

28. AUGUST 2020

QUARTIERLADEN UNTERWINDISCH

SOZIALARBEITERISCHE KONZEPTION EINES BEDÜRFNISBASIERTEN QUARTIERLADENS

BERICHT EINES STUDIERENDENPROJEKTES

HOCHSCHULE FÜR SOZIALE ARBEIT FHNW
BACHELOR-STUDIENGANG IN MUTTENZ
MODUL BA133 PROJEKTWERKSTATT

PROJEKTTEAM

ADAM SOWULEWSKI
STEPHANIE VOCK
JASCHA SINGH
NILS GRAF

PROJEKTWERKSTATTBEGLEITUNG

CARLO FABIAN

AUFTRAGGEBERSCHAFT

QUARTIERVEREIN UNTERDORF, VERTRETEN DURCH:
MARGRIT SCHALLER
MERET BRAUN

Impressum

Der vorliegende Projektbericht wurde von der Auftraggeberschaft am 21.08.2020 genehmigt.

Empfohlene Zitierweise:

Graf, Nils/Singh, Jascha/Sowulewski, Adam/Vock, Stephanie. Quartierladen Unterwindisch (2020). Sozialarbeiterische Konzeption eines bedürfnisbasierten Quartierladens. Projektbericht. Muttenz: Hochschule für Soziale Arbeit FHNW.

Bezugsquelle:

Quartierverein Unterdorf, 5210 Windisch

Nutzungseinschränkungen:

Auszüge aus diesem Projektbericht dürfen ohne Zustimmung der Auftraggeberschaft nicht in anderen Arbeiten oder Publikationen verwendet werden.

Abstract

In den letzten Jahren entwickelte sich im Quartier Unterwindisch eine neue Zusammensetzung der Quartierbevölkerung. Neue Wohnräume wie Lofts lockten Neuzuzüger*innen aus städtischen Umgebungen wie Zürich an. Gleichermassen wohnen in mehreren Reihenbauten und Blöcken mit Mietwohnungen Personen, welche seit Jahrzehnten im Quartier ansässig sind. Ein Teil der so entstandenen Zusammensetzung der Quartierbevölkerung empfindet den aktuellen Quartierladen nicht mehr als attraktiv. Letzterer befindet sich zudem in einem baulich maroden Zustand, wodurch unklar ist, wie lange dieser noch bestehen bleiben wird.

Entlang vier Hypothesen wurden sechs leitfadengestützte Interviews mit Schlüsselpersonen, sowie eine Online-Erhebung bei der Quartierbevölkerung durchgeführt. Ziel war die Prüfung von Ladenformen, welche neben einem materiellen Grundbedarf, auch soziale Bedürfnisse der Quartierbevölkerung decken können. Im weiteren Sinne wurde zudem die Mitwirkungsbereitschaft der Quartierbevölkerung bei der Realisierung eines Konzeptes für eine neue Quartierladenform sowie mögliche Kooperationen lokaler Institutionen geprüft.

Das Hauptziel des Projekts besteht somit daraus, ein Ladenkonzept zu entwickeln, welches auf den Bedürfnissen der Quartierbevölkerung von Unterwindisch basiert. Die sowohl qualitativ als auch quantitativ ausgewerteten Ergebnisse zeigen eine hohe Mitwirkungsbereitschaft der Quartierbevölkerung, sowie die Dringlichkeit des Fortbestehens eines Quartierladens in Unterwindisch auf. Des Weiteren wird deutlich, dass mögliche neue Angebote nicht mit bestehender Infrastruktur konkurrieren dürften. Das Konzept soll dem Quartierverein Unterdorf eine empirische Basis zur Realisierung einer neuen Quartierladenform und zur Knüpfung von Kooperationen bieten.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Auftraggeberschaft – Quartierverein Unterdorf	1
1.2	Unterwindisch und der Quartierladen	1
1.3	Rahmenauftrag und Zielsetzung	2
1.4	Bezug zur Sozialen Arbeit	3
1.5	Aufbau des Berichts	4
2	Theoretische Grundlagen	5
2.1	Partizipationstheorie	5
2.2	Figurationssoziologie	9
2.3	Bedürfnisse und soziale Probleme	10
3	Methodisches Vorgehen	12
3.1	Netzwerkethnografie	12
3.1.1	Methodische Leitgedanken der Netzwerkethnografie	12
3.1.2	Das methodische Vorgehen in Teilschritten	14
3.2	Leitfadengestützte Expert*inneninterviews	15
3.2.1	Expert*innen/Schlüsselpersonen	15
3.2.2	Expert*inneninterviews	17
3.2.3	Der Gesprächsleitfaden	17
3.2.4	Transkription	18
3.2.5	Qualitative Inhaltsanalyse	19
3.3	Online-Erhebung	20
3.3.1	Vorteile einer Online-Erhebung	20
3.3.2	Nachteile einer Online-Erhebung	21
3.3.3	Fragebogenkonstruktion	22
3.3.4	Verständlichkeit	24
3.3.5	Wie wurde die Online-Umfrage ausgewertet?	26
4	Ergebnisse	26

4.1	Auswertung der Netzwerkethnographie	26
4.1.1	Sekundäranalyse	26
4.1.2	Dokumentenanalyse	27
4.1.3	Quartierbegehung.....	27
4.1.4	Leitfadeninterviews.....	28
4.2	Ergebnisse aus den Interviews mit den Schlüsselpersonen	29
4.2.1	Hypothese 1:	29
4.2.2	Hypothese 2:	29
4.2.3	Hypothese 3:	30
4.2.4	Hypothese 4:	31
4.2.5	Erkenntnisse aus den Interviews für die Online-Erhebung.....	32
4.3	Auswertung der Online-Erhebung	32
4.3.1	Allgemeines zur Erhebung	33
4.3.2	Realisierte Stichprobe.....	33
4.3.3	Univariate Häufigkeitsanalyse	33
4.3.4	Multivariate Häufigkeitsanalyse.....	45
4.3.2	Interpretation der Ergebnisse	47
5	Schlussfolgerungen und Empfehlungen	49
5.1	Zusammenleben und sozialer Austausch im Quartier	49
5.2	Der Quartierladen	51
5.3	Verbindung von Quartierladen und Formen des sozialen Austausches	53
5.4	Networking	55
6	Kritische Würdigung	56
7	Ausblick	57
8	Literatur- und Quellenverzeichnis	59

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Vogelperspektive Quartier Unterwindisch mit Standort Volg (vgl. Google Maps).	2
Abbildung 2: Die zwei Akteursdimensionen der Partizipationspyramide. Eigene Darstellung in Anlehnung an Strassburger/Rieger (2019: 22).....	7
Abbildung 3: Operationalisierung der Hypothese zu «Networking». Eigene Darstellung in Anlehnung an Mayer (2013: 79).....	23
Abbildung 4: Item und Skala zur Bedürfnisbefrag., entnommen aus dem Online-Fragebogen (vgl. Anhang).....	25
Abbildung 5: Altersgruppen der Teilnehmer*innen	33
Abbildung 6: Monatliches Haushaltseinkommen (netto)	34
Abbildung 7: Erhöhtes Kontaktbedürfnis.....	36
Abbildung 8: Wunsch der Teilnehmer*innen nach mehr Gleichgesinnung und Akzeptanz... ..	36
Abbildung 9: Wunsch nach mehr Unterstützung im Alltag	37
Abbildung 10: Interesse an Netzwerkerweiterung	37
Abbildung 11: Mitbestimmungswunsch bei Quartierveränderungen.....	38
Abbildung 12: Kenntnis möglicher Kontaktstellen für persönliches Engagement.....	38
Abbildung 13: Kriterium «Regionalität».....	40
Abbildung 14: Kriterium «Bio».....	40
Abbildung 15: Kriterium «Qualität»	41
Abbildung 16: Kriterium «Preis»	41
Abbildung 17: Kriterium «Auswahl».....	42
Abbildung 18: : Ergänzende soziale Angebote zum Angebot des täglichen Bedarfs	43
Abbildung 19: Varianten individueller Mitwirkungsbereitschaft (Mehrfachauswahl).....	44
Abbildung 20: Mitwirkungsbereite Befragte mit bereits vorhandenem Engagement.....	46
Abbildung 21: Mitwirkungsbereite Befragte ohne bereits vorhandenem Engagement	47

1 Einleitung

Der vorliegende Projektbericht wurde im Auftrag des Quartiervereins Unterdorf durch Studierende der Hochschule für Soziale Arbeit der Fachhochschule Nordwestschweiz (HSA FHNW) erstellt. Ausgangslage des Auftrages war der mögliche Wegzug des Volg Ladens, welcher bislang die Rolle des Quartierladens erfüllte, sich jedoch in einem baulich maroden Zustand befindet. Zudem möchte der Quartierverein überprüfen, ob das Konzept eines reinen Lebensmittel-Grundversorgers wie des Volg, weiterhin den Bedürfnissen der Quartierbevölkerung entspricht.

Das Projekt wurde im Frühlingsemester 2020 durch eine Studierendengruppe von vier Personen der HSA FHNW bearbeitet und am 2. September 2020 durch die Präsentation der Ergebnisse beendet.

1.1 Auftraggeberschaft – Quartierverein Unterdorf

Der Quartierverein Unterdorf gestaltet seit der Gründungsversammlung 1963 das Leben im Quartier Unterwindisch aktiv mit (vgl. Quartierverein Unterdorf). «Der Verein hat zum Zweck die öffentlichen Interessen der Einwohner des Unterdorfes Windisch wahrzunehmen und sich für diese einzusetzen sowie die Zusammengehörigkeit der Einwohner zu fördern.» (Quartierverein Unterdorf 2012: 1)

Die Auftraggeberschaft (AG) setzt sich aus Frau Meret Braun (Präsidentin des Quartiervereins Unterdorf) und Frau Margrit Schaller zusammen. Beide sind Mitglieder der Arbeitsgruppe Quartierentwicklung im Quartierverein Unterdorf. Die Bearbeitung des Projektes wird seitens der Auftraggeberschaft von den langjährigen Quartiervereinsmitglieder Frau Sandra Stamm und Herr Christian Schaub sowie dem Vizepräsidenten des Quartiervereins, Herr David Roth, begleitet.

1.2 Unterwindisch und der Quartierladen

Unterwindisch ist geografisch gesehen eine natürliche «Sackgasse» - eine Landzunge, an deren Spitze die Flüsse Aare (Nordseite) und Reuss (Südseite) zusammenfliessen. Was früher günstigen und eher unbeliebten Wohnraum darstellte, bietet heute die Basis für ein urbanes, jedoch gleichermassen naturnahes Quartier. Auf der nachfolgenden Abbildung 1 ist das Quartier in rot umrahmt. Der Kreis markiert den Standort des in diesem Projekt behandelten Quartierladens.

Nach Aussagen der AG vollzogen sich in den letzten Jahren schnelle Veränderungen im Quartier: Beispielsweise wurden in den Fabrikbauten einer ehemaligen Spinnerei Lofts erbaut und lockten Neuzuzüger*innen aus städtischen Umgebungen wie Zürich an. Gleichermassen wohnen in mehreren Reihenhäusern und Blöcken mit Mietwohnungen Personen, welche seit Jahrzehnten im Quartier ansässig sind. Ein Teil der so entstandenen Zu-



Abbildung 1: Vogelperspektive Quartier Unterwindisch mit Standort Volg (vgl. Google Maps).

sammensetzung der Quartierbevölkerung empfindet laut der Auftraggeberschaft den Volg als Quartierladen nicht mehr attraktiv. Während einer Quartiersveranstaltung namens «Dieseldialog», wurde von den anwesenden Quartierbewohner*innen der Wunsch nach einer anderen, "zeitgemässeren" Ladenform mit einem angepassten Sortiment geäussert (vgl. Protokoll Erstgespräch 2020, Quartierbegehung 2020).

Anlass zur Einreichung des Projektes als Studierendenprojekt für die HSA FHNW gaben die wiederholten Gespräche innerhalb des Vereins Unterdorf als auch deren Quartierentwicklungsgruppe mit dem aktuell bestehenden Quartierladen (Volg). Sowohl die hypothetische Schliessung des Ladens als auch eine von Teilen der Quartierbevölkerung erwünschte, jedoch von Volg abgelehnte Anpassung des Grundsortimentes an die Bedürfnisse der Quartierbevölkerung, sind Themen, mit welchen sich der Quartierverein seit einigen Jahren befasst. Sie bewegten den Quartierverein dazu, das Projekt als Studierendenprojekt bei der Hochschule für Soziale Arbeit einzureichen, um durch die Projektgruppe einen erweiterten Blick auf die Thematik zu erlangen (vgl. Protokoll Erstgespräch 2020).

1.3 Rahmenauftrag und Zielsetzung

Das Hauptziel des Projekts besteht somit daraus, ein Ladenkonzept zu entwickeln, welches auf den Bedürfnissen der Quartierbevölkerung von Unterwindisch basiert. Dabei geht es um die sozialen Bedürfnisse, angelehnt an die Ausführungen zu biopsychosozialen Bedürfnissen von Werner Obrecht (2008: 27), wie beispielsweise dem Bedürfnis nach spontaner Hilfe,

nach soziokultureller Zugehörigkeit durch Teilnahme innerhalb eines sozialen Systems, nach Autonomie, nach Kooperation und Partizipation oder um das Bedürfnis nach sozialer Anerkennung (vgl. ebd.). Es gilt also eine Vereinigung von einem (konventionellen) Laden und einem Ort der Begegnung (soziale Bedürfnisse) zu gestalten.

Die Grundidee, ein Konzept für einen Quartierladen zu entwerfen, lässt wohl die Vermutung zu, dass in diesem Projekt marktwirtschaftliche Gesichtspunkte erforscht werden. Teilweise trifft dies zu, denn es geht unter anderem um ein Angebot des täglichen Bedarfs, welches der Laden zum Verkauf anbieten soll. Auch das zweite Hauptaugenmerk dieses Projekts, die Ausarbeitung von Empfehlungen für einen Quartiertreffpunkt als weiteres Angebot, hat marktwirtschaftliche Inhalte zu tragen. Die Perspektive, auf der die Konstruktion eines Ladenkonzeptes gegründet ist, ist jedoch eine sozialtheoretische. Eine fachkundige Untersuchung dieser Gesichtspunkte gehört jedoch zu einer späteren Konzipierung, die von entsprechenden Fachstellen vorgenommen werden muss und daher nicht Teil dieses Projektes darstellt.

Im neuen Laden soll, gemäss dem Quartierverein, ein Klima geschaffen werden, von dem die Menschen aus Unterwindisch in sozialer Hinsicht profitieren können. Ein Klima, in welchem sich Alteingesessene und Neuzuzüger*innen beim Einkaufen in einer offenen, sympathischen und ungezwungenen Umgebung begegnen können. Ungezwungen, offen und sympathisch sind jedoch Werte, welche jede*r unterschiedlich definiert und gewichtet. Ziel des Projektes ist es, diese Werte und die Bedürfnisse der Quartierbevölkerung in ihrer Vielfältigkeit zu erfassen, damit eine Grundlage geschaffen werden kann, auf welcher ein Ladenkonzept entwickelt werden kann.

Die Zielgruppe für den Laden ist die Quartierbevölkerung von Unterwindisch, das heisst alle lokal ansässigen Menschen, welche den Laden als Einkaufs- und Treffpunktmöglichkeit in Betracht ziehen möchten (gesamtes Einzugsgebiet des Quartiers Unterwindisch).

1.4 Bezug zur Sozialen Arbeit

Der Quartierverein Unterdorf befasst sich mit dem breit aufgestellten Themenfeld der Quartierbevölkerung, derer Ideen, Wünsche und Bedürfnisse. Innerhalb der Sozialen Arbeit lassen sich die Tätigkeiten des Quartiervereins im Bereich der Gemeinwesenarbeit verorten.

«Mit Gemeinwesen bezeichnen wir einen sozialen Zusammenhang von Menschen, der über einen territorialen Bezug (Stadtteil, Nachbarschaft), Interessen und funktionale Zusammenhänge (Organisationen, Wohnen, Arbeit, Freizeit) oder kategorialen Zugehörigkeit (Geschlecht, Ethnie, Alter) vermittelt ist bzw. darüber definiert wird.» (Stövesand/Stoik 2013: 16)

Die allgemeine Grundorientierung der Gemeinwesenarbeit hat nicht (primär) individuelle Bewältigungsstrategien und Empowerment zum Ziel, sondern kollektives Empowerment und die Entwicklung gemeinsamer Handlungsfähigkeit bezüglich der Gestaltung und/oder Veränderung von infrastrukturellen, politischen und sozialen Lebensbedingungen (vgl. ebd.: 16). Ausgangspunkt für die Gemeinwesenarbeit ist die Orientierung an der Lebenswelt der Adressat*innen und damit an den Themen, die ihnen wichtig sind (vgl. ebd.: 22).

Die Empfehlungen für einen Quartierladen werden auf Basis von sozialtheoretischen Perspektiven erforscht. Dies setzt voraus, dass mit der Figuration der zusammenwirkenden Akteure in Unterwindisch ein Gegenstand untersucht wird, der sich in der Gemeinwesenarbeit verorten und bearbeiten lässt. Ziel der Gemeinwesenarbeit ist es, materielle, infrastrukturelle und immaterielle Bedingungen unter massgeblicher Einbeziehung der Menschen vor Ort zu verbessern (vgl. Stövesand/Stoik 2013: 21). Dieses Projekt richtete sich nach diesem Ziel. Dabei wurden die Bewohner*innen von Unterwindisch auf eine möglichst partizipative Art und Weise miteinbezogen, indem sie nach ihren Bedürfnissen befragt wurden. Anhand von den geäußerten Bedürfnissen wurde dann das Ladenkonzept erstellt.

1.5 Aufbau des Berichts

Der Projektprozess gliederte sich in drei Phasen: eine Planungs-, eine Explorations- und eine Konzeptualisierungsphase. Die erste Phase diente der Situationserfassung und Aushandlung der Projektziele und Inhalte. Die Explorationsphase hatte zum Ziel, die Bedürfnisse der Quartierbevölkerung zu ermitteln, während die Konzeptualisierungsphase, aufbauend auf den Ergebnissen der Bedürfniserhebung, die Konzepterarbeitung eines (neuen) Quartierladens beinhaltete.

Kern der Explorationsphase bildet eine Netzwerkethnographie mit darauffolgenden qualitativen Interviews mit sechs Schlüsselpersonen sowie eine breit angesetzte Online-Erhebung. Zur Erstellung des Interviewleitfadens sowie des Fragebogens für die breite Befragung wurden vom Projektteam vier Grundhypothesen (vgl. Kapitel X), resultierend aus den bisherigen Diskussionen und Erkenntnissen, erstellt. Diese sollten durch die beiden Befragungsformen überprüft werden.

Als Schlüsselpersonen wurden Menschen, welche entweder in Unterwindisch wohnhaft sind oder über ihre Arbeitstätigkeit mit dem Quartier in Verbindung stehen, interviewt. Auf Basis derer Aussagen und den vier Grundhypothesen, wurde ein Fragebogen formuliert, welcher der Quartierbevölkerung per Online-Erhebung zur Überprüfung vorgelegt wurde. Innerhalb dieser quantitativen Erhebung, wurden einzelne, für die Arbeit relevante, biopsychosoziale Bedürfnisse nach Obrecht mit Hilfe vereinfachter Aussagen erfragt.

Die Ergebnisse dieser Untersuchungen wurden qualitativ sowie quantitativ ausgewertet und in der Konzeptualisierungsphase zur Erarbeitung von Empfehlungen für ein Ladenkonzept verwendet. Hierbei kamen wiederholt die vier Grundhypothesen zwecks der Kategorisierung der Empfehlungen zur Verwendung.

Der hier vorliegende Bericht folgt dieser Struktur und leitet zu Beginn die theoretischen Grundlagen her, welche den Grundstein für die drei Phasen bilden. Daraufhin werden die herbeigezogenen Methoden geschildert, wonach die dadurch erhobenen Resultate beschrieben werden. Den Abschluss bilden die daraus hervorgehenden Empfehlungen für eine mögliche Fortsetzung des Projektes sowie ein Ausblick auf mögliche Szenarien nach Abschluss des Studierendenprojektes. Im Kapitel der kritischen Würdigung wird der gesamte Projektprozess aus einer Metaperspektive reflektiert.

In allen Kapiteln werden theoretische- sowie methodische Überlegungen zwecks der besseren Verständlichkeit möglichst direkt mit der konkreten Umsetzung in Verbindung gebracht.

2 Theoretische Grundlagen

Das folgende Kapitel beschreibt die theoretischen Grundlagen des Projektes und fungiert als handlungsleitende Basis des methodischen Vorgehens. Die Erläuterungen zu Partizipation im ersten Unterkapitel unterstützen während des gesamten Projektverlaufes dabei, die Verantwortlichkeiten einzuordnen und den Fokus der möglichst hohen Teilhabe der Quartierbevölkerung am gesamten Prozess beizubehalten. Die Erläuterungen zur Figurationssoziologie sowie den Bedürfnissen und sozialen Problemen helfen dabei, die vorliegende Problemlage besser zu verstehen und eine Verortung des Projektes im Rahmen der Sozialen Arbeit vorzunehmen. Folglich werden die erwähnten theoretischen Grundlagen in Bezug auf das Projekt dargelegt.

2.1 Partizipationstheorie

In diesem Projekt wird Bezug genommen auf die Partizipationspyramide von Strassburger und Rieger (2019: 12). Sie bildet das breite Spektrum an Partizipation im sozialen Bereich ab und bietet allen Handlungsfeldern der Sozialen Arbeit einen Zugang (vgl. ebd.). In diesem Projekt wurde eine möglichst hohe Stufe der Partizipation angestrebt. Dabei wurde die Partizipationspyramide, welche im Folgenden erklärt wird als Ausgangs- und Orientierungspunkt verwendet.

Das Partizipationsmodell wird anhand drei Aspekten (Fragestellungen) aufgebaut (2019: 15).

1. Wer hat den Prozess initiiert, und wer trägt die Verantwortung für den weiteren Verlauf?
2. Wie weit reichen die Möglichkeiten der Mitbestimmung?
3. Wodurch wird die Mitbestimmung ermöglicht und gefördert bzw. behindert und eingegrenzt?

Diese Aspekte werden in der Partizipationspyramide systematisch aufeinander bezogen. Bestehend aus sieben Stufen wird der jeweilige Grad der Mitbestimmung bestimmt. Je höher die Stufe, desto höher ist dieser Grad. Dabei gilt es zu bemerken, dass die untersten drei Stufen als sogenannte *Vorstufen* der Partizipation gelte. Auf diesen Stufen findet noch keine *echte* Mitbestimmung statt. Das Recht auf Mitbestimmung findet erst auf den darauffolgenden Stufen seine Wirkung (vgl. ebd.). Im Weiteren gilt es anzumerken, dass die Pyramide in zwei Seiten aufgeteilt ist. Die linke Seite stellt dabei die Perspektive der Professionellen auf Partizipationsprozesse dar und die rechte Seite die Sicht der Bürger*innen. Auf Seite der Bürger*innen findet Partizipation in Eigenregie statt, aus diesem Grund gibt es auch nur auf der rechten Seite eine siebte Stufe (vgl. ebd.). Der Begriff Bürger*innen wird in der Partizipationspyramide bewusst verwendet um die Adressatinnen und Adressaten (z.B. Kinder, Eltern usw.) zu abstrahieren, welche soziale Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Mit Professionellen werden diejenigen bezeichnet, welche soziale Dienstleistungen erbringen (z.B. Fachkräfte der Sozialen Arbeit) im übergreifenden Sinn, sind darunter auch Institutionen zu verstehen (vgl. ebd.: 16).

Wenn Partizipation von Professionellen ausgeht:
Die linke Seite der Pyramide

Wenn Bürgerinnen und Bürger Partizipation einfordern:
Die rechte Seite der Pyramide

Partizipationsstufen aus professionell-institutioneller Perspektive

- Stufe 6 Entscheidungsmacht übertragen
- Stufe 5 Entscheidungskompetenz teilweise abgeben
- Stufe 4 Mitbestimmung zulassen
- Stufe 3 Lebensweltexpertise einholen
- Stufe 2 Meinung erfragen
- Stufe 1 Informieren

Partizipation aus bürgerschaftlicher Perspektive

- Stufe 7 Zivilgesellschaftliche Eigenaktivitäten
- Stufe 6 Bürgerschaftliche Entscheidungsfreiheit ausüben
- Stufe 5 Freiräume der Selbstverantwortung nutzen
- Stufe 4 An Entscheidungen mitwirken
- Stufe 3 Verfahrenstechnisch vorgesehene Beiträge einbringen
- Stufe 2 Im Vorfeld von Entscheidungen Stellung nehmen
- Stufe 1 Sich informieren

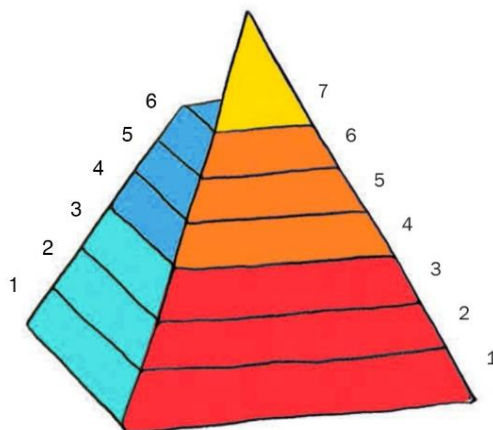


Abbildung 2: Die zwei Akteursdimensionen der Partizipationspyramide. Eigene Darstellung in Anlehnung an Strassburger/Rieger (2019: 22)

Partizipation aus Sicht der Professionellen der Sozialen Arbeit (linke Seite der Pyramide):

Es handelt sich bei den Vorstufen und Stufen von Partizipation, welche von professionell-institutioneller Seite ausgehen um Dienstleistungen, die Professionelle für Adressat*innen erbringen. Bevor es jedoch zu solchen Dienstleistungen kommen kann, müssen wichtige Entscheidungen getroffen werden: «Wie ist die Ausgangssituation?», «Was ist zu tun?», «Wie können wir vorgehen?» - All diese Fragen müssen vorab geklärt werden. Die daraus resultierenden Entscheidungen können danach ohne die Adressat*innen getroffen werden oder mit ihnen. Aus diesem Grund werden in dem Modell verschiedene Formen der Partizipation unterschieden (vgl. Strassburger/Rieger 2019: 24). Im Folgenden wird auf die verschiedenen Stufen, die sich auf der linken Seite der Partizipationspyramide befinden, differenziert eingegangen (vgl. ebd.):

(vor)Stufe 1, Informieren: Die Fachkräfte begegnen den Adressat*innen mit Offenheit und Transparenz indem sie über Entscheidungen einer Sozialen Dienstleistung informieren (vgl. ebd.).

(vor)Stufe 2, Meinung erfragen: Vor einer Entscheidung bringen Fachkräfte die Einschätzungen von Betroffenen in Erfahrung. Offen bleibt jedoch, ob diese Einschätzungen die Entscheidung der Fachkräfte beeinflusst oder nicht (vgl. Strassburger/Rieger 2019: 24ff.)

