



Rapportage HLTsamen

Onderzoek ondermijning



Opdrachtgever: HLTsamen

Datum: april 2024

Projectnummer: 2024055

Auteur: Carlijn van de Pas & Renée Blees

Achtergrond

Doelstelling

HLTsamen voert campagnes uit rondom het onderwerp ondermijning. Doel van deze campagne is om ondermijning onder de aandacht te brengen en inwoners te informeren over de manieren waarop zij melding kunnen maken van verdachte situaties. Met dit onderzoek wil HLTsamen inzicht krijgen in de effectiviteit van de campagne, waarbij onder andere wordt gekeken naar de herkenning van de gebruikte posters en de beoordeling hiervan. Met deze inzichten kan HLTsamen de campagne rondom ondermijning beter laten aansluiten bij de behoeften van de inwoners.

Methode

- Kwantitatief online onderzoek
- Online research tool van DirectResearch
- 20 vragen

Periode

10 t/m 23 april 2024

Doelgroep

- Inwoners van de gemeente Hillegom, Lisse en Teylingen

Bron

- Inwonerspanel van de gemeente Hillegom, Lisse en Teylingen
- Open links die in de drie gemeenten zijn verspreid

Respons

- Bruto steekproef: n=2385
- Netto steekproef: n=948 (40%)
 - Hillegom n=262
 - Lisse: n=235
 - Teylingen: n=451
- NL representatief gewogen naar geslacht en leeftijd per gemeente

 Significant verschil ten opzichte van totaal



Conclusies

Conclusies

Er zijn in het afgelopen jaar niet veel verdachte situaties waargenomen in de drie gemeenten, maar wanneer het gebeurt, maakt een klein deel hier een melding van. Inwoners doen dit onder andere bij de politie, Fixi, de wijkagent en Meldmisdaadanoniem. De posters over ondermijning zijn door één derde van de inwoners gezien. De poster kan met name verbeterd worden door duidelijker te maken wat verdachte situaties zijn die onder ondermijning vallen. Dit kan gedaan worden door bijvoorbeeld echte voorbeelden met afbeeldingen te tonen zonder teveel afleidende tekst of beelden. Daarnaast kan extra informatie via social media, een nieuwsbrief of de krant helpen om inwoners beter te informeren over het onderwerp ondermijning.

Eén derde heeft wel eens een verdachte situatie meegemaakt het afgelopen jaar

Van deze groep hebben minder dan drie op de tien de situatie gemeld. Dit hebben zij gedaan via verschillende kanalen als Fixi, de politie, de wijkagent of Meldmisdaadanoniem. Anderen hebben de situatie niet gemeld, omdat zij bijvoorbeeld niet weten waar of hoe. Sommigen weten niet zeker of er wel daadwerkelijk iets aan de hand is, of hebben het idee dat er niks gedaan wordt met de melding. Inwoners weten voornamelijk de politie te vinden bij het melden van een situatie. Iets minder dan de helft is bekend met het online kanaal van Meldmisdaadanoniem en één derde met het telefonische kanaal.

Eén derde heeft één of beide posters van de campagne gezien, voornamelijk langs de snelweg of op straat

In de gemeente Lisse zijn de posters aanzienlijk vaker gezien in de krant dan in de andere gemeenten.

De poster wordt over het algemeen positief beoordeeld, maar men vindt niet even duidelijk welke situatie wordt afgebeeld en wat de boodschap is van de poster. Zo vindt minder dan de helft dat de poster hen helpt bij het herkennen van verdachte situaties en de visualisatie van de situatie wordt het minst positief beoordeeld van de gehele poster. Een deel van de inwoners geeft dan ook aan dat dit duidelijker gemaakt moet worden, eventueel met behulp van echte afbeeldingen. Ook vindt een deel de poster te kinderlijk door bijvoorbeeld de vele kleuren of lolly.

Men maakt wel of geen meldingen bij de politie of Meldmisdaadanoniem, ongeacht de poster

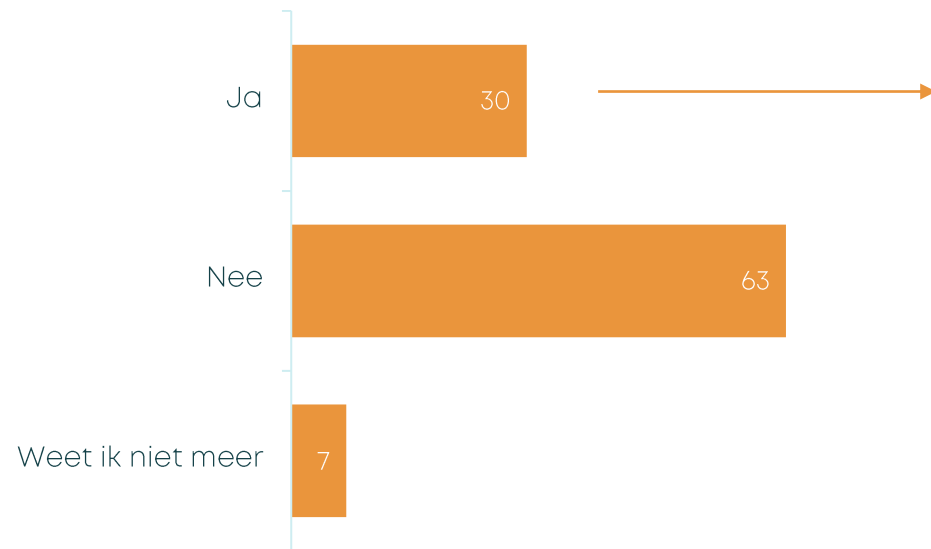
De helft van de inwoners zou na het zien van de posters een melding maken bij Meldmisdaadanoniem. Dit doen zij vooral omdat zij het belangrijk vinden ondermijning aan te pakken en dit anoniem te kunnen doen, niet ten gevolge van de poster zelf. Redenen om geen melding te maken bij Meldmisdaadanoniem liggen dan ook niet bij de poster, maar omdat men vindt dat de politie bellen effectiever is, zij hun eigen waarnemingen niet vertrouwen, of omdat zij de melding niet anoniem hoeven te doen. Daarnaast is ondermijning een lastig begrip en is niet voor iedereen duidelijk wat hiermee bedoeld wordt. Dit zou verder uitgelegd kunnen worden via kanalen als social media, een nieuwsbrief of de krant.



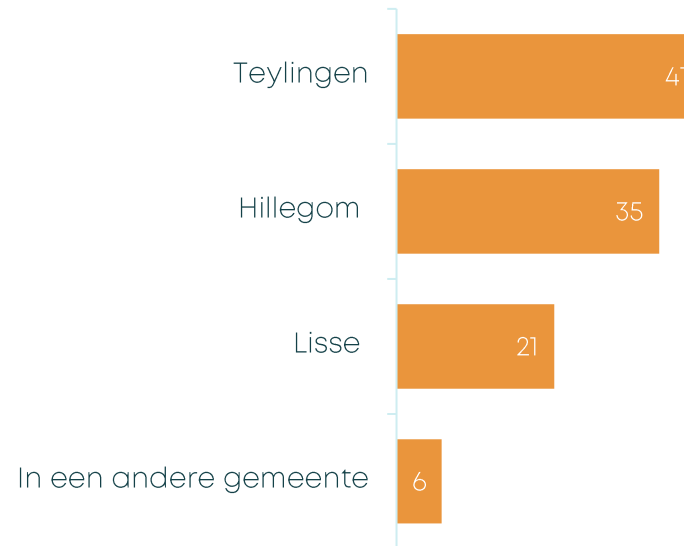
Resultaten

Ruim drie op de vijf inwoners hebben geen verdachte situatie gezien in de afgelopen 12 maanden. De meeste inwoners hebben een verdachte situatie gezien in Teylingen.

