

Veteranenpanel - meting 5

Onderzoek naar de waardering voor de dienstverlening van
het Veteraneninstituut



Januari 2014

Copyright © 2014 Blauw Research bv

Alle rechten voorbehouden. Niets uit dit rapport mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Blauw Research. Dit rapport is geleverd onder de leveringsvoorwaarden van de MOA.

All rights are reserved. Nothing from this report may be copied, saved in an authorised data bank or be made public in any form, whether it be electronically, mechanically or through photocopies without prior consent from Blauw Research. This report has been created following MOA conditions.

Voorwoord

In de vijfde meting in het veteranenpanel is de waardering voor de dienstverlening van het Veteraneninstituut onderzocht. Voor het huidige onderzoek zijn alle 2268 leden van het panel uitgenodigd. In totaal hebben 1106 leden meegedaan.

Het onderzoek geeft inzicht in zowel de punten van de dienstverlening die goed gaan als punten waar nog ruimte is voor verbetering.

Rotterdam, januari 2014

Projectteam:

Eva van Kruchten, projectmanager

Arjen van Ulden, business cell manager

Blauw Research

Weena 125

3013 CK Rotterdam

Tel: 010-4000900

www.blauw.com

Contactpersonen:

Eva van Kruchten, eva.vankruchten@blauw.com

Arjen van Ulden, arjen.vanulden@blauw.com

Leeswijzer

De grafieken in de rapportage worden op totaal niveau getoond. In de blokjes naast de grafieken worden, indien van toepassing, significante verschillen weergegeven tussen veteranen uit verschillende leeftijdsgroepen en tussen veteranen uit verschillende missies.

De leeftijdsgroepen die in het onderzoek zijn vergeleken:

- 18 tot 35 jaar
- 36 tot 50 jaar
- 51 tot 65 jaar
- 66 jaar en ouder

De missies die zijn vergeleken:

- Voormalig Joegoslavië (1991 - heden)
- Libanon (UNIFIL, 1979 - 1985)
- Afghanistan (OEF, ISAF, 2002 - heden)
- Irak (SFIR, 2003 - 2004)
- Cambodja (UNAMIC / UNTAC, 1992 - 1993)

Bij de missies worden verschillen aangegeven tussen veteranen die wel op een van bovenstaande missies zijn geweest en veteranen die niet op deze missies zijn geweest. Deze verschillen zijn niet terug te zien in de grafieken, maar worden in de tekstblokjes aan de zijkant aangegeven.

Ter verduidelijking van de onderzoeksresultaten worden in dit rapport belangrijke of opmerkelijke resultaten toegelicht aan de hand van pictogrammen.

Betekenis van de pictogrammen:



Aandachtspunt



Opvallend resultaat



Citaat



Verschillen tussen leeftijdsgroepen



Verschillen tussen missies

Inhoudsopgave

1 Hoofdstuk 1 Kort & Krachtig	5	5 Media	31
1.2 Samenvatting	7	5.1 Bezoek website	32
1.3 Conclusie en aanbevelingen	8	5.2 Informatie website	33
2 Waardering Veteraneninstituut	9	5.3 Volgen op sociale media	34
2.1 Algemene waardering	10	5.4 Waardering sociale media	35
2.2 Stellingen Veteraneninstituut	12	5.5 Checkpoint	36
2.3 Verbeterpunten	13	5.6 Checkpoint-app	37
2.4 Presentatie Veteraneninstituut	14	5.7 Nieuwsbrief	38
3 De veteranenpas	15	5.8 Handboek Veteraan	39
3.1 Aantal jaren	16	6 Achtergrond	40
3.2 Moment van aanvraag	17	6.1 Leeftijd en geslacht	41
3.3 Waardering voordelen	18	6.2 Missie	42
3.3 Waardering voordelen	19	Bijlage: Verantwoording	43
3.4 Verbetering voordelen	20	Bijlage: regressies naar leeftijdsgroep	44
3.5 Gebruik treinkaarten	21	Bijlage: regressies naar missie	45
3.6 Gebruik aanbiedingen	22		
4 Contact Veteraneninstituut	23		
4.1 Telefonisch contact	24		
4.2 Waardering telefonisch contact	25		
4.3 Verkregen informatie telefonisch	26		
4.4 E-mailcontact	27		
4.5 Waardering e-mailcontact	28		
4.6 Persoonlijk contact	29		
4.7 Contact CAP	30		

Hoofdstuk 1 Kort & Krachtig

Hoe waarden veteranen de dienstverlening van het Veteraneninstituut?

Het Veteraneninstituut (Vi) zet zich in voor de maatschappelijk erkenning en het welzijn van veteranen. Omdat de mening van veteranen hierbij van groot belang is, heeft Blauw Research in opdracht van het Vi het Veteranenpanel opgezet. Het panel wordt geraadpleegd om inzicht te krijgen in de mening van veteranen over uiteenlopende onderwerpen. Het is voor het Vi met name belangrijk om ook de mening van de jongere veteraan te horen.

In de eerdere metingen in het Veteranenpanel zijn uiteenlopende thema's onderzocht*. Inmiddels zijn we toegekomen aan de vijfde meting in het panel. Dit keer is het Veteraneninstituut zelf onder de loep genomen om inzicht te krijgen in de waardering van veteranen voor de dienstverlening van het Veteraneninstituut.

De onderzoeksvraag van dit onderzoek is dan ook:

Hoe waarden veteranen de dienstverlening van het Veteraneninstituut?

Binnen het onderzoek is naast de algemene waardering voor het Veteraneninstituut ingezoomd op de waardering voor afzonderlijke producten en diensten zoals de Veteranenpas, het contact met het Veteraneninstituut en de media-uitingen (o.a. Checkpoint).

In totaal hebben 1106 van de 2268 panelleden deelgenomen aan het onderzoek; een respons van 49%. Het veldwerk heeft plaatsgevonden van 25 oktober en met 10 november 2013.

1 Kort & Krachtig 1.1 Achtergrond & onderzoeksdoelstelling



*De thema's die in afgelopen metingen aan bod zijn gekomen, zijn:

- Erkenning en zorg (2010)
- Kameraadschap en contact (2011)
- Nazorg en re-integratie (2012)
- Ervaringen op de civiele arbeidsmarkt (2013)

Veteranen zijn positief over het Vi, maar de diensten worden wisselend beoordeeld.

De waardering voor het Veteraneninstituut is hoog. Veteranen vinden het belangrijk dat het Vi bestaat, voelen zich gewaardeerd en erkend. Over de presentatie van het Vi zijn de meeste veteranen ook tevreden. De presentatie in de media kan volgens veteranen beter.

De verschillende producten en diensten die het Vi levert, worden over het algemeen redelijk positief gewaardeerd. De meerderheid van de veteranen is tevreden over de voordelen die de veteranenpas hen biedt. Met name Checkpoint en de gratis treinkaarten vallen in de smaak. Wel is te zien dat jongere veteranen minder enthousiast zijn over de veteranenpas en vinden dat de pas hen geen voordelen biedt waar ze echt wat aan hebben. Daarnaast zijn alle veteranen minder enthousiast over de aanbiedingen die de veteranenpas biedt; ongeveer een kwart maakt dan ook maar gebruik van de aanbiedingen. Veteranen zijn wel erg te spreken over Checkpoint; nagenoeg alle veteranen lezen het tijdschrift. Ook de nieuwsbrief, het Handboek Veteraan en de website worden goed beoordeeld. De website sluit slechts deels aan op de informatiebehoefte van de veteranen.

De meerderheid van de veteranen die met het Vi telefonisch of persoonlijk in contact komt, is tevreden over dit contact. De tevredenheid over het contact per e-mail is wat lager. Een deel van de veteranen geeft aan geen antwoord gekregen te hebben op hun e-mail. Daarnaast wordt het contact met het CAP ook minder positief beoordeeld: één vijfde van de veteranen die met het CAP contact heeft gehad, is hier niet tevreden over.

Het lijkt erop dat de communicatie rondom de aangeboden producten nog niet optimaal is. De helft van de veteranen vindt dat de aanbiedingen en voordelen die de veteranenpas biedt niet genoeg onder de aandacht worden gebracht. Ook van het bestaan van het Handboek Veteraan of de Checkpoint app is lang niet iedereen op de hoogte, terwijl hier wel interesse in is.

1 Kort & Krachtig

1.2 Samenvatting

Verbeter communicatie en betrek de jonge veteraan

Er kan geconcludeerd worden dat de dienstverlening van het Veteraneninstituut over het algemeen goed gewaardeerd wordt. Wel zou het Vi winst kunnen behalen door gebruik te maken van de media om burgers (nog) meer bewust te maken van de status die een veteraan verdient.

Ook zou het Vi bij veteranen meer enthousiasme kunnen opwekken over de diensten en producten die het aanbiedt, bijvoorbeeld door betere communicatie over hetgeen het vi doet. Voordelen en aanbiedingen worden nog niet genoeg onder de aandacht gebracht. Daarnaast zijn veel veteranen nog niet bekend met het Handboek Veteraan of de Checkpoint app.

Een aandachtspunt voor het Vi is dat de jonge veteranen minder betrokken bij het Vi lijken; ze maken minder gebruik van de veteranenpas, lezen Checkpoint minder goed, bezoeken de website minder vaak en ontvangen minder vaak de nieuwsbrief. Daarnaast zijn de jonge veteranen op de meeste punten minder tevreden over het Vi. De uitdaging aan het Vi is daarom om deze jonge veteranen enthousiast en betrokken te maken. Hier kan de communicatie ook een rol spelen. Zo geven vier op de vijf jongere veteranen aan dat de aanbiedingen en voordelen die de veteranenpas biedt niet genoeg onder de aandacht worden gebracht. Daarnaast zou het Vi meer rekening met de jongere veteranen kunnen houden in het type aanbiedingen en voordelen dat de veteranenpas biedt en de activiteiten die ze organiseert.

1 Kort & Krachtig

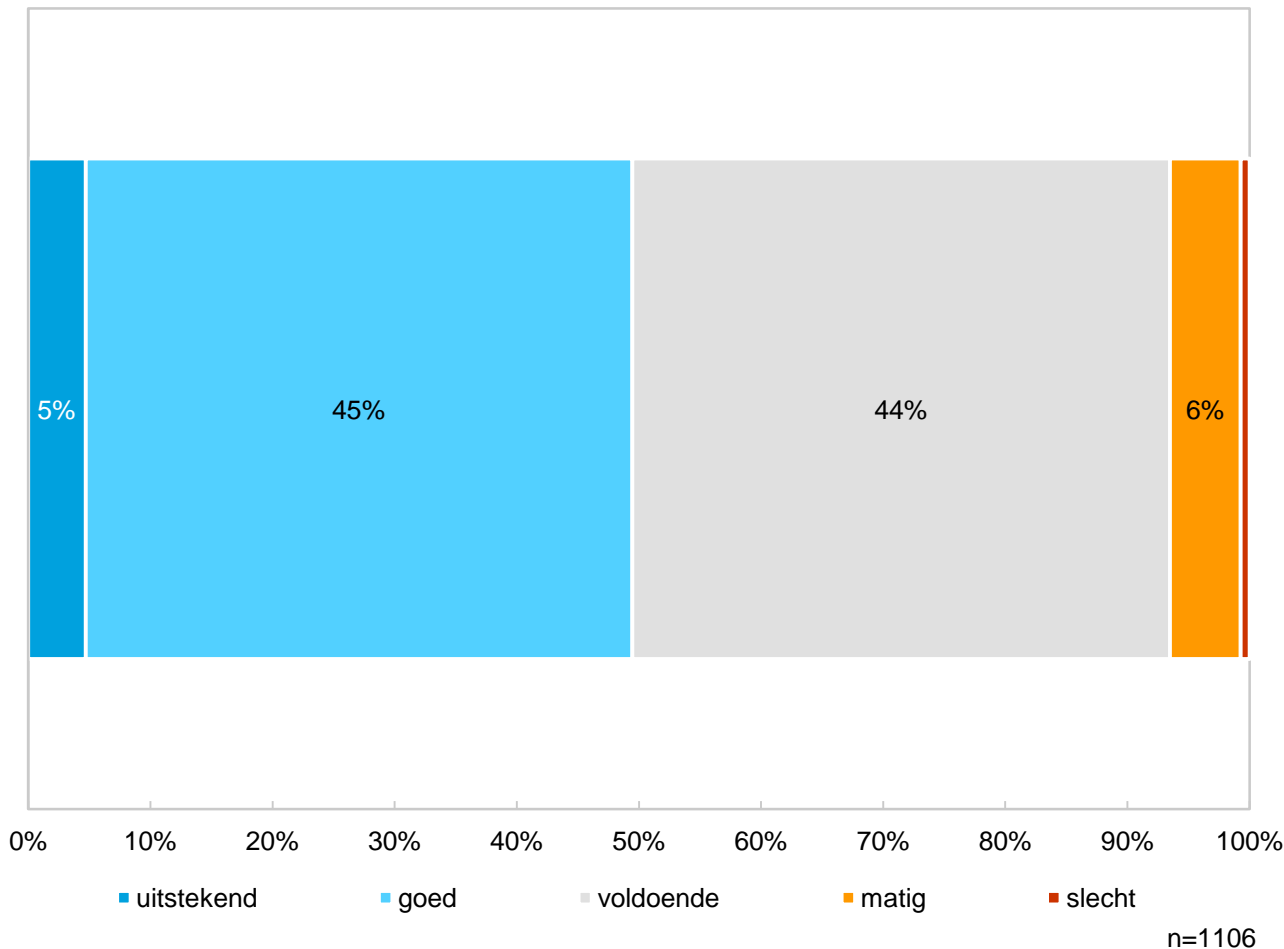
1.3 Conclusie en aanbevelingen


Hoofdstuk 2: Waardering Veteraneninstituut

De helft van de veteranen waardeert de dienstverlening van het Vi goed tot uitstekend.

