

Anwendung von Web 2.0 im Kommunalbereich

Bachelorarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades

Bachelor of Arts in Business

FH Oberösterreich

Studiengang: Sozial- und Verwaltungsmanagement, Linz

Studienzweig: Management öffentliche Dienstleistungen

Verfasser: Markus Hart

Gutachter: Mag. (FH) Reinhard Haider

Linz, 31. Mai 2010

Internet ist Gegenwart und Zukunft, dementsprechend sollte es auch von den Gemeinden eingesetzt werden. Es kann mit Sicherheit nicht früh genug damit begonnen werden.

Ein Befragungsteilnehmer

Eidesstattliche Erklärung:

Ich erkläre an Eides statt, dass ich die Bachelorarbeit mit dem Titel „Anwendung von Web 2.0 im Kommunalbereich“ selbständig und ohne fremde Hilfe verfasst, andere als die angegebenen Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche gekennzeichnet habe.

Linz,

Markus Hart

Im Rahmen dieser Bachelorarbeit wird aufgrund der besseren Lesbarkeit auf eine geschlechtsspezifische Differenzierung, z. B.: BürgerInnen verzichtet. Keinesfalls bedeutet dies eine Benachteiligung oder Diskriminierung. Entsprechend verwendete Formulierungen bezeichnen grundsätzlich beide Geschlechter.

Kurzfassung

Die Arbeit beschäftigt sich mit den scheinbar gegensätzlichen Themen „Kommune“, die als starres und veraltetes System gesehen wird und „Web 2.0“ mit dem eine neue, dynamische Form des Internets verbunden wird. Entgegen dem ersten Blick, sind die beiden Begriffe nicht unvereinbar und bergen reichlich Potential, das sich Gemeinden zu Nutze machen könnten.

Was denken junge Menschen über dieses Thema, und würden sie ein solches Angebot überhaupt nutzen? Welche Einsatzmöglichkeiten bieten sich an? Wie sollte eine Gemeinde bei der Umsetzung vorgehen?

Diese zentralen Fragen wurden versucht mittels Befragung, Darstellung von Best-Practice Beispielen und Literaturlaufarbeitung zu beantworten. Speziell die Ergebnisse der Befragung bringen interessante Erkenntnisse, die nicht zu erwarten waren.

Abstract

The work deals with the seemingly conflicting issues "Commune," which is seen as a rigid and outdated system, and "Web 2.0" is with a new, dynamic form of the Internet connected. Contrary to first glance, the two notions are not incompatible and hold plenty of potential that communities could take advantage.

What do young people think about this subject, and would use it and run such a tender at all? What applications are available? How should a local authority proceed with the implementation?

These key issues were tried by interview, presentation of best-practice examples and literature review to answer. Specifically, the survey results bring interesting insights that were not anticipated.

KURZFASSUNG	I
ABSTRACT	II
ABBILDUNGSVERZEICHNIS:	V
TABELLENVERZEICHNIS:	V
1. EINLEITUNG	1
2. WEB 2.0	3
2.1. DEFINITION	4
2.2. AUSGEWÄHLTE APPLIKATIONEN	5
2.2.1. <i>Facebook</i>	6
2.2.2. <i>SchülerVZ/StudiVZ/MeinVZ</i>	7
2.2.3. <i>Szene1.at</i>	7
2.2.4. <i>Xing</i>	7
2.2.5. <i>Twitter</i>	8
2.2.6. <i>Youtube</i>	8
2.2.7. <i>Skype</i>	9
2.2.8. <i>Wikipedia</i>	9
2.2.9. <i>Second Life</i>	9
2.2.10. <i>Blogs</i>	10
2.3. ZUSAMMENFASSUNG	10
3. GEMEINDE	11
3.1. RECHTLICHE STELLUNG UND ORGANISATION VON GEMEINDEN	11
3.2. AUFGABEN DER GEMEINDE	12
3.2.1. <i>Eigener vs. übertragener Wirkungsbereich</i>	12
3.2.2. <i>Privatwirtschafts- vs. Hoheitsverwaltung</i>	14
3.2.3. <i>Aufgaben und Dienstleistungen der Gemeinde</i>	14
3.2.4. <i>Ziele der Gemeinden im Kontext des Paradigmenwechsels</i>	16
3.3. INFORMATIONSKANÄLE IM KOMMUNALBEREICH.....	18
3.3.1. <i>Amtstafel</i>	18
3.3.2. <i>Amtsblatt</i>	20
3.3.3. <i>Website</i>	22
4. BEFRAGUNG	23
4.1. ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG.....	24
4.1.1. <i>Personenbezogene Daten</i>	26
4.1.2. <i>Internetnutzung</i>	27
4.1.3. <i>Gemeinde</i>	28

4.2.	SCHLUSSFOLGERUNGEN AUS DEN ERGEBNISSEN	33
4.2.1.	<i>Zusammenhänge nach Geschlechtern</i>	34
4.2.2.	<i>Zusammenhänge nach Alter</i>	34
4.2.3.	<i>Zusammenhänge nach Gemeinden</i>	38
4.2.4.	<i>Sonstige Zusammenhänge</i>	41
5.	BEST-PRACTICE BEISPIELE	43
5.1.	VIVOMONDO.....	44
5.2.	FACEBOOK KREMSMÜNSTER.....	46
5.3.	ORTSENTWICKLUNG 2.0.....	48
6.	UMSETZUNG	50
6.1.	EINSATZMÖGLICHKEITEN AUF KOMMUNALEBENE.....	50
6.2.	CHANCEN UND RISIKEN FÜR GEMEINDEN	51
6.3.	HANDLUNGSANLEITUNGEN	53
6.3.1.	<i>Schritte zur Umsetzung</i>	53
6.3.2.	<i>Personen</i>	57
7.	FAZIT	59
	LITERATURVERZEICHNIS	61

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: Teilnehmer nach Gemeinden	25
Abbildung 2: Abgabeverhalten nach Gemeinden	25
Abbildung 3: Ausbildungsgrad der Befragten.....	26
Abbildung 4: Bekanntheit und Nutzung ausgewählter Applikationen	28
Abbildung 5: Interesse am politischen Gemeindegeschehen.....	29
Abbildung 6: Interesse nach kommunalen Themen.....	30
Abbildung 7: Nutzung Informationskanäle	31
Abbildung 8: Gewünschte Web 2.0 Angebote	32
Abbildung 9: Interesse Gemeindegeschehen nach Bildungsgrad	42
Abbildung 10: Bürgermeldungen auf vivomondo.....	44
Abbildung 11: Vereinfachter Umsetzungsprozess Web 2.0.....	57

Tabellenverzeichnis:

Tabelle 1: Kommunale Aufgabenbereiche.....	16
Tabelle 2: Stat. Zusammenhang zw. Alter und Bekanntheit von Applikationen.....	35
Tabelle 3: Stat. Zusammenhang zw. Alter und Nutzung von Applikationen.....	36
Tabelle 4: Stat. Zusammenhang zw. Alter und kommunalen Themenfeldern	38
Tabelle 5: Stat. Zusammenhänge zw. Wohngemeinde und gewünschtem Angebot.....	39
Tabelle 6: Stat. Zusammenhang zw. Wohngemeinde und kommunalen Themenfeldern.....	39
Tabelle 7: Interesse am Gemeindegeschehen nach Gemeinden	40
Tabelle 8: Stat. Zusammenhang zw. Wohngemeinde und genutzten Informationskanälen..	40
Tabelle 9: Punkteraster für den Einsatz von Web 2.0 Anwendungen	56

1. Einleitung

Web 2.0 im Kommunalbereich! Bei oberflächlicher Ansicht mag diese Aussage für manchen Betrachter durchaus paradox erscheinen, verkörpert doch der Begriff Web 2.0 die nächste Generation des Internets, während einer Kommunalverwaltung trotz zahlreicher Modernisierungsmaßnahmen, nach wie vor das Image einer „angestaubten“ Organisation anhaftend ist.

In dieser Bakkalaureatsarbeit wird versucht aufzuzeigen, dass Web 2.0 und Gemeinden, nicht so weit auseinanderliegen, wie dies vielleicht auf den ersten Blick erscheint. Einerseits wurde mit Web 2.0 das Internet nicht neu erfunden, sondern um neue Funktionen und Anwendungen erweitert und andererseits verfügen die meisten Gemeinden bereits über einen eigenen Web-auftritt und somit auch über die Voraussetzungen um Facebook & Co. einzusetzen.

Natürlich bedienen sich derzeit nur die wenigsten Gemeinden der Angebote der neuen Web-Generation, und setzen nach wie vor darauf, bevölkerungsrelevante Informationen an der Amtstafel kundzumachen. Oft findet sich auf den Websites der Gemeinden eine virtuelle Amtstafel, die mehr oder weniger intensiv gewartet wird. Doch ganz gleich, ob Informationen auf der Amtstafel oder im Internet zur Verfügung gestellt werden, wird immer von einer Holschuld des Bürgers ausgegangen.

Im Zeitalter neuer Möglichkeiten der Informationsweitergabe und im Hinblick auf das quer durch alle Modelle des Public Management propagierten Kunden-/Bürgerservice, gilt es jedoch das Dogma der Holschuld zu überdenken. Ziel dieser Arbeit ist es, eine Handlungsanleitung für Kommunen im Umgang mit den Möglichkeiten des Web 2.0 zu erstellen.

Im folgenden Abschnitt wird dargestellt, was unter dem Begriff Web 2.0 verstanden wird und welche Anwendungen diesem zuzurechnen sind. Ausge-

wählte Applikationen werden anschließend vorgestellt und deren Funktionen erklärt.

Das dritte Kapitel widmet sich dem Thema Gemeinden. Hier wird geklärt, was zu den Aufgaben der Kommunen zählt, um so auch mögliche Anwendungsfelder, für Web 2.0 Funktionen zu identifizieren. Weiters werden die klassischen Informationskanäle der Gemeinden betrachtet. Dabei geht es vor allem darum, welche Informationen in welchen Medien transportiert werden.

Um zu überprüfen welche Resonanz ein derartiges Angebot bei der Bevölkerung hervorrufen würde, wurde eine quantitative Befragung durchgeführt. Zielgruppe dieser Befragung sind Jugendliche und junge Erwachsene. Die Ergebnisse dieser Befragung, sowie die Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen werden im vierten Kapitel dargestellt.

Das es bereits vorbildliche „Web 2.0-Gemeinden“ gibt, zeigt das fünfte Kapitel. Vorgestellt werden Best-Practice Gemeinden aus Österreich und Deutschland. Bei der Wahl der Beispiele wurden die Ergebnisse der Befragung bereits berücksichtigt.

Der letzte Abschnitt beschäftigt sich damit, wie sich aus den gewonnenen Erkenntnissen der Befragung Einsatzmöglichkeiten des Web 2.0 für Kommunen ableiten lassen. Auf Basis einer Nutzenanalyse der relevanten Applikationen für Gemeinden, wird eine Handlungsanleitung für den Umgang und den Einsatz dieser neuen Möglichkeiten erstellt.

2. Web 2.0

Dieses Kapitel behandelt den Begriff des oft zitierten Web 2.0. Dabei wird in einem ersten Schritt versucht den Terminus zu definieren und eine Eingrenzung der dazugehörigen Anwendungen vorzunehmen. Im Anschluss daran werden ausgewählte Applikationen die dieser „Internetgeneration“ zuzurechnen sind, vorgestellt.

Der von Tim O’Reilly geprägte Begriff „Web 2.0“ entstand im Rahmen einer Diskussion, die die Wandlung des Internets zum Inhalt hatte. Dabei wurde das Web mit einer neu erschienenen Software verglichen und der Begriff „Web 2.0“ war erfunden.¹ Der Zusatz „2.0“ entstammt der Softwareentwicklung, wobei verbesserten Softwareversionen aufsteigend Nummern zugeordnet werden. Während eine Veränderung nach dem Komma eher auf eine Korrektur oder relativ kleine Verbesserung des Programmes schließen lässt, bedeutet eine Veränderung vor dem Komma eine grundlegende Erneuerung der Software.²

Web 2.0 verheißt demnach eine grundlegende Änderung des Internets. O’Reilly beschrieb diesen bedeutenden Wandel, indem er verschiedene Applikationen und Dienste gegenüberstellte und führt damit auch jene Charakteristika aus, die die neue Internetgeneration verkörpert.

Die wesentlichsten dieser Merkmale sind³:

- Einbeziehung der Nutzer
- Das Web als Plattform
- Interaktion
- Communities
- Multimedialität

¹ Vgl. Hein (2007), S 9.

² Vgl. Behrendt/Zeppenfeld (2008), S 5f.

³ Vgl. Hein (2007), S 13f.

Unter Berücksichtigung der angeführten Merkmale, können folgende Komponenten dem Begriff Web 2.0 zugezählt werden:⁴

- Blogs
- Wikis
- Podcasts
- Feeds
- Communities
- Instant Messaging und VoIP
- Mashups
- Online-Software

2.1. Definition

Eine allgemein anerkannte Definition findet sich in der Literatur nicht. Viel häufiger werden Techniken, Anwendungen udgl. angegeben, die gemeinsam betrachtet, den Begriff Web 2.0 umschreiben.

Es ist auch nicht beabsichtigt mit dieser Arbeit eine Definition anzubieten, die eine exakte Abgrenzung des Begriffes zulässt, da es für das Ziel dieser Arbeit, Gemeinden eine praxisnahe Handlungsanleitung im Umgang mit Web 2.0 zu bieten, nur eine untergeordnete Rolle spielt. Aus diesem Grund wurde folgende Definition gewählt:

„Web2.0 ist die Produktion von Inhalten durch Nutzer für Nutzer auf Plattformen, die ihnen nicht gehören, mit technischen Mitteln, die sie nicht verstehen und in einem organisatorischen Umfeld, das sie nicht durchschauen.“⁵

Worauf der durchschnittliche Nutzer tatsächlich Einfluss hat, ist demnach die Produktion von Inhalten. Die Arbeit beschränkt sich daher auf den

⁴ Vgl. Hein (2007), S 8.

⁵ Zeger (2009), S 17.

Einflussbereich, der jeder Gemeinde zur Verfügung steht. Es soll aufgezeigt werden, mit welchen Applikationen die meisten Nutzern erreicht, und ihnen die am relevantesten Daten zur Verfügung gestellt werden können. Auch der umkehrte Weg wird dabei beleuchtet, wie also können Gemeinden auf diesem Weg wichtige Inhalte erhalten, die direkt von Bevölkerung produziert werden.

Dazu werden in einem ersten Schritt ausgewählte Applikationen vorgestellt, um so einen Überblick über die verschiedenen Möglichkeiten der neuen Informationsverteilung zu erlangen.

2.2. Ausgewählte Applikationen

Eine erschöpfende Auflistung von Web 2.0 Anwendungen vorzunehmen ist nicht realistisch. Um sich dennoch einen Einblick in die unendliche Welt dieses Angebotes zu verschaffen, empfehlen sich die Websites <http://www.web20searchengine.com/web20/web-2.0-list.htm> und http://www.sacredcowdung.com/archives/2006/03/all_things_web.html.

Während Erstere 1056 verschiedene Angebote auflistet, finden sich auf Letzterer immer noch 979 unterschiedliche Applikationen, jeweils unterteilt in verschiedenste Anwendungsbereiche.⁶

Im folgenden werden jene Applikationen beschrieben, die auch bei der Befragung hinsichtlich Bekanntheit und Nutzung abgefragt wurden. Es handelt sich dabei um gängige Applikationen denen aus Sicht des Verfassers, ein hoher Bekanntheitsgrad in Österreich unterstellt werden kann. Die Beschreibung des Netzwerkes Facebook wird dabei etwas ausführlicher vorgenommen, um Einblick in die Funktionalität derartiger Plattformen zu erlangen.

⁶ Stand: 15. April 2010

2.2.1. Facebook

Die im Jahr 2004 von Mark Zuckerberg ins Leben gerufene Plattform zählt zu den sozialen Netzwerken und dient dazu, mit bekannten Menschen in Kontakt zu treten und mit diesen Inhalte zu teilen.⁷ Um ein Profil anzulegen ist eine Registrierung erforderlich, wfür lediglich eine gültige E-Mail Adresse benötigt wird. Der anzugebende Name, sowie das Geburtsdatum werden dabei nicht überprüft. Im Profil können anschließend sämtliche private Daten, bis hin zur religiösen und politischen Einstellung, angeführt werden.

Nach der Registrierung können mittels Suchfunktion Freunde, Bekannte und Verwandte, die ebenfalls über einen Facebook-Account verfügen, gefunden werden. Mit einer Freundschaftsanfrage, die einer Bestätigung des Gegenübers bedarf, ist man mit der entsprechenden Person „befreundet“. Je nach Privatsphäreinstellung ist man in der Lage die bereits erwähnten Inhalte, „Freunden“ oder aber auch „der ganzen Welt“ zugänglich zu machen. So ist es dem Nutzer durch persönliche Nachrichten, Neuigkeiten, Statusmeldungen, aber auch durch die integrierte Chatfunktion möglich, seine Bekanntschaften über die Ereignisse des eigenen Lebens, stets am Laufenden zu halten.

Zusätzlich zu diesen Kommunikationsmöglichkeiten stehen den Usern eine Menge anderer Möglichkeiten zur Auswahl. Neben interaktiven Spielen wie Farmville, bietet Facebook die Möglichkeit Fotos zu veröffentlichen, Einladungen samt Teilnahmezu- oder absage zu versenden, oder „Gruppen“ beizutreten. Während in vielen dieser Gruppen eifrig diskutiert wird, erfüllen andere wiederum den Zweck, bestimmten persönlichen Ideologien Ausdruck zu verleihen, oder mit der Mitgliedschaft die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Sache zu signalisieren.⁸

⁷ Vgl. Facebook, Online, 1.

⁸ Vgl. Hattenhauer (2009), S 363ff.

2.2.2. SchülerVZ/StudiVZ/MeinVZ

Vznet Netzwerke Ltd., Betreiber von SchülerVZ, StudiVZ und MeinVZ bietet drei gleichartige Plattformen für unterschiedliche Zielgruppen an. SchülerVZ dient demnach Schülern, StudiVZ Studenten als Plattform. MeinVZ ist ein Angebot an jene Personengruppe, die sich nicht in den vorgenannten Gruppen beheimatet fühlen. Die drei Angebote der VZ-Gruppe sind jedoch nicht isoliert von einander zu betrachten, da auch netzwerkübergreifend Kontakt mit Personen hergestellt werden kann.⁹

Der Aufbau der VZ-Netzwerke ist mit sehr ähnlichen Funktionen wie Facebook ausgestattet. Dieser Umstand brachte den Betreibern von StudiVZ bereits eine Klage vor dem Kölner Landgericht ein, welches jedoch den Plagiatsvorwurf zurückwies.¹⁰

2.2.3. Szene1.at

Ein weiteres soziales Netzwerk ist die in Österreich betriebene Plattform Szene1.at. Diese begreift sich als „Partynetzwerk“ und bietet die Möglichkeit Termine für Feiern bekanntzugeben und die bei der Party entstandenen Fotos ebenfalls zu veröffentlichen. Im Gegensatz zu vergleichbaren anderen Anbietern sorgt Szene1 mit eigenen Fotografen vor Ort, selbst für aktuelle Partybilder.¹¹ Szene1.at wird vor allem von jüngern Personen genutzt.¹²

2.2.4. Xing

Xing ist ein Netzwerk für den Businessbereich. Im Vordergrund stehen das Aufrechterhalten von Geschäftsbeziehungen und das Knüpfen von Kontakten. Ebenso wie bei den bereits beschriebenen Websites, gibt es die Möglichkeit, sich in Gruppen auszutauschen. Hier steht jedoch fachlich

⁹ Vgl. VZ-Netzwerke, Online, 1.

¹⁰ Vgl. Netzwelt, Online.

¹¹ Vgl. Arbeiterkammer, Online.

¹² Vgl. Stroeer-interactive, Online.

Austausch im Vordergrund. Eine Mitgliedschaft bei einer Gruppe um ihrer selbst Willen, findet sich im Vergleich zu zB Facebook eher selten.

Einen Unterschied stellt allerdings die kostenpflichtige Premium-Mitgliedschaft dar, die gegenüber der kostenlosen Basismitgliedschaft weitere Funktionen beinhaltet. Damit ist Xing eines der wenigen Internetdienste, die für die vollständige Nutzung Beiträge von den Mitgliedern verlangt.¹³

2.2.5. Twitter

Twitter ist ein Nachrichtendienst, der sich verschiedener Werkzeuge bedient, die Ähnlichkeiten mit anderen Diensten wie E-Mail, Blogging, RSS, oder sozialen Netzwerken aufweisen. Die über Twitter versendeten Nachrichten beinhalten maximal 140 Zeichen. Nachrichten dieser Art sind öffentlich und können auch abonniert werden. Die Mitteilungen können über Handys, PCs, Websites und Desktop-Programme, versendet und empfangen werden.¹⁴

2.2.6. Youtube

Youtube ist ein Portal, das die Präsentation von Videos erlaubt. Die online gestellten Videos sind allgemein zugänglich und können von den Mitgliedern der Plattform bewertet und kommentiert werden. Weiters wird den Mitgliedern die Möglichkeit geboten, Videos als Favoriten abzuspeichern. Diese Favoritenliste kann wiederum von anderen Mitgliedern eingesehen werden. Um Videos nur abrufen zu können, ist keine Mitgliedschaft erforderlich.¹⁵

¹³ Vgl. Habbel/Huber (2008), S170.

¹⁴ Vgl. O'Reilly/Milstein (2009), S 7.

¹⁵ Vgl. Born (2008), S 362ff.

2.2.7. Skype

Skype startete als Anbieter für Internettelefonie und erweiterte laufend das Angebot. Neben Videotelefonie, SMS, Voicemail und Anrufweiterleitung bietet Skype auch weltweit günstige Tarife um Telefonate von Skype zu Festnetz oder Mobiltelefon zu führen.¹⁶

Der Nutzer benötigt zusätzlich zu einem Internetanschluss auch Lautsprecher und ein Mikrofon, was in neueren Notebooks bereits standardmäßig integriert ist.¹⁷

Um die kostenlosen Dienste von Skype nutzen zu können, ist eine Registrierung erforderlich. Werden die kostenpflichtigen Angebote genutzt, stehen dem User verschiedenen Zahlungsmodi zur Verfügung.

2.2.8. Wikipedia

Wikipedia ist eine Online-Enzyklopädie und ist wohl das populärste und umfassendste unter den so genannten Wikis. In einem Wiki können Inhalte erstellt und editiert werden. Wikipedia erlaubt die Erstellung und Änderung von Inhalten auch jenen Usern, die nicht registriert sind. Jeder Leser kann somit auch als Autor tätig werden. Die Überwachung der Qualität der Beiträge wird von ehrenamtlichen Mitgliedern der Community besorgt.¹⁸

2.2.9. Second Life

In einem rund 350 seitigen Handbuch über Second Life wird der Dienst so erklärt: „Second Life ist eine virtuelle Welt. Nein, Second Life ist eine digitale 3D-Online-Welt, die von ihren Bewohnern erdacht und erschaffen wurde und

¹⁶ Vgl. Skype, Online, 1.

¹⁷ Vgl. Skype, Online, 2.

¹⁸ Vgl. Habbel/Huber (2008), S170.

die diesen auch gehört. ... Second Life ist im Grunde all das, was Sie sich darunter vorstellen wollen.“¹⁹

In erster Linie dient Second Life der Kommunikation und Information. Durch eine eigene virtuelle Währung (Linden Dollar) wird dem Nutzer auch die Möglichkeit gegeben, Handel zu betreiben. Dadurch hat sich in dieser Parallelwelt bereits ein eigenständiges Wirtschaftssystem entwickelt.²⁰

Durch die hohen Nutzerzahlen und der mediale Präsenz von Second Life, ist diese digitale Welt auch für Unternehmen und Organisationen interessant geworden.²¹

Prominentes Beispiel aus Sicht der Verwaltung ist help.gv.at, das seit 2007 eine virtuelle Amtsstube betreibt. Ziel dabei ist es den Benutzern der Online-Welt, Informationen zu real existierenden Behördenwegen zu bieten.²²

2.2.10. Blogs

Ein Blog ist ein online-geführtes Tagebuch und enthält meist persönlichen Nachrichten, oder unpersönliche, gesellschaftlich relevante Themen. Die Beiträge werden nach ihrem Erstellungsdatum chronologisch angezeigt. In der Regel ist es möglich, Einträge von Blogs zu kommentieren.²³

2.3. Zusammenfassung

Mit Web 2.0 wurde das Internet nicht neu erfunden. Durch zahlreiche neue Applikationen, wurde das Angebot im Netz jedoch deutlich erweitert. Der Nutzer ist nicht mehr bloß Konsument der Inhalte, sondern hilft mit, diese zu erstellen.

Bei der Betrachtung der einzelnen vorgestellten Applikationen wird klar, dass diesen unterschiedlichste Funktionalitäten zu Grunde liegen. Um die jeweils am geeignetsten Anwendungen für den öffentlichen Bereich zu erarbeiten, ist es nötig, die Aufgaben der Gemeinde näher zu betrachten.

¹⁹ Rymaszewski et al. (2007), S 4.

²⁰ Vgl. Hein (2007), S 119ff.

²¹ Vgl. Hein (2007), S 121f.

²² Vgl. Gutenbrunner (2008), S. 30f.

²³ Vgl. Vgl. Habbel/Huber (2008), S161.

3. Gemeinde

In diesem Kapitel werden die Aufgaben der Gemeinden dargestellt, um darauf aufbauend Einsatzmöglichkeiten für Web 2.0 Applikationen ausfindig zu machen. Weiters werden die bisher von den Kommunen genutzten Informationskanäle beleuchtet und kritisch hinterfragt.

3.1. Rechtliche Stellung und Organisation von Gemeinden

Die Bundesverfassung unterscheidet Gemeinden nicht nach Größe oder Finanzkraft, sondern geht vom Modell einer „abstrakten Durchschnittsgemeinde“ – der Ortsgemeinde – aus.²⁴ Rechtlich unbedeutend sind die Bezeichnungen Marktgemeinde bzw. Stadtgemeinde, sieht man von gewissen „Ehrevorrechten“ ab.²⁵ Eine rechtliche Sonderstellung kommt lediglich Städten mit eigenem Statut zu. Statutarstädte unterscheiden sich von Ortsgemeinden im wesentlichen darin, dass sie zugleich Bezirksverwaltungssprengel sind.²⁶

Die Rahmenbedingungen der Gemeindeorganisationsstruktur werden durch das Bundesverfassungsgesetz vorgegeben. Analog zur Landesebene zeichnet das B-VG ein parlamentarisches System für Gemeinden vor. Die drei vorgegebenen Organe sind dabei der Gemeinderat, als „allgemeiner Vertretungskörper“, der Gemeindevorstand als kollegiale „Gemeindegovernment“ und der Bürgermeister. Die Geschäfte werden durch das Gemeindeamt besorgt, welches selbst kein Organ ist.²⁷

Den jeweiligen Landesgesetzgebern bleibt es überlassen, weitere Organe auf Kommunalebene einzurichten. Die oberösterreichischen landesgesetzlichen Bestimmungen sehen die Möglichkeit der Einrichtung von

²⁴ Vgl. Walter/Mayer (2000), S 368; Öhlinger (2007), S 244.

²⁵ Vgl. Habersack (2009), S 3.

²⁶ Vgl. Öhlinger (2007), S 244.

²⁷ Vgl. Öhlinger (2007), S 245.

beschließenden Ausschüssen vor, welchen die rechtliche Stellung eines Organs zukommt.²⁸

Abschließend ist noch anzumerken, dass die gesamte staatliche Verwaltung dem Legalitätsprinzip unterworfen ist. Demnach dürfen Verwaltungshandlungen nur gesetzt werden, wenn eine entsprechende gesetzliche Grundlage gegeben ist.²⁹

3.2. Aufgaben der Gemeinde

Die Aufgaben der Gemeinde sind vielfältig und können daher an dieser Stelle nicht taxativ aufgeführt werden. Es soll jedoch ein Überblick über die Vielfalt der Tätigkeiten in den Gemeindestuben angeboten werden.

Bevor die einzelnen Aufgaben dargestellt werden, ist es aus Sicht des Autors sinnvoll zu erklären, wie eine Gemeinde generell „funktioniert“.

3.2.1. Eigener vs. übertragener Wirkungsbereich

Die einzelnen Bundesländer der Republik Österreich gliedern sich in Gemeinden. Eine Gemeinde ist eine Gebietskörperschaft mit dem Recht auf Selbstverwaltung und zugleich Verwaltungssprengel.³⁰

Damit besitzen die Kommunen einen „eigenen“ und einen „übertragenen“ Wirkungsbereich. Im eigenen Wirkungsbereich ist die Gemeinde weisungsfrei, unterliegt allerdings der Aufsichtspflicht des Landes und des Bundes.³¹ Der eigene Wirkungsbereich umfasst neben der Privatwirtschaftsverwaltung auch alle Angelegenheiten, die im ausschließlichen oder überwiegenden Interesse der in der Gemeinde verkörperten örtlichen Gemeinschaft gelegen und geeignet sind, durch die

²⁸ Vgl. Habersack (2009), S 9; Öhlinger (2007), S 245.

²⁹ Vgl. Öhlinger (2007), S 252.

³⁰ Vgl. Art. 116 (1) B-VG

³¹ Vgl. Art. 118 (4) und 119a (1) B-VG

Gemeinschaft innerhalb ihrer örtlichen Grenzen besorgt zu werden. Neben dieser Generalklausel sind in der Bundesverfassung explizit folgende Aufgaben den Gemeinde zugewiesen:³²

- Bestellung der Gemeindeorgane; Regelung der inneren Einrichtungen zur Besorgung der Gemeindeaufgaben;
- Bestellung der Gemeindebediensteten und Ausübung der Diensthoheit
- örtliche Sicherheitspolizei, örtliche Veranstaltungspolizei;
- Verwaltung der Verkehrsflächen der Gemeinde, örtliche Straßenpolizei;
- Flurschutzpolizei;
- örtliche Marktpolizei;
- örtliche Gesundheitspolizei, insbesondere auch auf dem Gebiet des Hilfs- und Rettungswesens sowie des Leichen- und Bestattungswesens;
- Sittlichkeitspolizei;
- örtliche Baupolizei, örtliche Feuerpolizei; örtliche Raumplanung;
- öffentliche Einrichtungen zur außergerichtlichen Vermittlung von Streitigkeiten;
- freiwillige Feilbietungen beweglicher Sachen.

Ob die Aufgaben im eigenen oder übertragenen Wirkungsbereiche durchzuführen sind, lässt sich aus den einzelnen gesetzlichen Bestimmungen ableiten, da hierfür eine Kennzeichnungspflicht besteht.³³

Im Rahmen des übertragenen Wirkungsbereiches führen Gemeinden Aufgaben des Bundes oder der Länder durch, wenn dies bundes- oder landesgesetzlich festgelegt ist, oder durch Weisung oder Auftrag von Bund oder Land der Gemeinde zugewiesen wurde. In diesem Wirkungsbereich ist die Gemeinde bzw. der Bürgermeister als zuständiges Organ weisungsgebunden.³⁴ Das Gestaltungspotential ist im übertragenen Wirkungsbereich stark begrenzt.³⁵

³² Vgl. Art. 118 (3) B-VG

³³ Vgl. Art. 118 (2) B-VG

³⁴ Vgl. Art. 119 B-VG

³⁵ Vgl. Saliterer (2009), S 37.

3.2.2. Privatwirtschafts- vs. Hoheitsverwaltung

Die Privatwirtschaftsverwaltung fällt, wie bereits erwähnt, in den Bereich des eigenen Wirkungsbereiches. Darunter ist jenes Handeln der Verwaltungsorgane zu verstehen, das auf Grundlage des Privatrechts gesetzt wird.³⁶ Fällt das Handeln einer Verwaltung in den Bereich der Privatwirtschaftsverwaltung, steht sie auf gleicher Ebene wie z.B. der Bürger.

Anders gestaltet sich dieses rechtliche Verhältnis, wenn der Staat als Hoheitsträger auftritt. In diesem Bereich treten staatliche Organisationen mit behördlicher Befehls- und Zwangsgewalt auf. Zwischen Staat und Bürger oder Unternehmen herrscht das Prinzip der Über- bzw. Unterordnung. Erkennbar ist ein hoheitliches Handeln einer Behörde durch den Einsatz von Verwaltungsakte wie Verordnung, Bescheid, Beurkundung, oder Anwendung unmittelbarer behördlicher Befehls- und Zwangsgewalt.³⁷

Obwohl die hoheitliche Verwaltung jenen Bereich darstellt, der das spezifisch „Staatliche“ ausmacht, überwiegen längst die Aufgaben der Privatwirtschaftsverwaltung.³⁸

3.2.3. Aufgaben und Dienstleistungen der Gemeinde

Wie bereits erwähnt ist eine exakte und erschöpfende Aufzählung der Kommunalaufgaben kaum möglich und findet sich auch in der Literatur nicht wieder. Es wurden daher lediglich Themengebiete und keine konkreten Aufgaben dargestellt, die von den Gemeindeverwaltungen zu behandeln sind.³⁹

³⁶ Vgl. Öhlinger (2007), S 119.

³⁷ Vgl. Skriptum Gemeindebund Verwaltungsverfahren S 4.

³⁸ Vgl. Raschauer (2009), S 247f.

³⁹ Vgl. Klug (1987), S 58f.; Industriellenvereinigung, Online.

<p>VERTRETUNGSKÖRPER, ALLGEMEINE VERWALTUNG</p> <p>Gewählte Gemeindeorgane Gemeinderat, Gemeindevorstand Amtsleitung, Innerer Dienst Gemeindenachrichten, Bürgerservice Interne Revision Personalangelegenheiten Werkstattleistungen, Gartenamt Allgemeine Rechtsangelegenheiten Unterstützung der politischen Gemeindeorgane Ehrungen und Auszeichnungen Statistik Wahlen Pressewesen</p>	<p>SOZIALES, WOHNBAUFÖRDERUNG</p> <p>Vollzug von Sozial-, Pflege- und Behindertenhilfe Verschiedene Sozialförderungen und –aktionen Mobile Sozialdienste Essen auf Rädern Stationäre Sozialdienste Hilfsbedürftigenbetreuung, Betreuung sozialer Randgruppen Krankenanstaltenbeiträge Tagesmütter Jugendwohlfahrt Jugendförderung Gemeindewohnungen Wohnbauförderungen</p>
<p>FINANZWESEN, WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG</p> <p>Gemeindeabgabenvorschreibung, -prüfung und -vollstreckung Allgemeine Finanzangelegenheiten Verwaltung der Gemeindebeteiligungen an Unternehmen Vermögensverwaltung Vereinssubventionen Wirtschaftsförderungen Marktwesen Finanzen Steuerwesen</p>	<p>UNTERRICHT, ERZIEHUNG, SPORT</p> <p>Schulerhaltung, -bewirtschaftung: allg. und berufsbildende Pflichtschulen, Allgemeine Sonderschule Schülerlotsen, Förderung der Schülerbeförderung Kinderbetreuung, Kindergärten Turn- und Sporthallen Sportplätze, Eislaufplätze Wintersporteinrichtungen Sportförderung Gemeindebücherei, -museen Musikschulen, Musikschulverband</p>
<p>ÖFFENTLICHE ORDNUNG, SICHERHEIT</p> <p>Vollzug gewerberechtlicher Vorschriften Veterinäraufsicht, Lebensmittelüberwachung Bauordnung Bau- und Feuerpolizei Maßnahmen zum Natur- und Artenschutz Feuerwehrwesen Zivilschutz Katastrophenhilfsdienst Staatsbürgerschaftsangelegenheiten Meldeangelegenheiten Wählerevidenz, Durchführung von Wahlen und Instrumenten der direkten Demokratie Personenstandswesen Standesamt Veranstaltungsangelegenheiten Jagd- und Fischereiwesen Ortspolizeiliche Maßnahmen Schlichtungsstelle gemäß § 39 MRG (nur in wenigen Städten) Verwaltungsstrafen</p>	<p>WASSER- UND STRASSENBAU, VERKEHR</p> <p>Kommunale Verkehrsentwicklung Parkraumbewirtschaftung Verkehrsmaßnahmen nach der StVO Angelegenheiten der Gemeindestraßen Land- und Forstwirtschaftlicher Wegebau, -erhaltung Reinigung öffentlicher Flächen Winterdienst Radwegebau und -erhaltung Gemeindeplanung und -entwicklung Errichtung und Instandhaltung von Gemeindegebäuden Park- und Gartenanlagen Wasserrechtliche Genehmigungen Gewässerschutz, Wasserschutzbau Denkmalpflege und –schutz Örtliche Raumordnung, Flächenwidmungspläne, Bebauungspläne Vermessungs- und Vermarktungsangelegenheiten</p>

GESUNDHEIT Gesundheitsdienst, Gesundheitsschutz und -überwachung Gemeindeärzte Schulgesundheitsdienst Impfungen Rettungswesen Gemeindespezifische Umweltschutzförderungen Tierkörperverwertung	KOMMUNALE VER- UND ENTSORGUNG, DIENSTLEISTUNGEN Abwasserbeseitigung Abfallbeseitigung Kanalbau und -erhaltung Deponienbetrieb, Kompostierung Recyclinganlagen, Altstoffsammelzentrum Wasserversorgung, Zählerwartung Bestattungswesen Friedhofs- und Gräberverwaltung Betrieb von Krematorien Öffentliche Sanitäreanlagen Öffentliche Beleuchtung Park- und Gartenanlagen, Kinderspielplätze Wirtschaftshof Veranstaltungssaal, -zentren
KUNST, KULTUR Kultureinrichtungen Kunst- und Kulturförderung	

Tabelle 1: Kommunale Aufgabenbereiche

Diese Darstellung bietet nur einen groben Überblick, um die Komplexität der kommunalen Aufgaben zu verdeutlichen. Bei näherer Betrachtung wird daraus ersichtlich, dass die einzelne Felder unterschiedlich geeignet sind, um Applikationen des Web 2.0 einzusetzen. Es liegt jedoch an jeder Gemeinde selbst, in welchen Bereichen damit gearbeitet wird, da in diesem Zusammenhang die oft sehr unterschiedlichen regionalen Strukturen berücksichtigt werden müssen.

