



De mening van de bevolking over een deel van de communicatiemiddelen



GEMEENTELIJKE COMMUNICATIE HELMOND

**De mening van de bevolking
over een deel van de communicatiemiddelen**

Onderzoek en Statistiek

Titel : Gemeentelijke communicatie Helmond 2012
De mening van de bevolking over een deel van de communicatiemiddelen

Opdrachtgever : Gemeentebestuur Helmond

Opdrachtnemer : Afdeling Onderzoek en Statistiek Gemeente Helmond
Wilma Timmers

Datum : Maart 2013

SAMENVATTING EN CONCLUSIES

De gemeente Helmond heeft diverse manieren om de gemeentelijke informatie naar te burgers te brengen, zowel mondeling, schriftelijk (op papier) als digitaal. En als burgers informatie nodig hebben van de gemeente, kan ze dat dus op veel manieren. Het is voor bestuurders en beleidsontwikkelaars van belang inzicht te hebben in de mate waarin de door haar aangeboden informatie wordt gekend en gebruikt en evenzeer te weten welke communicatiemiddelen de voorkeur hebben van de burgers. Informatie aanbieden middels die bronnen die het meest gebruikt worden, leidt dan ook tot het meest effectief gebruik ervan. Aan de afdeling Onderzoek en Statistiek is gevraagd om een peiling onder de bevolking te houden naar de bekendheid en gebruik van een aantal van de gemeentelijke communicatiemiddelen en naar het gewenst toekomstig gebruik ervan. Met de effectmeting kan een evaluatie plaatsvinden van de toepassing van deze communicatiemiddelen en kunnen bijstellingen worden verricht om de effecten te verhogen.

Het onderzoek heeft inmiddels plaatsgehadt en de resultaten worden hieronder middels beantwoording van de onderzoeksvragen beantwoord.

Welke informatiebronnen gebruikt de Helmondse bevolking om aan gemeentelijke informatie te komen?

- Het gebruik van internet om aan gemeentelijke informatie te komen veroverd de Helmondse samenleving. Bijna twee derde deel van de burgers kiest in eerste instantie de digitale weg als men gemeentelijke informatie nodig heeft. Daarbij is de website het meest populair. Een op de vier kiest als eerste bron een schriftelijke (op papier). De populariteit van de lokale bladen en de stadsgids ontlopen elkaar daarbij niet veel. Een op de elf inwoners pakt de telefoon of zoekt mondeling contact met de gemeente.
- Als men een tweede voorkeur op moet geven, dan wordt het beeld diffuser. Dan kiest 38% voor internet, 33% voor een papieren bron en 29% zoekt mondeling contact. Wat hier opvalt is, dat het aandeel burgers, dat in tweede instantie telefonisch/mondeling contact zoekt veel groter is geworden (9% > 29%) en dat het aandeel dat de informatie schriftelijk (papier) zoekt, minder is toegenomen (25% > 33%). Dit kan te maken hebben met de soort informatie die men zoekt. Het kan voorkomen, dat men deze niet op papier of digitaal kan vinden. En in dat geval is men dan wel aangewezen op direct contact met de gemeente.

Wat is de bekendheid en het huidige gebruik van de Stadsgids?

- Hoewel volgens gemeentelijk beleid iedere inwoner de Stadsgids jaarlijks in de bus zou moeten krijgen, is er toch een – zij het beperkt – deel dat volgens eigen zeggen de gids niet gehad heeft (11%). Het kan zijn, dat men deze inderdaad niet in de bus heeft gehad, dat men de gids niet als zodanig heeft erkend of dat men het vergeten is. Ook in 2009 kwam uit soortgelijk onderzoek hetzelfde beeld naar voren. Uit verdere vragen blijkt echter een deel van deze mensen de gids toch wel te gebruiken. Zij hebben de informatie wellicht uit de digitale gids gehaald, hebben misschien nog een ouder exemplaar van de gids in huis of herkennen de gids niet als de Stadsgids.
- De onderwerpen in de Stadsgids zijn over het algemeen wel bekend, uitgezonderd het Burgerjaarverslag. Van de acht thema's in de gids kent 70%-80% van de inwoners er zeven. Echter niet meer dan de helft van de mensen kent het Burgerjaarverslag.
- Kennen betekent niet automatisch ook gebruiken van de gids. Een kleine helft van de inwoners heeft de Stadsgids in het afgelopen jaar gebruikt. En het gebruik beperkt zich dan over het algemeen tot enkele keren per jaar. Relativerende opmerking hierbij is, dat de informatie in de gids van dien aard is, dat men deze niet wekelijks nodig zal hebben.

- De burger blijkt de Stadsgids vooral te gebruiken om daar informatie over gemeentelijke producten en diensten uit te halen, evenals contactgegevens over verenigingen en instanties, informatie over voorzieningen en evenementen en het stratenregister. Het Burgerjaarverslag wordt door een kleine groep inwoners, gelezen, 1% van alle inwoners deed dit in het afgelopen jaar.
- Het gebruik van de Stadsgids loopt terug: ten opzichte van 2009 is het aandeel met 9% gedaald (van 56% naar 47%).

In welke vorm wil de bevolking de informatie uit de Stadsgids in de toekomst ontvangen?

- Er is een duidelijk beeld ontstaan over de behoefte van de Helmondse burger aan de Stadsgids in de toekomst: bijna 70% hoeft geen of niet persé een papieren versie van de Stadsgids in de bus en 30% wil dit wel. Dit beeld komt ook min of meer terug in de directe vraag hoe mensen denken over het gemeentelijke idee van enkel een digitale Stadsgids in de toekomst: 80% van de bevolking heeft een duidelijke keus gemaakt: 57% kiest voor een digitale Stadsgids in de toekomst en 19% voor een papieren uitgave en 4% hoeft geen Stadsgids. Van de overige 20% is de keuze niet helemaal duidelijk of is tegenstrijdig.

Wat is de bekendheid en het huidige gebruik van de Milieuwijzer?

- Net als de Stadsgids wordt ook de Milieuwijzer volgens huidig beleid jaarlijks huis-aan-huis bezorgd en ook hier zegt een beperkt deel van de bevolking deze niet ontvangen te hebben. Ook hier kan als verklaring gelden, dat men deze niet als zodanig herkend heeft of als reclamemateriaal heeft beschouwd en weggegooid of er is toch iets misgelopen met de bezorging.
- De Milieuwijzer wordt door de helft van de bevolking gebruikt en de meesten doen dit enkele keren per jaar. Dat deze niet wekelijks wordt geraadpleegd, hangt samen met de soort informatie in de wijzer. Eenmaal iets opgezocht is de kennis aanwezig en hoeft men dit niet weer op te zoeken.
- De Helmondse zoeken de informatie hoofdzakelijk in de papieren versie van de wijzer op. Een op de zeven zoekt alleen op internet en een op de zes gebruikt beide bronnen.
- De Milieuwijzer wordt het meest gebruikt om er informatie over afval in te zoeken (zowel inhoudelijke informatie als wanneer dat opgehaald wordt): 90% deed dit in het afgelopen jaar om de ophaalschema's van huisvuil, gft-afval en/of oud-papier na te kijken. Bijna twee derde deel heeft informatie over huisvuil opgezocht en ruim de helft bekeek het ophaalschema van klein chemisch afval. Informatie over water/riool en energiebesparing wordt veel minder geraadpleegd. Ook de informatie over het hondenbeleid heeft minder belangstelling, wat uiteraard wel samenhangt met het al dan niet hebben van honden. Maar ook van de hondenbezitters raadpleegt niet meer dan ruim een derde (35%) de Milieuwijzer inziet voor de informatie over hondenbeleid en hondenvoorzieningen

Via welke bron wil de bevolking de informatie uit de Milieuwijzer in de toekomst raadplegen?

- De Helmondse bevolking heeft geen uitgesproken voorkeur voor 1 soort informatiebron als het gaat om het toekomstig gebruik van de Milieuwijzer. Vier op de tien Helmondse (40%) willen ook in de toekomst een papieren exemplaar van de Milieuwijzer ontvangen. Een iets groter aandeel (45%) hoeft geen papieren versie meer: 26% zoekt zelf de informatie op internet, 11% wil een digitale versie ontvangen en 8% heeft geen behoefte aan de informatie uit de Milieuwijzer. Een op de zeven Helmondse heeft geen voorkeur. Als deze laatste groep buiten beschouwing wordt gelaten, dan is de verhouding papieren versie/geen papieren versie : 46%/54%.

In hoeverre kent de Helmondse bevolking de DAZOE-borden?

- Gemeentelijke Informatie op de DAZOE-borden (die langs wegen in Helmond staan) heeft tot nu toe niet het effect dat die veel Helmonders bereikt: 13% van de inwoners kent de borden, heeft ze gezien en weet ook welke informatie daarop staat. De overigen kennen de borden niet (57%) of kennen ze wel, maar hebben ze nog niet gezien of weten niet wat er op staat (30%).
- Informatie op de borden over evenementen, activiteiten, kermis, koopzondag en de weekmarkt blijkt van de gepresenteerde gemeentelijke informatie op de borden het meest effectief: Helmonders die de borden wel gezien hebben en ook weet hebben van de informatie noemden met name deze gegevens.
- De borden langs de doorgaande weg in Helmond (Europalaan-Traverse-Deurneseweg) worden het meest gezien, zo blijkt uit de opgegeven locaties.

Wat is de bekendheid van Helmond Driven?

- Het fenomeen Helmond Driven City of Smart Mobility is na een half jaar van oprichting nog niet bij grote delen van de Helmondse bevolking bekend: 86% heeft er nog nooit van gehoord, 7% kent de term wel, maar weet niet wat het inhoudt en 7% is wel op de hoogte van bestaan en functie van Helmond-Driven.
- Ook de activiteiten/campagnes bereikten tot nu toe een beperkt deel van de bevolking (12%). De Dutch Technology Week, de start van het HBO Automotive Onderwijs en de internationale conferentie over 'slimme mobiliteit' zijn de drie meest bekende onder de gehouden campagnes. Ook de digitale mogelijkheden om Helmond Driven te volgen (Facebook, LinkedIn, Twitter) worden nog nauwelijks gebruikt door de inwoners, 0,4% doet dit.
- Ter relativering wordt hier opgemerkt, dat ten tijde van de enquêtering Helmond Driven nog maar een half jaar bestond en dat de website nog maar enkele weken in de lucht was.

Wat is de bekendheid en huidig en mogelijk toekomstig gebruik van Virtueel Helmond?

- Virtueel Helmond is (nog) niet een algemeen bekend begrip in Helmond. Zeven van de tien Helmonders hebben er nog nooit van gehoord en daarnaast is er nog een deel, dat er wel van gehoord heeft, maar niet weet wat men er kan bekijken. Circa een op de zeven/acht inwoners (13%) kent Virtueel Helmond en heeft er ook al eens een bezoek aan gebracht.
- Redenen waarom mensen, die de site wel kennen, deze nog niet hebben bezocht, betreffen o.a. tijdgebrek, desinteresse en ook het gegeven dat men in wijken woont waar in de afgelopen jaren geen grote ruimtelijke veranderingen hebben plaatsgevonden.
- In vergelijking met eerder onderzoek (2011) is de bekendheid overwegend dezelfde. Maar het bezoek (van degenen die het kennen) is gemiddeld wel toegenomen.
- Virtueel Helmond heeft wel toekomst. Aan de huidige 'niet-kenners' (die via de enquête van de site weten) en de huidige 'niet-gebruikers' is gevraagd of men in de toekomst de site zal gaan bezoeken. Uit alle antwoorden blijkt, dat - als mensen eenmaal gehoord hebben van Virtueel Helmond en informatie hebben gekregen over wat het is – een substantieel deel van hen van plan is de site te gaan bezoeken. Het bezoek aan Virtueel Helmond kan gaan verdubbelen ten opzichte van het huidig gebruik en zelfs nog veel meer dan dat. Daar is wel de voorwaarde aan verbonden, dat mensen – op wat voor manier ook – informatie opvangen over Virtueel Helmond.

Tot slot

In zijn algemeenheid blijkt, dat de Helmondse bevolking meer en meer via digitale wegen de gemeentelijke informatie wenst te ontvangen. Er zijn echter vanuit het onderzoek geen harde grenzen aan te geven waarmee de keuze gemaakt wordt tussen het schriftelijk (op papier) en/of digitaal verstrekken van de informatie uit de Stadsgids en de Milieuwijzer.

Als de communicatiemiddelen DAZOE-borden, Helmond Driven en Virtueel Helmond bij een groter publiek bekend raken, zal dit de effectiviteit van deze communicatiemiddelen zeker vergroten.

Het is aan de beleidsmakers om deze bevindingen mee te nemen in hun voorstellen hoe verder te gaan met deze gemeentelijke communicatiemiddelen.

