

COMMUNICATIEMONITOR

Gemeente Olen

Mei 2019

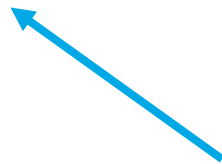
Eric Goubin & Michelle Lenaerts

SITUERING

- **Communicatiemonitor** = gestandaardiseerde meting van bereik & waardering van gemeentelijke & gemeentelijke communicatie
- In eerste variant uitgetest in **Mechelen** (2015, enkel online, met open oproep)
- Sinds mei 2016: **metingen** in:
 - Sint-Niklaas
 - Lier
 - Heusden-Zolder
 - Roeselare
 - Willebroek
 - Bonheiden
 - Bornem
 - St.-Gillis-Waas
 - Lummen
 - Schoten
 - Olen

WERKWIJZE

- **Kwantitatieve meting** waarbij we representativiteit nastreven
- **Steekproef:**
 - Basis = systematische steekproeftrekking uit bevolkingsregister: aanschrijven van **1.836 personen vanaf de leeftijd van 18 jaar (N= 9.926)**
 - **Aanvullend: open oproep** aan hele bevolking voor deelname aan de online versie
- **Gesloten vragen**, aangevuld met **open vragen** (bv. ‘redenen van ontevredenheid’)
 - Likertschaal op 7-punten (houding t.a.v. communicatie-aspecten)
 - Multiple response vragen
 - Semantische differentiaal (tegenovergestelde adjectieven => imago)
- Indien significante verschillen tussen **doelgroepen** vermelden we die, anders niet.
- **Blauwe pijlen** wijzen op hoogste score in benchmark, **rode pijlen** op laagste score.



RESPONS

- **N = 674**
 - Waarvan 30% papieren enquêtes
 - Daarvan vulden 581 respondenten de survey tot het einde in
 - Uitval van 13%
 - Per vraag vermelden we hoeveel respondenten deze vraag beantwoordden (n= ...)
- Betrouwbaarheidsmarge: **95%**
- Foutenmarge: max. **3,5%**

INHOUD COMMUNICATIEMONITOR

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

1.1 SOCIO-DEMOGRAFISCH PROFIEL RESPONDENTEN

STEEKPROEF

WIE DEED MEE?

Leeftijd (n=564)

Gemiddelde leeftijd: 51,5 jaar

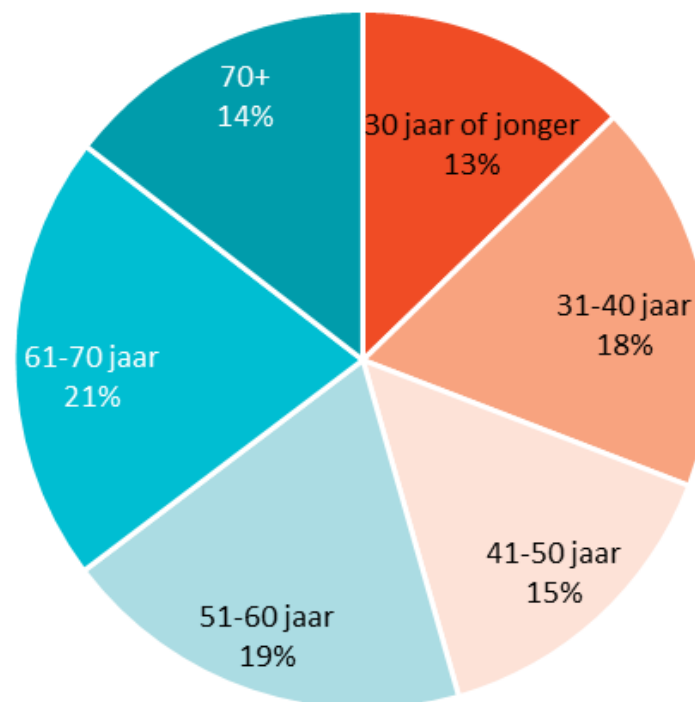
- man: 56
- Vrouw: 48

Jongste respondent: 18

Oudste respondent: 95

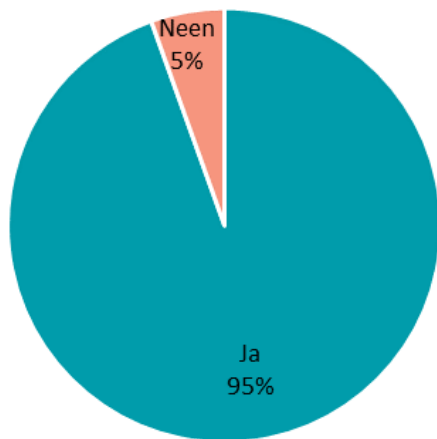
Geslacht (n=581)

- Man: 42,5%
- Vrouw: 57,5%

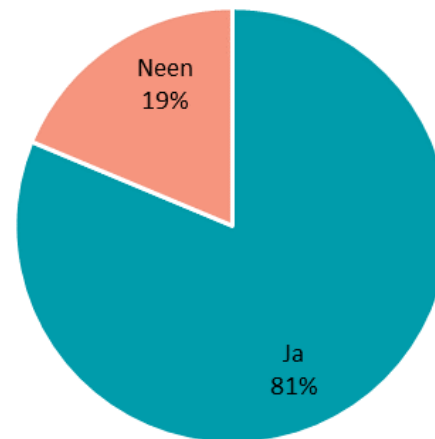


1.2 INTERNET EN SOCIALE MEDIA

Afgelopen maand gebruik gemaakt van internet
(n=674)

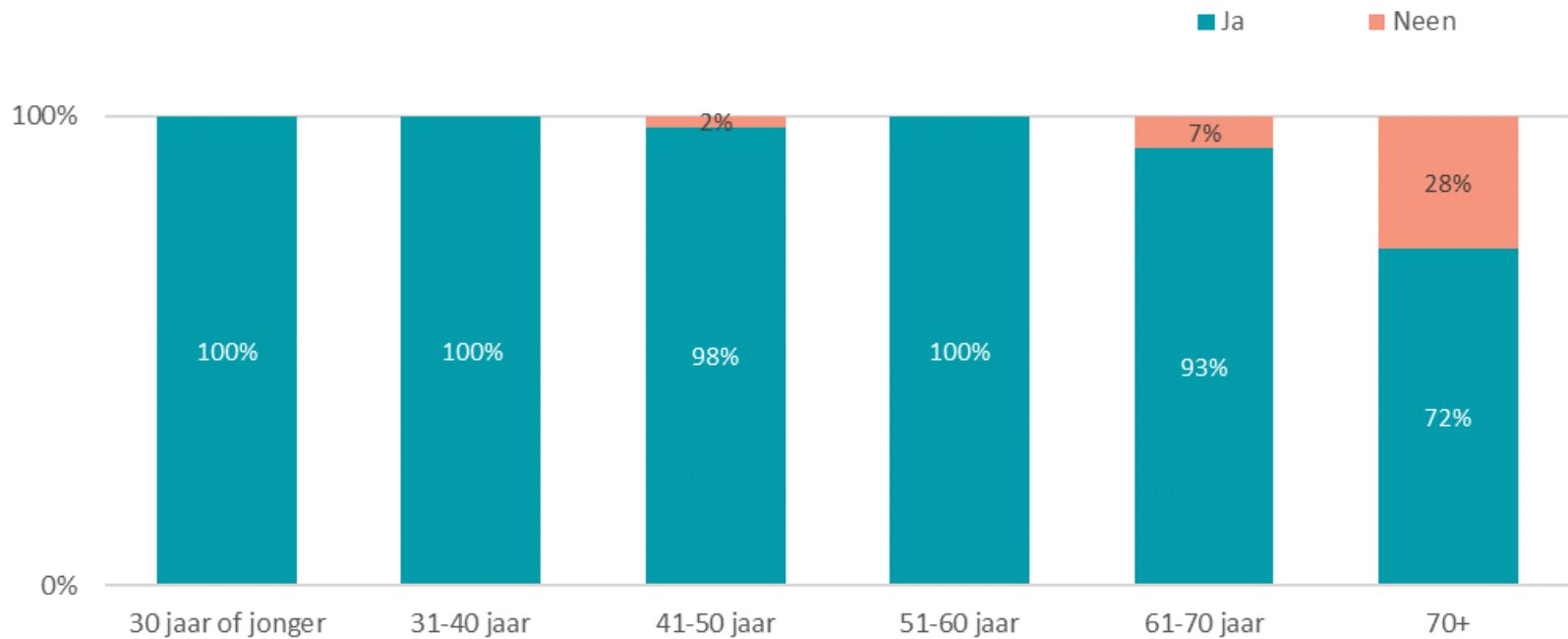


Gebruik social media (n=631)

