

Van: : college van burgemeester en wethouders

Datum : 12 november 2019

Portefeuillehouder(s) : Burgemeester

Portefeuille(s) : Communicatie

Contactpersoon : K. Joosten

Tel.nr. : 8299

E-mailadres : joosten.k@woerden.nl

Onderwerp: Beantwoording vragen ex artikel 42 van het Reglement van Orde van de gemeenteraad gesteld door Florian Bos van de Fractie van VVD over Woerdense Courant voor iedereen

Beantwoording van de vragen:

1. Hoe belangrijk zijn de *Gemeente Woerden Informeert* -pagina's in relatie tot andere communicatiekanalen van de gemeente? Graag (mede) onderbouwen met cijfers, indien mogelijk.

Recente cijfers over deze verdeling zijn niet beschikbaar. Uit een landelijk onderzoek in 2016 met betrekking tot Huis aan Huis bladen (hierna HAH-krant) blijkt dat HAH-krant intensief worden gebruikt door lokaal geïnteresseerden. Uit dit onderzoek bleek dat 59% van de bevolking interesse heeft in lokale onderwerpen en daarvan gebruikt 70% de HAH-krant als informatiebron. Het volledige onderzoek is toegevoegd.

2. Zijn er klachten over slechte bezorging bekend? Zo ja, beschikt het college over cijfers hieromtrent?

De gemeente is geen eigenaar van de Woerdense Courant, klachten hierover zijn de gemeente wel bekend. Wel hebben wij intern een document van klachten van inwoners en hebben wij op social media berichtgeving hierover signaleerd. Uit contact met de Woerdense Courant is gebleken dat er in de weken 34, 35, 36 en 37 meerdere klachten zijn geuit bij hen van inwoners die de Woerdense Courant niet hebben ontvangen.

De afspraken die de gemeente heeft over de bezorging is een garantie van bezorging van 95%. De Woerdense Courant toetst wekelijks de cijfers en stuurt hier actief op. Ook roepen zij inwoners op om klachten bij hen te blijven uiten, ook als ze herhaaldelijk geen Woerdense Courant ontvangen.

3. Welke mogelijkheden zijn er voor de gemeente om met de bezorgende partij/De Persgroep in gesprek te gaan over adequate bezorging?

In juni is een schriftelijke klacht ingediend namens de gemeente over de bezorging van de Woerdense Courant. Ook is er onlangs contact geweest met de accountmanager. In dit gesprek werd o.a. toegelicht dat het een landelijk probleem is om (goede) bezorgers te vinden. Daarnaast zijn de afspraken benoemd en de mogelijkheden besproken voor extra afhaalpunten.

4. Klopt het dat voor Harmelen, Zegveld, Kanis en Kamerik geen afhaalpunt op de website van de Woerdense Courant staat?

Ja dat klopt.

5. Welke mogelijkheden ziet het college voor het creëren van een afhaalpunt in iedere stads- of dorpskern van de gemeente?

Na contact met de Woerdense Courant is de mogelijkheid besproken om meerdere afhaalpunten beschikbaar te stellen. Locaties waar de Woerdense Courant extra aangeboden kan worden:

- 1. Dorpshuis te Harmelen;*
- 2. Schulenburg te Kamerik;*
- 3. De bibliotheek in Zegveld.*

De gemeente zal in overleg treden met deze locaties over het verzoek om de Woerdense Courant daar extra aan te bieden naast de huis aan huis bezorging. Indien dit akkoord is zullen wij de gegevens van deze locaties aan de Woerdense Courant verstrekken zodat zij hiervoor kunnen zorgen.

Bijlagen:

De ingekomen brief met corsanummer: 19.089827

De secretaris,

drs. M.H.J. van Kruijsbergen MBA

De burgemeester,

V.J.H. Molkenboer



NOM HAH-KRANTEN MONITOR 2016

Voorwoord NOM

NOM HAH-kranten Monitor 2016 is de tweede editie van dit bereiksonderzoek, dat in amper twee jaar is uitgegroeid tot de standaard voor mediaplanning van advertentiecampagnes in HAH-kranten in Nederland. De samenwerking tussen de zes uitgevers, eigenaren van dit onderzoek (BDU media, Boom uitgevers Nieuwsmedia, Concentra Media Nederland, Holland media combinatie, NDC mediagroep en De Persgroep Nederland), en NOM, de autoriteit op het gebied van bereiksonderzoek voor dagbladen en magazines, bleek zeer succesvol.

NOM heeft erop toegezien dat de NOM HAH-kranten Monitor voldoet aan alle technische normen en eisen van goed printbereiksonderzoek en heeft daarmee een kwaliteitsstempel verleend aan dit onderzoek. Dat betekent dat de representativiteit van de steekproef, de opzet van de vragenlijst, de methode van het meten van bereik en de berekening van de resultaten voldoen aan alle internationale standaards. Verder garandeert het feit dat NOM een Joint Industry Committee (JIC) is, waarin zowel media-exploitanten, mediabureaus en adverteerders samen verantwoordelijk zijn voor het verzamelen, bewerken en publiceren van informatie, dat de data representatief, objectief en transparant zijn. Dit is een absolute voorwaarde om zich de standaard te kunnen noemen op de Nederlandse advertentiemarkt.

De succesvolle samenwerking tussen de HAH-kranten uitgevers en NOM heeft geleid tot een nieuwe, intensievere samenwerking vanaf 2017. HAH-kranten zullen dan opgenomen worden in het reguliere bereiksonderzoek van NOM, naast landelijke en regionale dagbladen en magazines. De eerste bereikresultaten voor HAH-kranten uit deze nieuwe opzet verwachten we in 2018.

Ik wens de uitgevers, mediabureaus en adverteerders veel succes met het gebruik van de NOM HAH-kranten Monitor 2016!

Dr Irena Petric
Directeur van NOM

Inhoud

1. Het onderzoek in het kort
2. Resultaten in één oogopslag
3. Lezen van huis-aan-huiskranten
4. Huis-aan-huiskranten als informatiebron
5. Advertenties in huis-aan-huiskranten
6. Huis-aan-huiskranten en andere mediumtypen
7. Meer informatie

1. Het onderzoek in het kort

Het onderzoek

Populatie: 13,375 miljoen Nederlanders van 13 jaar en ouder met toegang tot internet (hierna: NL 13+ internet)

Steekproef: n=30.174 respondenten van 13 jaar en ouder met toegang tot internet

Methode: Online vragenlijst (CAWI) afgenomen onder respondenten uit het GfK Online Panel, een deel heeft eerder de NOM Print Monitor ingevuld

Vragenlijst: Bereiksmeting van 336 huis-aan-huiskranten, mediumtypevragen over HAH-kranten in het algemeen en doelgroepkenmerken

Veldwerkperiode: gedurende 10 weken, van 25 april tot en met 3 juli 2016

De resultaten worden beschikbaar gesteld in de mediaplanningssoftware, met uitgebreide doelgroepinformatie en resultaten per titel/editie/verspreidingsgebied

Begrippen en definities

Wel eens lezen HAH-kranten: Alle personen die aangeven wel eens een huis-aan-huiskrant te hebben gelezen of ingezien

Totaalbereik HAH-kranten: Alle personen die in het afgelopen jaar (12 maanden) één of meer van de 336 gemeten huis-aan-huiskranten hebben bekeken of ingezien

Gemiddeld bereik HAH-kranten: Alle personen die een gemiddeld nummer van één van de 336 gemeten huis-aan-huiskranten hebben bekeken of ingezien

2. Resultaten in één oogopslag

Interesse in 'lokaal' gaat samen met intensief gebruik

59% van de bevolking heeft interesse in lokale onderwerpen,

70% daarvan gebruikt HAH-krant als informatie-bron



70% let op aanbieding van winkeliers in HAH-kranten



HAH-kranten zijn een massamedium: **11,9 mln mensen (89%)** lezen **weleens** een huis-aan-huiskrant

8,3 miljoen Nederlanders* (62%)

lezen **wekelijks** een HAH-krant (ook mensen met nee/nee-sticker)

85% van de lezers leest HAH-kranten uitsluitend op papier
15% (ook) digitaal



56% van de lezers leest ieder nummer of bijna ieder nummer



Meerderheid leest de HAH-krant op de dag van ontvangst en in een keer uit



HAH-kranten worden intensief gelezen: **63%** van de lezers leest driekwart of meer van een nummer

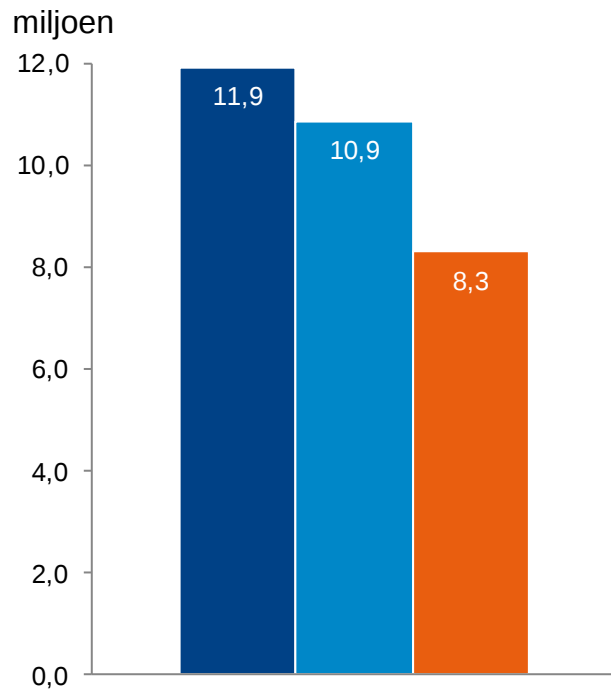


Hoge lezer-blad binding: **53%** zou de HAH-krant (heel erg) missen

3. Lezen van huis-aan-huiskranten

Bereik en lezersprofiel

Bereik blijft onveranderd hoog



Wel eens lezen: 89% = 11,9 miljoen mensen

Alle personen die wel eens een huis-aan-huiskrant lezen of inzien

Totaalbereik: 81% = 10,9 miljoen mensen

Alle personen die in het afgelopen jaar (12 maanden) één of meer van de gemeten huis-aan-huiskranten hebben bekeken of ingezien

Gemiddeld bereik: 62% = 8,3 miljoen mensen

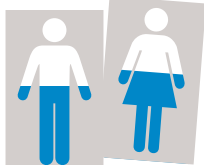
Alle personen die een gemiddeld nummer van één van de gemeten huis-aan-huiskranten bekijken of inzien

Het profiel van de lezer*: een weerspiegeling van 'de Nederlander'

Allen (NL 13+ internet)

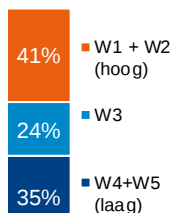


Geslacht

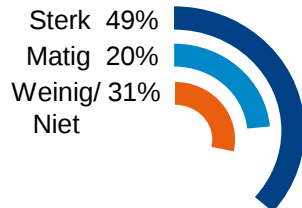


50% 50%

Welstand



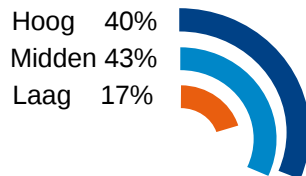
Stedelijkheid



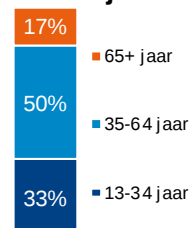
Heeft nee/nee sticker



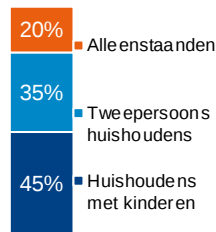
Opleiding



Leeftijd



Gezinsfase



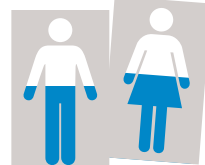
Boodschapper



Lezers HAH-kranten

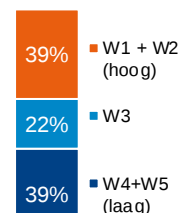


Geslacht

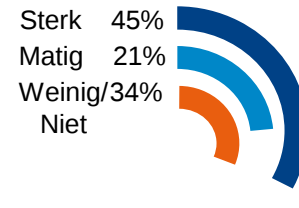


50% 50%

Welstand



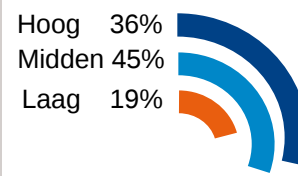
Stedelijkheid



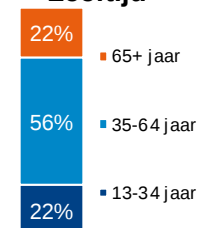
Heeft nee/nee sticker



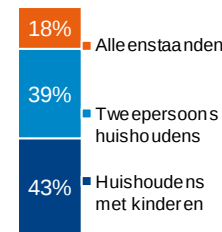
Opleiding



Leeftijd



Gezinsfase

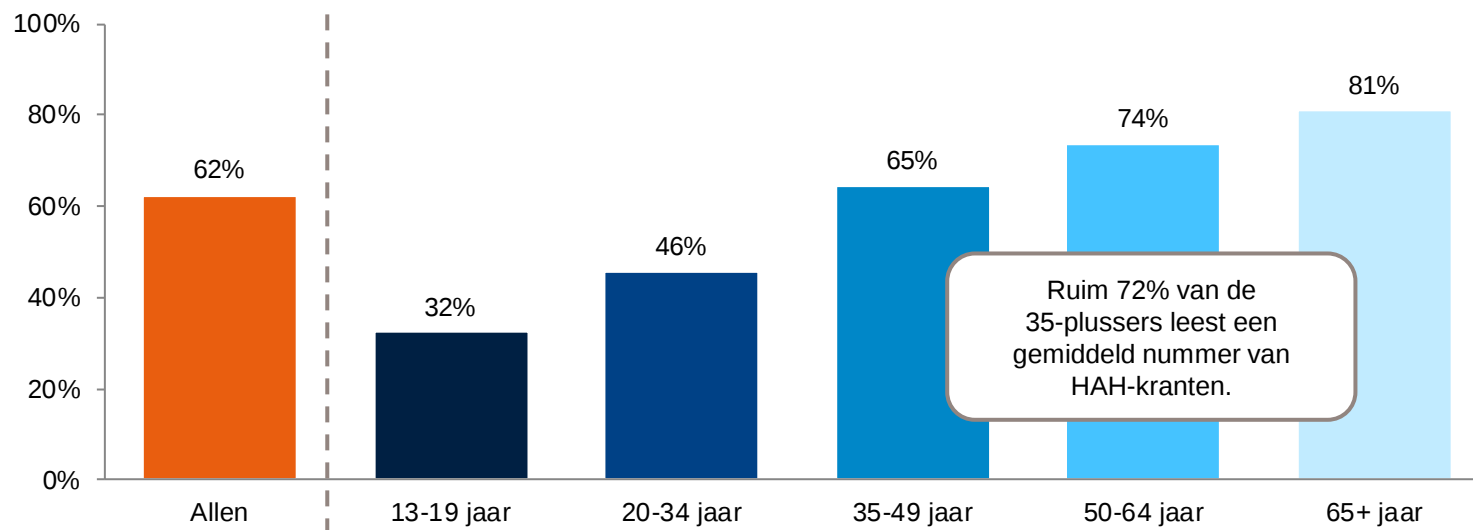


Boodschapper



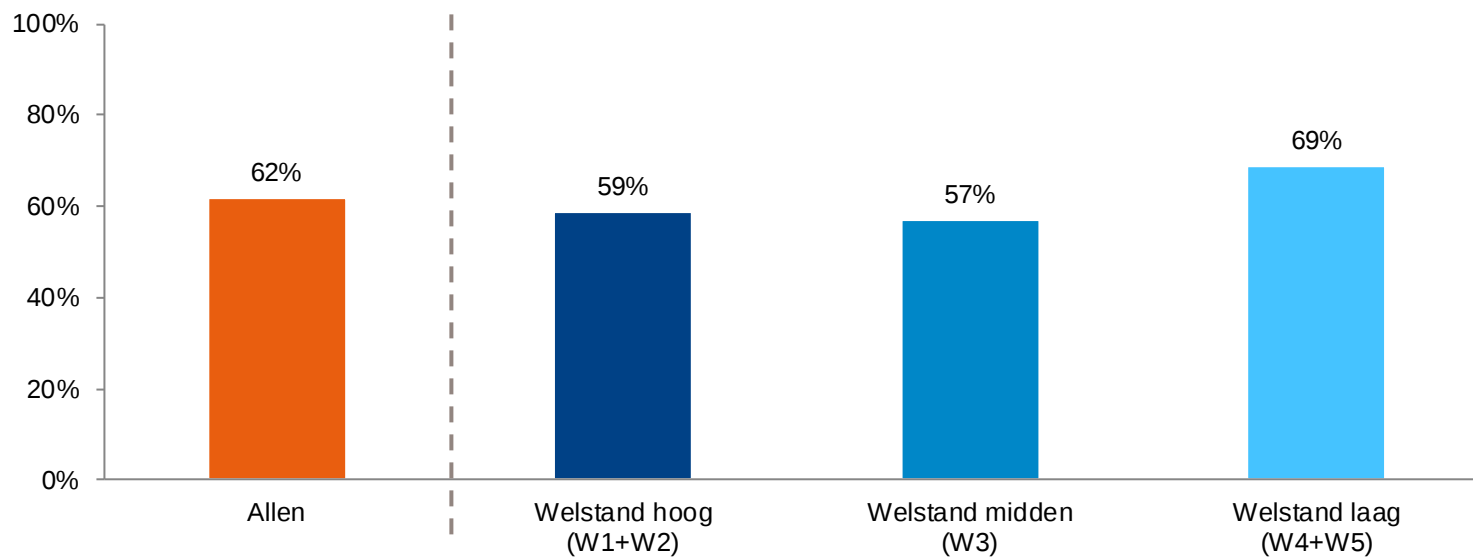
Het lezen van HAH-kranten stijgt met de leeftijd

Gemiddeld bereik



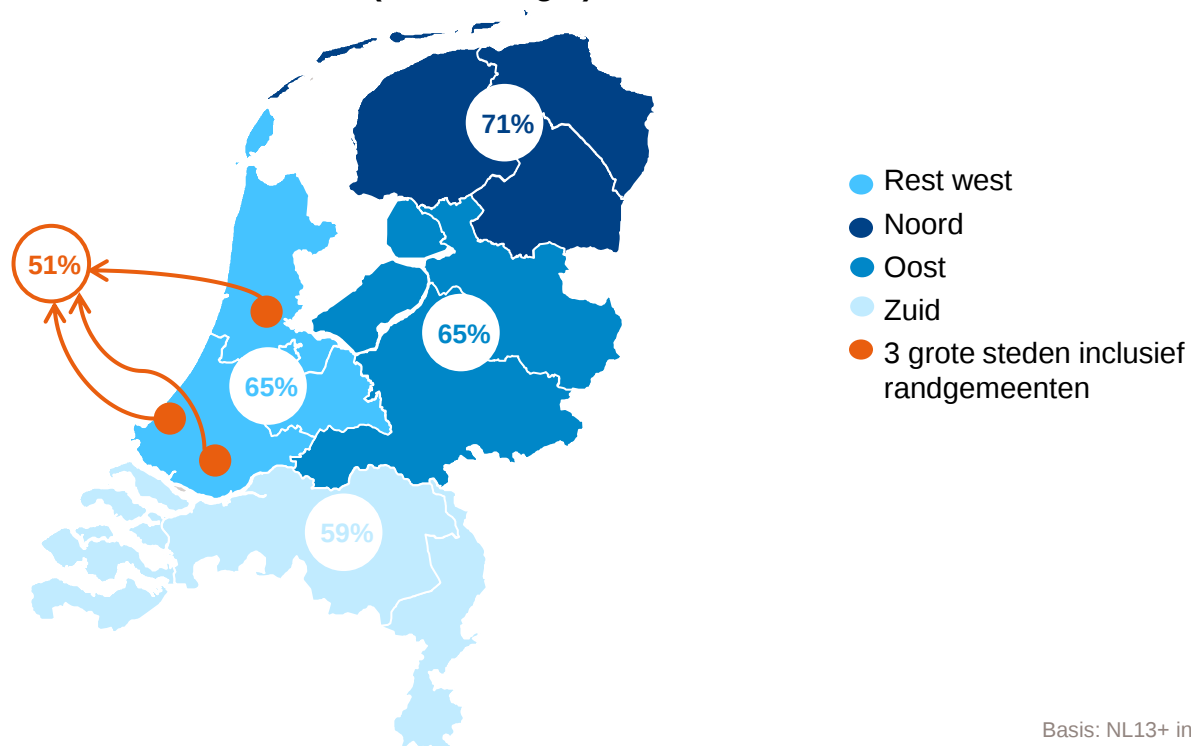
Alle welstandsklassen lezen HAH-kranten

Gemiddeld bereik



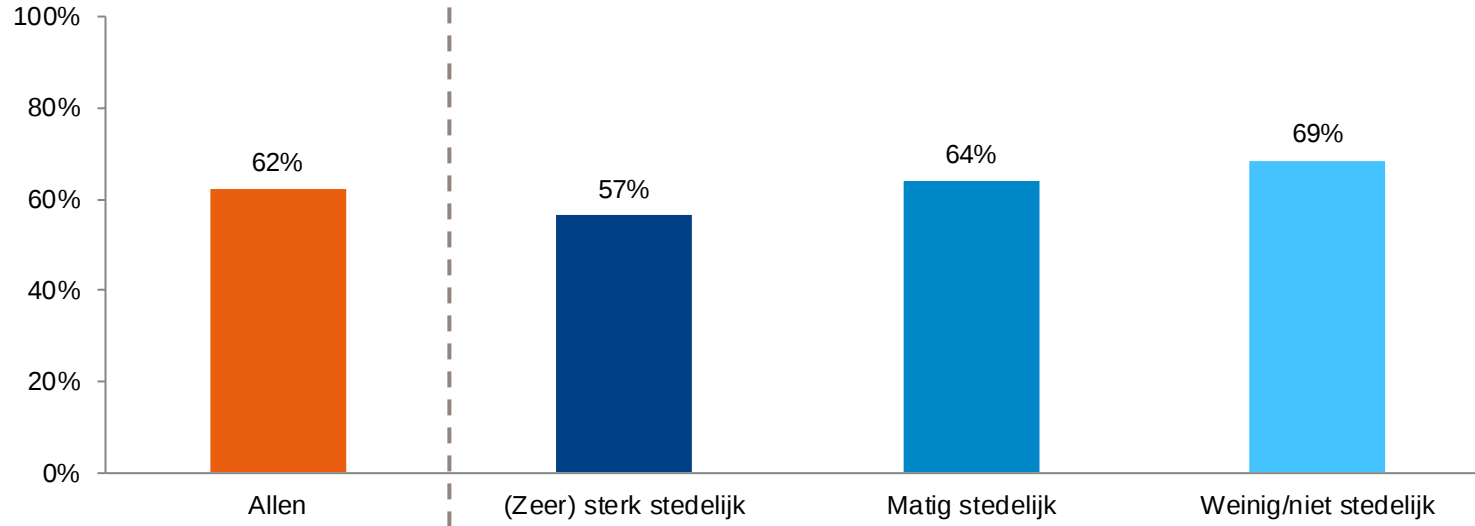
Hoogste bereik in het noorden

Gemiddeld bereik (Nielsen regio)



