

Informatiebehoefte en communicatievoorkeuren van omwonenden en professionals bij de renovatie van het Binnenhof

Onderzoek in opdracht van het Rijkstvastgoedbedrijf

Definitieve rapportage (kwalitatief)
17 december 2020



MarketResponse
Data - Insights - Consultancy

Inhoudsopgave

- Situatie en vraagstelling
- Conclusies en aanbevelingen
- Resultaten
 - Betekenis Binnenhof en bekendheid renovatie
 - Tevredenheid, informatiebehoefte, kanalen
- Bijlagen
 - Onderzoeksverantwoording

Colofon

In opdracht van:



Rijksvastgoedbedrijf
*Ministerie van Binnenlandse Zaken en
Koninkrijksrelaties*

Floriska Hoogendoorn
Senior Research Consultant
06 53318081
floriska.hoogendoorn@marketresponse.nl

Stan Groenhuis
Junior Research Consultant
stan.groenhuis@marketresponse.nl



Situatie en vraagstelling

&

Introductie

De komende jaren gaat het Binnenhof flink op de schop. Voor een grootschalige renovatie van het gehele complex wordt een periode van 5,5 jaar uitgetrokken. Een verbouwing als deze ligt gevoelig. Het accent in de pers en daarmee de beeldvorming komt al snel te liggen op het budget. De directe omgeving is bang voor overlast.

De opdrachtgever van de verbouwing, het Rijksvastgoedbedrijf, wil met behulp van het bieden van relevante informatie over de verbouwing het publiek en andere betrokkenen informeren over en betrekken bij de verbouwing. Er zijn diverse ideeën over mogelijk content, maar idealiter wordt er natuurlijk aangesloten op de informatiebehoefte van de doelgroep.

Wij hebben voor jullie inzichtelijk gemaakt wat die behoefte is onder omwonenden en professionals in de directe omgeving van het Binnenhof is. We hebben dit gedaan aan de hand van 15 interviews, waarin we 7 bewoners en 8 professionals hebben gesproken. Een groot deel van de bewoners en professionals is bovengemiddeld geïnteresseerd en bekend met de Binnenhofrenovatie gezien de betrokkenheid in overlegorganen, bewonersorganisaties en belangenverenigingen. Dit in combinatie met de kleine steekproef maakt de doelgroep niet representatief, maar geeft wel een goed beeld van de informatiebehoefte. In deze rapportage presenteren wij de resultaten van het kwalitatieve onderzoek. Er is – separaat – ook een rapportage van het kwantitatieve onderzoek onder een brede groep burgers.

De hoofdvraag van dit onderzoek is:

Wat is de informatiebehoefte van de omwonenden en professionals in de directe omgeving van het Binnenhof die naar verwachting hinder ondervinden van (de ontwikkelingen van) de renovatie van het Binnenhof en waarom zijn zij hierin geïnteresseerd?

Deelvragen die worden beantwoord in deze rapportage:

- In welke onderwerpen zijn de omwonende en professionals geïnteresseerd? En waarom?
- Welke informatiebronnen/kanalen willen ze gebruiken voor informatie over de renovatie?
- Vinden/krijgen ze de informatie die ze zoeken?
- Hoe tevreden is men over de informatie die ze krijgen?

Leeswijzer

Het rapport start met de belangrijkste conclusies en aanbevelingen. Vervolgens worden de resultaten nader toegelicht..

Op elke resultatenlide zijn de resultaten van de omwonenden, professionals en (waar mogelijk) van beide groepen samen weergegeven.



= omwonenden



= professionals



= beide groepen

De rapportage sluit af met de bijlagen waarin de onderzoeksverantwoording is opgenomen.



Conclusies en aanbevelingen



Enorme negatieve impact van de Binnenhofrenovatie verwacht

Het Binnenhof heeft een emotionele en functionele waarde

Voor **omwonenden** heeft het Binnenhof een emotionele waarde. Men ervaart het als een fijne, bijzondere woonplek of is er dagelijks bij betrokken doordat de route naar werk het Binnenhof doorkruist. Het heeft ook symbolische waarde als het hart van de democratie.