2 Waardering Veteraneninstituut
2.1 Algemene waardering

Hoe waardeert u de dienstverlening van het Veteraneninstituut?

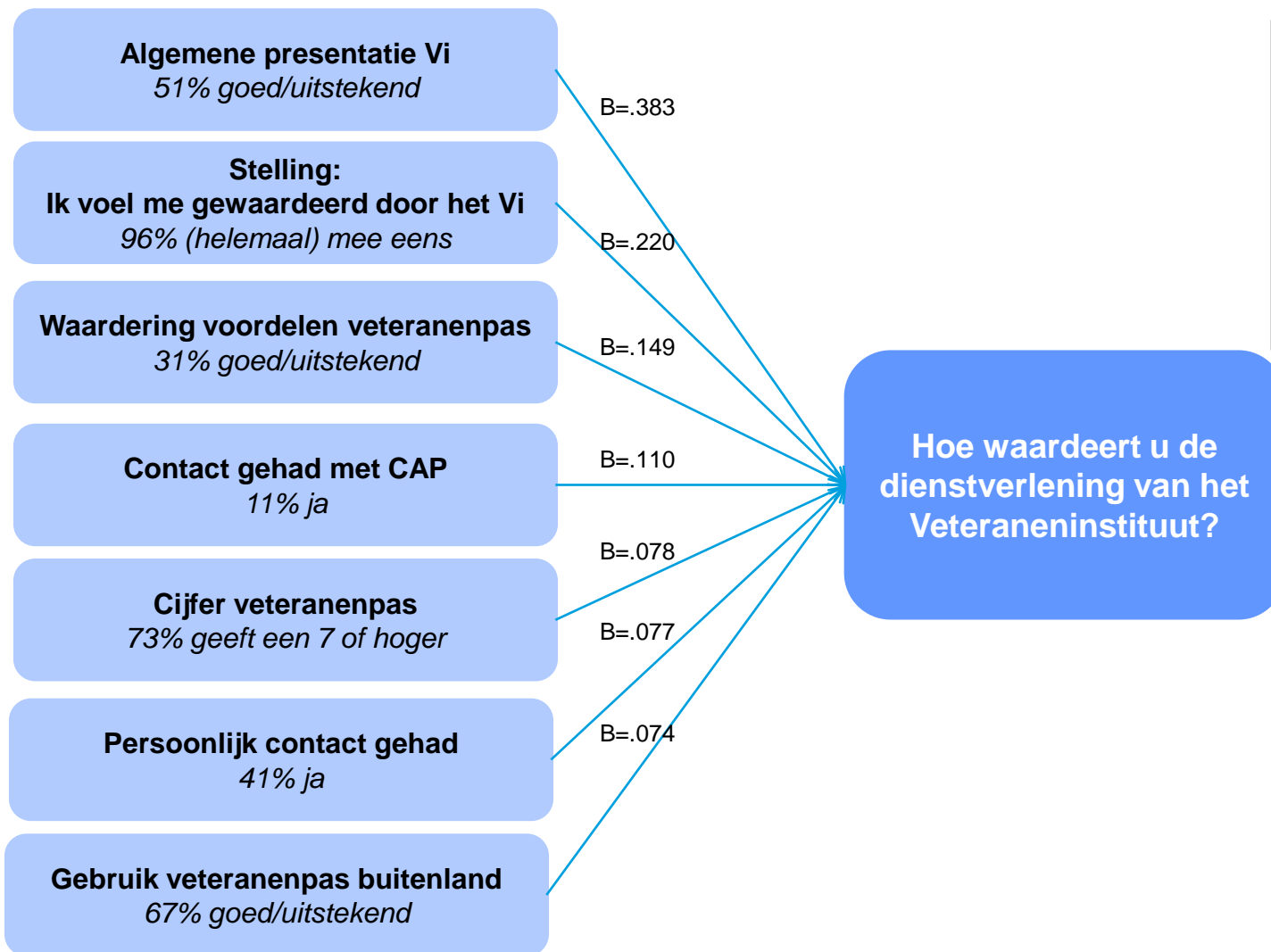


 Jonge veteranen (18-35 jaar) waarderen de dienstverlening minder vaak goed tot uitstekend dan gemiddeld. Van de jonge veteranen waardeert 33% het Vi als goed of uitstekend, gemiddeld is dit 50%.

Vraag: Hoe waardeert u de dienstverlening van het Veteraneninstituut?

De waardering voor de dienstverlening wordt het meest beïnvloed door de waardering voor de presentatie van het Vi.

2 Waardering Veteraneninstituut
2.1 Algemene waardering



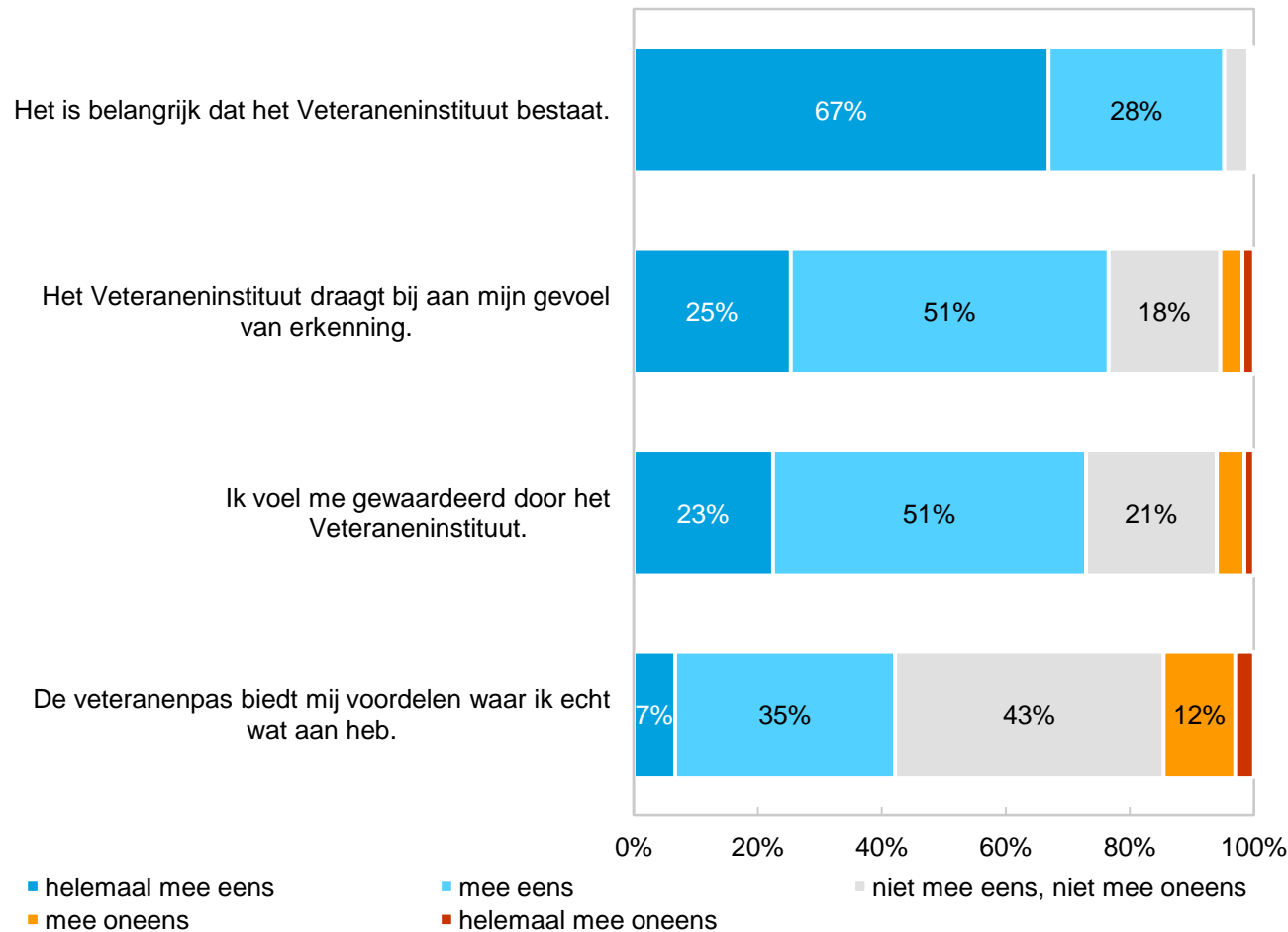
b In het overzicht is weergegeven welke aspecten invloed hebben op de waardering voor de dienstverlening (verklaarde variantie van het model = 47%). De aspecten staan op volgorde van belangrijkheid, dit is ook te zien aan de Beta's die naast de aspecten staan. Deze geven de grootte van het effect aan.


In de bijlage staan regressies per leeftijdsgroep en per missie.

Veteranen vinden het belangrijk dat het Vi bestaat en krijgen daardoor waardering en erkenning.

2 Waardering Veteraneninstituut
2.2 Stellingen Veteraneninstituut

Kunt u aangeven in welke mate u het eens dan wel oneens bent met deze stellingen?



 Veteranen uit de jongste leeftijdsgroepen (18–35 jaar en 36–50 jaar) vinden minder vaak dat de veteranenpas ze voordelen biedt waar ze echt wat aan hebben (respectievelijk 26% en 34% (helemaal) mee eens vs 42% gemiddeld).

Vraag: Kunt u aangeven in welke mate u het eens dan wel oneens bent met deze stellingen?

n=1106

Diverse organisaties t.a.v. van veteranen dienen over en weer periodiek met elkaar te communiceren en goed netwerk - ook met de politiek- te hebben.

Meer in de media treden. De burgers bewust maken van de status die een Veteraan verdient. Meer outreachend zijn. Zich zelf meer promoten.

Meer aanbiedingen, kortingen kenbaar maken. Kan je op je energie korting krijgen etc? Wellicht een overzicht met aangesloten bedrijven/instellingen.

Probeer meer samenkomsten ook voor de jongeren te organiseren.

Zich meer richten op vinden en verbinden, i.p.v. het oerwoud aan verschillende, vaak missie/onderdeelgerichte, verenigingen. Ik ken de veteranen in mijn regio niet (mede door gebrek of verkeerde openingstijd van veteranencafé) en andersom kunnen ze mij ook niet vinden.



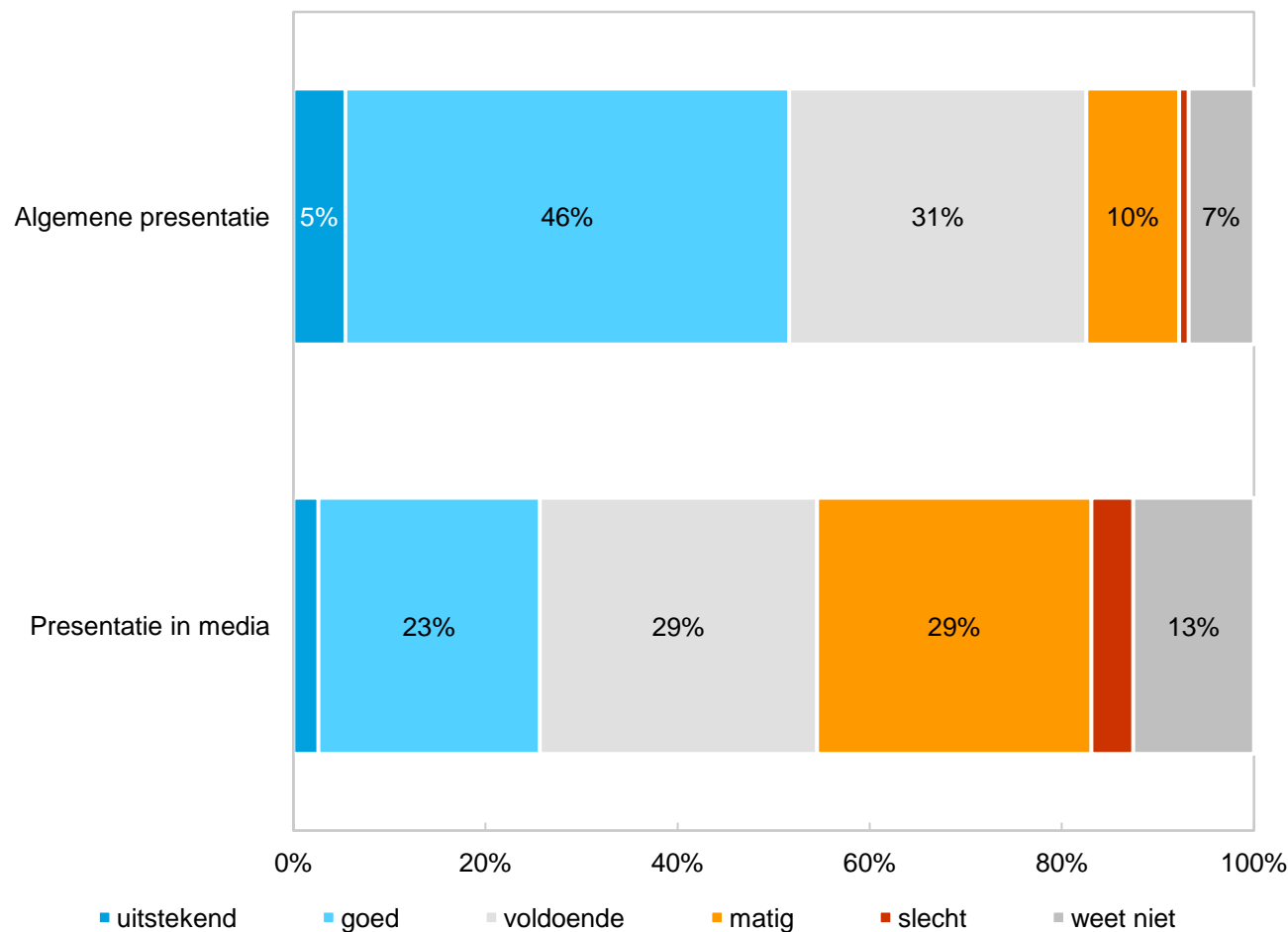
Communiqueer (nog) beter. Laat zien wat het instituut concreet en pragmatisch te bieden heeft. Eigenlijk geldt dit ook voor het gebruik van de Veteranenpas. Nu moet er te veel worden gezocht waarvoor en/of wanneer je deze kunt gebruiken. Het is mij duidelijk dat ik kortingen krijg op toegang van musea, maar als ik daar sta met vrouw en kind leg ik deze pas echt niet pontificaal neer (laat staan dat ik hem bij mij heb). Ergo, breng goed inzichtelijk waarvoor deze pas allemaal ingezet kan worden --> dat zal het gebruik van de pas en de waardering ervan aanzienlijk verhogen. Verder petje af voor het goede werk wat uw instituut doet!


