

1. Samenvatting en conclusies

De campagnes van RCN worden per eiland ontworpen en verspreid. De onderzoekers hebben er daarom voor gekozen om de samenvatting en conclusies per eiland te presenteren en niet voor alle BES-eilanden in totaal. Immers, wat op Bonaire heel goed werkt, kan op Saba totaal niet werken. We doelen hiermee bijvoorbeeld op het bereik van de radio. Daarom is het noodzakelijk om de conclusies per eiland te segmenteren zodat RCN ook per eiland het mediabeleid daarop kan afstemmen.

1.1. Samenvatting en conclusies Bonaire

Hieronder worden de conclusies van het onderzoek op Bonaire vermeld per deelvraag voor alle leeftijdsgroepen. Om deze samenvatting overzichtelijk en, in zeker mate, beknopt te houden is besloten om de resultaten per leeftijdsgroep los aan te leveren in vijf bijlages per eiland.

Deze vijf pdf-documenten per eiland bevatten alle informatie uitgesplitst per leeftijdsgroep. Voor Bonaire zijn de volgende vijf documenten bij de opdrachtgever aangeleverd:

- 1) Bonaire-14-17-jaar.pdf
- 2) Bonaire-18-34-jaar.pdf
- 3) Bonaire-35-49-jaar.pdf
- 4) Bonaire-50-64-jaar.pdf
- 5) Bonaire-65-plus.pdf

1. Via welke lokale/regionale media ontvangt men informatie over de verschillende departementen van de Rijksoverheid op de 3 eilanden (tv- en radiozenders, krant, nieuwssites, social media)?

- 71% ontvangt de informatie via social media.
- 40% ontvangt de informatie via de radio.
- 38% ontvangt de informatie via lokale websites.
- 35% ontvangt de informatie van kranten.
- 11% ontvangt nooit informatie van de Rijksoverheid.

De meeste personen op Bonaire ontvangen de informatie van de Rijksoverheid dus via social media. Slechts 11% ontvangt nooit informatie van de Rijksoverheid, dat houdt in dat ruim 89% van de bevolking via de genoemde mediakanalen kan worden bereikt.

2. Herkennen de verschillende doelgroepen de radiospotjes, advertenties, Stay Informed/ Keda Informa en Facebookberichten van RCN?

- 64% (her)kent de Facebookberichten van de Rijksoverheid in Caribisch Nederland.
- 54% (her)kent Stay Informed/ Keda Informa, een informatief radioprogramma van de Rijksoverheid in Caribisch Nederland.
- 51% (her)kent de filmpjes op social media van de Rijksoverheid in Caribisch Nederland.
- 49,8% (her)kent de radiospots van de Rijksoverheid in Caribisch Nederland.

3. Wat vindt men van de verschillende gebruikte media en is dit voor hen duidelijk en begrijpelijk (indien van toepassing)? Dit is per verschillende vorm van media uitgevraagd.

3.1. Zijn mensen bekend met de advertenties of spots in dat kanaal?

- Deze vraag is bij deelvraag 2 reeds beantwoord.

3.2. Wat voor een cijfer geven zij deze spots?

- Het gemiddelde cijfer voor de radiospots, gegeven door personen die de radiospots kennen, is een 6,2.
- Het gemiddelde cijfer voor Stay Informed/ Keda Informa, gegeven door de personen die het programma kennen, is een 6,7.
- Het gemiddelde cijfer voor de filmpjes op social media, gegeven door de personen die de filmpjes kennen, is een 6,5.
- Het gemiddelde cijfer voor de Facebookberichten, gegeven door de personen die de facebookberichten kennen, is een 6,3.

De gemiddelde cijfers liggen tussen de 6,2 en 6,7. Daarmee worden de spots of filmpjes met een voldoende beoordeeld, maar dit is zeker geen ruime voldoende.

3.3. Zijn de spots duidelijk?

- 89%, van de personen die de radiospots kent, vindt deze duidelijk.
- 91%, van de personen die het programma kent, vindt Stay Informed/ Keda Informa duidelijk.
- 88%, van de personen die de filmpjes op social media kent, vindt de filmpjes duidelijk.

Het overgrote deel van de personen, die de spots of filmpjes van de Rijksoverheid kent, vindt deze duidelijk.

3.4. Wat is de frequentie waarin zij deze spots waarnemen?

- 65%, van de personen die de radiospots kent, hoort de radiospots één keer per week of vaker.
- 45%, van de personen die de filmpjes op social media kent, ziet de filmpjes een aantal keer per maand en 37% ziet de filmpjes één keer per week of vaker.
- 48%, van de personen die de facebookberichten kent, ziet deze één keer per week of vaker voorbijkomen en 41% ziet de Facebookberichten een aantal keer per maand voorbijkomen.

