

Fragebogenauswertung Leichte Sprache

Inhalt

1. Kurzbeschreibung.....	2
2. Ergebnisse.....	4
2.1 Interne Kommunikation TOP 3 der Zielgruppenkontakte.....	4
2.2 Interne Kommunikation TOP 3 der Kommunikationsmittel und -wege	4
2.3 Öffentlichkeitsarbeit TOP 3 der Zielgruppenkontakte.....	5
2.4 Öffentlichkeitsarbeit TOP 3 der Kommunikationsmittel und -wege	6
2.5 Externe Kommunikation mit Einzelpersonen TOP 3 der Zielgruppenkontakte.....	6
2.6 Externe Kommunikation mit Einzelpersonen TOP 3 der Kommunikationsmittel und -wege	7
2.7 Weitere Ergebnisse.....	7
Besonders nachgefragte Informationen im Online- und Printbereich	7
Für die Zielgruppe Leichter Sprache besonders interessante Inhalte	7
Besonders schwierige Bereiche oder Themen	8
Überlegungen zum Bedarf an Leichte-Sprache-Angeboten	8
Stand bezüglich schon vorhandener Leichte-Sprache-Angebote	8
Mitarbeitende mit Schulungen zu Leichter Sprache.....	8
Mitarbeitende mit Übersetzungserfahrung in Leichte Sprache	8
Mitarbeitende mit Schulungen zum Umgang mit Angehörigen der Zielgruppe von Leichter Sprache	8
3. Daten aus dem Fragebogen.....	10
3.1 Interne Kommunikation Ergebnisse zum Zielgruppenkontakt.....	10
3.2 Interne Kommunikation Ergebnisse zu Kommunikationsmitteln und -wegen.....	13
3.3 Öffentlichkeitsarbeit Ergebnisse zum Zielgruppenkontakt.....	22
3.4 Öffentlichkeitsarbeit Ergebnisse zu Kommunikationsmitteln und -wegen.....	25
3.5 Externe Kommunikation mit Einzelpersonen Ergebnisse zum Zielgruppenkontakt ...	34
3.6 Externe Kommunikation mit Einzelpersonen Ergebnisse zu Kommunikationsmitteln und -wegen	37

1. Kurzbeschreibung

Leichte Sprache findet vorwiegend in der schriftlichen Kommunikation Anwendung. Für die schriftliche Kommunikation der Stadt Nürnberg wurden die folgenden drei Kommunikationsbereiche definiert: *Interne Kommunikation* (Kommunikationsbereich 1), *Externe Kommunikation im Sinn der klassischen Öffentlichkeitsarbeit* (Kommunikationsbereich 2) sowie *Externe Kommunikation mit Einzelpersonen* (Kommunikationsbereich 3). In einer Befragung wurde ermittelt, in welchen der drei Kommunikationsbereiche Bedarf an Angeboten in Leichter Sprache besteht und wie dieser Bedarf ausgestaltet ist.

Die Ergebnisse der Befragung zeigen, mit welchen Teilgruppen der Zielgruppe Leichter Sprache Kontakt innerhalb eines jeden Kommunikationsbereichs besteht, wie häufig dieser Kontakt ist und welche Kommunikationsmittel und -wege innerhalb eines jeden Kommunikationsbereichs in welcher Häufigkeit genutzt werden.

Zudem wurde abgefragt, welche Informationen besonders nachgefragt sind und für die Zielgruppe Leichter Sprache von Interesse sein könnten, welche Bereiche oder Themen bezüglich der Verständlichkeit besonders schwierig sind, welchen Bedarf an Leichte-Sprache-Angeboten die jeweilige Dienststelle oder der Eigenbetrieb sieht, welche Leichte-Sprache-Angebote schon vorhanden sind, welche Mitarbeitenden bereits Schulungen zu Leichter Sprache oder zum Umgang mit den Zielgruppenangehörigen Leichter Sprache besucht haben sowie welche Mitarbeitenden schon selbst in Leichte Sprache übersetzt haben.

Der Fragebogen wurde auf Geschäftsbereichs-, Referats-, Dienststellen- und auf Abteilungsebene ausgefüllt.

Bis Mitte August 2022 gingen insgesamt 96 beantwortete Fragebögen ein.

Von folgenden Stellen wurde der Fragebogen beantwortet (Aufschlüsselung nach Geschäftsbereichen, Referaten sowie Dienststelle oder Eigenbetrieb und Abteilungen):

Geschäftsbereiche	
Geschäftsbereich des Oberbürgermeisters	
Geschäftsbereich der 2. Bürgermeisterin	
Geschäftsbereich des 3. Bürgermeisters	
Referate	
Referat III (Referat für Umwelt und Gesundheit)	
Dienststellen oder Eigenbetriebe, Abteilungen	
Geschäftsbereich des Oberbürgermeisters	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bürgermeisteramt (BgA) ▪ Menschenrechtsbüro & Gleichstellungsstelle (MRB & GST) ▪ Bildungsbüro (BB) ▪ Amt für Internationale Beziehungen (IB) ▪ Amt für Kommunikation und Stadtmarketing (KoM) ▪ Rechnungsprüfungsamt (Rpr) ▪ Amt für Stadtforschung und Statistik (StA)
Direktorium Bürgerservice, Digitales und Recht	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bürgeramt Mitte (BAM) ▪ Bürgerämter der Stadt Nürnberg (BA/NOS) ▪ BürgerInformationsZentrum (BIZ) ▪ Amt für Digitalisierung und Prozessorganisation (DiP) ▪ Ordnungsamt (OA) ▪ Amt für Migration und Integration (MI, ehemals Ausländerbehörde EP/2) ▪ Rechtsamt (RA) mit RA/2
Geschäftsbereich der 2. Bürgermeisterin	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stadtarchiv (Av)

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bildungscampus Nürnberg (BCN) mit Bildungszentrum (BZ) und Stadtbibliothek (StB) ▪ Amt für Kultur und Freizeit (KuF) ▪ KunstKulturQuartier (KuKuQ) ▪ Museen der Stadt Nürnberg (KuM) mit Öffentlichkeitsarbeit, Kulturpädagogisches Zentrum (KPZ), Memorium Nürnberger Prozesse, Spielzeugmuseum, Tucherschloss, Fembohaus, Museum für Industriekultur und Dokuzentrum ▪ Meistersingerhalle (MSH) ▪ Projektbüro (Pb) im Geschäftsbereich der 2. Bürgermeisterin
Geschäftsbereich des 3. Bürgermeisters	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Feuerwehr (FW) ▪ NürnbergBad (NüBad) ▪ Servicebetrieb Öffentlicher Raum (SÖR) ▪ Tiergarten (Tg)
Referat I/II	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Arbeitssicherheit (ASi) ▪ Zentrale Dienste (ZD) ▪ Amt für Informationstechnologie (IT) ▪ Datenschutz (DSB) ▪ Personalamt (PA) ▪ Stadtkämmerei (Stk) mit Stiftungsverwaltung (Stk/3) ▪ Kassen- und Steueramt (KaSt)
Referat III	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abfallwirtschaftsbetrieb Stadt Nürnberg (ASN) ▪ Stadtentwässerung und Umweltanalytik (SUN) ▪ Umweltamt (UwA) mit UwA/1, UwA/2 und UwA/3
Referat IV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Institut für Pädagogik und Schulpsychologie (IPSN) ▪ Amt für Berufliche Schulen (SchB)
Referat V	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jugendamt (J) mit J/B1, J/B2-1, J/B2-3, J/B2-4, J/B2-5, J/B2-6, J/B2-7, J/B3, J/B4-1, J/B4-2, J/B4-3, J/B4-4, J/B4-5, J/B4-6, Servicestelle Kitaplatz sowie Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit ▪ Sozialamt (SHA) und Inklusionsbeauftragte der Stadt Nürnberg ▪ Seniorenamt der Stadt Nürnberg (SenA) ▪ Stab Familie mit Bündnis für Familie ▪ NOA Noris Arbeit gGmbH (NOA) ▪ Jobcenter Nürnberg-Stadt ▪ Fachstelle Personalentwicklung und Fortbildung: Soziale Berufe (PEF:SB) ▪ Regiestelle Flucht und Integration ▪ Regiestelle Sozialraumentwicklung und Stadtteilkoordination (STKO) ▪ Stabsstelle Bürgerschaftliches Engagement und Corporate Citizenship
Referat VI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stadtplanungsamt (Stpl) ▪ U-Bahnbauamt (UB) ▪ Verkehrsplanungsamt (Vpl)
Referat VII	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Europabüro mit EUROPE DIRECT Nürnberg (EU-Büro) ▪ Amt für Geoinformation und Bodenordnung (Geo) ▪ Liegenschaftsamt (LA) mit LA/1, LA/2, LA/3 und LA/4 ▪ Marktamt und Landwirtschaftsbehörde (ML) ▪ Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) ▪ Stab Wohnen (SW)
Personalvertretungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesamtpersonalrat (GPR)

Tabelle 1: Rücklauf nach Geschäftsbereich, Referat sowie Dienststelle oder Eigenbetrieb und Abteilung

2. Ergebnisse

2.1 Interne Kommunikation | TOP 3 der Zielgruppenkontakte

Sehr häufige Zielgruppenkontakte mit:
Menschen mit funktionalem Analphabetismus (Wert 1).¹

Häufige Zielgruppenkontakte mit:
Menschen mit geringen Deutschkenntnissen (Wert 6), Menschen mit Höreinschränkungen (Wert 3), Menschen mit Lernschwierigkeiten (Wert 2).

Gelegentliche Zielgruppenkontakte mit:
Menschen mit geringen Deutschkenntnissen (Wert 13), Menschen mit Höreinschränkungen (Wert 6), Menschen mit Lernschwierigkeiten (Wert 4).

Seltene Zielgruppenkontakte mit:
Menschen mit geringen Deutschkenntnissen (Wert 24), Menschen mit Höreinschränkungen (Wert 20), Menschen mit kognitiven Behinderungen oder Beeinträchtigungen (Wert 18).

Nicht relevante Zielgruppenkontakte mit:
Menschen mit Demenz (Wert 38), Menschen mit kognitiven Behinderungen oder Beeinträchtigungen (Wert 36), Menschen mit Aphasie (Wert 32).

Nicht beurteilbare Zielgruppenkontakte mit:
Menschen mit funktionalem Analphabetismus (Wert 46), Menschen mit Lernschwierigkeiten, (Wert 44) Menschen mit Aphasie (Wert 43).

Parameter sehr häufig – häufig – gelegentlich – selten:

Den größten absoluten Wert (Wert 24) weist die Gruppe **Menschen mit geringen Deutschkenntnissen** auf. Hier kommt es in der Internen Kommunikation **selten** zu Kommunikationssituationen.

2.2 Interne Kommunikation | TOP 3 der Kommunikationsmittel und -wege

Sehr häufig genutzt werden:
E-Mail-Informationen (Wert 31), Intranet (Wert 12), Protokolle (Wert 6).

Häufig genutzt werden:
Protokolle (Wert 22), E-Mail-Informationen (Wert 19), Internetartikel (Wert 10, eventuell jedoch falsch verstanden) sowie Briefe (Wert 10) und Intranet (Wert 10).

Gelegentlich genutzt werden:
Protokolle (Wert 24), Berichte (Wert 22), Intranet (Wert 21).

Selten genutzt werden:
Briefe (Wert 18), Videos (Wert 15), Pressemitteilungen (Wert 14, eventuell jedoch falsch verstanden).

¹ Alle anderen wurden mit Wert 0 angegeben, deshalb kann keine TOP 3 angegeben werden.

Nicht relevant für die Interne Kommunikation sind:

Give-Aways (Wert 61) sowie Audios (Wert 61), Bescheide (Wert 60), Verordnungen (Wert 51) sowie Social-Media-Beiträge (Wert 51).

Parameter sehr häufig – häufig – gelegentlich – selten:

Den größten absoluten Wert (Wert 31) weisen **E-Mail-Informationen** auf, die in der Interne Kommunikation **sehr häufig** genutzt werden.

2.3 Öffentlichkeitsarbeit | TOP 3 der Zielgruppenkontakte

Sehr häufige Zielgruppenkontakte mit:

Menschen mit geringen Deutschkenntnissen (Wert 8), Menschen mit Lernschwierigkeiten (Wert 2), Menschen mit funktionalem Analphabetismus (Wert 1) sowie Menschen mit Höreinschränkungen (Wert 1) sowie Menschen mit kognitiven Behinderungen oder Beeinträchtigungen (Wert 1).

Häufige Zielgruppenkontakte mit:

Menschen mit geringen Deutschkenntnissen (Wert 20), Menschen mit Lernschwierigkeiten (Wert 6), Menschen mit funktionalem Analphabetismus (Wert 4).

Gelegentliche Zielgruppenkontakte mit:

Menschen mit geringen Deutschkenntnissen (Wert 18), Menschen mit Lernschwierigkeiten (Wert 10) sowie Menschen mit funktionalem Analphabetismus (Wert 10), Menschen mit Höreinschränkungen (Wert 8).

Seltene Zielgruppenkontakte mit:

Menschen mit Höreinschränkungen (Wert 16), Menschen mit kognitiven Behinderungen oder Beeinträchtigungen (Wert 15), Menschen mit Lernschwierigkeiten (Wert 11).

Nicht relevante Zielgruppenkontakte mit:

Menschen mit Demenz (Wert 33), Menschen mit Aphasie (Wert 29), Menschen mit kognitiven Behinderungen oder Beeinträchtigungen (Wert 28).

Nicht beurteilbare Zielgruppenkontakte mit:

Menschen mit Aphasie (Wert 40), Menschen mit funktionalem Analphabetismus (Wert 39), Menschen mit Demenz (Wert 37).

Parameter sehr häufig – häufig – gelegentlich – selten:

Den größten absoluten Wert (Wert 20) weist die Gruppe **Menschen mit geringen Deutschkenntnissen** auf, mit denen es in der Öffentlichkeitsarbeit **häufig** zu Kommunikationssituationen kommt.

2.4 Öffentlichkeitsarbeit | TOP 3 der Kommunikationsmittel und -wege

Sehr häufig genutzt werden:

Internetartikel (Wert 17), Broschüren (Wert 12), E-Mail-Informationen (Wert 11).

Häufig genutzt werden:

E-Mail-Informationen (Wert 18), Internetartikel (Wert 14), Briefe (Wert 11).

Gelegentlich genutzt werden:

Pressemitteilungen (Wert 23), Broschüren (Wert 18), Briefe (Wert 15).

Selten genutzt werden:

Pressemitteilungen (Wert 17), Satzungen (Wert 16), Informationen zum Antragsverfahren / Merkblätter (Wert 15) sowie Einladungen zu Veranstaltungen (Wert 15).

Nicht relevant für die Öffentlichkeitsarbeit sind:

Bescheide (Wert 70), Audios (Wert 65), Richtlinien (Wert 62).

Parameter sehr häufig – häufig – gelegentlich – selten:

Den größten absoluten Wert (Wert 23) weisen **Pressemitteilungen** auf, die in der Öffentlichkeitsarbeit **gelegentlich** genutzt werden.

2.5 Externe Kommunikation mit Einzelpersonen | TOP 3 der Zielgruppenkontakte

Sehr häufige Zielgruppenkontakte mit:

Menschen mit geringen Deutschkenntnissen (Wert 14), Menschen mit funktionalem Analphabetismus (Wert 2) sowie Menschen mit Lernschwierigkeiten (Wert 2).²

Häufige Zielgruppenkontakte mit:

Menschen mit geringen Deutschkenntnissen (Wert 26), Menschen mit Lernschwierigkeiten (Wert 4), Menschen mit Demenz (Wert 2) sowie Menschen mit funktionalem Analphabetismus (Wert 2).

Gelegentliche Zielgruppenkontakte mit:

Menschen mit geringen Deutschkenntnissen (Wert 25), Menschen mit Lernschwierigkeiten (Wert 19), Menschen mit funktionalem Analphabetismus (Wert 18).

Seltene Zielgruppenkontakte mit:

Menschen mit Höreinschränkungen (Wert 24), Menschen mit kognitiven Behinderungen oder Beeinträchtigungen (Wert 23), Menschen mit Lernschwierigkeiten (Wert 12) sowie Menschen mit Demenz (Wert 12).

Nicht relevante Zielgruppenkontakte mit:

Menschen mit Demenz (Wert 29), Menschen mit Aphasie (Wert 27), Menschen mit kognitiven Behinderungen oder Beeinträchtigungen (Wert 25).

Nicht beurteilbare Zielgruppenkontakte mit:

Menschen mit funktionalem Analphabetismus (Wert 44), Menschen mit Aphasie (Wert 41), Menschen mit Demenz (Wert 35).

² Es konnte nur eine TOP 2 angegeben werden, da alle anderen den Wert 0 aufwiesen.

Parameter sehr häufig – häufig – gelegentlich – selten:

Den größten absoluten Wert (Wert 26) weist die Gruppe **Menschen mit geringen Deutschkenntnissen** auf. Hier kommt es in der Externen Einzelkommunikation **häufig** zu Kommunikationssituationen.

2.6 Externe Kommunikation mit Einzelpersonen | TOP 3 der Kommunikationsmittel und -wege

Sehr häufig genutzt werden:

E-Mail-Informationen (Wert 23), Briefe (Wert 17) sowie Internetartikel (Wert 17), Broschüren (Wert 14) sowie Antragsformulare (Wert 14) sowie Informationen zum Antragsverfahren / Merkblätter (Wert 14).

Häufig genutzt werden:

Briefe (Wert 29), E-Mail-Informationen (Wert 21), Internetartikel (Wert 16).

Gelegentlich genutzt werden:

Broschüren (Wert 21), Pressemitteilungen (Wert 20), Internetartikel (Wert 19) sowie Informationen zum Antragsverfahren / Merkblätter (Wert 19).

Selten genutzt werden:

Richtlinien (Wert 20) sowie Leitfäden (Wert 20), Ausfüllhilfen zu Formularen (Wert 19) sowie Anleitungen (Wert 19), Satzungen (Wert 18).

Nicht relevant für die Externe Kommunikation mit Einzelpersonen sind:

Verordnungen (Wert 59), Audios (Wert 58), Arbeitshilfen (Wert 55).

Parameter sehr häufig – häufig – gelegentlich – selten:

Den größten absoluten Wert (Wert 29) weisen **Briefe** auf, die in der Externen Einzelkommunikation **häufig** genutzt werden.

2.7 Weitere Ergebnisse

Besonders nachgefragte Informationen im Online- und Printbereich

Im Onlinebereich konnten einige Dienststellen und Eigenbetriebe anhand von Klickzahlen nachvollziehen, welche Inhalte oft nachgefragt werden (zum Beispiel Informationen zu Öffnungszeiten oder Eintrittspreisen, Informationen zum Lastenrad, Aufenthaltstitel bei *Mein Nürnberg*).

Im Printbereich wurden vor allem Broschüren genannt (zum Beispiel Broschüren zu Schwangerschaft, zu Abfallberatung, Informationen zu Bildung und Teilhabe).

Für die Zielgruppe Leichter Sprache besonders interessante Inhalte

Da sich die Zielgruppe Leichter Sprache aus unterschiedlichen Teilgruppen zusammensetzt, sind auch die Vorschläge der Dienststellen und Eigenbetriebe und/oder der Abteilungen unterschiedlich. Häufig werden Inhalte angeführt, welche für die Teilgruppe *Menschen mit ge-*

ringen Deutschkenntnissen interessant sind (zum Beispiel Internetseite für Neuzugewanderte). Aber auch Anträge, Anschreiben und Formulare allgemein werden häufig genannt (zum Beispiel beim Sozialamt oder Jugendamt).

Besonders schwierige Bereiche oder Themen

Hier zeigen sich die Schwerpunkte im Verwaltungshandeln (Anträge und Formulare). Oft wird angegeben, dass das Verständnisproblem auf eine Sprachbarriere zurückzuführen sei. Auch das Auffinden von Informationen auf städtischen Internetseiten oder die Handhabung einer speziellen Software (zum Beispiel der Terminbuchungssoftware bei den Bürgerdiensten) werden als schwierig beschrieben.

Überlegungen zum Bedarf an Leichte-Sprache-Angeboten

Viele Dienststellen und Eigenbetriebe haben Angaben und Vorschläge gemacht, zum Beispiel Informationen an den Eintrittskassen der Bäder oder Informationen zu Beratungsangeboten oder dem Aufgabenprofil des Sozialamts oder des Menschenrechtsbüros.

Stand bezüglich schon vorhandener Leichte-Sprache-Angebote

Bei den Dienststellen und Eigenbetrieben liegen vergleichsweise wenige Leichte-Sprache-Publikationen (vorwiegend aus dem Printbereich) vor (zum Beispiel Broschüre *Diskriminierungsfrei in Nürnberg* des Menschenrechtsbüros).

Mitarbeitende mit Schulungen zu Leichter Sprache

Die Frage, ob es in den Dienststellen und Eigenbetrieben und/oder Abteilungen Mitarbeitende gibt, welche schon in Leichter Sprache geschult wurden, wurde mit großer Mehrheit mit *Nein* beantwortet.

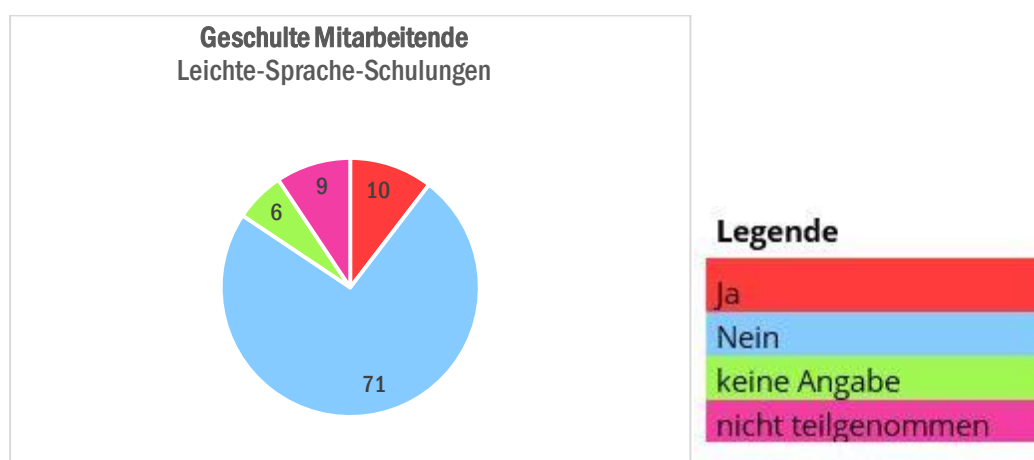


Abbildung 1: Anteil der Mitarbeitenden, die in Leichter Sprache geschult sind (jew. Angaben aus 96 Fragebögen)

Mitarbeitende mit Übersetzungserfahrung in Leichte Sprache

In den Dienststellen und Eigenbetrieben und/oder Abteilungen gibt es kaum Mitarbeitende, die bereits selbst Übersetzungen in Leichte Sprache erstellt haben.

Mitarbeitende mit Schulungen zum Umgang mit Angehörigen der Zielgruppe von Leichter Sprache

Die Frage, ob es in den Dienststellen und Eigenbetrieben und/oder Abteilungen Mitarbeitende gibt, die im Umgang mit Zielgruppenangehörigen von Leichter Sprache geschult sind, wurde mit großer Mehrheit mit *Nein* beantwortet.

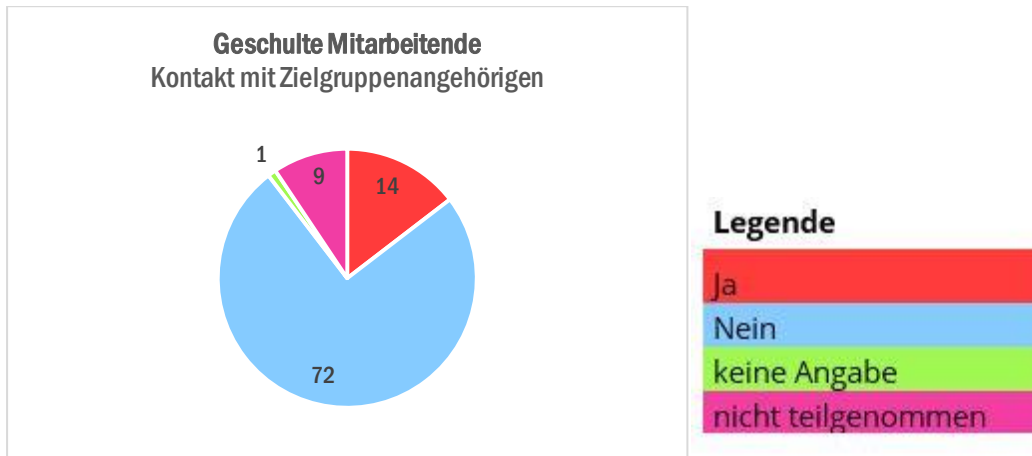
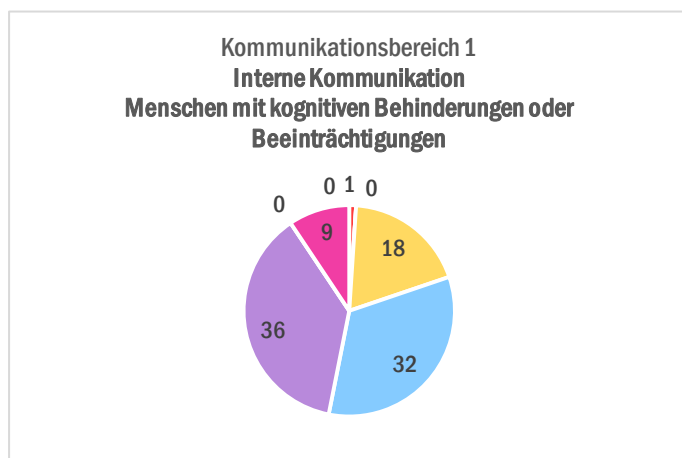


Abbildung 2: Anteil der Mitarbeitenden, die im Umgang mit Zielgruppenangehörigen von Leichter Sprache geschult sind (jew. Angaben aus 96 Fragebögen)

3. Daten aus dem Fragebogen

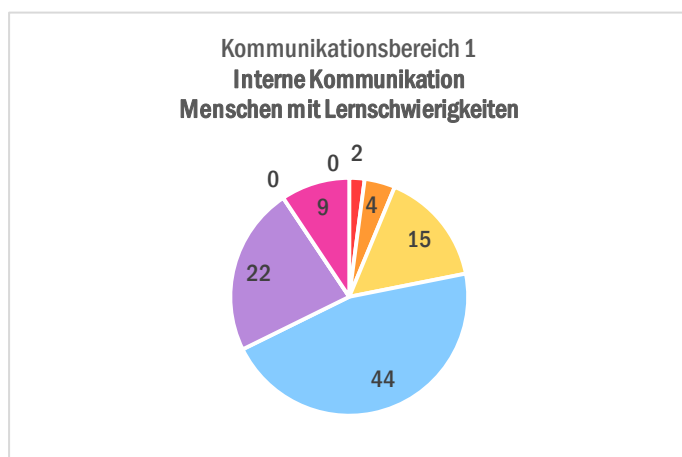
3.1 Interne Kommunikation | Ergebnisse zum Zielgruppenkontakt



Legende



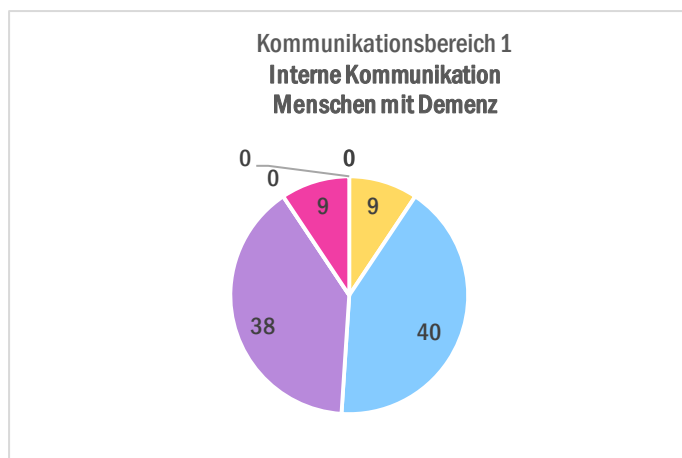
Abbildung 3: Kontakt zu Menschen mit kognitiven Behinderungen oder Beeinträchtigungen in der Internen Kommunikation



Legende



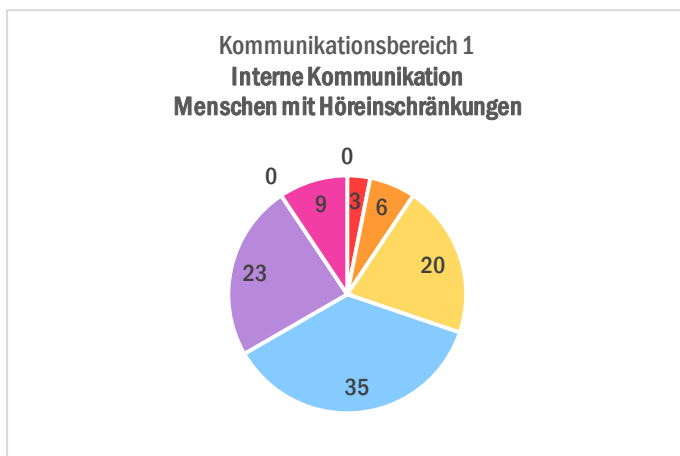
Abbildung 4: Kontakt zu Menschen mit Lernschwierigkeiten in der Internen Kommunikation



Legende



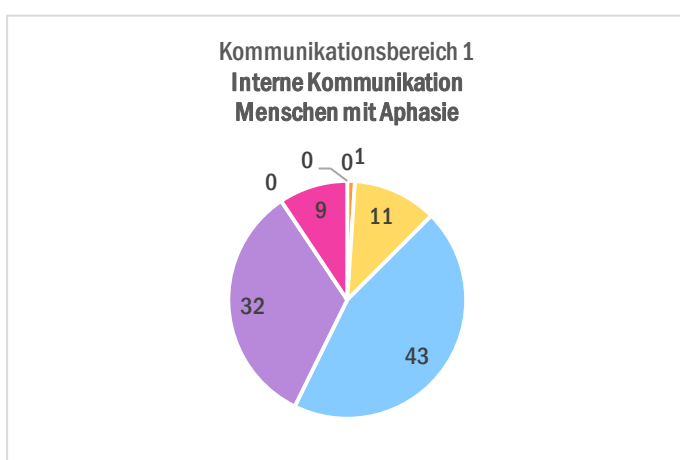
Abbildung 5: Kontakt zu Menschen mit Demenz in der Internen Kommunikation



Legende



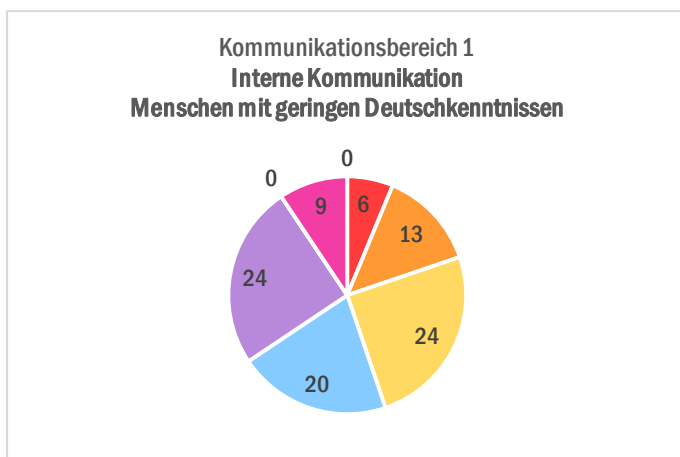
Abbildung 6: Kontakt zu Menschen mit Höreinschränkungen in der Internen Kommunikation



Legende



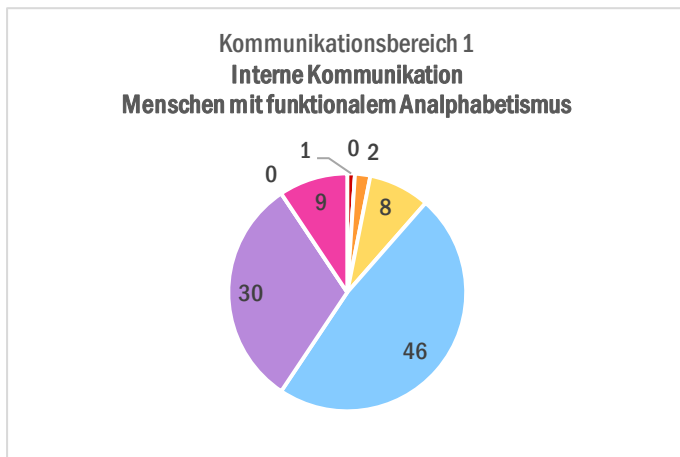
Abbildung 7: Kontakt zu Menschen mit Aphasie in der Internen Kommunikation



Legende



Abbildung 8: Kontakt zu Menschen mit geringen Deutschkenntnissen in der Internen Kommunikation

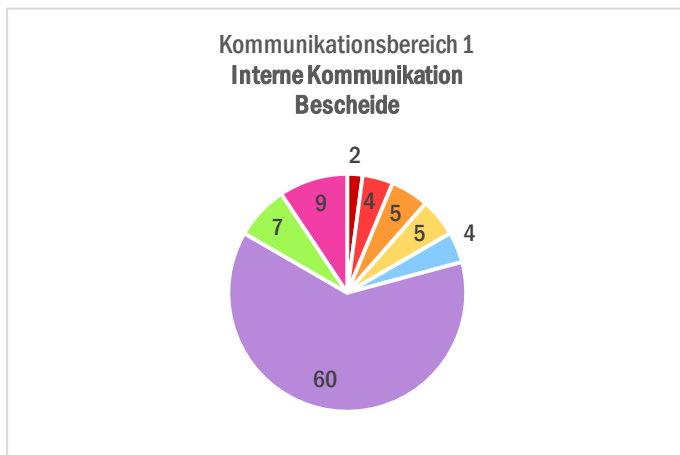


Legende



Abbildung 9: Kontakt zu Menschen mit funktionalem Analphabetismus in der Internen Kommunikation