Vraag: Heeft u nog op- of aanmerkingen over de dienstverlening van het Veteraneninstituut?


De helft van de veteranen waardeert de presentatie van het Vi als goed tot uitstekend. Over de presentatie in de media zijn veteranen minder tevreden; een derde vindt dit matig tot slecht.

2 Waardering Veteraneninstituut
2.4 Presentatie
Veteraneninstituut

Hoe vindt u dat het Veteraneninstituut zich presenteert?



 Veteranen uit de jongste leeftijdsgroep (18-35 jaar) vinden minder vaak dat het Vi zich goed of uitstekend presenteert (31% vs 52% gemiddeld).

 Veteranen die op missie naar Cambodja zijn geweest, zijn positiever over de presentatie van het Vi dan andere veteranen (66% vs 51% goed/uitstekend).

Vraag: Hoe vindt u dat het Veteraneninstituut zich presenteert in algemene zin?
Vraag: Hoe vindt u dat het Veteraneninstituut zich presenteert in de media (nieuws, krant etc.)?

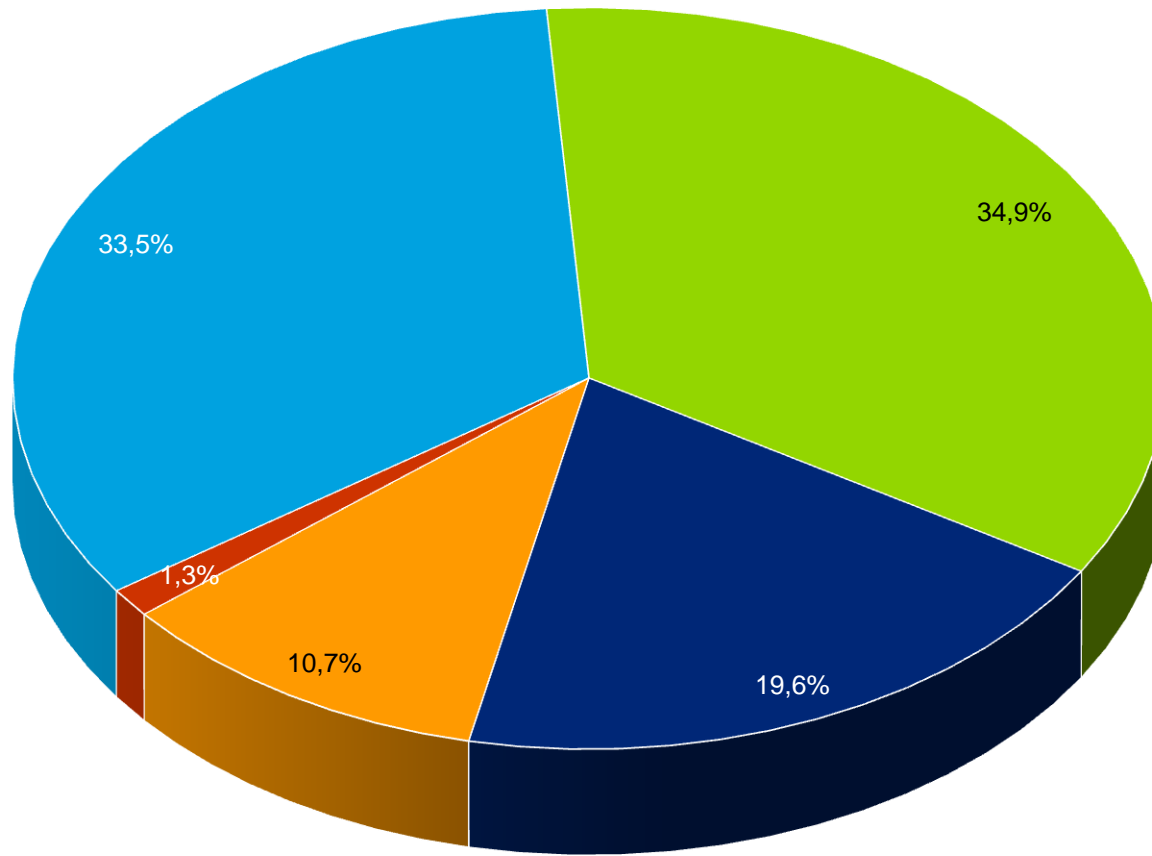
n=1106

Hoofdstuk 3: De veteranenpas

Bijna zeven op de tien veteranen hebben de veteranenpas minder dan tien jaar in bezit.

3 De veteranenpas
3.1 Aantal jaren

Hoe lang heeft u een veteranenpas?



■ 0-5 jaar ■ 6-10 jaar ■ 11-15 jaar ■ meer dan 15 jaar ■ geen pas

n=1106

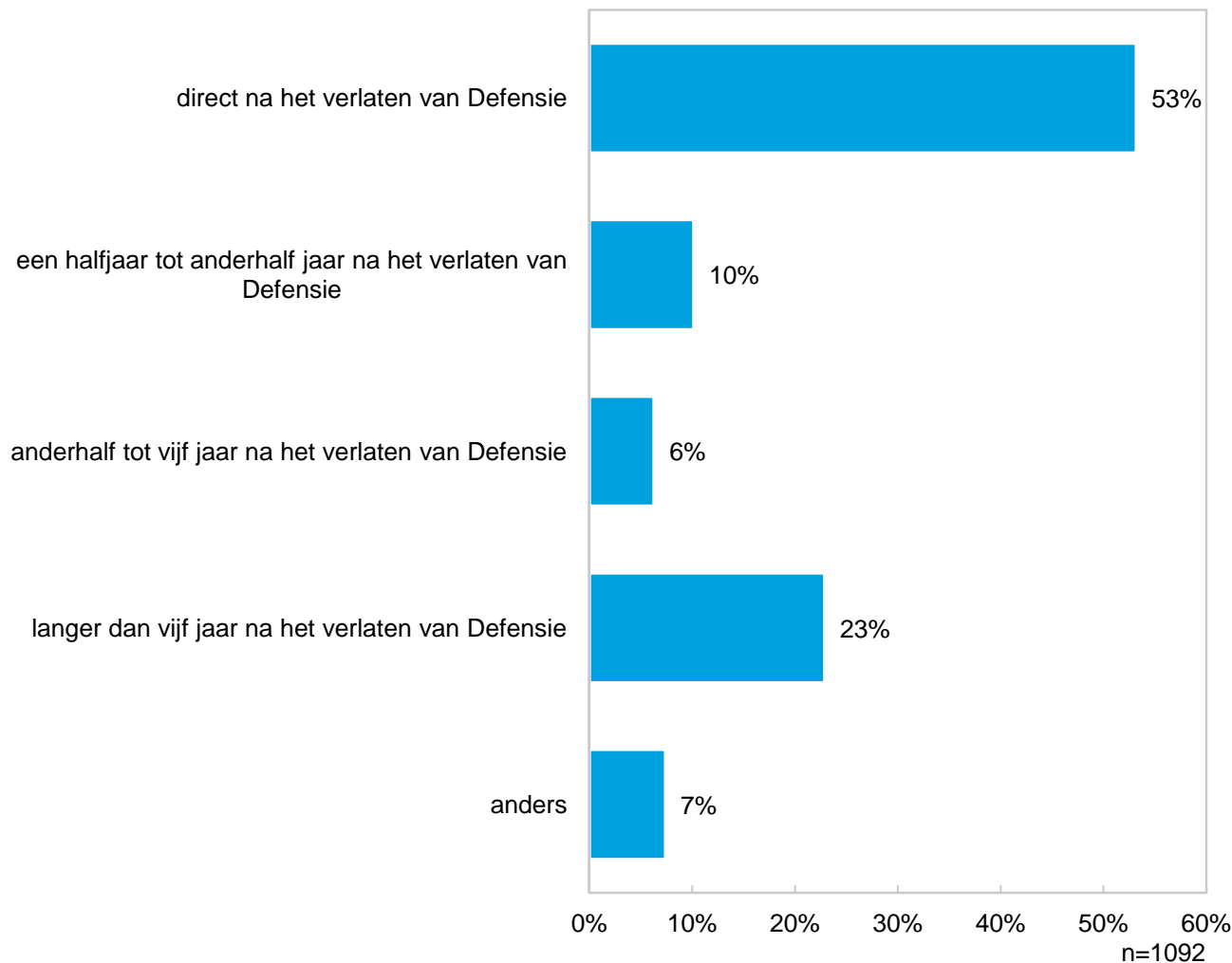
Vraag: Hoe lang heeft u een veteranenpas?

De meerderheid van de veteranen vraagt direct na vertrek bij Defensie de veteranenpas aan.

3 De veteranenpas

3.2 Moment van aanvraag

Wanneer heeft u de veteranenpas aangevraagd?

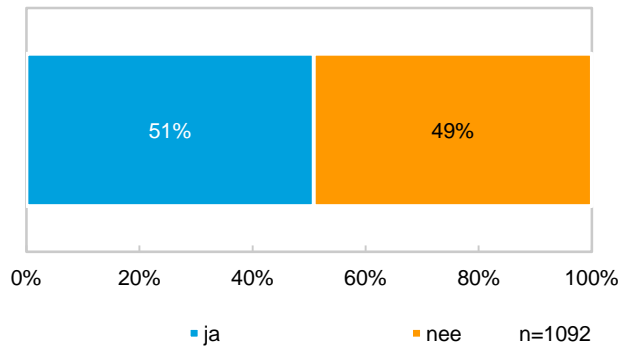


Vraag: Wanneer heeft u de veteranenpas aangevraagd?

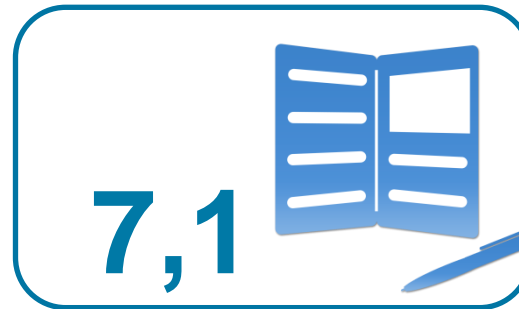
Veteranen waarderen de voordelen van de veteranenpas wisselend.

3 De veteranenpas
3.3 Waardering voordelen

Worden voordelen voldoende onder de aandacht gebracht?



Welk cijfer geeft u de veteranenpas?



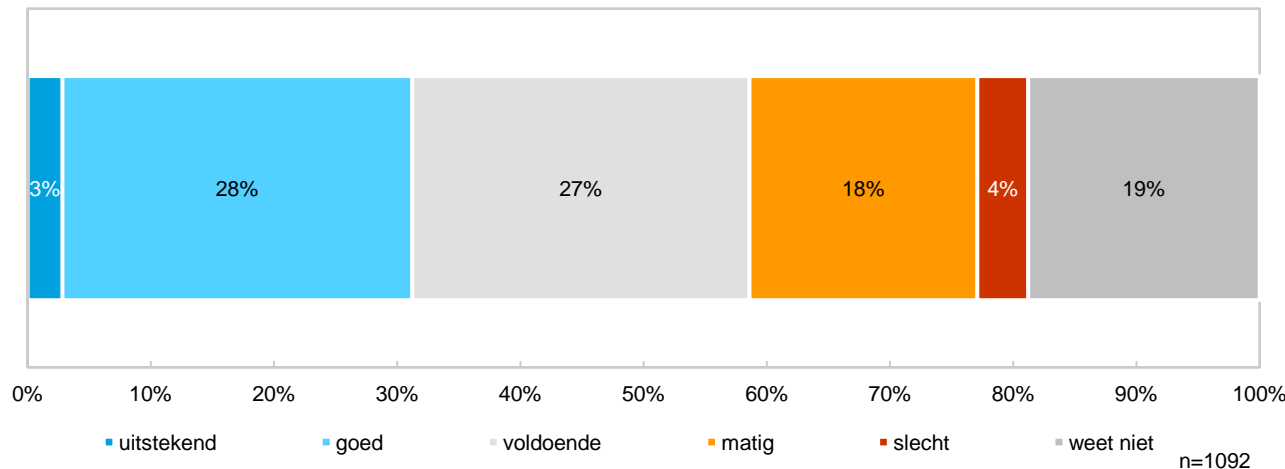
Slechts de helft van de veteranen vindt dat de voordelen van de Veteranenpas voldoende onder de aandacht worden gebracht.



Veteranen uit de leeftijdsgroep 35-50 jaar zijn het minst positief over de voordelen van de veteranenpas; 21% waardeert de voordelen als goed of uitstekend, terwijl dit gemiddeld 31% is.

Daarnaast zijn jongere veteranen veel minder tevreden over de mate waarin de voordelen onder de aandacht worden gebracht. Van de jongste leeftijdsgroep vindt 80% dat de voordelen niet genoeg onder de aandacht worden gebracht. Bij de oudste leeftijdsgroep is dit 41%.

Wat vindt u van de voordelen die de veteranenpas u biedt?



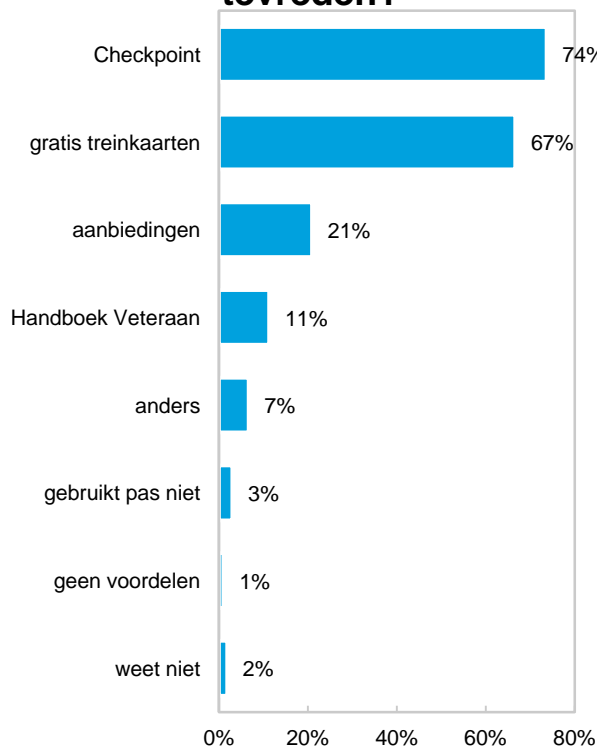
Bijna een vijfde van de veteranen geeft aan niet te weten hoe de voordelen te waarderen. Dit kan er op wijzen dat deze veteranen niet goed op de hoogte zijn van de voordelen die de pas biedt.

Vraag: Worden voordelen voldoende onder de aandacht gebracht?
Vraag: Welk cijfer geeft u de veteranenpas?
Vraag: Wat vindt u van de voordelen die de veteranenpas u biedt?

Veteranen zijn het meest tevreden over Checkpoint en de gratis treinkaarten. Over de aanbiedingen bestaat de meeste ontevredenheid.

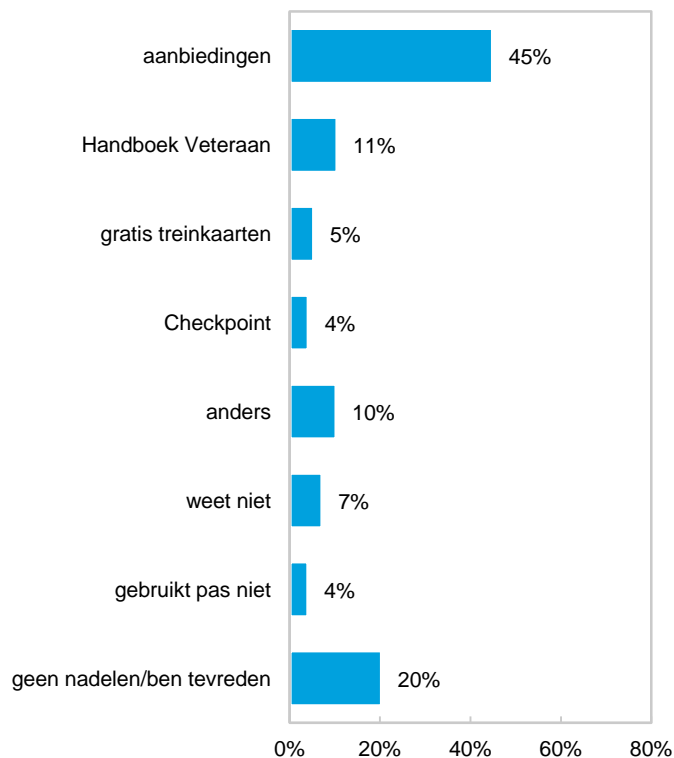
3 De veteranenpas
3.3 Waardering voordelen

Over welke voordelen bent u het meest tevreden?



n=1092

Over welke voordelen bent u het minst tevreden?



n=1092



Veteranen uit de oudste leeftijdsgroep (65+) zijn vaker dan gemiddeld tevreden over Checkpoint (82% vs 74%) en de gratis treinkaarten (86% vs 67%).



Veteranen die op missie naar Cambodja zijn geweest, zijn minder vaak ontevreden over de aanbiedingen dan andere veteranen (27% vs 46%).

Veteranen die naar Afghanistan, Irak of Joegoslavië zijn geweest, noemen minder vaak de gratis treinkaarten als voordeel waarmee ze het meest tevreden zijn dan veteranen die niet op deze missies zijn geweest.

Vraag: Over welke voordelen bent u het meest tevreden?

Vraag: Over welke voordelen bent u het minst tevreden?

Aanbiedingen gericht op jonge veteranen met hun gezinnen.

Ik vindt dat elke veteraan vrij reizen moet hebben net als studenten. En de kortingen kunnen beter, ook op pretparken en musea.

Doorlopende korting op openbaar vervoer en toegang tot (militaire) evenementen, zoals de familiedag versie van marine- of landmachtdagen. De openbare versie is veelal veel te druk bezocht.

Gratis toegang tot andere middelen van vervoer, zoals bus en tram. Korting bij musea-bezoek. Toegang tot kazernes. Korting bij concerten van Militaire Kapellen. Korting en toegang tot VaFaMil.

Bijvoorbeeld: te gebruiken als Museumjaarkaart. Echtgeno(o)t(e) ook mee laten profiteren. In de USA (bijv. op vakantie) heb ik veel meer mogelijkheden met mijn Nederlandse veteranenkaart. Waarom kan dat in eigen land niet? Je krijgt daar (bijna) overal korting, zoals in hotels, de bioscoop, in restaurants, musea, etc.

De enige korting die ik ken via de veteranenpas is eigenlijk bedoeld voor bejaarden. De voordelen voor jongveteranen ken ik eigenlijk niet. Laten we daar beginnen.

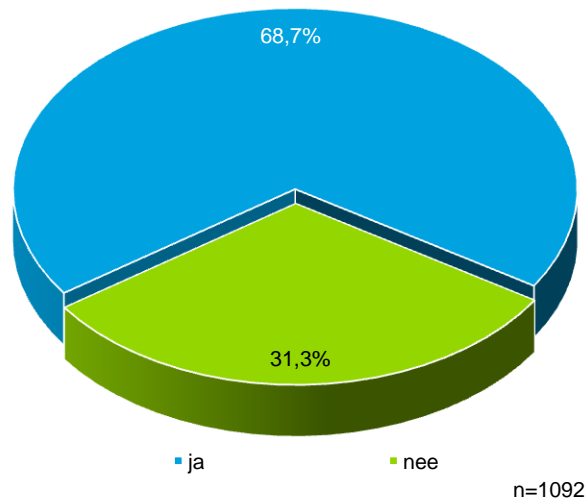


Vraag: Welke voordelen zou de veteranenpas u nog meer kunnen bieden?

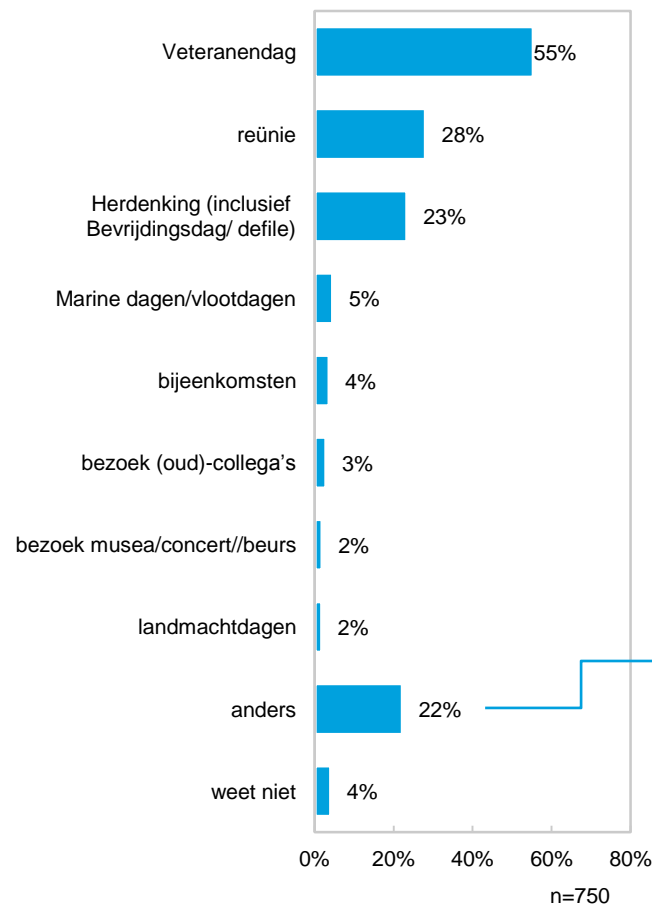
Tweederde van de veteranen gebruikt de gratis treinkaarten. Deze worden voornamelijk ingezet voor de veteranendagen.


3 De veteranenpas
3.5 Gebruik treinkaarten


Maakt u gebruik van de gratis treinkaarten voor veteranenevenementen?



Voor welke veteranenevenementen heeft u gebruikgemaakt van gratis treinkaarten?



 Naar mate de leeftijd van de veteraan hoger is, wordt er vaker van de gratis treinkaarten gebruikgemaakt. Zo maakt van de jongste leeftijdsgroep 38% gebruik van de treinkaarten en van de oudste groep 85%.

 Veteranen van de missies Joegoslavië, Irak en Afghanistan maken minder vaak gebruik van de gratis treinkaarten dan veteranen die niet op deze missies zijn geweest (Joegoslavië resp. 63% vs 73%, Irak resp. 48% vs 70%, Afghanistan resp. 49% vs 71%),

Veteranen die op missie naar Libanon zijn geweest, maken juist vaker gebruik van de gratis treinkaarten dan andere veteranen (81% vs 65%).

Andere evenementen die genoemd worden zijn onder andere Prinsjesdag en Koningsdag.

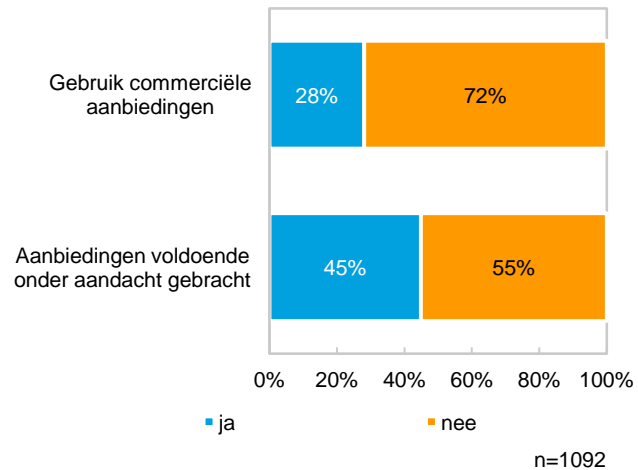
Vraag: Maakt u gebruik van de gratis treinkaarten voor veteranenevenementen?
Vraag: Voor welke veteranenevenementen heeft u gebruikgemaakt van gratis treinkaarten?

De meerderheid van de veteranen vindt dat aanbiedingen van de veteranenpas niet voldoende onder de aandacht worden gebracht.

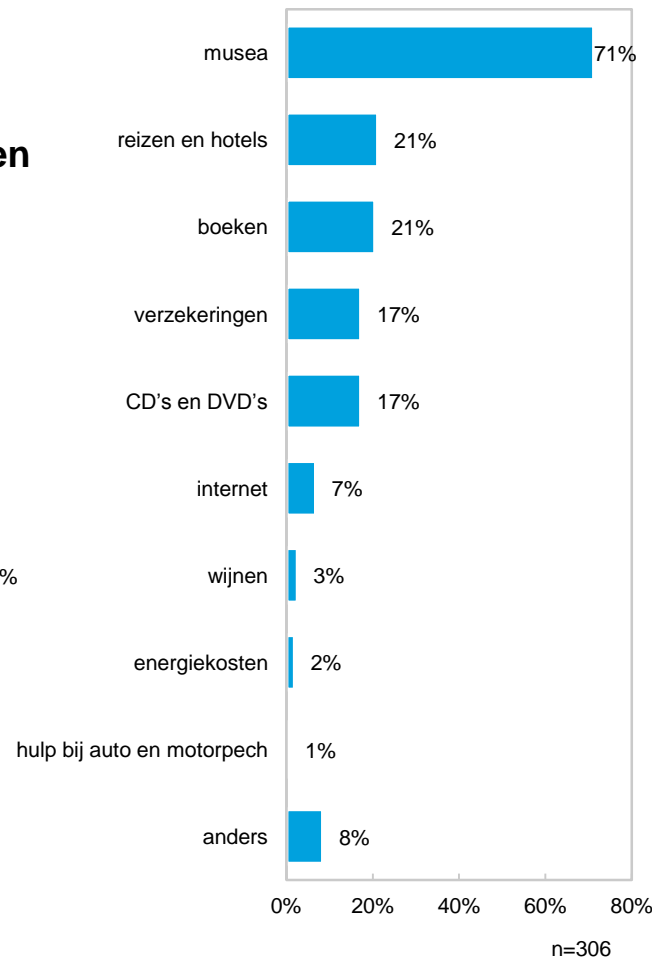
3 De veteranenpas

3.6 Gebruik aanbiedingen

Gebruik en aandacht aanbiedingen



Van welke aanbiedingen heeft u gebruik gemaakt?