De meeste personen op Bonaire horen de spots, of zien de filmpjes of facebookberichten regelmatig voorbijkomen.

3.5. Waar hoort of ziet men deze spot?

- 75%, van de personen die de radiospots kent, hoort de radiospots in de auto en 37% hoort de radiospots thuis.
- 49%, van de personen die het programma kent, luistert naar Stay Informed/ Keda Informa in de auto en 30% luistert thuis naar het programma.
- 79%, van de personen die de filmpjes op social media kent, kijkt thuis naar de filmpjes op social media en 16% kijkt naar deze filmpjes op het werk.

De radio-uitingen horen de meeste personen in de auto, terwijl de filmpjes op social media voornamelijk thuis worden bekeken.

4. Wie bezoekt de RCN-website en Facebookpagina en wat vindt men van deze informatie?

- 43% bezoekt de Facebookpagina van RCN weleens
- 54% bezoekt de website van RCN weleens

4.1. Wat is de waardering?

- Het gemiddelde cijfer voor de Facebookpagina van RCN, gegeven voor de personen die de pagina bezoeken, is een 6,5.
- Het gemiddelde cijfer voor de website van RCN, gegeven voor de personen die de pagina bezoeken, is een 6,2.

4.2. Hoe groot is het bereik?

- De Facebookpagina van RCN bereikt 43% van Bonaire, dat zijn omgerekend circa 8.250 inwoners van 14 jaar of ouder.
- De website van RCN bereikt 54% van Bonaire, dat zijn omgerekend circa 10.350 inwoners van 14 jaar of ouder.

5. Hoe worden mensen geïnformeerd?

De onderstaande antwoorden op deze deelvraag worden aangevuld middels de antwoorden op deelvraag 12.

- 83% wordt via social media geïnformeerd.
- 59% wordt via de radio geïnformeerd.
- 51% wordt via lokale (nieuws)websites geïnformeerd.
- 48% wordt via kranten geïnformeerd.
- 38% wordt via lokale tv-stations geïnformeerd.

De meeste personen kunnen worden bereikt en geïnformeerd via social media. Daarnaast hebben zowel radio, lokale websites als kranten ieder een aanzienlijk bereik. Slechts 2% van de bevolking boven de 14 jaar, is niet de bereiken via de bovengenoemde mediakanalen.

Kranten

- 41% leest de Extra.
- 35% leest de Bonaire Reporter.
- 29% leest geen kranten of dagbladen.
- 27% leest het Antilliaans Dagblad.
- 13% leest de Amigoe.
- 8% leest de Caribische editie van de Telegraaf.
- 8% leest andere kranten of dagbladen.
- 6% leest de Daily Herald.

Radiostations

- 44% luistert naar Live99 FM.
- 40% luistert naar Mega Hit FM.
- 31% luistert naar Dolfijn FM.
- 22% luistert geen radio.
- 16% luistert naar Voz di Bonaire.
- 16% luistert naar Bon FM.
- 6% luistert naar Radio Energia.
- 4% luistert naar Play FM.

Lokale (nieuws)websites

- 74% bezoekt Bonaire.nu
- 29% bezoekt Caribischnetwerk.ntr.nl
- 27% bezoekt BES-reporter.com
- 19% bezoekt geen lokale websites.
- 15% bezoekt Koninkrijksrelaties.nu
- 12% bezoekt Antilliaansdagblad.com

Social media

- 92% gebruikt Facebook.
- 50% gebruikt YouTube.
- 30% gebruikt Instagram.
- 29% gebruikt LinkedIn.
- 14% gebruikt Pinterest.
- 12% gebruikt Twitter.
- 9% gebruikt Snapchat.
- 6% gebruikt geen social media.

6. Wanneer worden mensen geïnformeerd?

- De meeste respondenten worden één keer per week of vaker geïnformeerd, gevolgd door de groep die een aantal keer per maand wordt geïnformeerd.
- Opvallend is dat de groep die een aantal keer per jaar wordt geïnformeerd voor alle mediakanalen het kleinste was.

7. Wat doen mensen met de informatie uit de communicatieboodschappen van RCN?

- 7.1. Nemen ze informatie ter kennisname aan?
- 7.2. Worden ze erdoor beïnvloed?
- 7.3. Vormen ze zich een mening?
- 7.4. Gaan ze in discussie?
- 7.5. Stellen ze vragen?

- 49% neemt kennis van de informatie en krijgt door de informatie die men ontvangt bekendheid met het onderwerp waarna men zich een mening kan vormen.
- 15% gaat met familie, vrienden of kennissen in gesprek of discussie over de onderwerpen.
- 14% stelt vragen aan anderen over de besproken onderwerpen.
- 7% wordt beïnvloed en denkt na over de besproken onderwerpen.
- 5% wordt beïnvloed maar doet verder niets met de informatie.
- 5% doet niets met de informatie en laat het links liggen.

