



Publieksonderzoek communicatie

Conclusierapport

INHOUD

1. Inleiding	4
2. Het profiel van de respondenten	5
2.1 Leeftijd	5
2.2 Woonplaats	5
2.3 Leeftijd per woonplaats.....	6
2.4 Andere gegevens	7
3. Het mediagebruik van de respondenten.....	7
3.1 Gebruik sociale media	7
3.1.1 Algemeen.....	7
3.1.2 Per deelgemeente	8
3.1.3 Per leeftijdscategorie	9
3.2 Voorkeur sociale media	11
3.2.1 Per leeftijdscategorie	11
3.3 Gebruik regionale perskanalen	12
4. Gebruik en waardering van de gemeentelijke communicatiekanalen.....	12
4.1 Onthaal	12
4.1.1 Per leeftijdscategorie	13
4.2 Tevredenheid contact onthaalservice	14
4.3 Bereik van de gemeentelijke communicatiekanalen	14
4.3.1 Per leeftijdscategorie	15
4.4 Tevredenheid over de informatie die via de gemeentelijke kanalen verspreid wordt.....	16
4.5 Bereik van de gemeentelijke kanalen in functie van (vrijtijds)activiteiten	16
4.5.1 Per leeftijdscategorie	17
4.6 Tevredenheid over de informatie via (vrijtijds)activiteiten.....	19
4.7 Bereik ongeadresseerde informatie of berichten van het lokaal bestuur via papieren kanalen....	20
4.8 Het gemeentelijk informatieblad Infokanaal	20
4.8.1 Per leeftijdscategorie	21
4.8.2 Per deelgemeente	22
4.9 Beoordeling gemeentelijk informatieblad Infokanaal.....	23
4.9.1 Per leeftijdscategorie	23
4.9.2 Geografische tendens.....	24
4.10 Beoordeling gemeentelijke website.....	25

4.10.1 Per leeftijdscategorie	25
4.10.2 Geografische tendens.....	26
4.11 Beoordeling gemeentelijke Facebookpagina	27
4.11.1 Per leeftijdscategorie	27
4.11.2 Geografische tendens.....	28
5. Beleving van de gemeentelijke communicatie.....	29
5.1 Informatiekwantiteit	30
6. Conclusie	32
6.1 Bereikbaarheid van het lokaal bestuur	32
6.2 Waardering van de gemeentelijke kanalen.....	33
6.2.1 Onthaal	33
6.2.2 Infokanaal.....	33
6.2.3 Website	33
6.2.4 Facebook	34
6.2.5 Affiches/folders/flyers.....	34
6.3 Beleving van en behoeften aan communicatie.....	34
7. Besluit.....	35

1. INLEIDING

Na een intensieve voorbereiding voerde de dienst communicatie van 8 oktober tot 18 november 2022 een publieksonderzoek communicatie uit bij de inwoners van Kapelle-op-den-Bos. Als lokaal bestuur willen we immers weten hoe onze burgers de gemeentelijke communicatie en de verschillende kanalen ervaren en waar er ruimte is voor verbetering en vernieuwing. Deze resultaten zullen nadien ook het fundament van een nieuw strategisch communicatiebeleidsplan vormen.

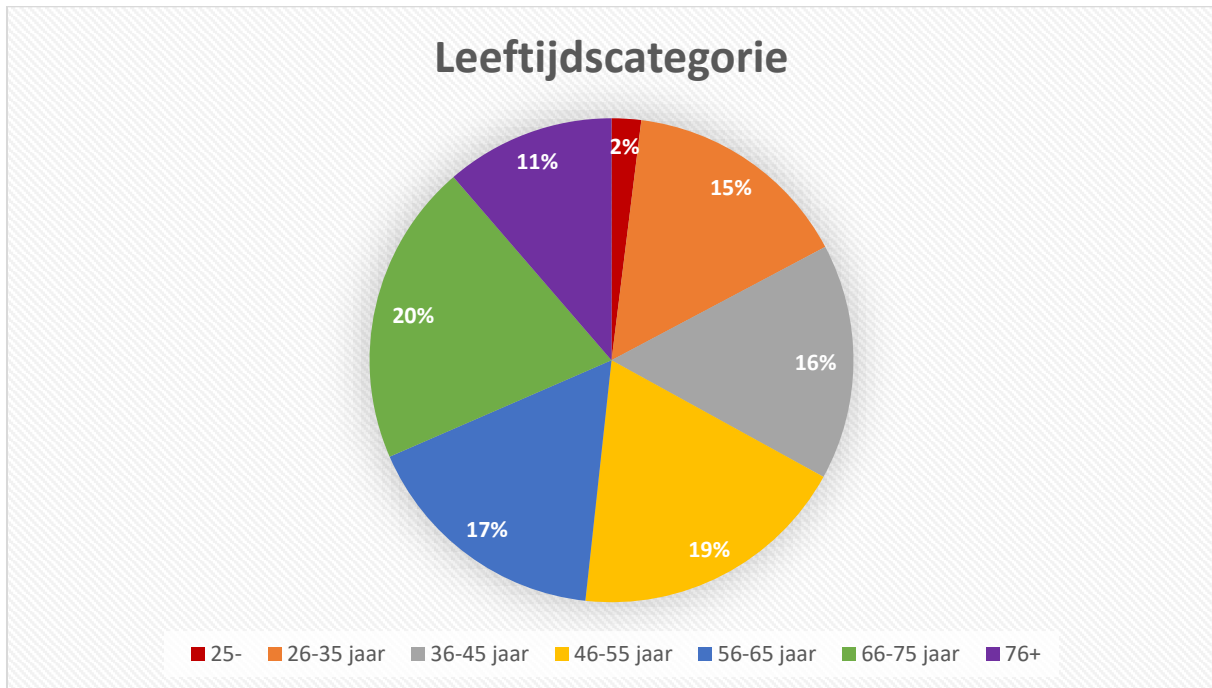
Het resultatenrapport bestaat uit 3 onderdelen: het conclusierapport, het cijferrapport en de vragenbundel. In het cijferrapport kan men alle vragen uit de vragenbundel terugvinden met de bijhorende resultaten in percentages in een tabel en in een grafiek weergegeven. In het conclusierapport daarentegen hebben we de bevindingen gebundeld die hier en daar zijn aangevuld met een grafiek. Tijdens de analyse van de cijfers, merkten we dat er vooral verschillen zijn bij de leeftijdscategorieën en minder bij de beoordeling per ligging. We zoomen dan ook voornamelijk in op de antwoorden per leeftijdscategorie en geven de geografische tendens voor elke beoordeling weer. Gedetailleerde cijfergegevens voor deze antwoorden zijn terug te vinden in het cijferrapport.

Belangrijk om te weten is dat we 1 op 20 huishoudens hebben kunnen bevragen. Zo kregen we 203 ingevulde vragenbundels terug: 130 online (via het participatieplatform Kapellespreek.be) en 73 op papier. Soms vormen cijfergegevens in dit conclusierapport geen totaal van 100%. We hebben er dan voor gekozen om de antwoorden 'niet van toepassing' of 'geen mening' weg te laten, omdat ze niet relevant zijn in het eindresultaat.

2. HET PROFIEL VAN DE RESPONDENTEN

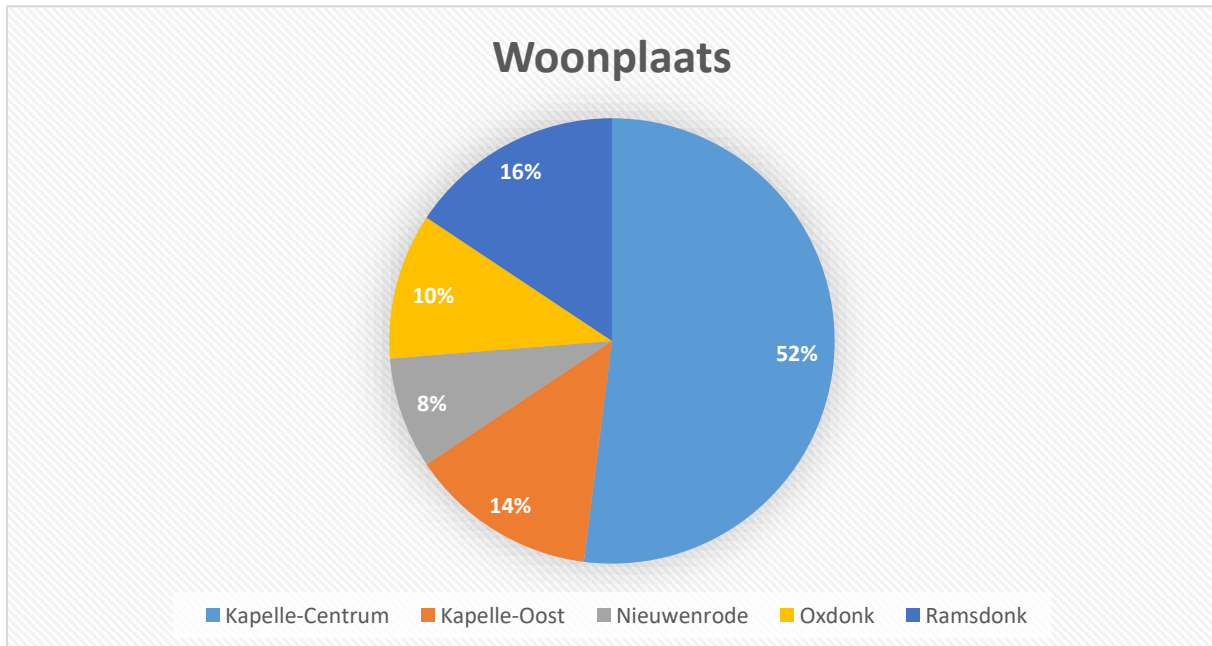
2.1 LEEFTIJD

Op onderstaande grafiek zie je de verdeling van de leeftijd van de respondenten. Wat opvalt, is dat de jongste leeftijdscategorie, nl. jonger dan 25 jaar, het minst vertegenwoordigd is.



2.2 WOONPLAATS

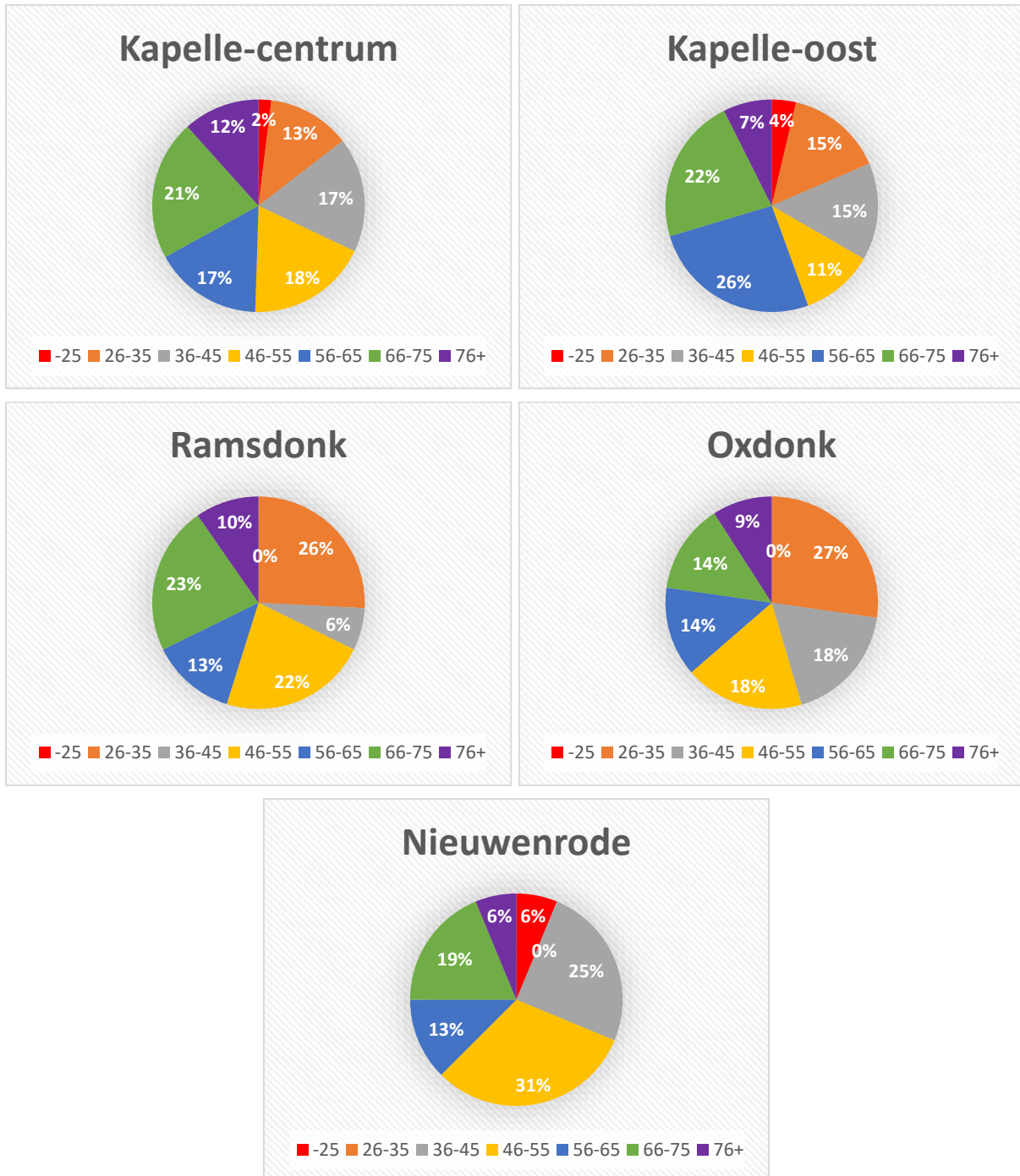
Ongeveer de helft van de respondenten woont in Kapelle-centrum. De andere helft is verdeeld over Ramsdonk, Kapelle-oost, Oxdonk en Nieuwenrode.



