



Den Haag

Stadspanel Den Haag

onderzoeksrapport

Evaluatie campagne #gedraagje

(oktober 2023)

Inleiding

Algemene kenmerken

Onderwerp: evaluatie van de campagne #gedraagje
Meetperiode: oktober 2023
Benaderd: 724 panelleden van 16 t/m 39 jaar
Respons: 229 (32%)
Foutmarge: 6%

Inhoud

Deze rapportage toont de uitkomsten op hoofdlijnen voor de thema's:

Algemeen

- Zorgen
- Eigen ervaringen
- Bekendheid van het meldpunt tegen straatintimidatie

Voorlichtingscampagne

- Bereik - uitingen
- Bereik - kanalen
- Oordeel over de campagne

Verstreckte bijlagen aan de opdrachtgever:

- Antwoorden op de open vragen



Geacht panellid,

De gemeente wil u graag enkele vragen stellen over straatintimidatie en de campagne tegen straatintimidatie. Straatintimidatie is gedrag waardoor iemand anders zich bang en onveilig voelt. Intimidatie kan gebeuren op straat, in het openbaar vervoer, tijdens het uitgaan of in een openbaar gebouw. Voorbeelden van intimidatie zijn staren, sissen, achterna lopen en ongewenst aanraken. U helpt ons enorm als u de vragenlijst invult. Het invullen duurt ongeveer 4 minuten. Heel erg bedankt voor uw medewerking!

[Start vragenlijst](#)

Met vriendelijke groet,

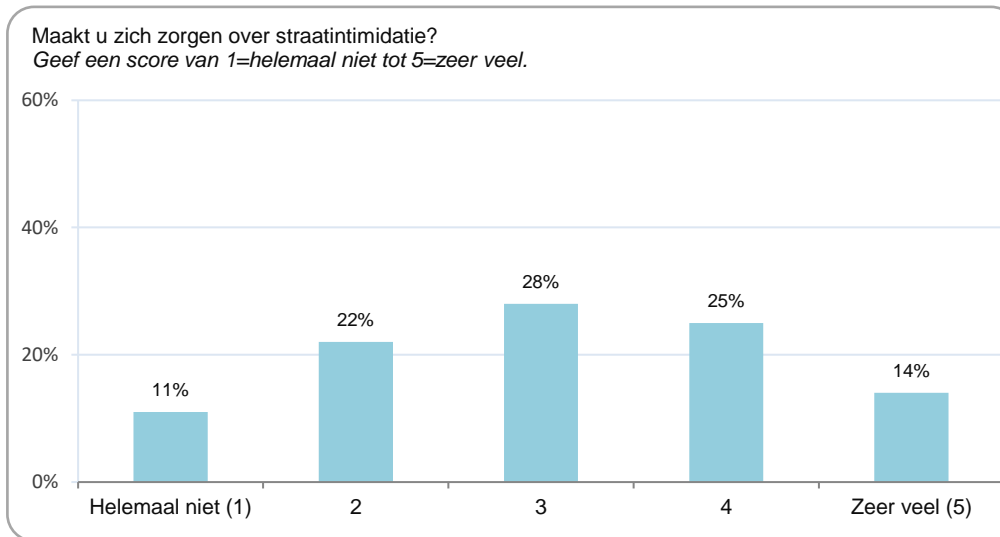
Gemeente Den Haag
Steda onderzoek & advies, panelbeheer

Respondenten: n=229

Het panel als zodanig bestaat uit een groep relatief hoog opgeleide en betrokken burgers die bereid is om zonder beloning enkele keren per jaar hun mening te delen. Voor de eventuele bias die komt omdat het in algemene zin een betrokken groep betreft is lastig te corrigeren. Dit ter nuance bij het interpreteren van de uitkomsten.

