



MEMO

Aan :
T.a.v. :

Afzender : ██████████
Functie : Afdelingshoofd Servicebureau
Onderwerp : Samenvatting onderzoek publicaties weekbladen 2018

Datum : 30 november 2018
Zaak-docnr. : ██████████
Aantal bijlage(n) : Geen
Documentnr. :
Aantal pagina's : 1

Bezoekadres:

Amerikaplein 1

6269 DA Margraten

Servicepunt:

Breusterhof 2

6245 EL Eijsden

Postadres:

Postbus 10

6269 ZG Margraten

tel.: 14043

of: 0031 43 458 8488

fax: 043 458 8400

info@eijsden-margraten.nl

www.eijsden-margraten.nl

IBAN BNG:

NL46BNGH0285148680

BIC: BNGHNL2G

Geachte raads- en commissieleden,

Middels deze memo verzoek ik u kennis te nemen van de samenvatting van het onderzoek dat in Q2 2018 heeft plaatsgevonden door ██████████ student aan Zuyd Hogeschool opleiding commercieel management.

In de commissievergadering van 18 juni 2018 heeft de raad het college verzocht om een terugkoppeling te ontvangen van dit onderzoek. Als bijlage is de samenvatting van dit onderzoek als notitie bijgesloten. Het gehele onderzoek kan opgevraagd worden via communicatie@eijsden-margraten.nl.

Met vriendelijke groet,

Burgemeester en wethouders van Eijsden-Margraten,
Namens dezen,

██████████
Afdelingshoofd Servicebureau ██████████

Notitie publicaties weekbladen en inzet gemeentelijke communicatiekanalen

Na de fusie van de gemeente Eijsden en de gemeente Margraten is besloten om zowel de VIA Eijsden-Margraten als De Etalage aan te houden voor de gemeentelijke publicaties. Op 31 december 2018 verlopen de contracten met beide bladen. De gemeente heeft onderzocht of de contracten verlengd moeten worden. Dit is van een tweetal factoren afhankelijk: 1) lezen inwoners de gemeentepagina in deze bladen; en 2) hoe willen inwoners de gemeente informatie ontvangen. Naast de twee huis-aan-huisbladen is ook onderzoek gedaan naar de effectiviteit van de andere communicatiemiddelen van de gemeente.

Onderzoek

Probleem

In 2017 kostten de VIA Eijsden-Margraten en De Etalage respectievelijk €27.452,- en €24.526 (totaal € 51.978). Voorgaande jaren, en in 2018, was dit bedrag vergelijkbaar. Daarnaast betekent de inzet van beide bladen, dubbele inzet van personele capaciteit van cluster communicatie. Beide bladen worden bezorgd in hetzelfde gebied bij dezelfde adressen met dezelfde informatie. Dit betekent dat inwoners dubbel geïnformeerd worden.

Doel

In de eerste helft van 2018 is de efficiëntie en effectiviteit van de communicatiemiddelen in de gemeente Eijsden-Margraten getoetst. Niet alleen de inzet van de weekbladen is onderzocht, maar alle communicatiemiddelen. Dit onderzoek is uitgevoerd door een student van Hogeschool Zuyd. Het onderzoek geeft antwoord op de vraag welke wensen en behoeften inwoners van onze gemeente hebben ten aanzien van de gebruikte communicatiemiddelen. Ook is er bekeken hoe andere gemeenten communiceren met hun inwoners en welke factoren (financieel en politiek) van invloed zijn op de communicatiemiddelenkeuze in de gemeente Eijsden-Margraten.

Methode

Het onderzoek is uitgevoerd met een steekproef (kwantitatief; enquête) onder 390 inwoners van Eijsden-Margraten (populatie: 24560 inwoners) en een benchmark (kwalitatief; telefonische diepte-interviews) onder 11 gemeenten in Nederland (elk met een populatie van 20.000 tot 30.000 inwoners).