Inhoudsopgave

SAMENVATTING EN CONCLUSIES.....	i
Inhoudsopgave	
1. Inleiding	1
1.1. Aanleiding	1
1.2. Probleemstelling	1
1.3. Aanpak.....	1
1.3.1 Respons	2
1.4. Leeswijzer	2
2. Keuze informatiebronnen	3
2.1. Inleiding.....	3
2.2. Eerste en tweede keus	3
3. Stadsgids	7
3.1. Inleiding.....	7
3.2. Stadsgids ontvangen	7
3.3. Bekendheid met informatie in Stadsgids	8
3.4. Huidig gebruik	8
3.4.1. Stadsgids als informatiekanaal voor gemeentelijke informatie	9
3.4.2. Soort informatie die burger uit de Stadsgids haalt	9
3.5. Toekomstig gebruik.....	11
3.5.1. Mening over mogelijke beleidskeuze voor digitale aanbieding	13
4. DAZOE-borden.....	17
4.1. Inleiding.....	17
4.2. Bekendheid van de DAZOE-borden	17
4.3. DAZOE-borden in Helmond gezien	17
4.4. Bekendheid met informatie op de borden.....	17
4.4.1. Bekendheid met soort informatie op de borden	18
4.5. Bekendheid met locatie van de borden	19
5. Milieuwijzer	21
5.1. Inleiding.....	21
5.2. Gebruik Milieuwijzer	21
5.2.1. Welke informatiebron gebruikt men om de Milieuwijzer te raadplegen	22
5.3. Soort informatie die burger uit de Milieuwijzer haalt.....	23
5.4. Gewenste toekomstig gebruik van de Milieuwijzer	24
5.4.1. Huidig naar gewenst toekomstig gebruik	24
5.4.2. Gewenst toekomstig gebruik naar leeftijd, geslacht en wijk	25
6. Helmond Driven, City of Smart Mobility.....	27
6.1. Inleiding.....	27
6.2. Van Helmond Driven gehoord	27

6.3. Bekendheid met wat Helmond Driven inhoudt	28
6.4. Bekendheid met de activiteiten van Helmond Driven	29
6.5. Gebruik van social media om Helmond Driven te volgen.....	29
7. Virtueel Helmond	31
7.1. Inleiding.....	31
7.2. Bekendheid met begrip Virtueel Helmond	31
7.2.1. Via welke bron van Virtueel Helmond vernomen/gehoord.....	31
7.3. Kennis over inhoud van Virtueel Helmond	32
7.4. Bezoek aan Virtueel Helmond	32
7.4.1. Redenen om Virtueel Helmond te bezoeken	33
7.4.2. Projecten die zijn bezocht	33
7.5. Totaal-overzicht bekendheid en bezoek	33
7.6. Redenen van niet-bezoek	34
7.6.1. Mogelijk toekomstig gebruik.....	34

1. Inleiding

1.1. Aanleiding

De gemeente Helmond heeft diverse manieren om de gemeentelijke informatie naar te burgers te brengen. Ze heeft een eigen website en een digitale nieuwsbrief, ze maakt gebruik van dag- en weekbladen, ze geeft folders en gidsen uit, ze brengt informatie op billboards (langs wegen) en ze houdt contact met de bevolking via Facebook, Twitter, You Tube en LinkedIn. Dan is er nog de mogelijkheid voor de Helmonder om de telefoon te pakken of een afspraak te maken met iemand op het stadhuis.

Als burgers informatie nodig hebben van de gemeente, is er dus veel keus.

Welke keus ze maken, hangt uiteraard af van de soort informatie die men nodig heeft. Maar het ligt ook aan de voorkeur van de persoon zelf wat die kiest. En die keuzemogelijkheden worden steeds uitgebreider, zeker met de snel groeiende manieren waarop er digitaal gecommuniceerd kan worden.

Het is voor bestuurders en beleidsontwikkelaars daarom ook van belang inzicht te hebben in de keuzes die de Helmondse bevolking maakt en wenst te maken. Informatie aanbieden middels die bronnen die het meest gebruikt worden, leidt dan ook tot het meest effectief gebruik ervan.

Aan de afdeling Onderzoek en Statistiek is gevraagd om de mening van de bevolking te toetsen over een aantal communicatiemiddelen van de gemeente.

1.2. Probleemstelling

De probleemstelling luidt als volgt:

Wat is de bekendheid met en huidig gebruik door de Helmondse bevolking van een aantal gemeentelijke communicatiemiddelen en hoe wenst men in de toekomst aan gemeentelijke informatie te komen?

Vanuit de probleemstelling zijn de volgende onderzoeksvragen afgeleid:

- Welke informatiebronnen gebruikt de Helmondse bevolking om aan gemeentelijke informatie te komen?
- Wat is bekendheid en huidig gebruik van de Stadsgids?
- In welke vorm wil de bevolking de informatie uit de Stadsgids in de toekomst ontvangen?
- Wat is de bekendheid en het huidig gebruik van de Milieuwijzer?
- Via welke bron wil de bevolking de informatie uit de Milieuwijzer in de toekomst ontvangen?
- In hoeverre kent de Helmondse bevolking de DAZOE-borden?
- Wat is de bekendheid van Helmond Driven?
- Wat is de bekendheid en huidig en mogelijk toekomstig gebruik van Virtueel Helmond?

1.3. Aanpak

De informatie voor het onderzoek is verkregen uit een onder (een deel van de) de Helmondse bevolking gehouden enquête. Het thema Gemeentelijke Communicatiemiddelen is opgenomen in de Inwonersenquête Helmond 2012 en de enquêtering heeft in het najaar 2012 plaatsgevonden. De aangeschreven personen konden ervoor kiezen om de vragenlijst digitaal of schriftelijk in te vullen.

1.3.1 Respons

Er zijn voor de enquête 4.400 personen aangeschreven en 1.888 mensen hebben een vragenlijst ingevuld, een respons van 43% (16% schriftelijk en 27% digitaal). Om betrouwbare uitspraken te kunnen doen, is het bestand door weging gecorrigeerd.

1.4. Leeswijzer

Na de samenvatting voor in de nota en dit inleidend hoofdstuk volgen in hoofdstuk 2 de uitkomsten van het gebruik van informatiebronnen om aan gemeentelijke informatie te komen. In hoofdstuk 3 worden de resultaten over de Stadsgids beschreven. In hoofdstuk 4 komen de DAZOE-borden aan bod en in hoofdstuk 5 de Milieuwijzer. Hoofdstuk 6 geeft inzicht in bekendheid van Helmond Driven en in hoofdstuk 7 worden de bekendheid en huidig en mogelijk toekomstig gebruik van Virtueel Helmond beschreven.

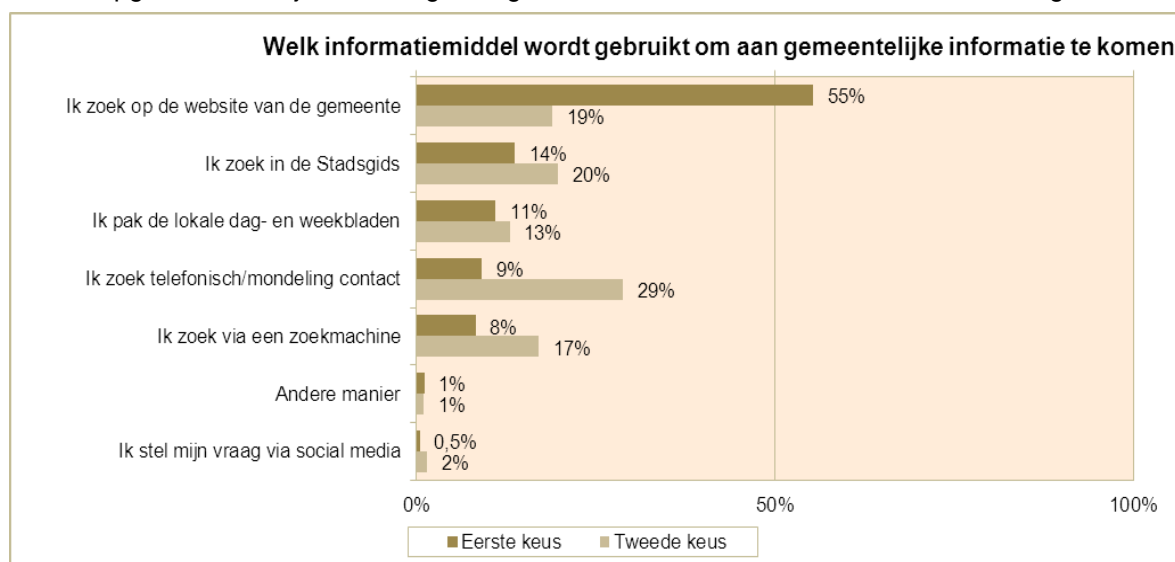
2. Keuze informatiebronnen

2.1. Inleiding

In dit hoofdstuk komt de keuze voor informatiebronnen aan bod. Zoals ook in de inleiding al werd beschreven, heeft de Helmondse burger veel keuzemogelijkheden als hij gemeentelijke informatie zoekt. En het is voor de gemeente van belang te weten welke bronnen de voorkeur hebben van de burger. Daar kan de informatie dan op afgestemd worden.

2.2. Eerste en tweede keus

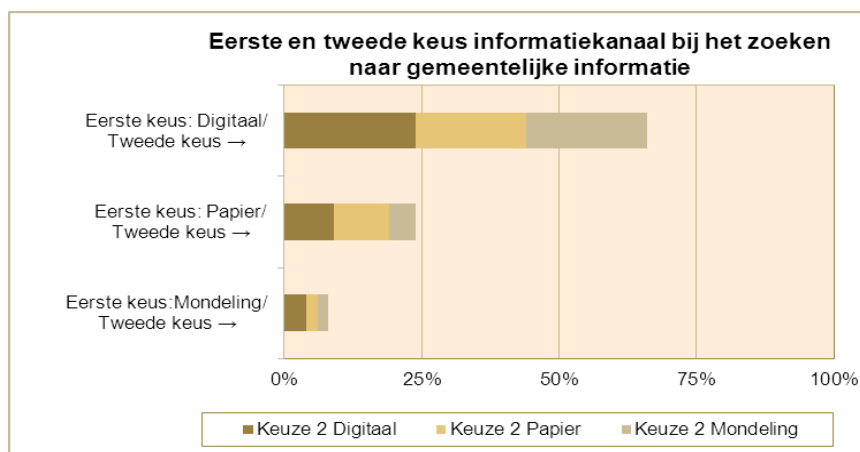
In de enquête is de vraag voorgelegd welk informatiekanaal men als eerste zal kiezen als men gemeentelijke informatie nodig heeft. Men kon uit zes bestaande kanalen kiezen en zelf nog een andere opgeven. Daarbij werd hen gevraagd om een eerste en een tweede keus aan te geven.



Bijna twee derde deel van de burgers kiest in eerste instantie de digitale weg om aan gemeentelijke informatie te komen: 55% zoekt meteen op de website van de gemeente, 8% zoekt via een zoekmachine en 1% gebruikt een van de social-media-vormen. Een op de vier kiest als eerste bron een papieren vorm: 11% kijkt in de lokale dag-/weekbladen en 14% zoekt de informatie in de Stadsgids. Een op de elf inwoners pakt de telefoon of zoekt mondeling contact met de gemeente.

Het beeld van de tweede keus is wat diffuser: dan kiest 38% voor internet, 33% voor een papieren bron en 29% zoekt mondeling contact. Wat hier opvalt is, dat het aandeel burgers, dat in tweede instantie telefonisch/mondeling contact zoekt veel groter is geworden (9% > 29%); het aandeel dat de informatie op papier zoekt, is daarentegen veel minder gestegen. (25% > 33%). Dit kan te maken hebben met de soort informatie die men zoekt. Het kan voorkomen, dat men deze niet op papier of digitaal kan vinden. En in dat geval is men dan wel aangewezen op direct contact met de gemeente.

Voor een exacter beeld van de keuzes van de burger zijn de eerste en tweede keus aan elkaar gekoppeld. Dan blijkt dat bijna een vierde van de burgers zowel in eerste als in tweede instantie voor internet zal kiezen als men informatie van de gemeente nodig heeft. De overigen die als eerste keus het zoeken via internet opgaven, kozen als tweede in bijna gelijke mate voor de papieren bronnen of mondeling contact.



Van de 24% inwoners die als eerste keus voor een papieren bron gingen, kiest 10% ook als tweede voor een papieren kanaal. Een bijna even groot percentage gaat dan internet op en een kleiner deel zoekt mondeling contact.

Van degenen die als eerste keus de telefoon pakken of iemand persoonlijk proberen te benaderen, zal in tweede instantie circa de helft het internet opgaan en de overigen kiezen een van de andere twee bronnen. Dit is overigens maar een klein deel van alle inwoners.

2.2.1. Eerste keus naar wijk, naar leeftijd en geslacht

Jongeren maken gemiddeld veel meer gebruik van de digitale mogelijkheden om gemeentelijke informatie te vinden en veel minder van de papieren bronnen. Bij 60-plussers is dit net andersom.

Gebruik communicatiemiddelen voor gemeentelijke informatie, in % per wijk

	Papier	Digitaal	Telefonisch/mondeling	Anders	Totaal
EERSTE KEUS:					
15-34 jaar	10%	82%	5%	3%	100%
35-49 jaar	18%	74%	7%	0%	100%
50-59 jaar	28%	61%	9%	1%	100%
60 jaar en ouder	53%	30%	16%	1%	100%
Totaal	26%	64%	9%	1%	100%
EERSTE KEUS:					
Binnenstad	29%	60%	11%	0%	100%
Helmond-Oost	29%	54%	15%	2%	100%
Helmond-Noord	36%	53%	9%	2%	100%
't Hout	22%	69%	6%	2%	100%
Brouwhuis	27%	65%	8%	1%	100%
Helmond-West	25%	59%	14%	2%	100%
Warande	28%	60%	12%	0%	100%
Stiphout	29%	62%	6%	3%	100%
Rijpelberg	18%	72%	8%	2%	100%
Dierdonk	22%	75%	2%	1%	100%
Brandevoort	10%	83%	7%	0%	100%
Totaal	26%	64%	9%	1%	100%
EERSTE KEUS:					
Man	23%	67%	8%	2%	100%
Vrouw	28%	60%	10%	1%	100%
Totaal	26%	64%	9%	1%	100%

* Groen = >5% hoger t.o.v. gemeentelijk gemiddelde// oranje = >5% lager t.o.v. gemeentelijk gemiddelde

In Rijpelberg, Dierdonk en Brandevoort is het percentage inwoners dat de informatie als eerste via de digitale weg zal zoeken, relatief groter en in Helmond-Oost, -Noord en Warande kleiner.

In Helmond-Oost en Helmond-West is het aandeel inwoners dat telefonisch of mondeling contact zoekt relatief wat groter en in Helmond-Noord is dat het aandeel inwoners, dat de informatie schriftelijk (via dag-/weekbladen en/of Stadsgids) zoekt.

Dit beeld per wijk correspondeert voor wat Helmond-Noord en Dierdonk en Brandevoort betreft met de leeftijdsopbouw van de inwoners van die wijken: Helmond-Noord heeft een relatief groter aandeel 60-plussers en de twee laatstgenoemde wijken hebben echter een groter aandeel jongere mensen.

Vrouwen maken in relatief wat grotere mate gebruik van de papieren informatiebronnen dan mannen. Deze laatsten zoeken meer via internet en social media.

