



# Communicatieonderzoek Hilversumse Meent

Een onderzoek onder bewoners naar het gebruik van  
communicatiemiddelen en behoefte aan informatie en  
communicatie

April 2017

# Inhoud



---

1. Communicatieonderzoek Hilversumse Meent	3
2. Conclusies en aanbevelingen	4
3. Resultaten	11
3.1 Binding met de wijk	12
3.2 Gebruik van communicatiemiddelen	14
3.3 Informatiebehoefte	16
3.4 SHM	19
4. Technische verantwoording	21

An overhead, top-down view of a group of people sitting around a large, light-colored wooden table. The image is semi-transparent and serves as a background. Several individuals are visible, some looking at their smartphones, one using a laptop, and others with their hands clasped or resting on the table. The overall atmosphere is professional and collaborative.

# Communicatieonderzoek Hilversumse Meent

# 1. Communicatieonderzoek Hilversumse Meent

De bestuur van de Stichting Hilversumse Meent (SHM) wil voor de komende jaren een visie & strategie formuleren op het communicatiebeleid. Communicatiemiddelen moeten goed worden afgestemd op de snelle ontwikkelingen in de online omgeving en sociale media. Daarnaast is er met vrijwilligers een project gestart om de sterke & zwakke punten van de huidige communicatie in beeld te brengen. Om een goed inzicht te krijgen in de informatiebehoeften en de wijze waarop wijkbewoners en organisaties op dit moment worden bereikt en betrokken kunnen/willen worden, heeft de SHM opdracht gegeven om een indicatie onderzoek te doen onder bewoners.

In maart 2017 is dit onderzoek uitgevoerd. Dit rapport bevat de resultaten van een communicatie-onderzoek onder bewoners.



## 2. Conclusies binding met de wijk

### **Meeste bewoners voelen zich (sterk) verbonden met de Meent, maar minderheid wil zich actief inzetten**

De meeste Meentbewoners voelen zich sterk verbonden met de Hilversumse Meent (72%). Dat geldt voor mannen en vrouwen evenzeer en voor jongeren (18-34 jaar) iets minder (64%). Ook hoogopgeleiden voelen zich iets minder verbonden met de Hilversumse Meent (62%).

Ongeveer de helft van de bewoners heeft veel contact met andere mensen in de Meent. Jongeren hebben dat een stuk minder en de generaties van 35-49 jaar en 65 jaar en ouder wat meer.

Een minderheid is op dit moment actief in de meent (21%) of doet mee aan georganiseerde activiteiten in de buurt (27%).

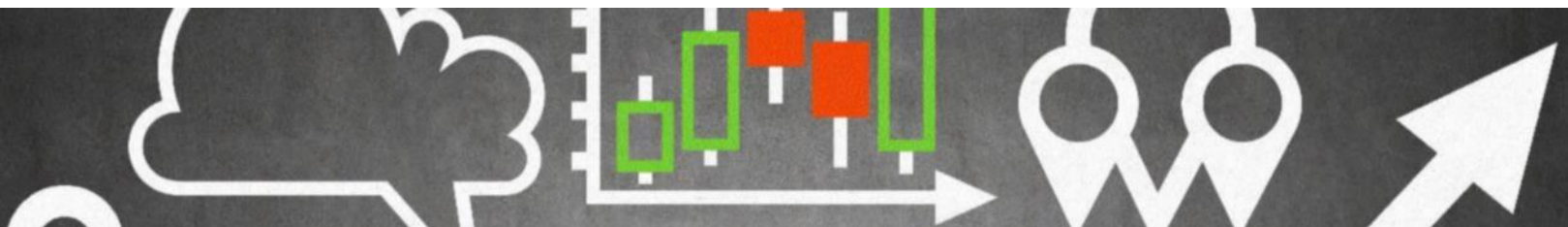
Een iets grotere fractie wil zich inspanssen voor een betere en leukere woonomgeving (33%) en dat geldt zelfs iets meer voor jonge bewoners en hoger opgeleiden.

### **Ca. 1 op 10 bewoners wil actief worden. 'Te druk'/'weinig tijd' hoofdargument om niet actief te worden**

Ongeveer een kwart van de bewoners zegt actief te zijn in de Hilversumse Meent en slechts 9% wil actief worden.

Opmerkelijk genoeg is de bereidheid om actief te worden bij jongeren juist groter dan bij ouderen.

Redenen om niet actief te worden liggen nogal voor de hand (teveel andere activiteiten en te weinig tijd). Maar een behoorlijk aantal bewoners geeft ook aan dat de belangstelling voor vrijetijdsbesteding vooral buiten de Meent ligt (25%) of voelt weinig aansluiting bij de mensen die nu actief zijn in de Meent (11%). Deze argumenten horen we wat vaker bij jongere bewoners.



## 2. Conclusies communicatiemiddelen

### **'Je Meent Het' is het dominante informatiemedium. Website en facebookpagina bereiken minderheid**

Het maandelijkse wijkblad 'Je Meent Het' bereikt praktisch alle bewoners en wordt zeer goed gewaardeerd (7,9). Op de tweede plaats komt dan de Gooi en Eembode met een bereik van 78% en volgen de twee andere huis-aan-huisbladen (ca. 45% bereik).

De website van de wijkorganisatie SHM bereikt een minderheid van de bewoners. 4% Goed of regelmatig en 37% af en toe. De Facebookpagina bereikt circa een kwart van de bewoners (23%). De waardering van zowel de website als de Facebook pagina is redelijk (6,7). De website wordt door de verschillende leeftijdsgroepen bekeken, de Facebook pagina vooral door jongeren.

