



INHOUDSOPGAVE

- Onderzoek pijler voor verkeersmanagement
- Het Grote E-mail Mystery Guest Onderzoek
- CJG: de gemeente aan de knoppen
- Cruciale succesfactoren bij startersprojecten
- Non-respons, late respons en responskwaliteit
- Veilig op stap

COLOFON

Oprachtgever:

I&O Research

Postbus 563

7500 AN Enschede

Telefoon: (053) 48 25 000

E-mail: info@ioresearch.nl

Vormgeving:

Ontwerpatelier

www.ontwerp-atelier.nl



Vragen en luisteren.



Rijkswaterstaat vindt weggebruikers niet meer 'hinderlijk'

Onderzoek pijler voor verkeersmanagement

I&O Research bedient Rijkswaterstaat met allerlei onderzoeksgegevens: van de tevredenheid van (vaar)weggebruikers tot het verzamelen van tips en ergernissen over de bordenbrij: volgens Joris Al, hoofdingenieur-directeur van de Dienst Verkeer & Scheepvaart, en beleidsadviseur Kim Hofhuis is die informatie een belangrijke pijler voor de transformatie van Rijkswaterstaat tot publiekgerichte netwerkmanager. Inge Reijmer, adjunct-directeur I&O Research, ging hierover met hen in gesprek.

Al: "Tien jaar geleden beschouwden we weggebruikers als hinderlijk volk dat voortdurend ons mooie wegdek stuk reed. Die cultuur hebben we radicaal omgeturnd. We hanteren nu een breed gedragen, klantgerichte missie: het faciliteren van weggebruikers om veilig en binnen een acceptabele tijd van A naar B te rijden. Feitenonderzoek, bijvoorbeeld over het ontstaan van files bij onderhoudswerkzaam-

heden, heeft daar sterk aan bijgedragen. Zo hebben we met testrijders en inspecties het aantal files bij werkzaamheden waar niks gebeurt, kunnen halveren. Onverklaarbare wegafzettingen, een van de grootste ergernissen van automobilisten, ontstaan vaak door miscommunicatie. Bijvoorbeeld tussen de aannemer die de weg gaat repareren en de aannemer die de pylonen plaatst.

(vervolg op pagina 2)

Voortaan komt er geen aannemer meer op onze weg zonder slottijd van onze verkeersmanager.”

Reijmer: “Om een publiekgerichte verkeersmanager te worden kan gebruikerstevredenheidonderzoek helpen. Hoe werkt dat in de praktijk?”

Hofhuis: “We bundelen de resultaten van regulier tevredenheidsonderzoek met de opmerkingen die binnenkomen bij onze 0800-lijn. Dat leidt tot concrete verbeterpunten, maar we leiden er ook trends uit af. Het geheel verwerken we standaard in een rapportage met aanbevelingen die we aan iedereen doorgeven, ook aan regionale diensten die verantwoordelijk zijn voor de uitvoering.”

Al: “Zij reageren daar zeer actief op, alsof ze onderling competitie voeren. Ook als de middelen even lijken te ontbreken bedenken ze creatieve oplossingen. Denk aan de staat van het wegdek. Dat wordt dit jaar toch minder goed gewaardeerd door de gebruiker dan een jaar geleden. Het blijkt om vorstschade te gaan. Veel regionale diensten is het hun eer te na om niet nog ergens een potje te vinden om de gaten in het wegdek alsnog dicht te smeren.”

Reijmer: “Dus er ligt een zichtbare link tussen uitkomsten van onderzoek en verbeteringen aan het netwerk?”

