

# LEKSTEDewonen

## Huurderspanel

**LEKSTEDEWONEN HUURDERSPANEL  
PEILING 1 2021**

**DIGITALE NIEUWSBRIEF**

**LEKSTEDewonen  
Februari - maart 2021**

<b>Uitgave:</b>	Research 2Evolve Tesselschadelaan 15A 1217 LG Hilversum Tel: (035) 623 27 89 info@research2evolve.nl www.research2evolve.nl
<b>Datum:</b>	Maart-mei 2019
<b>Onderzoek:</b>	Huurderspanel LEKSTEDewonen Peiling 1 2021 Digitale nieuwsbrief
<b>Projectnummer:</b>	20210115.01
<b>Opdrachtgever:</b>	LEKSTEDewonen

Het onderzoek is uitgevoerd door Research 2Evolve. Het marktonderzoeksbureau neemt de richtlijnen van de MOA (Markt Onderzoek Associatie) en ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research) in acht. Deze richtlijnen zijn bij Research 2Evolve op te vragen. Research 2Evolve is ISO 27001 gecertificeerd en werkt volgens de AVG en de gedragscode voor Onderzoek en Statistiek.

**Het overnemen uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld.**

<b>Hoofdstuk 1</b>	<b>Onderzoeksverantwoording</b>	<b>4</b>
1.1	Inleiding	5
1.2	Uitvoering van het onderzoek	5
1.3	Responsoverzicht	5
1.4	Betrouwbaarheid en nauwkeurigheid	6
1.5	Steekproefsamenstelling	6
1.6	Leeswijzer	7
<b>Hoofdstuk 2</b>	<b>Resultaten</b>	<b>8</b>

# LEKSTEDewonen

## Huurderspanel

HOOFDSTUK 1

ONDERZOEKSVERANTWOORDING

## 1.1 Inleiding

Even snel een mailtje versturen of een digitale nieuwsbrief lezen is niet meer weg te denken uit onze samenleving. We communiceren steeds meer digitaal. LEKSTEDewonen probeert digitaal huurders steeds beter te informeren, denk hierbij aan Mijn LEKSTEDewonen en de digitale nieuwsbrieven. In opdracht van LEKSTEDewonen heeft het onderzoeksbureau Research 2Evolve een onderzoek, over de dienstverlening, uitgevoerd onder de leden van het huurderspanel. Middels dit onderzoek wil LEKSTEDewonen de dienstverlening goed afstemmen op de wensen van de huurders. LEKSTEDewonen komt er graag achter wat de wensen en verwachtingen zijn van de klanten met betrekking tot de communicatie; veel digitaal of juist niet. Welke onderwerpen vinden huurders hiervoor geschikt en welke niet.

## 1.2 Uitvoering van het onderzoek

<b>Steekproef</b>	<b>LEKSTEDewonen Huurderspanel</b>
<b>Methode</b>	<b>Online</b>
<b>Uitnodiging</b>	<b>Per e-mail</b>
<b>Veldwerkperiode</b>	<b>Maandag 8 februari – donderdag 4 maart 2021</b>
<b>Herinnering</b>	<b>1 keer</b>

## 1.3 Responsoverzicht

	<b>N</b>
<b>Bruto steekproef</b>	<b>100</b>
<b>Complete vragenlijsten</b>	<b>67</b>
<b>Respons</b>	<b>67%</b>

### 1.4 Betrouwbaarheid en nauwkeurigheid

Het betrouwbaarheidspercentage geeft de kans aan dat bij herhaling van het onderzoek hetzelfde uit het onderzoek komt. Bij een betrouwbaarheidspercentage van 95% is er 95% kans bij herhaling dat de antwoorden hetzelfde zullen zijn met andere respondenten binnen de doelgroep.

De nauwkeurigheid (uitgedrukt in foutmarge) geeft het gebied aan, waarbinnen de werkelijke waarde in de populatie ligt. De foutmarge is het percentage dat het antwoord kan afwijken van de werkelijkheid. Als de foutmarge 4% is, en 47% van steekproef een bepaald antwoord geeft, dan ligt dit percentage in werkelijkheid maximaal 4% boven of 4% onder deze 47%, dus tussen de 43% en 51% (een lagere foutmarge vereist een grotere steekproef). Een betrouwbaarheidsniveau van 95% en een foutmarge van 5% is gangbaar en algemeen geaccepteerd bij (statistisch) kwantitatief onderzoek.

### 1.5 Samenstelling respons

De respons is, uitgesplitst naar leeftijd en geslacht, als volgt samengesteld:

Leeftijd	N	%
34 jaar of jonger	7	10,4
35 t/m 49 jaar	10	14,9
50 t/m 64 jaar	17	25,4
65 jaar en ouder	33	49,3
Geslacht	N	%
Man	37	55,2
Vrouw	30	44,8

Let op: Doordat het aantal waarnemingen erg laag is, zijn de resultaten niet zondermeer te vertalen naar de (gemiddelde) mening van de huurders, maar geven wel een goede indicatie.

### 1.6 Leeswijzer

Daar waar de som van de resultaten niet precies op 100% uitkomt, wordt dit veroorzaakt door afrondingsverschillen of was meer dan één antwoord toegestaan. Waar in de grafieken ongelijke N-en (aantal respondenten) te zien zijn, wordt dit veroorzaakt door het uitsluiten van de antwoordcategorie 'geen mening/niet van toepassing' en/of routing in de vragenlijst. In de rapportage wordt de ongewogen N weergegeven.

De open antwoorden worden letterlijk en onbewerkt opgeleverd en indien er opvallende resultaten zijn, worden deze verwerkt in de rapportage.

Door het lage aantal respondenten dat heeft deelgenomen (=67) kunnen de resultaten niet zondermeer vertaald worden naar de (gemiddelde) mening van huurders van LEKSTEDewonen, en geven daarom hooguit een indicatie.



