoch ein hoher Negativ-Wert. Die Terminrubrik zeigt sich erneut als Streitpunkt: Während 10% der Gremienmitglieder sie als unwichtigste Rubrik einstufen, findet diese Meinung bei den BewohnerInnen keine Anhänger.

Die vorangegangenen Abbildungen 16-18 ermitteln die „Projekte“, „Jugendseite“ und die „Informationen aus den Stadtteilbüros“ als wichtigste Rubriken in der Stadtteilzeitung, während „Bürgerbeteiligung“, „Vereine im Stadtteil“ und „Termine“ eher im Mittelfeld des Interesses liegen. „Personen im Stadtteil“, „Firmen im Stadtteil“ und die „Kurzmitteilungen“ bilden die Schlusslichter.

Das schlechte Abschneiden der „Kurzmitteilungen“ ist insofern bemerkenswert, als dass diese häufig in Kurzform über Projekte des Stadtteilprojekts berichten. Die sehr hoch bewertete Rubrik „Informationen aus den Stadtteilbüros“ wurde erst vor Kurzem durch Zusammenführen mehrerer das Stadtteilprojekt unmittelbar betreffende Kurzmeldungen gebildet. Insofern wirkt ihre schlechte Bewertung widersprüchlich.

Die Befragten waren eingeladen, ihren Fragebögen Vorschläge für neue Themen, für neue Rubriken und für überflüssige Rubriken als Kommentare hinzuzufügen – jeweils rund ein Drittel der Befragten nutzte diese Gelegenheit. Dies ist sehr positiv und als hoher Wert einzuordnen. Tabelle 2 gibt die als verwertbar eingestuften Anregungen für neue Themen wieder, Tabelle 3 führt Anregungen für neue Rubriken auf und Tabelle 4 Vorschläge von Rubriken, die gelöscht werden können.

Die Vorschläge der Tabellen 2 und 3 vermischen sich häufig, sind sowohl als „Thema“ als auch als „Rubrik“ denkbar. Beide werden von den sozialen Hintergründen v.a. der ehrenamtlichen Befragten in Vereinen und Kirchengemeinden geprägt, die vorschlagen, Jugendarbeit, kirchliche Arbeit und Vereinsarbeit stärker zu berücksichtigen. Aber auch darüber hinausgehende Anregungen sind zu finden.

Tabelle 2: Anregungen für aufzunehmende Themen

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Programme der Vereine (1/4 Jahr)- Feste mit verschiedenen Kulturen- ältere Menschen berichten über besonders starke Erlebnisse in ihrer Kindheit und/oder Jugend- Veranstaltungen für ältere Mitbürger,- Schwerpunkte in den Kindertagesstätten vorstellen- Senioren- Schule Projekte/Termine, Jugendhaus Termine- Jugendzentren im Stadtteil- Sport und Jugendveranstaltungen (Mehrfachnennung)- Aktivitäten aus den Kirchengemeinden (Mehrfachnennung)- was im Stadtteil passiert, z.B. Einbrüche- Reise und Ausflüge (Mehrfachnennung)- neue Themen sind nicht nötig (Mehrfachnennung) |
|---|

Tabelle 3: Anregungen für aufzunehmende Rubriken

- Frauenseite
- z.B. Herkunft der Straßennamen und Landschaftsbezeichnungen
- Veranstaltungen
- statt Termine Veranstaltungen der hier ansässigen Organisationen (Sport, Kultur, Bildung etc.)
- Witz, Rätsel für Jugendliche, die weniger gern lesen.
- Geschichte/Vergangenheit des Stadtteils
- Veranstaltungen der Vereine
- Ausländerproblematik
- Fahrpläne der öffentlichen Verkehrsbetriebe, Einsatzfahrzeuge bei Bedarf
- Aktuelles
- Informationen aus den Kirchengemeinden
- keine **(9 Nennungen)**

In der Frage der überflüssigen Rubriken sind die Befragten sich erstaunlich einig. Fast die Hälfte der 30 Einträge bezieht sich darauf, alle Rubriken zu erhalten, mehrere Nennungen schlagen die Streichung der „Firmen im Stadtteil“ und der „Personen im Stadtteil“ vor (vgl. Tabelle 4).