Hofhuis: “We organiseren vaak workshops met mensen uit belangengroeperingen, uit het bedrijfsleven of met mensen die betrokken zijn bij verkeer en scheepvaart. Daarnaast hebben we internetpanels ingericht voor weg- en vaarweggebruikers. We beloven de deelnemers niet dat er meteen concreet wat verandert. Wel vertellen we hun wat we met de onderzoeksresultaten gaan doen. Dat ligt anders bij bepaald kwalitatief onderzoek, zoals de pizzapanelen bij de ring Den Bosch. Daarbij ondervragen we elke zes weken een vaste groep weggebruikers. Problemen die chauffeurs dan aangeven lossen we gelijk op. Het gaat meestal om kleine dingen, zoals verkeerd geplaatste borden. Maar het blijft natuurlijk afhankelijk van de omvang van het probleem: er moet wel geld voor zijn. Zo hebben we bij havens en tankstations face-to-face weggebruikers benaderd over de kwaliteit van deze verzor-

gingsplaatsen. Die kwamen er niet best af: overal zwerfvuil en overvolle prullenbakken. Bij de vaarweggebruikers stond dit probleem in de top vijf van verbeterpunten. Het is aan de beleidsmakers om te bepalen of er geld vrijkomt, zodat onze dienst die verzorgingsplaatsen kan aanpakken.”

Reijmer: Blijkt die publieksgerichtheid ook uit rapportcijfers over jullie eigen optreden?

Al: “We streven naar een 7,5. Maar bij de laatste meting waren we weer een procentpunt teruggezaakt. Reden genoeg om het hele programma weer op zijn kop te zetten. Desondanks hebben we een hele slag gemaakt. Ik durf gerust te stellen dat publiekgerichtheid tot een cultuur is verworden. Regionale diensten beseffen dat ze het contact met gebruikers moeten maken. Ze brengen dat hun medewerkers ook bij. Een weginspecteur die bijvoorbeeld naar een incident rijdt om daar het verkeer te gaan regelen, zal betrokkenen ook vragen hoe het met ze gaat. Daarnaast zit het uitdelen van dekens en voedselpakketten nu standaard in ons calamiteitenplan, sinds de enorme sneeuwval vorig jaar bij Arnhem en Nijmegen. Kortom, de organisatie leert en uniformeert voortdurend. Vroeger kon de weggebruiker het duidelijk merken wanneer hij in een ander district kwam. Dat is nu niet meer zo. Kijk je op 4 mei naar de verkeersborden boven de weg dan tref je op alle matrixborden en door het hele land dezelfde tekst aan: ‘Dodenherdenking? Zoek een parkeerplaats’. Dat doet mij goed, maar drie jaar geleden was zo iets ondenkbaar.”

Reijmer: “Die uniformiteit is er nog niet met de verkeersnetwerken van gemeenten, provincies en waterschappen. Hoe staat het met de samenwerking met hen?”

Al: “Als netwerkbeheerder zoeken we elkaar steeds vaker op. Vroeger werd heel erg opgekeken naar Rijkswaterstaat als de grote, boze boeman met geld en macht. Langzamerhand verandert dat beeld, hoewel we nog niet zover zijn als ik wel zou willen.”

Hofhuis: “Onder de noemer ‘wegbeheerders ontmoeten wegbeheerders’ maken we met provincies en gemeenten afspraken over bijvoorbeeld gladheidsbestrijding. Zo pakken onze strooiwagens soms ook bepaalde provinciewegen mee.

Dat bespaart veel zout en tijd en de kosten worden onderling netjes verrekend. Tevens trekken verkeerscentrales met elkaar op wat betreft verkeersmanagement. Bij drie van de vijf centrales is nu een desk gereserveerd voor provinciale verkeersmanagers. Dat was nog nooit vertoond. Daarnaast regelen we samen het verkeer bij evenementen. We bouwen de samenwerking dus verder uit, waarbij we gezamenlijk de agenda bepalen.”

Reijmer: “Ik stel vast dat Rijkswaterstaat zich al van een breed scala van onderzoeksmethoden bedient om zijn doelstellingen te halen. Zijn er desondanks nog veranderingen te verwachten in jullie visie op onderzoek?”

Rijkswaterstaat vindt weggebruikers niet meer ‘hinderlijk’

Al: “Iedereen weet dat we forse bezuinigingen in het vooruitzicht hebben. Daar zal ook onze dienst niet aan ontkomen. Onderzoek moet dus efficiënter worden. Maar ik zie dat ook als een kans, namelijk als een uitdaging om onderzoeksgegevens naar een nóg hoger niveau te tillen. Zo laten we grootschalig mobiliteitsonderzoek doen, ik ben echter benieuwd of we met kleinere steekproeven nóg betrouwbaardere cijfers kunnen genereren. De markt beschikt als geen ander over de kennis hiervan. Daarom wil ik die vraag graag neerleggen bij de onderzoeksbureaus.”



