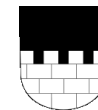




Gemeinde Maur – Bevölkerungsbefragung zur «Maurmer Post»

Ergebnispräsentation vor dem Mitwirkungsforum

Maur, 07. Juni 2022



LINK



1 Studiendesign,
Stichprobenstruktur,
Mediennutzung allg.

2 Medienverhalten,
Bekanntheit und Nutzung

3 Vertiefung Maurmer Post

4 Weiterentwicklung
Maurmer Post

Wache 12, Freitag, 30. April 2021

Ausgabe 11 maurmerpost.ch

Maurmer Post



Verschiedene Benutzungsvorschriften bei der «Chuchi Binz»

Kochevents nur noch für Geimpfte

«Offen Geimpfte häufig Privilegien erhalten?» Diese Diskussion wird aktuell immer wieder geführt. Offizielle Stellen versichern zwar, dass Nichtgeimpfte keine Einlasskarten in öffentliche Lokale erhalten dürfen. Die Entwicklung läuft aber klar darauf hinaus, dass manche private Dienstleistungen nur für Geimpfte zugänglich sein werden. Wie geht es in den Bereichen weiter?



Geimpfte Lunch in der Taverne Käsli «Chuchi Binz» finden vor Andruck der Feiertage. Bild: SPZ

Editorial



Liebe Lesende, liebe Leser

Sein bürgerliches Jüng hat sich der Bismarck - Kunstphysiker Kurt Drexler mit der Entdeckung des Heliums letzte große Porzellan-Feier im Wintersemester 1904 in dem Meier das Erbinne von die Zahlen sind genau zur 100. Geburtstagstagung der Maurmerpost. Das kann ein wunder gut nicht revidieren.

Wir können nur wünschen, dass die Wälder in den nächsten Jahren nicht zu den rezeptionsfähigen sind. Die «Chuchi Binz» ist ein sehr gutes Beispiel für die Entwicklung der Lokale. Die Entwicklung der Lokale ist ein sehr gutes Beispiel für die Entwicklung der Lokale.

Was aber war die, nach so dem Ende? Was ist der Grund, dass die Lokale nicht auf einen Fuß zu bringen sind? Wie viel Lebensqualität sind die Lokale? Was ist die Zukunft der Lokale? Was ist die Zukunft der Lokale?

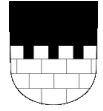
Die Entwicklung der Lokale ist ein sehr gutes Beispiel für die Entwicklung der Lokale. Die Entwicklung der Lokale ist ein sehr gutes Beispiel für die Entwicklung der Lokale.

Die Entwicklung der Lokale ist ein sehr gutes Beispiel für die Entwicklung der Lokale. Die Entwicklung der Lokale ist ein sehr gutes Beispiel für die Entwicklung der Lokale.



1

Studiendesign, Stichprobenstruktur, Mediennutzung allg.



LINK

LINK

Studiendesign

- Kunde: Gemeinde Maur
- Kontaktperson Kunde: Christoph Bless | Gemeindegeschreiber
- LINK: Matthias Winzer | Director Social Research
Katrin Wattenhofer | Research Consultant Social Research
- Studienziel: Die Gemeinde Maur hat die Dimedio GmbH (Uster) mit einem Projekt zur Kommunikation der Gemeinde bzw. deren Digitalisierung mandatiert. Im Rahmen dieses Projektes war angedacht, auch die Bevölkerung zu befragen. Im Vordergrund stand die Weiterentwicklung der Gemeindezeitung „Maurmer Post“.
- Erhebungsphase: 05. April 2022 (erstes Interview) bis 10. Mai 2022
- Zielgruppe: Alle Personen ab 15 Jahren mit Wohnsitz in der Gemeinde Maur ZH
- Anzahl Interviews: n=568 Interviews (Rücklaufquote: ~45.4%)
- Methode: Onlinebefragung mit schriftlich-postalischer Einladung und einer Erinnerung auf der Grundlage des Maurmer Einwohnerregisters. Teilnahme alternativ via Papierfragebogen möglich. Dieser konnte über eine von LINK betriebene und telefonisch sowie per E-Mail erreichbare Hotline bestellt werden. Die Hotline beantwortete daneben Fragen zur Studie, nahm Abmeldungen entgegen und verschickte auf Wunsch die Einladungen als E-Mail mit Direktlink zum Onlinefragebogen. Im Zuge einer schriftlichen Erinnerung aller zur Befragungsteilnahme eingeladenen Personen ohne aktive Rückmeldung bis zu einer bestimmten Frist wurde der Papierfragebogen den Erinnerungsschreibern an alle Personen ab 60 Jahren beigelegt.

Maurmer Post



Grundlagen der Hundeeziehung für Welpen in Binz

Förderkurs für vierbeinige Fellfreunde



Welpen-Förderung – ein Hundekurs mit reichlich Jöb-Faktor

Bilder: Stephanie Kamm

Welpen-Förderung wird bei jungen Hunden der Grundstein für ihre Erziehung gelegt. Ein Besuch im Welpen-Förderkurs in Binz.

Die Welpen-Förderung findet auf einer grossen Wiese hinter der Gemeindehalle in Binz statt. Hier treffen sich jeden Samstagmorgen zahlreiche Hundebesitzer mit ihren vierbeinigen Lieblingen. Einige kennen sich bereits von früheren Kurstagen, andere sind neu dazu – jedes Mal ist es eine Mischung aus Neuem und Bekanntem. Gut, die Inhaberin der Hundeschule Concanis, begrüsst alle Teilnehmerinnen einzeln und regelt die Platzierung. Dann werden die Hunde nach Alter und auf einen der zwei Plätze

eingeteilt. Auf der Wiese mit dem Hindernis-Parcours startet gerade der Junghundekurs, nebenan der Welpen-Förderkurs, dem wir uns gerne anschliessen.

Herzige Welpen
Hier warten sie schon, die herzlichsten kleinen Fellknäuel – sie liegen, hüpfen oder stehen treuherzig neben ihren Herrchen und Frauchen. Ein dunkelbrauner, süsser Australischer Labradoodle versucht gerade sein Frauchen in die Leine einzuzwickeln. Der Jüngste der Gruppe, der neun Wochen alte schwarze Labrador, sucht noch Geborgenheit bei Frauchen auf dem Arm. Daneben liegt der flauschige Berner Sennen-

hund am Boden und kaut genüsslich auf seiner Leine herum. «Dieses Verhalten musst du unterbinden, das darf dein Hund nicht tun», sagt Diana Gut zur Hundehalterin und erklärt der Gruppe die Hintergründe. Gleich nebenan, hinter dem Zaun, blöken einige Lämmchen. Der aufgeweckte Schäferhund, der Älteste der Gruppe, beschneppert eines von ihnen durch den Zaun hindurch. Nun geht es los. Nach einer Vorstellungsrunde im Kreis fragt Diana Gut die wichtigsten fünf Regeln ab und erklärt, wieso die Welpen-Förderung so wichtig ist. Die Kursleiter-

EDITORIAL

Liebe Leserin, lieber Leser

In der letzten Ausgabe haben wir berichtet, wie wir insgesamt 11,4 Millionen Schweizerinnen und Schweizer in den vergangenen Ausgaben, Maurmer Gemeindegeschreiberin, für das Lozen-Logo bewilligt hat. Wir waren gespannt auf die Reaktionen. Und es kam, wie wir es Vorerst mal gar keine. Die Stellungnahmen der Leserinnen und Leser sind noch einzeln abgefragt. Nur ein einziger gab es Bemerkungen auf Social Media.

Das dürfte nicht daran liegen, dass das Thema zu wenig Beachtung fand. Sondern an zwei Gründen geschuldet. Die Exponenten der Gemeindepolitik müssen sich, nach den Frühlingsferien, erst einmal sortieren und dann die Kulissen ihrer Handlungen definieren. Zweitens war es ein Zeitpunkt der gemeinsamen Kommunikation der Gemeindegeschreiberinnen und Gemeindegeschreiber. Wir bleiben jedenfalls die politische Aufarbeitung folgt noch.

Auf dieser Frontseite wird wir uns einem Vergleich sehr viel gemütvollere. Die herzigen Hundewelpen. Wer sich eher für Tech für Hunde begeistert, dem sei eine Fahrt mit dem neuen e-MS Heimat angelegt, die nun frisch auf dem Greifensee fährt (S. 7).

Herzlich, Annette Schäfer

STIMMRECHTSALTER

Zu jung?

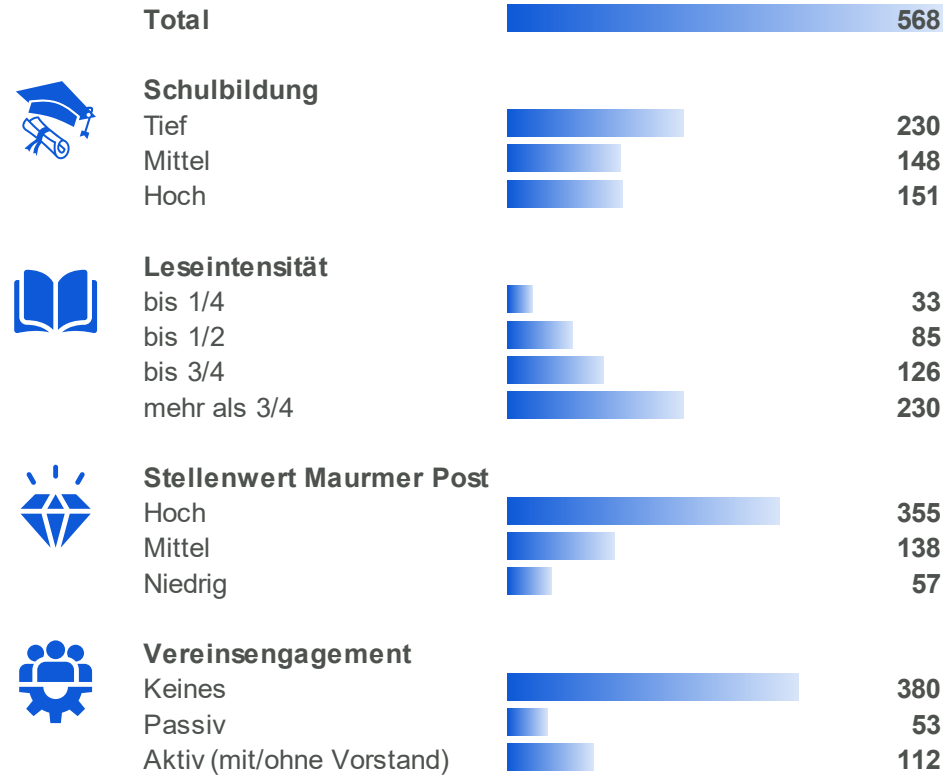
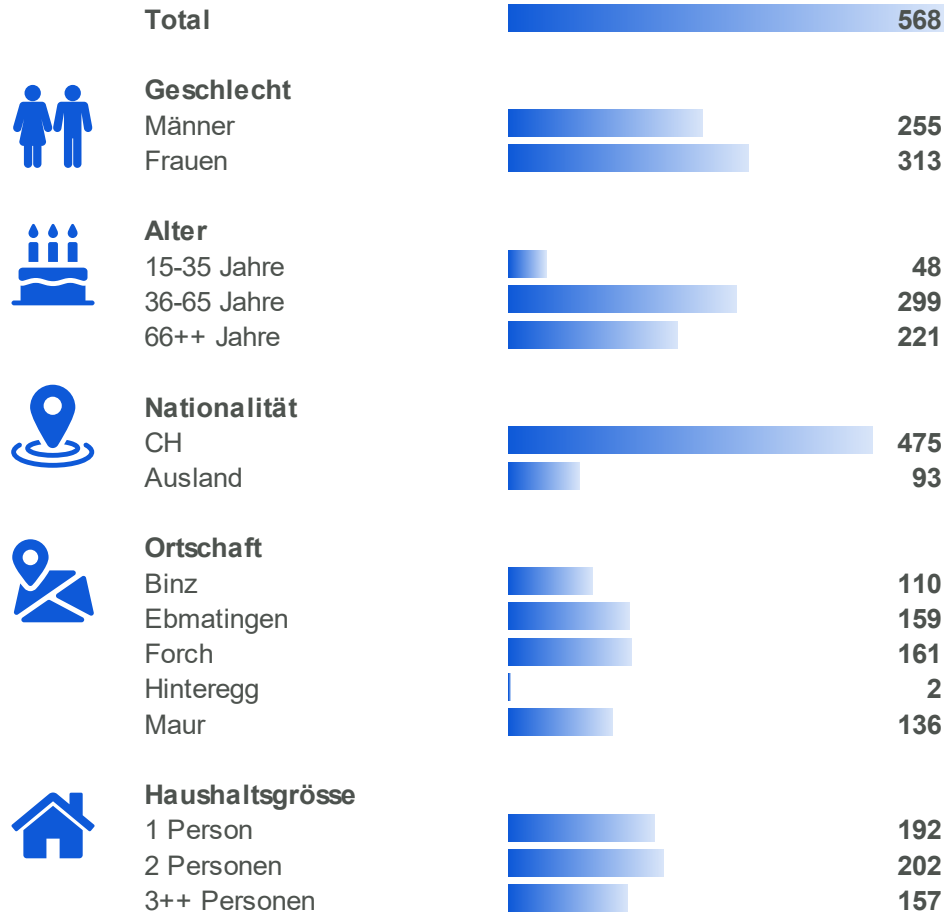
Umfrage bei Maurmer Jugendlichen

SCHIFFFAHRT

MS Heimat fährt elektrisch
Die erste Fahrt unter

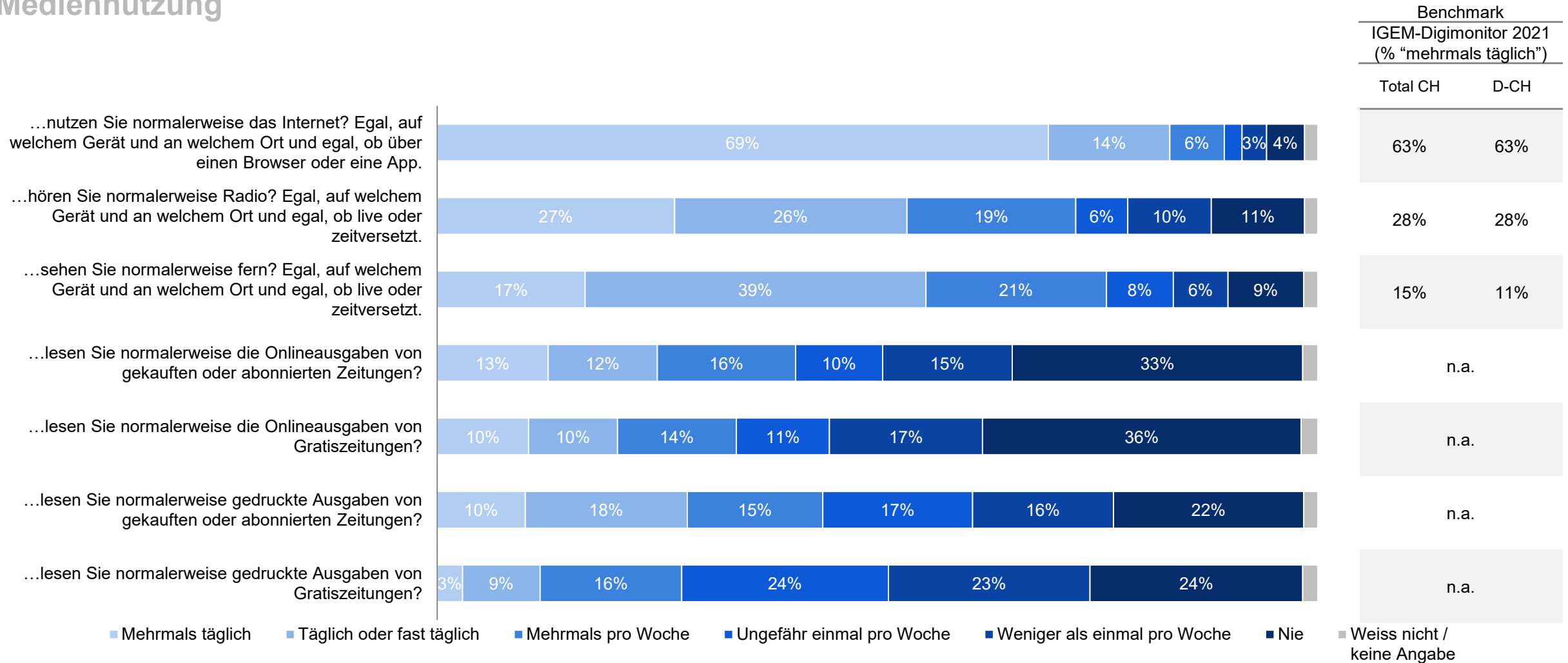
Stichprobenstruktur

Ungewichtet



Persönliche Angaben zu statistischen Zwecken

Mediennutzung



F700: Zum Abschluss bitten wir Sie zu statistischen Zwecken um wenige weitere Angaben zu Ihrer Person. Wie häufig...
 Basis: n=568 | Filter: Alle Befragten | Geschlossene Frage | Datenbeschriftung ab 3%

