Moventem
Onderzoek | Advisering | Procesbegeleiding



Rapportage
Positionering gemeente Berkelland

Gemeente Berkelland

Moventem
Onderzoek | Advisering | Procesbegeleiding



Definitief
Datum: 20 september 2021
Projectnummer: 14054

Auteurs:
Luc Oonk, Senior onderzoeker
Michel Hartemink, Onderzoeker

Moventem BV
T 0575 84 3738
E info@moventem.nl
W www.moventem.nl

Moventem werkt conform de Gedragscode voor Onderzoek & Statistiek van de Nederlandse Marktonderzoek Associatie (MOA) en mag het Fair Data Keurmerk voeren, waarmee wordt aangetoond dat op verantwoorde wijze met data en persoonsgegevens wordt omgaan. Tevens is Moventem aangesloten bij de Europese Vereniging voor Marktonderzoek (ESOMAR) en wordt voldaan aan de Internationale Code voor Markt- en sociaalwetenschappelijk onderzoek. Dit rapport is met grote zorg samengesteld. Desondanks kan het voorkomen dat informatie fout en/of onvolledig is. Moventem is niet aansprakelijk voor enige directe of indirecte schade die zou kunnen ontstaan door het gebruik van de aangeboden informatie.

MOA
Center for Information Based Decision Making & Marketing Research

ESOMAR WORLD RESEARCH ESOMAR MEMBER

Inhoudsopgave

Management Samenvatting **Pagina 4**

1 Inleiding **Pagina 6**
1.1 Onderzoeksopzet Pagina 7

2 Resultaten **Pagina 8**
2.1 Positionering voor ondernemers Pagina 9
2.2 Positionering voor inwoners Pagina 13
2.3 Positionering voor toeristen Pagina 16

3 Bijlagen **Pagina 19**
Bijlage I Achtergrondvariabelen Pagina 20
Bijlage II Onderzoeksverantwoording Pagina 21

Moventem
Onderzoek | Advisering | Procesbegeleiding

Management Samenvatting



Positionering voor ondernemers
De respondenten noemen AANPAKKERS! (20%) en BEREIKBAAR (19%) het vaakst als voorkeuroptie om Berkelland te positioneren om ondernemers aan te trekken en/of te behouden. Daarna worden BETROUWBAAR (16%) en RUIMTE (16%) het vaakst genoemd. BETAALBAAR (6%) wordt het minst vaak genoemd. 11% weet het niet of heeft geen mening.

De respondenten noemen bij de optie AANPAKKERS! het vaakst 'Passend bij Berkelland' (42%) als eis waaraan de positionering voldoet. Bij de optie DICHTBIJ worden 'Relevant' (37%) en 'Haalbaar' (35%) het vaakst genoemd. Bij de optie RUIMTE worden 'Haalbaar' (36%), 'Passend bij Berkelland' (35%) en 'Relevant' (34%) het vaakst genoemd en bij de optie BETAALBAAR is dat 'Haalbaar' (34%). Bij BEREIKBAAR worden 'Relevant' (38%) en 'Haalbaar' (37%) het vaakst genoemd en bij BETROUWBAAR is dit 'Passend bij Berkelland' (40%).

Positionering voor inwoners
De respondenten noemen RUIMTE (34%) en WARMTE (31%) het vaakst als voorkeuroptie om Berkelland te positioneren om inwoners aan te trekken en/of te behouden. WAAR JE MEETELT (14%) en VEILIGHEID (14%) worden het minst vaak genoemd. 6% weet het niet of heeft geen mening.

De respondenten noemen bij de optie WARMTE! het vaakst 'Passend bij Berkelland' (46%) als eis waaraan de positionering voldoet. Bij de optie WAAR JE MEETELT wordt 'Relevant' (40%) het vaakst genoemd. Bij de optie RUIMTE wordt 'Passend bij Berkelland' (44%) het vaakst genoemd en bij de optie BETAALBAAR zijn dat 'Relevant' (36%) 'Passend bij Berkelland'(35%) en 'Haalbaar' (34%).

Positionering voor toeristen
De respondenten noemen DÉ PLEK VOOR AVONTUUR! (34%) en DE MOOISTE PLATTELANDSMONUMENTEN (33%) het vaakst als voorkeuroptie om Berkelland te positioneren om toeristen aan te trekken en/of te behouden. HET LEUKSTE DAGJE UIT (22%) wordt het minst vaak genoemd. 12% weet het niet of heeft geen mening.

De respondenten noemen bij de optie DÉ PLEK VOOR AVONTUUR! het vaakst 'Passend bij Berkelland' (38%) als eis waaraan de positionering voldoet. Bij de optie HET LEUKSTE DAGJE UIT worden 'Haalbaar' (38%) en 'Passend bij Berkelland' (36%) het vaakst genoemd. Bij de optie DE MOOISTE PLATTELANDSMONUMENTEN wordt 'Passend bij Berkelland' (47%) het vaakst genoemd.

Moventem
Onderzoek | Advisering | Procesbegeleiding

Inleiding

1.1 Onderzoeksopzet

In opdracht van gemeente Berkelland heeft Moventem een onderzoek naar de positionering van de gemeente uitgevoerd onder de 1.474 leden van het inwonerpanel Berkelland Spreekt. Daarnaast is er een uitnodigingsmail verstuurd naar verschillende (toeristische)ondernemers in de gemeente en is er een open link gedeeld in een aantal Ondernemersverenigingen in de Berkellandse kernen.

De inwoners en ondernemers hebben de mogelijkheid gehad om de vragenlijst in te vullen tussen 27 juli en 15 augustus 2021. Via social media is gewezen op het onderzoek. Er is 1 keer een reminder verstuurd, aan iedereen waarvan nog geen ingevulde vragenlijst was ontvangen.

Het onderzoek is een vervolg op de peiling van Berkelland Spreekt naar de identiteit van Berkelland. Deze onderzoeken maken deel uit van het project profilering van Berkelland en leveren de basis voor het ‘Merkpaspoort Berkelland’.

In totaal hebben 411 panelleden de vragenlijst volledig ingevuld. Een respons rate van 28%. Via de uitnodigingsmail hebben 31 ondernemers deelgenomen aan het onderzoek. Via de open link die is gedeeld in een aantal ondernemersverenigingen hebben 28 ondernemers deelgenomen. Hiermee ligt de totale respons op 470 respondenten.

