



KATHOLIEKE
UNIVERSITEIT
LEUVEN

Onderzoek communicatiebeleid stad Herentals

Stageproject

Liesbet Dillen
Master Bedrijfscommunicatie
K.U.Leuven

Stagebegeleider

Jef Versmissen
communicatieambtenaar
stad Herentals

Inhoudsopgave

Voorwoord.....	2
Vragenlijst en steekproeftrekking	3
Verdeling respondenten	4
Mediagebruik.....	6
Bezit van communicatiemedi.....	6
Gebruik van communicatiemedi.....	6
Stedelijke informatiekana.....	7
Interesse in de stad	7
Stadskrant.....	7
Website.....	8
Waar vinden respondenten specifieke informatie?.....	10
Bewonersbrieven.....	11
Bewonersvergaderingen	11
Initiatief bij het zoeken naar informatie.....	12
Persoonlijk contact met het stadspersoneel.....	12
Bereikbaarheid burgemeester en schepenen	13
Nieuwe media	14
Gebruik nieuwe media	14
Computervaardigheden.....	14
Opkomst nieuwe media	14
Opmerkingen en suggesties	16
De kritische opinieleider	17
Conclusie	19
Aanbevelingen voor de toekomst	20
Bijlage: codeboek	22

Voorwoord

De communicatiedienst van de stad Herentals bestaat in 2011 vijftien jaar. Er is sinds de oprichting van de dienst nog geen onderzoek gebeurd naar de effecten en de kwaliteit van de communicatie van de stad. Tijdens de maanden februari en maart 2011 kon de communicatiedienst beroep doen op een stagiaire Master Bedrijfscommunicatie van de K.U.Leuven. Dit was de gepaste gelegenheid om een onderzoek te voeren naar het communicatiebeleid.

De functie van communicatie op gemeentelijk niveau is tweeledig. In de eerste plaats zorgt communicatie voor een democratisering van het gemeentebestuur. Kernbegrippen om dit te realiseren zijn: openbaarheid, informatie, inspraak en participatie en klachtenbehandeling. In de tweede plaats zorgt communicatie voor een efficiënter bestuur. De burger als klant is hierbij het uitgangspunt. Communicatie kan begrip en steun voor het gevoerde beleid genereren. Kernbegrippen om dit te realiseren zijn: klantgerichtheid, pr en promotie, imagovorming en integrale kwaliteitszorg.

Dit rapport geeft weer in welke mate het communicatiebeleid deze doelstellingen al dan niet bereikt. De resultaten zijn overwegend positief, maar het onderzoek brengt ook enkele belangrijke aandachtspunten naar voor. Zo blijkt nog steeds dat de inwoners van de deelgemeenten zich niet aangesproken voelen door de stedelijke communicatie. Het meest opvallende resultaat is dat de Herentalse opinieleiders over het algemeen zeer kritisch staan tegenover het communicatiebeleid.

Deze opinieleiders zijn voor de stedelijke communicatie een belangrijke doelgroep. Het zijn mensen die actief deelnemen aan adviesraden en die een grote interesse vertonen in de werking van de stad. Het zijn mensen wiens opinie telt in de familie- en vriendenkring. De kritische feedback van deze opinieleiders vinden we waardevol. Om aan de communicatiebehoeften van deze opinieleiders te voldoen, moet de stad zich verder blijven richten op moderne communicatietechnieken waarmee ze twee jaar geleden is gestart.

Dit betekent niet dat de bestaande, meer traditionele communicatiemiddelen minder belangrijk worden. Uit de resultaten blijkt een grote tevredenheid over de Stadskrant, die als belangrijkste communicatiekanaal naar voor komt, en die ook hoge tevredenheidsscores krijgt. De cijfers tonen daarnaast aan dat nog een kleine 20% van onze inwoners niet over internet of een computer beschikt. Een belangrijk deel van internetbezitters geeft bovendien aan dat hun computerkennis veeleer beperkt is. Bovendien blijkt niet elke e-surfer ook effectief op zoek naar overheidssites. De aandacht voor de traditionele mediakanalen mag dus zeker niet verminderd worden.

Samenvattend kunnen we stellen dat de Herentalsenaar vraagt om de huidige communicatie-inspanningen te behouden en op bepaalde vlakken te versterken. Voor de bewoners uit de deelgemeenten moet een manier gevonden worden om de communicatie beter te richten. Om de opinieleiders beter te bereiken, zijn er extra inspanningen nodig op het vlak van e-communicatie.

De stedelijke communicatiedienst en het stedelijke communicatiebeleid staan dus voor een interessante opdracht. Dit rapport toont aan dat de huidige inspanning gewaardeerd worden, maar ook dat er een aantal blinde vlekken bestaan. Het is onze taak om hier samen een oplossing voor te vinden en om de communicatie van de stad in de toekomst te blijven verbeteren.

Liesbet Dillen
Jef Versmissen

Vragenlijst en steekproeftrekking

Voor het onderzoek stelden we een vragenlijst op die peilde naar 91 variabelen. De vragenlijst werd op drie manieren verspreid:

- via een link op de website naar een online enquête;
- via een papieren versie die te vinden was op de balies van de dienst toerisme, de Lakenhal, het archief, de bibliotheek, het Netepark, de technische dienst, het administratief centrum en de jeugddienst. Bezoekers konden de vragenlijst ter plaatse invullen en indienen;
- via een aselechte steekproef van 1.000 personen, ouder dan 16 jaar, uit het rijksregister. Dit gebeurde via een 'random'-opdracht in Excel. Deze personen kregen de vragenlijst via de Post toegestuurd en konden de vragenlijst gratis terugsturen.

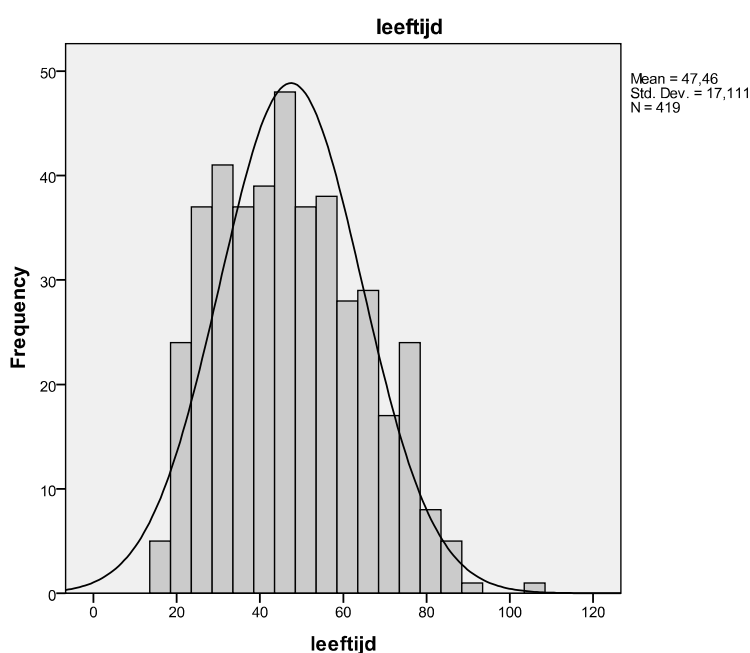
Het verzamelen van de data werd afgesloten na 14 dagen.

Verdeling respondenten

In totaal vulden 422 respondenten de vragenlijst in. 227 van de 1.000 personen uit de aselechte steekproef vulden de papieren vragenlijst in. Dat is een responsiegraad van 22,7%, wat een goed resultaat is in sociaal onderzoek. 193 respondenten vulden de vragenlijst digitaal in. Via de balie werden er 2 vragenlijsten ingevuld. In dit onderzoek hebben we te maken met twee grote groepen: de respondenten die de vragenlijst invulden omdat ze hem toegestuurd kregen en de respondenten die geïnteresseerd zijn in de stad en haar communicatiebeleid en actief op zoek gingen naar de digitale vragenlijst.

