



Onderzoek naar prioriteitsthema's in provinciale communicatie

Marco Sodderland

Lieke van Duist

B6891

11 maart 2021

Provincie Noord-Brabant

motivaction
insights and strategy

Inhoudsopgave

Achtergrond	3
Methode en opzet	4
Management summary	5
Prioritering van thema's	6
Resultaten	8
Burgerschapstijlen & gebiedsanalyse	30
Bijlagen	42

Achtergrond

Op verzoek van provincie Noord-Brabant, in naam van Tom Jütten en Merijn Kok, heeft Motivaction onderzoek gedaan onder de inwoners over de provincie Noord-Brabant. De resultaten van het onderzoek dienen richting te geven aan de prioritering van thema's die als bouwstenen moeten gelden voor de te ontwikkelen communicatiestrategie. Het onderzoek kan worden gezien als een gedeeltelijke herijking van een studie die Motivaction in 2017 voor de provincie Noord-Brabant heeft uitgevoerd (Project Z8348 Provincie NB Burgerpeiling imago en vertrouwen). Omdat de vraagstelling is aangepast zijn de resultaten echter niet één op één met elkaar te vergelijken.

Doelstelling en centrale vragen

De doelstelling van het onderzoek is:

De provincie Noord-Brabant inzicht verschaffen in:

- haar bekendheid en imago onder het de inwoners van Noord-Brabant
- thema's die door dat publiek als urgent worden gezien en waarop zij een rol van de provincie verwachten

Herijken of opstellen van prioriteitsthema's die Noord-Brabant kan inzetten als onderdelen van de provinciale communicatiestrategie.

Om de uitkomsten van het onderzoek in een breder perspectief te kunnen plaatsen (controlegroep), is het onderzoek behalve in Noord-Brabant ook in de rest van Nederland uit gezet.

Deze doelstelling leidt tot een aantal **deelvragen**:

- Welk beeld hebben Noord-Brabanders van hun provincie?
- Wat is de bekendheid van de inwoners van de provincie Noord-Brabant met de rol die zij vervult, met haar positie en met haar takenpakket?
- Hoe prioriteert men de provinciale taken en thema's?
- Welke inwonersgroepen zijn er te identificeren? Zijn er verschillende groepen te onderscheiden op basis van antwoorden op de (centrale) vragen?
- Bestaan tussen de diverse inwonersgroepen in de provincie verschillen?

Methode en opzet

Het onderzoek is online uitgevoerd waarbij we gebruik maken van het onderzoekspanel (Stempunt.nu) van Motivaction.

Er zijn 5.287 uitnodigingen naar inwoners van de provincie Noord- Brabant verstuurd, waarvan er 1.045 de vragenlijst volledig hebben ingevuld. (responsrate van 20%).

Daarnaast zijn er 2.045 Nederlanders uitgenodigd, waarvan er 693 de vragenlijsten volledig hebben ingevuld (responsrate van 33%).

Het veldwerk is uitgevoerd tussen 1 en 15 februari 2021.

Het onderzoek is gewogen op geslacht, leeftijd, regio, opleidingsniveau en op Mentality.



Management summary

Beeld & houding ten aanzien van de provincie | Brabanders voelen zich vaker verbonden met de provincie dan niet Brabanders. Zij voelen zich vaker inwoner van de provincie en zijn trots op het Brabantse landschap, de gezelligheid en vriendelijkheid.

Beeld van Noord-Brabant als provinciale overheidsorganisatie | De spontane associaties van Brabanders bij Noord-Brabant als provinciale overheidsorganisatie zijn niet overwegend positief. Veel Brabanders noemen de provinciale overheidsorganisatie onzichtbaar, afstandelijk en log. Daar tegenover staat echter dat zij vaker positieve kenmerken aan de provincie toeschrijven dan de niet Brabanders. Zo vinden Brabanders de provincie (veel) vaker betrouwbaar, verbindend, toegankelijk en gericht op samenwerking. Daarbij komt ook dat het vertrouwen in de provincie Noord-Brabant significant hoger is vergeleken met het vertrouwen van inwoners van andere provincies.

Belang van provinciale taken en waardering van informatievoorziening | Van alle voorgelegde onderwerpen waaraan de provincie aandacht kan besteden worden leefbaarheid, natuur en voldoende water het meest belangrijk gevonden. Men beoordeelt de informatievoorziening hierover door de provincie ook relatief hoog. Onderwerpen als schone lucht en drugscriminaliteit vindt men ook relatief belangrijk, hierover zou men echter beter geïnformeerd willen worden door de provincie. De informatievoorziening over deze onderwerpen wordt nu relatief minder hoog beoordeeld.

Gebruik van, en interesse in, diverse regionale en provinciale media | Van alle voorgelegde kanalen maken Brabanders het meest gebruik van de regionale televisie, dag- en huis-aan-huisbladen. Brabanders ontvangen ook het liefst via deze kanalen informatie van de provincie. Een aanzienlijk deel van de Brabanders geeft aan nog geen gebruik te maken van, maar wel interesse te hebben in, de diverse provinciale mediakanalen. Zo geeft ongeveer een derde aan wel geïnteresseerd te zijn in de website, de digitale nieuwsbrief, Brabant magazine, evenementen en de app.

Zorgen over maatschappelijke thema's | Hoewel Brabanders zich, net als andere Nederlanders, op dit moment het meest zorgen maken over corona en de coronamaatregelen, lijken die zorgen wel minder groot vergeleken met de rest van Nederland. Na corona maken Brabanders zich vooral zorgen over klimaatverandering en veiligheid en criminaliteit. Over dit laatste maken zij zich relatief meer zorgen dan andere Nederlanders. Ook lijken Brabanders zich, meer dan niet Brabanders, zorgen te maken over de verharding en de individualisering van de samenleving.

Prioritering van thema's 1\2

In de matrix is het belang dat Brabanders aan de taken hecht, afgezet tegen de waardering van de informatievoorziening daaromtrent. Linksboven staan taken die om actie vragen: taken die belangrijk worden gevonden, maar waarvan men de informatievoorziening relatief laag beoordeelt. Rechtsboven zijn taken die bewaakt moeten worden, deze vinden inwoners persoonlijk belangrijk en men waardeert de informatievoorziening erover relatief hoog.

Belangscore | Is gebaseerd op de gemiddelde score op de vraag: *Kun je van de volgende onderwerpen aangeven hoe belangrijk jij het vindt dat de provincie zich daarmee bezighoudt?* (1= heel onbelangrijk, 5= heel belangrijk)

Waarderingsscore | Is gebaseerd op de gemiddelde score op de vraag: *Kun je aangeven in hoeverre jij vindt dat de provincie haar inwoners hierover voldoende informeert?* (1=slecht, 5=goed)



Prioritering van thema's 2/2



ACTIE

Deze thema's worden belangrijk gevonden maar men beoordeelt de informatievoorziening hierover relatief minder hoog.

- Drugscriminaliteit
- Schone lucht
- Schone bodem
- Woningaanbod
- Toezicht en handhaving buitengebied



BEWAKEN

Deze thema's worden relatief belangrijk gevonden, daarbij beoordeelt men de informatievoorziening hierover relatief hoog.

- Leefbaarheid
- Natuur
- Schone wateren
- Verkeersveiligheid
- Voldoende water
- Werkgelegenheid
- Bescherming tegen water(overlast)
- Landschap
- Provinciale wegen
- Energiebesparing



BEWAREN

De informatievoorziening over deze thema's wordt relatief hoog beoordeeld maar deze thema's worden relatief minder belangrijk gevonden.

- Duurzame energie
- Groene mobiliteit
- Innovatie
- Logistiek
- Ondernemerschap
- Toerisme/recreatie
- Sport
- Kunst & cultuur
- Digitalisering
- Erfgoed
- Land- en tuinbouw



MANAGEN

De informatievoorziening over deze thema's wordt relatief minder hoog beoordeeld maar deze thema's worden relatief minder belangrijk gevonden.

- Leegstand
- Bescherming tegen o.a. Geluidshinder
- Financiën gemeenten en waterschappen
- Klimaatadaptatie
- Burgerparticipatie
- Veehouderij
- Stikstofaankpak
- Talent aantrekken en behouden
- Arbeidsmigratie

An aerial photograph of a city, likely Groningen, featuring a prominent white dome-shaped building and a tall, slender tower. The city is surrounded by greenery and modern buildings. A semi-transparent teal banner is overlaid across the middle of the image, containing the text 'Resultaten | Beeld van de provincie'.

Resultaten | Beeld van de provincie



Brabanders zijn het meest trots op het landschap en de Brabantse gezelligheid

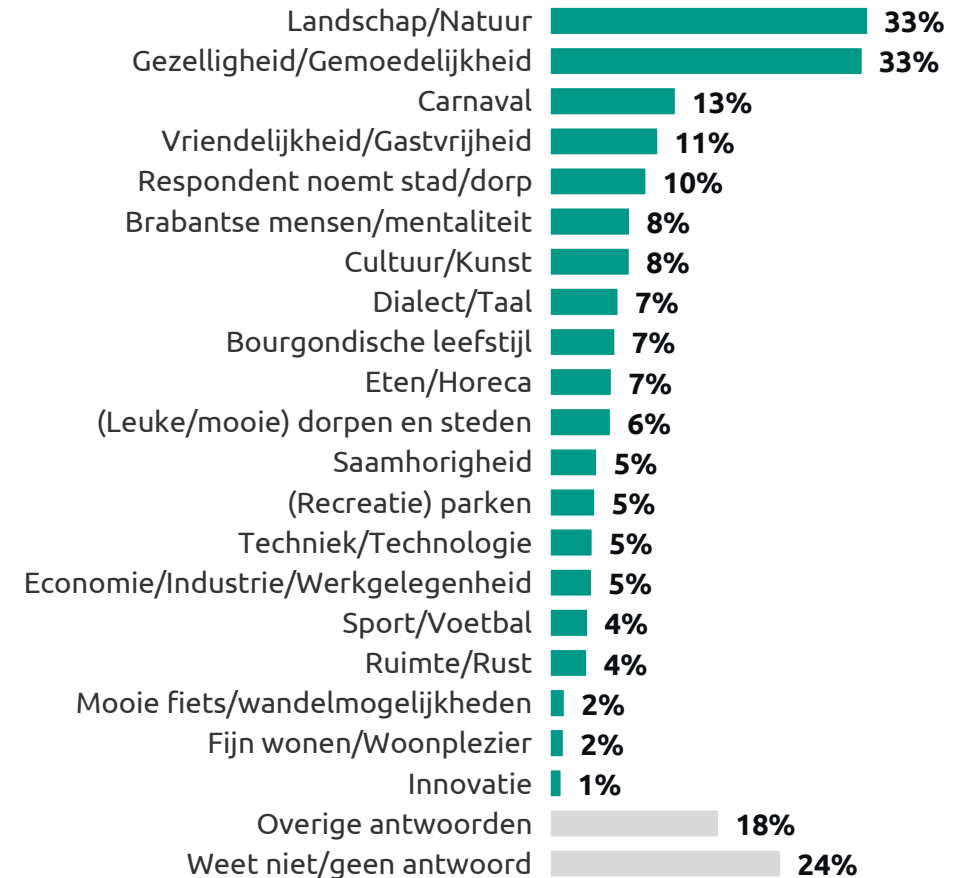
Naast het landschap (en de natuur) en de Brabantse gezelligheid (beide 33%) is men het meest trots op carnaval (13%), de vriendelijkheid en gastvrijheid (11%) en zijn/haar eigen woonplaats (10%).

Overige antwoorden die zijn gegeven zijn o.a.:

- De Brabantse mentaliteit
- Het eten & drinken; Bossche bollen, worstenbroodjes, bierbrouwerijen en de Bourgondische levensstijl
- Ligging (t.o.v. andere steden/provincies)
- Historie

Als je nadenkt over de provincie Noord-Brabant, waar ben je dan het meest trots op in de provincie Noord-Brabant?

(Basis - Noord-Brabant, n=1080)*



*Dit was een open vraag, de antwoorden zijn gecodeerd.

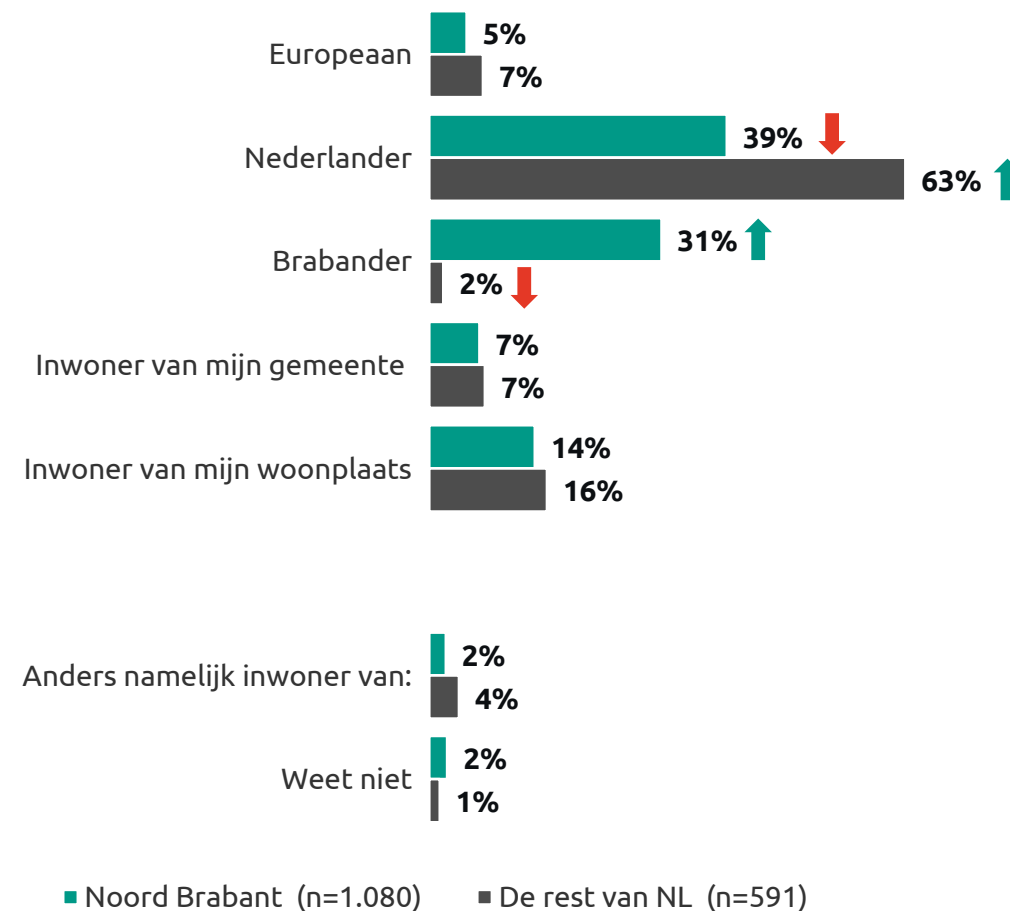
Brabanders voelen zich vaker inwoner van de provincie

39% van de Brabanders voelt zich op de eerste plaats inwoner van Nederland. Van de inwoners van de 'rest van Nederland' voelt bijna twee derde zich het meest Nederlander (63%). 31% van de Brabanders voelt zich vooral een bewoner van de provincie Noord-Brabant. Vergeleken met de overige Nederlanders is dit significant meer; van hen voelt slechts 2% zichzelf vooral inwoner van de (eigen) provincie.

Een greep uit de andere antwoorden die werden gegeven:

- Wereldburger
- Limburger
- West-Brabander

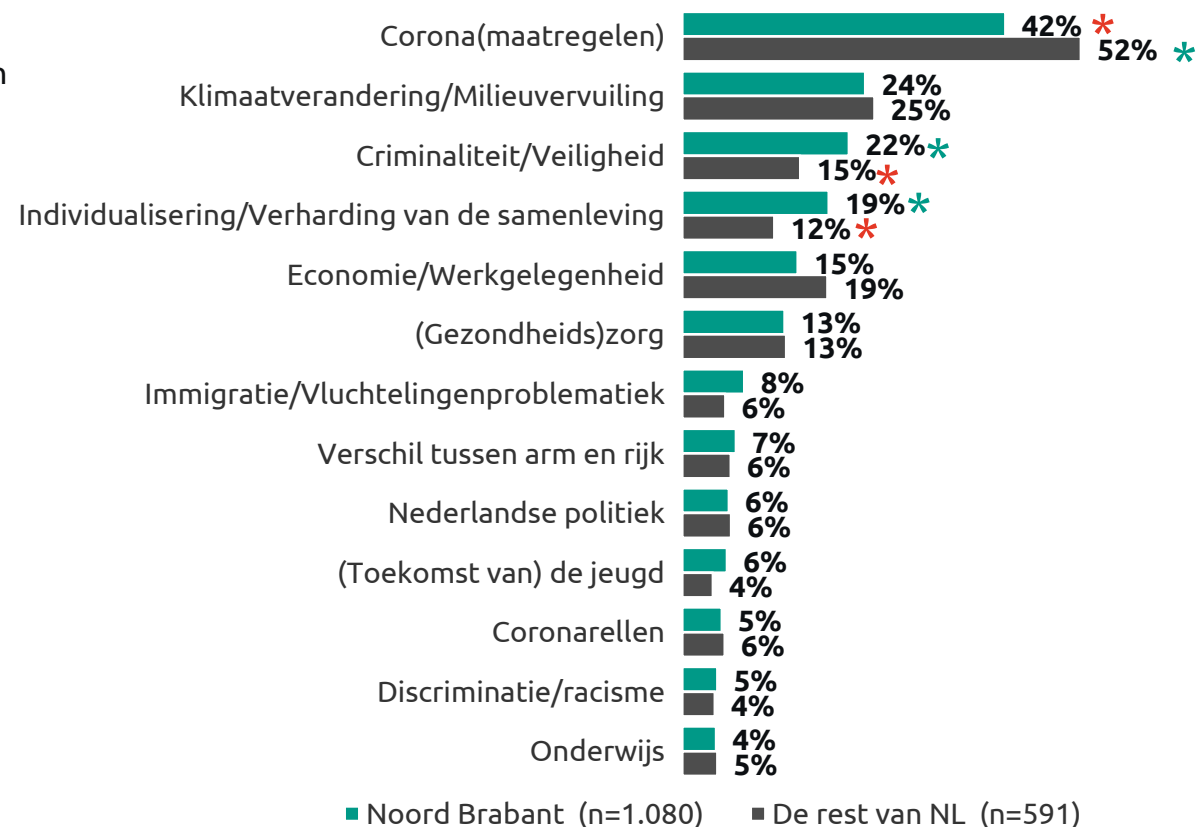
Als je naar de volgende mogelijkheden kijkt, voel je je dan het meest:
(Basis - allen)



Brabanders maken zich relatief minder zorgen over corona en meer over criminaliteit en veiligheid

Hoewel Brabanders zich, net als andere Nederlanders, het meest zorgen maken over corona en de maatregelen naar aanleiding van de coronapandemie, lijken die zorgen wel minder groot vergeleken met de rest van Nederland (42% vs. 52%). Na corona maken Brabanders zich vooral zorgen over klimaatverandering (24%) en criminaliteit (22%). Over dit laatste maken zij zich relatief meer zorgen dan andere Nederlanders (15%). Ook lijken Brabanders zich iets meer dan de andere Nederlanders zorgen te maken over de verharding, de individualisering van de samenleving (19% vs. 12%).

