



Communicatiemiddelen

ONDERZOEK ONDER HET BEWONERSPANEL HENDRIK-IDO-AMBACHT

Inhoud

1. Conclusies
2. Figuren en tabellen

De afdeling Communicatie van de gemeente Hendrik-Ido-Ambacht bezint zich op de toekomst. Hoe kunnen de communicatiemiddelen in de toekomst beter en efficiënter ingezet worden? Om die vraag te kunnen beantwoorden is het van belang om te weten wat de bekendheid en het bereik is van de huidige communicatiemiddelen en via welke (huidige, maar ook eventueel nieuwe) communicatiemiddelen inwoners het liefst geïnformeerd worden. U leest het in deze factsheet.

Om deze vragen te beantwoorden hebben wij, Onderzoekcentrum Drechtsteden, in november 2014 een enquête gehouden onder het Bewonerspanel Hendrik-Ido-Ambacht. Van de 273 panelleden van 18 jaar en ouder hebben 137 personen de vragenlijst ingevuld. Een respons van 50%.

Bewonerspanel Hendrik-Ido-Ambacht

Een digitaal panel met inwoners van Hendrik-Ido-Ambacht van 12 jaar en ouder die zichzelf hebben aangemeld en die graag hun mening geven via korte internetenquêtes. Dit is wat anders dan een representatieve steekproef onder de totale bevolking. Het Bewonerspanel Hendrik-Ido-Ambacht is uitermate geschikt om verschillende soorten meningen te inventariseren en om een eerste globale indruk te krijgen van de mate waarin die meningen onder de bevolking voorkomen.

1 Conclusies

De traditionele informatiekanaal en de website van de gemeente zijn goed bekend. Nieuwe media als social media, youtube en app zijn aanzienlijk minder bekend. Het bereik van het gemeentenuws in De Kombinatie is het grootst; drie kwart van de panelleden kijkt hier minstens eens per maand naar¹. Het bereik van de andere informatiekanaal ligt aanzienlijk lager; zo'n één op de tien kijkt daar minstens eens per maand naar.

Kijken we alleen naar degenen die bekend zijn met de twitter en facebookpagina van de gemeente, dan blijkt dat de helft er *niet* vaak op kijkt (maximaal een paar keer per jaar) en 20% à 30% kijkt er wel regelmatig op kijkt (een paar keer per week). Het is dus niet zo dat bekendheid automatisch leidt tot vaak gebruik maken van het middel.

De panelleden willen duidelijk het liefst geïnformeerd worden via het gemeentenuws (77%)² en via de gemeentewebsite (61%). Dit zijn dan ook de twee communicatiemiddelen waar zij verreweg het meeste vertrouwen in hebben. Twitter, facebook en youtube zijn duidelijk minder gewenst; deze communicatiemiddelen worden het meest genoemd als middel waarop zij juist liever *niet* door de gemeente geïnformeerd worden.

De behoefte aan het gebruik van nieuwe communicatiemiddelen (die de gemeente nu nog niet gebruikt) is beperkt. Een op de vijf panelleden zegt dat de gemeente nieuwe communicatiemiddelen in zou moeten zetten. Maar welke dit dan zouden moeten zijn loopt erg uiteen. Ook noemen sommigen panelleden hier communicatiemiddelen die niet geheel nieuw zijn voor de gemeente (zoals informatie per brief 3 keer genoemd werd), maar die niet in het rijtje in de vragenlijst stonden. Het meest genoemde voor de gemeente echt nieuwe communicatiemiddel is een nieuwsbrief via de e-mail waar je je op kunt abonneren

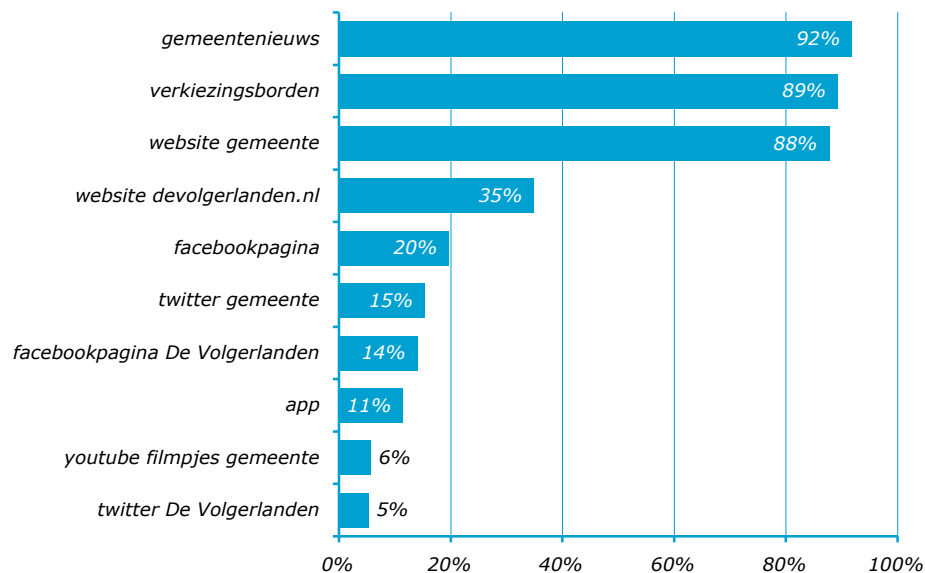
¹ Onder jongvolwassenen (18 tot 30 jaar) is de bekendheid en het bereik van het gemeentenuws iets lager: 74% kent het en 57% bekijkt het minstens een keer per maand.