Uit onze gegevens blijkt dat we van een representatieve steekproef kunnen spreken. 17% van de respondenten is jonger dan 30 jaar, 71% is tussen 30 en 70 jaar en 12% is ouder dan 70 jaar. De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 47,5 jaar, terwijl die van de totale bevolking 48,5 jaar is. De man-vrouwverhouding bij de respondenten bedraagt 49,6% - 50,4%, terwijl die bij de bevolking 49,2% - 50,8% is.

77% van de respondenten woont in Herentals, 7% woont in Morkhoven en 16% woont in Noorderwijk. In vergelijking met de bevolking zien we in lichte vertekening in het voordeel van Herentals en in het nadeel van Noorderwijk. 73,4% van de bevolking woont in Herentals, 7,4% in Morkhoven en 19,1% in Noorderwijk.



<30	16,90%
30-49	39,90%
50-69	30,80%
>70	12,40%

Man	49,60%
Vrouw	50,40%

Herentals	77,30%
Morkhoven	6,70%
Noorderwijk	16,00%

Het grootste deel van de respondenten (37%) heeft een diploma hoger secundair onderwijs. In vergelijking met de nationale gegevens van Statbel wijst dit op een vertekening in het voordeel van de hoger opgeleiden. Mensen met een diploma lager secundair onderwijs en vooral lager onderwijs zijn ondervertegenwoordigd in onze steekproef.

Lager onderwijs	9,80%
Lager Secundair onderwijs (eerste drie jaren)	17,70%
Hoger Secundair onderwijs (laatste drie jaren)	37,00%
Professionele Bachelor	19,30%
Academische Bachelor	3,60%
Master	12,60%

31% werkt als bediende en 24% is gepensioneerd. De meeste respondenten (68%) zijn gehuwd of samenwonend.

Student	4,30%
Arbeider	11,40%
Bediende	30,90%
Ambtenaar	9,20%
Vrij beroep	2,20%
Zelfstandige	7,50%
Huisvrouw/man	2,40%
Werkloos	4,60%
Invalide	3,60%
Gepensioneerd	23,90%

Alleenwonend - geen kinderen	11,40%
Alleenwonend - alle kinderen jonger dan 16	2,80%
Alleenwonend - één of meer kinderen ouder dan 16	5,20%
Gehuwd of samenwonend - geen kinderen	23,00%
Gehuwd of samenwonend - alle kinderen jonger dan 16	16,40%
Gehuwd of samenwonend - één of meer kinderen ouder dan 16	28,90%
Woon bij ouder(s)	12,30%

Mediagebruik

Bezit van communicatiemedi

92% van de respondenten beschikt over een GSM en 81% heeft toegang tot een computer met Internetverbinding. 74% van de respondenten beschikt over een vast telefoontoestel en 60% heeft digitale televisie.

	Ja	Nee
Vaste telefoon	73,90%	26,10%
GSM	91,90%	6,30%
Gewone televisie	51,70%	48,30%
Digitale televisie	59,90%	40,10%
Computer	81,60%	18,40%
Internetverbinding	80,90%	19,10%

Gebruik van communicatiemedi

Radio en televisie zijn de populairste media. Respectievelijk 88% en 96% van de respondenten meermaals per week gebruiken. 84% van de respondenten geeft aan dat ze meermaals per week op het internet surfen. Ook kranten worden door 60% meermaals per week gelezen. Lokale televisie wordt door 62% van de respondenten wekelijks bekeken en 65% leest wekelijks de lokale kranten. Lokale radiozenders scoren het laagst, 61% van de respondenten luistert er nooit naar.

	Nooit	1 keer per maand	1 keer per week	Meermaals per week
Krant	16,90%	10,80%	12,00%	60,40%
Lokale krant (bv. De Streekkrant)	14,30%	19,20%	57,20%	9,30%
Radio	5,10%	3,60%	2,90%	88,30%
Lokale radio (bv. ThalsFM)	60,50%	14,90%	6,70%	17,90%
Televisie	1,20%	0,50%	2,40%	95,90%
Lokale televisie (bv. RTV)	18,90%	16,50%	21,10%	43,50%
Teletekst	31,00%	16,50%	15,30%	37,20%
Internet	12,10%	2,20%	1,70%	83,90%

Stedelijke informatiekkanalen

Interesse in de stad

Slechts 7% van de respondenten is niet geïnteresseerd in de werking van de stad. 67% van de respondenten is geïnteresseerd, vooral als het over de directe leefomgeving gaat. 20% van de respondenten geeft aan een grote interesse te hebben in de werking van de stad. Zij mengen zich ook persoonlijk in discussies als hun leefomgeving ter sprake komt. Een kern van 7% is betrokken bij beslissingen die de stad neemt, via adviesraden, verenigingen of politiek.

Ik ben niet zo geïnteresseerd in de werking van de stad.	6.50%
Ik ben geïnteresseerd in de werking van de stad, vooral als het over mijn directe leefomgeving gaat.	66.70%
Ik heb een grote interesse in de werking van de stad. Ik meng mij ook persoonlijk in discussies als mijn eigen leefomgeving ter sprake komt.	19.80%
Ik heb een grote interesse in de werking van de stad. Ik ben zelf ook betrokken bij de beslissingen die de stad neemt (via adviesraden, verenigingen, politiek).	7.00%

Stadskrant

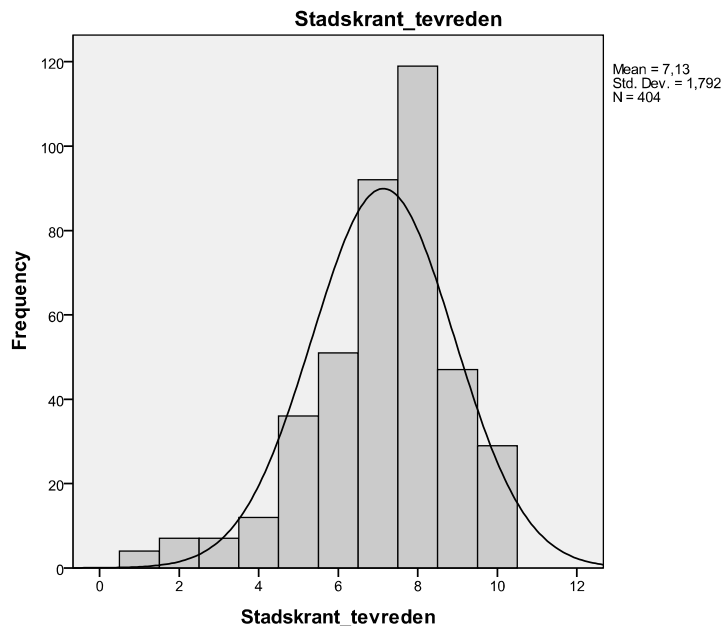
73% van de respondenten leest elk maand de Stadskrant. 17% van hen leest ze wekelijks. 11% raadpleegt ze niet. De grote meerderheid van de respondenten is tevreden tot zeer tevreden over de Stadskrant. De respondenten geven aan dat de Stadskrant mooi en verzorgd oogt, goed geschreven en duidelijk leesbaar is. Enkel de vraag of de informatie tijdig komt, scoorde iets slechter dan de andere. 17% was hiermee niet akkoord. Dit zijn hoge positieve scores, maar duiden toch aan dat er een aantal inspanningen nodig zijn op het vlak van timing van de artikels.

