
Evaluation der Kommunikation des Regierungsrates des Kantons Zürich

Befragung von Stakeholdern

Zürich, Juni 2010

gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung

Lic. phil. Ariane Baer

Dr. Peter Spichiger-Carlsson



Inhalt

Management Summary und Folgerungen	3
Zielsetzung und Studiendesign	12
Summary	16
- A: Gesamtzufriedenheit mit der Regierungsratskommunikation/kant. Verwaltung	17
- B: Bekanntheit, Nutzung und Beurteilung einzelner Informationsprodukte	21
- C: Beurteilung des Auftritts der Mitglieder des Zürcher Regierungsrats in der Öffentlichkeit	31
Resultate im Detail:	
Inhalt	35
- A: Gesamtzufriedenheit mit der Regierungsratskommunikation/kant. Verwaltung	37
- B: Bekanntheit, Nutzung und Beurteilung einzelner Informationsprodukte	54
- C: Beurteilung des Auftritts der Mitglieder des Zürcher Regierungsrats in der Öffentlichkeit	103

Kommunikationsleistung und Informationsprodukte

- **Die Kommunikationsleistung des Zürcher Regierungsrats und der kantonalen Verwaltung ist insgesamt gut.**
 - Besonders positiv bewerten die befragten Stakeholder die Kommunikationsleistung in Punkto Aktualität, Kontinuität, Professionalität.
 - Optimierungspotenzial sehen die Befragten primär in der Einheitlichkeit, Prägnanz sowie Transparenz.
 - Die Kommunikationshäufigkeit ist insgesamt angemessen, die Informationsmenge tendenziell zu hoch.
 - Die Zufriedenheit der Bevölkerung mit der Kommunikationsleistung wird eher tief eingeschätzt. Als Gründe werden zu wenig Transparenz, schwache Wahrnehmbarkeit und zu wenig Volksnähe angenommen.
- **Wichtigste Kanäle, um sich über den Kanton Zürich zu informieren, sind das Internet, Medienmitteilungen und die Tagespresse.**
 - Von den Internetseiten weist zh.ch eine besonders hohe Nutzungsintensität auf.
- **Die Zufriedenheit mit den Informationsprodukten des Kantons Zürich ist durchwegs hoch.**
 - Die höchsten Zufriedenheitswerte erreichen die Medienmitteilungen, danach folgen die Kurzversion des Geschäftsberichts, Unterlagen zu Vernehmlassungen, das Amtsblatt und der Newsletter. Am Ende fungieren der Geschäftsbericht und die Medienseiten, aber auch hier sind die Zufriedenheitswerte in Ordnung

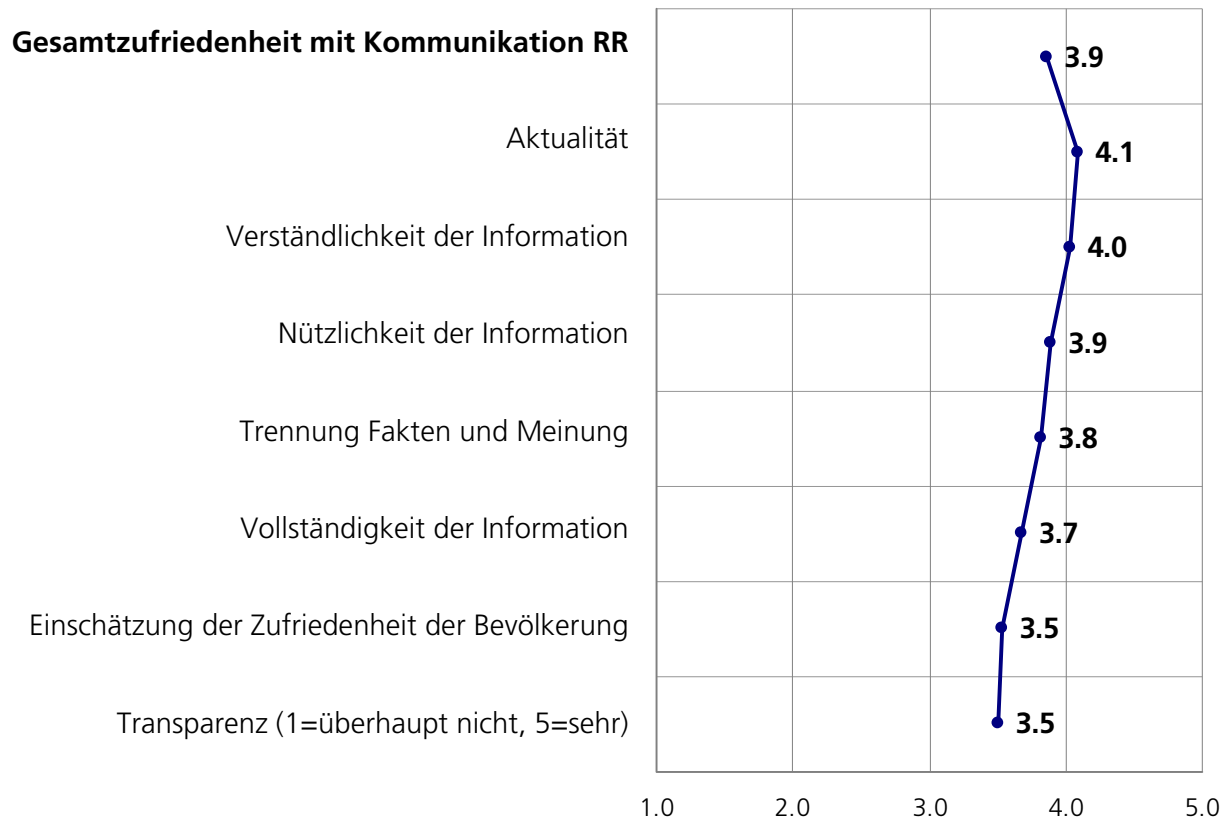
Medienpräsenz und Image des Zürcher Regierungsrates

- **Tendenziell erkennen die Befragten die Themen und Botschaften des Zürcher Regierungsrats in den Medien wieder.**
 - Was die Medienpräsenz des Zürcher Regierungsrats anbelangt, so wird diese in den Printmedien für angemessen, im TV (und teilweise auch im Radio) hingegen für zu wenig stark gehalten.
- **Der Zürcher Regierungsrat wirkt in der Öffentlichkeit überwiegend positiv und professionell, aber wenig einheitlich.**
 - Basierend auf den abgefragten Image Items spricht der Zürcher Regierungsrat eine verständliche Sprache, wirkt professionell und offen.
 - Auf der anderen Seite wirkt der Zürcher Regierungsrat wenig modern und wenig einheitlich und wird von den Befragten tendenziell nicht als Meinungsführer wahrgenommen.
 - Nach Ansicht der Befragten könnte der Zürcher Regierungsrat seinen Auftritt in der Öffentlichkeit optimieren durch mehr Einheitlichkeit bzw. vermehrtes gemeinsames Auftreten und mehr Volksnähe.
 - Was die Medienpräsenz des Zürcher Regierungsrats anbelangt, so wird diese in den Printmedien für angemessen, im TV (und teilweise auch im Radio) hingegen für zu wenig stark gehalten.

Zufriedenheit mit Kommunikation des Regierungsrats und der kant. Verwaltung

Mittelwerte (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden), Basis: Alle Befragten (n=66)
Frage: Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten der Kommunikationsleistung des Zürcher Regierungsrates?

**Die Gesamtzufriedenheit mit der Regierungsratskommunikation ist ok.
Gut sind Aktualität und Verständlichkeit, die Transparenz ist verbesserungswürdig.**

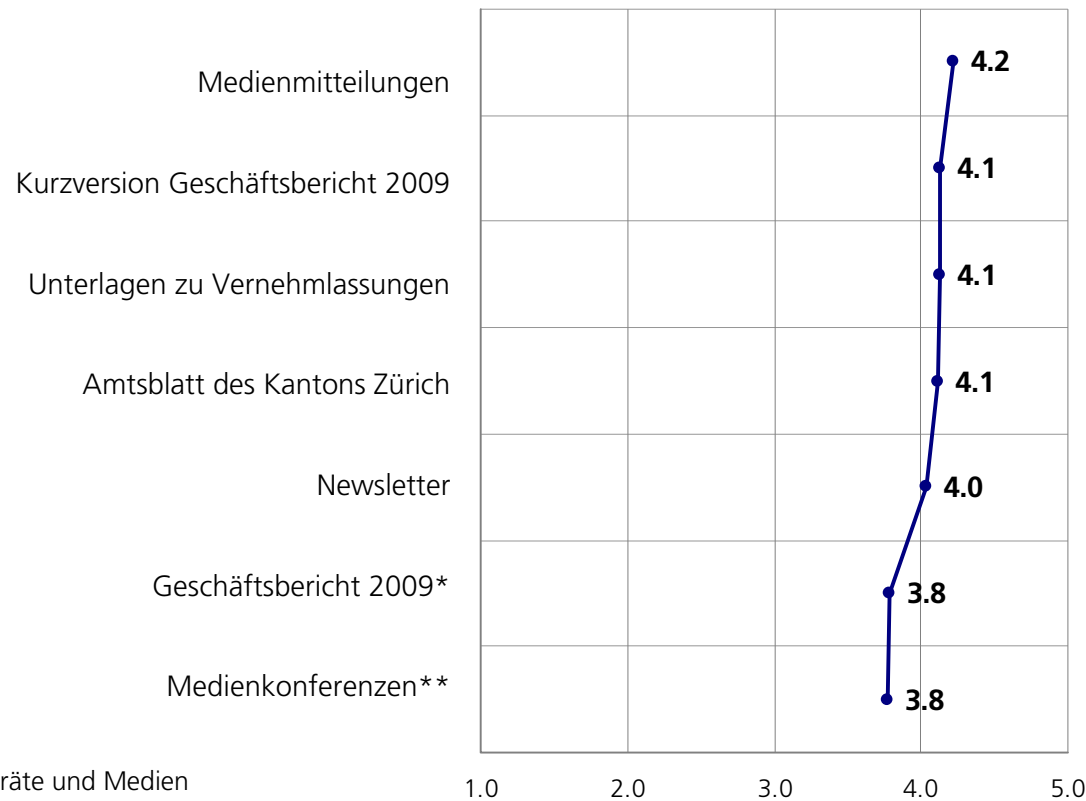


Interpretationshilfe Mittelwerte:
unter 3.5: Handlungsbedarf
3.5 - 3.7: Massnahmen empfohlen
3.8 - 3.9: ok
4.0 - 4.1: gut
ab 4.2: sehr gut

Gesamtzufriedenheit mit den verschiedenen Informationsprodukten des Kantons Zürich

Mittelwerte (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden), Basis: Befragte, welche jeweiliges Produkt nutzen
Frage: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit...

Hohe Zufriedenheit mit den verschiedenen Informationsprodukten des Kantons Zürich:



Interpretationshilfe Mittelwerte:

unter 3.5: Handlungsbedarf
3.5 - 3.7: Massnahmen empfohlen
3.8 - 3.9: ok
4.0 - 4.1: gut
ab 4.2: sehr gut

*Nur Kantonsräte und Medien

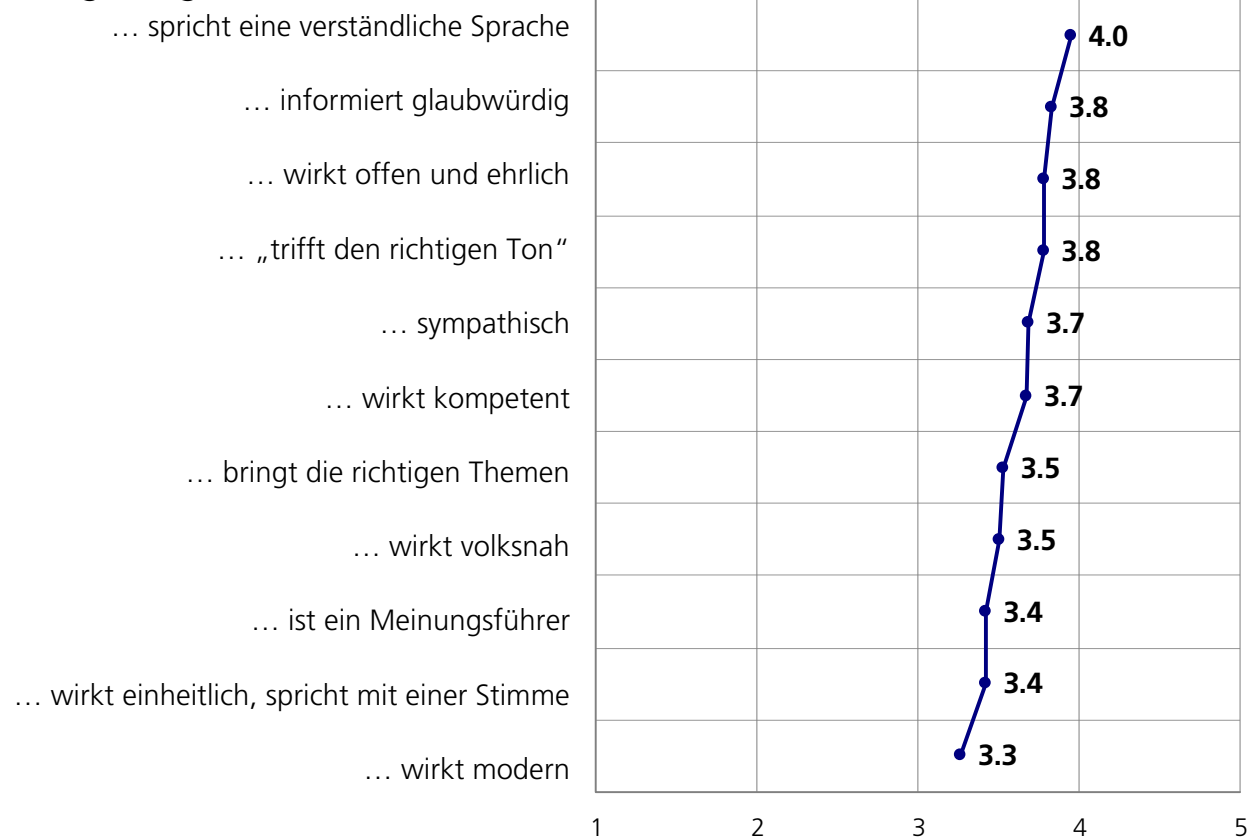
**nur Medien

Image des Zürcher Regierungsrats

Mittelwerte (1=stimme überhaupt nicht zu, 5=stimme voll und ganz zu), Basis: alle Befragten (n=66)

Gemäss den Befragten spricht der Regierungsrat eine verständliche Sprache, wirkt aber wenig modern und wenig einheitlich und ist tendenziell kein Meinungsführer

Der Zürcher Regierungsrat...



Management Summary (6/6)

Wichtigste Ergebnisse für die einzelnen Stakeholdergruppen

	National- und Ständeräte	Kantonsräte/ Parteipräsidenten	Gemeindepräs. / Gemeindeschreiber / Stadtpräsidenten	Journalisten	Wirtschaftsführer
Kommunikationsleistung: positive Aspekte	<ul style="list-style-type: none"> >gutes Informationsverhalten >Kontinuität >Professionalität 	<ul style="list-style-type: none"> >Aktualität >Ausführlichkeit >Transparenz >Kontinuität 	<ul style="list-style-type: none"> >Aktualität >Ausführlichkeit >Kontinuität >Bulletin 	<ul style="list-style-type: none"> >Aktualität >Kontinuität >Angabe Kontaktpersonen 	<ul style="list-style-type: none"> >Professionalität >Aktualität
Kommunikationsleistung: verbesserungswürdige Aspekte	<ul style="list-style-type: none"> >Ausführlichkeit: Zusammenfassungen gewünscht >Aktualität >mehr Lobbyarbeit bei spezifischen Anliegen 	<ul style="list-style-type: none"> >Informationsmenge und Frequenz (weniger gewünscht) >wünschen sich im Voraus informiert zu werden 	<ul style="list-style-type: none"> >mehr Koordination der einzelnen Departemente >vermehrtes Eingehen auf Gemeindebedürfnisse 	<ul style="list-style-type: none"> >bessere Erreichbarkeit der angegebenen Kontaktpersonen >Leserfreundlichkeit und Verständlichkeit 	<ul style="list-style-type: none"> >Wahrnehmbarkeit zu schwach >Koordination >Einheitlichkeit >mehr Informationen zu Steuern und Finanzpolitik
Informationsprodukte	<ul style="list-style-type: none"> >Informationsprodukte sind bekannt >Nutzung der Informationsprodukte des Kt. ZH eher tief >informieren sich vermehrt über Medien >es wird eher eine Holschuld gesehen 	<ul style="list-style-type: none"> >hohe Nutzung der Informationsprodukte, v.a. Medienmitteilungen und Geschäftsbericht >Hohe Zufriedenheit mit Informationsprodukten, bes. Kurzversion Geschäftsbericht >wünschen sich bei Vernehmlassungen Stellungnahmen ohne Fragebogen 	<ul style="list-style-type: none"> >informieren sich v.a. übers Internet / zh.ch >hohe Nutzung Amtsblatt, weiterhin in gedruckter Form gewünscht >tiefste Bekanntheit der Produkte im Internet >wünschen sich bei Vernehmlassungen Stellungnahmen ohne Fragebogen 	<ul style="list-style-type: none"> >informieren sich über Medienmitteilungen, e-mail und Komm.abteilung >höchste Bekanntheit und Nutzung der Informationsprodukte >Zufriedenheit mit Informationsprodukten gut (ausser GS) >sehen Bringschuld >Anzahl Medienkonferenzen angemessen 	<ul style="list-style-type: none"> >informieren sich v.a. über Presse und direkte Kontakte >tiefe Nutzung der Informationsprodukte des Kantons ZH >Zufriedenheit mit Vernehmlassungen hoch, Zufriedenheit mit Amtsblatt tief >es wird eher eine Holschuld gesehen
Auftritt Regierungsrat	<ul style="list-style-type: none"> >Wunsch nach mehr Volksnähe, einheitlichem Auftritt, Klarheit, verständlicher Sprache >Arbeit RR visibler machen 	<ul style="list-style-type: none"> >Nehmen RR als Einzelmitglieder wahr >hoher Sympathiewert 	<ul style="list-style-type: none"> >schreiben RR ein sehr gutes Image zu >Wunsch nach mehr Einheitlichkeit 	<ul style="list-style-type: none"> >mehr Volksnähe, verständliche Sprache, Zugänglichkeit und klare Stellungnahmen bei heiklen Themen / Krisen gewünscht 	<ul style="list-style-type: none"> >mehr Einheitlichkeit, Volksnähe und Nähe zu Unternehmen gewünscht >wenig Wiedererkennung von RR-Themen in Medien >mehr TV-Präsenz gewünscht

Folgerungen aufgrund der Ergebnisse (1/3)

➤ **Die Kommunikation und insbesondere die Informationsprodukte des Regierungsrats des Kantons Zürich und der kantonalen Verwaltung grundsätzlich in dieser Form weiterführen**

- Die Zufriedenheit der Stakeholder mit der Informations- und Kommunikationsleistung des Zürcher Regierungsrats und der kantonalen Verwaltung ist insgesamt gut, deshalb sollte die Kommunikation grundsätzlich in dieser Form weitergeführt werden.

Nach Auswertung der Resultate der Befragung können die folgenden 8 Folgerungen gezogen werden. Sie basieren auf jenen Teilaspekten der Kommunikation, welche nach Auswertung der Resultate über die gesamte Befragung und alle Stakeholdergruppen Verbesserungspotenzial aufweisen:

➤ **Mehr Einheitlichkeit in der Kommunikation anstreben**

- Uneinheitlichkeit in der Kommunikation bzw. Wahrnehmung des Regierungsrats als Einzelmitglieder werden über die gesamte Untersuchung hinweg immer wieder als verbesserungswürdige Aspekte erwähnt.

Die Wahrnehmung des Regierungsrats in der Öffentlichkeit kurzfristig mehr in Richtung einheitliches Gremium zu lenken, dürfte schwierig sein, da der Regierungsrat de facto aus (unterschiedlichen) Einzelmitgliedern besteht und ein solcher Imagetransfer nur schwer und langfristig erreicht werden kann. Hingegen könnte man ein erhöhtes Augenmerk auf die Koordination der Kommunikation der Beauftragten der verschiedenen Direktionen legen.

Folgerungen aufgrund der Ergebnisse (2/3)

- **In der Kommunikation Direktheit und klare Stellungnahmen anstreben**
 - Über die ganze Befragung hinweg wird der Wunsch nach Transparenz in der Regierungsratskommunikation deutlich. Dies bedeutet nicht, dass die Kommunikation intransparent ist, sondern nur, dass sie nicht als transparent wahrgenommen wird. Diese Wahrnehmung könnte z.B. auf der grossen Informationsmenge gründen, da ein Zuviel an Information sich negativ auf die Transparenz auswirken kann. Dem könnte man beispielsweise mit mehr Direktheit, d.h. klareren, eindeutigeren, prägnanteren, knapperen Stellungnahmen begegnen.

- **Mehr auf die Bedürfnisse der Medienschaffenden eingehen in Punkto Erreichbarkeit der Kontaktpersonen / des zuständigen Regierungsrates, journalistische Aufmachung der Informationsprodukte, Prägnanz.**
 - Die Politikvermittlung erfolgt in modernen Gesellschaften überwiegend über die Massenmedien. Die Medien entscheiden damit, welche Themen die Bevölkerung unter welchen Aspekten wie wahrnimmt. Die Journalisten sind dabei ständig mit Zeitdruck konfrontiert, welchem sie mit gewissen Selektionsroutinen begegnen. Um den Selektionsfilter der Medienschaffenden zu passieren, kann sich die Kommunikation des Regierungsrats den journalistischen Entscheidungskriterien anpassen, z.B. durch kurze, klare und verständliche Stellungnahmen und eine gute Erreichbarkeit der zuständigen Person für die Journalisten. Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die Themen des Zürcher Regierungsrats (mitsamt den intendierten Botschaften) den Filter des Mediensystems passieren.

- **Wirtschaftsführer häufiger zu direkten Aussprachen einladen.**
 - Wirtschaftsführer schätzen den direkten, offenen Kontakt mit dem Zürcher Regierungsrat. Hier ist zu überlegen, ob man die direkten Aussprachen häufiger (als aktuell einmal pro Jahr) durchführen möchte.

Folgerungen aufgrund der Ergebnisse (3/3)

- **Mehr Präsenz im TV, ev. auch im Radio anstreben**
 - Aufgrund der Ergebnisse der Untersuchung ist der Regierungsrat im TV, teilweise auch im Radio, zu wenig präsent. In diesem Kontext ist auch der Wunsch einzelner Medienschaffender relevant, bei Pressekonferenzen mehr auf die Bedürfnisse der elektronischen Medien einzugehen bzw. diese gebündelt (d.h. separat von den Printmedien) zu behandeln.
- **Die Bekanntheit des Newsletters und der Newsseite (news.zh.ch) steigern**
 - 36% kennen den Newsletter nicht, einem knappen Viertel ist die Newsseite nicht geläufig. Hier besteht Potenzial in der Steigerung des Bekanntheitsgrads.
- **Mehr Prägnanz bei Informationsprodukten**
 - Obwohl sämtliche Informationsprodukte gut bewertet werden und die Ausführlichkeit der Informationen darin geschätzt werden, ist bei allen Informationsprodukten immer wieder der Wunsch nach mehr Prägnanz (,kürzer fassen') vorhanden.
- **Amtsblatt weiterhin in gedruckter Form anbieten und ev. moderner gestalten**
 - Zwar wäre es für eine Mehrheit der Befragten in Ordnung (oder spielt keine Rolle), wenn das Amtsblatt nur noch im Internet erschiene, der Anteil jener, die es weiterhin gedruckt wünschen, ist jedoch mit 40% relativ hoch, zudem sind dies in erster Linie jene Befragte, die eine hohe Nutzungsintensität des Amtsblatts aufweisen. Es empfiehlt sich aber, diese Frage (gedruckt oder nur elektronisch) periodisch zu überprüfen, da hier die Präferenzen schnell ändern können.

ZIELSETZUNG UND STUDIENDESIGN

Zielsetzung und Studiendesign (1/3)

- **Fragestellung**

Wie beurteilen die relevanten Stakeholder (Politiker aus dem Kanton Zürich, Journalisten, Wirtschaftsführer) als direkte Empfänger die Kommunikationsleistung des Zürcher Regierungsrates?

- **Ziel der Untersuchung**

Ermittlung der Zufriedenheit, Wirkung und Relevanz der Kommunikation des Regierungsrates bei den definierten Zielgruppen (Stakeholder).

- **Untersuchungsdimensionen**

- Gesamtzufriedenheit mit der Kommunikationsleistung des Zürcher Regierungsrats
- Bekanntheit, Nutzung und Beurteilung einzelner Informationsprodukte
- Beurteilung des Auftritts der Zürcher Regierungsratsmitglieder in der Öffentlichkeit
- Optimierungspotenzial

- **Methode**

Insgesamt 66 halbstandardisierte telefonische Interviews mit einer durchschnittlichen Länge von 24 Minuten. Befragt wurden folgende Stakeholder:

- National- und Ständerate des Kantons Zürich
- Kantonsräte und kantonale Parteiprääsidenten
- Gemeindepräsidenten / Gemeindeschreiber / Städtische Exekutivmitglieder
- Medienschaffende
- Wirtschaftsführer

Zielsetzung und Studiendesign (2/3)

- **Untersuchungszeitraum**

12. Mai bis 10. Juni 2010

- **Stichprobe:**

Die Stichprobe setzt sich wie folgt zusammen:

Stakeholder	Anzahl Interviews
National- und Ständeräte des Kt. ZH*	10
{ Kantonale Parteipräsidenten (PP)**	4
{ Kantonsräte	10
{ Städtische Exekutivmitglieder**	4
{ Gemeindepräsidenten	3
{ Gemeindeschreiber (GS)	7
Medienschaffende	14
Wirtschaftsführer	14
Total	66

*Die Zielgrösse von 14 Interviews wurde in der Gruppe der National- und Ständeräte aufgrund der gleichzeitig stattfindenden Session und der damit verbundenen schwierigen Erreichbarkeit nicht erreicht

**Für die Auswertung nach Gruppe wurden die mit Klammern markierten Stakeholder zusammengefasst.

Zielsetzung und Studiendesign (3/3)

- **Interpretationshilfe für die Ergebnisse der geschlossenen Fragen**

Die einzelnen Zufriedenheitsfragen wurden auf einer 5er Skala beurteilt, die von 1= unzufrieden, über 3= teils/teils bis zu 5= sehr zufrieden, reicht.

Als Interpretationshilfe können folgende Richtlinien gegeben werden:

unter 3.5	es besteht Handlungsbedarf
3.5 - 3.7	Massnahmen werden empfohlen
3.8 - 3.9	ok
4.0 - 4.1	gut
ab 4.2	sehr gut

- **Signifikanz bei Ergebnissen von geschlossenen Fragen**

Aufgrund der semi-qualitativen Methode und der damit verbundenen tiefen Fallzahl sind die Unterschiede bei den Ergebnissen zwischen den einzelnen Stakeholdergruppen in der Regel statistisch nicht signifikant.

- **Auswertung der offene Fragen**

Offene Fragen, deren Antworten einen gewissen Homogenitätsgrad aufweisen, wurden codiert und quantitativ ausgewertet. Bei offenen Fragen mit einem sehr breiten Spektrum an Antworten werden die Antworten nach Stakeholdergruppe selektiv abgebildet. Mehrfach genannte Antworten fungieren dabei vor Einzelnennungen.

SUMMARY

A: Gesamtzufriedenheit mit der Regierungsratskommunikation/kant. Verwaltung

B: Bekanntheit, Nutzung und Beurteilung einzelner Informationsprodukte

C: Beurteilung des Auftritts der Mitglieder des Zürcher Regierungsrats in der Öffentlichkeit

Spontane Assoziationen zur Kommunikationsleistung des ZH Regierungsrats

- **Spontan äussern sich die befragten Stakeholder tendenziell positiv zur Kommunikationsleistung des Zürcher Regierungsrats und der kantonalen Verwaltung.**
 - Fast die Hälfte (47%) der spontan (ungestützt) geäusserten Nennungen zur Informations- und Kommunikationsleistung des Zürcher Regierungsrats und der kantonalen Verwaltung fällt positiv aus, 31% neutral. Negativ sind lediglich 22% der spontanen Assoziationen.
 - Als positive Assoziationen über alle Stakeholdergruppen wird in erster Linie Aktualität, Professionalität und Ausführlichkeit genannt, negative Äusserungen beziehen sich häufig auf eine zu grosse Menge an Information.
- **Als besonders positive Aspekte der Regierungsratskommunikation werden Aktualität, Kontinuität sowie aufschlussreiche Informationen hervorgehoben.**
 - Positiv an der Kommunikation des Zürcher Regierungsrates finden gemäss den offenen Kommentaren fast alle Gruppen Aktualität und Kontinuität. National- und Ständeräte sowie Wirtschaftsführer erwähnen zusätzlich den Newsletter, Medienschaffende die Kontaktpersonen und Wirtschaftsführer die Einladungen zu direkten Aussprachen.
- **Über ein Viertel findet keine verbesserungswürdigen Aspekte an der Kommunikation des Regierungsrates. Mehr Einheitlichkeit steht unter den genannten Verbesserungswünschen an erster Stelle.**
 - Kantonsräte, Exekutivmitglieder und Wirtschaftsführer wünschen sich mehr Einheitlichkeit, National- und Ständeräte mehr Lobbyarbeit und Journalisten bessere Erreichbarkeit der Kontaktpersonen.

Zufriedenheit mit der Kommunikation des Zürcher Regierungsrats

- **Die Gesamtzufriedenheit mit der Regierungsratskommunikation ist in Ordnung. Gut sind Aktualität und Verständlichkeit, bei der Transparenz werden Massnahmen empfohlen.**
 - Auf einer Skala von 1 (unzufrieden) bis 5 (sehr zufrieden) liegt die Gesamtzufriedenheit bei 3.9 und damit in einem zufrieden stellenden Bereich. Gut sind Aktualität (4.1) und Verständlichkeit (4.0), bei der Transparenz (3.5) werden Massnahmen empfohlen.
 - Bei den kommunalen Exekutivmitgliedern / Gemeindegliedern ist die Gesamtzufriedenheit klar am höchsten (4.4). Die tiefsten Gesamtzufriedenheitswerte weisen Kantonsräte / kantonale Parteipräsidenten (3.4) und Wirtschaftsführer (3.6) auf.
 - Gründe für Unzufriedenheit mit der Regierungsratskommunikation sind gemäss den offenen Kommentaren bei den Politikern primär die grosse Informationsmenge, bei Medienschaffenden die schwere Erreichbarkeit des Regierungsrats bei heiklen Themen und bei Wirtschaftsführern die kaum wahrnehmbare, reaktive Kommunikation.
- **Die Transparenz weist den stärksten Zusammenhang mit der Gesamtzufriedenheit auf**
 - Von den vorgegebenen items weist die Transparenz die höchste Korrelation mit der Gesamtzufriedenheit auf (0.50).
 - Setzt man die Korrelationswerte in Beziehung mit der Gesamtzufriedenheit, zeigt sich Handlungsbedarf bei der Transparenz. Dies spiegelt sich vereinzelt auch in den offenen Kommentaren, in welchen u.a. ‚schwere Nachvollziehbarkeit der Entscheide‘ und ‚unklare Stellungnahmen‘ als Gründe für Unzufriedenheit erwähnt werden

Zufriedenheit mit Kommunikationshäufigkeit und eingeschätzte Zufriedenheit der Bevölkerung

- **Häufigkeit der Kommunikation insgesamt angemessen.**
 - 70% halten die Frequenz der Kommunikation des Zürcher Regierungsrates insgesamt für angemessen, 12% finden, der Regierungsrat kommuniziere zu häufig und für 15% ist die Frequenz zu tief.
 - Eine zu hohe Frequenz wird von einem Teil der Kantonsräte/PP (36%) und kommunalen Exekutivmitgliedern (21%) konstatiert, eine zu tiefe dagegen von einem Teil der National- und Ständeräte (20%), Journalisten (21%) und Wirtschaftsführern (29%).
 - Dieses Ergebnis weist darauf hin, dass die in den offenen Kommentaren erwähnte ‚Informationsflut‘ sich eher auf die Ausführlichkeit als auf die Frequenz bezieht.
 - Für die meisten Befragten gibt es keine Themen, bei denen der Regierungsrat insgesamt mehr oder weniger kommunizieren sollte. Vereinzelt wünschen sich die Befragten mehr Informationen zu Steuern / Finanzen sowie mehr Stellungnahmen bei aktuellen Krisen (z.B. Migrationsamt).
- **Die Zufriedenheit der Bevölkerung mit der Kommunikation des Zürcher Regierungsrats wird von den Befragten tendenziell als tief eingeschätzt.**
 - Die von den Befragten angenommene Zufriedenheit der Bevölkerung mit der Regierungsratskommunikation liegt bei 3.5 und damit in einem nicht zufrieden stellenden Bereich. Besonders tief schätzen Wirtschaftsführer die Zufriedenheit ein (3.1).
 - Als Gründe für die angenommene Unzufriedenheit der Bevölkerung werden zu wenig transparentes und zu wenig direktes Informieren, schwache Wahrnehmbarkeit und wenig Volksnähe des Zürcher Regierungsrats genannt.
 - Es handelt sich hier um eine reine Projektionsfrage, da keine Personen aus der Bevölkerung befragt wurden.

Bekanntheit und Nutzung von Informationsprodukten des Kantons Zürich und der Zürcher Regierung

- **Webseiten generell, Medienmitteilungen und zh.ch sind ungestützt die bekanntesten Informationsprodukte des Kantons Zürich**
 - National-/Ständeräte und kommunale Exekutivmitglieder/GS nennen am häufigsten Medienmitteilungen, Kantonsräte/PP den Jahresgeschäftsbericht, Medien zh.ch und Wirtschaftsführer das Internet generell.
- **Wichtigste Informationskanäle: Internet, Medienmitteilungen, Tagespresse**
 - Ungestützt die wichtigsten Kanäle, um sich über den Kanton Zürich zu informieren, sind für National- und Ständeräte sowie Wirtschaftsführer die Tagespresse, für Kantonsräte und Journalisten Medienmitteilungen und für kommunale Exekutivmitglieder das Internet (zh.ch).
 - Das Internet wird über alle Stakeholdergruppen hinweg als wichtige Informationsquelle genannt.
- **Gestützt weisen die Abstimmungszeitung, Medienmitteilungen und zh.ch die höchsten Nutzungs- und Bekanntheitsgrade auf.**
 - Vier Fünftel der Befragten nutzen die Abstimmungszeitung und die Medienmitteilungen regelmässig.
 - Der Newsletter weist den höchsten Grad an Unbekanntheit auf: Zwar nutzen ihn 35% regelmässig, aber ebenso viele kennen ihn gar nicht.
 - Journalisten, Kantonsräte und kommunale Exekutivmitglieder weisen generell eine höhere Nutzung der Informationsprodukte des Kantons Zürich auf als National-/Ständeräte und Wirtschaftsführer, welche sich eher über die Massenmedien informieren.

Zufriedenheit mit Informationsprodukten: Überblick

- **Fast durchweg hohe Zufriedenheit mit den Informationsprodukten des Kantons Zürich**
 - Die höchsten Zufriedenheitswerte erreichen die Medienmitteilungen (4.2), gefolgt von der Kurzversion des Geschäftsberichts, den Unterlagen zu Vernehmlassungen und dem Amtsblatt (je 4.1) sowie dem Newsletter (4.0)
 - Am unteren Ende fungieren der Geschäftsbericht und die Medienkonferenzen mit je 3.8, zu diesen beiden Produkten wurden aber nur die Journalisten (Medienkonferenzen) bzw. die Journalisten und Kantonsräte (Geschäftsbericht 2009) befragt.

Webseiten des Kantons Zürich: Nutzung und Zufriedenheit

- **Hohe Nutzung von zh.ch**
 - zh.ch nutzen die Hälfte der Befragten mindestens wöchentlich, 80% mindestens monatlich.
 - Die Webseite des Zürcher Regierungsrats wird von der Hälfte der Befragten mindestens monatlich genutzt.
 - Die Webseiten Newsportal (news.zh.ch) und Beschlüsse Regierungsrat (rrb.zh.ch) werden von einem Drittel nicht genutzt oder sind unbekannt.
 - Die Nutzungshäufigkeit der Webseiten des Kantons Zürich ist bei den Journalisten klar am höchsten und bei den Wirtschaftsführern am tiefsten.
- **zh.ch und Medienseiten sind die beliebtesten Sites, um sich über den Kanton Zürich zu informieren**
 - 42% nennen zh.ch als ihre Lieblingswebseite, ein knappes Viertel nennt andere Seiten (v.a. Medienseiten wie z.B. nzz.ch).
 - Vergleich der einzelnen Stakeholdergruppen: Bei fast allen Gruppen ist zh.ch die beliebteste Webseite, einzig National- und Ständeräte bevorzugen Medienseiten.

