

LEGITIMATIONS-RANKING **Legitimationsverständnis**

Luzern und Zürich, 25. September 2023

Das *Legitimationsranking* analysiert und bewertet die Legitimation von öffentlich-rechtlichen beziehungsweise *Service public* Organisationen aus der Schweiz, Deutschland und Österreich.

Für die Erstaufgabe der Untersuchung haben wir 25 Organisationen aus fünf Branchen berücksichtigt. Der Fokus liegt auf Organisationen, die in ihren jeweiligen Branchen eine führende Position einnehmen und eine wesentliche Rolle in der Grundversorgung unserer Gesellschaft spielen. Trotz unterschiedlicher Funktionen und Strukturen haben alle diese Organisationen eines gemeinsam: Sie tragen massgeblich zur Funktionsfähigkeit unserer Gesellschaft bei.

Ziel dieser Studie ist, ein Ranking zu erstellen, das Vergleiche innerhalb von Ländern und Branchen, sowie über Länder- und Branchengrenzen hinweg, ermöglicht. Dieses Rating erlaubt es uns, die Leistung dieser Organisationen und ihren Nutzen aus der Perspektive der Bevölkerung zu messen.

Die Legitimation von *Service public* Organisation setzt sich zusammen aus den individuellen Einstellungen der Bürger darüber, ob eine Organisation in ihrer Form bestehen bleiben sollte oder nicht.

Dieses Verständnis ist wissenschaftlich fundiert und findet sich in gesetzlichen Anforderungen wieder, wie zum Beispiel in den Prinzipien des *Service public* aus der Perspektive des Schweizer Bundesrats (vgl. Bachmann, 2017, S. 149f.).

Für *Service public* Organisationen sind fünf Dimensionen bedeutsam, die in einer Vorstudie ermittelt wurden:

Die erste Dimension «**Kundennutzen/-orientierung**» untersucht, wie gut die Organisation ihren Auftrag zur öffentlichen Grundversorgung erfüllt. Beispielsweise wurde gefragt, ob die Organisation «allen Bevölkerungsgruppen zugänglich» ist und ob sie «technisch auf der Höhe der Zeit» ist.

Die zweite Dimension, «**Volkswirtschaftlicher Nutzen**», bewertet die wirtschaftliche Bedeutung und Notwendigkeit der Organisation. Hier wurden beispielsweise Aussagen wie «ist bedeutend für die Schweizer Wirtschaft» und «wird auch in Zukunft gebraucht» bewertet.

GALLUP AG, Reinhardstrasse 19, 8008 Zürich, Schweiz

www.gallup.swiss, office@gallup.swiss +41 78 891 3115

Die Gallup AG Schweiz ist ein unabhängiges, eigentümergeführtes Schweizer Unternehmen und exklusives Mitglied der Gallup International Association.
Die Gallup AG Schweiz steht in keiner Beziehung zur Gallup Inc. USA oder deren Konzerntöchtern wie z.B. der Gallup GmbH Deutschland.

Die dritte Dimension, «**Ökonomische Verantwortung**», bezieht sich auf die Art und Weise, wie die Organisation ihre Privilegien nutzt und öffentliche Gelder verwaltet. Zwei exemplarische Aussagen aus diesem Bereich sind «nutzt ihre Privilegien aus» und «verschwendet öffentliche Gelder».

Die vierte Dimension, «**Umwelt- und Sozialverantwortung**», betrachtet die Nachhaltigkeit und soziale Gerechtigkeit der Organisation. Beispielhafte Fragen hier waren, ob die Organisation «umweltfreundlich» ist und als «fairer Arbeitgeber» gilt.

Die letzte Dimension, «**Sympathie**», misst die emotionale Bindung und Sympathie der Befragten gegenüber der Organisation. Beispielsweise wurde gefragt, ob die Befragten die Organisation "sympathisch" finden und ob sie sich ihr "verbunden" fühlen.

Bei Rückfragen:

Hochschule Luzern

Dr. Philipp Bachmann, Projektleiter

+41 41 228 41 12, E-Mail: philipp.bachmann.01@hslu.ch