

DüsselPanel 06/24

01.06 – 30.06.2024

Düsse IPanel

:DÜSSELDORF
Marketing

119

**Personen haben an
der Befragung
teilgenommen.**

Es wurden Fragen zu den Themen „Wegeleitsystem“ sowie „Die Stadt als Arbeitgeberin“ gestellt.

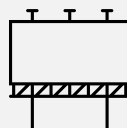


1

Seit vielen Jahren gibt es ein **Wegeleitsystem** in den innerstädtischen Bereichen unserer Stadt.

Wir denken es ist Zeit zu überprüfen, ob dieses **Angebot an die Entwicklungen der letzten Jahre angepasst werden sollte.**

Für unsere dahingehenden Überlegungen ist Ihre Meinung hilfreich und wertvoll.



2

Gleiches gilt für die **aktuelle Kampagne der Landeshauptstadt Düsseldorf**, mit der die **Arbeitgebermarke der Stadt** gestärkt werden soll. Sie wurde von der Düsseldorf Marketing GmbH im Auftrag des Hauptamts entwickelt.

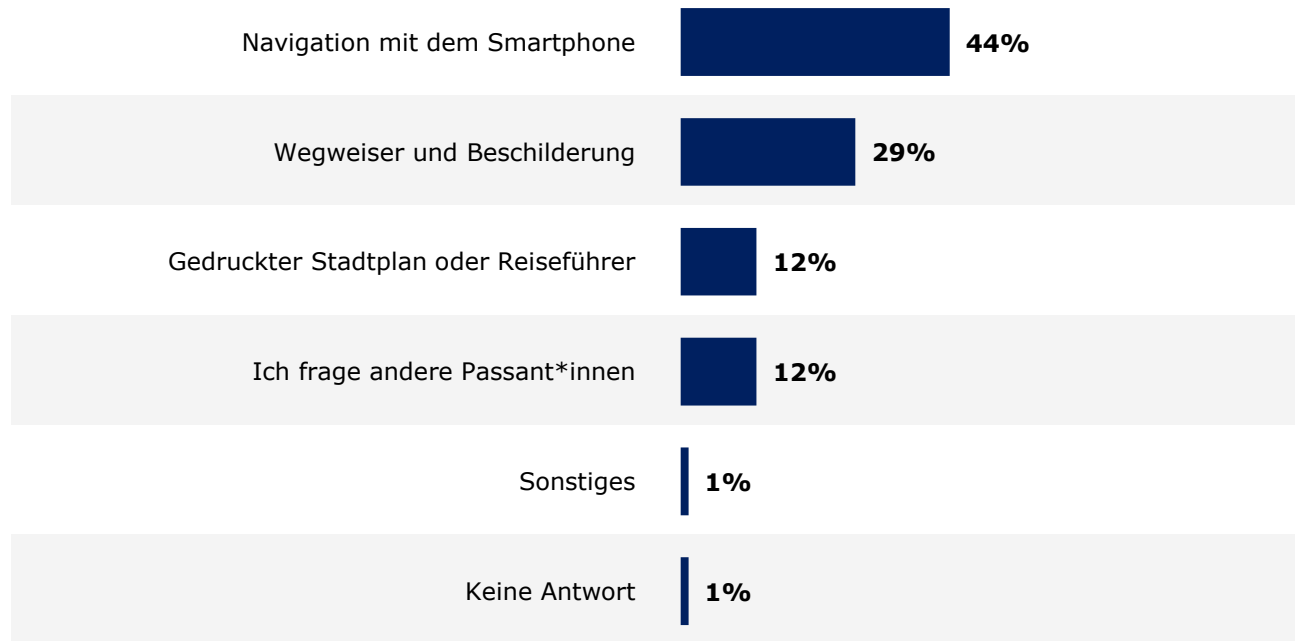
Wir sind daher gespannt, wie Sie die Kampagne beurteilen, die aktuell im Stadtbild und in den digitalen Medien zu sehen ist.