Met het aantal respondenten (470) kunnen met een betrouwbaarheid van 95% en een foutmarge van 4,49% uitspraken worden gedaan over de populatie. De resultaten van dit onderzoek worden in het voorliggende document beschreven door middel van diagrammen en tabellen.

Door routes in de vragenlijst en vragen waarbij meer antwoorden mogelijk zijn, kan het voorkomen dat het aantal respondenten en/of het aantal antwoorden niet overal gelijk is in deze rapportage. Om deze redenen wordt ter volledigheid bij de resultaten aangeven hoeveel respondenten (‘n’) de betreffende vraag hebben beantwoord. Door afrondingsverschillen telt niet alles op tot 100%. Bij sommige vragen konden respondenten meer antwoorden geven. Het totale percentage komt dan hoger dan 100% te liggen.

In bijlage 1 van deze rapportage staan de achtergrondgegevens van de respondenten weergegeven. Deze bijlage is aan het einde van deze rapportage te vinden.

In bijlage 2 van deze rapportage wordt nader ingegaan op de betrouwbaarheid, nauwkeurigheid en representativiteit van de resultaten. Deze bijlage is aan het einde van deze rapportage te vinden.

Er is een aantal open vragen gesteld aan de respondenten. Alle open antwoorden worden getoond in ‘Bijlagenboek bij Rapportage Positionering gemeente Berkelland’

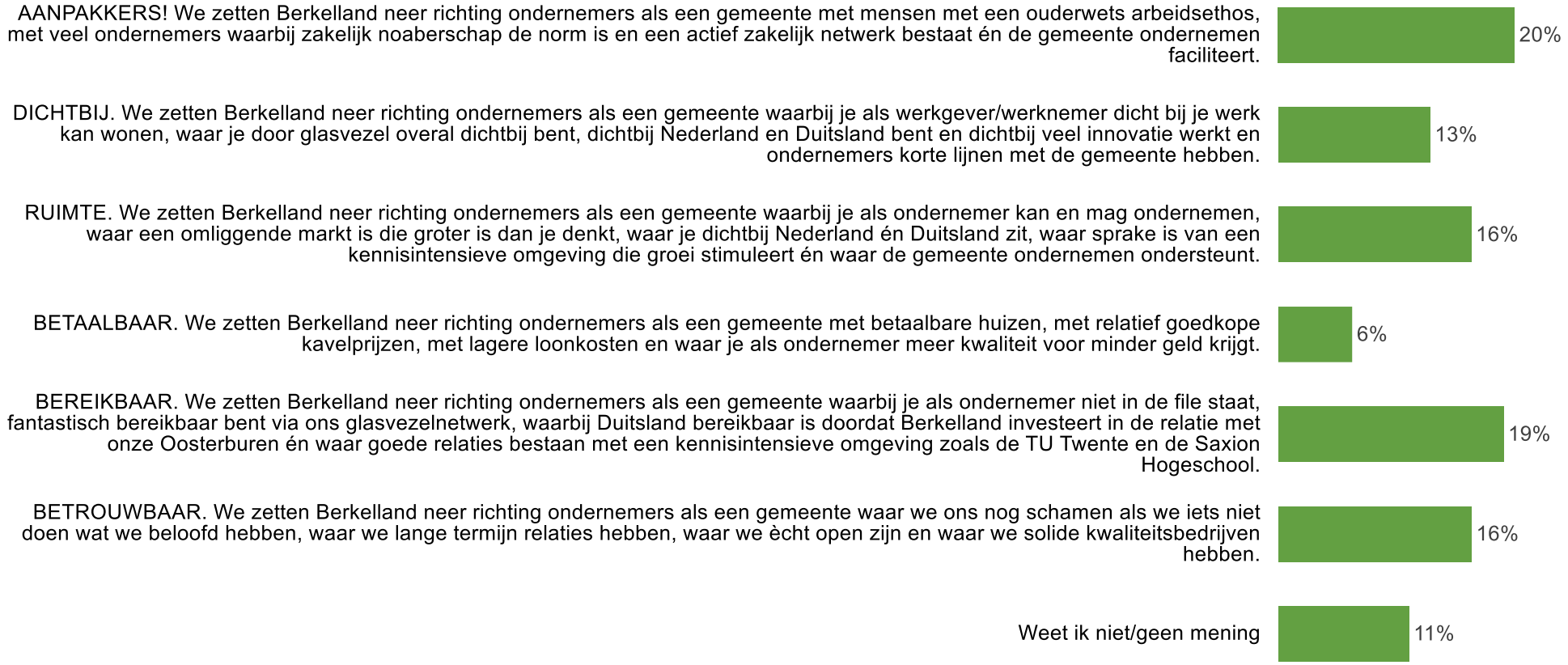
Moventem
Onderzoek | Advisering | Procesbegeleiding