Over welke thema's of onderwerpen in de samenleving maak jij je het meeste zorgen?
(Basis - allen) *



* Dit is een open vraag waarvan de antwoorden zijn gecodeerd
** Bekijk de rest van de antwoorden [hier](#)



Houding t.a.v. de provincie



Voor veel Brabanders is de provinciale overheidsorganisatie weinig zichtbaar, afstandelijk en log

Als je weer stilstaat bij de provincie Noord-Brabant, welke woorden komen dan bij je op als je denkt aan Noord-Brabant als provinciale overheidsorganisatie (Basis- Noord-Brabant, n=1080)*



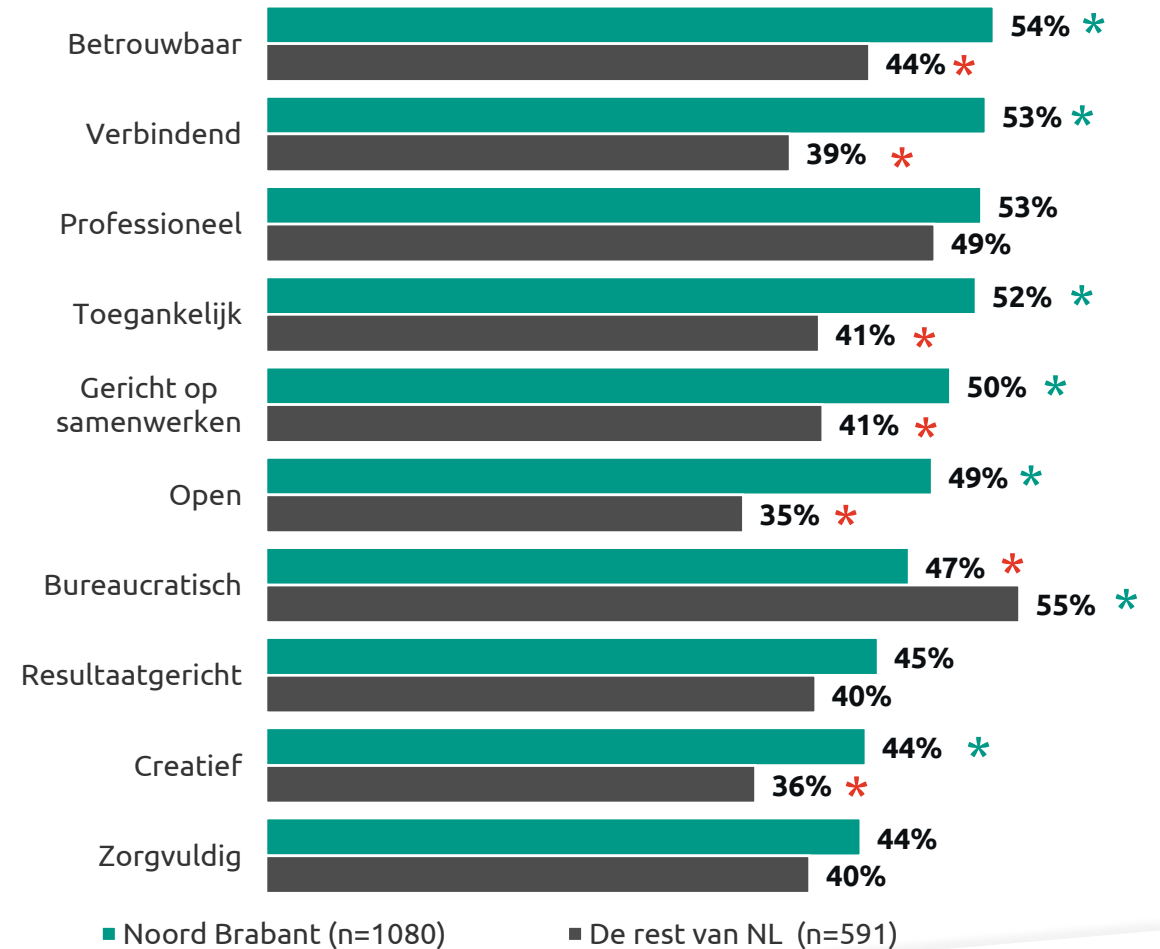
* Dit is een open vraag, antwoorden zijn niet gecodeerd

Brabanders vinden hun provincie o.a. vaker betrouwbaar, verbindend en toegankelijk

Hoewel de associaties van Brabanders bij Noord-Brabant als provinciale overheidsorganisatie niet uitgesproken positief zijn, vinden zij veel van de hiernaast genoemde positieve kenmerken vaker bij de provincie passen dan de rest van Nederland. Zo vinden Brabanders de provincie (veel) vaker betrouwbaar (54% vs.44%), verbindend (53% vs. 39%), toegankelijk (52% vs. 41%) en gericht op samenwerking (50% vs. 41%). Ook noemt men de openheid van de provincie Noord-Brabant vaker dan elders (49% vs. 35%).

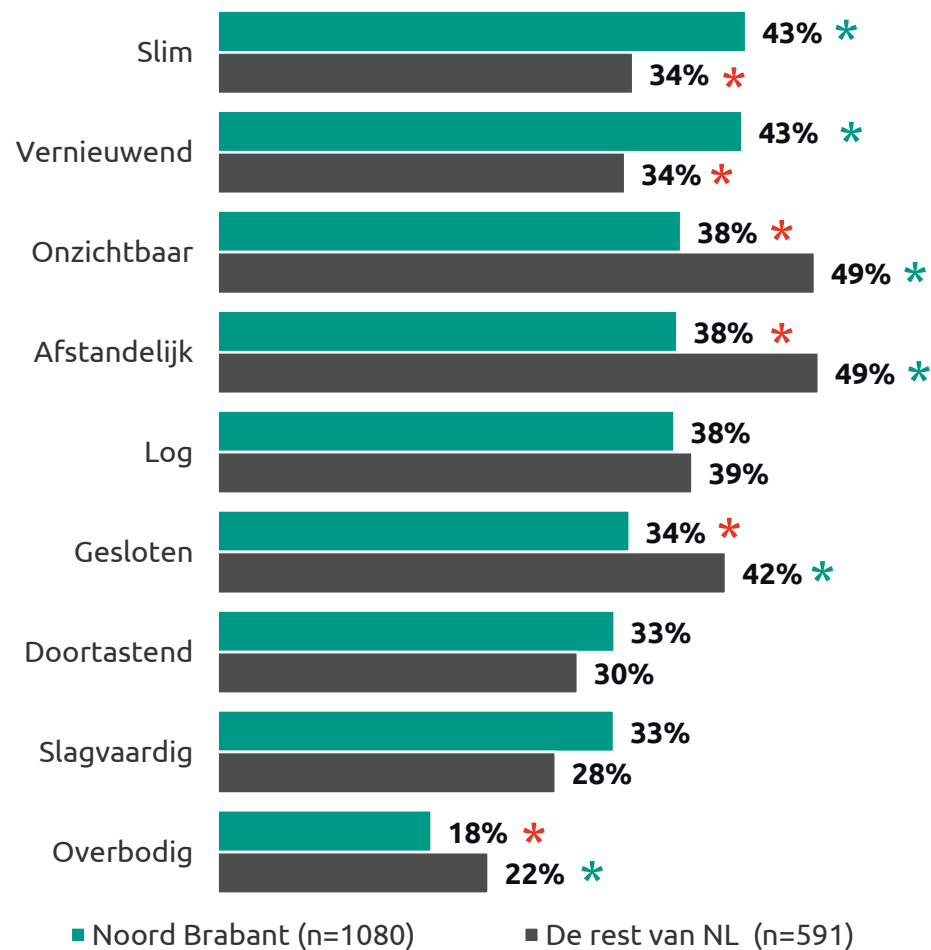
Daarbij schrijven Brabanders negatieve kenmerken minder vaak toe aan de provincie. Zo vinden zij deze minder vaak bureaucratisch (47% vs. 55%), onzichtbaar, afstandelijk (beide 38% vs. 49%), gesloten (34% vs. 42%) en overbodig (18% vs. 22). U vindt de rest van de antwoorden op de volgende pagina.

Vind je deze kenmerken wel of juist niet passen bij de provincie [provincie van respondent]? (Basis - allen, % past wel)



Brabanders vinden hun provincie minder vaak onzichtbaar, afstandelijk, gesloten en overbodig

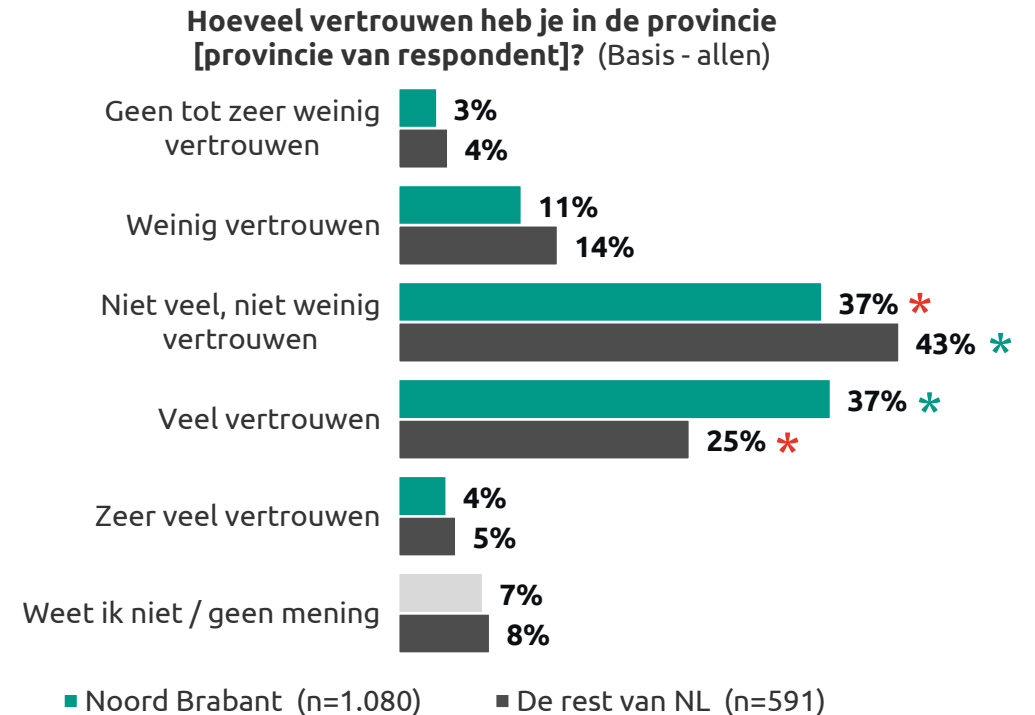
Vind je deze kenmerken wel of juist niet passen bij de provincie
[provincie van respondent]? (Basis - allen, % past wel)



Brabanders hebben meer vertrouwen in de provincie dan de rest van Nederland

Brabanders geven vaker aan veel vertrouwen te hebben in hun provincie (37% vs. 25%). De rest van de Nederlanders heeft vaker niet veel maar ook niet weinig vertrouwen (43% vs. 37%). 14% van de Brabanders heeft weinig, tot zeer weinig vertrouwen (vs. 18% in de rest van Nederland).

Gemiddeld is het vertrouwen in de provincie Noord-Brabant significant hoger vergeleken met het vertrouwen dat de rest van Nederland heeft in zijn provincie (3,3 vs. 3,1).



Toelichting over de mate van vertrouwen

Kun je toelichten waarom je geen vertrouwen hebt in de provincie Noord-Brabant? (n=144)

- *Zeer onduidelijk wat ze eigenlijk doen van en met mijn centen behalve dan natuurlijk hun eigen zakken vullen.*
- *Ze moeten echt duidelijker maken wat ze precies doen. Laten zien welke resultaten ze bereikt hebben. Opener zijn naar de inwoners.*
- *Wat je steeds leest in de krant m.b.t. het provinciebestuur komt bij niet echt vertrouwen wekkend over helaas.*
- *Te veel ambtenarij en gericht op de regio Eindhoven de Den Bosch, wat betreft het bevoordelen.*
- *Slechte bestuurbaarheid door krappe meerderheid van coalitie. De deelname van de verdeelde fractie van Forum voor Democratie verlamt de daadkracht van provinciale overheid.*
- *Onzichtbaar, niet doortastend, bureaucratisch. Dat uit zich als volgt: economisch belang weegt zwaarder dan natuurbelang, veiligheid daalt, vuilnis op straat en in natuur neemt toe, onduidelijk immigratiebeleid etc.*
- *Kostbare en totaal overbodige bestuurslaag zonder toegevoegde waarde. Lost niets op, maar veroorzaakt ernstige vertragingen in de besluitvorming. Maak stadsregio's belangrijker met meer bevoegdheden.*
- *Het bestuur is gericht op de boeren en niet op de bevolking en al helemaal niet op de toekomst.*

Kun je toelichten waarom je vertrouwen hebt in de provincie Noord-Brabant? (n=164)

- *Ze doen al veel meer als de laatste jaren. Het begin is gemaakt!*
- *Woon er nu 4,5 jaar en heb hele mooie dingen opzet zien worden. Zeker in deze tijd.*
- *Tot op heden worden veel zaken goed geregeld, echter zouden procedures wel sneller mogen.*
- *Omdat ik vind dat ze de juiste beslissingen nemen voor de inwoners van Noord-Brabant.*
- *Noord-Brabant is leefbaar op alle fronten, sociaal, sportief, betrouwbaar, werkaanbod, bereikbaarheid, etc.*
- *Momenteel zit er een erg goed provinciaal bestuur met FvD, VVD en nog een paar partijen waar ik wel vertrouwen in heb.*
- *Ik woon inmiddels met veel plezier 35jaar in Brabant Heb mijn omgeving zien opbloeien. Ik kom uit het westen van het land waar het overbevolkt is.*
- *Brabant is anders dan andere provincies; het heeft een andere mentaliteit en dat wordt door het provinciebestuur goed onderkent. Men zal er alles aan doen om de identiteit van Brabant te behouden met respect voor de inwoners.*
- *De meeste zaken heeft Noord-Brabant goed onder controle waardoor het voor de bewoners een goed leefbare provincie is.*
- *Ze doen het goed.*



Takenpakket van een provincie



Brabanders vinden leefbaarheid, natuur en voldoende water de belangrijkste taken voor de provincie

Van alle voorgelegde taken van de provincie vindt men leefbaarheid, natuur en voldoende water het belangrijkste. Vergeleken met de rest van Nederland vinden Brabanders het belangrijker dat de provincie zich bezighoudt met leefbaarheid (4,3 vs. 4,2) drugscriminaliteit (4,2 vs. 4,2) en verkeerveiligheid (4,2 vs. 4,1).

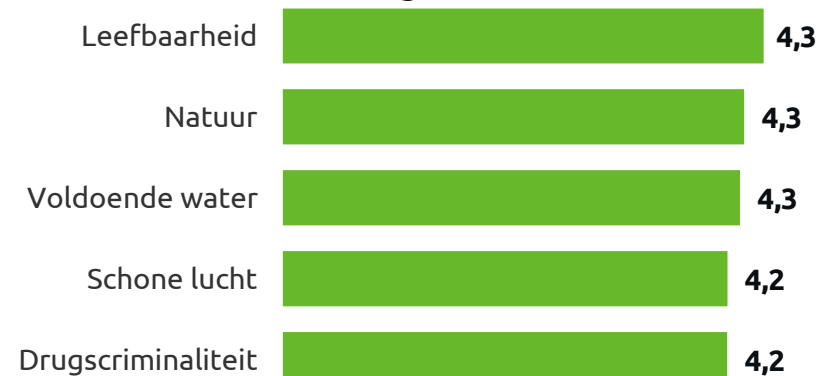
Brabanders vinden arbeidsmigratie, kunst en cultuur en gemeentelijke herindeling het minst van belang. Vergeleken met de rest van Nederland vinden Brabanders het minder van belang dat de provincie zich bezighoudt met openbaar vervoer (3,8 vs. 4,0) en digitalisering (3,5 vs. 3,6).