Ongeveer een kwart (28%) van de veteranen maakt gebruik van de commerciële aanbiedingen die de veteranenpas aanbiedt. Van aanbiedingen voor musea wordt het meest gebruik gemaakt (71%).



De veteranenpas wordt maar weinig in het buitenland gebruikt (niet in grafiek). Slecht 17% geeft aan de pas weleens in het buitenland te gebruiken.



Net zoals over de voordelen zijn jongere veteranen veel minder tevreden over de mate waarin de aanbiedingen onder de aandacht worden gebracht. Bij de jongste leeftijdsgroep vindt 84% dat de aanbiedingen niet genoeg onder de aandacht gebracht worden. Bij de oudste leeftijdsgroep is dit 45%.

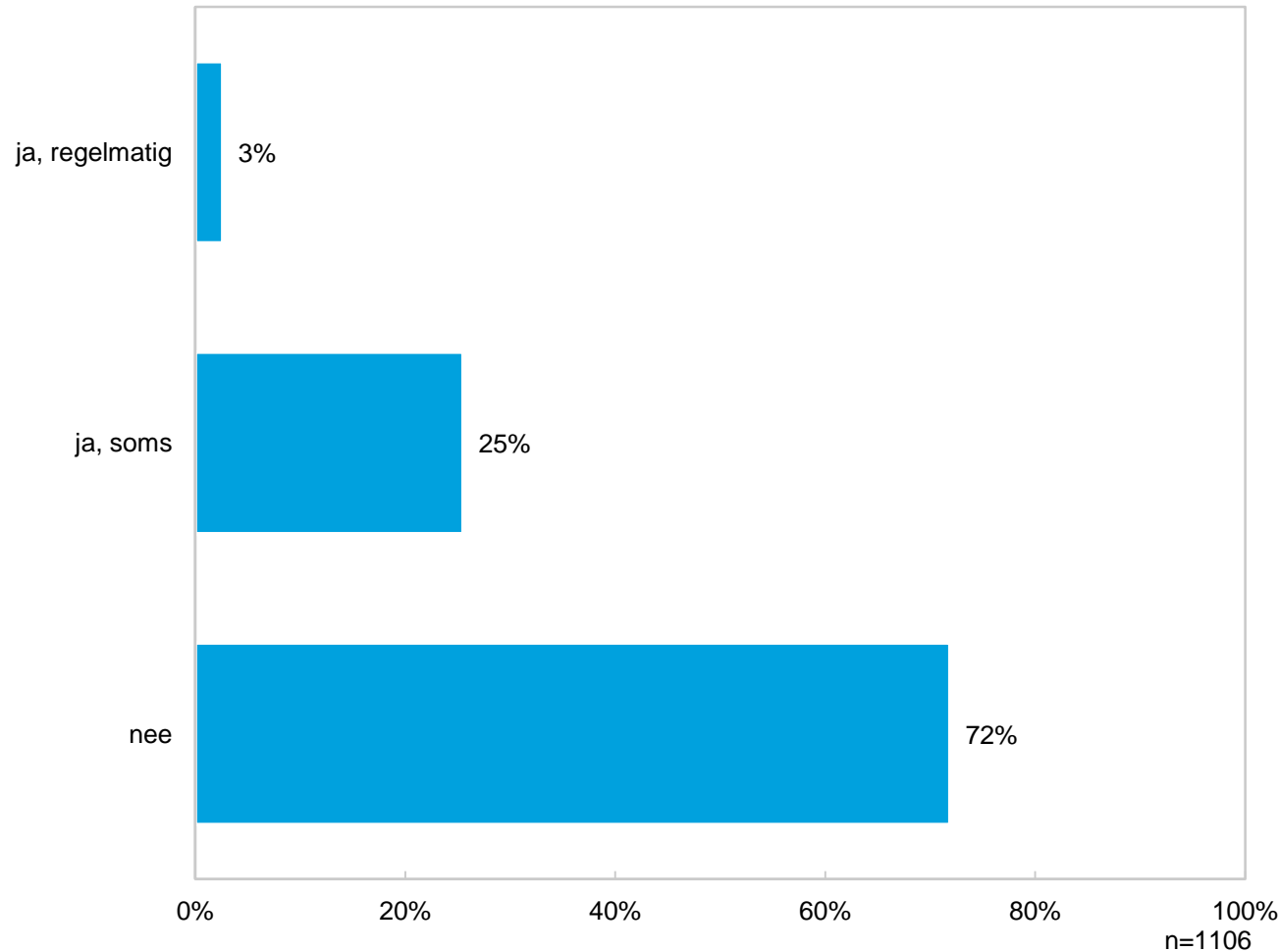
Vraag: Maakt u gebruik van de (commerciële) aanbiedingen van de veteranenpas?
 Vraag: Worden aanbiedingen voldoende onder de aandacht gebracht?
 Vraag: Van welke aanbiedingen heeft u gebruik gemaakt?


Hoofdstuk 4: Contact Veteraneninstituut

Ruim een kwart heeft weleens telefonisch contact met het Vi gehad.

4 Contact Veteraneninstituut
4.1 Telefonisch contact

Heeft u ooit telefonisch contact gezocht met het Veteraneninstituut?

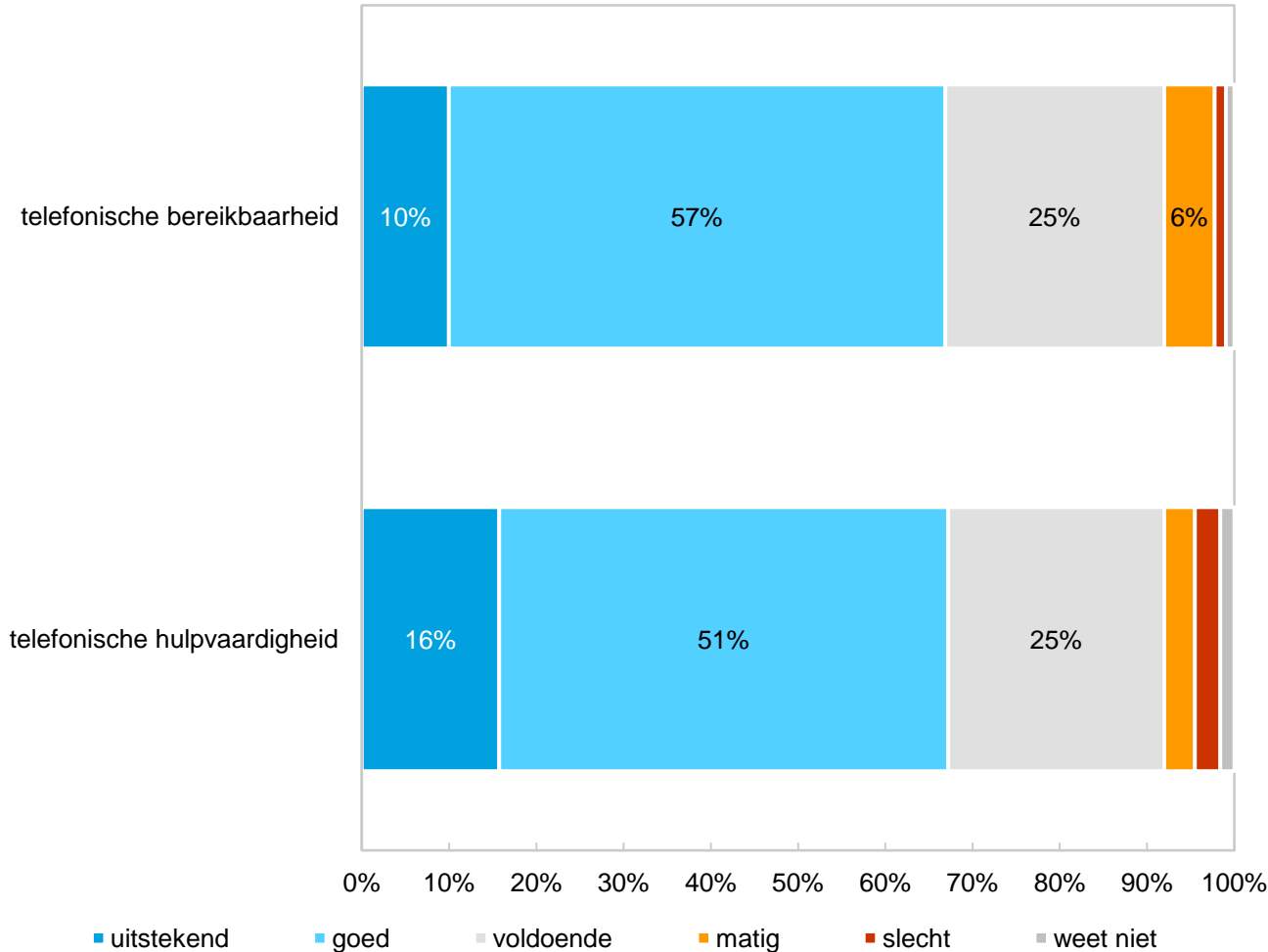


 Veteranen van de missie naar Libanon hebben minder vaak telefonisch contact gehad met het Vi dan andere veteranen (67 vs 74%).

Vraag: Heeft u ooit telefonisch contact gezocht met het Veteraneninstituut?

De meerderheid waardeert de telefonische bereikbaarheid en hulpvaardigheid als goed tot uitstekend.

bereikbaarheid en hulpvaardigheid



n=311

4 Contact Veteraneninstituut 4.2 Waardering telefonisch contact



Hieronder enkele tips van veteranen om het telefonisch contact te verbeteren.

“Het zou de communicatie ten goede komen als je iemand aan de telefoon zou krijgen van middelbare leeftijd.”

“Telefonistes dienen beter op de hoogte te zijn van de informatie die soms in de Checkpoint staat. Als ik over bepaalde zaken in de Checkpoint bel met het VI blijkt dat ze niet goed zijn geïnformeerd.”

“Sneller reageren op terug-bel-verzoek.”

“Duidelijke afspraak kunnen maken met de afdeling waar je vragen over hebt. Desnoods terug laten bellen.”



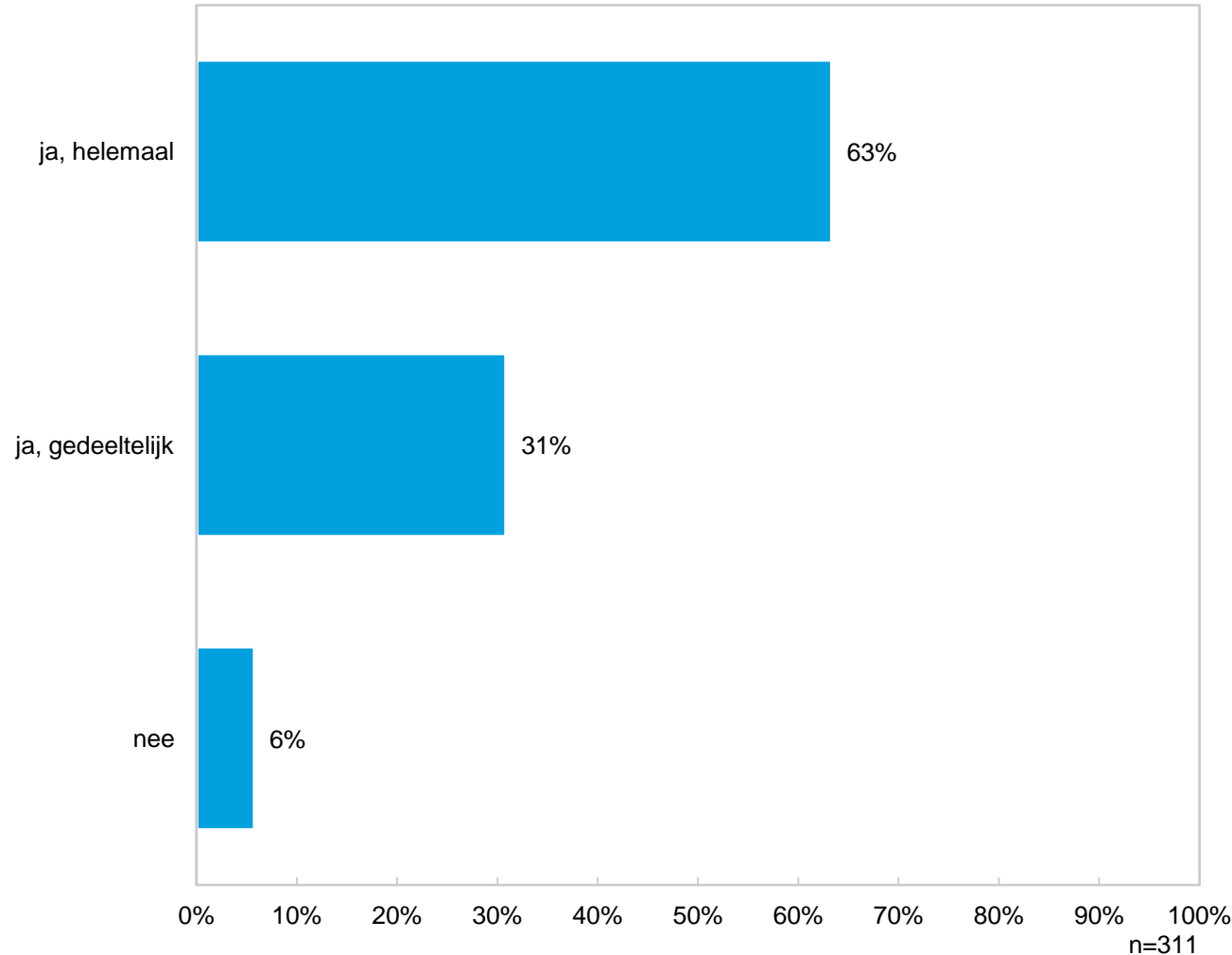
Veteranen van de missie naar Libanon zijn minder positief over de telefonische hulpvaardigheid van het Vi dan andere veteranen (58% vs 71% uitstekend/goed).


Vraag: Wat vindt u van de telefonische bereikbaarheid van het Veteraneninstituut?
Vraag: Hoe vindt u dat u telefonisch geholpen bent door het Veteraneninstituut?

Bijna tweederde van de veteranen kreeg alle de informatie waar men naar op zoek was.

4 Contact Veteraneninstituut
 4.3 Verkregen informatie telefonisch

Kreeg u de informatie die u zocht?



 Veteranen missen voornamelijk informatie over nazorg en psychologische hulp als ze telefonisch contact zochten.

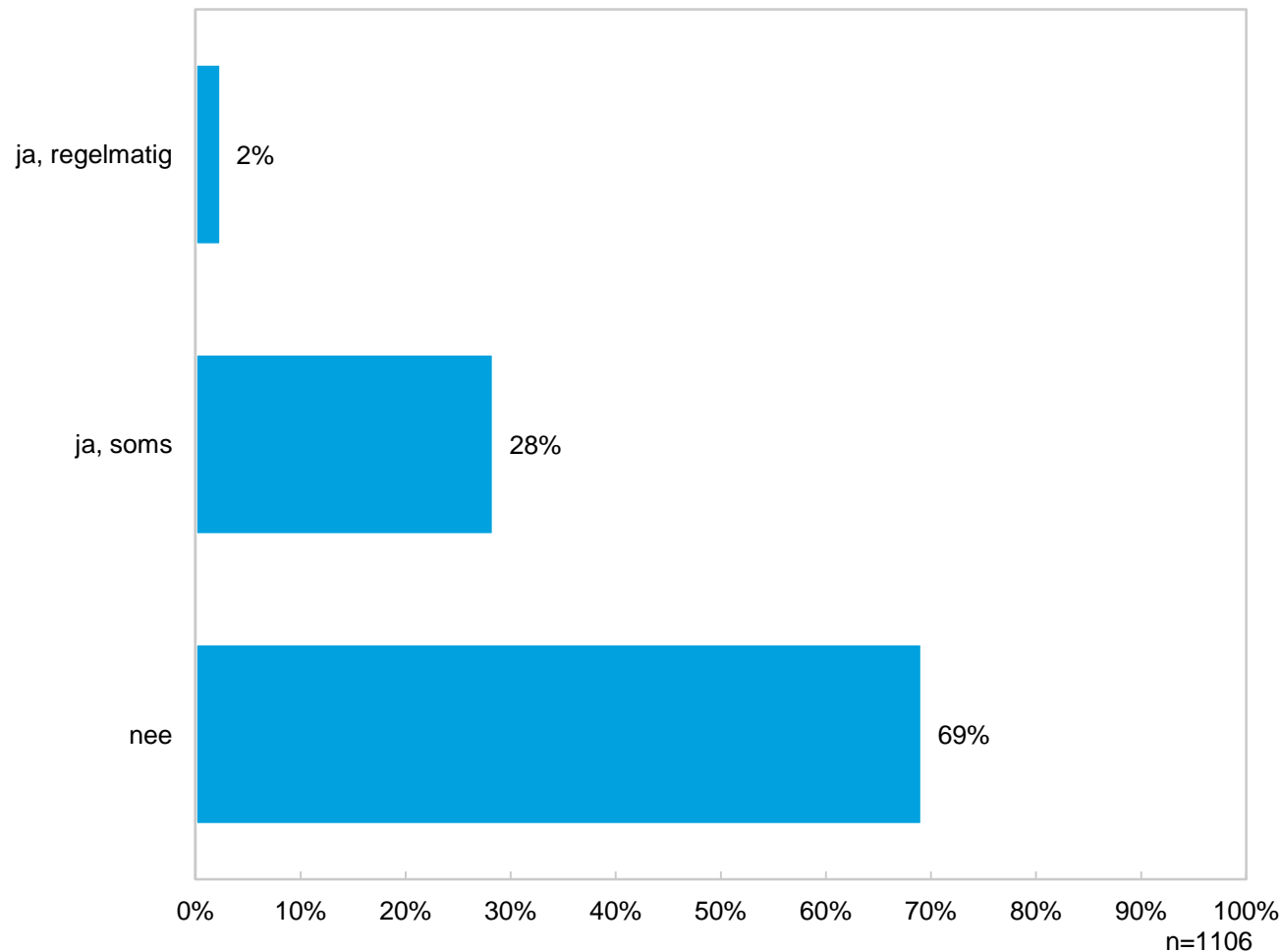
Vraag: Kreeg u telefonisch de informatie die u zocht?

Bijna eenderde heeft weleens e-mailcontact gehad met het Vi.

4 Contact Veteraneninstituut

4.4 E-mailcontact

Heeft u ooit per e-mail contact gezocht met het Veteraneninstituut?

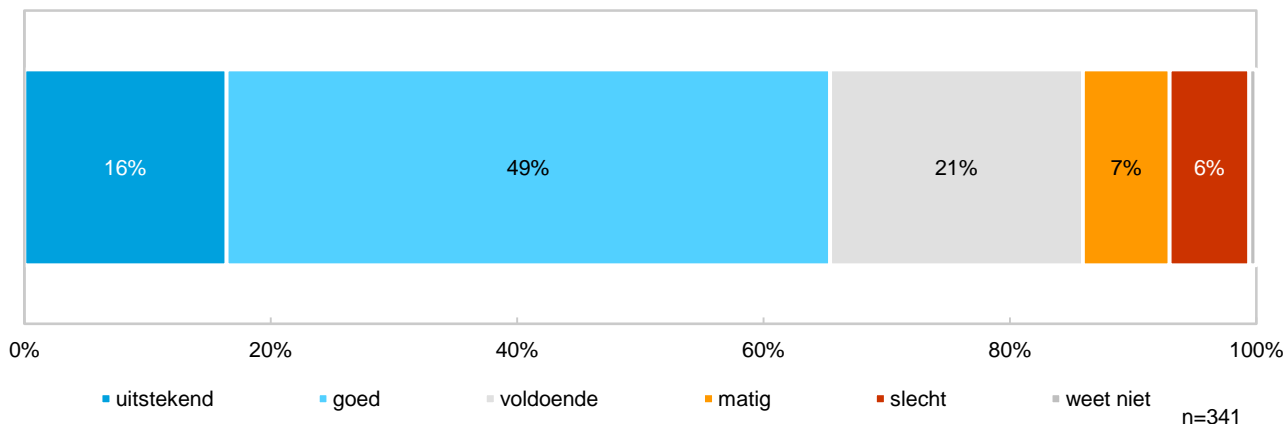


De groep 66 jaar en ouder heeft het vaakst e-mailcontact met het Vi gehad (40% vs 69% gemiddeld).

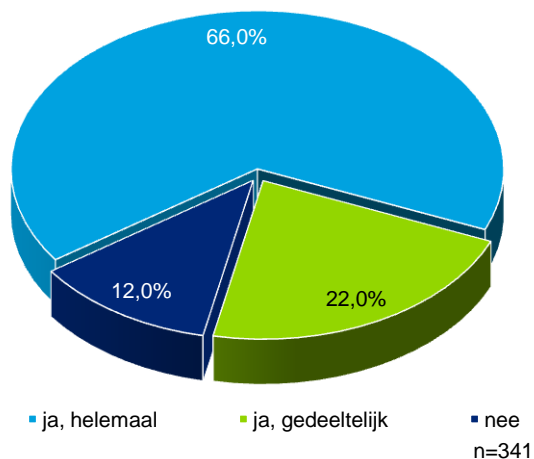
Vraag: Heeft u ooit per e-mail contact gezocht met het Veteraneninstituut?

De meerderheid is tevreden over het e-mailcontact met het Vi. Ruim één op de tien heeft niet de informatie gekregen waarnaar hij op zoek was.

Hoe vindt u dat u per e-mail bent geholpen?



Kreeg u per e-mail de informatie die u zocht?



4 Contact Veteraneninstituut 4.5 Waardering e-mailcontact



Hieronder enkele tips van veteranen om het e-mailcontact te verbeteren:

“Geef direct een antwoord op een inkomende e-mail en zorg voor ‘follow-up’ als het antwoord op de vraag niet meteen gegeven kan worden.”

“Gewoon antwoord geven op vragen. En niet niets laten horen. Ook al zijn de vragen ‘dom’ en had ik het antwoord elders kunnen vinden.”

“Bij mail antwoord, niet alleen dat je bericht is doorgestuurd, maar graag de motivatie voor niet behandelen of wel in behandeling nemen.”



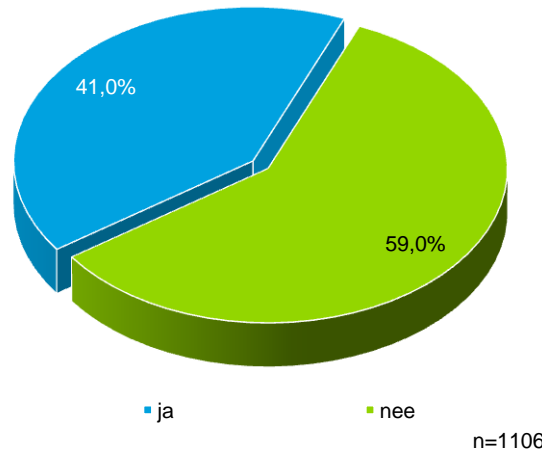
De veteranen die niet de informatie per e-mail hebben gekregen waar ze naar op zoek waren, noemen met name dat ze nooit antwoord hebben gekregen op hun e-mail.

Vraag: Hoe vindt u dat u per e-mail bent geholpen?
Vraag: Kreeg u per e-mail de informatie die u zocht?

Vier op de tien veteranen heeft persoonlijk contact met Vi-medewerkers gehad. De waardering voor het contact is hoog.

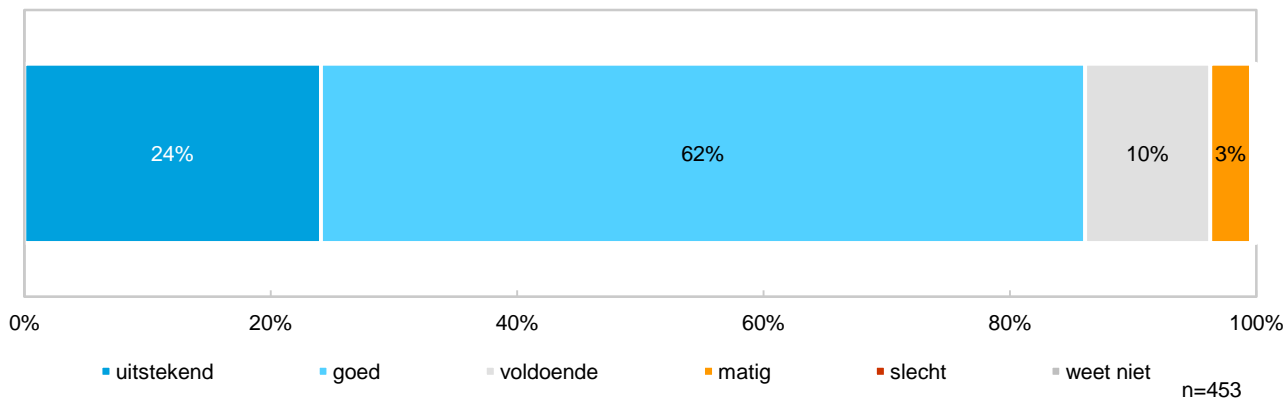
4 Contact Veteraneninstituut
4.6 Persoonlijk contact

Heeft u ooit persoonlijk contact met medewerkers van het Veteraneninstituut gehad?



Veteranen van de missie naar Libanon hebben vaker persoonlijk contact gehad met de medewerkers van het Vi dan andere veteranen (48% vs 39%).

Hoe vond u het persoonlijke contact met medewerkers van het Veteraneninstituut?

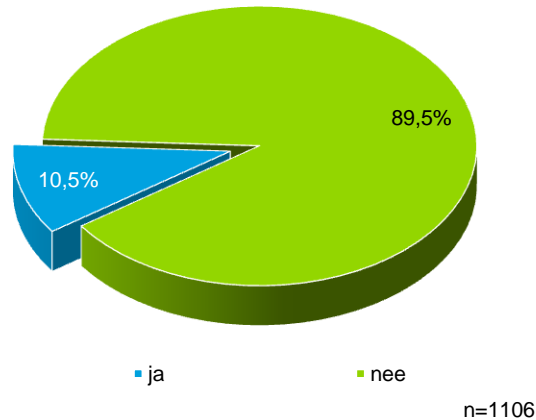



Vraag: Heeft u ooit persoonlijk contact met medewerkers van het Veteraneninstituut gehad, bijvoorbeeld op een evenement of een veteranendag?
Vraag: Hoe vond u het persoonlijke contact met medewerkers van het Veteraneninstituut?

Een klein deel van de veteranen heeft contact met het CAP gehad. Een vijfde hiervan is niet tevreden over de hulp die het CAP biedt.

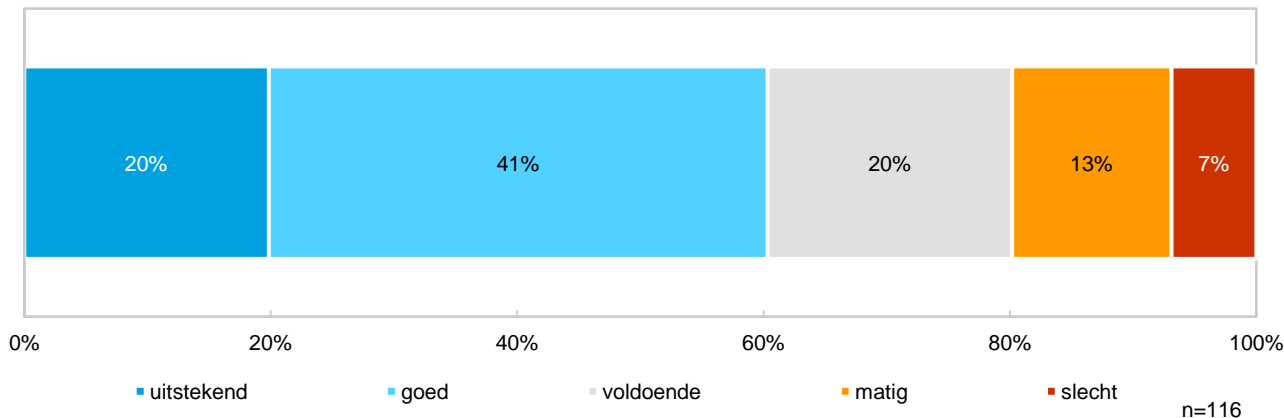
4 Telefonisch contact
4.7 Contact CAP

Heeft u voor zorg of steun ooit contact gezocht met het CAP van het Veteraneninstituut?



 Veteranen uit de oudste leeftijdscategorie hebben het minst vaak contact gehad van alle veteranen (5% vs 11% gemiddeld).

Hoe vindt u dat u geholpen bent door medewerkers van het CAP van het Veteraneninstituut?



Vraag: Heeft u voor zorg of steun ooit contact gezocht met het Centraal Aanmeldpunt (CAP) van het Veteraneninstituut?
Vraag: Hoe vindt u dat u geholpen bent door medewerkers van het Centraal Aanmeldpunt (CAP) van het Veteraneninstituut?

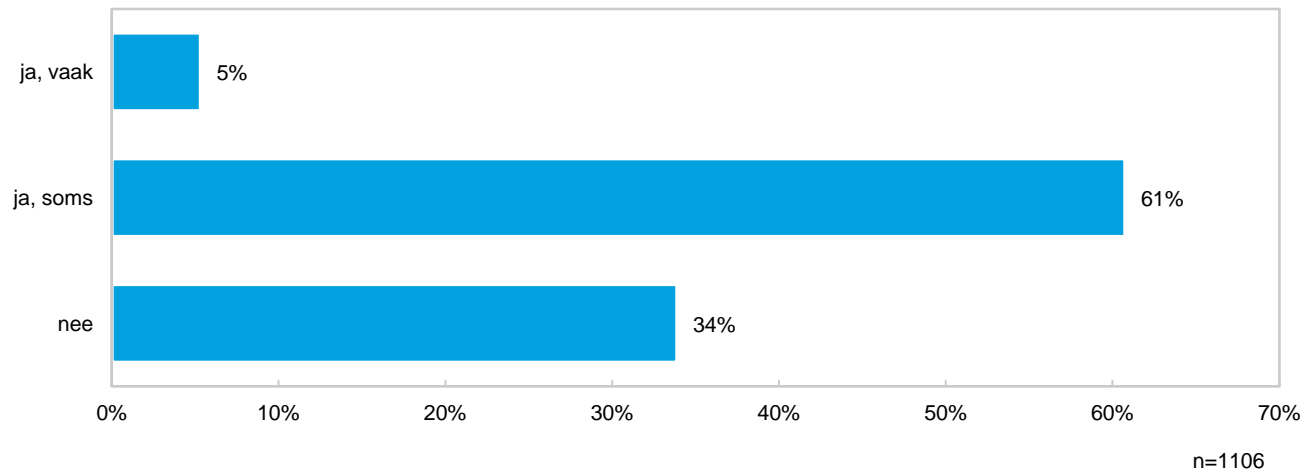
Hoofdstuk 5: Media

Tweederde van de veteranen bezoekt weleens de Vi-website.

Welk cijfer geeft u de website van het Veteraneninstituut?



Bezoekt u weleens de website van het Veteraneninstituut?



5 Media

5.1 Bezoek website



Jonge veteranen (18–35 jaar) bezoeken de website van het Vi minder vaak dan gemiddeld; 47% bezoekt weleens de website vs 66% gemiddeld.



Veteranen die op missie naar Irak zijn geweest, bezoeken de website van het Vi minder vaak dan andere veteranen (50% vs 67%).



Hier enkele suggesties van veteranen voor het verbeteren van de website:

“Maak ook een mobiele versie, met bijvoorbeeld de activiteiten, evenementen etc. met een link voor het plaatsen van foto's etc. Koppelen met andere sociale media etc.”

“Meer info over missies (soort wikipedia) maar dan ook met foto's (evt. met bijdragen van de sitebezoekers), geschiedenis conflict en NL deelname, actuele situatie (met bijdragen van sitebezoekers).”

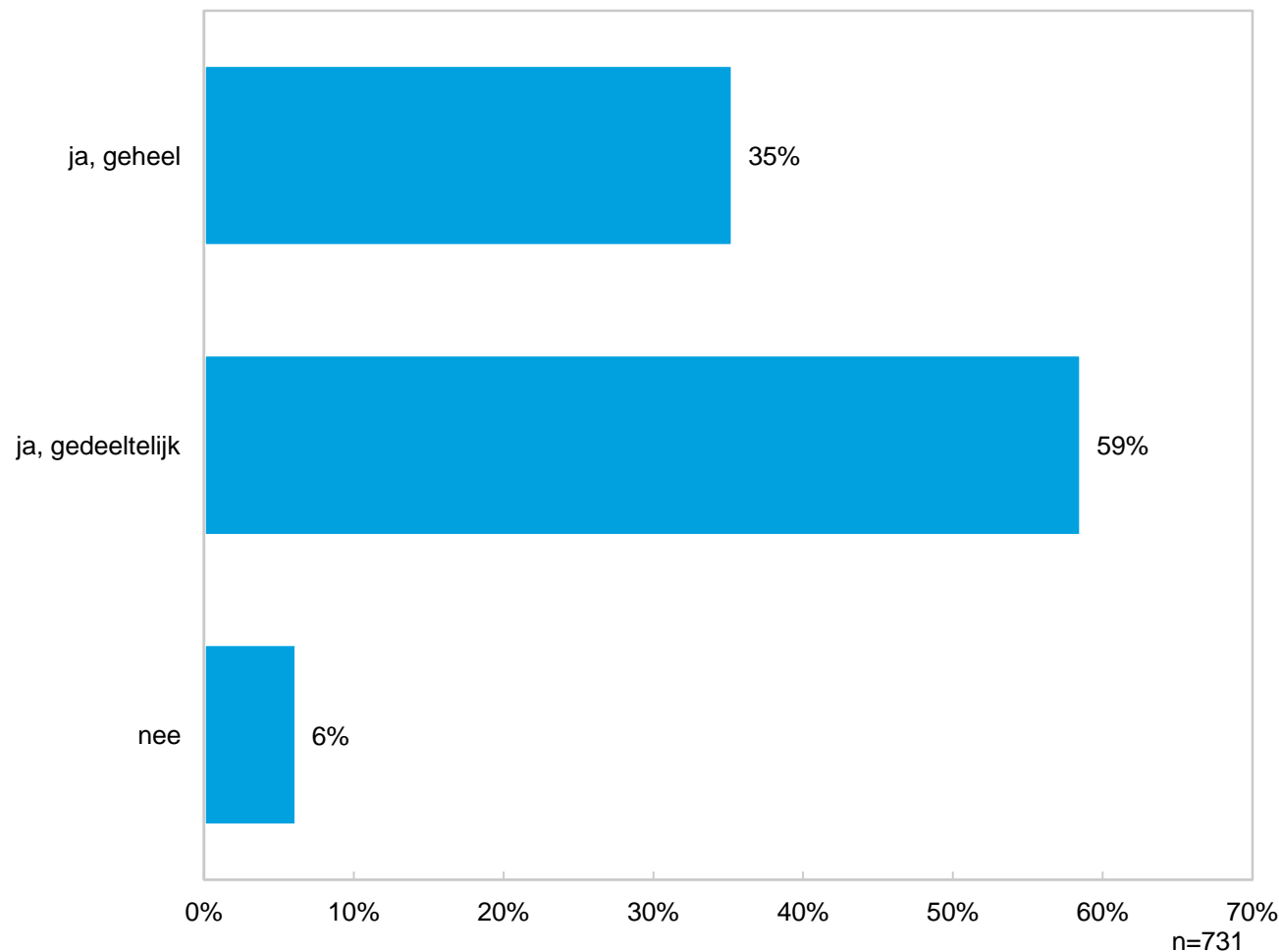
“Zorg ervoor dat er niet teveel geklikt moet worden om iets te vinden of naar toe te gaan.”

Vraag: Bezoekt u weleens de website van het Veteraneninstituut (www.veteraneninstituut.nl)?
 Vraag: Welk cijfer geeft u de website van het Veteraneninstituut?

Slechts eenderde van de veteranen vindt alle informatie op de Vi website waarnaar men naar op zoek is.

5 Media
5.2 Informatie website

Vindt u de informatie die u zoekt op de website van het Veteraneninstituut?



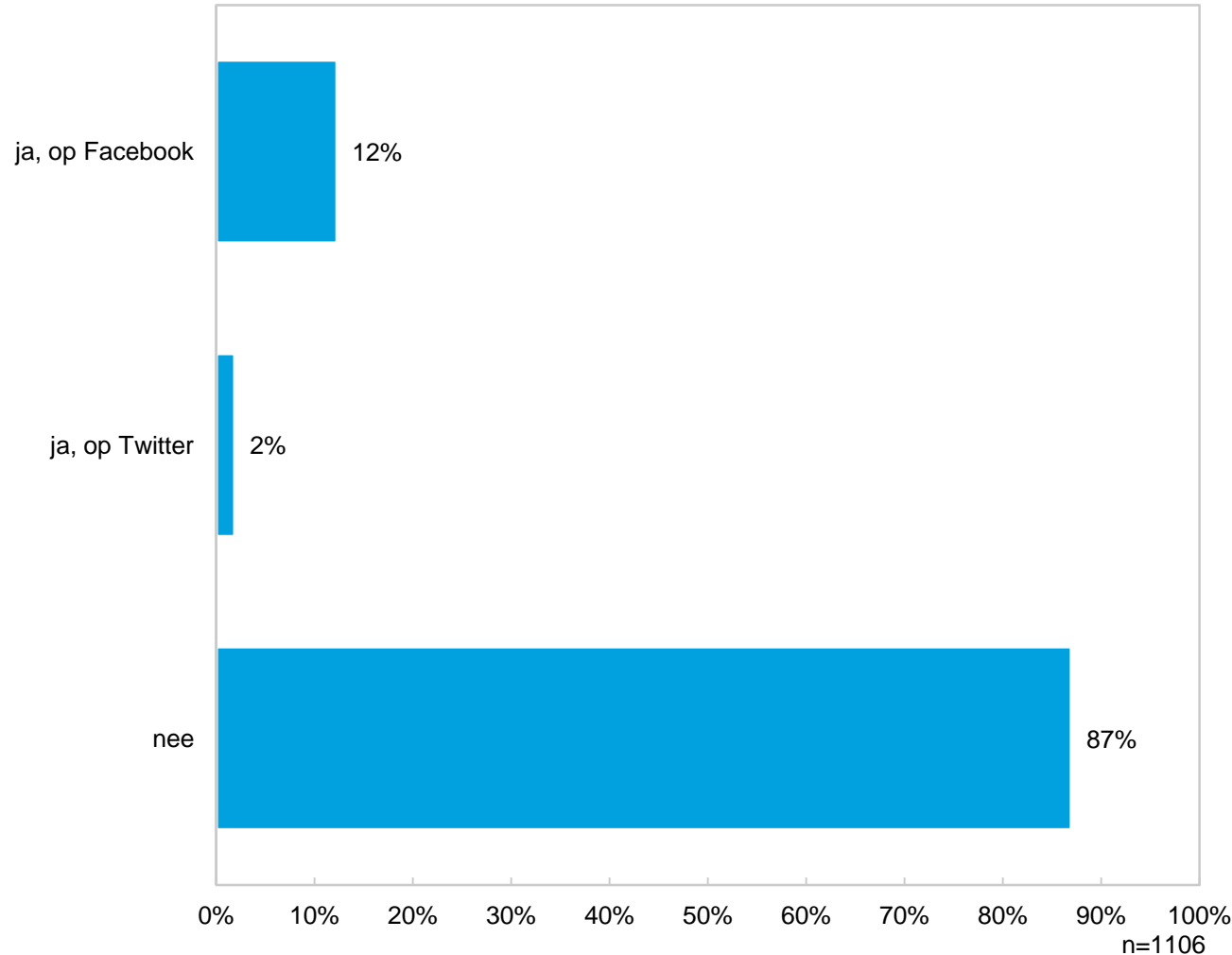
Op de website wordt naast gewoon wat rondsurfen vooral naar informatie gezocht over evenementen, aanbiedingen, hulp en nazorg en de laatste actualiteiten.