Tweede keus

Ook bij de tweede keus zullen jongere mensen niet snel de papieren bronnen gebruiken, maar dan gaat een grotere groep telefonisch of mondeling contact zoeken. Bij de ouderen blijft een groot deel ook in tweede instanties de papieren bronnen gebruiken, maar nu gaat een groter deel - net zoals de jongeren - ook telefonisch of mondeling contact zoeken. En ditzelfde geldt voor de mannen/vrouwen.

En ook hier geldt dezelfde verklaring als bij de eerste keus. Dit kan te maken hebben met de soort informatie die men zoekt. Het kan voorkomen, dat men deze niet op papier of digitaal kan vinden. En in dat geval is men dan wel aangewezen op direct contact met de gemeente.

3. Stadsgids

3.1. Inleiding

De gemeente Helmond brengt elk jaar de Stadsgids uit. Het is een boekwerkje met heel veel nuttige informatie. De Stadsgids bestaat uit 2 delen:

1. Dit deel bevat informatie over het bestuur van de gemeente, de gemeentelijke organisatie en gemeentelijke producten en diensten. Verder is er informatie te vinden over wat Helmond te bieden heeft op het gebied van kunst en cultuur, winkelen, recreëren, evenementen en andere vrijetijdsbestedingen. Het verenigingsleven en de maatschappelijke organisaties zijn hierin ook opgenomen.
2. Lokaal Totaal: Dit is een bedrijvengids: een informatiegids voor bewoners en bedrijven in Helmond. In het telefoongidsgedeelte staan bedrijven en instellingen binnen de gemeente alfabetisch vermeld.

De burgers kunnen op verschillende manieren over informatie uit de Stadsgids beschikken. De gids wordt elk najaar op alle adressen in de stad bezorgd, uitgezonderd adressen met een nee/nee-sticker. Daarnaast is informatie uit de gids digitaal in te zien via www.lokaaltotaal.nl/helmond. Ook kan de gids gratis worden afgehaald bij de Stadswinkel en is er de mogelijkheid om deze op de gemeentelijke website te bestellen, waarna de gids per post wordt thuis bezorgd.

Momenteel vindt er een heroverweging plaats over de 'verspreiding' van de gids in de toekomst. Aan deze overwegingen liggen maatschappelijke ontwikkelingen (toenemend gebruik van internet als informatiebron) ten grondslag, alsmede redenen die het milieu (papiergebruik) betreffen. Daarnaast moet er bezuinigd worden en wordt bekeken hoe de informatie uit de Stadsgids zo efficiënt mogelijk kan worden verspreid. Daarom is behoefte aan kennis en huidig gebruik van de Helmondse bevolking en wat hun mening is over toekomstig gebruik. In dit hoofdstuk staan de resultaten van onderzoek verwoord.



3.2. Stadsgids ontvangen

De Stadsgids wordt jaarlijks op alle gemeentelijke adressen in Helmond bezorgd, met uitzondering van brievenbussen met een nee/nee-sticker. De meest recente is in oktober 2012 in de gemeente verspreid. In theorie zouden dus alle respondenten op de desbetreffende vraag hetzij een bevestiging hetzij een ontkenning vanwege de sticker aangegeven moeten hebben.

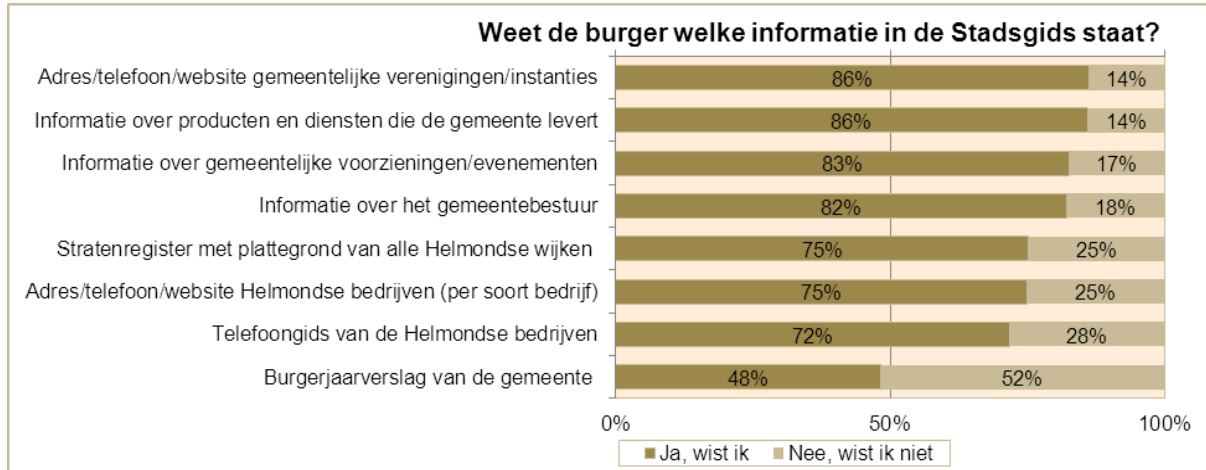
In de vragenlijst heeft 81% van de bevolking aangegeven de gids te hebben ontvangen. Een op de twaalf inwoners blijkt een 'nee/nee-sticker' te hebben en daarnaast heeft nog 11% geantwoord de gids niet te hebben ontvangen. Of men heeft de gids daadwerkelijk niet heeft ontvangen, is niet bekend. Het kan zijn, dat men dit vergeten is. Het kan ook zijn, dat men de gids niet als Stadsgids herkent. Toch blijkt uit andere vragen, dat een deel van deze groep de Stadsgids wel gebruikt voor informatie. Wellicht heeft deze groep de informatie digitaal opgezocht of dit in een oudere gids opgezocht. In Helmond-Oost en Brandevoort is het aandeel inwoners, dat aangeeft de Stadsgids niet ontvangen te hebben (terwijl men geen nee/nee-sticker heeft) relatief groter, 19%.

Uit een in 2009 gehouden soortgelijk onderzoek kwam een percentage naar voren dat nauwelijks afwijkt van dat uit het huidige onderzoek (79% t.o.v. 81%).

3.3. Bekendheid met informatie in Stadsgids

De meeste Helmonders weten, dat de Stadsgids informatie geeft over het gemeentebestuur, over producten en diensten die de gemeente levert, over gemeentelijke voorzieningen en evenementen en de contactgegevens gemeentelijke verenigingen en instanties (alle >80%). Ook weten drie van de vier dat in de gids een plattegrond van Helmond met het stratenregister staat en daarnaast ook alle contactgegevens van Helmonds bedrijven bevat. Een op de vier weet dit niet.

Veel minder Helmonders weten, dat ze in de Stadsgids het burgerjaarverslag van de gemeente kunnen lezen: minder dan de helft is hiervan op de hoogte.



Inwoners van Helmond-West zijn gemiddeld minder bekend met de informatie in de Stadsgids dan de andere stadsbewoners: bij 5 van de 8 genoemde onderwerpen is het percentage dat hiervan wist relatief lager.

Gemiddeld zijn vrouwen wat beter op de hoogte van wat er in de Stadsgids staat dan mannen en verder blijkt de kennis over de inhoud groter te worden met het toenemen van de leeftijd. Bij alle genoemde onderwerpen scoren de 60-plussers relatief hoger dan hun jongere stadsgenoten.

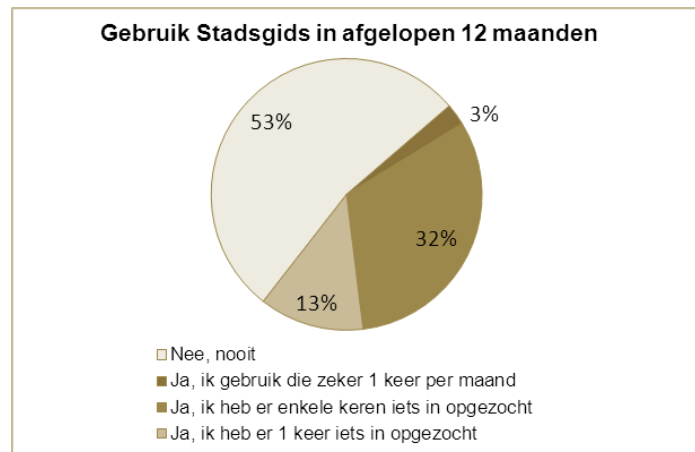
Personen die eerder aangaven de Stadsgids de afgelopen maand oktober niet in de bus ontvangen te hebben, blijken gemiddeld toch redelijk op de hoogte van wat in de Stadsgids staat. Uitgezonderd het onderwerp 'burgerjaarverslag' (dat 33% van deze groep kent) is bij elk ander onderwerp de helft of meer wel op de hoogte van de informatie. Het kan zijn, dat deze mensen de Stadsgids wel in huis hebben, maar niet als zodanig herkennen. Maar evengoed kan als verklaring gelden, dat deze groep de informatie digitaal heeft opgezocht of nog een ouder exemplaar in huis heeft van vroegere jaren of dat zij ooit ergens vernomen hebben welke informatie er in de Stadsgids staat.

3.4. Huidig gebruik

Het is voor bestuurders/beleidsontwikkelaars van belang te weten of mensen het product Stadsgids niet alleen maar kennen, maar ook gebruiken. Dit geeft informatie over het nut van de gids.

Uit de enquête blijkt dat kennis hebben van iets niet altijd wil zeggen dat men het ook gebruikt. Ruim de helft van de Helmonders heeft in het jaar voorafgaand aan de enquêtering van oktober 2012 de Stadsgids niet gebruikt; 47% wel.

Van de gebruikers heeft de meerderheid er enkele keren iets in opgezocht. In totaal zoekt 3% van de bevolking minimaal 1 keer per maand iets op in de gids. Nu is de informatie in de Stadsgids ook wel van dien aard, dat men die niet dagelijks/wekelijks nodig zal hebben. Informatie over gemeentelijke producten/diensten zal men bijvoorbeeld alleen dan opzoeken, als men die nodig heeft. En als men de informatie heeft gelezen, hoeft die niet altijd weer opnieuw geraadpleegd te worden.



In de wijken 't Hout, Helmond-West en Brandevoort wordt gemiddeld minder gebruik gemaakt van de Stadsgids dan in de andere wijken.

Vrouwen gebruiken de Stadsgids gemiddeld wat vaker dan mannen en het aandeel gebruikers onder de 60-plussers is vele malen groter dan het aandeel jongere inwoners (<35 jaar), 71% t.o.v. 26%.

Het gebruik bij de lager opgeleiden is relatief groter dan bij de hoger opgeleiden.

De vergelijking met het onderzoek van 2009 laat zien, dat het gebruik van de Stadsgids is afgenomen: toen was het aandeel gebruikers 56% van het totaal (t.o.v. 47% nu). Ook toen kwam naar voren, dat ouderen en laagopgeleiden gemiddeld meer gebruik maken van de Stadsgids dan jongere inwoners en hoogopgeleiden.

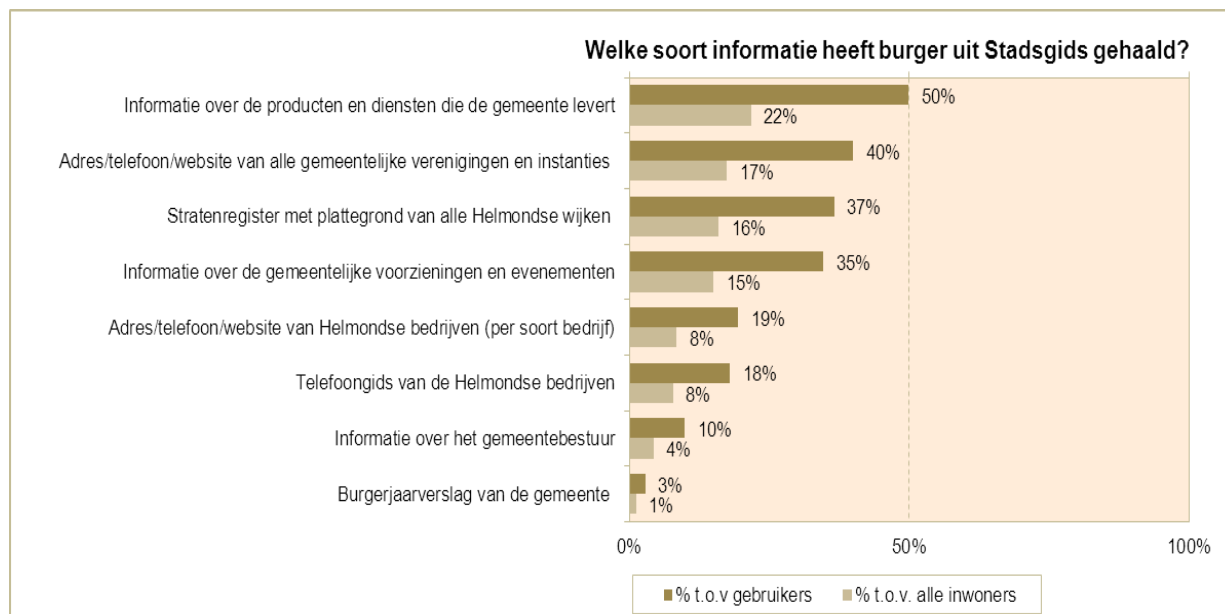
3.4.1. Stadsgids als informatiekanal voor gemeentelijke informatie

Zoals in het vorige hoofdstuk aangegeven, zoekt 14% van de burgers in eerste instantie in de Stadsgids als men gemeentelijke informatie nodig heeft en 20% geeft deze bron als tweede keus.

Het zijn gemiddeld vaker laagopgeleiden, vrouwen en 60-plussers die de Stadsgids als eerste keus opgaven en verhoudingsgewijs zijn het – afgezet tegen het aandeel inwoners - wat vaker mensen uit Helmond-Oost en Helmond-Noord en minder uit Brandevoort. In deze laatstgenoemde wijk is het aandeel ouderen en laagopgeleiden ook relatief lager.

