

# COMMUNICATIEMONITOR

## Gemeente Kortenberg

Mei 2020

Eric Goubin & Michelle Lenaerts

# SITUERING

---

**Communicatiemonitor** =  
gestandaardiseerde meting  
van bereik en waardering  
van stedelijke en gemeentelijke  
communicatie

Sinds mei 2016 **metingen** in:

- Mechelen (betaversie, enkel online)
- Sint-Niklaas (2x)
- Lier
- Heusden-Zolder
- Roeselare
- Willebroek
- Bonheiden
- Bornem
- St.-Gillis-Waas
- Lummen
- Schoten
- Olen
- Halle
- Sint-Katelijne-Waver
- Scherpenheuvel-Zichem
- Tienen
- Diest
- Koksijde
- Kortenberg

# WERKWIJZE

- **Kwantitatieve meting** waarbij we representativiteit nastreven
- **Steekproef:**
  - Basis = systematische steekproeftrekking uit bevolkingsregister: aanschrijven van **1.800 personen** vanaf de leeftijd van 18 jaar (**N=16.243**)
  - Aanvullend: open oproep aan hele bevolking voor deelname aan de online versie
- **Enquêteperiode:** bevraging liep tussen 21 februari en 20 april 2020.
- Sinds 13 maart: periode van **Corona-maatregelen**
- Indien significante verschillen tussen **doelgroepen** vermelden we die, anders niet.
- **Blauwe pijlen** wijzen op hoogste score in benchmark, **rode pijlen** op laagste score.  
(Top 3: stippelijnen)

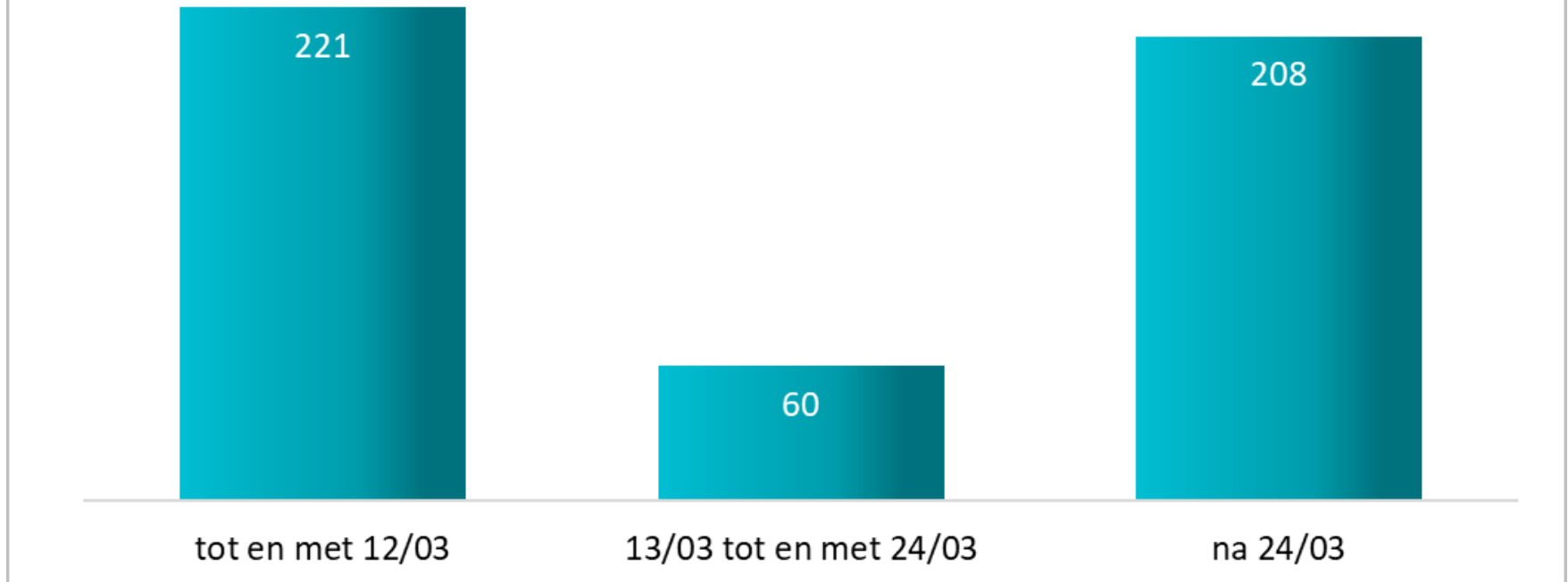


# RESPONS

- **N = 689**
  - Waarvan 199 (29%) papieren enquêtes?
  - Daarvan vulden 611 respondenten de survey tot het einde in
  - Uitval van 11%
  - Per vraag vermelden we hoeveel respondenten deze vraag beantwoordden (n= ...)
- **Betrouwbaarheidsmarge: 95%**
- **Foutenmarge: max. 4%**
- **Aandachtspunt:** halfweg de enquêtering startte de coronacrisis

## Respons vóór en na Coronacrisis

(n=489, online ingevuld)



Er zijn geen significante verschillen in gemiddelde tevredenheidsscores voor en na corona

# INHOUD COMMUNICATIEMONITOR

- **1. Bewoners en hun mediagebruik**
  - 1.1 Socio-demografisch profiel van de respondenten
  - 1.2 (Sociale) mediagebruik in het algemeen
  - 1.3 Kennis en gebruik van regionale nieuwsbronnen
- **2. Omgang met gemeentelijke communicatiekanalen - algemeen**
  - 2.1 Gebruik en waardering van onthaal- en communicatiekanalen
  - 2.2 Gebruik en waardering van communicatiekanalen
  - 2.3 Gebruik en waardering van de vrijetijdskanalen
- **3. Gebruik en waardering van de belangrijkste communicatiekanalen - specifiek**
  - 3.1 Waardering van het informatieblad
  - 3.2 Waardering van de website
  - 3.3 Waardering van de sociale media
- **4. Beleving van de communicatie**
  - 4.2 Evaluatie van de communicatie
  - 4.1 Informatienoden (thematisch)
  - 4.3 Imago van de gemeente
- **5. Gewenste communicatie-investeringen**
- **6. Conclusies**

# 1.1 SOCIO-DEMOGRAFISCH PROFIEL RESPONDENTEN

## STEEKPROEF

### WIE DEED MEE?

#### Leeftijd (n=581)

Gemiddelde leeftijd: 52 jaar

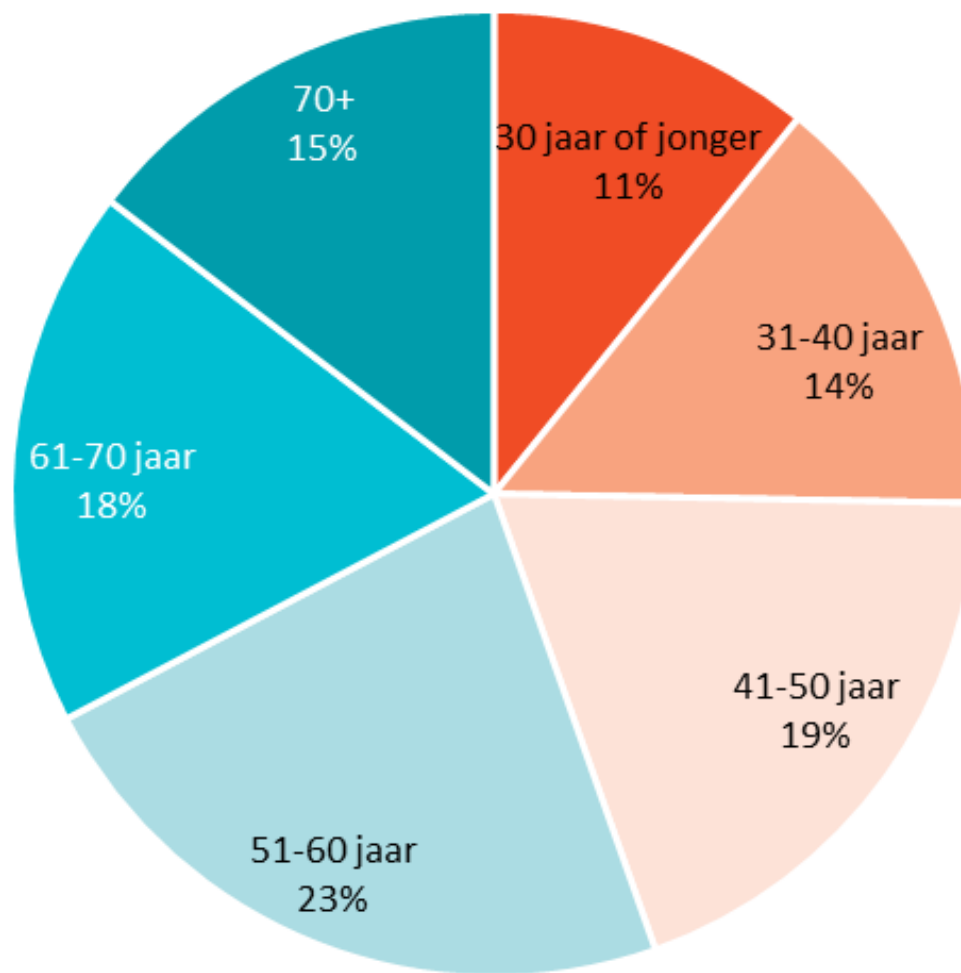
- man: 55
- Vrouw: 50,5

Jongste respondent: 18

Oudste respondent: 92

#### Geslacht (n=594)

- Man: 37%
- Vrouw: 63%



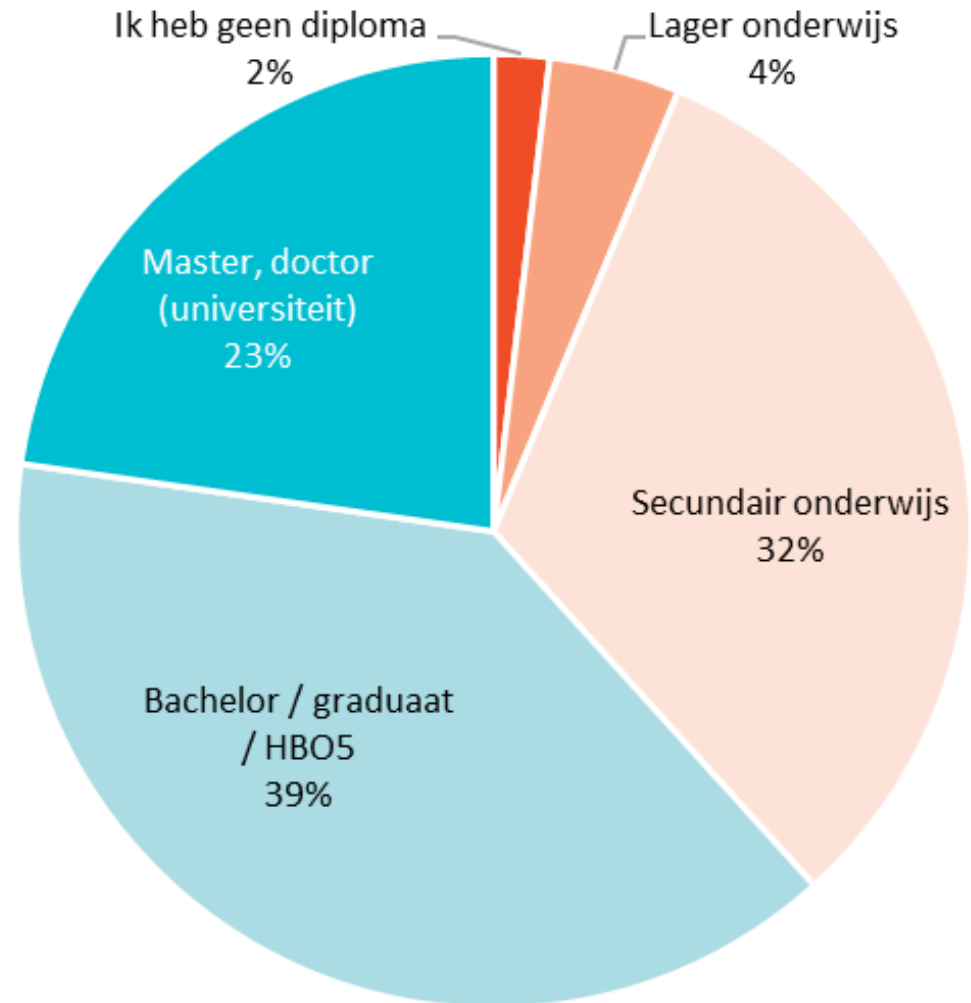
# STEEKPROEF

## WIE DEED MEE?

### Opleidingsgraad

n=585, excl. 'geen antwoord'