De Groene Zuil in het winkelcentrum heeft ook een dergelijke bereik (39%) en met bijeenkomsten of wijkvergaderingen in de Kruisdam wordt ongeveer een derde van de bewoners bereikt.

Whatsappgroepen in de eigen buurt zijn nog niet erg ingeburgerd. 15% Van de bewoners zegt deze te gebruiken.

Gevraagd naar de communicatiemiddelen die bewoners zelf willen gebruiken om informatie te vinden of contact te houden met de Meent en bewoners wordt primair gewezen naar het wijkblad 'Je Meent Het' (87%) en in tweede instantie naar de website van de Stichting Hilversumse Meent (44%). Bijeenkomsten in de Kruisdam zijn voor een minderheid een geschikt middel en dat geldt ook (nog?!) voor de Whatsapp-groepen (24%). Deze Whatsapp-groepen staan overigens vooral bij jongeren goed op het netvlies als communicatiemiddel (54%).



## 2. Conclusies informatiebehoefte

### Ruim 90% voelt zich goed geïnformeerd en ruim 80% heeft geen extra informatiebehoefte...

93% Van alle bewoners voelt zich goed geïnformeerd over wat er speelt in de Hilversumse Meent. De behoefte aan *meer* informatie is niet erg groot (17%). Interessant is dat jongeren en jonge gezinnen meer behoefte hebben aan meer extra informatie over de Meent dan 50-plussers.

### Informatiebehoefte gaat vooral uit naar *algemene informatie over de wijk*

De informatiebehoefte gaat vooral uit naar algemene informatie over de wijk, zoals informatie van de gemeente, groenonderhoud, verkeer, ontwikkeling van het centrumgebied, openbaar vervoer, scholen, et cetera. 9 Van de 10 Meentbewoners kijkt uit naar dit soort informatie en de helft zegt daar zelfs 'veel behoefte' aan te hebben. De behoefte aan informatie over sociale en culturele zaken in de buurt komt echt op een tweede plaats. Zo'n 60-67% heeft behoefte aan dit soort informatie en zo'n 20% veel behoefte. De interesse in een *dialog* is bij 11% sterk aanwezig en in totaal 57% 'staat er voor open'.

In het algemeen valt op dat jonge bewoners (18-34 jaar) en jonge gezinnen veel meer uitkijken naar de verschillende typen informatie (zowel algemene, Gemeentelijke- als sociale-/culturele informatie) dan 50-plussers.

### Gebruiksintentie van een internetplatform is hoog. Ook om daarop actief deel te nemen...

In het onderzoek is ook de interesse gepeild in een internetplatform waarop bewoners zowel de dialoog met elkaar kunnen aangaan als allerhande informatie over de buurt kunnen vinden. Een beschrijving die erg lijkt op het internetplatform 'Leefsaamen' zoals onlangs door de Gemeente Hilversum voorgesteld. De gebruiks*intentie* voor dat platform is hoog (31% zou het regelmatig gebruiken en nog eens 49% af en toe) en het zou niet alleen passief maar ook actief worden gebruikt (47% zou ook deel willen nemen aan discussies en informatie willen delen). Dit staat alles wel in schril contrast met het huidige bereik en gebruik van de website en de Facebookpagina van de Meent (respectievelijk 41% bereik en 23%, waarvan het overgrote deel zegt deze media slechts af en toe te gebruiken).



## 2. Conclusies SHM

### Ca. 25% bewoners heeft goed beeld van SHM

Een kwart van de Meentbewoners zet een goed beeld te hebben van de activiteiten van SHM. Onder 65-plussers is dat 35% en ook onder jonge gezinnen (35 – 49 jaar) is dat hoger dan gemiddeld (37%). Van de jongeren (18 – 34 jaar) is slechts 8% bekend met de activiteiten van de stichting Hilversumse Meent. En in de groep 50- 64 jaar is 13% goed op de hoogte.

### Ca. 32% komt regelmatig op de Kruisdam, ca. 50% incidenteel

Veel medebewoners (51%) komen incidenteel op de Kruisdam en ongeveer een-derde komt daar regelmatig tot vaak. Interessant is dat de bewoners die vaak op de Kruisdam komen bovengemiddeld gelukkig zijn met de Meent als woonwijk (gemiddeld rapportcijfer 8,6 tegen 8,2 overall gemiddeld). Het zijn weer de 65-plussers die het gemiddelde aanzienlijk omhoog trekken (45% komt er tenminste regelmatig). Hetzelfde geldt voor lager opgeleiden (46% regelmatig). Jongeren komen hooguit incidenteel op de Kruisdam.

Behoudens alle voor de hand liggende redenen om daar niet te verschijnen zegt 35% weinig aansluiting te voelen met mensen in de Kruisdam.

### Ca. 25% bewoners heeft goed beeld van SHM

Hoewel driekwart van de bewoners slechts een beetje of zelfs niet bekend is met de Stichting Hilversumse Meent vindt 76% dat ze wèl goed zijn geïnformeerd over de activiteiten en beleidsplannen van de Stichting. Bijna 20% heeft behoefte aan meer informatie over de SHM. Dit zijn vooral jongeren en jonge gezinnen.





## 2. Overall conclusies

De bewoners voelen zich in ruime meerderheid sterk verbonden met hun buurt, maar lang niet iedereen heeft veel contacten met andere mensen in de Meent (ruim de helft heeft dat) en een minderheid is bereidheid zich in te spannen voor de buurt (33%). Men is gelukkig met de woonomgeving. Bewoners geven daarvoor het rapportcijfer 8,2.