	Helemaal akkoord	Akkoord	Niet akkoord	Helemaal niet akkoord
De Stadskrant oogt mooi en verzorgd.	27,60%	63,10%	7,10%	2,20%
De informatie komt tijdig.	21,70%	61,50%	13,10%	3,70%
Ik begrijp alles volledig.	29,10%	65,30%	3,90%	1,70%
Ik vind het duidelijk leesbaar.	29,30%	64,80%	3,90%	2,00%

De respondenten vinden dat de hoeveelheid informatie per beleidsdomein goed verdeeld is. Toch geven de resultaten aan dat een aantal thema's onderbelicht zijn. Het gaat dan hoofdzakelijk over informatie over openbare werken, ruimtelijke ordening en verkeerssituaties. Ook de hoeveelheid informatie over de financiën van de stad en over verenigingen mag hoger.

	Te weinig	Voldoende	Te veel
Dienstverlening	12,50%	87,00%	0,50%
Openbare werken	25,50%	73,30%	1,20%
Ruimtelijke ordening	22,30%	76,70%	1,00%
Verkeerssituatie	32,30%	67,20%	0,50%
Preventie	19,20%	80,30%	0,50%
Milieu	16,40%	80,10%	3,50%
Sociale zaken	14,60%	83,40%	2,00%
Financiën van de stad	28,70%	68,30%	3,00%
Burgerzaken	13,40%	85,90%	0,70%
Vrije tijd (sport, cultuur, toerisme,...)	18,20%	77,10%	4,70%
Verenigingen	26,20%	71,30%	2,50%

De Stadskrant wordt door de meeste respondenten goed gelezen. 50% leest enkele artikels en 27% leest alle artikels grondig. 22% leest de Stadskrant snel door. 52% van de lezers houdt de Stadskrant één maand bij, tot de volgende editie. De Stadskrant krijgt een gemiddelde tevredenheidsscore van 7,1 op 10.



Ik doorblader het even.	8,30%
Ik lees het oppervlakkig.	14,30%
Ik lees enkele artikels	50,00%
Ik lees alles grondig.	27,40%

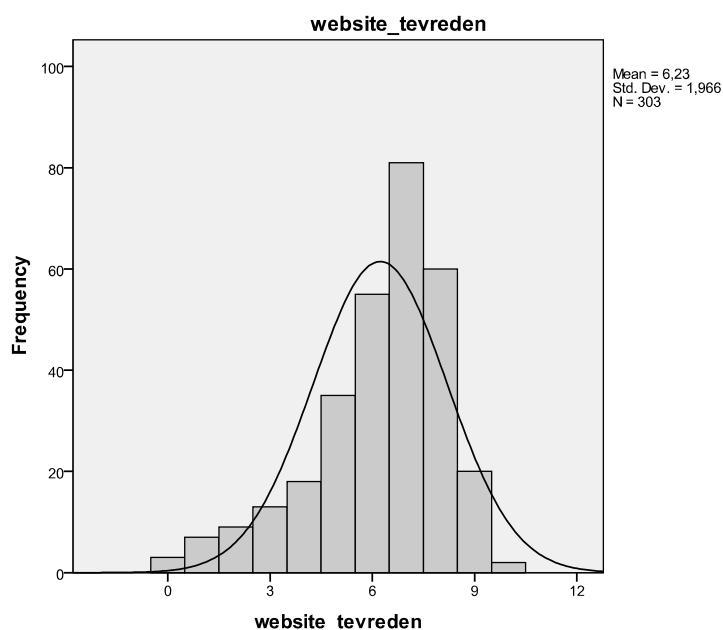
Ik gooi het weg na het lezen.	16,30%
Minder dan één week.	9,80%
Langer dan één week.	12,90%
Eén maand (tot de volgende editie).	51,70%
Langer dan één maand.	9,30%

Website

38% van de respondenten raadpleegt de website maandelijks. 10% raadpleegt de website wekelijks. 40% van de respondenten heeft ooit van de website gehoord, maar raadpleegt hem niet.

De meerderheid van de respondenten is gematigd tevreden over de website. Ze geven aan dat de website mooi en verzorgd oogt en dat de teksten begrijpbaar opgesteld zijn. Aan de gebruiksvriendelijkheid kan volgens 28% van de respondenten nog gewerkt worden. 21% wil sneller over de informatie beschikken. De website krijgt een gemiddelde score van 6,2 op 10.

Respondenten moesten enkel de communicatiekanalen beoordelen waar ze gebruik van maken. Het effectieve aantal respondenten dat de website beoordeelde, lag beduidend lager dan het effectieve aantal dat de Stadskrant beoordeelde. Dit wijst er nogmaals op dat de Stadskrant door meer respondenten gebruikt wordt.



	Helemaal akkoord	Akkoord	Niet akkoord	Helemaal niet akkoord
Ik vind de informatie gemakkelijk terug.	4,60%	61,70%	28,40%	5,30%
De website oogt mooi en verzorgd.	9,30%	74,50%	11,30%	5,00%
De informatie komt tijdig.	3,70%	72,20%	21,40%	2,70%
Ik begrijp alles volledig.	9,30%	78,30%	10,00%	2,30%

De website van cultuurcentrum 't Schaliken klinkt bij 48% van de respondenten bekend in de oren, en wordt door 20% maandelijks geraadpleegd. 26% heeft er nog nooit van gehoord. De website vrije tijd en de website jeugd, zijn het minst bekend. 46% heeft er nog nooit van gehoord. De website vrije tijd is nog maar sinds begin 2011 online, wat de lage bekendheid kan verklaren. De onbekendheid van de jeugdwebsite kan ook het gevolg zijn van het feit dat de -16-jarigen niet in de steekproef vertegenwoordigd zijn.

	Nooit van gehoord	Van gehoord	Ik raadpleeg het maandelijks	Ik raadpleeg het wekelijks	Ik raadpleeg het dagelijks
Stedelijk infoblad: Herentals Stadskrant	1,20%	8,70%	72,80%	16,60%	0,70%
Stedelijke website: www.herentals.be	11,90%	39,60%	38,10%	10,00%	0,50%
Website cultuur: www.schaliken.be	26,30%	48,10%	19,90%	5,20%	0,50%
Website vrije tijd: www.uitinherentals.be	46,20%	39,70%	10,90%	3,00%	0,20%
Website jeugd: www.jeugddienstherentals.be	45,90%	45,40%	8,40%	0,20%	0,10%

Waar vinden respondenten specifieke informatie?

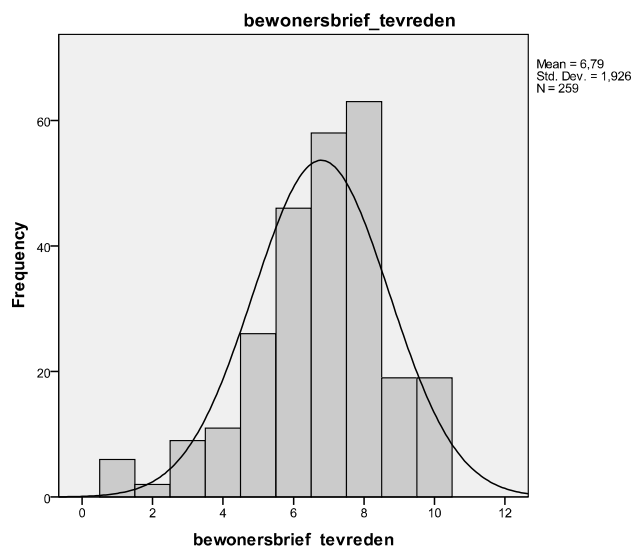
De enquête peilde ook naar de media die respondenten gebruiken om bepaalde informatie te zoeken. Uit de resultaten blijkt dat informatie over cultuur, mobiliteit, evenementen, vakantiewerking en nieuwsberichten vooral in de Stadskrant gezocht worden. Informatie over verenigingen, participatie, infrastructuur, handelaars en sociale dienstverlening wordt vooral op de website gezocht. Contactinformatie, informatie over sport, veiligheid, kinderopvang en senioren wordt zowel gezocht in de Stadskrant als op de website. Informatie over dienstverlening en subsidies wordt in de eerste plaats verkregen via contact met het stadspersoneel en op de tweede plaats via de website.

