

Zaaknr. : 16.ZK07833/16.B0210

Kenmerk : 16IT030764

Barcode : 

Rapportage onderzoek taak- en naamsbekendheid waterschap Brabantse Delta 0-meting

Mededeling voor het algemeen bestuur van 14 september 2016

Portefeuillehouder: C. Moonen

In maart 2016 heeft het algemeen bestuur de communicatievisie 2016-2017 van waterschap Brabantse Delta vastgesteld. In 2016 en 2017 moeten de bouwstenen uit deze communicatievisie worden vertaald in de praktijk. Dit gebeurt via plannen, activiteiten, projecten en programma's binnen de clusters en voor het hele waterschap. Vanuit de communicatievisie hebben drie zaken prioriteit:

- versterken van de positionering en de taak- en naamsbekendheid van het waterschap Brabantse Delta;
- versterken van de samenwerking met en participatie van inwoners, bedrijven en organisaties;
- vergroten van waterbewustzijn bij de inwoners.

Het AB heeft in het kader van de taak- en naamsbekendheid van het waterschap om een 0- en 1-meting verzocht in ons werkgebied. In mei is een ambtelijk advies over onderzoek naar taak- en naamsbekendheid geaccordeerd door het DB. In juni is een 0-meting uitgevoerd door onderzoeksbureau Ipsos dat voor de Unie van Waterschappen twee metingen naar taak- en naamsbekendheid waterschap heeft gedaan. Een 1-meting volgt in november 2017. De rapportages van deze metingen worden gedeeld met het bestuur en meegenomen in de evaluatie van de communicatievisie 2016-2017.

In opdracht van het waterschap Brabantse Delta heeft Ipsos een onderzoek uitgevoerd onder de inwoners over de naams- en taakbekendheid, het imago, de tevredenheid met het contact en de communicatiebehoefte met het waterschap. Het doel van het onderzoek is tweeledig. Het betreft zowel een reputatie- als een communicatie-onderzoek. De onderzoeksvragen zijn:

- Wat is de bekendheid en het imago van het waterschap Brabantse Delta onder zijn inwoners?
- Hoe ervaren inwoners het contact met het waterschap en wat is de communicatiebehoefte van inwoners met het waterschap?

Hieruit worden de volgende eerste conclusies getrokken:

- Ruim 2 op de 3 ondervraagde inwoners van het waterschap Brabantse Delta denken te weten wat de naam van hun waterschap is, maar een groot deel van hen verwacht de naam van het waterschap met die van de waterleverancier. Ongeveer een derde van de inwoners van waterschap Brabantse Delta noemt de juiste naam van het waterschap.
- Veel kenners associëren waterschap Brabantse Delta met de jaarlijkse belastingaanslag van het waterschap. Ook de verkiezingen zorgen voor naamsbekendheid onder zijn inwoners.
- Het waterschap staat bekend als deskundig, beschermend, betrouwbaar en duurzaam.
- Het liefst hebben inwoners via mail of post contact met het waterschap en worden zij ook het liefst op die wijzen geïnformeerd door het waterschap.
- De onderwerpen waarover men graag meer informatie ontvangt zijn zeer divers. Veelgenoemde thema's zijn taken van het waterschap, informatie over de waterstanden en tips om water te besparen.

Het is van belang om deze eerste conclusies in de juiste context te plaatsen. Er zijn algemene vragen gesteld aan een doorsnee van de inwoners van het werkgebied. De behoeften en belangen van geprioriteerde doelgroepen (zoals agrariërs, inwoners met projecten, dijken of water in directe omgeving, jeugd, stedelingen) kunnen genuanceerder zijn. Daarnaast is het van belang om rekening te houden met trends zoals bijvoorbeeld de steeds verdergaande digitalisering. De conclusies van de 0-meting en de uitgangspunten van de communicatievisie 2016-2017 zet de afdeling Bestuur & Communicatie om in concrete communicatieactiviteiten tot in ieder geval eind 2017.

./ Als bijlage bij deze mededeling is de rapportage van de 0-meting bijgevoegd.

Datum: 5 juli 2016

Naam schrijver: Imre van der Meulen