38 % kortgeschoolden  
62 % hogeropgeleiden

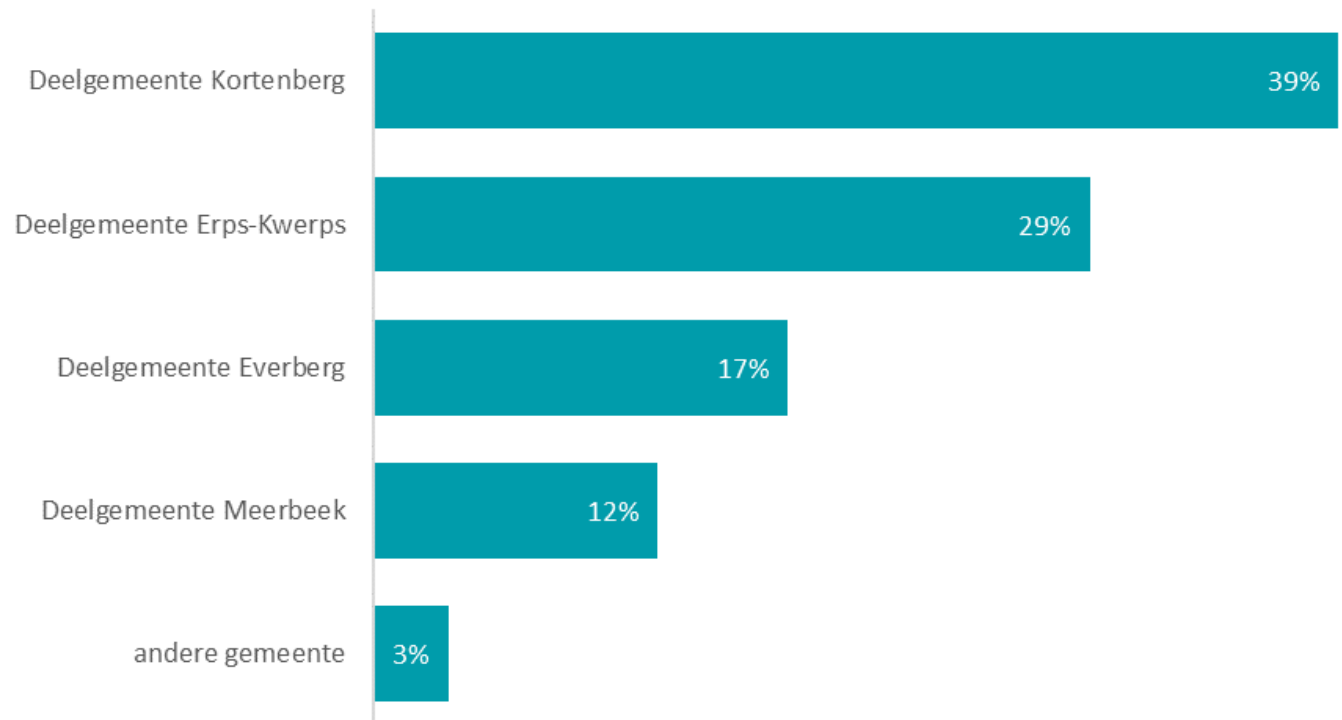




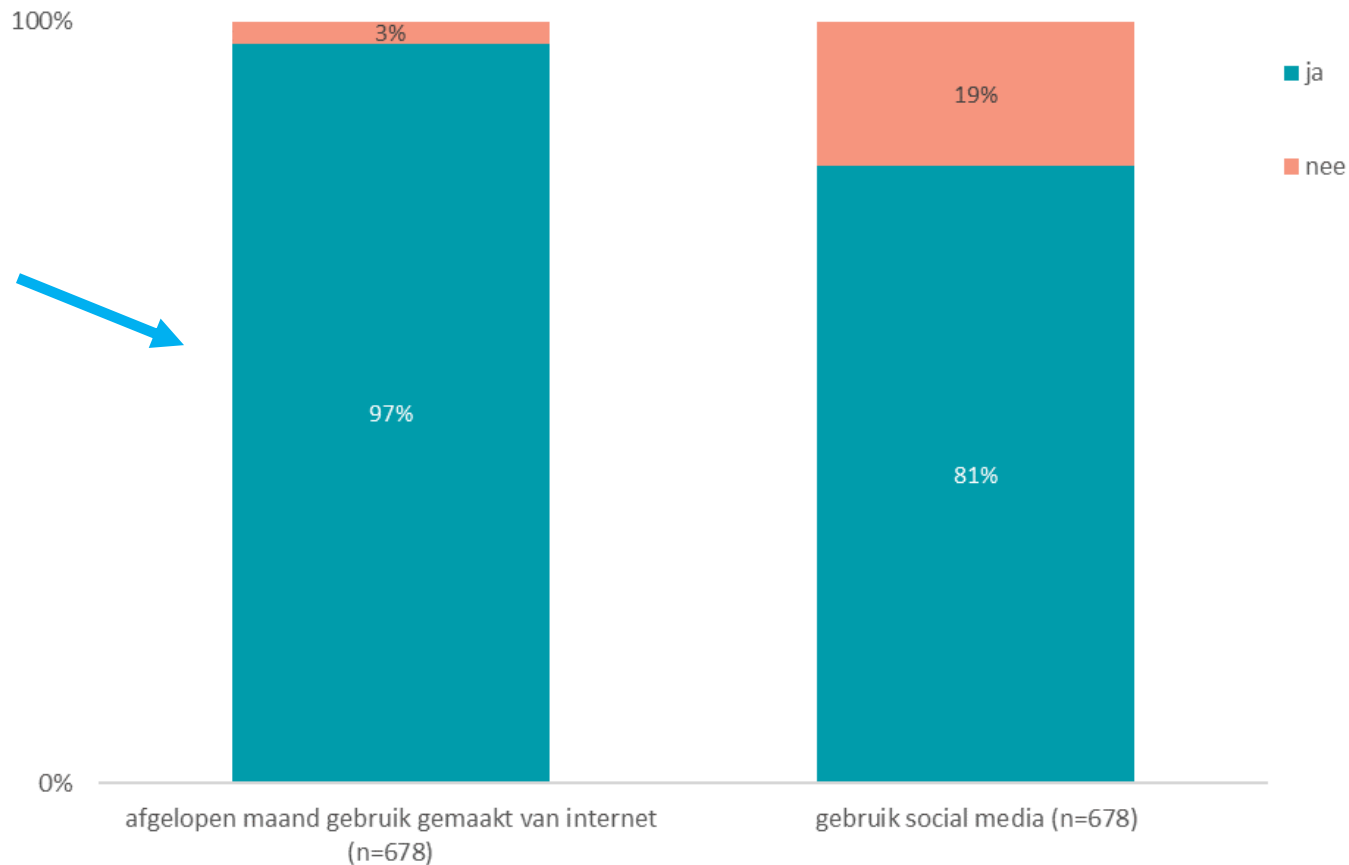
# STEEKPROEF

## WIE DEED MEE?

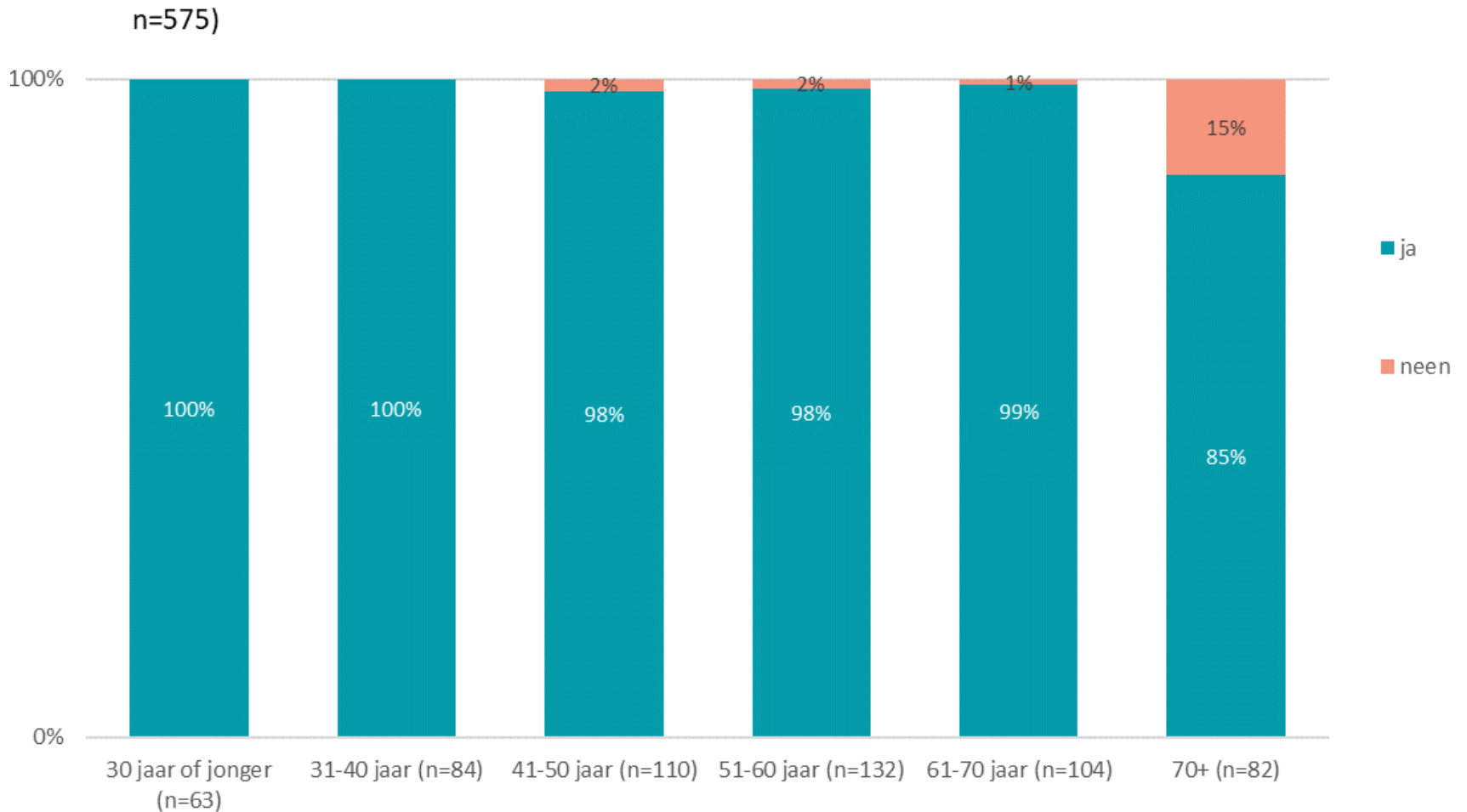
Woonplaats  
n=682



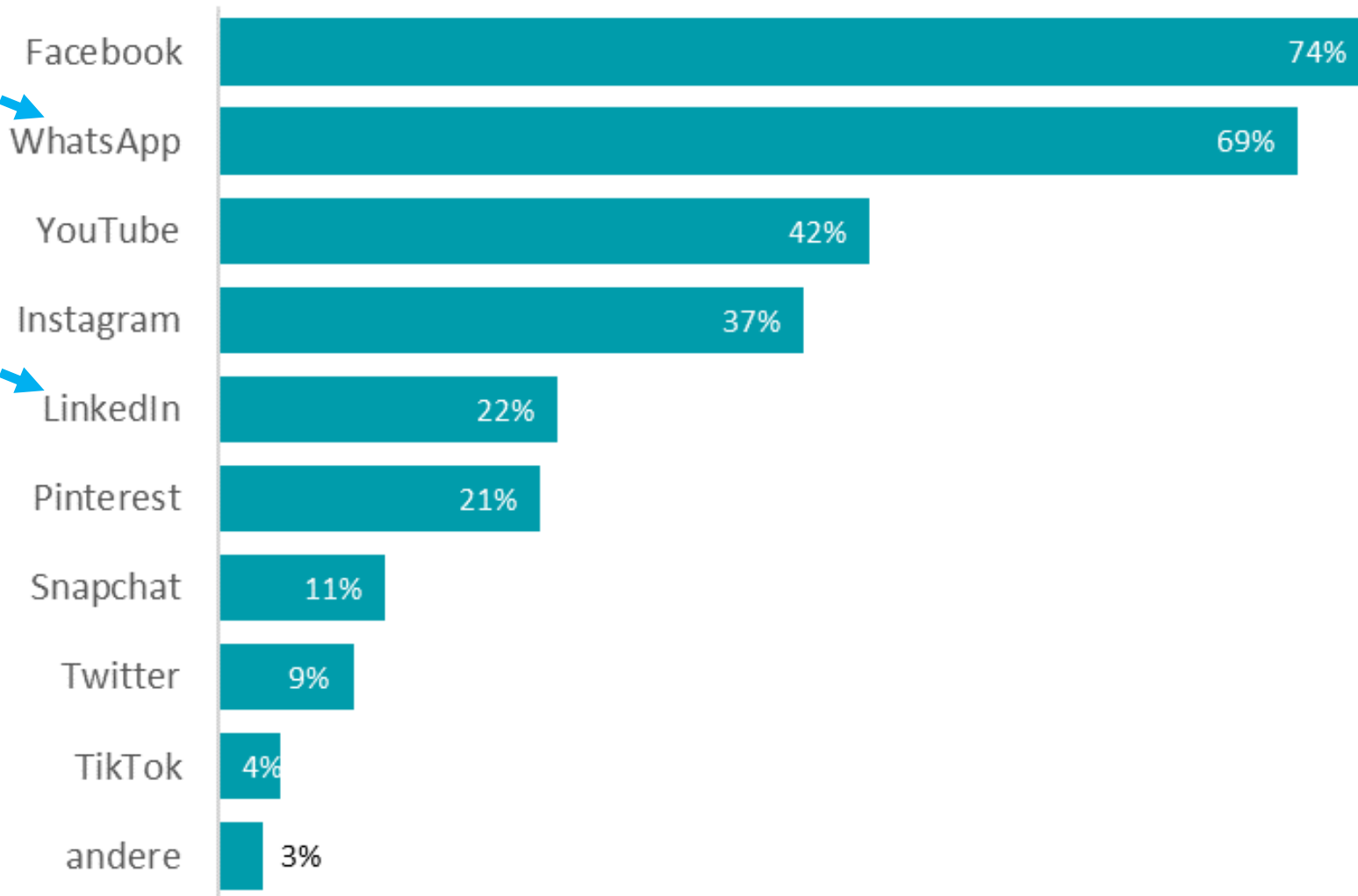
## 1.2 INTERNET EN SOCIALE MEDIA



# Mate van internetgebruik & leeftijd: de internetkloof evolueert

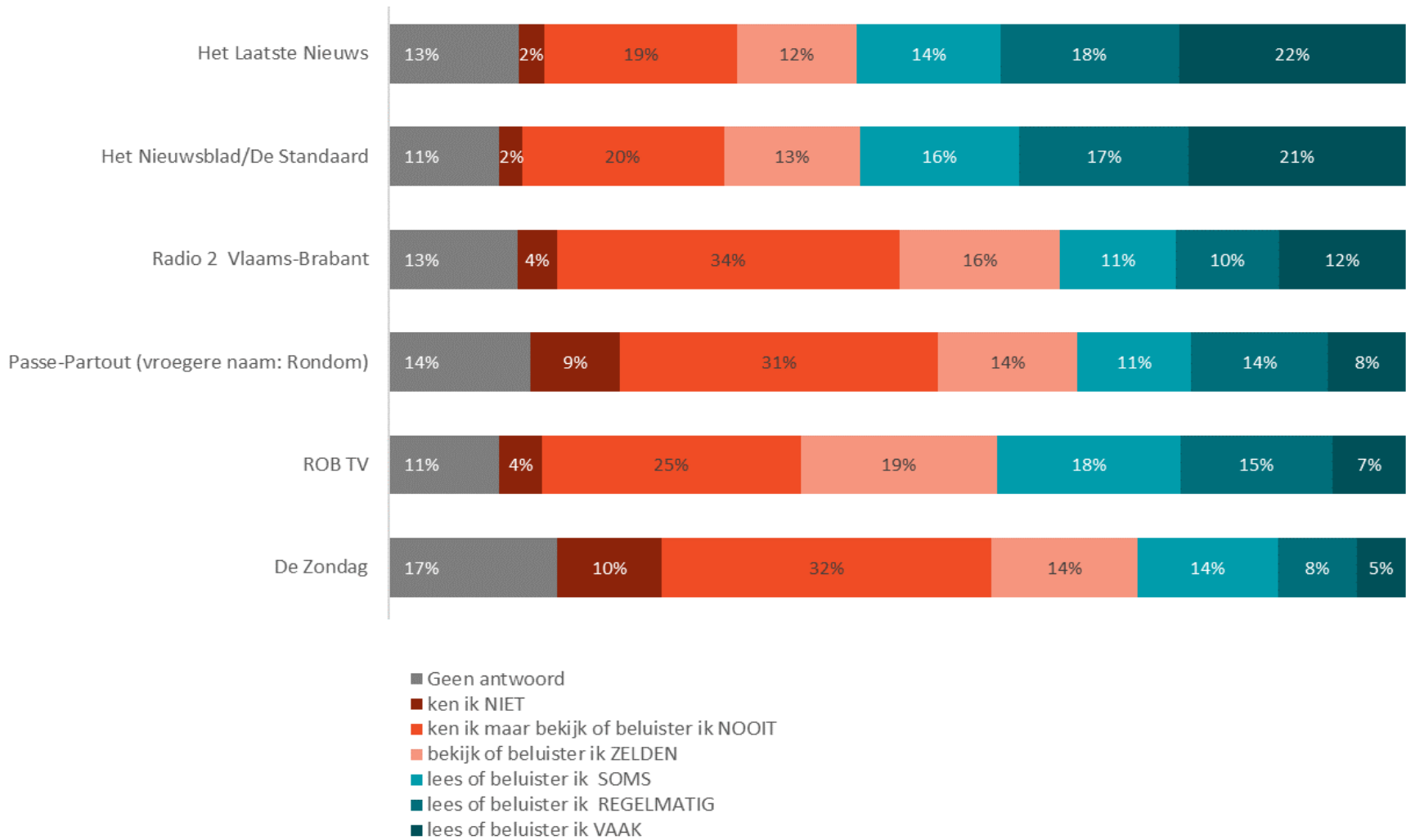


## Gebruik sociale media (t.o.v. hele steekproef, n=658)



# 1.3 KENNIS EN GEBRUIK VAN REGIONALE PERSMEDIA

N=688



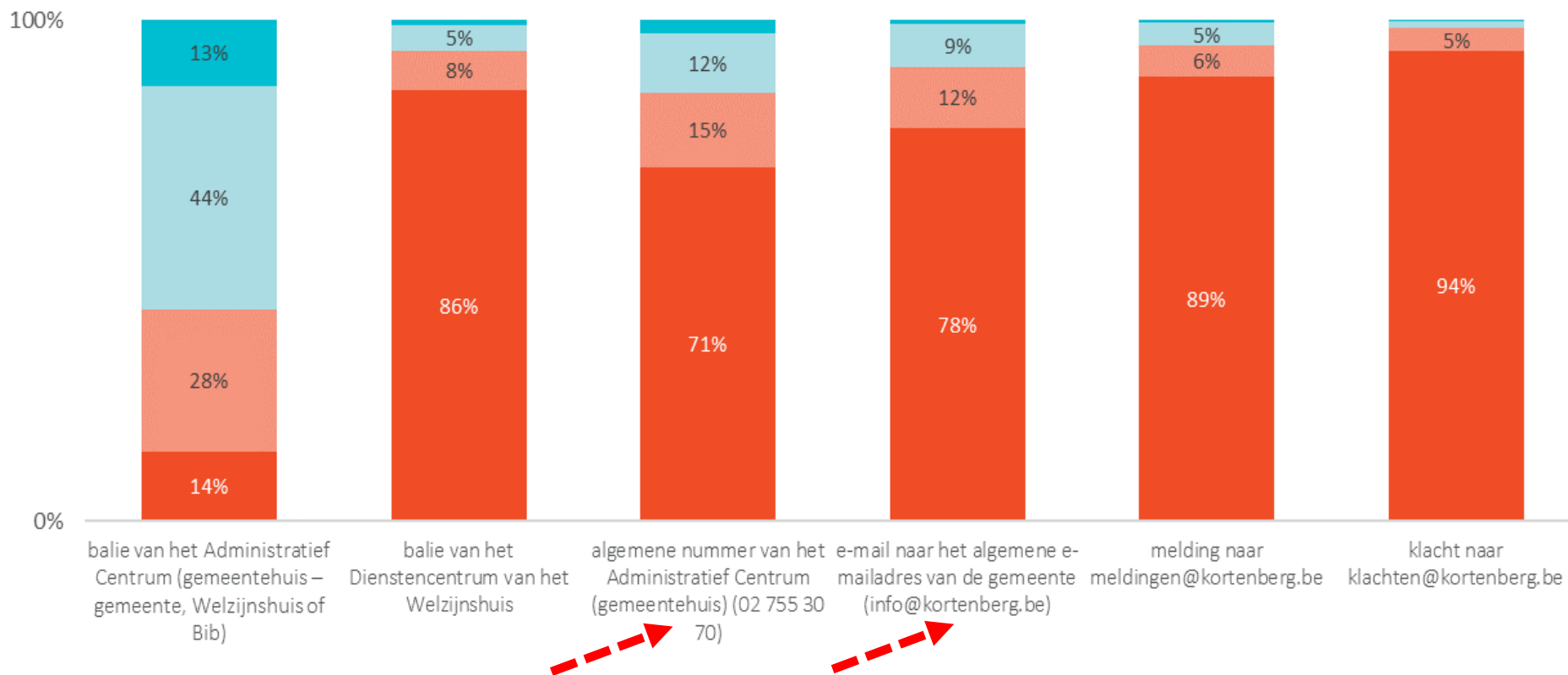
# INHOUD COMMUNICATIEMONITOR

- **1. Bewoners en hun mediagebruik**
  - 1.1 Socio-demografisch profiel van de respondent
  - 1.2 (Sociale) mediagebruik in het algemeen
  - 1.3 Kennis en gebruik van regionale nieuwsbronnen
- **2. Omgang met gemeentelijke communicatiekanalen - algemeen**
  - 2.1 Gebruik en waardering van de onthaalkanalen
  - 2.2 Gebruik en waardering van de communicatiekanalen
  - 2.3 Gebruik en waardering van de vrijetijdskanalen
- **3. Gebruik en waardering van de belangrijkste communicatiekanalen - specifiek**
  - 3.1 Waardering van het informatieblad
  - 3.2 Waardering van de website
  - 3.3 Waardering van de sociale media
- **4. Beleving van de communicatie**
  - 4.1 Evaluatie van de communicatie
  - 4.2 Informatienoden (thematisch)
  - 4.3 Imago van de gemeente
- **5. Gewenste communicatie-investeringen**
- **6. Conclusies**

# 2.1 GEBRUIK EN WAARDERING VAN DE GEMEENTELIJKE ONTHAALKANALEN

Contact met het onthaal het voorbije jaar (n=688)

nooit    één keer    2 tot 5 keer    meer dan 5 keer



## 2.1 GEBRUIK EN WAARDERING VAN DE GEMEENTELIJKE ONTHAALKANALEN

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
balie Administratief Centrum	556	1,00	10,00	7,89	1,74
balie Dienstencentrum	79	1,00	10,00	7,67	2,19
algemeen nummer Administratief centrum	162	1,00	10,00	7,62	1,80
algemene e-mailadres van de gemeente	117	1,00	10,00	7,51	1,84
meldingen@kortenbergh.be	65	1,00	10,00	7,20	2,15