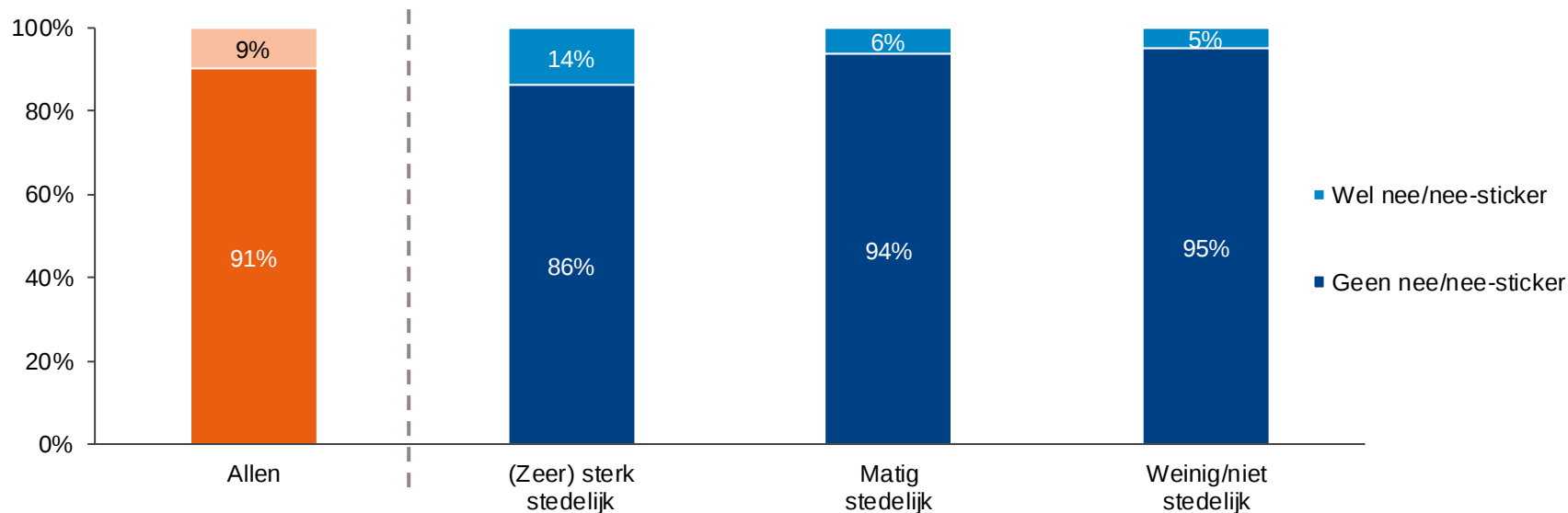
Hoe minder stedelijk een gebied, hoe hoger het bereik

Gemiddeld bereik

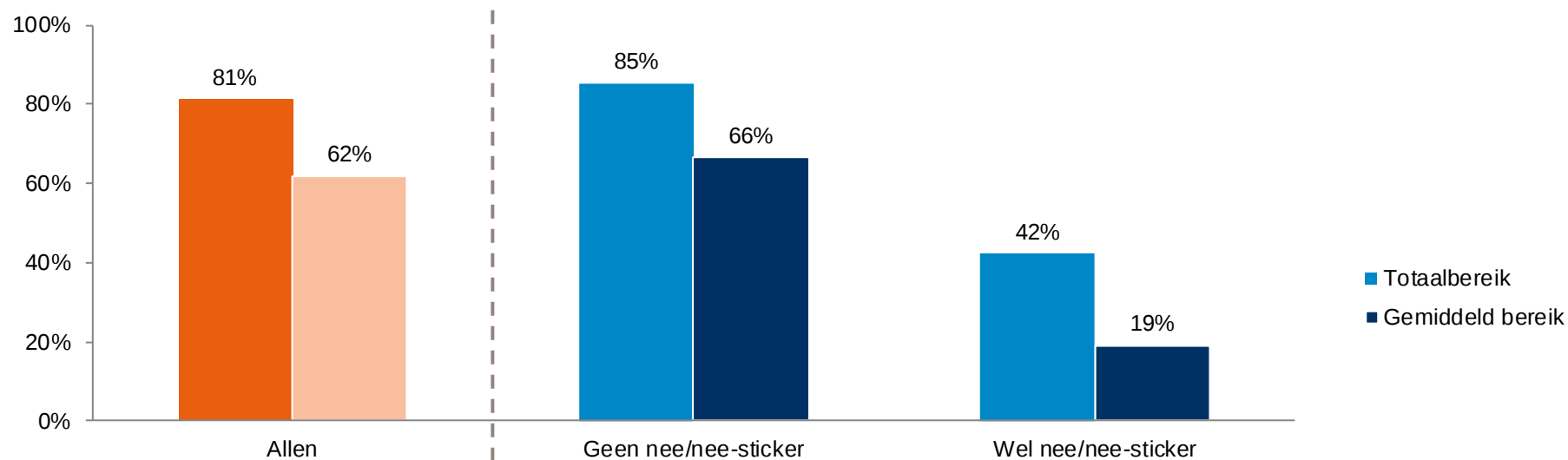


Penetratie nee/nee-sticker is het hoogst in (zeer) stedelijke gebieden

% met nee/nee-sticker op de brievenbus



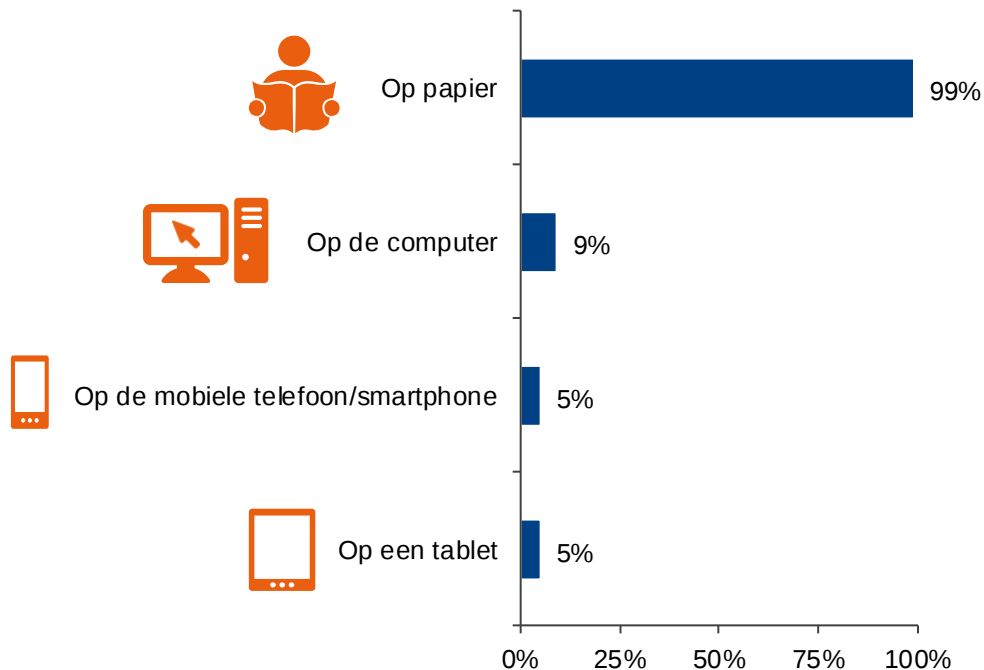
Ook mensen met nee/nee-sticker worden bereikt met HAH-kranten



Hoe worden HAH-kranten gelezen

Papier blijft het belangrijkste kanaal

Hoe leest men huis-aan-huiskranten?

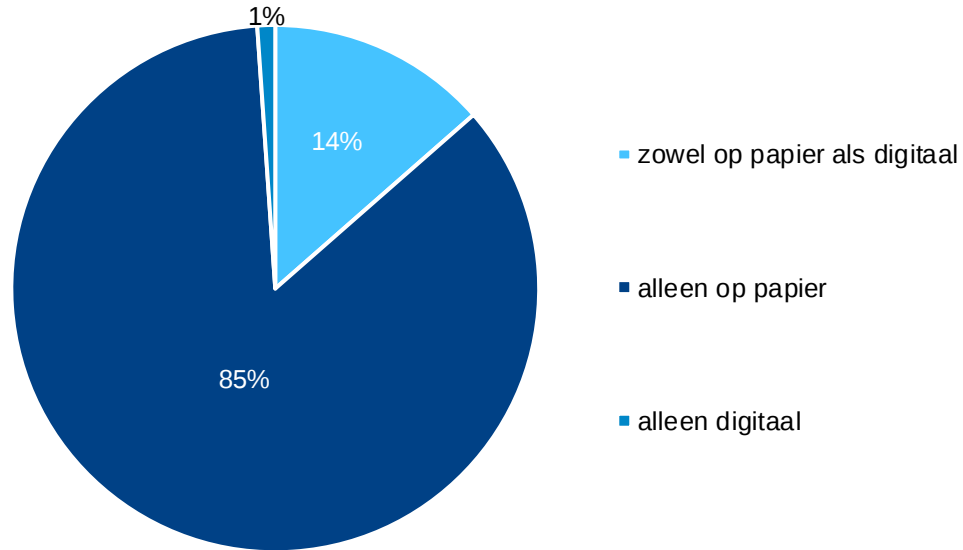


A6. Kunt u aangeven op welke manieren u wel eens een huis-aan-huisblad leest of inziet, ook al is dat maar heel af en toe?

Basis: Leest wel eens een HAH-krant

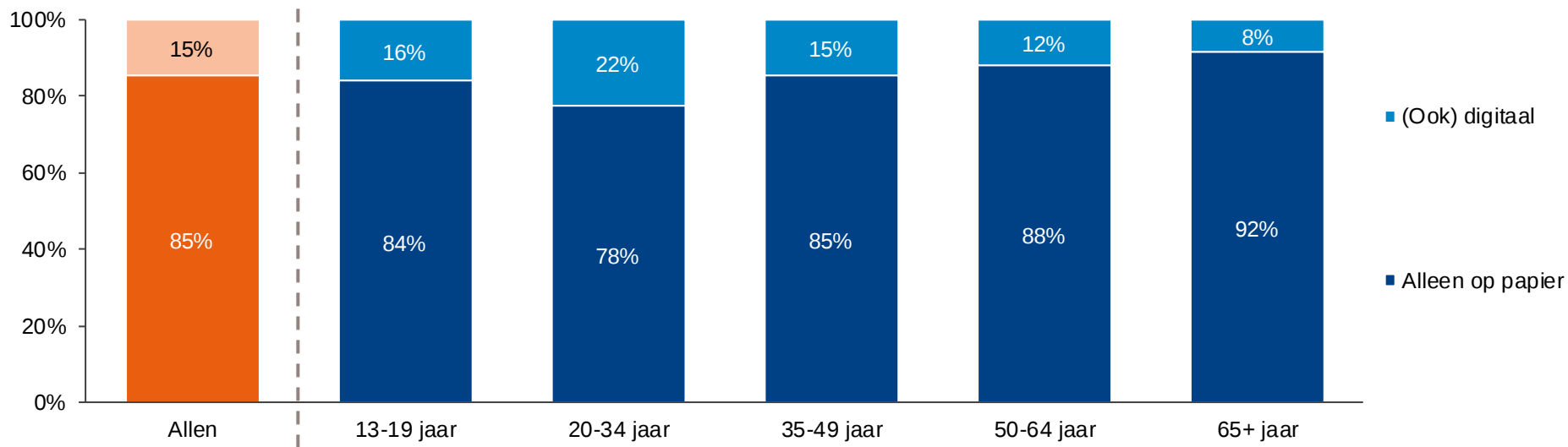
15% van de lezers leest HAH-kranten digitaal,
via computer, tablet en/of smartphone

Leest huis-aan-huiskrant...