Verdachte situatie gezien (%)

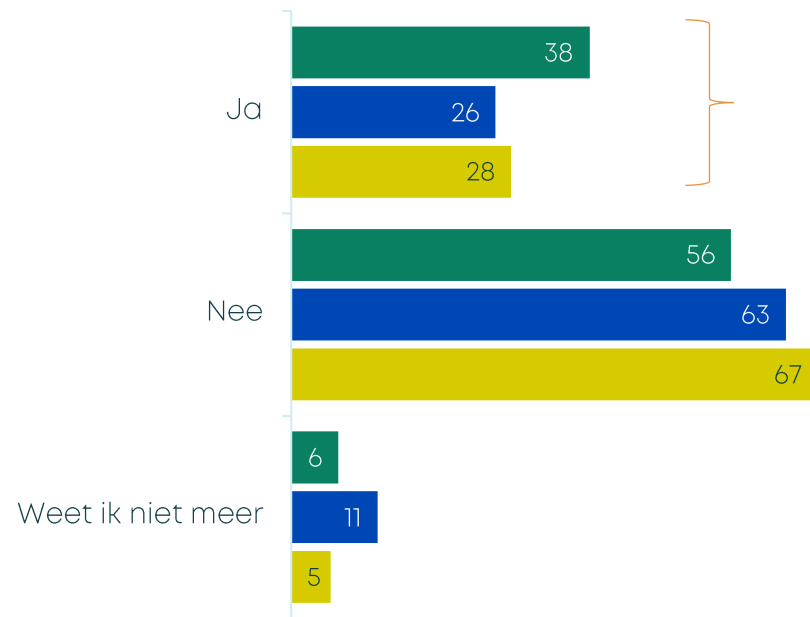


Locatie gezien (%)

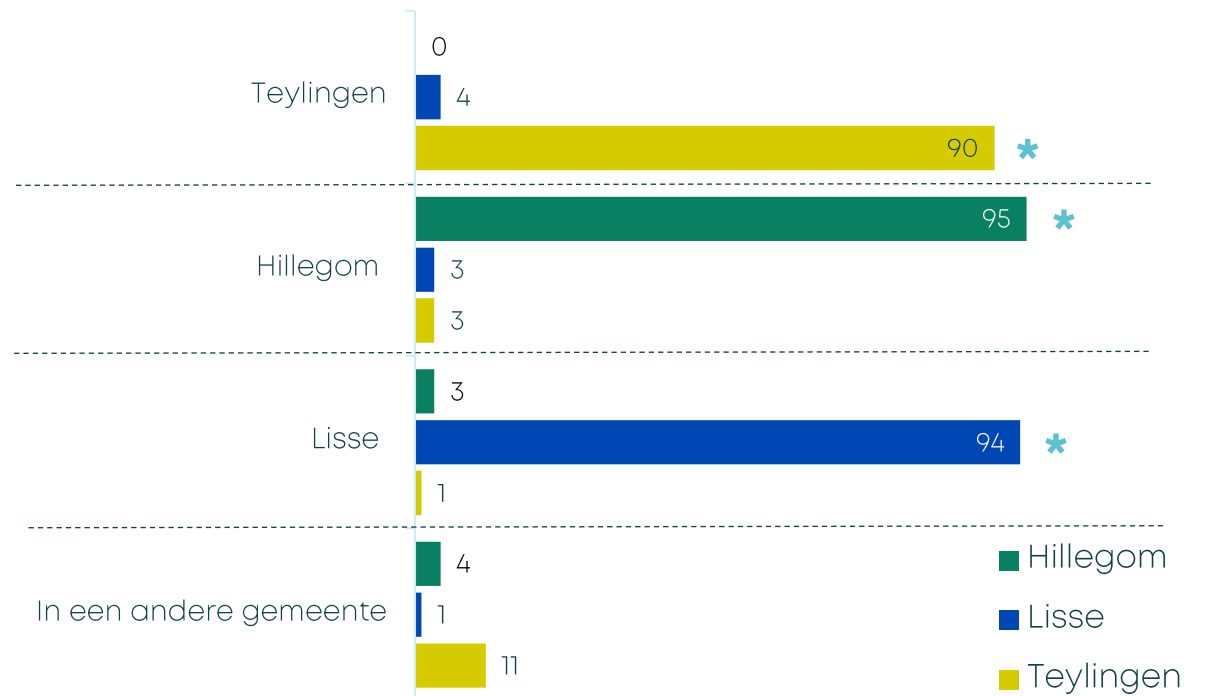


Voornamelijk inwoners uit de gemeente Hillegom geven aan een verdachte situatie te hebben gezien. Men heeft dit vooral in hun eigen gemeente gezien.

Verdachte situatie gezien (%)

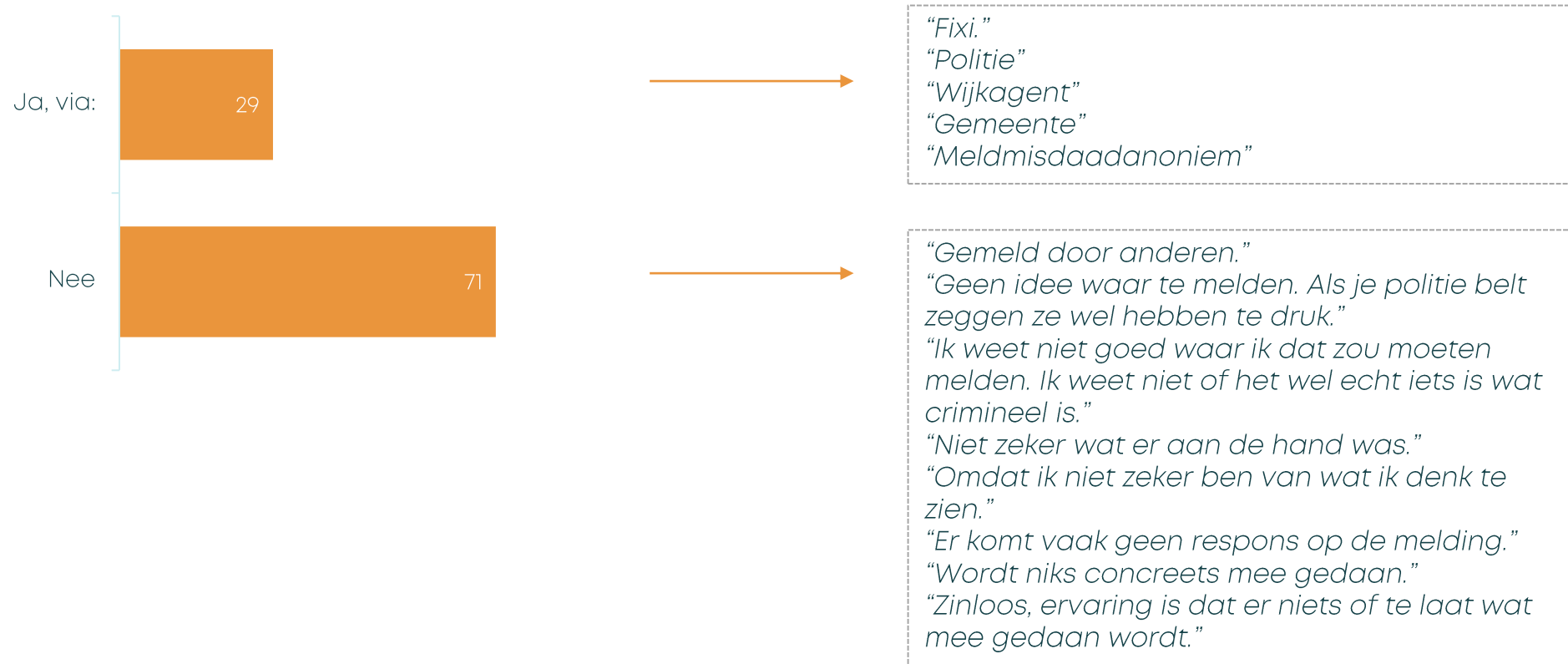


Locatie gezien (%)