# LEKSTEDewonen

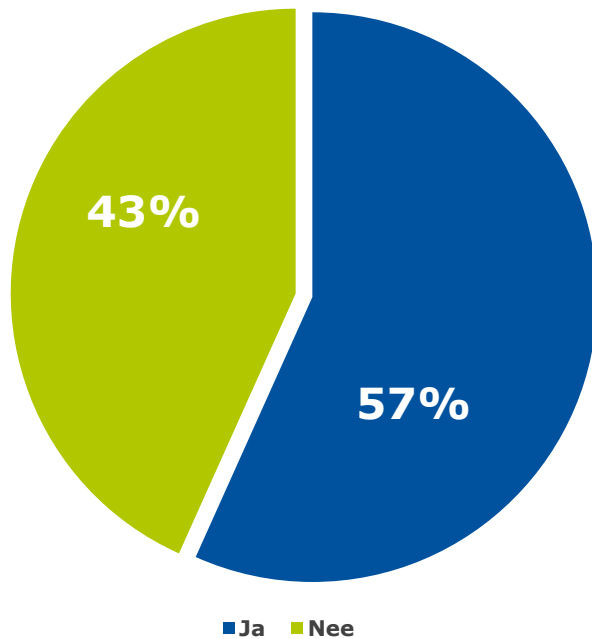
## Huurderspanel

HOOFDSTUK 2

RESULTATEN



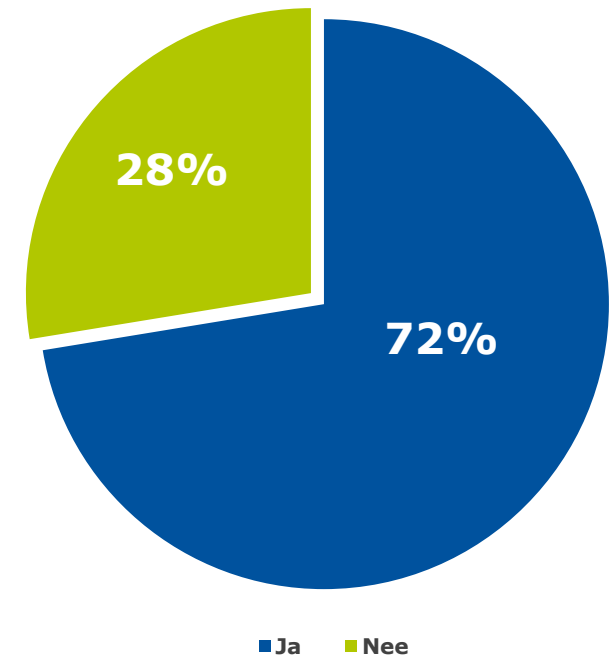
Heeft u meegedaan aan de enquête die u heeft ontvangen bij EigenPlek? (N=67)




Bijna zes op de tien (57%) respondenten heeft meegedaan aan de enquête van EigenPlek.

Van de respondenten die *geen* deel hebben genomen aan de enquête, was ruim zeven op de tien (72%) wel reeds bekend met het bewonersblad EigenPlek.

U ontvangt twee keer per jaar ons bewonersblad EigenPlek. Was u voor dit onderzoek al bekend met ons bewonersblad EigenPlek? (N=29\*)



Let op lage N, de resultaten zijn indicatief. 

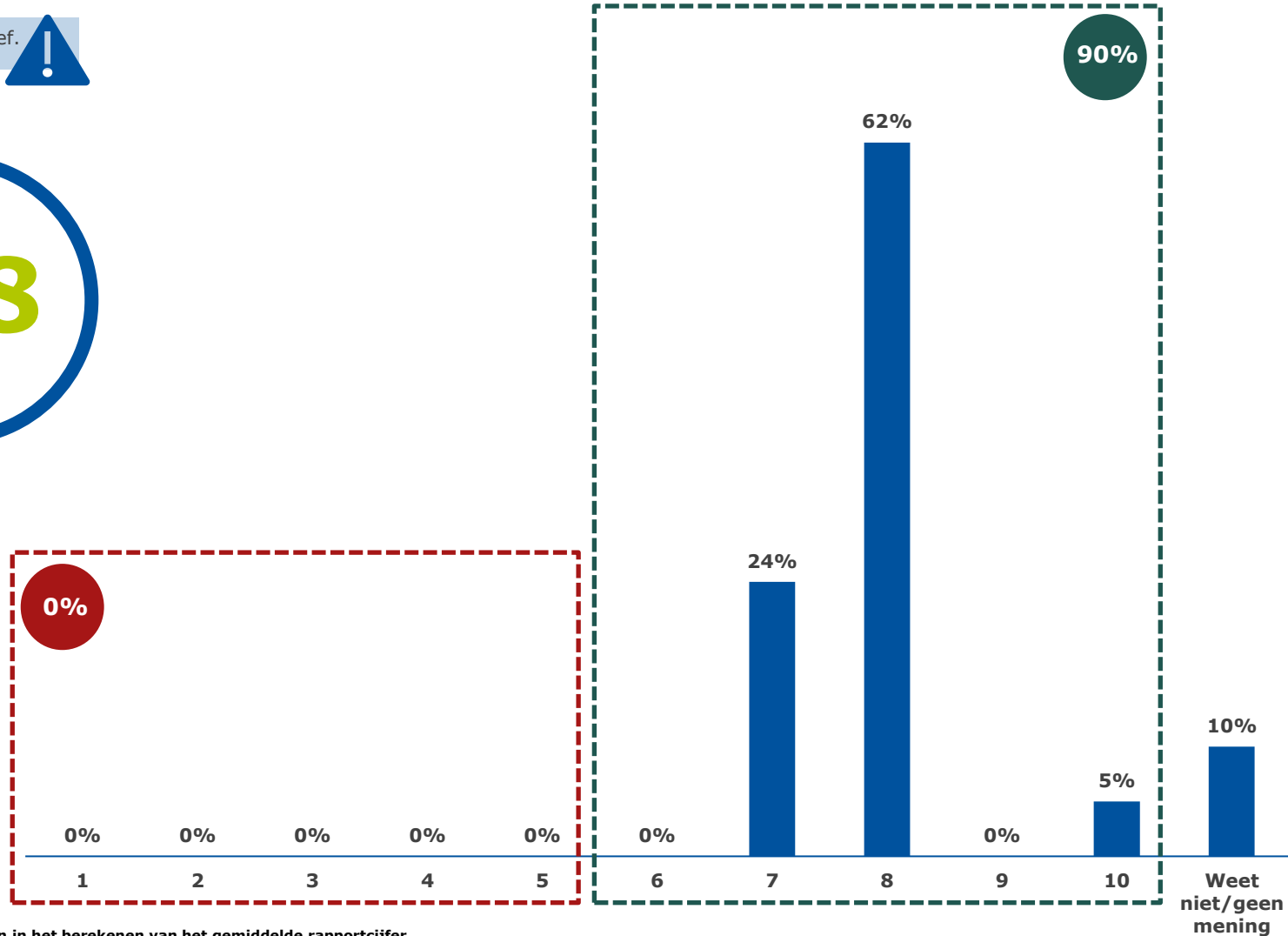
\*Selectie: respondent heeft niet deelgenomen aan de enquête van EigenPlek.

Welk cijfer geeft u EigenPlek? (N=21\*)

Let op lage N, de resultaten zijn indicatief.



