

Informatiebehoefte en mediagebruik

Gemeente Schagen
April 2014



Inleiding



Achtergrond van het onderzoek

De gemeente Schagen hecht veel waarde aan de kwaliteit van haar dienstverlening en aan een goede informatievoorziening richting haar inwoners. De gemeente wil graag weten wat voor gemeentelijke informatie men gebruikt of leest en op welke wijze men dit wil ontvangen. De uitkomsten worden gebruikt om de dienstverlening verder te verbeteren.

Raadpleging van het Inwonerspanel

Met behulp van het Inwonerspanel voert de gemeente Schagen periodiek peilingen uit naar de mening van haar inwoners over uiteenlopende onderwerpen. Het digitale panel is eind 2012 opgezet in samenwerking met I&O Research en bestaat inmiddels uit 672 leden. De panelleden zijn via een e-mail uitgenodigd om deel te nemen aan dit onderzoek. Er is na een week een rappel verstuurd. In totaal hebben 353 panelleden de vragenlijst volledig ingevuld, een respons van 53%. Verder ontvingen 1.200 inwoners een uitnodiging per brief, waarbij een schriftelijke versie van de vragenlijst was bijgevoegd. Ook bestond de mogelijkheid om de vragenlijst online in te vullen. In totaal hebben 305 inwoners deelgenomen aan het onderzoek (25%). De vragenlijst is door de gemeente Schagen opgesteld.

Via de website van de gemeente Schagen kunnen inwoners zich aanmelden voor het Inwonerspanel. Naast het aanvullen van persoonlijke gegevens, kunnen leden hier hun e-mailadres wijzigen, een eigen wachtwoord kiezen en resultaten van eerder gehouden peilingen bekijken.

Colofon

Uitgave:

I&O Research BV
Van Dedemstraat 6c
1624 NN Hoorn
Tel. (0229) 282555
www.ioresearch.nl

Rapportnummer: 2014-2013

Datum: april 2014

Opdrachtgever: gemeente Schagen

Auteurs: Drs. Marion Holzmann

Inleiding



Analyse

Enkele uitkomsten worden uitgesplitst naar leeftijd. Hierbij gaan we uit van de groepen 18-39 jaar, 40-54 jaar en 55 jaar en ouder. De verdeling van de respondenten over deze drie leeftijdsgroepen is respectievelijk 16%, 27% en 57%.

Omdat deze verhouding niet helemaal gelijk is aan de verdeling in de populatie, is er een weging toegepast naar leeftijd en spreiding van de inwoners over de gemeente Schagen, zodat de uitkomsten representatief zijn voor de bevolking van Schagen.

De antwoordcategorieën 'weet niet/geen antwoord' zijn (mits aangegeven) buiten de analyse gehouden. Indien de percentages niet optellen tot 100%, is dit (tenzij anders aangegeven) het gevolg van afrondingsverschillen.

Nauwkeurigheid van de uitkomsten

Onderzoek gebaseerd op een steekproef is per definitie onderhevig aan onnauwkeurigheid doordat niet iedereen, maar een gedeelte van de totale populatie geënquêteerd wordt. Volledig nauwkeurige uitkomsten zijn alleen mogelijk wanneer alle eenheden in de populatie worden ondervraagd. De onnauwkeurigheidsmarge is in dat geval 0%. Op basis van de gerealiseerde respons van 658 inwoners zijn uitspraken mogelijk met een onnauwkeurigheidsmarge van 3,1%, uitgaande van een betrouwbaarheid van 95%. Dit betekent dat de gepresenteerde uitkomsten met 95% zekerheid binnen een marge van 3,1% van de werkelijke uitkomsten liggen. Voorbeeld: een uitkomst van 50% houdt in dat de werkelijke waarde vrijwel zeker (in 95% van de gevallen) binnen het interval 46,9% en 53,1% ligt.



Behoeftte aan informatie

Meeste interesse voor gemeentelijk nieuws

Vrijwel alle inwoners willen op de hoogte blijven van het gemeentelijke nieuws. Ook wegwerkzaamheden, evenementen en projecten zijn voor de inwoners interessante onderwerpen. Minder belangstelling is er voor besluiten, bekendmakingen en informatie over gewijzigde openingstijden van het gemeentehuis, evengoed heeft de meerderheid hier interesse voor.