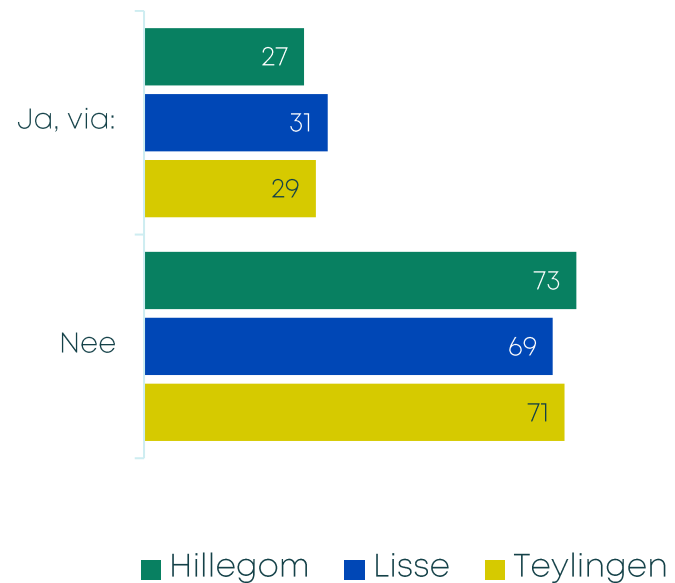
Van de inwoners die een verdachte situatie hebben gezien, hebben ruim twee op de drie deze niet gemeld. Zij zijn niet altijd zeker van hun zaak of hebben het idee dat er niks mee gedaan wordt.

Verdachte situatie gezien (%)



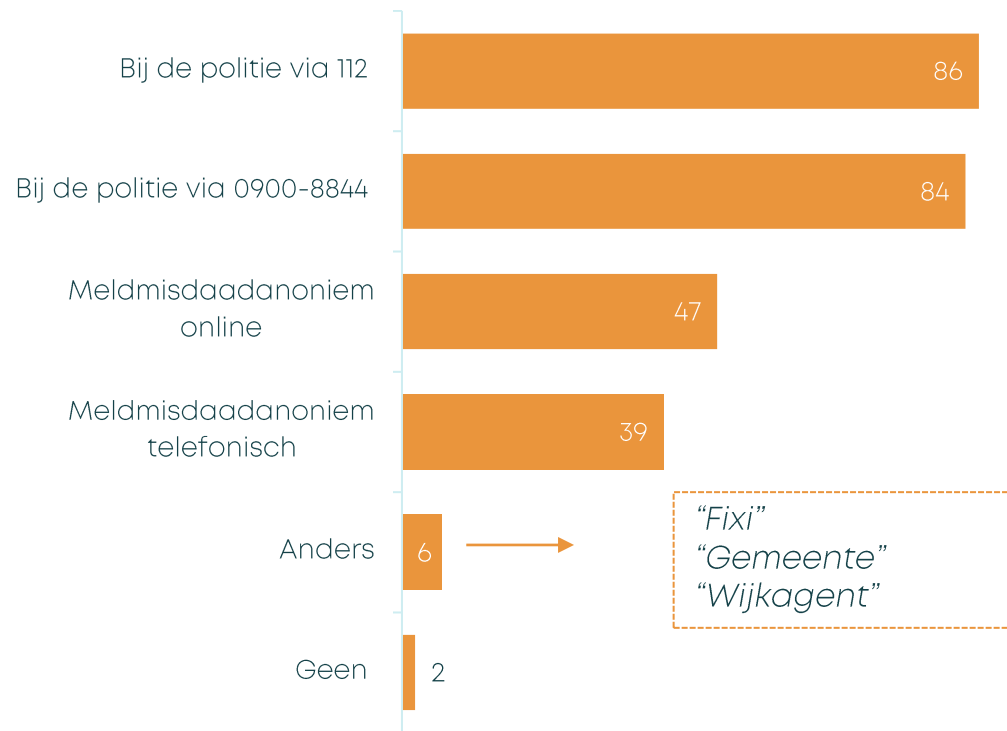
Het aandeel inwoners dat een verdachte situatie meld, is binnen de drie gemeenten nagenoeg gelijk.

Verdachte situatie gemeld (%)

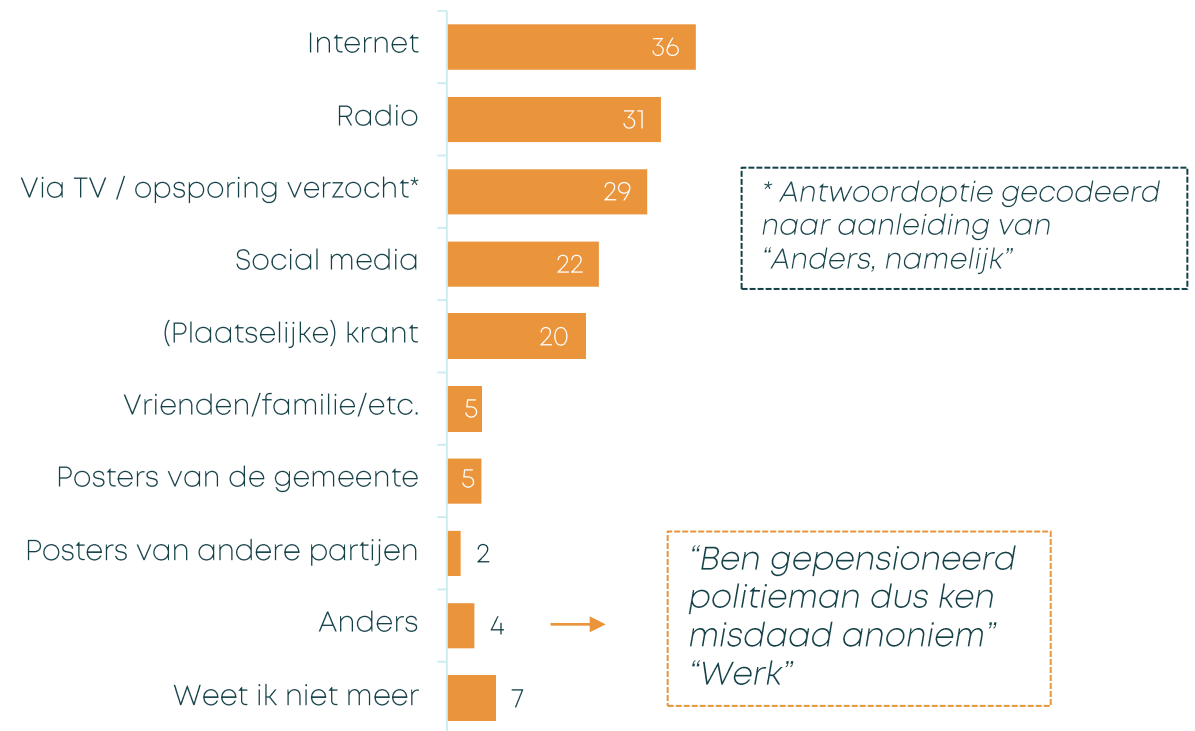


Meldmisdaadanoniem online is bij bijna de helft van de inwoners bekend. Men is hier vooral mee bekend geraakt door internet, slechts 5% door middel van posters van de gemeente.