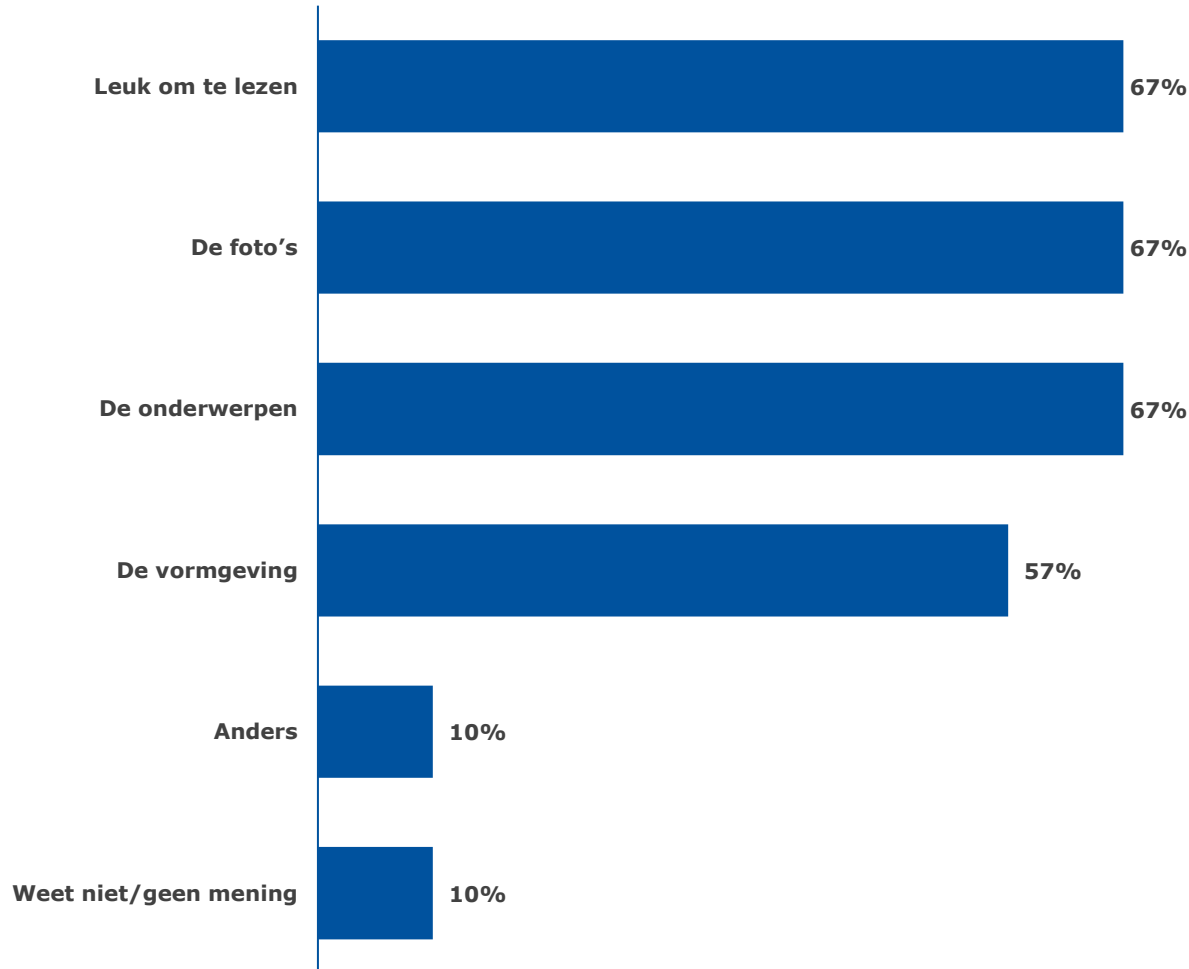
7,8



Let op: weet niet/geen mening is niet meegenomen in het berekenen van het gemiddelde rapportcijfer.

\*Selectie: respondent is bekend met EigenPlek.

Wat vindt u goed aan EigenPlek? (N=21\*)



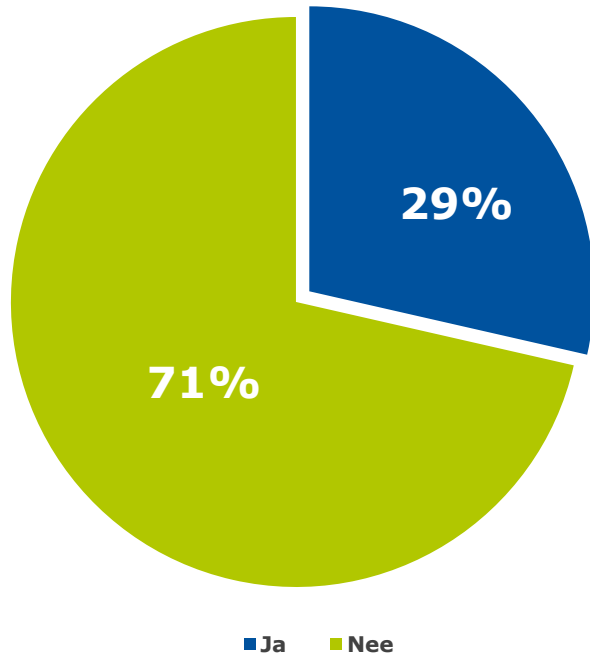
Twee derde van de respondenten vindt EigenPlek leuk om te lezen (67%), vindt de foto's goed (67%) en spreekt de onderwerpen aan (67%). Bijna zes op de tien (57%) vindt de vormgeving van EigenPlek goed.

Let op lage N, de resultaten zijn indicatief.



\*Selectie: respondent is bekend met EigenPlek.

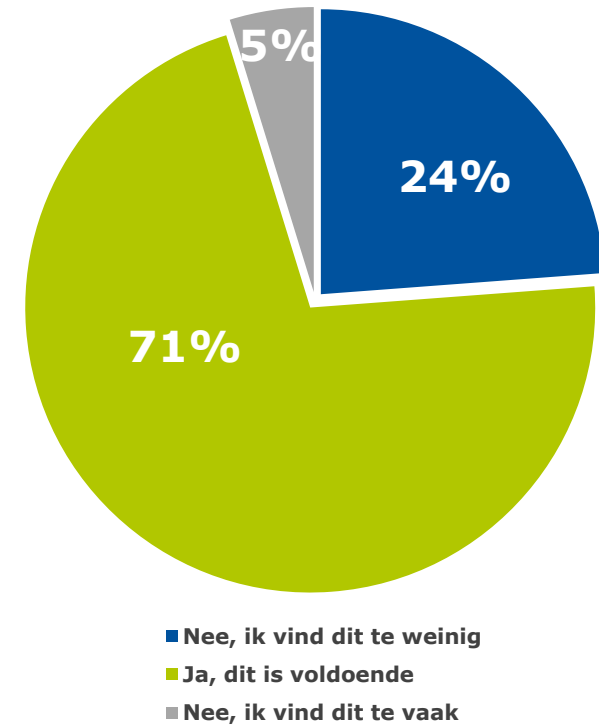
Zou u EigenPlek liever digitaal ontvangen? (N=21\*)



Van de respondenten die bekend zijn met EigenPlek zou het merendeel (71%) de nieuwsbrief liever *niet* digitaal ontvangen.

Zeven op de tien respondenten (71%) vindt de verschijningsfrequentie van EigenPlek voldoende. Een kwart (24%) zou de nieuwsbrief vaker willen ontvangen.

U ontvangt EigenPlek nu tweemaal per jaar. Vindt u dit voldoende? (N=21\*)