3.4.2. Soort informatie die burger uit de Stadsgids haalt

Zoals in de inleiding beschreven, worden in de huidige Stadsgids acht verschillende soorten onderwerpen als informatie gegeven. Het is van belang te weten of de burger ook behoefte heeft aan al die informatiesoorten. Men krijgt ze nu immers ongevraagd in de brievenbus. In de enquête is het gebruik van de acht onderwerpen getoetst.



De meest gezochte informatie in de Stadsgids blijkt de informatie over gemeentelijke producten en diensten. De helft van degenen die informatie uit de Stadsgids hebben gehaald, zocht deze informatie. Dit betreft 22% van alle inwoners van Helmond. Contactgegevens over verenigingen en instanties, informatie over voorzieningen en evenementen en het stratenregister is door 35%-40% van de mensen die informatie opzochten, gezocht. De andere onderwerpen werden in mindere mate bekeken, waarbij het burgerjaarverslag hier het slechtst scoort met 3%. Ruim 30% zocht enigerlei informatie over de Helmondse bedrijven op.

Gezochte informatie per wijk

In de Stadsgids gezochte informatie per wijk (door degenen die de Stadsgids gebruiken), in %

	Binnenstad	Helmond-Oost	Helmond-Noord	't Hout	Brouwhuis	Helmond-West	Warande	Stiphout	Rijpelberg	Dierdonk	Brandevoort	Helmond-totaal
Informatie over de producten en diensten die de gemeente levert	48%	41%	45%	55%	64%	37%	60%	49%	39%	44%	46%	50%
Adres/telefoon/website van alle gemeentelijke verenigingen en instanties	34%	33%	45%	33%	35%	38%	40%	40%	48%	36%	28%	40%
Stratenregister met plattegrond van alle Helmondse wijken	42%	31%	39%	45%	33%	39%	23%	31%	28%	31%	35%	37%
Informatie over de gemeentelijke voorzieningen en evenementen	30%	38%	27%	36%	39%	33%	36%	37%	27%	40%	41%	35%
Adres/telefoon/website van Helmondse bedrijven (per soort bedrijf)	20%	18%	27%	22%	13%	26%	12%	19%	21%	11%	7%	19%
Telefoongids Helmondse bedrijven	16%	19%	20%	18%	18%	16%	15%	12%	25%	11%	11%	18%
Informatie over het gemeentebestuur	15%	7%	9%	5%	9%	10%	15%	9%	9%	9%	11%	10%
Burgerjaarverslag van de gemeente	0%	4%	4%	2%	6%	5%	4%	2%	2%	2%	0%	3%

* Groen = 5% of meer hoger t.o.v. gemeentelijk gemiddelde// licht oranje = 5% of meer lager t.o.v. gemeentelijk gemiddelde

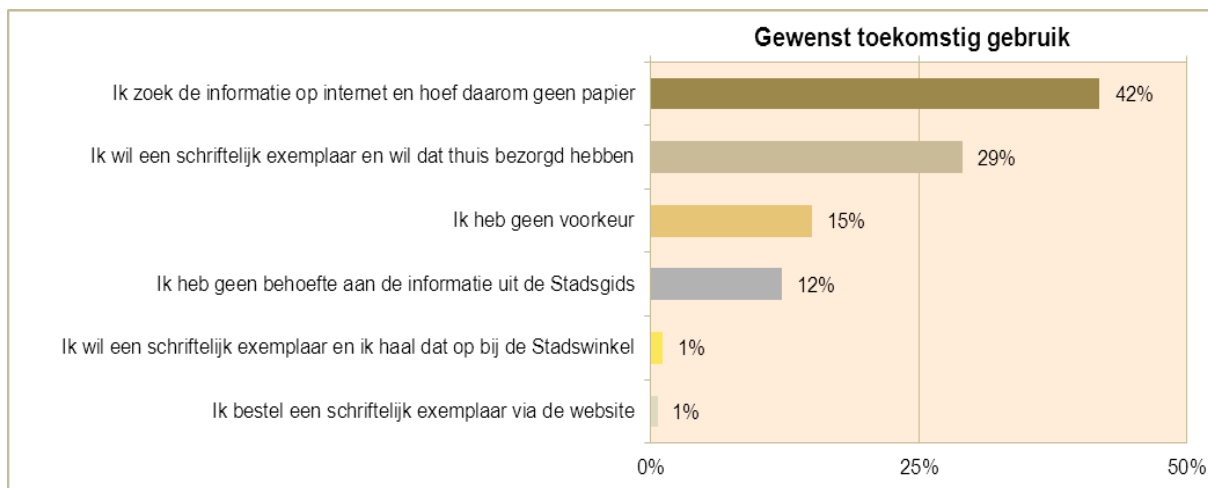
De bewoners van de Helmondse wijken hebben een wisselend gebruik van de Stadsgids. Zo wordt de informatie over gemeentelijke diensten en producten door een relatief wat groter aandeel van de inwoners van 't Hout, Warande en Brouwhuis uit de gids gehaald en minder in Helmond-west en Rijpelberg.

Het stratenregister wordt gemiddeld meer bekeken door de inwoners van de Binnenstad en 't Hout en gemiddeld minder in Helmond-Oost, Warande, Stiphout, Rijpelberg en Dierdonk.

3.5. Toekomstig gebruik

Zoals al eerder gemeld, wordt de Stadsgids sinds zijn ontstaan bij alle Helmondse adressen bezorgd. Sinds enkele jaren is informatie over organisaties en verenigingen, die in de gids vermeld staan, ook te vinden op internet. Het is de vraag of dit ook de wens is van de burger. Heeft de burger ten eerste wel behoefte aan de gids en als dat wel zo is, hoe wil die dan aan de informatie daaruit komen?

In de enquête is gevraagd óf en zo ja hóe men in de toekomst het liefst de informatie uit de Stadsgids wil halen. Daarbij is de keus gelaten tussen digitaal en papier en binnen die laatste was er een keuzemogelijkheid voor thuisbezorging, bestelling via de website en ophalen bij de Stadswinkel.



Een meerderheid van de bevolking wil kennelijk een verandering van beleid; 69% hoeft geen/niet persé een papieren versie meer:

- 42% zal de informatie op internet zoeken en hoeft geen papieren versie meer in huis.
- 15% heeft aangegeven geen voorkeur te hebben;
- 12% heeft geen helemaal geen behoefte aan de Stadsgids.

Drie op de tien inwoners kiezen wel voor de papieren versie en bijna iedereen van deze groep inwoners (29%) wil deze dan - zoals nu gebeurt - thuis bezorgd hebben.

Gewenst toekomstig gebruik Stadsgids naar leeftijd

Oudere en jongere inwoners hebben hier een nogal verschillende opvatting over.

Gemiddeld is er onder de jongere inwoners onder de 35 jaar relatief weinig behoefte aan een papieren versie: 17% wil dit. En degenen van hen die wel informatie willen, zoeken dit gemiddeld vaker op internet. En ca. een op de vijf jongeren hoeft helemaal geen informatie uit de Stadsgids.

De oudere inwoners (60-plussers) laten een tegenovergesteld beeld zien: de groep die heeft aangegeven de informatie op internet te gaan zoeken is veel kleiner en het aandeel dat een papieren versie wil en thuisbezorgd is groter. En het aandeel ouderen dat geen behoefte heeft aan de Stadsgids, is relatief kleiner, 7%.

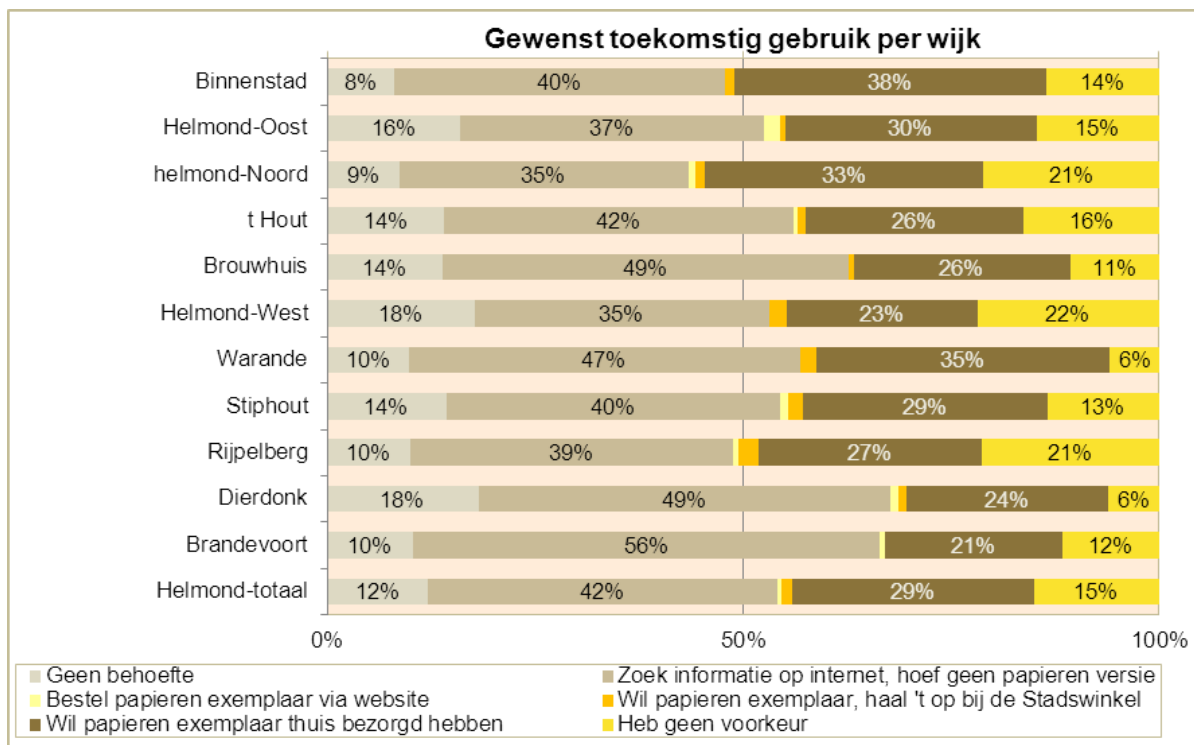
Gewenst toekomstig gebruik Stadsgids naar leeftijd*

	15-34 jaar	35-49 jaar	50-59 jaar	≥60 jaar	Totaal
Ik zoek de informatie op internet en hoef daarom geen papieren versie	54%	49%	41%	18%	42%
Ik wil een papieren exemplaar en wil dat thuis bezorgd hebben	15%	23%	32%	51%	29%
Ik bestel een papieren exemplaar via de website	1%	1%	1%	0%	1%
Ik wil een papieren exemplaar en ik haal dat op bij de Stadswinkel	1%	0%	1%	3%	1%
Ik heb geen voorkeur	10%	15%	17%	20%	15%
Ik heb geen behoefte aan de informatie uit de Stadsgids	19%	12%	9%	7%	12%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%

* Groen = 5% of meer hoger t.o.v. gemeentelijk gemiddelde// oranje = 5% of meer lager t.o.v. gemeentelijk gemiddelde

Gewenst toekomstig gebruik per wijk

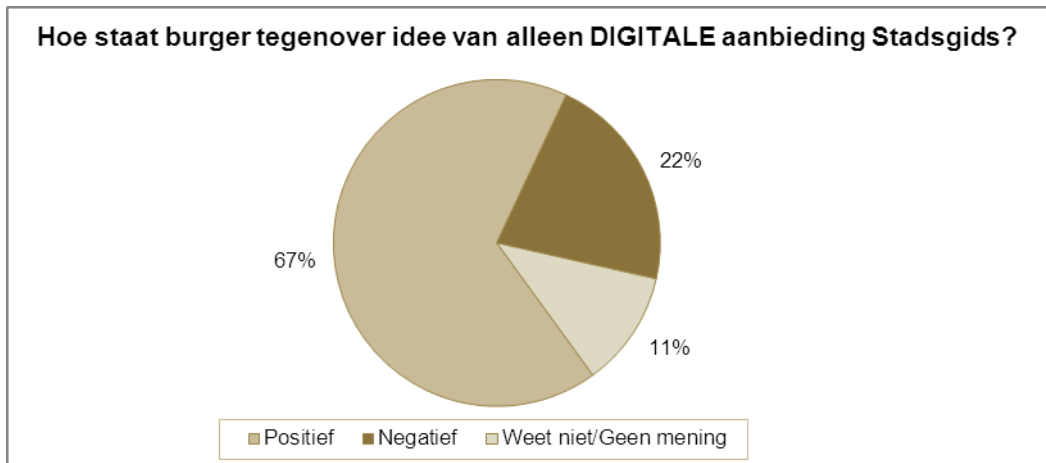
In Binnenstad, Helmond-Noord en Warande is het percentage dat een papieren exemplaar wil, relatief wat groter en in Helmond-West, Dierdonk en Brandevoort wil juist een kleiner deel van de inwoners een papieren versie hebben. In laatste twee genoemde wijken evenals in Brouwhuis en Warande is het aandeel inwoners, dat de informatie via internet wil opzoeken, relatief groter.



3.5.1. Mening over mogelijke beleidskeuze voor digitale aanbieding

De gemeente bekijkt op dit moment ook de mogelijkheid om de Stadsgids alleen nog digitaal, dus via internet, aan te bieden. Daar liggen meerdere redenen aan ten grondslag zoals in paragraaf 3.1. is gemeld. De gemeente houdt bij het maken van de keuze ook rekening met de wensen van de bevolking. Daarom is expliciet aan de bevolking gevraagd hoe men tegenover het idee staat van het alleen nog aanbieden van de Stadsgids op de website.

Een groot deel van de bevolking onderkent de redenen voor deze mogelijke beleidswijziging: twee van de drie inwoners staan positief tegenover het voorgelegde idee, 22% is daar negatief over en 11% heeft hierover geen mening of weet het niet.



Oudere inwoners, die hiervoor al relatief meer de wens hebben geuit ook in de toekomst een papieren versie van de Stadsgids te willen hebben, staan gemiddeld ook minder positief tegenover het idee van enkel een digitale aanbieding door de gemeente.

Van de 60-plussers is het aandeel mensen dat negatief tegenover het idee staat even groot als het aandeel mensen met een positieve mening, beide 42%. Bij de jongeren is de verhouding negatief/positief 11%/78%.

