



choice

KNMI | Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat

Communicatieonderzoek Imago KNMI 2023

Januari 2024

Colofon

In opdracht van



Projectcode

DPC2130-1 Communicatieonderzoek Imago KNMI 2023

Opdrachtgever(s)

Annemarie Hoogendoorn

CHOICE Insights + Strategy

Martin Siebelhoff en Demi Brama

Management Summary

Nederland is positief over en ziet relevantie van het KNMI, maar de spontane associatie met klimaat blijft licht afzwakken

Doelstellingen

- Vaststellen naams- en inhoudelijke bekendheid van het KNMI.
- Inzicht geven in spontane associaties, imago, houding en gepercipieerde betrouwbaarheid van het KNMI.
- Inzicht geven in invloed van het weer op gedrag en in informatiebehoeftes.
- Inzichtelijk maken van belangrijkste trendontwikkelingen en geven van concrete aanbevelingen.

Uitvoering & steekproef

- Populatie: Nederland 18+ (N=1.215; algemene NL repre: N=1.015 & boost Groningen: n=200) gewogen naar geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en regio.
- Methode: Kwantitatieve online enquête, datacollectieperiode: 30 november 2023 – 14 december 2023.

Resultaten

- Het KNMI heeft een onverminderd sterke herkenning als weerorganisatie: voor meer dan de helft van de Nederlanders is het KNMI *top-of-mind*. Hoewel ook driekwart het KNMI geholpen herkent als klimaatorganisatie, is de spontane associatie ook in 2023 licht gedaald (2019: 11%, 2021: 7%; 2023: 4%).
- Een ruime meerderheid blijft (zeer) positief over het KNMI en percipieert het KNMI als *actueel*, *nuttig* en *wetenschappelijk*. Daarnaast wijst de imago associatietest uit dat kernwaarde *relevant* volgens de Nederlander het beste past bij het KNMI.
- Twee derde van Nederland heeft iets over de weerwaarschuwing van 2 december gezien en meer dan een derde heeft de plannen hierop aangepast. Wanneer zich gevaarlijk weer voordoet, wordt men het liefst via alertmeldingen op de hoogte gehouden met feitelijke- en specifieke weerinformatie.

Aanbevelingen

- De spontane associatie tussen het KNMI en klimaat blijft relatief laag en daalt licht, evenals de kennis dat het KNMI klimaatonderzoek doet. Vooral onder jongeren (18-34 jaar) bestaat op dit gebied aanzienlijke ruimte voor verbetering door bij hen de zichtbaarheid over het thema klimaat te vergroten.
- De kernwaardes ontwikkeling en samenwerking blijven achter op relevantie. Om het KNMI ook te laten associëren met deze waarden is het nodig om in te zetten op de aspecten verbindend, vernieuwend, luisterend en flexibel, alsmede de aspecten die iets lijken af te zwakken t.o.v. 2021.
- Nederlanders ontvangen bij gevaarlijk weer het liefst informatie via alertmeldingen, maar informeren zichzelf verder voornamelijk via tv, mobiele apps en internet over gevaarlijk weer te zoeken. Daarnaast neemt het gebruik van sociale media voor het opzoeken van deze informatie toe, waardoor het belangrijk is om naast alertmeldingen, ook tv, mobiele apps, internet en sociale media te (blijven) gebruiken bij het verspreiden van feitelijke informatie over het weer.

Inhoudsopgave

01. Management Toplines	5
02. Opzet & uitvoering	7
0.3 Resultaten	9
3.1 Bekendheid	10
3.2 Houding	18
3.3 Imago	22
3.4 Informatiebehoefte en gedrag	28
3.5 Groningen	34

01 Management topline

Toplines

Nederlander stabiel positief over het KNMI en percipieert het KNMI als actuele, nuttige en betrouwbare weerorganisatie

Bekendheid – weer vs. klimaat

- Als weerorganisatie noteert het KNMI een zeer hoge geholpen (84%), spontane (59%) en top-of-mind (57%) bekendheid. Als klimaatorganisatie ligt de spontane (4%) en top-of-mind bekendheid (3%) voor het KNMI wat lager dan in 2021, maar ook hier ligt is de geholpen bekendheid hoog (75%).
- Spontaan associeert men het KNMI onder andere met weerwaarschuwingen en -verwachtingen, onderzoek en kenmerken als informatief en betrouwbaar.

Houding

- Nederlanders blijven (zeer) positief over het KNMI (81%). Daarnaast vindt de meerderheid het KNMI betrouwbaar (80%), de coderingen duidelijk (80%), dat een waarschuwing altijd serieus moet worden genomen (77%), het KNMI bijdraagt aan de veiligheid van de samenleving (77%) en het KNMI beschikt over wetenschappelijke kennis over klimaatverandering (72%).

Informatiebehoefte

- TV (51%), apps (43%) en internetsites (38%) zijn de belangrijkste bronnen voor gevaarlijk weer, hoewel het aandeel van internet licht is afgenomen. Alertmeldingen hebben stabiel de voorkeur als communicatiemiddel (24%).
- Bij gevaarlijk weer ligt de informatiebehoefte in de eerste plaats bij feitelijke informatie over de duur (61%), de specifieke situatie op locatie (60%) en de intensiteit (59%) van het weer. De helft heeft behoefte aan advies over wat te doen (50%).

Bekendheid – inhoudelijk en taken

- Een zeer ruime meerderheid (95%) kent het KNMI op zijn minst van naam. En de groep die goed bekend zegt te zijn met het KNMI is iets toegenomen (22%).
- De taken 'waarschuwen bij gevaarlijk weer (81%)' en 'dagelijks weerbericht opstellen (76%)', worden wederom het vaakst aan het KNMI toegeschreven. Ruim zes op de tien (62%) associeert het KNMI ook als organisatie die de Nederlander informeert over klimaat(veranderingen).

Imago

- Van de drie kernwaarden *ontwikkeling*, *samenwerking* en *relevantie*, worden de aspecten van *relevantie* het sterkst toegewezen aan het KNMI.
- Met betrekking tot de individuele aspecten van alle kernwaarden, worden *actueel*, *nuttig*, *wetenschappelijk* en *betrouwbaar* het sterkst geassocieerd met het KNMI. De waarden *onafhankelijk*, *verbindend*, *vernieuwend*, *luisterend* en *flexibel* worden in mindere mate geassocieerd met het KNMI.

Weerwaarschuwingen

- Twee derde van Nederland (67%) heeft een weerwaarschuwing voorbij zien komen over code oranje op 2 december. In Noord- en Zuid-Holland ligt dat percentage iets hoger (resp. 70% en 71%) en respectievelijk 44% en 43% van de inwoners uit deze provincies hebben hun plannen hier (deels) op aangepast.
- Aanvullend blijkt dat de meerderheid van Nederland weet hoe te handelen indien code oranje wordt afgegeven (64%).

02 Opzet & uitvoering

Opzet & uitvoering

Centrale vraag, doelstellingen en uitvoering

Centrale vraag

“Wat is de bekendheid, waardering en het imago van het KNMI onder de Nederlandse bevolking en hoe verhouden de resultaten zich tot 2019 en 2021?”



Doelstellingen

- ❏ Vaststellen naamsbekendheid en inhoudelijke bekendheid met KNMI;
- ❏ Inzicht in associaties met en imago van KNMI, alsmede waardering en gepercipieerde betrouwbaarheid;
- ❏ Inzicht in invloed van weer op gedrag burgers, alsmede informatiebehoeftes en voorkeuren weerwaarschuwingen;
- ❏ Inzichtelijk in belangrijkste trends en aanbevelingen voor optimaliseren dienstverlening KNMI.



Populatie & steekproef

- ❏ Representatieve steekproef onder de Nederlandse bevolking van N=1.015 van 18 jaar en ouder, met een extra boost in de provincie Groningen (n=200).
- ❏ Ook onder de algemene doelgroep bevindt zich een aantal Groningers (n=31). Daarmee komt het totaal aantal Groningers in de steekproef uit op n=231.
- ❏ Resultaten zijn getoetst op significantie met betrouwbaarheidsniveau ($p < 0.05$). Met de huidige steekproefgrootte van n=1.015 bedraagt de betrouwbaarheidsmarge van het onderzoek daarmee 3,1%.



Datacollectieperiode

30 november 2023 t/m 14 december 2023



Weging

Om een representatieve weergave te krijgen van het algemene Nederlandse publiek, zijn de resultaten gewogen op geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en regio (provincie).



Leeswijzer

Significante verschillen t.o.v. de vorige meting zijn in de grafieken aangegeven met gekleurde driehoekjes:

▲ Significant gestegen t.o.v. vorige meting

▼ Significant gedaald t.o.v. vorige meting

Overige significante verschillen worden in het rapport onder ‘verschillen met vorige metingen’ en ‘verschillen tussen leeftijdsgroepen’ aangegeven.

Resultaten

CHOICE

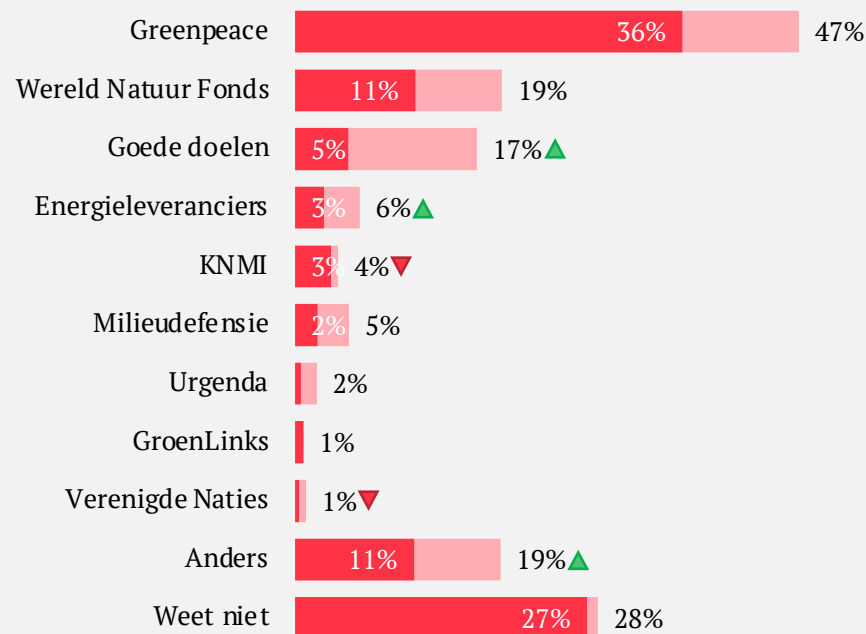
Bekendheid

Goede (groene) doelen vaakst genoemd als klimaatorganisatie

KNMI derde meest genoemde klimaatorganisatie; spontane en *top-of-mind* bekendheid licht gedaald t.o.v. 2021

Spontane bekendheid organisaties klimaat

Basis: NL repre (N=1014)



Verschillen met vorige metingen

In de huidige meting wordt het KNMI minder vaak spontaan en *top-of-mind* genoemd dan in 2021 (resp. 7% en 6%).

Daarentegen worden overige goede doelen in de huidige meting vaker spontaan genoemd dan in 2021 (17% vs. 11%) evenals energieleveranciers (6% vs. 3%) en organisaties buiten de bestaande categorieën (19% vs. 14%).

Verschillen tussen leeftijdsgroepen

Onder jongeren (18-34 jaar) en 35-49-jarigen geniet het WNF een hogere spontane bekendheid dan onder 50-plussers (25-26% vs. 13%). Greenpeace geniet vaker een spontane bekendheid onder 35-plussers dan onder jongeren (48-50% vs. 39%).

■ Spontaan
■ Top of mind

N.B.: organisaties die door minder dan 1% van de ondervraagden zijn benoemd, zijn uit de grafiek gelaten.