De meerderheid van de inwoners wenst de informatie op gemeenteniveau, een kleinere groep vindt dat de woonplaats afgebakend kan worden en een klein deel wil alleen informatie over de eigen buurt. De afval(inzameling) en bekendmakingen wijken hiervan af; hier is de eigen buurt of woonplaats veelal voldoende.

Verschillen naar leeftijdsgroepen:

- Op de hoogte blijven van informatie over afval(inzameling) speelt vooral voor 40-54 jarigen (97%) en 55-plussers (95%) en minder onder jongeren (89%).
- Voornamelijk 18-39 jarigen (68%) en 40-54 jarigen (72%) hebben interesse in informatie over wegwerkzaamheden op gemeenteniveau in vergelijking met 55-plussers (60%). Voor relatief veel 55-plussers is informatie over de woonplaats voldoende.
- Relatief veel 40-54 jarigen (75%) willen informatie over projecten in de hele gemeente in vergelijking met 18-39 jarigen (60%) en 55-plussers (68%). Voor verhoudingsgewijs veel inwoners uit deze laatste twee groepen volstaat informatie op woonplaatsniveau.
- Voornamelijk 18-39 jarigen (79%) en 40-54 jarigen (86%) hebben interesse in informatie over evenementen in de hele gemeente in vergelijking met 55-plussers (66%). Voor relatief veel 55-plussers is informatie over de woonplaats voldoende.
- Er is vooral interesse in bekendmakingen onder 40-54 jarigen (89%) en 55-plussers (90%) en minder onder jongeren (79%).
- Er bestaat vooral onder 40-54 jarigen (92%) en 55-plussers (96%) interesse over besluiten van het college en minder onder jongeren (75%).
- Op de hoogte blijven van informatie over besluiten van de gemeenteraad speelt vooral voor 40-54 jarigen (92%) en 55-plussers (96%) en minder onder jongeren (80%).

Tabel 1

Interesse in informatie van de gemeente

	nieuws	wegwerk- zaamheden	evenementen	projecten	afval (inzameling)	besluiten gemeenteraad	besluiten college B&W	bekendmaking	gewijzigde openingstijden gemeentehuis
informatie over de eigen buurt	4%	7%	3%	2%	34%	2%	3%	13%	nvt
informatie over de woonplaats	23%	24%	17%	26%	38%	24%	25%	37%	nvt
informatie over de hele gemeente	71%	66%	76%	67%	21%	65%	61%	37%	84%
geen interesse	2%	3%	4%	5%	6%	9%	11%	13%	16%



Gewenst kanaal voor informatie

Meeste interesse voor gemeentelijk nieuws

Over het algemeen kan gesteld worden dat inwoners gemeentelijke informatie vooral graag lezen in huis-aan-huisbladen en regionale dagbladen. Vooral bij 55-plussers bestaat deze voorkeur. Facebook, Twitter en Whatsapp worden weinig genoemd. Het zijn met name jongeren (18-39 jaar) die via social media op de hoogte willen blijven. Dit geldt ook voor de gemeente app. Verhoudingsgewijs veel 40-54 jarigen vinden nieuwsbrieven per e-mail een geschikt medium (voor bijvoorbeeld informatie over projecten, evenementen en gewijzigde openingstijden). Afhankelijk van het soort onderwerp hebben inwoners hun voorkeur voor kanaal.

Tabel 2

Voorkeur kanaal naar soort informatie (maximaal drie kanalen genoemd)

	nieuws	wegwerk- zaamheden	evenementen	projecten	afval (inzameling)	besluiten gemeenteraad	besluiten college B&W	bekendmaking	gewijzigde openingstijden gemeentehuis
gedrukte media									
huis-aan-huis blad	50%	46%	52%	49%	41%	49%	48%	53%	42%
regionaal dagblad	34%	33%	37%	38%	22%	35%	35%	28%	23%
een brief	23%	33%	15%	22%	29%	15%	15%	18%	22%
folder/brochure	21%	22%	23%	21%	30%	13%	15%	12%	16%
gemeentegids	nvt	nvt	nvt	nvt	2%	nvt	nvt	nvt	4%
online									
de gemeentelijke website	24%	23%	21%	26%	23%	31%	32%	27%	33%
nieuwsbrief per e-mail	41%	38%	32%	36%	36%	31%	32%	32%	31%
zelf zoeken op het internet	5%	3%	5%	4%	8%	3%	2%	4%	7%
regionale nieuwssite	6%	5%	6%	5%	4%	4%	4%	4%	3%
gemeente app	11%	9%	10%	9%	10%	10%	11%	11%	10%
facebook	6%	5%	8%	3%	1%	3%	3%	3%	2%
twitter	1%	2%	3%	2%	1%	2%	1%	1%	2%
whatsapp/telegram	2%	2%	3%	2%	2%	1%	1%	2%	3%
lokale omroep (radio&tv)	8%	5%	6%	5%	4%	5%	5%	3%	4%