An illustration featuring a central path system composed of various colored arrows (red, orange, grey, blue) pointing in different directions. Two stylized human figures are shown climbing these arrows: one on a red arrow pointing up and another on a blue arrow pointing right. The background is a light beige color with a subtle pattern of diagonal lines. There are also some stylized plants and clouds scattered throughout the scene.

Wegeleit- system

In einer fremden Stadt nutzt fast die Hälfte aller Befragten das Smartphone zur Orientierung.

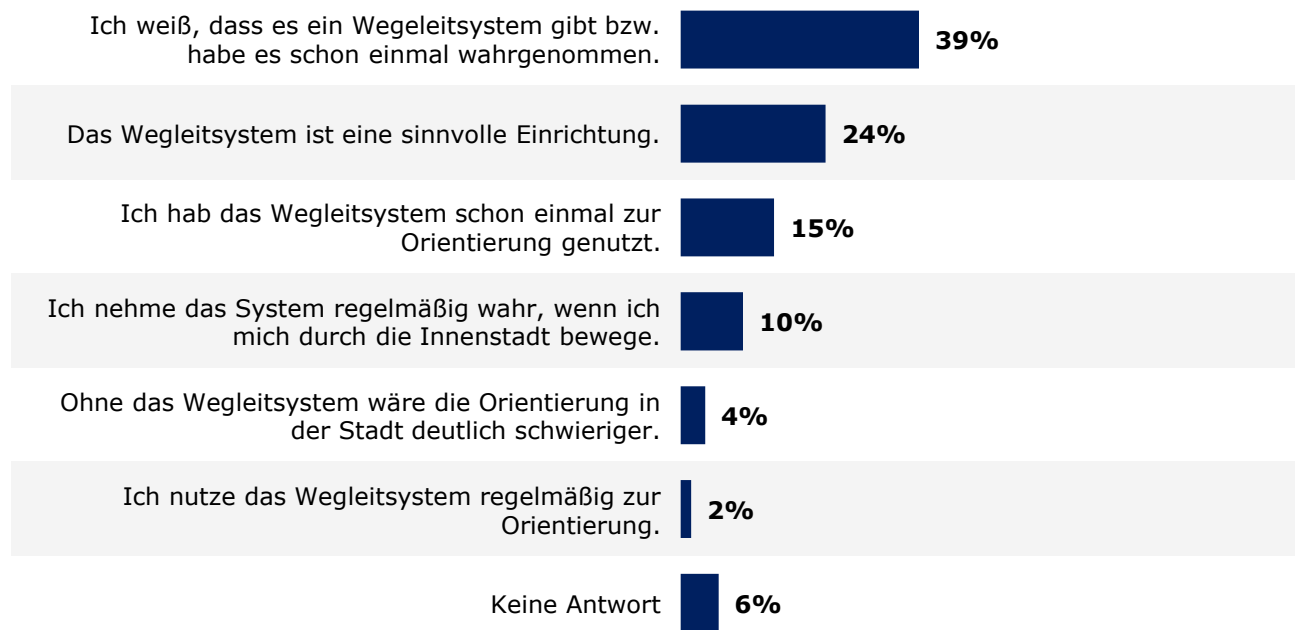
Genutzte Orientierungsmöglichkeiten in einer fremden Stadt



- **Wegweiser und Beschilderungen, gedruckte Stadtpläne oder Reiseführer** sowie das **Fragen von Passant*innen** werden fast ausschließlich in Kombination mit anderen Orientierungsmöglichkeiten genutzt.
- 38 % der Nutzer*innen nutzen das **Smartphone** als alleinige Orientierungsmöglichkeit.