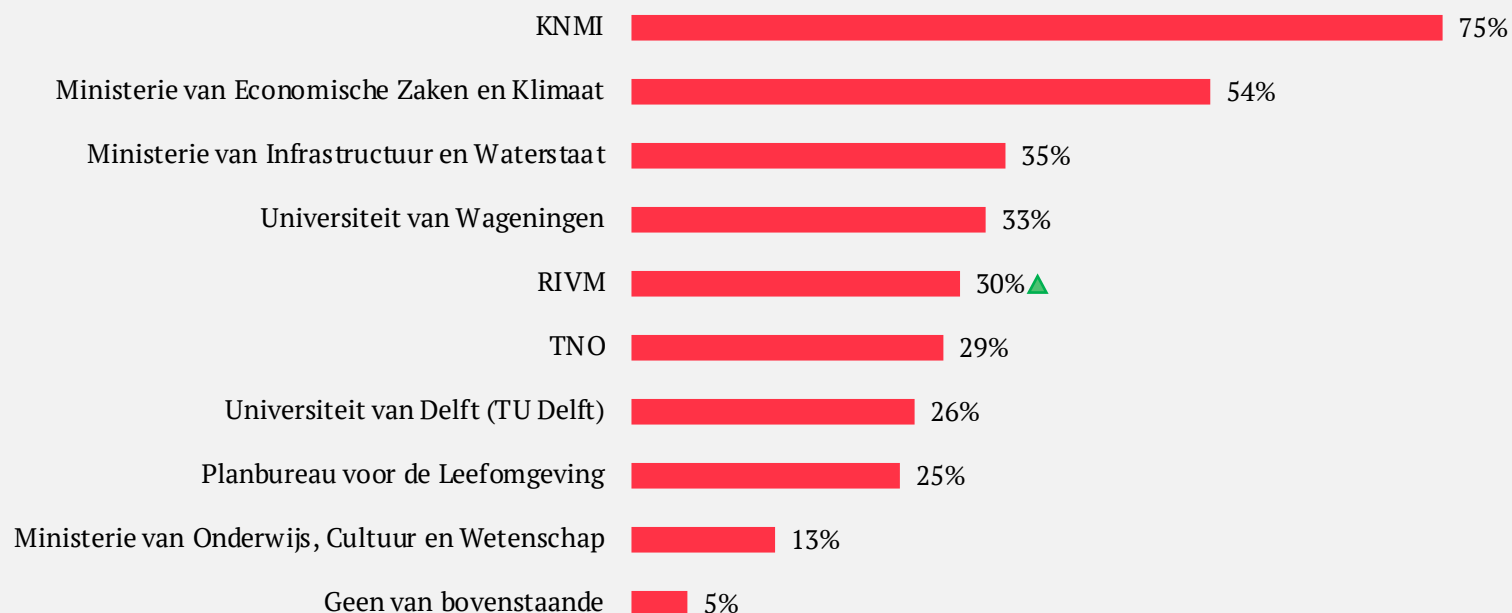
V101: Welke organisaties kent u die zich bezig houden met het **klimaat**?

Gelijk aan 2021 ziet driekwart het KNMI als klimaatorganisatie

Daarmee heeft het KNMI wederom een stabiel imago als klimaatorganisatie

Geholpen bekendheid organisaties klimaat

Basis: NL repre (N=1015)



Verschillen met vorige metingen

De enige organisatie die ten opzichte van 2021 is gestegen in de geholpen bekendheid van klimaatorganisaties, is het RIVM (30% t.o.v. 26% in 2021 en 20% in 2019).

Verschillen tussen leeftijdsgroepen

Onder jongeren (18-34 jaar) staat het KNMI (65% vs. 75-81%) en TNO (20% vs. 31-34%) minder bekend als klimaatorganisatie dan onder 35-plussers. Onder 50-plussers is het ministerie van EZK bekender als klimaatorganisatie dan onder Nederlanders tot 50 jaar (59% vs. 48-49%).

Fake opties

In de lijst zijn twee 'fake' opties opgenomen die zich in de praktijk niet (direct) met klimaat bezighouden. Hiervan identificeert 26% de TU Delft, en 13% het ministerie van OCW als klimaatorganisatie. Deze cijfers lijken iets lager te liggen dan in 2021, maar verschillen niet significant (resp. 30% en 14%).

N.B.: TU Delft en Ministerie van OCW zijn opgenomen als 'fake' opties.

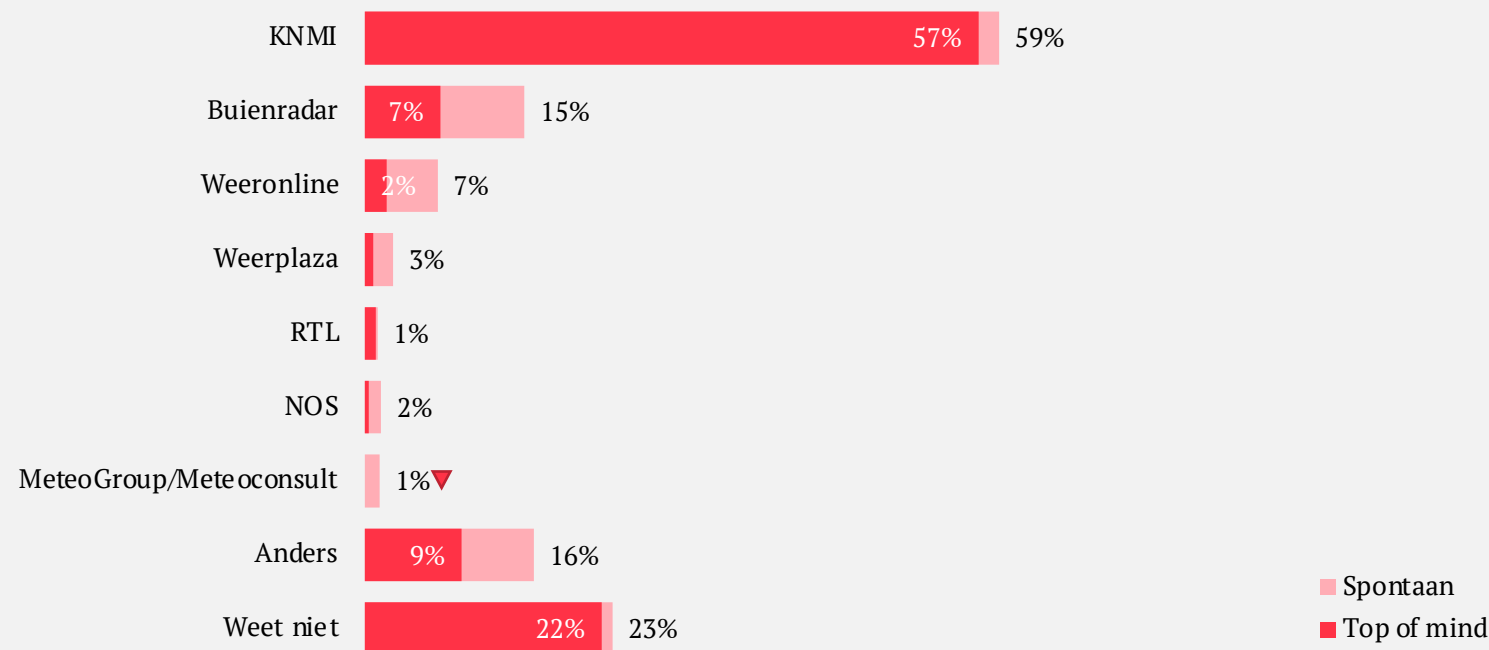
V103: Hieronder ziet u een lijst met organisaties, welke houden zich volgens u bezig met het **klimaat**?

KNMI wordt het vaakst spontaan genoemd als weerorganisatie

Daarnaast is het KNMI bij een meerderheid van de Nederlanders *top-of-mind* als weerorganisatie

Spontane bekendheid organisaties weer

Basis: NL repre (N=1014)



Verschillen met vorige metingen

De huidige meting kent weinig verschillen in spontane bekendheid van weerorganisaties, met een stabiele top 3.

MeteoGroup/Consult wordt wel opnieuw minder vaak spontaan genoemd (van 3% naar 1% in 2021 en 2023).

Verschillen tussen leeftijdsgroepen

Als weerorganisatie wordt het KNMI vaker spontaan genoemd door 35-49-jarigen (61%) en 50-plussers (72%), dan door jongeren (32%). Jongeren (18-34 jaar; 26%) zijn bekender met Buienradar als weerorganisatie dan 34-plussers (10-11%) en weten vaker *geen* organisatie te benoemen (34% vs. 16-26%).

N.B.: organisaties die door minder dan 1% van de ondervraagden zijn benoemd, zijn uit de grafiek gelaten.

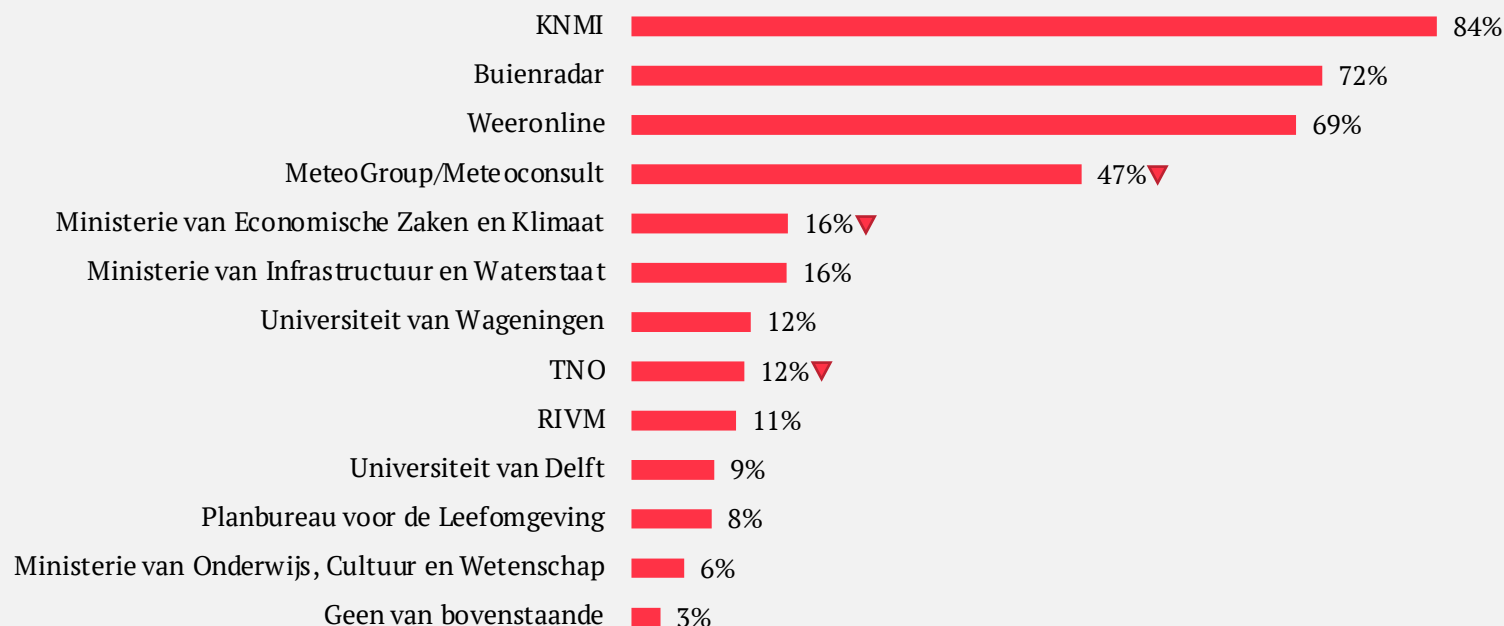
V102: Welke organisaties kent u die zich bezig houden met het **weer**?

Zeer ruime meerderheid ziet het KNMI als weerorganisatie

KNMI blijft daarmee stabiel de bekendste weerorganisatie in Nederland, ook opvolgende online platforms blijven gelijk

Geholpen bekendheid organisaties weer

Basis: NL repre (N=1015)



N.B.: TU Delft en Ministerie van OCW zijn opgenomen als 'fake' opties.

V104: Hieronder ziet u een lijst met organisaties, welke houden zich volgens u bezig met het **weer**?

Verschillen met vorige metingen

De organisaties die ten opzichte van 2021 zijn gestegen in de geholpen bekendheid van weerorganisaties zijn MeteoGroup/ Meteoconsult (54% in 2021 vs. 47% in 2023), Ministerie van EZK (22% in 2021 vs. 16% in 2023) en TNO (15% in 2021 vs. 12% in 2023).

Verschillen tussen leeftijdsgroepen

De bekendheid van KNMI als weerorganisatie lijkt sterk samen te hangen met de leeftijd: waar dit onder 50-plussers bijna unaniem bekend is (91%), is dit onder 35-49-jarigen iets lager (83%), en onder 18-34-jarigen zelfs onder driekwart (72%). Daarnaast zijn de 50-plussers ook beter bekend met verschaffers van weerberichten, zoals Buienradar (76% vs. 67-68%), Weeronline (74% vs. 64-65%) en MeteoGroup (53% vs. 34-47%).

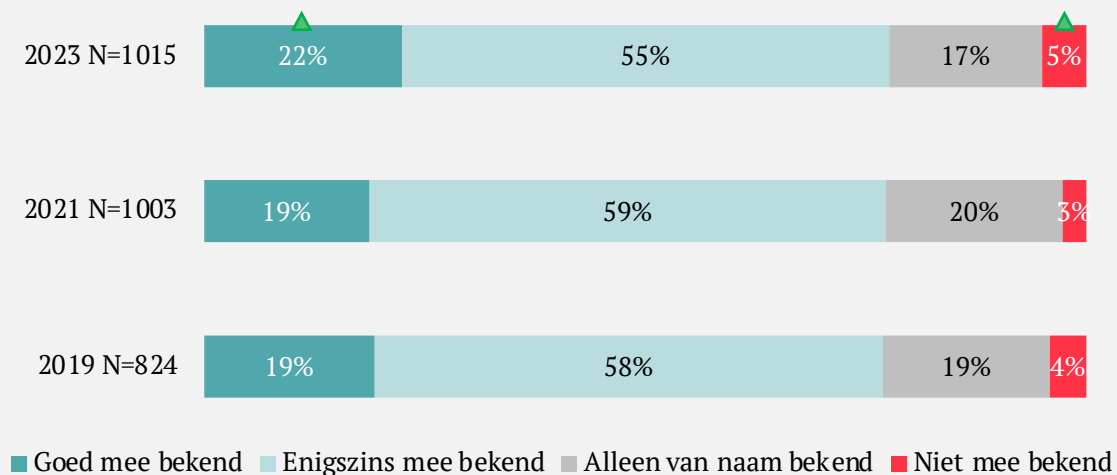
Fake opties

In de lijst zijn twee 'fake' opties opgenomen die zich in de praktijk niet (direct) met weer bezighouden. Hiervan identificeert 9% de TU Delft, en 6% het ministerie van OCW als weerorganisatie. Dit is vergelijkbaar met de meting van 2021 (resp. 10% en 6%). Opvallend is dat jongeren deze opties vaker kiezen dan ouderen.

