

Kommunikationsqualität von Wohngemeinden 2026

Ergebnisbericht einer repräsentativen
Bevölkerungsbefragung in der Deutsch- und Westschweiz

PROJEKTEAM

Stefan Keller, Projektleiter

Felix Sigrist, Stellvertretender Projektleiter und Data Analyst

JULI 2026

Inhaltsverzeichnis

MANAGEMENT SUMMARY	3
1. EINLEITUNG	4
1.1 Ausgangslage und Zielsetzung.....	4
1.2 Methodensteckbrief	4
2. WAHRGENOMMENE KOMMUNIKATIONSQUALITÄT VON WOHN- GEMEINDEN	5
2.1 Leicht verständliche Kommunikation	6
2.2 Ausreichende Information durch die Gemeinde	7
2.3 Zeitgemässe Kommunikation.....	8
2.4 Offene Kommunikation und Austausch mit der Bevölkerung	9
3. NUTZUNG VON KOMMUNIKATIONSKANÄLEN	10
3.1 Nutzung von Mitteilungsblatt bzw. Gemeindeblatt.....	11
3.2 Nutzung von Webseite der Gemeinde bzw. Stadt.....	12
3.3 Nutzung von Aushängen und Plakaten im öffentlichen Raum.....	13
3.4 Nutzung von Social Media Kanälen der Gemeinde bzw. Stadt	14
3.5 Nutzung von E-Mail-Newsletter der Gemeinde bzw. Stadt.....	15
4. ZUFRIEDENHEIT MIT DEN KOMMUNIKATIONSKANÄLEN	16
4.1 Zufriedenheit mit dem Mitteilungsblatt bzw. Gemeindeblatt.....	17
4.2 Zufriedenheit mit der Webseite der Gemeinde bzw. Stadt.....	18
4.3 Zufriedenheit mit Aushängen und Plakaten im öffentlichen Raum.....	19
4.4 Zufriedenheit mit Social Media Kanälen der Gemeinde bzw. Stadt	20
4.5 Zufriedenheit mit E-Mail-Newsletter der Gemeinde bzw. Stadt	21
5. EINORDNUNG DER ERGEBNISSE.....	22

Management Summary

Ausgangslage und Umsetzung

gfs-zürich hat im November 2025 in einer repräsentativen Befragung erhoben, wie die Bevölkerung in der Deutsch- und Westschweiz die Kommunikation ihrer Wohngemeinde bzw. Stadt wahrnimmt und wie zufrieden sie mit den verschiedenen Kommunikationskanälen ist. Befragt wurden 1'019 Personen ab 18 Jahren in einem Mixed-Mode-Design (50% CATI, 50% Online-Panel). Die Studie ist repräsentativ für die erwachsene Bevölkerung der Deutsch- und Westschweiz.

Wahrgenommene Kommunikationsqualität

Die Schweizer Bevölkerung bewertet die Kommunikationsqualität ihrer Wohngemeinde insgesamt leicht positiv, aber mit viel Potenzial nach oben: 61% stimmen der Aussage eher bis ganz zu, dass ihre Gemeinde leicht verständlich kommuniziert (MW 3.7 auf einer Skala von 1 bis 5). 60% fühlen sich ausreichend informiert (3.6). Nur 55% empfinden die Kommunikation als zeitgemäss (3.6) und ebenfalls 55% als offen bzw. austauschfördernd (3.5).

Durchgängig gilt: Die Deutschschweizer Bevölkerung und die Landbevölkerung beurteilen alle vier Dimensionen signifikant besser als die Westschweizer Bevölkerung und die Stadtbevölkerung. Ältere Personen (65+) fühlen sich besser informiert und schätzen die Kommunikation als zeitgemässer.

Kanalnutzung

Die Gemeindewebseite ist mit 91% Nutzung der meistgenutzte Kanal, gefolgt vom Mitteilungsblatt (87%) und Aushängen/Plakaten im öffentlichen Raum (86%). Deutlich weniger verbreitet sind Social Media (63%) und der E-Mail-Newsletter (59%).

Das Mitteilungsblatt wird von Älteren und der Landbevölkerung überdurchschnittlich genutzt; Social Media ist in der Westschweiz stärker verbreitet als in der Deutschschweiz.

Zufriedenheit mit den Kommunikationskanälen

Das Mitteilungsblatt erzielt von allen abgefragten Kommunikationskanälen die höchste Zufriedenheit (3.7), gefolgt von der Webseite (3.6). Aushänge und Plakate erreichen einen Zufriedenheitswert von 3.3. Social Media (3.0) und E-Mail Newsletter (2.9) bilden das Schlusslicht.

Das Muster wiederholt sich: Personen ab 65 Jahren, die Deutschschweizer Bevölkerung und die Landbevölkerung sind mit den meisten Kanälen signifikant zufriedener. Besonders ausgeprägt sind die Unterschiede beim Mitteilungsblatt.

Einordnung

Drei Trendlinien durchziehen konsistent nahezu alle Ergebnisse. Erstens das Alter: Die unter 40-Jährigen sind die kritischste Gruppe; sie erwarten schnelle, interaktive und personalisierte digitale Dienste, während Gemeindekommunikation oft statisch und einseitig wirkt. Zweitens die Sprachregion: Die Westschweizer Bevölkerung bewertet die Gemeindekommunikation durchgehend kritischer als die Deutschschweizer Bevölkerung, was auf unterschiedliche Erwartungshaltungen und Verwaltungsstrukturen zwischen den Sprachregionen hindeuten könnte. Drittens der Stadt-Land-Graben: Die städtische Bevölkerung urteilt kritischer als die ländliche, wo Strukturen überschaubarer und der Kontakt zur Verwaltung direkter sind.

Für Gemeinden ergibt sich ein klarer Handlungsauftrag: Reichweite allein genügt nicht. Obwohl die Webseite der meistgenutzte Kanal ist, bleibt die Zufriedenheit weit hinter der Nutzungsbreite zurück. Das Mitteilungsblatt zeigt trotz fortschreitender Digitalisierung, dass Aktualität, Benutzerfreundlichkeit und lokale Relevanz entscheidender sind als Kanalvielfalt. Der grösste Handlungsspielraum liegt in der Art, wie Gemeinden kommunizieren, und im echten Einbezug der Bevölkerung.

1. Einleitung

1.1 Ausgangslage und Zielsetzung

Die Kommunikation zwischen Wohngemeinden bzw. Städten und ihrer Bevölkerung ist ein zentrales Element der lokalen Demokratie und der kommunalen Dienstleistungsqualität. Wie gut sich die Einwohnerinnen und Einwohner informiert, einbezogen und verstanden fühlen, hängt nicht nur von den Inhalten ab, sondern auch von den verwendeten Kanälen, der Verständlichkeit der Sprache und dem wahrgenommenen Austausch mit den Behörden.

gfs-zürich hat im November 2025 in einer repräsentativen Befragung erhoben, wie die Bevölkerung in der Deutsch- und Westschweiz die Kommunikation ihrer Wohngemeinde bzw. Stadt aktuell wahrnimmt und wie zufrieden sie mit einzelnen Kommunikationskanälen ihrer Gemeinde ist. Die Studie beantwortet zwei zentrale Fragestellungen:

- Wie bewertet die Schweizer Bevölkerung die generelle Kommunikationsqualität ihrer Wohngemeinde in Bezug auf Verständlichkeit, Information, Zeitgemässheit und Offenheit?
- Welche Kommunikationskanäle werden genutzt und wie zufrieden ist die Bevölkerung mit den einzelnen Kommunikationskanälen, die Gemeinden einsetzen?

Die Ergebnisse zeigen, wo Gemeinden in der öffentlichen Wahrnehmung gut aufgestellt sind und wo Handlungsbedarf besteht. Sie werden soziodemographisch aufgeschlüsselt nach Geschlecht, Alter, Sprachregion, Bildung, Siedlungsart und Gemeindegrösse, was die Interpretation der Ergebnisse für unterschiedliche Bevölkerungssegmente ermöglicht.

1.2 Methodensteckbrief

Insgesamt wurden 1'019 Interviews zwischen dem 3. und 21. November 2025 realisiert. Befragt wurde die erwachsene Bevölkerung ab 18 Jahren in der Deutsch- und Westschweiz. Die Interviews wurden in einem Mixed-Mode-Design durchgeführt (50% CATI, 50% Onlinepanel).

Die Stichprobe wurde nach dem Random-Quota-Verfahren gezogen, wobei Alter, Geschlecht und Sprachregion gekreuzt als Quotenmerkmale verwendet wurden. Die telefonische Stichprobe setzte sich zu 80% aus Einträgen des Telefonbuchs und zu 20% aus zufällig generierten Mobiltelefonnummern (RDD) zusammen. Die realisierten Daten wurden anschliessend nach Alter, Geschlecht, Sprachregion und Bildung gekreuzt gewichtet, um der Verteilung in der Grundgesamtheit zu entsprechen.

Die Studie ist damit repräsentativ für die erwachsene Bevölkerung in der Deutsch- und Westschweiz. Das Vertrauensintervall liegt bei einem Antwortanteil von 50% bei +/- 3.1%.

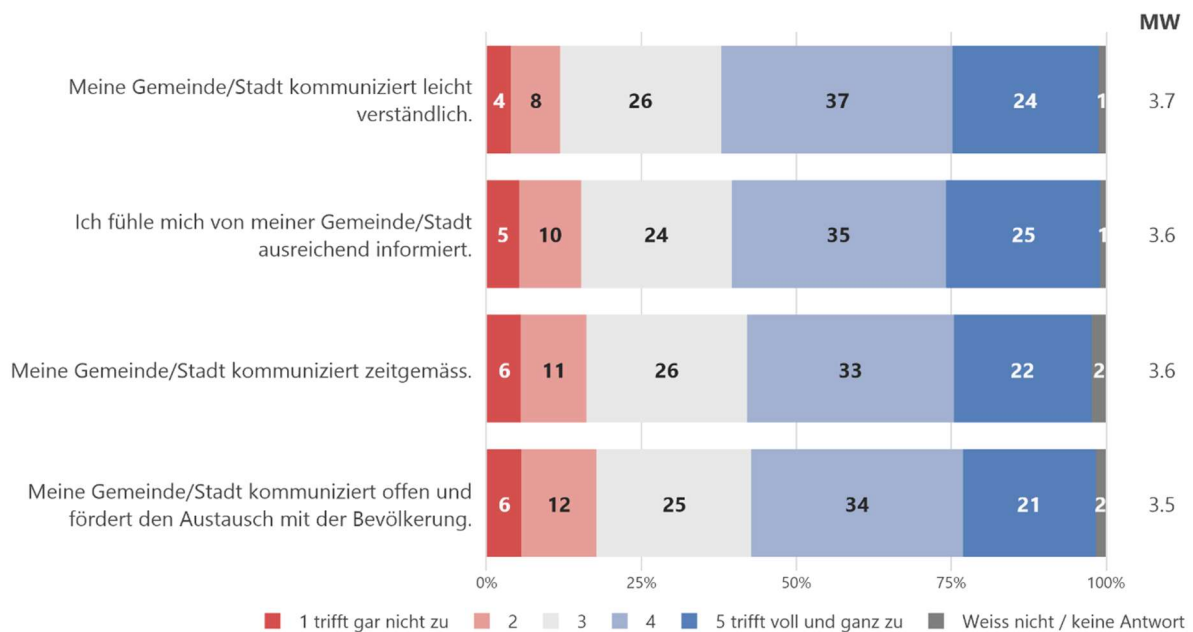
Die Ergebnisse werden in diesem Bericht nach folgenden soziodemographischen Dimensionen aufgeschlüsselt: Geschlecht (männlich, weiblich), Alter (18–39, 40–64, 65+ Jahre), Sprachregion (Deutschschweiz, Westschweiz), Bildungsniveau (tief und mittel vs. hoch), Siedlungsart (Stadt, Agglomeration, Land) sowie Gemeindegrösse (bis 5'000, 5'001 bis 20'000, mehr als 20'000 Einwohnerinnen und Einwohner). Statistisch signifikante Unterschiede werden explizit als solche grafisch ausgewiesen.

2. Wahrgenommene Kommunikationsqualität von Wohngemeinden

Der Bevölkerung wurden vier Aussagen zur Kommunikation ihrer Wohngemeinde bzw. Stadt vorgelegt. Auf einer 5er-Skala (1 = trifft gar nicht zu, 5 = trifft voll und ganz zu) sollten die Befragten angeben, wie stark diese Aussagen auf ihre Gemeinde zutreffen. Die vier Aussagen adressieren jeweils eine unterschiedliche Facette der Kommunikationsqualität: Verständlichkeit, Informationsqualität, Zeitgemässheit und Offenheit. Die folgenden Unterkapitel werten die Ergebnisse pro Aussage aus.

Wahrgenommene Kommunikationsqualität von Wohngemeinden

«Bitte denken Sie bei den nächsten Fragen an Ihre Wohngemeinde bzw. Stadt. Wie stark treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?»



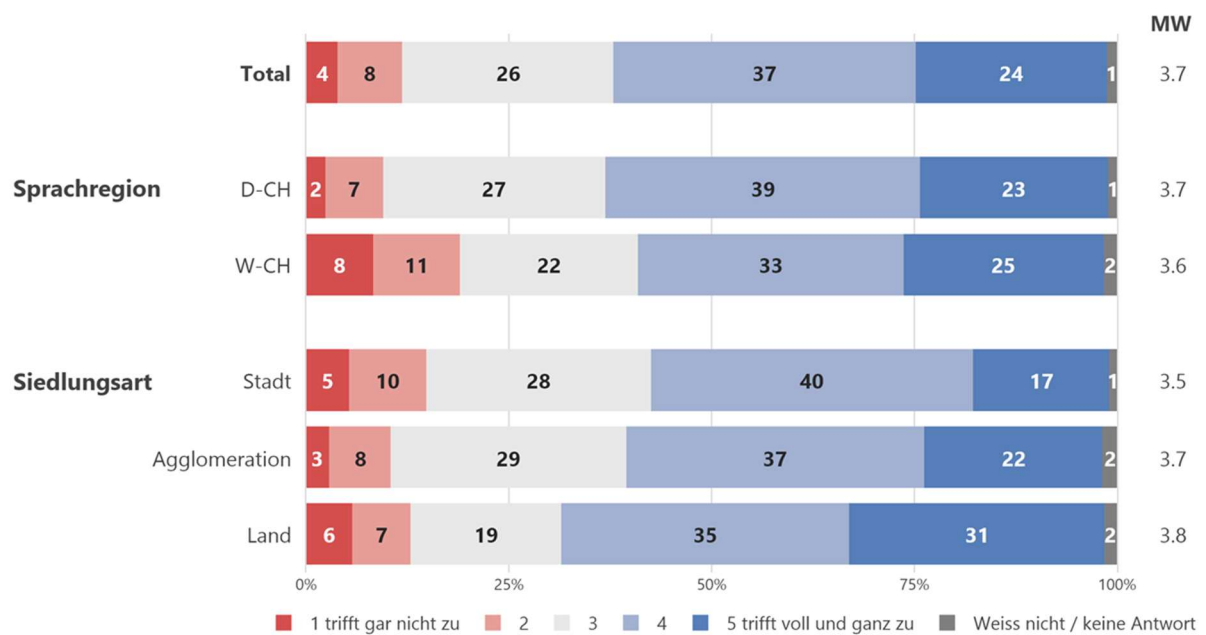
Angaben in Prozent, N= 1'019

2.1 Leicht verständliche Kommunikation

61% der Schweizer Bevölkerung stimmen der Aussage zu, dass ihre Wohngemeinde bzw. Stadt leicht verständlich kommuniziert (Werte 4 und 5 auf der 5er-Skala). Demgegenüber stehen 38% der Befragten, die dieser Aussage weniger oder nicht zustimmen (Werte 1 bis 3). Der Mittelwert beträgt 3.7 und liegt damit am höchsten unter den vier Aussagen zur Kommunikationsqualität.

Leicht verständliche Kommunikation von Wohngemeinden

«Bitte denken Sie bei den nächsten Fragen an Ihre Wohngemeinde bzw. Stadt. Wie stark treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?» - **Meine Gemeinde/Stadt kommuniziert leicht verständlich.**



Angaben in Prozent, N= 1'019

Soziodemographische Unterschiede

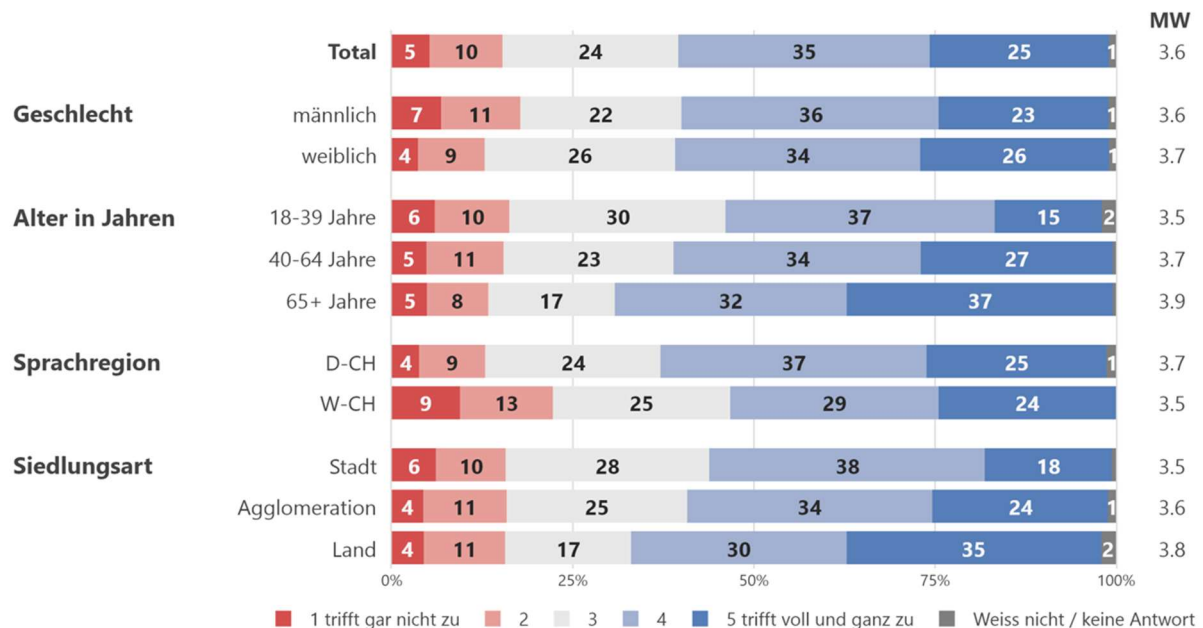
Die Deutschschweizer Bevölkerung (MW 3.7) stimmt der Aussage signifikant stärker zu als die Bevölkerung in der Westschweiz (3.6). Auch die Bevölkerung auf dem Land (3.8) beurteilt die Verständlichkeit der Gemeindekommunikation signifikant besser als die Bevölkerung in der Stadt (3.5). Der Unterschied zur Agglomeration (3.7) ist statistisch nicht signifikant, in der Tendenz bewegt sich die Bevölkerung in den Agglomerationen jedoch zwischen Stadt und Land. Keine signifikanten Unterschiede zeigen sich nach Alter, Geschlecht, Bildung und Gemeindegrösse.

2.2 Ausreichende Information durch die Gemeinde

60% der Befragten fühlen sich von ihrer Wohngemeinde bzw. Stadt ausreichend informiert (Werte 4 und 5). 39% stimmen weniger oder nicht zu (Werte 1 bis 3). Der Mittelwert liegt bei 3.6.

Ausreichende Information durch die Gemeinde

«Bitte denken Sie bei den nächsten Fragen an Ihre Wohngemeinde bzw. Stadt. Wie stark treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?» - **Ich fühle mich von meiner Gemeinde/Stadt ausreichend informiert.**



Angaben in Prozent, N= 1'019

Soziodemographische Unterschiede

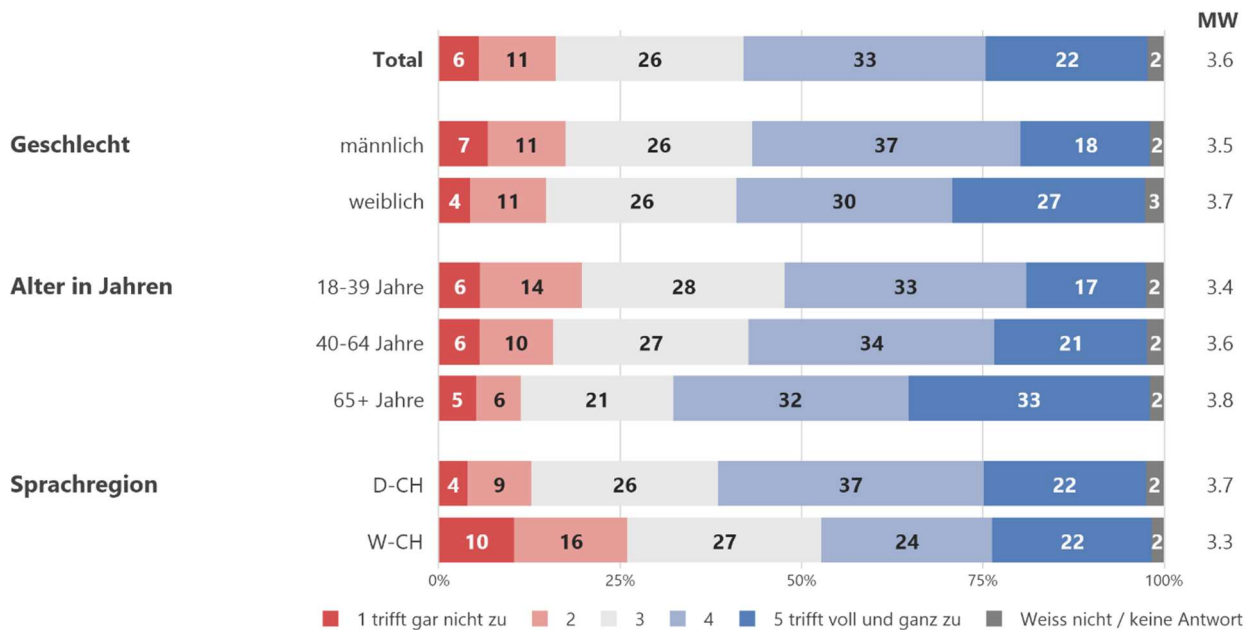
Das Alter der Befragten zeigt einen signifikanten Einfluss auf das Informationsgefühl: Die 40- bis 64-Jährigen (3.7) und die 65-Jährigen und älter (3.9) fühlen sich signifikant besser informiert als die 18- bis 39-Jährigen (3.5). Auch nach Sprachregion ist der Unterschied signifikant. Die Deutschschweizer Bevölkerung (3.7) fühlt sich signifikant besser informiert als die Westschweizer Bevölkerung (3.5). Zudem zeigt sich ein signifikanter Unterschied nach Siedlungsart: Die Bevölkerung auf dem Land (3.8) fühlt sich signifikant besser informiert als die Bevölkerung in der Stadt (3.5). Unterschiede in Geschlecht, Bildung und Gemeindegrösse sind nicht signifikant.

2.3 Zeitgemässe Kommunikation

55% der Schweizer Bevölkerung sind der Meinung, dass ihre Wohngemeinde bzw. Stadt zeitgemäss kommuniziert (Werte 4 und 5). 43% stimmen dieser Aussage weniger oder nicht zu (Werte 1 bis 3). Der Mittelwert beträgt 3.6.

Zeitgemässe Kommunikation

«Bitte denken Sie bei den nächsten Fragen an Ihre Wohngemeinde bzw. Stadt. Wie stark treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?» - **Meine Gemeinde/Stadt kommuniziert zeitgemäss.**



Angaben in Prozent, N= 1'019

Soziodemographische Unterschiede

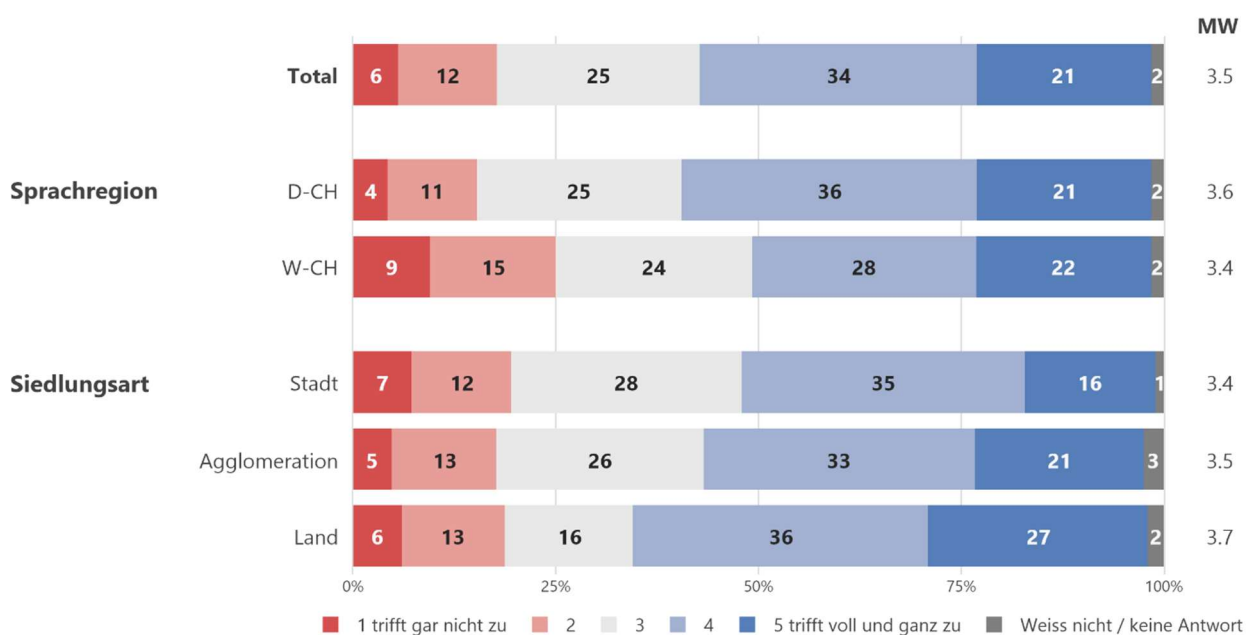
Frauen (Mittelwert 3.7) stimmen der Aussage, dass die Gemeinde zeitgemäss kommuniziert signifikant stärker zu als Männer (3.5). Die Altersgruppe der 65-Jährigen und älter (3.8) beurteilt die Aussage signifikant positiver als beide jüngeren Altersgruppen (18- bis 39-Jährige: 3.4; 40- bis 64-Jährige: 3.6). Auch die Deutschschweizer Bevölkerung (3.7) beurteilt die Kommunikation ihrer Gemeinde signifikant zeitgemässer als die Bevölkerung in der Westschweiz (3.3). Keine signifikanten Unterschiede zeigen sich nach Bildung, Siedlungsart oder Gemeindegrösse.

2.4 Offene Kommunikation und Austausch mit der Bevölkerung

55% der Befragten stimmen der Aussage zu, dass die Wohngemeinde bzw. Stadt offen kommuniziert und den Austausch mit der Bevölkerung fördert (Werte 4 und 5). 43% stimmen weniger oder nicht zu (Werte 1 bis 3). Der Mittelwert beträgt 3.5 und fällt damit am tiefsten unter den vier Aussagen zur Kommunikationsqualität aus.

Offene Kommunikation und Austausch mit der Bevölkerung

«Bitte denken Sie bei den nächsten Fragen an Ihre Wohngemeinde bzw. Stadt. Wie stark treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?» - **Meine Gemeinde/Stadt kommuniziert offen und fördert den Austausch mit der Bevölkerung.**



Angaben in Prozent, N= 1'019

Soziodemographische Unterschiede

Die Deutschschweizer Bevölkerung (3.6) stimmt der Aussage signifikant stärker zu als die Bevölkerung in der Westschweiz (3.4). Auch nach Siedlungsart zeigt sich ein signifikanter Unterschied: Die Bevölkerung auf dem Land (3.7) beurteilt die Offenheit der Gemeindekommunikation signifikant positiver als die Bevölkerung in der Stadt (3.4). Die Agglomeration liegt mit einem Mittelwert von 3.5 dazwischen und unterscheidet sich nicht signifikant von den beiden anderen Siedlungsarten. Alter, Gemeindegrösse, Geschlecht und Bildung sind nicht signifikant.

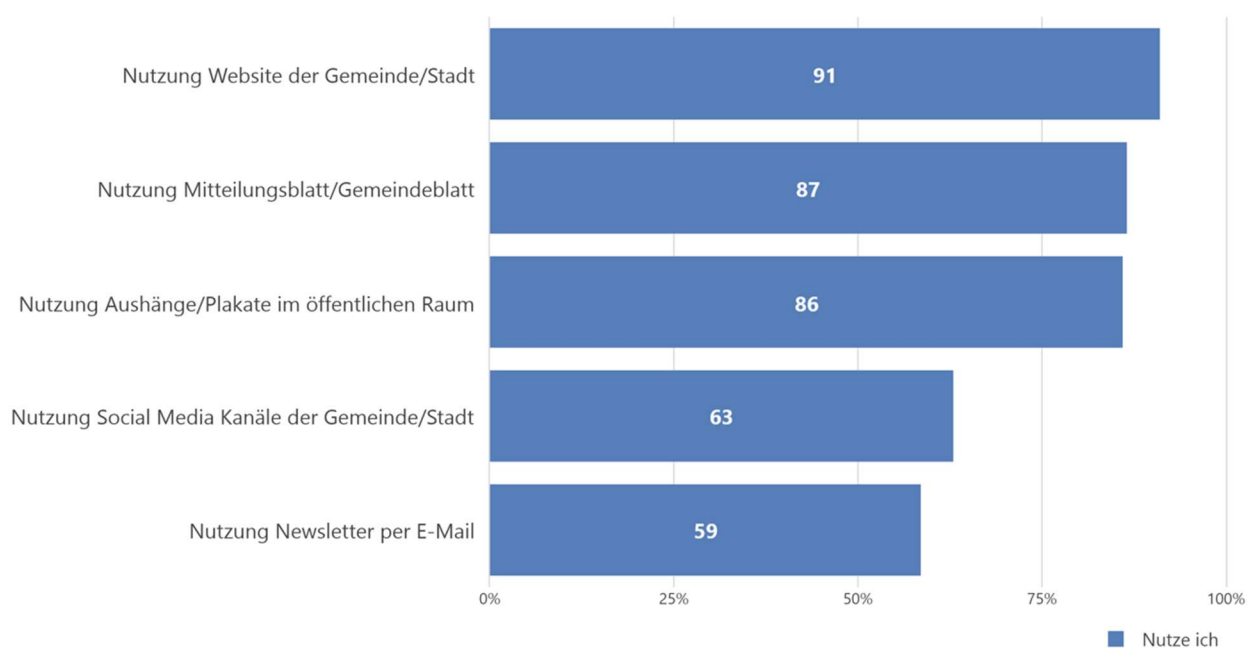
3. Nutzung von Kommunikationskanälen

Im weiteren Verlauf der Befragung wurde erhoben, welche Kommunikationskanäle der Wohnge-
meinde die Bevölkerung überhaupt nutzt und wie zufrieden sie damit ist. Es wurden insgesamt fünf
Kanäle erhoben: Mitteilungsblatt/Gemeindeblatt, Webseite, Aushänge/Plakate im öffentlichen Raum,
Social Media Kanäle und E-Mail-Newsletter. Bei jedem der fünf abgefragten Kanäle hatten die Be-
fragten die Möglichkeit anzugeben, dass sie ihn nicht nutzen. Als «Nutzende» gelten in diesem Be-
richt alle Personen, die den jeweiligen Kanal nutzen und bewerten (Antwortoptionen 1–5 auf der
Skala); als «Nichtnutzende» jene, die ihn explizit als nicht genutzt bezeichnet haben. Das folgende
Kapitel stellt die Nutzungsanteile der fünf Kanäle dar; die Zufriedenheit der Nutzenden wird in Kapitel
4 berichtet.

Die Webseite (91%) ist unter den abgefragten Kanälen der am weitesten verbreitete Kanal, gefolgt
vom Mitteilungsblatt bzw. Gemeindeblatt (87%) und Aushängen und Plakate im öffentlichen Raum
(86%). Deutlich weniger verbreitet sind die Social Media Kanäle der Gemeinde (63%) und der E-Mail-
Newsletter (59%).

Nutzung von Kommunikationskanälen

«Werden die folgenden Kommunikationskanäle der Gemeinde bzw. Stadt genutzt?»



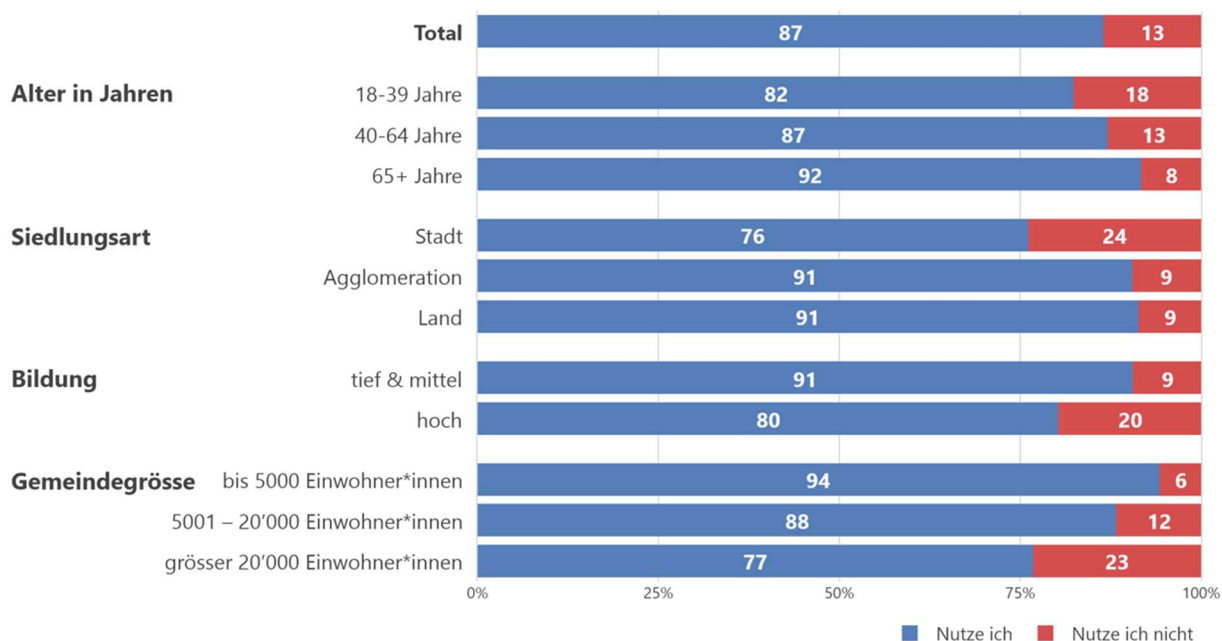
Angaben in Prozent, N = 1'019

3.1 Nutzung von Mitteilungsblatt bzw. Gemeindeblatt

87% der Befragten nutzen das Mitteilungsblatt bzw. Gemeindeblatt ihrer Wohngemeinde. 13% geben an, diesen Kanal nicht zu nutzen. Das Mitteilungsblatt gehört damit trotz fortschreitender Digitalisierung zu den am weitesten verbreiteten Kommunikationsmitteln in den Gemeinden.

Nutzung von Mitteilungsblatt/Gemeindeblatt

«Werden die folgenden Kommunikationskanäle der Gemeinde bzw. Stadt genutzt?» – **Mitteilungsblatt/Gemeindeblatt**



Angaben in Prozent, N = 1'019

Soziodemographische Unterschiede

Die Nutzung des Mitteilungsblatts unterscheidet sich signifikant nach Alter: Die 65-Jährigen und älter (92%) nutzen diesen Kanal signifikant häufiger als die 18- bis 39-Jährigen (82%). Die 40- bis 64-Jährigen liegen mit 87% dazwischen und unterscheiden sich von keiner der beiden anderen Altersgruppen signifikant. Auch nach Bildung zeigt sich ein signifikanter Unterschied: Personen mit tiefem und mittlerem Bildungsniveau (91%) nutzen das Mitteilungsblatt signifikant häufiger als Personen mit hohem Bildungsniveau (80%).

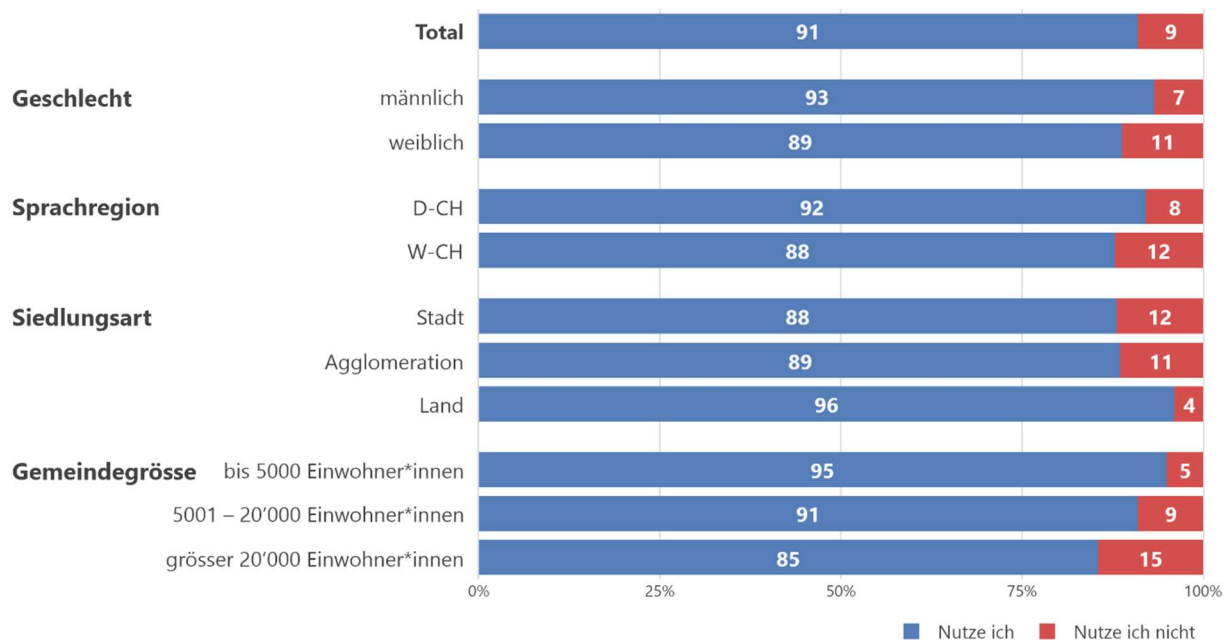
Die Siedlungsart beeinflusst die Nutzung ebenfalls signifikant: Sowohl die Bevölkerung auf dem Land (91%) als auch jene in der Agglomeration (91%) nutzen das Mitteilungsblatt signifikant häufiger als die Stadtbevölkerung (76%). Besonders ausgeprägt sind die Unterschiede auch nach Gemeindegrösse: In kleinen Gemeinden mit bis 5'000 Einwohnerinnen und Einwohnern (94%) und in mittleren Gemeinden zwischen 5'001 und 20'000 (88%) ist der Nutzungsanteil signifikant höher als in grossen Gemeinden mit mehr als 20'000 Einwohnerinnen und Einwohnern (77%). Auch der Unterschied zwischen kleinen und mittleren Gemeinden ist statistisch signifikant. Keine signifikanten Unterschiede zeigen sich nach Geschlecht oder Sprachregion.