klachten@kortenbergh.be	34	1,00	10,00	6,32	2,43



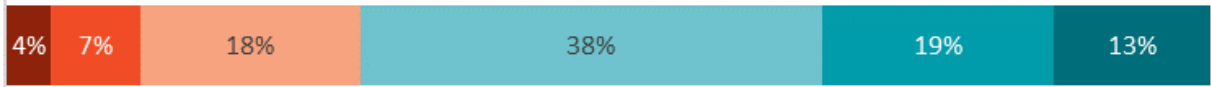
## 2.2 GEBRUIK EN WAARDERING VAN DE GEMEENTELIJKE COMMUNICATIEKANALEN:



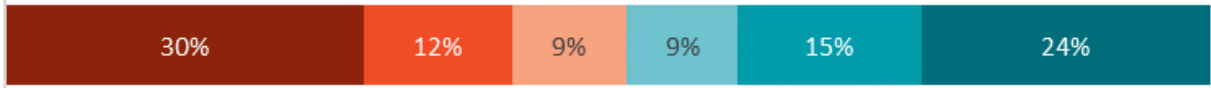
Gemeentelijk informatieblad 'Zoeklicht' (n=672)



Website www.kortenber.be (n=641)



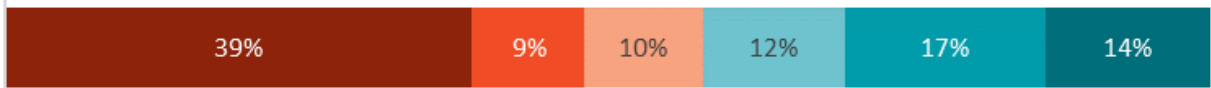
Digitale 'Nieuwsbrief gemeente Kortenberg' (n=635)



Facebookpagina gemeente Kortenberg (n=635)



Bewonersbrieven van de gemeente Kortenberg (n=630)



Digitale informatieschermen in of aan het Administratief Centrum (gemeentehuis)...



Twitterpagina gemeente Kortenberg (n=611)



Digitale 'Nieuwsbrief voor ondernemers' (n=611)

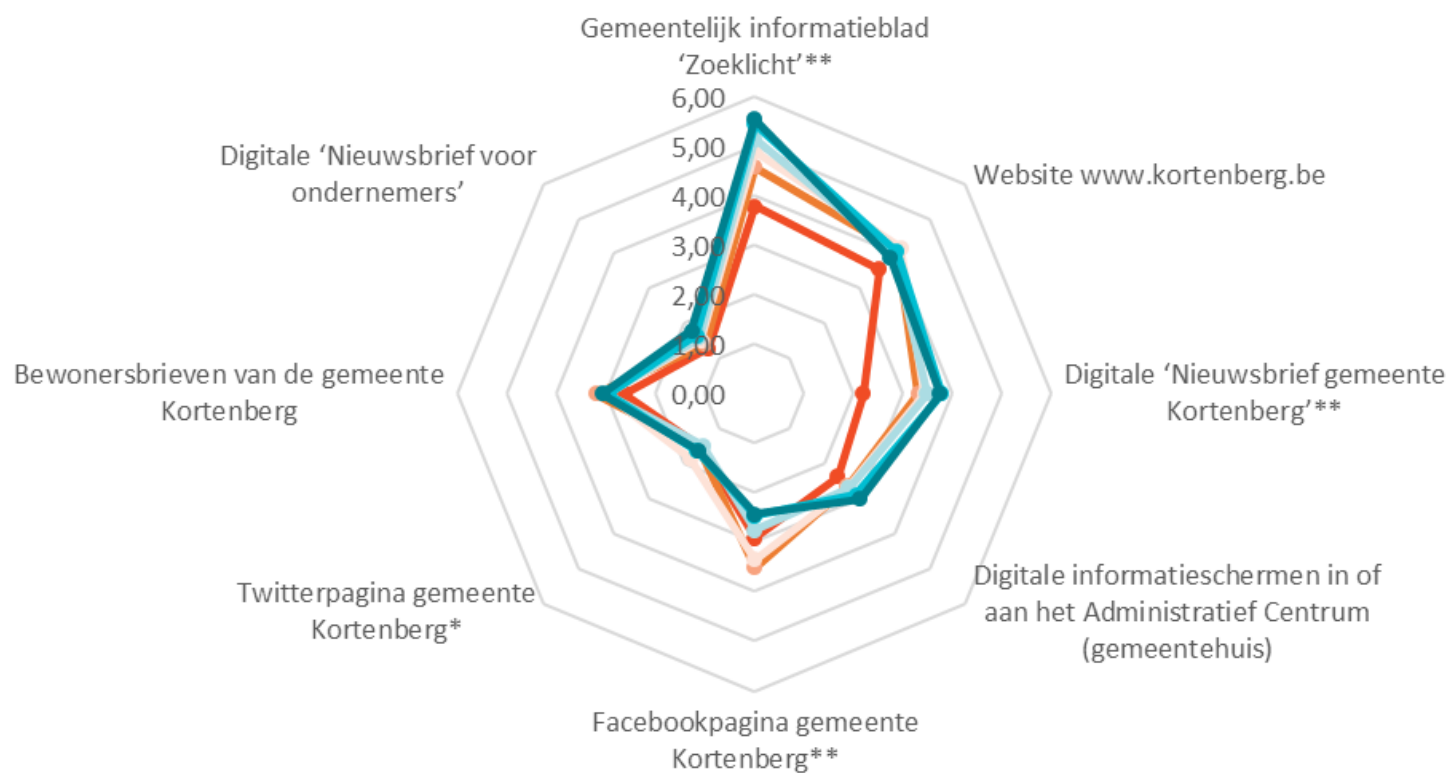


- Ken ik niet
- Ken ik, maar bekijk ik NOOIT
- bekijk ik ZELDEN
- bekijk ik SOMS
- bekijk en lees ik REGELMATIG
- bekijk en lees ik VAAK

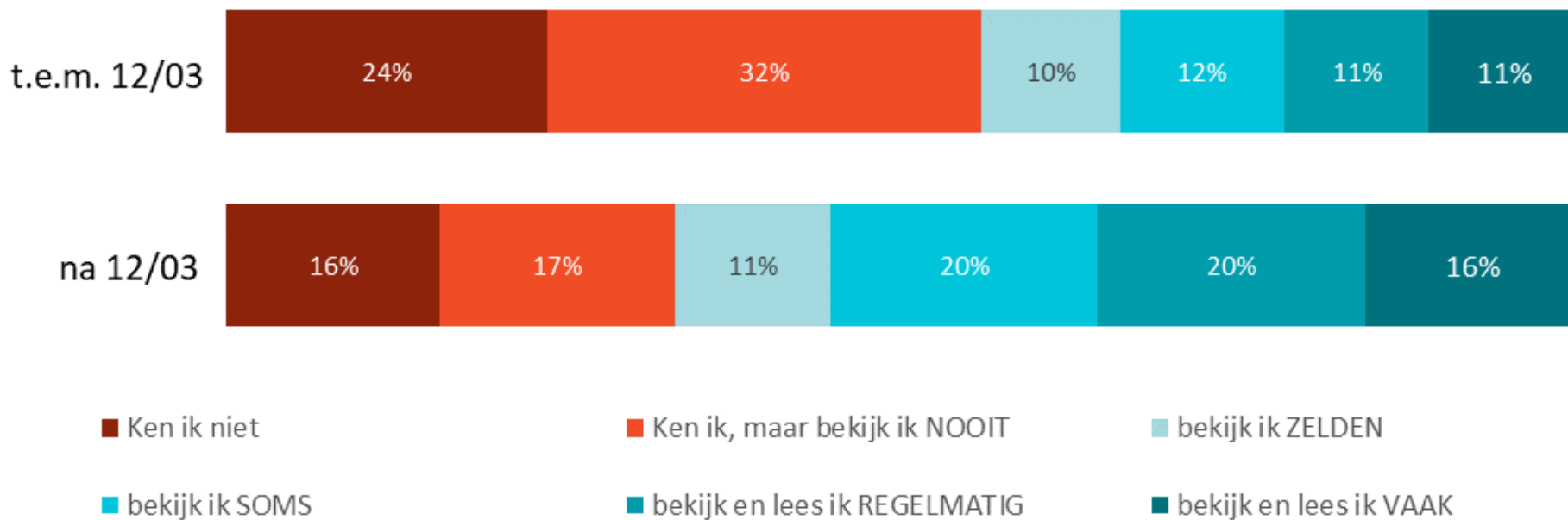
# VERSCHILLEN NAARGELANG HET PROFIEL VAN DE RESPONDENT

Gemiddelde score 'kennis en gebruik gemeentelijke communicatiekanalen' x leeftijd

—●— 30 jaar of jonger —●— 31-40 jaar —●— 41-50 jaar —●— 51-60 jaar —●— 61-70 jaar —●— 70+



## Raadpleging Facebook gemeente voor en na Corona (n=459, enkel online ingevulde surveys)



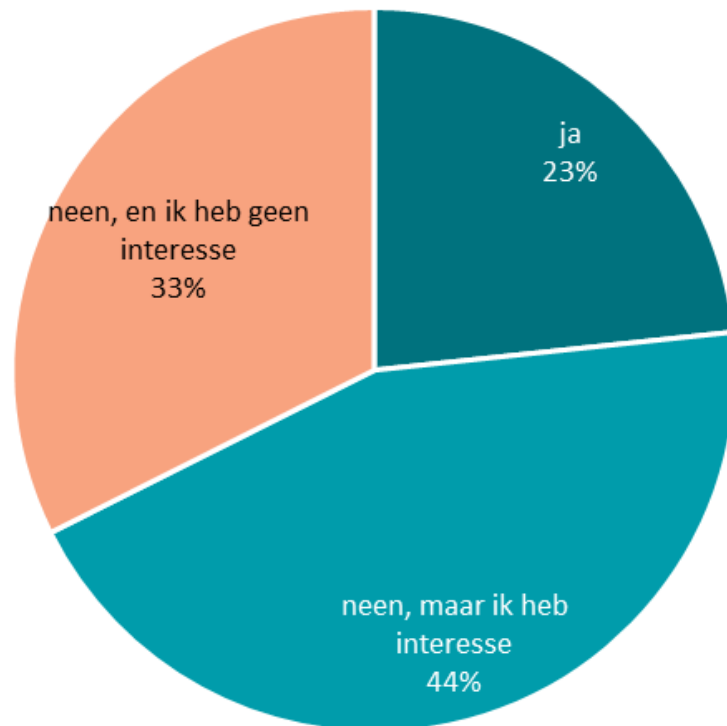
# TEVREDENHEID GEMEENTELIJKE COMMUNICATIEKANALEN

## ALGEMEEN GEMIDDELDE SCORE OP 10

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Gemeentelijk informatieblad 'Zoeklicht'	613	1,00	10,00	8,00	1,51
Digitale 'Nieuwsbrief gemeente Kortenberg'	319	1,00	10,00	7,77	1,64
Facebookpagina gemeente Kortenberg	281	1,00	10,00	7,57	1,68
Website <a href="http://www.kortenberg.be">www.kortenberg.be</a>	524	1,00	10,00	7,44	1,59
Bewonersbrieven van de gemeente Kortenberg	268	1,00	10,00	7,14	1,91
Digitale informatieschermen in of aan het Administratief Centrum (gemeentehuis)	260	1,00	10,00	6,57	2,02
Digitale 'Nieuwsbrief voor ondernemers'	58	1,00	10,00	6,21	2,04
Twitterpagina gemeente Kortenberg	45	1,00	10,00	6,07	2,50

