



motivation

research and strategy

***Focusonderzoek
corporate communicatie***

Provincie Noord-Brabant



Achtergrond

Pagina 2



Doelstelling

Pagina 4



Methode en opzet

Pagina 5



Eindproducten

Pagina 14



Planning en investering

Pagina 15



Recente opdrachtgevers in publiek domein

Pagina 16



Bijlagen

Pagina 17



De corporate communicatie van provincie Noord-Brabant is complex door zijn multidisciplinaire takenpakket. Op elk thema dat de provincie behandelt wordt een eigen verhaal ontwikkeld. Op deze wijze ontstaat er een wirwar aan boodschappen. Dit bemoeilijkt de herkenbaarheid van de provincie. De uitdaging die de provincie zich stelt voor de komende periode is om meer focus in deze boodschap aan te brengen, met als gevolg meer herkenbaarheid onder de inwoners van Noord-Brabant en gevoelde 'ownership' voor het takenpakket van de provincie. De effecten van meer focus zijn een eenduidiger imago van de provincie, het zichtbaar maken van het belang van de provincie en het vergroten van de legitimiteit van beleidskeuzes.

Zichtbaarheid en herkenbaarheid vergroten vergt kennis van de Brabanders én inlevingsvermogen wat voor hen van belang is als het gaat om de taken van de provincie. Door beleid en communicatie af te stemmen op thema's die onder de Brabanders leven ontstaat er focus in de boodschap en een meer consistent beeld van wat de provincie kan betekenen voor Brabanders. Om als bestuur en politiek relevant te zijn voor burgers moet je immers kunnen aangeven hoe je van invloed bent op wat zij in hun leven van wezenlijk belang vinden. Politiek en overheid zijn voor de meeste burgers immers zaken die zich aan de zijlijn van hun leven afspelen.

Alleen door als provincie de verbinding te leggen tussen je eigen taak en het dagelijks leven van burgers kun je duidelijk maken waar je meerwaarde uit bestaat en wat je uniek maakt ten opzichte van al die andere besturen en organisaties in dit land.



Getriggerd door een recente presentatie van Motivation bij het IPO heeft Motivation op verzoek van provincie Noord-Brabant begin oktober 2016 een workshop georganiseerd voor diverse (communicatie-)medewerkers. Doel van deze workshop was het aanbrengen van focus in diverse beleidsthema's naar drie voor de burger bepalende kernthema's: 'werkgelegenheid', 'natuur en ruimte dichtbij' en 'behoud van voorzieningen'. Basis voor de focus op deze thema's is een onderzoek geweest onder de inwoners van provincie Noord-Holland eind 2015. De daarin gevonden thema's sloten aan op eerdere resultaten van onderzoek van Motivation naar urgente thema's onder de burgers. Naast het aanbrengen van meer focus binnen de communicatie vanuit provincie levert dit meer aansluiting op, op voor burgers relevante thema's.

Tijdens en na afloop van de workshop groeide de vraag onder de provincie in hoeverre de resultaten gevonden tijdens de peiling onder inwoners van Noord-Holland opgaan voor de Brabantse samenleving. Welke thema's staan bij hen hoog op de agenda, welke rol verwachten zij van de provincie, en wat is het huidige beeld van de provincie.

De provincie Noord-Brabant heeft in de persoon van Martin Noordzij – communicatiestrategie en –onderzoek – aan Motivation gevraagd om hen te helpen bij het nader in kaart te brengen van het beeld dat onder de inwoners leeft over de provincie en om te bepalen wat voor de inwoners wezenlijke thema's zijn. Op basis daarvan kan Motivation de provincie adviseren over kernthema's die als bouwstenen kunnen gelden voor de te ontwikkelen communicatiestrategie.



