

Düsseldorf 11/25

Düsseldorf Panel

:DÜSSELDORF
Marketing

Die Teilnehmer*innen haben Fragen zur Kommunikation der Stadt Düsseldorf beantwortet.

Hintergrund

Die Kommunikationslandschaft einer modernen Stadt ist komplex und muss den **aktuellen Informationsbedürfnissen der Bürger** gerecht werden.

Das DüsselPanel möchte wissen, welche städtischen Themen für die Düsseldorfer*innen am wichtigsten sind, über welche Kanäle sie sich informieren und wie das Informationsangebot zukünftig optimiert werden kann.

Deshalb haben wir unsere Community in **7 kurzen Fragen** gefragt:

- Welche Themen der Stadt Düsseldorf interessieren Sie besonders?
- Über welche Kanäle informieren Sie sich dazu?
- Und welche konkreten Ideen haben Sie, damit die Stadt Düsseldorf ihr Informationsangebot kontinuierlich bedarfsgerechter und zugänglicher ausbauen kann?



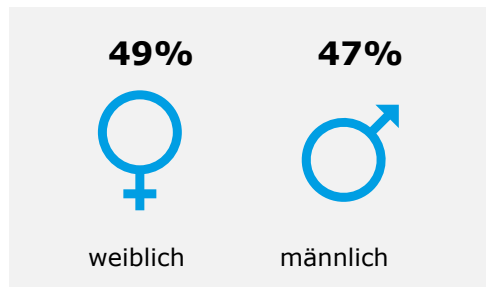
143

**Personen haben an
der Befragung
teilgenommen.**

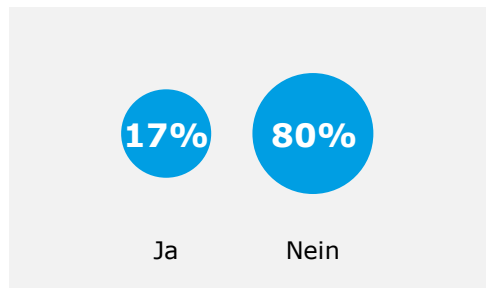


Die Mehrheit der Befragten ist 55 Jahre oder Älter und hat keinen Migrationshintergrund.