Brochures en affiches zijn minder populair. Ze worden enkel beperkt gebruikt voor het inwinnen van informatie over culturele activiteiten, verenigingen, sport, lokale handelaars en veiligheid.

	Website	Stadskrant	Brochure Affiche	Ik contacteer de stad
Info over dienstverlening (vb. Wat moet ik doen om een nieuwe identiteitskaart aan te vragen?)	35,50%	21,30%	1,30%	41,90%
Contactinformatie (vb. Waar vind ik de dienst ruimtelijke ordening en wat is het telefoonnummer?)	37,80%	44,30%	0,80%	17,10%
Info over toelagen (vb. Krijg ik subsidies als ik mijn dak isoleer?)	39,00%	10,50%	8,60%	41,90%
Info over culturele activiteiten (vb. Welke voorstellingen zijn er in 't Schaliken?)	28,90%	48,50%	<u>18,60%</u>	4,00%
Info over verenigingen (vb. Is er een tennisclub in Herentals?)	50,30%	27,50%	<u>13,20%</u>	9,10%
Info over mobiliteit en verkeer (vb. Waar zijn er omleidingen?)	28,90%	56,90%	5,10%	9,10%
Info over veiligheid (vb. Hoe maak ik mijn woning inbraakveilig?)	29,40%	38,90%	<u>19,00%</u>	12,60%
Info over evenementen (vb. Wanneer vindt de braderij plaats?)	20,30%	68,40%	8,00%	3,20%
Info over vakantiewerking (vb. Wat biedt de grabbelpas tijdens de paasvakantie?)	24,10%	61,80%	8,90%	5,20%
Info over kinderopvang (vb. waar kan mijn kind terecht?)	44,30%	30,50%	9,10%	16,10%
Info over senioren (vb. Wanneer komt de seniorenraad bijeen?)	34,90%	46,40%	7,10%	11,50%
Info over participatie (vb. Hoe kan ik deelnemen aan de milieuraad?)	41,70%	30,20%	3,80%	24,30%
Info over sport (vb. Welke wandel- en fietsroutes zijn er?)	40,20%	35,70%	<u>14,40%</u>	9,60%
Nieuwsberichten (vb. Dringend onderhoud aan overweg Poederleeseweg)	31,50%	56,50%	3,90%	8,00%
Info over infrastructuur van de stad (vb. Welke zalen kan ik afhuren voor een fuif?)	49,50%	17,80%	2,20%	30,50%
Info over lokale handelaars (vb. Waar vind ik een fietsenmaker?)	59,70%	16,30%	<u>15,30%</u>	8,60%
Info over sociale dienstverlening (vb. Waar moet ik terecht voor thuisverpleging?)	48,90%	22,00%	6,10%	22,90%

Bewonersbrieven

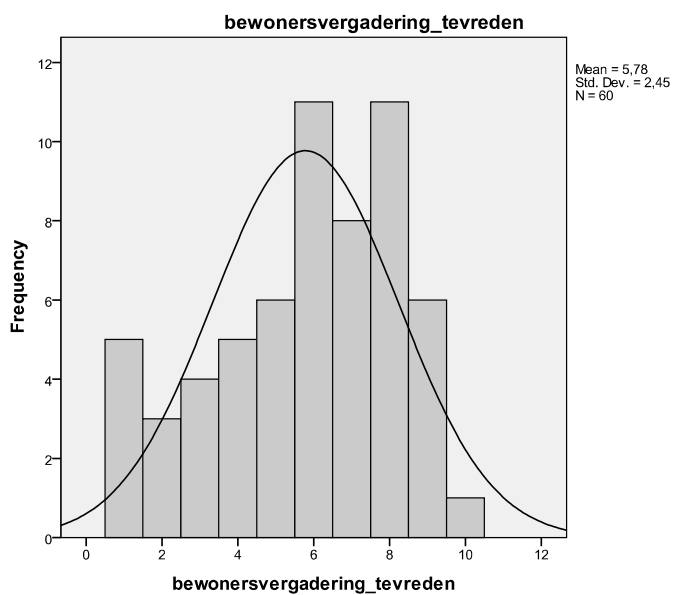
De stad stuurt regelmatig bewonersbrieven om inwoners te informeren over werkzaamheden of evenementen die in hun buurt zullen plaatsvinden en informatievergaderingen over deze onderwerpen. 37% van de respondenten heeft nog nooit een bewonersbrief ontvangen. 27% van de respondenten ontving eenmaal een bewonersbrief en 36% ontving meerdere brieven. Van de mensen die er één of meerdere ontvingen, kregen de bewonersbrieven een gemiddelde score van 6,8 op 10.



Nooit	37,40%
Eén maal	26,80%
Verscheidene malen	35,70%

Bewonersvergaderingen

Om bewoners te informeren over werkzaamheden, plannen of evenementen in hun buurt, nodigt de stad bewoners uit voor bewonersvergaderingen. Deze vergaderingen vinden enkele malen per jaar plaats. De meerderheid van de respondenten (69%) ontving nog nooit een uitnodiging voor een bewonersvergadering. De helft van hen die een uitnodiging ontvingen, ging er naartoe. Wie al een bewonersvergadering bijwoonde, gaf een gemiddelde score van 5,8 op 10. Deze minder positieve score is mogelijk niet volledig aan de organisatie of aan het medium te wijten, maar kan beïnvloed zijn door een negatieve houding tegenover de beleidsbeslissing die in de bewonersvergadering werd besproken.



Nee	68,80%
Ja, maar ik ben er niet naartoe gegaan.	16,70%
Ja, ik ben er naartoe gegaan.	14,50%

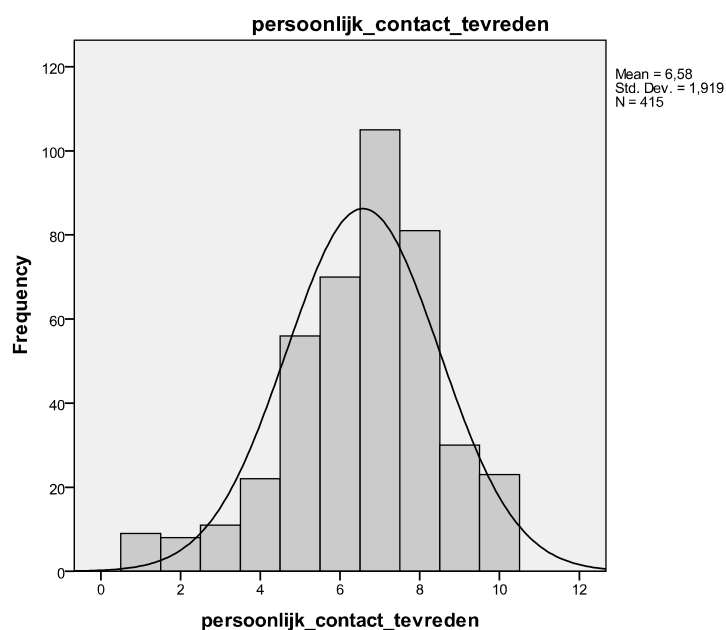
Initiatief bij het zoeken naar informatie

De meerderheid van de respondenten (57%) gaat zelf op zoek naar informatie. 43% verwacht echter dat de stad informatie aanbiedt.