Slechts 2% woont minder dan 1 jaar in de gemeente. 88% woont al langer dan 5 jaar in Kapelle-op-den-Bos. 2,47 % van de respondenten woont niet in Kapelle-op-den-Bos.

2.3 LEEFTIJD PER WOONPLAATS

Wanneer we de twee vorige gegevens combineren, geeft dit ons onderstaande verdeling van de leeftijden per deelgemeente.

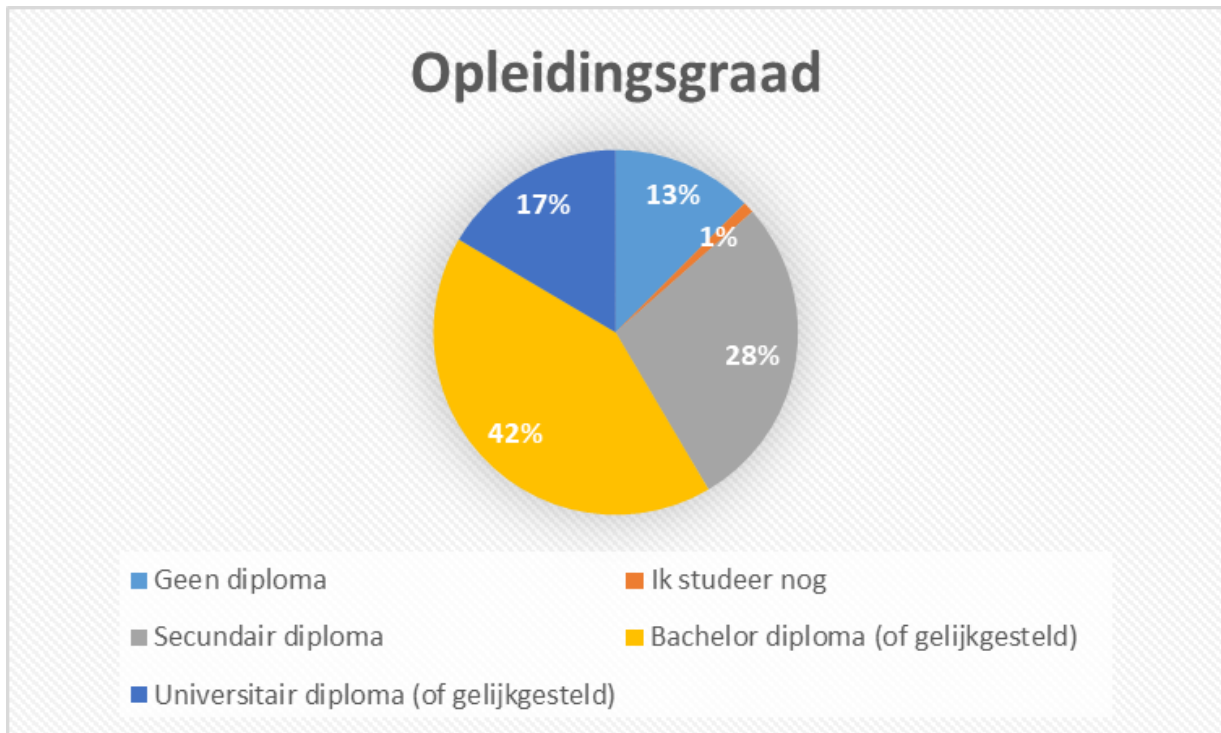


2.4 ANDERE GEGEVENS

Er namen 43% mannen en 57% vrouwen deel aan de bevraging.

91% heeft het Nederlands als moedertaal. 3,45% heeft een andere moedertaal dan het Nederlands.

Het overgrote deel van de respondenten (42%) heeft een bachelor diploma.



3. HET MEDIAGEBRUIK VAN DE RESPONDENTEN

90% van de respondenten gebruikt dagelijks of wekelijks het internet. De overige 10 % gebruikt dit zelden of nooit. Meer dan 80% van de respondenten gebruikt sociale media, terwijl 15% zegt geen sociale media te gebruiken.

3.1 GEBRUIK SOCIALE MEDIA

3.1.1 Algemeen

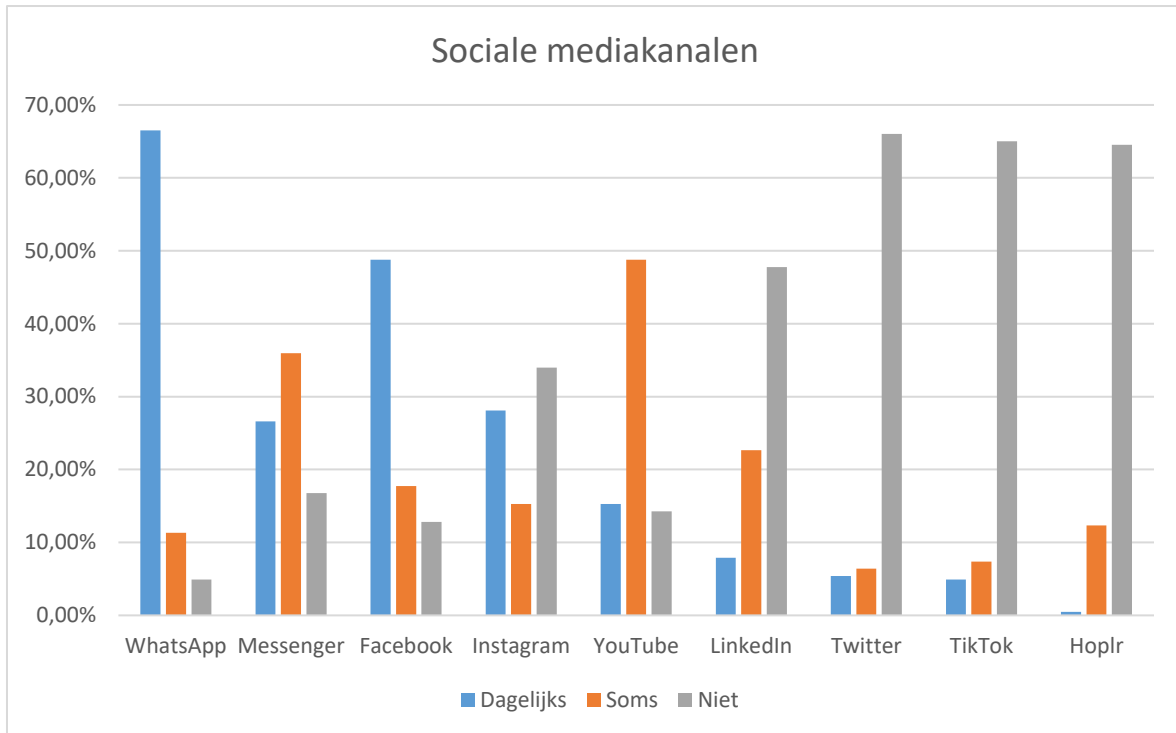
Algemeen kunnen we stellen dat Whatsapp en Facebook het vaakst dagelijks gebruikt worden.

Twitter, TikTok en Hoplr worden het minst frequent gebruikt. YouTube en Messenger worden af en toe gebruikt.

Top 3 – Dagelijks		
1	WhatsApp	66,50%
2	Facebook	48,77%
3	Instagram	28,08%

Top 3 – Soms		
1	YouTube	48,77%
2	Messenger	35,96%
3	LinkedIn	22,66%

Top 3 – Niet		
1	Twitter	66,01%
2	TikTok	65,02%
3	Hoplr	64,53%



3.1.2 Per deelgemeente

Kapelle-centrum

Top 3 – Dagelijks		
1	WhatsApp	68,93%
2	Facebook	54,37%
3	Instagram	34,95%

Top 3 – Soms		
1	YouTube	45,63%
2	Messenger	37,86%
3	LinkedIn	26,21%

Top 3 – Niet		
1	Twitter	64,08%
2	TikTok	63,11%
3	Hoplr	62,14%

Oxdonk

Top 3 – Dagelijks		
1	WhatsApp	66,67%
2	Facebook	57,14%
3	Messenger	47,62%

Top 3 – Soms		
1	YouTube	66,67%
2	Messenger	28,57%
3	LinkedIn	19,05%

Top 3 – Niet		
1	Twitter	90,48%
2	TikTok	85,71%
3	Hoplr	76,19%

Kapelle-oost

Top 3 – Dagelijks		
1	WhatsApp	70,37%
2	Facebook	48,15%
3	Messenger	29,63%
3	Instagram	29,63%

Top 3 – Soms		
1	YouTube	48,15%
2	Messenger	29,63%
3	Facebook	22,22%

Top 3 – Niet		
1	Hoplr	70,37%
2	LinkedIn	62,96%
2	Twitter	62,96%
2	TikTok	62,96%
3	Instagram	44,44%

Ramsdonk

Top 3 – Dagelijks		
1	WhatsApp	64,52%
2	Facebook	41,94%
3	Messenger	29,03%

Top 3 – Soms		
1	YouTube	54,84%
2	Messenger	35,48%
3	Instagram	29,03%

Top 3 – Niet		
1	Hoplr	70,97%
2	TikTok	64,52%
3	Twitter	64,52%

Nieuwenrode

Top 3 – Dagelijks		
1	WhatsApp	62,50%
2	Facebook	25,00%
3	YouTube	18,75%

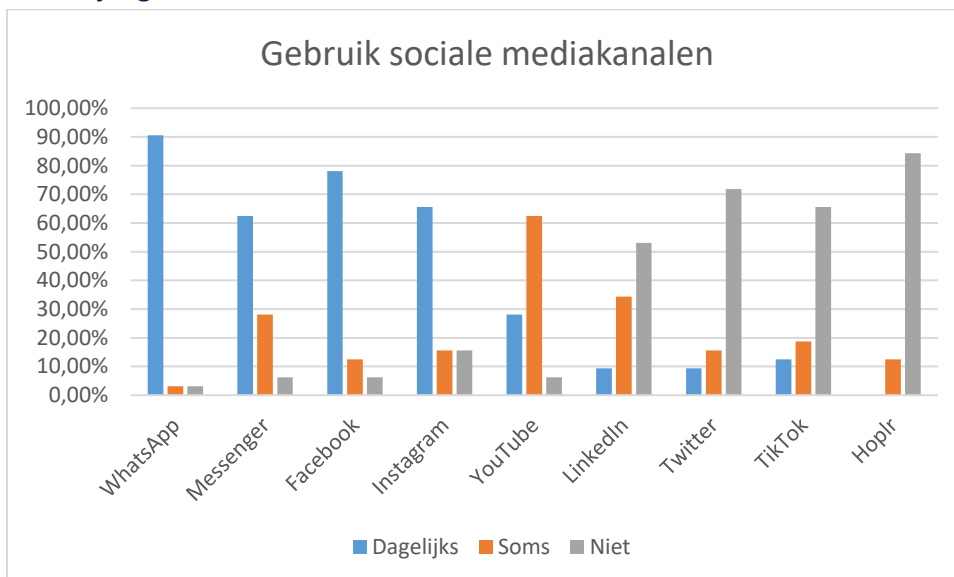
Top 3 – Soms		
1	Messenger	50,00%
2	Facebook	43,75%
3	YouTube	43,75%

Top 3 – Niet		
1	Twitter	68,75%
2	TikTok	68,75%
3	Hoplr	56,25%

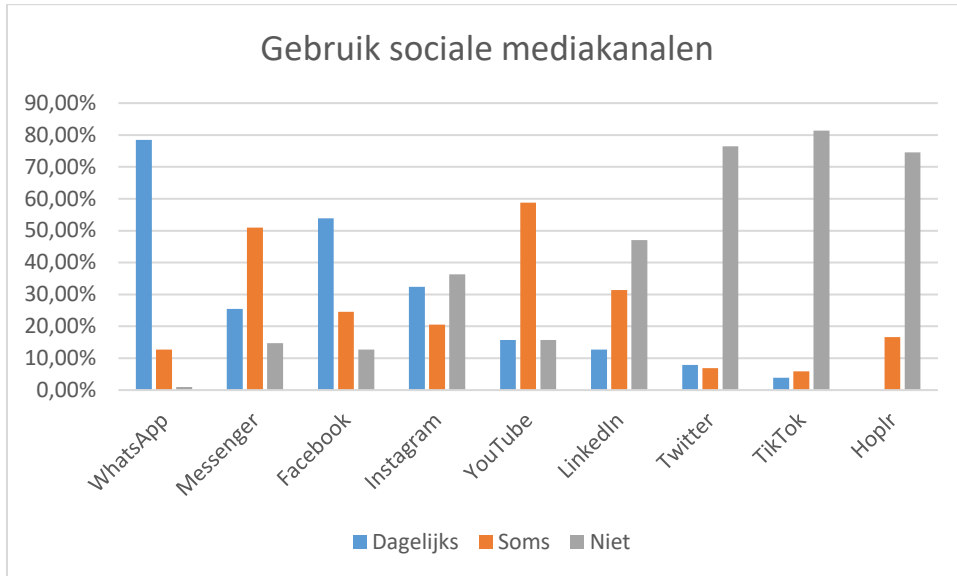
In Kapelle-centrum, dat de helft van de respondenten vertegenwoordigt, gebruiken meer dan de helft van de respondenten dagelijks WhatsApp en Facebook. Meer dan de helft gebruikt Hoplr, TikTok en Twitter niet. Voor Kapelle-centrum en Kapelle-oost kunnen we vaststellen dat ca. 1/3 Instagram dagelijks gebruikt, terwijl de respondenten uit Oxdonk en Ramsdonk eerder de voorkeur geven aan Messenger. Verder valt ook nog op dat de respondenten uit Nieuwenrode minder belangstelling hebben voor Facebook.

