



Wat willen inwoners weten van hun gemeente?

Resultaten van een landelijk onderzoek in samenwerking met de Algemene Rekenkamer en de NVRR

Status: maart 2018

Voorwoord

In de maand december van 2017 heeft de rekenkamer deelgenomen aan een landelijk onderzoek, de “Spotdag”. Deze Spotdag voerde de rekenkamer uit in samenwerking met andere rekenkamer(commissie)s, de Nederlandse Vereniging voor rekenkamers en rekenkamercommissies (de NVRR) en de Algemene Rekenkamer. In 2017 wilde de rekenkamer gemeenschap graag onderzoeken wat inwoners van hun gemeenten willen weten. Wat willen inwoners weten over de manier waarop de gemeente geld uitgeeft en de keuzes die daarin gemaakt worden? Op welke manier ontvangen zij graag deze informatie? Waarom willen zij graag deze informatie ontvangen? En wat kan er beter of slimmer?

Om de mening van inwoners te peilen heeft de rekenkamer in de maand december een digitale vragenlijst uitgezet via sociale media, website en Facebookpagina van de gemeente Hilversum, Hilversummail en het burgerpanel. Ook hebben leden van de rekenkamer in het centrum van Hilversum passanten bevraagd over de informatiebehoefte die zij hebben ten aanzien van de gemeente Hilversum.

In deze notitie koppelen wij de resultaten van deze Spotdag aan u terug. De rekenkamer wil graag alle inwoners van Hilversum die mee hebben gewerkt aan het onderzoek, van harte bedanken. Het was leuk en boeiend om uw mening te lezen/horen. Onze speciale dank gaat uit naar Hiddo Pronk van het team Rapportages van de gemeente Hilversum voor zijn behulpzaamheid bij het uitzetten van de vragen via het burgerpanel en verwerken van de binnengekomen resultaten.

Inhoud

Voorwoord	3
1. Inleiding	5
2. Onderzoeksverantwoording.....	5
3. Analyse	6

1. Inleiding

In de maand december heeft de rekenkamer deelgenomen aan een landelijk onderzoek, de “Spotdag”. Deze Spotdag voert de rekenkamer uit in samenwerking met andere rekenkamer(commis)sies, de NVR en de Algemene Rekenkamer. De Spotdag is bedoeld om als rekenkamer(gemeenschap) de krachten te bundelen en gezamenlijk – binnen een kort tijdsbestek – een relevant thema te onderzoeken. Daarbij hopen we als ‘bijvangst’ meer te weten te komen over welke methodes goed werken bij het betrekken van burgers in rekenkameronderzoek.

Het thema van de Spotdag 2017 was ‘de burger als armchair auditor’. Digitalisering heeft meer dan ooit invloed op de samenleving en (openbare) informatie wordt op tal van nieuwe manieren ontsloten. Burgers gebruiken deze openbare data in toenemende mate voor onderzoek, het indienen van WOB-vragen, en oordeelsvorming. Dit heeft invloed op hoe burgers naar de overheid kijken en op welke manier zij graag informatie ontvangen. Daarom is het voor ons als rekenkamer(commis)sies zinvol om te onderzoeken of en op welke wijze de burger geïnformeerd wil worden door de overheid. Wat willen burgers weten over de manier waarop de overheid geld uitgeeft en de keuzes die daarin gemaakt worden? Op welke manier ontvangen burgers deze informatie graag? Met welk doel willen ze deze informatie ontvangen? En wat kan er beter of slimmer?

2. Onderzoeksverantwoording

In de maanden november en december 2017 hebben 11 gemeenten bovenstaande vragen onder inwoners uitgezet. Gemeenten waren vrij om een vorm (digitale enquête, mondelinge enquêtes, groepsdiscussie, straatinterviews etc.) te kiezen. Voor een overzicht van de gemeenten die deel hebben genomen aan het landelijke onderzoek en de landelijke resultaten verwijzen wij u graag naar bijlage 1.

De Rekenkamer Hilversum heeft gekozen voor een combinatie van twee onderzoeks-instrumenten:

1. Digitale vragenlijst die in de maand december is uitgezet via sociale media, website en Facebookpagina van de gemeente Hilversum, Hilversummail en het burgerpanel.
2. Straatinterviews. Leden van de rekenkamer hebben op maandagmiddag 4 december in het centrum van Hilversum passanten bevestigd over de informatiebehoefte die zij hebben ten aanzien van de gemeente Hilversum.

De Rekenkamer Hilversum heeft voor de digitale enquête gebruik gemaakt van een vragenlijst die ontwikkeld is door de Algemene Rekenkamer en de NVR. Dezelfde vragenlijst is – enigszins aangepast – ook gebruikt voor de straatinterviews.

