



Rapportage Burgerpanel Meting 3 2013 (Juni)

1. Uitvoering

Alle 925 leden van het digitale Burgerpanel Hilversum zijn uitgenodigd om deel te nemen aan deze peiling. Het veldwerk werd uitgevoerd in de periode 14 juni t/m 30 juni 2013. Op sluitingsdatum hadden 585 panelleden de vragenlijst volledig ingevuld. Derhalve een respons van 63%. In deze meningspeiling kwamen de volgende onderwerpen aan bod: Hilversum als Mediastad, zichtbaarheid van media en mediatoepassingen in het centrum.

2. Representativiteit

Het Burgerpanel wordt digitaal benaderd. Dat houdt in, dat huishoudens zonder internetaansluiting - circa 20% in 2010 - niet in het Burgerpanel vertegenwoordigd zijn. Overigens daalt dat percentage elk jaar wat. Op een aantal andere kenmerken (verhouding man/vrouw, leeftijd, woonbuurt) wordt met het panel een redelijke doorsnee van de Hilversumse bevolking bereikt.

Naar verwachting geven de resultaten van de peiling onder de leden van het Burgerpanel een goede indruk van de meningen, argumentaties, ideeën etcetera zoals die in de Hilversumse samenleving bestaan. Daardoor is het Burgerpanel goed bruikbaar als hulpmiddel voor het (mede) onderbouwen van gemeentelijke plannen en voor het inschatten van het draagvlak voor dergelijke plannen.

3. Procedure: wat gebeurt er met de resultaten?

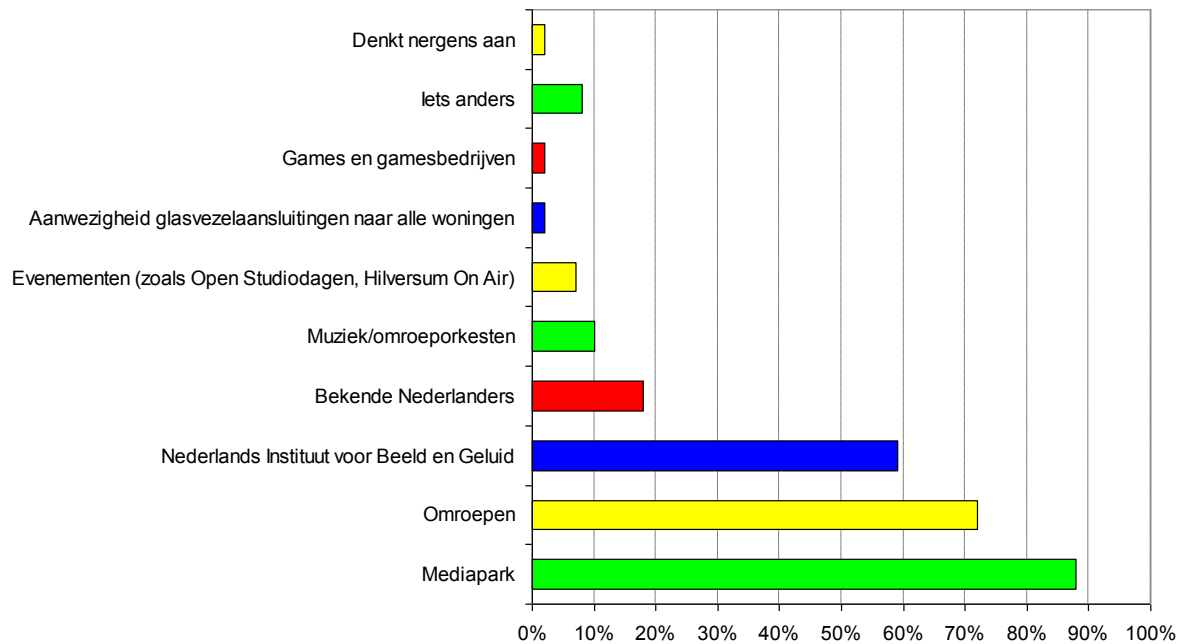
De resultaten op de diverse enquêtevragen worden teruggekoppeld aan de ambtelijke opdrachtgevers, meestal beleidsmedewerkers. Zij betrekken deze resultaten bij hun ambtelijke advisering.