3.2 Nutzung von Webseite der Gemeinde bzw. Stadt

91% der Befragten nutzen die Webseite ihrer Gemeinde bzw. Stadt. Damit ist die Gemeindewebsite der am weitesten verbreitete Kommunikationskanal. Nur 9% geben an, die Gemeindewebsite nicht zu nutzen.

Nutzung Website der Gemeinde/Stadt

«Werden die folgenden Kommunikationskanäle der Gemeinde bzw. Stadt genutzt?» – **Website der Gemeinde/Stadt**



Angaben in Prozent, N = 1'019

Soziodemographische Unterschiede

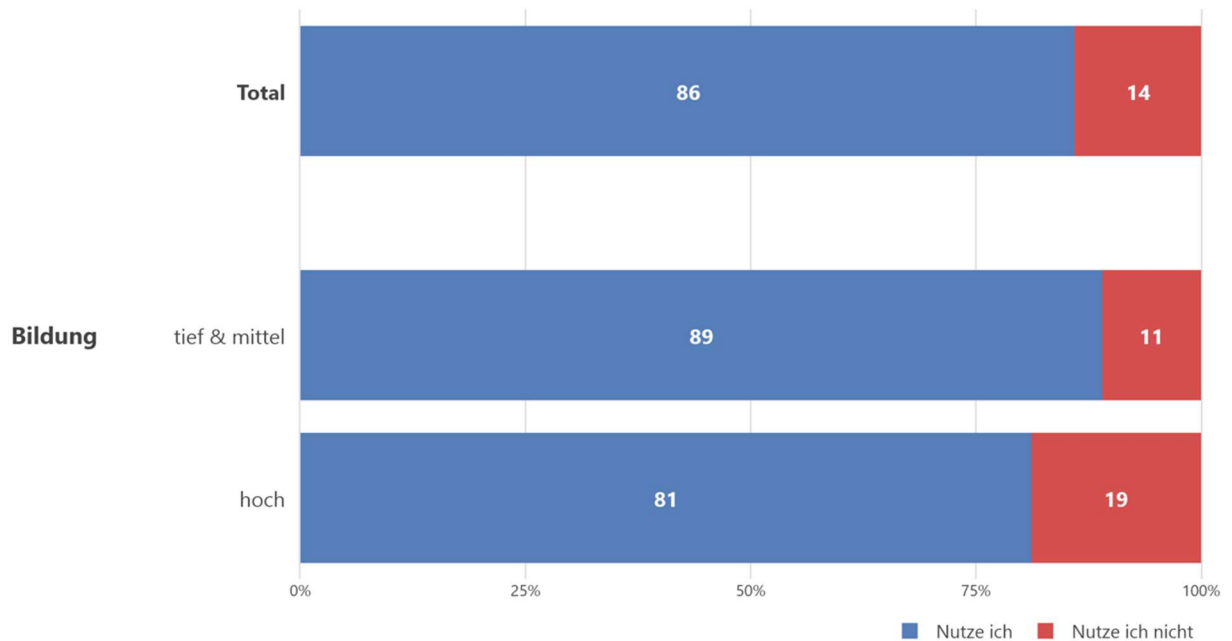
Männer (93%) nutzen die Gemeindewebsite signifikant häufiger als Frauen (89%). Die Deutschschweizer Bevölkerung (92%) nutzt sie signifikant häufiger als die Westschweizer Bevölkerung (88%). Nach Siedlungsart zeigt sich, dass die Landbevölkerung (96%) die Gemeindewebsite signifikant häufiger nutzt als die Stadtbevölkerung (88%) und die Bevölkerung in der Agglomeration (89%). Nach Gemeindegrösse nutzt die Bevölkerung kleiner Gemeinden mit bis 5'000 Einwohnerinnen und Einwohnern (95%) die Webseite signifikant häufiger als jene in grossen Gemeinden mit mehr als 20'000 (85%). Keine signifikanten Unterschiede zeigen sich nach Alter oder Bildung.

3.3 Nutzung von Aushängen und Plakaten im öffentlichen Raum

86% der Befragten nutzen Aushänge und Plakate der Gemeinde im öffentlichen Raum. Dieser Kanal ist damit ähnlich breit verankert wie das Mitteilungsblatt.

Nutzung Aushänge/Plakate im öffentlichen Raum

«Werden die folgenden Kommunikationskanäle der Gemeinde bzw. Stadt genutzt?» – **Aushänge/Plakate im öffentlichen Raum**



Angaben in Prozent, N = 1'019

Soziodemographische Unterschiede

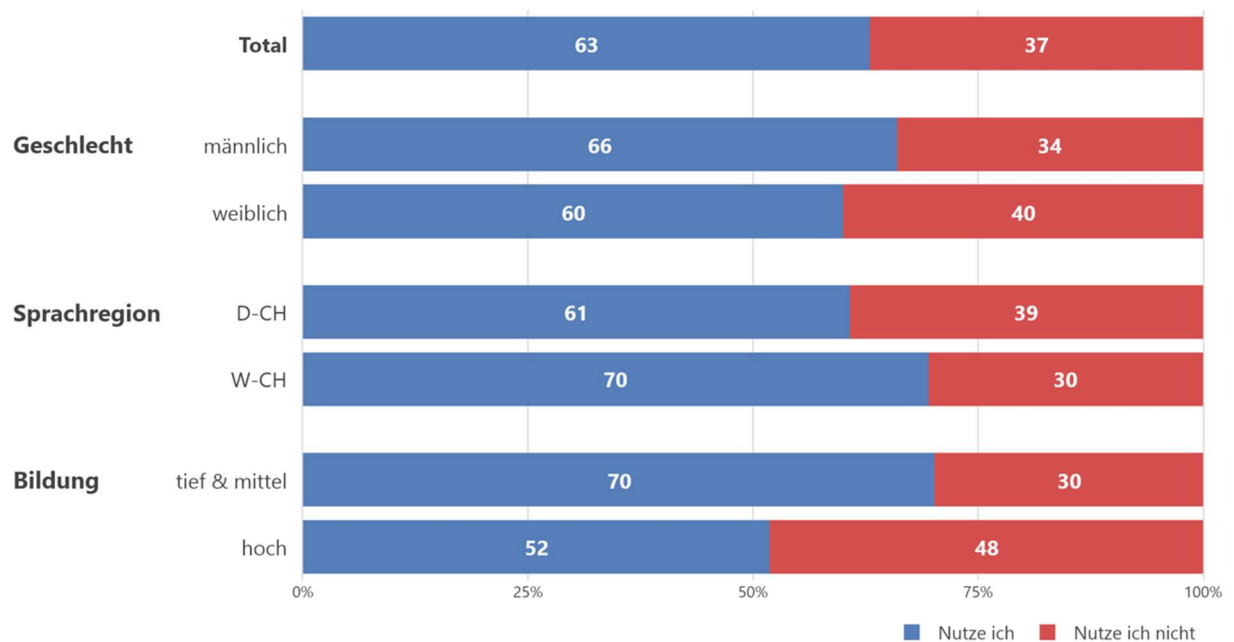
Bei Aushängen und Plakaten zeigt sich ein einziger signifikanter Subgruppenunterschied: Personen mit tiefem und mittlerem Bildungsniveau (89%) nutzen Aushänge und Plakate signifikant häufiger als Personen mit hohem Bildungsniveau (81%). Keine signifikanten Unterschiede bestehen nach Geschlecht, Alter, Sprachregion, Siedlungsart oder Gemeindegrösse.

3.4 Nutzung von Social Media Kanälen der Gemeinde bzw. Stadt

63% der Bevölkerung nutzen die Social Media Kanäle ihrer Gemeinde (Facebook, Instagram, LinkedIn und weitere). 37% nutzen diese Kanäle nicht. Social Media ist damit der am zweitseltensten genutzte der fünf untersuchten Kommunikationskanäle.

Nutzung Social Media Kanäle der Gemeinde/Stadt

«Werden die folgenden Kommunikationskanäle der Gemeinde bzw. Stadt genutzt?» – **Social Media Kanäle der Gemeinde/Stadt**



Angaben in Prozent, N = 1'019

Soziodemographische Unterschiede

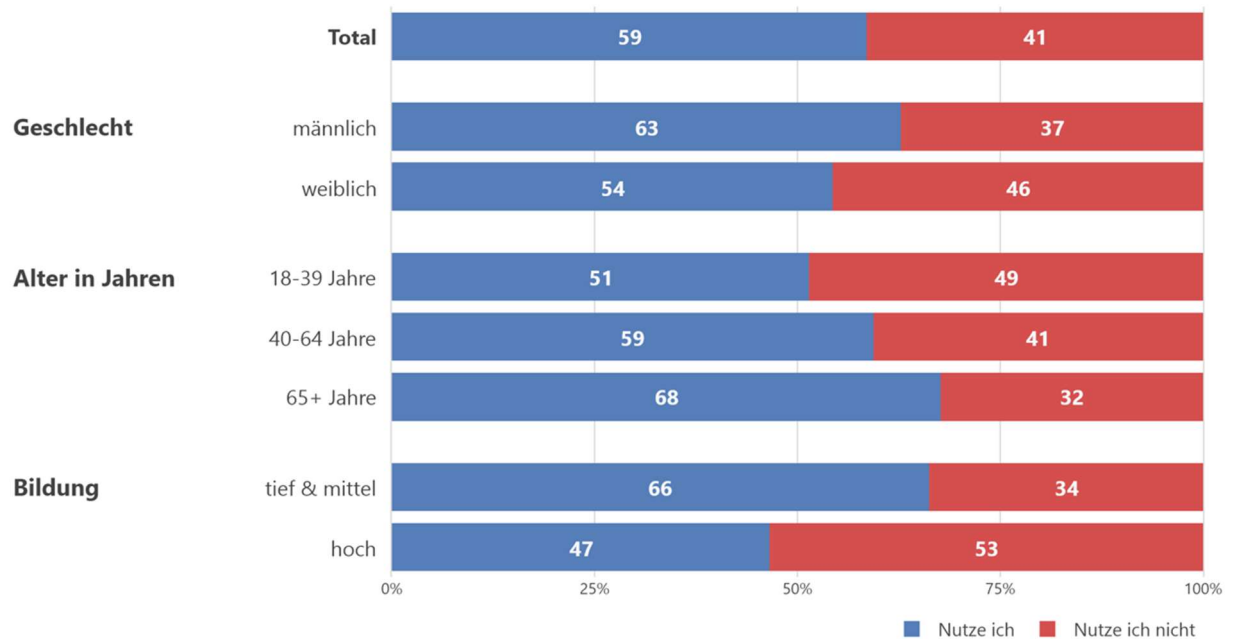
Bei den Social Media Kanälen zeigen sich drei signifikante Subgruppenunterschiede. Männer (66%) nutzen diese Kanäle signifikant häufiger als Frauen (60%). Zudem ist die Nutzung in der Westschweiz (70%) signifikant höher als in der Deutschschweiz (61%). Ein weiterer deutlicher Unterschied zeigt sich nach Bildung: Personen mit tiefem und mittlerem Bildungsniveau (70%) nutzen die Social Media Kanäle ihrer Gemeinde signifikant häufiger als Personen mit hohem Bildungsniveau (52%). Keine signifikanten Unterschiede bestehen nach Alter, Siedlungsart oder Gemeindegrösse.