(vor)Stufe 3, Lebensweltexpertise einholen: Fachkräfte bitten ausgewählte Adressat*innen, sie auf der Basis ihrer Lebensweltexpertise zu beraten. Zweck dieses Vorgehens ist eine bessere Entscheidungsfindung möglich (ohne Zusicherung bei der Berücksichtigung von Entscheidungen) (vgl. ebd.).

Bei den bisher ausgeführten Stufen hängt die Beteiligung der Adressat*innen von der Aufgeschlossenheit und den Möglichkeiten der Professionellen ab. In den nächsten drei Stufen findet *echte* Partizipation statt, die rechtlich, formal und konzeptionell abgesichert ist und damit eine verbindliche Rolle im Entscheidungsprozess einnimmt (vgl. ebd.: 25):

Stufe 4, Mitbestimmung zulassen: Die Ausgangslage und die Möglichkeiten auf diese zu reagieren werden von den Fachkräften und Adressat*innen gemeinsam besprochen. Letztere können dabei mitunter darüber abstimmen, wie gehandelt werden soll (vgl. ebd.).

Stufe 5, Entscheidungskompetenz teilweise abgeben: Fachkräfte geben ihre Entscheidungskompetenz teilweise ab und die Adressat*innen können in ausgewählten Bereichen Entscheidungen treffen (vgl. ebd.).

Stufe 6, Entscheidungsmacht übertragen: Alle wichtigen Entscheidungen werden den Adressat*innen zugesprochen. Die Fachkräfte unterstützen und begleiten diese lediglich bei der Entscheidungsfindung (vgl. ebd.).

Partizipation wird von den Bürger*innen eingefordert (rechte Seite der Pyramide):

Partizipation, welche von den Bürger*innen ausgeht, kann entweder direkt aus bürgerschaftlicher Eigeninitiative entstehen oder eine Reaktion auf Angebote von Professionellen (bzw. Institutionen) sein. Die rechte Seite der Pyramide beschreibt diese Partizipation welche von den Bürger*innen ausgeht. Die unterschiedlichen Stufen, werden folglich vorgestellt (vgl. Strassburger/Rieger 201: 28f):

(vor)Stufe 1, Sich informieren: In dieser Stufe informieren sich die Bürger*innen über anstehende oder getroffene Entscheidungen und auch deren Hintergründe.

(vor)Stufe 2, Im Vorfeld von Entscheidungen Stellung nehmen: Bürger*innen werden auf dieser Stufe aktiv indem sie ihre Meinung vor einer Entscheidung mitteilen. Dies kann durch ein Schreiben, eine Wortmeldung, eine Unterschriftenliste usw. geschehen. Ob ihre Sichtweise dann tatsächlich in die Entscheidung miteinfließt, bleibt jedoch nicht in ihrer Hand.

(vor)Stufe 3, Verfahrenstechnisch vorgesehene Beiträge einbringen: Im Vorfeld einer Entscheidung wird den Bürger*innen auf dieser Stufe die Möglichkeit gegeben sich einzubringen. Konkret kann das bspw. bedeuten, dass sie Unterstützung leisten können oder ihnen die Möglichkeit eines Widerspruchs gegen eine Entscheidung eingeräumt wird. An dieser Stelle gilt es jedoch anzumerken, dass ihre Sichtweise nicht mit Garantie berücksichtigt wird.

Stufe 4, an Entscheidungen mitwirken: Bürger*innen treffen Entscheidungen in Zusammenarbeit mit Fachkräften. Dabei können sie bei bestimmten Dienstleistungen selbst bestimmen, ob sie ihr Einverständnis dazu geben oder es verweigern.

Stufe 5, Freiräume der Selbstverantwortung nutzen: Bürger*innen handeln nach ihrem Recht in bestimmten Bereichen finanzielle, organisatorische oder inhaltliche Entscheidungen eigenständig zu treffen. Sie benötigen dabei keine Erlaubnis von Professionellen.

Stufe 6, Entscheidungsfreiheit ausüben: Bürger*innen können nicht nur in bestimmten Bereichen Entscheidungen treffen (siehe Stufe 5) sondern verfügen über die volle finanzielle, inhaltliche und organisatorische Entscheidungsmacht.

Stufe 7, Zivilgesellschaftliche Eigenaktivität: Bürger*innen schliessen sich in dieser Stufe meist aufgrund eines Mangels oder eines sozialen Problems zusammen. Sie formulieren dann gemeinsam Ideen, Ziele und Erwartungen aus und treten an soziale Institutionen heran, um ihr Vorhaben umzusetzen. Die Umsetzung ihres Vorhabens organisieren die Bürger*innen selbst und die Umsetzung geschieht ebenfalls in Eigenaktivität.

2.2 Figurationssoziologie

Dieses Kapitel soll darlegen, wie das Projektteam den Forschungsgegenstand theoriegestützt beschreibt. Wenn Personen im Raum Windisch vom Projektteam interviewt, befragt und ihre Antworten anschliessend analysiert werden, so geschieht dies intentional und mittels einer bestimmten soziologischen Auffassung von Gesellschaft und Individuen überhaupt.

Norbert Elias (1997) führte für die Soziologie ein begriffliches Werkzeug ein, welches sich gegen eine individualistische (Summe der eigentümlichen Individuen) und gegen eine holistische Betrachtung (Ganzheit jenseits der Individuen) richtete. Er plädierte dafür, das Individuum nicht als abstrakte Erscheinung zu behandeln und es sozusagen aus seinem Kontext zu heben, sondern seine Gesellschaftlichkeit zu betonen:

«An die Stelle des Bildes vom Menschen als einer «geschlossenen Persönlichkeit» [...] tritt dann das Bild des Menschen als einer «offenen Persönlichkeit», die im Verhältnis zu anderen Menschen einen höheren oder geringeren Grad von relativer Au-

tonomie, aber niemals absolute oder totale Autonomie besitzt, die [...] von anderen Menschen abhängig ist. Das Geflecht der Angewiesenheiten von Menschen aufeinander, ihre Interdependenzen, sind das, was sie aneinander bindet. Sie sind das Kernstück dessen, was hier als Figuration bezeichnet wird, als Figuration aufeinander ausgerichteter, voneinander abhängiger Menschen» (Elias 1997: 70).

Elias bezeichnet mit der Figuration das «von Individuen gebildete Interdependenzgeflecht selbst» (Elias 1997: 71). Er bezieht sich auf die Auffassung von Marx, wonach die Gesellschaft «Das Produkt des wechselseitigen Handelns der Menschen» sei (Marx 1846: 548). Soziale Arbeit, worunter auch dieses explorative Forschungsprojekt gehört, muss demzufolge als Arbeit an den Beziehungen, an den Interdependenzgeflechten, wozu auch ein Quartierladen gehört, verstanden werden.

Die Absicht des Projektteams ist es, die Figuration dahingehend denkbar «anders» zu machen, dass Interdependenzen der alltäglichen Erfahrung individuell zugänglich gemacht und mit sozialem Sinn versehen werden können. Ein Quartierladen ist, so die Überlegung, nicht zuletzt ein Versuch, «bewusst» zu leben bzw. überhaupt ein Versuch, Autonomie einzufordern. Die alternative Ausgestaltung eines Ladens dient der Stärkung jenes Bewusstseins, wie interdependent die ihr Leben produzierenden Individuen nun einmal sind. So stellt beispielsweise eine genossenschaftliche Organisation durch Netzwerkarbeit die Chance dar, die Ressourcen derjenigen zu nutzen, welche über relativ mehr Autonomie (Zeit, Kapital) verfügen, ohne dass dies wesentlich zu ihrem Vorteil geschehen muss.

2.3 Bedürfnisse und soziale Probleme

Den folgenden Erläuterungen zu den menschlichen Bedürfnissen und sozialen Problemen geht das emergentistisch-systemtheoretische Verständnis des Menschen nach Bunge und Obrecht voraus (vgl. Geiser 2015: 55). Dies bedeutet, dass der Mensch aus unterschiedlichen Systemen besteht. Die Systeme bauen aufeinander auf und formen so das Gesamtsystem «Mensch». Der Mensch besteht namentlich aus dem physikalischen-, dem chemischen-, dem biologischen- dem psychischen- und dem sozial-kulturellen System (von unten nach oben aufbauend). Gemeinsam bilden sie das biopsychosoziale System «Mensch» (vgl. ebd.).

Menschliche Bedürfnisse können als Zustände und Prozesse des biopsychosozialen Systems «Mensch» gesehen werden, die als Ungleichgewicht oder Spannungen erscheinen (vgl. Geiser 2015: 55). «So gesehen sind Bedürfnisse Indikatoren für biologische, psychische oder soziale Werte (= Soll-Zustände).» (ebd.) Bedürfnisse zeigen demnach Abweichungen vom Ist- zum Soll-Zustand an, die vom Menschen als problematisch deutet werden (vgl.

ebd.). Zu den jeweiligen Systemen (biologisch, biopsychisch, biopsychosozial) sind spezifische Bedürfnisse zuzuordnen (vgl. Obrecht 2005, zit. nach Geiser 2015: 57 und 354). Im Hinblick auf das Projekt, welches die Wünsche und Bedürfnisse der Quartierbevölkerung erfassen soll, wird der Fokus auf die biopsychosozialen Bedürfnisse gelegt und folgend in vereinfachter, aufzählender Form dargestellt.

Biopsychosoziale Bedürfnisse nach:

- Emotionaler Zuwendung (Liebe, Freundschaft)
- Spontaner Hilfe
- Sozial (kulturell)er Zugehörigkeit durch Teilnahme im Sinne einer Funktion (Rolle) innerhalb eines sozialen Systems (Familie, Gruppe, Gesellschaft, etc.)
- Unverwechselbarkeit
- Autonomie
- Fairness
- Kooperation / Partizipation
- Sozialer Anerkennung
- (Austausch-) Gerechtigkeit (vgl. Obrecht 2005, 2008, zit. Nach Geiser 2015: 354f.)

Nicht gedeckte Bedürfnisse führen zu Spannungen und Ungleichgewicht, bzw. Unzufriedenheit. Menschliches Verhalten und Handeln besteht im weiteren Sinne daraus, diese Spannungen abzubauen (also Bedürfnisse zu befriedigen), indem versucht wird Kontrolle und Einfluss über Güter und das soziale Handeln in sozialen Kontexten zu bewahren oder wieder zu erlangen (vgl. Geiser 2015: 56). Gelingt dies jedoch nicht (jemand oder etwas verhindert die Befriedigung der Bedürfnisse) oder es stehen zu wenig Ressourcen für die Bedürfnisbefriedigung bereit, so entstehen aus nicht befriedigten sozialen Bedürfnissen soziale Probleme (vgl. ebd.). Soziale Probleme, sind Gegenstand der Sozialen Arbeit (vgl. ebd.).

Die Ausführungen zu den (nicht befriedigten) biopsychosozialen Bedürfnissen und den daraus resultierenden sozialen Problemen, sind in zweierlei Hinsicht wertvoll für dieses Projekt:

1. Die diesem Projekt zugrunde liegende Problemstellung kann dadurch erklärt werden, dass nicht gedeckte Bedürfnisse nach z.B. Autonomie, Kooperation und Partizipation in Bezug auf die Mitgestaltung des aktuellen Quartierladens «Volg» (Wunsch nach mehr Bio- und regionalen Produkten) ausschlaggebend war für die Einreichung des Projektes als Studierendenprojekt.

2. Mit dem methodischen Vorgehen in diesem Projekt (vor allem der Online-Erhebung, siehe Kapitel 3.3) soll versucht werden, nicht gedeckte soziale Bedürfnisse aus der Quartierbevölkerung zu erkennen und in die Empfehlungen zur Konzeptualisierung einzubeziehen.

3 Methodisches Vorgehen

Das Projekt hat explorativen Charakter. Entsprechend wurden explorierende, qualitative und ethnographische Verfahren angewendet. Die Erkenntnisse aus diesem Vorgehen wurden dann in der quantitativen Erhebung berücksichtigt. In den folgenden drei Kapiteln werden die Methoden der Netzwerkethnographie, des Leitfadeninterviews und der Online-Erhebung beschrieben.

3.1 Netzwerkethnografie

In diesem Kapitel wird die qualitative Forschungsmethode «Netzwerk-Ethnografie» zunächst allgemein skizziert und danach auf die getätigten Schritte des Studierendenprojektes bezogen.

3.1.1 Methodische Leitgedanken der Netzwerkethnografie

Bei der Netzwerk-Ethnographie handelt es sich um ein qualitatives Forschungsverfahren. Sie eignet sich besonders, um eine Grundlage für Konzepte gemeinwesenorientierter Netzwerkarbeit bereitzustellen (vgl. Bullinger/Nowak 1998: 199).

Die folgenden fünf Postulate nach Mayring (1999) sind dabei handlungsleitend:

- 1) Gegenstand humanwissenschaftlicher Forschung sind immer Menschen, Subjekte. Die von der Forschungsfrage betroffenen Subjekte müssen Ausgangspunkt und Ziel der Untersuchungen sein (Mayring 1999: 9).

Im Falle des Projektes «Ein Quartierladen für Unterwindisch» sind die Quartierbewohner*innen von Unterwindisch und ihre sozialen Beziehungen Forschungsgegenstand und Zielgruppe zugleich. Es werden die lebensweltlichen Bedürfnisse exploriert und unter Berücksichtigung verallgemeinerter Partizipation (vgl. Kapitel 2.1), nach der Ausgestaltung eines zeitgemässen Quartierladens gefragt.

- 2) Am Anfang jeder Analyse muss eine genaue und umfassende Beschreibung (Deskription) des Gegenstandsbereiches stehen (ebd. 1999: 9).

Das Quartier Unterwindisch kann als Beziehungsgeflecht, als Soziale Figuration interdependenter Akteure beschrieben werden (nach Norbert Elias). Für das Projekt eines bedürfnisbasierten Quartierladens ist es einerseits wichtig, den Bezug der Quartierbevölkerung zum Objekt bzw. zur Institution «Dorfladen» in Erfahrung zu bringen, andererseits nach ihren Erwartungen, Wünschen und Mitwirkungsmöglichkeiten im Gefüge «Quartier» zu fragen.

3) Der Untersuchungsgegenstand der Humanwissenschaften liegt nie völlig offen, er muss immer auch durch Interpretation erschlossen werden (vgl. Mayring 1999: 11).

Hiermit wird ein allgemeines Problem sozialwissenschaftlicher Beobachtung angedeutet: Die subjektive Handlungsabsicht beobachtbarer Handlungen. Die Bedeutung muss daher durch Interpretation erschlossen werden. Im Falle dieses Projektes bedeutet das, dass bei der Dokumentenrecherche, bei der Auswertung der Leitfadeninterviews und bei der Umfrageauswertung diese Schwierigkeit methodisch Eingang finden muss. Im Falle der Dokumentenrecherche sorgt eine hermeneutische Auslegung des Textmaterials dafür, dass die Intentionalität im Fokus bleibt. Für die Interviewsituation heisst dieses Postulat, dass mittels Paraphrasierung sichergestellt werden kann, dass Äusserungen richtig interpretiert werden. Für eine Online-Erhebung bedeutet es, dass bei der Bedürfnisexploration genügend Offenheit und Flexibilität in den Antworten ermöglicht werden sollte, um Interpretationsspielraum zu schaffen.

4) Humanwissenschaftliche Gegenstände müssen immer möglichst in ihrem natürlichen, alltäglichen Umfeld untersucht werden (vgl. ebd. 1999: 12).

Mayring (1999) unterstreicht, dass dieses Postulat genau deshalb gelte, weil es «Alltagssituationen» seien, auf welche hin sich die Forschungsergebnisse verallgemeinern lassen sollen. Zudem werde damit dem Umstand Rechnung getragen, dass sich Menschen in ihrer natürlichen Umgebung anders verhalten als in einer wahrgenommenen Laborsituation (vgl. S. 12). In diesem Sinne greifen wir als Projektteam aktiv in das soziale Gefüge ein, indem wir einerseits themenzentriert mit den Quartierbewohner*innen interagieren und andererseits teilnehmend beobachten.

5) Die Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse humanwissenschaftlicher Forschung stellt sich nicht automatisch über bestimmte Verfahren her; sie muss im Einzelfall schrittweise begründet werden (vgl. ebd. 1999: 12).

Im Gegensatz zu einer grossangelegten quantitativen Untersuchung wird hier sowohl bei der Menge der Leitfadeninterviews und bei der Anzahl befragter Quartierbewohner*innen mit einer relativ kleinen Grundgesamtheit gearbeitet. Repräsentativität spielt methodisch gesehen eine untergeordnete Rolle. Es geht eher um die subjekt- und alltagsnahe Erschliessung der Sinnstrukturen in Bezug auf das Objekt «Quartierladen». Methodisch ist es daher wichtig, die ergebnisrelevanten Äusserungen wahrzunehmen und verstehend zu deuten.

3.1.2 Das methodische Vorgehen in Teilschritten

Eine ethnografische Analyse beinhaltet ein mehrstufiges Vorgehen. Dieses gliedert sich folgendermassen:

a) Sekundäranalyse

Hiermit ist die Recherche von bisherigen Erhebungen zur Sozialstruktur gemeint (Wohnen, Betriebe, Vereinsleben, Verwaltung und Organisation) (vgl. Mayring 1999: 201). Wir wollen so prüfen, ob bereits ortsbezeichnendes Material vorliegt. Es war z.B. ein Bericht zu einem vergangenen Projekt vorhanden und eine Befragung zu möglichen Produkten für den bestehenden Quartierladen fand bereits innerhalb des Quartiervereins statt. Die Berücksichtigung dieser Faktoren ermöglichte einen Überblick zur konkreten Situation und verhindert das Wiederholen von bereits geleisteten Prozessen.

b) Dokumentenanalyse

Als Teil der Dokumentenanalyse werden beispielsweise Zeitungsartikel recherchiert und interpretiert. Spezifische Themen und Inhalte (Ortswechsel, anstehende Entwicklungen) sollen damit ermittelt werden (vgl. 1999: 201). Im Falle von Unterwindisch wurde dem Projektteam der Quartiersnewsletter zugeschickt, um auf dem aktuellen Stand zu bleiben. Zusätzliche Informationen wurden von den Internetseiten des Quartiervereines, Diesellokals und der Gemeinde eingeholt.

Weitere Eigenschaften der Gemeinde konnten der Homepage von Windisch entnommen werden (vgl. Kapitel 4.1.2).

c) Quartierbegehung (teilnehmende, halbstrukturierte Beobachtung)

Es handelt sich hierbei um ein halbstrukturiertes Vorgehen per Beobachtungsleitfaden. Es geht dabei nicht um das Überprüfen von detaillierten Beobachtungseinheiten, sondern dabei sollen «vorab die wichtigsten Beobachtungsdimensionen theoriegeleitet festgelegt und in einem Beobachtungsleitfaden zusammengestellt werden» (Mayring 1999: 62). Die Methode wurde für dieses Projekt gewählt, weil sie «sehr gut für explorative, hypothesengenerierende Fragestellungen geeignet ist, also wenn es um die Strukturierung von Neuland geht» (ebd.: 63). Über die teilnehmende Beobachtung kann der soziale Raum in einem qualitativen Zugang erfasst werden. Das Führen von Beobachtungsprotokollen oder Feldnotizen war dabei zentral.

Die Quartierbegehung von Unterwindisch wurde von Christian Schaub, einem aktiven und erfahrenen Quartiervereinsmitglied, am 18. Mai 2020 durchgeführt. Dabei konnten situativ und explorativ im Dialog vor Ort Fragen gestellt werden. Dies ermöglichte einen vertieften

Einblick in das Quartierleben und eine genauere Vorstellung der Lebenswelt der Quartierbevölkerung.

d) Interviews mit Schlüsselpersonen

Die Schlüsselpersonen wurden mit Hilfe eines leitfadengestützten Experteninterviews (Face to Face oder per Videoschaltung) befragt. Sinn und Zweck des halbstrukturierten Interviews war es, aus dem gewonnenen Material mittels einer Inhaltsanalyse Kennwerte zu extrahieren. Das Leitfadeninterview zählt, wie auch die Stadtteilbegehung, zur halbstrukturierten Beobachtung (vgl. Diekmann 1998: 474) und ist damit der Netzwerk-Ethnografie zuzuordnen (vgl. Bullinger/Novak 1998: 199ff). Es soll die Dokumentenrecherche ergänzen und vertiefte Einsichten in soziale Sachverhalte ermöglichen (vgl. Diekmann 1998: 445). Die zuvor analysierte Situation dient als Basis für die zu formulierenden thematischen Gesichtspunkte in der Interviewsituation. Die Ausführungen in den Gesprächen dienen der Überprüfung, aber auch der Neuformulierung von Forschungshypothesen, welche dann vertieft in der standardisierten Onlinebefragung bearbeitet werden (vgl. ebd.: 446f). Erkenntnisse aus den leitfadengestützten Experteninterviews sollen also nach einer Inhaltsanalyse zur Formulierung von spezifischen Fragestellungen genutzt werden. Die leitfadengestützten Experteninterviews sind somit bereits als Pretest gedacht.

3.2 Leitfadengestützte Expert*inneninterviews

In diesem Forschungsprojekt wurden leitfadengestützte Experteninterviews durchgeführt. In den folgenden Unterkapiteln wird zunächst der Begriff der Expert*innen/Schlüsselpersonen im Verständnis dieser Arbeit definiert, danach wird erläutert, was unter Expert*inneninterviews zu verstehen ist. Folglich wird auf die Gesprächsleitfäden eingegangen, auf die sich die Expert*inneninterviews stützen. Im Weiteren wird in diesem Kapitel erklärt, wie die Daten aus den Interviews transkribiert und anhand einer Inhaltsanalyse ausgewertet wurden.

3.2.1 Expert*innen/Schlüsselpersonen

Wie der Name schon sagt, werden in Expert*inneninterviews sogenannte Expert*innen interviewt. Den Begriff Expert*in gilt es zunächst zu definieren, denn wer ein*e Expert*in ist, wird in verschiedenen erkenntnistheoretischen Perspektiven unterschiedlich beantwortet (vgl. Blöbaum/Nölleke/Scheu 2016: 179). In dieser Arbeit wird ein konstruktivistisches Expert*innenverständnis angewendet. Dies bedeutet, dass das Expert*innentum Ergebnis eines Zuschreibungsprozesses ist, welcher die zu befragenden Personen zu Expert*innen

macht (vgl. Bogner/Menz 2009b: 68). Diese Zuschreibung kann entweder durch die Forschenden selbst oder durch die Öffentlichkeit geschehen (vgl. ebd.). Für dieses Projekt wurden die Expert*innen durch die Forschenden ausgewählt, jedoch in enger Absprache mit der Auftraggeberschaft. Als Expert*innen ausgewählt sollten nach Blöbaum et al. Akteure*innen in Organisationen bzw. Rollenträger*innen in gesellschaftlichen Teilbereichen, welche als Interviewpartner*innen dazu beitragen können, soziale Vorgänge zu rekonstruieren (vgl. 2016: 176). Diese Rekonstruktion kann wiederum zur Analyse von Funktionsweisen sozialer Systeme dienen (vgl. ebd.).

Die Expert*innen sind Quellen von gegenstandsbezogenem Spezialwissen und deshalb von besonderem Forschungsinteresse. Bezogen auf das Projekt bedeutet dies, dass Experten*innen ausgewählt und interviewt wurden, welche der Projektgruppe beim Generieren von Wissen über das soziale Feld behilflich sein sollten. Die Ausführungen der Expert*innen sollten dem Projektteam helfen, die sozialen Strukturen und Netzwerke in Unterwindisch besser zu erfassen und Forschungshypothesen zu überprüfen oder aufzustellen. Die Expert*innen, welche ausgewählt werden, sind vergleichbar mit Schlüsselpersonen. Schlüsselpersonen sind im Verständnis des Projektteams *Knotenpunkte* im Beziehungsgeflecht. Als Schlüsselpersonen werden Menschen bezeichnet, deren Handeln und Wirken Erklärungen bestimmter Zusammenhänge liefern können. Im Bezug auf das Quartierleben sind dies Personen, die durch ihre Position, Funktion und vorhandene Vernetzung einen speziellen Blickwinkel im Quartier einnehmen können. Oft wohnen diese Personen schon länger im Quartier und besitzen Wissen über (historisch) gewachsene Vorgänge im Quartier. Sie bieten daher eine differenzierte Sichtweise auf das Quartier (vgl. Deinet/Krisch 2009: o.S.).

In diesem Forschungsprojekt wurde versucht, Schlüsselpersonen/Experten*innen ausfindig zu machen, welche einen solchen Einfluss auf das Quartier Unterwindisch haben. Unter anderem konnten dies Personen sein, die Organisationen nach aussen vertreten, welche das gesellschaftliche Leben in Unterwindisch prägen. Es konnten aber auch Personen sein, deren Relevanz in Unterwindisch sich durch ihre Verwurzelung und ihre Vernetzung in die Soziale Figuration bestimmen lässt. Bei der Auswahl der Schlüsselpersonen wurde darauf geachtet, möglichst unterschiedliche Interessensgruppen (z.B. Firmen, Vereine) zu interviewen, um die Soziale Figuration in Unterwindisch möglichst in seiner Diversität erfassen zu können. Die Wahl fiel auf sechs Personen, welche dem ausgeführten Profil einer Schlüsselperson entsprachen. Einerseits waren dies Vertreter*innen von Institutionen wie der FARO oder der Volg AG andererseits aber auch Personen, welche schon seit langer Zeit in Unterwindisch wohnhaft sind und eine aussergewöhnlich starke Vernetzung zur Quartierbevölkerung aufweisen.

3.2.2 Expert*inneninterviews

Experten-Interviews können in quantitativ sowie in qualitativ orientierten Forschungsvorhaben eingesetzt werden (vgl. Bogner 2002: 37). Für dieses Forschungsprojekt wurden Experteninterviews durchgeführt, um qualitative Daten zu generieren. Das Experteninterview adressiert dabei die befragte Person als Funktionsträger*in und nicht als Privatperson (vgl. Blöbaum et al. 2016: 183). Für diese Arbeit wurden Schlüsselpersonen als Funktionsträger*innen ausgewählt. Expert*innen-Interviews sind die geeignete Methode, um Spezialwissen aus Aussagen von Expert*innen systematisch zu eruieren (vgl. ebd.: 176).

Nach Blöbaum et al. können Expert*innen-Interviews unter anderem eine explorative oder theoriegenerierende Funktion haben (vgl. 2016: 178). Das Projekt bedurfte aufgrund der Komplexität des Forschungsgegenstandes und des damit verbundenen Auftrages mehrerer explorativer und theoriegenerierender Expert*innen-Interviews, um das thematisch neue und offene Forschungsfeld hinreichend zu ergründen und subjektive Erfahrungen und Deutungen zu erfragen und einander gegenüberzustellen.

3.2.3 Der Gesprächsleitfaden

Die Expert*innen-interviews in diesem Projekt wurden mündlich *face to face* durchgeführt. Es wurde dabei ein Leitfaden als Instrument genutzt, um verbale Daten zu erheben (vgl. Huber/Mandl 1994, zit. nach Loosen 2016: 145). Mithilfe des Leitfadens kann die Kommunikation der Beteiligten strukturiert werden. Er umfasst dabei die Themenbereiche des Interviews und die Fragen, welche daraus formuliert werden. Diese Komponenten werden aus der zugrunde liegende Forschungsfrage abgeleitet (vgl. Loosen 2016: 144).