Kun je van de volgende onderwerpen aangeven hoe belangrijk jij het vindt dat de provincie zich daarmee bezighoudt? Gemiddelde score 5-puntschaal,

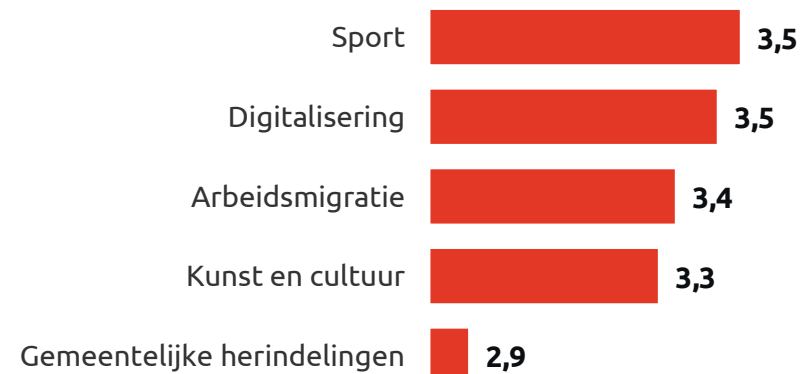
1= helemaal niet belangrijk, 5= heel erg belangrijk)

(Basis – Provincie Noord-Brabant, n=1080)

Meest van belang



Minst van belang

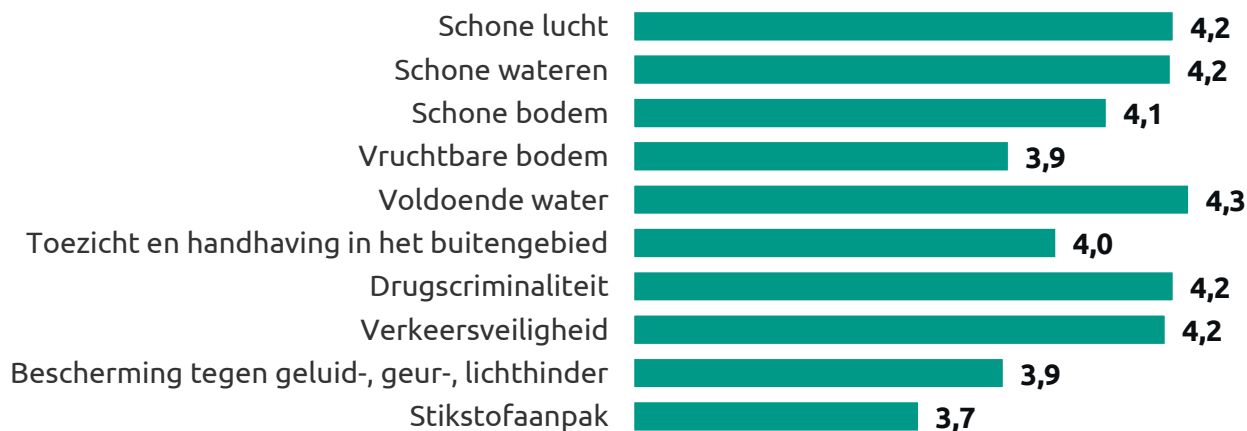


Belang van alle taken per thema

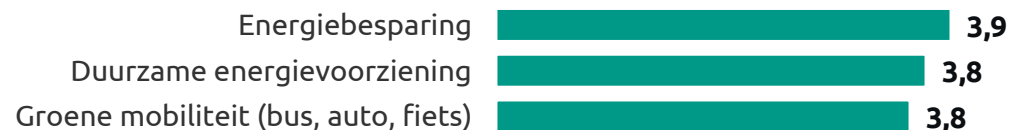
Kun je van de volgende onderwerpen aangeven hoe belangrijk jij het vindt dat de provincie zich daarmee bezighoudt?

Gemiddelde score 5-puntschaal, 1= helemaal niet belangrijk, 5= heel erg belangrijk) (Basis – Provincie Noord-Brabant, n=1080)

Gezonde en veilige leefomgeving



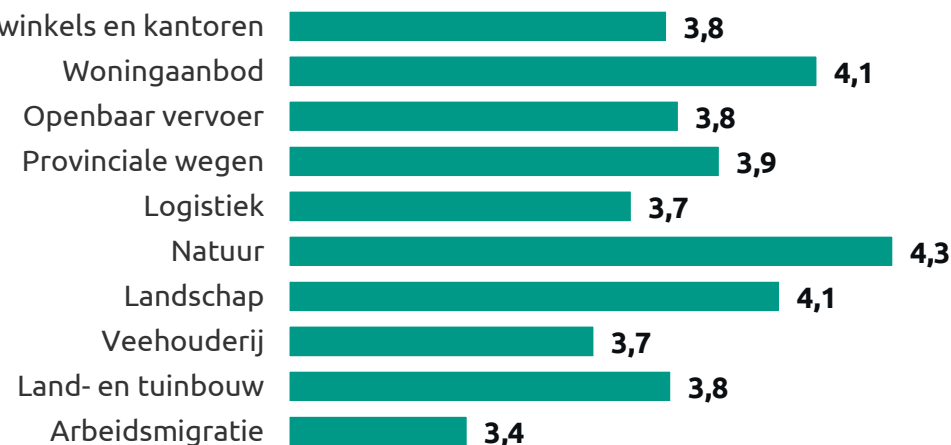
Energietransitie



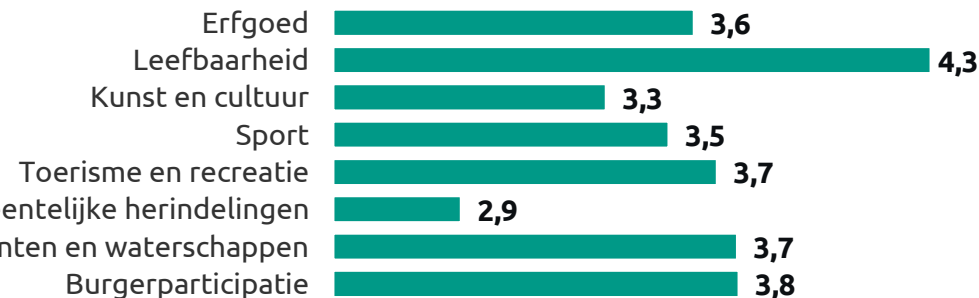
Duurzame en concurrerende economie



Duurzame verstedelijking, vitaal platteland en mobiliteit



Leefbaarheid



Klimaatproof



Veiligheid, woningaanbod en natuur worden vaak spontaan genoemd als belangrijke onderwerpen waar de provincie aandacht aan zou moeten besteden

Kun je nog andere onderwerpen bedenken, waaraan de provincie Noord-Brabant aandacht zou moeten besteden?

(Basis – Noord-Brabant, n=262)



* Dit is een open vraag, antwoorden zijn niet gecodeerd

De informatievoorziening over sport wordt het hoogst gewaardeerd, die over de leegstand van winkels en kantoren het laagst

Van alle voorgelegde taken waarden Noord-Brabanders de informatievoorziening over sport en de waarborging van voldoende water het hoogst. Zij zijn ook tevreden over informatievoorziening met betrekking tot toerisme, verkeerveiligheid en energiebesparing. Vergeleken met de rest van Nederland waarden Brabanders de informatievoorziening over sport (3,4 vs. 3,2), energiebesparing (3,3 vs. 3,2), en werkgelegenheid (3,2 vs. 3,0) meer.

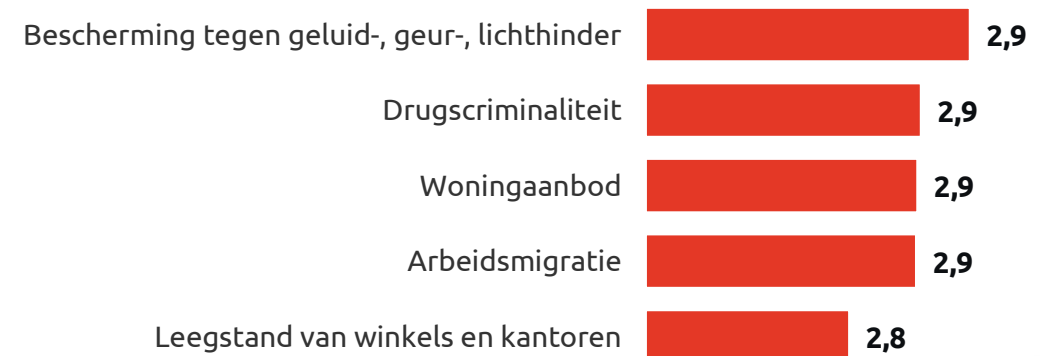
Over informatievoorziening met betrekking tot bescherming tegen o.a. geluidshinder, elektrisch rijden, verkeerveiligheid, openbaar vervoer en de leegstand van winkels en kantoren is men het minst tevreden.

Kun je aangeven in hoeverre jij vindt dat de provincie haar inwoners hierover voldoende informeert? Gemiddelde score 5-puntschaal, 1= slecht, 5= goed (Basis – Provincie Noord-Brabant, n=1080)

Meest gewaardeerd



Minst gewaardeerd

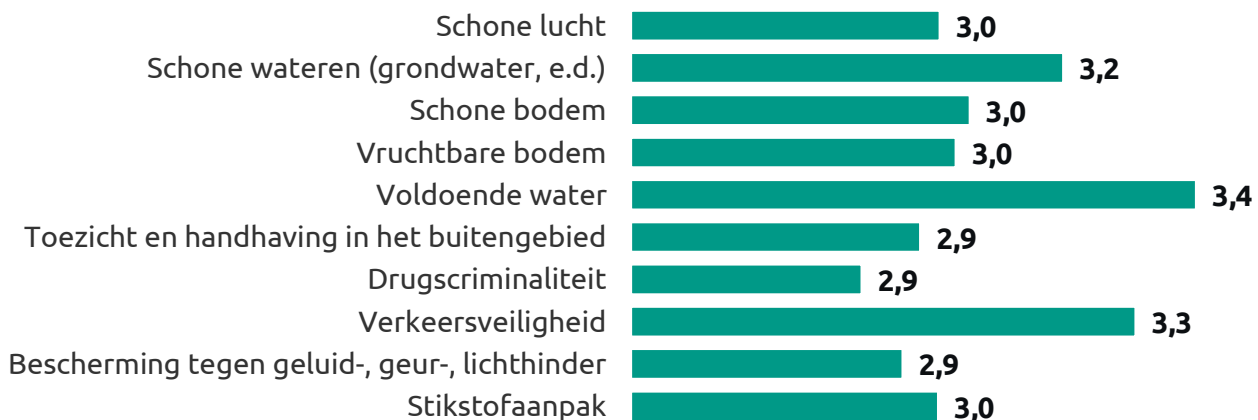


Waardering informatievoorziening diverse taken

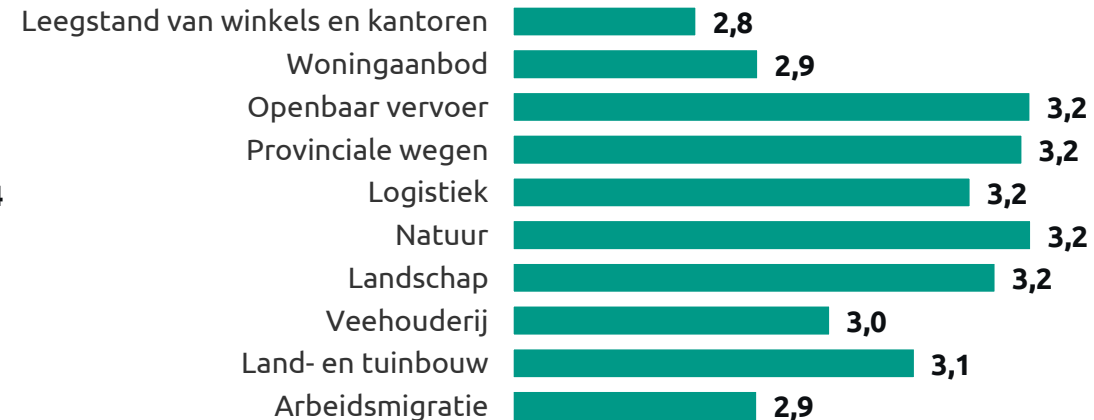
Kun je aangeven in hoeverre jij vindt dat de provincie haar inwoners hierover voldoende informeert?

Gemiddelde score 5-puntschaal, 1= slecht, 5= goed (Basis – Provincie Noord-Brabant, n=1080)

Gezonde en veilige leefomgeving



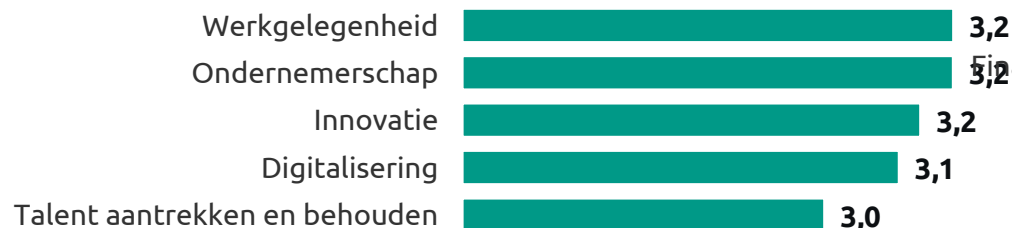
Duurzame verstedelijking, vitaal platteland en mobiliteit



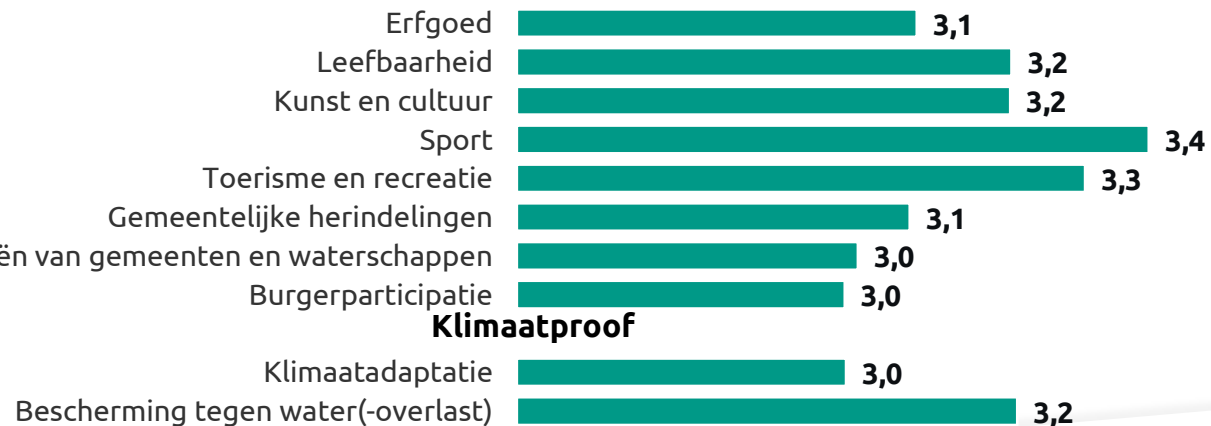
Energietransitie



Duurzame en concurrerende economie



Leefbaarheid





Communicatie & contact

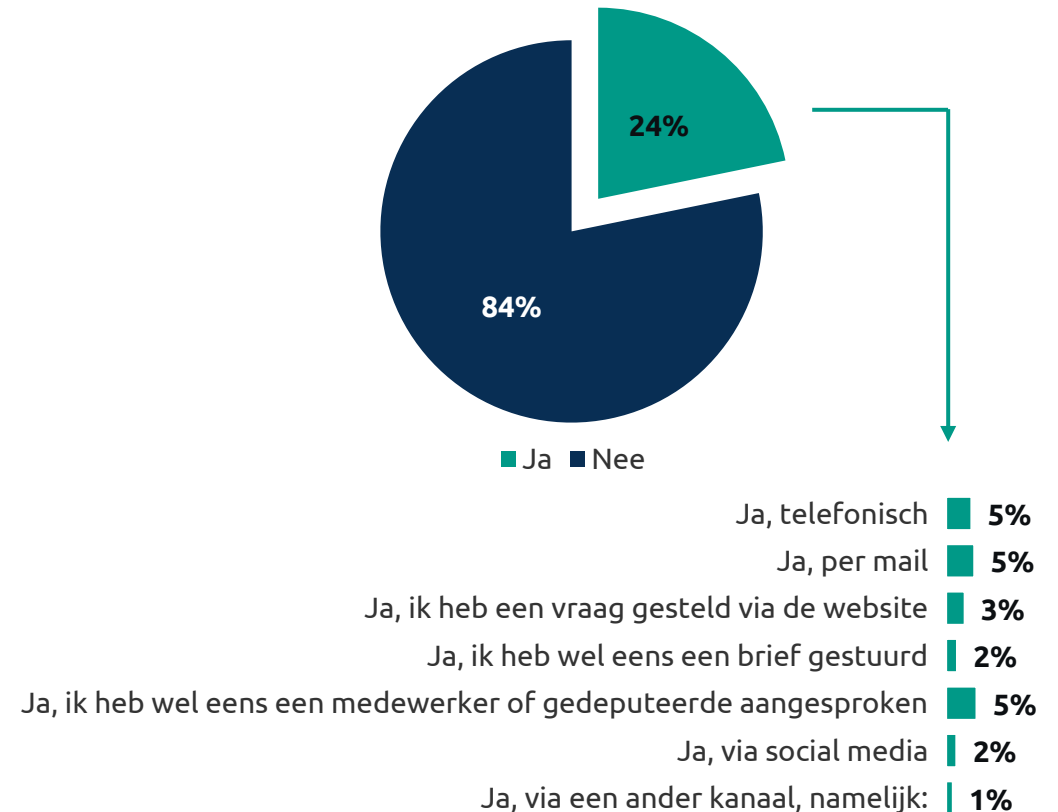


Een kwart van de Brabanders heeft weleens contact gehad met de provincie

24% van de Brabanders nam zelf weleens contact op met de provincie. Dit gebeurde voornamelijk telefonisch en per e-mail (beide 5%). Het contact had onder andere betrekking op: het onderhoud van wegen en verkeersveiligheid (9%), de bouw en het onderhoud van woningen (6%) en afval en vuiloverlast (4%).

Kijk [hier](#) voor een overzicht van alle antwoorden.