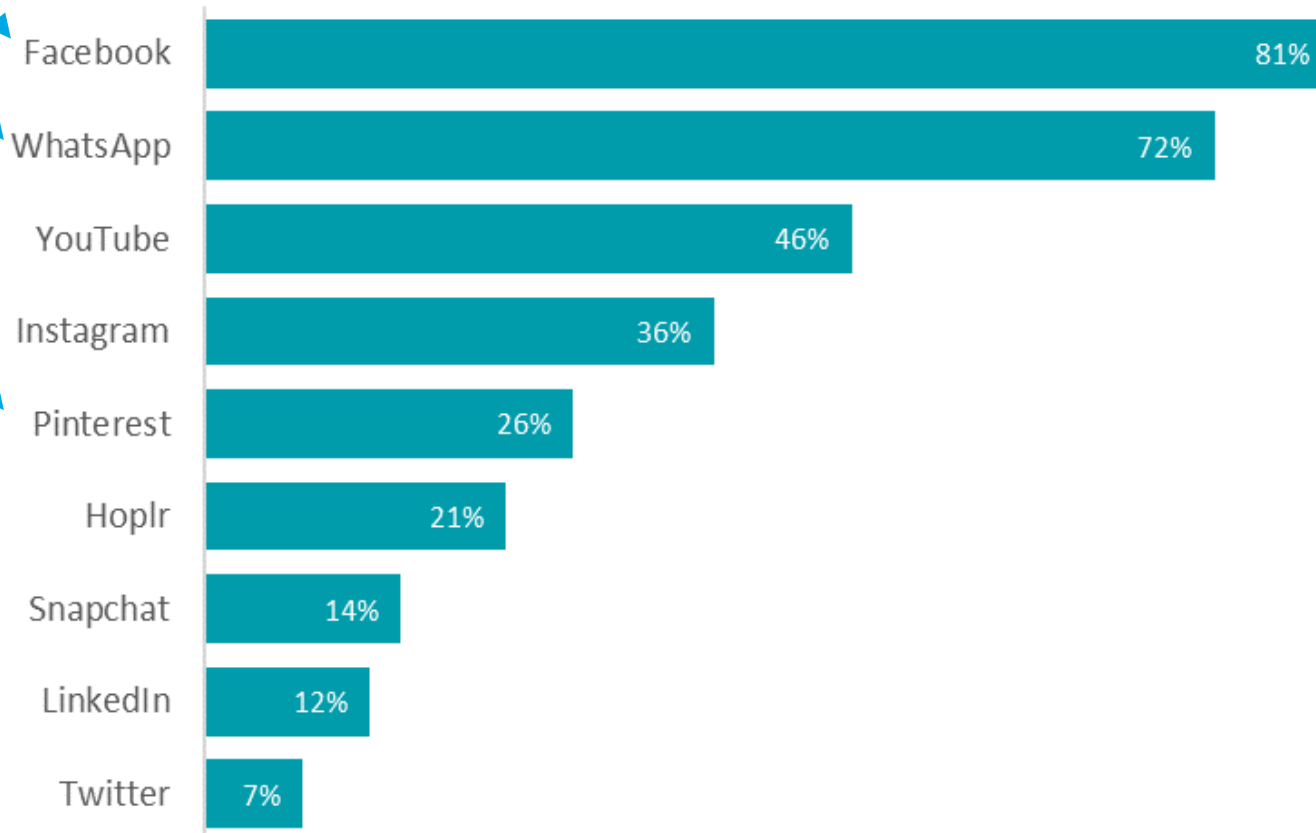


Mate van internetgebruik & leeftijd: de internetkloof verdwijnt

Internetgebruik x leeftijd (n=559)

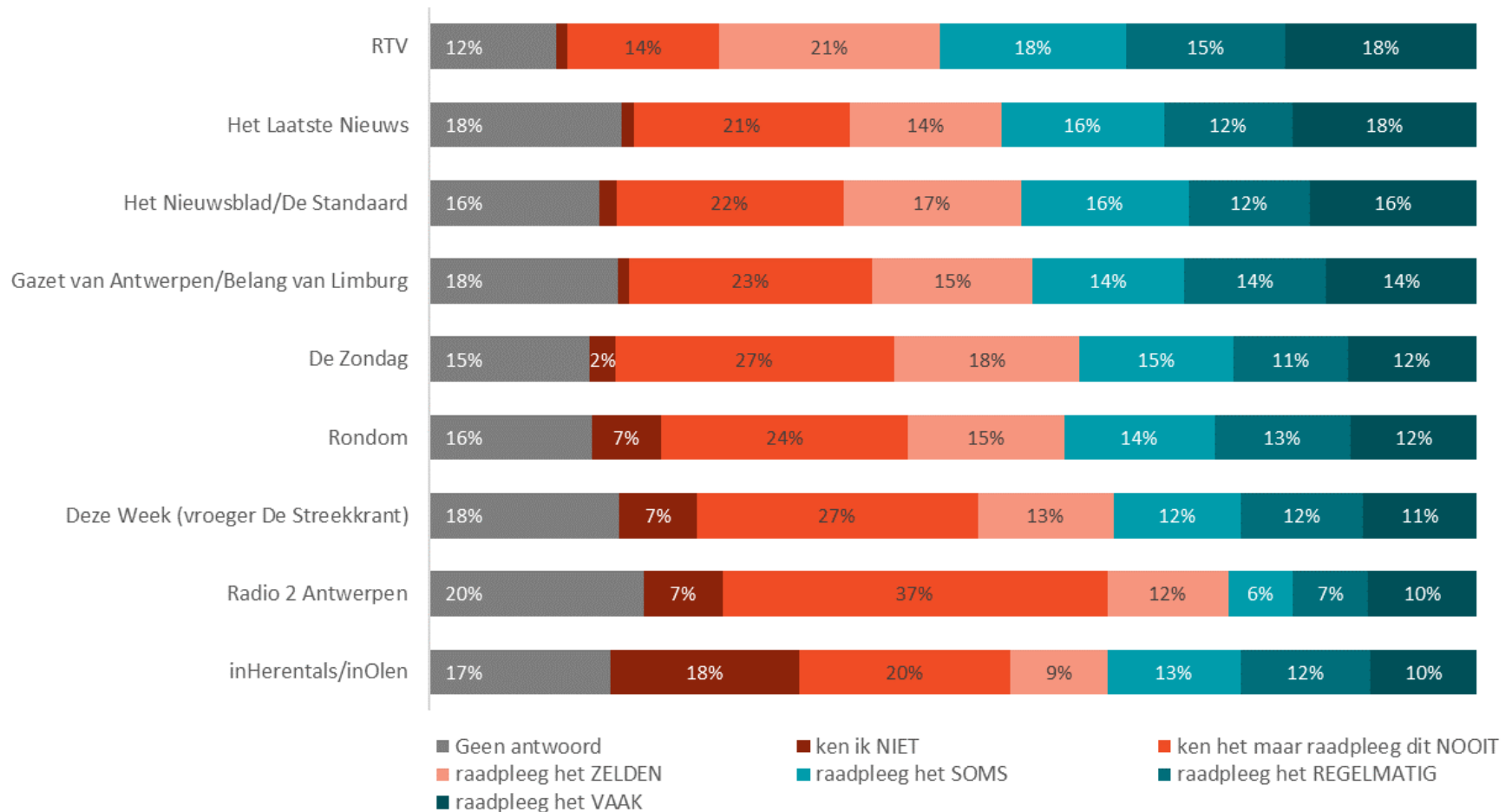


Gebruik sociale media (t.o.v. hele steekproef, n=559)