Zorgen

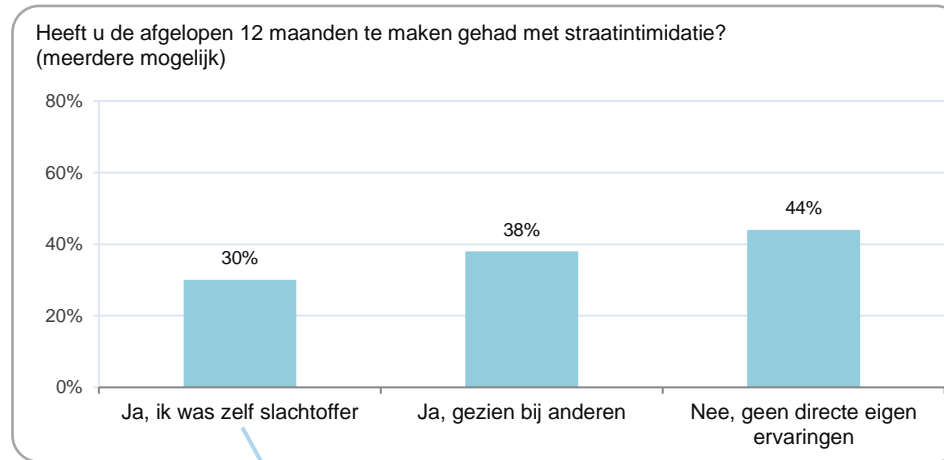
Van de panelleden maakt 14% zich veel zorgen over straatintimidatie. Dit speelt vaker bij jongeren tot 29 jaar (24%) dan bij de groep 30-39 jarigen (12%). Er is bij deze vraag geen verschil tussen mannen en vrouwen.



Straatintimidatie is gedrag waardoor iemand anders zich bang en onveilig voelt. Intimidatie kan gebeuren op straat, in het openbaar vervoer, tijdens het uitgaan of in een openbaar gebouw. Voorbeelden van intimidatie zijn staren, sissen, achterna lopen en ongewenst aanraken.

Eigen ervaringen

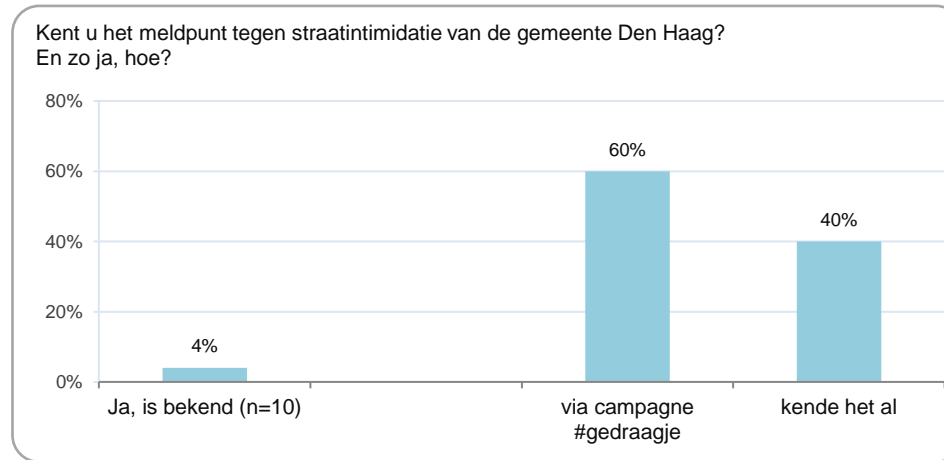
Van de respondenten heeft 30% het afgelopen jaar zelf te maken gehad met straatintimidatie. Dit speelt vaker bij vrouwen (40%) dan bij mannen (19%).