8. Vind men de berichtgeving vanuit RCN betrouwbaar overkomen?

- 77% vindt de informatie die men ontvangt vanuit de Rijksoverheid in Caribisch Nederland, betrouwbaar overkomen.

9. Wie bereikt RCN met hun boodschappen?

- RCN bereikt 89% van de inwoners van Bonaire in de leeftijd van 14 t/m 65+ met hun boodschappen.
- Voor het bereik per leeftijdsgroep verwijzen wij naar de vijf bijlages:
 - 1) Bonaire-14-17-jaar.pdf
 - 2) Bonaire-18-34-jaar.pdf
 - 3) Bonaire-35-49-jaar.pdf
 - 4) Bonaire-50-64-jaar.pdf
 - 5) Bonaire-65-plus.pdf

10. Aan wat voor soort informatie hebben de verschillende doelgroepen behoefte?

We hebben bij deze deelvraag een top 10 opgesteld.

1. 69% heeft behoefte aan informatie over gezondheid en zorg.
2. 62% heeft behoefte aan informatie over belastingen.
3. 55% heeft behoefte aan informatie over justitie en veiligheid.
4. 54% heeft behoefte aan informatie over politiek nieuws uit Nederland met betrekking tot zijn of haar eiland.
5. 52% heeft behoefte aan informatie over infrastructuur en waterstaat.
6. 52% heeft behoefte aan informatie over de economie of economische ontwikkelingen.
7. 44% heeft behoefte aan informatie over sociale zaken en uitkeringen.
8. 42% heeft behoefte aan informatie over de staatkundige structuur van de eilanden in Caribisch Nederland.
9. 41% heeft behoefte aan informatie over klimaat en energie.
10. 37% heeft behoefte aan informatie over toerisme.

11. Wat voor soort informatie mist men?

We hebben bij deze deelvraag een top 10 opgesteld.

1. 33% mist informatie over gezondheid en zorg.
2. 29% mist informatie over belastingen.
3. 29% mist informatie over infrastructuur en waterstaat.
4. 28% mist informatie over politiek nieuws uit Nederland met betrekking tot zijn of haar eiland.
5. 28% mist informatie over justitie en veiligheid.
6. 27% mist informatie over de economie of economische ontwikkelingen.
7. 27% mist informatie over klimaat en energie.
8. 26% mist informatie over sociale zaken en uitkeringen.
9. 24% mist informatie over de staatkundige structuur van de eilanden in Caribisch Nederland.
10. 24% mist informatie over ondernemen.

12. Welke communicatiemiddelen moet RCN meer inzetten?

We hebben bij deze deelvraag een top 10 opgesteld.

1. 43% kiest hier voor Facebookberichten.
2. 36% kiest hier voor de RCN-website.
3. 34% kiest hier voor huis-aan-huis folders.
4. 34% kiest hier voor Facebookberichten op lokale facebookgroepen.
5. 33% kiest hier voor Facebookberichten op de RCN Facebookpagina.
6. 33% kiest hier voor een e-mail nieuwsbrief.
7. 21% kiest hier voor radiospots.
8. 21% kiest hier voor informatie via WhatsApp.
9. 19% kiest hier voor radioprogramma's (interviews en praatprogramma's).
10. 19% kiest hier voor advertenties in kranten en dagbladen.

1.2. Samenvatting en conclusies Saba

Hieronder worden de conclusies van het onderzoek op Saba vermeld per deelvraag voor alle leeftijdsgroepen. Om deze samenvatting overzichtelijk en, in zeker mate, beknopt te houden is besloten om de resultaten per leeftijdsgroep los aan te leveren in vijf bijlages per eiland.

Deze vijf pdf-documenten per eiland bevatten alle informatie uitgesplitst per leeftijdsgroep. Voor Saba zijn de volgende vijf documenten bij de opdrachtgever aangeleverd:

- 1) Saba-14-17-jaar.pdf
- 2) Saba -18-34-jaar.pdf
- 3) Saba -35-49-jaar.pdf
- 4) Saba-50-64-jaar.pdf
- 5) Saba -65-plus.pdf

1. Via welke lokale/regionale media ontvangt men informatie over de verschillende departementen van de Rijksoverheid op Saba (tv- en radiozenders, krant, nieuwssites, social media)?

- 68% ontvangt de informatie via social media.
- 29% ontvangt de informatie van kranten.
- 28% ontvangt de informatie via lokale websites.
- 15% ontvangt nooit informatie van de Rijksoverheid.
- 10% ontvangt de informatie via de radio.

De meeste personen op Saba ontvangen de informatie van de Rijksoverheid dus via social media.

