



**Onderwerp:** Resultaten 0-meting Omgevingsonderzoek Binnenhof Renovatie  
**Datum:** 22 juni 2021  
**Aan:** Rijksvastgoedbedrijf  
**Door:** Daphne Bollen en Petra Immerzeel  
Research Consultants MarketResponse

---

## Inleidend

In dit memo worden de resultaten van de 0-meting van de tevredenheidsmonitor Binnenhof Renovatie beschreven. Het onderzoek is uitgevoerd onder bewoners, zakelijke gebruikers en overige gebruikers (niet-commercieel, o.a. museum, galerie, kerk, ambassade, instelling). Deze laatste twee (zakelijke en overige gebruikers hebben we in de rapportage samen genomen vanwege lage aantallen). De meting is eind april / mei 2021 uitgevoerd.

Er is gevraagd naar de tevredenheid met de onderhoudswerkzaamheden (dit geldt alleen voor deze 0-meting in het voorjaar 2021), de informatievoorziening en de mate waarin er naar de wensen en behoeften van de omgeving geluisterd wordt. Tevens wordt het gevoel dat men heeft bij de renovatie toegelicht. Ook is er gemeten via welke kanalen men over de renovatie is geïnformeerd en in de toekomst geïnformeerd wenst te worden. De opzet van het onderzoek wordt beschreven aan het eind van deze memo.

## Bevindingen

De omgeving is tevreden over de onderhoudswerkzaamheden, er is nauwelijks onvrede over doordat men weinig tot geen hinder heeft ervaren. Deze uitkomst vormt een ijkpunt voor de volgende meting (na start van de werkzaamheden) waarbij er gevraagd wordt naar de bouwwerkzaamheden.

Ook over de informatievoorziening is de omgeving overwegend tevreden, hoewel hier ook een groep onvrede ervaart. Dit zijn duidelijk vaker zakelijke/overige gebruikers. Hierin speelt voor deze groep met name de frequentie van de informatie over de informatievoorziening een rol en de frequentie waarmee men op de hoogte is gehouden.

Over de mate waarin er geluisterd is naar de wensen en behoeften is men het minst tevreden. Dit is vergelijkbaar voor bewoners en zakelijke/overige gebruikers. Punt van aandacht is met name dat het de omgeving niet altijd makkelijk gemaakt is om mee te denken, mensen zich niet altijd gehoord voelen (dit speelt vooral onder bewoners) en/of het gevoel hebben dat er daadwerkelijk iets gedaan wordt met gedeelde ervaringen.

De digitale nieuwsbrief heeft voor de omgeving veruit de grootste voorkeur als het gaat om manieren waarop men informatie kan ontvangen over de Binnenhof Renovatie. De onderwerpen waar men nu het meest in is geïnteresseerd is informatie over specifieke



werkzaamheden en gevolgen voor parkeren, routes, overlast en dergelijke en een globale planning en aanpak van de renovatie.

In de omgeving waren er in de afgelopen periode nauwelijks mensen met vragen of klachten. Als men een vraag of klacht had ingediend dan was daar geen onvrede over (enkel tevreden of neutraal).

Het gevoel dat de omgeving heeft bij de Binnenhof Renovatie typeert men vooral met de termen 'noodzakelijk', 'het gaat te langzaam' en 'minder aantrekkelijk winkel- en horecagebied' (vooral door de zakelijke/overige gebruikers benoemd), 'veel overlast' en 'grote investering'. Het minst vaak wordt de renovatie geassocieerd met de woorden 'saai', 'veiliger', 'onnodig', 'trots' en 'kapitaalvernietiging'.

## Resultaten

### **Tevredenheid met onderhoudswerkzaamheden/bouwwerkzaamheden:**

Totaal percentage respondenten dat (zeer) tevreden is: 50%

Bewoners: 51%

Zakelijke/overige gebruikers: 47%

Slechts 5% is (zeer) ontevreden.

### Redenen tevredenheid onderhoudswerkzaamheden/bouwwerkzaamheden:

De meest bepalende aspecten voor het wel of niet tevreden zijn met de werkzaamheden op totaalniveau hebben te maken met de mate van verkeershinder (door 36% genoemd, waarbij 24% tevreden) en mate van overlast (zoals geluid, stof of trillingen; door 34% genoemd, waarbij 22% tevreden). Ook 23% geeft 'Anders' als reden aan. Uit de open antwoorden blijkt dat deze respondenten vaak aangeven weinig tot geen overlast hebben gehad.