Men is tevreden met de omgeving, maar de bereidheid om zich in te spannen voor de buurt is er bij de meesten niet. Daarbij is er ook weinig behoefte aan meer informatie over het reilen & zeilen van de buurt. 93% van de bewoners voelt zich prima geïnformeerd en slechts 17% kijkt uit naar meer informatie. Datzelfde geldt voor de activiteiten en beleidsplannen van de SHM. Driekwart vindt dat ze daar voldoende van weten en 82% heeft dan ook geen behoefte aan meer informatie op dat punt. Het is vooral algemene gemeentelijke en infrastructurele informatie waar (veel) behoefte aan is en in tweede instantie is er behoefte aan informatie over sociale en culturele activiteiten in de buurt.

Het wijkblad 'Je Meent Het' is nadrukkelijk het medium dat de Meentbewoners informeert over hun buurt. De huis-aan-huisbladen hebben daar ook een functie in, maar zowel in leesbereik als waardering steekt het wijkblad met kop en schouders boven alle andere media uit. De website wordt door een minderheid gebruikt (en dan ook weinig intensief) en dat geldt in nog sterkere mate voor de Facebookpagina. Ook andere communicatiemiddelen bereiken steeds minderheden.



## 2. Aanbevelingen

Het ligt voor de hand om te blijven investeren in het wijkblad 'Je Meent Het'. Dit wordt goed gewaardeerd (7,9) en daarmee worden praktisch alle Meentbewoners bereikt, waar alle andere communicatiemiddelen slechts minderheden bereiken. De digitale media hebben slechts een klein bereik. Omdat er daarnaast nauwelijks een spontane vraag is naar meer informatie, lijkt een strategie waarbij eenzijdig wordt geprobeerd om het bereik van de digitale media te vergroten een dood spoor.

Met het oog op de toekomst lijkt het verstandig om *via het wijkblad* het gebruik van de SHM-website en Facebookpagina consequent te versterken. Om steeds de koppelingen te leggen tussen informatie in het wijkblad en meer informatie of praktische informatie op de website of Facebookpagina. Hierbij kan ook gebruik worden gemaakt van de wetenschap dat bewoners vooral geïnteresseerd zijn in algemene praktische informatie over groenvoorziening verkeer scholen, et cetera.

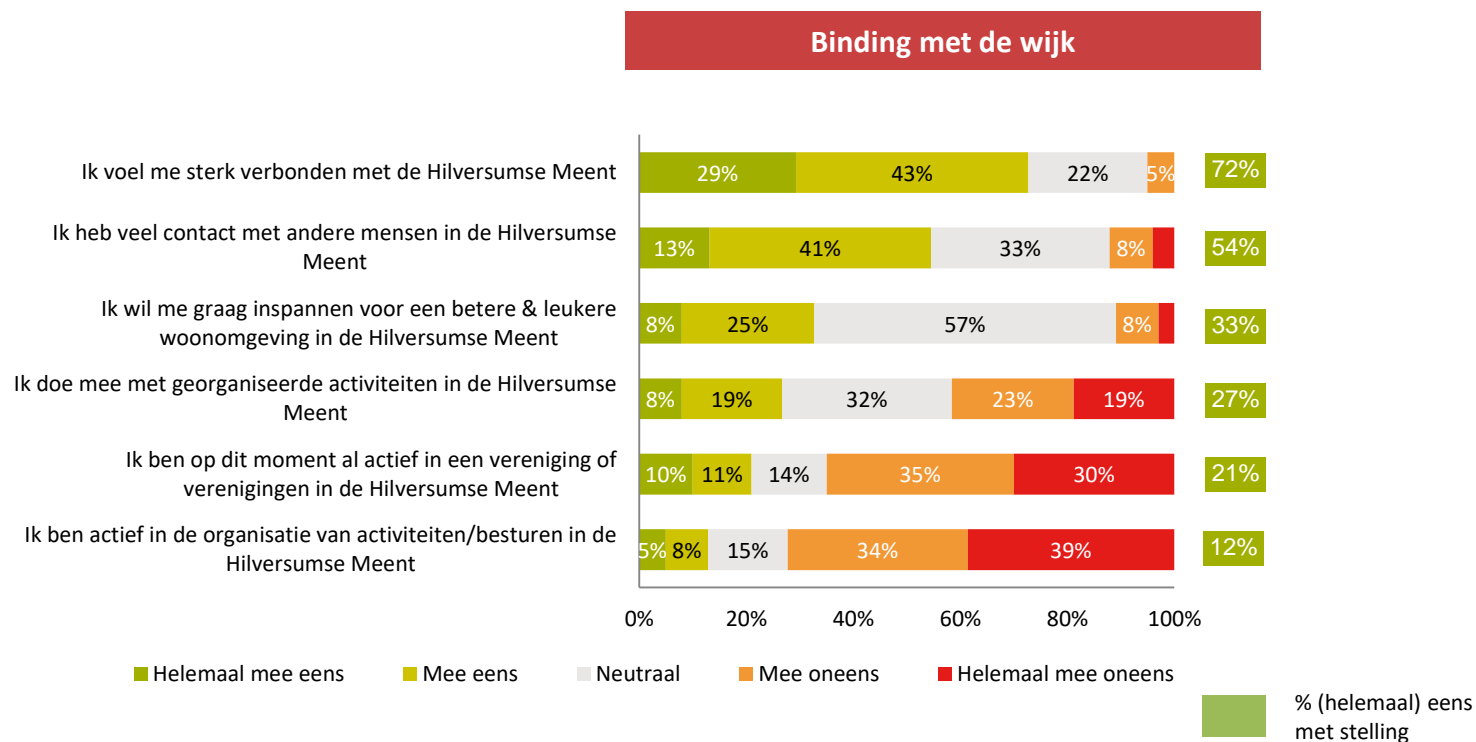
Gegeven het enorme effectieve bereik van het wijkblad Je Meent Het, zou ook een vernieuwing van de vormgeving, overwogen kunnen worden. Om het daarmee ook de komende jaren voor de jongere cohorten aantrekkelijk te houden.