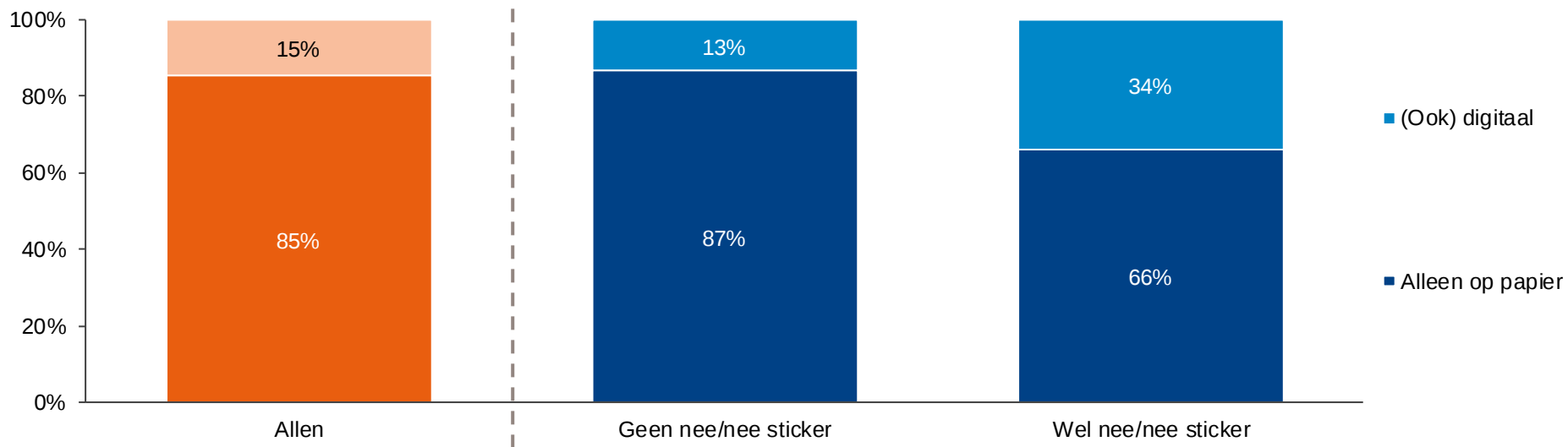


Basis: Leest wel eens een HAH-krant

Alle leeftijdsgroepen lezen digitaal, 20-34jarigen het meest

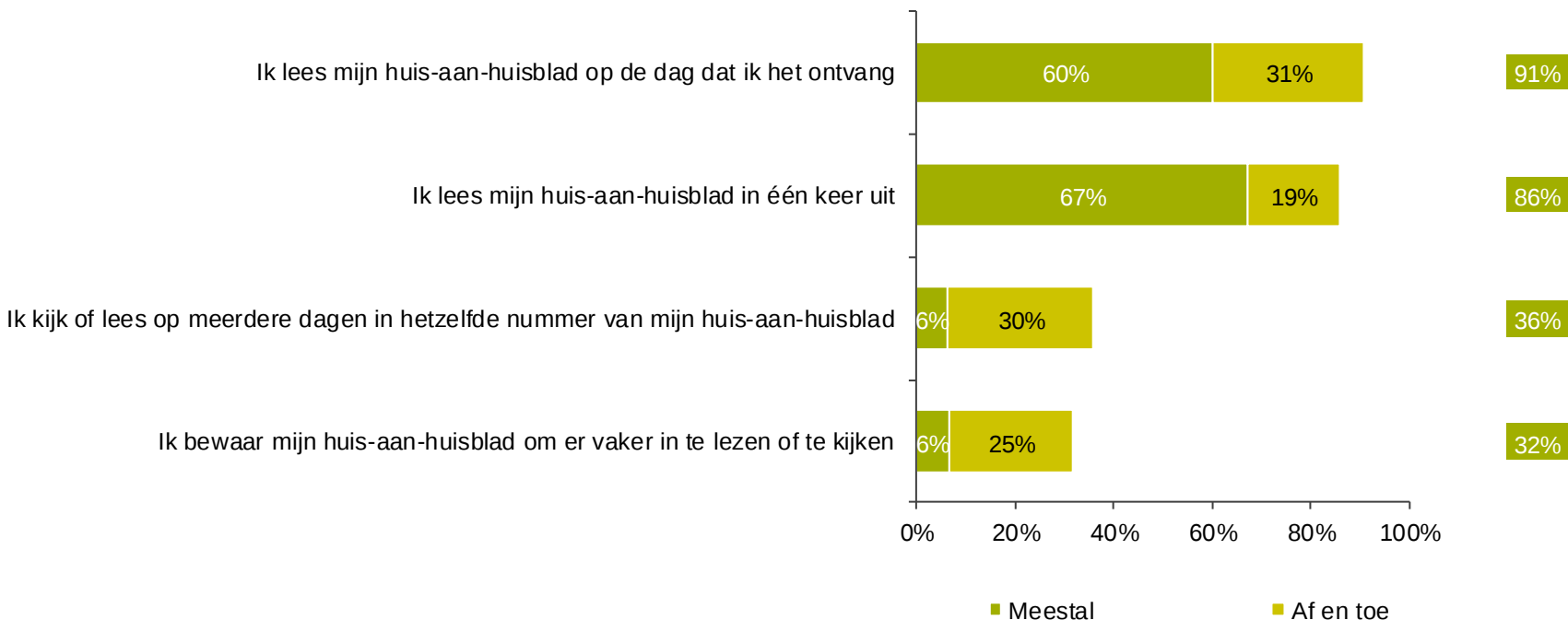


Een derde van de lezers met nee/nee-sticker zoekt HAH-kranten digitaal op

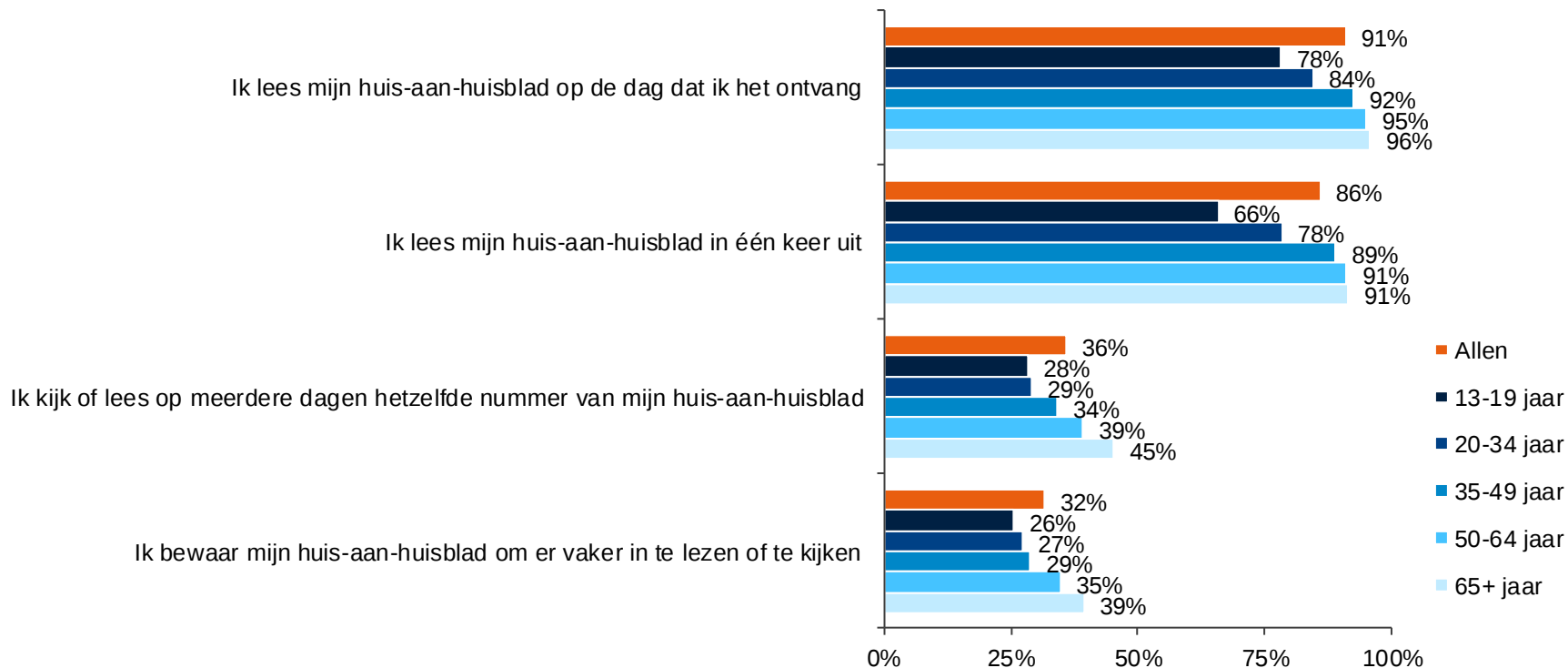


De meerderheid leest een HAH-krant direct en in één keer

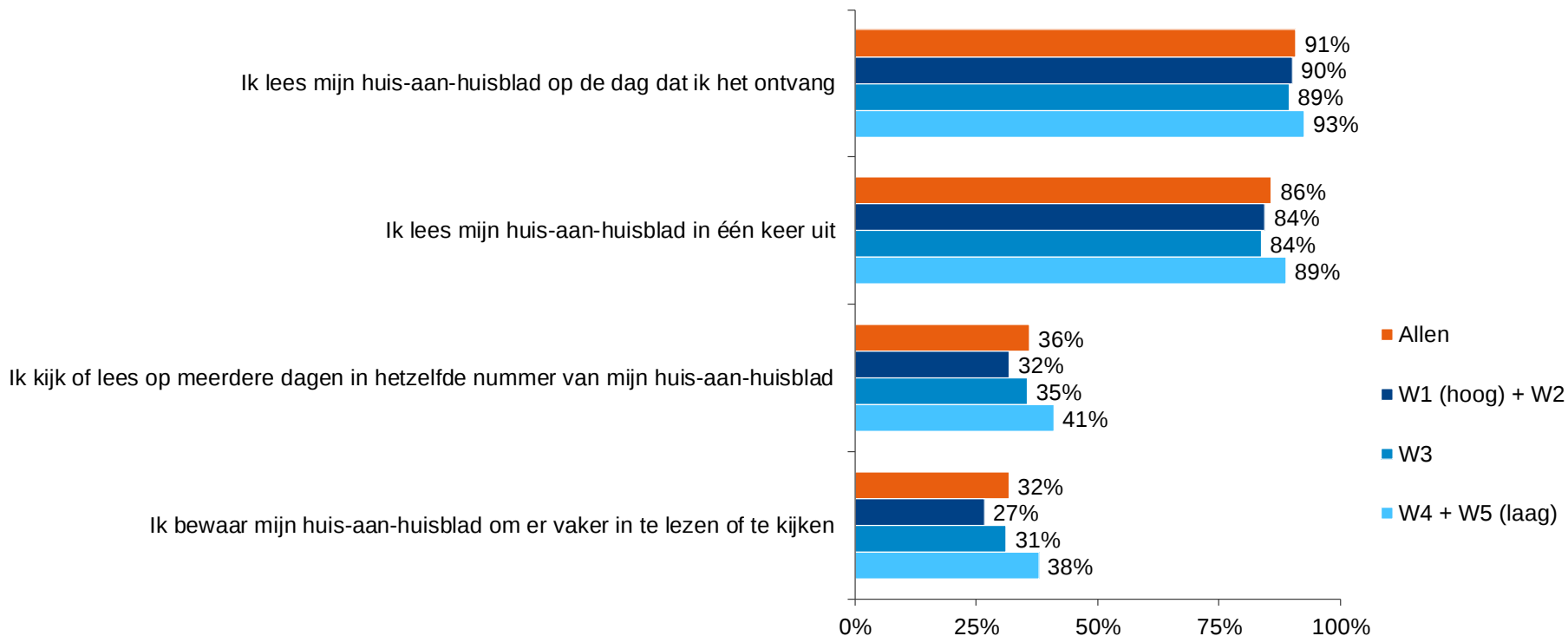
% meestal/af en toe



Omgang met HAH-krant verschilt naar leeftijd

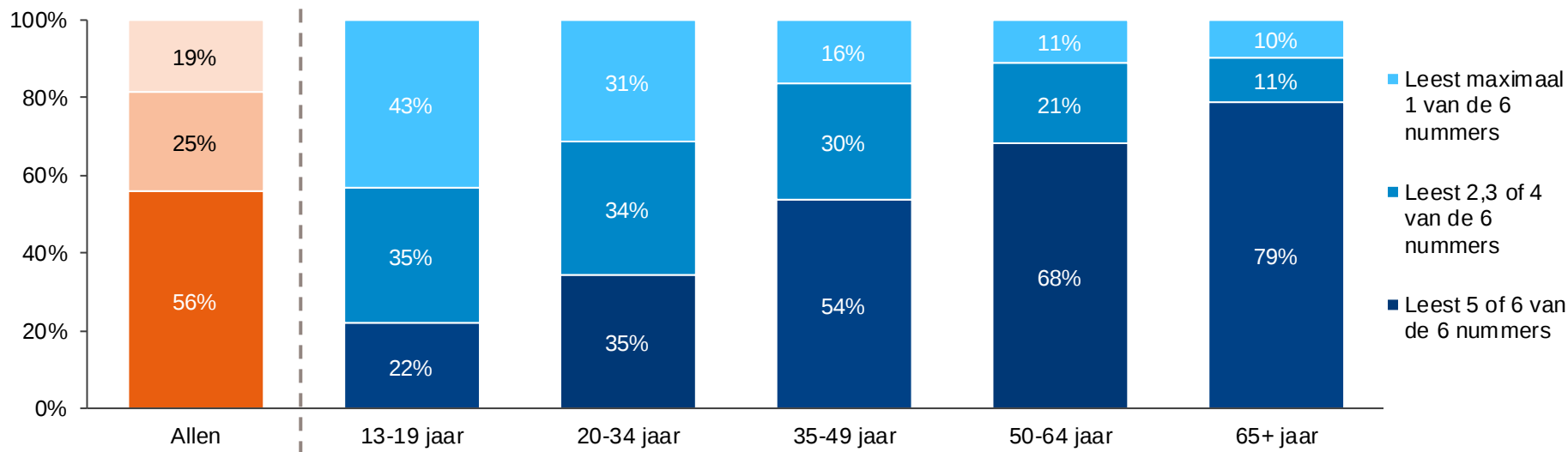


