

A graphic element consisting of a white circle containing a blue water drop shape. Inside the drop, the words "water" and "klaar" are written in white, stacked vertically. The circle is set against a blue background with a white diagonal line.

**water  
klaar**

# **Voorstel tot communicatieonderzoek naar Waterklaar**

April 2022

# AANLEIDING EN BEHOEFTE

## Doelen

Waterklaar heeft als doel om inwoners van Limburg bewust te maken en te informeren over de gevolgen van klimaatverandering op water in hun leefomgeving. Daarbij streeft Waterklaar er naar om Limburgers te stimuleren tot het ondernemen van actie hierin.

Met het onderzoek wenst Waterklaar inzicht te krijgen in de huidige situatie op het gebied van o.a. naamsbekendheid, associatie en actiebereidheid en inzichten op te halen ter input voor het nieuw te schrijven communicatieplan.

Daarbij is het wenselijk om de opgehaalde inzichten te verdiepen per doelgroep, zodat de resultaten nader geduid kunnen worden. Daarbij kan gedacht worden aan een verdieping naar leeftijdscategorie, regio of gemeente.

## Vergelijkbaar onderzoek

Toponderzoek doet met regelmaat naamsbekendheidsonderzoeken en voert voor meerdere Nederlandse gemeenten communicatieonderzoeken uit. Ook de onderzoeken die Toponderzoek in opdracht van de Limburgse Veiligheidsregio's heeft gedaan m.b.t. de risico's rondom de thema's water, droogte en hitte hebben raakvlakken met Waterklaar.

De in dit document beschreven opzet geldt als een eerste aanzet richting Waterklaar om het onderzoek de juiste invulling te geven. Eventuele vragen, gewenste aanpassingen/toevoegingen en/of opmerkingen zijn dan ook meer dan welkom.

### Uitvraag marktonderzoek Waterklaar

#### Achtergrondinformatie

In de provincie Limburg werken Waterschap Limburg, Waterleidingmaatschappij Limburg en de Limburgse gemeenten samen onder het beeldmerk Waterklaar om inwoners en bedrijven bewust te maken van de gevolgen van klimaatverandering op water in hun leefomgeving. Het doel is Limburgse inwoners (en bedrijven) in actie te laten komen door hen te stimuleren (eenvoudig) maatregelen te nemen zoals het afkoppelen van de regenpijp van het riool waarvoor subsidie beschikbaar is. De website Waterklaar is het gezamenlijke informeren platform over de thema's wateroverlast, droogte, hittestress en waterkwaliteit. Ge koppeld aan deze thema's geeft de website een tal van maatregelen die in de eigen leefomgeving genomen kunnen worden en de Limburg-brede subsidieregeling voor het afkoppelen van hemelwater. Jaarlijks wordt provinciaal een tweetal publiekscampagnes uitgevoerd voor bewustwording. Regionaal vinden stimuleringscampagnes plaats om aan te zetten tot actie.

Alle vier de afzonderlijke Limburgse regio's Waterpanel Noord, Stadsregio Parkstad, Maastricht en Heuvelland en Westelijke Mijnstreek beschikken over een redactieteam voor de coördinatie van alle Waterklaar communicatie. Het redactieteam Limburg Waterklaar draagt zorg voor afstemming tussen de regio's. De afgelopen drie jaren hebben de partners hard gewerkt om samen te werken op het gebied van communicatie voor Waterklaar. De website [www.waterklaar.nl](http://www.waterklaar.nl) is ontwikkeld, er wordt campagne gevoerd en de partners hebben de beschikking over een goed gevulde online toolbox. Sinds twee jaar wordt iedere campagne geëvalueerd en wordt het aantal bezoekers op de website gemonitord. Bestuurders en ambtenaren, ook uit de andere delen van Nederland, zijn enthousiast.

#### Bekendheid Waterklaar

We weten echter weinig over de bekendheid van Waterklaar bij de grootste doelgroep waarvoor we doen wat we doen, inwoners van Limburg. We weten dat de bereidheid om zelf maatregelen te nemen gestegen is, zeker na de wateroverlastproblemen vorige zomer, maar zouden die kans beter kunnen benutten. Door covid-19 hebben we vooral online campagne gevoerd, maar mogelijk zijn er ook andere wijzen van promotie die beter passen. Verder biedt de website een enorme hoeveelheid relevante informatie, maar het is de vraag hoe inwonersvriendelijk deze informatie aangeboden wordt. Kortom: we zijn het over ons dat het tijd is voor een volgende stap om Waterklaar ook voor de komende jaren toekomst bestendig te maken. Daarvoor moeten we weten waar we staan met betrekking tot de bekendheid en ervaringen met de website.