Website en participatie



Meerderheid inwoners bezoekt website gemeente Schagen

Acht op de tien inwoners bezocht in de afgelopen twaalf maanden de gemeentelijke website. De meeste websitebezoekers doen dit meerdere keren per jaar. Onder de 55-plussers ligt het websitegebruik lager dan onder de jongere inwoners.

Tabel 3

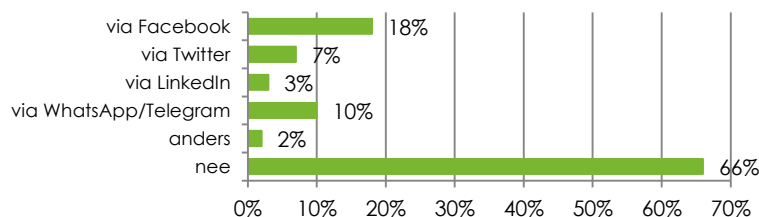
Frequentie bezoek gemeentelijke website

Frequentie	Procent
meerdere keren per week	5%
één keer per maand	29%
één keer in de zes maanden	33%
één keer in de twaalf maanden	11%
website niet bezocht	21%

De meerderheid ziet social media (nog) niet als een manier om bij vragen in contact te komen met de gemeente Schagen. De meeste inwoners die social media hier wel voor zouden gebruiken, hebben de voorkeur voor Facebook en WhatsApp.

Figuur 1

Dragvlak inzet social media voor contact met gemeente

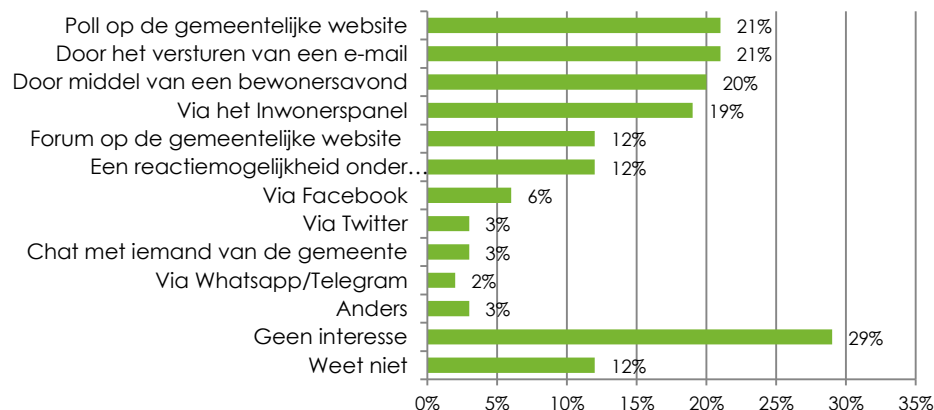


Zes op de tien inwoners hebben interesse om mee te denken met de gemeente

Drie op de tien inwoners hebben geen behoefte om in gesprek te gaan met de gemeente over nieuwe plannen, regels of projecten. Twaalf procent weet dit nog niet. De rest (zes op de tien) wil wel graag participeren, vooral via een poll op de gemeentelijke website, versturen van een mail, bijwonen van een bewonersavond of via het Inwonerspanel.