Het Grote E-mail Mystery Guest Onderzoek

Overheden investeren – terecht – veel tijd en geld in betere dienstverlening en besteden daarbij aandacht aan de ontwikkeling van meerdere dienstverleningskanalen: fysieke balie, telefoon, internet, post en – steeds belangrijker – e-mail. E-mail wordt dé manier voor burgers om met overheidsinstellingen te communiceren. Recent onderzoek van I&O Research laat zien dat bijna de helft van de burgers en bedrijven bij voorkeur via e-mail communiceert met de overheid. Het kanaal heeft dan ook vele voordelen: het is 24 uur per dag en in principe op elke locatie beschikbaar, en het is snel en goedkoop. In potentie heeft het kanaal ook veel voordelen te bieden voor overheidsorganisaties: snelheid, efficiency en lage kosten.

E-mailafhandeling is een vak apart

Er is echter nog heel wat te verbeteren als het gaat om het beantwoorden van e-mail. Een inschatting vooraf was dat zo'n 10 procent van alle e-mail met informatievragen niet wordt beantwoord. Vaak zijn gegeven antwoorden onvolledig of wordt er teveel informatie gegeven. Soms zelfs beantwoorden verschillende medewerkers tegelijk dezelfde e-mail. Ook in taalgebruik, huisstijl en toonzetting valt nog veel te verbeteren.

Mystery Guest Onderzoek

In samenwerking met PricewaterhouseCoopers hebben wij dit najaar gemeen-

ten de mogelijkheid geboden om inzicht te krijgen in de prestaties van hun dienstverlening via het e-mailkanaal. Acht grote en middelgrote gemeenten, waaronder Arnhem, 's-Hertogenbosch, Hengelo en Rotterdam, zijn ingestapt in het eerste onderzoek. Doordat met meerdere gemeenten tegelijk is gestart konden de prestaties van elke gemeente gebenchmarkt worden en de deelnamekosten laag worden gehouden. Het onderzoek is uitgevoerd volgens het mystery guest-principe.

Onze mystery guests doen zich voor als inwoner van een gemeente met een informatievraag: zij stellen een vraag en

ontvangen het antwoord. Deze methode biedt direct inzicht in de exacte beantwoordingstijd en –kwaliteit van e-mails. Na beantwoording van de e-mail vult de mystery guest een korte vragenlijst in waarmee via rapportcijfers de duidelijkheid, volledigheid, toonzetting, taalgebruik en deskundigheid van de gegeven antwoorden beoordeeld worden.

De uitkomsten werden gepresenteerd aan de deelnemende gemeenten tijdens het afsluitende seminar dat wij met PwC organiseerden. Enkele uitkomsten van het onderzoek: bijna tweederde (64%) van de e-mails wordt binnen 2 werkdagen beantwoord. Het percentage e-mails dat niet wordt beantwoord is 14%. De mystery guests waren positief over de kwaliteit van de gegeven antwoorden: het gemiddelde rapportcijfer was een 7,7.

In het voorjaar van 2010 wordt het mystery guest onderzoek naar e-mailafhandeling herhaald. Geïnteresseerde gemeenten kunnen zich aanmelden via info@ioresearch.nl Zij krijgen binnen één werkdag antwoord!

Frank ten Doeschot
research manager

CJG: de gemeente aan de knoppen

Het kabinet heeft bepaald dat in 2011 in alle gemeenten een Centrum voor Jeugd en Gezin (CJG) operationeel dient te zijn. Gemeenten staan hierbij als bestuurlijk regisseur aan de knoppen. In de opstartfase van het CJG zijn de taken en werkzaamheden van gemeenten velerlei: de interne als de externe partijen op één lijn brengen, een projectplan opzetten en praktische zaken regelen zoals huisvesting, beheer en publiciteit. De opzet van een monitoringsysteem voor de lange termijn heeft in deze hectische periode meestal geen prioriteit en kan daardoor over het hoofd worden gezien. Dat zou een gemiste kans zijn, aangezien monitoring en effectmeting aan kracht winnen als ze vanaf de start van een project meelopen.