3.5 Nutzung von E-Mail-Newsletter der Gemeinde bzw. Stadt

59% der Bevölkerung nutzen den E-Mail-Newsletter ihrer Gemeinde bzw. Stadt. Der Newsletter ist damit der am wenigsten verbreitete Kanal unter den fünf untersuchten.

Nutzung Newsletter per E-Mail

«Werden die folgenden Kommunikationskanäle der Gemeinde bzw. Stadt genutzt?» – **Newsletter per E-Mail**



Angaben in Prozent, N = 1'019

Soziodemographische Unterschiede

Die Nutzung des E-Mail-Newsletters unterscheidet sich signifikant nach Geschlecht, Alter und Bildung. Männer (63%) nutzen den Newsletter signifikant häufiger als Frauen (54%). Beim Alter zeigt sich, dass die 65-Jährigen und älter (68%) den Newsletter signifikant häufiger nutzen als die 18- bis 39-Jährigen (51%); die 40- bis 64-Jährigen (59%) unterscheiden sich von beiden anderen Gruppen nicht signifikant. Nach Bildung ist die Nutzung unter Personen mit tiefem und mittlerem Bildungsniveau (66%) signifikant höher als unter Personen mit hohem Bildungsniveau (47%). Keine signifikanten Unterschiede zeigen sich nach Sprachregion, Siedlungsart oder Gemeindegröße.

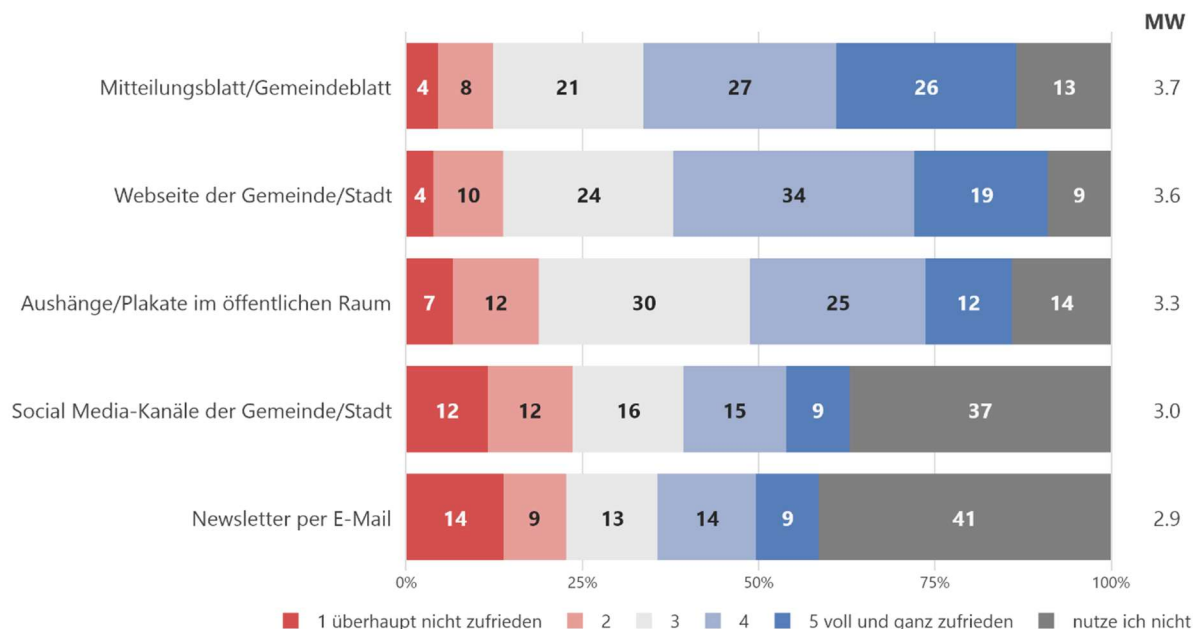
4. Zufriedenheit mit den Kommunikationskanälen

Die Zufriedenheit mit den fünf Kommunikationskanälen wurde jeweils nur bei jenen Personen erhoben, die den entsprechenden Kanal auch tatsächlich nutzen bzw. konsultieren. Sie wurde auf einer 5er-Skala gemessen (1 = überhaupt nicht zufrieden, 5 = voll und ganz zufrieden).

Insgesamt ist die Zufriedenheit mit den Kommunikationskanälen eher bescheiden. Die fünf Kanäle unterscheiden sich jedoch deutlich. Das Mitteilungsblatt erzielt die höchste Zufriedenheit (MW 3.7), gefolgt von der Webseite (3.6). Die Aushänge und Plakate liegen im Mittelfeld (3.3), während Social Media (3.0) und Newsletter (2.9) die tiefsten Zufriedenheitswerte aufweisen.

Zufriedenheit mit den Kommunikationskanälen

«Falls Sie die folgenden Kommunikationskanäle Ihrer Gemeinde bzw. Stadt nutzen: Wie zufrieden sind Sie damit?»



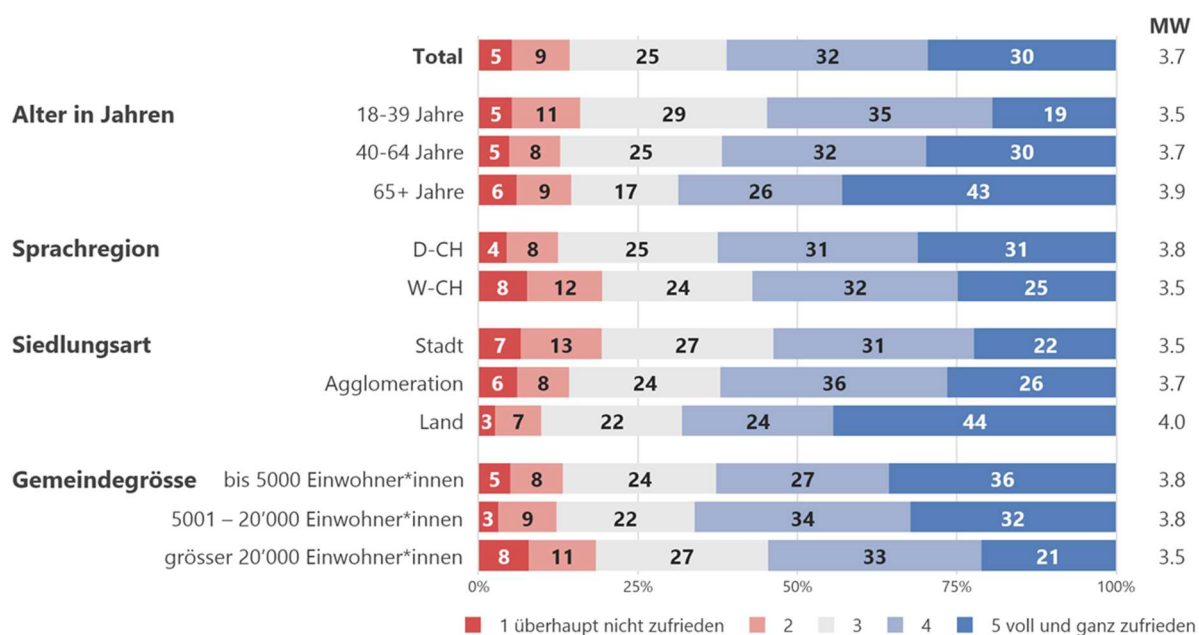
Angaben in Prozent, N = 1'019

4.1 Zufriedenheit mit dem Mitteilungsblatt bzw. Gemeindeblatt

Von den Nutzerinnen und Nutzern des Mitteilungsblatts bzw. Gemeindeblatts sind 62% zufrieden bis sehr zufrieden mit dem Kanal (Werte 4 und 5 auf der 5er-Skala), 39% sind weniger zufrieden bis unzufrieden (Werte 1 bis 3). Das Mitteilungsblatt erreicht einen Zufriedenheitswert von 3.7.

Zufriedenheit mit dem Mitteilungsblatt/Gemeindeblatt

«Falls Sie die folgenden Kommunikationskanäle Ihrer Gemeinde bzw. Stadt nutzen: Wie zufrieden sind Sie damit?» - **Mitteilungsblatt/Gemeindeblatt**



Angaben in Prozent, N = 882, Filter: Wenn Kanal genutzt

Soziodemographische Unterschiede

Die Bevölkerung ab 40 Jahren ist signifikant zufriedener mit dem Mitteilungsblatt als die 18- bis 39-Jährigen: Bei den 40- bis 64-Jährigen liegt der Mittelwert bei 3.7, bei den 65-Jährigen und älter bei 3.9, während die 18- bis 39-Jährigen auf 3.5 kommen. Auch in der Deutschschweiz (3.8) ist die Zufriedenheit signifikant höher als in der Westschweiz (3.5).