Het Binnenhof heeft voor **professionals** veel meer een functionele waarde. Zij beschrijven het Binnenhof als de toeristische trekpleister van Den Haag. Het trekt veel klandizie en is een verbindende factor is voor klanten.

Het waarom is helder, onbegrip over het hoe

Bijna alle **omwonenden** en **professionals** zijn tot op zekere hoogte bekend met de Binnenhofrenovatie. Ze zijn bekend met de grote lijnen. Daarnaast hebben ze begrip voor de renovatie en zien ze de noodzaak in; het Binnenhof is een bijzondere plek die het verdient in optima forma te zijn. Het waarom is helder.

Toch is er ook onbegrip onder de **omwonenden** over het hoe. Als de renovatie zo noodzakelijk is, waarom wordt het toch keer op keer uitgesteld? Daarnaast blijft de noodzaak van de renovatie in één keer onduidelijk en een pijnlijk punt.

Ook **professionals** zitten met vraagtekens. De aanpak van de renovatie is niet voor iedereen helder. Ze zitten vooral met vragen rondom de planning.

Verwachtingen rondom de renovatie zijn negatief

Omwonenden verwachten veel overlast van de Binnenhofrenovatie. Ze zien er tegenop dat het Binnenhof verandert in een langdurige bouwplaats en de jarenlange overlast van bijvoorbeeld vrachtwagens en bouwbusjes. Daarnaast verwachten ze veel hinder te ondervinden van wegafsluitingen.

Professionals verwachten teruglopende klandizie. Er komen minder bezoekers en het is moeilijker de klanten die wel komen goed te bedienen. Dit zorgt voor verwachte negatieve financiële gevolgen. Bovenop de schade van de huidige coronacrisis weegt dit zwaar.



Behoeftte aan praktische informatie die regelmatig wordt gestuurd

Praktische informatie staat op één, gevolgd door aanvullende informatie

Praktische informatie over overlast, hinder en planning staat voor de **omwonenden** en **professionals** bovenaan. Men wil weten wat er wanneer gebeurt en welke overlast er ervaren kan worden. Voor **professionals** vooral essentieel: waar mogelijk de bedrijfsvoering er op aanpassen.

Daarnaast is informatie, over bijvoorbeeld architectuur, historie of andere gerelateerde onderwerpen interessant, maar meestal bijzaak. Voor sommige **professionals** is dit wel heel belangrijk om klanten te plezieren.

De **professionals** benadrukken ook interesse te hebben in eventuele compensaties, alternatieve programmering en activiteiten in het gebied en te verwachten bezoekersstromen in Den Haag. Co-creatie is hierbij van belang.

Informatievormen en kanalen afhankelijk van persoonlijke voorkeur

Omwonenden en **professionals** halen de informatie over de Binnenhofrenovatie op dit moment vooral uit de media, uit informatiebijeenkomsten of via directe contacten die ze hebben (veelal de omgevingsmanager).

Hoewel de gewenste informatievormen en voorkeuren afhangen van persoonlijke voorkeuren en uiteenloopt, komen twee zaken terug voor **omwonenden** en **professionals**. 1) Een centrale plek voor alle informatie (bijv. een website of app) en een 2) digitale en fysieke nieuwsbrief. Het is van belang dat men niet zelf moet zoeken naar informatie, maar dat deze gepusht wordt.

Professionals benadrukken meer dan omwonenden dat de informatie beknopt en makkelijk te begrijpen moet zijn; ze hebben een bedrijf te runnen dat al hun aandacht vraagt tenslotte.

Onvrede wordt gedeeltelijk veroorzaakt door onwetendheid

De **omwonenden** die contact hebben met de omgevingsmanager zijn over het algemeen tevreden; de informatie is voor handen en vragen worden beantwoord. Zij die zelf naar informatie op zoeken moeten, zijn minder tevreden. Er wordt weinig informatie verspreid en het moet vooral komen vanuit de media. De frequentie van de informatie vanuit het RVB is te laag.