Geschäftsbericht 2009: Nutzung und Zufriedenheit

- **Hohe Nutzung des Geschäftsberichts 2009 bei Kantonsräten, tiefe Nutzung bei Medienschaffenden**
 - 71% der Kantonsräte/PP, aber nur 29% der Journalisten haben den Geschäftsbericht 2009 genutzt.
- **Zufriedenheit mit Geschäftsbericht 2009 bei Kantonsräten hoch, bei Journalisten tief.**
 - Die Gesamtzufriedenheit mit dem Geschäftsbericht 2009 liegt bei den Kantonsräten bei 4.0 (gut), bei Journalisten dagegen bei 3.3 (ungenügend).
 - Insbesondere bei der Verständlichkeit und Nützlichkeit zeigen sich grosse Unterschiede in der Bewertung: Während Kantonsräte hier Wert über 4.0 geben, liegen die Zufriedenheitswerte der Journalisten hier nur bei 3.3 bzw. 2.5.
 - Mehr Übersichtlichkeit und eine kürzere Form werden von beiden Stakeholdergruppen als verbesserungswürdige Aspekte genannt.

Kurzversion Geschäftsbericht 2009: Nutzung und Zufriedenheit

- **Die Kurzversion des Geschäftsberichts 2009 wurde von über der Hälfte der Befragten konsultiert.**
 - Bei den verschiedenen Stakeholdergruppen ist die Nutzung sehr unterschiedlich: Alle Kantonsräte/PP nutzten den Geschäftsbericht, aber nur 18% der kommunalen Exekutivmitglieder/GS.
- **Hohe Zufriedenheit mit der Kurzversion des Geschäftsberichts 2009.**
 - Die Gesamtzufriedenheit mit der Kurzversion des Geschäftsberichts 2009 liegt bei 4.1. Auch die Zufriedenheit mit den einzelnen Aspekten liegt in einem guten bis sehr guten Bereich (4.0-4.4). Fast alle Gruppen weisen hohe Zufriedenheitswerte auf. Generell können hier aber für die einzelnen Gruppen (bis auf die Kantonsräte) keine klaren Aussagen gemacht werden, da die Basis (Anzahl Befragte) sehr tief ist.
 - Vereinzelt wurden mehr Prägnanz und Transparenz als verbesserungswürdige Aspekte an der Kurzversion des Geschäftsberichts 2009 genannt.

Amtsblatt des Kantons Zürich: Nutzung und Zufriedenheit

- **Ein Viertel nutzt jede Ausgabe des Amtsblatts, 35% dagegen gar keine**
 - Insgesamt wird das Amtsblatt von 63% der Befragten, die es kennen, auch genutzt. Am höchsten ist die Nutzung bei den kommunalen Exekutivmitgliedern/GS, die Hälfte von ihnen nutzt jede Ausgabe.
- **Ausser bei Wirtschaftsführern gute Zufriedenheit mit Amtsblatt**
 - Die Gesamtzufriedenheit mit dem Amtsblatt des Kantons Zürich liegt mit 4.1 im guten Bereich.
 - Am tiefsten die die Gesamtzufriedenheit bei den Wirtschaftsführern (3.7), alle anderen Gruppen weisen Werte von 4.1-4.3 auf.
 - Als verbesserungswürdige Aspekte werden eine modernere Gestaltung und mehr Leserfreundlichkeit genannt.
- **Für 60% wäre es in Ordnung bzw. spielt keine Rolle, wenn das Amtsblatt nur noch im Internet erschiene**
 - Allerdings möchten die intensivsten Nutzer des Amtsblatts, die kommunalen Exekutivmitgliedern/GS, mehrheitlich weiterhin die gedruckte Version erhalten.

Newsletter: Nutzung und Zufriedenheit

- **Die Hälfte der Befragten, die den Newsletter kennen, nutzt ihn mindestens 1x/Woche.**
 - Bei den Medienschaffenden ist die Nutzung des Newsletters am höchsten. Generell können hier für die einzelnen Gruppen keine klaren Aussagen gemacht werden, da die Basis (Anzahl Befragte) jener, die den Newsletter kennen, sehr tief ist.
- **Die Zufriedenheit mit dem Newsletter ist gut**
 - Bei allen Gruppen zeigen sich Werte von mindestens 4.0.
 - Als verbesserungswürdiger Aspekt am Newsletter wird vereinzelt mehr Prägnanz (‚kürzer fassen‘, ‚selektiver informieren‘) gewünscht.

Unterlagen zu Vernehmlassungen: Nutzung und Zufriedenheit

- **Knapp die Hälfte der Befragten, welche Unterlagen zu Vernehmlassungen kennen, nutzen diese mindestens monatlich.**
 - Nur 11% nutzen die Unterlagen zu Vernehmlassungen jede Woche.
 - Bei den Kantonsräten/PP ist die Nutzung am höchsten, bei den Wirtschaftsführern am tiefsten.
- **Gute Zufriedenheit mit Unterlagen zu Vernehmlassungen**
 - Die Gesamtzufriedenheit liegt mit 4.1 im guten Bereich.
 - Bei den einzelnen Gruppen bewegen sich die Zufriedenheitswerte in der Spannbreite von 4.0 bis 4.4. Wirtschaftsführer und Medienschaffende weisen hier die höchsten Zufriedenheitswerte auf.
 - Als verbesserungswürdiger Aspekt wird bei allen Gruppen mehr Prägnanz (‚Konzentration auf das Wesentliche‘) genannt. Kantonsräte/PP sowie kommunale Exekutivmitglieder/GS wünschen sich eine Möglichkeit zur Stellungnahme ohne Fragebogen.

Medienmitteilungen: Nutzung und Zufriedenheit

- **Hohe Nutzungsfrequenz von Medienmitteilungen.**
 - Fast drei Viertel jener, die Medienmitteilungen kennen, nutzen diese mindestens wöchentlich.
 - Die Nutzungsfrequenz ist bei den Journalisten am höchsten und bei den Wirtschaftsführern am tiefsten.
- **Hohe Zufriedenheit mit Medienmitteilungen**
 - Die Gesamtzufriedenheit liegt bei 4.2, damit weisen die Medienmitteilungen den höchsten Gesamtzufriedenheitswert von allen Informationsprodukten des Kantons Zürich auf.
 - Alle Stakeholdergruppen sind mit den Medienmitteilungen insgesamt zufrieden. Bei den kommunalen Exekutivmitgliedern/GS erreicht die Zufriedenheit mit 4.6 einen Spitzenwert.
 - Die Zufriedenheitswerte für Aktualität und Verständlichkeit sind sehr gut. Einzig die Journalisten geben hier eher tiefe Bewertungen.
 - Am Ende der Rangliste der verschiedenen Teilaspekte fungiert die Transparenz. Tiefe Werte sind hier insbesondere bei den National- und Ständeräten und den Kantonsräten/PP zu konstatieren.
 - Mehr Transparenz wird (nebst mehr Prägnanz) auch in den offenen Kommentaren als verbesserungswürdiger Aspekt genannt.

Medienkonferenzen: Nutzung und Zufriedenheit

- **Die Hälfte der Journalisten verfolgt die Medienkonferenzen des Regierungsrats meistens oder immer live vor Ort.**
- **Für 79% der Journalisten ist die Anzahl der Medienkonferenzen angemessen.**
 - Für 14% gib es zu wenige und nur für 7% zu viele Medienkonferenzen.
- **Die Zufriedenheit der Journalisten mit den Medienkonferenzen ist in Ordnung**
 - Die Gesamtzufriedenheit liegt bei 3.8. Einen Spitzenwert erreicht das Item Aktualität mit 4.5.
 - Den tiefsten Zufriedenheitswert von allen abgefragten Items erreicht die Transparenz der Informationen.
 - In den offenen Kommentaren werden ‚klarere Stellungnahmen‘ und ‚vermehrtes Eingehen auf die Bedürfnisse der elektronischen Medien‘ als verbesserungswürdige Aspekte genannt.
- **37% der Befragten nutzen Medienkonferenzen im Internet**
 - Die höchste Nutzung weisen die Medienschaffenden aus. 64% von Ihnen nutzen Medienkonferenzen in Internet zumindest selten oder ab und zu. An zweiter Stelle liegen die Kantosräte/PP (43%) vor den National- und Ständeräten (26%).

Bekanntheit der Informationsprodukte im Internet / Informationsprodukte: Hol- oder Bringschuld?

- **Den meisten Befragten ist die Publikation der Informationsprodukte im Internet bekannt.**
 - Fast alle (94% bzw. 95%) wissen, dass Medienmitteilungen und Unterlagen zu Vernehmlassungen im Web zugänglich sind. Am tiefsten ist dieses Wissen beim Amtsblatt, hier wissen nur 59% um die Publikation im Internet.
 - Generell ist die Bekanntheit der Publikation der Produkte im Internet bei den Journalisten am höchsten und bei den kommunalen Exekutivmitgliedern/GS am tiefsten.
- **Klare Präferenz für Bringschuld bei Medienmitteilungen, Newsletter und Ankündigung der Medienkonferenzen.**
 - Bei den übrigen Informationsprodukten (Allgemeine News, Beschlüsse Regierungs- und Kantonsrat, Vernehmlassungen, Geschäftsberichte) sind die Ansichten über Hol- oder Bringschuld geteilt.
 - Medienschaffende favorisieren überall eine Bringschuld, Wirtschaftsführer tendenziell eine Holschuld.

Wiedererkennung Botschaften / Präsenz des Zürcher Regierungsrats in den Medien

- **Über 70% der Befragten erkennen die Themen und Botschaften des Zürcher Regierungsrats in den Medien sicher oder eher wieder.**
 - Kommunale Exekutivmitglieder/GS (83%) und Kantonsräte/PP (86%) erkennen die Botschaften des Regierungsrats vermehrt in den Medien wieder als National-/Ständeräte und Wirtschaftsführer (je 50%).
 - Eher nicht wieder erkannt in der Medienberichterstattung werden die Themen und Botschaften des Regierungsrats von einer Minderheit der Wirtschaftsführer (29%).
- **Die Präsenz des Zürcher Regierungsrats ist im TV tendenziell zu schwach, in den Printmedien angemessen.**
 - 80% halten die Präsenz des Regierungsrats in den Printmedien für angemessen.
 - Die TV-Präsenz wird tendenziell für zu wenig stark gehalten. Diesen Ergebnis gilt es insbesondere vor dem Hintergrund des Wunsches einiger Journalisten zu beachten, mehr auf die Bedürfnisse der elektronischen Medien einzugehen.
 - Die Radiopräsenz des Regierungsrats ist für die Mehrheit (56%) gerade richtig, ein gutes Viertel konstatiert hingegen zu wenig Präsenz.
 - Generell ist der Zürcher Regierungsrat in den Medien eher zu wenig stark als zu stark präsent.

Image des Zürcher Regierungsrats

- **Der Zürcher Regierungsrat wird von den Befragten überwiegend positiv, professionell, zurückhaltend und eher als Einzelmitglieder wahrgenommen.**
 - Von allen Stakeholdergruppen wird die Wahrnehmung als Einzelmitglieder ungestützt erwähnt.
 - Bis auf die National- und Ständeräte erwähnen zudem alle Gruppen das professionelle, kompetente Auftreten des Regierungsrats.
 - Eine gewisse Zurückhaltung / Distanziertheit im Auftreten konstatieren alle Gruppen ausser den Kantonsräten/PP.
 - Journalisten und Wirtschaftsführer erwähnen zudem die Offenheit und Diskussionsbereitschaft des Regierungsrats.
- **Gemäss den Befragten spricht der Zürcher Regierungsrat eine verständliche Sprache, wirkt aber wenig modern und wenig einheitlich und ist tendenziell kein Meinungsführer.**
 - Bei den abgefragten Image Items zum Auftritt in der Öffentlichkeit liegt der Zürcher Regierungsrat in einem guten Bereich wenn es um die Verständlichkeit, Professionalität, Offenheit und Ehrlichkeit sowie ‚den richtigen Ton treffen‘ geht (Werte zwischen 3.8 und 4.0).
 - Weniger gut schneidet der Zürcher Regierungsrat mit seinem Auftreten in der Öffentlichkeit in Punkto Modernität, Einheitlichkeit und Meinungsführerschaft ab (Werte 3.3-3.4).
 - Ein besonders gutes Image hat der Zürcher Regierungsrat bei den kommunalen Exekutivmitgliedern/GS.

Verbesserungswürdige Aspekte am Auftritt des Zürcher Regierungsrats in der Öffentlichkeit

- **Mehr Volksnähe und Einheitlichkeit sehen die befragten Stakeholdergruppen übereinstimmend als verbesserungswürdige Aspekte am Auftritt des Zürcher Regierungsrats in der Öffentlichkeit.**
 - Die Wünsche der verschiedenen Stakeholder im Hinblick auf den Auftritt des Zürcher Regierungsrats in der Öffentlichkeit gehen allesamt in Richtung einheitlicher Auftritt, mehr Volksnähe, Sprache des Volks sprechen, mehr Klartext und Transparenz.
 - Wirtschaftsführer und kommunale Exekutivmitglieder/GS wünschen sich zudem mehr Präsenz in den elektronischen Medien

Resultate im Detail:

A: GESAMTZUFRIEDENHEIT MIT REGIERUNGSRATSKOMMUNIKATION

**B: BEKANNTHEIT, NUTZUNG UND BEURTEILUNG EINZELNER
INFORMATIONSPRODUKTE**

**C: BEURTEILUNG DES AUFTRITTS DER ZÜRCHER REGIERUNGSRATSMITGLIEDER IN
DER ÖFFENTLICHKEIT UND IN DEN MEDIEN**

Inhalt Detailresultate (1/2)

A: GESAMTZUFRIEDENHEIT MIT REGIERUNGSRATSKOMMUNIKATION

- Assoziationen zur Kommunikationsleistung des Zürcher Regierungsrats und der kantonalen Verwaltung	38
- Positive Aspekte der Kommunikation des Regierungsrats	41
- Verbesserungswürdige Aspekte der Kommunikation des Regierungsrats	44
- Zufriedenheit mit Kommunikation insgesamt und mit einzelnen Aspekten	45
- Korrelationen	48
- Handlungsfeld	49
- Gründe für Unzufriedenheit mit der Kommunikation des Zürcher Regierungsrats	50
- Gründe für angenommene Unzufriedenheit der Bevölkerung mit der Kommunikation	51
- Bewertung der Kommunikationshäufigkeit	52
- Themen, bei denen der Regierungsrat mehr/weniger kommunizieren sollte	53

B: BEKANNTHEIT, NUTZUNG UND BEURTEILUNG EINZELNER INFORMATIONSPRODUKTE

- Bekanntheit und Nutzung der Informationsprodukte des Kantons Zürich	55
- Gesamtzufriedenheit mit den Informationsprodukten des Kantons Zürich (Überblick)	59
- Webseiten: Nutzung und Lieblingswebseite	61
- Geschäftsbericht 2009: Nutzung, Bewertung, Verbesserungspotenzial	65
- Kurzversion Geschäftsbericht 2009: Nutzung, Bewertung, Verbesserungspotenzial	69
- Amtsblatt des Kantons Zürich: Nutzung, Bewertung, Verbesserungspotenzial, publizierte Form	73

Inhalt Detailresultate (2/2)

B: BEKANNTHEIT, NUTZUNG UND BEURTEILUNG EINZELNER INFORMATIONSPRODUKTE

- Newsletter: Nutzung, Bewertung, Verbesserungspotenzial _____	77
- Unterlagen zu Vernehmlassungen: Nutzung, Bewertung, Verbesserungspotenzial _____	80
- Medienmitteilungen: Nutzung, Bewertung, Verbesserungspotenzial _____	83
- Medienkonferenzen: Nutzung, Bewertung, Anzahl, Verbesserungspotenzial _____	87
- Medienkonferenzen im Internet: Nutzung _____	91
- Bekanntheit der Publikation der Informationsprodukte im Internet _____	92
- Informationsprodukte: Hol- oder Bringschuld? _____	94
- Erkennen von Themen in Medienberichten _____	102

C: BEURTEILUNG DES AUFTRITTS DER ZÜRCHER REGIERUNGSRATSMITGLIEDER IN DER ÖFFENTLICHKEIT

- Wahrnehmung des Zürcher Regierungsrats in der Öffentlichkeit _____	104
- Image des Zürcher Regierungsrats _____	105
- Präsenz des Regierungsrats in den Medien _____	108
- Verbesserungswürdige Aspekte am Auftritt des Zürcher Regierungsrats in der Öffentlichkeit _____	111

Resultate im Detail:

A: GESAMTZUFRIEDENHEIT MIT REGIERUNGSRATSKOMMUNIKATION

B: BEKANNTHEIT, NUTZUNG UND BEURTEILUNG EINZELNER
INFORMATIONSPRODUKTE

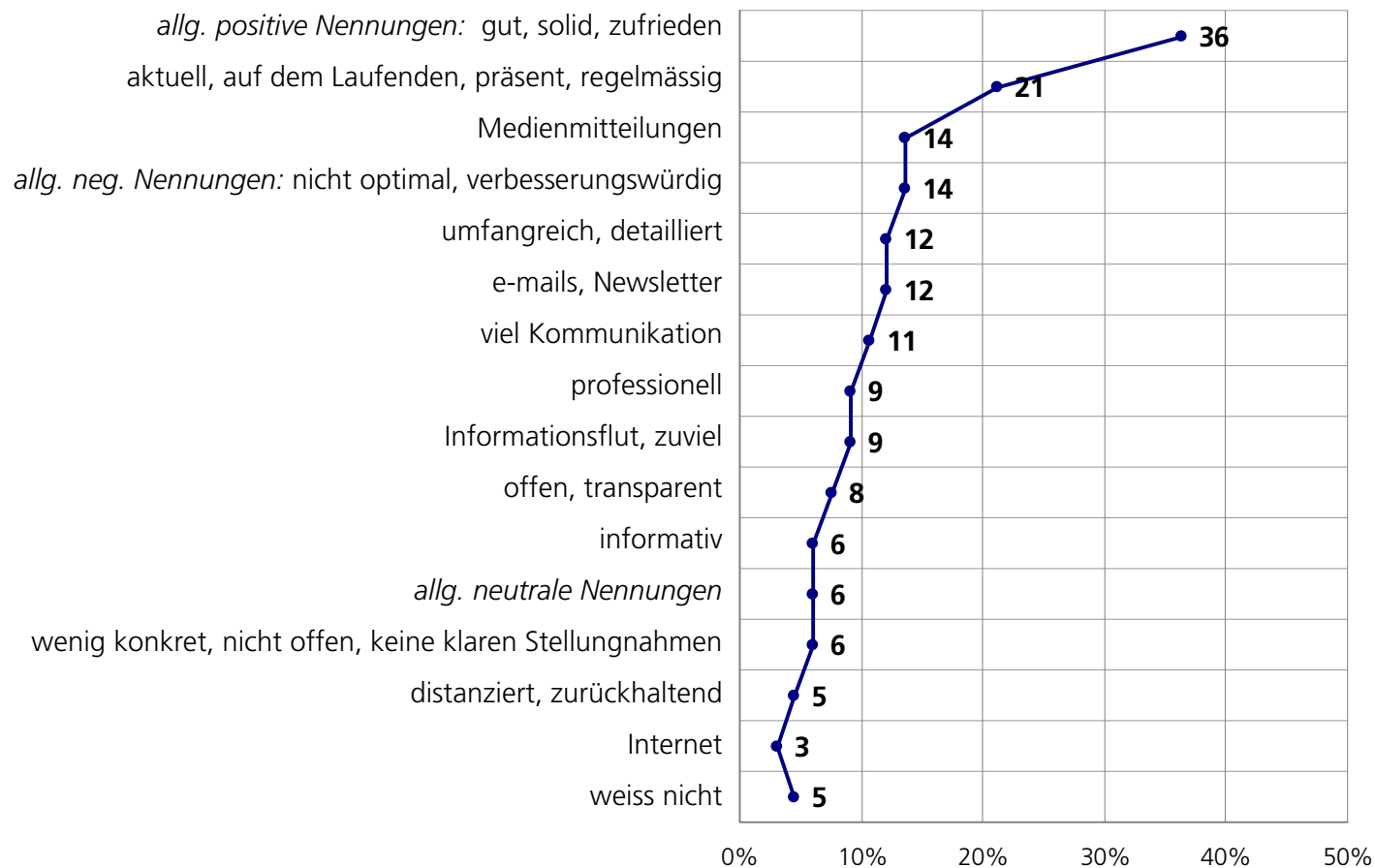
C: BEURTEILUNG DES AUFTRITTS DER ZÜRCHER REGIERUNGSRATSMITGLIEDER IN
DER ÖFFENTLICHKEIT UND IN DEN MEDIEN

A1: Assoziationen zur Kommunikationsleistung des Zürcher Regierungsrats und der kantonalen Verwaltung

>Ergebnisse im Total

Offene Frage codiert, Angaben in %, Nennungen über 3%. Basis: Alle Befragten (n=66)
 Frage: Was kommt Ihnen spontan zur Informations- und Kommunikationsleistung des Zürcher Regierungsrats und der kant. Verwaltung in den Sinn?

Aktualität ist die spontan am häufigsten genannte Assoziation zur Regierungsratskommunikation

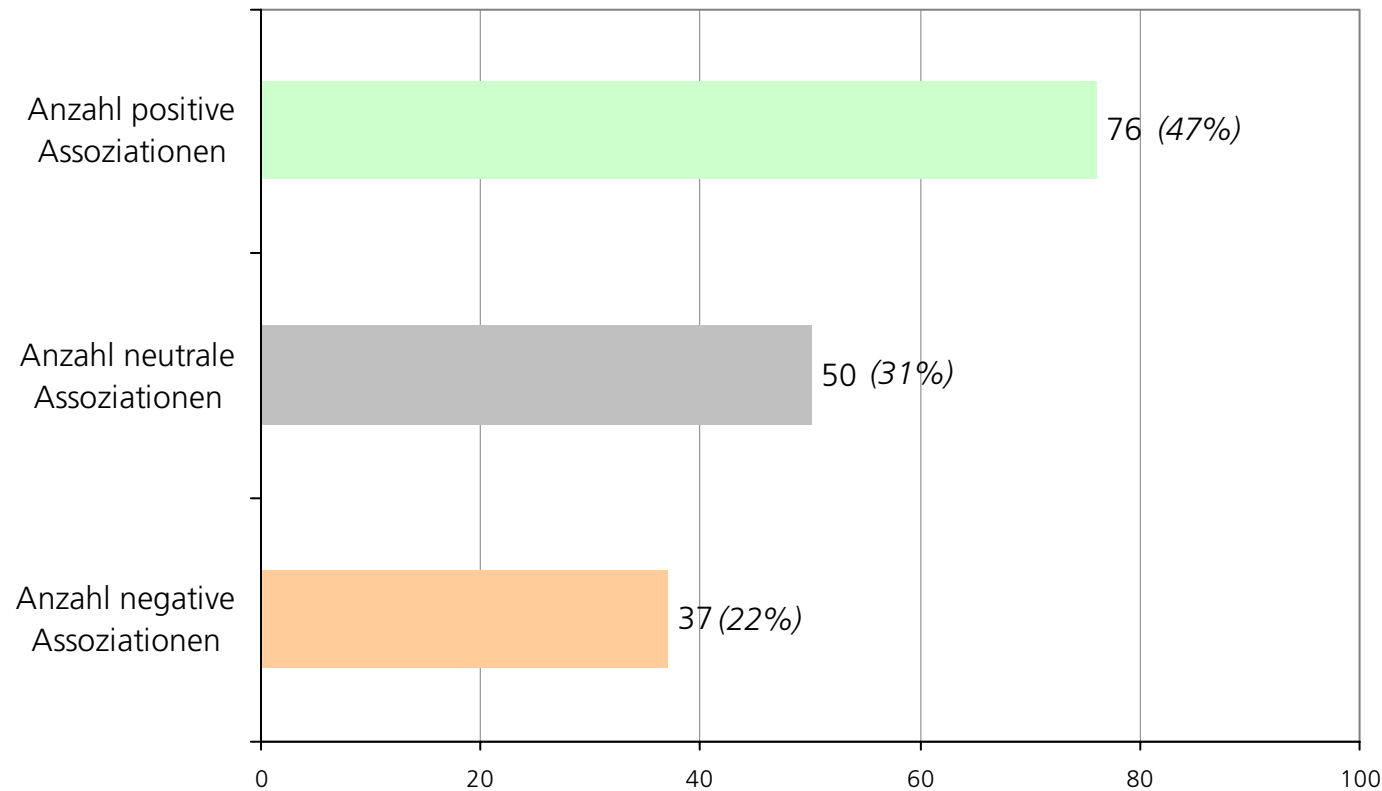


A1: Assoziationen zur Kommunikationsleistung des Zürcher Regierungsrats und der kantonalen Verwaltung

>Ergebnisse im Total, Aussagen aggregiert

Offene Frage codiert in Kategorien positiv, negativ, neutral. Angaben in Anzahl Nennungen (total n=163), Basis: Alle Befragten (n=66)
Frage: Was kommt Ihnen spontan zur Informations- und Kommunikationsleistung des Zürcher Regierungsrats und der kant. Verwaltung in den Sinn?

Fast die Hälfte der spontanen Assoziationen fällt positiv aus, negativ sind nur ein Fünftel



A1: Assoziationen zur Kommunikationsleistung des Zürcher Regierungsrats und der kantonalen Verwaltung

>Aussagen nach Stakeholdergruppe

Offene Frage, ausgewählte Antworten nach Stakeholdergruppe

Frage: Was kommt Ihnen spontan zur Informations- und Kommunikationsleistung des Zürcher Regierungsrats und der kant. Verwaltung in den Sinn?

Aktualität, Professionalität, Medienmitteilungen aber auch Informationsflut werden meist über alle Stakeholdergruppen hinweg spontan mit der Kommunikation des Regierungsrates assoziiert

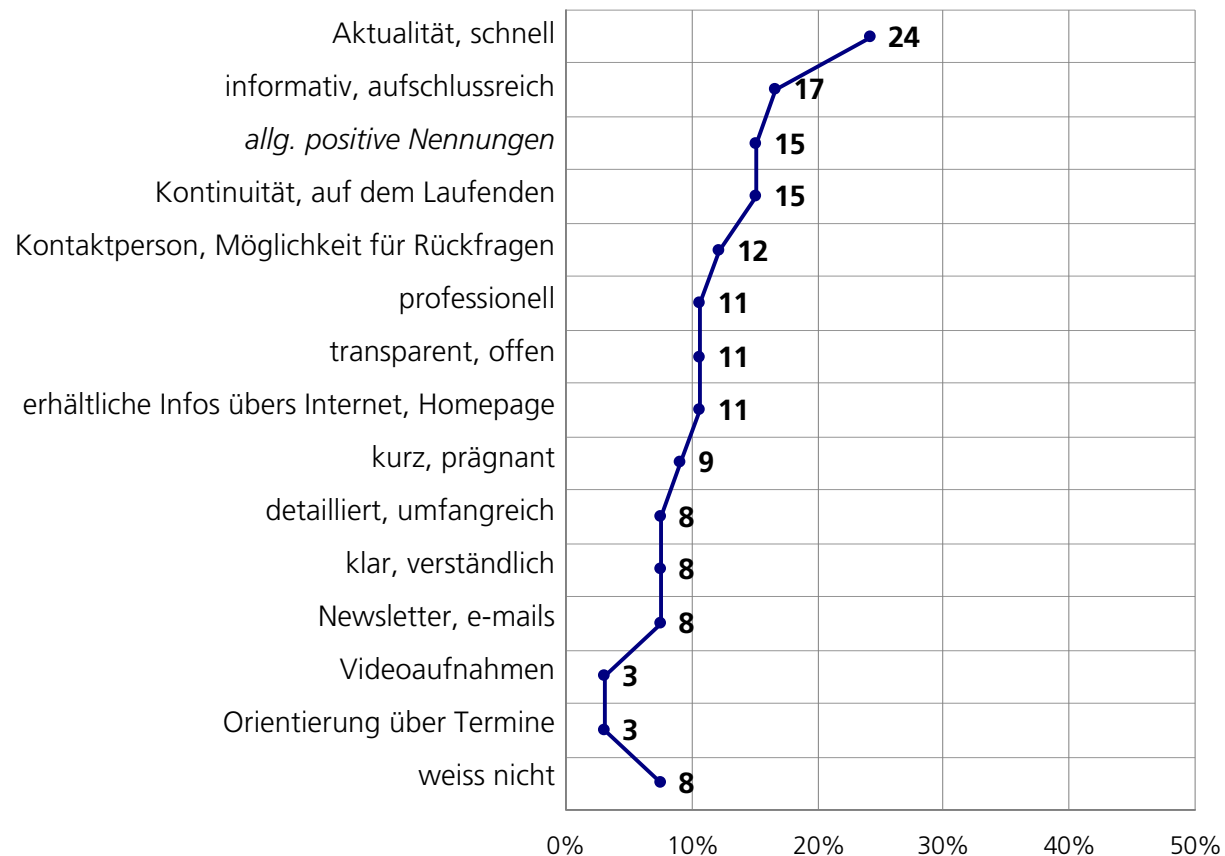
	National- und Ständeräte	Kantonsräte / Parteipräsidenten	Gemeindepräsi. / Gemeindeschreiber / Stadtpräsidenten	Journalisten	Wirtschaftsführer
Positive Nennungen	<ul style="list-style-type: none"> >offensiv, präsent >transparent >professionell >nützlich 	<ul style="list-style-type: none"> >detailliert, umfangreich >regelmässig, zeitgerecht >transparent >allg. gut, gute Erfahrungen 	<ul style="list-style-type: none"> >regelmässig, aktuell >umfassend, informativ >professionell >positive Veränderung >prägnant 	<ul style="list-style-type: none"> >professionell >aktuell >präsent, offensiv >transparent, offen >freundlich >Ansprechpersonen vorhanden 	<ul style="list-style-type: none"> >allg. gut, in Ordnung >professionell >offen >aktuell
Neutrale Nennungen	<ul style="list-style-type: none"> >Newsletter vor Session >viele Kommunikationsfachleute 	<ul style="list-style-type: none"> >viele Medienmitteilungen >Newsletter >je nach Direktion unterschiedlich 	<ul style="list-style-type: none"> >Medienmitteilungen, e-mails >Internet >Zeitung der Verwaltung 		<ul style="list-style-type: none"> >Informationen werden über Medien wahrgenommen >Susanne Sorg
Negative Nennungen	<ul style="list-style-type: none"> >Informationsübersättigung, Menge hat stark zugenommen 	<ul style="list-style-type: none"> >Informationsflut >Parlamentarier werden nicht im Voraus informiert 	<ul style="list-style-type: none"> >zu umfangreich >distanziert, zurückhaltend >uneinheitlich 	<ul style="list-style-type: none"> >tiefer Informationsgehalt trotz viel Kommunikation >Rückruf der Verwaltung z.T. schwierig 	<ul style="list-style-type: none"> >kein Team, eher Einzelkämpfer >stark personenbezogen, kein einheitliches Kommunikationskonzept >zu wenig wahrnehmbar

A2: Positive Aspekte der Kommunikation des Regierungsrats und der kantonalen Verwaltung

>Ergebnisse im Total

Offene Frage codiert, Angaben in %, Nennungen über 3%. Basis: Alle Befragten (n=66)
Frage: Was finden Sie positiv an der Art und Weise, wie der Zürcher Regierungsrat bzw. die kantonale Verwaltung kommuniziert und informiert?

Aktualität, Kontinuität sowie der Informationsgehalt sind die am häufigsten genannten positiven Aspekte



A2: Positive Aspekte der Kommunikation des Regierungsrats und der kantonalen Verwaltung

>Aussagen nach Stakeholdergruppe

Offene Frage, ausgewählte Antworten nach Stakeholdergruppe
 Frage: Was finden Sie positiv an der Art und Weise, wie der Zürcher Regierungsrat bzw. die kantonale Verwaltung kommuniziert und informiert?

Positiv an der Kommunikation des Regierungsrats finden fast alle Gruppen Aktualität und Kontinuität

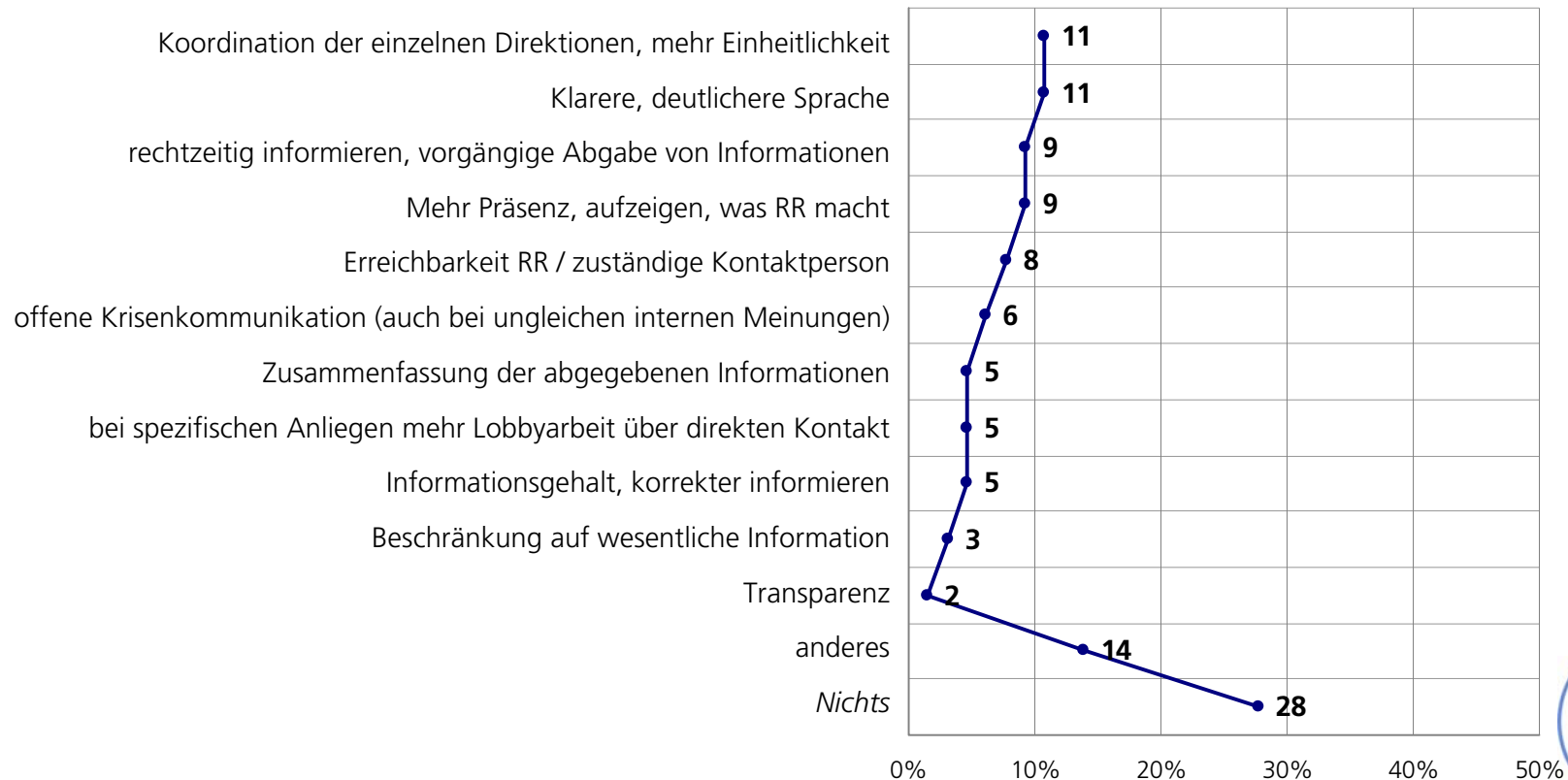
National- und Ständeräte	Kantonsräte / Parteipräsidenten	Gemeindepräsi. / Gemeindeschreiber / Stadtpräsidenten	Journalisten	Wirtschaftsführer
>gutes Informationsverhalten >professionell >Newsletter >sachlich	>aktuell, schnell >Videoaufnahmen >Informationen auf elektronischem Weg (Newsletter) >Tiefe der Informationen wählbar >offen, transparent >proaktiv	>aktuell, schnell >man wird vorinformiert >Kontinuität >prägnant, klar >Informationen im Internet zugänglich >Bulletin	>schnell, aktuell >kontinuierlich >Kontaktperson >nützliche Informationen >rechtzeitige Terminankündigung >koordiniert über Staatskanzlei	>allg. gute Informationen >proaktiv >offen >aktuell >Einladung zu direkter Aussprache

A3: Verbesserungswürdige Aspekte der Kommunikation des Regierungsrats und der kantonalen Verwaltung

>Ergebnisse im Total

Offene Frage codiert, Angaben in %, Basis: alle Befragten (n=66)
 Frage: Und was könnte an der Kommunikation des Regierungsrats und der kant. Verwaltung verbessert werden?