- mannen: 19% / vrouwen: 40%
- 16-29 jaar: 36% / 30-39 jaar: 29%

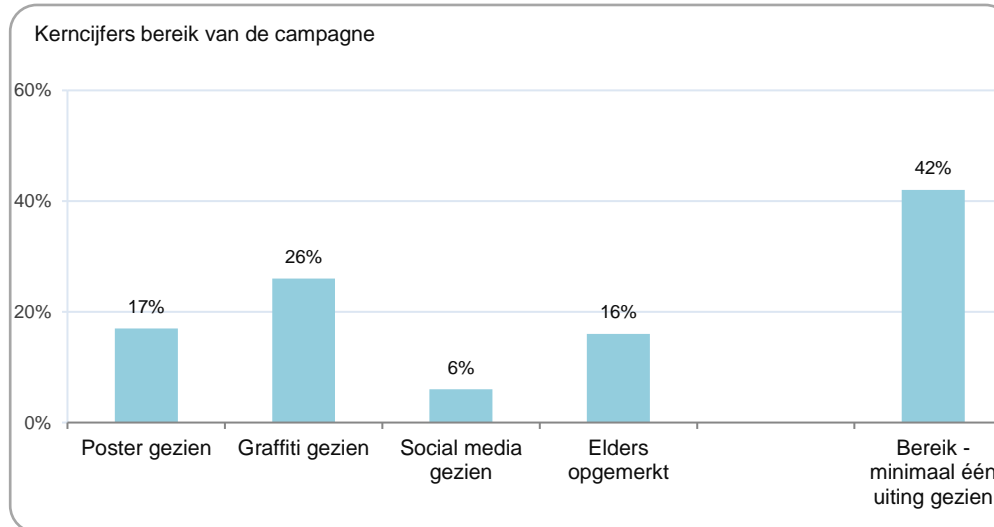
Meldpunt tegen straatintimidatie

De bekendheid van het meldpunt tegen straatintimidatie is onder deze doelgroep niet hoog (4%). Van de groep die het meldpunt kent (NB n=10) zegt 60% dat dit komt door de campagne #gedraagje.



Campagne – bereik

Van alle panelleden heeft 42% de afgelopen weken minimaal één van de getoonde uitingen gezien.



Gemeente Den Haag @Ge... · 29-06-2023
Bijna de helft (43%) van alle Hagenaars heeft wel eens straatintimidatie meegemaakt. 🙄

We willen dat iedereen in Den Haag veilig over straat kan. Daarom willen we straatintimidatie tegengaan. #gedraagje

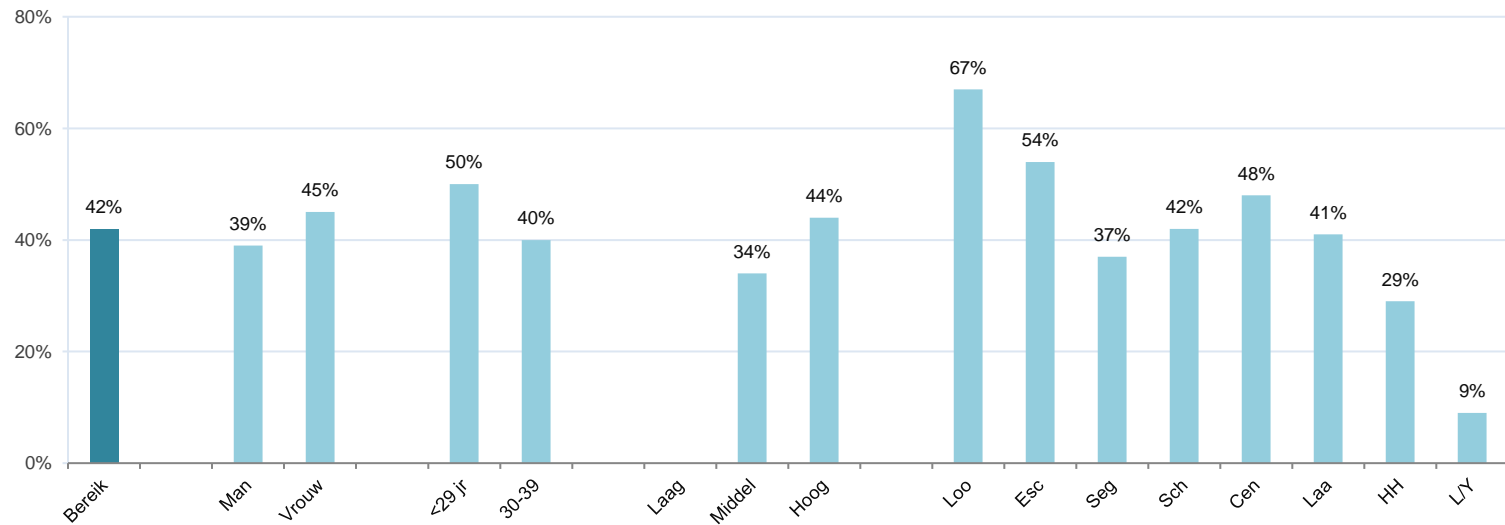
Meer weten? bit.ly/3eehyfL



Campagne – bereik (2)