An overhead, top-down view of a group of approximately ten people sitting around a large, light-colored wooden table. The image is semi-transparent and serves as a background. Several individuals are using mobile devices: one person on the left is holding a smartphone, another in the top right is using a laptop, and others are holding tablets or smartphones. The overall scene suggests a collaborative meeting or workshop.

# Resultaten

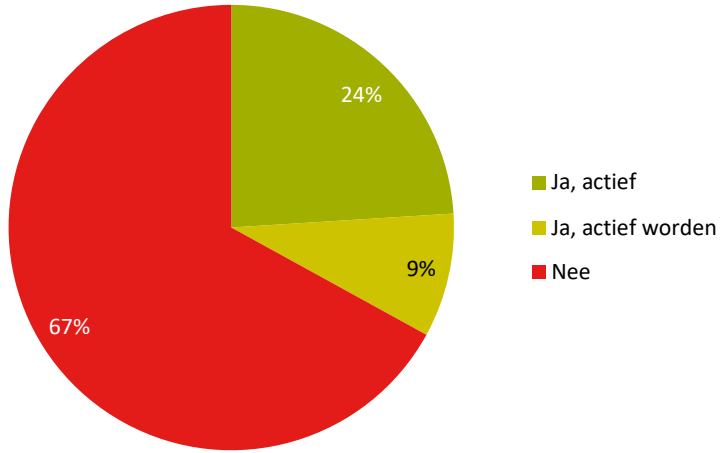
# Meeste bewoners voelen zich (sterk) verbonden met de Meent, maar minderheid wil zich actief inzetten



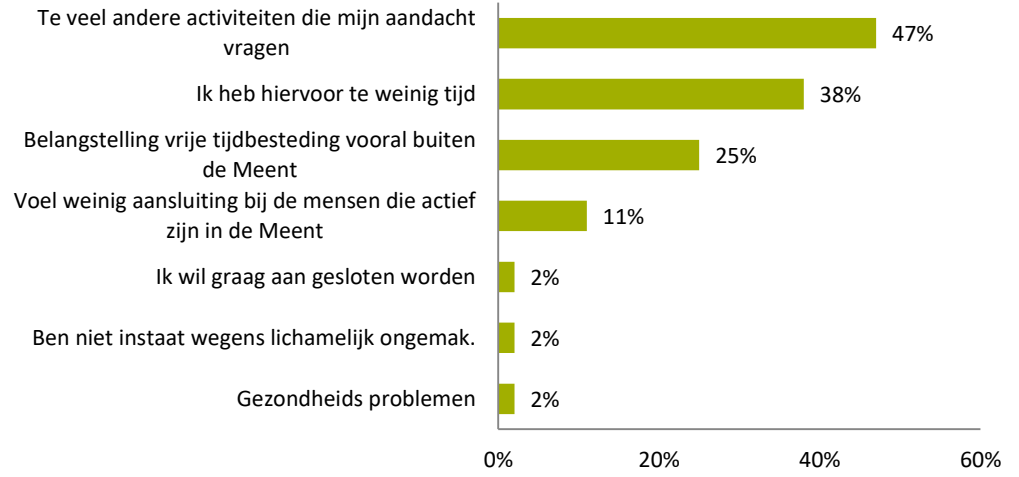
# Ca. 1 op 10 bewoners wil actief worden. 'Te druk'/'weinig tijd' hoofdargument om niet actief te worden

## Actief in de wijk

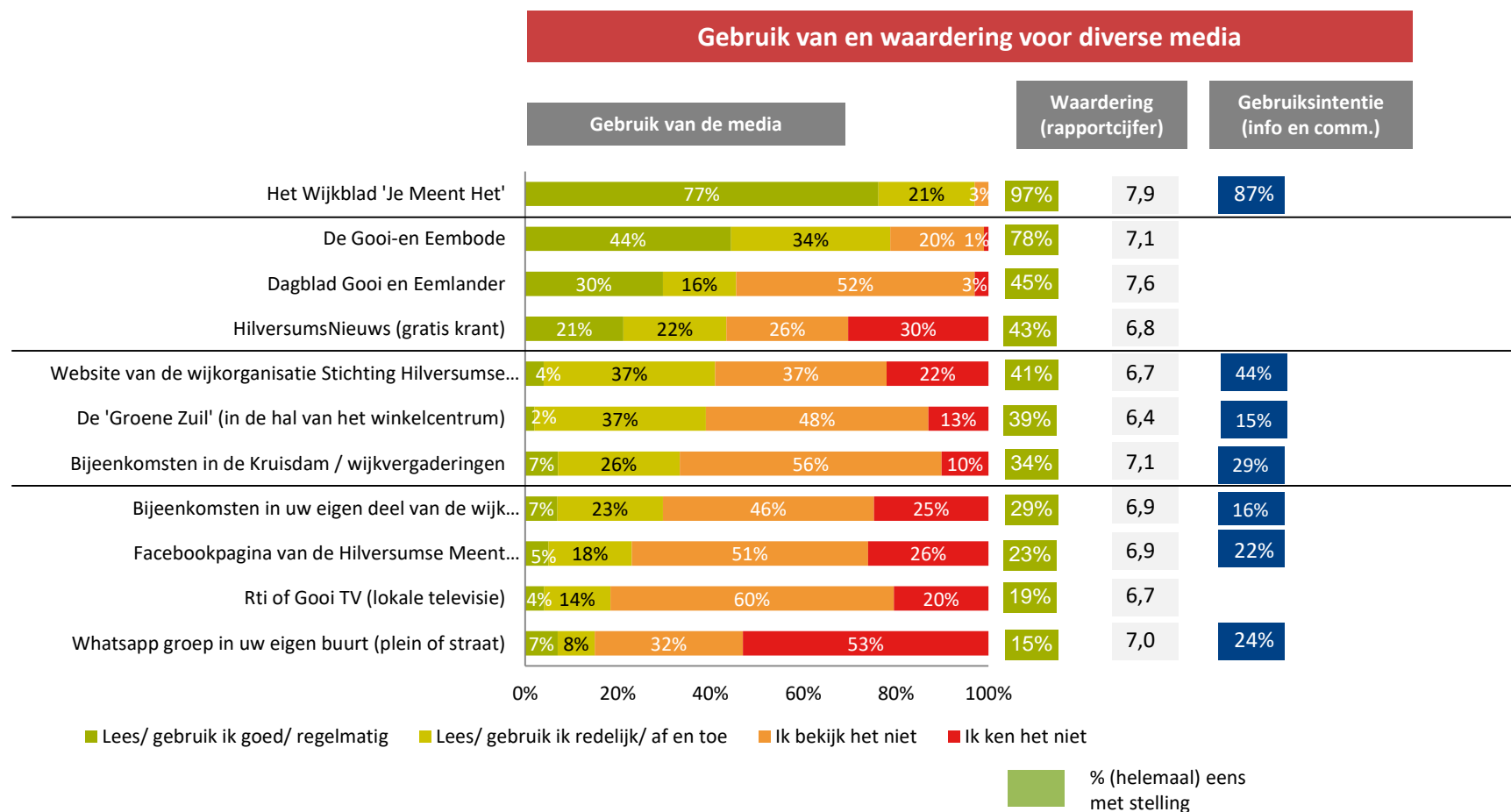
### Actief in de wijk?