Im Projekt wurde der Leitfaden nach den folgenden Gesichtspunkten erstellt und angewendet:

Zunächst wurden auf Grundlage der bereits generierten Hypothesen Themen bestimmt. Zu diesen Themen wurden in einem nächsten Schritt Frage-Items konstruiert, welche sich den Hypothesen zuordnen lassen und diese idealerweise überprüfbar machen sollen. Die so konstruierten Fragen wurden in einen Leitfaden transformiert, welcher die Gesprächsthemen konturieren und eine grobe inhaltliche Gliederung des Interviews anstreben sollte. Der Leitfaden sollte den Interviewführenden lediglich als Orientierung dienen wobei die Formulierung der Fragen bedarfsweise dem Erzählgeschehen angepasst wurde (vgl. Diekmann 2018: 537). Weitere Vorteile des leitfadengestützten Interviews lassen sich bei dessen Auswertung erkennen: Die Vergleichbarkeit der Interviews kann durch die Strukturierung des Leitfadens verbessert werden (vgl. Loosen 2016: 144) und Vorarbeit leistet Vorarbeit zur qualitativen Inhaltsanalyse, wie sie auch in dieser Arbeit Anwendung fand. Für diese können nämlich durch den Leitfaden festgelegte Themenschwerpunkte und (Schlüssel-) Fragen zentrale Di-

mensionen und Kategorien festgelegt werden (vgl. ebd.:145). Für den Leitfaden in den Expert*inneninterviews in diesem Projekt wurde ein solches Verfahren angewendet. Die Themenschwerpunkte und (Schlüssel-) Fragen wurden dabei aus Hypothesen gebildet, was nachfolgend erklärt wird:

In der Planungsphase wird gemäss Kuckartz die Forschungsfrage formuliert und Hypothesen werden auf Grundlage von vorhandenen Theorien über den Gegenstandsbereich entwickelt. Zudem, so Kuckartz, werden in dieser Phase die Grundgesamtheit sowie das Auswahlverfahren bestimmt (vgl. 2012: 49). Auf Grundlage des Erstgespräches mit der Auftraggeber-schaft sowie des zuvor erhaltenen schriftlichen Projektbeschriebs wurden zu Beginn des Projektes die folgenden vier Hypothesen gebildet:

- 1) Die lokale Initiative für einen Quartierladen lässt sich mit dem Strukturwandel erklären: Die Entfremdung und Beschleunigung sowie die Individualisierung des gesellschaftlichen Lebens, befeuern den Wunsch nach gemeinsamer Kontrolle der eigenen Lebensbedingungen, nach mehr Vertrautheit und Identifikation.
- 2) Die Neuzusammensetzung der Quartierbevölkerung stellt neue Anforderungen an den Quartierladen. Sowohl die hypothetische Schliessung des Ladens als auch die (laut Quartierverein) vom Volg abgelehnte Anpassung des Grundsortimentes an die Bedürfnisse der Quartierbevölkerung (wenig Bio, keine regionalen Produkte) verringern die Attraktivität des Ladens, wodurch er nicht mehr den Bedürfnissen der Quartierbevölkerung entspricht (laut Umfrage in Diesellokal).
- 3) Der Dorfladen (sei es ein Volg oder eine alternative Form) stellt neben einem Ort zum alltäglichen Einkauf einen Ort des Zusammentreffens dar. Die Bevölkerung beansprucht den Laden damit als sozialen Raum des Austausches und der Identifikation.
- 4) Im Quartier bestehen bereits soziale Netzwerke. Diese könnten in ihrer bestehenden Form – oder per Erweiterung – die Entstehung eines neuen Quartierladens begünstigen.

3.2.4 Transkription

Es gibt unterschiedliche Transkriptionssysteme, in denen die Transkriptionsregeln unterschiedlich definiert sind. Diese Regeln legen fest, wie die gesprochene Sprache in die schriftliche Form übertragen wird. Informationsverluste lassen sich bei dieser Umformung nicht vermeiden. Entscheidend sind dabei das Ziel und der Zweck der geplanten Analyse. Sie bestimmen, welche Informationsverluste akzeptabel sind und welche nicht (vgl. Kuckartz 2012: 135). In diesem Projekt wurde eine möglichst eingänglich, leicht umsetzbare, und ressourcenschonende Transkriptionsweise angestrebt. Dabei wurde ein einfaches Transkriptionssystem von Kuckartz ausgewählt, welches für eine nachfolgende Inhaltsanalyse besonders

geeignet ist (vgl. Kuckartz 2012: 136). Nachfolgend werden die, für dieses Projekt ausgewählten und modifizierten Transkriptionsregeln vorgestellt (vgl.: ebd.):

1. Es wird wörtlich transkribiert. Vorhandene Dialekte werden jedoch nicht transkribiert, sondern möglichst genau in die deutsche Sprache übersetzt.
2. Sprache und Interpunktion werden leicht geglättet d.h. an das Schriftdeutsch angenähert.
3. Unverständliche Wörter werden rot markiert.
4. Jeder Sprechbeitrag wird als eigener Abschnitt transkribiert. Vor dem jeweiligen Abschnitt wird dabei ein Kürzel der Initialen der sprechenden Person gesetzt.

3.2.5 Qualitative Inhaltsanalyse

In qualitativen Inhaltsanalysen werden nach Kuckartz häufig Mischformen der *deduktiven und induktiven Kategorienbildung* angewendet (vgl. 2012: 69). So auch in diesem Projekt. Von induktiver Kategorienbildung wird gesprochen, wenn Kategorien ausschliesslich am Material d.h. aufgrund der empirischen Daten, gebildet werden. Deduktive Kategorienbildung beschreibt die Verwendung von bereits vorhandenen Kategorien. Diese Kategorien können aus Theorien und vorhanden Hypothesen hergeleitet werden (vgl. ebd.: 59). Dazu gehören auch Interviewleitfäden (vgl. ebd.: 60) wie es in diesem Projekt der Fall war: Durchgeführt wurde eine inhaltsanalytische Zusammenfassung als «Grundform qualitativer Inhaltsanalyse» nach Mayring (1995: 92). Reduktion des Materials mit dem Ziel der Erhaltung des wesentlichen Inhalts. Die Technik eignet sich für die induktive Kategorienbildung (vgl. ebd.). Vorab mussten die Kategorisierungsdimension und das Abstraktionsniveau bestimmt sowie ein Selektionskriterium für die Kategorienbildung, das deduktive, aus der Theorie abgeleitete Element, festgelegt werden. Das Kategoriensystem kann in Bezug auf die Fragestellung und die zugrunde liegende Theorie interpretiert werden (vgl. ebd.: 93).

Die zusammenfassende Technik wird als «zusammenfassendes Protokoll» (1995: 73) bezeichnet und eignet sich in erster Linie, wenn man an der inhaltlich-thematischen Seite des Materials interessiert ist (ebd.: 74).

3.3 Online-Erhebung

Die Online-Erhebung, wie sie in diesem Projekt zur Anwendung kam, stellt eine standardisierte Befragung dar (vgl. Reinecke 2019: 718). Standardisiert meint dabei das Vorherrschen eines fest vorgegebenen Fragetextes, die dazugehörigen Antwortkategorien und eine festgelegte Reihenfolge der Fragen innerhalb des Fragebogens (vgl. ebd.: 717). Der Fragebogen, so wie er in diesem Projekt zur Anwendung kam, verfolgte den quantitativen Ansatz. Wir haben uns für eine standardisierte quantitative Befragung entschieden, da dadurch eine grosse Anzahl an individuellen Antworten erfasst werden kann, welche zusammengefasst zur Klärung unserer Fragestellung beitragen sollten. Somit lässt sich ein verallgemeinertes Meinungsbild generieren (vgl. Möhring/Schlütz 2019: 6).

Eine Befragung mittels Fragebogen kann dabei in unterschiedlichen Formen durchgeführt werden: mündlich, telefonisch, schriftlich oder internetgestützt (online) (vgl. Reinecke 2019: 718). Jede Form der Durchführung birgt seine Vor- und Nachteile von welchen hier lediglich jene der angewendeten Methode (Online-Befragung) erläutert werden:

3.3.1 Vorteile einer Online-Erhebung

Die Online-Erhebung ist eine heutzutage übliche Form für schriftliche Befragungen. Vorteile davon sind die einfache Handhabung sowie die schnelle Aufschaltung, die einfache Bekanntmachung und die geringen Kosten. Deutliche Vorteile bietet eine Online-Erhebung bei der Auswertung; die in den Fragebögen enthaltenen Fragebögen müssen nicht manuell gesammelt und erfasst werden, sondern können sofort in einer digitalen Form (z.B. Excel-Datei) zur Auswertung zusammengefasst werden. Digitale Fragebögen bieten zudem eine Vielfalt an Automatisierungsfunktionen, wie z.B. Filter, welche abhängig von der Antwort die passende nächste Fragestellung einleiten (vgl. Möhring/Schlütz 2019: 142).

Die meisten Erhebungsprogramme bieten auch die Möglichkeit, den Status der Erhebung während der Feldphase genau zu verfolgen. Es werden meist die Anzahl der Teilnehmenden sowie der tatsächlich abgeschlossenen Fragebögen angezeigt, was auch eine Reaktion der Forschenden auf den aktuellen Verlauf der Erhebung ermöglicht (z.B. Behebung von technischen Schwierigkeiten oder das Erkennen, welche Fragen eher zu einem Abbruch führen) (vgl. ebd.). Die digitale Form der Erhebung bietet auch eine erhöhte Barrierefreiheit, da zur Hilfestellung Video- und/oder Audiodateien eingebettet und abgespielt werden können. (vgl. ebd.: 143).

3.3.2 Nachteile einer Online-Erhebung

Der Zugriff auf Internetfragebögen und deren Handhabung stellt für ältere Personen und Menschen mit einem niedrigen Bildungsstand oft eine Hürde dar, wodurch diese Erhebungsform weniger gebildete Befragte sowie ältere Personen bis zu einem gewissen Grad ausschliessen kann. Die Möglichkeit, dass der Fragebogen durch die gleiche Person mehrmals ausgeführt wird, ist bei der digitalen Form höher als bei einer direkten persönlichen- oder brieflichen Befragung (vgl. Möhring/Schlütz 2019: 146).

Des Weiteren ist die eigentliche Erhebungssituation nicht kontrollierbar, sowie die Befragten nicht durch eine anwesende interviewende Person bei Schwierigkeiten in der Beantwortung unterstütz- und motivierbar (vgl. ebd.). Die Abbruchrate ist bei Online-Erhebungen eher hoch, da die Aufmerksamkeitsspanne während der Nutzung des Internets tiefer liegt (vgl. surveymonkey.de o.J.).

Das Projektteam entschied sich für die Nutzung eines Online-Tools für die Durchführung der Bedarfserhebung bei der Quartierbevölkerung von Unterwindisch. Ausschlaggebend dafür waren drei Hauptfaktoren:

1. Zeitaufwand

Das Team bestand aus vier Studierenden, welche das Projekt in einem eng gesetzten Zeitrahmen von etwa sieben Monaten durchführten. Die vorhandenen Zeitressourcen waren somit wertvolles Gut und mussten vor der Durchführung der einzelnen Schritte meist auch in das Erlernen der nötigen Theorien und Methoden investiert werden. Bei der Auswahl der Befragungsmethode bot sich die digitale Variante durch deren einfachen Versand und besonders die schnelle Bereitstellung der erhobenen Daten an, was den darauf folgenden Prozess der Auswertung deutlich verkürzte.

2. Bereitstellung der Verteilerkanäle

Uns stand zur gezielten Verteilung des Fragebogens der E-Mail Newsletter sowie die Webseite des Quartiervereins zur Verfügung. Um die zuvor genannte Alters- und Bildungsbarriere anzusprechen, wurde auch ein Kontingent von Flyern, mit den nötigen Hinweisen zur Erreichung des Fragebogens, im Quartier verteilt.

3. COVID-19 Pandemie

Durch die zum Zeitpunkt der Durchführung des Projektes vorherrschende Situation einer Pandemie, war besonderes Augenmerk auf eine möglichst kontaktlose Methode der Befragung zu legen, um die Gesundheit der Befragten sowie der Befragenden gleichermaßen zu schützen. Die nach der Planungsphase gesunkene Infektionsrate ermöglichte uns zumindest die Verteilung der zuvor genannten Flyer.

3.3.3 Fragebogenkonstruktion

Bei der Konstruktion eines Fragebogens gibt es die Möglichkeit, ihn unidimensional oder multidimensional auszurichten. Soll bei einem Test nur ein Merkmal erfasst werden, entspricht dies dem unidimensionalen Vorgehen. Bei der multidimensionalen Variante werden hingegen mehrere Merkmale berücksichtigt (vgl. Jonkisz/Moosbrugger/Brandt 2012: 34f). Der Fragebogen für dieses Projekt basiert auf jenem multidimensionalen Design, da mehrere Merkmale (Zusammenleben im Quartier, Quartierladen, Laden und soziale Bedürfnisse, soziale Vernetzung) ausgehend von unterschiedlichen Hypothesen, erfasst werden sollten.

Die eigentliche Fragebogenkonzipierung stellt den «Kern» einer Fragebogenentwicklung dar (vgl. ebd.: 36). Dabei sind mehrere Strategien möglich, welche meist in gegenseitiger Ergänzung zur Anwendung kommen (vgl. ebd.). Dies war auch im vorliegenden Projekt der Fall. Der Fragebogen für die Online-Erhebung wurde mit Hilfe *intuitiver- und rationaler Konstruktionsstrategien* (vgl. ebd.) erarbeitet. «Die intuitive Konstruktion wird verwendet, wenn der theoretische Kenntnisstand bezüglich des interessierenden Merkmals gering ist.» (ebd.) Die Formulierung der Items (Fragen) ist dabei nicht theoriegeleitet, sondern von der Erfahrung und der Intuition der Person, welche den Fragebogen konstruiert, geleitet (vgl. ebd.). Die *rationale Konstruktionsstrategie* folgt einem deduktiven Vorgehen, wobei das Vorhandensein einer elaborierten Theorie über das Untersuchungsmerkmal zentral ist (vgl. ebd.).

Um die dem Projekt zugrunde liegenden Hypothesen anhand des Fragebogens prüfen zu können, müssen die theoretischen Begriffe innerhalb der Hypothesen operationalisiert, d. h. messbar gemacht werden (vgl. Stein 2019: 127). Die theoretischen Begriffe werden dazu mit erklärenden Dimensionen gefüllt. Den Dimensionen wiederum müssen beobachtbare Sachverhalte (Indikatoren) zugeordnet werden, so dass diese erfassbar werden (vgl. ebd.: 128). Diese Umsetzung der theoretischen Begriffe aus den Hypothesen, hin zu den Indikatoren wird als *Operationalisierung* verstanden (vgl. ebd.). Die Indikatoren können anschliessend mit Hilfe unterschiedlichen Fragetypen (Skala) geprüft und abgefragt werden. Die Operationalisierung, wie sie hier theoretisch beschrieben wurde, wird in der folgenden **Abbildung X** anhand der Hypothese zum «Networking» in Quartier Unterwindisch exemplarisch dargestellt.

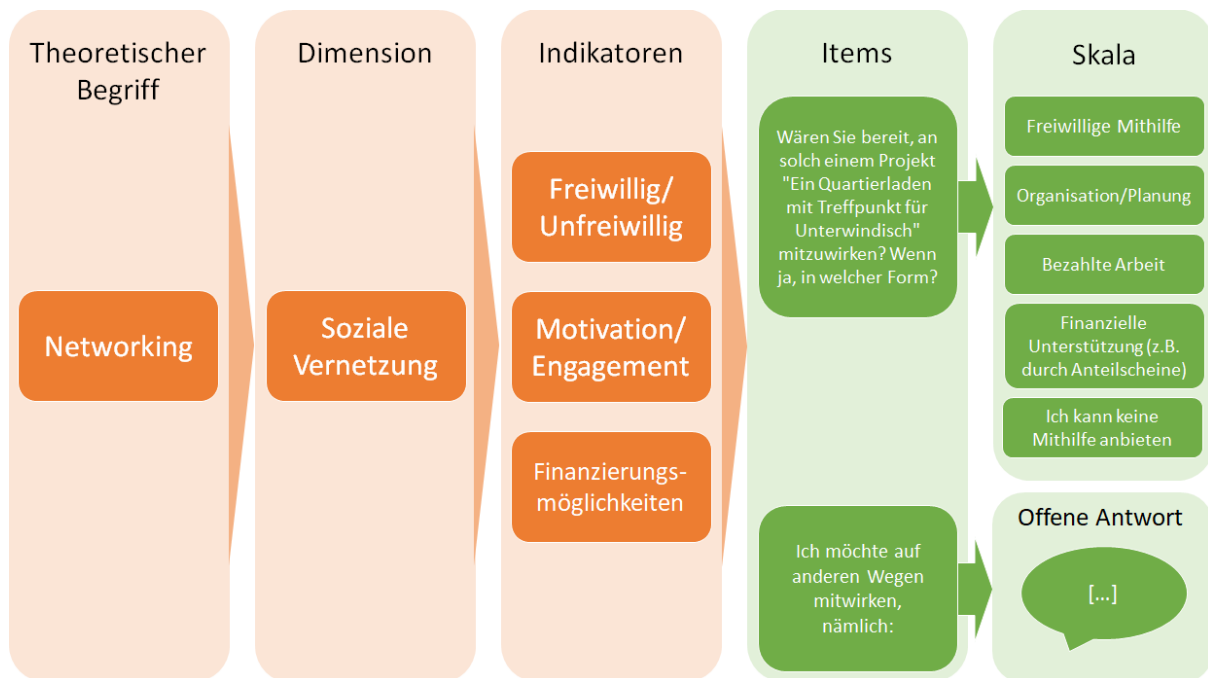


Abbildung 3: Operationalisierung der Hypothese zu «Networking». Eigene Darstellung in Anlehnung an Mayer (2013: 79)

Das hier beschriebene und mit der Abbildung 3 konkretisierte Vorgehen der Operationalisierung wurde mit allen vier Hypothesen durchgeführt, um die Formulierung der Fragen für die Online-Erhebung vornehmen zu können.

Fragen lassen sich in zahlreiche Typen und Klassifikationen einordnen (vgl. Schnell 2019: 65-102). Die drei klassischen Fragetypen sind dabei:

- geschlossene Fragen
- offene Fragen
- halboffene (hybrid-) Fragen

Im Fragebogen dieses Projektes wurden alle genannten Fragetypen angewendet. Jedoch wurde darauf geachtet, die Anzahl der offenen Fragen gering zu halten und diese bewusst einzusetzen, da offene Fragen oft, aufgrund sinkender Motivation der Teilnehmenden durch das viele Schreiben, zu einer einer höheren Abbruchrate führen können (vgl. Schnell 2019: 71). Zudem stellt die Auswertung von offenen Fragen einen arbeits- und zeitaufwändigen, sowie durch das Bilden von Kategorien und Codes, einen fehleranfälligen Prozess dar (vgl. ebd.: 72), welcher für das Projekt möglichst geringgehalten werden sollte. Zusätzlich wurde in dem Fragebogen eine sogenannte Filterfrage verwendet, welche es dem Projektteam ermöglicht hat, nur Kontaktdaten von Personen zu erfassen, welche zwecks Mitwirkung am Ladenprojekt vom Quartierverein kontaktiert werden möchten (vgl. ebd.: 115f).

Weitere Unterscheidungen der Fragetypen sind:

- Wissensfragen
- Einstellungs- und Meinungsfragen
- Verhaltensfragen
- Sachfragen (inkl. Soziodemografische Fragen)

In der Online-Erhebung dieses Projektes kamen mehrheitlich Einstellungs-, Meinungs- und Verhaltensfragen zu Anwendung, wobei einige Soziodemografische Antworten zu Alter, Einkommen, Wohn- und Arbeitsort die Einleitung des Fragebogens bildeten.

3.3.4 Verständlichkeit

Das Design von Fragen für Befragungen, welche nicht in Anwesenheit von Interviewenden durchgeführt werden, sollte auf einer klaren Formulierung und verständlichen Sprache beruhen, um Interpretationsräume möglichst klein zu halten. Genauer sollten für die Fragen keine Fachausdrücke, Fremdwörter, Abkürzungen oder gar Slangwörter verwendet werden. Zudem sollten die Fragen nicht suggestiv und möglichst konkret formuliert werden. Dazu müssen auch abstrakte Begriffe, welche z.B. in Theorien der Sozialen Arbeit vorkommen, verständlich umschrieben werden (vgl. Schnell 2019: 66).

Der für die Online-Erhebung verwendete Fragebogen wurde unter Berücksichtigung dieser Aspekte erstellt. Es wurden zudem Überleitungstexte zwischen den einzelnen Fragethemen genutzt, um die Befragten auf die folgenden Fragestellungen einzustimmen, was eine kürzere und präzisere Auslegung der Fragetexte erlaubte. Besonderes Augenmerk auf den Verständlichkeitsfaktor, wurde beim Design der Matrix gelegt, bei welcher die sozialen Bedürfnisse nach Obrecht (vgl. Kapitel 2.3) abgefragt wurden. Bei der Erstellung der einzelnen Fragen wurden mehrere Ansätze geprüft, um die in der Fachliteratur ausladend und komplex beschriebenen Bedürfniskategorien, möglichst verständlich als Item in die Matrix zu integrieren. Das Projektteam einigte sich auf die Verwendung von möglichst alltagsnahen Aussagen, welche von den einzelnen Bedürfniskategorien abgeleitet und konkretisiert wurden (vgl.

Abb.4)

Wie stark ist Ihre Zustimmung zu folgenden Aussagen?

Wählen Sie die zutreffende Antwort an.

	Trifft nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft eher zu	Trifft zu
Ich habe das Bedürfnis nach mehr Kontakt zu anderen Menschen (Freundschaften, Nachbarschaft etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich wünsche mir mehr Unterstützung im Quartier, wenn ich Hilfe benötige.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich wünsche mir mehr Menschen (Gruppen) in meinem Leben, die mich (meine Einstellung / Ansichten / Kultur) verstehen und die mich schätzen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich möchte mehr Menschen in Unterwindisch kennenlernen und mit ihnen Kontakte knüpfen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bei Veränderungen im Quartier möchte ich mehr mitentscheiden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich mich im Quartier engagieren möchte (Freiwilligenarbeit, Hobby), dann weiss ich, wo ich mich informieren kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Abbildung 4: Item und Skala zur Bedürfnisbefrag., entnommen aus dem Online-Fragebogen (vgl. Anhang)

Die vierstufige Skala, welche von «trifft nicht zu» bis «trifft zu» reicht, erlaubt den Befragten, die Aussage mit der eigenen Wahrnehmung abzugleichen und sogleich den Zustimmungsgrad anzugeben.

3.3.5 Wie wurde die Online-Umfrage ausgewertet?

Das Tool zur Fragebogenerstellung «Unipark» verfügt über eine Export-Funktion, um die Antworten der Befragten tabellarisch im Excel darzustellen. Diese Funktion wurde genutzt. Die bereinigte Tabelle (unfertige Rückläufe) wurde anschliessend mittels deskriptiver Statistik beschrieben. Dabei wurde die Häufigkeit der Antworten zu den einzelnen Frage-Items beschrieben und teilweise grafisch dargestellt und Mittelwerte, beispielsweise die Wohndauer der Befragungsteilnehmer*innen in Windisch, wurden errechnet. Es wurde zunächst nur ein Merkmal untersucht (univariate Häufigkeitsanalyse). Anschliessend wurden verschiedene Merkmale aufeinander bezogen (multivariate Häufigkeitsanalyse), um das Material anschliessend einer themenbezogenen Interpretation zugänglicher zu machen. So konnte beispielsweise das soziodemographische Merkmal «Altersgruppe» mit der Mitwirkungsbereitschaft in Verbindung gebracht werden. Die qualitativen Antworten wurden einer strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse unterzogen und die häufigsten Nennungen themenbezogen ausgewertet.

4 Ergebnisse

In den nachfolgenden Kapiteln 4.1 bis und mit 4.3 werden die Ergebnisse der Netzwerkethnographie, der leitfadengestützten Interviews und der Online-Erhebung dargestellt.

4.1 Auswertung der Netzwerkethnographie

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse aus der ethnographischen Explorationsarbeit dargestellt.

4.1.1 Sekundäranalyse

Es gab ein Vorprojekt zum Volg-Standort, dessen Bericht 2015 erschien. Der Bericht «Tausendundeins – Erhalt unseres Quartierladens» lieferte über den Volg-Standort Informationen. Dem Bericht liess sich entnehmen, dass der Boden in Gemeindebesitz ist (Quartierverein Unterdorf 2015: 3). Eine Planungsbesonderheit sei dass die kommunale Entsorgungsanlage im «hinteren Teil» weitergeführt werden müsse und der dahinterliegende Kindergarten ebenfalls weitergeführt werde (ebd.: 3). Wichtig war auch die Information, dass Volg Winterthur nicht mehr in das Gebäude investiere (2015: 4) und keine eigenen Liegenschaften baue. Bereits damals wurde der aktuelle Standort des Volg vom damaligen Projektteam «priorisiert» (2015: 6). Das Projekt beinhaltete Wohnungen mit einem Laden darunter. Über

die Finanzierungsmodalitäten wurde diskutiert, wobei auch genossenschaftlicher Ladenbesitz in Betracht gezogen wurde (2015: 7).

Für die kurze im Vorfeld durch den Quartierverein Unterdorf durchgeführte interne Bedürfnisbefragung zum Quartierladen-Angebot hat sich das Projektteam auf mündliche Aussagen der Auftraggeberschaft verlassen. Es hat sich als interessant erwiesen, das Thema «Nachhaltigkeit», worunter Regionalität, biologischer Anbau und Frische gezählt werden können, im Quartier abzutasten. Das Projektteam musste sich der Marktforschung ein wenig öffnen, weil Nachhaltigkeit eine soziale Bestrebung ist und auf Generationenverantwortung zielt. Das Thema fand also auch Eingang in den Fragebogen.

4.1.2 Dokumentenanalyse

Eine Kernaussage des ehemaligen Einwohnerratspräsidenten, David Roth, war für den weiteren Projektverlauf besonders interessant, da sie eine Aussage enthielt, welche auf eine Binnenkultur hinwies:

«In der letzten Zeit war das Unterdorf-Quartier stark im Fokus. Es wird als sehr offen wahrgenommen. Dabei gilt das für die ganze Gemeinde» (Müller, 2018).

Die Einwohner von Unterwindisch seien «sich selber manchmal schon genug» und «identifizierten sich nicht gross» mit der «ganzen Gemeinde». Er wünsche sich ein besseres Zusammengehörigkeitsgefühl. Dies sei «eine Herausforderung»; da Windisch historisch mehrere Zentren herausgebildet habe (vgl. Müller, 2018).

Für die restliche Online-Recherche wurde die Gemeinde genauer angeschaut. Es interessierten insbesondere soziale Themen, die auf die Vernetzung und die Bedürfnislage hinweisen könnten. Im Vereinsverzeichnis der Gemeinde-Website waren im April 2020 ganze 77 Einträge gelistet. Das Projektteam bewertete das als eine Menge. Das Quartier erschien an dieser Stelle bereits lebendig. Zudem besteht nach wie vor ein reichhaltiges soziales Angebot (vgl. Soziale Angebote Region Windisch, 2020). Dies bekräftigte den Eindruck, dass Windisch ein Ort mit hoher Lebensqualität sein müsse.