De doelstelling van dit traject is tweeledig:

1. De provincie Noord-Brabant inzicht geven:

- *In haar huidige bekendheid en positionering onder de inwoners van de provincie Noord-Brabant.*
- *De thema's die door inwoners van Noord-Brabant op dit moment als urgent worden gezien en waar zij een rol van de provincie verwachten.*

2. Opstellen van kernthema's die als bouwstenen kunnen gelden voor de communicatiestrategie van de provincie.

Om deze doelstellingen te behalen dienen in ieder geval de volgende vragen te worden beantwoord:

- Wat is de bekendheid van de inwoners van Noord-Brabant met de rol die de provincie Noord-Brabant vervult en met haar takenpakket?
- Op welke taken ziet men een belangrijke rol voor de provincie?
- Welke (provinciale) thema's ziet men op dit moment als het meest urgent?
- Wat is het huidige beeld dat men heeft van de provincie?





Motivaction heeft de afgelopen jaren veel onderzoek gedaan naar de waarden en wensen van de Nederlandse bevolking en de relatie tussen burger en overheid in Nederland (zie ook: www.motivaction.nl/branches/publieke-sector).

Deze opgebouwde kennis nemen we uiteraard mee naar dit traject.

Het traject bestaat uit twee belangrijke onderdelen.

A. Online onderzoek onder inwoners Noord-Brabant

Doel: Verzamelen inzichten met betrekking tot bekendheid, beeld en kerntaken



Output:

Insights rapport inwoners Noord-Brabant

B. Workshop “focus aanbrengen”

Doel: Bepalen relevante kernthema's die als bouwstenen kunnen gelden binnen de te ontwikkelen communicatiestrategie.



Output:

Adviesnotitie kernthema's communicatiestrategie



Voor het onderzoek maken we gebruik van het eigen online StemPunt-panel van Motivaction. Dit ISO-26362-gecertificeerde panel bestaat uit ca. 65.000 actieve panelleden. Nederlanders die het interessant vinden om mee te doen aan onderzoek en om eens in de zoveel tijd hun mening te geven. Steekproeven uit het StemPunt-panel zijn representatief op geslacht, leeftijd, regio, opleidingsniveau en op Mentality, het unieke waarden- en leefstijlenmodel van Motivaction. In bijlage 1 staat een verdere beschrijving van het panel. Het onderzoek zal worden uitgevoerd onder n=500 Brabanders. Daarnaast benaderen we n=1.000 Nederlanders uit de overige provincies, om op deze wijze referentiecijfers te kunnen opstellen en te bepalen hoe de Brabanders zich verhouden en onderscheiden ten aanzien van inwoners van de overige provincies.

Hoe gaat een dergelijk internetonderzoek in zijn werk? Motivaction start een onderzoekstraject met een start-bijeenkomst die als doel heeft om input te genereren voor de vragen die aan de burgers zullen worden voorgelegd. De eerder gebruikte vragenlijst in het imago-onderzoek van provincie NH vormt hiervoor de basis. Tijdens de bijeenkomst bepalen welke vragen we meenemen uit deze lijst, en welke specifieke vragen voor het onderzoek in Brabant toevoegen. Uitgaan van het onderzoek onder de inwoners van Noord-Holland betekent efficiency en hierdoor uren- en dus kostenreductie bij het opstellen en programmeren van de vragenlijst. Daarnaast komen hiermee benchmarkgegevens beschikbaar met de Noord-Hollandse situatie, zodat bepaald kan worden in hoeverre de Brabander verschilt van een specifieke provincie als NH.

Motivaction verwerkt deze input tot een conceptvragenlijst, waarop de betrokkenen vanuit de provincie vervolgens kunnen reageren. Motivaction zal dit commentaar vervolgens verwerken tot een definitieve vragenlijst. Deze vragenlijst wordt door de programmeurs van Motivaction online gezet, waarna alleen die StemPunt-leden die in Noord-Brabant wonen zullen worden uitgenodigd om aan het onderzoek deel te nemen. Motivaction zorgt ervoor dat minimaal n=500 inwoners van Noord-Brabant aan het onderzoek zullen deelnemen.