Heb je zelf weleens contact opgenomen met de provincie Noord-Brabant en zo ja, op welke manier? (Basis - Noord-Brabant)

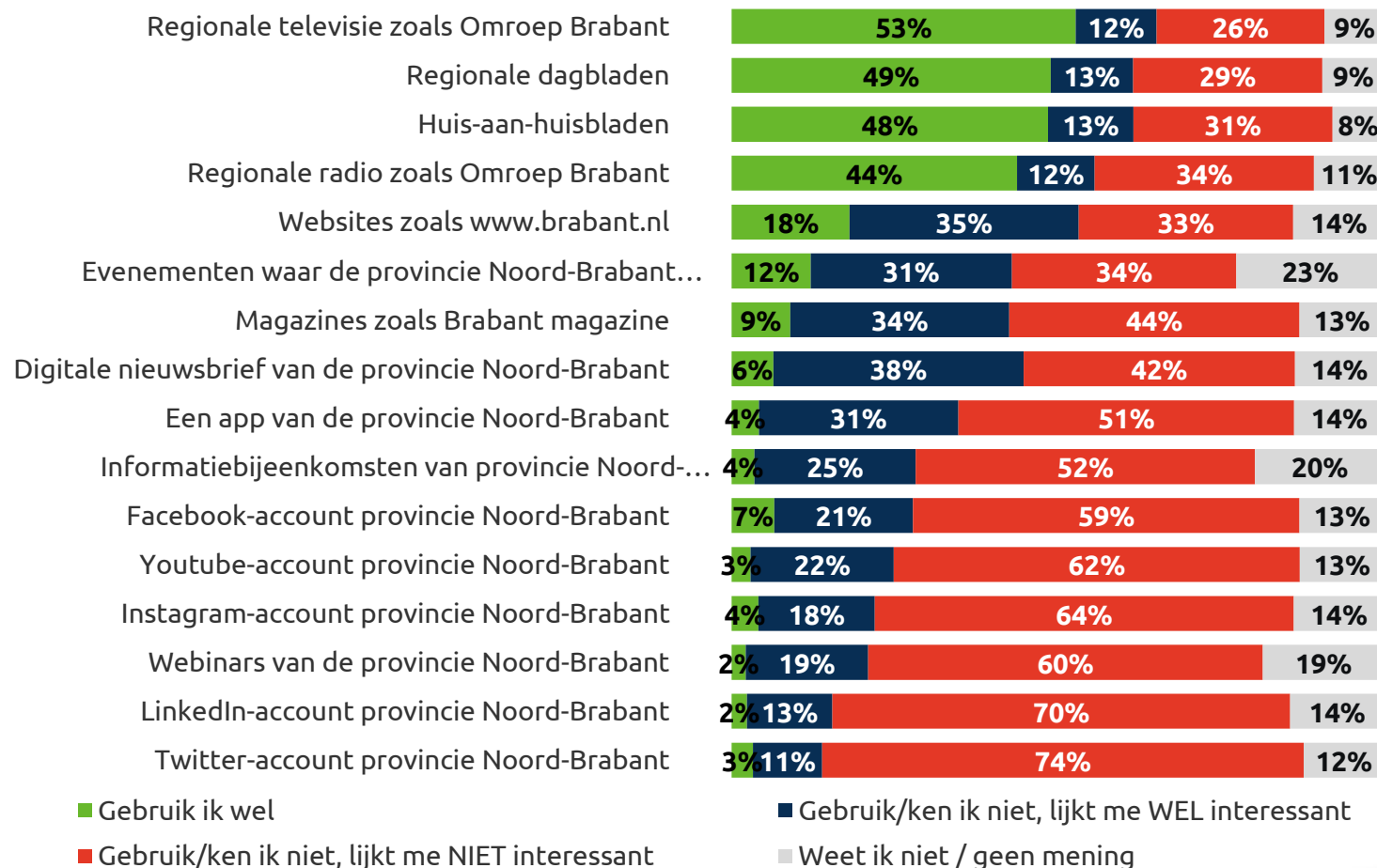


De helft van de Brabanders maakt gebruik van regionale televisie en dagbladen

Brabanders gebruiken vaak regionale media, zoals regionale televisie (53%), regionale dagbladen (49%) en regionale radio (44%). Ook huis-aan-huisbladen neemt men veel ter hand (44%). Beduidend minder Brabanders maken gebruik van de provinciale website (18%), maar ruim een derde van hen vindt het wél een interessant kanaal (35%).

De digitale nieuwsbrief, Brabant magazine, evenementen en de app van de provincie worden nog veel minder frequent gebruikt, maar ook hiervoor geldt dat circa een derde van de Brabanders het wel interessant lijkt hier gebruik van te maken. Ongeveer de helft maakt geen gebruik van, en is niet geïnteresseerd in informatiebijeenkomsten en de diverse social media-accounts van de provincie.

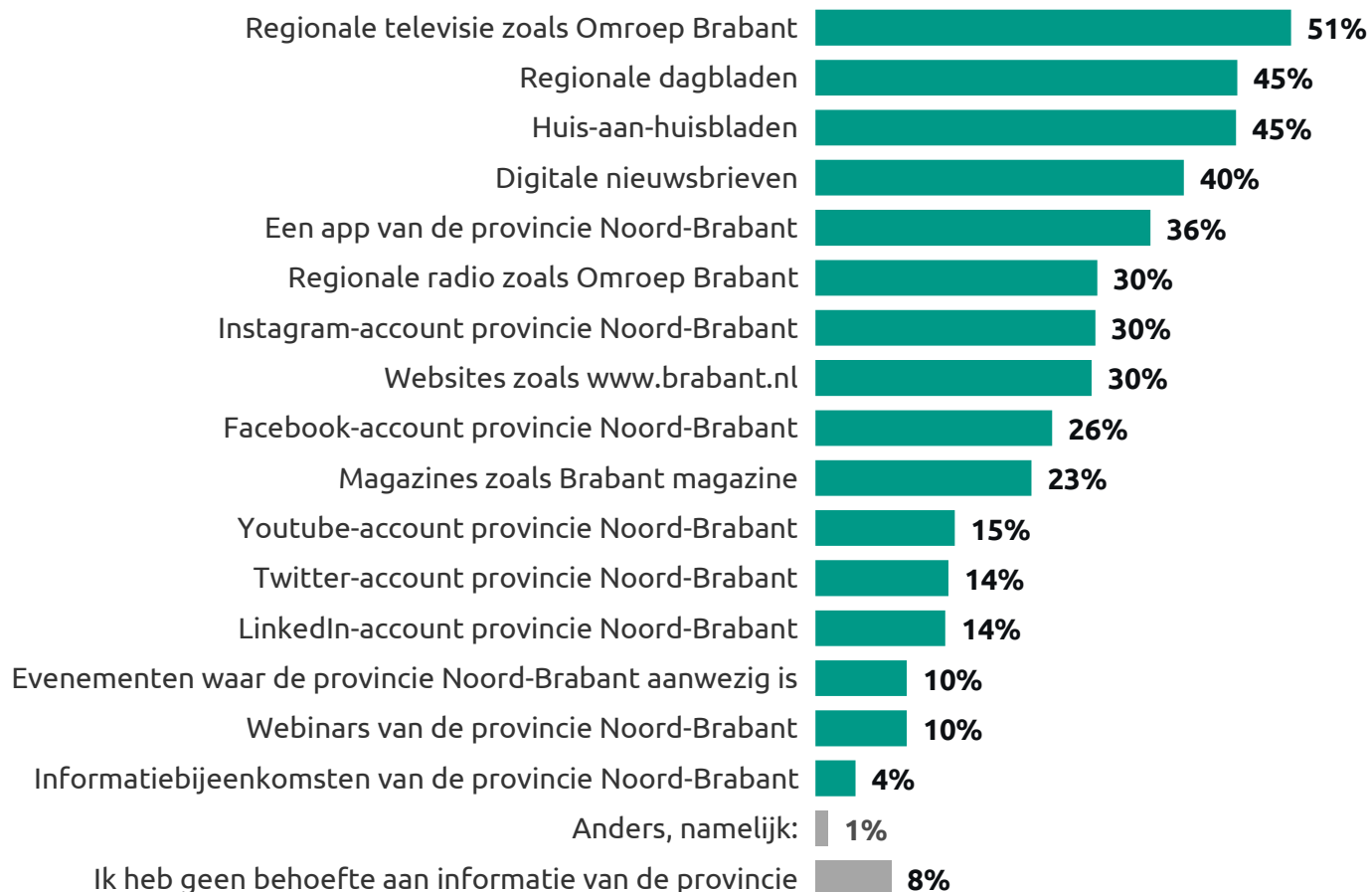
Wil je aangeven welke je daarvan gebruikt of misschien interessant zou vinden om te gebruiken? (Basis-Provincie Noord-Brabant, n=1.080)



Men ontvangt het liefst informatie van de provincie via regionale televisie

Brabanders die interesse hebben in, of reeds gebruik maken van de hiernaast genoemde middelen, willen het liefst informatie van de provincie ontvangen via regionale televisie, dag- en huis-aan-huisbladen. Via informatiebijeenkomsten, webinars en evenementen wordt men het minst graag geïnformeerd. 8% geeft aan geen behoefte te hebben aan informatie van de provincie

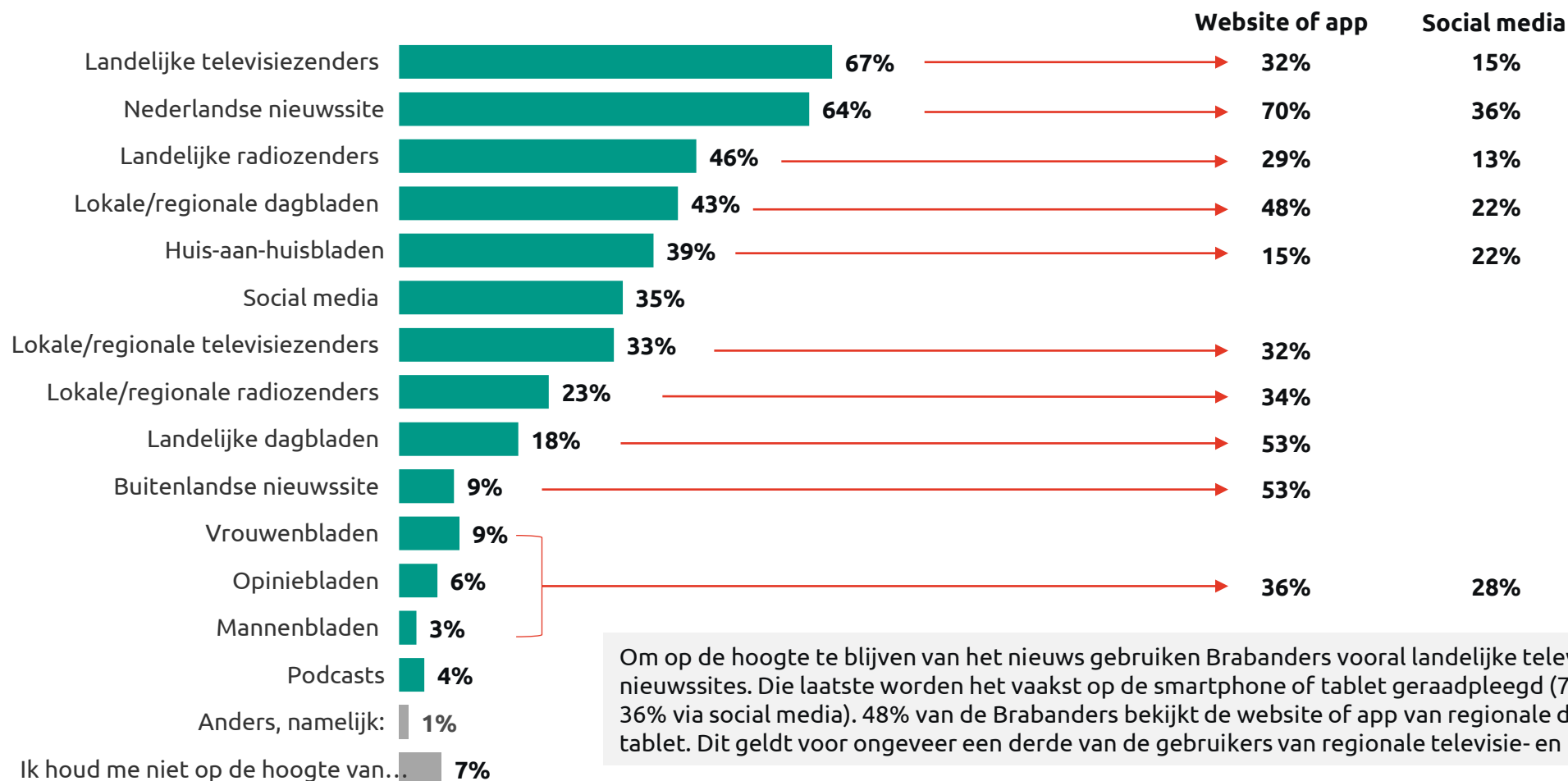
Via welke kanalen wil je het liefst informatie van de provincie Noord-Brabant ontvangen?
(Basis - Noord-Brabant en gebruikt of vindt dit middel interessant, n=980)



Landelijke televisie en nieuwssites zijn belangrijkste bron van nieuws en actualiteiten

Hoe blijf jij in het algemeen op de hoogte van nieuws en actualiteiten?
(Basis – Noord-Brabant, n=1.080)

Welke van deze kanalen gebruik je op je smartphone of tablet?
(Basis – Noord-Brabant, n=1.021)*

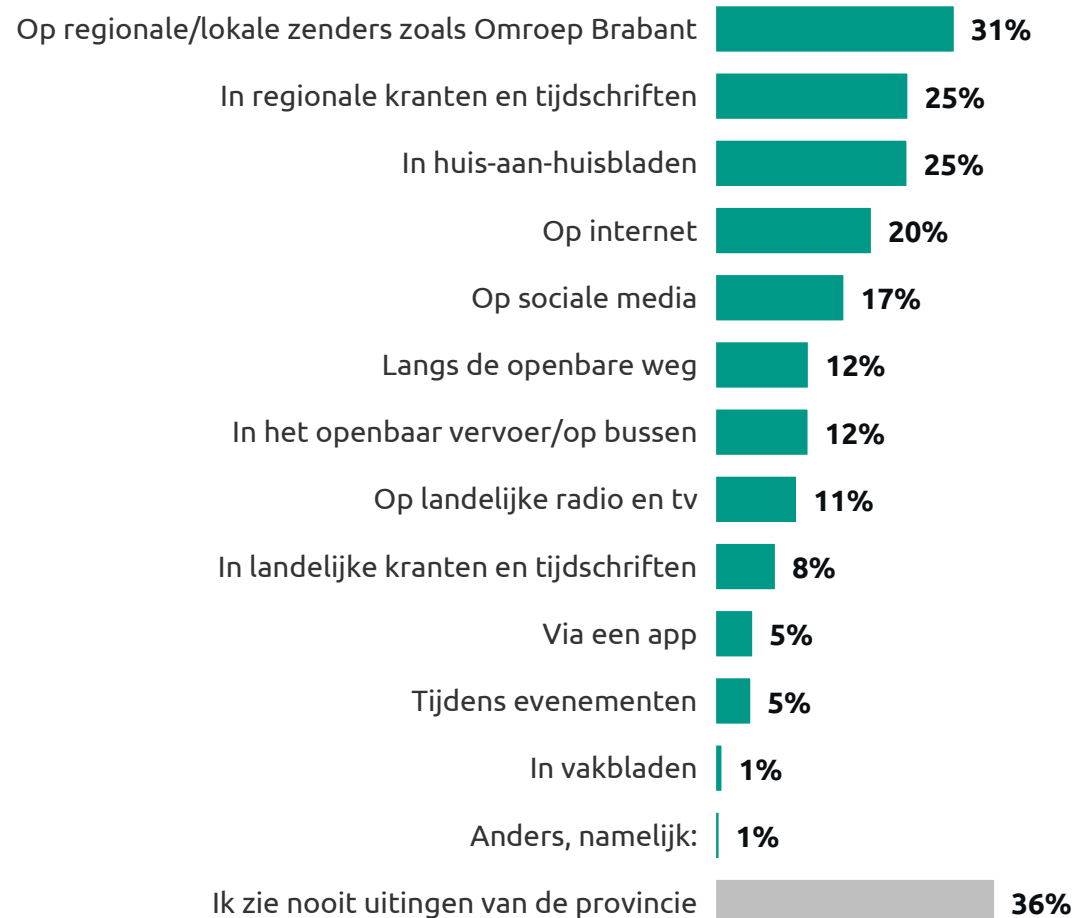


Om op de hoogte te blijven van het nieuws gebruiken Brabanders vooral landelijke televisiezender en Nederlandse nieuwssites. Die laatste worden het vaakst op de smartphone of tablet geraadpleegd (70% via de website of app & 36% via social media). 48% van de Brabanders bekijkt de website of app van regionale dagbladen op de telefoon of tablet. Dit geldt voor ongeveer een derde van de gebruikers van regionale televisie- en radiozenders.

*Antwoorden tellen niet altijd op tot 100% omdat men hier meerdere antwoorden kon geven. Daarbij kon men ook kiezen voor de antwoordcategorie; geen van bovenstaande.

Uitingen van de provincie worden het meest gezien via regionale en lokale zenders

Waar zie jij weleens communicatie-uitingen van de provincie Noord-Brabant?
(Basis - Noord-Brabant, n=1.080)



Burgerschapstijlen & gebiedsanalyse

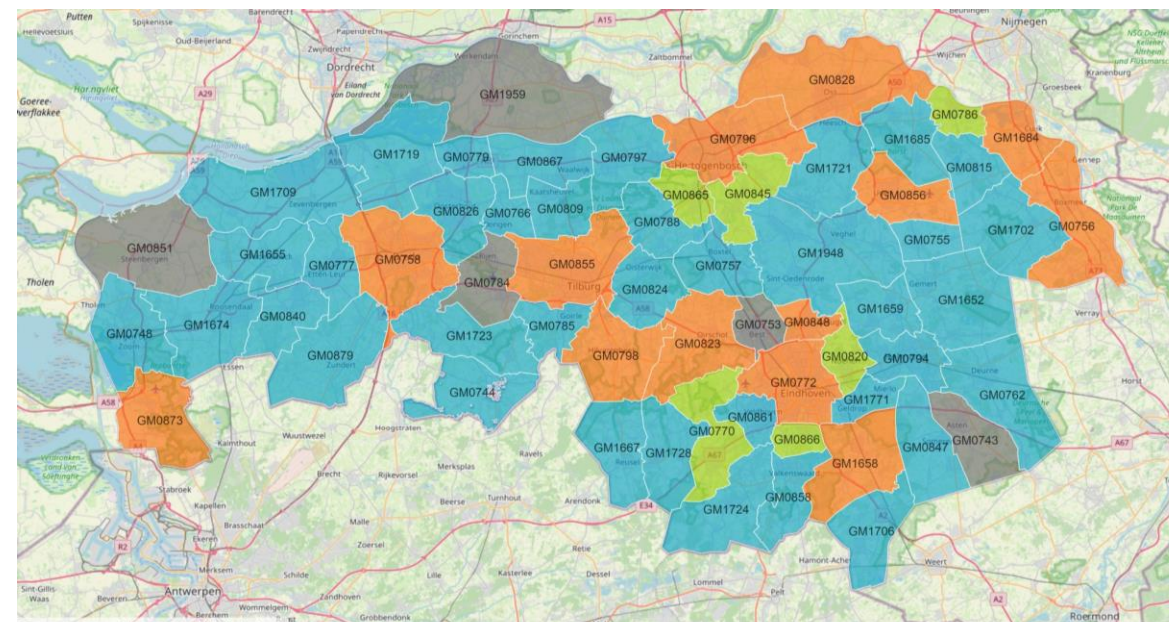


Burgerschapstijlen in de provincie

Burgerschapstijlen | In dit deel van het rapport geven we inzicht in de vier typen burgers die wij onderscheiden in de Nederlandse bevolking en hun verdeling binnen de provincie. Het gaat om ‘plichtsgetrouwen’, ‘structuurzoekers’, ‘pragmatici’ en ‘verantwoordelijken’. De vier typen kenmerken zich door een specifieke burgerschapstijl - een eigen kijk op het leven, de samenleving, de overheid en de politiek - en een specifieke communicatiestijl. De profielen in dit rapport zijn gebaseerd op de (twee)jaarlijkse, landelijk representatieve Mentality-metingen van Motivaction. Door in beleid, burgerparticipatie en communicatie rekening te houden met de vier burgerschapstijlen kan de provincie beter aansluiten bij de verschillende belevingswerelden van inwoners. In de [bijlage](#) meer informatie over de Burgerschapstijlen en hoe deze tot stand zijn gekomen.