Resultaat

Het monitoren van de prestaties van het Centrum voor Jeugd en Gezin levert kengetallen op die inzicht geven in de voortgang op outputniveau en een vergelijking mogelijk maken met andere centra of gemeenten. De monitoring vormt de basis voor een evaluatie waaruit blijkt in hoeverre de beoogde doelstellingen van het CJG worden behaald. Dit is inhoudelijk van belang, maar bovendien nodig voor de verantwoording richting raad en burger. Verder kunnen de successen zo in beeld worden gebracht, wat een positieve stimulans voor alle betrokken partijen betekent. Eventuele knelpunten kunnen snel worden aangegrepen om beleid bij te sturen zodat het doelbereik verbetert.

Evaluatie en monitoring

Voor het in beeld brengen van de prestaties van het lokale CJG bestaan verschillende tools.

Inventarisatie huidige situatie jeugd en ouders (nulmeting)

Wat is er al bekend over de doelgroepen voor het Centrum voor Jeugd en Gezin in

een gemeente? Wat zijn de aard en omvang van de kwetsbare groepen en risicojeugd? Een inventarisatie van de 'staat van de jeugd' schetst de situatie van dit moment. Deze gegevens helpen bij het bepalen van speerpunten binnen het aanbod van het CJG en dienen ter referentie bij evaluatie. Als er onvoldoende gegevens beschikbaar zijn, biedt een onderzoek (enquête) onder de doelgroep soelaas.

Analyse registratiegegevens

Het voeren van een eenvoudige, werkbaar en tegelijkertijd informatieve registratie van de werkzaamheden van het CJG is een voorwaarde voor monitoring van prestatiegegevens. Het gaat dan om structurele registratie van bereik en activiteiten: aantallen cliënten, hun basiskennissen, wijzen van contact, aard en ernst van de (hulp)vraag, doorlooptijd, verwijzing, de geboden hulp en het behaald resultaat of de situatie bij afsluiting. Periodieke analyse van deze kengetallen en weergave van de resultaten in heldere grafieken biedt de basis voor monitoring van (de ontwikkeling van de) outputprestaties van het CJG.

Klanttevredenheidsonderzoek

Onderzoek naar de ervaringen en tevredenheid van CJG-clieënten vormt een ander belangrijk onderdeel van monitoring als basis voor evaluatie. De bekendheid en het imago van het CJG komen hiermee in beeld, net als de ervaren bereikbaarheid, bejegening, wachttijd, deskundigheid en kwaliteit van de dienstverlening van het CJG. En: hoe beoordeelt de cliënt het uiteindelijke resultaat van de geboden informatie, doorverwijzing of ondersteuning? Door te kiezen voor veranderingsgevoelige vraagstelling, zoals rapportcijfers, brengt periodieke herhaling van het klanttevredenheidsonderzoek de ontwikkeling van de cliënttevredenheid in beeld. Verder is een



follow-up onderzoek onder ex-clieënten na afsluiting van de hulp een optie om ook de lange termijneffecten te volgen.

Effectevaluatie

De belangrijkste vraag achter de monitoring van de prestaties van het CJG luidt natuurlijk: werkt het? Ofwel: in hoeverre worden de doelstellingen van het Centrum voor Jeugd en Gezin behaald? Onderliggende vragen zijn wat de meerwaarde van de samenwerking van instellingen binnen het CJG is, in welke mate het CJG bereikbaar en voldoende laagdrempelig is, hoe cliënten de dienstverlening beoordelen en in hoeverre het CJG een rol vervult in vroegsignalering en in het voorkomen van verergering van problematiek. Door integrale analyse van de resultaten van de verschillende genoemde bronnen kan uitspraak worden gedaan over de mate waarin gezinnen, kinderen en jongeren daadwerkelijk profiteren van het CJG: het uiteindelijke resultaat dat telt.