Bekendheid manieren melden (%)

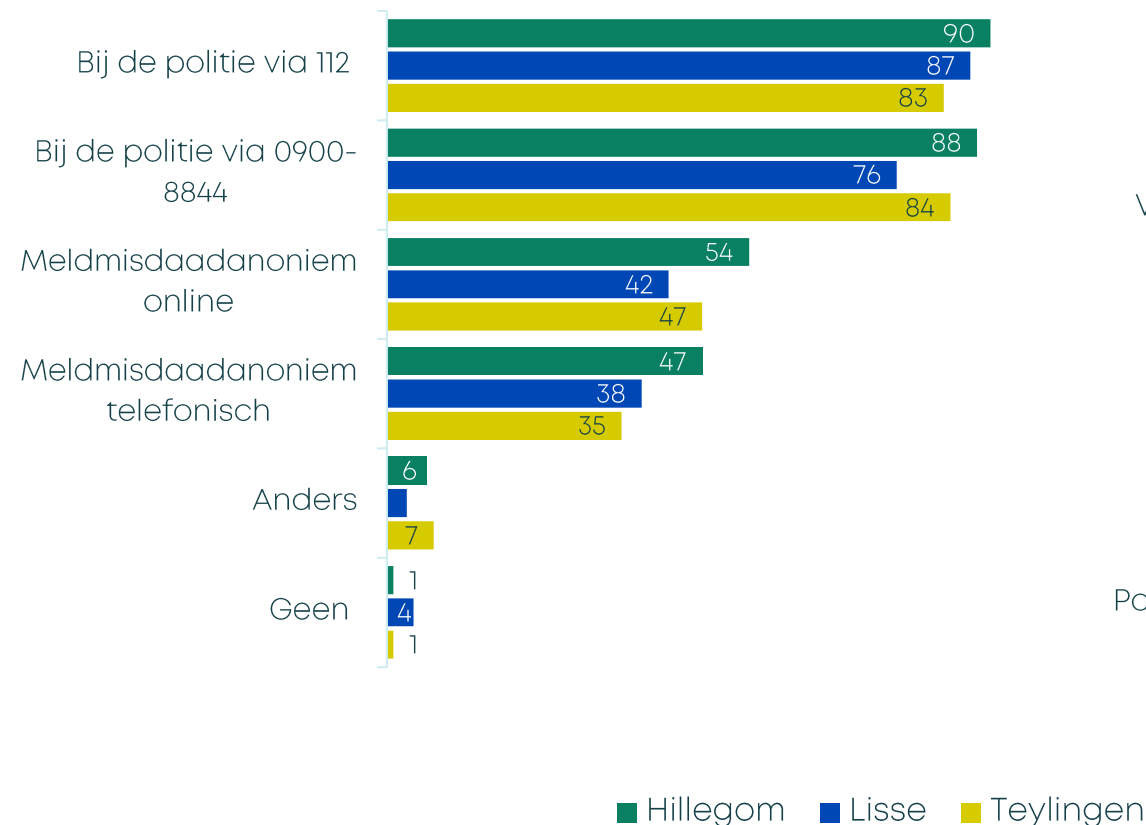


Hoe bekend geraakt Misdaadanoniem (%)

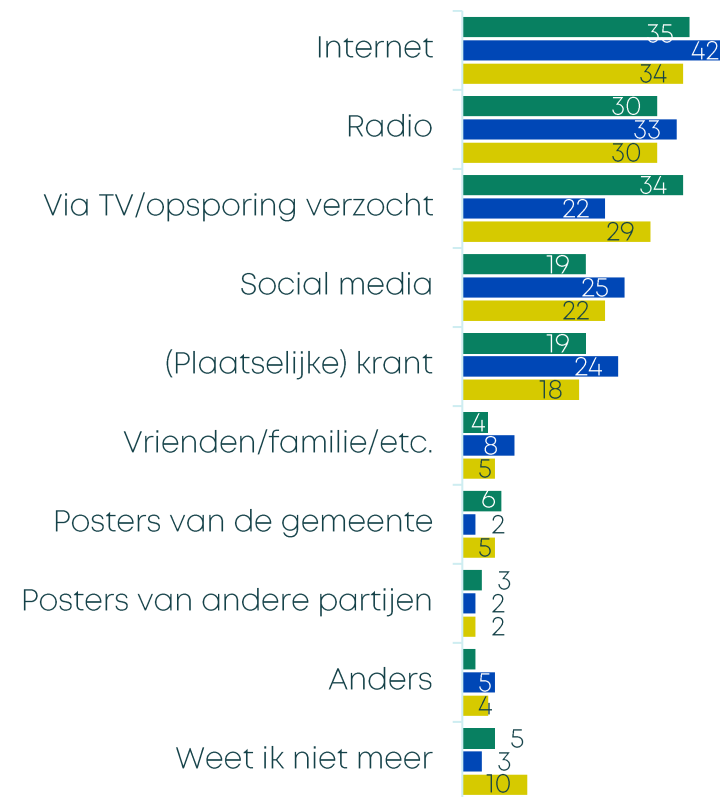


Er zijn geen verschillen in bekendheid van Meldmisdaadanoniem tussen de gemeente. Wel zijn inwoners in Lisse iets minder bekend met het 0900 nummer van de politie.

Bekendheid manieren melden (%)



Hoe bekend geraakt Misdaadanoniem (%)



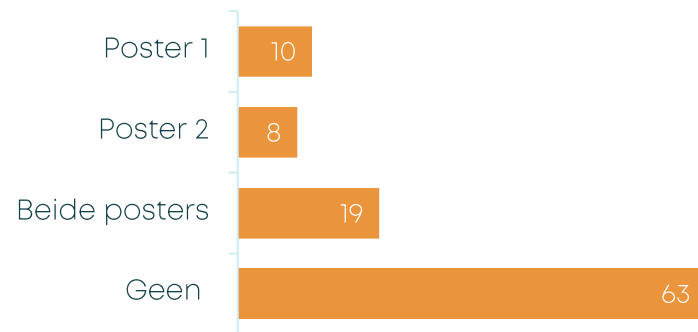
Twee derde van de inwoners hebben de campagne posters niet gezien. De inwoners die deze wel gezien hebben, zagen ze vooral op reclameborden langs de weg of op straat.

Posters gezien (%)

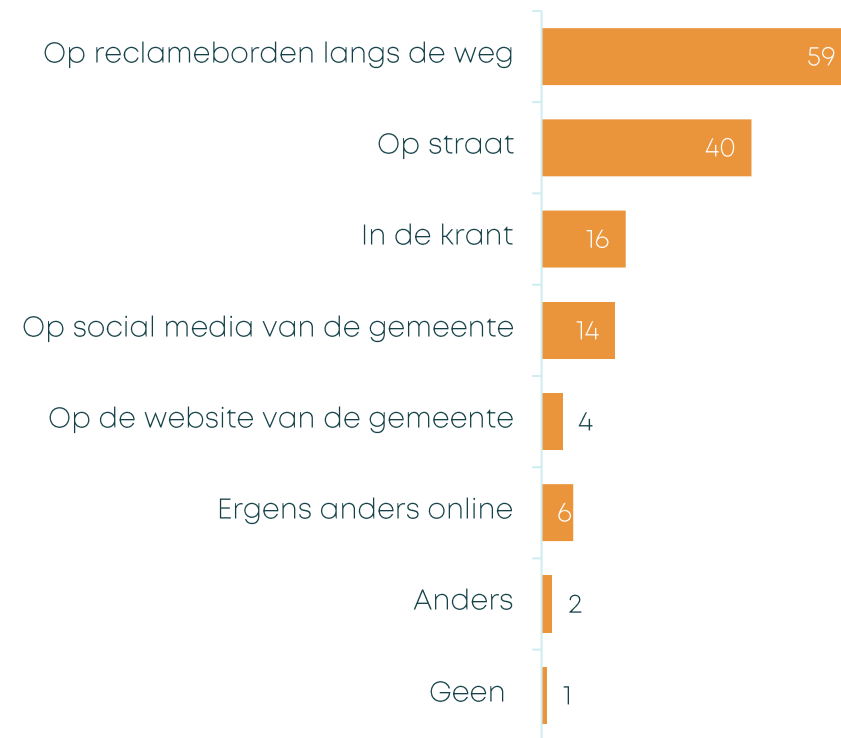


Poster 1

Poster 2

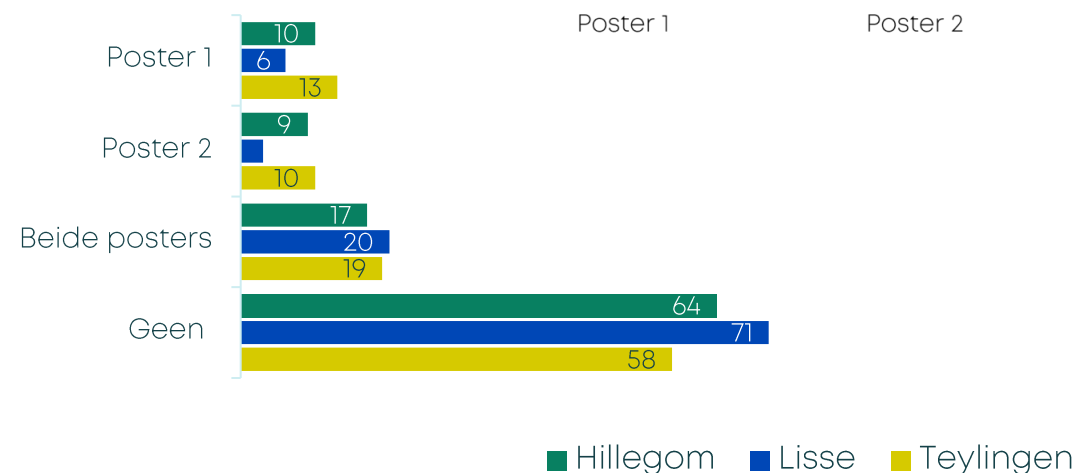


Locatie gezien (%)