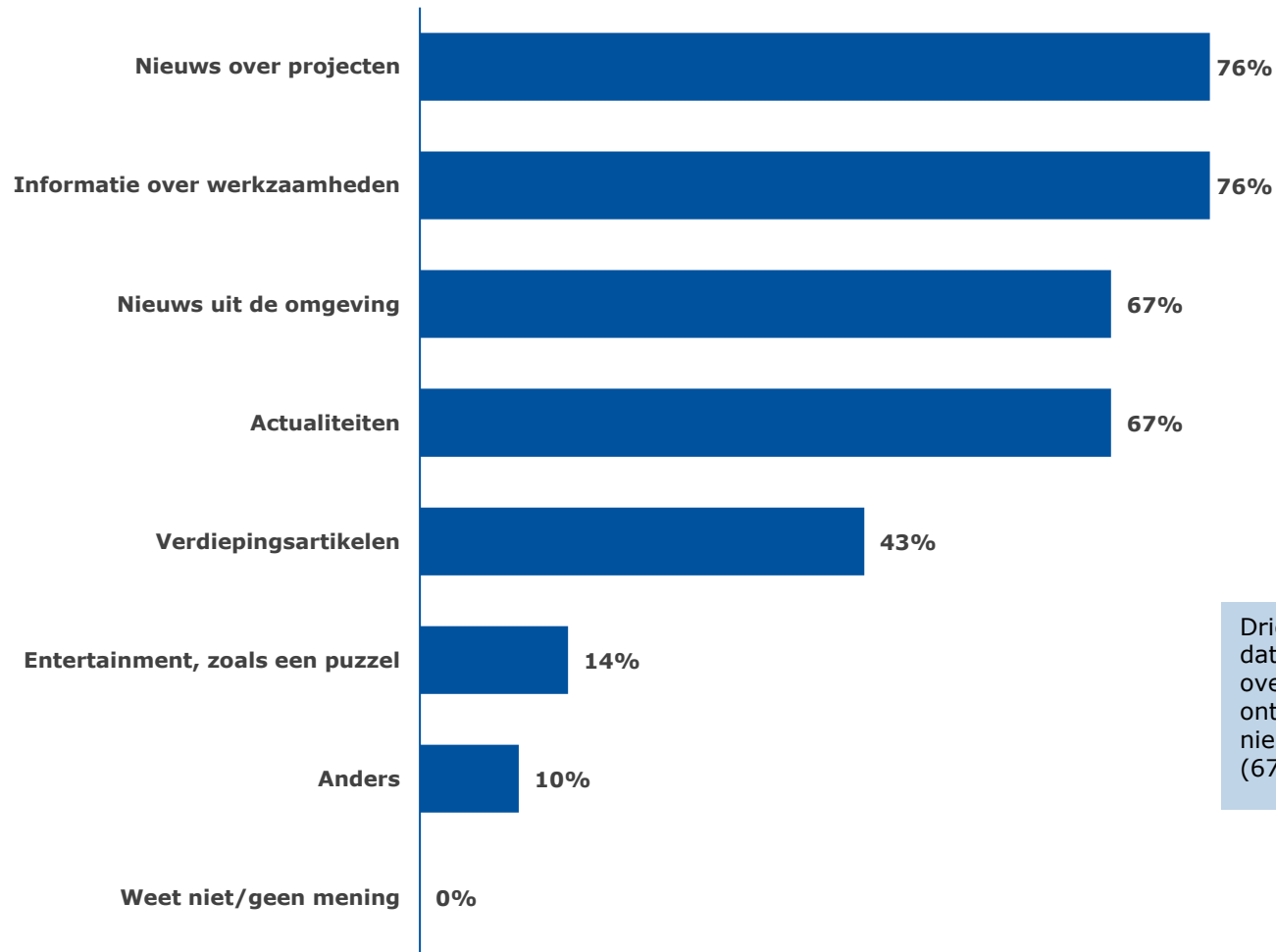


Let op lage N, de resultaten zijn indicatief.



\*Selectie: respondent is bekend met EigenPlek.

Wat mag volgens u niet ontbreken in EigenPlek? (N=21\*)



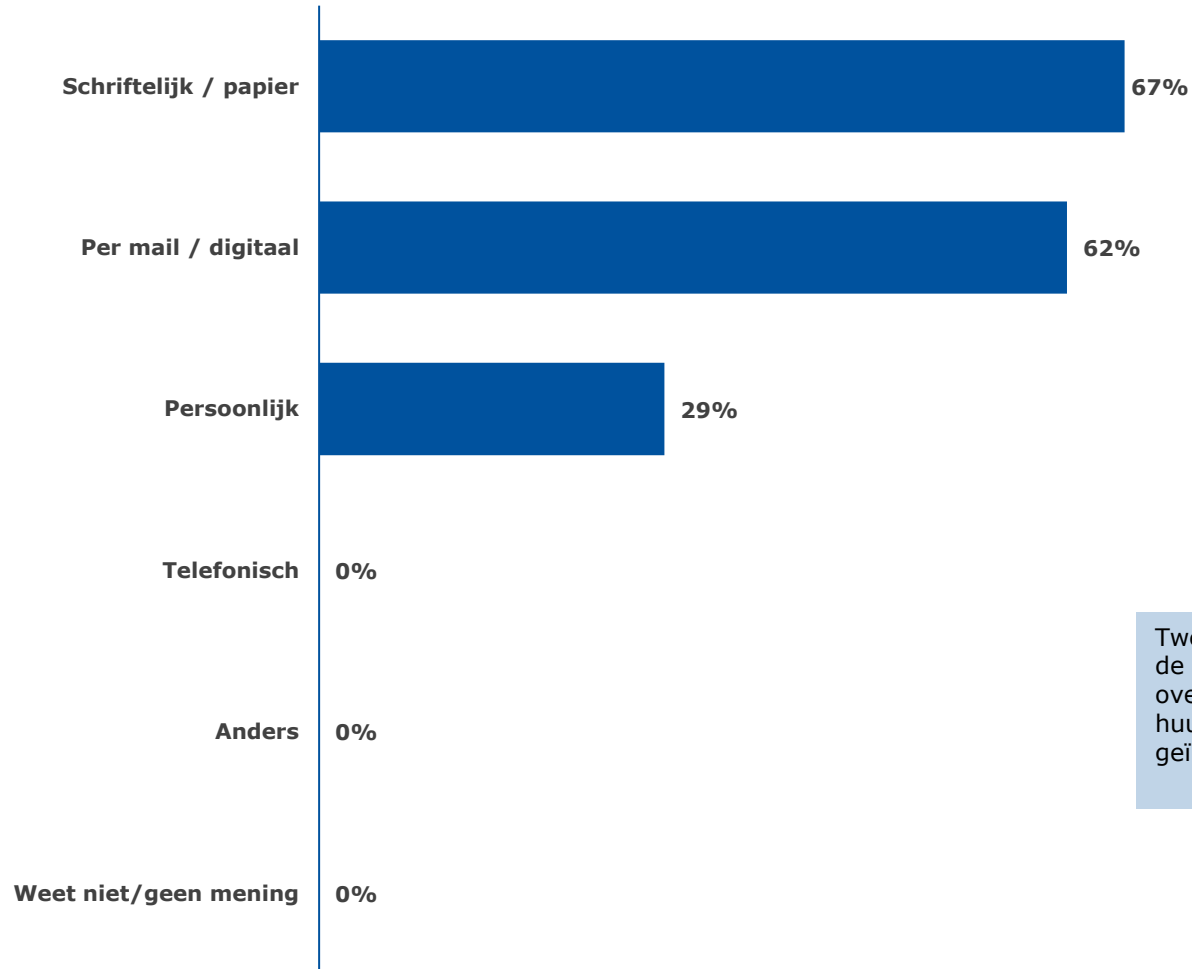
Drie kwart van de respondenten is van mening dat nieuws over projecten (76%) en informatie over werkzaamheden (76%) niet mogen ontbreken in EigenPlek. Twee derde ziet graag nieuws uit de omgeving (67%) en actualiteiten (67%) terug in EigenPlek.

Let op lage N, de resultaten zijn indicatief.



\*Selectie: respondent is bekend met EigenPlek.