**Über ein Viertel findet keine verbesserungswürdige Aspekte an der Kommunikation des Regierungsrats.
 Mehr Koordination/Einheitlichkeit und eine deutlichere Sprache stehen unter den genannten Verbesserungswünschen an erster Stelle.**



A3: Verbesserungswürdige Aspekte der Kommunikation des Regierungsrats und der kantonalen Verwaltung

>Aussagen nach Stakeholdergruppe

Offene Frage, ausgewählte Antworten nach Stakeholdergruppe
Frage: Und was könnte verbessert werden?

Kantonsräte, Exekutivmitglieder und Wirtschaftsführer wünschen sich mehr Einheitlichkeit, National- und Ständeräte mehr Lobbyarbeit und Journalisten bessere Erreichbarkeit der Kontaktpersonen

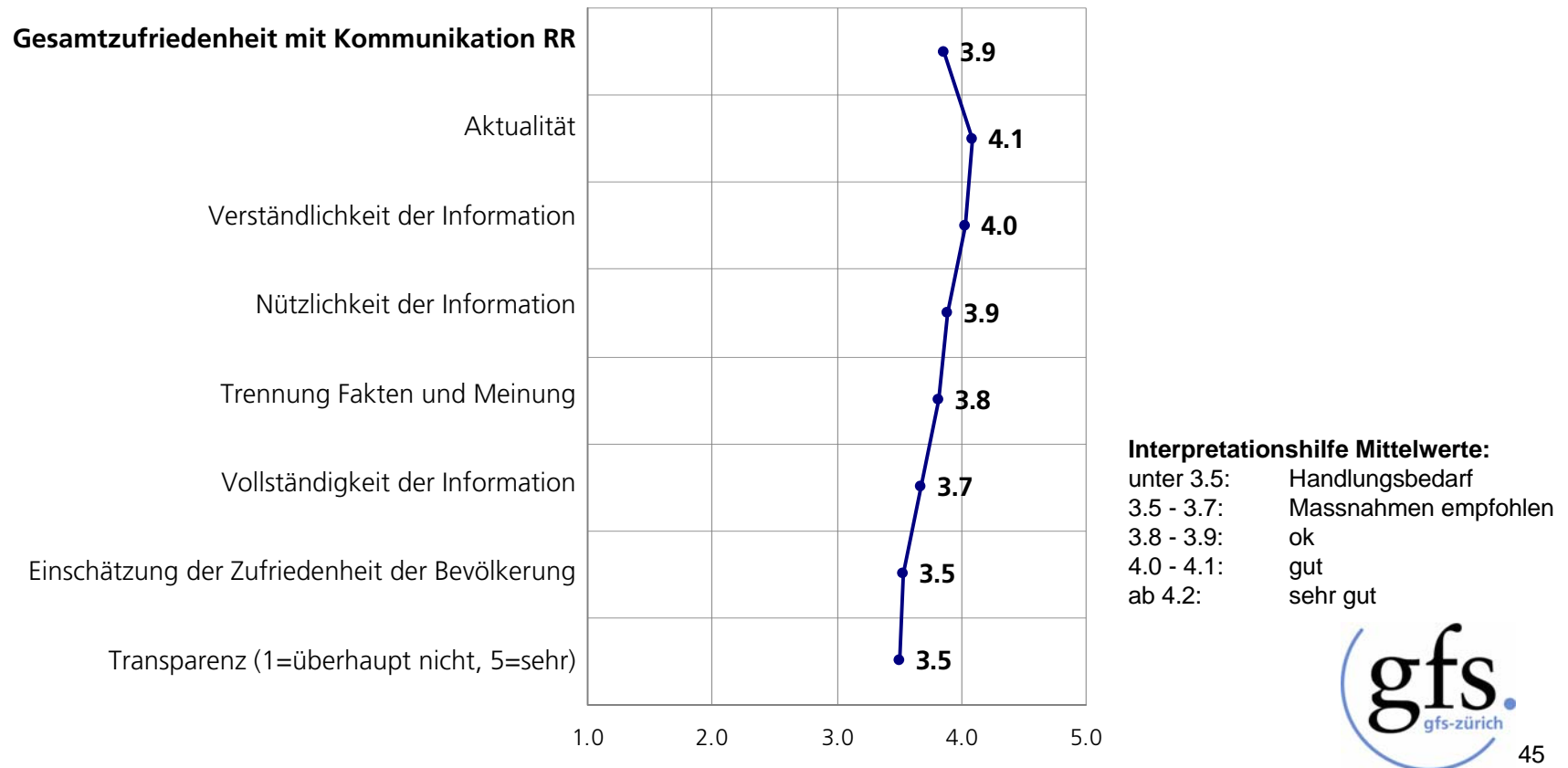
National- und Ständeräte	Kantonsräte / Parteipräsidenten	Gemeindepräs. / Gemeindeschreiber / Stadtpräsidenten	Journalisten	Wirtschaftsführer
(>nichts) >bei spezifischen Anliegen mehr Lobbyarbeit über direkten Kontakt betreiben >kurze Zusammenfassung gewünscht	(>nichts) >Beschränkung auf wesentliche Informationen >vorgängige Abgabe von Informationen >Vorankündigungen >mehr Informationsgehalt >einheitlichere Kommunikation	(>nichts) >mehr Koordination der einzelnen Direktionen >uneinheitlicher Auftritt der verschiedenen Informationsbeauftragten >informieren, bevor entschieden wird >mehr auf Gemeindeinteressen eingehen	>bessere Erreichbarkeit der zuständigen Kontaktpersonen / RR >Zugang zu RR erschwert >klarere Sprache, mehr auf den Punkt bringen >Mitteilungen im Voraus verschicken (mit Sperrfrist)	(>nichts) >zielgerichteter informieren bei bestimmten Themen >Transparenz, offener informieren >mehr Präsenz >nur eine Person sollte als Pressesprecher fungieren

A4-A6: Zufriedenheit mit Kommunikation insgesamt und mit einzelnen Aspekten

>Auswertung im Total

Mittelwerte (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden), Basis: Alle Befragten (n=66)
Frage: Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten der Kommunikationsleistung des Zürcher Regierungsrates?

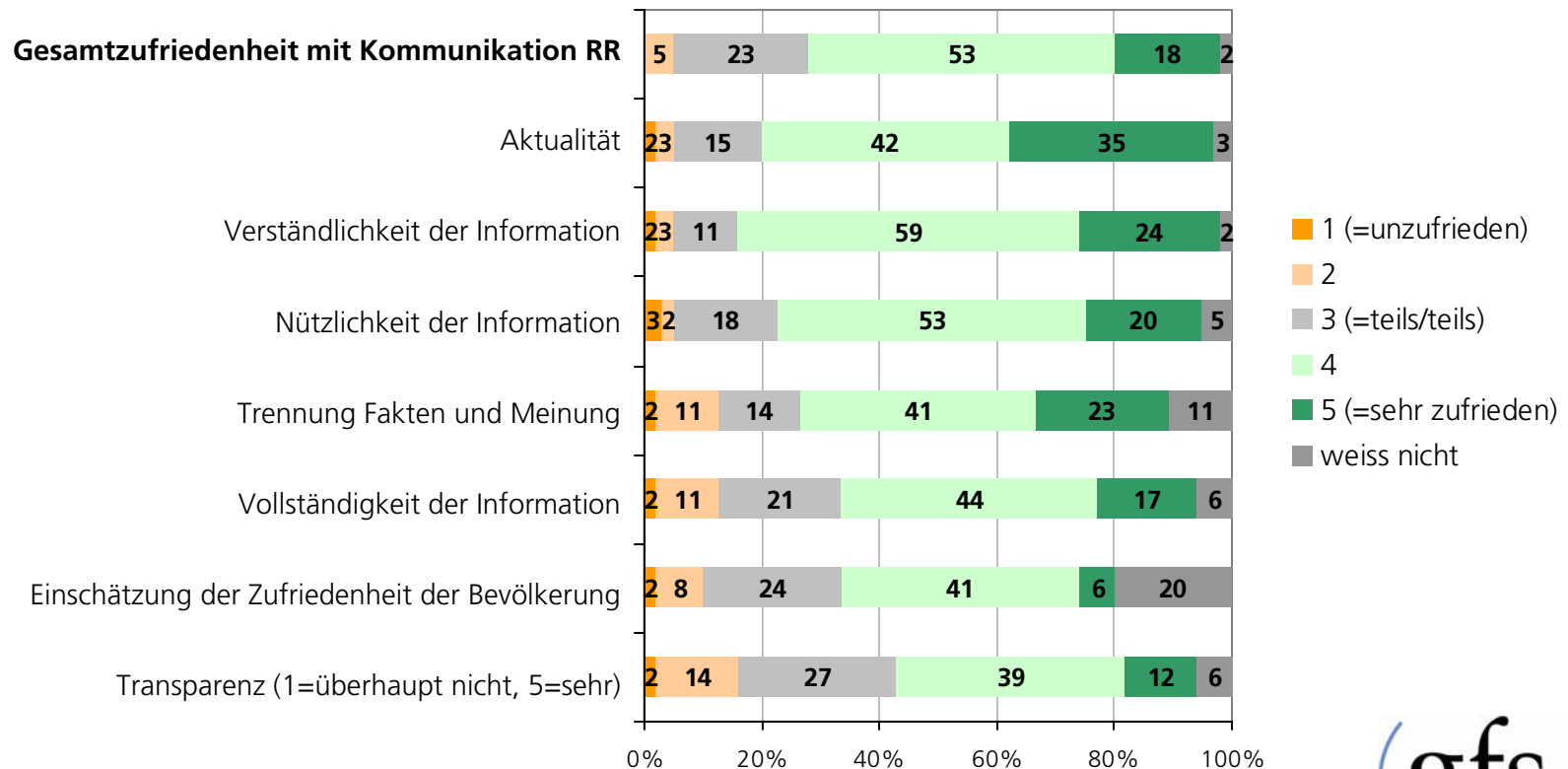
**Die Gesamtzufriedenheit mit der Regierungsratskommunikation ist ok.
Gut sind Aktualität und Verständlichkeit, die Transparenz ist verbesserungswürdig.**



A4-A6: Zufriedenheit mit Kommunikation insgesamt und mit einzelnen Aspekten

>Auswertung im Total

Verteilungen, Angaben in %, Basis: Alle Befragten (n=66)
 Frage: Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten der Kommunikationsleistung des Zürcher Regierungsrates?

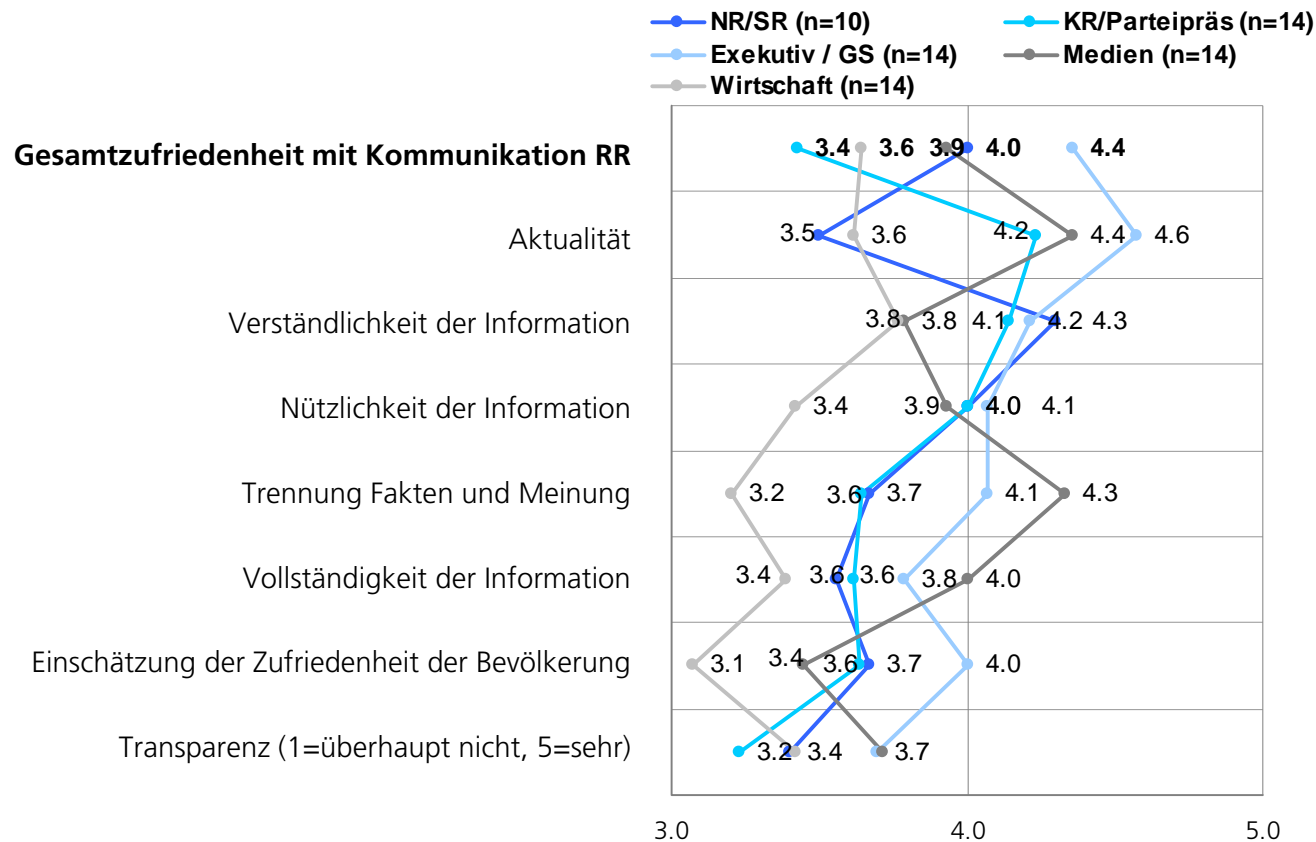


A4-A6: Zufriedenheit mit Kommunikation insgesamt und mit einzelnen Aspekten

>Auswertung nach Stakeholdergruppe

Mittelwerte (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden), Basis: Alle Befragten (n=66)
 Frage: Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten der Kommunikationsleistung des Zürcher Regierungsrates?

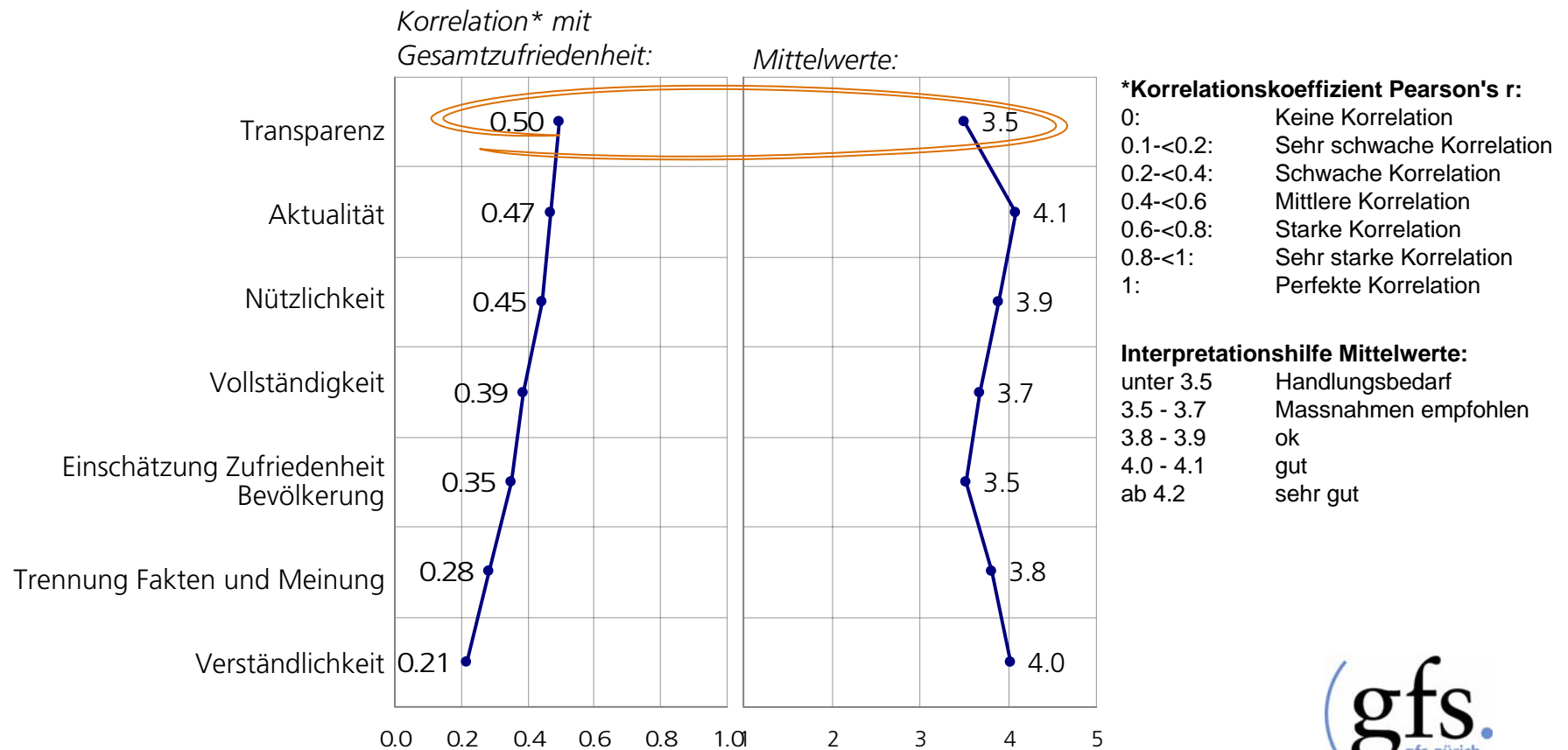
Die Gesamtzufriedenheit ist bei Exekutivmitgliedern klar am höchsten und bei Kantonsräten und Wirtschaftsführern am tiefsten



Korrelationen: Welche Einzelaspekte hängen am stärksten mit der Gesamtzufriedenheit zusammen?

Mittelwerte; Skala: 1=unzufrieden bis 5= sehr zufrieden; Basis: alle Befragten (n=66)

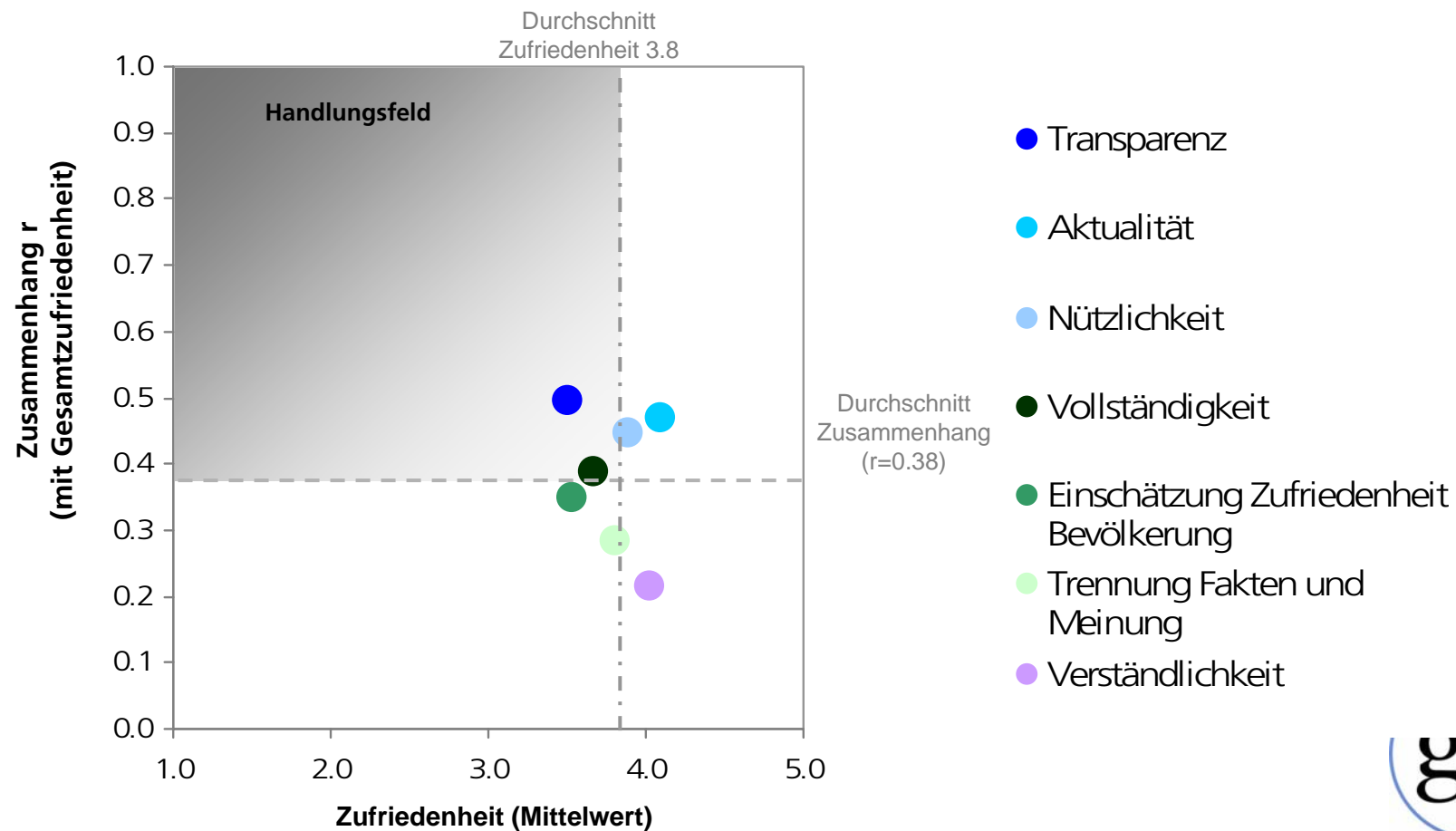
Die Transparenz weist den stärksten Zusammenhang mit der Gesamtzufriedenheit auf.



Handlungsfeld

Mittelwerte; Skala: 1=unzufrieden bis 5= sehr zufrieden; Basis: alle Befragten (n=66)

Handlungsbedarf besteht bei der Transparenz der Informationen



A4B: Gründe für Unzufriedenheit der Stakeholder mit der Kommunikation des Zürcher Regierungsrats

Offene Frage / Basis: Befragte, welche mit der Kommunikation unzufrieden oder nur teilweise zufrieden sind

Gründe für Unzufriedenheit sind bei Politikern die grosse Informationsmenge, bei Medien die schwere Erreichbarkeit (bei kritischen Themen) und bei Wirtschaftsführern die kaum wahrnehmbare, reaktive Kommunikation

National- und Ständeräte	Kantonsräte / Parteipräsidenten	Gemeindepräses. / Gemeindegliedbes. / Stadtpräsidenten	Journalisten	Wirtschaftsführer
<ul style="list-style-type: none"> >zu viele Informationen >Ausschliessliche Wiedergabe der Meinung der Regierung 	<ul style="list-style-type: none"> >zu viel Information >zu kurzfristig, es sollte im Voraus informiert werden >schwere Nachvollziehbarkeit der Entscheide >präzisere Formulierung gewünscht 	<ul style="list-style-type: none"> >zu ausführlich 	<ul style="list-style-type: none"> >bei kritischen Themen sind einzelne RR-Mitglieder nicht erreichbar >Informationsbeschaffung bei den einzelnen Direktionen erschwert >zu wenig Offenheit, unklare Stellungnahmen 	<ul style="list-style-type: none"> >allg. verbesserungswürdig >nicht wahrnehmbar >zu reaktiv, Berichterstattung wird den Medien überlassen >keine direkte Kommunikation

A5B: Gründe für angenommene Unzufriedenheit der Bevölkerung mit der Kommunikation des Zürcher Regierungsrats

Offene Frage / Basis: Befragte, welche glauben, dass die Bevölkerung mit der Kommunikation des Regierungsrats unzufrieden / nur teilweise zufrieden ist

Als Gründe für die Unzufriedenheit der Bevölkerung werden zu wenig transparentes und direktes Informieren, schwache Wahrnehmbarkeit und wenig Volksnähe des Zürcher Regierungsrats angenommen

National- und Ständeräte	Kantonsräte / Parteipräsidenten	Gemeindepräs. / Gemeindeschreiber / Stadtpräsidenten	Journalisten	Wirtschaftsführer
<ul style="list-style-type: none"> >offensiveres, aktiveres Informieren der Bevölkerung gewünscht >RR-Kommunikation wird von der Bevölkerung nicht wahrgenommen 	<ul style="list-style-type: none"> >RR-Kommunikation wird von der Bevölkerung nicht wahrgenommen >Bevölkerung fühlt sich nicht transparent informiert >es wird nicht das kommuniziert, was die Bevölkerung interessiert 	<ul style="list-style-type: none"> >zu wenig Nähe zur Bevölkerung ('abgehobene' Sprache) >zu viel Information 	<ul style="list-style-type: none"> >RR nimmt zu wenig Stellung bei kritischen Themen >RR wird in der Öffentlichkeit kritisiert >Bevölkerung wird nur indirekt informiert (über Medien) 	<ul style="list-style-type: none"> >Informationen sind zu wenig verständlich aufgemacht >Interesse an der RR-Politik müsste geweckt werden, da sich Bevölkerung nicht so sehr für Politik interessiert >zu viel Information

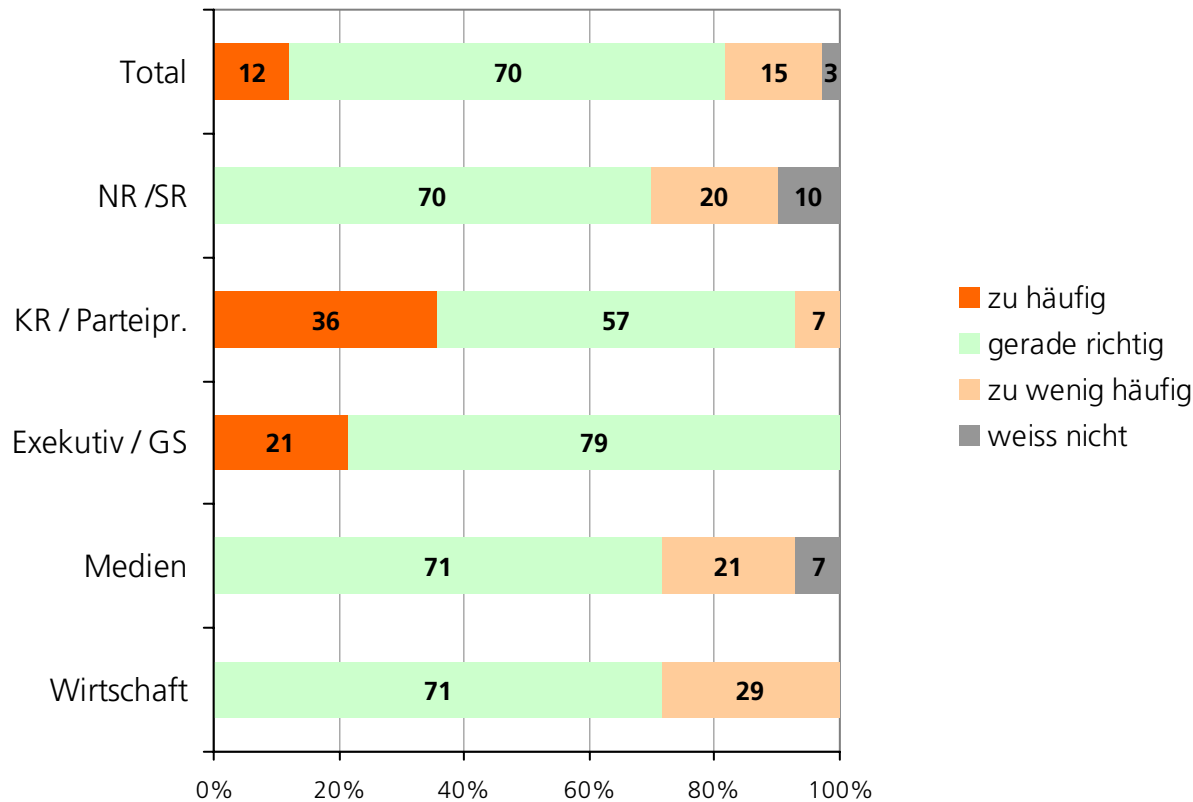
A7: Bewertung der Kommunikationshäufigkeit des Zürcher Regierungsrates

>Auswertung Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %, Basis: Alle Befragten (n=66)

Frage: Denken Sie, der Zürcher Regierungsrat informiert im Allgemeinen zu häufig, zu wenig oft, oder gerade richtig?

70 Prozent halten die Frequenz der Kommunikation für angemessen.



A8: Themen, bei denen der Regierungsrat mehr / weniger kommunizieren sollte

Offene Frage, ausgewählte Antworten

Für die meisten Stakeholder gibt es keine Themen, bei welchen der Regierungsrat mehr bzw. weniger kommunizieren sollte. Genannte Antworten sind sehr heterogen.

	National- und Ständeräte	Kantonsräte / Parteipräsidenten	Gemeindepräs. / Gemeindeschreiber / Stadtpräsidenten	Journalisten	Wirtschaftsführer
Mehr informieren bei Themen...	<ul style="list-style-type: none"> >Transparenz im Steuerbereich >Sparmassnahmen >Zusammenarbeit Subventionsbezüge Bund und Kanton >Asylbereich >Klimarelevanz im Strassen- und Flugverkehr >UBS Geschichte 	<ul style="list-style-type: none"> >Keine >Gesundheitswesen >Bildung >Sicherheit >Migration 	<ul style="list-style-type: none"> >Keine >bei sich anbahnenden Skandalen wie z.B. Migrationsamt >Energiebereich >gemeinde-spezifische Aspekte >Flughafenpolitik >länger andauernde Geschäfte 	<ul style="list-style-type: none"> >keine >generell offener sein, mehr Stellung beziehen bei aktuellen Themen und Krisen >Migration >mehr Details zu Sparmassnahmen 	<ul style="list-style-type: none"> >Wirtschaftspolitik / Finanzen >Steuern (Ursprung der Einnahmen) >volkswirtschaftliche Bedeutung des Flughafens >Gesundheitspolitik
Weniger informieren bei Themen...	<ul style="list-style-type: none"> >keine 	<ul style="list-style-type: none"> >Keine >verstärkt Informationen selektieren (nur über Wesentliches berichten) >Strassenbau 	<ul style="list-style-type: none"> >Keine >Stadt Zürich 	<ul style="list-style-type: none"> >keine >Berufungen an Universitäten >Studien, welche die Haltung des RR stützen >Gelände-besichtigung 	<ul style="list-style-type: none"> >keine >Fluglärm >interne Differenzen

Resultate im Detail:

A: GESAMTZUFRIEDENHEIT MIT REGIERUNGSRATSKOMMUNIKATION

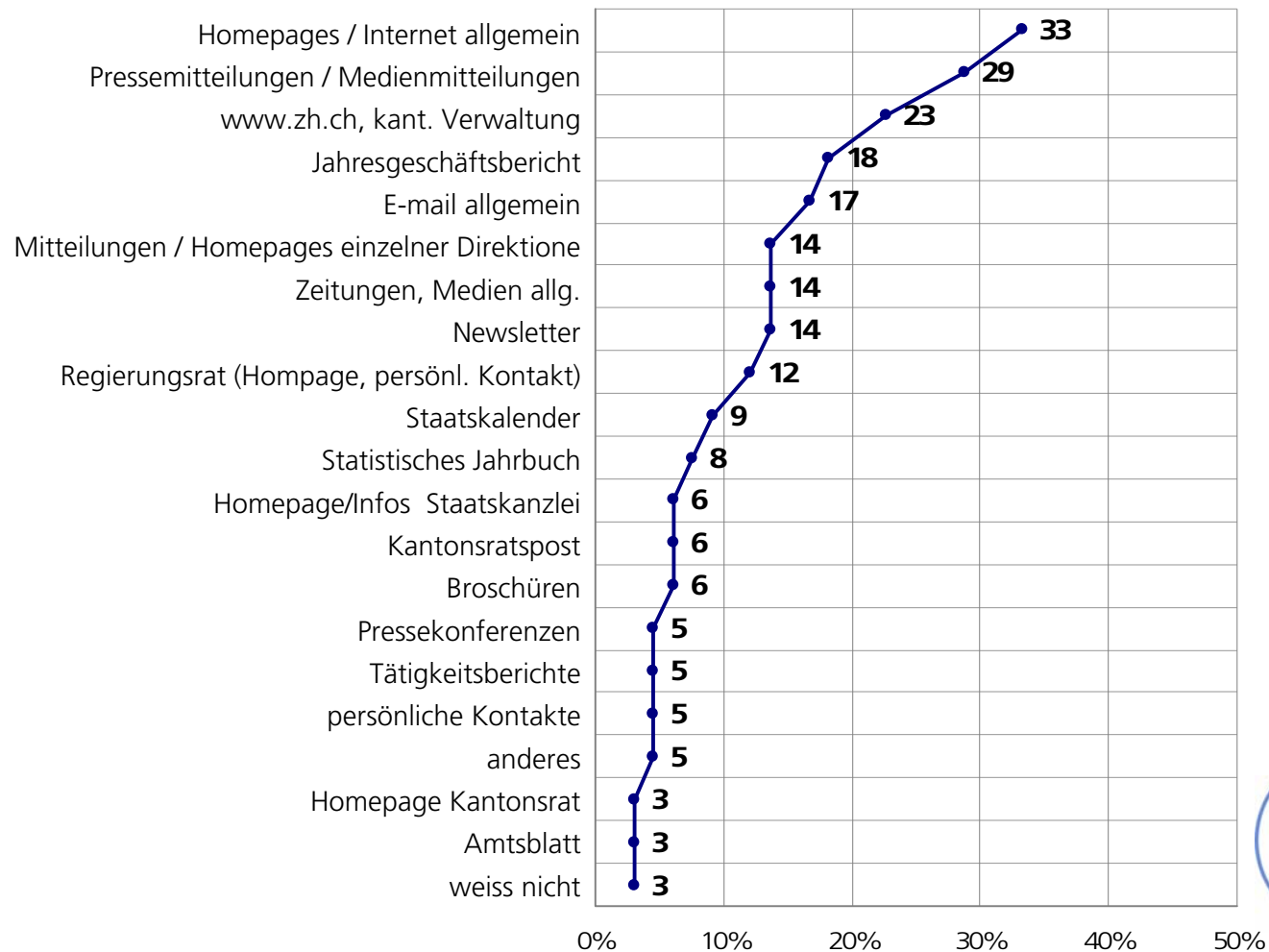
**B: BEKANNTHEIT, NUTZUNG UND BEURTEILUNG EINZELNER
INFORMATIONSPRODUKTE**

C: BEURTEILUNG DES AUFTRITTS DER ZÜRCHER REGIERUNGSRATSMITGLIEDER IN
DER ÖFFENTLICHKEIT UND IN DEN MEDIEN

B9: Bekanntheit von Informationsprodukten des Kantons Zürich und der Zürcher Regierung

>Ergebnisse im Total

Offene Frage codiert, Angaben in %, alle Nennungen über 3%. Basis: alle Befragten (n=66)
Frage: Welche Informationsprodukte des Kantons Zürich und des Zürcher Regierungsrats kennen Sie?



B10: Wichtigste Kanäle/Quellen, um sich über Kt. Zürich / Zürcher Regierungsrat zu informieren

>Aussagen nach Stakeholdergruppe

Offene Frage, ausgewählte Antworten nach Stakeholdergruppe
 Frage: Welches sind für Sie die wichtigsten Kanäle, um sich über Themen des Kantons oder den Zürcher Regierungsrat zu informieren (Journalisten: wichtigste Quellen bei der Berichterstattung)?

Wichtigste Kanäle sind für National- und Ständeräte sowie Wirtschaftsführer die Tagespresse, für Kantonsräte und Journalisten Medienmitteilungen und für Exekutivmitglieder das Internet (zh.ch). Das Internet ist generell eine wichtige Informationsquelle für alle Stakeholdergruppen.