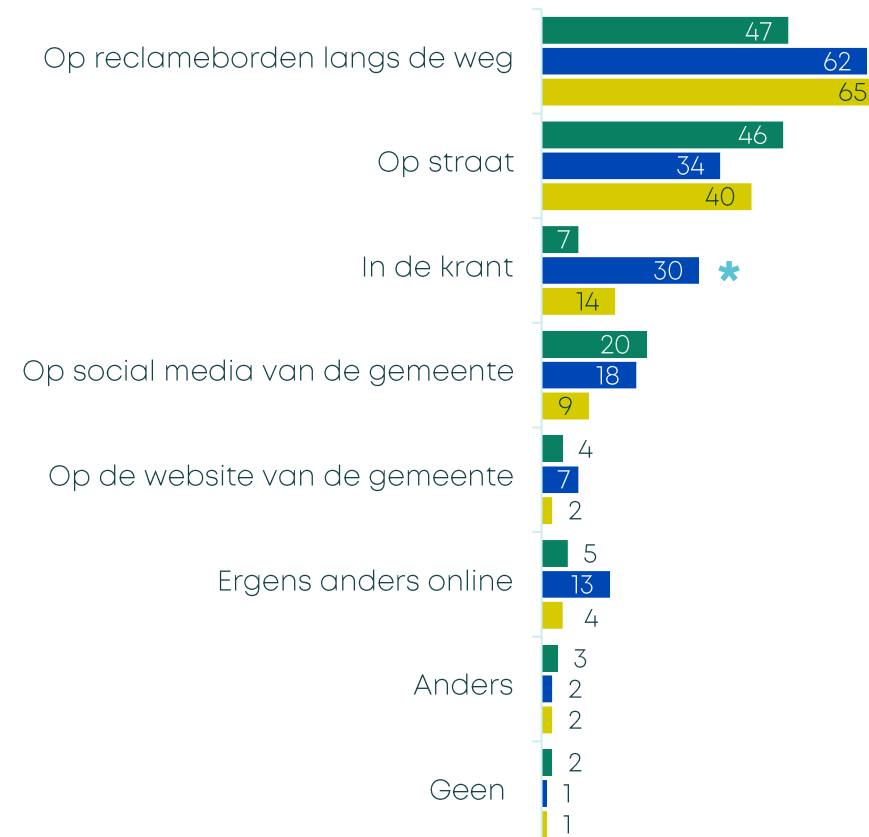


Inwoners uit Lisse hebben iets minder vaak de posters gezien. Zij hebben echter wel vaker de posters in de krant gezien, dan de totale groep uit de drie gemeenten.

Posters gezien (%)

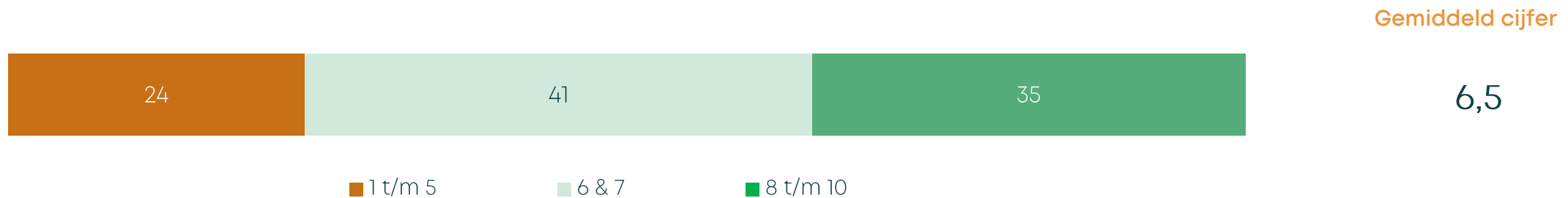


Locatie gezien (%)



Eén op de drie inwoners beoordeelt de poster met een 8 of hoger. Gemiddeld geven zij de poster een 6,5. Een deel vindt dat de poster een kinderlijke uitstraling heeft en de boodschap niet duidelijk is.

Rapportcijfer poster (%)



Toelichting rapportcijfer

Onvoldoende (cijfer 1-5)

- “Beetje kinderlijk.”
- “Ik vind dat de poster qua vormgeving niet opvalt.”
- “Niet duidelijk in 1 oogopslag.”
- “Onduidelijk, onoverzichtelijk, kinderachtig.”
- “Te veel details die er niet toe doen en afleiden, zoals eendje en graspol en lolly. Ook teveel kleuren die het rommelig maken.”
- “Veel te druk, waardoor de boodschap niet overkomt.”

Voldoende (cijfer 6-7)

- “Bevat onnodige onderdelen. Is niet in één klap duidelijk wat er wordt bedoeld.”
- “Boodschap is duidelijk, maar vormgeving spreekt mij niet aan.”
- “Opzet is niet aantrekkelijk om te bekijken.”
- “Weinig toelichting waarom dit tot ondermijning/witwassen kan leiden.”
- “Prima manier om dit onder de aandacht te brengen.”
- “Is een goede poster.”
- “Het duurt even maar dan is de boodschap duidelijk.”

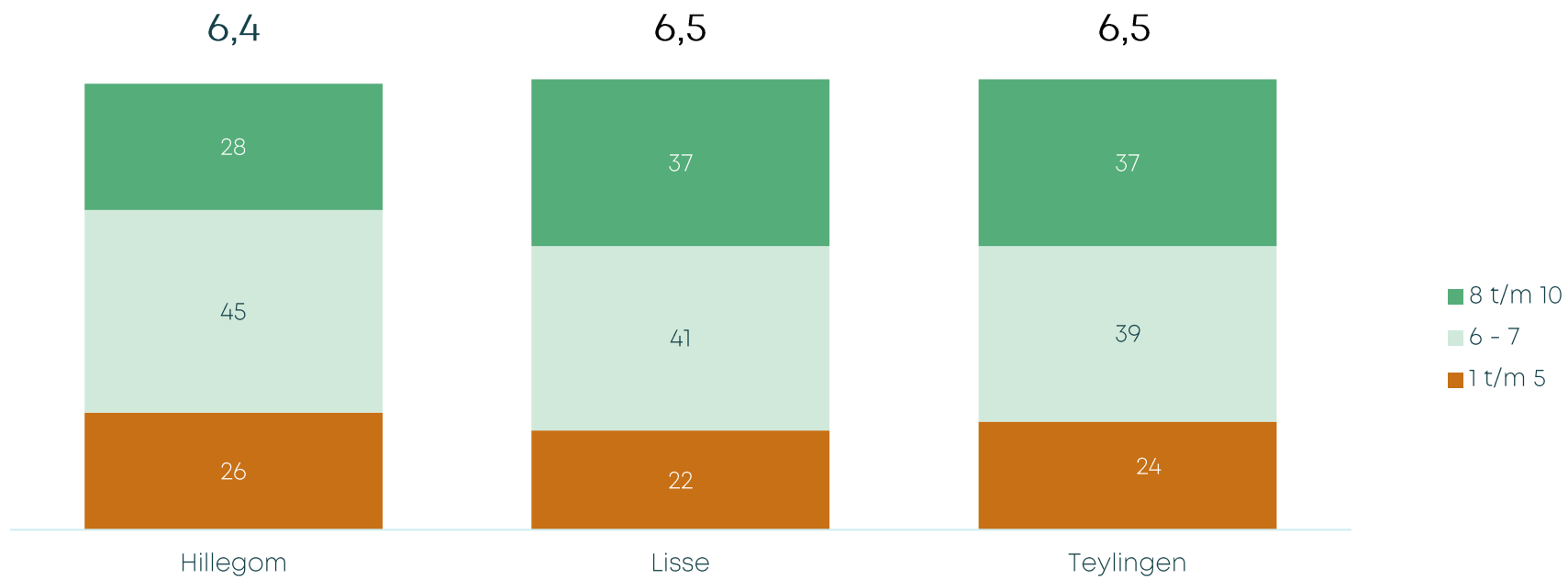
Goed (cijfer 8-10)