### Redenen om niet actief te zijn



# 'Je Meent Het' is het dominante informatiemedium. Regionale dagbladen ook relatief hoog bereik en waardering

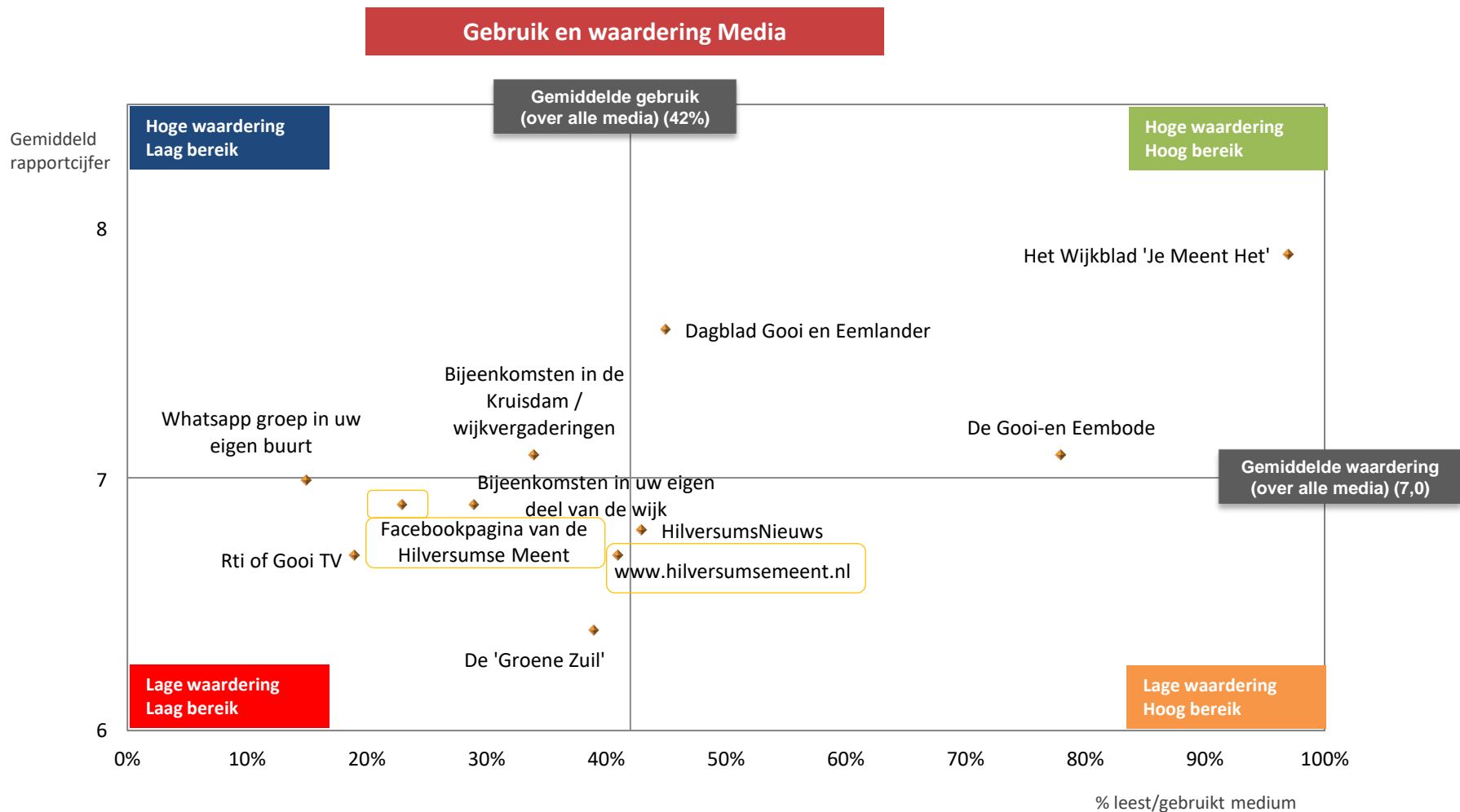


B1. Hoeveel gebruik maakt u van de volgende media?