Tabelle 4: Anregungen für löschende Rubriken

- Firmen im Stadtteil **(9 Nennungen)**
- Personen im Stadtteil **(4 Nennungen)**
- Informationen aus dem Stadtteilbüro
- Keine **(14 Nennungen)**

Am Ende dieser Auswertung steht eine Frage, deren Ergebnis überrascht. Nur knapp zwei Drittel aller Befragten (64%) können die primäre Ausrichtung des Stadtteilprojekts Bickern/Unser Fritz richtig wiedergeben (vgl. Abbildung 19a-c). Dieser Wert divergiert stark zwischen denen, die angeben, in einem Gremium des Stadtteilprojekt aktiv zu sein (84%) und den BewohnerInnen (48 %). Etwa ein Fünftel (19%) hält es primär für ein Programm zur Imageverbesserung (Gremienmitglieder: 10%, BewohnerInnen: 26%). 11% denken, dass Wirtschaftsförderung im Vordergrund steht (Gremienmitglieder: 0%, BewohnerInnen: 22%) und nur 6% geben zu, es nicht zu wissen (Gremienmitglieder: 6%, BewohnerInnen: 4%).

Auffällig ist die starke Orientierung der BewohnerInnen zur Annahme, das Stadtteilprojekt sei eine Programm zur Imageverbesserung oder Wirtschaftsförderung. Die Gremienmitglieder vertreten zwar mit großer Mehrheit die zutreffende Auswahl, dennoch ist der Anteil der Nichtwissenden vor dem Hintergrund ihrer aktiven Rolle im Projekt recht hoch. Immerhin ist keiner der Befragten der Meinung, das Stadtteilprojekt befasse sich primär mit Qualifizierung und Umschulung.



Auch wenn die v.a. bei den Bewohnern weit verbreitete Annahme falsch ist, das Stadtteilprojekt befasse sich primär mit Imageförderung im Stadtteil, so kann dies doch zumindest als Hinweis darauf gesehen werden, dass die Angebote des Stadtteilprojekts in den Feldern Verschönerung, Dekoration, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung außerordentlich stark wahrgenommen werden. Zudem erreicht diese Annahme das richtige Ziel, die Aufwertung des Stadtteils *in den Köpfen*.

Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen

Die Stadtteilzeitung Bickern/Unser Fritz hat sich als fest im Stadtteil verankert und gut angesehen herausgestellt. Sie ist einem großen Teil der Befragten bekannt, wenngleich hier noch Handlungsbedarf besteht (vgl. Handlungsempfehlungen).

Layout und Inhalt werden von fast allen Befragten als *gut* oder sogar *sehr gut* bewertet. Die Zeitung wird von fast allen Befragten als sehr übersichtlich eingestuft. Von daher ist der Raum für Verbesserungen naturgemäß eher eng.

Das Image bewerten die Befragten zu einem sehr großen Teil deutlich positiv. Sie wird primär als *Träger eines Wir-Gefühls* und als *Sprachrohr der Bürger* gesehen. Richtigerweise wird sie von nahezu allen Befragten als *Informationsorgan eines Förderprogramms* eingestuft. Bei der Abfrage von Charaktermerkmalen schneidet die Stadtteilzeitung *interessant, unterhaltsam, persönlich* und *angemessen* ab. Andererseits wird sie auch als eher *angepasst* bewertet. Auch hier gibt es kaum positiven Entwicklungsspielraum, zumal ein gewisser Anteil von Negativbewertungen bei validen Ergebnissen stets vorhanden ist.

Die Rubriken, die die Inhalte des Stadtteilprojekts vermitteln, werden auch von den Befragten als wichtig eingestuft. Die Prioritätensetzung durch das Stadtteilprojekt ist offenbar vom Leser rezipiert worden. Sorge bereitet lediglich die schlecht bewertete Rubrik *Kurzmitteilungen* (vgl. Handlungsempfehlungen).

Die wesentlichen technischen Eigenschaften *Anzahl der Fotos, Anzahl der Seiten, Format, Schriftgröße* werden von fast allen Befragten gutgeheißen. Von daher besteht hier keinerlei Handlungsbedarf. Möglichen Handlungsbedarf in den Feldern *Papierstärke* und *Papierglanz* diskutieren die Handlungsempfehlungen.