- “Prima poster, duidelijk waar het om gaat”.
- “Meteen duidelijk waar dit over gaat.”
- “Kort maar krachtig. Niet teveel tekst, duidelijk.”
- “Het is duidelijk wat de verdachte situatie is en wat je kunt doen.”
- “Boodschap is duidelijk.”
- “De boodschap en opdracht zijn groot en duidelijk.”
- “Voor mij duidelijk verhaal blijft altijd een discussie wat is verdacht.”



De poster wordt tussen inwoners van de drie gemeenten nagenoeg gelijk beoordeeld.

Rapportcijfer poster (%)



Inwoners zien voornamelijk graag echte beelden van verdachte situaties, die duidelijker moeten maken wat valt onder ondermijning en wanneer inwoners een melding kunnen doen.

Aanpassingen poster

Duidelijker

“Duidelijker aangeven wat het gevaar is.”

“Duidelijkere boodschap, dit lijkt meer op een snoepwinkel.”

“Het moet veel duidelijker net plaatjes en het moet echt opvallen.”

“Concreter maken. Misschien geen tekening maar fotografie? Herkenbaarder maken.”

“Duidelijk wat gezien wordt als verdacht. Nogal open ter interpretatie.”

“Grotere letters en tel-nr en minder tekeningen.”

Ander voorbeeld / situatie

“Andere misdaadindicatie. Nu erg stigmatiserend.”

“Dat weet ik niet precies maar het voorbeeld voor een winkel zonder klanten blijf ik moeilijk vinden. Misschien een voorbeeld van een winkel die regelmatig overdag gesloten is.”

“Duidelijker laten zien wat jullie ermee bedoelen, nu lijkt het alsof er gewoon bestellingen worden afgeleverd.”

“Een foto met hierop iets verdachts uitgebeeld, i.p.v. animatie, zou meer aandacht trekken.”

“Fotografische weergave.”

“Maak het realistisch.”

“De situatie op de voorgrond i.p.v. de toeschouwer.”

Overige

“De tekst zou wat meer op Nijntje niveau moeten zijn.”

“Meer volwassen uitstraling.”

“Neutraliteit in visualisatie m.b.t. huiskleur.”

“Zowel de tekst als de plaat kunnen beter. De plaat maakt niet duidelijk wat de gekleurde dame moet doen. Een lolly kopen? Een naam voor de winkel verzinnen?”

“Minder poespas, Beter kort en krachtige woorden. Geen enge plaatjes.”

Bijna de helft van de inwoners zou een verdachte situatie zeker tot waarschijnlijk melden via Misdadaanoniem na het zien van de poster. Eén op de vijf zou dit niet doen, al ligt dit echter niet aan de poster.

Na het zien posters verdachte situatie melden via misdadaanoniem (%)



Toelichting

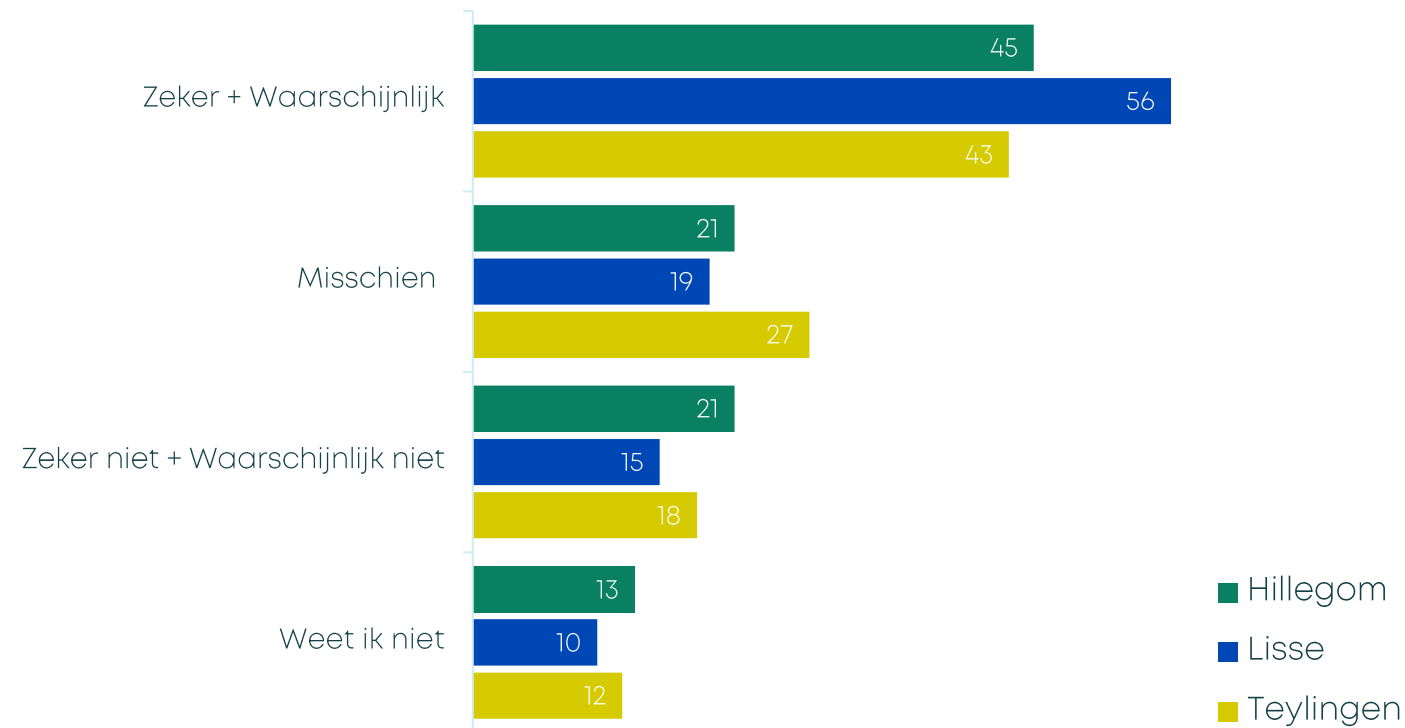
“Als het een kleine moeite is. Baat het niet, dan schaad het niet.”
“Wil meehelpen ondermijning aan te pakken.”
“Posters hangen er niet voor niets!”
“Niet zozeer na het zien van deze poster(s) - ik zou verdacht situaties sowieso (proberen te) melden.”
“Ik wil in geen geval bekend raken als de melder van de gebeurtenis.”

“Afhankelijk van hoe de situatie opvalt. Bij twijfel niet.”
“Ze komen toch niet, en heb mijn twijfels over hoe anoniem het is.”
“Je eerste gedachte is toch de politie bellen.”

“Bang dat er niks van waar is en mensen onnodig in problemen breng of politie voor niks aan het werk zet.”
“Direct bellen heeft meer effect.”
“Ervaring dat anoniem niet anoniem is, afspraken worden niet nagekomen.”
“Ik hoef niet anoniem te zijn.”
“Ik zou eerder de politie bellen.”
“Omdat mijn enkele observatie niet voldoende bewijs is.”

In alle gemeenten zou bijna de helft van de inwoners een verdachte situatie zeker tot waarschijnlijk melden via Misdaadanoniem na het zien van de poster.