B2. Hoe waardeert u deze media? Basis: leest/gebruikt medium

C5. Welke communicatiemiddelen zou u zelf willen gebruiken om informatie te vinden of contact te onderhouden met de Hilversumse Meent en bewoners?

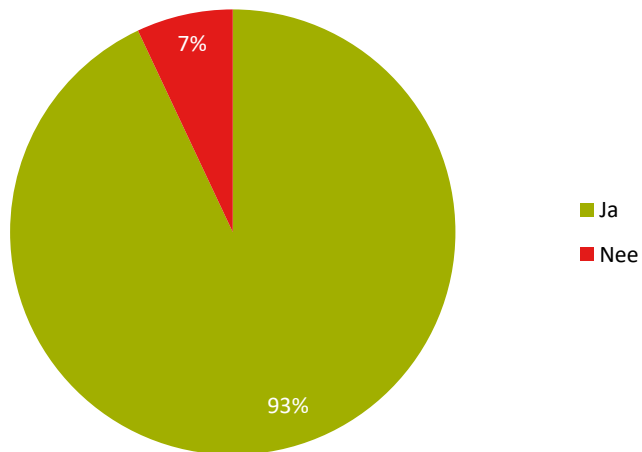
# Digitale media komen nog weinig uit de verf. Bereik relatief laag en waardering nog onder de 7



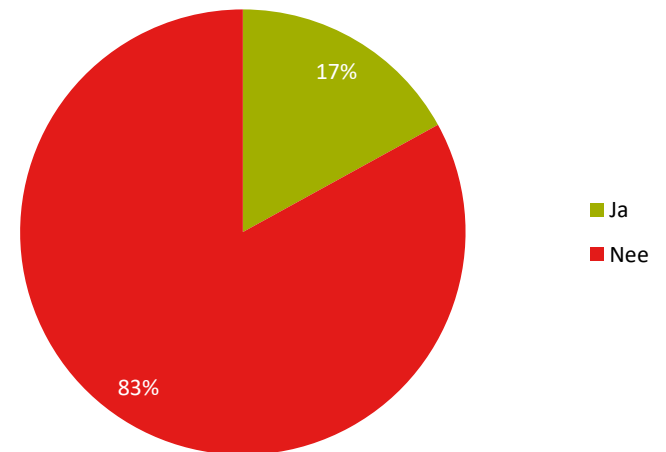
# Ruim 90% voelt zich goed geïnformeerd en ruim 80% heeft geen (extra) informatiebehoefte...