Ik ga zelf op zoek naar informatie.	56,50%
Ik verwacht dat de stad die aanbiedt.	43,50%

Persoonlijk contact met het stadspersoneel

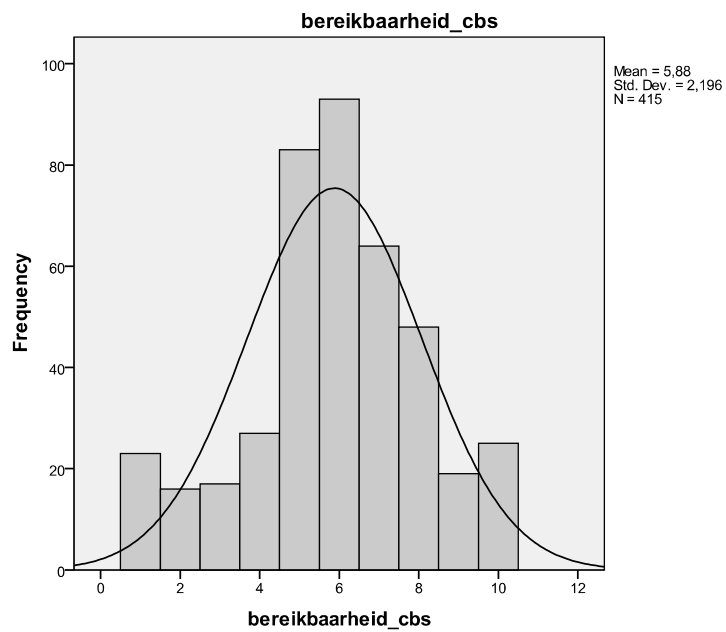
Persoonlijk contact met het stadspersoneel wordt door de meerderheid als belangrijk (53%) tot heel belangrijk (20%) beschouwd. De score die het stadspersoneel krijgt is 6,6 op 10.



Eerder onbelangrijk	26,80%
Belangrijk	53,30%
Heel belangrijk	19,90%

Bereikbaarheid burgemeester en schepenen

Over de bereikbaarheid van de burgemeester en de schepenen zijn de respondenten wat minder tevreden: de bereikbaarheid krijgt een score van 5,9 op 10.



Nieuwe media

Gebruik nieuwe media

De enquête peilt ook naar het gebruik en het belang van nieuwe media. Nieuwe media zijn digitale media zoals televisie en internet, waarbij gestreefd wordt naar interactie. De grote meerderheid van de respondenten beschikt over een GSM (90%) en een e-mailadres (81%). Ze maakt ook vrij veel (43%) gebruik van sociale netwerksites zoals Facebook en Twitter. Smartphones en chat-applicaties worden minder gebruikt. Het aantal mensen dat deze nieuwe media gebruikt, zou mogelijk hoger liggen indien -16-jarigen ook in de steekproef vertegenwoordigd waren.

	Ja	Nee
GSM	89,80%	10,20%
Smartphone (GSM met internet)	11,40%	88,60%
E-mail	81,20%	18,80%
Sociale netwerksites (Facebook, Netlog, Twitter,...)	42,90%	57,10%
Chat	15,70%	84,30%

Computervaardigheden

74% van de respondenten vindt dat hij goed met de computer kan werken. 13% heeft nog nooit met een computer gewerkt en 13% vindt zijn vaardigheden eerder beperkt.

Ik werk nooit op een computer.	12,90%
Eerder beperkt	12,90%
Middelmatig	25,10%
Gevorderd	33,50%
Professioneel	15,60%

Opkomst nieuwe media

De meerderheid van de respondenten vindt dat nieuwe media zoals sociale netwerksites een meerwaarde kunnen bieden en ondersteunend kunnen zijn voor de werking van de stad. De meerderheid (60%) vindt echter ook dat deze nieuwe media niet noodzakelijk zijn voor de stad. Een overgrote meerderheid (80%) vindt dat deze nieuwe media de huidige informatiekkanalen van de stad niet kunnen vervangen.

	Helemaal akkoord	Akkoord	Niet akkoord	Helemaal niet akkoord
Meerwaarde bieden	17,50%	43,70%	28,10%	10,70%
Ondersteunend zijn	14,20%	56,30%	21,00%	8,50%
Noodzakelijk zijn	9,00%	30,90%	42,30%	17,80%
De huidige informatiekkanalen kunnen vervangen	3,60%	16,40%	45,10%	35,00%

82% staat positief tegenover de opkomst van computer- en internettoepassingen in zijn leefwereld. 14% vindt het een goede zaak, maar maakt er geen gebruik van en slechts 4% staat er negatief tegenover.

Ik vind het een goede zaak.	81,90%
Ik vind het een goede zaak, maar ik maak er geen gebruik van.	14,00%
Ik zie er het nut niet van in.	4,10%

De meerderheid (68%) vindt dat de overheid mee moet zijn met de nieuwste media ontwikkelingen om haar burgers te dienen. Hier merken we op dat de aselechte steekproef via de Post een vertekening heeft voorkomen, die bij een louter online enquête wel had kunnen gebeuren.

Ja	68,00%
Misschien	28,30%
Nee	3,60%

Als de stad gebruikmaakt van nieuwe media, wil 54% van de respondenten dat de stad cursussen organiseert om te leren omgaan met die nieuwe media.

Ja	53,80%
Misschien	38,90%
Nee	7,30%

De stad maakt momenteel al gebruik van enkele nieuwe media. 32% van de respondenten is op de hoogte van de Facebook-pagina van de stad. 18% bekijkt hem op regelmatige basis.

Nee	68,10%
Ja, maar ik bekijk hem niet.	9,50%
Ja, ik bekijk hem af en toe.	17,50%
Ja, ik neem er actief aan deel.	4,90%

Opmerkingen en suggesties

Op het einde van de vragenlijst konden de respondenten vrij opmerkingen en suggesties geven. 22% van de respondenten vulde een opmerking of suggestie in. In een aantal gevallen ging het om de ventilatie van frustratie tegenover een beleidsbeslissing.

Website

De meningen over de nieuwe website zijn verdeeld. De moeilijkheid om zaken op te zoeken, wordt een aantal keren aangehaald, net zoals het gebrek aan foto's van bestuursleden. Een aantal respondenten hebben taalfouten op de site gevonden en storen zich daaraan. De respondenten vragen ook meer interactiviteit, zoals een boekingssysteem voor 't Schaliken en het online aangeven van GAS-overtredingen. Op het vlak van openbaarheid van bestuur valt het een respondent op dat bouwvergunningaanvragen niet online staan.

Stadskrant

Een respondent laat weten dat het lettertype van de agenda in de Stadskrant soms te klein is. Een andere respondent vraagt om de Stadskrant uit te breiden en nog meer informatie te verspreiden.

Huisstijl

Het nieuwe logo van de stad wordt door vier respondenten bekritiseerd.

Dienstverlening

Een aantal respondenten laat weten dat e-mails naar sommige mailadressen van de stad onbeantwoord blijven. Sommige mensen klagen over de bejegening door het stadspersoneel dat ze omschrijven als onvriendelijk, hautain, en traag omschrijven. Er zijn ook meldingen van fouten bij de dienstverlening. Een respondent vraagt meer politie op straat. Een aantal respondenten vindt dat de openingsuren van het administratief centrum niet afgestemd zijn op de beroepsactieve bevolking en suggereert zaterdag als extra openingsmoment. Een aantal respondenten merkt op dat de interne communicatie tussen de diensten ook niet altijd vlot verloopt, met tegenstrijdige informatie tot gevolg. Enkele respondenten vinden dat we rekening moeten houden met drie evenwaardige deelgemeenten.