Resultaat

Over het algemeen leest 71,5% De Etalage en 43,6% de VIA Eijsden-Margraten. Inwoners gebruiken daarnaast veel e-mail (79,7%), Facebook (71,8%) en WhatsApp (78,7%). Maas & Mergelland (18,5%), Dichtbij Het Leven (5,9%) en Twitter (14,4%) worden opmerkelijk minder gebruikt.

Uit de steekproef blijkt dat inwoners gemeentelijke informatie denken te vinden via De Etalage (65,6%), de website (61,8%). VIA Eijsden-Margraten (30,5%) en Facebook (30,5%). Het blijkt dat 66,7% van de inwoners de gemeentepagina in De Etalage daadwerkelijk leest. Voor de VIA Eijsden-Margraten is dit 13,4%. 19,9% leest geen van beiden.

Inwoners worden graag op de hoogte gehouden van gemeentelijke informatie via De Etalage (65,6%) en website (61,8%). 30,5% wil graag geïnformeerd worden via Facebook 30,5% via VIA Eijsden-Margraten. 62,8% geeft aan behoefte te hebben aan een e-mailnieuwsbrief.

Uit de benchmark onder andere gemeenten blijkt dat social media steeds meer ingezet wordt door gemeenten. Het gebruik hiervan stijgt, voornamelijk onder de oudere doelgroep. Gemeentepagina's worden fors minder gebruikt.

Conclusies

VIA Eijsden-Margraten concurreert met het weekblad De Etalage. Beide bladen worden op dezelfde dag bezorgd en bevatten dezelfde informatie. Gekeken naar de kosten, lezersaantallen en bezorging, presteert de Etalage het best. Uitgangspunt van de gemeente is dat opdrachten uitbesteed worden aan lokale bedrijven. De Etalage voldoet hieraan (in tegenstelling tot de VIA Eijsden-Margraten). Gebaseerd op deze feiten én de onderzoekresultaten zoals hierboven beschreven, wordt geadviseerd de VIA Eijsden-Margraten te schrappen en de publicaties in De Etalage voort te zetten. Het nadeel

van De Etalage is dat zij niet meegaat in de digitale ontwikkelingen. Hier ligt echter wel de focus voor de toekomst voor de gemeente Eijsden-Margraten.

Wat betreft online media wordt de ontwikkeling van een e-mailnieuwsbrief aanbevolen. Ook social media zijn onderdeel van de online media. LinkedIn heeft potentie en kan incidenteel worden ingezet (vacatures, informatie voor ondernemers). De jongere doelgroep heeft behoefte aan een live-chat (inzet Whats App voor bedrijven). Voor Twitter wordt geadviseerd om het kanaal af te schaffen. Ondanks dat het gebruik van Twitter binnen andere gemeenten hoog is, wordt het door slechts 3,1% van onze inwoners gebruikt voor gemeentelijke informatie.

Daarnaast wordt de afschaffing van Maas & Mergelland en Dichtbij het Leven voorgesteld. Beide kanalen worden weinig gebruikt en brengen veel kosten met zich mee. Betreft Dichtbij het Leven is herpositioneren ook een optie omdat Dichtbij Het Leven hoog gewaard wordt binnen de organisatie. Daarnaast is de positionering naar de inwoners in het verleden niet succesvol genoeg verlopen. Vanuit de wet moet Maas en Mergelland als plaatselijke informatiebron aangehouden worden. Daarom wordt geadviseerd om hier een traject ter verbetering op te zetten.

Hoe nu verder?

Op basis van dit onderzoek en de afspraken in het bestuursakkoord wordt het contract met Via Eijsden-Margraten opgezegd. Met De Etalage worden nieuwe contractafspraken gemaakt voor de komende jaren.

Cluster Communicatie onderzoekt of de overige aanbevelingen van het onderzoek overgenomen kunnen worden en doet najaar 2018 een voorstel aan de portefeuillehouder, het MO, het DO en het college van B&W.

Opgesteld door: [REDACTED] communicatieadviseur gemeente Eijsden-Margraten

Datum: donderdag 28 juni 2018

Versie 1.2