#### Marktonderzoek

De samenwerkende partners willen een marktonderzoek laten uitvoeren naar de stand van zaken van Waterklaar. Hoe zit het met de naamsbekendheid? Kennen Limburgers Waterklaar en waar het voor staat? Weten inwoners het platform te vinden? Kunnen ze de juiste informatie vinden? Kortom: het is tijd voor een meting om de stand van zaken in kaart te brengen door het laten uitvoeren van een gedegen marktonderzoek. De resultaten daarvan vormen mede de basis voor een nieuw op te stellen communicatieplan.

#### Uitvraag

**Probleemstelling en informatiebehoefte**  
Bovenstaande beschouwingen leiden tot de volgende probleemstelling en informatiebehoefte die middels het te verrichten onderzoek dienen te worden beantwoord:

#### Probleemstelling

De samenwerkende Limburgse partners hebben graag meer inzicht in de naamsbekendheid van Waterklaar bij de burgers in Limburg, waar Waterklaar mee geassocieerd wordt en hoe de producten/activiteiten van Waterklaar ervaren/beoordeeld wordt.

#### Informatiebehoefte

Waterklaar Limburg heeft de behoefte om te weten:

- Wat de bekendheid is van Waterklaar en specifiek welke onderdelen van Waterklaar bekend zijn.
- Welke associaties worden gelegd bij Waterklaar: wateroverlast, droogte, hitte, waterkwaliteit, drinkwater, vet of doekjes in het riool, afkoppelen van regenwater, subsidies voor het afkoppelen, vergroening van de tuin.
- Hoe de producten/activiteiten van Waterklaar worden ervaren. Is de informatie interessant en relevant en biedt dit nieuwe informatie?
- Wat vinden inwoners van de website? Is de website toegankelijk en is informatie gemakkelijk te vinden? Wat wordt de kwaliteit van de geboden informatie ervaren?
- Worden inwoners door het platform Waterklaar (website, publiekscampagnes) gestimuleerd om zelf aan de slag te gaan?
- Is het inwoners bekend dat er een subsidieregeling bestaat voor het afkoppelen van hemelwater?
- Zijn er andere zaken waarover inwoners geïnformeerd willen worden? Wat mist er nog?

#### Onderzoek

De doelgroep voor het onderzoek zijn alle burgers (vanaf 12 jaar) van de gehele provincie Limburg.

#### Gewenste uitkomst

De resultaten van het onderzoek zijn verwoord in een rapport dat een antwoord geeft op de informatiebehoefte zoals hierboven omschreven en gebaseerd is op een representatieve vertegenwoordiging van de doelgroep, zowel in leeftijd als geografisch gezien.

#### Planning onderzoek

De resultaten van het onderzoek dienen uiterlijk voor 25 juli te worden opgeleverd.

#### Aanbieding

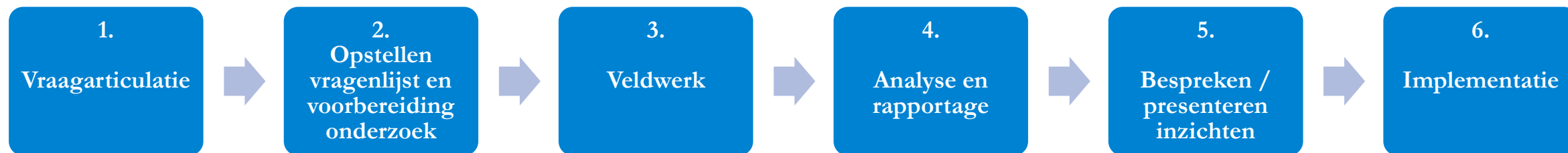
- Graag ontvangen wij uiterlijk 25 april van u een aanbieding waarin u minimaal volgende zaken uitwerkt:
- De onderzoeksmethode.
  - De wijze van waarborgen dat het onderzoek representatief is, geografisch en doelgroep gericht.
  - De fasering en planning inclusief overlegmomenten om te komen tot een definitief rapport voor 25 juli 2022.
  - Welke informatie bronnen (personen/functies/organisaties) vanuit Waterklaar Limburg u nodig heeft in de voorbereiding en voor de uitvoering van het onderzoek.
  - Uw ervaring in vergelijkbare onderzoeken.
  - Financiële aanbieding.
  - De offerte kunt u mailen naar [ruud.weijers@stard-geleen.nl](mailto:ruud.weijers@stard-geleen.nl).