3.1.3 Per leeftijdscategorie

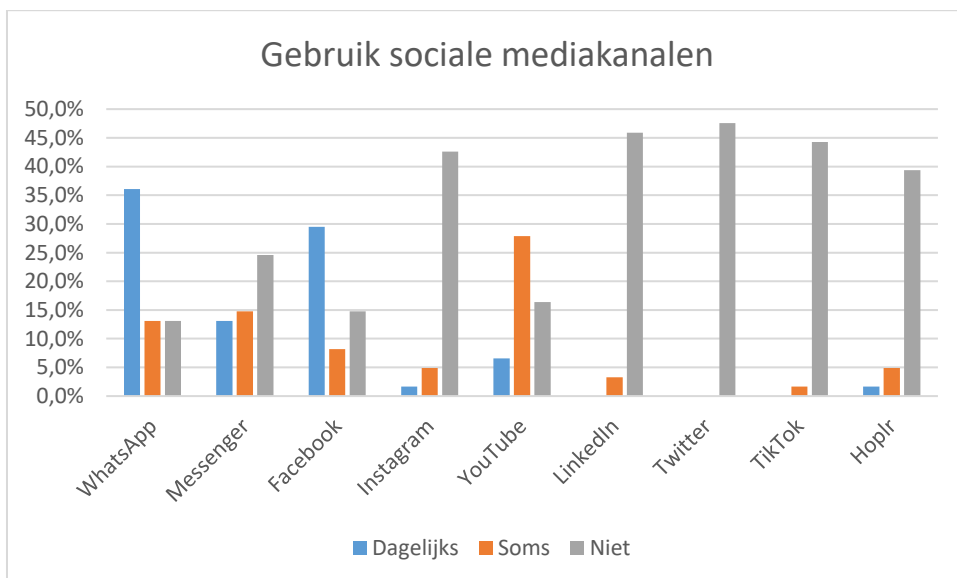
18 - 35-jarigen



36 – 64-jarigen



65+



Uit bovenstaande grafieken komt duidelijk naar voor dat hoe jonger de respondenten zijn, hoe meer ze gebruik maken van sociale media. Ook hier zien we dat Whatsapp en Facebook de belangrijkste kanalen zijn. LinkedIn, Twitter en TikTok zijn het minst populair en worden weinig tot niet gebruikt. Voor de volledigheid dienen we evenwel te vermelden dat de respons uit de groep -18 jaar zeer beperkt was en het resultaat hierdoor beïnvloed wordt.

3.2 VOORKEUR SOCIALE MEDIA

We vroegen aan de respondenten via welke sociale mediakanalen ze gemeentelijke berichten of informatie van het lokaal bestuur zouden willen ontvangen. We kunnen stellen dat de helft van de respondenten liefst via Facebook gemeentelijke berichten of informatie wil ontvangen. Opvallend is dat bijna de helft ook via Whatsapp deze berichten zou willen ontvangen en ook de voorkeur wordt gegeven aan Instagram. De andere sociale mediakanalen zijn minder in trek voor het ontvangen van gemeentelijke berichten en info.

Top 3 – Wel voor gemeentelijke communicatie		
1	Facebook	52,71%
2	WhatsApp	46,31%
3	Instagram	20,69%

Top 3 – Niet voor gemeentelijke communicatie		
1	TikTok	73,89%
2	LinkedIn	72,91%
3	Twitter	71,92%

3.2.1 Per leeftijdscategorie

18 – 35-jarigen

Top 3 – Wel voor gemeentelijke communicatie		
1	Facebook	85,71%
2	Instagram	48,57%
3	WhatsApp	40,00%

Top 3 – Niet voor gemeentelijke communicatie		
1	LinkedIn	94,29%
2	Twitter	91,43%
3	TikTok	91,43%

36 – 64-jarigen

Top 3 – Wel voor gemeentelijke communicatie		
1	Facebook	60,58%
2	WhatsApp	51,92%
3	Instagram	23,08%

Top 3 – Niet voor gemeentelijke communicatie		
1	TikTok	86,54%
2	LinkedIn	83,65%
3	Twitter	82,69%

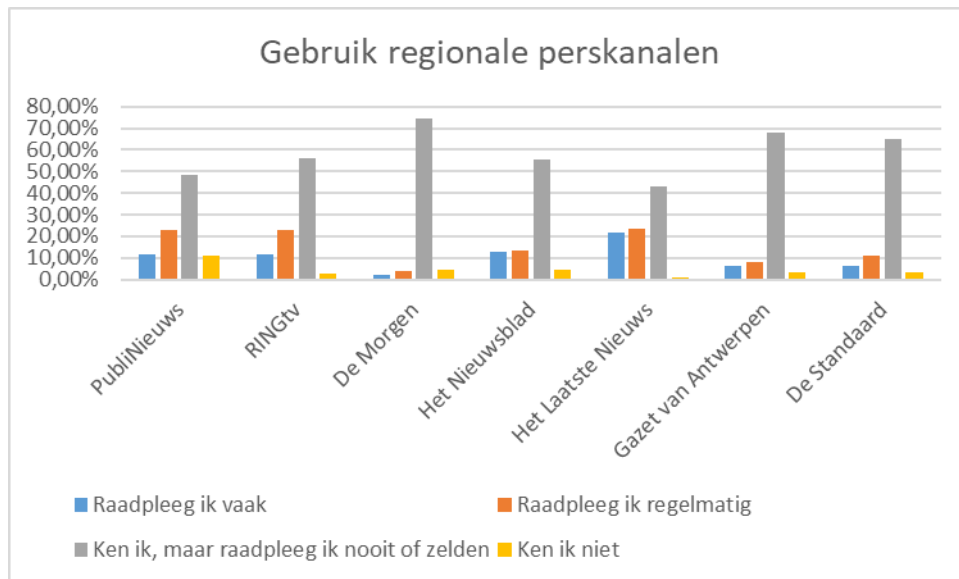
65+

Top 3 – Wel voor gemeentelijke communicatie		
1	WhatsApp	40,63%
2	Facebook	21,88%
3	Messenger	9,38%

Top 3 – Niet voor gemeentelijke communicatie		
1	LinkedIn	43,75%
2	Twitter	43,75%
3	TikTok	43,75%

Hoe jonger de respondenten hoe meer zij berichtgeving willen ontvangen via Facebook en minder via Whatsapp. Omgekeerd kunnen we stellen dat hoe ouder de respondenten zijn, des te meer ze berichtgeving willen ontvangen via Whatsapp en minder via Facebook. Bij de categorie tot 35 jaar kiest de helft van de inwoners voor Instagram en ook bij de categorie van 36 tot 64 jaar heeft nog een kwart belangstelling voor Instagram.

3.3 GEBRUIK REGIONALE PERSKANALEN



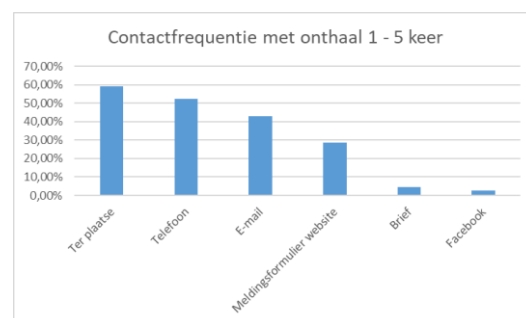
De meest gebruikte regionale perskanalen zijn Het Laatste Nieuws, Publinieuws, RINGtv en Het Nieuwsblad. Hoewel dit geen gemeentelijke communicatiekanalen zijn, is het toch interessant om deze op te nemen in de bevraging. Het geeft immers een goede kijk op het bereik van elk medium.

4. GEBRUIK EN WAARDERING VAN DE GEMEENTELIJKE COMMUNICATIEKANALEN

4.1 ONTHAAL

Het meest voorkomende contact met het onthaal gebeurt ter plaatse of per telefoon, gevolgd door e-mail en contact via het online meldingsformulier.

Communicatiekanaal	1 - 5 keer
Ter plaatse	59,11%
Telefoon	52,22%
E-mail	42,86%
Meldingsformulier website	28,57%
Brief	4,44%
Facebook	2,47%



4.1.1 Per leeftijdscategorie

18 – 35-jarigen

Communicatiekanaal	1 - 5 keer
Ter plaatse	77,14%
E-mail	68,57%
Telefoon	62,86%
Meldingsformulier website	31,43%
Brief	0,00%
Facebook	0,00%

36 – 64-jarigen

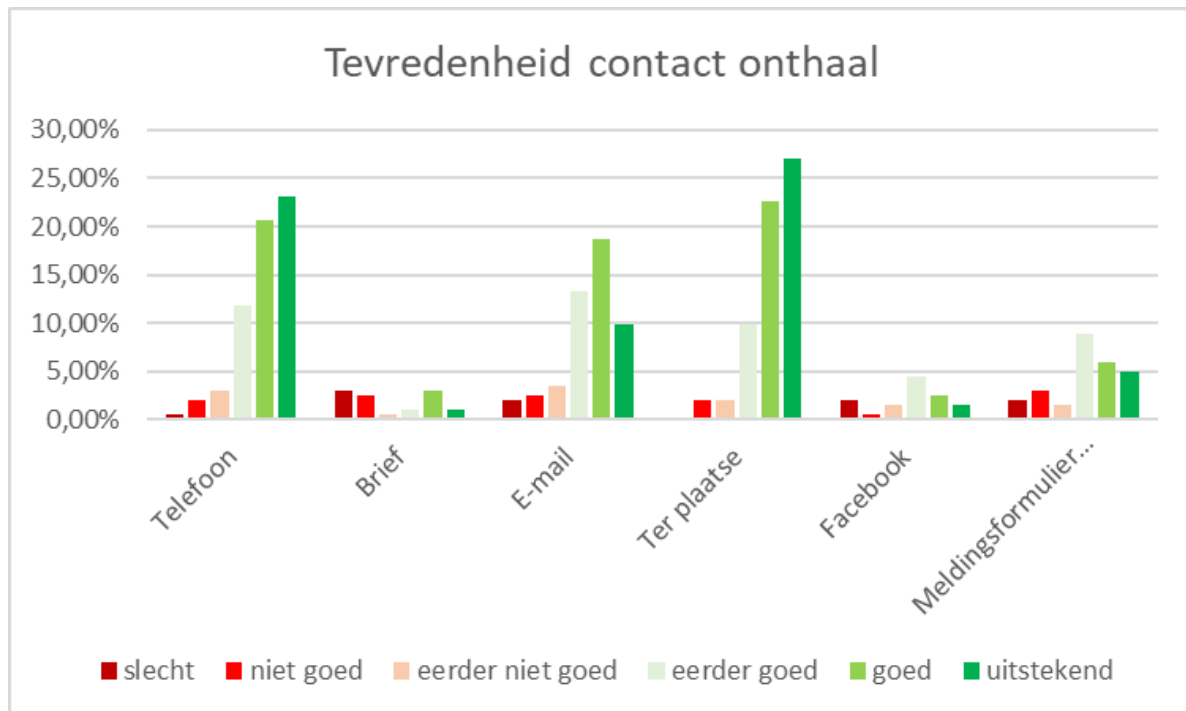
Communicatiekanaal	1 - 5 keer
Ter plaatse	59,11%
Telefoon	52,89%
E-mail	49,04%
Meldingsformulier website	36,53%
Brief	6,73%
Facebook	4,80%

65+

Communicatiekanaal	1 - 5 keer
Telefoon	45,32%
Ter plaatse	40,63%
E-mail	18,75%
Meldingsformulier website	14,06%
Brief	3,13%
Facebook	0,00%

Het valt op dat hoe jonger de respondenten zijn, des te gemakkelijker zij contact opnemen met het onthaal. Meestal is dat ter plaatse of via e-mail, maar er wordt ook regelmatig telefonisch contact opgenomen. Ze gebruiken hier geen sociale media voor. Bij de 65-plussers valt het op dat het contact met het onthaal veel minder frequent is en dat computertoepassingen zoals e-mail en het online formulier veel minder gebruikt worden. De groep tussen 36 en 64 jaar gebruikt sporadisch sociale media om het lokaal bestuur rechtstreeks te contacteren.

4.2 TEVREDENHEID CONTACT ONTHAALSERVICE



Het overgrote deel van de respondenten is positief tot zeer positief over het contact met het onthaal, in het bijzonder het contact ter plaatse, via telefoon en via e-mail. De respondenten zijn minder positief uitgesproken over het contact via brief en het meldingsformulier.

4.3 BEREIK VAN DE GEMEENTELIJKE COMMUNICATIEKANALEN

Top 3 Raadpleeg ik vaak		
1	Infokanaal	39,4%
2	Website	12,3%
3	Facebookpagina	11,3%

Top 3 Raadpleeg ik regelmatig		
1	Website	55,7%
2	Infokanaal	42,4%
3	Facebookpagina	25,1%

Top 3 Raadpleeg ik zelden/nooit		
1	Infoavonden	55,7%
2	LED-bord	55,7%
3	BE-Alert	50,2%

Top 3 Ken ik niet		
1	LinkedInpagina	72,4%
2	YouTubekanaal	69,5%
3	i-Active	65,5%

Meer dan 80% van de respondenten gebruikt het gemeentelijk informatieblad Infokanaal frequent om informatie te vinden over het lokaal bestuur. Het Infokanaal wordt op de voet gevolgd door de gemeentelijke website met bijna 65%. De Facebookpagina bereikt ongeveer 35% van de respondenten. Alle andere kanalen worden algemeen minder gebruikt of zijn nog onvoldoende gekend.

