

Onderwerp

Mediaonderzoek 2022/2023

Opsteller Paul Plantaz, Pieter van de Veerdonk
en Jing Zhang
Programma Bestuur en Organisatie
Portefeuillehouder H.M.F. Bruls

Behandeldatum 26 september 2023
Status Openbaar

Advies

1. De resultaten van het mediaonderzoek 2022/2023 als één van de bouwstenen te gebruiken voor het communicatiebeleid van de gemeente.

Aanleiding

Iedere 4 jaar voeren we een nieuw mediaonderzoek uit. Dit om inzicht te krijgen in trends en ontwikkelingen op het gebied van het mediagebruik door onze inwoners. Dit onderzoek ligt nu voor. Het mediaonderzoek levert informatie en inzichten op over hoe en via welke kanalen we als gemeente onze inwoners goed kunnen bereiken. Met de uitkomsten uit dit onderzoek kunnen we onze communicatie verbeteren, versterken en aanpassen aan de veranderende behoeften en verwachtingen van onze inwoners. Het voorstel is om over over vier jaar opnieuw een breed mediaonderzoek uit te voeren.

Beoogde impact

Als gemeente willen we transparant en doelmatig met de inwoners van de stad communiceren. Kennis van mediagebruik en de mediawensen van de inwoners zijn hiervoor belangrijk. Het doel van dit onderzoek is om in beeld te krijgen van hoe inwoners van de gemeente Nijmegen gebruik maken van de corporate mediakanalen die de gemeente Nijmegen inzet, en welke mediakanalen inwoners missen of wensen in de toekomst.

Dit onderzoek staat in relatie tot de doelenboom van het programma Bestuur en organisatie:

- We zijn een transparant en slagvaardig stadsbestuur dat in samenspraak met de stad en haar omgeving aan de afgesproken doelstellingen werkt.
- We zetten de Nijmegenaar centraal in onze dienstverlening.
- We hebben een betrouwbare en omgevingsbewuste uitvoeringsorganisatie.

Argumenten

1.1 Onderzoek

In het laatste kwartaal van 2022 heeft het gemeentelijk team Onderzoek en Statistiek opnieuw een breed onderzoek uitgevoerd naar het mediagebruik van Nijmegenaren. Het onderzoek is uitgevoerd via het Stadspanel. Aanvullend is er bij dit onderzoek ook onderzoek gedaan met behulp van straatenuêtes in verschillende wijken. Het stadspanel bestaat uit een groep betrokken inwoners, die bereid zijn om meer keer per jaar een korte vragenlijst in te vullen over een onderwerp dat van belang is voor de stad. Alle stadsdelen zijn vertegenwoordigd in het panel. Bij straatenuêtes worden ook inwoners bereikt die minder digitaal vaardig zijn en/of moeite hebben met lezen en schrijven. In totaal hebben 2480 inwoners van Nijmegen verteld over hoe zij nieuws over de gemeente Nijmegen tot zich krijgen en over hun mediagebruik en -wensen.

Belangrijke bevindingen

Uit het onderzoek blijkt onder andere dat:

- De gemeentepagina in De Brug is het meest bekend bij de Nijmegenaren (72%), en wordt door bijna één derde van de inwoners (29%) maandelijks of vaker gelezen.
- De digitale gemeentelijke nieuwsbrief is bij 31% van de Nijmegenaren bekend, en wordt door 14% van de inwoners maandelijks of vaker gelezen.
- De IntoNijmegen website is bij bijna de helft van de Nijmegenaren bekend (48%) en wordt door 11% maandelijks of vaker bezocht.
- De nieuwsberichtenpagina op de website van de gemeente Nijmegen is bekend bij 45% van de Nijmegenaren, en 6% bekijkt deze maandelijks of vaker.
- MijnWijkplan is bekend bij iets meer dan een kwart (28%) van de Nijmegenaren, en 2% bezoekt deze maandelijks of vaker.
- Alle social mediakanalen van de gemeente Nijmegen bereiken samen iets minder dan de helft van de Nijmegenaren (43%).
- Met alle kanalen die de gemeente Nijmegen inzet, kan de gemeente 82% van de Nijmegenaren bereiken. Meer dan de helft van de Nijmegenaren (54%) gebruikt twee of meerdere van deze kanalen.
- Inwoners beoordelen de mediakanalen die de gemeente inzet met een voldoende. De digitale gemeentelijke nieuwsbrief en de website van IntoNijmegen worden als beste beoordeeld met een 7,3. Nieuwsberichten op de website van de gemeente en de gemeentepagina's in De Brug worden gewaardeerd met een 7,0. MijnWijkplan wordt met een 6,3 beoordeeld.
- Een online nieuwssite (zonder sociale media) wordt door 55% van de Nijmegenaren van 18 jaar of ouder aangegeven als toekomstig mediakanaal voor nieuws over Nijmegen, gevolgd door de papieren kranten (41%) en sociale media (40%). Er zijn duidelijke verschillen te zien tussen inwoners met verschillende achtergrondkenmerken zoals leeftijd, hoofdbezigheid, stadsdeel en opleidingsniveau.

Conclusies

We kunnen concluderen dat met de inzet van verschillen de mediakanalen we veel Nijmegenaren kunnen bereiken (82%). Het gaat dan om een brede inzet van online, social media en papier.

We zien een stabilisering van de groei van de social mediakanalen. Social media heeft zich ontwikkeld tot een volwaardige manier waarop inwoners nieuws van de gemeente Nijmegen tot zich nemen. Tussen de verschillende social mediakanalen zie je wel verschillen in doelgroep en gebruik. Het blijft daarom noodzakelijk om aanwezig te zijn op de verschillende platforms om veel verschillende inwoners te kunnen bereiken.

De gemeentepagina in De Brug blijft een belangrijk kanaal om bewoners te informeren. Één derde van de inwoners (29%) leest de gemeentepagina in De Brug namelijk maandelijks of vaker. Aangezien de gemeente pagina van De Brug goed wordt gelezen vooral op papier (86%), is het van belang dat bewoners deze altijd bezorgd krijgen. Dit is daarom een aandachtspunt dat uit het onderzoek is gekomen.

Inwoners beoordelen de mediakanalen die de gemeente inzet met een voldoende. Er is echter altijd ruimte om dit rapportcijfer te verbeteren.

Ook komt er uit het onderzoek per groep belangrijke informatie naar voren. Zo hebben werkende Nijmegenaren een voorkeur voor de online nieuwssite (zonder sociale media, 58%), gevolgd door sociale media (44%) en de papieren krant (37%), en zien we dat de papieren krant belangrijker wordt naarmate de leeftijd toeneemt. Van 18-29 jarigen wil 16% in de toekomst de papieren krant als een mediabron voor nieuws over Nijmegen gebruiken, terwijl dit 75% is voor 70-plussers. Deze gegevens kunnen de gemeente helpen om doelgerichter te communiceren met inwoners.

Kanttekeningen

Aan dit voorstel zijn geen risico's verbonden.

Financiën

Dit voorstel heeft geen financiële gevolgen.

Vervolg

Het onderzoek helpt de gemeente Nijmegen met het verbeteren van haar communicatie met inwoners. Na 4 jaar volgt er een nieuw mediaonderzoek.

Bijlage

Mediaonderzoek Nijmegen 2022