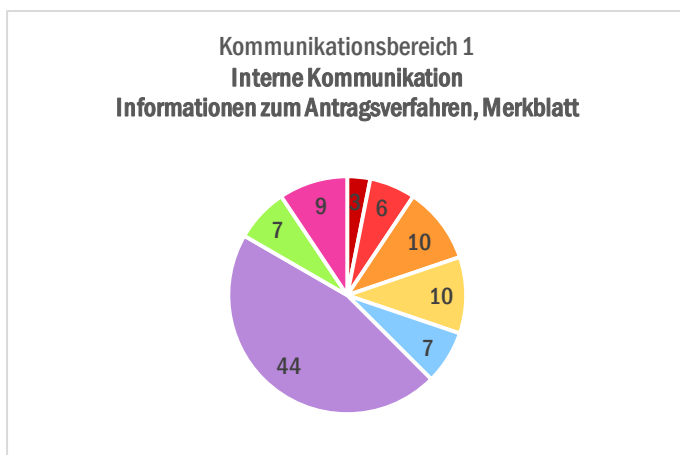
3.2 Interne Kommunikation | Ergebnisse zu Kommunikationsmitteln und -wegen



Legende



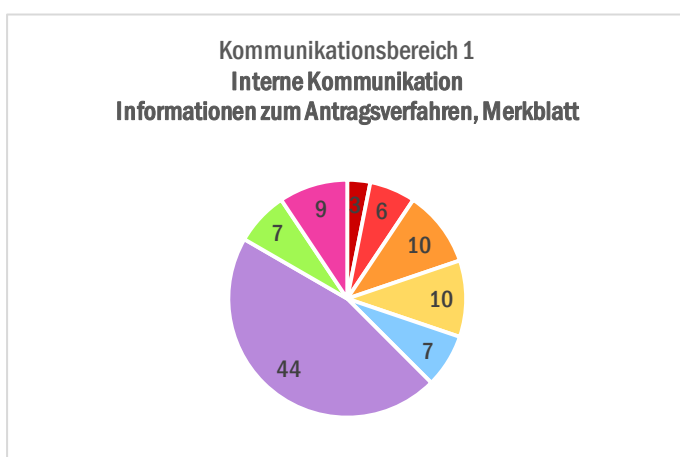
Abbildung 10: Nutzung von Bescheiden in der Internen Kommunikation



Legende



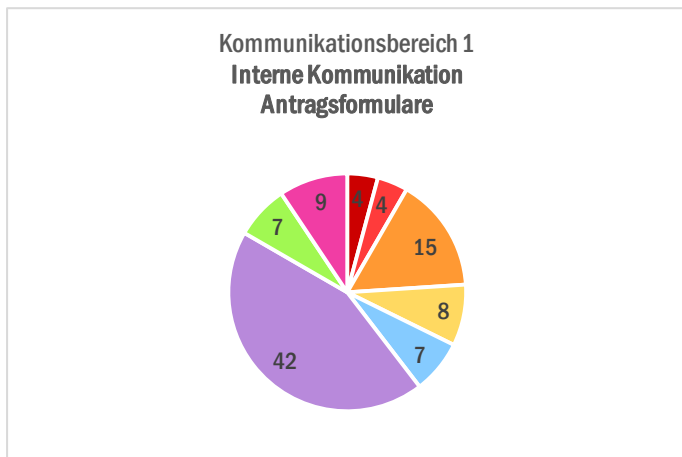
Abbildung 11: Nutzung von Briefen in der Internen Kommunikation



Legende



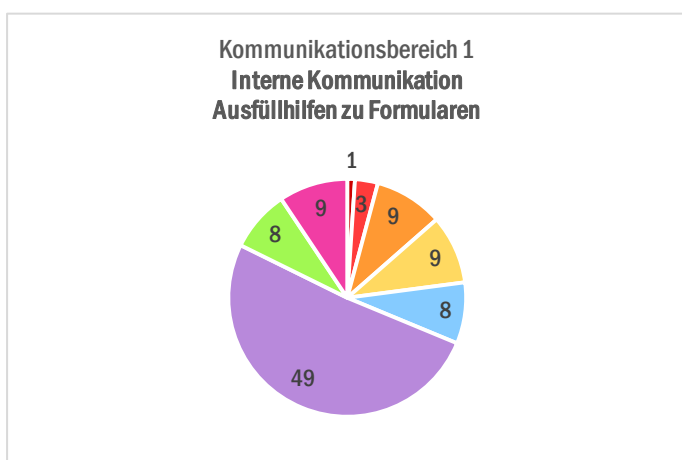
Abbildung 12: Nutzung von Informationen zum Antragsverfahren oder Merkblättern in der Internen Kommunikation



Legende



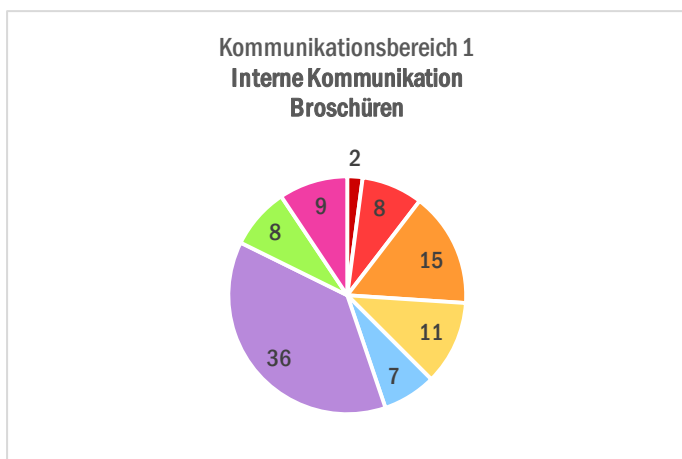
Abbildung 13: Nutzung von Antragsformularen in der Internen Kommunikation



Legende



Abbildung 14: Nutzung von Ausfüllhilfen zu Formularen in der Internen Kommunikation



Legende



Abbildung 15: Nutzung von Broschüren in der Internen Kommunikation

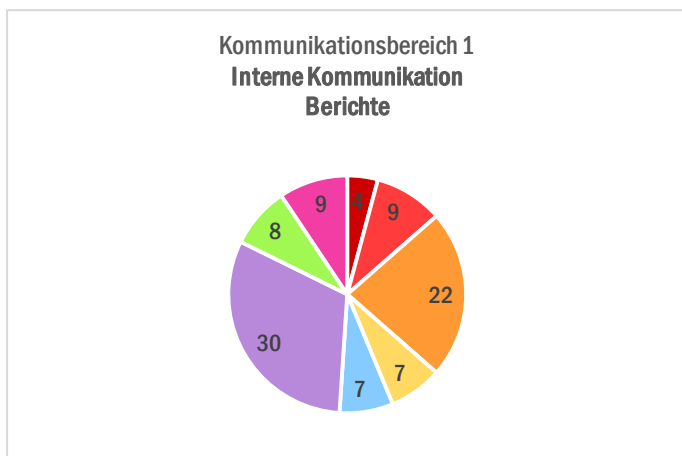


Abbildung 16: Nutzung von Berichten in der Internen Kommunikation

Legende

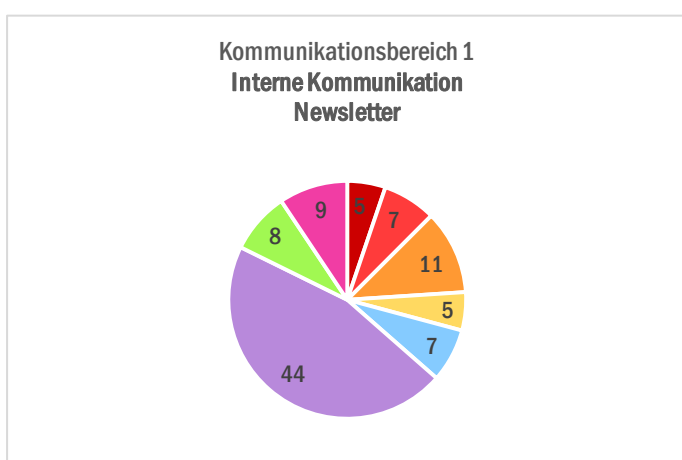


Abbildung 17: Nutzung von Newslettern in der Internen Kommunikation

Legende

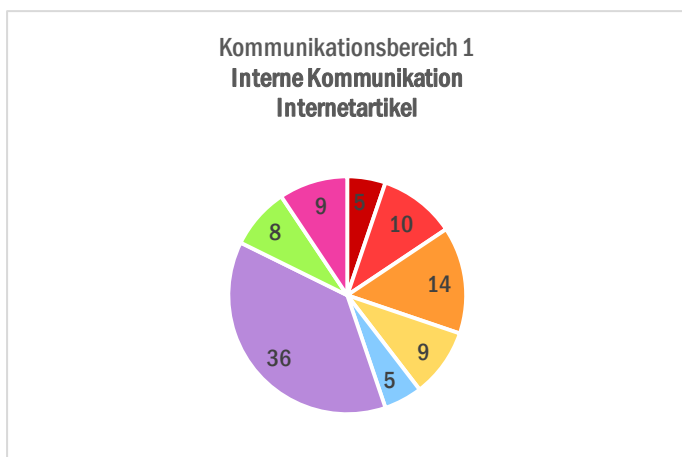


Abbildung 18: Nutzung von Internetartikeln in der Internen Kommunikation

Legende



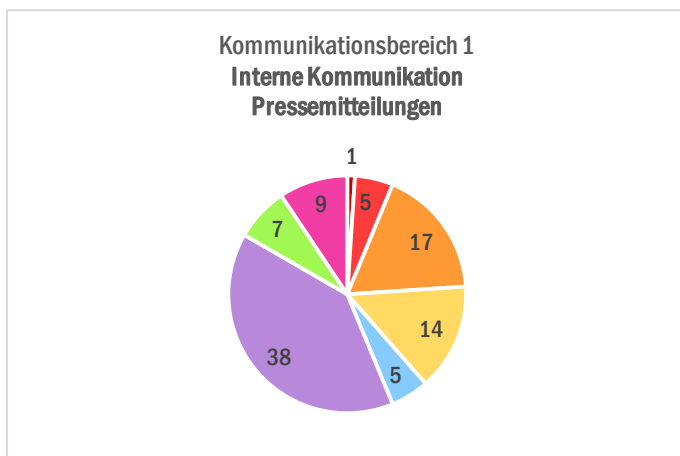


Abbildung 19: Nutzung von Pressemitteilungen in der Internen Kommunikation

Legende

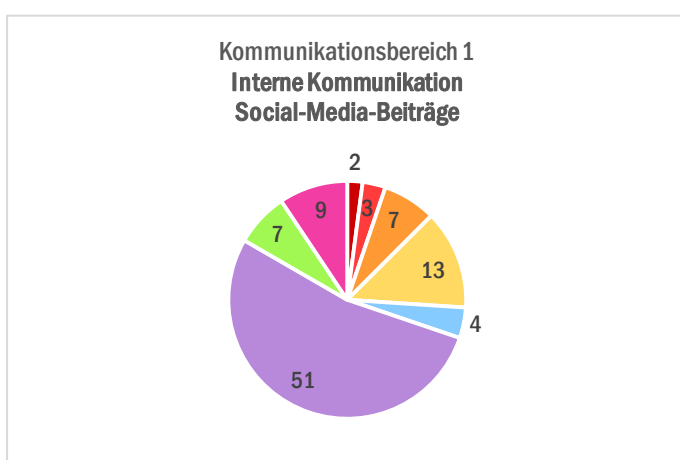


Abbildung 20: Nutzung von Social-Media-Beiträgen in der Internen Kommunikation

Legende

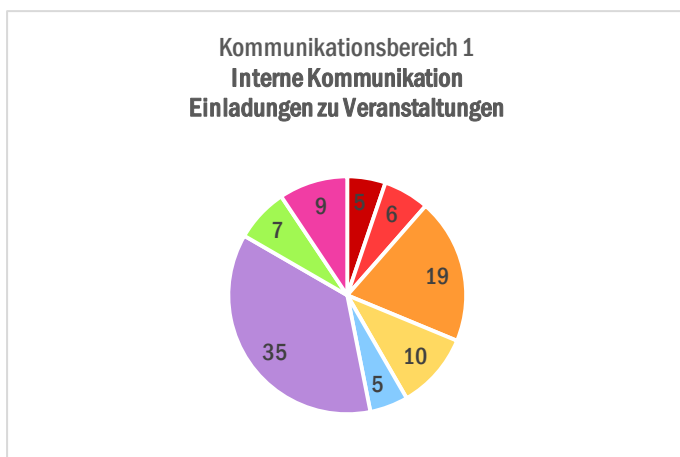
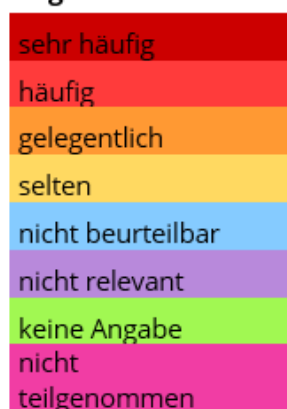
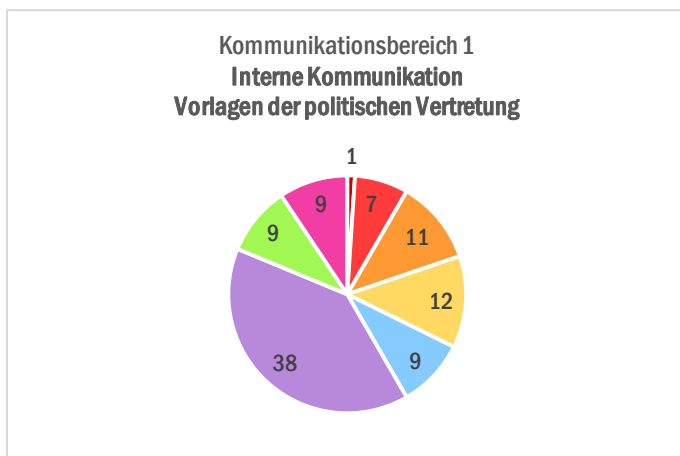


Abbildung 21: Nutzung von Einladungen zu Veranstaltungen in der Internen Kommunikation

Legende

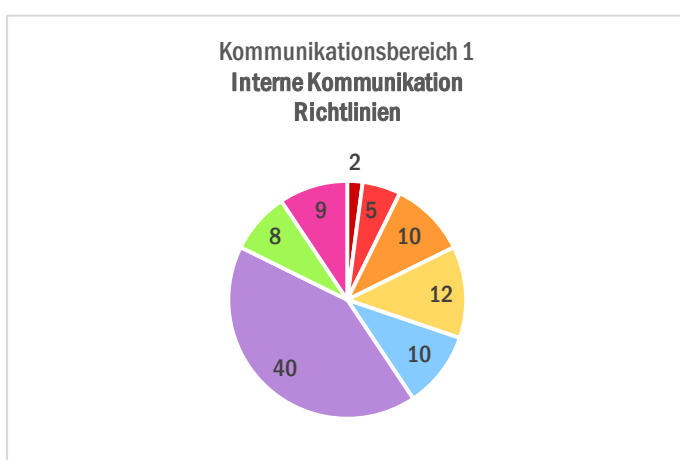




Legende



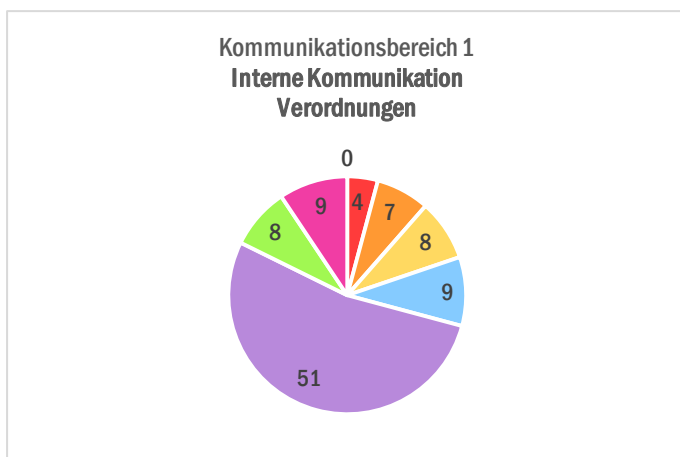
Abbildung 22: Nutzung von Vorlagen der politischen Vertretung in der Internen Kommunikation