4.3.1 Per leeftijdscategorie

18 – 35-jarigen

Top 3 – Frequent gebruik		
1	Website	85,71%
2	Infokanaal	71,43%
3	Facebookpagina	65,71%

Top 3 – Niet-frequent gebruik		
1	LinkedInpagina	100,00%
2	YouTubekanaal	100,00%
3	Infoschermen en infoavonden	100,00%

36 – 64-jarigen

Top 3 – Frequent gebruik		
1	Infokanaal	83,65%
2	website	77,88%
3	Facebookpagina	41,35%
3	Mijn Burgerprofiel	41,35%

Top 3 – Niet-frequent gebruik		
1	LinkedInpagina	95,19%
2	YouTubekanaal	94,23%
3	i-Active	91,35%
3	Digitale Nieuwsbrief Mobiliteit	91,35%

65+

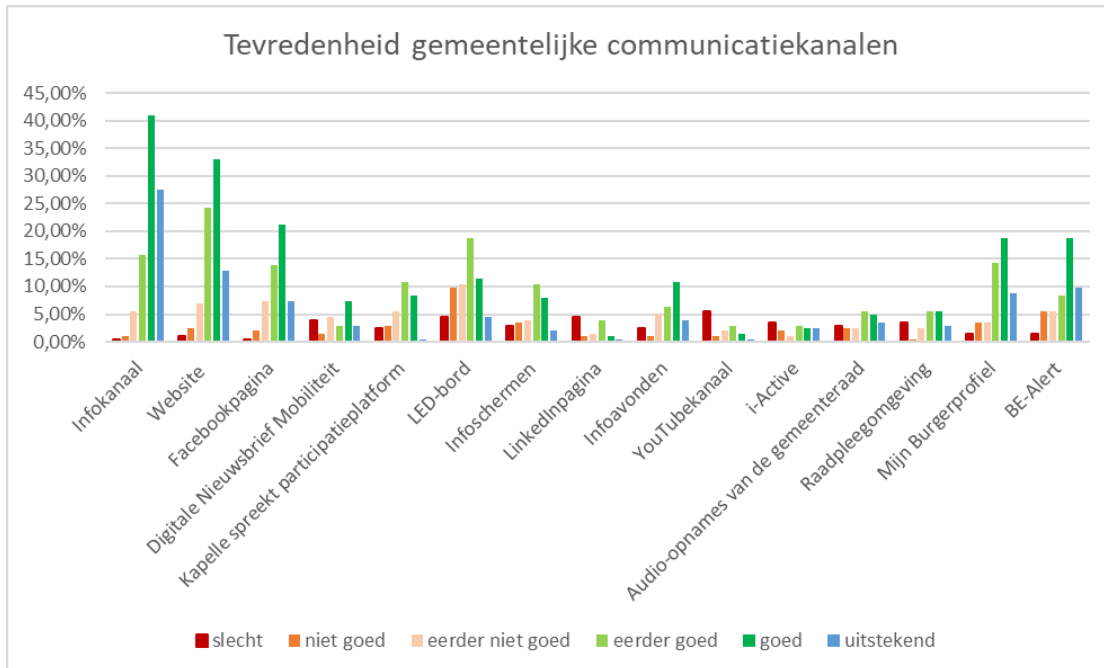
Top 3 – Frequent gebruik		
1	Infokanaal	84,38%
2	website	42,19%
3	LED-bord	21,88%

Top 3 – Niet-frequent gebruik		
1	Audio-opnames GR	75,00%
2	LinkedInpagina	73,44%
2	i-Active	73,44%
3	YouTubekanaal	71,88%

In alle leeftijdscategorieën scoren de website en het Infokanaal het best. Het zijn de kanalen die het meest gebruikt worden om informatie van het lokaal bestuur op te zoeken of te ontvangen. In de jongste leeftijdscategorie scoort de Facebookpagina ook hoog. Vanaf 36 jaar wint naast de Facebookpagina ook MijnBurgerprofiel aan belang. Voor de 65-plussers blijkt het LED-bord een relatief belangrijke bron van informatie.

De LinkedInpagina en het YouTubekanaal worden in alle leeftijdscategorieën het minst gebruikt om informatie van het lokaal bestuur op te zoeken of te ontvangen. In de jongste leeftijdscategorie worden deze kanalen daarvoor zelfs helemaal niet gebruikt. Ook i-Active, de online software die we recent hebben opgestart om in te schrijven voor activiteiten, is nog bijzonder weinig gekend bij de respondenten. Opvallend is dat eveneens 90% van de 36- tot 64-jarigen de digitale nieuwsbrief mobiliteit zelden of nooit raadpleegt.

4.4 TEVREDENHEID OVER DE INFORMATIE DIE VIA DE GEMEENTELIJKE KANALEN VERSPREID WORDT



Uit deze grafiek blijkt dat de respondenten positief tot zeer positief zijn over de frequentst gebruikte gemeentelijke communicatiekanalen zoals het Infokanaal, de website en de Facebookpagina. Deze waarderingen worden verder in de bevraging in detail onderzocht.

4.5 BEREIK VAN DE GEMEENTELIJKE KANALEN IN FUNCTIE VAN (VRIJETIJD)ACTIVITEITEN

Top 3 Raadpleeg ik vaak		
1	Katern Vrije Tijd Infokanaal	14,3%
2	Affiches, folders en flyers	8,9%
3	Facebookpagina	5,4%

Top 3 Raadpleeg ik regelmatig		
1	Affiches, folders en flyers	40,4%
2	Katern Vrije Tijd Infokanaal	30,0%
3	Activiteiten- kalender website	23,7%

Top 3 Raadpleeg ik zelden/nooit		
1	LED-bord	55,7%
2	Infoschermen gebouwen	43,8%
3	Activiteiten- kalender website	41,9%

Top 3 Ken ik niet		
1	Give a Day platform	64,5%
2	Digitale nieuwsbrief	57,6%
3	Infoschermen gebouwen	39,9%

We stellen vast dat het Infokanaal met ca. 45% vaak gebruikt wordt om informatie terug te vinden over (vrijtijds)activiteiten. Opvallender is dat deze informatie onze respondenten voor meer dan 49% bereikt via affiches, flyers en folders. Dat betekent dat de respondenten zich eerder nog via de papieren weg laten informeren over het gemeentelijk activiteitenaanbod dan online.

De digitale nieuwsbrief vrije tijd en het vrijwilligersplatform Give a Day zijn het minst gekend bij de respondenten. Deze media zijn recent in gebruik en hebben nog wat groeimarge. Wat ook opvalt, is dat quasi de helft van de respondenten zelden of nooit grote infoschermen (in de gebouwen en het LED-bord in de straat) raadpleegt om aankondigingen van activiteiten te zien. Het LED-bord is echter geen uitsluitend gemeentelijk communicatiekanaal en kan door iedereen gebruikt worden. Toch is het interessant voor het lokaal bestuur om deze op te nemen in de bevraging en ook het bereik van dit medium te kennen.

4.5.1 Per leeftijdscategorie

18 – 35-jarigen

Top 3 Raadpleeg ik vaak		
1	Facebookpagina	14,3%
2	Affiches, folders en flyers	11,4%
3	Katern Vrije Tijd Infokanaal	8,6%

Top 3 Raadpleeg ik regelmatig		
1	Affiches, folders en flyers	54,3%
2	Facebookpagina	30,0%
3	Activiteitenkalender website	22,9%

Top 3 Raadpleeg ik zelden/nooit		
1	Infoschermen gebouwen	57,1%
2	LED-bord	54,3%
3	Activiteitenkalender website	45,7%

Top 3 Ken ik niet		
1	Digitale nieuwsbrief	74,3%
2	Give a Day platform	68,6%
3	Infoschermen gebouwen	40,0%

36 – 64-jarigen

Top 3 Raadpleeg ik vaak		
1	Katern Vrije Tijd Infokanaal	13,5%
2	Affiches, folders en flyers	8,7%
3	Facebookpagina	5,8%

Top 3 Raadpleeg ik regelmatig		
1	Affiches, folders en flyers	38,5%
2	Katern Vrije Tijd Infokanaal	31,7%
3	Activiteitenkalender website	24,0%

Top 3 Raadpleeg ik zelden/nooit		
1	LED-bord	66,4%
2	Activiteitenkalender website	47,1%
3	Infoschermen gebouwen	43,3%

Top 3 Ken ik niet		
1	Give a Day platform	72,1%
2	Digitale nieuwsbrief	63,5%
3	Infoschermen gebouwen	48,1%

65+

Top 3 Raadpleeg ik vaak		
1	Katern Vrije Tijd Infokanaal	18,8%
2	Affiches, folders en flyers	7,8%
3	Activiteitenkalender website	3,1%

Top 3 Raadpleeg ik regelmatig		
1	Affiches, folders en flyers	35,9%
2	Katern Vrije Tijd Infokanaal	32,8%
3	Activiteitenkalender website	23,4%

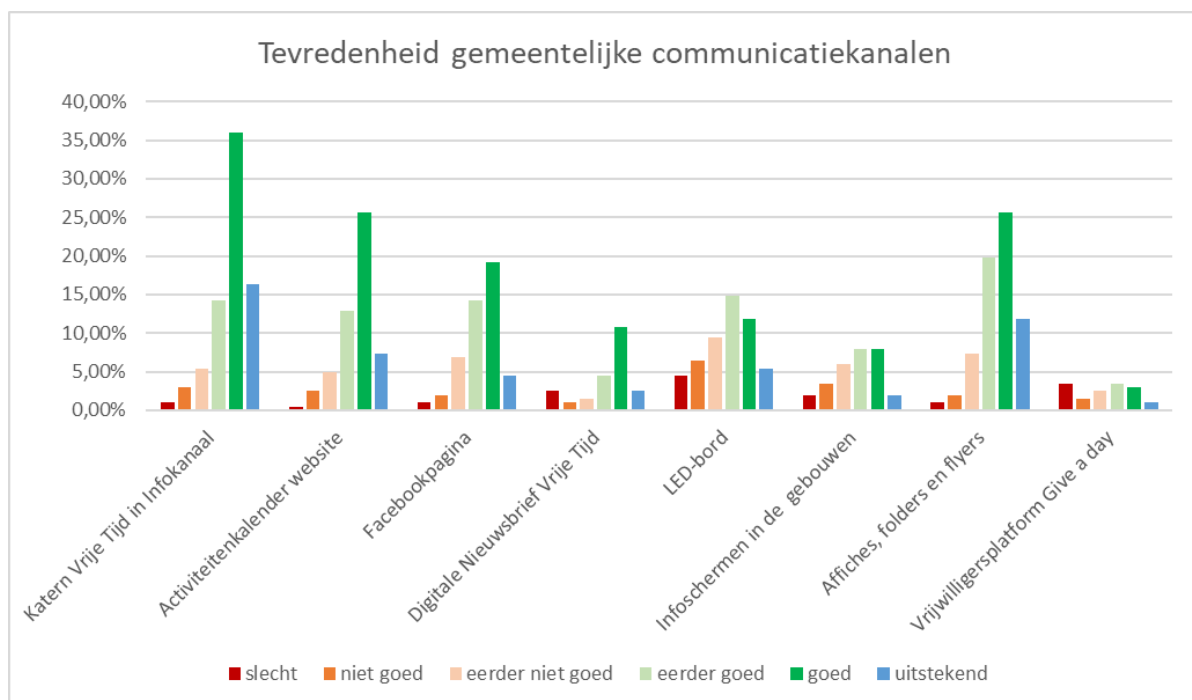
Top 3 Raadpleeg ik zelden/nooit		
1	LED-bord	39,1%
2	Infoschermen gebouwen	37,5%
3	Activiteitenkalender website	31,3%

Top 3 Ken ik niet		
1	Give a Day platform	50,0%
2	Digitale nieuwsbrief	39,1%
3	Facebookpagina	37,5%

Uit de cijfers blijkt dat de jongste leeftijdscategorie zowel de papieren flyers en brochures (ca. 65%) als de online Facebookpagina bekijkt (ca. 55 %) om het activiteiten aanbod te kennen. Vanaf de leeftijdscategorie van 36 jaar en ouder wordt grotendeels enkel de papieren communicatie geraadpleegd, vnl. flyers en brochures en het Infokanaal.