De straatinterviews heeft de rekenkamer gebruikt voor verdere beeldvorming, aanvullend op de kwantitatieve informatie uit de digitale enquête.

In totaal hebben 991 inwoners via het burgerpanel de vragenlijst (compleet) ingevuld. Via een open link – op de website van de gemeente, in de Hilversummail en social media – hebben nog eens 43 inwoners de vragenlijst ingevuld. Met de straatinterviews zijn 25 respondenten geïnterviewd, waarvan 22 ook daadwerkelijk woonachtig in Hilversum. De resultaten van de straatinterviews, van de digitale enquête via een open link en van het burgerpanel zijn geïntegreerd in één overzicht, dat u aantreft in bijlage 2.

3. Analyse

Hieronder volgt een analyse op basis van de uitkomsten van het landelijk onderzoek (bijlage 1¹), alsook van de uitkomsten van het onderzoek zoals gehouden in Hilversum op basis van de digitale enquête (via een open link en via het burgerpanel) en de straatinterviews (bijlage 2). Om onderstaande analyse goed te kunnen lezen en begrijpen is het aan te raden om beide bijlages erbij te houden.

Analyse enquêteresultaten:

1. De respons op dit onderzoek is in Hilversum *erg hoog* geweest. De hoge respons is vooral te danken aan de inzet van het burgerpanel. De respons via het burgerpanel was maar liefst 64%. Dit is hoger dan bij de meeste andere burgerpeilingen. Blijkbaar vinden de respondenten het een relevant onderwerp. Hilversum had bovendien, naar verhouding van het inwoneraantal, de hoogste respons van de 11 gemeenten die deel hebben genomen aan het onderzoek. Gemeenten die voor het onderzoek gebruik hebben gemaakt van hun burgerpanel of die de enquête via Facebook actief hebben gepromoot, hadden de hoogste respons.
2. Het percentage inwoners van Hilversum dat wil weten waar hun gemeente geld aan besteedt en wat er vervolgens mee bereikt wordt, is erg hoog (80-90%). Dit sluit aan bij punt 1; *de respondenten vinden het onderwerp (erg) belangrijk*. Kanttekening daarbij is dat verwacht mag worden dat respondenten die aan het onderzoek hebben meegewerkt (via de straatinterviews, enquête of het burgerpanel), bovengemiddeld geïnteresseerd zijn in het werk van de gemeente. Inwoners die nauwelijks of niet geïnteresseerd zijn in het werk van de gemeente, zullen minder snel geneigd zijn om mee te werken aan de straatinterviews, de enquête invullen en/of deelnemen aan een burgerpanel.
3. Onderwerpen die de respondenten relevant vinden om meer inzicht in te hebben wat betreft bestedingen en bereikte doelen zijn: *veiligheid, verkeer en zorg*. Het hoogst scorende onderwerp is 'veiligheid' (69%), maar ook het laagst scorende onderwerp, 'economie', wordt nog door 31% van de respondenten genoemd. Over het algemeen kun je stellen dat de respondenten graag geïnformeerd willen worden over diverse onderwerpen uit zowel het sociale als fysieke domein.
4. Het merendeel van de inwoners wil graag informatie op het "*overkoepelende*" niveau van de stad en/of gemeente. Een kwart is geïnteresseerd in deze bestedingsinformatie op wijk/buurniveau of straatniveau.
5. Vaak wordt gedacht dat bewoners dit soort informatie over bestedingen/transparantie op een snelle, nieuwe (digitale) manier zoals via sociale media of filmpjes/verhalen willen ontvangen. Maar dit onderzoek laat een ander beeld zien. De overgrote meerderheid ziet dit soort informatie graag *in de traditionele vorm van grafieken, tabellen en jaarverslagen/jaarrekeningen*. In de communicatie richting bewoners over besteding van gemeenschapsgeld is het goed om hier rekening mee te houden. Aansluiten op de wens is hier de aanbeveling van de rekenkamer. Uit de resultaten van andere gemeenten die hebben meegewerkt aan het onderzoek, bleek Haarlem relatief veel jongeren bereikt te hebben door verspreiding van de enquête via actieve promotie op Facebook (n = 1200, zonder inzet van het burgerpanel). Jongeren gaven over het algemeen aan wel graag via sociale media geïnformeerd te worden (*als kanaal*), maar ze gaven de voorkeur aan grafieken en jaarverslagen als *vorm* van de informatie.

¹ In de landelijke rapportage is in de tabel op pagina 2 niet ingevuld dat Hilversum ook straatinterviews heeft gehouden. Dat is niet correct. Aanvullend aan de digitale enquête heeft de Rekenkamer Hilversum 25 straatinterviews gehouden.