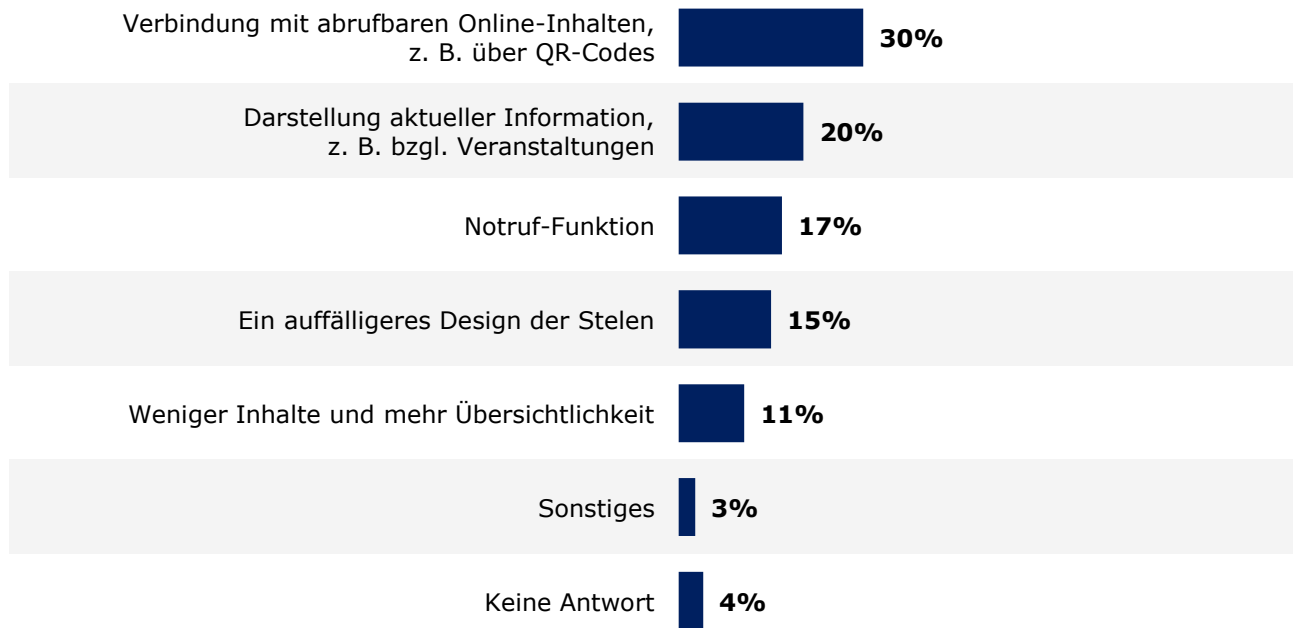
39 % der Befragten wissen, dass es ein innerstädtisches Wegeleitsystem gibt. Regelmäßig genutzt wird es kaum.

Aussagen zum Wegeleitsystem



Etwa ein Drittel der Befragten würde es begrüßen, wenn das Wegeleitsystem mit digitalen Inhalten verknüpft wird.

Hilfreiche Verbesserungen für das Wegeleitsystem



“

Sonstiges:
Hinweise darauf, dass es das System überhaupt gibt – z.B. via Smartphone

“

Sonstiges:
Mehrsprachigkeit

“

Sonstiges:
Das Wegeleitsystem müsste an mehreren Kreuzungen stehen, inhaltlich ist es in Ordnung