² Onder jongvolwassenen (18 tot 30 jaar) bedraagt dit percentage 61%.

of via een push-mechanisme zodat je niet zelf actief hoeft te kijken of er nieuws is, maar je een melding krijgt wanneer er nieuws is (9 keer genoemd).

2 Figuren en tabellen

Figuur 1 Bekendheid media en informatiekkanalen



Toelichting: Onder jongvolwassenen (18 tot 30 jaar) ligt de bekendheid met het gemeentenieuws op 74%.

Tabel 1a Bereik informatiekkanalen onder de totale bevolking (%)

	één/paar keer per dag	één/paar keer per week	één/paar keer per maand	één/paar keer per jaar	minder dan 1x per jaar/nooit
gemeentenieuws in de Kombinatie	1	59	15	12	12
website gemeente	2	1	12	59	24
verkiezingsborden met posters	2	4	7	33	55
facebookpagina gemeente	0	4	6	1	88
twitter gemeente	1	3	2	1	93
website devolgerlanden.nl	1	1	5	9	84

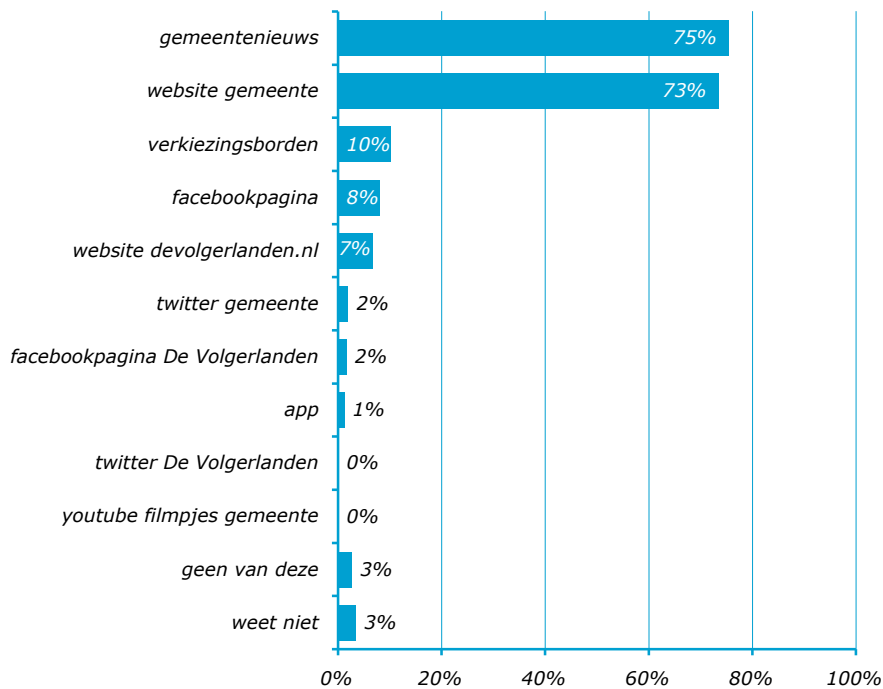
Toelichting: gepercenteerd op alle respondenten, zowel degenen die bekend zijn met het middel als degenen die er niet bekend mee zijn. Twitter De Volgerlanden, facebookpagina De Volgerlanden, youtube filmpjes van de gemeente en app voor op de smartphone zijn niet opgenomen in deze tabel, omdat te weinig respondenten bekend zijn met deze communicatiemiddelen.