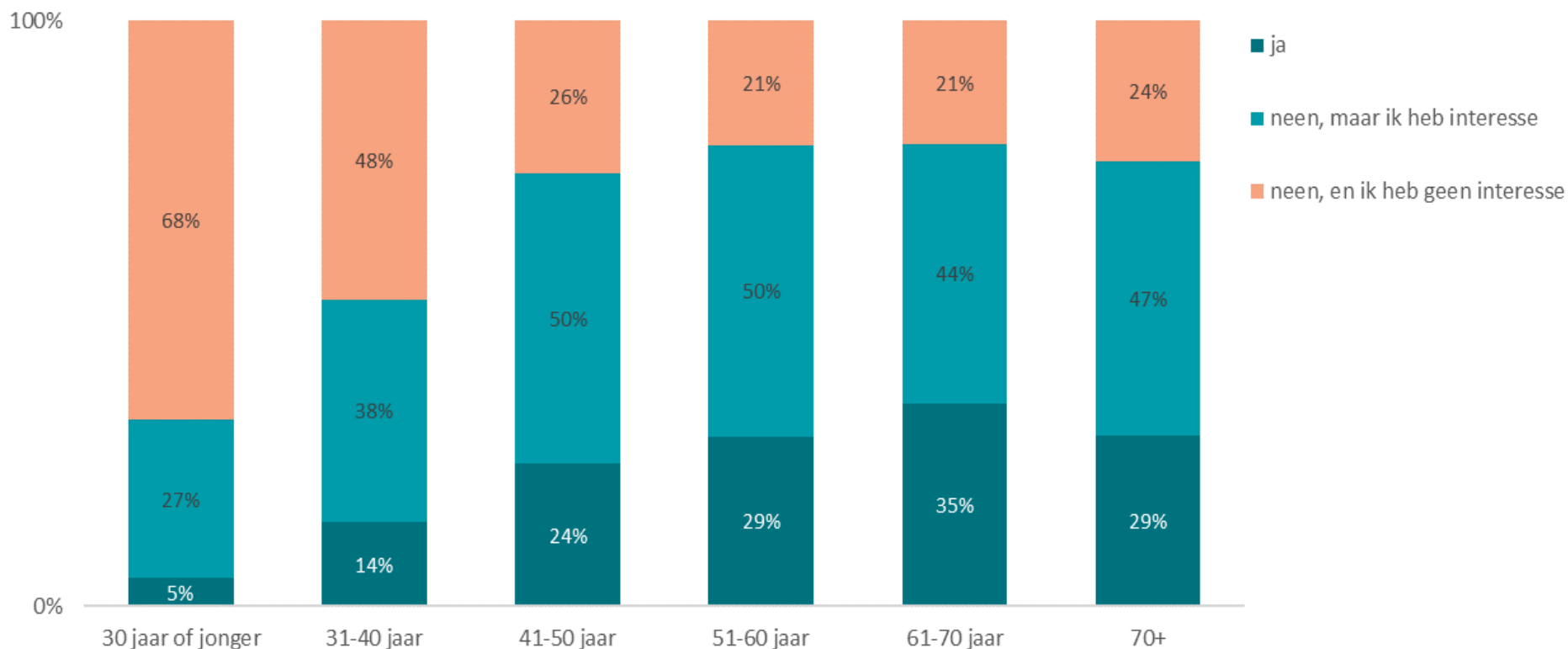
# BEWONERSVERGADERINGEN

Nam je al eens deel aan  
bewonersvergaderingen van de gemeente Kortenberg (bv. in  
het kader van de  
heraanleg van jouw straat)? (n=639)



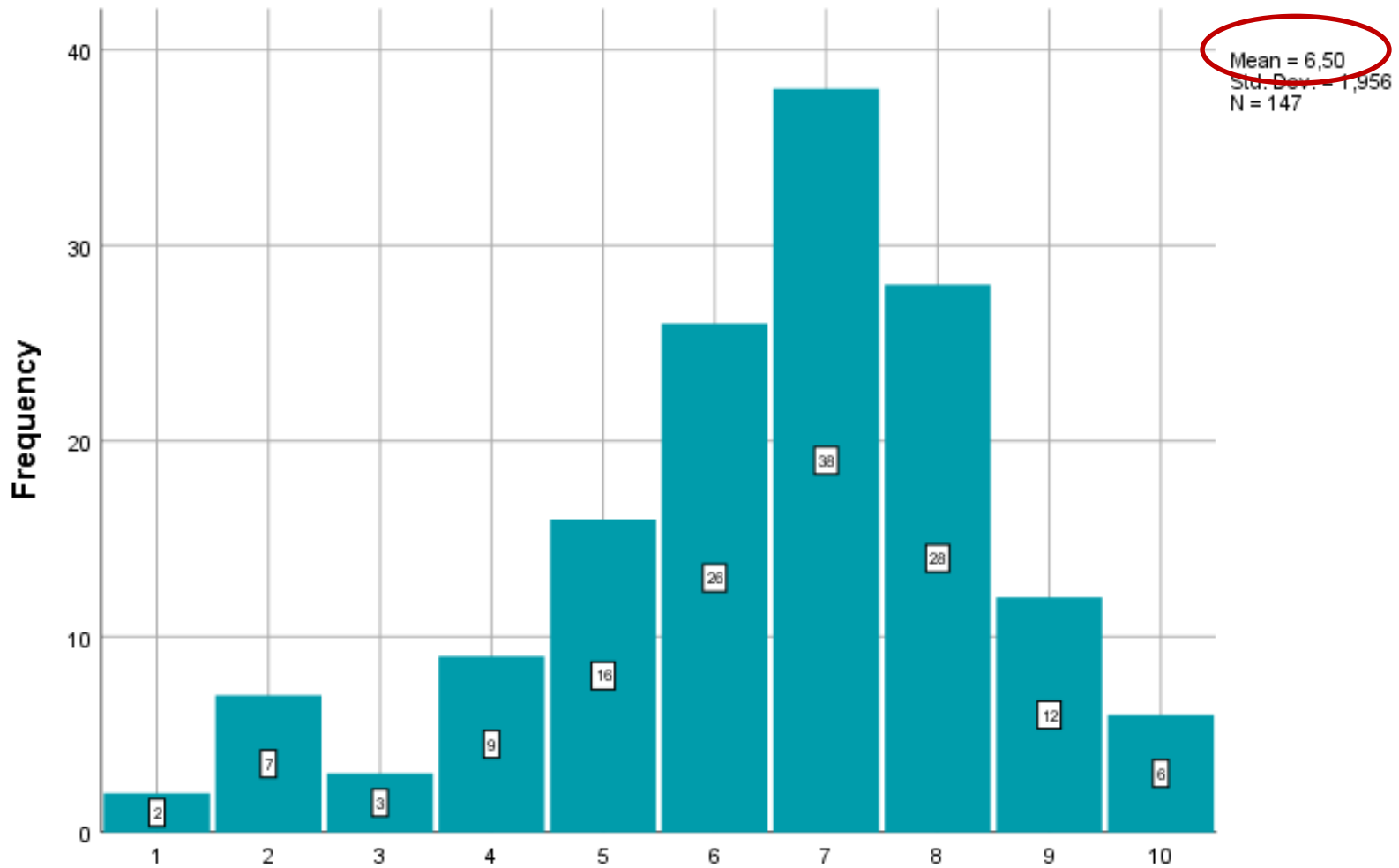
# BEWONERSVERGADERINGEN

Nam je al eens deel aan bewonersvergaderingen van de gemeente Kortenberg (bv. in het kader van de heraanleg van jouw straat)? (n=572)



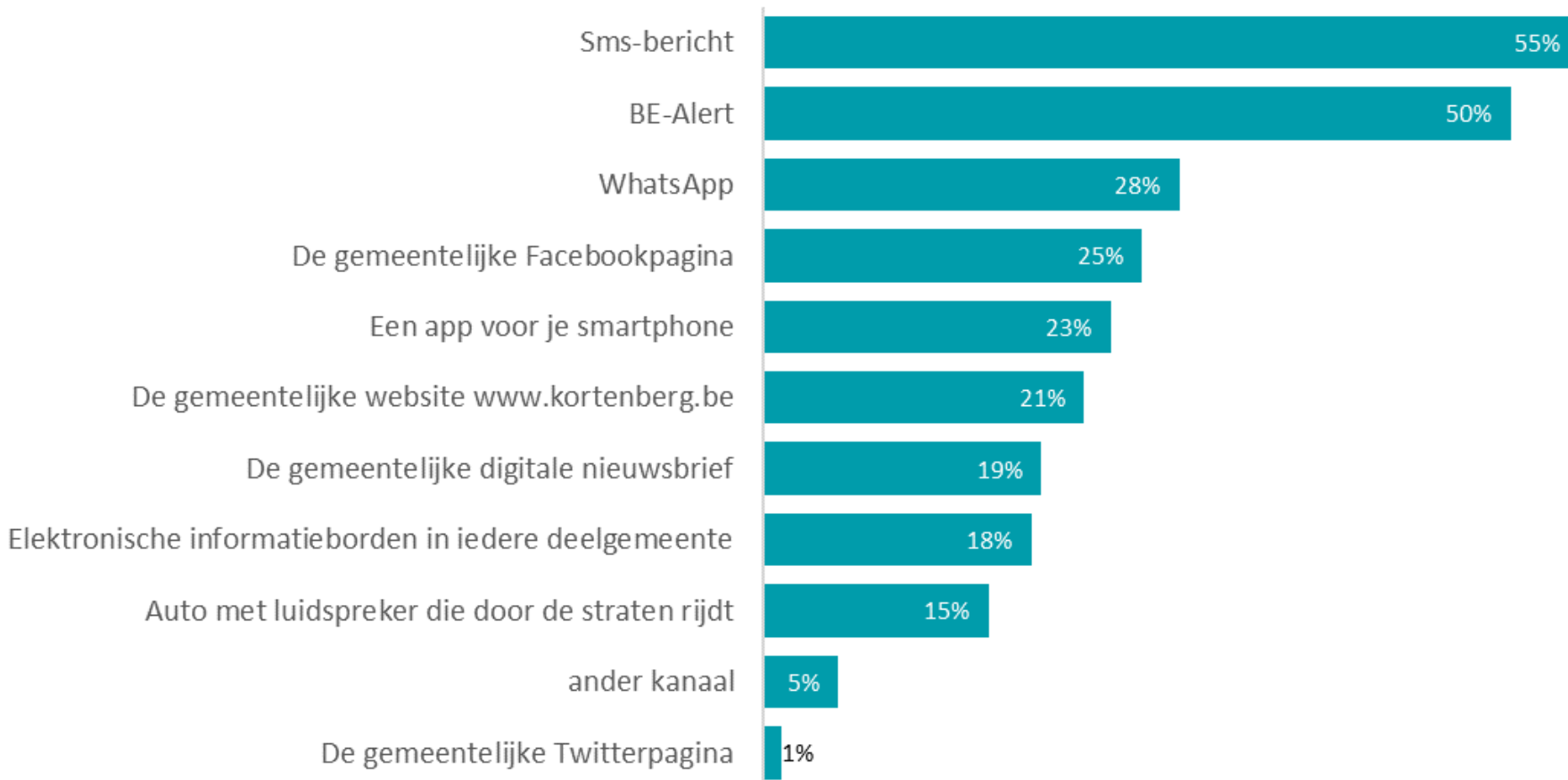
# TEVREDENHEID BEWONERSVERGADERINGEN

Tevredenheid kwaliteit bewonersvergaderingen



# KANALEN CRISISCOMMUNICATIE

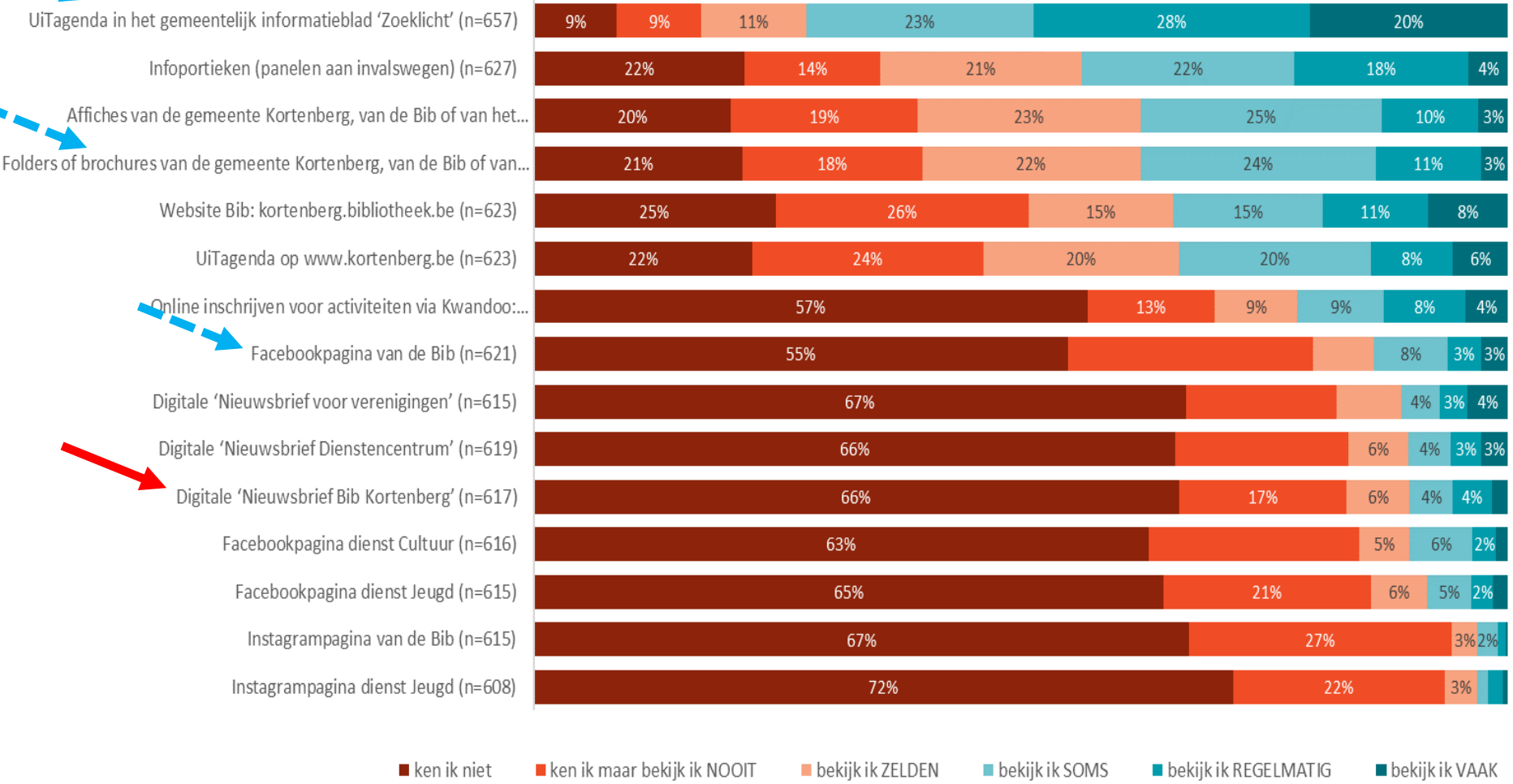
Kanalen waarmee men de inwoners het best kan bereiken in noodgevallen  
(multiple response, n=564)





# KENNIS, GEBRUIK EN TEVREDENHEID VAN DE VRIJETIJDKANALEN

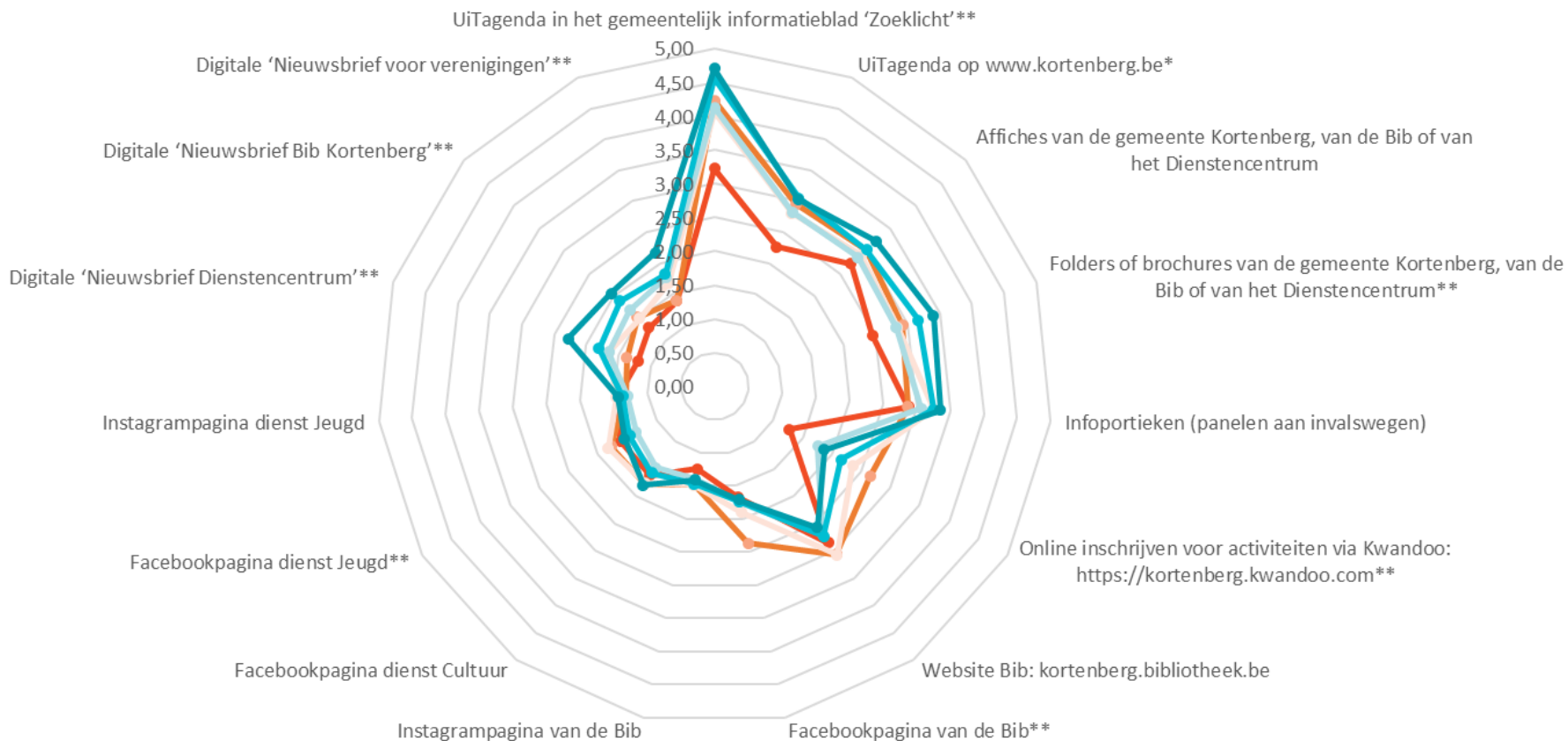
# 2.3 GEBRUIK EN WAARDERING VAN DE GEMEENTELIJKE VRIJETIJDKANALEN:



# VERSCHILLEN NAARGELANG HET PROFIEL VAN DE RESPONDENT

Gemiddelde score 'kennis en gebruik vrijetijdskanalen' x leeftijd

—●— 30 jaar of jonger —●— 31-40 jaar —●— 41-50 jaar —●— 51-60 jaar —●— 61-70 jaar —●— 70+



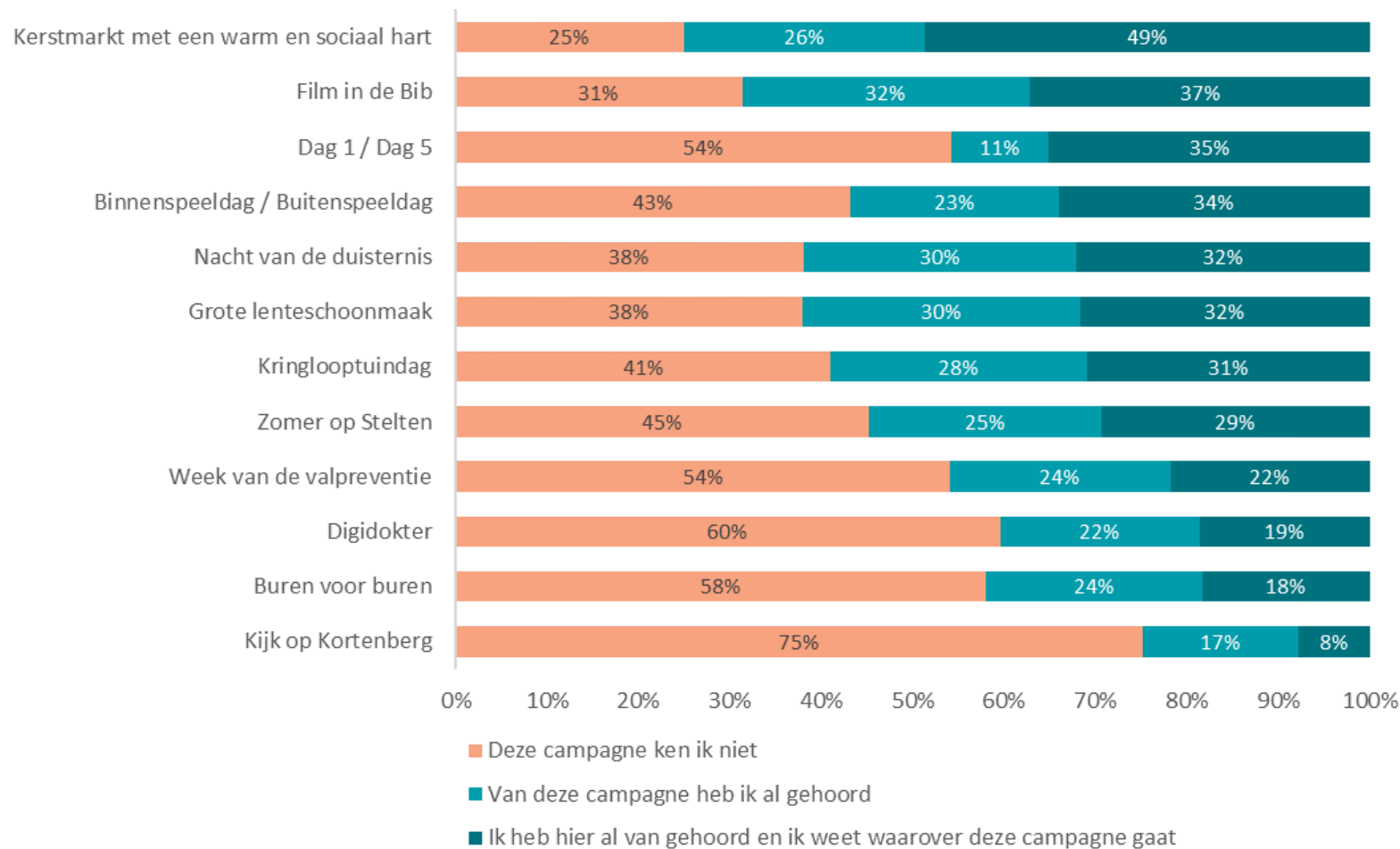
# TEVREDENHEID GEMEENTELIJKE VRIJETIJDKANALEN

## ALGEMEEN GEMIDDELDE SCORE OP 10

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
UiTagenda in het gemeentelijk informatieblad 'Zoeklicht'	462	1,00	10,00	7,90	1,52
Website Bib: kortenberg.bibliotheek.be	223	1,00	10,00	7,74	1,68
UiTagenda op www.kortenberg.be	247	3,00	10,00	7,62	1,59
Digitale 'Nieuwsbrief voor verenigingen'	77	1,00	10,00	7,58	1,91
Facebookpagina dienst Jeugd	59	4,00	10,00	7,58	1,75
Digitale 'Nieuwsbrief Dienstencentrum'	66	3,00	10,00	7,48	1,71
Facebookpagina van de Bib	95	1,00	10,00	7,45	1,86
Facebookpagina dienst Cultuur	63	5,00	10,00	7,43	1,54
Digitale 'Nieuwsbrief Bib Kortenberg'	69	2,00	10,00	7,41	1,80
Online inschrijven voor activiteiten via Kwandoo: <a href="https://kortenberg.kwandoo.com">https://kortenberg.kwandoo.com</a>	146	1,00	10,00	7,36	2,03
Affiches van de gemeente Kortenberg, van de Bib of van het Dienstencentrum	263	1,00	10,00	7,25	1,66
Folders of brochures van de gemeente Kortenberg, van de Bib of van het Dienstencentrum	256	1,00	10,00	7,23	1,69
Instagrampagina van de Bib	23	4,00	10,00	7,22	1,95
Instagrampagina dienst Jeugd	21	4,00	10,00	7,05	1,94
Infoportieken (panelen aan invalswegen)	296	1,00	10,00	6,98	1,88

# BEREIK VAN CAMPAGNES

Kennis campagnes (n=641)

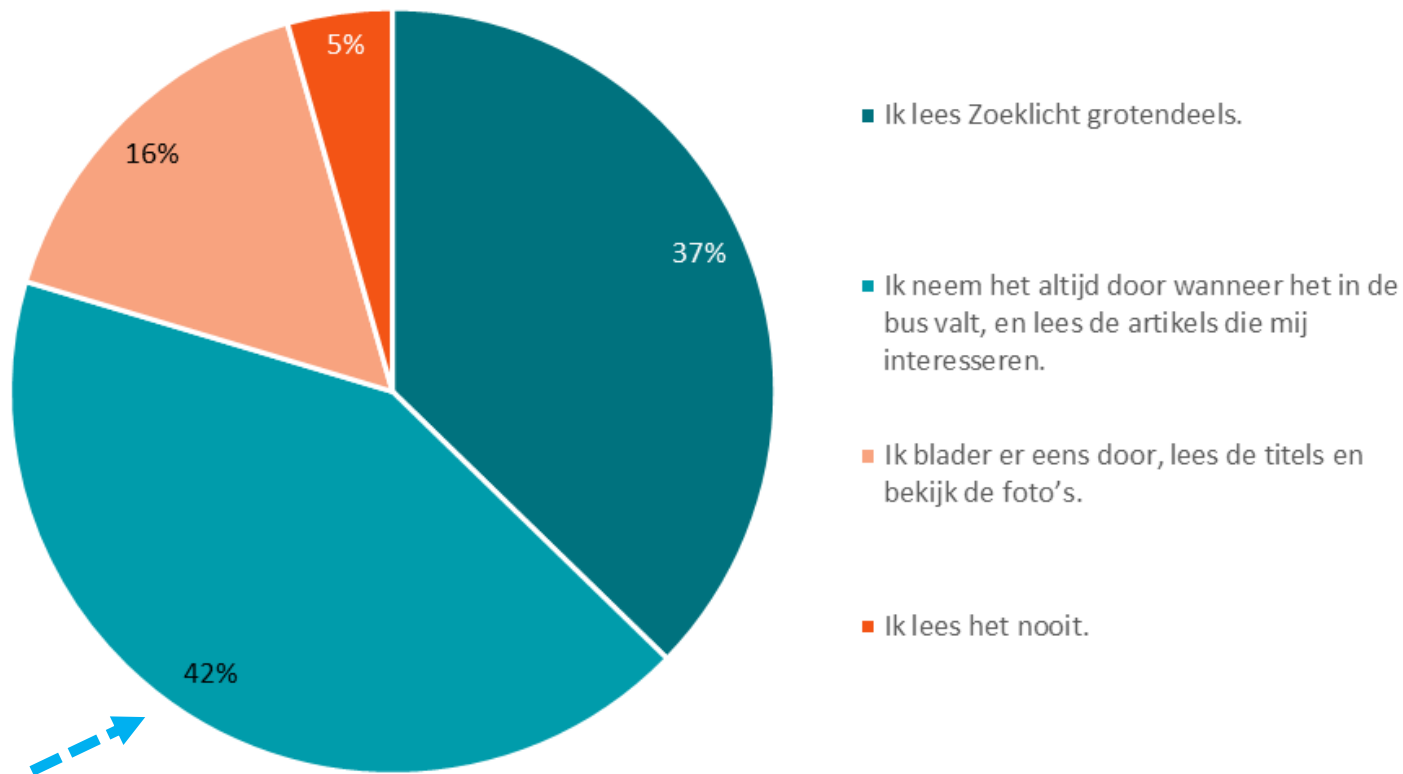


# INHOUD COMMUNICATIEMONITOR

- **1. Bewoners en hun mediagebruik**
  - 1.1 Socio-demografisch profiel van de respondent
  - 1.2 (Sociale) mediagebruik in het algemeen
  - 1.3 Kennis en gebruik van regionale nieuwsbronnen
- **2. Omgang met communicatiekanalen - algemeen**
  - 2.1 Gebruik en waardering van de gemeentelijke onthaalkanalen
  - 2.2 Gebruik en waardering van de communicatiekanalen
  - 2.3 Gebruik en waardering van de vrijetijdskanalen
- **3. Gebruik en waardering van de belangrijkste communicatiekanalen - specifiek**
  - 3.1 Waardering van het gemeentelijk informatieblad
  - 3.2 Waardering van de website
  - 3.3 Waardering van de sociale media
- **4. Beleving van de communicatie**
  - 4.1 Evaluatie van de communicatie
  - 4.2 Informatienoden (thematisch)
  - 4.3 Imago van de gemeente
- **5. Gewenste communicatie-investeringen**
- **6. Conclusies**

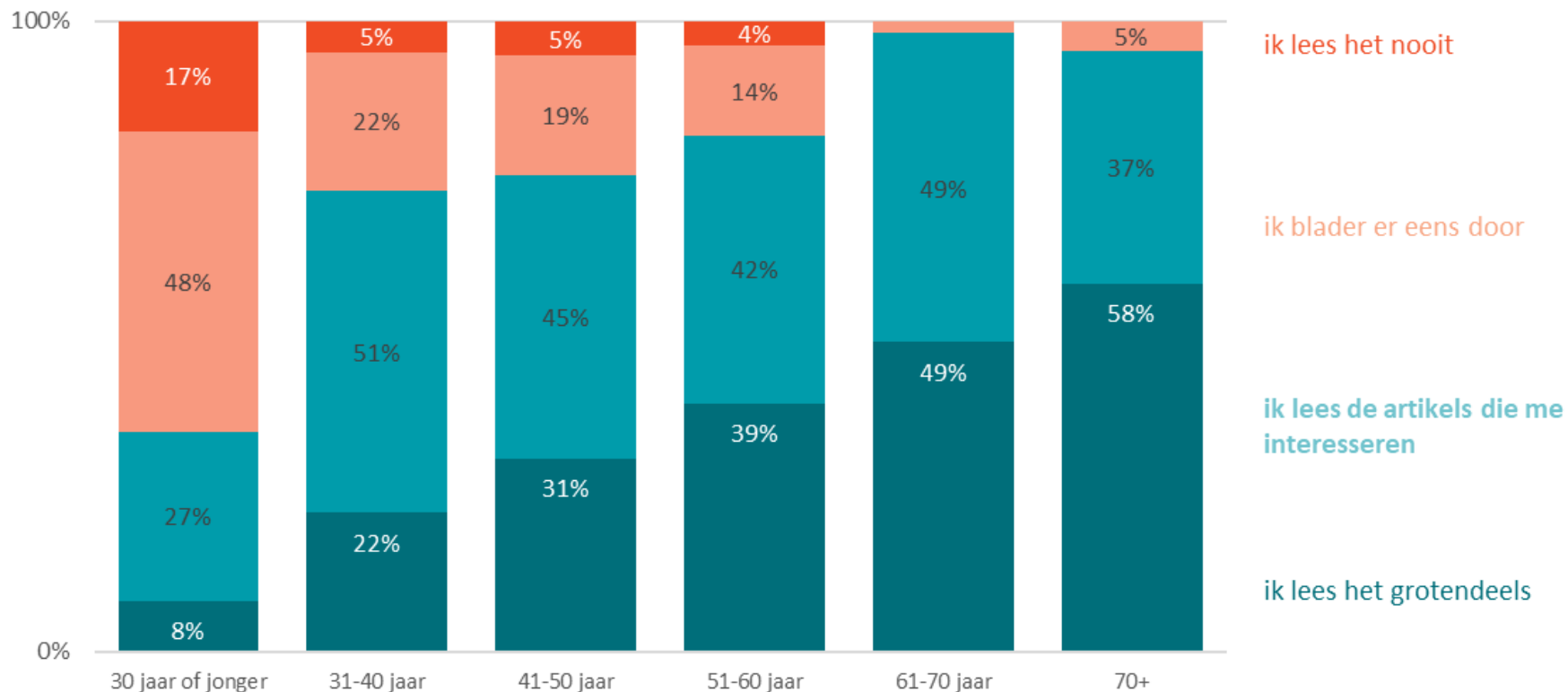
## 3.1 A. EVALUATIE INFOBLAD

In welke mate lees je het gemeentelijk informatieblad 'Zoeklicht'? (n=609)



# 3.1 EVALUATIE INFOBLAD

In welke mate lees je het gemeentelijk informatieblad 'Zoeklicht'? (n=576)



