

Team Handhaving Zoetermeer als professionele overheidsinstantie

Auteur: Max Hurman

School: Hogeschool Leiden

Studie: Communicatie

Studentnummer: 1102749

Klas: Com4B

Inleverdatum: Leiden – 17 augustus– 2020

Module: CO44AO-18

Opdrachtgever: Team Handhaving Zoetermeer

Bedrijfsbegeleider: Wouter van den Berg

Afstudeerbegeleider: Corine Hoppenbrouwers

Eerste beoordelaar: Piet Hein Coebergh

Tweede beoordelaar: Jorrit Kreukniet

Kans: 2

Aantal woorden: 16.423

Conceptueel model: Corporate Identity Mix (Birkigt en Stadler, 1980)

Samenvatting

Deze scriptie beschrijft het onderzoek naar het in lijn brengen van het imago met de identiteit van Team Handhaving Zoetermeer (THZ). De reden voor dit onderzoek is dat THZ merkt dat het beeld van de inwoners over het team niet aansluit bij de identiteit. Een gevolg hiervan is dat het team hinder tijdens werktijd ervaart. Doelstelling van het onderzoek is de organisatie adviseren hoe ze het imago onder de inwoners uit Zoetermeer meer in lijn kan brengen met de identiteit en welke communicatie(strategie) daarbij past. De doelgroep van dit onderzoek betreft de inwoners van minimaal 18 jaar of ouder van de wijk Rokkeveen.

De situatieschets beschrijft de voornaamste factoren die THZ beïnvloeden en van belang zijn voor dit onderzoek, zijnde de identiteit THZ, het communicatiebeleid, ontwikkelingen binnen de handhavingssector en de samenwerking met de politie. Analyse laat zien dat het team enkele externe bedreigingen kent, dit zijn: geld van de gemeente, tekort aan handhavers en lage zichtbaarheid en waardering onder de inwoners uit Zoetermeer. Wel heeft het bedrijf een aantal sterke punten, zoals de gestructureerde werkwijze, professionaliseringsslag en het uitgebreide communicatiebeleid. Kansen voor het team liggen bij de landelijke regeling voor uitrusting en bewapening, samenwerking met andere overheidsinstanties en grote behoefte aan veiligheid en leefbaarheid onder de inwoners uit Zoetermeer. Zwaktes van het team zijn de kleine capaciteit, gebrek aan geweldsmiddelen en gebrek aan inzicht in denkwijze van de inwoners.

De belangrijkste stromingen in de theorie over identiteit en imago betreft theorieën over het beïnvloeden van de identiteit en het imago van een organisatie. Theorieën van Joseph Luft en Harry Ingham (1961), Birkigt en Stadler (1980), Van Riel en Balmer (1997), Balmer en Soenen (1999), Gotsi en Wilson (2001), Balmer (2001), Van der Grinten (2004) en Vos en Schoemaker (2006) zijn kritisch vergeleken op verschillen en overeenkomsten. Als centrale theorie is gekozen voor de Corporate Identity Mix van Birkigt en Stadler (1980), omdat deze theorie dieper ingaat op de identiteit van een organisatie en hoe het imago aangepast kan worden met behulp van drie onderdelen. Deze theorie veronderstelt dat de organisatie het probleem zou kunnen oplossen door het imago beter in lijn te brengen met de identiteit. Deze mogelijke verbeteringen zijn uitgewerkt in drie hypotheses.

De methoden van onderzoek zijn deskresearch en kwantitatief onderzoek. Deskresearch ter beantwoording van het eerste deel van deelvraag één over de identiteit van THZ. Dit is aangevuld door de resultaten van het interne onderzoek onder de handhavers van THZ. Daarnaast test kwantitatief de hypotheses. De reden is dat door kwantitatief onderzoek een representatief resultaat ontstaat over het imago van de organisatie. Een representatieve steekproef van respondenten is gevonden door vooraf samen met de afdeling Onderzoek en Statistiek een geschikte wijk te kiezen, die Zoetermeer representeert.

De voornaamste resultaten van het onderzoek zijn: dat de interne onderzoeksdoelgroep het eens is over de identiteit, maar dat de externe onderzoeksdoelgroep hier anders tegenaan kijkt. Uit de resultaten blijkt verder dat de externe onderzoeksdoelgroep minder tevreden is over de communicatie, symboliek en het gedrag van de organisatie. Respondenten vinden dat de handhavers over minder eigenschappen beschikken, dan waar ze over zouden moeten beschikken. De betekenis van het logo is onduidelijk en het kleurgebruik is niet onderscheidend genoeg. Verder geven de inwoners, in tegenstelling tot de handhavers, aan het liefst informatie te krijgen door middel van een website. Verder blijkt uit de resultaten dat de communicatie een laag bereik heeft, en dat meer dan de helft van de respondenten geen idee heeft hoe ze een melding kunnen maken.

De conclusies naar aanleiding van de resultaten van dit onderzoek zijn: De identiteit van THZ komt niet overeen met het beeld dat de inwoners hebben. Dit heeft te maken met het feit dat het beeld van de respondenten op het gebied van gedrag, symboliek en communicatie niet overeen komen met de identiteit. Bij het onderdeel gedrag laat de handhaving steken vallen op het gebied van eigenschappen. Communicatie blijkt niet aan te slaan en de helft van de respondenten weet niet hoe ze een melding kunnen maken. Opvallend veel respondenten geven aan geen beeld te krijgen van het logo, en de kleur is volgens een deel van de respondenten niet onderscheidend genoeg.

De aanbevelingen op basis van de resultaten en conclusies van dit onderzoek zijn: op het gebied van gedrag ligt de kern van de aanbevelingen bij zichtbaarheid. De zichtbaarheid moet omhoog, zodat de inwoners zien wat handhavers doen. Om dichterbij de inwoners te komen, is de volgende aanbeveling om te starten met het geven van voorlichtingen. Op het gebied van communicatie ligt de kern bij het bereiken van een groter publiek. Dit kan door middel van een reclamecampagne, en een informatiewebsite die meer inwonersgerichte informatie biedt dan de huidige website-pagina op de gemeentelijke website. Op het gebied van symboliek is de aanbeveling om consistent het logo en de kleur naar voren te laten komen.

De implementatiestrategie is geformuleerd op basis van de aanbevelingen van dit onderzoek. Als communicatiemiddelen zijn externe communicatie van groot belang. Externe communicatie vanuit het team door middel van de website, media, sociale media en voorlichtingen zijn nodig om ervoor te zorgen dat het team bekendheid creëert. Daarnaast is de implementatie van de huisstijl terug te vinden in de digitale handtekening en het gebruik van logo en kleur in de sociale media berichten. Totale kosten en opbrengsten zijn verder in het hoofdstuk *Implementatie* toegelicht.

Inhoudsopgave

1. Probleemformulering	5
1.1 Aanleiding	5
1.2 Probleemstelling	5
1.3 Doelstelling	6
1.4 Deelvragen.....	7
1.5 Doelgroep	7
1.6 Grenzen en beperkingen	8
2. Situatieschets	10
2.1 Interne analyse THZ.....	10
2.2 Externe analyse THZ.....	12
2.3 SWOT-analyse THZ.....	14
3. Theoretisch Kader.....	16
3.1 Literatuur.....	16
3.2 Centrale theorie.....	18
3.3 Hypotheses.....	19
4. Methodologie	22
4.1 Methodes.....	22
4.2 Datacollectie	24
4.3 Operationalisatie.....	26
4.4 Hypotheses.....	27
5. Resultaten	30
5.1 Identiteit van THZ.....	30
5.2 Imago van THZ.....	30
5.3 Vergelijking identiteit en imago.....	30
5.4 Hypotheses.....	36
6. Conclusies	38
6.1 Conclusie deelvraag 1.....	38
6.2 Conclusie deelvragen twee en drie.....	38
6.3 Probleemstelling.....	39
7. Aanbevelingen.....	40
7.1 Communicatie.....	40
7.2 Gedrag.....	41
7.3 Symboliek.....	42
8. Implementatie	43
8.1 Uitvoering aanbevelingen.....	43
8.2 Overzicht onderdeel, verantwoordelijk, uitvoerder, kosten en opbrengsten.....	47
9. Literatuurlijst.....	48
10. Bijlages.....	51

1. Probleemformulering

1.1 Aanleiding

De functie handhaver is in de jaren 80 geïntroduceerd. Toentertijd werden handhavers 'stadswacht' genoemd. Waar de 'stadswacht' 30 jaar geleden 's ochtends op zijn fiets stapte en zijn ronde deed door de wijk, is dit tegenwoordig niet meer denkbaar. Het werk is anno 2020 enorm veranderd.

Handhavers werken onder meer aan de aanpak van ondermijning, controleren het digitale opkoopregister en schrijven processen verbaal uit voor overtredingen van de Algemene Plaatselijke Verordening (Ministerie van Veiligheid en Justitie, 2020). De gemeentelijke handhavers hebben afgelopen jaren dus veel meer taken gekregen (Overheid.nl, 2019).

Teammanager W. van den Berg geeft aan dat THZ zich sterker wilt onderscheiden van traditionele veiligheidsdiensten zoals de politie (persoonlijke communicatie, 2 februari 2020). Het team kan momenteel hun werk niet goed uitvoeren, omdat er nog steeds een verkeerd en onduidelijk beeld over de handhaving heerst. Het verkeerde en onduidelijke beeld uit zich in de jaarlijkse stadspeiling over veiligheid in de gemeente Zoetermeer (Stadspeiling veiligheid, 2019). De stadspeilingen zijn in de vorm van een kwantitatief onderzoek van de afdeling Onderzoek en Statistiek van de gemeente Zoetermeer. Het onderzoek heeft jaarlijks ongeveer 1000 respondenten. In de stadspeilingen komen een aantal punten naar voren:

- Er heerst grote onduidelijkheid over de taken van handhavers.
- Het is voor burgers slecht zichtbaar wat de handhavers doen.
- De respondenten weten niet hoe en waarvoor ze handhavers kunnen benaderen (Stadspeiling, 2019).

Er valt dus te concluderen dat er een kloof ligt tussen het imago en de werkelijke identiteit van THZ. Team Handhaving Zoetermeer (THZ) wil dat de inwoners van Zoetermeer het team zien als professionele overheidsinstantie, die wil helpen de leefbaarheid in de gemeente Zoetermeer te verbeteren.

Teammanager W. van den Berg stelt dat er een mediateam (bestaande uit handhavers) is opgericht voor het vergroten van bekendheid over THZ bij de burgers van Zoetermeer. Dit komt alleen moeizaam van de grond (persoonlijke communicatie, 2 februari 2020). THZ heeft op dit moment weinig inzicht in de gedachtegang van burgers over het team. Dit onderzoek is hiervoor van belang. THZ kan door het verkrijgen van meer inzicht in haar doelgroep de Zoetermeerse burgers in de toekomst beter bereiken, zodat het beeld van de inwoners meer in lijn komt met het beeld van het team.

1.2 Probleemstelling

In figuur 1 is duidelijk te zien dat er verwarring heerst bij de inwoners over wat THZ doet en wat hun functie in de gemeente is. Waar de werkzaamheden van THZ de afgelopen jaren enorm zijn toegenomen, blijft het idee van de burger over deze werkzaamheden achter. Het gebrek aan kennis bij de burgers zorgt ervoor dat het team veel meldingen binnen krijgt die niet binnen haar takenpakket

vallen, maar onder het takkenpakket van bijvoorbeeld de politie. Daarnaast krijgen de handhavers op straat vaak te maken met burgers die de bevoegdheden en werkzaamheden van de handhavers in twijfel trekken (persoonlijke communicatie, 2 februari 2020). THZ kan haar werk dus niet goed uitvoeren door een gebrek aan kennis over de bevoegdheden van de dienst.

• Ik weet niet eens wat een BOA is en kan daarom geen oordeel treffen.
• Ik weet niet of hier handhaving onder valt maar die zijn behoorlijk arrogant in de buurt.
• Ik weet niet wat BOA's is.
• Ik weet niet wie dat zijn. Ik zie ze niet op straat.
• Ik weet van het bestaan af maar ben er niet mee bekend
• Ik wist niet dat ze bestonden? Hoe zien ze eruit? Waar herken ik ze aan?
• Ik wist niet eens dat we BOA'S zijn
• Ik wist niet van hun bestaan af.

Figuur 1 Screen uit Zoetermeerse stadspeiling 2020 (Stadspeiling veiligheid, 2019)

Uit de stadspeilingen tussen 2011 en 2019 blijkt dat er bij de burgers van Zoetermeer weinig kennis over de werkzaamheden en bevoegdheden van de handhaving is (Stadspeiling veiligheid, 2019). De vergroting van de kennis over de handhavers bij de Zoetermeerse inwoners is al jarenlang prioriteit bij THZ. Sinds het aanstellen van Teammanager W. van den Berg, hebben er veel organisatorische veranderingen plaatsgevonden. Deze organisatorische veranderingen zorgen er ook voor dat er ruimte is om onderzoek te doen naar bepaalde pijnpunten. Op dit moment ligt de prioriteit bij het in kaart brengen van het beeld bij de inwoners, om vervolgens tot aanpassingen in de communicatie te komen om het beeld bij de inwoners te veranderen. Dit onderzoek kijkt naar hoe het imago meer in lijn kan komen met de identiteit.

De probleemstelling die hierbij geformuleerd is: *‘Hoe kan THZ haar imago meer in lijn krijgen met haar identiteit?’*

1.3 Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is om een communicatieplan op te stellen waardoor THZ haar imago en identiteit meer in lijn kan krijgen. De doelstelling voor dit onderzoek luidt:

‘Het doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in het imago van de organisatie onder de Zoetermeerse burger, teneinde een communicatieadvies te bieden aan THZ om haar imago meer in lijn te krijgen met haar identiteit.’

Wanneer het communicatieadvies is ingezet, komt het imago mogelijk meer in lijn met de identiteit. Als gevolg hiervan trekken de inwoners de taken en bevoegdheden van het team minder in twijfel en krijgt zij meldingen binnen die wél binnen haar takenpakket vallen. Dit onderzoek toont aan waar de doelgroep behoefte aan heeft wat betreft de communicatie. Door dit in kaart te brengen weet THZ waarop ze in moet spelen om zo het imago meer in lijn te krijgen met de identiteit. Zo komt er meer structuur in het communicatiebeleid van THZ en weten ze op welke vlakken van het communicatiebeleid er extra aandacht moet komen.

Wat THZ wil bereiken is het veranderen van het beeld bij de inwoners, zodat de inwoners het team ziet als volwaardige overheidsinstantie. Echter (zoals in de situatieschets beschreven) heerst er een negatief imago over handhavers in Nederland. Het laten verbeteren van het imago kan een onrealistische doelstelling zijn. Echter kan THZ er wel voor zorgen dat het beeld bij de inwoners meer in lijn komt met de identiteit, zodat de hinder tijdens werktijd omlaag gaat. De organisatiedoelstelling van THZ is dan ook het verminderen van dagelijkse hinder tijdens werktijd.

1.4 Deelvragen

De probleemstelling van deze scriptie is ondersteund door de volgende drie deelvragen:

1. Wat is de identiteit van THZ?

Deskresearch stelt een deel van de identiteit van THZ vast met behulp van bestaande middelen. Echter, de onderzoeker stelt een enquête samen voor de handhavers van THZ om een zo volledig mogelijk beeld te krijgen. De antwoorden van de respondenten dienen te ondersteunen wat THZ aan identiteit op papier heeft staan, maar ook als aanvulling aan te geven wat THZ niet op papier heeft staan. De onderzoeker kan alleen dan een nauwkeurige vergelijking maken met het imago van THZ wat bestaat onder de inwoners uit de doelgroep.

2. Wat is het huidige imago van THZ volgens de doelgroep?

Om het imago te achterhalen voert de onderzoeker kwantitatief onderzoek uit onder de externe onderzoeksdoelgroep. Deze doelgroep is te vinden in paragraaf 1.5 *Doelgroep*. Hier is voor gekozen, omdat de onderzoeker graag een representatief resultaat wil creëren over het imago van de organisatie. Wanneer het imago is onderzocht, kan de onderzoeker de verschillen en overeenkomsten tussen de identiteit en het imago meten.

3. Welke aanpassingen vanuit THZ dragen bij aan het meer in lijn brengen van het imago met de identiteit?

Deze deelvraag sluit aan bij deelvraag 2: 'Wat is het huidige imago van THZ volgens de doelgroep?' Deze deelvraag gaat in op wat er moet veranderen om het imago meer in lijn te krijgen met de identiteit. Het onderzoek richt zich daarom ook op de aanbevelingen van de burger. De opvattingen van de respondenten over het imago lichten toe welke aanpassingen relevant zijn voor de wijze waarop THZ haar identiteit uitdraagt.

1.5 Doelgroep

De onderzoeksdoelgroep is de wijk Rokkeveen. Voor het kiezen van een geschikte wijk, is er onderzoek gedaan naar de bevolkingssamenstelling van alle wijken in de gemeente Zoetermeer.

Hieruit bleek dat er twee mogelijke opties zijn: Centrum en Rokkeveen (zie figuren 2 en 3). Deze wijken zijn onderverdeeld in buurten. Centrum biedt een verschillend karakter, omdat deze wijk uit uiteenlopende buurten bestaat: Dorp (overwegend oude inwoners), Palestijn (overwegend veel inwoners met een migratieachtergrond), Driemanspolder (meest reguliere buurt van Centrum, vergelijkbaar met Rokkeveen) en Stadscentrum (met relatief veel kleine huishoudens).

Rokkeveen is over het geheel genomen homogener van samenstelling dan Centrum. De respons uit Centrum geeft naar verwachting een wisselend beeld, en is dus minder representatief voor de gehele gemeente Zoetermeer. Rokkeveen is daarentegen representatiever voor de gemeente Zoetermeer, omdat de bevolkingssamenstelling meer overlappings heeft dan Centrum. Om deze reden is er gekozen voor de doelgroep: inwoners uit Rokkeveen.

Leeftijd	Centrum	Rokke- veen
0 - 4	968	885
5 - 9	968	996
10 - 14	919	1.004
15 - 19	978	1.216
20 - 24	1.281	1.210
25 - 29	1.849	959
30 - 34	1.504	1.024
35 - 39	1.253	996
40 - 44	1.139	978
45 - 49	1.227	1.216
50 - 54	1.282	1.779
55 - 59	1.298	2.262
60 - 64	1.343	1.984
65 - 69	1.303	1.382
70 - 74	1.262	1.014
75 - 79	896	618
80 - 84	689	446
85 - 89	478	281
90 - 94	186	109
> 94	48	16
Totaal	20.871	20.375

Figuur 2
Leeftijdscategorieën
Centrum/Rokkeveen
(Gemeente Zoetermeer,
2020)

Zoetermeer	19,0	19,3	19,8	20,2	20,6
Rokkeveen	13,9	14,1	14,4	14,5	14,9
Centrum	23,1	23,1	23,0	23,1	22,8

Figuur 3 Percentage inwoners met migratieachtergrond Rokkeveen/Centrum (Gemeente Zoetermeer, 2020)

Rokkeveen telt op dit moment 20.645 inwoners, verdeeld over 8595 huishoudens en bestaat uit de buurten Rokkeveen-oost en Rokkeveen-west. De inwoners krijgen eenmaal per jaar de vraag om mee te doen aan een jaarlijkse stadspeiling. Deze stadspeiling is opgemaakt door het team van Onderzoek en Statistiek van de gemeente Zoetermeer. De inwoners zijn dus bekend met het meedoen aan onderzoeken vanuit de gemeente.

Hieronder staan een paar kenmerkende cijfers over de wijk Rokkeveen opgesomd (Gemeente Zoetermeer, 2020):

- De inwoners uit Rokkeveen hebben grotendeels een Nederlandse achtergrond (74.9%).
- De wijk kent relatief weinig jongeren, zo is 59.2% van de inwoners 40 jaar of ouder.

1.6 Beperkingen/grenzen

De opdrachtnemer stelt het onderzoek op en voert het onderzoek uit binnen een periode van 20 weken. Hierbij start het onderzoek op 3 februari 2020 en levert de opdrachtnemer op 2 juni 2020 het eindrapport op. De gegevens en ontwikkelingen na deze datum zijn geen deel van dit onderzoek. Deze beperking betekent dat THZ zelf het implementatieplan moet uitvoeren. Dit kan leiden tot een mindere uitvoering.

De grootste beperking van het onderzoek zijn de coronamaatregelen. Begin februari kwamen de eerste maatregelen in Nederland. De belangrijkste maatregel was dat Nederlanders 1.5 meter afstand van elkaar moesten houden (Rijksoverheid, 2020). Er is toen aangeraden zoveel mogelijk thuis te blijven en contact te vermijden met mensen buiten je eigen huishouden. De beperking voor dit

onderzoek is dat werken op kantoor niet mogelijk was, en het directe contact met de stagebegeleider dus niet meer mogelijk was. Er is toen gekozen om contact te behouden via online meetings. Deze vonden wekelijks plaats. Tijdens deze meetings konden de opdrachtnemer en opdrachtgever contact houden over het onderzoek. Na de intreding van de maatregelen werd er vanuit huis gewerkt, hierdoor is er vertraging opgelopen met het in elkaar zetten van de enquête. De brief met de link naar de enquête die de inwoners van Rokkeveen hebben ontvangen, moest namelijk goedkeuring krijgen door meerdere afdelingen binnen de gemeente.

De 600 huishoudens waar een brief afgeleverd is, zijn meegenomen in dit onderzoek. Het onderzoek richt zich verder uitsluitend op de beantwoording van de probleemstelling. Dit is gedaan aan de hand van deelvragen. Deze deelvragen zijn onderverdeeld in een vooronderzoek en hoofdonderzoek, welke niet in elkaar overlopen. Het externe onderzoek bestaat uitsluitend uit de vooraf opgestelde vragen. Er is hierbij geen ruimte voor extra vragen. Naast het onderzoek naar de inwoners in Rokkeveen, is er een interne inventarisatie gedaan om de identiteit van THZ in kaart te brengen. Er is via een enquête onderzocht of de identiteit volgens de werknemers van THZ overeenkomt met het imago volgens de burgers van Rokkeveen. Net zoals voor het externe onderzoek, geldt voor het interne onderzoek ook dat uitsluitend de vooraf opgestelde vragen voor het onderzoek tellen.

2. Situatieschets

De situatieschets beschrijft de voornaamste factoren die THZ beïnvloeden en van belang zijn voor dit onderzoek, zijnde de identiteit THZ, het communicatiebeleid, ontwikkelingen binnen de handhavingssector en de samenwerking met de politie. Analyse laat zien dat het team enkele externe bedreigingen kent, dit zijn: geld van de gemeente, tekort aan handhavers en lage zichtbaarheid en waardering onder de inwoners uit Zoetermeer. Wel heeft het bedrijf een aantal sterke punten, zoals de gestructureerde werkwijze, professionaliseringsslag en het uitgebreide communicatiebeleid. Kansen voor het team liggen bij de landelijke regeling voor uitrusting en bewapening, samenwerking met andere overheidsinstanties en grote behoefte aan veiligheid en leefbaarheid onder de inwoners uit Zoetermeer. Zwaktes van het team zijn de kleine capaciteit, gebrek aan geweldsmiddelen en gebrek aan inzicht in denkwijze van de inwoners.

2.1 Interne analyse

Om een goed beeld te krijgen van de organisatie en alles wat zich binnen de organisatie afspeelt is er een interne analyse gemaakt.

Over THZ

Eén van de kerntaken van de overheid is veiligheid. Dit is de gezamenlijke verantwoordelijkheid van inwoners, bedrijven en gemeenten (Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, 2019). De gemeente speelt hierin een belangrijke rol (Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, 2019). De werkzaamheden van handhavers bestaan uit: toezicht houden, handhaving en dienstverlening. Deze drie taken zijn verdeeld over zes domeinen: Openbare Ruimte, Milieu-Welzijn-Infrastructuur, Onderwijs, Openbaar Vervoer, Werk-Inkomen-Zorg en Generieke Opsporing (Handhaving Nederland, z.d.).

Het handhavingsteam in Zoetermeer bestaat uit 24 handhavers. Dit is een kleine capaciteit vergeleken met de 125.283 inwoners van Zoetermeer (Gemeente Zoetermeer, 2020). Deze handhavers surveilleren door middel van een auto, fiets en boot (persoonlijke communicatie, 2 februari 2020). De handhavers krijgen leiding door een bestuur bestaande uit een teammanager en drie seniors. Elke ochtend is er een briefing, en elke middag is er een debriefing. In deze briefings presenteren de seniors de taken en aandachtspunten van de dag via een PowerPointpresentatie. Er is hierdoor een duidelijke taakverdeling (zie afbeelding 6). Deze duidelijke taakverdeling is een deel van de professionaliseringsslag die het handhavingsteam heeft doorgemaakt. Zo maken de handhavers nu ook gebruik van nieuwe apparatuur en volgen ze elke maand trainingen en cursussen.

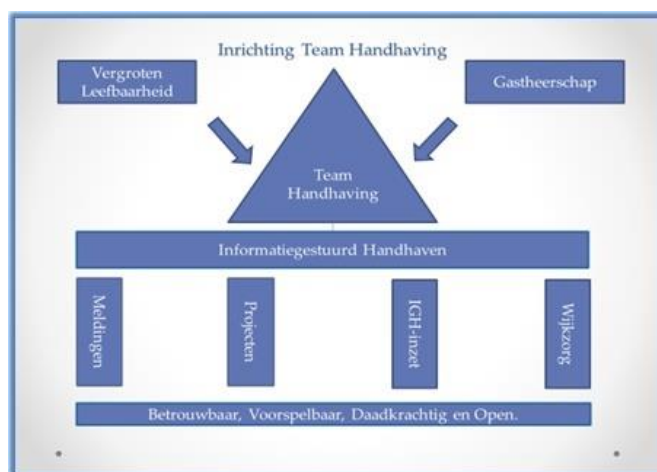
Indeling: woensdagmiddag 19 feb				
Koppels:	GoPro:	Vervoermiddel:	Taakstelling:	Dag/Avond:
Stefan/Lotte/ Xander		Zoë	SMT	Middag
Harold		Mitsubishi	Meldingen	Middag
Michael B		Mitsubishi	Meldingen	Middag
Oscar		Mitsubishi	Meldingen	Middag
Michael V		Bike	<u>Seghwaert/Oosterheem</u>	Middag
Roel		Bike	<u>Seghwaert/Oosterheem</u>	Middag
<u>Mural</u>		<u>Caddy</u>	In kaart brengen Moskee	Middag
Sacha		<u>Caddy</u>	In kaart brengen Moskee	Middag
Ruben		Mitsubishi	Meldingen	Avond
Jordy		Mitsubishi	Meldingen	Avond
Lotte/Dlov		Zoë	Wijkveiligheidsavond	Avond

Figuur 4 Dagindeling handhavers (bron, intern)

Identiteit THZ

De identiteit is beschreven aan de hand van Van der Grinten (2014). Volgens deze theorie bestaat de identiteit uit de visie, missie en kerncompetenties van de organisatie. Om een onderscheidende instantie binnen de gemeente te zijn heeft het team in 2018 een communicatiebeleid opgesteld, zie paragraaf *Communicatiebeleid THZ*. In dit communicatiebeleid kwam een corporate bericht naar voren waarin de visie en missie te vinden zijn. Daarnaast blijkt uit interne bronnen dat THZ vier kerncompetenties heeft, zie figuur vijf. Hieronder zijn de missie, visie en kerncompetenties toegelicht:

- Missie: *'Team Handhaving van de gemeente Zoetermeer houdt toezicht, handhaaft en bestrijdt kleine ergernissen en overlast om de stad leefbaar en veiliger te maken.'*
- Visie: *'We zijn gastheer/vrouw van de stad, bij wie de inwoner centraal staat. We haken aan daar waar inwoners de meeste overlast ervaren.'*
- Kerncompetenties: betrouwbaar, voorspelbaar, daadkrachtig en open.



Figuur 5 Kerncompetenties THZ (bron, intern)

Communicatiebeleid THZ

Er is in 2018 een communicatieplan gemaakt om de zichtbaarheid van THZ te verbeteren, zie bijlage 8. Eén van de uitgangspunten van THZ is herkenbaarheid en bereikbaarheid vergroten. Dit

communicatieplan is opgesteld om hieraan bij te dragen. Het organisatiedoel van dit plan was om bij te dragen aan het veiligheidsgevoel en aan een positieve beleving van de leefbaarheid in de stad.

Het communicatiebeleid was verdeeld over een on- en offline deel, waarbij de communicatiemiddelen zijn aangepast om een zo groot mogelijke doelgroep te bereiken. Hierbij was continuïteit van berichtgeving voor zowel on- als offline erg belangrijk. De inhoud is daarbij vooral gericht op het positief informeren van de inwoner. Voordat het communicatieplan was opgesteld, lag de focus vooral op het laten zien wat handhaving doet en wat de resultaten zijn. Bij het inzetten van dit communicatieplan is de nadruk gelegd op het effect van THZ op de omgeving, namelijk: een schoon park, een veilig winkelgebied, veilig naar school, enzovoort. Dit communicatiebeleid is in bijlage 8 te vinden. Op offlinegebied is er ook rekening gehouden met de daadwerkelijke surveillance van de handhavers. Om de mond-tot-mond communicatie te verbeteren, is er hierin vermeld dat de handhavers liever op straat, fietsend of lopend, dan vanuit een auto surveilleren. Dit geeft een verandering aan van passief naar proactief gedrag.

Bij alle communicatiemiddelen is een corporate boodschap meegegeven, namelijk: *'Team Handhaving van de gemeente Zoetermeer houdt toezicht, handhaaft en bestrijdt kleine ergernissen en overlast om de stad leefbaar en veiliger te maken. Dit doen wij samen met in- en externe partners zoals de politie en de veiligheidsregio. We zijn gastheer/vrouw van de stad, bij wie de inwoner centraal staat. We haken aan daar waar inwoners de meeste overlast ervaren zoals foutparkeren, fietsoverlast en hondenpoep. Heeft u een melding? Bel dan naar 14079, of contacteer ons via de wijkpost in uw wijk of via de website en app van de gemeente.'*

2.2 Externe analyse

Om een goed beeld te krijgen van de omgeving waar de organisatie zich bevindt en alles wat zich buiten de organisatie afspeelt is er een externe analyse gemaakt. De externe analyse is toegespitst op de mening van de inwoners over THZ, handhaving in Nederland en samenwerking met de politie.

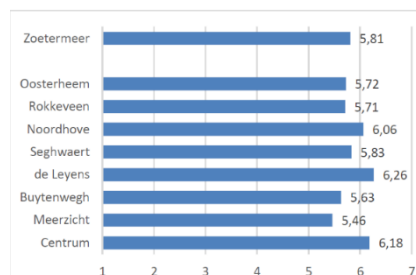
Mening van inwoners over THZ

In de gemeente Zoetermeer is er jaarlijks een stadspeiling over het onderwerp veiligheid. In 2019 gaf 93,6% van de respondenten aan dat de handhavers belangrijk zijn voor de leefbaarheid in Zoetermeer (zie figuur 6). Daarnaast vindt bijna 83% van de respondenten dat de handhavers zich correct en beleefd gedragen tegenover de burgers van Zoetermeer (zie figuur 6).

Stellingen over de BOA's	Eens	Oneens	Totaal aantal respondenten met een oordeel	Geen mening	niet ingevuld	Totaal aantal Respondenten
Ze zijn belangrijk voor de leefbaarheid van de stad	93,6%	6,4%	100% (n=739)	278	54	n=1071
Ze gedragen zich correct en beleefd tegenover het publiek	82,6%	17,4%	100% (n=436)	570	65	n=1071

Figuur 6 Stellingen over boa's (stadspeiling, 2020)

In de jaarlijkse stadspeiling zijn ook een aantal pijnpunten naar voren gekomen. Uit de enquête in 2019 kwam naar voren dat 80% van de respondenten vond dat de handhavers te weinig zichtbaar zijn op straat, zie figuur 8. Daarnaast is er te zien dat de waardering voor de inzet van de handhavers het afgelopen jaar op een laag gemiddelde is gebleven (tussen de 5.5 en 6.3), zie figuur 7.



Figuur 7 Rapportcijfer handhaving (Stadspeiling, 2020)

Stellingen over de BOA's		Eens	Oneens	Totaal aantal respondenten met een oordeel	Geen mening	niet ingevuld	Totaal aantal Respondenten
Ze zijn te weinig zichtbaar op straat		80,2%	19,8%	100% (n=793)	231	47	n=1071

Figuur 8 Zichtbaarheid handhaving (Stadspeiling, 2020)

THZ heeft op dit moment weinig inzicht in de gedachtegang van burgers over het team, en kan dus geen conclusie trekken waarom de inwoners tot dit rapportcijfer komen. Er zijn namelijk nog geen onderzoeken geweest op dit gebied.

Handhaving in Nederland

Het verbeteren van het imago is een complex onderwerp. Zo krijgen de handhavers in Nederland vaak te maken met inwoners die hun taken en bevoegdheden in twijfel trekken. De handhavers krijgen te maken met mensen die hun uitmaken voor 'playmobile-politie' of 'bonnenkanon'. Daarnaast is er in Nederland volop discussie over de taken, bevoegdheden, opleiding en geweldsmiddelen van de handhavers. In 2016 ontstond er een landelijke discussie welke ervoor zorgde dat de Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG) met een nieuwe visie op de handhaver kwamen. De meest recente visie op de handhaver is in 2020 vrijgegeven door de VNG. Hierin geven ze aan dat de handhaving een professionaliseringsslag aan het maken is, en dat dit de komende jaren door blijft gaan (Tijdschrift voor de Politie, 2020).

Daarnaast is vorig jaar onder leiding van minister F. Grapperhaus (Justitie en Veiligheid, z.d.) een landelijke regeling 'voor de uitrusting en bewapening' van handhavers opgesteld. Door deze uitrusting liggen er meer kansen op het gebied van staandehouding. Het is hierdoor namelijk veiliger om iemand staande te houden. Het is een landelijk probleem dat er een tekort aan beveiliging is. Hieronder vallen ook de handhavers. Naast het tekort aan beveiligingsmedewerkers, is er ook de terugkomende concurrentie tussen de politie, brandweer, handhaving en andere defensietakken. Zoals in het UWV-rapport vermeld staat, vissen al deze sectoren in dezelfde 'vijver' (UWV, 2020). Tevens is de handhaving een overheidsinstantie, waardoor zij is verzekerd van uitrusting en regelmatige trainingen. Het ligt daarentegen aan de gemeente hoeveel geld het handhavingsteam krijgt, waardoor er de mogelijkheid is dat het team beperkt raakt in haar uitrusting en middelen.

Samenwerking met politie

De taakvelden van politieagenten en handhavers zijn op bepaalde vlakken moeilijk te onderscheiden. Zo is de politie verantwoordelijk voor handhaving van alle wettelijke voorschriften en handhavers niet

van alle wettelijke voorschriften. Handhavers nemen de handhaving van de kleine overtredingen en eenvoudige misdrijven op zich. Ook treden handhavers minder snel op als het gaat om veiligheid en criminaliteit (Haan, 2020). Eind 2018 heeft de korpsleiding van de politie de notitie 'Boa en politie, niet naast elkaar maar met elkaar' gepresenteerd. Met dit standpunt in het debat over de relatie tussen de politie en handhaving gaf de politie aan dat de relatie tussen deze overheidsinstanties gaat intensiveren (Ministerie van Justitie en Veiligheid, 2018). Door een verbetering van de samenwerking kan Team Handhaving Zoetermeer efficiënter te werk gaan.

2.3 SWOT-analyse

De SWOT-analyse brengt de interne en externe factoren van THZ in kaart. Hierbij is er rekening gehouden met de factoren die in eerder uitgevoerde stadspeilingen en beleidspresentaties naar voren zijn gekomen. De SWOT-analyse is weergegeven in tabel 2.