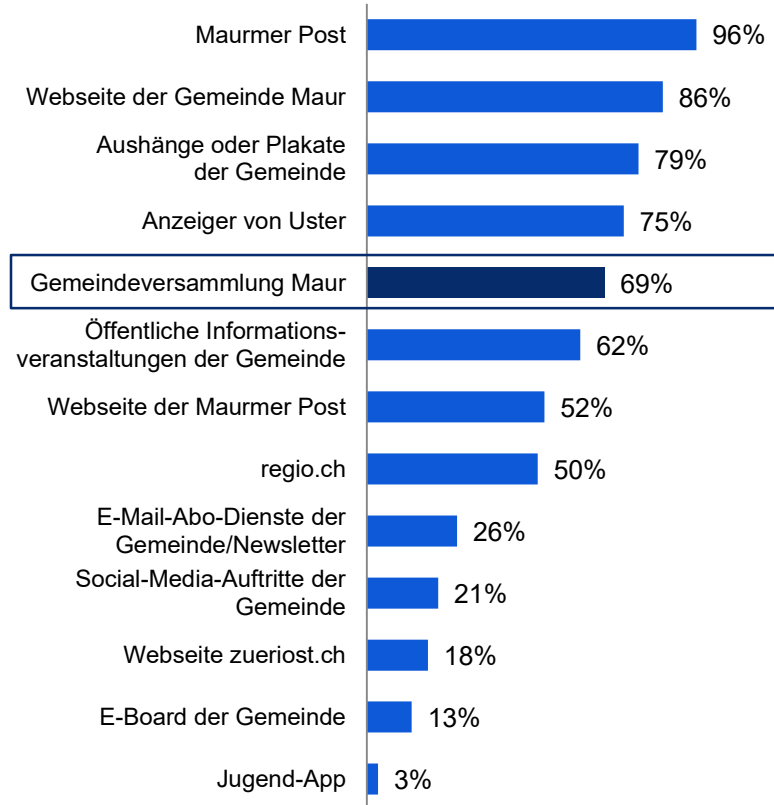
Medienverhalten, Bekanntheit und Nutzung von Informations-/Kommunikationskanälen

Bekanntheit und Nutzung Informations- und Kommunikationskanäle

Bekanntheit

Basis: n=568 | Filter: Alle Befragten

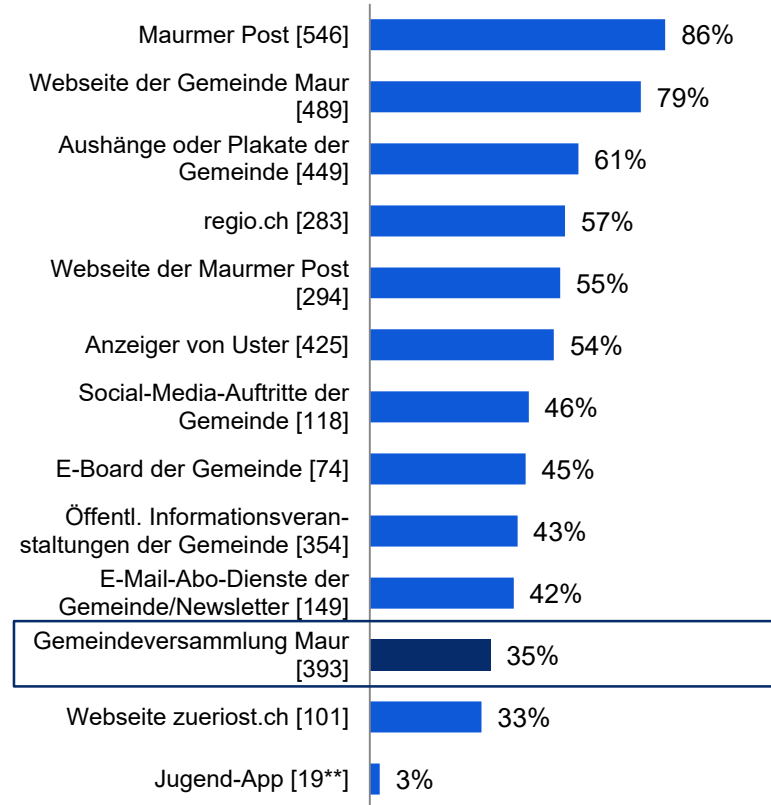
Lesebeispiel: 69% der Befragten kennen die Gemeindeversammlung.



Nutzung prozentuiert auf «Kenner»

Basis: n=[] | Filter: Kennt den/die Kommunikationskanäle

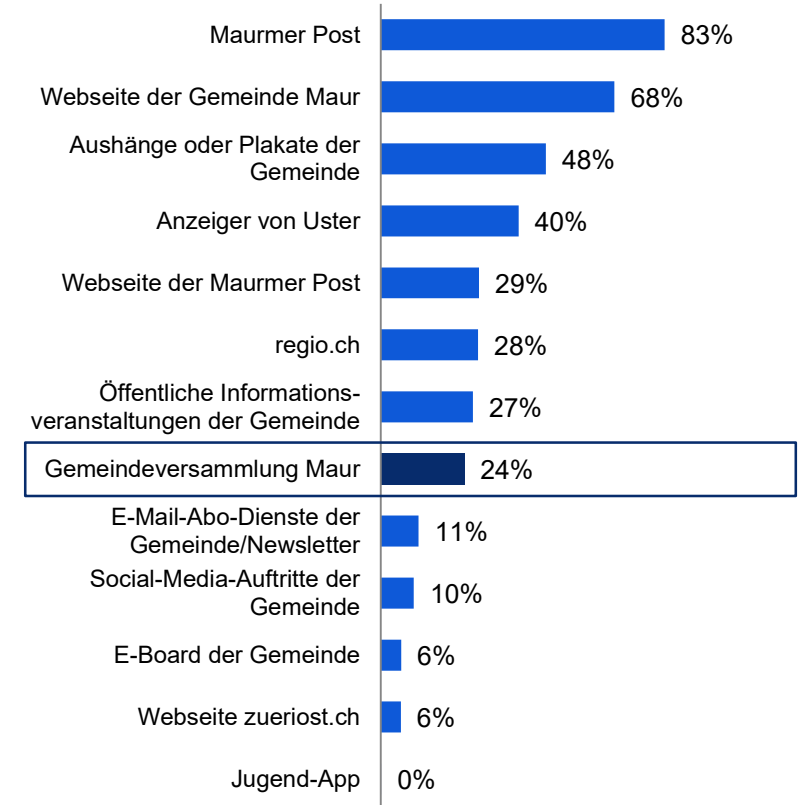
Lesebeispiel: Von den 69% aller Befragten, die die Gemeindeversammlung kennen, nutzen 35% diese auch.



Nutzung prozentuiert auf alle Befragten

Basis: n=568 | Filter: Kennt den/die Kommunikationskanäle

Lesebeispiel: 24% aller Befragten nutzen die Gemeindeversammlung

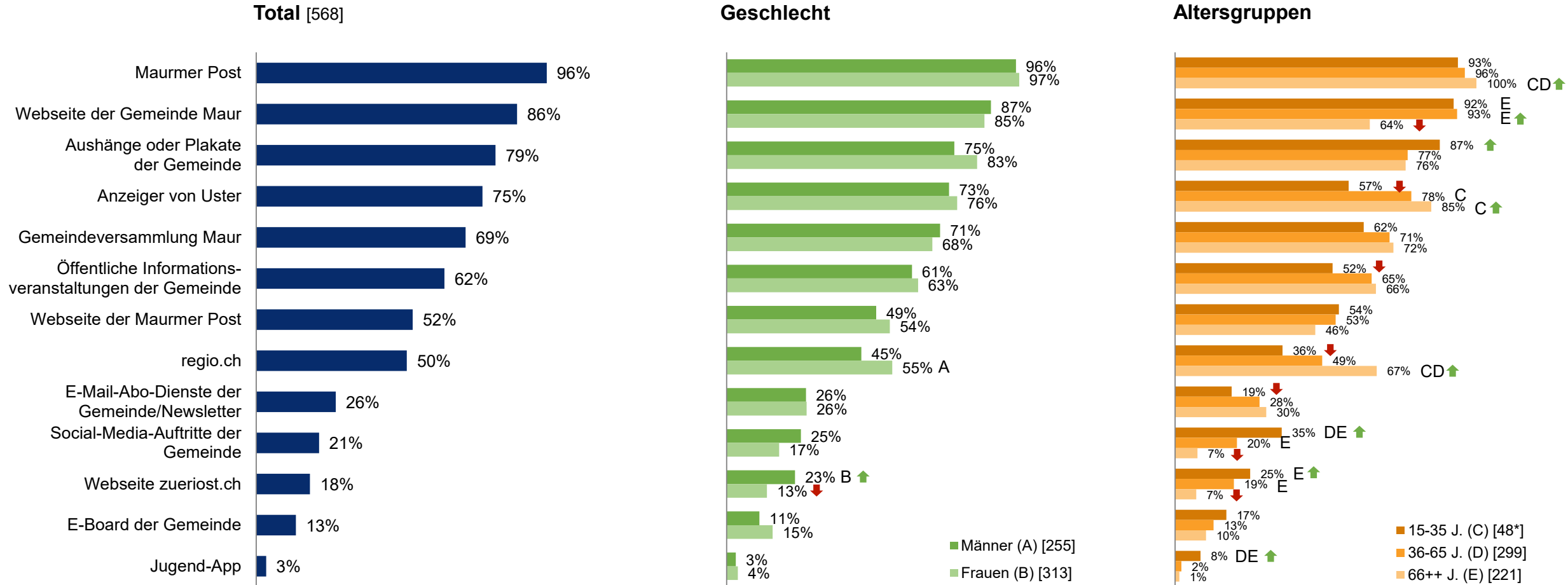


F210: Welche der folgenden Informations- und Kommunikationskanäle KENNEN Sie? | F220: Und welche(n) dieser Informations- und Kommunikationskanäle NUTZEN Sie?

Basis: n=[] | Filter: Siehe oben | Geschlossene Fragen | **Sehr kleine Basis <30

Medienverhalten, Bekanntheit und Nutzung von Informations-/Kommunikationskanälen

Bekanntheit Informations- und Kommunikationskanäle



F210: Welche der folgenden Informations- und Kommunikationskanäle KENNEN Sie?

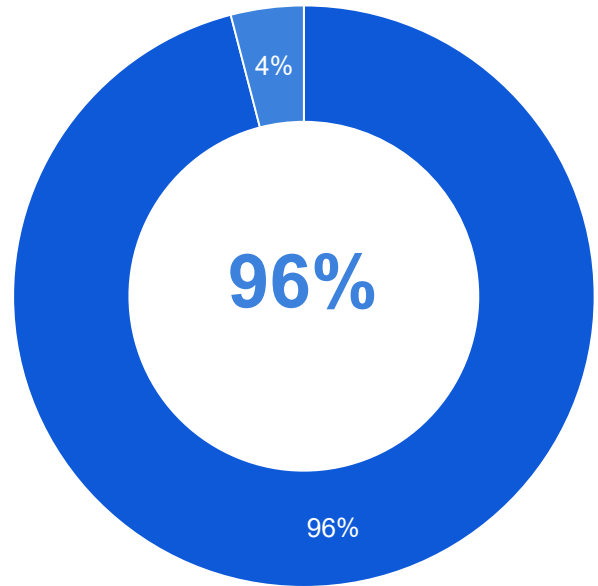
Basis: n=[] | Filter: Alle Befragten | Geschlossene Frage ↑ signifikant höher als Total ↓ signifikant tiefer als Total | *Kleine Basis < 50

Die hinter den Werten gesetzten Buchstaben bedeuten einen signifikanten Unterschied (95% Niveau) im Vergleich zu den jeweiligen Gruppen, für die die Buchstaben stellvertretend sind.

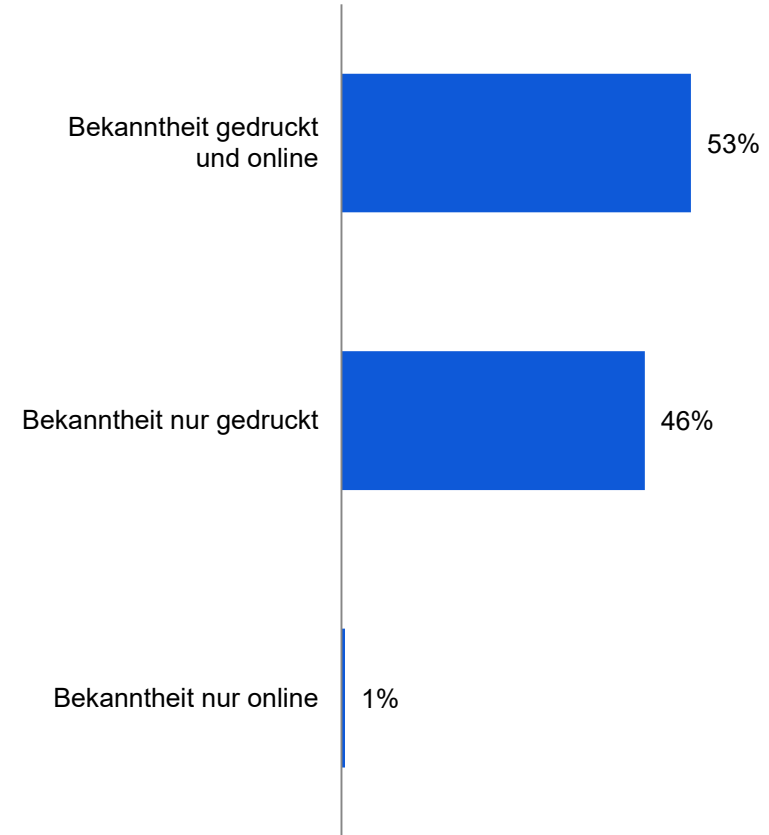
Medienverhalten, Bekanntheit und Nutzung von Informations-/Kommunikationskanälen