Lichte stijging van inhoudelijke bekendheid KNMI

Vrijwel alle Nederlanders kennen KNMI ten minste van naam

Mate van bekendheid met KNMI
Basis: NL repre



Bloemlezing van spontane associaties met het KNMI

Spontaan worden onder meer de volgende associaties genoemd:

ⓘ Weerwaarschuwingen

ⓘ O.a. code geel/oranje/rood, alert/alarm, extreem weer, advies, aardbevingen, hitte

ⓘ Weersverwachtingen

ⓘ O.a. voorspellingen, journaal, weerman/vrouw, regen, zon, wind

ⓘ Onderzoek

ⓘ O.a. klimaat(verandering), metingen, statistieken, waterhoogte, satelliet

ⓘ Kenmerken

ⓘ O.a. informatief, betrouwbaar, deskundig, belangrijk, objectief

ⓘ Organisatie

ⓘ O.a. Nederlands, landelijk, koninklijk, De Bilt

Verschillen tussen leeftijdsgroepen

De jongere doelgroepen (18-34 jarigen en 35-49 jarigen) zijn vaker *niet* bekend met het KNMI dan 50-plussers (7-8% vs. 2%). 35-49 jarigen kennen het KNMI het minst vaak *alleen van naam* (11% vs. 18-22%).

V105: De volgende vragen gaan over het KNMI. In hoeverre bent u bekend met het KNMI?

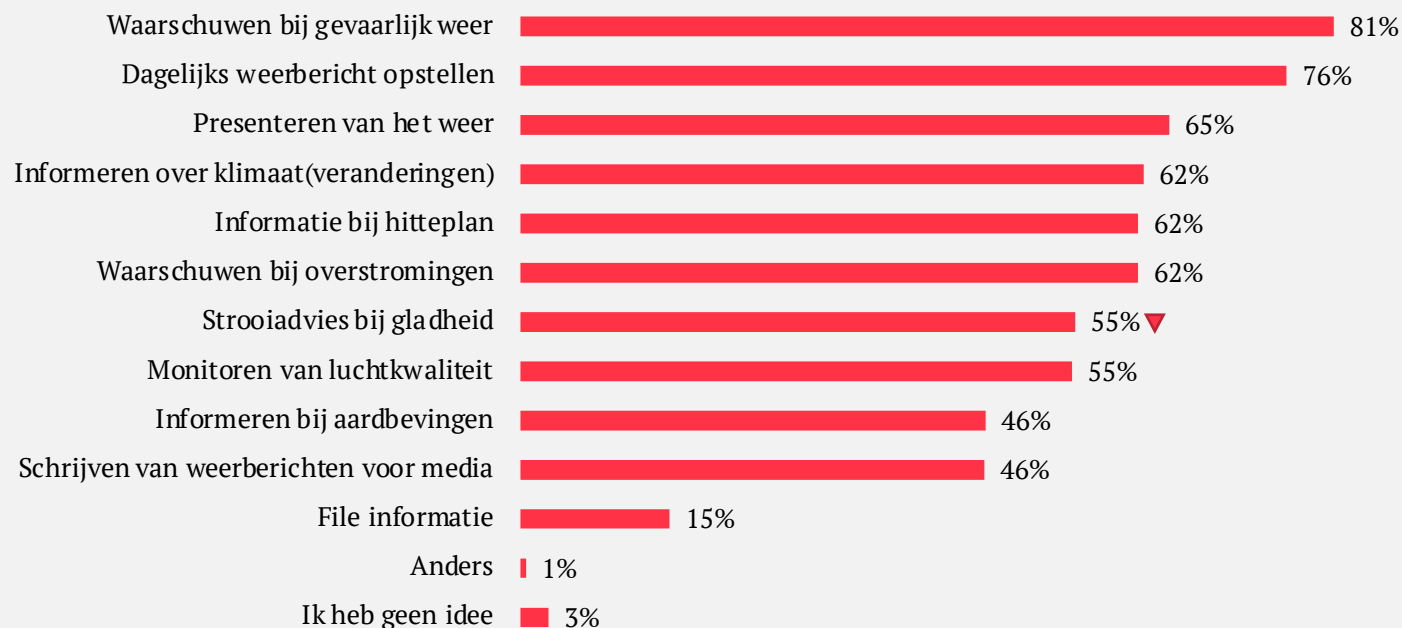
V106: Welke woorden schieten u te binnen als u denkt aan het KNMI?

Waarschuwen en weerbericht blijven bekendste taken KNMI

Meerderheid schrijft het KNMI ook taken toe m.b.t. weerpresentatie, klimaat, advies en luchtkwaliteit

Bekendheid taken KNMI

Basis: NL repre, kent KNMI (n=965)



Verschillen met vorige metingen

Inhoudelijke bekendheid over de verschillende taken van het KNMI blijft grotendeels stabiel in de huidige meting. Enkel de taak *strooiadvies bij gladheid* wordt iets minder vaak toegekend in 2023 dan in 2021 (60% en 55%).

Verschillen tussenleeftijdsgroepen

De groep 50-plussers is over het algemeen beter bekend met de taken van het KNMI, waarbij *waarschuwen bij gevaarlijk weer* (90%) en *dagelijks weerbericht opstellen* (89%) door een overgrote meerderheid herkend worden. Deze groep selecteert echter ook vaker de 'fake' opties dan de jongere groep(en). Opvallend is dat de jongere doelgroepen (18-34 jarigen en 35-49 jarigen) vaker aangeven 'geen idee' te hebben wat de taken zijn van het KNMI dan 50-plussers (4-5% vs. 1%).

Fake opties

In de lijst zijn vier 'fake' opties opgenomen die niet onder het takenpakket van het KNMI vallen: *Waarschuwen bij overstromingen*, *presenteren van het weer*, *file informatie*, *informatie bij hitteplan*, en *schrijven van weerberichten voor media* (kranten en tijdschriften).

Hiervan blijken *presenteren van het weer* (65%), *informatie bij hitteplan* (62%), en *waarschuwen bij overstromingen* (62%) de grootste misvattingen, die door iets minder dan twee derde aan het KNMI worden toegeschreven.

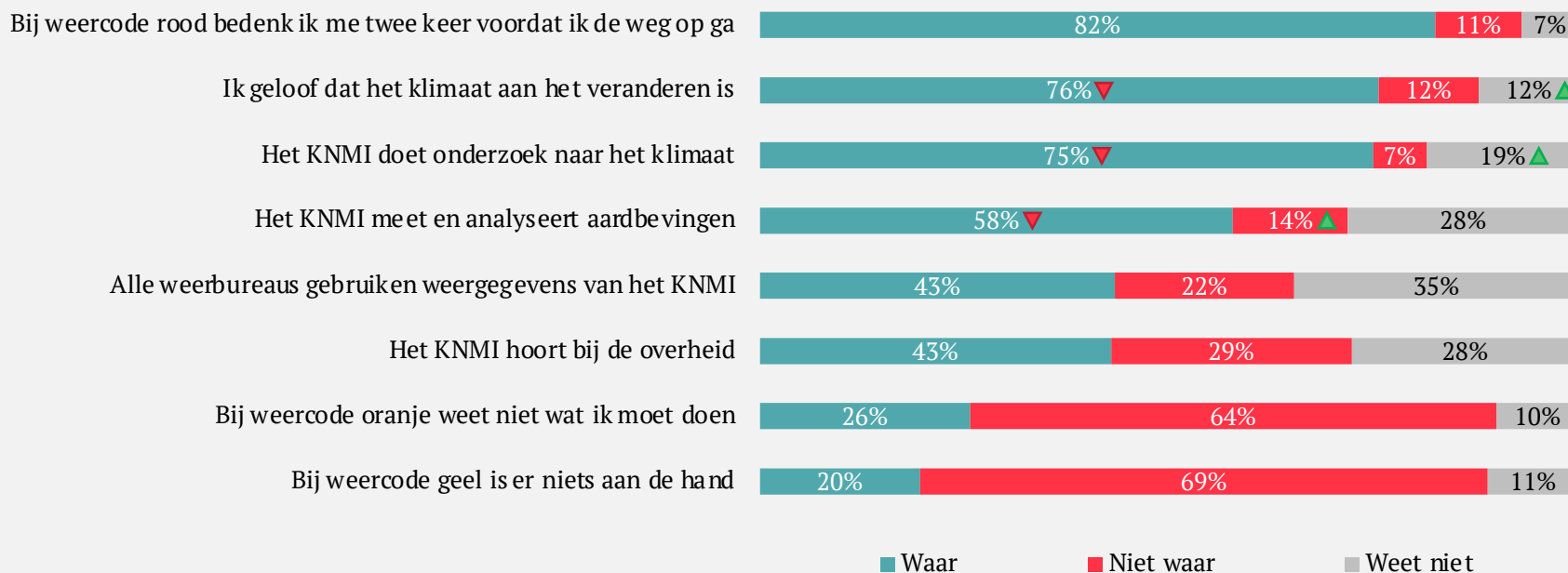
N.B.: In deze vraag zijn vier 'fake' opties opgenomen. Meer hierover in de toelichting
V108: Wat doet het KNMI volgens u?

Ruim acht op tien overweegt advies bij weercode rood

Ruime meerderheid gelooft in klimaatverandering en klimaatonderzoek van KNMI, maar er is een lichte daling t.o.v. 2021

Stellingen/kennisniveau weercodes en KNMI

Basis: NL repre (N=1015)



Verschillen met vorige metingen

In de huidige meting (vs. 2021) gelooft men iets minder vaak dat het klimaat aan het veranderen is (76% vs. 81%) en denkt men iets minder vaak dat het KNMI onderzoek doet naar het klimaat (75% vs. 80%) en dat het KNMI aardbevingen meet en analyseert (58% vs. 65%). Men geeft daarentegen vaker aan niet te weten of het klimaat aan het veranderen (12% in 2023 vs. 9% in 2021) is en of het KNMI onderzoek doet naar het klimaat (19% in 2023 vs. 14% in 2021).

Verschillen tussenleeftijdsgroepen

Jongeren weten vaker dat het KNMI bij de overheid hoort dan 35-plussers (54% vs. 36-40%). Zij denken echter ook vaker dat het KNMI geen onderzoek doet naar het klimaat (13% vs. 3-6%) en dat er bij weercode geel niets aan de hand is (29% vs. 15-19%).

50-plussers lijken meer kennis te hebben over de weercodes en deze serieuzer te nemen dan de jongere doelgroepen: zij geven vaker aan dat er bij weercode geel *wel* iets aan de hand is (77% vs. 58-65%), dat ze weten wat ze moeten doen bij weercode oranje (73% vs. 54-57%) en dat ze zich twee keer bedenken voordat ze bij code rood de weg op gaan (88% vs. 76%). Daarnaast geloven zij vaker in klimaatverandering (80% vs. 69-73%).

V120: In hoeverre zijn de onderstaande stellingen volgens u waar dan wel niet waar?