Verkeer en infrastructuur

Heel wat respondenten klagen de verkeerssituatie in hun buurt aan. Ook late communicatie over het afsluiten van straten of het opstarten van wegwerkzaamheden is een doorn in het oog. Verder klagen mensen over de slechte staat van het wegdek en het gebrek aan parkeerplaatsen, zeker in het stadscentrum. Toch zijn er ook positieve geluiden over bepaalde communicatiecampagnes zoals bij de heraanleg van het kruispunt aan Prima Lux.

Nieuwe media

De respondenten halen aan dat niet iedereen mee is met de nieuwe media en dat die groep niet mag vergeten worden. Een respondent vraagt zich waarom Herentals nog geen digitale teletekst heeft op RTV.

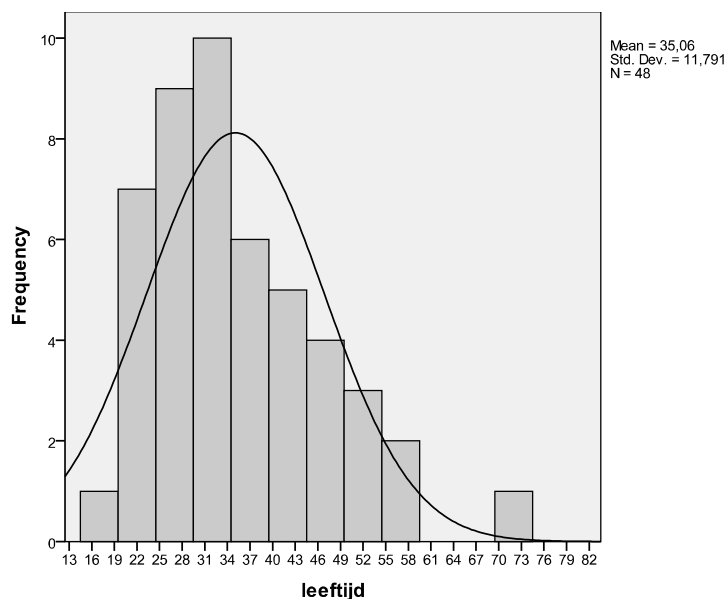
Vragenlijst

Een aantal respondenten heeft kritiek op de vragenlijst. Deze zou te lang zijn en een aantal antwoordmogelijkheden vergeten. Andere respondenten juichen het initiatief toe en appreciëren de inspanning van de stad.

De kritische opinieleider

Tijdens de verwerking van de vragenlijsten hebben we een aantal regressiemodellen uitgewerkt via het statistische programma SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Een regressie-analyse is een statistische techniek voor het analyseren van gegevens waarin mogelijk sprake is van een specifieke samenhang. Deze regressiemodellen verklaarden altijd maar een uiterst beperkt deel van de variantie. Er werden ook zeer weinig significante verbanden aangetroffen, buiten natuurlijk een aantal zeer voor de hand liggende.

In onze oorspronkelijke regressie vonden we regelmatig een verband tussen een kritische, eerder negatieve houding tegenover de communicatie van de stad, en het bezit van een smartphone. Deze kritische houding vertaalde zich tegenover de Stadskrant, de website, de bewonersbrieven, de bewonersvergaderingen, het persoonlijke contact met het stadspersoneel en de bereikbaarheid van de burgemeester en schepenen.



Omdat deze kritische houding telkens verbonden was aan het bezit van een smartphone, hebben we geprobeerd om de smartphonebezitter nauwer te identificeren. We spreken over 11,4% van de respondenten, een vrij grote groep. De groep bestaat voornamelijk uit Herentalsenaren (94%) met een gemiddelde leeftijd van 35 jaar. Het zijn hoofdzakelijk mannen (60%) met een hogere opleiding, gehuwd of samenwonend zonder kinderen (27%) of met jonge kinderen (27%). De groep bestaat vooral uit bedienden (40%), zelfstandigen (15%) en ambtenaren (11%) die een grote interesse hebben in de werking van de stad (53%) en die er actief bij betrokken zijn (33%). Deze groep leest de Stadskrant minder frequent dan de respondenten, maar maakt wel meer gebruik van de website.

De hoge betrokkenheid bij de stad en de hogere interesse ervoor, samen met de geografische afbakening, doet vermoeden dat we met de groep van smartphonegebruikers een aantal opinieleiders in de stad geïdentificeerd hebben. Dit vermoeden wordt versterkt als we naar de andere gemeenschappelijke kenmerken kijken: relatief jonge leeftijd, de hogere sociale klasse, de gezinssituatie, de jonge kinderen of kinderloosheid van de smartphonebezitter. Deze kenmerken vervolledigen het beeld van de hoger opgeleide, geïnteresseerde maar kritische Herentalse burger.

Het begrip opinieleider werd in 1955 door Katz en Lazarsfeld in de sociale wetenschappen geïntroduceerd. Een opinieleider is een persoon die in informele situaties de mening van andere mensen mee helpt vormen en kan beïnvloeden. Het gaat om personen die beter geïnformeerd zijn

dan andere mensen, die meer gebruik maken van de massamedia, die een uitgebreid sociaal leven hebben en die gerespecteerd worden door de mensen op wie ze een invloed hebben.

De smartphonebezitter wil zijn informatie snel, duidelijk en op eenvoudig verzoek ontvangen. De opinieleider gaat echter een stap verder. Zijn kritische mening over het communicatiebeleid van de stad heeft op zich niet te maken met het bezit van de smartphone. De opinieleider verwacht van de stad een communicatiebeleid dat correct, snel en duidelijk, op elk beleidsdomein, elke Herentalse burger informeert. Indien de opinieleider ervaart dat de stad niet voldoet aan deze communicatie-eisen, dan zal hij zijn mening hierover ook duidelijk maken. Aangezien de mening van de opinieleider de meningen van andere mensen beïnvloedt, is het belangrijk om de communicatiebehoeften van de opinieleiders ernstig te nemen.

Aangezien de kritische houding van de opinieleiders zich richt op het volledige communicatiebeleid van de stad, is het niet aangewezen dat de stad zich enkel op de nieuwe media richt. De communicatiebehoeften van de opinieleiders gaan over het brede communicatiebeleid en moeten dus ook het volledige communicatiebeleid omvatten.

Conclusie

Uit het onderzoek naar het communicatiebeleid van de stad Herentals kunnen we drie zaken besluiten.

1. Het communicatiebeleid van de stad wordt door de respondenten over het algemeen als positief ervaren. De bestaande communicatie-inspanningen moeten behouden blijven en op het vlak van openbare werkzaamheden, verkeerssituatie, ruimtelijke ordening en financiën uitgebreid worden. Nieuwe initiatieven op het vlak van e-communicatie moeten uitgewerkt worden zonder de bestaande inspanningen te verminderen.
2. De inwoners van de drie deelgemeenten zijn vooral geïnteresseerd in hun eigen leefomgeving. Uit de vertekening van het aantal respondenten uit Noorderwijk en uit een aantal opmerkingen uit de laatste vraag van de vragenlijst, kunnen we besluiten dat vooral respondenten uit Noorderwijk zich minder aangesproken voelen door het communicatiebeleid van de stad. Het stadsbestuur moet voldoen aan de verschillende communicatiebehoeften van de deelgemeenten.
3. Herentals beschikt over een aantal opinieleiders die specifieke eisen stellen aan het stedelijke communicatiebeleid. Het stadsbestuur moet nagaan of zij aan deze eisen kan en wil voldoen.