Konsolidierte Werte Bekanntheit Maurmer Post

Bekanntheit der Maurmer Post



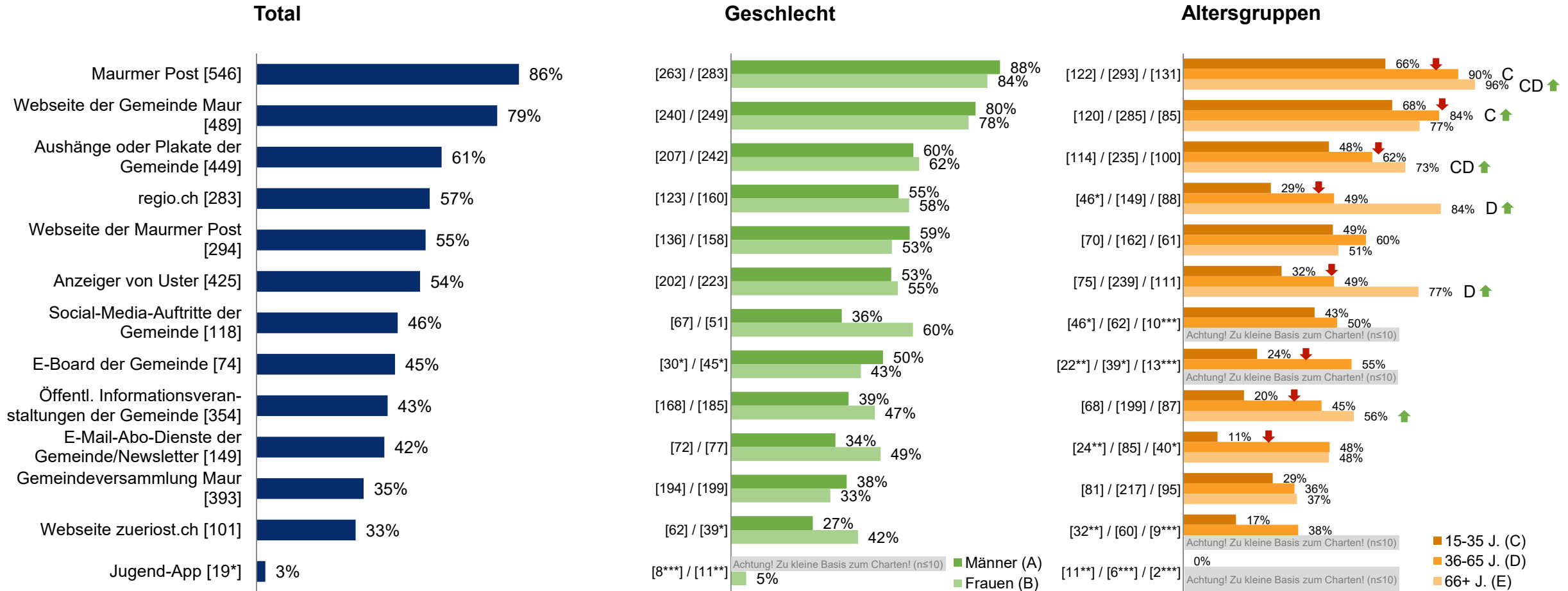
- Bekanntheit MP entweder gedruckt oder online
- Bekanntheit MP weder gedruckt noch online



F220: Und welche(n) dieser Informations- und Kommunikationskanäle KENNEN Sie?
Basis: n=568 | Filter: Alle Befragten

Medienverhalten, Bekanntheit und Nutzung von Informations-/Kommunikationskanälen

Nutzung Informations- und Kommunikationskanäle

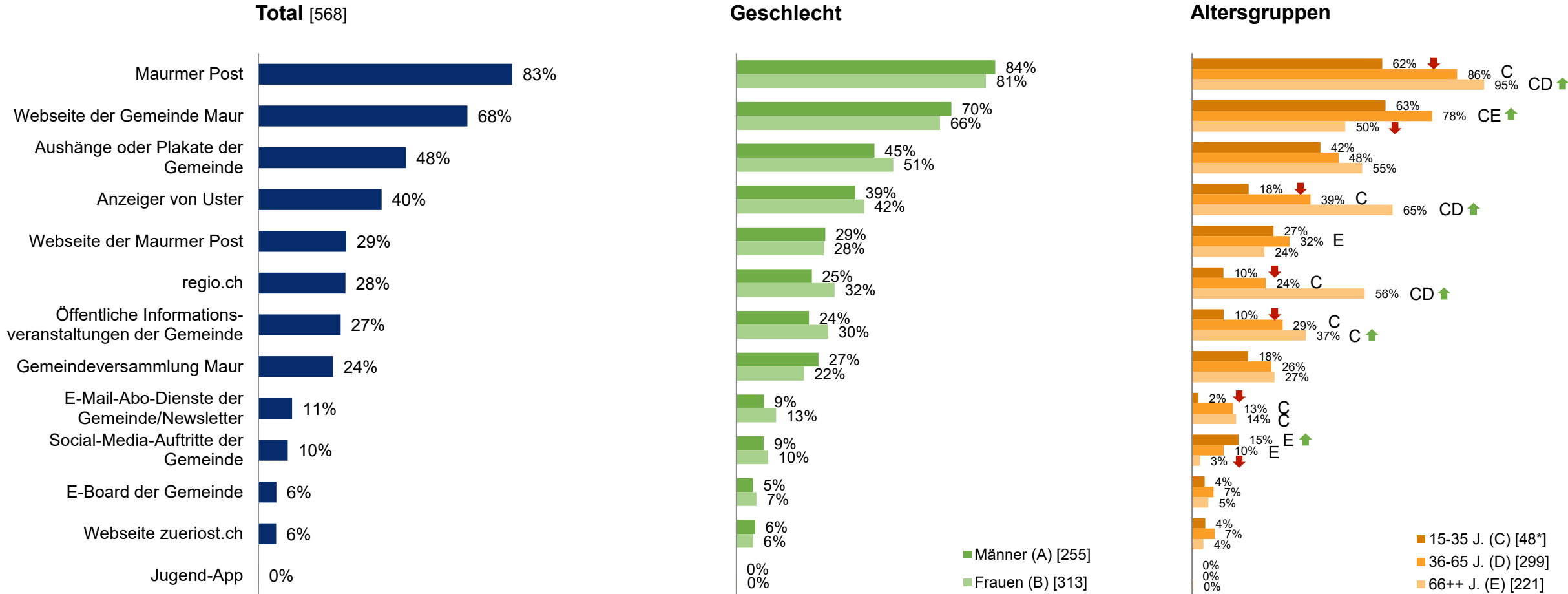


F220: Und welche(n) dieser Informations- und Kommunikationskanäle NUTZEN Sie?

Basis: n=[] | Filter: Kennen die jeweiligen Informations- und Kommunikationskanäle | Geschlossene Frage | ▲ signifikant höher als Total; ▼ signifikant tiefer als Total | *Kleine Basis <50; **Sehr kleine Basis <30; Basis < 10: nicht ausgewiesen
Die hinter den Werten gesetzten Buchstaben bedeuten einen signifikanten Unterschied (95% Niveau) im Vergleich zu den jeweiligen Gruppen, für die die Buchstaben stellvertretend sind.

Medienverhalten, Bekanntheit und Nutzung von Informations-/Kommunikationskanälen

Nutzung Informations- und Kommunikationskanäle



F220: Und welche(n) dieser Informations- und Kommunikationskanäle NUTZEN Sie?

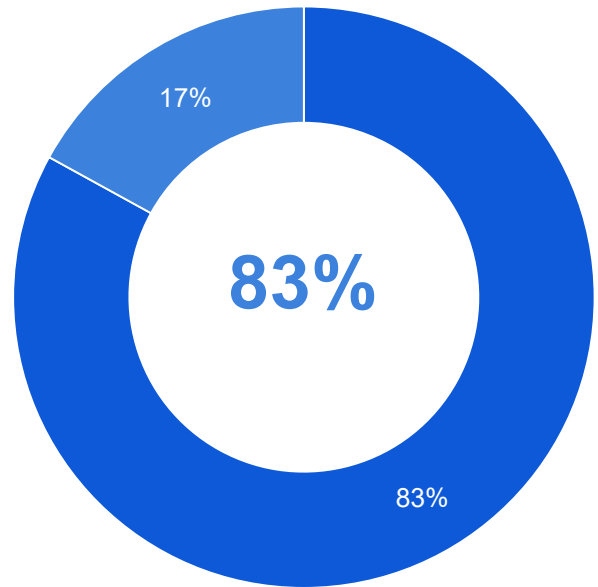
Basis: n=[] | Filter: Alle Befragten | Geschlossene Frage | ↑ signifikant höher als Total; ↓ signifikant tiefer als Total | *Kleine Basis < 50

Die hinter den Werten gesetzten Buchstaben bedeuten einen signifikanten Unterschied (95% Niveau) im Vergleich zu den jeweiligen Gruppen, für die die Buchstaben stellvertretend sind.

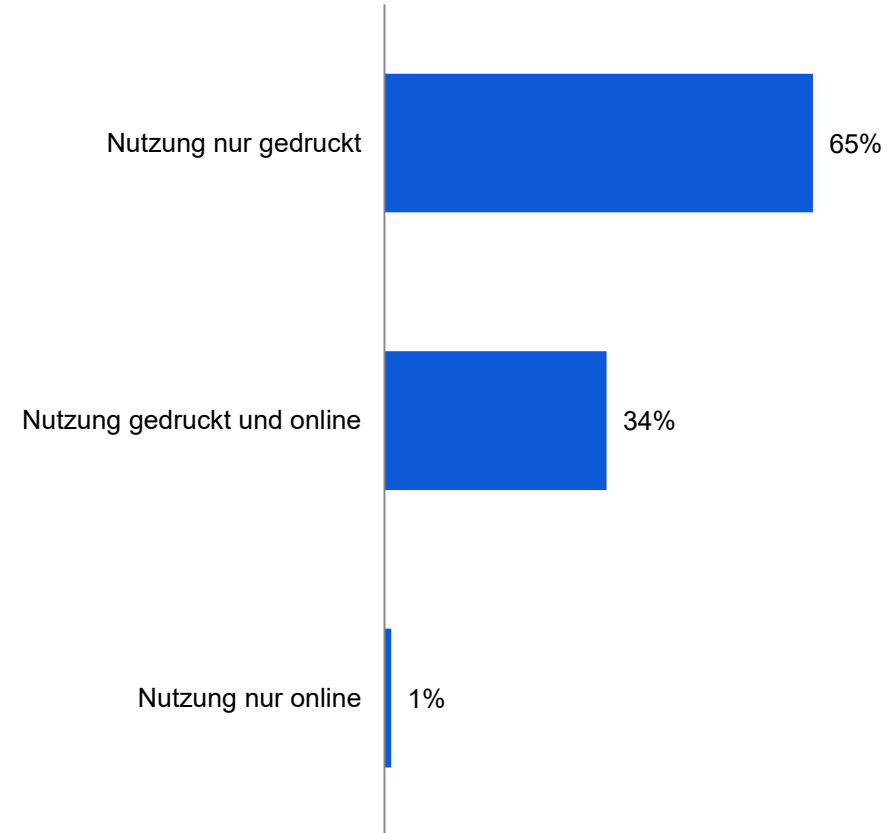
Medienverhalten, Bekanntheit und Nutzung von Informations-/Kommunikationskanälen

Konsolidierte Werte Nutzung Maurmer Post

Nutzung der Maurmer Post

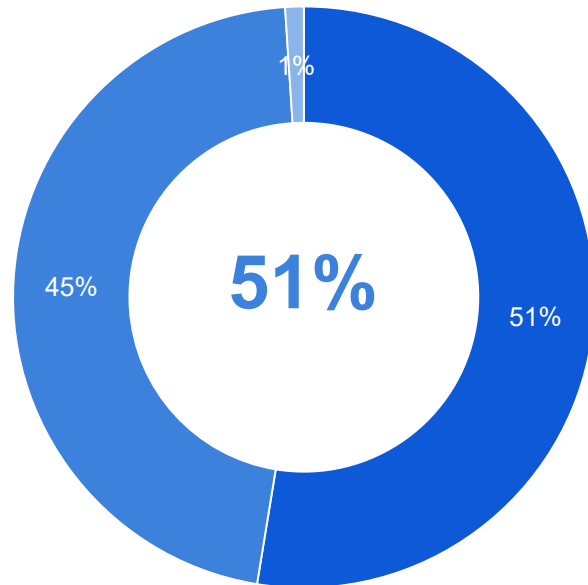


- Nutzung MP entweder gedruckt oder online
- Nutzung MP weder gedruckt noch online

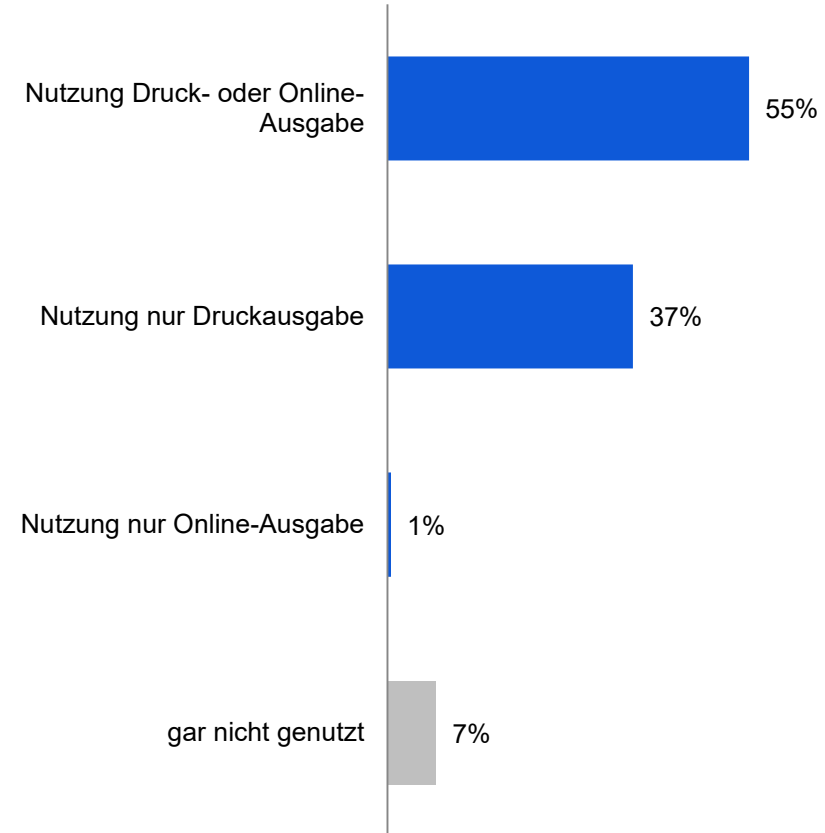


Medienverhalten, Bekanntheit und Nutzung von Informations-/Kommunikationskanälen

Nutzung Druck- und Online-Ausgabe durch Kenner beide Publikationskanäle



- Bekanntheit MP gedruckt und online
- Bekanntheit nur gedruckt
- Bekanntheit nur online