Tussen welstandsklassen is er weinig verschil in de omgang met de HAH-krant



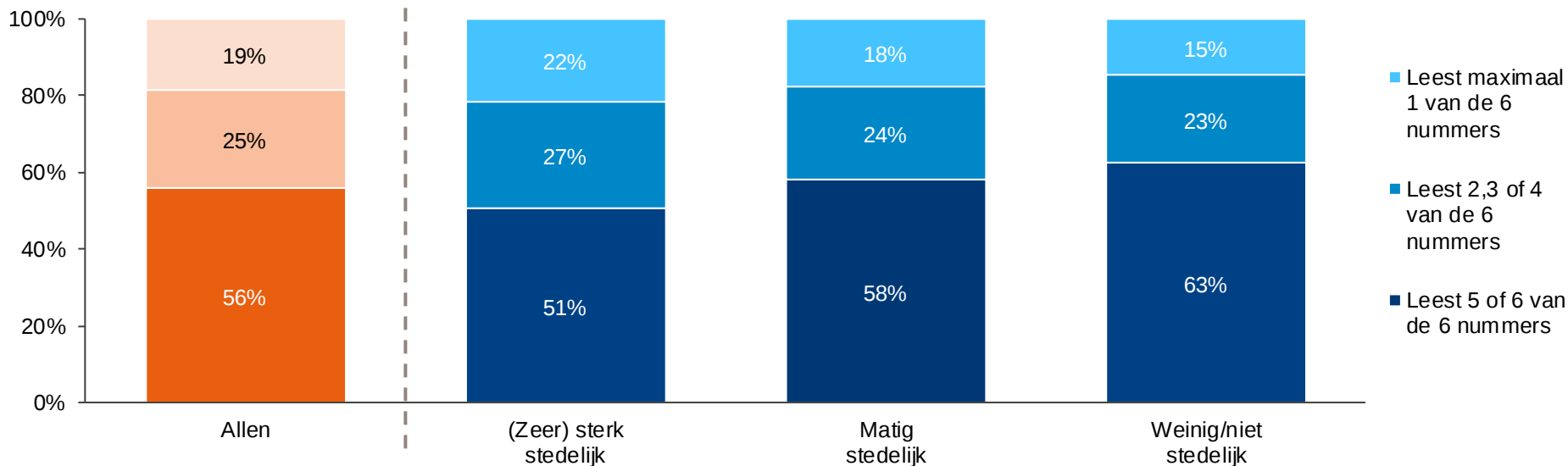
Meer dan de helft van de lezers leest (bijna) ieder nummer; dit aandeel stijgt met de leeftijd

Leesfrequentie



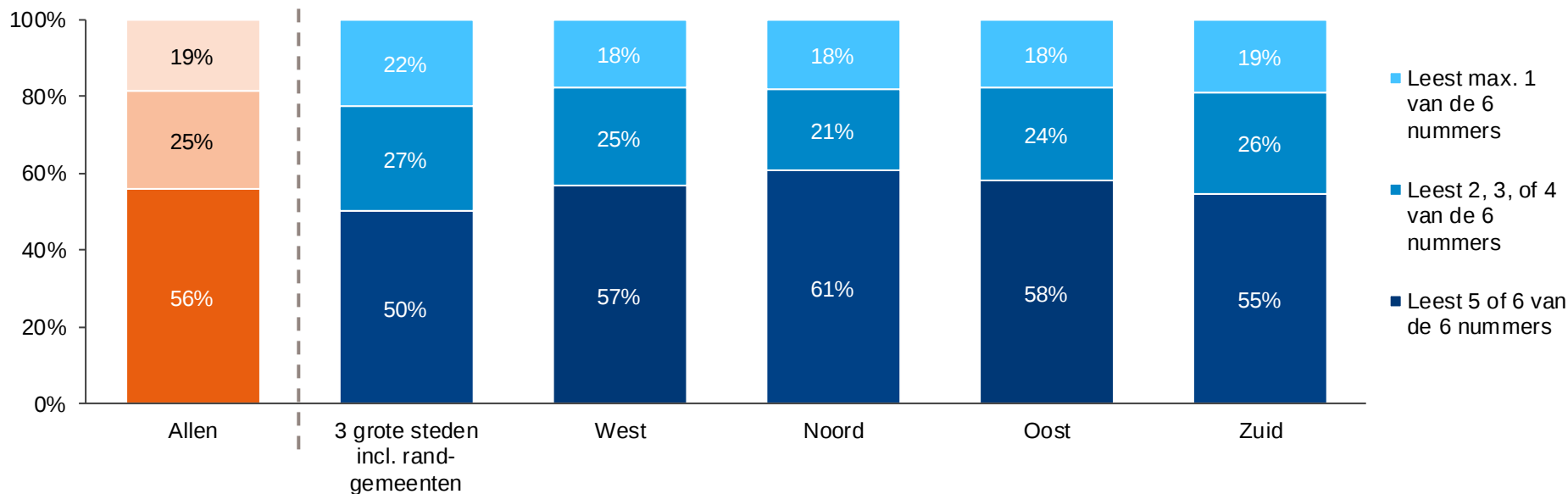
In landelijke gebieden leest 63% van de lezers (bijna) ieder nummer

Leesfrequentie



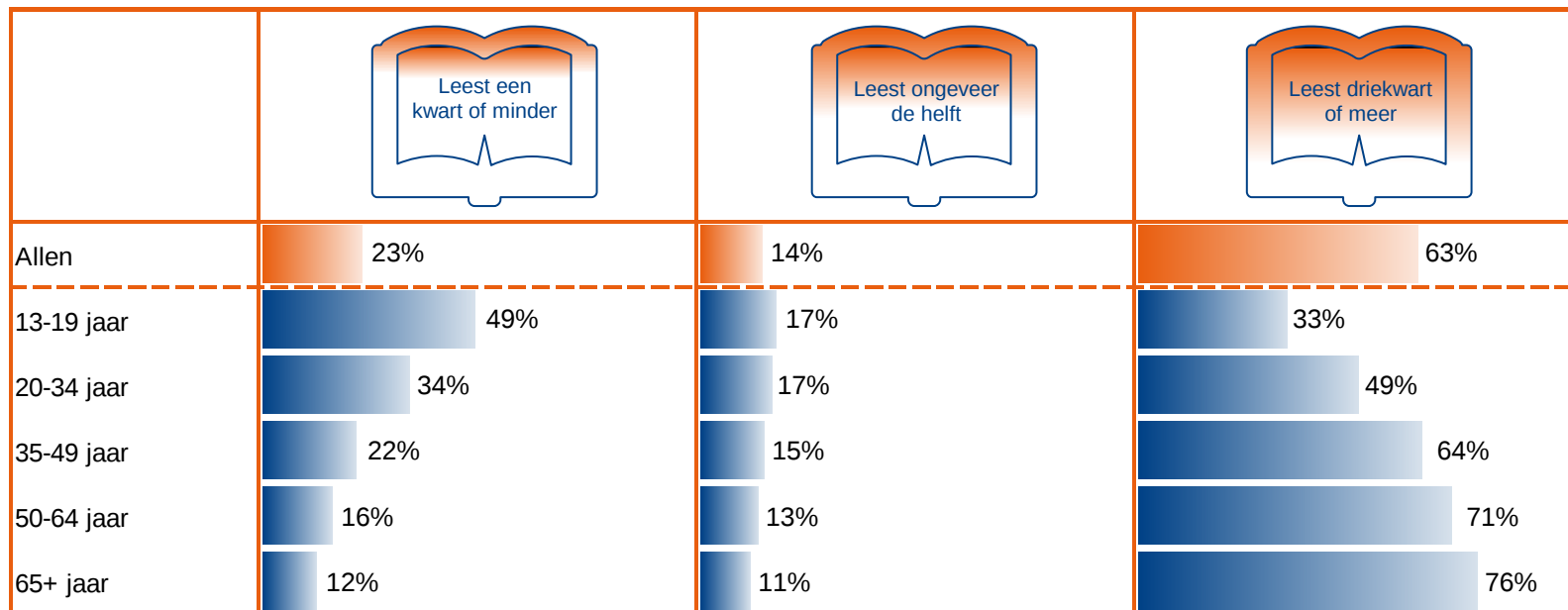
In de 3 grote steden leest men minder frequent; weinig verschil in de rest van Nederland