4.1.3 Quartierbegehung

Bei der teilnehmenden Beobachtung wurde dem Projektteam Windisch von seiner historischen Seite her gezeigt. Die Siedlungsentwicklung war interessant nachzuvollziehen, weil die bestehende Infrastruktur in Unterwindisch kommerziell umgenutzt wurde. So sind die alten Arbeiterhäuschen heute begehrte Einfamilienhäuser oder die alten Spinnereigebäude wurden zu kostspieligen Lofts.

Insbesondere geachtet wurde bei der Beobachtung auf Aktivitäten, Zentren und Treffpunkte. Eine zentrale Erkenntnis war, dass das Unterdorf in erster Linie vom kreativen Engagement der Neuzuzüger des Spinnerei-Areals kulturell lebt. Die These ist sogar, dass sich das Quartierzentrum zum Spinnereiareal hin verlagert hat.

Die Wohnlandschaft in Unterwindisch lässt sich als einen interessanten Mix beschreiben aus Eigentumsobjekten, Siedlungen und Mietobjekten. Grössere Bauunternehmungen gestalten den Siedlungsprozess mit. Die Wohnobjekte sind allesamt in gutem optischem Zustand, die Infrastruktur ist intakt und auf eine Begrünung wird sehr geachtet. Einzig hervorstechend sind die Objekte (Blocks) an der Dammstrasse. Sie sind im Gegensatz zu den neuen, modernen Gebäuden im auf dem Kunzareal in einer eher einfachen Bauweise gehalten.

Der Quartierladen (Volg) liegt zentral und schien zum Zeitpunkt der Begehung oft frequentiert zu werden. Die Einrichtung ist zweckmässig, der Laden befindet sich in einer ehemaligen Tennishalle und ist vermutlich baufällig. Die Anlagen sind in die Jahre gekommen. Das Angebot scheint für den täglichen Bedarf konzipiert zu sein. Ergänzende Angebote gibt es keine.

4.1.4 Leitfadeninterviews

Obwohl die leitfadengestützten Experteninterviews Teil des ethnographischen Verfahrens sind, werden die Ergebnisse separat behandelt. Die Durchführung der Interviews war ein grosser Punkt und die Verarbeitung der Informationen war sehr zeitaufwendig. Die Schlüsselerkenntnisse, welche aus den Interviews gewonnen werden konnten, sind daher Teil des separaten Kapitels 4.2.

4.2 Ergebnisse aus den Interviews mit den Schlüsselpersonen

In diesem Kapitel werden die Hauptkenntnisse aus den Interviews mit den Schlüsselpersonen entlang den Hypothesen dargelegt sowie reflektiert, inwiefern sich welche Forschungshypothesen belegen lässt.

4.2.1 Hypothese 1:

Die lokale Initiative für einen Quartierladen lässt sich mit dem Strukturwandel erklären: Die Entfremdung und Beschleunigung sowie die Individualisierung des gesellschaftlichen Lebens, befeuern den Wunsch nach gemeinsamer Kontrolle der eigenen Lebensbedingungen, nach mehr Vertrautheit und Identifikation.

Eine Interviewperson gab an, dass ihre Vernetzung im Quartier gross ist, sie sich aber besonders zu Schweizer*innen gerne noch mehr vernetzen würde. So fühlte sich die Person z.B. an einem Fest, welches im Quartier stattfand, nicht eingeladen. Die anderen Schlüsselpersonen sprachen sich nicht explizit für den in dieser Hypothese erwähnten Wunsch nach mehr Vertrautheit und Identifikation aus. Eine weitere Person sagte diesbezüglich jedoch, dass sich jede*r Quartierbewohner*in vernetzen kann, wenn er oder sie das möchte. Die Möglichkeiten (Angebote) seien äusserst vielseitig im Quartier. Diese Meinung wird von einer weiteren Person ebenfalls geteilt. Die These kann somit teilweise bestätigt werden, nicht ausser Acht zu lassen ist jedoch die Meinung einer Interviewperson, welche den Wunsch äussert, sich noch mehr mit anderen Personengruppen zu vernetzen.

4.2.2 Hypothese 2:

Die Neuzusammensetzung der Quartierbevölkerung stellt neue Anforderungen an den Quartierladen. Sowohl die hypothetische Schliessung des Ladens als auch die (laut Quartierverein) vom Volg abgelehnte Anpassung des Grundsortimentes an die Bedürfnisse der Quartierbevölkerung (wenig Bio, keine regionalen Produkte) verringern die Attraktivität des Ladens, wodurch er nicht mehr den Bedürfnissen der Quartierbevölkerung entspricht (laut Umfrage in Diesellokal).

Im Interview mit der Vertretungsperson von Volg stellte sich heraus, dass der Volg durchaus bereit sei sein Grundsortiment ein wenig zu ändern. Grössere Anpassungen, welche ausserhalb des Konzeptes von Volg liegen, wären jedoch nicht möglich. Eine Interviewperson aus der Quartierbevölkerung zeigte sich äusserst skeptisch, in Bezug auf das Thema «Bio»-Sortiment im Volg: «Das ist so ein Thema. Gewünscht ist es und alle finden das gut. Ob es

dann nachhaltig auch wirklich genutzt wird, wenn das Angebot dann besteht, ist in der Praxis dann eben nicht immer so. Aber wir sind uns dessen bewusst und wir möchten da künftig das eine oder andere Produkt mehr anbieten können». Die erste These ist aufgrund der Aussagen der zweiten Interviewperson zu falsifizieren, da der Volg durchaus bereit ist sein Angebot teilweise anzupassen. Die weiteren Schlüsselpersonen stehen der These, dass die Bedürfnisse der Quartierbevölkerung nicht mehr vom Volg abgedeckt werden, kritisch gegenüber. Eine Interviewperson ist sogar der Meinung, dass ein Überangebot im Quartier besteht und es nicht nötig wäre das Angebot vom Volg auszubauen. Drei Personen meinen jedoch, dass das Angebot von Volg in Bezug auf Bio und Regionalität erweitert werden sollte, da dies ein Bedürfnis der Quartierbevölkerung sei. Eine weitere Person meinte, dass der zweite Quartierladen in Unterwindisch, «love is the answer», dies schon aktiv tut und das Angebot des Volgs ergänzt. Aus diesem Grund wäre es nicht nötig den Volg auszubauen.

Die Hypothese, dass der Volg nicht mehr den Bedürfnissen der Quartierbevölkerung entspricht kann nach den Aussagen der Schlüsselpersonen falsifiziert werden. Von drei der sechs Interviewpersonen werden dennoch einige konkrete Vorschläge für eine Erweiterung des Quartierladens eingebracht. Ein im Laden integriertes Café wird von allen diesen drei Schlüsselpersonen vorgeschlagen. Dies könnte möglicherweise in Form einer Stehbar oder einer Lounge vor dem Laden installiert werden. Eine Person schlägt folgendes vor: «Ich könnte mir auch so etwas vorstellen, dass man eben auch mal eine Lesung hat. Oder ein Konzertlein oder eine kleine Ausstellung, das verbunden wäre mit einem Laden. Ich könnte mir auch vorstellen, dass es eine Bücherleihe hat».

4.2.3 Hypothese 3:

Der Dorfladen (sei es ein Volg oder eine alternative Form) stellt neben einem Ort zum alltäglichen Einkauf einen Ort des Zusammentreffens dar. Die Bevölkerung beansprucht den Laden damit als sozialen Raum des Austausches und der Identifikation.

Eine Interviewperson beschreibt das Bedürfnis nach einem Quartierladen mit folgenden Worten: «Nach wie vor ist das ein Anliegen der Bevölkerung, um sich zu treffen und auszutauschen. Wenn solche Stellen in einem Dorf wegfallen dann fehlt irgendwas». Alle anderen Schlüsselpersonen beschreiben den Volg ebenfalls als wichtig. Dies bezieht sich sowohl auf den sozialen Austausch als auch den Faktor der Identifikation der Quartierbevölkerung. Eine Interviewperson geht dabei konkret auf die Bedürfnisse der Klienten*innen der Stiftung F A-RO ein: «Ich habe es auch schon erlebt, dass Klienten in reger Diskussion mit der Nachbarschaft waren, was mich sehr gefreut hat. Andere, die eher introvertiert sind, haben durch den

Laden die Chance, sich unter die Leute zu begeben, wenn sie wollen». Hypothese 3 kann im Vergleich zu den Ausführungen der Schlüsselpersonen somit bestätigt werden.

4.2.4 Hypothese 4:

Im Quartier bestehen bereits soziale Netzwerke. Diese könnten in ihrer bestehenden Form – oder per Erweiterung – die Entstehung eines neuen Quartierladens begünstigen.

Von den Schlüsselpersonen werden verschiedenste Möglichkeiten der Vernetzung im Quartier angedacht. Diverse Institutionen, Vereine oder die Schlüsselpersonen selbst werden als mögliche Kooperationspartner*innen erwähnt. Die nachfolgenden Aussagen wurden ausgewählt, um Möglichkeiten zur Vernetzung für einen zukünftigen Quartierladen aufzuzeigen.

- «Ja. Finanziell ja. Wenn es jetzt darum geht, dass man eine Ladengenossenschaft macht, dann bin ich bereit da einen Anteilsschein zu kaufen. Wenn es um ideelle Unterstützung geht ist fast jede Form möglich. - Es gibt ein grosser Immobilienbesitzer, das ist die HIAG, die dieses Areal besitzt, das sie noch nicht verkauft haben. Das ist sicher eine Möglichkeit. Weil die müssten ja auch ein Interesse haben für ihre Anwohner und Käufer, damit das Angebot bestehen bleibt.»
- «Warum nicht, wenn ich kann, wenn ich etwas habe, dann kann ich mich melden und etwas beitragen.»
- «Es wäre schön, wenn eine arbeitsintegrative Kooperation zustande kommen würde. Wir sind da offen für Gespräche».

Es wurden noch einige weitere Ideen der Kooperation von den Schlüsselpersonen in den Interviews erwähnt. Zwei Interviewpersonen beschreiben die Quartierbewohner*innen als offen, wohlwollend und mit einer grossen Bereitschaft sich vernetzen zu wollen. Sie fügten an, dass es viele Quartierbewohner*innen geben würde, die sich bestimmt ein freiwilliges oder bezahltes Engagement in einem solchen Laden vorstellen könnten. Ebenso gäbe es eine Vielzahl von lokalen Vereinen, welche eine hohe Bereitschaft aufweisen, sich zu vernetzen. Diese Schlüsselpersonen sind zu dem alle in mindestens einem Verein in Unterwindisch aktiv. Die These somit kann anhand den Aussagen der Schlüsselpersonen bestätigt werden.

4.2.5 Erkenntnisse aus den Interviews für die Online-Erhebung

Die Daten, welche aus den Interviews mit den Schlüsselpersonen für die Online-Erhebung erhoben wurden, werden nachfolgend themenzentriert dargestellt:

1. Ideen für eine Treffpunktform: Die von den Schlüsselpersonen angesprochenen Ideen für eine Treffpunktform wurden in der Frage *Vorschläge Treffpunktform* als Auswahlmöglichkeiten mit einbezogen.

2. Hohe Mitwirkungsbereitschaft: Aus den Interviews ging hervor, dass im Quartier Unterwindisch diverse Bewohner*innen, Institutionen und Vereine bereit sind sich in unterschiedlicher Form in einem solchen Laden zu beteiligen. Die Vorschläge der Interviewpersonen zu Mitwirkungsformen wurden in der Online-Erhebung anhand Auswahlmöglichkeiten einbezogen. Zudem wurde ein offenes Feld für eigene Ideen bereitgestellt.

3. Vereinsmitgliedschaft: Die Vielzahl von Vereinen welche von den Schlüsselpersonen erwähnt werden und die Tatsache, dass vier der sechs Personen Mitglied in einem lokalen Verein sind, ohne dass dieser Aspekt in der Auswahl der Schlüsselpersonen bewusst berücksichtigt wurde, lässt die Vermutung zu, dass Vereine eine wichtige Bedeutung für die Vernetzung der Quartierbewohner*innen einnehmen. Das Netzwerk dieser Vereine könnte bei der Konstruktion des Quartierladens von Nutzen sein. Aus diesem Grund wurde die Vereinstätigkeit der Adressat*innen in der Online-Erhebung eruiert.

4. Engagement ausserhalb von Vereinen: Die Interviews mit den Schlüsselpersonen hat ebenso aufgezeigt, dass Engagements wie Nachbarschaftshilfen in Unterwindisch bestehen. Aus diesem Grund wurden in den Fragen zum Engagement weitere Möglichkeiten zur Vernetzung abgefragt, welche beim Erstellen eines Ladenkonzepts hilfreich sein könnten.

4.3 Auswertung der Online-Erhebung

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der durchgeführten Online-Erhebung mittels deskriptiver Statistik dargestellt. In den folgenden zwei Abschnitten des ersten Unterkapitels werden Aussagen zur Grundgesamtheit, zur Grösse der Stichprobe sowie zur Gültigkeit der Daten gemacht. Unterkapitel 4.3.3 beschreibt und zeigt die univariaten Häufigkeitsverteilungen. Im Unterkapitel 4.3.4 werden die absoluten Häufigkeiten der einzelnen Merkmale mit weiteren Merkmalen in Verbindung gebracht. Mittels der multivariaten Analyse sollen vertiefte Aussagen über die Befragungsteilnehmer*innen ermöglicht werden. Abschliessend enthält das Unterkapitel 4.3.5 die Interpretation der Ergebnisse.

4.3.1 Allgemeines zur Erhebung

Die Umfrage wurde im Raum Unterwindisch beworben und online durchgeführt. Windisch gehört zum Bezirk Brugg und zählte per 31.12.2019 7655 Einwohner (vgl. Kantonale Bevölkerungsstatistik Aargau 2019: 7). Per 31.12.2018 wies Windisch 3618 Wohnungen auf (vgl. Kantonale Baustatistik Aargau 2018: 7). Auf dem Kunz-Areal entstanden in den letzten Jahren 200 Wohnungen (vgl. Raumentwicklungsbericht Kunz-Areal 2020). Eine genaue Einwohnerzahl für das Quartier Unterwindisch konnte nicht gefunden werden. Es liegt lediglich eine Schätzung vor, wonach zwischen 40 und 70 Einwohner pro Hektare dort leben (vgl. Metron 2013: 61). Es lässt sich somit eine grobe Schätzung machen, dass etwa 900 Personen im unteren Raum von Windisch, im «Unterdorf», leben.

4.3.2 Realisierte Stichprobe

Die Befragung war vom 9.7.2020 bis zum 24.7.2020 online. Die realisierte Stichprobe beträgt N=221 (d.h., dass 221 Personen den Fragebogen ausgefüllt haben). Der Rücklauf ist sehr gut, namentlich auch, da die Befragung während der Sommerferienzeit stattfand.

4.3.3 Univariate Häufigkeitsanalyse

Sozioökonomische Merkmale

Die Umfrage wurde überwiegend von Personen ausgefüllt, welche 36 Jahre oder älter sind. Die Kategorien 36-50, 51-65 und >65 Jahre machen zusammen 85% der Stichprobe aus (vgl. Abb. 5).

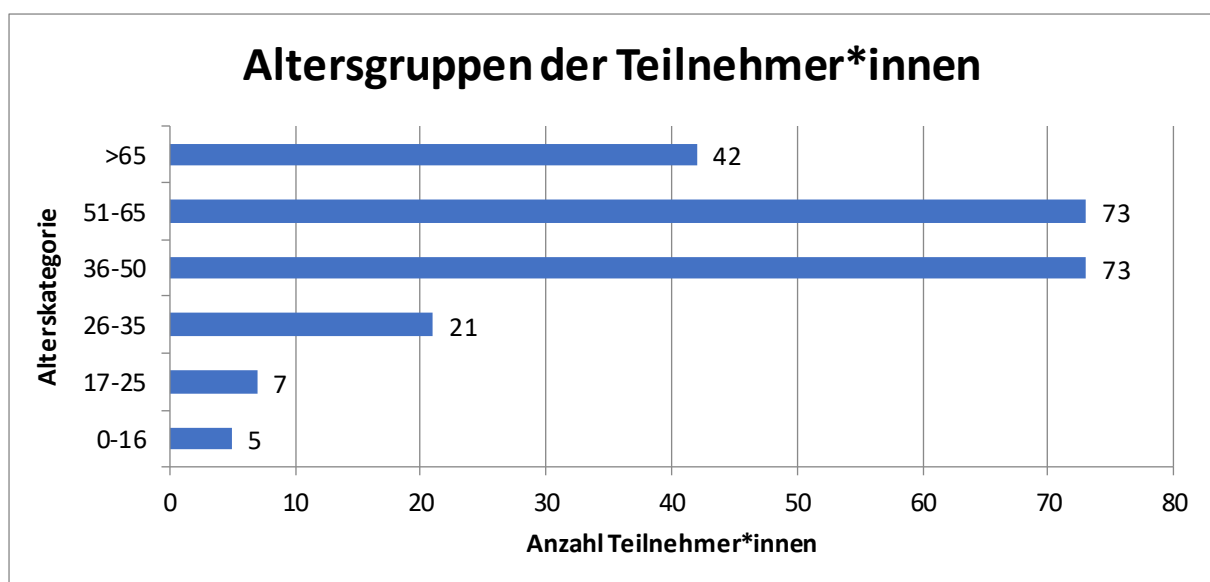


Abbildung 5: Altersgruppen der Teilnehmer*innen

Der hohe Anteil der Personen über 50 Jahre deckt sich mit der Bevölkerungsstruktur von Windisch (vgl. Metron 2013: 30), welche im Vergleich zum Rest des Kantons in Windisch etwas älter ist.

Die Bewohner*innen wurden zu ihren Wohnverhältnissen befragt. Es wurde sowohl gefragt, wie lange die Person bereits in Windisch wohnt und in welcher Form sie dies aktuell tut. Sechs von 221 Personen gaben an, nicht in Unterwindisch zu wohnen und eine Information war ungültig. Durchschnittlich wohnen die 214 in Unterwindisch wohnenden Antwortenden seit 17.5 Jahren in Unterwindisch. Eine Person gab an, genossenschaftlich zu wohnen, zwei wohnen in einer «sonstigen Wohnform». 46 Befragte sind Mieter*innen. 172 Personen sind Eigentümer*innen eines Wohnobjektes (Wohnung, Haus), was fast 80% der Befragten Personen entspricht. Dieses Ergebnis weicht deutlich vom nationalen Schnitt ab, bei welchem die Wohneigentumsquote bei zirka 38% liegt (vgl. Bundesamt für Statistik 2019).

Die Erwerbssituation wurde erhoben, um herauszufinden, ob die Befragten zusätzlich zum Wohnen auch in Unterwindisch arbeiten. Das Haushaltseinkommen wurde ebenfalls ermittelt. 13 von 221 Befragten (5%) gaben an, in Unterwindisch einer bezahlten Tätigkeit nachzugehen und 16 (7%) geben an, zumindest teilweise in Unterwindisch erwerbstätig zu sein. 159 Personen (72%) arbeiten ausserorts. Insgesamt füllten zehn Schüler*innen oder Student*innen (4.5%) die Umfrage aus. 40 Befragte gaben an, Renter*in zu sein (18%).

Das monatliche Netto-Haushaltseinkommen liegt bei den meisten Befragten zwischen 6000 und 15000 CHF. Insgesamt gaben 27 Befragte an, über ein Haushaltseinkommen von weniger als 4000 CHF zu verfügen (vgl. Abb. 6).

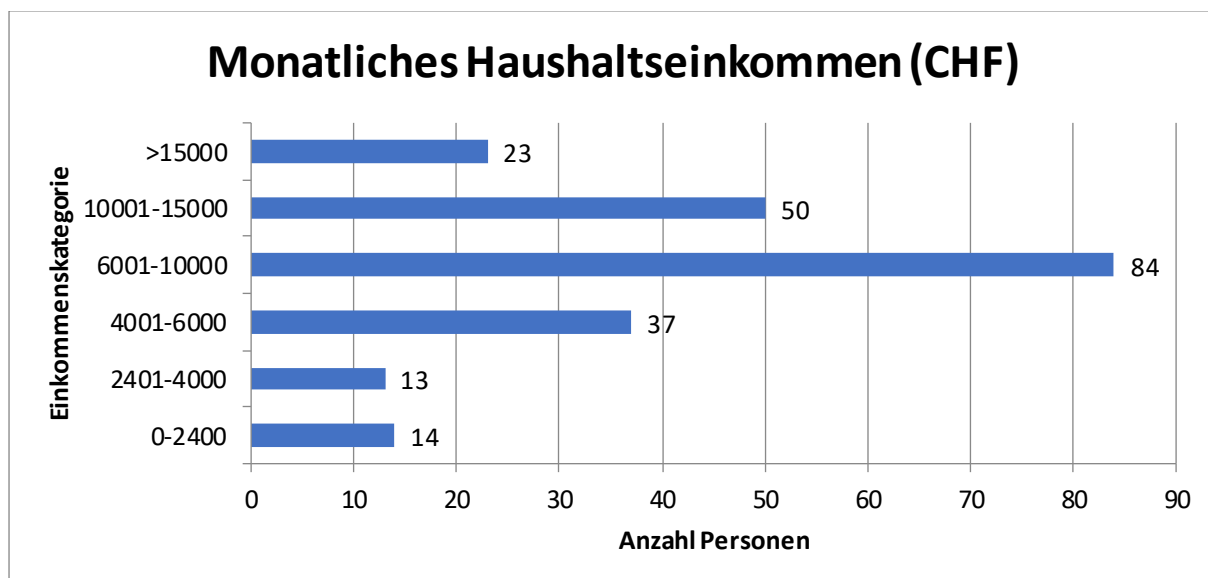


Abbildung 6: Monatliches Haushaltseinkommen (netto)

Quartier, Lebensqualität und gesellschaftliches Engagement

Auf die Frage, wie wohl sich die befragte Person im Quartier fühlt, antworteten 157 mit «Sehr wohl», 51 mit «Eher wohl» und lediglich 13 mit «Neutral». Die Begründung konnte in Form eines Textes angegeben werden und wurde zusätzlich inhaltlich-qualitativ ausgewertet. Die Frage lautete: *Wie wohl fühlen sie sich im Quartier? Bitte begründen Sie Ihre Antwort.* Zu dieser offenen Frage gab es Antworten von 160 Personen. 131 Mal wurde die positive Atmosphäre im Quartier hervorgehoben. Sie schätzen den Umgang untereinander sehr und beschreiben die Quartierzusammensetzung bspw. als «offen, bunt gemischt und tolerant». Viele Bewohner*innen sagen, dass sie gut integriert sind, viele soziale Kontakte geniessen und die Nachbarschaft äusserst freundlich sei. Die nächst häufig genannten Punkte sind eng miteinander Verknüpft. Es sind dies Natur (67) und Lage (53). Die ausserordentliche Lage, welche als Ruhegebiet mit Wald und Fluss beschrieben wird, findet grossen Anklang bei den Bewohner*innen. Der geringe Verkehr und die Nähe zu Brugg werden ebenfalls häufig bemerkt. Die vielen Anlässe, Veranstaltungen und Einkaufsmöglichkeiten werden von den Bewohner*innen ebenfalls geschätzt (42). Nur sieben Stimmen sind verhalten und zeigen sich neutral betreffend ihrem Wohlbefinden im Quartier.

83 von 221 Befragten (37.5%) gaben an, keine Mitgliedschaft in einem lokalen Verein vorzuweisen. Insgesamt sind 153 von 221 Befragten entweder in einem lokalen Verein und oder anderweitig in der Gemeinde engagiert. Am häufigsten sind dies Personen zwischen 36 und 65 Jahren. Individuelles Engagement im Quartier ausserhalb von Vereinstätigkeiten wurde von 68 Personen (31%) angegeben. 66 Einwohner/innen gaben an, sich an diversen Tätigkeiten im Quartier zu beteiligen. Dabei schien es nicht so einfach, die Vereinstätigkeiten auszuklammern, weil die Vereine sehr stark vernetzt sind in Unterwindisch. Die Antworten waren enorm vielschichtig. Nachfolgend werden einige genannt: «Diesel Events; Kochen bei WM-Bar; Mithilfe bei Quartierverein-Anlässen; Gemeinschaftsgarten; Spinnereimarkt; Siedlungs-Verwaltung; Nachbarschaftshilfe (spontan und nach Bedarf); Wir haben ungefähr 100 Hauskonzerte in unserem Loft organisiert; Mittagstisch und Aufgabenhilfe; Elterntreff, Rollstuhlfahrdienst Brugg; Kindertheater Lampenfieber; Quartierplanungsgruppe und noch viele mehr.».

Soziale Bedürfnisse

Um die sozialen Bedürfnisse zu explorieren wurde nach einem erhöhten Kontaktbedürfnis und nach dem sozialen Zugehörigkeitsgefühl gefragt. Es besteht kein hohes Bedürfnis nach mehr Kontakten (vgl. Abb. 7) und im Allgemeinen fühlen sich die Umfrageteilnehmer*innen auch gut akzeptiert (vgl. Abb. 8).