In Helmond-Oost en Helmond-Noord is het aandeel inwoners, dat positief tegenover het idee staat, relatief kleiner en in Brouwhuis, Dierdonk en Brandevoort daarentegen groter.

Een deel van de verklaring kan gezocht worden in de leeftijd van de wijkbewoners: De hierboven genoemde wijken met een relatief kleiner aandeel bewoners met een positieve mening hebben ook een groter aandeel ouderen in hun wijkbevolking. Daartegenover hebben de drie wijken met hogere percentages inwoners met een positieve mening een gemiddeld jongere bevolking.

Wens versus mening over idee gemeente

Er mag verondersteld worden, dat mensen, die liever een papieren versie willen – om wat voor reden ook – niet allemaal positief tegenover het idee zullen staan.

Om een completer beeld te verkrijgen zijn de uitkomsten van de prioriteit van de bevolking (over het toekomstig gebruik) gekoppeld aan de uitkomsten van dit onderwerp.

Wens toekomstig gebruik versus mening over idee van enkel digitale aanbieding, in %

Wens toekomstig gebruik ↓	Mening over idee >	Positief	Negatief	Weet niet/ Geen mening	Totaal
Ik heb geen behoefte aan de informatie uit de Stadsgids		8%	1%	3%	12%
Ik zoek de informatie op internet en hoef daarom geen papier		39%	2%	1%	42%
Ik bestel een papieren exemplaar via de website		1%	0%	0%	1%
Ik wil een papieren exemplaar en ik haal dat op bij de Stadswinkel		0%	0%	0%	1%
Ik wil een papieren exemplaar en wil dat thuis bezorgd hebben		10%	15%	4%	29%
Ik heb geen voorkeur		9%	3%	3%	15%
Totaal		67%	22%	11%	100%

* Zie voor de betekenis van de kleuren de uitlegtabel op de volgende pagina

Dit levert op, dat 57% direct of indirect zich kan vinden in het idee om in de toekomst de Stadsgids enkel nog digitaal aan te bieden. Ca. een op de vijf (19%) staat hier echter negatief tegenover en wil net zoals nu ook in de toekomst kunnen beschikken over een papieren versie van de gids.

Dan is er een groep die een tegenstrijdig signaal of geen duidelijk signaal heeft afgegeven: zo heeft 10% aangegeven, dat men in de toekomst het liefst een papieren exemplaar van de Stadsgids thuisbezorgd wil hebben, maar tegelijkertijd staat men wel positief tegenover het idee van de gemeente om de gids voortaan enkel nog digitaal aan te bieden. 2% Doet het omgekeerde: men kiest in de toekomst voor het zoeken via internet, maar tegelijkertijd staat men negatief tegenover het idee van enkel nog de gids digitaal aanbieden.

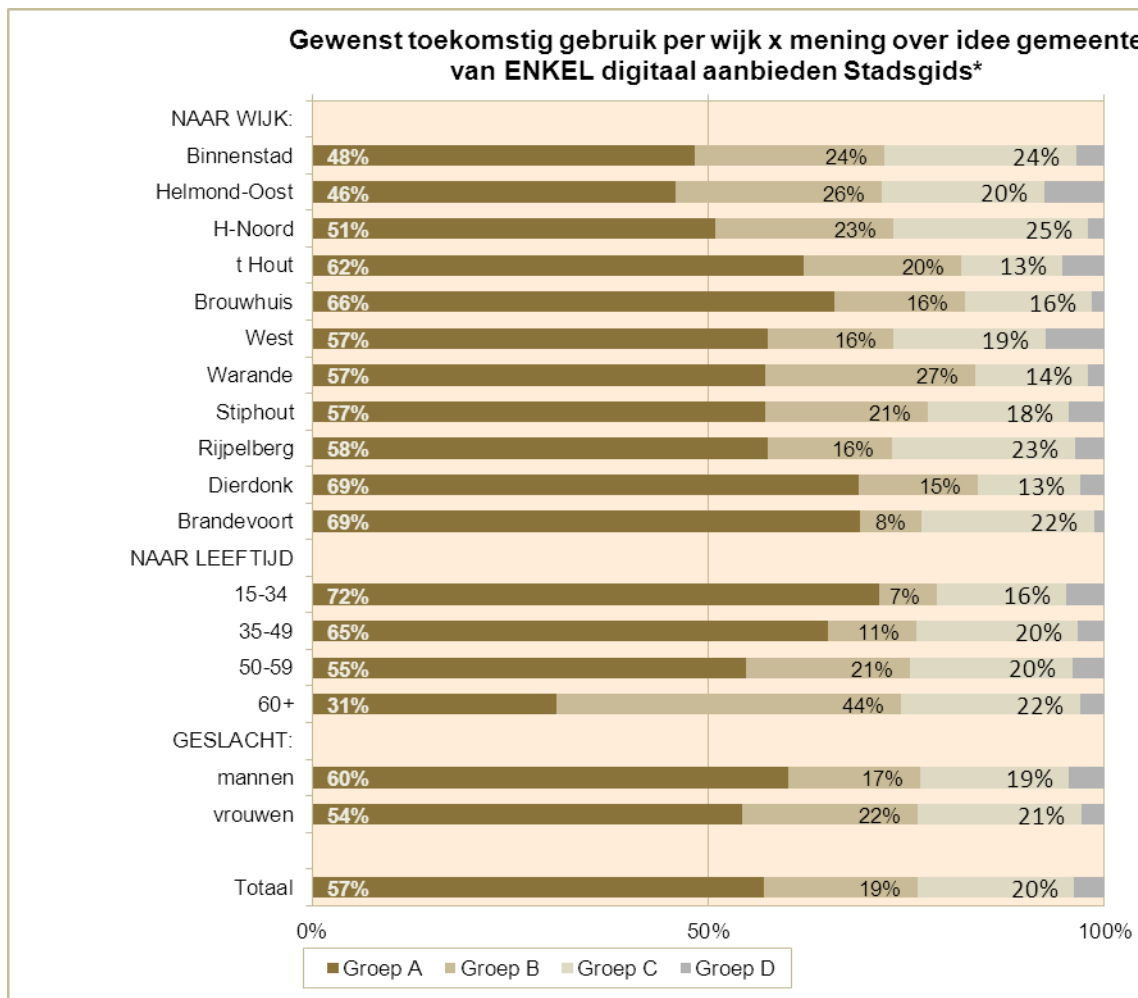
En dan zijn er nog mensen, die geen echte voorkeur hebben. Als deze wel positief hebben geoordeeld, zijn ze ook bij de groep gerekend die in de toekomst een digitale gids wil.

Tot slot is er een kleine groep van 4% die helemaal geen Stadsgids meer hoeft, maar zich niet positief over het idee van de gemeente heeft uitgelaten.

Dit leidt tot de volgende indeling:

<p>Groep A bestaande uit:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Percentage met positieve mening over het gemeentelijk idee, minus degenen van deze groep die hebben aangegeven een papieren exemplaar te willen) - Percentage weet niet/geen mening' t.o.v. idee gemeente, maar bij de wens voor toekomstig gebruik heeft aangegeven de informatie te willen zoeken op internet 	57%
<p>Groep B. bestaande uit:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Percentage dat in de toekomst een papieren versie wil en dat negatief tegenover het idee van de gemeente staat - Percentage weet/niet geen mening t.o.v. idee, maar bij de wens voor toekomstig gebruik heeft aangegeven een papieren versie te willen 	19%
Groep C.: Geen mening/geen voorkeur of een tegenstrijdig/geen duidelijk signaal	20%
Groep D: Hoeft helemaal geen Stadsgids meer en staat ook niet positief t.o.v. idee gemeente	4%

Deze indeling is ook gemaakt voor de diverse leeftijdscategorieën, per geslacht en per wijk.



* Zie voor de betekenis van de legenda in de uitlegtabel hierboven

Daaruit komt naar voren, dat in acht van de elf wijken meer dan de helft van de inwoners zich kan vinden in een digitale aanbieding van de Stadsgids. In Binnenstad, Helmond-Oost en Helmond-Noord ligt het cijfer rond de 50%. Hier is de behoefte aan een papieren versie relatief groter; dit laatste geldt ook voor de wijk Warande. In de wijken 't Hout, Dierdonk en Brandevoort is het aandeel voorstanders van een digitale gids relatief groter.

Het mag geen verwondering zijn, dat de jongere mensen grotendeels (72% van hen) voor de digitale versie kiezen en dat er bij de oudere inwoners daarentegen veel minder voorstanders van deze soort van uitgave van de Stadsgids zijn (31%). De ouderen willen vaker (44%) een papieren versie.

Mannen kiezen gemiddeld wat meer voor de digitale versie en minder voor de papieren versie dan vrouwen.

4. DAZOE-borden

4.1. Inleiding

Op diverse plaatsen in de gemeente staan langs de weg grote borden met beelden, teksten, reclame en ook met gemeentelijke informatie. Deze borden heten in Helmond DAZOE-borden. De gemeente Helmond koopt van de eigenaar van de borden ruimte om haar informatie hierop te plaatsen. Zo kan ze op een snelle manier een boodschap overbrengen aan grote delen van de bevolking. Deze borden staan sinds begin 2012 langs verschillende doorgaande wegen en in Helmondse wijken. Er is nu behoefte aan een eerste effectmeting van bekendheid van deze borden en daarvoor is onderzoek verricht. In dit hoofdstuk worden de bekendheid met de borden, met de informatie op de borden en met de locatie van de borden van de Helmondse bevolking in beeld gebracht.

4.2. Bekendheid van de DAZOE-borden

Bijna de helft (43%) van de Helmonders kent de Dazoe-borden.

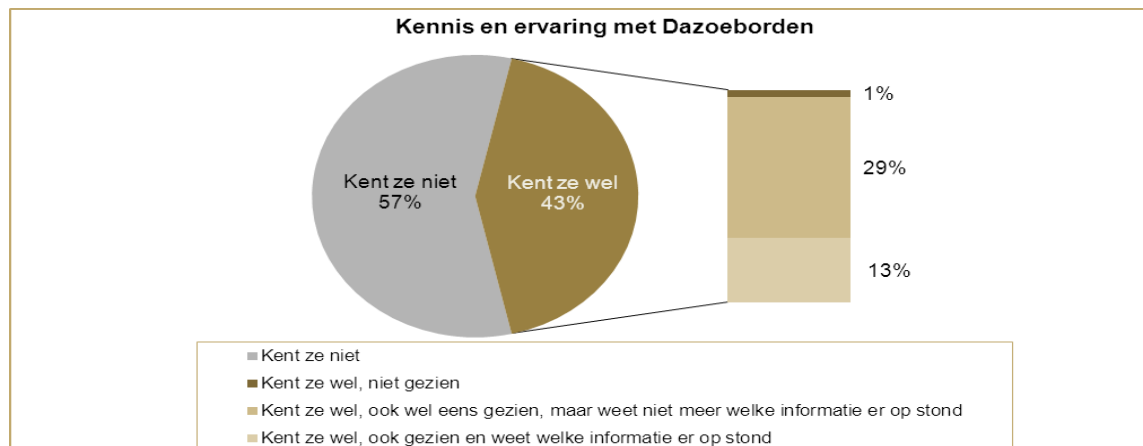
Mannen zijn gemiddeld iets meer bekend met de borden dan vrouwen. Bij de jongere Helmonders onder de 35 jaar is het aandeel, dat de borden niet kent, relatief wat groter dan bij de oudere leeftijdsgroepen. Bij de inwoners van Dierdonk en Brandevoort is het aandeel dat de borden kent groter en in Binnenstad en Helmond-Oost is dat kleiner. Hier is dezelfde verklaring van toepassing als hiervoor in hoofdstuk 1 bij het gebruik van informatiebronnen werd gegeven: in de twee eerstgenoemde wijken wonen gemiddeld meer jonge mensen en in de twee laatstgenoemde meer ouderen.

4.3. DAZOE-borden in Helmond gezien

Van degenen die de borden kennen, heeft nagenoeg iedereen (97%) een of meer van deze borden in Helmond gezien. Dit vertalend naar het totaal, is 38% van de Helmondse bevolking bekend met de borden en heeft ze ook wel eens gezien in de stad. En hier is weinig verschil in deze uitkomst tussen mannen en vrouwen, leeftijdsgroepen en wijkbewoners.

4.4. Bekendheid met informatie op de borden

Van degenen die de DAZOE-borden kennen en deze ook gezien hebben, weet ca. een derde ook welke informatie men daarop gezien heeft. In totaal kent 13% de informatie op de borden.



Bekendheid naar leeftijd, wijk en geslacht

Als gekeken wordt naar de leeftijd, dan blijkt er uiteindelijk niet zo heel veel verschil te zijn tussen oudere en jongere Helmonders. Bij de jongere Helmonders is het uiteindelijk 15% die de borden kent, ze ook wel eens gezien heeft en weet wat voor informatie er op stond. Bij de ouderen is dit aandeel 10%.

En ook het plaatje van de inwoners naar wijk levert dit wel enig verschil op, maar niet veel: hier variëren de percentages van 9% in Helmond-Oost tot 16% in 't Hout, Dierdonk en Brandevoort. Wel is er meer verschil in de bekendheid: in Helmond-Noord, Dierdonk en Brandevoort is het aandeel inwoners dat de DAZOE-borden helemaal niet kent, relatief kleiner en in Binnenstad en Helmond-Oost relatief groter.

