



LINK Marketing Services AG  
Spannortstr. 7/9  
Postfach  
6003 Luzern  
+41 41 367 73 73  
link.ch

# Technischer Studienbeschrieb

## Gemeinde Erlen: Bevölkerungsbefragung 2022

**Projektnr. 10812**

**26.04.2022**

**Ausgearbeitet für:**

Gemeinde Erlen  
Aachstrasse 11, 8586 Erlen

Thomas Bosshard, Gemeindepräsident  
thomas.bosshard@erlen.ch, 071 649 30 61

Ursula Weibel, Gemeindeschreiberin  
ursula.weibel@erlen.ch, 071 649 30 68

**Autoren:**

Matthias Winzer, Director Social Research  
matthias.winzer@link.ch, 041 367 73 98

Franziska Isler, Research Consultant Social Research  
franziska.isler@link.ch, 041 367 72 18

## 1. Ausgangslage/Zielsetzung

Im Auftrag der Gemeinde Erlen führte LINK im zu Beginn des Jahres 2022 eine als Vollerhebung angelegt Bevölkerungsbefragung durch. Die Befragung sollte eine neutrale Bestandsaufnahme der Zufriedenheit der Bevölkerung mit den aktuellen Rahmenbedingungen in der Gemeinde, mit den wichtigsten Wohnortereigenschaften und mit wesentlichen kommunalen Dienstleistungen liefern sowie deren Wichtigkeit respektive Beitrag zur Gesamtzufriedenheit aufzeigen. Diese Evaluation der Ist-Situation sollte mithelfen, Handlungsfelder zu identifizieren sowie das Leitbild der Gemeinde weiterzuentwickeln.

Die Aufgaben von LINK lagen bei der Durchführung dieser Studie in der Erarbeitung des Fragebogens, der Durchführung der Befragung, der Auswertung, grafischen Aufbereitung und inhaltlichen Analyse der Daten und der Erstellung dieses Studienbeschriebs als Bestandteil der Dokumentation.

## 2. Studiendesign

### 2.1. Erhebungsmethode

Die Befragung wurde als sogenannter «Selbstaufüller» mittels Onlineinterviews (= CAWI-Methode, Computer Assisted Web Interview) durchgeführt. Zudem stand den Befragten die Möglichkeit offen, bei der Gemeindeverwaltung einen Papierfragebogen zu beziehen. Ausgefüllte Papierfragebogen wurden an LINK retourniert und die Antworten dort erfasst.

Nach einer schriftlich-postalischen Einladung erhalten nach angemessener Frist alle eingeladenen Personen ohne bis dahin registrierte Rückmeldungen (ausgefüllter Online- oder Papierfragebogen, aktive Abmeldung von der Befragung) ebenfalls auf dem Postweg ein Erinnerungsschreiben.

### 2.2. Felddaten

Die Befragung fand im Zeitraum vom 12. Februar (erstes Interview) bis 28. März (letztes Interview) 2022 statt.

### 2.3. Grundgesamtheit

Die Grundgesamtheit der vorliegenden Studie definierte sich wie folgt:

Alle Personen ab 18 Jahren mit Wohnsitz in der Gemeinde Erlen, die den Fragebogen auf Deutsch beantworten können und seit mindestens einem Jahr ihren Wohnsitz in Erlen haben.

Es wurden sowohl Personen mit als auch ohne Schweizer Nationalität befragt. Stichtag für den Ein- oder Ausschluss in die Grundgesamtheit war der 15. Januar 2022.

### 2.4. Mengengerüst

Die Einladung ging an insgesamt 2'798 Personen, die die Definition der Grundgesamtheit erfüllten. Betreffend Rücklauf wurde das bestmögliche Ergebnis angestrebt.