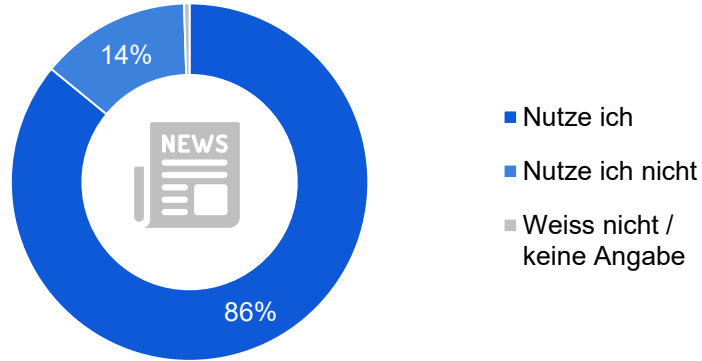


Medienverhalten, Bekanntheit und Nutzung von Informations-/Kommunikationskanälen

Gründe Nicht-Nutzung Maurmer Post

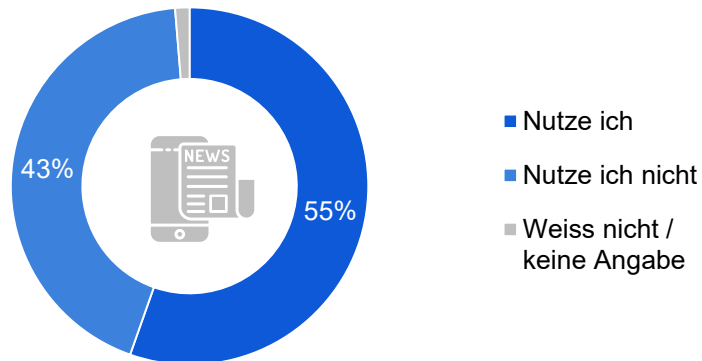
Maurmer Post gedruckt

Basis: n=546 | Filter: Kennt die gedruckte Ausgabe der Maurmer Post



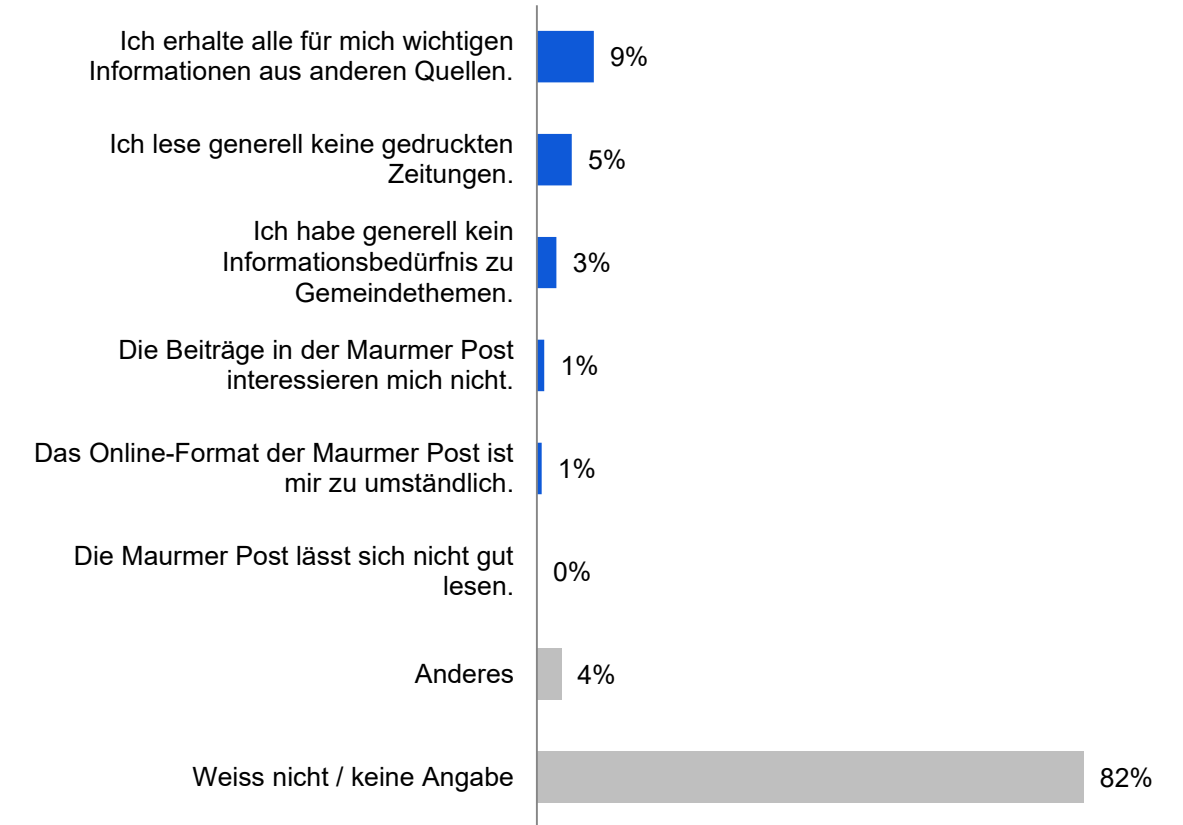
Maurmer Post online

Basis: n=294 | Filter: Kennt die Webseite der Maurmer Post



Gründe Nicht-Nutzung Maurmer Post – Total

Basis: n=64 | Filter: Nutzt weder Print- noch Online-Ausgabe der Maurmer Post



F220: Und welche(n) dieser Informations- und Kommunikationskanäle NUTZEN Sie?

F240: Die Maurmer Post informiert die Maurmer Bevölkerung über verschiedene Themen aus Politik und Gesellschaft. Aus welchen Gründen nutzen Sie die Maurmer Post nicht?

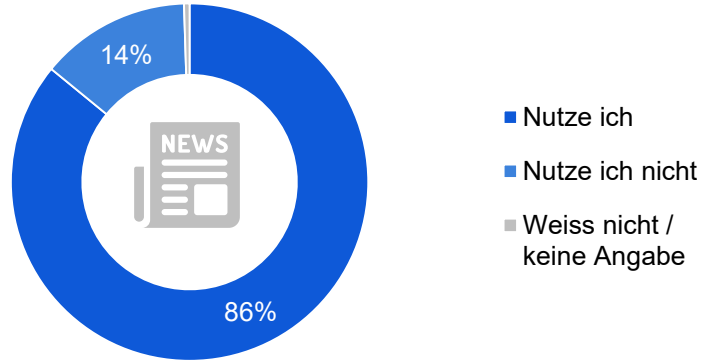
Basis: n=[] | Filter: Siehe oben | Geschlossene Frage (F220) & Halboffene Frage (F240) | Diagramm rechts auf alle Antworten prozentuiert (inkl. „Anderes“ und „Weiss nicht / keine Angabe“)

Medienverhalten, Bekanntheit und Nutzung von Informations-/Kommunikationskanälen

Gründe Nicht-Nutzung Maurmer Post

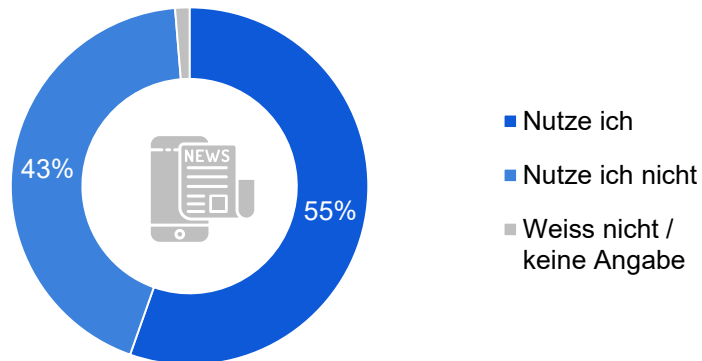
Maurmer Post gedruckt

Basis: n=546 | Filter: Kennt die gedruckte Ausgabe der Maurmer Post



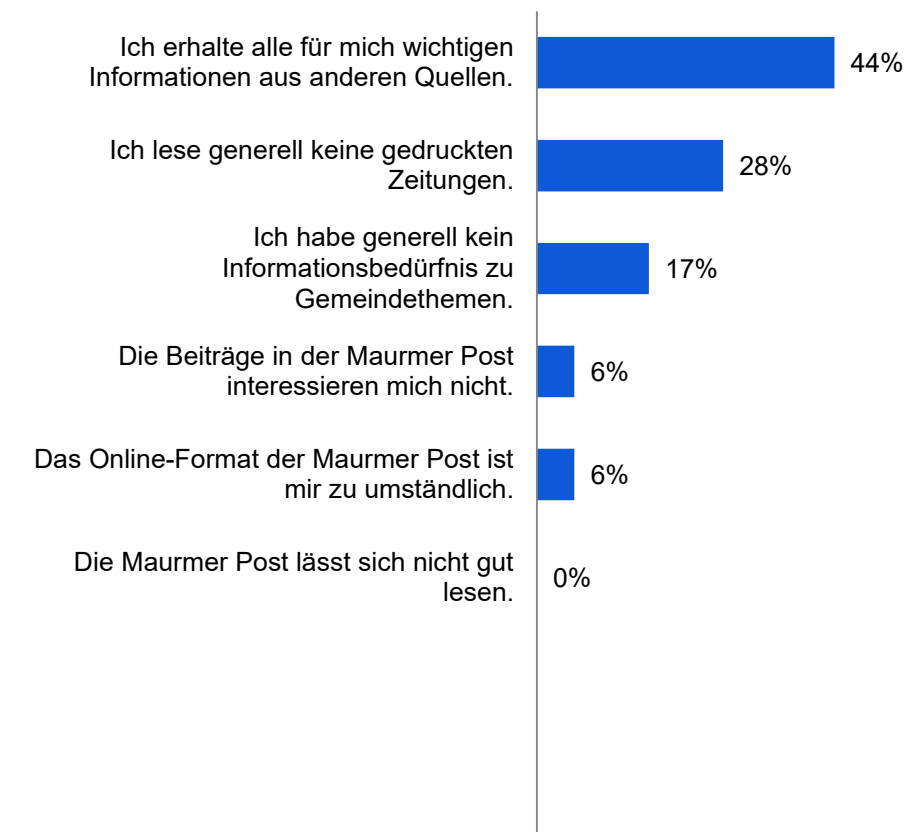
Maurmer Post online

Basis: n=294 | Filter: Kennt die Webseite der Maurmer Post



Gründe Nicht-Nutzung Maurmer Post – Total

Basis: n=64 | Filter: Nutzt weder Print- noch Online-Ausgabe der Maurmer Post



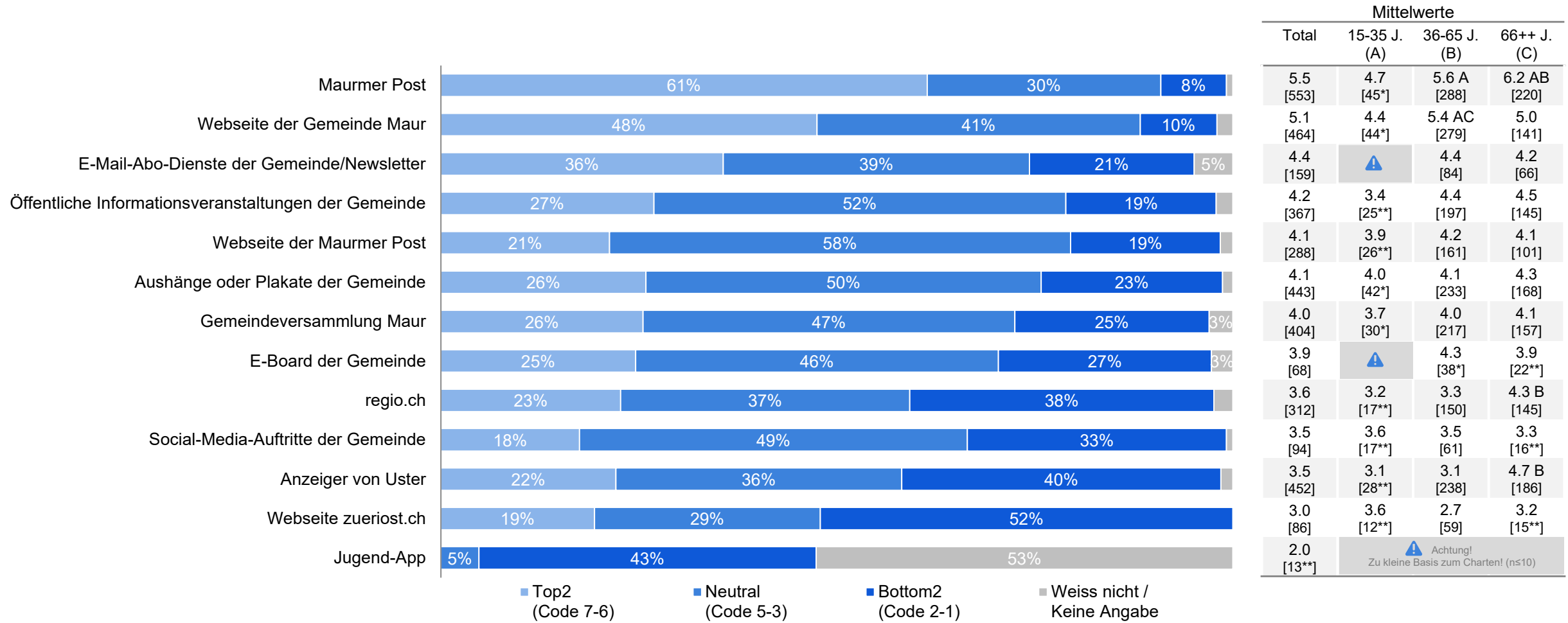
F220: Und welche(n) dieser Informations- und Kommunikationskanäle NUTZEN Sie?

F240: Die Maurmer Post informiert die Maurmer Bevölkerung über verschiedene Themen aus Politik und Gesellschaft. Aus welchen Gründen nutzen Sie die Maurmer Post nicht?

Basis: n=[] | Filter: Siehe oben | Geschlossene Frage (F220) & Halboffene Frage (F240) | Diagramm rechts nur auf gültige Antworten prozentuiert (ohne „Anderes“ und „Weiss nicht / keine Angabe“)

Medienverhalten, Bekanntheit und Nutzung von Informations-/Kommunikationskanälen

Wichtigkeit Informations- und Kommunikationskanäle

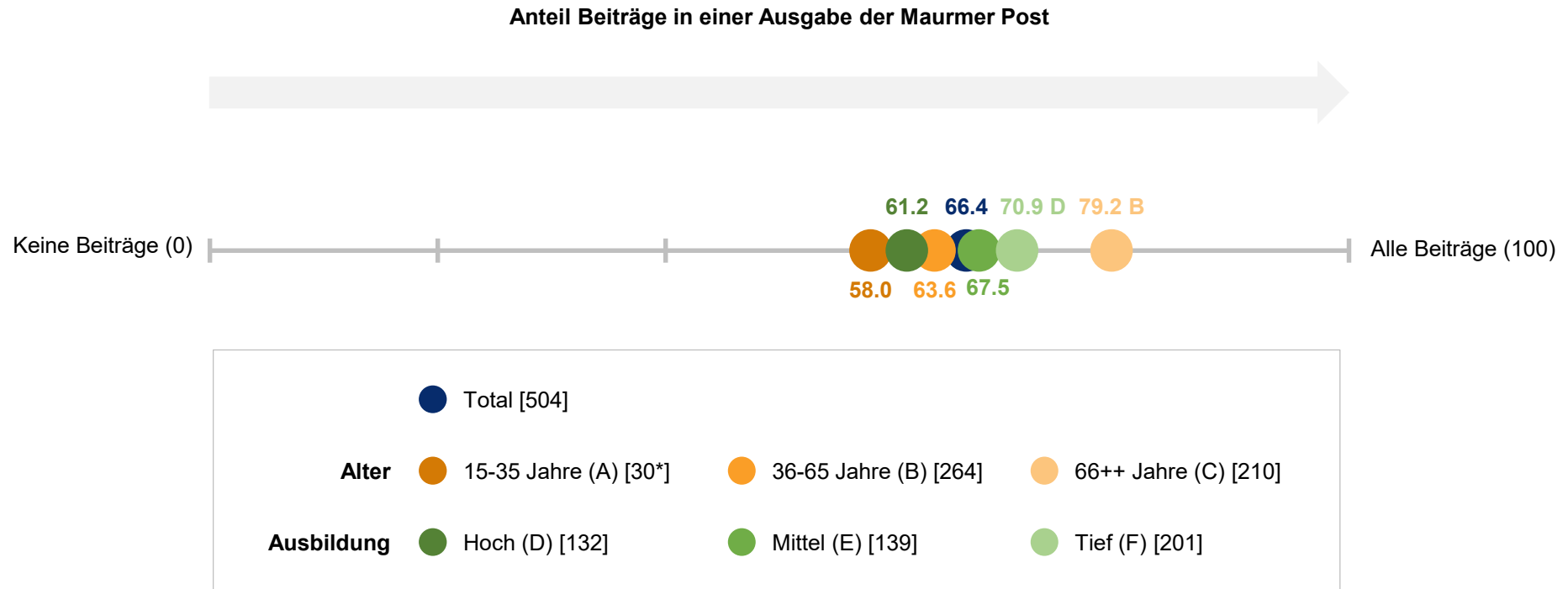


F230: Wie wichtig sind diese Kanäle für Sie persönlich, um sich über das Geschehen und Leben in Maur zu informieren?