1.3 KENNIS EN GEBRUIK VAN REGIONALE PERSMEDIA

N=683

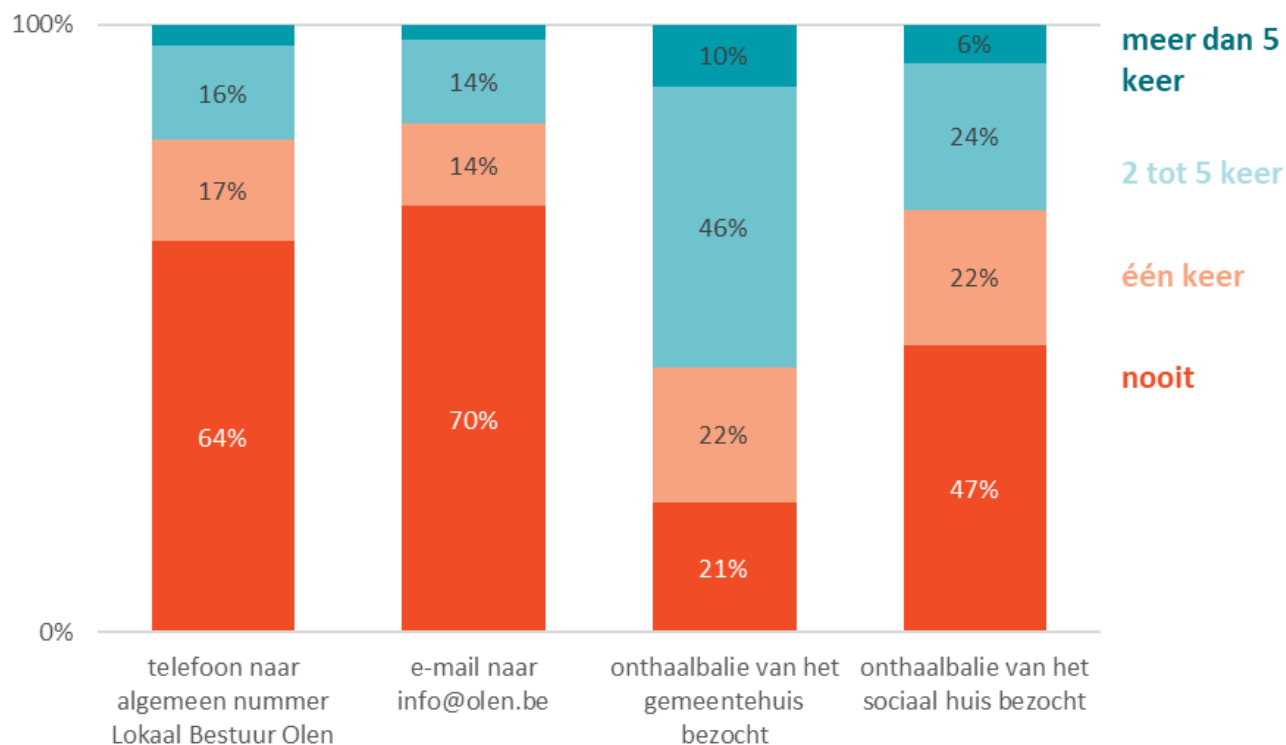


INHOUD COMMUNICATIEMONITOR

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

2.1 GEBRUIK EN WAARDERING VAN DE GEMEENTELIJKE COMMUNICATIEKANALEN: ONTHAAL

Contact met het onthaal het voorbije jaar (n=654)



TEVREDENHEID ONTHAALSERVICE

ALGEMEEN GEMIDDELDE SCORE OP 10

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
algemeen telefoonnummer van het lokaal bestuur Olen	191	1	10	7,94	1,60
algemeen e-mailadres van het lokaal bestuur Olen	158	1	10	7,80	1,60
onthaalbalie van het gemeentehuis	367	1	10	8,20	1,42
onthaalbalie van het Sociaal Huis	282	1	10	8,26	1,37

Indien 100% bereik en 10/10 waardering: score van 100x10 = 1000 pt

Top 10 sterkste onthaal - balie

(bereik & tevredenheid)

1	Heusden-Zolder	777
2	Willebroek	724
3	Bonheiden	721
4	Olen	627
5	Sint-Gillis-Waas	623
6	Lier	619
7	Lummen	614
8	Bornem	585
9	Schoten	577
10	Roeselare	555

Indien 100% bereik en 10/10 waardering: score van 100x10 = 1000 pt

Top 10 sterkste onthaal - telefoon

(bereik & tevredenheid)

1	Heusden-Zolder	336
2	Sint-Gillis-Waas	335
3	Willebroek	329
4	Olen	286
5	Lummen	277
6	Bonheiden	267
7	Bornem	265
8	Schoten	254
9	Lier	228
10	Roeselare	175

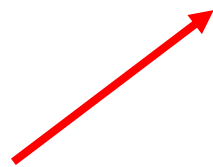
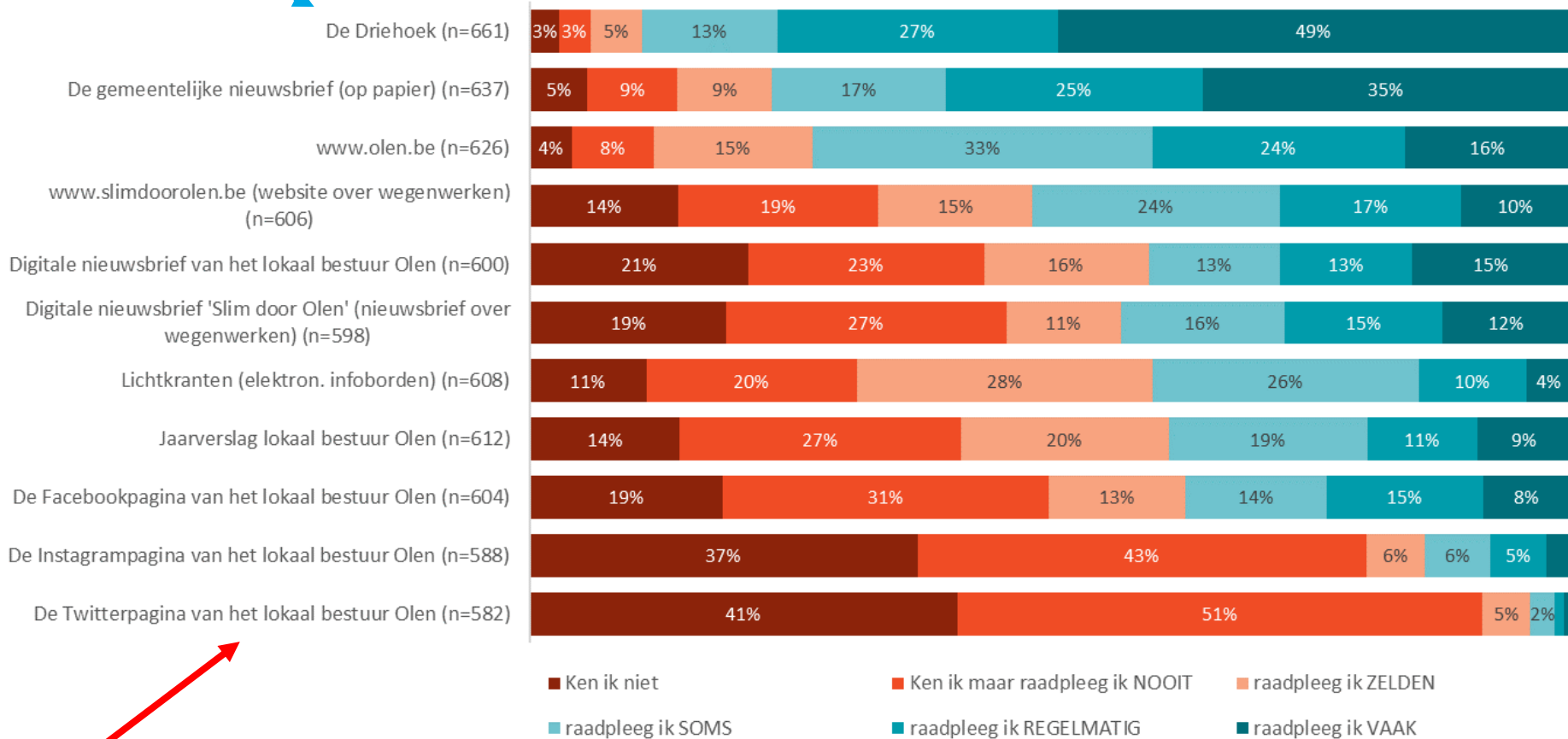
Indien 100% bereik en 10/10 waardering: score van 100x10 = 1000 pt

Top 10 sterkste onthaal - e-mail

(bereik & tevredenheid)

1	Sint-Gillis-Waas	269
2	Willebroek	240
3	Olen	234
4	Lier	233
5	Heusden-Zolder	206
6	Schoten	197
7	Bornem	186
8	Lummen	175
9	Bonheiden	174
10	Roeselare	137