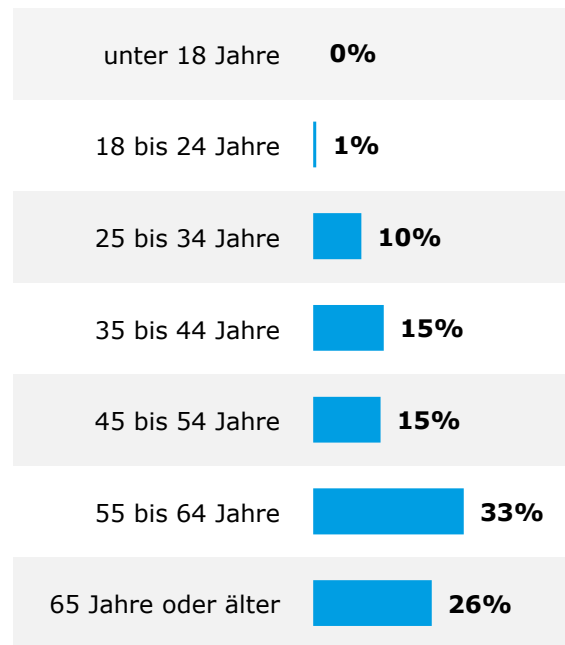
Geschlecht*



Migrationshintergrund*

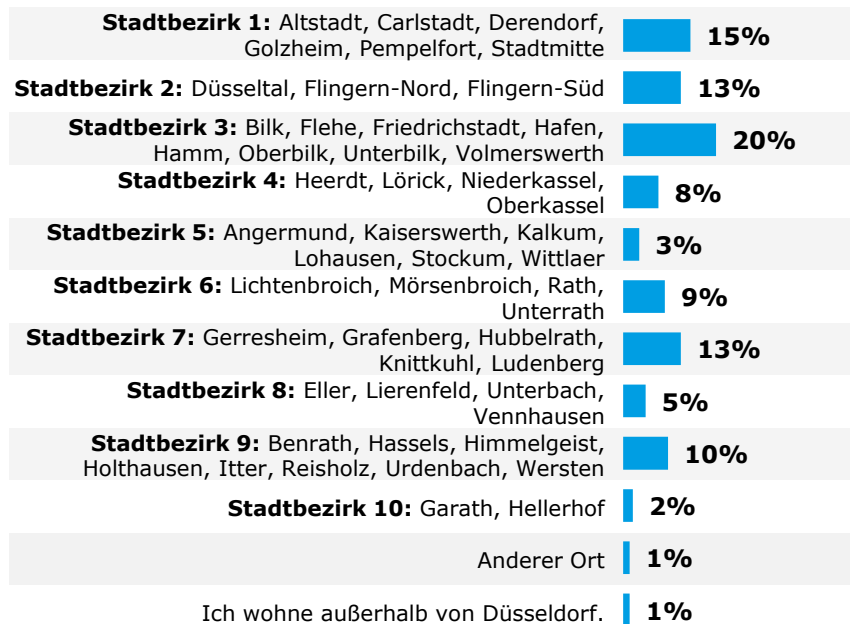


Alter*

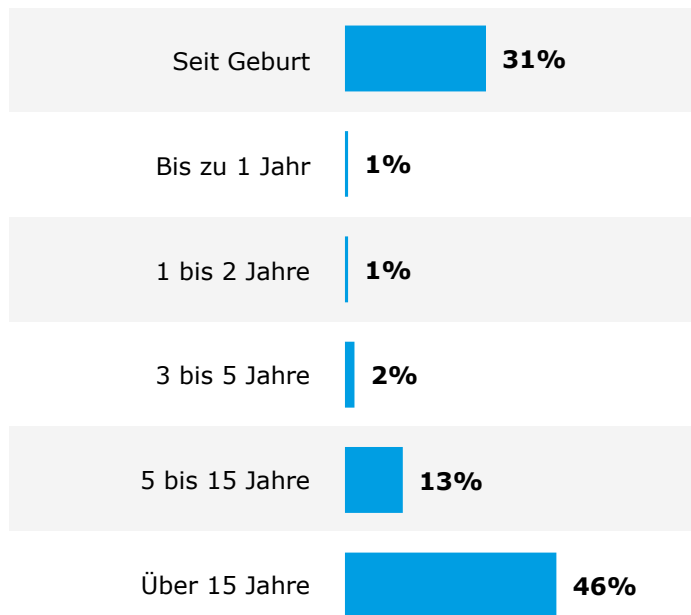


Die Stichprobe ist im Bezug auf Wohnviertel gut durchgemischt und lebt mehrheitlich mehr als 5 Jahre in Düsseldorf.

Wohnviertel*



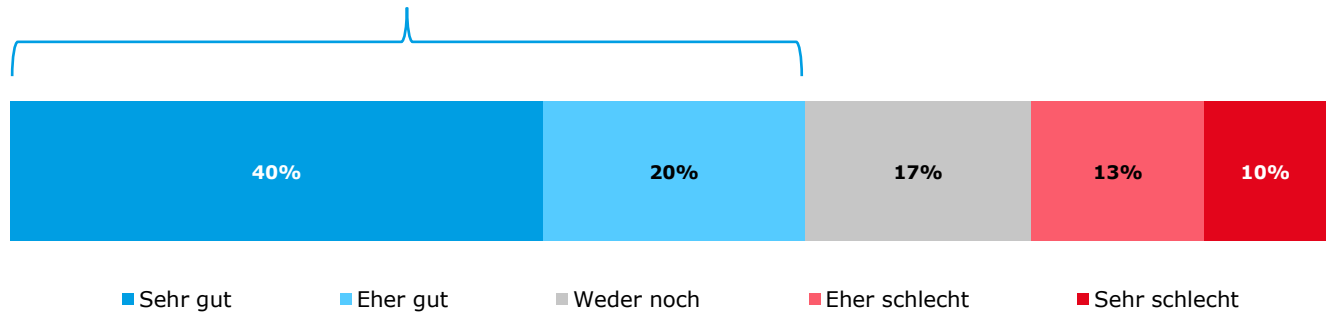
Wohndauer*



Was sind Top-2 Werte?