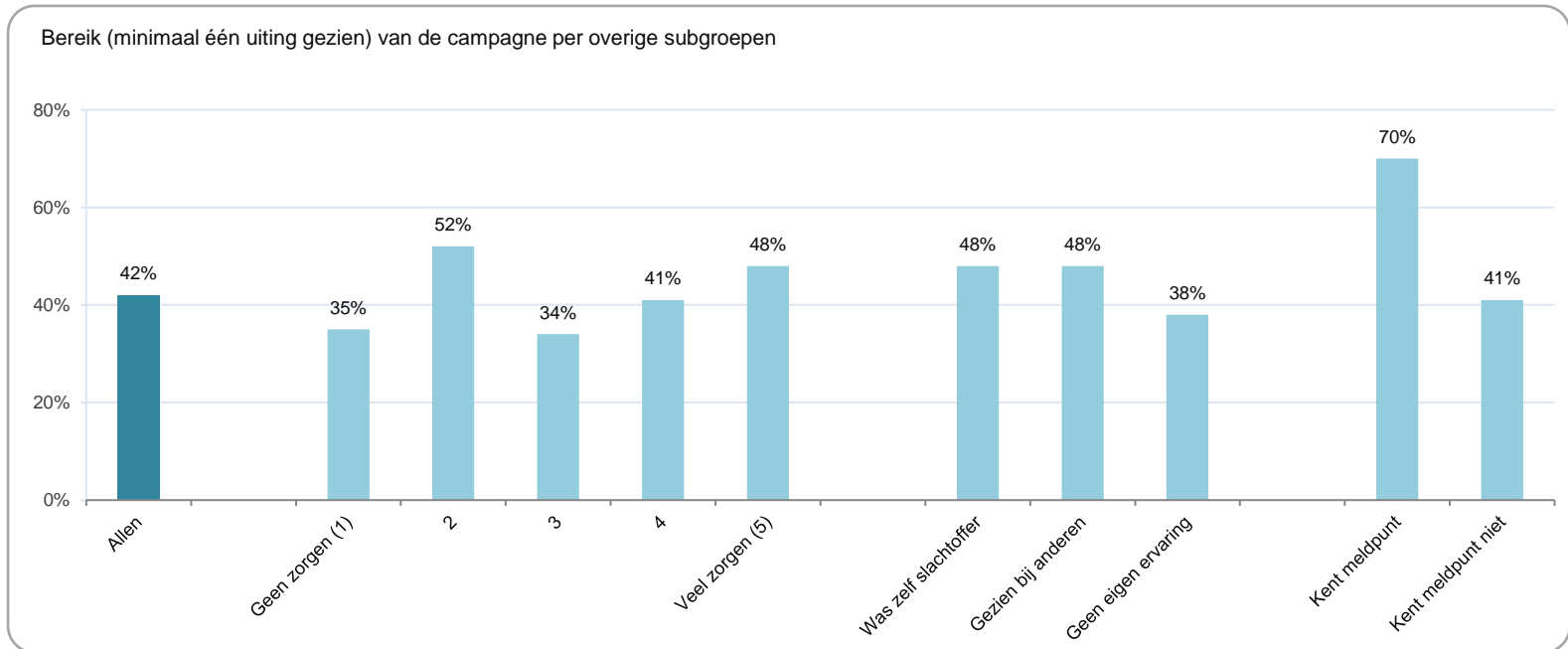
Het bereik is hoger dan gemiddeld onder de jongste doelgroep, onder hoger opgeleiden en onder inwoners van Loosduinen en Escamp. In Haagse Hout en Leidschenveen/Ypenburg is het bereik lager dan gemiddeld.