2.2 GEBRUIK EN WAARDERING VAN DE GEMEENTELIJKE COMMUNICATIEKANALEN:



VERSCHILLEN NAARGELANG HET PROFIEL VAN DE RESPONDENT

Kennis & gebruik van gemeentelijke communicatiekanalen x leeftijd

	30 jaar of jonger	31-40 jaar	41-50 jaar	51-60 jaar	61-70 jaar	70+	Total
De Driehoek**	4,25	4,76	5,04	5,24	5,54	5,55	5,11
www olen.be**	3,87	4,15	4,20	4,34	4,23	3,56	4,10
De gemeentelijke nieuwsbrief (op papier)**	3,11	4,27	4,60	4,97	5,11	5,39	4,63
Digitale nieuwsbrief van het lokaal bestuur Olen**	2,48	2,74	3,11	3,51	3,62	3,33	3,16
Lichtkranten (elektron. infoborden)**	2,63	3,04	3,16	3,36	3,38	3,29	3,17
De Facebookpagina van het lokaal bestuur Olen**	2,87	3,51	3,19	2,82	2,53	2,10	2,87
De Twitterpagina van het lokaal bestuur Olen	1,63	1,82	1,82	1,65	1,63	1,68	1,71
De Instagrampagina van het lokaal bestuur Olen	2,07	2,24	2,12	2,11	1,88	1,75	2,04
Jaarverslag lokaal bestuur Olen**	2,17	2,74	2,89	3,07	3,69	4,15	3,13
www.slimdoorolen.be (website over wegenwerken)	3,03	3,44	3,45	3,41	3,65	3,52	3,43
Digitale nieuwsbrief 'Slim door Olen' (nieuwsbrief over wegenwerken)*	2,74	2,87	3,19	3,33	3,46	3,48	3,18

TEVREDENHEID GEMEENTELIJKE COMMUNICATIEKANALEN

ALGEMEEN GEMIDDELDE SCORE OP 10

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
De Driehoek	587	1	10	8,11	1,36
De gemeentelijke nieuwsbrief (op papier)	508	1	10	7,57	1,65
www olen.be	484	3	10	7,51	1,46
Digitale nieuwsbrief van het lokaal bestuur Olen	283	1	10	7,37	1,76
Digitale nieuwsbrief 'Slim door Olen' (nieuwsbrief over wegenwerken)	284	1	10	7,34	2,03
De Facebookpagina van het lokaal bestuur Olen	263	1	10	7,30	1,98
www.slimdoorolen.be (website over wegenwerken)	360	1	10	7,17	2,08
Jaarverslag lokaal bestuur Olen	330	1	10	6,89	1,97
De Instagrampagina van het lokaal bestuur Olen	139	1	10	6,68	2,21
Lichtkranten (elektron. infoborden)	369	1	10	6,50	2,14
De Twitterpagina van het lokaal bestuur Olen	69	1	10	5,36	2,46

Indien 100% bereik en 10/10 waardering: score van 100x10 = 1000 pt

Top 10 sterkste infobladen

(bereik & tevredenheid)

1	Olen	722
2	Schoten	667
3	Bonheiden	660
4	Sint-Gillis-Waas	654
5	Lummen	632
6	Bornem	577
7	Heusden-Zolder	539
8	St.-Niklaas	512
9	Lier	498
10	Willebroek	487
11	Roeselare	426

Indien 100% bereik en 10/10 waardering: score van 100x10 = 1000 pt

Top 10 sterkste websites

(bereik & tevredenheid)

1	Bonheiden	574
2	Schoten	551
3	Olen	548
4	Lummen	507
5	Bornem	494
6	St.-Niklaas	470
7	Heusden-Zolder	460
8	Sint-Gillis-Waas	454
9	Roeselare	444
10	Lier	406
11	Willebroek	402

Indien 100% bereik en 10/10 waardering: score van 100x10 = 1000 pt

Top 10 sterkste gemeentelijke Facebookpagina's

(bereik & tevredenheid)

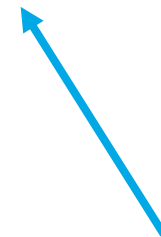
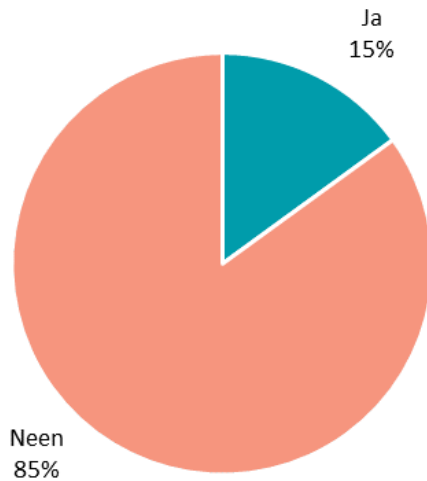
1	Bornem	556
2	Lummen	337
3	Sint-Gillis-Waas	309
4	Roeselare	295
5	Olen	270
5	Schoten	270
7	Lier	232
8	Willebroek	220
9	Bonheiden	217
10	St.-Niklaas	212
11	Heusden-Zolder	187

BEWONERSVERGADERINGEN

Gemiddelde tevredenheid:

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
91	2	10	6,62	1,79

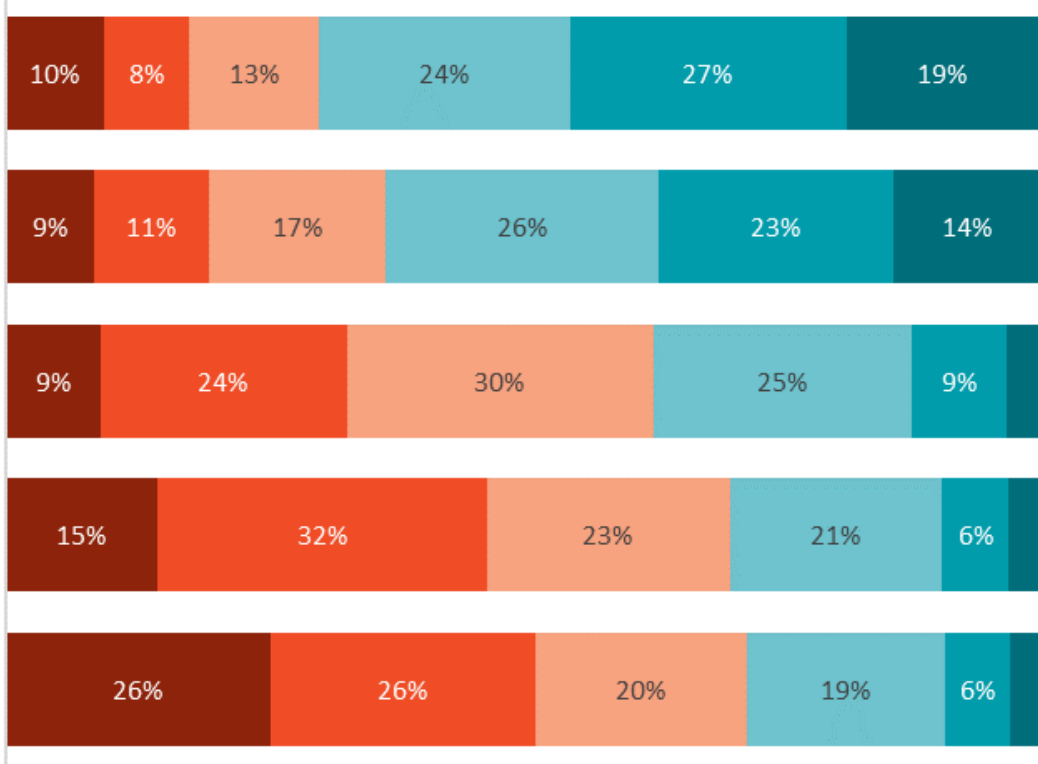
Al eens deelgenomen aan bewonersvergaderingen? (n=633)



2.3 GEBRUIK EN WAARDERING VAN DE GEMEENTELIJKE VRIJETIJDKANALEN:

De winter- en zomerbijlage in De Driehoek, met een overzicht van de activiteiten (n=607)

UiT-agenda in gemeentelijk infomagazine 'De Driehoek' (n=599)



■ ken ik niet
■ ken ik maar raadpleeg ik NOOIT
■ raadpleeg ik ZELDEN
■ raadpleeg ik SOMS
■ raadpleeg ik REGELMATIG
■ raadpleeg ik VAAK