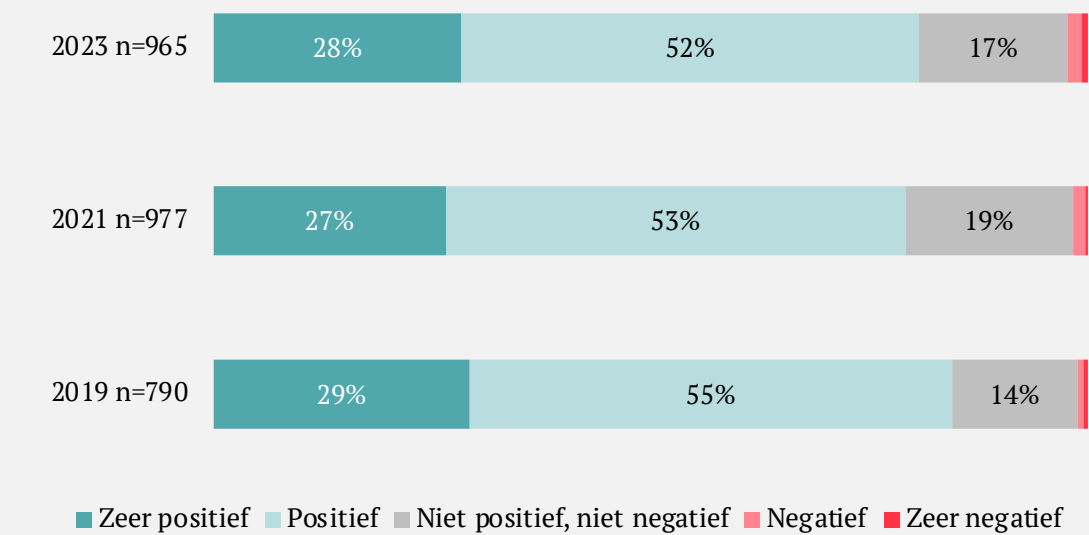
CHOICE

Houding

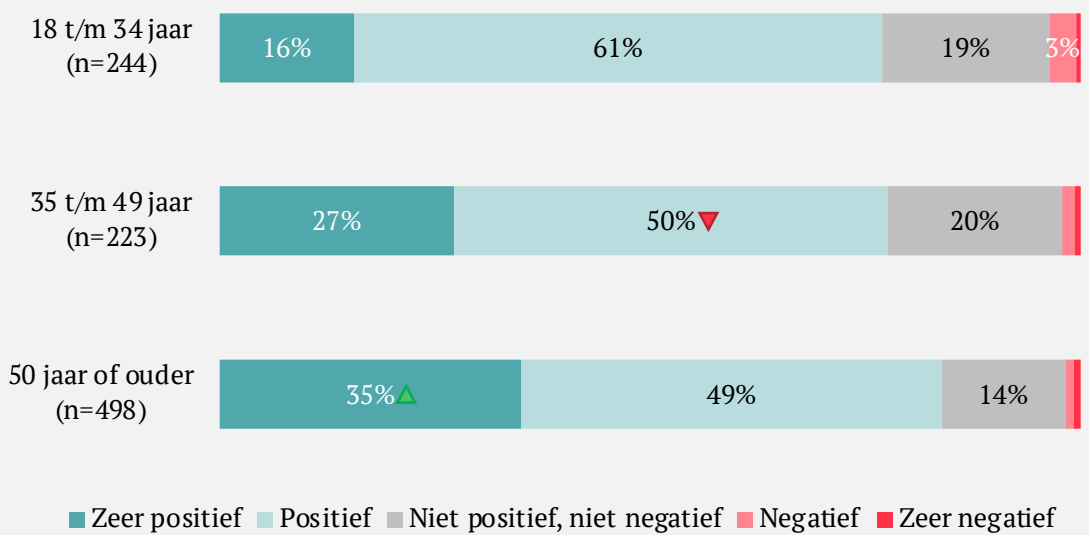
Nederlander blijft (zeer) positief over het KNMI

Vier op de vijf die het KNMI kent, is (zeer) positief over KNMI; lichte stijging in zeer positieve houding oudste doelgroep

Houding KNMI
Basis: NL repre, kent KNMI



Houding KNMI (meting 2023)
Basis: NL repre, kent KNMI (n=965)



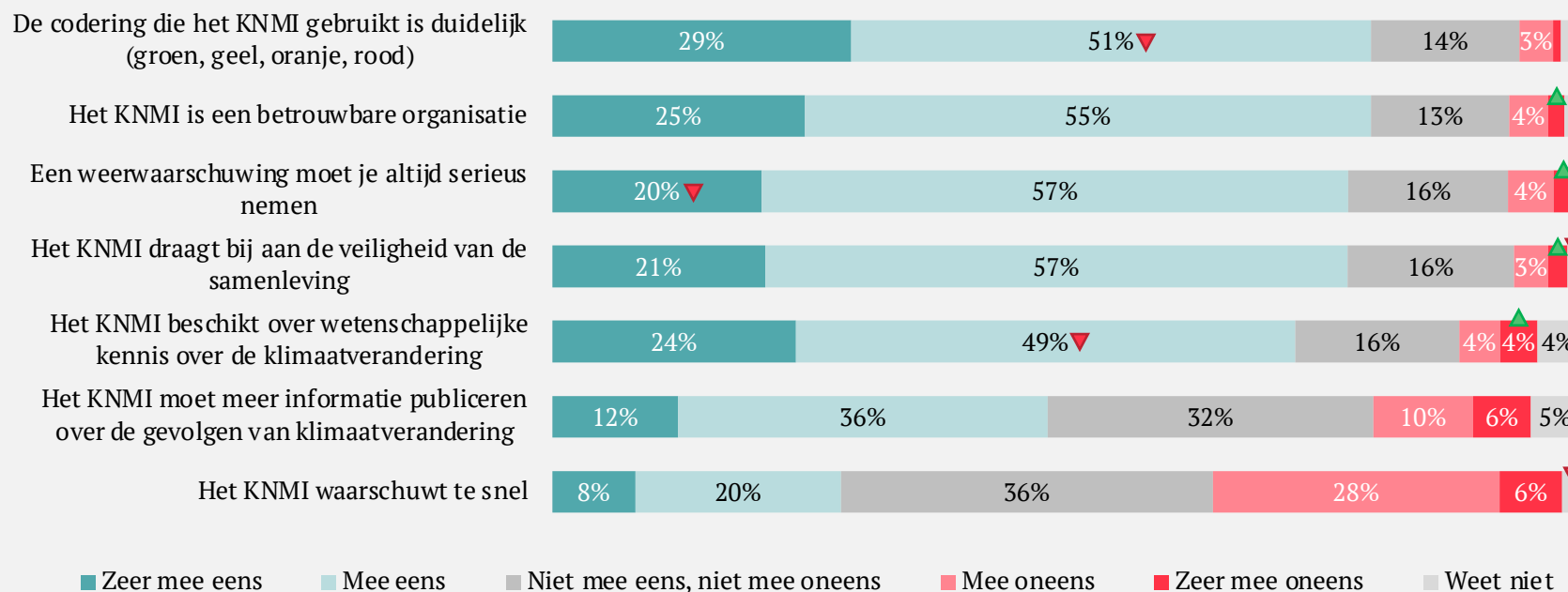
V110: In hoeverre staat u positief of negatief tegenover het KNMI?

80% vindt KNMI betrouwbaar en weercodes duidelijk

De meeste verdeeldheid bestaat over snelheid van waarschuwingen en publicatie van informatie over klimaatverandering

Stellingen houding KNMI

Basis: NL repre, kent KNMI (n=965)



Verschillen met vorige metingen

Ten opzichte van 2021 is de belangrijkste verschuiving terug te vinden in de stelling over het door het KNMI beschikken over wetenschappelijke kennis over de klimaatverandering. Waar in 2021 slechts 1% het hier zeer mee oneens was, is er in 2023 een lichte stijging naar 4%. Daarnaast is men het in 2023 t.o.v. 2021 het iets minder vaak zeer mee eens met de stelling dat een weerwaarschuwing altijd serieus moet worden genomen (resp. 20% vs. 25%).

Verschillen tussen leeftijdsgroepen

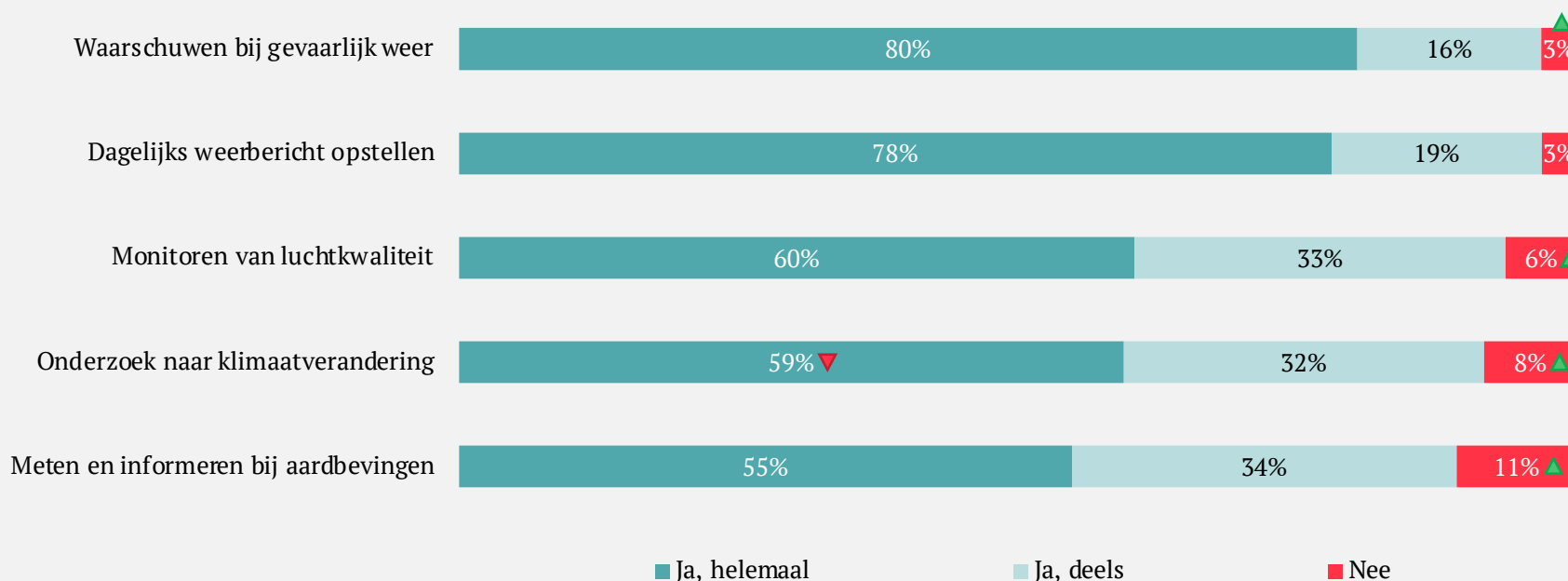
50-plussers zijn het er vaker (zeer) mee eens dat weerwaarschuwingen altijd serieus moeten worden genomen dan de jongere doelgroepen (85% vs. 70%). Daarnaast zijn zij het er vaker zeer mee oneens dat het KNMI te snel waarschuwt (9% vs. 3%).

V111: In hoeverre bent u het eens dan wel oneens met de onderstaande stellingen?

(Ruime) meerderheid vindt hoofdtaken KNMI helemaal passend

Slechts een zeer kleine groep vindt één of meer hoofdtaken niet passend bij het KNMI, deze groep neemt (zeer) licht toe

Passendheid taken KNMI
Basis: NL repre, kent KNMI (n=965)



Verschillen met vorige metingen

Ten opzichte van de meting uit 2021 is men iets minder sterk overtuigd van de passendheid van de verschillende taken van het KNMI. De belangrijkste verschuiving heeft betrekking op het *doen van onderzoek naar klimaatverandering*, 59% vindt deze taak helemaal passend (vs. 65% in 2021) en 8% vindt deze taak niet passend (vs. 5% in 2021).

Verschillen tussen leeftijdsgroepen

De groep 50-plussers is er sterker van overtuigd dat *waarschuwen bij gevaarlijk weer* (88% vs. 70-75%) en *dagelijks weerbericht opstellen* (90% vs. 55-78%) helemaal bij het KNMI passen dan de jongere doelgroepen. Opvallend is dat laatstgenoemde onder de jongste doelgroep (18-34 jaar) door slechts 55% als passend wordt gezien.

V109: Het KNMI draagt zorg voor een veilige samenleving. Vindt u onderstaande taken passen bij het KNMI?

CHOICE

Imago

Leeswijzer kernwaarden en imagotest

Samenstelling kernwaarden

In 2021 heeft het KNMI drie nieuwe kernwaarden: *ontwikkeling*, *samenwerking* en *relevantie* geïntroduceerd.

In samenspraak met het KNMI heeft CHOICE Insights + Strategy voor iedere kernwaarde een lijst opgesteld met verschillende aspecten die onder het thema vallen. In de huidige meting 2023 zijn deze niet veranderd.

Ontwikkeling

- In beweging
- Flexibel
- Toekomstgericht
- Vooruitstrevend
- Leergierig
- Wetenschappelijk
- Vernieuwend
- Ouderwets

Samenwerking

- Doelgericht
- Vriendelijk
- Open
- Samenwerken
- Klantgericht
- Verbindend
- Luisterend
- Arrogant
- Egoïstisch

Relevantie

- Relevant
- Betrouwbaar
- Onafhankelijk
- Waardevol
- Behulpzaam
- Nuttig
- Praktisch
- Actueel
- Interessant
- Overbodig
- Oninteressant

Opbouw en rapportage van IAT-test

De lijst van aspecten zijn vervolgens uitgevraagd middels een Impliciete Associatie Test (IAT-test). Hierin wordt respondenten gevraagd om per item aspect aan te geven of ze dit aspect *wel* of *niet* bij het KNMI vinden passen.

Daarbij wordt ook de reactiesnelheid van de respondent gemeten: hoe *sneller* de respondent in staat is om aan te geven of een aspect wel of niet passend is bij een merk, hoe *sterker* de mentale link en associatie tussen merk en aspect.