Figuur 2

Wijze van willen meepraten over plannen, regels en projecten





Tips, vragen en adviezen

- "Ik zou wel met de gemeente willen praten over een aantal zaken. Dus niet alleen over communicatiekanalen. Zijn veel meer en interessantere beleidsterreinen."
- "Wij ontvangen graag de informatie door de verspreiding van het Schager weekblad. Het probleem is echter dat die bij ons niet bezorgd wordt, waardoor wij nu de informatie van de gemeente niet krijgen."
- "Waar zijn de contactavonden van de wijken in Schagen gebleven? Al zo'n 1,5 jaar is dat zo dood als een pier."
- "Voorlopig heb ik genoeg aan gemeentelijke informatie via de pers. Wil ik echt iets specifiek weten dan raadpleeg ik de gemeentelijke website."
- "Niet iedereen heeft, om wat voor reden dan ook een computer, Iphone, Ipad of tablet."
- "Meer man tot man communicatie, met sociale media wordt het er niet beter op, er is geen goede oog- en lichaamstaal te zien hoe goed deze vooruitgang ook is qua tijdsbesparing."
- "In uw vragenlijst over communicatie wordt heel veel aandacht besteed aan mogelijkheden via internet. Ik wil u er op wijzen dat een flink aantal mensen, waaronder veel senioren niet vaardig is op die nieuwe media."
- "Ik vind het belangrijk dat via de dorpsraden gecommuniceerd wordt, wat er in je dorp speelt blijft heel belangrijk."
- "Ik zoek wel eens iets over de gemeente en iedere keer dat ik de site van de gemeente Schagen bezoek denk ik weer: wat is het toch een @#*-site, ik kan er werkelijk niets op vinden. Alleen door een zoekmachine als google te gebruiken kan ik iets op de site van de gemeente Schagen vinden. Vandaar dat ik de site veel minder bezoek dan ik zou doen als de site een betere interne zoekfunctie zou hebben of als de structuur van de site wat gebruiksvriendelijker zou zijn."
- "Blijf vooral gemeentenieuws in de regionale kranten zetten voor de mensen die niets met sociale media hebben. En die zijn er!"

Groepsgesprekken met inwoners

Gemeente Schagen
April 2014



Groepsgesprekken



Inwoners die de vragenlijst ontvingen, kregen ook de kans om zich op te geven om mee te praten met de gemeente. Tijdens deze gesprekken gingen wij met inwoners dieper in op het gekozen medium van de inwoners, hierbij werd onderscheid gemaakt tussen traditionele en nieuwe media.

Om zoveel mogelijk informatie uit de focusgroepen te halen, is gekeken naar een werkvorm waarin er genoeg mogelijkheid was tot discussiëren. De gesprekken duurden anderhalf uur. Het programma startte met een introductie van alle inwoners en een aantal resultaten uit het kwantitatieve onderzoek. Vervolgens kregen de inwoners een stelling voorgelegd. De stelling was bewust scherp aangezet, om zoveel mogelijk reacties op te wekken en luidde als volgt: 'Gemeente Schagen stopt met gedrukte media'. Op rode kaarten konden de deelnemers argumenten geven, waarom deze stelling niet kon worden uitgevoerd. Zij moesten hierbij de stelling beargumenteren op basis van de volgende zin: 'kan niet want...'. Nu er een duidelijk beeld was waarom deze stelling niet kon worden uitgevoerd, zocht gemeente Schagen samen met haar inwoners naar een oplossing. 'Wanneer kan dit wel.' De stelling bleef hetzelfde, maar de rode kaarten werden vervangen door groene en de zin 'kan niet want' werd vervangen door 'kan wel als'. De gesprekken zijn door alle deelnemers als zeer positief ervaren.

Gemeente Schagen stopt met gedrukte media



Kan niet want...

...De gemeente heeft informatieplicht en mag daarom niemand uitsluiten

...Het bereik wordt minder

...Het is nog te vroeg

...Digibeten missen gemeentelijke informatie

...Niet iedereen heeft geld voor een computer

...Niet iedereen heeft een computer

...Niet iedereen is digitaal vaardig

...Online media is geen proactieve benadering, je moet er zelf naar zoeken

...De bewonersbrief is een belangrijk medium

Gemeente Schagen stopt met gedrukte media



Kan wel als....