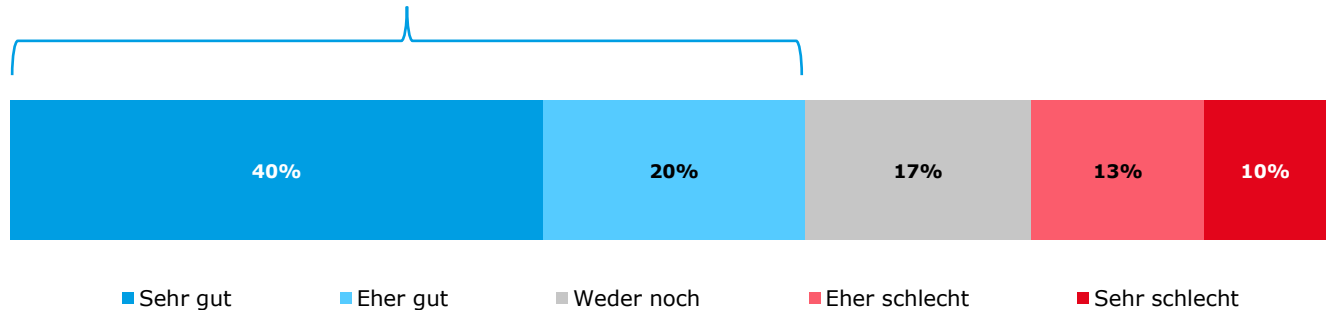
Stadt als Arbeit- geberin

An illustration of a desk setup. On the left, there are three potted plants: a small green one in a yellow pot, a medium green one in a brown pot, and a tall snake plant in a brown pot. In the center, a computer monitor displays a white screen with a yellow sticky note on the right side. Below the monitor is a white keyboard and a black mouse. On the right, there is another potted plant with green leaves in a brown pot. The background is a solid teal color. The text 'Stadt als Arbeit-geberin' is overlaid in large, bold, red letters across the center of the image.

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.

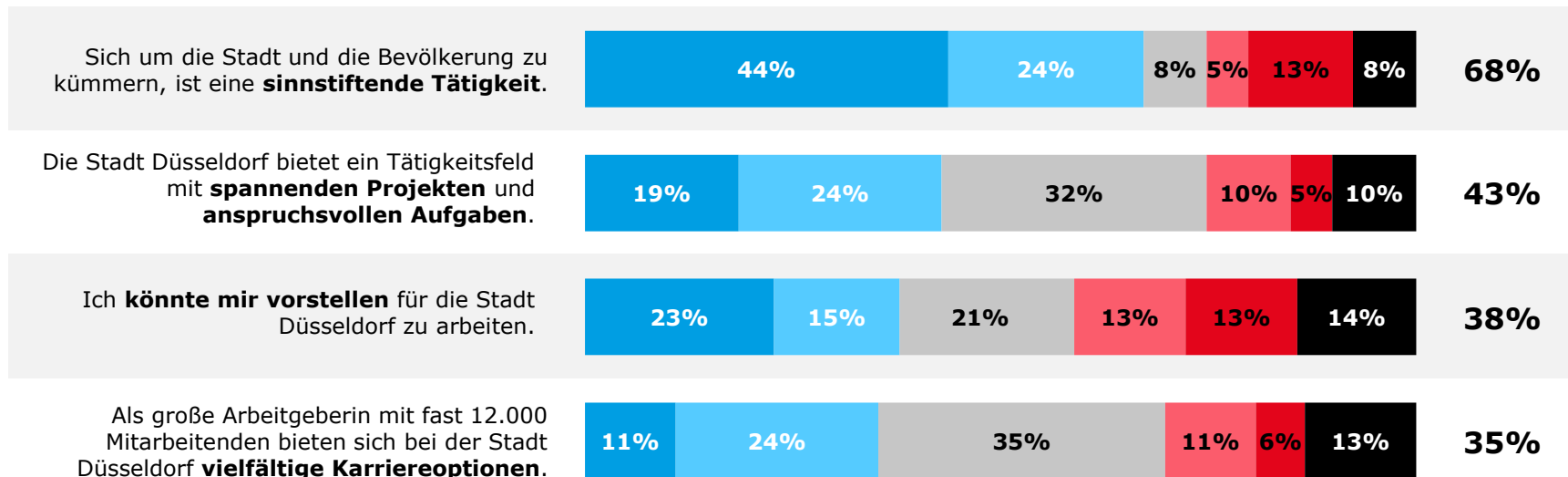


Mehr als jede*r Dritte könnte sich vorstellen, für die Stadt Düsseldorf zu arbeiten.

Zustimmung zu folgenden Aussagen

■ 1 (Volle Zustimmung) ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 (Keine Zustimmung) ■ keine Antwort

Top-2



„Lebensqualität Düsseldorfs erhalten und verbessern“ bietet am häufigsten neue Einblicke in die Verwaltungsarbeit.