TEVREDENHEID GEMEENTELIJKE VRIJETIJDKANALEN

ALGEMEEN GEMIDDELDE SCORE OP 10

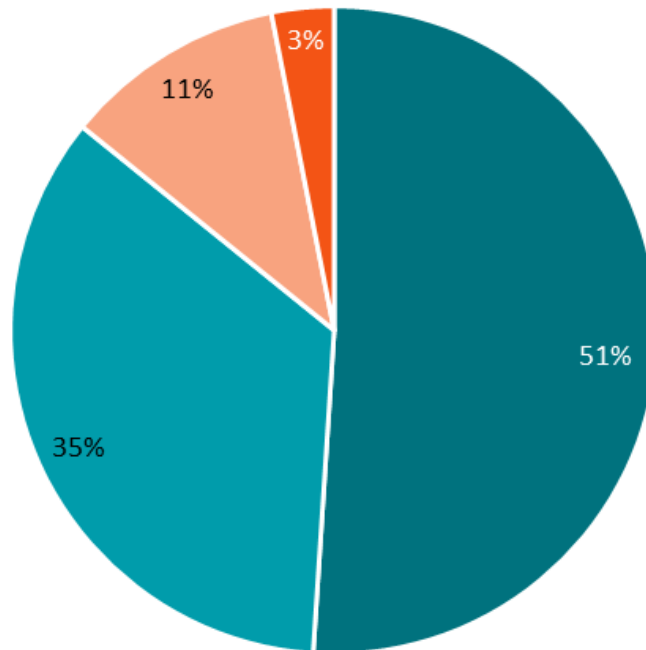
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
UiT-agenda op www olen.be	234	1	10	7,25	1,499
UiT-agenda in gemeentelijk infomagazine 'De Driehoek'	414	3	10	7,82	1,360
De winter- en zomerbijlage in De Driehoek, met een overzicht van de activiteiten	429	3	10	7,92	1,382
Rekken met folders en krantjes	231	1	10	7,03	1,701
Affiches en infoborden	273	1	10	6,90	1,693

INHOUD COMMUNICATIEMONITOR

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

3.1 A. EVALUATIE INFOBLAD

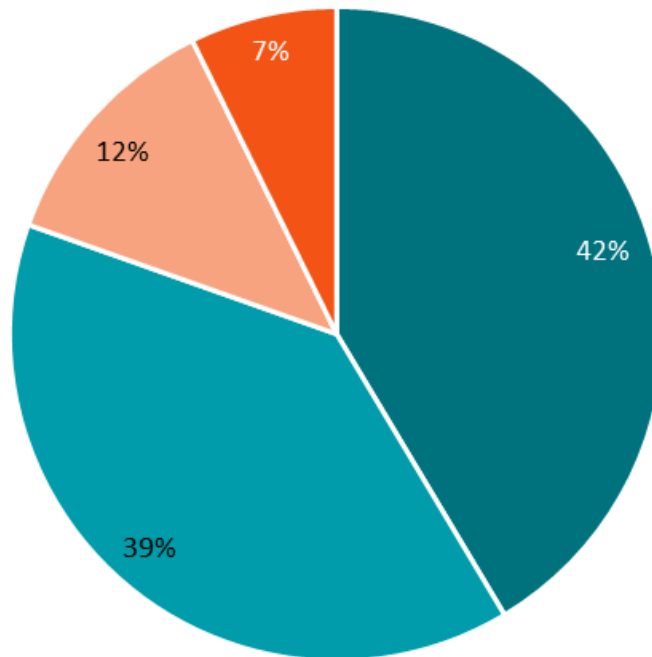
Mate waarin het infoblad De Driehoek gelezen wordt (n=578)



- Ik lees De Driehoek grotendeels.
- Ik neem het altijd door wanneer het in de bus valt, en lees de artikels die mij interesseren.
- Ik blader er eens door, lees de titels en bekijk de foto's.
- Ik lees het nooit.

3.1 B. EVALUATIE PAPIEREN NIEUWSBRIEF

Mate waarin de papieren nieuwsbrief gelezen wordt (n=577)



- Ik lees de papieren nieuwsbrief grotendeels
- Ik neem de nieuwsbrief altijd door wanneer hij in de bus valt, en lees de artikels die mij interesseren.
- Ik blader er eens door, lees de titels en bekijk de foto's.
- Ik lees de papieren nieuwsbrief nooit.

3.1 EVALUATIE INFOBLAD

De Driehoek is vlot leesbaar. (n=542)

De Driehoek oogt aantrekkelijk en nodigt uit tot lezen. (n=555)

De informatie in De Driehoek is voldoende actueel. (n=536)

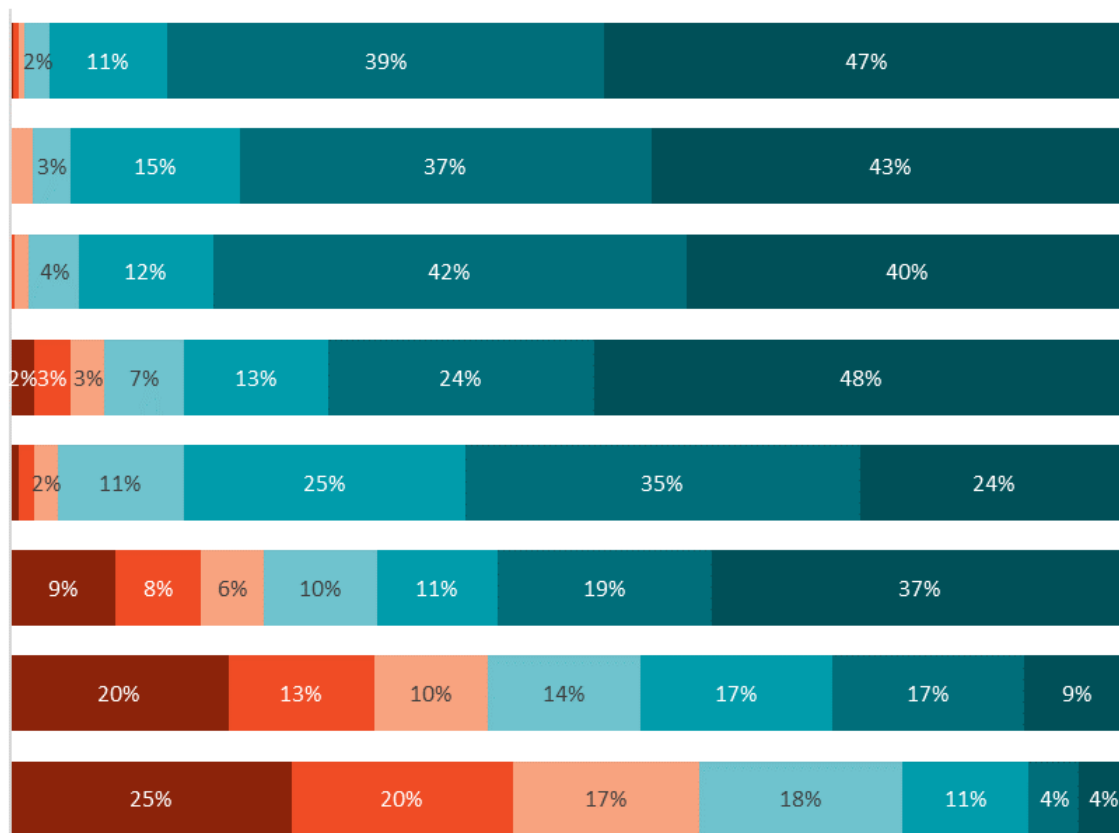
Ik zou De Driehoek missen als het niet meer zou bestaan. (n=521)

De Driehoek biedt een goede mix van korte en langere, meer diepgaande artikels. (n=516)

Ik krijg De Driehoek liever maandelijks dan tweemaandelijks in mijn bus. (n=287)

Ik surf wel eens naar de website van het lokaal bestuur Olen of een andere website naar aanleiding van een artikel in De Driehoek. (n=461)

De informatie in De Driehoek is te politiek gekleurd. (n=425)



■ helemaal niet akkoord
 ■ 2
 ■ 3
 ■ 4
 ■ 5
 ■ 6
 ■ volledig akkoord

3.2 WAARDERING GEMEENTELIJKE WEBSITE

De informatie op de website is actueel. (n=427)



De website oogt mooi en verzorgd. (n=453)



Attesten of formulieren zijn makkelijk aan te vragen via de website. (n=335)



Ik vind op de website gemakkelijk de informatie die ik zoek. (n=457)



Ik ben op de hoogte van de mogelijkheden van het digitale loket op de website. (n=381)



■ helemaal niet akkoord ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ volledig akkoord

3.3 WAARDERING SOCIALE MEDIA

Het lokaal bestuur Olen gaat klantvriendelijk om met feedback van inwoners op haar sociale media. (n=267)



De sociale media van het lokaal bestuur Olen bieden nuttige informatie. (n=322)



Het lokaal bestuur Olen is voldoende actief op sociale media. (n=333)



Het lokaal bestuur Olen maakt goed gebruik van foto's en video op haar sociale media. (n=320)



De sociale media van het lokaal bestuur Olen maken me nog meer betrokken bij wat leeft in de gemeente. (n=308)