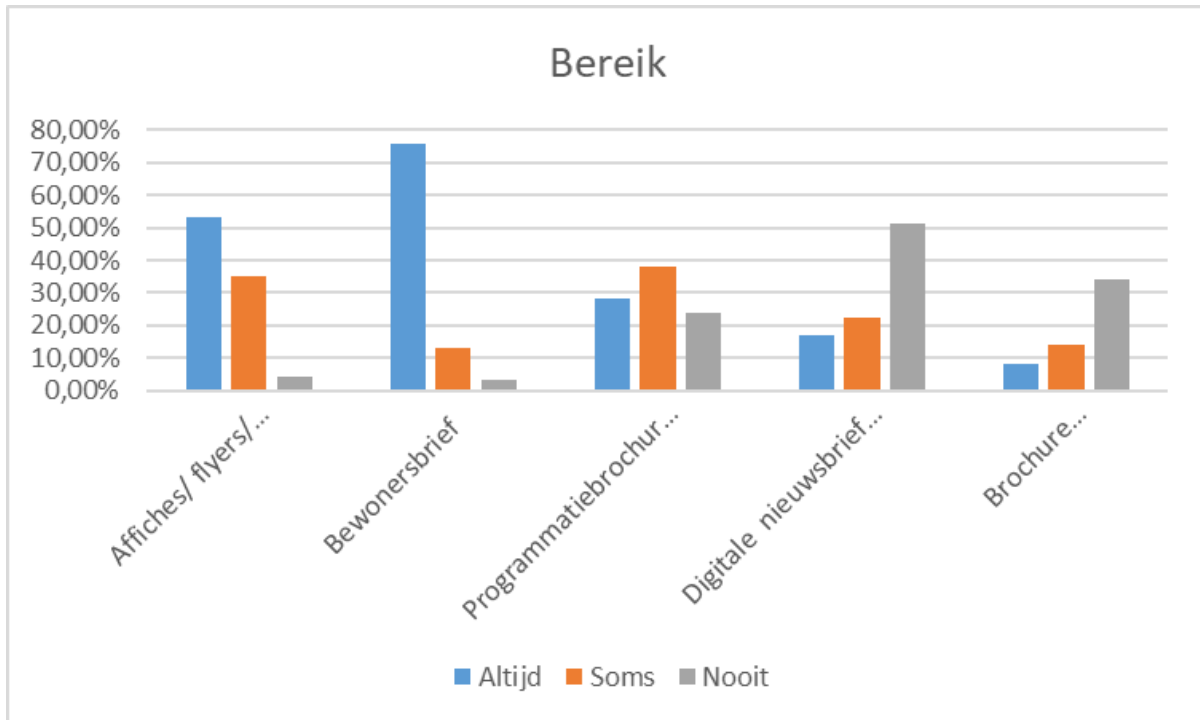
Meer dan de helft van de respondenten in de jongste leeftijdscategorie zegt zelden of nooit de LED- en infoschermen te bekijken voor aankondigingen i.v.m. het activiteiten aanbod. Ook de activiteitenkalender op de website blijkt weinig gebruikt te worden. Het platform Give a Day en de digitale nieuwsbrief zijn in alle leeftijdscategorieën nog onvoldoende gekend.

4.6 TEVREDENHEID OVER DE INFORMATIE VIA (VRIJETIJD)ACTIVITEITEN







Uit bovenstaande tabel blijkt dat de respondenten positief tot zeer positief zijn over de frequentst gebruikte gemeentelijke communicatiematerialen om zich te informeren over (vrijetijds)activiteiten zoals de katern vrije tijd in het Infokanaal, affiches, flyers en folders, de activiteitenkalender op de website en de Facebookpagina. De respondenten zijn het minst tevreden over de berichtgeving van het activiteiten aanbod via het LED-bord, wat kan verklaard worden door het feit dat dit geen uitsluitend gemeentelijk communicatiekanaal is.

4.7 BEREIK ONGEADRESSEERDE INFORMATIE OF BERICHTEN VAN HET LOKAAL BESTUUR VIA PAPIEREN KANALEN

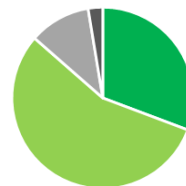






De respondenten geven aan dat wanneer het lokaal bestuur ongeadresseerde informatie of berichten stuurt, ze deze het vaakst lezen als ze dit ontvangen onder de vorm van een bewonersbrief of als een flyer of brochure. De helft van de respondenten leest de digitale nieuwsbrief vrije tijd nooit.

4.8 HET GEMEENTELIJK INFORMATIEBLAD INFOKANAAL

-  29% van de respondenten leest het Infokanaal grotendeels.
-  Meer dan de helft van de respondenten leest enkel de artikels die hen interesseren.
-  Ongeveer 10% bekijkt enkel de titels van de artikels en de foto's.
-  Slechts 2,5% leest het Infokanaal nooit.

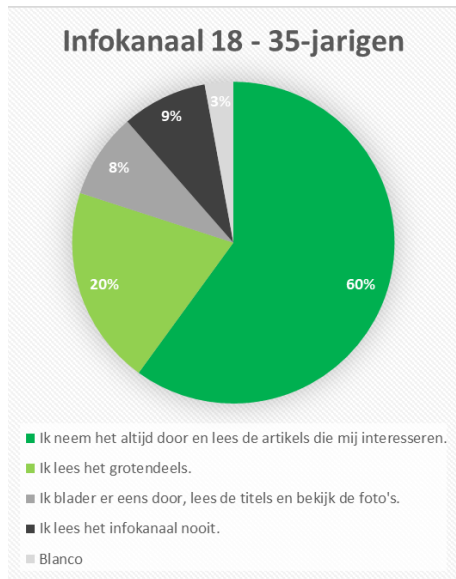
Lees je het Infokanaal?



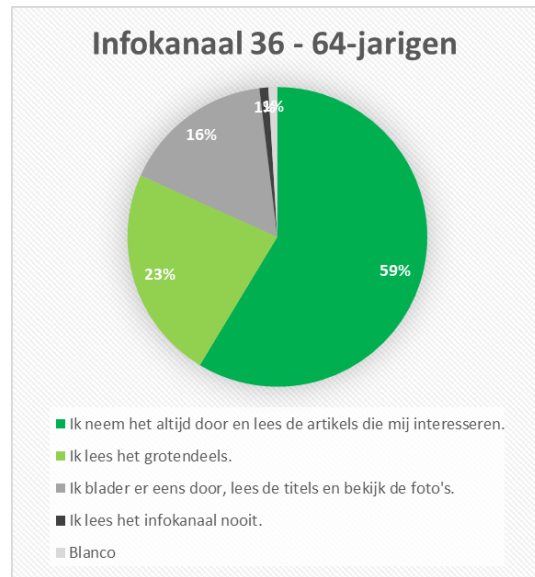
-  ik lees het grotendeels.
-  ik neem het altijd door en lees de artikels die mij interesseren.
-  ik blader er eens door, lees de titels en bekijk de foto's.
-  ik lees het infokanaal nooit.

4.8.1 Per leeftijdscategorie

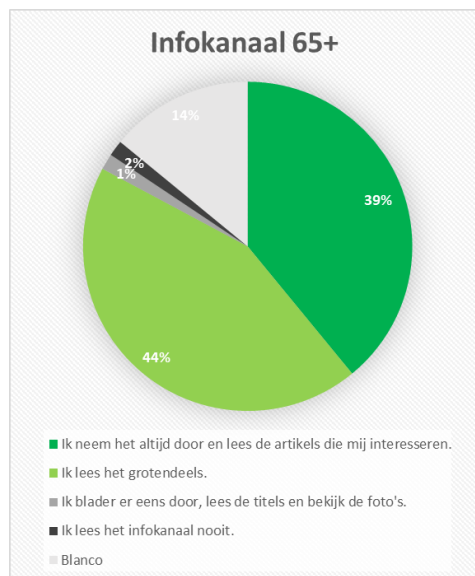
18 – 35-jarigen






36 – 64-jarigen



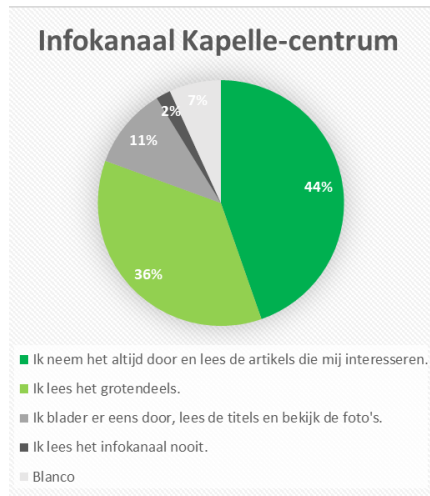
65+



-  88 % van de 18 – 35-jarigen bekijkt het Infokanaal.
-  98 % van de 36 – 64-jarigen bekijkt het Infokanaal.
-  84 % van de 65-plussers bekijkt het Infokanaal.

4.8.2 Per deelgemeente

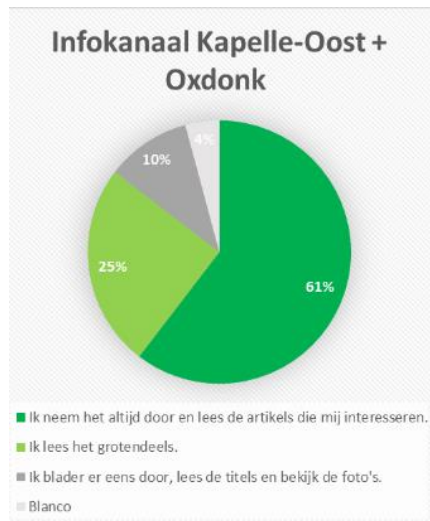
Kapelle-centrum



Ramsdonk



Kapelle-Oost & Oxdonk

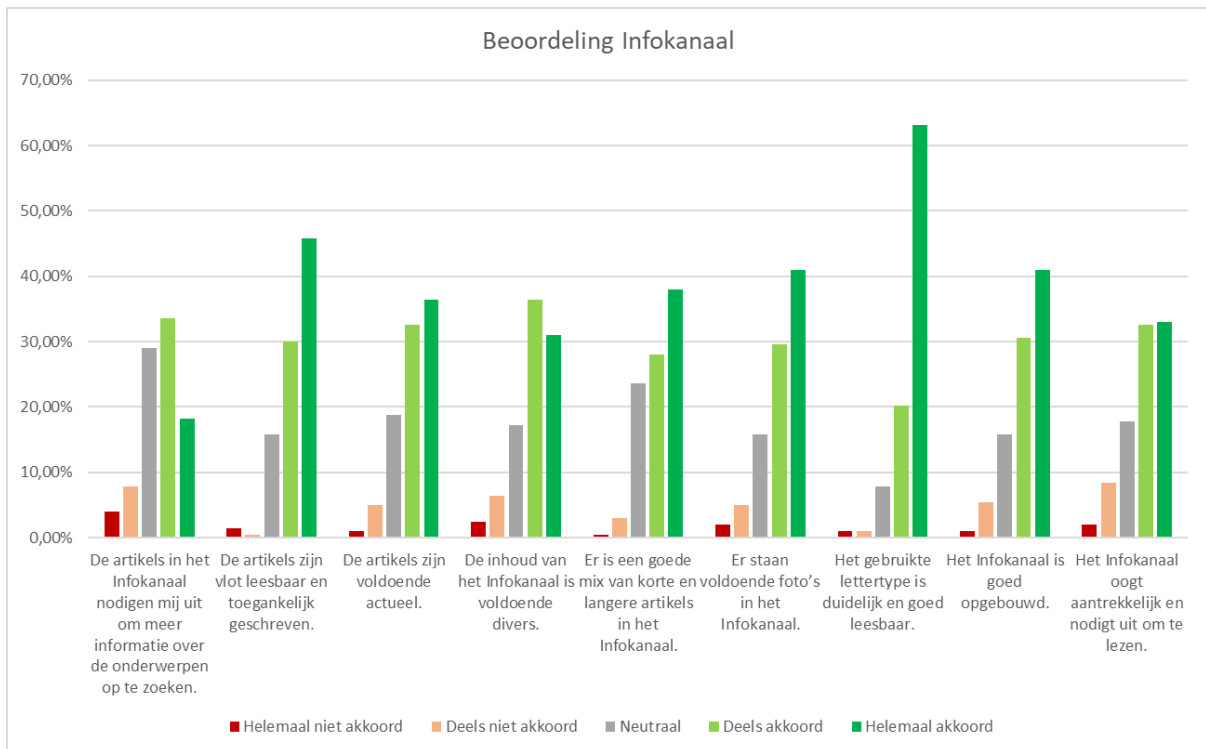


Nieuwenrode



- In Kapelle-centrum bekijkt 91 % het Infokanaal.
- In Ramsdonk bekijkt 93 % het Infokanaal.
- In Kapelle-oost en Oxdonk bekijkt 96 % het Infokanaal.
- In Nieuwenrode bekijkt 94 % het Infokanaal.

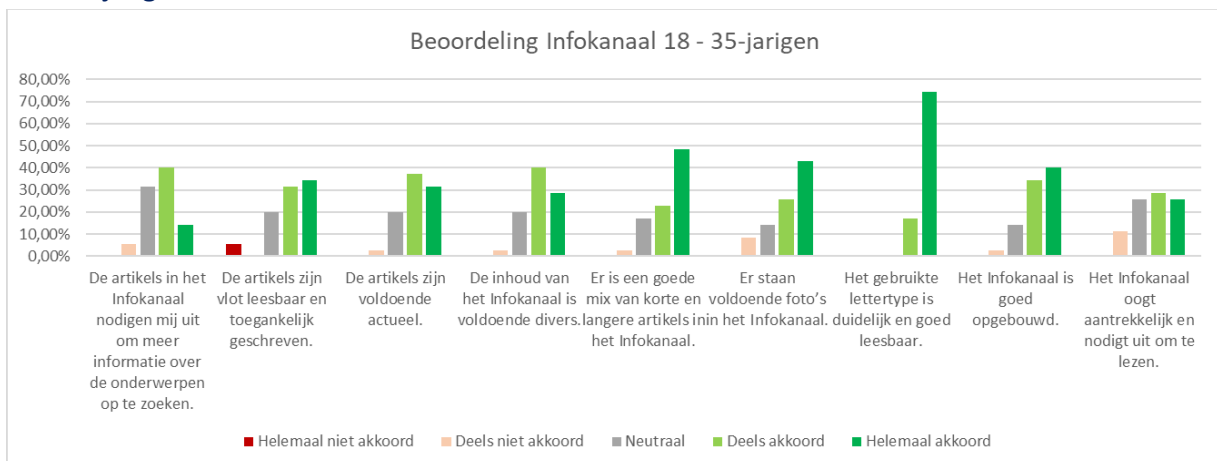
4.9 BEOORDELING GEMEENTELIJK INFORMATIEBLAD INFOKANAAL



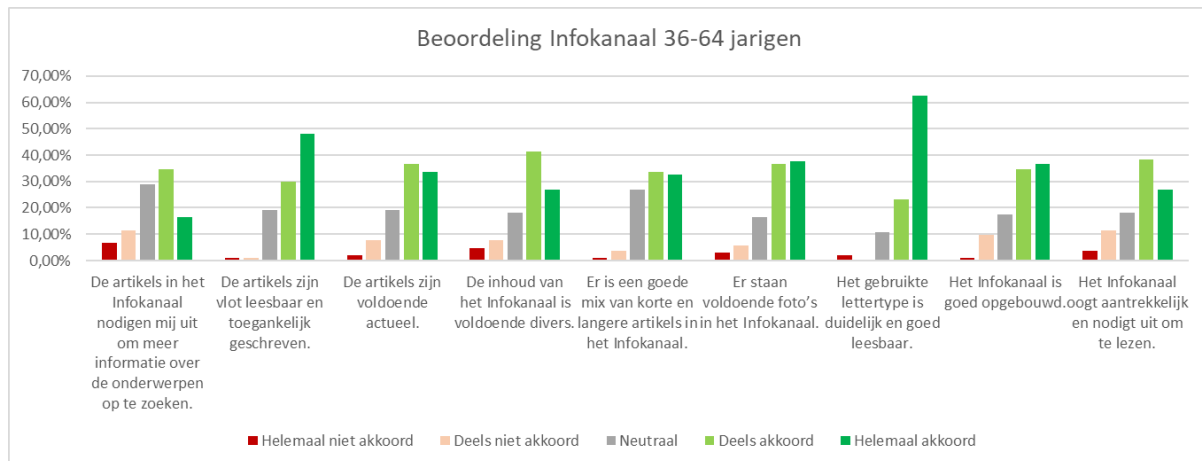
Gemiddeld 93% van de respondenten vulden de beoordeling van het gemeentelijk informatieblad Infokanaal in. Minstens 8 op 10 is neutraal tot positief in de beoordeling van het Infokanaal. We bekijken de resultaten ook per leeftijdscategorie, want eerder gaven zowel de 36-64-jarigen als de 65-plussers aan het Infokanaal meest frequent te gebruiken van alle gemeentelijke kanalen.