In de berekening van de IAT-scores is per aspect één totaalscore gemaakt, op basis van het aantal (niet) passende waarnemingen en de gemiddelde reactietijd.

De scores lopen hierbij van -2,69 tot +2,69*. Hoe dichterbij één van deze waardes ligt, hoe sneller de reactietijd en daarmee sterker de associatie. Hoe dichterbij de 0 ligt, hoe zwakker de associatie: respondenten doen er langer over om te kiezen, en/of respondenten zijn minder eensgezind over de vraag of het aspect wel of niet passend is.

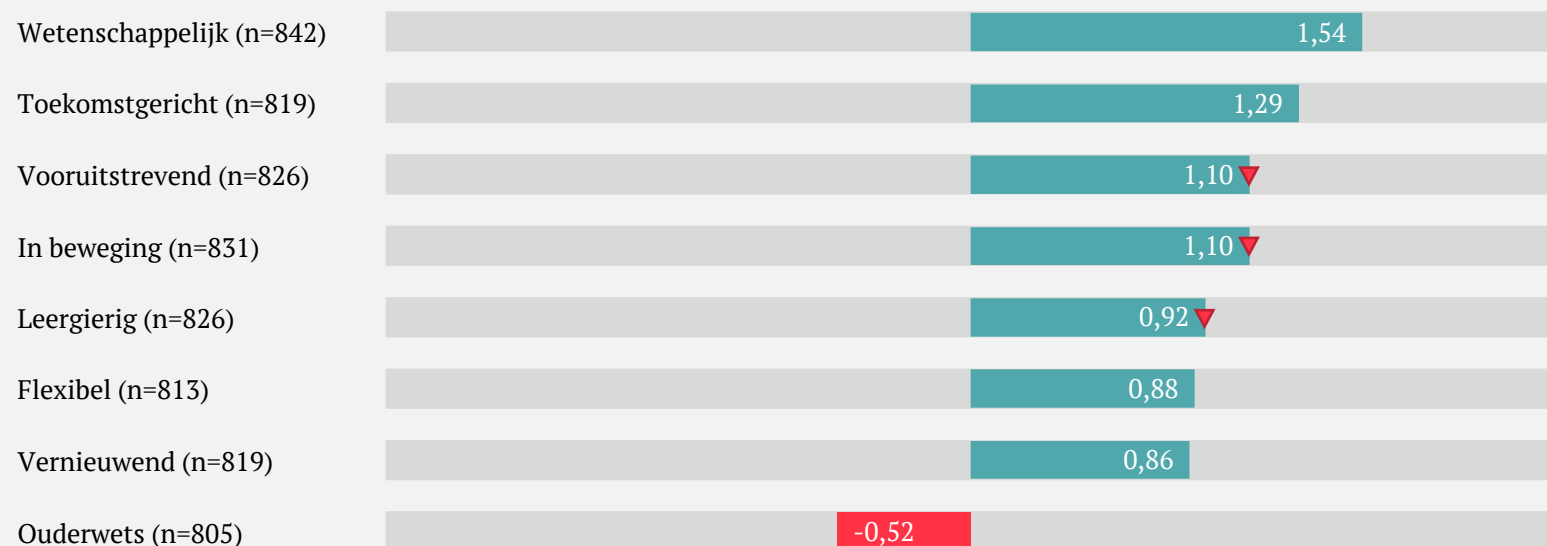
Ter volledigheid is na de IAT-scores per kernwaarde ook een overzicht opgenomen van alle aspecten, inclusief het percentage invullers dat het aspect als passend ziet voor het KNMI.

*N.B.: Deze range is bepaald op basis van de minimale én maximale reactiesnelheid waarmee de respondent de vraag dient te beantwoorden. Respondenten die in minder dan 0,31 seconden een aspect wel of niet passend vinden, worden beschouwd als onbetrouwbaar en buiten de analyse gelaten. Respondenten die langer dan 3 seconden doen over het beantwoorden van de vraag, worden beschouwd als outliers en daarmee buiten de analyse gelaten. Om deze reden wijken de respondentenaantallen iets af per aspect. Alle respondenten die bekend zijn met het KNMI (n=965), hebben de IAT-test ingevuld. Per aspect valt minimaal 82% en maximaal 88% van de invullers binnen de gewenste tijdsrange.

Wetenschappelijk blijft sterkste associatie van Ontwikkeling

‘Toekomstgericht’ blijft eveneens een sterke associatie; ‘vooruitstrevend’, ‘in beweging’ en ‘leergierig’ zijn licht gedaald

IAT Scores - Ontwikkeling
Basis: NL repre, kent KNMI



Controle aspect

Ter controle zijn per kernwaarde ook 1 tot 2 tegenstellingen opgenomen, waarbij het de verwachting is dat deze als niet passend zullen worden ervaren wanneer de rest dat wel is, en vice versa.

Voor de kernwaarde *ontwikkeling* gaat dit om het aspect ‘ouderwets’. Zoals verwacht wordt dit aspect in tegenstelling tot de andere aspecten als overwegend niet passend ervaren.

Aangezien ‘ouderwets’ echter het dichtst bij de 0 ligt van alle aspecten, spreekt men zich ook niet sterk uit *tegen* de opvatting dat het KNMI een ouderwets imago zou hebben.

Verschillen met vorige metingen

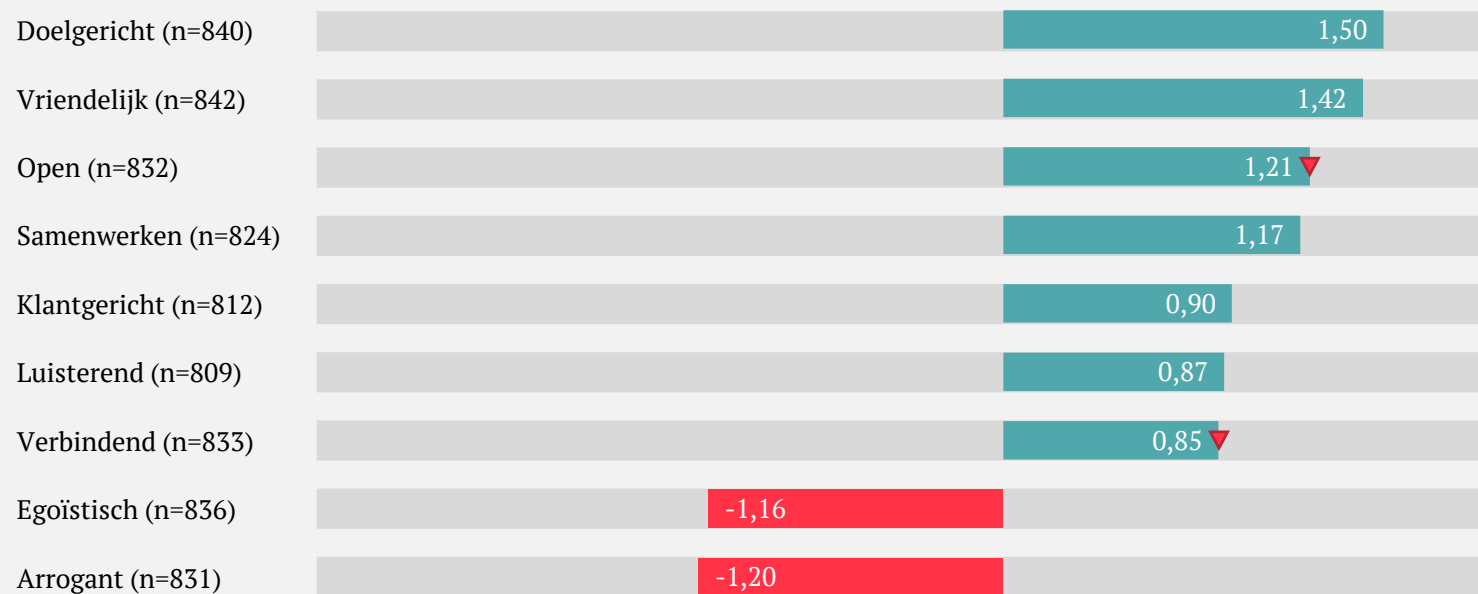
Vergeleken met de meting van 2021 is de associatiesterkte met ‘vooruitstrevend’ (1,27 vs. 1,10), ‘in beweging’ (1,24 vs. 1,10) en ‘leergierig’ (1,07 vs. 0,92) in 2023 licht verminderd.

V107: Op de volgende pagina worden verschillende typeringen één voor één getoond. Het is de bedoeling om zo snel mogelijk aan te geven of u de typering vindt passen bij het KNMI.

Doelgericht blijft sterkste associatie binnen Samenwerking

Ook 'vriendelijk' relatief sterk toegewezen aan KNMI, sterkte associatie 'open' en 'verbindend' is licht afgenomen

IAT Scores - Samenwerking
Basis: NL repre, kent KNMI



Controle aspect

Zoals verwacht wordende tegenstellingen van de kernwaarde *samenwerking* ('egoïstisch' en 'arrogant') in tegenstelling tot de andere aspecten als overwegend niet passend ervaren.

Daarnaast liggen de scores op deze aspecten relatief ver van de 0: daarmee lijkt men er redelijk sterk van overtuigd dat de eigenschappen egoïstisch en arrogant niet van toepassing zijn op het KNMI.

Verschillen met vorige metingen

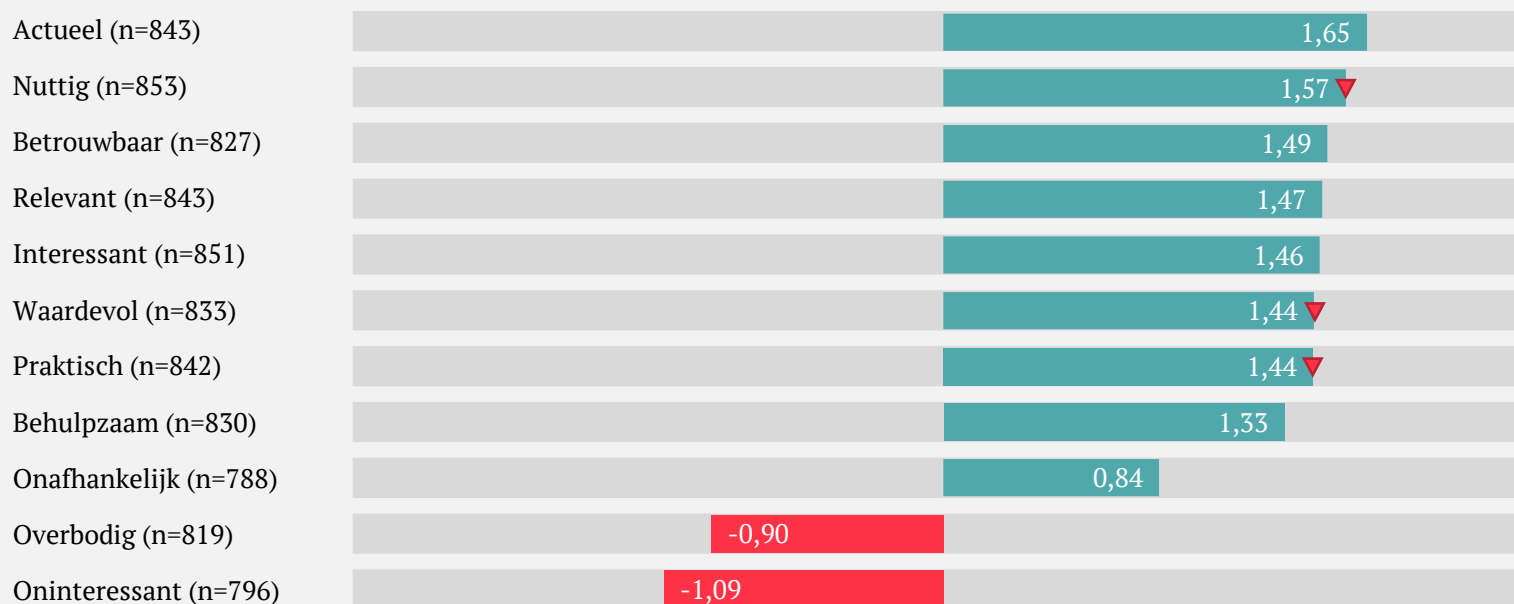
Vergeleken met de meting van 2021 is de associatiesterkte met 'open' (1,36 vs. 1,21) en 'verbindend' (1,05 vs. 0,85) in 2023 licht verminderd.

V107: Op de volgende pagina worden verschillende typeringën één voor één getoond. Het is de bedoeling om zo snel mogelijk aan te geven of u de typering vindt passen bij het KNMI.

Binnen Relevantie zijn vrijwel alle associaties sterk

'Actueel' sterkste associatie met KNMI, 'onafhankelijk' blijft als associatie enigszins achter op de rest

IAT Scores - Relevantie
Basis: NL repre, kent KNMI



Controle aspect

De tegenstellingen voor de kernwaarde *relevantie* zijn de aspecten 'overbodig' en 'oninteressant'. Zoals verwacht worden deze aspecten in tegenstelling tot de rest als overwegend niet passend ervaren.