60
Prozent

Der **Top-2 Wert** fasst die Werte der zwei positivsten Ausprägungen auf einer Skala zusammen. In dem vorliegenden Beispiel also die Ausprägungen „sehr gut“ mit 40 Prozent und „eher gut“ mit 20 Prozent. Somit ergibt der Top-2 Wert 60 Prozent.

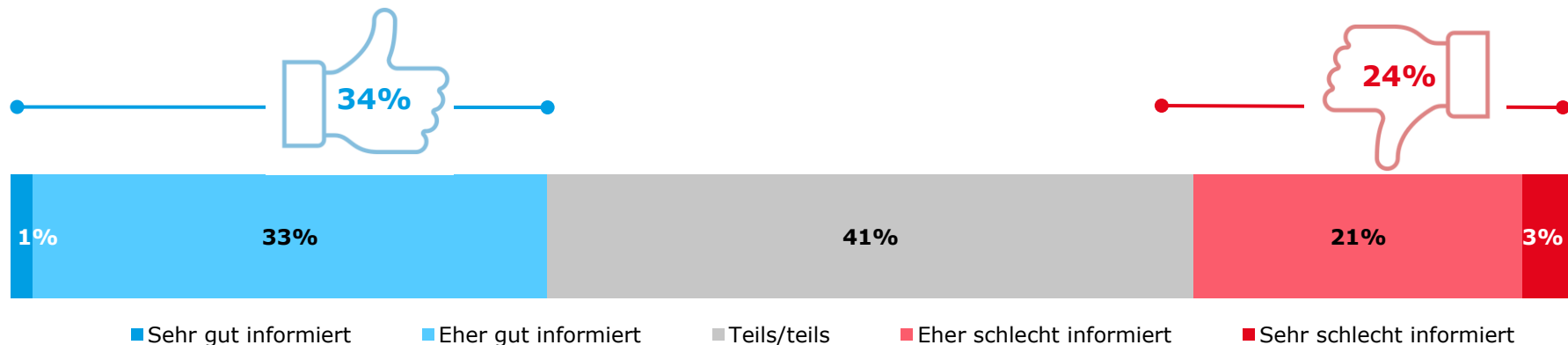


24%

**der Befragten fühlen sich
schlecht informiert.**

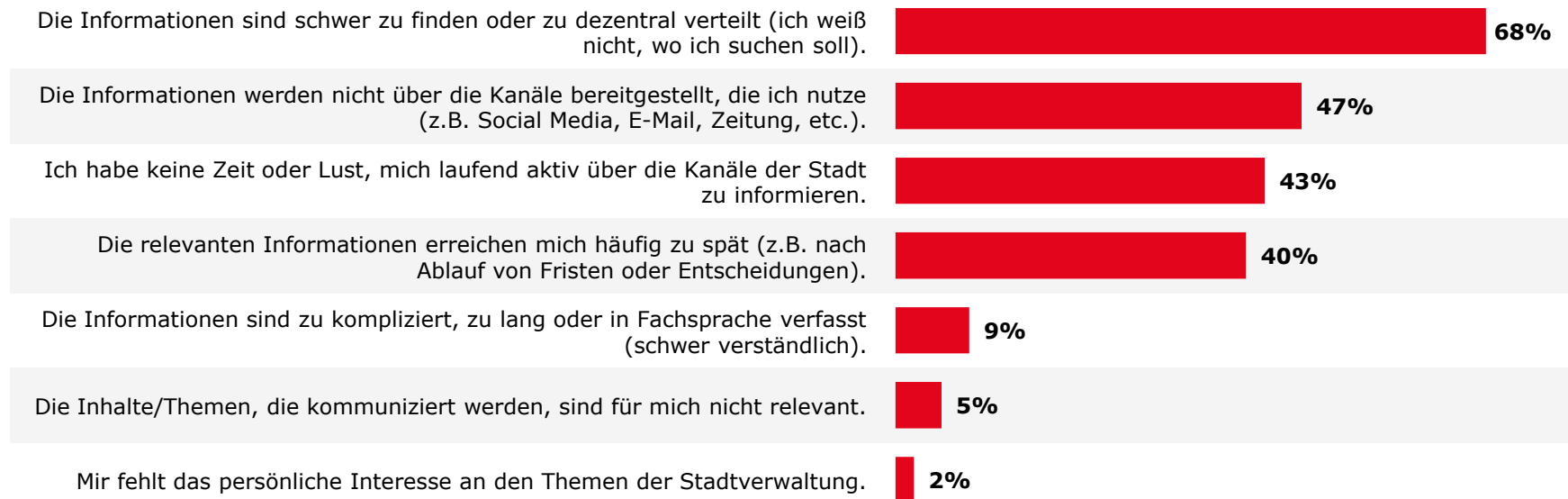
Wohingegen jede*r Dritte sich eher gut informiert fühlt.