Bekendheid en ervaring met DAZOE-borden, in % per leeftijdsgroep, geslacht en wijk

	Kent ze niet	Kent wel, niet gezien	Kent wel, ook gezien, weet niet welke informatie er op stond	Kent ze wel, ook gezien, weet ook welke informatie er op stond	Totaal
LEEFTIJD:					
15-34 jaar	63%	1%	21%	15%	100%
35-49 jaar	54%	2%	30%	15%	100%
50-59 jaar	56%	0%	33%	10%	100%
60 jaar en ouder	57%	1%	31%	11%	100%
Totaal	57%	1%	29%	13%	100%
WIJK:					
Binnenstad	64%	0%	26%	10%	100%
Helmond-Oost	73%	1%	18%	9%	100%
Helmond-Noord	52%	1%	31%	16%	100%
't Hout	54%	1%	29%	16%	100%
Brouwhuis	59%	3%	26%	13%	100%
Helmond-West	55%	2%	29%	13%	100%
Warande	62%	0%	24%	14%	100%
Stiphout	54%	1%	31%	14%	100%
Rijpelberg	55%	2%	33%	10%	100%
Dierdonk	50%	0%	34%	16%	100%
Brandevoort	49%	2%	33%	16%	100%
Totaal	57%	1%	29%	13%	100%
GESLACHT:					
Man	55%	1%	31%	13%	100%
Vrouw	60%	1%	26%	13%	100%
Totaal	58%	1%	29%	13%	100%

* Groen = 5% of meer hoger t.o.v. gemeentelijk gemiddelde// licht oranje = 5% of meer lager t.o.v. gemeentelijk gemiddelde

4.4.1. Bekendheid met soort informatie op de borden

De informatie die men gezien heeft, is zeer divers: De meeste genoemde zijn evenementen, voorstellingen en activiteiten, Speelhuis, Kermis, Sinterklaas, politieke informatie, koopzondag, weekmarkt, informatie over honden en belastingen genoemd.

5. Milieuwijzer

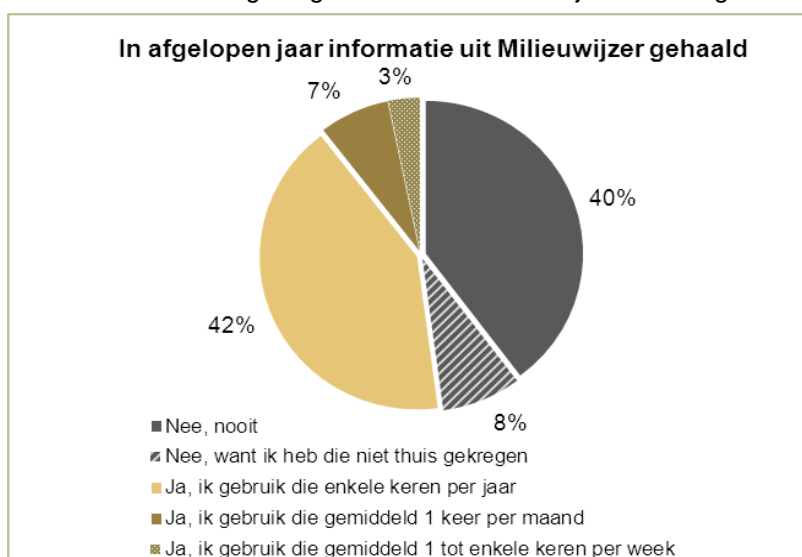
5.1. Inleiding

Sinds 2009 wordt jaarlijks in de maand december bij ieder huishouden in Helmond de Milieuwijzer bezorgd. In deze brochure staat informatie over hoe Helmond schoon te houden. Dit betreft informatie over o.a. het ophalen van het huisvuil (met de afvalkalender), oud papier, chemisch afval e.d. De Milieuwijzer is ook in te zien via de website van de gemeente Helmond.

In dit hoofdstuk wordt inzicht gegeven in gebruik en mogelijk toekomstig gebruik.

5.2. Gebruik Milieuwijzer

Ruim de helft van de Helmondse bevolking heeft in het afgelopen jaar de Milieuwijzer ook gebruikt. De meesten hebben die enkele keren nageslagen voor informatie. Bijna de helft gebruikte die niet.



Opmerkelijk genoeg heeft een op de 12 mensen aangegeven dat men de Milieuwijzer niet thuis heeft gekregen, terwijl deze toch volgens het huidig beleid huis-aan-huis verspreid wordt. Een klein deel van hen (12%) heeft aangegeven een nee/nee-sticker op de deur te hebben, zodat de Milieuwijzer daar niet bezorgd is, maar 88% van hen heeft dat niet aangegeven. Of deze laatste groep mensen heeft de wijzer niet als zodanig herkend of men heeft deze misschien als reclamemateriaal beschouwd en weggegooid of er is ergens iets mis gegaan met de bezorging.

Van degenen die de Milieuwijzer hebben gebruikt, deden de meesten dat enkele keren. Op zich is dit niet onlogisch: veel van de informatie in de wijzer heeft men ook niet wekelijks nodig. Ophalen van huisvuil en ander afval geschiedt heel structureel in bepaalde frequenties. Als men dit eenmaal weet, hoeft men niet elke keer de wijzer te raadplegen. En ditzelfde geldt voor informatie over water, elektriciteit e.d.

Het gebruik van de Milieuwijzer neemt toe met het stijgen van de leeftijd: jongere mensen gebruiken de Milieuwijzer gemiddeld minder dan de ouderen. Ook als degenen die niet zelfstandig wonen (en die wellicht zich minder met afval hoeven bezig te houden) buiten beschouwing worden gelaten in de berekeningen, is het gebruik door jongere inwoners (<35 jaar) gemiddeld minder dan van de oudere leeftijdscategorieën.

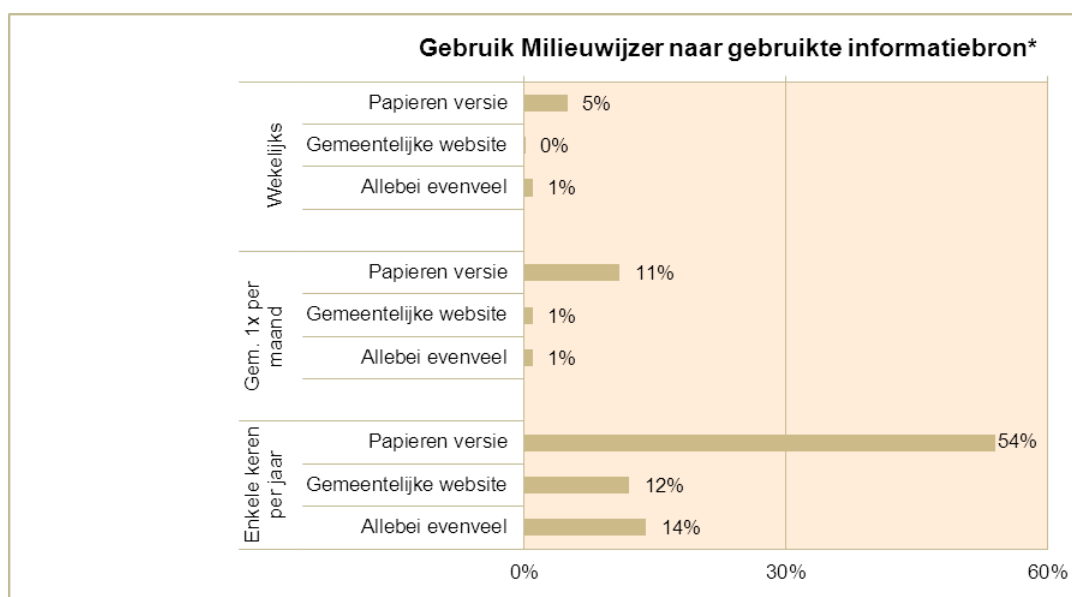
Vrouwen gebruiken de Milieuwijzer gemiddeld wat meer dan mannen.

In Helmond-West gaf een relatief groter deel van de inwoners aan, dat ze de Milieuwijzer nooit gebruiken (61%) en heel opmerkelijk gaf 21% van de inwoners van de Binnenstad aan, dat ze de Milieuwijzer niet thuis hebben gekregen. Dit laatste verdient aandacht.

5.2.1. Welke informatiebron gebruikt men om de Milieuwijzer te raadplegen

De meeste mensen gebruiken de papieren wijzer die ze van de gemeente hebben ontvangen. Een op de zeven gebruikt alleen de digitale versie en een op de zes gebruikt beide bronnen.

En of men deze nu wekelijks of maandelijks gebruikt of maar enkele keren per jaar, de papieren versie blijft véruit de meest gekozen bron waar men de informatie zoekt.



De inwoners van Helmond-Noord maken gemiddeld meer gebruik van de papieren versie dan de inwoners van de andere wijken en in Brandevoort zoekt men echter meer de informatie op internet.

De 60-plussers halen de informatie in hoofdzaak uit de papieren Milieuwijzer en maken relatief weinig gebruik van internet. Jongeren echter zoeken de informatie relatief meer op de website op.

Gebruikte informatiebron per leeftijdscategorie

	15-34 jaar	35-49 jaar	50-59 jaar	60 jaar en ouder	Totaal
Papieren versie	60%	63%	69%	86%	70%
Digitale versie	15%	23%	15%	3%	14%
Beide evenveel	25%	15%	16%	11%	16%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%

5.3. Soort informatie die burger uit de Milieuwijzer haalt

De inwoners kunnen in de Milieuwijzer allerlei informatie lezen over het gebruik van zaken die het milieu betreffen: de Milieuwijzer geeft inhoudelijke informatie (over hondenbeleid en –maatregelen, over gemeentelijke bladkorven, energiebesparing, water/riool en wat er onder huisvuil wordt verstaan) en praktische informatie (ophaalschema's van huisvuil, gft-afval, klein chemisch afval en oud papier en geeft informatie waar men een overlastmelding of een melding over aantasting van de openbare ruimte kan doen). In de vragenlijst is gepeild welke informatie de burgers uit de Milieuwijzer halen.

Zowel de inhoudelijke als de praktische informatie over alles wat met afval te maken heeft, zijn de meest gelezen informatiesoorten. Bijna 90% van degenen die de wijzer in het afgelopen jaar raadpleegden, deed dit om het ophaalschema van huisvuil, gft-afval en oud-papier na te kijken. Bijna twee derde deel heeft de informatie over huisvuil opgezocht (63%) en een ruime meerderheid heeft het ophaalschema klein chemisch afval bekeken (58%).

Soort informatie die bewoners uit de wijzer halen, in % van totaal dat wijzer ook gebruikt*

	Uit de papieren Milieuwijzer	Uit de digitale Milieuwijzer	Informatie opgezocht
Ophaalschema van huisvuil en gft-afval en van oud-papier	81%	11%	88%
Informatie over huisvuil (wat daar onder wordt verstaan)	54%	12%	63%
Ophaalschema klein chemisch afval (ophaalroute kca-bus)	52%	7%	58%
Hoe en waar ik iets een melding kan doen van vuil op straat, kapotte lantaarns e.d.	22%	13%	33%
Regels over hondenbeleid en hondenvoorzieningen	14%	7%	20%
Hoe en waar ik overlast kan melden	14%	7%	20%
Informatie over gemeentelijke bladkorven	11%	6%	17%
Informatie over water/riool	7%	7%	14%
Informatie over energiebesparing	7%	6%	13%
Andere informatie	3%	3%	6%

* Men kon meer antwoorden aankruisen

Een derde kijkt in de wijzer om te weten waar men een melding kan doen over mankementen aan de openbare ruimte (kapotte lantaarns e.d.) en een op de vijf leest de regels over honden en waar men overlast kan melden. De overige informatie wordt door minder mensen gelezen.

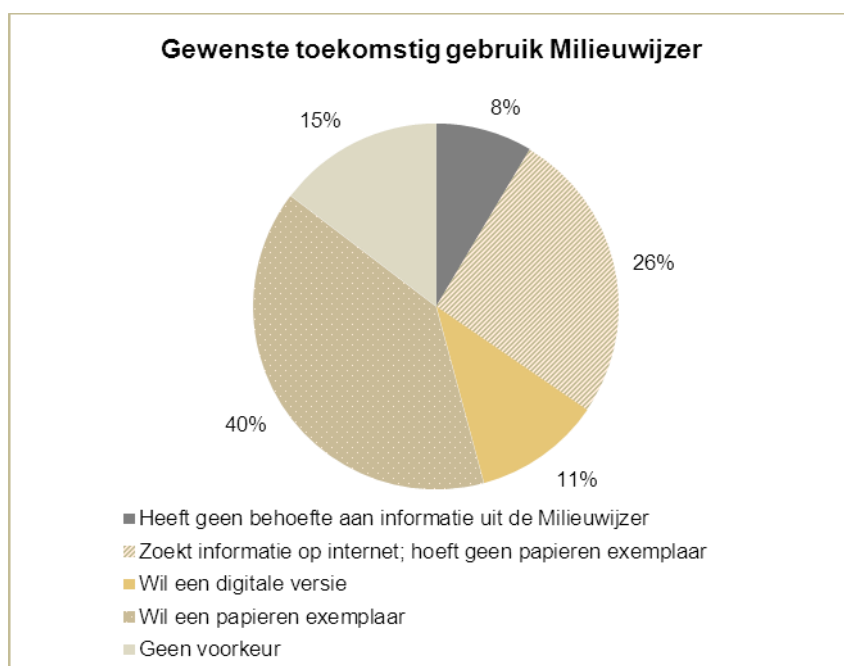
Bij elke informatiesoort wordt de papieren versie het vaakst gebruikt, maar toch zoekt ook bij ieder onderwerp wel een kleiner deel van de bevolking (variërend van 3% tot 13%) de informatie digitaal op.

En bij nagenoeg elke soort blijken de oudere inwoners (60+) relatief vaker de informatie uit de papieren wijzer gehaald te hebben en zoeken jongeren gemiddeld vaker de informatie via de website.

Opmerkelijk genoeg gebruiken ook de hondenbezitters lang niet allemaal de informatie uit de Milieuwijzer. Inde Inwonersenquête is ook gevraagd of men een of meer honden heeft en vervolgens is dit gegeven gekoppeld aan het al dan niet opzoeken van de informatie over hondenbeleid in de Milieuwijzer. En dan blijkt dat niet meer dan ruim een derde deel (35%) van de hondenbezitters de Milieuwijzer in het afgelopen jaar heeft geraadpleegd voor informatie over het hondenbeleid en/of hondenvoorzieningen. Overigens doen mensen die geen hond hebben, dit nog minder, 11%.