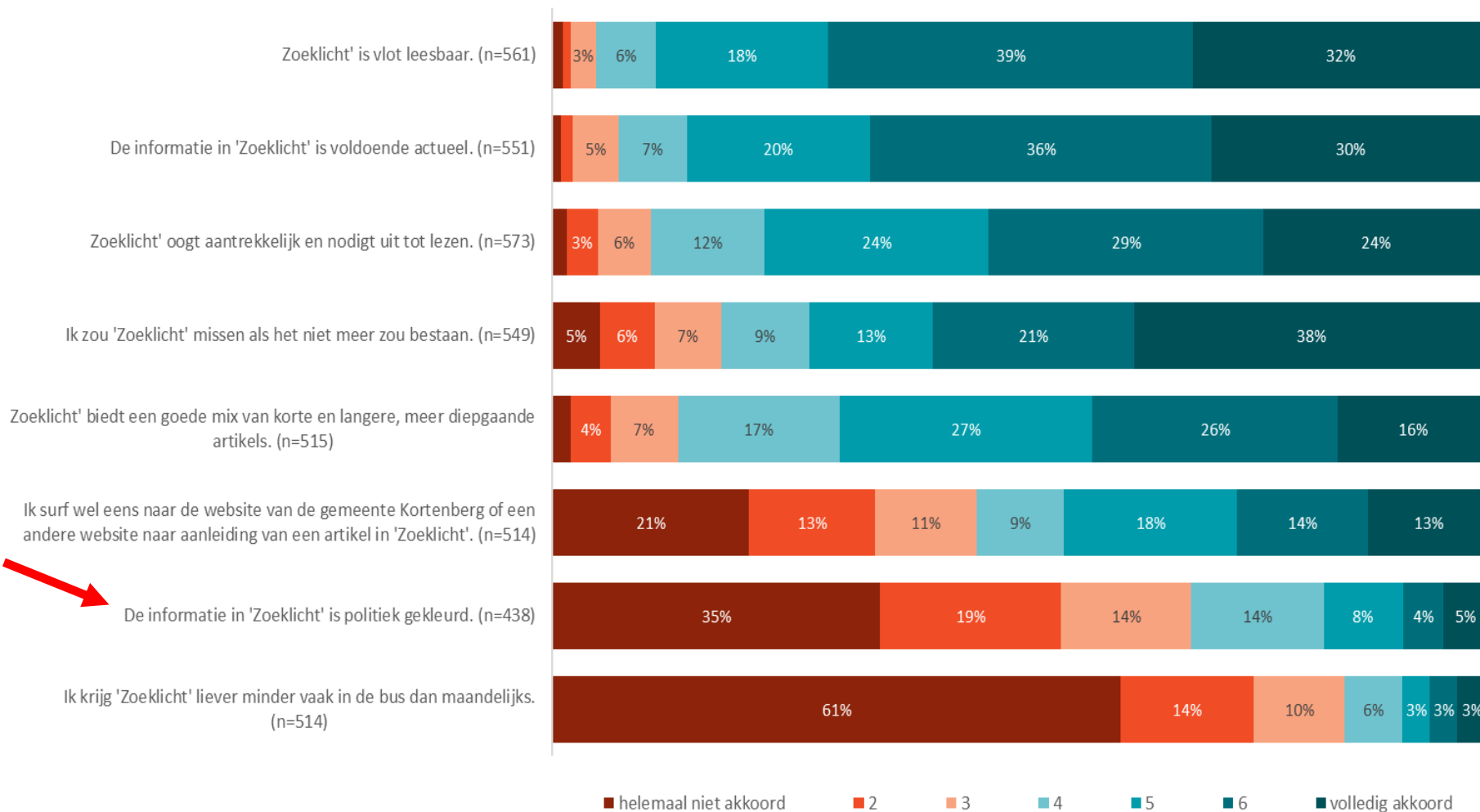


## 3.1 A. EVALUATIE INFOBLAD

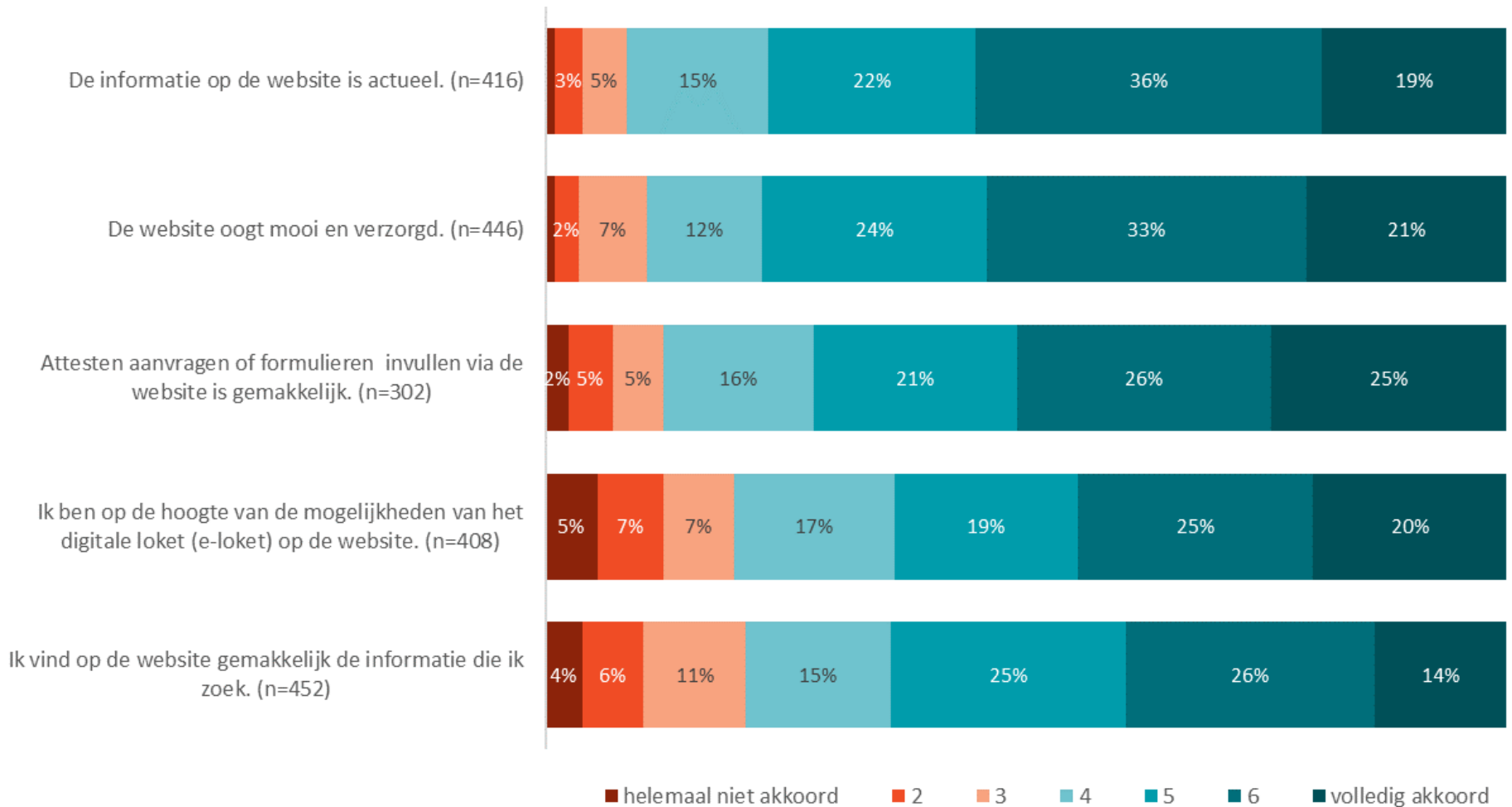
Redenen om 'Zoeklicht' nooit te lezen  
(multiple response, n=26, in absolute aantallen)