Subjektives Informationsniveau



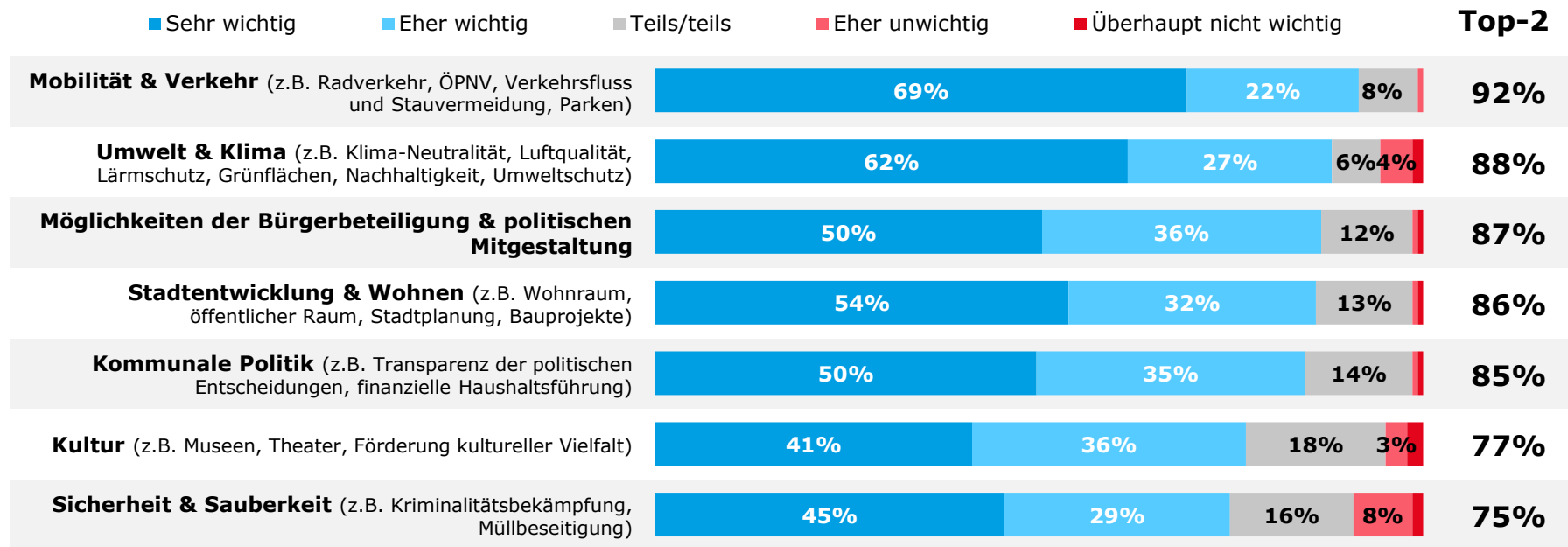
Die Mehrheit der Befragten findet, die Informationen sind schwer zu finden oder zu dezentral verteilt.