Ankie Lempens
research manager

Cruciale succesfactoren bij startersprojecten

Personen die zelfstandig ondernemerschap overwegen, kunnen – afhankelijk van hun persoonlijke situatie – aanspraak maken op een ondersteuningsstructuur die door diverse instanties (UWV Werkbedrijf, gemeenten en diverse provincies) middels startersprojecten wordt aangeboden. I&O Research heeft voor de Provincie Overijssel recentelijk een aantal van deze startersprojecten geëvalueerd.

Voor het evalueren hebben we onze methodiek voor cruciale succesfactoren toegepast, die wij ook voor de evaluatie van re-integratieprojecten hanteren. Deze methodiek bevat een set van beoordelingscriteria voor projecten vanuit een drietal invalshoeken: procesevaluatie, methodiekevaluatie en resultaatevaluatie. Een aantal algemene bevindingen van deze evaluaties worden hier aangegeeft.

Allereerst valt op dat er een bonte keur van begeleidingsformules van starters is en dat er lang niet overal sprake is van een voor alle doelgroepen dekkende regionale ondersteuningsstructuur. In sommige regio's kunnen bijvoorbeeld ook werknemers in loondienst gebruik maken van het ondersteuningsaanbod, terwijl dat elders niet mogelijk is. Verder constateren we grote verschillen in de aanjaagrol tussen de diverse gemeenten en de afstemming tussen de gemeentelijke afdelingen Economische Zaken en Sociale Zaken, als het gaat om het actief werven van kandidaten. Ook valt op dat er nauwelijks contacten zijn tussen diverse regionale projecten van de diverse instanties.

Ten aanzien van de werving van deelnemers voor de projecten constateren we de noodzaak van een bredere multichannelbenadering (mailings, leaflets, publiciteit, posters, internet, startbijeenkomsten), waarbij de diverse projectpartners hun promotiekanalen gecoördineerd inzetten. Indien dit niet gebeurt, is er een gevaar van eenzijdige instroom en het missen van doelgroepen met een bepaald profiel. We zien in de beoordeelde projecten dat het wervingsmateriaal voor de betreffende ondersteuningsprojecten vooral personen aantrekt met minimaal MBO-niveau, die een redelijk goed beeld hebben van het type onderneming dat men wil starten en de ondersteuning die men hierbij behoeft. Het bereiken van deelnemers met een ander profiel is een duidelijk aandachtspunt. Wat veel projecten nog missen, is het aanbieden van nazorg, waarbij voor de ex-deelnemers de mogelijkheid aanwezig is om met korte vragen terecht te kunnen. Momenteel verdwijnt de deelnemer na afloop van het project uit zicht. Hiermee verdwijnt echter ook het zicht op de effecten van de startersondersteuning op langere termijn, bijvoorbeeld met betrekking tot de werkgelegenheidsontwikkeling. Dit brengt ons op het aspect van monitoring. We constateren dat dit een element is dat in de meeste gevallen duidelijk verbeterd kan worden. Als dit wordt overgelaten aan de projectuitvoerders vervalt eigenlijk de grondslag voor een verantwoorde vergelijking tussen diverse formules. Onze methodiek van cruciale succesfactoren van startersprojecten biedt gemeenten, UWV Werkbedrijf, provincies en regio's aanknopingspunten voor een gericht ontwikkelen van programma's van eisen voor de aanbesteding van startersprojecten en kunnen monitoren van de voortgang ervan.

Kernpunten bij de uitvoering zijn dan naar onze mening:

- bied de mogelijkheid van voorschakeltrajecten voor personen die zich nog eerst willen oriënteren op het ondernemerschap;
- kies voor in de praktijk bewezen projectformules, die tevens beschikken over een kwaliteitskeurmerk voor het kunnen bemiddelen bij het verkrijgen van microkredieten voor de starters;
- zorg voor een robuuste projectorganisatie, die op meerdere plaatsen in de provincie steunpunten heeft en een projectleider, die feitelijk een missionarisfunctie vervult in de werving van zowel kandidaat als deelnemende gemeenten en het UWV;
- werk toe naar een in de regio verankerde permanente structuur van startersondersteuning. Dit levert niet alleen kostenvoordelen op, maar ook mogelijkheden om meer deelnemers van projecten van andere instanties voor bepaalde projectonderdelen te werven.