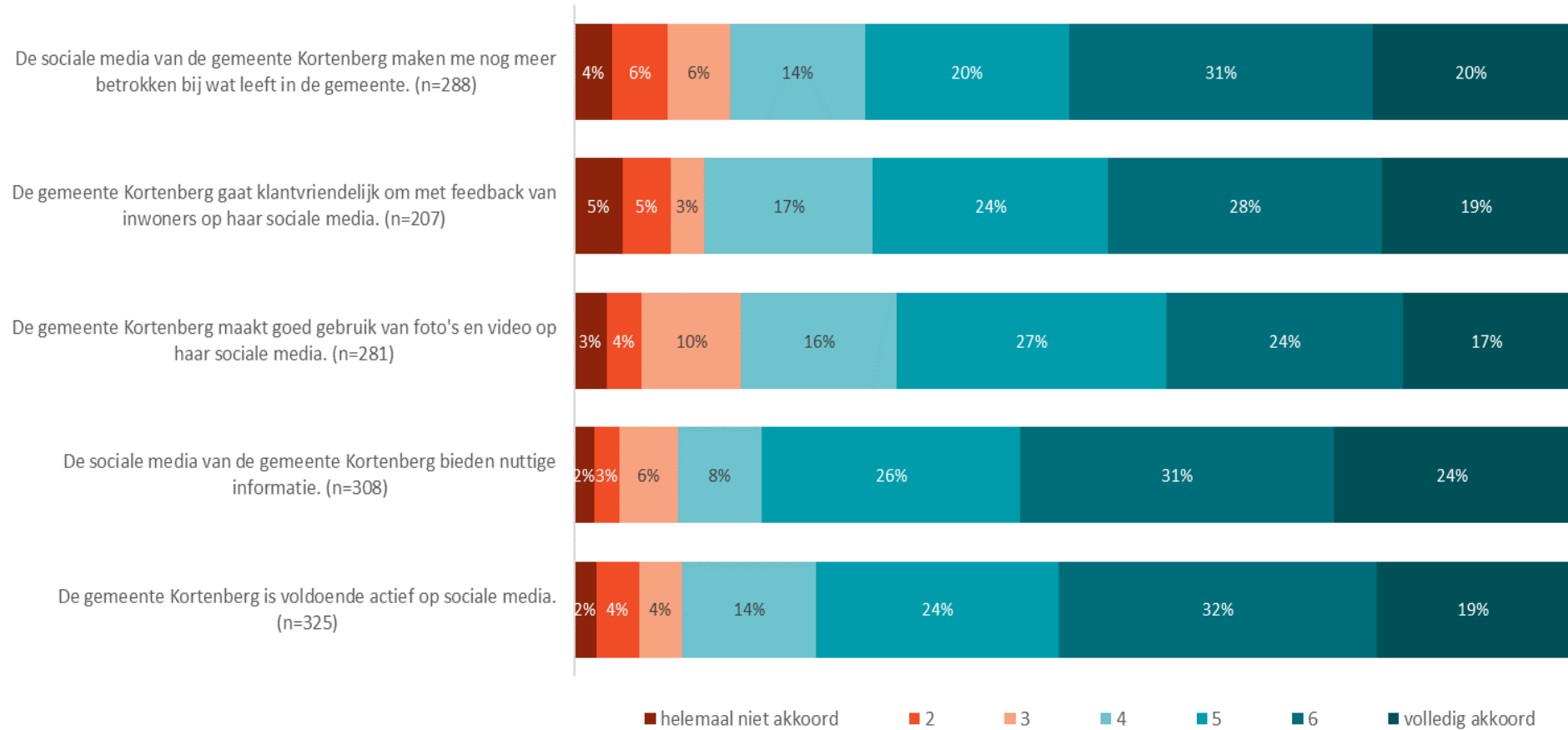
# 3.1 EVALUATIE INFOBLAD



## 3.2 WAARDERING GEMEENTELIJKE WEBSITE



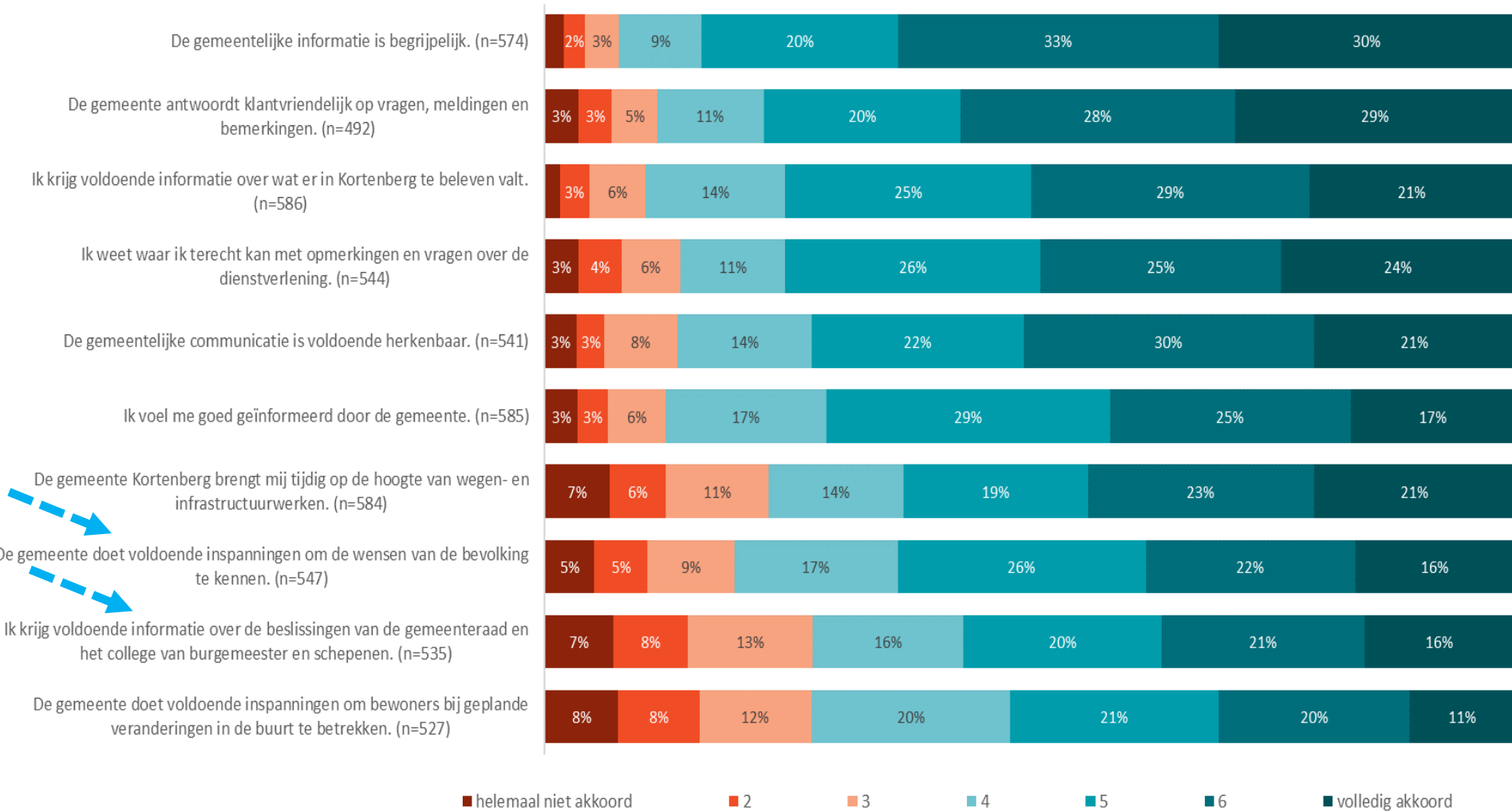
# 3.3 WAARDERING SOCIALE MEDIA



# INHOUD COMMUNICATIEMONITOR

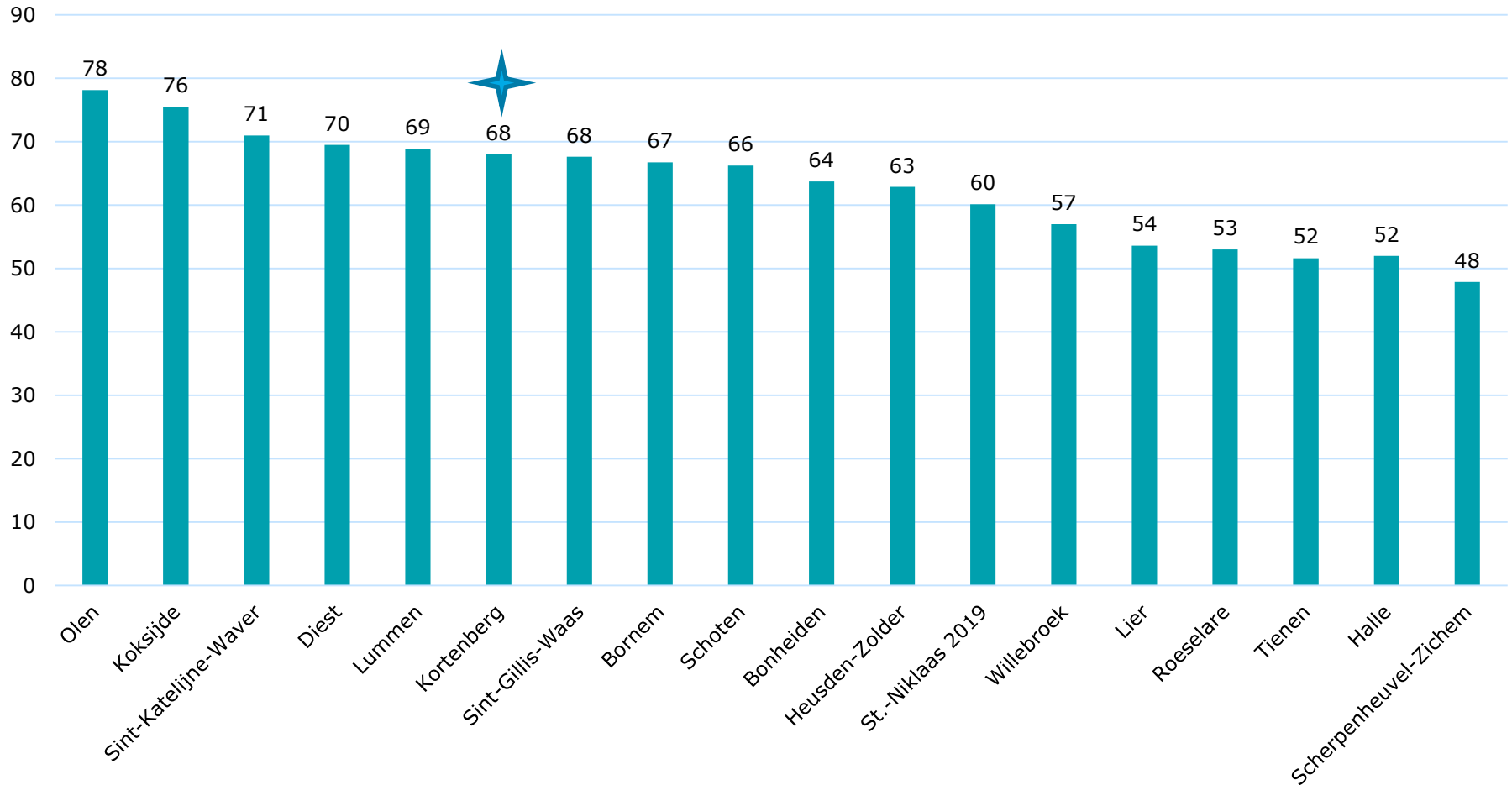
- **1. Bewoners en hun mediagebruik**
  - 1.1 Socio-demografisch profiel van de respondent
  - 1.2 (Sociale) mediagebruik in het algemeen
  - 1.3 Kennis en gebruik van regionale nieuwsbronnen
- **2. Omgang met communicatiekanalen - algemeen**
  - 2.1 Gebruik en waardering van de gemeentelijke onthaalkanalen
  - 2.2 Gebruik en waardering van de communicatiekanalen
  - 2.3 Gebruik en waardering van de vrijetijdskanalen
- **3. Gebruik en waardering van de belangrijkste communicatiekanalen - specifiek**
  - 3.1 Waardering van het gemeentelijk informatieblad
  - 3.2 Waardering van de website
  - 3.3 Waardering van de sociale media
- **4. Beleving van de communicatie**
  - 4.1 Evaluatie van de communicatie + campagnes
  - 4.2 Informatienoden (thematisch)
  - 4.3 Imago van de gemeente
- **5. Gewenste communicatie-investeringen**
- **6. Conclusies**

# 4.1 WAARDERING GEMEENTELIJKE COMMUNICATIE



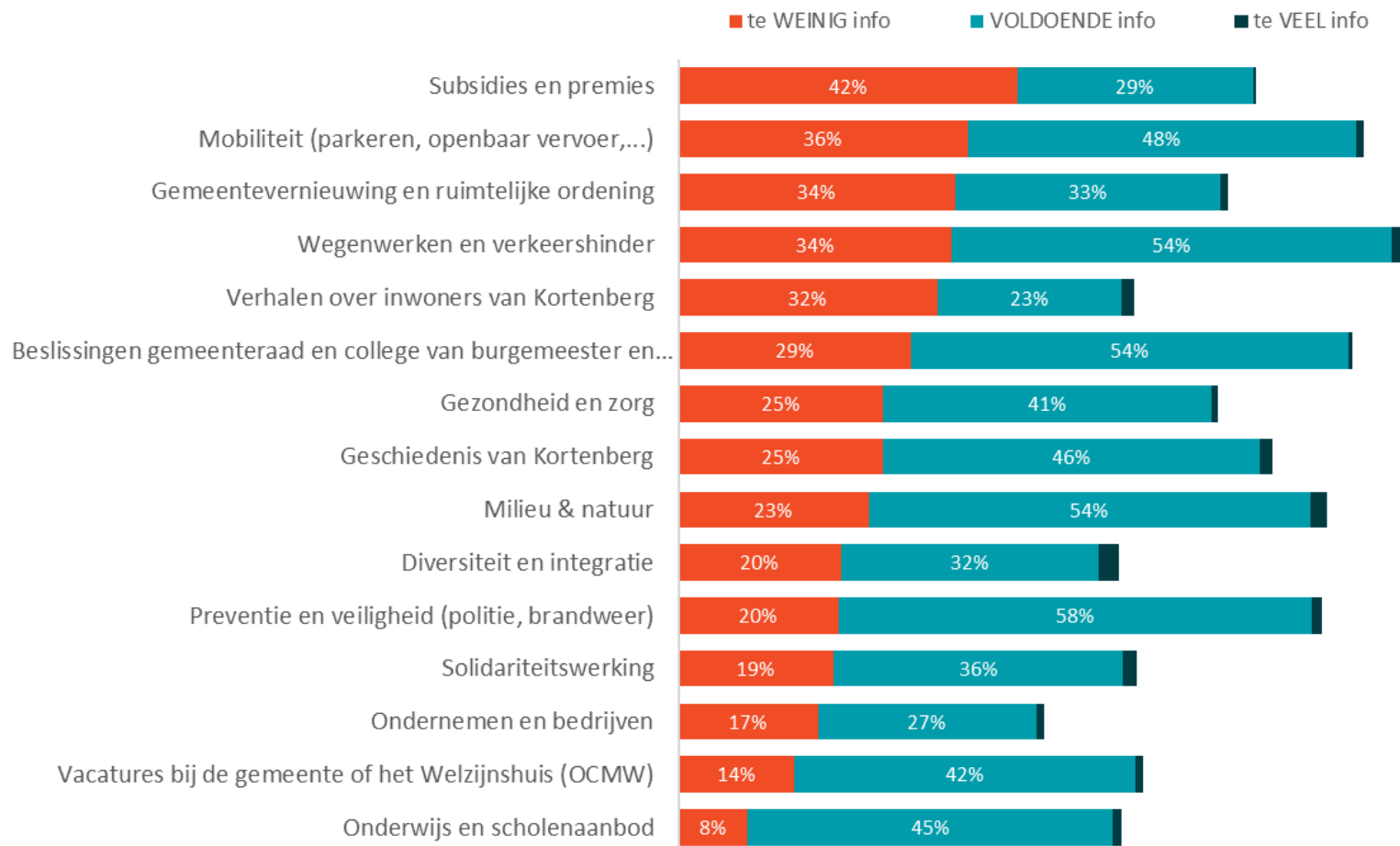
## % inwoners dat positieve waardering heeft van de gemeentelijke communicatie

(= gemiddelde van de stellingen op vorige pagina)



## 4.2 INFORMATIENODEN (THEMATISCH)

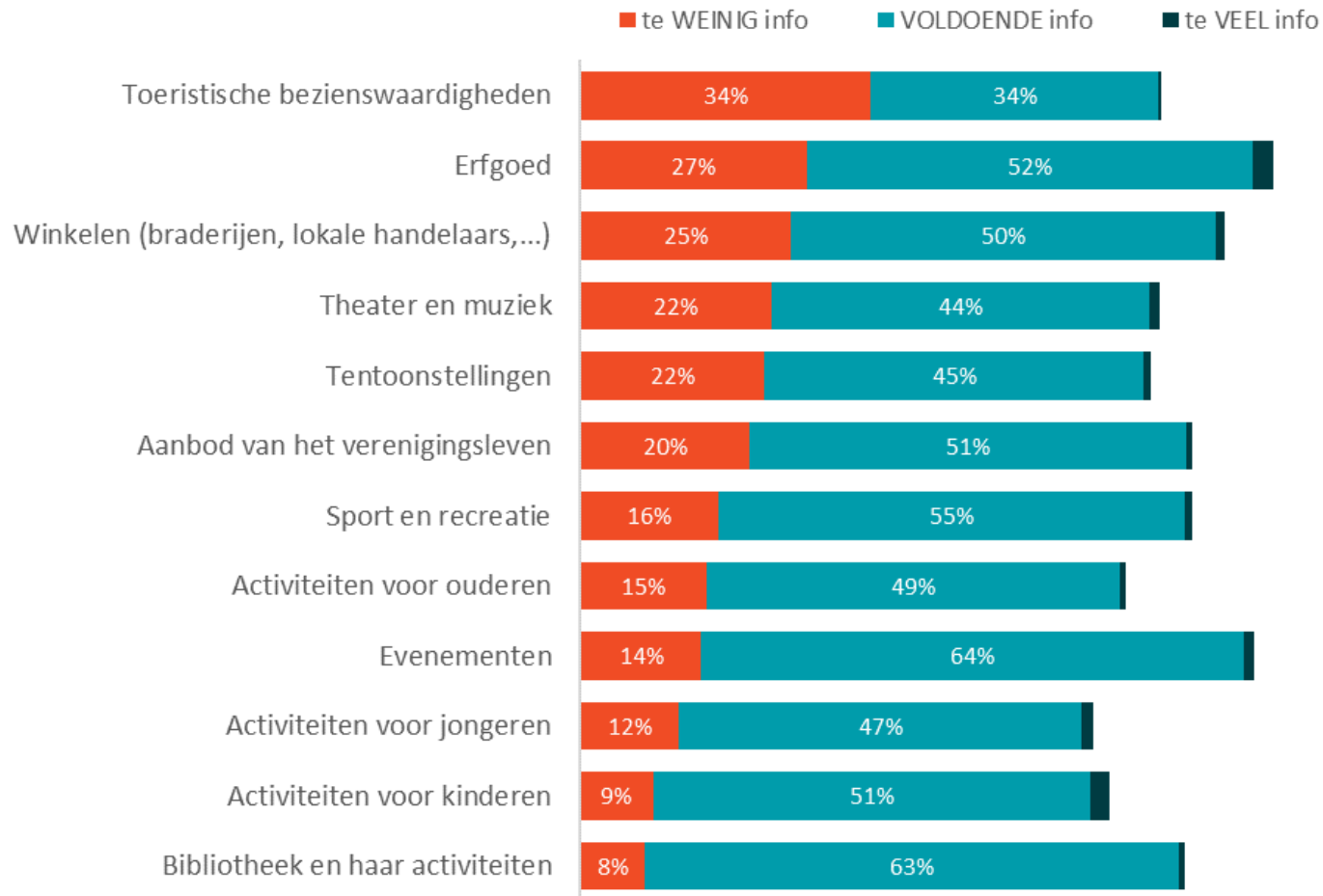
Informatienoden (n=641)





## 4.2 INFORMATIENODEN (VRIJETIJD)

Informatienoden - vrije tijd (n=641)

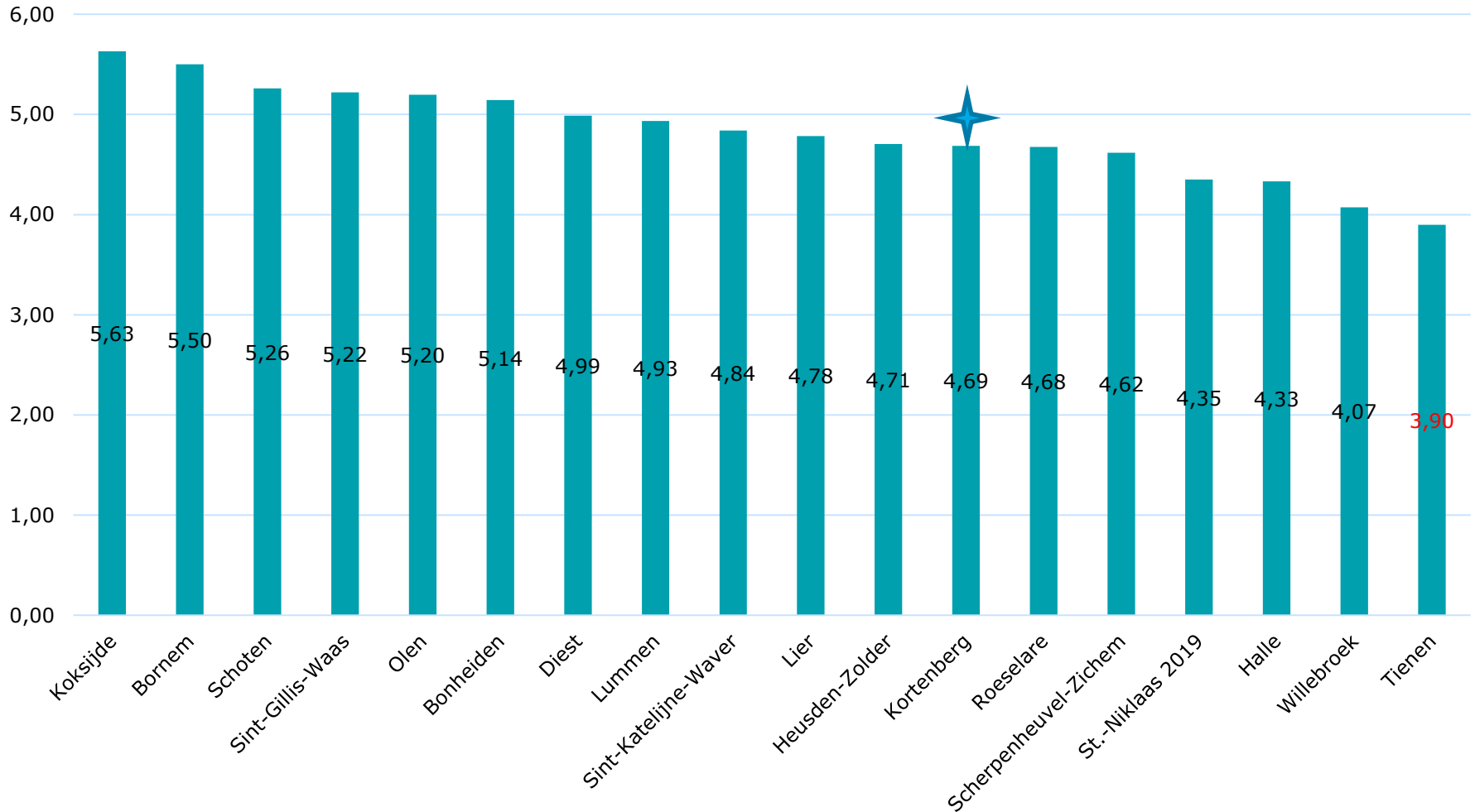


## 4.3 IMAGO GEMEENTE KORTENBERG

gemiddelde score

onbereikbaar	5,45	bereikbaar
kindonvriendelijk	5,06	kindvriendelijk
milieuonvriendelijk	4,92	milieuvriendelijk
plek met weinig vrijetijdsaanbod	4,90	plek met veel vrijetijdsaanbod
seniorenonvriendelijk	4,85	seniorenvriendelijk
weinig gastvrij	4,84	gastvrij
asociaal	4,81	sociaal
saai	4,80	levendig
niet goed om te winkelen	4,72	goed om te winkelen
onveilig	4,62	veilig
grijs	4,61	groen
ongezellig	4,61	gezellig
vuil	4,56	proper
verkeersonveilig	4,13	verkeersveilig
weinig verrassend	4,07	verrassend
druk	4,04	rustig