Legende



Abbildung 23: Nutzung von Richtlinien in der Internen Kommunikation



Legende



Abbildung 24: Nutzung von Verordnungen in der Internen Kommunikation

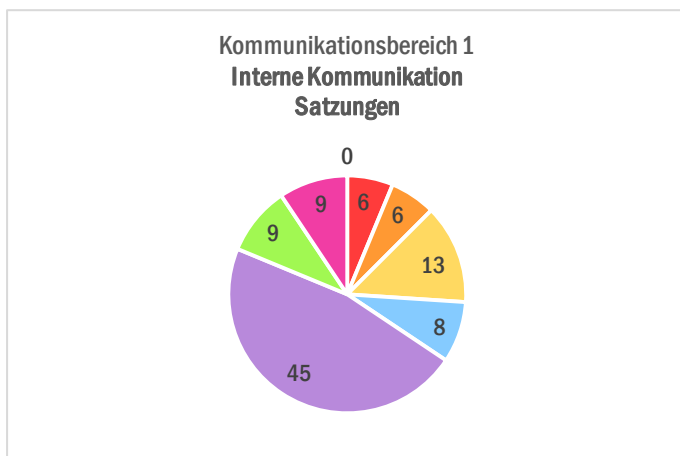


Abbildung 25: Nutzung von Satzungen in der Internen Kommunikation

Legende

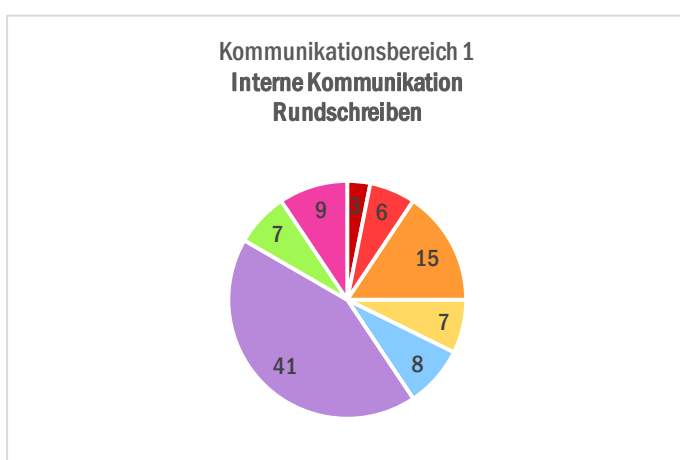
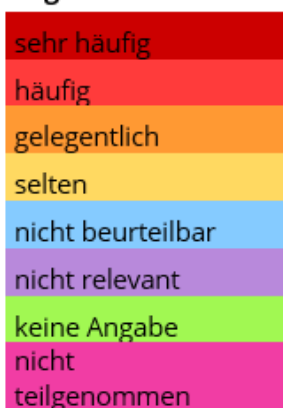


Abbildung 26: Nutzung von Rundschreiben in der Internen Kommunikation

Legende

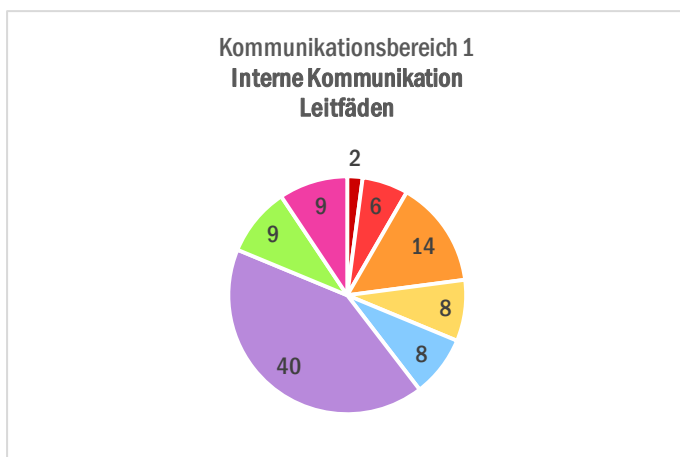
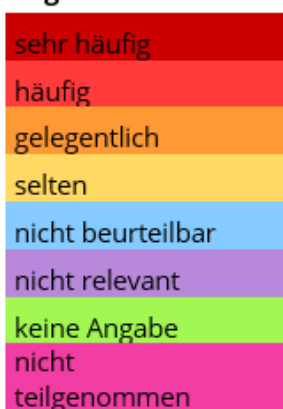
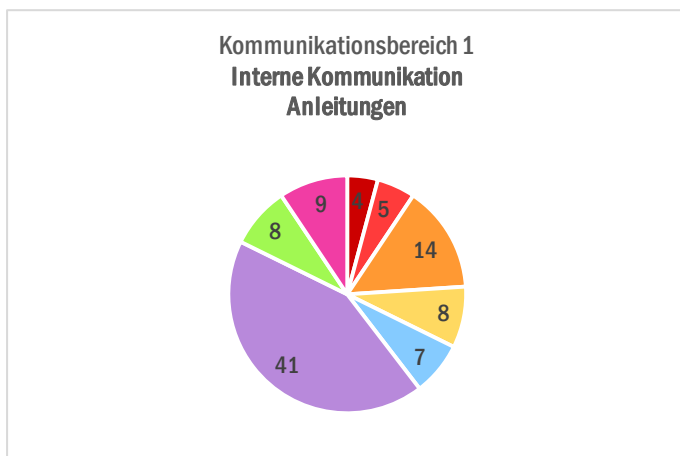


Abbildung 27: Nutzung von Leitfäden in der Internen Kommunikation

Legende

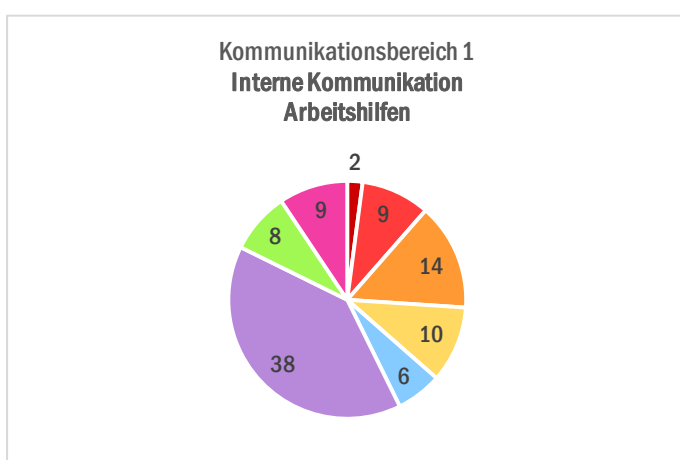




Legende



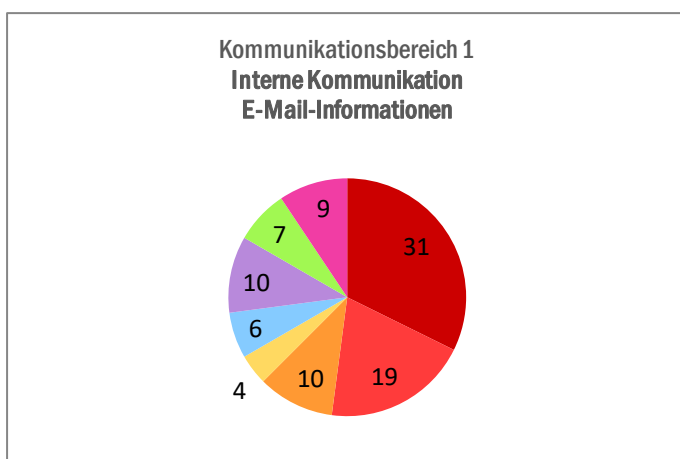
Abbildung 28: Nutzung von Anleitungen in der Internen Kommunikation



Legende



Abbildung 29: Nutzung von Arbeitshilfen in der Internen Kommunikation



Legende



Abbildung 30: Nutzung von E-Mail-Informationen in der Internen Kommunikation

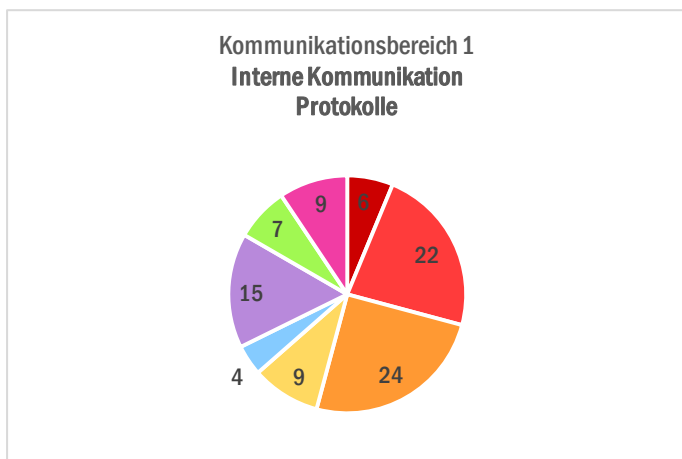


Abbildung 31: Nutzung von Protokollen in der Internen Kommunikation

Legende

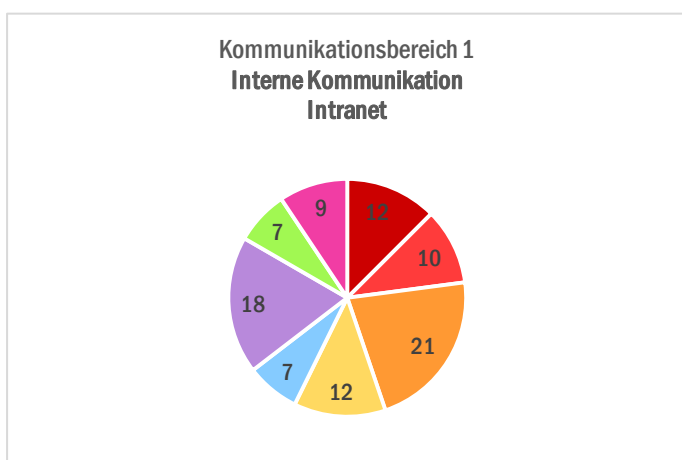


Abbildung 32: Nutzung des Intranets in der Internen Kommunikation

Legende

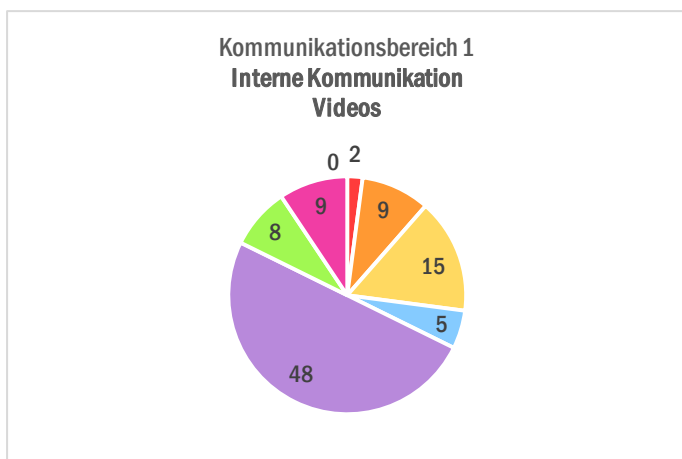


Abbildung 33: Nutzung von Videos in der Internen Kommunikation

Legende



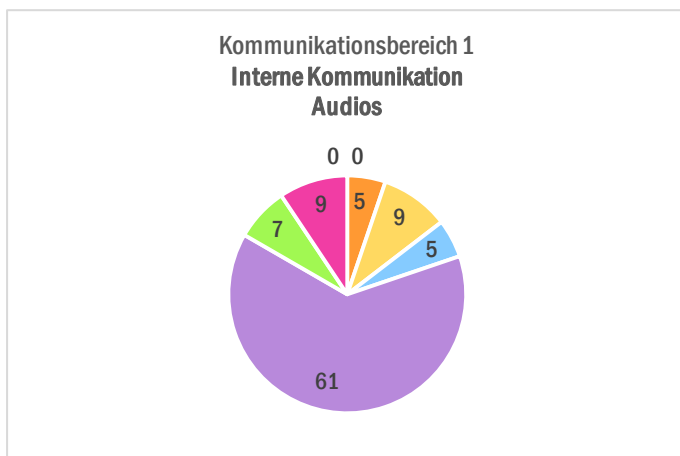


Abbildung 34: Nutzung von Audios in der Internen Kommunikation

Legende

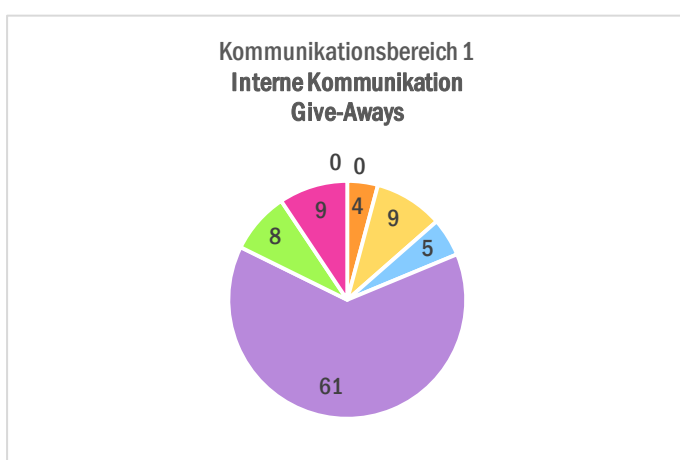
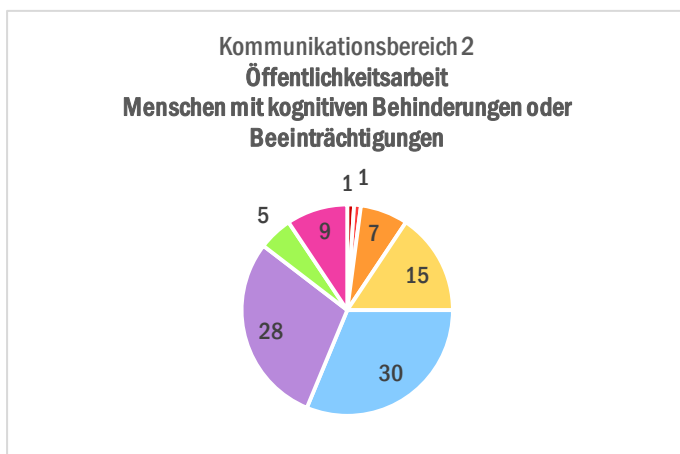


Abbildung 35: Nutzung von Give-Aways in der Internen Kommunikation

Legende



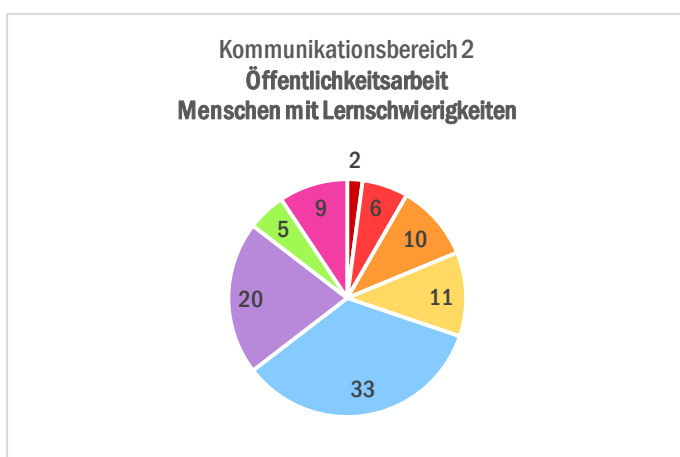
3.3 Öffentlichkeitsarbeit | Ergebnisse zum Zielgruppenkontakt



Legende



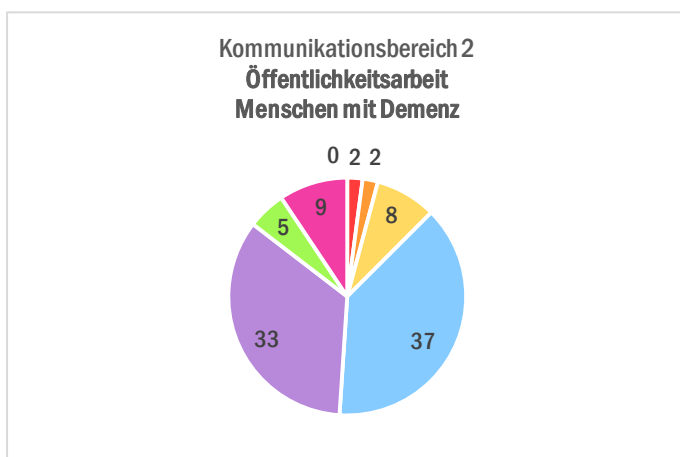
Abbildung 36: Kontakt zu Menschen mit kognitiven Behinderungen oder Beeinträchtigungen in der Öffentlichkeitsarbeit



Legende



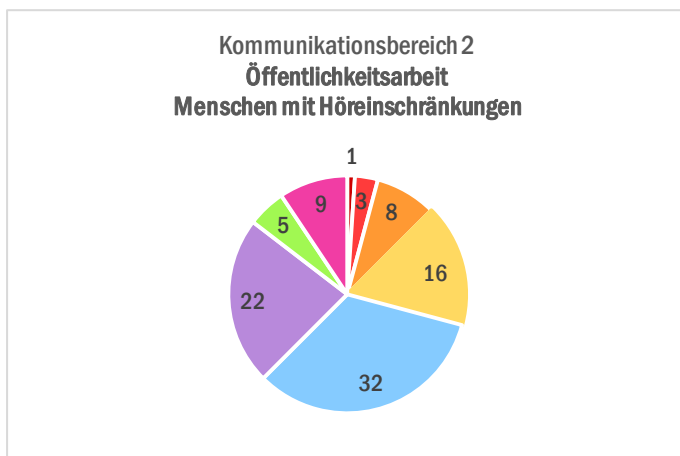
Abbildung 37: Kontakt zu Menschen mit Lernschwierigkeiten in der Öffentlichkeitsarbeit