De basis van de vragenlijst staat vast en bevat de volgende vragen. Aanvullend is er voor de provincie Noord-Brabant ruimte om 5 vragen toe te voegen, toegespitst op specifieke Brabantse issues of onderwerpen.

Bekendheid (takenpakket) provincie | Rol provincie

In welke mate weet u wat de Provincie Noord-Brabant als overheid doet? [goed – niet bekend]

Weet jij wat de provincie Noord-Brabant doet? [open tekstvak]

Je kunt hierbij bijvoorbeeld denken aan taken, thema's en projecten.

Hieronder staat een aantal overheidstaken genoemd. In welke van deze taken speelt volgens jou de provincie Noord-Holland een belangrijke rol? Je kunt maximaal 5 thema's kiezen.

Kun je uit de onderstaande lijst maximaal 3 thema's kiezen, waar volgens jou, de provincie Noord-Brabant een grotere rol zou moeten spelen?

Met welke van de volgende projecten die (mede) zijn uitgevoerd door de Provincie Noord-Brabant ben je bekend?

Hoe wil je het liefst dat de Provincie Noord-Brabant met jou communiceert?

Heb je wel eens contact gehad met de provincie Noord-Brabant, en zo ja, waarover ging dat contact?



Imago provincie (1/2)

*Wat is jouw beeld van de provincie als overheid? [spontane antwoorden]
Hiermee bedoelen we de provinciale overheid in het algemeen.*

In de vorige vraag hebben we gevraagd naar jouw beeld van de provincie als overheid in het algemeen. Kun je ook in één zin aangeven wat je beeld van de provincie Noord-Brabant als overheid is?

Als je denkt aan de provincie Noord-Brabant als overheid, welke woorden passen dan het best bij het beeld dat je van de provincie Noord-Brabant hebt? Je kunt maximaal 3 woorden noemen.

Vind jij dat de provincie Noord-Brabant het als overheid beter of slechter doet dan andere provincies in Nederland?

Nu volgen enkele stellingen over de provincie Noord-Brabant.

Kun je voor elk van deze stellingen aangeven in hoeverre je het ermee eens bent?

De provincie Noord-Brabant kan wel worden opgeheven, we hebben genoeg aan gemeenten en de landelijke overheid in Den Haag en de Europese Unie in Brussel

De provincie Noord-Brabant moet samengaan met andere provincies tot een grotere organisatie, een landsdeel

De provincie Noord-Brabant moet blijven bestaan in zijn huidige vorm

De provincie Noord-Brabant is van grote waarde

In hoeverre heb jij vertrouwen in de provincie Noord-Brabant als overheid?



Imago provincie (2/2)

Kunt u door middel van een rapportcijfer aangeven hoe positief of negatief bent over de provincie Noord-Brabant? (Het gaat hierbij om uw persoonlijke beeld en het maakt niet uit waar dat beeld vandaan komt.) (1=zeer negatief, 10=zeer positief)?

Kunt u door middel van een rapportcijfer aangeven hoe positief of negatief de inwoners van de provincie Noord-Brabant zijn over de provincie? (1=zeer negatief, 10=zeer positief)?

Kunt u bij de onderstaande stellingen aangeven in hoeverre u dit vindt passen bij provincie Noord-Brabant?