5.4. Gewenste toekomstig gebruik van de Milieuwijzer

Net zoals de Stadsgids krijgen de inwoners van Helmond de Milieuwijzer ook ongevraagd thuisbezorgd (tenzij ze een nee/nee-sticker op hun brievenbus hebben). En ook hier rijst de vraag of en in hoeverre de burgers de informatie op deze manier willen ontvangen. In een maatschappij die in toenemende mate de informatie digitaal tot zich neemt, is het niet meer een uitgemaakte zaak, dat op papier verstrekte informatie nog gebruikt wordt. Net zoals bij de Stadsgids is daarom ook hier aan de burgers gevraagd óf en zo ja hóe men in de toekomst de informatie uit de Milieuwijzer wil halen.

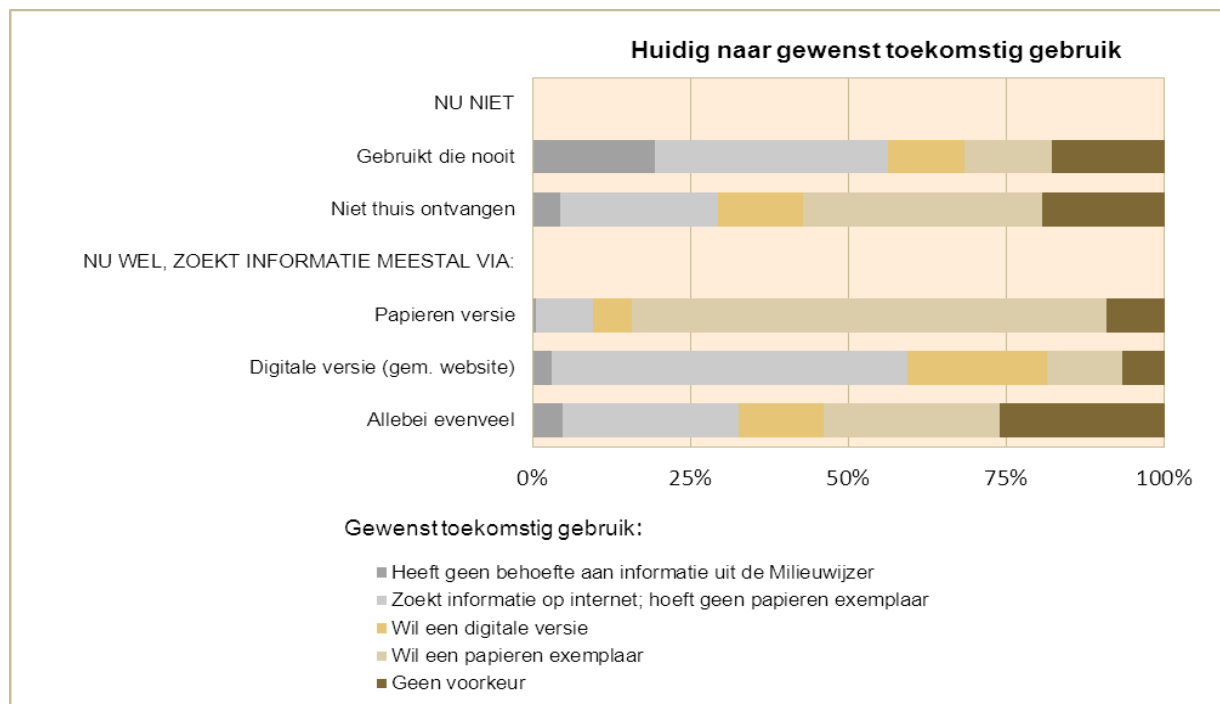


Uit de enquêteering komt dan naar voren, dat vier op de tien Helmonders (40%) ook in de toekomst een schriftelijk exemplaar van de Milieuwijzer willen blijven ontvangen. Een iets groter aandeel (45%) hoeft geen schriftelijk exemplaar meer: 26% zoekt zelf de informatie op internet, 11% wil een digitale versie ontvangen en 9% heeft geen behoefte aan de informatie uit de Milieuwijzer. Een op de zeven Helmonders heeft geen voorkeur.

Omdat onder de geënquêteerden ook jongere inwoners zitten die (nog) niet zelfstandig wonen, is bekeken in hoeverre de uitkomsten wijzigen als zij buiten beschouwing worden gelaten in de berekening. Het beeld wijzigt zich nauwelijks: het percentage 'geen voorkeur' is 2% kleiner en het aandeel dat een schriftelijk exemplaar wil is 2% groter.

5.4.1. Huidig naar gewenst toekomstig gebruik

Als gekeken wordt naar het huidige gebruik en gewenst toekomstig gebruik, dan valt op, dat van de huidige 'papieren' gebruikers de meerderheid ook in de toekomst een schriftelijk exemplaar wil blijven ontvangen en dat van huidige 'niet-gebruikers' de meerderheid de informatie in de toekomst digitaal zal gaan opzoeken.



Verder blijkt, dat van de huidige digitale gebruikers meer dan de helft ook in de toekomst op deze manier de informatie willen opzoeken.

En dan is er een groep, die van papieren naar digitaal wil switchen en omgekeerd van digitaal naar papieren, maar de groep die van de papieren versie naar de digitale versie wil switchen is wat groter. Daarom lijkt het gebruik van de papieren versie toch minder te gaan worden en gaan burgers meer en meer over naar het gebruik van internet om de gemeentelijke informatie over milieu te gebruiken.

5.4.2. Gewenst toekomstig gebruik naar leeftijd, geslacht en wijk

Wat al diverse keren naar voren is gekomen in dit hoofdstuk en ook bij de eerder beschreven onderwerpen in de hoofdstukken 1 en 2 blijkt ook hier weer: Ouderen halen de informatie liever via papier binnen en wensen gemiddeld minder gebruik te maken van internet. En jongeren daarentegen zoeken de informatie nu en willen ook in de toekomst liever digitale dan op papier verstrekte informatie.

De inwoners van wijken met een relatief hoger aandeel jongere inwoners willen ook in de toekomst gemiddeld meer de informatie via de digitale weg opzoeken en in de wijken met een hoger aandeel oudere inwoners geeft een relatief groter aandeel van de inwoners de voorkeur aan een papieren versie van de Milieuwijzer.

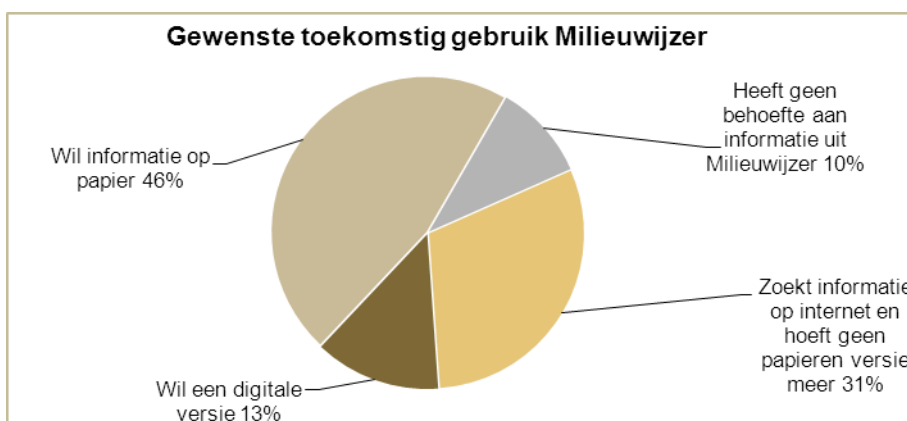
Vrouwen willen gemiddeld iets vaker een schriftelijk exemplaar blijven ontvangen en mannen hebben iets vaker aangegeven of geen of een digitale versie te willen in de toekomst.

Gewenst toekomstig gebruik van de informatie uit de Milieuwijzer, in % per leeftijdscategorie, wijk en geslacht

	Heeft geen behoefte aan informatie uit de Milieuwijzer	Zoekt informatie op internet; heeft geen papieren exemplaar	Wil een digitale versie	Wil een papieren exemplaar	Geen voorkeur	Totaal
LEEFTIJD:						
15-34 jaar	12%	31%	14%	26%	16%	100%
35-49 jaar	9%	31%	13%	34%	13%	100%
50-59 jaar	5%	27%	11%	43%	14%	100%
60 jaar en ouder	7%	12%	6%	61%	15%	100%
Totaal	8%	26%	11%	40%	15%	100%
WIJK:						
Binnenstad	9%	21%	9%	45%	16%	100%
Helmond-Oost	6%	24%	11%	41%	17%	100%
Helmond-Noord	5%	24%	12%	47%	13%	100%
't Hout	15%	25%	9%	36%	15%	100%
Brouwhuis	10%	27%	12%	34%	17%	100%
Helmond-West	11%	23%	13%	29%	24%	100%
Warande	4%	28%	14%	48%	6%	100%
Stiphout	10%	31%	6%	41%	12%	100%
Rijpelberg	8%	22%	14%	42%	14%	100%
Dierdonk	6%	32%	12%	37%	13%	100%
Brandevoort	5%	38%	16%	31%	10%	100%
Totaal	8%	26%	11%	40%	15%	100%
GESLACHT:						
Man	10%	26%	13%	37%	14%	100%
Vrouw	7%	26%	9%	42%	16%	100%
Totaal	8%	26%	11%	40%	15%	100%

* Groen = 5% of meer hoger t.o.v. gemeentelijk gemiddelde// licht oranje = 5% of meer lager t.o.v. gemeentelijk gemiddelde

Als de groep 'geen voorkeur' buiten beschouwing wordt gelaten (zij vinden zowel een digitale als een papieren versie goed), dan ontstaat er een totaalplaatje van hoe de bevolking de informatie van de Milieuwijzer wil en daaruit blijkt, dat een krappe meerderheid geen papieren versie meer wil en bijna de helft wel.



6. Helmond Driven, City of Smart Mobility

6.1. Inleiding

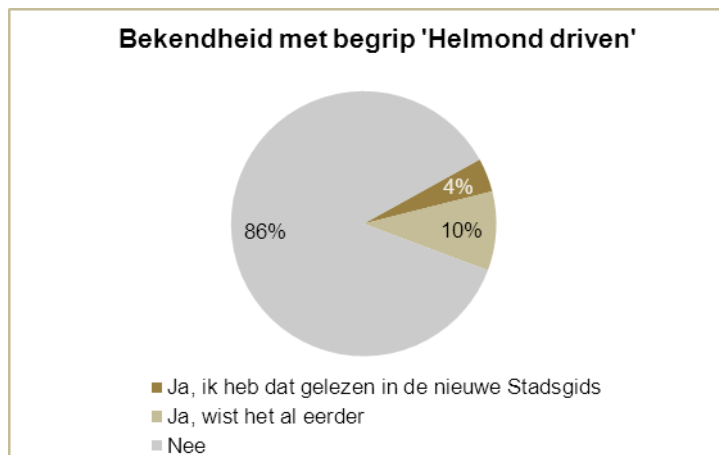
In juni 2012 heeft de gemeente 'Driven, Helmond City of Smart Mobility' in het leven geroepen. Helmond Driven, City of Smart Mobility is een initiatief van de gemeente Helmond om activiteiten, projecten en organisaties op het gebied van Smart Mobility in en om Helmond te verbinden.

Het merk staat voor het slimmer, schoner, veiliger en sneller maken van mobiliteit door het leggen van de koppeling tussen de verschillende kennisinstellingen, bedrijven en overheden. Dit gebeurt onder meer op de Automotive Campus in Helmond. In het afgelopen jaar zijn er diverse campagnes geweest. Ook is de naam nationaal en internationaal (op congressen en beurzen) naar buiten gebracht. En in de Stadsgids van Helmond, die in oktober 2012 huis-aan-huis verspreid is in Helmond, staat informatie over Helmond Driven. Er is bij de beleidsmakers behoefte aan een eerste meting van de bekendheid onder de Helmondse bevolking. In dit hoofdstuk wordt daar een beeld gegeven.



6.2. Van Helmond Driven gehoord

De meeste Helmonders kennen het begrip Helmond Driven nog niet; 14% wel. 10% Wist dit al wel en 4% heeft het in de Stadsgids gelezen (die een week voor het uitzetten van de enquête overal is verspreid en waar uitgebreide informatie over Helmond Driven in stond vermeld).



Met het toenemen van de leeftijd neemt ook de bekendheid met Helmond Driven toe en in de wijk Warande is het aandeel inwoners dat het begrip kent, relatief groter dan in de andere wijken.

6.2.1. Op welke manier over Helmond Driven vernomen/gehoord?

Personen die hebben vernomen van het begrip Helmond Driven, hebben dit vooral uit de kranten/weekbladen gehaald. In totaal heeft 79% van deze groep dit medium genoemd.

Een op de vier mensen hebben dit in de Stadsgids gelezen, een op de vijf heeft dit gehoord van familie, vrienden of kennissen en ca. een op de acht vernam dit via borden langs de weg.

Ook kwamen diverse mensen via een van de digitale communicatiebronnen op de hoogte (internet, Facebook, Twitter enz), in totaal 20% van de groep die Helmond Driven kennen.

Waar heeft men over Helmond Driven vernomen/gehoord, in %*

	In % van degenen die Driven kennen	in % van totale bevolking
Krant	43%	5%
Weekblad Traverse/De Loop	42%	5%
Weekblad De Trompetter	41%	5%
Stadsgids	24%	3%
Vrienden, familie, kennissen, collega's	20%	3%
Op aanplakborden langs de weg	13%	2%
Internet (andere internetsites)	12%	1%
Radio/gemeente-tv	10%	1%
Gemeentelijke website (www.helmond.nl)	8%	1%
Bij een of meer evenementen	6%	1%
Andere manier	5%	1%
Twitter	2%	0%
Facebook	2%	0%
You Tube	1%	0%
LinkedIn	0%	0%

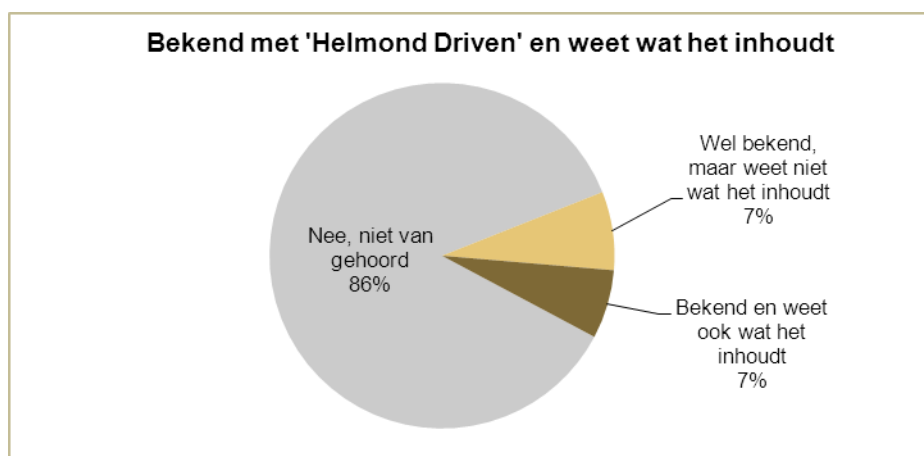
* Men kon meer antwoorden aankruisen

Mannen hebben dit gemiddeld vaker dan vrouwen via internet vernomen en vrouwen echter gemiddeld meer via de kranten/weekbladen en familie/vrienden/kennissen.