Welche der Anzeigen verleiht Ihnen einen neuen Blick auf die Tätigkeit in einer Verwaltung?



Die Lebensqualität Düsseldorfs erhalten und verbessern.



Mitarbeit an faszinierenden und maßgeblichen Projekten.



In kleinen Krisen des Alltags und den großen allgemeinen Notlagen für die Menschen da sein.



Zugang zu Angeboten ermöglichen, die inspirieren.

Frage: Welche der Anzeigen verleiht Ihnen einen neuen Blick auf die Tätigkeit in einer Verwaltung?

Mehrfachnennung möglich

11 6 % der Befragten haben keine Antwortmöglichkeit gewählt.

Basis: Alle Befragten, n=119

Dieselbe Anzeige würde auch die meisten Personen dazu motivieren, sich zu bewerben.

Auf welche der Anzeigen würden Sie sich am ehesten bewerben?



Die Lebensqualität Düsseldorfs erhalten und verbessern.



Mitarbeit an faszinierenden und maßgeblichen Projekten.



In kleinen Krisen des Alltags und den großen allgemeinen Notlagen für die Menschen da sein.

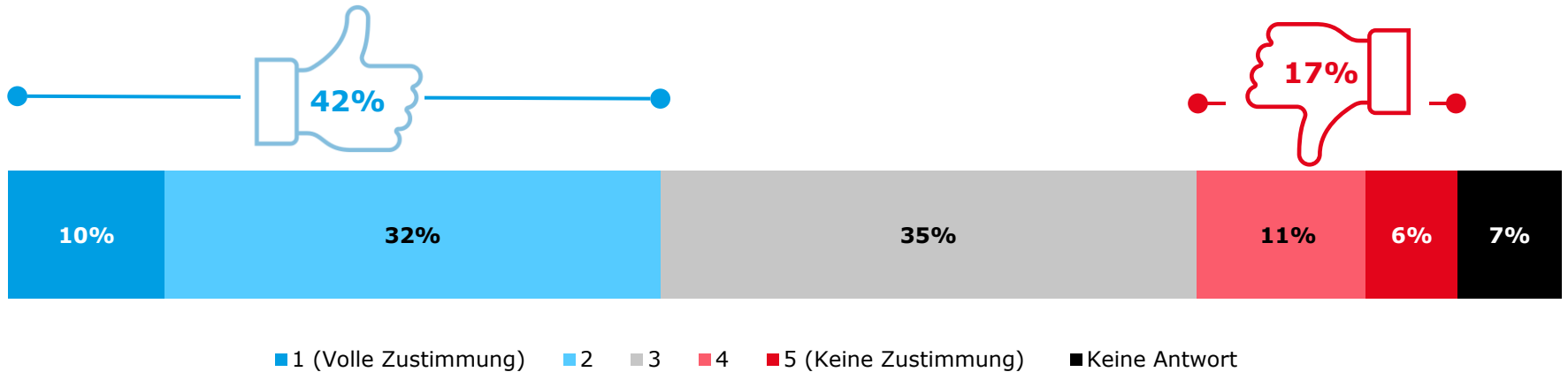


Zugang zu Angeboten ermöglichen, die inspirieren.

Frage: Auf welche der Anzeigen würden Sie sich am ehesten bewerben?
Mehrfachnennung möglich
12 9 % der Befragten haben keine Antwortmöglichkeit gewählt.
Basis: Alle Befragten, n=119

Die Motive der Kampagne tragen positiv zur glaubwürdigen Darstellung Düsseldorfs als attraktive Arbeitgeberin bei.

Die Stadt Düsseldorf wird durch die Motive glaubwürdig als attraktive Arbeitgeberin dargestellt.



Düsseldorf

Nähe trifft Freiheit

Herausgegeben von:

:DÜSSELDORF
Marketing

Düsseldorf Marketing GmbH
Benrather Straße 9
40213 Düsseldorf

Vanessa-Jessica Freymann
Manager Insights & Participation

T +49 211 17 202 2213
freymann.v@duesseldorf-marketing.de