Naast EigenPlek versturen wij u ook brieven over diverse onderwerpen, zoals de jaarlijkse huurverhoging. Hoe wilt u dat wij met u daarover communiceren? (N=21\*)



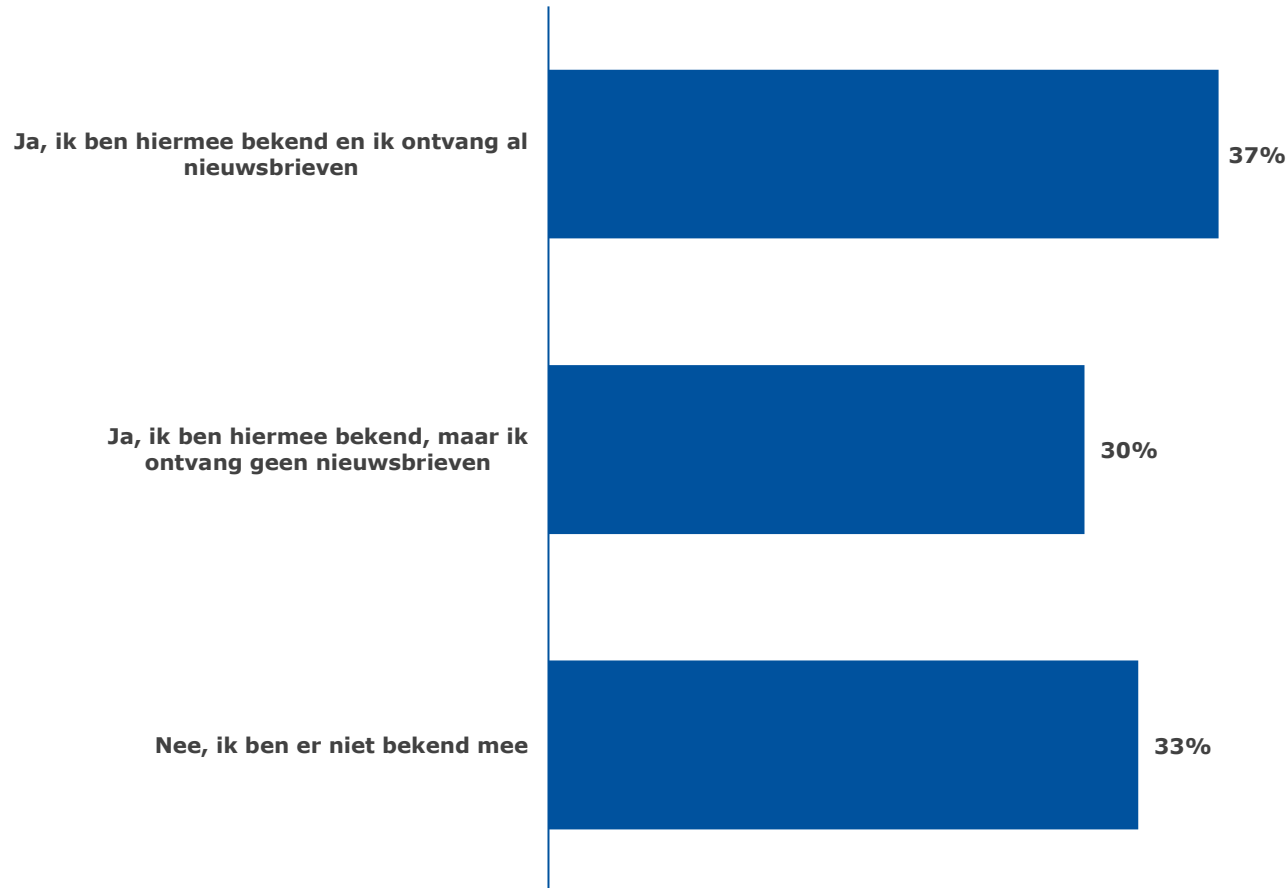
Twee derde van de respondenten wil graag op de huidige wijze, per brief, geïnformeerd worden over diverse onderwerpen, zoals de jaarlijkse huurverhoging (67%). Zes op de tien wil graag geïnformeerd worden per mail/digitaal (62%).

Let op lage N, de resultaten zijn indicatief.



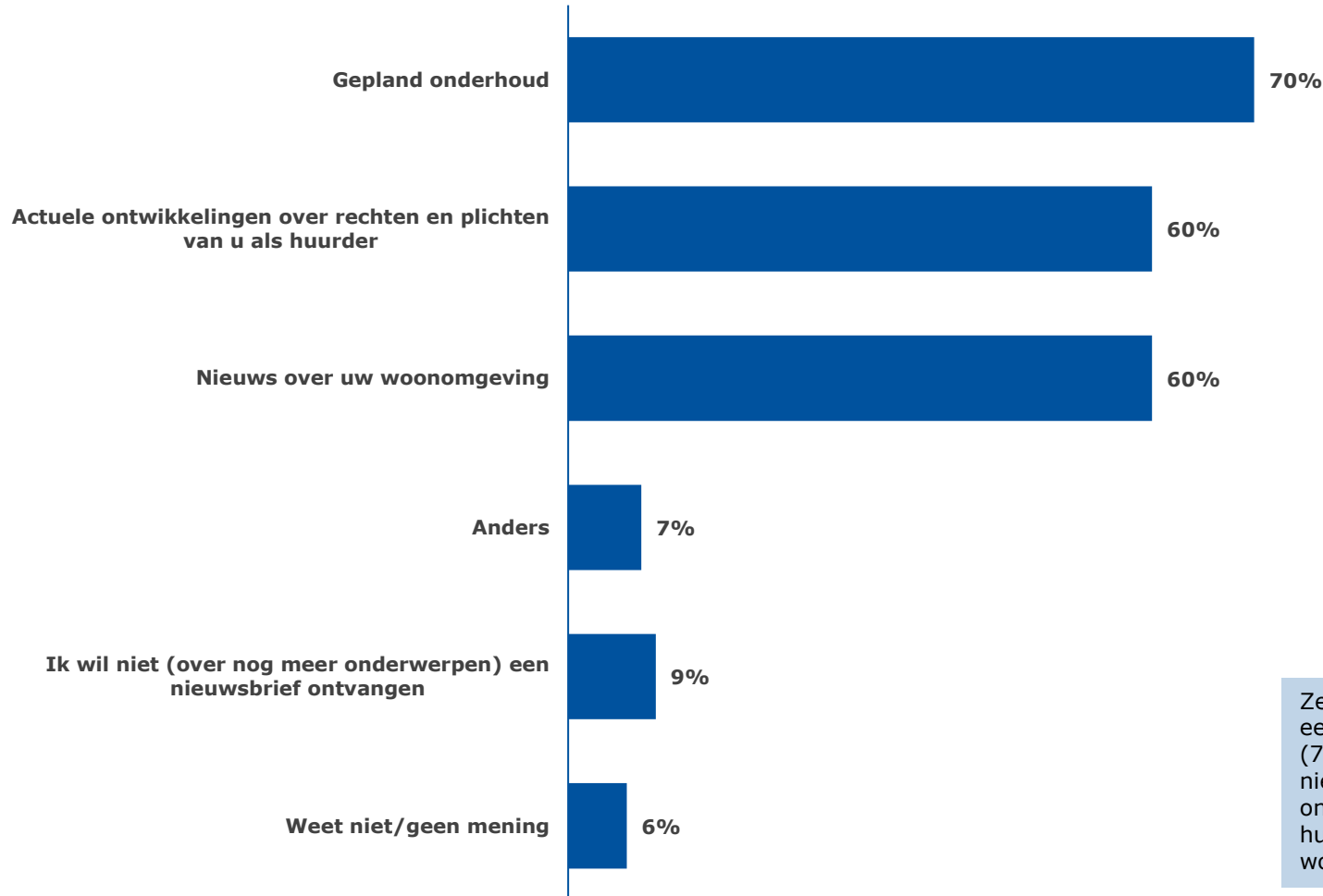
\*Selectie: respondent is bekend met EigenPlek.