Sterktes	Zwaktes
- Duidelijke taakverdeling - Uitgebreid communicatiebeleid - Professionaliseringsslag	- Kleine capaciteit - Kennisgebrek over de doelgroep - Gebrek aan geweldsmiddelen
Kansen	Bedreigingen
- Belangrijk voor de veiligheid en leefbaarheid - Landelijke regeling voor uitrusting - Samenwerking met andere overheidsinstanties	- Geld vanuit gemeente - Tekort aan handhavers - Lage waardering en zichtbaarheid

Tabel 1 SWOT-analyse (bron: auteur)

Sterktes:

Door het gebruik van een nieuw communicatiebeleid met daarin de visie en missie, weten alle handhavers wat het team wil bereiken, zo staan alle neuzen dezelfde richting op. De duidelijke taakverdeling bij het team zorgt ervoor dat alle handhavers gestructureerd te werk kunnen gaan. Het team heeft de afgelopen jaren een professionaliseringsslag gemaakt en dit onderscheidt het team van de politie en andere instanties binnen de gemeente.

Zwaktes:

Het team heeft te kampen met een lage capaciteit. Daarnaast heeft het team geen inzicht in beweegredenen van de inwoners. Als derde zwakte komt uit de situatieschets naar voren dat de handhaving geen gebruik mag maken van een wapenuitrusting. Er is hier al jarenlang veel discussie over, maar er is nog weinig verandering te zien op het gebied van wapenuitrusting.

Kansen:

De inwoners geven aan dat ze het team belangrijk vinden voor de veiligheid en leefbaarheid in Zoetermeer. Er liggen dus kansen om deze behoefte in te vullen met de professionalisering van het

team. Daarnaast is er een landelijke regeling waardoor de handhavers in de toekomst mogelijk wapenuitrusting kunnen krijgen, dit kan de taken van de handhavers veiliger maken. Verder blijkt uit het korpsbeleid van de politie dat ze meer samen willen werken met de handhaving, in plaats van naast elkaar werken. Hier liggen voor het team kansen om door de inwoners als volwaardige partner van de politie te worden.

Bedreigingen

De eerste bedreiging is dat het aan de gemeente ligt hoeveel geld het team krijgt, hierdoor kan zij beperkt raken in haar uitrusting en middelen. Door de lage waardering, betekent dit dat de inwoners een andere verwachting van de handhavers hebben die ze niet nakomen. Daarnaast heeft THZ te maken met een lage zichtbaarheid.

3. Theoretisch kader

De belangrijkste stromingen in de theorie over identiteit en imago betreft theorieën over het beïnvloeden van de identiteit en het imago van een organisatie. Theorieën van Joseph Luft en Harry Ingham (1961), Birkigt en Stadler (1980), Van Riel en Balmer (1997), Balmer en Soenen (1999), Gotsi en Wilson (2001), Balmer (2001), Van der Grinten (2004) en Vos en Schoemaker (2006) zijn kritisch vergeleken op verschillen en overeenkomsten. Als centrale theorie is gekozen voor de Corporate Identity Mix van Birkigt en Stadler (1980), omdat deze theorie dieper ingaat op de identiteit van een organisatie en hoe het imago aangepast kan worden met behulp van drie onderdelen. Deze theorie veronderstelt dat de organisatie het probleem zou kunnen oplossen door het imago beter in lijn te brengen met de identiteit. Deze mogelijke verbeteringen zijn uitgewerkt in drie hypotheses.

3.1 Literatuur

Er bestaan verschillende modellen en theorieën over identiteit en imago. De literatuur beschrijft de begrippen 'identiteit' en 'imago' op verschillende manieren. In deze paragraaf zijn relevante theorieën en modellen met betrekking tot identiteit en imago beschreven. De paragraaf is op chronologische volgorde opgebouwd.

Johari Window, Luft en Ingham (1961)

Een van de oudste modellen over identiteit en imago is geschreven door Joseph Luft en Harry Ingham (1961). Dit model, het Johari-Window, stelt dat het imago en de identiteit van een organisatie los van elkaar staan. Dit komt tot uiting in hoe anderen jouw organisatie zien in verhouding tot hoe jij jezelf ziet. Het geeft inzicht in verbeterpunten die bekend zijn bij de doelgroep, maar niet bij de organisatie. Het Johari-Window is echter minder toepasbaar op de probleemstelling, omdat de theorie zich niet richt op specifieke verschillen tussen identiteit en imago en wat de organisatie kan doen om dit verschil te verkleinen.

Corporate Identity Mix, Birkigt en Stadler (1980)

In tegenstelling tot het Johari Window van Luft en Ingham (1961), verbindt de Corporate Identity Mix van Birkigt en Stadler (1980) de identiteit en het imago wel. Deze theorie licht toe dat het imago een weerspiegeling is van de identiteit, welke bestaat uit drie componenten. Als een organisatie haar identiteit via communicatie, gedrag en symboliek op een juiste manier overbrengt naar haar doelgroep, leidt dit tot een overeenstemmend imago. Omdat identiteit en imago een sterk verband hebben in deze theorie, is zij goed toepasbaar op de probleemstelling.

Reputatieschema, Van Riel en Balmer (1997)

Naar aanleiding van het model van Birkigt en Stadler (1980) kwamen Van Riel en Balmer (1997) met het reputatieschema. Hun kritiekpunt was dat het model van Birkigt en Stadler (1980) te eenvoudig was, omdat er meer facetten kwamen kijken bij het bepalen van identiteit en imago. Zij voegden andere factoren toe, zoals cultuur en omgeving. Het doel van het reputatieschema is om een gunstige reputatie tot stand te brengen bij de stakeholders van de organisatie. De toevoegingen zijn interessant

voor dit onderzoek. Dit model is echter minder bruikbaar, omdat de theorie toelicht dat de identiteit van een organisatie uit de meningen van de medewerkers bestaat. In tegenstelling tot deze theorie, baseert het model van Birkigt en Stadler (1980) de identiteit op de persoonlijkheid van de organisatie en niet op de mening van de medewerkers. Het model van Birkigt en Stadler (1980) past daarom beter bij dit onderzoek.

Corporate Reputation Management, Gotsi en Wilson (2001)

Het onderzoek van Gotsi en Wilson (2001) suggereert dat het gedrag van medewerkers de organisatie representeert naar haar stakeholders toe en daarom, als hun gedrag niet voldoet aan de verwachtingen van stakeholders over de organisatie, de corporate reputatie beschadigd. Volgens hen is de reputatie een dynamische constructie, die door middel van gedrag, communicatie en symboliek beïnvloed raakt. Dit onderzoek beslaat echter enkel medewerkers die direct in contact staan met klanten, dus bijvoorbeeld hoe agenten de inwoners te woord staan. Verder richt dit onderzoek zich op offline reputatiemanagement. Door de opkomst van sociale media, is het van belang de invloed van sociale media op de reputatie van een organisatie te onderzoeken.

ACID test, Balmer en Soenen (1999) en AC2ID-test, Soenen (2001)

Balmer (2001) test met de AC2ID-test de zwakke punten in de strategie van een bedrijf. De AC2ID Test of Corporate Identity Management is een uitbreiding op de in 1999 ontwikkelde ACID Test of Corporate Identity Management, welke is ontwikkeld door Balmer en Soenen (1999). De eerste theorie ging uit van vier verschillende identiteitstypen. Balmer (2001) voegde daar later een vijfde identiteitstype aan toe: de *conceived identity*. Oftewel, de visie die belanghebbenden toekennen aan de organisatie. De oude theorie (1999) hield geen rekening met het imago van een organisatie, waardoor dit model minder toepasbaar is op dit onderzoek. Het nieuwe model (2001) stelt dat het imago onderdeel is van de identiteit, waardoor dit een minder geschikt model is voor de beantwoording van de probleemstelling. Dit onderzoek beschouwt het imago en de identiteit als twee losse onderdelen die in overeenstemming met elkaar dienen te zijn.

Corporate Reputation, Dowling (2004)

Een model dat meer rekening houdt met de persoonlijke waarden van de doelgroep is het Corporate Reputation model van Dowling (2004). Hij richt zich in zijn model minder op de identiteit van een organisatie, maar meer op het imago en de reputatie. Het imago is volgens Dowling (2004) een persoonlijk beeld dat bestaat uit de kennis die een persoon heeft over de identiteit van een organisatie. Deze identiteit bestaat uit de persoonlijkheid, de bekwaamheden van medewerkers, de producten of diensten en het gedrag. Het model legt vergeleken met het model van Luft en Ingham (1961), Birkigt en Stadler (1980) en Balmer (2001) minder focus op het imago van de organisatie, wat in dit onderzoek juist wel relevant is.

Corporate Image Concept, Vos & Schoemaker (2006)

Vos & Schoemaker zijn het er, net als Birkigt en Stadler (1980), over eens dat de identiteit en het imago in overeenstemming moeten zijn. De theorie van Vos & Schoemaker (2006) focust zich in tegenstelling tot het model van Birkigt en Stadler (1980) vooral op overtuigingen en gevoelens. Deze twee componenten van het model zijn aangevuld met indrukken en kennis. De theorie van Vos & Schoemaker gaat meer in op de kennis en gevoelens van eerdere ervaringen. Deze theorie is daarom minder interessant voor dit onderzoek, omdat er uit de stadspeiling (Stadspeiling veiligheid, 2019) naar voren kwam dat maar een klein deel van Zoetermeer in de afgelopen jaren in aanraking is gekomen met THZ.

Mind the gap, Van der Grinten (2010)

Het model 'Mind the Gap' van Van der Grinten (2010) is een stappenplan voor de identiteit en het imago van een organisatie. Van der Grinten beschrijft de corporate communicatie en op welke manier je de gewenste identiteit, werkelijke identiteit, fysieke identiteit en het imago kan meten. Het model van Van der Grinten biedt interessante inzichten, maar omdat het meer een stappenplan is, is dit model minder toepasbaar op dit onderzoek. Dit model geeft geen concrete uitgangspunten die een organisatie kan inzetten om de identiteit en het imago meer in lijn te krijgen. De Corporate Identity Mix van Birkigt en Stadler daarentegen, biedt inzicht in de manier waarop een organisatie haar identiteit en imago dichterbij elkaar kan brengen.

3.2 Centrale theorie

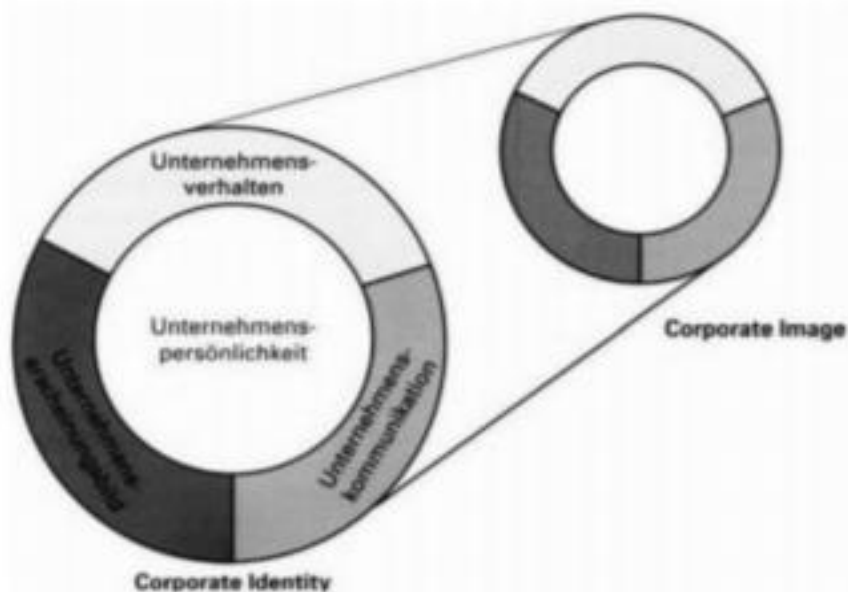
De probleemstelling waaruit blijkt dat het imago en de identiteit van THZ niet in overeenstemming zijn, kan met het model de Corporate Identity Mix van Birkigt en Stadler (1980) een oplossing krijgen voor de probleemstelling. Dit onderzoek heeft er belang bij om het imago van THZ te verbeteren door het beter uitdragen van de identiteit, zodat de doelgroep THZ correct herkent. Het is voor THZ van groot belang vast te stellen wat haar imago is onder de inwoners uit Rokkeveen en hoe gedragsuitingen, communicatie en symboliek de beeldvorming kunnen beïnvloeden. Birkigt en Stadler (1980) beschrijven de 'Corporate Identity Mix' als een samenhangende relatie tussen de communicatie, symboliek en het gedrag. Deze theorie gaat over het in lijn brengen van de identiteit en het imago van een organisatie. Het imago vormt zich aan de hand van drie elementen en toont aan welke elementen van de drie de beeldvorming ongewenst beïnvloed. Persoonlijkheid is omschreven als kern en dit is ook het uitgangspunt voor het in praktijk brengen van de communicatie, symboliek en het gedrag. In onderstaande tekst zijn deze termen verder toegelicht.

Birkigt en Stadler (1980) beschrijven het element **persoonlijkheid** als 'Het gemanifesteerde zelfbeeld van het bedrijf'. De persoonlijkheid is dus het beeld dat de organisatie van zichzelf heeft (Eurib, 2019). Volgens dit model moet de organisatie zichzelf goed kennen om een passende ambitie op te stellen. Deze ambitie vertaalt zich in de vorm van een visie, missie, kerncompetenties en een strategie.

Binnen de Corporate Identity Mix is het element **communicatie** het meest flexibel. Zo is communicatie snel inzetbaar. Onder communicatie verstaan Birkigt en Stadler (1980) alle media van zender naar ontvanger. Het inzetten van het communicatie-instrument kan voor lange en korte termijn. Voorbeelden van communicatie-uitingen zijn advertenties en pr (Eurib, 2019). Volgens dit model is communicatie de sleutel om verschillende doelgroepen te bereiken.

Uit de Corporate Identity Mix blijkt dat **gedrag** het meest effectieve middel is om de identiteit aan te tonen. Het is dus belangrijk voor een organisatie welk gedrag de doelgroep te zien krijgt en welke mening ze hierover hebben. Gedrag kan zich uiten in de vorm van producten en diensten, communicatiegedrag, financieringsgedrag en het sociale gedrag. (Eurib, 2019). Volgens dit model is het element gedrag dus het meest cruciaal in het bereiken van verschillende doelgroepen.

Binnen de Corporate Identity Mix is het element **symboliek** de visuele uiting van de identiteit. Dit element bestaat uit de grafische uitingen die een organisatie gebruikt om naar haar doelgroep te communiceren. De symboliek vraagt om continuïteit en moet meegaan met de veranderde identiteit van een organisatie. Voorbeelden van symboliek zijn foto's, logo's, huisstijl en illustraties (Eurib, 2019). Het komt er dus op neer dat de huisstijl moet veranderen bij een veranderde identiteit of een gewenst imago.



Figuur 9 CI-Mix(Birkigt en Stadler, 1980)

3.3 Hypothesen

In deze paragraaf staan drie hypothesen geformuleerd. Deze hypothesen geven verwachte uitkomsten van het onderzoek weer. Het testen van de hypothesen zorgt voor het verkrijgen van inzichten in de probleem- en doelstelling. De hypothesen toetsen daarnaast het conceptueel model CI-Mix van Birkigt en Stadler (1980).

Hypothese 1: *“Als de organisatie de communicatie in lijn brengt met de identiteit, sluit het imago beter aan bij de identiteit.”*

Volgens Birkigt & Stadler (1980) is communicatie de meeste flexibele kernfactor van de CI-mix. Dit betekent dat een organisatie haar communicatie strategisch in kan zetten op lange termijn en op korte termijn snelle en tactische implementatie kan verzorgen. Het gedrag en de symboliek van de organisatie bepalen de stijl van de inhoud in de communicatie. Hierom is het dus belangrijk dat de drie instrumenten in samenhang met elkaar zijn om de identiteit correct over te brengen.

Bijbehorend citaat uit de theorie: *“Die Kommunikation ist das Instrument mit der höchsten Flexibilität innerhalb des entitäts-Mix, denn sie erlaubt sowohl planungsgesteuerten, langfristig-strategischen als auch anlassbedingten, schnellen 13 taktischen Einsatz. Ihr Stil wird inhaltlich durch die Grundsätze des Unternehmensverhaltens, formal und visuell durch das Erscheinungsbild geprägt.”* (Birkigt & Stadler, 1980, p.21)

De verwachting uit het onderzoek is dat wanneer de communicatie van de organisatie haar doelstelling ‘weerspiegelt’ en dit naar buiten uitdraagt, het imago bij de doelgroep meer een afspiegeling is van de identiteit. Dit komt omdat de manier waarop een organisatie communiceert met de doelgroep belangrijk is voor haar identiteit en daarbij haar imago. Het onderzoek toetst deze hypothese door bij de respondenten na te gaan of zij de communicatie van de organisatie als een goede uiting zien van haar identiteit. Daarnaast komt aan bod welk effect de huidige communicatie heeft op het imago. Als uit de antwoorden van de respondenten blijkt dat communicatie niet goed aansluit op de identiteit van de organisatie, dan is de hypothese aangenomen.

Hypothese 2: *“Als THZ het gedrag in lijn brengt met de identiteit, sluit het imago beter aan bij de identiteit.”*

Volgens Birkigt en Stadler (1980) is gedrag het meest effectieve instrument van de CI-Mix. Elke organisatie presenteert zichzelf het meest effectief aan de doelgroep door haar daden en gedragingen. Het gedrag geeft een weerspiegeling van de doeleinden van een organisatie.

Bijbehorend citaat uit de theorie: *“Das weitaus wichtigste und wirksamste Instrument der Corporate Identity ist das schlüssige Verhalten des Unternehmens mit seinen Auswirkungen und Folgen. Jede wirtschaftliche Organisation stellt sich gegenüber Dritten weitaus stärker durch ihr Verhalten als etwa durch ihre Verlautbarungen dar, mehr durch Taten als durch Worte: so durch ihre Angebotsverhalte (Produkt) ihr Preisverhalten, durch ihr Vertriebsverhalten, ihr Finanzierungsverhalten, ihr Kommunikationsverhalten, ihr Sozialverhalten. In diesem Verhalten spiegeln sich die Zwecke, denen das Unternehmen dient, und die Ziele, die es verfolgt”* (Birkigt & Stadler, 1980, p.20).

Gedrag weerspiegelt de doeleinden van een organisatie. Dus als een organisatie haar identiteit beter wil laten overkomen, dan moet zij haar gedrag aanpassen, om zo haar imago te beïnvloeden. Deze

hypothese is relevant voor het onderzoek, omdat het in kaart brengt of de organisatie het element gedrag moet veranderen. Als uit de antwoorden van de respondenten blijkt dat gedrag niet genoeg aansluit op de identiteit van de organisatie, dan is de hypothese aangenomen.

Hypothese 3: *“Als THZ de symboliek in lijn brengt met de identiteit, sluit het imago beter aan bij de identiteit.”*

Volgens Birkigt en Stadler (1980) moet het beeld wat een organisatie naar buiten brengt altijd aansluiten op haar identiteit. De symboliek richt zich in dit onderzoek op de vormgeving van THZ. Hoe de doelgroep de identiteit van een organisatie aan de hand van haar grafische vormgeving ziet, dient dus gelijk te zijn aan de daadwerkelijke identiteit.

Bijbehorend citaat uit de theorie: *“Die Unternehmenspersönlichkeit stellt sich dar in ihrem Erscheinungsbild, das zu optimaler Geschlossenheit gebracht wird durch das einheitliche Zusammenwirken von Markendesign, Grafik-design, Architektur-design, als Corporate Design. Das Erscheinungsbild braucht Kontinuität, es bedarf aber auch eines kontinuierlichen Wandels, synchron mit einer sich wandelnden Identity” (Birkigt & Stadler 1980, p. 21).*

Volgens Birkigt & Stadler (1980) dient er uniforme overeenstemming te zijn tussen merkontwerp, grafisch ontwerp en architectuurontwerp als bedrijfsontwerp. Deze samenwerking draagt bij aan de identiteit. Het uiterlijk heeft continuïteit nodig en verandert mee als de identiteit van de organisatie verandert. Het toetsen van deze hypothese laat blijken of het veranderen van de symbolen invloed heeft op het imago dat de doelgroep heeft van de organisatie. Als uit de antwoorden van de respondenten blijkt dat symboliek nog niet aansluit op de identiteit van de organisatie, dan is de hypothese aangenomen.

4. Methodologie

4.1 Methodes

De methoden van onderzoek zijn deskresearch en kwantitatief onderzoek. Deskresearch ter beantwoording van het eerste deel van deelvraag één over de identiteit van THZ. Dit is aangevuld door de resultaten van het interne onderzoek onder de handhavers van THZ. Daarnaast test kwantitatief de hypothesen. De reden is dat door kwantitatief onderzoek een representatief resultaat ontstaat over het imago van de organisatie. Een representatieve steekproef van respondenten is gevonden door vooraf samen met de afdeling Onderzoek en Statistiek een geschikte wijk te kiezen, die Zoetermeer representeert.

	Deskresearch	Fieldresearch	Toelichting
Deelvraag 1	X	X	Deskresearch & Kwantitatief onderzoek
Deelvraag 2		X	Kwantitatief onderzoek
Deelvraag 3		X	Kwantitatief onderzoek

Tabel 2 Matrix deelvragen/ onderzoeksmethoden (bron, auteur)

Deskresearch

De onderzoeker start het onderzoek door middel van deskresearch. Aan de hand van deskresearch kan de onderzoeker bestaande en relevante informatie verzamelen en bundelen (Verhoeven, 2011). Onder literatuuronderzoek valt het analyseren van literatuur uit: Google Scholar, LexisNexis, de Mediatheek van Hogeschool Leiden en de bibliotheek van de gemeente Zoetermeer. In het zoekplan staan de gebruikte termen om tot de juiste literatuur te komen (Bijlage 5). Daarnaast gebruikt de onderzoeker de interne database van THZ, en is er door de onderzoeker gebruik gemaakt van de resultaten uit de jaarlijkse stadspeiling omtrent veiligheid in de stad Zoetermeer. Het voordeel van het gebruik van deskresearch is dat de data al beschikbaar is en dat de onderzoeker de informatie enkel hoeft te verzamelen (Verhoeven, 2011). De interne database en het literatuuronderzoek zijn van belang voor het invullen van de situatieschets, wat helpt bij het beantwoorden van deelvraag één. Echter, deskresearch geeft niet volledig antwoord op deze deelvraag. De volgende paragraaf bespreekt de aanvullende methode hiervoor.

Kwantitatief onderzoek

Om de (volledige) identiteit en het imago te bepalen is gebruik gemaakt van kwantitatief veldonderzoek. Bij veldonderzoek verzamelt de onderzoeker nieuwe gegevens die nodig zijn om de deelvragen en uiteindelijk de probleemstelling te kunnen beantwoorden (Verhoeven, 2011). Het kwantitatieve veldonderzoek bestaat uit een surveyonderzoek die de onderzoeker afneemt bij het handhavingsteam, en de inwoners uit Rokkeveen. De interne- en externe survey zijn gebaseerd op de drie elementen die volgens Birkigt en Stadler (1980) de basis vormen van de identiteit. Op deze manier is het mogelijk om de in kaart gebrachte identiteit en het imago met elkaar te vergelijken. Kwantitatief onderzoek is de meest geschikte methode om het imago en de identiteit van THZ vast te leggen. Kwantitatief onderzoek richt zich op cijfermatige informatie, dus cijfers over objecten, organisaties en personen (Verhoeven, 2011). Hiervoor is gekozen, omdat de onderzoeker hiermee

een representatief resultaat kan creëren over de identiteit en het imago van de organisatie. Kwalitatief onderzoek zou niet het gewenste resultaat geven, omdat kwalitatief onderzoek de achterliggende motivatie van respondenten onderzoekt, en dit is in deze onderzoeksperiode niet mogelijk bij een grote groep respondenten (Verhoeven, 2011). Daarnaast is het achterhalen van de achterliggende motivatie niet van belang voor het beantwoorden van de deelvragen.

Vooronderzoek Intern

Deskresearch stelt een deel van de identiteit van THZ vast met behulp van bestaande middelen. Daarnaast stelt de onderzoeker een enquête samen voor de handhavers van THZ om een zo volledig mogelijk beeld te krijgen over hoe THZ haar identiteit ziet. De antwoorden van de respondenten dienen te ondersteunen wat THZ aan identiteit op papier heeft staan. Bovendien geven de antwoorden inzicht in de identiteit die niet geschreven staat. Dit is een aanvulling geven op het antwoord van de eerste deelvraag. Met de antwoorden uit deze enquête kan de onderzoeker een nauwkeurige vergelijking maken met het imago wat bestaat onder de inwoners uit Rokkeveen. Een deel van de vragen is gesloten en een deel van de vragen is open. Open vragen geven de respondent geen suggesties, dit geeft een minder beïnvloed beeld. Dit is in dit onderzoek van belang, omdat het gaat over het beeld dat zij van de organisatie hebben (Verhoeven, 2011). De gegevens die nodig zijn voor het onderzoek zijn eenmalig verzameld, dit noemt men ook wel cross-sectioneel (Verhoeven, 2011). Het analyseren en verwerken van de gegevens gebeurt door middel van het statistische programma SPSS.

Hoofdonderzoek Extern

Om het imago en mogelijke aanpassingen in de communicatie, symboliek en het gedrag te achterhalen voert de onderzoeker kwantitatief onderzoek uit onder de onderzoeksdoelgroep die beschreven is in paragraaf 1.5 *Doelgroep*. De respondenten krijgen een brief toegestuurd, met daarin een link naar een online enquête. Deze enquête valt onder de gestructureerde dataverzamelmethode. De vragen staan vast en de respondent krijgt deels vastgezette antwoordmogelijkheden (Verhoeven, 2011). Net zoals het interne onderzoek, bevat het externe onderzoek ook open vragen.

Het uitvoeren van kwantitatief onderzoek resulteert in een grote hoeveelheid respondenten, waarbij de onderzoeker kijkt naar cijfers. Dit is nodig om een duidelijk beeld te creëren van het imago (Verhoeven, 2011). De online enquête moet minimaal voldoen aan een aantal criteria: bruikbaar, leesbaar, compleet en niet te lang. Volgens Verhoeven (2011) vult de respondent de online enquête dan sneller in. De gegevens die nodig zijn voor het onderzoek zijn cross-sectioneel verzameld (Verhoeven, 2011). Met behulp van deze kwantitatieve onderzoeksmethode genereert het onderzoek een antwoord op deelvraag 2 en 3 en toetst het hypothesen 1, 2 en 3. Het analyseren en verwerken van de gegevens gebeurt door middel van het statistische programma SPSS.

4.2 Datacollectie

Het onderzoek is verdeeld over drie deelvragen, deelvraag 1 hoort bij het vooronderzoek en deelvraag 2 en 3 horen bij het hoofdonderzoek. Deze paragraaf beschrijft hoe het onderzoek data vergaart aan de hand van kwantitatief onderzoek. Zoals eerder aangegeven vindt het onderzoek plaats aan de hand van een online survey (enquête). De respons is verzameld aan de hand van een online enquête via Google Formulieren. Het onderzoek bevat twee enquêtes, te vinden in bijlage 3 (extern) en 13 (intern)

Steekproef

Intern

Voor deelvraag 1 is de identiteit van THZ onderzocht via de handhavers van THZ, de interne doelgroep. Deze groep is gekozen omdat zij het aanspreekpunt en de identiteitsvormers van THZ zijn. Zij staan open voor het invullen van de enquête. Van de 24 handhavers hebben 20 handhavers uiteindelijk de enquête ingevuld. Het selecteren van respondenten is gedaan door middel van een doelgerichte steekproef. Hierbij selecteert de onderzoeker respondenten op basis van kenmerken waaraan zij dienen te voldoen (Verhoeven, 2011). Voor de interne doelgroep gelden de volgende kenmerken:

- Ouder dan 18 jaar
- Werkzaam bij THZ

De onderzoeker kiest voor deze kenmerken, omdat dit een representatief beeld van de organisatie geeft. De medewerkers die lang in dienst zijn bij THZ kunnen een vertekend beeld hebben van de organisatie, daarom is ervoor gekozen om ook nieuwe handhavers mee te laten doen aan het interne onderzoek.

Extern

Dit onderzoek betreft een aselechte steekproef. Dit betekent dat alle onderzoekseenheden, ook wel iedereen die in aanmerking komt voor het onderzoek, evenveel kans hebben om mee te doen als respondent (Verhoeven, 2011). Naarmate de steekproefgrootte groter is, is de kans op een correcte afspiegeling van de populatie groter (Verhoeven, 2011). Voor dit onderzoek stelt de afdeling Onderzoek en Statistiek het inwonersbestand van de wijk Rokkeveen ter beschikking. In dit databestand staan alle inwoners van Rokkeveen met enkele karakteristieken, zoals de hoeveelheid mensen per huishouden. Er is gekozen voor deze steekproef om iedereen een gelijke kans te geven om mee te doen en hierdoor een representatief beeld te krijgen van de doelgroep.

De wijk Rokkeveen heeft 20.645 inwoners. De inwoners van de wijk Rokkeveen bestaan uit mensen met verschillende achtergronden, leeftijdsgroepen en cultuurverschillen. De onderzoeker stuurt een brief met link naar de enquête naar 600 inwoners van de wijk Rokkeveen. Wanneer minimaal 89 mensen reageren, betekent dit dat de steekproef betrouwbaar is. Dit is een respons van ongeveer 15%. Er is gekozen voor 15% naar aanleiding van de respons op vorige soortgelijke enquêtes. Onder

soortgelijke enquêtes vallen enquêtes die geen duidelijk voordeel gaven of van belang waren voor de inwoners.

Verantwoording representativiteit extern onderzoek

Uit de steekproefberekening komt naar voren dat er bij een populatieomvang van 20.645 een steekproefgrootte moet zijn van 89. De populatie bevat alle inwoners van de wijk Rokkeveen. De meest gebruikte spreidingsmaat (p) bij kwantitatief onderzoek is 50%, deze houdt dit onderzoek ook aan. Tot slotte gaat het onderzoek uit van een foutmarge van 5%.

- n = het aantal benodigde respondenten
- z = betrouwbaarheidsniveau
- N = de grootte van de populatie
- p = de kans dat iemand een bepaald antwoord geeft
- F = de foutmarge

De formule voor het identiteit-imago onderzoek luidt:

- n = 89
- z = 95%
- N = 20.645
- p = 50%
- F = 5%

$$n \geq \frac{N \cdot z^2 \cdot p(1 - p)}{z^2 \cdot p(1 - p) + (N - 1) \cdot F^2}$$

Figuur 10 Steekproefformule (AOM, 2018)

Representativiteit is de mate waarin de respons van het onderzoek overeenkomt met de verwachte respons van de populatie (Schriemer, 2017). Om de grootte van het onderzoek beperkt te houden maar toch te voldoen aan de representativiteit, is er een steekproefberekening gemaakt. Deze berekent hoeveel respondenten het onderzoek moet bevatten om representatief te zijn voor de gehele populatieomvang.

De representativiteit van dit onderzoek is gewaarborgd door het onderzoek af te nemen onder inwoners uit de wijk Rokkeveen. Zij hebben een link gekregen naar de enquête. Hierdoor is het niet mogelijk dat iemand anders dan de onderzoeksdoelgroep de enquête heeft kunnen invullen. Na het filteren op bruikbare respons zijn er 92 respondenten overgebleven. Met dit aantal is de representativiteit van het onderzoek gewaarborgd.

Meetniveau variabelen

De enquête van het externe onderzoek bestaat uit 28 vragen. Vraag 1 tot en met 4 zijn screeningsvragen. Bij deze vragen geeft de respondent aan hoe oud hij/zij is, hoelang hij/zij woonachtig is in Rokkeveen en of hij/zij bekend is met de handhavers van THZ. De vragen hebben een nominaal meetniveau. Vraag 5 tot en met 12 horen bij het eerste deel van het onderzoek. Hier komt de variabele gedrag aan bod. De variabele gedrag is aangevuld met antwoorden van vraag 19.

De respondenten kunnen hier antwoord geven aan de hand van een likertschaal, multiple choice en open vragen. Deze vragen hebben een ordinaal en nominaal meetniveau. Vraag 13 tot en met 19 behoren tot het tweede deel van het onderzoek aan de hand van de theorie van Birkigt en Stadler (1980). De antwoordmogelijkheden zijn via multiple choice en open vragen genoteerd. Het meetniveau van de variabelen is nominaal. Vraag 19 tot en met 28 behoren tot het derde deel van het onderzoek. Hier komt de variabele gedrag aan bod. De variabele gedrag is aangevuld met de antwoorden van vraag 19. Deze vragen hebben een nominaal meetniveau.

Verspreiding enquête

Om tot een minimale respons van 89 respondenten te komen zijn er een aantal respons-boosters aan de enquête toegevoegd. Zoals eerder genoemd is er een brief met een link naar de enquête naar 600 huishoudens toegestuurd. Dit is een vanuit de gemeente gestuurde brief, met een ondertekening van de burgemeester. Dit zorgt mogelijk voor een hogere betrouwbaarheid, en kan een positief effect hebben op de respons. Daarnaast is er een VVV-bon ter waarde van €25,- toegevoegd aan de enquête. Uit alle respondenten die hun e-mail hebben vermeld na de enquête, krijgt naderhand één respondent de VVV-bon toegestuurd. Door deze prijs kan de aantrekkelijkheid van de enquête stijgen. Ondanks deze respons-boosters bestond er nog steeds de mogelijkheid dat de minimale respons niet te halen was. In dat geval zouden nog 200 andere huishoudens in de wijk Rokkeveen een brief toegestuurd krijgen.

4.3 Operationalisatie

Deze paragraaf beschrijft hoe het onderzoek per deelvraag is uitgevoerd. Daarnaast licht dit hoofdstuk de toetsing van de hypothesen toe. Door middel van een toetsing kijkt het onderzoek of het resultaat overeenkomt met de vooraf bedachte hypothesen. Deelvraag 1 behoort tot het vooronderzoek. Deze deelvraag is minder uitgebreid behandeld dan deelvraag 2 en 3. Deelvraag 2 en 3 zijn het hoofdonderzoek, onderzocht via kwantitatief onderzoek. Deze paragraaf beschrijft hoe het onderzoek is opgezet aan de hand van de theorie van Birkigt en Stadler (1980).

Vooronderzoek

Bij de eerste deelvraag, 'Wat is de identiteit van THZ?', is het van belang om het begrip 'identiteit' meetbaar te maken. Dit gebeurt aan de hand van de centrale theorie van dit onderzoek, de Corporate Identity Mix (CI-Mix) van Birkigt en Stadler (1980). De theorie licht toe dat een organisatie haar identiteit vormt aan de hand van de elementen 'communicatie', 'gedrag' en 'symboliek'. Hierbij staat het element 'persoonlijkheid' centraal. De persoonlijkheid bestaat uit de kernwaarden van de organisatie (Birkigt en Stadler, 1980). Deze vertellen waar een organisatie voor staat. De organisatie draagt haar kernwaarden uit door inzet van bovenstaande drie elementen. De interne database van THZ geeft toegang tot rapporten over de kernwaarden, visie en missie van de organisatie. De deskresearch van dit onderzoek stelt vast wat de identiteit van THZ is aan de hand van de centrale theorie.

Hoofdonderzoek

De tweede deelvraag, 'Wat is het imago van THZ volgens de inwoners van Rokkeveen?', betreft het meetbaar maken van het begrip 'imago'. Volgens de centrale theorie van Birkigt en Stadler (1980) is het imago een afspiegeling van de identiteit. Als de organisatie de onderdelen 'communicatie', 'gedrag' en 'symboliek' op een correcte manier uiten, zouden de belanghebbenden haar persoonlijkheid, ofwel identiteit, moeten kunnen herkennen (Birkigt en Stadler, 1980). Birkigt en Stadler (1980) definiëren 'imago' als het beeld dat stakeholders van de organisatie hebben. Dit onderzoek maakt het begrip 'imago' meetbaar door middel van een extern onderzoek. De topic guide van het externe onderzoek kent vijf topics, namelijk: 'screening', 'algemeen', 'symboliek', 'gedrag' en 'communicatie', zie onderstaand figuur

Thema	Onderwerpen	Enquêtevragen
Screening	- Leeftijd - Gevestigde jaren - Bekendheid met handhaving	1 t/m 4
Gedrag	- Bekendheid taken - Associatie eigenschappen - Bekendheid van bevoegdheden - Verschil met politie in taken	5 t/m 12
Communicatie	- Sociale media - Wijze van informatie - Maken van een melding	20 t/m 28
Symboliek	- Logo, lettertype, kleur - Vervoersmiddelen - Uiterlijke verschillen politie	13 t/m 18
Algemene vraag	- Verbeteren beeld THZ volgens inwoners	19

Tabel 3 tabel topics / onderwerpen / vragen extern onderzoek (bron, auteur)

Dit onderzoek streeft naar een communicatieadvies voor imagooverandering om het imago meer in lijn te krijgen met de identiteit. Hiervoor is het van belang om de derde deelvraag, 'Welke aanpassingen vanuit THZ dragen bij aan het meer in lijn brengen van het imago met de identiteit?', meetbaar te maken. In de enquête krijgen de respondenten de kans om hun mening te geven over de vragen bij elke topic van de enquête. Deze antwoorden verklaren hoeveel de opdrachtgever nog moet aanpassen in het uitdragen van zijn identiteit om het imago meer in lijn te brengen met de identiteit.