4.9.1 Per leeftijdscategorie

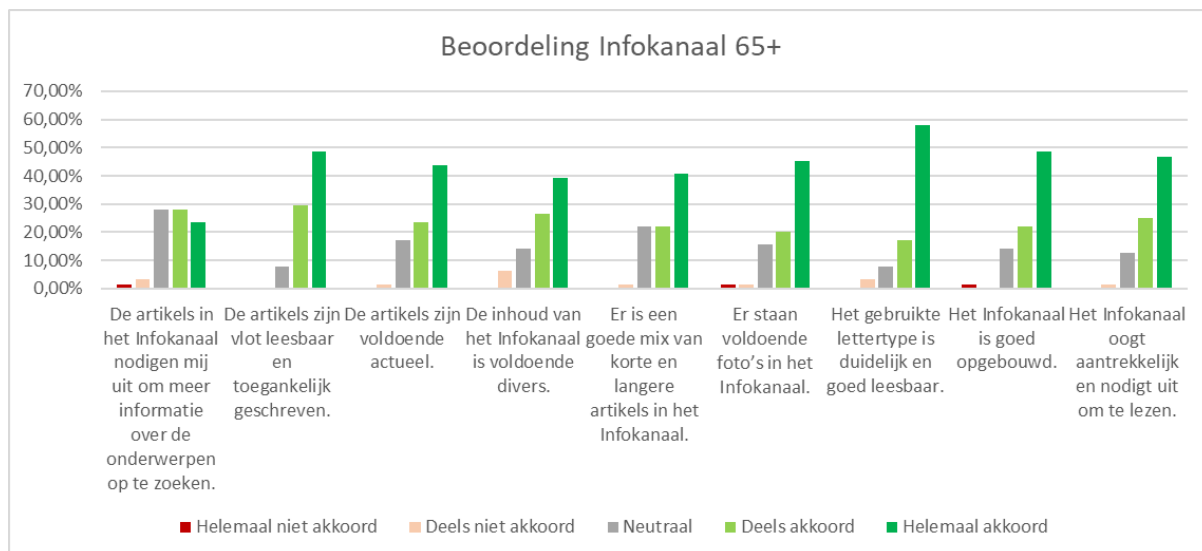
18 – 35-jarigen



36 – 64-jarigen



65+



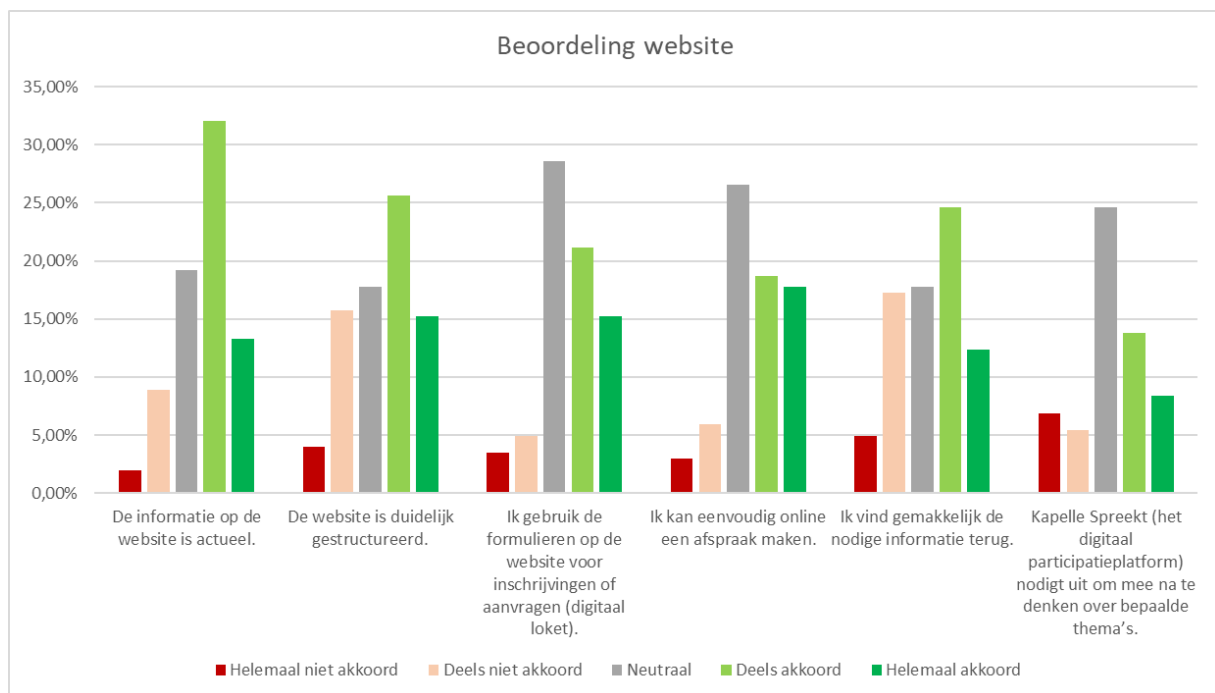
Over de leeftijdscategorieën heen zijn de respondenten het meest tevreden over de duidelijkheid en de leesbaarheid van het gebruikte lettertype in het Infokanaal. Van de 18-35-jarigen vindt 1 op 10 dat het Infokanaal niet zo aantrekkelijk oogt en niet erg uitnodigt om te lezen. Dat vindt ook ca. 15% van de 36-64-jarigen. 18% van deze groep respondenten antwoordt negatief op de stelling dat de artikels in het Infokanaal uitnodigen om meer informatie over de onderwerpen op te zoeken. Ca. 12% van de 36- tot 64-jarigen en 6% van de 65-plussers vinden het Infokanaal niet divers genoeg.

4.9.2 Geografische tendens

Ook als we de resultaten van de deelgemeenten in detail bekijken, zijn de respondenten het meest tevreden over de duidelijkheid en de leesbaarheid van het gebruikte lettertype in het Infokanaal. Zowel in Kapelle-centrum als in Ramsdonk en Oxdonk vindt gemiddeld 14% van de respondenten dat de artikels in het Infokanaal niet uitnodigen om meer informatie over de onderwerpen op te zoeken, tegenover gemiddeld 50% van de respondenten die wel meer informatie opzoeken.

Gemiddeld 12% van deze respondenten vindt eveneens dat het Infokanaal niet aantrekkelijk en niet divers genoeg is, terwijl 63% hier wel tevreden over is. Respondenten uit Kapelle-oost willen meer actuele artikels en meer foto's zien in het Infokanaal. Van de respondenten in Nieuwenrode horen we geen enkele negatieve reactie over het Infokanaal.

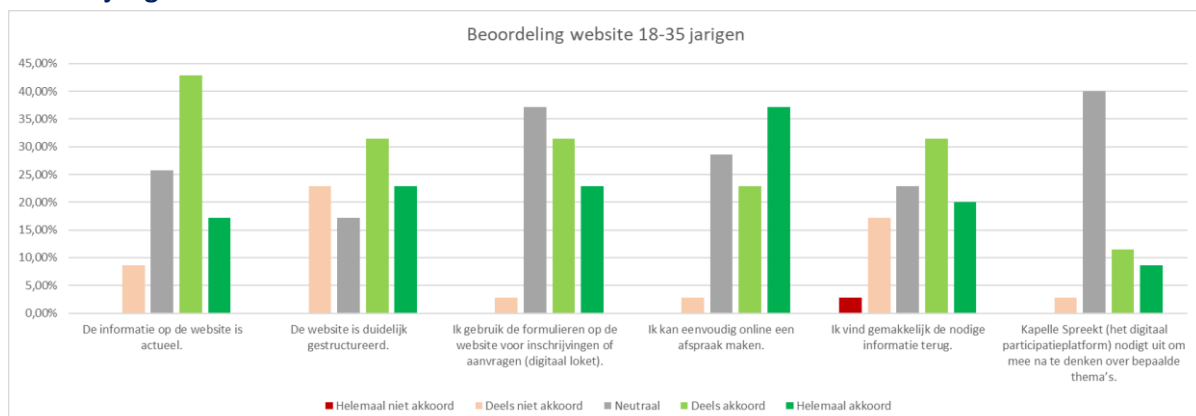
4.10 BEOORDELING GEMEENTELIJKE WEBSITE



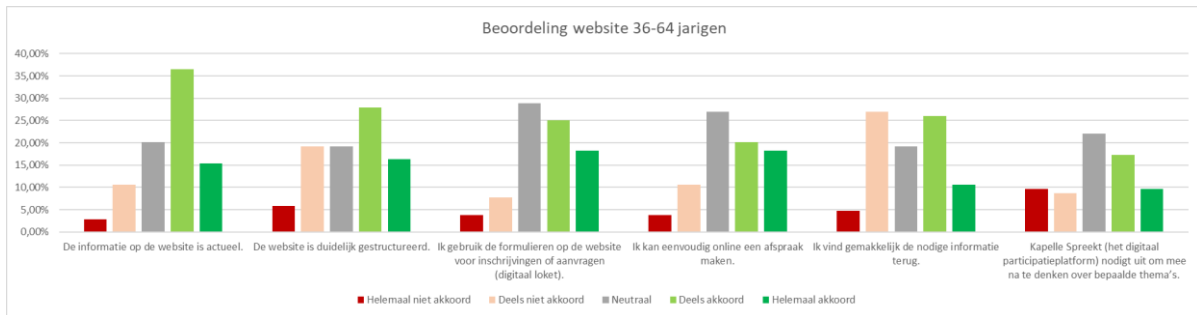
Gemiddeld 73% van de respondenten vulden de beoordeling van de gemeentelijke website in. Meer dan de helft is over het algemeen neutraal tot positief in de beoordeling van de website. Bij de jongste leeftijdscategorie is de website het meest frequent gebruikte kanaal om informatie van het lokaal bestuur te ontvangen. We moeten ook vermelden dat slechts de helft van de 65-plussers een beoordeling van de website heeft ingevuld.