#### Contact

Indien u nog vragen heeft kunt u zich wenden tot Karinka Wijnhoven ([karinkawijnhoven@me.com](mailto:karinkawijnhoven@me.com)).

# PROJECTPLAN

Ieder onderzoek doorloopt bij Toponderzoek de 6 fasen uit het projectplan. Fase 1 en 2 duren ongeveer één maand, het veldwerk zal ongeveer 3 weken uitstaan en voor de analyse en rapportage hebben we doorgaans 2 weken nodig. Het doorlopen van alle fasen (1 tot en met 6) zal in totaliteit ongeveer 2,5 tot 3 maanden in beslag nemen. Op de volgende sheets wordt elke fase kort toegelicht.



# 1. VRAAGARTICULATIE



Onderzoeken die Toponderzoek uitvoert starten altijd met een verdiepend gesprek. We gaan in gesprek met de opdrachtgever om de vraag nog scherper te krijgen. Dit noemen we de vraagarticulatie. We achterhalen wat de onderzoeksvragen zijn, naar welke soort resultaten de opdrachtgever op zoek is, wat aandachtspunten zijn, welke rol de respondent heeft, waarop verdiept mag gaan worden etc.. Met deze informatie gaan we in de volgende fase aan de slag met de uiteindelijke vragenlijst voor het onderzoek.

## Doel

Waterklaar wenst middels onderzoek inzicht krijgen in verschillende zaken met als doel een nieuw communicatieplan op te stellen.

## Onderzoeksvragen

Op basis van een kennismakingsgesprek met Karinka Wijnhoven is een eerste denkwijze over de onderzoeksvragen opgesteld. De onderzoeksvragen zijn op te delen in onderzoeksvragen die inzicht geven over de huidige situatie en onderzoeksvragen die handvatten gaan bieden gericht op de gewenste situatie en daarmee input geven voor het te schrijven communicatieplan.

### Huidige situatie

- Algemene bewustzijn onderwerp
- (on)geholpen naamsbekendheid
- Associatie
- Ervaringen
- Actiebereidheid

### Gewenste situatie

- Informatiebehoefte
- Mediagebruik
- Wat kan er beter gedaan worden
- Eventuele overige zaken die nodig zijn voor 't communicatieplan

## Doelgroep

De doelgroep voor het onderzoek zijn alle inwoners uit de provincie Limburg. Toponderzoek kan hierin voorzien middels het gebruik van de 31 Tip-Burgerpanels (zie sheet over fase 3 over het veldwerk). Vanaf 16 jaar mogen inwoners benaderd worden voor onderzoek (zonder toestemming van de ouders of verzorgers).

## 2. OPSTELLEN VRAGENLIJST & VOORBEREIDING ONDERZOEK



Op basis van de vraagarticulatie scherpt Toponderzoek de concept onderzoeksvragen aan. Daarna formuleren we een conceptvragenlijst.

We zijn van mening dat het finetunen van de uiteindelijke vragenlijst een coproductie moet zijn tussen de opdrachtgever en Toponderzoek, zodat expertise over zowel het onderwerp zelf als over de onderzoekstechnieken maximaal benut wordt. Daarbij werken we met twee feedbackrondes. Toponderzoek stelt met het doel, de onderzoeksvragen en de doelgroep in het achterhoofd, een eerste conceptvragenlijst op, waar Waterklaar vervolgens iets van mag vinden.

### Voorbereiding onderzoek

Naast de afstemming van de onderzoeksvragen en enquêtevragen wordt de rest van het onderzoek voorbereid in deze fase. Zo wordt het veldwerk voorbereid, wordt de uitnodigingsmail geformuleerd en wordt samen met Waterklaar vooruit gekeken naar het rapport. Ook de exacte planning van verzending, herinnering(en), sluiting en oplevering wordt nog eens doorgesproken met de opdrachtgever.

### 3. VELDWERK



Gezien de aard van het onderzoek stellen we voor een online onderzoek in te zetten, waarbij we respondenten via een uitnodiging per email vragen aan het onderzoek deel te nemen. Een dergelijke onderzoeksmethode heeft als voordelen dat het relatief goedkoop is en we in korte tijd veel respons kunnen genereren. Bovendien kunnen respondenten de vragenlijst op een voor hen geschikt tijdstip en tempo invullen.