4.4 Hypotheses

Daarnaast test het onderzoek drie hypothesen met begrippen die meetbaar moeten zijn. De eerste hypothese test of THZ haar gedrag in overeenstemming moet brengen met haar identiteit om het

imago in lijn te krijgen met de identiteit. De tweede hypothese test of THZ haar communicatie in overeenstemming moet brengen met haar identiteit om het imago meer in lijn te krijgen met de identiteit. De derde hypothese test of THZ haar symboliek in overeenstemming moet brengen met haar identiteit om het imago meer in lijn te krijgen met de identiteit. De hypothesen zijn in het volgende hoofdstuk onderzocht door de identiteit met het imago te vergelijken, hieruit komt het besluit of de hypothese wel of niet aan te nemen is.

Gedrag

Volgens Birkigt en Stadler (1980) is het gedrag het meest effectieve onderdeel van de CI-Mix, omdat het gedrag van de organisatie bepaalt welke beoordeling zij krijgen. Dit onderzoek maakt het begrip 'gedrag' meetbaar aan de hand van vraag 5 tot en met 12 en vraag 19 van het topic 'gedrag' in de enquête, zie tabel 3. Hierbij kiezen respondenten aan de hand van open vragen wat voor gedrag ze verwachten van THZ en welk gedrag THZ werkelijk heeft. Deze antwoorden zijn vergeleken met de antwoorden van het interne onderzoek onder de handhavers. De vragen van het interne onderzoek die over het topic gedrag gaan, zijn vraag 2 tot en met 6. De vragenlijst is te vinden in bijlage 13. Het vergelijkingsmateriaal is aangevuld met informatie uit de deskresearch. Deze techniek biedt resultaten in steekwoorden, waardoor de uitkomsten gecategoriseerd zijn zodat ze verwerkt zijn in frequentietabellen. De uitkomsten van de topic 'gedrag' verklaren of de koppeling van gedrag aan de identiteit het in lijn brengen van het imago met de identiteit tot gevolg heeft. Op basis hiervan is de hypothese wel of niet aan te nemen.

Communicatie

De centrale theorie van Birkigt en Stadler (1980) omschrijft 'communicatie' als de totaliteit van verbale en visuele boodschappen van een organisatie. Dit onderzoek maakt het begrip 'communicatie' meetbaar aan de hand van vraag 19 tot en met 28 van het topic 'communicatie', zie tabel 3. Het kwantitatief onderzoek achterhaalt of de doelgroep bekend is met de sociale media van THZ, wat ze van het meldingssysteem vinden en in welke mate communicatie een rol kan spelen in het beeld wat de inwoners van de handhavers hebben. De vragen van het interne onderzoek die over het topic communicatie gaan, zijn vraag: 12 tot en met 16. De vragenlijst is te vinden in bijlage 13. Het vergelijkingsmateriaal is aangevuld met info uit de deskresearch. De antwoorden van vraag 19 zijn gecategoriseerd onder symboliek, communicatie en gedrag. Uit deze vraag blijkt of communicatie effect heeft op het imago. De uitkomsten van de topic 'communicatie' verklaren of de koppeling van communicatie aan de identiteit het in lijn brengen van het imago met de identiteit tot gevolg heeft. Op basis hiervan is de hypothese wel of niet aan te nemen.

Symboliek

De centrale theorie van dit onderzoek omschrijft 'symboliek' als de visuele uitingen die de organisatie gebruikt om de identiteit te bekrachtigen en ondersteunen (Birkigt en Stadler, 1980). Dit zijn vaak de huisstijl, foto's en het logo van de organisatie. Het doel van symboliek is op een visuele manier een 'samenhangend' beeld van de organisatie te laten zien. Tijdens de enquête krijgen de respondenten

voorbeelden te zien van de symboliek van de organisatie. Dit onderzoek maakt het begrip 'symboliek' meetbaar aan de hand van vraag 13 tot en met 19 van het topic 'symboliek'. Deze vragen gaan nader in op wat de respondent vindt van het logo, de typografie, het kleurgebruik, de voertuigen en uitrustingsverschil met de politie (zie tabel 3). De vragen van het interne onderzoek die over het topic symboliek gaan, zijn vraag 7 tot en met 11. Deze vragenlijst is te vinden in bijlage 13. Het vergelijkingsmateriaal is aangevuld met info uit de deskresearch. De uitkomsten van de topic 'symboliek' verklaren of de koppeling van symboliek aan de identiteit het in lijn brengen van het imago met de identiteit tot gevolg heeft. Op basis hiervan is de hypothese wel of niet aan te nemen.

5. Resultaten

De voornaamste resultaten van het onderzoek zijn: dat de interne onderzoeksdoelgroep het eens is over de identiteit, maar dat de externe onderzoeksdoelgroep hier anders tegenaan kijkt. Uit de resultaten blijkt verder dat de externe onderzoeksdoelgroep minder tevreden is over de communicatie, symboliek en het gedrag van de organisatie. Respondenten vinden dat de handhavers over minder eigenschappen beschikken, dan waar ze over zouden moeten beschikken. De betekenis van het logo is onduidelijk en het kleurgebruik is niet onderscheidend genoeg. Verder geven de inwoners, in tegenstelling tot de handhavers, aan het liefst informatie te krijgen door middel van een website. Verder blijkt uit de resultaten dat de communicatie een laag bereik heeft, en dat meer dan de helft van de respondenten geen idee heeft hoe ze een melding kunnen maken.

5.1 Identiteit van THZ

In de situatieschets, te lezen in hoofdstuk twee, staat dat de identiteit van THZ bestaat uit haar missie, visie en kernwaarden die door THZ zijn opgesteld. Aan de hand van deskresearch en een intern onderzoek is de identiteit van THZ in kaart gebracht. De deskresearch beschrijft de persoonlijkheid, die bestaat uit de missie, visie en kernwaarden. Deskresearch stelt een deel van de identiteit van THZ vast met behulp van bestaande middelen. Echter, zorgt het interne onderzoek voor een zo volledig mogelijk beeld. De antwoorden van de respondenten dienen te ondersteunen wat THZ aan identiteit op papier heeft staan en geven inzicht in de identiteit die niet geschreven staat om aanvulling te geven op het antwoord op de eerste deelvraag. Bovendien kan de onderzoeker alleen dan een nauwkeurige vergelijking maken met het imago onder de inwoners uit Rokkeveen.

5.2 Imago onder inwoners Rokkeveen

Het hoofdonderzoek brengt het imago van THZ in kaart aan de hand van een kwantitatief onderzoek. De onderzoeksdoelgroep is gebaseerd op de doelgroep van THZ, namelijk de inwoners van Rokkeveen. De onderzoeksdoelgroep, oftewel inwoners uit de wijk Rokkeveen van minimaal 18 jaar, omschrijven tijdens de online enquête wat voor beeld zij hebben van THZ. 92 respondenten hebben via de enquête antwoord gegeven over vragen betreffende het imago van THZ. Om het imago onder de inwoners van Rokkeveen goed in kaart te brengen, hebben zij vragen voorgelegd gekregen met betrekking tot de organisatie aan de hand van de drie componenten van de CI-Mix van Birkigt en Stadler (1980).

5.3 Vergelijking identiteit en imago

Deze paragraaf vergelijkt de identiteit van THZ met het huidige imago onder de inwoners, dit gebeurt aan de hand van de CI-Mix van Birkigt & Stadler (1980). Bij zowel de identiteit als het imago is er gekeken naar gedrag, communicatie en symboliek van de organisatie. In deze paragraaf zijn de drie elementen van de CI-Mix met elkaar vergeleken.

Gedrag

Identiteit: In het interne onderzoek zijn vragen gesteld aan de handhavers over hun taken, bevoegdheden en eigenschappen. Zij kregen vragen over hun takenpakket. Drie termen komen

duidelijk naar voren in hun antwoorden. Dit zijn 25% overlasttaken, 40% veiligheidstaken en 75% leefbaarheidstaken. Bij vragen over hun bevoegdheden komen termen als APV (Algemene Plaatselijke Verordening) 25% en overlast 45% veel terug. Ook is er een vergelijking met de politie gemaakt en hieruit blijkt dat qua bevoegdheden de handhavers de termen veiligheid 25%, strafrecht 20%, nood 25% en wapens 20% associëren met de politie.

Vervolgens zijn er vragen gesteld over de eigenschappen van handhavers. Er is aan de handhavers gevraagd welke eigenschappen zij in het algemeen vinden passen bij een handhaver. Bij deze vraag zijn alle eigenschappen door de handhavers met minimaal 55% ingevuld. De drie eigenschappen die het laagst scoren zijn: Ondernemend, Presenteren en Analytisch. De overige eigenschappen zijn door de handhavers met minimaal 70% ingevuld. In onderstaande tabel is te zien dat de handhaving bijna even hoog scoort bij de eigenschappen waarover ze beschikken, als de eigenschappen waar ze over zouden moeten beschikken.

Eigenschappen	Vraag 5 gewenste eigenschappen	Vraag 6 beschikte eigenschappen
Communiceren	100%	95%
Ondernemend	55%	65%
Signaleren en adviseren	85%	80%
Netwerken	70%	70%
Inlevingsvermogen	90%	90%
Stressbestendig	85%	85%
Flexibel	85%	85%
Fysieke vaardigheden	90%	70%
Overtuigingskracht	65%	65%
Presenteren	55%	65%
Samenwerking	85%	80%
Analytisch	55%	60%
Inwonergegericht	80%	70%
Beleidsbewust	70%	70%
Besluitvaardig	80%	65%
Open	70%	95%
Integer	100%	85%
Gespreksvaardigheden	95%	80%
Functiebewust	80%	85%

Tabel 4 Verdeling antwoorden vragen 5 en 6 intern onderzoek (bron, auteur)

Imago: Binnen het externe onderzoek zijn vragen gesteld over de taken, bevoegdheden en eigenschappen van een handhaver. 84.8% van de respondenten geeft aan ten minste enigszins bekend te zijn met de handhavers van THZ. Hiervan geeft 85.9% aan ten minste deels bekend te zijn met de taken van de handhavers. Van deze 84.8% geeft 32.5% aan weleens in contact te zijn geweest met de handhavers. Op twee respondenten na geeft de rest van de respondenten aan ten minste enigszins te zijn met de taken van de politie. Zie hieronder een vergelijking tussen de kennis over handhavers en over de politie.

	5. Bent u bekend met de taken van een handhaver?	7. Bent u bekend met de taken van de politie?
Ja	28.3%	63%
Nee	57.6%	34.8%
Deels	14.1%	2.2%

Tabel 5 Verdeling antwoorden vragen 5 en 7 extern onderzoek (bron, auteur)

Verder kijkend naar het imago van THZ, is er een noemenswaardig verschil te zien in de leeftijd van de inwoners uit Rokkeveen. Uit de resultaten blijkt dat de groep 18 tot 54 jarigen betere kennis heeft over de handhavers, dan de groep 54 plussers, zie bijlage twee – crosstabel één.

Uit de vraag over welke taken bij de handhavers horen zijn geen opvallende antwoorden gekomen. De 85.9% die heeft aangegeven enigszins bekend te zijn met taken van de handhavers geven allemaal correcte taken van de handhaving aan. Eenzelfde vraag als deze is gesteld over de taken van de politie. Er waren een aantal termen die vrijwel in eenzelfde mate terugkwamen. Hieronder is een verdeling te zien van termen die bij beide instanties veel terugkomen

Taken handhaving		Taken politie	
Parkeer	55.6%	Geweld	15.7%
Overlast	38.2%	Orde	17.9%
Toezicht	22.2%	Boetes uitdelen	16.9%
Orde	20.9%	Opsporing	17.9%
Vuil	16.0%	Misdaad	20.2 %

Tabel 6 Verdeling antwoorden vragen 6 en 8 extern onderzoek (bron, auteur)

Net zoals bij de vraag over welke taken de handhavers en politie beschikken, zijn er ook geen opvallend antwoorden uit de vraag over de bevoegdheden van de instanties gekomen. De inwoners geven bijna allemaal correcte bevoegdheden van de handhaving aan. Dit geldt ook voor de vraag over de bevoegdheden van de politie. Er waren een aantal termen die veel terugkwamen, deze zijn in de tabel hieronder geanalyseerd.

Bevoegdheden handhaving		Bevoegdheden politie	
Parkeer	20.7%	Arresteren	23.9%
Orde	14.1%	Bekeuren	14.1%
Bekeuren	15.4%	Geweldsmiddelen	13.0%
Overlast	9.8%	Overtredingen	16.3%

Tabel 7 Verdeling antwoorden vragen 9 en 10 extern onderzoek (bron, auteur)

Alle eigenschappen waar de handhavers over zouden moeten beschikken zijn met minimaal 13% ingevuld. De vier eigenschappen die het laagst scoren zijn: Ondernemend, Netwerken, Presenteren, en Analytisch. De overige eigenschappen zijn door de respondenten met minimaal 20% ingevuld. Uit de antwoorden valt op te maken dat de gewenste eigenschappen allemaal hoger scoren dan de eigenschappen waar de handhavers op dit moment over beschikken. De eigenschappen die hoog scoren bij eigenschappen waar de handhavers over zouden moeten beschikken, en waar ze ook over beschikken op dit moment zijn: Communiceren, Signaleren en adviseren, Stressbestendig en Functiebewust.

Eigenschappen	Vraag 11 gewenste eigenschappen	Vraag 12 beschikte eigenschappen
Communiceren	90.2%	67.4%
Ondernemend	19.6%	12.0%
Signaleren en adviseren	84.8%	62.0%
Netwerken	16.3%	9.8%
Inlevingsvermogen	67.4%	35.9%
Stressbestendig	66.3%	45.7%
Flexibel	35.9%	18.5%
Fysieke vaardigheden	29.3%	18.5%
Overtuigingskracht	69.6%	33.7%

Presenteren	19.6%	10.9%
Samenwerking	45.7%	26.1%
Analytisch	13.0%	12.0%
Inwoningericht	59.8%	40.2%
Beleidsbewust	23.9%	21.7%
Besluitvaardig	44.6%	32.6%
Open	34.8%	18.5%
Integer	64.1%	37.0%
Gespreksvaardigheden	67.4%	40.2%
Functiebewust	51.5%	48.9%

Tabel 8 Verdeling antwoorden vragen 11 en 12 extern onderzoek (bron, auteur)

Uit de algemene vraag blijkt dat 29.3% van de respondenten gedrag als een middel ziet om het beeld over de handhavers meer overeen te laten komen met wat ze daadwerkelijk doen. Termen die veelal terugkomen zijn zichtbaarheid, uitstraling en fysieke aanwezigheid.

Vergelijking: Uit de resultaten blijkt dat de identiteit van het takenpakket overeenkomt met het beeld dat inwoners hierover hebben. De genoemde termen van de inwoners behoren allemaal tot de taken en de bevoegdheden van THZ en de politie. Hieruit blijkt dat de inwoners op de hoogte zijn van taken en bevoegdheden van de handhaving en de politie. Volgens de inwoners hoeven de handhavers aan minder eigenschappen te voldoen, vergeleken met de antwoorden van de handhavers zelf. Daarnaast vinden de handhavers dat zij zelf over meer eigenschappen beschikken dan dat de inwoners aangeven.

Symboliek

Identiteit: Door de handhavers zijn het logo en lettertype beoordeeld als positief, in beide gevallen zijn geen negatieve reacties naar voren gekomen. De kleur is door 20% van de handhavers beoordeeld als niet 'onderscheidend' genoeg. De overige 80% geeft aan de kleur prima te vinden. 100% van de handhavers geeft aan uiterlijk verschil te zien met de politie. 70% van de handhavers geeft aan dat het verschil in de uitrusting zit, en 30% geeft aan dat er een verschil in kleur zit.

Imago: Bij deze component focust de onderzoeker zich op het logo, lettertype, kleur, voertuigen en uitrusting van THZ. Naast de huisstijl is er een link gelegd met het uiterlijk van de politie. Als eerste vraag van het onderdeel symboliek is de respondenten gevraagd naar hun mening over het logo van THZ. De antwoorden zijn gecategoriseerd naar soortgelijke termen. Het grootste deel van de respondenten, ruim 35%, heeft geen mening over het logo. Bij de rest van de respondenten komen termen als daadkrachtig, politie en vertrouwen veel terug, zie tabel 3. Het is opvallend dat de antwoorden erg uiteenlopend zijn, en dat het grootste deel van de respondenten geen goed beeld krijgt bij het logo van THZ. De antwoorden zijn overwegend positief, gezien het feit dat maar 6.6% een negatieve associatie heeft met het logo.

Terugkomende termen logo	Percentages
Geen	35.1%
Vertrouwen	7.7%
Daadkrachtig	9.9%
Agressie/autoritair	6.6%
Politie	8.8%
Handgebaar	18.7%

Tabel 9 Genoemde termen bij vraag 13 extern onderzoek (bron, auteur)

Het lettertype is door het grootste deel van de respondenten ervaren als 'duidelijk', dit geeft 64.8% aan. 9.9% van de respondenten heeft geen beeld van het lettertype. 17.9% ervaart het lettertype met positieve termen, deze zijn gecategoriseerd naar de term 'positief'. De rest van de respondenten associeert het lettertype of met de politie, of als negatief. De kleur is door de respondenten verschillend ervaren. Ruim 35% vindt de kleur prima, daarentegen geeft 14.3% aan dat de kleur niet opvallend genoeg. Daarnaast geeft 19.8% aan dat de kleur teveel gelijkenissen heeft met de politie.

Terugkomende termen kleur	Percentages
Geen	7.7%
Goed	35.2%
Onopvallend	14.3%
Politie	19.8%
Opvallend	6.6%
Rustig	10.9%
Herkenbaar	7.7%

Tabel 10 Genoemde termen bij vraag 15 extern onderzoek (bron, auteur)

Het lettertype is door het grootste deel van de respondenten ervaren als 'duidelijk', dit geeft 64.8% aan. 9.9% van de respondenten heeft geen beeld bij het lettertype. 17.9% omschrijft het lettertype met positieve termen, deze zijn gecategoriseerd naar de term 'positief'. De rest van de respondenten associeert het lettertype of met de politie, of als negatief. De kleur is door de respondenten verschillend ervaren. Ruim 35% vindt de kleur prima, daarentegen geeft 14.3% aan dat de kleur niet opvallend genoeg is. 19.8% geeft aan dat de kleur teveel gelijkenissen heeft met de politie.

Ondanks het feit dat THZ beschikt over meerdere soorten voertuigen, geeft 42.9% van de respondenten aan de auto te kennen en 49.5% geeft aan de fietsen te kennen. 37.4% geeft aan niet bekend te zijn met de vervoersmiddelen van THZ. Het is opvallend dat maar 3.3% van de respondenten aangeeft de boot van THZ te kennen. Als laatste onderdeel van symboliek, kregen de respondenten een vraag over de uiterlijke verschillen tussen de politie en handhaving. Uit de resultaten blijkt dat 66.3% uiterlijke verschillen ervaart tussen de politie en handhaving. 19.6% geeft aan geen verschillen te zien en 14.1% geeft aan het niet te weten, zie bijlage één – frequentietabel 17. Uit toelichtingen van respondenten die verschillen in uiterlijk ervaren blijkt dat ze kleur-, outfit- en verschil in uitrusting ervaren tussen de politie en handhaving.

Uit de algemene vraag blijkt dat 5.1% van de respondenten symboliek als een middel ziet om het beeld over de handhavers meer overeen te laten komen met wat ze daadwerkelijk doen. Termen die veel terugkomen zijn kleur en uniform.

Vergelijking: Hier blijkt dat er zowel bij het logo als bij de kleur een groot verschil tussen imago en identiteit te zien is. De inwoners krijgen geen beeld van het logo en de kleur is niet verschillend genoeg van de politie. Uit de antwoorden blijkt dat inwoners vrijwel geen kennis hebben van de boot van THZ. Ook valt op dat de helft van de respondenten geen kennis blijkt te hebben van de fiets en auto van THZ. Het grootste deel van de handhavers en de inwoners geven aan verschillen te ervaren tussen politieagenten en handhavers qua uitrusting. Volgens beide onderzoeksgroepen ligt dit vooral aan de kleur en uitrusting.

Communicatie

Identiteit: In dit onderzoek is er gekeken naar de media, sociale media en melddesk van THZ. Onder de handhavers is gemeten welk medium het belangrijkste is om informatie over te brengen op de bewoners. Hier valt op dat er een groot verschil te zien is in voorkeur voor media. Zo kiest 85% van de handhavers voor sociale media, 45% voor de website, 25% voor de krant en 15% voor de abri poster. Bij deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk. Van de 85% die sociale media hebben ingevuld, geeft het grootste deel van de handhavers aan of via Facebook (94.4%) of via Instagram (83.3%) de inwoners te willen informeren. Verder is er onderzocht hoe het meldingssysteem werkt. Zo geeft 100% van de handhavers aan dat de meldingen een goede verwerking krijgen. Daarnaast geeft 50% van de handhavers aan dat het duidelijk voor de inwoners is waar ze een melding kunnen maken. De meldingen gaan vooral om overlast, in de vorm van hondenoverlast, parkeeroverlast en jeugdoverlast.

Imago: Er is bij de respondenten gekeken naar hun sociale media gebruik. Wat opvalt is dat de meerderheid gebruik maakt van Facebook. Uit de resultaten blijkt dat 40.8% gebruik maakt van Facebook, 11.5% van Twitter en 22.3% van Instagram. De overige 25.4% maakt geen gebruik van sociale media. Er is gekeken naar welk medium de inwoners zouden willen gebruiken om op de hoogte te blijven van THZ, om zodoende via deze communicatiemiddelen het beeld meer overeen te laten komen met de identiteit. Op dit moment zou 32.6% op de hoogte willen blijven via de website. Ruim 30% geeft aan via sociale media te willen krijgen. Dit kan via Twitter, Facebook en Instagram. Er is geen significant verschil gevonden in de groep 18 tot 54 jarigen en 54 plussers, zie bijlage twee – crosstabel twee.

In de volgende vraag is duidelijk te zien welke sociale media de voorkeur krijgen. Zo blijkt uit de enquête dat Facebook in ruim 56% van de antwoorden terugkwam, hierop volgde Instagram met 28% en als laatste Twitter met 16%.

Via welk sociale medium zou u informatie willen krijgen over de handhavers?	Percentage
Instagram	28%
Facebook	56%
Twitter	16%

Tabel 11 Gekozen sociale mediums vraag 22 extern onderzoek (bron, auteur)

Wat opvalt is dat sociale media geen populair medium is voor de inwoners om op de hoogte te blijven van THZ. Uit een volgende vraag blijkt namelijk dat 92.4% geen enkele van de sociale-media accounts volgt.

Na de vragen over media, kwamen vragen over de melddesk aan bod. Hieruit bleek dat 17.4% weleens een of meerdere meldingen had gedaan bij de handhaving, zie bijlage één – frequentietabel 24. De vervolgvraag geeft antwoord op welke wijze de melding van de respondenten is behandeld. Opvallend is dat de woorden zeer uiteenlopend zijn, van zeer positieve tot zeer negatieve kernbegrippen:

- Positief: beleefd, correct, luisterden goed, goed, netjes, open, prima.
- Negatief: ja zeggen maar nee doen, niet goed, te autoritair, ronduit bedroevend, slecht.

Zoals verwacht blijkt uit de resultaten dat meer dan de helft (53.3%) van de inwoners geen idee heeft welke media ze kunnen gebruiken om een melding te maken bij THZ. Bij de volgende vraag moesten de respondenten aangeven of ze weten waarvoor ze een melding kunnen maken bij THZ. Uit de resultaten blijkt dat 45.7% van de respondenten wel weet waarvoor ze een melding kunnen maken, daarbij zegt 54.3% van de respondenten dit niet te weten. Er is geen significant verschil te vinden tussen de groep van 18 tot 54 jarigen en 54 plussers, zie bijlage twee – crosstabel drie. In de laatste vraag van de enquête is gevraagd naar het type meldingen dat de respondenten zouden doen. Hieruit kwamen uiteenlopende antwoorden. De antwoorden die het vaakst terugkwamen hadden te maken met overlast. 87.9% geeft hier voorbeelden van aan, verdeeld over een aantal terugkomende termen:

Terugkomende termen	Percentages
Openbare ruimte	8.75%
Afval	11.25%
Vandalisme	5%
Jeugd	18.75%
Parkeer	20%
Hond	5%
Overig	31.25%

Tabel 12 Genoemde termen bij vraag 28 extern onderzoek (bron, auteur)

Uit de algemene vraag blijkt dat 34.3% van de respondenten communicatie als een middel ziet om het beeld over de handhavers meer overeen te laten komen met wat ze daadwerkelijk doen. Termen die veel terugkomen zijn sociale media, website, flyer/brochure en voorlichting.

Vergelijking: In tegenstelling tot de handhavers, geven de inwoners aan het liefst informatie te krijgen door middel van een website. De naamsbekendheid van de website dient dus te moeten groeien. Sociale media is populair onder de inwoners. Beide onderzoeksgroepen geven aan dat Facebook het belangrijkste sociale medium is. De sociale media van THZ onder de inwoners is niet populair. Wel blijkt uit de algemene vraag dat de inwoners informatie willen krijgen door middel van sociale media. Opvallend is dat er een groot verschil te zien is tussen de mening van de handhavers over de melddesk en de mening van de inwoners hierover. Gezien meer dan de helft van de inwoners geen idee heeft hoe ze een melding kunnen maken, is dit een aandachtspunt voor THZ.

5.4 Hypotheses

Hypothese 1: *“Als de organisatie het gedrag in lijn brengt met de identiteit, sluit het imago beter aan bij de identiteit.”* Uit de resultaten blijkt dat de interne onderzoeksgroep het gedrag van THZ deels anders omschrijven dan de externe onderzoeksdoelgroep. Dit geeft aan dat de identiteit niet helemaal is uitgedragen via het gedrag. Op het gebied van taken en bevoegdheden is het gedrag wel juist uitgedragen. Op het gebied van eigenschappen daarentegen niet. Het gedrag van de organisatie sluit dus deels aan op de. Om dit te verbeteren dient de organisatie het gedrag volledig aan te passen op haar identiteit. De eerste hypothese mag niet verworpen worden, en is dus aangenomen.

Hypothese 2: *“Als de organisatie de symboliek in lijn brengt met de identiteit, sluit het imago beter aan bij de identiteit.”* Uit de resultaten blijkt dat de handhavers de symboliek van THZ deels anders omschrijven dan de inwoners van Rokkeveen. De inwoners geven aan dat de kleur goed is, maar niet opvallend en onderscheidend genoeg van de politie. Een ander belangrijk kritiekpunt is dat het logo voor verwarring zorgt, zo geeft het grootste deel van de respondenten aan geen beeld te krijgen van het logo. Het verschil in lettertype en in uitrusting tussen de politie en handhaving is als prima ervaren. De respondenten hebben ook geen kennis van alle voertuigen van THZ, zo zijn de respondenten niet bekend met de boot van THZ en is de helft nog niet bekend met de auto of fiets. De symboliek van de organisatie sluit dus deels aan op de persoonlijkheid van de organisatie. Om te zorgen dat nog meer respondenten de symboliek bij de identiteit aan vinden sluiten, moet THZ wijzigingen doen in haar symboliek. Deze hypothese is hierom aangenomen.

Hypothese 3: *“Als de organisatie de communicatie in lijn brengt met de identiteit, sluit het imago beter aan bij de identiteit.”* Uit de resultaten blijkt dat de handhavers van THZ hun communicatie deels anders omschrijven dan de externe onderzoeksdoelgroep. Zo geven de respondenten uit de externe doelgroep aan het liefst informatie te krijgen door middel van een website, en geven de handhavers aan dit het liefst via sociale media te doen. Dit is een kans voor THZ. De naamsbekendheid van de website moet dus groeien. Daarnaast blijkt uit de resultaten dat de respondenten uit de externe doelgroep behoefte hebben aan communicatie in een constantere vorm. Zij wensen actiever sociale media gebruik, zie bijlage 1 – frequentietabel 19. Dit is ook een kans voor THZ, omdat het sociale media gebruik onder de doelgroep hoog is, maar dit reflecteert zich nog niet in de accounts van THZ. Het is opvallend dat er een groot verschil te zien is in de mening van de handhavers over de melddesk vergeleken met de mening van de inwoners, daarnaast geeft meer dan de helft van de inwoners aan geen idee te hebben hoe ze een melding moeten maken. Dit is dus een aandachtspunt voor THZ. De communicatie van de organisatie sluit dus niet aan op de persoonlijkheid van de organisatie. Wanneer de communicatie beter in lijn is gebracht met de identiteit, sluit het imago hier beter bij aan. Om deze reden is de hypothese aangenomen.

6. Conclusies

De conclusies naar aanleiding van de resultaten van dit onderzoek zijn: De identiteit van THZ komt niet overeen met het beeld dat de inwoners hebben. Dit heeft te maken met het feit dat het beeld van de respondenten op het gebied van gedrag, symboliek en communicatie niet overeen komen met de identiteit. Bij het onderdeel gedrag laat de handhaving steken vallen op het gebied van eigenschappen. Communicatie blijkt niet aan te slaan en de helft van de respondenten weet niet hoe ze een melding kunnen maken. Opvallend veel respondenten geven aan geen beeld te krijgen van het logo, en de kleur is volgens een deel van de respondenten niet onderscheidend genoeg.

6.1 Conclusie Identiteit

Uit deskresearch komt naar voren dat de identiteit uit de missie, visie en kernwaarden bestaat. Deze bevindingen komen overeen met de gekozen centrale theorie van dit onderzoek. De basis van deze theorie is de persoonlijkheid, die gevormd is door deze elementen. Ten eerste zet THZ zichzelf neer als het orgaan binnen de gemeente die de leefbaarheid van de stad waarborgt. De organisatie wilt betrouwbaar, voorspelbaar, daadkrachtig en open overkomen op de inwoners. Deskresearch leerde dat THZ de komende jaren streeft naar het professionaliseren van de organisatie en om dit beeld ook beter over te laten komen aan de inwoners uit Zoetermeer. De visie van THZ is dat het de leefbaarheid waarborgt in de stad Zoetermeer en dit doen ze door middel van hun dagelijkse werkzaamheden, die bestaan uit toezicht houden, handhaving en dienstverlening. De conclusie is dat deze kernwaarden, missie en visie de identiteit van de organisatie vormen.

Om de identiteit met het imago te kunnen vergelijken is zowel een interne als externe doelgroep onderzocht. Uit de vergelijking tussen de resultaten hiervan vormt zich een beeld in hoeverre de persoonlijkheid volgens de interne onderzoeksdoelgroep, overeenkomt met de persoonlijkheid volgens de externe onderzoeksdoelgroep. Als dit niet overeenkomt betekent dit dat de persoonlijkheid niet goed is overgebracht op de doelgroep.

6.2 Conclusie identiteit vs imago op het gebied van gedrag

Ten eerste is het gedrag gemeten. Uit de vergelijking van de resultaten blijkt dat de interne en externe doelgroep het deels eens zijn over de gedragsuitingen van THZ. Bij de vergelijking van de taken en bevoegdheden valt op dat deze twee gedragsuitingen zich op een juiste manier uiten. Op het gebied van eigenschappen daarentegen niet. Dit geeft aan dat de externe onderzoeksdoelgroep voor een deel dezelfde associaties heeft bij THZ als de interne onderzoeksdoelgroep. Op basis van de resultaten over het gedrag van THZ volgt de conclusie dat het gedrag van THZ volgens de inwoners niet volledig aansluit bij de persoonlijkheid en identiteit van de organisatie. De conclusie is dat het optimaliseren van dit element belangrijk is, omdat het kan bijdragen aan een imago dat meer een afspiegeling is van de identiteit waardoor de doelgroep zich meer aangesproken voelt tot de identiteit.

6.3 Conclusie identiteit vs imago op het gebied van symboliek

Uit de resultaten blijkt de doelgroep de symboliek van THZ niet onderscheidend en duidelijk genoeg te vinden. De handhavers beschrijven THZ op het gebied van symboliek deels anders dan de externe onderzoeksdoelgroep. Dit is vooral op het gebied van kleur en het logo. De voornaamste kritiek op de symboliek van THZ betreft vooral het kleurgebruik en het logo. De doelgroep heeft wisselende meningen over het logo. De doelgroep beoordeeld het logo als positief, maar vindt het logo niet duidelijk en ze krijgen geen beeld bij het logo. De respondenten hebben een positieve mening over de kleur, alleen geeft dezelfde hoeveelheid respondenten ook aan de kleur niet opvallend genoeg te vinden en teveel lijkend op de politie. De conclusie is dat het optimaliseren van dit element belangrijk is, omdat het kan bijdragen aan een imago dat meer een afspiegeling is van de identiteit waardoor de doelgroep zich meer aangesproken voelt tot de identiteit.

6.4 Conclusie identiteit vs imago op het gebied van communicatie

Uit de resultaten blijkt dat de handhavers van THZ hun communicatie deels anders omschrijven dan de inwoners. Uit de resultaten blijkt verder dat de sociale media van THZ niet aanslaat. Daarnaast blijkt uit de resultaten dat de communicatie van de organisatie volgens de externe doelgroep op het gebied van mediagebruik en melddesk verschilt van mening vergeleken met de handhavers. Uit de resultaten van het externe onderzoek blijkt dus dat de communicatie van de organisatie niet aansluit op de persoonlijkheid van de organisatie. De conclusie is dat het optimaliseren van dit element belangrijk is, omdat het kan bijdragen aan een imago dat meer een afspiegeling is van de identiteit waardoor de doelgroep zich meer aangesproken voelt tot de identiteit.

6.5 Probleemstelling

De probleemstelling van dit onderzoek luidt:

‘Hoe kan THZ haar imago meer in lijn krijgen met haar vernieuwde identiteit’

Om het imago een juiste afspiegeling te laten zijn van de identiteit is te beginnen met het herinrichten van de identiteit aan de hand van de communicatie, de symboliek en het gedrag. Uit de resultaten en conclusies van dit onderzoek blijkt dat respondenten de uiting van de componenten gedrag, communicatie en symboliek niet vinden passen bij de identiteit van de organisatie. Volgens de getoetste hypothesen is het belangrijk dat elk aspect aansluit op de persoonlijkheid van de organisatie om het imago aan te kunnen laten sluiten op de identiteit. Het antwoord op de probleemstelling is dat THZ haar gedrag, symboliek en communicatie beter moet laten aansluiten op de identiteit van de organisatie, voordat het imago in lijn komt met de identiteit..

7. Aanbevelingen

De aanbevelingen op basis van de resultaten en conclusies van dit onderzoek zijn: op het gebied van gedrag ligt de kern van de aanbevelingen bij zichtbaarheid. De zichtbaarheid moet omhoog, zodat de inwoners zien wat handhavers doen. Om dichterbij de inwoners te komen, is de volgende aanbeveling om te starten met het geven van voorlichtingen. Op het gebied van communicatie ligt de kern bij het bereiken van een groter publiek. Dit kan door middel van een reclamecampagne, en een informatiewebsite die meer inwonersgerichte informatie biedt dan de huidige website-pagina op de gemeentelijke website. Op het gebied van symboliek is de aanbeveling om consistent het logo en de kleur naar voren te laten komen.