De **professionals** sluiten zich hierbij aan. Wel zijn zij over het algemeen minder betrokken door het RVB, wat ze nog minder tevreden maakt. De meesten hebben een enkele brief ontvangen. Ze missen informatie om op te kunnen anticiperen. Ook de Gemeente Den Haag zou een rol moeten spelen, maar die wordt niet (goed) opgepakt.



Benadruk de noodzaak, ga in op de verwachtingen en betrek belanghebbenden

Blijf uitleggen waarom renovatie via de gekozen aanpak belangrijk is

Uit de resultaten blijkt dat de meeste omwonenden en professionals de noodzaak van de renovatie inzien en hiervoor begrip hebben. Maak gebruik van de betekenis die het Binnenhof heeft voor beide groepen om de noodzaak te benadrukken. Voor omwonenden bijvoorbeeld “Waarom moet juist het Binnenhof gerenoveerd worden en niet andere monumenten in Den Haag die er ogenschijnlijk slechter aan toe zijn.”. Voor professionals bijvoorbeeld “Waarom het Binnenhof gerenoveerd moet worden om toekomstige klandizie in stand te houden.”. Zet naast begrip voor het waarom ook in op begrip voor de aanpak van de renovatie: wat zijn bijvoorbeeld de voordelen van renovatie in één keer ten opzichte van een renovatie in fases?

Schep duidelijkheid om in te spelen op negatieve verwachtingen

De verwachte impact van de Binnenhofrenovatie is overwegend negatief. Dit heeft te maken met factoren die niet te voorkomen zijn; zoals wegafsluitingen en (gedeeltelijke) afsluiting van het Binnenhof zelf. Schep hier ten minste duidelijkheid over. Zowel omwonenden als professionals hebben in de eerste plaats behoefte aan praktische informatie over overlast, hinder en planning. Alle andere informatie is nice to have en interesse hierin wisselt nogal.

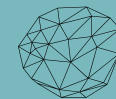
Informer en kansen creëren voor positieve sfeer

Werk voor beide doelgroepen primair met twee kanalen die op elkaar aansluiten: 1) Een digitale en fysieke nieuwsbrief die mogelijk verwijst naar 2) één centrale plek, bijvoorbeeld een website met alle informatie. Belangrijke informatie moet vooral niet primair via de media (van derden) gedeeld worden, maar via directe communicatie vanuit het Rijksvastgoedbedrijf.

Ga met professionals in gesprek en geef samen met hen en andere belanghebbenden vorm aan alternatieve programmering nu bezoek aan het Binnenhof wegvalt. Geef musea, winkels en horeca waar mogelijk ook een plek of doorlinkje in de publieksinformatie. Draag zo bij de bezoekersaantallen op peil te houden. Dit zorgt voor goodwill onder de professionals. Samen co-creëren dus.



Resultaten



Voor omwonenden heeft het Binnenhof een meer emotionele waarde, voor de professionals is dit eerder functioneel



Het Binnenhof...

- ...nabij mijn fijne woonplek, mijn 'extended home'.
- ...is het hart/centrum van de democratie.
- ...daar kom ik dagelijks langs op weg naar mijn werk.
- ...dat bezoek ik regelmatig.
- ...is een dynamische en mediagenieke plek waar ik nabij woon.
- ...zorgt voor reuring en dynamiek in deze buurt.

Het Binnenhof heeft voor omwonenden een duidelijke emotionele waarde.

De meeste omwonenden zijn betrokken bij het Binnenhof als bewoner, maar hebben vaak meerdere petten op:

- Bewoner
- Bestuurslid van de bewonersvereniging of lid van de klankbordgroep

...sommige geïnterviewde bewoners zijn dus bovengemiddeld geïnformeerd en geïnteresseerd.



Het Binnenhof...

- ...is de toeristische trekpleister van Den Haag.
- ...trekt een hoop klandizie voor mijn zaak met zich mee: toeristen / bezoekers en 'bewoners' van het Binnenhof.
- ...is een verbindende factor onder klanten.
- ...een van de pijlers onder ons bestaan.
- ...zorgt voor reuring en dynamiek in deze buurt.

Het Binnenhof heeft voor de professionals een duidelijke functionele waarde.

De professionals zijn betrokken bij het Binnenhof als professional, maar ook zij vervullen meerdere rollen:

- Professional (winkelier, horeca en cultuur)
- Stakeholder in het omgevingsmanagement, eventueel afgevaardigde van andere professionals

...ook een aantal van de geïnterviewde professionals zijn bovengemiddeld geïnformeerd en geïnteresseerd.



Binnenhofrenovatie bekend en begrip voor het waarom van de plannen



Alle omwonenden en professionals zijn tot op zekere hoogte bekend met de Binnenhofrenovatie:

“Wat je leest in de media, specifiek is er niet veel over te vertellen. Gewoon dat het gaat gebeuren.”

De meesten hebben **begrip** voor de renovatie en inzicht in de noodzaak:

“Lekkages, brandveiligheid, digitale voorzieningen schijnt allemaal niet op orde te zijn.”
“Wereldwijd is dit de enige plek waar het parlement al zo lang zit, op deze locatie moet je zuinig zijn. Het is een bijzondere plek.”

Toch is niet voor alle **omwonenden** de noodzaak van de gekozen aanpak duidelijk:



“Waarom moet alles per se in één keer?”

“Doe de renovatie stukje bij beetje, doodzonde op deze manier.”

“Noodzakelijk want niet veilig. Maar gek dat het dan al zo lang niet gebeurt.”

“Het moest eerst per se deze zomer vanwege de brandveiligheid en nu is het toch weer een jaar uitgesteld. Waarom kan het dan nu ineens wel?”

“Het Binnenhof ziet er prima uit in verhouding met andere monumenten in de stad.”

Ook onder de **professionals** is de aanpak niet helder:



“Ze roepen al jaren te gaan renoveren, maar tot op heden is er nog niks concreets.”

“Ik heb gehoord dat ze nog niets zullen melden over planning. Dat snap ik, maar tegelijk is het echt heel vervelend.”

“Een mede-winkelier staat voor de keuze huur opzeggen of niet. Dat valt of staat grotendeels met de plannen.”



Verschillen omwonenden – professionals in verwachte impact Binnenhofrenovatie



Omwonenden verwachten:

- Veel overlast van de Binnenhofrenovatie:
 - Vrachtwagens die jarenlang af en aan rijden
 - Bouwvakkers met busjes die parkeren in wijk
 - Wegafsluitingen
 - Opslag van materialen
 - Stof en viezigheid
 - Geluidsoverlast van machines en radio's van bouwvakkers
- Dat het Binnenhof verandert in een langdurige bouwplaats:
 - Geen prettig uitzicht
 - Gevolgen voor veiligheid(sgevoel?)
- Enorme impact op de dynamiek in de stad
 - Teleurgestelde toeristen omdat dat de hoofdtrekker van Den Haag op slot gaat
 - Ongastvrij voor toeristen die wel komen (parkeren, route zoeken, naar uitzicht etc.)

“Ik ben angstig. Het is een schrikbeeld dat de Hofvijver leeg wordt gepompt en gebruikt voor allerlei materialen.”

“Als de boel hier op de schop gaat, heeft heel Nederland daar last van.”

Bij een aantal bewoners hebben (slechte) ervaringen uit het verleden met infrastructurele projecten invloed op de verwachtingen nu.



Professionals verwachten:

- Teruglopende klandizie vanwege de renovatie en dus negatieve financiële gevolgen:
 - Minder toeristen die speciaal voor het Binnenhof komen en dat combineren met winkelen, cultuur, horeca etc.
 - Een minder aantrekkelijk winkel- en horecagebied voor bezoekers die wel komen:
 - Minder gastvrij gevoel geven, minder toegevoegde waarde te kunnen bieden
 - Feitelijk overlast van lawaai, stof, parkeren etc.
 - Bewoners van het Binnenhof die de horeca niet meer bezoeken
 - Overlast in de bedrijfsvoering: bevoorrading of afval ophalen etc.
 - Onduidelijkheid over de bouwstromen
- Na de renovatie: een verrijking v.s. keren terug naar oude situatie

“Het Binnenhof is een belangrijk onderdeel, valt dit helemaal weg, dan heeft dat een enorme impact.”