Na het zien posters verdachte situatie melden via misdaadanoniem (%)



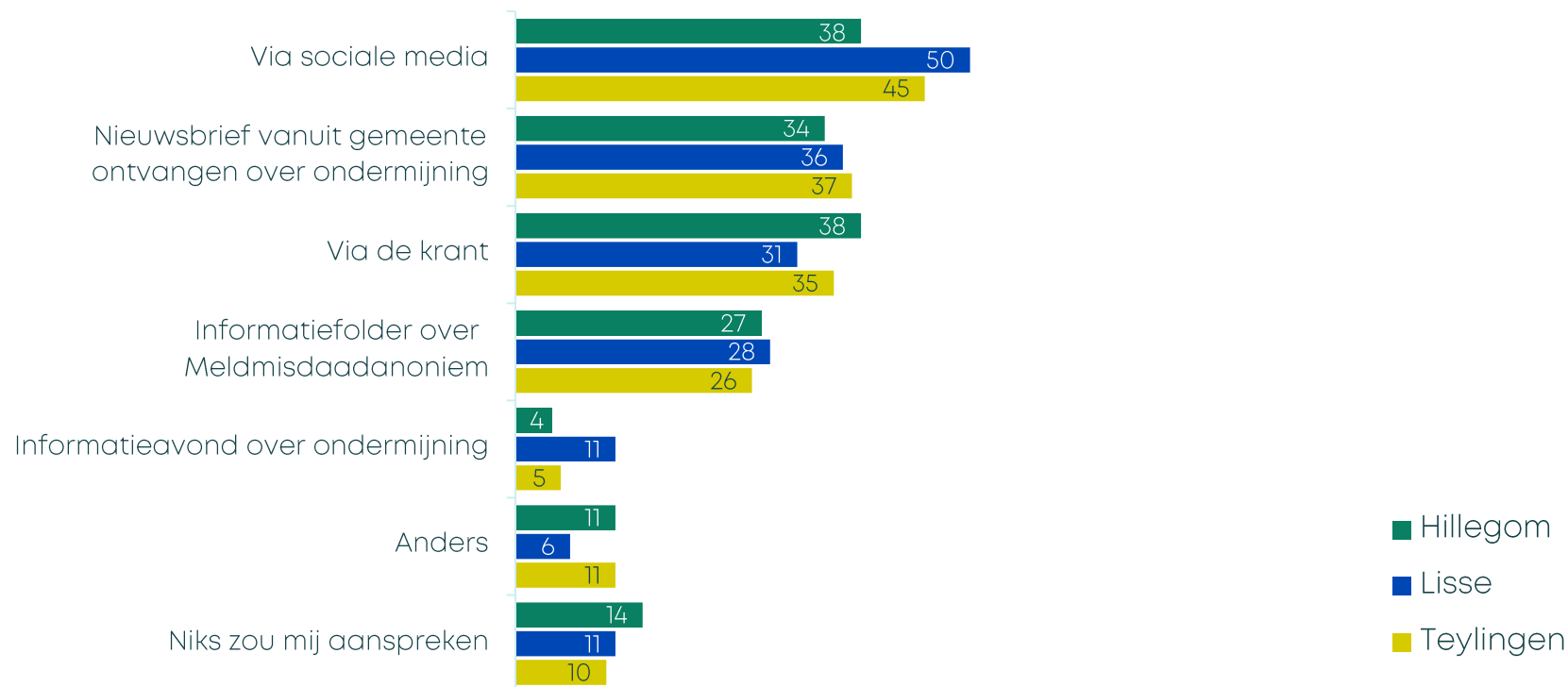
Inwoners geven voornamelijk aan dat zij via social media aangezet zouden kunnen worden om situaties te melden via Meldmisdaadanoniem. Eén derde noemt een nieuwsbrief of krant.

Andere manieren die aanzetten om verdachte situaties te melden (%)



Inwoners van Lisse hebben iets meer interesse in een informatieavond over ondermijning dan inwoners van andere gemeenten.

Andere manieren die aanzetten om verdachte situaties te melden (%)



Toelichting DirectMarker

Toelichting DirectMarker

Respondenten hebben in het onderzoek positieve en negatieve duimpjes op de getoonde poster geplaatst. Ieder duimpje werd door de respondent voorzien van een toelichting.

In de rapportage wordt aangegeven hoeveel positieve en negatieve duimpjes geplaatst zijn. Het was voor de respondenten mogelijk om zowel een positief als een negatief duimpje in een zelfde vlak te plaatsen. Daarnaast wordt bij de verschillende blokken op de poster een korte bloemlezing van reacties weergegeven.

De legenda laat zien in welke vlakken de brieven zijn opgedeeld. De benaming van de vlakken wordt ook in de rapportage gehanteerd.



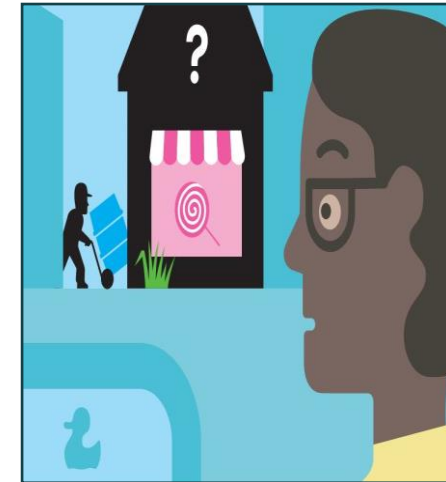
Opdeling poster



Blok 1: Kopstekst



Blok 2: Plaatje



Blok 3: Voettekst



Beoordeling poster

Blok 1: Koptekst



Blok 2: Plaatje



Blok 3: Voettekst

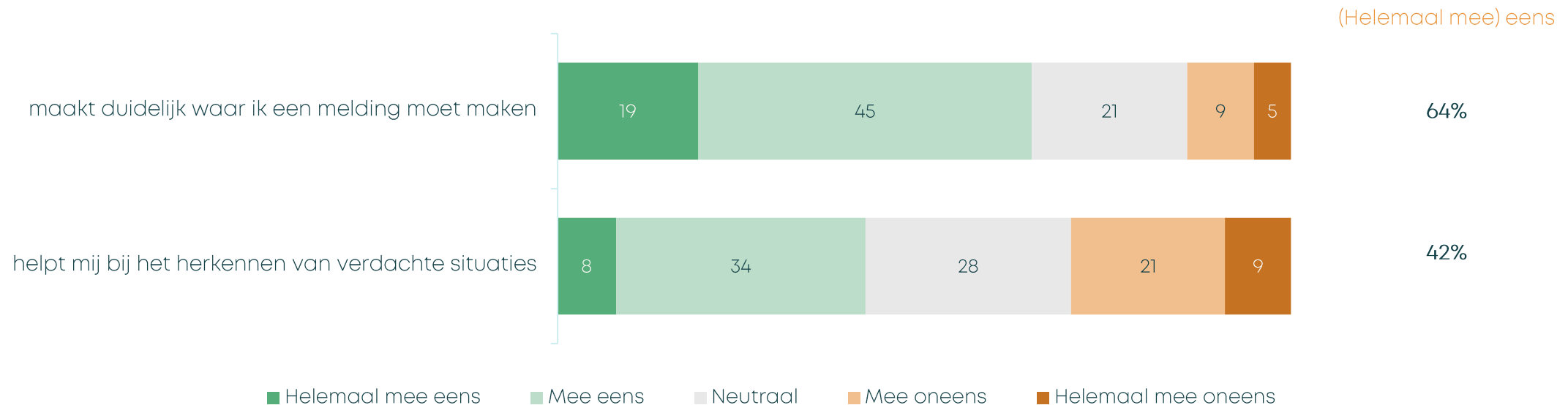


Men is met name positief over de koptekst van de poster, die duidelijk is. De afbeelding en voettekst bieden echter ruimte tot verbetering.