De score van 'overbodig' ligt matig tot gemiddeld ver verwijderd van de 0 en is daarmee niet enorm sterk negatief. Dit doet vermoeden dat men nog niet helemaal bewust is van de essentiële rol die het KNMI voorziet op het gebied van weer en klimaat. De score van 'oninteressant' ligt relatief ver van de 0: daarmee lijkt men er redelijk sterk van overtuigd dat de eigenschap oninteressant niet van toepassing is op het KNMI.

Verschillen met vorige metingen

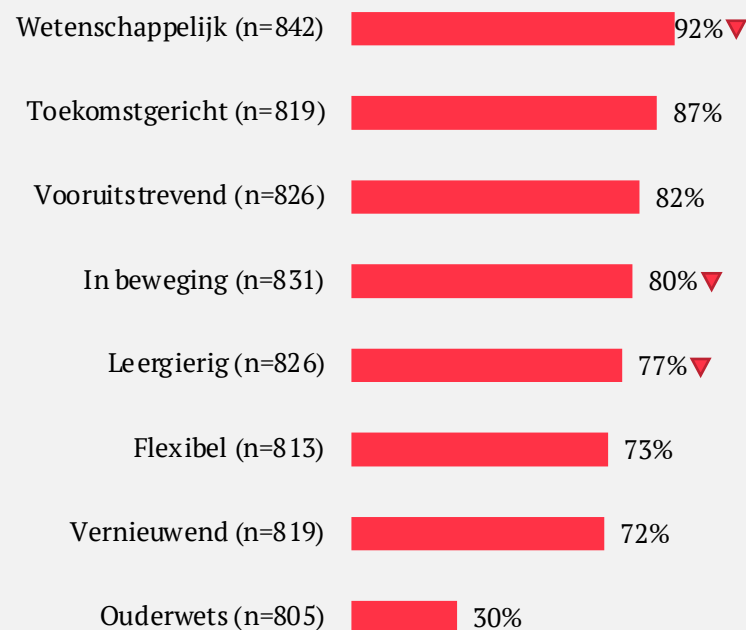
Vergeleken met de meting van 2021 is de associatiesterkte met 'nuttig' (1,72 vs. 1,57), 'waardevol' (1,63 vs. 1,44) en 'praktisch' (1,56 vs. 1,44) in 2023 licht verminderd.

V107: Op de volgende pagina worden verschillende typeringen één voor één getoond. Het is de bedoeling om zo snel mogelijk aan te geven of u de typering vindt passen bij het KNMI.

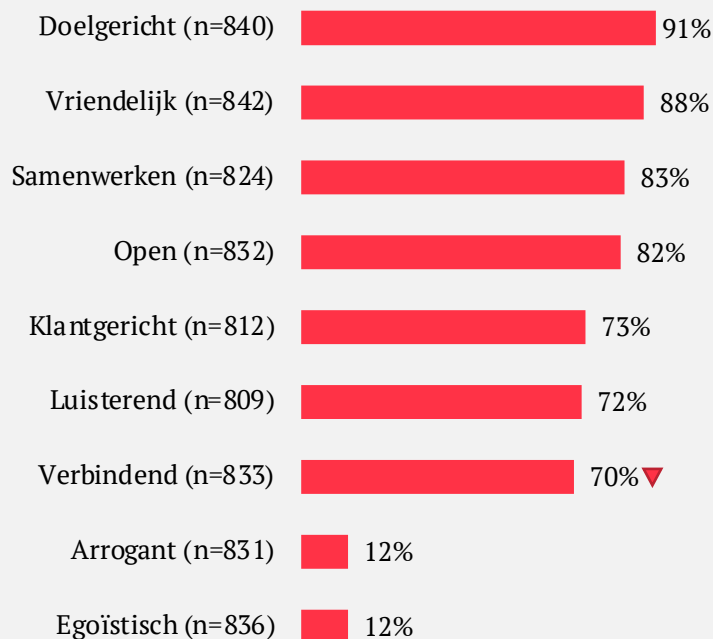
Kernwaarde Relevantie blijft stabiel het meest passend

KNMI heeft overwegend een actueel, nuttig, wetenschappelijk en doelgericht imago

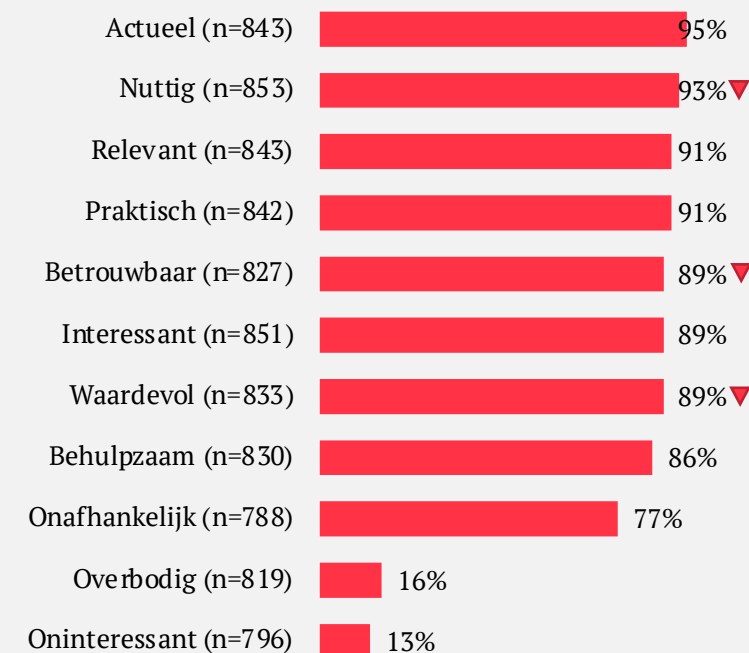
IAT - % Passend - Ontwikkeling



IAT - % Passend - Samenwerken



IAT - % Passend - Relevantie



N.B. Alle respondenten die aangeven het KNMI te kennen (n=965 voor de NL repre groep) hebben de IAT-test ingevuld. Om de betrouwbaarheid van de uitkomsten van de IAT-test te garanderen, worden antwoorden buiten de range van 0,31 t/m 2,99 seconden in de analyse buiten beschouwing gelaten. Om deze reden wijken de aantallen iets af per item. Per item valt 82-88% van de invullers binnen de tijdsrange.

V107: Op de volgende pagina worden verschillende typeringén één voor één getoond. Het is de bedoeling om zo snel mogelijk aan te geven of u de typering vindt passen bij het KNMI.

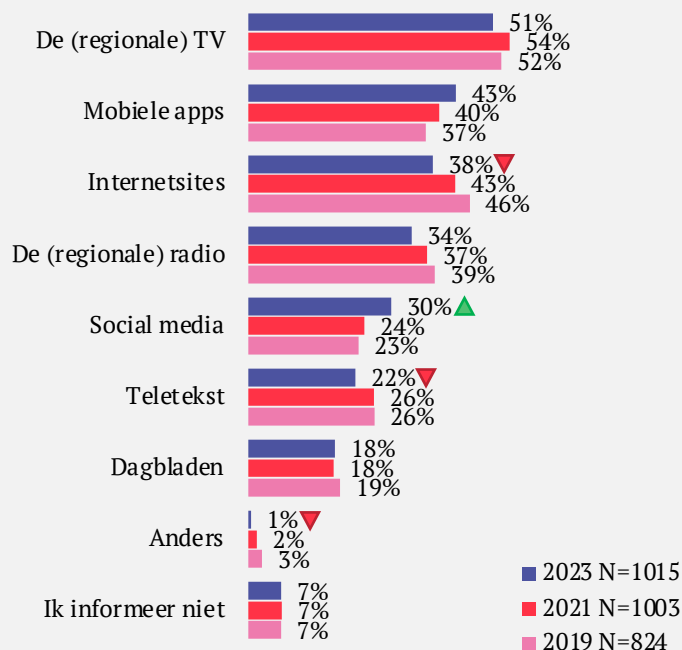
Informatiebehoefte en gedrag

Televisie stabiel vaakst geraadpleegd bij gevaarlijk weer

Gebruik internetsites neemt af, maar website KNMI blijft op vierde plaats; Buienradar blijft meest geraadpleegde site/app

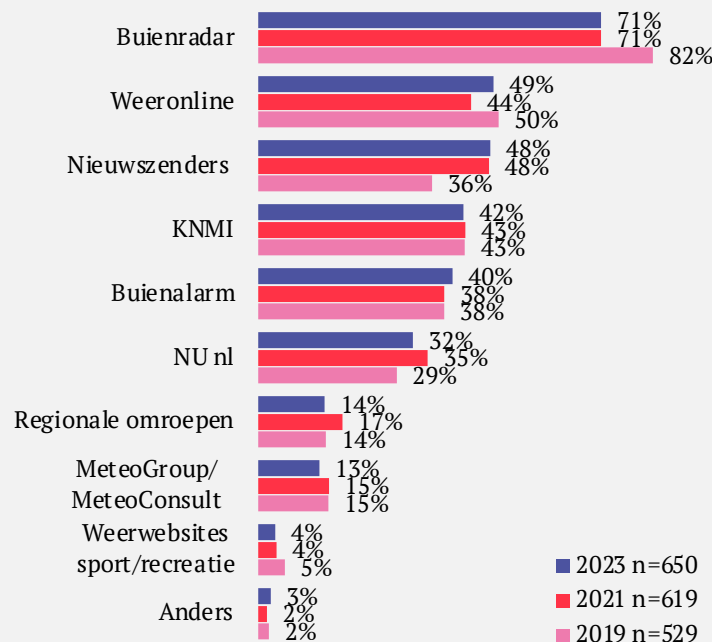
Media bij gevaarlijk weer

Basis: NL repre



Sites/apps bij gevaarlijk weer

Basis: NL repre, gebruikt sites/apps



Verschillen met vorige metingen

Ten opzichte van 2021 raadpleegt men minder vaak internetsites en teletekst bij gevaarlijk weer, maar het sociale mediagebruik is toegenomen.

Verschillen tussen leeftijdsgroepen

18-34 jarigen informeren zich in eerste plaats via mobiele apps (47%), internet (44%) en social media (43%). 35-49-jarigen informeren zich het eerst via de tv (50%), internet (47%) en mobiele apps (45%). 50-plussers informeren zichzelf het vaakst via traditionele media als de tv (59%) en radio (37%), maar ook mobiele apps (40%).

Bij internet/appgebruik bezoeken 35-plussers vaker Buienradar dan jongeren (71-78% vs. 59%) en bezoeken 50-plussers vaker dan 18-34 jarigen de website van het KNMI (46% vs. 36%).

Raadplegen van KNMI

Iets minder dan de helft (42%) van site/app-bezoekers (n=650) bezoekt hierbij het KNMI. Daarmee komt het totale aandeel van mensen die het KNMI raadpleegt bij gevaarlijk weer uit op 27% (gelijk aan 2021).

V115: Via welke kanalen informeert u zich bij **gevaarlijk weer** (zoals storm, onweer)?

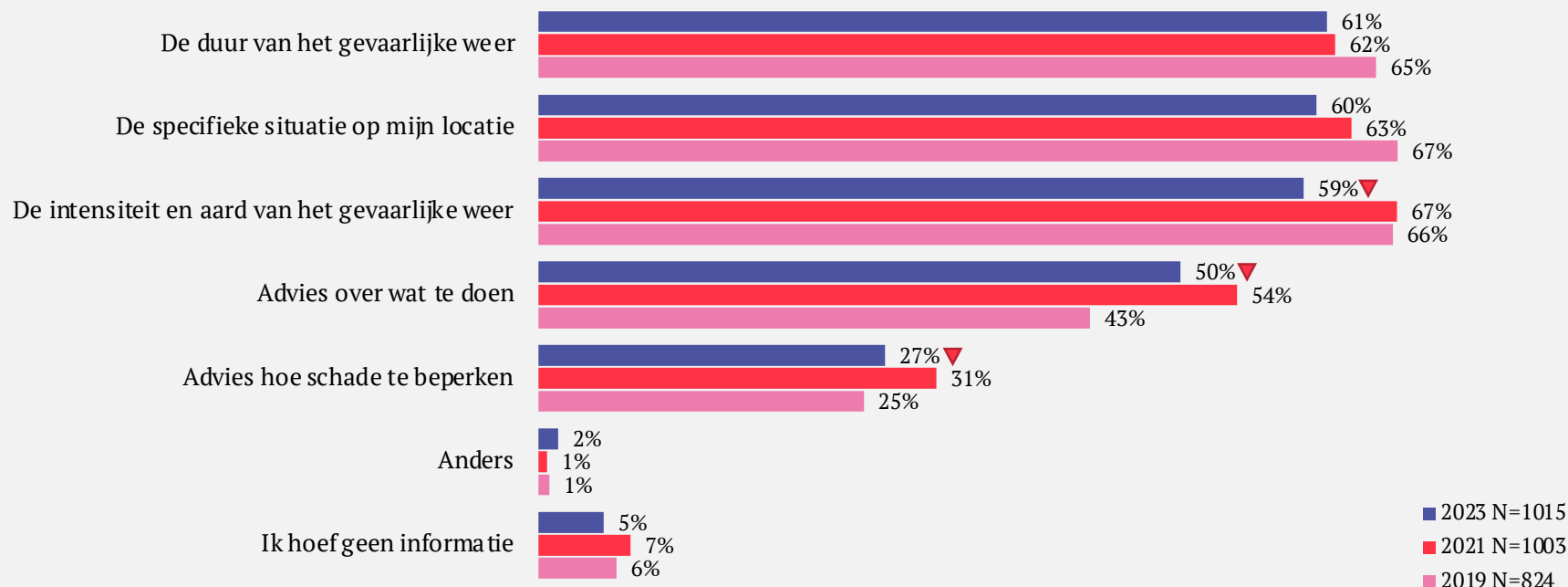
V116: En welke internetsites en apps raadpleegt u bij **gevaarlijk weer** (zoals storm, onweer)?