Basis: n=[] | Filter: Kennen die jeweiligen Informations- und Kommunikationskanäle | Skalierte Frage: 1= überhaupt nicht wichtig bis 7= sehr wichtig | Datenbeschriftung ab 3% | *Kleine Basis <50; **Sehr kleine Basis <30; Basis < 10: nicht ausgewiesen
Die hinter den Mittelwerten gesetzten Buchstaben bedeuten einen signifikanten Unterschied (95% Niveau) im Vergleich zu den jeweiligen Gruppen, für die die Buchstaben stellvertretend sind.

Medienverhalten, Bekanntheit und Nutzung von Informations-/Kommunikationskanälen

Anteil Beiträge in einer Ausgabe der Maurmer Post



F250: Wie viele Beiträge einer Ausgabe der Maurmer Post lesen Sie in der Regel genau durch bzw. schauen Sie sich genau an? Dabei ist es egal, ob es sich um die gedruckte Maurmer Post oder die Onlineversion handelt.

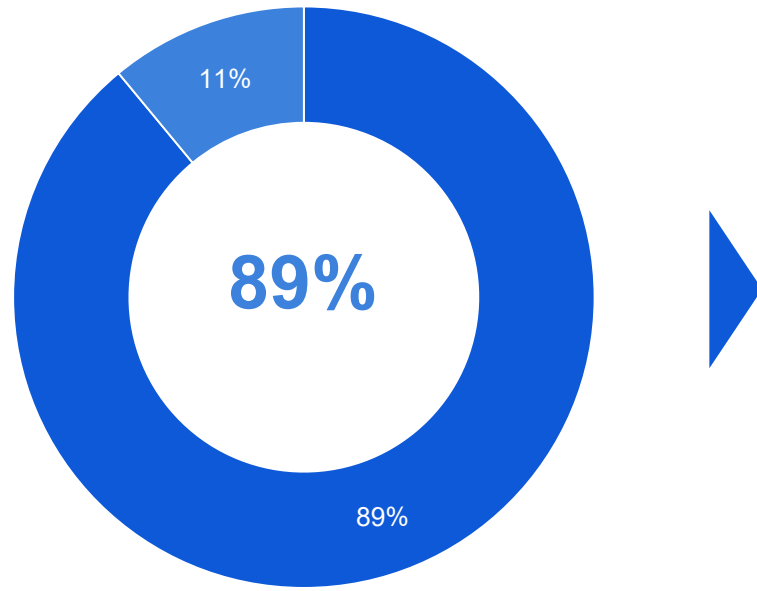
Basis: n=[] | Filter: Nutzt entweder Print- oder Online-Ausgabe der Maurmer Post | Schieberegler | *Kleine Basis < 50

Die hinter den Mittelwerten gesetzten Buchstaben bedeuten einen signifikanten Unterschied (95% Niveau) im Vergleich zu den jeweiligen Gruppen, für die die Buchstaben stellvertretend sind.

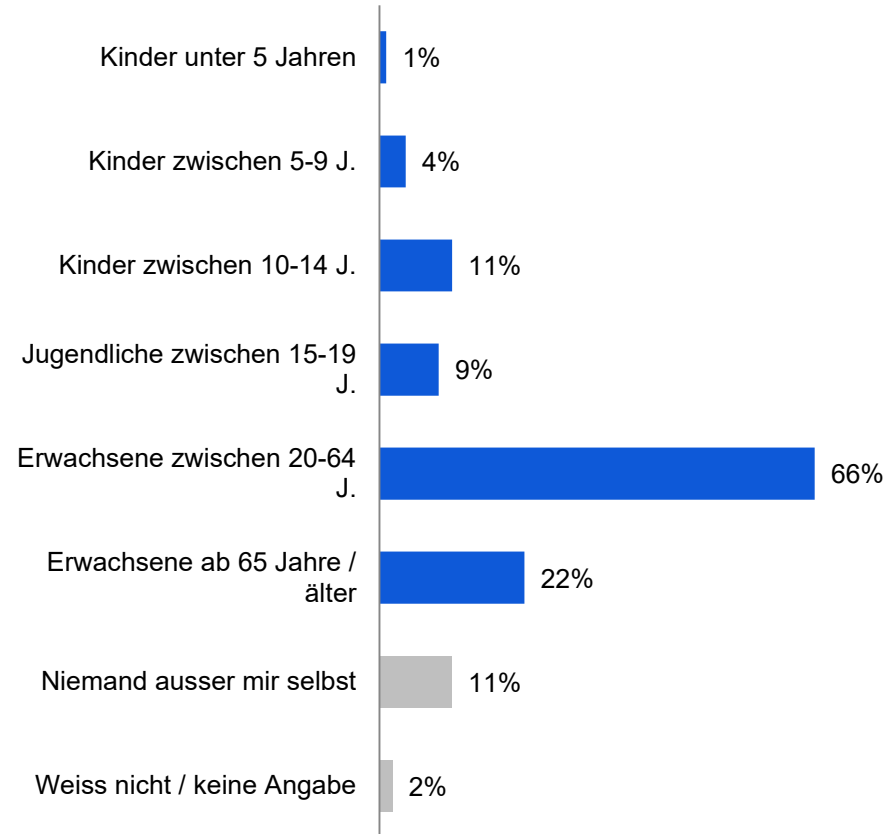
Medienverhalten, Bekanntheit und Nutzung von Informations-/Kommunikationskanälen

Weitere Leser/innen im Haushalt

Anteil andere Leser/Innen im Haushalt – MP von befragter Person selbst genutzt



- weitere Leser/innen im Mehr-Personen-Haushalt
- keine weiteren Leser/innen im Mehr-Personen-Haushalt



F260: Welche von den anderen Personen in Ihrem Haushalt lesen die Maurmer Post sonst oder schauen sich die Maurmer Post an, egal ob gedruckt oder online? (Befragte Person nutzt die MP selbst)
 Basis: n=322 | Filter: Nutzt entweder Print- oder Online-Ausgabe der Maurmer Post und lebt nicht allein | Geschlossene Frage

Wache 12, Freitag, 30. April 2021

Ausgabe 11 maurmerpost.ch

Maurmer Post



Verschärfte Benutzungsbedingungen bei der «Chuchi Binz»

Kochevents nur noch für Geimpfte

«Offen Geimpfte häufig Privilegien erhalten?» Diese Diskussion wird aktuell immer wieder geführt. Offizielle Stellen versichern zwar, dass Nichtgeimpfte keine Einblicke in den öffentlichen Lebens erleben dürfen. Der Entwurf lang läuft aber klar darauf hinaus, dass manche primäre Charakteristika von Geimpften unabhängig von weiteren Faktoren gibt es in den letzten einen solchen ersten Jahr.



Geimpfte Lunch in der Taverne Küche «Chuchi Binz» finden vor Ausbruch der Pandemie Bild: SPZ

Editorial



Liebe Lesende,
Liebe Leser

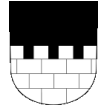
Sein berühmter
Jung hat sich den
Bismarck - Aus-
scheidet mit der
Erbschaft der
Weltmann keine tolle Person
Sinn ist. Dass ein Wissenschaftler
denn Meier das Können von
die Zahlen sind, gehen zur
manipuliert geschickter hat, sind
hinterherher! Und dass man
wieder gut nicht reüssieren

Wir können nur hoffen, dass
Wissenschaftler, die sich
nicht in den realen Welt
sind zu prüfen. Wir haben
mit einem Charakter im
ist schnell abgeklappt - so
schon und verbindet man
Wir brauchen also keine
In Ländern, die
den wir dennoch die Erbschaft
des Kontext, während die Welt
und wir können nicht sagen
schweizer Kultur ist relevant.

Was aber war es, nach so dem
Ende? Was ist der Grund, dass
Und wir können sagen, dass
sagen kann und sagen, dass
eine Mission ist, was wir im
Lebenswelt sind. Wie viel
Lebenswelt sind, dass
Welt, was wir sagen, dass
in Form und Inhalt sind
nicht so gut sein können
Hilfslos, Anna K.

3

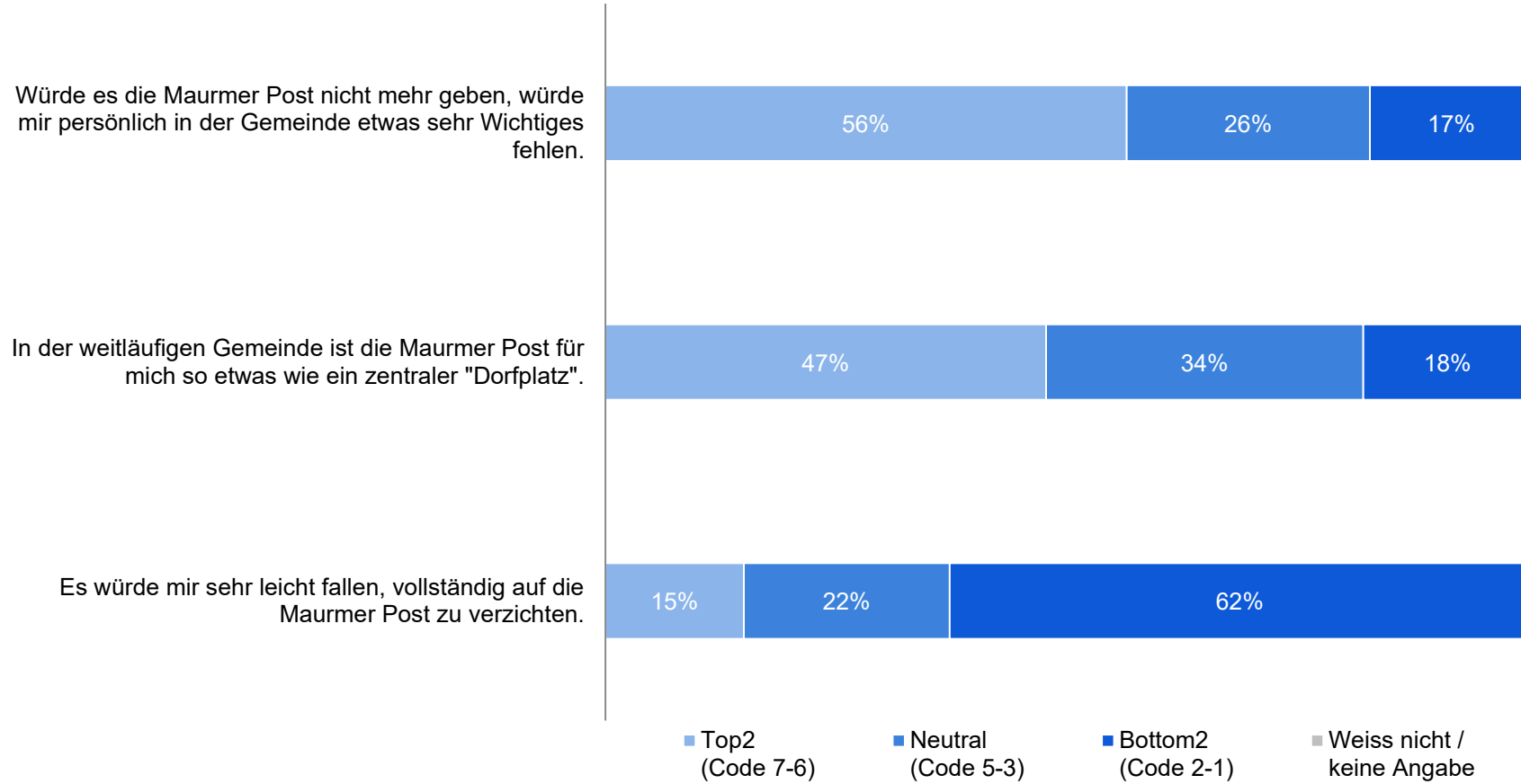
Vertiefung Maurmer Post



LINK

Vertiefung Maurmer Post

Stellenwert Maurmer Post

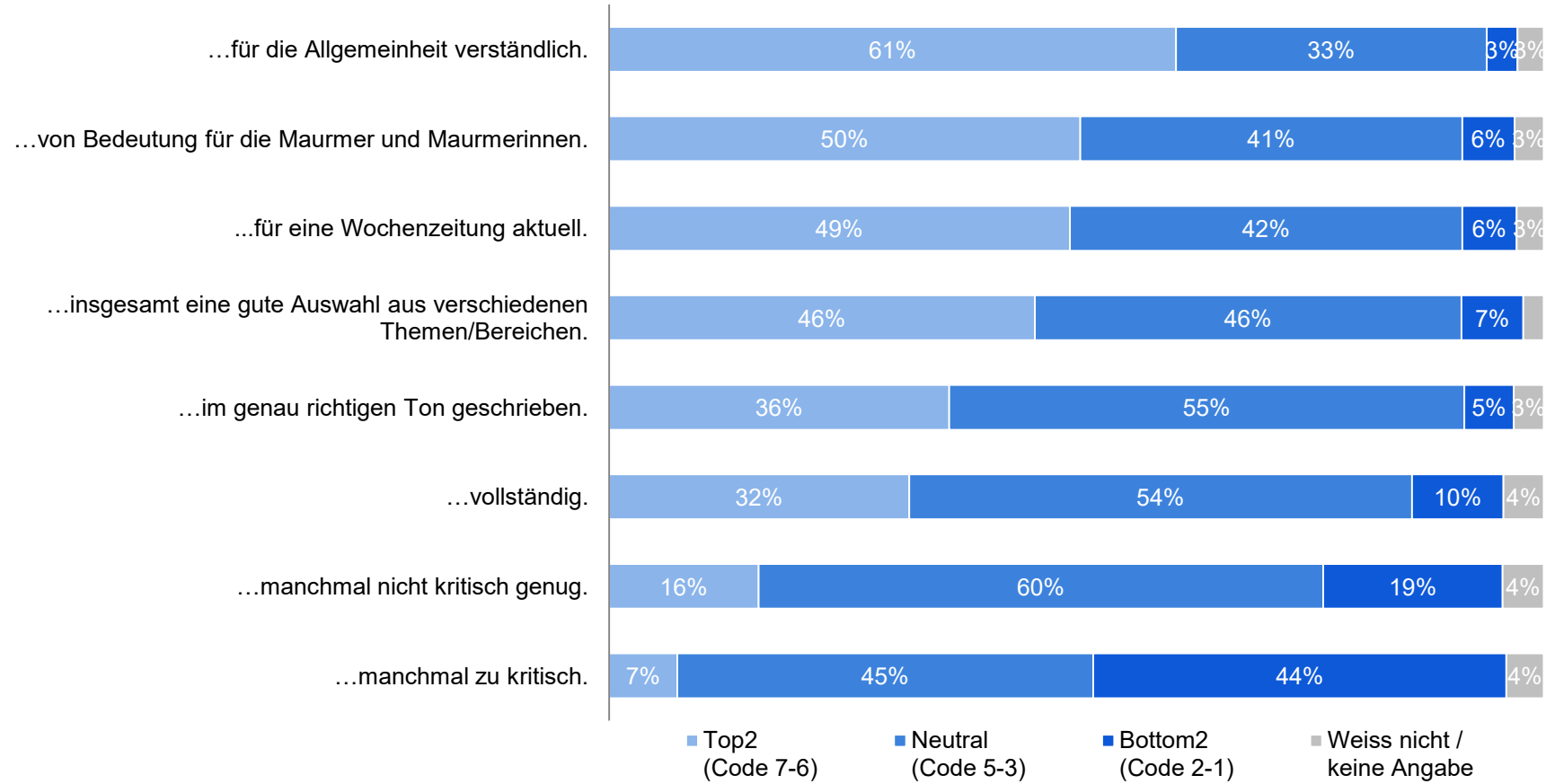


Total	Alter (in Jahren)			Vereinsengagement		
	15-35 (A)	36-65 (B)	66++ (C)	Keines (D)	Passiv (E)	Aktiv° (F)
[556]	[45*]	[291]	[220]	[368]	[53]	[112]
5.2	4.0	5.2 A	6.1 AB	4.9	5.7 D	5.8 D
4.9	3.8	4.9 A	5.7 AB	4.6	5.2	5.4 D
2.7	3.9 BC	2.6 C	1.7	2.8 E	2.1	2.4

F300: In den nächsten Fragen geht es weiter konkret um die Maurmer Post. Wie sehr stimmen Sie persönlich den folgenden Aussagen zur Maurmer Post zu bzw. stimmen diesen nicht zu?
 Basis: n=[] | Filter: Kennt entweder Print- oder Online-Ausgabe der Maurmer Post | Skalierte Frage: 1= stimme überhaupt nicht zu bis 7= stimme voll und ganz zu | °mit/ohne Vorstand | Datenbeschriftung ab 3% | *Kleine Basis < 50
 Die hinter den Mittelwerten gesetzten Buchstaben bedeuten einen signifikanten Unterschied (95% Niveau) im Vergleich zu den jeweiligen Gruppen, für die die Buchstaben stellvertretend sind.