Bereik (minimaal één uiting gezien) van de campagne per sexe, leeftijd, opleiding en stadsdeel
Selectie n>8 per groep



Campagne – bereik (3)

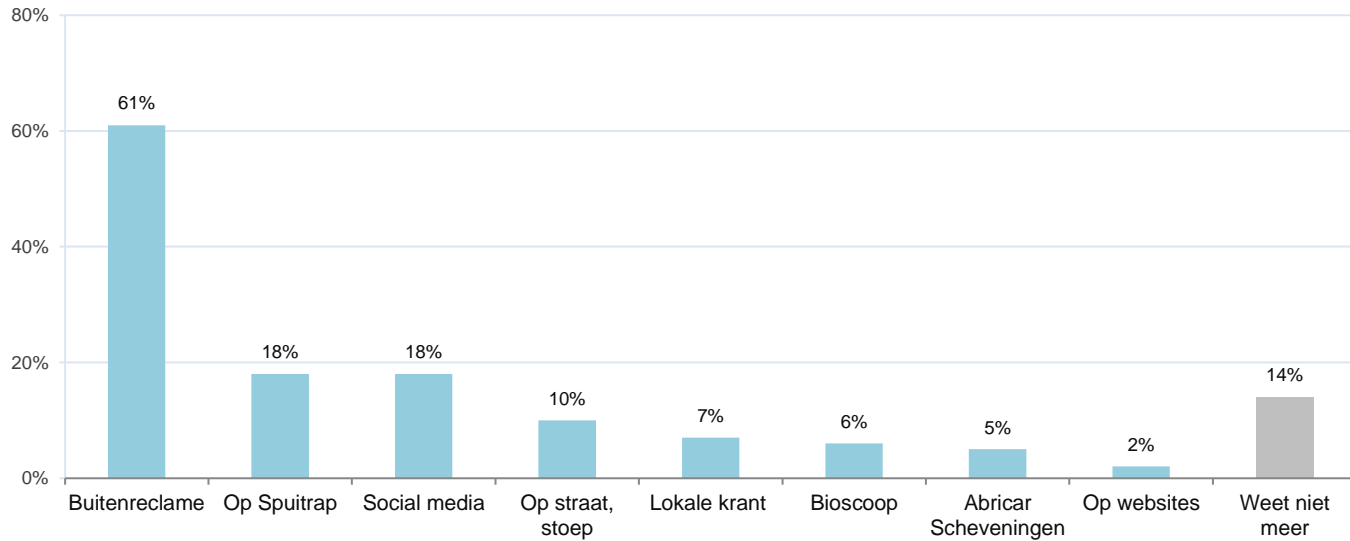
Er is geen sterke samenhang tussen het bereik en of men zich zorgen maakt dan wel zelf slachtoffer was van straatintimidatie. Die relatie is er wel met de bekendheid van het meldpunt, dat immers ook voor meer dan de helft juist komt door de campagne.



Campagne – kanalen

Als het gaat om bereik blijkt buitenreclame (posters) bij deze campagne het meest effectief.

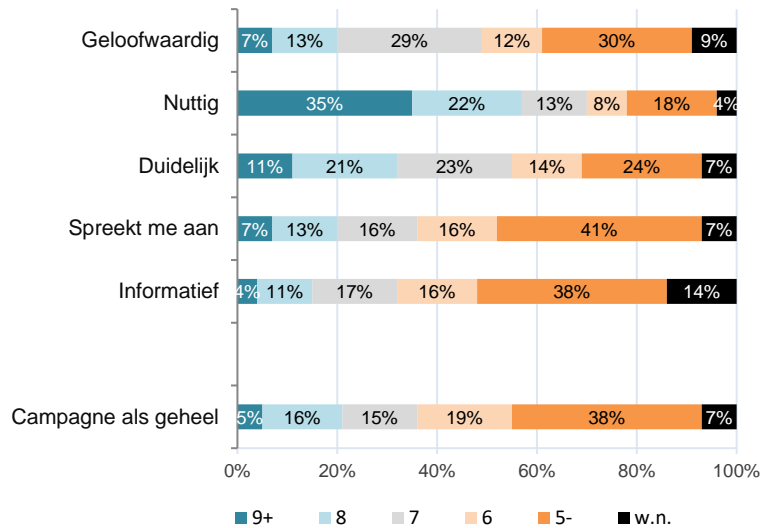
Samengevat, waar heeft u deze campagne gezien?
(meerdere antwoorden mogelijk)
(basis: de 42% van de 16-39 jarigen die minimaal één uiting zag)



