

Bedarfsermittlung Quartier

Die Bedarfsermittlung ist für ein Förderprojekt im Bereich Quartier wichtig, denn sie bildet die Grundlage für die Bewerbung und deren Maßnahmen. Im Sinne eines Bottom-up-Ansatzes sollen es die Bewohner:innen eines Quartiers sein, die sich für oder gegen ein Projekt aussprechen. Sie wissen selbst, was für ihr Quartier das Beste ist und sind auch die entscheidenden Personen, wenn es um einen nachhaltigen Fortbestand des Projektes, über den Förderzeitraum hinaus, geht. Die vorgelegte Projektidee muss sich aus den ermittelten Bedarfen ergeben.

Wie die Bedarfe ermittelt werden, ist prinzipiell den Antragstellenden selbst überlassen.

Beispiele:

- Infoveranstaltungen mit Wänden zum Aufschreiben
- World-Cafés
- Befragungsmethoden, um die Zielgruppen zu erreichen (z.B. Fragebögen, Telefoninterviews, Befragungen im öffentlichen Raum)
- Partizipativer Quartiersspaziergang
- Nadelmethode
- Autofotografie
- Zeitbudgetdiagramm
- Bedarfsermittlung unter Einbezug von Zeichnungen, Fotos, Videos, Karten etc.

Dabei sind folgende Kriterien zu beachten:

- Die Methoden müssen auf die Zielgruppe zugeschnitten sein, damit diese auch wirklich erreicht werden. Coronakonforme Methoden (z.B. Online-Fragebögen) sind erlaubt und gewünscht. Gleiches gilt für Methoden, welche die Partizipation mobilitätseingeschränkter Menschen ermöglichen.
- Es müssen alle Zielgruppen, die erreicht werden sollen, auch konkret befragt werden.
- Die Bedarfsermittlung soll repräsentativ sein, sie soll in etwa die Bevölkerung des Quartiers abbilden z.B. je 50% Männer/Frauen abhängig von den statistischen Strukturdaten des Quartiers.
- Die Befragung muss keinen strengen wissenschaftlichen Standards entsprechen, aber eine möglichst kleine Fehlermarge in den Ergebnissen ist dennoch notwendig. Ab 1000 Personen im Quartier müssen daher mindestens 100 Bewohner:innen befragt werden. Bei weniger als 1000 Personen müssen mindestens 10% der Bewohner:innen befragt werden.
- Die Befragten sollen vor allem im Quartier lebende Personen/Zielgruppen sein. Befragungen von Expert:innen und/oder Multiplikator:innen (Politiker:innen, Pastor:innen, Sozialarbeiter:innen, Trainer:innen oder sonstige Personen, die stellvertretend für eine Zielgruppe gesehen werden) sind ergänzend zu sehen und werden auf die Zahl der Befragungen angerechnet.
- Die Bedarfe müssen quantifizierbar sein, d.h. sie müssen sich in Zahlen ausdrücken lassen, um eine Vorstellung des tatsächlichen Umfangs von Bedarfen zu ermöglichen.

Die Ergebnisse der Bedarfsermittlung müssen mit der Bewerbung im Förderportal hochgeladen werden. Ein ausschließlicher Upload der Methode (z.B. unausgefüllter Fragebogen) reicht nicht aus.