Aanbevelingen voor de toekomst

Voor elk van deze drie conclusies, doen we aanbevelingen voor de toekomst. Deze aanbevelingen zijn door de stagiair opgesteld in het kader van dit stageproject en zijn bedoeld voor intern gebruik. We kaderen deze aanbevelingen binnen de doelstellingen van overheidscommunicatie.

Democratisering van het bestuur

Openbaarheid

- Aanvragen voor bouwvergunningen publiceren op de website.
- De bekendheid van de nieuwsbrief verhogen via Stadskrant en website.
- De mogelijkheid creëren om via de website in te schrijven op de nieuwsbrief.
- De digitale Stadskrant promoten via de Stadskrant en de website.

Informatie

- Wegenwerken en omleidingen sneller aankondigen.
- Kleine, tijdelijke veranderingen op tijd aankondigen, bijvoorbeeld door borden op de plaats van de werkzaamheden.
- Belangrijke veranderingen tijdig in de Stadskrant en op de website aankondigen.
- Het lettertype in de kalender van de Stadskrant vergroten zonder informatie te schrappen. Dat kan door de informatie van burgerzaken (geboorten, overlijdens, huwelijken) één kolom op te schuiven en de kalender over anderhalve pagina te laten lopen.
- De kalender iets langer laten lopen, bijvoorbeeld tot de vijfde van de volgende maand. Zo zijn de lezers ook op de hoogte, wanneer ze hun Stadskrant te laat krijgen of wanneer ze vooruit willen plannen.
- Meer artikels over ruimtelijke ordening, verkeerssituaties, openbare werken, financiën van de stad en verenigingen opnemen in de Stadskrant.
- Bij het organigram van het stadsbestuur op de website foto's zetten. Dit verlaagt de drempel tot het stadsbestuur en het contact ermee.
- De bekendheid van de websites Uit in Herentals, jeugd en het OCMW verhogen.
- Een pilootprogramma van een SMS dienst introduceren waarop de inwoners van Herentals zich per beleidsdomein kosteloos kunnen abonneren, bijvoorbeeld: verkeer, cultuur, sport, grabbelpas, afvalkalender, ...
- Rode knop van Herentals op RTV introduceren. Hierop kunnen actuele berichten en evenementen komen.
- Voor de smartphone-gebruikers een smartphone-applicatie maken worden, als uitbreiding van de SMS dienst.

Inspraak en participatie

- Bij grote veranderingen in om het even welk vakgebied (verkeer, milieu, sport) de burgers de mogelijkheid aanbieden hun mening te geven via een poll op de homepage van de website.

Klachtenbehandeling

- Geen aanbevelingen

Efficiënt bestuur

Klantgerichtheid

- Aandacht blijven besteden aan de verschillende deelgemeenten en tegemoet komen aan hun communicatiebehoeften.

- Via Facebook kan de jeugddienst jongeren beter informeren over de werking van de jeugddienst en haar website promoten zodat ze zich aangesproken voelen door de stad en een relatie met de jeugddienst kunnen ontwikkelen. .
- Cursussen organiseren over werken met nieuwe media.
- Via een automatische bevestigingsmail de burger laten weten dat zijn e-mail bericht is aangekomen en dat zijn vraag wordt behandeld.
- Cursus klantvriendelijkheid aanbieden aan het stadspersoneel.
- De openingsuren van het administratief centrum aanpassen aan de beroepsactieve bevolking.

Pr en promotie

- Geen aanbevelingen

Imagovorming

- Geen aanbevelingen

Integrale kwaliteitszorg

- De flyers vervangen door direct mail. Flyers worden weinig tot niet gebruikt en hebben bovendien de nadelen van vluchtig drukwerk: duur, korte levensduur, milieubelastend. .
- Intern bekijken hoe e-mails sneller kunnen beantwoord worden.
- Interne communicatie evalueren.

Bijlage: codeboek

Media

Hebt u thuis een (meerdere antwoorden mogelijk)

0	Vaste telefoon	0 = Neen	1 = Ja
0	GSM	0 = Neen	1 = Ja
0	Gewone televisie	0 = Neen	1 = Ja
0	Digitale televisie	0 = Neen	1 = Ja
0	Computer	0 = Neen	1 = Ja
0	Internetverbinding	0 = Neen	1 = Ja

Leest en/of gebruikt u

	Nooit	1 keer per maand	1 keer per week	Meermaals per week
Krant	0	1	2	3
Lokale krant (bv. De Streekkrant)	0	1	2	3
Radio	0	1	2	3
Lokale radio (bv. ThalsFM)	0	1	2	3
Televisie	0	1	2	3
Lokale televisie (bv. RTV)	0	1	2	3
Teletekst	0	1	2	3
Internet	0	1	2	3

Stedelijke infokanalen

Duid één van de antwoordcategorieën aan die het best bij u past.

- 0 **0**= Ik ben niet zo geïnteresseerd in de werking van de stad.
- 0 **1** = Ik ben geïnteresseerd in de werking van de stad, vooral als het over mijn directe leefomgeving gaat.
- 0 **2** = Ik heb een grote interesse in de werking van de stad. Ik meng mij ook persoonlijk in discussies als mijn eigen leefomgeving ter sprake komt.
- 0 **3** = Ik heb een grote interesse in de werking van de stad. Ik ben zelf ook betrokken bij de beslissingen die de stad neemt (via adviesraden, verenigingen, politiek).

Kent en/of leest u

	Dat ken ik niet.	Daar heb ik al van gehoord.	Ik raadpleeg het maandelijks.	Ik raadpleeg het wekelijks.	Ik raadpleeg het dagelijks.
Stedelijk infoblad: Herentals Stadskrant	0	1	2	3	4
Stedelijke website: www.herentals.be	0	1	2	3	4
Website cultuur: www.schaliken.be	0	1	2	3	4
Website vrije tijd: www.uitinherentals.be	0	1	2	3	4
Website jeugd: www.jeugddienstherentals.be	0	1	2	3	4
Website van het OCMW: www.ocmwherentals.be	0	1	2	3	4

Hebt u ooit al een bewonersbrief van de stad (bv aankondiging van werkzaamheden) ontvangen?

- 0 **0** = Nooit
 0 **1** = Éénmaal
 0 **2** = Verscheidene malen

Was u tevreden over de inhoud van de bewonersbrief?

Ontevreden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tevreden
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

Hebt u ooit al een uitnodiging voor een bewonersvergadering ontvangen?

- 0 **0** = Nee
 0 **1** = Ja, maar ik ben er niet naartoe gegaan.
 0 **2** = Ja, ik ben er naartoe gegaan.

Was u tevreden over de inhoud van de bewonersvergadering?

Ontevreden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tevreden
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

Wat is uw mening over de verschillende infokanalen?

Kanalen die u niet gebruikt/leest moet u niet invullen.

Herentals Stadskrant	Helemaal akkoord	Akkoord	Niet akkoord	Helemaal niet akkoord
Het blad oogt mooi en verzorgd.	3	2	1	0
De informatie komt tijdig.	3	2	1	0
Ik begrijp alles volledig.	3	2	1	0
Ik vind het duidelijk leesbaar.	3	2	1	0

Ik vind de informatie in de Stadskrant over

	Te weinig	Voldoende	Te veel
Dienstverlening	0	1	2
Openbare werken	0	1	2
Ruimtelijke ordening	0	1	2
Verkeersituatie	0	1	2
Preventie	0	1	2
Milieu	0	1	2
Sociale zaken	0	1	2
Financiën van de stad	0	1	2
Burgerzaken	0	1	2
Vrije tijd (sport, cultuur, toerisme,...)	0	1	2
Verenigingen	0	1	2

Hoe leest u de Stadskrant?