Gebiedsanalyse | Motivaction heeft tevens in kaart gebracht in welke mate de verschillende typen voorkomen in de provincie en Brabantse gemeenten. Deze cijfers worden apart in tabellen aangeleverd aan de provincie. Op de volgende pagina’s gaan we in op de vier burgerschapstijlen en hun verdeling binnen Nederland en de provincie. Daarnaast tonen we per burgerschapstijl:

- Zorgen over thema’s in de samenleving
- Belang van provinciale taken
- Beoordeling informatievoorziening vanuit de provincie
- Mate van vertrouwen in de provincie
- Gebruik en interesse in (provinciale) media



Oververtegenwoordigd milieu

- Structuurzoekers
- Pragmatici
- Verantwoordelijken
- Plichtsgetrouwen

Het kaartje toont de oververtegenwoordiging van de Burgerschapstijlen per Brabantse gemeente. Dit is niet per definitie de meest grote groep maar komt wel vaker voor dan dat je zou verwachten op basis van de verdeling in Nederland.

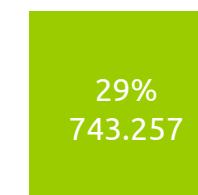
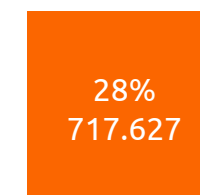
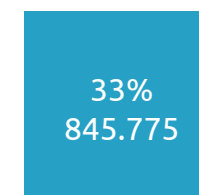
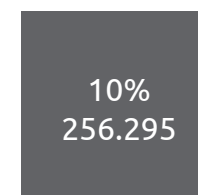
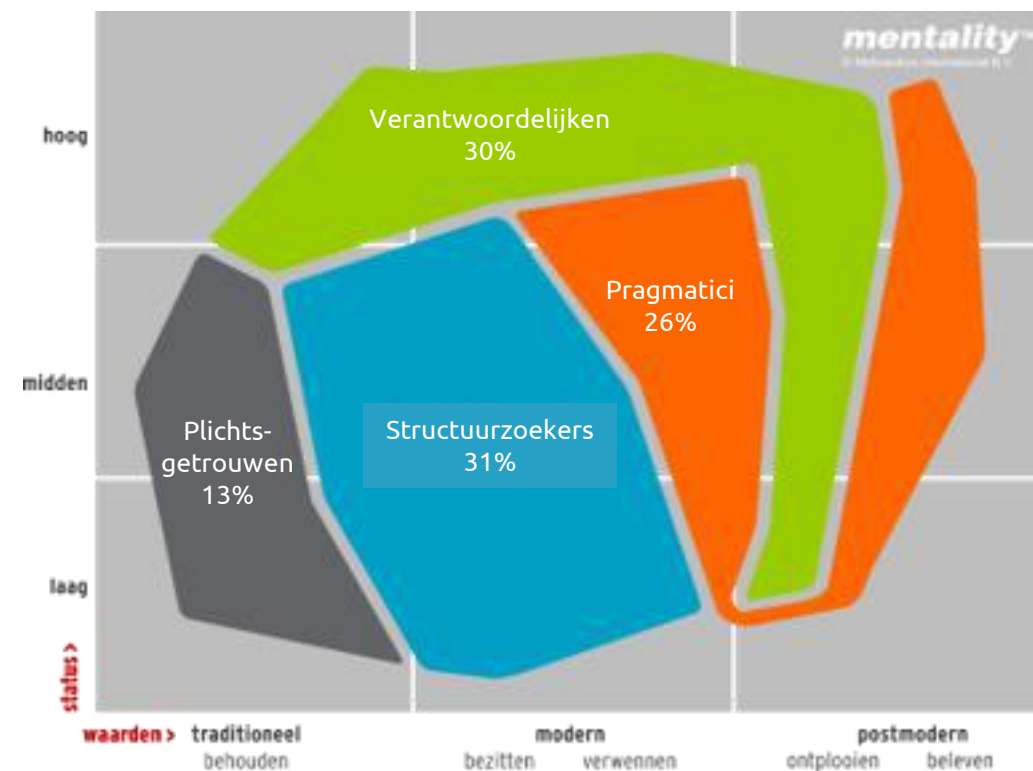
Burgerschapstijlen in Nederland & Noord-Brabant

Plichtsgetrouwen | Sterk normatief ingestelde burgers, die loyaal zijn aan de (lokale) gemeenschap, moeite hebben met modernisering en complexiteit en hechten aan een strenge en beschermende overheid.

Structuurzoekers | Sterk op hun eigen leven en gezin gerichte burgers, die erkenning zoeken voor hun gevoelens en belangen, en een overheid verlangen die duidelijkheid creëert door grenzen te stellen en die handhaaft.

Pragmatici | Individualistische netwerkers die de wereld, en dus ook de overheid en politiek, zien in termen van kansen om ervaringen op te doen en hun persoonlijke doelen te realiseren.

Verantwoordelijken | Zelfredzame en maatschappelijk betrokken burgers, met een coöperatief-kritische houding tegenover de overheid en die de politiek als instrument zien om de publieke zaak te dienen en hun persoonlijke idealen te realiseren.





Plichtsgetrouwen

Profielschets | Sterk normatief ingestelde burgers, die loyaal zijn aan de (lokale) gemeenschap, moeite hebben met modernisering en complexiteit en hechten aan een strenge en beschermende overheid.

Demografie |

- Meer vrouwen dan mannen
- Vaker 45-plussers
- Vaker middelbaar opgeleid
- Vaker gehuwd met kinderen
- Vaker gepensioneerd

Belangrijke waarden |

- **Zekerheid:** hebben moeite met verandering en willen leven volgens vaste patronen.
- **Traditie:** koesteren van traditionele normen en waarden.
- **Solidariteit:** voelen zich betrokken bij en willen zich inzetten voor kwetsbare groepen en het milieu.

Doelen in het leven | Zich veilig voelen, een goed familie- en gezinsleven, goede gezondheid, nuttige dingen doen voor anderen..

Maatschappelijke participatie | Dragen graag hun steentje bij aan de kwaliteit en leefbaarheid van buurt. Zo zijn zij vaker actief als vrijwilliger bijvoorbeeld als mantelzorger, bij de kerk of bij buurtactiviteiten.

Communicatie | Deze groep is minder online en maakt relatief meer gebruik van traditionele media en de regionale media kanalen.

Kansrijke boodschap | Stel belangen lokale gemeenschapsleven en familie centraal. Benadruk risico's en hoe die kunnen worden weggenomen, geef garanties en zekerheden. Geef het vertrouwen dat ze nergens aan vastzitten, dat ze een beslissing altijd ongedaan kunnen maken.

Kansrijke tone of voice | Persoonlijk betrokken, empathisch, respectvol, beleefd, plichtsbewust, normatief, concreet, duidelijk, praktisch, geef voorbeelden, adviserend, directief.

Plichtsgetrouwen in Noord-Brabant

Plichtsgetrouwen vormen 10% van de provinciale bevolking. Zij zijn oververtegenwoordigd in gemeenten Best, Gilze en Rijen, Steenbergen en Altena.

Zorgen over thema's in de samenleving | Maken zich relatief vaker zorgen over de criminaliteit & veiligheid, de economie & werkgelegenheid en de individualisering & verharding van de samenleving.

Belang van provinciale taken | Plichtsgetrouwen vinden het vaker belangrijk dat de provincie zich bezighoudt met de voorgelegde onderwerpen. Zo vinden zij onderwerpen als leefbaarheid, voldoende water en drugscriminaliteit vaker belangrijk.

Beoordeling informatievoorziening | Beoordelen de informatievoorziening over de diverse onderwerpen vanuit de provincie vaker gemiddeld. Het minst tevreden zijn zij over de informatievoorziening over de onderwerpen arbeidsmigratie, drugscriminaliteit en leegstand van winkels en kantoren.

Vertrouwen | Hun vertrouwen in de provincie is gemiddeld.

Gebruik en interesse media | Gebruiken relatief vaker regionale tv en radio en het YouTube account van de provincie. Hun interesse in de diverse kanalen is gemiddeld.

Plichtsgetrouwen willen het liefst door de provincie geïnformeerd worden via huis-aan-huisbladen, regionale televisie en regionale dagbladen. Zij ontvangen relatief minder graag informatie via de app en digitale nieuwsbrieven.

Plichtsgetrouwen | Prioritering van thema's



ACTIE

Deze thema's worden belangrijk gevonden maar men beoordeelt de informatievoorziening hierover relatief minder hoog.

- Schone lucht
- Woningaanbod
- Toezicht en handhaving in het buitengebied
- Burgerparticipatie
- Financiën van gemeenten en waterschappen
- Bescherming tegen geluid-, geur- en lichthinder



BEWAKEN

Deze thema's worden relatief belangrijk gevonden, daarbij beoordeelt men de informatievoorziening hierover relatief hoog.

- Natuur
- Werkgelegenheid
- Schone wateren
- Verkeersveiligheid
- Bescherming tegen water
- Provinciale wegen
- Openbaar vervoer
- Logistiek
- Schone bodem
- Vruchtbare bodem
- Land- en tuinbouw
- Duurzame energievoorzieningen



BEWAREN

De informatievoorziening over deze thema's wordt relatief hoog beoordeeld maar deze thema's worden relatief minder belangrijk gevonden.

- Erfgoed
- Innovatie
- Groene mobiliteit
- Talent aantrekken en behouden
- Digitalisering
- Kunt en Cultuur
- Ondernemerschap
- Klimaatadaptatie
- Stikstofaanpak



MANAGEN

De informatievoorziening over deze thema's wordt relatief minder hoog beoordeeld maar deze thema's worden relatief minder belangrijk gevonden.

- Arbeidsmigratie
- Veehouderij



Structuurzoekers

Profielschets | Sterk op hun eigen leven en gezin gerichte consumenten, die erkenning zoeken voor hun gevoelens en belangen, en een overheid verlangen die duidelijkheid creëert door grenzen te stellen en die te handhaven (31% van Nederland).

Demografie |

- Meer vrouwen dan mannen
- Grootste groep is tussen de 45-54 jaar
- Vaker lager en middelbaar opgeleid
- Vaker gescheiden met kinderen

Belangrijke waarden |

- **Consumptiedrive:** geluk zoeken in impulsief consumeren
- **Materialisme:** gericht op meer geld en geld uitgeven
- **Vervreemding:** zich miskend voelen en maatschappelijke uitzichtloosheid ervaren

Doelen in het leven | Hoog inkomen, materialistisch bezit, er mooi uitzien.

Maatschappelijke en politieke participatie | Dragen minder graag hun steentje bij aan de kwaliteit en leefbaarheid van buurt. Zij zijn vaak niet actief als vrijwilliger en daartoe ook niet bereid. Vinden minder vaak dat burgers meer eigen verantwoordelijkheid moeten nemen en minder een beroep moeten doen op de overheid. Zij vinden het minder vaak nodig om betrokken te zijn bij de ontwikkeling van plannen van die invloed hebben op hun leefomgeving en het milieu.

Communicatie | Deze groep blijft vaker op de hoogte van nieuws en actualiteiten via social media, televisie en regionale dagbladen. Zij lezen minder vaak de landelijke dagbladen.

Kansrijke boodschap | Stel belangen lokale gemeenschapsleven en familie centraal. Benadruk risico's en hoe die kunnen worden weggenomen, geef garanties en zekerheden. Geef het vertrouwen dat ze nergens aan vastzitten, dat ze een beslissing altijd ongedaan kunnen maken.

Kansrijke tone of voice | Persoonlijk betrokken, empathisch, respectvol, beleefd, plichtsbewust, normatief, concreet, duidelijk, praktisch, geef voorbeelden, adviserend, directief.

Structuurzoekers in Noord-Brabant

Structuurzoekers vormen 33% van de provinciale bevolking. Zij zijn in veel gemeenten de grootste groep en tevens oververtegenwoordigd in o.a. Rucphen, Boekel, Mill en Sint Hubert, Someren, Bladel, Roosendaal & Moerdijk.

Zorgen over thema's in de samenleving | Structuurzoekers maken zich relatief minder vaak zorgen dan de rest. Er zijn echter een aantal zaken waar zij zich juist vaker zorgen over maken zoals; corona & de coronarellen en de toekomst van de jeugd. Zaken waarover zij zich relatief *minder* zorgen over maken zijn individualisering & verharding van de samenleving, klimaatverandering en milieuvervuiling.

Belang van provinciale taken | Structuurzoekers vinden het relatief minder belangrijk dat de provincie zich met de voorgelegde taken bezighoudt. De onderwerpen die zij het meest van belang vinden (maar relatief minder dan de rest, zijn o.a. drugscriminaliteit & leefbaarheid en voldoende water.

Beoordeling informatievoorziening | Beoordelen de informatievoorziening vanuit de provincie over o.a. De leegstand van winkels en kantoren, sport en toerisme en recreatie relatief minder hoog.

Vertrouwen | Hun vertrouwen in de provincie is gemiddeld. Zij vinden de provincie minder vaak afstandelijk, bureaucratisch, onzichtbaar.

Gebruik en interesse media | Maken relatief minder gebruik van de diverse media en hebben hier ook minder interesse in. Structuurzoekers willen het liefst door de provincie geïnformeerd worden de regionale televisie, huis-aan-huisbladen en regionale dagbladen. Zij geven daarbij relatief vaker de voorkeur aan de regionale radio en het Facebookaccount van de provincie.

Structuurzoekers | Prioritering van thema's



ACTIE

Deze thema's worden belangrijk gevonden maar men beoordeelt de informatievoorziening hierover relatief minder hoog.

- Leefbaarheid
- Werkgelegenheid
- Land- en tuinbouw



BEWAKEN

Deze thema's worden relatief belangrijk gevonden, daarbij beoordeelt men de informatievoorziening hierover relatief hoog.

- Drugscriminaliteit
- Voldoende water
- Verkeersveiligheid
- Natuur
- Woningaanbod
- Schone bodem
- Toezicht en handhaving buitengebied
- Schone wateren
- Provinciale wegen
- Leegstand winkels en kantoren



BEWAREN

De informatievoorziening over deze thema's wordt relatief hoog beoordeeld maar deze thema's worden relatief minder belangrijk gevonden.

- Logistiek
- Vruchtbare bodem
- Bescherming tegen geluid-, geur- en lichthinder
- Openbaar vervoer
- Stikstofaanpak



MANAGEN

De informatievoorziening over deze thema's wordt relatief minder hoog beoordeeld maar deze thema's worden relatief minder belangrijk gevonden.

- Ondernemerschap
- Duurzame energievoorziening
- Veehouderij
- Energiebesparing
- Groene mobiliteit
- Arbeidsmigratie
- Digitalisering
- Sport
- Erfgoed
- Innovatie
- Toerisme & recreatie
- Burgerparticipatie
- Financiën van gemeente en waterschappen



Pragmatici

Profielschets | Individualistische netwerkers die de wereld, en dus ook de overheid en politiek, zien in termen van kansen om ervaringen op te doen en hun persoonlijke doelen te realiseren.

Demografie |

- Meer mannen dan vrouwen
- Vaker tussen de 18-34 jaar, minder vaak 45-plus
- Vaker hoger opgeleid
- Vaker student & in loondienst
- Vaker samenwonend, alleenstaand zonder kinderen

Belangrijke waarden |

Consumptiedrive: zoeken geluk in impulsief consumeren

Ervaring: voortdurend zoeken naar nieuwe ervaringen

Materialisme: zijn gericht op meer geld en geld uitgeven

Sociale mobiliteit: zijn gericht op verwerven van een betere maatschappelijke positie

Maatschappelijk optimisme: hebben vertrouwen in de samenleving

Doelen in het leven | Een actief en spannen leven, materialistisch bezit, macht en invloed, er mooi uitzien, een goed inkomen, vrij en onafhankelijk zijn, erkenning krijgen van anderen, genieten van het leven.

Maatschappelijke participatie | Dragen minder graag hun steentje bij aan de kwaliteit en leefbaarheid van buurt en zijn minder vaak actief als vrijwilliger. Zetten zich wel relatief vaker in voor de lokale sportvereniging.

Communicatie | Deze groep is veel online te vinden en blijft vaker op de hoogte van het nieuws via nieuwssites dan via traditionele dagbladen.

Kansrijke boodschap | Benadruk de kans om zich persoonlijk te verbeteren. Confronteer hen met de noodzaak en het onvermijdelijke.

Kansrijke tone of voice | Open en direct, informeel, luchtig, met humor, feitelijk, functioneel, ter zake, informatief, eventueel adviserend, creatief, brutaal, prikkelend, onconventioneel, exclusief.

Pragmatici in Noord-Brabant

Pragmatici vormen 28% van de provinciale bevolking. Zij zijn de grootste groep in Breda en oververtegenwoordigd in o.a. Woensdrecht, Nuenen, Gerwen en Nederwetten, 's-Hertogenbosch & Eindhoven.

Zorgen over thema's in de samenleving | Pragmatici maken zich gemiddeld zorgen over de onderwerpen die spelen in de samenleving. Over geen enkel onderwerp maken zij zich relatief meer zorgen. Onderwerpen waarover zij zich relatief minder zorgen maken zijn corona, de individualisering & verharding van de samenleving en het verdwijnen van normen en waarden.

Belang van provinciale taken | Pragmatici vinden het over het algemeen minder belangrijk dat de provincie zich met de voorgelegde taken bezighoudt. Er zijn echter wel een aantal onderwerpen die zij juist vaker belangrijk vinden zoals o.a. innovatie, de financiën van gemeenten en waterschappen en het aantrekken en behouden van talent.

Beoordeling informatievoorziening | Beoordelen de informatievoorziening vanuit de provincie vaker hoger. Het minst tevreden zijn zij over de informatievoorziening met betrekking tot het woningaanbod, arbeidsmigratie en de leegstand van winkels en kantoren.

Vertrouwen | Hebben relatief meer vertrouwen in de provincie. Zij vinden de provincie o.a. vaker vernieuwend, creatief, slagvaardig, doortastend.

Gebruik en interesse media | Gebruiken relatief vaker de digitale nieuwsbrief en minder vaak huis-aan-huisbladen. Zij hebben relatief meer interesse in de regionale radio en het LinkedIn kanaal van de provincie. Pragmatici willen het liefst door de provincie geïnformeerd worden via regionale dagbladen & televisie en de app.

Pragmatici | Prioritering van thema's



ACTIE

Deze thema's worden belangrijk gevonden maar men beoordeelt de informatievoorziening hierover relatief minder hoog.

- Woningaanbod



BEWAKEN

Deze thema's worden relatief belangrijk gevonden, daarbij beoordeelt men de informatievoorziening hierover relatief hoog.