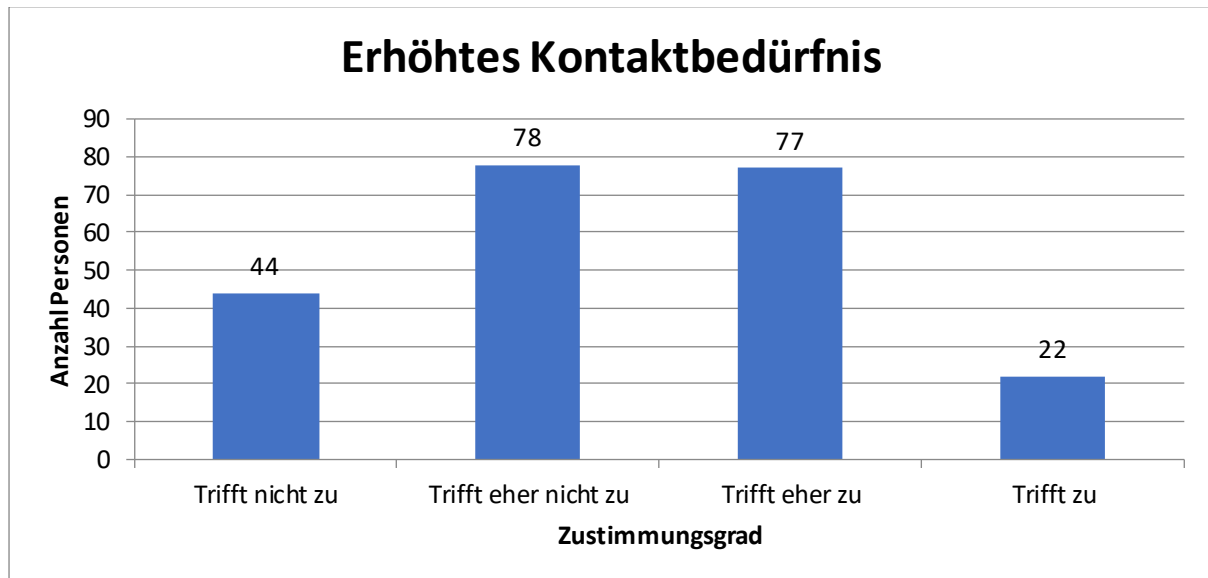


Abbildung 7: Erhöhtes Kontaktbedürfnis

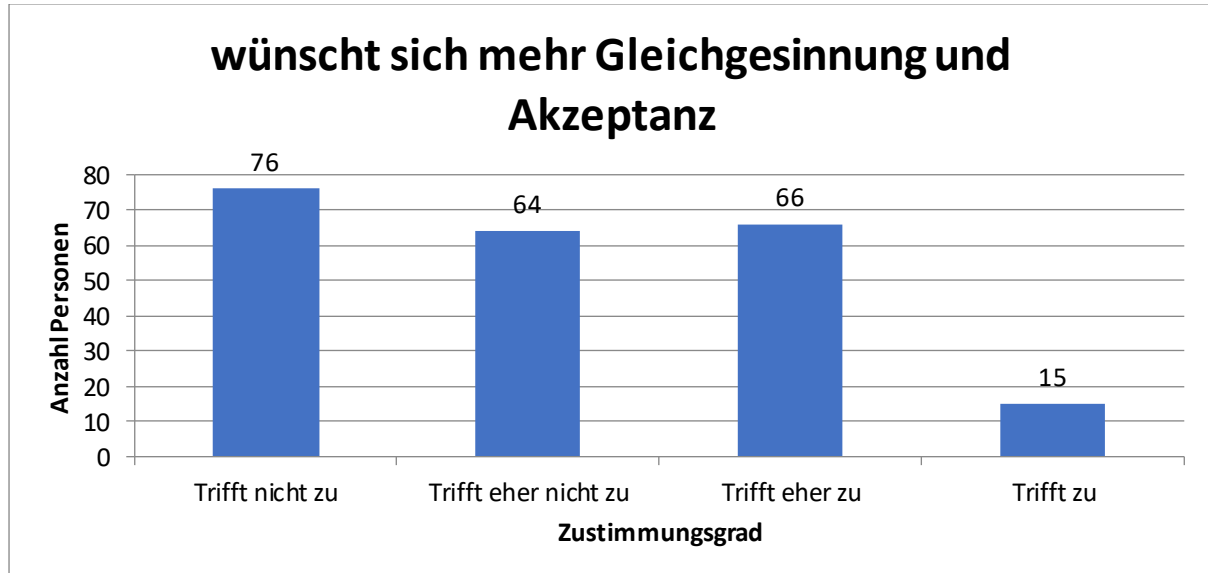


Abbildung 8: Wunsch der Teilnehmer*innen nach mehr Gleichgesinnung und Akzeptanz

Den Ergebnissen ist deutlich zu entnehmen, dass die Teilnehmer*innen (mit sieben Ausnahmen) sich bei täglichen Verrichtungen gut bis sehr gut unterstützt wähnen (vgl. Abb. 9).

Wünscht sich mehr Unterstützung (z.B. Nachbarschaftshilfe) aus dem Quartier

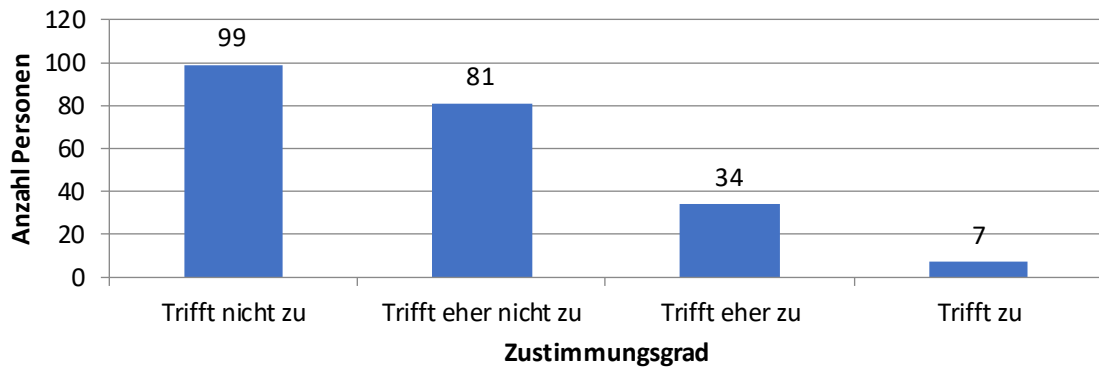


Abbildung 9: Wunsch nach mehr Unterstützung im Alltag

Anders als beim Kontaktbedürfnis kann gesagt werden, dass etwas mehr als die Hälfte der Befragten Interesse haben, Beziehungen zu knüpfen bzw. zu «Netzwerken» (vgl. Abb. 10).

Möchte Netzwerk erweitern

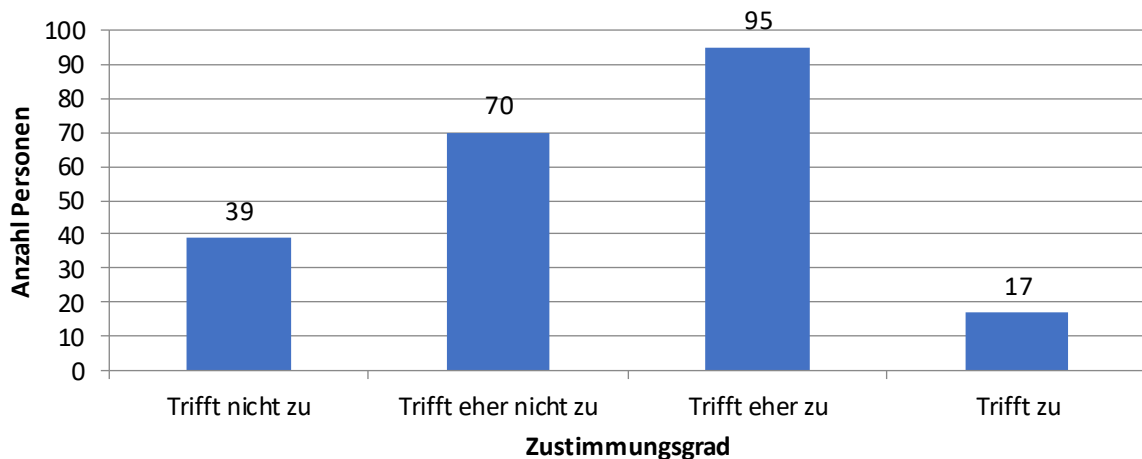


Abbildung 10: Interesse an Netzwerkerweiterung

148 von 221 Befragten (67%) sprachen sich eher für mehr Mitbestimmung bei Veränderungsprozessen im Quartier aus (vgl. Abb. 11).

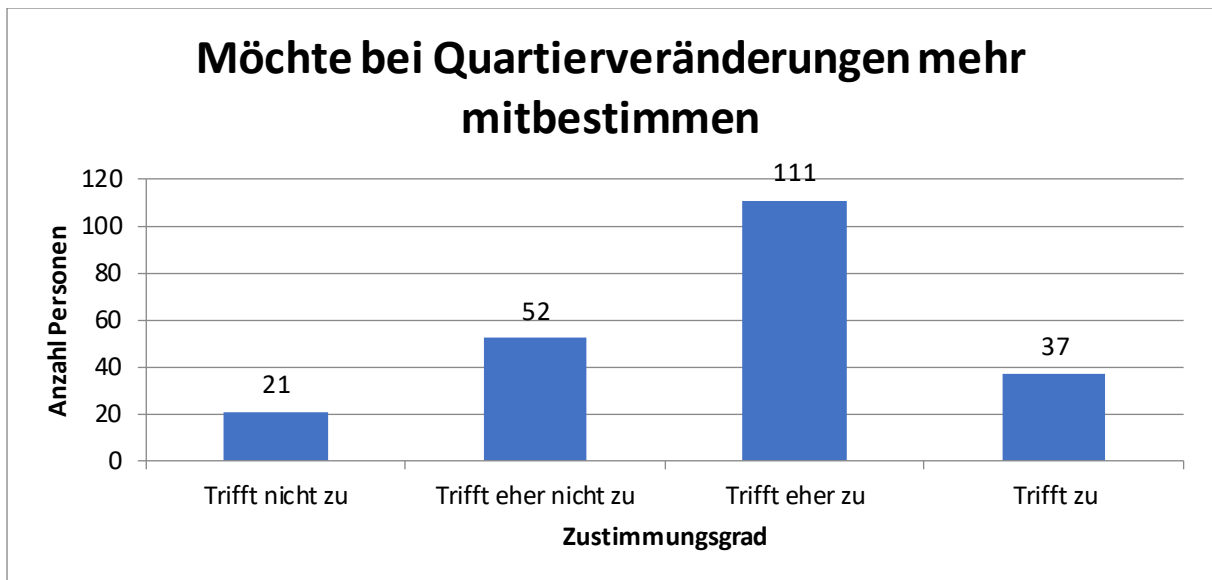


Abbildung 11: Mitbestimmungswunsch bei Quartierveränderungen

Mehr als die Hälfte der Befragten wissen klar, wo sie sich melden können, wenn sie mehr Engagement tätigen möchten und etwa drei von zehn Personen haben zumindest eine Ahnung, wo sie anknüpfen können (vgl. Abb. 12).

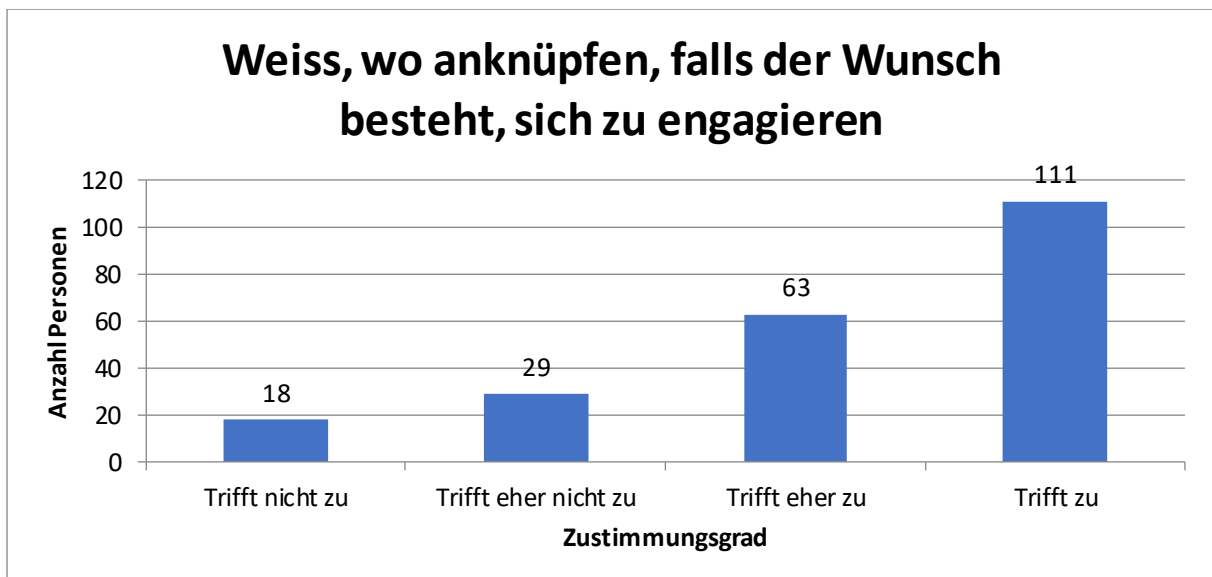


Abbildung 12: Kenntnis möglicher Kontaktstellen für persönliches Engagement

Quartierladen (Standort)

Hinsichtlich des geografischen Standortes lassen sich einige knappe Aussagen machen. Die Befragten (N=221) befanden den jetzigen geografischen Standort des Volg mit drei Ausnahmen als gut. Die individuelle Begründung konnte schriftlich angegeben werden. Der Standort wird von den meisten als positiv wahrgenommen da er äusserst zentral liegt, sich eine Bushaltestelle in der Nähe befindet und es viele Parkmöglichkeiten gibt.

Die Anwohner/innen wurden in einer offenen Frage nach der Ausgestaltung des Quartierladens ihrer Träume befragt. Dabei haben sich 165 Bewohner/innen geäussert. Mit jeweils 85 Stimmen wurden Bio und Regionalität genannt. Die meisten haben beide Komponenten miteinander genannt. So scheint es für diese Einwohner/innen wichtig zu sein, dass die Lebensmittel möglichst aus der Region stammen (bspw. von lokalen Bauern) und biologisch erzeugt werden. Mit der Auswahl der Lebensmittel hatten nur einige wenige Mühe bekundet. Für die meisten Bewohner/innen steht also Qualität vor Quantität. Mit 57 Stimmen wurde scheint die frische der Lebensmittel auch ein Anliegen zu sein, dabei wurden Milchprodukte sowie Fleisch und Gemüse gleichermaßen erwähnt. Für liberalere Öffnungszeiten sprachen sich lediglich drei Personen aus. 22 waren der Meinung, dass der Quartierladen ihrer Träume gleich, wie der Volg ausgestaltet werden müsste. Es gab noch eine Vielzahl von weiteren Äusserungen betreffend der Ausgestaltung und den Angeboten. Drei Vorschläge stachen dabei heraus. Mit 28 Stimmen wünschten sich viele Bewohner/innen, dass eine Art Café mit Backwaren usw. integriert werden sollte. Neun Personen sprachen sich für eine kleine Post oder zumindest der Möglichkeit einer Paketabgabe im Laden aus. Zwölf Personen würden gerne nach Möglichkeiten wie sie in Baden im Unverpackt/Laden gegeben sind einkaufen. Dort können Lebensmittel unverpackt, also abfallarm eingekauft werden.

Der Volg sollte maximal cirka acht Gehminuten von der Haustür entfernt sein. 70% der Befragten erreichen den Volg derzeit in maximal fünf Gehminuten, was für die Eignung des Standortes spricht und mit der vorherigen Frage kohärent ist.

Quartierladen Angebot und Nachhaltigkeit

Die Umfrageteilnehmer*Innen wurden zu den Kriterien «Regionalität», «Bio», «Qualität», «Preis» und «Auswahl» des aktuellen Quartierladens Volg befragt.

Fast die Hälfte der Befragten (98 von 221) gaben an, mit der Regionalität zufrieden bis sehr zufrieden zu sein (vgl. Abb. 13).

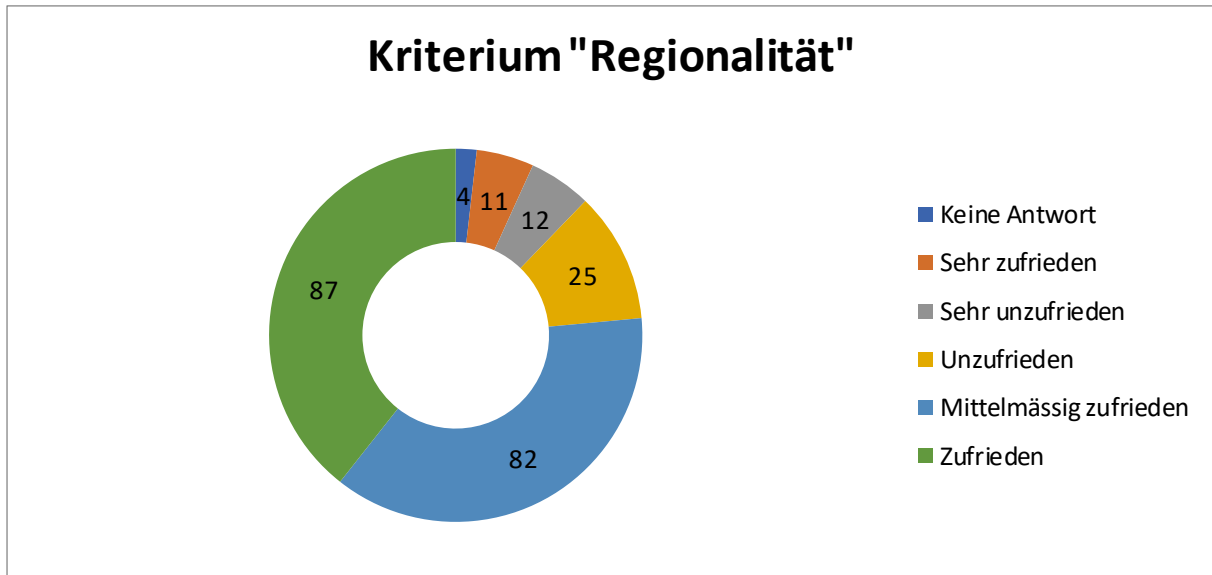


Abbildung 13: Kriterium «Regionalität»

Anders sieht es aus bei der Zufriedenheit mit der Auswahl an biologischen Lebensmitteln. Fünf von zehn Befragten geben an, damit unzufrieden zu sein. Fast jede*r fünfte Befragte ist sogar sehr unzufrieden damit (vgl. Abb. 14).

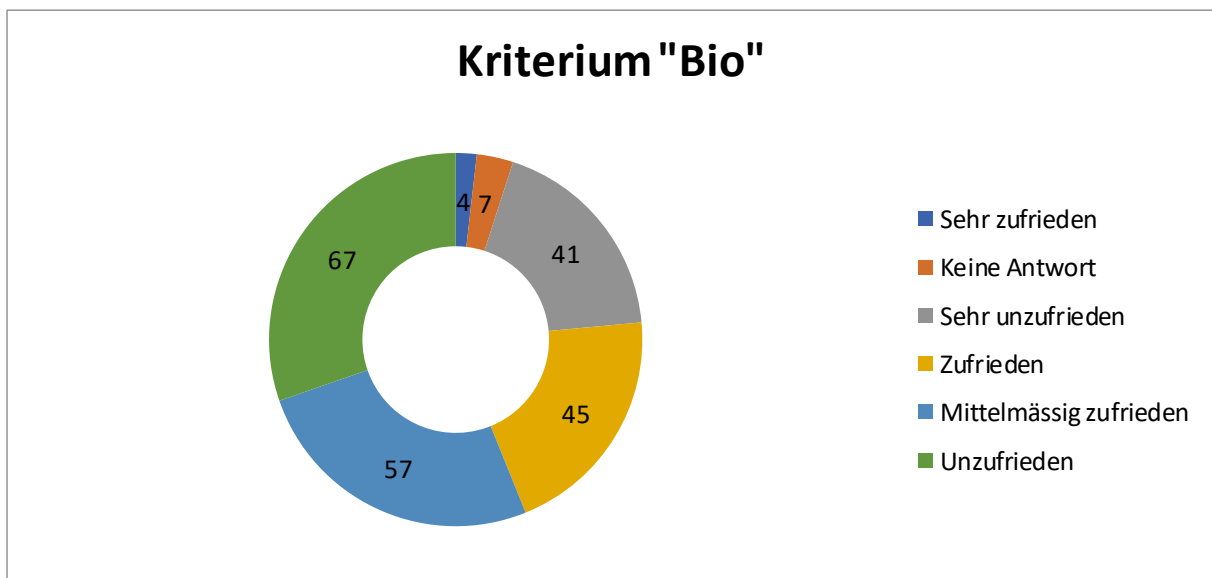


Abbildung 14: Kriterium «Bio»

Für die Qualität der Produkte kann beinahe allgemeine Zufriedenheit festgestellt werden. Nur etwa 10% der Befragten sind nicht wenigstens mittelmässig zufrieden in diesem Punkt (vgl. Abb. 15).

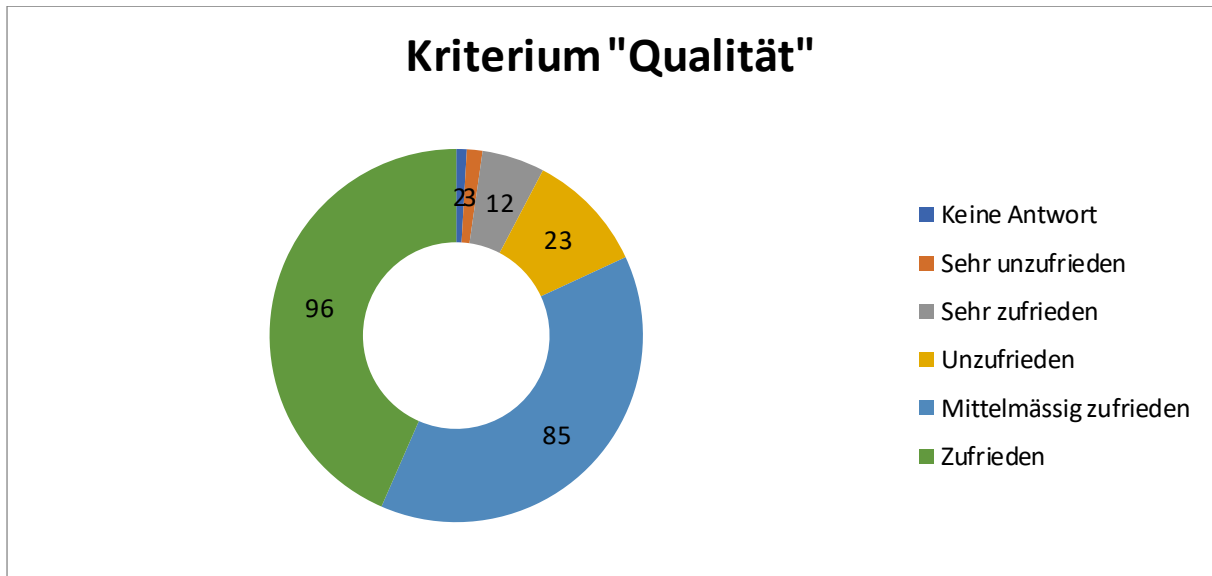


Abbildung 15: Kriterium «Qualität»

Beinahe identisch sind die Ergebnisse in Bezug auf die Preisfrage. Das Preis-Leistungsverhältnis scheint demnach ansonsten in Ordnung zu sein (vgl. Abb. 16).

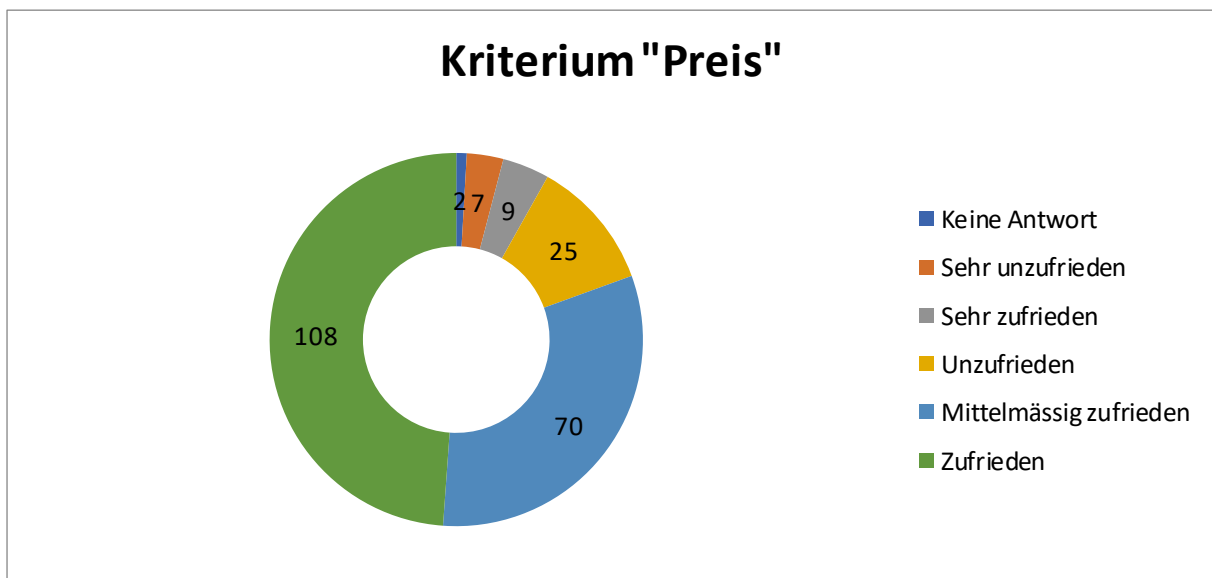


Abbildung 16: Kriterium «Preis»

Auch bei der Auswahl sind vier von fünf Personen zufrieden. Die 20% Unzufriedenen decken sich mit der Anzahl Personen, welche gänzlich nicht zufrieden sind mit der Auswahl an biologischen Produkten (vgl. Abb. 17).

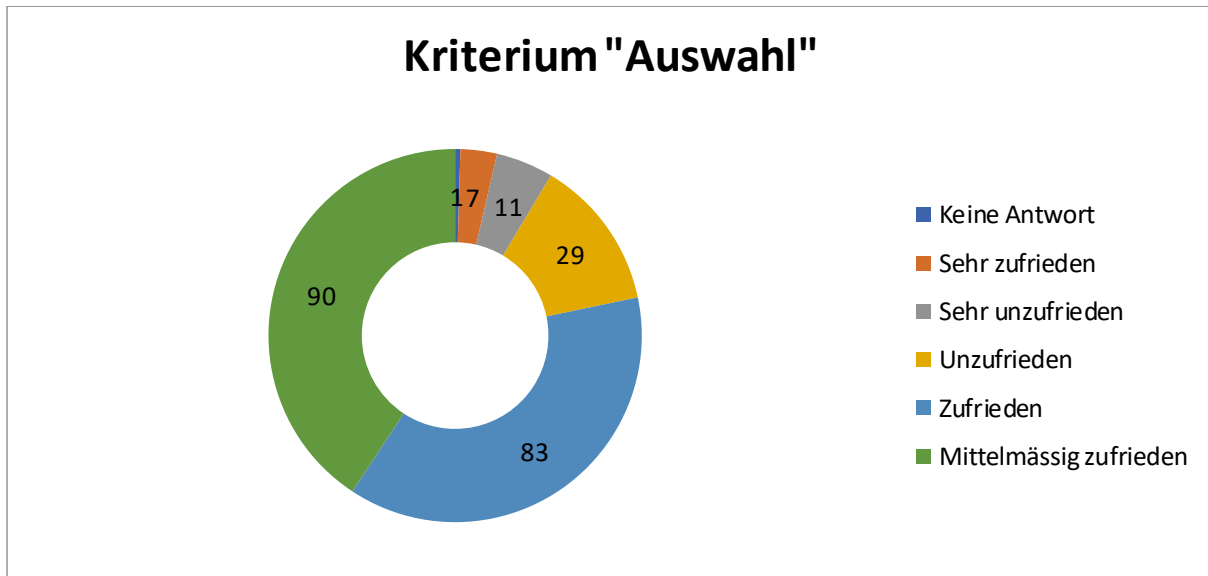


Abbildung 17: Kriterium «Auswahl»

Quartierladen und (ergänzende) Formen des sozialen Austausches

Für die Schaffung eines alternativen Ladens wurden verschiedene Optionen für ergänzende Angebote aufgelistet. Drei von zehn konnten maximal angewählt werden, wenn sie auf Interesse stiessen. Deutlich hervor sticht das Café mit 142 Nennungen. Am zweithäufigsten stiess der Büchertausch auf Interesse. An dritter Stelle folgen eigene Vorschläge, welche Gegenstand qualitativer Auswertung waren. Dicht dahinter folgt die Info-Börse. Nicht wenige können sich zudem interkulturelle Treffs oder Koch-Treffs oder gar Filmvorstellungen vorstellen (vgl. Abb. 18).