## Gemiddelde imago-scores (tussen 1 en 7 , 4 = midden)

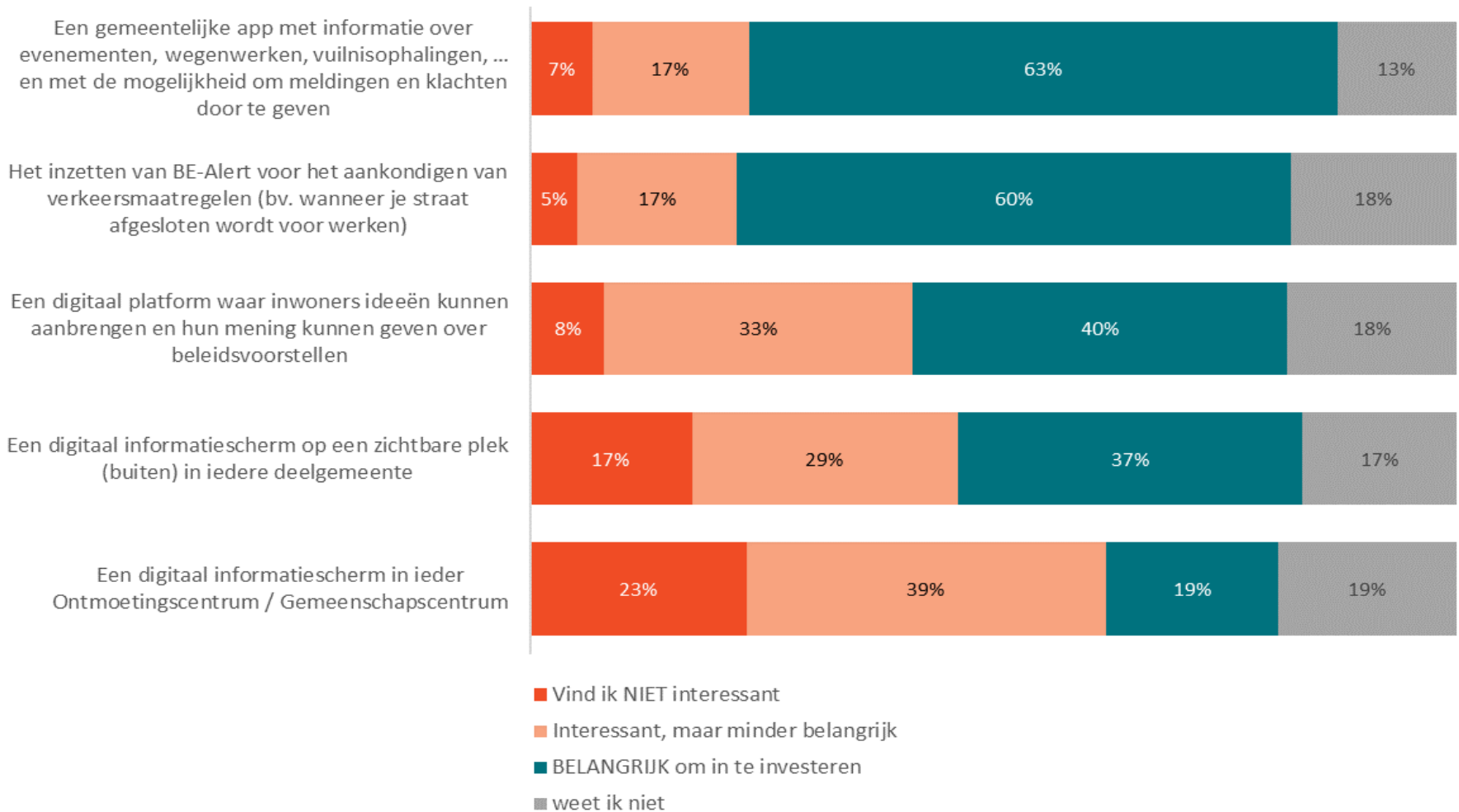


# INHOUD COMMUNICATIEMONITOR

- **1. Bewoners en hun mediagebruik**
  - 1.1 Socio-demografisch profiel van de respondent
  - 1.2 (Sociale) mediagebruik in het algemeen
  - 1.3 Kennis en gebruik van regionale nieuwsbronnen
- **2. Omgang met gemeentelijke communicatiekanalen - algemeen**
  - 2.1 Gebruik en waardering van de gemeentelijke onthaalkanalen
  - 2.2 Gebruik en waardering van de communicatiekanalen
  - 2.3 Gebruik en waardering van de vrijetijdskanalen
- **3. Gebruik en waardering van de belangrijkste communicatiekanalen - specifiek**
  - 3.1 Waardering van het gemeentelijk informatieblad
  - 3.2 Waardering van de website
  - 3.3 Waardering van de sociale media
- **4. Beleving van de communicatie**
  - 4.1 Evaluatie van de communicatie
  - 4.2 Informatienoden (thematisch)
  - 4.3 Imago van de gemeente
- **5. Gewenste communicatie-investeringen**
- **6. Conclusies**

# GEWENSTE COMMUNICATIE-INVESTERINGEN

n=613



# INHOUD COMMUNICATIEMONITOR

- **1. Bewoners en hun mediagebruik**
  - 1.1 Socio-demografisch profiel van de respondent
  - 1.2 (Sociale) mediagebruik in het algemeen
  - 1.3 Kennis en gebruik van regionale nieuwsbronnen
- **2. Omgang met gemeentelijke communicatiekanalen - algemeen**
  - 2.1 Gebruik en waardering van de onthaalkanalen
  - 2.2 Gebruik en waardering van de communicatiekanalen
  - 2.3 Gebruik en waardering van de vrijetijdskanalen
- **3. Gebruik en waardering van de belangrijkste communicatiekanalen - specifiek**
  - 3.1 Waardering van het informatieblad
  - 3.2 Waardering van de website
  - 3.3 Waardering van de sociale media
- **4. Beleving van de communicatie**
  - 4.1 Evaluatie van de communicatie
  - 4.2 Informatienoden (thematisch)
  - 4.3 Imago / beleving van de gemeente
- **5. Conclusies**

# 5. CONCLUSIES (1)

## Algemene conclusies:

- 1. Zeer goede respons (689 deelnemers), **representatieve resultaten**
- 2. Dit is een behoorlijk **goed communicatierapport**, met vaak iets hogere scores dan gemiddeld in de benchmark.
- 3. De **corona-crisis** had beperkte gevolgen voor de resultaten:
  - In de coronaperiode was er gevoelig meer interesse voor de gemeentelijke **Facebookpagina** (56% t.o.v. 34%)
  - In die periode was er ook **meer interesse** voor de beslissingen van het gemeentebestuur, solidariteitswerking, geschiedenis van de gemeente ; **minder interesse** was er voor mobiliteit en wegenwerken.
  - Er zijn geen significante verschillen in gemiddelde **tevredenheidsscores** voor en tijdens corona

# 5. CONCLUSIES (2)

## Mediagebruik bij de inwoners - algemeen

- 4. **Internetgebruik inwoners** (97%) ligt wat hoger dan het Vlaamse gemiddelde (94%). Enkel bij wie ouder is dan 70 gebruikt een aanzienlijke minderheid (15%) geen internet.
- 5. Intensiteit **gebruik sociale media** (81%) is wat hoger dan het Vlaamse gemiddelde (76%):
  - **Facebook** (74%) en **WhatsApp** (69%) zijn in gebruik bij een grote meerderheid van de bevolking.
  - Ook **YouYube** (42%) en **Instagram** (37%) hebben een omvattend gebruikerspubliek.
  - **Twitter** (9%) en **Snapchat** (11%) zijn niet doorgebroken (tenzij Snapchat bij grote minderheid jongeren).
- 6. Er is bij de bevolking behoorlijke aandacht voor **lokale pers**:
  - Vooral voor **Het Nieuwsblad** (57%) en **Het Laatste Nieuws** (met allebei 54% publieksbereik).
  - **ROB-TV** heeft een bereik van 4 inwoners op 10.
  - Behalve bij Het Laatste Nieuws hebben de perskanalen een gevoelig **minder bereik bij wie jonger is** dan 60 jaar.



# CONCLUSIES (3)

## Onthaal & dienstverlening

- 7. De inwoners van Kortenberg komen **nog vaak naar het administratief centrum**
  - 86% van de inwoners komt minstens één keer per jaar naar het administratief centrum (5% hoger dan gemiddeld)
  - 29% telefoneerde afgelopen jaar al eens naar het administratief centrum (5% lager dan gemiddeld)
  - 22% stuurde afgelopen jaar een mail naar het algemeen e-mail adres (5% lager dan gemiddeld)
  - 14% kwam minstens eenmaal bij het Dienstencentrum van het Welzijnshuis
- 8. In de benchmark **bij middengroep m.b.t. waardering onthaal** gemeentehuis: ter plaatse (7,89/10) en telefonisch onthaal (7,62/10), e-mail (7,51/10). Dit zijn vrij goede cijfers (7+/10).
- 9. Ook goede score voor onthaal balie **Dienstencentrum** (7,67/10).
- 10. Matige score (minder dan 7 op 10) voor waardering [klachten@kortenberg.be](mailto:klachten@kortenberg.be) met 6,32/10.
- 11. **Aandachtspunten:**
  - Verschillende inwoners ervaren de **digitale aanmelding** bij onthaal in administratief centrum als omslachtig
  - Vanwege 15-tal respondenten: kritische geluiden bij de hele **herinrichting** van het administratief centrum
  - Een 10-tal respondenten was niet tevreden met de **klantvriendelijkheid** bij het onthaal in administratief centrum.

# CONCLUSIES (4)

## Algemene waardering gemeentelijke communicatie

- 12. De **algemene beleving** van de gemeentelijke communicatie **is positief**, met gemiddeld een iets hogere score in de benchmark met andere steden en gemeenten.
- 13. **Belangrijkste aandachtspunten** bij een behoorlijke minderheid van de inwoners:
  - 28% wenst meer info over de beslissingen van **gemeenteraad en college**
  - 28% wenst meer **betrokkenheid** van inwoners
  - 24% wenst tijdiger info over **wegen- en infrastructuurwerken**
- 14. Inwoners vinden dat ze doorgaans **voldoende informatie** krijgen. **Waar** men **meer** info wenst betreft dit:
  - **Algemeen**: subsidies en premies (42%), mobiliteit (36%), gemeentevernieuwing en ruimtelijke ordening (34%), wegenwerken en verkeershinder (34%)
  - **Vrijetijd**: toeristische bezienswaardigheden (34%), erfgoed (27%), winkelen (25%)

# CONCLUSIES (5)

## Gebruik en waardering algemene communicatiekanalen

- 15. **Groot bereik van zowel digitale als papieren kanalen**
  - **Twee** gemeentelijke **topkanalen**: Gemeentelijk infoblad Zoeklicht (89% publieksbereik) en gemeentelijke website (76%) ; Zoeklicht haalt hier de op één na hoogste score in de benchmark
  - De overgrote meerderheid van de bevolking wenst **géén beperking van** het aantal **Zoeklicht-edities** per jaar.
  - **Bijna de helft** van de bevolking wordt bereikt met: de digitale nieuwsbrief (48%), de bewonersbrieven (43%, hoogste score in de benchmark), de Facebookpagina (40%),
  - **Minimale bereik** van de gemeentelijke Twitterpagina (4%).
- 16. Een kwart van de inwoners (26%) had oog voor de **digitale infoschermen** in of aan het administratief centrum.
- 17. Goede **waardering** (7+/10) van de meeste gemeentelijke kanalen:
  - **Hoge score voor Zoeklicht** (8,00/10 = op twee na hoogste score in de benchmark)
  - De **digitale nieuwsbrief** (7,77/10) haalt de hoogste score in de benchmark
  - Voor **de andere kanalen** gemiddeld 0,3/10 hogere score dan gemiddeld in de benchmark
  - **Matige scores** (tussen 6 en 7/10) voor digitale infoschermen in het administratief centrum, de digitale nieuwsbrief ondernemers, de gemeentelijke Twitterpagina
- 18. Iets hogere score dan gemiddeld in de benchmark voor publieksdeelname aan **bewonersvergaderingen** (23%), evenals voor de waardering daarvan (6,5/10)

# CONCLUSIES (6)

## Kanalen crisiscommunicatie

- 19. Om bij crisiscommunicatie de bevolking snel te bereiken geven de inwoners vooral de **voorkeur** aan Sms-berichten (55%) en Be-Alert (50%). Daarnaast zijn de meningen verdeeld over inzet van diverse digitale kanalen.

## Vrijetijdskanalen

- 20. Er is **één belangrijk vrijetijdskanaal**: UiT-agenda in Zoeklicht, met een publieksbereik van 71% (op één na hoogste in de benchmark)
- 21. In gebruik bij een **grote minderheid van de bevolking**: Infoportieken (44%), Affiches (38%), folders/brochures (38%), website bibliotheek (34%) en UiT-agenda op Kortenberg.be (34%).
- 22. Aandachtspunt: de **digitale kanalen van specifieke vrijetijdsactoren** zijn onbekend bij een zeer groot deel van de bevolking (70 tot 94%).
- 23. Goede tot zeer goede **beoordelingsscores** voor de vrijetijdskanalen (7+/10). Over de hele lijn **hoger dan gemiddeld** in de benchmark.
- 24. Door de gebruikers **meest gewaardeerde** vrijetijdskanalen zijn de Uit-agenda in Zoeklicht (7,9/10) en de website van de bibliotheek (7,74/10).
- 25. **Hoogste scores** in de benchmark voor waardering Uit-Agenda op Kortenberg.be, Affiches, Facebookpagina dienst Jeugd, website/Facebook/nieuwsbrief bibliotheek.

# CONCLUSIES (7)

## Imago / beleving van de gemeente:

- 26. in de benchmark zeer gemiddelde scores van de indicatoren die de **beleving/leefbaarheid** van de gemeente aanduiden: soms iets hoger, wat vaker iets lager dan gemiddeld
- 27. De inwoners vinden de gemeente vooral **bereikbaar, kindvriendelijk en een plek met veel vrijetijdsaanbod**
- 28. Aan de andere kant van het spectrum ervaren de inwoners hun gemeente als **druk, verkeersonveilig en weinig verrassend.**

# CONCLUSIES (8)

## Gewenste communicatie-investeringen:

- 29. Telkens 6 inwoners op 10 vinden vooral een gemeentelijke **app** en een ruimere inzet van **Be-Alert** prioritair als communicatie-investeringen.
- 30. Er is weinig interesse voor digitale **informatieschermen** in ieder ontmoetingscentrum/ gemeenschapscentrum

# CONCLUSIES (9)

## Meeste voorkomende feedback van inwoners:

- 31. Regelmatig voorkomende, **spontane opmerkingen** bij minstens 5 deelnemers:
  - Nog veel mensen vinden de digitale aanmelding en de ‘lay-out’ van het **administratief centrum** niet makkelijk
  - Schrik bij veel inwoners dat de communicatie hoofdzakelijk **digitaal** zou worden
  - Nog veel mensen vinden moeilijk hun weg op de gemeentelijke **website**
  - Veel inwoners geven aan dat ze pas door deze enquête zicht kregen op de **vele communicatiekanalen** van de gemeente. Ze vragen om een betere bekendmaking van deze kanalen.
  - Vraag naar het optimaliseren van **inrichting/onthaal** administratief centrum
  - Bij vergaderingen en inspraakinitiatieven: luisteren en echte **inspraak** geven
  - Tijdig en regelmatig informeren over **werken** in de buurt
  - **Zoeklicht** is toe aan restyling
  - Vraag naar meer **handelaars-info** in Zoeklicht
  - Het online inschrijven via **Kwandoo** is moeilijk
  - Men vindt deze **enquête** een goed initiatief

# CONCLUSIES (10)

## Enkele aanbevelingen:

- 1. **Blijf inzetten op de mix** van digitale, papieren en mondelinge kanalen.
- 2. Nog veel inwoners kennen nauwelijks of niet de **veelheid en verscheidenheid van digitale kanalen**. Het is aangewezen die **beter bekend te maken**.
  - Suggestie: organiseer periodiek (bvb. tweejaarlijks) een **informatiesessie** ‘hoe goed op de hoogte blijven van de gemeente’ (werktitel)
- 3. Er is nood aan verdere optimalisering van gebruiksvriendelijkheid **onthaal/aanmelding** in administratief centrum
- 4. Specifiek voor **crisiscommunicatie**:
  - **Kies voor 1 tot 2 ‘push’-kanalen** die je prioritair inzet voor crisiscommunicatie (push-kanaal = kanaal dat info vanzelf tot bij inwoners ‘duwt’ zoals een digitale nieuwsbrief, sms, Facebookpost, ...)
  - Blijf de bevolking stelselmatig **stimuleren** deze 1 tot 2 specifieke kanalen te volgen
- 5. Ontwikkel initiatieven om de **ouderen nog mediawijzer te maken**, en ze vertrouwer te maken met de steeds nieuwe internettoepassingen.
- 6. Hou zo veel mogelijk rekening met de **suggesties en prioritaire informatienoden** van de inwoners.
- 7. **Publiceer** de belangrijkste bevindingen van de enquête in Zoeklicht.



Thomas More Mechelen

[Eric.Goubin@ThomasMore.be](mailto:Eric.Goubin@ThomasMore.be)

tel. 0476 99 38 66

Twitter: @EricGoubin

LinkedIn: Eric Goubin

[www.thomasmore.be](http://www.thomasmore.be)