Legende



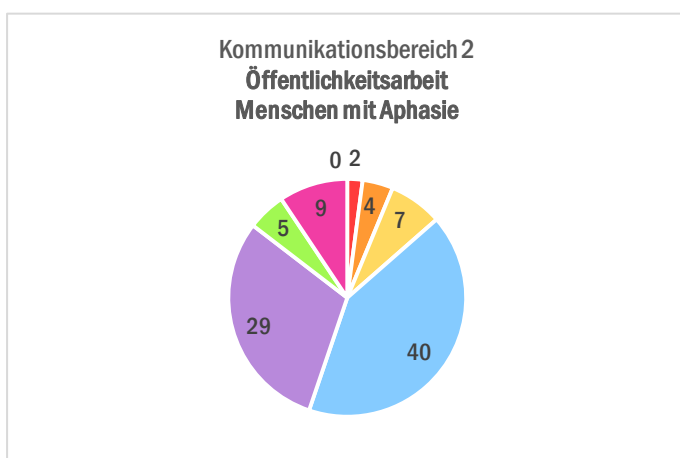
Abbildung 38: Kontakt zu Menschen mit Demenz in der Öffentlichkeitsarbeit



Legende



Abbildung 39: Kontakt zu Menschen mit Höreinschränkungen in der Öffentlichkeitsarbeit



Legende



Abbildung 40: Kontakt zu Menschen mit Aphasie in der Öffentlichkeitsarbeit



Legende



Abbildung 41: Kontakt zu Menschen mit geringen Deutschkenntnissen in der Öffentlichkeitsarbeit



Legende



Abbildung 42: Kontakt zu Menschen mit funktionalem Analphabetismus in der Öffentlichkeitsarbeit

3.4 Öffentlichkeitsarbeit | Ergebnisse zu Kommunikationsmitteln und -wegen

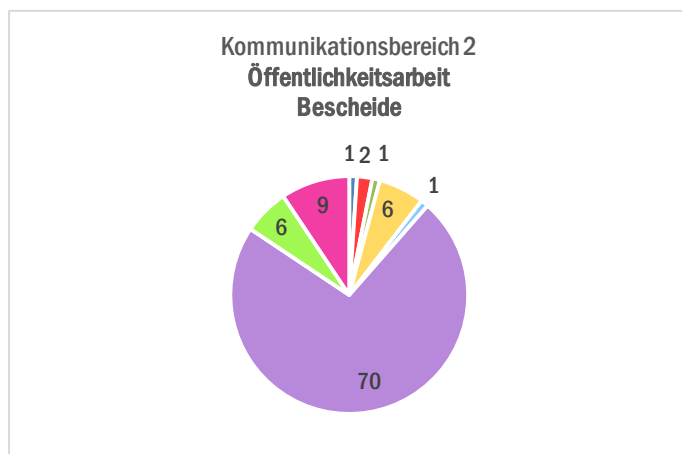


Abbildung 43: Nutzung von Bescheiden in der Öffentlichkeitsarbeit

Legende

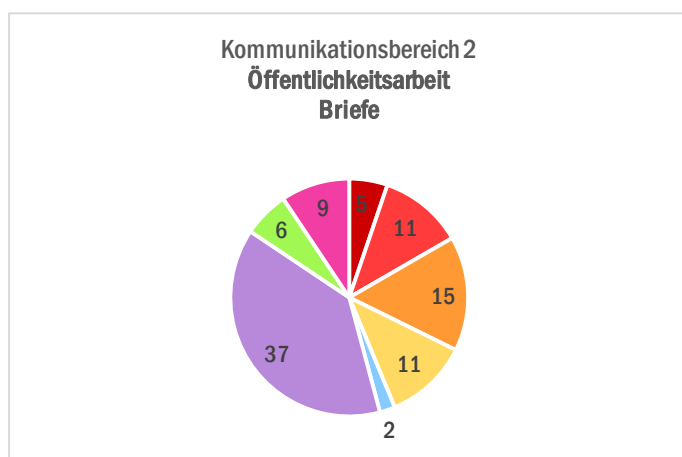


Abbildung 44: Nutzung von Briefen in der Öffentlichkeitsarbeit

Legende

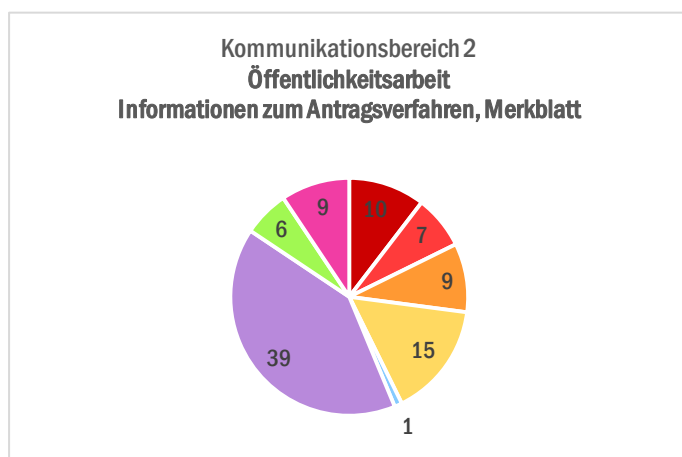


Abbildung 45: Nutzung von Informationen zum Antragsverfahren oder Merkblättern in der Öffentlichkeitsarbeit

Legende



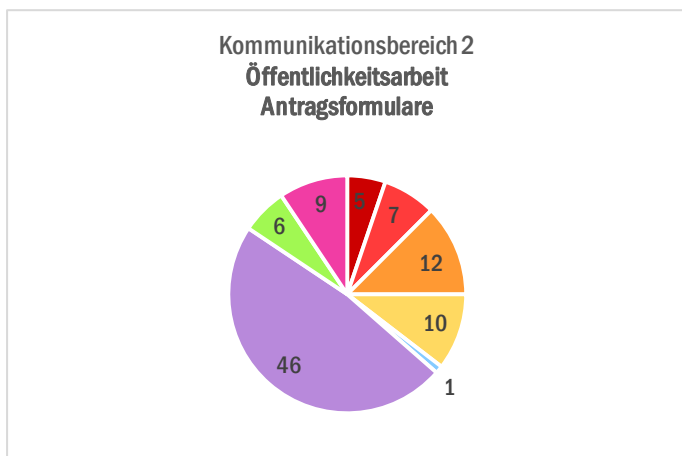


Abbildung 46: Nutzung von Antragsformularen in der Öffentlichkeitsarbeit

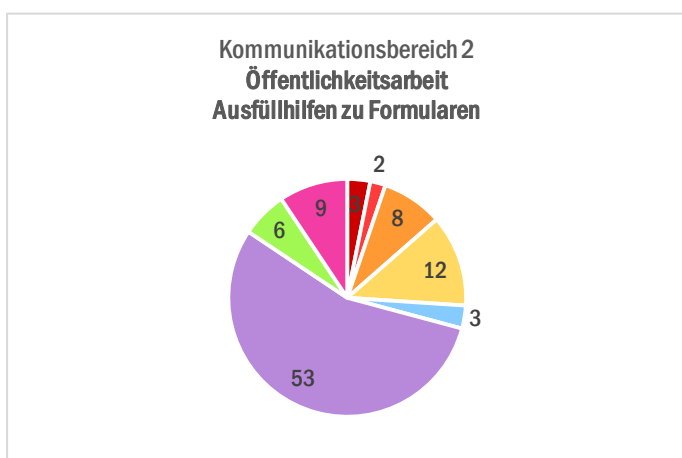


Abbildung 47: Nutzung von Ausfüllhilfen zu Antragsformularen in der Öffentlichkeitsarbeit

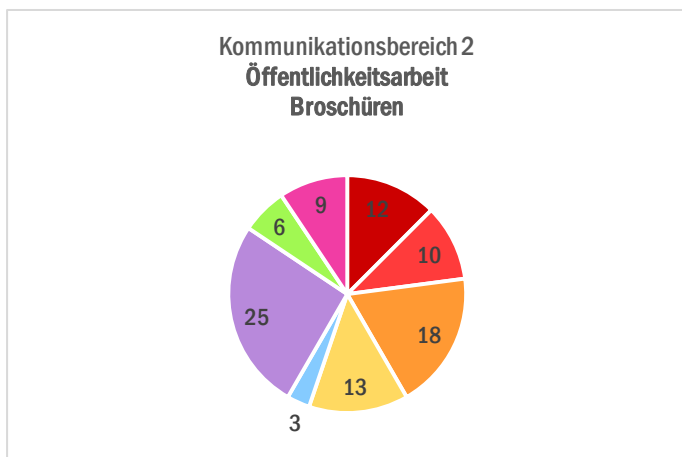


Abbildung 48: Nutzung von Broschüren in der Öffentlichkeitsarbeit

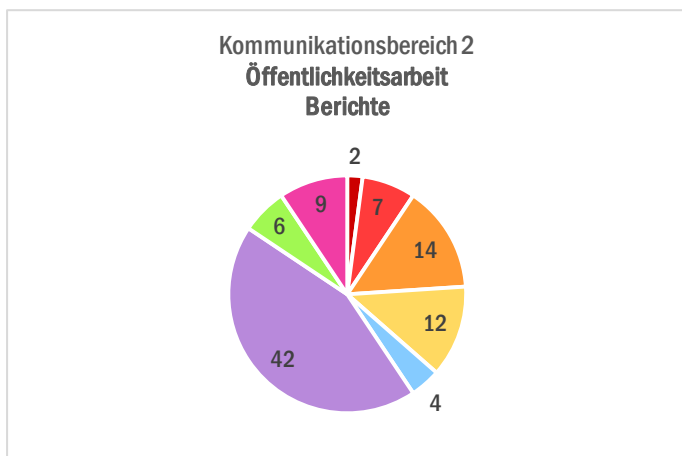


Abbildung 49: Nutzung von Berichte in der Öffentlichkeitsarbeit

Legende

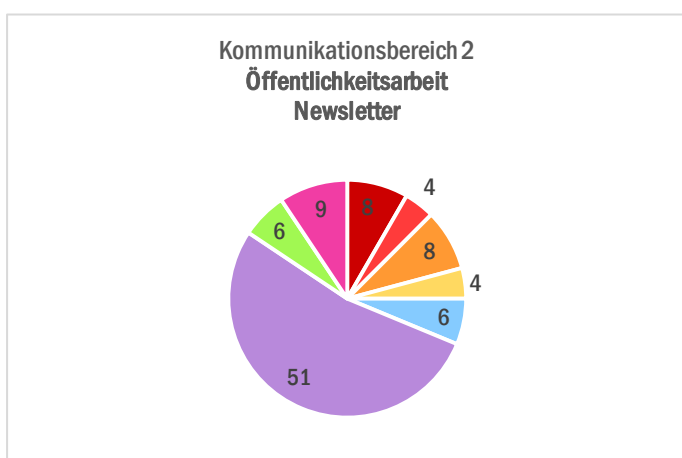


Abbildung 50: Nutzung von Newslettern in der Öffentlichkeitsarbeit

Legende

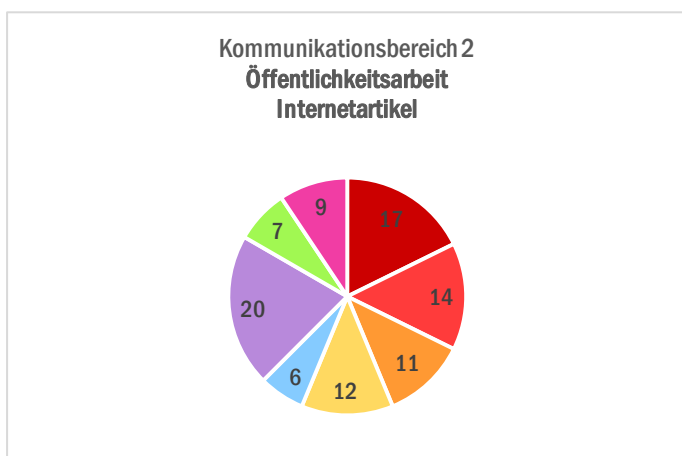


Abbildung 51: Nutzung von Internetartikeln in der Öffentlichkeitsarbeit

Legende



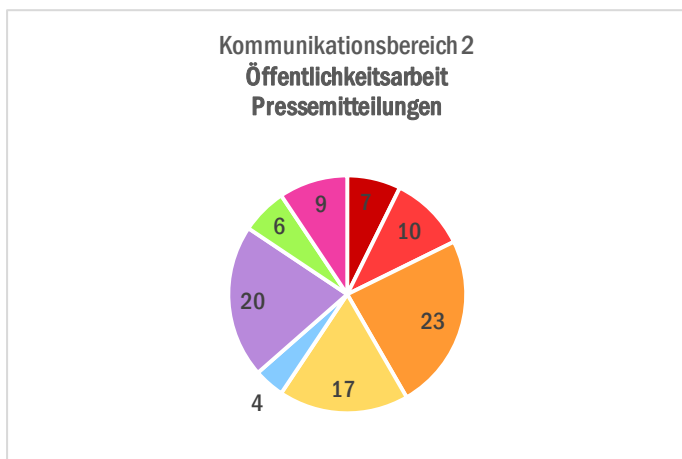


Abbildung 52: Nutzung von Pressemitteilungen in der Öffentlichkeitsarbeit

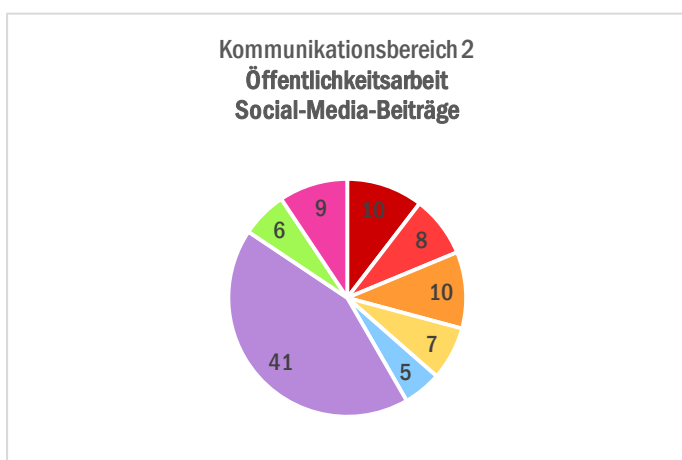


Abbildung 53: Nutzung von Social-Media-Beiträgen in der Öffentlichkeitsarbeit

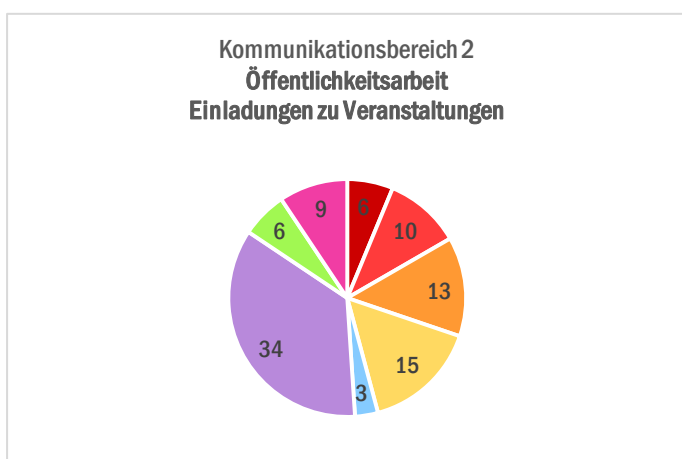
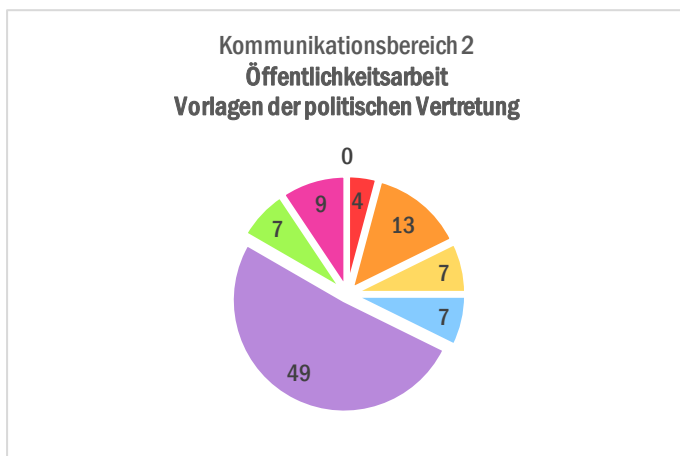


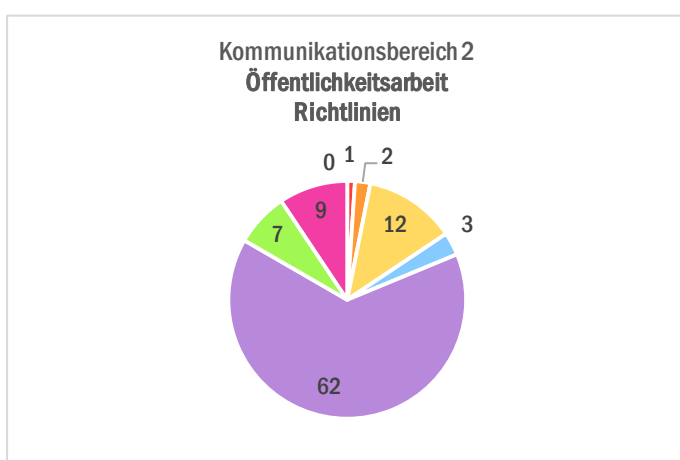
Abbildung 54: Nutzung von Einladungen zu Veranstaltungen in der Öffentlichkeitsarbeit