4.10.1 Per leeftijdscategorie

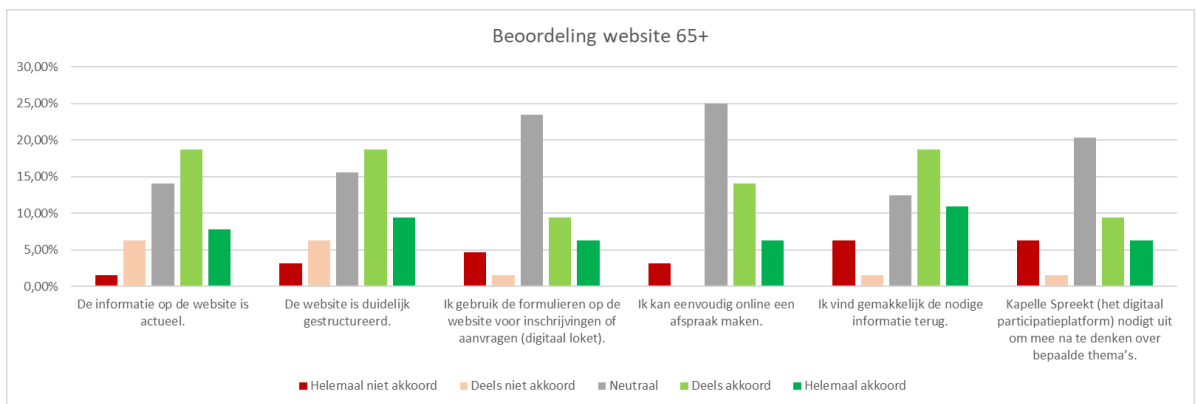
18 – 35-jarigen



36 – 64-jarigen



65+



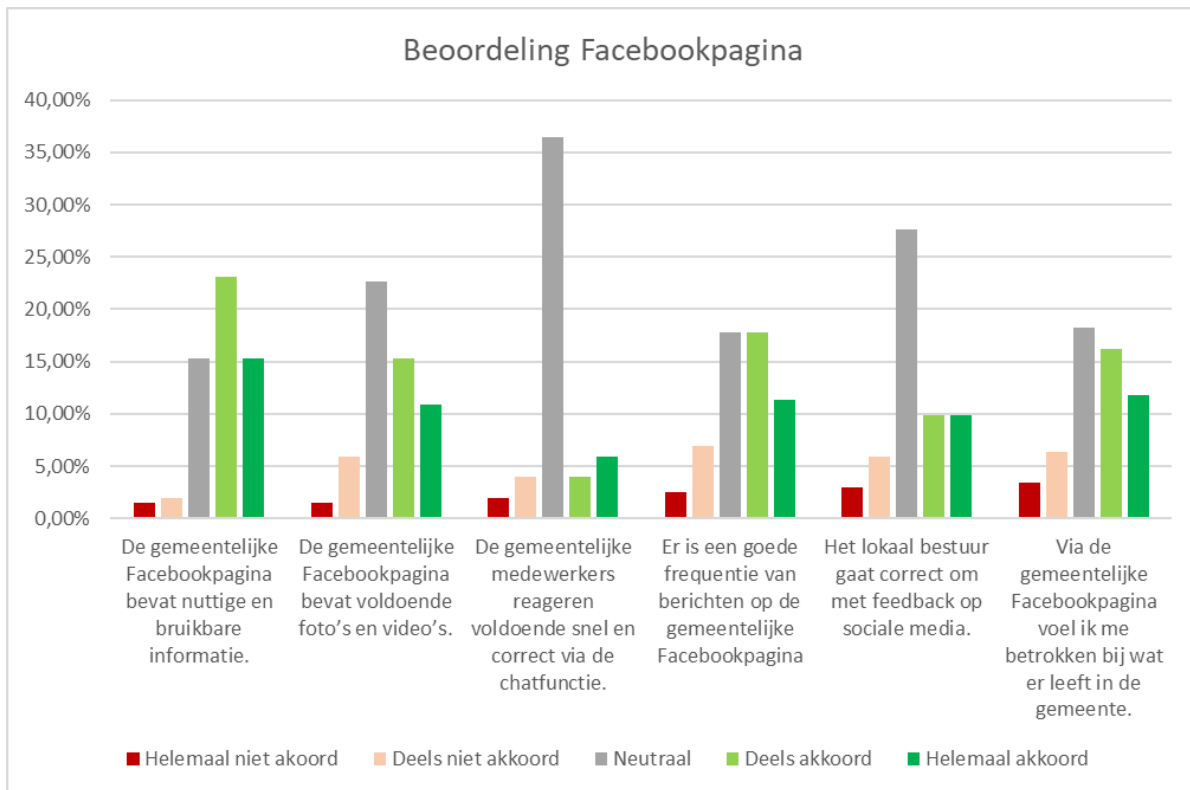
Over de leeftijdscategorieën heen zijn de respondenten het meest positief over de actualiteit van de informatie op de website. Toch vinden 3 op 10 respondenten het moeilijk om de nodige info snel terug te vinden en vindt 2 op 10 eveneens dat de website niet duidelijk genoeg gestructureerd is. De digitale gebruiksmiddelen zoals e-formulieren, online een afspraak maken en Kapelle Spreekt worden voorsnog matig gebruikt. Ongeveer 60% van de jongste leeftijdscategorie kan eenvoudig online een afspraak maken. Bij de 36- tot 64-jarigen is dit net geen 40% en bij de 65-plussers maakt nog maar 20% gebruik van de online afsprakenmodule. Bij de e-formulieren in het digitaal loket zien we dezelfde tendens. Bij de meerderheid van de respondenten leeft Kapelle Spreekt nog onvoldoende.

4.10.2 Geografische tendens

Over het algemeen duidt 20% van de respondenten de structuur van de website aan als aandachtspunt, terwijl bijna 40% hier wel tevreden over is. Deze lijn wordt doorgetrokken in Kapelle-Centrum, Ramsdonk en Oxdonk. In Nieuwenrode en Kapelle-oost is zelfs meer dan 50% van de respondenten positief over de structuur van de website, maar vindt 20% tot 30% toch niet gemakkelijk informatie terug.

Wat de gebruiksmiddelen e-formulieren, online afspraak maken en Kapelle Spreekt betreft, is er bij deze laatste nog de meeste ruimte voor verbetering. In Ramsdonk en Nieuwenrode is meer dan 25% en 37% van de respondenten respectievelijk tevreden over dit platform. In Oxdonk, Kapelle-oost en Kapelle centrum zijn de respondenten eerder neutraal over Kapelle Spreekt.

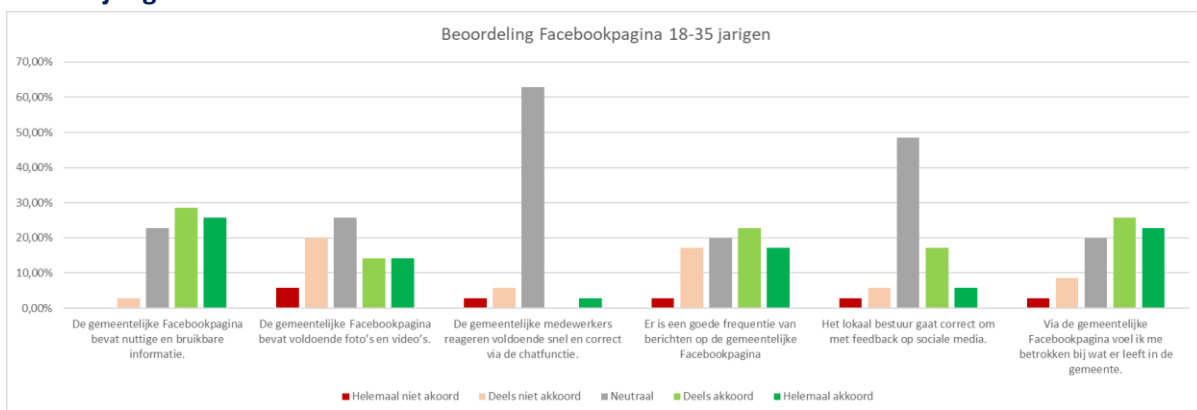
4.11 BEOORDELING GEMEENTELIJKE FACEBOOKPAGINA



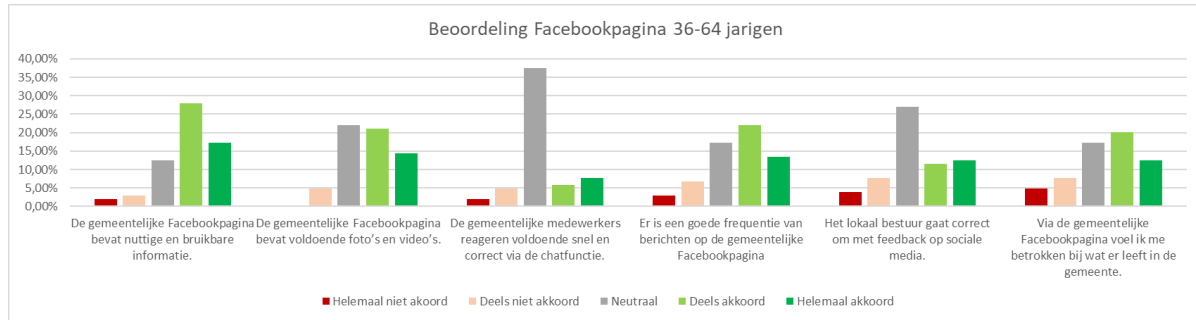
De beoordeling van de gemeentelijke Facebookpagina werd ingevuld door gemiddeld 56% van de respondenten.

4.11.1 Per leeftijdscategorie

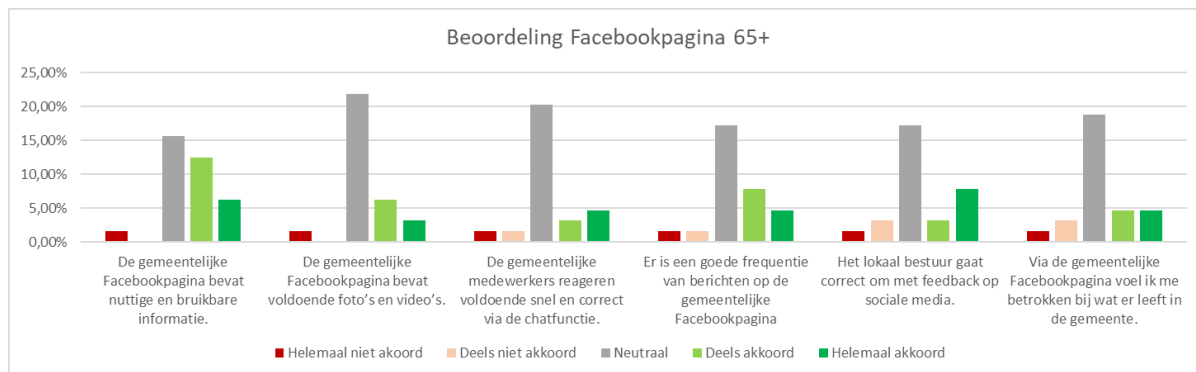
18 – 35-jarigen



36 – 64-jarigen



65+



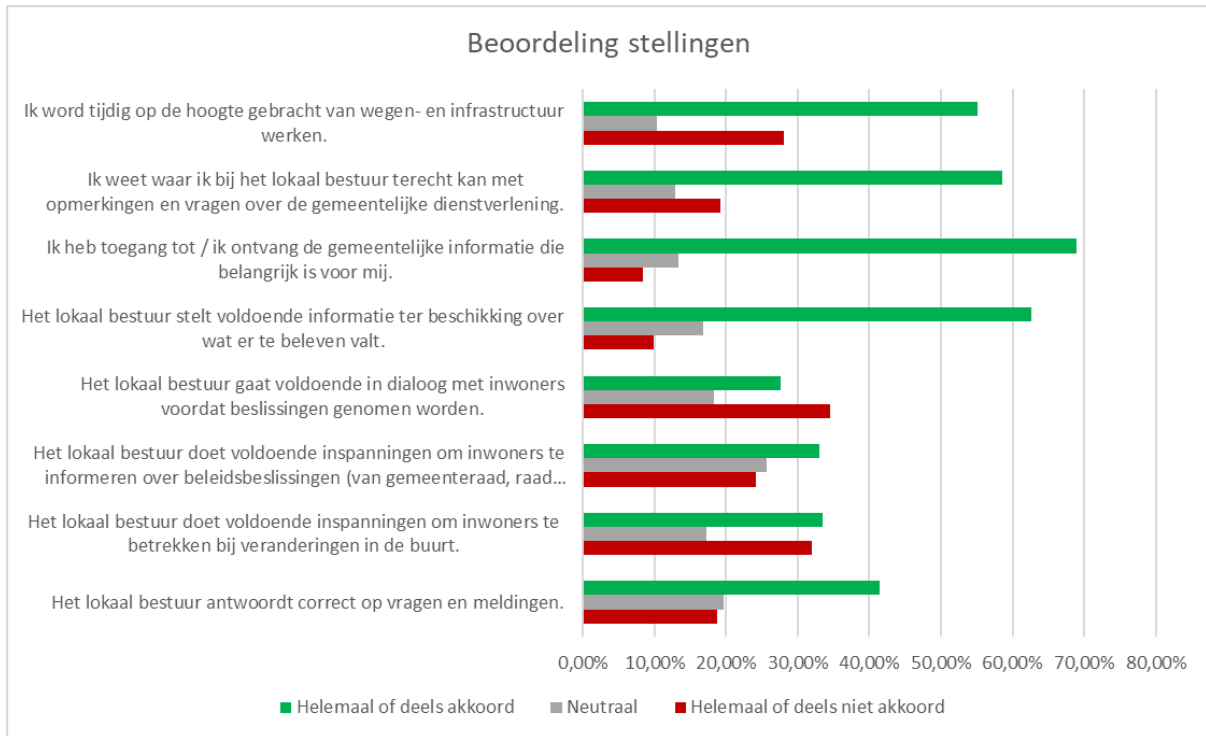
Het is duidelijk dat de jongste leeftijdscategorie het meest gebruik maakt van de Facebookpagina. Naarmate de leeftijd vordert, zakt de interesse in de Facebookpagina. Van de respondenten ouder dan 65 vulde slechts een derde de beoordeling van de Facebookpagina in.

Over de leeftijdscategorieën heen zijn de respondenten het erover eens dat de gemeentelijke Facebookpagina nuttige en bruikbare informatie bevat. Op deze manier voelt de helft van de respondenten uit de jongste leeftijdscategorie zich betrokken bij wat er leeft in de gemeente. Zij vinden dat er echter wat meer foto's en video's zouden moeten opgenomen worden. Vanaf de leeftijd van 36 jaar voelt men zich minder betrokken bij wat er leeft in de gemeente via de gemeentelijke Facebookpagina. Over het gebruik van de chatfunctie en het omgaan met feedback op sociale media zijn algemeen de meeste respondenten neutraal.

4.11.2 Geografische tendens

Over het gehele grondgebied vinden de respondenten dat de gemeentelijke Facebookpagina nuttige en bruikbare informatie bevat. Nieuwenrode is uitsluitend positief over de gemeentelijke Facebookpagina. In Kapelle-Centrum voelt 14% van de respondenten zich niet betrokken bij wat er leeft in de gemeente via de gemeentelijke Facebookpagina, terwijl in Kapelle-oost en Ramsdonk gemiddeld 30% en in Oxdonk zelfs 52% net wel betrokkenheid ervaart. In Ramsdonk vindt bijna 16% van de respondenten dat het lokaal bestuur niet correct omgaat met feedback op sociale media en dat er geen goede frequentie is van berichten op dit sociaal mediakanaal. In Oxdonk en Kapelle-centrum daarentegen vindt gemiddeld 58% van de respondenten dat er wel een goede frequentie is van berichten op de gemeentelijke Facebookpagina.