Vertiefung Maurmer Post

Qualität Maurmer Post



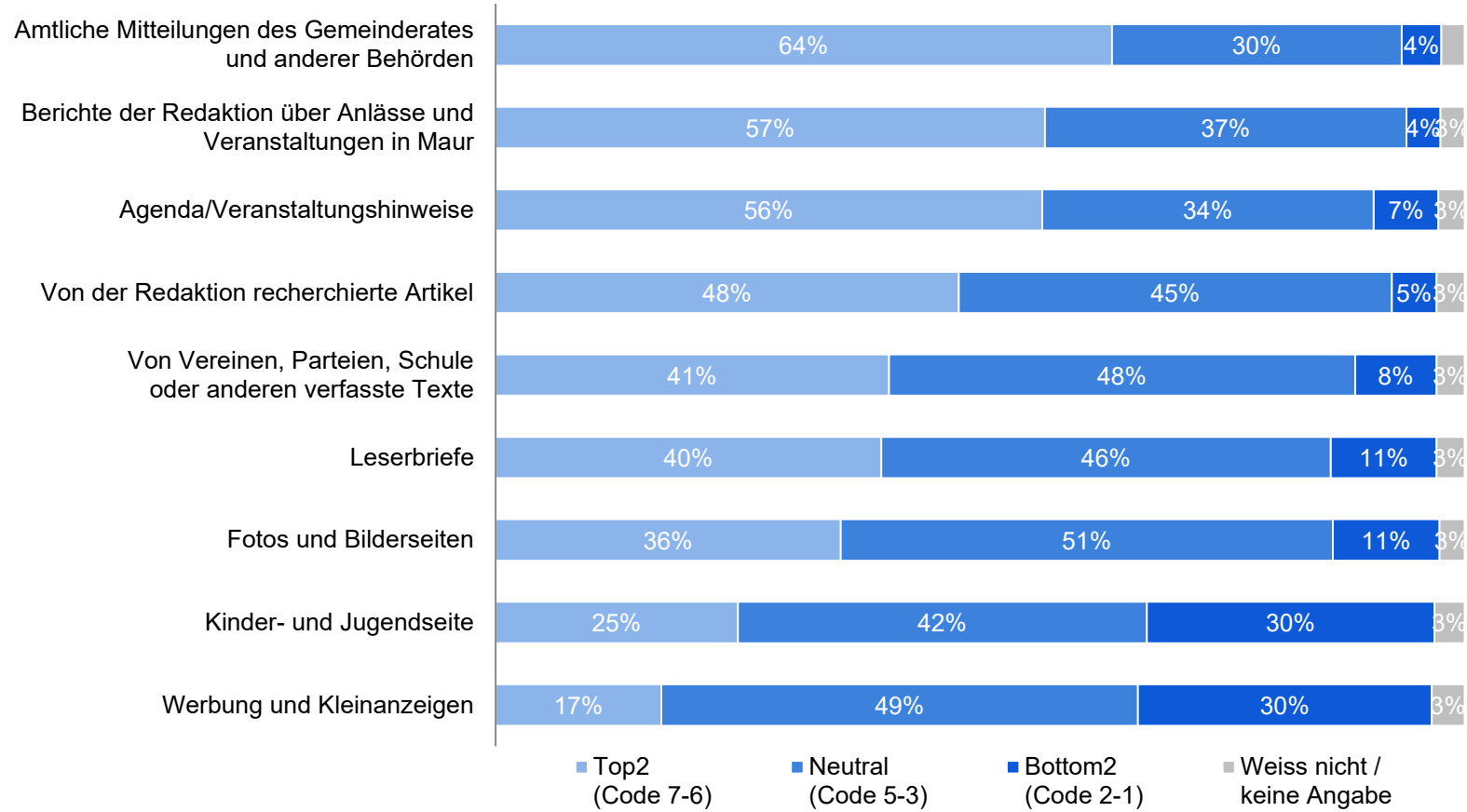
Total	Mittelwerte								
	Alter (in Jahren)			Stellenwert MP			Vereinsengagement		
	15-35 (A)	36-65 (B)	66++ (C)	Hoch (D)	Mittel (E)	Niedrig (F)	Keines (G)	Passiv (H)	Aktiv° (I)
[556]	[45*]	[291]	[220]	[355]	[138]	[57]	[368]	[53]	[112]
...für die Allgemeinheit verständlich.	5.7	5.3	5.7	6.1 AB	6.3 EF	5.3 F	4.2	5.6	5.9
...von Bedeutung für die Maurmer und Maurmerinnen.	5.3	4.7	5.3 A	5.9 AB	6.1 EF	4.7 F	3.4	5.1	5.7 G
...für eine Wochenzeitung aktuell.	5.3	5.3	5.1	5.7 B	5.9 EF	4.7 F	3.9	5.2	5.3 G
...insgesamt eine gute Auswahl aus verschiedenen Themen/Bereichen.	5.1	4.8	5.0	5.6 AB	5.8 EF	4.5 F	3.6	5.0	5.5
...im genau richtigen Ton geschrieben.	5.0	4.5	4.9	5.4 AB	5.5 EF	4.4 F	3.8	4.9	5.0
...vollständig.	4.8	4.8	4.7	5.0 B	5.3 EF	4.2	3.8	4.8	4.7
...manchmal nicht kritisch genug.	3.9	3.6	3.9	4.2 AB	4.0	3.7	3.8	3.8	4.3 G
...manchmal zu kritisch.	3.0	3.1	3.0	2.8	3.0	2.9	3.1	3.0	2.9

F310: Wie sehr treffen für Sie persönlich die folgenden Punkte zu? Die Beiträge in der Maurmer Post sind...

Basis: n=[] | Filter: Kennt entweder Print- oder Online-Ausgabe der Maurmer Post | Skalierte Frage: 1= trifft überhaupt nicht zu bis 7= trifft voll und ganz zu | °mit/ohne Vorstand | Datenbeschriftung ab 3% | *Kleine Basis < 50
Die hinter den Mittelwerten gesetzten Buchstaben bedeuten einen signifikanten Unterschied (95% Niveau) im Vergleich zu den jeweiligen Gruppen, für die die Buchstaben stellvertretend sind.

Vertiefung Maurmer Post

Wichtigkeit Beiträge in der Maurmer Post



Total	Mittelwerte								
	Alter (in Jahren)			Stellenwert MP			Vereinsengagement		
	15-35 (A)	36-65 (B)	66++ (C)	Hoch (D)	Mittel (E)	Niedrig (F)	Keines (G)	Passiv (H)	Aktiv (I)
[504]	[30*]	[264]	[210]	[349]	[120]	[31*]	[322]	[53]	[108]
5.7	5.2	5.7	6.3 B	6.1 E	5.2	4.3	5.6	6.0	6.1 G
5.5	5.2	5.4	5.8 B	5.9 E	4.8	4.0	5.3	5.9 G	5.6
5.4	5.1	5.4	5.8 B	5.8 E	4.8	4.1	5.2	5.9 G	5.8 G
5.3	5.0	5.2	5.5 B	5.8 E	4.5	3.4	5.2	5.5	5.6 G
5.0	5.2	4.8	5.1	5.3 E	4.5	3.6	4.8	5.2	5.3 G
4.9	4.7	4.8	5.2 B	5.2 E	4.3	4.0	4.8	5.0	4.9
4.8	4.8	4.7	5.1 B	5.3 E	4.0	3.8	4.8	4.9	4.9
3.9	4.3	3.9	3.6	4.2 E	3.5	2.9	3.9	4.2	3.7
3.7	3.2	3.7	3.9	4.0 E	3.2	2.8	3.6	3.9	3.6

F320: Bitte denken Sie an die verschiedenen Inhalte, die es in der Maurmer Post gibt. Wie wichtig sind diese für Sie persönlich?
 Basis: n=[] | Filter: Nutzt entweder Print- oder Online-Ausgabe der Maurmer Post | Skalierte Frage: 1= überhaupt nicht wichtig bis 7= sehr wichtig | Datenbeschriftung ab 3% | *Kleine Basis < 50
 Die hinter den Mittelwerten gesetzten Buchstaben bedeuten einen signifikanten Unterschied (95% Niveau) im Vergleich zu den jeweiligen Gruppen, für die die Buchstaben stellvertretend sind.

Vertiefung Maurmer Post

Mögliche Weiterentwicklungen Total

GEDRUCKTE AUSGABE (PRINT)

57%
Rang 1

Details Rangierung Total [568]

Top2	63%
Neutral	6%
Bottom2	17%
Keinen Rang vergeben	14%

Rangierung nach Alter (Rang 1)

15-35 Jahre [48*]	47%
36-65 Jahre [299]	62%
66++ Jahre [221]	54%

Rangierung nach HH (Rang 1)

1 Person [192]	53%
2 Personen [202]	62%
3 & mehr Personen [157]	58%

WEBSEITE MIT EINZELN ABRUFBAREN ARTIKEL UND EINER GESAMTAUSGABE ALS PDF

12%
Rang 1

Details Rangierung Total [568]

Top2	48%
Neutral	21%
Bottom2	15%
Keinen Rang vergeben	16%

Rangierung nach Alter (Rang 1)

15-35 Jahre [48*]	17%
36-65 Jahre [299]	12%
66++ Jahre [221]	6%

Rangierung nach HH (Rang 1)

1 Person [192]	13%
2 Personen [202]	9%
3 & mehr Personen [157]	14%

EINBINDEN DER MAURMER POST IN EINE APP

11%
Rang 1

Details Rangierung Total [568]

Top2	28%
Neutral	14%
Bottom2	43%
Keinen Rang vergeben	15%

Rangierung nach Alter (Rang 1)

15-35 Jahre [48*]	24%
36-65 Jahre [299]	11%
66++ Jahre [221]	1%

Rangierung nach HH (Rang 1)

1 Person [192]	5%
2 Personen [202]	8%
3 & mehr Personen [157]	19%

LINKS ZUR ONLINE-VERSION DER MAURMER POST IN EINEM NEWSLETTER

5%
Rang 1

Details Rangierung Total [568]

Top2	22%
Neutral	31%
Bottom2	30%
Keinen Rang vergeben	17%

Rangierung nach Alter (Rang 1)

15-35 Jahre [48*]	7%
36-65 Jahre [299]	5%
66++ Jahre [221]	4%

Rangierung nach HH (Rang 1)

1 Person [192]	4%
2 Personen [202]	6%
3 & mehr Personen [157]	5%

LINKS ZUR ONLINE-VERSION DER MAURMER POST AUF SOCIAL MEDIA-KANÄLEN

3%
Rang 1

Details Rangierung Total [568]

Top2	12%
Neutral	12%
Bottom2	61%
Keinen Rang vergeben	16%

Rangierung nach Alter (Rang 1)

15-35 Jahre [48*]	4%
36-65 Jahre [299]	4%
66++ Jahre [221]	0%

Rangierung nach HH (Rang 1)

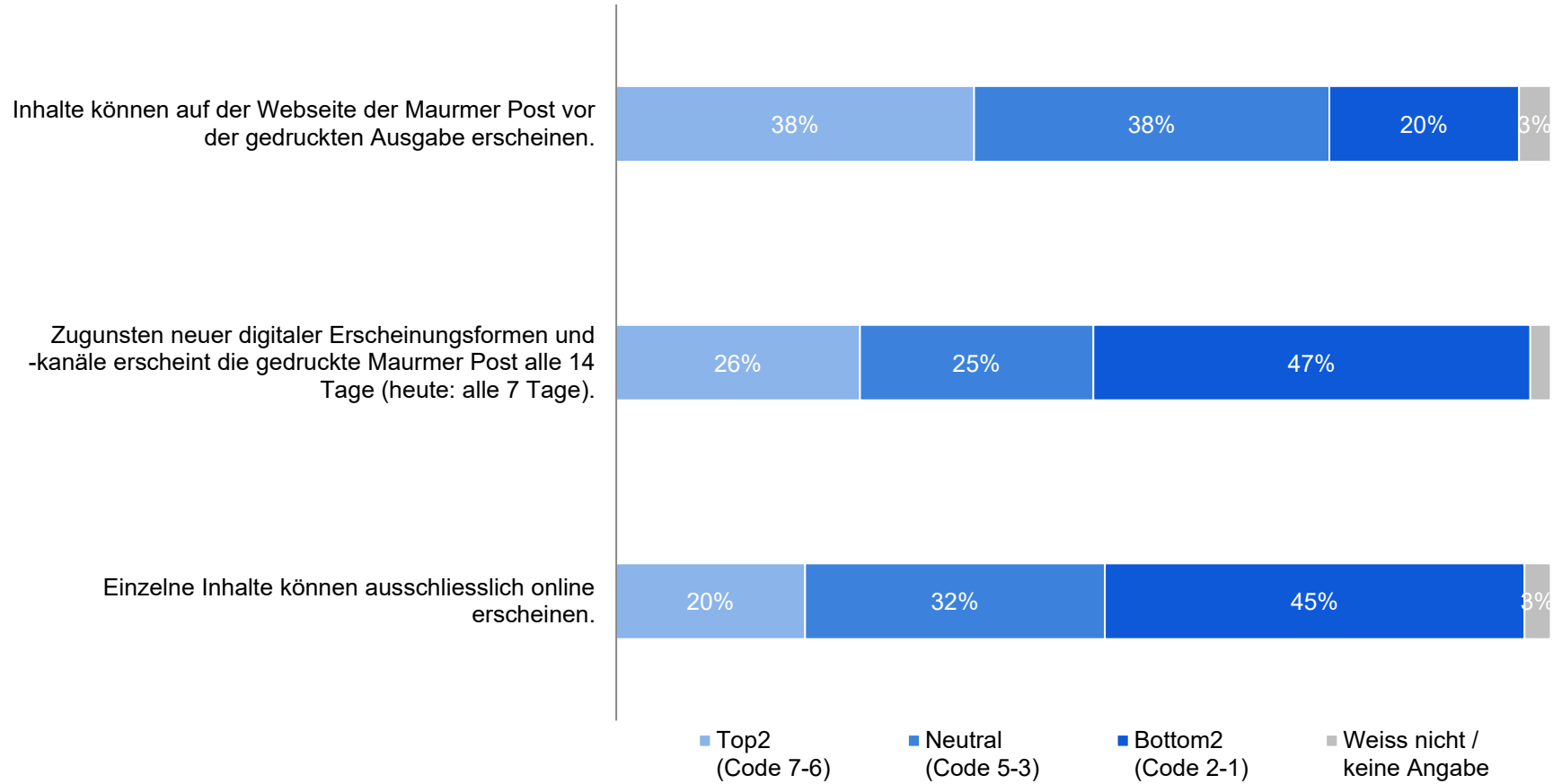
1 Person [192]	4%
2 Personen [202]	3%
3 & mehr Personen [157]	3%

F330: Die Maurmer Post soll weiterentwickelt werden. Sie kann z.B. auf unterschiedliche Weise erscheinen oder es kann auf unterschiedliche Weise auf die Maurmer Post aufmerksam gemacht werden. Wie wichtig sind dabei die folgenden Möglichkeiten für Sie persönlich?