Momenteel sturen we digitale nieuwsbrieven bijvoorbeeld over onze projecten, onze verkoopwoningen en vrije sector woningen. Deze nieuwsbrieven sturen wij u per mail nadat u ons daar toestemming voor heeft gegeven. Bent u bekend met deze nieuwsbrieven? (N=67)



Bijna vier op de tien respondenten is bekend met de digitale nieuwsbrieven en ontvangt deze al (37%). Drie op de tien is er bekend mee, maar ontvangt deze niet (30%) en een derde is niet bekend met deze nieuwsbrieven (33%).

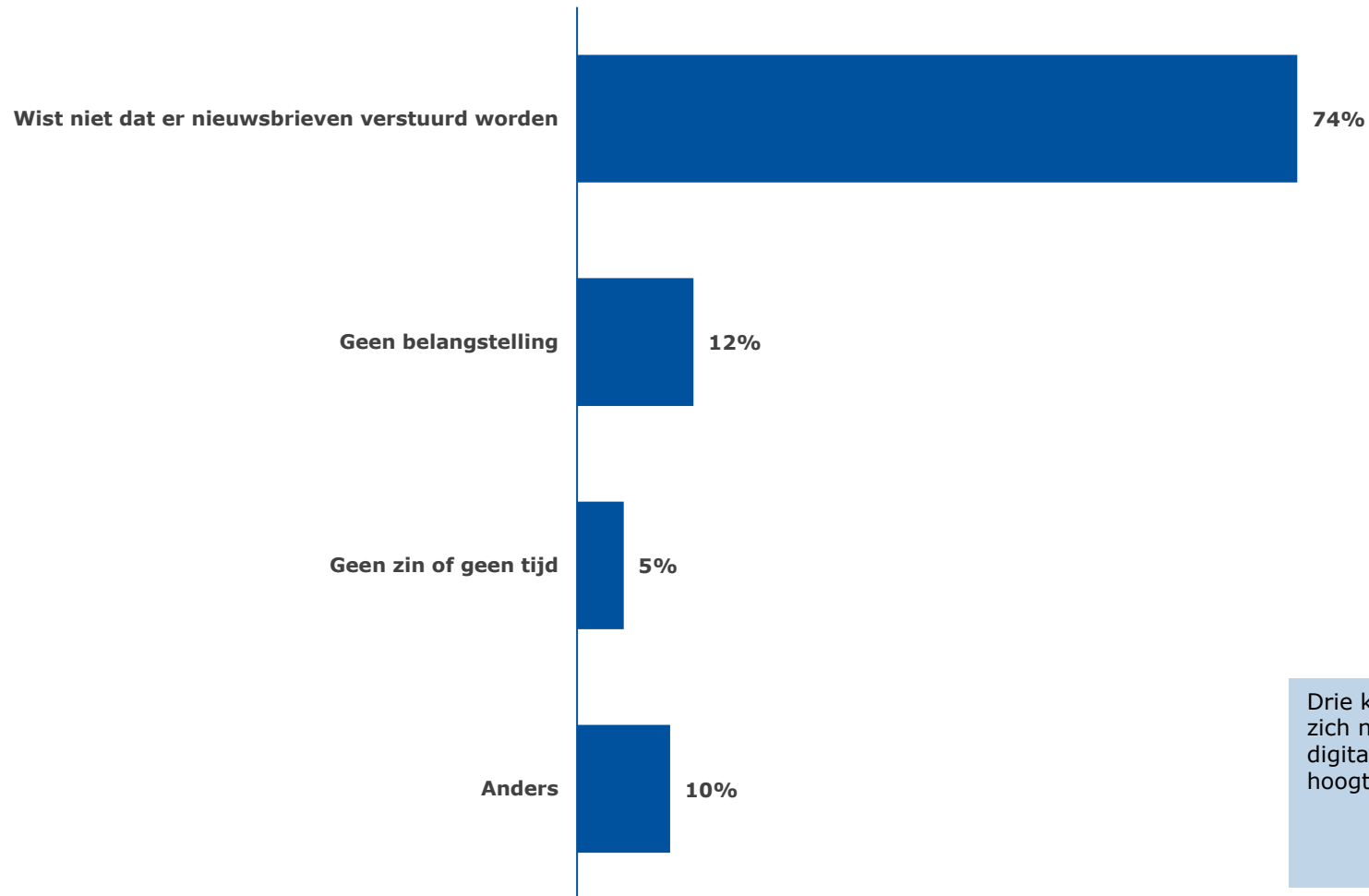
Over welke onderwerpen ontvangt u graag (nog meer) een digitale nieuwsbrief? (N=67)



Zeven op de tien respondenten ontvangt graag een digitale nieuwsbrief over gepland onderhoud (70%). Zes op de tien wenst een digitale nieuwsbrief te ontvangen over de actuele ontwikkelingen over rechten en plichten van een huurder (60%) en nieuws over de woonomgeving (60%).