Leesfrequentie



63% van de lezers leest driekwart tot het hele nummer

Leesintensiteit

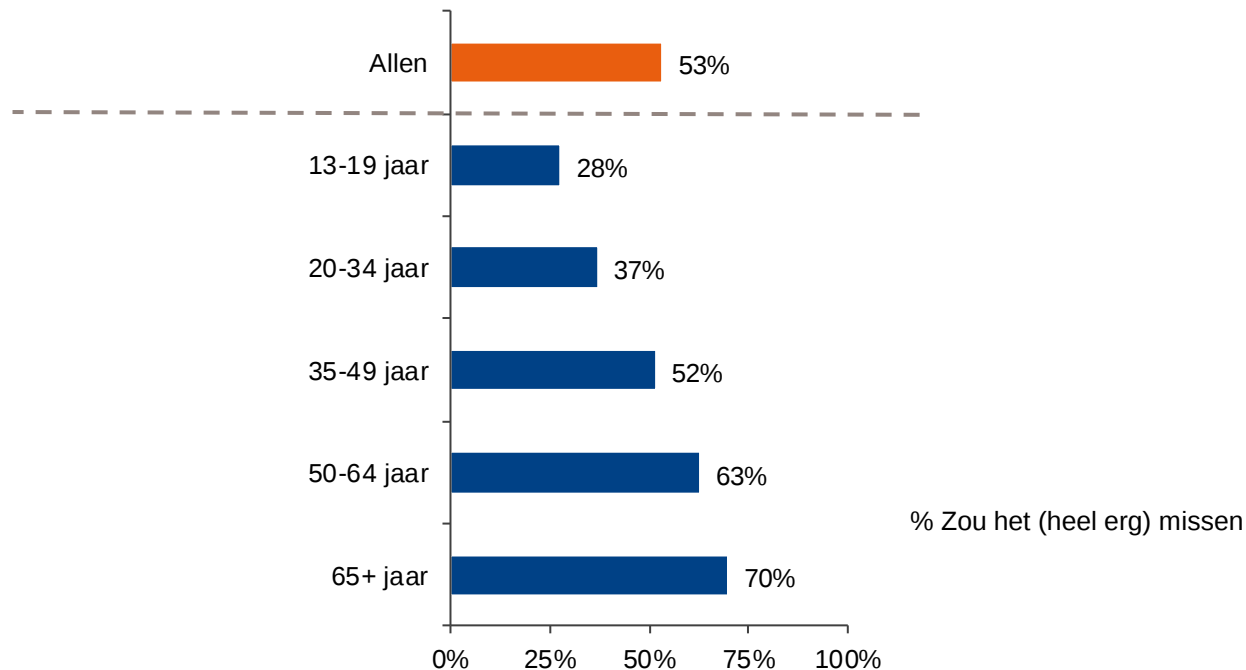


A4. Hieronder ziet u alle titels die u in de afgelopen 12 maanden heeft gelezen of ingezien. Kunt u aangeven welk deel u heeft doorgebladerd, bekeken, ingezien of gelezen van het nummer dat u het laatst las van onderstaande titel(s)?

Basis: Totaalbereik HAH-kranten

Meer dan de helft van de lezers zou zijn HAH-krant missen

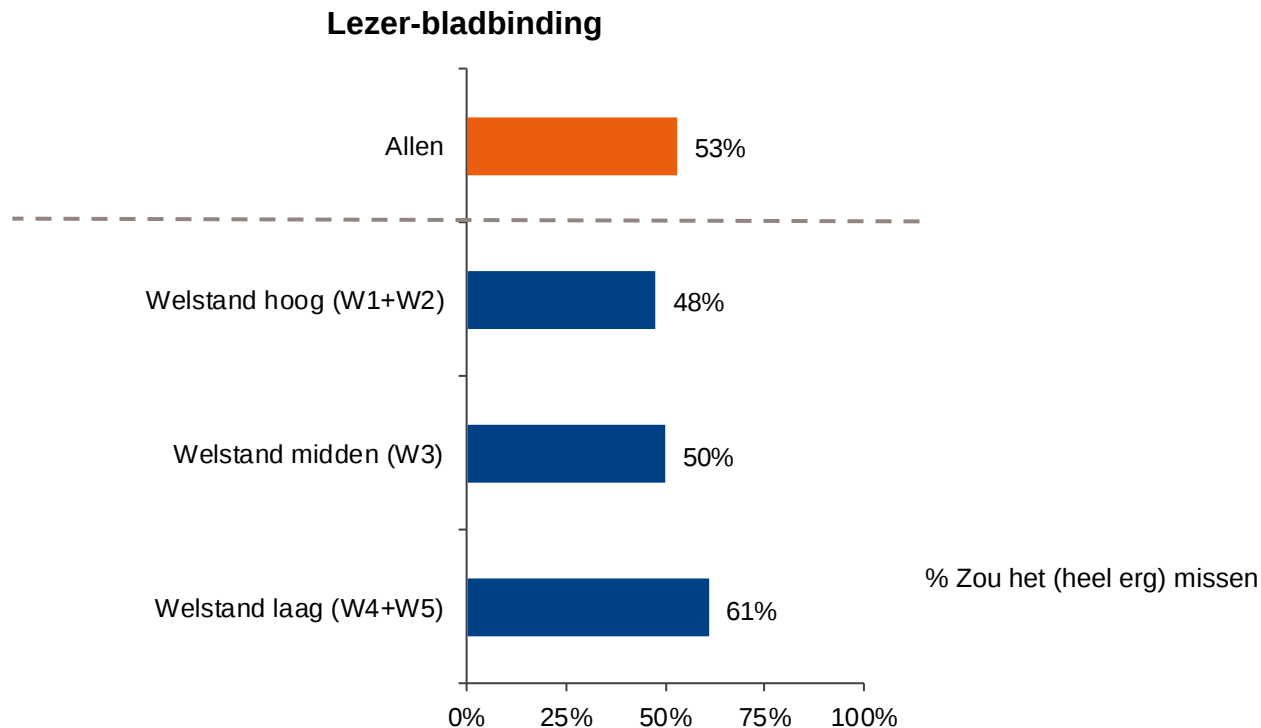
Lezer-bladbinding



A5. In hoeverre zou u het missen als onderstaande huis-aan-huisbladen niet meer zouden verschijnen?

Basis: Totaalbereik HAH-kranten

In alle welstandsklassen wil een groot deel van de lezers de HAH-krant niet missen



A5. In hoeverre zou u het missen als onderstaande huis-aan-huisbladen niet meer zouden verschijnen?

Basis: Totaalbereik HAH-kranten

Men leest omdat men over lokale onderwerpen geïnformeerd wil zijn

Redenen lezen/inzien HAH-kranten



4. Huis-aan-huiskranten als informatiebron

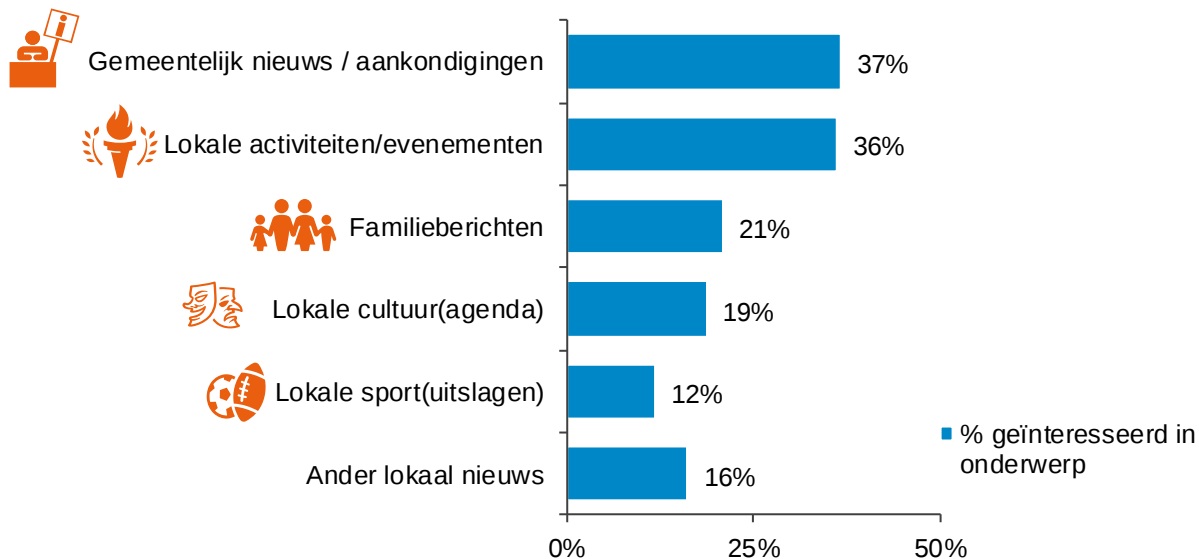
Nederland is in grote mate geïnteresseerd in lokaal en regionaal nieuws



C1. In welke van de hier onderstaande onderwerpen bent u geïnteresseerd? Wilt u aangeven welke informatiebronnen u gebruikt om van dat onderwerp op de hoogte te blijven (dagblad/krant, huis-aan-huisblad, tijdschrift, radio, tv, internet, anders)?

Basis: NL13+ internet

Lokaal nieuws: vooral gemeentelijk nieuws en lokale activiteiten zijn populair

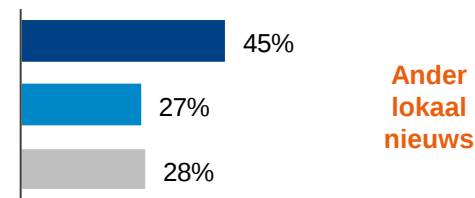
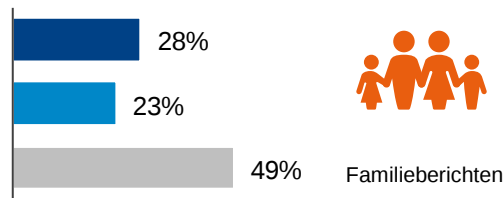
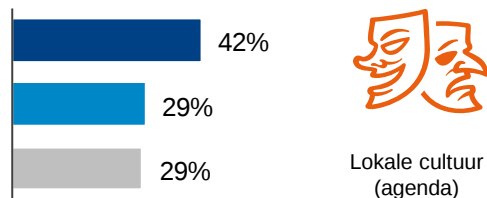
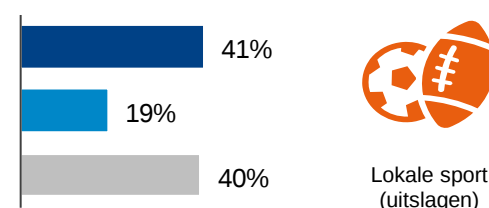
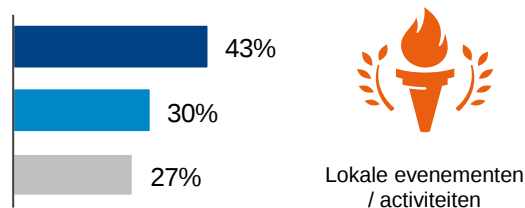
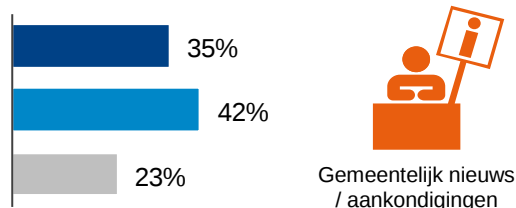


C1. In welke van de hier onderstaande onderwerpen bent u geïnteresseerd? Wilt u aangeven welke informatiebronnen u gebruikt om van dat onderwerp op de hoogte te blijven (dagblad/krant, huis-aan-huisblad, tijdschrift, radio, tv, internet, anders)?