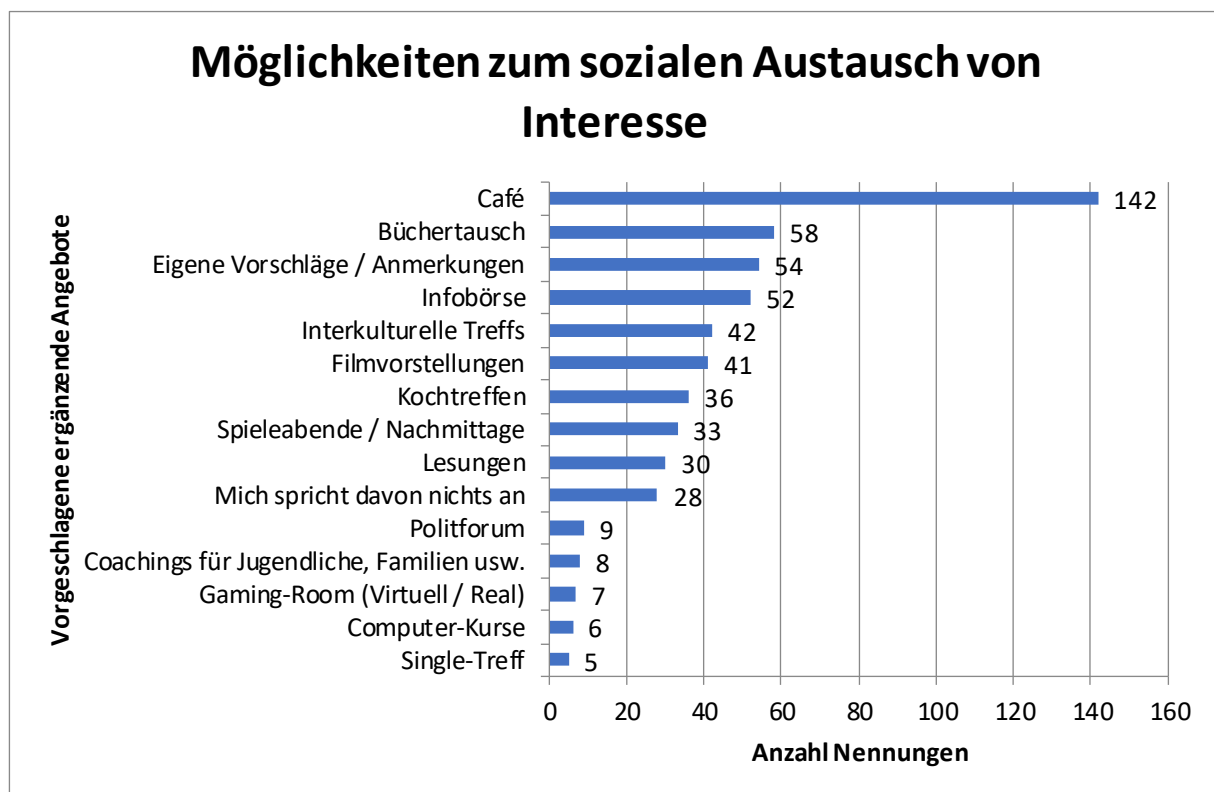


Abbildung 18: : Ergänzende soziale Angebote zum Angebot des täglichen Bedarfs

In einer offenen Frage konnten weitere Ideen formuliert werden. Hier gab es eine Vielzahl von unterschiedlichsten Antworten im Folgenden eine kleine Auswahl: « Stricktreff, Handarbeitstausch, Hilfe bei Fragen zu Handarbeiten; Repair-Werkstatttage; Ping Pong oder Billardtisch (Turniere oder Reservierbar); H.I.T. Training, Crossfittraining; Pflanzen und Samentausch; Kulturelle Veranstaltungen».

Mitwirkungsbereitschaft für die Projektweiterführung

Um die Mitwirkungsbereitschaft abzutasten wurden diverse Formen der Beteiligung bzw. des Engagements exploriert. Signifikant mit 106 Nennungen, also fast die Hälfte der Stichprobe ausmachend, war die freiwillige Mithilfe. Etwa ein Drittel kann keine Mithilfe anbieten. Jede*r dritte kann sich vorstellen, sich finanziell zu beteiligen. Drei von zehn gaben zudem ihre Kontaktdaten an (vgl. Abb. 19).

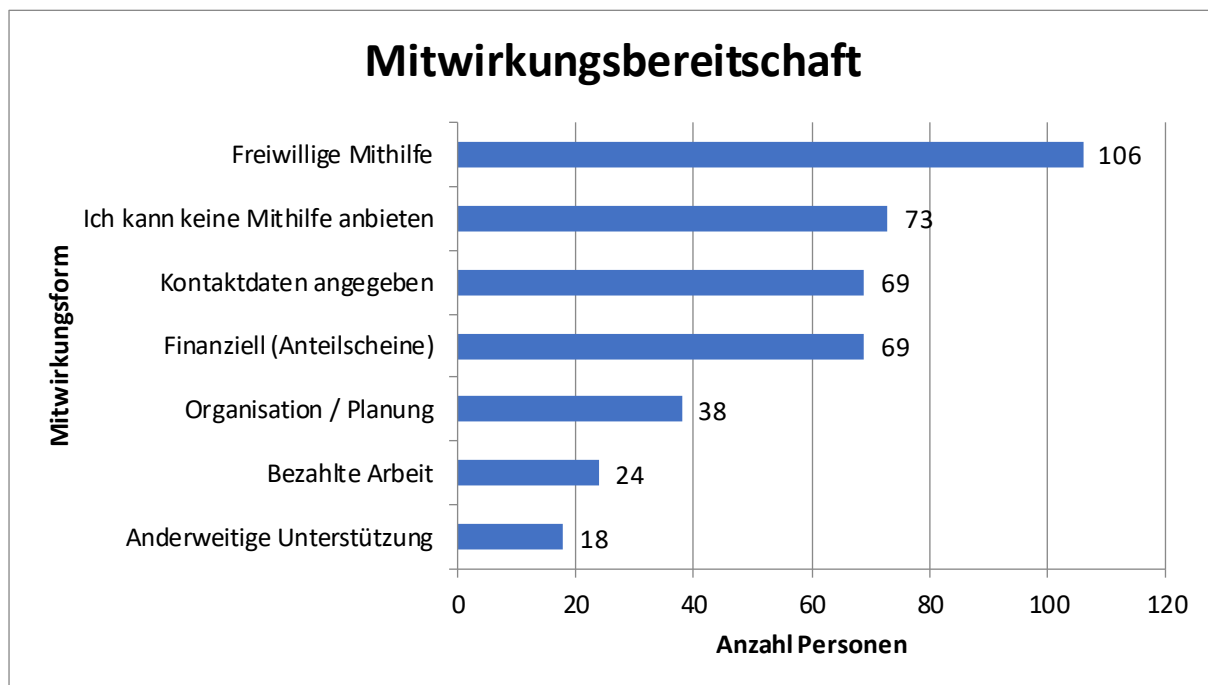


Abbildung 19: Varianten individueller Mitwirkungsbereitschaft (Mehrfachauswahl)

Es wurde zusätzlich folgende offene Frage gestellt: *(Mitwirkung anderes) Ich möchte auf anderen Wegen mitwirken, nämlich:*

Insgesamt gab es 20 Antworten zu dieser Frage. Fünf Personen gaben bei dieser Frage an im möglichen Quartierladen einkaufen zu gehen, um ihn auf diese Weise zu unterstützen. Zwei Personen würden für den Quartierladen mit Mund zu Mund Propaganda werben. Fünf weitere Personen würden sich bereiterklären Freiwilligenarbeit zu leisten. Vier Personen würden mit Ihrem fachlichen Know-How Unterstützung bei der Konstruktion eines solchen Ladens anbieten. Eine Person würde sich politisch engagieren und drei Personen sind noch Unschlüssig ob sie tatsächlich eine Mithilfe anbieten würden oder nicht. Zwei Personen interessieren sich für eine Gemeinnützige Gesellschaftsform wie beispielsweise eine Genossenschaft bei der sie sich finanziell beteiligen würden.

Abschliessend konnten die Befragten dem Projektteam noch andere Mitteilungen machen. Die Frage war folgendermassen formuliert: *Möchten Sie uns noch etwas zum Thema Quartierladen in Unterwindisch mitteilen?*

Zu dieser letzten Frage gab es sehr unterschiedliche Bemerkungen. Es gibt Quartierbewohner, die sich äusserst positiv zum Projekt äusserten und es beispielsweise als «Vorzeigeprojekt» oder als «eine gute Sache» betitelten. Es gab jedoch auch kritische Stimmen so wurde bemerkt, dass mit «Love ist the Answer» ein weiterer Quartierladen bestünde, welcher leider nicht in die Umfrage miteinbezogen wurde. Geteilt waren auch die Meinungen über den Volg. Einige Quartierbewohner/innen monierten dabei, dass sie mit dem Volg zufrieden seien und hoffen, dass er bleibt. Bemerkungen wie: «Volg abschaffen» zeigten hingegen ein anderes Bild. Viele äussersten sich auch zu den bestehenden Angeboten unter anderem vom Diesel-lokal oder von «Love is the Answer» und sprachen sich im Falle eines neuen Quartierladens für eine Kooperation mit den bestehenden Angeboten aus. Ausser einer Stimme, die ihren Wocheneinkauf sowieso in Brugg tätigen würde, war es Niemandem egal, was in Unterwindisch betreffend bestehenden Quartierläden und möglichen zukünftigen Quartierläden geschehen würde. Dies wurde an den verschiedensten Äusserungen mehr als deutlich, nur gingen die Meinungen wie bereits gesagt, stark auseinander.

4.3.4 Multivariate Häufigkeitsanalyse

Für die multivariate Analyse wurden jene Variablen aufeinander bezogen, bei welchen ein Zusammenhang vermutet wurde. In diesem Abschnitt werden die der Auswertung vorangegangenen Überlegungen dargelegt und die Ergebnisse beschrieben.

Die Variablen «Mitwirkungsbereitschaft», «Alter» und «Haushaltseinkommen» wurden genauer untersucht, weil herausgefunden werden sollte, welche Alters- und Einkommensgruppen am meisten interessiert oder in der Lage sind, das Projekt eines Quartierladens zu unterstützen. Diese Variablen wurden daher verglichen und nach Mitwirkungsart differenziert, und es ergab sich folgendes Bild:

Bereitschaft zur freiwilligen Mithilfe wurde von 40 Befragten gezeigt. Davon waren 33 Personen 36 Jahre oder älter. 28 dieser 33 sind Personen mit einem Haushaltseinkommen zwischen 6'001 und 15'000 CHF oder Gutverdiener (>15'000 CHF). Zwei Geringverdiener (< 4000 CHF) und ein/e Rentner*in mit <2400 CHF erklärten sich abweichend dazu bereit zur freiwilligen Mithilfe.

Für *Organisations- und Planungsarbeiten* sieht es ähnlich aus wie bei der freiwilligen Mithilfe. 28 von 35 Antwortenden sind wiederum 36 Jahre oder älter. Fünf Rentner*innen, ein/e Schüler*in und ein/e Student*in erklärten sich bereit, in dieser Form mitzuwirken. Dieselben Ein-

kommensgruppen, die im vorigen Abschnitt beschrieben wurden, machen den grössten Anteil (29 von 35) aus.

24 Befragte würden *bezahlte Arbeitseinsätze* leisten. Die grösste Bereitschaft zeigte die mittlere Einkommensgruppe 6'001-15'000 CHF (10 Personen), wobei die meisten zwischen 36 und 50 Jahren alt sind. Vier Personen unter <26 Jahren bekundeten zudem Interesse. Rentner*innen waren nicht interessiert. 69 Befragte würden sich *finanziell beteiligen, beispielsweise in Form von Anteilscheinen*. Mit zwei Ausnahmen sind die Antwortenden allesamt über 35 Jahre alt. 26 Befragte gehören zur mittleren Einkommensgruppe. Bei den Gutverdienern ist die Bereitschaft ebenfalls hoch (9 Personen), nimmt aber mit zunehmendem Alter ab. Über die Hälfte der Antwortenden ist zudem älter als 50 Jahre. Ebenfalls interessierte bei der Auswertung der vereinsmässige Organisationsgrad derjenigen Personen, welche Mitwirkungsbereitschaft signalisierten. Um das Vernetzungspotenzial festzustellen, sollte untersucht werden, ob dies vor allem Personen sind, welche bereits vereinsmässig organisiert bzw. anderweitig engagiert sind oder nicht. Die Ergebnisse werden getrennt nach Altersgruppen dargestellt, da es auch interessant ist, zu wissen, ob beispielsweise vor allem Ältere mit dem Projekt aktiviert würden. Insgesamt sind 110 Personen, welche sich bereits in einem Verein oder anderweitig engagieren bereit, in mindestens einer Form mitzuwirken (vgl. Abb. 20). Auch hier sind die Altersgruppen über 35 Jahren entsprechend dem Sample überermässig vertreten. Auffällig ist die hohe Anzahl älterer Personen ab 65 Jahren (28).

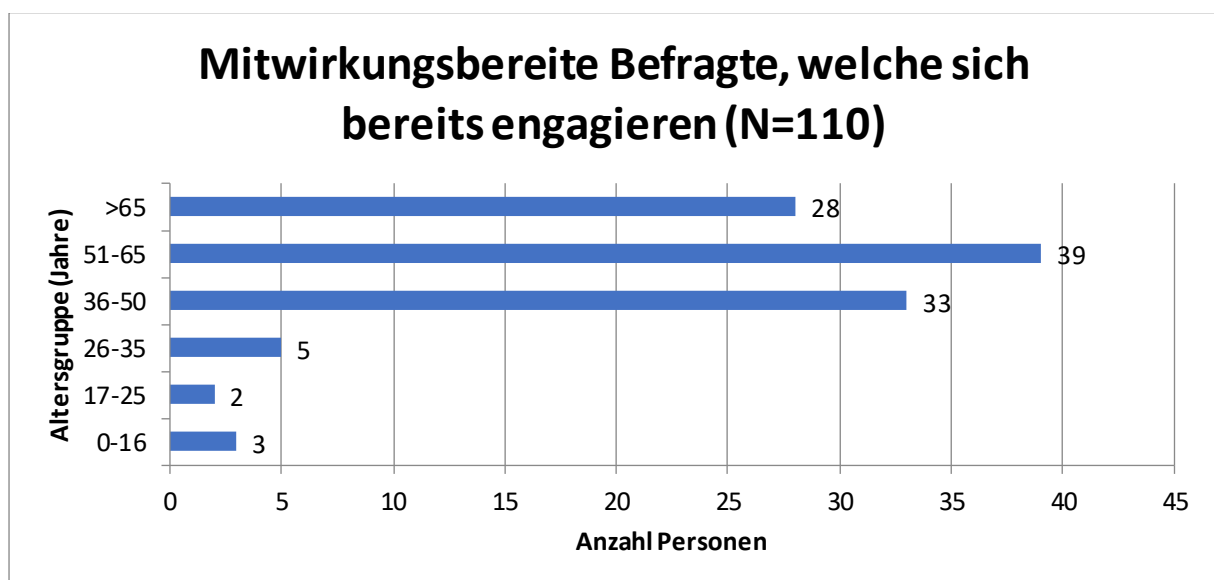


Abbildung 20: Mitwirkungsbereite Befragte mit bereits vorhandenem Engagement

38 Befragte gaben an, sich in mindestens einer Form engagieren zu wollen und noch nicht bereits engagiert zu sein (vgl. Abb. 21). Die Meisten sind zwischen 36 und 50 Jahren alt. Neun sind unter 36 Jahre alt. Adoleszente finden sich lediglich drei.

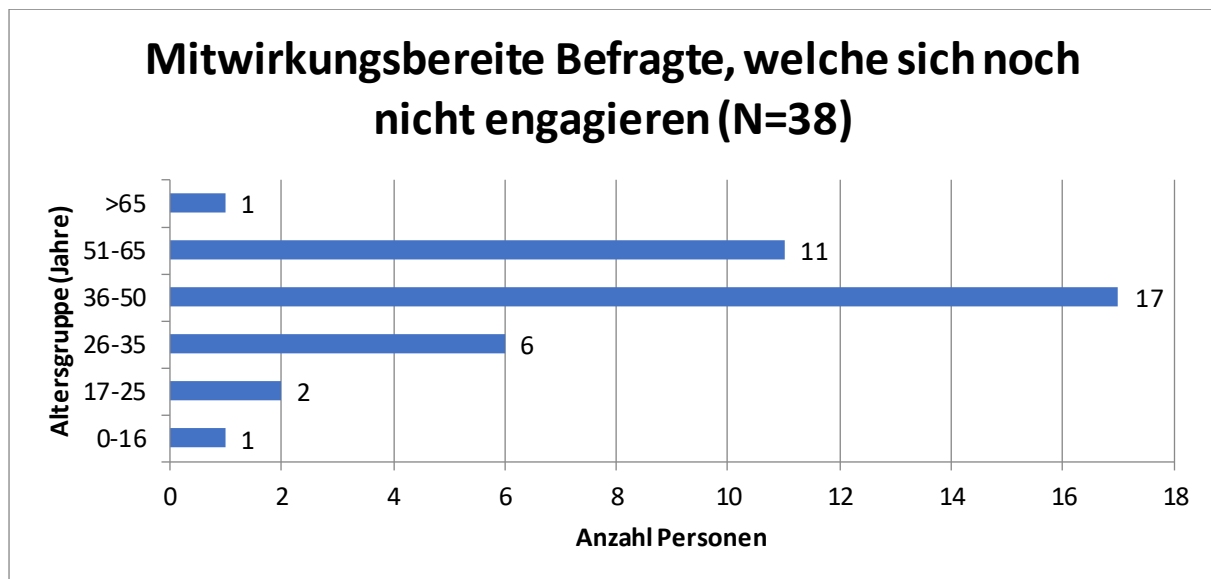


Abbildung 21: Mitwirkungsbereite Befragte ohne bereits vorhandenem Engagement

4.3.2 Interpretation der Ergebnisse

Der Standort des Volg wird allgemein als sehr gut befunden. Ein alternativer Standort wird nicht gewünscht.

Hinsichtlich des Angebotes kann klar Optimierungsbedarf beim Thema «Nachhaltigkeit» festgestellt werden. Insgesamt sind zudem, trotz gut erfüllter sozialer Bedürfnisse, die Einwohner*innen nicht abgeneigt, mindestens ein alternatives soziales Angebot im Quartierladen nutzen und unterstützen zu wollen. Die Vernetzungsbereitschaft ist hoch. 38 Personen sind zudem potenziell neu vernetzbar, was fast einem Fünftel der Befragten entspricht. Es konnte insgesamt also eine hohe Motivation und ein Vernetzungspotenzial exploriert werden, was auch der Zielsetzung im Auftrag zuträglich war.

Bei der gesamten Stichprobe fällt auf, dass sehr viele Befragte bereits entweder in einem Verein oder anderweitig engagiert sind. Auch die Vielzahl an individuellen genannten Tätigkeiten mit gemeinnützigem Charakter sprach für sich. Dies lässt auf eine sehr aktive Quartierbevölkerung schließen.

Insgesamt konnten nur sehr wenige Geringverdiener*innen und nur wenige junge Personen befragt werden. Zusammenfassend lässt sich mittels der Auswertung der Variablen «Haushaltseinkommen», «Alter» und «Mitwirkungsbereitschaft» sagen, dass die Mitwirkungsbereit-

schaft insgesamt bei denjenigen Personen hoch ist, die Stichprobenmässig auch den grössten Anteil vereinen: Personen zwischen 36 und 65 Jahren, welche ein Haushaltseinkommen von mindestens 6000 Franken aufweisen. Auch lässt sich feststellen, dass viele Rentner*innen mitwirkungsbereit sind, insbesondere bei der Frage nach finanzieller Beteiligung. Es lässt sich aufgrund der Merkmale der Befragten und der gemachten Zusammenhänge die Vermutung erhärten, dass gut gebildete, gutverdienende und langjährige Einwohner*innen zwischen 36 und 65 Jahren, aber auch Rentner*innen im Falle einer innovativen Neugestaltung des Quartierladens sich am ehesten beteiligen würden.

5 Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Folgend werden die oben dargestellten Ergebnisse für die Schlussfolgerungen zusammenfassend dargestellt, um anschliessend daraus abgeleitete Empfehlungen zu formulieren. Diese werden entlang den vier Hypothesen in vier Unterkapitel (vgl. Kap. 3.2.3) strukturiert.

5.1 Zusammenleben und sozialer Austausch im Quartier

Die Atmosphäre im Quartier Unterwindisch wurde in der Online-Erhebung von 131 von 160 Personen als sehr positiv beschrieben wobei die Quartierbevölkerung als «offen, tolerant und bunt gemischt» bezeichnet wurde (vgl. Kap. 4.3.3). Auch in den Interviews mit den Schlüsselpersonen wurde das Quartier mit äusserst positiven Merkmalen wie offen, innovativ und gut durchmischt beschrieben. Die Online-Erhebung zeigte, dass der grösste Teil der Befragten kein Erhöhtes Bedürfnis nach mehr Unterstützung (z.B. im Alltag durch Nachbarschaftshilfe) im Quartier haben (vgl. Kap. 4.3.3).

Der so erkennbare «Wohlfühlfaktor» im Quartier kann als wertvolle Ressource interpretiert werden. Diese Ressource ist wichtig in Bezug auf das grosse Interesse an einem freiwilligen Engagement für das Quartier resp. für einen anderen Quartierladen. Die Online-Erhebung unterstreicht diese Interpretation; fast die Hälfte der Befragten bieten ihre freiwillige Mitwirkung an einer möglichen Fortführung des Projektes an (vgl. Kap. 4.3.3). Die Bewohner*innen scheinen gut in das Quartierleben eingegliedert und aktiv mit dabei zu sein. Der Wunsch nach verstärkter Mitbestimmung, unterstreicht den lebhaften und aktiv-kommunikativen Charakter des Quartiers.

Laut einer Schlüsselperson kann die Quartierbevölkerung von Unterwindisch mit einer «Salad-Bowl» verglichen werden: Die Quartierbevölkerung besteht aus einer Vielzahl an unterschiedlichen Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen, welche in vielfältigen Wohnformen leben. Dabei gruppieren sich verschiedene Personen zusammen, welche sich untereinander sehr gut verstehen und unter sich bleiben. Eine Vermischung zwischen den jeweiligen Personengruppen geschieht dabei eher weniger (die Gruppen bleiben also in sich ziemlich konsistent). Analog dazu der Vergleich mit der «Salad-Bowl» bei welcher ein Salat mit vielen Zutaten auch in einer Schüssel immer noch ein Salat mit vielen einzelnen Zutaten bleibt. «Die Tomaten bleiben die Tomaten und sammeln sich alle unten in der Schüssel». In der Schüssel gibt es keinen Einheitsbrei bzw. keine Suppe. Dabei bleibt die Frage offen, ob diese nicht-Vermischung der Personengruppen ein Problem für die Quartierbevölkerung darstellt oder nicht. Laut zwei Schlüsselpersonen wurden bereits grosse Bemühungen geleistet, um Personengruppen aus anderen Teilen des Quartiers bei Veranstaltungen und Aktivitäten

mit einzubeziehen, dies jedoch nur mit geringem Erfolg. Diese Frage lässt sich auch anhand der Online-Erhebung nicht abschliessend beantworten. Es konnte jedoch erfasst werden, dass 95 von 221 Personen sich wünschten, ihre Netzwerke im Quartier zu erweitern, was eine gewisse Offenheit und Kontaktfreudigkeit interpretieren lässt.

Die Interpretation der Ergebnisse aus den Leitfadeninterviews und der Online-Erhebung lassen darauf schliessen, dass ein grosser Teil der Quartierbevölkerung sich aufgrund der Nachbarschaft sehr wohl im Quartier fühlt und daher bereits Kontakte bestehen, um sich z.B. im Alltag Unterstützung zu holen oder sich auszutauschen (vgl. Kap. 4.3.3). Dies wurde zudem in der Zeit des «Shutdowns» während der akuten Phase der COVID-19 Pandemie deutlich: Der Ladenbesitzer des Quartierladens «Love is the Answer» stellte in kürzester Zeit unter dem Namen «Onkel B.» eine Nachbarschaftshilfe auf, von welcher das gesamte Quartier profitieren konnte. Daher scheint es angezeigt, diese bereits bestehenden sozialen Kontakte, welche ein stabiles Netz an sozialen Strukturen zu tragen vermögen, weiterhin zu pflegen und zu erweitern. Sie stellen eine grosse Ressource des Quartiers dar und sollten bei der Weiterführung dieses Projektes genutzt werden.

Ein besonderer Fokus gilt dabei Personengruppen in Teilen des Quartiers, welche bis anhin noch nicht regelmässig an bereits bestehenden Aktivitäten und Events teilnehmen konnten oder wollten (z.B. Personengruppen im Umfeld der Dammstrasse.) Eine Möglichkeit, den sozialen Austausch mit diesen Personengruppen zu stärken, wäre ein Brückenschlag mit Hilfe von bestimmten (Schlüssel-)Personen, welche bereits Kontakte in unterschiedlichen Personengruppen haben, konkret auch im Umfeld der Dammstrasse und im Umfeld des Kunz-Areals. So zum Beispiel eine Person der Auftraggeberschaft: Sie lebt auf dem Kunz-Areal, bewirtschaftet jedoch ausserhalb dieses Quartierteiles ein Gartenbeet, welches von weiteren Quartierbewohner*innen, aus anderen Teilen des Quartiers genutzt wird. Solche Personen könnten als Informant*innen und Brückenbauer*innen zwischen unterschiedlichen Gruppen fungieren. Neue Personen können an bereits etablierten Veranstaltungen teilnehmen oder neue Aktivitäten können so gestartet werden. Dabei können die bereits bestehenden Angebote wie die Restaurants «Kurve» oder «Löwen», das Café der Stiftung FARO, die Veranstaltungen im Diesellokal oder beim Laden «Love is the Answer» genutzt werden. Wichtig scheint dabei, dass Informationen über die genannten Angebote für das gesamte Quartier zugänglich sind (auch Personen, die nicht über den E-Mail Verteiler des Quartiervereins oder dessen Website erreicht werden können).

Empfehlungen konkret:

- Bestehende soziale Austauschgefässe, wie «Kurve» oder «Löwen», das Café der Stiftung FARO und Veranstaltungen im Diesellokal sowie beim Laden «love ist the answer» sollten weitergeführt werden.