Resultaten



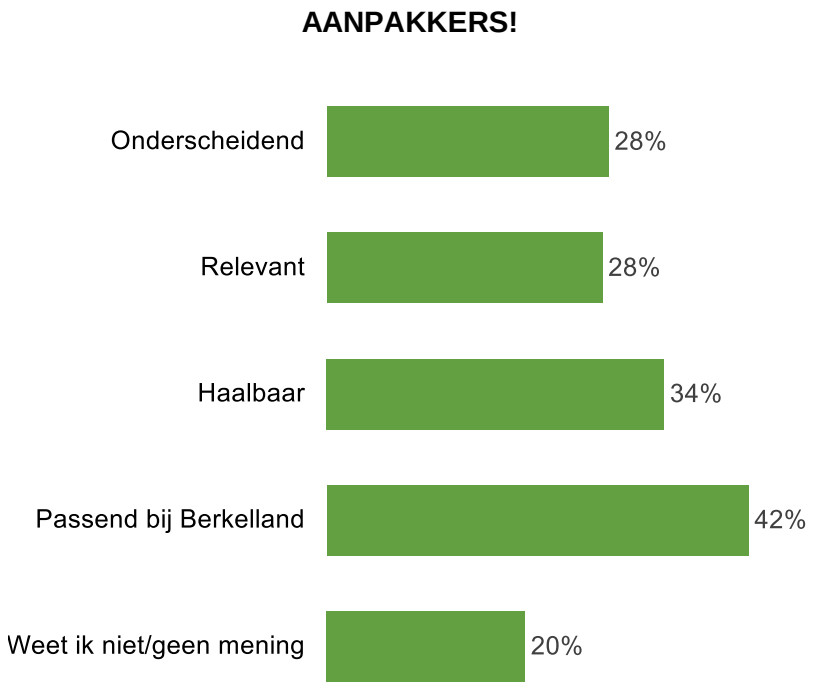
2.1 Positionering voor ondernemers

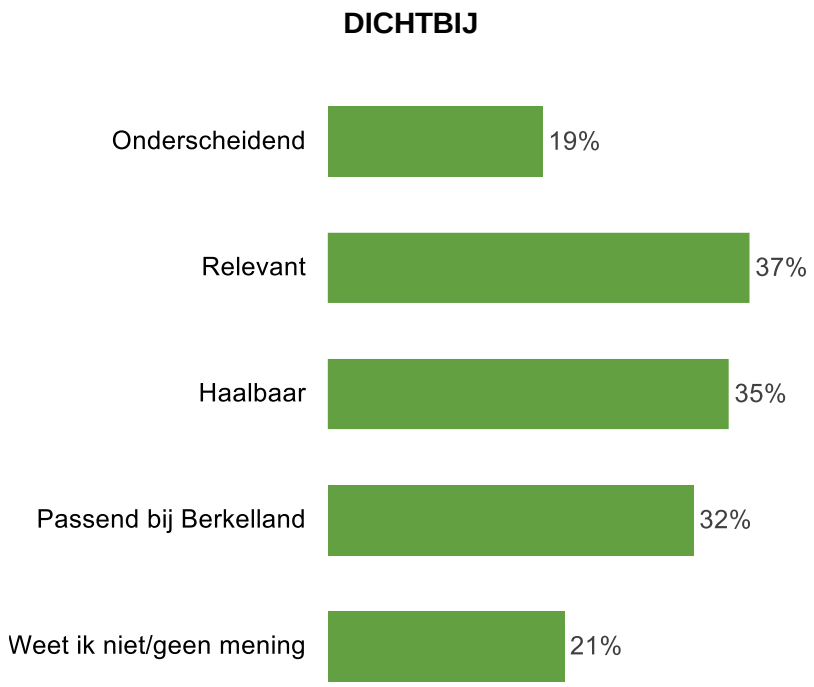
Op basis van onder andere interviews heeft de gemeente een set van opties ontwikkeld om Berkelland te positioneren om ondernemers aan te trekken en/of te behouden. Welke heeft uw voorkeur? (n=470)



2.1 Positionering voor ondernemers

De positionering van de gemeente Berkelland moet voldoen aan ten minste VIER eisen: onderscheidend (ten opzichte van andere gemeenten), relevant (voor de groep op wie Berkelland zich richt, bijvoorbeeld ondernemers uit omliggende gemeenten), haalbaar (door en binnen de gemeente Berkelland) en passend bij de identiteit van Berkelland. Klik s.v.p. per positionering de eisen aan waarvan u vindt dat de positionering daaraan voldoet. (meer antwoorden mogelijk) (n=470)

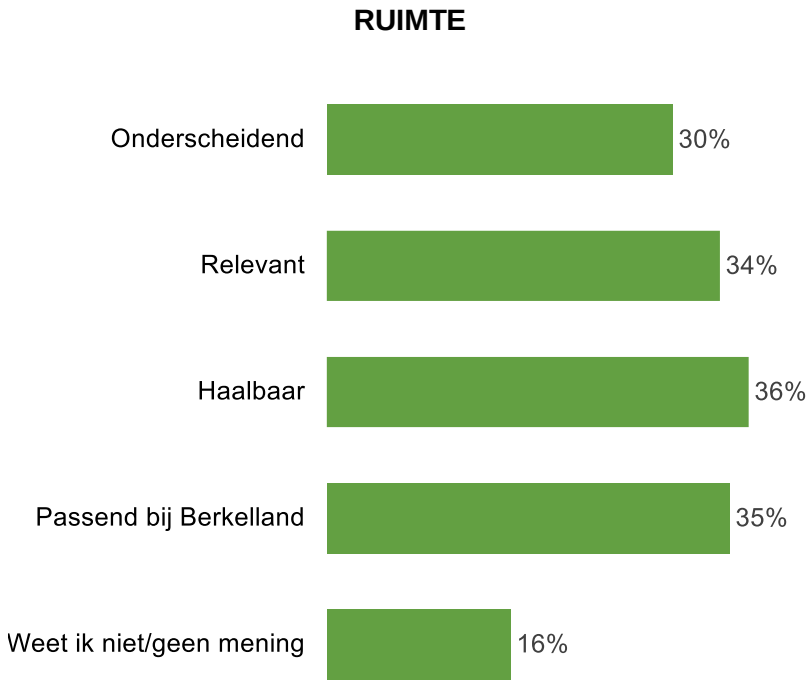


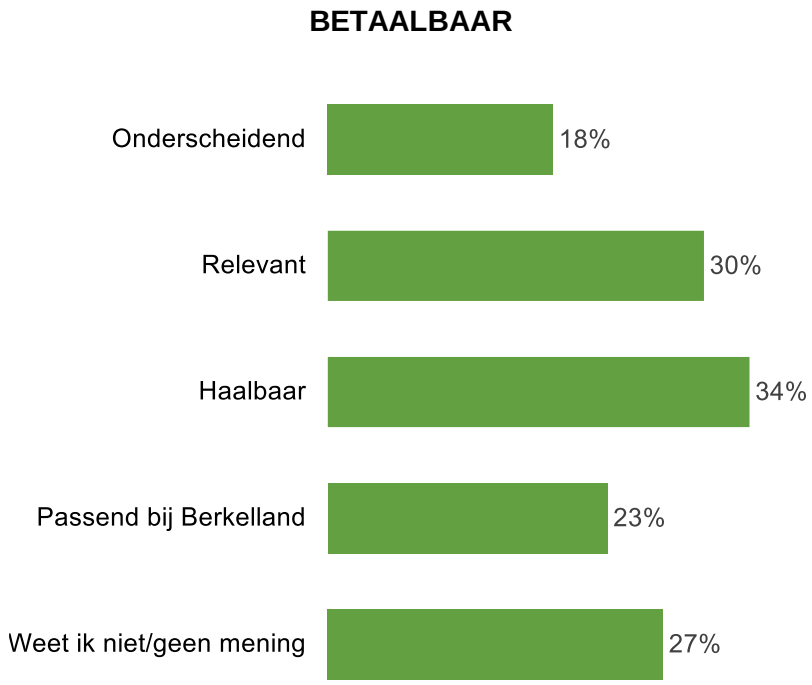


De respondenten noemen bij de optie AANPAKKERS! het vaakst ‘Passend bij Berkelland’ (42%) als eis waaraan de positionering voldoet. Bij de optie DICHTBIJ worden ‘Relevant’ en ‘Haalbaar’ het vaakst genoemd.

2.1 Positionering voor ondernemers

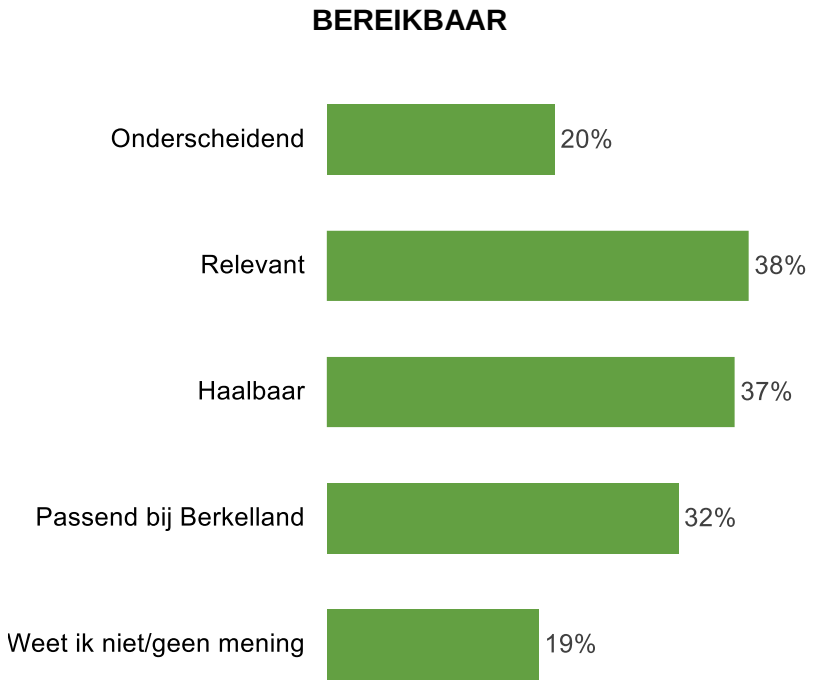
De positionering van de gemeente Berkelland moet voldoen aan ten minste VIER eisen: onderscheidend (ten opzichte van andere gemeenten), relevant (voor de groep op wie Berkelland zich richt, bijvoorbeeld ondernemers uit omliggende gemeenten), haalbaar (door en binnen de gemeente Berkelland) en passend bij de identiteit van Berkelland. Klik s.v.p. per positionering de eisen aan waarvan u vindt dat de positionering daaraan voldoet. (meer antwoorden mogelijk) (n=470)

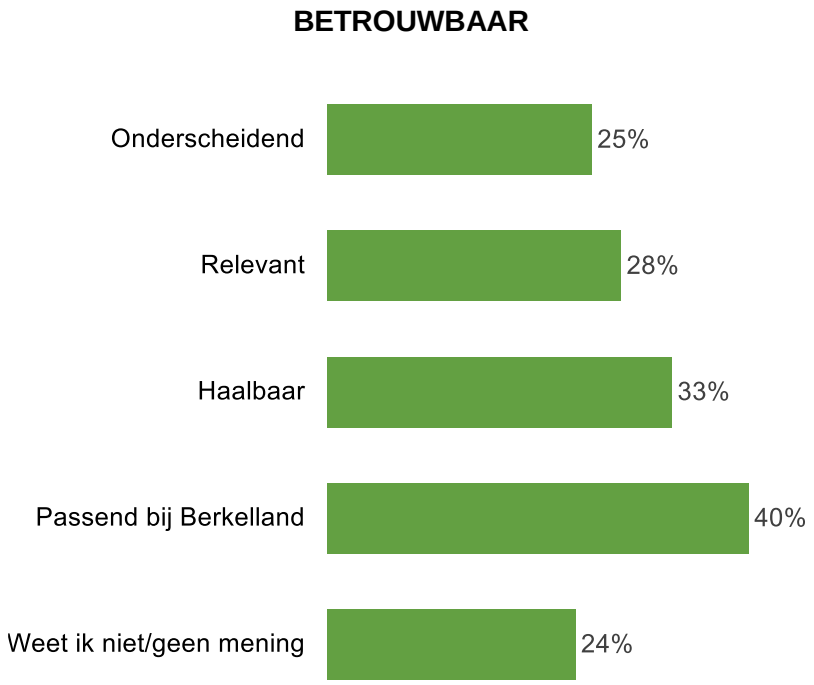




2.1 Positionering voor ondernemers

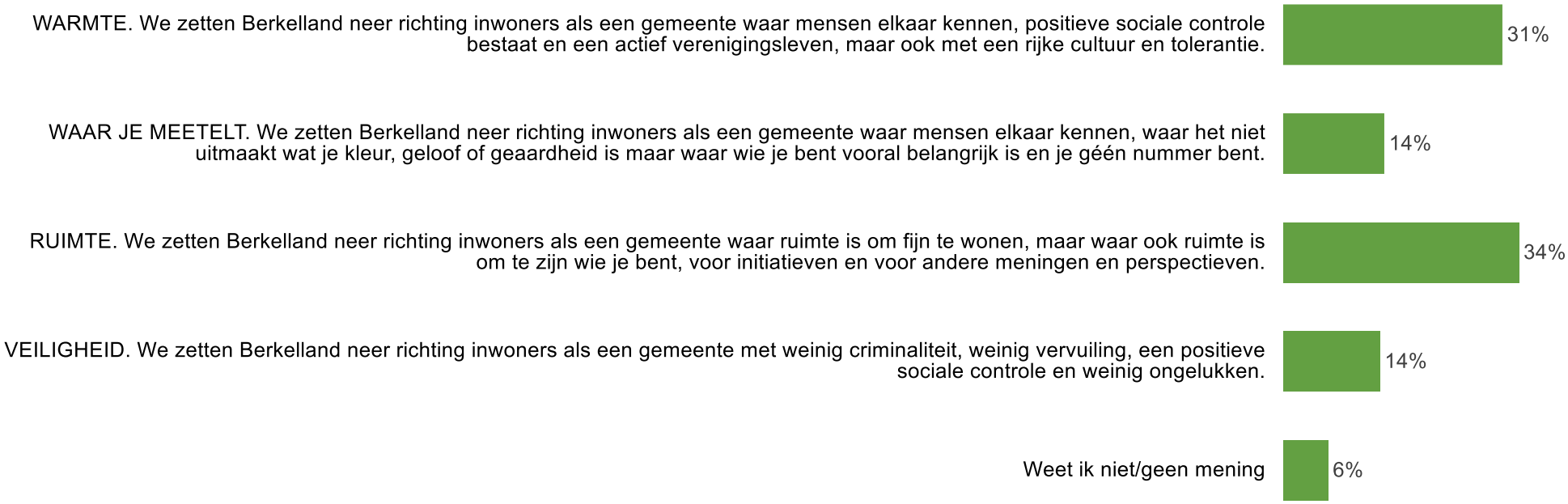
De positionering van de gemeente Berkelland moet voldoen aan ten minste VIER eisen: onderscheidend (ten opzichte van andere gemeenten), relevant (voor de groep op wie Berkelland zich richt, bijvoorbeeld ondernemers uit omliggende gemeenten), haalbaar (door en binnen de gemeente Berkelland) en passend bij de identiteit van Berkelland. Klik s.v.p. per positionering de eisen aan waarvan u vindt dat de positionering daaraan voldoet. (meer antwoorden mogelijk) (n=470)





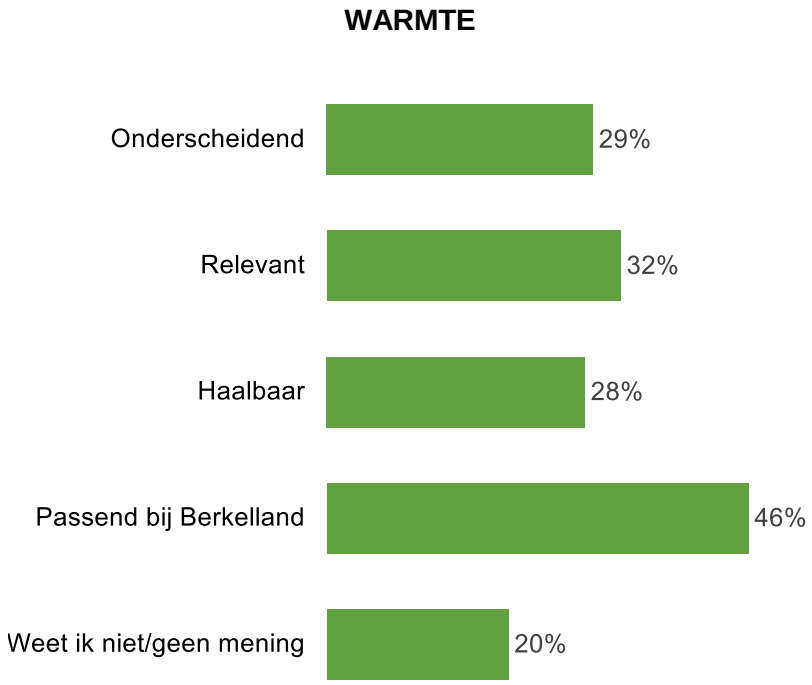
2.2 Positionering voor inwoners

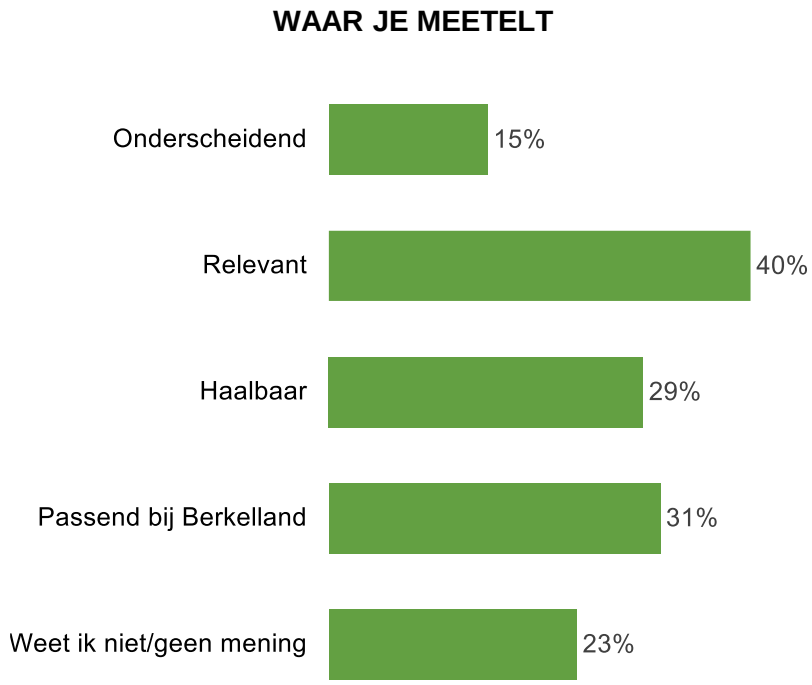
Op basis van onder andere interviews hebben we een set van opties ontwikkeld om Berkelland te positioneren om inwoners aan te trekken en/of te behouden. Welke heeft uw voorkeur? (n=470)



2.2 Positionering voor inwoners

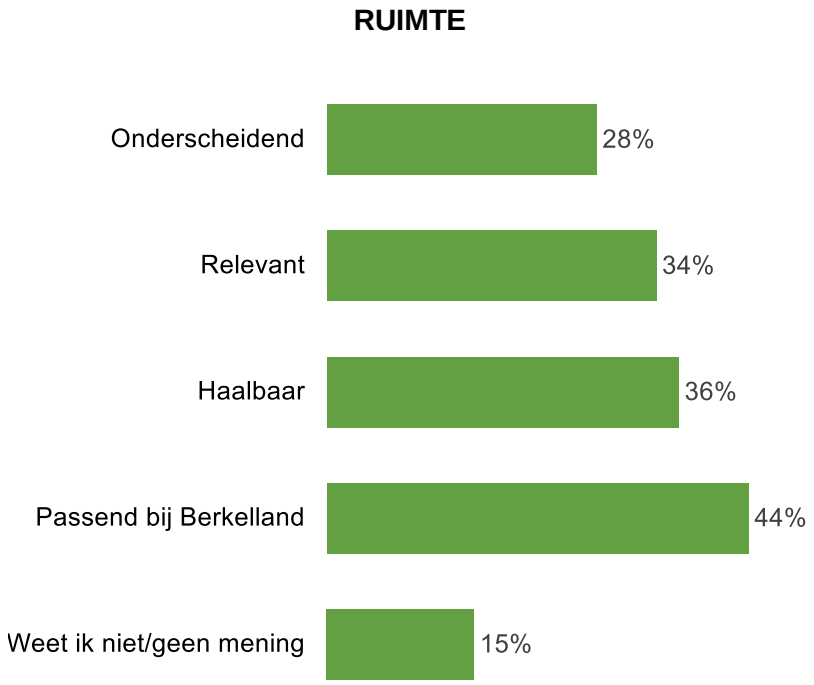
De positionering van gemeente Berkelland moet voldoen aan ten minste VIER eisen: onderscheidend (ten opzichte van andere gemeenten), relevant (voor de groep op wie Berkelland zich richt, bijvoorbeeld inwoners uit omliggende gemeenten), haalbaar (door en binnen de gemeente Berkelland) en passend bij de identiteit van Berkelland. Klik s.v.p. per positionering de eisen aan waarvan u vindt dat de positionering daaraan voldoet. (meer antwoorden mogelijk) (n=470)

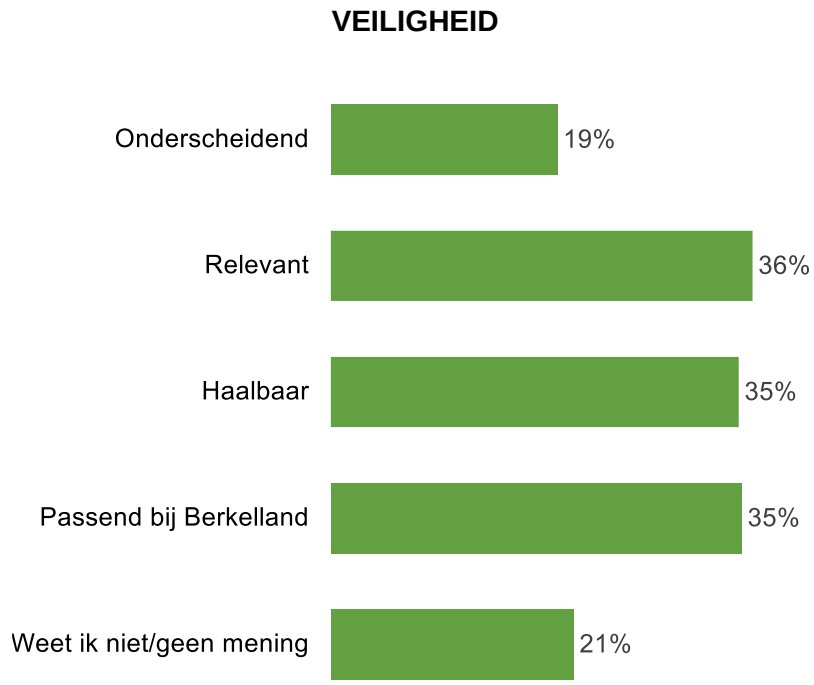




2.2 Positionering voor inwoners

De positionering van gemeente Berkelland moet voldoen aan ten minste VIER eisen: onderscheidend (ten opzichte van andere gemeenten), relevant (voor de groep op wie Berkelland zich richt, bijvoorbeeld inwoners uit omliggende gemeenten), haalbaar (door en binnen de gemeente Berkelland) en passend bij de identiteit van Berkelland. Klik s.v.p. per positionering de eisen aan waarvan u vindt dat de positionering daaraan voldoet. (meer antwoorden mogelijk) (n=470)





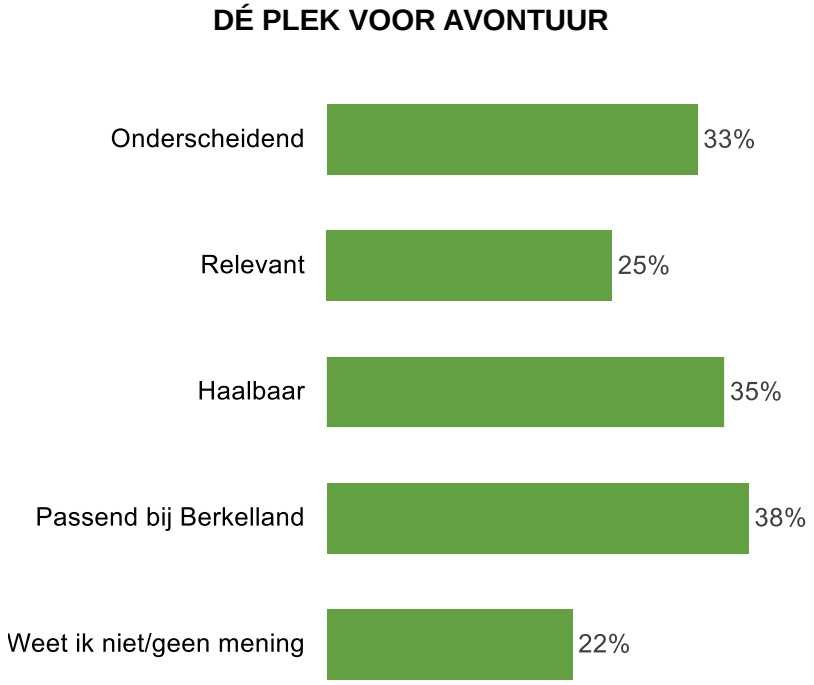
2.3 Positionering voor toeristen

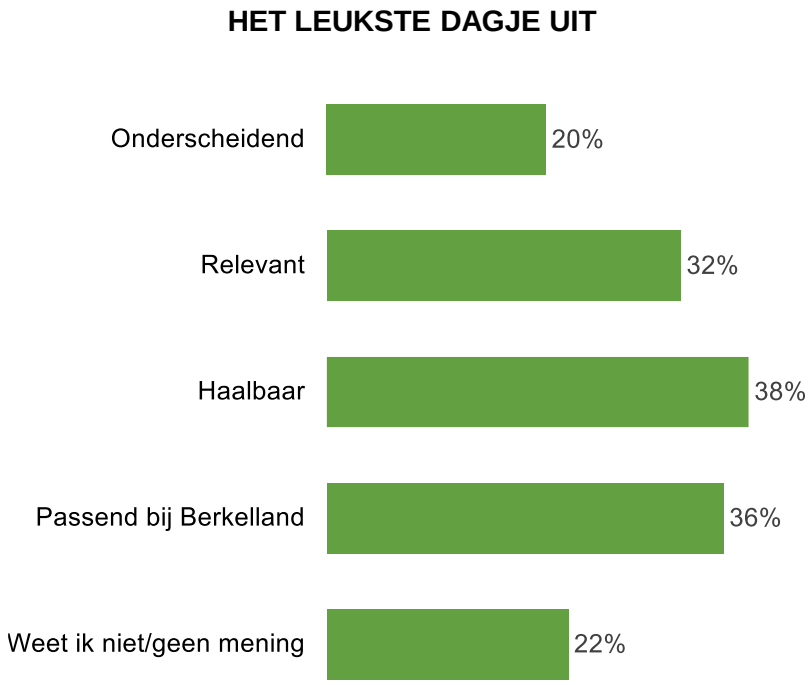
Op basis van onder andere interviews hebben we een set van opties ontwikkeld om Berkelland te positioneren om toeristen aan te trekken en/of te behouden. Welke heeft uw voorkeur? (n=470)



2.3 Positionering voor toeristen

De positionering van gemeente Berkelland moet voldoen aan ten minste VIER eisen: onderscheidend (ten opzichte van andere gemeenten), relevant (voor de groep toeristen op wie Berkelland zich richt), haalbaar (door en binnen de gemeente Berkelland) en passend bij de identiteit van Berkelland. Klik s.v.p. per positionering de eisen aan waarvan u vindt dat de positionering daaraan voldoet. (meer antwoorden mogelijk) (n=470)

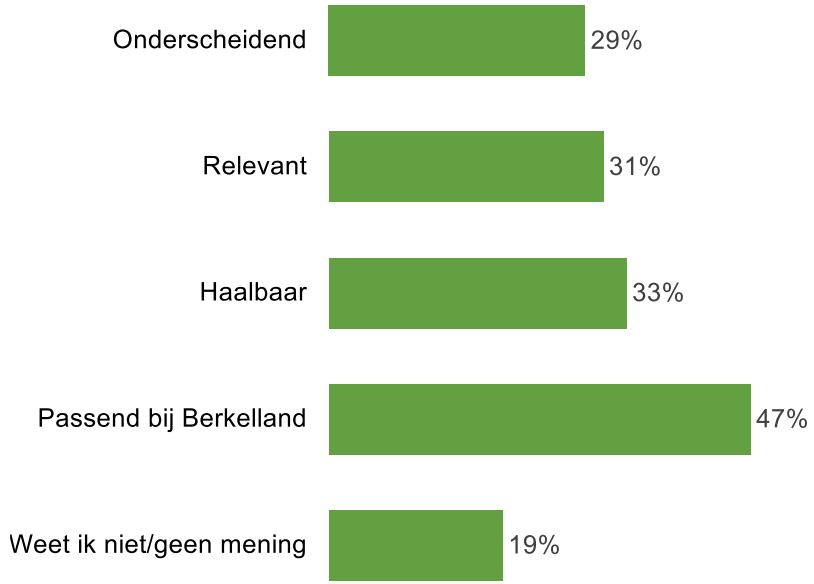




2.3 Positionering voor toeristen

De positionering van gemeente Berkelland moet voldoen aan ten minste VIER eisen: onderscheidend (ten opzichte van andere gemeenten), relevant (voor de groep toeristen op wie Berkelland zich richt), haalbaar (door en binnen de gemeente Berkelland) en passend bij de identiteit van Berkelland. Klik s.v.p. per positionering de eisen aan waarvan u vindt dat de positionering daaraan voldoet. (meer antwoorden mogelijk) (n=470)