Duur, locatie en intentie belangrijkste onderwerpen

De wens voor informatie over de intensiteit en aard van gevaarlijk weer neemt echter af

Informatie gewenst bij gevaarlijk weer

Basis: NL repre



Verschillen met vorige metingen

Ten opzichte van 2021 is de behoefte aan informatie over de intensiteit en aard van het gevaarlijke weer en advies over wat te doen en hoe de schade te beperken bij gevaarlijk weer afgenomen in de huidige meting.

Verschillen tussen leeftijdsgroepen

35-plussers hebben vaker behoefte aan informatie over de intensiteit/aard van het weer dan jongeren (60-66% vs. 47%). Daarnaast wensen 50-plussers vaker informatie over de specifieke situatie op de eigen locatie dan 18-34-jarigen (63% vs. 56%). Daarentegen is onder de jongste groep (18-34 jaar) de behoefte om advies over hoe schade te beperken hoger dan bij 35-plussers (34% vs. 23-25%).

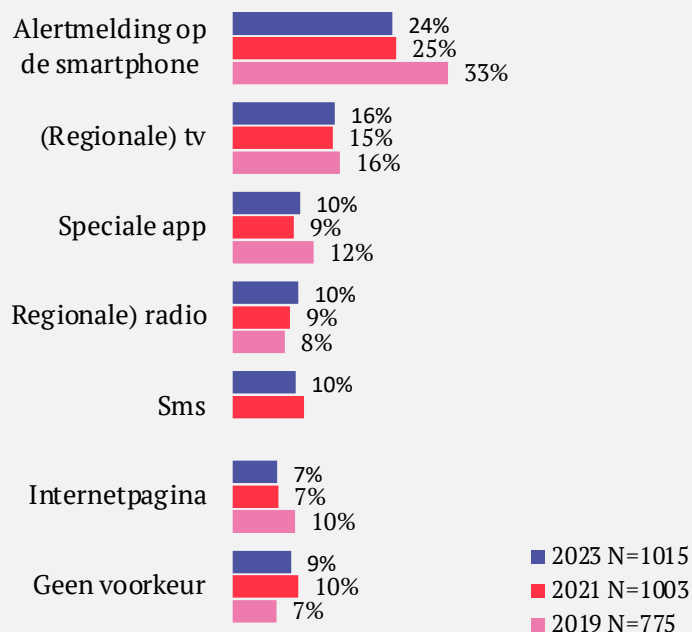
V117: Welke informatie wenst u bij gevaarlijk weer?

Alert meldingen op smartphone zijn nog steeds meest gewenst

Daarna hebben tv en speciale apps de meeste voorkeur; KNMI is nog steeds veruit de meest geschikte afzender

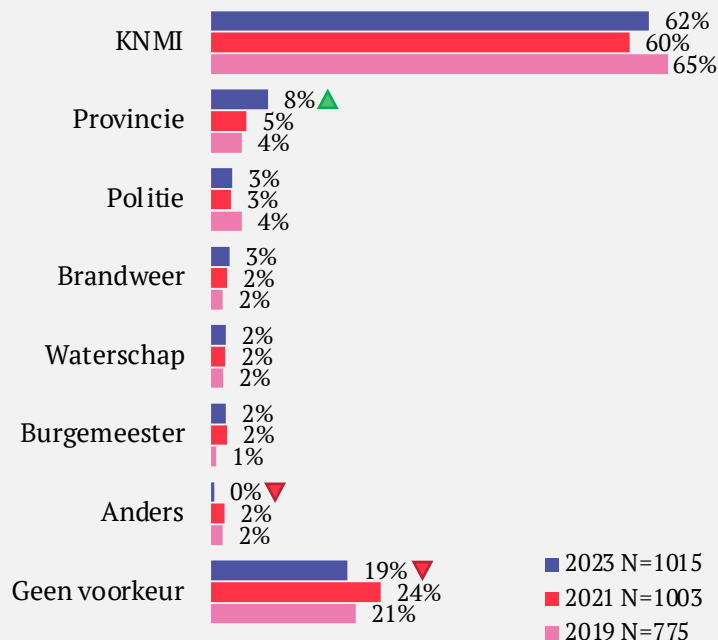
Voorkeur kanaal bij gevaarlijk weer*

Basis: NL repre



Voorkeur persoon/instantie bij gevaarlijk weer

Basis: NL repre



Verschillen met vorige metingen

Hoewel minder sterk dan in 2019, hebben alerts op de smartphone de meeste voorkeur. Een kleine kanttekening hierbij is dat de optie 'sms' in de 2019-meting niet is getoond, en in van 2021 en 2023 wellicht voor iets meer verdeeldheid tussen deze opties heeft gezorgd. Met betrekking tot de afzender heeft een iets grotere groep een voorkeur voor de provincie dan voorheen en heeft een iets kleinere groep geen voorkeur. De meerderheid blijft echter de voorkeur hebben voor het KNMI als afzender.

Verschillen tussen leeftijdsgroepen

Onder alle leeftijden worden alert-meldingen als meest geschikte communicatiemiddel gezien bij gevaarlijk weer. Daarnaast houden de 35-plussers iets sterker vast aan tv (18-19% vs. 8%) en de 50-plussers aan radio (13% vs. 6-8%).

Ook wordt KNMI onder alle leeftijden met afstand als meest geschikte afzender gezien, zij het iets minder sterk onder de jongste leeftijdsgroep (53%).

V118: Hoe zou u het liefst de informatie over gevaarlijk weer en/of aardbevingen (Groningen) aangereikt krijgen?

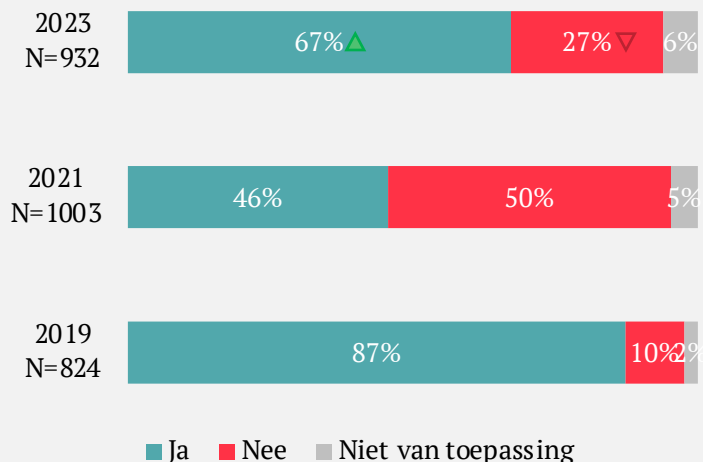
V119: Door wie zou u het liefst geïnformeerd willen worden bij gevaarlijk weer en/of aardbevingen (Groningen)?

*Omwille van de leesbaarheid worden in linkergrafiek alleen percentages van >5% getoond.

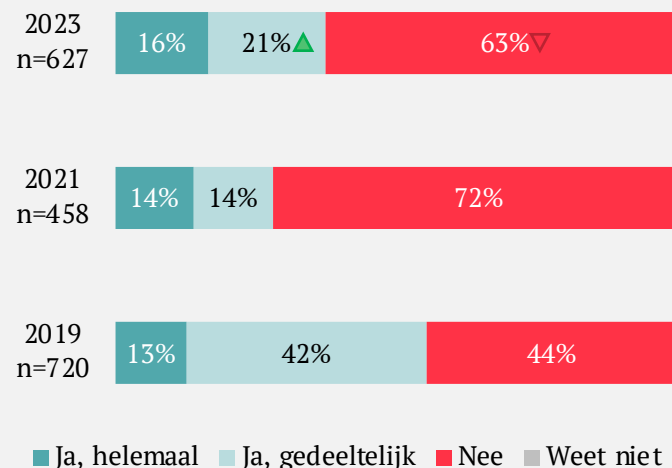
Twee derde heeft weerwaarschuwing gezien

Bij iets minder dan een derde van de ontvangers leidt weerwaarschuwing tot (gedeeltelijke) actie

Weerwaarschuwing gezien/gelezen
Basis: NL repre



Plannen aangepast n.a.v. weerwaarschuwing
Basis: NL repre, waarschuwing gezien



Provincies Noord- en Zuid-Holland

Op zaterdag 2 december waarschuwde het KNMI voor gladheid door ijzel in Noord-Holland en Zuid-Holland. In Noord-Holland (n=164) heeft 70% iets over dit bericht gezien, in Zuid-Holland (n=205) is dat 71%. In Noord-Holland heeft van deze groep (n=115) 44% (deels) diens plannen aangepast en in Zuid-Holland lag het percentage in deze groep (n=145) op 43%.

Geen actie ondernomen

Van de 627 personen die wel iets over de weerwaarschuwing gezien hebben, heeft 63% hun plannen niet aangepast. Hierin valt onderscheid te maken tussen 15% die ondanks de waarschuwing toch hun plannen in Noord-Holland/Zuid-Holland door hebben laten gaan, en 48% die bij voorbaat ook geen plannen had in deze omgeving.

Verschillen tussen leeftijdsgroepen

50-plussers hebben vaker de weerwaarschuwing gezien/gelezen dan de jongere doelgroepen (74% vs. 58-64%). Daarnaast passen zij vaker hun plannen *helemaal* aan naar aanleiding van de weerwaarschuwing dan de jongere doelgroepen (17% vs. 10%).

*N.B.: de weerwaarschuwing in de huidige meting is onder een kleinere groep verspreid dan de weerwaarschuwing in de huidige meting. Om deze reden worden de resultaten niet op significantie vergeleken.

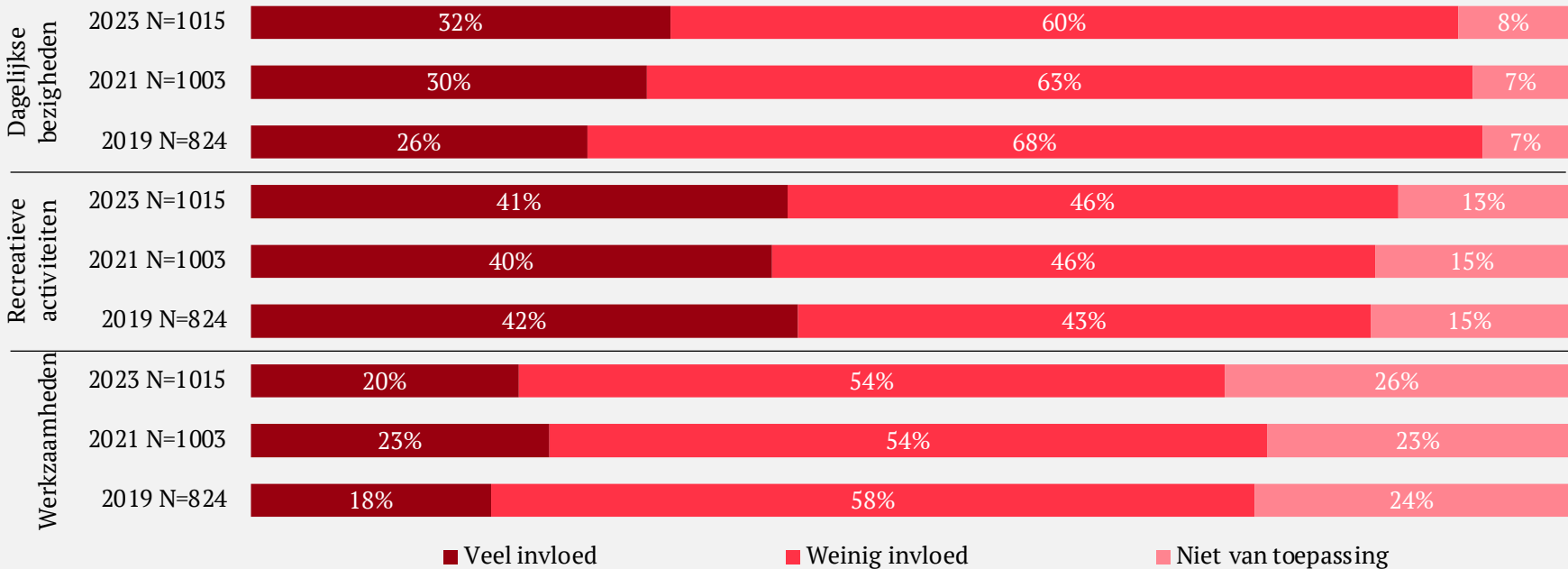
V121: Kunt u terugdenken aan de laatste keer dat er gevaarlijk weer is geweest; gladheid door ijzel in Noord-Holland en Zuid-Holland op zaterdag 2 december (code oranje). Heeft u iets over een weerwaarschuwing gezien of gelezen?