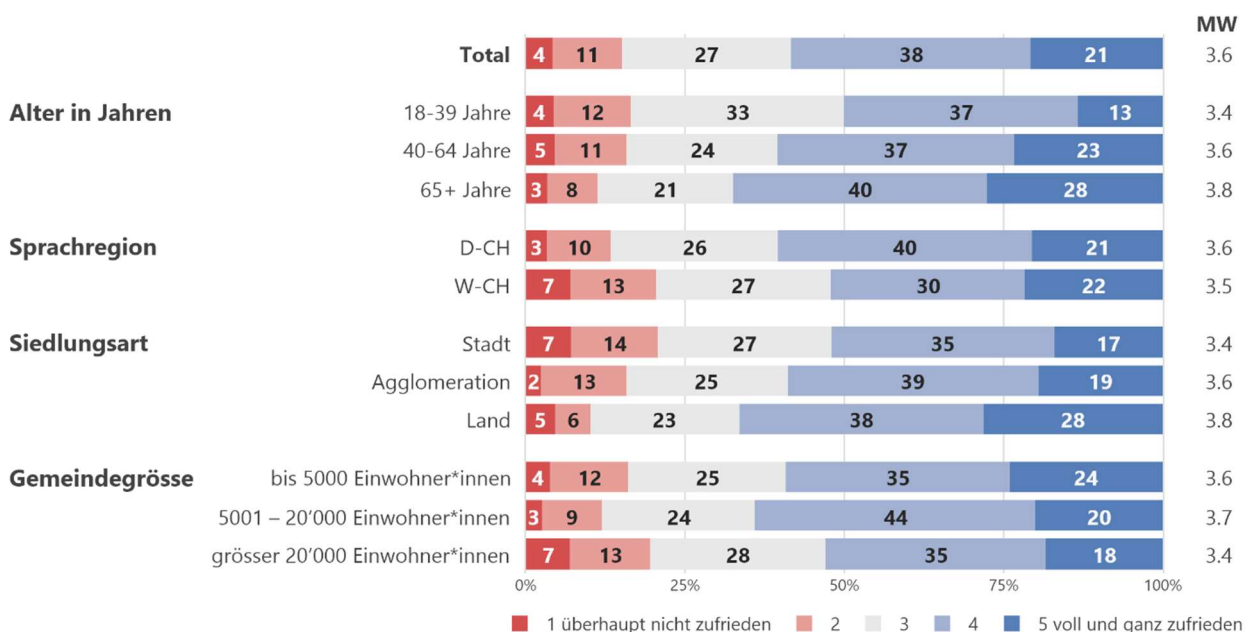
Nach Siedlungsart zeigt sich der ausgeprägteste Unterschied: Die Bevölkerung auf dem Land (4.0) ist signifikant zufriedener mit dem Mitteilungsblatt als die Bevölkerung in der Stadt (3.5) und in der Agglomeration (3.7). Auch nach Gemeindegrösse ist der Unterschied signifikant: In kleineren Gemeinden mit bis 5'000 Einwohnerinnen und Einwohnern (3.8) sowie in mittleren Gemeinden zwischen 5'001 und 20'000 (3.8) ist die Zufriedenheit signifikant höher als in grösseren Gemeinden mit über 20'000 Einwohnerinnen und Einwohnern (3.5). Keine signifikanten Unterschiede bestehen nach Geschlecht oder Bildung.

4.2 Zufriedenheit mit der Webseite der Gemeinde bzw. Stadt

Von den Nutzerinnen und Nutzern der Webseite der Gemeinde bzw. Stadt sind 59% zufrieden bis sehr zufrieden (Werte 4 und 5), 42% sind weniger zufrieden bis unzufrieden (Werte 1 bis 3). Die Webseite erreicht einen Zufriedenheitswert von 3.6.

Zufriedenheit mit der Webseite der Gemeinde/Stadt

«Falls Sie die folgenden Kommunikationskanäle Ihrer Gemeinde bzw. Stadt nutzen: Wie zufrieden sind Sie damit?» - **Webseite der Gemeinde/Stadt**



Angaben in Prozent, N = 927, Filter: Wenn Kanal genutzt

Soziodemographische Unterschiede

Wie beim Mitteilungsblatt ist die ältere Bevölkerung signifikant zufriedener als die jüngere: Die 40- bis 64-Jährigen (Mittelwert 3.6) und die 65-Jährigen und älter (3.8) sind signifikant zufriedener mit der Webseite als die 18- bis 39-Jährigen (3.4). Die Deutschschweizer Bevölkerung (3.6) ist signifikant zufriedener als die Bevölkerung in der Westschweiz (3.5).

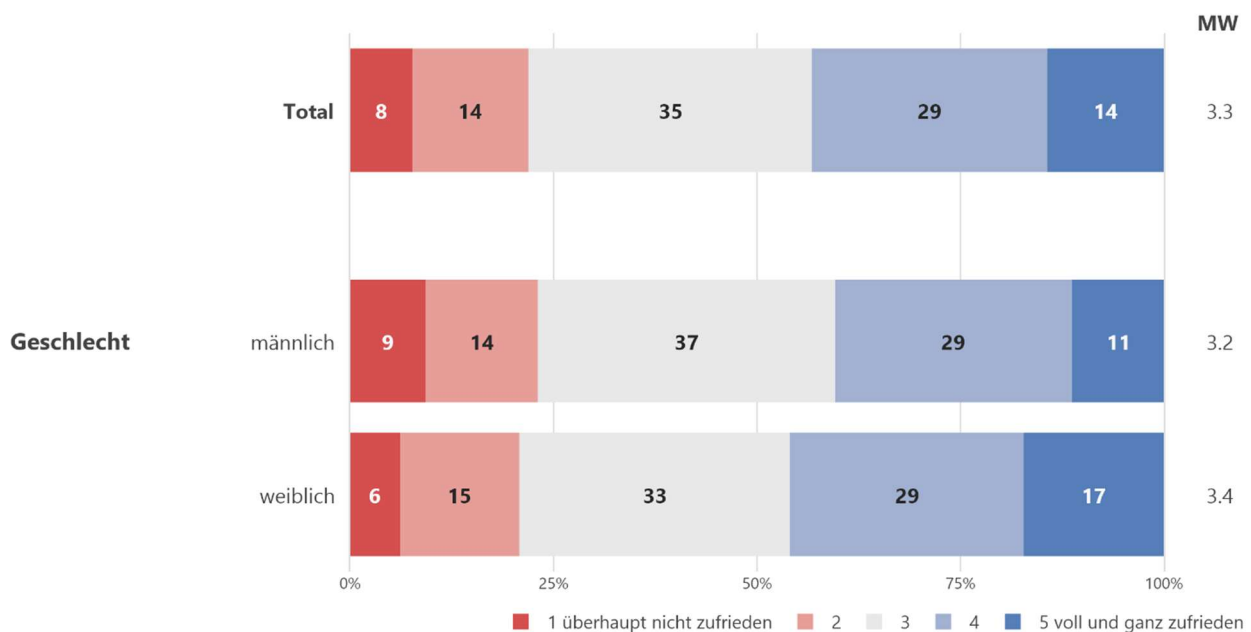
Nach Siedlungsart ist die Bevölkerung auf dem Land (3.8) signifikant zufriedener mit der Gemeindefwebseite als die Bevölkerung in der Stadt (3.4). Nach Gemeindegrösse schneiden mittelgrosse Gemeinden mit 5'001 bis 20'000 Einwohnerinnen und Einwohnern (3.7) signifikant besser ab als grosse Gemeinden mit mehr als 20'000 (3.4). Keine signifikanten Unterschiede zeigen sich nach Geschlecht oder Bildung.

4.3 Zufriedenheit mit Aushängen und Plakaten im öffentlichen Raum

Die Zufriedenheit mit Aushängen und Plakaten der Gemeinde im öffentlichen Raum fällt mit 43% (Werte 4 und 5) deutlich tiefer aus als beim Mitteilungsblatt und der Webseite. 57% der Nutzerinnen und Nutzer sind weniger zufrieden bis unzufrieden (Werte 1 bis 3). Damit erreichen Aushänge und Plakate im öffentlichen Raum einen Zufriedenheitswert von 3.3.

Zufriedenheit mit Aushängen und Plakaten im öffentlichen Raum

«Falls Sie die folgenden Kommunikationskanäle Ihrer Gemeinde bzw. Stadt nutzen: Wie zufrieden sind Sie damit?» - **Aushänge/Plakate im öffentlichen Raum**



Angaben in Prozent, N = 876, Filter: Wenn Kanal genutzt

Soziodemographische Unterschiede

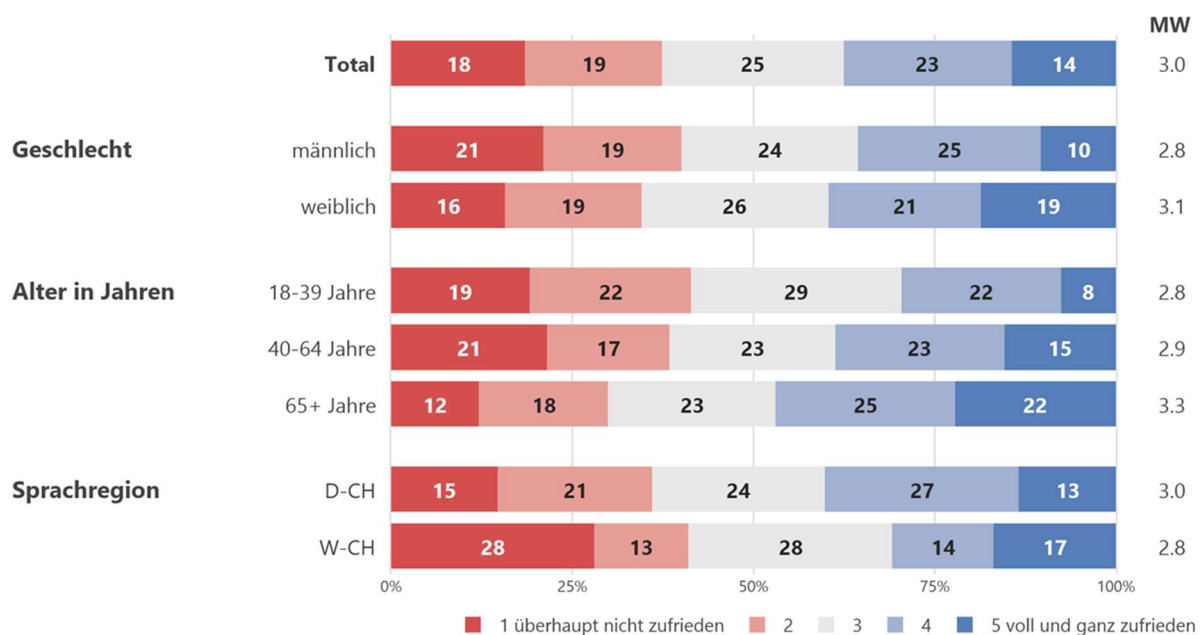
Frauen (Mittelwert 3.4) sind signifikant zufriedener mit Aushängen und Plakaten der Gemeinde als Männer (3.2). Weitere signifikante soziodemographische Unterschiede zeigen sich bei diesem Kanal nicht.