National- und Ständeräte	Kantonsräte/ Parteipräsidenten	Gemeindeprärs. / Gemeindeschreiber / Stadtpräsidenten	Journalisten	Wirtschaftsführer
>Medien, Tagespresse >Homepage / Internet >direkte Gespräche, parteiintern >Medienmitteilungen >Kantonsräte	>Medienmitteilungen >Internet allg. (google) >Webseiten Kantonsrat >e-mail >Newsletter >persönl. Gespräche >Zeitung	>Webseiten, zh.ch >allg. Internet (google) >persönl. Kontakte >Presse >Medienmitteilungen >Amtsblatt	>Medienmitteilungen >e-mail (Mailings) >direkter Kontakt (Fachstellen, Kommunikationsabteilung) >Internet, Homepage >Leitmedien, Agenturen	>Medien, Tagespresse >direkte Kontakte >Internet >Newsletter

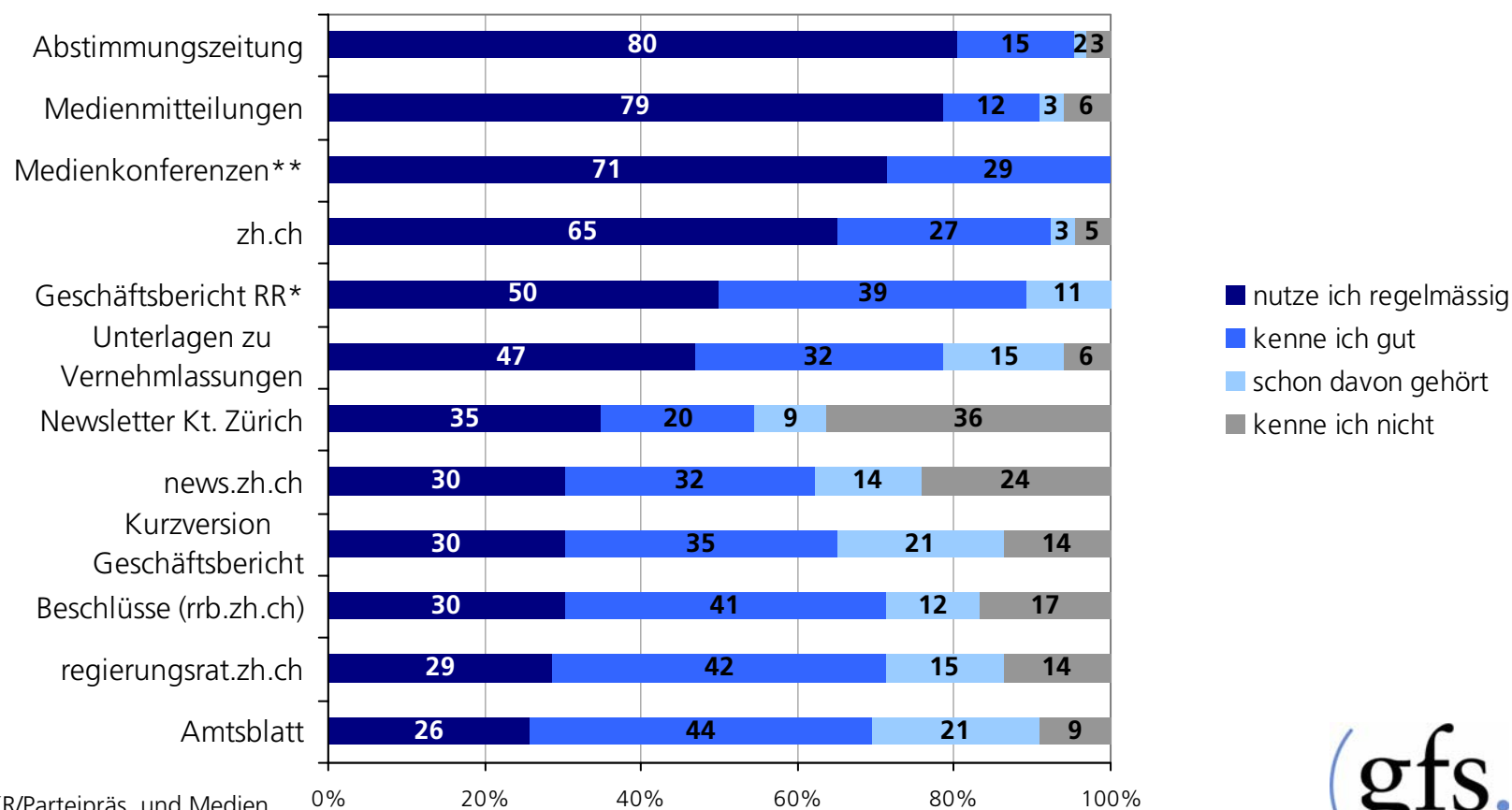
B11: Bekanntheit und Nutzung verschiedener Informationsprodukte des Kantons Zürich

>Auswertung Total

Angaben in %, Basis: Alle Befragten

Frage: Wie gut kennen Sie folgende Informationsprodukte des Kantons Zürich und des Zürcher Regierungsrats?

Abstimmungszeitung, Medienmitteilungen und zh.ch weisen hohe Nutzungs- und Bekanntheitsgrade auf



*Nur KR/Parteiprärs. und Medien

**nur Medien

B1 1: Nutzung verschiedener Informationsprodukte des Kantons Zürich

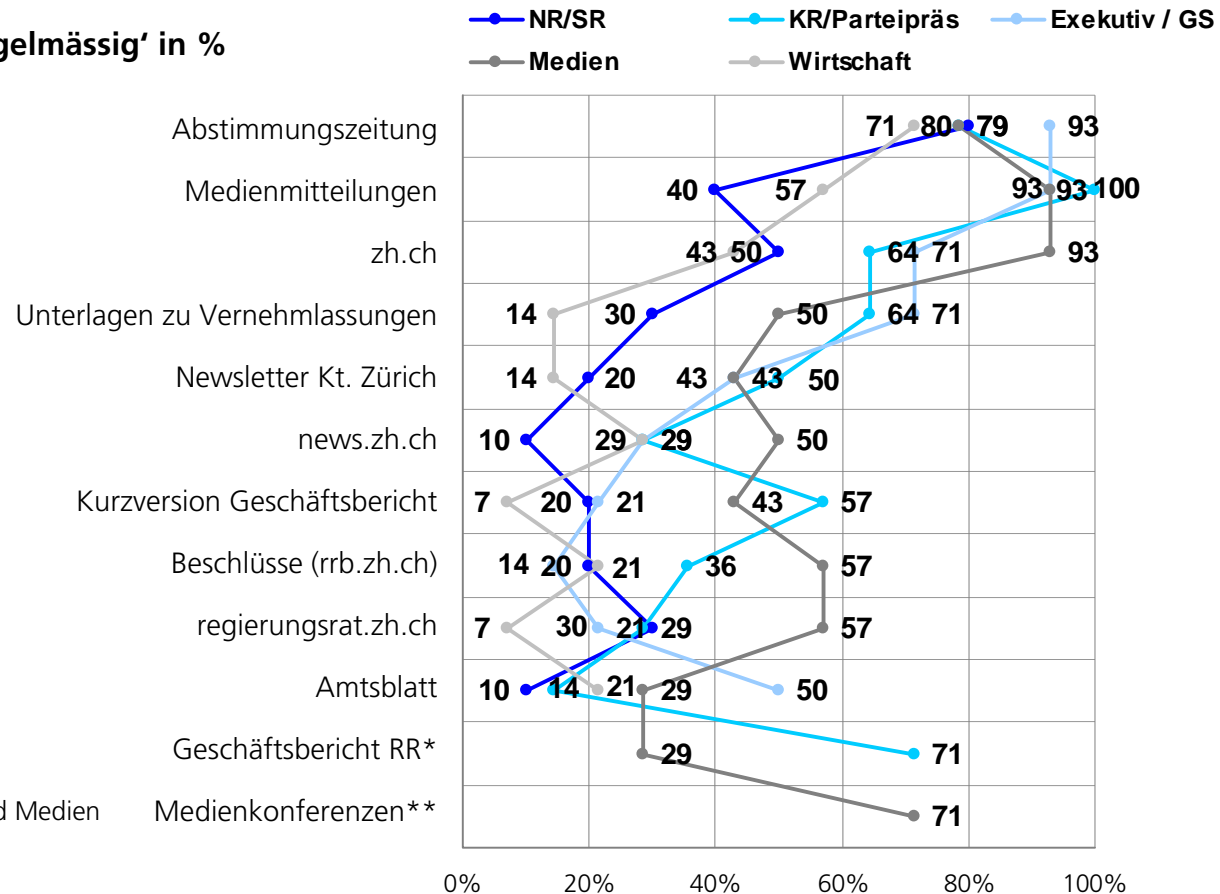
>Auswertung nach Stakeholdergruppe

Angaben in %, Basis: Alle Befragten

Frage: Wie gut kennen und nutzen Sie folgende Informationsprodukte des Kantons Zürich und des Zürcher Regierungsrats?

Medien, Kantonsräte/PP und Exekutivmitglieder weisen eine höhere Nutzung der Informationsprodukte des Kantons Zürich auf als National- /Ständeräte und Wirtschaftsführer

Anteil ‚nutze ich regelmässig‘ in %



*Nur KR/Parteipräsidenten und Medien

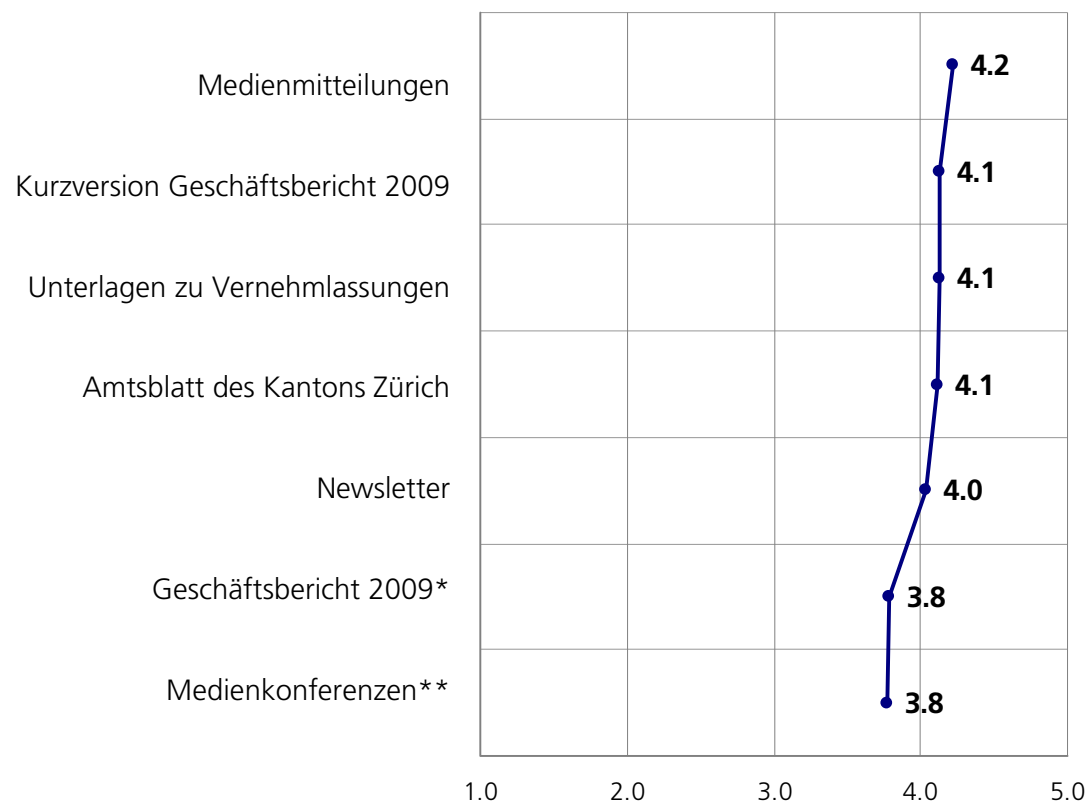
**nur Medien

B14-B20 Überblick: Gesamtzufriedenheit mit Informationsprodukten des Kantons Zürich

>Ergebnisse im Total

Mittelwerte (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden), Basis: Befragte, welche jeweiliges Produkt nutzen
Frage: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit...

Die Gesamtzufriedenheit mit den Informationsprodukten des Kantons Zürich ist durchwegs hoch



*Nur Kantonsräte und Medien

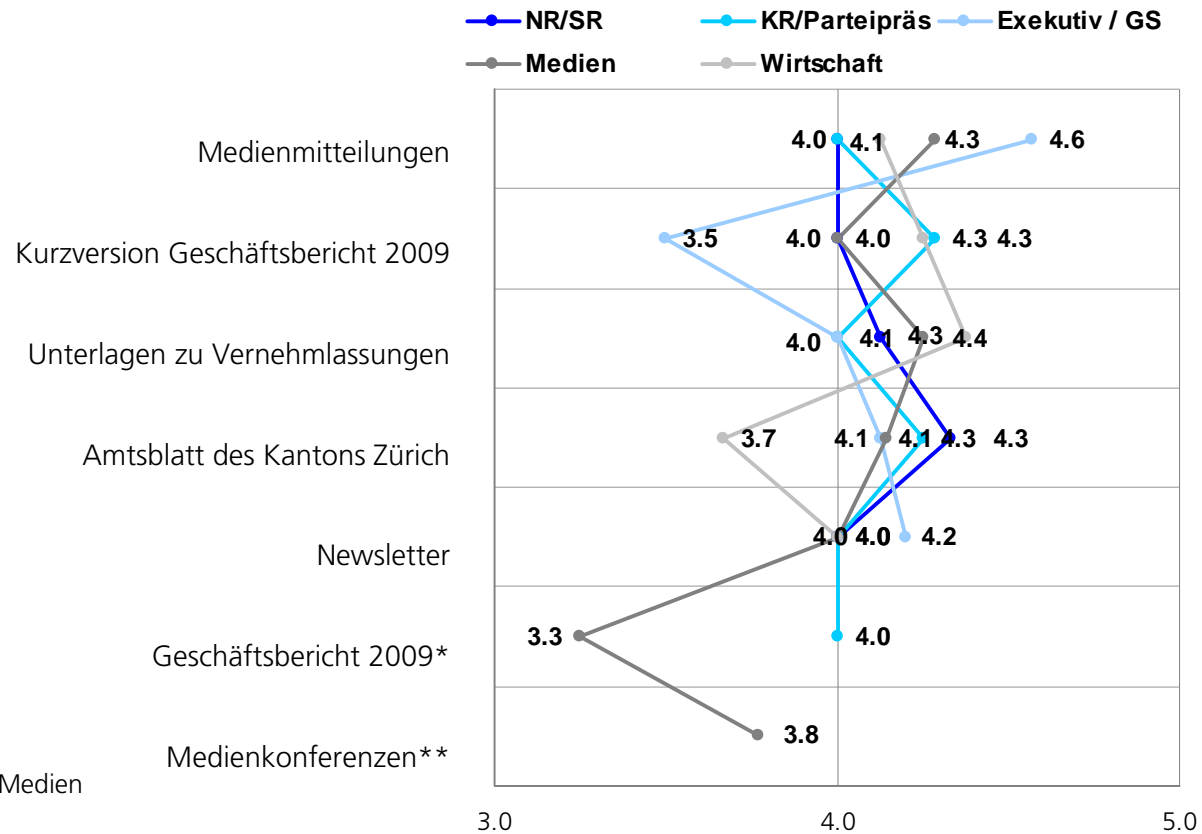
**nur Medien

B14-B20 Überblick: Gesamtzufriedenheit mit Informationsprodukten des Kantons Zürich

>Ergebnisse nach Stakeholdergruppe

Mittelwerte (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden), Basis: Befragte, welche jeweiliges Produkt nutzen.
 Achtung, bei Geschäftsbericht, Kurzversion Geschäftsbericht und Newsletter, teilweise sehr tiefe Basis!
 Frage: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit...

Fast durchwegs hohe Zufriedenheit über alle Stakeholdergruppen mit den Informationsprodukten des Kantons Zürich



*Nur Kantonsräte und Medien

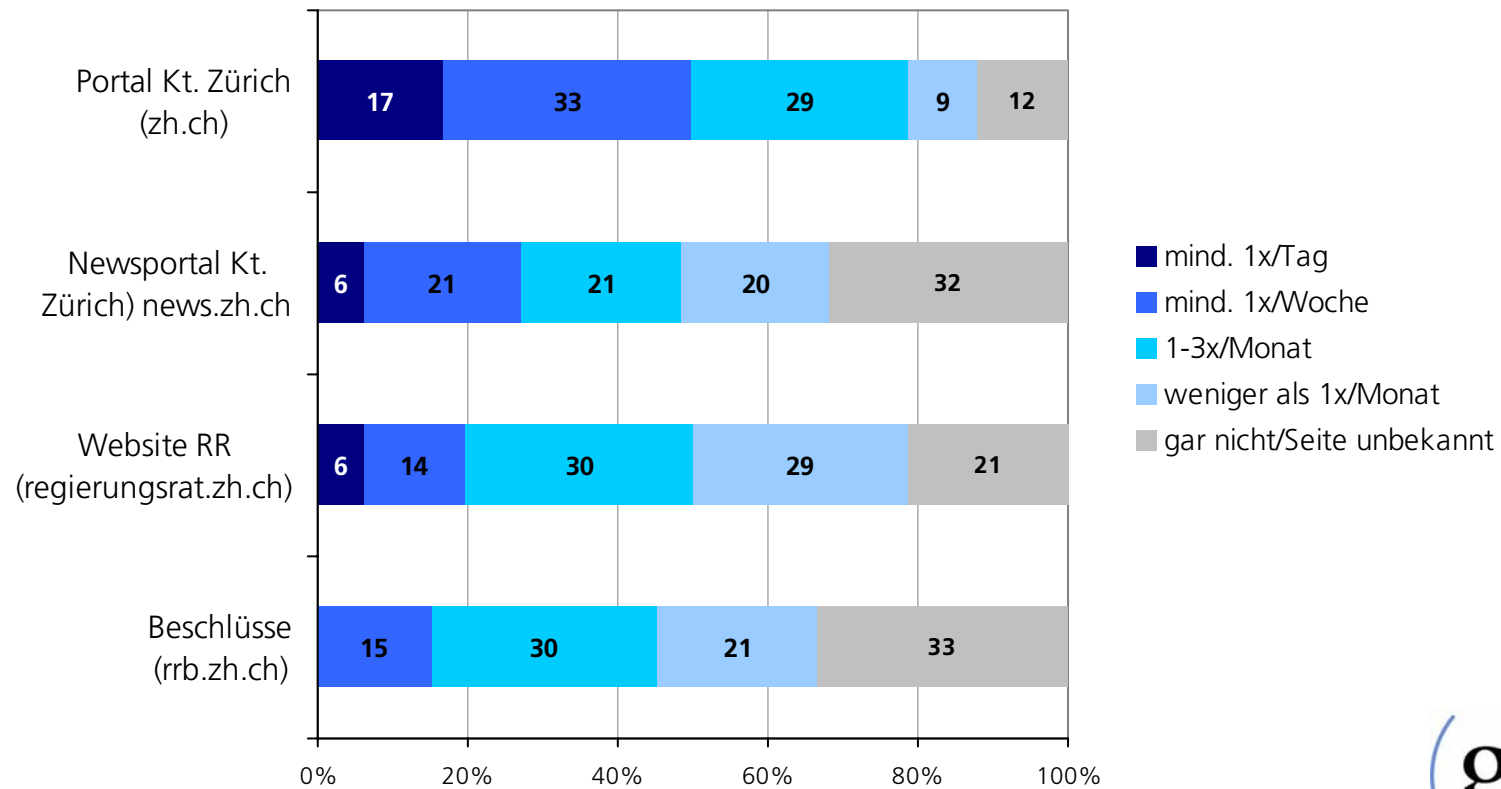
**nur Medien

B12: Nutzungshäufigkeit Webseiten

>Auswertung Total

Angaben in %, Basis: Alle Befragten (n=66)
Frage: Wie oft nutzen/lesen Sie die folgenden Webseiten?

zh.ch wird von 80% der Befragten mindestens 1x/Monat genutzt. Die Webseiten Newsportal und Beschlüsse RR werden von einem Drittel nicht genutzt oder sind nicht bekannt

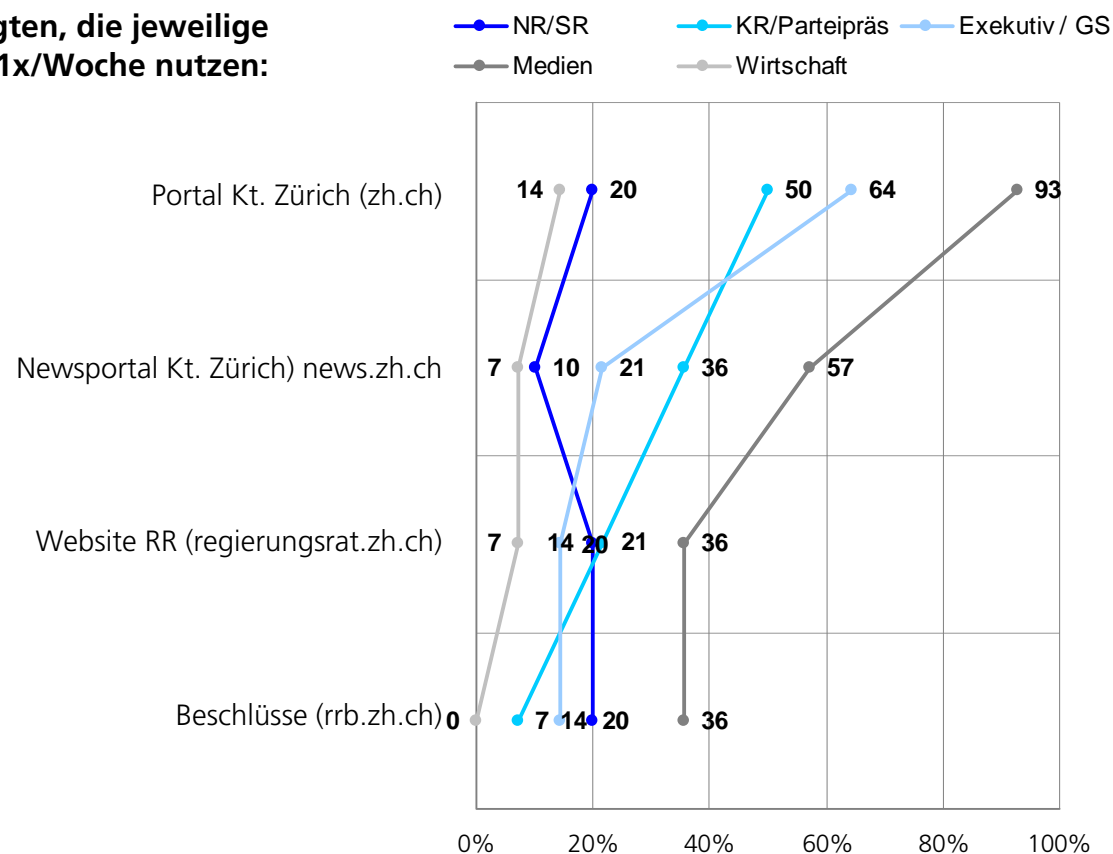


B12: Nutzungshäufigkeit Webseiten mind. 1 Mal/Woche >Auswertung nach Stakeholdergruppe

Angaben in %, Basis: Kennt jeweilige Webseite

93% der Journalisten aber nur 14% der Wirtschaftsführer nutzen zh.ch mindestens wöchentlich

Anteil der Befragten, die jeweilige Webseite mind. 1x/Woche nutzen:

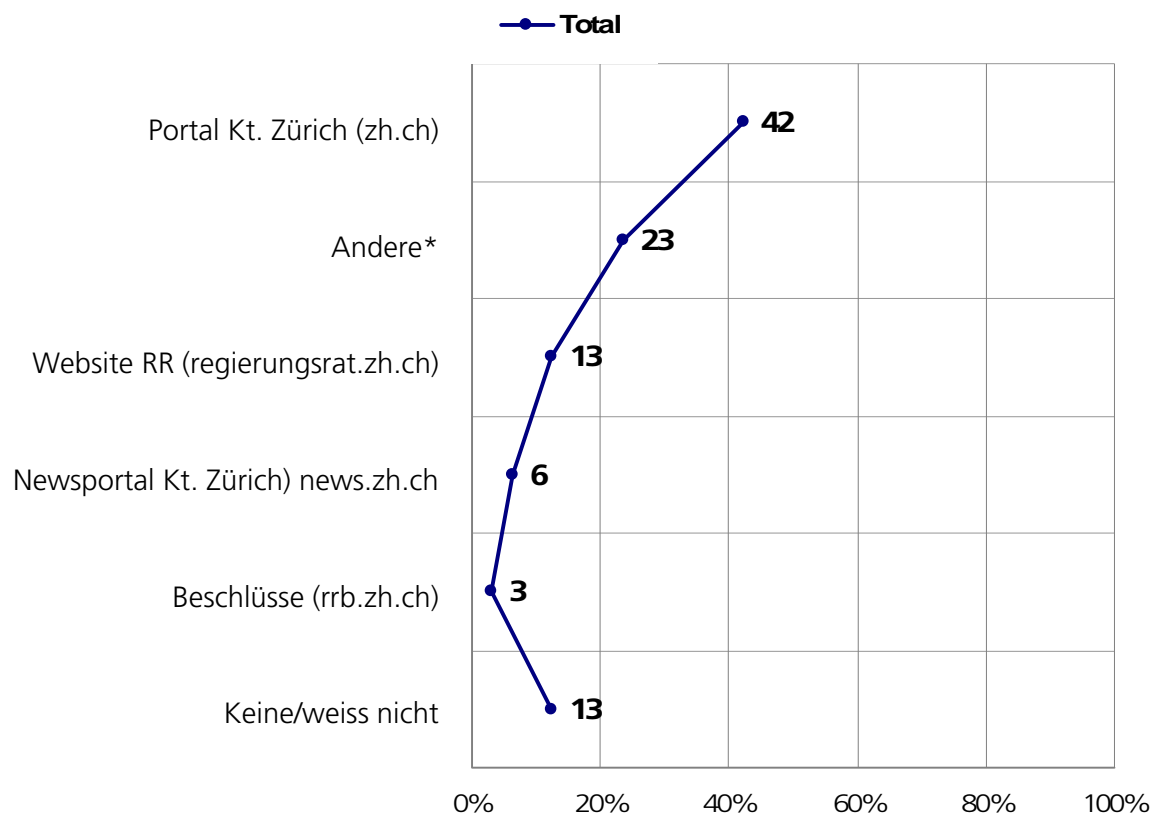


B13: Lieblingswebseite, um sich über den Kt. Zürich zu informieren

>Auswertung Total

Angaben in %, Basis: Befragte, welche mindestens eine Webseite kennen (n=64)
Frage: Welches ist Ihre Lieblingswebseite, um sich über den Kanton Zürich und den Zürcher Regierungsrat zu informieren?

Die beliebtesten Websites um sich über den Kanton Zürich zu informieren sind zh.ch und andere (v.a. Medienseiten)



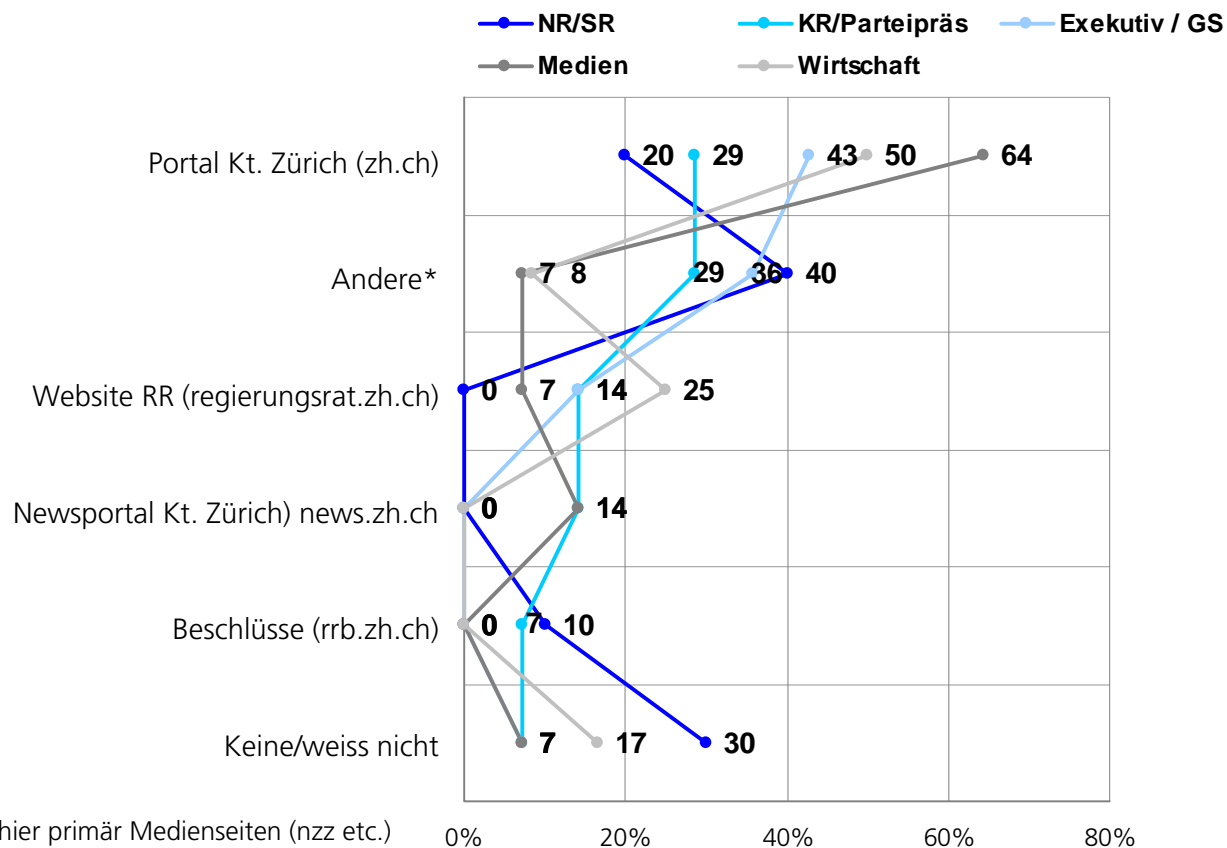
*genannt wurden hier primär Medienseiten (nzz etc.)

B13: Lieblingswebseite, um sich über den Kt. Zürich zu informieren

>Auswertung nach Stakeholdergruppe

Angaben in %, Basis: Befragte, welche mindestens eine Webseite kennen (n=64)
 Frage: Welches ist Ihre Lieblingswebseite, um sich über den Kanton Zürich und den Zürcher Regierungsrat zu informieren?

**Bei fast allen Stakeholdergruppen ist zh.ch die beliebteste Webseite.
 National- und Ständeräte bevorzugen Medienseiten.**



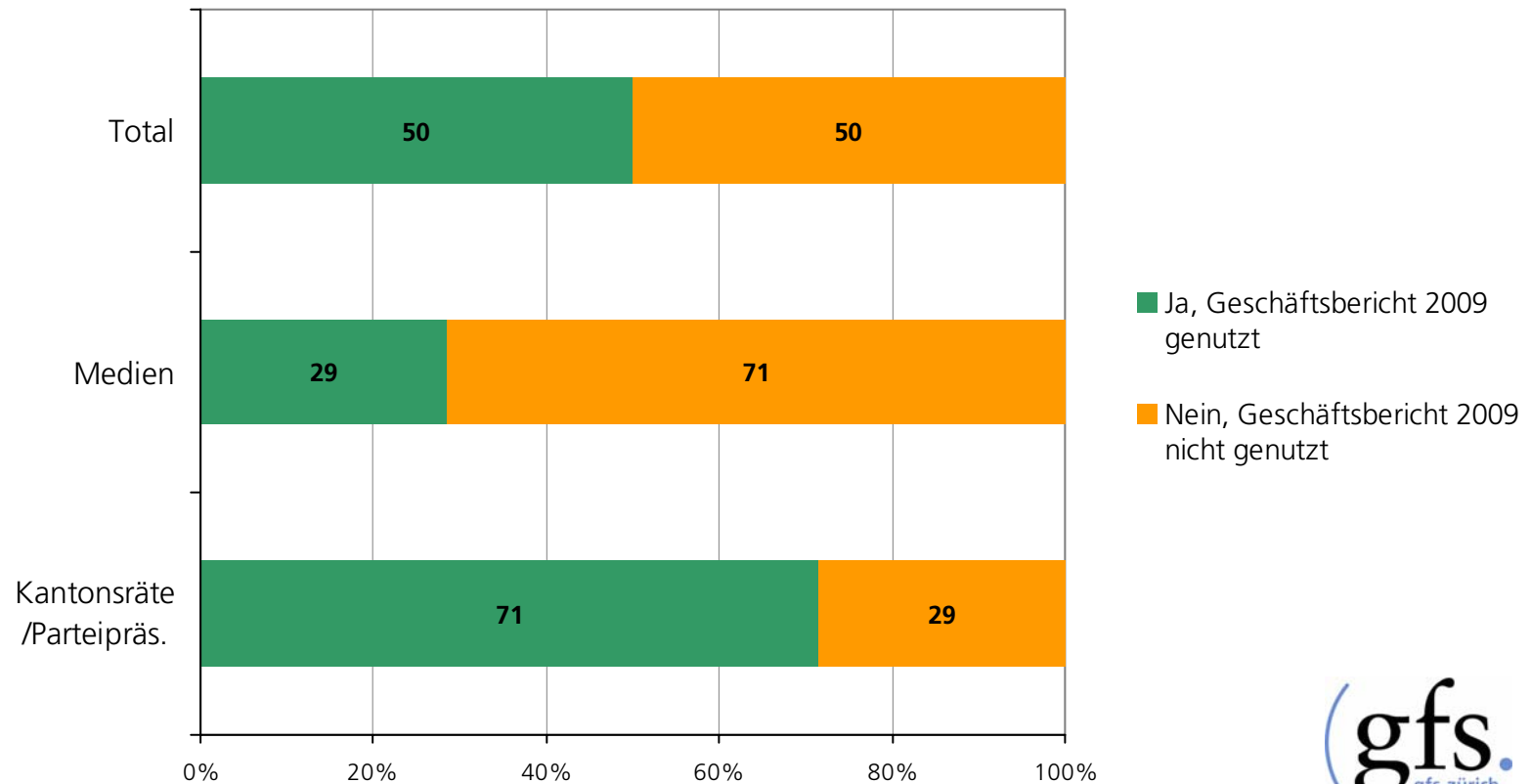
*genannt wurden hier primär Medienseiten (nzz etc.)

B14: Nutzung des Geschäftsberichts 2009

>Ergebnisse im Total/nach Stakeholdergruppe

Filter: nur Medien und Kantonsräte/Parteipräs., falls Geschäftsbericht bekannt, Angaben in %, Basis: Total (n=28)
Frage: Haben Sie den Geschäftsbericht des Jahres 2009 konsultiert?