- Weet goed waar ze mee bezig zijn
- Is eerlijk
- Weet goed wat er speelt onder inwoners van de provincie
- Heeft kennis van zaken
- Heeft geen dubbele agenda
- Geeft openheid van zaken over hun werkwijze
- Is goed georganiseerd
- Houdt goed toezicht op correct gedrag van burgers, bedrijven en andere organisaties in de provincie
- Geeft goede voorlichting over gevaren in de provincie en biedt oplossingen
- Boekt duidelijke resultaten in de provincie
- Is standvastig in zijn beleid
- Heeft goede en betrouwbare bestuurders
- Is een betrouwbare organisatie



Urgentie en waardering provinciale thema's

*Welke van onderstaande thema's vind jij het meest belangrijk? Je kunt maximaal 3 thema's kiezen.
Meerdere antwoorden mogelijk (max. 3)*

Duurzame ruimtelijke ontwikkeling en inrichting, waaronder waterbeheer

Vitaal platteland (leefbaarheid van het platteland en natuurbeheer)

Regionale economie (werkgelegenheid en ondernemersklimaat)

Regionale bereikbaarheid en regionaal openbaar vervoer

Milieu, energie en klimaat (bijv. productie van duurzame energie en bodemsanering)

Goed openbaar bestuur op lokaal niveau

Culturele infrastructuur en monumentenzorg (bijv. restauratiebeleid van rijksmonumenten)

Geen van bovenstaande thema's

Kun je met een rapportcijfer aangeven hoe de provincie op dit moment presteert op de genoemde taken?



Verdiepende analyses van de resultaten maken het mogelijk om bepaalde verbanden naar boven te halen die van belang kunnen zijn voor de keuze voor de kernthema's die als bouwstenen kunnen gelden voor de te ontwikkelen communicatiestrategie, of andere interne beslisprocedures.



Kernthema's

Naast het 'plat' uitvragen welke thema's men urgent vindt, is het van belang om te achterhalen hoe men deze thema's op dit moment waardeert, maar zeker ook hoe deze thema's sec bijdragen aan het beeld dat men heeft van de provincie. Het alleen inzetten op thema's die men belangrijk acht, terwijl men daar al het idee heeft dat de provincie het maximale uit zich zelf haalt, is wellicht minder relevant dan inzetten op een thema dat sterk bijdraagt aan een positievere beeldvorming van de provincie, maar waar de provincie het volgens de burgers nog erg laat liggen. De analyses maken deze inzichten helder.



Beeld (wens vs. werkelijkheid)

Op basis van de door de burger toegeschreven waarden aan de provincie, krijgen we helder welke waarden men toedicht aan de provincie. Ook hier is het weer van belang om te achterhalen in welk belang deze waarden spelen in het totale beeld dat men heeft over de provincie. Op deze wijze worden actiepunten helder, maar ook zeker aspecten die bewaakt dienen te worden. Daarnaast maakt deze analyse helder hoe ver de provincie afstaat van zijn eigen wensbeeld en in hoeverre 'gewenste' imago-aspecten behouden moeten blijven wil men de kloof naar de burger dichten.





De verzamelde inzichten onder de inwoners van de provincie Noord-Brabant geven een duidelijk beeld over de mate van vertrouwen die de Brabanders in de provincie stellen en welke rol zij verwachten van hen. Ook geeft het helder weer op welke thema's – waar de provincie een duidelijke rol kan spelen – op dit moment de burger urgentie proeft.



Hiermee zijn we er nog niet. Want in hoeverre kunnen deze thema's gebruikt worden als bouwstenen binnen de toekomstige op te stellen boodschappen. En in hoeverre is een belangrijk geacht thema – denk aan economie – te vertalen naar een begrijpelijk communicatiethema als 'werkgelegenheid', zoals naar voren kwam uit het onderzoek in Noord-Holland.



Medebepalend element zijn de doelstellingen van de provincie Noord-Brabant ten aanzien van haar communicatie: wat wil zij precies met haar boodschap bereiken? Is het voldoende als inwoners beter beseffen wat de meerwaarde is van de provincie of dient de boodschap ook een oproep tot participatie te bevatten? In hoeverre dient de burger de taken van de provincie te omarmen of met name de meerwaarde van de provincie bij het uitvoeren van die taken? Het is belangrijk om die doelstellingen expliciet te maken zodat ook duidelijk is welk einddoel de communicatiestrategie van de provincie dient te behalen.