Die Erhebung zur Bekanntheit und Bewertung hat auch kleinere Schwachstellen aufgezeigt. Diese werden in den nachfolgenden Handlungsempfehlungen aufgegriffen.

1. Zahlreiche Bewohner des Stadtteils sowie von außen kommende Multiplikatoren kennen die Stadtteilzeitung nicht. Um dies zu verbessern, könnte die Zeitung stärker als bisher in Einrichtungen des Stadtteils zur Mitnahme ausgelegt werden.
2. Eine große Mehrheit der Befragten befürwortet das Weitererscheinen der Stadtteilzeitung über den Förderzeitraum hinaus und ist bereit, dafür Werbung in der Zeitung zu akzeptieren. Mit der Aufnahme von Anzeigen könnte schon jetzt begonnen werden, um den Übergang abzufedern. Dabei ist zu beachten, dass eine relevante Minderheit die Aufnahme kommerzieller Werbung in anderem Zusammenhang ablehnt.
3. Eine große Mehrheit ist mit der quartalsmäßigen Erscheinungsweise einverstanden, während eine relevante Minderheit ein häufigeres Erscheinen wünscht. Konsequenzen daraus sind zu diskutieren.

4. Eine ungewöhnlich große Minderheit setzt sich für geringeren Papierglanz und eine geringere Papierstärke ein. Die Auswirkungen einer solchen Entwicklung könnten geprüft werden mit der möglichen Folge, eventuelle Kosteneinsparungen für von den Befragten genannte inhaltlichen Veränderungswünsche einzusetzen.
5. Eine relevante Minderheit der BewohnerInnen im Stadtteil wünschen sich mehr Informationen über Termine insbesondere von Vereinen und aus der Jugendarbeit. Die Stadtteilzeitung könnte einen einseitigen Einleger erhalten, der Informationen und Termine aus diesem Bereich aufarbeitet, ohne das bisherige Inhalte der Stadtteilzeitung entfallen müssten.
6. Eine relevante Minderheit der BewohnerInnen im Stadtteil sieht die Charaktermerkmale der Stadtteilzeitung „Wir-Gefühl“ und „Sprachrohr der Bürger“ unzureichend berücksichtigt. Eine Zielbestimmung ist durchzuführen und es ist zu klären, inwieweit darauf reagiert werden kann.
7. Die Rubriken „Projekte“, „Informationen aus den Stadtteilbüros“ und „Jugendseite“ werden von allen Befragten gleichermaßen als besonders wichtig eingestuft. Sie sollten beibehalten und ihre Vielfalt ausgebaut werden.
8. Die Rubriken „Personen im Stadtteil“, „Firmen im Stadtteil“ und „Kurzmitteilungen“ werden von einem großen Anteil der Befragten als eher unwichtig eingestuft. Hier ist zu klären, woran dies liegen könnte und ob dies ein Problem darstellt.
9. In der Frage der inhaltlichen Weiterentwicklung und der Rangfolge der Rubriken haben Gremienmitglieder und BewohnerInnen zum Teil stark voneinander abweichende Vorstellungen. Die Frage der Priorisierung dieser Meinungen ist zu diskutieren und die Zeitung verstärkt an dem daraus ermittelten Profil zu orientieren.
10. Die Arbeit des Stadtteilprojekts wird von einer relevanten Minderheit primär als Imagearbeit aufgefasst. Da das Stadtteilprojekt in diesem Bereich offenbar *sein* Image hat, sollte dieser Bereich für das Stadtteilprojekt weiter ausgebaut werden.
11. Eine zu kleine Mehrheit der BewohnerInnen des Stadtteils kennt das tatsächliche Anliegen des Stadtteilprojekts Bickern/Unser Fritz, die städtebauliche und soziale Aufwertung des Stadtteils. Aufklärungsarbeit ist dringend notwendig.
12. Die Erfahrungen bei der Durchführung der Umfrage selbst haben gezeigt, dass v.a. MigrantInnen Schwierigkeiten hatten, die Zeitung zu lesen und daran anschließend den Fragebogen auszufüllen. Es schließt sich die Frage an, ob die Zeitung durch ein muttersprachliches Zusatzangebot auch große Migrantengruppen gezielt ansprechen könnte.