3.2.4. Ziele der Gemeinden im Kontext des Paradigmenwechsels

Das ureigentliche Ziel einer Kommune ist die ordnungsgemäße Erfüllung der staatlichen Aufgaben. Obwohl sich dies nicht explizit aus der Literatur ableiten lässt, und auch keine bekannte gesetzliche Bestimmung über die Ziele der Gemeinden existiert, kann das aus dem Umstand abgeleitet werden, dass europäische Verwaltungen teilweise bis in die späten 1990er Jahre bürokratisch organisiert waren. Dieser Organisationsform lag das Bürokratiemodell von Weber zugrunde, das sich u.a. durch vorgezeichnete Prozessabläufe, Hierarchien, Berufsethos (Pflichterfüllung), Aktenmäßigkeit und hohe Spezialisierung, auszeichnete. Zwischenmenschliche Beziehungen

waren nach diesem Modell nur zulässig, wenn der Dienstbetrieb dadurch nicht gestört wurde.⁴⁰

Erste neuere Ansätze fanden sich jedoch bereits in den 1950er Jahren. In die Ära der Neoklassik der Public-Administration fielen Human Relations und Human Resources Ansätze, sowie die Motivationstheorien.⁴¹

In den 1960er Jahren wurde mit Public Management ein neuer Ansatz ins Leben gerufen, welcher durch den Einsatz betriebswirtschaftlicher Methoden, gekennzeichnet war.⁴²

Ein weiteres Umdenken in der öffentlichen Verwaltung begann mit dem Modell des New Public Management. Die Grundprämissen dabei waren ein optimistisches Menschenbild, die Ansicht, dass Staat und Verwaltung notwendig und lernfähig, Demokratie oder Rechtsstaatlichkeit kein Problem waren, rationales Management möglich war und Wettbewerb besser als Steuerung und Planung sei.⁴³ Die strategischen Ziele von NPM waren Leistungs- und Wirkungsorientierung, Kundenorientierung, Qualitätsorientierung und Wettbewerbs- und Marktorientierung.⁴⁴

Heute ist der Ansatz des Good Governance aktuell. Diese Modell stellt an Verwaltungen Ansprüche wie Partizipation, und Verantwortlichkeit, Rechtsstaatlichkeit, Offenheit und Transparenz, Fairness und Gleichheit politischer Beteiligung und hohe ethische Verhaltensstandards.⁴⁵ Der Zentrale Punkt in diesem Modell und für diese Arbeit, ist der Partizipationsgedanke. Interessant wird der Aspekt der Bürgerbeteiligung vor allem vor den Hintergründen gesellschaftspolitischer Entwicklungen, wie einerseits zunehmender Politik- und Staatsverdrossenheit und andererseits den gleichzeitig steigenden Ansprüchen der Bevölkerung an die staatlichen Einrichtungen.

⁴⁰ Vgl. Kirchler (2008), S 51.

⁴¹ Vgl. Grüning (2000), S 98

⁴² Vgl. Thom/Ritz (2008), S 18ff.

⁴³ Vgl. Schedler/Proeller (2006), S 51ff.

⁴⁴ Vgl. Schedler/Proeller (2006), S 66ff.

⁴⁵ Vgl. Benz/Dose (2009), S 215ff.

Der grobe Überblick über die verschiedenen Modelle, zeigt, dass sich die Ziele der öffentlichen Verwaltungen massiv geändert haben. Es reicht nicht mehr aus, die Buchstaben des Gesetzes ordnungsgemäß zu vollziehen und auch nicht, sich nur an den Bedürfnissen der Bürger zu orientieren. Good Governance setzt dies bei Verwaltungen bereits voraus. Es hat also ein Wandel vom bloßen „Verwalten“ einer Gemeinde, hin zu der Gemeinde als Bürgerkommune stattgefunden, die den Anspruch der Partizipation an die Verwaltung stellt.

Mit Hilfe neuer Möglichkeiten, wie jenen des Web 2.0, ist zumindest die technische Basis geschaffen, um die geforderte Partizipation erfolgreich zu implementieren. Der nächste Abschnitt gibt einen Abriss über die aktuell klassischen Informationskanäle der Gemeinden wieder. Da die vorgestellten Medien lediglich den Bürger einseitig informieren, weist dies bereits darauf hin, dass diese Kanäle im Hinblick auf die Anforderungen des Good Governance unzureichend sind.

3.3. Informationskanäle im Kommunalbereich

In diesem Abschnitt werden die von den Gemeinden eingesetzten Informationskanäle vorgestellt und beleuchtet. Neben den klassischen Informationsmöglichkeiten Amtsblatt und Amtstafel, wird auch der Webauftritt der Kommunen behandelt.

3.3.1. Amtstafel

Eine ausdrückliche Verpflichtung für Gemeinden, eine Amtstafel zu betreiben, ist nicht normiert. Das Erfordernis der Amtstafel leitet sich jedoch aus einzelnen Bestimmungen, wie der Oö. Gemeindeordnung, ab. Weiters ist der Usus der Amtstafel als historisch gewachsen anzusehen, wie beispielsweise eine Erwähnung im § 11 des Gesetzes über „Die

Kundmachung von Gesetzen und Verordnungen durch das Reichs-Gesetz-Blatt“ aus 1869, belegt.⁴⁶

Der Aushang an der Amtstafel dient nach den Bestimmungen der Oberösterreichischen Gemeindeordnung (Oö. GemO) einerseits der Information der Gemeindebürger und andererseits zur Kundmachung von Verordnungen.

Die Informationspflicht bezieht sich auf Vorhaben der Gemeinde im eigenen Wirkungsbereich, wenn aufgrund des Umfangs, der Art, des finanziellen Aufwandes oder aus anderen Gründen, die Interessen der Gemeindemitglieder berührt sind. Zu informieren ist davon der betroffene Teil der Bevölkerung. Neben der Kundmachung an der Amtstafel, sieht der Gesetzgeber vor, dass Informationen dieser Art auch in anderer Weise bekanntzumachen sind. Auf welche Art dies zu geschehen hat, ist vom Gemeinderat zu beschließen.⁴⁷ Mit der Gemeindeordnungsnovelle 2002 wurde die Aufzählung der in Frage kommenden Informationswege entfernt.⁴⁸

Neben Informationszwecken erfüllt die Amtstafel den Zweck der Kundmachung von Verordnungen, damit diese in Rechtskraft erwachsen. Die Dauer des Aushanges beträgt zwei Wochen.⁴⁹ Aichlreiter übte bereits in seiner 1988 erschienenen Ausgabe „Österreichisches Verwaltungsrecht“, Kritik daran, dass diese Kundmachungsmethode den Zweck, Bürger über neue Verordnungen in Kenntnis zu setzen, verfehlt.⁵⁰ Während diese Überlegungen vor juristischem Hintergrund entstanden, sind es aus heutiger Sicht vor allem Aspekte des Good Governance (Offenheit und Transparenz), die diese Kritik gerechtfertigt erscheinen lassen.

Weiters findet sich kein Hinweis in den Normen, wie eine Amtstafel ausgestaltet sein muss. Der OÖ. Gemeindebund sieht daher, unter

⁴⁶ Vgl. Stenographische Protokolle über die Sitzungen des Hauses der Abgeordneten des Reichsrathes, S 5994.

⁴⁷ Vgl. § 38a Oö. GemO 1990

⁴⁸ Vgl. Land OÖ, Online, 1.

⁴⁹ Vgl. § 94 Oö. Gemeindeordnung 1990

⁵⁰ Vgl. Aichlreiter (1988), S 783ff.

bestimmten Voraussetzungen, auch den Betrieb einer digitalen Amtstafel als zulässig.⁵¹

Die Nutzung der Amtstafel durch die Gemeinden ist erfahrungsgemäß unterschiedlich. Während manche Gemeinden nur die gesetzlich vorgesehenen Dokumente veröffentlichen, werden Amtstafeln in anderen Gemeinden auch z.B. für den Aushang von Fotos von Veranstaltungen genutzt.

3.3.2. Amtsblatt

Im Gegensatz zur Amtstafel, lässt sich für das Amtsblatt auch aus den Gesetzen keine Verpflichtung zur Herausgabe eines solchen, ableiten. In einzelnen Gesetzen findet sich lediglich die verpflichtende Kundmachung im Amtsblatt, wenn die Gemeinde ein solches regelmäßig herausgibt.⁵² Auch seitens des OÖ. Gemeindebundes wird die Ansicht vertreten, dass die Herausgabe eines Amtsblattes nicht verpflichtend vorgesehen ist.⁵³ Die „Gemeindezeitung“ ist daher auch zu einem Großteil historisch verankert.⁵⁴ Wenngleich ein Amtsblatt in Gemeinden nicht verpflichtend aufgelegt werden muss, scheint sich aus § 38a OÖ GemO. (Informationspflicht) doch eine faktische Verpflichtung zu ergeben. Dies wird im folgenden anhand der Tagesordnung des Gemeinderates versucht darzustellen. Denn zweifelsohne werden in Gemeinderatssitzungen Beschlüsse über geplante Vorhaben gefasst, die das die Interessen der Gemeindebürger, oder eines bestimmten Teiles davon besonders berühren (§ 38a (1) OÖ GemO). Somit ist die Tagesordnung einer Gemeinderatssitzung so zu verstehen, dass sie neben Kundmachung an der Amtstafel, eines weiteren Mediums bedarf, um die anzusprechende Zielgruppe möglichst umfassend zu erreichen (§ 38a (2) OÖ GemO) und somit der gebotenen Informationspflicht genüge zu tun.

⁵¹ Gemeindebund, E-Mail.

⁵² Vgl. ua. § 11 Oö Straßengesetz, § 4 Oö Polizeistrafgesetz Stand: 29.4.2010

⁵³ Gemeindebund, E-Mail.

⁵⁴ Vgl. Stenographische Protokolle über die Sitzungen des Hauses der Abgeordneten des Reichsrathes, S 5994.

Natürlich mag an dieser Stelle einzuwenden sein, dass, wie bereits mit der Amtstafel abgehandelt, der Gemeinderat diesen weiteren Informationsweg festzulegen hat und somit jedes mögliche Medium frei wählen kann. Die bis zur Gemeindeordnungsnovelle 2002 enthaltenen Alternativen waren zusätzlicher öffentlicher Anschlag, durch Aussendungen, Amtsblatt, durch Abhaltung einer Gemeindeversammlung, durch Verlautbarung in der Presse oder im Rundfunk (Fernsehen).⁵⁵

Der zusätzliche Anschlag in Schaukästen ist, wie die Amtstafel selbst, rechtlich bedenklich und ist auch Sicht einer modernen Verwaltung nicht zufriedenstellend (siehe oben). Eine Gemeindeversammlung scheint etwas praxisfremd zu sein, denn um diese einzuberufen ist wiederum eine Kundmachung an der Amtstafel erforderlich und vor allem sehr ressourcenintensiv. Die Verlautbarung in der Presse, im Rundfunk oder Fernsehen scheint zwar für regionale Projekte durchaus denkbar, doch für rein lokale Angelegenheiten nicht realistisch.

Diese Aufarbeitung zeigt, dass Kommunen bisher kaum alternative Möglichkeiten zur Verfügung hatten, ihrer Informationspflicht besonders hinsichtlich der Kundmachung der Tagesordnung des Gemeinderates, nachzukommen und somit nur die Herausgabe eines Amtsblattes übrig blieb.

Möglicherweise hat den Gesetzgeber das Zeitalter neuer Medien dazu veranlasst diese Aufzählung aus dem Gesetz zu nehmen und den Gemeinden damit die Möglichkeit eingeräumt, künftig ihre Bürger mittels SMS, Newsletter udgl. über wichtige Angelegenheiten zu informieren.

Wie auch bei der Amtstafel der Fall, ist auch die Nutzung des Amtsblattes von Gemeinde zu Gemeinde unterschiedlich ausgeprägt.

⁵⁵ Vgl. § 38a Oö GemO Stand: 29.4.2000

3.3.3. Website

Die erste Website, die überhaupt ins Netz gestellt wurde, war jene von CERN im Jahr 1990.⁵⁶ Als erste Gemeinde in Oberösterreich, ging die Marktgemeinde Kremsmünster im Jahr 1996 online, sieht man von der Landeshauptstadt Linz ab, die bereits 1995 eine erste Website erstellte.⁵⁷ Trotz der Tatsache, dass keine gesetzliche Verpflichtung, eine Website zu betreiben besteht, bieten heute 417 der 444 oberösterreichischen Gemeinden (93,92 Prozent) einen Webauftritt an. Eine E-Mail Adresse haben bereits alle Gemeinden in Oberösterreich.⁵⁸ Etwa 300 dieser Gemeinden nutzt dazu die Dienste von ris.kommunal. Insgesamt nutzen in Österreich und Südtirol, derzeit etwa 1100 Gemeinden ris.kommunal. In Oberösterreich wird ris.kommunal von der Firma Gemdat angeboten. Die Kosten dafür sind abhängig von der jeweiligen Einwohnerzahl der Gemeinde. Die einmaligen Kosten beginnen bei € 1.399,00 und die Wartungspauschale bei € 24,02 pro Monat.⁵⁹

Wird seitens der Gemeinde ein Internetauftritt angeboten, müssen bestimmte gesetzliche Bestimmungen eingehalten werden. Speziell zu beachten sind die Bestimmungen über den barrierefreien Zugang gem. E-Government Gesetz.⁶⁰ Weiters ist nach dem Mediengesetz ein Impressum des Herausgebers auf der Website zu veröffentlichen.⁶¹

Hinsichtlich der konkreten Gestaltung von Gemeindewebsites finden sich keine gesetzlichen Bestimmungen, jedoch gibt es bereits einige Richtlinien, wie eine solche gestaltet sein sollte.⁶²

⁵⁶ Vgl. Lang (2010), S 5.

⁵⁷ Vgl. Marktgemeinde Kremsmünster, Online, 1.

⁵⁸ Vgl. Land OÖ, Online, 2. Anm.: Bei der Überprüfung der Websites wurde festgestellt, dass inzwischen sechs weitere Gemeinden einen Webauftritt anbieten.

⁵⁹ Gemdat: E-Mail.

⁶⁰ § 1 (3) E-GovG

⁶¹ § 24 (3) Mediengesetz

⁶² Vgl. Gemeinde Informatik Zentrum Kärnten, Online; Donau Universität Krems, Online.

4. Befragung

In bisherigen Arbeiten zu dieser Thematik, wurde der empirische Teil zumeist mittels Experteninterviews abgehandelt.⁶³ Obwohl der Ansatz einer qualitativen Befragung vor allem im Hinblick auf die Umsetzung von Web 2.0 Angeboten in Gemeinden wichtig ist, wird in dieser Arbeit davon Abstand genommen. Der Zugang dieser Arbeit ist es, den Fokus auf die Nutzer zu richten. Zu diesem Zweck wurde eine Befragung unter sogenannten „Digital Natives“ durchgeführt. Der von Marc Prensky geprägte Begriff, versteht jene Generation, die im digitalen Zeitalter geboren wurde. Prensky verstand darunter alle Personen ab dem Geburtsjahrgang 1980.⁶⁴ Auf eine genauere Unterteilung von Digital Natives erster und zweiter Generation, wie Frieling sie vornimmt, wird in dieser Arbeit verzichtet.

Bei der gegenständlichen Befragung wurde daher die Zielgruppe auf die Jahrgänge 1980 bis 1992 beschränkt. Die Eingrenzung mit dem Geburtsjahrgang 1992 wurde deshalb gewählt, damit die Gruppe der Befragten, (beinahe) volljährige Digital Natives umfasst, welchen aufgrund ihres Alters bereits ein Mindestmaß an kommunalpolitischen Interesse unterstellt werden kann.

In den Gemeinden Bad Zell, Neumarkt im Mühlkreis, Kremsmünster und Steyregg wurden dazu jeweils 200 Personen dieser Altersgruppe zufällig ausgewählt. Damit auch jene Personen erreicht werden konnten, die über keinen Internetanschluss verfügen, wurden die Fragebögen postalisch versendet. Um die Rücklaufquote zu erhöhen, wurde den Befragten die Möglichkeit geboten, den Fragebogen auch Online auszufüllen. Der Online-Fragebogen wurde auf der Website www.voycer.de erstellt.

Grundsätzlich wurden sowohl im schriftlichen, als auch im Online-Fragebogen die gleichen Fragen gestellt. Abweichend davon war, dass im Online-Fragebogen die Frage nach einem Zugang zum Internet nicht gestellt

⁶³ Vgl. Gutenbrunner 2008, Madreiter 2008

⁶⁴ Vgl. Frieling (2010), S 31f.

wurde. Eine weitere Abweichung war die Frage nach dem Wohnort, um so die Ergebnisse der Online-Fragebögen den einzelnen Gemeinden zuordnen zu können.

Der im Anhang ersichtliche Fragebogen gliedert sich in drei verschiedene Teile. Mit dem ersten Abschnitt wurden personenbezogene Daten (Alter, Geschlecht, Ausbildungsgrad und Wohnform) abgefragt. Der nächste Bereich beschäftigte sich mit der Internetnutzung der Befragten. Dabei wurden der Internetzugang, Internetnutzung, Nutzungs- und Bekanntheitsgrad ausgewählter Applikationen und die damit verbundene Beschäftigungsdauer, erhoben. Der letzte Abschnitt widmete sich der jeweiligen Gemeinde. Erfragt wurde das allgemeine Interesse am politischen Gemeindegeschehen, bevorzugte Themenbereiche, genutzte Informationskanäle und das Webangebot der Kommunen, bzw. welche Angebote von den Gemeinden im Web bereitgestellt werden sollten.

Die abschließende Frage gab den Befragungsteilnehmern die Möglichkeit weitere Ideen zum Thema Web 2.0 im Gemeindebereich niederzuschreiben.

4.1. Ergebnisse der Befragung

Insgesamt wurden 183 Fragebögen retourniert, was einer Rücklaufquote von 22,87 Prozent entspricht. Von den 183 Fragebögen wurden 121 online ausgefüllt, die restlichen 62 wurden auf den jeweiligen Gemeindeämtern abgegeben.

Die größte Teilnehmerzahl (60 Teilnehmer) wurde in der Gemeinde Steyregg erreicht, gefolgt von Bad Zell mit 56 Teilnehmern. Aus den Gemeinden Kremsmünster und Neumarkt im Mühlkreis, nahmen jeweils 32 Personen teil. Drei weitere Befragte, die an der Umfrage teilnahmen, wohnten in anderen Gemeinden.

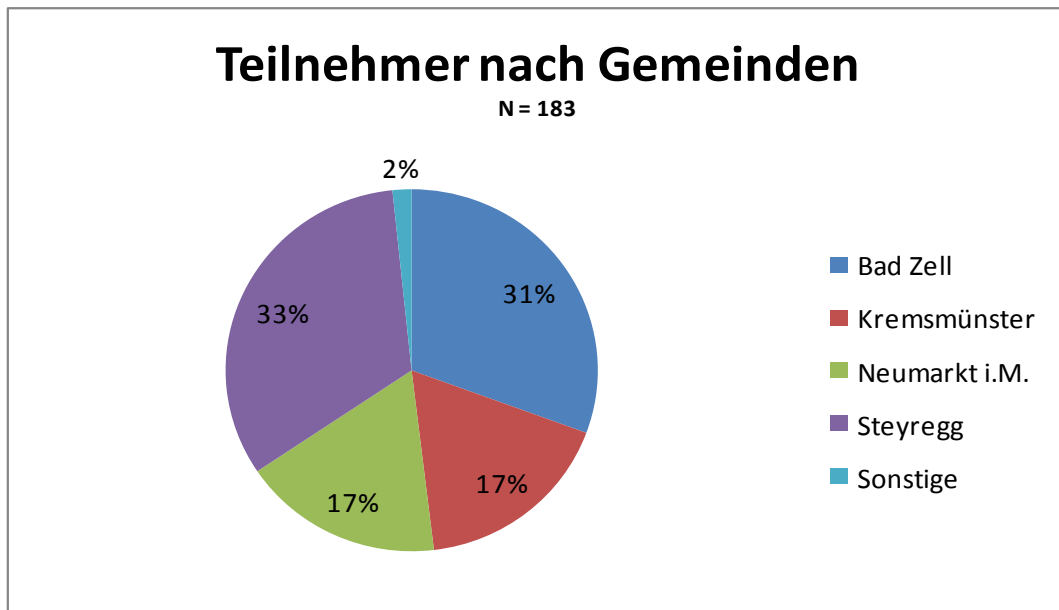


Abbildung 1: Teilnehmer nach Gemeinden

In allen Gemeinden wurden mehr Fragebögen online ausgefüllt, als am Gemeindeamt in Papierform abgegeben wurden. Auffällig ist bei dieser Auswertung, dass in der Gemeinde Kremsmünster eine überdurchschnittlich hohe Zahl an Teilnehmer, das Angebot des Onlinefragebogens nutzten.

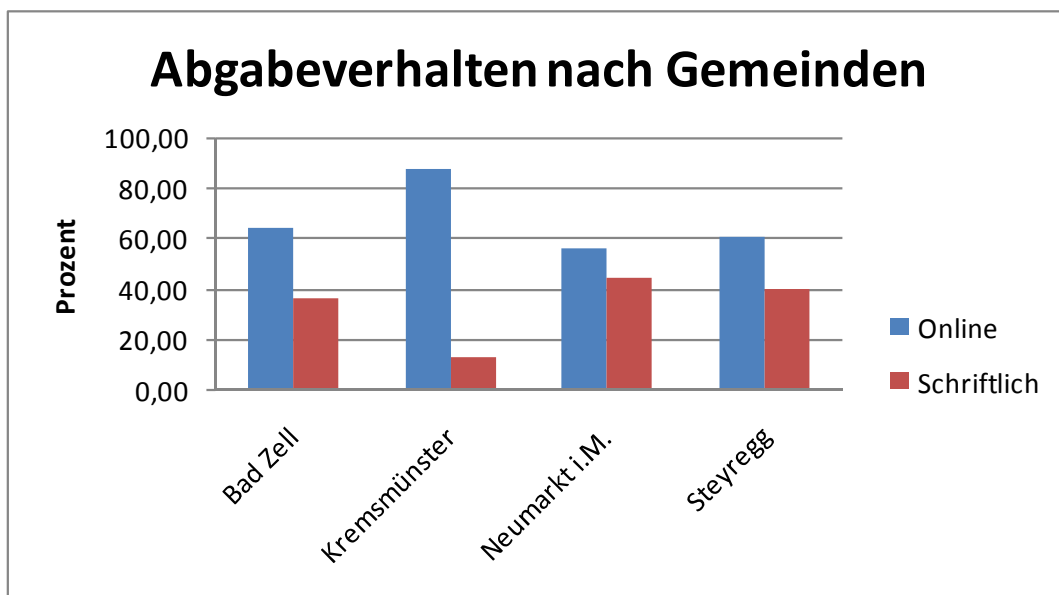


Abbildung 2: Abgabeverhalten nach Gemeinden

4.1.1. Personenbezogene Daten

Alter

Das durchschnittliche Alter der Befragten betrug 23 Jahre. Da zwei Personen ihr Alter nicht angaben, errechnet sich dieser Durchschnitt mit N=181. Weiters ist zu erwähnen, dass drei Personen an der Befragung teilnahmen, deren Alter nicht jenem der Zielgruppe entsprach. Berücksichtigt man diese drei Teilnehmer bei der Errechnung des Altersdurchschnittes nicht, ergibt sich ein Durchschnittsalter von 22,8 Jahren.

Ausbildungsgrad

Die am häufigsten genannte höchste abgeschlossene Ausbildung, war mit 40 Prozent Matura oder Berufsreifeprüfung. Von 31 Prozent wurde der abgeschlossene Lehrberuf genannt. Dahinter folgten mit 11 Prozent der Pflichtschulabschluss, 10 Prozent gaben an ein Studium an einer Fachhochschule oder Universität abgeschlossen zu haben und die restlichen 8 % absolvierten eine berufsbildende mittlere Schule.

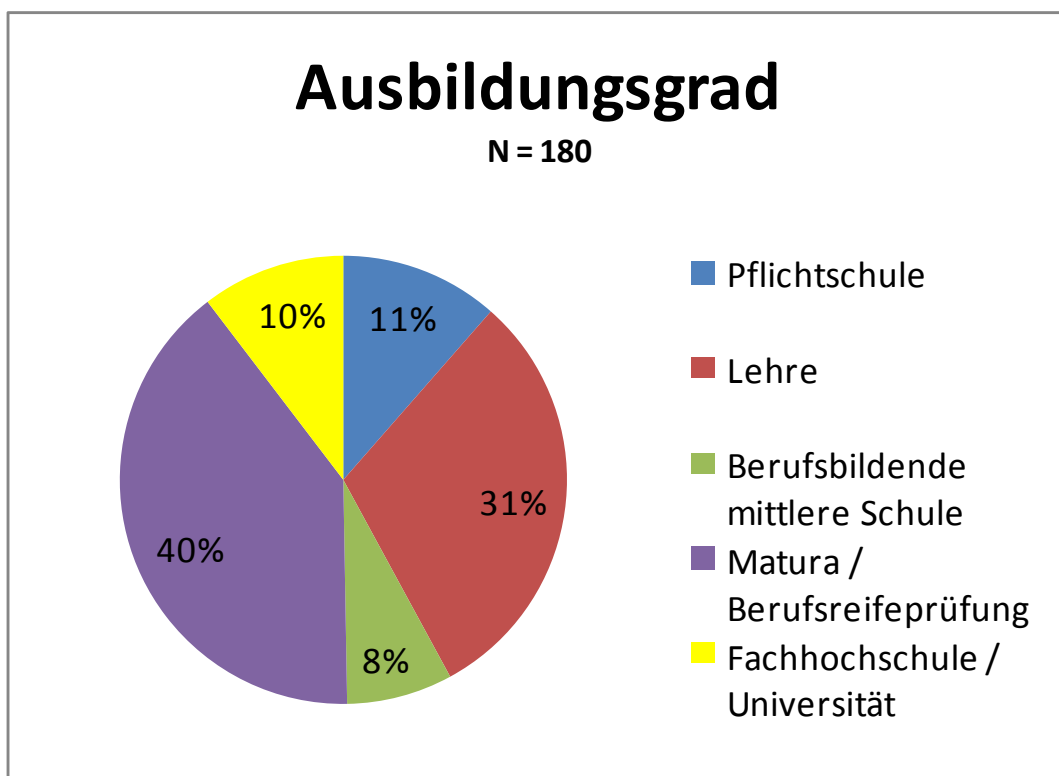


Abbildung 3: Ausbildungsgrad der Befragten

Wohnform

Rund 57 Prozent der Befragten wohnen bei ihren Eltern, 31 Prozent wohnen gemeinsam mit der Partnerin oder dem Partner. Die restlichen 12 Prozent gaben an, alleine zu wohnen.

4.1.2. Internetnutzung

Zugang zum Internet

Lediglich ein Befragungsteilnehmer gab an, über keinen Zugang zum Internet zu verfügen. Dies entspricht einem Wert von 0,6 Prozent.

Zugangsmöglichkeiten

Von den 182 Personen die über einen Zugang zum Internet verfügen, haben ebenso viele einen Zugang zum Internet zuhause. Weiters haben 81,9 % die Möglichkeit das Internet am Ausbildungs- oder Arbeitsplatz zu nutzen. Zusätzlich gaben 14 Personen (7,8 %) an, auch noch über sonstige Zugangsmöglichkeiten zu verfügen. Acht mal wurde in diesem Zusammenhang das Handy genannt, fünf Nennungen erreichte das mobile Internet. Zwei mal wurden Freunde angegeben, bei denen das Internet auch genutzt werden kann.

Nutzungsausprägungen

Mehr als die Hälfte der Befragten nutzen das Internet etwa gleich viel für private und dienstliche oder schulische Zwecke. Rund 39 Prozent gaben an, das Internet hauptsächlich privat zu nutzen. Die restlichen 7,7 % verwenden es überwiegend für Arbeit oder Ausbildung.

Bekanntheits- und Nutzungsgrad ausgewählter Applikationen

Den größten Bekanntheitswert erzielte das soziale Netzwerk Facebook mit einer Bekanntheit von 100 Prozent. Dabei ist anzumerken, dass Facebook auch jener Person bekannt ist, die über keinen Internetzugang verfügt. Der Nutzungsgrad liegt allerdings mit 68,3 Prozent an dritter Stelle. Spitzenreiter hinsichtlich der Nutzung sind die Online-Enzyklopädie Wikipedia mit 80,3 Prozent, gefolgt von Youtube mit 74,3 Prozent. Den geringsten Bekanntheits-

als auch Nutzungsgrad weist Second Life auf. Etwa einem Drittel der Befragten ist diese Applikation bekannt, die Nutzung liegt jedoch lediglich bei 1,1 Prozent.

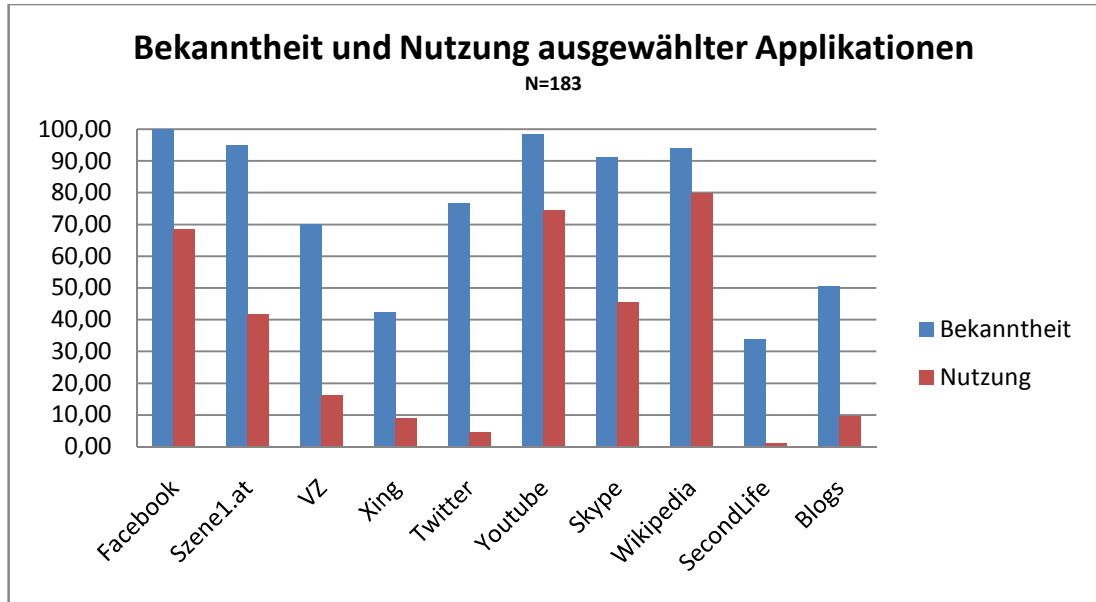


Abbildung 4: Bekanntheit und Nutzung ausgewählter Applikationen

Dauer der Nutzung von Web 2.0 Applikationen

Etwa 46 Prozent der Befragten gaben an, drei oder mehr Stunden wöchentlich mit der Nutzung, der in der letzten Frage abgefragten Applikationen, zu verbringen. Etwa 19 Prozent gaben an, eine bis zwei Stunden mit der Nutzung dieser Dienste zu verbringen. Bis zu einer Stunde beschäftigen sich rund 18 Prozent mit Web 2.0-Angeboten. Zwei bis drei Stunden werden dafür von 17 Prozent der Befragten aufgewandt.

4.1.3. Gemeinde

Allgemeines Interesse am politischen Gemeindegeschehen

Am häufigsten wurde von den Befragten angegeben, dass sie am politischen Gemeindegeschehen interessiert sind. Die zweitgrößte Gruppe ist jene mit wenig Interesse am Gemeindegeschehen. Die Gruppen der sehr Interessierten und der Uninteressierten sind etwa gleich groß.

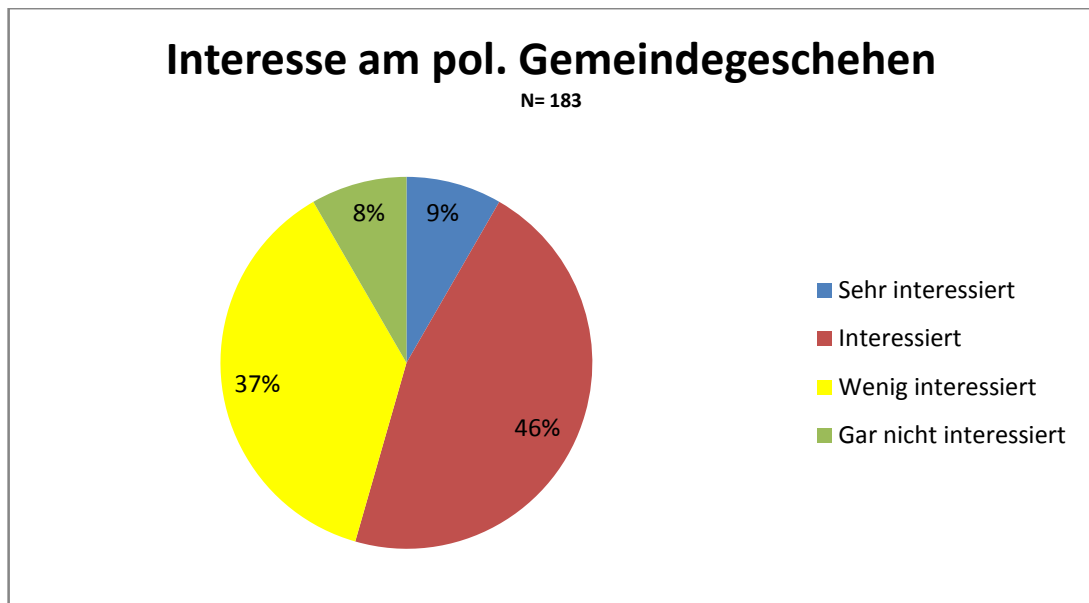


Abbildung 5: Interesse am politischen Gemeindegeschehen

Interesse nach Themenbereichen

Den überlegendsten Wert erreichte bei dieser Fragestellung das Thema Veranstaltungsinformationen mit 80,3 Prozent. Etwas mehr als die Hälfte der Befragten interessieren sich für Gemeindeentwicklung. Ein bisschen weniger als die Hälfte interessiert sich für Bildungsangebote und Förderungen. Den geringsten Wert erzielten Sitzungen des Gemeinderates, die für knapp 17 Prozent von Interesse sind. Unter den sonstigen Nennungen finden sich je einmal spezielle Angebote für Kinder, Sportverein, Ereignisse in der Gemeinde und der Bau und die Eröffnung von Gebäuden in der Gemeinde.

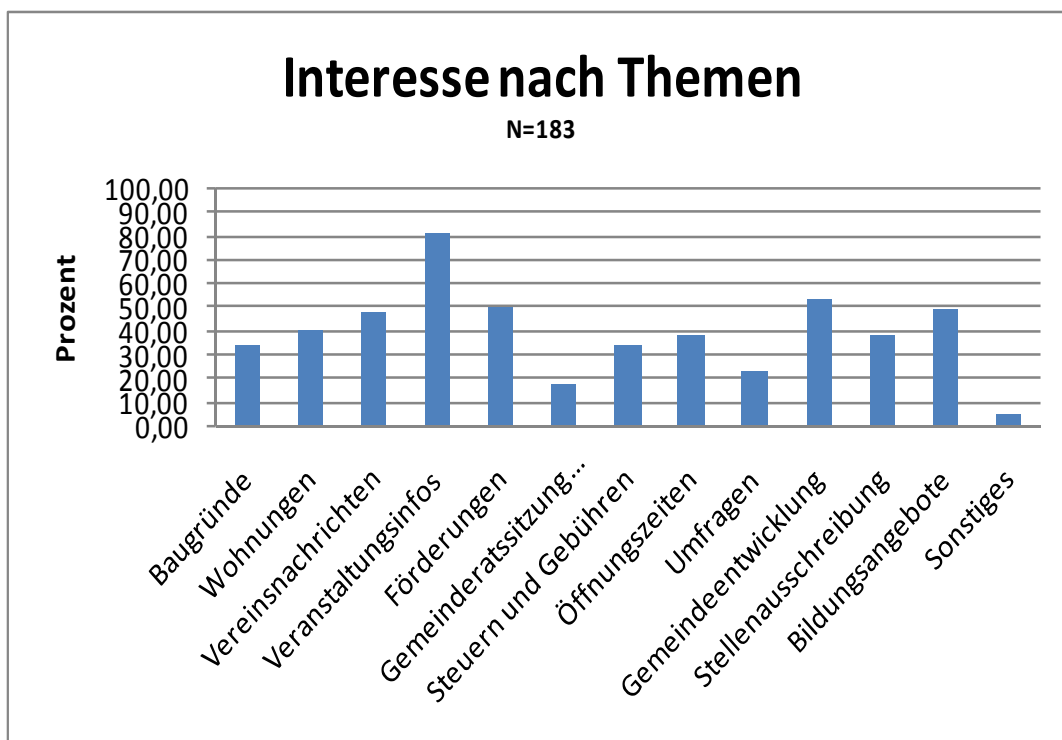


Abbildung 6: Interesse nach kommunalen Themen

Informationskanäle

Auf die Frage, wie sich der jeweilige Teilnehmer Informationen über die Gemeinde verschafft, erreichte das Amtsblatt mit 78,7 Prozent den größten Wert. Immerhin gaben 43,2 Prozent an, sich über die Gemeindehomepage zu informieren. Mit 18 Prozent liegt die Amtstafel als Informationsquelle an letzter Stelle der klassischen Informationskanäle. Weiters gaben 11,5 Prozent der Befragten an, sich auch anderwertig Informationen zu beschaffen. Fünf Personen gaben an sich bei Bekannten oder Verwandten, die zum Teil als Bedienstete oder Mandatäre mit der Gemeinde in Verbindung stehen, zu informieren. Facebook, Szene1 und das direkte Gespräch mit dem Gemeindevorstand wurden je einmal als Informationsquelle genannt.