Op basis van dergelijke doelstellingen en de verzamelde inzichten uit de burgerpeiling bepalen we gezamenlijk welke kernthema's kunnen worden opgesteld voor een verdere stroomlijning binnen de provinciale communicatiestrategie. Op basis van de werksessie stellen wij een adviesnotitie op, dat als input kan dienen van toekomstige overleggen. De workshop betreft een dagdeel en vindt plaats op het Provinciehuis in Den Bosch.





Overlegmomenten

Dit voorstel voorziet in de volgende presentatie- en overlegmomenten:



1. Startbespreking online onderzoek: wat zijn de inzichten waar de provincie Noord-Brabant behoefte aan heeft?
2. Workshop 'focus aanbrengen': in gezamenlijk overleggen komen tot de kernthema's die als bouwstenen kunnen gelden voor de communicatiestrategie.



Eindproducten

De resultaten van dit traject worden verwerkt in de volgende door Motivaction separaat aan te leveren rapportages en notities:



1. PowerPoint-rapportage online onderzoek imago en vertrouwen provincie Noord-Brabant en referentiecijfers NL gemiddeld.
2. Tabellenset, met uitsplitsingen naar inwoners NB vs. NL en indien mogelijk leeftijds- en opleidingsklassen.
3. Adviesnotitie kernthema's communicatiestrategie.





Provincie Noord-Brabant heeft de wens uitgesproken nog dit jaar het onderzoek uit te voeren, zodat dit ook de basis kan vormen voor de nieuwe communicatiestrategie voor 2017. In onderstaande planning gaan we uit van het ophalen van de inzichten in 2016 en verdere implementatie begin 2017.

Activiteiten	Week
Startbespreking	45
Vaststellen definitieve vragenlijst online onderzoek	46
Programmeren en testen vragenlijst	47
Veldwerk (online webenquête)	48
Dataverwerking	49
Analyse en rapportage	50-51
Workshop 'focus aanbrengen'	i.o. (Begin 2017)
Opstellen adviesnotitie	i.o. (Begin 2017)

Multi-client opzet | Participatie meerdere provincies

Op dit moment bestaat er n.a.v. de presentatie van het onderzoek in Noord-Holland bij het IPO concrete interesse vanuit diverse provincies voor een vergelijkbaar onderzoek. Op dit moment verkent Motivaction de mogelijkheden bij deze provincies om aan te haken in de huidige onderzoeksopzet. Dit brengt twee belangrijke voordelen met zich mee: kostenreductie voor de deelnemende provincies en betrouwbaar referentiemateriaal (benchmarkcijfers) per deelnemende provincie. Nadeel is dat door vertraging over beslissing deel te nemen de bovenstaande planning naar achteren verschuift. Het is aan Noord-Brabant om te bepalen of dit nadeel opweegt, tegen de genoemde voordelen (zie ook investering).



Fase	Kosten (excl. 21% BTW)
Startbijeenkomst	1.850
<i>Opstellen, programmeren en testen vragenlijst*</i>	2.500
<i>Veldwerk (panelkosten, coordinatie, dataverwerking)*</i>	4.000
Analyse en rapportage	4.500
Workshop 'focus aanbrengen' (incl. opstellen adviesnotitie)	3.500
Totaal (excl. 21% BTW)	€ 16.350,-

***Multi-client meting | Participatie meerdere provincies**

Zoals gesteld kan Motivaction schaalvoordelen bieden op het moment dat meerdere provincies deelnemen binnen de huidige onderzoeksofzet. In onderstaande staffel geven we aan wat de korting betekent, bij deelname van meerdere provincies. Op basis hiervan kan provincie Noord-Brabant beslissen of dit prijsvoordeel opweegt tegen mogelijke vertraging in het traject door uitstel van beslissing bij potentiële deelnemers (= andere provincies).