#### Benadering via Tip-Burgerpanel

We stellen voor om inwoners aan te schrijven via TipLimburg. TipLimburg is de verzamelnaam voor de 31 TipBurgerpanels (zie kader) in Limburg. Deze panels bevatten gezamenlijk meer dan 16.000 panelleden. Met een respons die doorgaans tussen de 30% en 40% ligt, zullen naar verwachting tussen de 5.000 en 7.000 Limburgse panelleden deelnemen aan het onderzoek. Dergelijke aantallen zijn ruim voldoende om zeer betrouwbare uitspraken te kunnen doen op totaalniveau, maar ook op verschillende subniveaus (bijvoorbeeld geslacht, leeftijd, regio, of op basis van een vraag uit het onderzoek).

#### Benadering via een openbare hyperlink

Om zoveel mogelijk inwoners van Limburg te kunnen betrekken, stellen we voor om naast de TipBurgerpanels te werken met een (of meerdere) openbare hyperlink(s). Iedereen kan van een openbare hyperlink gebruik maken, ongeacht of men lid is van een burgerpanel of niet. De hyperlink wordt gedeeld met Waterklaar, zodat deze verspreid kan worden via de website of sociale mediakanalen. Hoe vaker deze openbare hyperlink verspreid wordt via de verschillende (sociale) mediakanalen, hoe meer inwoners zullen deelnemen.

#### Wat zijn Tip-Burgerpanels?

Een Tip-Burgerpanel is een gemeenschapspanel dat periodiek wordt uitgenodigd voor deelname aan onafhankelijk onderzoek over veelal lokale of regionale onderwerpen. Het gemeenschapspanel is niet verbonden aan een gemeentelijke instantie waardoor de onderzoek- en onderwerpkeuzes niet beïnvloed worden door de gemeente. De actualiteit is bij de onderwerpkeuze leidend, door de korte en luchtige formule reageren respondenten snel en ongecensureerd (de 'echte' antwoorden komen hierdoor naar boven). Toponderzoek stelt de vragenlijsten op met input van belanghebbende partijen, in dit geval met Waterklaar. De terugkoppeling vindt, in overleg met de opdrachtgever, plaats via de mail, via persbericht, via de Tip-website en via de afzonderlijke Facebookpagina's. De deelnemers krijgen geen vergoeding en zijn derhalve intrinsiek gemotiveerd om deel te nemen.

# 4. ANALYSE EN RAPPORTAGE



De resultaten worden verwerkt door Toponderzoek in een in PowerPoint opgemaakte conceptrapportage. Toponderzoek stelt Waterklaar in staat om (met gebruikmaking van het advies van Toponderzoek) een drietal variabelen te benoemen (bijvoorbeeld leeftijd, regio en een onderzoeksvraag). Deze variabelen worden (voor zover mogelijk) met alle enquêtevragen gekruist, zodat diepere inzichten in de resultaten verkregen kunnen worden. Indien gewenst kunnen tegen een meerprijs extra variabelen toegevoegd worden aan de analyse.

In het conceptrapport zullen, ten behoeve van de leesbaarheid, enkel relevante (en significante) verschillen worden benoemd. Hierbij gelden de richtlijnen van MOA (Markt Onderzoek Associatie), met een betrouwbaarheid van 95% en een onnauwkeurigheidsmarge van 5%. Desgewenst kan Waterklaar beschikking krijgen over een tabellenset, waarin alle kruisingen in volledigheid zijn opgenomen.

De respons wordt getoetst op representativiteit. Indien de steekproef (respons) niet overeenkomt met de populatie dan geven de onderzoeksresultaten een vertekend beeld en zal er een weging plaatsvinden.



Voorbeeldslides rapportage

## 5. BESPREKEN/ PRESENTEREN INZICHTEN & 6. IMPLEMENTATIE



### Bespreken en presenteren inzichten

Toponderzoek bespreekt altijd het rapport met de opdrachtgever. Samen wordt het rapport doorgenomen. Toponderzoek voorziet de resultaten daarbij van een toelichting. Het integraal bespreken van de resultaten is inbegrepen in de prijs. De mogelijkheid bestaat om Toponderzoek de onderzoeksresultaten te laten presenteren (Hiervoor geldt een meerprijs).