## Informatiebehoefte

### Voel me goed geïnformeerd



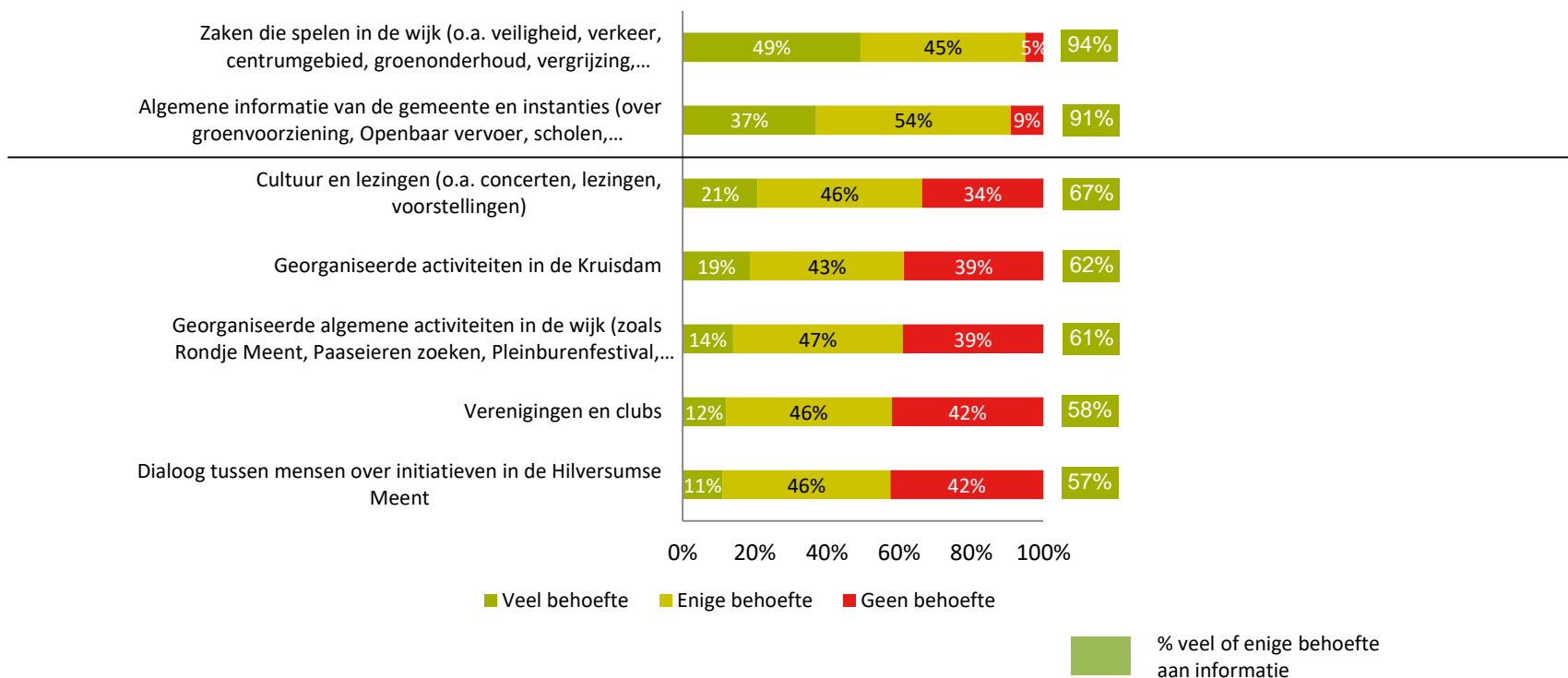
### Behoeft aan meer informatie



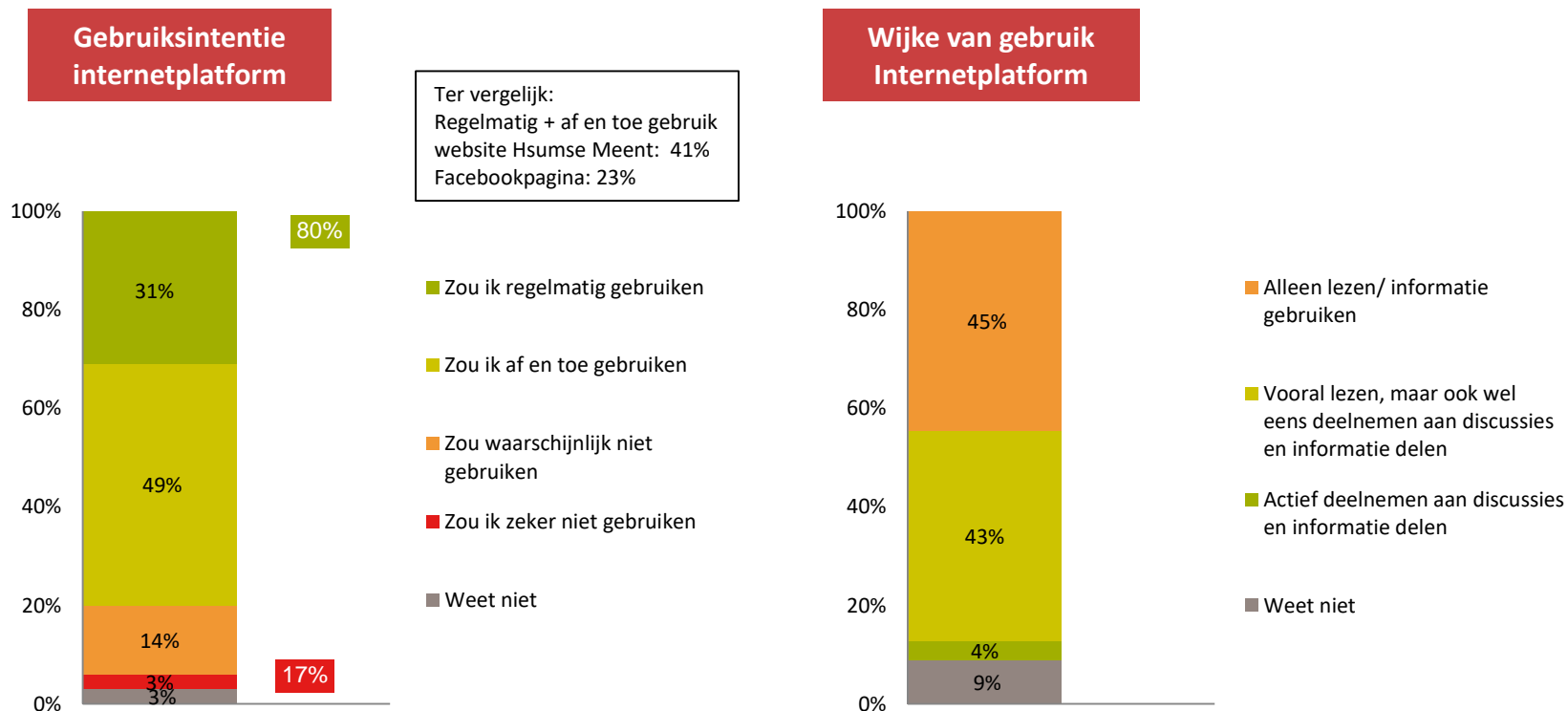


# Informatiebehoefte gaat vooral uit naar *algemene* informatie over de wijk

## Informatiebehoefte (onderwerpen)



# Gebruiksintentie van een internetplatform is hoog. Ook om daarop actief deel te nemen

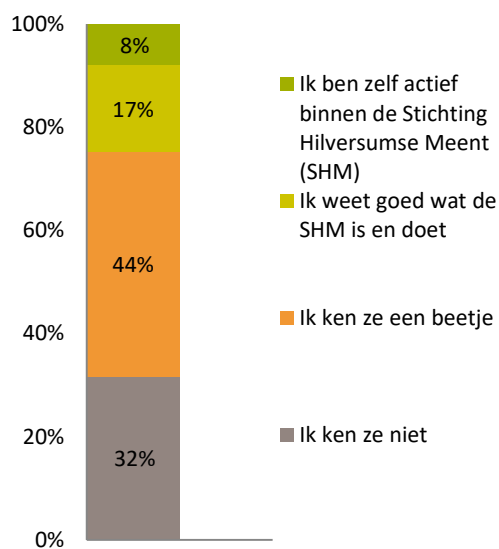


- C6a. Als er een internetplatform zou zijn waarop u informatie vindt over: alle activiteiten in de Hsumse Meent, zaken die spelen m.b.t. verkeer, groenvoorziening, plannen van de Gemeente etc. en waarop bewoners zelf ook berichten kunnen posten en met elkaar kunnen communiceren. In hoeverre zou u daar gebruik van maken?
- Cb6. Zou u dit platform dan vooral gebruiken om daar informatie te lezen of zou u daarop ook zelf in gesprek willen met andere Meentbewoners of met het bestuur van de Stichting ilversumse Meent of besturen van clubs binnen de Hilversumse Meent?