71% der Kantonsräte aber nur 29% der Medien haben den Geschäftsbericht 2009 genutzt

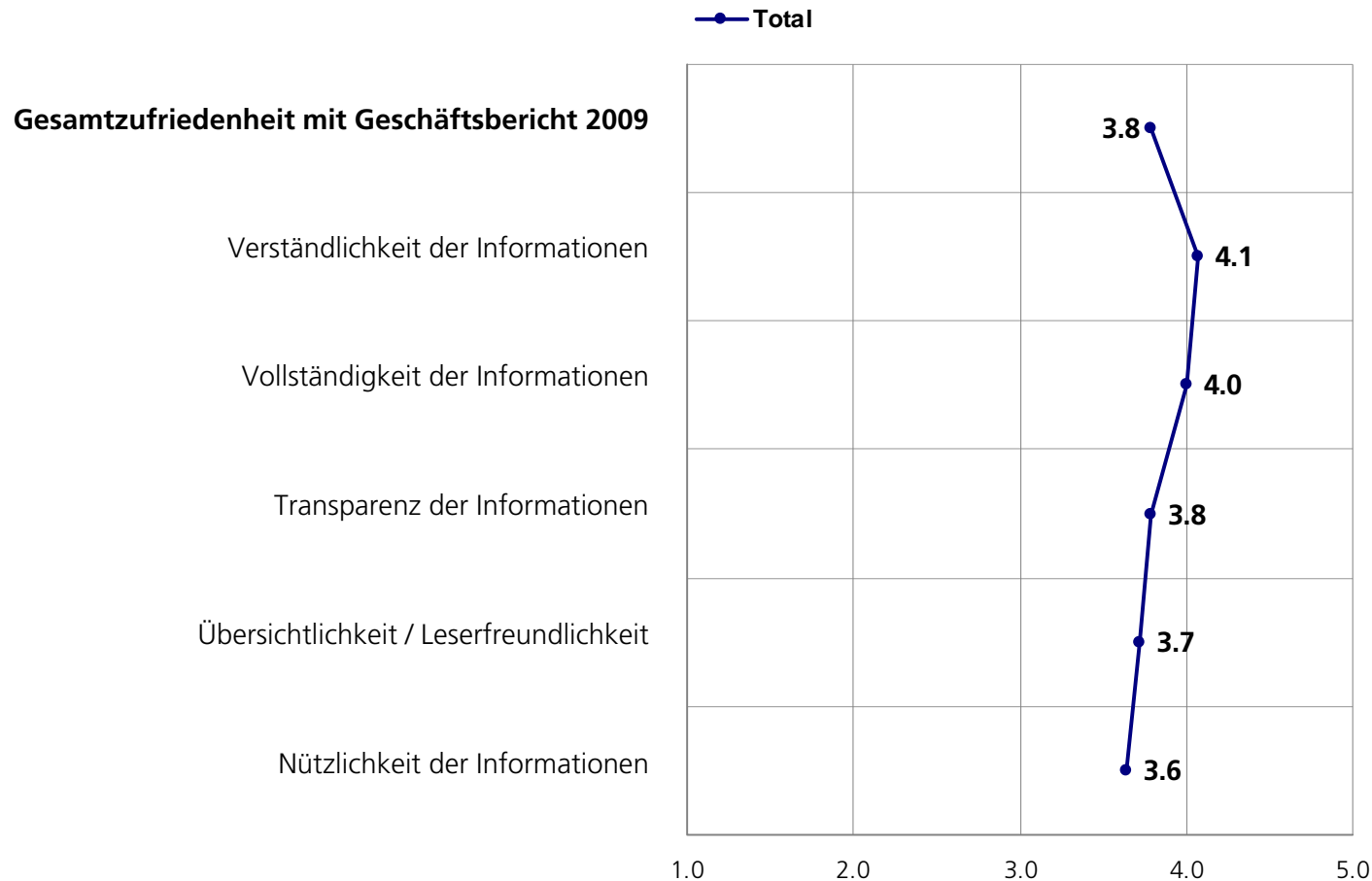


B14B: Zufriedenheit mit Geschäftsbericht des Kantons Zürich

>Auswertung Total

Mittelwerte (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden), Basis: Medien und Kantonsräte, die GS 2009 genutzt haben (Achtung, kleines n=14)

Die Gesamtzufriedenheit mit dem Geschäftsbericht 2009 ist ok

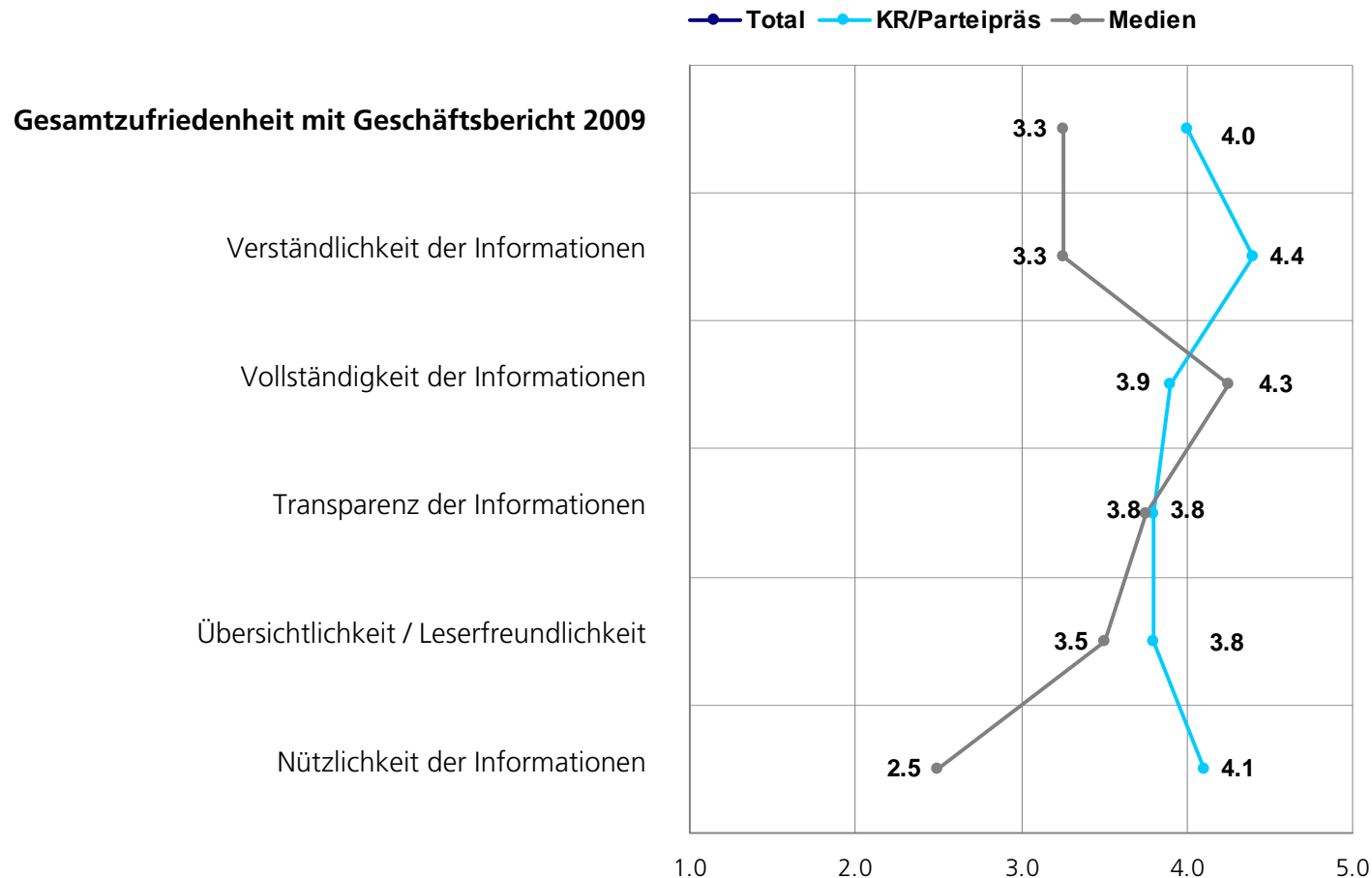


B14B: Zufriedenheit mit Geschäftsbericht des Kantons Zürich

>Auswertung nach Stakeholdergruppe

Mittelwerte (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden), Basis: Medien und Kantonsräte, die GS 2009 genutzt haben (Achtung, kleines n=14, KR n=10, Medien n=4)

Die Zufriedenheit mit dem GS 2009 ist bei Kantonsräten hoch, bei Medienschaffenden tief



B14C: Verbesserungswürdige Aspekte an Geschäftsbericht GS 2009

Offene Frage / Basis: Befragte, welche Geschäftsbericht 2009 kennen
 Frage: Was könnte man am Geschäftsbericht des Kantons Zürich verbessern?

Mehr Übersichtlichkeit als verbesserungswürdiger Aspekt am Geschäftsbericht 2009

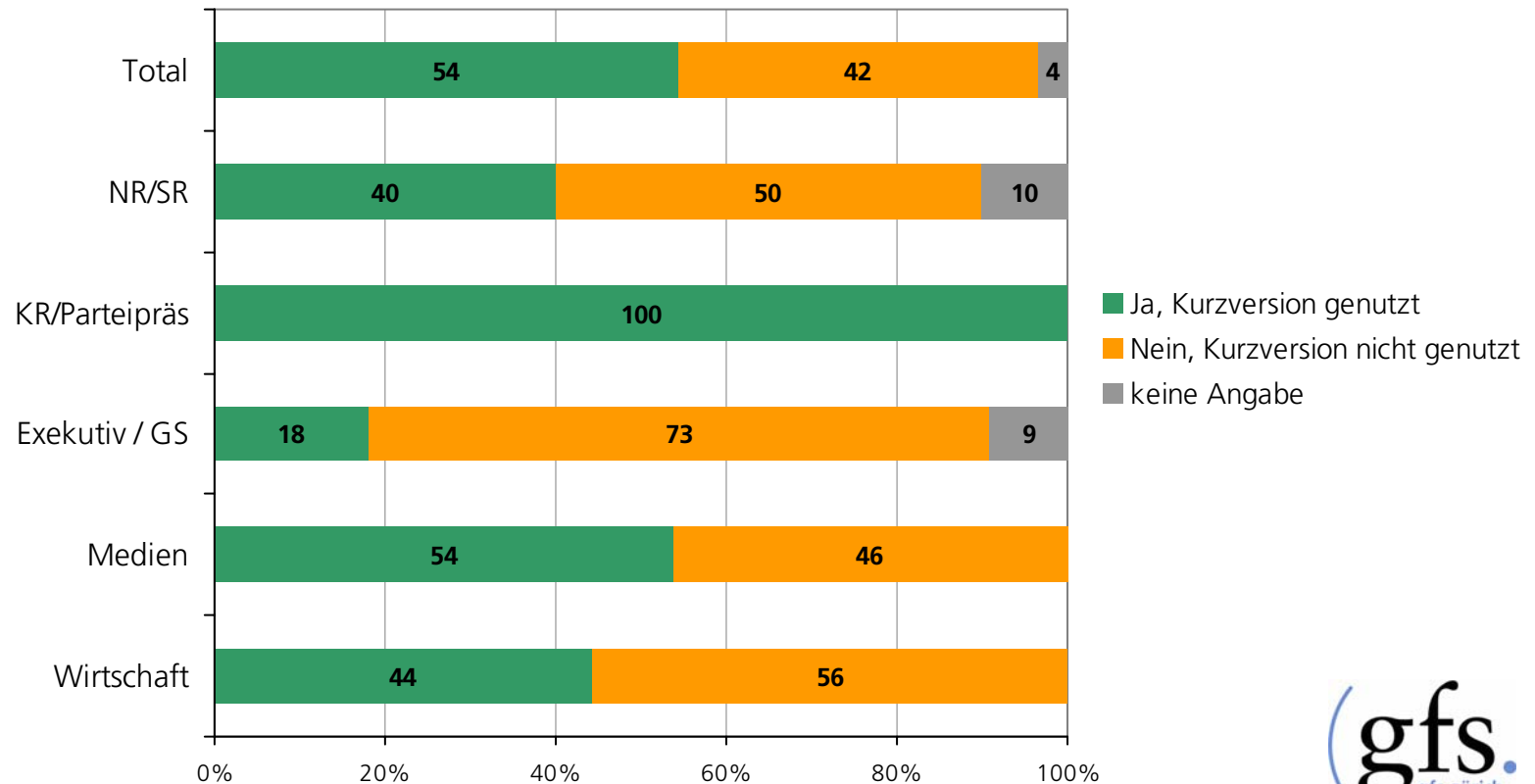
	National- und Ständeräte	Kantonsräte / Parteipräsidenten	Gemeindepräs. / Gemeindegemeinschreiber / Stadtpräsidenten	Journalisten	Wirtschaftsführer
Verbesserungswürdige Aspekte an Geschäftsbericht 2009	<i>Frage nicht gestellt</i>	>kürzere Form >Nichts >Übersichtlichkeit (Geschäftsbericht und Rechnung trennen) >thematische Fokussierung	<i>Frage nicht gestellt</i>	>Übersichtlichkeit >kürzere Form	<i>Frage nicht gestellt</i>

B15: Nutzung Kurzversion des Geschäftsberichts 2009

>Ergebnisse im Total/nach Stakeholdergruppe

Filter: falls Kurzversion Geschäftsbericht bekannt, Angaben in %, Basis: Total (n=57)
Frage: Haben Sie die Kurzversion des Geschäftsberichts des Jahres 2009 konsultiert?

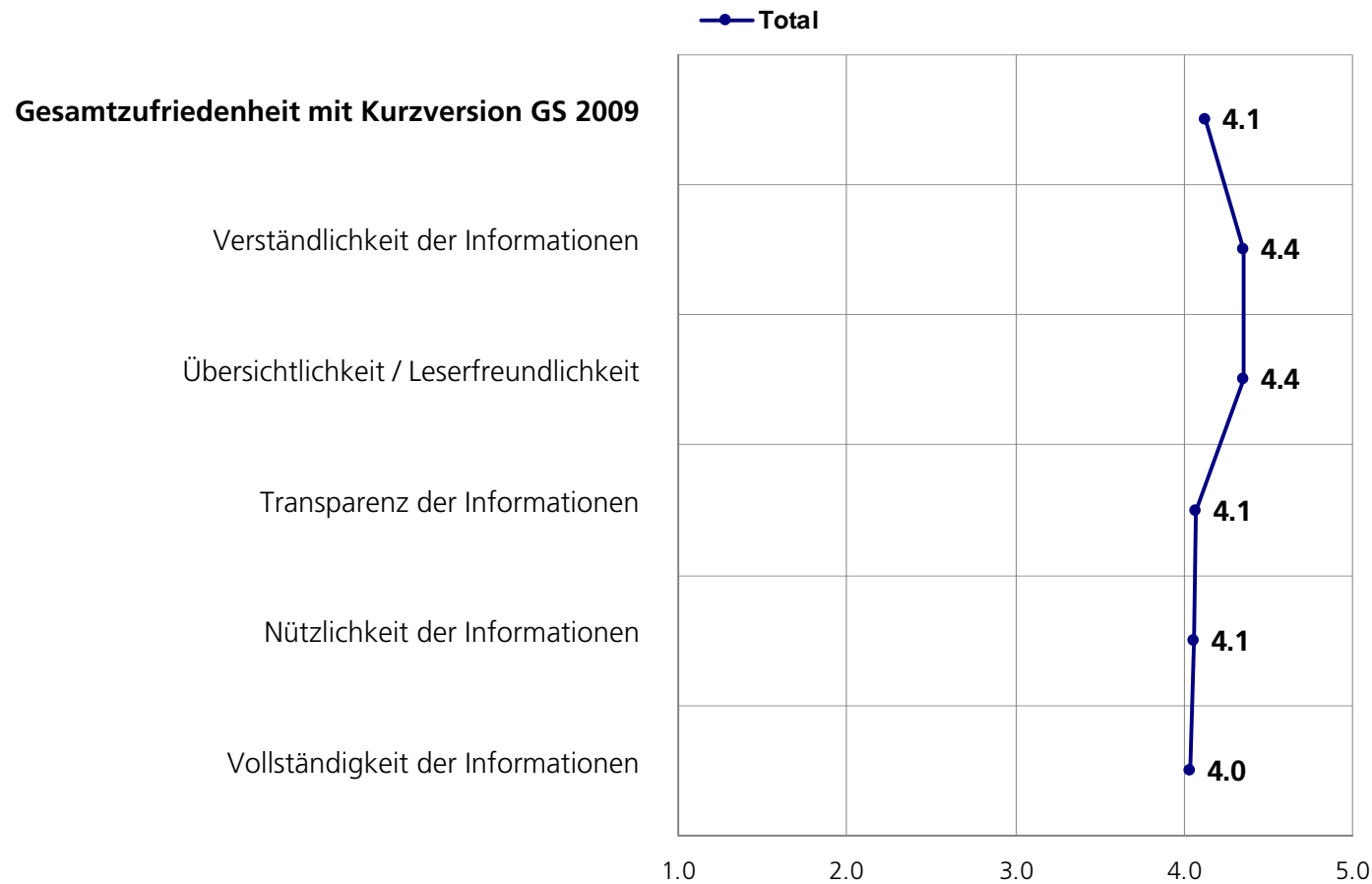
**Die Kurzversion des GS 2009 wurde von über der Hälfte der Befragten genutzt.
Bei den verschiedenen Stakeholdergruppen ist die Nutzung sehr unterschiedlich**



B15B: Zufriedenheit mit Kurzversion des Geschäftsberichts 2009 des Kantons Zürich >Auswertung Total

Mittelwerte (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden), Basis: Befragte, die Kurzversion GS 2009 genutzt haben (n=31)

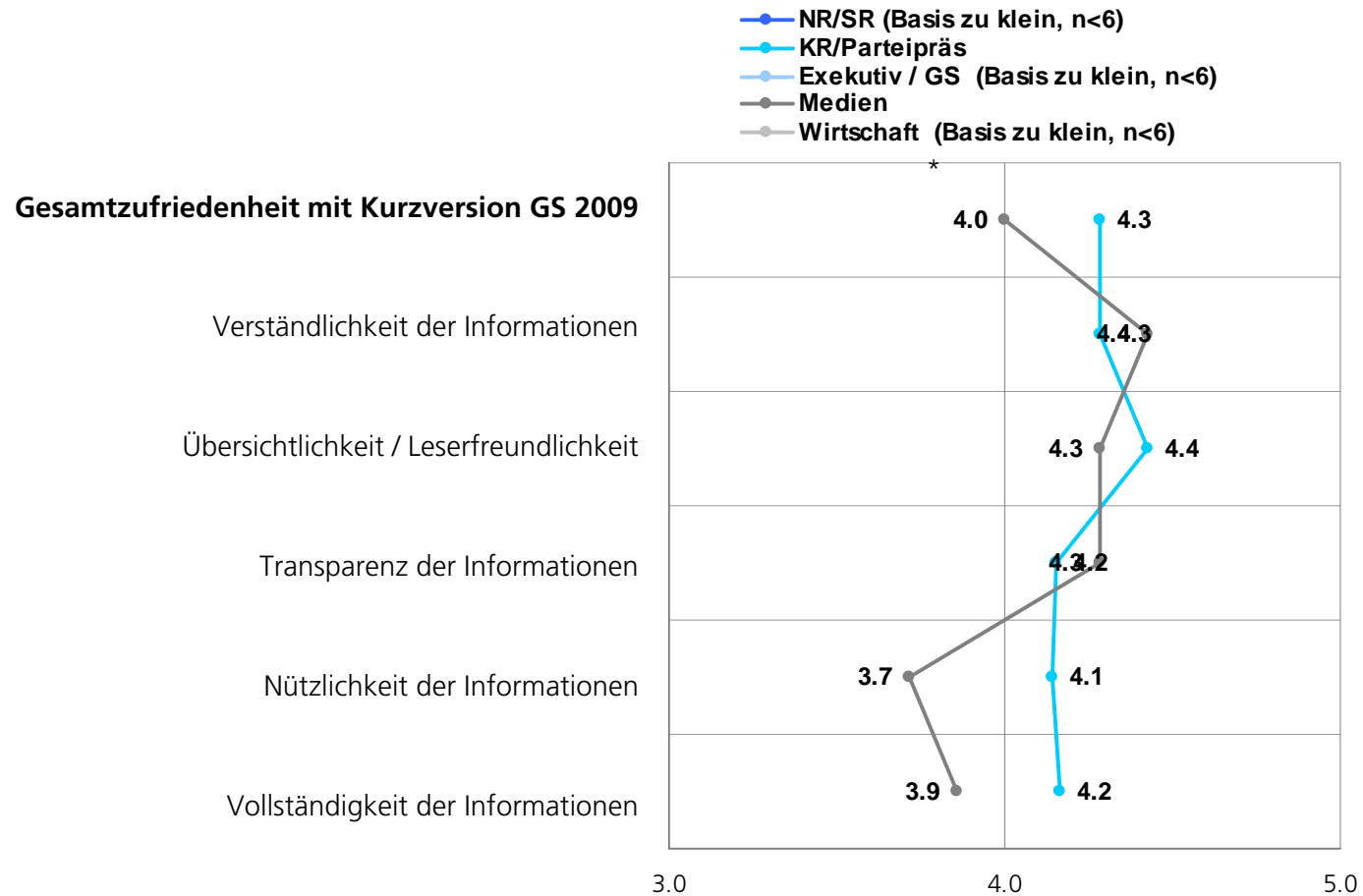
Gute bis sehr gute Zufriedenheit mit der Kurzversion des Geschäftsberichts 2009



B15B: Zufriedenheit mit Kurzversion des Geschäftsberichts 2009 des Kantons Zürich >Auswertung nach Stakeholdergruppe

Mittelwerte (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden), Basis: Befragte, die Kurzversion GS 2009 genutzt haben
(Total n=31, NR/SR n=4, KR n=14, Exekutiv n=2, Medien n=7, Wirtschaftsführer n=4)

Die Zufriedenheit mit der Kurzversion des GS 2009 ist bei fast allen Gruppen gut



B15C: Verbesserungswürdige Aspekte an Kurzversion des Geschäftsberichts 2009

Offene Frage / Basis: Befragte, welche Geschäftsbericht 2009 oder die Kurzversion kennen
 Frage: Was könnte man an der Kurzversion des GS verbessern?

Mehr Transparenz und Prägnanz werden vereinzelt als verbesserungswürdige Aspekte an der Kurzversion des GS 2009 genannt

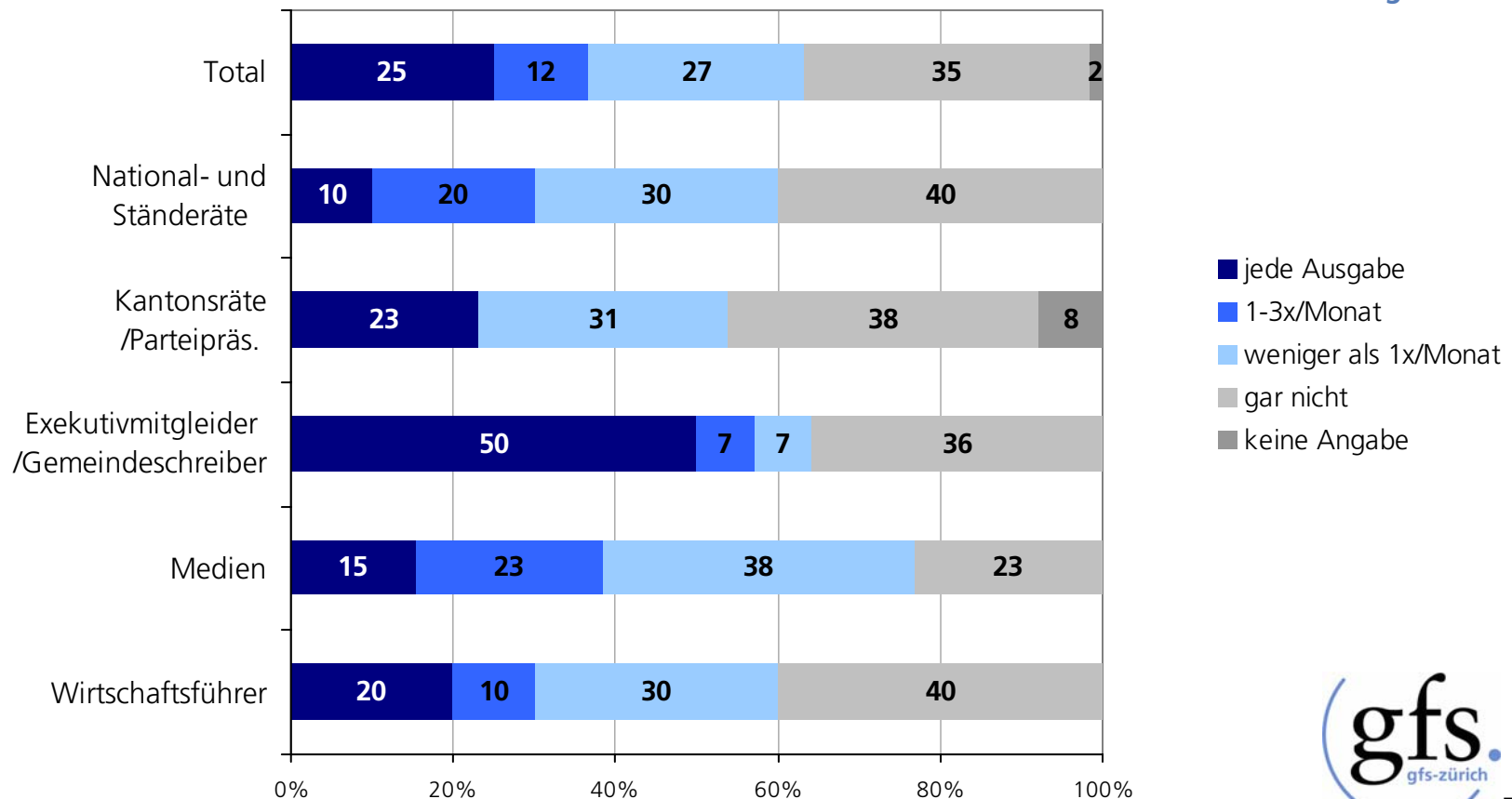
	National- und Ständeräte	Kantonsräte/ Parteipräsidenten	Gemeindepräs. / Gemein- schreiber / Stadtpräsidenten	Journalisten	Wirtschaftsführer
Verbesserungswürdige Aspekte an Kurzbericht des Geschäftsberichts 2009	>kürzen >Transparenz	>nichts	>prägnanter darstellen >kürzen	>Verständlichkeit >Übersichtlichkeit >mehr Transparenz bei Information im finanz. Bereich über Rücklagen	>nichts >Verständlichkeit

B16A: Nutzung Amtsblatt des Kantons Zürich

>Auswertung Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %. Basis: Befragte, die Amtsblatt kennen (n=60)
Frage: Wie häufig nutzen Sie das Amtsblatt des Kantons Zürich?

Ein Viertel jener, die das Amtsblatt kennen, nutzt jede Ausgabe des Amtsblatts, 35% nutzen hingegen gar keine Ausgabe

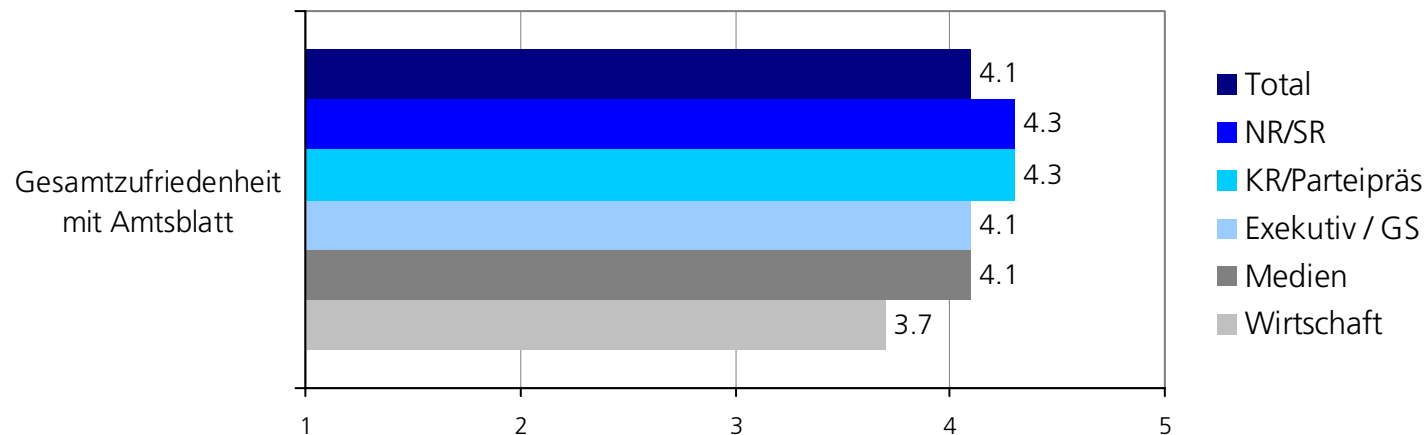


B16B: Zufriedenheit mit Amtsblatt des Kantons Zürich

>Auswertung Total und nach Stakeholdergruppe

Mittelwerte (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden), Basis: falls Amtsblatt bekannt (n=60)

Ausser bei den Wirtschaftsführern ist die Zufriedenheit mit dem Amtsblatt des Kantons Zürich bei allen Stakeholdergruppen hoch



B16C: Verbesserungswürdige Aspekte am Amtsblatt des Kantons Zürich

Offene Frage / Basis: Befragte, welche das Amtsblatt kennen
 Frage: Was könnte man am Amtsblatt des Kantons Zürich verbessern?

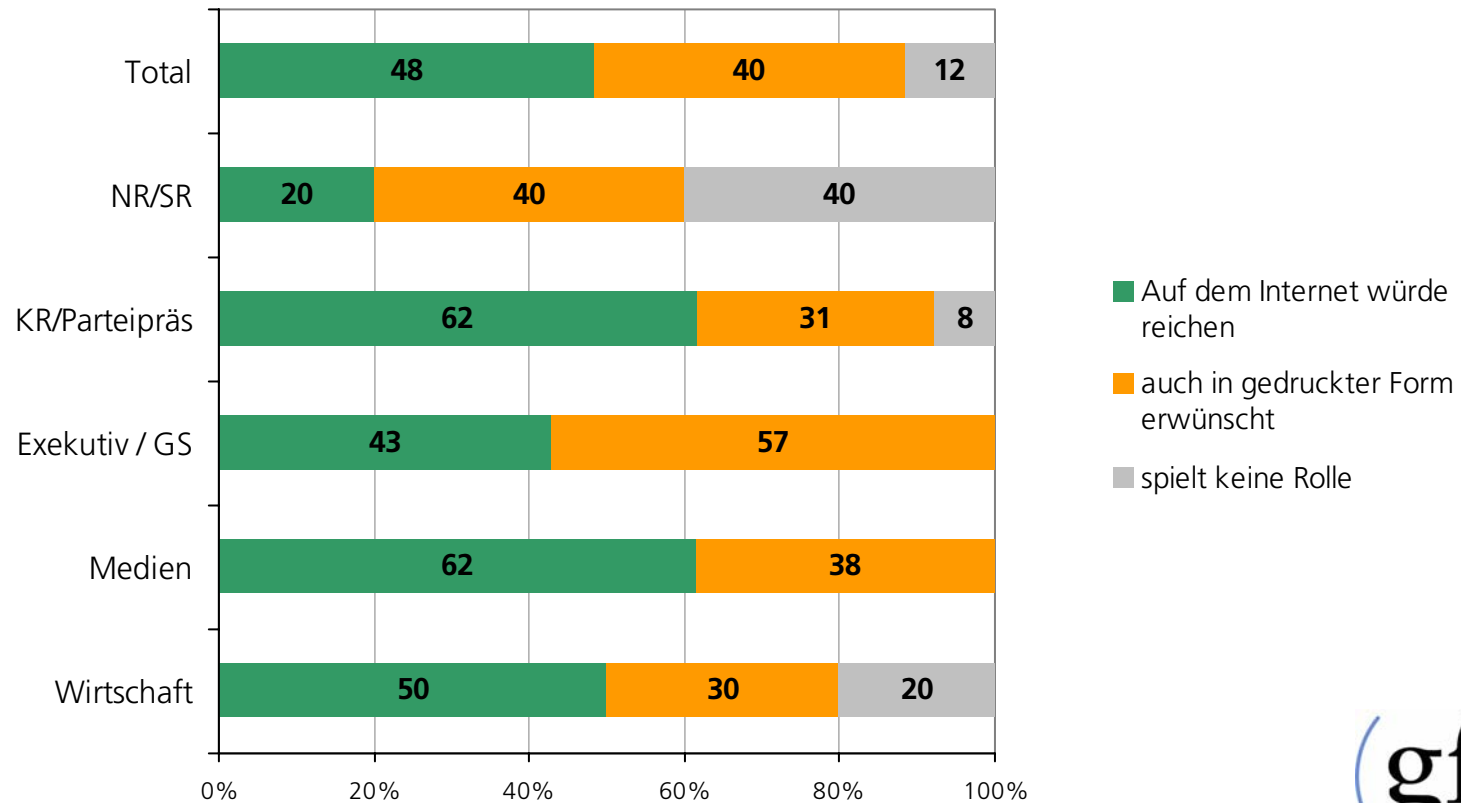
Modernere Gestaltung und mehr Leserfreundlichkeit als verbesserungswürdige Aspekte am Amtsblatt des Kantons Zürich

National- und Ständeräte	Kantonsräte / Parteipräsidenten	Gemeindeprärs. / Gemeindeschreiber / Stadtpräsidenten	Journalisten	Wirtschaftsführer
(>nichts) >Leserfreundlichkeit	(>nichts) >Gestaltung >digitale Version	(>nichts) >moderner gestalten	(>nichts) >moderner gestalten >Übersichtlichkeit	(>nichts) >lebendiger und moderner gestalten >Übersichtlichkeit >Kommentare miteinbeziehen

B16D: Publizierte Form des Amtsblatts >Ergebnisse im Total/nach Stakeholdergruppe

Filter: falls Amtsblatt bekannt, Angaben in %, Basis: Total (n=60),
Frage: Würde es reichen, wenn man das Amtsblatt künftig nur noch im Internet publizieren würde?

Für 60% wäre es in Ordnung bzw. spielt keine Rolle, wenn das Amtsblatt nur noch im Internet erschiene

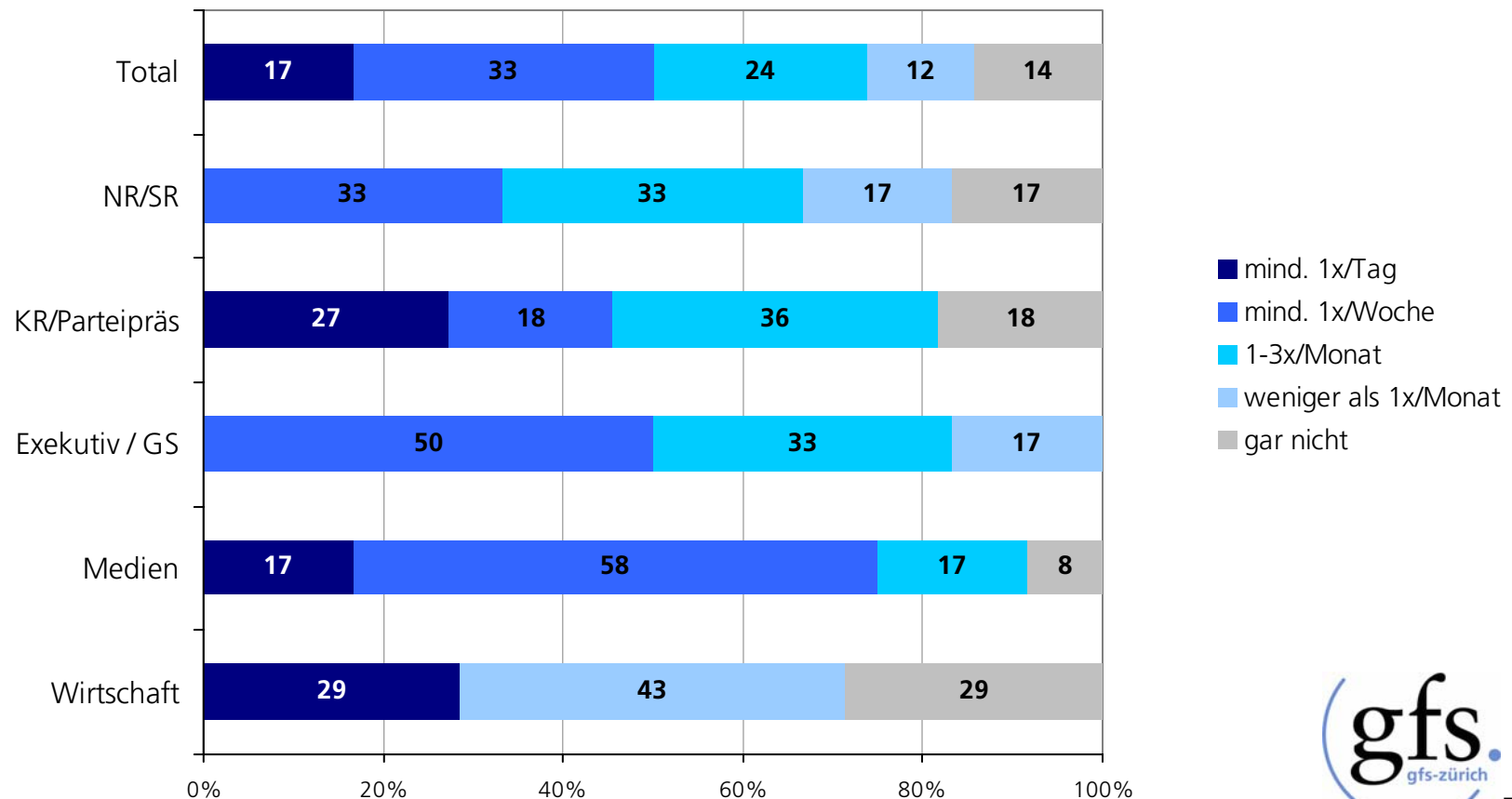


B17A: Nutzung Newsletter

>Auswertung Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %. Basis: Befragte, die Newsletter kennen
 (Achtung, kleines n! total n=42, NR/SR n=6, KR n=11, Exekutiv n=6, Medien n=12, Wirtschaftsführer n=7)
 Frage: Wie häufig nutzen Sie den Newsletter des Kantons Zürich?