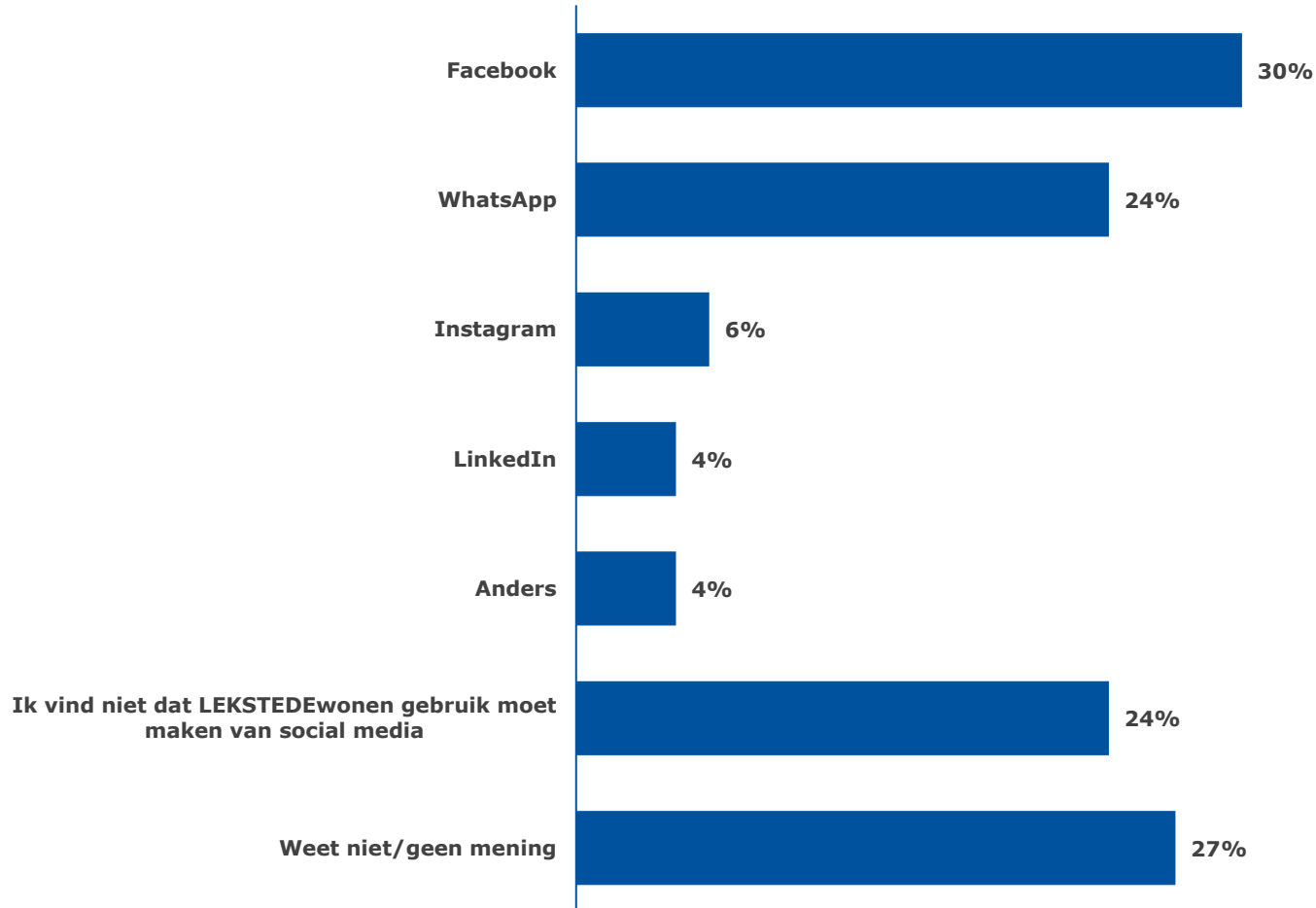
### Waarom bent u niet aangemeld? (N=42\*)



Drie kwart (74%) van de respondenten heeft zich niet aangemeld voor het ontvangen van de digitale nieuwsbrief omdat men er niet van op de hoogte was dat deze verstuurd worden.

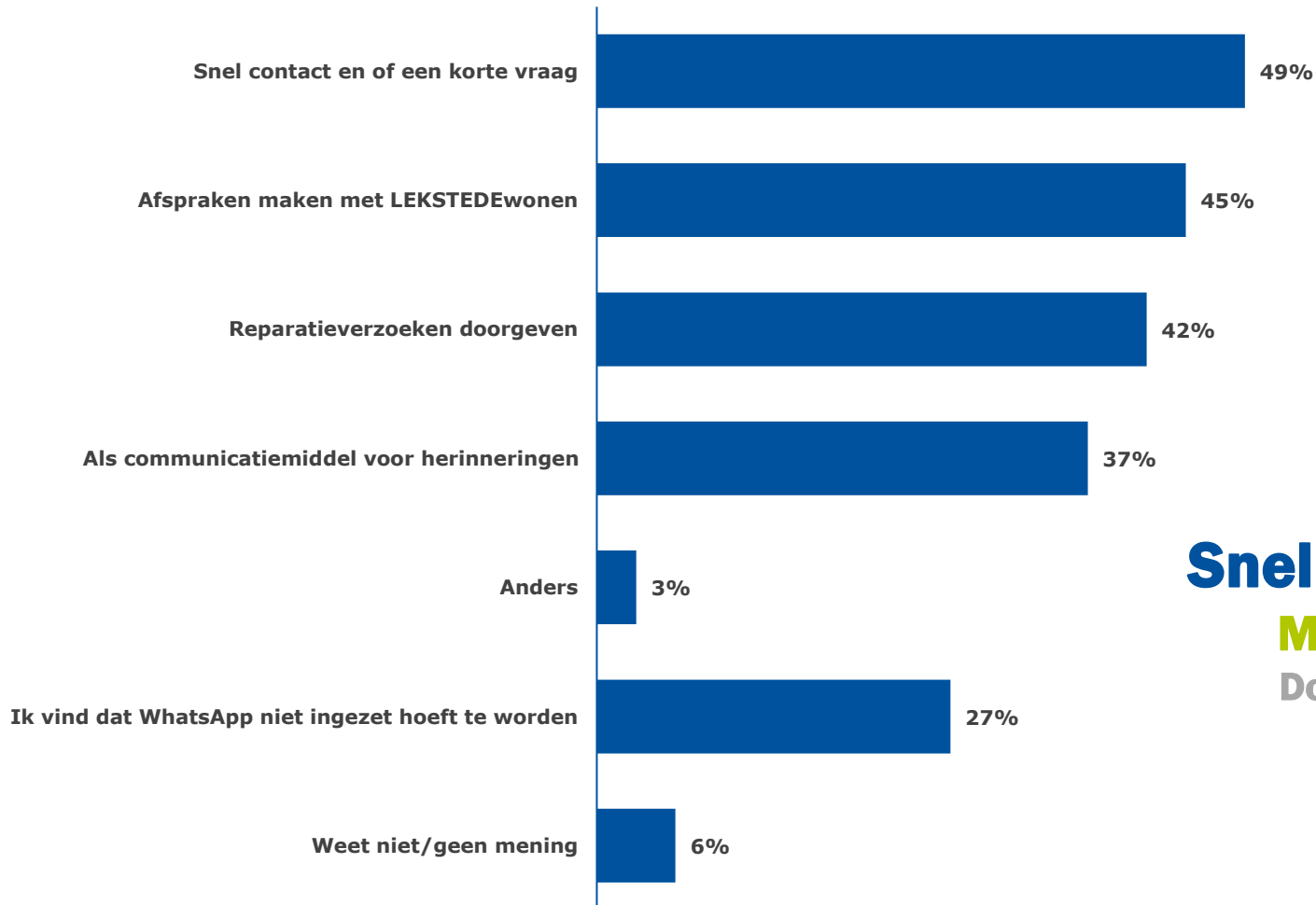
\*Selectie: respondent is niet bekend met de digitale nieuwsbrieven of ontvangt deze niet.

Wij communiceren nog niet via social media. Vindt u dat LEKSTEDewonen daar gebruik van zou moeten maken? En zo ja, via welke kanalen? (N=67)



Drie op de tien respondenten vindt dat LEKSTEDewonen gebruik zou moeten maken van Facebook (30%) een kwart vindt dat LEKSTEDewonen via Whatsapp bereikbaar zou moeten zijn (24%). Een even groot aandeel (24%) vindt dat LEKSTEDewonen *geen* gebruik moet maken van social media.

