



## **Rapportage Burgerpanel Meting 5 2013 (November/December)**

### **1. Uitvoering**

In deze meningspeiling is aan de leden van het Burgerpanel gevraagd naar hun mening over de (gewenste) communicatie vanuit de gemeente Hilversum met de burgers.

Alle 886 leden van het digitale Burgerpanel Hilversum zijn uitgenodigd om deel te nemen aan deze peiling. Het veldwerk werd uitgevoerd in de periode 14 november t/m 5 december 2013. Op sluitingsdatum hadden 535 panelleden de vragenlijst volledig ingevuld. Derhalve een respons van 60%.

### **2. Representativiteit**

Het Burgerpanel wordt digitaal benaderd. Dat houdt in, dat huishoudens zonder internetaansluiting - circa 20% in 2010 - niet in het Burgerpanel vertegenwoordigd zijn. Overigens daalt dat percentage elk jaar wat. Op een aantal andere kenmerken (verhouding man/vrouw, leeftijd, woonbuurt) wordt met het panel een redelijke doorsnee van de Hilversumse bevolking bereikt.

Naar verwachting geven de resultaten van de peiling onder de leden van het Burgerpanel een goede indruk van de meningen, argumentaties, ideeën etcetera zoals die in de Hilversumse samenleving bestaan. Daardoor is het Burgerpanel goed bruikbaar als hulpmiddel voor het (mede) onderbouwen van gemeentelijke plannen en voor het inschatten van het draagvlak voor dergelijke plannen.

### **3. Procedure: wat gebeurt er met de resultaten?**

De resultaten op de diverse enquêtevragen worden teruggekoppeld aan de ambtelijke opdrachtgevers, meestal beleidsmedewerkers. Zij betrekken deze resultaten bij hun ambtelijke advisering.

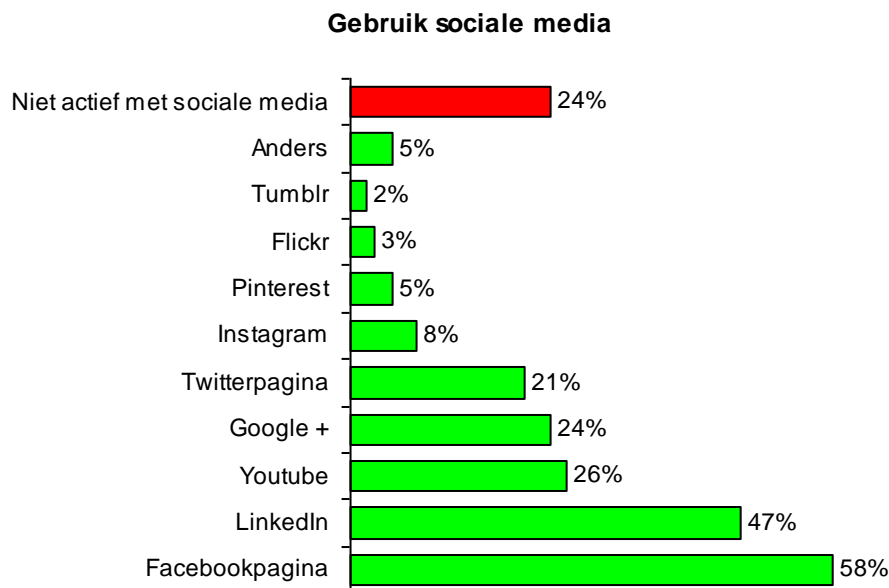
#### 4. Enkele resultaten

Het merendeel van de leden van het Burgerpanel wil, dat de gemeente op een ondubbelzinnige en serieuze manier met de burgers communiceert.

Het merendeel van de panelleden zoekt informatie/stelt vragen over producten en diensten in het algemeen online.

Dat geldt niet voor het geven van informatie en meningen over producten en diensten: het merendeel van de respondenten doet dat in het algemeen niet online.

Ongeveer driekwart (76%) van de panelleden is actief op het gebied van sociale media. Onderstaande grafiek toont van welke sociale media deze respondenten zoal gebruik maken.



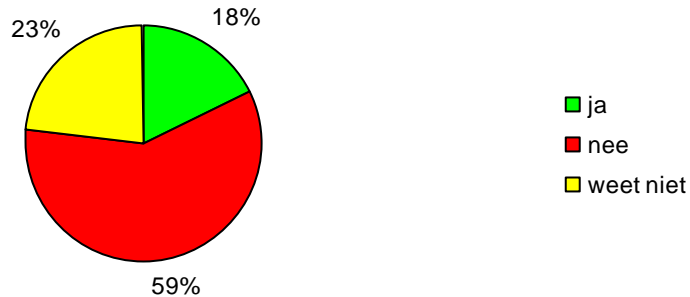
Uit deze grafiek blijkt, dat 58% van de panelleden (bijna 300 respondenten) gebruik maakt van Facebook. Het merendeel van deze respondenten kent echter niet de Facebookpagina van de gemeente Hilversum.

Desgevraagd wenst een meerderheid van de panelleden, die de gemeente Hilversum op Facebook volgen of zouden willen volgen, op die pagina het liefst geïnformeerd te worden over actualiteiten en activiteiten in Hilversum en over openbare bekendmakingen.

Hetzelfde geldt voor de Twitterpagina van de gemeente Hilversum.

Het merendeel van de panelleden (59%) vindt, dat de gemeente Hilversum inwoners van Hilversum niet moet volgen via sociale media.

### Moet de gemeente Hilversum inwoners volgen op sociale media?



Voor het zoeken van informatie over producten en/of diensten van de gemeente Hilversum gebruikt bijna driekwart (72%) van de panelleden doorgaans als eerste de gemeentelijke website; 14% raadpleegt daartoe als eerste de Gooi en Eembode en/of de Gooi en Eemlander. Andere media scoren in dit verband lager.

Voor het doorgeven van een klacht of opmerking over gemeentelijke producten en/of diensten maakt 40% van de respondenten doorgaans als eerste gebruik van de gemeentelijke website. Een kwart doet dat meestal als eerste via het (telefonisch) loket van de afdeling Publiekszaken van de gemeente. Van andere media wordt minder gebruik gemaakt. Overigens gaf 22% nog nooit een opmerking of klacht door aan de gemeente.

Over het gebruik van een eventueel door de gemeente Hilversum aan te bieden applicatie (app), waarmee men informatie over producten/diensten kan vinden en waarmee men klachten/opmerkingen kan doorgeven, wordt door panelleden verschillend gedacht:

