Raadsmededeling openbaar

Nummer	:	133-2025
Datum	:	29 oktober 2025
B&W datum	:	4 november 2025
Beh. Ambtenaar	:	G. Graven
Portefeuillehouder	:	mr. A.B. Stapelkamp
Onderwerp	:	Raadsmededeling gemeentemarketing en resultaten onderzoek 'U spreekt'

Aanleiding:

In 2024 ontving de raad de verkennende notitie over gemeentemarketing (raadsmededeling 49-2024). Daarbij is toegezegd de raad in het derde kwartaal van 2025 te informeren over de stand van zaken. Deze mededeling geeft invulling aan die toezegging.
Na overleg met de agendacommissie is besloten de raadsmededeling te verschuiven naar het vierde kwartaal, zodat deze gelijktijdig kan worden behandeld met de dienstverleningsvisie en het communicatiebeleidsplan.

Inhoud mededeling:

Kernboodschap: Gemeentemarketing versterkt het imago van Aalten, vergroot de zichtbaarheid van inwoners, ondernemers en lokale initiatieven en trekt bezoekers en bedrijven aan. De huidige focus ligt op het ondersteunen van bestaande initiatieven binnen het beschikbare budget.

1. Wat verstaan we onder gemeentemarketing in gemeente Aalten?

Gemeentemarketing is het instrument waarmee we gemeente Aalten op een onderscheidende en aantrekkelijke manier presenteren bij inwoners, bezoekers, bedrijven en samenwerkingspartners. Het doel: het imago van de gemeente versterken, niet alleen als toeristische bestemming, maar ook als prettige en ondernemende plek om te wonen, werken en leven. Toerisme is een belangrijke invalshoek, maar als het even kan ook in samenhang met andere gemeentelijke doelen. Ze versterken elkaar in de praktijk.
Effectieve gemeentemarketing vraagt om keuzes; welke thema's zetten we voorop en welke doelgroepen krijgen prioriteit? De raad deelde hierover ideeën tijdens de oordeelsvormende vergadering van 14 mei 2024.
De kernwaarden Actief & Ondernemend, Sociaal & Gastvrij en Groen & Duurzaam vormen de basis van onze marketingactiviteiten. Ze vertalen de bestuurlijke waarden duurzaam, daadkrachtig en dichtbij naar communicatie en profilering. Via gemeentemarketing maken we deze waarden zichtbaar, versterken we lokale initiatieven en creëren we ambassadeurs voor Aalten.
Aalten bestaat uit drie kernen, elk met een eigen karakter:

- **Dinxperlo:** grensbeleving en weekmarkt
- **Bredevoort:** historisch centrum en culturele initiatieven
- **Aalten:** Nationaal Onderduikmuseum en gevarieerd evenementenaanbod

Voor inwoners en ondernemers liggen kansen per kern anders. Daarom werken we gebiedsgericht, altijd in samenhang met andere gemeentelijke opgaven. Gemeentemarketing is verbonden met

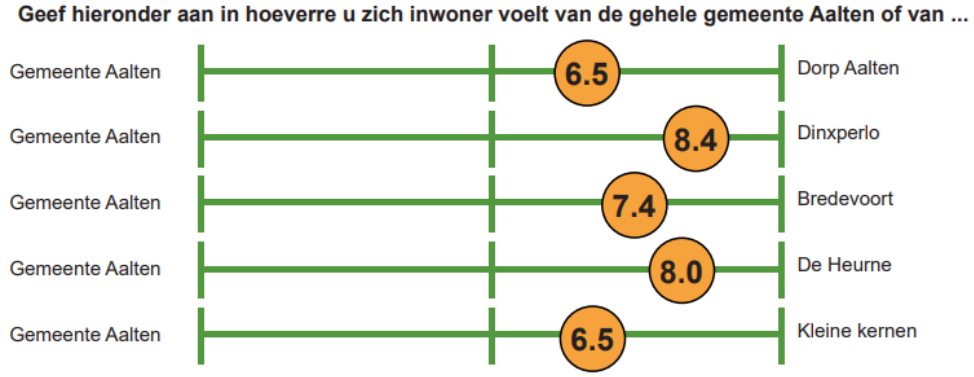
beleidsterreinen zoals economie, toerisme, leefbaarheid en communicatie. Dit vraagt om samenwerking, afstemming en een integrale aanpak.

2. Resultaten onderzoek ‘U Spreekt’ (dec. 2024 – jan. 2025)

Ruim 500 inwoners vulden een enquête in over imago en communicatie van Aalten. Het onderzoek besloeg vier thema’s: wonen, werken en ondernemen, recreatie en toerisme, en communicatie.

Wonen

Respondenten associëren Aalten vooral met groen, rust, gemoedelijkheid en ruimte. Positief worden de leefomgeving, de hechte gemeenschap en rust genoemd; aandachtspunten zijn beperkte voorzieningen, woningtekort en sociale geslotenheid. Inwoners identificeren zich sterker met hun kern (Aalten, Dinxperlo, De Heurne) dan met de gemeente als geheel. Over het promoten van wonen is de mening verdeeld; oudere inwoners zien hier vaker het nut van in.



Werken en ondernemen

Kenmerken van werken in Aalten zijn stabiele werkgelegenheid, korte reistijden en beperkt aanbod voor hoger opgeleiden. Ongeveer een kwart werkt of onderneemt in de gemeente, vooral in de kern Aalten of op het bedrijventerrein. Driekwart is positief over Aalten als werklocatie, met goede bereikbaarheid als sterk punt. Respondenten vinden ondernemen iets vaker promotie waard dan werken. Oudere respondenten zien vaker het nut van promotie van werk, jongere respondenten iets minder.

Recreatie en toerisme

Respondenten koppelen recreatie en toerisme aan campings, fietsen, natuur en evenementen. Bredevoort wordt gezien als boekenstad en historisch stadje, Dinxperlo vanwege de markt en ligging bij Duitsland, Aalten door het centrum en gezelligheid. Unieke kenmerken zijn natuur, ligging, hechte gemeenschap en voldoende evenementen. Bezoekers komen vooral voor boodschappen, horeca, familiebezoek en recreatie. Jongere respondenten geven de voorkeur aan promotie van horeca en evenementen, ouderen aan cultuur en natuur. Het Nationaal Onderduikmuseum is het meest bezocht door respondenten.

Communicatie

Veel respondenten volgen gemeentelijk nieuws via Aalten Vooruit, De Band of de gemeentepagina’s online. Ouderen gebruiken vaker de papieren gemeentepagina’s, jongeren sociale media. De gemeentepagina’s krijgen gemiddeld een 7,3; weinig respondenten missen informatie of vinden informatie overbodig. Via sociale media verwachten inwoners vooral praktische en actuele informatie over evenementen, wegafsluitingen en lokale voorzieningen. Twee op de drie inwoners bezochten in het afgelopen jaar de gemeentelijke website; ruim een vijfde ook websites van lokale VVV’s.

Opmerking

Het onderzoek richtte is voornamelijk ingevuld door inwoners; inzichten van andere doelgroepen, zoals bezoekers of ondernemers van buiten de gemeente zijn hier niet in opgenomen.

3. Een greep uit de activiteiten en projecten tot nu toe

Dinxperlo
Grensdorp-identiteit en media-aandacht: Dinxperlo kreeg regelmatig landelijke aandacht, bijvoorbeeld rond grenscontroles, het EK 2024 in Duitsland en het stembureau op de grens. Ook het 25-jarig bestaan van het politiesteunpunt Dinxperlo werd gezamenlijk gevierd door politie en gemeente.

- *Actief & Ondernemend:* laat de unieke positie van Dinxperlo zien en versterkt samenwerking tussen lokale partijen en overheidsinstanties.

- *Sociaal & Gastvrij:* toont een actieve, betrokken gemeenschap die openstaat voor bezoekers en interactie. De media-aandacht en samenwerking met politie laat tevens zien dat Dinxperlo een veilige, betrokken gemeenschap is.

- *Groen & Duurzaam:* grensoverschrijdende samenwerking kan bijdragen aan duurzame mobiliteit en gebiedsbeleving.

Opening Prins Clausplein (juli 2025): feestelijk weekend in Dinxperlo met intensieve samenwerking tussen centrumhoreca en gemeente. De gemeente ondersteunde met communicatie, financiële middelen, kennis en netwerk, wat resulteerde in een gezamenlijke marketingstrategie.

- *Actief & Ondernemend:* promotie van het centrum en winkeliers door een evenement voor en door ondernemers en inwoners.

- *Groen & Duurzaam:* duurzaamheidskraam bracht Global Goals en vergroening onder de aandacht.

- *Sociaal & Gastvrij:* warm welkom en hernieuwde kennismaking met het vernieuwde centrum.

Aalten
NK Gravel 2025 (28 september 2025): landelijke sportevenementen benut om Aalten zichtbaarder te maken voor bezoekers en inwoners. Met een side event voor de jeugd, een Aaltense prijzen-tas voor winnaars en banners langs de route werd de gemeente gepresenteerd als fietsvriendelijke gemeente. Hierin werd ook opgetrokken met het routebureau van Achterhoek Toerisme.

- *Actief & Ondernemend:* samenwerking met lokale ondernemers en verenigingen, promotie van Aalten als sportieve en ondernemende gemeente.

- *Sociaal & Gastvrij:* side event voor jeugd en gastvrije ontvangst van deelnemers en bezoekers. Het jeugdside-event en de deelname van inwoners bevorderen sociale participatie, stimuleren gemeenschapsgevoel en inclusie van verschillende leeftijdsgroepen in sport en recreatie

- *Groen & Duurzaam:* stimuleert duurzame buitenactiviteiten en promoot ontspanning door inspanning, fietsen door de natuur.

Bredevoort
Vereniging van Vestingsteden: lidmaatschap versterkt netwerk, kennisdeling en toeristische samenwerking tussen vestingsteden.

- *Actief & Ondernemend:* versterkt samenwerking en kennisuitwisseling op toeristisch en economisch gebied.

- *Sociaal & Gastvrij:* projecten dragen bij aan cultuurbeleving en gastvrijheid voor bezoekers.

- *Groen & Duurzaam:* ondersteunt behoud van cultureel erfgoed en duurzame stedelijke ontwikkeling.

Overkoepelend
Bijlage 'Wonen' in lokale krant: sinds begin 2025 halfjaarlijks verschenen, met informatie over woningbouwprojecten en woonmogelijkheden. Hiermee worden inwoners geïnformeerd en betrokken bij de ontwikkeling van hun woonomgeving.

- *Actief & Ondernemend:* stimuleert participatie en betrokkenheid bij lokale initiatieven.
- *Sociaal & Gastvrij:* versterkt verbinding tussen gemeente en inwoners via transparante communicatie.
- *Groen & Duurzaam:* kan aandacht besteden aan duurzame bouwprojecten en energiebesparende maatregelen.

80 jaar vrijheid: herdenkingen en lokale activiteiten benut om inwoners te betrekken en Aalten zichtbaar te maken. Gemeentemarketing trad op als verbinder tussen initiatiefnemers en gebruikte het netwerk om activiteiten een breder bereik te geven, in nauwe samenwerking met cultuur en toerisme.

- *Actief & Ondernemend*: partnerschappen benut om een gevarieerd programma neer te zetten en Aalten als initiatief nemende gemeente te profileren.
- *Sociaal & Gastvrij:* laagdrempelige activiteiten voor verschillende leeftijdsgroepen, versterking van gemeenschapsgevoel en participatie door het beschikbaar stellen van budget om inwoners aan te moedigen straten te versieren of een gezamenlijke maaltijd te nuttigen
- *Groen & Duurzaam:* duurzame uitvoering van evenementen en activiteiten stimuleren en optimaal gebruik van bestaande locaties en infrastructuur.

In samenwerking met…
Bijdrage aan Koningsdag Doetinchem 2025, VNG-congres 2026 (Winterswijk-Oost Gelre) en ALV 2026 van VNG-Gelderland in Bredevoort.

- *Actief & Ondernemend:* deelname aan regionale en landelijke netwerken, versterkt samenwerking en profilering van Aalten als partner, buurgemeente en gemeente om te werken en te verblijven.
- *Sociaal & Gastvrij:* deze evenementen zijn momenten om bezoekers en andere gemeenten gastvrij te ontvangen en gemeente aalten landelijk en regionaal op de kaart te zetten.
- *Groen & Duurzaam:* actieve deelname en organisatie van regionale evenementen bevordert duurzame relaties met partners en gemeenten en biedt mogelijkheden om ons te profileren als een gemeente die SDG's en duurzaamheid serieus neemt.

4. Opgedane inzichten

De afgelopen periode hebben we waardevolle inzichten opgedaan over wat goed gaat binnen gemeentemarketing, waar verbeteringen mogelijk zijn en waar extra aandacht nodig is. Deze inzichten helpen ons om gerichter te werk te gaan.

Belangrijkste inzichten:

Aanhaken op wat er is
Met het huidige budget is er vooral ruimte voor kleinschalige bijdragen of het aansluiten bij initiatieven uit de samenleving. Gemeentemarketing is daarom vaak reactief en het aanhaken op wat zich aandient.

Noodzaak om kaders te stellen.
Gemeentemarketing opereert in een brede, complexe omgeving en overlapt soms met andere beleidsterreinen, zoals toerisme, sport of cultuur. Het is belangrijk duidelijke kaders te stellen: wanneer draagt een project bij aan marketingdoelen, en wanneer hoort het bij een ander

beleidsterrein? Dergelijke kaders helpen verwachtingen intern en extern te verduidelijken, voorkomen dubbellingen en bieden ruimte voor initiatieven die echt waarde toevoegen aan de profilering van de gemeente.

Sponsoring als onderdeel van gemeentemarketing. De bestaande sponsorregeling (zie www.aalten.nl/sponsoring-aanvragen-bijdrage) biedt organisaties financiële ondersteuning voor activiteiten met maatschappelijke meerwaarde. Veel aanvragen raken aan gemeentemarketing. Het is wenselijk te onderzoeken of het sponsorbudget onderdeel kan worden van gemeentemarketing, zodat middelen efficiënter ingezet kunnen worden voor activiteiten met bovenlokale uitstraling die bijdragen aan onze marketingdoelen.

Focus naar buiten
Gemeentemarketing richt zich steeds meer bezoekers (werk of recreatie) van buiten de gemeentegrenzen, met als doel dat de gemeente bekend staat als aantrekkelijke plek om te werken en verblijven. Deze externe focus helpt bij het stellen van kaders voor bijvoorbeeld sponsorbeleid en projectprioriteiten. Voor het thema wonen zetten we gemeentemarketing in om bij onze eigen inwoners dit thema onder de aandacht te brengen.
Inwoners en ondernemers blijven belangrijke ambassadeurs. Veel inwoners zijn zich niet volledig bewust van het aanbod in hun eigen of andere kernen; door hen te informeren en inspireren versterken we hun rol als ambassadeur.
We zijn ons bewust dat inwoners zich vooral identificeren met hun eigen dorp of kern, en minder met de gemeente als geheel. Voor bezoekers spelen andere elementen een grotere rol. Dit vraagt om een bewuste afweging: wat communiceren we, waar en voor wie? Inzichten uit het onderzoek voor de Horecavisie door Sweco (2024) helpen bij het bepalen van deze balans en bij het effectief inrichten van communicatie. Zo behouden we de trots en betrokkenheid van onze ambassadeurs, de inwoners, terwijl externe doelgroepen op een relevante en aantrekkelijke manier worden bereikt. Altijd in dienst van het welzijn en de kansen voor de eigen gemeenschap.

Aandacht voor identiteit en trots.
Onze nuchterheid is kenmerkend voor Aalten: we doen liever dan we praten. Dit maakt onze gemeenschap sterk, maar kan het ook lastiger maken om zichtbaar te maken waar we trots op mogen zijn. Gemeentemarketing sluit vaak aan bij initiatieven van inwoners, ondernemers en partners. Hoewel onze intentie is deze initiatieven te ondersteunen door ze zichtbaar te maken, wordt deze welwillende houding niet altijd als zodanig ervaren en proeven we soms het gevoel van ‘pronken met andermans veren’. In werkelijkheid delen we initiatieven met trots om de kracht en betrokkenheid van de gemeenschap zichtbaar te maken.
Het is belangrijk dat inwoners ervaren dat de gemeente geen externe partij is, maar onderdeel van hun leefomgeving; we staan er samen in. Tegelijkertijd vraagt deze rol om zorgvuldige afwegingen in toon, timing en vorm, zodat we gepaste trots tonen zonder de herkenbare nuchterheid en nabijheid te verliezen. Dit vraagt oefening, afstemming en continue aandacht, waarbij het nieuwe dienstverleningsconcept een waardevolle bijdrage kan leveren.

Samenwerking en betrokkenheid.
Door actief samen te werken maken we de meerwaarde van gemeentemarketing duidelijker zichtbaar. We versterken het imago van de gemeente en gemeentemarketing en bewijzen onze waarde voor inwoners. Niet alleen door financiële impulsen, maar ook door netwerken op te bouwen, partijen naar Aalten te halen en initiatieven aan elkaar te koppelen.
Actieve samenwerking en netwerken helpen ons om beter te begrijpen welke initiatieven we kunnen ondersteunen en waar we als gemeente waarde toevoegen maar ook om bestaande initiatieven verder te helpen. Binnen de organisatie groeit het bewustzijn dat communicatie en marketing een gezamenlijke verantwoordelijkheid is, waarbij inwoners belangrijke partners zijn en als ambassadeurs bijdragen aan de profilering van Aalten.
Afgelopen periode hebben we hierin eerste stappen gezet (zie voorbeelden hoofdstuk 3), ook staan er nog initiatieven gepland: de algemene ledenvergadering van VNG Gelderland in Bredevoort (april 2026) en de foto-expositie ‘Vakmanschap’ van SER Overijssel (november 2025) in de Aaltense bibliotheek. Bij evenementen zijn we zichtbaar en actief betrokken bij organisatie, PR en side events, vaak in combinatie met andere beleidsterreinen. Zo versterken we de impact van initiatieven, zorgen we dat ze gewaardeerd en zichtbaar zijn en dragen we bij aan een positief imago van de gemeente.

De volgende stap is deze veelal onder de radar inspanningen nog beter zichtbaar te maken voor het publiek, zodat inwoners en partners ervaren dat de gemeente actief naast hen staat en hun initiatieven ondersteunt, terwijl gemeente Aalten als geheel profiteert.

5. Vooruitblik

Met het huidige budget is het niet mogelijk om volledig nieuwe initiatieven op te zetten. Wel kunnen bestaande verenigingen, clubs en lokale partijen worden ondersteund. Op basis van de resultaten van de enquête is de voorkeur om per grote kern een budget beschikbaar te stellen voor lokale partijen die gemeentemarketing uitvoeren. Een vierde budget kan worden achtergehouden voor incidentele activiteiten. Hiervoor moeten duidelijke kaders worden opgesteld. Hierbij is ook een overlap met de bestaande sponsorbijdrage die de gemeente beschikbaar heeft. Deze sponsorbijdrage en de kaders hiervoor komen uit 2013, het opstellen van kaders voor gemeentemarketing geeft ook aanleiding om de kaders voor de sponsorbijdrage te actualiseren.
Korte termijn (2025–2026):
Aanhaken bij lokale initiatieven:

- Voortzetting samenwerking Vestingsteden (Bredevoort) voor komende 2 jaar.
- Foto-expositie ‘vakmanschap’ SER OVERIJSSEL
- Jaarkalender evenementen 2026 in gemeente Aalten

Initiatieven opgezet door gemeente Aalten:

- Buurtbusproject: gebruikers van de buurtbus attenderen op de voorzieningen in gemeente Aalten middels flyer.
- Welkomstpakket ‘buurt maken’ voor nieuwe inwoners: inwoners welkom heten en kennis laten maken met het Naoberschap in de gemeente verder uitwerken. De kennismakingsavonden met nieuwe inwoners worden als succesvol ervaren, een welkomstpakket waarbij men wordt gemotiveerd om ‘buurt te maken’ moet dit project verder vorm geven.
- Halfjaarlijkse bijlage ‘Bouwen aan morgen’ in gemeentenieuws.
- Promotieflm gemeente

Lange termijn:
Hoe dragen we financieel bij aan evenementen en initiatieven met een marketingkarakter in de gemeente Aalten? Dat betekent concreet:

- Bredevoort, een evaluatie van het lidmaatschap Vereniging Vestingsteden Nederland.
- Aalten en Dinxperlo: hoe kunnen we structureel lokale invulling geven aan gemeentemarketing.

Daarnaast moet er ruimte blijven voor initiatieven vanuit de ambtelijke organisatie:

- Financiële middelen beschikbaar houden voor vermarkten van gemeentelijk beleid. Denk aan project ‘buurt maken’ voor nieuwe inwoners.
- Sponsorbijdrage: actualiseren van de huidige sponsorbijdrage voor incidentele bijdragen van evenementen die Aalten positief op de kaart zetten (zie: Sponsoring, aanvragen bijdrage | Gemeente Aalten).

6. Overwegingen voor de raad

Gemeentemarketing kan zich in verschillende fasen bevinden:

1. Ad hoc of geen gemeentemarketing
2. Geborgd binnen team Communicatie (huidige fase)
3. Uitbesteed aan externe specialist(en)
4. Aparte marketingorganisatie

Op dit moment bewegen we van een ad hoc-aanpak (stap 1) naar borging binnen team Communicatie (stap 2), wat past bij de beschikbare middelen. Gemeentemarketing biedt veel mogelijkheden, maar verdere kaders en keuzes zijn nodig als er behoefte is aan uitbreiding van beleid en uitvoering.
Gezien de beperkte mensen en middelen is het belangrijk dat de gemeenteraad nadenkt over de gewenste richting. Mogelijke keuzes voor het nieuwe raadsprogramma zijn:

1. Huidige koers voortzetten: focus op lokale initiatieven binnen het bestaande budget, met beperkte middelen bijdragen aan imagoverbetering.

2. Ambities uitbreiden: ruimte voor grotere campagnes en structurele inzet, wat een substantiële budgetverhoging vraagt.

De volgende stukken zijn voor u bijgevoegd:

- Resultaten onderzoek ‘U Spreekt’

Moventem
Onderzoek | Advisering | Procesbegeleiding



Rapportage
Imago & communicatie

Gemeente Aalten

Moventem
Onderzoek | Advisering | Procesbegeleiding



Rapportage
Imago & communicatie

Gemeente Aalten

Concept 1
Datum: 22-01-2025
Projectnummer: 21818

Auteurs:
Luc Oonk, Projectmanager/ Senior Onderzoeker
Danique Rietman, 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

Management Samenvatting **Pagina 4**

1 Inleiding **Pagina 7**
Onderzoeksopzet Pagina 8

2 Resultaten **Pagina 9**
Wonen Pagina 10
Werken en ondernemen Pagina 19
Recreatie en toerisme Pagina 27
Communicatie Pagina 48

3 Bijlagen **Pagina 62**
Bijlage I Achtergrondvariabelen Pagina 63
Bijlage II Onderzoeksverantwoording Pagina 64

Moventem
Onderzoek | Advisering | Procesbegeleiding

Management Samenvatting



Wonen

Bij wonen in de gemeente Aalten denken respondenten vooral aan groen, rust, gemoedelijkheid en ruimte. Positieve kanten van de gemeente Aalten zijn volgens de respondenten onder meer de rust, sterke gemeenschap en aantrekkelijke leefomgeving. Enkele genoemde negatieve kanten van de gemeente zijn de beperkte voorzieningen, het woningtekort en sociale geslotenheid.

Ruim de helft van de respondenten woont in de bebouwde kom van Aalten, nagenoeg een kwart in de bebouwde kom van Dinxperlo. De ligging aan de grens past volgens de respondenten vooral bij wonen in de bebouwde kom of het buitengebied van Dinxperlo, het 'naoberschap' vooral bij wonen in het buitengebied of de kleinere kernen.

Vooral inwoners van Dinxperlo en De Heurne voelen zich met name inwoner van de betreffende plaats in vergelijking met inwoner van de gemeente Aalten. Voor alle plaatsen geldt dat men zich meer inwoner van de eigen woonplaats voelt dan dat men zich inwoner van de gemeente Aalten voelt.
De meningen over het promoten van wonen in gemeente Aalten zijn erg verdeeld, nagenoeg een derde is van mening dat dit gepromoot moet worden en eenzelfde groep vindt dat dit niet nodig is. Vooral respondenten vanaf 65 jaar zijn vaker van mening dat het wonen in de gemeente gepromoot moet worden.

Werken en ondernemen

Bij werken in de gemeente Aalten denken respondenten onder meer aan de stabiele werkgelegenheid, korte reistijden en het gebrek aan banen voor hoger opgeleiden.
Van de respondenten zegt een kwart bij een bedrijf of organisatie in de gemeente te werken of ondernemer/zzp'er in de gemeente te zijn. Een derde van de respondenten werkt elders in de Achterhoek, een vergelijkbare groep werkt niet (meer). Respondenten die werken of ondernemen in de gemeente doen dit vooral in de kern Aalten of op het bedrijventerrein in Aalten. Nagenoeg driekwart is (zeer) positief over de kern Aalten als locatie om te werken of ondernemen.

Met name de goede verbindingen en bereikbaarheid worden genoemd als sterke punten van gemeente Aalten als het gaat om ondernemen. Respondenten vinden enigszins vaker dat de gemeente ondernemen in de gemeente moet promoten dan dat men vindt dat werken in de gemeente gepromoot moet worden. Oudere respondenten vinden het vaakst dat werken in de gemeente gepromoot moet worden, het promoten van ondernemen in de gemeente wordt door jongere respondenten iets minder vaak genoemd.

Recreatie en toerisme

Als men denkt aan recreatie en toerisme in de gemeente dan denkt men vooral aan campings, fietsen en natuur. Bij de plaats Bredevoort denkt men vooral aan het feit dat het een stadje is, boeken(stad) en oud. Bij de kern Dinxperlo wordt vooral gedacht aan de markt, de grens en ligging dichtbij Duitsland. Het dorp Aalten wordt door respondenten geassocieerd met gezellig, mooi en het centrum.

Met betrekking tot recreatie en toerisme passen vooral de waarden groen, gastvrij en gezellig bij de gemeente Aalten volgens de respondenten. De waarden groen, naoberschap en cultuurhistorisch worden in verhouding vaker genoemd door respondenten vanaf 75 jaar.

Evenementen, fietsen en rust en ruimte zijn volgens respondenten kenmerkend voor de gemeente. Jongere respondenten noemen in verhouding vaker de evenementen, oudere respondenten vaker fietsen.
Vooral de horeca, rust en ruimte, fietsen, evenementen en het onderduikmuseum zou meer mogen worden uitgedragen. Jongere respondenten zien graag dat de horeca en evenementen meer worden gepromoot.

Twee op de drie respondenten heeft het onderduikmuseum wel eens bezocht, ongeveer de helft boerderijmuseum de Neeth en/of de Koppelkerk. Met name respondenten vanaf 55 jaar hebben de Koppelkerk wel eens bezocht.
Veel respondenten hebben de Aalten Dagen, Farm & Country fair en Bredevoort Schittert wel eens bezocht. Vooral respondenten jonger dan 55 jaar bezochten (ook) het zomerfeest/oranjefeest in een van de buurtschappen.

Van de respondenten die niet in Dinxperlo wonen bezoekt één op de drie het minimaal 1 keer per maand. Respondenten die niet in Aalten wonen komen er in ruim een kwart van de gevallen 1 of meerdere keren per week. Respondenten die Aalten wel eens bezoeken doen dit vooral om boodschappen te doen en/of voor horecabezoek. Van de respondenten die Dinxperlo bezoeken doet ruim een derde dit om boodschappen te doen, bezoekers van Bredevoort doen dit vooral voor recreatie en horecabezoek. Respondenten die wel eens een van de kleine kernen of buurtschappen bezoeken doen dit vooral voor familie-/vriendenbezoek en recreatie.

De natuur, ligging, hechte gemeenschap, rust en toch voldoende evenementen en aantrekkingskracht zijn volgens respondenten uniek voor gemeente Aalten. Indien respondenten een ansichtkaart van gemeente Aalten willen versturen zien ze op de voorkant onder meer graag het coulisselandschap of traditionele boerderijen.

Communicatie

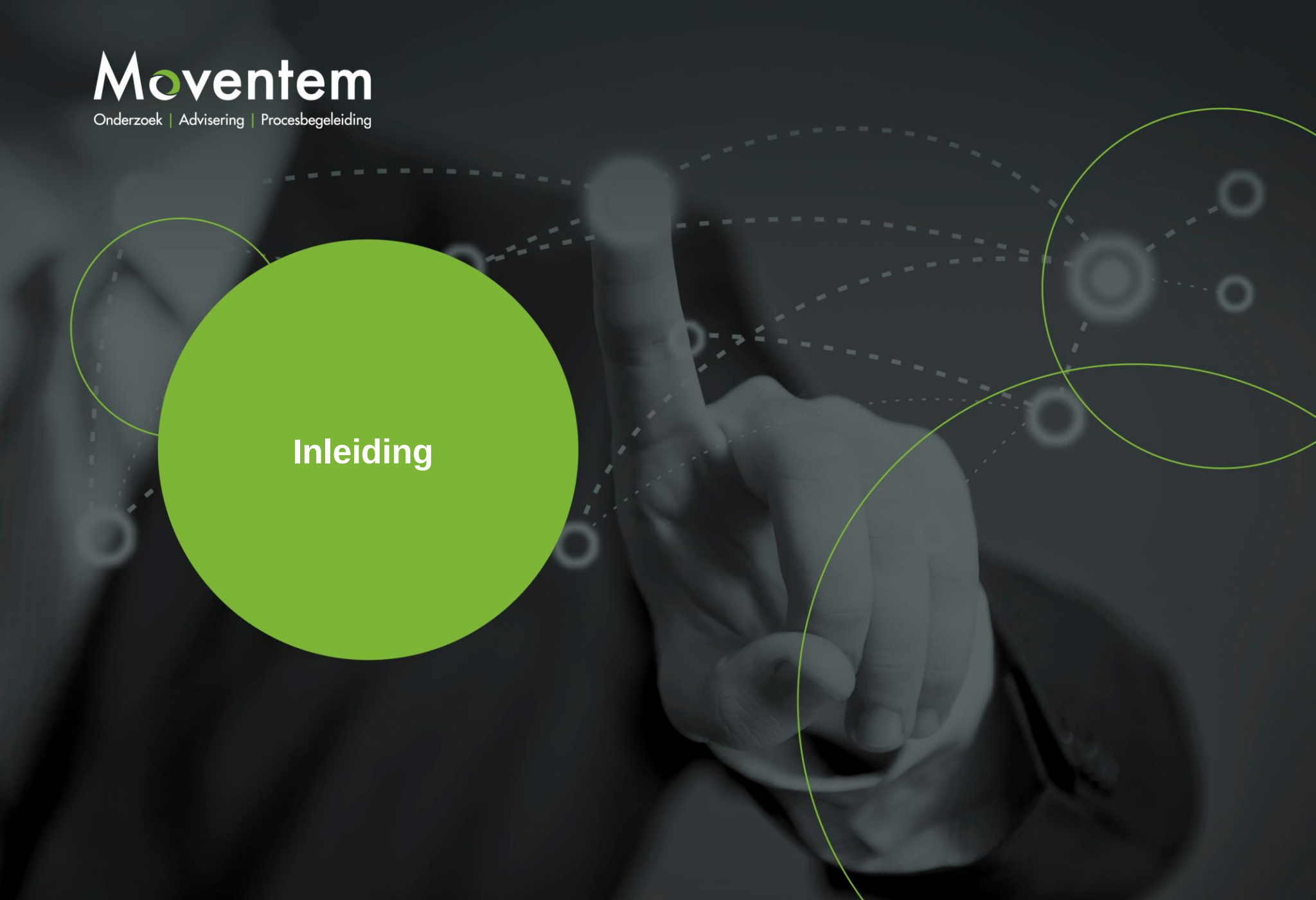
Veel respondenten volgen het nieuws van de gemeente via Aalten Vooruit en/of De Band en/of via De Gemeentepagina's 'Aalten Actueel' in Aalten Vooruit en De Band. Vooral oudere respondenten volgen het nieuws van de gemeente via De Gemeentepagina's, jongere respondenten gebruiken vaker het Facebook-account van de gemeente. Gemiddeld worden de gemeentepagina's beoordeeld met een 7,3, 3% geeft een onvoldoende. Circa één op de 25 respondenten zegt informatie te missen op de gemeentepagina's en eveneens één op de 25 respondenten geeft aan dat er op de gemeentepagina's onderwerpen staan die niet nodig zijn.

Respondenten die nieuws van de gemeente volgen via sociale media zeggen in een kwart van de gevallen (ook) de pagina Beleef Aalten-Bredevoort-Dinxperlo te volgen op Facebook. Respondenten die de gemeente volgen op Facebook vinden dat gemeente via Facebook vooral informatie moet bieden die inwoners moeten weten en/of handig zijn om te weten, hetzelfde geldt voor respondenten die de gemeente volgen via X of LinkedIn. Respondenten die de gemeente volgen op Instagram willen daar naast handige informatie ook informatie vinden die leuk is om te weten.

Op de sociale media van de gemeente leest men vooral graag actuele informatie over evenementen en actuele informatie over wegafsluitingen. Met name jongere respondenten lezen op sociale media van de gemeente (ook) graag informatie over evenementen van de gemeente.
Circa twee op de drie respondenten heeft de afgelopen 12 maanden de website van de gemeente bezocht. Ruim één op de vijf respondenten heeft de afgelopen 12 maanden website(s) van VVV's van Aalten, Dinxperlo en Bredevoort bezocht.

Moventem
Onderzoek | Advisering | Procesbegeleiding

Inleiding



Benaderen doelgroep

In opdracht van gemeente Aalten heeft Moventem een onderzoek over het imago en de communicatiekanalen van de gemeente Aalten uitgevoerd onder de 1.595 leden van U Spreekt. De panelleden hebben de mogelijkheid gehad om de vragenlijst in te vullen tussen 9 december 2024 en 12 januari 2025. Er is 1 keer een reminder verstuurd, aan iedereen waarvan nog geen ingevulde vragenlijst was ontvangen. Daarnaast is er een open link gecommuniceerd via de communicatiekanalen van de gemeente.

Deelnemers

In totaal hebben 490 panelleden de vragenlijst volledig ingevuld. Een respons-rate van 31%. Via de open link deden 31 deelnemers mee. Met het aantal respondenten (521) kunnen met een betrouwbaarheid van 95% en een foutmarge van 4,24% uitspraken worden gedaan over de populatie.

Resultaten weergave

De resultaten van dit onderzoek worden in het voorliggende document beschreven middels diagrammen en tabellen.

Door routes in de vragenlijst en vragen waarbij meerdere 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 aangegeven hoeveel respondenten (‘n’) de betreffende vraag hebben beantwoord. Door afrondingsverschillen telt niet alles op tot 100%. Bij sommige vragen konden respondenten meerdere 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 imago en communicatie’.

Moventem

Onderzoek | Advisering | Procesbegeleiding



Resultaten

Bij wonen in de gemeente Aalten denken respondenten vooral aan groen, rust, gemoedelijkheid en ruimte

Wat zijn de eerste drie woorden die in u opkomen als u denkt aan wonen in gemeente Aalten? (n=521)



Top-5

Antwoord	Aantal keer genoemd
Groen	124x
Rust	110x
Rustig	93x
Gemoedelijk	58x
Ruimte	52x

Stel: een kennis of familielid van u denkt erover om hier te komen wonen. Op welke positieve kanten van wonen in gemeente Aalten zou u hem/haar dan wijzen? (n=521)

De gegeven antwoorden van de respondenten zijn hieronder puntsgewijs beknopt samengevat. In het algemeen wordt Aalten gezien als een rustige, groene en betaalbare gemeente met een sterke gemeenschap, voldoende voorzieningen en een aantrekkelijke leefomgeving.

- ✓ Rust en ruimte; ontspannen leefomgeving, veel natuur, wandelen, fietsen, landelijke sfeer
- ✓ Vriendelijke gemeenschap; behulpzame en betrokken mensen, ‘naoberschap’, veel verenigingen en sociale activiteiten
- ✓ Betaalbaarheid; relatief lage huizenprijzen en gemeentelijke belastingen, nabijheid van Duitsland zorgt voor de mogelijkheid van goedkoper tanken en boodschappen doen
- ✓ Voorzieningen; basisvoorzieningen zoals scholen, supermarkten, treinstation, centrum met winkels en horeca en medische zorg aanwezig
- ✓ Actieve leefomgeving; veel activiteiten, evenementen, verenigingen, sportfaciliteiten en recreatiemogelijkheden
- ✓ Ligging; nabije grotere plaatsen Winterswijk en Doetinchem, en nabij Duitse grens met ook toegang tot steden en voorzieningen
- ✓ Overig; schoon, goed onderhouden omgeving, lage criminaliteit, goede sfeer en mix van moderne voorzieningen en traditioneel dorpsleven

Er zijn geen positieve kanten: 6x
Weet ik niet: 50x

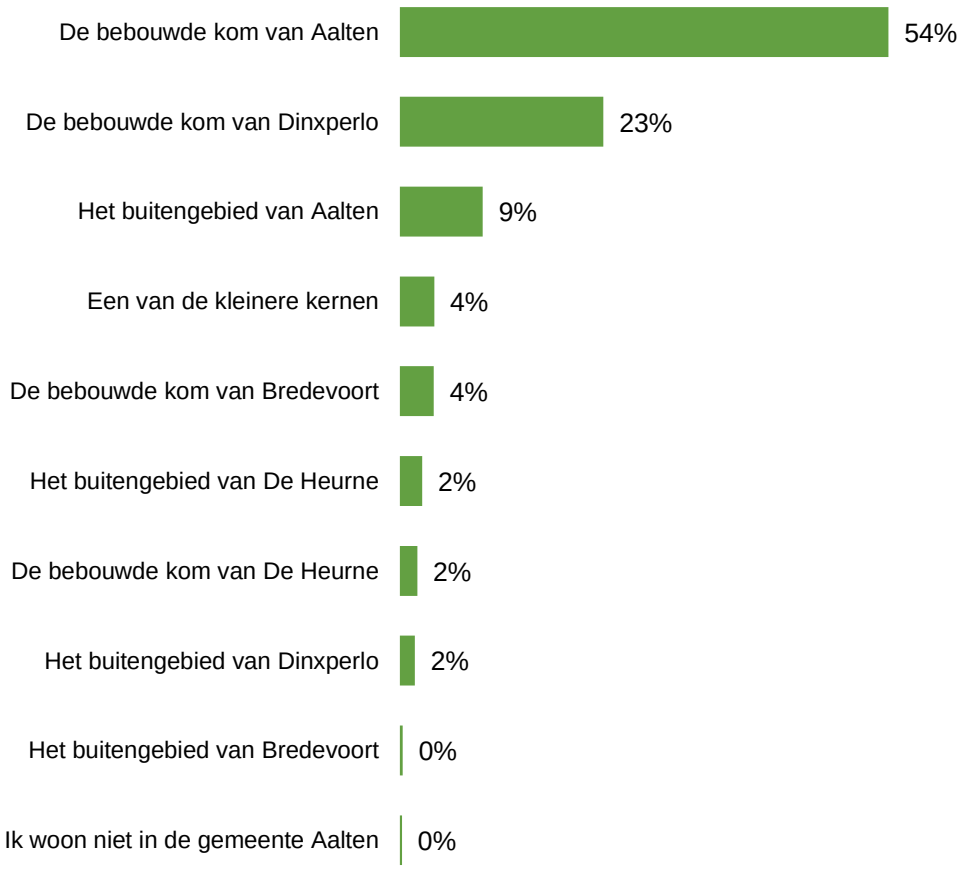
Stel: een kennis of familielid van u denkt erover om hier te komen wonen. Op welke negatieve kanten van wonen in gemeente Aalten zou u hem/haar dan wijzen? (n=521)

De gegeven antwoorden van de respondenten zijn hieronder puntsgewijs beknopt samengevat. In het algemeen wordt Aalten gezien als afgelegen, zijn er beperkte voorzieningen, sociale geslotenheid en er is een woningtekort.

- ✓ Afgelegen ligging; Aalten ligt ver van grote steden en stedelijke voorzieningen, lange reistijd naar Randstad en andere delen van Nederland, afstand tot ziekenhuis, hoger onderwijs en culturele activiteiten is groot
- ✓ Beperkte voorzieningen; winkelaanbod, horeca, uitgaansmogelijkheden zijn beperkt, weinig opties voor jongeren, openbaar vervoer is ondermaats vooral in buurtschappen en buitengebieden
- ✓ Woningtekort; met name voor starters, ouderen en jongeren, weinig sociale huurwoningen, gebrek aan doorstroom en aanbod van nieuwbouw
- ✓ Gemeenschapsdynamiek; sterke ‘ons-kent-ons’ mentaliteit waardoor nieuwkomers moeite hebben geaccepteerd te worden, gesloten houding van inwoners soms ervaren als stug of conservatief, relatief traditioneel en kerkelijke cultuur
- ✓ Lokale infrastructuur; slechte bereikbaarheid van omliggende dorpen en voorzieningen zonder auto, problematische verkeerssituaties en onderhoud van wegen en stoepen

Er zijn geen negatieve kanten: 48x
Weet ik niet: 88x

Waar woont u? (n=521)



Deze vraag is gesteld aan respondenten over de plaats waar ze wonen, dus bijvoorbeeld ‘de bebouwde kom van Bredevoort’.

Wat past volgens u bij wonen in '...'?
Maximaal 3 antwoorden mogelijk

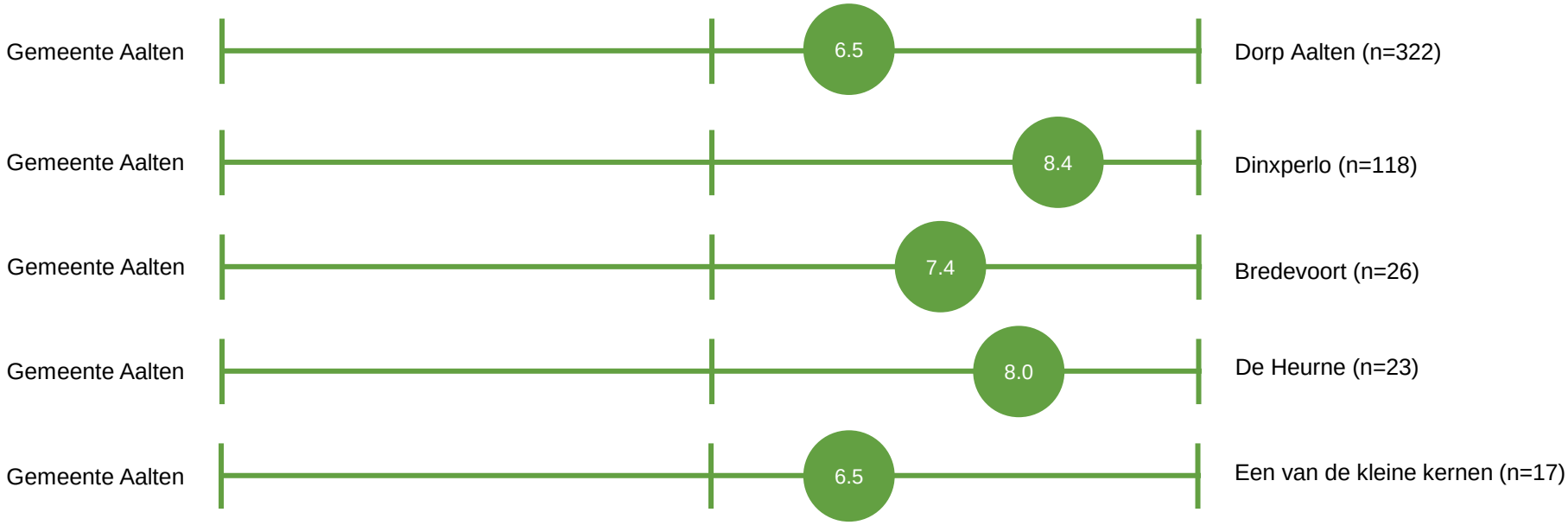
	De bebouwde kom van Aalten (n=281)	De bebouwde kom van Dinxperlo (n=112)	Het buitengebied van Aalten (n=52)	Een van de kleinere kernen (n=17)	De bebouwde kom van Bredevoort (n=24)	Het buitengebied van De Heurne (n=15)	De bebouwde kom van De Heurne (n=8)	Het buitengebied van Dinxperlo (n=7)	Het buitengebied van Bredevoort (n=3)
We kijken naar elkaar om (naoberschap)	42%	30%	75%	58%	50%	57%	67%	10%	57%
Betrokken gemeenschap, iedereen kan meedoen	24%	22%	25%	47%	63%	61%	35%	62%	28%
Rust en ruimte	51%	66%	81%	65%	66%	76%	40%	38%	100%
Actief verenigingsleven, veel verenigingsactiviteiten	26%	15%	29%	21%	46%	16%	57%	0%	0%
Ligging op de grens, contact met Duitsland	28%	70%	20%	2%	10%	11%	0%	78%	0%
Uniek landschap	23%	4%	37%	39%	18%	27%	13%	28%	72%
Veel evenementen	18%	2%	0%	2%	11%	0%	0%	0%	0%

Deze vraag is gesteld over de door respondenten genoemde passende kenmerken bij het wonen in de plaats waar ze wonen.

Volgens u kenmerken de onderstaande punten het wonen in '...'. Bent u het ermee eens dat deze punten ook gelden voor de gehele gemeente Aalten?

	Helemaal mee eens	Mee eens	Niet mee eens/niet mee oneens	Mee oneens	Helemaal mee oneens	Weet ik niet/geen mening
We kijken naar elkaar om (naoberschap) (n=240)	17%	56%	11%	5%	1%	11%
Betrokken gemeenschap, iedereen kan meedoen (n=138)	24%	64%	2%	5%	0%	5%
Rust en ruimte (n=303)	29%	53%	8%	8%	0%	1%
Actief verenigingsleven, veel verenigingsactiviteiten (n=130)	22%	62%	6%	2%	0%	9%
Ligging op de grens, contact met Duitsland (n=196)	30%	51%	6%	7%	3%	2%
Uniek landschap (n=119)	37%	52%	4%	7%	1%	0%
Veel evenementen (n=46)	25%	54%	15%	1%	1%	4%
Breed winkelaanbod (n=30)	31%	49%	13%	4%	0%	3%
Voorzieningen dichtbij (n=172)	19%	35%	27%	18%	0%	1%
Weinig voorzieningen (n=68)	31%	33%	16%	17%	2%	1%

Geef hieronder aan in hoeverre u zich inwoner voelt van de gehele gemeente Aalten of van ...

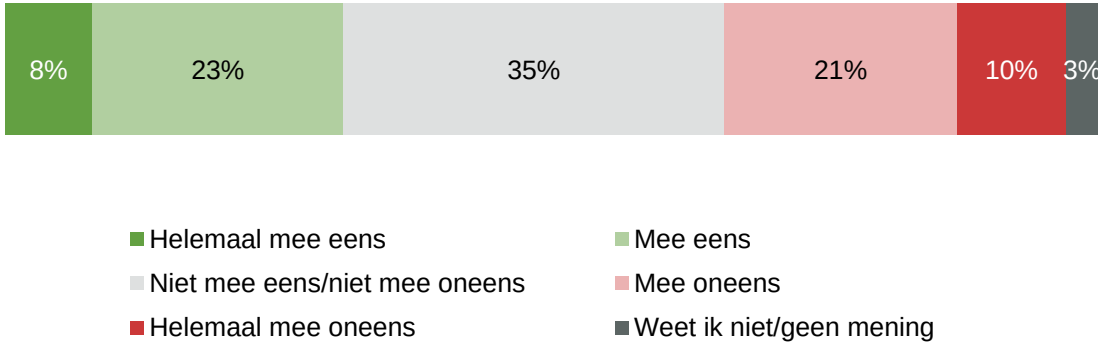


Vanwege het lage aantal respondenten zijn de resultaten voor Bredevoort, De Heurne en de kleine kernen indicatief.

Meningen over het promoten van wonen in gemeente Aalten zijn erg verdeeld

In welke mate bent u het eens met de volgende stelling over wonen in de gemeente Aalten? (n=521)

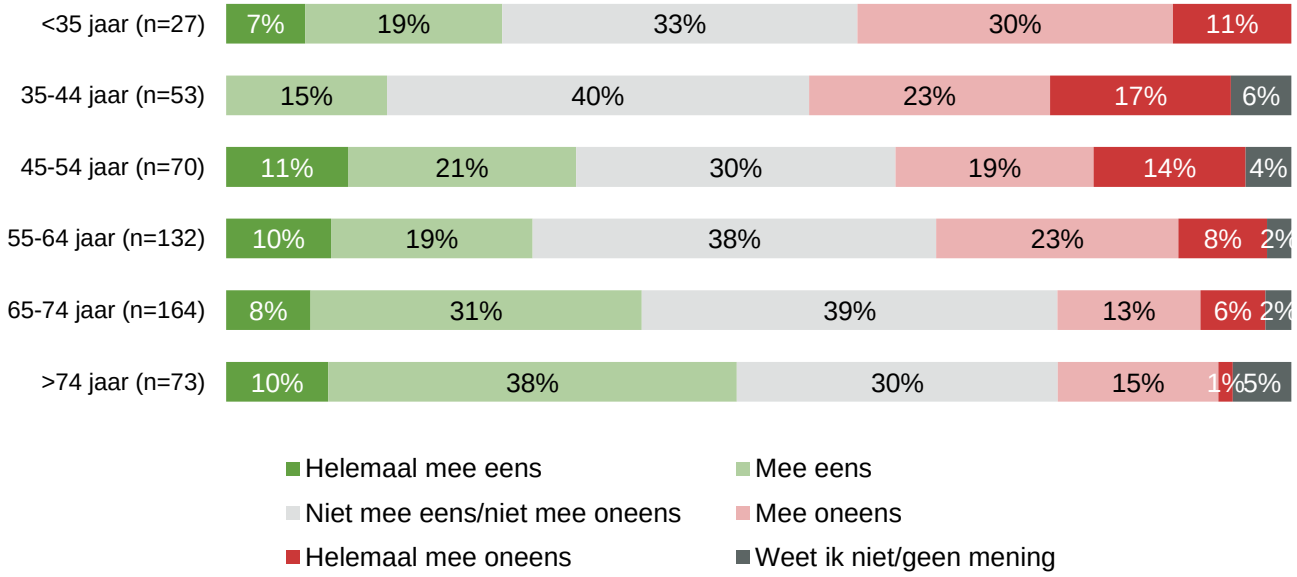
'De gemeente moet het wonen in de gemeente Aalten promoten'



Vooral respondenten vanaf 65 jaar zijn van vaker van mening dat het wonen in de gemeente gepromoot moet worden

In welke mate bent u het eens met de volgende stelling over wonen in de gemeente Aalten? (n=521)

'De gemeente moet het wonen in de gemeente Aalten promoten'



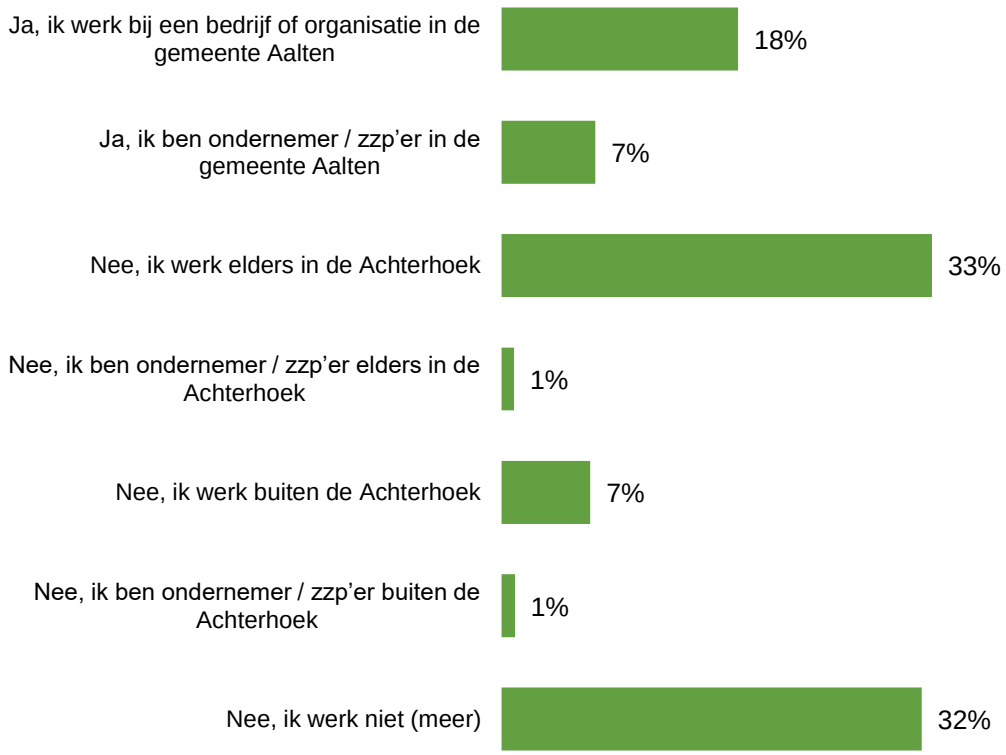
Wat is het eerste wat in u opkomt wanneer u denkt aan werken in gemeente Aalten? Het mag een woord, beeld of begrip zijn. (n=521)

De gegeven antwoorden van de respondenten zijn hieronder puntsgewijs beknopt samengevat. In het algemeen biedt Aalten een stabiele werkgelegenheid met nadruk op praktische beroepen en maakindustrie. Korte reistijden en gemoedelijke sfeer zijn sterke punten, gebrek aan banen voor hoger opgeleiden en beperkte diversiteit blijven uitdagingen.

- ✓ Werkgelegenheid; veel werk in agrarische sector, maakindustrie en zorg, aanwezigheid van enkele grote bedrijven zoals Kaemingk en diverse familiebedrijven, lage werkloosheid en voldoende werkgelegenheid voor praktisch geschoolden en MBO-niveau
- ✓ Beperkingen; beperkte banen voor hoger opgeleiden, weinig diversiteit in sectoren, gebrek aan Hi-Tech en kenniseconomie, focus ligt op traditioneel werk, werkgelegenheid voor jongeren en ouderen blijft uitdagend
- ✓ Ligging en bereikbaarheid; positief zijn de korte woon-werkafstanden, negatief de slechte ontsluiting via openbaar vervoer, auto is vaak noodzakelijk
- ✓ Werkcultuur; gemoedelijke en collegiale sfeer, betrokken, veel familiebedrijven, ‘ons-kent-ons’ mentaliteit heeft zowel voor- als nadelen

Een derde van de respondenten werkt elders in de Achterhoek, een vergelijkbare groep werkt niet (meer)

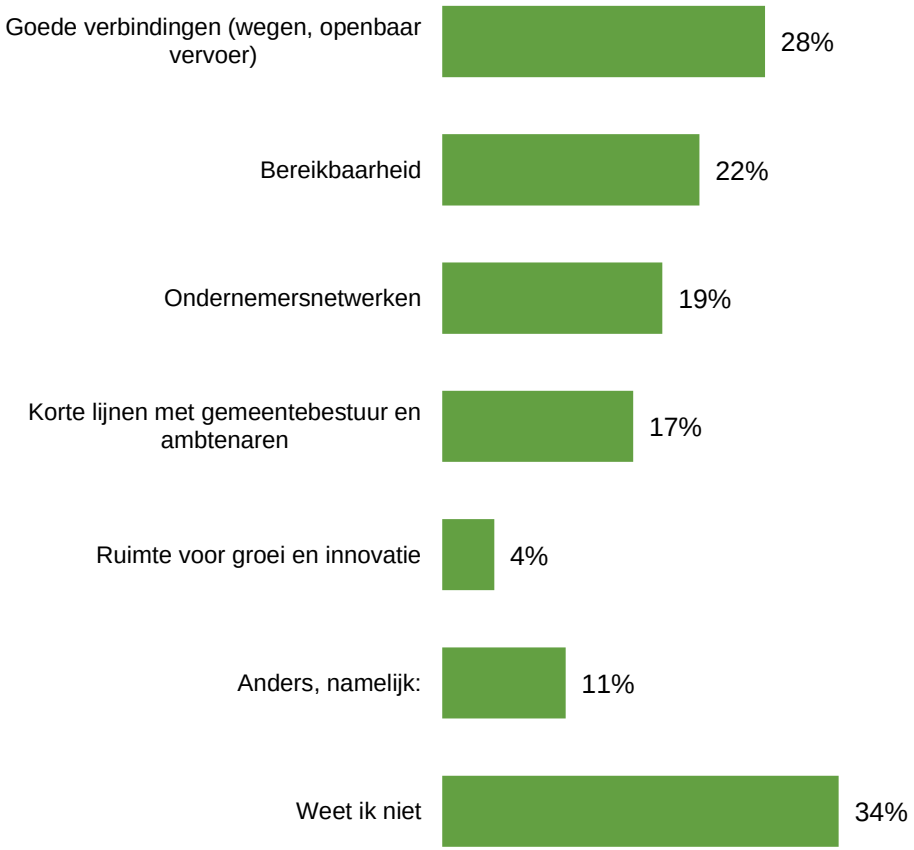
Bent u werkzaam in de gemeente Aalten? (n=521)



Deze vraag is enkel gesteld aan respondenten die hebben aangegeven ondernemer of zzp'er te zijn in de gemeente Aalten.

Wat vindt u de sterke punten van de gemeente Aalten als het gaat om ondernemen? (n=41)

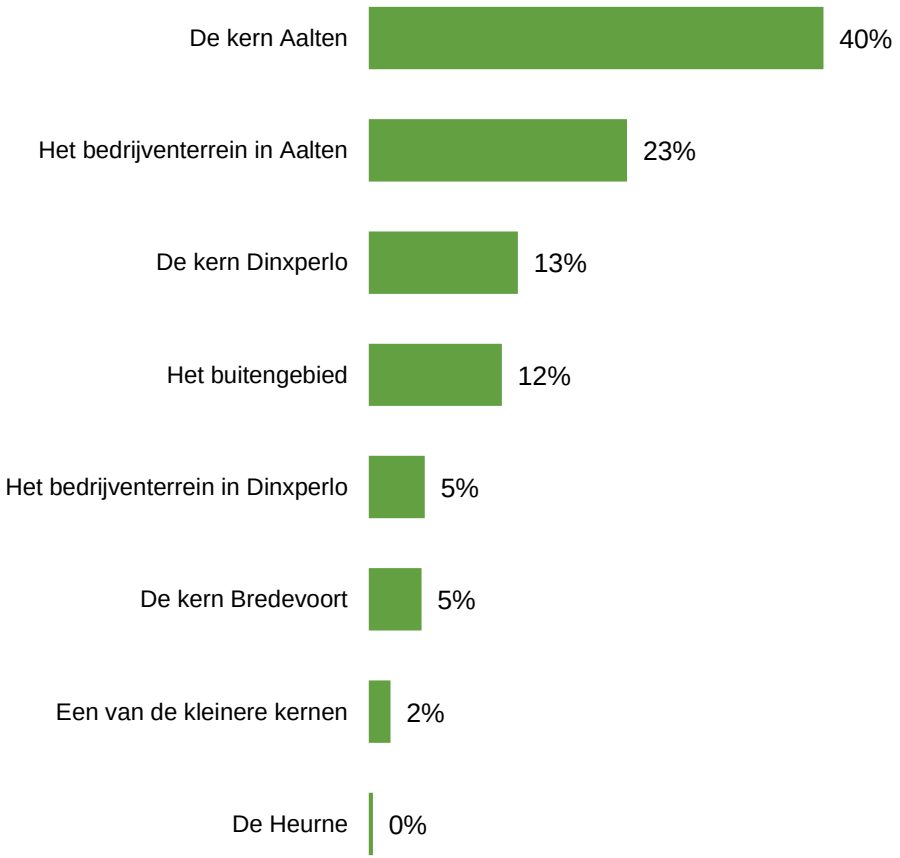
Meer antwoorden mogelijk



Respondenten die werken of ondernemen in de gemeente doen dit vooral in de kern Aalten of op het bedrijventerrein in Aalten

Deze vraag is enkel gesteld aan respondenten die hebben aangegeven in de gemeente te werken of er ondernemer of zzp'er te zijn.

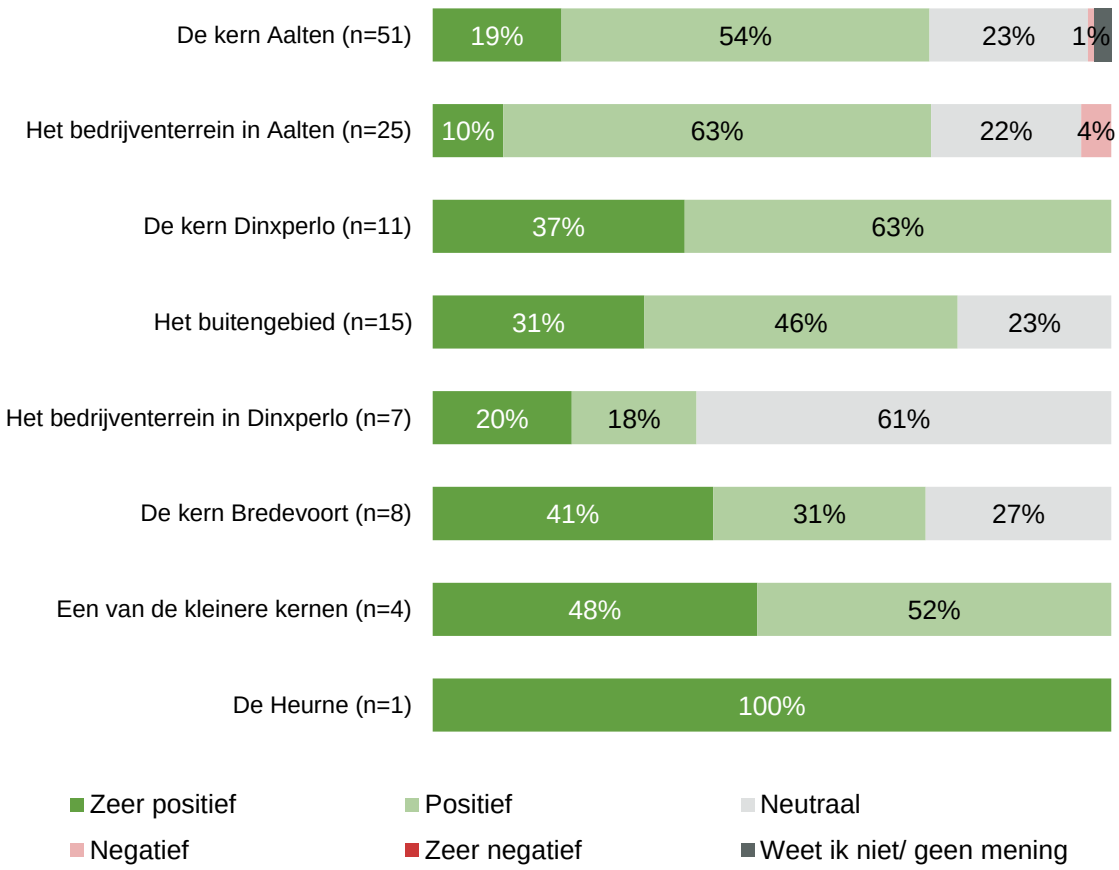
U geeft aan te werken of te ondernemen in de gemeente Aalten. Waar is dat? (n=122)



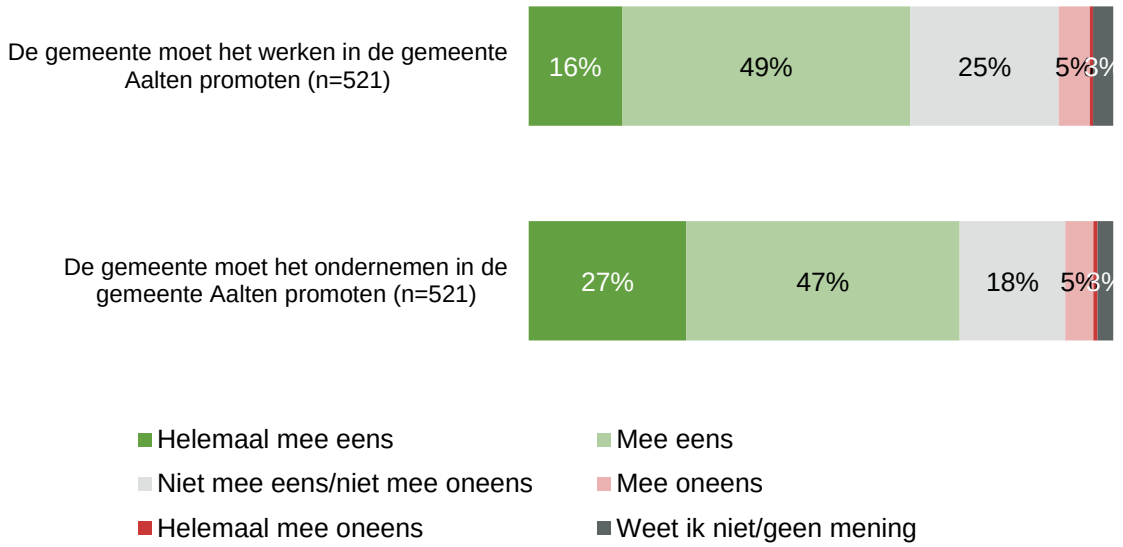
Nagenoeg driekwart is (zeer) positief over de kern Aalten als locatie om te werken of ondernemen

Deze vraag is enkel gesteld aan respondenten die hebben aangegeven in de gemeente te werken of er ondernemer of zzp'er te zijn.

Hoe beoordeelt u '...' als locatie om te werken of ondernemen?



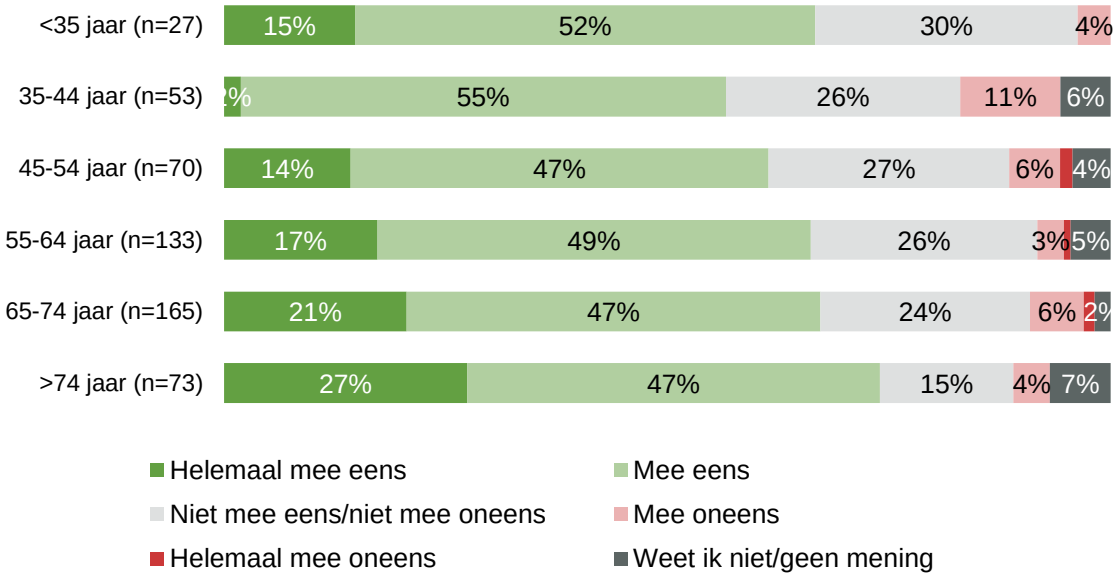
In welke mate bent u het eens met de volgende stellingen over werken en ondernemen in de gemeente Aalten?



Oudere respondenten vinden het vaakst dat werken in de gemeente gepromoot moet worden

In welke mate bent u het eens met de volgende stellingen over werken en ondernemen in de gemeente Aalten?

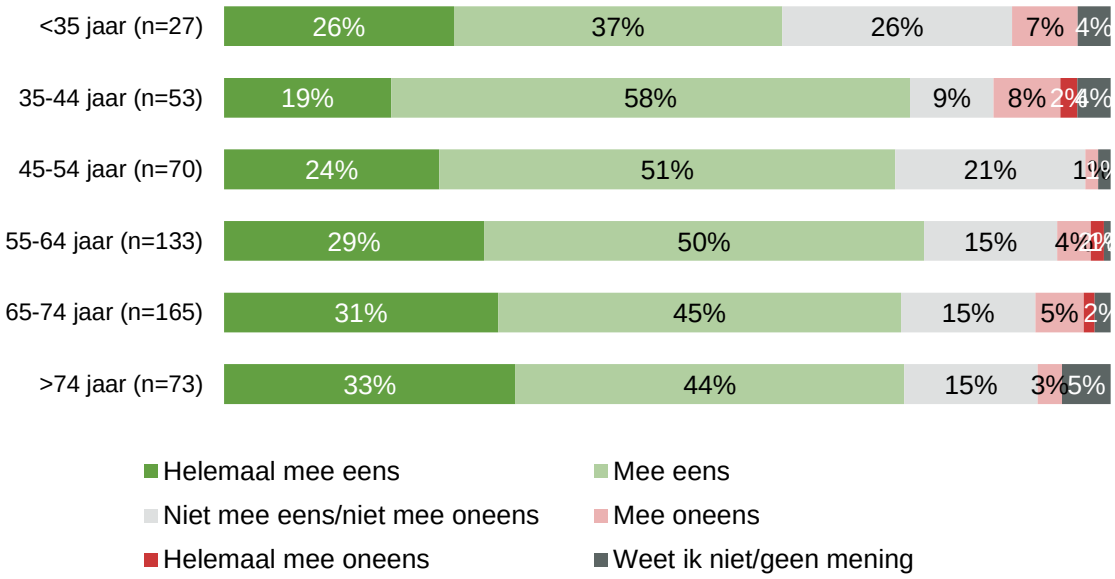
'De gemeente moet het werken in de gemeente Aalten promoten'



Het promoten van ondernemen in de gemeente wordt door jongere respondenten iets minder vaak genoemd

In welke mate bent u het eens met de volgende stellingen over werken en ondernemen in de gemeente Aalten?

'De gemeente moet het ondernemen in de gemeente Aalten promoten'



Wat is het eerste wat in u opkomt als u denkt aan recreatie en toerisme in gemeente Aalten? Het mag een woord, beeld of begrip zijn. (n=521)



Top-5

Antwoord	Aantal keer genoemd
Camping	109x
Fietsen	87x
Natuur	69x
Rust	59x
Mooi	55x

Bij de plaats Bredevoort denkt men vooral aan het feit dat het een stadje is, boeken(stad) en oud

Wat is het eerste wat in u opkomt wanneer u aan Bredevoort denkt?
Het mag een woord, beeld of begrip zijn. (n=521)



Top-5

Antwoord	Aantal keer genoemd
Stadje	103x
Boekenstad	89x
Mooi	77x
Boeken	75x
Oud	75x

Bij de kern Dinxperlo wordt vooral gedacht aan de markt, de grens en ligging dichtbij Duitsland

Wat is het eerste wat in u opkomt wanneer u aan Dinxperlo denkt? Het mag een woord, beeld of begrip zijn. (n=521)



Top-5

Antwoord	Aantal keer genoemd
Markt	86x
Grens	81x
Grensdorp	59x
Duitsland	42x
Dorp	31x

Wat is het eerste wat in u opkomt wanneer u aan het dorp Aalten denkt? Het mag een woord, beeld of begrip zijn. (n=521)

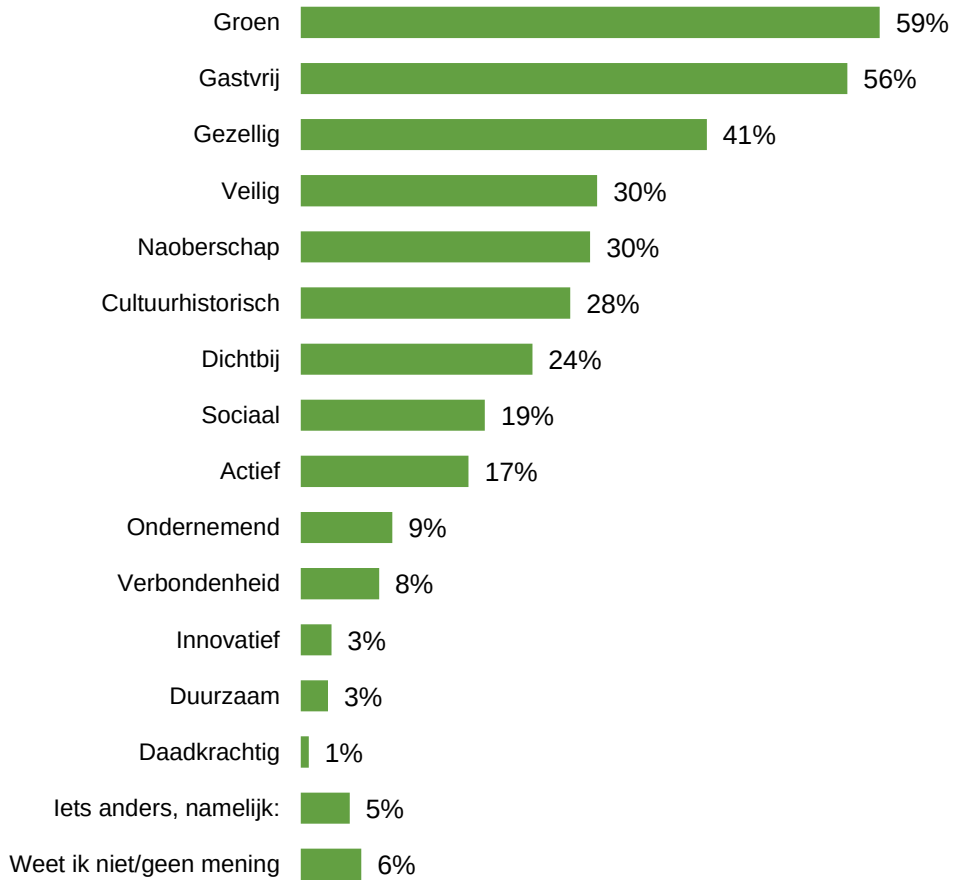


Top-5

Antwoord	Aantal keer genoemd
Gezellig	76x
Mooi	72x
Centrum	65x
Winkel	53x
Dorp	47x

Welke van de volgende waarden vindt u het best passen bij de gemeente Aalten met betrekking tot recreatie en toerisme? (n=521)

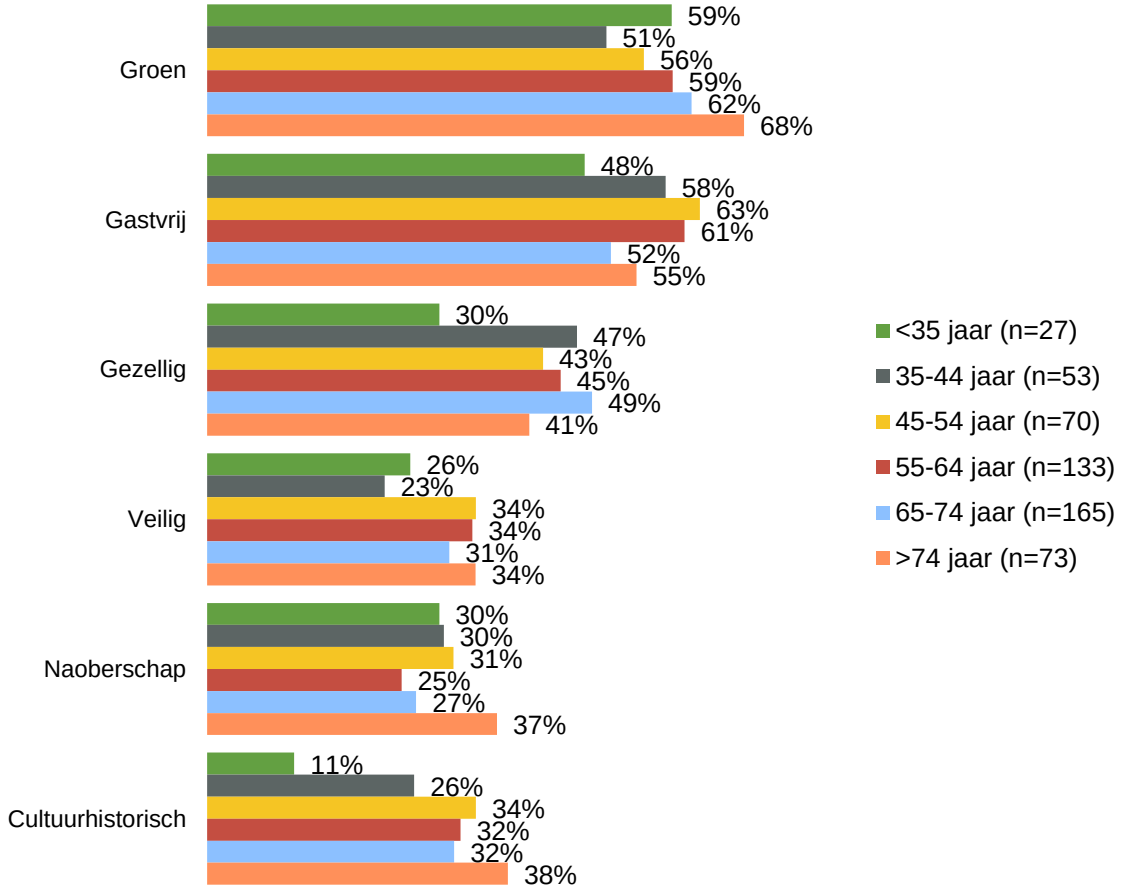
Maximaal 5 antwoorden mogelijk



In verband met de leesbaarheid van de weergave worden enkel de, op totaalniveau, 6 meest genoemde waarden weergegeven in deze figuur.

Welke van de volgende waarden vindt u het best passen bij de gemeente Aalten met betrekking tot recreatie en toerisme? (n=521)

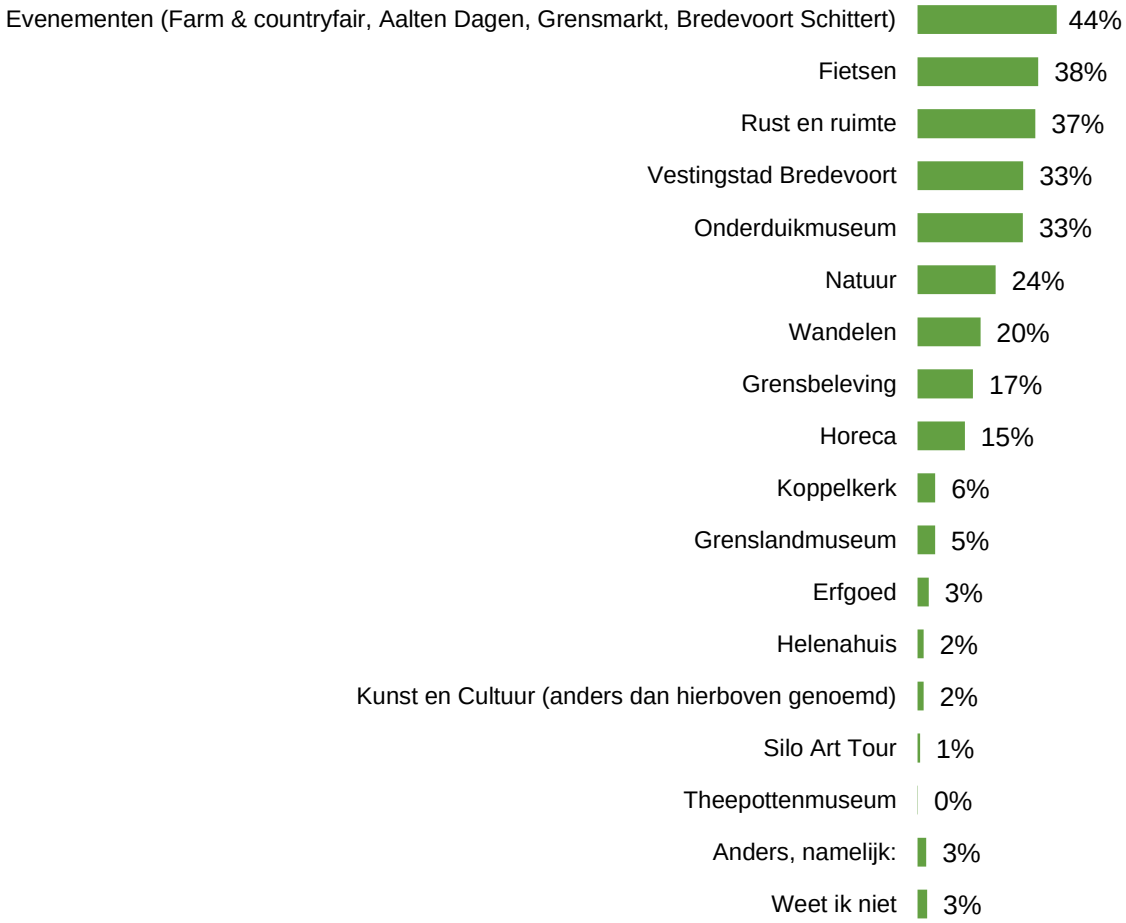
Maximaal 5 antwoorden mogelijk



Evenementen, fietsen en rust en ruimte zijn volgens respondenten kenmerkend voor de gemeente

Welke activiteiten, onderwerpen of locaties zijn volgens u kenmerkend voor de gemeente Aalten? (n=521)

Maximaal 3 antwoorden mogelijk

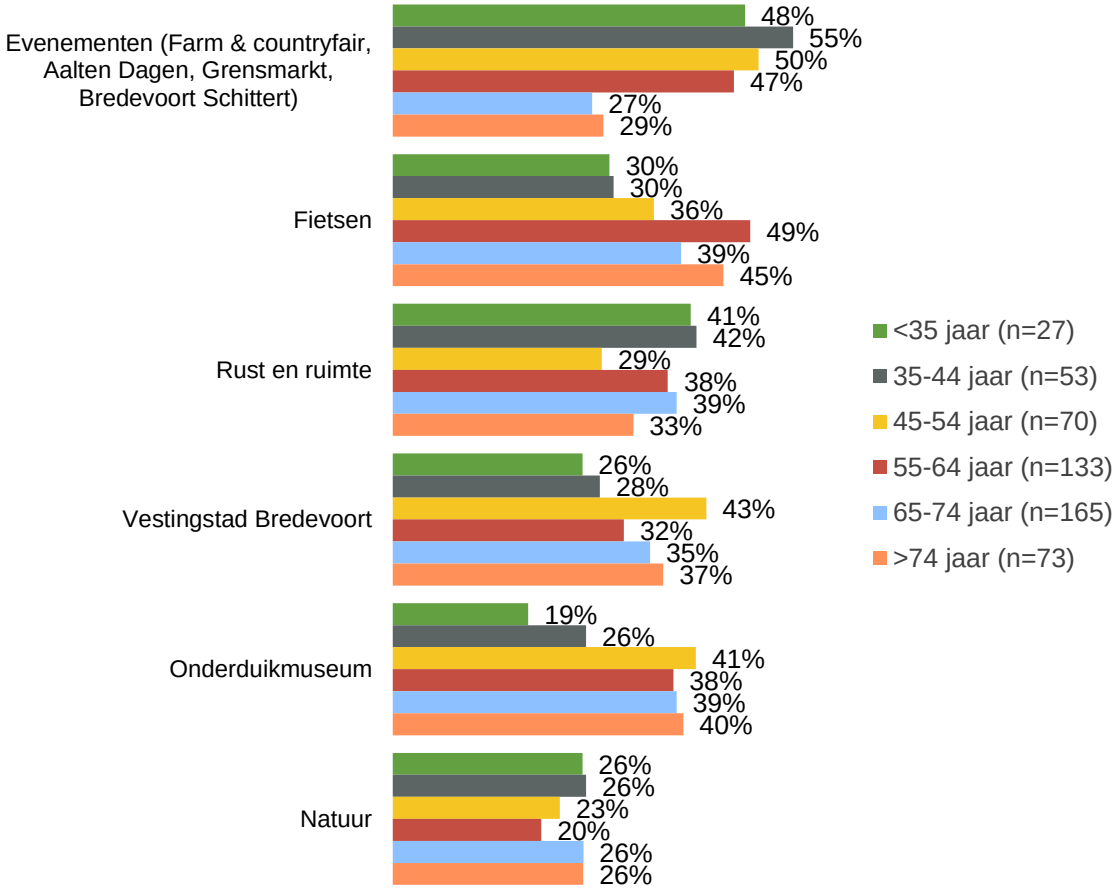


Jongere respondenten noemen in verhouding vaker de evenementen, oudere respondenten vaker fietsen

In verband met de leesbaarheid van de weergave worden enkel de, op totaalniveau, 6 meest genoemde waarden weergegeven in deze figuur.

Welke activiteiten, onderwerpen of locaties zijn volgens u kenmerkend voor de gemeente Aalten? (n=521)

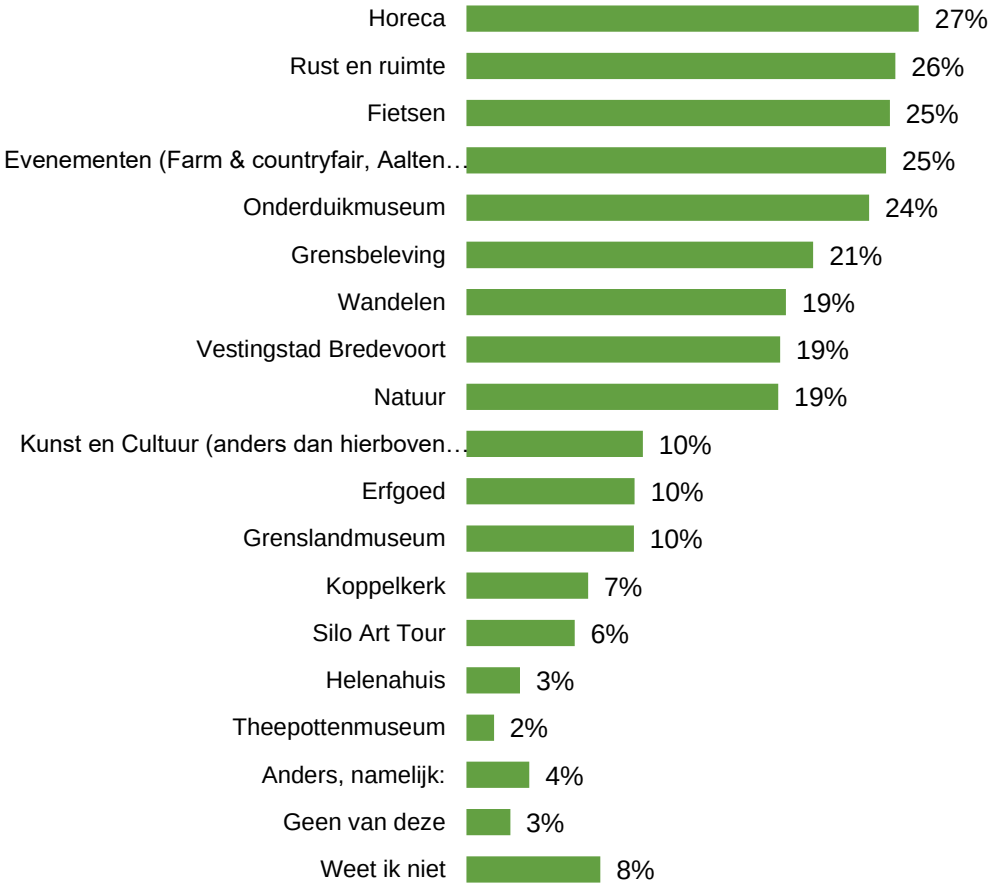
Maximaal 3 antwoorden mogelijk



Vooral de horeca, rust en ruimte, fietsen, evenementen en het onderduikmuseum zouden meer mogen worden uitgedragen

Welke activiteiten, onderwerpen of locaties zouden meer mogen worden uitgedragen of gepromoot? (n=521)

Maximaal 3 antwoorden mogelijk

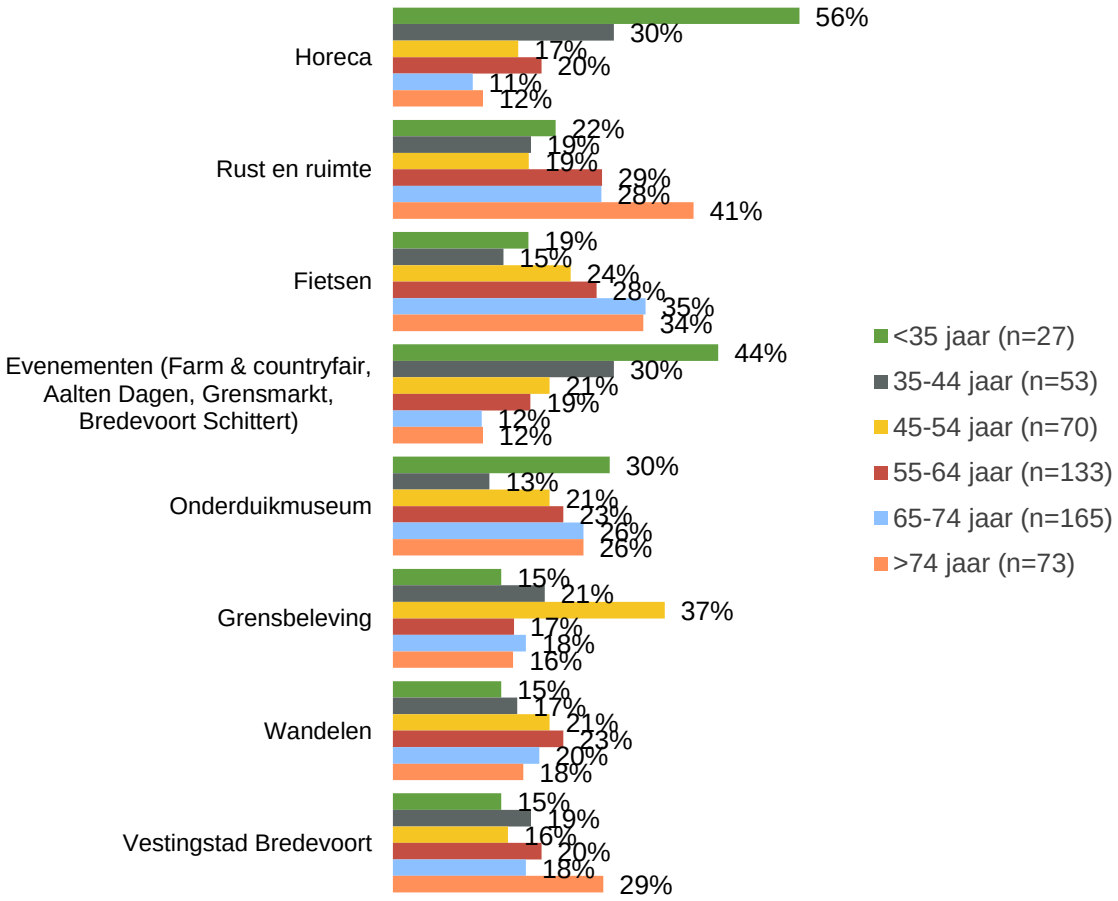


Jongere respondenten zien graag dat de horeca en evenementen meer worden gepromoot

In verband met de leesbaarheid van de weergave worden enkel de, op totaalniveau, 8 meest genoemde waarden weergegeven in deze figuur.

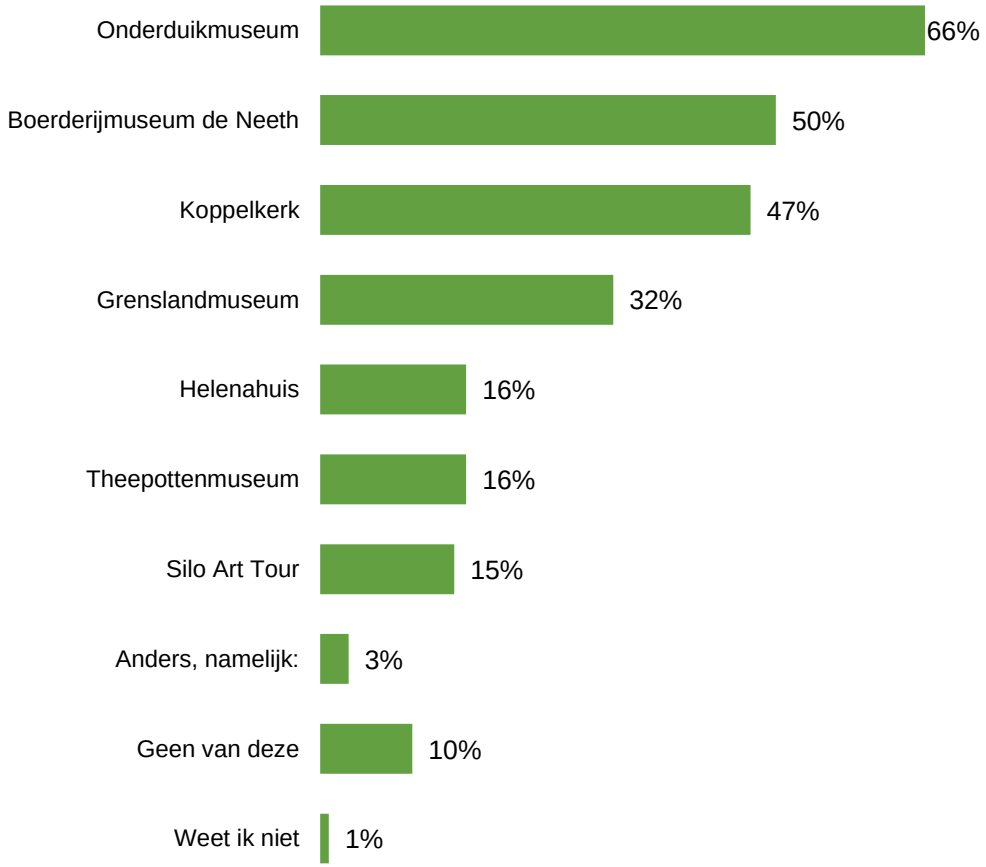
Welke activiteiten, onderwerpen of locaties zouden meer mogen worden uitgedragen of gepromoot? (n=521)

Maximaal 3 antwoorden mogelijk



Welke van de volgende 'kunst en cultuur' locaties heeft u wel eens bezocht? (n=521)

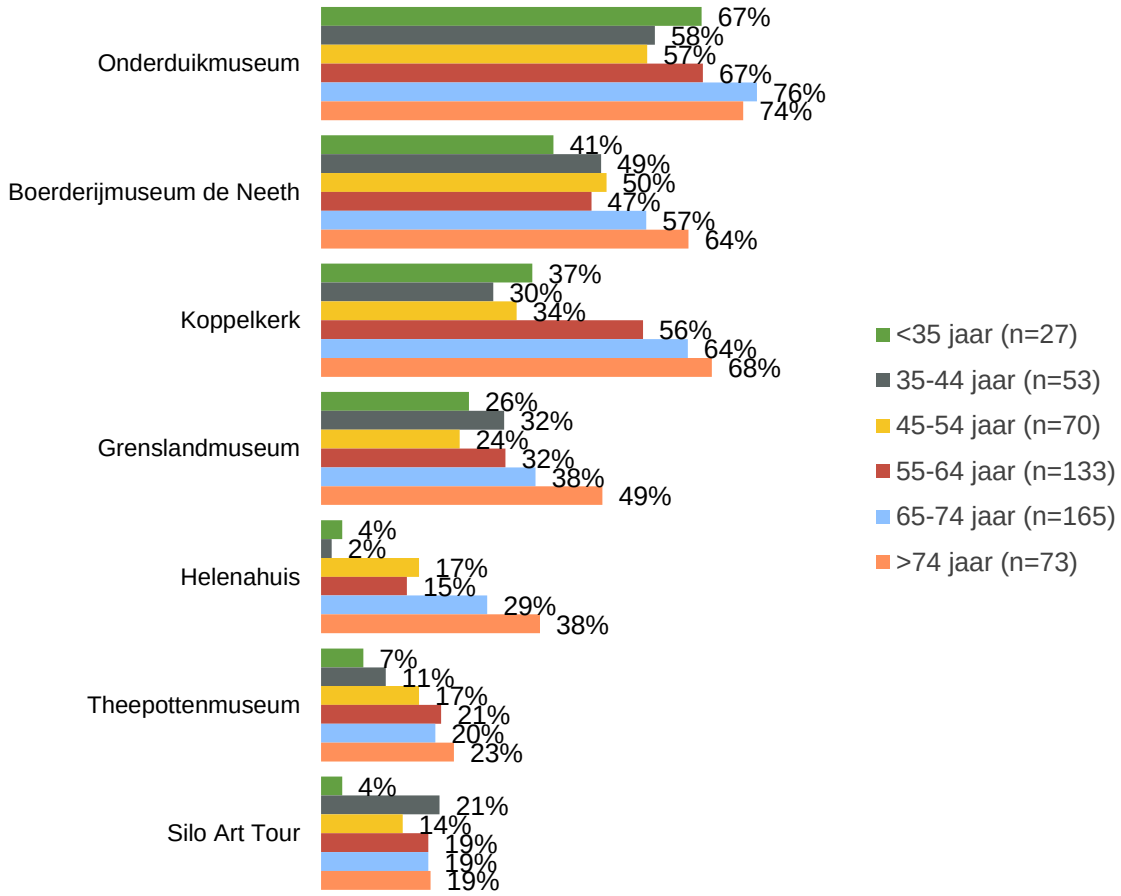
Meer antwoorden mogelijk



In verband met de leesbaarheid van de weergave worden enkel de, op totaalniveau, 7 meest genoemde waarden weergegeven in deze figuur.

Welke van de volgende 'kunst en cultuur' locaties heeft u wel eens bezocht? (n=521)

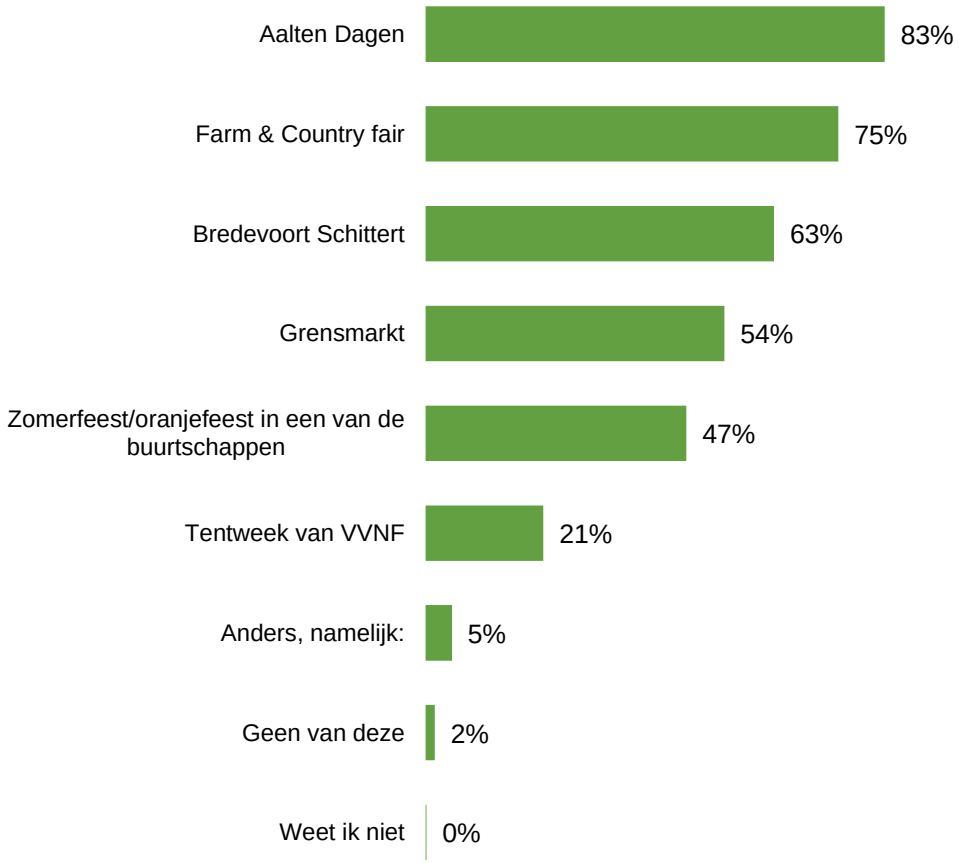
Meer antwoorden mogelijk



Veel respondenten hebben de Aalten Dagen, Farm & Country fair en Bredevoort Schittert wel eens bezocht

Welke van de volgende 'evenementen' heeft u wel eens bezocht? (n=521)

Meer antwoorden mogelijk

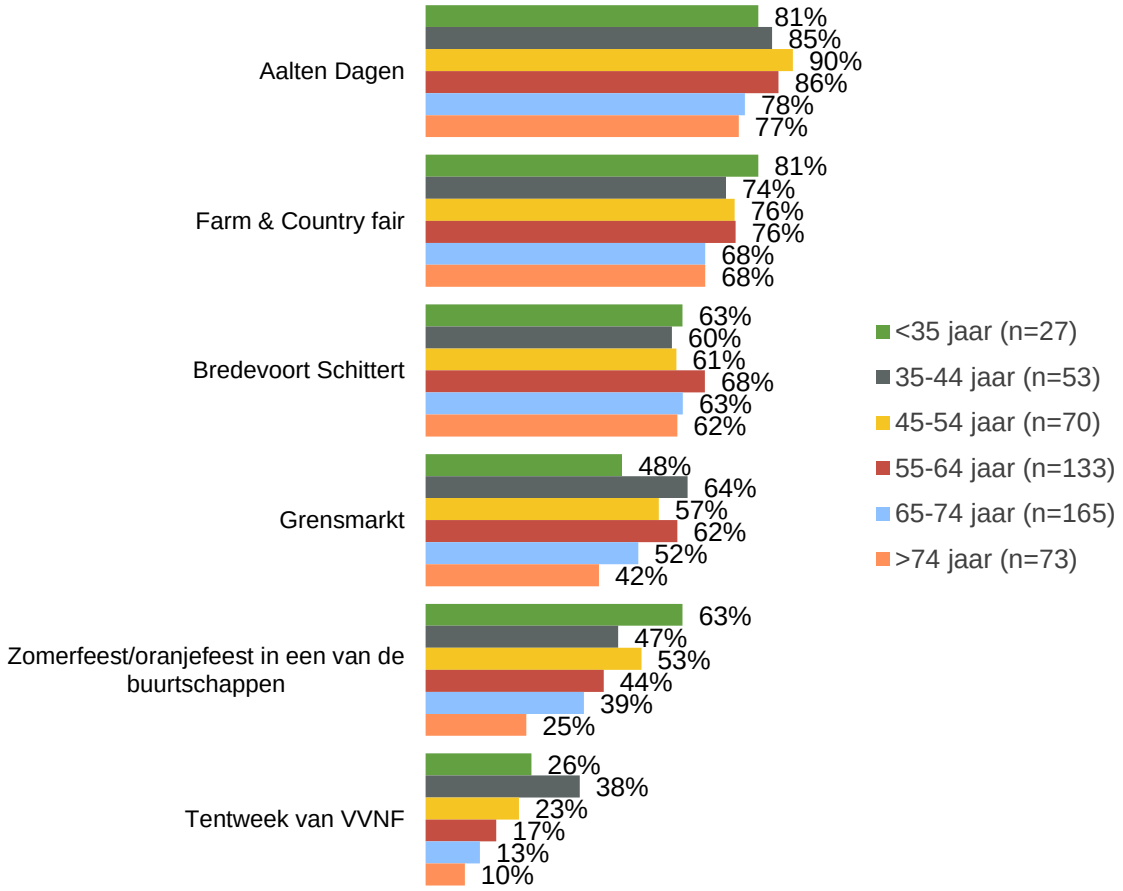


Vooral respondenten jonger dan 55 jaar bezochten (ook) het zomerfeest/oranjefeest in een van de buurtschappen

In verband met de leesbaarheid van de weergave worden enkel de, op totaalniveau, 6 meest genoemde waarden weergegeven in deze figuur.

Welke van de volgende 'evenementen' heeft u wel eens bezocht? (n=521)

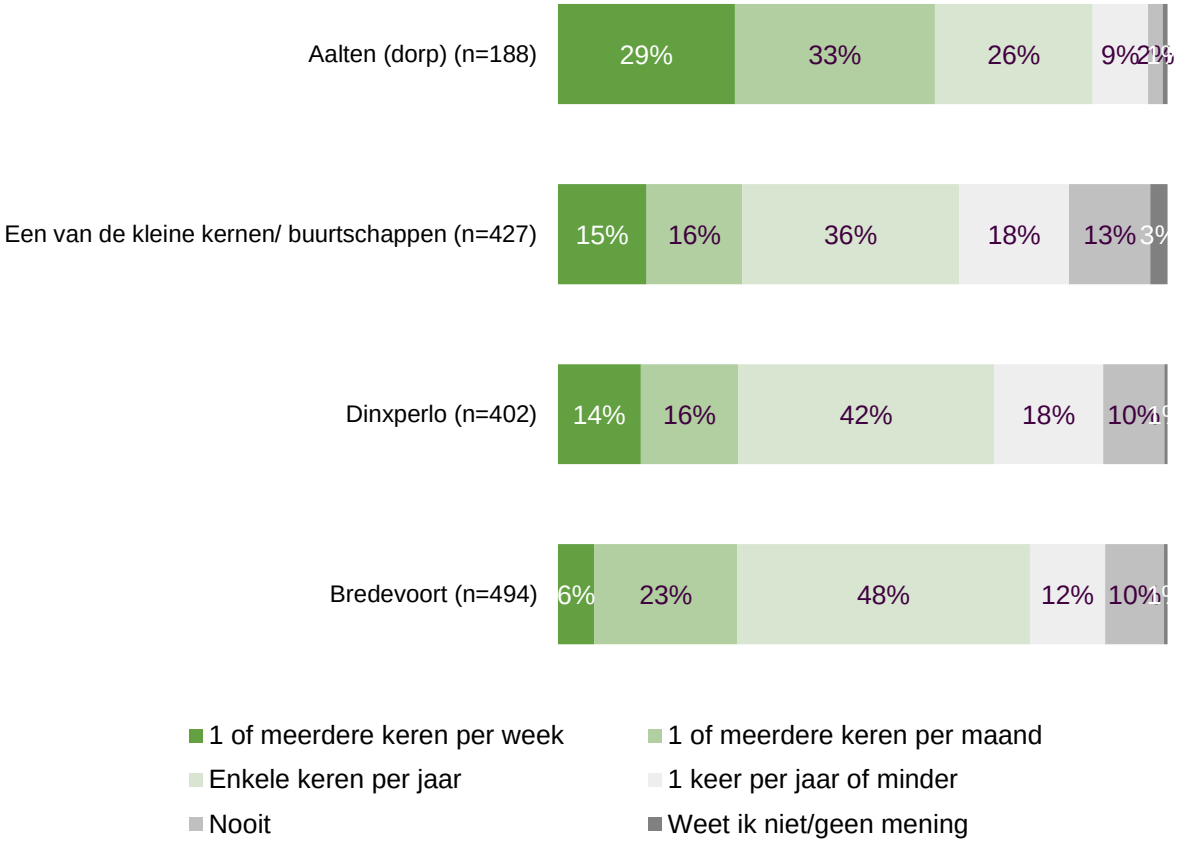
Meer antwoorden mogelijk



Van de respondenten die niet in Dinxperlo wonen bezoekt één op de drie het minimaal 1 keer per maand

Deze vraag is gesteld aan respondenten over de plaatsen waar men niet woont, respondenten woonachtig in Dinxperlo kregen dus de vraag over Aalten, Bredevoort en kleine kernen/buurtschappen.

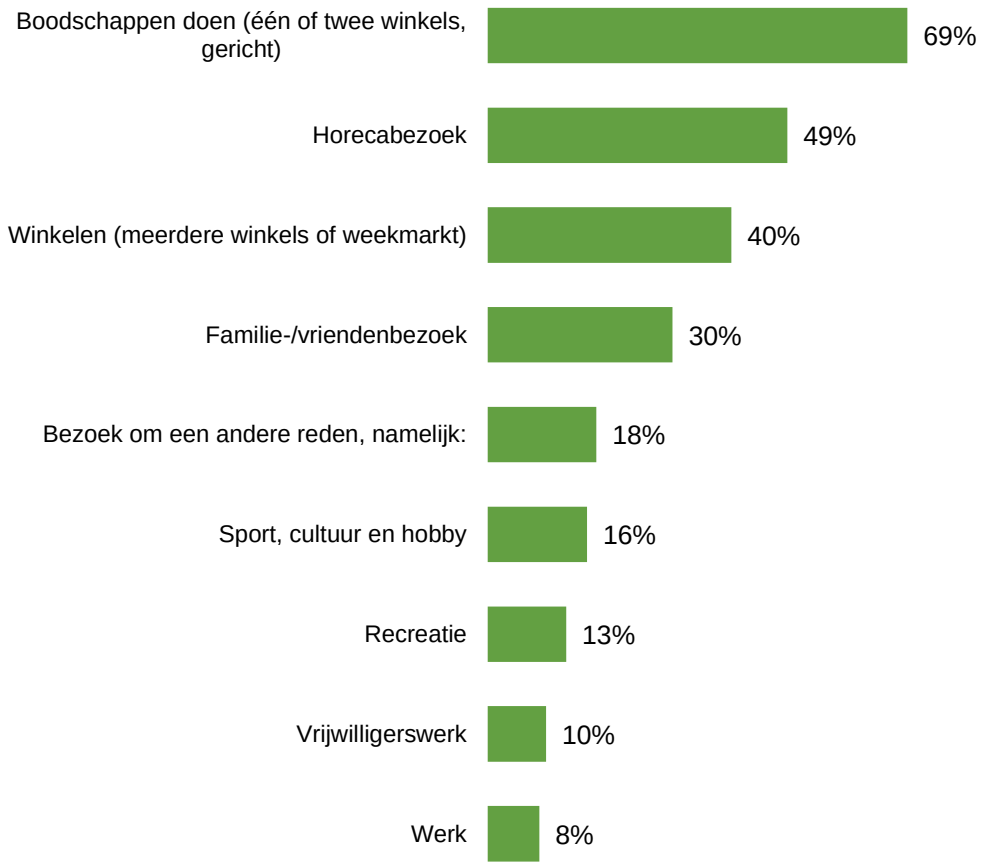
Hoe vaak bezoekt u de volgende plaatsen binnen de gemeente Aalten?



Respondenten die Aalten wel eens bezoeken doen dit vooral om boodschappen te doen en/of voor horecabezoek

Deze vraag is enkel gesteld aan respondenten die hebben aangegeven Aalten wel eens te bezoeken (en die er niet wonen).

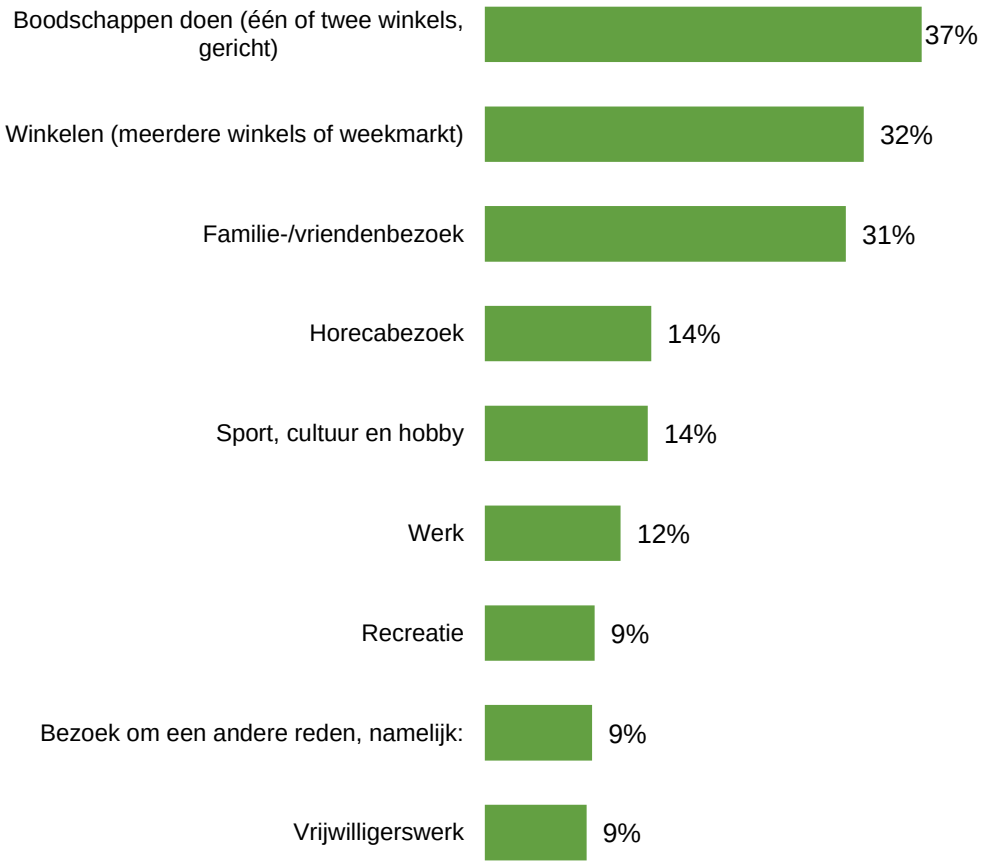
U heeft aangegeven dat u Aalten wel eens bezoekt. Met welk(e) doel(en) bezoekt u Aalten (dorp) meestal? (n=185)
Meer antwoorden mogelijk



Van de respondenten die Dinxperlo bezoeken doet ruim een derde dit om boodschappen te doen

Deze vraag is enkel gesteld aan respondenten die hebben aangegeven Dinxperlo wel eens te bezoeken (en die er niet wonen).

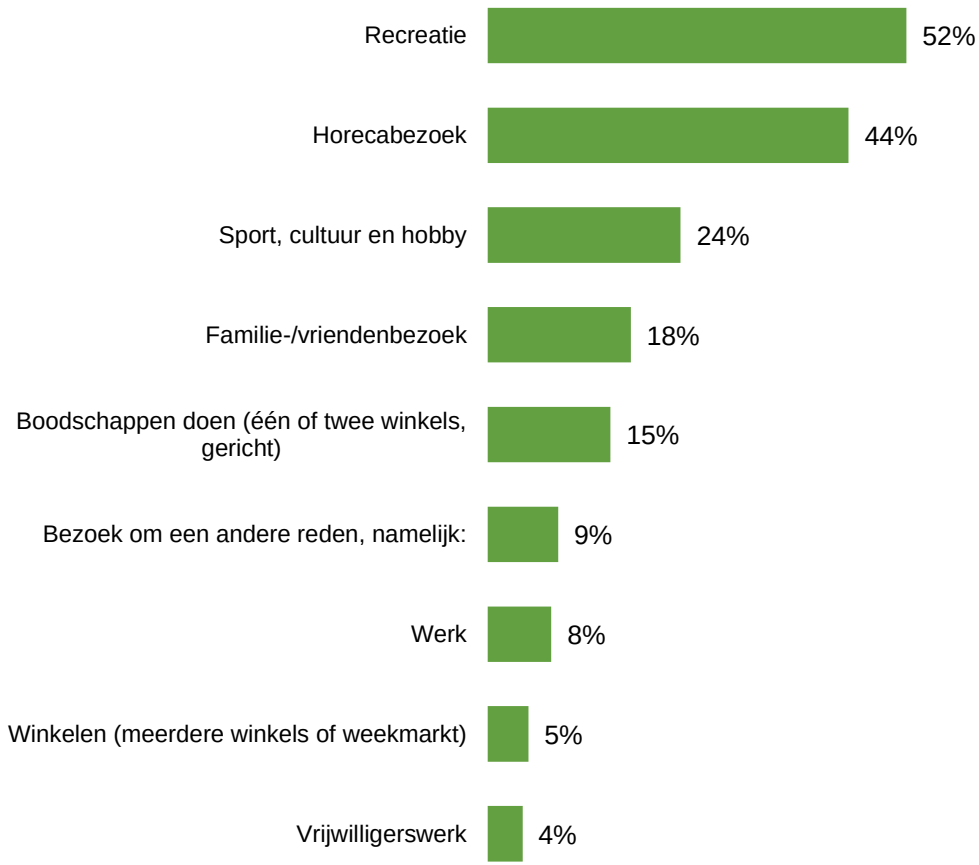
U heeft aangegeven dat u Dinxperlo wel eens bezoekt. Met welk(e) doel(en) bezoekt u Dinxperlo meestal? (n=366)
Meer antwoorden mogelijk



Bezoekers van Bredevoort doen dit vooral voor recreatie en horecabezoek

Deze vraag is enkel gesteld aan respondenten die hebben aangegeven Bredevoort wel eens te bezoeken (en die er niet wonen).

U heeft aangegeven dat u Bredevoort wel eens bezoekt. Met welk(e) doel(en) bezoekt u Bredevoort meestal? (n=461)
Meer antwoorden mogelijk

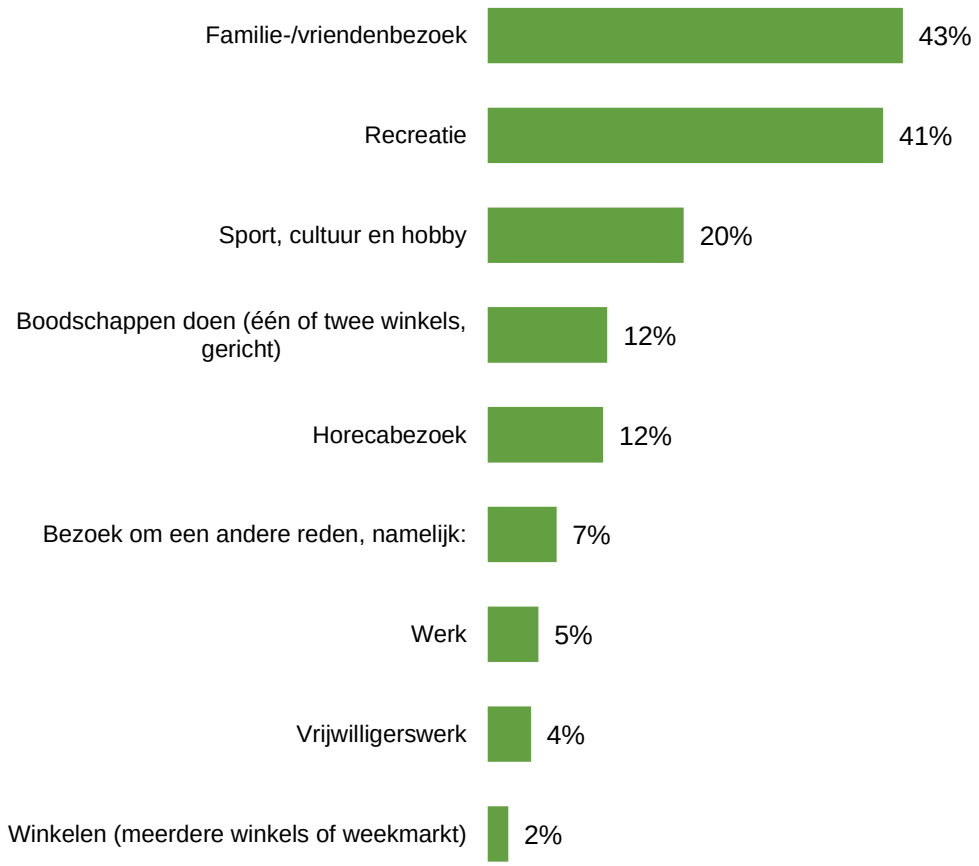


Respondenten die wel eens een van de kleine kernen of buurtschappen bezoeken doen dit vooral voor familie-/vriendenbezoek en recreatie

Deze vraag is enkel gesteld aan respondenten die hebben aangegeven de kleine kernen/buurtschappen wel eens te bezoeken (en die er niet wonen).

U heeft aangegeven dat u een van de kleine kernen/buurtschappen wel eens bezoekt. Met welk(e) doel(en) bezoekt u een van de kleine kernen/buurtschappen meestal? (n=367)

Meer antwoorden mogelijk



Wat maakt gemeente Aalten volgens u uniek en aantrekkelijk voor inwoners, ondernemers en toeristen? Denk hierbij aan sterke punten, bijzondere locaties, evenementen of andere kenmerken die de gemeente onderscheiden van andere plaatsen? (n=521)

Uniek in het algemeen:
Volgens de respondenten is de historische en culturele rijkdom van Aalten uniek. De ligging aan de grens, prachtige natuur, hechte gemeenschap en de combinatie van rust, ruimte en diverse evenementen.

Uniek om te wonen:
Aalten is een unieke plek om te wonen voor mensen die op zoek zijn naar een rustige en sociale woonomgeving met voldoende voorzieningen dichtbij. Het biedt een unieke combinatie van rust, ruimte, betaalbaarheid en een hechte gemeenschap midden in een groene omgeving.

Uniek om te werken of ondernemen:
De ligging aan de grens biedt voordelen en ook de rustige en hechte gemeenschap maken Aalten aantrekkelijk voor zowel ondernemers als werknemers. Er wordt waarde gehecht aan een betrokken werksfeer, gunstige ligging en nuchtere mentaliteit.

Uniek voor recreatie en toerisme
Het landschap gecombineerd met historische en culturele activiteiten zoals het Onderduikmuseum en Bredevoort maakt de gemeente aantrekkelijk voor toeristen. Er zijn veel evenementen, fietsroutes en campings die de aantrekkingskracht van de rustige en gastvrije regio versterken.

Stel dat u een ansichtkaart wil versturen van de gemeente Aalten, wat staat er dan wat u betreft op de voorkant? (n=521)

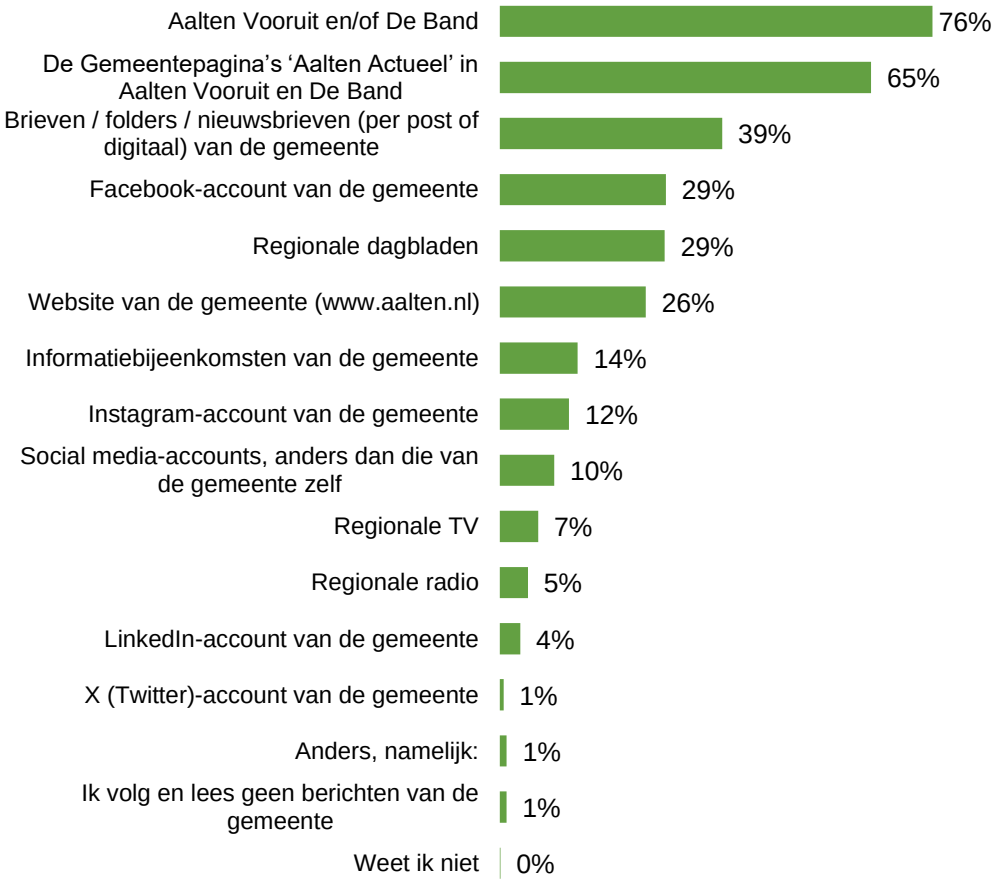
De respondenten noemen veel uiteenlopende locaties in de gemeente die men graag op de voorkant van een ansichtkaart zou zien. Hieronder een beknopte weergave van de gegeven antwoorden.

- ✓ De Oude Helenakerk
- ✓ Bredevoort
- ✓ Onderduikmuseum
- ✓ Coulisselandschap
- ✓ Aaltense Goor
- ✓ Slingeplas
- ✓ Grensstreek Dinxperlo
- ✓ Grenslandmuseum
- ✓ Watertoren
- ✓ Traditionele boerderijen
- ✓ Landelijke wegen, fietspaden en zandwegen

Veel respondenten volgen het nieuws van de gemeente via Aalten Vooruit en/of De Band en/of via De Gemeentepagina's

Hoe volgt en leest u meestal het nieuws van de gemeente? (n=521)

Meer antwoorden mogelijk

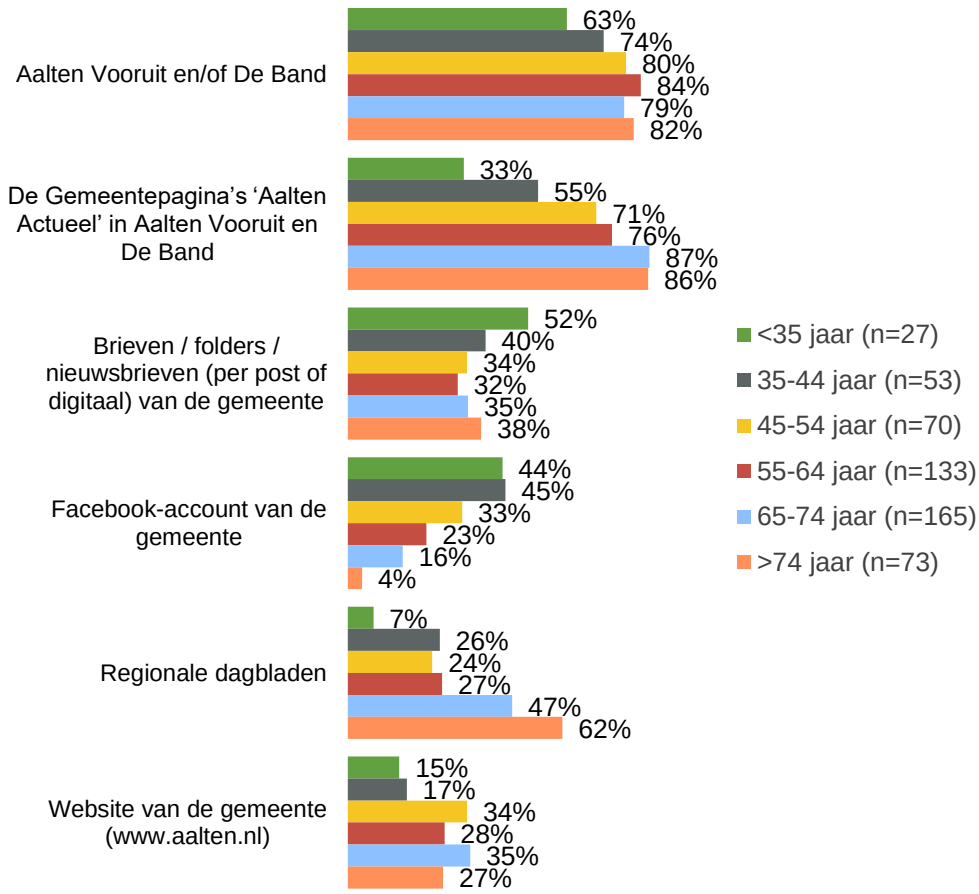


Vooral oudere respondenten volgen het nieuws van de gemeente via De Gemeentepagina's

In verband met de leesbaarheid van de weergave worden enkel de, op totaalniveau, 6 meest genoemde waarden weergegeven in deze figuur.

Hoe volgt en leest u meestal het nieuws van de gemeente? (n=521)

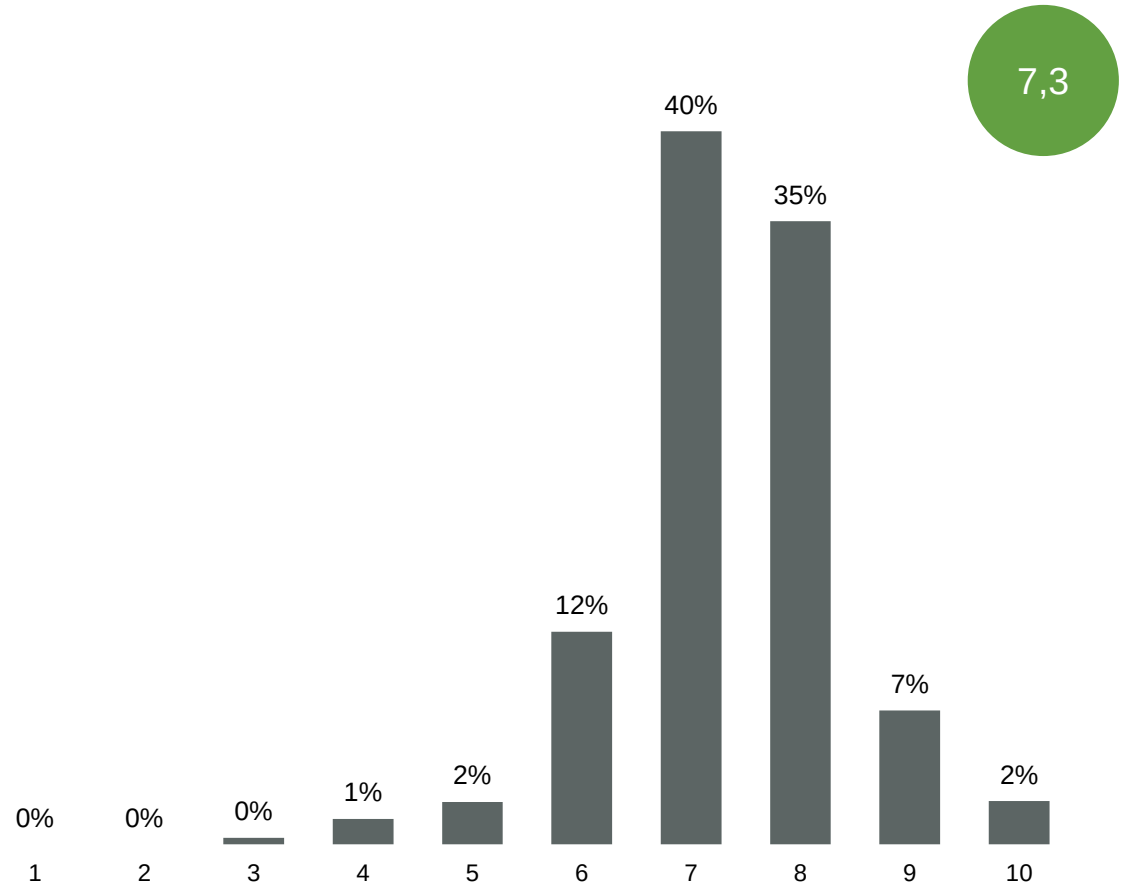
Meer antwoorden mogelijk



Gemiddeld worden de gemeentepagina's beoordeeld met een 7,3, 3% geeft een onvoldoende

Deze vraag is enkel gesteld aan respondenten die hebben aangegeven het nieuws van de gemeente te volgen via de gemeentepagina's 'Aalten Actueel' in Aalten Vooruit en De Band.

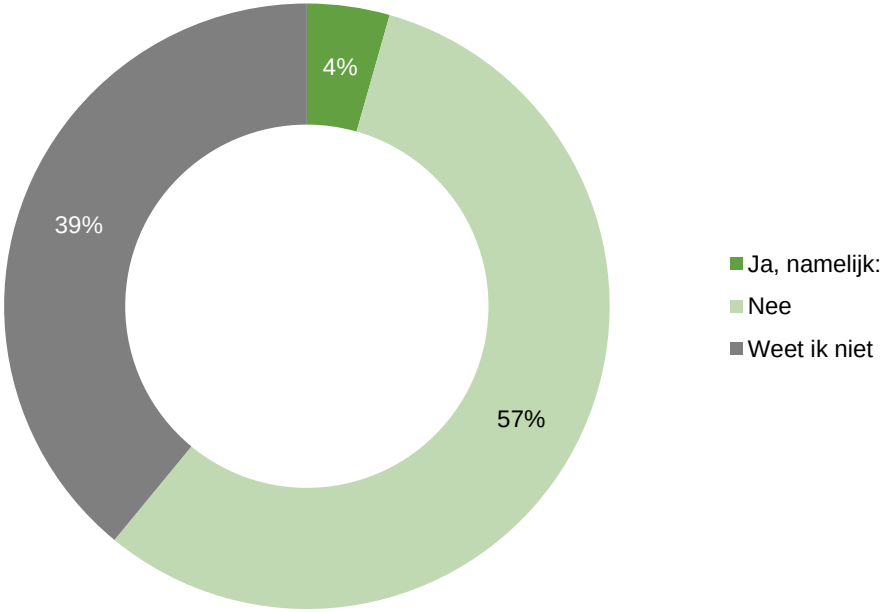
Hoe beoordeelt u de gemeentepagina's? (n=390)



Circa één op de 25 respondenten zegt informatie te missen op de gemeentepagina's

Deze vraag is enkel gesteld aan respondenten die hebben aangegeven het nieuws van de gemeente te volgen via de gemeentepagina's 'Aalten Actueel' in Aalten Vooruit en De Band.

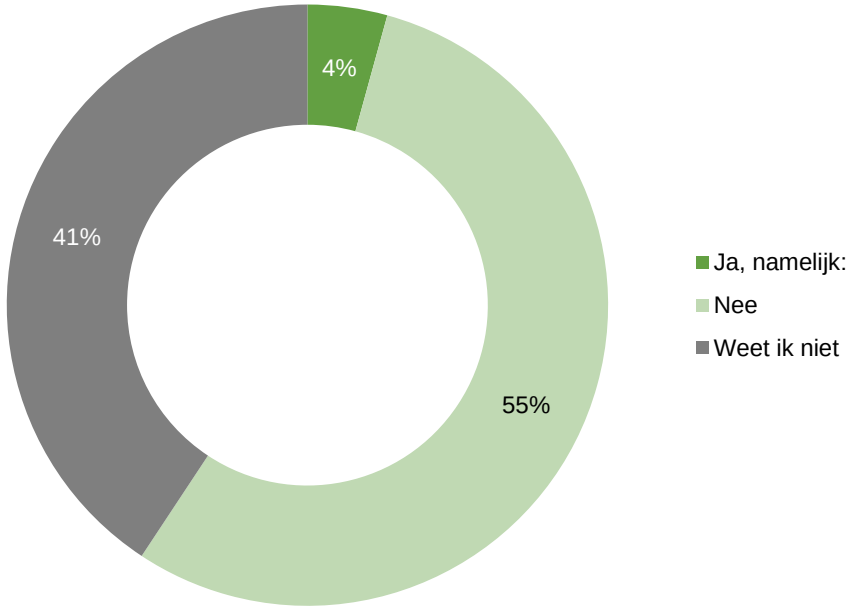
Mist u informatie op de gemeentepagina's? (n=395)



Eveneens één op de 25 respondenten geeft aan dat er op de gemeentepagina's onderwerpen staan die niet nodig zijn

Deze vraag is enkel gesteld aan respondenten die hebben aangegeven het nieuws van de gemeente te volgen via de gemeentepagina's 'Aalten Actueel' in Aalten Vooruit en De Band.

Zijn er op de gemeentepagina's onderwerpen, die wat u betreft niet nodig zijn? (n=395)

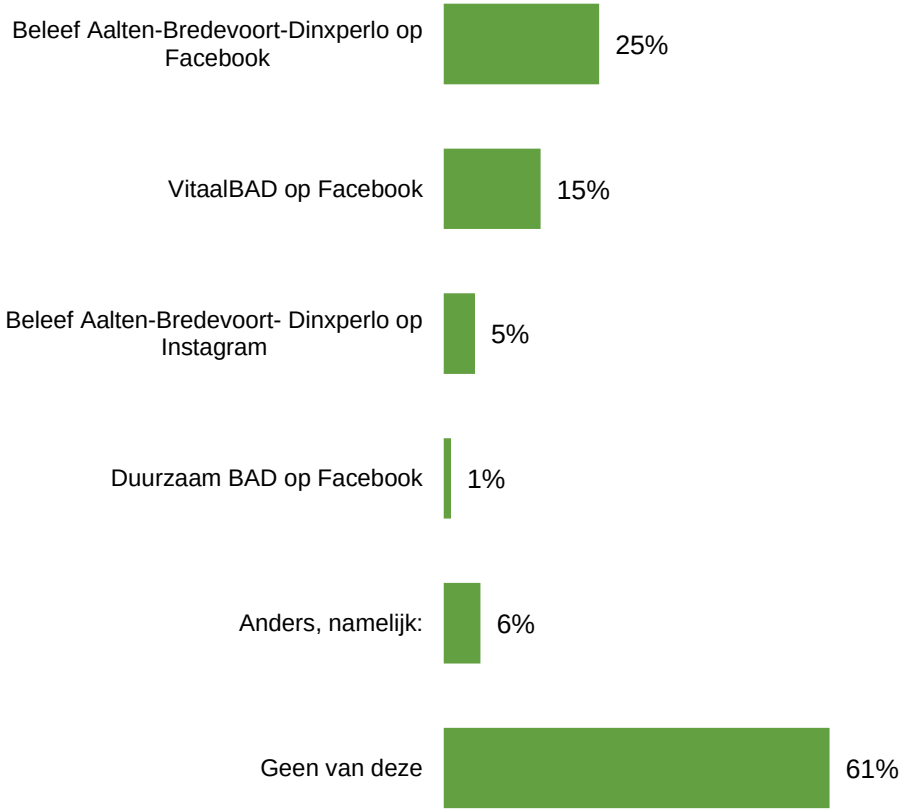


Respondenten die nieuws van de gemeente volgen via sociale media zeggen in een kwart van de gevallen (ook) de pagina Beleef Aalten-Bredevoort-Dinxperlo te volgen op Facebook

Deze vraag is enkel gesteld aan respondenten die hebben aangegeven het nieuws van de gemeente te volgen via sociale media.

Naast de algemene Facebook- en Instagram-accounts van de gemeente Aalten zijn er andere pagina's waar de gemeente bij betrokken is. Welk van deze sociale media-pagina's volgt u? (n=157)

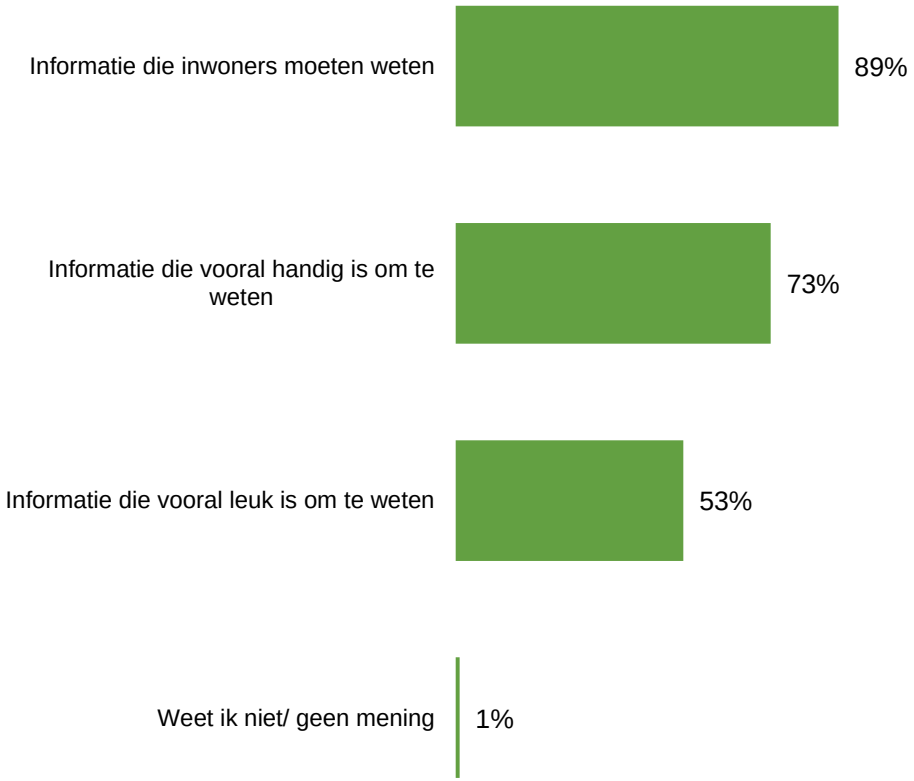
Meer antwoorden mogelijk



Deze vraag is enkel gesteld aan respondenten die hebben aangegeven het nieuws van de gemeente te volgen via Facebook.

U heeft aangegeven de gemeente te volgen via Facebook. Wat vindt u dat gemeente Aalten op Facebook vooral moet bieden? (n=118)

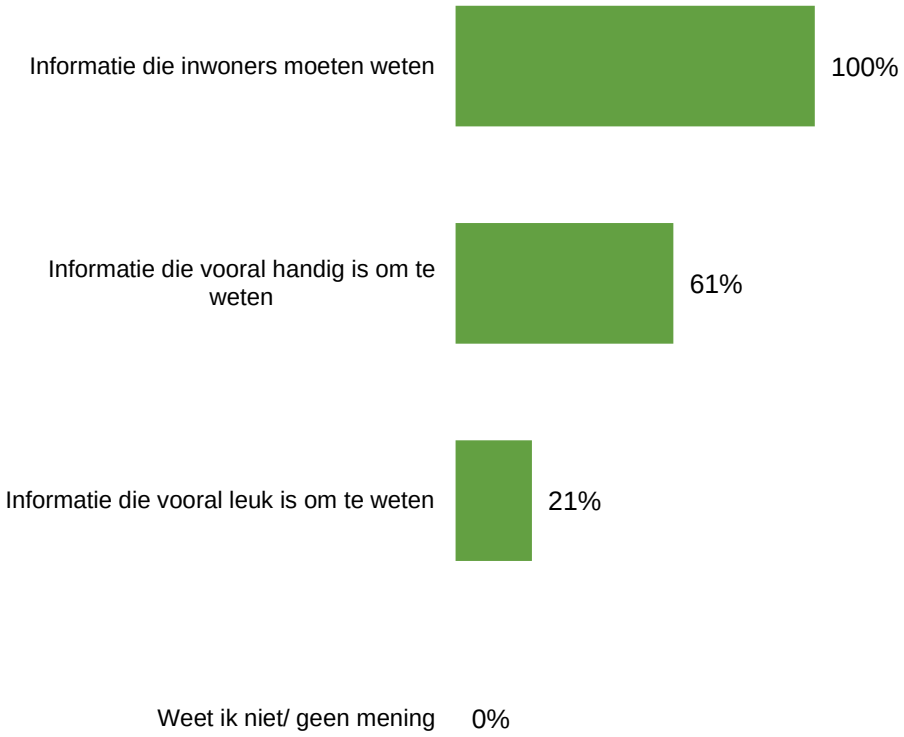
Meer antwoorden mogelijk



Respondenten die de gemeente volgen via X vinden dat gemeente op X vooral informatie moet bieden die inwoners moeten weten en/of handig is om te weten

Deze vraag is enkel gesteld aan respondenten die hebben aangegeven het nieuws van de gemeente te volgen via X.

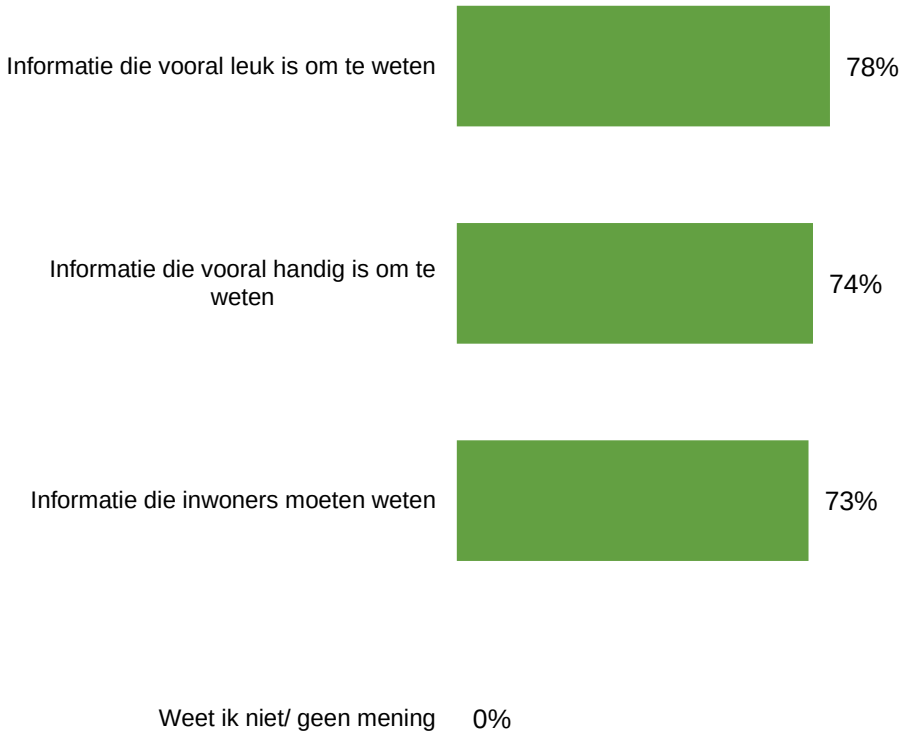
U heeft aangegeven de gemeente te volgen via X (Twitter). Wat vindt u dat gemeente Aalten op X (Twitter) vooral moet bieden? (n=3)
Meer antwoorden mogelijk



Respondenten die de gemeente volgen op Instagram willen daar naast handige informatie ook informatie vinden die leuk is om te weten

Deze vraag is enkel gesteld aan respondenten die hebben aangegeven het nieuws van de gemeente te volgen via Instagram.

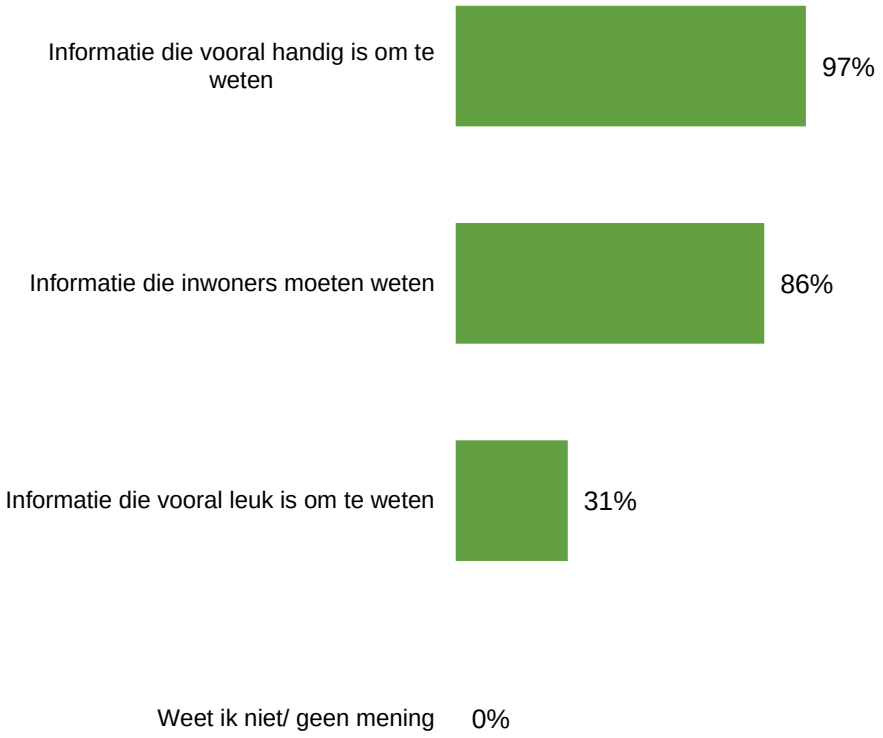
U heeft aangegeven de gemeente te volgen via Instagram. Wat vindt u dat gemeente Aalten op Instagram vooral moet bieden? (n=33)
Meer antwoorden mogelijk



Respondenten die de gemeente volgen via LinkedIn willen daar vooral informatie lezen die handig is of die men moet weten

Deze vraag is enkel gesteld aan respondenten die hebben aangegeven het nieuws van de gemeente te volgen via LinkedIn.

U heeft aangegeven de gemeente te volgen via LinkedIn. Wat vindt u dat gemeente Aalten op LinkedIn vooral moet bieden? (n=18)
Meer antwoorden mogelijk



Welke onderwerpen vindt u interessant om over te lezen op de sociale media van gemeente Aalten? (n=521)

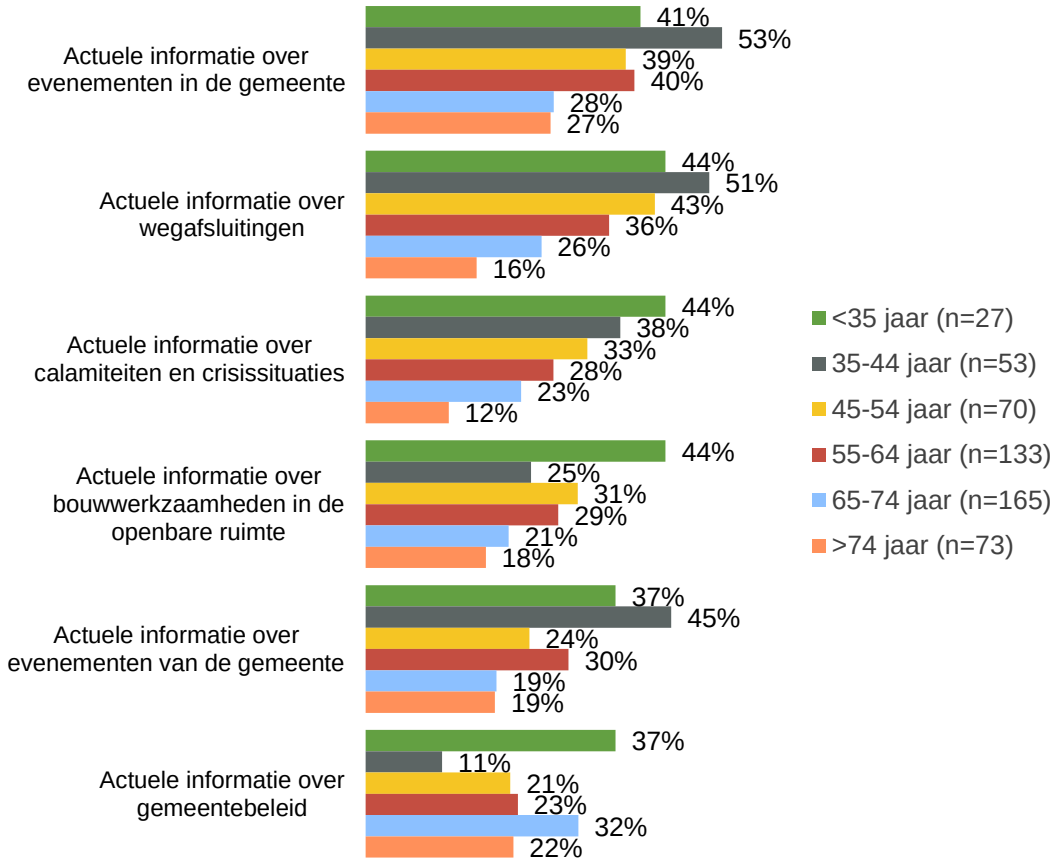
Maximaal 5 antwoorden mogelijk



In verband met de leesbaarheid van de weergave worden enkel de, op totaalniveau, 6 meest genoemde waarden weergegeven in deze figuur.

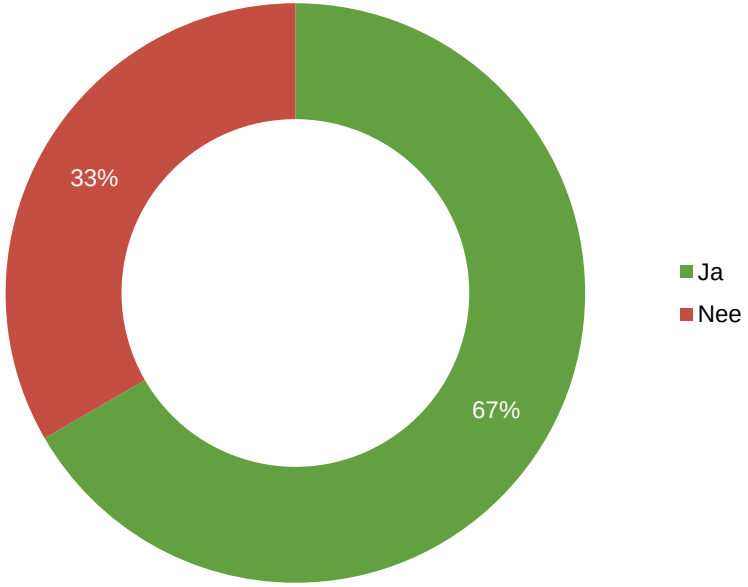
Welke onderwerpen vindt u interessant om over te lezen op de sociale media van gemeente Aalten? (n=521)

Maximaal 5 antwoorden mogelijk

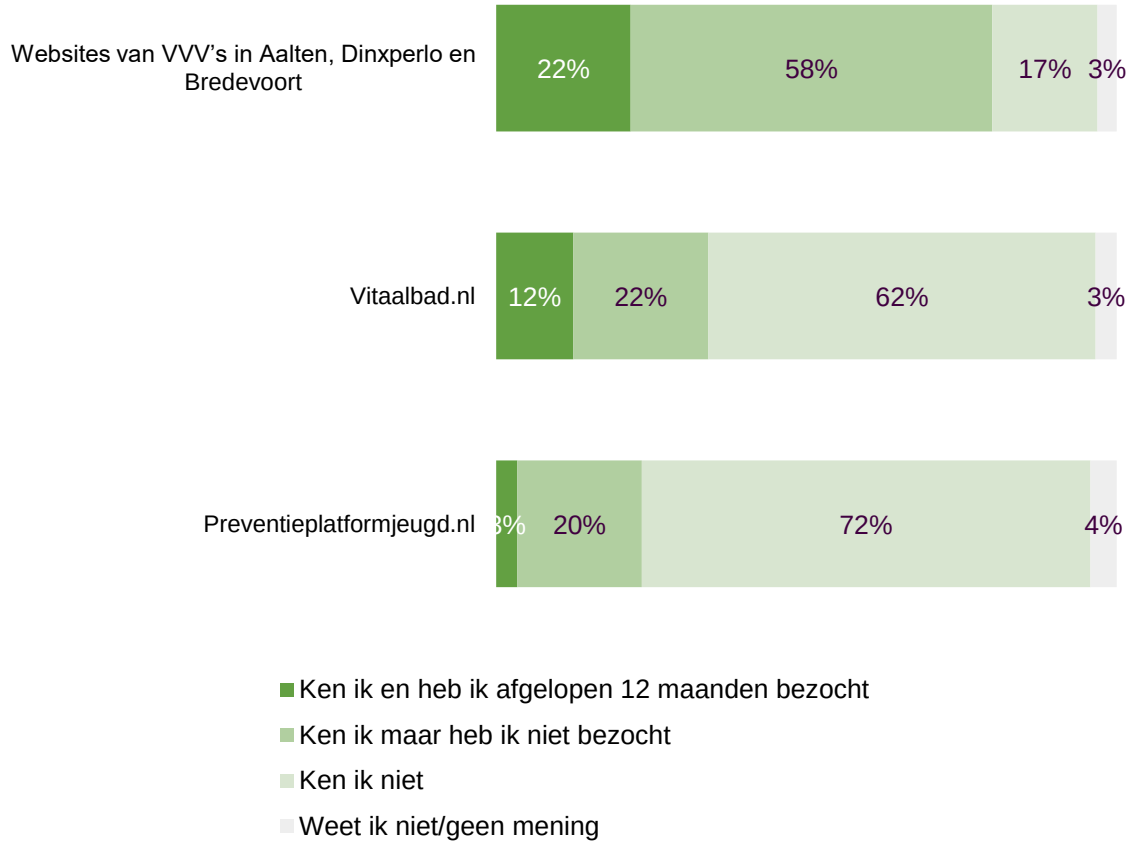


Circa twee op de drie respondenten heeft de afgelopen 12 maanden de website van de gemeente bezocht

Heeft u de website van de gemeente (www.aalten.nl) de afgelopen 12 maanden bezocht? (n=521)



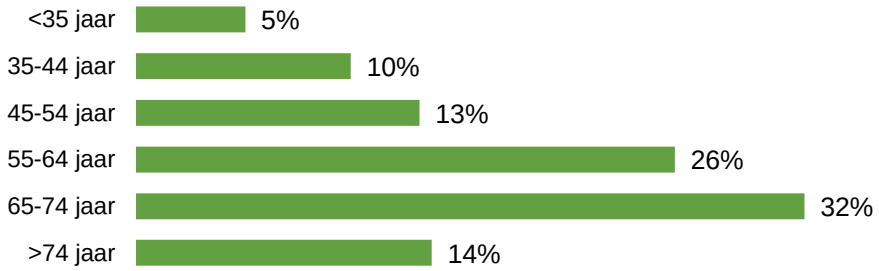
Welke van onderstaande websites heeft u de afgelopen 12 maanden bezocht? (n=521)



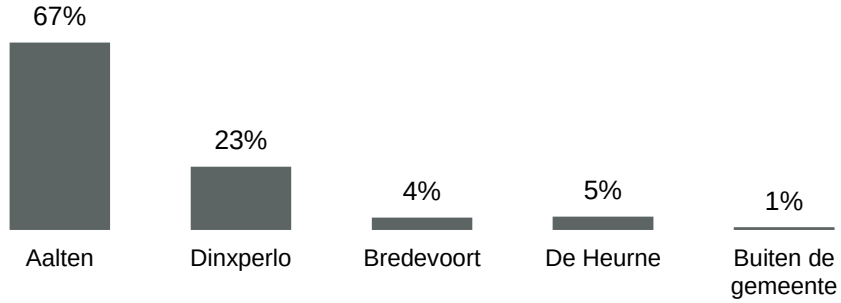
Moventem
Onderzoek | Advisering | Procesbegeleiding

Bijlagen

Leeftijd (n=521)



Woonplaats (n=521)



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 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 (521) kunnen met 95% betrouwbaarheid en 4,24% 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 1,22 en een respondent tussen de 55 en 64 jaar (die oververtegenwoordigd is) weegfactor 0,73. 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 geaccepteerd. Indien gewenst kan de tabel met alle gehanteerde weegfactoren opgevraagd worden.

Door de weging zijn de resultaten representatief over leeftijd.