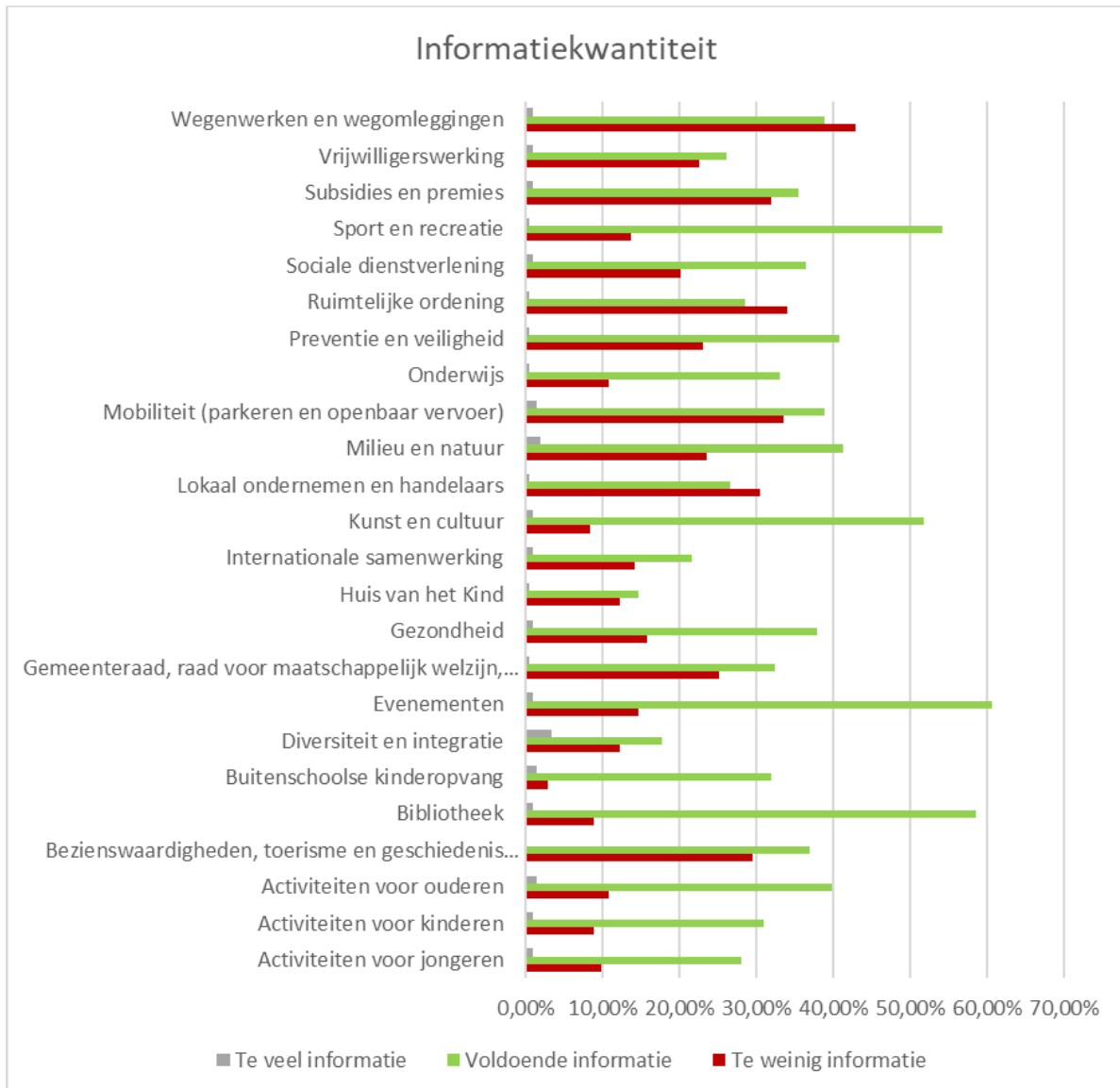
5. BELEVING VAN DE GEMEENTELIJKE COMMUNICATIE



Meer dan 50% van de respondenten wordt tijdig op de hoogte gebracht van wegenwerken, weet waar hij/zij terecht kan voor vragen over de gemeentelijke dienstverlening, ontvangt alle informatie die hij/zij nodig heeft en vindt dat vragen en meldingen correct worden afgehandeld.

30% van de respondenten zijn van mening dat de dialoog met de inwoners en participatie bij veranderingen in de buurt aandachtspunten zijn.

5.1 INFORMATIEKWANTITEIT



De meeste respondenten krijgen voldoende informatie over sport en recreatie, onderwijs, kunst en cultuur, gezondheid, evenementen en activiteiten, de buitenschoolse kinderopvang en de bibliotheek. Ze zouden graag nog meer informatie krijgen over wegenwerken, ruimtelijke ordening en lokaal ondernemen.

18 – 35-jarigen

Top 3	Onderwerp	Voldoende informatie
1.	Bibliotheek	60,00%
2.	Evenementen	54,29%
3.	Milieu en natuur	48,57%
3.	Sport en recreatie	48,57%

Top 3	Onderwerp	Te weinig informatie
1.	Subsidies en premies	48,57%
2.	Wegenwerken en wegomleggingen	42,86%
3.	Bezienswaardigheden, toerisme en geschiedenis van de gemeente	34,29%

36 – 64-jarigen

Top 3	Onderwerp	Voldoende informatie
1.	Evenementen	65,38%
2.	Bibliotheek	64,42%
3.	Sport en recreatie	59,62%

Top 3	Onderwerp	Te weinig informatie
1.	Wegenwerken en wegomleggingen	50,96%
2.	Mobiliteit (parkeren en openbaar vervoer)	43,27%
3.	Ruimtelijke ordening	42,31%

65+

Top 3	Onderwerp	Voldoende informatie
1.	Evenementen	56,25%
2.	Activiteiten voor ouderen	50,00%
3.	Bibliotheek	48,44%
3.	Preventie en veiligheid	48,44%
3.	Sport en recreatie	48,44%

Top 3	Onderwerp	Te weinig informatie
1.	Wegenwerken en wegomleggingen	29,69%
2.	Ruimtelijke ordening	21,88%
3.	Bezienswaardigheden, toerisme en geschiedenis van de gemeente	20,31%

Alle leeftijdscategorieën krijgen voldoende informatie over evenementen, de bibliotheek en sport en recreatie. Informatie over wegenwerken, ruimtelijke ordening, toerisme en geschiedenis scoort dan weer minder goed.

Opvallend is dat de 36- tot 64-jarigen aangeven dat ze voornamelijk te weinig informatie krijgen over alles wat betrekking heeft tot wegenwerken, wegomleggingen en mobiliteit. Dit is eveneens de leeftijdsgroep waarin 90% te kennen gaf dat ze de digitale nieuwsbrief mobiliteit zelden of nooit raadplegen. 50% van hen kent de nieuwsbrief zelfs niet.

6. CONCLUSIE

6.1 BEREIKBAARHEID VAN HET LOKAAL BESTUUR

De algemene informatie van het lokaal bestuur wordt voornamelijk ontvangen of opgezocht in het Infokanaal, op de gemeentelijke website en op Facebook. Zo bereiken we 88% van de 18- tot 35-jarigen, 98% van de 36- tot 64-jarigen en 84% van de 65-plussers via het Infokanaal. 65-plussers schenken de laatste plaats van hun top 3 eerder aan het LED-bord dan aan Facebook. i-Active, een recente online software om in te schrijven voor activiteiten, is nog te weinig gekend bij de respondenten.

Informatie over vrije tijd wordt voornamelijk opgezocht en bekeken op Facebook, op affiches of folders en in de katern vrije tijd in het Infokanaal. 65-plussers wenden zich eerder tot de activiteitenkalender op de gemeentelijke website dan tot Facebook. De digitale nieuwsbrief vrije tijd en het vrijwilligersplatform Give a Day zijn het minst gekend bij de respondenten. Ook de infoschermen in de gemeentelijke gebouwen worden zelden of nooit gebruikt door de respondenten om aankondigingen van activiteiten te zien.

Voor ongeadresseerde info scoren affiches, folders en flyers eveneens goed. Ook bewonersbrieven worden meestal gelezen bij ontvangst.

Wanneer we peilen naar de voorkeur van sociale media voor gemeentelijke communicatie, merken we dat algemeen de helft van de respondenten informatie wenst te ontvangen via Facebook en WhatsApp en een vijfde via Instagram. Voor Instagram lopen de aanhangers tussen 65 en 18 jaar zelfs op tot 25%-50%. 65-plussers geven dan eerder de voorkeur aan Messenger dan aan Instagram.



Infokanaal
Website
Facebook
Affiches & folders



Voorkeur Instagram
Voorkeur WhatsApp
i-Active onvoldoende gekend
Digitale nieuwsbrieven onvoldoende gekend
Give a Day onvoldoende gekend

6.2 WAARDERING VAN DE GEMEENTELIJKE KANALEN

6.2.1 Onthaal

Het onthaal wordt voornamelijk gecontacteerd via telefoon, ter plaatse of via e-mail. De dienstverlening ter plaatse en via telefoon wordt goed tot uitstekend bevonden. De communicatie via e-mail verloopt eerder goed tot goed.



Telefoon
Ter plaatse
E-mail

6.2.2 Infokanaal

Het Infokanaal scoort algemeen goed tot uitstekend. Het is leesbaar en toegankelijk geschreven, goed opgebouwd, bevat voldoende foto's en oogt aantrekkelijk. De artikels zijn actueel en divers, en de katern vrije tijd is zeer goed. De onderwerpen mogen nog wel meer uitnodigen tot het opzoeken van extra informatie. Sommige respondenten vinden de mix van lange en korte artikels maar matig tot goed.



Leesbaar
Goed opgebouwd
Aantrekkelijk
Actueel & divers



Niet uitnodigend genoeg om meer
info op te zoeken
Onvoldoende mix van lange en korte
artikels

6.2.3 Website

De gemeentelijke website scoort algemeen eerder goed tot goed. De inhoud is actueel en de activiteitenkalender wordt vaak bekeken. De website is niet voor iedereen duidelijk gestructureerd zodat niet iedereen informatie gemakkelijk terugvindt. Vele respondenten maken maar matig gebruik van e-formulieren, online afspraak of Kapelle Spreekt.



Actueel
Activiteitenkalender



Geen goede structuur
Matig gebruik van E-formulieren
Matig gebruik van online afspraak
Matig gebruik van Kapelle Spreekt

6.2.4 Facebook

De gemeentelijke facebookpagina scoort algemeen eerder goed tot goed. De pagina bevat nuttig informatie, voldoende foto's en video's en verhoogt de betrokkenheid tot wat er leeft in de gemeente. Zeker voor vrijetijdsactiviteiten is de facebookpagina een goed communicatiemiddel. De respondenten ervaren de reactie van medewerkers via de chatfunctie en het omgaan met feedback op sociale media eerder als matig.



Nuttige info
Voldoende beeldmateriaal
Betrokkenheid
Vrijetijdsactiviteiten



Matige reactie via chatfunctie
Matige omgang met feedback

6.2.5 Affiches/folders/flyers

Affiches, folders en flyers worden nog vaak bekeken. Deze communicatiemiddelen scoren algemeen goed.



Vaak bekeken

6.3 BELEVING VAN EN BEHOEFTE AAN COMMUNICATIE

Meer dan 50% van de respondenten wordt tijdig op de hoogte gebracht van wegenwerken, weet waar hij/zij terecht kan voor vragen over de gemeentelijke dienstverlening, ontvangt alle informatie die hij/zij nodig heeft en vindt dat vragen en meldingen correct worden afgehandeld.

30% van de respondenten zijn van mening dat de dialoog met de inwoners en participatie bij veranderingen in de buurt aandachtspunten zijn.

De meeste respondenten krijgen voldoende informatie over sport en recreatie, onderwijs, kunst en cultuur, gezondheid, evenementen en activiteiten, de buitenschoolse kinderopvang en de bibliotheek. Ze zouden graag meer informatie krijgen over wegenwerken, ruimtelijke ordening en lokaal ondernemen.



Voldoende info over wegenwerken
Voldoende info over dienstverlening
Voldoende info over gezondheid
Voldoende info over vrijetijdsactiviteiten
Goede afhandeling vragen & meldingen



Onvoldoende info over wegenwerken
Onvoldoende info over ruimtelijke ordening
Onvoldoende info over lokaal ondernemen

7. BESLUIT

In de periode van 8 oktober tot en met 18 november 2022 heeft het publieksonderzoek communicatie resultaten verzameld van 4,3% ofwel 1 op de 20 huishoudens in Kapelle-op-den-Bos.

Het lokaal bestuur heeft hiermee heel wat informatie gekregen over het gebruik en de waardering van alle gemeentelijke communicatiekanalen. Zo hebben we inzicht gekregen in de tevredenheid over en suggesties voor de huidige kanalen en de voorkeuren voor nieuwe kanalen. De positieve beoordeling over het onthaal, het Infokanaal en de affiches/folders/brochures was zeer opvallend. Daarnaast kregen we ook een goede kijk op de suggesties en aandachtspunten voor de gemeentelijke website en Facebookpagina en de behoeften aan communicatie.

Deze informatie zal mee aan de basis liggen van een nieuw strategisch communicatiebeleidsplan, dat de komende maanden wordt uitgewerkt.