Peter de Bruin
account manager



Non-respons, late respons en responskwaliteit

I&O Research heeft het veldwerk voor de omnibusenquête van een grote gemeente uitgevoerd. Dit was een onderzoek onder een a-selecte steekproef van inwoners die zowel online als schriftelijk deel konden nemen. De respons bedroeg uiteindelijk zo'n 30 procent. Voor dit onderzoek is een nadere analyse gemaakt van de respons. Welke groepen inwoners responderen beter dan anderen? Ook is gekeken naar 'late respons'. In welke mate doen zich verschillen voor in de achtergrondkenmerken naarmate men later in de tijd (dus na één of meerdere reminders) aan het onderzoek deelneemt? Tot slot is gekeken naar de responskwaliteit.

Responspatronen

De respons bleef achter onder mannen en jongeren en was in het bijzonder zwak onder dertigminners en niet-westerse allochtonen. Deze 'zwakke' responsgroepen toonden meer internetrespons.

Omgevingsvariabelen op zich, bijvoorbeeld WOZ waarde en het aandeel allochtonen in de wijk, bleken weinig invloed te hebben op respons.

Late respons

De respondenten die later aan het onderzoek deelnamen verschilden qua achtergrondkenmerken niet of nauwelijks van respondenten die sneller aan het onderzoek deelnamen. De 'superparticipanten' (inwoners die veel vrijwilligerswerk doen, actief zijn in de buurt, et cetera) reageerden niet vroeger.

Responskwaliteit

De respondenten die later aan het onderzoek deelnamen kruisten niet vaker 'weet niet / geen antwoord' aan en sloegen niet vaker vragen over. Ook kiezen ze niet vaker voor een simpel invulpatroon, bijvoorbeeld door een stellingenblok volledig in te vullen met 'mee eens'. Bij het online onderzoek werden de

vragen vaker volledig beantwoord, ook als dat niet verplicht was.

Voorspeller

De belangrijkste conclusies van het onderzoek zijn dat 'late' respondenten vrijwel exacte kopieën zijn van 'vroegere' respondenten. Het verhogen van de respons levert meer waarnemingen op, maar leidt niet tot een betere afspiegeling / representativiteit. Een bestand met tussentijdse resultaten is dus een zeer goede voorspeller voor de uiteindelijke uitkomsten van het onderzoek. Verder blijkt dat de respons op het online deel niet of nauwelijks verschilt van de antwoorden op schriftelijke vragenlijsten. Vooral zwakke responsgroepen zoals jongeren en allochtonen namen online deel aan het onderzoek.

Gerben Huijgen
account manager

Veilig op stap

Goede afspraken en intensieve samenwerking maken het uitgaan veiliger

Om de veiligheid in uitgaansgebieden te bevorderen zijn sinds 2007 in verschillende Noord-Hollandse gemeenten convenanten gesloten tussen het gemeentebestuur, de politie, het Openbaar Ministerie en Koninklijk Horeca Nederland. Dit is gebeurd in het kader van het project Veilig Uitgaan van de politie Noord-Holland Noord. Het hoofddoel van het project is het terugdringen van het uitgaansgerelateerd geweld tot onder het gemiddelde niveau in ons land. Uit de evaluatie die I&O Research in 2009 uitvoerde blijkt dat deze doelstelling twee jaar na de start van het project nog niet is gehaald. Ook de doelstelling om in de hele regio tot een uniforme werkwijze te komen bij de aanpak van uitgaansgeweld is nog niet gerealiseerd. In minder dan de helft van de gemeenten is een covenant ondertekend.