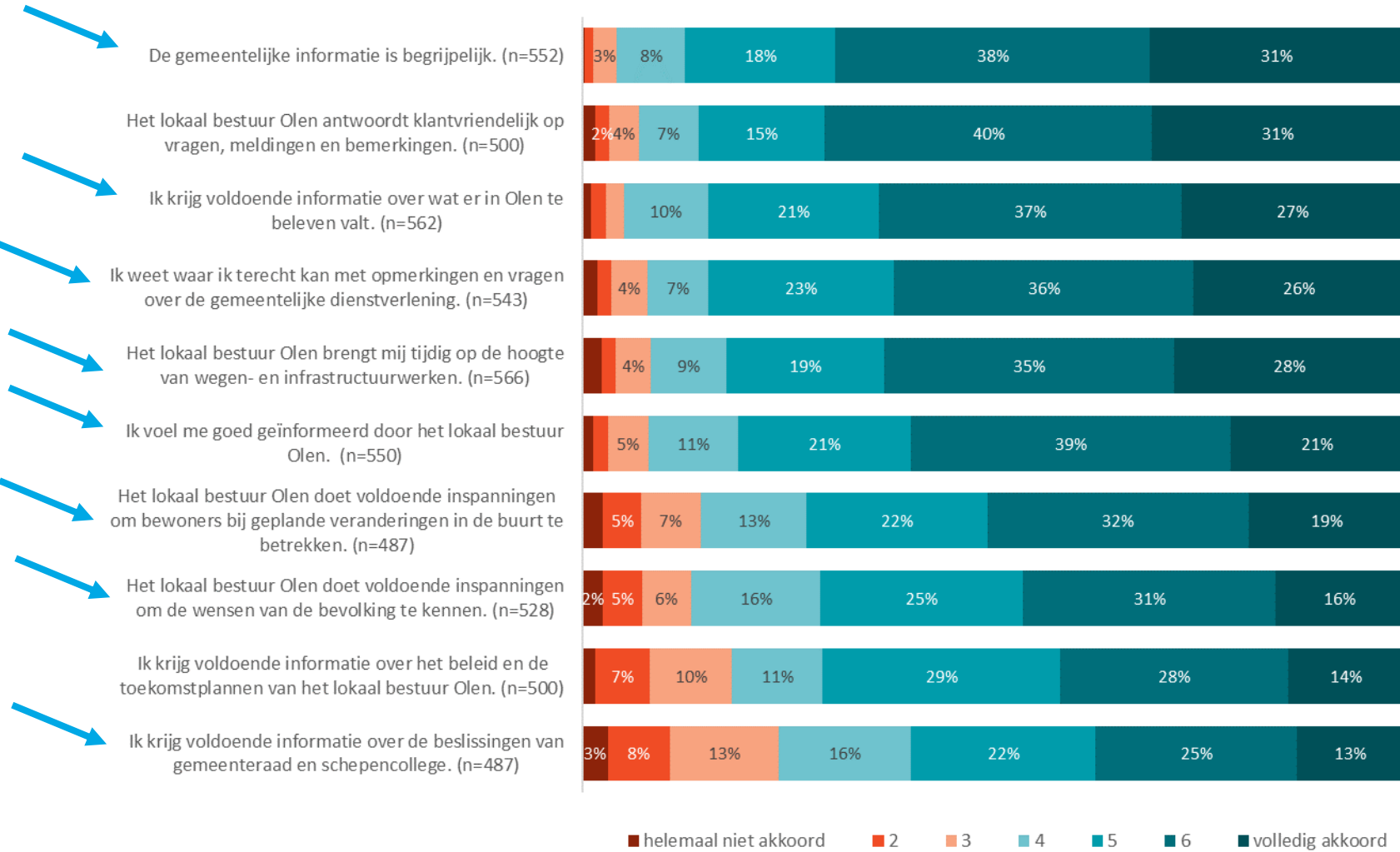


■ helemaal niet akkoord ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ volledig akkoord

INHOUD COMMUNICATIEMONITOR

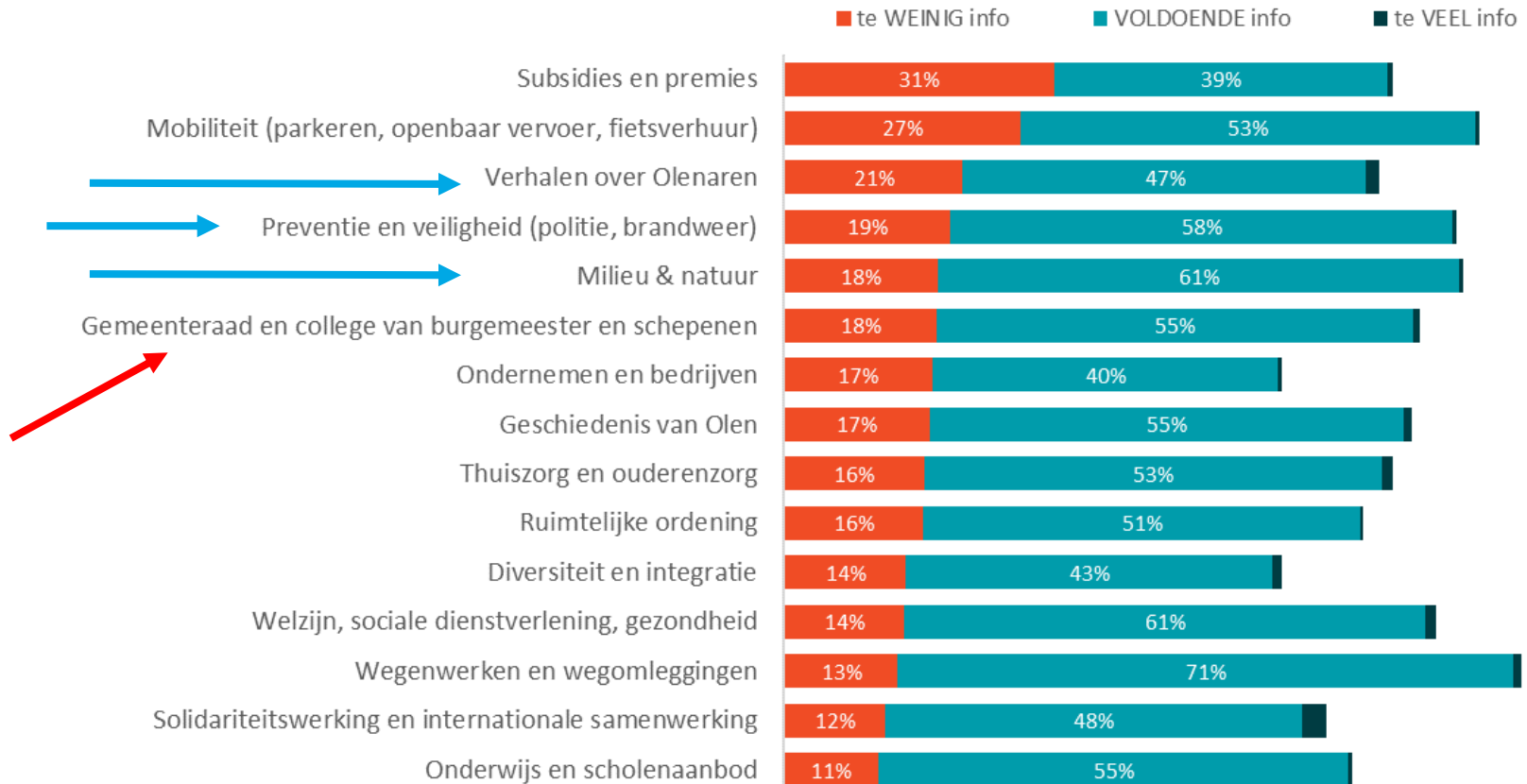
- **1. Bewoners en hun mediagebruik**
 - 1.1 Socio-demografisch profiel van de respondent
 - 1.2 (Sociale) mediagebruik in het algemeen
 - 1.3 Kennis en gebruik van regionale nieuwsbronnen
- **2. Omgang met gemeentelijke communicatiekanalen - algemeen**
 - 2.1 Gebruik en waardering van de gemeentelijke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