Etwa 6 Prozent gaben an sich nicht zu informieren, was sich in etwa mit dem Wert, der am politischen Gemeindegeschehen Uninteressierten, deckt.

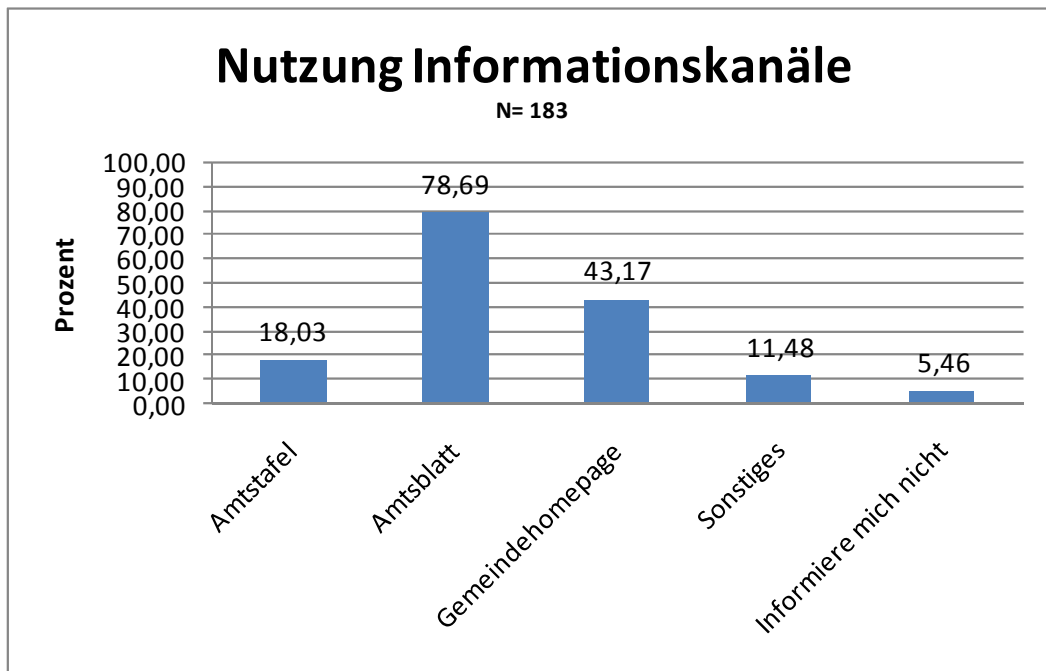


Abbildung 7: Nutzung Informationskanäle

Derzeitiges und gewünschtes Angebot

Rund 86 Prozent der Befragten gaben an, dass ihre Gemeinde eine Website anbietet. Da allerdings alle Gemeinden über eine Website verfügen, ist davon auszugehen, dass der Begriff „Website“ nicht allen Befragten geläufig war und vielleicht mit dem Terminus „Homepage“, mehr hätten anfangen können. Weitere 10 Prozent geben an, dass seitens der Gemeinde soziale Netzwerke angeboten werden. Etwa 2 Prozent gaben an, dass seitens der Gemeinde ein Wiki angeboten würde. Von je 1,7 Prozent der Befragten wurden Pod- u. Vodcasts und Blogs genannt. Eine Person nannte noch Internettelefonie als Angebot der Gemeinde.

Der größte Wunsch der Befragten ist mit 20,2 Prozent die Einführung sozialer Netzwerke. Etwa je 14 Prozent würden sich Wikis und Blogs wünschen. Am wenigsten gefragt sind Pod- u. Vodcasts mit 8,2 Prozent. Beachtlich ist auch, dass sich lediglich 9,8 Prozent eine Gemeindewebsite wünschen. Dies mag allerdings vielleicht damit zusammenhängen, dass eine Homepage der Gemeinde mittlerweile als selbstverständlich angesehen wird.

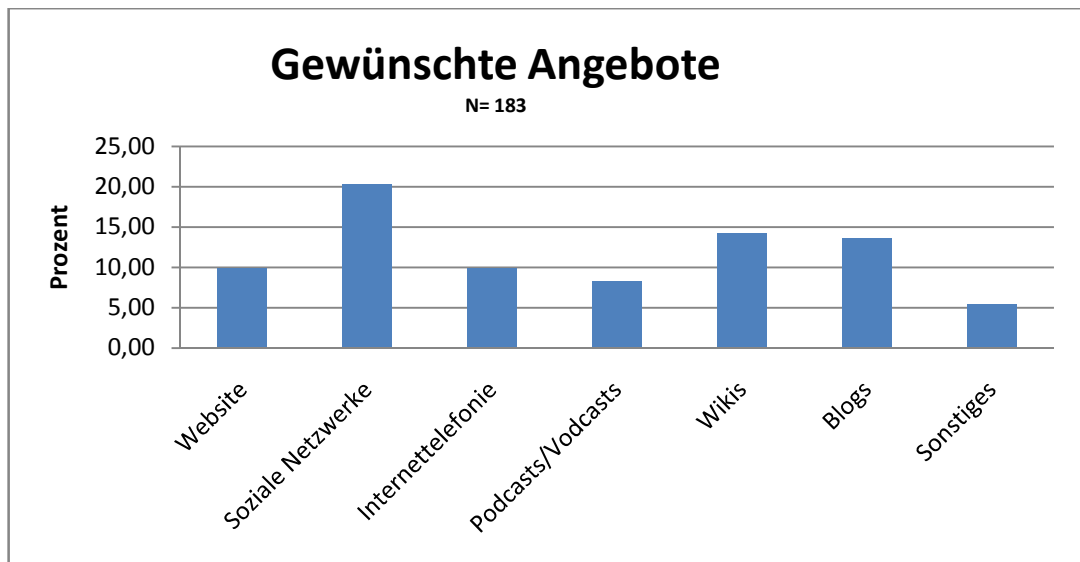


Abbildung 8: Gewünschte Web 2.0 Angebote

Unter den sonstigen gewünschten Angeboten wurde der Newsletter insgesamt vier mal genannt. Drei Personen gaben Foren an, die zur Ideenfindung, oder einfach Kommentazum kommentieren politischer Ereignisse zur Verfügung stehen. Weitere drei Vorschläge zielten auf die Verbesserung des bestehenden Angebotes ab. Dabei wurde vorgeschlagen Fahrgemeinschaften über das Internet einzurichten, ortsbezogene Gutscheine über die Gemeindehompae beziehen zu können, oder eine Onlineplattform mit allen gemeinderelevanten Themen anzubieten. Auch der Wunsch, eigenständig Umfragen auf der Gemeindewebsite starten zu können, wurde geäußert. Weiters wurde angeführt, dass neben den Protokollen der Gemeinderatssitzungen auch Ausschussprotokolle im Internet abrufbar sein sollten. Zu dieser Forderung unter diesem Punkt, die für Thematik an sich nicht relevant ist anzumerken, dass Vorstands- sowie Ausschusssitzungen nach geltendem Recht nicht öffentlich, und somit auch Protokolle dieser Sitzungen nicht für die Öffentlichkeit bestimmt sind.⁶⁵

⁶⁵ Vgl. §§ 55 und 57 Oö. GemO 1990

Weitere Ideen zu Web 2.0 im Gemeindebereich

Um die weiteren Ideen der Befragten nicht abzuändern, werden diese nachfolgend im Originalwortlaut dargestellt. Anmerkungen sind, bleiben unberücksichtigt.

- *Internet ist Gegenwart und Zukunft, dementsprechend sollte es auch von den Gemeinden eingesetzt werden. Es kann mit Sicherheit nicht früh genug damit begonnen werden.*
- *mehr Information von der Landjugend Neumarkt...*
- *Anstatt immer gegen neue \"böse\" (Handy-)Sendemasten zu protestieren, mal lieber in den Ausbau mobiler Breitbandverbindungen investieren, und aktiver in der online Kommunikation zu den Bürgern werden. (Facebook, etc...) Aber was soll man schon von einer Gemeinde voller Bauern erwarten... *rolleyes**
- *Es stört mich, als Erwachsene mit Du angesprochen zu werden.*
- *Die bereits vorhandenen Angebote sollten aktueller sein, das Amtsblatt und die Sitzungsprotokolle als \"Download\"*
- *Die Arbeit klingt sehr interessant, bin gespannt wie die Gemeinde darauf reagiert!*
- *Web 2.0 würde nur dann Sinn machen, wenn es politisch unabhängig und somit kritisch das Gemeindeleben beleuchtet*
- *Mein Ort besitzt W-LAN. Ich würde mir wünschen, dass es eine Jugendevent-Homepage oder so geben würde.*
- *Homepage bentzerfreundlicher gestalten!*

Die Auswertung des Fragebogens bringt bereits interessante Erkenntnisse. Die dazugehörigen Hintergründe werden im nächsten Abschnitt versucht zu erläutern.

4.2. Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen

Unter Punkt 4.1. wurden die Ergebnisse in der Reihenfolge dargestellt, wie die Fragen auch im Fragebogen angeordnet waren. Um daraus jedoch Schlussfolgerungen ableiten zu können, ist es erforderlich die Auswertung anhand zweidimensionaler Merkmale vorzunehmen. In diesem Abschnitt wird versucht aufgrund der persönlichen Merkmale, Verbindungen zu den beiden weiteren Themenkomplexen, Internetnutzung und Gemeinde, herzustellen. Zudem werden mögliche Zusammenhänge auch unter diesen beiden Themen eruiert. Um die Zusammenhänge festzustellen wird in erster Linie rechnerisch geprüft, ob ein statistischer Zusammenhang zwischen den einzelnen Merkmalen besteht. Wenn dies der Fall ist, wird versucht auch einen logischen Zusammenhang daraus ableiten zu können.

4.2.1. Zusammenhänge nach Geschlechtern

In diesem Teil wurde ermittelt, ob es Zusammenhänge zwischen Geschlecht und anderen Merkmalen gibt. Beobachtet wurden dazu der Bekanntheits- bzw. Nutzungsgrad ausgewählter Applikationen, das Interesse am politischen Gemeindegeschehen, das Interesse an ausgewählten Kommunalthemen, die Wahl der Informationskanäle und welche Web 2.0 Angebote die Gemeinde bereitstellen soll. Da das Geschlecht ein nominales Merkmal ist, war als statistische Kennzahl Cramers V zu errechnen.

Allen Beobachtungen ist gemein, dass sie keinen statistischen Zusammenhang aufweisen. Nachdem bei diesen Berechnungen keine für weitere Schlussfolgerungen, relevanten Erkenntnisse gewonnen werden konnten, wurde auf eine Darstellung der Ergebnisse verzichtet. Abgeleitet werden kann in diesem Zusammenhang nur, dass Einstellungen, Gewohnheiten und Interessen geschlechtsunabhängig sind. Die Berechnung mit den einzelnen Ergebnissen sind im Anhang ersichtlich.

4.2.2. Zusammenhänge nach Alter

Anders als bei dem Vergleich der Zusammenhänge nach dem Geschlecht, ergeben sich nach dem Alter durchaus einige statistische Zusammenhänge.

4.2.2.1. Alter und Bekanntheitsgrad ausgewählter Applikationen

Das erste Merkmal, das mit dem Alter verglichen wurde, ist der Bekanntheitsgrad verschiedener Applikationen.

Prozent	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Cramers V
Facebook	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0,00
Szene1.at	100	100	100	100	100	100	94	100	81	94	100	82	100	67	67	0,38
VZ	45	47	84	82	100	85	72	71	75	59	67	55	45	100	67	0,36
Xing	27	27	42	12	64	38	56	57	63	35	44	45	36	100	67	0,34
Twitter	82	67	84	82	100	77	78	100	75	65	56	82	64	100	67	0,27
Youtube	100	100	100	100	100	100	94	100	94	100	100	91	100	100	100	0,23
Skype	91	100	95	94	91	92	89	100	88	76	89	91	100	100	67	0,25
Wikipedia	100	93	100	94	91	92	94	100	88	88	89	91	100	100	100	0,19
SecondLife	0	0	0	0	9	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0,25
Blogs	45	33	47	59	73	31	61	29	86	35	44	55	45	100	67	0,34

Tabelle 2: Stat. Zusammenhang zw. Alter und Bekanntheit von Applikationen

Am auffälligsten bei dieser Gegenüberstellung ist, dass die Bekanntheit von Facebook keinerlei statistischen Zusammenhang mit dem Alter herstellt. Da Facebook allen Befragten bekannt ist, ergibt sich daher in dieser Berechnung der Wert 0.

Sämtliche anderen Applikationen weisen einen statistischen Zusammenhang auf. Mit Ausnahme von Wikipedia, sind alle übrigen Ergebnisse als mittlerer statistischer Zusammenhang zu interpretieren.

Um auch logische Zusammenhänge feststellen zu können, war es erforderlich, Altersgruppen ausfindig zu machen, die die beiden Merkmale in eine schlüssige Beziehung zu einander setzen. Um solche zusammenhängenden Gruppen zu finden wurden jene Alterskategorien rot markiert, bei denen der Bekanntheitsgrad der jeweiligen Applikation über dem Durchschnitt lag.

Unter dieser Betrachtung konnte festgestellt werden, dass es zwischen den sozialen Netzwerken und dem Alter einen möglichen logischen Zusammenhang gibt. Szene1 ist in der jüngeren Hälfte der Befragten nahezu allen bekannt. Wenngleich auch der Bekanntheitsgrad dieses Netzwerkes in der Hälfte der älteren Befragten noch sehr groß ist, ist im Vergleich der beiden Altersgruppen ein Unterschied erkennbar. Da Szene1 vor allem ein jüngeres Zielpublikum für sich in Anspruch nimmt (siehe Seite 7), scheint diese Tendenz logisch nachvollziehbar.

Die VZ-Gruppe weist einen sehr hohen Bekanntheitsgrad in der Gruppe der 19 bis 23jährigen auf, also in der Altersgruppe der idealtypischen Studenten. Wie bereits erwähnt, liegt der Schwerpunkt der VZ-Gruppe auf StudiVZ, welches speziell Studenten dient. Auch hier scheint daher ein logischer Zusammenhang bestehen.

Die Plattform Xing ist als Businessplattform ausgerichtet und ist daher hauptsächlich für Personen gedacht, die bereits im Berufsleben stehen. Es ist daher nachvollziehbar, dass die befragten Personen zwischen 17 und 20 Jahren eher weniger dieses Netzwerk kennen.

4.2.2.2. Alter und Nutzungsgrad ausgewählter Applikationen

Im Vergleich der Nutzung der angeführten Applikationen und dem Alter der Befragten ergeben sich ausschließlich mittlere statistische Zusammenhänge.

Prozent	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Cramers V
Facebook	91	87	95	65	73	54	83	29	56	53	56	64	55	0	100	0,41
Szene1.at	91	60	47	47	64	15	44	43	25	35	33	18	9	0	33	0,42
VZ	0	0	16	24	27	23	39	14	19	6	11	9	9	0	33	0,31
Xing	0	0	0	0	18	15	6	14	19	0	11	27	9	0	33	0,31
Twitter	0	7	11	0	0	0	0	0	6	6	11	9	0	0	33	0,21
Youtube	82	80	100	76	91	69	72	43	69	53	78	64	64	67	100	0,32
Skype	45	27	53	41	36	54	50	43	50	35	56	27	64	33	67	0,21
Wikipedia	82	80	100	65	73	77	94	86	88	65	56	73	91	67	100	0,32
SecondLife	0	0	0	0	9	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0,25
Blogs	9	7	11	0	9	15	6	14	25	12	11	0	9	0	0	0,22

Tabelle 3: Stat. Zusammenhang zw. Alter und Nutzung von Applikationen

Anders als beim Ergebnis der Berechnung Bekanntheitsgrad und Alter ergibt sich bei Facebook hinsichtlich der Nutzung ein statistischer Zusammenhang. Um logische Zusammenhänge ableiten zu können wurde wie bereits im vorangegangenen Abschnitt dargestellt, vorgegangen.

Facebook weist einen statistischen Zusammenhang von 0,41 im Vergleich mit den Altersgruppen auf. Betrachtet man die Auswertung mit der größten Nutzung nach den einzelnen Altersschichten, lässt sich sehr gut feststellen, dass Facebook von der jüngeren Hälfte der Befragten tendenziell mehr

genutzt wird. Obwohl daraus nicht direkt ein logischer Zusammenhang gezogen werden kann, scheint sich die These von GfK Austria zu bestätigen, dass je jünger die Nutzer sind, desto eher auch zumindest ein Social Network genutzt wird.⁶⁶

Die bei der Auswertung der Bekanntheitsgrade der Applikationen abgeleiteten Zusammenhänge der Sozialplattformen Szene1, VZ und Xing scheinen sich hinsichtlich der Nutzung zu bestätigen. Diese drei Social Networks werden auch hauptsächlich zielgruppenspezifisch genutzt.

4.2.2.3. Alter und Interesse am politischen Gemeindegeschehen

Alter und Interesse sind als ordinale Merkmale zu klassifizieren. Anders als bei den vorangegangenen Berechnungen war hier der spearmanische Korrelationskoeffizient⁶⁷ als Maßzahl des statistischen Zusammenhangs zu errechnen. Das Ergebnis war ein schwacher gegensinniger Zusammenhang von $V = -0,114$ (Siehe Anhang). Rein statistisch betrachtet sinkt das Interesse mit zunehmenden Alter leicht ab. Ein kausaler Zusammenhang lässt sich in dieser Frage nicht ableiten.

4.2.2.4. Alter und Interesse an kommunalen Themenbereichen

Auf den ersten Blick ist es wenig überraschend, dass die Auswertung zwischen dem Alter und einzelnen kommunalen Themenbereichen, einen statistischen Zusammenhang ergibt. Auffällig ist dabei auch, dass die Themen „Vereinsnachrichten“ und „Gemeindeentwicklung“, die bei der Auswertung der Interessen die größten Werte erzielten, den geringsten statistischen Zusammenhang aufweisen.

⁶⁶ Vgl. ORF, Online.

⁶⁷ Vgl. Quatember (2005), S 72.

Prozent	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Cram. V
Baugründe	18	27	5	41	45	31	28	71	44	47	33	55	27	33	0,3227
Wohnungen	45	47	37	0	73	31	22	57	31	35	67	73	9	33	0,4332
Vereinsnachrichten	73	33	47	29	36	23	56	57	50	59	33	55	64	100	0,3085
Veranstaltungsinfos	91	80	79	88	64	85	89	57	75	82	78	73	82	100	0,2160
Förderungen	45	40	26	41	82	46	44	57	44	59	78	55	73	33	0,3057
Gemeinderatssitzungen	9	7	5	18	9	38	6	14	19	18	33	0	27	67	0,3439
Steuern und Gebühren	45	7	16	53	36	15	28	29	44	41	56	36	36	33	0,3067
Öffnungszeiten	45	20	21	47	55	38	28	43	50	41	56	45	36	0	0,2563
Umfragen	45	27	26	24	36	23	17	0	6	29	22	9	18	33	0,2552
Gemeindeentwicklung	64	47	42	53	45	46	50	43	56	59	44	55	64	67	0,1435
Stellenausschreibung	36	33	53	35	45	31	39	14	31	41	44	73	9	33	0,2827
Bildungsangebote	45	40	84	59	45	38	50	14	31	53	44	45	45	67	0,3120

Tabelle 4: Stat. Zusammenhang zw. Alter und kommunalen Themenfeldern

Bei genauerer Betrachtung finden sich jedoch kaum zusammenhängende Altersklassen, die auf einen logischen Zusammenhang mit bestimmten Themen deuten.

4.2.3. Zusammenhänge nach Gemeinden

Vergleicht man bestimmte Merkmale mit den verschiedenen Gemeinden ergeben sich teilweise bemerkenswerte Zusammenhänge, die vor allem für die einzelnen Gemeinden wertvoll sein können.

4.2.3.1. Gewünschtes Angebot nach Gemeinden

Die Ergebnisse der statistischen Zusammenhänge sind bei der Betrachtung des gewünschten Angebotes verglichen mit den Gemeinden, nur schwach ausgeprägt. Auffällig ist, dass der Wunsch der Befragten der Gemeinden Kremsmünster und Steyregg, nach Web 2.0 Angeboten größtenteils über dem Durchschnitt liegt.

Prozent	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M	Steyregg	Gesamt	CramersV
Website	10,71	9,38	6,25	11,67	10,00	0,0550573
Soziale Netzwerke	17,86	28,13	21,88	18,33	20,56	0,0883983
Internettelefonie	5,36	15,63	6,25	11,67	9,44	0,127038
Podcasts/Vodcasts	7,14	3,13	9,38	11,67	8,33	0,1762766
Wikis	8,93	18,75	12,50	16,67	13,89	0,1009935
Blogs	8,93	15,63	12,50	16,67	13,33	0,0783479

Tabelle 5: Stat. Zusammenhänge zw. Wohngemeinde und gewünschtem Angebot

4.2.3.2. Kommunalthemen nach Gemeinden

Der Vergleich kommunaler Themen nach Gemeinden bringt mittlere statistische Zusammenhänge zu den Bereichen Vereinsnachrichten, Steuern und Gebühren und Bildungsangebote. In den ersten beiden Fällen geben die Ergebnisse der Befragten der Gemeinde Bad Zell den Ausschlag.

Das große Interesse nach Vereinsnachrichten in der Gemeinde Bad Zell, hat seine Ursache möglicherweise darin, dass in dieser Gemeinde eine sehr ausgeprägte Vereinskultur, vor allem bei der jüngeren Bevölkerung, herrscht. Eine Erklärung für das unterdurchschnittliche Interesse an Steuern und Gebühren in Bad Zell, lässt sich auch nach Rücksprache mit dem Amtsleiter der Gemeinde, nicht feststellen.

Ein Grund für den statistischen Wert bei den Bildungsangeboten konnte ebenfalls nicht gefunden werden.

Prozent	Bad Zell	Kremsm.	Neumarkt i.M.	Steyregg	Gesamt	Cramers V
Baugründe	37,50	21,88	31,25	36,67	33,33	0,122
Wohnungen	32,14	34,38	37,50	51,67	40,00	0,172
Vereinsnachrichten	62,50	43,75	46,88	35,00	47,22	0,224
Veranstaltungsinfos	83,93	81,25	78,13	78,33	80,56	0,064
Förderungen	39,29	53,13	59,38	51,67	49,44	0,147
Gemeinderatssitzungen	17,86	21,88	9,38	16,67	16,67	0,103
Steuern und Gebühren	16,07	40,63	37,50	41,67	32,78	0,241
Öffnungszeiten	32,14	40,63	31,25	43,33	37,22	0,111
Umfragen	19,64	25,00	18,75	21,67	21,11	0,052
Gemeindeentwicklung	64,29	46,88	43,75	46,67	51,67	0,171
Stellenausschreibung	33,93	31,25	46,88	38,33	37,22	0,107
Bildungsangebote	42,86	59,38	62,50	38,33	47,78	0,200

Tabelle 6: Stat. Zusammenhang zw. Wohngemeinde und kommunalen Themenfeldern

4.2.3.3. Interesse am Gemeindegeschehen nach Gemeinden

Einen mittleren statistischen Zusammenhang (Cramers V = 0,43) bringt auch das allgemeine Interesse am politischen Gemeindegeschehen, verglichen mit den einzelnen Gemeinden.

Prozent	Bad Zell	Kremsm.	Neumarkt i.M.	Steyregg	Gesamt
Sehr interessiert	7,14	6,25	9,38	11,67	8,89
Interessiert	51,79	65,63	37,50	33,33	45,56
Wenig interessiert	33,93	25,00	43,75	43,33	37,22
Gar nicht Interessiert	7,14	3,13	9,38	11,67	8,33

Tabelle 7: Interesse am Gemeindegeschehen nach Gemeinden

Bündelt man die Merkmalsausprägungen „Sehr interessiert“ und „Interessiert“, ist in Kremsmünster das Interesse mit rund 72 Prozent am größten. Dahinter liegt Bad Zell mit rund 59 Prozent, gefolgt von Neumarkt mit 47 Prozent und Steyregg mit 45 Prozent. Ein logischer Zusammenhang besteht möglicherweise durch die politische Kultur, aber auch durch den Grad der Partizipation in den Gemeinden. Diese Vermutung müsste allerdings in einer gesonderten Befragung überprüft werden.

4.2.3.4. Informationsverhalten nach Gemeinden

Interessante Aufschlüsse bringt auch das Informationsverhalten der Befragten in den einzelnen Gemeinden. Jeweils einen mittleren statistischen Zusammenhang weisen die Informationskanäle Amtstafel und Gemeindewebsite im Gemeindevergleich auf.

Prozent	Bad Zell	Kremsm.	Neumarkt i.M.	Steyregg	Gesamt	Cramers V
Amtstafel	35,71	15,63	9,38	8,33	18,33	0,437
Amtsblatt	78,57	68,75	81,25	85,00	79,44	0,139
Gemeindewebsite	42,86	75,00	15,63	38,33	42,22	0,363
Sonstige	14,29	6,25	9,38	13,33	11,67	0,095
Informiere mich nicht	5,36	0,00	9,38	6,67	5,56	0,127

Tabelle 8: Stat. Zusammenhang zw. Wohngemeinde und genutzten Informationskanälen

In der Gemeinde Bad Zell wird die Amtstafel von sehr vielen der Befragten als Informationsmedium genannt. Dies begründet sich damit, dass in Bad Zell sämtliche Vereinstafeln (Sportverein usw.) unmittelbar neben der Amtstafel situiert sind.

Wenig überraschend ist der Zusammenhang hinsichtlich der Gemeinde-website. Die Gemeinde Kremsmünster ist für E-government bekannt und bietet den Bürgern eine Website, die keine Wünsche offen lässt.⁶⁸

4.2.4. Sonstige Zusammenhänge

Neben den Zusammenhängen nach Alter, Geschlecht und Gemeinde wurden noch weitere Zusammenhänge hergestellt, um daraus Schlussfolgerungen ableiten zu können.

4.2.4.1. Interesse Gemeindegeschehen nach Ausbildungsgrad

Da es sich um den Vergleich zweier ordinaler Merkmale handelt, war der spearmanische Korrelationskoeffizient als statistische Maßzahl des Zusammenhanges zu berechnen. Dieser ist mit einem Wert von 0,05 als schwacher statistischer Zusammenhang zu interpretieren.

⁶⁸ Vgl. Bundeskanzleramt, Online.
http://www.digitales.oesterreich.gv.at/site/cob_33589/currentpage_0/6654/default.aspx
Stand: 2.5.2010

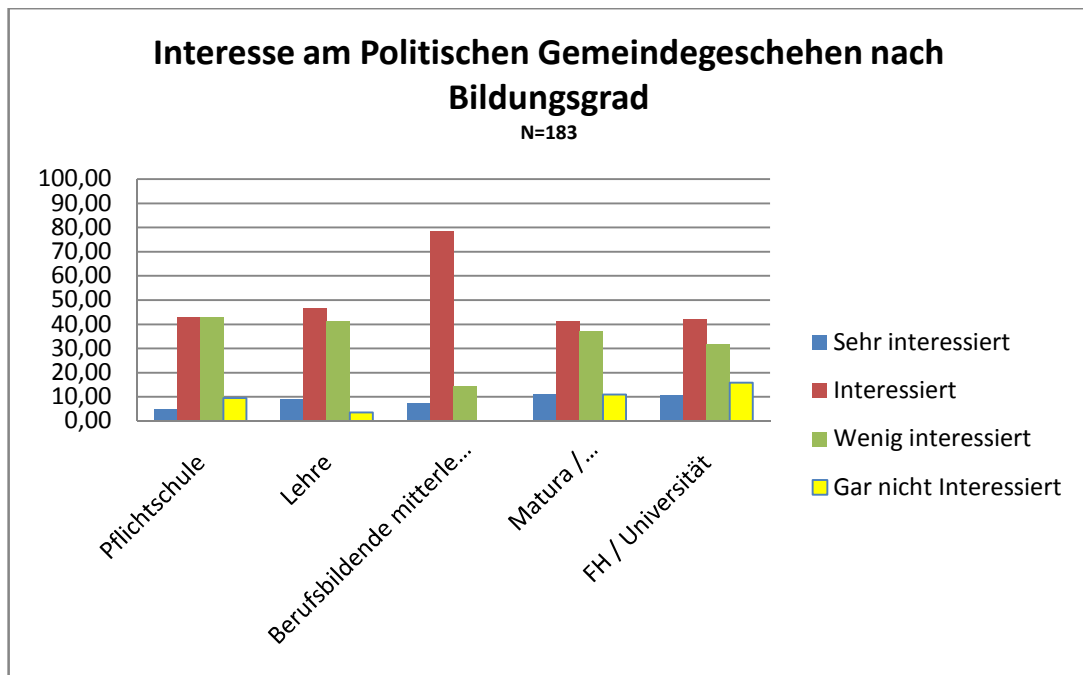


Abbildung 9: Interesse Gemeindegesehen nach Bildungsgrad

Mit Ausnahme der Absolventen berufsbildender mittlerer Schulen, lassen sich bei Betrachtung der Grafik auch keine Besonderheiten feststellen. Der Grad der Ausbildung lässt daher keine Rückschlüsse auf das Interesse in der Kommunalpolitik zu.

4.2.4.2. Interesse Gemeindegesehen nach Nutzungsdauer Web 2.0 Applikationen

Auch hierbei war der spearmanische Korrelationskoeffizient zu errechnen. Mit dem Wert 0,14 liegt hier ebenfalls ein schwacher statistischer Zusammenhang vor. Es gibt daher keine Anzeichen, dass das Interesse am kommunalen Geschehen mit der Nutzungsdauer von Web 2.0 Angeboten zusammenhängt.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Ergebnisse, vor allem für die Gemeinden in denen die Befragung durchgeführt wurde, sehr aufschlussreiche Erkenntnisse für eine mögliche Implementierung von Web 2.0, aber auch abseits dieses Themas, gebracht haben.

5. Best-Practice Beispiele

Die Auswahl der Best-Practice Beispiele erfolgt im Hinblick auf das Ergebnis, der im vorangegangenen Kapitel dargestellten Befragung. Die Beispiele zeigen also jene kommunalen Themenbereiche auf, die für die Befragten sehr interessant waren. Weiters werden die besonders bekannten bzw. häufig genutzten Applikationen bei der Auswahl der Praxisbeispiele berücksichtigt.

Den Anfang dieser Vorstellungen bildet die Regionalplattform vivomondo. Dabei wird auf die geäußerten Wünsche der Befragten abgezielt, welche Angebote seitens der Gemeinden gemacht werden sollen. Bei der Befragung gaben 20 Prozent der Befragten an, sich soziale Netzwerke zu wünschen. Weiters gaben je rund 14 Prozent an, dass der Einsatz von Wikis und von Blogs wünschenswert wäre. Zudem kann mit vivomondo, dem Ergebnis der Frage nach den interessantesten kommunalen Themen, Rechnung getragen werden.

Das zweite Beispiel ist Facebook, da diese Applikation den größten Bekanntheits- und einen hohen Nutzungswert in der Umfrage aufweist. In diesem Zusammenhang wird die Facebookseite von Kremsmünster vorgestellt, die seit 2009 betrieben wird. Auch bei diesem Beispiel wird das interessanteste Themengebiet – Veranstaltungsinformationen – behandelt.

Das letzte Beispiel ist die Stadtplanung bzw. Ortsentwicklung mit Hilfe von Web 2.0 Anwendungen. Gemeindeentwicklung erreichte bei den Interessen der Befragten den zweiten größten Wert (siehe Seite 29). Weiters wird damit ein Beispiel gegeben, wie sich die Gemeindeverwaltung wertvolle Informationen, direkt aus der Bevölkerung beschaffen kann.

5.1. Vivomondo

Soziale Netzwerke, Wikis, Blogs und zahlreiche andere Web 2.0 Applikationen bietet das Regionalportal vivomondo. Betrieben wurde Projekt durch den ehemaligen Bürgermeister der Stadt Wörgl, Arno Abler.

Das Portal selbst gliedert sich in die Bereiche Rathaus, Marktplatz, Wiki, Aktuelles und Community (Deine Welt). Das Kernthema dieser Plattform ist die Hinterlegung sämtlicher Informationen mit Geodaten.⁶⁹

Unter „Rathaus“ findet sich eine Auswahl jener 16 Gemeinden, die vivomondo bereits für sich nutzen. Nach Auswahl der gewünschten Gemeinde, befindet man sich auf deren offiziellen Website, direkt eingebettet in der vivomondo-Umgebung. Die Websites der Gemeinden sind inhaltlich sehr unterschiedlich ausgeprägt. Die Stadt Wörgl bietet dabei die breiteste Palette an Angeboten. Eines dieser besonderen Angebote, ist der Bereich Bürgermeldungen.

Nr	Meldung	Status	Kommentare
31765	Defekte Notfalltür - Höhe Mühlstatt	neu	0
31678	Günstige Schrauben von Verkehrsschildern	erledigt	2
31518	öffentliche Grillplätze	nicht möglich	1
31457	WAIVE - Schwimmkurs	nicht möglich	4
31453	Wahlplakate	erledigt	2
31417	DRUCKER FÜR DIE AMPEL KAPUTT	erledigt	2
31344	Sanierung Madersbacher Weg und Bodensiedlung	angenommen	2
31343	Bitte Verkehrsspiegel einstellen	erledigt	4
31342	Fitz - Wanderweg	erledigt	2
31175	Straßenreinigung Vorderreifen	erledigt	1
31168	Herrenloses Fahrrad!	erledigt	1

Abbildung 10: Bürgermeldungen auf vivomondo⁷⁰

Jeder Bürger hat die Möglichkeit seine Anliegen zu posten, bzw. Wünsche und Vorschläge anderer Personen anzusehen und zu kommentieren. Weiters

⁶⁹ Vgl. Madreiter (2008) S 117ff.

werden die jeweiligen Meldungen mit einem Bearbeitungsstatus versehen. Dadurch ist der Fortschritt für alle Beteiligten sehr transparent gestaltet.⁷¹

Unter dem Themenbereich „Marktplatz“ findet sich ebenfalls eine breite Angebotspalette. Beispielsweise werden dem User Private Kleinanzeigen und Jobbörsen angeboten. Ferner finden sich Informationen über Unternehmen. Die Auflistung erfolgt nach der Entfernung der jeweiligen Unternehmen zum angegebenen Standort.⁷²

Unter dem Menüpunkt „Aktuell“ werden in acht verschiedenen Kategorien, laufend aktuelle Meldungen zur Verfügung gestellt.⁷³

Mit vivowiki verfügt vivomondo auch über ein eigenes Wiki. Dieses dient der Sammlung und Veröffentlichung sämtlicher lokaler, kommunaler und regionaler relevanter Informationen und deckt dabei bewusst jenen Bereich ab, der unterhalb der Relevanzschwelle der Wikipedia liegt. Nach erfolgter Registrierung ist es möglich auch selbst Beiträge zu verfassen.⁷⁴

Unter „Deine Welt“ finden sich derzeit überwiegend Vereinsinformationen. Auch hier erfolgt die Auflistung der Vereine vordergründig nach der geringsten Entfernung zum angegebenen Standort.⁷⁵

Der Eintrag bei vivomondo unter „Rathaus“ ist für Gemeinden kostenlos. Dabei enthalten sind eine allgemeine Beschreibung der Gemeinde, Kontakt und Amtszeiten der Gemeinde, Online Anfrageformular, Bürgermeisterseite mit Kontaktinfos, Amtsleiterseite mit Kontaktinfos.⁷⁶

Die Kosten für den vollständigen Gemeindeauftritt betragen für eine einmalige Lizenz, abhängig von der Einwohnerzahl der Gemeinde, zwischen € 1.000,- und € 3.000,-. Die laufenden Kosten richten sich ebenfalls nach der Bevölkerungszahl und betragen 20 Cent pro Einwohner und Jahr.⁷⁷

⁷¹ Vgl. Vivomondo, Online, 1.

⁷² Vgl. Vivomondo, Online, 2.

⁷³ Vgl. Vivomondo, Online, 3.

⁷⁴ Vgl. Vivomondo, Online, 4.

⁷⁵ Vgl. Vivomondo, Online, 5.

⁷⁶ Vgl. Vivomondo, 6.

⁷⁷ Vivomondo, E-Mail.

Zusätzliche Angebote sind laut Auskunft von vivomondo derzeit geplant. Details dazu werden derzeit jedoch noch nicht bekanntgegeben.⁷⁸

Zusammenfassend kann man das Web 2.0 Angebot von vivomondo durchaus als einzigartig betrachten. Den Kommunen wird mit dieser Plattform ein umfassendes Tool zur Verfügung gestellt, bei dem der Erfolg schlussendlich, wie bei allen anderen Webangeboten, von der Aktualisierung abhängt.