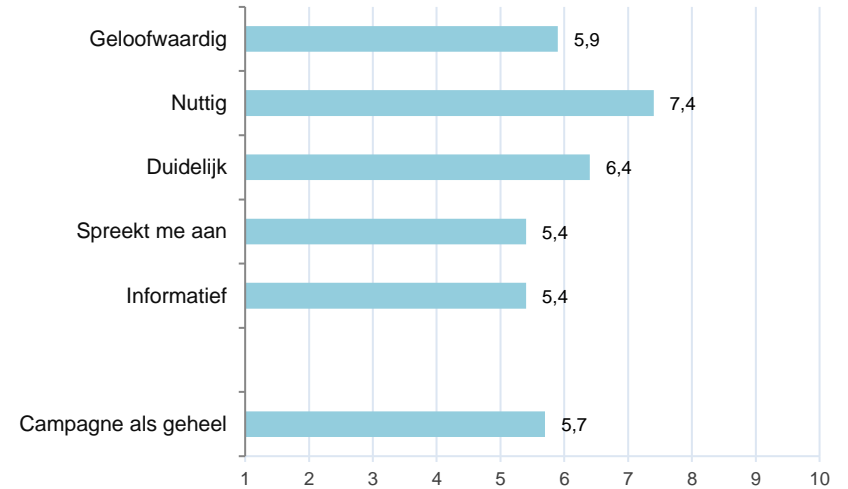
Campagne – oordeel

Velen vinden de campagne 'nuttig', maar over andere bevraagde aspecten is het oordeel kritischer, vooral als het gaat om 'informatief' en 'aansprekend'. De campagne als geheel scoort een 6-.

Tevredenheid (1-10) over de campagne



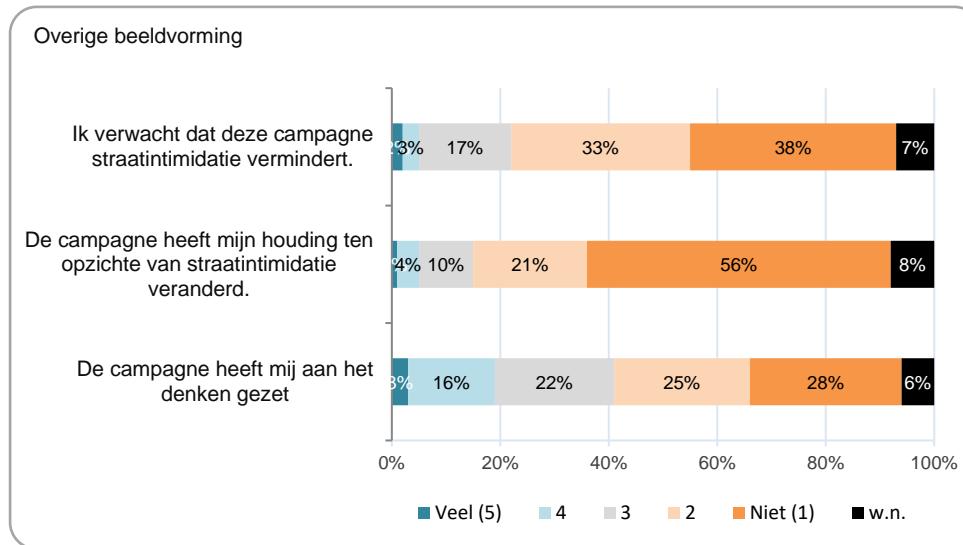
Gemiddelde score (excl. weet niet)



NB. De groep die de campagne niet had gezien kreeg in de vragenlijst een korte uitleg ervan en vervolgens de oordeelsvragen. Hun meningen verschillen nauwelijks van de groep die campagne wel zelf al had opgemerkt.