7.1 Communicatie

Uit de resultaten van het onderzoek is geconcludeerd dat THZ via de verkeerde media communiceert en nog een te laag bereik heeft, zie resultaten van paragraaf 5.3 communicatie. Hieruit zijn twee aanbevelingen vormgegeven: aanpassen van de website en andere inzet van media. Respondenten hebben in het onderzoek verbeterpunten aangedragen. Deze zijn te vinden in bijlage 1, frequentietabel 19. Deze verbeterpunten zijn verwerkt in de aanbevelingen.

1. Reclame via landelijke-, gemeentelijke- en sociale media

Het eerste advies gaat over de communicatie van THZ. Om de bekendheid van THZ via media te vergroten, is het advies om te investeren in informatiecampagnes. Deze informatiecampagnes zijn verdeeld over twee onderdelen: wie zijn de handhavers, en wat doen ze? Deze gerichte informatiecampagne is verdeeld over sociale media en overige media.

Landelijke en gemeentelijke media

Deze aanbeveling is gebaseerd op de antwoorden van enkele respondenten op vraag 19 van de enquête, waarin de respondenten aangeven op welke manier THZ het beeld onder de inwoners meer overeen kan laten komen met de identiteit. De informatiecampagnes voor de media zijn verdeeld over landelijke- en gemeentelijke media. Tot gemeentelijke media behoren het Zoetermeers Dagblad en AD Regio Delft. De gemeente zou de plaatselijke media kunnen stimuleren om positieve verhalen/berichten over de handhavers te publiceren. Tot landelijke media tellen nieuwsmedia als De Telegraaf, Het AD en NOS. Gezien het feit dat er met gemeentelijke media meer direct contact mogelijk is, gaat de voorkeur uit naar gemeentelijke media. Door middel van persberichten kan er bekendheid ontstaan. Voorbeelden hiervan zijn interviews met handhavers, het publiceren van succesvolle acties en de professionalisering van de handhaving.

Sociale media

Uit de resultaten blijkt dat het sociale media bereik van THZ laag is zie bijlage 1 – frequentietabel 23. Door de modernisering en het toenemend sociale media gebruik liggen er op dit gebied veel kansen om mensen te informeren. Het advies hierbij is dat THZ actiever moet zijn op sociale media en meer moet investeren in communicatie via sociale media om de communicatie met de doelgroep te

verbeteren en hen beter te bereiken. De doelgroep vindt het belangrijk dat THZ met hen communiceert via Facebook en Instagram, zie bijlage 1 – frequentietabel 21. Daarnaast blijkt uit de resultaten van vraag 19, dat enkele respondenten aangeven dat THZ in zijn sociale-mediakanalen kan focussen op bepaalde doelgroepen. Het advies aan THZ is om Facebook in te zetten voor het segment van de wat oudere doelgroep en Instagram voor het jongere segment. Op die manier benadert de organisatie de doelgroep beter en is er de mogelijkheid dat het imago meer in lijn komt met de identiteit. Daarnaast is het belangrijk om meer volgers te genereren. Door middel van advertenties kan het bereik van de sociale media van THZ uitbreiden. Het plaatsen van advertenties op Instagram en Facebook tegen een vergoeding heeft als gevolg dat sociale media gebruikers van het bestaan van de sociale media accounts van THZ afweten. Het ligt aan het budget, hoeveel THZ hieraan kan uitgeven. Facebook en Instagram zijn erop ingericht dat de platforms de advertenties laten zien, zolang de organisatie geld besteedt aan de advertentie (Gosse, 2018).

2. Website

Het tweede communicatieadvies is om een losse website te maken voor THZ. Op dit moment staat er een pagina op de gemeentewebsite met informatie over THZ. Op deze pagina staat veel informatie onder elkaar, maar er is weinig uniformiteit. Ook kan een uitgebreide website meer informatie bieden. Bij vraag 21 geven de meeste respondenten aan het liefst geïnformeerd te worden door middel van een website, daarnaast blijkt uit vraag 19 dat meerdere respondenten aangeven dat een uitgebreide website ervoor kan zorgen dat THZ het beeld bij de inwoners kan veranderen.

De website kan laten zien wat een handhaver is, doet en wie de handhavers zijn. Het is voor de inwoners ook belangrijk om te weten wie de personen zijn achter het handhaversuniform. De website bevat ook links naar de sociale media van THZ en de voorlichtingen (zie aanbevelingen van gedrag) kunnen ook een aanvraag krijgen op de site. Daarnaast kan het melddesksysteem een koppeling krijgen naar de website. Zo hebben de bezoekers van de site de mogelijkheid om een melding te maken bij THZ, en is er een chatfunctie verbonden aan de site. Deze chatfunctie kan mogelijk de bereikbaarheid verbeteren, gezien een deel de respondenten in de enquête aangaven niet te weten hoe en waarover ze een melding kunnen maken. Deze chatfunctie maakt het zoeken van contact makkelijker, en zo kan er directe interactie met de inwoners van Zoetermeer zijn.

7.2 Gedrag

Naast de aanpassingen aan de communicatie gaven de respondenten in het onderzoek ook aan dat het gedrag moet verbeteren. Zo kwam bij de vraag over de eigenschappen, zie tabel 8, de term zichtbaarheid terug als belangrijkste eigenschap. Daarnaast gaven meerdere respondenten bij vraag 19 aan dat het beeld bij de inwoners over THZ kan veranderen als de zichtbaarheid omhoog gaat. De term zichtbaarheid kan verbeteren door het aannemen van nieuwe handhavers. Daarnaast blijkt uit de resultaten dat enkele respondenten aangaven dat een voorlichting kunnen helpen om het beeld te veranderen, als tweede advies is dan ook om informatie over te dragen via voorlichting.

3. Vergroten zichtbaarheid en aanspreekbaarheid

De meeste respondenten hebben geen ervaringen met handhavers, zie bijlage 1 – frequentietabel 4. Ze geven wel aan dat ze de aanwezigheid en zichtbaarheid van de handhaver belangrijk vinden. Het bewerkstelligen van dit vraagt een organisatorische verandering. Op dit moment heeft THZ te maken met beperkte capaciteit, zie situatieschets – paragraaf 'Over THZ', en uit zich dit ook in de lage zichtbaarheid van het team. Hierbij is het advies de capaciteit te vergroten zodat de handhavers meer kunnen surveilleren. Hierdoor is niet alleen de zichtbaarheid hoger, maar ook de aanspreekbaarheid.

4. Voorlichting

Het tweede advies richt zich op de overdracht van informatie. De inwoners van Zoetermeer hebben een laag beeld op het gebied van eigenschappen. Uit de resultaten van vraag 19, kwamen een aantal resultaten naar voren die over voorlichting gaan. Voorlichtingen kunnen bijdragen aan de bekendheid van de taken, en dit kan het imago ook meer laten aansluiten op de identiteit. Het advies is om deze voorlichtingen over drie groepen te verdelen: jongeren, ouderen en bedrijven. Eén van de taken van de handhaving is jongerenoverlast. De voorlichtingen kunnen dit probleem aankaarten bij de doelgroep van dit probleem, namelijk de jongeren zelf. De tweede voorlichtingsgroep bestaat uit ouderen en als derde voorlichtingsdoelgroep bedrijven. Het grootste deel van de inwoners met een middelbare leeftijd werkt fulltime (RTV Noord, 2019). Het is dus moeilijk om deze mensen overdag te bereiken. In de vorm van een voorlichting, of presentatie bij bedrijven kan de handhaving zichzelf introduceren, en eventueel het beeld bij de mensen veranderen.

7.3 Symboliek

Uit de resultaten en conclusies blijkt de symboliek volgens de inwoners nog niet in lijn ligt met de identiteit, zie hoofdstuk Resultaten – Symboliek. Er is verwarring over het logo, en de kleur is niet onderscheidend genoeg. Omdat de kleur en het logo een element van het handhavingsuniform is dat alleen vanuit de overheid kan veranderen, is er voor gekozen om het logo en de kleur via communicatie te verduidelijken bij de inwoners.

5. Consistenter gebruik huisstijl

Een huisstijl onderstreept het gedrag en de communicatie van de organisatie. Het bevestigt de kernwaarden van de identiteit en het imago van een organisatie (Birkigt en Stadler, 1980). Een huisstijl bestaat uit, beeldmerk, typografie, kleur en kenmerkende vormen. In het geval van THZ gaat het om het logo en de kleur. Het logo van THZ moet overal terugkomen; In e-mails, sociale media, evenementen, vergaderingen met andere afdelingen binnen de gemeente etc. Het logo van THZ is blauw met grijs. Het is belangrijk voor de consistentie van de huisstijl, dat overal de blauw/grijze kleur terug te zien is. Dit wordt dan een herkenbaar element voor de inwoners.

8. Implementatie

De implementatiestrategie is geformuleerd op basis van de aanbevelingen van dit onderzoek. Als communicatiemiddelen zijn externe communicatie van groot belang. Externe communicatie vanuit het team door middel van de website, media, sociale media en voorlichtingen zijn nodig om ervoor te zorgen dat het team bekendheid creëert. Daarnaast is de implementatie van de huisstijl terug te vinden in de digitale handtekening en het gebruik van logo en kleur in de sociale media berichten. Totale kosten en opbrengsten aan het einde van dit hoofdstuk toegelicht.

8.1 Uitvoering aanbevelingen

1. Reclame

Het advies is om een stagiaire in te huren om de sociale media te onderhouden. Dit kan via de communicatie-afdeling, maar dit is ook vanuit het handhavingsteam mogelijk. Het genereren van meer volgers kan door middel van het plaatsen van advertenties op Facebook en Instagram, de kosten hiervan verschillen per organisatie. Het ligt aan het budget, hoeveel THZ hieraan kan uitgeven. Het advies is om aan beide platforms 30 euro te besteden. Na een maand zijn de resultaten via Google Analytics zichtbaar, en dan is ook het effect van de advertenties zichtbaar.

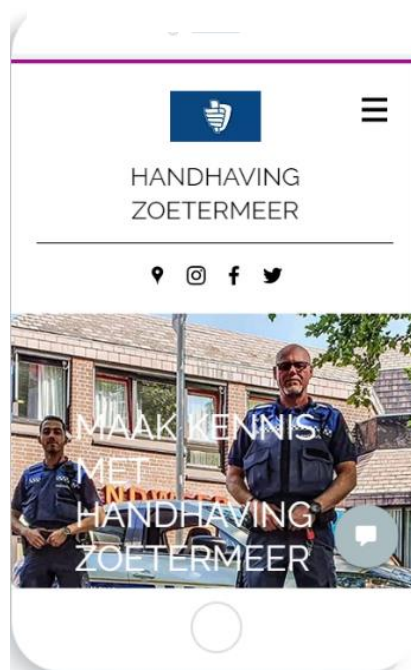
Als gemeentelijke media zijn het Zoetermeers Dagblad en AD Regio Delft de belangrijkste media voor THZ. De gemeente zou de plaatselijke media kunnen stimuleren om positieve verhalen/berichten over de handhavers te publiceren. Buiten de werkuren die het kost om de tekst te maken en uit te sturen naar de plaatselijke media zijn er geen extra financiële middelen vereist.

2. Website

De website dient als informatiepunt voor de inwoners van Zoetermeer. Op de site is informatie te vinden over wie de handhavers zijn, wat ze doen, waar ze te vinden zijn en er is een link naar de voorlichtingen. Daarnaast zijn er rechtsboven op de pagina ook links te vinden naar de sociale media van THZ. De website is via Wix.nl gemaakt (Wix, z.d.). Een professioneel bedrijf kan de site maken, maar de functies van de Wix-site zijn ook bruikbaar. De website heeft ook een chatfunctie, deze functie is bruikbaar voor vragen van inwoners of voor het maken van meldingen. Naast de browserversie van de website is er ook een mobiele versie. Deze mobiele versie is van dezelfde gebruiksgemakken als de normale website voorzien. De kosten van een website komen op een prijs van 2500 à 5000 euro (Bunskoeke, 2020). Hieronder is een dummy van de website en mobiele versie te vinden. De planning voor de implementatie van de voorlichtingen is te vinden in bijlage 11.



Figuur 11 Website (bron, auteur)



Figuur 12 Mobiele webversie (bron, auteur)

3. Vergroten zichtbaarheid en aanspreekbaarheid

De implementatie op het gebied van zichtbaarheid vraagt een organisatorische verandering. Het scenario waarbij THZ de capaciteit kan vergroten biedt THZ een kans om de surveillance te verhogen. De procedure van het aannemen en inhuren van een handhaver moet gebeuren conform de Beleidsregels Buitengewoon Opsporingsambtenaar van het Ministerie van Veiligheid en Justitie. Dit betekent dat de gemeente, voordat ze over kan gaan tot het uitbreiden van de capaciteit van de boa's,

eerst in overeenstemming moet zijn met de gemeenteraad. Wanneer het mogelijk is om bijvoorbeeld één of meerdere boa's aan te nemen, dan kunnen deze op fulltime basis te werk gaan. Uit de cijfers van de vacatures uit interne bronnen voor een functie bij THZ blijkt dat het maximale salaris €2846,- bruto per maand is, op jaarbasis is dit dus: €34.152 bruto per jaar.

4. Voorlichting

Het opstellen van een voorlichtingsbeleid kan een oplossing bieden voor het probleem dat de meeste respondenten nog nooit in contact gekomen zijn met de handhavers van THZ, zie bijlage 1 – frequentietabel 4. Dit voorlichtingsbeleid is verdeeld over drie groepen: jongeren, ouderen en bedrijven.

Zoetermeer telt op dit moment zeven middelbare scholen. Het advies is om contact te zoeken met deze scholen. Het bereiken van de ouderen vergt een andere aanpak. Het bezoeken van verzorgingstehuizen kan voor een ander beeld bij de ouderen zorgen. Het bereiken van de mensen die fulltime werken is lastiger. Deze mensen zijn overdag aan het werk, veelal op kantoor. Dezelfde voorlichtingen op de middelbare school, kunnen ook gegeven worden bij verzorgingstehuizen en bedrijven. Deze heeft een volwassenere lading. De voorlichtingen hebben als uitgangspunten: wie zijn de handhavers, wat doet een handhaver en waarom doet een handhaver zijn werk. Bij deze voorlichtingen horen ook flyers, brochures en visitekaartjes etc. Deze attributen zijn te vinden in bijlage 14. Ook maken de handhavers tijdens deze voorlichtingen gebruik van een PowerPointpresentatie, afgestemd op de doelgroep die de handhavers voor zich hebben.

De kosten wat betreft voorlichtingen zijn op te vragen bij de gemeente. De kosten van de flyers en brochures etc. zijn geschat op ongeveer €100,-. Dit proces gaat aan de hand van het opvragen van offertes en het aan tafel zitten met diverse gegadigden die dit het beste zouden kunnen doen. Het effect van voorlichtingen is dat mensen erover gaan praten, en andere scholen/bedrijven zullen inlichten over dat ze het ook moeten doen. Als de boodschap duidelijk is en de uitvoering goed, dan zorgt dit mogelijk voor een veranderd beeld onder de inwoners. Uiteindelijk kan dit dus een positief effect hebben op het beeld dat de inwoners over de handhavers hebben. De planning voor de implementatie is in onderstaande tabel te lezen:

Datum	Aanwezig	Doel
01-09-2020	Teammanager Senior Handhaver 1 Handhaver 2	Bespreken benodigdheden en inhoud van de voorlichtingen.
01-10-2020	Teammanager Senior Handhaver 1 Handhaver 2	Contact zoeken met de communicatieafdeling over de mogelijkheden van de voorlichtingen

01-11-2020	Teammanager Senior Handhaver 1 Handhaver 2	Contact zoeken met de middelbare scholen, bedrijven en verzorgingstehuizen in Zoetermeer.
01-12-2020	Handhaver 1 Handhaver 2	Eerste voorlichting bij school/bedrijf + evalueren wat er goed ging en wat beter kon.
01-01-2021	Teammanager Senior Handhaver 1 Handhaver 2	Bespreken maand December + evalueren wat er goed ging en wat beter kon.
-	-	-
01-09-2021	Teammanager Senior Handhaver 1 Handhaver 2	Bespreken maand Augustus + evalueren wat er goed ging en wat beter kon.

Tabel 13 Planning voorlichtingen (bron, auteur)

5. Consistent gebruik huisstijl

Het is belangrijk dat er een consistente huisstijl gehanteerd wordt bij THZ, die past bij de identiteit. De huisstijl bij THZ bestaat vooral uit het logo en de kleur. Om het logo en de kleur meer naar voren te laten komen, is het advies om de automatische handtekening in de mail te veranderen. Hieronder is de aanpassing van de automatische handtekening uitgewerkt:

Met hartelijke groet,

Wouter van den Berg

Teammanager Handhaving Zoetermeer



Bezoekadres: Brusselstraat 4, 2711 AJ Zoetermeer
Postadres Postbus 15, 2700 AA Zoetermeer
Telefoon 14079
06-28501931

Met hartelijke groet,

Naam van de medewerker

Functie van de medewerker



Bezoekadres: Brusselstraat 4, 2711 AJ Zoetermeer
Postadres Postbus 15, 2700 AA Zoetermeer
Telefoon 14079 - 06-28501931

Blijf op de hoogte van het nieuws van Team Handhaving Zoetermeer via onze [website](#) en sociale media.



Figuur 13 Oude handtekening en nieuwe handtekening (bron, auteur)

Het is belangrijk dat er in de automatische handtekening van een naam, functie, logo en adresgegevens/contactgegevens in staan. Verder is het in het kader van communicatie goed om de website, sociale media erin te zetten, zodat er gezorgd kan worden voor extra volgers op sociale media en bezoekers op de website. In bovenstaande vergelijking staat een opzet van de automatische handtekening voor de medewerkers van THZ. De kosten van de verandering zijn uit te drukken in werkuren, zo kost het aanpassen van de automatische handtekening ongeveer twee werkuren. Het advies is om de stagiair deze taak op zich te laten nemen, en dit vervolgens voor te leggen bij de teammanager. Verder is het advies om in alle sociale media berichten het logo en de kleur naar voren te laten komen. Dit kan in de kaders, maar ook op de homepage van Facebook en Instagram.

Extra kosten

Om de sociale media, website, mobiele app en consistent gebruik huisstijl bij te houden, is het advies aan THZ om een stagiair aan te nemen. Deze stagiair kan bij THZ of bij de communicatie-afdeling van de gemeente werken. De kosten voor het laten meedraaien van een stagiair is ongeveer €2000,- per half jaar. Uit interne bronnen blijkt namelijk dat de gemeente Zoetermeer het standaardtarief van ongeveer €350,- per maand aanhoudt.

8.2 Overzicht onderdeel, verantwoordelijke, uitvoerder, kosten en opbrengsten

Hieronder is een analyse te lezen, met daarin de onderdelen, verantwoordelijke, uitvoerders, kosten en opbrengsten van de implementatie. In deze schematische weergave is te zien dat de kosten minimaal €4560,- en maximaal €42.060,- bedragen. De minimale kosten zijn opgebouwd uit de advertenties, attributen voorlichting, minimale kosten website en kosten van een stagiair. De maximale kosten zijn opgebouwd uit de advertenties, attributen, maximale kosten website, kosten vergroten capaciteit en kosten van een stagiair.

Onderdeel	Verantwoordelijke	Uitvoerder	Kosten	Opbrengsten
Reclame	Stagiair	Nader te bepalen	€60,-	Grotere naamsbekendheid.
Website	Stagiair	Nader te bepalen	€2500,- a €5000,-	Betere informatiebron voor inwoners. Kans dat link naar sociale media zorgt voor meer volgers.
Voorlichting	Teammanager	Afdeling Communicatie Zoetermeer	Nader te bepalen - Attributen: €100,-	Grotere naamsbekendheid en mogelijkheid tot meer contact met de inwoners zelf.
Grotere capaciteit	Teammanager en Senior	Bestuur THZ	Ongeveer €35.000,-	Betere zichtbaarheid en aanspreekbaarheid.
Consistent gebruik huisstijl	Teammanager	Stagiair	2 uur	Duidelijker beeld symboliek, zodat deze meer een afspiegeling is van de identiteit.
Stagiair	Teammanager	Stagiair	€2000,- per half jaar	Implementatie van de reclame, website en bijhouden van consistente huisstijl

Tabel 14 overzicht onderdeel, verantwoordelijke, uitvoerder, kosten en opbrengsten (bron, auteur)

9. Literatuurlijst

- AOM. (2018, 30 april). Steekproef algemeen | Steekproefcalculator | Alles over Marktonderzoek. Geraadpleegd van <https://www.allesovermarktonderzoek.nl/Steekproef-algemeen/steekproefcalculator/>.
- Balmer, J. M. T. (2001). "Corporate identity, corporate branding and corporate marketing - Seeing through the fog", European Journal of Marketing, Vol. 35 No. 3/4, pp. 248-291. Bingley, Engeland: MCB UP Ltd.
- Birkigt, K., & Stadler, M. (1980). Corporate Identity – Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele. Landsberg/Lech.
- Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. (2019, 9 juli). Taken van een gemeente. Geraadpleegd van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/gemeenten/taken-gemeente>
- Bunscoeke, R. (2020, 14 juli). Kosten website laten maken op een rijtje. Wat kost een website? Geraadpleegd van <https://000.nl/kosten-website-laten-bouwen/>
- Dowling, G. R. (2004). Corporate Reputations: should you compete on yours? California management Review, 46(3), 19-35.
- Eurib. (2019, 23 september). Birkigt en Stadler: het Corporate identity/image model. Geraadpleegd van <https://www.eurib.net/corporate-identity-corporate-image-van-birkigt-en-stadler/>
- Stadspeiling veiligheid Gemeente Zoetermeer. (2019). Stadspeiling veiligheid 2019 Deelrapport Veiligheid Gemeente Zoetermeer (2019). Geraadpleegd van <https://zoetermeer.incijfers.nl/home>
- Gemeente Zoetermeer. (2020). Zoetermeer in cijfers. Geraadpleegd van <https://zoetermeer.incijfers.nl/dashboard/bevolking/>
- Gosse, J. (2018, 11 juli). Social advertising: zo bereik je met elk type advertentie de juiste klant. Frankwatching. Geraadpleegd van <https://www.frankwatching.com/archive/2017/05/15/social-advertising-zo-bereik-je-met-elk-type-advertentie-de-juiste-klant/>
- Gotsi, M., & Wilson, A. (2001). Corporate reputation management: "living the brand". Management Decision, 39, 99-104.

- Haan, F. (2020, 26 mei). Wat is een boa nou eigenlijk? Dagblad van het Noorden. Geraadpleegd van: https://www.dvhn.nl/extra/Wat-zijn-boas-nou-eigenlijk-En-wat-mogen-ze-wel-en-niet-6-vragen-over-buitengewoon-opsporingsambtenaren-25700438.html?harvest_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.nl%2F
- Handhaving Nederland. (z.d.). Bevoegdheden | HandhavingNL. Geraadpleegd van <https://www.handhavingnl.nl/bevoegdheden>
- John M. T. Balmer & Guillaume B. Soenen (1999). The Acid Test of Corporate Identity Management, *Journal of Marketing Management*, 15(1-3), 69-92.
- Luft, J. & Ingham, H. (1961). The Johari Window. *Human relations training news*, 5(1), 6-7.
- Markwick, N. & Fill, C. (1997). Towards a framework for managing corporate identity. *European Journal of Marketing*, 31(5-6), 396-409.
- Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. (2019, 9 juli). Taken van een gemeente. Geraadpleegd van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/gemeenten/taken-gemeente>
- Ministerie van Veiligheid en Justitie. (2020, 20 februari). Taken, bevoegdheden en domeinen. Geraadpleegd van <https://www.justis.nl/producten/boa/boa-worden/taken/index.aspx>
- Ministerie van Justitie en Veiligheid. (2018, 11 december). Boa en politie, niet naast elkaar maar met elkaar. Rapport | Rijksoverheid.nl. Geraadpleegd van: <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2018/12/10/tk-boa-en-politie-niet-naast-elkaar-maar-met-elkaar>
- Overheid.nl. (2019, 30 november). Wetten.nl - Regeling - Beleidsregels Buitengewoon Opsporingsambtenaar - BWBR0039766. Geraadpleegd van <https://wetten.overheid.nl/BWBR0039766/2019-11-30>
- Riel, C.B.M. van & Balmer, J.M.T. (1997). Corporate Identity: the concept, its measurement and management. *European Journal of Marketing*, 31(5-6), 340-355.
- Rijksoverheid. (2020, april 3). Coronavirus COVID-19. Geraadpleegd van: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/coronavirus-covid-19>
- RTV Noord. (2019, 18 september). Minister wil dat we fulltime werken; waarom zouden we dat doen? geraadpleegd van: <https://www.rtvnoord.nl/nieuws/213544/Minister-wil-dat-we-fulltime-werken-waarom-zouden-we-dat-doen>

Schriemer, M.G. (2017). Statistiek voor de beroepspraktijk. Statistiek leren lezen, daarna begrijpen en berekenen met SPSS. Voor hbo en wo. Haarlem: SVW

Shee, P.S.B. & Abratt, R. (1989). A new approach to the corporate image management process. *Journal of Marketing Management*, 5(1), 63-76.

ToeZine. (2016, 13 september). Onderzoek laat zien: het imago van boa's is positiever dan gedacht | ToeZine. Geraadpleegd van <https://www.toezine.nl/artikel/174/onderzoek-laat-zien-het-imago-van-boa-s-is-positiever-dan-gedacht/>.

UWV. (2020, 2 februari). Beveiligings beroepen. Geraadpleegd van <https://www.uwv.nl/overuwv/Images/factsheet-beveiligingsberoepen-2020.pdf>

Van der Grinten, J. (2014). Mind the gap: stappenplan identiteit en imago. (derde druk). Den Haag: Boom Lemma uitgevers

Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek?. (6e druk). Amsterdam: Boom Uitgevers Amsterdam

Vos, M. & Schoemaker, H. (2006). Monitoring Public Perception of Organisations. geraadpleegd van https://books.google.nl/books?hl=nl&lr=&id=JPCkRgfwMcUC&oi=fnd&pg=PA8&dq=Vos+en+Schoemaker&ots=_G7LbYL91Y&sig=LqBC17r9_MrYi2m0eb8neREueko#v=onepage&q=Vos%20en%20Schoemaker&f=false

WIX. (z.d.). All Videos. De beste functies voor je website | Wix.com. Geraadpleegd van <https://nl.wix.com/features/main>

10. Bijlages

Bijlage 1 Frequentietabellen extern onderzoek

1. In welke leeftijdscategorie valt u?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 tot 54	33	35,9	35,9	35,9
	54+	59	64,1	64,1	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

2. Hoelang bent u al woonachtig in de wijk Rokkeveen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0 tot 5 jaar	13	14,1	14,1	14,1
	10 tot 15 jaar	11	12,0	12,0	26,1
	15 of meer jaar	61	66,3	66,3	92,4
	5 tot 10 jaar	7	7,6	7,6	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

3. Bent u bekend met de handhavers van Team Handhaving Zoetermeer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ja ik ken de naam, maar weet niet wat het is*	11	12,0	12,0	12,0
	Ja, daar ben ik enigszins bekend mee*	49	53,3	53,3	65,2
	Ja, daar ben ik goed bekend mee*	18	19,6	19,6	84,8
	Nee	14	15,2	15,2	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

4. Bent u weleens in contact gekomen met een handhaver van Team Handhaving Zoetermeer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		12	13,0	13,0	13,0
	Ja	26	28,3	28,3	41,3
	Nee	54	58,7	58,7	100,0

Total	92	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

5. Bent u bekend met de taken van een handhaver?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Deels*	53	57,6	57,6	57,6
	Ja*	26	28,3	28,3	85,9
	Nee	13	14,1	14,1	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

6. Welke taken associeert u met de handhaving?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		11	12,0	12,0	12,0
	-Bekeuringen en waarschuwingen uitdelen bij de het parkeren rondom de scholen... ;-)	1	1,1	1,1	13,0
	-Orde handhaven -Ogen en oren van gebeurtenissen in de wijk				
	Bestrijding overlast jongeren, naleving parkeren	1	1,1	1,1	14,1
	Bewaken van de openbare orde	1	1,1	1,1	15,2
	bewaken van de openbare orde, parkeerboetes, (nu) mensen aanspreken op afstand houden, mensen aanspreken die overlast veroorzaken	1	1,1	1,1	16,3
	Bewaren van 1,5 afstand ten tijde van covid	1	1,1	1,1	17,4
	Boetes uitdelen, komen kijken na klachten, intimiderend rondlopen	1	1,1	1,1	18,5

Buurt zorg en handhaving gemeentelijke voorschriften zoals bekeuringen fout parkeren	1	1,1	1,1	19,6
Constateren van overtredingen, waaronder parkeergevallen, verkeerd geplaatst afval, buurtdisputen tot resolutie te komen	1	1,1	1,1	20,7
Controle op geparkeerde caravans en aanhangers, controle op het juist aanbieden van afval, controle hondenbelasting en gedrag van hondeneigenaren. Controle op onjuist geparkeerde auto's, bestelauto's en vrachtauto's.	1	1,1	1,1	21,7
Controleren op de naleving van regels op openbare plaatsen	1	1,1	1,1	22,8
Controleren op ongeoorloofd parkeren, op slordig achtergelaten afval, overlast van jongeren.	1	1,1	1,1	23,9
Diverse BOA taken welke NIET door politie (meer) worden uitgevoerd	1	1,1	1,1	25,0
Eigenlijk eenvoudige politie taken, zoals eenvoudige overtredingen, zoals hond niet aangelijnd, te vroeg buiten gezette containers, vuurwerkmisbruik, maar ook checken op de corona maatregelen.	1	1,1	1,1	26,1

Er was een tijd een alcoholverbod in winkelcentrum De Vlieger. Ik denk dat handhaving heeft gecontroleerd of men zich hier aan hield. In de gaten houden van vernielingen, wie, wat, waar, hoe, wanneer. Groepen die overlast geven benaderen en toespreken, eventueel politie inschakelen.	1	1,1	1,1	27,2
Foutparkeren, wijzen op coronaregels.	1	1,1	1,1	28,3
Gebruik openbare ruimte, kleine overtredingen, parkeren, Honden, corona.	1	1,1	1,1	29,3
Handhaven , veiligheid creëren, beboeten	1	1,1	1,1	30,4
handhaven bij overlast, overtredingen en de veiligheid van de bewoner waarborgen	1	1,1	1,1	31,5
Handhaven openbare ruimte en deels politie taken	1	1,1	1,1	32,6
Handhaven regels	1	1,1	1,1	33,7
Handhaven van de APV	1	1,1	1,1	34,8
handhaven van de orde	1	1,1	1,1	35,9
Handhaven van verboden in de gemeente, zoals fout parkeren, juist gebruik van de openbare weg, enz.	1	1,1	1,1	37,0
Handhaving op o.a. parkeerbeleid, verstoring publieke ruimte, huidig beleid rondom Corona maatregelen	1	1,1	1,1	38,0
Handhaving parkeren, handhaving openbare ruimte in het kader van de APV, thans handhaving covid19 maatregelen	1	1,1	1,1	39,1

Handhaving parkeren, handhaving vuil en handhaving kleine zaken	1	1,1	1,1	40,2
Handhaving van de openbare orde in de ruimste zin des woords. Voorkomen van overlast. Toezien op naleving van regelgeving.	1	1,1	1,1	41,3
handhaving van de orde op straat	1	1,1	1,1	42,4
Hang jongeren, vuil plaatsen, fietspaden en parkeren, buurt kennen	1	1,1	1,1	43,5
het uitvoeren van controle taken of bepaalde regels worden nageleefd	1	1,1	1,1	44,6
Hondenpoep, fietswrakken, kleine boetes	1	1,1	1,1	45,7
Jongeren ect op t rechte pad houden	1	1,1	1,1	46,7
Jongeren groepen	1	1,1	1,1	47,8
Kleine boetes uitschrijven voor kleine zaken	1	1,1	1,1	48,9
kontrole	1	1,1	1,1	50,0
Mensen aanspreken bij niet handhaven van de regels	1	1,1	1,1	51,1
milieudelicten ,ordehandhaving ,parkeer controle veiligheid waarborgen ,inbraak preventie	1	1,1	1,1	52,2
Op het gebied van strafrecht, houden de handhavers zich vooral bezig met kleine zaken met betrekking tot de leefbaarheid in de gemeente. Zoals parkeeroverlast, hangjongerenoverlast etc.	1	1,1	1,1	53,3
Openbare orde bewaren	1	1,1	1,1	54,3
openbare ruimte, hang jongeren, parkeren	1	1,1	1,1	55,4

orde houden in de wijk. toezicht houden. waakzaamheid	1	1,1	1,1	56,5
Orde houden in de wijken	1	1,1	1,1	57,6
Overlast, lang geparkeerde auto's	1	1,1	1,1	58,7
parkeer en buurthandhaving	1	1,1	1,1	59,8
Parkeer controle, en mensen aanspreken op verkeerd gedrag	3	3,3	3,3	63,0
Parkeer controle, toezicht op zaken die niet op straat horen. Overlast zaken	2	2,2	2,2	65,2
Parkeerbeleid, signalering onregelmatigheden in de openbare ruimte	1	1,1	1,1	66,3
Parkeerboetes schrijven, orde handhaven	1	1,1	1,1	67,4
Parkeercontrole en overlast tegengaan	1	1,1	1,1	68,5
Parkeeroverlast, grof afval bij containers, hangjeugd, hondenbezitters manen hondenpoep op te ruimen, vernielingen aan straatmeubulair melden, verzakkingen in wegdek van fietspaden en straten melden.	1	1,1	1,1	69,6
parkeeroverlast, zwerfafval, brommen op het fietspad	1	1,1	1,1	70,7
Parkeewachters, perrons stations	1	1,1	1,1	71,7
Parkeren verboden toezicht overlast controle betaald parkeren	2	2,2	2,2	73,9
Parkeren, orde bewaken en nu regels Corona handhaven	1	1,1	1,1	75,0
parkeren, vuilnis, jeugdoverlast	1	1,1	1,1	76,1

personen aanspreken op ongewenst gedrag, onregelmatigheden signaleren andere bevoegdheden dan de politie	1	1,1	1,1	77,2
regels van openbare orde handhaven	1	1,1	1,1	78,3
Scooters bekeuren die op een verkeerd fietspad rijden, controleren op overlast buitenshuis, parkeerboetes, fietsboetes, rondje checken in de wijk	1	1,1	1,1	79,3
Surveilleren in de wijk, mensen aanspreken op (on)juist gedrag, bekeuringen uitschrijven, veiligheid waarborgen, signaleren.	1	1,1	1,1	80,4
Taken met betrekking tot de leefbaarheid in Zoetermeer.	1	1,1	1,1	81,5
Taken omtrent overlast; geluidsoverlast, overlast (van honden) in parken; hangjongeren, kleine vergrijpen zoals wildplassen, afval dumpen, verkeerd parkeren.	1	1,1	1,1	82,6
toezicht en handhaving leefbaarheid openbare ruimte	1	1,1	1,1	83,7
Toezicht en orde houden in brede zin	1	1,1	1,1	84,8
toezicht en veiligheid bieden, handhaven	1	1,1	1,1	85,9
Toezicht houden , parkeerboete	1	1,1	1,1	87,0
toezicht houden, opsporen van kleine vergrijpen, aanspreken van mensen op hun gedrag, parkeerboetes uitschrijven	1	1,1	1,1	88,0

toezicht op naleven van de regels	1	1,1	1,1	89,1
toezicht, controle, aanspreken, beboeten van overtredingen van algemene plaatselijke verordening (bestuursrechtelijk)	1	1,1	1,1	90,2
toezichthouden, correctief optreden	1	1,1	1,1	91,3
toezien op nakomen van gestelde regels	1	1,1	1,1	92,4
toezien op naleving APV's, toezien op naleving parkeerrichtlijnen, toezien op gedrag van mensen, mensen aanspreken bij overtredingen en zonodig beboeten, begeleiden evenementen	1	1,1	1,1	93,5
Uitdelen van waarschuwingen en boetes zoals parkeerboetes en Corona relateerd	1	1,1	1,1	94,6
Veiligheid	1	1,1	1,1	95,7
Vele vormen van overlast. Parkeeroverlast tot aan jongerenoverlast	1	1,1	1,1	96,7
Verkeerd aanbieden huisvuil,	1	1,1	1,1	97,8
Zal wel iets te maken hebben met lage boetes	1	1,1	1,1	98,9
zorgen dat de mensen de regels van de overheid opvolgen in het publieke domein	1	1,1	1,1	100,0
Total	92	100,0	100,0	