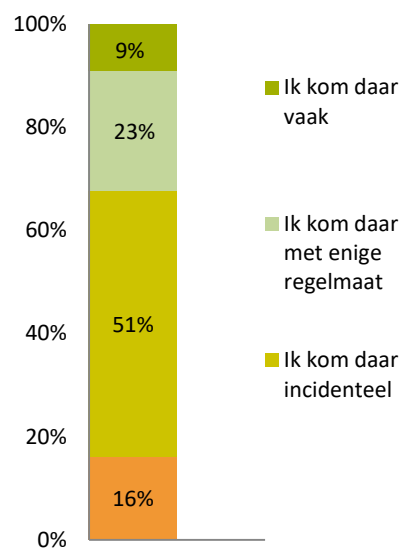
# Ca. 25% bewoners heeft goed beeld van SHM.

# Ca. 32% komt regelmatig op Kruisdam, ca. 50% incidenteel

## Relatie met SHM



## Bezoek Kruisdam



## Redenen geen bezoek Kruisdam



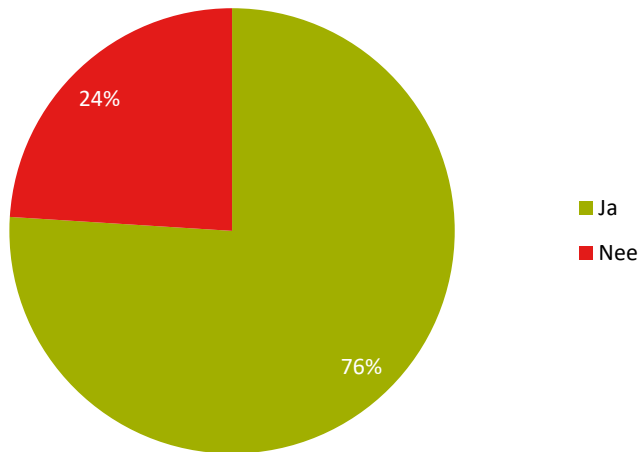
D1. In hoeverre bent u bekend met de Stichting Hilversumse Meent (SHM)? De organisatie die namens de bewoners van de wijk activiteiten organiseert en belangen behartigt.

D2a. Kent u en bezoekt u de Kruisdam?

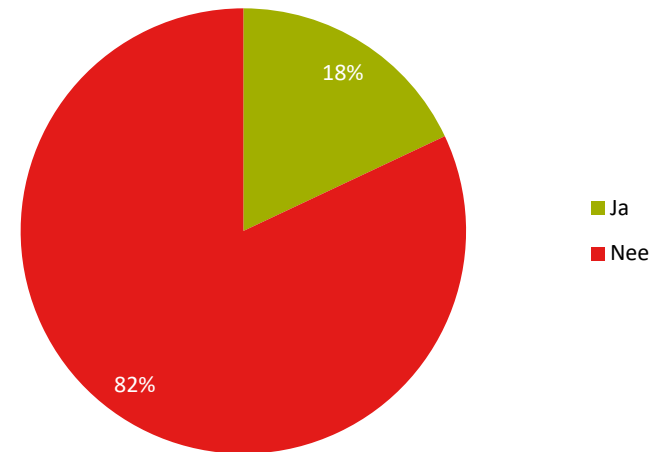
D2b. Waarom komt u incidenteel of niet op de Kruisdam? Meest genoemde argumenten.

# Meeste bewoners voelen zich voldoende geïnformeerd over activiteiten SHM. Kleine 20% heeft behoefte aan meer info.

Goed geïnformeerd over SHM?



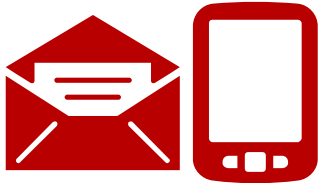
Behoeftte aan meer info SHM?



An overhead, top-down view of a group of approximately ten people sitting around a large, light-colored wooden table. The image is semi-transparent and serves as a background. Several individuals are using mobile devices: one person on the left is holding a smartphone, another in the upper right is using a laptop, and others are holding tablets or smartphones. The people are dressed in business-casual attire. The overall scene suggests a collaborative meeting or workshop.

# Onderzoeksverantwoording

# Onderzoeksverantwoording



## Methode

Online onderzoek via brief met uitnodiging naar website met vragenlijst. Met mogelijkheid om vragenlijst postaal te ontvangen en in te vullen. Veldwerk uitgevoerd door No Ties.



## Doelgroep en steekproef

Alle n=1830 huishoudens van de Hilversumse Meent zijn uitgenodigd om mee te doen aan het onderzoek. Respons: n=224 (=12%). Resultaten herwogen naar opleidingsniveau, leeftijdsgroepen en samenstelling huishouden.



## Inhoud en vragenlijst

Vragenlijst opgesteld in overleg met SHM Bestuur. Invulduur was ca. 8 minuten.



## Timing

Veldwerkperiode: 1 – 20 maart 2017



## Rapportage

Rapportage in PowerPoint. Daarnaast is een uitgebreid tabellenboek beschikbaar.