Die Adressaufbereitung erfolgte auf der Grundlage des Einwohnerregisters der Gemeinde Erlen. LINK erstellte schon mit Blick auf die Auswertung einen Strukturplan, in dem die Gemeindebevölkerung nach folgenden Merkmalen geschichtet wurde:

	Total	18-35 Jahre	36-65 Jahre	66+ Jahre
<b>Mann</b>	<b>50.8%</b>	<b>13.7%</b>	<b>28.0%</b>	<b>9.0%</b>
Schweizer	36.7%	9.4%	19.3%	7.9%
Ausländer	14.1%	4.3%	8.7%	1.1%
<b>Frau</b>	<b>49.2%</b>	<b>13.2%</b>	<b>27.2%</b>	<b>8.8%</b>
Schweizerin	37.5%	9.7%	19.8%	8.0%
Ausländerin	11.7%	3.5%	7.4%	0.9%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>26.9%</b>	<b>55.2%</b>	<b>17.9%</b>

In der Auswertung wurden die Daten je Ortsteil und entsprechend der realen Verteilung nach Alter, Geschlecht und Nationalität gewichtet. Das Gewichtungsprotokoll liegt der Berichterstattung als Bestandteil der technischen Dokumentation bei.

Während der Feldzeit wurden total 1'216 Fragebogen ausgefüllt, was einem Rücklauf von 43.5% entspricht und beim gewählten Vorgehen (Einladung und eine Erinnerung, Bezug Papierfragebogen bei der Gemeindeverwaltung) insgesamt einen sehr guten Wert darstellt.

## 2.5. Fragebogen

Den thematischen Schwerpunkt bildeten Abfragen zur Zufriedenheit der Gemeindebevölkerung mit zentralen Dienstleistungen und Angeboten der Gemeinde. Dieser Fragebogenteil basierte auf einem zuvor von LINK in Zusammenarbeit mit dem Zentrum für Verwaltungsmanagement (ZVM) der Fachhochschule Graubünden (FHGR) überarbeiteten Basis-Fragebogen, dessen Aufbau und Inhalt sich am harmonisierten Rechnungslegungsmodell (HRM2) orientierte. Dieser wurde für die Gemeinde Erlen punkto einiger standardisierter Abfragen angepasst und optimiert. Den Abschluss bildete eine erlenspezifische Frage, in der die Befragungsteilnehmer/innen bestimmte Zukunftsprojekte der Wichtigkeit nach sortieren sollten.

Die mittlere Ausfülldauer lag inkl. extremer Ausreisser bei 26.4 Minuten, der Median bei 17.9 Minuten.<sup>1</sup>

Die Gliederung des Fragebogens analog HRM2 spiegelt sich in der inhaltlichen Berichterstattung zur Befragung wider. Die Übernahme von weiten Teilen des Basis-Fragebogens in die Studie ermöglichte zudem die Gegenüberstellung der von der Bevölkerung vergebenen Bewertungen mit schweizweiten Benchmarkwerten.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Der Medianwert gibt an, welcher Wert genau in der Mitte der Verteilung liegt. In diesem Fall bedeutet der Medianwert, dass 50% der Befragten höchstes 17.9 Minuten für das Ausfüllen des Fragebogens benötigt haben. Der Vorteil des Medians liegt im Vergleich zum Mittelwert darin, dass der Median «robuster» ist und weniger stark auf Extremwerte reagiert. Wird der Mittelwert um die grössten Ausreisser «gestutzt» (5%), liegt er bei 21.1 Minuten.

<sup>2</sup> Diese hatte LINK im Mai/Juni 2021 in einer eigens aufgesetzten Studie erhoben. Vergleichswerte sind nur dort möglich, wo für beide Studien dieselben Fragestellungen verwendet wurden.

## 2.6. Versände

Alle für die Teilnahme an der Befragung ausgewählten Personen erhielten Anfangs Februar 2022 einen von der Gemeinde Erlen unterzeichneten und verschickten Ankündigungsbrief, mit der Bitte, bis zum 28. Februar 2022 an der Studie teilzunehmen.

Diejenigen Personen, welche dieser Bitte nicht nachkommen und auch keinen Papierfragebogen bezogen hatten, wurden am 02. März 2022 schriftlich erinnert (neue Frist: 21. März 2022). Der Versand des Erinnerungsschreibens erfolgte erneut durch die Gemeinde Erlen.

Die Adressen für den Einladungs- und Erinnerungsversand wurden jeweils durch LINK aufbereitet. Druck, Verpacken und Postversand erfolgten durch die in Luzern ansässige Bächler-Sidler AG (BSL AG). Für den Versand hatte die Gemeinde Erlen der BSL AG mit dem Gemeinde-Logo bedruckte Couverts in ausreichender Anzahl zur Verfügung gestellt.