Korting bij deelname van 1 andere provincie: € 2.500,- | Totaalbedrag: 13.850,- (excl. 21% BTW)

Korting bij deelname van 2 andere provincies: € 3.750,- | Totaalbedrag: 12.600,- (excl. 21% BTW)

Korting bij deelname van 3 andere provincies: € 5.000,- | Totaalbedrag: 11.350,- (excl. 21% BTW)



Motivaction heeft de afgelopen jaren een groot aantal onderzoek/adviestrajecten uitgevoerd naar de relatie tussen burger en overheid en de effectiviteit van overheidscommunicatie. Hiervoor waren onze opdrachtgevers onder andere:



- Provincie Overijssel | Provincie Utrecht | Provincie Noord-Holland | Provincie Gelderland | Provincie Groningen



- Veiligheidsregio Fryslân | GGD Hollands Noorden



- Gemeenten: Breda, Dordrecht, Ouder-Amstel, Landsmeer, Westland, Teylingen, Zaanstad, Ermelo.



- Ministeries van BZK, EZ, OC&W en VWS

- Hoogheemraadschap Hollands Noorderkwartier

- Regio Alblasserwaard Vijfheerenlanden



- Politieke partijen: o.a. CDA, Groen Links en ChristenUnie



- Marketing Zaanstreek



Het StemPunt-panel

Motivaction beschikt over een landelijk online onderzoekspanel, StemPunt genaamd. Het StemPunt-panel (www.stempunt.nu) is opgericht in 2002 en is ISO 26362-gecertificeerd. Het panel heeft met 80.000 panelleden ruim voldoende omvang om representatieve steekproeven te trekken voor de Nederlandse bevolking in de leeftijd van 15 tot 80 jaar. Motivaction trekt uit dit panel steekproeven ten behoeve van onderzoek voor opdrachtgevers in de publieke sector, financiële en zakelijke dienstverlening, media, cultuur en vrije tijd en voor retailers.

Panelmanagement en beheer

Dagelijks werkt een team van panelmanagers, een community manager en een methodoloog aan het panelbeheer. Door onder meer panelwerving, het onderzoeken van afwijkend responsgedrag, het screenen van vragenlijsten op gebruiksvriendelijkheid en de juiste communicatie met panelleden wordt de kwaliteit beheerd.

Wervingsmethodieken

Een correcte samenstelling van het StemPunt-panel vereist een continue werving van nieuwe panelleden. Bekend is dat niet alle groepen van de Nederlandse bevolking even bereid zijn om deel te nemen aan een onderzoekspanel. Daarnaast zijn bepaalde groepen minder goed vertegenwoordigd op internet. Voor deze moeilijk te bereiken doelgroepen is Motivaction altijd op zoek naar methoden om hen zo rechtstreeks mogelijk te benaderen. Daarbij wordt een breed scala aan zowel online als offline bronnen ingezet.



Inloggen	StemPunt online onderzoek	Aanmelden
Gebruikersnaam Wachtwoord Login »	StemPunt Online Onderzoek StemPunt is een landelijk onderzoekspanel met ca. 80.000 leden in Nederland. Doe mee, geef je mening! StemPunt voert in Nederland onderzoeken uit naar de meest uiteenlopende onderwerpen.	Laat je stem horen! Schrijf je in als lid en doe mee. Laat je stem horen! Meedoen » Aanmelden

Intake en actuele profieldata

Bij aanmelding voor StemPunt vullen panelleden een intakevragenlijst in. Met deze vragenlijst worden profieldata verzameld. Het kunnen beschikken over actuele profieldata is van groot belang voor meerdere onderdelen van het onderzoeksproces, zoals de steekproeftrekking, weging en rapportage. Daarom vraagt Motivaction de panelleden tenminste eenmaal per jaar deze profieldata te actualiseren. Panelleden die hier niet aan voldoen worden 'geïnactiveerd' en worden, zolang er geen update van deze gegevens heeft plaatsgevonden, niet meer voor onderzoek benaderd. Van panelleden is een groot aantal profielgegevens beschikbaar, zoals:

- Sociaal-demografische profielgegevens, gedefinieerd volgens de Gouden Standaard (CBS/MOA), zijn van elk panellid bekend.
- Mentality-profiel. Het Mentality-model is de waardensegmentatie van Motivaction die de Nederlandse bevolking indeelt in acht verschillende waardenoriëntaties met elk een eigen kijk op het dagelijks leven. Ruim 80% van de panelleden is ingedeeld in één van de acht Mentality-segmenten.