Legende



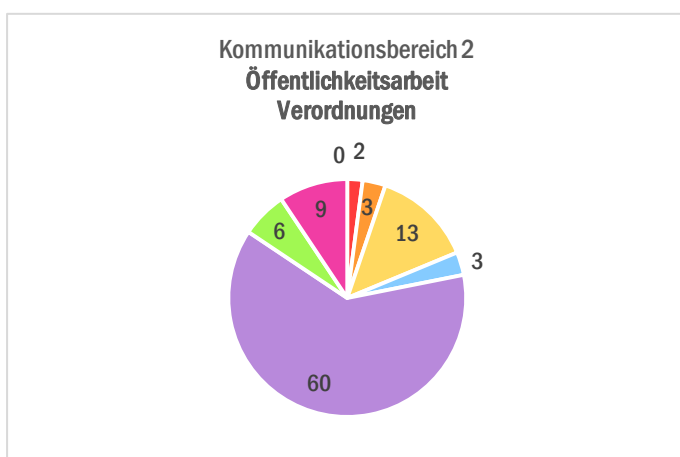
Abbildung 55: Nutzung von Vorlagen der politischen Vertretung in der Öffentlichkeitsarbeit



Legende



Abbildung 56: Nutzung von Richtlinien in der Öffentlichkeitsarbeit



Legende



Abbildung 57: Nutzung von Verordnungen in der Öffentlichkeitsarbeit

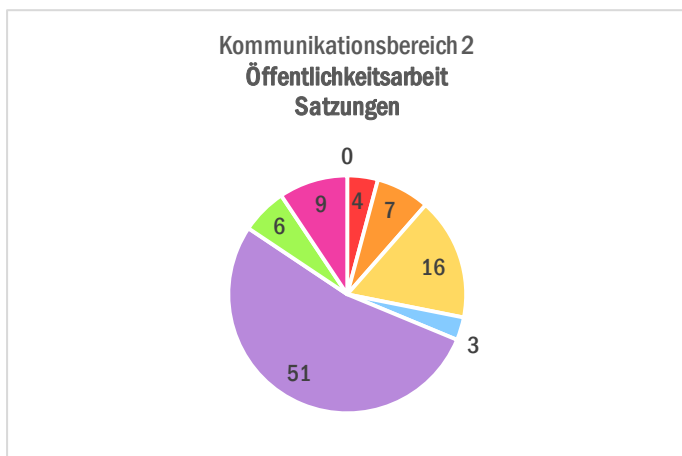


Abbildung 58: Nutzung von Satzungen in der Öffentlichkeitsarbeit

Legende

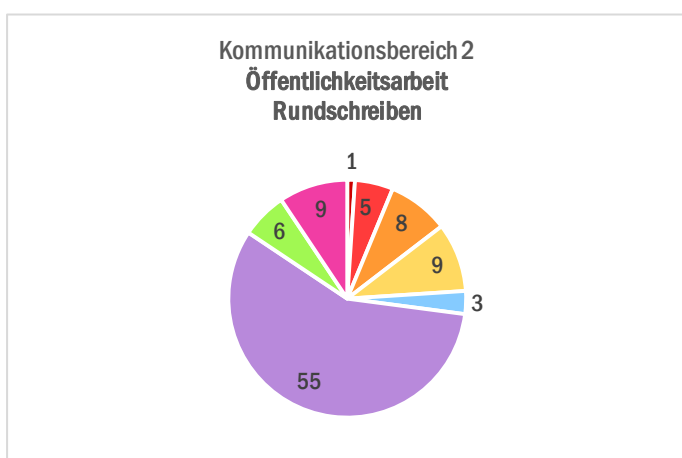


Abbildung 59: Nutzung von Rundschreiben in der Öffentlichkeitsarbeit

Legende

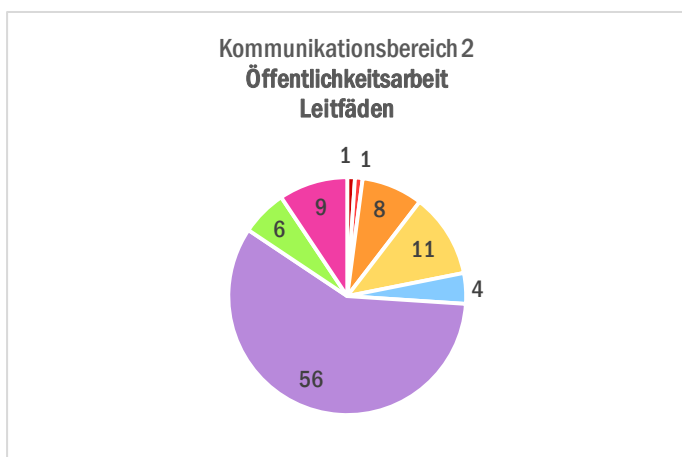
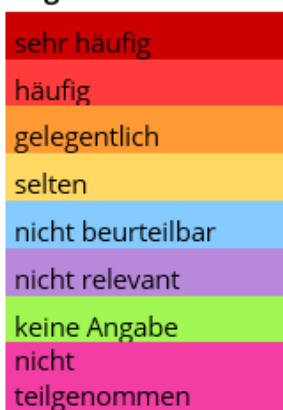


Abbildung 60: Nutzung von Leitfäden in der Öffentlichkeitsarbeit

Legende



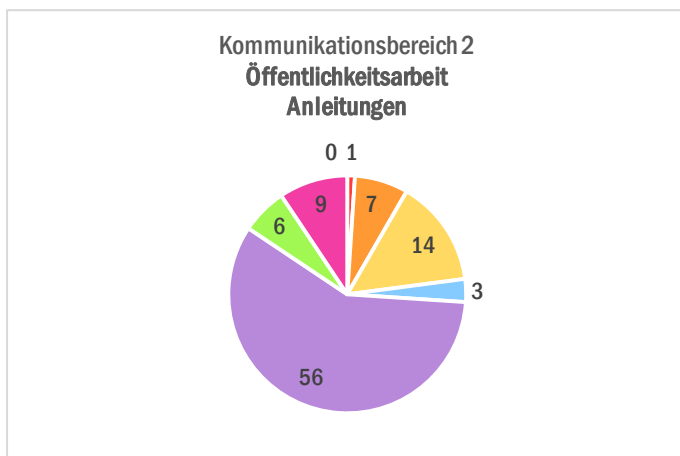


Abbildung 61: Nutzung von Anleitungen in der Öffentlichkeitsarbeit

Legende

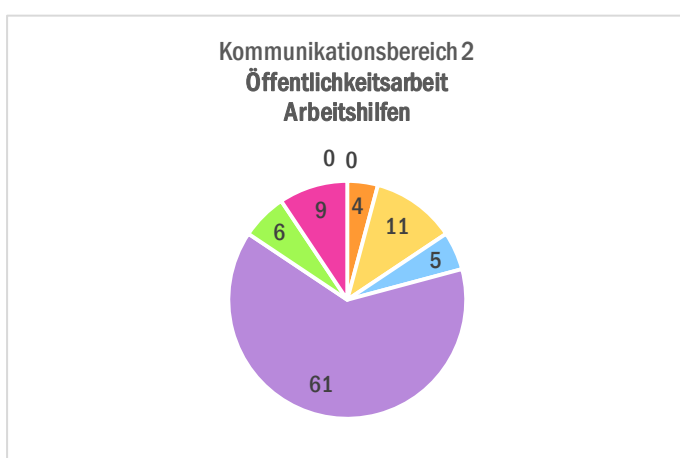


Abbildung 62: Nutzung von Arbeitshilfen in der Öffentlichkeitsarbeit

Legende

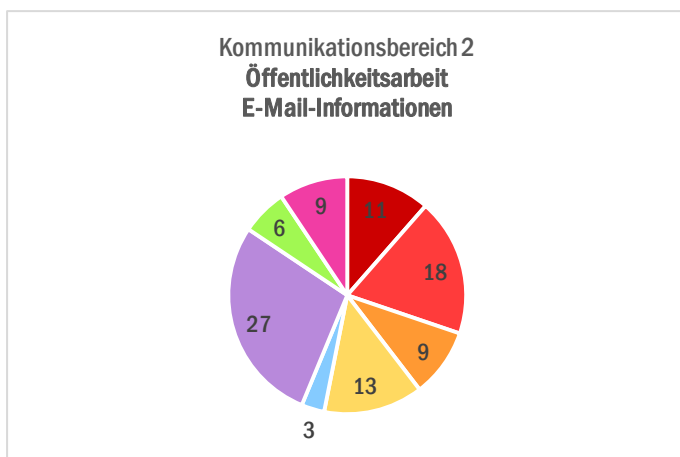


Abbildung 63: Nutzung von E-Mail-Informationen in der Öffentlichkeitsarbeit

Legende



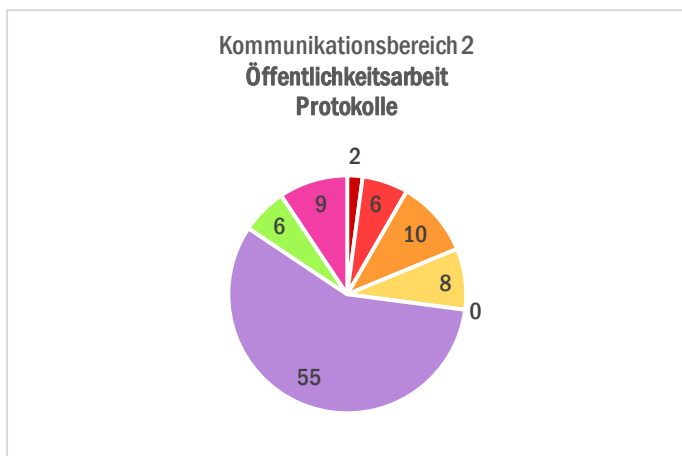


Abbildung 64: Nutzung von Protokollen in der Öffentlichkeitsarbeit

Legende

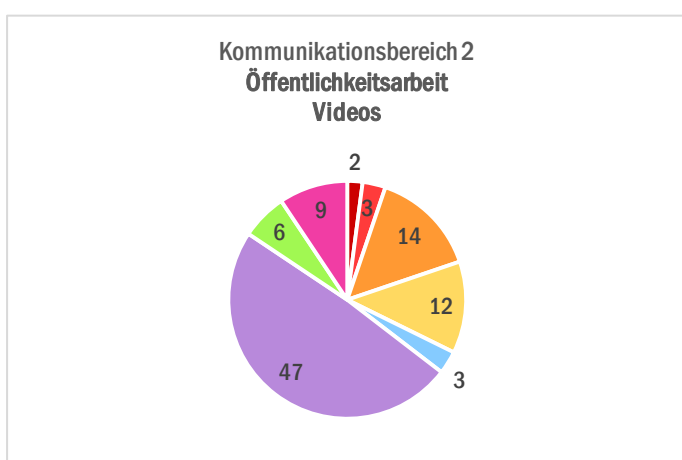
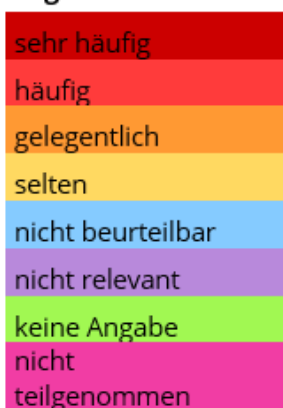


Abbildung 65: Nutzung von Videos in der Öffentlichkeitsarbeit

Legende

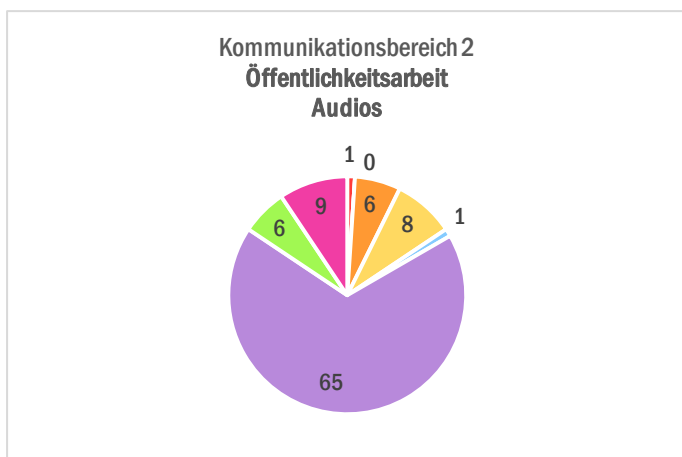
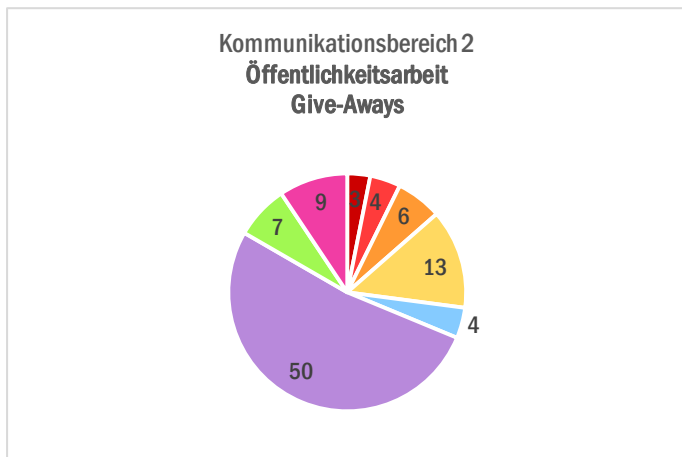


Abbildung 66: Nutzung von Audios in der Öffentlichkeitsarbeit

Legende



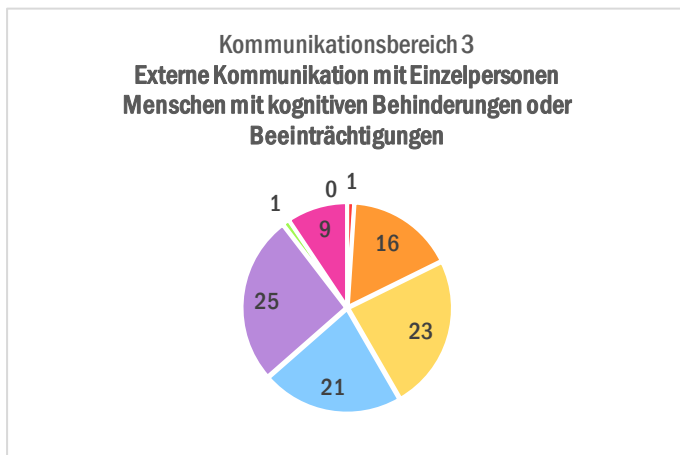


Legende

- sehr häufig
- häufig
- gelegentlich
- selten
- nicht beurteilbar
- nicht relevant
- keine Angabe
- nicht teilgenommen

Abbildung 67: Nutzung von Give-Aways in der Öffentlichkeitsarbeit

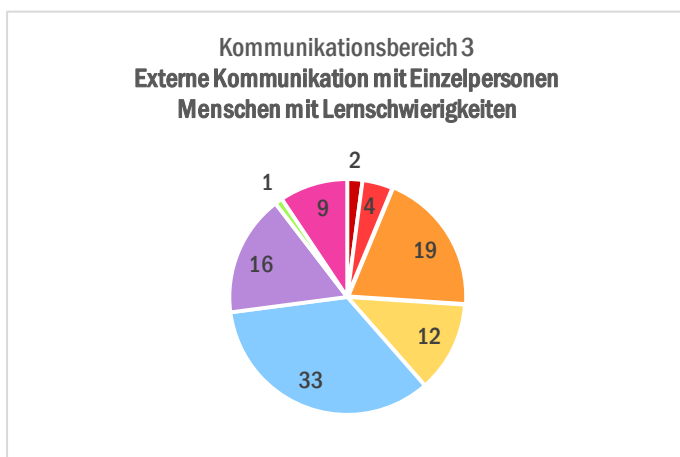
3.5 Externe Kommunikation mit Einzelpersonen | Ergebnisse zum Zielgruppenkontakt



Legende



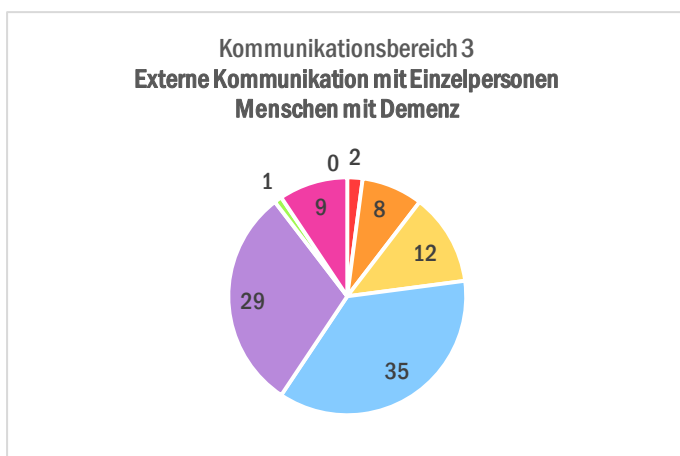
Abbildung 68: Kontakt zu Menschen mit kognitiven Behinderungen oder Beeinträchtigungen in der Externen Einzelkommunikation