Basis: n=[] | Filter: Alle Befragten | Skalierte Frage: 1= am wichtigsten bis 5= am wenigsten wichtig | signifikant höher als Total; signifikant tiefer als Total | *Kleine Basis < 50

Vertiefung Maurmer Post

Einstellung zu Entwicklungsrichtungen der Maurmer Post



	Mittelwerte						
	Alter (in Jahren)			Leseintensität			
Total	15-35 (A)	36-65 (B)	66++ (C)	-25% (D)	-50% (E)	-75% (F)	>75% (G)
[568]	[48*]	[299]	[221]	[33*]	[85]	[126]	[230]
Inhalte können auf der Webseite der Maurmer Post vor der gedruckten Ausgabe erscheinen.	4.6	5.1 C	4.6 C	3.8	4.9	5.1 G	4.8 G
Zugunsten neuer digitaler Erscheinungsformen und -kanäle erscheint die gedruckte Maurmer Post alle 14 Tage (heute: alle 7 Tage).	3.4	4.0 C	3.6 C	2.4	4.7	3.8 G	3.4 G
Einzelne Inhalte können ausschliesslich online erscheinen.	3.3	3.8 C	3.5 C	2.0	4.8	3.4 G	3.3 G

F340: In welchem Ausmass sind Sie mit den folgenden Entwicklungsrichtungen einverstanden oder nicht einverstanden?

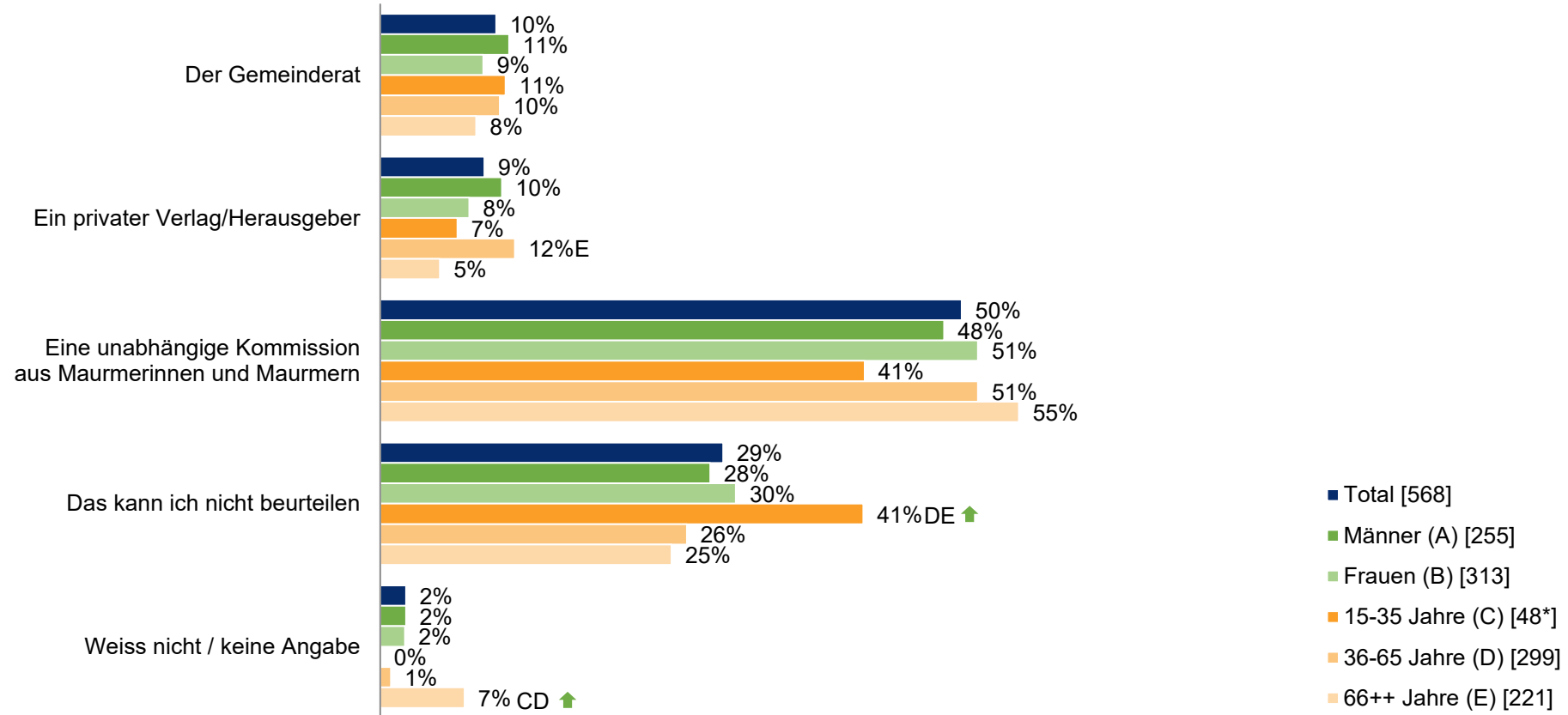
Basis: n=[] | Filter: Alle Befragten | Skalierte Frage: 1= überhaupt nicht einverstanden bis 7= voll und ganz einverstanden | Datenbeschriftung ab 3% | *Kleine Basis < 50

Die hinter den Mittelwerten gesetzten Buchstaben bedeuten einen signifikanten Unterschied (95% Niveau) im Vergleich zu den jeweiligen Gruppen, für die die Buchstaben stellvertretend sind.

Vertiefung Maurmer Post

Entscheidungshoheit zu Beiträgen in der Maurmer Post

Vetorecht/Entscheidungshoheit



F350: Nochmals zur Zukunft der Maurmer Post: Wer sollte ein Vetorecht bei der Frage haben, welche Beiträge in der Maurmer Post erscheinen?

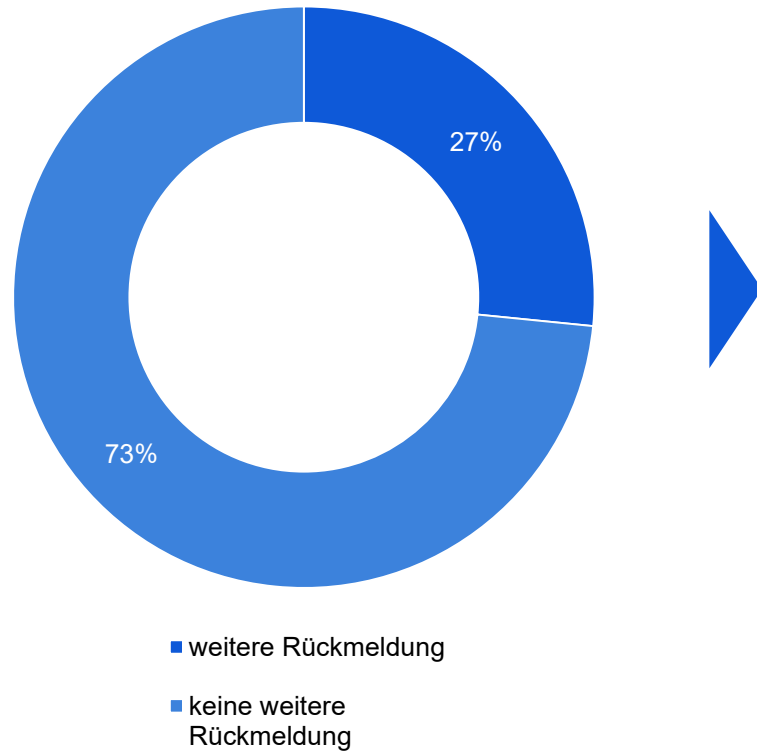
Basis: n=[] | Filter: Alle Befragten | Geschlossene Frage | ↑ signifikant höher als Total; ↓ signifikant tiefer als Total | *Kleine Basis < 50

Die hinter den Werten gesetzten Buchstaben bedeuten einen signifikanten Unterschied (95% Niveau) im Vergleich zu den jeweiligen Gruppen, für die die Buchstaben stellvertretend sind.

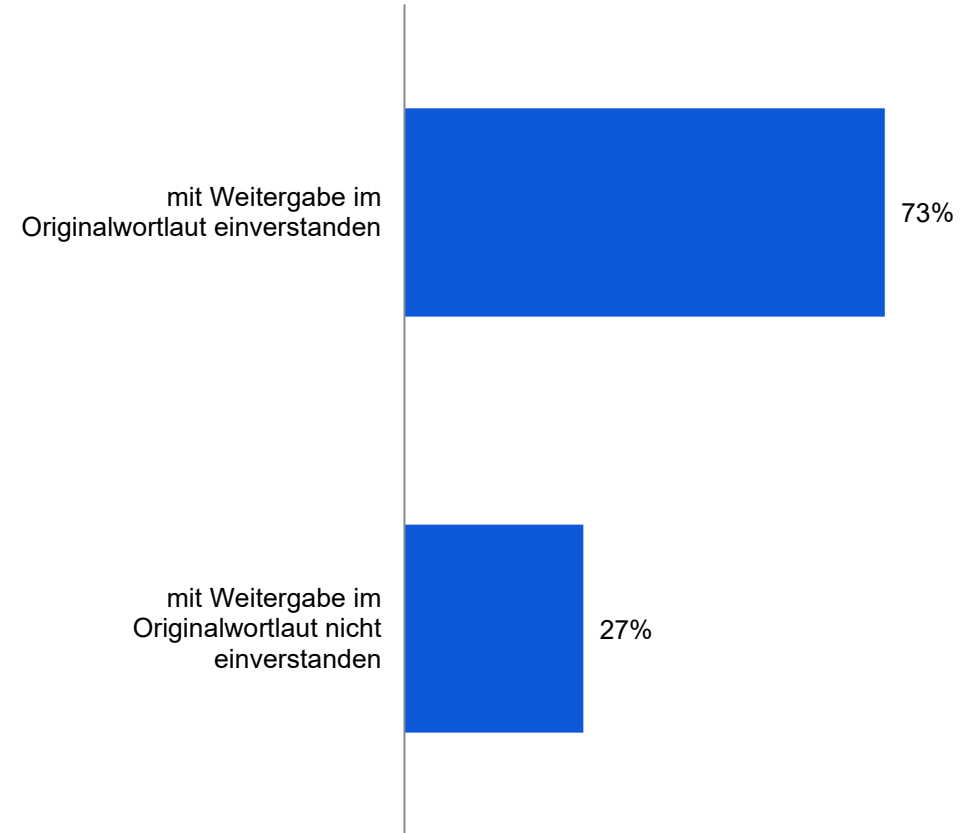
Vertiefung Maurmer Post

Sonstige Rückmeldungen (1/5)

Weitere Rückmeldungen zur Maurmer Post



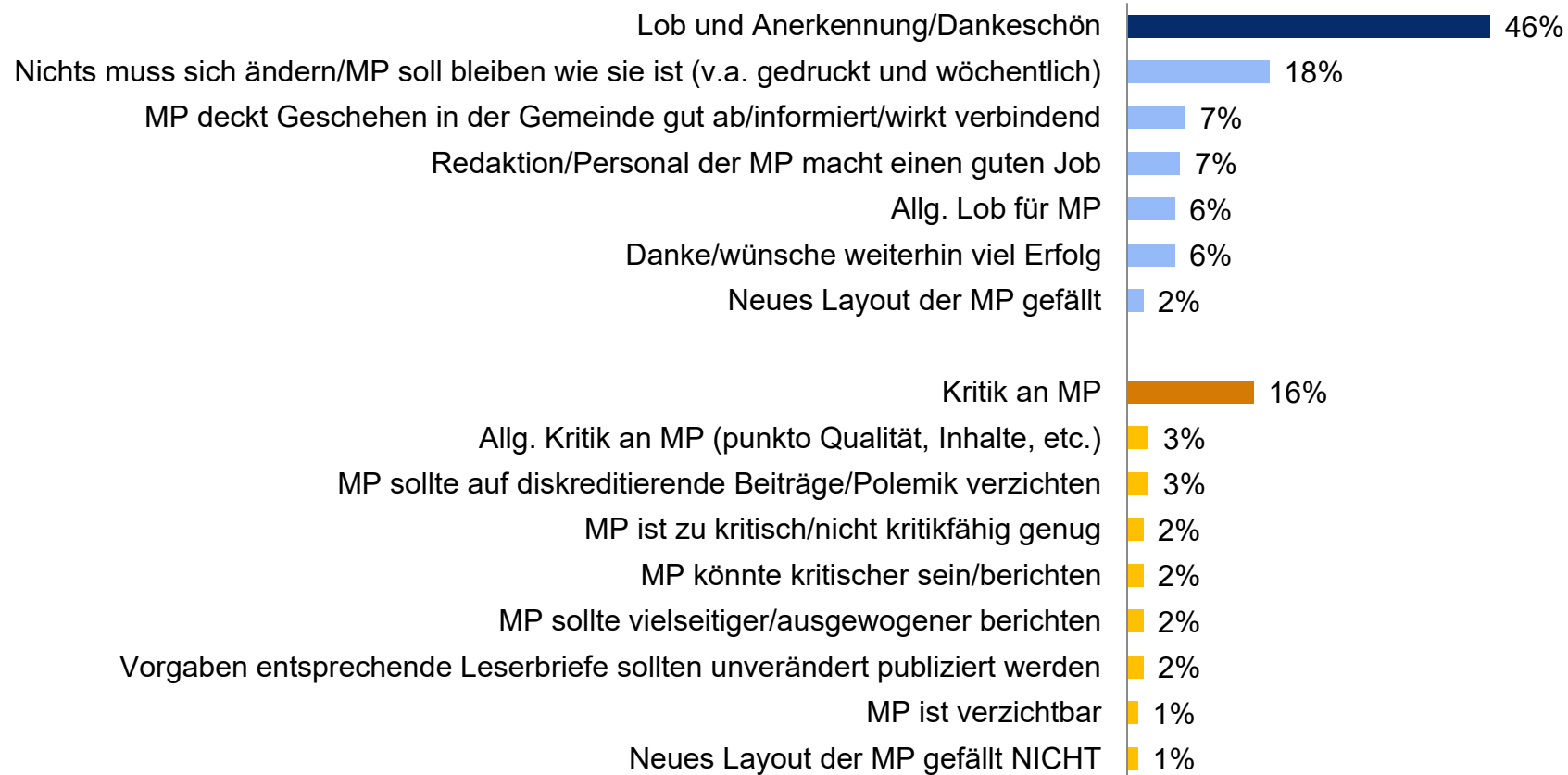
Einverständnis für Weitergabe im Originalwortlaut



F370: Gibt es noch etwas, das Sie der Gemeinde Maur in diesem Zusammenhang mitteilen möchten? Bitte geben Sie an, ob Ihre Mitteilung im Wortlaut weitergegeben werden darf.
Basis: n=568 | Filter: Alle Befragten

Vertiefung Maurmer Post

Sonstige Rückmeldungen (2/5)