“Het moet enigszins toegankelijk blijven, desnoods met een grote maquette waar je doorheen kan lopen.”

“De operationele gevolgen zijn onbekend.”



Informatie komt nu vooral uit de media en beperkt van het RVB



Omwonenden krijgen informatie over het Binnenhof via:

- De krant (landelijk maar ook lokaal 'Den Haag Centraal')
- Websites (Google, 'Omroep West')
- Betrokkenen en bekenden (buurtbewoners die meedenken)
- Papieren (nieuws)brieven en folders
- Informatiebijeenkomsten (en werkgroepen)
- De omgevingsmanager (alleen zij die daar kennis van hebben)

“Van de Gemeente Den Haag hoor je weinig.”

De website van het Rijksvastgoedbedrijf is bekend maar wordt niet veel gebruikt:

“Wel even gekeken, maar dat is lang geleden.”

“Wel eens gekeken, heel volledig met allerlei verslagen. Maar niet iets waar ik vaak kijk.”



Professionals krijgen informatie over het Binnenhof via:

- De krant (landelijk maar ook lokaal 'Den Haag Centraal')
- Bekenden
- Bijeenkomsten voor omwonenden en bedrijven
- Een enkele brief

Professionals hebben het gevoel dat het RVB niet zelf actief de informatie naar buiten brengt, veel wordt via de media vernomen:

“Ik mis directe informatie vanuit het Rijksvastgoedbedrijf.”

“Ik heb ooit een brief gekregen vanuit het RVB, verder krant/lokale media.”

De meeste professionals kennen de site van het RVB ook, maar maken er geen gebruik van:

“Ik ben er wel mee bekend, maar daar moet je zelf aan denken, ik kom er niet regelmatig.”



Enige onvrede over de informatievoorziening nu door weinig pro-actief nieuws de laatste tijd



Enerzijds zijn de omwonenden positief over de huidige informatievoorziening:

- Zij die in contact staan met de omgevingsmanager zijn tevreden. De informatie die zij ontvangen komt uit eerste hand en vragen worden direct beantwoord.
- Alhoewel op dit moment de frequentie van informatiebijeenkomsten minder is, zijn de betrokken bewoners hierover positief.

Anderzijds zijn ze minder tevreden:

- De omwonenden die zelf op zoek moeten naar informatie zijn minder tevreden.
 - Vanuit het RVB komt er weinig, de informatie moet vooral komen vanuit lokale en regionale media. Dit komt weinig pro-actief over.
 - Vooral de frequentie van de berichten vanuit het project laat te wensen over: sinds Corona niets of weinig meer gehoord?
 - Bewoners die zelf op zoek gaan naar antwoorden vinden deze niet. Bijvoorbeeld als het gaat om de te verwachten overlast.
- De gemeente Den Haag speelt volgens de bewoners ook een belangrijke rol, echter ook van de gemeente horen ze weinig.

“Ik heb het gevoel dat er te weinig gecommuniceerd wordt.”

“Lang niks meer gehoord, maar geen nieuws is goed nieuws.”

“Je hoort wat er gaat gebeuren, maar niet veel details, je wilt graag weten hoe en wat, waarom kan het niet anders.”

“Informatie wordt beloofd, maar komt vervolgens niet, dat vind ik slecht.”



De professionals zijn over het algemeen minder tevreden dan de omwonenden:

- Zij hebben het gevoel minder betrokken te worden door het RVB. Eén enkele brief was het voor de meesten. Een uitnodiging voor een bijeenkomst hebben ze gemist.
- Ondernemers missen informatie om hun bedrijf vooruit te plannen komende jaren.
- Sommigen werden ook uitgenodigd voor (informatie)bijeenkomsten, hierover zijn ze tevreden.

“Vorig jaar ging het goed met bijeenkomsten en mensen samenbrengen.”

“Hoe dichter we bij het project komen, hoe minder we horen.”

“Via de krant moet je horen dat het wordt uitgesteld.”