4.4 Zufriedenheit mit Social Media Kanälen der Gemeinde bzw. Stadt

Von den Nutzerinnen und Nutzern der Social Media Kanäle der Gemeinde bzw. Stadt (Facebook, Instagram, LinkedIn und weitere) sind 37% zufrieden bis sehr zufrieden mit der Bewirtschaftung dieser Kanäle durch die Gemeinde (Werte 4 und 5), 62% sind weniger zufrieden bis unzufrieden (Werte 1 bis 3). Die Social Media Kanäle erreichen einen Zufriedenheitswert von 3.0.

Zufriedenheit mit den Social Media Kanälen der Gemeinde/Stadt

«Falls Sie die folgenden Kommunikationskanäle Ihrer Gemeinde bzw. Stadt nutzen: Wie zufrieden sind Sie damit?» - **Social Media Kanäle der Gemeinde/Stadt**



Angaben in Prozent, N = 642, **Filter: Wenn Kanal genutzt**

Soziodemographische Unterschiede

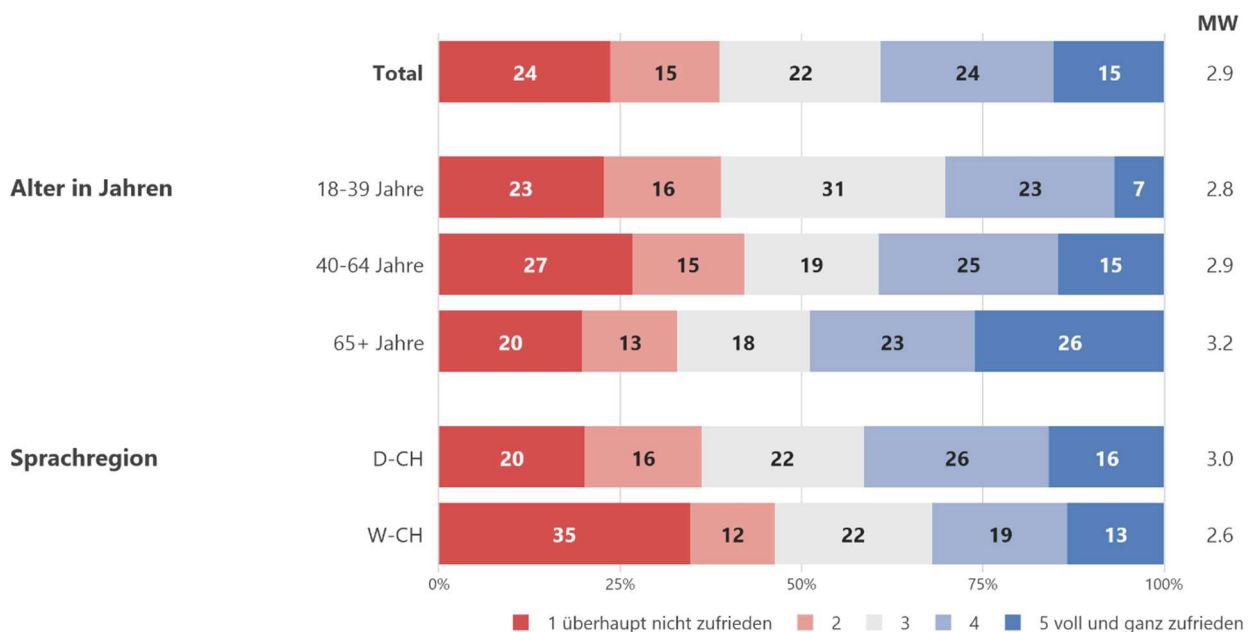
Frauen (Mittelwert 3.1) sind signifikant zufriedener mit den Social Media Kanälen ihrer Gemeinde als Männer (2.8). Die Altersgruppe der 65-Jährigen und älter (3.3) ist signifikant zufriedener als die 18- bis 39-Jährigen (2.8). Die Deutschschweizer Bevölkerung (3.0) ist signifikant zufriedener als die Bevölkerung in der Westschweiz (2.8). Keine signifikanten Unterschiede zeigen sich nach Bildung, Siedlungsart oder Gemeindegrösse.

4.5 Zufriedenheit mit E-Mail-Newsletter der Gemeinde bzw. Stadt

39% der Nutzerinnen und Nutzer des E-Mail-Newsletters der Gemeinde bzw. Stadt sind zufrieden bis sehr zufrieden (Werte 4 und 5), 61% sind weniger zufrieden bis unzufrieden (Werte 1 bis 3). Die E-Mail-Newsletter erreichen einen Zufriedenheitswert von 2.9.

Zufriedenheit mit dem Newsletter per E-Mail

«Falls Sie die folgenden Kommunikationskanäle Ihrer Gemeinde bzw. Stadt nutzen: Wie zufrieden sind Sie damit?» - **Newsletter per E-Mail**



Angaben in Prozent, N = 596, **Filter: Wenn Kanal genutzt**

Soziodemographische Unterschiede

Die Altersgruppe der 65-Jährigen und älter (3.2) ist signifikant zufriedener mit dem Newsletter als die 18- bis 39-jährigen (2.8) und die 40- bis 64-jährige (2.9). Die Deutschschweizer Bevölkerung (3.0) ist signifikant zufriedener als die Bevölkerung in der Westschweiz (2.6). Keine signifikanten Unterschiede bestehen nach Geschlecht, Bildung, Siedlungsart oder Gemeindegrösse.

5. Einordnung der Ergebnisse

Die Ergebnisse dieser Untersuchung zeigen: Die Schweizer Bevölkerung bewertet die Kommunikation ihrer Wohngemeinde nur leicht positiv und sieht in drei von vier Dimensionen deutlichen Handlungsbedarf. Ob sich die Bevölkerung ausreichend informiert fühlt, ob die Kommunikation als zeitgemäss gilt und ob sie den Austausch fördert: In all diesen Aspekten fällt die Zustimmung verhalten aus. Lediglich die Verständlichkeit der Kommunikation schneidet etwas besser ab. Der grösste Handlungsspielraum liegt damit genau dort, wo Gemeinden direkt gestalten können: in der Art, wie sie kommunizieren, und im Einbezug der Bevölkerung.

Aufschlussreich ist auch der Blick auf die Kommunikationskanäle. Das Mitteilungsblatt ist trotz fortschreitender Digitalisierung der Kanal mit der höchsten Zufriedenheit. Digitale Kanäle, in welche die Gemeinden zunehmend investieren, schneiden schwächer ab: Social Media und der E-Mail-Newsletter bilden dabei das Schlusslicht. Das ist ein Befund, der zur Reflexion einlädt. Reichweite allein genügt nicht: Die Gemeindegewebseite ist zwar der meistgenutzte Kanal, die Zufriedenheit damit bleibt aber deutlich hinter der Nutzungsbreite zurück. Aktualität, Benutzerfreundlichkeit und Relevanz der Inhalte dürften entscheidender sein als die blosse Präsenz auf einem Kanal.

Besonders aufschlussreich ist der Blick auf die Subgruppen. Drei Trendlinien durchziehen konsistent nahezu alle Dimensionen und Kanäle: Alter, Sprachregion und Siedlungsart.

- Personen ab 65 Jahren beurteilen die Gemeindekommunikation in den meisten Belangen deutlich positiver als jüngere Altersgruppen: Sie fühlen sich besser informiert, schätzen die Kommunikation als zeitgemässer ein und sind mit allen Kanälen zufriedener. Die unter 40-Jährigen sind dagegen die kritischste Gruppe, mit den höchsten Ansprüchen und der tiefsten Zufriedenheit. Dies dürfte massgeblich mit einer veränderten Erwartungshaltung zusammenhängen: Jüngere Menschen sind digitale Dienste gewöhnt, die schnell, interaktiv und personalisiert funktionieren. Gemeindekommunikation wirkt dagegen oft statisch und einseitig und ist stärker auf Informationsvermittlung ausgerichtet als auf Dialog.
- Ähnlich ausgeprägt ist der Unterschied zwischen den Sprachregionen: Die Deutschschweizer Bevölkerung bewertet die Gemeindekommunikation über nahezu alle Dimensionen und Kanäle hinweg besser als die Westschweizer Bevölkerung, was auf unterschiedliche Erwartungshaltungen und Verwaltungsstrukturen zwischen den Sprachregionen hindeuten könnte.
- Hinzu kommt ein klarer Stadt-Land-Graben: Die Landbevölkerung und die Bevölkerung kleinerer Gemeinden sind spürbar zufriedener als die städtische Bevölkerung. In kleineren Gemeinden sind die Strukturen überschaubarer und der Kontakt zur Verwaltung direkter. Städte und grössere Gemeinden hingegen stehen vor der Herausforderung, eine heterogenere und anspruchsvollere Bevölkerung zu erreichen.