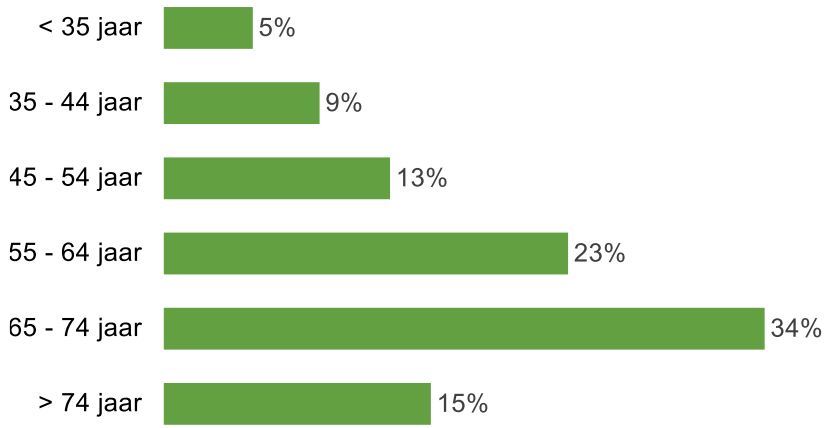
DE MOOISTE PLATTELANDSMONUMENTEN



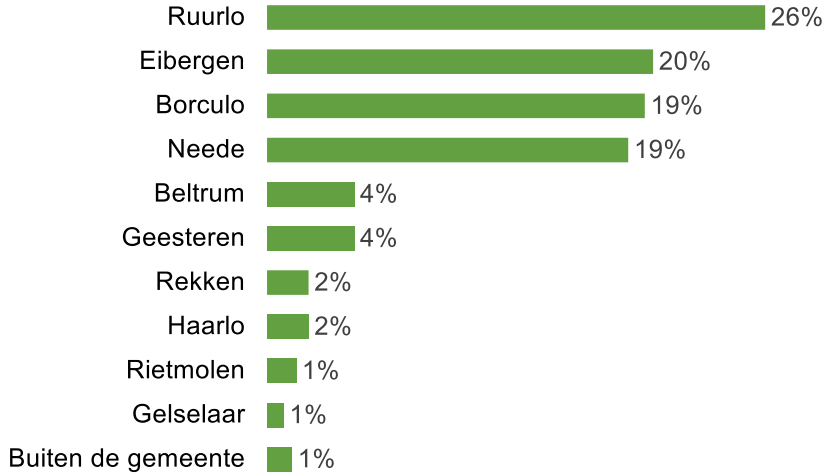
Moventem
Onderzoek | Advisering | Procesbegeleiding

Bijlagen

Leeftijd (n=470)

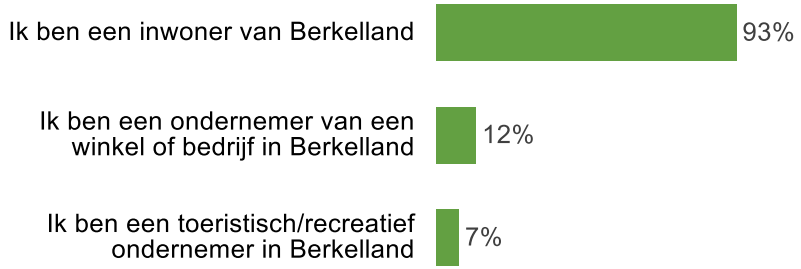


Woonplaats (n=470)

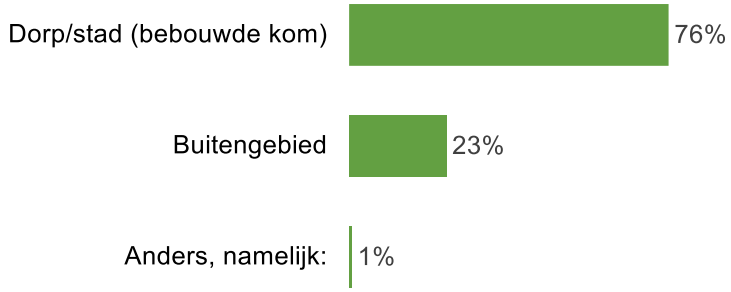


Bent u een inwoner of een ondernemer in de gemeente Berkelland? (n=470)

Meer antwoorden mogelijk



Bent u woonachtig in een dorp/stad of in het buitengebied? (n=470)



Binnen dit panelonderzoek zijn de resultaten gewogen naar leeftijd. Hiermee zijn de resultaten gecorrigeerd om de mogelijke invloed van de niet geheel representatieve steekproef weg te nemen. Op deze en de volgende pagina staan ongewogen resultaten. De rest van de rapportage zal gewogen resultaten bevatten. Meer informatie over de weging staat in bijlage 2 weergegeven.

Betrouwbaarheid en nauwkeurigheid

Elke steekproef geeft afwijkingen ten opzichte van de werkelijkheid, maar de uitkomsten moeten een zo goed mogelijk beeld geven van de populatie. In kwantitatief onderzoek is het gebruikelijk om te spreken van een statistisch betrouwbaar verschil, als de afwijking zo groot is dat deze niet door toeval wordt veroorzaakt. Het betrouwbaarheidsniveau is gedefinieerd als 1 (100%) minus het significantieniveau. Het is gangbaar uit te gaan van een significantieniveau van 5%. Dan is er sprake van een betrouwbaarheidsniveau van 95%. Dat wil zeggen dat, als het onderzoek op dezelfde wijze en op hetzelfde moment zou worden herhaald, de uitkomsten in 95% van de gevallen hetzelfde beeld zouden geven.

De nauwkeurigheid (uitgedrukt in foutmarge) geeft het gebied van waarden aan, waarbinnen de werkelijke waarde in de populatie ligt. Een foutmarge van bijvoorbeeld 5%, betekent dat de werkelijke waarde van de totale populatie 5% hoger of lager kan liggen dan de waarde van de steekproef. Concreet: indien een onderzoeksuitkomst van de steekproef aangeeft dat 50% van de respondenten een rapportcijfer 8 geeft voor een bepaald aspect, dan ligt dit percentage in werkelijkheid maximaal 5% boven of 5% onder deze 50%, ofwel tussen de 45% en 55%. Een foutmarge van 5% is gangbaar en algemeen geaccepteerd bij (statistisch) kwantitatief onderzoek.

Met het omvangrijke aantal respondenten dat heeft deelgenomen (470) kunnen met 95% betrouwbaarheid en 4,49% nauwkeurigheid uitspraken worden gedaan op een algemeen niveau. De hoge betrouwbaarheid en nauwkeurigheid maken de data geschikt voor verdere analyses.

Weging

Binnen dit panelonderzoek zijn de resultaten gewogen naar leeftijd. Hiermee zijn de resultaten gecorrigeerd om de mogelijke invloed van de niet geheel representatieve steekproef weg te nemen. Dit is een gangbare werkwijze in statistisch kwantitatief onderzoek. Personen in ondervertegenwoordigde groepen krijgen een gewicht groter dan 1 en tellen relatief zwaarder mee in het totaalresultaat, personen in groepen met een oververtegenwoordiging krijgen een gewicht kleiner dan 1.

Vanwege de ondervertegenwoordiging van respondenten tussen de 35 en 44 jaar, krijgt een respondent uit deze groep bijvoorbeeld weegfactor 1,25 en een respondent tussen de 55 en 64 jaar (die oververtegenwoordigd is) weegfactor 0,81. Weegfactoren mogen niet te groot zijn (een groep in een steekproef met een aandeel van bijvoorbeeld 5%, kan niet worden ‘opgeblazen’tot 50%). Doorgaans wordt een maximale weegfactor van 5 en een minimale weegfactor van 0,5 gehanteerd.

Door de weging zijn de resultaten representatief over leeftijd.