Legende



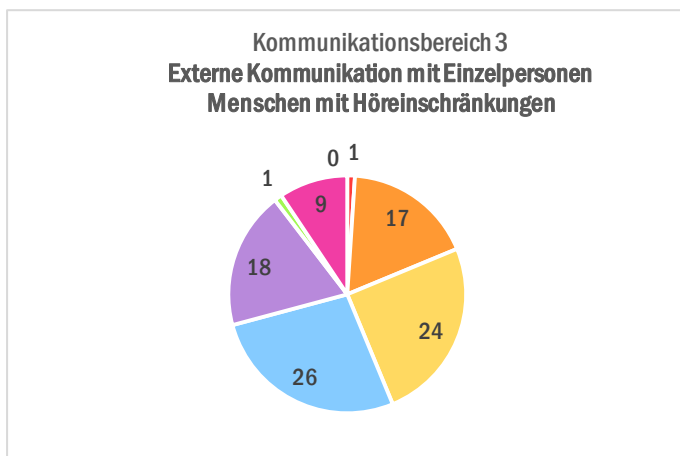
Abbildung 69: Kontakt zu Menschen mit Lernschwierigkeiten in der Externen Einzelkommunikation



Legende



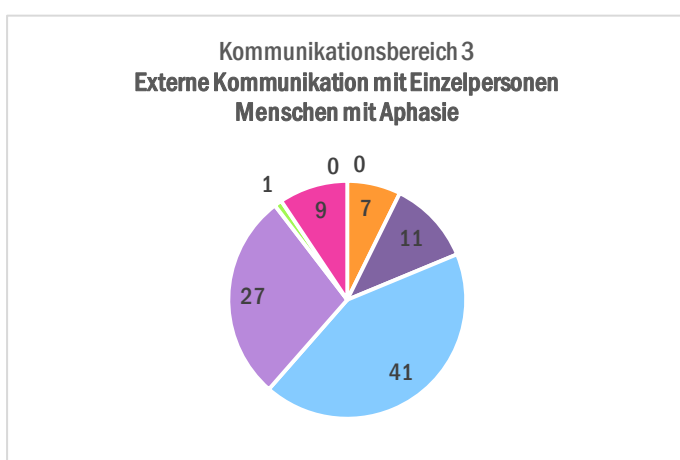
Abbildung 70: Kontakt zu Menschen mit Demenz in der Externen Einzelkommunikation



Legende



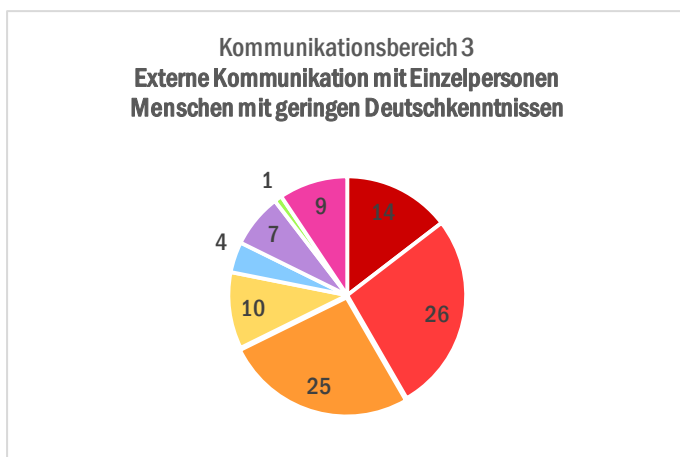
Abbildung 71: Kontakt zu Menschen mit Höreinschränkungen in der Externen Einzelkommunikation



Legende



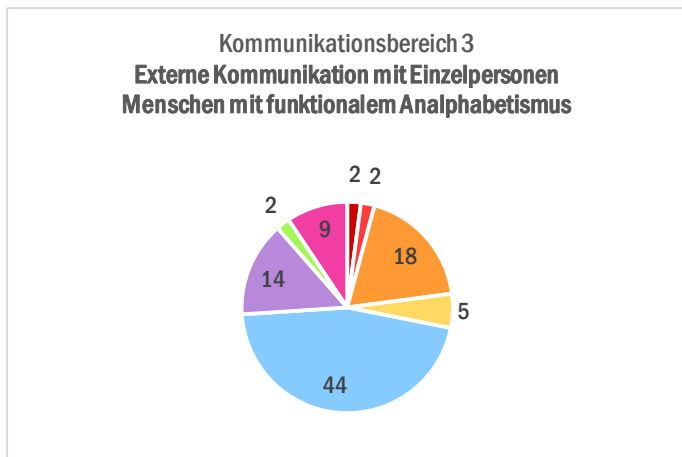
Abbildung 72: Kontakt zu Menschen mit Aphasie in der Externen Einzelkommunikation



Legende



Abbildung 73: Kontakt zu Menschen mit geringen Deutschkenntnissen in der Externen Einzelkommunikation

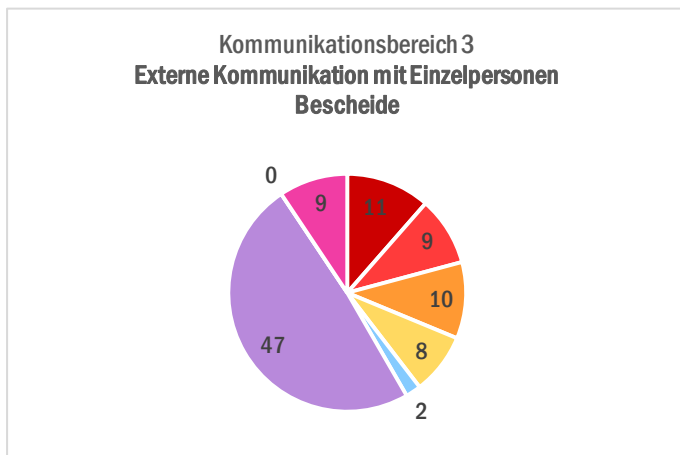


Legende

- sehr häufig
- häufig
- gelegentlich
- selten
- nicht beurteilbar
- nicht relevant
- keine Angabe
- nicht teilgenommen

Abbildung 74: Kontakt zu Menschen mit funktionalem Analphabetismus in der Externen Einzelkommunikation

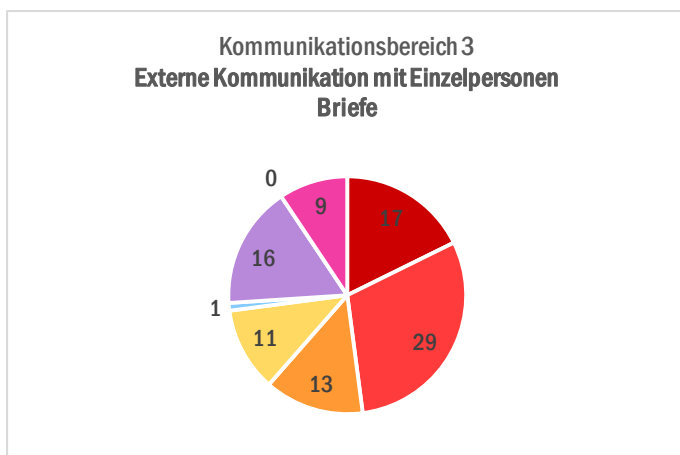
3.6 Externe Kommunikation mit Einzelpersonen | Ergebnisse zu Kommunikationsmitteln und -wegen



Legende



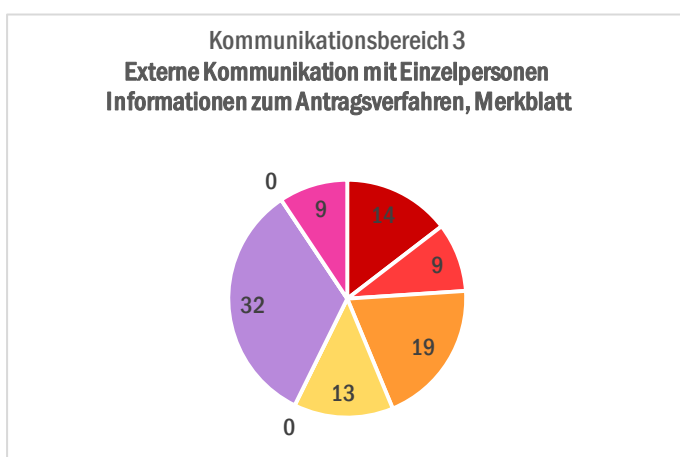
Abbildung 75: Nutzung von Bescheiden in der Externen Einzelkommunikation



Legende



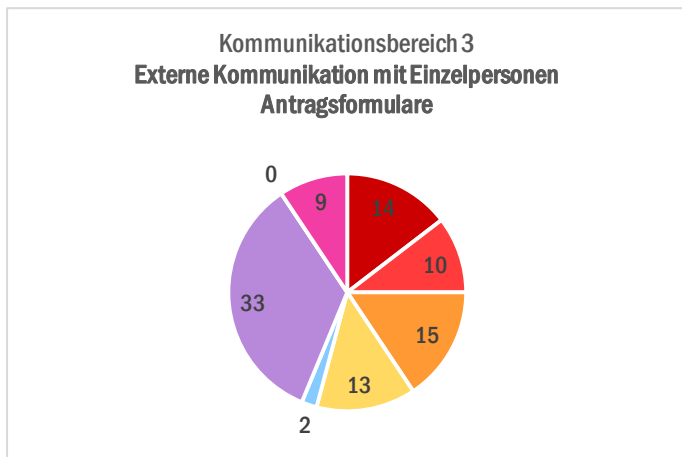
Abbildung 76: Nutzung von Briefen in der Externen Einzelkommunikation



Legende



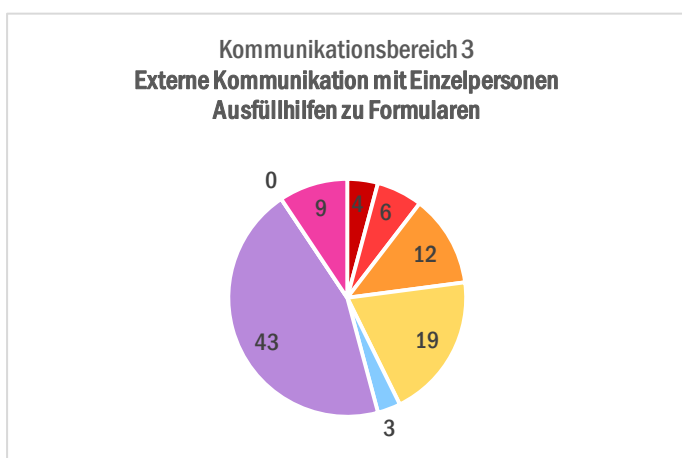
Abbildung 77: Nutzung von Informationen zum Antragsverfahren / Merkblätter in der Externen Einzelkommunikation



Legende



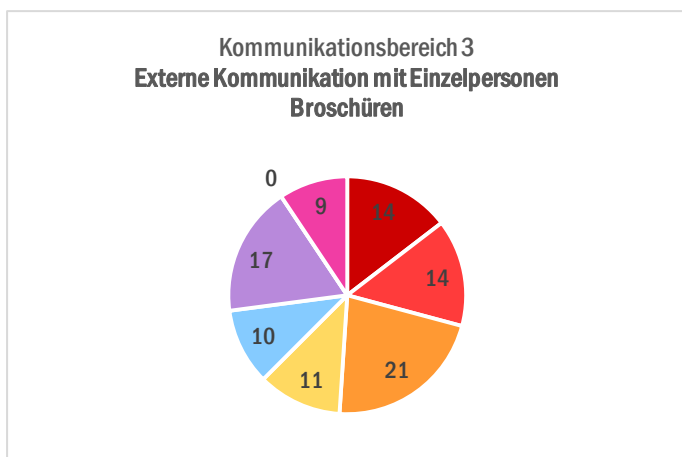
Abbildung 78: Nutzung von Antragsformularen in der Externen Einzelkommunikation



Legende



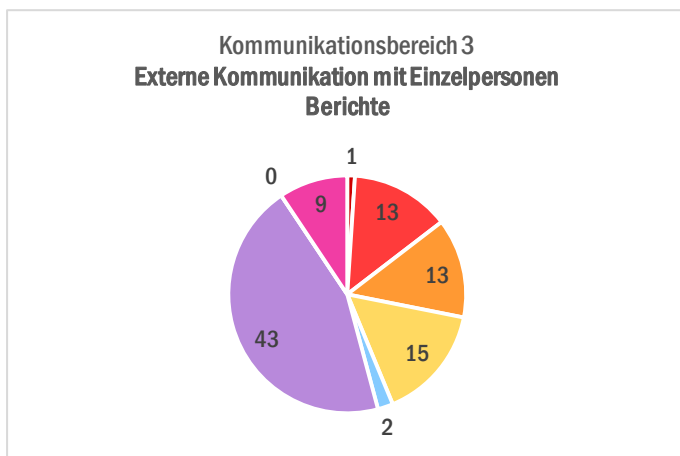
Abbildung 79: Nutzung von Ausfüllhilfen zu Formularen in der Externen Einzelkommunikation



Legende



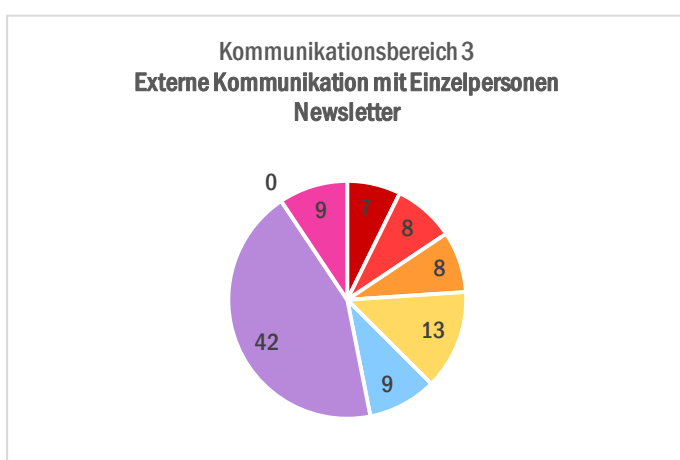
Abbildung 80: Nutzung von Broschüren zu Formularen in der Externen Einzelkommunikation



Legende



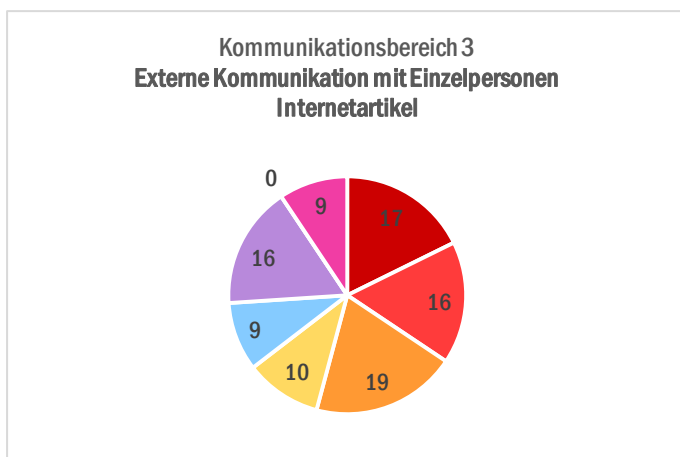
Abbildung 81: Nutzung von Berichten in der Externen Einzelkommunikation



Legende



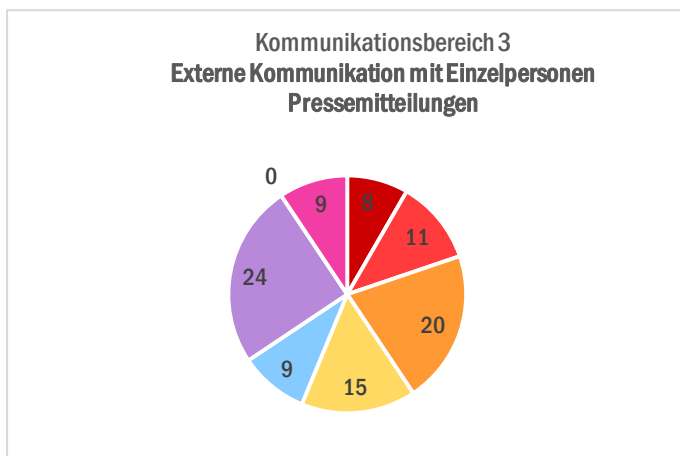
Abbildung 82: Nutzung von Newslettern in der Externen Einzelkommunikation