- Drugscriminaliteit
- Schone bodem
- Schone wateren
- Schone lucht
- Financiën van gemeenten en waterschappen
- Toezicht en handhaving buitengebied
- Innovatie
- Vruchtbare bodem
- Bescherming tegen geluid-, geur- en lichthinder
- Energiebesparing
- Provinciale wegen
- Bescherming tegen wateroverlast
- Verkeersveiligheid
- Leefbaarheid
- Natuur
- Werkgelegenheid
- Voldoende water



BEWAREN

De informatievoorziening over deze thema's wordt relatief hoog beoordeeld maar deze thema's worden relatief minder belangrijk gevonden.

- Burgerparticipatie
- Klimaatadaptatie
- Veehouderij
- Erfgoed
- Stikstofaanpak
- Digitalisering
- Land en tuinbouw
- Kunst en cultuur
- Groene mobiliteit
- Openbaar vervoer
- Duurzame energievoorziening
- Ondernemerschap
- Logistiek



MANAGEN

De informatievoorziening over deze thema's wordt relatief minder hoog beoordeeld maar deze thema's worden relatief minder belangrijk gevonden.

- Leegstand van winkels en kantoren
- Talent aantrekken en behouden
- Arbeidsmigratie



Verantwoordelijken

Profielschets | Zelfredzame en maatschappelijk betrokken burgers, met een coöperatief-kritische houding tegenover de overheid en die de politiek als instrument zien om de publieke zaak te dienen en hun persoonlijke idealen te realiseren (30% van Nederland).

Demografie |

- Evenveel vrouwen als mannen
- Vaker tussen de 55-65 jaar, minder vaak tussen de 25-34 jaar
- Vaker hoger opgeleid
- Vaker zelfstandig ondernemers en gepensioneerd

Belangrijke waarden |

Zelfontplooiing: willen zichzelf steeds verder ontwikkelen

Solidariteit: voelen zich betrokken bij en willen inzetten voor kwetsbare groepen en het milieu

Maatschappelijke reflectie: willen zich verdiepen in cultuur, geschiedenis, politiek en samenleving

Ervaring: zoeken voortdurend naar nieuwe ervaringen

Maatschappelijk optimisme: hebben vertrouwen in de samenleving

Doelen in het leven | Nieuwe ervaringen opdoen, persoonlijke ontwikkeling, meer nuttige dingen doen voor anderen, betere contacten met anderen.

Maatschappelijke en politiek participatie | Dragen graag hun steentje bij aan de kwaliteit en leefbaarheid van buurt. Zo zijn zij vaker actief als vrijwilliger bij bijvoorbeeld culturele projecten, onderhouden van contacten met eenzame mensen en schoonhouden van openbare ruimtes. Zij zijn graag betrokken bij beleidsontwikkeling die betrekking heeft op hun leefomgeving en het milieu.

Communicatie | Deze groep blijft graag op de hoogte van het nieuws en actualiteiten via de kwaliteitskranten, NPO en buitenlandse nieuwskanalen.

Kansrijke boodschap | Ga in op de bredere context en achtergronden. Bied nieuwe perspectieven. Spreek aan op maatschappelijke verantwoordelijkheid, lokaal en internationaal. Focus op samen de wereld verbeteren.

Kansrijke tone of voice | Maatschappelijk betrokken, inhoudelijk, beargumenteerd, onderbouwd, sober, ingetogen, kritisch, open, democratisch, zelfbewust.

Verantwoordelijken in Noord-Brabant

Verantwoordelijken vormen 29% van de provinciale bevolking. Zij zijn de grootste groep en tevens oververtegenwoordigd in o.a. Vught, Nuenen, Eindhoven, Sint-Michielsgestel, 's-Hertogenbosch & Tilburg

Zorgen over thema's in de samenleving | Maken zich relatief meer zorgen over thema's die spelen in de samenleving. Zo maken zij zich relatief vaker zorgen over individualisering & verharding van de samenleving en klimaatverandering en milieuvervuiling. Zij maken zich daarentegen minder vaak zorgen over criminaliteit & de Coronarellen.

Belang van provinciale taken | Verantwoordelijken vinden het over het algemeen vaker belangrijk dat de provincie zich met de voorgelegde taken bezighoudt. Zo vinden zij onderwerpen als natuur, leefbaarheid en schone wateren, lucht en bodem, vaker belangrijk.

Boordeling informatievoorziening | Over het algemeen zijn verantwoordelijken minder tevreden over de informatievoorziening vanuit de provincie over de diverse onderwerpen minder hoog. Zij beoordelen de informatievoorziening over o.a. het woningaanbod, bescherming tegen geluid-, geur- en lichthinder, leegstand van winkels en kantoren het laagst en ook relatief lager dan de rest.

Vertrouwen | Hebben relatief minder vertrouwen in de provincie. Zij vinden de provincie daarbij vaker bureaucratisch, log, afstandelijk, onzichtbaar en gesloten.

Gebruik en interesse media | Maken relatief vaker gebruik van huis-aan-huisbladen, regionale dagbladen, digitale nieuwsbrief, www.brabant.nl, brabant magazine, evenementen en webinars. Daarbij tonen zij relatief vaker interesse in het gebruik van Twitter, Instagram, de digitale nieuwsbrief, de app, www.brabant.nl, brabant magazine, bijeenkomsten en evenementen waarbij de provincie aanwezig is.

Verantwoordelijken willen het liefst door de provincie geïnformeerd worden de regionale televisie, dagbladen en huis-aan-huisbladen. Zij geven daarbij relatief vaker de voorkeur aan magazines, evenementen en informatiebijeenkomsten waarbij de provincie aanwezig is.

Verantwoordelijken | Prioritering van thema's



ACTIE

Deze thema's worden belangrijk gevonden maar men beoordeelt de informatievoorziening hierover relatief minder hoog.

- Drugscriminaliteit
- Schone lucht
- Schone bodem
- Duurzame energievoorziening
- Toezicht en handhaving buitengebied
- Klimaatadaptatie
- Bescherming tegen geluid-, geur- en lichthinder
- Vruchtbare bodem
- Stikstofaanpak
- Leegstand winkels en kantoren
- Land en tuinbouw
- Innovatie
- Groene mobiliteit
- Openbaar vervoer
- Energiebesparing
- Leefbaarheid
- Natuur
- Schone wateren
- Bescherming tegen water



BEWAKEN

Deze thema's worden relatief belangrijk gevonden, daarbij beoordeelt men de informatievoorziening hierover relatief hoog.

- Voldoende water
- Verkeersveiligheid
- Werkgelegenheid
- Provinciale wegen



BEWAREN

De informatievoorziening over deze thema's wordt relatief hoog beoordeeld maar deze thema's worden relatief minder belangrijk gevonden.

- Ondernemerschap
- Toerisme en recreatie
- Sport



MANAGEN

De informatievoorziening over deze thema's wordt relatief minder hoog beoordeeld maar deze thema's worden relatief minder belangrijk gevonden.

- Kunst en cultuur
- Erfgoed
- Digitalisering
- Talent aantrekken en behouden
- Financiën gemeenten en waterschappen
- Veehouderij
- Arbeidsmigratie
- Burgerparticipatie
- Logistiek

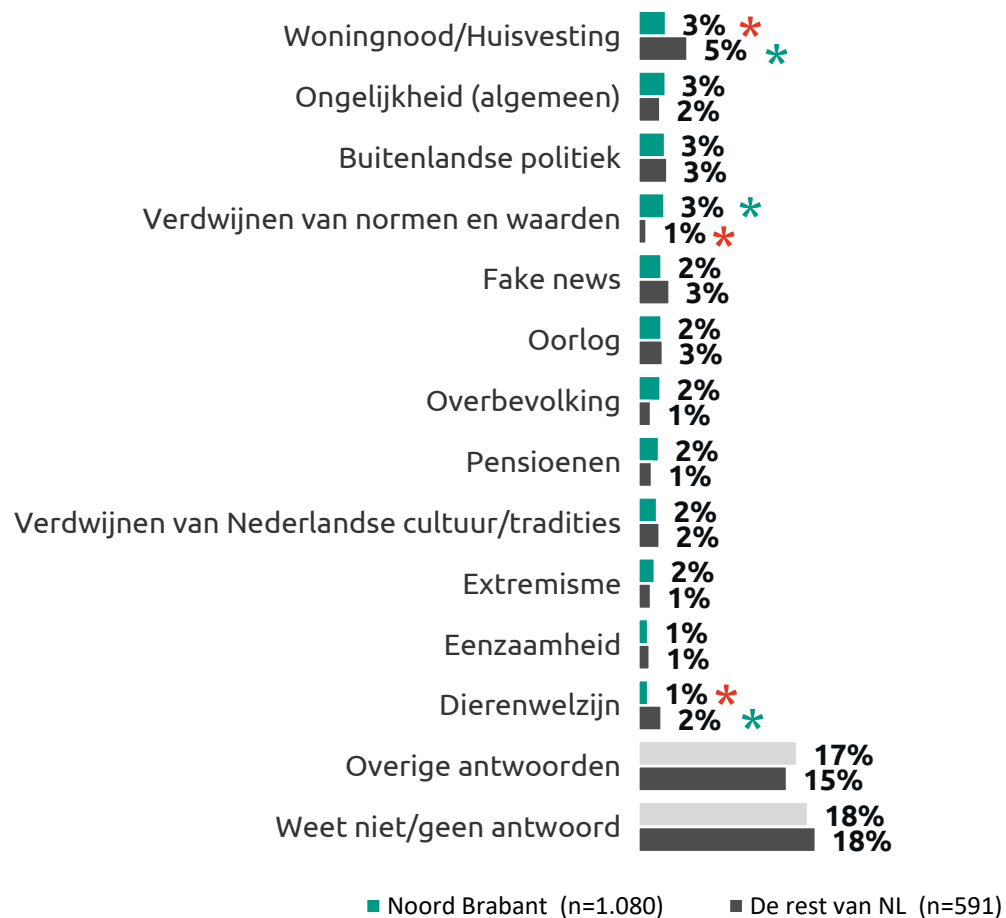
Gemeente	Inwonertal	Structuurzoekers	Pragmatici	Verantwoordelijken	Plichtsgetrouwen	Gemeente	Inwonertal	Structuurzoekers	Pragmatici	Verantwoordelijken	Plichtsgetrouwen
Vught	26.558	23%	28%	41%	7%	Bernheze	31.240	35%	28%	27%	11%
Nuenen, Gerwen en Nederwetten	23.383	22%	31%	37%	9%	Waalwijk	48.637	35%	28%	27%	10%
Waalre	17.456	28%	29%	35%	8%	Helmond	92.423	35%	26%	27%	12%
Grave	12.436	31%	21%	35%	14%	Oisterwijk	26.245	34%	25%	27%	14%
Eindhoven	234.394	27%	31%	34%	9%	Best	29.988	32%	25%	27%	16%
Sint-Michiëlsgestel	29.208	29%	27%	34%	10%	Oosterhout	55.982	33%	28%	27%	12%
Breda	184.069	26%	35%	33%	7%	Gemert-Bakel	30.723	36%	25%	27%	12%
's-Hertogenbosch	155.111	29%	31%	33%	7%	Cranendonck	21.138	37%	24%	26%	13%
Oirschot	18.714	31%	28%	32%	9%	Boekel	10.785	42%	26%	26%	6%
Tilburg	219.789	29%	30%	31%	9%	Steenbergen	24.416	35%	23%	26%	16%
Boxmeer	29.365	32%	28%	31%	9%	Cuijk	25.130	33%	29%	25%	13%
Son en Breugel	17.322	32%	28%	31%	10%	Baarle-Nassau	6.859	39%	25%	25%	11%
Hilvarenbeek	15.518	30%	30%	31%	9%	Meierijstad	81.194	36%	28%	25%	11%
Veldhoven	45.466	34%	24%	31%	11%	Someren	19.368	42%	26%	25%	7%
Eersel	19.313	31%	27%	31%	11%	Loon Op Zand	23.408	37%	25%	25%	12%
Boxtel	30.801	35%	26%	30%	9%	Bladel	20.390	41%	28%	25%	6%
Goirle	23.904	37%	22%	30%	11%	Bergeijk	18.635	37%	29%	24%	10%
Uden	42.119	30%	29%	30%	12%	Asten	16.721	36%	26%	24%	14%
Oss	91.915	32%	29%	29%	10%	Moerdijk	37.129	41%	25%	23%	11%
Laarbeek	22.523	40%	24%	29%	8%	Drimmelen	27.272	36%	29%	23%	11%
Heusden	44.692	34%	26%	29%	11%	Roosendaal	77.251	41%	25%	23%	12%
Haaren	14.370	36%	26%	28%	9%	Reusel-De Mierden	13.112	39%	26%	23%	12%
Landerd	15.730	39%	24%	28%	9%	Geertruidenberg	21.544	37%	29%	23%	11%
Bergen Op Zoom	67.496	33%	26%	28%	12%	Woensdrecht	21.876	37%	33%	23%	8%
Deurne	32.471	36%	23%	28%	12%	Halderberge	30.284	39%	26%	22%	12%
Heeze-Leende	16.152	32%	30%	28%	10%	Dongen	26.222	39%	26%	22%	12%
Valkenswaard	31.193	34%	27%	28%	11%	Altena	55.967	35%	23%	22%	20%
Etten-Leur	43.878	35%	27%	28%	10%	Gilze en Rijen	26.431	39%	24%	21%	17%
Geldrop-Mierlo	39.726	34%	28%	28%	11%	Mill en Sint Hubert	10.939	42%	23%	20%	15%
Alphen-Chaam	10.203	39%	22%	27%	11%	Zundert	21.829	39%	26%	20%	15%
Sint Anthonis	11.664	40%	24%	27%	9%	Rucphen	22.878	44%	27%	14%	15%
						Totaal	2.562.955	33%	28%	29%	10%



Bijlagen

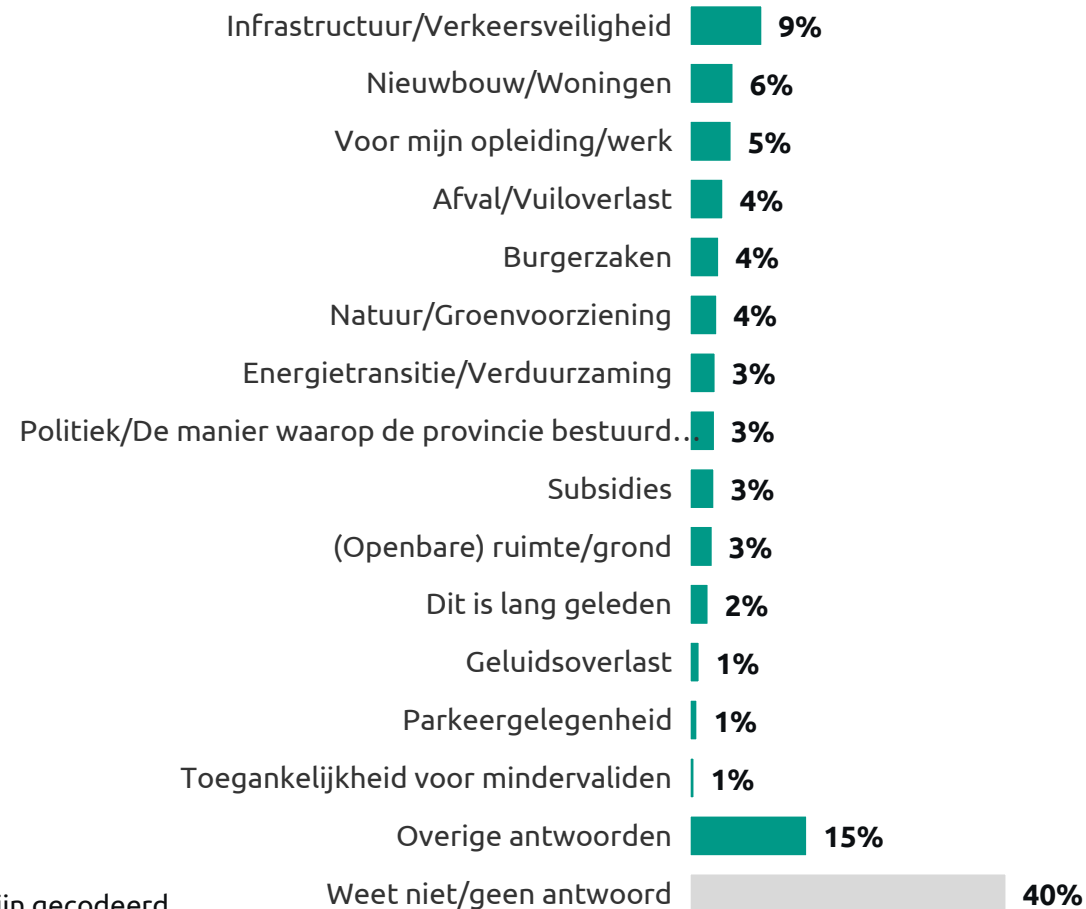


**Over welke thema's of onderwerpen in de samenleving maak jij je het meest zorgen ?
(Basis - allen)**



Onderwerpen waarover Brabanders contact zochten met de provincie

Waarover ging het laatste contact dat je met de provincie Noord-Brabant had?
(Basis - Noord-Brabant en heeft contact gehad met de provincie, n=168)*



* Dit is een open vraag, antwoorden zijn gecodeerd

Bijlage

Onderzoekstechnische informatie - kwantitatief

Veldwerkperiode

Het veldwerk is uitgevoerd in de periode 1 t/m 15 februari 2021.

Methode respondentselectie

Uit het StemPunt-panel van Motivaction.

Incentives

De respondenten hebben als dank voor deelname aan het onderzoek punten voor het StemPunt spaarprogramma ontvangen.

Weging

De onderzoeksdata zijn gewogen (zie ook bijlage gewogen en ongewogen data), daarbij fungeerde het Mentality-ijkbestand als herwegingskader. Dit ijkbestand is wat betreft sociodemografische gegevens gewogen naar de Gouden Standaard van het CBS.

Responsverantwoording online onderzoek

In de veldwerkperiode is aan 7.332 personen een uitnodigingsmail verstuurd. Op de slotdatum van het veldwerk (zie bij Veldwerkperiode) was het gewenste aantal vragenlijsten ingevuld en is de toegang tot de vragenlijst op internet afgesloten.

Bewaartermijn primaire onderzoeksbestanden

Digitaal beschikbare primaire onderzoeksbestanden worden tenminste 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard. Beeld- en geluidsopnames op cd en niet digitaal beschikbare schriftelijke primaire bestanden zoals ingevulde vragenlijsten, worden tot 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard.