8. Welke taken associeert u met de politie

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3,3	3,3	3,3

-Ingrijpen bij incidenten - Verantwoordelijk voor de veiligheid in de buurt	1	1,1	1,1	4,3
Achtervolgingen, arrestaties, checken op rijden onder invloed, fietsboetes, controleren op geluidsoverlast binnenshuis, parkeerboetes	1	1,1	1,1	5,4
Alle taken van de handhaving maar dan met meer autoriteit, aanpak van (zware) criminaliteit)	1	1,1	1,1	6,5
Als iets heftiger is	1	1,1	1,1	7,6
Arresteren, boetes uitdelen	3	3,3	3,3	10,9
Assistentie bij ongevallen, levensbedreigende situaties, handhaving van wettelijke regels	1	1,1	1,1	12,0
Bekeuren, orde houden en arresteren	1	1,1	1,1	13,0
Bekeuringen voor strafbare feiten	1	1,1	1,1	14,1
Bestrijden van misdaad, opsporen van criminelen, preventie enz.	1	1,1	1,1	15,2
bijstand calamiteiten, ongewenst gedrag, optreden bij overtredingen bevoegd gezag	1	1,1	1,1	16,3
Boeten uitdelen	1	1,1	1,1	17,4
Boetes uitdelen voor strafbare feiten	1	1,1	1,1	18,5
Boeven vangen etc	1	1,1	1,1	19,6
Controleren van wetgeving, opsporen van overtreders en helpen van burgers	1	1,1	1,1	20,7
criminaliteit, snelheidsovertredingen, geweldsmisdrijven, inbraak	1	1,1	1,1	21,7
Criminele zaken, oppakken van mensen, boetes.	1	1,1	1,1	22,8

De grotere zaken binnen het strafrecht, hierin nemen zij de voorhand in grote zaken als in verdachtes aanhouden, witwassen, drugshandel en verkeersovertreders.	1	1,1	1,1	23,9
dezelfde als boven maar dan uitgebreider met binnentreding woningen, opsporen criminaliteiten	1	1,1	1,1	25,0
Diefstal, huiselijk geweld, buren ruzie, groep vorming, hulp verlening, aed. En nog wel meer	1	1,1	1,1	26,1
Geheel afhankelijk van welke tak van de politie. Over het algemeen het controleren op het naleven van alle geldende regels voor de burger. Zowel openbare plekken als niet openbaar. Extra taak onderzoeken van misdaden in elke categorie.	1	1,1	1,1	27,2
Gelijk aan handhavers maar doen ook arrestaties en onderzoek naar grotere delicten.	2	2,2	2,2	29,3
Grote boetes, parkeerboetes etc.	1	1,1	1,1	30,4
Grote zaken die grote boetes vragen. Drugshandel en vandalisme enz.	1	1,1	1,1	31,5
Handhaven en opsporen alle wetten. Hulp bieden aan hen die dat behoeven	1	1,1	1,1	32,6
handhaven van de wet	1	1,1	1,1	33,7
Handhaven van openbare orde, onderzoeken van overtredingen/misdrijven	1	1,1	1,1	34,8
Handhaven veiligheid	1	1,1	1,1	35,9

Handhaving . Ingrijpen huiselijk geweld geweld op straat verkeersboetes alcohol controles gewelddelicten	1	1,1	1,1	37,0
handhaving openbare orde en veiligheid	1	1,1	1,1	38,0
handhaving orde	1	1,1	1,1	39,1
Handhaving rechtsorde en hulpverlening	1	1,1	1,1	40,2
Handhaving regel, opsporing	1	1,1	1,1	41,3
Handhaving van de wetten	1	1,1	1,1	42,4
Het waarborgen van de veiligheid van de burgers. Het opsporen van criminaliteit en het zoeken van vermiste personen en het bekeuren van mensen die de wet overtreden.	1	1,1	1,1	43,5
Hetzelfde als handhavers, maar daarnaast ook aanpakken criminaliteit, oplossen inbraken, geweldsmisdrijven, drugscriminaliteit en veel meer.	1	1,1	1,1	44,6
Hulp bij burenruzie, 112 gevallen, verkeersincidenten, overval, inbraak, aangiften behandelen,	1	1,1	1,1	45,7
Hulp bij misdrijven; opsporing; boetes uitdelen	1	1,1	1,1	46,7
Hulpverlening bij o.a inbraak, ongeval, mishandeling, contact met de wijkbewoners over bijvoorbeeld veiligheid, zorgen over wijkbewoners die overlast veroorzaken/ waar zorgen zijn over bijv kinder- of dierenmishandeling	1	1,1	1,1	47,8

Hulpverlening, incidenten bestrijding, verkeerscontrole, etc.	1	1,1	1,1	48,9
Hulpverlening, toezicht en aanwezigheid	1	1,1	1,1	50,0
Hulpverlening, wetshandhaving, geweldsbevoegdheid, ordehandhaving, criminaliteits-misdaadopsporing en bestrijding	1	1,1	1,1	51,1
Illegale praktijken ontmaskeren (diefstal, drugshandel etc)	1	1,1	1,1	52,2
Inbraak , hulp bij aanrijding , assistentie ambulance	1	1,1	1,1	53,3
inbraak/diefstal/hulp bij ongelukken/ verkeer/ misdaad	1	1,1	1,1	54,3
Ingrijpen bij overtredingen in verkeer, verbaliseren inbraken en andere ongeoorloofd gedrag.	1	1,1	1,1	55,4
Inzet bij evenementen, ongelukken. Openbare orde handhaven, aanspreekpunt in de wijk (wijkagent)	1	1,1	1,1	56,5
Meerdere veiligheidstaken	1	1,1	1,1	57,6
Misdaadbestrijding, bescherming inwoners van Zoetermeer, handelen bij onregelmatigheden	1	1,1	1,1	58,7
onderzoek, (gewapend) optreden, vervolgen, begeleiden	1	1,1	1,1	59,8
Ook bewaken van de openbare orde maar verdergaand	1	1,1	1,1	60,9
Op ligging bedreiging	2	2,2	2,2	63,0
op snelheid fout parkeren	1	1,1	1,1	64,1

Openbare orde te handhaven, overtredingen en misdrijven voorkomen, bieden van hulpverlening	1	1,1	1,1	65,2
oplossen van misdaden en misdrijven, voorkómen van misdaden, misdrijven en overtredingen, bekeuren, hulpverlening bij ongelukken en ongevallen, verkeersregeling	1	1,1	1,1	66,3
opsporing	1	1,1	1,1	67,4
Opsporing en handhaving van (zwaarder) strafbare feiten eiren	1	1,1	1,1	68,5
Opsporing, geweld, misdrijven, overvallen.	1	1,1	1,1	69,6
Opsporing, inzet geweldsdelicten/huiselijk geweld/misdaad	1	1,1	1,1	70,7
optreden wanneer een bewoner in overtreding is, en wanneer een bewoner in gevaar is en een beroep doen op de politie en veiligheid waarborgen van bewoners	1	1,1	1,1	71,7
Orde houden, bekeuringen	1	1,1	1,1	72,8
Orde houden, veiligheid creëren, beboeten/bekeuren, straffen, redden, fysiek optreden, controle uitvoeren	1	1,1	1,1	73,9
Ordehandhaving	1	1,1	1,1	75,0
ordehandhaving, verkeersveiligheid	1	1,1	1,1	76,1
Parkeerboetes schrijven, orde handhaven. Misdrijven oplossen. Ingrijpen bij bv huiselijk geweld	1	1,1	1,1	77,2

Politie representeert het Wettelijk Gezag en treedt op bij overtreding van wetsartikelen.	1	1,1	1,1	78,3
regels openbare orde handhaven	1	1,1	1,1	79,3
Serieuze zaken	1	1,1	1,1	80,4
Steun bij ongelijk, inbraak etc. Autoriteit	1	1,1	1,1	81,5
Strafbare feiten aanpakken.	1	1,1	1,1	82,6
Strafrechtelijke feiten aanpakken, als in snelheidsovertreders en woningkrakers bekeuren	1	1,1	1,1	83,7
strafrechtelijke opsporing	1	1,1	1,1	84,8
Te hard of anderszins gevaarlijk rijden, bestrijding drugscriminaliteit, bestrijding diverse andere vormen van criminaliteit.	1	1,1	1,1	85,9
Toezicht op straten en parken. Assistentie bij ongevallen branden enz. Opsporen van vandalisten, bekeuren van wet overtreders,	1	1,1	1,1	87,0
Toezichtregels houden, uitvoering rechterlijke macht , bekeuren	1	1,1	1,1	88,0
Uitrukken bij vechtpartijen, snelheidsovertredingen, bekeuren. Bij inbraken. Enz.	1	1,1	1,1	89,1
Veiligheid.Het is jammer dat beide categorieën nooit zichtbaar zijn	1	1,1	1,1	90,2
Verkeer regelen, burenruzies sussen, wetsovertreders aanhouden, zware ongelukken uitzoeken, diefstal opnemen,	1	1,1	1,1	91,3

verkeer, opsporing, recherche, bewaking, geweld, terreurbestrijding	1	1,1	1,1	92,4
Verkeersproblemen, vechtpartijen, inbraak, diefstal ,ongelukken, bemiddelen bij conflicten,	1	1,1	1,1	93,5
verrichten van aanhoudingen, opsporen strafbare feiten, aanwezig bij ongevallen en misdrijven	1	1,1	1,1	94,6
Wetboek van strafrecht	2	2,2	2,2	96,7
Zelfde als handhavers, maar zijn meer bevoegd tot bekeuren e.d.	1	1,1	1,1	97,8
zelfde als handhaving aangevuld met extra wettelijke rechten als fouilleren etc	1	1,1	1,1	98,9
zorgen dat de mensen de geldende wet naleven zowel buiten als thuis	1	1,1	1,1	100,0
Total	92	100,0	100,0	

9. De politie en handhaving hebben andere bevoegdheden. Welke bevoegdheden associeert u specifiek met HANDHAVING en niet met de politie?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aanspreken en signaleren alleen bekeuren bij overtredingen ivm corona	1	1,1	1,1	1,1
	aanspreken niet arresteren geen pepperspray geen wapenstok en geen wapen	1	1,1	1,1	2,2
	aanspreken op gedrag en eventueel beboeten	1	1,1	1,1	3,3

aanspreken, waarschuwen, door aanwezigheid naleving afdwingen, (overlast) meldingen aannemen en doorgeven. boete uitschrijven.	1	1,1	1,1	4,3
Aanwijzingen geven	1	1,1	1,1	5,4
beboeten voor parkeren, "zwart rijden", toegangbeheer/conctrole	1	1,1	1,1	6,5
Bekeuren en samenleving aanspreken op verantwoordelijkheden	2	2,2	2,2	8,7
Bekeuren foutparkeerders,	1	1,1	1,1	9,8
Bekeuring geven voor parkeren.	1	1,1	1,1	10,9
Bekeuringen uitschrijven voor bijvoorbeeld loslopende honden of het niet opruimen van hondenpoep. Surveilleren in de wijk en signaleren als dingen niet goed gaan, nu vooral heel pittig met deze crisis.	1	1,1	1,1	12,0
Bij rellen optreden bij politie. Wapengeweld bij politie. Alcohol- en drugscontrole bij politie.	1	1,1	1,1	13,0
Boetes uitschrijven voor kleine zaken zoals parkeren. Daarnaast wordt er sturing gegeven op het gebied van overlast.	1	1,1	1,1	14,1
Bonnen schrijven en overtreders staande houden	1	1,1	1,1	15,2
Bonnen uitschrijven	1	1,1	1,1	16,3
buurt en verkeer parkeer	1	1,1	1,1	17,4
Continue controleren van openbare orde. Politie heeft daar (blijkbaar) geen tijd voor?	1	1,1	1,1	18,5
controle	1	1,1	1,1	19,6

controle , aanspreken en acties uitzetten (dus observerende macht)	1	1,1	1,1	20,7
controle aanbieden huisvuil, parkeercontrole beperkte opsporingsbevoegdheid	1	1,1	1,1	21,7
Controle loslopende honden en controle op juist aanbieden afval	1	1,1	1,1	22,8
controle om overlast door burgers onderling te voorkomen	1	1,1	1,1	23,9
controleren en toezicht houden ten aanzien van lichte feiten zoals loslopende honden, afval op straat gooien en hangjongeren	1	1,1	1,1	25,0
Controleren. toezicht.	1	1,1	1,1	26,1
Daar waar mogelijk en noodzakelijk bekeuringen geven	1	1,1	1,1	27,2
Dit weet ik niet precies. Ik weet wel dat de handhaving minder bevoegdheden heeft.	1	1,1	1,1	28,3
Een handhaver ziet toe op de dagelijkse gevestigde orde en voor zwaardere vergrijpen moet de politie er aan te pas komen.	1	1,1	1,1	29,3
Geen	1	1,1	1,1	30,4
Geen idee	3	3,3	3,3	33,7
Geen idee wat de bevoegdheden van de handhaving zijn	1	1,1	1,1	34,8
Geen verschil	1	1,1	1,1	35,9
Gemeentelijke handhaving van wetten en regels met opleggen van bekeuringen bij overtreding. Meer focus op locale wetgeving.	1	1,1	1,1	37,0

Gesprekken met beide partijen tijdens conflicten, constateren van vernieling, vervuiling etc. Overleg met de politie over deze zaken. Voorlichting geven over bijv. vuil aanbieden.	1	1,1	1,1	38,0
handhaven van de orde in stadshart en winkelcentrum	1	1,1	1,1	39,1
handhaven zodra iemand in overtreding is, en optreden bij relatief kleine overtredingen	1	1,1	1,1	40,2
Handhavers mogen volgens mij alleen mensen aanhouden, en niet vasthouden.	1	1,1	1,1	41,3
Handhaving heeft een beperkt mandaat wat betreft bekeuren/aanhouden tov de politie.	1	1,1	1,1	42,4
Handhaving is meer gericht op controle dagelijkse orde in de wijken.	1	1,1	1,1	43,5
handhaving lichte vergrijpen en overtredingen maar vooral waarschuwend optreden	1	1,1	1,1	44,6
Handhaving loopt meer op straat, politie minder	1	1,1	1,1	45,7
Handhaving openbare orde , Burgers aanspreken op gedrag dat overlast veroorzaakt.	1	1,1	1,1	46,7
Handhaving openbare ruimte	1	1,1	1,1	47,8
Handhaving toch wel kleine taken, zoals verkeerd geparkeerde auto's	1	1,1	1,1	48,9
Hebben geen wapen , meer toezicht dan ingrijpen	1	1,1	1,1	50,0
Hondenpoep, huisvuil, zwerfafval, overlast	1	1,1	1,1	51,1

Ik zou de handhaving iets meer een eerste aanspreekpunt vinden voor klachten, pas bij serieuze zaken wordt dan de politie ingeschakeld	1	1,1	1,1	52,2
Ja dat heb ik al beantwoord, dus kort: overtredingen door handhaving en politie, oplossen criminele activiteiten door politie.	1	1,1	1,1	53,3
Kleine incidenten, vuil op straat, dieren in nood.	1	1,1	1,1	54,3
Kleine overtredingen.	1	1,1	1,1	55,4
Lastig	1	1,1	1,1	56,5
Lichtere taken in de ordehandhaving.	1	1,1	1,1	57,6
Mee begeleidende functie	1	1,1	1,1	58,7
Meer aanspreken en waarschuwen	1	1,1	1,1	59,8
mensen aanspreken als zij de regels overtreden, maar niet verbaliseren	1	1,1	1,1	60,9
Mensen aanspreken op hun gedrag	1	1,1	1,1	62,0
Mensen die alleen overdag op pad zijn, maakt geen gebruik van fysieke handelingen	1	1,1	1,1	63,0
Mensen staande houden	1	1,1	1,1	64,1
Onderzoek in verkeerd aangeboden afval naar een overtreder	1	1,1	1,1	65,2
Op soepele manier omgaan met overtreding van regels. Mens tot Mens	1	1,1	1,1	66,3
orde bewaren; zaken in goede banen leiden	1	1,1	1,1	67,4
orde in bijv. winkelcentrum	1	1,1	1,1	68,5
orde op straat, bekeuringen uitdelen, parkeercontroleur	1	1,1	1,1	69,6

orde te houden op straat , winkels, en openbare gelegenheden.	1	1,1	1,1	70,7
Parkeer controle	3	3,3	3,3	73,9
Parkeerbeheer	1	1,1	1,1	75,0
parkeerbekeuringen geven, verbaal corrigeren, huisvuil controle en bekeuringen	1	1,1	1,1	76,1
Parkeerbeleid en daarmee ook bekeuren van overtredingen in de publieke ruimte	1	1,1	1,1	77,2
Parkeerboetes, wijk wacht	1	1,1	1,1	78,3
Politie kan aanhoudingen doen, Handhaving kan staande houden	1	1,1	1,1	79,3
Politie mag wapen gebruiken, arresteren	1	1,1	1,1	80,4
Politie staat bij hoger aangeschreven meer autoriteit en betere communicatin	1	1,1	1,1	81,5
Rondje rijden in de wijk om alles te checken	1	1,1	1,1	82,6
Samenscholing grote groep jongeren, op heterdaad betrappen wat niet mag.	1	1,1	1,1	83,7
Toezicht	1	1,1	1,1	84,8
Toezicht houden op	1	1,1	1,1	85,9
Toezicht in winkelcentra, surveilleren in de stad en de buitengebieden. controleren op de naleving van de corona maatregelen.	1	1,1	1,1	87,0
Toezicht openbare ruimten, toezicht parkeerbeleid, veiligheid op straat.	1	1,1	1,1	88,0
Toezicht overlast	2	2,2	2,2	90,2
toezichthouden, kleine vergrijpen	1	1,1	1,1	91,3

toezien op naleving APV's, toezien op naleving parkeerrichtlijnen	1	1,1	1,1	92,4
Verkeersverboden, kleinerever grijpen,	1	1,1	1,1	93,5
Waarschuwen, kleine bekeuring uitdelen,	1	1,1	1,1	94,6
Waarschuwingen, boetes tot €100,-	1	1,1	1,1	95,7
xx	1	1,1	1,1	96,7
zaken betreffende veiligheid burgers, overlast, orde,	1	1,1	1,1	97,8
Zaken die met name onder het bevoegd gezag van de burgemeester vallen. Controles, toezicht en aanpakken (lokale) problemen zoals vandalisme, parkeeroverlast woonwijken. Zaken met een minder grote te verwachten geweldsspiraal	1	1,1	1,1	98,9
zwerfafval, parkeren	1	1,1	1,1	100,0
Total	92	100,0	100,0	

10. Welke bevoegdheden associeert u met de POLITIE en niet met de handhaving?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bekeuren, arresteren.	1	1,1	1,1	1,1
	(gewapend) vervolgen	1	1,1	1,1	2,2
	aanhouden van personen die zich niet aan de wet houden	1	1,1	1,1	3,3
	aanwezig bij ongelukken, brand, diefstal, toezicht verkeersregelsovertreden	1	1,1	1,1	4,3
	acties uitvoeren (dus uitvoerende macht)	1	1,1	1,1	5,4
	Arrestatie	2	2,2	2,2	7,6
	arrestatiebevoegdheid, boetes	1	1,1	1,1	8,7

Arrestaties bij grote overtredingen. Schieten indien nodig	2	2,2	2,2	10,9
Arrestaties uitvoeren, doorzoekingen	1	1,1	1,1	12,0
Arrestaties, achtervolgingen	1	1,1	1,1	13,0
arrestaties, ongevallen	1	1,1	1,1	14,1
Arrestaties, zware (x>€150) bekeuringen etc	1	1,1	1,1	15,2
arresteren van personen	1	1,1	1,1	16,3
Arresteren van personen	1	1,1	1,1	17,4
Arresteren van wet overtreders, verhoren van eventuele daders.	1	1,1	1,1	18,5
Bedreiging overvallen	2	2,2	2,2	20,7
Bekeuren en arresteren	1	1,1	1,1	21,7
Bekeuren, arresteren en optreden bij ernstige calamiteiten	1	1,1	1,1	22,8
Bekeuren, een wapen dragen, rapporteren, controleren, handhaven.	1	1,1	1,1	23,9
Bekeuren, straffen uitdelen	1	1,1	1,1	25,0
Bekeuren.	1	1,1	1,1	26,1
Bekeuringen	1	1,1	1,1	27,2
Boeten uitdelen - mensen oppakken - wapenstok gebruiken	1	1,1	1,1	28,3
Boetes en handhaving van de wet. Id vragen. Arrestatie	1	1,1	1,1	29,3
Boetes uitdelen	3	3,3	3,3	32,6
Boetes uitschrijven	1	1,1	1,1	33,7
Boetes uitschrijven en overtreders aanhouden en mee naar het bureau nemen	1	1,1	1,1	34,8
Boetes, arresteren, proces verbaal opmaken	1	1,1	1,1	35,9
criminaliteit	2	2,2	2,2	38,0
criminaliteit-misdaadopsporing en bestrijding	1	1,1	1,1	39,1

Criminaliteit, drugs, zware misdrijven	1	1,1	1,1	40,2
Criminaliteitsbestrijding	1	1,1	1,1	41,3
Dragen van een vuurwapen	1	1,1	1,1	42,4
Een boa mag net als elke burger vorderen. Politie vordert!	1	1,1	1,1	43,5
Ernstigere dingen Bv huiselijk geweld en ongelukken	1	1,1	1,1	44,6
gaat verder dan handhavers en kunnen uiteindelijk tot arrestatie over gaan	1	1,1	1,1	45,7
Gebruik van geweld, aanhoudingen buiten heterdaad	1	1,1	1,1	46,7
Gebruik wapen (wapenstok, pepperspray, wapen) en gerechtvaardigd geweld bij aanhouding.	1	1,1	1,1	47,8
Geen verschil	1	1,1	1,1	48,9
geweld, ongelukken	1	1,1	1,1	50,0
Grotere overtredingen, misdrijven, opsporingen, geweldgebruik.	1	1,1	1,1	51,1
handhaven en controleren wegenverkeerswet, algemene opsporingsbevoegdheid	1	1,1	1,1	52,2
Handhaving strafrecht	1	1,1	1,1	53,3
Hebben een wapen , mogen arresteren	1	1,1	1,1	54,3
heldhaftig optreden, zodra een bewoner de wet overtreedt en mee moet naar het bureau	1	1,1	1,1	55,4
Het opsporen van criminaliteit en moord- en vermissingszaken.	1	1,1	1,1	56,5

Het zorgen voor de openbare orde en verkeersveiligheid bij incidenten. Zij zijn de mensen op het bureau die je aangifte opnemen. Bekeuringen uitschrijven bij verkeersovertredingen.	1	1,1	1,1	57,6
Huiselijk geweld, overlast	1	1,1	1,1	58,7
Landelijke systeem, bestraffen van overtredingen, opleggen van bekeuringen en in hechtenis brengen van overtredders.	1	1,1	1,1	59,8
meer verbaliserend en zwaardere vergrijpen	1	1,1	1,1	60,9
Mensen aanhouden	1	1,1	1,1	62,0
Mensen aanhouden, misdaad oplossen	1	1,1	1,1	63,0
Mensen arresteren, wapen bijdragen, 24/7 bereikbaar	1	1,1	1,1	64,1
mensen die de wet overtreden bekeuren of oppakken	1	1,1	1,1	65,2
onderzoek naar misdaden; assistentie bij ongelukken	1	1,1	1,1	66,3
Onderzoeken van misdaden in elke categorie.	1	1,1	1,1	67,4
Ongelukken., overtredingen. Etc.	1	1,1	1,1	68,5
oplossen van misdaden en misdrijven	1	1,1	1,1	69,6
Opsporen en handhaven strafbare feiten	1	1,1	1,1	70,7
Opsporing	1	1,1	1,1	71,7
opsporing bij criminele activiteiten of controle vanuit de rijksoverheid opgelegde regels	1	1,1	1,1	72,8
Optreden bij diefstal, orde houden, enz.	1	1,1	1,1	73,9

Optreden bij onveilige situaties en huishoudelijke twisten	1	1,1	1,1	75,0
Politie agenten mogen wel mensen aanhouden, en vervolgens meenemen naar het bureau.	1	1,1	1,1	76,1
Politie de grotere taken, zoals verdachtes aanhouden of bijvoorbeeld snelheidsovertreders aanhouden	1	1,1	1,1	77,2
procesverbaal	1	1,1	1,1	78,3
Recht op het dragen van wapens, arrestaties, opsporing etc	1	1,1	1,1	79,3
Rijbewijs/auto innemen, verdachte in cel plaatsen, grote arrestaties verrichten, wapenbezitter/gebruiken	1	1,1	1,1	80,4
Strafbare feiten	1	1,1	1,1	81,5
Taken buiten de wijk en meer actief opsporen van overtreders.	1	1,1	1,1	82,6
uitgeven van bekeuringen	1	1,1	1,1	83,7
Uitoefening van gezag	1	1,1	1,1	84,8
Verdachten aanhouden, geweld gebruiken waar nodig.	1	1,1	1,1	85,9
verkeersbekeuringen anders dan parkeren, afsluiten van plaats delict, recherche en onderzoek gewelds en zeden misdrijven, bewaking panden bij terreurrisico's, begeleiding voetbalwedstrijden en evenementen, personen beveiliging en bewaking	1	1,1	1,1	87,0

Verkeersongeluk, inbraak, overval, aangiften behandelen, burenruzie bemiddelen.	1	1,1	1,1	88,0
verrichten van aanhoudingen, optreden bij misdrijven	1	1,1	1,1	89,1
Wat een rare vragen	1	1,1	1,1	90,2
Zaken betreffende verkeer, ongelukken, brand, inbraak, moord, criminaliteit,	1	1,1	1,1	91,3
Zaken die handhaven van zaken met een te verwachte grote geweldspiraal, bredere/hanshaving controle op alle wetgeving.	1	1,1	1,1	92,4
Zie 8	1	1,1	1,1	93,5
zie antwoord vraag 8	1	1,1	1,1	94,6
Zie boven.	1	1,1	1,1	95,7
Zie mijn antwoord hierboven.	1	1,1	1,1	96,7
zie taken politie	1	1,1	1,1	97,8
Zie. Antwoord bij vraag 8	1	1,1	1,1	98,9
zwaardere overtredingen, delicten, zware criminaliteit, inzetten van opsporingsmiddelen, gebruik wapen (stok), pepperspray, handboeien.	1	1,1	1,1	100,0
Total	92	100,0	100,0	

11. We noemen hieronder een aantal professionele eigenschappen. Geef aan wat voor u de belangrijkste eigenschappen zijn waarover een gemeentelijke handhaver zou moeten beschikken?

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
\$V11Eigenschappen ^a	Communiceren v11	83	10,0%	90,2%
	Ondernemend v11	18	2,2%	19,6%
	Signaleren v11	78	9,4%	84,8%
	Netwerken v11	15	1,8%	16,3%
	Inlevingsvermogen v11	62	7,5%	67,4%

	Stressbestendig v11	61	7,3%	66,3%
	Flexibel v11	33	4,0%	35,9%
	Fysiek v11	27	3,2%	29,3%
	Overtuigingstechnieken v11	64	7,7%	69,6%
	Presenteren v11	18	2,2%	19,6%
	Samenwerking v11	42	5,1%	45,7%
	Analytisch v11	12	1,4%	13,0%
	Inwonergegericht v11	55	6,6%	59,8%
	Beleidsbewust v11	22	2,6%	23,9%
	Besluitvaardig v11	41	4,9%	44,6%
	Open v11	32	3,9%	34,8%
	Integer v11	59	7,1%	64,1%
	Gespreksvaardigheden v11	62	7,5%	67,4%
	Functiebewust v11	47	5,7%	51,1%
Total		831	100,0%	903,3%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

12. We noemen hieronder dezelfde professionele eigenschappen. Geef aan wat voor u de eigenschappen zijn waarover de gemeentelijke handhavers van Team Handhaving Zoetermeer beschikken?

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
\$V12Eigenschappen ^a	Communiceren v12	62	11,4%	67,4%
	Ondernemend v12	11	2,0%	12,0%
	Signaleren v12	57	10,5%	62,0%
	Netwerken v12	9	1,7%	9,8%
	Inlevingsvermogen v12	33	6,1%	35,9%
	Stressbestendig v12	42	7,7%	45,7%
	Flexibel v12	17	3,1%	18,5%
	Fysiek v12	17	3,1%	18,5%
	Overtuigingstechnieken v12	31	5,7%	33,7%
	Presenteren v12	10	1,8%	10,9%
	Samenwerking v12	24	4,4%	26,1%
	Analytisch v12	11	2,0%	12,0%
	Inwonergegericht v12	37	6,8%	40,2%
	Beleidsbewust v12	20	3,7%	21,7%
	Besluitvaardig v12	30	5,5%	32,6%
	Open v12	17	3,1%	18,5%
	Integer v12	34	6,3%	37,0%
	Gespreksvaardigheden v12	37	6,8%	40,2%

Funcatiebewust v12	45	8,3%	48,9%
Total	544	100,0%	591,3%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

13. Hieronder ziet u het logo van Team Handhaving Zoetermeer. Wat is het beeld dat u krijgt bij het logo van Team Handhaving Zoetermeer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	alles in de hand hebben.	1	1,1	1,1	1,1
	alsof de handhaver met de gummiknuppel zwaait	1	1,1	1,1	2,2
	beetje vaag	1	1,1	1,1	3,3
	Beveiliging	1	1,1	1,1	4,3
	Daadkrachtig	1	1,1	1,1	5,4
	deur openen	1	1,1	1,1	6,5
	Dit is team handhaving Zoetermeer	1	1,1	1,1	7,6
	Doortastend	1	1,1	1,1	8,7
	Duim omhoog, toppie	3	3,3	3,3	12,0
	een beetje saai en simpel	1	1,1	1,1	13,0
	Een duimpje omhoog	1	1,1	1,1	14,1
	een hand	1	1,1	1,1	15,2
	een hand met daar in een stok	1	1,1	1,1	16,3
	Een hand met een lijst met regels waaraan hij/zij zich heeft te houden	1	1,1	1,1	17,4
	Een meppende vuist	1	1,1	1,1	18,5
	Een vuist die iets vasthoudt, geeft een "harde hand" aan	1	1,1	1,1	19,6
	Een vuist een helpende hand bieden	1	1,1	1,1	20,7
	Een vuist en geweld is het eerste wat in mij opkomt, misschien zelfs een boxbeugel	1	1,1	1,1	21,7
	Een vuist met daarin een stok	1	1,1	1,1	22,8
	Een vuist.	1	1,1	1,1	23,9
	Eerste keer dat ik het zie	1	1,1	1,1	25,0

Geeft geen goed beeld van de handhaving. Zou ook het logo van de snackbar om de hoek kunnen zijn.	1	1,1	1,1	26,1
geen	2	2,2	2,2	28,3
Geen	2	2,2	2,2	30,4
geen associatie met handhaving/geen herkenbaar logo	1	1,1	1,1	31,5
Geen beeld.	1	1,1	1,1	32,6
geen flauw idee wat voor teken dit is. een vuist die een stok vast houdt?	1	1,1	1,1	33,7
geen idee	1	1,1	1,1	34,8
Geen idee	1	1,1	1,1	35,9
Geen idee wat het voorstelt	2	2,2	2,2	38,0
Geen idee.	1	1,1	1,1	39,1
Geen specifiek beeld	1	1,1	1,1	40,2
geen specifiek beeld, wel herkenbaar	1	1,1	1,1	41,3
Geen. Associeer niet veel met logo's	1	1,1	1,1	42,4
Geen. Ik zie een hand met een ???	1	1,1	1,1	43,5
Gelieerd aan politie	1	1,1	1,1	44,6
Goed	1	1,1	1,1	45,7
Goed beeld, streng doch rechtvaardig.	1	1,1	1,1	46,7
Hand met een bekeuring erin?	1	1,1	1,1	47,8
Hand met stok	1	1,1	1,1	48,9
handhaven bij overtredingen, maar beperkt door functie	1	1,1	1,1	50,0
Handhaving	1	1,1	1,1	51,1
handhaving, besluitvaardig	1	1,1	1,1	52,2
Herkenbaar	1	1,1	1,1	53,3
Houdt een stok vast? Maar ze hebben geen wapenstok..	1	1,1	1,1	54,3
houvast	1	1,1	1,1	55,4
Ik heb alvast mijn vuist klaar voor gebruik. Niet luisteren gelijk toeslaan. (niet fysiek)	1	1,1	1,1	56,5

ik weet eerlijk gezegd niet wat het symbool precies is.	1	1,1	1,1	57,6
Ik wist niet dat dit het symbool is voor handhaving. Ik vind dat het weinig zegt	1	1,1	1,1	58,7
Ik zie dit logo voor het eerst.	1	1,1	1,1	59,8
Ik zie een vuist (hand) die iets vastheeft. Ik vind het niet een heel duidelijk logo.	1	1,1	1,1	60,9
in het algemeen vind ik het BOA logo een agressief logo (een vuist die op het punt staat uit te halen)	1	1,1	1,1	62,0
Kinds aftreksel van een gemeentelijk logo	1	1,1	1,1	63,0
kordaat optreden , krachtig	1	1,1	1,1	64,1
Kracht	1	1,1	1,1	65,2
Lastig- een abstract multi interpretabel logo. Ik kan van alles zien. Eerste reactie: ik zie niks herkenbaars.	1	1,1	1,1	66,3
Lijkt een beetje op politie logo en is daarom wel goed gevonden.	1	1,1	1,1	67,4
Lijkt op de politie, daarom niet juist	1	1,1	1,1	68,5
Niet veel vaker gezien	1	1,1	1,1	69,6
Niks op aan te merken	1	1,1	1,1	70,7
Nikszeggend logo	1	1,1	1,1	71,7
Oh oh beetje autoritair. Respect moet je verdienen en kan je snel afbreken	1	1,1	1,1	72,8
omvatten van regels	1	1,1	1,1	73,9
Onherkenbaar iets met ijs	1	1,1	1,1	75,0
Politie	1	1,1	1,1	76,1
Prima logo, doet denken aan de politie	1	1,1	1,1	77,2
Prima, wel vrij statisch	1	1,1	1,1	78,3

Professioneel, logo doet denken aan politie uitstraling, wijst er echter niet op dat het specifiek voor Zoetermeer is, wellicht elementen van het logo Zoetermeer aan toe te voegen?	1	1,1	1,1	79,3
Samen doen we het	2	2,2	2,2	81,5
semi-politie	1	1,1	1,1	82,6
Slecht logo	1	1,1	1,1	83,7
Sorry hoor	1	1,1	1,1	84,8
Staaf in de hand? Geen duidelijk beeld van handhaving	1	1,1	1,1	85,9
Straalt geen overtuiging uit	1	1,1	1,1	87,0
Strak	1	1,1	1,1	88,0
Tsja....eigenlijk niet zo heel veel..... een samengeknepen hand met een parkeerbon er in?	1	1,1	1,1	89,1
vastberaden en standvastig	1	1,1	1,1	90,2
Vasthoudend	1	1,1	1,1	91,3
Vertrouwelijk, daadkrachtig , sterk	1	1,1	1,1	92,4
Vertrouwen	1	1,1	1,1	93,5
Vrijheid	1	1,1	1,1	94,6
Vuist	1	1,1	1,1	95,7
Vuist met boksbeugel	1	1,1	1,1	96,7
Wij handhaven met stevige hand	1	1,1	1,1	97,8
Zegt me niet zo veel. Maar logo niet lelijk.	1	1,1	1,1	98,9
Zorgend voor omgeving en samenleving	1	1,1	1,1	100,0
Total	92	100,0	100,0	

14. Wat is het beeld dat u krijgt bij het lettertype van Team Handhaving Zoetermeer?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid daadkrachtig	1	1,1	1,1	1,1