Basis: NL13+ internet

Voor lokaal nieuws worden vooral HAH-kranten geraadpleegd, al dan niet samen met andere bronnen

Informatiebron LOKAAL nieuws



Gebruikt HAH-krant + andere bron



Gebruikt alleen HAH-krant



Gebruikt alleen andere bron

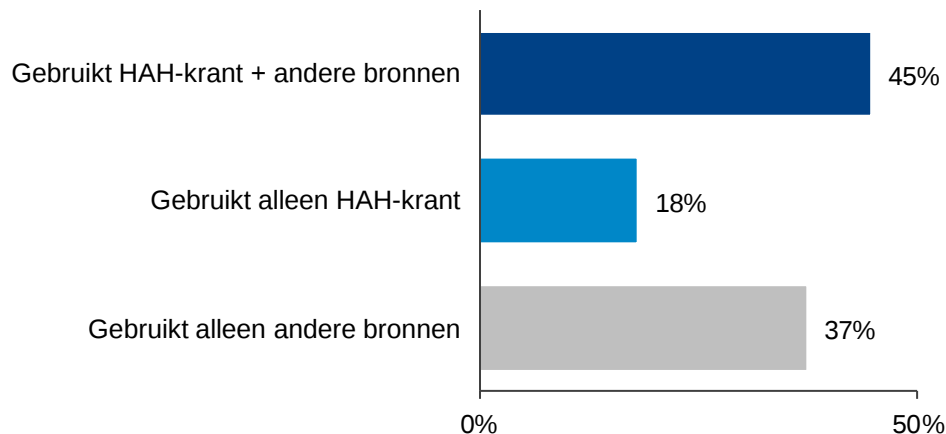
C1. In welke van de hier onderstaande onderwerpen bent u geïnteresseerd?

Wilt u aangeven welke informatiebronnen u gebruikt om van dat onderwerp op de hoogte te blijven (dagblad/krant, huis-aan-huisblad, tijdschrift, radio, tv, internet, anders)?

Basis: Geïnteresseerd in lokaal nieuws

HAH-kranten zijn ook belangrijk als informatiebron voor regionaal nieuws

Informatiebron REGIONAAL nieuws

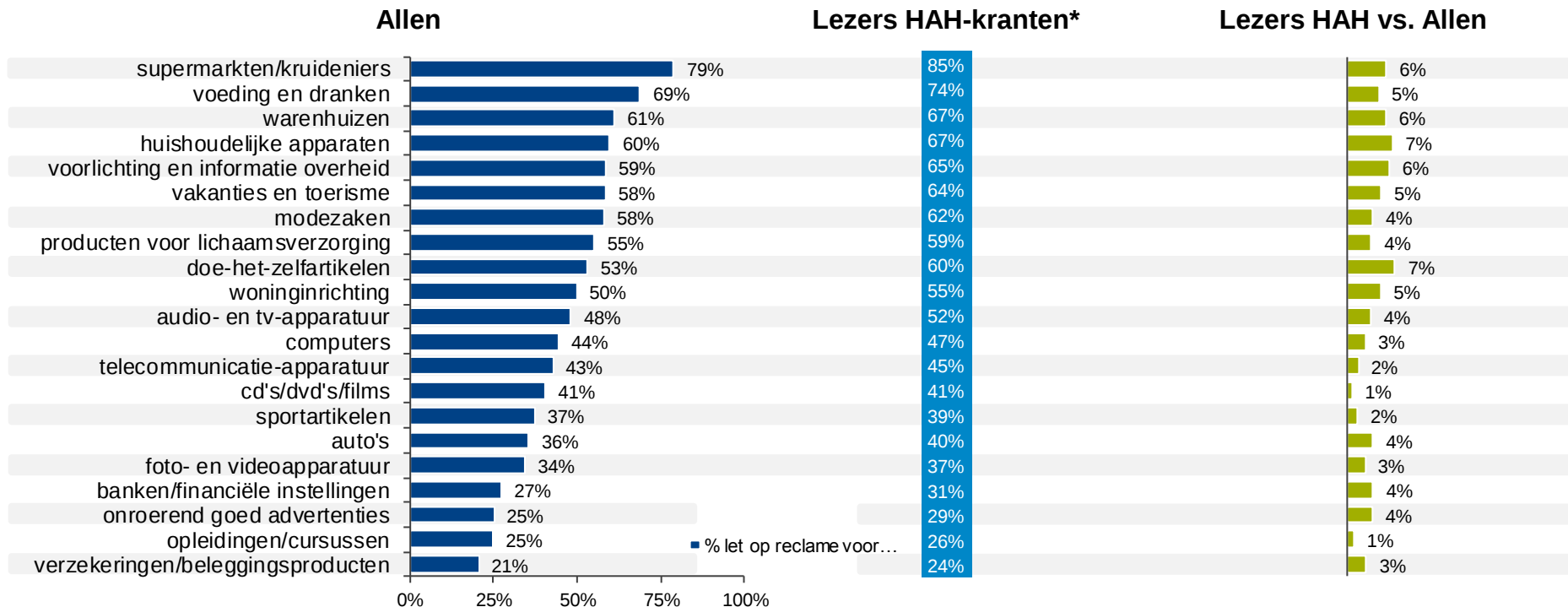


C1. In welke van de hier onderstaande onderwerpen bent u geïnteresseerd?
Wilt u aangeven welke informatiebronnen u gebruikt om van dat onderwerp op de hoogte te blijven
(dagblad/krant, huis-aan-huisblad, tijdschrift, radio, tv, internet, anders)?

Basis: Geïnteresseerd in regionaal nieuws

5. Advertenties in huis-aan-huiskranten

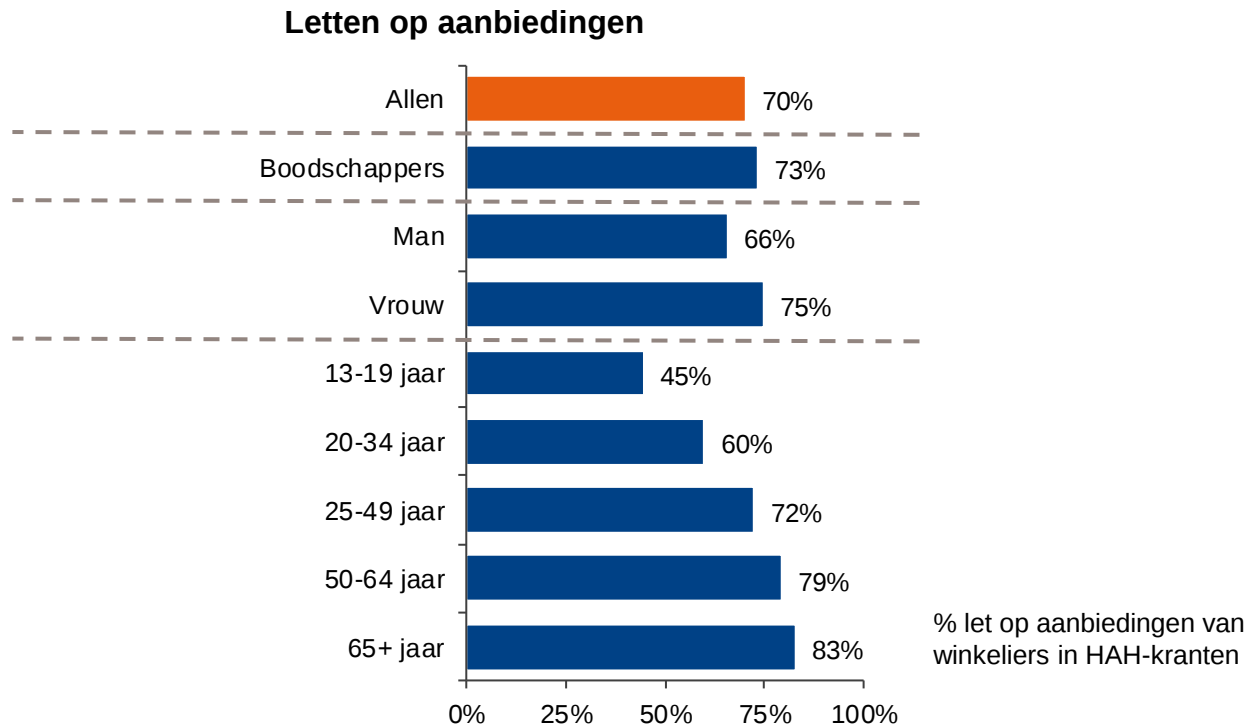
Lezers van HAH-kranten hebben meer aandacht voor reclame



C4. Er wordt voor allerlei producten, winkels en andere bedrijven reclame gemaakt. Wilt u hieronder voor elke soort reclame aangeven hoe vaak u daarop let?

* Basis: Gemiddeld bereik

Aanbiedingen van winkeliers in HAH-kranten krijgen veel aandacht

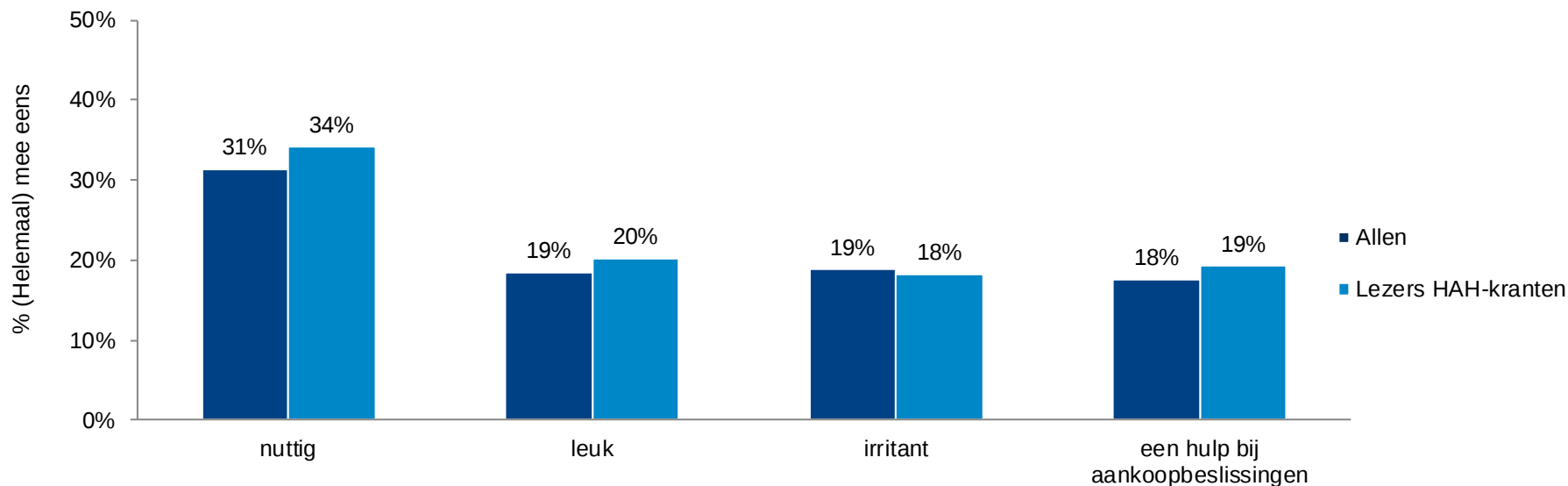


C3. Op allerlei plaatsen kunt u reclame tegenkomen, bijvoorbeeld van winkeliers of van andere bedrijven, voor merkartikelen, maar ook van de overheid. Wilt u hieronder voor elke soort reclame aangeven hoe vaak u daarop let?

Basis: NL13+ internet

Lezers vinden advertenties in HAH-kranten vooral nuttig

Advertenties in huis-aan-huisbladen zijn..



C5. Hieronder staat een aantal uitspraken over reclame in media. Wilt u hier aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met de desbetreffende uitspraak?