Gründe für Informationsdefizite



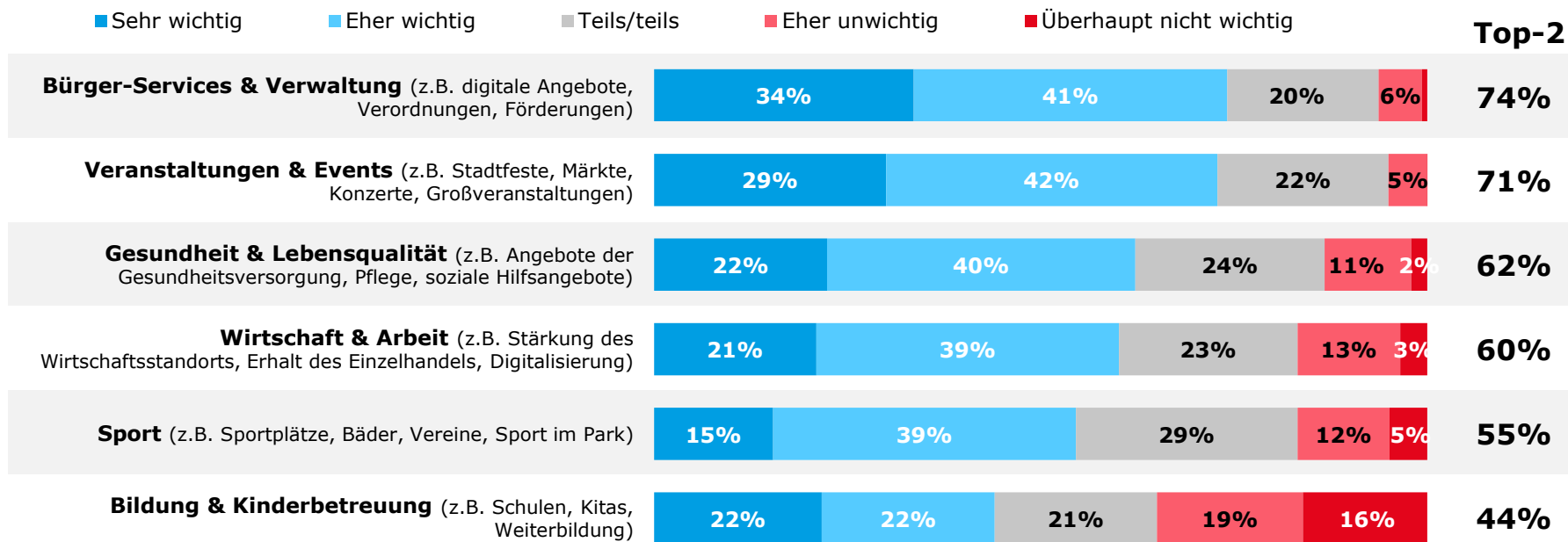
Bürgerbeteiligung und Mitgestaltung sind ebenso wichtig wie Mobilität, Umwelt, Stadtentwicklung und Politik.

Persönliche Themenrelevanz (1/2)



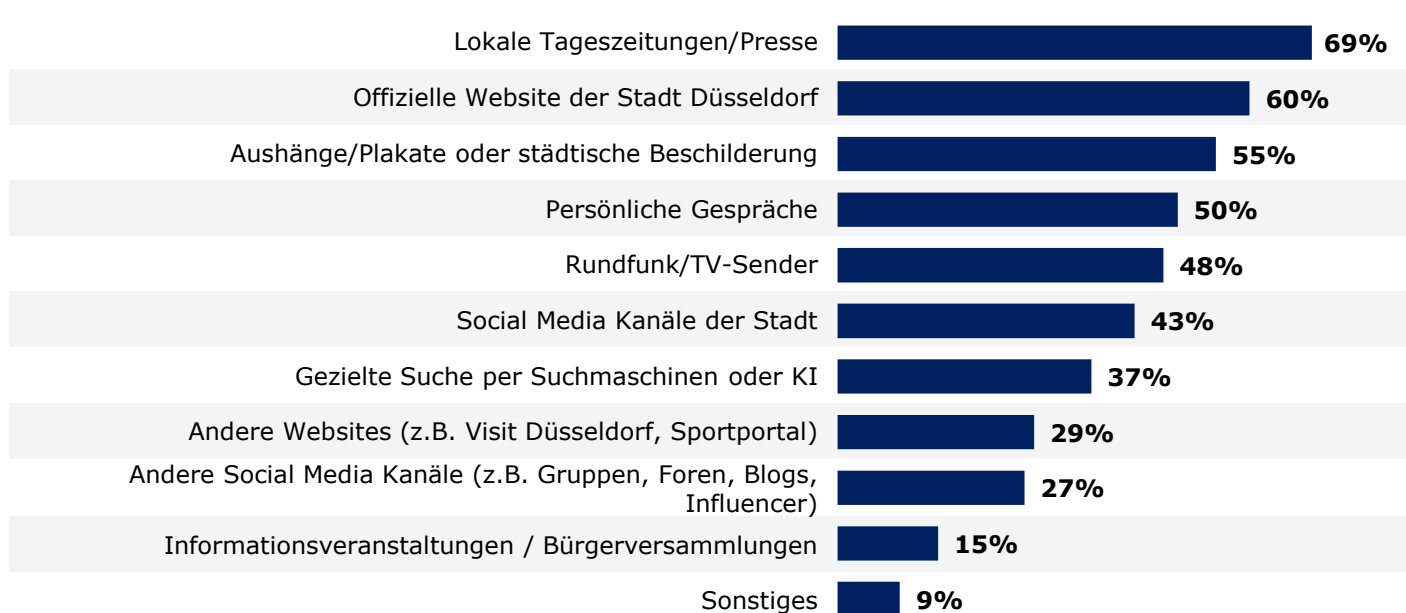
Wirtschaft, Sport sowie Bildung & Kinderbetreuung sind nicht ganz so interessant.