Dat deze mensen zorg voor veiligheid op straat	1	1,1	1,1	2,2
Dat dit iemand is van het team HANDHAVING.	1	1,1	1,1	3,3
dat je weet wie het is	1	1,1	1,1	4,3
Die moet er zijn, jammer, waren wij maar beter gehoorzaam gebleven, dan hoefde dit niet.	1	1,1	1,1	5,4
duidelijk	6	6,5	6,5	12,0
Duidelijk	13	14,1	14,1	26,1
Duidelijk , concreet, sterk, herkenbaar	1	1,1	1,1	27,2
Duidelijk !	1	1,1	1,1	28,3
Duidelijk en goed zichtbaar	1	1,1	1,1	29,3
Duidelijk en overzichtelijk	2	2,2	2,2	31,5
Duidelijk en zakelijk	1	1,1	1,1	32,6
duidelijk herkenbaar	1	1,1	1,1	33,7
duidelijk leesbaar	1	1,1	1,1	34,8
Duidelijk leesbaar sterk lettertype	2	2,2	2,2	37,0
duidelijk lettertype	1	1,1	1,1	38,0
Duidelijk lettertype	1	1,1	1,1	39,1
Duidelijk te lezen	1	1,1	1,1	40,2
Duidelijk,	1	1,1	1,1	41,3
Duidelijk, opvallend	1	1,1	1,1	42,4
Duidelijk.	2	2,2	2,2	44,6
duidelijke bewoording	1	1,1	1,1	45,7
duidelijkheid	1	1,1	1,1	46,7
Duidelijkheid	3	3,3	3,3	50,0
Een goed beeld	1	1,1	1,1	51,1
Eenvoudig	1	1,1	1,1	52,2
Eenvoudig, duidelijk, maar te breed.	1	1,1	1,1	53,3
Geen	3	3,3	3,3	56,5
Geen speciaal "gevoel"	1	1,1	1,1	57,6
Goed	1	1,1	1,1	58,7
goed leesbaar	1	1,1	1,1	59,8
Goed leesbaar	1	1,1	1,1	60,9
Goed leesbaar en krachtig	1	1,1	1,1	62,0
helder, duidelijk, zichtbaar	1	1,1	1,1	63,0

Het is duidelijk leesbaar	1	1,1	1,1	64,1
Het is duidelijk.	1	1,1	1,1	65,2
hoofdletters, duidelijk	1	1,1	1,1	66,3
Ik ben trots om handhaver te zijn.	1	1,1	1,1	67,4
Ik doe verder niet meer mee	1	1,1	1,1	68,5
Ik krijg geen beeld . Meer kom op verder ontwikkelen.	1	1,1	1,1	69,6
Is mij duidelijk genoeg	1	1,1	1,1	70,7
Je zal het maar zijn.	1	1,1	1,1	71,7
Lettertype is niet specifiek voor Team Handhaving Zoetermeer	1	1,1	1,1	72,8
Lijkt veel op dat van politie	1	1,1	1,1	73,9
Met die blokjes doet het een beetje Engelse politie achtig aan. Verder niks mis mee.	1	1,1	1,1	75,0
Mooi groot en duidelijk leesbaar. Lichte letters op een donkere ondergrond.	1	1,1	1,1	76,1
Neutraal, niet speels, niet hard of confronterend, duidelijk leesbaar	1	1,1	1,1	77,2
Niet bijzonder	1	1,1	1,1	78,3
Niets specifiek	1	1,1	1,1	79,3
Niks op aan te merken	1	1,1	1,1	80,4
Oké	1	1,1	1,1	81,5
Opvallendmaar vanwege de hoofdletter ook dwingend	1	1,1	1,1	82,6
Prima	2	2,2	2,2	84,8
prima en duidelijk. kon geen ander woord verzinnen	1	1,1	1,1	85,9
Prima lettertype	1	1,1	1,1	87,0
prima mannen en vrouwen	1	1,1	1,1	88,0
Prima, helder en duidelijk	1	1,1	1,1	89,1
Prima, strak en duidelijk	1	1,1	1,1	90,2
Serieus, wel goed eigenlijk	1	1,1	1,1	91,3
Soort politie, respect, weten waarvoor ze staan.	1	1,1	1,1	92,4
Strak en duidelijk	2	2,2	2,2	94,6

Strak, Logo daarentegen te speels	1	1,1	1,1	95,7
streng	1	1,1	1,1	96,7
Vertrouwekkend	1	1,1	1,1	97,8
Vind het onderdoen aan de politie uitstraling.	1	1,1	1,1	98,9
Weinig flexibel	1	1,1	1,1	100,0
Total	92	100,0	100,0	

15. Hoe denkt u over de kleur van Team Handhaving Zoetermeer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	andere kleur is beter om een duidelijker onderscheid met de politie te verkrijgen	1	1,1	1,1	1,1
	Beetje flets.	1	1,1	1,1	2,2
	Betrouwbaar, officieel	1	1,1	1,1	3,3
	Blauw hoort bij jou	1	1,1	1,1	4,3
	Blauw is politie	1	1,1	1,1	5,4
	De kleuren doen wel sterk denken aan politie.	1	1,1	1,1	6,5
	Duidelijk dat het een gezagsdrager is.	1	1,1	1,1	7,6
	duidelijk, onderscheidend van politie-uniform	1	1,1	1,1	8,7
	Er is een duidelijk verschil met de politie met hun zwart/geel. Ik weet gelijk dat ik met een handhaver te maken heb.	1	1,1	1,1	9,8
	Erg blauw	1	1,1	1,1	10,9
	Geel. lijkend op de politie vind ik beter	1	1,1	1,1	12,0
	Geen	2	2,2	2,2	14,1
	Geen aanmerkingen	1	1,1	1,1	15,2
	Geen goed herkenbare kleur. Zou meer gekleurd mogen zijn, met name de belettering.	1	1,1	1,1	16,3
	geen mening	1	1,1	1,1	17,4

geen mening, gewoon een neutrale/rustige kleur	1	1,1	1,1	18,5
geen specifiek beeld.	1	1,1	1,1	19,6
Goed	6	6,5	6,5	26,1
Goed, blauw straalt rust en veiligheid uit	1	1,1	1,1	27,2
Goed, duidelijk verschil met politie	1	1,1	1,1	28,3
goed, straalt zelfde soort gezag uit als politie	1	1,1	1,1	29,3
Goed. Mag misschien wat oranje of geel bij om meer op te vallen.	1	1,1	1,1	30,4
Goed. Moet niet teveel afwijken van politie-uniform	1	1,1	1,1	31,5
goede kleur	1	1,1	1,1	32,6
Goede kleuren	1	1,1	1,1	33,7
Heeft veel weg van de politie	1	1,1	1,1	34,8
Herkenbaar	2	2,2	2,2	37,0
Herkenbaar, maar onopvallend	1	1,1	1,1	38,0
Herkenbaar, prima	1	1,1	1,1	39,1
Herkenbaar, zou alleen niet weten wat het verschil is met politie	1	1,1	1,1	40,2
Het doet denken dat het agenten zijn.	1	1,1	1,1	41,3
Juiste kleur	1	1,1	1,1	42,4
kleur is niet erg opvallend, wel de kleur blauw die betrouwbaarheid uitstraalt	1	1,1	1,1	43,5
Komt teveel overeen met de politie	1	1,1	1,1	44,6
laat verschil tussen politie en handhaving duidelijk zien	1	1,1	1,1	45,7
Lijkt erg veel op de kleur van een politie-outfit	1	1,1	1,1	46,7
Lijkt op het eerste gezicht op een politie-uniform	1	1,1	1,1	47,8
Lijkt te veel op politie	1	1,1	1,1	48,9

Lijkt teveel op dat van de Politie, teveel "troep" aan een semi militaire broekriem, te "stoer" en te weinig écht servicegerichtoverkomend.	1	1,1	1,1	50,0
Lijkt teveel op de politie	1	1,1	1,1	51,1
lijkt veel op de politie, maar dat kan ook een voordeel zijn	1	1,1	1,1	52,2
Mag duidelijker. Lijkend op politie zal meer expressie geven.	1	1,1	1,1	53,3
Mag wel iets meer opvallend zijn	1	1,1	1,1	54,3
Mag wel iets opvallender	1	1,1	1,1	55,4
Mag wel opvallender	1	1,1	1,1	56,5
meer lichtgevend zou beter opvallen	1	1,1	1,1	57,6
Mogelijk toch te veel gelijkend op politieblauw, inmiddels wel duidelijker onderscheidend nu politie andere kleurcombinatie heeft gekozen	1	1,1	1,1	58,7
mooi	1	1,1	1,1	59,8
Neutraal, gelijk aan logo, duidelijk onderscheid van politie	1	1,1	1,1	60,9
Neutraal, maar zeker duidelijk	1	1,1	1,1	62,0
Niet echt spectaculair	1	1,1	1,1	63,0
Oogt erg ouds	1	1,1	1,1	64,1
Opvallend	1	1,1	1,1	65,2
Opvallend en professioneel	1	1,1	1,1	66,3
Perfect	1	1,1	1,1	67,4
Politie blauw	1	1,1	1,1	68,5
prima	2	2,2	2,2	70,7
Prima	5	5,4	5,4	76,1
Prima en herkenbaar	1	1,1	1,1	77,2
prima kan misschien wel nog iets opvallender door oplichtende streep.	1	1,1	1,1	78,3

prima kleur	1	1,1	1,1	79,3
Prima kleur	1	1,1	1,1	80,4
Prima kleur.	1	1,1	1,1	81,5
Prima, blauw is neutraal en lijkt op politiekleuren: respectvol	1	1,1	1,1	82,6
prima, geeft aan dat zij samenwerken met politie	1	1,1	1,1	83,7
Prima, omdat de politie andere kleuren draagt.	1	1,1	1,1	84,8
Prima, valt alleen niet op.	1	1,1	1,1	85,9
Prima, wel minder opvallend dan de politie	1	1,1	1,1	87,0
Prima.	1	1,1	1,1	88,0
prima.....	1	1,1	1,1	89,1
rust	1	1,1	1,1	90,2
rustig en vertrouwd	1	1,1	1,1	91,3
Saaï en ouderwets	2	2,2	2,2	93,5
Totaal niets	1	1,1	1,1	94,6
Valt me toch wel op dat het een oubollig uiterlijk heeft	1	1,1	1,1	95,7
verwarrend met de politie	1	1,1	1,1	96,7
Weinig flexibel en zeer zeker niet inwoner gericht. Erg autoritair en soms te veel bewust van eigen machtspositie. Deze wordt (te) snel ingezet.	1	1,1	1,1	97,8
Zakelijk, vriendelijk en dicht bij de politie.	1	1,1	1,1	98,9
Zou een andere kleur.moeten zijn dan de politie	1	1,1	1,1	100,0
Total	92	100,0	100,0	

16. Bent u bekend met de vervoersmiddelen van de handhaving, zo ja welke zijn dat??

		Responses		Percent of
		N	Percent	Cases
\$V16Voertuigen ^a	Autov16	38	27,3%	45,2%
	Pickupv16	7	5,0%	8,3%
	Fietsv16	42	30,2%	50,0%

	Scooterv16	9	6,5%	10,7%
	Stepv16	1	0,7%	1,2%
	Snorfietsv16	1	0,7%	1,2%
	Lopendv16	7	5,0%	8,3%
	Neev16	34	24,5%	40,5%
Total		139	100,0%	165,5%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

**17. Ervaart u verschillen tussen het uiterlijk van een politieagent
en een handhaver?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ja*	61	66,3	66,3	66,3
	Nee	18	19,6	19,6	85,9
	Weet ik niet	13	14,1	14,1	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

18. Wat zijn volgens u de verschillen tussen het uiterlijk van een en een handhaver?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	32	34,8	34,8
Agent straalt meer gezag uit	1	1,1	1,1
Ander uniform en (wapen)uitrusting.	1	1,1	1,1
Ander uniform, andere markering op de auto	1	1,1	1,1
ander uniform, kleurverschil van uniform	1	1,1	1,1
andere kleding politie zwart met fel geel/ handhaver blauw	1	1,1	1,1
Behalve verschil in uniform en andere uitrusting (vuurwapen) vind ik dat er weinig andere verschillen zijn	1	1,1	1,1
Bewapening, duidelijke kleding en goede communicatie	1	1,1	1,1
De gele band	1	1,1	1,1
de grote letters en het lichtblauwe deel van de jas	1	1,1	1,1
De kleur van het uniform	1	1,1	1,1
De kleur van het uniform en de koppel	1	1,1	1,1
de politie draagt een uniform met gele accenten, een cap, en wapens.	1	1,1	1,1
De politie draagt wapens en handboeien en mag schieten, een handhaver heeft misschien handboeien en een soort van wapen om mee te slaan. Ik weet dit niet	1	1,1	1,1

zeker. Vraag 12 heb ik niet ingevuld omdat ik nooit te maken heb gehad met de handhavers. Het eerste antwoord (communiceren) heb ik ingevuld omdat dit een verplichte vraag is.				
De voor mij merkbare uiterlijke én innerlijke verschillen: Politie is functioneel en intelligent. Toegerust met overwicht en waardering in hun zwaarwegende taken. Handhaving kenmerkt zich bij in vooral het functioneel WILLEN zijn, zonder enig overwicht en vaak wat "zeurderig" overkomend bij de uitvoering van hun taken. Heel eerlijk gezegd; handhaving is voor mij een vaak tikje dommige (sorry) BOA, graag acterend als "nepagent". Ik heb veel negatieve ervaringen (vooral naar derden) met handhaving binnen- én buiten Zoetermeer. Voor mijn beleving niet bepaald altijd onze "Einsteins" der Maatschappij. Vaak erg "machtsgeil" en vooral stoer om het fysiek stoer willen zijn. (Houding, loopje, gesprekswijze) Te veel en te vaak in hordes samenklittend. Ik denk bij het laatste vooral aan de handhavers bij NS op perrons en in de stationshallen. "Wat zijn WIJ	1	1,1	1,1	50,0

aan het doen mijnheertje", en dat soort teksten horen voor mij eerder bij Handhaving dan bij een vakkundige Politiefunctionaris. Handhaving is mi. dan ook veel eerder een noodzakelijk kwaad, gebaseerd op vooral vroegere kostenbesparing én personeelsgebrek bij de échte handhavers zoals de goed geselecteerde, beter getrainde en meer uitgebreid opgeleide Politiefunctionaris. Dus mijn conclusie. Meer échte Politie op straat en de hele "Handhaving" wat mij betreft maar weer snel uit onze maatschappij halen. Terug naar vóór 1980! Handhaving wekt bij mij altijd veel irritaties op in tegenstelling tot Politie.				
Donkerblauw vest van de handhaving, lichtblauw met gele strepen bij politie	1	1,1	1,1	51,1
Duidelijk verschil kleuraccenten in kleding, afwezigheid van pistoolholster,	1	1,1	1,1	52,2
een politieagent heeft een felle gele kleur op zijn outfit	1	1,1	1,1	53,3
Er zit altijd rode strepen in.	1	1,1	1,1	54,3
Geel en zwart tegenover blauw	1	1,1	1,1	55,4
Geel/zwart voor politie en blauw voor handhaving	1	1,1	1,1	56,5
Geen wapenstok en pepperspray	1	1,1	1,1	57,6
Gele accenten	3	3,3	3,3	60,9
Gele strepen bij politie	1	1,1	1,1	62,0

Handhaver = blauw, politie = geel	1	1,1	1,1	63,0
Handhavers dragen blauw-zwarte kleding en rijden in andere auto's dan de politieagenten in hun zwart-gele kleding.	1	1,1	1,1	64,1
Het uniform	1	1,1	1,1	65,2
Ja, een ander uniform?	1	1,1	1,1	66,3
Kleding, kleuren en (deels) houding.	1	1,1	1,1	67,4
Kleuren combinatie, persoonlijke uitstraling, professionaliteit	1	1,1	1,1	68,5
Kleuren uniform; aanduiding politie/handhaver	1	1,1	1,1	69,6
meer of minder middelen	1	1,1	1,1	70,7
Naam op de rug en middelen om de heup, Geen hoofddekseel	1	1,1	1,1	71,7
Outfit	1	1,1	1,1	72,8
Pet wapen	1	1,1	1,1	73,9
Politie draagt groen, handhaving draagt blauw, politie heeft wapens, handhaving niet	1	1,1	1,1	75,0
Politie heeft een modern opvallende outfit handhaving is saai en niet echt van deze tijd	2	2,2	2,2	77,2
Politie heeft geel in het uniform. Donker blauw.	1	1,1	1,1	78,3
politie heeft geel in zijn kleding	1	1,1	1,1	79,3
politie heeft meer toeters en bellen (bv communicatie apparatuur, pistool) aan zich hangen en lijkt daardoor strenger	1	1,1	1,1	80,4
Politie heeft ook geel in kleding	1	1,1	1,1	81,5

Politie heeft tegenwoordig meer kleuraccenten in uniform en uniform lijkt net iets netter.	1	1,1	1,1
Politie landelijk uniform. THZ zachtere uitstraling.	1	1,1	1,1
Politie professioneler prima	1	1,1	1,1
Politie valt meer op	1	1,1	1,1
Politie wapen dragend.	1	1,1	1,1
Politieagent heeft een ander uniform	1	1,1	1,1
Tenueverschillen	1	1,1	1,1
Toegankelijker voor problemen.	1	1,1	1,1
Uniform	1	1,1	1,1
Uniform andere kleur.	1	1,1	1,1
Handhaving geen wapen			
Uniform en pistool e.d	1	1,1	1,1
uniform is anders	1	1,1	1,1
Veel minder opvallend	1	1,1	1,1
Verschil kleding en agenten zijn zwaarder bekapt met wapen, stok, pepperspray etc..	1	1,1	1,1
vooral de jas met daarop de witte tekst "handhaving" en de lichtblauwe bovenkant met geblokte band. bij de politie is er een dubbele gele band en de tekst "politie" met daarin het logo.	1	1,1	1,1
wapenuitrusting, fel gele kleur uniform politie	1	1,1	1,1
Zie het nieuws van afgelopen dagen. Geen uitgebreide uitrusting bij handhavers.	1	1,1	1,1
Total	92	100,0	100,0

19. Hoe kunnen de handhavers volgens u het beeld van hen meer overeen laten komen met de huidige werkzaamheden die ze uitvoeren? Gecategoriseerd

		Responses		Cumulative
		N	Percent	Percent
\$V19Kennisa	Communicatie v19	34	34,3%	34,3%
	Gedragv19	29	29,3%	63,7%
	Symboliekv19	5	5,1%	68,8%
	Geenideev19	24	24,2%	27,2%
	Primazov19	7	7,1%	93,0%
Total		99	100,0%	100,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

19. Hoe kunnen de handhavers volgens u het beeld van hen meer overeen laten komen met de huidige werkzaamheden die ze uitvoeren?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Berichten in het Zoetermeers dagblad	1	1,1	1,1	1,1
	Bij de uitvoering ervan duidelijkheid voor wat betreft hun taken scheppen	1	1,1	1,1	2,2
	Bredere verantwoordelijkheid	1	1,1	1,1	3,3
	Cursussen	1	1,1	1,1	4,3
	Dat hoeft naar mijn mening niet.	1	1,1	1,1	5,4
	Dat is niet aan de handhavers, maar aan de afdeling voorlichting of communicatie van de gemeente. Het is aan de gemeente om aan de inwoners duidelijk te maken wat de taken en bevoegdheden zijn van de BOA's. De BOA's voeren uit.	1	1,1	1,1	6,5
	De verschillen tussen handhavers en politie meer/duidelijker communiceren	1	1,1	1,1	7,6

Door dit meer via social media te communiceren	2	2,2	2,2	9,8
Door een uitgebreide website, folders, brochures en duidelijkere informatie bij staandehouden	1	1,1	1,1	10,9
Door meer in contact te komen met de burger. Ik zie ze weleens lopen in het Stadshart, maar ze staan altijd een beetje bij elkaar en er komt weinig communicatie van af	1	1,1	1,1	12,0
Door middel van gerichtere communicatie. In de vorm van een goede website, tot aan flyers en informatieavonden	1	1,1	1,1	13,0
door voorlichting	1	1,1	1,1	14,1
Een 'volwassener' uitstraling zou hierbij kunnen helpen.	1	1,1	1,1	15,2
Een info site	1	1,1	1,1	16,3
Gedragsproblemen oplossen. Politie heeft merkbaar meer gevoel bij de samenleving en laat hun machtspositie minder merken. Is vaak flexibeler in hun optreden.	1	1,1	1,1	17,4
Geen aanbeveling	1	1,1	1,1	18,5
geen idee	4	4,3	4,3	22,8
Geen idee	6	6,5	6,5	29,3
Geen idee, beeld komt goed overeen.	1	1,1	1,1	30,4
geen idee, ik zie ze nooit, dus misschien zorgen dat ze meer opvallen.	1	1,1	1,1	31,5
Geen idee.	1	1,1	1,1	32,6
Geen idee. Heb geen ervaring hiermee. Dus let er niet op	1	1,1	1,1	33,7

Geen machogedrag vertonen.	1	1,1	1,1	34,8
Geen mening	1	1,1	1,1	35,9
Geen toevoegingen	1	1,1	1,1	37,0
Gerichtere communicatie op de Zoetermeerse burger.	1	1,1	1,1	38,0
goed communiceren	1	1,1	1,1	39,1
Groter verschil tussen een politie en handhaver in het uniform.	2	2,2	2,2	41,3
Het uniform minder op dat van een politiebeambte laten lijken.	1	1,1	1,1	42,4
Hier meer bekendheid aan geven in de media, gemeentenuws, Streekblad.	1	1,1	1,1	43,5
Iets meer in het zicht zijn?	1	1,1	1,1	44,6
Iets nadrukkelijker aanwezig zijn, en wat zelfverzekerder overkomen	1	1,1	1,1	45,7
Ik snap na dit artikel weinig meer van welke werkzaamheden ze uitvoeren, dus ik weet niet precies wat de verschillen zijn tussen het bestaande beeld en het beeld wat de handhaving zou willen scheppen.	1	1,1	1,1	46,7
Ik zie ze nooit, dus zichtbaarder worden	1	1,1	1,1	47,8

Ik zie ze vaker rondrijden dan op de fiets of te voet. Lopend of fietsend kunnen ze veel directer contact maken met ons als inwoners. Dan zouden ze meer onderdeel zijn van de wijk en zijn ze meer benaderbaar en niet alleen de boeman. Nu is het vaak: oh, daar is handhaving, wat hebben we nu weer verkeerd gedaan? Terwijl er meer dialoog moet zijn. Het jammere is dat er geen wijkpost meer is. Ik las pas iets over de bibliotheken in Rokkeveen en Oosterbeek. Dat het idee er is om ze als een klein Forum te laten functioneren. Dat zou een geweldig initiatief zijn. Dan zou handhaving hier lezingen kunnen houden of gewoon een praatje met bewoners. Maak ze menselijk. Dat zou ik willen meegeven.	1	1,1	1,1	48,9
--	---	-----	-----	------

in de huidige corona crisis is te merken dat de plaatselijke handhavers op heel verschillende manieren worden aangestuurd. Nu is het vooral willekeur, en dat doet het beeld geen goed. Een sterker beeld zal ontstaan als de aansturing meer eenheid uitstraalt. Het beeld van handhavers zal dus vooral verbeteren als de lokale bestuurders/managers duidelijker zijn in hun aansturing. Daarnaast zal het altijd zo blijven dat de ene handhaver sneller repressief optreedt dan de ander. Het blijft mensenwerk. En het begrip beeldvorming is een zeer subjectief gegeven. Als ik morgen een parkeerboete krijg denk ik weer heel anders over de handhavers.	1	1,1	1,1	50,0
Kleding iets meer opvallend zijn	1	1,1	1,1	51,1
kleur uniform	1	1,1	1,1	52,2
meer aanwezigheid, eerder beboeten, niets 'laten lopen'	1	1,1	1,1	53,3
Meer communicatie via social media. Gezien de doelgroep in Zoetermeer zou ik voor een platform gaan waar veel leeftijdsgroepen op te vinden zijn, zoals Facebook	1	1,1	1,1	54,3
Meer gericht op de burger	1	1,1	1,1	55,4
Meer ingrijpen	1	1,1	1,1	56,5
meer inlevingsvermogen, beter communiceren en professionelere opstelling	1	1,1	1,1	57,6
Meer kenbaarheid	1	1,1	1,1	58,7

Meer onder de mensen zijn. Uit de auto komen.	1	1,1	1,1	59,8
Meer op de straat en mensen vragen hoe het gaat. Weten wat er echt speelt.	1	1,1	1,1	60,9
Meer van zich laten horen. Dus zowel krantenartikelen en brochures etc.	1	1,1	1,1	62,0
Meer zichtbaar in de wijk	1	1,1	1,1	63,0
meer zichtbaar zijn	1	1,1	1,1	64,1
Meer zichtbaar zijn	1	1,1	1,1	65,2
meer zichtbaar zijn en beter aanspreekbaar	1	1,1	1,1	66,3
Meer zichtbaarheid. In 25 jaar nog nooit gezien in de wijk	1	1,1	1,1	67,4
Mijn beeld sluit aan bij de werkzaamheden van de handhaver	1	1,1	1,1	68,5
misschien een keer een duidelijke flyer in de bus, of een duidelijke zoetermeer app met daarin de actuele stand handhavers en wijkagenten in dienst en per wijk en hoe contact met ze te leggen. dagelijks bijgewerkt	1	1,1	1,1	69,6

Moeilijk in te schatten. Misschien meer en vaker informatie over de taken van de handhavers delen. (Rijksoverheid reclames bijvoorbeeld) Persoonlijk ben ik van mening dat een handhaver gewoon een politie agent moet zijn. Zo heeft deze meer bevoegdheid en is er meer politie macht. Vaak wordt er gesproken over een "afgekeurde agent" en als "Iemand die de politie opleiding niet kon halen". Soms ook merkbaar, zoals onzeker overkomen. Meer politie macht is een pré. Naar mijn inzicht zijn er steeds meer en zwaardere overtredingen (gewelds delicten met wapens bijvoorbeeld). Waar meer actie op genomen moet worden wat niet gedaan kan worden door een handhaver.	1	1,1	1,1	70,7
Niet zoveel met elkaar staan kletsen. En ietwat meer begrip	1	1,1	1,1	71,7
nvt	1	1,1	1,1	72,8
Op meerdere soorten manieren van zichzelf laten horen. Zie dit graag terug in meer berichten in de krant, op de gemeentelijke website of eventueel facebook.	1	1,1	1,1	73,9
Optreden volgens hun verantwoordelijkheden.	1	1,1	1,1	75,0
prima zo	1	1,1	1,1	76,1
Story telling, volg hen in een Week, blogs , vlogs	1	1,1	1,1	77,2

Uitstralen dat zij handhavers zijn en geen 'muggenzifters.'	1	1,1	1,1	78,3
Via social media meer informatie geven	1	1,1	1,1	79,3
video's plaatsen wat ze op een dag doen op social media	1	1,1	1,1	80,4
Volgens mij is het voor mij wel helder.	1	1,1	1,1	81,5
Voor mij is eea duidelijk	1	1,1	1,1	82,6
Voor mij zou social media een krachtig platform zijn. Een insta/facebookpagina met de handhavers van Rokkeveen waardoor wij als inwoners actief geïnformeerd worden en de waarden van de handhavers (gaan) zien.	1	1,1	1,1	83,7
Voorlichting geven op basisscholen	1	1,1	1,1	84,8
voorlichting wellicht stukje in krant , tv west of iets dergelijks	1	1,1	1,1	85,9
Voorlichting, meer in de wijk aanwezig, activiteiten in de wijk met bewoners	1	1,1	1,1	87,0
Wat is dit voor een vraag, welke dwaas heeft deze vragen bedacht	1	1,1	1,1	88,0
weet ik niet	1	1,1	1,1	89,1
Weet ik niet	3	3,3	3,3	92,4
weet niet	1	1,1	1,1	93,5
Weet niet	1	1,1	1,1	94,6
Weet niet, ik heb er niet zoveel mee te stellen.	1	1,1	1,1	95,7

Weten wie de inwoners van Zoetermeer zijn. Daarop een communicatiebeleid maken. Zo kunnen alle groepen binnen Zoetermeer meer te weten komen over de werkzaamheden van de handhavers. Ik zie dit graag terug in een actief Facebook-account.	1	1,1	1,1	96,7
Zich beter presenteren in de wijk door bijvoorbeeld flyers en fysieke aanwezigheid.	1	1,1	1,1	97,8
zich meer laten zien maar dan ook in positieve zin, hulpvaardig optredend. meer bekendheid.	1	1,1	1,1	98,9
Zie/lees hiervoor vooral mijn antwoord in vraag 18!	1	1,1	1,1	100,0
Total	92	100,0	100,0	

20. Maakt u gebruik van sociale media, zo ja welke?

		Responses		Percent of
		N	Percent	Cases
\$V20SocialeMedia ^a	Facebookv20	53	40,8%	58,2%
	Twitter v20	15	11,5%	16,5%
	Instagramv20	29	22,3%	31,9%
	Geenv20	33	25,4%	36,3%
Total		130	100,0%	142,9%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

21. Stel u zou informatie binnenkrijgen over de handhaving, via welk medium zou u informatie willen krijgen over de handhaving?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Abri poster (Bushokje)	11	12,0	12,0	12,0
	Krant	22	23,9	23,9	35,9
	Sociale media*	29	31,5	31,5	67,4
	Website	30	32,6	32,6	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

22. via welke sociale media zou u informatie willen krijgen over de handhavers?

		Responses		Percent of
		N	Percent	Cases
\$V22SocialeMedia ^a	Facebookv22	29	55,8%	72,5%
	Instagramv22	15	28,8%	37,5%
	Twitterv22	8	15,4%	20,0%
Total		52	100,0%	130,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

23. Volgt u één van bovenstaande sociale media accounts van Team Handhaving Zoetermeer? Zo ja, welke?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Facebook	3	3,3	3,3	3,3
	Geen van bovenstaande sociale media	85	92,4	92,4	95,7
	Twitter	4	4,3	4,3	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

24. Heeft u ooit een melding gemaakt bij de handhaving?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ja, één keer*	9	9,8	9,8	9,8
	Ja, meerdere keren*	7	7,6	7,6	17,4
	Nee	76	82,6	82,6	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

25. Hoe vond u dat u te woord werd gestaan tijdens deze melding(en)?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		73	79,3	79,3	79,3
	Beleefd, maar ik werd afgescheept over zwerffiets en zwerfrollator	1	1,1	1,1	80,4
	Ben niet te woord gestaan. Online melding gedaan.	1	1,1	1,1	81,5
	Online bericht van afdoening				
	Correct.	1	1,1	1,1	82,6

Dit is voor mij de app, alleen over Rokkeveen	1	1,1	1,1	83,7
Er zwierf een winkelwagentje door de wijk. Ik had dat al gemeld bij de supermarkt. toevallig liepen twee handhavers door de wijk, die heb ik hierover aangesproken. zij zouden de supermarkt ook benaderen. het karretje is uiteindelijk opgehaald. de handhavers luisterden goed en namen mijn opmerkingen serieus.	1	1,1	1,1	84,8
Goed	1	1,1	1,1	85,9
Ja zeggen, nee doen	1	1,1	1,1	87,0
Melding via mail gedaan. Geen direct contact gehad dus.	1	1,1	1,1	88,0
Mijn melding deed ik bij de Politie. Tot volle tevredenheid.	1	1,1	1,1	89,1
Netjes	1	1,1	1,1	90,2
netjes en duidelijk	1	1,1	1,1	91,3
Niet goed. Te autoritair. Stoer doen elkaar laten zien hoe goed ze zijn. Beetje communicatie training zou goed zijn	1	1,1	1,1	92,4
Niet van toepassing	1	1,1	1,1	93,5
Open, geïnteresseerd, betrokken, oplossingsgericht, beleefd, netjes, geduldig.	1	1,1	1,1	94,6
Perfect	1	1,1	1,1	95,7
Prima, ging over een verkeerd geparkeerde auto.	1	1,1	1,1	96,7
Ronduit bedroevend.	1	1,1	1,1	97,8
Slecht, alleen via app te bereiken en dan krijg je als reactie dat er binnen 10 werkdagen wat mee gedaan wordt. Geeft geen	1	1,1	1,1	98,9

vertrouwen jullie in te schakelen als je denkt dat er direct actie moet plaatsvinden. Ook via het algemene nummer 14079 kom je niet verder. Zorg voor een eigen nummer zodat je direct een aansturend persoon van de hht aan de lijn krijgt. Dit zou mij veel meer vertrouwen geven.				
Volgens mij over fietsen bij het station. Communicatie was prima, uitstekend zelfs.	1	1,1	1,1	100,0
Total	92	100,0	100,0	

26. Stel u wilt een melding maken bij de handhaving, weet u via welke media u dat kan doen?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ja	43	46,7	46,7	46,7
	Nee	49	53,3	53,3	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

27. Weet u waarvoor u een melding kunt maken bij Team Handhaving Zoetermeer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ja	42	45,7	45,7	45,7
	Nee	50	54,3	54,3	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

28. Stel u zou een melding willen maken bij de handhaving, voor welk soort onderwerp zou dat zijn?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Afval aanbieden	1	1,1	1,1	1,1

Alles wat te maken heeft dat in strijd is met de plaatselijke verwordingen	1	1,1	1,1	2,2
Als er problemen of overlast zijn in de algemene ruimte. (Straat)	2	2,2	2,2	4,3
Bij zaken die gevaar voor een ander kunnen opleveren, bv stenen voor de deur waar kinderen mee gaan spelen of op klimmen	1	1,1	1,1	5,4
Burenoverlast, vervuiling, vernieling. Door het lezen van de informatie over handhaving weet ik nu wel hoe ik ze kan bereiken. Ik zou dit ook graag terugvinden in een folder, Streekblad etc.	1	1,1	1,1	6,5
De brandgangen achter de tuinen vaker controleren, staan vaak fietsen en karretjes!	1	1,1	1,1	7,6
Deze vraag begrijp ik niet helemaal. Ik meld alles aan via de gemeente app, en kom dan indien nog zelf bij handhaving uit.	1	1,1	1,1	8,7
eventueel zwerfafval, hondenoverlast, hangjeugd	1	1,1	1,1	9,8
gedrag medebewoners	1	1,1	1,1	10,9
Geen	2	2,2	2,2	13,0
geluidsoverlast?	1	1,1	1,1	14,1
Geluids- of andere overlast	1	1,1	1,1	15,2
geluidsoverlast	1	1,1	1,1	16,3
Geluidsoverlast of bij een conflict tussen meerdere partijen	1	1,1	1,1	17,4
Handhaving ten onrechte rijden op een fietspad dat verboden is voor bromfietsen	1	1,1	1,1	18,5

(bijvoorbeeld Goudenregenpad)				
Hangjongeren	1	1,1	1,1	19,6
Het parkeerbeleid in de wijk Rokkeveen. Autos staan voorbij de hoek geparkeerd. Brandweer zou er gewoon niet door komen. Hier hoop ik toch dat er ooit weer tijd genoeg is om de verkeersregels te handhaven	1	1,1	1,1	20,7
Hinderlijk vuil op straat, of hinderlijk geparkeerde auto's	1	1,1	1,1	21,7
Honden veld	1	1,1	1,1	22,8
Ik denk dat dat dan om overlast zou gaan of vandalisme.	1	1,1	1,1	23,9
Ik zou eerst aan politie denken, maar wellicht overlast in dewijl en parkeerovertredingen.	1	1,1	1,1	25,0
Joh hou nu toch op	1	1,1	1,1	26,1
Jongerenoverlast	1	1,1	1,1	27,2
Jongerenoverlast, vermoedelijke oplichters aan de deur bij ophalen geld voor zgn goede doelen. Gemeente zou alle ophaaldoelen eerst moeten screenen voordat zij bijvoorbeeld corona onderzoek geld gaan ophalen, nu verstoppen criminelen zich achter internet.	1	1,1	1,1	28,3
Kleine irritaties, zoals hangjongeren in de buurt of vuil op straat	1	1,1	1,1	29,3
Nogmaals meer onder de mensen en niet (altijd) boven de mensen staan. Uiteraard heeft onze lieve heer rara	1	1,1	1,1	30,4

kostgangers in agressie oid alle respect!				
Nu niets	1	1,1	1,1	31,5
Ongewenste samenschooling; burenproblematiek; hinder	1	1,1	1,1	32,6
Onjuist geparkeerde voertuigen.	1	1,1	1,1	33,7
Onveiligheid in mijn buurt	1	1,1	1,1	34,8
Openbare ruimte	1	1,1	1,1	35,9
orde op openbare gelegenheden	1	1,1	1,1	37,0
overlast	2	2,2	2,2	39,1
Overlast	12	13,0	13,0	52,2
Overlast , hangjongeren, buren ruzie	1	1,1	1,1	53,3
overlast (hondenbezitters, hangjongeren, foutparkeren) of vandalisme	1	1,1	1,1	54,3
overlast in de buurt	1	1,1	1,1	55,4
Overlast in de buurt van mijn woning	1	1,1	1,1	56,5
Overlast in park	1	1,1	1,1	57,6
Overlast in welke vorm dan ook	1	1,1	1,1	58,7
overlast jeugd	1	1,1	1,1	59,8
overlast jongeren, toezicht bij parkeerplaatsen bij sportcentra, onveilige verkeerssituaties	1	1,1	1,1	60,9
overlast met jongeren	1	1,1	1,1	62,0
Overlast op straat	1	1,1	1,1	63,0
overlast op straat, geluidsoverlast, vervuiling op straat	1	1,1	1,1	64,1
Overlast van burens. Overlast loslopende honden in park.	1	1,1	1,1	65,2
Overlast van hangjongeren	1	1,1	1,1	66,3
Overlast van jongeren	1	1,1	1,1	67,4
Overlast van vuurwerk, verkeersoverlast	1	1,1	1,1	68,5
overlast, ongewenst gedrag	1	1,1	1,1	69,6

Overlast. Bijvoorbeeld vrijwel dag en nacht vissers langs de kant bij Floraplas. Wij dacht niet dat dat is toegestaan.	1	1,1	1,1	70,7
parkeer controle en milieu	1	1,1	1,1	71,7
parkeeroverlast	1	1,1	1,1	72,8
Parkeerproblemen	1	1,1	1,1	73,9
Parkeren in de stenenbuurt.	1	1,1	1,1	75,0
Parkeren, zwerfafval, zwerffiets	1	1,1	1,1	76,1
Reden van mijn beboeting	1	1,1	1,1	77,2
Samenklittende jeugd, vandalisme. lawaaioverlast, BBQ overlast (Politie heeft er nauwelijks tijd voor wegens onderbezetting). In Zoetermeer soms een bezetting in de nacht van max. 4 man heb ik uit welingelichte kringen vernomen.	1	1,1	1,1	78,3
Surveillance bij de basisschool	1	1,1	1,1	79,3
Vandalisme, misbruik vuurwerk, winkel-, fietsdiefstal	1	1,1	1,1	80,4
Verdachte figuren rondom de scholen- helaas was er afgelopen week een verwarde man die kinderen probeerde te lokken met een barbiepop.	1	1,1	1,1	81,5
verdachte zaken, hangjongeren	1	1,1	1,1	82,6
Verkeerd geparkeerde auto ofzo	1	1,1	1,1	83,7
Verkeersdrukte	1	1,1	1,1	84,8
vernieling	1	1,1	1,1	85,9
Verstoring publieke ruimte / overlast	1	1,1	1,1	87,0
Vuil, overlast, hangjeugd	1	1,1	1,1	88,0

vuurwerk overlast	1	1,1	1,1	89,1
weet ik niet	1	1,1	1,1	90,2
Weet ik niet	3	3,3	3,3	93,5
Weet ik niet.	1	1,1	1,1	94,6
Weet niet	1	1,1	1,1	95,7
winkeldiefstal	1	1,1	1,1	96,7
Wordt melding bij politie.	1	1,1	1,1	97,8
zou kunnen zijn, overlast personen, fout parkeren,zwefafval	1	1,1	1,1	98,9
Zou politie bellen geen idee	1	1,1	1,1	100,0
Total	92	100,0	100,0	

Bijlage 2 Chi-square

Chi-square

1. In welke leeftijdscategorie valt u? * 5. Bent u bekend met de taken van een handhaver? Crosstabulation

Count

		5. Bent u bekend met de taken van een handhaver?			
		Deels*	Ja*	Nee	Total
1. In welke leeftijdscategorie	18 tot 54	26	4	3	33
valt u?	54+	27	22	10	59
Total		53	26	13	92

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	9,674 ^a	2	,008
Likelihood Ratio	10,265	2	,006
N of Valid Cases	92		

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,66.