5.2. Facebook Kremsmünster

Die Marktgemeinde Kremsmünster betreibt einen eigenen Facebook-Auftritt. Gewählt wurde dieses Beispiel deshalb, weil Facebook den Ergebnissen der Umfrage zu Folge einen 100 prozentigen Bekanntheitsgrad hat und zudem mit 68,3 Prozent, über eine hohe Nutzung verfügt (siehe S. 27). Weiters wird mit diesem Beispiel dem beliebtesten kommunalen Thema, den Veranstaltungsinformationen, Rechnung getragen (siehe S. 29).

Die Gruppe wurde im Jahr 2009 auf Initiative einer Privatperson ins Leben gerufen. Seitens der Marktgemeinde Kremsmünster wurde das Potential einer eigenen Gemeinde-Gruppe auf Facebook erkannt, und eine Kooperation mit dem Betreiber der Gruppe angestrengt.

Die Gruppe beschäftigt sich mit Informationen über künftige oder vergangene Veranstaltungen in der Marktgemeinde Kremsmünster. Lokalbetreiber und Veranstalter können entsprechende Informationen kostenlos in der Gruppe bekannt geben.⁷⁹

Weiters bietet die Gruppe die Möglichkeit, interessante Themen in einem allgemein zugänglichen Diskussionsforum zu besprechen.

Der dritte Schwerpunkt wird auf Gewinnspiele gelegt. Damit soll gewährleistet werden, dass die Gruppe regelmäßig besucht wird. Beispielsweise wurde als Gewinnfrage, der Name des Kapitäns der Fußballkampfmannschaft von Kremsmünster abgefragt. Wer die richtige der

⁷⁸ Vivomondo, E-Mail.

⁷⁹ Vgl. Facebook, Online, 2.

beiden vorgegebenen Antworten via E-mail einschickte, nahm an der Verlosung einer Saisonkarte für die Fußballmannschaft teil.⁸⁰

Im Oktober 2009 wurde schließlich eine Fanpage (Marktgemeinde Kremsmünster) eingerichtet. Dies bietet Personen die sich am laufenden halten wollen, durch drücken des Buttons „Fan werden“, die Möglichkeit Informationen über Kremsmünster direkt auf ihrer Facebook-Startseite angezeigt zu bekommen.

Die Gemeinde verlässt mit diesem Angebot den gewohnten Weg der Informationsbeschaffung und bietet stattdessen dem Bürger Informationsversorgung.

Mit 13. Mai 2010 zählt die Gruppe Kremsmünster 332 Mitglieder, 311 Personen haben sich bei der Fanpage registriert. Die Zahl der Mitglieder in der Gruppe entspricht unter Berücksichtigung der Anzahl der 6542 Hauptwohnsitze⁸¹ 5,15 % der Bevölkerung der Gemeinde.

Die Angebote in dieser Gruppe werden künftig erweitert. Es ist jedoch nicht beabsichtigt Informationen zur Verfügung zu stellen, die im direkten Zusammenhang mit der örtlichen Politik oder Verwaltung zu sehen sind. Diese Strategie wurde bewusst gewählt, da die Gemeinde ihren Facebook-Auftritt als „Heranführen“ junger Menschen an die Gemeinde betrachtet. Das zweite strategische Ziel ist, mit dieser Gruppe die Identifikation mit der Gemeinde zu forcieren.⁸²

Mit diesem Ansatz gelingt der Gemeinde Kremsmünster auch bereits ein großer Schritt in Richtung Bürgerkommune, die vom Konzept des Good Governance eingefordert wird.

⁸⁰ Vgl. Facebook, Online, 3.

⁸¹ Vgl. Marktgemeinde Kremsmünster, Online, 2.

⁸² Vgl. Interview AL Haider, 14.5.2010

5.3. Ortsentwicklung 2.0

Die Ergebnisse der Befragung gaben Anlass, das Thema Ortsentwicklung 2.0 in die Sammlung der Best-Practice Beispiele aufzunehmen. Der erste Grund dafür ist, dass junge Menschen sehr an der Gemeindeentwicklung interessiert sind. Die niedrigen statistischen Zusammenhänge zwischen Ortsentwicklung und Alter, oder Geschlecht, weisen auch darauf hin, dass dieses Thema ein Anliegen der Gesamtheit und nicht einer bestimmten Gruppe ist.

Weiters kann anhand dieses Beispiels aufgezeigt werden, wie sich Verwaltungen selbst, mittels Web 2.0 Applikationen, Informationen aus der Bevölkerung beschaffen können.

Vorgestellt werden in diesem Rahmen ein Beispiel der Stadt Berlin, das Stadtplanung im engeren Sinn zum Inhalt hat und ein Modell der Stadt Wien, in dem Stadtentwicklung weitläufiger verstanden wird.

Die oberösterreichische Raumordnung sieht mit dem örtlichen Entwicklungskonzept ein strategisches Instrument für die Raumplanung in Gemeinden vor. In diesem Zusammenhang ist auch ein Bürgerbeteiligungsverfahren durchzuführen. Manche Gemeinden haben das Instrument der Bürgerbeteiligung als Chance begriffen und ein vorbildliches Beteiligungsverfahren mit Arbeitskreisen usw. durchgeführt.

Wie Bürgerbeteiligung im Rahmen der Stadtentwicklung mit Hilfe von Web 2.0 funktionieren kann, zeigt ein Beispiel der Stadt Berlin. Konkret ging es um die Neugestaltung des Kulturforums nahe dem Potsdamer Platz. Die Senatsverwaltung setzte, wie bei allen wichtigen Entscheidungen, auch in diesem Fall auf eine breite Mitwirkung der Bevölkerung. Neben bewährten Instrumenten der Bürgerbeteiligung sollten auch neue Technologien zum Einsatz kommen.

Neben Architekturgesprächen, Ideenwerkstätten u.ä. wurde auf der Website www.kulturforum-dialog.de auch ein moderierter Online-Dialog durchgeführt. Dadurch wurden Nutzungsvorschläge und Marketingstrategien von den Teilnehmern ausgearbeitet. Zusammengefasst wurden die Vorschläge in

eigens dafür vorgesehenen Wikis. Die daraus hervorgegangenen Konsens-Beiträge wurden in den Masterplan Kulturforum eingearbeitet.⁸³

Die hier vorgestellten Anwendungen ließen sich zweifelsfrei auch auf das Bürgerbeteiligungsverfahren in der oberösterreichischen Raumordnung anwenden.

In Wien wird die Lokale Agenda 21 (LA21) von Internetangeboten unterstützt. Die LA21 hat zum Ziel, durch eine möglichst breite Bürgerbeteiligung, eine nachhaltige Entwicklung Wiens zu gewährleisten.⁸⁴ Die zentralen Schwerpunkte sind nachhaltige Mobilität und öffentlicher Raum, Stadtteile für Jung & Alt und Interkultureller Dialog.⁸⁵

Um die Ziele dieses Vorhabens auch zu erreichen wird nun auch verstärkt auf Angebote des Web 2.0 zurückgegriffen. Den Nutzern stehen auf der Website la21wien.at, Vodcasts, Wissensdatenbank und Blogs zur Verfügung. Weiters ist LA21 mit einer eigenen Seite auf Facebook vertreten.⁸⁶ Mit den angeführten Instrumenten steht so den Bürgern die Möglichkeit offen, ihre Wünsche zum Ausdruck zu bringen und die Gemeinde Wien ist in der Lage unkompliziert an wertvolle Informationen und interessante Inputs zu gelangen.

Diese Beispiele zeigen, dass sich Gemeinden durch die Angebote des Web 2.0, rasch und kostengünstig neue Informationsquellen erschließen können. Für die, vor allem junge Bevölkerung, bietet sich mit einem derartigen Angebot, die Chance der Mitbestimmung und rascher Information. Wie aber das Beispiel Kremsmünster zeigt, können die Instrumente auch dazu genutzt werden, um junge Menschen für die Gemeinde zu begeistern.

Im folgenden Abschnitt werden die bisherigen Erkenntnisse zusammengeführt, um eine optimale Umsetzung zu gewährleisten.

⁸³ Vgl. Habbel/Huber (2008), S 111f.

⁸⁴ Vgl. Schicker, Online. <http://www.schicker.at/?p=2550#more-2550> Stand: 16.5.2010

⁸⁵ Vgl. Lokale Agenda 21, Online, 1. <http://la21wien.at/themenschwerpunkte> Stand: 16.5.2010

⁸⁶ Vgl. Lokale Agenda 21, Online, 2. <http://la21wien.at/> Stand: 16.5.2010

6. Umsetzung

Obwohl das Thema Web 2.0 im Gemeindebereich bereits breit in einschlägigen Fachzeitschriften aufbereitet wird, finden sich in diesen Beiträgen lediglich mögliche Einsatzfelder verschiedener Applikationen. Ein Gesamtkonzept in Form einer Handlungsanleitung findet sich nicht. Wie bereits eingangs erwähnt, ist es das Ziel dieser Arbeit, eine solche konkrete Handlungsanleitung für Kommunen im Umgang mit Web 2.0 zu erstellen.

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit dieser Umsetzung und zeigt neben Einsatzmöglichkeiten, Chancen und Risiken, auch konkrete Handlungsempfehlungen auf.

6.1. Einsatzmöglichkeiten auf Kommunalebene

Die wesentlichsten Voraussetzungen um diese neuen Methoden der Kommunikation einzusetzen, nämlich der Internetzugang einer breiten Bevölkerungsschicht, ist gegeben. Wie in der durchgeführten Umfrage hervorging, haben 99,4 % der 17 bis 30jährigen Zugang zum Internet. Die Erhebungen der Statistik Austria zeigen, dass bereits 69,8 Prozent der gesamten österreichischen Bevölkerung über einen Internetanschluss verfügt.⁸⁷

Nachdem die Grundvoraussetzungen gegeben sind, stellt sich die Frage, in welchen Bereichen es Sinn macht, entsprechende Angebote bereit zu stellen.

Wie bereits diskutiert, ist der Gestaltungsspielraum für Gemeinden im eigenen Wirkungsbereich und dabei im Rahmen der Privatwirtschaftsverwaltung, am größten.

Auch die im fünften Kapitel genannten Beispiele bewegen sich größtenteils im Feld der Privatwirtschaftsverwaltung. Eine Ausnahme dabei bildet lediglich ein Teil der Stadtplanung, da die Erlassung des Örtlichen

⁸⁷ Vgl. Statistik Austria, Online.

Entwicklungskonzeptes (als Teil des Flächenwidmungsplanes) mittels Verordnung geschieht und die Behörde somit im hoheitlichen Bereich tätig wird. Das Bürgerbeteiligungsverfahren an sich, ist jedoch ebenfalls dem privatwirtschaftlichen Bereich zuzuordnen.

Wie bereits im Abschnitt über die Aufgaben der Gemeinden erwähnt, ist der Einsatz von Web 2.0 Applikationen sehr stark von den örtlichen Strukturen der jeweiligen Gemeinde abhängig. Es scheint daher wenig zielführend konkrete Aufgaben zu bezeichnen, die aus Sicht des Autors dafür geeignet sein könnten.

Weitaus zielführender ist es zu skizzieren, welche Zwecke mit dem Einsatz verfolgt werden können. Aus den Best-Practice Beispielen lassen sich bereits die ersten wichtigen Hinweise darauf finden. Das Beispiel vivomondo zeigt, dass es den Betreibern vor allem um Information und Partizipation geht. Die Gemeinde Kremsmünster verfolgt mit dem Auftritt auf Facebook das Ziel, junge Menschen an die Gemeinde heran zu führen und bietet dafür Informationen an. Die Beispiele der Stadtentwicklung stellen auf Partizipation und Informationsbeschaffung ab.

Zusammengefasst können daraus vier verfolgte Ziele abgeleitet werden:

- Information für die Bürger
- Informationsbeschaffung für die Verwaltung
- Partizipation
- Identifikation mit der Gemeinde

6.2. Chancen und Risiken für Gemeinden

Ein zentraler Inhalt den das neue Paradigma des Good Governance mit sich bringt, ist die Beteiligung der Bürger. Mit den vielfältigen Möglichkeiten, und dabei darf keinesfalls nur an die hier vorgestellten Applikationen gedacht

werden, des Web 2.0, stehen den Gemeinden hervorragende und weitgehend noch ungenutzte Instrumente zur Verfügung.

Da Gemeinden mit dem Einsatz von Web 2.0 praktisch Neuland betreten, werden in diesem Abschnitt die wesentlichsten Chancen und Risiken aufgezeigt.

Aus heutiger Sicht, ist das Internet das Medium der Zukunft. Die bereits jetzt schon sehr hohe Dichte der Internetanschlüsse wird künftig noch deutlich zunehmen, betrachtet man die Zugangsmöglichkeiten jüngerer Jahrgänge. Es wird daher möglich sein, eine überwiegende Mehrheit der Bürger auf diesem Weg zu erreichen.

Auch die Infrastruktur in den Gemeinden ist bereits vorhanden. Wie bereits dargestellt, verfügen alle oberösterreichischen Gemeinden eine E-Mail Adresse und damit über einen Internetanschluss. Es soll hier auch bewusst daran gedacht werden, das Web 2.0 nicht nur im Zusammenhang mit dem Bürger gesehen werden darf. Ein Großteil der kommunalen Verwaltung besteht aus Binnenprozessen. Auch in diesem Bereich liegt noch ein enormes ungenutztes Potential verborgen.

Obwohl der Einsatz von Web 2.0 Angeboten zwar praktisch keine finanziellen Risiken mit sich bringt, können durch falsche Anwendung durchaus große Schäden angerichtet werden. Dies gilt vor allem wenn der Einsatz zum Zweck der Partizipation erfolgt.

Wenn dabei bestimmte Regeln nicht eingehalten werden, ist es leicht möglich, die gewünschten Effekte, wie beispielsweise gesteigertes Vertrauen in die Kommunalverwaltung, ins Gegenteil zu verkehren.

An erster Stelle steht der Alibieinsatz dieser Angebote. Fließt das Ergebnis nicht in die Planungen oder Entscheidungen mit ein, verliert der Partizipationsgedanke seine Glaubwürdigkeit. Auch fehlende Transparenz kann dazu führen.

Beteiligung ist keine einmalige Aktion, sondern muss sich als laufender Prozess begreifen. Negative Auswirkungen sind daher auch dann zu erwarten, wenn Beteiligungsmöglichkeiten nicht durch Folgeprozesse fortgesetzt werden.⁸⁸

6.3. Handlungsanleitungen

In diesem Abschnitt wird einerseits der Implementierungsprozess an sich beschrieben und andererseits jene Akteure, denen im Rahmen dieses Vorhabens eine zentrale Rolle zukommt.

6.3.1. Schritte zur Umsetzung

In einem ersten Schritt empfiehlt es sich die Strategie für den Web 2.0 Einsatz festzulegen. Dabei ist es notwendig das Ziel des Einsatzes genau zu definieren. Neben der Festlegung der Zielgruppe gilt es außerdem zu klären, welche kommunalen Bereiche damit abgedeckt werden sollen.

Wie aus den Umfragen ersichtlich ist, sind die Interessenslagen der Befragten in den einzelnen Gemeinden teilweise sehr unterschiedlich ausgeprägt. Es ist daher ratsam, mittels Befragung die tatsächlichen Interessen der Zielgruppe zu erheben. Bereits bei der Erstellung ist darauf zu achten, dass die Fragen präzise und verständlich gestellt werden (siehe Seite 31). Auch hier gilt: Es darf sich nicht um eine Alibibefragung handeln, sondern die Ergebnisse müssen der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden und vor allem muss ein Umsetzungsprozess eingeleitet werden.

Aufbauend auf den Ergebnissen der Befragung kann die festgelegte Strategie, präzisiert oder angepasst werden.

Der nächste Schritt ist die Auswahl der geeigneten Applikation(en), um das Vorhaben umzusetzen. Eine Möglichkeit, um eine richtige Wahl zu treffen, ist der Einsatz eines Punkterasters, wie anschließend dargestellt.

⁸⁸ Vgl. Habbel/Huber (2008), S 53f.

Bewertet werden die Erfüllung der gewünschten Zwecke, Bekanntheit, Nutzung, Unabhängigkeit von Geschlecht und Alter, welche kommunalen Themenbereiche abgedeckt werden können und der Wunsch der Befragten nach der zugehörigen Kategorie der Applikation. Für das konkrete Beispiel wurden die einzelnen Determinanten folgendermaßen berechnet.

- Zweck: Zu diesem Punkt wurde eine Einschätzung getroffen, die aus den erläuterten Funktionen der einzelnen Anwendungen (siehe Kapitel 2.2), abgeleitet wurden. Insgesamt wurden, wie auch in den folgenden Kategorien, zehn Punkte vergeben. Erfüllt also eine Applikation den geforderten Zweck, wurden 2,5 Punkte zugesprochen.
- Bekanntheit: Auch zu diesem Merkmal sollten wieder maximal zehn Punkte zu erreichen sein. Die diesbezüglichen prozentuellen Befragungsergebnisse (siehe Seite 34) wurden daher durch zehn dividiert.
- Nutzung: Die Berechnung folgte der gleichen Methodik wie im vorangegangenen Punkt.
- Unabhängigkeit von Geschlecht und Alter: Durch diese Berechnung soll die Gleichverteilung der Nutzung der Applikationen in die Bewertung eingerechnet werden. Dies ist erforderlich, um zu gewährleisten, dass die einzelnen Anwendungen nicht nur von einer bestimmten Personengruppe genutzt werden. Je höher der statistische Zusammenhang zwischen Nutzung der Applikation und Geschlecht oder Alter ist, umso wahrscheinlicher ist eine Nutzung durch bestimmte Gruppen.
Für eine totale Unabhängigkeit dieser Merkmale, sollten wieder insgesamt zehn Punkte (je fünf für Alter und Geschlecht) vergeben werden. Zu diesem Zweck wurde die Zahl 1 um die statistischen Zusammenhänge vermindert und mit der Maximalpunktzahl multipliziert.

- Themenbereiche: Der Ansatz zu diesem Punkt ist, dass nicht jede Applikation alle kommunalen Themen bedienen kann. Beispielsweise ist es nicht möglich, Umfragen auf Youtube zu erstellen, oder Vereinsnachrichten mittels Skype zu verbreiten. Ob die jeweilige Anwendung für die Bedienung der einzelnen Kommunalthemen geeignet ist, erfolgte durch Einschätzung. In einem zweiten Schritt wurde eine Gewichtung hinsichtlich der Beliebtheit der einzelnen kommunalen Themen (siehe Seite 29) durchgeführt. Dazu wurden die einzelnen Themen entsprechend den Umfragewerten mit Verhältniszahlen versehen, welche in Summe zehn Punkte ergeben.
- Wunsch: In einem letzten Schritt wurden die Applikationen den zugehörigen Kategorien (zB Facebook = Social Network) zugewiesen. Die Punkte wurden entsprechend dem Ergebnis der Frage, was die Gemeinde anbieten sollte (siehe Seite 32), verteilt. Um wiederum eine Maximalpunktezahl von zehn zu erhalten, wurde der Prozentwert durch zehn dividiert.

Nach dieser Berechnungsmethode lag die Gesamtpunktezahl, die je Anwendung erreicht werden konnte bei 60. Die Ergebnisse dieser Auswertung sind auf der nächsten Seite dargestellt.

Wie aus den beschriebenen Berechnungsmethoden hervorgeht, wurden die Applikationen so bewertet, dass jene die am universellsten einsetzbar ist, die meisten Punkte erhält. Für die Praxis bedeutet das nicht, eine Formel für eine „eierlegende Wollmilchsau“ finden zu müssen, sondern vielmehr, die Bewertungskriterien an den Anforderungen der Gemeinde und den Bedürfnissen der Bürger, auszurichten.

Applikation	Zweck der ... wird erfüllt				Bekanntheit	Nutzung	Unabhängigkeit		Themenbereiche gewichtet nach Interesse	Gewünschtes Angebot	Gesamt
	Bürgerinformation	Information für Gemeinde	Partizipation	Identifikation			Alter	Geschlecht			
Facebook	2,50	2,50	2,50	2,50	10,00	6,83	2,95	4,10	10,00	2,02	45,90
Szene1.at	2,50	2,50	2,50	2,50	9,51	4,10	2,90	4,40	10,00	2,02	42,93
VZ	2,50	2,50	2,50	2,50	7,00	1,59	3,45	4,15	10,00	2,02	38,20
Xing	2,50	2,50	2,50	2,50	4,26	0,87	3,45	4,15	10,00	2,02	34,76
Twitter	2,50				7,71	0,44	3,95	4,00	7,74	2,02	28,35
Youtube	2,50				9,84	7,43	3,40	4,55	3,87	0,82	32,41
Skype	2,50	2,50			9,13	4,54	3,95	4,20	3,90	0,98	31,70
Wikipedia	2,50		2,50		9,40	8,03	3,40	4,95	2,70	1,42	34,91
SecondLife	2,50		2,50		3,39	0,11	3,75	5,00	8,51	2,02	27,77
Blogs	2,50	2,50	2,50		5,08	0,93	3,90	4,65	6,64	1,36	30,06

Tabelle 9: Punkteraster für den Einsatz von Web 2.0 Anwendungen

Die Tabelle zeigt, dass die sozialen Netzwerke und Wikipedia im Spitzenfeld liegen. Dieses Ergebnis kommt vor allem durch die vielseitigen Anwendungsmöglichkeiten sozialer Netzwerke zustande. Den schlechtesten Wert erreichte bei dieser Gegenüberstellung die Plattform Second Life.

Die erklärten Umsetzungsschritte lassen sich in einer vereinfachten Prozessabbildung darstellen.

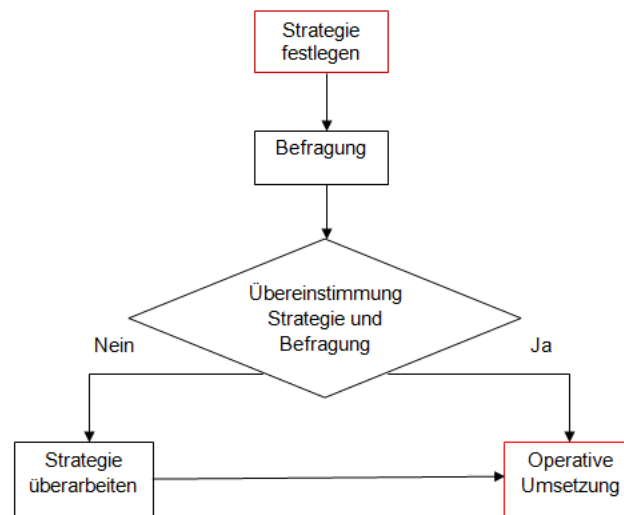


Abbildung 11: Vereinfachter Umsetzungsprozess Web 2.0

Wenn die Wahl getroffen wurde, welche Applikation zum Einsatz kommen sollte, gilt es mit der operativen Umsetzung zu beginnen.

Für die Phase der operativen Umsetzung ist es entscheidend die geeignetsten Personen zu finden, die damit beauftragt werden können.

6.3.2. Personen

Obwohl die Entscheidung für den Einsatz von Web 2.0 Angeboten zwischen Politik und Verwaltung abgestimmt werden sollte, ist es maßgeblich, dass der laufende Betrieb selbst, ausschließlich von Seiten der Verwaltung durchgeführt werden sollte. Damit soll gewährleistet werden, dass die Beiträge möglichst unabhängig verfasst werden.

Grundsätzlich sollte die Person, die für den Betrieb der Applikation verantwortlich ist, über profunde Kenntnisse über das Gemeindegeschehen verfügen, aber allerdings auch die Fähigkeit besitzen, die Sprache der Zielgruppe zu beherrschen, um die Botschaften authentisch zu vermitteln. Eine gekünstelte Jugendsprache würde bloß zur allgemeinen Erheiterung beitragen.⁸⁹

Ein gangbarer Weg wäre die Vorgabe der zu verfassenden Themen, durch den Amtsleiter oder Abteilungsleiter und die Umsetzung durch einen jungen interessierten Verwaltungsmitarbeiter.

Ebenfalls sehr praktikabel erscheint die Vorgehensweise, wie sie die Gemeinde Kremsmünster gewählt hat. Neben dem Amtsleiter der Gemeinde verfügen auch zwei verwaltungsunabhängige junge Personen über Administratorenrechte in Facebook.

Wie bereits schon mehrmals diskutiert, können sich, bedingt durch unterschiedliche lokale Strukturen und Bedarfe, auch in diesem Punkt Abweichungen ergeben.

⁸⁹ Vgl. Habbel/Huber (2008), S 13.

7. Fazit

Ziel dieser Arbeit war es, basierend auf theoretischen Grundlagen und empirischen Daten, eine Handlungsanleitung für Kommunen, im Umgang mit Web 2.0, zu erstellen.

Dabei hat sich herausgestellt, dass es aufgrund der unterschiedlichen Strukturen der Gemeinden, sehr schwierig ist, ein Universalmodell zu entwickeln. Bestätigt wurde das auch durch die Umfrage, woraus einige dieser Besonderheiten in den Gemeinden, wie beispielsweise das unterschiedliche Informationsverhalten, oder das Interesse am Gemeindegeschehen, hervorgehen.

Deutlich wurde in Zusammenhang mit dem Informationsverhalten, dass die Befragten mit dem Amtsblatt tendenziell eher jenes Medium bevorzugen, welches zugestellt wird. Eine Ausnahme bildet die Gemeinde Kremsmünster, in der sich die Befragten bevorzugt über die Website informieren, was jedoch aufgrund der hohen Qualität und Aktualität der Website wenig verwunderlich ist. Insgesamt scheint sich der Ansatz zu bestätigen, dass der Weg in Richtung Informationsversorgung gehen wird. Damit ist gemeint, dass der Bürger, ohne sein Zutun, an Informationen gelangt.

Etwas überraschend war der relativ geringe Wunsch nach Web 2.0 Angeboten in den Gemeinden. Es zeigt sich jedoch, dass in Kremsmünster, wo ein derartiges Angebot bereits existiert, der Wunsch größer ist, als dies in den anderen Gemeinden der Fall ist.

Diese Ergebnisse können so interpretiert werden, dass die Befragten in den Gemeinden ohne Web 2.0 Angebot, einem solchem Vorhaben eher skeptisch gegenüber stehen. Wenn jedoch Web 2.0 bereits erfolgreich angeboten wird, schwindet auch die Skepsis.

Aktuell ist der Einsatz von Web 2.0 Applikationen in den Gemeinden noch sehr schwach ausgeprägt. Die Vorstellung der Best-Practice Gemeinden

zeigt in welche Richtung es in Zukunft gehen wird. Gleich zu welchem Zweck die Instrumente eingesetzt werden, zeigt sich in jedem Beispiel ein großer Nutzen für Bürger und Kommune.

Es liegt an den Gemeinden dies als Chance zu begreifen, denn der Einsatz von von Facebook, Twitter usw., darf nicht als Ersatz für die etablierten Informationskanäle gesehen werden. Vielmehr kann dadurch ein zusätzliches Angebot geschaffen werden, um noch näher bei den Bürgern zu sein.

Bei der Verwendung von Web 2.0 ist auf einen authentischen Auftritt besonders viel Wert zu legen, da ansonsten durchaus auch ein Schaden entstehen kann. Einem ehrlichen Einsatz kommt daher besonders große Bedeutung zu.

Um abzuschließen, darf noch einmal die Aussage eines Befragungsteilnehmers bemüht werden, die nicht zutreffender hätte sein können.

Internet ist Gegenwart und Zukunft, dementsprechend sollte es auch von den Gemeinden eingesetzt werden. Es kann mit Sicherheit nicht früh genug damit begonnen werden.

Literaturverzeichnis

Aichlreiter, Josef: Österreichisches Verordnungsrecht, Springer Verlag, Wien 1988

Behrendt, Jens / Zeppenfeld, Klaus: Informatik im Fokus von Web 2.0, Springer-Verlag, Berlin 2008

Benz, Arthur / Dose, Nicolai (Hrsg.): Governance – Regieren in komplexen Regelsystemen, 2. Auflage, VS-Verlag, Wiesbaden 2009

Born, Günter: Fotos, Filme, Musik mit Windows Vista, Pearson Education Deutschland GmbH, München 2008

Frieling, Jens: Zielgruppe Digital Natives, Diplomica Verlag GmbH, Hamburg 2010

Grüning, Gernod: Grundlagen des New Public Management, Lit Verlag, Münster 2000

Gutenbrunner, Sabrina: Öffentliche Unternehmen im Netz von Web 2.0, Bakkalaureatsarbeit, Linz 2008

Habbel, Franz-Reinhard / Huber, Andreas (Hrsg.): Web 2.0 für Kommunen und Kommunalpolitik, Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg 2008

Hattenhauer, Rainer: Digital Survival Guide: Rezepte, die das Leben leichter machen, Pearson Education Deutschland GmbH, München 2009

Hein, Andreas: Web 2.0 Das müssen sie wissen, Haufe-Lexware, Freiburg 2007

Kirchler, Erich: Arbeits- und Organisationspsychologie, 2. Auflage, Facultas Verlags- und Buchhandels AG, Wien 2008

Klug, Friedrich: Ökonomische Grundlagen kommunaler Tätigkeiten, Jugend & Volk Verlags-Ges.m.b.H, Wien-München 1987

Lang, Peter Günter, Neukundengewinnung durch Website- und Suchmaschinenoptimierung dargestellt am Beispiel der iROI®-Strategie entwickelt von Sanjay Sauldie, Diplomarbeit, Hochschule Fulda, Books on Demand GmbH, Norderstedt 2010

Madreiter, Manuela: Web 2.0 in der öffentlichen Verwaltung, Diplomarbeit, Leogang 2008

Öhlinger, Theo: Verfassungsrecht, 7. Auflage, Facultas Verlags- und Buchhandels AG, Wien 2007

O'Reilly, Tim / Milstein, Sarah: Das Twitter-Buch, O'Reilly Verlag GmbH & Co KG, Köln 2009

Quatember, Andreas: Statistik ohne Angst vor Formeln, Pearson Studium, München 2005

Raschauer, Bernhard, Allgemeines Verwaltungsrecht, 3. Auflage, Springer-Verlag Wien 2009

Rymaszewski, Michael et al. Second Life, Das offizielle Handbuch, Wiley-VCH Verlag GmbH & Co KGaA, Weinheim 2007

Saliterer Iris: Kommunale Ziel- und Erfolgssteuerung: Entwicklungslinien und Gestaltungspotentiale, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2009

Schedler, Kuno / Proeller Isabella: New Public Management, 3. Auflage, Haupt Verlag, Bern, Suttgart, Wien 2006

Thom, Norbert / Ritz, Adrian: Public Management: Innovative Konzepte zur Führung im öffentlichen Sektor, 4. Auflage, Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, Wiesbaden 2008

Walter/Mayer (2000), S 368; Öhlinger (2007), S 244.

Zeger, Hans G.: Wie Online-Netzwerke unsere Gesellschaft verändern, Verlag Kremayr & Scheriau KG, Wien 2009

Internet:

Arbeiterkammer:

<http://www.arbeiterkammer.at/bilder/d101/BroschuereSozialeNetzwerke1.pdf> S 8. Stand: 23.3.2010

Bundeskanzleramt:

http://www.digitales.oesterreich.gv.at/site/cob_33589/currentpage_0/6654/default.aspx
Stand: 2.5.2010

Donau Universität Krems:

http://www.donau-uni.ac.at/imperia/md/content/department/gpa/zeg/veranstaltungen/sallmann_tropper_-_barrierefreiheit_ffentlicher_internet-auftritte_2008-04-17.pdf,
Stand 19.5.2010

Facebook:

1 <http://de-de.facebook.com/>, Stand: 23.3.2010

2 <http://www.facebook.com/group.php?gid=90032492280#!/group.php?gid=90032492280-&v=wall>, Stand 13.5.2010

3 <http://www.facebook.com/notes/marktgemeinde-kremsmunster/das-runde-muss-ins-eckige/367646260094?ref=mf>, Stand: 13.5.2010

Gemeinde Informatik Zentrum Kärnten:

http://www.giz-k.at/downloads/GIZK_Pflichtenheft_Gemeindehomepage_v1.2.pdf , Stand: 19.5.2010

Industriellenvereinigung:

http://www.iv-mitgliederservice.at/iv-all/publikationen/file_222.pdf Stand: 28.4.2010

Land OÖ:

1 <http://www1.land-oberoesterreich.gv.at/ltgbeilagen//blgtexzte/20011217.htm> , Stand: 1.4.2010

2 <http://www2.land-oberoesterreich.gv.at/internetgemeinden/Start.jsp?art=D>
Stand:12.5.2010

Lokale Agenda 21:

1 <http://la21wien.at/themenschwerpunkte> Stand: 16.5.2010

2 <http://la21wien.at/> Stand: 16.5.2010

Marktgemeinde Kremsmünster:

1 <http://www.kremsmuenster.at/system/web/zusatzseite.aspx?menuonr=218201337&detailonr=3035141> Stand: 16.5.2010

2 <http://www.kremsmuenster.at/system/web/fakten.aspx?menuonr=218201194> Stand: 13.5.2010

Netzwelt:

<http://www.netzwelt.de/news/80091-urteil-studivz-kein-plagiat-facebook.html> , Stand: 23.3.2010

ORF:

<http://futurezone.orf.at/stories/1632688/?page=3> Stand 26.4.2009

Schicker:

<http://www.schicker.at/?p=2550#more-2550> Stand: 16.5.2010

Skype:

1 <http://www.skype.com/intl/de/features/> Stand: 27.4.2010

2 <http://www.skype.com/intl/de/home/> Stand 27.4.2010

Statistik Austria:

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html, Stand: 19.5.2010

Stroeer-interactive:

<http://stroeer-interactive.de/advertiser/portfolio/sites/szene1-at>, Stand: 19.5.2010

Vivomondo:

1 <http://www.vivomondo.com/de/rathaus/woergl> Stand: 29.4.2010

2 <http://www.vivomondo.com/de/marktplatz> Stand: 29.4.2010

3 <http://www.vivomondo.com/de/aktuell> Stand: 29.4.2010

4 <http://www.vivomondo.com/de/vivowiki> Stand: 29.4.2010

5 http://www.vivomondo.com/de/deine_welt/vereine/vereine_im_umkreis Stand 29.4. 2010

6 http://www.vivomondo.com/de/gemeindepakete/kostenloser_gemeindeeintrag Stand : 29.10.2010

VZ-Netzwerke:

1 http://www.studivz.net/l/about_us/1/ Stand: 15.5.2010

Sonstige:

OÖ. Gemeindebund, Habersack: Skriptum Gemeindeordnung

OÖ. Gemeindebund: Skriptum Verwaltungsverfahren

Stenographische Protokolle über die Sitzungen des Hauses der Abgeordneten des Reichsrathes

E-Mail:

Gemdat: Thomas Zanghellini, 19.5.2010

Gemeindebund: Mag. Franz Flotzinger, 28.4.2010

Vivomondo: Markus Gwiggner, 29.4.2010

Anhang

Web 2.0 in meiner Gemeinde

Fragebogen

In meiner Bachelorarbeit untersuche ich die Einsatzmöglichkeiten von Web 2.0 Anwendungen (Facebook, Twitter & Co.) im Gemeindebereich. Dieser Fragebogen soll helfen, die Anforderungen junger Menschen (Geburtsjahrgang 1980-1992) an eine moderne Gemeindeverwaltung und Politik herauszuarbeiten.

Personenbezogene Daten:

1. Alter in Jahren: _____

2. Geschlecht:

männlich

weiblich

3. Meine höchste abgeschlossene Ausbildung ist

Pflichtschule

Lehre

Berufsbildende mittlere Schule

Matura

Fachhochschule / Universität

4. Ich wohne...

Alleine

Bei den Eltern

Zusammen mit meiner Partnerin / meinem Partner

Internetnutzung

5. Hast Du Zugang zum Internet

Ja

Nein

Wenn nein, weiter mit Frage 10

6. Wo hast Du Zugang zu Internet?

- Ausbildungsplatz
- Arbeitsplatz
- Zuhause
- Sonst

7. Nutzt Du das Internet hauptsächlich für... (Mehrere Antworten möglich)

- Private Zwecke
- Arbeit oder Ausbildung
- Etwa gleich viel

8. Welche der folgenden Applikationen sind Dir bekannt, bzw. nutzt Du? (Mehrere Antworten möglich)

	Ist mir bekannt	Nutze
ich		
Facebook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Szene1.at	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SchülerVZ/StudiVZ/MeinVZ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Xing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Twitter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Youtube	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skype	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wikipedia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Second Life	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blogs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige:		
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Wie viel Zeit verbringst Du wöchentlich mit der Nutzung dieser Dienste

- 0 – 1 Stunde
- 1 – 2 Stunden
- 2 – 3 Stunden
- 3 oder mehr Stunden

Gemeinde

10. Wie schätzt Du allgemein Dein Interesse am politischen Gemeindegeschehen ein?

- Sehr interessiert
- Interessiert
- Wenig interessiert
- Gar nicht interessiert

11. Welche der folgenden Bereiche interessieren Dich? (Mehrere Antworten möglich)

- Baugründe (Verfügbarkeit, Kosten,..)
- Wohnungen
- Vereinsnachrichten
- Veranstaltungsinfos
- Förderungen
- Gemeinderatssitzungen
- Steuern und Gebühren
- Öffnungszeiten und Kontaktadressen von Behörden
- Umfragen
- Gemeindeentwicklung
- Stellenausschreibungen
- Bildungsangebote
- Sonstiges
- _____
- _____
- _____

12. Wie informierst Du Dich über das Geschehen in der Gemeinde?
 (Mehrere Antworten möglich)

- Amtsblatt
- Gemeindehomepage
- Amtstafel
- Sonstiges

13. Was bietet Deine Gemeinde im Web bzw. was sollte die Gemeinde anbieten? (Mehrere Antworten möglich)

	Wird angeboten	sollte angeboten werden
Website	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soziale Netzwerke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internettelefonie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Podcasts / Vodcast	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wikis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blogs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Hast Du noch eine Idee zu diesem Thema? Schreib Sie auf, ..