- Brückenbauer*innen aus unterschiedlichen Personengruppen sollten für die Erweiterung der Netzwerke, vor allem in weniger erschlossenen Quartierteilen, eingesetzt werden.
- Das aktive Zugehen auf unterschiedliche Personengruppen sollte weitergeführt und verstärkt werden.
- Informationen zu Quartiersveranstaltungen sollten breit und mit Hilfe unterschiedlichen Medien gestreut werden (z.B.: Mund-zu-Mund Propaganda, Flyer, E-Mail-Verteiler Quartierverein, Aushang in den Restaurants «Kurve» und «Löwen» und bei FARO sowie «Love is the Answer»).
- Bei einer Durchführung dieses Projektes sollte die gesamte Quartierbevölkerung transparent und von Beginn an informiert werden (mögliche Medien siehe vorgängiger Punkt). Gleichzeitig kann an die starke Ressource des Quartiers angeknüpft und zur (freiwilligen) Mithilfe aufgerufen werden.

5.2 Der Quartierladen

Die Ergebnisse zeigen, dass der aktuelle Standort des Quartierladens optimal ist (vgl.kap.4.3.3). Der Laden kann mit seiner Grösse und dem vorhandenen Sortiment den Grundbedarf der Quartierbevölkerung decken. Die Antwortenden erkannten den Kompromiss hinsichtlich örtlicher Nähe und Verfügbarkeit vs. Breite, Menge und Preis des Produktangebotes, welchen ein solcher Laden eingehen muss und akzeptiert diesen weitgehend. Wichtig ist jedoch, dass ein Laden mit einem Grundsoriment für den täglichen Gebrauch, im Quartier bestehen bleibt (vgl. Kap. 4.3.3)

Im Quartier gibt es einen weiteren Laden namens «Love is the Answer», welcher diversere, handverlesene Produkte anbietet, jedoch nicht beabsichtigt, mit seinem Sortiment die Rolle eines klassischen Lebensmittel-Grundversorgers zu erfüllen. Der Ladenbesitzer von «Love is the Answer» beschreibt die Co-Existenz der beiden Quartierläden als positiv und unterstützt ein Fortbestehen eines Lebensmittelladens, auch in angepasster Form, da die beiden Unternehmungen sich mit ihren Rollen ergänzen.

Eine Umfrage, welche laut dem Quartierverein vor einiger Zeit im Diesellokal stattfand, deutete auf ein vermehrtes Bedürfnis nach Bio-Produkten hin. Dieses wurde vom «Love is the Answer»-Laden zu einem gewissen Teil umgesetzt, indem dort nun ein handverlesenes Sortiment an Bio-Trockenprodukten zur Verfügung steht.

Die Online-Erhebung dieses Projektes zeigt jedoch auf, dass das Bedürfnis nach Bio noch nicht gedeckt ist und der Wunsch von vielen Antwortenden besteht, auch Milch- und Fleischprodukte sowie Gemüse in Bioqualität im Quartier kaufen zu können. Laut den Informationen

von «Love is the Answer», ist eine Ausweitung des Bio-Sortimentes im eigenen Laden auf jene Frischprodukte aktuell nicht geplant. Diese Informationen und Erkenntnisse lassen darauf schliessen, dass frische Bio-Produkte am besten durch einen klassischen Lebensmittel-laden, wie dies der Volg ist, angeboten werden sollten.

Die Vertretungsperson des aktuellen Volg-Quartierladens, nennt im Schlüsselpersoneninter-view eine grundsätzliche Möglichkeit der Sortimentsanpassung, äussert jedoch gleichermas-sen die Befürchtung, dass Bio-Produkte oft gefordert, jedoch nach Einföhrung nicht genögend gekauft werden würden. Eine grundsätzliche Offenheit gegenüber dem Bio-Bedarf wurde jedoch nicht dementiert, besonders wenn dieser von einer grösseren Anzahl Perso-nen geäussert werden würde. Da nun durch die Online-Erhebung dieses Projektes eine klare und auch bedeutend grosse Anzahl möglicher Bio-Konsument*innen vorlegt, kann dies nochmals als Argumentationsbasis für eine mögliche Sortimentsumstellung herbeigezogen werden. Denkbar wäre eine Pilotphase mit einigen Bio-Produkten, um das reale Einkaufs-verhalten zu prüfen. Ginge es um einen komplett neuen Laden, sollte die Produktpalette überwiegend auf Bio eingestellt werden. Weiterreichende Überprüfungen und Überlegungen zu der Ladenfunktion sollten, wenn nötig, von Professionellen aus (markt)wirtschaftlichen Bereichen geleistet werden.

Empfehlungen konkret:

- Ein Quartierladen mit klassischer Grundversorger-Rolle sollte dringend fortbestehen.
- Der aktuelle Standort ist für einen Quartierladen optimal und sollte bei einer Neukon-ziplierung nach Möglichkeit beibehalten werden.
- Eine Co-Existenz des Quartierladens (Volg oder eine neue Form) und «Love is the Answer» ist möglich und erwünscht, da die jeweiligen Läden eine andere Rolle erfül-len.
- Eine Erweiterung der bestehenden Produktpalette von Volg auf mehr Bio soll noch-mals überprüft werden.
- Bei einer Neukonziplierung eines Quartierladens sollte sich die Produktpalette mög-lichst auf ein biologisches Angebot stützen und auf Frische Wert legen. Denkbar sind zudem Unverpackt-Angebote.

5.3 Verbindung von Quartierladen und Formen des sozialen Austausches

Eine diesem Projekt zugrunde liegende Hypothese beschreibt den Quartierladen als Ort der Identifikation und des sozialen Austausches (vgl. Kapitel 3.2.3). Anhand den Leitfadenterviews und der Online-Erhebung wurde eine Prüfung dieser Hypothese, also eine Prüfung des Bedürfnisses nach erhöhtem sozialem Austausch in Verbindung mit einem Quartierladen, vorgenommen.

Sowohl die Aussagen aus den Interviews mit den Schlüsselpersonen als auch die Antworten aus der Online-Erhebung, konnten die Bedeutung des Quartierladens Volg als Grundversorger und als Ort der Identifikation bestätigen. So äussert ein Grossteil der Befragten Personen aus der Online-Erhebung die Hoffnung, dass der Volg als Anbieter eines Grundsortimentes im Quartier bestehen bleibt (vgl. Kapitel 4.3.3). Um den Laden jedoch für die gesamte Quartierbevölkerung attraktiver zu gestalten und dabei einen Ort des sozialen Austausches zu ermöglichen, wurden unterschiedliche Formen der Ausgestaltung geprüft. Es zeigte sich, dass das Weiterbestehen des Volgs noch nicht geklärt ist und auch weiterhin ungewiss bleibt. Diese Tatsache beeinflusst die Ausarbeitung der Ergebnisse und die darauffolgenden Empfehlungen stark. Aus diesem Grund wird hier zum einen auf die Empfehlungen eingegangen, falls der Volg weiterhin bestehen bleibt und zum anderen werden Empfehlungen ausgearbeitet, für den Fall einer Konzeptualisierung eines von Grund auf neuen Quartierladens.

Im Interview mit der Vertretungsperson der Volg AG wurde deutlich, dass das Konzept des Volg-Ladens die Integration eines zusätzlichen Angebotes (sei es ein Café, Veranstaltungen, etc.) nicht zulässt. Der Volg bleibt in seiner Form als Einkaufsladen für den täglichen Grundbedarf bestehen. Möglichkeiten bestünden lediglich für ein zusätzliches Angebot (z.B. ein Café) in anliegenden Räumlichkeiten zu dem Volg. Diese Angebote müssten jedoch ausserhalb des Volg-Konzeptes bestehen, von freiwilligen oder privaten Trägern geführt und finanziert werden und dürfte nicht in Konkurrenz mit dem Angebot des Volgs stehen. Sind diese Punkte gewährleistet, so könnte ein zusätzliches Angebot auch neben einem Volg existieren und sich im besten Fall gegenseitig begünstigen.

Bei einem möglichen Wegzug des Volgs scheint es für die Quartierbevölkerung zentral, weiterhin einen Quartierladen zu haben, welcher ebenfalls ein Grundsortiment für den täglichen Bedarf abdecken kann. Bei einer Neukonzipierung gäbe es dementsprechend mehr Möglichkeiten, den Quartierladen mit einem Angebot zum sozialen Austausch zu ergänzen. Sowohl die Interviews mit den Schlüsselpersonen als auch die Online-Erhebung zeigten auf, dass im Quartier bereits ein grosses Angebot zu Treffpunkt- und Austauschmöglichkeiten besteht. So zum Beispiel bietet der Spezialitätenladen «Love is the Answer» unter anderem Weidegus-

tationen, Lesungen und Literaturtreffs für die Quartierbevölkerung an. Der Quartierverein organisiert regelmässige Veranstaltungen und im Diesellokal etablierte sich das «Dieselcafé». Obwohl bereits die beiden Restaurants «Kurve» und «Löwen», sowie die Stiftung FARO und das eben genannte «Dieselcafé» die Funktion eines Cafés übernehmen (könnten), nannten 142 von 221 Personen bei der Online-Erhebung, dass sie ein Café als ergänzendes Angebot neben einem Quartierladen begrüßen würden (vgl. Kapitel 4.3.3), dies in Kombination mit frischen Backwaren. 58 beziehungsweise 52 Nennungen erhielten die Angebote «Büchertausch» und «Infobörse» als soziales Austauschgefäss neben einem Laden (vgl. Kapitel 4.3.3). Weitere häufige Nennungen waren der Wunsch nach interkulturellen Treffs, Filmvorstellungen und einer Postabgabestelle. Die genannten Angebote könnten mit Hilfe einer weiteren Umfrage ausgelotet werden, um eine Entscheidung auf eines der Angebote zu fällen. Es bietet sich jedoch an, mehrere Angebote alternierend am gleichen Standort anzubieten. Dies hängt eng mit dem zukünftigen Standort und den zur Verfügung stehenden räumlichen, finanziellen und personellen Ressourcen zusammen. Die finanzielle und personelle Tragbarkeit konnte bereits mit Hilfe der Online-Erhebung exploriert werden und wird in den Empfehlungen zu «Networking» verdeutlicht (siehe nächstes Kapitel). Die genannten Angebote wie ein kleines Café, Infobörse, Postabgabestelle, Büchertausch, Filmvorstellungen oder interkulturelle Treffs, unabhängig ob sie neben dem bestehenden Konzept des Volgs oder Teil eines neuen Ladenkonzeptes sind, sollen nicht in Konkurrenz stehen mit bereits bestehenden Angeboten (von «Kurve», «Löwe», FARO, «Love ist the Answer», etc.). Dies wurde als zentrales Anliegen der Quartierbevölkerung und Betreiber*innen der bestehenden Angebote deutlich. Neue Konzeptionen sollen in Kooperation und Abstimmung ergänzend zu bereits bestehenden Angeboten aufgebaut werden.

Sowohl bei einem Weiterbestehen des Volgs, als auch bei einer Neukonzipierung des Quartierladens, kann eine Prüfung einer Infobörse, bzw. einer Infowand eingeleitet werden. Die Infowand kann als Knotenpunkt, bzw. Infobörse fungieren, wobei auf aktuelle Anlässe und Veranstaltungen im Quartier aufmerksam gemacht wird (analog zur Website des Quartiervereins). Die Infowand wäre dabei auch für Personen, die nicht die Internetseite des Quartiervereins konsultieren oder diese nicht kennen, zugänglich. Zudem ist eine Infowand für jede*n zugänglich, das heisst: Personen aus dem Quartier, auch Einzelpersonen, können Aushänge an der Infowand vornehmen (z.B. für Nachbarschaftshilfe) und so eine grosse Anzahl an Personen erreichen (potenziell alle Quartierladen-Besuchende).

Empfehlungen konkret bei Weiterbestehen des Volgs:

- Eine Prüfung zur Möglichkeit einer oben beschriebenen Infowand im Volg, alternativ bei bestehenden Lokalitäten im Quartierszentrum, ist angezeigt. Punktuell betreut durch Freiwillige aus der Quartierbevölkerung.

- Durch die Infowand können bestehende Angebote und Veranstaltungen (von «Kurve», «Löwe», Stiftung FARO, «Love ist the Answer», etc.). beworben und für alle Quartierbewohnenden ersichtlich gemacht werden.
- Die Infowand sollte allen Quartierbewohnenden zugänglich sein. Diese könnten dadurch eigene Aufrufe oder Veranstaltungen aushängen (z.B. Nachbarschaftshilfe).
- Die Möglichkeit einer Postabgabestelle im Volg wobei sowohl Pakete aufgegeben als auch abgeholt werden können sollte geprüft werden.
- Um dem Wunsch nach einen Büchertausch nachzugehen, könnte eine kleine Räumlichkeit gesucht werden (Telefonkabine oder nicht genutzter Raum einer Lokalität). Der Büchertausch könnte ohne dauerhafte Betreuung funktionieren. Für die punktuelle Betreuung können Freiwillige aus der Quartierbevölkerung angefragt werden.
- Zusätzliche Räumlichkeiten für ein Café sollen geprüft werden (Achtung: bereits bestehende Angebote in der Konzipierung beachten).

Empfehlungen konkret bei Neukonzipierung eines Quartierladens:

- Der Quartierladen sollte ein Grundsortiment für den täglichen Bedarf beinhalten und eine Infowand (Ausgestaltung siehe oben).
- Die Möglichkeit einer Postabgabe- und Aufgabestelle sollte bereits in der Konzeptphase geprüft werden.
- Zusätzlich sollten innerhalb des neuen Ladens Räumlichkeiten zu Verfügung stehen, um Kaffee und frisches Gebäck anbieten zu können (Öffnungszeiten und Angebot müssen mit bereits bestehenden Lokalitäten abgeglichen werden).
- Der neue Laden könnte die Idee des Büchertausches in seinem Konzept integrieren und eine räumliche Möglichkeit dazu bieten.
- Die sozialen Austauschgefässe sollten alternierend anhand der Bedürfnisse der Quartierbevölkerung angeboten werden (Filmvorstellungen oder interkulturellen Treffs)
- Inputs und Ideen für Veranstaltungen aus der Quartierbevölkerung sollten aufgenommen werden. Eine Möglichkeit dazu bieten «offene Tage», an welchen keine Veranstaltung geplant wird, bzw. diese der Quartierbevölkerung offenstehen.

5.4 Networking

Anhand der Online-Erhebung wurde ein hohes Ausmass an Mitwirkungsbereitschaft am Aufbau und der Gestaltung des Quartierladens seitens der Quartierbevölkerung deutlich. Fast die Hälfte der Antwortenden (106 Personen) erklären sich zur Freiwilligenarbeit bereit. Rund 70 Personen würden das Projekt finanziell unterstützen. Viele dieser Personen haben ihre Kontaktdaten angegeben, um vom Quartierverein zwecks der weiteren Zusammenarbeit am

Thema Quartierladen kontaktiert werden zu können. Hier besteht somit eine gute Basis, um ein Netzwerk aus finanziellen und personellen Ressourcen zu knüpfen, womit die in den vorherigen Kapiteln beschriebenen Empfehlungen ermöglicht werden können.

Die Vertretungsperson der vor Ort ansässigen FARO-Stiftung deutete im Schlüsselpersoneninterview auf ein grosses Interesse an Kooperationen innerhalb des Quartiers an. Dieses Anliegen liesse sich mit der Tatsache, dass die Vertretungsperson der Volg AG (aktuelle Betreiberin des Quartierladens) im Interview äusserte, bereits anderenorts mit Stiftungen oder der IV arbeitsintegrativ zu kooperieren, verknüpfen. Eine mögliche Kooperation wurde auch im Fall vom Standort Unterwindisch als plausibel erklärt. Diese mögliche Synergie könnte die Bedeutung des aktuell bestehenden Quartierladens durch dessen arbeitsintegrative Funktion erhöhen, wodurch zukünftige finanzielle Investitionen in das Fortbestehen des Volg Unterwindisch an Argumentationsstärke gewinnen könnten. Diese Option müsste jedoch von beiden Seiten, besonders im Hinblick auf die Verteilung der Verantwortlichkeiten, noch geprüft werden.

Empfehlungen konkret:

- Die gesammelten Kontaktdaten aus der Quartierbevölkerung sollten als Ressource für finanzielle und/oder personelle Unterstützung für die Weiterführung des Projektes genutzt werden.
- Eine Kontaktknüpfung zwischen der Stiftung FARO und der Volg AG zwecks Prüfung einer Kooperation in Bezug auf integrative Arbeitsplätze sollte aktiv aufgegleist werden.

6 Kritische Würdigung

Im Folgenden wird der Projektverlauf mit seinen Ergebnissen aus einer Metaperspektive kritisch beleuchtet, um dabei Stärken sowie blinde Flecken aufzuzeigen. Dies dient einerseits der Selbstreflexion des Projektteams, andererseits erlaubt dies bei einer Weiterführung des Projektes bereits bekannte Lücken mitzudenken.

Der Projektauftrag stellte sich als sehr offen formuliert dar, was Auswirkungen auf den gesamten Projektverlauf hatte. Dies war einerseits spannend und besonders für den Aushandlungsprozess lehrreich, brachte jedoch viele Unsicherheiten mit sich. Die Konkretisierung des Auftrages verlängerte die Konzeptphase und liess weniger Ressourcen für die Erhebungsphase frei. Dadurch verschob sich Letztere weiter in die Sommersaison als ursprünglich geplant. Der Rücklauf war - trotz der Durchführung in den Sommerferien - mit 221 vollständig ausgefüllten Fragebögen überraschend gut.

Die Situation des Volg Quartierladens war durchgehend offen. Wie lange wird er bestehen bleiben? Unter welchen Bedingungen ja, unter welchen nicht? Dies erschwerte die Erarbeitung von Empfehlungen, da nicht bekannt war, ob etwas Bestehendes angepasst oder etwas Neues konzeptualisiert werden soll. Daher sind die Empfehlungen über beide Szenarien gestreut.

Das hohe Engagement und Interesse in Bezug auf das Projekt «Ein Quartierladen für Unterwindisch» sowohl aus der Quartierbevölkerung als auch des Quartiervereins war für das Projektteam spürbar vorhanden und wirkte durchgehend motivierend. Gleichzeitig wurde durch Rückmeldungen sichtbar, dass eine Untersuchung wie sie in diesem Projekt durchgeführt wurde, auch eine Intervention ist, welche in die Lebenswelt der Bevölkerung eingreift und Emotionen auslösen kann. Auch jene Rückmeldungen wurden wahrgenommen und konnten adressiert werden. Sie lieferten für den weiteren Projektverlauf wertvolle Erkenntnisse und flossen in die Formulierung der Empfehlungen ein.

Das gewählte methodische Vorgehen war mit der Durchführung von zwei Erhebungen (leitfadengestützte Interviews sowie Online-Erhebung) für die breite Fragestellung zwar passend gewählt, versetzte das Projektteam jedoch zunehmend in eine Zeitknappheit.

Die Online-Erhebung konnte zu einem grossen Teil Mitglieder des Quartier- sowie Dieselvereins erreichen. Es wird davon ausgegangen, dass Personen, welche in diesen Vereinen Mitglied sind, dadurch eine stärkere Vernetzung im Quartier wahrnehmen. Das Vernetzungsgefühl wurde insgesamt als gut angegeben, was insgesamt die Frage aufkommen lässt, ob eher Personen durch die Umfrage erreicht wurden, welche sowieso bereits gut vernetzt sind. Dies würde bedeuten, dass Personen, welche nicht so stark eingebunden sind, eventuell nicht in befriedigender Weise erreicht werden konnten.

7 Ausblick

Das vorliegende Projekt dient mit seinen Ergebnissen und Empfehlungen als Grundlage für die konkrete Konzeptualisierung eines zukünftigen Quartierladens für Unterwindisch. Es wurde ein Einblick in die Bedürfnisse der Quartierbevölkerung ermöglicht, welche richtungweisend für die zukünftige Form des Ladens sein sollen. Der gesamte Bericht wird dem Quartierverein als Argumentarium übergeben. Des Weiteren wurden Kontaktdaten von mitwirkungsbereiten Personen gesammelt, welche dem Quartierverein zur Verfügung gestellt werden. Anhand dieser, kann das Projekt unter Zusammenarbeit mit der Quartierbevölkerung weiterverfolgt werden. Empfehlungen zur Zusammenarbeit mit Freiwilligen aus der Quartierbevölkerung wurden bereits im Kapitel 5.1- 5.4 formuliert. Zudem wurde vom Quartierverein bereits ein Anlass zur Vorstellung der vorliegenden Resultate und zur Bildung von Arbeitsgruppen zwecks Weiterführung des Projektes angekündigt.

Im Rahmen der Interviews wurden explorative Gespräche mit der Stiftung FARO sowie der Volg AG geführt, welche eine mögliche Kooperation bezüglich integrativen/geschützten Arbeitsplätzen anzeigen. Aus Sicht der Sozialen Arbeit wäre die gezielte Aufgleisung einer solchen Kooperation äusserst begrüssenswert und sollte dringend weiterverfolgt werden.

8 Literatur- und Quellenverzeichnis

- Blöbaum, Bernd/Nölleke, Daniel/M.Scheu, Andreas (2016). Das Experteninterview in der Kommunikationswissenschaft. In: Averbeck-Lietz, Stefanie/Mayen Michael (Hg.) (2016). Handbuch nicht standardisierte Methoden der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer. S. 175-190.
- Bogner, Alexander/Wolfgang, Menz (2009). Das theoriegenerierende Experteninterview. In: Bogner, Alexander/Beate, Littig/Wolfgang Menz (Hg.) (2009b). Experteninterviews. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 61-98.
- Bogner, Alexander (2002). Das Experteninterview – Theorie, Methode, Anwendung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bullinger, Hermann / Nowak, Jürgen (1998). Soziale Netzwerkarbeit. Eine Einführung für soziale Berufe. Freiburg im Breisgau: Lambertus Verlag.
- Bundesamt für Statistik. Statistik über die Wohnverhältnisse bzw. Bewohnertypen der bewohnten Wohnungen (2019). URL: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bauwohnungswesen/wohnungen/wohnverhaeltnisse/mieter-eigentuemer.html> [Zugriffsdatum: 13. August. 2020]
- Deinet, Ulrich / Krusch, Richard (2009) Befragung von Schlüsselpersonen. In: sozialraum.de. Ausgabe 1/2009. URL: <https://www.sozialraum.de/befragung-von-schluesselpersonen.php> [Zugriffsdatum: 12.04.2020]
- Diekmann, Andreas (2018). 12.Aufl. Empirische Sozialforschung. Grundlagen – Methoden – Anwendung. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Diekmann, Andreas (1998). Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. 4. Auflage. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Einwohnergemeinde Windisch (2019). Rechnung 2018. URL: http://www.windisch.ch/dl.php/de/5cdc066656140/06.19._Rechnung_2018.pdf [Zugriffsdatum: 10.4.2020]
- Elias, Norbert (1997). Über den Prozess der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen. Erster Band. Wandlungen des Verhaltens in den weltlichen Oberschichten des Abendlandes. 1. Auflage. Amsterdam: Suhrkamp Taschenbuch Verlag.

Geiser, Kaspar (2015). Problem- und Ressourcenanalyse in der Sozialen Arbeit. Eine Einführung in die Systemische Denkfigur und ihre Anwendung. 6. korrigierte Auflage. Freiburg i. Br.: Lambertus Verlag.

Gemeinde Windisch. Wohnen statt Spinnen. (2020.). URL:
https://www.ag.ch/de/verwaltung/bvu/raumentwicklung/baukultur_im_aargau/windisch_kunz_areal/windisch_kunz_areal.jsp [Zugriffsdatum: 13. August 2020].

Gemeinde Windisch (2020). Rechnung 2019. URL:
http://www.windisch.ch/dl.php/de/5d81e992de8ec/10.23._Budget_2020.pdf
[Zugriffsdatum: 10.4.2020]

Gemeinde Windisch (o.J.). Kennzahlen und Fakten der Gemeinde Windisch. URL:
<http://www.windisch.ch/de/portrait/gemeindeinzahlen/finanzkennzahlenwindisch/>
[Zugriffsdatum: 10.4.2020]

Jonkisz, Ewa/Moosbrugger, Helfried/Brandt, Holger (2012). Planung und Entwicklung von Tests und Fragebogen. In: Moosbrugger, Helfried/Kelava, Augustin (Hrsg). Testtheorie und Fragebogenkonstruktion. 2. aktualisierte und überarbeitete Auflage. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag. S. 27-72.

Kantonale Baustatistik Aargau (2020.). URL:
https://www.ag.ch/de/dfr/statistik/statistische_daten/statistische_daten_details/dynamische_detailseite_10_95873.jsp [Zugriffsdatum: 13. August 2020].

Kantonale Bevölkerungsstatistik Aargau (2019.). URL:
https://www.ag.ch/de/dfr/statistik/statistische_daten/statistische_daten_details/dynamische_detailseite_10_95681.jsp [Zugriffsdatum: 13. August 2020].

Kuckartz, Udo (2012). Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. Weinheim und Basel. Beltz Juventa.

Loosen, Weibke (2016). Das Leitfadeninterview – eine unterschätzte Methode. In: Averbek-Lietz, Stefanie/Mayen Michael (Hg.) (2016). Handbuch nicht standartisierte Methoden der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer. S. 139-155.

Marx-Forumseintrag zum Thema «Individuum» mit Marx-Auszügen (o.J.). URL: https://marx-forum.de/marx-lexikon/lexikon_ij/individuum.html [Zugriffsdatum: 13. August 2020].

Mayring, Franz (1995). Einführung in die qualitative Sozialforschung. Weinheim und Basel: Beltz Juventa.

Metron «RAUM BRUGG WINDISCH Grundlagenbericht Analyse» (2013.). URL:
http://www.raumbruggwindisch.ch/domains/raumbruggwindisch_ch/data/free_docs/ber_analyse_130223_klein_def_2.pdf [Zugriffsdatum: 13. August 2020].

- Möhring, Wiebke/Schlütz, Daniela (2019). Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung. 3. vollständig überarbeitete Auflage. Wiesbaden: Springer VS.
- Müller, Janine (2018). «Windisch könnte sich besser verkaufen» — die Pläne des designierten Einwohnerratspräsidenten. Erschienen am 16. Januar 2018. In: Aargauer Zeitung. URL: <https://www.aargauerzeitung.ch/aargau/brugg/windisch-koennte-sich-besser-verkaufen-die-plaene-des-designierten-einwohnerratspraesidenten-132090143> [Zugriffdatum: 14. August 2020].
- Protokoll Erstgespräch Projektgruppe HSA FHNW mit Auftraggeberschaft Quartierverein Unterdorf (2020). Durchgeführt über Videoanruf am 19.03.2020 um 13:00 Uhr.
- Quartierverein Unterdorf (2015). Tausendundeins. Erhalt unseres Quartierladens. Windisch: Quartierverein Unterdorf.
- Reinecke, Jost (2019). Grundlagen der standardisierten Befragung. In: Baur, Nina/Blasius, Jörg (Hrsg.) Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS. S. 716-734.
- Raumentwicklungsbericht Kunz-Areal (o.J.). URL: https://www.ag.ch/de/verwaltung/bvu/raumentwicklung/baukultur_im_aargau/windisch_kunz_areal/windisch_kunz_areal.jsp [Zugriffdatum: 13. August 2020].
- Soziale Dienste Windisch (2020). Soziale Angebote Region Windisch. URL: <http://www.windisch.ch/de/soziales/sgfamilie/> [Zugriffdatum: 14. August 2020].
- Stein, Petra (2019). Forschungsdesigns für die quantitative Sozialforschung. In: Baur, Nina/Blasius, Jörg (Hrsg.) Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS. S. 125-142.
- Stövesand, Sabine/Stoik, Christoph (2013). Gemeinwesenarbeit als Konzept der Sozialen Arbeit – eine Einleitung. In: Stövesand, Sabine/Stoik, Christoph/Troxler, Ueli (Hrsg.). Handbuch Gemeinwesenarbeit. Traditionen und Positionen, Konzepte und Methoden. Deutschland-Schweiz-Österreich. Leverkusen-Opladen: Verlag Barbara Budrich. S.14-30.
- Strassburger Gaby / Judith Rieger (2019). Partizipation Kompakt. 2. Auflage. Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Surveymonkey.de (o.J). URL :<https://www.surveymonkey.de/mp/vor-und-nachteile-einer-online-befragung/> [Zugriffdatum: 10.08.2020]

Ehrenwörtliche Erklärung

Projekttitle / Untertitel:

Quartierladen Unterwindisch

Sozialarbeiterische Konzeption eines bedürfnisbasierten Quartierladens – Projektbericht

Name, Vorname:

Sowulewski, Adam

Vock, Stephanie

Singh, Jascha

Graf, Nils

Projektbegleitperson:

Fabian, Carlo

Wir erklären hiermit ehrenwörtlich, dass wir den vorliegenden Projektbericht selbstständig, ohne unerlaubte Hilfe und nur unter Benutzung der angegebenen Quellen, Hilfsmittel und Hilfeleistungen verfasst und sämtliche Zitate kenntlich gemacht haben. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form, auch nicht in Teilen, keiner anderen Prüfungsinstanz vorgelegt und auch nicht veröffentlicht.