Ebenfalls zeichnete LINK für die Entwicklung des Einladungs- und des Erinnerungsschreibens verantwortlich. LINK unterbreitete der Auftraggeberin jeweilige Vorschläge, die schliesslich von der Gemeinde Erlen ergänzt wurde. Alle Schreiben waren demnach inhaltlich mit der Gemeinde Erlen abgesprochen und wurden von dieser freigegeben.

In Ergänzung zu den offiziellen Briefschaften informierte die Gemeinde Erlen die Bevölkerung über eigene Kanäle über die Befragung und motivierte auf diesen Wegen zur Teilnahme an der Befragung.

## 2.7. Hotline

Während der gesamten Feldzeit bot LINK den Befragten eine telefonisch sowie über E-Mail (erlen@link.ch) erreichbare Hotline an. Die Kontaktdaten der Hotline wurden in allen Briefschaften erwähnt. Die Hotline nahm Abmeldungen von der Befragung und Reklamationen entgegen bzw. beantwortete einfache Fragen und leistete Hilfestellung, falls die Befragten Schwierigkeiten beim Aufruf des Onlinefragebogens hatten.

In Einzelfällen leitete die Gemeinde Erlen bei ihr direkt eingegangene Rückmeldungen zur weiteren Bearbeitung an LINK weiter.

In den meisten Fällen insbesondere bei den Kontaktaufnahmen per E-Mail äusserten die Absender Schwierigkeiten dabei, den Onlinefragebogen zu finden. Das ist i.d.R. darauf zurückzuführen, dass die in den Schreiben angegebene Internetadresse nicht direkt in der Adresszeile eines Internetbrowsers, sondern im Suchfeld einer Internet-Suchmaschine eingegeben wurde. Da die studien-spezifischen Websites wie [www.survey.link.ch/erlen](http://www.survey.link.ch/erlen) jeweils nur für kurze Zeit verfügbar sind, werden sie von den einschlägigen Suchmaschinen nicht schnell genug gefunden und indiziert, um in den Resultaten einer Suchabfrage zu erscheinen.

LINK beantwortete solche Anfragen mit dem Verschicken von E-Mails mit Direktlinks zu den individuellen Fragebogen. Die Gemeinde Erlen unterstützte das Auffinden des Onlinefragebogens, indem sie den Link auf der Website der Gemeinde publizierte.

## 3. Ausschöpfung und Stichprobenstruktur

### 3.1. Ausschöpfung

	absolut	in %
<b>Ausgangsstichprobe (Einladungen)</b>	<b>2'798</b>	<b>100</b>
Erinnerung	2'181	80%
<b>Realisierte Interviews</b>	<b>1'216</b>	<b>43.5% (=100%)</b>
- Online	1'158	41.4% (=95.2%)
- Papierfragebogen	58	2.1% (=4.8%)

### 3.2. Stichprobenstruktur

Insgesamt wurden 1'216 Interviews realisiert. Die folgende Tabelle zeigt die gewichtete und ungewichtete Stichprobe insgesamt:

	Befragte gewichtet	Anteil in % gewichtet	Befragte ungewichtet	Anteil in % ungewichtet	Faktor
<b>Total</b>	<b>1'216</b>	100%	<b>1216</b>	100%	
<b>Geschlecht</b>					
<b>Mann</b>	617	50.7%	638	52.5%	0.97
<b>Frau</b>	599	49.3%	578	47.5%	1.04
<b>Alter</b>					
<b>18-35 Jahre</b>	326	26.8%	214	17.6%	1.52
<b>36-65 Jahre</b>	675	55.5%	777	63.9%	0.87
<b>66++ Jahre</b>	216	17.8%	225	18.5%	0.96
<b>Nationalität</b>					
<b>SchweizerIn</b>	904	74.3%	931	76.6%	0.97
<b>AusländerIn</b>	312	25.7%	285	23.4%	1.09

Ein detailliertes Gewichtungsprotokoll unter Berücksichtigung der zur politischen Gemeinde Erlen gehörenden Ortsteile befindet sich im Anhang dieser Dokumentation.