2. Herkennen de verschillende doelgroepen de radiospotjes, advertenties, Stay Informed/ Keda Informa en Facebookberichten van RCN?

- 56% (her)kent de Facebookberichten van de Rijksoverheid in Caribisch Nederland.
- 84% van de mensen die hebben aangegeven radio te luisteren op Saba (her)kent Stay Informed/ Keda Informa, een informatief radioprogramma van de Rijksoverheid in Caribisch Nederland.
- 41% van de mensen die hebben aangegeven Social media te gebruiken (her)kent de filmpjes op social media van de Rijksoverheid in Caribisch Nederland.
- 35,4% (her)kent de radiospots van de Rijksoverheid in Caribisch Nederland.

3. Wat vindt men van de verschillende gebruikte media en is dit voor hen duidelijk en begrijpelijk (indien van toepassing)? Dit is per verschillende vorm van media uitgevraagd.

3.1. Zijn mensen bekend met de advertenties of spots in dat kanaal.

- Deze vraag is bij deelvraag 2 reeds beantwoord.

3.2. Wat voor een cijfer geven zij deze spots.

- Het gemiddelde cijfer voor de radiospots is een 5,6.
- Het gemiddelde cijfer voor Stay Informed/ Keda Informa is een 6,9.
- Het gemiddelde cijfer voor de filmpjes op social media is een 7.
- Het gemiddelde cijfer voor de Facebookberichten is een 6,7.

De gemiddelde cijfers liggen tussen de 5,6 en 7. Niet alle spots of filmpjes krijgen dus gemiddeld een voldoende. Vooral bij de radiospots is er nog veel ruimte voor verbetering.

3.3. Zijn de spots duidelijk?

- 81% van de respondenten die de radiospots kennen vindt deze duidelijk.
- 100% van de respondenten die hebben aangegeven Stay Informed/ Keda Informa te kennen vinden dit ook duidelijk.
- 97% van de respondenten die hebben aangegeven de filmpjes op social media te kennen vinden deze duidelijk.

Het overgrote deel van de personen, die de spots of filmpjes van de Rijksoverheid in Caribisch Nederland kent, vindt deze duidelijk.

3.4. Wat is de frequentie waarin zij deze spots waarnemen

- 60% hoort de radiospots één keer per week of vaker.
- 41% ziet de filmpjes op social media een aantal keer per maand en 22% ziet de filmpjes één keer per week of vaker.
- 67% ziet de Facebookberichten één keer per week of vaker.

De meeste personen op Saba horen de spots, of zien de filmpjes of facebookberichten regelmatig voorbijkomen.

3.5. Waar hoort of ziet men deze spot.

- 44% hoort de radiospots in de auto en 53% hoort de radiospots thuis.
- 56% luistert thuis naar Stay Informed/ Keda Informa en 19% luistert in de auto of op het werk naar het programma.
- 65% kijkt thuis naar de filmpjes op social media en 27% kijkt naar deze filmpjes op het werk.

Zowel de radio-uitingen als de filmpjes op social media worden voornamelijk thuis bekeken.

4. Wie bezoekt de RCN-website en Facebookpagina en wat vindt men van deze informatie?

- 44% bezoekt de Facebookpagina van RCN weleens
- 36% bezoekt de website van RCN weleens

4.1. Wat is de waardering?

- Het gemiddelde cijfer voor de Facebookpagina van RCN, gegeven voor de personen die de pagina bezoeken, is een 6,2.
- Het gemiddelde cijfer voor de website van RCN, gegeven voor de personen die de pagina bezoeken, is een 6,6.

4.2. Hoe groot is het bereik?

- De Facebookpagina van RCN bereikt 44% van Saba, dat zijn omgerekend circa 831 inwoners boven de 14 jaar.
- De website van RCN bereikt 36% van Saba, dat zijn omgerekend circa 680 inwoners boven de 14 jaar.

5. Hoe worden mensen geïnformeerd?

De onderstaande antwoorden op deze deelvraag worden aangevuld middels de antwoorden op deelvraag 12.

- 79% wordt via social media geïnformeerd.
- 52% wordt via kranten geïnformeerd.
- 39% wordt via lokale (nieuws)websites geïnformeerd.
- 29% wordt via de radio geïnformeerd.
- 5% wordt via lokale tv-stations geïnformeerd.

De meeste personen kunnen worden bereikt en geïnformeerd via social media. Daarnaast hebben zowel kranten als lokale (nieuws)websites ieder een aanzienlijk bereik.

Kranten

- 67% leest de Daily Herald.
- 28% leest geen kranten of dagbladen.
- 9% leest andere kranten of dagbladen.
- 6% leest de Extra.
- 6% leest de Bonaire Reporter.
- 4% leest het Antilliaans Dagblad.
- 3% leest de Amigoe.
- 1% leest de Caribische editie van de Telegraaf.

Radiostations

- 58% luistert geen radio.
- 28% luistert naar de Voice of Saba
- 15% luistert naar andere radiostations
- 6% luistert naar Live99 FM.
- 5% luistert naar Radio Statia.
- 3% luistert naar Mega Hit FM.
- 3% luistert naar Voz di Bonaire FM.
- 3% luistert naar Play FM.
- 3% luistert naar CTC-Radio.
- 2% luistert naar Dolfijn FM.
- 2% luistert naar Bon FM.

Lokale (nieuws)websites

- 65% Saba-news.com
- 33% bezoekt geen lokale websites.
- 27% bezoekt BES-reporter.com
- 16% bezoekt Caribischnetwerk.ntr.nl
- 7% bezoekt Bonaire.nu
- 4% bezoekt Koninkrijksrelaties.nu
- 3% bezoekt Antilliaansdagblad.com
- 2% bezoekt andere lokale (nieuws)websites.

Social media

- 81% gebruikt Facebook.
- 59% gebruikt YouTube.
- 28% gebruikt LinkedIn.
- 25% gebruikt Instagram.
- 18% gebruikt Snapchat.
- 18% gebruikt Pinterest.
- 17% gebruikt Twitter.
- 14% gebruikt geen social media.

6. Wanneer worden mensen geïnformeerd?

- De meeste respondenten worden één keer per week of vaker geïnformeerd, gevolgd door de groep die een aantal keer per maand wordt geïnformeerd.
- Opvallend is dat de groep die een aantal keer per jaar wordt geïnformeerd voor alle mediakanalen het kleinste was.

7. Wat doen mensen met de informatie uit de communicatieboodschappen van RCN?

- 7.1. Nemen ze informatie ter kennisname aan?
- 7.2. Worden ze erdoor beïnvloed?
- 7.3. Vormen ze zich een mening?
- 7.4. Gaan ze in discussie?
- 7.5. Stellen ze vragen?

- 26% gaat met familie, vrienden of kennissen in gesprek of discussie over de onderwerpen.
- 13% stelt vragen aan anderen over de besproken onderwerpen.
- 11% wordt beïnvloed en denkt na over de besproken onderwerpen.
- 9% doet niets met de informatie en laat het links liggen.
- 3% wordt beïnvloed maar doet verder niets met de informatie.

8. Vind men de berichtgeving vanuit RCN betrouwbaar overkomen?

- 74% vindt de informatie die men ontvangt vanuit de Rijksoverheid in Caribisch Nederland, betrouwbaar overkomen.

9. Wie bereikt RCN met hun boodschappen?

- RCN bereikt 85% van de inwoners van Saba in de leeftijd van 14 t/m 65+ met hun boodschappen.
- Voor het bereik per leeftijdsgroep verwijzen wij naar de vijf bijlages:
 - 1) Saba-14-17-jaar.pdf
 - 2) Saba-18-34-jaar.pdf
 - 3) Saba-35-49-jaar.pdf
 - 4) Saba-50-64-jaar.pdf
 - 5) Saba-65-plus.pdf

10. Aan wat voor soort informatie hebben de verschillende doelgroepen behoefte?

We hebben bij deze deelvraag een top 10 opgesteld.

1. 74% heeft behoefte aan informatie over gezondheid en zorg.
2. 59% heeft behoefte aan informatie over politiek nieuws uit Nederland met betrekking tot zijn of haar eiland.
3. 58% heeft behoefte aan informatie over belastingen.
4. 58% heeft behoefte aan informatie over sociale zaken en uitkeringen.
5. 57% heeft behoefte aan informatie over justitie en veiligheid.
6. 54% heeft behoefte aan informatie over immigratie en naturalisatie (IND)
7. 53% heeft behoefte aan informatie over klimaat en energie.
8. 49% heeft behoefte aan informatie over toerisme.
9. 47% heeft behoefte aan informatie over het onderwijs.
10. 46% heeft behoefte aan informatie over infrastructuur en waterstaat.
11. 46% heeft behoefte aan informatie over cultuur
12. 45% heeft behoefte aan informatie over de economie of economische ontwikkelingen.
13. 44% heeft behoefte aan informatie over de staatkundige structuur van de eilanden in Caribisch Nederland.

11. Wat voor soort informatie mist men?

We hebben bij deze deelvraag een top 10 opgesteld.