Voor welke zaken vindt u dat WhatsApp ingezet kan worden? (N=67)



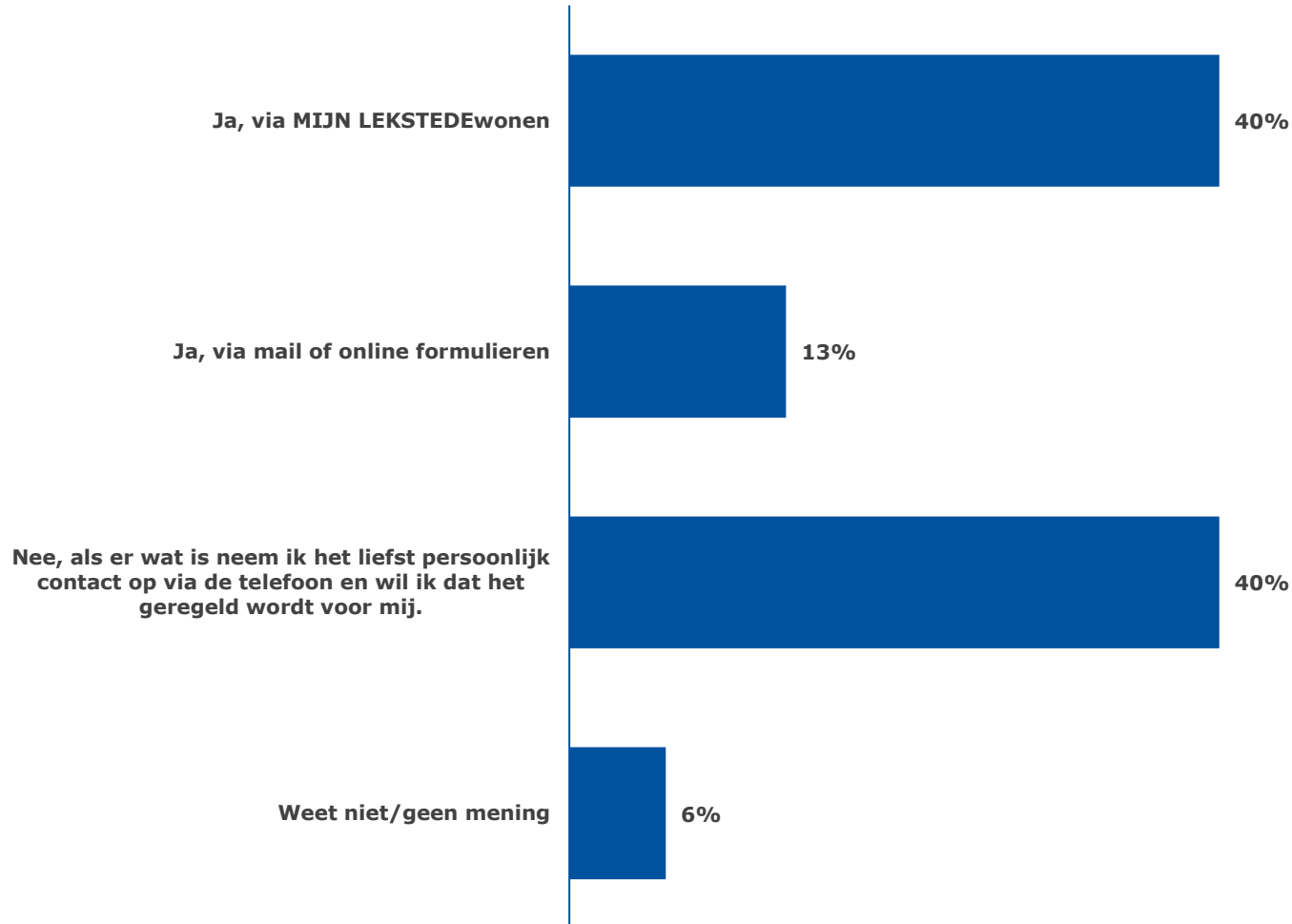
TOP 3

**Snel contact/korte vraag**

**Maken van een afspraak**

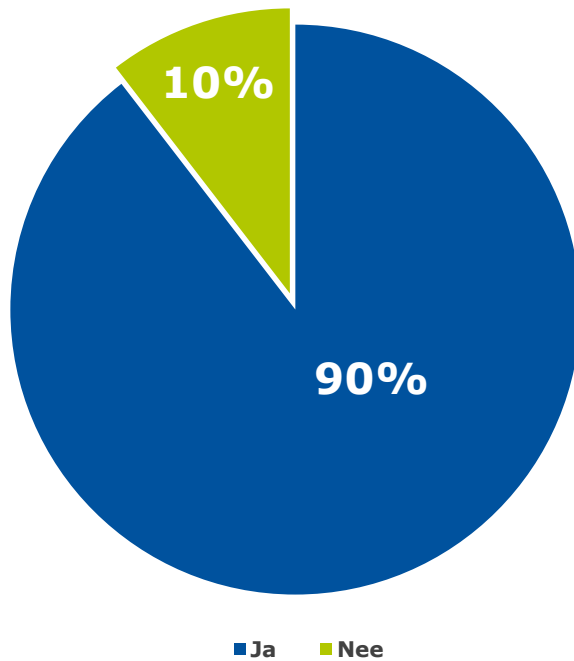
Doorgeven reparatieverzoeken

Wilt u meer zaken zelf digitaal kunnen regelen? (N=67)

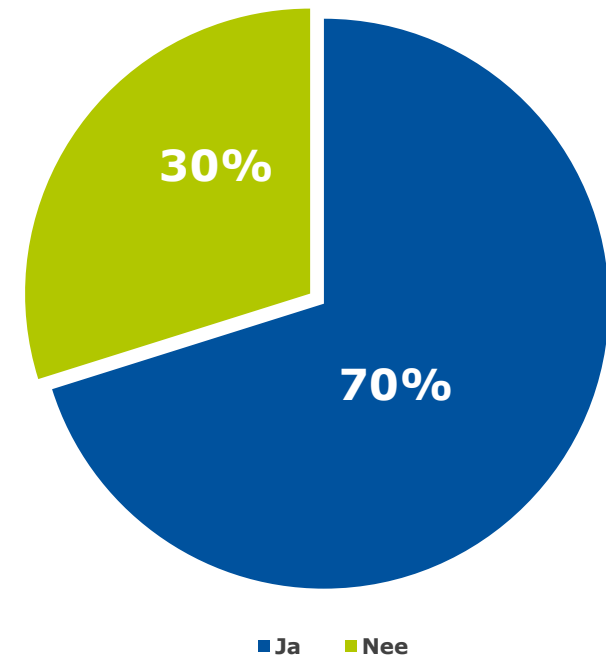


Vier op de tien respondenten wil graag via MIJN LEKSTEDewonen zelf zaken digitaal kunnen regelen (40%). Een even groot aandeel (40%) neemt het liefst persoonlijk contact op via de telefoon als er iets geregeld moet worden.

Was u voor dit onderzoek al bekend met MIJN LEKSTEDewonen? (N=67)



Maakt u gebruik van MIJN LEKSTEDewonen? (N=67)



Het merendeel van de respondenten was voor dit onderzoek reeds bekend met MIJN LEKSTEDewonen.

Zeven op de tien respondenten (70%) maakt ook gebruik van MIJN LEKSTEDewonen.

# LEKSTEDewonen

## Huurderspanel

### Research 2Evolve

**postadres**

**Postbus 918**

**1200 AX Hilversum**

**bezoekadres**

**Tesselschadelaan 15A**

**1217 LG Hilversum**

**telefoon**

**035 623 27 89**

**e-mail**

**info@research2evolve.nl**

**website**

**www.research2evolve.nl**