## 4. Methodische Anmerkungen

Bei der Interpretation der Untersuchungsergebnisse muss berücksichtigt werden, dass sich Stichprobenerhebungen stets innerhalb gewisser Fehlerspannen bewegen, deren Bandbreite aufgrund statistischer Zusammenhänge angegeben werden kann. Das bekannteste Mass hierfür ist der sogenannte Vertrauensbereich. Der Vertrauensbereich gibt an, wie gross der Stichprobenfehler (mit einer Wahrscheinlichkeit von 95%) bei dieser Stichprobengrösse und Antwortverteilung höchstens ist.

Die Grösse des Vertrauensbereichs kann mit folgender Näherungsformel berechnet werden:

$$V = +/- 2 \sqrt{\frac{p(100-p)}{n}}$$

V = Vertrauensbereich

p = Anteil der Befragten, die eine bestimmte Antwort gegeben haben (in Prozentpunkten)

n = Stichprobengrösse (ungewichtet)

Konkret bedeutet dies bei der Nettostichprobengrösse dieser Studie (1'216 Interviews):

- Wenn bei einer Frage 50% aller Befragten die Antwort X gegeben haben, dann liegt der «wahre» Wert (mit 95% Wahrscheinlichkeit) zwischen 47.1% und 52.9% (Vertrauensbereich: 2.9 Prozentpunkte).
- Wenn bei einer Frage 20% aller Befragten die Antwort X gegeben haben, dann liegt der «wahre» Wert (mit 95% Wahrscheinlichkeit) zwischen 17.7% und 22.3% (Vertrauensbereich: 2.3 Prozentpunkte).

## 5. Berichterstattung

Die Ergebnislieferung durch LINK umfasste für diese Befragung folgende Dokumente:

- den vorliegenden technischen Studienbeschrieb
- den eingesetzten Fragebogen (online/schriftlich)
- die verwendeten Briefschaften (Einladungs- und Erinnerungsschreiben)
- Computertabellen als PDF \*
- umfassender Grafiksatz mit Darstellung und Analyse der Befragungsergebnisse

\* Um die Interpretation der Computertabellen zu erleichtern, nachfolgend einige Erläuterungen:

Bei allen Fragen wurde mittels Chi-Quadrat-Test überprüft, ob die Antwortverteilungen bei Teilstichproben signifikant von der Verteilung bei der gesamten Stichprobe abweichen. Signifikant höhere Werte werden in den Tabellen mit einem «+», signifikant tiefere Werte mit einem «-» gekennzeichnet.

Bei allen Fragen, bei denen Mittelwerte aufgeführt sind, wurde mittels T-Test überprüft, ob sich die Mittelwerte einer Teilstichprobe signifikant von den Mittelwerten sinnvoll vergleichbarer anderer Teilstichproben unterscheiden. Signifikante Unterschiede wurden dabei mit einem Buchstaben unter dem Mittelwert bezeichnet. «A» bedeutet demnach, dass dieser Mittelwert signifikant höher liegt als der Mittelwert der Spalte A. «CD» heisst, dass der Mittelwert signifikant über den Mittelwerten der Spalten C und D liegt.

Bei Fragen ohne Mittelwerte wurde mittels Prop-Mean-Test überprüft, ob die Anteile einer bestimmten Antwortvorgabe zwischen sinnvoll miteinander vergleichbaren Subgruppen signifikant voneinander abweichen. Signifikante Unterschiede wurden dabei mit einem Buchstaben unter den Anteilswerten gekennzeichnet. «M» bedeutet demnach, dass dieser Anteilswert signifikant höher liegt als der Anteilswert der Spalte M. «LM» heisst, dass der Anteilswert signifikant über den Werten der Spalten L und M liegt.

## 6. Breakerklärung

Für die Erklärung der Tabellenbreaks werden die gewichteten und ungewichteten Werte inkl. Vertrauensbereich (Intervall) angegeben.