Overige onderzoekstechnische informatie

Overige onderzoekstechnische informatie en een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst is op aanvraag beschikbaar voor de opdrachtgever.

Bijlage | Ongewogen en gewogen data

Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	n	%	n	%
Leeftijd				
16 t/m 24	41	6,1	93	13,7
25 t/m 34	74	11,0	105	15,5
35 t/m 44	91	13,5	111	16,4
45 t/m 54	139	20,6	129	19,2
55 t/m 64	156	23,1	111	16,5
65 t/m 80	173	25,7	125	18,6
Opleidingsniveau				
Hoog (wo/hbo)	192	28,5	168	24,9
Middel (havo/vwo/mbo/mavo)	309	45,8	345	51,2
Laag (ibo/basisschool/geen opleiding)	173	25,7	161	24,0
Geslacht				
Mannen	368	54,6	339	50,3
Vrouwen	306	45,4	335	49,7

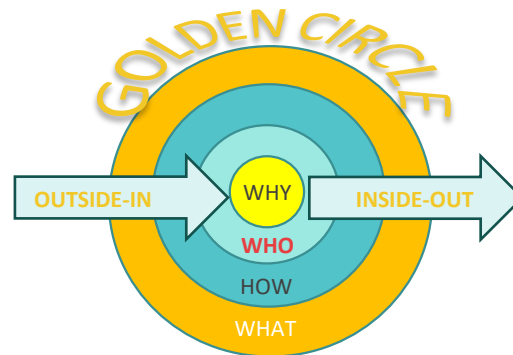
Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	n	%	n	%
Regio				
3 grote gemeenten	82	12,2	82	12,2
West	196	29,1	196	29,1
Noord	73	10,8	73	10,8
Oost	132	19,6	132	19,6
Zuid	161	23,9	161	23,9
Randgemeenten	30	4,5	30	4,5
Mentality				
Moderne burgerij	157	23,3	148	22,0
Opwaarts mobielen	85	12,6	104	15,4
Postmaterialisten	64	9,5	60	8,9
Nieuwe conservatieven	72	10,7	57	8,4
Traditionele burgerij	99	14,7	86	12,7
Kosmopolieten	86	12,8	86	12,8
Postmoderne hedonisten	71	10,5	71	10,6
Gemaksgeoriënteerden	40	5,9	62	9,2

Mentality & Burgerschapstijlen



Burgers beter begrijpen

Motivaction ondersteunt de denkwijze van Simon Sinek (zoals verwoord in 'Start with WHY, How great leaders inspire everyone to take action'), maar heeft aan zijn *Golden Circle-theorie* een belangrijke cirkel toegevoegd: **WHO**. Het waarom (WHY) van een traject is een essentieel startpunt, het moet echter direct helder zijn voor wie (WHO) welke drijfveren en argumenten (WHY) gelden: de doelgroepen.



De verschillen tussen burgers in de wijze waarop zij tegen bijvoorbeeld de overheid, maar zeker ook tegen andere thema's aankijken én hoe met hen te communiceren over deze thema's, worden voor een groot deel verklaard door hun waarden en belevingswereld. Hoe zij in het leven staan bepaalt hun woonwensen, hun mobiliteitsinvulling, hun burgerschap en hun duurzaamheidsgedrag. We weten dat deze rol groter is dan sociaal-demografische kenmerken als leeftijd, opleiding en inkomen alleen.

Om deze invloedrijke verschillen in waarden in kaart te brengen heeft Motivaction het Mentality-model ontwikkeld. Dit model geeft inzicht in acht milieus die op basis van waarden zijn te onderscheiden binnen de Nederlandse bevolking. Ieder segment heeft vergelijkbare waarden en ambities over maatschappij, werk, consumeren, esthetiek en bijvoorbeeld woonaspiraties. Deze overeenkomsten in waarden zorgen bij de segmenten ook voor overeenkomsten in gedrag. Bijvoorbeeld op het gebied van mediakeuze: zo maken opwaarts mobiele vaker gebruik van apps en internet voor informatie, terwijl kosmopolieten liever interactie zien bij een boodschapoverdracht en (dus) via een persoonlijke connectie of mooie beelden worden benaderd.

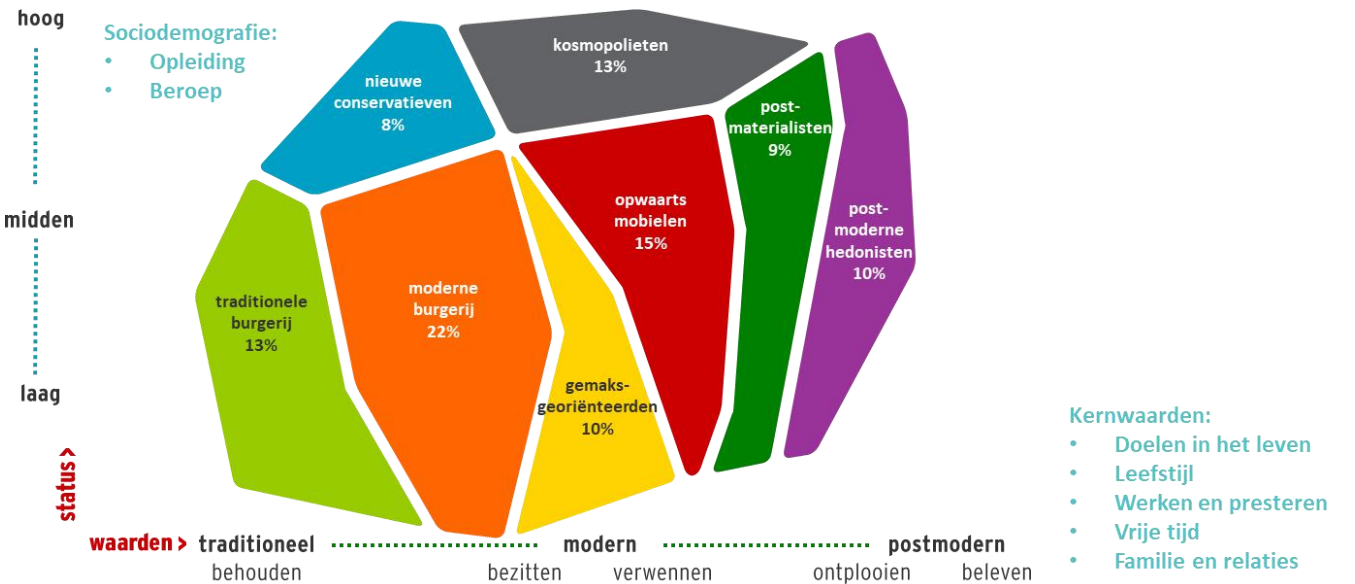
Kernwaarden en sociodemografie

Iemand kan ingedeeld worden in een sociaal milieu op basis van scores op circa 60 stellingen over diverse domeinen van het leven: doelen in het leven, maatschappij, milieu en overheid, werk, vrije tijd, consumeren en sociale relaties. Die stellingen leiden tot drie waardenoriëntaties, die bepalend zijn voor de horizontale as van de milieu-index. De verticale as van de milieu-index is samengesteld aan de hand van de sociaaleconomische status. Beide assen zijn bij de schematische, modelmatige weergave van de sociale milieus als uitgangspunt genomen. De waarden- en statusindeling leidt tot de acht Mentality-milieus, waarvan de basiskarakteristieken op de volgende slide zijn weergegeven.

Drie waardenoriëntaties (horizontale as):

- een traditionele, gekenmerkt door de waarde 'behouden';
- een moderne, gekenmerkt door de waarden 'bezitten' en 'verwennen' (of 'genieten');
- een postmoderne, gekenmerkt door de waarden 'ontplooiën' en 'beleven'.

Verticale as van de milieu-index is samengesteld op basis van sociaaleconomische status.

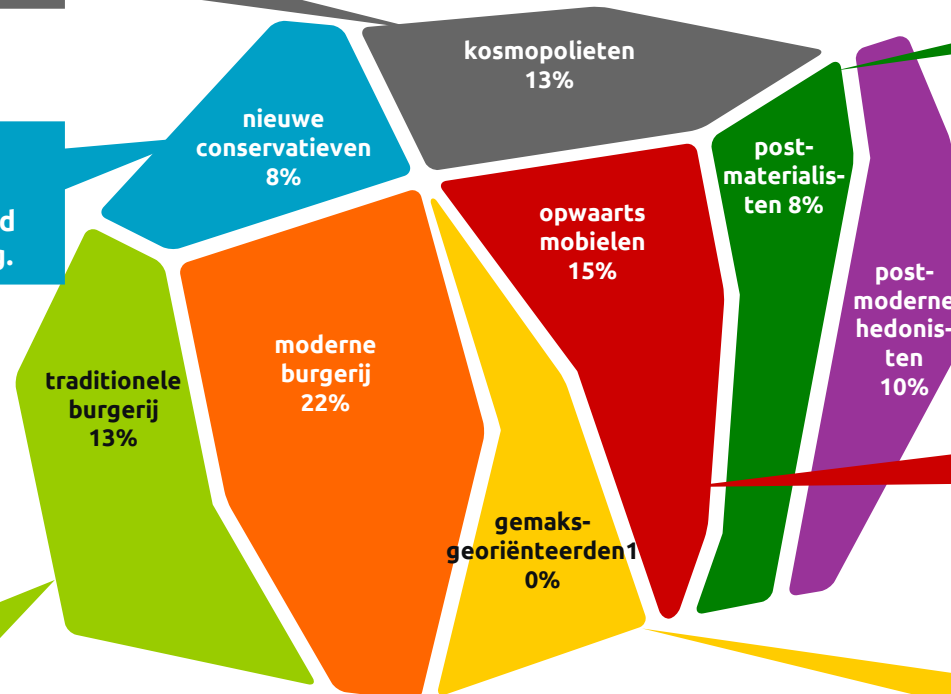


Typeringen van de Mentality-milieus

De open en kritische wereldburgers die postmoderne waarden als ontplooiën en beleven integreren met moderne waarden als maatschappelijk succes, materialisme en genieten.

De liberaal-conservatieve maatschappelijke bovenlaag die alle ruimte wil geven aan technologische ontwikkeling, maar terughoudend staat tegenover sociale en culturele vernieuwing.

De moralistische, plichtsgetrouwe en op status-quo gerichte burgerij die vasthoudt aan tradities en materiële bezittingen.



De maatschappijkritische idealisten die zichzelf willen ontplooiën, stelling nemen tegen sociaal onrecht en opkomen voor het milieu.

De pioniers van de beleveniscultuur, waarin experimenteren en het breken met morele en sociale conventies doelen op zichzelf zijn geworden.

De carrièregerichte individualisten met een uitgesproken fascinatie voor sociale status, nieuwe technologie, risico en spanning.

De impulsieve en spontane consument die in de eerste plaats streeft naar een onbezorgd, plezierig en comfortabel leven.

De conformistische, statusgevoelige burgerij die het evenwicht zoekt tussen traditie en moderne waarden als consumeren en genieten.

Mentality-milieus verschillen op allerlei terreinen...

Behalve op basiskarakteristieken, verschillen de Mentality-milieus ook op tal van andere gebieden:

Ze zitten er anders bij...



Ze lezen andere tijdschriften...



Ze vinden andere BN'ers leuk...



En...

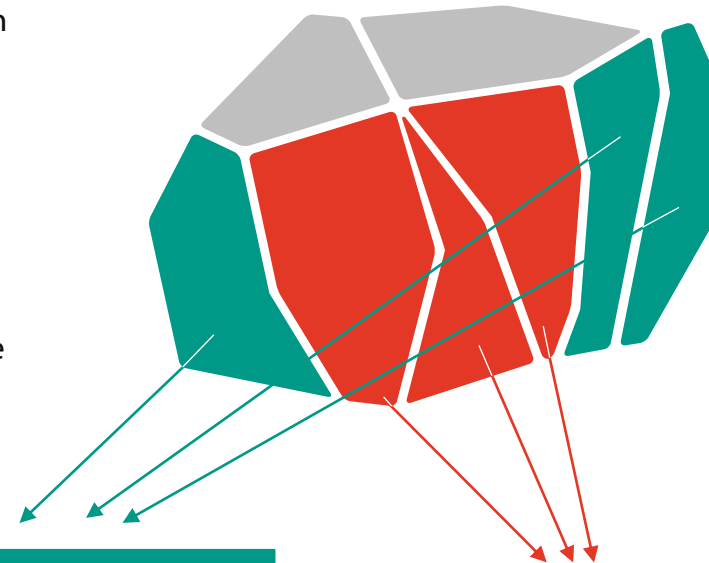
Ze prioriteren openbare ruimte anders

Sommige mensen geven in hun wijk de voorkeur aan meer ruimte voor bewoners, voetgangers, fietsers en groen in plaats van aan meer ruimte voor auto's. Anderen zien juist liever meer parkeerplaatsen voor auto's. Ook hierin zien we verschillen tussen de Mentality-milieus.

Postmaterialisten, traditionele burgers en postmoderne hedonisten hechten minder aan de auto. Meer groen en ruimte voor fietsers en voetgangers vinden zij vaker belangrijk.

Moderne burgers, opwaarts mobilen en gemaksgoerïenteerden scoren juist vaker rechts van het midden; zij geven vaker de voorkeur aan meer ruimte voor de auto.

Als ik moet kiezen, heb ik in mijn wijk liever



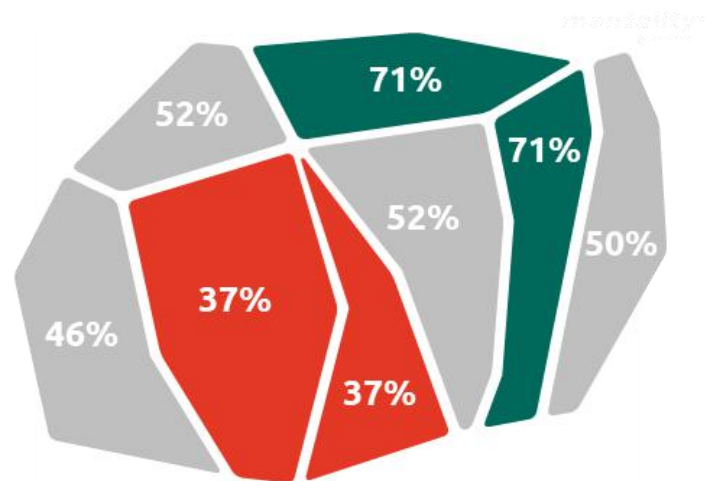
- Meer groen
- Meer ruimte voor spelende kinderen
- (Bredere) voetpaden
- (Bredere) fietspaden
- Meer fietsparkeerplaatsen
- Fietstrommels
- Een fietsstraat
- (Bredere) fietspaden
- Minder doorgaand autoverkeer
- Een woonerf
- Een busroute

- Meer parkeerplaatsen voor auto's
- Een autoweg
- (Bredere) autowegen
- Zonder omrijden naar mijn bestemming

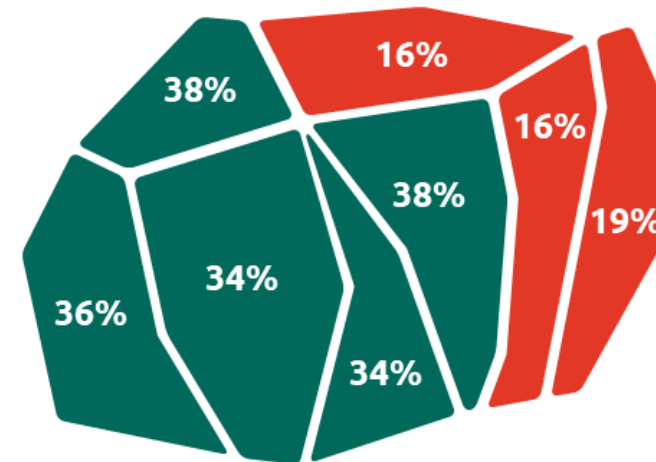
Uit: Speelruimte voor Den Haag: Stimuleren van duurzame mobiliteit met mobiliteitsstijlen.

Ze kijken anders aan tegen duurzame kwesties...

'Ik voel me verantwoordelijk voor een duurzamer samenleving.'



'Ik geloof niet dat de mens klimaatverandering kan stoppen.'



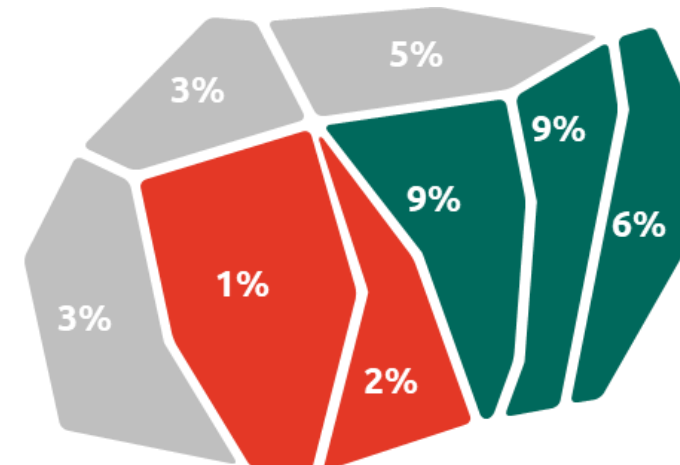
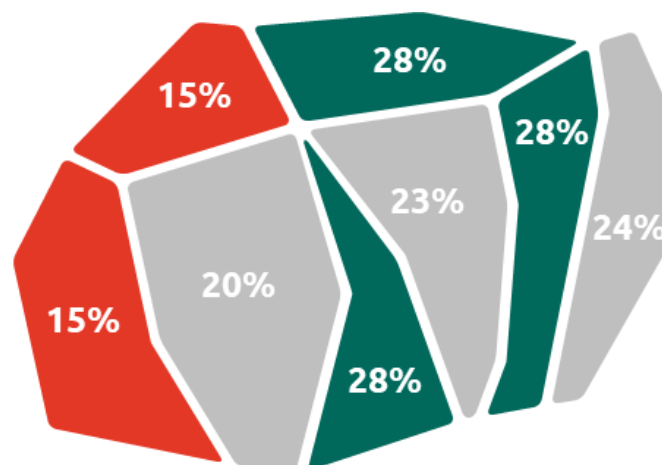
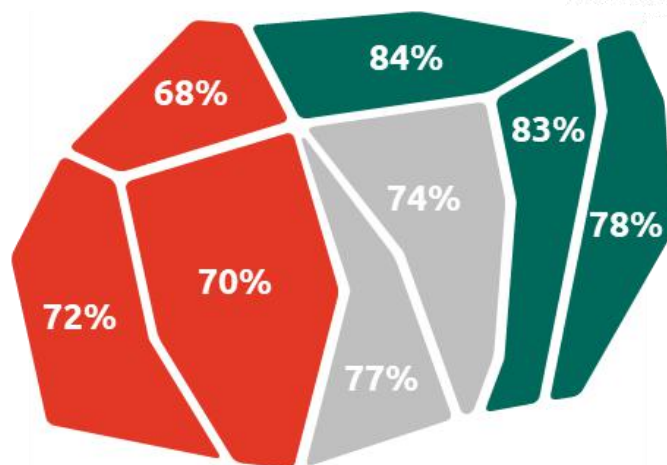
■ Significant méér dan Nederland totaal ■ Significant minder dan Nederland totaal ■ Wijkt niet significant af van Nederland totaal

Percentages (helemaal) eens

Zoals tegen aardgasvrij wonen voor Nederland

Sommige groepen zijn makkelijker te verleiden dan andere. Kosmopolieten en postmaterialisten) zijn in het algemeen prima bij duurzaamheidsinitiatieven te betrekken. Moderne burgers op hun beurt, hebben weinig met duurzaamheid en zijn daarom lastiger te motiveren duurzame keuzes te maken. Deze houding over duurzaamheid heeft bijvoorbeeld gevolgen voor de acceptatie van aardgasvrij wonen:

'Alle woningen in Nederland moeten gasloos worden opgeleverd.' 'Als het aan mij ligt, heb ik morgen een gasloze woning.' 'Ben je bereid méér te betalen voor een gasloze woning?'