Die Hälfte der Befragten, die den Newsletter kennen, nutzt ihn mindestens einmal pro Woche

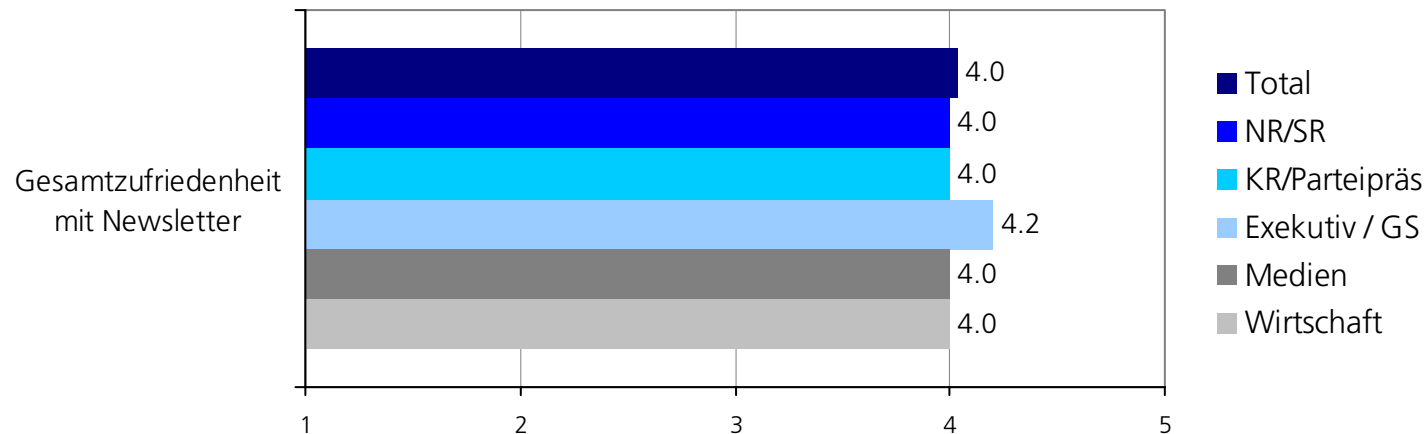


B17B: Zufriedenheit mit Newsletter

>Auswertung Total und nach Stakeholdergruppe

Mittelwerte (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden), Basis: falls Newsletter bekannt (n=42)

Durchwegs gute Zufriedenheit mit dem Newsletter bei allen Stakeholdergruppen



B17C: Verbesserungswürdige Aspekte am Newsletter

Offene Frage / Basis: Befragte, welche Newsletter kennen
 Frage: Was könnte man am Newsletter verbessern?

Vereinzelt wird mehr Prägnanz beim Newsletter gewünscht

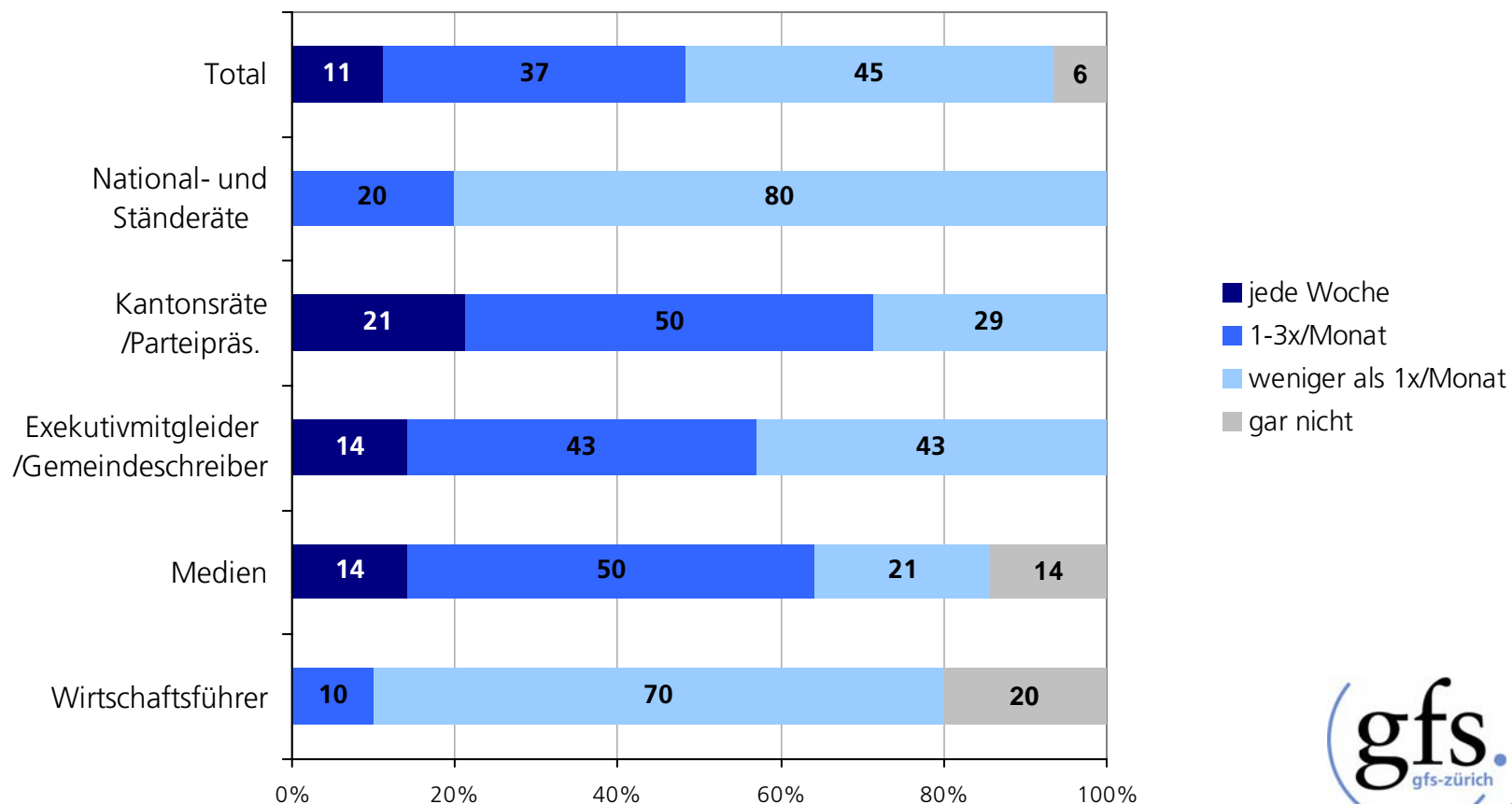
National- und Ständeräte	Kantonsräte / Parteipräsidenten	Gemeindepräs. / Gemeindeschreiber / Stadtpräsidenten	Journalisten	Wirtschaftsführer
(>nichts) >selektiver informieren	(>nichts) >früher versenden >kürzer fassen	>kürzer fassen >Bekanntheitsgrad steigern	(>nichts) >Themenwahl (Informationen über noch nicht Bekanntes)	(>nichts) >grafische Übersichtlichkeit

B18A: Nutzung Unterlagen zu Vernehmlassungen

>Auswertung Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %. Basis: Befragte, die Unterlagen zu Vernehmlassungen kennen (n=62)
Frage: Wie häufig nutzen Sie die Unterlagen zu Vernehmlassungen?

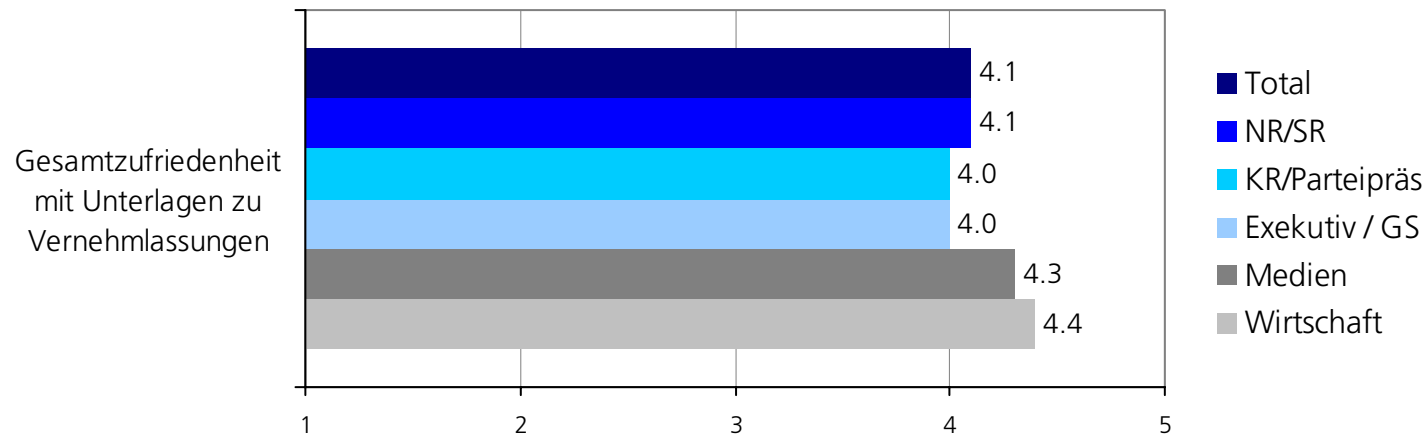
Knapp die Hälfte der Befragten, die Unterlagen zu Vernehmlassungen kennen, nutzen diese mind. monatlich



B18B: Zufriedenheit mit Unterlagen zu Vernehmlassungen >Auswertung Total und nach Stakeholdergruppe

Mittelwerte (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden), Basis: falls Unterlagen zu Vernehmlassungen bekannt (n=62)

Bei allen Stakeholdergruppen gute Zufriedenheit mit Unterlagen zu Vernehmlassungen



B18C: Verbesserungswürdige Aspekte an Unterlagen zu Vernehmlassungen

Offene Frage / Basis: Befragte, welche Unterlagen zu Vernehmlassungen kennen
Frage: Was könnte man an den Unterlagen zu Vernehmlassungen des Kantons Zürich verbessern?

Mehr Konzentration aufs Wesentliche bzw. Prägnanz als verbesserungswürdiger Aspekt über alle Gruppen bei Unterlagen zu Vernehmlassungen

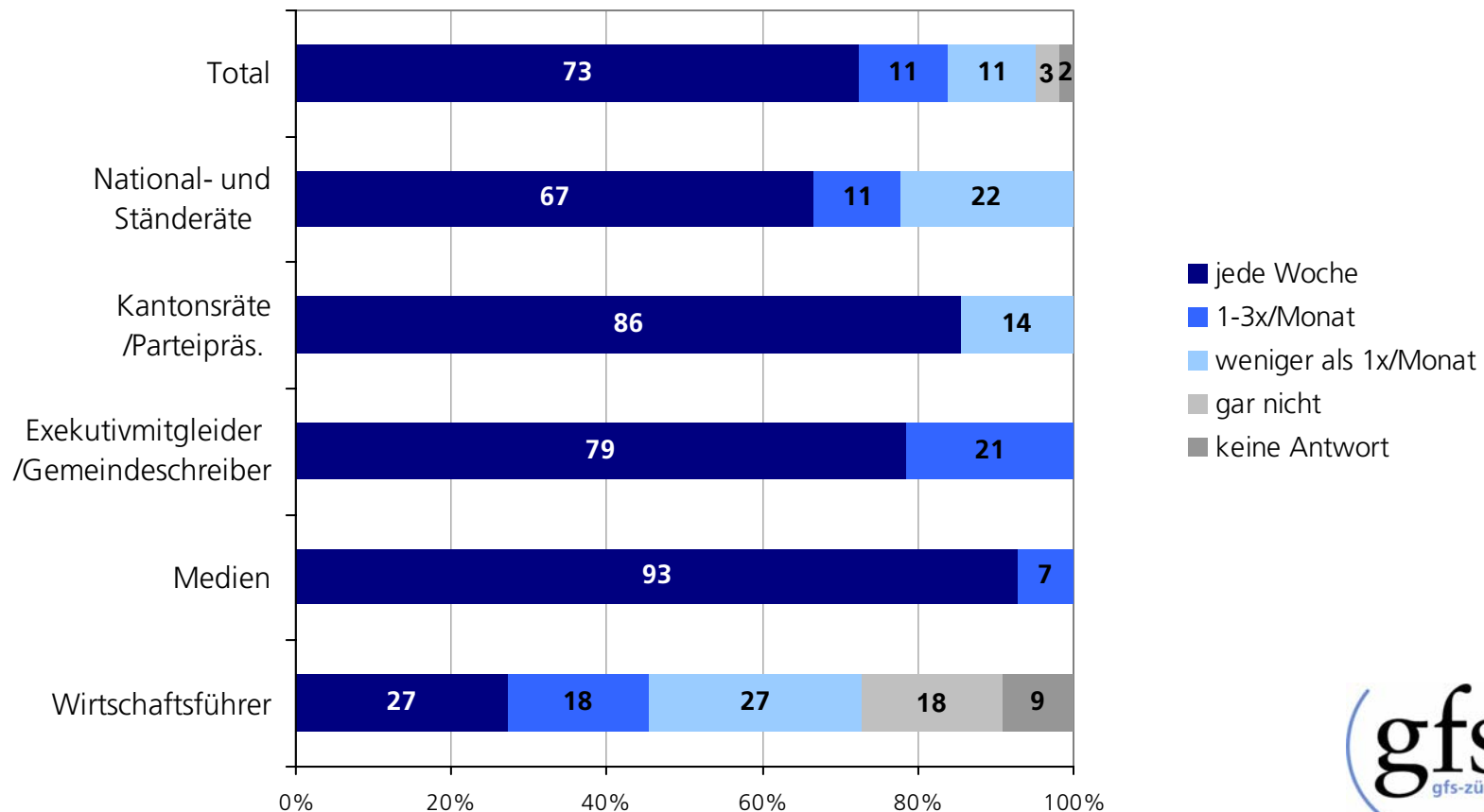
National- und Ständeräte	Kantonsräte / Parteipräsidenten	Gemeindepräsi. / Gemeindeschreiber / Stadtpräsidenten	Journalisten	Wirtschaftsführer
(>nichts) >Konzentration aufs Wesentliche >verständliche Sprache	>mehr Feedbacks >Kurzversion erstellen >Möglichkeit für Stellungnahmen ohne Fragebogen	>Fragebogen nicht zielführend, besser wäre eine allg. Version, selber auf Aspekte eingehen >aufs Wesentliche konzentrieren (>zu kurze Fristen, mehr Zeit zur Vernehmlassung)	(>nichts) >kompakter gestalten >klare Priorisierung >Übersichtlichkeit >verständliche Sprache	(>nichts) >Übersichtlichkeit >kürzer, prägnanter

B19A: Nutzung Medienmitteilungen

>Auswertung Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %. Basis: Befragte, die Medienmitteilungen kennen (n=62)
Wie häufig nutzen Sie die Medienmitteilungen?

Fast drei Viertel jener, die Medienmitteilungen kennen, nutzen diese mindestens wöchentlich

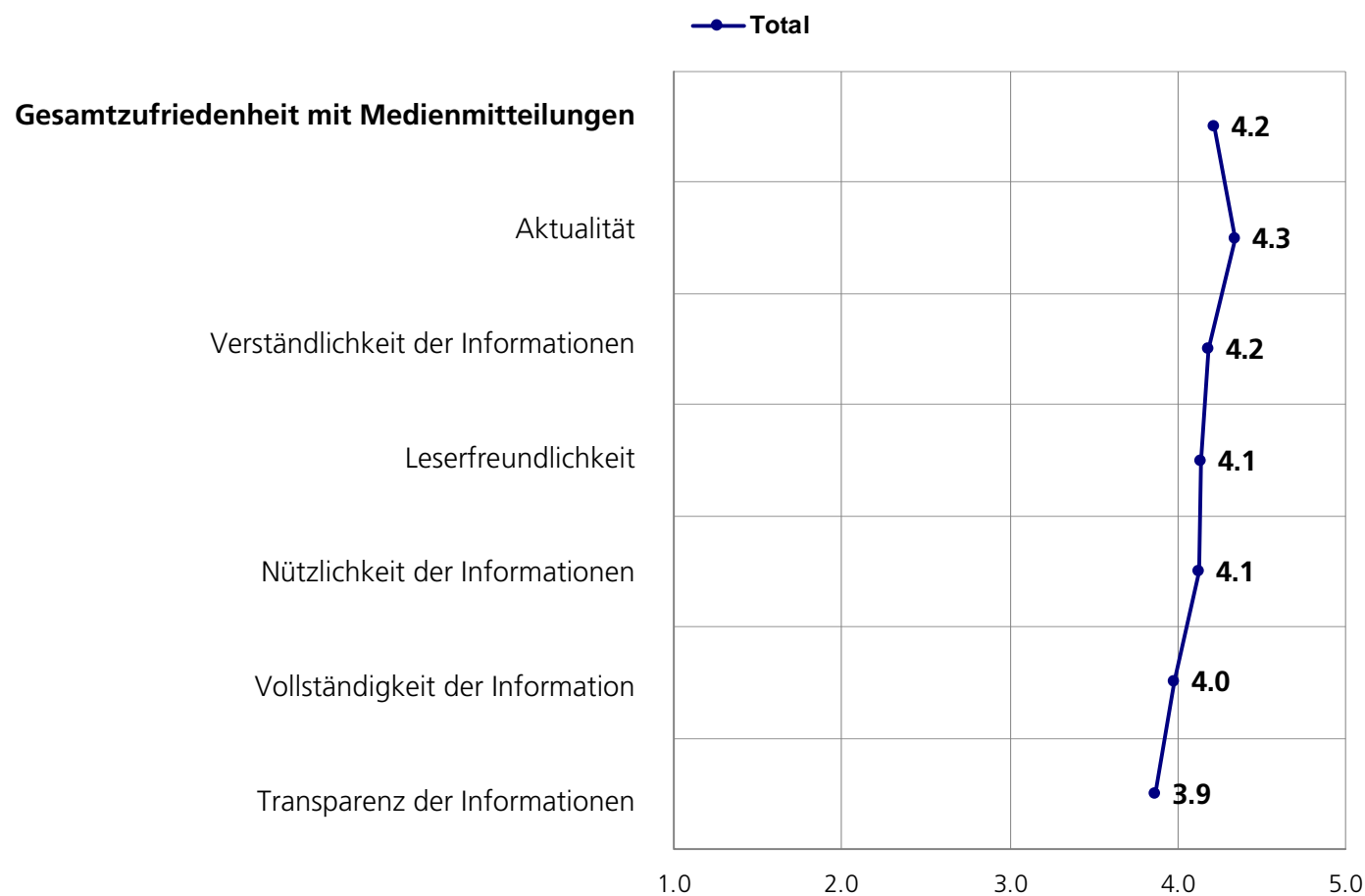


B19B: Zufriedenheit mit Medienmitteilungen

>Auswertung Total

Mittelwerte (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden), Basis: Medienmitteilungen bekannt (n=62)

Hohe Zufriedenheit mit Medienmitteilungen. Sehr gute Werte bei der Aktualität.

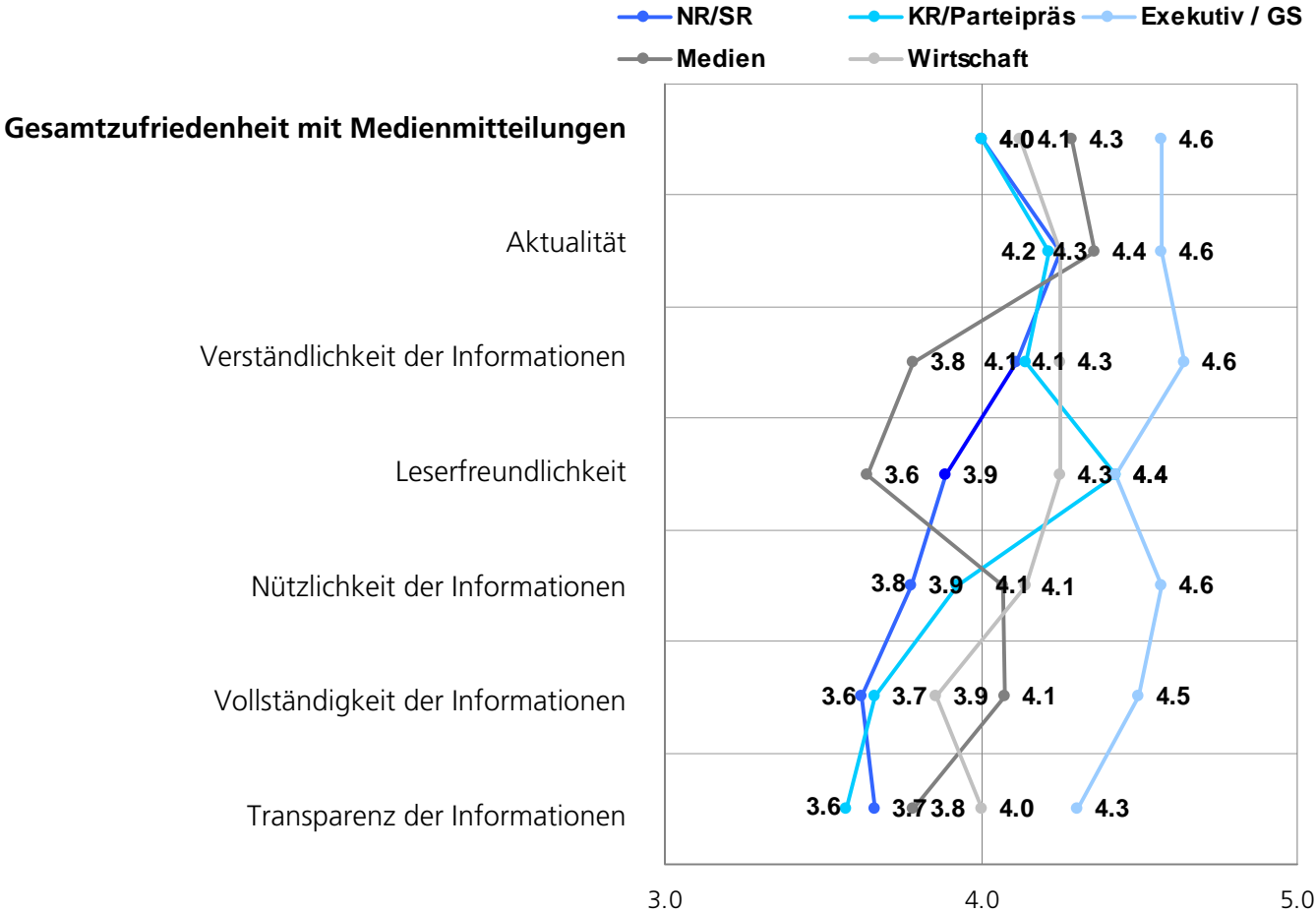


B19B: Zufriedenheit mit Medienmitteilungen

>Auswertung nach Stakeholdergruppe

Mittelwerte (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden), Basis: Medienmitteilungen bekannt (n=62)

Sehr hohe Zufriedenheit mit Medienmitteilungen bei Exekutivmitgliedern



B19C: Verbesserungswürdige Aspekte an Medienmitteilungen

Offene Frage / Basis: Befragte, welche Medienmitteilungen kennen
Frage: Was könnte man an den Medienmitteilungen verbessern?

Mehr Prägnanz und Transparenz als verbesserungswürdige Aspekte bei Medienmitteilungen

National- und Ständeräte	Kantonsräte / Parteipräsidenten	Gemeindepräs. / Gemeindeschreiber / Stadtpräsidenten	Journalisten	Wirtschaftsführer
(>nichts) >Konzentration aufs Wesentliche >mehr Links zu weiterführender Information >proaktiver zusenden	>weniger häufig >früher versenden (>nichts) >Konzentration aufs Wesentliche >Trennung von Fakten und Meinung >Transparenz	>Text kürzen (>nichts) >journalistischer gestalten >mehr Links zu weiterführender Information	> (länger) erreichbare Ansprechpersonen >verständliche Sprache >journalistischer, leserfreundlicher gestalten	(>nichts) >Transparenz >verständliche Sprache

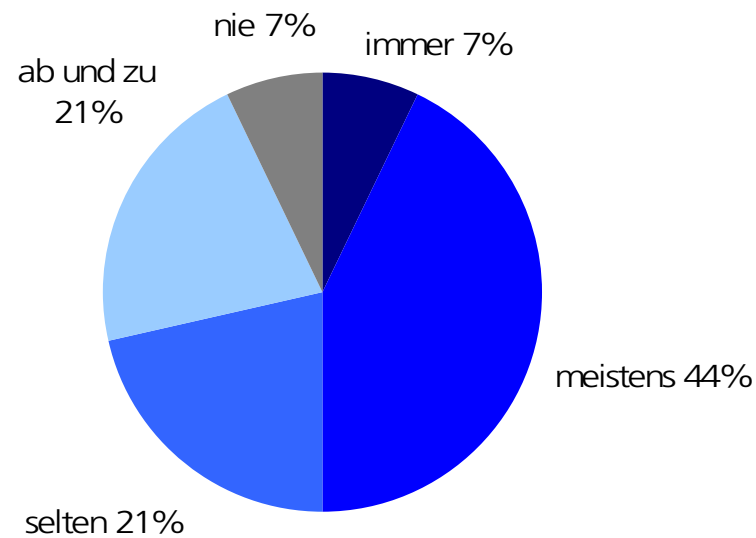
B20A: Nutzung Medienkonferenzen live vor Ort

>Auswertung Journalisten

Angaben in %. Basis: Journalisten (n=14)

Frage: Wie oft verfolgen Sie die Medienkonferenzen des Regierungsrats live vor Ort?

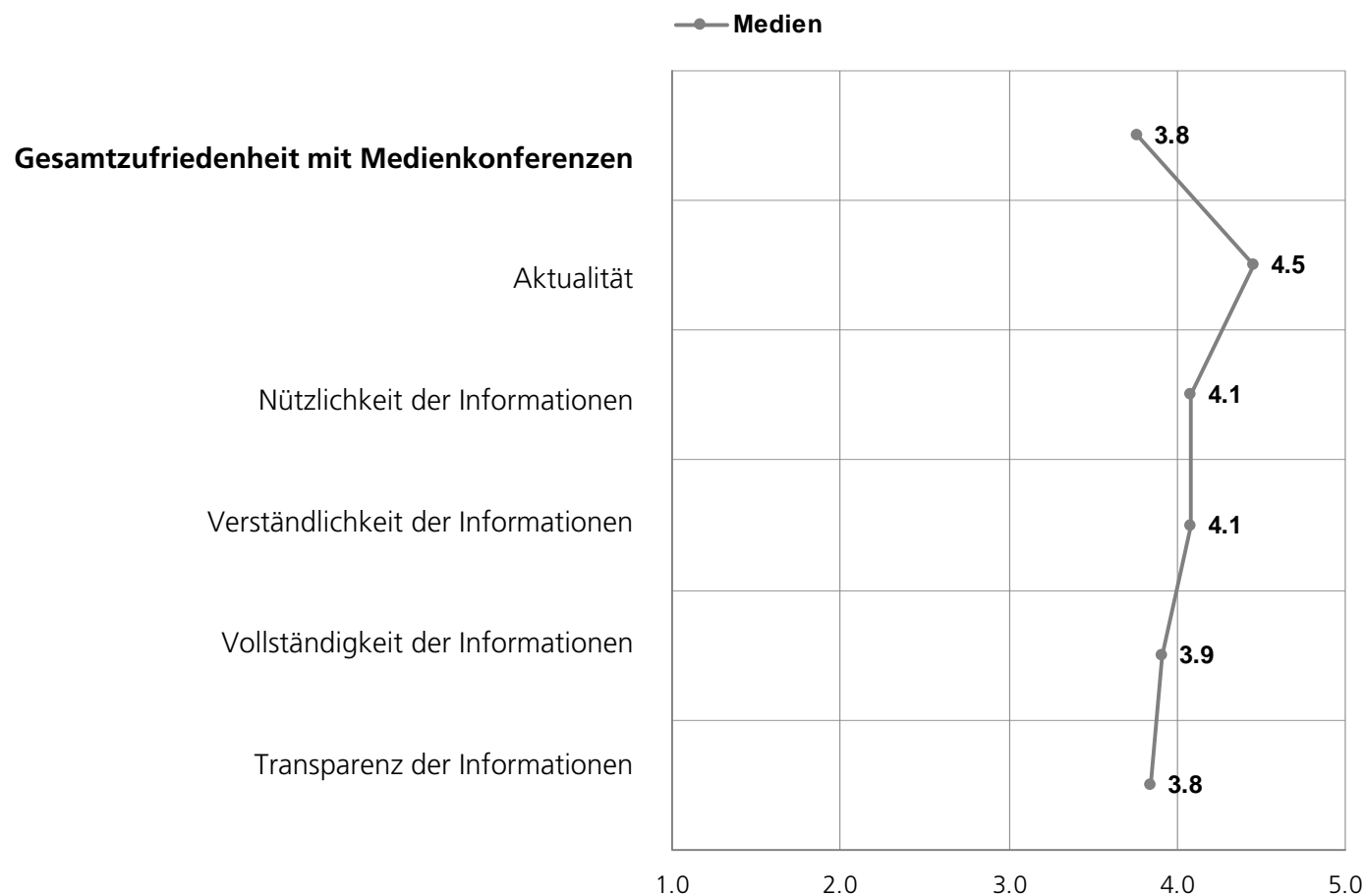
Die Hälfte der Journalisten verfolgt Medienkonferenzen meistens oder immer live vor Ort



B20C: Zufriedenheit mit Medienkonferenzen >Auswertung Journalisten

Mittelwerte (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden), Basis: Journalisten (n=14)

Die Zufriedenheit der Journalisten mit den Medienkonferenzen ist in Ordnung

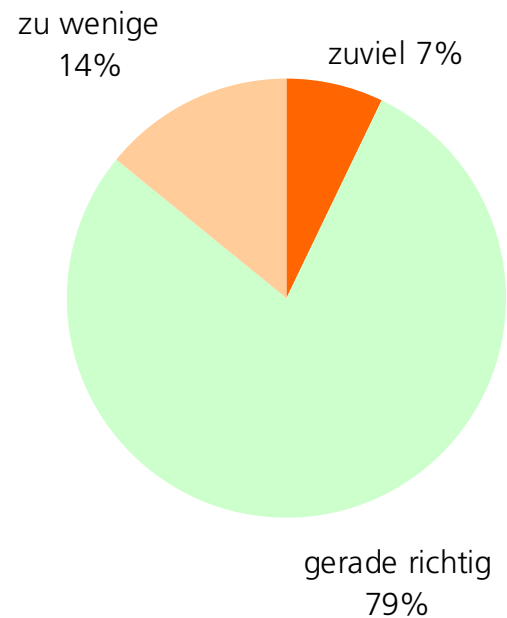


B20D: Anzahl Medienkonferenzen

>Ergebnisse Journalisten

Angaben in %, Basis: Journalisten (n=14),
Frage: Gibt es eher zuviel Medienkonferenzen oder zu wenig oder ist die Anzahl gerade richtig?

Für 79% der Journalisten ist die Anzahl der Medienkonferenzen angemessen



B20E: Verbesserungswürdige Aspekte an Medienkonferenzen

Offene Frage / Basis: Journalisten
Frage: Was könnte der Zürcher Regierungsrat an seinen Medienkonferenzen verbessern?

Als verbesserungswürdige Aspekte an Medienkonferenzen wünschen sich Journalisten klarere Stellungnahmen und vermehrtes Eingehen auf die Bedürfnisse der elektronischen Medien

Verbesserungswürdige Aspekte an Medienkonferenzen (Journalisten):

- >klarere, präzisere Stellungnahme, 'mehr Klartext sprechen'
 - >elektronische Medien gebündelt behandeln
- >mehr auf Bedürfnisse der elektronischen Medien eingehen
 - >ausführlicher informieren
 - >bessere Medienunterlagen
- >Bei einigen Mitgliedern mehr Dossierkenntnis gewünscht

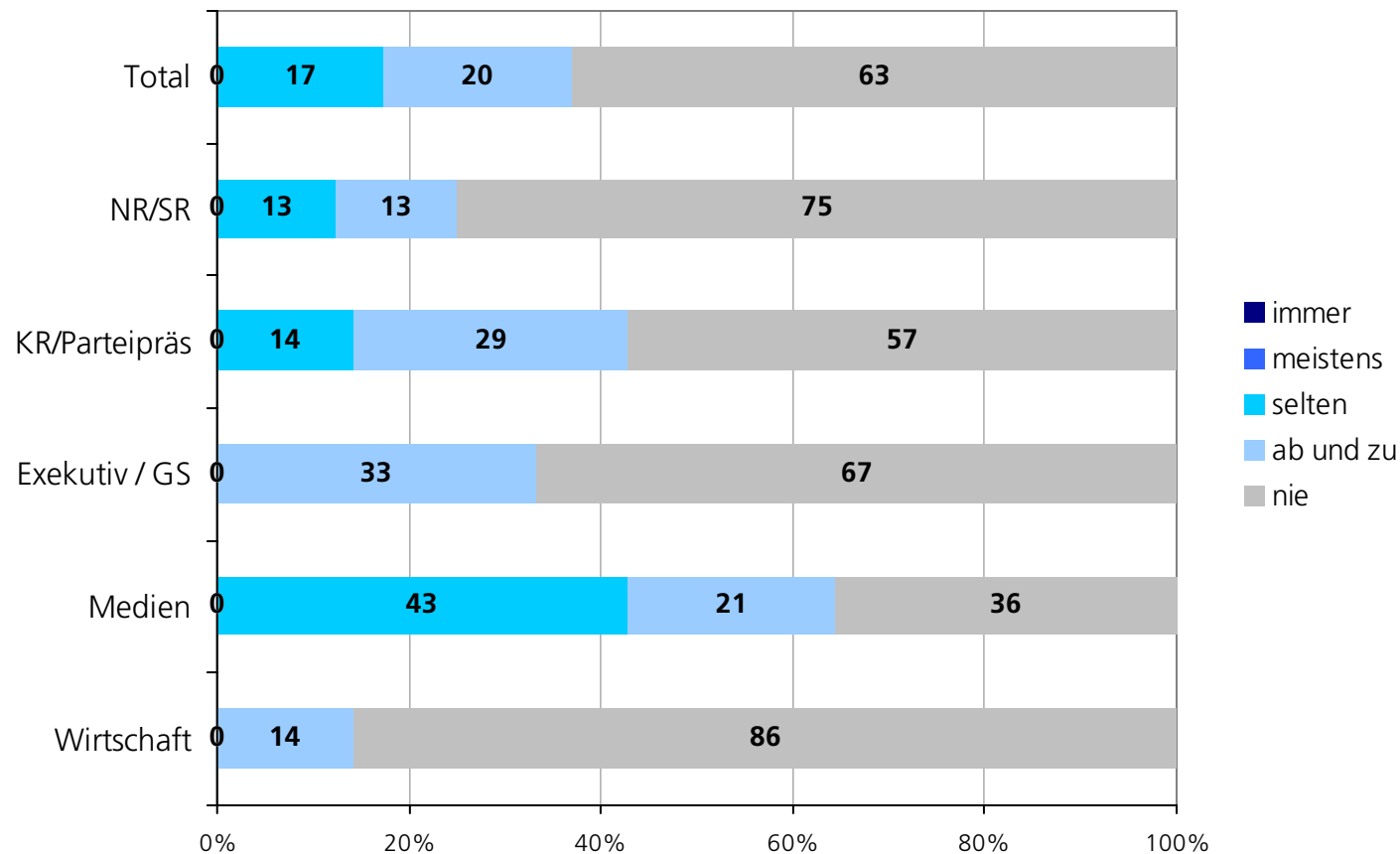
B20B: Nutzung Medienkonferenzen im Internet

>Auswertung Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %. Basis: alle Befragten

Frage: Wie oft verfolgen Sie die Medienkonferenzen des Regierungsrats im Internet?

Medienkonferenzen im Internet werden eher selten genutzt. Die höchste Nutzung weisen Medienschaffende und Kantonsräte/PP auf.