### **Tevredenheid met de informatievoorziening:**

Totaal percentage respondenten dat (zeer) tevreden is: 51%

Bewoners: 57%

Zakelijke/overige gebruikers: 36%

15% van de respondenten is (zeer) ontevreden, zakelijke/overige gebruikers duidelijk meer dan bewoners (9% vs. 31%).

### Redenen tevredenheid met de informatievoorziening:

De meest bepalende aspecten voor het wel of niet tevreden zijn met de informatievoorziening zijn op totaalniveau de frequentie waarmee men op de hoogte is gehouden (genoemd door



33%, waarbij 16% tevreden en 6% ontevreden), de volledigheid van de informatie (genoemd door 32%, waarbij 14% tevreden en 6% ontevreden) en de wijze waarop men geïnformeerd is (genoemd door 29%, waarbij 12% tevreden en 5% ontevreden).

## **Tevredenheid met mate waarin er wordt geluisterd naar uw wensen en behoeften rondom de Binnenhof Renovatie**

Totaal percentage respondenten dat (zeer) tevreden is: 23%

Bewoners: 23%

Zakelijke/overige gebruikers: 22%

21% van de respondenten is (zeer) ontevreden, geen verschil tussen bewoners en zakelijke/overige gebruikers.

### Redenen tevredenheid met mate waarin er geluisterd wordt:

De meest bepalende aspecten voor het wel of niet tevreden zijn met het luisteren naar wensen en behoefte van inwoners in het gebied. Op totaalniveau wordt de manier waarop wij als omgeving zijn benaderd om onze ervaringen te delen het meest genoemd (42%, waarbij het merendeel neutraal (26%) en slechts 4% ontevreden). Op afstand gevolgd door het moment vanaf wanneer ik ben betrokken (24%), de mate waarin het makkelijk is gemaakt om als omgeving mee te denken (24%) en het gevoel dat ik gehoord ben door het Rijksvastgoedbedrijf bij het vragen naar mijn mening (23%).

### **Gevoel bij de renovatie**

Respondenten duiden hun gevoel bij de renovatie het meest met de woorden: 'noodzakelijk' (48%), 'het gaat te langzaam' (40%), 'minder aantrekkelijk winkel- en horecagebied' (37%), 'veel overlast' (34%) en 'grote investering' (30%). Het minst vaak wordt de renovatie geassocieerd met de woorden 'saaï', 'veiliger', 'onnodig', 'trots' en 'kapitaalvernietiging' (allen genoemd door 6% of minder). Op basis van deze aantallen zijn er weinig verschillen gevonden tussen bewoners en zakelijke/overige gebruikers. Alleen voor zakelijke/overige gebruikers is de associatie met 'minder aantrekkelijk winkel- en horecagebied' sterker; de helft van hen kiest dit ten opzichte van nog geen derde van de bewoners (56% versus 29%).

### **Informatievoorziening**

Respondenten zijn vooral via de nieuwsbrief geïnformeerd over de Binnenhof Renovatie (65%), op afstand gevolgd door landelijk nieuws (29%) en (digitale) informatiebijeenkomsten (29%). Bij deze (digitale) informatiebijeenkomsten zijn in verhouding meer zakelijke/overige gebruikers aanwezig geweest dan bewoners.



## Resultaten op totaalniveau (alle respondenten, n = 71):

Nieuwsbrief aan de omgeving over de Binnenhof Renovatie	65%
Landelijk nieuws (landelijke krant, nieuws-websites, tv, radio)	29%
(digitale) Informatiebijeenkomsten (aanwezig geweest of verslag gelezen)	29%
Via ondernemers- of bewonersvereniging	23%
Gesprek met betrokkenen en bekenden (zoals buurtbewoners, andere ondernemers)	20%
Regionaal nieuws (regionale krant, nieuws-websites, tv, radio)	19%
Persoonlijk contact met omgevingsmanager/andere betrokkenen van RVB	15%
Website <a href="http://www.rijksvastgoedbedrijf.nl">www.rijksvastgoedbedrijf.nl</a>	4%

Let op: resultaten met n < 20 zijn schuingedrukt weergegeven.