Significant méér dan Nederland totaal



Significant minder dan Nederland totaal



Wijkt niet significant af van Nederland totaal

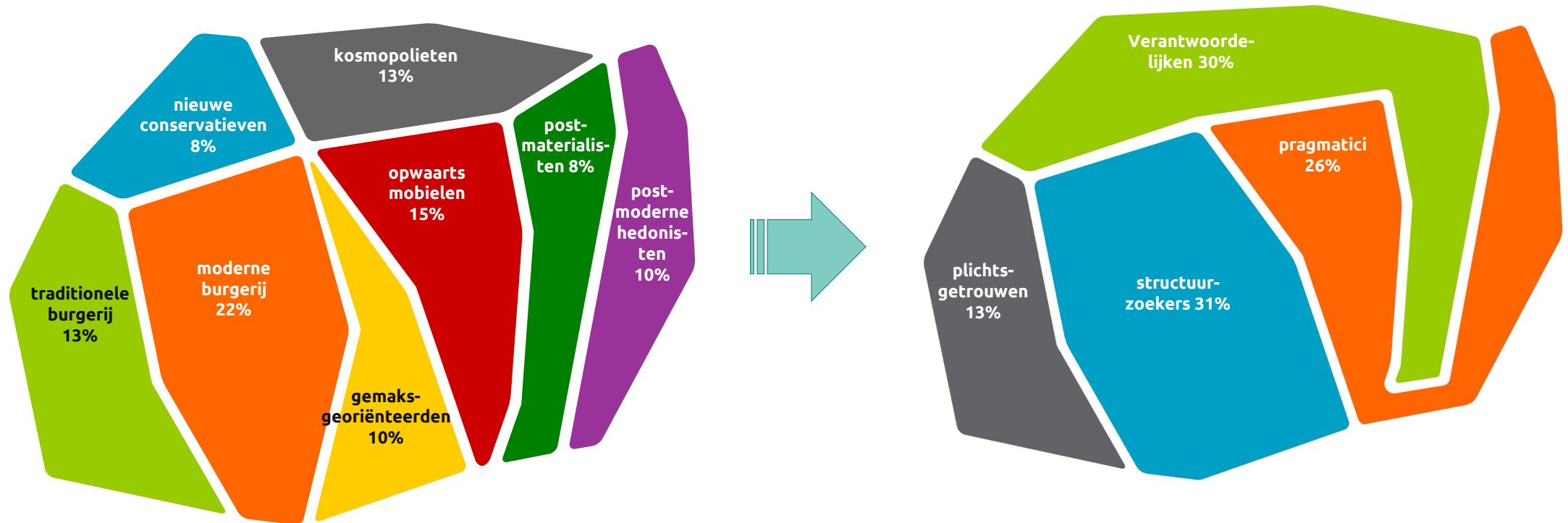
Percentages (helemaal) eens

De milieus maken zich ook druk over andere thema's...

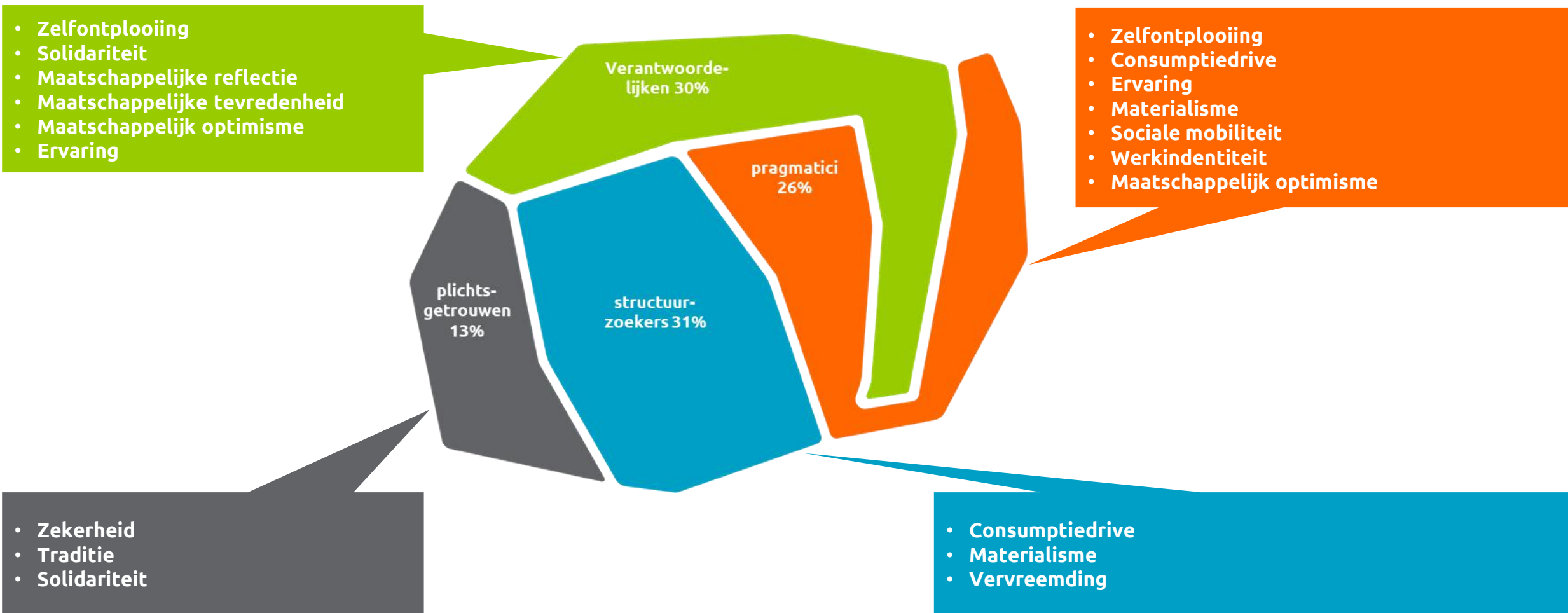


Daarom...Burgerschapstijlen

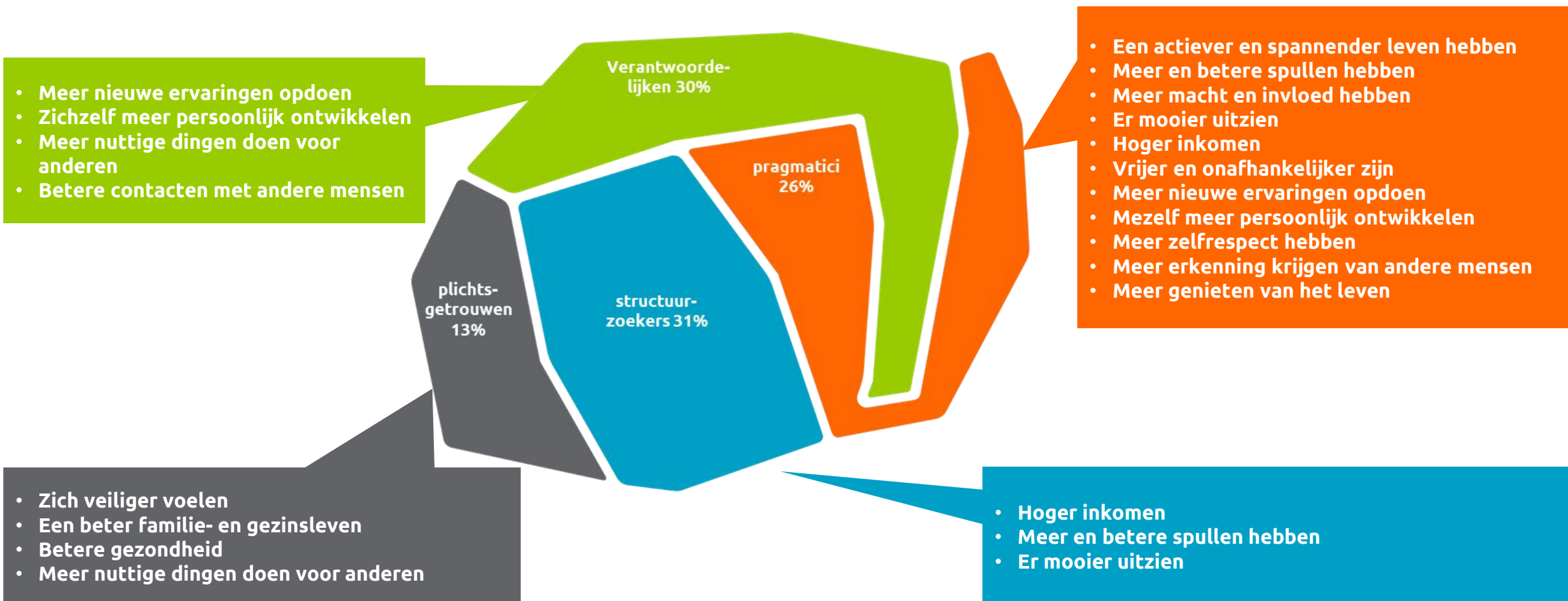
- Mentality-milieus hebben hun eigen kijk op het leven, de samenleving, de overheid en de politiek
- We zochten naar overeenkomsten over burgerschap binnen die milieus
- We vonden vier groepen die qua burgerschap veel op elkaar lijken: **Burgerschapstijlen**



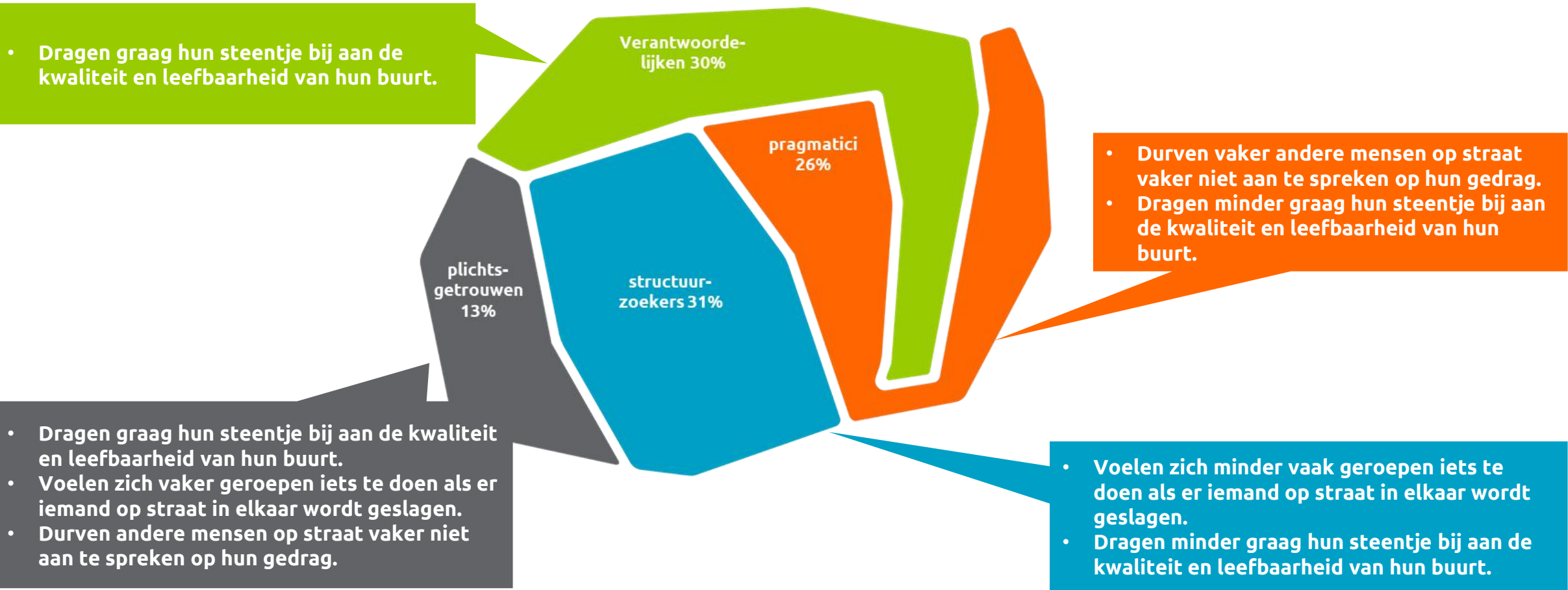
Typerende basiswaarden van de Burgerschapstijlen



Levensdoelen van de Burgerschapstijlen



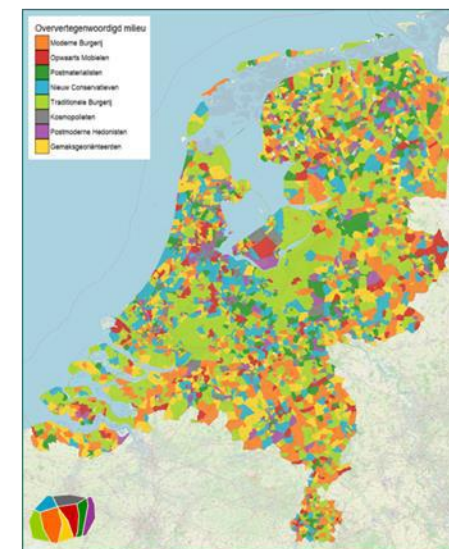
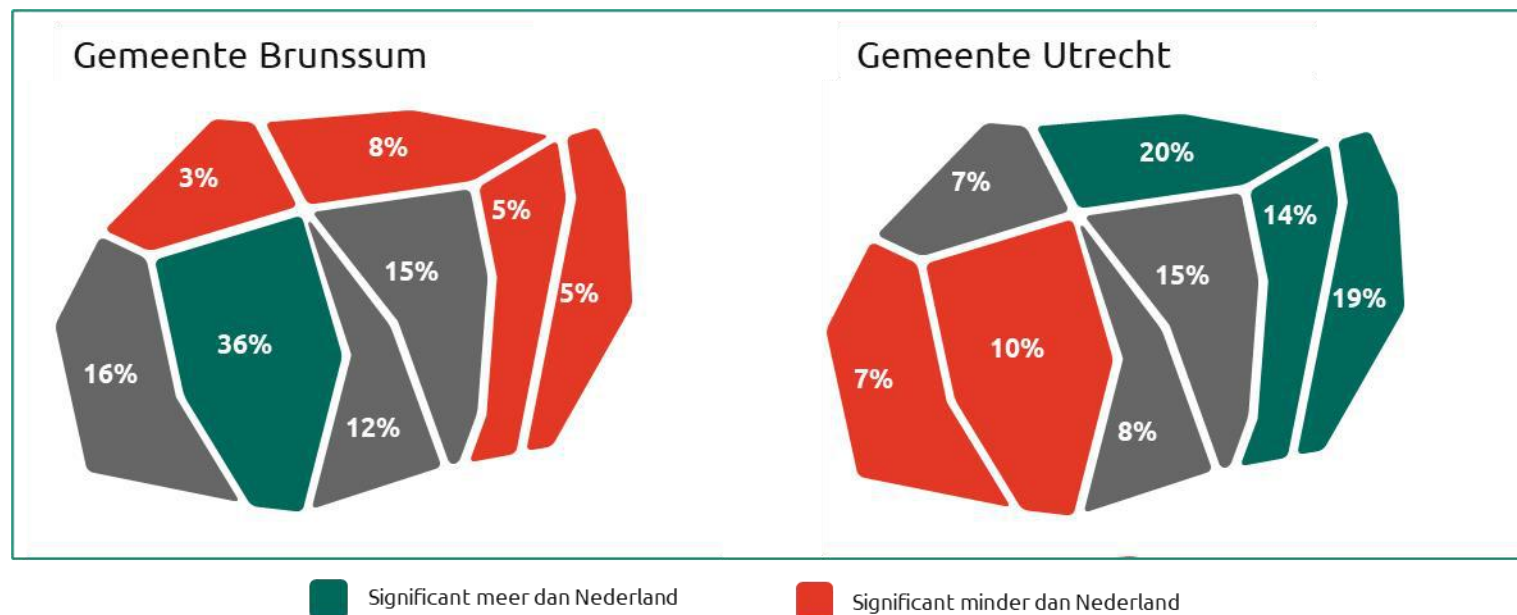
Maatschappelijke participatie van de Burgerschapsstijlen



Gebiedsanalyse | Regionale verschillen & Mentality

We hebben ontdekt dat waarden per regio verschillen, waardoor ook de verdeling van de Mentality-milieus (en dus ook de Burgerschapssijlen) per regio verschilt (zie weergave hieronder, met Mentality-verdeling in de gemeenten Brunssum en Utrecht)...

De gebiedsanalyse brengt die regionale verschillen letterlijk in kaart, door de verdeling van de doelgroepen over een gemeente te tonen. We hebben voor dit onderzoek de Burgerschapsstijlen van de provincie Noord-Brabant op gemeenteniveau geïnventariseerd.



Verdeling van de Mentality-milieus op PC4-niveau in Nederland

Wij verminderen onze footprint



Motivaction
is ISO 14001-
gecertificeerd



Motivaction
gebruikt
energiezuinige
auto's



Motivaction
gebruikt groene
stroom



Motivaction
gebruikt uitsluitend
papier met een FSC-
label

Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage - anders dan integrale publicatie - is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International B.V.

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

Motivaction International B.V.

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl

www.motivaction.nl



Weet wat mensen drijft.

motivaction
insights and strategy