1. 34% geeft aan geen informatie te missen.
2. 29% mist informatie over belastingen.
3. 26% mist informatie over toerisme.
4. 26% mist informatie over klimaat en energie.
5. 25% mist informatie over de economie of economische ontwikkelingen.
6. 24% mist informatie over gezondheid en zorg.
7. 24% mist informatie over Immigratie en naturalisatie (IND)
8. 23% mist informatie over sociale zaken en uitkeringen.
9. 22% mist informatie over het onderwijs.
10. 21% mist informatie over infrastructuur en waterstaat.
11. 19% mist informatie over justitie en veiligheid.
12. 19% mist informatie over cultuur.
13. 19% mist informatie over de staatkundige structuur van de eilanden in Caribisch Nederland.
14. 19% mist informatie over politiek nieuws uit Nederland met betrekking tot zijn of haar eiland.
15. 24% mist informatie over ondernemen.

12 Welke communicatiemiddelen moet RCN meer inzetten?

We hebben bij deze deelvraag een top 10 opgesteld.

1. 47% kiest hier voor een e-mail nieuwsbrief.
2. 45% kiest hier voor Print billboards in de openbare ruimte.
3. 40% kiest hier voor Facebookberichten.
4. 33% kiest hier voor informatie via WhatsApp.
5. 33% kiest hier voor Facebookberichten op de RCN Facebookpagina.
6. 32% kiest hier voor huis-aan-huis folders.
7. 25% kiest hier voor informatie via YouTube
8. 23% kiest hier voor informatie op een informatiebijeenkomst of Townhall meetings.
9. 21% kiest hier voor advertenties in kranten en dagbladen.
10. 18% kiest hier voor de RCN-website.
11. 16% kiest hier voor radiospots.

1.3. Samenvatting en conclusies Sint Eustatius

Hieronder worden de conclusies van het onderzoek op Sint Eustatius vermeld per deelvraag voor alle leeftijdsgroepen. Om deze samenvatting overzichtelijk en, in zeker mate, beknopt te houden is besloten om de resultaten per leeftijdsgroep los aan te leveren in vijf bijlages per eiland.

Deze vijf pdf-documenten per eiland bevatten alle informatie uitgesplitst per leeftijdsgroep. Voor Sint Eustatius zijn de volgende vijf documenten bij de opdrachtgever aangeleverd:

- 1) Sint-Eustatius-14-17-jaar.pdf
- 2) Sint-Eustatius-18-34-jaar.pdf
- 3) Sint-Eustatius-35-49-jaar.pdf
- 4) Sint-Eustatius-50-64-jaar.pdf
- 5) Sint-Eustatius-65-plus.pdf

1. Via welke lokale/regionale media ontvangt men informatie over de verschillende departementen van de Rijksoverheid op de 3 eilanden (tv- en radiozenders, krant, nieuwssites, social media)?

- 65% ontvangt de informatie via social media.
- 45% ontvangt de informatie via de radio.
- 39% ontvangt de informatie van kranten.
- 25% ontvangt de informatie via lokale websites.
- 7% ontvangt nooit informatie van de Rijksoverheid.
- Niemand ontvangt informatie van de Rijksoverheid via lokale tv-stations.

De meeste personen op Sint Eustatius ontvangen de informatie van de Rijksoverheid dus via social media. Slechts 7% ontvangt nooit informatie van de Rijksoverheid, dat houdt in dat ruim 93% van de bevolking via de genoemde mediakanalen kan worden bereikt.

2. Herkennen de verschillende doelgroepen de radiospotjes, advertenties, Stay Informed/ Keda Informa en Facebookberichten van RCN?

- 86% (her)kent Stay Informed/ Keda Informa, een informatief radioprogramma van de Rijksoverheid in Caribisch Nederland.
- 65% (her)kent de radiospots van de Rijksoverheid in Caribisch Nederland.
- 61% (her)kent de Facebookberichten van de Rijksoverheid in Caribisch Nederland.
- 44% (her)kent de filmpjes op social media van de Rijksoverheid in Caribisch Nederland.

Wat opvalt op Sint Eustatius is dat 86% van de respondenten Stay Informed/ Keda Informa kennen.

3. Wat vindt men van de verschillende gebruikte media en is dit voor hen duidelijk en begrijpelijk (indien van toepassing)? Dit is per verschillende vorm van media uitgevraagd.

3.1. Zijn mensen bekend met de advertenties of spots in dat kanaal?

- Deze vraag is bij deelvraag 2 reeds beantwoord.

3.2. Wat voor een cijfer geven zij deze spots?

- Het gemiddelde cijfer voor de radiospots, gegeven door personen die de radiospots kennen, is een 6,2.
- Het gemiddelde cijfer voor Stay Informed/ Keda Informa, gegeven door de personen die het programma kennen, is een 6,9.
- Het gemiddelde cijfer voor de filmpjes op social media, gegeven door de personen die de filmpjes kennen, is een 6,4.
- Het gemiddelde cijfer voor de Facebookberichten, gegeven door de personen die de facebookberichten kennen, is een 6,4.