## **Informatiebehoefte onderwerpen**

Respondenten zijn het meest geïnteresseerd in het ontvangen van informatie specifieke werkzaamheden en gevolgen voor parkeren, routes, overlast en dergelijke (79%) en een globale planning en aanpak van de renovatie (69%). Gevolgd door informatie over de huidige status en het tempo waarin het zich afspeelt (48%). Net iets minder dan de helft heeft ook interesse in planning van specifieke momenten (42%). Dit aandeel ligt een stuk hoger onder zakelijke/overige gebruikers (61% versus 34% voor bewoners).

## Resultaten op totaalniveau (alle respondenten, n = 71):

Informatie over specifieke werkzaamheden en gevolgen voor parkeren, routes etc.	79%
Globale planning en aanpak (tijdlijn)	69%
Huidige status, het tempo waarin alles zich afspeelt	48%
Planning van specifieke momenten	42%
Wat er gebeurt met het zicht op het Binnenhof tijdens de renovatie	38%
Hoe het Binnenhof er na renovatie uit ziet	28%
Achtergrondinformatie (historie, archeologische vondsten)	23%
Bereikbaarheid: telefoonnummer / e-mailadres	23%
Bezoekersaantallen	12%

Let op: resultaten met n < 20 zijn schuingedrukt weergegeven.

## **Voorkeur voor manier van ontvangen informatie**

De digitale nieuwsbrief heeft voor de omgeving veruit de grootste voorkeur als het gaat om manieren waarop men informatie kan ontvangen over de Binnenhof Renovatie (genoemd door 76%). Op afstand gevolgd door een rondleiding op locatie (41%) en de centrale plek voor informatie via een website (35%). Op basis van deze aantallen zijn er geen verschillen gevonden tussen bewoners en zakelijke/overige gebruikers.



Resultaten op totaalniveau (alle respondenten, n = 71):

Digitale nieuwsbrief	76%
Rondleiding / buurt werkbezoek	41%
Centrale plek voor informatie via een website	35%
Informatiebijeenkomst	31%
<i>Fysieke nieuwsbrief</i>	21%
<i>Fysiek loket waar ik terecht kan met vragen of klachten</i>	19%
<i>Informatie/voorlichtingscentrum</i>	18%
<i>Centrale plek voor informatie via een app</i>	15%
<i>Persoonlijk contact</i>	14%
<i>24/7 bereikbare informatielijn</i>	12%
<i>Social media (Facebook, Instagram, Twitter)</i>	9%

*Let op: resultaten met n < 20 zijn schuingedrukt weergegeven.*

## Onderzoeksverantwoording

**Methode:** Dit onderzoek is online uitgevoerd. De respondenten zijn geworven middels een brief welke huis-aan-huis verspreid is. Aanvullend zijn mensen uitgenodigd die zich hadden aangemeld voor het onderzoek (geworven uit een beschikbare maillijst) en is de uitnodiging nog digitaal via ondernemers- en bewonersverenigingen verspreid.

**Doelgroep:** de omgeving van de Binnenhof, zowel bewoners als zakelijke/overige gebruikers.

**Steekproef:** bruto zijn er n=2.500 uitnodigingen huis-aan-huis verspreid en n=231 mensen zijn via e-mail benaderd (waar n=58 zich van hebben aangemeld voor het onderzoek). Het aantal mensen dat via de ondernemers- en bewonersverenigingen bereikt is is onbekend. Netto hebben aan deze meting in totaal n = 71 respondenten deelgenomen, deze totale groep is als volgt opgebouwd:

- n = 35 bewoners
- n = 36 zakelijke/overige gebruikers, waarvan:
  - o n = 21 zakelijke gebruikers
  - o n = 15 overige gebruikers (niet-commercieel, o.a. museum, galerie, kerk, ambassade, instelling)

De respons is daarmee (op basis van de beschikbare informatie) om en nabij 2,8%.

**Veldwerk:** vond plaats in de periode maandag 26 april 2021 tot en met vrijdag 21 mei 2021.

**Weging:** De groep bewoners en zakelijke/overige gebruikers worden per meting gewogen naar de werkelijke verhoudingen van het gebied (70% vs. 30%), om goed door de tijd heen te kunnen vergelijken.