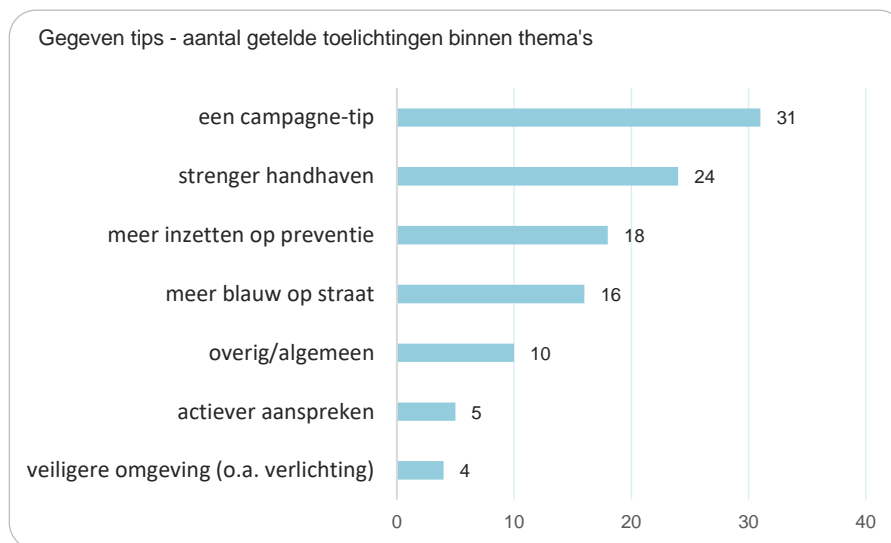
Campagne – oordeel (2)

De meerderheid van de panelleden verwacht weinig effect van de campagne. Wel heeft de campagne circa 20% aan het denken gezet over dit thema.



Heeft u tips voor de gemeente?

De panelleden konden in eigen bewoordingen een tip geven aan de gemeente over dit onderwerp. De gegeven (n=108) toelichtingen zijn separaat aan dit rapport aan de opdrachtgever verstrekt. De grafiek hieronder toont de strekking van de gegeven toelichtingen.



Stadspanel Den Haag contactinformatie

Meer informatie?

Wat zijn de mogelijkheden van Stadspanel Den Haag voor uw onderzoeksvraag?
Neem dan contact op met de coördinator of kijk op www.stadspaneldenhaag.nl



Den Haag

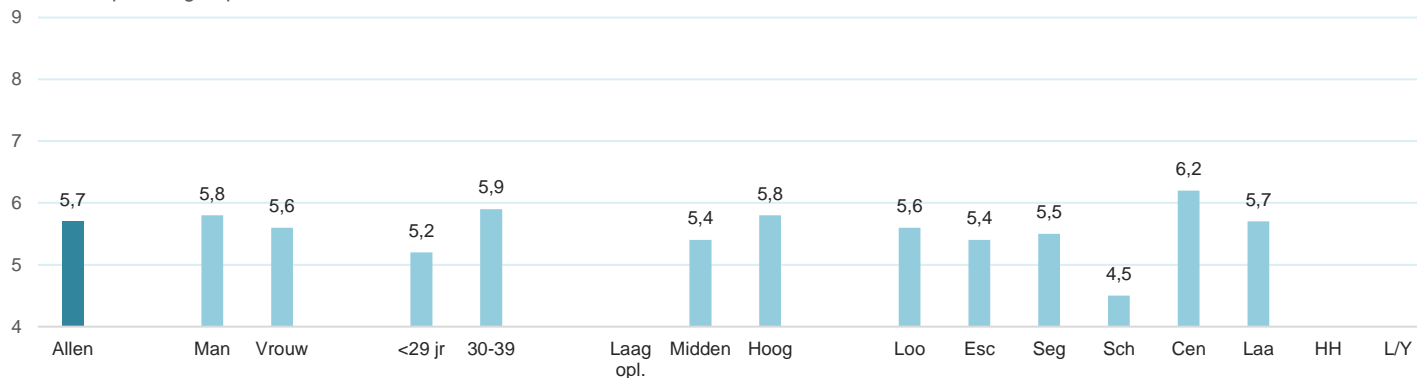
De coördinatie van Stadspanel Den Haag gebeurt door de afdeling Communicatie & Citybranding.
De algemene contactpersoon is dhr. O. Larcin (Özkan).

Heeft u vragen of opmerkingen, mail dan s.v.p. naar newsroom@denhaag.nl.

BIJLAGE

Campagne oordeel (1-10) per subgroep

Tevredenheid (1-10) over de campagne per subgroep
Selectie: per subgroep n>8



Tevredenheid (1-10) over de campagne per subgroep
Selectie: per subgroep n>8