1. In welke leeftijdscategorie valt u? * 21. Stel u zou informatie binnenkrijgen over de handhaving, via welk medium zou u informatie willen krijgen over de handhaving? Crosstabulation

Count

		21. Stel u zou informatie binnenkrijgen over de handhaving, via welk medium zou u informatie willen krijgen over de handhaving?				
		Abri poster (Bushokje)	Krant	Sociale media*	Website	Total
1. In welke leeftijdscategorie	18 tot 54	6	5	13	9	33
valt u?	54+	5	17	16	21	59
Total		11	22	29	30	92

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	4,781 ^a	3	,189
Likelihood Ratio	4,806	3	,187
N of Valid Cases	92		

a. 1 cells (12,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,95.

1. In welke leeftijdscategorie valt u? * 27. Weet u waarvoor u een melding kunt maken bij Team Handhaving Zoetermeer?

Crosstabulation

Count

		27. Weet u waarvoor u een melding kunt maken bij Team Handhaving Zoetermeer?		
		Ja	Nee	Total
1. In welke leeftijdscategorie valt u?	18 tot 54	12	21	33
	54+	30	29	59
Total		42	50	92

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	1,789 ^a	1	,181		
Continuity Correction ^b	1,253	1	,263		
Likelihood Ratio	1,806	1	,179		
Fisher's Exact Test				,198	,131
N of Valid Cases	92				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15,07.

b. Computed only for a 2x2 table

Bijlage 3 vragenlijst enquête

Onderzoek naar imago Team Handhaving Zoetermeer

Deze vragenlijst bestaat uit vier onderdelen met telkens enkele korte vragen. Het invullen duurt ongeveer 5 tot 10 minuten. De vragen gaan over het beeld dat u heeft van gemeentelijke handhavers. Gemeentelijke handhavers zijn in dienst van de gemeente en bestrijden overlast in de openbare ruimte, zoals overlast van verkeer en geparkeerde auto's, overlast van jongeren, van gedumpt afval, enzovoorts. Zij houden niet alleen toezicht, maar kunnen overtreders ook bekeuren.

Deze vragenlijst gaat over het imago van gemeentelijke handhavers in uw woonplaats. We zijn benieuwd naar uw mening hierover. Kruist u telkens het antwoord aan dat het beste uw opvatting weergeeft.

Deel 1 Vragen over u

1. In welke leeftijdscategorie valt u:

18 tot 30 – 30 tot 42 – 42 tot 54 – 54 tot 66 – 66+

2. Hoelang bent u al woonachtig in de wijk Rokkeveen

0 tot 5 jaar – 5 tot 10 jaar – 10 tot 15 jaar – 15 of meer

3. Bent u bekend met de handhavers van de gemeente Zoetermeer?

Nee - Ja ik ken de naam, maar weet niet wat het is - Ja, daar ben ik enigszins bekend mee - Ja, daar ben ik goed bekend mee*

*De volgende vraag is alleen voor de mensen die ja hebben ingevuld bij vraag 3.

4. Bent u weleens in contact gekomen met een handhaver in de gemeente Zoetermeer?

Ja - Nee

Deel 2 Vragen over de functie van de handhavers

5. Bent u bekend met de taken van een handhaver?

Ja* – Nee – Deels*

*De volgende vraag is alleen voor de mensen die ja of deels hebben ingevuld bij vraag 5.

6. Welke taken associeert u met de handhaving?

.....Korte invultekst

7. Bent u bekend met de taken van de politie?

Ja* - Nee – Deels*

*De volgende vraag is alleen voor de mensen die ja of deels hebben ingevuld bij vraag 7.

8. Welke taken associeert u met de politie?

.....Korte invultekst

9. De politie en handhaving hebben andere bevoegdheden. Welke bevoegdheden associeert u specifiek met **handhaving** en niet met politie?

.....Korte invultekst

10. Welke bevoegdheden associeert u met de **politie** en niet met de handhaving?
.....Korte invultekst

11. We noemen hieronder een aantal professionele eigenschappen. Geef aan wat voor u de belangrijkste eigenschappen zijn waarover een gemeentelijke handhaver **zou moeten** beschikken? U kunt zelf beslissen hoeveel u invult.

- | | |
|--|------------------------|
| - Communiceren (in woord en geschrift) | - Samenwerking |
| - Ondernemend | - Analytisch |
| - Signaleren en Adviseren | - Inwonergegericht |
| - In- en extern netwerken | - Beleidsbewust |
| - Inlevingsvermogen | - Besluitvaardig |
| - Stressbestendig | - Open |
| - Flexibel | - Integer |
| - Fysieke vaardigheden | - Gespreksvaardigheden |
| - Overtuigingskracht | - Functiebewust |
| - Presenteren | |

12. We noemen hieronder dezelfde professionele eigenschappen. Geef aan wat voor u de eigenschappen zijn waarover de gemeentelijke handhavers van Team Handhaving Zoetermeer **beschikken**? U kunt zelf beslissen hoeveel u invult.

- | | |
|--|------------------------|
| - Communiceren (in woord en geschrift) | - Samenwerking |
| - Ondernemend | - Analytisch |
| - Signaleren en Adviseren | - Inwonergegericht |
| - In- en extern netwerken | - Beleidsbewust |
| - Inlevingsvermogen | - Besluitvaardig |
| - Stressbestendig | - Open |
| - Flexibel | - Integer |
| - Fysieke vaardigheden | - Gespreksvaardigheden |
| - Overtuigingskracht | - Functiebewust |
| - Presenteren | |

Deel 3 vragen over herkenbaarheid

13. Hieronder ziet u het logo van Team Handhaving Zoetermeer. Wat is het beeld dat u krijgt bij het logo van Team Handhaving Zoetermeer?
.....Korte invultekst



14. Wat is het beeld dat u krijgt bij het lettertype van Team Handhaving Zoetermeer?
.....Korte invultekst

15. Hoe denkt u over de kleur van Team Handhaving Zoetermeer?



..... Korte invultekst



16. Bent u bekend met de vervoersmiddelen van de handhaving, zo ja welke zijn dat?

.....Korte invultekst

17. Ervaart u verschillen tussen de uitrusting van een politieagent en een handhaver?

Ja* – Nee – Weet ik niet

*De volgende vraag is alleen voor de mensen die ja hebben ingevuld bij vraag 17.

18. Wat zijn volgens u de verschillen tussen de uitrusting van een politieagent en van een handhaver?

.....Korte invultekst

U heeft zojuist een aantal vragen over de gemeentelijke handhavers beantwoord. Deze vragen zijn erop gericht om een beeld te scheppen van het imago van de handhavers onder de Zoetermeerse burger. Landelijk gezien, en ook in de Zoetermeerse stadspeilingen, is te zien dat er nog steeds veel onduidelijkheid heerst over de taken en bevoegdheden van de handhaving. Via onderstaand artikel willen wij u informeren over de handhaving om vervolgens nog een aantal vragen te stellen.

Handhaving, wat doen zij nou eigenlijk?

De functie handhaver werd rond de jaren 80 geïntroduceerd. Toentertijd werden handhavers 'stadswacht' genoemd. Waar de 'stadswacht' 30 jaar geleden 's ochtends op zijn fiets stapte en zijn ronde deed door de wijk, is dit tegenwoordig niet meer denkbaar. Het werk is anno 2020 enorm veranderd. Handhavers werken onder meer aan ondermijning, controleren het digitale opkoopregister, zijn betrokken bij de evenementen en jeugdaanpak en schrijven processen verbaal uit voor overtredingen van de Algemene Plaatselijke Verordening (Ministerie van Veiligheid en Justitie, 2020). De gemeentelijke handhavers hebben dus de afgelopen jaren veel meer taken gekregen (Overheid.nl, 2019).

Kerntaak

Het handhavingsteam opereert in alle wijken in de gemeente Zoetermeer. De kerntaak van Team Handhaving Zoetermeer is het handhaven van de leefbaarheid in de gemeente Zoetermeer. Het team is vooral te vinden in de buurt van openbare ruimtes in de stad zoals pleinen, winkelcentra, woonwijken en basisscholen. Het is op deze plaatsen vaak druk, en de handhaver houdt toezicht bij deze drukte.

Verantwoordelijkheden

De gemeentelijke handhaver heeft de laatste jaren steeds meer verantwoordelijkheden en bevoegdheden gekregen. Zo dient een handhaver in te grijpen wanneer er door een burger een

strafbaar feit wordt gepleegd. Deze strafbare feiten komen vaak terug in de vorm van geluidsoverlast, parkeerovertradingen, geweld en vandalisme. De handhaver dient zich altijd professioneel op te stellen in deze situaties om escalatie te voorkomen. Deze professionaliteit wilt het team graag uitdragen om zo het uithangbord van de gemeente te zijn.

Opleiding tot handhavers

Iedere handhaver moet een basisopleiding volgen. De basisopleiding is bedoeld om specifieke wetkennis op te doen en te zorgen dat de handhaver beschikt over goede gespreksvaardigheden en de-escalerende vaardigheden waarmee hij kan optreden tijdens verschillende situaties. Na het behalen van de opleiding dient een handhaver zijn kennis op peil te houden en wordt dit ook iedere vijf jaar opnieuw getoetst.

Daarnaast volgen de Zoetermeerse handhavers verplichte trainingen in het toepassen van aanhoudingstechnieken. Het deelnemen aan deze trainingen is verplicht om vervolgens te kunnen worden toegelaten tot het examen. Met het behalen van het examen mag een handhaver aanhoudingstechnieken gebruiken en beschikken over transportboeien. De toets criteria zijn gelijk aan de criteria van een politiemedewerker.

Uit de jaarlijkse stadspeiling over het onderwerp veiligheid kwamen een aantal veel gestelde vragen naar voren:

- Wat is het verschil tussen de politie en de handhaving?

De politie is bevoegd voor alle wetgevingen; zij zijn algemeen opsporingsambtenaar. De handhaving is daarentegen bevoegd voor de aan hen toegewezen wetgeving; zij zijn buitengewoon opsporingsambtenaar

- Waaraan herken ik een handhaver?

De meeste handhavers dragen een insigne. Het insigne maakt duidelijk dat de handhaver bijzondere bevoegdheden heeft, zoals boetes uitschrijven, verdachten aanhouden en identiteitscontrole. Het insigne is zilverkleurig. Op het insigne staat een hand die een staf vasthoudt met daarachter een schild. Het insigne is sinds 2008 verplicht voor alle handhavers die een uniform dragen en die in het openbaar werken. Een aantal handhavers dragen geen insigne. Dit zijn handhavers die geen contact hebben met het publiek, voor de uitoefening van hun taken juist niet herkenbaar mogen zijn of werken bij de douane, politie en de Koninklijke Marechaussee.

- Stel ik wil een melding maken bij de handhaving, waar kan ik dat doen?

De handhaving heeft een melddesk. Deze melddesk is telefonisch bereikbaar met het nummer: 14079. Daarnaast heeft de gemeente een Gemeente-app. Via deze Gemeente-app kunt u ook meldingen maken. De Gemeente-app is hieronder te vinden.

Vervolg enquête

19. Hoe kunnen de handhavers volgens u het beeld van hen meer overeen laten komen met de huidige werkzaamheden die ze uitvoeren?

.....Korte invultekst

Deel 4 Vragen over de communicatie van Team Handhaving Zoetermeer

20. Maakt u gebruik van sociale media, zo ja, welke?

Instagram – Facebook – Twitter - geen van hiervoor genoemde sociale media

21. Via welk medium zou u informatie willen krijgen over de handhavers?

Krant – Website – Abri poster – Sociale media*

*De volgende vraag is alleen voor de mensen die sociale media hebben ingevuld bij vraag 21.

22. Via welke sociale media zou informatie willen krijgen over de handhavers?

Instagram – Facebook - Twitter

23. Volgt u één van bovenstaande sociale media accounts van Team Handhaving Zoetermeer? Zo ja, welke?

Instagram – Facebook – Instagram - Ik volg geen van voorgenoemde sociale media

24. Heeft u ooit een melding gemaakt bij de handhaving?

Ja, één keer * – Ja, meerdere keren* – Nee

*De volgende vraag is alleen voor de mensen die ja hebben ingevuld bij vraag 24.

25. Hoe vond u dat u te woord werd gestaan tijdens deze melding(en)?

....Korte invultekst

26. Stel u wilt een melding maken bij de handhaving, weet u via welke media u dat kan doen?

Ja - Nee

27. Weet u waarvoor u een melding kunt doen bij Team Handhaving Zoetermeer?

Ja - Nee

28. Stel u zou een melding willen maken bij de handhaving, voor welk soort onderwerp zou dat zijn?

.....Korte invultekst

In de brief heeft u kunnen lezen hoe u kans maakt op de VVV-bon ter waarde van €25,-. Heeft u belangstelling naar deze prijs, vul dan hieronder uw email-adres in en maak kans op een VVV-bron ter waarde van €25,-.

.....Email-adres

Dit is het einde van de enquête. Bedankt voor het invullen. Uw antwoorden worden gebruikt voor een onderzoek van Team Handhaving Zoetermeer.

Onderzoek naar imago Team Handhaving Zoetermeer

Deze vragenlijst bestaat uit vier onderdelen met telkens enkele korte vragen. Het invullen duurt ongeveer 10 minuten. De vragen gaan over het beeld dat u heeft van gemeentelijke handhavers. Gemeentelijke handhavers zijn in dienst van de gemeente en bestrijden overlast in de openbare ruimte, zoals overlast van verkeer en geparkeerde auto's, overlast van groepen jongeren, van gedumpt afval, enzovoorts. Zij houden niet alleen toezicht, maar kunnen overtreders ook bekeuren.

Deze vragenlijst gaat over het imago van gemeentelijke handhavers in uw woonplaats. We zijn benieuwd naar uw mening hierover. Kruist u telkens het antwoord aan dat het beste uw opvatting weergeeft.

***Vereist**

1. In welke leeftijdscategorie valt u? *

- ☐ 18 tot 30
- ☐ 30 tot 42
- ☐ 42 tot 54
- ☐ 54 tot 66
- ☐ 66+

2. Hoelang bent u al woonachtig in de wijk Rokkeveen *

- ☐ 0 tot 5 jaar
- ☐ 5 tot 10 jaar
- ☐ 10 tot 15 jaar
- ☐ 15 of meer jaar

3. Bent u bekend met de handhavers van Team Handhaving Zoetermeer? *

- ☐ Nee
- ☐ Ja ik ken de naam, maar weet niet wat het is*
- ☐ Ja, daar ben ik enigszins bekend mee*
- ☐ Ja, daar ben ik goed bekend mee*

*De volgende vraag alleen beantwoorden indien u ja heeft ingevuld bij de vorige vraag.

4. Bent u weleens in contact gekomen met een handhaver van Team Handhaving Zoetermeer?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Deel 2

Vragen over de functie van Team Handhaving Zoetermeer

5. Bent u bekend met de taken van een handhaver? *

- ☐ Ja*
- ☐ Nee
- ☐ Deels*

*De volgende vraag alleen beantwoorden indien u ja of deels heeft ingevuld bij de vorige vraag.

6. Welke taken associeert u met de handhaving?

U kunt bij deze vraag meerdere antwoorden invullen

Jouw antwoord

7. Bent u bekend met de taken van de politie? *

- ☐ Ja*
- ☐ Nee
- ☐ Deels*

*De volgende vraag alleen beantwoorden indien u ja of deels heeft ingevuld bij de vorige vraag.

8. Welke taken associeert u met de politie

U kunt bij deze vraag meerdere antwoorden invullen

Jouw antwoord

9. De politie en handhaving hebben andere bevoegdheden. Welke bevoegdheden associeert u specifiek met HANDHAVING en niet met de politie?

*

U kunt bij deze vraag meerdere antwoorden invullen

Jouw antwoord

10. Welke bevoegdheden associeert u met de POLITIE en niet met de handhaving? *

U kunt bij deze vraag meerdere antwoorden invullen

Jouw antwoord

11. We noemen hieronder een aantal professionele eigenschappen. Geef aan wat voor u de belangrijkste eigenschappen zijn waarover een gemeentelijke handhaver zou moeten beschikken? *

U kunt bij deze vraag meerdere antwoorden invullen

- ☐ Communiceren (in woord en geschrift)
- ☐ Ondernemend
- ☐ Signaleren en adviseren
- ☐ In- en extern netwerken
- ☐ Inlevingsvermogen
- ☐ Stressbestendig
- ☐ Flexibel
- ☐ Fysieke vaardigheden
- ☐ Overtuigingskracht
- ☐ Presenteren
- ☐ Samenwerking
- ☐ Analytisch
- ☐ Inwonergericht
- ☐ Beleidsbewust
- ☐ Besluitvaardig
- ☐ Open
- ☐ Integer
- ☐ Gespreksvaardigheden
- ☐ Functiebewust

12. We noemen hieronder dezelfde professionele eigenschappen als bij de vorige vraag. Geef aan wat voor u de eigenschappen zijn waarover de gemeentelijke handhavers van Team Handhaving Zoetermeer beschikken? *

U kunt bij deze vraag meerdere antwoorden invullen

- ☐ Communiceren (in woord en geschrift)
- ☐ Ondernemend
- ☐ Signaleren en adviseren
- ☐ In- en extern netwerken
- ☐ Inlevingsvermogen
- ☐ Stressbestendig
- ☐ Flexibel
- ☐ Fysieke vaardigheden
- ☐ Overtuigingskracht
- ☐ Presenteren
- ☐ Samenwerking
- ☐ Analytisch

- ☐ Inwonergericht
- ☐ Beleidsbewust
- ☐ Besluitvaardig
- ☐ Open
- ☐ Integer
- ☐ Gespreksvaardigheden
- ☐ Functiebewust

Deel 3

Vragen over de herkenbaarheid van Team handhaving Zoetermeer

13. Hieronder ziet u het logo van Team Handhaving Zoetermeer. Wat is het beeld dat u krijgt bij het logo van Team Handhaving Zoetermeer? *



Jouw antwoord

14. Wat is het beeld dat u krijgt bij het lettertype van Team Handhaving Zoetermeer? *



Jouw antwoord

15. Hoe denkt u over de kleur van Team Handhaving Zoetermeer? *



Jouw antwoord

16. Bent u bekend met de vervoersmiddelen van THZ, zo ja welke zijn dat? *

U kunt bij deze vraag meerdere antwoorden invullen

Jouw antwoord

17. Ervaart u verschillen tussen het uiterlijk van een politieagent en een handhaver? *

- ☐ Ja*
- ☐ Nee
- ☐ Weet ik niet

*De volgende vraag alleen beantwoorden indien u ja heeft ingevuld bij de vorige vraag.

18. Wat zijn volgens u de verschillen tussen het uiterlijk van een politieagent en een handhaver?

U kunt bij deze vraag meerdere antwoorden invullen

Jouw antwoord

U heeft zojuist een aantal vragen over de gemeentelijke handhavers beantwoord. Deze vragen zijn erop gericht om een beeld te scheppen van het imago van de handhavers onder de Zoetermeerse burger. Landelijk gezien, en ook in de Zoetermeerse stadspeilingen, is te zien dat er nog steeds veel onduidelijkheid heerst over de taken en bevoegdheden van de handhaving. Via onderstaand artikel willen wij u informeren over de handhaving om vervolgens nog een aantal vragen te stellen.

Handhaving, wat doen zij nou eigenlijk?

De functie handhaver werd rond de jaren 80 geïntroduceerd. Toentertijd werden handhavers 'stadswacht' genoemd. Waar de 'stadswacht' 30 jaar geleden 's ochtends op zijn fiets stapte en zijn ronde deed door de wijk, is dit tegenwoordig niet meer denkbaar. Het werk is anno 2020 enorm veranderd. Handhavers werken onder meer aan ondermijning, controleren het digitale opkoopregister, zijn betrokken bij de evenementen en jeugdaanpak en schrijven processen verbaal uit voor overtredingen van de Algemene Plaatselijke Verordening (Ministerie van Veiligheid en Justitie, 2020). De gemeentelijke handhavers hebben dus de afgelopen jaren veel meer taken gekregen (Overheid.nl, 2019).

Kerntaak

Het handhavingsteam opereert in alle wijken in de gemeente Zoetermeer. De kerntaak van Team Handhaving Zoetermeer is het handhaven van de leefbaarheid in de gemeente Zoetermeer. Het team is vooral te vinden in de buurt van openbare ruimtes in de stad zoals pleinen, winkelcentra, woonwijken en basisscholen. Het is op deze plaatsen vaak druk, en de handhaver houdt toezicht bij deze drukte.

Verantwoordelijkheden

De gemeentelijke handhaver heeft de laatste jaren steeds meer verantwoordelijkheden en bevoegdheden gekregen. Zo dient een handhaver in te grijpen wanneer er door een burger een strafbaar feit wordt gepleegd. Deze strafbare feiten komen vaak terug in de vorm van geluidsoverlast, parkeerovertredingen, geweld en vandalisme. De handhaver dient zich altijd professioneel op te stellen in deze situaties om escalatie te voorkomen. Deze professionaliteit wilt het team graag uitdragen om zo het uithangbord van de gemeente te zijn.

Opleiding tot handhavers

Iedere handhaver moet een basisopleiding volgen. De basisopleiding is bedoeld om specifieke wetskennis op te doen en te zorgen dat de handhaver beschikt over goede gespreksvaardigheden en de-escalerende vaardigheden waarmee hij kan optreden tijdens verschillende situaties. Na het behalen van de opleiding dient een handhaver zijn kennis op peil te houden en wordt dit ook iedere vijf jaar opnieuw getoetst.

Daarnaast volgen de Zoetermeerse handhavers verplichte trainingen in het toepassen van aanhoudingstechnieken. Het deelnemen aan deze trainingen is verplicht om vervolgens te kunnen worden toegelaten tot het examen. Met het behalen van het examen mag een handhaver aanhoudingstechnieken gebruiken en beschikken over transportboeien. De toets criteria zijn gelijk aan de criteria van een politiemedewerker.

Uit de jaarlijkse stadspeiling over het onderwerp veiligheid kwamen een aantal veel gestelde vragen naar voren:

- Wat is het verschil tussen de politie en de handhaving?

De politie is bevoegd voor alle wetgevingen; zij zijn algemeen opsporingsambtenaar. De handhaving is daarentegen bevoegd voor de aan hen toegewezen wetgeving; zij zijn buitengewoon opsporingsambtenaar

- Waaraan herken ik een handhaver?

De meeste handhavers dragen een insigne. Het insigne maakt duidelijk dat de handhaver bijzondere bevoegdheden heeft, zoals boetes uitschrijven, verdachten aanhouden en identiteitscontrole. Het insigne is zilverkleurig. Op het insigne staat een hand die een staf vasthoudt met daarachter een schild. Het insigne is sinds 2008 verplicht voor alle handhavers die een uniform dragen en die in het openbaar werken. Een aantal handhavers dragen geen insigne. Dit zijn handhavers die geen contact hebben met het publiek, voor de uitoefening van hun taken juist niet herkenbaar mogen zijn of werken bij de douane, politie en de Koninklijke Marechaussee.

- Stel ik wil een melding maken bij de handhaving, waar kan ik dat doen?

De handhaving heeft een melddesk. Deze melddesk is telefonisch bereikbaar met het nummer: 14 079. Daarnaast heeft de gemeente een Gemeente-app. Via deze Gemeente-app kunt u ook meldingen maken. De Gemeente-app is hieronder te vinden.

Gemeente-app

https://www.zoetermeer.nl/inwoners/sneller-meldingen-doen-via-app_48332/

Vervolg enquête

19. Hoe kunnen de handhavers volgens u het beeld van hen meer overeen laten komen met de huidige werkzaamheden die ze uitvoeren? *

Jouw antwoord

Deel 4

Vragen over de communicatie van Team Handhaving Zoetermeer

20. Maakt u gebruik van sociale media, zo ja, welke? *

U kunt bij deze vraag meerdere antwoorden invullen

- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ Geen van bovenstaande sociale media

21. Stel u zou informatie binnenkrijgen over de handhaving, via welk medium zou u informatie willen krijgen over de handhaving? *

- ☐ Krant
- ☐ Website
- ☐ Abri poster (Bushokje)
- ☐ Sociale media*

***De volgende vraag alleen beantwoorden indien u sociale media heeft ingevuld bij de vorige vraag.**

22. Via welk sociale medium wilt u informatie over deze taken krijgen?

U kunt bij deze vraag meerdere antwoorden invullen

- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter

23. Volgt u één van bovenstaande sociale media accounts van Team Handhaving Zoetermeer? Zo ja, welke? *

- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ Geen van bovenstaande sociale media

24. Heeft u ooit een melding gemaakt bij de handhaving? *

- ☐ Ja, één keer*
- ☐ Ja, meerdere keren*
- ☐ Nee

*De volgende vraag alleen beantwoorden indien u ja heeft ingevuld bij de vorige vraag.

25. Hoe vond u dat u te woord werd gestaan tijdens deze melding(en)?

Jouw antwoord

26. Stel u wilt een melding maken bij de handhaving, weet u via welke media u dat kan doen? *

- ☐ Ja
- ☐ Nee

27. Weet u waarvoor u een melding kunt maken bij Team Handhaving Zoetermeer? *

☐ Ja

☐ Nee

28. Stel u zou een melding willen maken bij de handhaving, voor welk soort onderwerp zou dat zijn? *

Jouw antwoord

In de brief heeft u kunnen lezen hoe u kans maakt op de VVV-bon ter waarde van €25,-. Heeft u belangstelling naar deze prijs, vul dan hieronder uw email-adres in en maak kans op een VVV-bron ter waarde van €25,-.

Jouw antwoord

Dit is het einde van de enquête. Bedankt voor het invullen. Uw antwoorden worden gebruikt voor een onderzoek van Team Handhaving Zoetermeer.

Bijlage 5 Zoekplan

Onderdeel	Topic	Subtopic	Beantwoording	Meetbaar
Deelvraag 1	Identiteit	Kernwaarden, visie, missie Communicatie, gedrag, symboliek	Interne bronnen - Interne enquête	Missie, visie, kernwaarden door interne bronnen. - Uitingen communicatie, gedrag en symboliek door interne enquête.
Deelvraag 2	Imago	Communicatie, gedrag, symboliek	Online enquête	Vraag 4 t/m 28 over communicatie, gedrag en symboliek.
Deelvraag 3	Aanpassen imago	Communicatie, gedrag, symboliek	Online enquête	Vraag 4 t/m 28
Hypothese 1	Verandering imago	Communicatie	Online enquête	Vragen: 19 t/m 28
Hypothese 2	Verandering imago	Gedrag	Online enquête	Vragen: 5 t/m 12 en 19
Hypothese 3	Verandering imago	Symboliek	Online enquête	Vragen: 13 t/m 19
Theoretisch kader	Identiteit en imago	-	Google Scholar LexisNexis Mediatheek Hogeschool Leiden	Zoektermen: 'identiteit vs 'imago' 'Identiteit vs 'Imago'

Bijlage 6 Brief naar inwoners

> Retouradres Postbus 15, 2700 AA Zoetermeer

Bezoekadres
Stadhuisplein 1
2711 EC
Zoetermeer

Postadres
Postbus 15
2700 AA
Zoetermeer

Telefoon 14 079
www.zoetermeer.nl

Datum
13 mei 2020

Uw kenmerk

Ons kenmerk
JaBo/OS/2019/1137

Aan de bewoners van dit pand

«straat» «huisnummer» «huisletter»
«postcode» «plaats»

Onderwerp: Onderzoek naar imago Team Handhaving Zoetermeer

Geachte mevrouw / heer,

Handhavers zetten zich in voor de leefbaarheid van de stad Zoetermeer. In de afgelopen jaren zijn de werkzaamheden van de handhavers flink uitgebreid. Hierdoor komt de beeldvorming mogelijk niet meer overeen met de huidige werkzaamheden die de handhavers uitvoeren. Dit willen wij graag online onderzoeken. Om het onderzoek uit te voeren is uw mening én uw mogelijke ervaringen met de handhavers ontzettend belangrijk voor ons. Ook als u géén ervaring heeft met de handhavers willen wij u graag uitnodigen om deel te nemen. Het onderzoek vraagt ongeveer tien minuten van uw tijd. Met het deelnemen maakt u kans op een VVV-bon ter waarde van €25,-.

Doet u mee?

Dit gaat als volgt: Ga naar de adresbalk (niet de zoekbalk) van een computer en toets in: www.zoetermeer.nl/ozkhandhaving. Vervolgens start de vragenlijst vanzelf op. U kunt tot en met **25 mei** de vragenlijst invullen, daarna zal de link gesloten worden. Als u de vragenlijst heeft ingevuld en aan het einde uw mailadres heeft toegevoegd, dan maakt u kans op een VVV-bon ter waarde van €25,-.

Steekproef

Voor dit onderzoek hebben wij een steekproef getrokken uit het bevolkingsbestand van de wijk Rokkeveen (Qua bevolkingssamenstelling bijna gelijk aan Zoetermeer) van inwoners van 18 jaar of ouder. U bent een van de geselecteerde inwoners.

Vertrouwelijk

De antwoorden worden strikt vertrouwelijk behandeld. De uitkomsten worden zodanig gepresenteerd dat deze niet tot individuele personen of huishoudens te herleiden zijn.

Hebt u vragen over het onderzoek? Mail dan naar: m.h.huurman@zoetermeer.nl

Wij danken u bij voorbaat voor uw medewerking.

De burgemeester (wnd) van Zoetermeer,

J.P.J. Lokker

Bijlage 7 Steekproefformule

Om de grootte van de steekproef te berekenen is de volgende formule bereikt:

$$n \geq \frac{N \cdot z^2 \cdot p(1 - p)}{z^2 \cdot p(1 - p) + (N - 1) \cdot F^2}$$

- n = het aantal benodigde respondenten
- z = betrouwbaarheidsniveau (meestal 90% of 95%)
- N = de grootte van de populatie
- p = de kans dat iemand een bepaald antwoord geeft (meestal 50%)
- F = de foutmarge (meestal 5%)

De formule luidt voor het identiteit-imago onderzoek

- n = 89
- z = 95%
- N = 20645
- p = 50%
- F = 5%

Volgens de berekening moeten er minimaal 89 respondenten mee doen om een representatief beeld over de doelgroep te geven.

Bijlage 8 Communicatiebeleid THZ

<i>Online</i>	<i>Offline</i>
Inzet van sociale media met dagelijkse berichtgeving over de werkzaamheden op straat met daaraan gekoppeld het effect op de leefbaarheid. Zo laat je zien waarom je doet wat je doet en is er meer begrip.	Voor de offline communicatie maken we gebruik van de acties die plaatsvinden gedurende het hele jaar. Rond deze acties gebruiken we het stadsnieuws voor bijvoorbeeld de aankondiging, resultaten en achtergrondinfo van waarom we doen wat we doen en wat inwoners zelf kunnen doen.
<i>Communicatiemiddelen:</i> Twitter / facebook/ Instagram	<i>Communicatiemiddelen:</i> Stadsnieuws
<i>Frequentie:</i> dagelijks	<i>Frequentie:</i> per kwartaal
<i>Doelgroepen:</i> inwoners, media, politiek	<i>Doelgroepen:</i> inwoners.

Communicatiebeleid THZ (bron: auteur)

Bijlage 9 figuren

- Ik weet niet eens wat een BOA is en kan daarom geen oordeel treffen.
- Ik weet niet of hier handhaving onder valt maar die zijn behoorlijk arrogant in de buurt.
- Ik weet niet wat BOA's is.
- Ik weet niet wie dat zijn. Ik zie ze niet op straat.
- Ik weet van het bestaan af maar ben er niet mee bekend
- Ik wist niet dat ze bestonden? Hoe zien ze eruit? Waar herken ik ze aan?
- Ik wist niet eens dat we BOA'S zijn
- Ik wist niet van hun bestaan af.