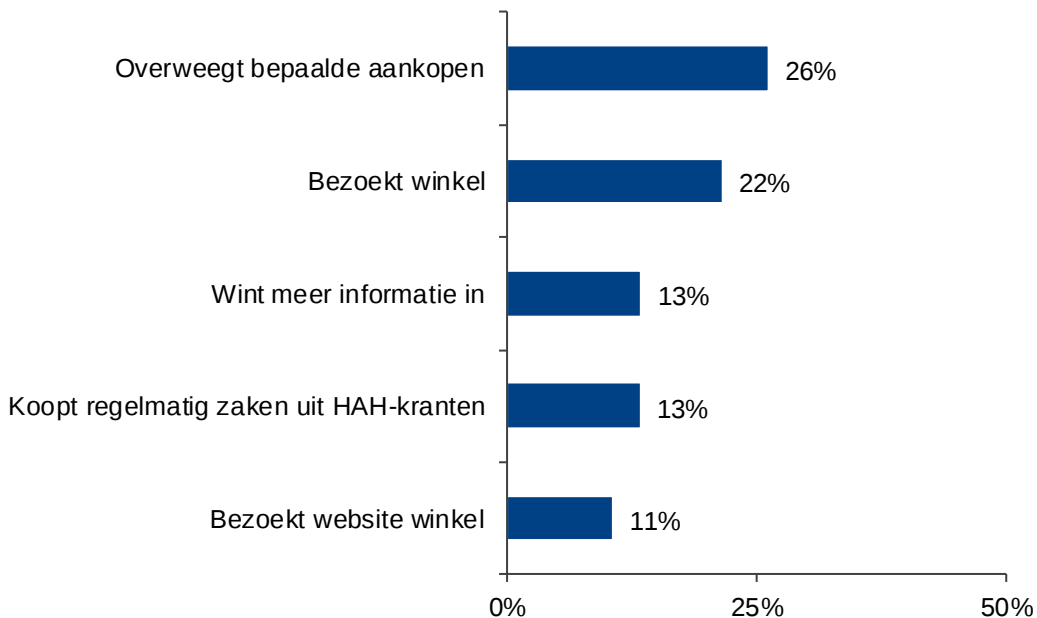
Basis allen : NL13+ internet
Basis lezers: Leest wel eens een HAH-krant

Advertenties in HAH-kranten hebben effect

Gevolg bekijken van advertenties

53%

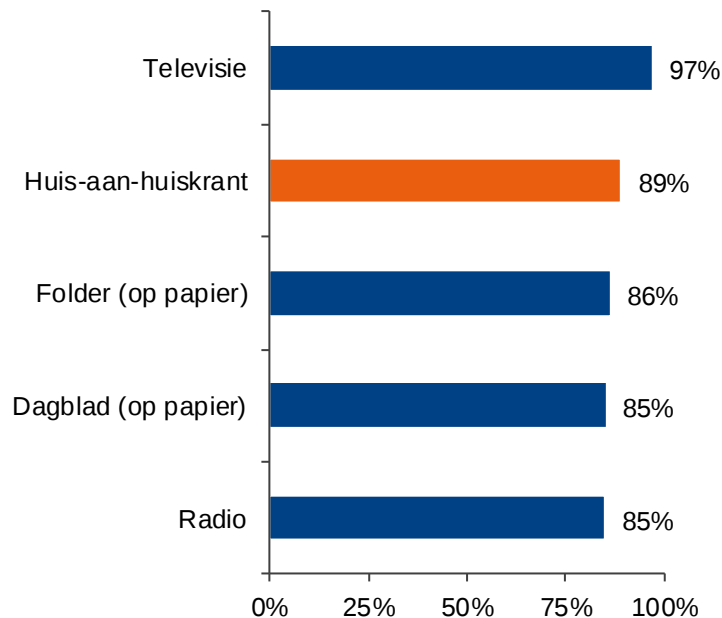
van de lezers neemt actie
n.a.v. advertenties in huis-
aan-huiskranten



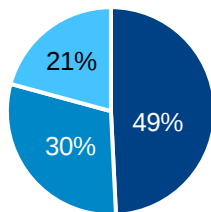
6. Huis-aan-huiskranten en andere mediumtypen

HAH-kranten zijn een massamedium

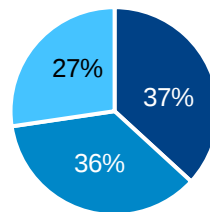
Gebruikt mediumtype wel eens



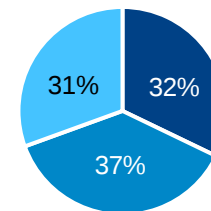
Lezers HAH-kranten kijken relatief veel tv



- Hoge kijktijd
(1260+ min. per week)
- Gemiddelde kijktijd
(630-1259 min. per week)
- Lage kijktijd
(0-629 min. per week)

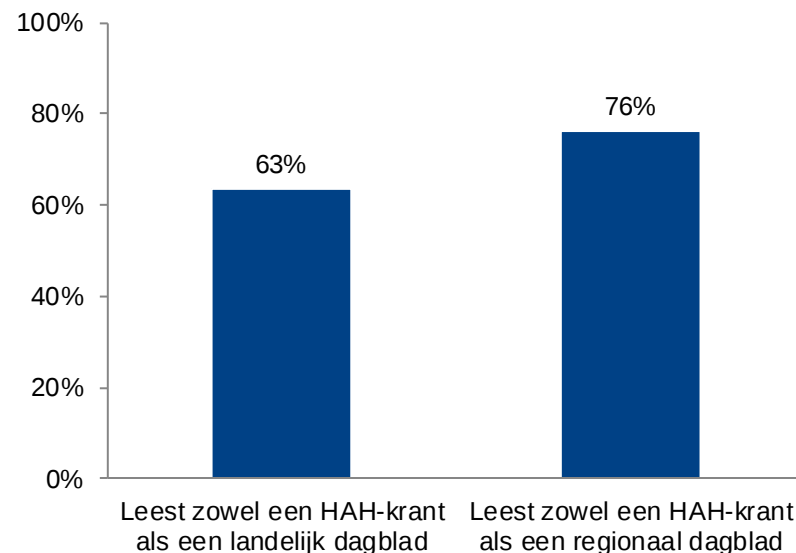
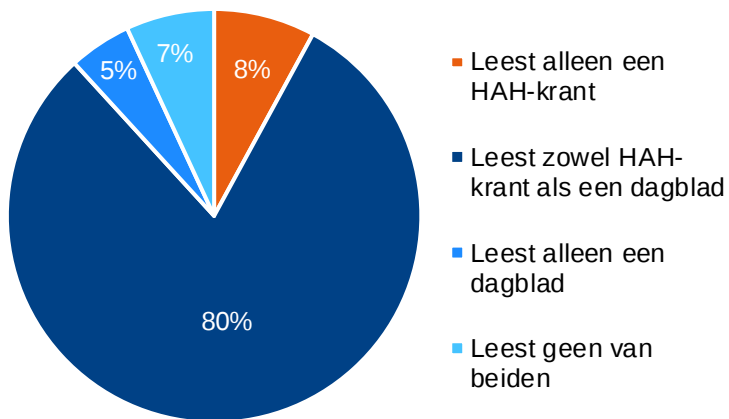


- Hoge luistertijd
(1200+ min. per week)
- Gemiddelde luistertijd
(181-1199 min. per week)
- Lage luistertijd
(0-180 min. per week)



- Hoge surftijd
(840+ min. per week)
- Gemiddelde surftijd
(241-840 min. per week)
- Lage surftijd
(0-240 min. per week)

80% van de bevolking leest zowel een HAH-krant alsook een dagblad



B1. Hoe vaak leest u één of meerdere landelijke dagbladen op PAPIER of ziet u er een in?

B2. Hoe vaak leest u één of meerdere regionale dagbladen op PAPIER of ziet u er een in?

A6. Kunt u aangeven op welke manieren u wel eens een huis-aan-huiskrant leest of inziet, ook al is dat maar heel af en toe? (op papier)

Basis: NL13+ internet

7. Meer informatie

Participerende uitgevers

nom nationaal
onderzoek
multimedia



Boomuitgevers
Nieuwsmedia

 **Concentra**
MEDIA NEDERLAND

Holland
media combinatie

 **NDC**
mediagroep

 **DE PERSGROEP**
NEDERLAND

VOOR MEER INFORMATIE

Irena Petric

Directeur NOM

+31 (0)20 8204434

i.petric@nommedia.nl

Research Manager | Media | GfK

CERTIFICERING

Het onderzoek is uitgevoerd in overeenstemming met het kwaliteitssysteem van GfK dat is gecertificeerd volgens de normen van NEN-EN-ISO 9001, ISO 20252 en ISO 26362. GfK onderschrijft de gedragsregels van E.S.O.M.A.R. (European Society for Opinion and Market Research) en is lid van de brancheorganisatie MOA zie <http://www.moaweb.nl>).

Het is toegestaan de uitkomsten van onderzoek extern te publiceren. Wel dient in dat geval bij de onderzoeksresultaten als bron "NOM HAH-kranten Monitor 2016" te worden vermeld.

Exclusiviteit van verzamelde gegevens is gebaseerd op de Gedragscode van de MOA, art. 5 (zie <http://www.moaweb.nl>).

From: Wanders, Liesje <wanders.l>
Sent: dinsdag 15 oktober 2019 09:10:09
To: !Griffie
Cc: Gemeentehuis
Subject: Artikel 42 vragen Woerdense VVD inzake Woerdense Courant voor iedereen
Attachments: art. 42 vragen woerdense vvd inzake woerdense courant voor iedereen.pdf

Aan het college
Cc raad

Bijgaand treft u aan een serie schriftelijke vragen (ex artikel 42 RvO) van de Woerdense VVD inzake Woerdense Courant voor iedereen. Conform het RvO dient het college de vragen binnen een termijn van 30 dagen te beantwoorden (uiterlijk 14 november a.s.).

Met vriendelijke groet,

Liesje Wanders | Griffiemedewerker | Gemeente Woerden

Postbus 45, 3440 AA Woerden | Blekerijlaan 14, 3447 GR Woerden | 0348-428679

Aanwezig: maandag t/m donderdag

E wanders.l@woerden.nl | raadsgriffie@woerden.nl

W gemeenteraad.woerden.nl



Artikel 42-vragen: Woerdense Courant voor iedereen

Bij de vergadering van het Dorpsplatform Harmelen van dinsdag 17 september is ter sprake gekomen dat de Woerdense Courant niet altijd overal wordt bezorgd. Hierop hebben wij elders in de gemeente navraag gedaan en slechte bezorging blijkt geen incident te zijn. Dit baart de Woerdense VVD zorgen want de Woerdense Courant wordt door de gemeente gebruikt als prominent communicatiekanaal middels de *Gemeente Woerden Informeert*-pagina's. Geen of sporadische bezorging is slecht voor de informatievoorziening naar onze inwoners. Want niet alleen algemene informatie, maar ook de publicaties van bijvoorbeeld vergunningen verschijnen in deze krant.

Wij vinden dat goede informatievoorziening aan inwoners vanuit de gemeente zeer belangrijk. Om die reden is het dan ook (deels) een gemeentelijke plicht. Als de Woerdense Courant door de gemeente als prominent communicatiemiddel wordt ingezet, dan is er volgens de Woerdense VVD ook een belang bij goede bezorging. Daarom hebben wij de volgende vragen aan het college:

1. Hoe belangrijk zijn de *Gemeente Woerden Informeert*-pagina's in relatie tot andere communicatiekanalen van de gemeente? Graag (mede) onderbouwen met cijfers, indien mogelijk.
2. Zijn er klachten over slechte bezorging bekend? Zo ja, beschikt het college over cijfers hieromtrent?
3. Welke mogelijkheden zijn er voor de gemeente om met de bezorgende partij/De Persgroep in gesprek te gaan over adequate bezorging?
4. Klopt het dat voor Harmelen, Zegveld, Kanis en Kamerik geen afhaalpunt op de website van de Woerdense Courant staat?
5. Welke mogelijkheden ziet het college voor het creëren van een afhaalpunt in iedere stads- of dorpskern van de gemeente?

Namens de Woerdense VVD,

Florian Bos