4.1 WAARDERING GEMEENTELIJKE COMMUNICATIE



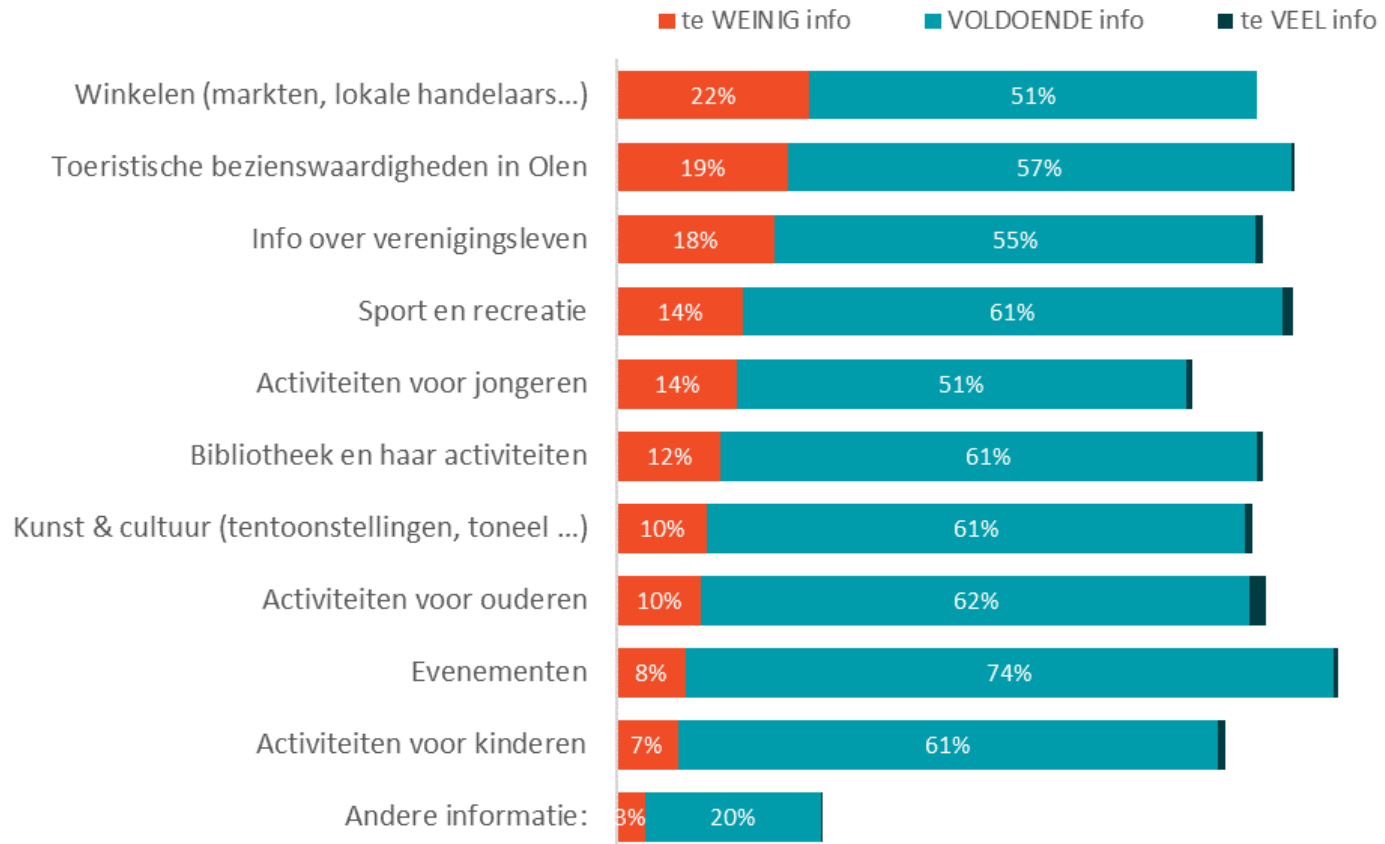
4.2 INFORMATIENODEN (THEMATISCH)

Informatienoden (n=623)



4.2 INFORMATIENODEN (VRIJETIJD)

Informatienoden - vrije tijd (n=623)



4.3 IMAGO GEMEENTE OLEN

	gemiddelde score	
ongezellig	5,48	gezellig
saai	5,45	levendig
asociaal	5,44	sociaal
weinig gastvrij	5,38	gastvrij
kindonvriendelijk	5,33	kindvriendelijk
seniorenvriendelijk	5,29	seniorenvriendelijk
onbereikbaar	5,26	bereikbaar
grijs	5,25	groen
niet goed om te winkelen	5,20	goed om te winkelen
plek met weinig vrijetijdsaanbod	5,20	plek met veel vrijetijdsaanbod
vuil	5,19	proper
milieuonvriendelijk	5,16	milieuvriendelijk
onveilig	5,12	veilig
verkeersonveilig	4,80	verkeersveilig
weinig verrassend	4,79	verrassend
druk	4,79	rustig

Benchmark gemiddelde imago-scores

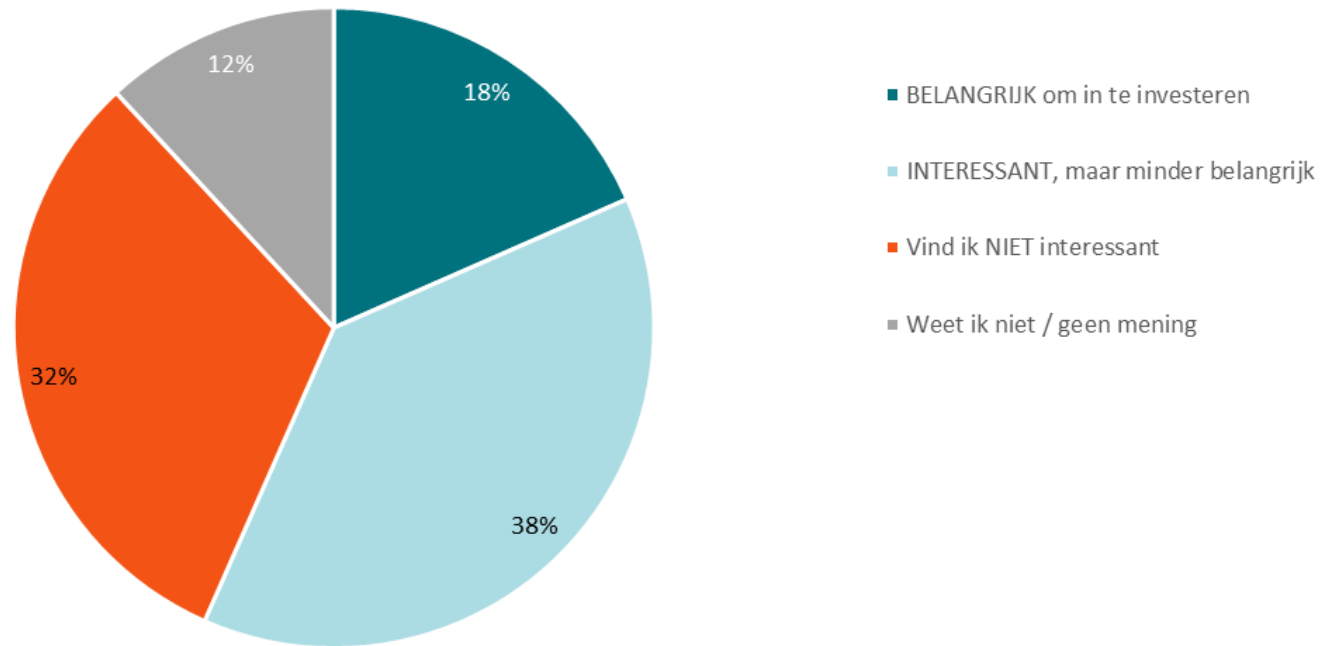
1	Bornem	5,50
2	Schoten	5,26
3	Sint-Gillis-Waas	5,22
4	Olen	5,20
5	Bonheiden	5,14
6	Lummen	4,93
7	Lier	4,78
8	Heusden-Zolder	4,71
9	St-.Niklaas	4,71
10	Roeselare	4,68
11	Willebroek	4,07