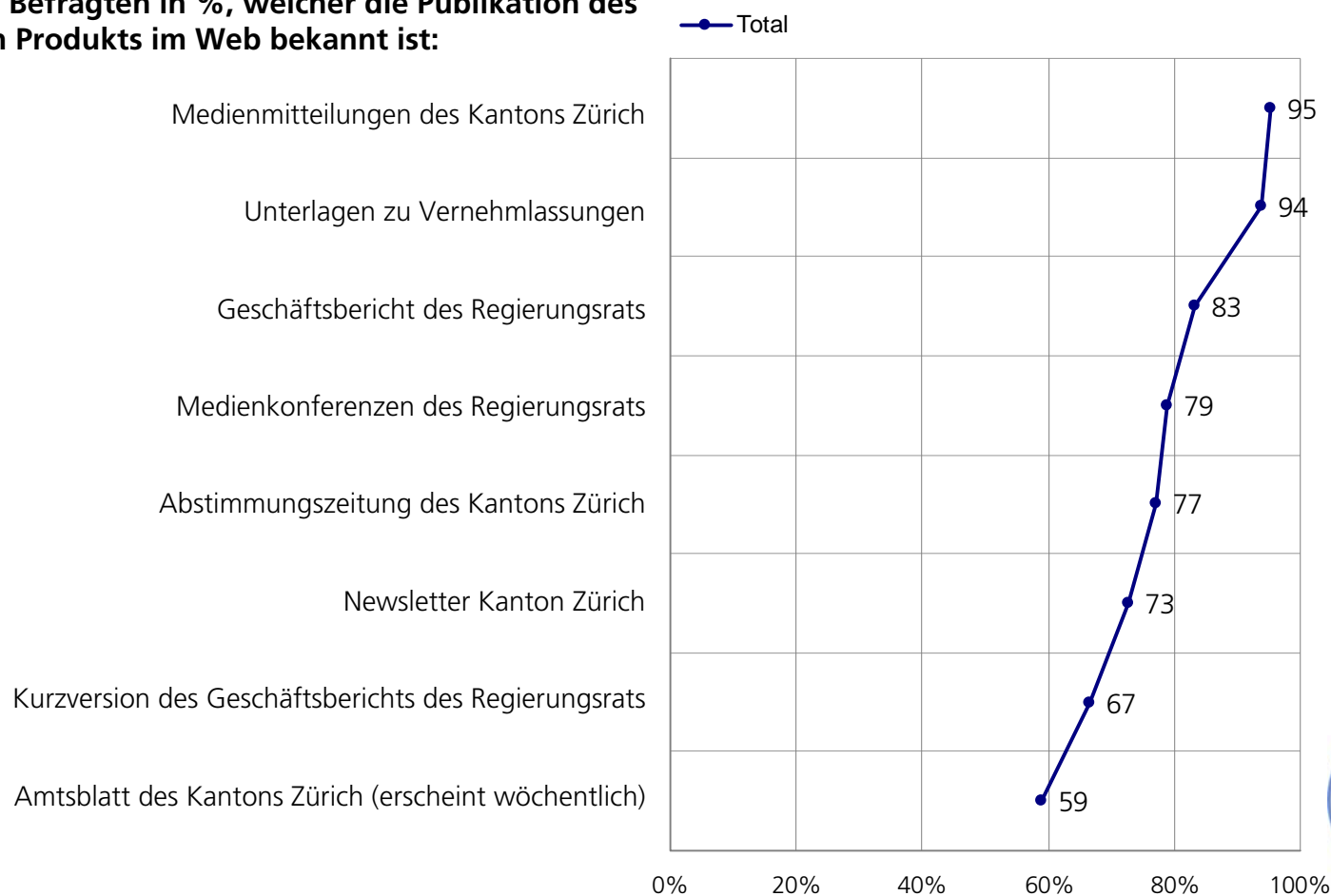
B21: Bekanntheit Informationsprodukte im Internet

>Ergebnisse im Total

Angaben in %, Basis: alle Befragten (n=66)

Den meisten Befragten ist die Publikation der Informationsprodukte im Internet bekannt

Anteil der Befragten in %, welcher die Publikation des jeweiligen Produkts im Web bekannt ist:



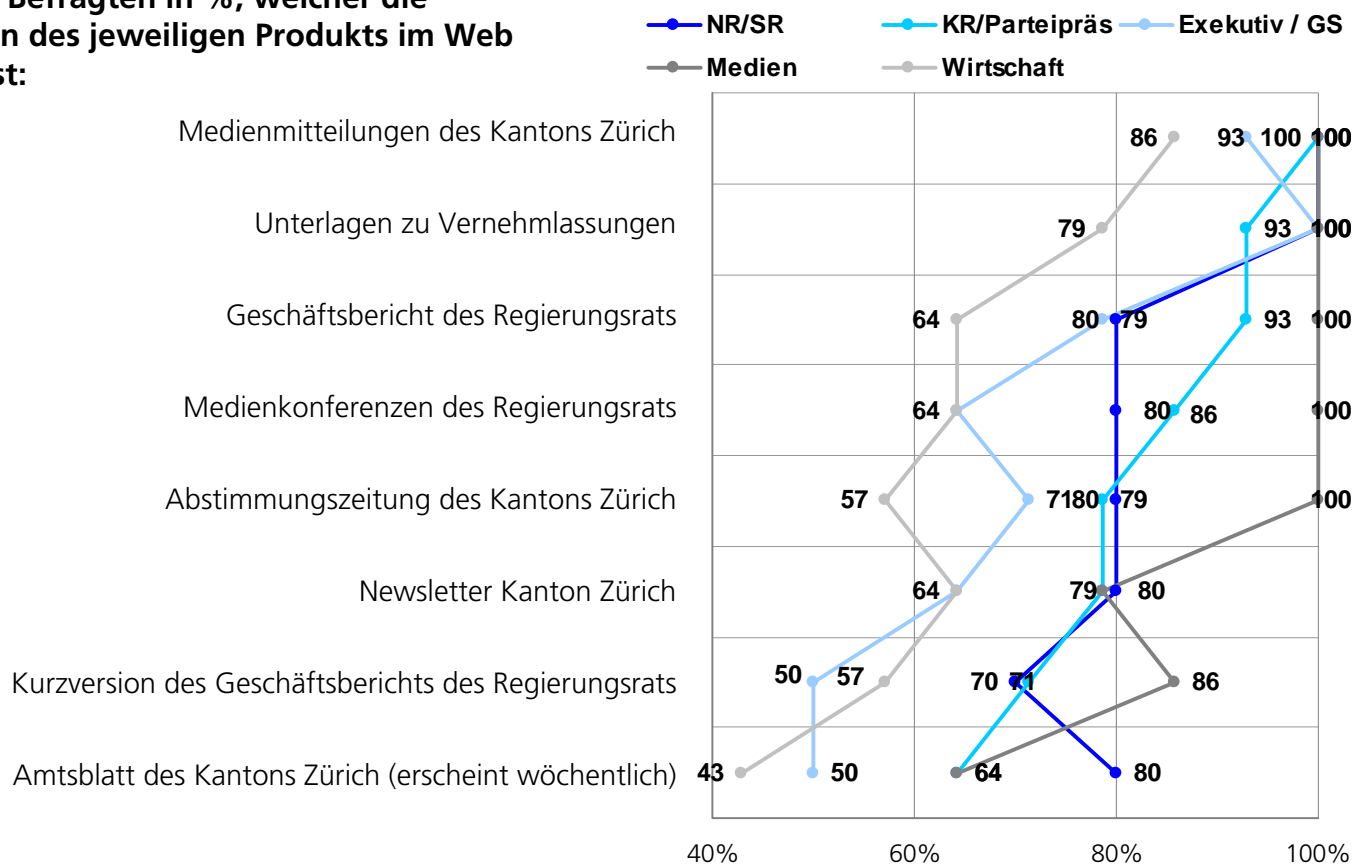
B21: Bekanntheit Informationsprodukte im Internet

>Ergebnisse nach Stakeholdergruppe

Angaben in %, Basis: alle Befragten (n=66)

Die Bekanntheit der Produkte im Internet ist bei den Medien am höchsten und bei den Wirtschaftsführern und Exekutivmitgliedern am tiefsten

Anteil der Befragten in %, welcher die Publikation des jeweiligen Produkts im Web bekannt ist:



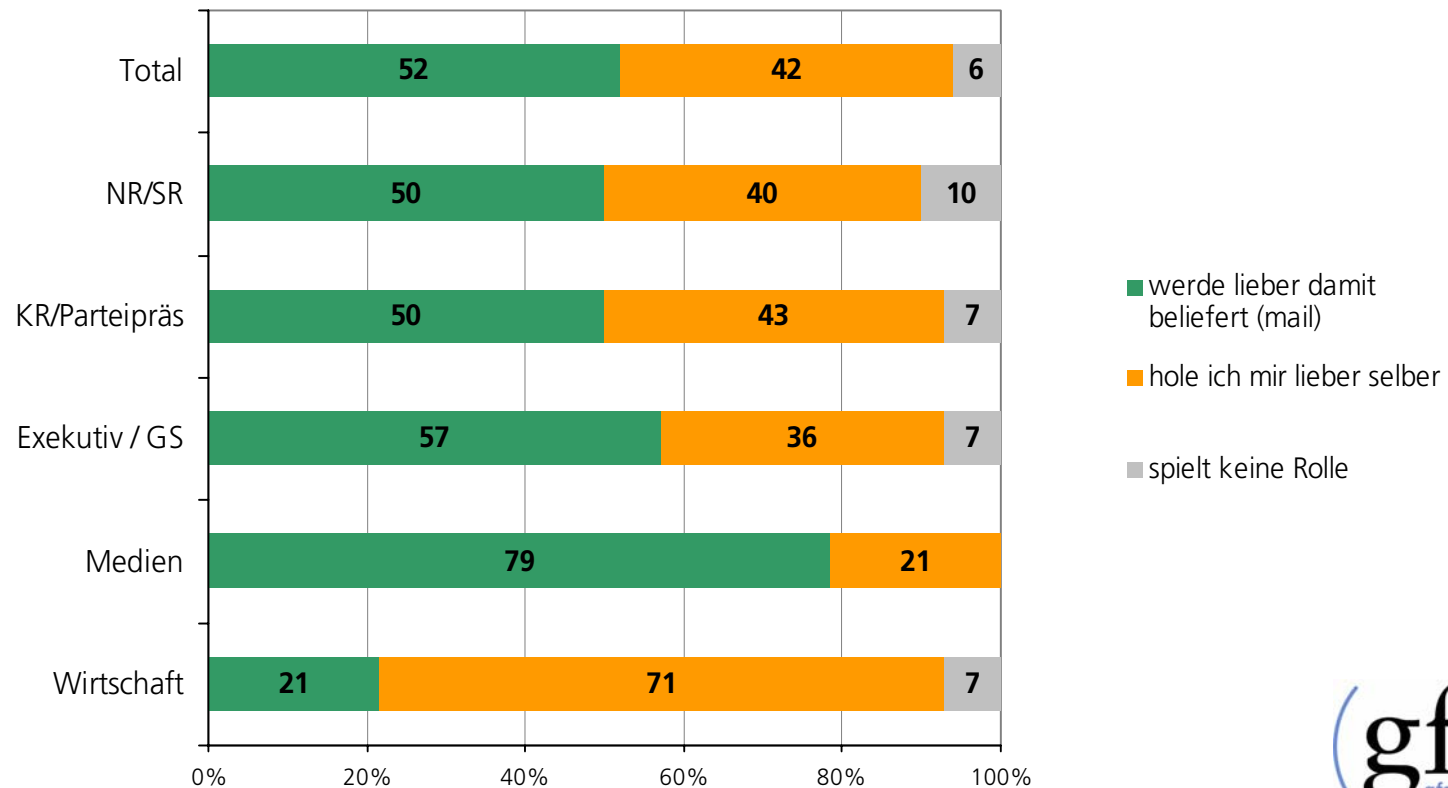
B22: Allgemeine News: Hol- oder Bringschuld?

>Ergebnisse Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %, Basis: alle Befragten (n=66)

Frage: Bei welchen Produkten würden Sie lieber mit Informationen beliefert (Bringschuld) und bei welchen würden Sie sich diese lieber selber z.B. im Internet (Holschuld) holen?

Bei allgemeinen News sehen Medien eher eine Bringschuld, Wirtschaftsführer dagegen eine Holschuld. Insgesamt sind die Ansichten darüber gespalten mit leichter Tendenz zur Bringschuld



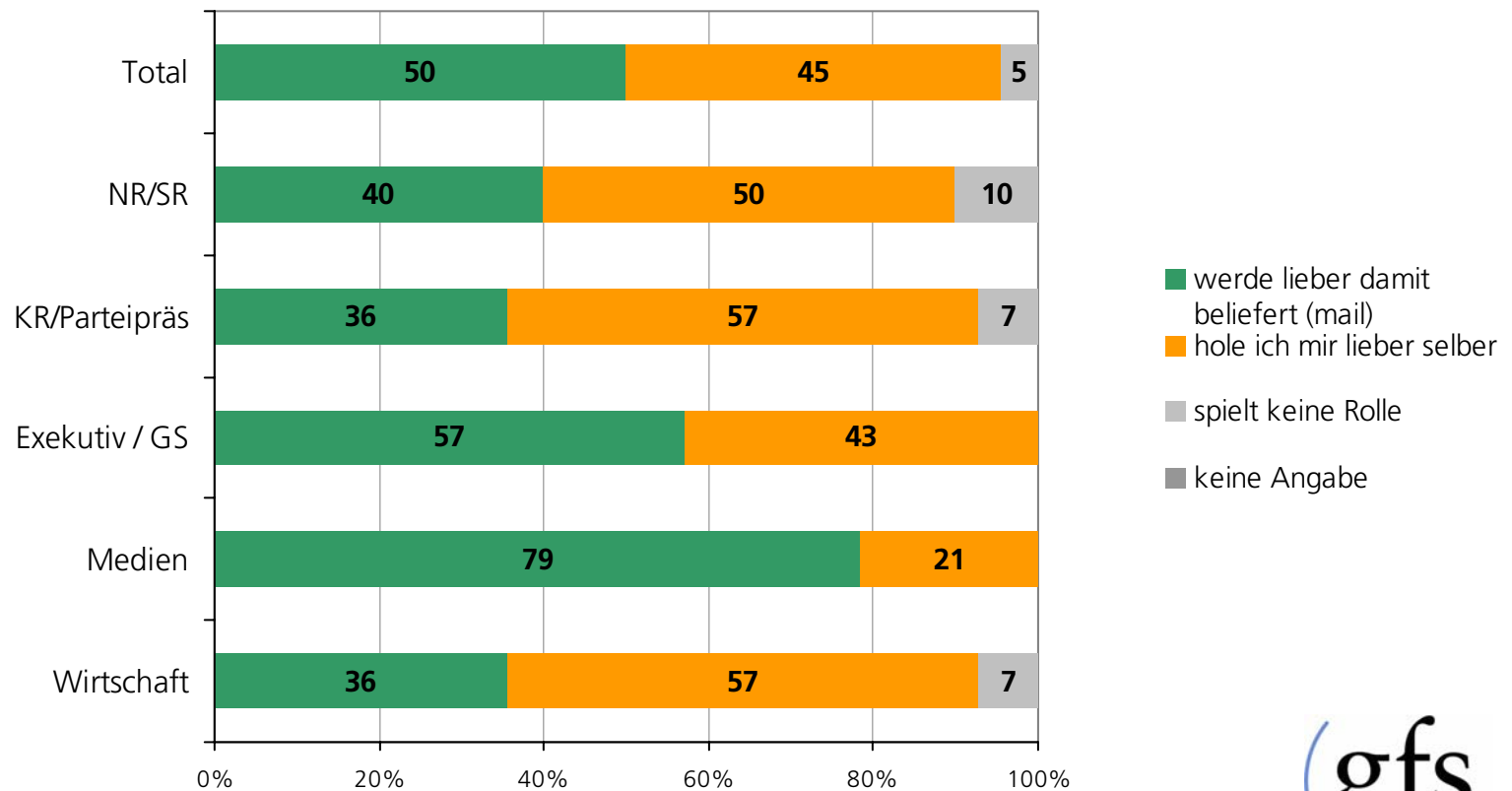
B22: Beschlüsse Regierungsrat: Hol- oder Bringschuld?

>Ergebnisse Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %, Basis: alle Befragten (n=66),

Frage: Bei welchen Produkten würden Sie lieber mit Informationen beliefert (Bringschuld) und bei welchen würden Sie sich diese lieber selber z.B. im Internet (Holschuld) holen?

Bei Regierungsratsbeschlüssen halten sich die Präferenzen über Hol- und Bringschuld die Waage



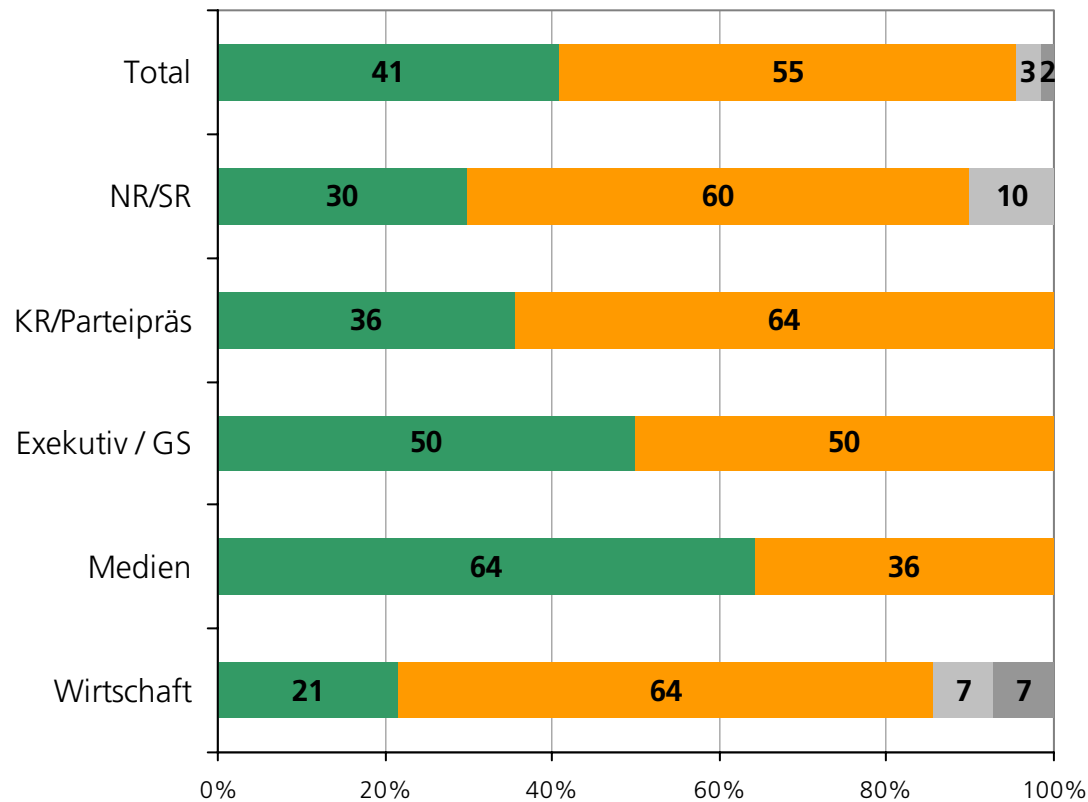
B22: Beschlüsse Kantonsrat: Hol- oder Bringschuld?

>Ergebnisse Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %, Basis: alle Befragten (n=66)

Frage: Bei welchen Produkten würden Sie lieber mit Informationen beliefert (Bringschuld) und bei welchen würden Sie sich diese lieber selber z.B. im Internet (Holschuld) holen?

Bei Kantonsratsbeschlüssen halten sich die Präferenzen über Hol- und Bringschuld die Waage mit leichter Tendenz zu Holschuld



- werde lieber damit beliefert (mail)
- hole ich mir lieber selber
- spielt keine Rolle
- keine Angabe

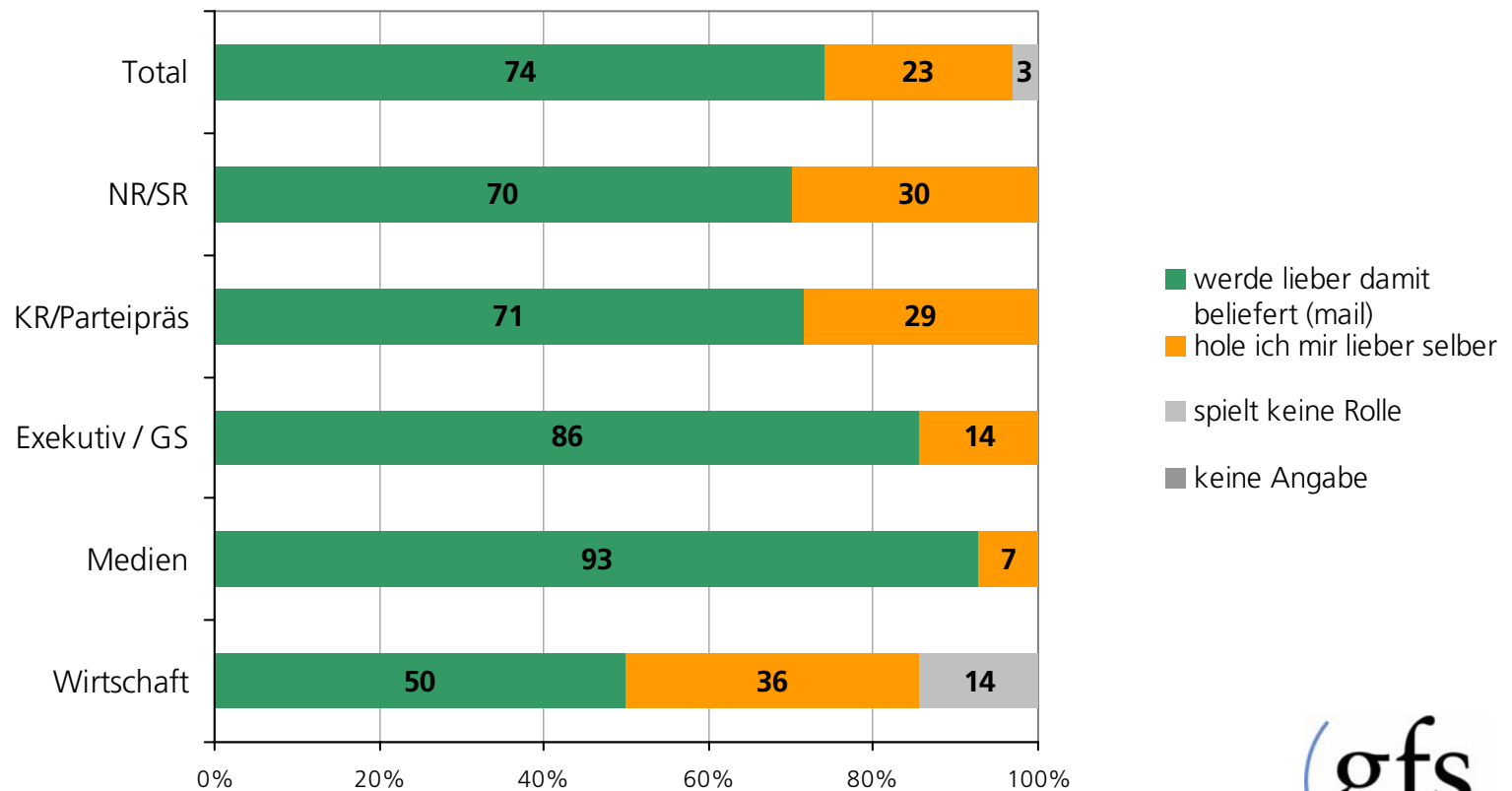
B22: Medienmitteilungen: Hol- oder Bringschuld?

>Ergebnisse Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %, Basis: alle Befragten (n=66)

Frage: Bei welchen Produkten würden Sie lieber mit Informationen beliefert (Bringschuld) und bei welchen würden Sie sich diese lieber selber z.B. im Internet (Holschuld) holen?

Bei Medienmitteilungen sehen die Befragten über alle Gruppen hinweg eindeutig eine Bringschuld



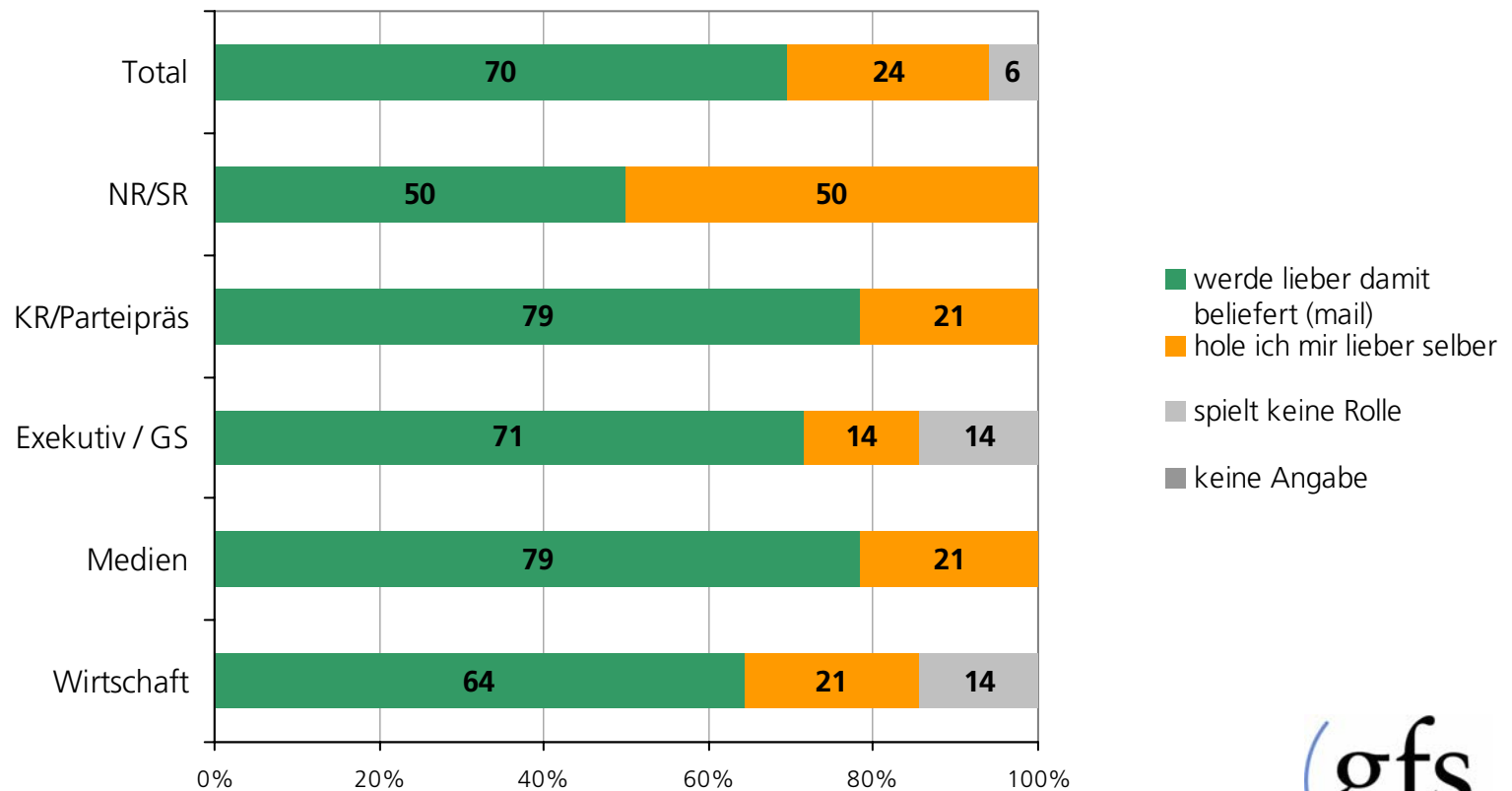
B22: Newsletter Kanton Zürich: Hol- oder Bringschuld?

>Ergebnisse Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %, Basis: alle Befragten (n=66)

Frage: Bei welchen Produkten würden Sie lieber mit Informationen beliefert (Bringschuld) und bei welchen würden Sie sich diese lieber selber z.B. im Internet (Holschuld) holen?

Beim Newsletter sehen die Befragten über fast alle Gruppen hinweg eine Bringschuld



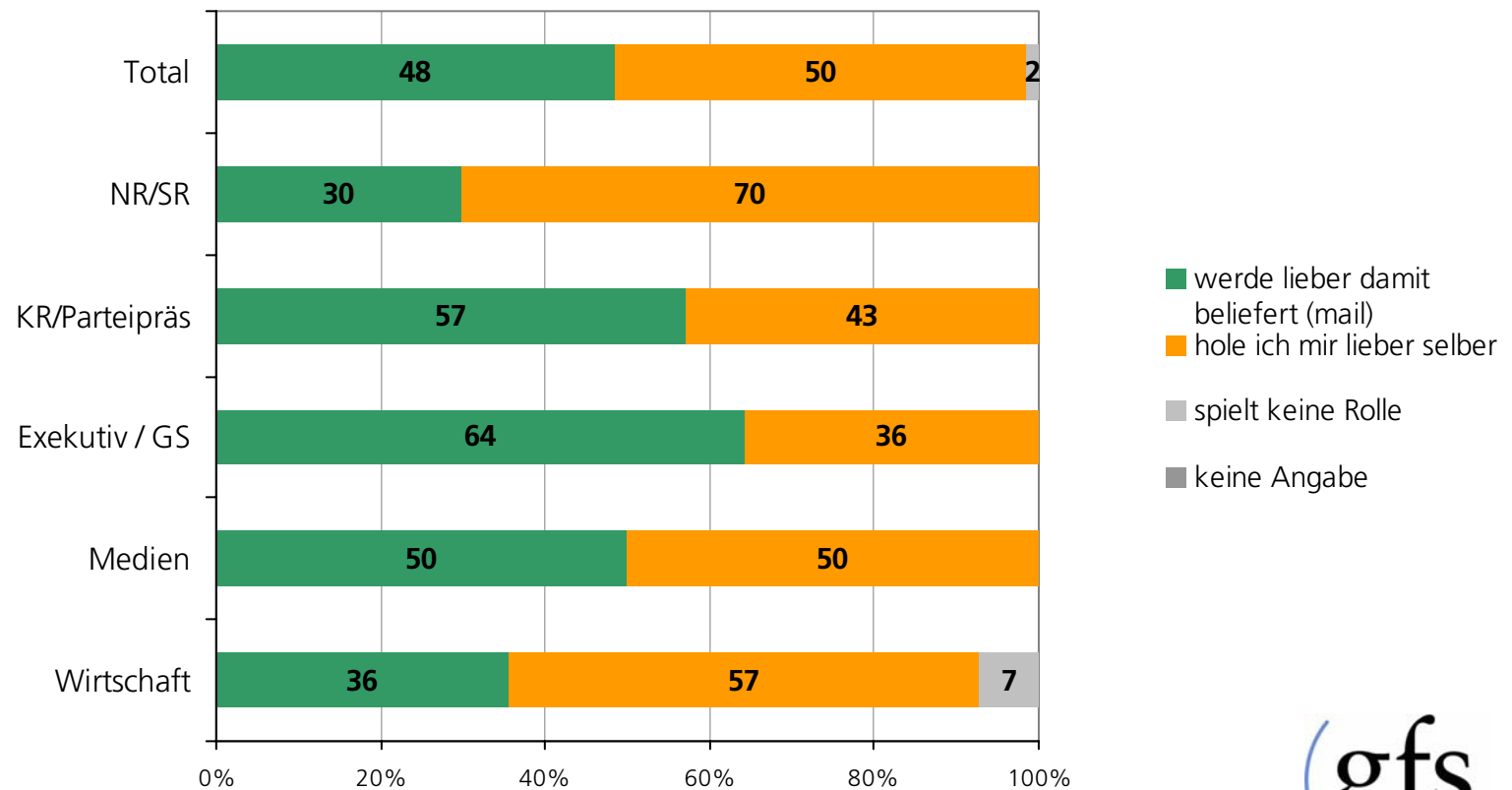
B22: Vernehmlassungen: Hol- oder Bringschuld?

>Ergebnisse Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %, Basis: alle Befragten (n=66)

Frage: Bei welchen Produkten würden Sie lieber mit Informationen beliefert (Bringschuld) und bei welchen würden Sie sich diese lieber selber z.B. im Internet (Holschuld) holen?

Bei Vernehmlassungen sind die Ansichten über Hol- oder Bringschuld geteilt



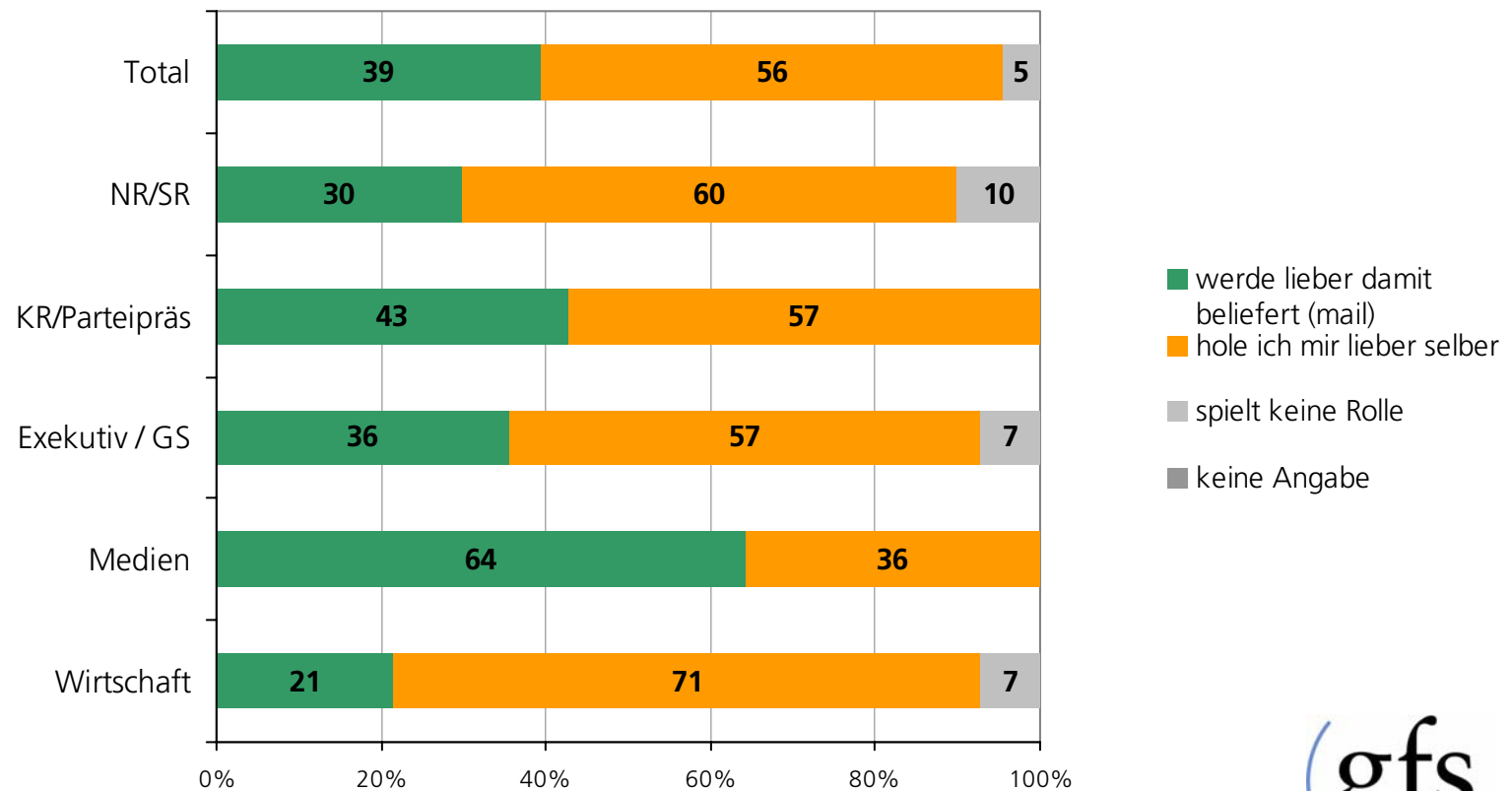
B22: Geschäftsberichte: Hol- oder Bringschuld?

>Ergebnisse Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %, Basis: alle Befragten (n=66),

Frage: Bei welchen Produkten würden Sie lieber mit Informationen beliefert (Bringschuld) und bei welchen würden Sie sich diese lieber selber z.B. im Internet (Holschuld) holen?