DANKE FÜR DEINE MITHILFE!!!

Web 2.0
im Kommunalbereich

Allgemeines zur Auswertung

+

Auswertung Fragebogen

ERKLÄRUNGEN

Merkmale

Alter	Ordinal
Geschlecht	Nominal
Höchste abgeschl. Ausbildung	Ordinal
Wohnform	Nominal
Zugang Internet	Nominal
Zugangsmöglichkeiten	Nominal
Nutzung Internet	Nominal
Applikationen	Nominal
Nutzungsdauer Web 2.0	Ordinal
Interesse Gemeinde	Ordinal
Interesse Themen	Nominal
Informationskanäle	Nominal
Angebote	Nominal

Formeln und Legende

Spearmanscher Korrelationskoeffizient (r):

$$r = \frac{S_{uv}}{S_u \times S_v}$$

S_{uv} Kovarianz

S_u, S_v Varianz Merkmal x

χ^2 (Chiquadarat):

$$\chi^2 = N \times \sum \frac{(p_{ij}^b - p_{ij}^e)^2}{p_{ij}^e}$$

N Umfang der Grundgesamtheit
 p_{ij}^b Beobachtete relative Häufigkeit
 p_{ij}^e Erwartete relative Häufigkeit

Cramers V (V):

$$V = \sqrt{\frac{\chi^2}{N \times (\min(s, t) - 1)}}$$

s, t Merkmalsausprägungen

Interpretationen

Spearmanscher Korrelationskoeffizient

Errechnet den statistischen Zusammenhang zwischen ordinalen Merkmale.

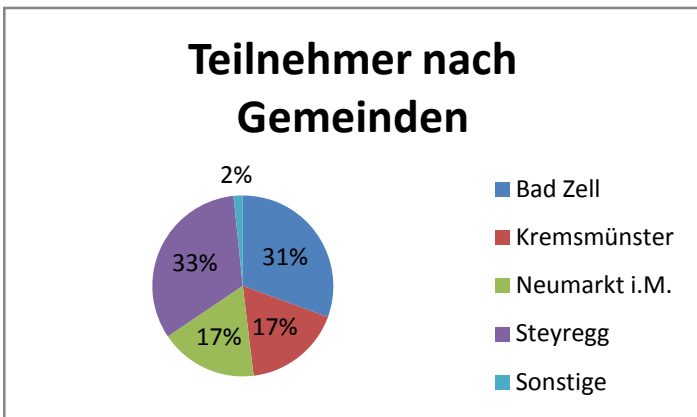
Cramers V

Errechnet den statistischen Zusammenhang zwischen nominalen, nominalen und ordinalen, nominalen und metrischen Merkmalen.

Kein Zusammenhang	0
Schwacher Zusammenhang	>0 - 0,2
Mittlerer Zusammenhang	0,2 - 0,6
Starker Zusammenhang	0,6 - <1
Vollständiger Zusammenhang	1

Teilnehmer nach Gemeinden

Teilnehmer	Absolut	Prozent
Bad Zell	56	30,60
Kremsmünster	32	17,49
Neumarkt i.M.	32	17,49
Steyregg	60	32,79
Sonstige	3	1,64
Gesamt	183	100,00

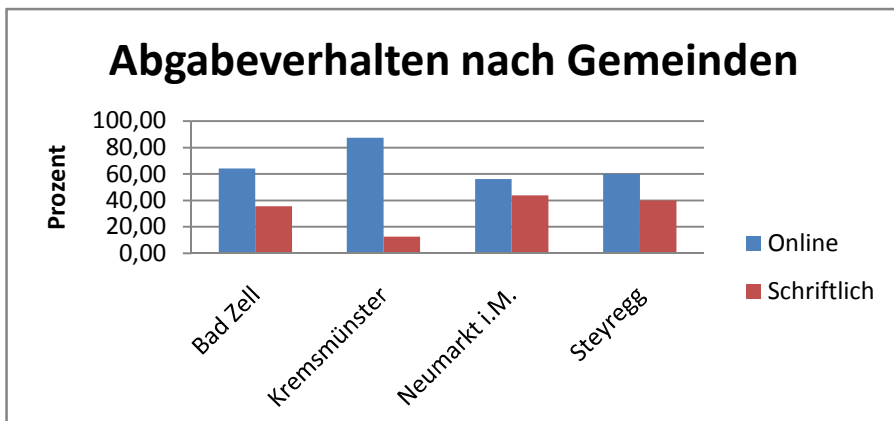


Rücklaufquote

Versendete Fragebögen	800
Teilnehmer	183
Rücklaufquote	22,875

Abgabeverhalten nach Gemeinden

	Absolut		Prozent	
	Online	Schriftlich	Online	Schriftlich
Bad Zell	36	20	64,29	35,71
Kremsmünster	28	4	87,50	12,50
Neumarkt i.M.	18	14	56,25	43,75
Steyregg	36	24	60,00	40,00
Sonstige	3	0	100,00	0,00
Gesamt	121	62	66,12	33,88



Alter

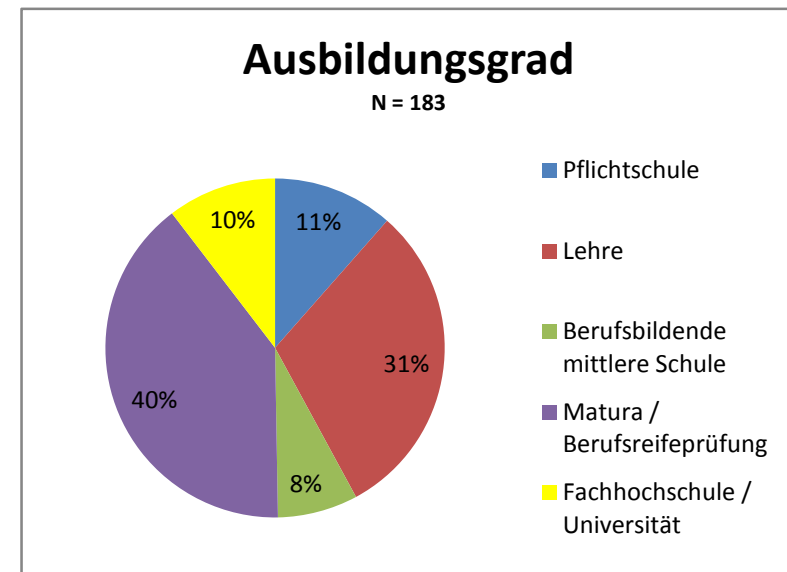
Alter	Teilnehmer	
Sonst.	3	
17	11	187
18	15	270
19	19	361
20	17	340
21	11	231
22	13	286
23	18	414
24	7	168
25	16	400
26	17	442
27	9	243
28	11	308
29	11	319
30	3	90
	178	4059
Ø =	22,8033708	

Geschlecht

	Absolut	Prozent
Männlich	99	54,10
Weiblich	84	45,90
Gesamt	183	100,00

Ausbildungsgrad

	Absolut	Prozent
Pflichtschule	21	11,48
Lehre	56	30,60
Berufsbildende mittlere Schu	14	7,65
Matura / Berufsreifeprüfung	73	39,89
Fachhochschule / Universitä	19	10,38
Gesamt	183	100,00



Wohnform

	Absolut	Prozent
Alleine	22	12,02
Bei den Eltern	105	57,38
Zusammen mit Partner / Partnerin	56	30,60
Gesamt	183	100,00

Zugang zum Internet

	Absolut	Prozent
Ja	182	99,45
Nein	1	0,55
Gesamt	183	100,00

Zugangsmöglichkeiten

Ausbildungsplatz	Absolut	Prozent
Ja	62	34,07
Nein	120	65,93
Gesamt	182	100,00

Arbeitsplatz	Absolut	Prozent
Ja	87	47,80
Nein	95	52,20
Gesamt	182	100,00

Zuhause	Absolut	Prozent
Ja	182	100,00
Nein	0	0,00
Gesamt	182	100,00

Sonst	Absolut	Prozent
Ja	16	8,79
Nein	166	91,21
Gesamt	182	100,00

Arb/Aus	Absolut	Prozent
Ja	149	81,87
Nein	33	18,13
Gesamt	182	100,00

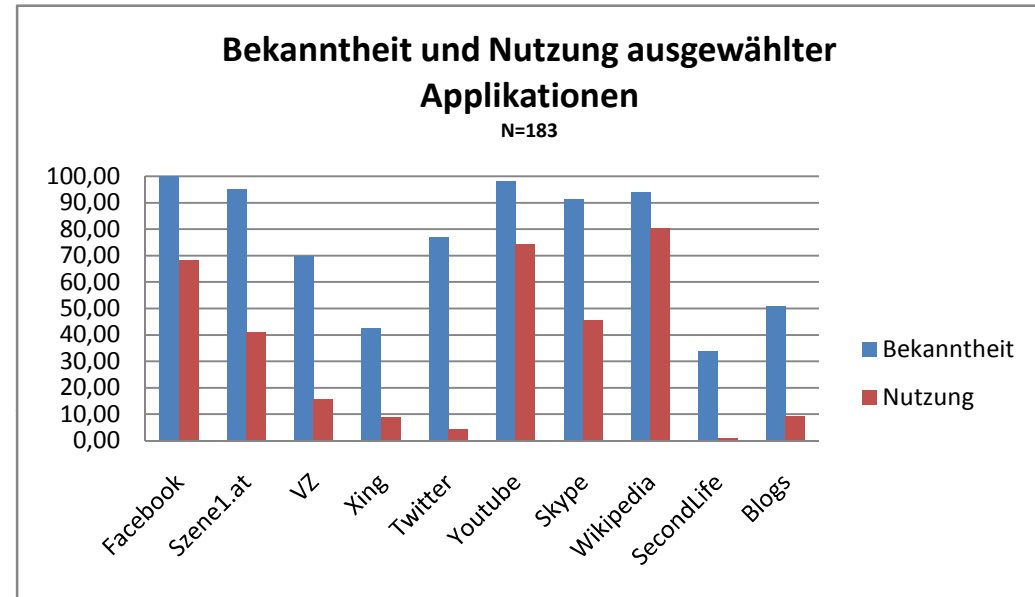
Nutzung für

	Absolut	Prozent
Private Zwecke	71	39,01
Arbeit oder Ausbildung	14	7,69
Etwa gleich viel	97	53,30
Gesamt	182	100,00

Bekanntheits- und Nutzungsgrad

Absolut	Bekanntheit	Nutzung
Facebook	183	125
Szene1.at	174	75
SchülerVZ/Stu	128	29
Xing	78	16
Twitter	141	8
Youtube	180	136
Skype	167	83
Wikipedia	172	147
SecondLife	62	2
Blogs	93	17
Sonstige	0	0

Prozent	Bekanntheit	Nutzung	Teilnehmer
Facebook	100,00	68,31	99 Männlich
Szene1.at	95,08	40,98	84 Weiblich
VZ	69,95	15,85	183 Gesamt
Xing	42,62	8,74	
Twitter	77,05	4,37	
Youtube	98,36	74,32	
Skype	91,26	45,36	
Wikipedia	93,99	80,33	
SecondLife	33,88	1,09	
Blogs	50,82	9,29	
Sonstige	0,00	0,00	



Dauer Nutzung Web 2.0 Applikationen

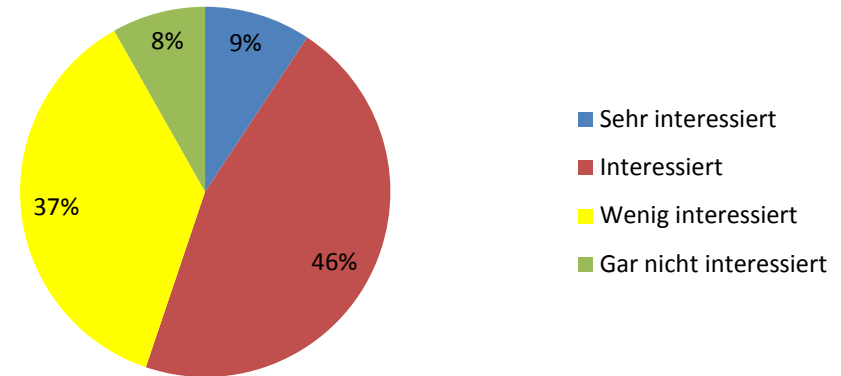
	Absolut	Prozent
0-1 Stunde	33	18,13
1-2 Stunden	34	18,68
2-3 Stunden	31	17,03
3 oder mehr	84	46,15
	182	100,00

Interesse Gemeindegesehen

	Absolut	Prozent
Sehr interessiert	17	9,29
Interessiert	84	45,90
Wenig interessiert	67	36,61
Gar nicht interessiert	15	8,20
Gesamt	183	100,00

Interesse am pol. Gemeindegesehen

N= 183

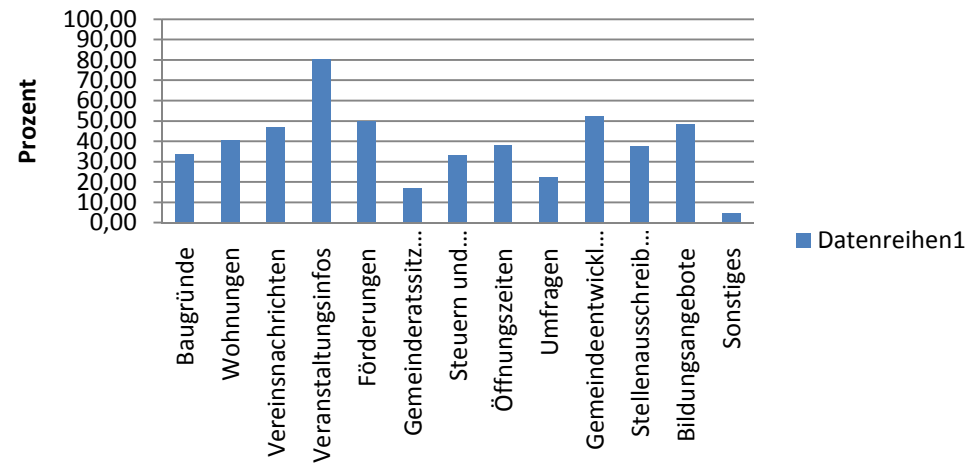


Themenbereiche

	Absolut	Prozent
Baugründe	62	33,88
Wohnungen	74	40,44
Vereinsnachrichten	86	46,99
Veranstaltungsinfos	147	80,33
Förderungen	91	49,73
Gemeinderatssitzungen	31	16,94
Steuern und Gebühren	61	33,33
Öffnungszeiten	70	38,25
Umfragen	41	22,40
Gemeindeentwicklung	96	52,46
Stellenausschreibung	69	37,70
Bildungsangebote	89	48,63
Sonstiges	9	4,92
Gesamt	183	

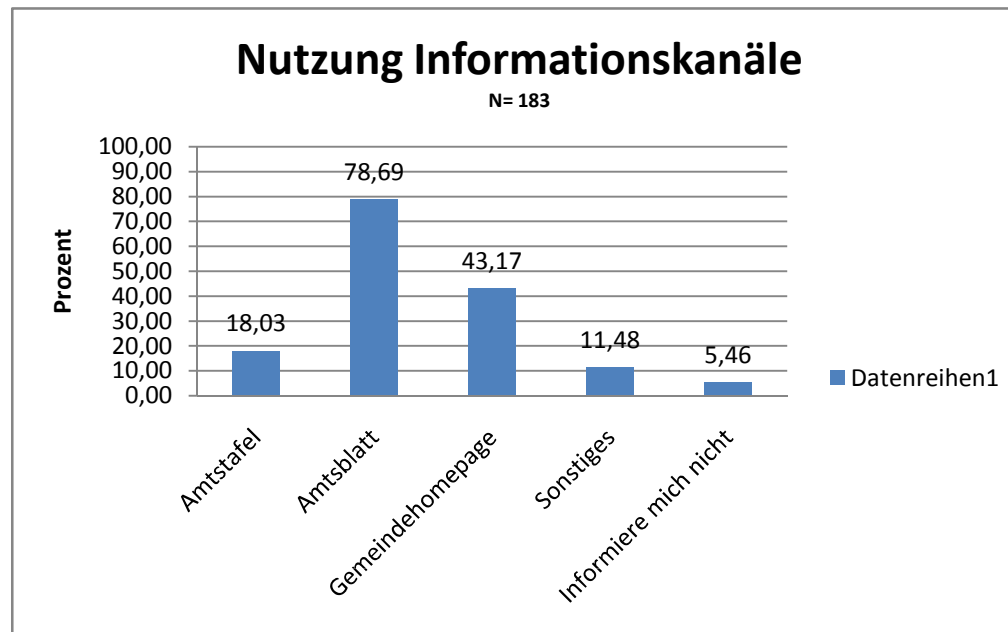
Interesse nach Themen

N=183



Informationskanäle

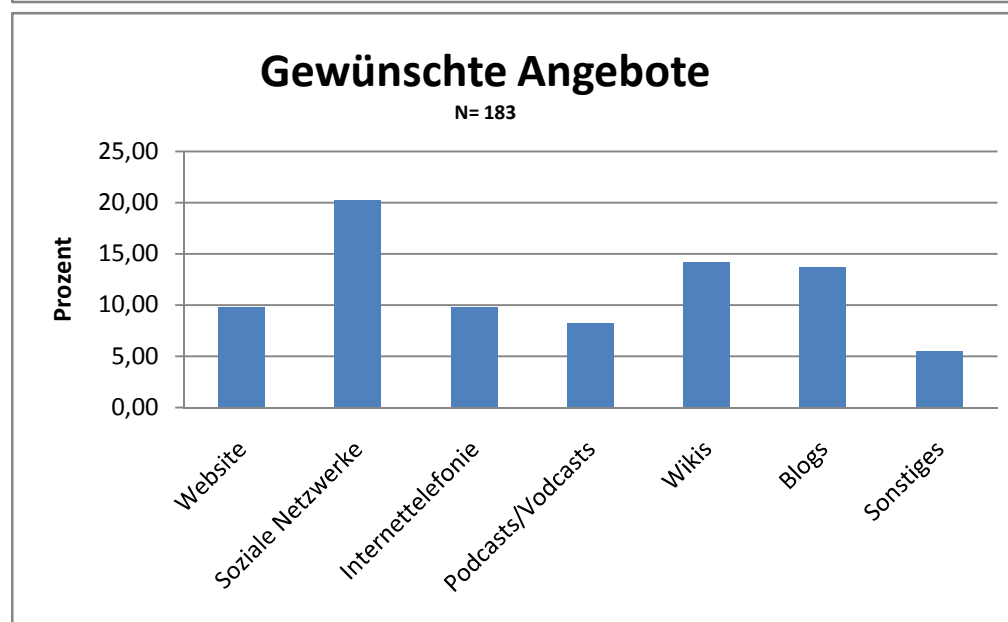
	Absolut	Prozent
Amtstafel	33	18,03
Amtsblatt	144	78,69
Gemeindehomepage	79	43,17
Sonstiges	21	11,48
Informiere mich nicht	10	5,46
Gesamt	183	



Derzeitiges und gewünschtes Angebot

	Wird angeboten	Gewünscht
Absolut		
Website	158	18
Soziale Netzwerke	19	37
Internettelefonie	1	18
Podcasts/Vodcasts	3	15
Wikis	4	26
Blogs	3	25
Sonstiges	0	10

	Wird angeboten	Gewünscht
Prozent		
Website	86,34	9,84
Soziale Netzwerke	10,38	20,22
Internettelefonie	0,55	9,84
Podcasts/Vodcasts	1,64	8,20
Wikis	2,19	14,21
Blogs	1,64	13,66
Sonstiges	0,00	5,46
Gesamt		183,00



Interpretation der Ergebnisse

Zusammenhang Alter und Kommunalthemen

Alter	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Baugründe	2	4	1	7	5	4	5	5	7	8	3	6	3	1
Wohnungen	5	7	7	0	8	4	4	4	5	6	6	8	1	1
Vereinsnachrichten	8	5	9	5	4	3	10	4	8	10	3	6	7	3
Veranstaltungsinfos	10	12	15	15	7	11	16	4	12	14	7	8	9	3
Förderungen	5	6	5	7	9	6	8	4	7	10	7	6	8	1
Gemeinderatssitzungen	1	1	1	3	1	5	1	1	3	3	3	0	3	2
Steuern und Gebühren	5	1	3	9	4	2	5	2	7	7	5	4	4	1
Öffnungszeiten	5	3	4	8	6	5	5	3	8	7	5	5	4	0
Umfragen	5	4	5	4	4	3	3	0	1	5	2	1	2	1
Gemeindeentwicklung	7	7	8	9	5	6	9	3	9	10	4	6	7	2
Stellenausschreibung	4	5	10	6	5	4	7	1	5	7	4	8	1	1
Bildungsangebote	5	6	16	10	5	5	9	1	5	9	4	5	5	2
Sonstiges	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1
Teilnehmer	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3

Alter	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Cramers V
Baugründe	18,18	26,67	5,26	41,18	45,45	30,77	27,78	71,43	43,75	47,06	33,33	54,55	27,27	33,33	0,322727
Wohnungen	45,45	46,67	36,84	0,00	72,73	30,77	22,22	57,14	31,25	35,29	66,67	72,73	9,09	33,33	0,433181
Vereinsnachrichten	72,73	33,33	47,37	29,41	36,36	23,08	55,56	57,14	50,00	58,82	33,33	54,55	63,64	100	0,308494
Veranstaltungsinfos	90,91	80,00	78,95	88,24	63,64	84,62	88,89	57,14	75,00	82,35	77,78	72,73	81,82	100	0,216022
Förderungen	45,45	40,00	26,32	41,18	81,82	46,15	44,44	57,14	43,75	58,82	77,78	54,55	72,73	33,33	0,305697
Gemeinderatssitzungen	9,09	6,67	5,26	17,65	9,09	38,46	5,56	14,29	18,75	17,65	33,33	0,00	27,27	66,67	0,343923
Steuern und Gebühren	45,45	6,67	15,79	52,94	36,36	15,38	27,78	28,57	43,75	41,18	55,56	36,36	36,36	33,33	0,306656
Öffnungszeiten	45,45	20,00	21,05	47,06	54,55	38,46	27,78	42,86	50,00	41,18	55,56	45,45	36,36	0	0,256271
Umfragen	45,45	26,67	26,32	23,53	36,36	23,08	16,67	0,00	6,25	29,41	22,22	9,09	18,18	33,33	0,255212
Gemeindeentwicklung	63,64	46,67	42,11	52,94	45,45	46,15	50,00	42,86	56,25	58,82	44,44	54,55	63,64	66,67	0,143451
Stellenausschreibung	36,36	33,33	52,63	35,29	45,45	30,77	38,89	14,29	31,25	41,18	44,44	72,73	9,09	33,33	0,282688
Bildungsangebote	45,45	40,00	84,21	58,82	45,45	38,46	50,00	14,29	31,25	52,94	44,44	45,45	45,45	66,67	0,311968
Sonstiges	18,18	6,67	5,26	5,88	9,09	0,00	5,56	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9,09	33,33	
Teilnehmer	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	

Baugründe	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	2	4	1	7	5	4	5	5	7	8	3	6	3	1	61
Nein	9	11	18	10	6	9	13	2	9	9	6	5	8	2	117
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	178
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,01	0,02	0,01	0,04	0,03	0,02	0,03	0,03	0,04	0,04	0,02	0,03	0,02	0,006	0,34269663
Nein	0,05	0,06	0,1	0,06	0,03	0,05	0,07	0,01	0,05	0,05	0,03	0,03	0,04	0,011	0,65730337
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,02	0,03	0,04	0,03	0,02	0,03	0,03	0,01	0,03	0,03	0,02	0,02	0,02	0,006	0,34269663
Nein	0,04	0,06	0,07	0,06	0,04	0,05	0,07	0,03	0,06	0,06	0,03	0,04	0,04	0,011	0,65730337
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Ja	0	0	0,03	0	0	0	0	0,02	0	0	0	0,01	0	4E-06	18,5391818 X ²
Nein	0	0	0,01	0	0	0	0	0,01	0	0	0	0	0	2E-06	0,32272698 Cramers V

Wohnungen	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	5	7	7	0	8	4	4	4	5	6	6	8	1	1	66
Nein	6	8	12	17	3	9	14	3	11	11	3	3	10	2	112
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	178
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,03	0,04	0,04	0	0,04	0,02	0,02	0,02	0,03	0,03	0,03	0,04	0,01	0,006	0,37078652
Nein	0,03	0,04	0,07	0,1	0,02	0,05	0,08	0,02	0,06	0,06	0,02	0,02	0,06	0,011	0,62921348
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,02	0,03	0,04	0,04	0,02	0,03	0,04	0,01	0,03	0,04	0,02	0,02	0,02	0,006	0,37078652
Nein	0,04	0,05	0,07	0,06	0,04	0,05	0,06	0,02	0,06	0,06	0,03	0,04	0,04	0,011	0,62921348
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Ja	0	0	0	0,04	0,02	0	0,01	0	0	0	0,01	0,02	0,01	6E-05	33,4008884 X ²
Nein	0	0	0	0,02	0,01	0	0	0	0	0	0,01	0,01	0,01	4E-05	0,43318061 Cramers V

Vereinsnachrichten	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	8	5	9	5	4	3	10	4	8	10	3	6	7	3	85
Nein	3	10	10	12	7	10	8	3	8	7	6	5	4	0	93
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	178
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,04	0,03	0,05	0,03	0,02	0,02	0,06	0,02	0,04	0,06	0,02	0,03	0,04	0,017	0,47752809
Nein	0,02	0,06	0,06	0,07	0,04	0,06	0,04	0,02	0,04	0,04	0,03	0,03	0,02	0	0,52247191
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,03	0,04	0,05	0,05	0,03	0,03	0,05	0,02	0,04	0,05	0,02	0,03	0,03	0,008	0,47752809
Nein	0,03	0,04	0,06	0,05	0,03	0,04	0,05	0,02	0,05	0,05	0,03	0,03	0,03	0,009	0,52247191
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Ja	0,01	0	0	0,01	0	0,01	0	0	0	0	0	0	0	0,01	16,9400405 X ²
Nein	0,01	0	0	0,01	0	0,01	0	0	0	0	0	0	0	0,009	0,30849435 Cramers V

Veranstaltungsinfos	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	10	12	15	15	7	11	16	4	12	14	7	8	9	3	143
Nein	1	3	4	2	4	2	2	3	4	3	2	3	2	0	35
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	178
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,06	0,07	0,08	0,08	0,04	0,06	0,09	0,02	0,07	0,08	0,04	0,04	0,05	0,017	0,80337079
Nein	0,01	0,02	0,02	0,01	0,02	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	0,01	0,02	0,01	0	0,19662921
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,05	0,07	0,09	0,08	0,05	0,06	0,08	0,03	0,07	0,08	0,04	0,05	0,05	0,014	0,80337079
Nein	0,01	0,02	0,02	0,02	0,01	0,01	0,02	0,01	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01	0,003	0,19662921
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Ja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8E-04	8,30642849 X ²
Nein	0	0	0	0	0,01	0	0	0,01	0	0	0	0	0	0,003	0,21602159 Cramers V

Förderungen	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	5	6	5	7	9	6	8	4	7	10	7	6	8	1	89
Nein	6	9	14	10	2	7	10	3	9	7	2	5	3	2	89
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	178
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,03	0,03	0,03	0,04	0,05	0,03	0,04	0,02	0,04	0,06	0,04	0,03	0,04	0,006	0,5
Nein	0,03	0,05	0,08	0,06	0,01	0,04	0,06	0,02	0,05	0,04	0,01	0,03	0,02	0,011	0,5
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,03	0,04	0,05	0,05	0,03	0,04	0,05	0,02	0,04	0,05	0,03	0,03	0,03	0,008	0,5
Nein	0,03	0,04	0,05	0,05	0,03	0,04	0,05	0,02	0,04	0,05	0,03	0,03	0,03	0,008	0,5
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Ja	0	0	0,01	0	0,01	0	0	0	0	0	0,01	0	0,01	9E-04	16,6341859 X ²
Nein	0	0	0,01	0	0,01	0	0	0	0	0	0,01	0	0,01	9E-04	0,30569672 Cramers V

Gemeinderatssitzungen	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	1	1	1	3	1	5	1	1	3	3	3	0	3	2	28
Nein	10	14	18	14	10	8	17	6	13	14	6	11	8	1	150
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	178
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,01	0,01	0,01	0,02	0,01	0,03	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	0	0,02	0,011	0,15730337
Nein	0,06	0,08	0,1	0,08	0,06	0,04	0,1	0,03	0,07	0,08	0,03	0,06	0,04	0,006	0,84269663
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,01	0,01	0,02	0,02	0,01	0,01	0,02	0,01	0,01	0,02	0,01	0,01	0,01	0,003	0,15730337
Nein	0,05	0,07	0,09	0,08	0,05	0,06	0,09	0,03	0,08	0,08	0,04	0,05	0,05	0,014	0,84269663
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Ja	0	0	0,01	0	0	0,02	0,01	0	0	0	0,01	0,01	0,01	0,028	21,0543978 X ²
Nein	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,005	0,34392315 Cramers V

Steuern und Gebühren#	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	5	1	3	9	4	2	5	2	7	7	5	4	4	1	59
Nein	6	14	16	8	7	11	13	5	9	10	4	7	7	2	119
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	178
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,03	0,01	0,02	0,05	0,02	0,01	0,03	0,01	0,04	0,04	0,03	0,02	0,02	0,006	0,33146067
Nein	0,03	0,08	0,09	0,04	0,04	0,06	0,07	0,03	0,05	0,06	0,02	0,04	0,04	0,011	0,66853933
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,02	0,03	0,04	0,03	0,02	0,02	0,03	0,01	0,03	0,03	0,02	0,02	0,02	0,006	0,33146067
Nein	0,04	0,06	0,07	0,06	0,04	0,05	0,07	0,03	0,06	0,06	0,03	0,04	0,04	0,011	0,66853933
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Ja	0	0,02	0,01	0,01	0	0,01	0	0	0	0	0,01	0	0	2E-07	16,7387481 X ²
Nein	0	0,01	0	0,01	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9E-08	0,30665601 Cramers V

Offnungszeiten	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	5	3	4	8	6	5	5	3	8	7	5	5	4	0	68
Nein	6	12	15	9	5	8	13	4	8	10	4	6	7	3	110
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	178
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,03	0,02	0,02	0,04	0,03	0,03	0,03	0,02	0,04	0,04	0,03	0,03	0,02	0	0,38202247
Nein	0,03	0,07	0,08	0,05	0,03	0,04	0,07	0,02	0,04	0,06	0,02	0,03	0,04	0,017	0,61797753
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,02	0,03	0,04	0,04	0,02	0,03	0,04	0,02	0,03	0,04	0,02	0,02	0,02	0,006	0,38202247
Nein	0,04	0,05	0,07	0,06	0,04	0,05	0,06	0,02	0,06	0,06	0,03	0,04	0,04	0,01	0,61797753
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Ja	0	0,01	0,01	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,006	11,6901301 X ²
Nein	0	0	0,01	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,004	0,25627112 Cramers V

Umfragen	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	5	4	5	4	4	3	3	0	1	5	2	1	2	1	40
Nein	6	11	14	13	7	10	15	7	15	12	7	10	9	2	138
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	178
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,03	0,02	0,03	0,02	0,02	0,02	0,02	0	0,01	0,03	0,01	0,01	0,01	0,006	0,2247191
Nein	0,03	0,06	0,08	0,07	0,04	0,06	0,08	0,04	0,08	0,07	0,04	0,06	0,05	0,011	0,7752809
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,01	0,02	0,02	0,02	0,01	0,02	0,02	0,01	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01	0,004	0,2247191
Nein	0,05	0,07	0,08	0,07	0,05	0,06	0,08	0,03	0,07	0,07	0,04	0,05	0,05	0,013	0,7752809
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Ja	0,01	0	0	0	0,01	0	0	0,01	0,01	0	0	0	0	9E-04	11,5937063 X ²
Nein	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3E-04	0,25521203 Cramers V

Gemeindeentwicklung	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	7	7	8	9	5	6	9	3	9	10	4	6	7	2	92
Nein	4	8	11	8	6	7	9	4	7	7	5	5	4	1	86
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	178
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,04	0,04	0,04	0,05	0,03	0,03	0,05	0,02	0,05	0,06	0,02	0,03	0,04	0,011	0,51685393
Nein	0,02	0,04	0,06	0,04	0,03	0,04	0,05	0,02	0,04	0,04	0,03	0,03	0,02	0,006	0,48314607
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,03	0,04	0,06	0,05	0,03	0,04	0,05	0,02	0,05	0,05	0,03	0,03	0,03	0,009	0,51685393
Nein	0,03	0,04	0,05	0,05	0,03	0,04	0,05	0,02	0,04	0,05	0,02	0,03	0,03	0,008	0,48314607
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Ja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7E-04	3,66290733 X ²
Nein	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8E-04	0,1434508 Cramers V

Stellenausschreibungen	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	4	5	10	6	5	4	7	1	5	7	4	8	1	1	68
Nein	7	10	9	11	6	9	11	6	11	10	5	3	10	2	110
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	178
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,02	0,03	0,06	0,03	0,03	0,02	0,04	0,01	0,03	0,04	0,02	0,04	0,01	0,006	0,38202247
Nein	0,04	0,06	0,05	0,06	0,03	0,05	0,06	0,03	0,06	0,06	0,03	0,02	0,06	0,011	0,61797753
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,02	0,03	0,04	0,04	0,02	0,03	0,04	0,02	0,03	0,04	0,02	0,02	0,02	0,006	0,38202247
Nein	0,04	0,05	0,07	0,06	0,04	0,05	0,06	0,02	0,06	0,06	0,03	0,04	0,04	0,01	0,61797753
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Ja	0	0	0,01	0	0	0	0	0,01	0	0	0	0,02	0,01	1E-04	14,2244209 X ²
Nein	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,01	0,01	6E-05	0,28268795 Cramers V

Bildungsangebote	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	5	6	16	10	5	5	9	1	5	9	4	5	5	2	87
Nein	6	9	3	7	6	8	9	6	11	8	5	6	6	1	91
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	178
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,03	0,03	0,09	0,06	0,03	0,03	0,05	0,01	0,03	0,05	0,02	0,03	0,03	0,011	0,48876404
Nein	0,03	0,05	0,02	0,04	0,03	0,04	0,05	0,03	0,06	0,04	0,03	0,03	0,03	0,006	0,51123596
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Gesamt
Ja	0,03	0,04	0,05	0,05	0,03	0,04	0,05	0,02	0,04	0,05	0,02	0,03	0,03	0,008	0,48876404
Nein	0,03	0,04	0,05	0,05	0,03	0,04	0,05	0,02	0,05	0,05	0,03	0,03	0,03	0,009	0,51123596
Gesamt	0,06	0,08	0,11	0,1	0,06	0,07	0,1	0,04	0,09	0,1	0,05	0,06	0,06	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Ja	0	0	0,03	0	0	0	0	0,01	0,01	0	0	0	0	0,001	17,3236498 X ²
Nein	0	0	0,03	0	0	0	0	0,01	0,01	0	0	0	0	0,001	0,31196775 Cramers V

Szene1	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	11	15	19	17	11	13	17	7	13	16	9	9	11	2	2	172
Nein	0	0	0	0	0	0	1	0	3	1	0	2	0	1	1	9
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,094	0,039	0,072	0,088	0,05	0,05	0,061	0,011	0,011	0,95027624
Nein	0	0	0	0	0	0	0,006	0	0,017	0,006	0	0,011	0	0,006	0,006	0,04972376
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,05775159	0,079	0,1	0,089	0,058	0,068	0,095	0,037	0,084	0,089	0,047	0,058	0,058	0,016	0,016	0,95027624
Nein	0,00302189	0,004	0,005	0,005	0,003	0,004	0,005	0,002	0,004	0,005	0,002	0,003	0,003	8E-04	8E-04	0,04972376
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Ja	0,00015812	2E-04	3E-04	2E-04	2E-04	2E-04	4E-06	1E-04	0,002	8E-06	1E-04	0,001	2E-04	0,001	0,001	26,6589104 X ²
Nein	0,00302189	0,004	0,005	0,005	0,003	0,004	7E-05	0,002	0,034	2E-04	0,002	0,021	0,003	0,027	0,027	0,38377962 Cramers V

VZ	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	5	7	16	14	11	11	13	5	12	10	6	6	5	3	2	126
Nein	6	8	3	3	0	2	5	2	4	7	3	5	6	0	1	55
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,02762431	0,039	0,088	0,077	0,061	0,061	0,072	0,028	0,066	0,055	0,033	0,033	0,028	0,017	0,011	0,6961326
Nein	0,03314917	0,044	0,017	0,017	0	0,011	0,028	0,011	0,022	0,039	0,017	0,028	0,033	0	0,006	0,3038674
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,0423064	0,058	0,073	0,065	0,042	0,05	0,069	0,027	0,062	0,065	0,035	0,042	0,042	0,012	0,012	0,6961326
Nein	0,01846708	0,025	0,032	0,029	0,018	0,022	0,03	0,012	0,027	0,029	0,015	0,018	0,018	0,005	0,005	0,3038674
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Ja	0,0050953	0,006	0,003	0,002	0,008	0,002	1E-04	2E-05	4E-04	0,002	6E-05	0,002	0,005	0,002	2E-05	22,9702041 X ²
Nein	0,01167287	0,014	0,007	0,005	0,018	0,005	2E-04	4E-05	8E-04	0,004	1E-04	0,005	0,012	0,005	5E-05	0,35624038 Cramers V