De gemiddelde cijfers liggen tussen de 6,2 en 6,9. Daarmee worden de spots of filmpjes met een voldoende beoordeeld, maar zeker geen ruime voldoende.

3.3. Zijn de spots duidelijk?

- 94%, van de personen die de radiospots kent, vindt deze duidelijk.
- 93%, van de personen die het programma kent, vindt Stay Informed/ Keda Informa duidelijk.
- 91%, van de personen die de filmpjes op social media kent, vindt de filmpjes duidelijk.

Het overgrote deel van de personen, die de spots of filmpjes van de Rijksoverheid kent, vindt deze duidelijk.

3.4. Wat is de frequentie waarin zij deze spots waarnemen?

- 64%, van de personen die de radiospots kent, hoort de radiospots één keer per week of vaker.
- 40%, van de personen die de filmpjes op social media kent, ziet de filmpjes een aantal keer per maand en 33% ziet de filmpjes één keer per week of vaker.
- 45%, van de personen die de facebookberichten kent, ziet deze één keer per week of vaker voorbijkomen en 40% ziet de Facebookberichten een aantal keer per maand voorbijkomen.

De meeste personen op Sint Eustatius horen de spots, of zien de filmpjes of facebookberichten regelmatig voorbijkomen.

3.5. Waar hoort of ziet men deze spot?

- 67%, van de personen die de radiospots kent, hoort de radiospots in de auto, 48% hoort de radiospots thuis en 41% hoort de spots op het werk.
- 39%, van de personen die het programma kent, luistert naar Stay Informed/ Keda Informa in de auto, 27% luistert thuis naar het programma en 27% luistert op het werk naar het programma.
- 63%, van de personen die de filmpjes op social media kent, kijkt thuis naar de filmpjes op social media en 26% kijkt deze filmpjes op het werk.

De radio-uitingen horen de meeste personen in de auto, terwijl de filmpjes op social media voornamelijk thuis worden bekeken.

4. Wie bezoekt de RCN-website en Facebookpagina en wat vindt men van deze informatie?

- 42% bezoekt de Facebookpagina van RCN weleens.
- 49% bezoekt de website van RCN weleens

4.1. Wat is de waardering?

- Het gemiddelde cijfer voor de Facebookpagina van RCN, gegeven voor de personen die de pagina bezoeken, is een 6,2.
- Het gemiddelde cijfer voor de website van RCN, gegeven voor de personen die de pagina bezoeken, is eveneens een 6,2.

4.2. Hoe groot is het bereik?

- De Facebookpagina van RCN bereikt 42% van Sint Eustatius, dat zijn omgerekend circa 1.365 inwoners van 14 jaar of ouder.
- De website van RCN bereikt 49% van Sint Eustatius, dat zijn omgerekend circa 1.592 inwoners van 14 jaar of ouder.

5. Hoe worden mensen geïnformeerd?

De onderstaande antwoorden op deze deelvraag worden aangevuld middels de antwoorden op deelvraag 12.

- 83% wordt via social media geïnformeerd.
- 54% wordt via kranten geïnformeerd.
- 53% wordt via de radio geïnformeerd.
- 39% wordt via lokale (nieuws)websites geïnformeerd.
- 12% wordt via lokale tv-stations geïnformeerd.
- 2% wordt niet via één van deze mediakanalen geïnformeerd.

De meeste personen kunnen worden bereikt en geïnformeerd via social media. Daarnaast hebben zowel radio, lokale websites als kranten ieder een aanzienlijk bereik.

Kranten

- 86% leest de Daily Herald.
- 15% leest geen kranten of dagbladen.
- 12% leest het Antilliaans Dagblad.
- 12% leest de Bonaire Reporter.
- 9% leest de Amigoe.
- 5% leest de Extra.
- 5% leest de Caribische editie van de Telegraaf.
- 5% leest andere kranten of dagbladen.

Radiostations

- 64% luistert naar CTC-Radio
- 60% luistert naar Radio Statia
- 39% luistert naar FAB Radio
- 21% luistert geen radio.
- 5% luistert naar Voice of Saba
- 2% luistert naar Live99 FM
- 2% luistert naar Dolfijn GM
- 1% luistert naar Play FM.

Lokale (nieuws)websites

- 62% bezoekt BES-reporter.com
- 30% bezoekt geen lokale websites
- 24% bezoekt Caribischnetwerk.ntr.nl
- 13% bezoekt Saba-news.com
- 12% bezoekt Bonaire.nu
- 10% bezoekt Antilliaansdagblad.com
- 7% bezoekt Koninkrijksrelaties.nu

Social media

- 88% gebruikt Facebook.
- 61% gebruikt YouTube.
- 33% gebruikt Instagram.
- 26% gebruikt Pinterest.
- 25% gebruikt LinkedIn.
- 15% gebruikt Twitter.
- 12% gebruikt Snapchat.
- 5% gebruikt geen social media.