INHOUD COMMUNICATIEMONITOR

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

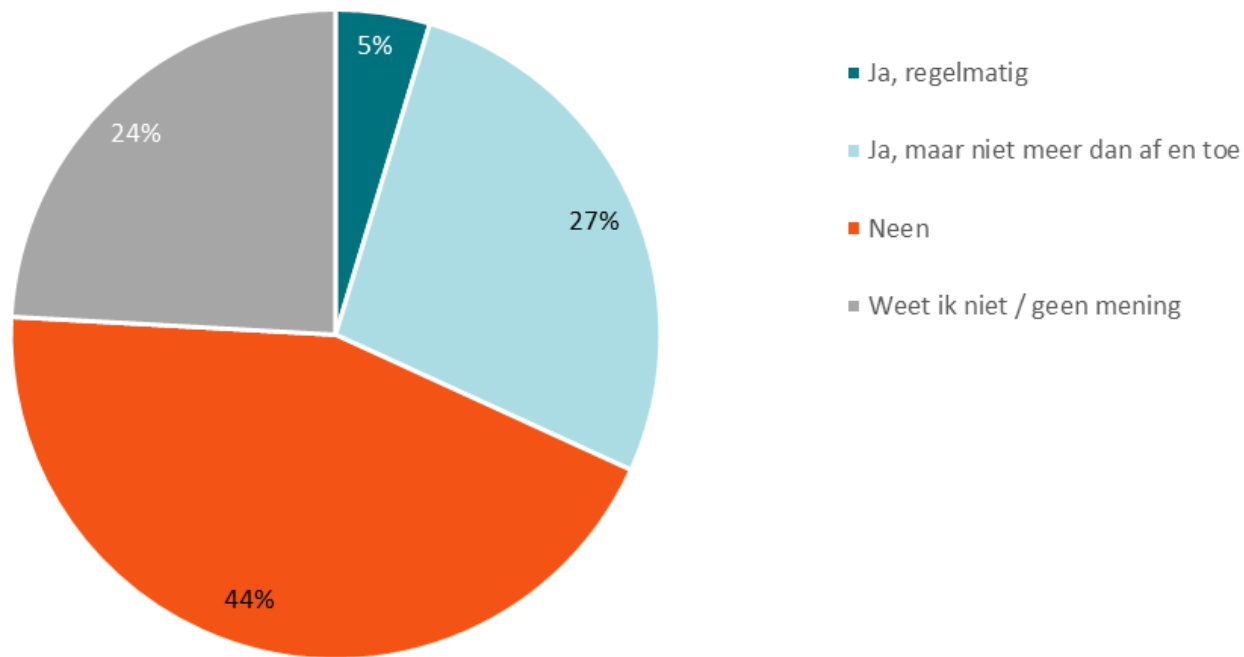
GEWENSTE COMMUNICATIE-INVESTERINGEN

Het lokaal bestuur Olen wenst de persoonlijke dienstverlening te verbeteren door in het gemeentehuis en boekelhuis te werken op afspraak. Vind je het belangrijk dat we hierin investeren? (n=597)



PARTICIPATIE

Zou je zelf graag willen
meewerken aan inspraak- en participatie-initiatieven van het lokaal bestuur
Olen? (n=597)



INHOUD COMMUNICATIEMONITOR

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

6. CONCLUSIES

Algemene conclusie:

- Zeer goede respons (674 respondenten), **representatieve resultaten**
- Inhoudelijk: **goed tot zeer goed communicatierapport**, met beperkte aandachtspunten

Mediagebruik - algemeen

- 1. **Internetgebruik inwoners** (95%) ligt hoog (Vlaams gemiddelde 93%).
- 2. Intensiteit **gebruik sociale media** (81%) ligt wat hoger dan gemiddeld in Vlaanderen (75%):
 - **Facebook** (81%) en **WhatsApp** (72%) hebben groot bereik bij ruime meerderheid (hoogste score in de benchmark).
 - Ook **YouYube** (46%), **Instagram** (36%) en **Pinterest** (26%) scoren behoorlijk.
 - **Hoplr** bereikt 21% van de bevolking.
 - **Twitter** (7%) en **Snapchat** (14%) zijn niet doorgebroken (tenzij Snapchat bij grote minderheid jongeren).
- 3. Er is bij de bevolking aandacht voor **lokale pers**, en vooral voor RTV (51%) en voor de **klassieke** (gedrukte en online) **dagbladen** (42 tot 46%).

6. CONCLUSIES

Algemene waardering gemeentelijke communicatie

- 4. **Hoge algemene waardering** van de verschillende algemene kwaliteitsindicatoren voor gemeentelijke communicatie (**hoogste scores in benchmark**)
- 5. **Aandachtspunten** bij telkens een beduidende minderheid:
 - 24% stelt onvoldoende info te krijgen over gemeenteraad en college
 - 19% wenst meer info over beleid en toekomstplannen van de gemeente
- 6. Inwoners wensen vooral **meer info over**:
 - **Algemeen**: subsidies en premies en mobiliteit
 - **Vrijetijd**: winkelen, toeristische bezienswaardigheden, verenigingsleven

Onthaal & dienstverlening

- 7. T.o.v. andere gemeenten gemiddeld aantal **onthaalcontacten** (ter plaatse, telefonisch en e-mail)
- 8. Positieve **waardering** (telefoon 7,7/10 en e-mail 7,3/10) tot zeer goede waardering van onthaal (balie: 8,13/10) ; hogere segment in de benchmark. Weinig kritische opmerkingen vanwege respondenten over kwaliteit van onthaal.

CONCLUSIES

Gebruik en waardering algemene kanalen

- 9. Relatief **groot bereik** van zowel digitale als papieren kanalen
 - Drie gemeentelijke **topkanalen**: gemeentelijk infoblad (89%), de gemeentelijke (papieren) nieuwsbrief (77%) en gemeentelijke website (73%)
 - In benchmark haalt Olen hoogste score voor bereik **gemeentelijk infoblad** (89%)
 - Nog goed bereik van **www.slimdoorolen.be** (51%)
 - Matige scores (met bereik grote minderheid) voor bereik **digitale nieuwsbrief SlimdoorOlen.be** (43%), **digitale nieuwsbrief lokaal bestuur** (41%), **lichtkranten** (40%), **jaarverslag** (39%), **Facebookpagina** (37%)
- 10. **Onbekend of ongebruikt** bij ruime meerderheid bevolking:
 - **Instagrampagina** (14%) en **Twitterpagina** (3% - laagste score in benchmark)
 - Hier is evenwel nog **potentieel**: de **digitale kanalen** zijn nog onbekend bij een grote minderheid van de bevolking.
- 11. **Goede waardering** (7+) van bijna alle gemeentelijke kanalen:
 - In de benchmark: **topscore** (8,11/10!) voor waardering **gemeentelijk infoblad**, dat ook de sterkste leesintensiteit heeft in de benchmark. Ook topscore voor **gemeentelijke website** (7,51/10)
 - De meeste andere kanalen tussen 7 en 8/10
 - Kanaal met maar **net voldoende** score (tussen 5 en 6/10): Twitter
 - Veel kritische commentaren op de **lichtkranten**
 - => **Houd het accent op** blijvende aandacht voor de bij de bevolking ruim bekende & gebruikte **topkanalen**, *digitaal én gedrukt én mondeling*.

CONCLUSIES

Markante info bij specifieke kanalen:

- 12. **Website**: 14% voelt zich nog onvoldoende op de hoogte van mogelijkheden **digitale loket**
- 13. Algemeen i.v.m. sociale media: nog veel potentieel voor inzet **Facebook, Whatsapp en Instagram**, gezien reële publieksbereik.

Vrijtijdskanalen

- 14. **Twee belangrijke vrijtijdskanalen**: de winter- en zomerbijlage in de Driehoek (70%) en de UiT-agenda in De Driehoek (63%)
- 15. **Matig maar niettemin reëel bereik** voor de andere vrijtijdskanalen (27% tot 37%)
- 16. Goede **beoordelingsscores** voor de vrijtijdskanalen (tussen 6,9 en 7,92/10). In het hogere segment van de benchmark, incl. hoogste score voor waardering UiT-Agenda in infoblad 7,82/10).

CONCLUSIES

Bewonersvergaderingen:

- 17. 15% **nam** al eens **deel** aan een bewonersvergadering.
- 18. Dit haalt een **waardering** van 6,62/10 (tot nu toe hoogste score in benchmark met 6 andere gemeenten)
- 19. Er klinken nog veel **kritische stemmen** over het al dan niet reële inspraakgehalte en de kwaliteit van die vergaderingen

Tenslotte

- 20. De gemeente heeft in het algemeen een vrij **positief imago** bij haar inwoners (in benchmark: 4^e plaats van de momenteel 11 deelnemende gemeenten).
 - Er zijn geen extreme uitschieters in negatieve of positieve zin
 - Inwoners beleven Olen vooral als gezellig, levendig en sociaal
 - Men ervaart Schoten als een weinig verrassende gemeente, met verkeersdrukte wat weegt op verkeersveiligheid
- 21. Eén inwoner op drie (32%) heeft interesse voor deelname aan **participatie-initiatieven**
- 22. Er zijn verschillende meningen over het **op afspraak komen naar gemeentehuis en boekelhuis**: 18% vindt dit belangrijk, 38% vindt dit interessant maar minder belangrijk, 32% vindt dit niet interessant.

Memori – Thomas More Mechelen

Eric.Goubin@ThomasMore.be

tel. 0476 99 38 66

Twitter: @EricGoubin
LinkedIn: Eric Goubin

www.thomasmore.be