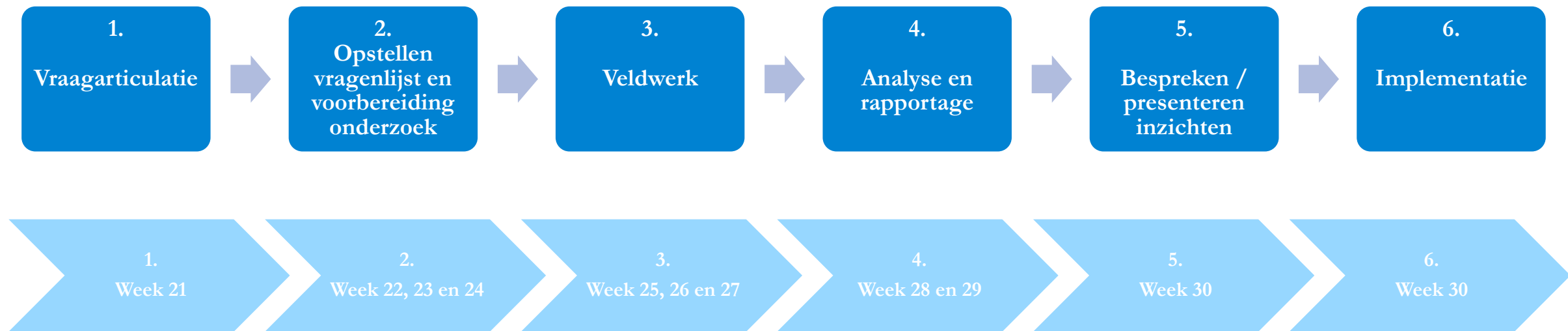
### Implementatie

Op basis van de opgehaalde inzichten kunnen vervolgstappen worden bepaald. Zo kunnen de inzichten richting geven aan het op te stellen communicatieplan. Toponderzoek denkt hierin mee met de opdrachtgever, vanuit de opgehaalde informatie.



# PROJECTPLAN PER BELEIDSEVALUATIE

Op basis van de verschillende fasen in het onderzoek is een voorlopige planning gemaakt.  
Gezien het onderzoek op korte termijn wordt uitgezet is het wenselijk om snel te kunnen schakelen.



# GESCHATTE INVESTERING



Op basis van dit voorstel en het verkennend gesprek is door Toponderzoek een inschatting gemaakt van de investering. Toponderzoek adviseert en geeft uitvoering aan het onderzoek. Daarin wordt de vragenlijst aangescherpt en het veldwerk via het systeem van Toponderzoek uitgezet. De resultaten worden per onderwerp weergegeven met een verdieping op drie variabelen naar keuze.

De investering voor het onderzoek naar de samenwerking bedraagt €13.625 (excl. BTW).

Afstemming vindt plaats met Waterklaar over het af te leveren product. Waterklaar is vrij om zelfstandig stappen uit te voeren of niet uit te voeren. Enige afstemming is dan gewenst, voor zover mogelijk.

Indien er verdere verdieping gewenst is ten behoeve van de genoemde activiteiten, dan kunnen daarover afspraken worden gemaakt.



**Jos Bettinger**  
Kwantitatief Onderzoeker  
[Jos@toponderzoek.com](mailto:Jos@toponderzoek.com)

**Pauline Manders**  
Projectleider  
[pauline@toponderzoek.com](mailto:pauline@toponderzoek.com)



# GEGEVENSBESCHERMING

## AVG - Verwerkersovereenkomst

Om het project te kunnen uitvoeren zijn Toponderzoek en Waterklaar genoodzaakt een verwerkersovereenkomst te ondertekenen.

Deze verwerkersovereenkomst wordt toegestuurd en ondertekend wanneer onderliggend adviesvoorstel akkoord wordt bevonden. De verwerkersovereenkomst kan te allen tijde worden opgevraagd bij Toponderzoek.

## Beveiliging persoonsgegevens

Toponderzoek beschikt over een eigen enquêtesysteem. Medewerkers van Toponderzoek hebben toegang tot dit systeem door een persoonlijk account met een uniek wachtwoord en twee-stapsverificatie. Per pagina die een gebruiker in de beheeromgeving bezoekt, wordt gekeken of deze persoon hier toegang tot heeft. De hosting van het enquêtesysteem wordt gehost bij True. True is als hostingprovider in Nederland gecertificeerd voor ISO 9001, ISO 27001 en NEN 7510.

Alle wijzigingen binnen het enquêtesysteem moeten worden geaccordeerd voordat deze naar de live-omgeving worden gezet. Periodiek worden (externe) controles gedaan om te kijken of het systeem nog voldoet aan de gestelde veiligheidseisen.