Xing	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	3	4	8	2	7	5	10	4	10	6	4	5	4	3	2	77
Nein	8	11	11	15	4	8	8	3	6	11	5	6	7	0	1	104
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,01657459	0,022	0,044	0,011	0,039	0,028	0,055	0,022	0,055	0,033	0,022	0,028	0,022	0,017	0,011	0,42541436
Nein	0,0441989	0,061	0,061	0,083	0,022	0,044	0,044	0,017	0,033	0,061	0,028	0,033	0,039	0	0,006	0,57458564
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,02585391	0,035	0,045	0,04	0,026	0,031	0,042	0,016	0,038	0,04	0,021	0,026	0,026	0,007	0,007	0,42541436
Nein	0,03491957	0,048	0,06	0,054	0,035	0,041	0,057	0,022	0,051	0,054	0,029	0,035	0,035	0,01	0,01	0,57458564
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	21,0957468 X ²
Ja	0,00333048	0,005	5E-06	0,021	0,006	3E-04	0,004	0,002	0,008	0,001	4E-05	1E-04	5E-04	0,013	0,002	0,34139579 Cramers V
Nein	0,00246583	0,004	3E-06	0,015	0,005	2E-04	0,003	0,001	0,006	9E-04	3E-05	9E-05	4E-04	0,01	0,002	

Twitter	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	9	10	16	14	11	10	14	7	12	11	5	9	7	3	2	140
Nein	2	5	3	3	0	3	4	0	4	6	4	2	4	0	1	41
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,04972376	0,055	0,088	0,077	0,061	0,055	0,077	0,039	0,066	0,061	0,028	0,05	0,039	0,017	0,011	0,77348066
Nein	0,01104972	0,028	0,017	0,017	0	0,017	0,022	0	0,022	0,033	0,022	0,011	0,022	0	0,006	0,22651934
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,04700711	0,064	0,081	0,073	0,047	0,056	0,077	0,03	0,068	0,073	0,038	0,047	0,047	0,013	0,013	0,77348066
Nein	0,01376637	0,019	0,024	0,021	0,014	0,016	0,023	0,009	0,02	0,021	0,011	0,014	0,014	0,004	0,004	0,22651934
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	13,5509699 X ²
Ja	0,000157	0,001	6E-04	3E-04	0,004	2E-06	2E-06	0,003	6E-05	0,002	0,003	2E-04	0,001	0,001	2E-04	0,27361878 Cramers V
Nein	0,0005361	0,004	0,002	0,001	0,014	6E-06	8E-06	0,009	2E-04	0,007	0,01	5E-04	0,005	0,004	8E-04	

Youtube	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	11	15	19	17	11	13	17	7	15	17	9	10	11	3	3	178
Nein	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	3
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,094	0,039	0,083	0,094	0,05	0,055	0,061	0,017	0,017	0,98342541
Nein	0	0	0	0	0	0	0,006	0	0,006	0	0	0,006	0	0	0	0,01657459
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,05976619	0,081	0,103	0,092	0,06	0,071	0,098	0,038	0,087	0,092	0,049	0,06	0,06	0,016	0,016	0,98342541
Nein	0,0010073	0,001	0,002	0,002	0,001	0,001	0,002	6E-04	0,001	0,002	8E-04	0,001	0,001	3E-04	3E-04	0,01657459
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Ja	1,6977E-05	2E-05	3E-05	3E-05	2E-05	2E-05	2E-04	1E-05	2E-04	3E-05	1E-05	3E-04	2E-05	5E-06	5E-06	9,76945839 X ²
Nein	0,0010073	0,001	0,002	0,002	0,001	0,001	0,009	6E-04	0,011	0,002	8E-04	0,02	0,001	3E-04	3E-04	0,23232501 Cramers V

Skype	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	10	15	18	16	10	12	16	7	14	13	8	10	11	3	2	165
Nein	1	0	1	1	1	1	2	0	2	4	1	1	0	0	1	16
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,05524862	0,083	0,099	0,088	0,055	0,066	0,088	0,039	0,077	0,072	0,044	0,055	0,061	0,017	0,011	0,91160221
Nein	0,00552486	0	0,006	0,006	0,006	0,006	0,011	0	0,011	0,022	0,006	0,006	0	0	0,006	0,08839779
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,05540124	0,076	0,096	0,086	0,055	0,065	0,091	0,035	0,081	0,086	0,045	0,055	0,055	0,015	0,015	0,91160221
Nein	0,00537224	0,007	0,009	0,008	0,005	0,006	0,009	0,003	0,008	0,008	0,004	0,005	0,005	0,001	0,001	0,08839779
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Ja	4,2044E-07	7E-04	1E-04	9E-05	4E-07	1E-05	6E-05	3E-04	1E-04	0,002	3E-05	4E-07	5E-04	1E-04	0,001	11,2254072 X ²
Nein	4,3358E-06	0,007	0,002	9E-04	4E-06	1E-04	6E-04	0,003	0,001	0,023	3E-04	4E-06	0,005	0,001	0,011	0,24903579 Cramers V

Wikipedia	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	11	14	19	16	10	12	17	7	14	15	8	10	11	3	3	170
Nein	0	1	0	1	1	1	1	0	2	2	1	1	0	0	0	11
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,06077348	0,077	0,105	0,088	0,055	0,066	0,094	0,039	0,077	0,083	0,044	0,055	0,061	0,017	0,017	0,93922652
Nein	0	0,006	0	0,006	0,006	0,006	0,006	0	0,011	0,011	0,006	0,006	0	0	0	0,06077348
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,05708006	0,078	0,099	0,088	0,057	0,067	0,093	0,036	0,083	0,088	0,047	0,057	0,057	0,016	0,016	0,93922652
Nein	0,00369342	0,005	0,006	0,006	0,004	0,004	0,006	0,002	0,005	0,006	0,003	0,004	0,004	0,001	0,001	0,06077348
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	6,44154756 X ²
Ja	0,00023899	3E-06	4E-04	4E-07	6E-05	2E-05	3E-06	2E-04	4E-04	3E-04	1E-04	6E-05	2E-04	7E-05	7E-05	0,18864957 Cramers V
Nein	0,00369342	5E-05	0,006	6E-06	9E-04	3E-04	4E-05	0,002	0,006	0,005	0,002	9E-04	0,004	0,001	0,001	

Second Life	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
Nein	11	15	19	17	10	13	18	7	16	16	9	11	11	3	3	179
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0	0	0	0	0,006	0	0	0	0	0,006	0	0	0	0	0	0,01104972
Nein	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,055	0,072	0,099	0,039	0,088	0,088	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	0,98895028
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,00067153	9E-04	0,001	0,001	7E-04	8E-04	0,001	4E-04	1E-03	0,001	5E-04	7E-04	7E-04	2E-04	2E-04	0,01104972
Nein	0,06010195	0,082	0,104	0,093	0,06	0,071	0,098	0,038	0,087	0,093	0,049	0,06	0,06	0,016	0,016	0,98895028
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	11,6798614 X ²
Ja	0,00067153	9E-04	0,001	0,001	0,035	8E-04	0,001	4E-04	1E-03	0,019	5E-04	7E-04	7E-04	2E-04	2E-04	0,25402681 Cramers V
Nein	7,5031E-06	1E-05	1E-05	1E-05	4E-04	9E-06	1E-05	5E-06	1E-05	2E-04	6E-06	8E-06	8E-06	2E-06	2E-06	

Blogs	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	5	5	9	10	8	4	11	2	12	6	4	6	5	3	2	92
Nein	6	10	10	7	3	9	7	5	2	11	5	5	6	0	1	87
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	14	17	9	11	11	3	3	179
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,02762431	0,028	0,05	0,055	0,044	0,022	0,061	0,011	0,066	0,033	0,022	0,033	0,028	0,017	0,011	0,50828729
Nein	0,03314917	0,055	0,055	0,039	0,017	0,05	0,039	0,028	0,011	0,061	0,028	0,028	0,033	0	0,006	0,48066298
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,077	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	0,98895028
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,03089039	0,042	0,053	0,048	0,031	0,037	0,051	0,02	0,039	0,048	0,025	0,031	0,031	0,008	0,008	0,50267086
Nein	0,02921156	0,04	0,05	0,045	0,029	0,035	0,048	0,019	0,037	0,045	0,024	0,029	0,029	0,008	0,008	0,47535179
Gesamt	0,06010195	0,082	0,104	0,093	0,06	0,071	0,098	0,038	0,076	0,093	0,049	0,06	0,06	0,016	0,016	0,97802265
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	20,8481747 X ²
Ja	0,00034533	0,005	2E-04	0,001	0,006	0,006	0,002	0,004	0,019	0,004	4E-04	2E-04	3E-04	0,008	8E-04	0,34127738 Cramers V
Nein	0,00053077	0,006	5E-04	9E-04	0,005	0,007	0,002	0,004	0,018	0,005	6E-04	9E-05	5E-04	0,008	7E-04	

NUTZUNG

Facebook	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt	
Ja	10	13	18	11	8	7	15	2	9	9	5	7	6	0	3		123
Nein	1	2	1	6	3	6	3	5	7	8	4	4	5	3	0		58
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3		181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt	
Ja	0,05524862	0,072	0,099	0,061	0,044	0,039	0,083	0,011	0,05	0,05	0,028	0,039	0,033	0	0,017		0,67955801
Nein	0,00552486	0,011	0,006	0,033	0,017	0,033	0,017	0,028	0,039	0,044	0,022	0,022	0,028	0,017	0		0,32044199
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017		1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt	
Ja	0,04129911	0,056	0,071	0,064	0,041	0,049	0,068	0,026	0,06	0,064	0,034	0,041	0,041	0,011	0,011		0,67955801
Nein	0,01947438	0,027	0,034	0,03	0,019	0,023	0,032	0,012	0,028	0,03	0,016	0,019	0,019	0,005	0,005		0,32044199
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017		1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	30,4247806	X ²
Ja	0,0047117	0,004	0,011	1E-04	2E-04	0,002	0,003	0,009	0,002	0,003	0,001	2E-04	0,002	0,011		0,40999111	Cramers V
Nein	0,00999205	0,009	0,023	3E-04	4E-04	0,004	0,007	0,019	0,004	0,007	0,002	4E-04	0,003	0,024			

Szene1	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	10	9	9	8	7	2	8	3	4	6	3	2	1	0	1	73
Nein	1	6	10	9	4	11	10	4	12	11	6	9	10	3	2	108
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,05524862	0,05	0,05	0,044	0,039	0,011	0,044	0,017	0,022	0,033	0,017	0,011	0,006	0	0,006	0,40331492
Nein	0,00552486	0,033	0,055	0,05	0,022	0,061	0,055	0,022	0,066	0,061	0,033	0,05	0,055	0,017	0,011	0,59668508
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,02451085	0,033	0,042	0,038	0,025	0,029	0,04	0,016	0,036	0,038	0,02	0,025	0,025	0,007	0,007	0,40331492
Nein	0,03626263	0,049	0,063	0,056	0,036	0,043	0,059	0,023	0,053	0,056	0,03	0,036	0,036	0,01	0,01	0,59668508
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Ja	0,03854661	0,008	0,001	0,001	0,008	0,011	4E-04	6E-05	0,005	6E-04	6E-04	0,007	0,015	0,007		31,4608865 X ²
Nein	0,02605466	0,005	9E-04	7E-04	0,006	0,007	3E-04	4E-05	0,003	4E-04	4E-04	0,005	0,01	0,005		0,41691372 Cramers V

VZ	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0	0	3	4	3	3	7	1	3	1	1	1	1	0	1	29
Nein	11	15	16	13	8	10	11	6	13	16	8	10	10	3	2	152
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0	0	0,017	0,022	0,017	0,017	0,039	0,006	0,017	0,006	0,006	0,006	0,006	0	0,006	0,16022099
Nein	0,06077348	0,083	0,088	0,072	0,044	0,055	0,061	0,033	0,072	0,088	0,044	0,055	0,055	0,017	0,011	0,83977901
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,00973719	0,013	0,017	0,015	0,01	0,012	0,016	0,006	0,014	0,015	0,008	0,01	0,01	0,003	0,003	0,16022099
Nein	0,05103629	0,07	0,088	0,079	0,051	0,06	0,084	0,032	0,074	0,079	0,042	0,051	0,051	0,014	0,014	0,83977901
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Ja	0,00973719	0,013	4E-06	0,003	0,005	0,002	0,032	7E-05	4E-04	0,006	7E-04	0,002	0,002	0,003		17,1066469 X ²
Nein	0,00185775	0,003	7E-07	6E-04	9E-04	4E-04	0,006	1E-05	8E-05	0,001	1E-04	3E-04	3E-04	5E-04		0,30742781 Cramers V

Xing	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0	0	0	0	2	2	1	1	3	0	1	3	1	0	1	15
Nein	11	15	19	17	9	11	17	6	13	17	8	8	10	3	2	166
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0	0	0	0	0,011	0,011	0,006	0,006	0,017	0	0,006	0,017	0,006	0	0,006	0,08287293
Nein	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,05	0,061	0,094	0,033	0,072	0,094	0,044	0,044	0,055	0,017	0,011	0,91712707
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,00503648	0,007	0,009	0,008	0,005	0,006	0,008	0,003	0,007	0,008	0,004	0,005	0,005	0,001	0,001	0,08287293
Nein	0,055737	0,076	0,096	0,086	0,056	0,066	0,091	0,035	0,081	0,086	0,046	0,056	0,056	0,015	0,015	0,91712707
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Ja	0,00503648	0,007	0,009	0,008	0,007	0,004	9E-04	0,002	0,012	0,008	5E-04	0,026	5E-05	0,001		17,8210835 X ²
Nein	0,0004551	6E-04	8E-04	7E-04	6E-04	4E-04	8E-05	2E-04	0,001	7E-04	4E-05	0,002	4E-06	1E-04		0,31378181 Cramers V

Twitter	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	8
Nein	11	14	17	17	11	13	18	7	15	16	8	10	11	3	2	173
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0	0,006	0,011	0	0	0	0	0	0,006	0,006	0,006	0,006	0	0	0,006	0,0441989
Nein	0,06077348	0,077	0,094	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,083	0,088	0,044	0,055	0,061	0,017	0,011	0,9558011
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,00268612	0,004	0,005	0,004	0,003	0,003	0,004	0,002	0,004	0,004	0,002	0,003	0,003	7E-04	7E-04	0,0441989
Nein	0,05808736	0,079	0,1	0,09	0,058	0,069	0,095	0,037	0,084	0,09	0,048	0,058	0,058	0,016	0,016	0,9558011
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Ja	0,00268612	9E-04	0,009	0,004	0,003	0,003	0,004	0,002	7E-04	5E-04	0,005	0,003	0,003	7E-04		7,79926538 X ²
Nein	0,00012421	4E-05	4E-04	2E-04	1E-04	1E-04	2E-04	8E-05	3E-05	2E-05	2E-04	1E-04	1E-04	3E-05		0,20758098 Cramers V

Youtube	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	9	12	19	13	10	9	13	3	11	9	7	7	7	2	3	134
Nein	2	3	0	4	1	4	5	4	5	8	2	4	4	1	0	47
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,04972376	0,066	0,105	0,072	0,055	0,05	0,072	0,017	0,061	0,05	0,039	0,039	0,039	0,011	0,017	0,74033149
Nein	0,01104972	0,017	0	0,022	0,006	0,022	0,028	0,022	0,028	0,044	0,011	0,022	0,022	0,006	0	0,25966851
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,04499252	0,061	0,078	0,07	0,045	0,053	0,074	0,029	0,065	0,07	0,037	0,045	0,045	0,012	0,012	0,74033149
Nein	0,01578096	0,022	0,027	0,024	0,016	0,019	0,026	0,01	0,023	0,024	0,013	0,016	0,016	0,004	0,004	0,25966851
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Ja	0,00049752	4E-04	0,01	8E-05	0,002	2E-04	4E-05	0,005	3E-04	0,006	9E-05	9E-04	9E-04	1E-04		18,2503729 X ²
Nein	0,00141846	0,001	0,027	2E-04	0,007	6E-04	1E-04	0,014	1E-03	0,016	3E-04	0,003	0,003	3E-04		0,31753864 Cramers V

Skype	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	5	4	10	7	4	7	9	3	8	6	5	3	7	1	2	81
Nein	6	11	9	10	7	6	9	4	8	11	4	8	4	2	1	100
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,02762431	0,022	0,055	0,039	0,022	0,039	0,05	0,017	0,044	0,033	0,028	0,017	0,039	0,006	0,011	0,44751381
Nein	0,03314917	0,061	0,05	0,055	0,039	0,033	0,05	0,022	0,044	0,061	0,022	0,044	0,022	0,011	0,006	0,55248619
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,02719697	0,037	0,047	0,042	0,027	0,032	0,045	0,017	0,04	0,042	0,022	0,027	0,027	0,007	0,007	0,44751381
Nein	0,03357651	0,046	0,058	0,052	0,034	0,04	0,055	0,021	0,049	0,052	0,027	0,034	0,034	0,009	0,009	0,55248619
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Ja	6,7146E-06	0,006	0,001	3E-04	1E-03	0,001	6E-04	3E-05	5E-04	0,002	0,001	0,004	0,005	5E-04		7,83235167 X ²
Nein	5,4388E-06	0,005	0,001	2E-04	8E-04	0,001	5E-04	3E-05	4E-04	0,002	0,001	0,003	0,004	4E-04		0,20802082 Cramers V

Wikipedia	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	9	12	19	11	8	10	17	6	14	11	5	8	10	2	3	145
Nein	2	3	0	6	3	3	1	1	2	6	4	3	1	1	0	36
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,04972376	0,066	0,105	0,061	0,044	0,055	0,094	0,033	0,077	0,061	0,028	0,044	0,055	0,011	0,017	0,80110497
Nein	0,01104972	0,017	0	0,033	0,017	0,017	0,006	0,006	0,011	0,033	0,022	0,017	0,006	0,006	0	0,19889503
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,04868594	0,066	0,084	0,075	0,049	0,058	0,08	0,031	0,071	0,075	0,04	0,049	0,049	0,013	0,013	0,80110497
Nein	0,01208754	0,016	0,021	0,019	0,012	0,014	0,02	0,008	0,018	0,019	0,01	0,012	0,012	0,003	0,003	0,19889503
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	18,1951332 X ²
Ja	2,2123E-05	1E-07	0,005	0,003	4E-04	9E-05	0,003	2E-04	6E-04	0,003	0,004	4E-04	9E-04	4E-04		0,31705772 Cramers V
Nein	8,9106E-05	5E-07	0,021	0,011	0,002	4E-04	0,01	6E-04	0,002	0,011	0,015	0,002	0,004	0,002		

Second Life	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
Nein	11	15	19	17	10	13	18	7	16	16	9	11	11	3	3	179
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0	0	0	0	0,006	0	0	0	0	0,006	0	0	0	0	0	0,01104972
Nein	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,055	0,072	0,099	0,039	0,088	0,088	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	0,98895028
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,00067153	9E-04	0,001	0,001	7E-04	8E-04	0,001	4E-04	1E-03	0,001	5E-04	7E-04	7E-04	2E-04	2E-04	0,01104972
Nein	0,06010195	0,082	0,104	0,093	0,06	0,071	0,098	0,038	0,087	0,093	0,049	0,06	0,06	0,016	0,016	0,98895028
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	11,6463418 X ²
Ja	0,00067153	9E-04	0,001	0,001	0,035	8E-04	0,001	4E-04	1E-03	0,019	5E-04	7E-04	7E-04	2E-04		0,25366204 Cramers V
Nein	7,5031E-06	1E-05	1E-05	1E-05	4E-04	9E-06	1E-05	5E-06	1E-05	2E-04	6E-06	8E-06	8E-06	2E-06		

Blogs	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	1	1	2	0	1	2	1	1	4	2	1	0	1	0	0	17
Nein	10	14	17	17	10	11	17	6	12	15	8	11	10	3	3	164
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,00552486	0,006	0,011	0	0,006	0,011	0,006	0,006	0,022	0,011	0,006	0	0,006	0	0	0,09392265
Nein	0,05524862	0,077	0,094	0,094	0,055	0,061	0,094	0,033	0,066	0,083	0,044	0,061	0,055	0,017	0,017	0,90607735
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
Erwartet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0,00570801	0,008	0,01	0,009	0,006	0,007	0,009	0,004	0,008	0,009	0,005	0,006	0,006	0,002	0,002	0,09392265
Nein	0,05506547	0,075	0,095	0,085	0,055	0,065	0,09	0,035	0,08	0,085	0,045	0,055	0,055	0,015	0,015	0,90607735
Gesamt	0,06077348	0,083	0,105	0,094	0,061	0,072	0,099	0,039	0,088	0,094	0,05	0,061	0,061	0,017	0,017	1
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	9,15711093 X ²
Ja	5,8763E-06	7E-04	1E-04	0,009	6E-06	0,003	0,002	1E-03	0,023	6E-04	2E-04	0,006	6E-06	0,002		0,22492615 Cramers V
Nein	6,0913E-07	7E-05	1E-05	9E-04	6E-07	3E-04	2E-04	1E-04	0,002	6E-05	2E-05	6E-04	6E-07	2E-04		

Zusammenhang Alter und Applikationen

Prozentuelle Auswertung einzelner Jahrgänge

Prozent	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Alter	Cramers V
Facebook	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Szene1.at	100	100	100	100	100	100	94	100	81	94	100	82	100	67	67	0,38
VZ	45	47	84	82	100	85	72	71	75	59	67	55	45	100	67	0,36
Xing	27	27	42	12	64	38	56	57	63	35	44	45	36	100	67	0,34
Twitter	82	67	84	82	100	77	78	100	75	65	56	82	64	100	67	0,27
Youtube	100	100	100	100	100	100	94	100	94	100	100	91	100	100	100	0,23
Skype	91	100	95	94	91	92	89	100	88	76	89	91	100	100	67	0,25
Wikipedia	100	93	100	94	91	92	94	100	88	88	89	91	100	100	100	0,19
SecondLife	0	0	0	0	9	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0,25
Blogs	45	33	47	59	73	31	61	29	86	35	44	55	45	100	67	0,34

BEKANNTHEIT

Facebook	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Alter	Gesamt
Ja	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Nein	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Prozent	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Alter	Gesamt
Ja	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1500
Nein	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Szene1	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Alter	Gesamt
Ja	11	15	19	17	11	13	17	7	13	16	9	9	11	2	2	172
Nein	0	0	0	0	0	0	1	0	3	1	0	2	0	1	1	9
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Alter	Gesamt
Ja	100	100	100	100	100	100	94	100	81	94	100	82	100	67	67	1384,964
Nein	0	0	0	0	0	0	5,6	0	19	5,9	0	18	0	33	33	115,0364
VZ	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Alter	Gesamt
Ja	5	7	16	14	11	11	13	5	12	10	6	6	5	3	2	126
Nein	6	8	3	3	0	2	5	2	4	7	3	5	6	0	1	55
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Alter	Gesamt
Ja	45	47	84	82	100	85	72	71	75	59	67	55	45	100	67	1054,108
Nein	55	53	16	18	0	15	28	29	25	41	33	45	55	0	33	445,8923
Xing	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Alter	Gesamt
Ja	3	4	8	2	7	5	10	4	10	6	4	5	4	3	2	77
Nein	8	11	11	15	4	8	8	3	6	11	5	6	7	0	1	104
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Alter	Gesamt
Ja	27	27	42	12	64	38	56	57	63	35	44	45	36	100	67	713,3291
Nein	73	73	58	88	36	62	44	43	38	65	56	55	64	0	33	786,6709

Twitter	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt	
Ja	9	10	16	14	11	10	14	7	12	11	5	9	7	3	2		140
Nein	2	5	3	3	0	3	4	0	4	6	4	2	4	0	1		41
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3		181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt	
Ja	82	67	84	82	100	77	78	100	75	65	56	82	64	100	67	1177,132	
Nein	18	33	16	18	0	23	22	0	25	35	44	18	36	0	33	322,8682	

Youtube	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt	
Ja	11	15	19	17	11	13	17	7	15	17	9	10	11	3	3		178
Nein	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0		3
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3		181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt	
Ja	100	100	100	100	100	100	94	100	94	100	100	91	100	100	100	1479,104	
Nein	0	0	0	0	0	0	5,6	0	6,3	0	0	9,1	0	0	0	20,89646	

Skype	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt	
Ja	10	15	18	16	10	12	16	7	14	13	8	10	11	3	2		165
Nein	1	0	1	1	1	1	2	0	2	4	1	1	0	0	1		16
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3		181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt	
Ja	91	100	95	94	91	92	89	100	88	76	89	91	100	100	67	1362,304	
Nein	9,1	0	5,3	5,9	9,1	7,7	11	0	13	24	11	9,1	0	0	33	137,6955	

Wikipedia	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt	
Ja	11	14	19	16	10	12	17	7	14	15	8	10	11	3	3		170
Nein	0	1	0	1	1	1	1	0	2	2	1	1	0	0	0		11
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3		181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt	
Ja	100	93	100	94	91	92	94	100	88	88	89	91	100	100	100	1420,645	
Nein	0	6,7	0	5,9	9,1	7,7	5,6	0	13	12	11	9,1	0	0	0	79,35452	

Second Life	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt	
Ja	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0		2
Nein	11	15	19	17	10	13	18	7	16	16	9	11	11	3	3		179
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3		181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt	
Ja	0	0	0	0	9,1	0	0	0	0	5,9	0	0	0	0	0	14,97326	
Nein	100	100	100	100	91	100	100	100	100	94	100	100	100	100	100	1485,027	

Blogs	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt	
Ja	5	5	9	10	8	4	11	2	12	6	4	6	5	3	2		92
Nein	6	10	10	7	3	9	7	5	2	11	5	5	6	0	1		87
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	14	17	9	11	11	3	3		179
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt	
Ja	45	33	47	59	73	31	61	29	86	35	44	55	45	100	67	810,2784	
Nein	55	67	53	41	27	69	39	71	14	65	56	45	55	0	0	656,3938	

Prozent	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Alter	Cramers V
Facebook	91	87	95	65	73	54	83	29	56	53	56	64	55	0	100	0,41
Szene1.at	91	60	47	47	64	15	44	43	25	35	33	18	9	0	33	0,42
VZ	0	0	16	24	27	23	39	14	19	6	11	9	9	0	33	0,31
Xing	0	0	0	0	18	15	6	14	19	0	11	27	9	0	33	0,31
Twitter	0	7	11	0	0	0	0	0	6	6	11	9	0	0	33	0,21
Youtube	82	80	100	76	91	69	72	43	69	53	78	64	64	67	100	0,32
Skype	45	27	53	41	36	54	50	43	50	35	56	27	64	33	67	0,21
Wikipedia	82	80	100	65	73	77	94	86	88	65	56	73	91	67	100	0,32
SecondLife	0	0	0	0	9	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0,25
Blogs	9	7	11	0	9	15	6	14	25	12	11	0	9	0	0	0,22

NUTZUNG

Facebook	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Alter	Gesamt
Ja	10	13	18	11	8	7	15	2	9	9	5	7	6	0	3	123
Nein	1	2	1	6	3	6	3	5	7	8	4	4	5	3	0	58
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	91	87	95	65	73	54	83	29	56	53	56	64	55	0	100	958,4252
Nein	9,1	13	5,3	35	27	46	17	71	44	47	44	36	45	100	0	541,5748

Szene1	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Alter	Gesamt
Ja	10	9	9	8	7	2	8	3	4	6	3	2	1	0	1	73
Nein	1	6	10	9	4	11	10	4	12	11	6	9	10	3	2	108
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	91	60	47	47	64	15	44	43	25	35	33	18	9,1	0	33	565,8924
Nein	9,1	40	53	53	36	85	56	57	75	65	67	82	91	100	67	934,1076
VZ	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Alter	Gesamt
Ja	0	0	3	4	3	3	7	1	3	1	1	1	1	0	1	29
Nein	11	15	16	13	8	10	11	6	13	16	8	10	10	3	2	152
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0	0	16	24	27	23	39	14	19	5,9	11	9,1	9,1	0	33	230,1018
Nein	100	100	84	76	73	77	61	86	81	94	89	91	91	100	67	1269,898
Xing	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Alter	Gesamt
Ja	0	0	0	0	2	2	1	1	3	0	1	3	1	0	1	15
Nein	11	15	19	17	9	11	17	6	13	17	8	8	10	3	2	166
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181
Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0	0	0	0	18	15	5,6	14	19	0	11	27	9,1	0	33	152,9658
Nein	100	100	100	100	82	85	94	86	81	100	89	73	91	100	67	1347,034

Twitter	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	8
Nein	11	14	17	17	11	13	18	7	15	16	8	10	11	3	2	173
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181

Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0	6,7	11	0	0	0	0	0	6,3	5,9	11	9,1	0	0	33	82,86069
Nein	100	93	89	100	100	100	100	100	94	94	89	91	100	100	67	1417,139

Youtube	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	9	12	19	13	10	9	13	3	11	9	7	7	7	2	3	134
Nein	2	3	0	4	1	4	5	4	5	8	2	4	4	1	0	47
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181

Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	82	80	100	76	91	69	72	43	69	53	78	64	64	67	100	1106,916
Nein	18	20	0	24	9,1	31	28	57	31	47	22	36	36	33	0	393,0837

Skype	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	5	4	10	7	4	7	9	3	8	6	5	3	7	1	2	81
Nein	6	11	9	10	7	6	9	4	8	11	4	8	4	2	1	100
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181

Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	45	27	53	41	36	54	50	43	50	35	56	27	64	33	67	680,755
Nein	55	73	47	59	64	46	50	57	50	65	44	73	36	67	33	819,245

Wikipedia	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	9	12	19	11	8	10	17	6	14	11	5	8	10	2	3	145
Nein	2	3	0	6	3	3	1	1	2	6	4	3	1	1	0	36
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181

Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	82	80	100	65	73	77	94	86	88	65	56	73	91	67	100	1194,398
Nein	18	20	0	35	27	23	5,6	14	13	35	44	27	9,1	33	0	305,6024

Second Life	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
Nein	11	15	19	17	10	13	18	7	16	16	9	11	11	3	3	179
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181

Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,01105
Nein	100	100	100	100	91	100	100	100	100	94	100	100	100	100	100	1485,027

Blogs	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	1	1	2	0	1	2	1	1	4	2	1	0	1	0	0	17
Nein	10	14	17	17	10	11	17	6	12	15	8	11	10	3	3	164
Gesamt	11	15	19	17	11	13	18	7	16	17	9	11	11	3	3	181

Beobachtet	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Älter	Gesamt
Ja	9,1	6,7	11	0	9,1	15	5,6	14	25	12	11	0	9,1	0	0	127,5674
Nein	91	93	89	100	91	85	94	86	75	88	89	100	91	100	100	1372,433

Zusammenhang zwischen Alter und Interesse

Kovarianz	Varianz Int.	Varianz Alter	Spearmanischer Korrelationskoeffizient
4,58491079	2,44247365	8,60660541	-0,11441565
-1,72584005	0,31679059	9,40218553	
-1,16299852	0,31679059	4,26958884	
-0,84533406	0,19110753	3,7392021	
1,77761676	0,19110753	16,5347822	
-5,65407723	0,19110753	167,280639	
-1,28249253	0,19110753	8,60660541	
1,34045829	0,19110753	9,40218553	
-0,84533406	0,19110753	3,7392021	
7,27962443	0,31679059	167,280639	
10,0836277	0,19110753	532,054119	
1,34045829	0,19110753	9,40218553	
6,14775232	2,44247365	15,4740087	
-6,35497992	2,44247365	16,5347822	
3,33973372	0,31679059	35,2088154	
1,77761676	0,19110753	16,5347822	
2,21477523	0,19110753	25,6673789	
1,77761676	0,19110753	16,5347822	
1,53243969	2,06542447	1,13699216	
2,6519337	0,19110753	36,7999756	
-0,84533406	0,19110753	3,7392021	
0,90329982	0,19110753	4,26958884	
0,02898288	0,19110753	0,00439547	
1,77761676	0,19110753	16,5347822	
-0,03731546	0,31679059	0,00439547	
-1,72584005	0,31679059	9,40218553	
2,6519337	0,19110753	36,7999756	
-0,03731546	0,31679059	0,00439547	
-0,84533406	0,19110753	3,7392021	
-1,66645533	2,44247365	1,13699216	
2,6519337	0,19110753	36,7999756	
-2,77903572	2,06542447	3,7392021	
-2,85152311	0,31679059	25,6673789	
1,65120913	0,31679059	8,60660541	
-3,41436464	0,31679059	36,7999756	
0,46614135	0,19110753	1,13699216	
1,0883676	0,31679059	3,7392021	
-0,60015699	0,31679059	1,13699216	
0,52552607	0,31679059	0,87179879	
-2,15680947	0,19110753	24,341412	
-1,28249253	0,19110753	8,60660541	
-0,03731546	0,31679059	0,00439547	
9,27343538	2,44247365	35,2088154	
-0,60015699	0,31679059	1,13699216	
-0,40817559	0,19110753	0,87179879	
2,21477523	0,19110753	25,6673789	
-4,21619419	2,06542447	8,60660541	
-1,28249253	0,19110753	8,60660541	
1,77761676	0,19110753	16,5347822	
-0,03731546	0,31679059	0,00439547	
1,77761676	0,19110753	16,5347822	
6,14775232	2,44247365	15,4740087	
-1,719651	0,19110753	15,4740087	
-1,72584005	0,31679059	9,40218553	

0,02898288	0,19110753	0,00439547
1,0883676	0,31679059	3,7392021
4,58491079	2,44247365	8,60660541
-0,03731546	0,31679059	0,00439547
-2,15680947	0,19110753	24,341412
-2,15680947	0,19110753	24,341412
-2,28868158	0,31679059	16,5347822
-2,59396794	0,19110753	35,2088154
-1,72584005	0,31679059	9,40218553
-1,16299852	0,31679059	4,26958884
-0,84533406	0,19110753	3,7392021
0,52552607	0,31679059	0,87179879
-1,34187725	2,06542447	0,87179879
2,21477523	0,19110753	25,6673789
10,0836277	0,19110753	532,054119
-2,28868158	0,31679059	16,5347822
-2,15680947	0,19110753	24,341412
-2,15680947	0,19110753	24,341412
2,96959816	2,06542447	4,26958884
2,77689219	0,31679059	24,341412
-1,72584005	0,31679059	9,40218553
-0,84533406	0,19110753	3,7392021
-0,03731546	0,31679059	0,00439547
2,6519337	0,19110753	36,7999756
0,02898288	0,19110753	0,00439547
2,77689219	0,31679059	24,341412
-1,72584005	0,31679059	9,40218553
1,65120913	0,31679059	8,60660541
-1,28249253	0,19110753	8,60660541
1,77761676	0,19110753	16,5347822
1,77761676	0,19110753	16,5347822
-1,719651	0,19110753	15,4740087
-0,60015699	0,31679059	1,13699216
-1,16299852	0,31679059	4,26958884
0,90329982	0,19110753	4,26958884
-0,60015699	0,31679059	1,13699216
11,7823567	0,31679059	438,219865
1,34045829	0,19110753	9,40218553
-9,96482807	2,06542447	48,0762187
2,77689219	0,31679059	24,341412
0,09528122	2,06542447	0,00439547
-0,60015699	0,31679059	1,13699216
1,65120913	0,31679059	8,60660541
1,34045829	0,19110753	9,40218553
0,46614135	0,19110753	1,13699216
-2,28868158	0,31679059	16,5347822
7,28107357	2,06542447	25,6673789
2,21477523	0,19110753	25,6673789
-2,59396794	0,19110753	35,2088154
-1,28249253	0,19110753	8,60660541
3,02206926	2,44247365	3,7392021
1,77761676	0,19110753	16,5347822
0,02898288	0,19110753	0,00439547
0,52552607	0,31679059	0,87179879
-2,59396794	0,19110753	35,2088154
1,77761676	0,19110753	16,5347822
-0,03731546	0,31679059	0,00439547
7,71059385	2,44247365	24,341412

-1,72584005	0,31679059	9,40218553
0,46614135	0,19110753	1,13699216
0,02898288	0,19110753	0,00439547
-2,85152311	0,31679059	25,6673789
7,28107357	2,06542447	25,6673789
-2,85152311	0,31679059	25,6673789
-1,28249253	0,19110753	8,60660541
1,65120913	0,31679059	8,60660541
-2,77903572	2,06542447	3,7392021
-1,72584005	0,31679059	9,40218553
1,77761676	0,19110753	16,5347822
0,90329982	0,19110753	4,26958884
-1,16299852	0,31679059	4,26958884
-2,85152311	0,31679059	25,6673789
-1,719651	0,19110753	15,4740087
-2,59396794	0,19110753	35,2088154
-2,59396794	0,19110753	35,2088154
-6,35497992	2,44247365	16,5347822
2,21405066	0,31679059	15,4740087
0,02898288	0,19110753	0,00439547
-0,84533406	0,19110753	3,7392021
1,0883676	0,31679059	3,7392021
-4,21619419	2,06542447	8,60660541
1,0883676	0,31679059	3,7392021
-0,03731546	0,31679059	0,00439547
-1,72584005	0,31679059	9,40218553
-2,85152311	0,31679059	25,6673789
-3,41436464	0,31679059	36,7999756
-2,28868158	0,31679059	16,5347822
-4,79213839	2,44247365	9,40218553
2,21477523	0,19110753	25,6673789
4,40675663	2,06542447	9,40218553
-1,28249253	0,19110753	8,60660541
-3,22929686	2,44247365	4,26958884
1,34045829	0,19110753	9,40218553
-1,28249253	0,19110753	8,60660541
-0,03731546	0,31679059	0,00439547
-2,59396794	0,19110753	35,2088154
1,53243969	2,06542447	1,13699216
3,02206926	2,44247365	3,7392021
-2,59396794	0,19110753	35,2088154
-2,85152311	0,31679059	25,6673789
2,6519337	0,19110753	36,7999756
-2,15680947	0,19110753	24,341412
-2,28868158	0,31679059	16,5347822
-2,85152311	0,31679059	25,6673789
-0,84533406	0,19110753	3,7392021
-1,66645533	2,44247365	1,13699216
-7,91782145	2,44247365	25,6673789
-0,60015699	0,31679059	1,13699216
-2,59396794	0,19110753	35,2088154
2,6519337	0,19110753	36,7999756
-1,719651	0,19110753	15,4740087
0,09528122	2,06542447	0,00439547
-8,5276696	2,06542447	35,2088154
-0,03731546	0,31679059	0,00439547
-1,16299852	0,31679059	4,26958884
-3,03112641	0,19110753	48,0762187

2,6519337	0,19110753	36,7999756
-0,40817559	0,19110753	0,87179879
-3,41436464	0,31679059	36,7999756
-2,15680947	0,19110753	24,341412
-1,16299852	0,31679059	4,26958884
1,34045829	0,19110753	9,40218553
-2,28868158	0,31679059	16,5347822
0,52552607	0,31679059	0,87179879
2,21405066	0,31679059	15,4740087
2,6519337	0,19110753	36,7999756
-3,23593877	104,705366	4241,15583
-0,01797744	0,58169648	23,5619768
Kovarianz	Varianz Int.	Varianz Alter

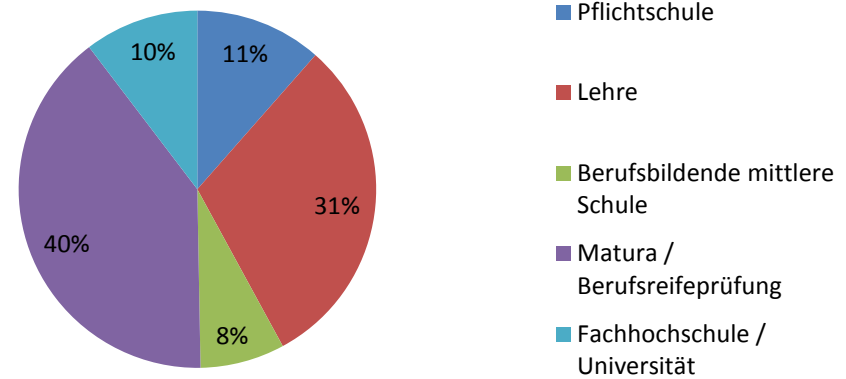
0,76269029 4,85406807
Wurzel Var Wurzel Var.