4. Enkele resultaten

2.1. Hilversum Mediastad

Het merendeel van de panelleden (61%) heeft het gevoel in de Mediastad te wonen. Daarentegen heeft 92% van de panelleden – als men in het centrum van Hilversum is – **niet** het gevoel in het centrum van de Mediastad te zijn.

Als gesproken wordt over Hilversum Mediastad denken de panelleden aan de volgende zaken:

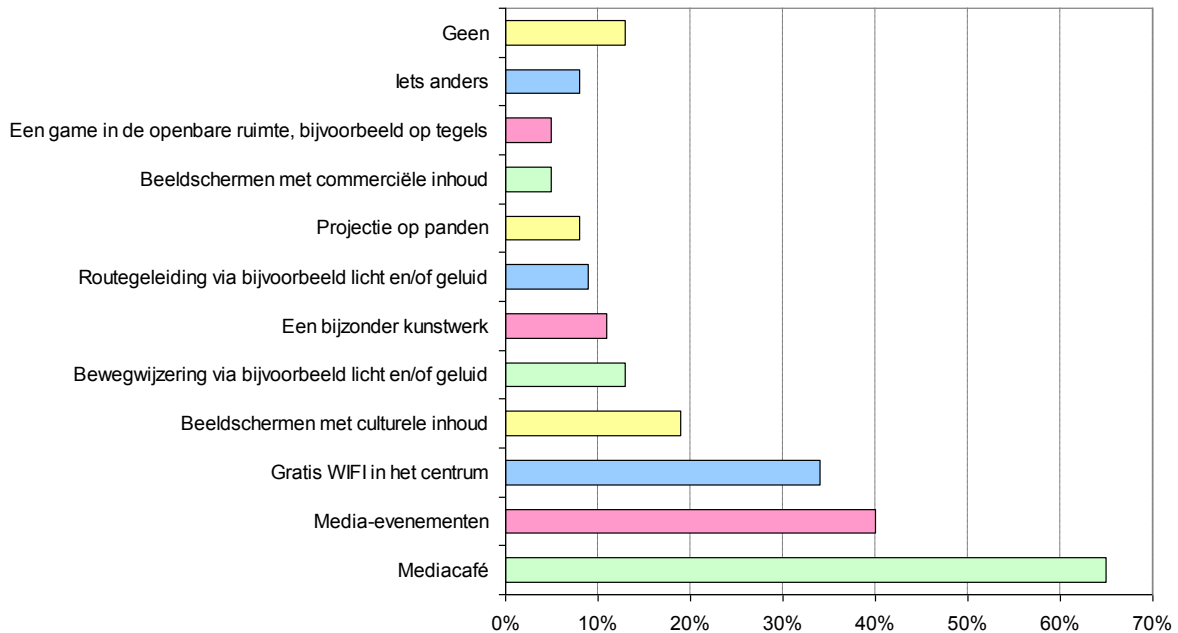


Vooraf de aanwezigheid van het Mediapark, de Omroepen en het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid karakteriseren in de beleving van de panelleden Hilversum als Mediastad.

2.2. Media in het centrum

Meer dan de helft (54%) van de panelleden is van mening, dat het centrum niet sfeervoller en/of aantrekkelijker wordt door het aldaar meer zichtbaar maken van media.

Mediatoepassingen, die het centrum wel kunnen versterken, zijn naar het oordeel van de panelleden:



Alleen het realiseren van een **mediacafé** "scoort" een meerderheid (65%) bij de panelleden, als het gaat om het versterken van het centrum van Hilversum.

Vanuit een dergelijk mediacafé kunnen de gemeente en de omroepen al dan niet in gezamenlijkheid uitzendingen/activiteiten organiseren. Tevens kan het een plaats van ontmoeting zijn voor bekende en minder bekende Nederlanders/Hilversummers.

Als locatie waar volgens de panelleden media zichtbaar moeten zijn, worden vooral genoemd (door meer dan 25%):

- Groest : 45%
- C&A-plein : 33%
- Stationsgebied : 31%
- Kerkbrink : 28%