

Helmond goed op weg

Samenvatting en conclusies



Afdeling Onderzoek en Statistiek

In het kader van het streven naar duurzame mobiliteit heeft de gemeente Helmond in de afgelopen maand september de campagne 'Helmond, Goed op weg!' gehouden. De campagne bestond uit een zestal onderdelen en de grote finale was op koopzondag 25 september in het stadscentrum. De campagne is van te voren op allerlei manieren aan de bevolking bekendgemaakt.

De gemeente wil voor de evaluatie van het project ook de mening van de bevolking hierover weten. De gemeentelijke afdeling Onderzoek en Statistiek heeft daarom opdracht gekregen om direct na afloop van de actie een onderzoek te houden onder de Helmondse bevolking naar de bekendheid met de gehouden campagne en campagne-onderdelen, in hoeverre men daaraan heeft deelgenomen, hoe men deze waardeert en welke effecten men daarvan verwacht.

De uitkomsten van dit onderzoek worden hieronder in hoofdlijnen samen met de conclusies weergegeven middels beantwoording van de onderzoeksvragen.

Is de Helmondse bevolking bekend met de hierboven genoemde campagne?

Geconcludeerd mag worden, dat de Helmondse bevolking gemiddeld redelijk op de hoogte was van de campagne: ruim de helft wist van de campagne, hetzij van een of meer actie-onderdelen hetzij van de campagne als totaal. Bijna 40% was voor de enquête niet bekend met de gehouden actie.

Een aantal mensen gaf aan de campagne als totaal-evenement niet te kennen, maar bleek wel op de hoogte van een of meer onderdelen.

De totale campagne en het onderdeel actie met het beloningssysteem voor fietsers waren het best bekend; deze hadden ook de totale bevolking als doelgroep. De actieve



wandeltocht in de Binnenstad was het minst bekend, wat gezien het specifiekere karakter van deze actie niet geheel onverwacht is.

De bevolking heeft wel enige kritiek geuit op de communicatie. Bij de gemaakte slotopmerkingen heeft een deel van deze groep gemeld, dat men graag meer publiciteit had gezien. De campagne zou volgens een aantal mensen niet voldoende zijn aangekondigd.

Een wellicht gerichtere, nog intensievere communicatie-campagne zou de bekendheid onder de inwoners bij een volgende actie kunnen vergroten.

Hoe is men aan de informatie gekomen?

De publicaties over de campagne in de week- en dagbladen hebben het meest effect gesorteerd. Ruim de helft van degenen die van de campagne wisten, hebben het nieuws via deze bronnen vernomen. De overige communicatiemiddelen scoorden minder. De digitale nieuwsverspreiding van de campagne had beperkt succes: een op de elf mensen heeft de informatie via dit medium vernomen.

Heeft men zelf geparticipeerd/deelgenomen aan één of meer van de actie-onderdelen?

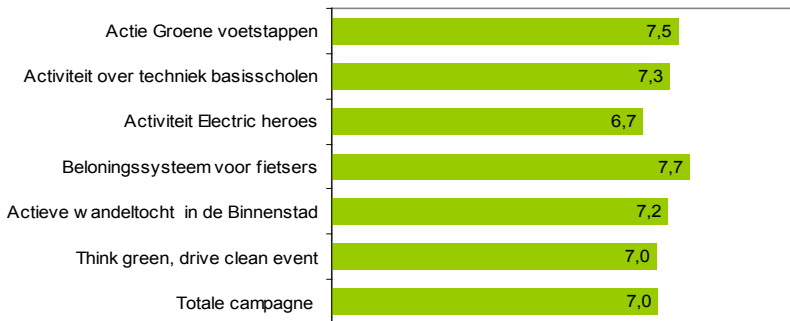
Een beperkt deel van de Helmondse jeugd heeft deelgenomen aan de specifiek voor hen georganiseerde acties en ook de deelname van de volwassen bevolking was – afgaande op de enquête-uitkomsten – beperkt.

Feitelijk hebben ruim 1.200 kinderen van zes Helmondse basisscholen aan de actie Groene Voetstappen deelgenomen en hebben 3.500 mensen zich sinds de campagneweek geregistreerd op de website van Fiets en Win.



Hoe waardeert men de diverse acties?

De Helmondse bevolking is gemiddeld redelijk tevreden over de campagne en gaf daaraan het waarderingcijfer 7.0. Alle acties werden met redelijke tot goede rapportcijfers gewaardeerd.



Verwacht men, dat de acties effect zullen hebben op het milieuedrag van de bewoners?

De Helmondse bevolking heeft gemiddeld een positieve mening over het effect van de campagne op het milieuedrag van de bewoners: bij elk onderdeel heeft minder dan de helft een negatief verwachtingspatroon geuit. In die zin kan de campagne redelijk succesvol worden genoemd. Wel blijkt dat bij alle zes de actieonderdelen de categorie mensen die 'een beetje' effect verwachten, het grootst is. De bevolking heeft zich daarmee wel positief uitgesproken over het verwachte effect, maar wel met een zekere reserve.

Heeft men ideeën hoe de Helmondse burgers nog op meer manieren bewust kunnen worden gemaakt van milieubewust vervoer?

De enquêtering heeft van een beperkt aantal inwoners ideeën opgeleverd hoe men de inwoners bewust kan maken van milieubewust vervoer. Deze groep ziet o.a. in acties als meer en gratis openbaar vervoer en faciliteiten voor fietsers verbeteren manieren om het milieubewust vervoer te stimuleren.

Samenvattend kan worden gesteld, dat - op basis van de bekendheidcijfers, de waarderingscijfers die men aan de diverse actie-onderdelen heeft gegeven en daarbij de verwachte positieve effecten op het milieugedrag van mensen - de campagne redelijk succesvol mag worden genoemd. Tegelijkertijd is ook duidelijk geworden dat er verbeteringen gewenst zijn. Daar zou rekening mee gehouden kunnen worden bij een volgende campagne.



Januari 2012, Gemeente Helmond, Afdeling Onderzoek en Statistiek, Wilma Timmers

De volledige nota staat op de gemeentelijke website www.helmond.nl onder de link 'feiten en cijfers'.