Tabel 1b Bereik informatiekkanalen onder degenen die er bekend mee zijn (%)

	één/paar keer per dag	één/paar keer per week	één/paar keer per maand	één/paar keer per jaar	minder dan 1x per jaar/nooit
gemeentenieuws in de Kombinatie	1	66	17	13	4
website gemeente	1	4	15	71	10
verkiezingsborden met posters	2	5	7	38	48
facebookpagina gemeente	0	22	32	10	36
twitter gemeente	5	26	14	5	51
website devolgerlanden.nl	2	3	16	26	53

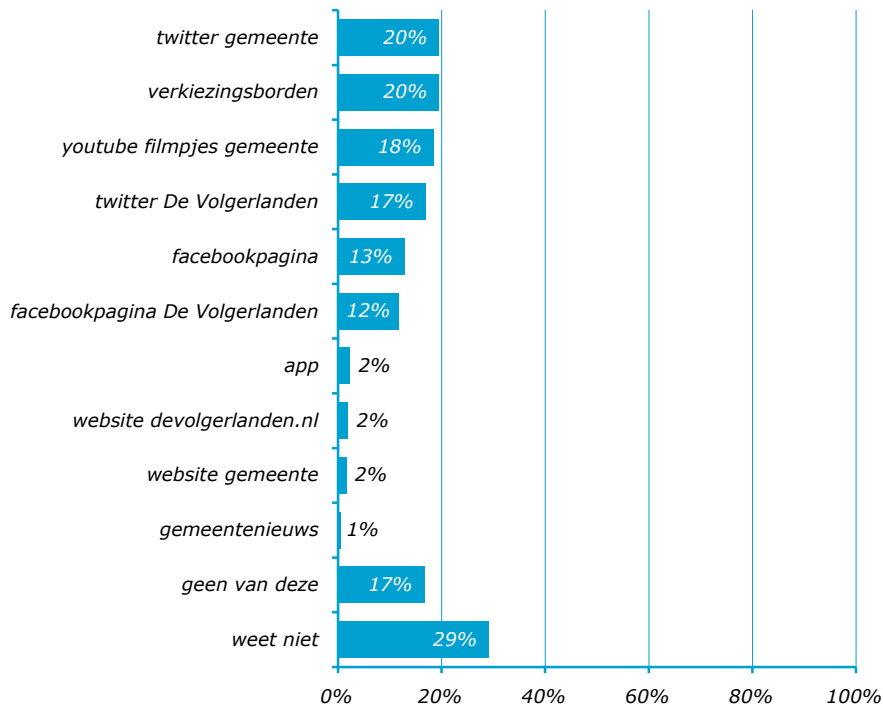
Toelichting: gepercenteerd op degenen die het communicatiemiddel kennen. Twitter De Volgerlanden, facebookpagina De Volgerlanden, youtube filmpjes van de gemeente en app voor op de smartphone zijn niet opgenomen in deze tabel, omdat te weinig respondenten bekend zijn met deze communicatiemiddelen.

Figuur 2 Meeste vertrouwen in...



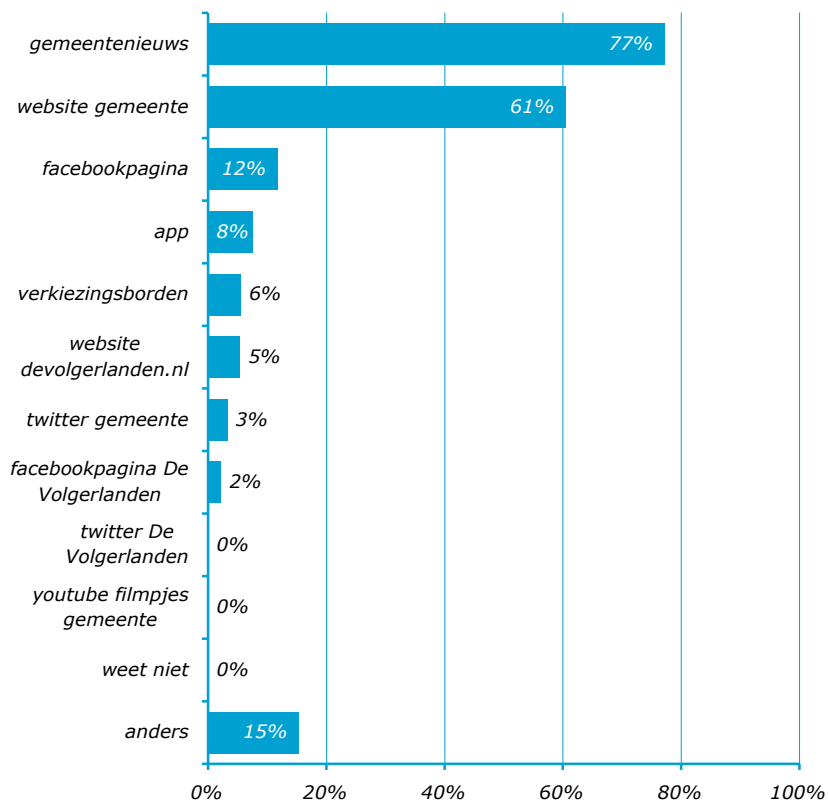
Toelichting: Onder jongvolwassenen (18 tot 30 jaar) scoort het gemeentenieuws hier 61%.