Blok	N	% positief	Opmerkingen positief	% negatief	Opmerkingen negatief
Koptekst	689	61% (n=420)	<ul style="list-style-type: none"> 'Grote letters die opvallen, duidelijke boodschap.' 'Het zet je aan het denken.' 'Deze valt me meteen op en pakt mijn aandacht.' 'Duidelijk en actief met rode kleur.' 	39% (n=269)	<ul style="list-style-type: none"> 'Mag groter vermeld, ik heb dit bij voorbijgang op de weg nooit gelezen.' 'Te lange call to action. Goed dat het in een rode balk staat, maar doe dan alleen 'meld het' accenturen. Is korter en bondiger. Ook sneller te lezen dat het doel is dat de kijker iets moet melden.' 'Wanneer is iets verdacht?'
Plaatje	897	34% (n=303)	<ul style="list-style-type: none"> 'Duidelijk dat het gaat over een winkelpand dat vraagtekens oproept.' 'De illustratie maakt duidelijk waar het over gaat.' 'Duidelijk beeld door het vraagteken en de zwarte kleur.' 'Vraagteken, wat zal er hier gebeuren, zet je tot nadenken.' 	66% (n=594)	<ul style="list-style-type: none"> 'Badeendje kan weg; niet informatief en geen meerwaarde; neemt alleen ruimte in die beter gebruikt kan worden.' 'Persoon te groot, lijdt af van eigenlijk message.' 'Onduidelijke uitbeelding van winkel.' 'De toeschouwer is niet het hoofdonderwerp van de boodschap, maar wel het grootst in beeld.' 'Het is niet heel duidelijk dat dit een winkel is, is het een lollie?'
Voettekst	113	48% (n=54)	<ul style="list-style-type: none"> 'Duidelijk dat je bij de politie moet zijn als je iets verdachts ziet.' 'Goede slogan.' 'Burger verantwoordelijk maken naast genoemde instanties.' 	52% (n=59)	<ul style="list-style-type: none"> 'Te klein om informatief te zijn [tekst en logo's] want als je langs deze poster rijdt ga je dit niet lezen of opmerken. Om dit duidelijker/groter te maken het deel met het badeendje daarvoor mede gebruiken.' 'Moet vele malen groter op de poster !!'

Twee derde van de inwoners vinden dat de poster duidelijk maakt waar zij een melding moeten maken, minder dan de helft is het ermee eens dat de poster hen helpt verdachte situaties te herkennen.

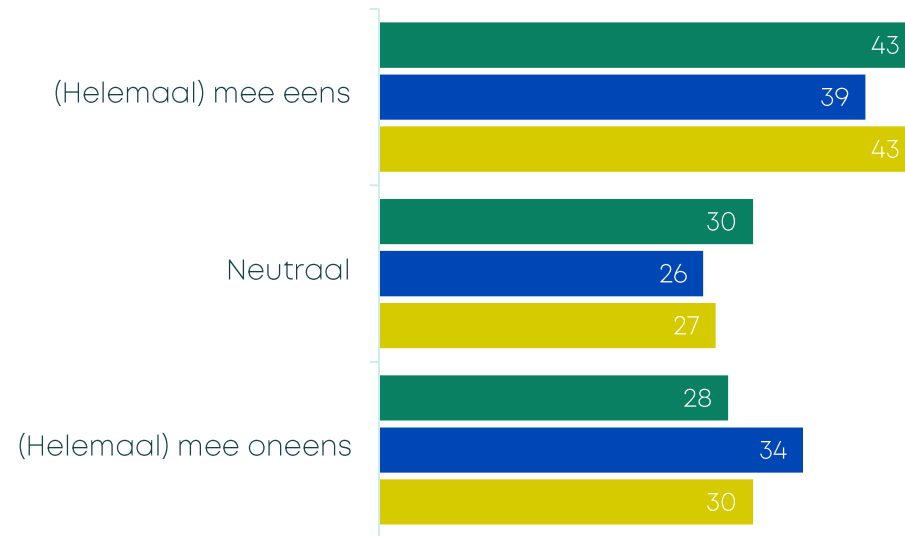
Stellingen poster (%)



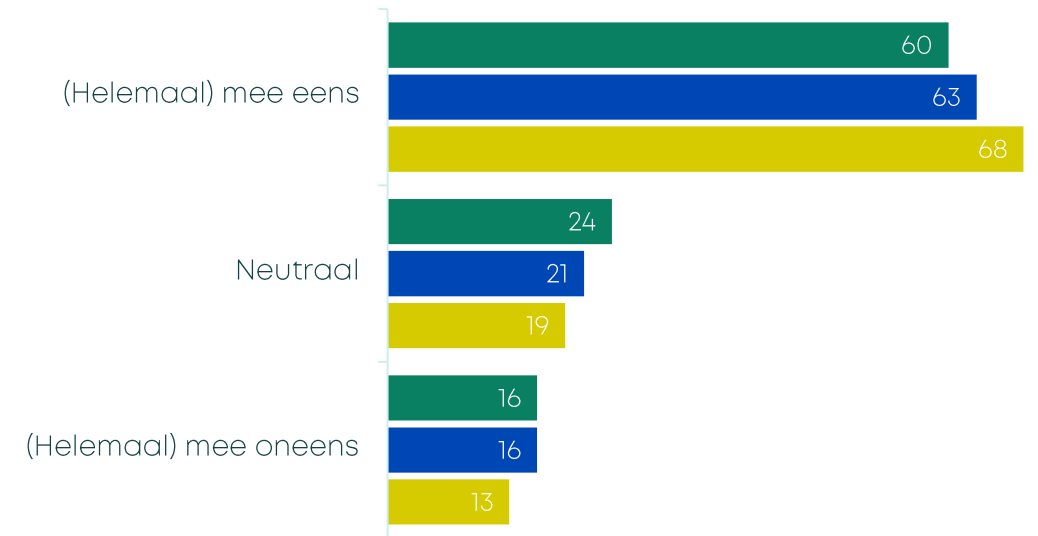
Inwoners uit de verschillende gemeenten vinden in gelijke mate dat de poster hen helpt bij het herkennen van verdachte situaties en duidelijk maakt waar ze een melding moeten maken.

Stellingen poster (%)

Dit type poster helpt mij bij het herkennen van verdachte situaties



Dit type poster maakt duidelijk waar ik een melding moet maken



■ Hillegom ■ Lisse ■ Teylingen



Ondernemers geven aan dat meer camera's, fysieke controle en het blijven melden van situaties kunnen helpen bij het tegengaan van ondermijning.

Betekenis gemeente

"Aandacht voor vragen en waar je terecht kunt."

"Meer camera's!"

"Meer informatie hierover verstrekken, ondersteunt met voorbeelden en/of filmpjes."

"Regelmatige fysieke controle."

"Georganiseerde misdaad is in het dagelijkse leven niet of nauwelijks zichtbaar, drugslabs en handel in de meeste gevallen. Lastig waar te nemen voor ondernemers."

Rol ondernemer

"Alert zijn op vreemde situaties (onderbuik gevoel)."

"Actief ageren bij verdachte situaties."

"Blijven melden en opletten."

"Zichtbaar cameragebruik buitenterrein."

"Melden bij verdachte situaties."

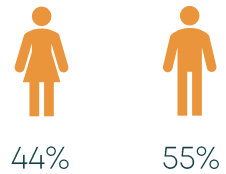


Bijlage

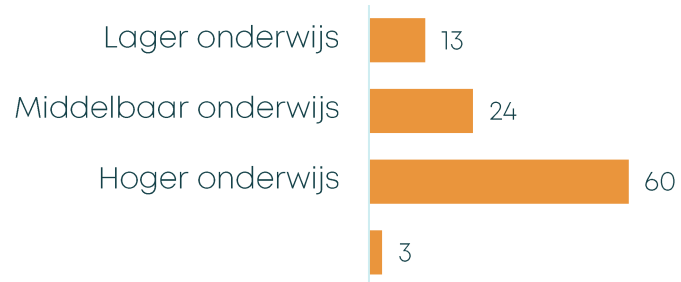
Profiel steekproef (n=948)

Profiel steekproef (%)

Geslacht



Opleidingsniveau



Leeftijd