- ... Er geen enkele doelgroep wordt uitgesloten van gemeentelijke informatie*
- ...Inwoners de mogelijkheid krijgen om te kiezen voor gedrukte of online media*
- ... Er selectief wordt omgegaan met het zenden van informatie*
- ...De gemeente actief digitaal informatie verspreidt.*
- ...Digibeten de mogelijkheid krijgen om een cursus te volgen*
- ...Inwoners op een andere manier betrokken worden*
- ...Er een gebiedsgerelateerde nieuwsbrief komt*
- ...De gemeente haar inwoners digitaal proactief blijft benaderen*
- ...Ouderen bereid zijn digitaal vaardig te worden.*
- ...Er weer wijkpanels georganiseerd worden*
- ...Er vaker bewonersavonden georganiseerd worden*

Conclusie



Door middel van dit onderzoek heeft de gemeente een duidelijk inzicht gekregen in de informatiebehoefte en het mediagebruik van haar inwoners. Uit de vragenlijst blijkt dat inwoners gemeentelijke informatie graag via traditionele media lezen. Toch is er ook behoefte aan een digitale nieuwsbrief. Deelnemers van de gesprekken gaven aan dat inwoners geen informatie mogen missen. Volgens hen heeft de gemeente informatieplicht en mogen er geen doelgroepen worden uitgesloten. Traditionele media mag daarom niet zomaar vervangen worden door nieuwe media. Er moeten altijd gedrukte exemplaren beschikbaar blijven, voor de inwoners die informatie anders missen. Met de resultaten van de vragenlijst en de resultaten uit de gesprekken, gaat er gekeken worden hoe de gemeente haar communicatiestrategie zo efficiënt en effectief mogelijk kan inzetten.



Naar aanleiding van het onderzoek gaat de gemeente Schagen meer aandacht besteden aan een aantal communicatiemiddelen of deze anders inzetten.

PR voor digitale nieuwsbrieven

Uit onderzoek blijkt dat inwoners graag informatie lezen via de digitale nieuwsbrieven. De gemeente heeft een digitale nieuwsbrief, hier zijn 205 inwoners op geabonneerd. Op www.overheid.nl zijn 219 inwoners geabonneerd. De gemeente wil daarom haar digitale nieuwsbrieven promoten. Dit doen wij o.a. via het 'lopende' klantcontact. Dus bij een bezoek aan de balie of bij een bezoek aan de website [denk aan: een QR-code, promotiekaartjes, nadenken over inventarisatie e-mailadressen van inwoners, nieuwsbriefabonnementen aanbieden bij bestellen van digitale producten]

Huis-aan-huisblad

Alle persberichten over gemeentelijke informatie naar de media blijven versturen, zodat inwoners informatie over de gemeente in het regionaal dagblad of huis-aan-huisblad kunnen lezen.

Sociale Media

Sociale media scoorden niet hoog in het behoefte onderzoek. De gemeente vervangt traditionele media daarom niet door sociale media in te zetten. Wel zet de gemeente deze media in. Aan de activiteit rondom Twitter en Facebook te zien, is het wel een geliefd medium. Daarom blijven sociale media een aanvulling op de traditionele middelen en ingezet waar het een toevoeging kan zijn.

Gemeentelijke website

Tijdens de gesprekken gaven de inwoners aan dat zij het lastig vinden om informatie op de website te vinden. Met name via de huidige zoekmachine. De gemeente gaat daarom kijken hoe zij haar zoekmogelijkheden op de website gebruiksvriendelijker kan inzetten.

Wijkpanels

Tijdens de gesprekken gaven inwoners aan dat zij de wijkpanels missen, deze werden voor de fusie in de voormalige gemeente Schagen georganiseerd. Dit signaal gaan wij delen met de interne organisatie.



Gebruik maken van narrowcasting

De gemeente gaat meer aandacht besteden aan narrowcasting. Hiermee wordt bedoeld dat inwoners een keuze kunnen maken in het ontvangen van informatie. Dit kan gebiedsgerelateerd zijn of gebaseerd op onderwerpen. Uit het onderzoek blijkt namelijk dat de inwoners deze informatie selectief willen ontvangen.

Meer aandacht voor niet-digitale doelgroep

Tijdens de gesprekken met de inwoners boven de 55 jaar bleek dat zij allen digitaal vaardig zijn. Toch vinden zij niet dat de gemeente traditionele media kan vervangen door nieuwe media. De gemeente heeft namelijk informatieplicht en mag daarom geen enkele doelgroep uitsluiten. Deelnemers kwamen daarom met het idee om als gemeente 'gedrukte abonnementen' te faciliteren voor de inwoners die daar behoefte aan hebben en niet digitaal vaardig zijn. De gemeente wil daarom het aankomende jaar gaan inventariseren hoeveel inwoners gebruik willen maken van een 'gedrukt abonnement'. De gemeente zal dus in geen enkel geval een doelgroep uitsluiten.