Toch zijn er verschillende positieve signalen

- Vergeleken met de situatie bij de start van het project is het aantal uitgaansgerelateerde delicten gedaald met 14%. In absolute zin gaat het om een afname van ruim 500 geregistreerde misdrijven in twee jaar tijd. Met deze score zakt de regio Noord-Holland Noord van de eerste plaats naar een positie in de 'subtop' van regio's met het meeste uitgaansgeweld per 1.000 inwoners.
- De veiligheidspartners zijn het er over eens dat de ontwikkelde aanpak en werkwijze een aantal sterke elementen bevat:
 - de lijnen tussen politie, gemeente en ondernemers zijn korter en maakt daadkrachtig optreden mogelijk
 - er is meer helderheid over wie waarop kan worden aangesproken
 - het project heeft een aantal goed bruikbare en krachtige instrumenten onder de aandacht van lokale partners gebracht, zoals het ontzeggings-

beleid, de aanpak van alcohol op straat en een portiersregeling. Deze instrumenten waren weliswaar al bekend, maar tijdens de projectperiode is gebleken dat ze in de praktijk goed werken.

- En niet in de laatste plaats is de beleving van de veiligheid verbeterd. Een aanzienlijk deel van het uitgaanspubliek zegt dat de veiligheid in de uitgaansgebieden er in de afgelopen twee jaar op vooruit is gegaan. Bovendien schrijft men de verbetering voor een belangrijk deel toe aan elementen van het project Veilig Uitgaan. De verbetering is volgens de bezoekers te danken aan de aanwezigheid van de politie op straat. Ook vindt men dat horecaondernemers, portiers en politie beter met elkaar samenwerken. In sommige gemeenten wijst men op de positieve effecten van het camera-toezicht en het gebruik van detectiepoortjes.

Jaap Bouwmeester
Vestigingsmanager Hoorn

Er zijn voor het programmabureau Integrale Veiligheid van de politie Noord-Holland Noord dus goede redenen om door te gaan met het promoten van de ontwikkelde aanpak. Ook de gemeenten die tot op heden hebben afgezien van het opstellen van een lokaal covenant Veilig Uitgaan, zijn wellicht op basis van de geboekte resultaten te overtuigen van de meerwaarde van de aanpak.

Een greep uit recente onderzoeken

- **Communicatie Koggenland**
Net als veel andere gemeenten streeft ook de gemeente Koggenland naar een heldere en gerichte communicatie met de inwoners. Om die reden wil de gemeente meer weten over de informatiebehoefte van inwoners, de communicatiekanalen die zij gebruiken en de waardering voor de gemeentelijke communicatie. Hierbij gaat het vooral over de gedrukte weekbladen. Welke bladen worden het beste gelezen en om welke redenen leest men bepaalde bladen wel of juist niet. De gemeente Koggenland heeft I&O Research gevraagd dit onderzoek uit te voeren.

Vervolg op achterzijde.



Een greep uit recente onderzoeken

● **Survey automobilisten Lange Zware Vrachtwagens**

Sinds enkele jaren rijden er op de Nederlandse wegen LZV's (lange zware vrachtwagens). Dit zijn vrachtwagens die zo'n 25 meter lang zijn en maximaal 60 ton mogen wegen. Door middel van een landelijke online enquête onderzoekt I&O Research in welke mate de automobilist zich veilig voelt ten opzichte van deze LZV's en wat het draagvlak voor dit type vrachtverkeer is.

● **Sireneopuwradio.nl**

Een aantal hulpdiensten experimenteert met een nieuwe, extra vorm van waarschuwingssignaal wanneer zwaailicht en sirene aan staan: sirene op uw radio. Het verkeer wordt steeds drukker, auto's zijn steeds beter geïsoleerd, fietsers en bromfietzers hebben in het verkeer steeds vaker draagbare muziekspelers met oordopjes. Gewone sirenes van hulpdiensten zijn hierdoor vaak moeilijk hoorbaar voor deze weggebruikers of pas op het laatste moment. 'Sirene op uw radio' is een systeem waarmee via de (auto)radio een attentiesignaal wordt doorgegeven dat een hulpverleningsvoertuig nadert met zwaailicht en sirene. In het experiment wordt aan de hand van videobeelden onderzocht wat het effect is op de verkeersveiligheid. Verder vinden verschillende enquêteonderzoeken plaats onder de bestuurders van ambulance, brandweer en politie, weggebruikers en omwonenden.