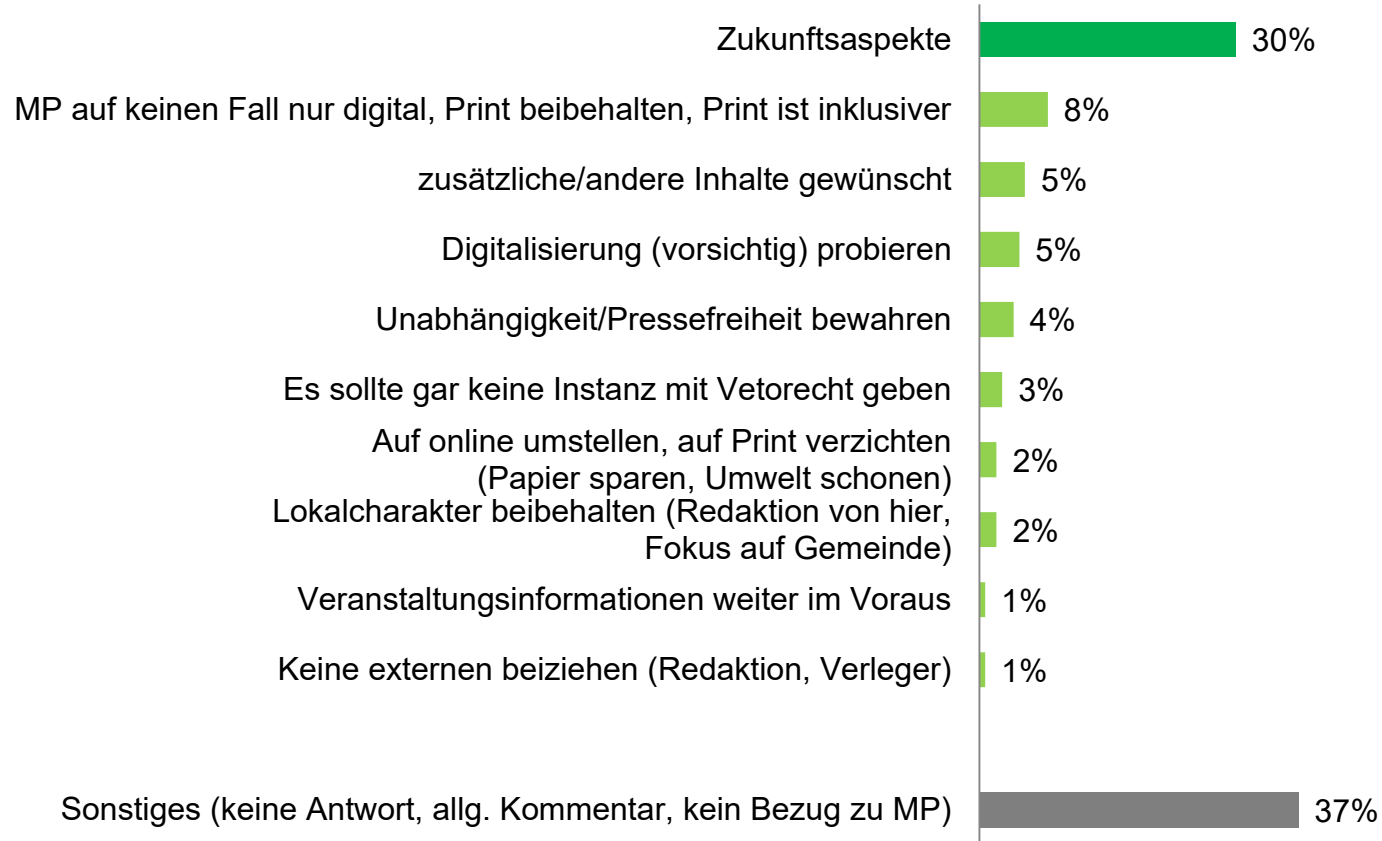


F370: Gibt es noch etwas, das Sie der Gemeinde Maur in diesem Zusammenhang mitteilen möchten?

Basis: n=151 | Filter: Alle Befragten mit weiterer Rückmeldung | Mehrfachantworten möglich | Prozentuierung auf die Anzahl der erfassten Nennungen (n=151 von 568 Befragten)

Vertiefung Maurmer Post

Sonstige Rückmeldungen (3/5)

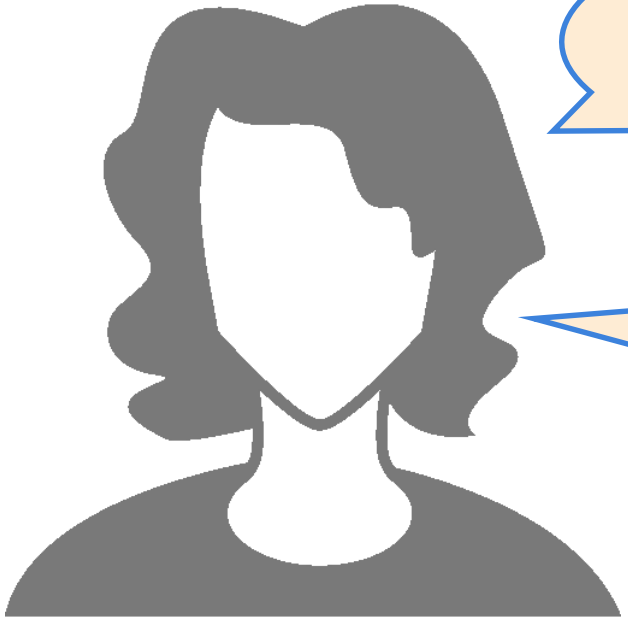


F370: Gibt es noch etwas, das Sie der Gemeinde Maur in diesem Zusammenhang mitteilen möchten?

Basis: n=151 | Filter: Alle Befragten mit weiterer Rückmeldung | Mehrfachantworten möglich | Prozentuierung auf die Anzahl der erfassten Nennungen (n=151 von 568 Befragten)

Vertiefung Maurmer Post

Sonstige Rückmeldungen (4/5) – positiv



Die Maurmerpost und deren Personal leisten gute Arbeit. Wir lesen sie meistens von der ersten bis zur letzten Seite und würden es schätzen wenn sie weiterhin wöchentlich in unserem Briefkasten zu finden wäre.

Ich finde die Maurmer Post toll!
In wenigen Seiten aufs wesentliche begrenzt und hat ausserdem ein schönes Design.
Danke

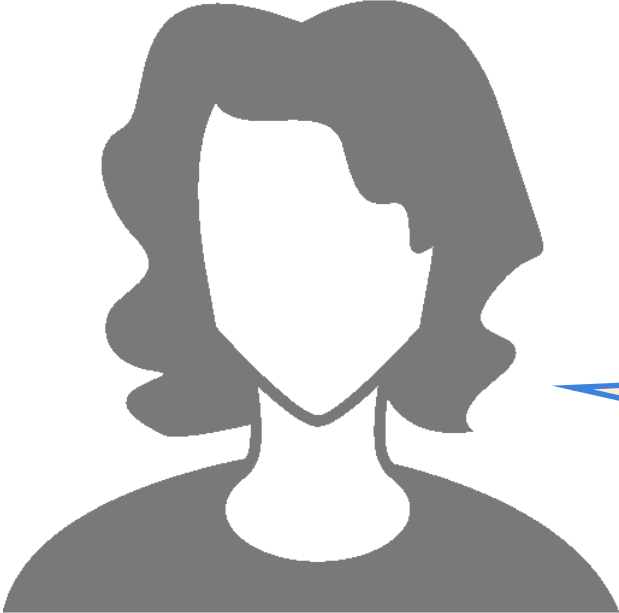
Die Maurmer Post weiterhin als Print-Ausgabe zu erhalten, wäre für mich und sicher auch für viele andere Maurmer und Maurmerinnen perfekt. Wir verbringen schon jetzt viel zu viel Zeit vor dem Bildschirm. Wenn ich die Infos aktiv auf einer Webseite oder App suchen müsste, würde ich die News aus Maur wahrscheinlich überhaupt nicht lesen.

Meine Meinung ist, dass die vermehrte Digitalisierung der Maurmer Post absolut nicht gut ist, wenn man bedenkt, dass es in unserer Gemeinde sehr viele ältere Menschen gibt, welche von der digitalen Welt überhaupt keine Ahnung haben. Auch ich gehöre zu den "älteren Menschen", bin aber mit der heutigen digitalen Welt einigermaßen noch vertraut. Wobei ich auch lieber zur gedruckten Zeitung greife bei allfälligen Infos z.B. wann ist Zeitung Entsorgung etc. als an den PC zu Sitzen.

Generell ist die Maurmer Post abwechslungsreich, interessant und aktuell und wird in unserer Familie gerne gelesen und bereichert Maur.
Ein Punkt zu den Leserbriefen: Leserbriefe sind ein wichtiges und wertvolles Instrument in einer Demokratie und beleben die Maurmer Post und die Gemeinde. Manche Beiträge sind jedoch leider verunglimpfend und angriffig gegenüber anderen formuliert. Aus meiner Sicht wäre hier teilweise ein verstärktes Einschreiten der Redaktion wünschenswert (auch wenn dies natürlich bereits heute geschieht und wir Lesenden dies nicht mitbekommen).

Vertiefung Maurmer Post

Sonstige Rückmeldungen (5/5) – kritisch



Die Maurmer Post wird oft als Instrument zur Polemik verwendet. Es wird nicht klar aufgezeigt, welche Personen mit welchen Interessen dahinter stehen. Dies ist für den Aufarbeitungsprozess und die Transparenz ungünstig und zeichnet ein Bild von Seldwyla. Das ist unserer Gemeinde nicht würdig.

Die Beiträge sind viel zu unkritisch gegenüber Gemeinderat, Behörden etc. Die Zeitung darf nicht das Sprachrohr der Politik sein, sonst besteht kein Interesse, das Blatt zu lesen. Die Leserbriefspalte muss unbedingt beibehalten werden.

Ich wohne seit 15 Jahren in der Gemeinde, ich habe nie gross etwas Interessantes in der Print Ausgabe der M Post entdecken können. Bitte sparen Sie sich die Ressourcen in einer Welt der Ressourcen-knappheit und gehen sie online! bzw teilen Sie der Post mit, wie man den Briefträger davon abbringen kann die Zeitung zuzustellen obwohl an meinem Briefkasten "Bitte keine Werbung steht".

Die Maurmer Post ist komplett unnötig, sie enthält keinerlei Informationen. Die Beiträge sind zudem an Einfältigkeit kaum zu überbieten. Von Bedeutung sind einzig amtliche Bekanntmachungen, die können aber auf der Seite der Gemeinde abgerufen werden. Die "Maurmer Post", egal ob Print oder digital, ist eine reine Verschwendung von Steuergeldern. .

Ohne einzelne Redakteure persönlich kritisieren zu wollen, wäre bei dem einen oder anderen professionellen Autor gelegentlich etwas mehr Sensibilität und eine etwas weniger kritische Berichterstattung wünschenswert. Auch im Umgang mit Kritik von Seiten der Leserschaft betreffend einzelner Beiträge wäre zeitweise ein wenig mehr Empathie positiv.

F ZENTRALE BEFUNDE

- Die Maurmer Post hat sehr hohe Bekanntheits- und Nutzungswerte und einen hohen Stellenwert.
- Die hohe Bekanntheit gilt auch für die Webseite der MP. Bemerkenswert: sehr viele derjenigen, die die Webseite und die Druckausgabe kennen, nutzen nur die Druckausgabe.
- Der Anteil der gelesenen Beiträge ist insgesamt hoch (deutlich über 50%).
- Die qualitative Leistung wird im Allgemeinen gut eingeschätzt, betreffend Wichtigkeit der Beiträge dominieren die amtlichen Bekanntmachungen.
- V.a. die ältere Bevölkerung räumt der MP einen höheren Stellenwert ein und bewertet diese insgesamt positiver.
- Gegenüber Weiterentwicklungen und Veränderungen sind gewisse Vorbehalte vorhanden, v.a. unter der älteren Bevölkerung und den Bewohner/innen in Maur und Ebmatingen.
- Bemerkenswerte Unterschiede bezüglich zugestandener Bedeutung und Relevanz zeigen sich v.a. zwischen den Ortsteilen Binz und Forch (skeptisch-kritischer) und Maur sowie Ebmatingen (zufrieden-positiver). Dies verdeutlicht sich sowohl in den qualitativen Bewertungen wie auch in den Einstellungen zu möglichen Weiterentwicklungen.



Stichprobenstruktur

Zusammensetzung der Stichprobe

14 HINWEISE ZUR ZUSAMMENSETZUNG DER STICHPROBE

- Die Stichprobenziehung erfolgt auf der Grundlage des Maurmer Einwohnerregisters und berücksichtigte die Zusammensetzung der Bevölkerung anhand der Merkmale Geschlecht, Nationalität und Alter (3 Kategorien). Siehe dazu die erste Spalte in nebenstehender Tabelle.
- Im Zuge der Auswertung wurde die Zusammensetzung der Befragungsteilnehmer/innen entlang dieser Merkmale auf die Struktur der Gesamtbevölkerung hin angeglichen («gewichtet»). Diese Ausgleichsfaktoren finden sich in der letzten Spalte der nebenstehenden Tabelle.
- Eine unterschiedliche Teilnahmebereitschaft in einzelnen Bevölkerungsgruppen ist üblich, ebenso das Verfahren zum Ausgleichen dieser Differenzen. Im Idealfall liegen die Gewichtungsfaktoren zwischen 0.8 und 1.2. Insbesondere höhere Gewichtungsfaktoren können schwierig sein, denn sie bedeuten, dass die Antworten vergleichsweise weniger Personen für eine vergleichsweise grosse Bevölkerungsgruppe stehen. Damit geht auch einher, dass bestimmte statistische Verfahren, mit denen unterschiedliche Antwortverteilungen (Anteilswerte, Mittelwerte) zwischen sinnvoll miteinander vergleichbaren Teilgruppen untersucht werden (sind sie zufällig oder statistisch signifikant?) seltener zu belastbaren Befunden führen.
- Für die Befragung in Maur ist der Gewichtungsfaktor für die 15-35jährigen Personen mit 2.7 hoch, was inhaltlich darauf hindeutet, dass diese Gruppe zur in der Einladung und begleitenden Kommunikation erwähnten Thematik wenig Bezug hat. Auf der anderen Seite haben überproportional viele Personen im Alter von mind. 66 Jahren teilgenommen, woraus ein überdurchschnittlich grosses thematisches Interesse dieser Bevölkerungsgruppe abgeleitet werden kann.
- Weitere für die Beschreibung der Stichprobe relevante Merkmale sind z.B. die Haushaltsgrösse und der Anteil der Ortsteile am Total. Hier lässt sich feststellen, dass die (gewichtete) Verteilung der Befragten auf die zur Gemeinde gehörenden Ortsteile sehr gut der tatsächlichen Verteilung entspricht. Bewohner/innen aus Maur sind mit 24% (statt 21%) in der Stichprobe leicht über-, Bewohner/innen aus Forch mit 30% (statt 32%) leicht untervertreten. Gemäss offiziellen Zahlen aus dem Gemeindeporträt des Kantons Zürich liegt der Anteil der Bewohner/innen von Ein-Personen-Haushalten in Maur bei rund 32%. Unter den Befragten wohnen 30% in einem solchen. Leicht untervertreten sind Zwei-Personen-Haushalte (35% offiziell, 31% in der Befragung), Drei-Personen-Haushalte sind leicht übervertreten (35% statt 33%).

	Befragte gewichtet	Anteil in % gewichtet	Befragte ungewichtet	Anteil in % ungewichtet	Faktor
Total	568	100%	568	100%	1.00
Geschlecht					
Mann	275	48.4%	255	44.9%	1.1
Frau	293	51.6%	313	55.1%	0.9
Alter					
15-35 Jahre	130	22.9%	48	8.5%	2.7
36-65 Jahre	306	53.9%	299	52.6%	1
66++ Jahre	132	23.2%	221	38.9%	0.6
Nationalität					
Schweizer/in	449	79.0%	475	83.6%	0.9
Ausländer/in	119	21.0%	93	16.4%	1.3