En ook komt het grotere gebruik van de digitale informatiebronnen van jongere inwoners ten opzichte van de oudere inwoners terug: ouderen weten dit gemiddeld meer uit de kranten/weekbladen en jongeren via de digitale snelweg.

6.3. Bekendheid met wat Helmond Driven inhoudt

Van een naam gehoord of vernomen hebben, wil niet altijd zeggen dat men ook weet wat het precies inhoudt, wat het betekent. Dit blijkt ook wel uit de gehouden enquête. Van degenen die wel ooit gehoord/vernomen hebben van de naam Helmond Driven, weet de helft wat het inhoudt en de helft niet. Uiteindelijk weet 7% van de totale Helmondse bevolking (>17 jaar) wat het begrip Helmond Driven precies inhoudt.



6.4. Bekendheid met de activiteiten van Helmond Driven

Sinds de oprichting van Helmond Driven zijn er al diverse campagnes geweest om Helmond Driven onder de aandacht van de bevolking/het bedrijfsleven te brengen. In de periode juni tot de enquête (oktober 2012) zijn er 6 activiteiten gehouden en van deze is de bekendheid gepeild.

Percentage inwoners, dat gehoord/vernomen heeft van de volgende activiteiten

	In % van degenen die het kennen	in % van totale bevolking
Dutch Technology Week op Automotive Campus in Helmond	61%	8%
Start van HBO Automotive onderwijs in Helmond begin september jl.	42%	5%
Internationale conferentie over 'slimme mobiliteit'	35%	4%
Aanwezigheid van promotieteam van Helmond Driven bij Ronde van Stiphout	24%	3%
Special over automotieve industrie met titel 'Bits en Bumpers'	20%	3%
Plaatsing van de website www.drivenbyhelmond.nl op internet	16%	2%

De campagne die het best bekend is, is de Dutch Technology Week: van de groep inwoners, die bekend waren met Helmond Driven heeft een ruime meerderheid (61%) hiervan gehoord. Daarnaast weten vier op de tien van deze groep, dat het HBO is gestart met een studie Automotive onderwijs en 35% heeft gehoord van de gehouden internationale conferentie over de 'slimme mobiliteit'. De plaatsing van de website van Helmond Driven op internet is van de campagnes de minst bekende, maar dit heeft te maken met het gegeven, dat de installering vrij kort voor de enquête heeft plaatsgehad.

In totaal heeft van de groep die Helmond Driven kent, bijna iedereen (91%) wel van een of meer van de activiteiten/campagnes gehoord. En dit geldt zowel voor jongeren als voor ouderen.

In totaal was ten tijde van de enquête een beperkt deel van de Helmondse bevolking bekend met een of meer van de gehouden activiteiten/campagnes, 12%. Maar hierbij moet wel een relativering worden gemaakt: toen de bevolking werd geënuquêteerd over Helmond Driven, bestond het fenomeen nog geen half jaar en was de website nog maar pas in de lucht. Helmond Driven stond als het ware nog in de kinderschoenen. Bekendheid krijgen kost nu eenmaal tijd.

6.5. Gebruik van social media om Helmond Driven te volgen

Ten tijde van de enquête bestond al de mogelijkheid om Helmond Driven via social media te volgen (Twitter, LinkedIn, Facebook). En daar maakte de bevolking nog niet in groten getale gebruik van: in totaal volgt 4% van de groep inwoners, die Helmond Driven kent, via een van de social-media-kanalen het fenomeen Helmond Driven, dit is 0,4% van alle inwoners.

7. Virtueel Helmond

7.1. Inleiding

In 2005 heeft de gemeente Virtueel Helmond geïnstalleerd. Het is een interactieve site op internet, waarmee de gemeente de burgers wil informeren over ruimtelijke veranderingen in de stad.

Via de website (<http://www.virtueelhelmond.nl>) kunnen bezoekers huidige en toekomstige projecten in Helmond in 3D bekijken. Ze kunnen er doorheen lopen met een 'avatar' (een virtueel figuur) of er overheen vliegen in een luchtballon. Tijdens het lopen kan informatie worden gelezen en kunnen foto's en filmpjes over de projecten worden bekeken. Om Virtueel Helmond te kunnen bezoeken, is enkel een computer met internetverbinding nodig. Er is geen speciale software nodig en het gebruik is gratis.

Door de jaren wisselen de projecten. In 2012, ten tijde van de enquête, waren de volgende projecten te bezoeken: de Binnenstad, het Stationsplein, Suytkade, Helmond-West en Brandevoort.

Na een eerste meting in 2011 (via de Inwonersenquête) naar de bekendheid en gebruik van dit communicatiemiddel door de Helmondse bevolking is in 2012 een tweede peiling gehouden. De resultaten staan hieronder beschreven



Virtueel Helmond: bezoek aan Helmond-West

7.2. Bekendheid met begrip Virtueel Helmond

Ruim 30% van de Helmonders heeft al eens gehoord van Virtueel Helmond; 70% niet.

De bekendheid neemt toe met de leeftijd: van de 25-34-jarigen heeft 24% van Virtueel Helmond gehoord, van de 60-plussers is dit 42%.

In de Binnenstad en Helmond-West is het aandeel inwoners, dat van Virtueel Helmond gehoord heeft, relatief wat groter, wat verklaard kan worden uit het gegeven, dat op Virtueel Helmond projecten van juist deze wijken te zien zijn. Opmerkelijk genoeg is het aandeel inwoners in Brandevoort – ook een wijk die op Virtueel Helmond te zien is - relatief kleiner.

Ten opzichte van 2011 is de bekendheid nauwelijks veranderd (van 28% naar 30%).

7.2.1. Via welke bron van Virtueel Helmond vernomen/gehoord

Net zoals bij Helmond Driven zijn ook hier de kranten de drie meest genoemde informatiebronnen waar men van Virtueel Helmond heeft vernomen. Maar ook een op de vier mensen heeft dit op de gemeentelijke website gezien en ook een op de vier vernam dit via familie, vrienden of kennissen.

In totaal heeft 55% van degenen die van Virtueel Helmond hebben vernomen, dit nieuws via de kranten/weekbladen; verhoudingsgewijs zijn het veel meer oudere inwoners dan de jongeren die dit

via deze bron weten. En 37% heeft dit via internet/social media vernomen. En hier is het omgekeerd: relatief meer jongeren dan ouderen, die Virtueel Helmond via de digitale snelweg kennen.

16% Van de totale Helmondse bevolking heeft dit via de schriftelijke (papieren) bronnen vernomen en 11% via de digitale snelweg.

Waar heeft men over Virtueel Helmond vernomen/gehoord, in %*

	In % van degenen die het kennen	in % van totale bevolking
Weekblad De Trompetter	34%	10%
Weekblad Traverse/De Loop	32%	9%
Krant	27%	8%
Gemeentelijke website (www.helmond.nl)	24%	7%
Vrienden, familie, kennissen, collega's	24%	7%
Internet (andere internetsites)	13%	4%
Radio/gemeente-tv	13%	4%
Op aanplakborden langs de weg	5%	1%
Gehoord op wijkbijeenkomsten	5%	1%
Andere manier	4%	1%
In de Stadswinkel	4%	1%
In de bibliotheek	3%	1%
Twitter	2%	0%
Facebook	1%	0%

* Men kon meer antwoorden aankruisen

7.3. Kennis over inhoud van Virtueel Helmond

Net zoals bij Helmond Driven kan ook hier worden gesteld, dat het gehoord hebben van een naam niet wil zeggen, dat men ook weet wat het precies inhoudt, wat het betekent. Maar anders dan bij Helmond Driven weet hier een groter percentage van de groep die ervan gehoord heeft, wel wat men met Virtueel Helmond precies kan bekijken, 64%. Ruim een derde weet het echter niet.

Uiteindelijk weet 18% van de Helmondse bevolking dit wel. Bij de jongeren is dit percentage hoger dan bij de oudere inwoners.

En ook hier is er ten opzichte van de vorige peiling niet echt sprake van een wijziging. Toen was de verhouding wel kennis over de inhoud : geen kennis over de inhoud 63%:37%.

7.4. Bezoek aan Virtueel Helmond

Van degenen die van Virtueel Helmond hebben gehoord en ook weten wat men er kan bekijken, heeft twee derde deel ook daadwerkelijk afgelopen jaar via internet 'rondgewandeld' in het programma; 40% deed dit 1 keer en 26% meerdere keren, jongeren gemiddeld meer dan ouderen.

Wat niet heel opmerkelijk is, is het relatief grotere aandeel bezoekers van inwoners uit die wijken waarvan projecten op Virtueel Helmond staan, Binnenstad en Helmond-West.

In vergelijking met het onderzoek uit 2011 is het bezoek aan Virtueel Helmond door degenen die ervan gehoord hebben en het ook weten wat men er kan bekijken, toegenomen: van 44% naar 66%.



7.6. Redenen van niet-bezoek

Het is voor bestuurders en beleidsmakers van belang te weten, waarom mensen – als ze Virtueel Helmond wel kennen – er geen bezoek aan brengen. Daarom is deze groep gevraagd naar de reden van het niet-bezoek.

Voor 17% bleek het medium niet interessant omdat er in de woonwijk van deze mensen geen nieuwe ontwikkelingen zijn. Ruim een op vijf heeft er nog geen tijd voor gehad en de meest genoemde reden was, dat men vergeten is ernaar te kijken, 30%. En een op de zeven mensen van deze groep heeft geen interesse. Van degenen die 'een andere reden' aankruisten, gaf een deel ook de redenen daarvan op. 'Nog geen behoefte aan gehad' en 'in het verdere verleden wel bezocht, maar de laatste jaren niet meer' waren hier de meest genoemde.

Redenen van niet-gebruik

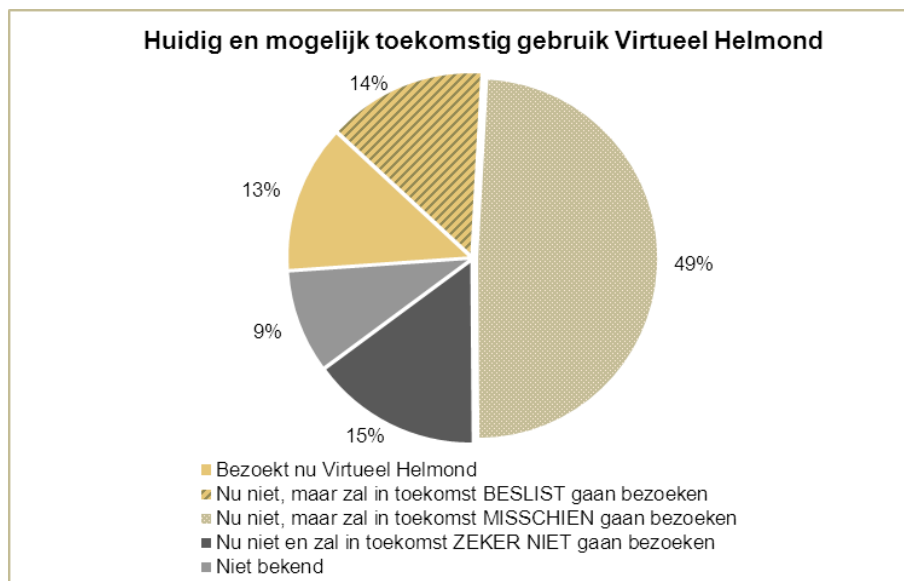
	In % van de groep die Virtueel Helmond kent
Ik ben vergeten om daarnaar te kijken	29%
Ik heb nog geen tijd gehad om hiernaar te kijken	22%
In mijn wijk zijn geen nieuwe ontwikkelingen/geen ruimtelijke veranderingen	17%
Andere reden	17%
Ik ben helemaal niet geïnteresseerd in dit soort dingen	11%
Ik ben niet geïnteresseerd in de plannen van de gemeente Helmond	4%
Ik weet niet zo goed hoe het programma werkt	4%
Ik heb geen internet op mijn computer	3%

* Men kon meer antwoorden geven

7.6.1. Mogelijk toekomstig gebruik

Virtueel Helmond heeft wel toekomst: Aan degenen die – tot ze de enquête ontvingen en de informatie daar lazen – nog nooit van Virtueel Helmond hadden gehoord is gevraagd of ze in de toekomst de site zullen gaan bezoeken. Dezelfde vraag is ook voorgelegd aan de groep inwoners, die het begrip Virtueel Helmond wel kent, maar niet weet wat men precies kan bekijken en aan de groep die dit wel weet, maar de site nog nooit bezocht heeft.

Zo is er een totaalplaatje geconstrueerd van het huidige gebruik en het mogelijk toekomstig gebruik.



Dit levert op, dat verwacht mag worden, dat als mensen eenmaal gehoord hebben van Virtueel Helmond en informatie hebben gekregen over wat het is, dat het gebruik ervan zeker zal uitbreiden in de toekomst: het bezoek aan Virtueel Helmond zal kunnen verdubbelen ten opzichte van het huidige gebruik en zelfs nog veel meer dan dat. Daar is wel de voorwaarde aan verbonden, dat mensen wel – op wat ook manier ook – informatie opvangen over Virtueel Helmond en wat het precies inhoudt.