Bildungsgrad nach Geschlecht

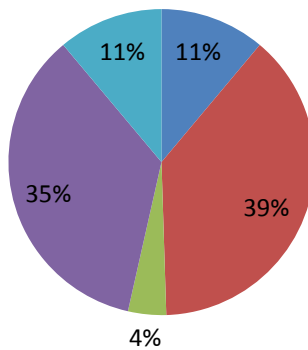
Absolut	männlich	weiblich	Gesamt
Pflichtschule	11	10	21
Lehre	38	18	56
Berufsbildend	4	10	14
Matura / Beru	35	38	73
Fachhochsch	11	8	19
	99	84	183

Prozent	männlich	weiblich	Gesamt
Pflichtschule	6,01	5,46	11,48
Lehre	20,77	9,84	30,60
Berufsbildend	2,19	5,46	7,65
Matura / Beru	19,13	20,77	39,89
Fachhochsch	6,01	4,37	10,38
	54,10	45,90	100,00

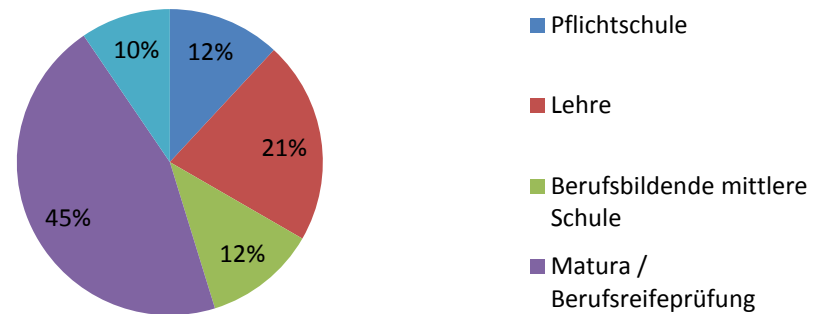
Bildungsgrad der Befragungsteilnehmer



Bildungsgrad der männl. Befragungsteilnehmer



Bildungsgrad der weibl. Befragungsteilnehmer



Zusammenhang Geschlecht und Angebote

	Wird angeboten	Sollte angeboten werden
Website	0,01518	0,02716
Soziale Netzwerke	0,00045	
Internettelefonie	0,04648	
Podcasts / Vodcasts	0,00459	
Wikis	0,12358	
Blogs	0,04711	

WIRD ANGEBOTEN

Website	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	85	73	158	
nein	14	11	25	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,464480874	0,3989071	0,86338798	
nein	0,076502732	0,06010929	0,13661202	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,467078742	0,39630924	0,86338798	
nein	0,073904864	0,06270716	0,13661202	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	1,44492E-05	1,7029E-05		0,04217 x ²
nein	9,1319E-05	0,00010763		0,01518 Cramers V

SOLLTE ANGEBOTEN WERDEN

Website	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	9	9	18	
nein	90	75	165	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,049180328	0,04918033	0,09836066	
nein	0,491803279	0,40983607	0,90163934	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,053211502	0,04514915	0,09836066	
nein	0,487772104	0,41386724	0,90163934	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,000305392	0,00035993		0,13503542 x ²
nein	3,33155E-05	3,9265E-05		0,02716429 Cramers V

Soziale Netz			
	männlich	weiblich	Gesamt
ja	20	17	37
nein	79	67	146
Gesamt	99	84	183
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt
ja	0,109289617	0,09289617	0,20218579
nein	0,431693989	0,36612022	0,79781421
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt
ja	0,109379199	0,09280659	0,20218579
nein	0,431604407	0,3662098	0,79781421
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1
	männlich	weiblich	
ja	7,33674E-08	8,6469E-08	0,00004 x ²
nein	1,85931E-08	2,1913E-08	0,00045 Cramers V

Internettelefo			
	männlich	weiblich	Gesamt
ja	11	7	18
nein	88	77	165
Gesamt	99	84	183
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt
ja	0,06010929	0,03825137	0,09836066
nein	0,480874317	0,42076503	0,90163934
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt
ja	0,053211502	0,04514915	0,09836066
nein	0,487772104	0,41386724	0,90163934
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1
	männlich	weiblich	
ja	0,000894158	0,00105383	0,39537 x ²
nein	9,75445E-05	0,00011496	0,04648 Cramers V

Podcasts/Vo			
	männlich	weiblich	Gesamt
ja	8	7	15
nein	91	77	168
Gesamt	99	84	183
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt
ja	0,043715847	0,03825137	0,08196721
nein	0,49726776	0,42076503	0,91803279
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt
ja	0,044342919	0,03762429	0,08196721
nein	0,496640688	0,4213921	0,91803279
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1
	männlich	weiblich	
ja	8,86768E-06	1,0451E-05	0,00385 x ²
nein	7,91757E-07	9,3314E-07	0,00459 Cramers V

Wikis	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	18	8	26	
nein	81	76	157	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,098360656	0,04371585	0,1420765	
nein	0,442622951	0,41530055	0,8579235	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,076861059	0,06521544	0,1420765	
nein	0,464122548	0,39380095	0,8579235	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,006013873	0,00708778		2,79466 x ²
nein	0,000995928	0,00117377		0,12358 Cramers V

Blogs	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	15	10	25	
nein	84	74	158	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,081967213	0,05464481	0,13661202	
nein	0,459016393	0,40437158	0,86338798	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,073904864	0,06270716	0,13661202	
nein	0,467078742	0,39630924	0,86338798	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,000879529	0,00103659		0,40613 x ²
nein	0,000139166	0,00016402		0,04711 Cramers V

Zusammenhang Geschlecht und Interessen

	Bekanntheit	Nutzung
Facebook	0,00000	0,17966
Szene1.at	0,00665	0,12428
VZ	0,02980	0,16990
Xing	0,12868	0,16865
Twitter	0,07096	0,19695
Youtube	0,05380	0,08600
Skype	0,01336	0,15636
Wikipedia	0,04840	0,01447
SecondLife	0,17282	0,00865
Blogs	0,05897	0,06812

BEKANNTHEIT

Facebook	männlich	weiblich	Gesamt		
ja	99	84	183		
nein	0	0	0		
Gesamt	99	84	183		
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt		
ja	0,540983607	0,45901639	1		
nein	0	0	0		
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1		
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt		
ja	0,540983607	0,45901639	1		
nein	0	0	0		
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1		
ja	männlich	weiblich		#DIV/0!	x ²
nein	#DIV/0!	#DIV/0!		#DIV/0!	Cramers V

Szene1	männlich	weiblich	Gesamt		
ja	94	80	174		
nein	5	4	9		
Gesamt	99	84	183		
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt		
ja	0,513661202	0,43715847	0,95081967		
nein	0,027322404	0,02185792	0,04918033		
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1		
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt		
ja	0,514377855	0,43644182	0,95081967		
nein	0,026605751	0,02257458	0,04918033		
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1		
ja	männlich	weiblich		0,0080941	x ²
nein	1,93038E-05	2,2751E-05		0,0066506	Cramers V

VZ	männlich	weiblich	Gesamt	
ja		68	60	128
nein		31	24	55
Gesamt		99	84	183
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,371584699	0,32786885	0,69945355	
nein	0,169398907	0,13114754	0,30054645	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,378392905	0,32106065	0,69945355	
nein	0,162590701	0,13795575	0,30054645	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,000122496	0,00014437		0,1624926 x ²
nein	0,000285082	0,00033599		0,0297983 Cramers V

Xing	männlich	weiblich	Gesamt	
ja		48	30	78
nein		51	54	105
Gesamt		99	84	183
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,262295082	0,16393443	0,42622951	
nein	0,278688525	0,29508197	0,57377049	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,230583177	0,19564633	0,42622951	
nein	0,31040043	0,26337006	0,57377049	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,004361311	0,00514012		3,0304124 x ²
nein	0,003239831	0,00381837		0,1286842 Cramers V

Twitter	männlich	weiblich	Gesamt	
ja		79	62	141
nein		20	22	42
Gesamt		99	84	183
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,431693989	0,33879781	0,7704918	
nein	0,109289617	0,12021858	0,2295082	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,416823435	0,35366837	0,7704918	
nein	0,124160172	0,10534802	0,2295082	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,000530521	0,00062526		0,9215670 x ²
nein	0,001781033	0,00209907		0,0709640 Cramers V

Youtube	männlich	weiblich	Gesamt	
ja		98	82	180
nein		1	2	3
Gesamt		99	84	183
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,535519126	0,44808743	0,98360656	
nein	0,005464481	0,01092896	0,01639344	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,532115023	0,45149153	0,98360656	
nein	0,008868584	0,00752486	0,01639344	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	2,17771E-05	2,5666E-05	0,5296056 x ²	
nein	0,001306625	0,00153995	0,0537961 Cramers V	

Skype	männlich	weiblich	Gesamt	
ja		90	77	167
nein		9	7	16
Gesamt		99	84	183
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,491803279	0,42076503	0,91256831	
nein	0,049180328	0,03825137	0,08743169	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,493684493	0,41888381	0,91256831	
nein	0,047299113	0,04013258	0,08743169	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	7,16848E-06	8,4486E-06	0,0326875 x ²	
nein	7,4821E-05	8,8182E-05	0,0133649 Cramers V	

Wikipedia	männlich	weiblich	Gesamt	
ja		92	80	172
nein		7	4	11
Gesamt		99	84	183
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,50273224	0,43715847	0,93989071	
nein	0,038251366	0,02185792	0,06010929	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,508465466	0,43142524	0,93989071	
nein	0,03251814	0,02759115	0,06010929	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	6,46453E-05	7,6189E-05	0,4287636 x ²	
nein	0,001010817	0,00119132	0,0484042 Cramers V	

Second Life	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	41	21	62	
nein	58	63	121	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,224043716	0,1147541	0,33879781	
nein	0,316939891	0,3442623	0,66120219	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,183284063	0,15551375	0,33879781	
nein	0,357699543	0,30350264	0,66120219	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,009064341	0,01068297		5,4654365 χ^2
nein	0,004644538	0,00547392		0,1728172 Cramers V

Blogs	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	53	40	93	
nein	46	44	90	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,289617486	0,21857923	0,50819672	
nein	0,25136612	0,24043716	0,49180328	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,274926095	0,23327063	0,50819672	
nein	0,266057511	0,22574577	0,49180328	
Gesamt	0,540983607	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,000785073	0,00092526		0,6364164 χ^2
nein	0,000811242	0,00095611		0,0589719 Cramers V

NUTZUNG

Facebook	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	60	65	125	
nein	39	19	58	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,32786885	0,35519126	0,68306011	
nein	0,21311475	0,10382514	0,31693989	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,36952432	0,31353579	0,68306011	
nein	0,17145929	0,14548061	0,31693989	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,00469571	0,00553423	5,906728616	x ²
nein	0,01012006	0,01192721	0,179658581	Cramers V

Szene1	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	35	40	75	
nein	64	44	108	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,19125683	0,21857923	0,40983607	
nein	0,34972678	0,24043716	0,59016393	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,22171459	0,18812147	0,40983607	
nein	0,31926901	0,27089492	0,59016393	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,0041841	0,00493126	2,82651916	x ²
nein	0,00290562	0,00342448	0,124279765	Cramers V

VZ	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	13	16	29	
nein	86	44	130	
Gesamt	99	60	159	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,08176101	0,10062893	0,18238994	
nein	0,5408805	0,27672956	0,81761006	
Gesamt	0,62264151	0,37735849	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,11356355	0,06882639	0,18238994	
nein	0,50907796	0,3085321	0,81761006	
Gesamt	0,62264151	0,37735849	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,00890604	0,01469497	4,589669641	x ²
nein	0,00198673	0,00327811	0,16989952	Cramers V

Xing	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	13	3	16	
nein	86	81	167	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,07103825	0,01639344	0,08743169	
nein	0,46994536	0,44262295	0,91256831	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,04729911	0,04013258	0,08743169	
nein	0,49368449	0,41888381	0,91256831	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,01191453	0,01404212		5,205163942 x ²
nein	0,00114151	0,00134535		0,168652064 Cramers V

Twitter	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	8	0	8	
nein	91	84	175	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,04371585	0	0,04371585	
nein	0,49726776	0,45901639	0,95628415	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,02364956	0,02006629	0,04371585	
nein	0,51733405	0,4389501	0,95628415	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,01702594	0,02006629		7,098181818 x ²
nein	0,00077833	0,00091732		0,196946386 Cramers V

Youtube	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	77	59	136	
nein	22	25	47	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,42076503	0,32240437	0,7431694	
nein	0,12021858	0,13661202	0,2568306	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,40204246	0,34112694	0,7431694	
nein	0,13894114	0,11788946	0,2568306	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,00087188	0,00102758		1,353427275 x ²
nein	0,0025229	0,00297342		0,085998706 Cramers V

Skype	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	52	31	83	
nein	47	53	100	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,28415301	0,16939891	0,45355191	
nein	0,2568306	0,28961749	0,54644809	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,24536415	0,20818776	0,45355191	
nein	0,29561946	0,25082863	0,54644809	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,00613201	0,00722701		4,473802613 χ^2
nein	0,00508957	0,00599842		0,156355393 Cramers V

Wikipedia	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	79	68	147	
nein	20	16	36	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,43169399	0,3715847	0,80327869	
nein	0,10928962	0,08743169	0,19672131	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,4345606	0,36871809	0,80327869	
nein	0,106423	0,09029831	0,19672131	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	1,891E-05	2,2287E-05		0,038322977 χ^2
nein	7,7215E-05	9,1004E-05		0,014471 Cramers V

Second Life	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	1	1	2	
nein	98	83	181	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,00546448	0,00546448	0,01092896	
nein	0,53551913	0,45355191	0,98907104	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,00591239	0,00501657	0,01092896	
nein	0,53507122	0,45399982	0,98907104	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	3,3932E-05	3,9992E-05		0,013677621 χ^2
nein	3,7494E-07	4,419E-07		0,008645 Cramers V

Blogs	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	11	6	17	
nein	88	78	166	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,06010929	0,03278689	0,09289617	
nein	0,48087432	0,42622951	0,90710383	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,05025531	0,04264087	0,09289617	
nein	0,4907283	0,41637553	0,90710383	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,00193215	0,00227718		0,8491951 x ²
nein	0,00019787	0,00023321		0,068121 Cramers V

Zusammenhang Geschlecht und Interesse an der Gemeindepolitik

	Männlich	Weiblich	Gesamt	
Sehr interessi	11	6	17	
Interessiert	50	34	84	
Wenig interes	30	37	67	
Gar nicht Inte	8	7	15	
Gesamt	99	84	183	
	Männlich	Weiblich	Gesamt	
Sehr interessi	0,06010929	0,03278689	0,09289617	
Interessiert	0,27322404	0,18579235	0,45901639	
Wenig interes	0,16393443	0,20218579	0,36612022	
Gar nicht Inte	0,04371585	0,03825137	0,08196721	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	Männlich	Weiblich	Gesamt	
Sehr interessi	0,05025531	0,04264087	0,09289617	
Interessiert	0,24832034	0,21069605	0,45901639	
Wenig interes	0,19806504	0,16805518	0,36612022	
Gar nicht Inte	0,04434292	0,03762429	0,08196721	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	Männlich	Weiblich		
Sehr interessi	0,00193215	0,00227718		
Interessiert	0,00249756	0,00294355		
Wenig interes	0,00588139	0,00693164	4,11435182 x ²	
Gar nicht Inte	8,8677E-06	1,0451E-05	0,14994265 Cramers V	

Zusammenhang Geschlecht und Interessensbereiche

Baugründe	0,00342
Wohnungen	0,00264
Vereinsnachrichten	0,00333
Veranstaltungsinfos	0,00419
Förderungen	0,00365
Gemeinderatssitzungen	0,00135
Steuern und Gebühren	0,01258
Öffnungszeiten	0,00253
Umfragen	0,00345
Gemeindeentwicklung	0,00009
Stellenausschreibung	0,00861
Bildungsangebote	0,00345

Baugründe	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	36	26	62	
nein	63	58	121	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,19672131	0,1420765	0,33879781	
nein	0,3442623	0,31693989	0,66120219	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,18328406	0,15551375	0,33879781	
nein	0,35769954	0,30350264	0,66120219	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,00098514	0,00116105		0,0021462 x ²
nein	0,00050478	0,00059492		0,0034246 Cramers V

Wohnungen	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	42	32	74	
nein	57	52	109	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,2295082	0,17486339	0,40437158	
nein	0,31147541	0,28415301	0,59562842	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,2187584	0,18561319	0,40437158	
nein	0,32222521	0,27340321	0,59562842	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,00052825	0,00062258		0,0012775 x ²
nein	0,00035863	0,00042267		0,0026422 Cramers V

Vereinsnachricht	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	44	42	86	
nein	55	42	97	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,24043716	0,2295082	0,46994536	
nein	0,30054645	0,2295082	0,53005464	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,25423273	0,21571262	0,46994536	
nein	0,28675087	0,24330377	0,53005464	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,0007486	0,00088228		0,0020344 x ²
nein	0,0006637	0,00078222		0,0033342 Cramers V

Veranstaltung	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	77	70	147	
nein	22	14	36	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,42076503	0,38251366	0,80327869	
nein	0,12021858	0,07650273	0,19672131	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,4345606	0,36871809	0,80327869	
nein	0,106423	0,09029831	0,19672131	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,00043795	0,00051616		0,0032069 x ²
nein	0,00178832	0,00210766		0,0041862 Cramers V

Förderungen	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	52	39	91	
nein	47	45	92	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,28415301	0,21311475	0,49726776	
nein	0,2568306	0,24590164	0,50273224	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,26901371	0,22825405	0,49726776	
nein	0,2719699	0,23076234	0,50273224	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,000852	0,00100414		0,0024412 x ²
nein	0,00084273	0,00099322		0,0036524 Cramers V

Gemeinderat			
	männlich	weiblich	Gesamt
ja	16	15	31
nein	83	69	152
Gesamt	99	84	183
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt
ja	0,08743169	0,08196721	0,16939891
nein	0,45355191	0,37704918	0,83060109
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt
ja	0,09164203	0,07775688	0,16939891
nein	0,44934157	0,38125952	0,83060109
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1
	männlich	weiblich	
ja	0,00019344	0,00022798	0,0003355 x ²
nein	3,9451E-05	4,6496E-05	0,0013539 Cramers V

Steuern und			
	männlich	weiblich	Gesamt
ja	42	19	61
nein	57	65	122
Gesamt	99	84	183
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt
ja	0,2295082	0,10382514	0,33333333
nein	0,31147541	0,35519126	0,66666667
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt
ja	0,18032787	0,15300546	0,33333333
nein	0,36065574	0,30601093	0,66666667
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1
	männlich	weiblich	
ja	0,01341282	0,01580796	0,0289813 x ²
nein	0,00670641	0,00790398	0,0125844 Cramers V

Offnungszeit			
	männlich	weiblich	Gesamt
ja	36	34	70
nein	63	50	113
Gesamt	99	84	183
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt
ja	0,19672131	0,18579235	0,38251366
nein	0,3442623	0,27322404	0,61748634
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt
ja	0,20693362	0,17558004	0,38251366
nein	0,33404999	0,28343635	0,61748634
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1
	männlich	weiblich	
ja	0,00050398	0,00059398	0,0011757 x ²
nein	0,0003122	0,00036795	0,0025347 Cramers V

Umfragen	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	20	21	41	
nein	79	63	142	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,10928962	0,1147541	0,22404372	
nein	0,43169399	0,3442623	0,77595628	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,12120398	0,10283974	0,22404372	
nein	0,41977963	0,35617666	0,77595628	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,00117118	0,00138032	0,0021742 x ²	
nein	0,00033816	0,00039854	0,0034468 Cramers V	

Gemeindeen	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	52	44	96	
nein	47	40	87	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,28415301	0,24043716	0,52459016	
nein	0,2568306	0,21857923	0,47540984	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,28379468	0,24079549	0,52459016	
nein	0,25718893	0,21822091	0,47540984	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	4,5243E-07	5,3322E-07	0,0000014 x ²	
nein	4,9924E-07	5,8839E-07	0,0000866 Cramers V	

Stellenaussc	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	31	38	69	
nein	68	46	114	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,16939891	0,20765027	0,37704918	
nein	0,3715847	0,25136612	0,62295082	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,20397743	0,17307175	0,37704918	
nein	0,33700618	0,28594464	0,62295082	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,0058618	0,00690854	0,0135545 x ²	
nein	0,00354793	0,00418149	0,0086063 Cramers V	

Bildungsgang	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	39	50	89	
nein	60	34	94	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,21311475	0,27322404	0,4863388	
nein	0,32786885	0,18579235	0,5136612	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,26310132	0,22323748	0,4863388	
nein	0,27788229	0,23577891	0,5136612	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,00949694	0,01119282		0,0266326 x ²
nein	0,00899178	0,01059746		0,0120637 Cramers V

Sonstiges	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	6	3	9	
nein	93	81	174	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,03278689	0,01639344	0,04918033	
nein	0,50819672	0,44262295	0,95081967	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,02660575	0,02257458	0,04918033	
nein	0,51437786	0,43644182	0,95081967	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,00143602	0,00169245		0,0021755 x ²
nein	7,4277E-05	8,7541E-05		0,0034479 Cramers V

Zusammenhang Geschlecht und Informationskanäle

Amtsblatt	0,00265
Gemeindehomepage	0,00131
Amtstafel	0,00014
Sonstiges	0,00192
Informiere mich nicht	0,00097

Amtsblatt	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	75	69	144	
nein	24	15	39	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,40983607	0,37704918	0,78688525	
nein	0,13114754	0,08196721	0,21311475	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,42569202	0,36119323	0,78688525	
nein	0,11529159	0,09782317	0,21311475	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,00059059	0,00069606		0,0012867 χ^2
nein	0,00218066	0,00257006		0,0026516 Cramers V

Gemeindeho	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	41	38	79	
nein	58	46	104	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,22404372	0,20765027	0,43169399	
nein	0,31693989	0,25136612	0,56830601	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,23353937	0,19815462	0,43169399	
nein	0,30744424	0,26086178	0,56830601	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,00038609	0,00045504		0,0003154 χ^2
nein	0,00029328	0,00034565		0,0013129 Cramers V

Amtstafel	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	18	15	33	
nein	81	69	150	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,09836066	0,08196721	0,18032787	
nein	0,44262295	0,37704918	0,81967213	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,09755442	0,08277345	0,18032787	
nein	0,44342919	0,37624295	0,81967213	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	6,6631E-06	7,8529E-06		0,0000038 x ²
nein	1,4659E-06	1,7276E-06		0,0001436 Cramers V

Sonstiges	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	13	8	21	
nein	86	76	162	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,07103825	0,04371585	0,1147541	
nein	0,46994536	0,41530055	0,8852459	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,06208009	0,05267401	0,1147541	
nein	0,47890352	0,40634238	0,8852459	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,00129266	0,0015235		0,0006780 x ²
nein	0,00016757	0,00019749		0,0019248 Cramers V

Informiere m	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	6	4	10	
nein	93	80	173	
Gesamt	99	84	183	
Beobachtet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,03278689	0,02185792	0,05464481	
nein	0,50819672	0,43715847	0,94535519	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
Erwartet	männlich	weiblich	Gesamt	
ja	0,02956195	0,02508286	0,05464481	
nein	0,51142166	0,43393353	0,94535519	
Gesamt	0,54098361	0,45901639	1	
	männlich	weiblich		
ja	0,00035181	0,00041464		0,0001728 x ²
nein	2,0336E-05	2,3967E-05		0,0009717 Cramers V

Zugang zum Internet nach Gemeinden

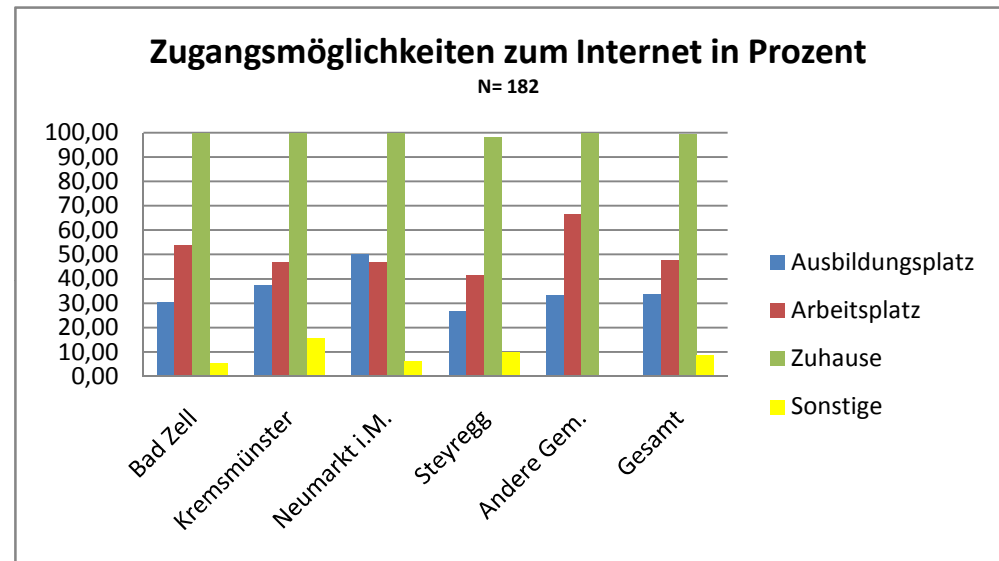
Internetzugang

Absolut	Ja	Nein	
Bad Zell	56	0	
Kremsmünster	32	0	
Neumarkt im Mü	32	0	
Steyregg	59	1	
Andere Gemeinc	3	0	
Gesamt	182	1	182
Prozent	100,00	0,55	

Internetzugang

Absolut	Ausbildungspl	Arbeitsplatz	Zuhause	Sonstige	Teilnehmer
Bad Zell	17	30	56	3	56
Kremsmünster	12	15	32	5	32
Neumarkt i.M.	16	15	32	2	32
Steyregg	16	25	59	6	60
Andere Gemeinc	1	2	3	0	3
	62	87	182	16	183

Prozent	Ausbildungspl	Arbeitsplatz	Zuhause	Sonstige
Bad Zell	30,36	53,57	100,00	5,36
Kremsmünster	37,50	46,88	100,00	15,63
Neumarkt i.M.	50,00	46,88	100,00	6,25
Steyregg	26,67	41,67	98,33	10,00
Andere Gem.	33,33	66,67	100,00	0,00
Gesamt	33,88	47,54	99,45	8,74



(Gewünschte) Angebote nach Gemeinden

Wird angeboten

Absolut	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M.	Steyregg	Gesamt
Website	51	29	27	48	155
Soziale Netzwerke	4	7	1	5	17
Internettelefonie	0	1	0	0	1
Podcasts/Vodcasts	0	2	0	1	3
Wikis	2	1	0	1	4
Blogs	0	2	0	1	3
Teilnehmer	56	32	32	60	180

Prozent	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M.	Steyregg	Gesamt
Website	91,07	90,63	84,38	80,00	86,11
Soziale Netzwerke	7,14	21,88	3,13	8,33	9,44
Internettelefonie	0,00	3,13	0,00	0,00	0,56
Podcasts/Vodcasts	0,00	6,25	0,00	1,67	1,67
Wikis	3,57	3,13	0,00	1,67	2,22
Blogs	0,00	6,25	0,00	1,67	1,67

Sollte angeboten werden

Absolut	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M.	Steyregg	Gesamt
Website	6	3	2	7	18
Soziale Netzwerke	10	9	7	11	37
Internettelefonie	3	5	2	7	17
Podcasts/Vodcasts	4	1	3	7	15
Wikis	5	6	4	10	25
Blogs	5	5	4	10	24
Sonstiges	5	2	0	3	10
Teilnehmer	56	32	32	60	180

Prozent	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M.	Steyregg	Gesamt	CramersV
Website	10,71	9,38	6,25	11,67	10,00	0,0550573
Soziale Netzwerke	17,86	28,13	21,88	18,33	20,56	0,0883983
Internettelefonie	5,36	15,63	6,25	11,67	9,44	0,127038
Podcasts/Vodcasts	7,14	3,13	9,38	11,67	8,33	0,1762766
Wikis	8,93	18,75	12,50	16,67	13,89	0,1009935
Blogs	8,93	15,63	12,50	16,67	13,33	0,0783479
Sonstiges	8,93	6,25	0,00	5,00	5,56	

Website	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	6	3	2	7	18
Nein	50	29	30	53	162
Gesamt	56	32	32	60	180
Beobachtet	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	0,0333	0,0167	0,0111	0,0389	0,1
Nein	0,2778	0,1611	0,1667	0,2944	0,9
Gesamt	0,3111	0,1778	0,1778	0,3333	1
Erwartet	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	0,0311	0,0178	0,0178	0,0333	0,1
Nein	0,2800	0,1600	0,1600	0,3000	0,9
Gesamt	0,3111	0,1778	0,1778	0,3333	1
Ja	0,0002	0,0001	0,0025	0,0009	0,1819 X ²
Nein	0,0000	0,0000	0,0003	0,0001	0,0551 Cramers V

Soziale Netzwerke	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	10	9	7	11	37
Nein	46	23	25	49	143
Gesamt	56	32	32	60	180
Beobachtet	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	0,0556	0,0500	0,0389	0,0611	0,2056
Nein	0,2556	0,1278	0,1389	0,2722	0,7944
Gesamt	0,3111	0,1778	0,1778	0,3333	1
Erwartet	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	0,0640	0,0365	0,0365	0,0685	0,2056
Nein	0,2472	0,1412	0,1412	0,2648	0,7944
Gesamt	0,3111	0,1778	0,1778	0,3333	1
Ja	0,0011	0,0050	0,0002	0,0008	0,4689 X ²
Nein	0,0003	0,0013	0,0000	0,0002	0,0884 Cramers V

Internettelefonie	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	3	5	2	7	17
Nein	53	27	30	53	163
Gesamt	56	32	32	60	180
Beobachtet	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	0,0167	0,0278	0,0111	0,0389	0,0944
Nein	0,2944	0,1500	0,1667	0,2944	0,9056
Gesamt	0,3111	0,1778	0,1778	0,3333	1
Erwartet	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	0,0294	0,0168	0,0168	0,0315	0,0944
Nein	0,2817	0,1610	0,1610	0,3019	0,9056
Gesamt	0,3111	0,1778	0,1778	0,3333	1
Ja	0,0055	0,0072	0,0019	0,0017	0,9683 X ²
Nein	0,0006	0,0007	0,0002	0,0002	0,127 Cramers V

Pod- Vodcasts	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	0	2	0	1	3
Nein	56	30	32	59	177
Gesamt	56	32	32	60	180
Beobachtet	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	0,0000	0,0111	0,0000	0,0056	0,0167
Nein	0,3111	0,1667	0,1778	0,3278	0,9833
Gesamt	0,3111	0,1778	0,1778	0,3333	1
Erwartet	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	0,0052	0,0030	0,0030	0,0056	0,0167
Nein	0,3059	0,1748	0,1748	0,3278	0,9833
Gesamt	0,3111	0,1778	0,1778	0,3333	1
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg		
Ja	0,0052	0,0224	0,0030	0,0000	1,8644 X ²
Nein	0,0001	0,0004	0,0001	0,0000	0,1763 Cramers V

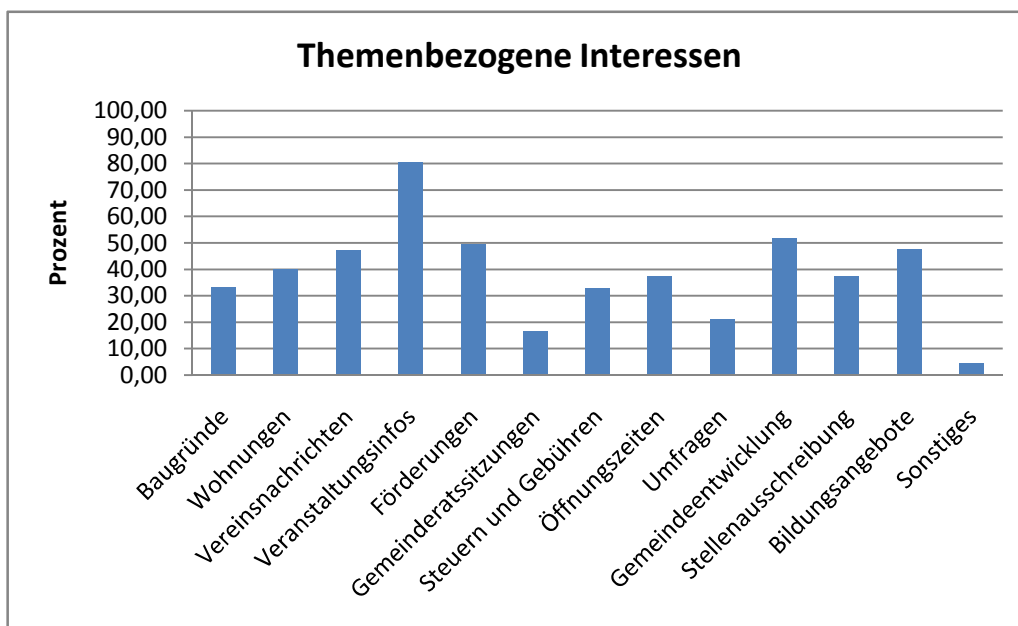
Wikis	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	5	6	4	10	25
Nein	51	26	28	50	155
Gesamt	56	32	32	60	180
Beobachtet	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	0,0278	0,0333	0,0222	0,0556	0,1389
Nein	0,2833	0,1444	0,1556	0,2778	0,8611
Gesamt	0,3111	0,1778	0,1778	0,3333	1
Erwartet	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	0,0432	0,0247	0,0247	0,0463	0,1389
Nein	0,2679	0,1531	0,1531	0,2870	0,8611
Gesamt	0,3111	0,1778	0,1778	0,3333	1
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg		
Ja	0,0055	0,0030	0,0002	0,0019	0,612 X ²
Nein	0,0009	0,0005	0,0000	0,0003	0,101 Cramers V

Blogs	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	5	5	4	10	24
Nein	51	27	28	50	156
Gesamt	56	32	32	60	180
Beobachtet	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	0,0278	0,0278	0,0222	0,0556	0,1333
Nein	0,2833	0,1500	0,1556	0,2778	0,8667
Gesamt	0,3111	0,1778	0,1778	0,3333	1
Erwartet	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg	Gesamt	
Ja	0,0415	0,0237	0,0237	0,0444	0,1333
Nein	0,2696	0,1541	0,1541	0,2889	0,8667
Gesamt	0,3111	0,1778	0,1778	0,3333	1
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt i.M. Steyregg		
Ja	0,0045	0,0007	0,0001	0,0028	0,3683 X ²
Nein	0,0007	0,0001	0,0000	0,0004	0,0783 Cramers V

Kommunalthemen nach Gemeinden

	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Baugründe	21	7	10	22	60
Wohnungen	18	11	12	31	72
Vereinsnachrichten	35	14	15	21	85
Veranstaltungsinfos	47	26	25	47	145
Förderungen	22	17	19	31	89
Gemeinderatssitzung	10	7	3	10	30
Steuern und Gebühr	9	13	12	25	59
Öffnungszeiten	18	13	10	26	67
Umfragen	11	8	6	13	38
Gemeindeentwicklung	36	15	14	28	93
Stellenausschreibung	19	10	15	23	67
Bildungsangebote	24	19	20	23	86
Sonstiges	3	2	0	3	8
Teilnehmer	56	32	32	60	180