Persönliche Themenrelevanz (2/2)



Lokale Tageszeitungen und duesseldorf.de sind die beliebtesten Informationskanäle der Düsseldorfer*innen.

Genutzte Informationskanäle



“

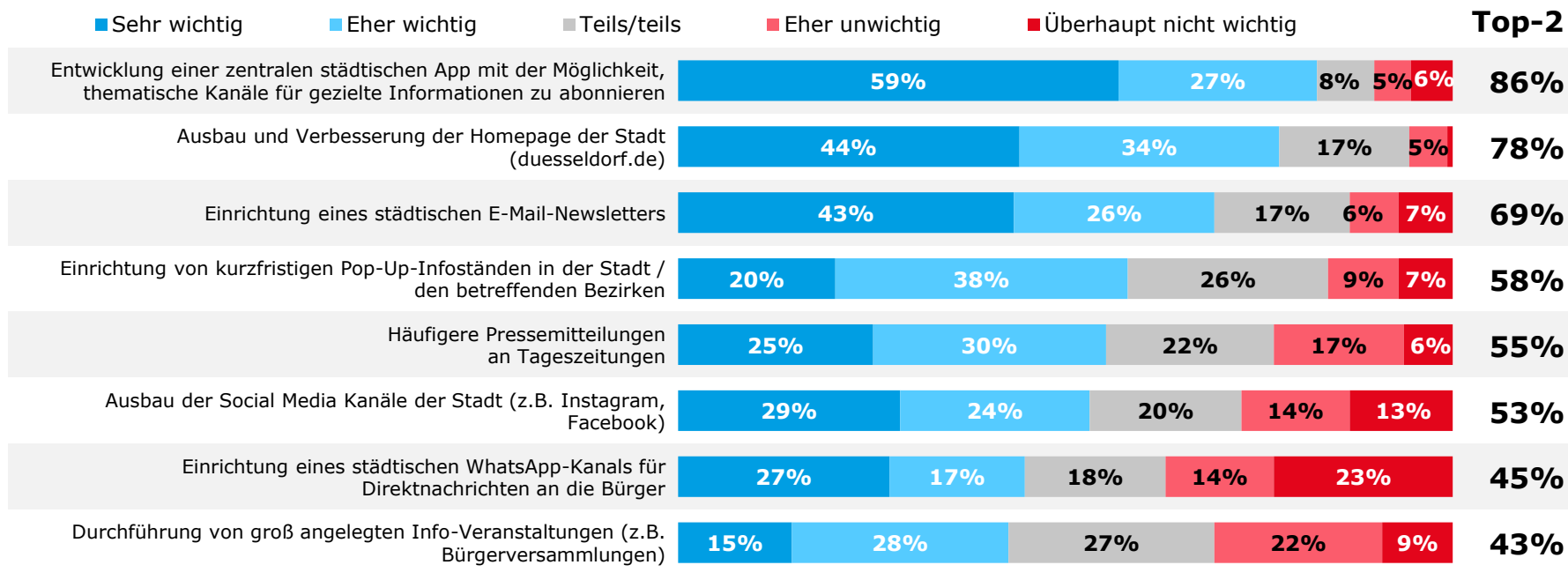
Auslagen in der
Tourist Information

“

Newsletter der
Landeshauptstadt
Düsseldorf

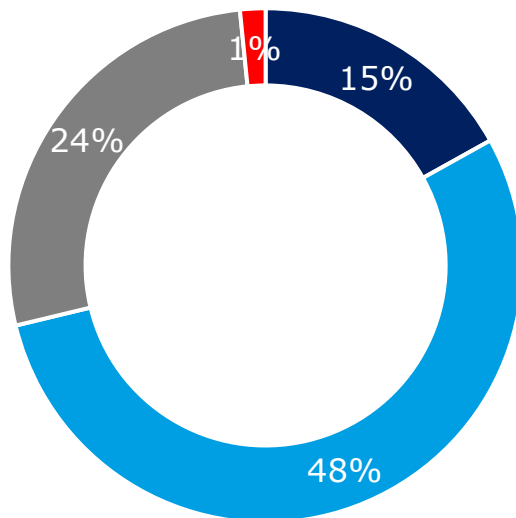
Die relevanteste Optimierungsmaßnahme ist für Bürger*innen die Entwicklung einer städtischen App.

Relevanz von Optimierungsmaßnahmen



Etwa der Hälfte der Befragten würde ein (un-)regelmäßiger Newsletter mit den wichtigsten Themen genügen.

Bevorzugte Update-Frequenz



- Ich wünsche mir möglichst umgehende und direkte Information zu wichtigen Themen (z.B. über Whats-App, Newsletter oder Social Media Posts).
- Ich bevorzuge einen wöchentlichen/monatlichen Newsletter mit den wichtigsten Themen in Kurzfassung.
- Ich möchte immer dann informiert werden, wenn es meinen Stadtteil oder meine Interessen betrifft.
- Nein, Danke. Ich suche lieber selbst gezielt nach Informationen, wenn ich sie brauche.

Stimmen

Haben Sie noch Anmerkungen oder Vorschläge zur Verbesserung der städtischen Informationspolitik?

“

Bevor die Politik tätig wird, sollte man mit den Menschen in der Stadt drüber reden! **Viele Entscheidungen** sind für den Bürger **nicht mehr nachvollziehbar** und trägt zu weniger Lebensqualität bei

“