Beschikbare kenmerken van panelleden, een selectie:

CBS / Gouden standaard

Sociale klasse

Mentality™

Stemgedrag

Woningbezit

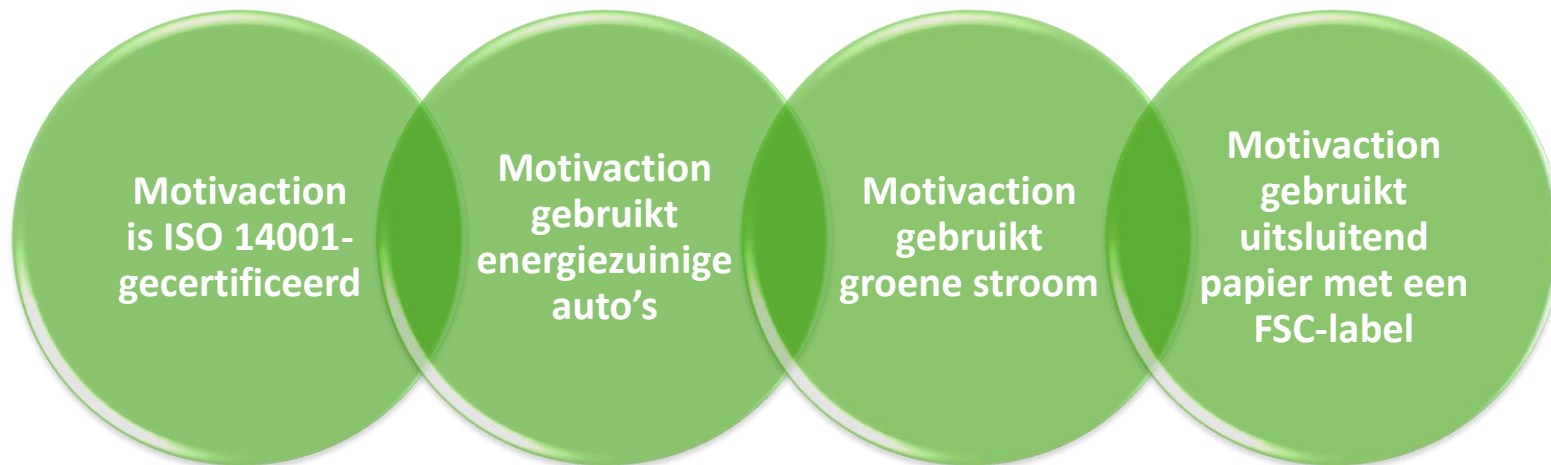
Dagelijkse boodschappen, supermarkten

Inkomenssituatie en WorkLocus

Autobezit en aankoopintentie

Medische gegevens

Wij willen onze footprint verminderen



Auteursrecht

De gegevens in dit voorstel tot onderzoek zijn strikt vertrouwelijk. Het auteursrecht ligt bij Motivaction International B.V. Verveelvoudiging en/of openbaarmaking van dit voorstel is slechts toegestaan na voorafgaande schriftelijke toestemming van de directie van Motivaction.

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

motivaction

research and strategy

Motivaction International B.V.

Marnixkade 109

1015 ZL Amsterdam

Postbus 15262

1001 MG Amsterdam

T +31 (0)20 589 83 83

M moti@motivaction.nl

www.motivaction.nl

www.facebook.com/stempunt