Prozent	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	Cramers V
Baugründe	37,50	21,88	31,25	36,67	33,33	0,122
Wohnungen	32,14	34,38	37,50	51,67	40,00	0,172
Vereinsnachrichten	62,50	43,75	46,88	35,00	47,22	0,224
Veranstaltungsinfos	83,93	81,25	78,13	78,33	80,56	0,064
Förderungen	39,29	53,13	59,38	51,67	49,44	0,147
Gemeinderatssitzung	17,86	21,88	9,38	16,67	16,67	0,103
Steuern und Gebühr	16,07	40,63	37,50	41,67	32,78	0,241
Öffnungszeiten	32,14	40,63	31,25	43,33	37,22	0,111
Umfragen	19,64	25,00	18,75	21,67	21,11	0,052
Gemeindeentwicklung	64,29	46,88	43,75	46,67	51,67	0,171
Stellenausschreibung	33,93	31,25	46,88	38,33	37,22	0,107
Bildungsangebote	42,86	59,38	62,50	38,33	47,78	0,200
Sonstiges	5,36	6,25	0,00	5,00	4,44	0,102
Teilnehmer	56	32	32	60	180	



Baugründe	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	21	7	10	22	60
Nein	35	25	22	38	120
Gesamt	56	32	32	60	180
BEOBACHTET	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	0,11666667	0,03888889	0,05555556	0,12222222	0,3333333
Nein	0,19444444	0,13888889	0,12222222	0,21111111	0,666667
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1
ERWARTET	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	0,1037037	0,05925926	0,05925926	0,11111111	0,3333333
Nein	0,20740741	0,11851852	0,11851852	0,22222222	0,666667
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	
Ja	0,00162037	0,00700231	0,00023148	0,00111111	2,69063 X ²
Nein	0,00081019	0,00350116	0,00011574	0,00055556	0,12226 Cramers V

Wohnungen	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	18	11	12	31	72
Nein	38	21	20	29	108
Gesamt	56	32	32	60	180
BEOBACHTET	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	0,1	0,06111111	0,06666667	0,17222222	0,4
Nein	0,21111111	0,11666667	0,11111111	0,16111111	0,6
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1
ERWARTET	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	0,12444444	0,07111111	0,07111111	0,13333333	0,4
Nein	0,18666667	0,10666667	0,10666667	0,2	0,6
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	
Ja	0,00480159	0,00140625	0,00027778	0,01134259	5,34846 X ²
Nein	0,00320106	0,0009375	0,00018519	0,00756173	0,17238 Cramers V

Vereinsnachrichten	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	35	14	15	21	85
Nein	21	18	17	39	95
Gesamt	56	32	32	60	180
BEOBACHTET	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	0,19444444	0,07777778	0,08333333	0,11666667	0,472222
Nein	0,11666667	0,1	0,09444444	0,21666667	0,527778
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1
ERWARTET	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	0,14691358	0,08395062	0,08395062	0,15740741	0,472222
Nein	0,16419753	0,09382716	0,09382716	0,17592593	0,527778
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	
Ja	0,01537763	0,00045389	4,5389E-06	0,01054466	8,99721 X ²

Veranstaltungsinfo	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	47	26	25	47	145
Nein	9	6	7	13	35
Gesamt	56	32	32	60	180
BEOBACHTET	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	0,26111111	0,14444444	0,13888889	0,26111111	0,805556
Nein	0,05	0,03333333	0,03888889	0,07222222	0,194444
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1
ERWARTET	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	0,25061728	0,14320988	0,14320988	0,26851852	0,805556
Nein	0,06049383	0,0345679	0,0345679	0,06481481	0,194444
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	
Ja	0,0004394	1,0643E-05	0,00013037	0,00020434	0,72646 X ²
Nein	0,00182036	4,4092E-05	0,00054012	0,00084656	0,06353 Cramers V

Förderungen	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	22	17	19	31	89
Nein	34	15	13	29	91
Gesamt	56	32	32	60	180
BEOBACHTET	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	0,12222222	0,09444444	0,10555556	0,17222222	0,494444
Nein	0,18888889	0,08333333	0,07222222	0,16111111	0,505556
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1
ERWARTET	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	0,15382716	0,08790123	0,08790123	0,16481481	0,494444
Nein	0,15728395	0,08987654	0,08987654	0,16851852	0,505556
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	
Ja	0,00649347	0,00048706	0,00354574	0,00033292	3,86635 X ²
Nein	0,00635076	0,00047636	0,00346781	0,0003256	0,14656 Cramers V

Gemeinderatssitzungen	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	10	7	3	10	30
Nein	46	25	29	50	150
Gesamt	56	32	32	60	180
BEOBACHTET	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	0,05555556	0,03888889	0,01666667	0,05555556	0,166667
Nein	0,25555556	0,13888889	0,16111111	0,27777778	0,833333
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1
ERWARTET	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	0,05185185	0,02962963	0,02962963	0,05555556	0,166667
Nein	0,25925926	0,14814815	0,14814815	0,27777778	0,833333
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	
Ja	0.00026455	0.00289352	0.0056713	8.6667E-34	1.90714 X ²

Steuern und Gebühren						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	9	13	12	25	59	
Nein	47	19	20	35	121	
Gesamt	56	32	32	60	180	
BEOBACHTET						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,05	0,07222222	0,06666667	0,13888889	0,327778	
Nein	0,26111111	0,10555556	0,11111111	0,19444444	0,672222	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
ERWARTET						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,10197531	0,0582716	0,0582716	0,10925926	0,327778	
Nein	0,2091358	0,11950617	0,11950617	0,22407407	0,672222	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,02649105	0,00333987	0,00120946	0,00803515	10,4632 X ²	
Nein	0,01291712	0,00162853	0,00058974	0,00391797	0,2411 Cramers V	

Öffnungszeiten						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	18	13	10	26	67	
Nein	38	19	22	34	113	
Gesamt	56	32	32	60	180	
BEOBACHTET						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,1	0,07222222	0,05555556	0,14444444	0,372222	
Nein	0,21111111	0,10555556	0,12222222	0,18888889	0,627778	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
ERWARTET						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,11580247	0,06617284	0,06617284	0,12407407	0,372222	
Nein	0,19530864	0,11160494	0,11160494	0,20925926	0,627778	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,00215641	0,00055302	0,00170352	0,00334439	2,22423 X ²	
Nein	0,00127858	0,0003279	0,00101005	0,00198296	0,11116 Cramers V	

Umfragen						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	11	8	6	13	38	
Nein	45	24	26	47	142	
Gesamt	56	32	32	60	180	
BEOBACHTET						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,06111111	0,04444444	0,03333333	0,07222222	0,211111	
Nein	0,25	0,13333333	0,14444444	0,26111111	0,788889	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
ERWARTET						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,06567901	0,03753086	0,03753086	0,07037037	0,211111	
Nein	0,2454321	0,14024691	0,14024691	0,26296296	0,788889	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,00031769	0,00127355	0,00046946	4,8733E-05	0,48131 X ²	

Gemeindeentwicklung						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	36	15	14	28	93	
Nein	20	17	18	32	87	
Gesamt	56	32	32	60	180	
BEOBACHTET						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,2	0,08333333	0,07777778	0,15555556	0,516667	
Nein	0,11111111	0,09444444	0,1	0,17777778	0,483333	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
ERWARTET						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,16074074	0,09185185	0,09185185	0,17222222	0,516667	
Nein	0,15037037	0,08592593	0,08592593	0,16111111	0,483333	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,00958867	0,00079002	0,00215651	0,0016129	5,26895 X ²	
Nein	0,01024995	0,00084451	0,00230524	0,00172414	0,17109 Cramers V	
Stellenausschreibung						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	19	10	15	23	67	
Nein	37	22	17	37	113	
Gesamt	56	32	32	60	180	
BEOBACHTET						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,10555556	0,05555556	0,08333333	0,12777778	0,372222	
Nein	0,20555556	0,12222222	0,09444444	0,20555556	0,627778	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
ERWARTET						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,11580247	0,06617284	0,06617284	0,12407407	0,372222	
Nein	0,19530864	0,11160494	0,11160494	0,20925926	0,627778	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,00090671	0,00170352	0,0044502	0,00011056	2,05611 X ²	
Nein	0,00053761	0,00101005	0,00263862	6,5552E-05	0,10688 Cramers V	

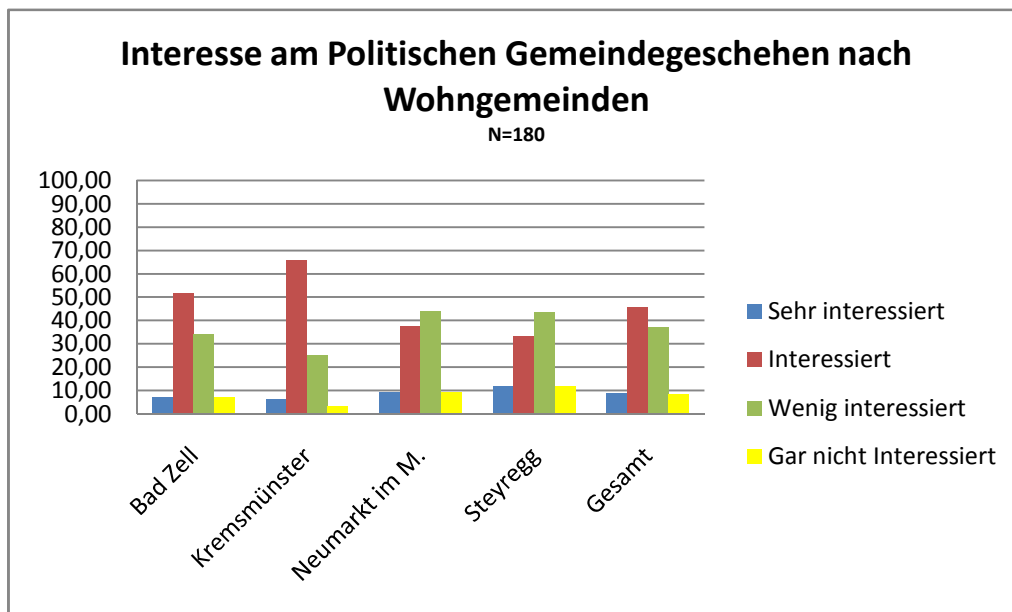
Bildungsangebote						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	24	19	20	23	86	
Nein	32	13	12	37	94	
Gesamt	56	32	32	60	180	
BEOBACHTET						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,13333333	0,10555556	0,11111111	0,12777778	0,477778	
Nein	0,17777778	0,07222222	0,06666667	0,20555556	0,522222	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
ERWARTET						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,14864198	0,08493827	0,08493827	0,15925926	0,477778	
Nein	0,16246914	0,09283951	0,09283951	0,17407407	0,522222	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,00157664	0,00500449	0,00806489	0,00622308	7,19318 X ²	
Nein	0,00144246	0,00457857	0,00737851	0,00569346	0,19991 Cramers V	

	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	3	2	0	3	8	
Nein	53	30	32	57	172	
Gesamt	56	32	32	60	180	
BEOBACHTET						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,01666667	0,01111111	0	0,01666667	0,044444	
Nein	0,29444444	0,16666667	0,17777778	0,31666667	0,955556	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
ERWARTET						
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,01382716	0,00790123	0,00790123	0,01481481	0,044444	
Nein	0,29728395	0,16987654	0,16987654	0,31851852	0,955556	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg		
Ja	0,00058311	0,00130401	0,00790123	0,00023148		1,88746 X ²
Nein	2,7122E-05	6,0652E-05	0,0003675	1,0767E-05		0,1024 Cramers V

Kommunalpolitisches Interesse nach Gemeinden

Absolut	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Sehr interessiert	4	2	3	7	16
Interessiert	29	21	12	20	82
Wenig interessiert	19	8	14	26	67
Gar nicht Interessiert	4	1	3	7	15
Gesamt	56	32	32	60	180

Prozent	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Sehr interessiert	7,14	6,25	9,38	11,67	8,89
Interessiert	51,79	65,63	37,50	33,33	45,56
Wenig interessiert	33,93	25,00	43,75	43,33	37,22
Gar nicht Interessiert	7,14	3,13	9,38	11,67	8,33



Beobachtung	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Sehr interessiert	0,02	0,01	0,02	0,04	0,09
Interessiert	0,16	0,12	0,07	0,11	0,46
Wenig interessiert	0,11	0,04	0,08	0,14	0,37
Gar nicht Interessiert	0,02	0,01	0,02	0,04	0,08
Gesamt	0,31	0,18	0,18	0,33	1,00

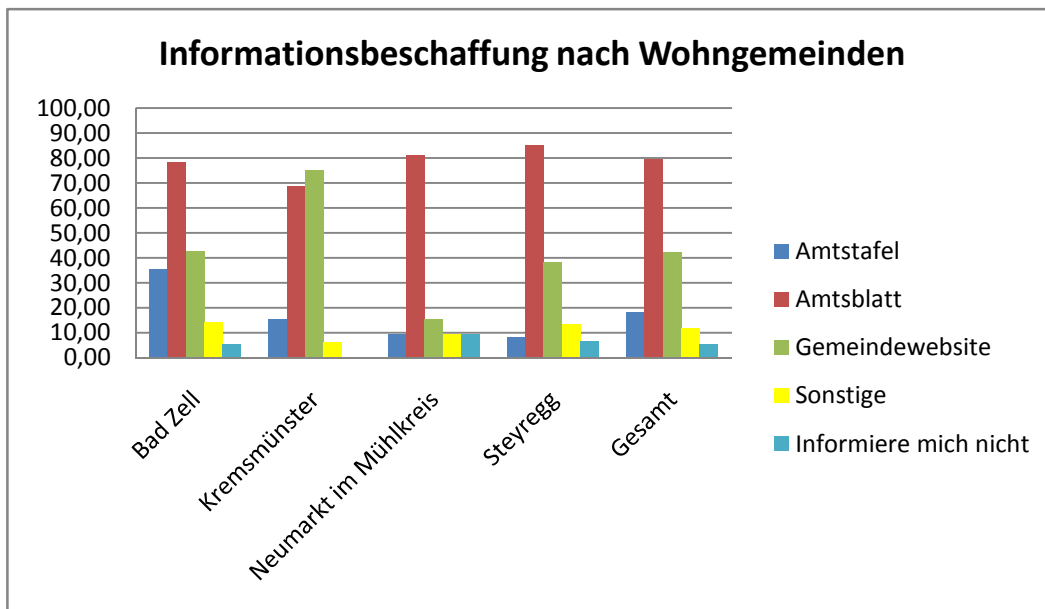
Erwartete	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Sehr interessiert	0,03	0,02	0,02	0,03	0,09
Interessiert	0,14	0,08	0,08	0,15	0,46
Wenig interessiert	0,12	0,07	0,07	0,12	0,37
Gar nicht Interessiert	0,03	0,01	0,01	0,03	0,08
Gesamt	0,31	0,18	0,18	0,33	1,00

	Bad Zell	Kremsmünste	Neumarkt im	Steyregg	
Sehr interessiert	0,00107	0,00139	0,00005	0,00289	11,03455 =X ² 0,43004 Cramers V
Interessiert	0,00265	0,01572	0,00253	0,01093	
Wenig interessiert	0,00091	0,00713	0,00204	0,00334	
Gar nicht Interessiert	0,00053	0,00579	0,00023	0,00444	

Zusammenhang Informationsbeschaffung und Wohngemeinde

Absolut	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Amtstafel	20	5	3	5	33	
Amtsblatt	44	22	26	51	143	
Gemeindewebsite	24	24	5	23	76	
Sonstige	8	2	3	8	21	
Informiere mich nicht	3	0	3	4	10	
Teilnehmer	56	32	32	60	180	180

Prozent	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	Cramers V
Amtstafel	35,71	15,63	9,38	8,33	18,33	0,437
Amtsblatt	78,57	68,75	81,25	85,00	79,44	0,139
Gemeindewebsite	42,86	75,00	15,63	38,33	42,22	0,363
Sonstige	14,29	6,25	9,38	13,33	11,67	0,095
Informiere mich nicht	5,36	0,00	9,38	6,67	5,56	0,127
Teilnehmer	56	32	32	60	180	



Information Amtstafel

	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	20	5	3	5	33
Nein	36	27	29	55	147
Gesamt	56	32	32	60	180

Information Amtstafel

BEOBACHTUNG

	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	0,1111111	0,02777778	0,01666667	0,027778	0,1833333
Nein	0,2	0,15	0,16111111	0,305556	0,8166667
Gesamt	0,3111111	0,17777778	0,17777778	0,333333	1

Information Amtstafel

ERWARTUNG

	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	0,057037	0,032592593	0,03259259	0,061111	0,1833333
Nein	0,2540741	0,145185185	0,14518519	0,272222	0,8166667
Gesamt	0,3111111	0,17777778	0,17777778	0,333333	1

	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt
Ja	0,051265	0,000711279	0,00778199	0,018182	0,0779401

Information Amtsblatt						
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	44	22	26	51	143	
Nein	12	10	6	9	37	
Gesamt	56	32	32	60	180	
Information Amtsblatt BEOBACHTUNG						
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,24444444	0,12222222	0,14444444	0,28333333	0,79444444	
Nein	0,06666667	0,05555556	0,03333333	0,05	0,20555556	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
Information Amtsblatt ERWARTUNG						
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,2471605	0,141234568	0,14123457	0,264815	0,79444444	
Nein	0,0639506	0,03654321	0,03654321	0,068519	0,20555556	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg		
Ja	2,985E-05	0,002559354	7,2952E-05	0,001295	X ²	3,4652
Nein	0,0001154	0,009891558	0,00028195	0,005005	Cramers V	0,1387

Information Gemeindewebsite						
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	24	24	5	23	76	
Nein	32	8	27	37	104	
Gesamt	56	32	32	60	180	
Information Gemeindewebsite BEOBACHTUNG						
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,13333333	0,13333333	0,02777778	0,127778	0,42222222	
Nein	0,1777778	0,04444444	0,15	0,205556	0,5777778	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
Information Gemeindewebsite ERWARTUNG						
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,131358	0,075061728	0,07506173	0,140741	0,42222222	
Nein	0,1797531	0,102716049	0,10271605	0,192593	0,5777778	
Gesamt	0,31111111	0,17777778	0,17777778	0,33333333	1	
Information Gemeindewebsite ERWARTUNG						
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg		
Ja	2,97E-05	0,045237167	0,02978578	0,001194	X ²	23,754
Nein	2,171E-05	0,03305793	0,02176653	0,000873	Cramers V	0,3633

Information Sonstige						
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	8	2	3	8	21	
Nein	48	30	29	52	159	
Gesamt	56	32	32	60	180	
Information Sonstige						
BEOBACHTETE						
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,0444444	0,011111111	0,01666667	0,044444	0,1166667	
Nein	0,2666667	0,166666667	0,16111111	0,288889	0,8833333	
Gesamt	0,3111111	0,177777778	0,17777778	0,333333	1	
Information Sonstige						
ERWARTETE						
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,0362963	0,020740741	0,02074074	0,038889	0,1166667	
Nein	0,2748148	0,157037037	0,15703704	0,294444	0,8833333	
Gesamt	0,3111111	0,177777778	0,17777778	0,333333	1	
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg		
Ja	0,0018292	0,004470899	0,00080026	0,000794	X ²	1,6086
Nein	0,0002416	0,000590496	0,0001057	0,000105	Cramers V	0,0945

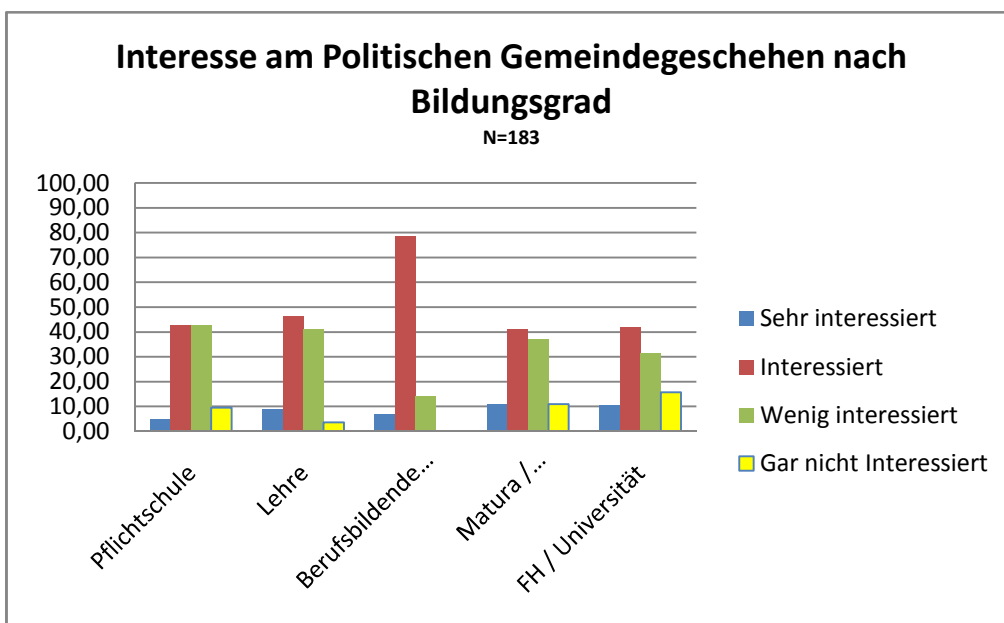
Informiere mich nicht						
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	3	0	3	4	10	
Nein	53	32	29	56	170	
Gesamt	56	32	32	60	180	
Informiere mich nicht						
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,0166667	0	0,01666667	0,022222	0,0555556	
Nein	0,2944444	0,177777778	0,16111111	0,311111	0,9444444	
Gesamt	0,3111111	0,177777778	0,17777778	0,333333	1	
Informiere mich nicht						
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg	Gesamt	
Ja	0,017284	0,009876543	0,00987654	0,018519	0,0555556	
Nein	0,2938272	0,167901235	0,16790123	0,314815	0,9444444	
Gesamt	0,3111111	0,177777778	0,17777778	0,333333	1	
	Bad Zell	Kremsmünster	Neumarkt im	Steyregg		
Ja	2,205E-05	0,009876543	0,00466821	0,000741	X ²	2,9174
Nein	1,297E-06	0,000580973	0,0002746	4,36E-05	Cramers V	0,1273

Zusammenhang Interesse Kommunalpolitik und Ausbildungsgrad

Absolut	Pflichtschule	Lehre	Berufsbildend	Matura / Beru	FH / Universität
Sehr interessiert	1	5	1	8	2
Interessiert	9	26	11	30	8
Wenig interes	9	23	2	27	6
Gar nicht Inte	2	2	0	8	3
Gesamt	21	56	14	73	19

183

Absolut	Pflichtschule	Lehre	Berufsbildend	Matura / Beru	FH / Universität
Sehr interessiert	4,76	8,93	7,14	10,96	10,53
Interessiert	42,86	46,43	78,57	41,10	42,11
Wenig interes	42,86	41,07	14,29	36,99	31,58
Gar nicht Inte	9,52	3,57	0,00	10,96	15,79



Kovarianz	Varianz Int.	Varianz Bildung	Spearmanischer Korrelationskoeffizient
-1,67386306	2,44247365	1,14712294	0,05060222
0,52285825	0,31679059	0,86296993	
-0,60282481	0,31679059	1,14712294	
0,46821344	0,19110753	1,14712294	
-0,4061035	0,19110753	0,86296993	
-0,84326197	0,19110753	3,72089343	
0,46821344	0,19110753	1,14712294	
-0,4061035	0,19110753	0,86296993	
-0,4061035	0,19110753	0,86296993	
1,08569978	0,31679059	3,72089343	
-0,4061035	0,19110753	0,86296993	
-0,4061035	0,19110753	0,86296993	
3,01466153	2,44247365	3,72089343	
1,45182	2,44247365	0,86296993	
0,52285825	0,31679059	0,86296993	
0,03105497	0,19110753	0,00504643	
-0,4061035	0,19110753	0,86296993	
-0,4061035	0,19110753	0,86296993	

0,46821344	0,19110753	1,14712294
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
0,52285825	0,31679059	0,86296993
0,52285825	0,31679059	0,86296993
0,90537191	0,19110753	4,28919944
1,08569978	0,31679059	3,72089343
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
1,45182	2,44247365	0,86296993
0,90537191	0,19110753	4,28919944
-1,33506525	2,06542447	0,86296993
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
1,08569978	0,31679059	3,72089343
-1,16566634	0,31679059	4,28919944
0,46821344	0,19110753	1,14712294
0,52285825	0,31679059	0,86296993
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
0,52285825	0,31679059	0,86296993
0,46821344	0,19110753	1,14712294
0,46821344	0,19110753	1,14712294
0,52285825	0,31679059	0,86296993
1,45182	2,44247365	0,86296993
0,52285825	0,31679059	0,86296993
0,46821344	0,19110753	1,14712294
0,90537191	0,19110753	4,28919944
-1,33506525	2,06542447	0,86296993
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
0,52285825	0,31679059	0,86296993
0,46821344	0,19110753	1,14712294
1,45182	2,44247365	0,86296993
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
0,52285825	0,31679059	0,86296993
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
0,52285825	0,31679059	0,86296993
1,45182	2,44247365	0,86296993
-0,03998328	0,31679059	0,00504643
-0,84326197	0,19110753	3,72089343
0,46821344	0,19110753	1,14712294
0,52285825	0,31679059	0,86296993
0,03105497	0,19110753	0,00504643
0,52285825	0,31679059	0,86296993
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
0,03105497	0,19110753	0,00504643
0,52285825	0,31679059	0,86296993
-1,33506525	2,06542447	0,86296993
0,90537191	0,19110753	4,28919944
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
0,52285825	0,31679059	0,86296993
0,03105497	0,19110753	0,00504643
0,03105497	0,19110753	0,00504643
1,53925169	2,06542447	1,14712294
1,08569978	0,31679059	3,72089343
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
-0,4061035	0,19110753	0,86296993

0,90537191	0,19110753	4,28919944
0,46821344	0,19110753	1,14712294
0,52285825	0,31679059	0,86296993
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
-0,84326197	0,19110753	3,72089343
0,90537191	0,19110753	4,28919944
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
0,46821344	0,19110753	1,14712294
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
-0,03998328	0,31679059	0,00504643
0,46821344	0,19110753	1,14712294
1,08569978	0,31679059	3,72089343
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
-2,77222372	2,06542447	3,72089343
-1,16566634	0,31679059	4,28919944
-1,33506525	2,06542447	0,86296993
0,52285825	0,31679059	0,86296993
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
0,46821344	0,19110753	1,14712294
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
1,53925169	2,06542447	1,14712294
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
-0,84326197	0,19110753	3,72089343
-0,84326197	0,19110753	3,72089343
3,01466153	2,44247365	3,72089343
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
-0,84326197	0,19110753	3,72089343
0,52285825	0,31679059	0,86296993
0,46821344	0,19110753	1,14712294
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
0,52285825	0,31679059	0,86296993
1,45182	2,44247365	0,86296993
0,52285825	0,31679059	0,86296993
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
-1,16566634	0,31679059	4,28919944
2,97641016	2,06542447	4,28919944
-1,16566634	0,31679059	4,28919944
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
-2,77222372	2,06542447	3,72089343
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
0,03105497	0,19110753	0,00504643
0,46821344	0,19110753	1,14712294
0,52285825	0,31679059	0,86296993
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
0,46821344	0,19110753	1,14712294
-0,84326197	0,19110753	3,72089343
0,03105497	0,19110753	0,00504643
-3,23670459	2,44247365	4,28919944
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
0,46821344	0,19110753	1,14712294
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
-0,60282481	0,31679059	1,14712294

-0,60282481	0,31679059	1,14712294
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
-1,16566634	0,31679059	4,28919944
-1,16566634	0,31679059	4,28919944
-1,16566634	0,31679059	4,28919944
1,45182	2,44247365	0,86296993
0,90537191	0,19110753	4,28919944
1,53925169	2,06542447	1,14712294
0,46821344	0,19110753	1,14712294
-1,67386306	2,44247365	1,14712294
0,46821344	0,19110753	1,14712294
0,46821344	0,19110753	1,14712294
0,52285825	0,31679059	0,86296993
-0,84326197	0,19110753	3,72089343
-1,33506525	2,06542447	0,86296993
3,01466153	2,44247365	3,72089343
0,03105497	0,19110753	0,00504643
-1,16566634	0,31679059	4,28919944
0,90537191	0,19110753	4,28919944
0,03105497	0,19110753	0,00504643
0,52285825	0,31679059	0,86296993
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
0,46821344	0,19110753	1,14712294
1,45182	2,44247365	0,86296993
-3,23670459	2,44247365	4,28919944
0,52285825	0,31679059	0,86296993
0,03105497	0,19110753	0,00504643
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
0,46821344	0,19110753	1,14712294
1,53925169	2,06542447	1,14712294
-1,33506525	2,06542447	0,86296993
1,08569978	0,31679059	3,72089343
0,52285825	0,31679059	0,86296993
0,46821344	0,19110753	1,14712294
0,46821344	0,19110753	1,14712294
-0,4061035	0,19110753	0,86296993
-1,16566634	0,31679059	4,28919944
0,46821344	0,19110753	1,14712294
0,52285825	0,31679059	0,86296993
0,03105497	0,19110753	0,00504643
0,52285825	0,31679059	0,86296993
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
-0,60282481	0,31679059	1,14712294
0,90537191	0,19110753	4,28919944
5,51885694	104,705366	285,20344
0,03066032	0,58169648	1,58446356
Kovarianz	Varianz Int.	Varianz Nutz
	0,76269029	1,25875476

Zusammenhang Nutzungsdauer Web 2.0 und Interesse Kommunalpolitik

	Sehr interessie	Interessiert	Wenig Interes	Gar nicht inter	Gesamt
0-1 Stunde	3	18	10	2	33
1-2 Stunden	6	15	11	2	34
2-3 Stunden	5	11	13	2	31
+3 Stunden	3	40	32	9	84
Gesamt	17	84	66	15	182

	Sehr interessie	Interessiert	Wenig Interes	Gar nicht inter	Gesamt
0-1 Stunde	1,65	9,89	5,49	1,10	18,1318681
1-2 Stunden	3,30	8,24	6,04	1,10	18,6813187
2-3 Stunden	2,75	6,04	7,14	1,10	17,032967
+3 Stunden	1,65	21,98	17,58	4,95	46,1538462
Gesamt	9,34065934	46,1538462	36,2637363	8,24175824	100

	Sehr interessie	Interessiert	Wenig Interes	Gar nicht inter	Gesamt
0-1 Stunde	3	18	10	2	33
1-2 Stunden	6	15	11	2	34
2-3 Stunden	5	11	13	2	31
+3 Stunden	3	40	32	9	84

	Sehr interessie	Interessiert	Wenig Interes	Gar nicht inter	Gesamt
0-1 Stunde	9,09	54,55	30,30	6,06	
1-2 Stunden	17,65	44,12	32,35	5,88	
2-3 Stunden	16,13	35,48	41,94	6,45	
+3 Stunden	3,57	47,62	38,10	10,71	

Spearmanischer Korrelationskoeffizient
0,14401621

Kovarianz	Varianz Int.	Varianz Nutz
-2,96342082	2,44247365	3,59547911
0,62127863	0,31679059	1,21842993
-1,06724596	0,31679059	3,59547911
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,8289289	0,19110753	3,59547911
-0,04538804	0,19110753	0,01077966
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,62127863	0,31679059	1,21842993
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
1,72510377	2,44247365	1,21842993
1,72510377	2,44247365	1,21842993
-0,50440443	0,31679059	0,80312939
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,39177043	0,19110753	0,80312939
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
1,2879453	2,06542447	0,80312939
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
-0,04538804	0,19110753	0,01077966
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
-1,06724596	0,31679059	3,59547911
0,62127863	0,31679059	1,21842993

-0,48254651	0,19110753	1,21842993
-1,06724596	0,31679059	3,59547911
0,8289289	0,19110753	3,59547911
-2,96342082	2,44247365	3,59547911
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
-1,58637164	2,06542447	1,21842993
0,62127863	0,31679059	1,21842993
0,62127863	0,31679059	1,21842993
0,0584371	0,31679059	0,01077966
0,39177043	0,19110753	0,80312939
0,62127863	0,31679059	1,21842993
0,62127863	0,31679059	1,21842993
-1,06724596	0,31679059	3,59547911
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
-1,06724596	0,31679059	3,59547911
1,72510377	2,44247365	1,21842993
-0,50440443	0,31679059	0,80312939
0,8289289	0,19110753	3,59547911
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
2,72510377	2,06542447	3,59547911
0,39177043	0,19110753	0,80312939
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,0584371	0,31679059	0,01077966
-0,04538804	0,19110753	0,01077966
1,72510377	2,44247365	1,21842993
-0,04538804	0,19110753	0,01077966
-1,06724596	0,31679059	3,59547911
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
-0,50440443	0,31679059	0,80312939
1,72510377	2,44247365	1,21842993
-0,50440443	0,31679059	0,80312939
-0,04538804	0,19110753	0,01077966
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,62127863	0,31679059	1,21842993
-0,04538804	0,19110753	0,01077966
0,0584371	0,31679059	0,01077966
0,62127863	0,31679059	1,21842993
0,8289289	0,19110753	3,59547911
-0,50440443	0,31679059	0,80312939
-0,14921317	2,06542447	0,01077966
-0,04538804	0,19110753	0,01077966
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,62127863	0,31679059	1,21842993
0,39177043	0,19110753	0,80312939
0,8289289	0,19110753	3,59547911
-0,14921317	2,06542447	0,01077966
-0,50440443	0,31679059	0,80312939
0,0584371	0,31679059	0,01077966
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
-0,50440443	0,31679059	0,80312939
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,62127863	0,31679059	1,21842993
0,62127863	0,31679059	1,21842993
0,62127863	0,31679059	1,21842993
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,39177043	0,19110753	0,80312939

-0,48254651	0,19110753	1,21842993
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,0584371	0,31679059	0,01077966
0,62127863	0,31679059	1,21842993
0,8289289	0,19110753	3,59547911
0,0584371	0,31679059	0,01077966
-0,50440443	0,31679059	0,80312939
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
1,2879453	2,06542447	0,80312939
-0,50440443	0,31679059	0,80312939
-1,58637164	2,06542447	1,21842993
0,62127863	0,31679059	1,21842993
-1,06724596	0,31679059	3,59547911
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,39177043	0,19110753	0,80312939
0,0584371	0,31679059	0,01077966
-1,58637164	2,06542447	1,21842993
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,39177043	0,19110753	0,80312939
0,8289289	0,19110753	3,59547911
1,72510377	2,44247365	1,21842993
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,39177043	0,19110753	0,80312939
-0,50440443	0,31679059	0,80312939
0,39177043	0,19110753	0,80312939
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,62127863	0,31679059	1,21842993
-1,40057929	2,44247365	0,80312939
-0,50440443	0,31679059	0,80312939
-0,04538804	0,19110753	0,01077966
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,62127863	0,31679059	1,21842993
-0,14921317	2,06542447	0,01077966
-1,06724596	0,31679059	3,59547911
0,8289289	0,19110753	3,59547911
0,62127863	0,31679059	1,21842993
2,72510377	2,06542447	3,59547911
0,62127863	0,31679059	1,21842993
-0,04538804	0,19110753	0,01077966
0,8289289	0,19110753	3,59547911
0,62127863	0,31679059	1,21842993
0,62127863	0,31679059	1,21842993
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,8289289	0,19110753	3,59547911
0,39177043	0,19110753	0,80312939
0,16226224	2,44247365	0,01077966
-1,06724596	0,31679059	3,59547911
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
-0,04538804	0,19110753	0,01077966
0,0584371	0,31679059	0,01077966
-0,14921317	2,06542447	0,01077966
0,0584371	0,31679059	0,01077966
0,0584371	0,31679059	0,01077966
0,62127863	0,31679059	1,21842993
-1,63008749	0,31679059	8,38782884
0,62127863	0,31679059	1,21842993
0,0584371	0,31679059	0,01077966
1,72510377	2,44247365	1,21842993

-0,04538804	0,19110753	0,01077966
-0,14921317	2,06542447	0,01077966
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
1,72510377	2,44247365	1,21842993
0,8289289	0,19110753	3,59547911
0,8289289	0,19110753	3,59547911
0,62127863	0,31679059	1,21842993
0,8289289	0,19110753	3,59547911
1,2879453	2,06542447	0,80312939
-1,40057929	2,44247365	0,80312939
0,8289289	0,19110753	3,59547911
0,62127863	0,31679059	1,21842993
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,8289289	0,19110753	3,59547911
0,0584371	0,31679059	0,01077966
0,62127863	0,31679059	1,21842993
0,39177043	0,19110753	0,80312939
0,16226224	2,44247365	0,01077966
1,72510377	2,44247365	1,21842993
0,62127863	0,31679059	1,21842993
0,8289289	0,19110753	3,59547911
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,39177043	0,19110753	0,80312939
1,2879453	2,06542447	0,80312939
1,2879453	2,06542447	0,80312939
0,62127863	0,31679059	1,21842993
0,62127863	0,31679059	1,21842993
0,8289289	0,19110753	3,59547911
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
-0,48254651	0,19110753	1,21842993
0,62127863	0,31679059	1,21842993
0,8289289	0,19110753	3,59547911
0,62127863	0,31679059	1,21842993
0,39177043	0,19110753	0,80312939
0,0584371	0,31679059	0,01077966
0,62127863	0,31679059	1,21842993
-1,06724596	0,31679059	3,59547911
0,39177043	0,19110753	0,80312939
16,9011914	104,705366	251,825585
0,09286369	0,57530421	1,38365706

Kovarianz	Varianz Int.	Varianz Nutz
	0,75848811	1,17628953