Figuur 3 Minste vertrouwen in...



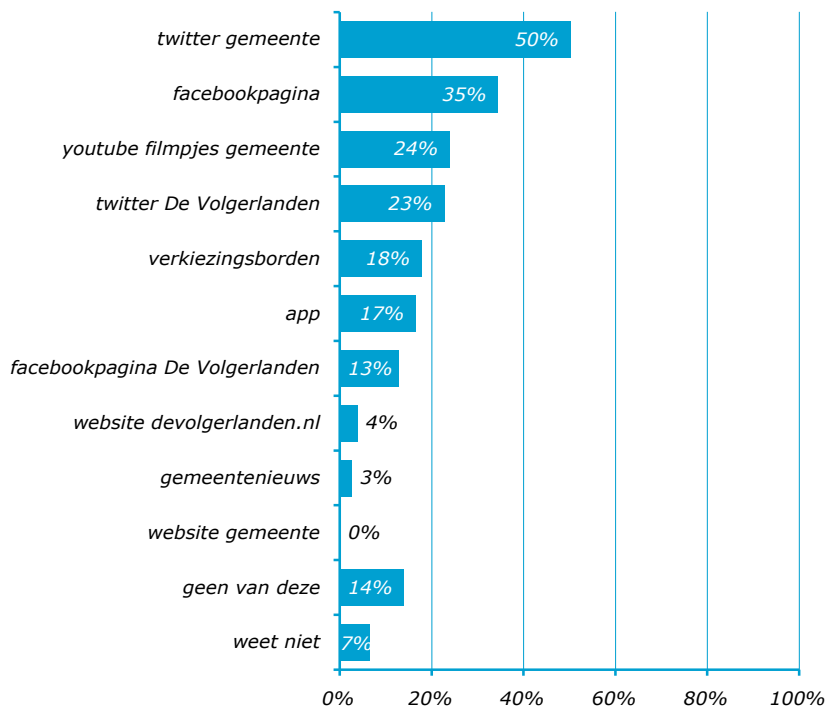
Toelichting: Onder jongvolwassenen (18 tot 30 jaar) scoren youtubefilmpjes van de gemeente hier 33%.

Figuur 4 Het liefst geïnformeerd worden via...

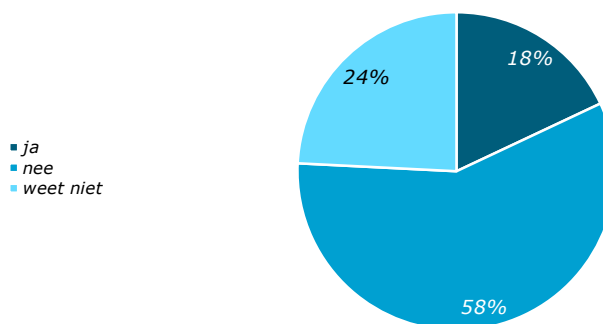


Toelichting: onder jongvolwassenen (18 tot 30 jaar) scoort het gemeentenieuws hier 61%.

Figuur 5 Liever niet geïnformeerd worden via...



Figuur 6 Moet de gemeente nieuwe informatiekkanalen gebruiken?



Tabel 2 Gewenste nieuwe informatiekkanalen

	aantal keer genoemd
(nieuwsbrief) via e-mail waar je je op kunt abonneren (of via push-mechanisme zodat je niet zelf actief hoeft te kijken of er nieuws is, maar je een bericht krijgt)	9
weekblad De Brug	3
informatie per brief (als het gaat om dingen in je eigen buurt of wijk)	3
er voor zorgen dat De Combinatie overal bezorgd wordt	2
via sms of whatsapp	2
lokale televisiezender	2
een wel werkende app met wel actuele en uitgebreide informatie	2
lokale radiozender	1
platforms	1

Toelichting: dit was een open vraag



drs. I.A.C. Soffers
W. van den Boogaard
januari 2015

Postbus 619
3300 AP Dordrecht
(078) 770 39 05

ocd@drechtsteden.nl
www.onderzoekcentrumdrechtsteden.nl