6. Opvallend is dat de meeste respondenten in Hilversum aangeven dat als ze deze bestedingsinformatie van de gemeente krijgen, ze deze met name willen gebruiken om te bepalen *op welke partij/welke persoon* ze gaan stemmen bij volgende lokale/nationale verkiezingen (54%). Op de tweede plaats komt de motivering dat men persoonlijk hiermee kan nagaan of de gemeente *waarmaakt* wat ze belooft heeft.
7. Op de vraag of de gemeente Hilversum op dit moment al goed aangeeft waaraan gemeenschapsgeld wordt besteed komt een *erg gefragmenteerd beeld* naar voren. 21% zegt dat dit wel het geval is, maar daarnaast zegt 22% dat dit niet het geval is. 27% gaat er precies tussenin zitten en maar liefst 30% zegt ‘weet niet/geen mening’. Er is hierover dus geen duidelijke consensus.
8. De resultaten van de andere gemeenten die hebben deelgenomen aan het onderzoek komen - op vrijwel alle onderdelen - overeen met de resultaten van Hilversum. *We kunnen dit echter niet neerzetten als “het landelijke beeld”*. De totale groep van respondenten kan namelijk niet als representatief worden beschouwd; er is immers geen sprake van een random steekproef, noch van een evenredige spreiding van gemeenten (gemeenten uit het noorden en zuiden van het land ontbreken, als ook de vier grote steden).

Analyse antwoorden op open vragen en straatinterviews

Vervolgens zijn de antwoorden op de open vragen in de enquête en de straatinterviews geanalyseerd. Open antwoorden geven vaak nieuwe inzichten, en zijn een waardevolle aanvulling op de kwantitatieve enquêteresultaten. Er is gekeken of een ‘rode draad’ uit de open antwoorden kon worden afgeleid.

1. Op de vraag of er andere dan in de vraagstelling genoemde onderwerpen zijn, waarvan men graag inzicht wil in de gemeentelijke uitgaven, werd in het open antwoordenveld opvallend vaak ‘*ouderenzorg*’ genoteerd. Dat is een specifiekere invulling van de categorie ‘zorg’ (top 3), dat een tamelijk breed begrip is.
2. Op de vraag wat men vervolgens wil/gaat doen met de informatie over bestedingen van gemeenschapsgeld (al dan niet beschikbaar op dit moment), geeft 6% als aanvullende motivering dat men *graag betrokken* wil blijven bij wat er speelt in de gemeente, en hiermee ook een bepaalde *actieve rol* wil spelen in de *gemeenschap of buurt*. Aan de hand van inzichten kan men misschien een rol spelen in het stellen van *prioriteiten van de buurt*. Hierbij wordt geregeld ook de term ‘*burgerplicht*’ genoemd.
3. Het resultaat op de stelling ‘Ik vind dat mijn gemeente goed aangeeft waar zij haar geld aan besteedt’ laat zoals al aangegeven een erg gefragmenteerd beeld zien. 21% van de respondenten geeft aan het eens te zijn met deze stelling. Uit de open antwoorden komt als motivering naar voren dat men de gemeente-uitingen via *huis-aan-huisbladen, website, Hilversum Nieuws* en andere media als *eerlijk, open en transparant* ervaart. Ook de *verplichte jaarrekening en begroting* worden regelmatig genoemd. Er wordt echter ook aangegeven dat de informatie niet altijd nader *gespecificeerd* wordt en daardoor wat *summier* aandoet. Daarentegen is 22% van de respondenten van mening dat de gemeente niet of onvoldoende inzicht geeft in bestedingen van gemeenschapsgeld op lokaal niveau. Ter toelichting wordt aangegeven dat men vindt dat er *transparanter* moet worden gecommuniceerd over bestedingen. Soms vindt men het ook te *eenzijdig of enkelvoudig gericht*. Men merkt op dat er dan één bedrag wordt genoemd maar niet wat daaronder valt (de verschillende bestedingsonderdelen). Meer gebruikmaken van de *sociale media* en *helder taalgebruik* worden ook genoemd. Een andere geuite suggestie is om *één duidelijk herkenbare rubriek/knop* over gemeentelijke bestedingen te plaatsen op de

website of in de huis-aan-huisbladen en andere mediakanalen. Door de informatie herkenbaar te bundelen binnen één rubriek, wordt de samenhang voor burgers duidelijk en ervaren zij dat deze minder gefragmenteerd gecommuniceerd wordt.

Bijlage 1: Landelijke rapportage

Bijlage 2: Resultaten Hilversum