Legende



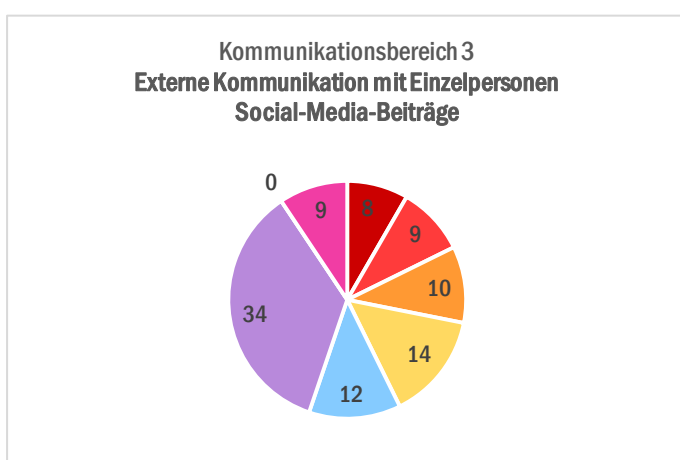
Abbildung 83: Nutzung von Internetartikeln in der Externen Einzelkommunikation



Legende



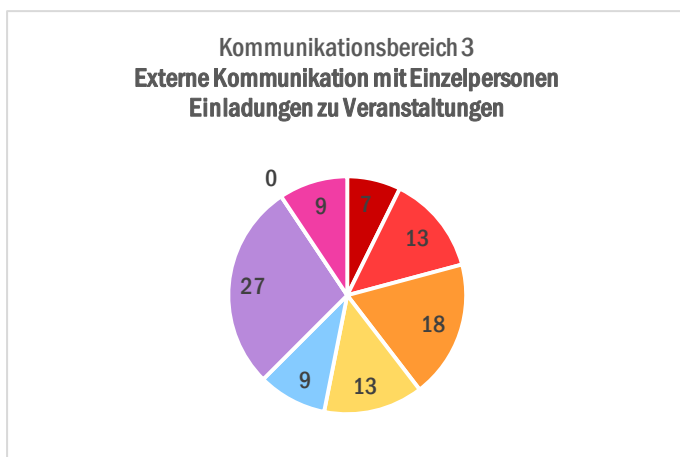
Abbildung 84: Nutzung von Pressemitteilungen in der Externen Einzelkommunikation



Legende



Abbildung 85: Nutzung von Social-Media-Beiträgen in der Externen Einzelkommunikation



Legende



Abbildung 86: Nutzung von Einladungen zu Veranstaltungen in der Externen Einzelkommunikation

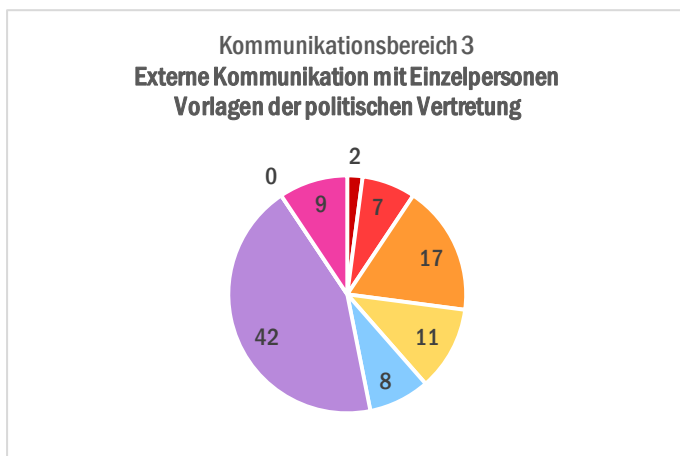


Abbildung 87: Nutzung von Vorlagen der politischen Vertretung in der Externen Einzelkommunikation

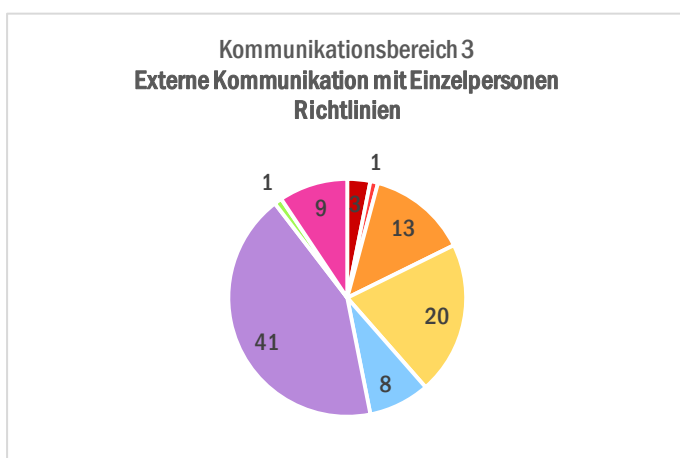


Abbildung 88: Nutzung von Richtlinien in der Externen Einzelkommunikation

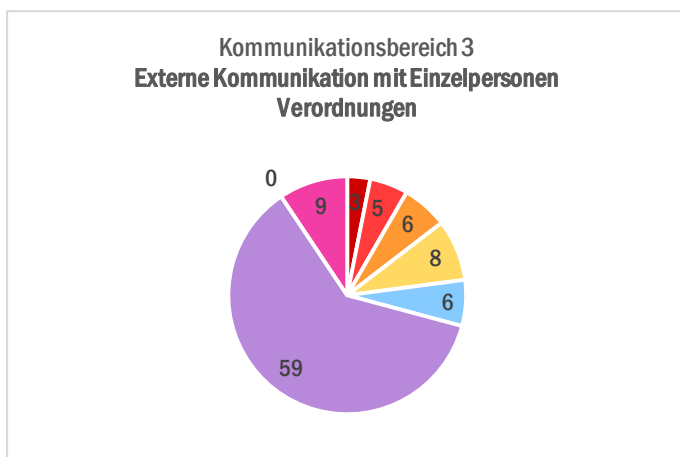
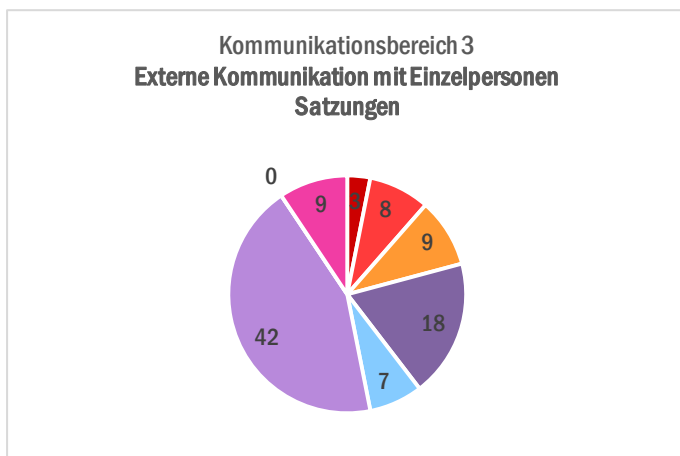


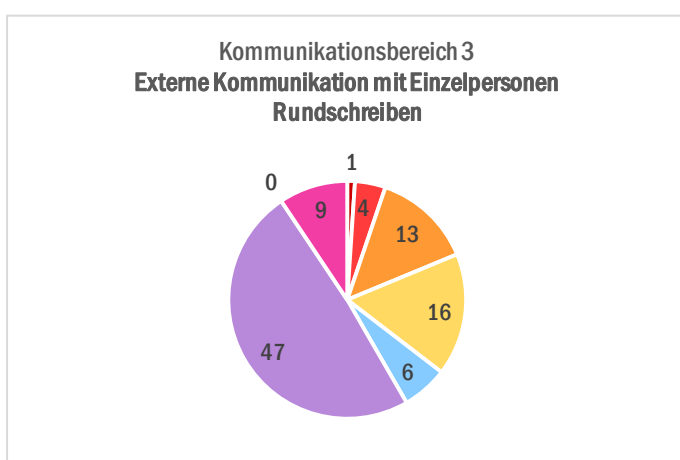
Abbildung 89: Nutzung von Verordnungen in der Externen Einzelkommunikation



Legende



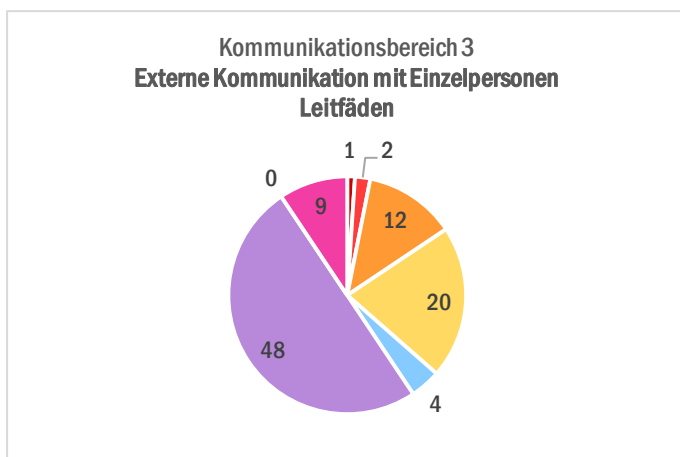
Abbildung 90: Nutzung von Satzungen in der Externen Einzelkommunikation



Legende



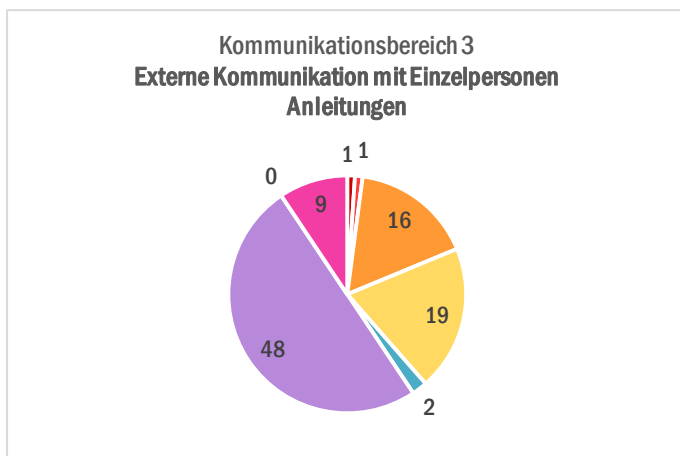
Abbildung 91: Nutzung von Rundschreiben in der Externen Einzelkommunikation



Legende



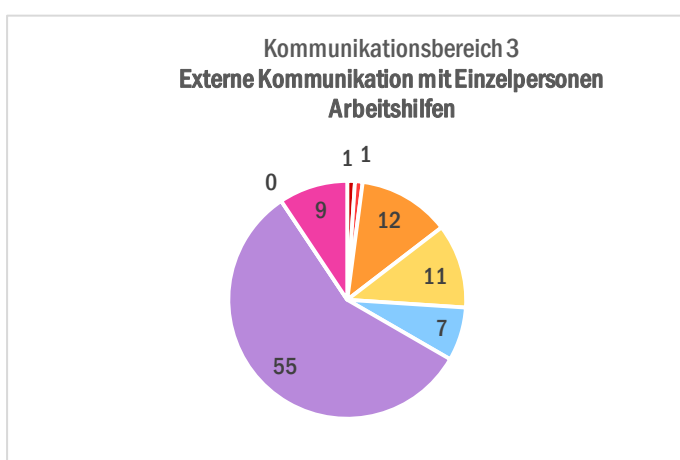
Abbildung 92: Nutzung von Leitfäden in der Externen Einzelkommunikation



Legende



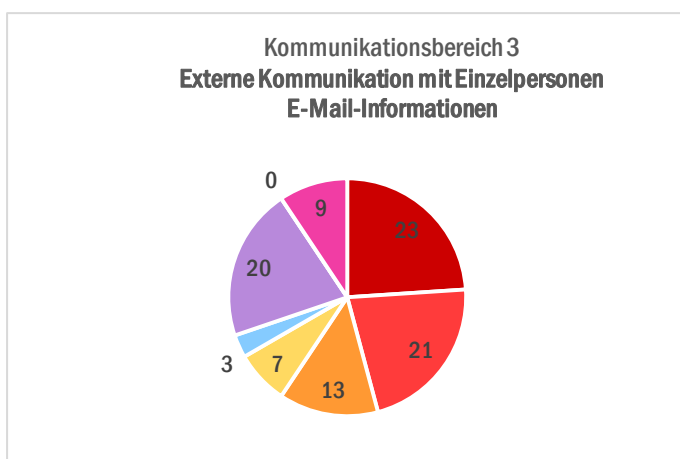
Abbildung 93: Nutzung von Anleitungen in der Externen Einzelkommunikation



Legende



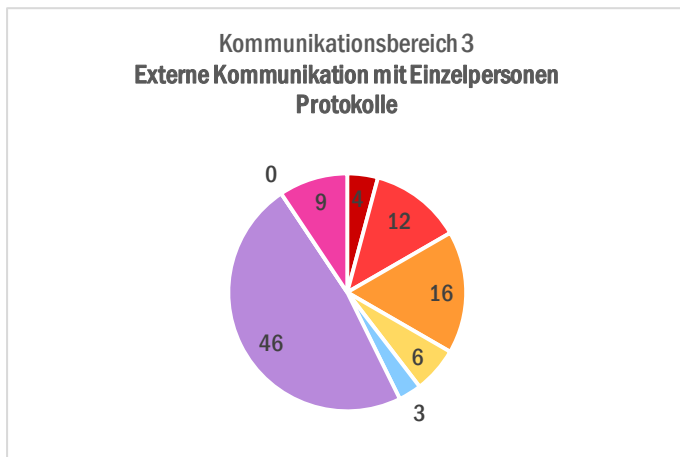
Abbildung 94: Nutzung von Arbeitshilfen in der Externen Einzelkommunikation



Legende



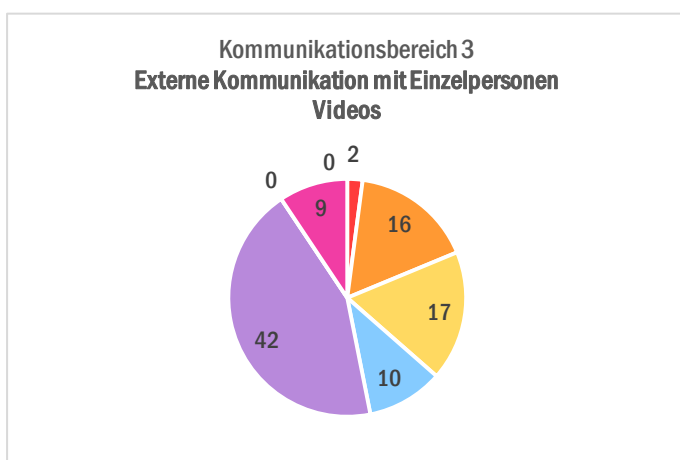
Abbildung 95: Nutzung von E-Mail-Informationen in der Externen Einzelkommunikation



Legende



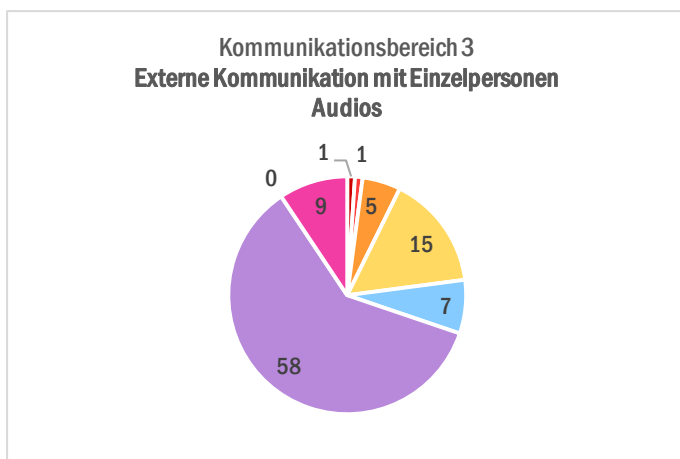
Abbildung 96: Nutzung von Protokollen in der Externen Einzelkommunikation



Legende



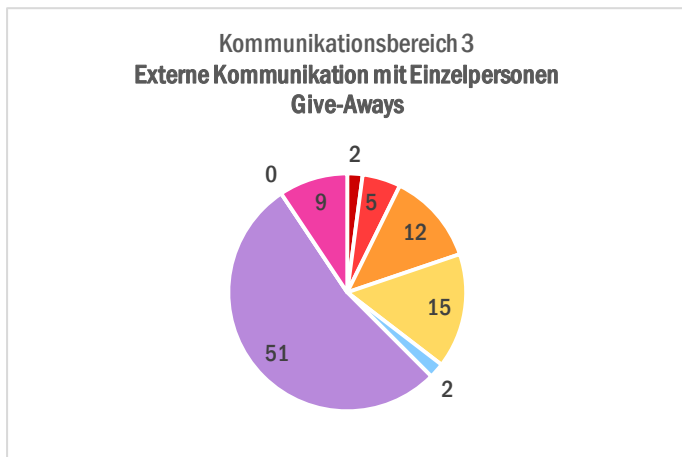
Abbildung 97: Nutzung von Videos in der Externen Einzelkommunikation



Legende



Abbildung 98: Nutzung von Audios in der Externen Einzelkommunikation



Legende

- sehr häufig
- häufig
- gelegentlich
- selten
- nicht beurteilbar
- nicht relevant
- keine Angabe
- nicht teilgenommen

Abbildung 99: Nutzung von Give-Aways in der Externen Einzelkommunikation