- 0 **0** = Ik doorblader het even.
 0 **1** = Ik lees het oppervlakkig.
 0 **2** = Ik lees enkele artikels.
 0 **3** = Ik lees alles grondig.

Hoe lang houdt u de Stadskrant bij?

- 0 **0** = Ik gooi het weg na het lezen.
 0 **1** = Minder dan één week.
 0 **2** = Langer dan één week.
 0 **3** = Één maand (tot de volgende editie).
 0 **4** = Langer dan één maand.

Hoe tevreden bent u over de Stadskrant?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Ontevreden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tevreden

Stedelijke website	Helemaal akkoord	Akkoord	Niet akkoord	Helemaal niet akkoord
Ik vind de informatie gemakkelijk terug.	3	2	1	0
De website oogt mooi en verzorgd.	3	2	1	0
De informatie komt tijdig.	3	2	1	0
Ik begrijp alles volledig.	3	2	1	0

Hoe tevreden bent u over de website?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Ontevreden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tevreden

Waar vindt u de informatie die u nodig hebt?

Duid enkel de belangrijkste bron aan.

	Website	Stadskrant	Brochure Affiche	Ik contacteer de stad
Info over dienstverlening vb. Wat moet ik doen om een nieuwe identiteitskaart aan te vragen?	0	1	2	3
Contactinformatie vb. Waar vind ik de dienst ruimtelijke ordening en wat is het telefoonnummer?	0	1	2	3
Info over toelagen vb. Krijg ik subsidies als ik mijn dak isoleer?	0	1	2	3
Info over culturele activiteiten vb. Welke voorstellingen zijn er in 't Schaliken?	0	1	2	3
Info over verenigingen vb. Is er een tennisclub in Herentals?	0	1	2	3
Info over mobiliteit en verkeer vb. Waar zijn er omleidingen?	0	1	2	3
Info over veiligheid vb. Hoe maak ik mijn woning inbraakveilig?	0	1	2	3
Info over evenementen vb. Wanneer vindt de braderij plaats?	0	1	2	3
Info over vakantiewerking vb. Wat biedt de Grabbelpas tijdens de	0	1	2	3

paasvakantie?				
Info over kinderopvang Vb. Waar kan mijn kind terecht?	0	1	2	3
Info over senioren Vb. Wanneer komt de seniorenraad bijeen?	0	1	2	3
Info over participatie Vb. Hoe kan ik deelnemen aan de milieuraad?	0	1	2	3
Info over sport Vb. Welke wandel- en fietsroutes zijn er?	0	1	2	3
Nieuwsberichten Vb. "Dringend onderhoud aan overweg Poederleeseweg"	0	1	2	3
Info over infrastructuur van de stad Vb. Welke zalen kan ik afhuren voor een fuif?	0	1	2	3
Info over lokale handelaars Vb. Waar vind ik een fietsenmaker?	0	1	2	3
Info over sociale dienstverlening Vb. Waar moet ik terecht voor thuisverpleging?	0	1	2	3

Gaat u liever zelf op zoek naar informatie of verwacht u dat de stad die automatisch aanbiedt wanneer u die nodig hebt?

- 0 **0** = Ik ga zelf op zoek naar informatie.
0 **1** = Ik verwacht dat de stad die aanbiedt.

Hoe belangrijk vindt u persoonlijk contact met het stadspersoneel?

- 0 **0** = Eerder onbelangrijk
0 **1** = Belangrijk
0 **2** = Heel belangrijk

Bent u tevreden over het persoonlijk contact met het stadspersoneel?

Ontevreden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tevreden
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

Bent u tevreden over de bereikbaarheid van de burgemeester en schepenen?

Ontevreden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tevreden
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

Nieuwe media

Gebruikt u (meerdere antwoorden mogelijk)

- | | | |
|--|-----------------|---------------|
| 0 GSM | 0 = Neen | 1 = Ja |
| 0 Smartphone (GSM met Internet) | 0 = Neen | 1 = Ja |
| 0 E-mail | 0 = Neen | 1 = Ja |
| 0 Sociale netwerksites (Facebook, Netlog, Twitter,...) | 0 = Neen | 1 = Ja |
| 0 Chat | 0 = Neen | 1 = Ja |

Hoe schat u uw computervaardigheden in?

- 0 **0** = Ik werk nooit op een computer.
 0 **1** = Eerder beperkt
 0 **2** = Middelmatig
 0 **3** = Gevorderd
 0 **4** = Professioneel

Denkt u dat nieuwe media (Facebook, Twitter,...) voor de stad:

	Helemaal akkoord	Akkoord	Niet akkoord	Helemaal niet akkoord
Meerwaarde bieden	3	2	1	0
Ondersteunend zijn	3	2	1	0
Noodzakelijk zijn	3	2	1	0
De huidige informatiekanalen kunnen vervangen	3	2	1	0

Wat vindt u van de opkomst van computer- en internettoepassingen in uw leefwereld?

- 0 **2** = Ik vind het een goede zaak.
 0 **1** = Ik vind het een goede zaak maar ik maak er geen gebruik van.
 0 **0** = Ik zie er het nut niet van in.

Vindt u dat de overheid steeds mee moet zijn met de nieuwste media ontwikkelingen om haar burgers te dienen?

- 0 **2** = Ja
 0 **1** = Misschien
 0 **0** = Neen

Als nieuwe media meer gebruikt zouden worden door de stad, vindt u dat de stad dan ook meer cursussen moet inlassen om te leren omgaan met die nieuwe media?

- 0 **2** = Ja
 0 **1** = Misschien
 0 **0** = Neen

Bent u op de hoogte van de Facebook-pagina van de Stad Herentals?

- 0 **0** = Neen
 0 **1** = Ja, maar ik bekijk hem niet.
 0 **2** = Ja, ik bekijk hem af en toe.
 0 **3** = Ja, ik neem er actief aan deel.

Wie bent u?**Wat is uw leeftijd?**

..... jaar

Bent u

- 0 **0** = Man
 0 **1** = Vrouw

Waar woont u?

- 0 **0** = Herentals
- 0 **1** = Noorderwijk
- 0 **2** = Morkhoven

Wat is uw hoogst behaalde diploma?

- 0 **0** = Lager onderwijs
- 0 **1** = Lager Secundair onderwijs (eerste drie jaren)
- 0 **2** = Hoger Secundair onderwijs (laatste drie jaren)
- 0 **3** = Professionele Bachelor
- 0 **4** = Academische Bachelor
- 0 **5** = Master

Wat is uw beroep?

- | | |
|---------------------------|----------------------------|
| 0 0 = Student | 0 6 = Huisvrouw/man |
| 0 1 = Arbeider | 0 7 = Werkloos |
| 0 2 = Bediende | 0 8 = Invalide |
| 0 3 = Ambtenaar | 0 9 = Gepensioneerd |
| 0 4 = Vrij beroep | 0 10 = Ander |
| 0 5 = Zelfstandige | |

Bent u

- 0 **0** = Alleenwonend – geen kinderen
- 0 **1** = Alleenwonend – alle kinderen jonger dan 16
- 0 **2** = Alleenwonend – één of meer kinderen ouder dan 16
- 0 **3** = Gehuwd of samenwonend – geen kinderen
- 0 **4** = Gehuwd of samenwonend – alle kinderen jonger dan 16
- 0 **5** = Gehuwd of samenwonend – één of meer kinderen ouder dan 16
- 0 **6** = Woon bij ouder(s)

Hebt u nog opmerkingen of suggesties over de communicatie in de stad?

Vrije tekst.