V122: Heeft u uw plannen voor die dag aangepast naar aanleiding van deze weerwaarschuwing?

Weer heeft nog steeds grootste invloed op recreatie

De invloed op werkzaamheden blijft het kleinst: voor twee op de vijf heeft het weer veel invloed hierop

Invloed weer op activiteiten
Basis: NL repre



Verschillen met vorige metingen
In vergelijking tot voorgaande metingen zijn er geen significante verschillen met betrekking tot de invloed van het weer op de verschillende soorten activiteiten.

Verschillen tussen leeftijdsgroepen
Het weer heeft vaker veel invloed op de dagelijkse bezigheden (35-42% vs. 25%) en werkzaamheden (26-29% vs. 13%) van 18-34-jarigen en 35-49-jarigen dan die van 50-plussers. 50-plussers geven vaker aan dat het weer weinig invloed op heeft op dagelijkse activiteiten (66% vs. 50-57%) en dat het niet van toepassing is op werkzaamheden (37% vs. 11-21%). Daarnaast heeft het weer vaker veel invloed op de recreatieve activiteiten van jongeren (18-35-jarigen) dan die van 35-plussers (48% vs. 37-39%).

V123: Kunt u tot slot aangeven in hoeverre het weer invloed heeft op uw...

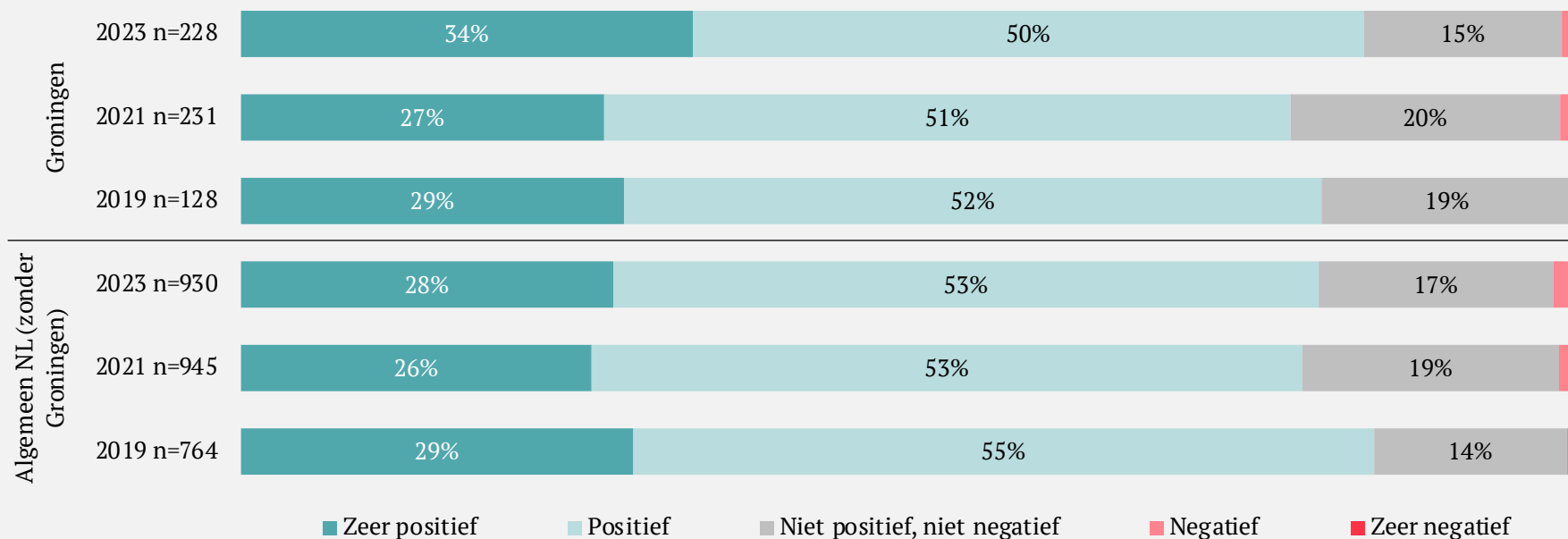
CHOICE

Groningen

Houding Groningen komt overeen met rest van Nederland

Wel *lijken* Groningers iets vaker zeer positief dan twee jaar geleden, maar dit verschil is niet significant

Houding KNMI - Groningen vs. rest van Nederland
Basis: Allen



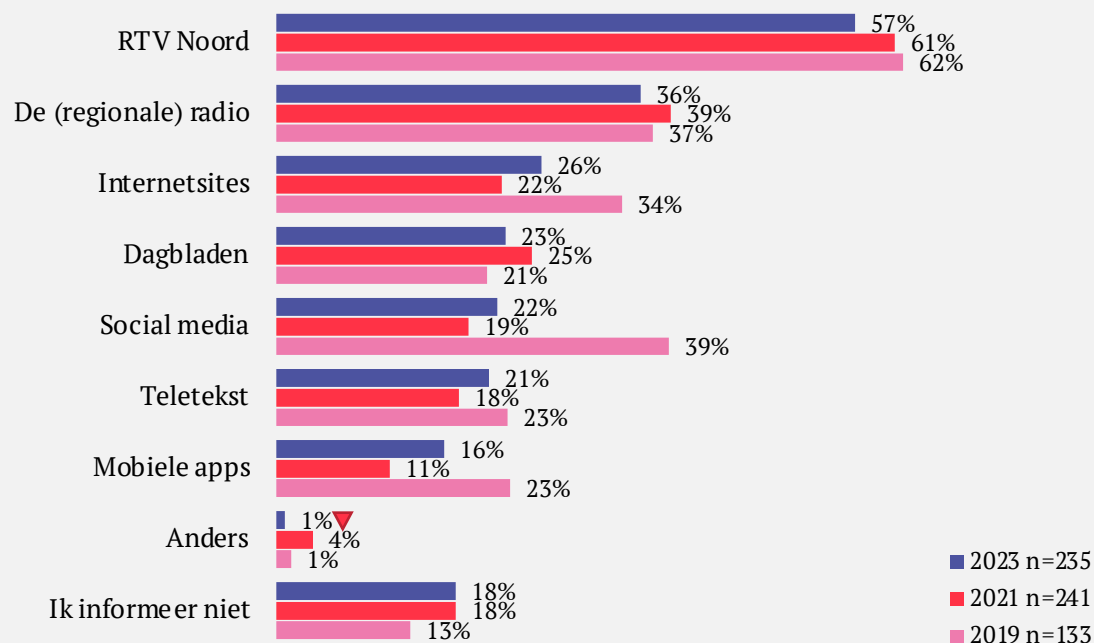
V110: In hoeverre staat u positief of negatief tegenover het KNMI?

RTV Noord blijft belangrijkste bron Groningers bij aardbevingen

Daarnaast is RTV Noord samen met websites/apps van nieuwszenders ook de meest bekeken digitale bron bij aardbevingen

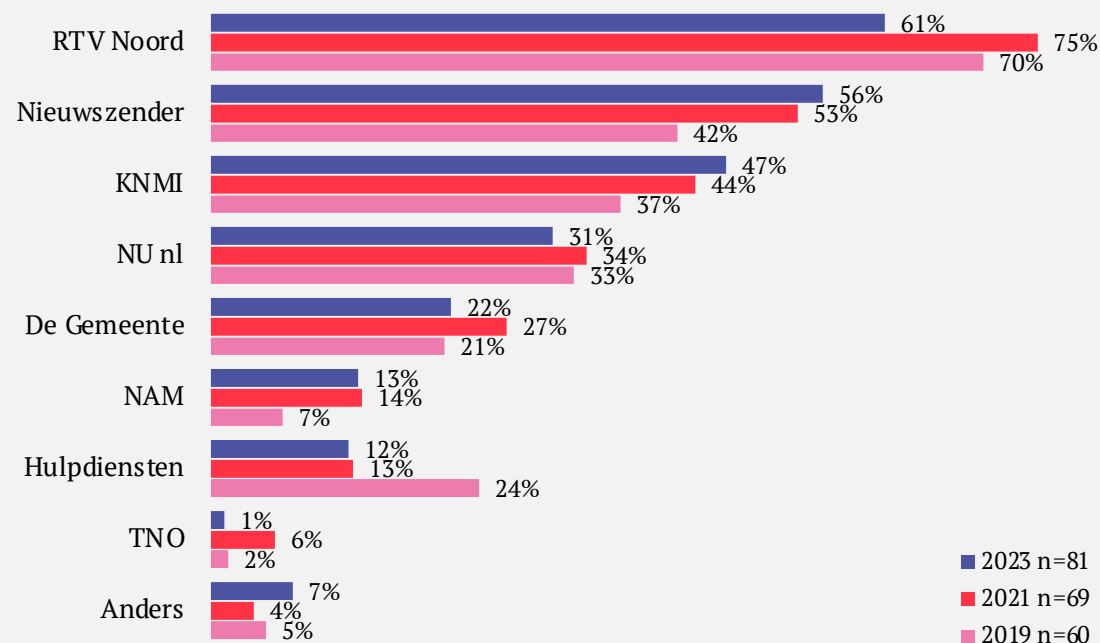
Media geraadpleegd bij aardbeving

Basis: Groningen



Sites en apps bij aardbeving (Groningen)

Basis: Groningen, raadpleegt sites/apps



V112: Via welke kanalen informeert u zich bij een **aardbeving**?

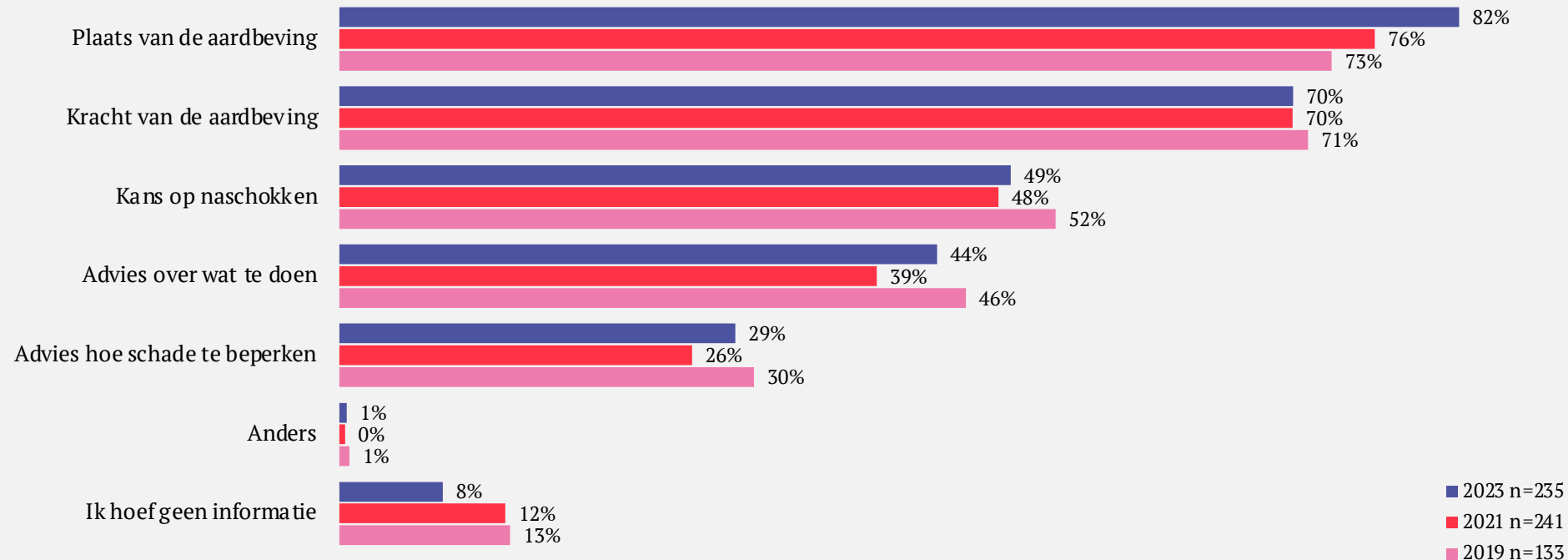
V113: Welke internetsites en apps raadpleegt u bij een **aardbeving**?

Feitelijke informatie blijft meest gewenst bij aardbevingen

Info over plaats en kracht het belangrijkste; kleiner aandeel heeft behoefte aan info over de kans op naschokken en advies

Informatie gewenst bij aardbeving

Basis: Groningen



V114: Welke informatie wenst u bij aardbevingen?



the choice

Sumatrakade 1299
1019 RM Amsterdam

020 521 06 60
info@thechoice.nl
www.choice-insights.nl