“Laat maar, het duurt te lang, ik zie het tegen die tijd wel...”

“Je moet ernaar zoeken, de informatie is niet voorhanden.”



Men wil graag praktische informatie, aanvullende informatie is (leuke) bijzaak



Praktische informatie over overlast, hinder en de planning staat op de eerste plek voor de omwonenden:

“Wees eerlijk. Communiceer de wat en waarom, geen fabels. Enkel de essentie.”

“Niet wat er in de gebouwen gedaan wordt boven en onder de grond, vooral interessant wat kan je er van merken en wanneer?”

De meeste omwonenden vinden aanvullende informatie interessant, maar dat is bijzaak:

“Altijd leuk om andere dingen te weten die niet direct zichtbaar zijn. Bijvoorbeeld de vroegere functie van het torentje.”

“Opgravingen zijn interessant, maar bijzaak.”

“De achtergronden zoals historie en bouwkunde etc. zijn vooral nuttig voor mensen die Den Haag bezoeken.”



Ook voor de professionals staat praktische informatie op de eerste plek, zij zijn op zoek naar relevante informatie zodat ze daar op in kunnen spelen:

“Wat gaat er gebeuren? Wat is de impact op de omgeving? Wanneer gaan de straten dicht? Wanneer liggen er materialen voor de deur?”

“Klanten vragen wanneer wordt er werkelijk gestart? Met welke vleugel gaan ze beginnen? Wat gaat er precies gebeuren?”

Ook informatie over eventuele compensatie en de bezoekersstromen is gewenst:

“Wat is de compensatie voor mij als winkelier?”

“Hoe blijven bezoekers komen naar de stad Den Haag? Hoe zit het met de belofte om de bezoekersaantallen op peil te houden?”

Interesse in aanvullende informatie hangt af van het publiek dat de professional wil bedienen; een archeologische vondst is belangrijk te melden bij een professional die rondleidingen geeft, voor horeca is het onbelangrijk.

“Achtergrondinformatie is ook interessant, onze klanten vragen daarnaar. Het is belangrijk om de actualiteit te volgen.”

“Andere onderwerpen zijn leuk om af en toe mee te krijgen, dat zou iets voor thuis zijn en niet voor werk.”



Onderwerpen: suggesties vanuit omwonenden en professionals



Praktische informatie:

- Globale planning en aanpak (tijdlijn)
- Planning op specifieke momenten
- Bereikbaarheid: telefoonnummer en persoon
- Informatie over specifieke werkzaamheden en gevolgen voor parkeren, routes, plaatsen materialen, overlast van stof etc.
- Huidige status, het tempo waarin alles zich afspeelt
- Wat er gebeurt met het zicht op het Binnenhof?
- Komt er binnenkort uitstel door Corona, stikstof en pfas?

Achtergronden:

- Archeologische vondsten (bijv. bij opgravingen)
- Link met de rest van de stad: Binnenhof raakt ook de gehele wijk
- Historie van het Binnenhof (bijv. vroegere functie van het torentje)
- Gevolgen voor het milieu/duurzaamheid van de renovatie
- Interieurupdates (foto's/filmpjes oude panden voor en na)
- Kosten van renovatie
- Hoe en wat omtrent de verhuizing van o.a. het parlement?



Activiteiten en programmering:

- Hoe zit het met uitkijktoren of informatiecentrum?
- Welke activiteiten / programmering worden gepland om bezoekers te trekken? Wat kan het extra opleveren voor bezoekers en toeristen?
- Is het mogelijk mee te liften op de publiekscommunicatie richting toeristen en bezoekers voor mijn zaak?
- Waar kunnen we nog invloed uitoefenen of meedenken?
- Verwachte bezoekersstromen: komen bezoekers nog en vinden ze het nog leuk?



Benaderingswijze afhankelijk van persoonlijke voorkeuren



Omwonenden en professionals zien beide graag:*

- Een digitale en fysieke nieuwsbrief
- Een centrale plek voor alle informatie (app of website)

Verder zijn er geen breed gedragen voorkeurskanalen, overige voorkeuren lopen erg uiteen.