Beteiligung von Bürgern erhält man nur dann dauerhaft, wenn diese Beteiligung auch **Auswirkungen** hat. Ansonsten weicht das Interesse und die Motivation schnell dem **Frust**.

“

Bisher war Information z. B. über die Entwicklung der U80, oder die Ergebnisse der Bürgerbeteiligung auf der Website der Stadt erst Monate später zu finden. Erst nach **mehrmaliger Nachfrage**. Da wünsche ich mir **Transparenz** und **Information**. Genauso wird es bestimmt mit der T.H.-Brücke laufen.

Haben Sie noch Anmerkungen oder Vorschläge zur Verbesserung der städtischen Informationspolitik?

“

Ich lese keine Rheinische Post und erhalte deswegen keine Info zu Städtischen Themen. Daher finde ich die **Idee eines Newsletters** gut. Der **Veranstaltungskalender** von Düsseldorf im Internet ist **wirklich schlecht**, da findet man leider nicht das, was man sucht.

“

Ich hätte gerne mehr Informationen über politische Diskussionen in **Stadtrat und Bezirksvertretungen**.

“

Ein eigenes **Stadtmagazin**

“

Die **stadtteilbezogene Kommunikation** - im jeweiligen Stadtteil - sollte **intensiviert** sein. Dabei sollten Anregungen von Bürgerinnen und Bürgern **gehört werden**, um diese in die Planung **einzubeziehen**. Zum Beispiel bezüglich des Radverkehrs und der Parksituation.

Düsseldorf

Nähe trifft Freiheit

Herausgegeben von:

:DÜSSELDORF
Marketing

Düsseldorf Marketing GmbH
Benrather Straße 9
40213 Düsseldorf

Philipp Jahn
Senior Manager Insights & Participation

Jasmin Ismail
Insights & Participation