	Bezeichnung in Tabellen	Beschreibung/ Definition	Anz. Pers. (gewichtet)	Anz. Pers. (ungew.)	Intervall (max.+/- %)
	TOTAL		1216	1216	2.9
<b>GESCHLECHT</b>	Mann		617	638	4
	Frau		599	578	4.2
<b>ALTER</b>	18 - 35 Jahre		326	214	6.8
	36 - 65 Jahre		675	777	3.6
	66 ++ Jahre		216	225	6.7
<b>NATIONALITÄT</b>	CH		904	931	3.3
	Ausland		312	285	5.9
<b>ORTSCHAFT</b>	Buchackern	Ortschaft 1	52	42	15.4
	Engishofen	Ortschaft 2	60	55	13.5
	Ennetaach	Ortschaft 3	87	87	10.7
	Erlen	Ortschaft 4	622	647	3.9
	Kümmertshausen	Ortschaft 5	88	71	11.9
	Riedt b. Erlen	Ortschaft 6	307	314	5.6
<b>URBANES VS. LÄNDLICHES ERLLEN</b>	urbanes Erlen	Ortschaften 3, 4, 6	1016	1048	3.1
	ländliches Erlen	Ortschaften 1, 2, 5	200	168	7.7
<b>HAUSHALTSGRÖSSE</b>	1	F820: <2	177	173	7.6
	2	F820: =2	419	436	4.8
	3+	F820: >2	578	564	4.2
<b>BILDUNG</b>	tief	F800: oblig. Schule bis Lehrerseminar	692	680	3.8
	mittel	F800: HFB bis FH	323	344	5.4
	hoch	F800: PH und höher	121	112	9.4
<b>WOHNHAFT IN ERLLEN</b>	Bis 5 Jahre		250	227	6.6
	6-10 Jahre		193	200	7.1
	11-20 Jahre		241	237	6.5
	über 20 Jahre		532	552	4.3
<b>GESAMTZUFRIEDENHEIT</b>	nicht zufrieden	F260: 1, 2	24	23	20.9
	neutral	F260: 3-5	695	687	3.8
	zufrieden	F260: 6, 7	493	502	4.5
<b>Idealvorstellung</b>	(sehr) weit weg vom Ideal	F100: 1, 2	47	46	14.7
	neutral	F100: 3-5	832	829	3.5
	(sehr) nahe am Ideal	F100: 6, 7	335	338	5.4
<b>Polit. Einstufung</b>	Links	F700: 1, 2	86	86	10.8
	Mitte	F700: 3-5	877	881	3.4
	Rechts	F700: 6, 7	197	190	7.3
<b>Mobilitätstyp</b>	zu Fuss		975	980	3.2
	Velo	F850.0X: mind.	454	467	4.6
	Auto/Moto	1mal/Woche	1137	1142	3
	ÖV		198	180	7.5
<b>HH-EINKOMMEN</b>	Tief	F860: <6'000	373	368	5.2
	Mittel	F860: 6001-12'000	498	512	4.4
	Hoch	F860: >12'000	152	154	8.1
<b>Methode</b>	CAWI	Onlinefragebogen	1162	1158	2.9
	PAPI	Papierfragebogen	54	58	13.1

## 7. 3 Veröffentlichung der Ergebnisse durch den Auftraggeber

Die LINK Marketing Services AG verpflichtet sich zur Einhaltung des „Internationalen Kodex für die Praxis der Markt- und Sozialforschung“ der European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR). Diese Normen verlangen, dass bei einer Veröffentlichung von Befragungsergebnissen sichergestellt wird, dass diese nicht irreführend wirken. Die LINK setzt deshalb voraus, dass bei der Publikation der Ergebnisse mindestens folgende Informationen mitpubliziert werden:

- A) Grundgesamtheit, auf die sich die Untersuchung bezieht
- B) Grösse der Stichprobe
- C) Angabe des Zeitpunkts, zu dem die Befragung durchgeführt wurde (Datum)
- D) Exakte Fragestellungen, auf die sich die Ergebnisse beziehen
- E) Name des durchführenden Instituts: LINK

(Die Richtlinien können unter [www.esomar.org](http://www.esomar.org) eingesehen werden.)

In allen Punkten, die nicht in diesem Studienbeschrieb oder in unserer Offerte geregelt sind, gelten die vom Swiss Data Insights Association (ehemals VSMS) ausgearbeiteten „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“, die unter [www.link.ch/agb](http://www.link.ch/agb) einsehbar sind.

Für weitere Auskünfte zu der vorliegenden Studie stehen wir Ihnen selbstverständlich gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüssen  
LINK



**Matthias Winzer**  
Director Social Research



**Franziska Isler**  
Research Consultant Social Research