Daarnaast vinden beide groepen het volgende belangrijk:

- Altijd een plek / persoonlijk aanspreekpunt die 24/7 bereikbaar is

Verschillende informatievormen en kanalen worden door de bewoners en professionals genoemd. Dit is afhankelijk van de persoonlijke voorkeuren. Zo is **sociale media voor sommigen populair, terwijl anderen daar duidelijk niet de voorkeur aan geven.*



Bewoners zien daarnaast graag:

- Informatiebijeenkomsten voor de directe buurt
- Een fysiek informatiecentrum

Deze punten vinden omwonenden belangrijk:

- Geen bericht is goed bericht, geen informatie om de informatie
- Gemeente als primaire afzender of herkenbare partner
- Mogelijkheid om direct te reageren (interactie beide kanten op)
- Een periodieke e-mail met achtergronden

“Een locatie waarbij iemand is die van alles weet. Om even binnen te lopen voor wie dan ook.”

“Zet alle tegenvallers en negativiteit om in positieve informatie.”

“Voor veel mensen speelt het nog niet, het is zo ver weg.”



Professionals zien graag:

- Betrokkenheid bij overleggen (om belangen te horen)
- Exclusieve ontvangsten/rondleidingen voor de professionals zelf (virtueel of fysiek)
- Een uitgebreide brochure

Professionals vinden deze punten belangrijk:

- Een menselijke (persoonlijke) benadering
- Een proactieve benadering (de informatie moet gepusht worden)
- Helder, makkelijk en begrijpelijk voor iedereen
- Ondanks de renovatie mensen naar het Binnenhof toe lokken
- Mede-eigenaarschap creëren, doe het samen

“Een nieuwsbrief met beknopte informatie die mogelijk doorlinkt naar een website met aanvullende informatie.”



Resultaten – Op welke manier en via welke kanalen wenst men de informatie te ontvangen?

Suggesties vanuit omwonenden en professionals: kanalen informatie



Er komt – buiten de website en nieuwsbrief – geen duidelijke voorkeur m.b.t. de kanalen naar voren. Van alles dat wordt genoemd, hieronder een overzicht.

Fysieke kanalen (met een online/virtueel alternatief):

- Informatiebijeenkomsten
- Informatiecentrum
- Ontvangsten en rondleidingen (voor, tijdens en na de renovatie)
- Interactieve meeting (belangen horen en vragen stellen)
- Rondgang door medewerkers langs bewoners en professionals

Websites:

- Rijksvastgoedbedrijf
- Gemeente Den Haag (meldingen of actuele informatie)

Eén centrale plek voor alle informatie:

- App
- Website

Regelmatige informatievoorziening:

- Nieuwsbrieven (zowel digitaal als papier)
- Brochures
- Persoonlijke brieven
- Regionale en lokale pers
- Sociale media (Facebook, Instagram, Twitter)
- Bestaande WhatsApp-groepen van bewoners of winkeliers



Bijlagen

- Onderzoeksverantwoording



Onderzoek in het kort

15 single interviews a 30 minuten

Methode

Dit onderzoek heeft een kwalitatieve insteek. Resultaten mogen niet naar populatie als geheel worden doorgetrokken vanwege de steekproefselectie, methode van ondervraging en de steekproefgrootte.

Doelgroep en steekproef

Doelgroep: omwonenden en professionals in de directe omgeving van het Binnenhof die naar verwachting hinder ondervinden van de renovatie

Steekproefkader: aangeleverd bestand van interviewkandidaten vanuit het RVB

Selectiemethode: telefonische uitnodiging

Steekproef: totaal n = 15 respondenten, waarvan 7 bewoners en 8 professionals (3 winkeliers, 3 horeca en 2 culturele instelling)

Respondenten hebben een geldelijke incentive ontvangen

Doelgroep en selectieprocedure is conform selectie-afspraken

Veldwerk

Data veldwerk: woensdag 28 oktober tot en met woensdag 4 november

Checklist: beschikbaar bij de opdrachtgever

Interviews door: Floriska Hoogendoorn en Stan Groenhuis