● **Kleine, vernieuwende winkels maken het verschil**

Kleine nieuwe winkels zijn dé trend voor 2010. De consument van nu is op zoek

naar variatie, sfeer en persoonlijk contact. De kleine, vernieuwende winkels bieden dat en zorgen daarmee voor een unieke aankoopbeleving. Maar wat maakt die kleine winkels nu zo uniek. In opdracht van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) zijn wij op zoek gegaan naar de antwoorden en spraken hiervoor onder meer met 40 succesvolle vernieuwende en zelfstandige ondernemers. Op 24 november 2009 is het door I&O Research opgestelde HBD-Trendrapport gepresenteerd op een passende locatie, namelijk Madurodam te Den Haag. De bijeenkomst stond daarnaast in het teken van het afscheid van prof. drs. Jan de Jong, plaatsvervangend directeur HBD.

● **Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2010**

Vanaf medio jaren '80 hebben de Kamers van Koophandel samen met de provincies Overijssel en Drenthe en een groot aantal gemeenten onderzoek gedaan naar het koopgedrag van de consument in Overijssel en het omliggende gebied. Per plaats konden zo de koopstromen worden bepaald. Die gegevens worden gebruikt om te bepalen hoe de winkelcentra functioneren. In het voorjaar van 2010 zal opnieuw een grootschalig koopstromenonderzoek worden verricht door I&O Research. Inmiddels hebben reeds 34 gemeenten hun deelname aan het koopstromenonderzoek bevestigd.

● **Jeugdmonitoren in 16 gemeenten**

Al ruim 10 jaar voert I&O Research de Jeugdmonitor uit. Deze is ontwikkeld vanuit het gegeven dat gemeenten ieder

jaar van maatschappelijke partners diverse gegevens over jeugdigen ontvangen en dat deze informatie versnipperd over rapporten, registraties en jaarverslagen wordt aangeleverd. Hierdoor is het vaak lastig om een eenduidig beeld te krijgen van de jeugd(problematiek) in de gemeente en de resultaten van de inzet van de betreffende maatschappelijke organisaties. In de Jeugdmonitor brengen we de vragen van de jeugd, het aanbod en de kennis van de voorzieningen en de activiteiten van de maatschappelijke organisaties voor jeugdvragestukken met elkaar in verband. De Jeugdmonitor wordt op deze wijze een centrale plek waar informatie over jeugd verzameld wordt en te raadplegen is. Recent zijn voor 16 gemeenten nieuwe Jeugdmonitoren gestart.

● **Armoedebeleid**

Voor de Rekenkamer Beverwijk zijn we een onderzoek gestart naar de effectiviteit en efficiëntie van het armoedebeleid in deze gemeente. Onder effectief verstaat de rekenkamercommissie in geval van dit onderzoek de mate waarin de gemeente er in slaagt de armoede te bestrijden. Efficiëntie verwijst naar de vraag of met dezelfde middelen een beter resultaat behaald had kunnen worden of dat met minder middelen hetzelfde resultaat behaald had kunnen worden. Naast een armoedebenchmark met een aantal referentiegemeenten gaan we in op het beleidsuitgangspunten, de uitvoering in de praktijk, de resultaten en de verantwoording naar de gemeenteraad.

Via deze uitgave van *Beleed Actueel* houden wij belangstellenden op de hoogte van actuele ontwikkelingen, onderzoeken en publicaties. Voor meer informatie, een complete publicatielijst, het bestellen van publicaties of als u *Beleed Actueel* wilt ontvangen, kunt u contact opnemen met I&O Research.



Vragen en luisteren.

I&O Research
Postbus 563, 7500 AN Enschede
Telefoon: (053) 48 25 000

I&O Research
Van Dedemstraat 6C, 1624 NN Hoorn (nh)
Telefoon: (0229) 28 25 55

E-mail: info@ioresearch.nl
Internet: www.ioersearch.nl