Figuur 4 Screen uit Zoetermeerse stadspeiling 2020 (Stadspeiling, 2020)

Leeftijd	Centrum	veen
0 - 4	968	885
5 - 9	968	996
10 - 14	919	1.004
15 - 19	978	1.216
20 - 24	1.281	1.210
25 - 29	1.849	959
30 - 34	1.504	1.024
35 - 39	1.253	996
40 - 44	1.139	978
45 - 49	1.227	1.216
50 - 54	1.282	1.779
55 - 59	1.298	2.262
60 - 64	1.343	1.984
65 - 69	1.303	1.382
70 - 74	1.262	1.014
75 - 79	896	618
80 - 84	689	446
85 - 89	478	281
90 - 94	186	109
> 94	48	16
Totaal	20.871	20.375

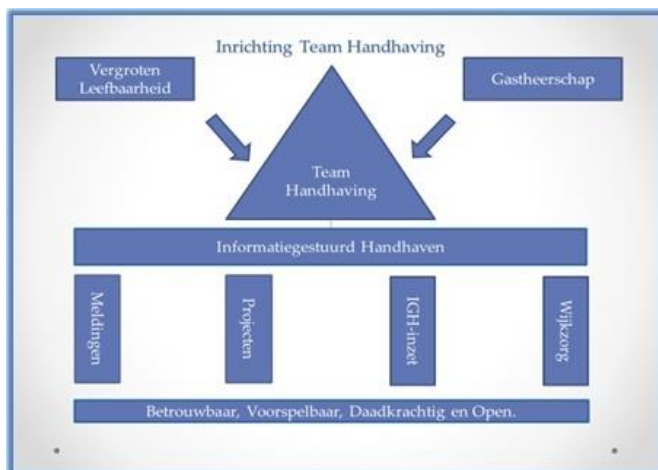
Figuur 5
Leeftijdscategorieën
Centrum/Rokkeveen
(Gemeente Zoetermeer,
2020)

Zoetermeer	19,0	19,3	19,8	20,2	20,6
Rokkeveen	13,9	14,1	14,4	14,5	14,9
Centrum	23,1	23,1	23,0	23,1	22,8

Figuur 6 Percentage inwoners met migratieachtergrond Rokkeveen/Centrum (Gemeente Zoetermeer, 2020)

Indeling: woensdagmiddag 19 feb				
Koppels:	GoPro:	Vervoermiddel:	Taakstelling:	Dag/Avond:
Stefan/Lotte/ Xander		Zoë	SMT	Middag
Harold		Mitsubishi	Meldingen	Middag
Michael B		Mitsubishi	Meldingen	Middag
Oscar		Mitsubishi	Meldingen	Middag
Michael V		Bike	Seghwaert/Oosterheem	Middag
Roel		Bike	Seghwaert/Oosterheem	Middag
Mural		Caddy	In kaart brengen Moskee	Middag
Sachs		Caddy	In kaart brengen Moskee	Middag
Ruben		Mitsubishi	Meldingen	Avond
Jordy		Mitsubishi	Meldingen	Avond
Lotte/Dlov		Zoë	Wijkveiligheidsavond	Avond

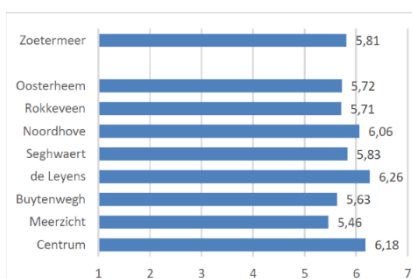
Figuur 4 Dagindeling handhavers (bron, intern)



Figuur 5 Kerncompetenties THZ (bron, intern)

Stellingen over de BOA's	Eens	Oneens	Totaal aantal respondenten met een oordeel	Geen mening	niet ingevuld	Totaal aantal Respondenten
Ze zijn belangrijk voor de leefbaarheid van de stad	93,6%	6,4%	100% (n=739)	278	54	n=1071
Ze gedragen zich correct en beleefd tegenover het publiek	82,6%	17,4%	100% (n=436)	570	65	n=1071

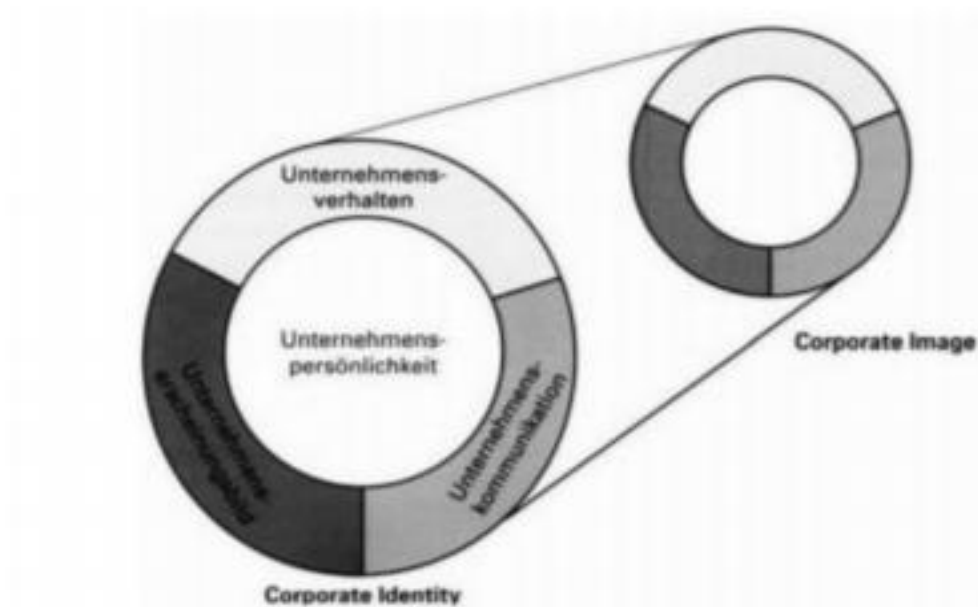
Figuur 6 Stellingen over boa's (stadspeiling, 2020)



Figuur 7 Rapportcijfer handhaving (Stadspeiling, 2020)

Stellingen over de BOA's	Eens	Oneens	Totaal aantal respondenten met een oordeel	Geen mening	niet ingevuld	Totaal aantal Respondenten
Ze zijn te weinig zichtbaar op straat	80,2%	19,8%	100% (n=793)	231	47	n=1071

Figuur 8 Zichtbaarheid handhaving (Stadspeiling, 2020)



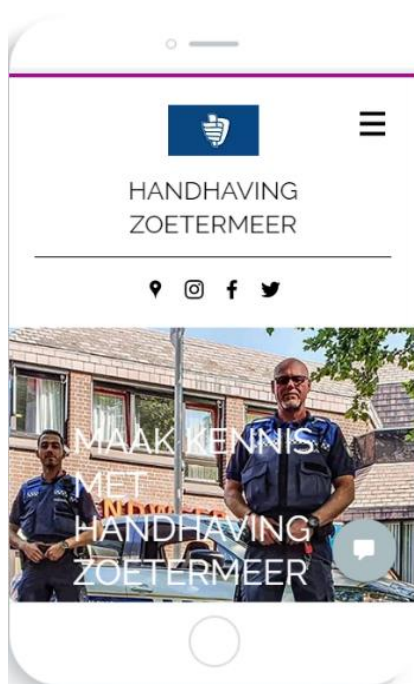
Figuur 9 CIM-model (Birkigt en Stadler, 1980)

$$n \geq \frac{N \cdot z^2 \cdot p(1 - p)}{z^2 \cdot p(1 - p) + (N - 1) \cdot F^2}$$

Figuur 10 Steekproefformule (AOM, 2018)



Figuur 11 website (bron, auteur)



Figuur 12 Mobiele webversie
(bron, auteur)

Met hartelijke groet,

Wouter van den Berg

Teammanager Handhaving Zoetermeer



Bezoekadres: Brusselstraat 4, 2711 AJ Zoetermeer
Postadres Postbus 15, 2700 AA Zoetermeer
Telefoon 14079
06-28501931

Met hartelijke groet,

Naam van de medewerker

Functie van de medewerker



Bezoekadres: Brusselstraat 4, 2711 AJ Zoetermeer
Postadres Postbus 15, 2700 AA Zoetermeer
Telefoon 14079 - 06-28501931

Blijf op de hoogte van het nieuws van Team Handhaving Zoetermeer via onze [website](#) en sociale media.



Figuur 13 oude handtekening en nieuwe handtekening (bron, auteur)

Bijlage 10 tabellen

Sterktes - Duidelijke taakverdeling - Uitgebreid communicatiebeleid - Professionaliseringslag	Zwaktes - Kleine capaciteit - Kennisgebrek over de doelgroep - Gebrek aan geweldsmiddelen
Kansen - Belangrijk voor de veiligheid en leefbaarheid - Landelijke regeling voor uitrusting - Samenwerking met andere overheidsinstanties	Bedreigingen - Geld vanuit gemeente - Tekort aan boa's - Lage waardering en zichtbaarheid

Tabel 1 SWOT-analyse (bron: auteur)

	Deskresearch	Fieldresearch	Toelichting
Deelvraag 1	X	X	Deskresearch & Kwantitatief onderzoek
Deelvraag 2		X	Kwantitatief onderzoek
Deelvraag 3		X	Kwantitatief onderzoek

Tabel 2 Matrix deelvragen/ onderzoeksmethoden (bron, auteur)

Thema	Onderwerpen	Enquêtevragen
Screening	- Leeftijd - Gevestigde jaren - Bekendheid met handhaving	1 t/m 4
Gedrag	- Bekendheid taken - Associatie eigenschappen - Bekendheid van bevoegdheden - Verschil met politie in taken	5 t/m 12
Communicatie	- Sociale media - Wijze van informatie - Maken van een melding	20 t/m 28
Symboliek	- Logo, lettertype, kleur - Vervoersmiddelen - Uiterlijke verschillen politie	13 t/m 18
Algemene vraag	- Verbeteren beeld THZ volgens inwoners	19

Tabel 3 tabel topics / onderwerpen / vragen extern onderzoek (bron, auteur)

Eigenschappen	Vraag 5 gewenste eigenschappen	Vraag 6 beschikte eigenschappen
Communiceren	100%	95%
Ondernemend	55%	65%
Signaleren en adviseren	85%	80%
Netwerken	70%	70%
Inlevingsvermogen	90%	90%
Stressbestendig	85%	85%
Flexibel	85%	85%
Fysieke vaardigheden	90%	70%
Overtuigingskracht	65%	65%
Presenteren	55%	65%
Samenwerking	85%	80%
Analytisch	55%	60%
Inwonergegericht	80%	70%
Beleidsbewust	70%	70%
Besluitvaardig	80%	65%
Open	70%	95%
Integer	100%	85%
Gespreksvaardigheden	95%	80%
Functiebewust	80%	85%

Tabel 4 Verdeling antwoorden vragen 5 en 6 intern onderzoek (bron, auteur)

	5. Bent u bekend met de taken van een handhaver?	7. Bent u bekend met de taken van de politie?
Ja	28.3%	63%
Nee	57.6%	34.8%
Deels	14.1%	2.2%

Tabel 5 Verdeling antwoorden vragen 5 en 7 extern onderzoek (bron, auteur)

Taken handhaving		Taken politie	
Parkeren	55.6%	Geweld	15.7%
Overlast	38.2%	Orde	17.9%
Toezicht	22.2%	Boetes uitdelen	16.9%
Orde	20.9%	Opsporing	17.9%
Vuil	16.0%	Misdaad	20.2 %

Tabel 6 Verdeling antwoorden vragen 6 en 8 extern onderzoek (bron, auteur)

Bevoegdheden handhaving		Bevoegdheden politie	
Parkeer	20.7%	Arresteren	23.9%
Orde	14.1%	Bekeuren	14.1%
Bekeuren	15.4%	Geweldsmiddelen	13.0%
Overlast	9.8%	Overtredingen	16.3%

Tabel 7 Verdeling antwoorden vragen 9 en 10 extern onderzoek (bron, auteur)

Eigenschappen	Vraag 11 gewenste eigenschappen	Vraag 12 beschikte eigenschappen
Communiceren	90.2%	67.4%
Ondernemend	19.6%	12.0%
Signaleren en adviseren	84.8%	62.0%
Netwerken	16.3%	9.8%
Inlevingsvermogen	67.4%	35.9%
Stressbestendig	66.3%	45.7%
Flexibel	35.9%	18.5%
Fysieke vaardigheden	29.3%	18.5%
Overtuigingskracht	69.6%	33.7%
Presenteren	19.6%	10.9%
Samenwerking	45.7%	26.1%
Analytisch	13.0%	12.0%
Inwonergegericht	59.8%	40.2%

Beleidsbewust	23.9%	21.7%
Besluitvaardig	44.6%	32.6%
Open	34.8%	18.5%
Integer	64.1%	37.0%
Gespreksvaardigheden	67.4%	40.2%
Functiebewust	51.5%	48.9%

Tabel 8 Verdeling antwoorden vragen 11 en 12 extern onderzoek (bron, auteur)

Terugkomende termen logo	Percentages
Geen	35.1%
Vertrouwen	7.7%
Daadkrachtig	9.9%
Agressie/autoritair	6.6%
Politie	8.8%
Handgebaar	18.7%

Tabel 9 Genoemde termen bij vraag 13 extern onderzoek (bron, auteur)

Terugkomende termen kleur	Percentages
Geen	7.7%
Goed	35.2%
Onopvallend	14.3%
Politie	19.8%
Opvallend	6.6%
Rustig	10.9%
Herkenbaar	7.7%

Tabel 10 Genoemde termen bij vraag 15 extern onderzoek (bron, auteur)

Via welk sociale medium zou u informatie willen krijgen over de handhavers?	Percentage
Instagram	28%
Facebook	56%
Twitter	16%

Tabel 11 Gekozen sociale mediums vraag 22 extern onderzoek (bron, auteur)

Terugkomende termen	Percentages
Openbare ruimte	8.75%
Afval	11.25%
Vandalisme	5%
Jeugd	18.75%
Parkeer	20%
Hond	5%
Overig	31.25%

Tabel 12 Genoemde termen bij vraag 28 extern onderzoek (bron, auteur)

Datum	Aanwezig	Doel
01-09-2020	Teammanager Senior Handhaver 1 Handhaver 2	Bespreken benodigdheden en inhoud van de voorlichtingen.

01-10-2020	Teammanager Senior Handhaver 1 Handhaver 2	Contact zoeken met de communicatie-afdeling over de mogelijkheden van de voorlichtingen
01-11-2020	Teammanager Senior Handhaver 1 Handhaver 2	Contact zoeken met de middelbare scholen, bedrijven en verzorgingstehuizen in Zoetermeer.
01-12-2020	Handhaver 1 Handhaver 2	Eerste voorlichting bij school/bedrijf + evalueren wat er goed ging en wat beter kon.
01-01-2021	Teammanager Senior Handhaver 1 Handhaver 2	Bespreken maand December + evalueren wat er goed ging en wat beter kon.
-	-	-
01-09-2021	Teammanager Senior Handhaver 1 Handhaver 2	Bespreken maand Augustus + evalueren wat er goed ging en wat beter kon.

Tabel 13 Planning voorlichtingen (bron, auteur)

Onderdeel	Verantwoordelijke	Uitvoerder	Kosten	Opbrengsten
Reclame	Stagiair	Nader te bepalen	€60,-	Grotere naamsbekendheid
Website	Stagiair	Nader te bepalen	€2500,- a €5000,-	Betere informatiebron voor inwoners. Kans dat link naar sociale media zorgt voor meer volgers.
Voorlichting	Teammanager	Afdeling Communicatie Zoetermeer	Nader te bepalen - Attributen: €100,-	Grotere naamsbekendheid. Beter kloppend beeld bij inwoners over THZ.
Grotere capaciteit	Teammanager en Seniors	Bestuur THZ	Ongeveer €35.000,-	Betere zichtbaarheid en aanspreekbaarheid.
Consistent gebruik huisstijl	Teammanager	Stagiair	2 uur	Duidelijker beeld symboliek, zodat deze meer een afspiegeling is van de identiteit.

Extra kosten stagiair	Teammanager	Stagiair	€2000,- per half jaar	Implementatie van de reclame, website en start van consistente huisstijl
------------------------------	-------------	----------	-----------------------	--

Tabel 14 overzicht onderdeel, verantwoordelijke, uitvoerder, kosten en opbrengsten (bron, auteur)

Bijlage 11 Planning implementatie website en voorlichtingen

Datum	Aanwezig	Doel
02-09-2020	Teammanager Senior Stagiair	Bespreken wat er allemaal nodig is voor de website.
02-10-2020	Teammanager Senior	Contact zoeken met de communicatie-afdeling over de mogelijkheden van de website
02-11-2020	Teammanager Senior	Contact zoeken met de Website-designers en bespreken van tarief.
02-02-2022	Teammanager Senior Stagiair	Conceptversie website. Evalueren met designer wat goed is en wat beter kan.
04-02-2021	Teammanager Senior Stagiair	Online zetten website.
05-02-2021	Teammanager Stagiair	Bespreken maand april + evalueren wat er goed ging en wat beter kon. Vervolgens in de komende maanden deze aanpassingen toepassen

Datum	Aanwezig	Doel
01-09-2020	Teammanager Senior Handhaver 1 Handhaver 2	Bespreken benodigdheden en inhoud van de voorlichtingen.
01-10-2020	Teammanager Senior Handhaver 1 Handhaver 2	Contact zoeken met de communicatie-afdeling over de mogelijkheden van de voorlichtingen
01-11-2020	Teammanager Senior Handhaver 1 Handhaver 2	Contact zoeken met de middelbare scholen, bedrijven en verzorgingstehuizen in Zoetermeer.

01-12-2020	Handhaver 1 Handhaver 2	Eerste voorlichting bij school/bedrijf + evalueren wat er goed ging en wat beter kon.
01-01-2021	Teammanager Senior Handhaver 1 Handhaver 2	Bespreken maand December + evalueren wat er goed ging en wat beter kon.
-	-	-
01-09-2021	Teammanager Senior Handhaver 1 Handhaver 2	Bespreken maand Augustus + evalueren wat er goed ging en wat beter kon.

Bijlage 12 Frequentietabellen intern onderzoek

1. In welke leeftijdscategorie valt u?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 tot 30	9	45,0	45,0	45,0
	30 tot 42	7	35,0	35,0	80,0
	42 tot 54	3	15,0	15,0	95,0
	54 tot 66	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

2. Welke taken associeert u met de handhaving?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Afval, parkeeroverlast, fietswrakken	1	5,0	5,0	5,0
	APV handhaven	1	5,0	5,0	10,0
	Handhaven leefbaarheid en veiligheid	1	5,0	5,0	15,0
	Handhaven op de leefbaarheid	1	5,0	5,0	20,0
	Handhaven van de APV	1	5,0	5,0	25,0
	Handhaven, sanctioneren, netwerken	1	5,0	5,0	30,0
	Jeugdoverlast en leefbaarheid	1	5,0	5,0	35,0
	Leefbaarheid en veiligheid	3	15,0	15,0	50,0
	Leefbaarheid en Veiligheid	1	5,0	5,0	55,0
	Leefbaarheid, jeugd, overlast, ondermijning	1	5,0	5,0	60,0
	Leefbaarheid, veiligheid	1	5,0	5,0	65,0
	Leefbaarheidsproblematiek en veiligheid	1	5,0	5,0	70,0
	Meldingen zonder spoed	1	5,0	5,0	75,0
	Orde houden, veiligheid, leefbaarheid	1	5,0	5,0	80,0
	Parkeren, hondenoverlast, groen	1	5,0	5,0	85,0
	Toezicht houden en handhaven	1	5,0	5,0	90,0

Toezicht op leefbaarheid en handhaven	1	5,0	5,0	95,0
Verbeteren leefbaarheid, handhavend optreden	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

3. Welke bevoegdheden associeert u met de handhaving

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	APV, AWB, verordeningen	1	5,0	5,0	5,0
	APV, jeugd, parkeren, het hele pakket	1	5,0	5,0	10,0
	APV, mulder feiten	1	5,0	5,0	15,0
	Bestuursrecht	1	5,0	5,0	20,0
	Bestuursrecht en APV feiten	1	5,0	5,0	25,0
	Fietsen en hondenpoep	1	5,0	5,0	30,0
	Fietsen/wrakken	1	5,0	5,0	35,0
	Geen geweldsmiddelen en waarschuwen	1	5,0	5,0	40,0
	Geen spoedmeldingen	1	5,0	5,0	45,0
	Handhaving van gemeentelijke verordeningen	1	5,0	5,0	50,0
	Hondenpoep, fietswrakken, aanhangwagens, overlast	1	5,0	5,0	55,0
	Leefbaarheid	2	10,0	10,0	65,0
	Leefbaarheid en bestuursrecht	1	5,0	5,0	70,0
	Lichtere overtredingen	1	5,0	5,0	75,0
	Overlast van burens	1	5,0	5,0	80,0
	Parkeeroverlast, handhaven op de APV	1	5,0	5,0	85,0
	Parkeeroverlast, ondermijning, Dor, DHW	1	5,0	5,0	90,0
	Parkeren	1	5,0	5,0	95,0
	Zij hebben alleen handboeien	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

4. Welke bevoegdheden associeert u met de politie?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	112 meldingen	1	5,0	5,0	5,0
	Bestuursdwang	1	5,0	5,0	10,0
	Boeven vangen, rijdend verkeer	1	5,0	5,0	15,0
	Bonnen schrijven, strafrecht	1	5,0	5,0	20,0
	Gevaarlijke situaties	1	5,0	5,0	25,0
	Noodmeldingen	1	5,0	5,0	30,0
	Openbare orde	1	5,0	5,0	35,0
	Openbare orde en veiligheid, hulpverlening	1	5,0	5,0	40,0
	Openbare orde handhaven	1	5,0	5,0	45,0
	Openbare orde, strafrechtelijke handhaving	1	5,0	5,0	50,0
	Opium, wapens, verkeer etc	1	5,0	5,0	55,0
	Overlast, criminaliteit	1	5,0	5,0	60,0
	Strafrecht en wegenverkeerswet	1	5,0	5,0	65,0
	Strafrecht, veiligheid	1	5,0	5,0	70,0
	Veiligheid	3	15,0	15,0	85,0
	Vuurwapen	1	5,0	5,0	90,0
	Vuurwapen, wapenstok en pepperspray	1	5,0	5,0	95,0
	Wel geweldsmiddelen	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

5. We noemen hieronder een aantal professionele eigenschappen. Geef aan wat voor u de belangrijkste eigenschappen zijn waarover een gemeentelijke handhaver zou moeten beschikken?

		Responses		Percent of
		N	Percent	Cases
\$V5 ^a	V5 Communiseren	20	6,7%	100,0%
	V5 Ondernemend	11	3,7%	55,0%
	V5 Signaleren en adviseren	17	5,7%	85,0%
	V5 Netwerken	14	4,7%	70,0%
	V5 Inlevingsvermogen	18	6,0%	90,0%
	V5 Stressbestendig	17	5,7%	85,0%
	V5 Flexibel	17	5,7%	85,0%
	V5 Fysieke vaardigheden	18	6,0%	90,0%
	V5 Overtuigingskracht	13	4,3%	65,0%
	V5 Presenteren	11	3,7%	55,0%
	V5 Samenwerking	17	5,7%	85,0%
	V5 Analytisch	11	3,7%	55,0%
	V5 Inwonergegericht	16	5,4%	80,0%
	V5 Beleidsbewust	14	4,7%	70,0%
	V5 Besluitvaardig	16	5,4%	80,0%
	V5 Open	14	4,7%	70,0%
	V5 Integer	20	6,7%	100,0%
	V5 Gespreksvaardigheden	19	6,4%	95,0%
	V5 Functiebewust	16	5,4%	80,0%
Total		299	100,0%	1495,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

6. We noemen hieronder dezelfde professionele eigenschappen. Geef aan wat voor u de eigenschappen zijn waarover de gemeentelijke handhavers van Team Handhaving Zoetermeer beschikken?

		Responses		Percent of
		N	Percent	Cases
\$V6 ^a	V6 Communiseren	19	6,5%	95,0%
	V6 Ondernemend	13	4,5%	65,0%
	V6 Signaleren en adviseren	16	5,5%	80,0%
	V6 Netwerken	14	4,8%	70,0%
	V6 Inlevingsvermogen	18	6,2%	90,0%
	V6 Stressbestendig	17	5,8%	85,0%

V6 Flexibel	17	5,8%	85,0%
V6 Fysieke vaardigheden	14	4,8%	70,0%
V6 Overtuigingskracht	13	4,5%	65,0%
V6 Presenteren	13	4,5%	65,0%
V6 Samenwerking	16	5,5%	80,0%
V6 Analytisch	12	4,1%	60,0%
V6 Inwonergericht	14	4,8%	70,0%
V6 Beleidsbewust	14	4,8%	70,0%
V6 Besluitvaardig	13	4,5%	65,0%
V6 Open	19	6,5%	95,0%
V6 Integer	17	5,8%	85,0%
V6 Gespreksvaardigheden	16	5,5%	80,0%
V6 Besluitvaardig	17	5,8%	85,0%
Total	292	100,0%	1460,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

7. Hieronder ziet u het logo van Team Handhaving Zoetermeer. Wat is het beeld dat u krijgt bij het logo van Team Handhaving Zoetermeer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	APV	1	5,0	5,0	5,0
	Boa-logo	2	10,0	10,0	15,0
	Daadkrachtig	3	15,0	15,0	30,0
	Duidelijk	1	5,0	5,0	35,0
	Duidelijk voor mij, niet voor burger	1	5,0	5,0	40,0
	Duidelijk zichtbaar	1	5,0	5,0	45,0
	Eenheid	1	5,0	5,0	50,0
	Gerechtigheid	1	5,0	5,0	55,0
	Herkenbaar, uniek	1	5,0	5,0	60,0
	Normaal	1	5,0	5,0	65,0
	Positief	1	5,0	5,0	70,0
	Professioneel	1	5,0	5,0	75,0
	Schild	1	5,0	5,0	80,0
	Uniek	1	5,0	5,0	85,0
	Vechten	1	5,0	5,0	90,0
	Verbonden	1	5,0	5,0	95,0
	Vuist	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

8. Wat is het beeld dat u krijgt bij het lettertype van Team Handhaving Zoetermeer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Duidelijk	8	40,0	40,0	40,0
	Duidelijk maar zwak	1	5,0	5,0	45,0
	Duidelijk zichtbaar	5	25,0	25,0	70,0
	Opvallend	1	5,0	5,0	75,0
	Positief	1	5,0	5,0	80,0
	Prima	2	10,0	10,0	90,0
	Professioneel	1	5,0	5,0	95,0
	Strak	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

9. Hoe denkt u over de kleur van Team Handhaving Zoetermeer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Duidelijk	2	10,0	10,0	10,0
	Duidelijk en rust	1	5,0	5,0	15,0
	Goed	2	10,0	10,0	25,0
	Goed, maar mag feller	1	5,0	5,0	30,0
	Goed, onderscheid tussen politie	1	5,0	5,0	35,0
	Herkenbaar, mag feller	1	5,0	5,0	40,0
	Mag feller	1	5,0	5,0	45,0
	Mag Feller	1	5,0	5,0	50,0
	Mooi	1	5,0	5,0	55,0
	Prima	4	20,0	20,0	75,0
	Rustgevend	2	10,0	10,0	85,0
	Rustgevend en gezag	1	5,0	5,0	90,0
	Straalt gezag uit	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

10. Ervaart u verschillen tussen de uitrusting van een politieagent en een handhaver?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ja	20	100,0	100,0	100,0

11. Wat zijn volgens u de verschillen tussen de uitrusting van een politieagent en van een handhaver?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bevoegdheden	1	5,0	5,0	5,0
	Blauw/zwart ipv Geel/zwart	1	5,0	5,0	10,0
	Daadkrachtige uitstraling	1	5,0	5,0	15,0
	Kleur en bevoegdheden	1	5,0	5,0	20,0
	Kleur en zelfverdedigingsmiddelen	1	5,0	5,0	25,0
	Kleur en zelfverdedigingsmiddelen	2	10,0	10,0	35,0
	Kleur van politie straalt agressie uit	1	5,0	5,0	40,0
	Lomper bij handhaver	1	5,0	5,0	45,0
	Zelfverdedigingsmiddelen	1	5,0	5,0	50,0
	Zelfverdedigingsmiddelen	10	50,0	50,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

12. Wat is volgens u het belangrijkste medium van Team Handhaving Zoetermeer om informatie te bieden aan de inwoners?

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
\$V12 ^a	V12 krant	5	14,7%	25,0%
	V12 Website	9	26,5%	45,0%
	V12 Abri poster	3	8,8%	15,0%
	V12 Social media	17	50,0%	85,0%
Total		34	100,0%	170,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

13. Wat is/zijn volgens u de belangrijkste sociale media om informatie te bieden aan de inwoners?

		Responses		Percent of
		N	Percent	Cases
\$v14 ^a	V13 Instagram	15	36,6%	83,3%
	V13 Facebook	17	41,5%	94,4%
	V13 Twitter	9	22,0%	50,0%
Total		41	100,0%	227,8%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

14. Hoe vind u dat de handhaving de inwoners te woord staat tijdens een melding?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Begripvol	1	5,0	5,0	5,0
	Beleefd, verschillend	1	5,0	5,0	10,0
	Correct en professioneel	1	5,0	5,0	15,0
	Duidelijk	2	10,0	10,0	25,0
	Duidelijk en klantgericht	1	5,0	5,0	30,0
	Goed	5	25,0	25,0	55,0
	Goed en duidelijk	1	5,0	5,0	60,0
	Goed en snelle afhandeling	1	5,0	5,0	65,0
	Kwalitatief goed	1	5,0	5,0	70,0
	Netjes en duidelijk	2	10,0	10,0	80,0
	Professioneel, kundig, integer	1	5,0	5,0	85,0
	Professionele houding	1	5,0	5,0	90,0
	Sociaal, goed en motiverend	1	5,0	5,0	95,0
	Vershillend	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

15. Is het volgens u duidelijk voor de inwoners via welke media zij een melding kunnen maken?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ja	10	50,0	50,0	50,0
	Nee	10	50,0	50,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

16. Wat voor soort meldingen komen naar uw mening het vaakst binnen bij de melddesk?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5,0	5,0	5,0
Fietswrakken en overlast	1	5,0	5,0	10,0
Hinderlijke voertuigen	1	5,0	5,0	15,0
Kleine meldingen	1	5,0	5,0	20,0
Overlast	3	15,0	15,0	35,0
Overlast en hondenpoep	4	20,0	20,0	55,0
Overlast en vuil	1	5,0	5,0	60,0
Parkeeroverlast	4	20,0	20,0	80,0
Parkeeroverlast en hondenpoep	2	10,0	10,0	90,0
Parkeren en overlast	1	5,0	5,0	95,0
Via internet	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Bijlage 13 Vragenlijst intern onderzoek

Onderzoek naar identiteit Team Handhaving Zoetermeer

Deze vragenlijst 16 korte vragen. Het invullen duurt ongeveer 5 tot 10 minuten. De vragen gaan over het beeld dat u heeft van Team Handhaving Zoetermeer.

Ik ben benieuwd naar uw mening hierover! Kruist u telkens het antwoord aan dat het beste uw opvatting weergeeft. Succes!

1. In welke leeftijdscategorie valt u:

18 tot 30 – 30 tot 42 – 42 tot 54 – 54 tot 66 – 66+

2. Welke taken associeert u met de handhaving?

.....
.....

3. De politie en handhaving hebben andere bevoegdheden. Welke bevoegdheden associeert u specifiek met **handhaving** en niet met politie?

.....
.....

4. Welke bevoegdheden associeert u met de **politie** en niet met de handhaving?

.....
.....

5. We noemen hieronder een aantal professionele eigenschappen. Geef aan wat voor u de belangrijkste eigenschappen zijn waarover een gemeentelijke handhaver **zou moeten** beschikken? U kunt zelf beslissen hoeveel u invult.

- | | |
|--|------------------------|
| - Communiceren (in woord en geschrift) | - Samenwerking |
| - Ondernemend | - Analytisch |
| - Signaleren en Adviseren | - Inwonergericht |
| - In- en extern netwerken | - Beleidsbewust |
| - Inlevingsvermogen | - Besluitvaardig |
| - Stressbestendig | - Open |
| - Flexibel | - Integer |
| - Fysieke vaardigheden | - Gespreksvaardigheden |
| - Overtuigingskracht | - Functiebewust |
| - Presenteren | |

6. We noemen hieronder dezelfde professionele eigenschappen. Geef aan wat voor u de eigenschappen zijn waarover de gemeentelijke handhavers van Team Handhaving Zoetermeer **beschikken**? U kunt zelf beslissen hoeveel u invult.

- | | |
|--|------------------------|
| - Communiceren (in woord en geschrift) | - Samenwerking |
| - Ondernemend | - Analytisch |
| - Signaleren en Adviseren | - Inwonergericht |
| - In- en extern netwerken | - Beleidsbewust |
| - Inlevingsvermogen | - Besluitvaardig |
| - Stressbestendig | - Open |
| - Flexibel | - Integer |
| - Fysieke vaardigheden | - Gespreksvaardigheden |
| - Overtuigingskracht | - Functiebewust |
| - Presenteren | |

7. Hieronder ziet u het logo van Team Handhaving Zoetermeer. Wat is het beeld dat u krijgt bij het logo van Team Handhaving Zoetermeer?



8. Wat is het beeld dat u krijgt bij het lettertype van Team Handhaving Zoetermeer?

9. Hoe denkt u over de kleur van Team Handhaving Zoetermeer?

10. Ervaart u verschillen tussen de uitrusting van een politieagent en een handhaver?
Ja* – Nee – Weet ik niet

*De volgende vraag is alleen voor de mensen die ja hebben ingevuld bij vraag 10.

11. Wat zijn volgens u de verschillen tussen de uitrusting van een politieagent en van een handhaver?

12. Wat is volgens u het belangrijkste medium van Team Handhaving Zoetermeer om informatie te bieden aan de inwoners?

Krant – Website – Abri poster – Sociale media*

*De volgende vraag is alleen voor de mensen die sociale media hebben ingevuld bij vraag 12.

13. Wat is/zijn volgens u de belangrijkste sociale media om informatie te bieden aan de inwoners?
Instagram – Facebook – Twitter

14. Hoe vindt u dat de handhaving de inwoners te woord staat tijdens een melding?

15. Is het volgens u duidelijk voor de inwoners via welke media zij een melding kunnen maken?

Ja – Nee

16. Wat voor soort meldingen komen naar uw mening het vaakst binnen bij de melddesk?



Bedankt voor het invullen van de enquête!



Team Handhaving Zoetermeer

Voor een leefbaar
Zoetermeer!



gemeente
Zoetermeer

Over ons

Samen met onze collega's zetten wij
ons in voor een veilig en leefbaar
Zoetermeer

Onze diensten

- Ongewenst parkeren
- Jeugdoverlast
- Gedumpt afval
- Alcohol/drugsgebruik
- Loslopende honden/hondenpoep



Heeft u een melding?

U kunt een melding doen via de MijnGemeente
app, of bel ons via 14079

Wij zijn te vinden op:

Brusselstraat 4
2711 AJ Zoetermeer



<https://twitter.com/THHZoetermeer>



<https://www.facebook.com/THHZoetermeer/>



<https://www.instagram.com/THHZoetermeer/>

Wat is een handhaver?

Een handhaver is een ambtenaar met opsporingsbevoegdheid. Dat houdt in dat wij mogen onderzoeken of er bepaalde strafbare feiten zijn gepleegd.

Wat valt onder ons takenpakket?

- Ongewenst parkeren
- Jeugdoverlast
- Gedumpt afval
- Alcohol/drugsgebruik
- Loslopende honden

Wat mogen wij?

- Verdachten aanhouden
- Iemands identiteit controleren
- Processen-verbaal opmaken
- Boetes uitschrijven.



CONTACT:

Brusselstraat 4
2711 AJ Zoetermeer
14079
www.thzzoetermeer.nl



VOOR EEN LEEFBAAR ZOETERMEER

Team Handhaving Zoetermeer



Team Handhaving Zoetermeer

SAMEN STERK VOOR ELKAAR!



Heeft u een melding?

U kunt een melding doen via de MijnGemeente app, of bel ons via 14079

Wij zijn te vinden op:

Brusselstraat 4
2711 AJ Zoetermeer

MAX HUURMAN