Naast de beveiligingsmaatregelen die genomen worden voor het enquête- en beheersysteem, worden ook fysieke maatregelen getroffen. Zo worden de computers van de medewerkers nooit onbeheerd achtergelaten en wordt periodiek een sessie georganiseerd over veilig werken. Toponderzoek beschikt over verschillende protocollen omtrent gegevensbescherming, waaronder een opslag- en verwijderbeleid en een informatiebeveiligingsbeleid. Tevens wordt periodiek een risicoanalyse uitgevoerd in de gehele organisatie en worden hier passende maatregelen genomen als het risico te hoog ligt.

Lid van



Daarnaast is Toponderzoek lid van de MOA.

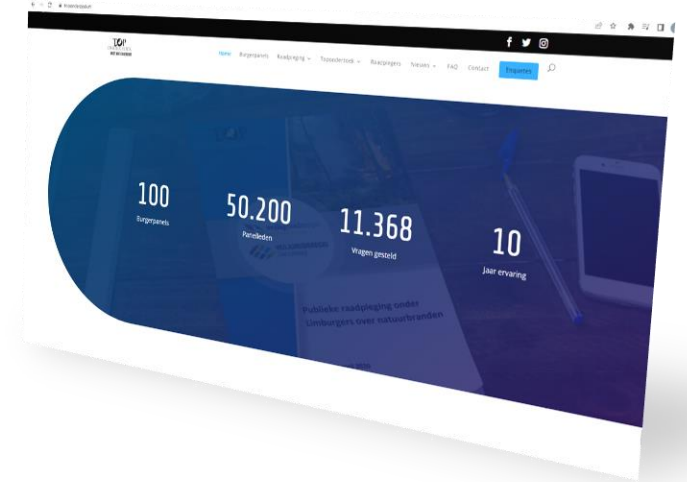
Op dit voorstel zijn de Algemene Voorwaarden van Toponderzoek van toepassing. Deze zijn te vinden via: <https://toponderzoek.nl/wp-content/uploads/2021/12/Algemene-voorwaarden-2021.pdf>

# TOPONDERZOEK

Toponderzoek is een Horsters no-nonsense bedrijf, dat sterk is in het **raadplegen van meningen**. In een mondige wereld waarin men direct resultaat wil zien, is het raadplegen van meningen / ervaringen / beleving van belang om te overleven.

**Onze professionele en flexibele medewerkers** hebben **interesse** voor uw onderzoeksvraag om de beleving en inzichten vanuit de maatschappij regulier zichtbaar te maken. Door een **transparant** inzicht in hetgeen leeft en speelt onder burgers / bestuurders / politici, levert dit beter beleid en meer draagvlak op. Tips worden aangeleverd. Tevens toetst u of ingezette acties resultaat hebben.

Toponderzoek faciliteert dit proces als **onafhankelijk onderzoeksbureau TIPTOP** voor u. Het onderzoeksbureau heeft de beschikking over ruim 100 eigen Tip-burgerpanels (waaronder [www.TipMolenlanden.nl](http://www.TipMolenlanden.nl)), het overheidspanel 'Overheid in Nederland' en het 'Ambtenarenpanel'.



Toponderzoek  
Herstraat 20  
5961 GJ Horst

[www.Toponderzoek.com](http://www.Toponderzoek.com)  
enquete@toponderzoek.com  
085-4860100

Toponderzoek is lid van MOA.

Op bijvoorbeeld [www.TipMolenlanden.nl](http://www.TipMolenlanden.nl), [www.TipVenlo.nl](http://www.TipVenlo.nl) of [www.TipWaalwijk.nl](http://www.TipWaalwijk.nl) kunnen inwoners een aanmeldingsformulier invullen. Van tijd tot tijd worden deelnemers gevraagd naar hun mening over actuele onderwerpen. De deelnemers zijn en blijven anoniem en kunnen per onderzoek zelf beslissen of ze meedoen. Ze zijn niets verplicht. Het invullen van een enquête duurt slechts enkele minuten en de onderwerpen zijn sterk afhankelijk van de actualiteit.

De TipBurgerpanels zijn gemeenschapspanels, opgezet vanuit de gemeenschap. Heeft u marktonderzoeksvragen of andere vragen over burgerraadplegingen, dan kunt u deze altijd stellen aan [enquete@toponderzoek.com](mailto:enquete@toponderzoek.com). Het is ook mogelijk om zelf onderwerpen aan te dragen voor de lokale onderzoeken. Of wilt u ook graag eens met ons sparren over een onderzoek of participatietraject? Neem dan nu contact met ons op!