Datum, Ort: 28. August 2020, Basel

Unterschriften:



A. Sowulewski



S. Vock

Inhaltsverzeichnis Anhang

Leitfaden Interview Schlüsselperson (Stiftung FARO)	2
Leitfaden Interview Schlüsselpersonen (Quartierbevölkerung)	5
Leitfaden Interview Schlüsselperson (Volg AG)	8
Flyer & Fragebogen Online-Erhebung	11

Leitfaden Interview Schlüsselperson (Stiftung FARO)

1. Leitfrage des Projektes

Wie lässt sich ein alternativer Quartierladen für das Quartier Unterwindisch, basierend auf einer Bedürfniserhebung der Quartierbevölkerung, unter sozialarbeiterischen Gesichtspunkten konzeptualisieren?

2. Hypothesen

1. Die lokale Initiative für einen Quartierladen lässt sich mit dem Strukturwandel erklären: Die Entfremdung und Beschleunigung sowie die Individualisierung des gesellschaftlichen Lebens, befeuern den Wunsch nach gemeinsamer Kontrolle der eigenen Lebensbedingungen, nach mehr Vertrautheit und Identifikation.
2. Die Neuzusammensetzung der Quartierbevölkerung stellt neue Anforderungen an den Quartierladen. Sowohl die hypothetische Schliessung des Ladens als auch die (laut Quartierverein) vom Volg abgelehnte Anpassung des Grundsortimentes an die Bedürfnisse der Quartierbevölkerung (wenig Bio, keine regionalen Produkte) verringern die Attraktivität des Ladens, wodurch er nicht mehr den Bedürfnissen der Quartierbevölkerung entspricht (laut Umfrage in Diesellokal).
3. Der Dorfladen (sei es ein Volg oder eine alternative Form) stellt neben einem Ort zum alltäglichen Einkauf einen Ort des Zusammentreffens dar. Die Bevölkerung beansprucht den Laden damit als sozialen Raum des Austausches und der Identifikation.
4. Im Quartier bestehen bereits soziale Netzwerke. Diese könnten in ihrer bestehenden Form – oder per Erweiterung – die Entstehung eines neuen Quartierladens begünstigen.

3. Themenblöcke und konkrete Fragen

Persönliches zur Schlüsselperson

Welchen Bezug haben Sie zum Quartier? Falls Sie in Unterwindisch wohnen, wo und seit wann? Sind Sie im Quartier bei Organisationen oder Aktivitäten beteiligt? Wenn ja wie? Besuchen Sie örtliche Lokale? Wenn ja, welche?

Zum Zusammenleben (wer trifft sich wann/wo/wie/wieso?)

Welche Personengruppen nehmen Sie im Quartier wahr? (Beispiele: Jugendliche, ältere, Stammtischpersonen, etc.?) Können Sie uns sagen, wie Sie diese Gruppen sehen, wie Sie sie wahrnehmen?

Welche Treffpunkte (auch inoffiziell) gibt es für die genannten Personengruppen? Werden sie genutzt? Warum ja, warum nicht?

Gibt es Treffpunkte (Orte), wo sich verschiedene Personengruppen treffen (also eine Vermischung stattfindet)?

→ Vermischung FARO-Bewohnende und Quartierbevölkerung?

Gibt es etwas, was Sie gerne im Quartier verändern möchtest? (Aus Sicht der FARO?)

Zum Quartierladen (Volg)

Welche Einkaufsmöglichkeiten nutzen die Bewohner*innen von FARO? Wer nutzt diese Einkaufsmöglichkeit(en) noch?

Wie nehmen Sie die Einkaufsmöglichkeiten im Quartier bezüglich Attraktivität, Angebot, Erreichbarkeit etc. wahr?

Wird der Volg als Einkaufsmöglichkeit von den Bewohner*innen genutzt?

Wie würde für die Bewohner*innen der FARO der ideale Quartierladen aussehen?

Zur Verbindung von beidem (soziales Angebot)

Welchen Stellenwert hat für die Bewohner*innen der FARO der soziale Austausch beim Einkaufen?

Was halten Sie von der Idee, einen Einkaufsladen mit einer Treffpunktmöglichkeit (ein Ort, wo man ein bisschen verbleiben kann, wo man sich austauschen kann, evtl. mit einem Caffee, Sitzmöglichkeiten, mit Infos für und vom Quartier) zu verbinden? Was reizt Sie evtl. an dieser Idee? Was nicht?

Wie müsste so ein Treffpunkt ausgestaltet sein? (Mobiliar, Angebot, Konsumzwang oder nicht, Niederschwelligkeit)

Braucht es Personal, welches so eine Treffpunktmöglichkeit unterhält? Oder wer könnte das sonst übernehmen? Warum, warum nicht?

Braucht es einen solchen Laden mit/als Treffpunkt in Unterwindisch? Wer (welche Personengruppen) würde diese Möglichkeit nutzen und wer eher weniger? Warum? Wo könnten Sie sich in Unterwindisch einen solchen Laden vorstellen? Weshalb?

Networking

Wie schätzen Sie die Bereitschaft von FARO als Institution ein, bei solch einem Vorhaben mitzuwirken? Was wären die Bedingungen?

Wie schätzen Sie das Interesse und die Bereitschaft der Bewohner*innen von FARO zur freiwilligen Mitwirkung einem solchen Vorhaben ein? Was wären für Sie die Bedingungen? (z.B. Verantwortung, Aufwand, Entschädigung...)

Wie schätzen Sie die Bereitschaft von FARO zur finanziellen Beteiligung (z.B. Anteilsscheine, Beitrag über etwas höhere Preise etc.) ein?

Welche andere lokale Institutionen könnten dabei mitwirken?

Leitfaden Interview Schlüsselpersonen (Quartierbevölkerung)

4. Leitfrage des Projektes

Wie lässt sich ein alternativer Quartierladen für das Quartier Unterwindisch, basierend auf einer Bedürfniserhebung der Quartierbevölkerung, unter sozialarbeiterischen Gesichtspunkten konzeptualisieren?

5. Hypothesen

5. Die lokale Initiative für einen Quartierladen lässt sich mit dem Strukturwandel erklären: Die Entfremdung und Beschleunigung sowie die Individualisierung des gesellschaftlichen Lebens, befeuern den Wunsch nach gemeinsamer Kontrolle der eigenen Lebensbedingungen, nach mehr Vertrautheit und Identifikation.
6. Die Neuzusammensetzung der Quartierbevölkerung stellt neue Anforderungen an den Quartierladen. Sowohl die hypothetische Schliessung des Ladens als auch die (laut Quartierverein) vom Volg abgelehnte Anpassung des Grundsorimentes an die Bedürfnisse der Quartierbevölkerung (wenig Bio, keine regionalen Produkte) verringern die Attraktivität des Ladens, wodurch er nicht mehr den Bedürfnissen der Quartierbevölkerung entspricht (laut Umfrage in Diesellokal).
7. Der Dorfladen (sei es ein Volg oder eine alternative Form) stellt neben einem Ort zum alltäglichen Einkauf einen Ort des Zusammentreffens dar. Die Bevölkerung beansprucht den Laden damit als sozialen Raum des Austausches und der Identifikation.
8. Im Quartier bestehen bereits soziale Netzwerke. Diese könnten in ihrer bestehenden Form – oder per Erweiterung – die Entstehung eines neuen Quartierladens begünstigen.

6. Themenblöcke und konkrete Fragen

Persönliches zur Schlüsselperson

Welchen Bezug hast du zum Quartier? Falls du in Unterwindisch wohnst, wo und seit wann?

Bist du im Quartier bei Organisationen oder Aktivitäten beteiligt? Wenn ja wie?

Besuchst du örtliche Lokale? Wenn ja, welche?

Zum Zusammenleben (wer trifft sich wann/wo/wie/wieso?)

Welche Personengruppen nimmst du im Quartier wahr? (Beispiele: Jugendliche, ältere, Stammtischpersonen, etc.?) Kannst du uns sagen, wie du diese Gruppen siehst, wie du sie wahrnimmst?

Welche Treffpunkte (auch inoffiziell) gibt es für die genannten Personengruppen? Werden sie genutzt? Warum ja, warum nicht?

Gibt es Treffpunkte (Orte), wo sich verschiedene Personengruppen treffen (also eine Vermischung stattfindet)?

Gibt es etwas, was du gerne im Quartier verändern möchtest?

Zum Quartierladen (Volg)

Welche Einkaufsmöglichkeiten nutzt du? Wer nutzt diese Einkaufsmöglichkeit(en) noch?

Wie nimmst du die Einkaufsmöglichkeiten im Quartier bezüglich Attraktivität, Angebot, Erreichbarkeit etc. wahr?

Kaufst du auch im Volg ein? Warum oder warum nicht?

Machst du Gelegenheitseinkauf oder Wocheneinkauf im Volg?

Was gefällt dir am Volg (nicht)?

Wie sieht für dich der ideale Quartierladen aus?

Zur Verbindung von beidem (soziales Angebot)

Welchen Stellenwert hat für dich der soziale Austausch beim Einkaufen?

Was hältst du von der Idee, einen Einkaufsladen mit einer Treffpunktmöglichkeit (ein Ort, wo man ein bisschen verbleiben kann, wo man sich austauschen kann, evtl. mit einem Caffee, Sitzmöglichkeiten, mit Infos für und vom Quartier) zu verbinden? Was reizt dich an dieser Idee?

Was nicht? Was müsste so ein Treffpunkt bieten, dass du ihn nutzt?

Wie müsste so ein Treffpunkt ausgestaltet sein? (Mobiliar, Angebot, Konsumzwang oder nicht, Niederschwelligkeit)

Braucht es Personal, welches so eine Treffpunktmöglichkeit unterhält? Oder wer könnte das sonst übernehmen? Warum, warum nicht?

Braucht es einen solchen Laden mit/als Treffpunkt in Unterwindisch? Wer (welche Personengruppen) würde diese Möglichkeit nutzen und wer eher weniger? Warum?

Wo könntest du dir in Unterwindisch einen solchen Laden vorstellen? Weshalb?

Networking

Hast du Interesse an solch einem Projekt mitzuwirken? Wie schätzt du deine eigene Bereitschaft zur freiwilligen Mithilfe ein? Was wären für dich die Bedingungen? (z.B. Verantwortung, Aufwand, Entschädigung...)

Wie schätzt du das Interesse und die Bereitschaft der Quartierbevölkerung zur freiwilligen Mitwirkung einem solchen Vorhaben ein?

Wie schätzt du deine eigene Bereitschaft zur finanziellen Beteiligung (z.B. Anteilsscheine, Beitrag über etwas höhere Preise etc.) ein?

Wie schätzt du das Interesse und die Bereitschaft der Quartierbevölkerung ein, sich finanziell (z.B. als Mitglied in einer Genossenschaft) daran zu beteiligen?

Welche lokalen Institutionen könnten dabei mitwirken?

Leitfaden Interview Schlüsselperson (Volg AG)

7. Leitfrage des Projektes

Wie lässt sich ein alternativer Quartierladen für das Quartier Unterwindisch, basierend auf einer Bedürfniserhebung der Quartierbevölkerung, unter sozialarbeiterischen Gesichtspunkten konzeptualisieren?

8. Hypothesen

9. Die lokale Initiative für einen Quartierladen lässt sich mit dem Strukturwandel erklären: Die Entfremdung und Beschleunigung sowie die Individualisierung des gesellschaftlichen Lebens, befeuern den Wunsch nach gemeinsamer Kontrolle der eigenen Lebensbedingungen, nach mehr Vertrautheit und Identifikation.
10. Die Neuzusammensetzung der Quartierbevölkerung stellt neue Anforderungen an den Quartierladen. Sowohl die hypothetische Schliessung des Ladens als auch die (laut Quartierverein) vom Volg abgelehnte Anpassung des Grundsortimentes an die Bedürfnisse der Quartierbevölkerung (wenig Bio, keine regionalen Produkte) verringern die Attraktivität des Ladens, wodurch er nicht mehr den Bedürfnissen der Quartierbevölkerung entspricht (laut Umfrage in Diesellokal).
11. Der Dorfladen (sei es ein Volg oder eine alternative Form) stellt neben einem Ort zum alltäglichen Einkauf einen Ort des Zusammentreffens dar. Die Bevölkerung beansprucht den Laden damit als sozialen Raum des Austausches und der Identifikation.
12. Im Quartier bestehen bereits soziale Netzwerke. Diese könnten in ihrer bestehenden Form – oder per Erweiterung – die Entstehung eines neuen Quartierladens begünstigen.

9. Themenblöcke und konkrete Fragen

Persönliches zur Schlüsselperson

Welche Funktion haben Sie in der Volg AG?

Welchen Bezug haben Sie zum Quartier?

Besuchen Sie örtliche Lokale? Welche? Weshalb?

Zum Zusammenleben (wer trifft sich wann/wo/wie/wieso?)

Welche Rolle spielt der Volg für das Zusammenleben im Quartier Unterwindisch?

Zum Quartierladen (Volg)

Für welche Werte steht die Volg AG ein?

Wie lässt sich die Zielgruppe der Volg AG definieren? Wie sieht diese im Volg Unterwindisch aus?

Gibt es etwas, was Sie am Volg in Unterwindisch gerne ändern würden? Wenn ja, was?

Wie sieht die Zukunft des Volges in Unterwindisch aus?

Zur Verbindung von beidem (soziales Angebot)

Welchen Stellenwert hat für die Volg AG der soziale Austausch beim Einkaufen?

Was halten Sie von der Idee, einen Einkaufsladen mit einer Treffpunktmöglichkeit (ein Ort, wo man ein bisschen verbleiben kann, wo man sich austauschen kann, evtl. mit einem Caffee, Sitzmöglichkeiten, mit Infos für und vom Quartier) zu verbinden? Was reizt Sie an dieser Idee? Was nicht?

Wie müsste so ein Treffpunkt ausgestaltet sein? (Mobiliar, Angebot, Konsumzwang oder nicht, Niederschwelligkeit)

Braucht es Personal, welches so eine Treffpunktmöglichkeit unterhält? Oder wer könnte das sonst übernehmen? Warum, warum nicht?

Braucht es einen solchen Laden mit/als Treffpunkt in Unterwindisch? Wer (welche Personengruppen) würde diese Möglichkeit nutzen und wer eher weniger? Warum?

Wo könnten Sie sich in Unterwindisch einen solchen Laden vorstellen? Weshalb?

Networking

Hätte die Volg AG Interesse an solch einem Projekt mitzuwirken?

Wie schätzen Sie die Bereitschaft von der Volg AG ein, bei solch einem Vorhaben mitzuwirken?

Was wären die Bedingungen?

Wie schätzen Sie die Bereitschaft von Volg AG zur finanziellen Beteiligung (z.B. Anteilsscheine, Beitrag über etwas höhere Preise etc.) ein?

Welche andere lokalen Institutionen könnten dabei mitwirken?

Gibt es ähnliche Projekte oder Kooperationen, die Volg bereits führt?

Flyer & Fragebogen Online-Erhebung



QUARTIERVEIN
UNTERDORF

EIN QUARTIERLADEN FÜR UNTERWINDISCH



Der Quartierverein Unterdorf möchte wissen, wie Sie sich den idealen Quartierladen für Unterwindisch vorstellen!

In Zusammenarbeit mit Studierenden der Fachhochschule Nordwestschweiz für Soziale Arbeit möchte der Quartierverein Ihre Anliegen und Bedürfnisse zum Thema Quartierladen in Unterwindisch in Erfahrung bringen.

Helfen Sie mit, indem Sie diesen kurzen Online-Fragebogen ausfüllen! Dafür einfach den QR Code scannen oder auf www.unterwindisch.ch/umfrage gehen.

Bei allgemeinen Fragen zum Projekt, können Sie sich an den Quartierverein wenden:

Margrit Schaller: margrit.schaller@bluewin.ch / 079 734 57 83

Dave Roth: d.roth@kissling-roth.ch / 076 459 60 75

Bei Fragen zum Online-Fragebogen können Sie sich gerne direkt bei den Studierenden melden:

Nils Graf: nils.graf@students.fhnw.ch



Die Umfrage läuft bis am 24.7.2020.
Wir bedanken uns herzlich für
Ihre Teilnahme!

Fragebogen

1 Einleitung

Liebe Einwohnerinnen und Einwohner von Unterwindisch

Der Quartierverein Unterdorf in Windisch setzt sich seit längerer Zeit mit der Frage eines zeitgemässen Quartierladens auseinander. Wir sind eine Studierendengruppe der Hochschule für Soziale Arbeit FHNW und entwerfen im Auftrag des Vereinsvorstandes im Rahmen einer Projektarbeit ein Anforderungsprofil für einen zeitgemässen Laden.

Das Projekt strebt ein Konzept eines Quartierladens an, welches sich an den Bedürfnissen der Quartierbevölkerung orientiert. Dazu wollen wir einerseits die Bedürfnisse und Ideen der Bevölkerung erheben sowie prüfen, wie die lokale Bevölkerung in den Prozess einbezogen werden will, beziehungsweise welche Mitgestaltungsbereitschaft bei der Bevölkerung gegeben ist.

In diesem Fragebogen gibt es keine richtigen oder falschen Antworten. Die Beantwortung der Fragen dauert rund 10 Minuten. Es geht um Ihre Bedürfnisse und Ihre Meinung zum Thema "Ein Quartierladen für Unterwindisch". Die Umfrage kann bis am 24.7.2020 einmalig ausgefüllt werden.

Der Fragebogen ist anonym, sie müssen also keine persönlichen Daten angeben. Ihre Antworten lassen keinen Rückschluss auf Ihre Person zu und fliessen in einer generalisierten Form in einen Schlussbericht ein, welcher dem Quartierverein Unterdorf zum Abschluss der Erhebung ausgehändigt wird.

Bei allgemeinen Fragen zum Projekt, können Sie sich an den Quartierverein wenden:

Margrit Schaller: margrit.schaller@bluewin.ch / 079 734 57 83

Dave Roth: d.roth@kissling-roth.ch / 076 459 60 75

Bei Fragen zu diesem Fragebogen, können Sie sich an das Projektteam wenden:

Nils Graf: nils.graf@students.fhnw.ch

Danke für die Teilnahme!

Das Projektteam der FHNW für Soziale Arbeit - Im Auftrag des Quartiervereins Unterdorf

2 Soziodemografisch

Wie alt sind Sie?

- 0-16 Jahre
- 17-25 Jahre
- 26-35 Jahre
- 36-50 Jahre
- 51-65 Jahre
- älter als 65 Jahre

Wohnen Sie in Unterwindisch?

- Nein
- 5 jahre
- 2 jahre
- 12 jahre
- 15 jahre
- 8 jahre
-

4 jahre

10 jahre

20 jahre

Ja (Wie lange?)

Wie ist Ihre Wohnsituation?

Mietwohnung

Eigentum

Genossenschaft

Andere

Arbeiten Sie in Unterwindisch (bezahlt)?

Mehrere Antworten möglich.

Ja

Nein

Ja, teilweise

Schüler*in / Student*in

Rentner*in

Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltseinkommen?

0-2'400 CHF

2'500-4'000 CHF

4'100-6'000 CHF

6'100-10'000 CHF

10'100-15'000 CHF

über 15'000

3 Überleitung

Gerne möchten wir nun Ihre Meinung zum Zusammenleben im Quartier erfahren.

4 Hypothese 1 - Zusammenleben

Wie wohl fühlen Sie sich im Quartier?

Schieben Sie den Regler auf den entsprechenden Wert.

sehr unwohl

eher unwohl

neutral

eher wohl

sehr wohl

Bitte begründen Sie Ihre Antwort.

5 Kopie von Hypothese 1 - Zusammenleben 2

Sind Sie Mitglied in einem lokalen Verein?

Sie können auch mehrere Vereine im Textfeld auflisten.

- Nein
- Quartierverein
- Dieserverein
- Ja (welche/r)?

6 Zusammenleben 3

Engagieren Sie sich im Quartier auf eine andere Art (ausserhalb von Vereinstätigkeiten)?

Zum Beispiel: "Fahrer*in Rotes Kreuz", "Nachhilfe-Unterricht" oder "Hüeti-Dienst"

- Nein
- Ja (In welcher Form?)

7 Überleitung Bedürfnisse

Im folgenden Abschnitt möchten wir mit Hilfe von ausgewählten Aussagen Ihre Bedürfnisse kennenlernen. Dies soll uns dabei helfen, das allgemeine Stimmungsbild im Quartier zu erfassen.

8 Bedürfnisse

Wie stark ist Ihre Zustimmung zu folgenden Aussagen?

Wählen Sie die zutreffende Antwort an.

	Trifft nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft eher zu	Trifft zu
Ich habe das Bedürfnis nach mehr Kontakt zu anderen Menschen (Freundschaften, Nachbarschaft etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich wünsche mir mehr Unterstützung im Quartier, wenn ich Hilfe benötige.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich wünsche mir mehr Menschen (Gruppen) in meinem Leben, die mich (meine Einstellung / Ansichten / Kultur) verstehen und die mich schätzen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ich möchte mehr Menschen in
Unterwindisch kennenlernen und
mit ihnen Kontakte knüpfen.

Bei Veränderungen im Quartier
möchte ich mehr mitentscheiden.

Wenn ich mich im Quartier
engagieren möchte
(Freiwilligenarbeit, Hobby), dann
weiss ich, wo ich mich informieren
kann.

9 Überleitung

Nun möchten wir Sie gerne zum bestehenden Quartierladen (Volg) befragen.

10 Laden 1

Ich finde den Standort vom jetzigen Volg auch für einen zukünftigen Laden...

- Gut
- Nicht gut

Bitte begründen Sie Ihre Antwort.

Wie weit sollte ein Quartierladen maximal von Ihrem Wohnort entfernt sein?

Schieben Sie den Regler auf die gewünschte Position

11 Laden 2

Wie weit ist Ihr Wohnort vom Volg entfernt?

Ungefähr, in Gehminuten

- 1 - 5 Gehminuten
- 6 - 10 Gehminuten
- Mehr als 10 Gehminuten

12 Laden 3

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten des Grundsortiments vom Volg?

	Sehr unzufrieden	Unzufrieden	Mittelmässig zufrieden	Zufrieden	Sehr zufrieden
Regionalität	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualität	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

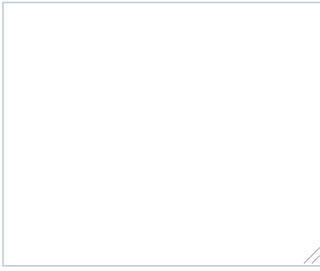
Auswahl



13 Laden 4

Beschreiben Sie den Quartierladen Ihrer Träume. Was sollte dieser anbieten und wie sollte er gestaltet sein?

Sie können hier Ihre Wünsche und Anliegen frei formulieren.



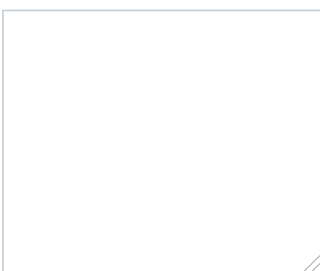
14 Laden 5

Stellen Sie sich vor, der Quartierladen würde neben einem Grundsortiment auch Funktionen eines Treffpunktes erfüllen, also Möglichkeiten zum sozialen Austausch bieten (z.B. spontane / geplante Treffen, kleine Veranstaltungen etc.).

Welche drei der folgenden Varianten weckt Ihr Interesse?

- Büchertausch
- Lesungen
- Infobörse
- Single-Treff
- Interkulturelle Treffs
- Café
- Politforum
- Coachings (für Jugendliche, Familien etc.)
- Kochtreffen
- Filmvorstellungen
- Spieleabende / Nachmittage
- Gaming-Room (virtuell oder real)
- Computerkurse
- Mich spricht nichts davon an

Spricht Sie nichts aus der Auswahl an oder haben Sie weitere Ideen?



15 Überleitung Network

Im folgenden Abschnitt möchten wir gerne Ihre Bereitschaft zur Mitwirkung an einer möglichen Realisierung folgender Idee erfahren:

Ein Quartierladen in Unterwindisch, welcher neben einem Grundsoriment für den täglichen Einkauf, auch eine Möglichkeit zum sozialen Austausch anbieten kann (Gespräche, spontane Treffen, gemeinsames Verweilen, kleine Veranstaltungen etc.).

16 Netzwerk 1

Wären Sie bereit, an solch einem Projekt "Ein Quartierladen mit Treffpunkt für Unterwindisch" mitzuwirken? Wenn ja, in welcher Form?

- Freiwillige Mithilfe
- Organisation/Planung
- Bezahlte Arbeit
- Finanzielle Unterstützung (z.B. durch Anteilscheine)
- Ich kann keine Mithilfe anbieten

Ich möchte auf anderen Wegen mitwirken, nämlich:

17 Netzwerk 3

Sie haben sich dazu bereit erklärt, bei einer möglichen Projektdurchführung mitzuwirken. Sie können nun Ihre Kontaktdaten angeben, falls Sie diesbezüglich in Zukunft vom Quartierverein kontaktiert werden möchten.

**Alternativ können Sie auch das Projektteam kontaktieren:
nils.graf@students.fhnw.ch**

Die Kontaktdaten werden zu keinem anderen Zweck verwendet und nicht an Dritte weitergegeben.

18 Abschluss

Möchten Sie uns noch etwas zum Thema Quartierladen in Unterwindisch mitteilen?

Ideen, Wünsche, Feedback können Sie hier formulieren.

19 Endseite

Der Fragebogen ist hiermit abgeschlossen!

Die Projektgruppe der Hochschule für Soziale Arbeit FHNW und der Quartierverein Unterdorf danken Ihnen für Ihre Zeit.