Bei Geschäftsberichten sehen die Befragten tendenziell eine Holschuld



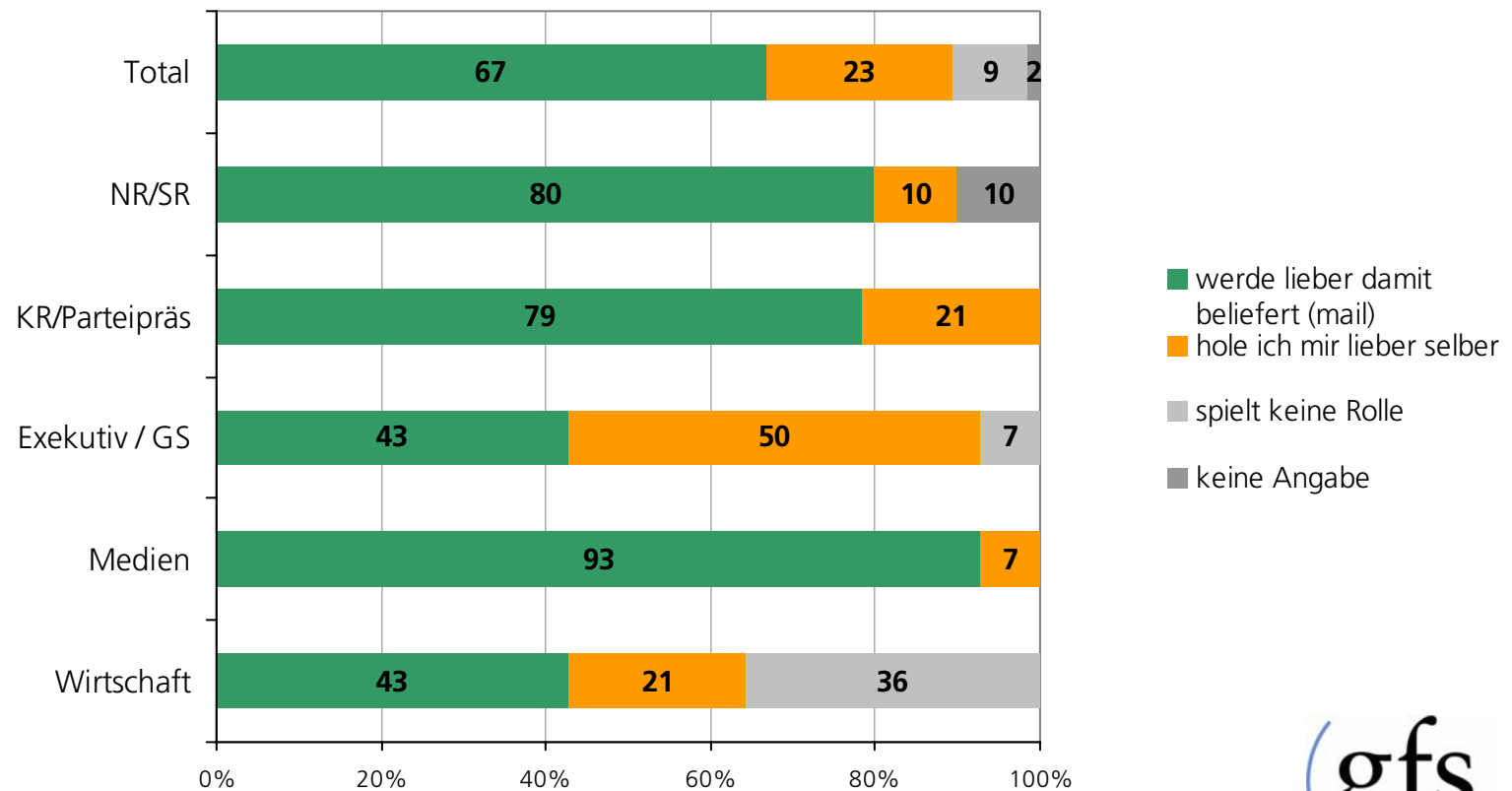
B22: Ankündigung Medienkonferenz: Hol- oder Bringschuld?

>Ergebnisse Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %, Basis: alle Befragten (n=66),

Frage: Bei welchen Produkten würden Sie lieber mit Informationen beliefert (Bringschuld) und bei welchen würden Sie sich diese lieber selber z.B. im Internet (Holschuld) holen?

Bei Ankündigungen zu Medienkonferenzen wird eine Bringschuld präferiert



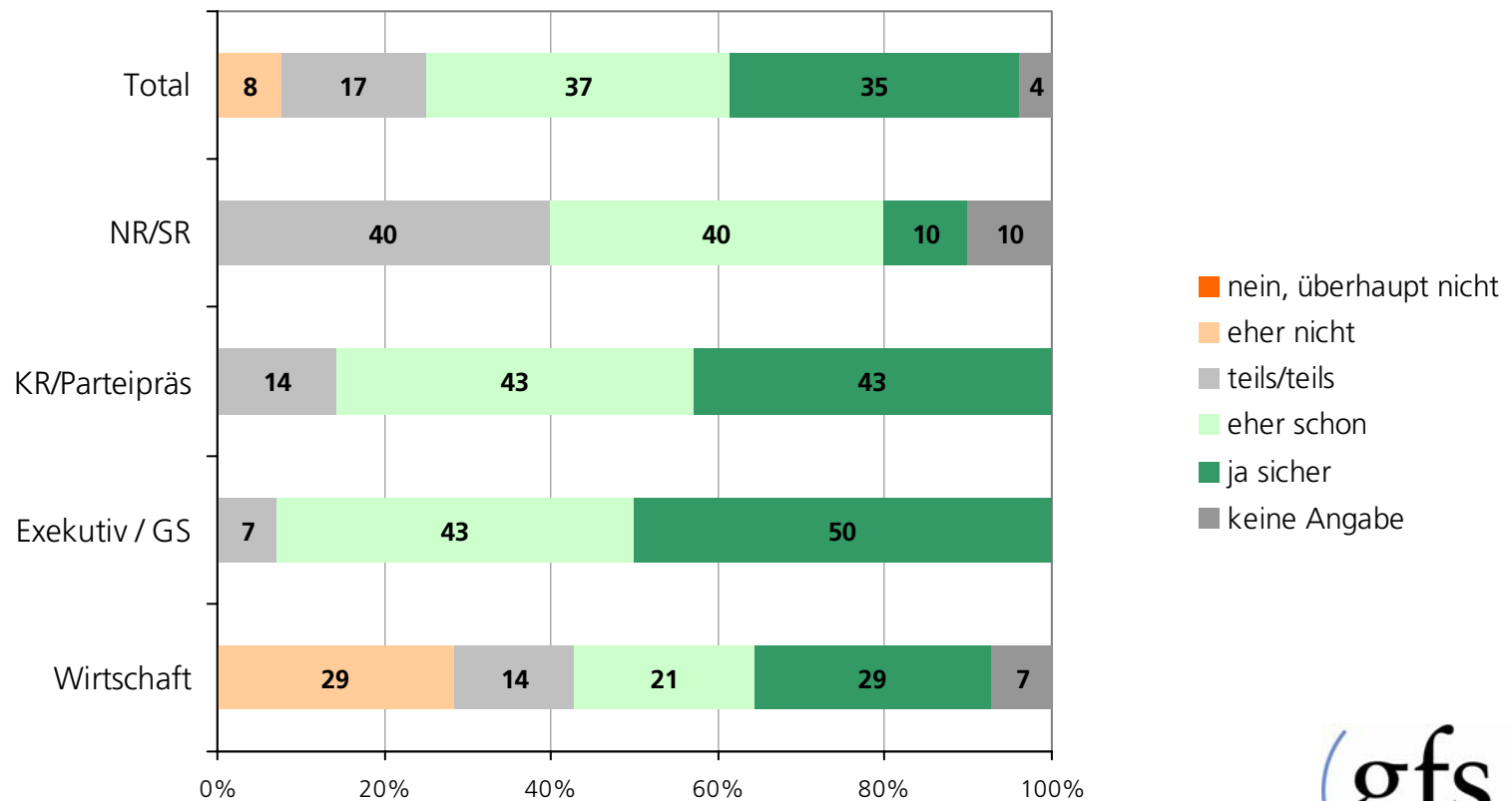
B23: Erkennen von Themen in Medienberichten

>Auswertung Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %. Basis: Alle ausser Medien (n=52)

Frage: Erkennen Sie die wesentlichen Themen und Botschaften vom Regierungsrat und der kantonalen Verwaltung in den Medienberichten wieder?

Über 70% der Befragten erkennen die Themen des Regierungsrats in den Medien sicher oder eher wieder



Resultate im Detail:

A: GESAMTZUFRIEDENHEIT MIT REGIERUNGSRATSKOMMUNIKATION

B: BEKANNTHEIT, NUTZUNG UND BEURTEILUNG EINZELNER
INFORMATIONSPRODUKTE

**C: BEURTEILUNG DES AUFTRITTS DER ZÜRCHER REGIERUNGSRATSMITGLIEDER IN
DER ÖFFENTLICHKEIT UND IN DEN MEDIEN**

C24: Wahrnehmung des Zürcher Regierungsrats in der Öffentlichkeit

>Aussagen nach Stakeholdergruppe

Offene Frage, ausgewählte Antworten nach Stakeholdergruppe

Frage: Wie nehmen Sie den Auftritt des Zürcher Regierungsrats und seiner Mitglieder in der Öffentlichkeit wahr?

**Wahrnehmung des Zürcher Regierungsrats als Einzelmitglieder.
 Professionell und kompetent, zurückhaltend, überwiegend positiv**

National- und Ständeräte	Kantonsräte / Parteipräsidenten	Gemeindepräsi. / Gemeindeschreiber / Stadtpräsidenten	Journalisten	Wirtschaftsführer
>gut, in Ordnung >glaubwürdig >unterschiedlich, je nach Person >in der Sache geschlossen, im Auftritt distanziert	>einzelne Mitglieder werden sehr unterschiedlich wahrgenommen >eher Einzelmitglieder als Kollektiv >gutes Auftreten >professionell, kompetent >Versuch, sich als Einheit darzustellen	>eher Einzelmitglieder als Kollektiv >positiv, präsent >bescheiden, unauffällig >professionell, kompetent >staatsmännisch	>zurückhaltend, distanziert (im Vergl. zu anderen Kt.) >unterschiedlich, je nach Person >positiv, gut >offen, stellt sich der Diskussion >professionell >bei Krisenkommunikation zu wenig klare Stellungnahmen	>positiv >unterschiedlich je nach Person >zurückhaltend, bescheiden >professionell, kompetent >offen, kommunikativ, freundlich

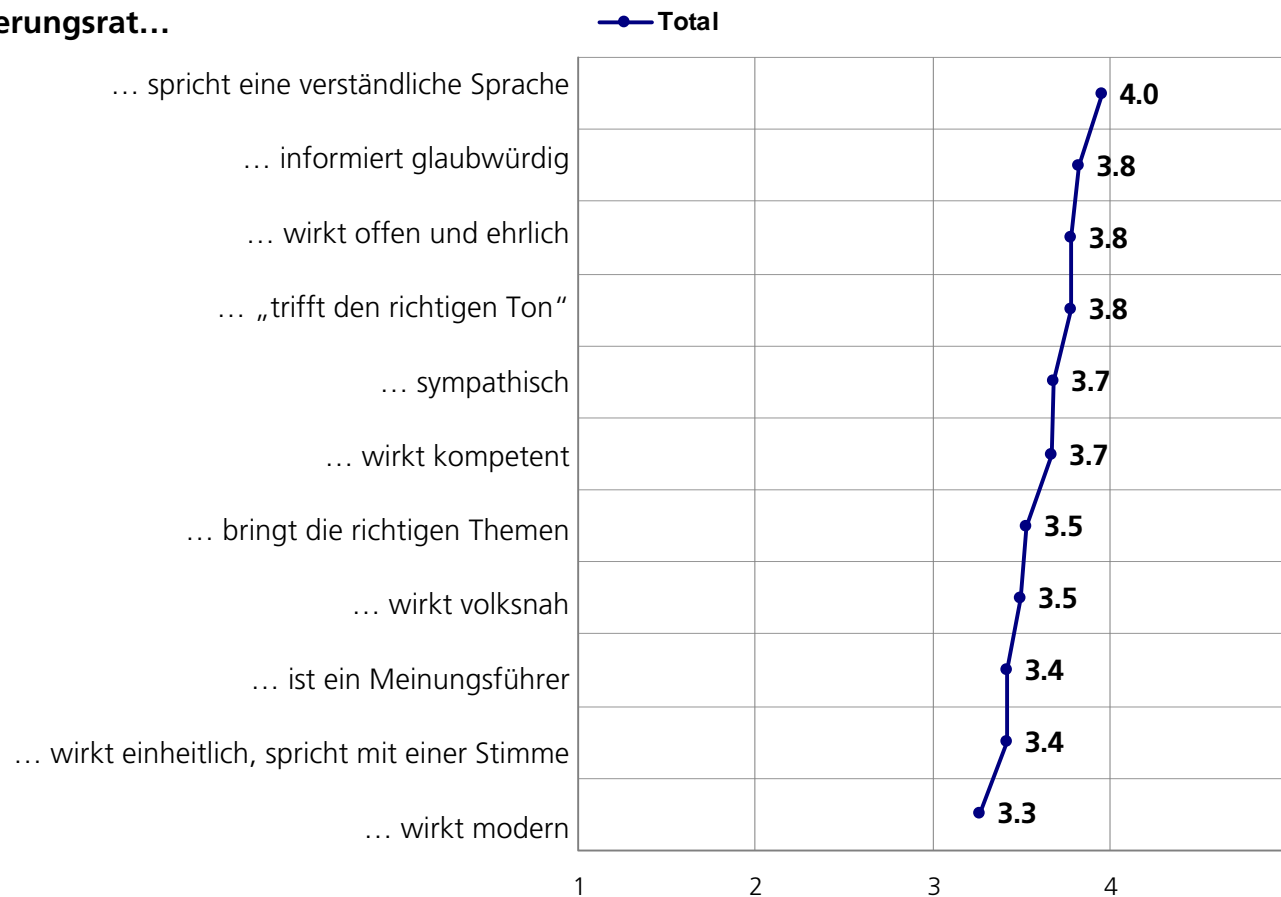
C25: Image des Zürcher Regierungsrats

>Ergebnisse im Total

Mittelwerte (1=stimme überhaupt nicht zu, 5=stimme voll und ganz zu), Basis: alle Befragten (n=66)

Gemäss den Befragten spricht der Regierungsrat eine verständliche Sprache, wirkt aber wenig modern und wenig einheitlich und ist tendenziell kein Meinungsführer

Der Zürcher Regierungsrat...

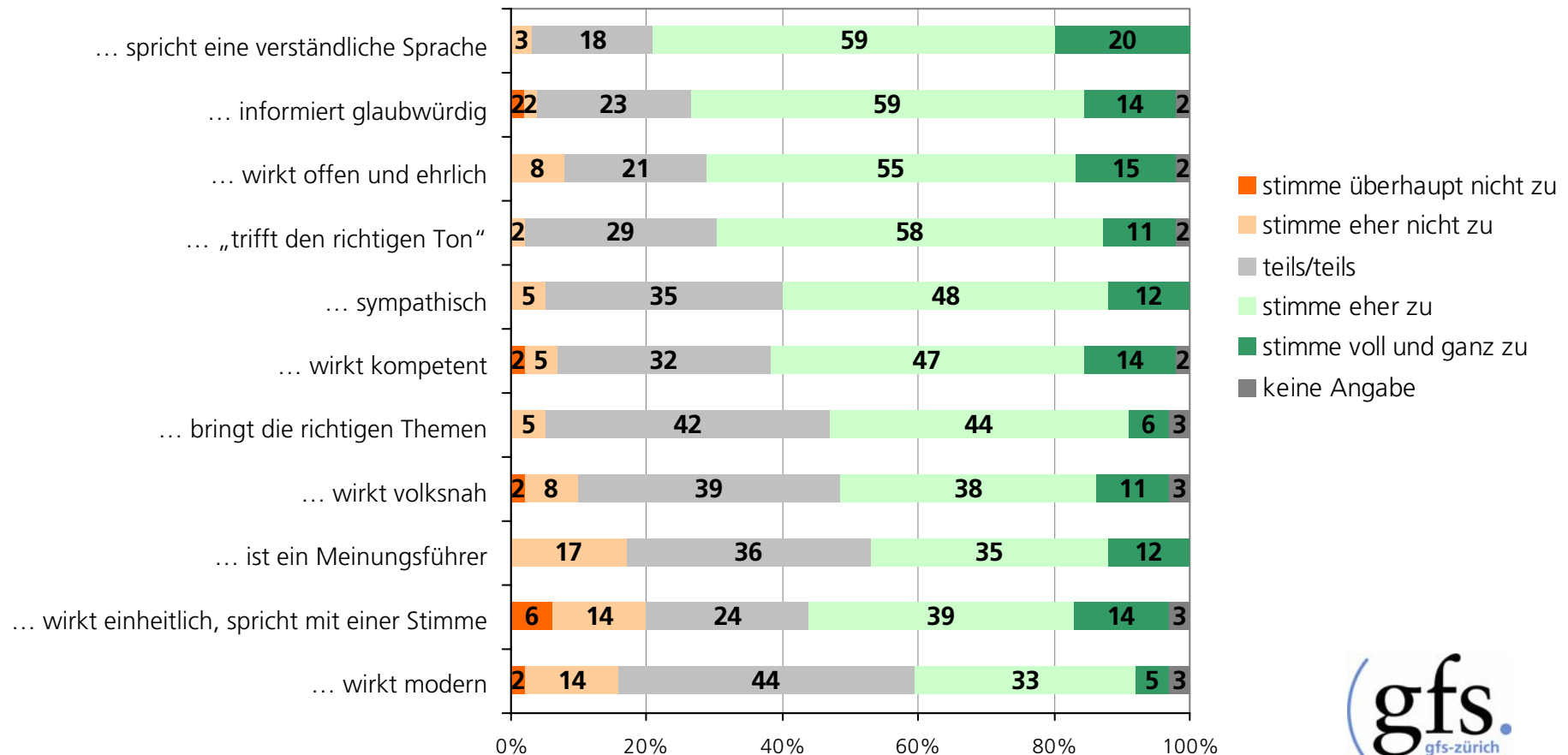


C25: Image des Zürcher Regierungsrats

>Ergebnisse im Total

Verteilungen in %, Basis: alle Befragten (n=66)

Der Zürcher Regierungsrat...

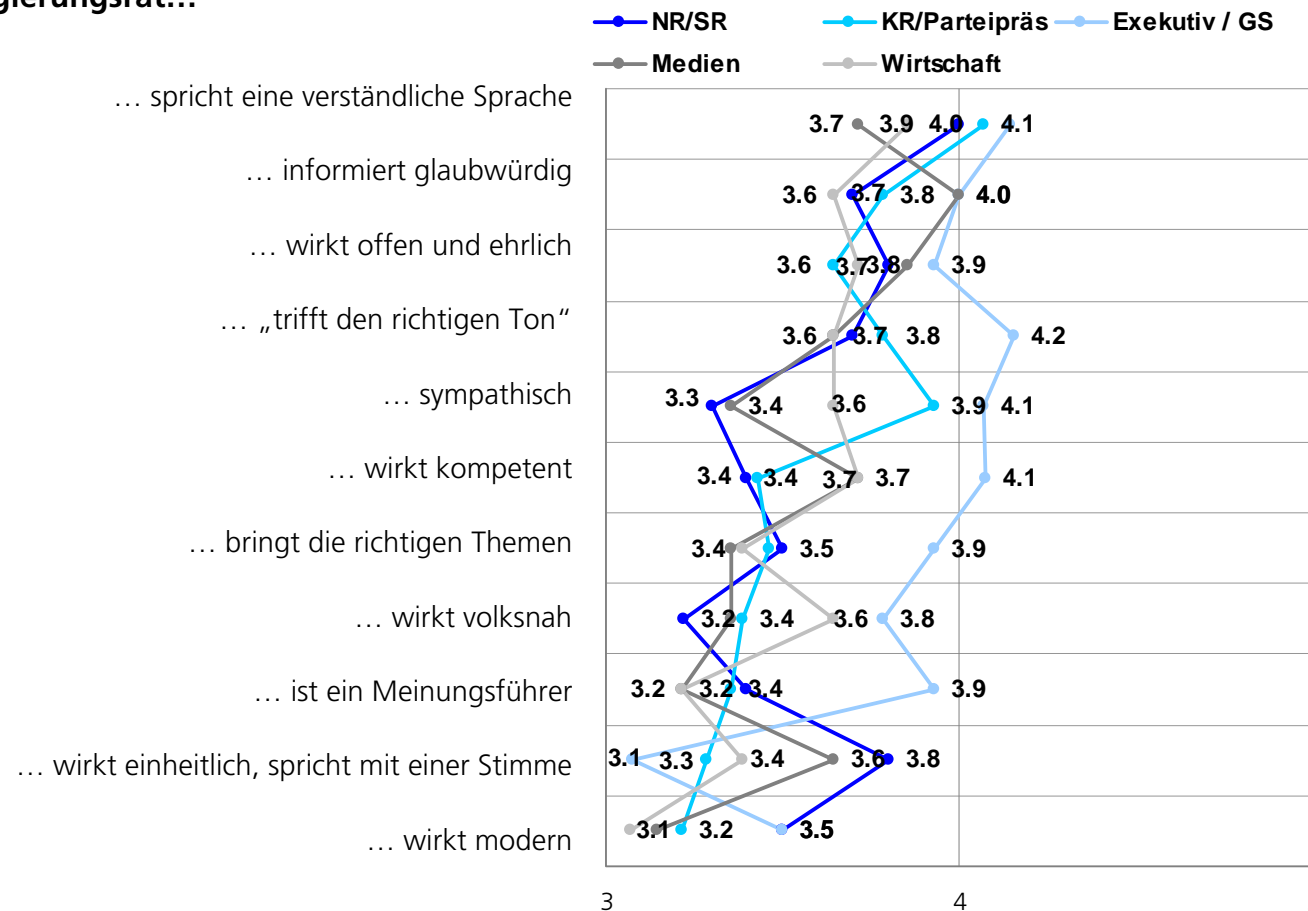


C25: Image des Zürcher Regierungsrats >Ergebnisse nach Stakeholdergruppe

Mittelwerte (1=stimme überhaupt nicht zu, 5=stimme voll und ganz zu), Basis: alle Befragten (n=66)

Besonders bei kommunalen Exekutivmitgliedern hat der Zürcher Regierungsrat ein gutes Image

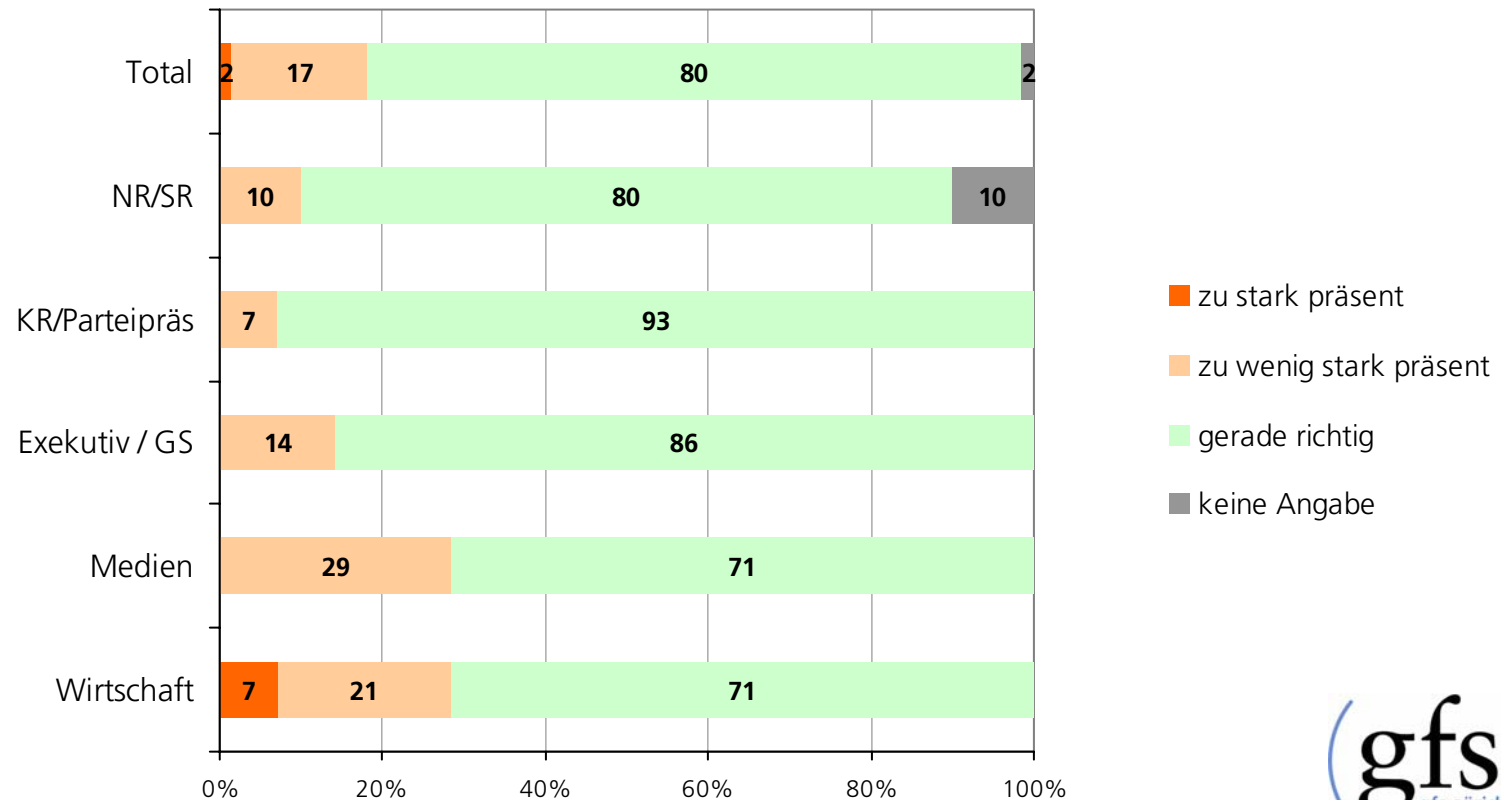
Der Zürcher Regierungsrat...



C26A: Präsenz des Regierungsrats in den Printmedien >Auswertung Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %. Basis: Alle Befragten (n=66)
Frage: Ist der Regierungsrat in den Printmedien...

Die Präsenz des Regierungsrats in den Printmedien finden 80% der Befragten angemessen

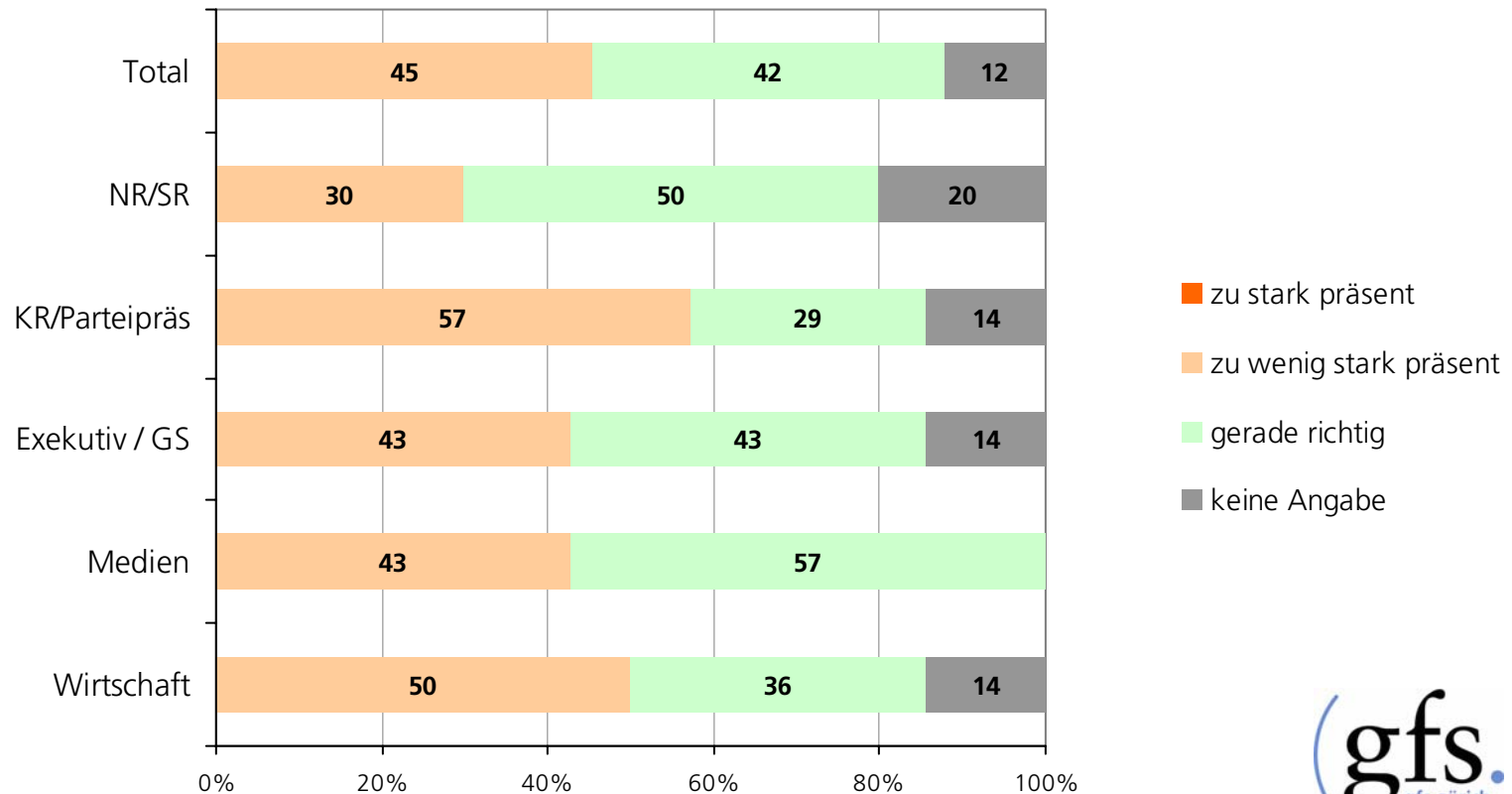


C26B: Präsenz des Regierungsrats im TV

>Auswertung Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %. Basis: Alle Befragten (n=66)
Frage: Ist der Regierungsrat im TV...

Die Befragten halten die Präsenz des Regierungsrats im TV tendenziell für zu wenig stark

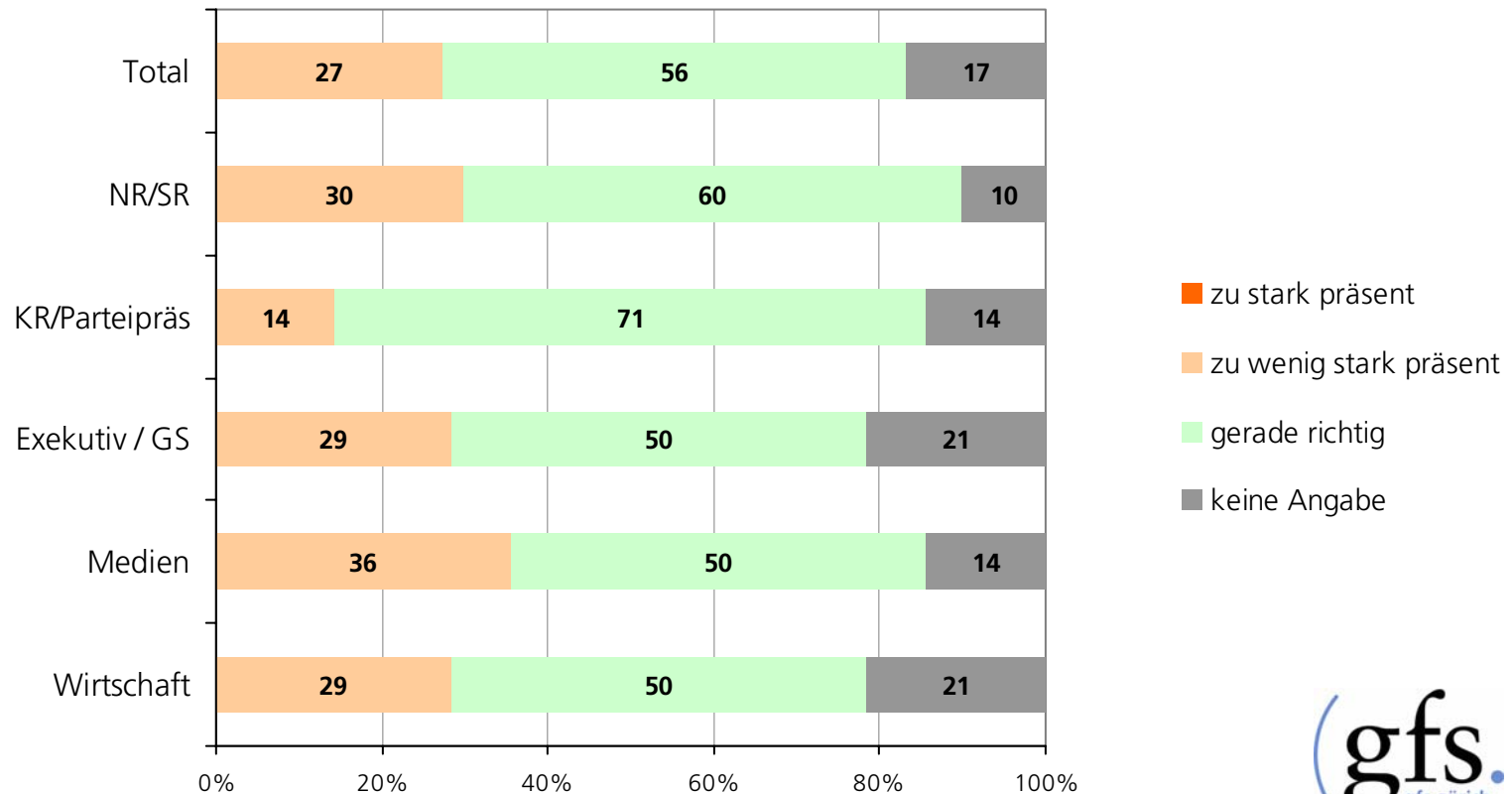


C26B: Präsenz des Regierungsrats im Radio

>Auswertung Total und nach Stakeholdergruppe

Angaben in %. Basis: Alle Befragten (n=66)
Frage: Ist der Regierungsrat im Radio...

Die Radiopräsenz des Regierungsrats ist für die Mehrheit der Befragten gerade richtig, eine gewichtige Minderheit konstatiert zu wenig Präsenz.



C27: Verbesserungswürdige Aspekte am Auftritt >Auswertung nach Stakeholdergruppe

Angaben in %. Basis: Alle Befragten (n=66)

Frage: Was könnte der Zürcher Regierungsrat an seinem Auftritt in der Öffentlichkeit verbessern?

Mehr Volksnähe und Einheitlichkeit sehen die verschiedenen Stakeholdergruppen übereinstimmend als verbesserungswürdige Aspekte am Auftritt des Zürcher Regierungsrats in der Öffentlichkeit

National- und Ständeräte	Kantonsräte/ Parteipräsidenten	Gemeindepräsi. / Gemeindeschreiber / Stadtpräsidenten	Journalisten	Wirtschaftsführer
<ul style="list-style-type: none"> >mehr Volksnähe >einheitlicher Auftritt >verständliche Sprache >Klarheit bei heiklen Themen >Seine Arbeit visibler machen 	<ul style="list-style-type: none"> >geschlossen als Team auftreten >mehr Volksnähe, Sprache des Volks sprechen >mehr Begeisterung bei Auftritt >mehr Transparenz 	<ul style="list-style-type: none"> >geschlossen auftreten, einheitlich kommunizieren >mehr im TV und Radio auftreten >Verständliche Sprache bei Sachgeschäften 	<ul style="list-style-type: none"> >mehr Volksnähe >kommunikativer, zugänglicher >offene Kommunikation bei Krisen / heiklen Themen >Verständliche Sprache, klare Botschaften 	<ul style="list-style-type: none"> >mehr Präsenz, aktiver in elektronischen Medien kommunizieren >mehr Volksnähe, mehr an der Basis mit Unternehmen kommunizieren >einheitlicher Auftritt >Professionalisierung der Kommunikation (Bringschuld)

Kontakt

gfs-zürich
Markt- und Sozialforschung
Riedtlistrasse 9
8006 Zürich

www.gfs-zh.ch

Ariane Baer
Projektleiterin

Tel. +41-44- 360 40 27
Fax +41-44- 350 35 33
E-mail: ariane.baer@gfs-zh.ch

Dr. Peter Spichiger-Carlsson
Institutsleiter

Tel. +41-44- 361 51 06
Fax +41-44- 350 35 33
E-mail: peter.spichiger@gfs-zh.ch