6. Wanneer worden mensen geïnformeerd?

- De meeste respondenten worden één keer per week of vaker geïnformeerd, gevolgd door de groep die een aantal keer per maand wordt geïnformeerd.
- Opvallend is dat de groep die een aantal keer per jaar wordt geïnformeerd voor alle mediakanalen het kleinste was.

7. Wat doen mensen met de informatie uit de communicatieboodschappen van RCN?

- 7.1. Nemen ze informatie ter kennisname aan?
- 7.2. Worden ze erdoor beïnvloed?
- 7.3. Vormen ze zich een mening?
- 7.4. Gaan ze in discussie?
- 7.5. Stellen ze vragen?

- 46% neemt kennis van de informatie en krijgt door de informatie die men ontvangt bekendheid met het onderwerp waarna men zich een mening kan vormen.
- 20% gaat met familie, vrienden of kennissen in gesprek of discussie over de onderwerpen.
- 16% stelt vragen aan anderen over de besproken onderwerpen.
- 4% wordt beïnvloed en denkt na over de besproken onderwerpen
- 3% wordt beïnvloed maar doet verder niets met de informatie.
- 3% doet niets met de informatie en laat het links liggen.

8. Vind men de berichtgeving vanuit RCN betrouwbaar overkomen?

- 75% vindt de informatie die men ontvangt vanuit de Rijksoverheid in Caribisch Nederland, betrouwbaar overkomen.

9. Wie bereikt RCN met hun boodschappen?

- RCN bereikt 93% van de inwoners van Sint Eustatius in de leeftijd van 14 t/m 65+ met hun boodschappen.
- Voor het bereik per leeftijdsgroep verwijzen wij naar de vijf bijlages:
 - 1) Sint-Eustatius-14-17-jaar.pdf
 - 2) Sint-Eustatius-18-34-jaar.pdf
 - 3) Sint-Eustatius-35-49-jaar.pdf
 - 4) Sint-Eustatius-50-64-jaar.pdf
 - 5) Sint-Eustatius-65-plus.pdf

10. Aan wat voor soort informatie hebben de verschillende doelgroepen behoefte?

We hebben bij deze deelvraag een top 10 opgesteld.

1. 82% heeft behoefte aan informatie over gezondheid en zorg.
2. 66% heeft behoefte aan informatie over belastingen.
3. 66% heeft behoefte aan informatie over politiek nieuws uit Nederland met betrekking tot zijn of haar eiland.
4. 59% heeft behoefte aan informatie over de economie of economische ontwikkelingen.
5. 58% heeft behoefte aan informatie over sociale zaken en uitkeringen
6. 53% heeft behoefte aan informatie over justitie en veiligheid.
7. 52% heeft behoefte aan informatie over infrastructuur en waterstaat.
8. 50% heeft behoefte aan informatie over de staatkundige structuur van de eilanden in Caribisch Nederland.
9. 48% heeft behoefte aan informatie over onderwijs.
10. 46% heeft behoefte aan informatie over ondernemen.

11. Wat voor soort informatie mist men?

We hebben bij deze deelvraag een top 10 opgesteld.

1. 30% mist informatie over politiek nieuws uit Nederland met betrekking tot zijn of haar eiland.
2. 29% mist informatie over de staatkundige structuur van de eilanden in Caribisch Nederland.
3. 28% mist informatie over de economie of economische ontwikkelingen.
4. 28% mist informatie over gezondheid en zorg.
5. 24% mist informatie over sociale zaken en uitkeringen.
6. 23% mist informatie over infrastructuur en waterstaat.
7. 22% mist informatie over belastingen.
8. 21% mist informatie over ondernemen.
9. 20% mist informatie over justitie en veiligheid.
10. 20% mist informatie over onderwijs.

12. Welke communicatiemiddelen moet RCN meer inzetten?

We hebben bij deze deelvraag een top 10 opgesteld.

1. 43% kiest hier voor een e-mail nieuwsbrief.
2. 41% kiest hier voor Facebookberichten op lokale facebookgroepen.
3. 39% kiest hier voor radioprogramma's (interviews en praatprogramma's).
4. 38% kiest hier voor huis-aan-huis folders.
5. 37% kiest hier voor informatiebijeenkomsten in buurthuizen/ Townhall meetings
6. 35% kiest hier voor advertenties in kranten en dagbladen.
7. 32% kiest hier voor radiospots/ radioadvertenties.
8. 32% kiest hier voor Facebookberichten op de RCN Facebookpagina.
9. 32% kiest hier voor Facebookberichten.
10. 29% kiest hier voor print billboards in de openbare ruimte.