Vraag: Vindt u de informatie die u zoekt op de website van het Veteraneninstituut?

Een klein deel van de veteranen volgt het Vi via sociale media.

5 Media
5.3 Volgen op sociale media

Volgt u het Veteraneninstituut via sociale media (Facebook, Twitter)?

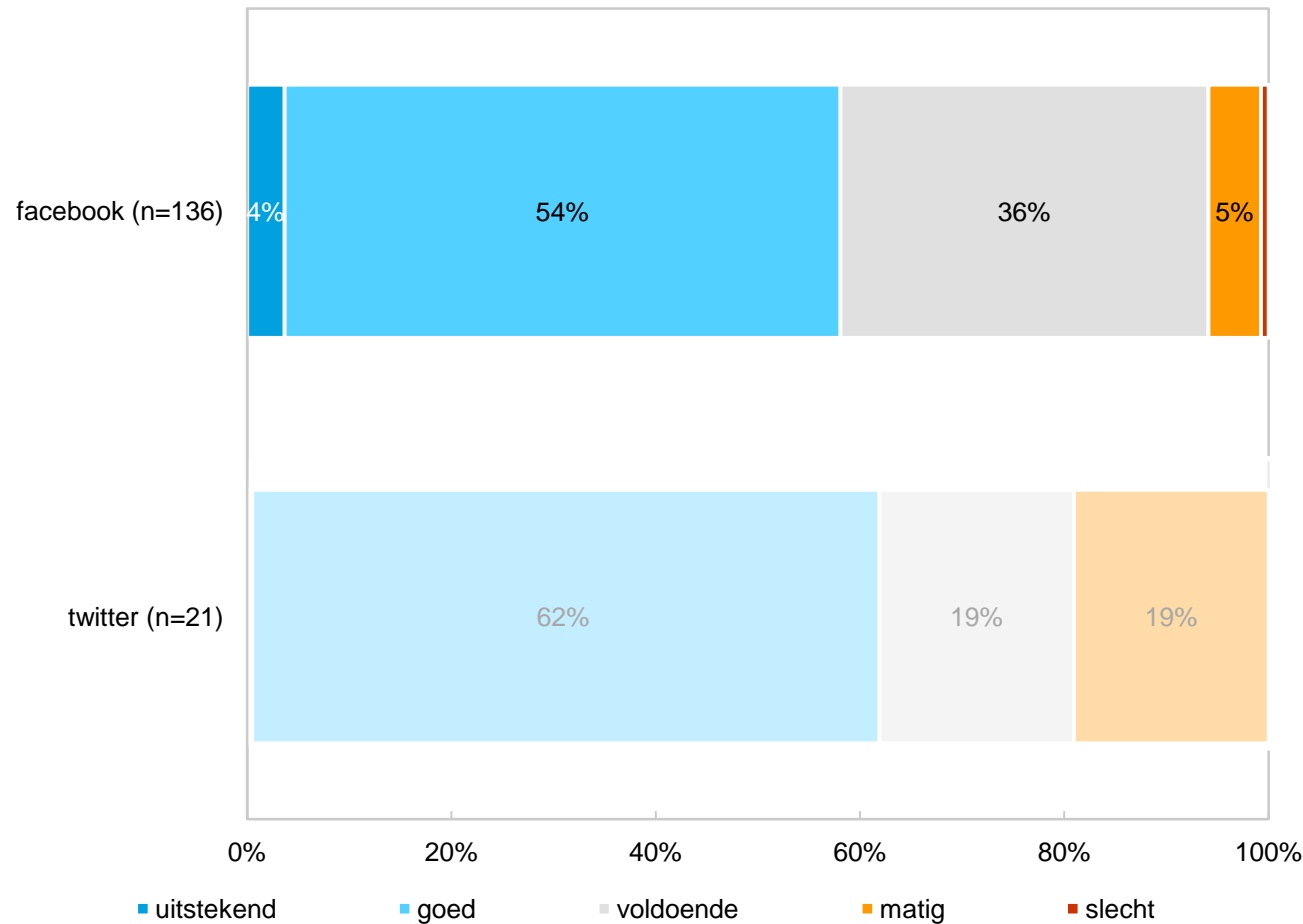


 Veteranen uit de oudste leeftijdscategorie volgen het Vi minder vaak dan gemiddeld op sociale media (6% vs 12%).

Vraag: Volgt u het Veteraneninstituut via sociale media (Facebook, Twitter)?

De berichten die het Vi op sociale media plaatst worden positief gewaardeerd.

Wat vindt u van de berichten die het Veteraneninstituut op Facebook/Twitter plaatst?



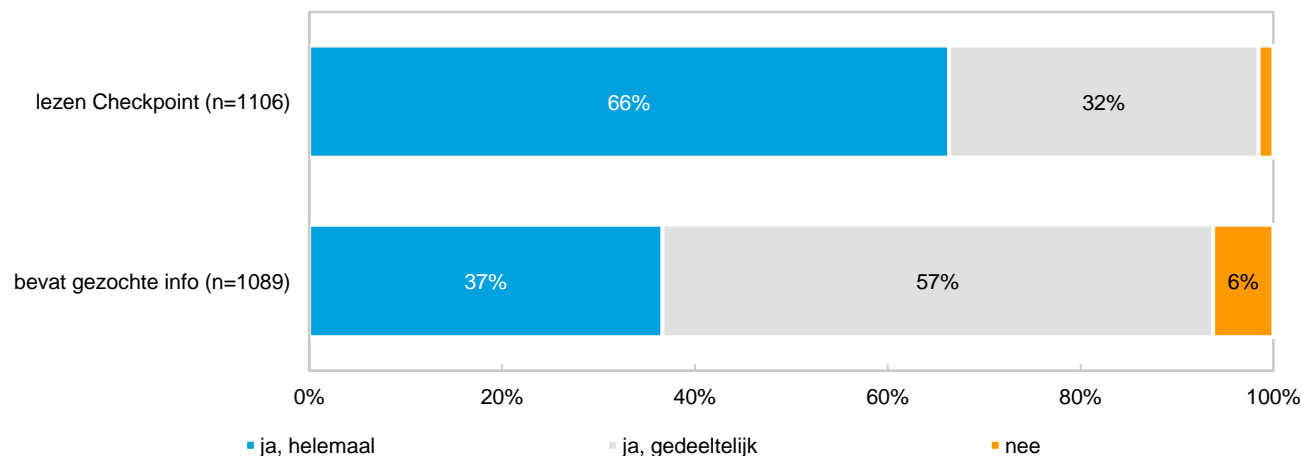
Vraag: Wat vindt u van de berichten die het Veteraneninstituut op Facebook plaatst?
Vraag: Wat vindt u van de berichten die het Veteraneninstituut op Twitter plaatst?

Bijna alle veteranen lezen Checkpoint. De meerderheid van de veteranen vindt een deel van de informatie die men in het blad zoekt.

Welk cijfer geeft u het veteranentijdschrift Checkpoint?



Lezen/ informatie Checkpoint



5 Media 5.5 Checkpoint



De jonge veteranen (18–35 jaar) lezen het minst van Checkpoint; 5% leest het blad niet. Daarnaast leest ook een kleiner dan gemiddeld deel het blad helemaal (47% vs 66%).

De oudste leeftijdsgroep (66+) leest het blad het vaakst helemaal (80%).

De jongste leeftijdsgroep geeft daarnaast het vaakst aan dat Checkpoint deels de informatie bevat die men zoekt (75% vs 57%). De oudste groep geeft het vaakst aan de informatie wel volledig te vinden (49% vs 37% gemiddeld).



Veteranen die op missie zijn geweest naar Irak lezen minder vaak Checkpoint dan andere veteranen; 8% vs 1% leest het blad niet.

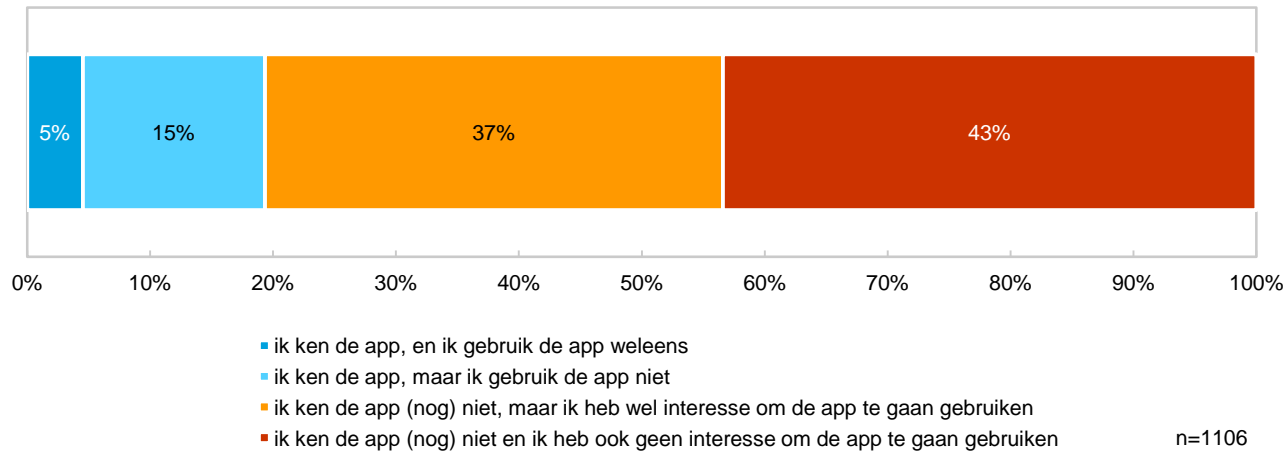
Vraag: Welk cijfer geeft u het veteranentijdschrift Checkpoint?
 Vraag: Leest u het tijdschrift Checkpoint?
 Vraag: Vindt u in Checkpoint de informatie of verhalen die u zoekt?


Eenderde van de veteranen kent de Checkpoint-app nog niet, maar zou deze wel willen gebruiken.


5 Media

5.6 Checkpoint-app

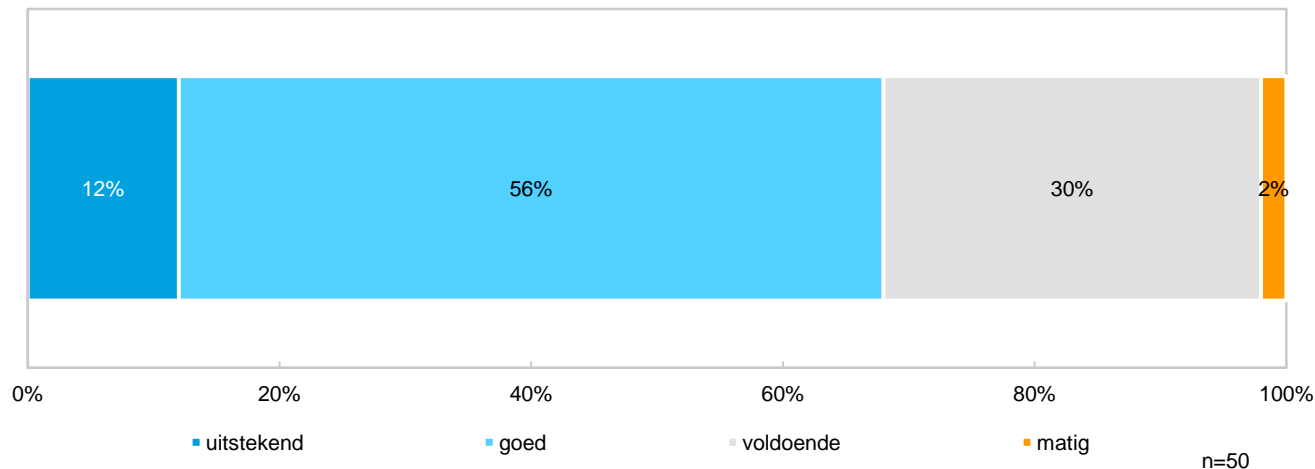
In hoeverre bent u bekend met de digitale Checkpoint-app



 Veteranen uit de jongste leeftijdsgroep geven vaker dan gemiddeld aan de Checkpoint-app nog niet te kennen, maar wel interesse te hebben om deze te gaan gebruiken (59% vs 37% gemiddeld).

 Veteranen die op missie zijn geweest naar Irak geven vaker dan andere veteranen aan interesse te hebben in de Checkpoint-app (50% vs 37%).

Wat vindt u van de digitale Checkpoint-app?

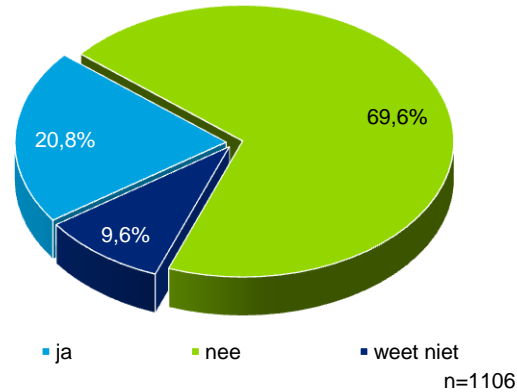



Vraag: Het tijdschrift Checkpoint biedt ook een digitale versie van het tijdschrift aan in de vorm van een app voor uw smartphone of tablet. In hoeverre bent u bekend met de digitale Checkpoint-app?
 Vraag: Wat vindt u van de digitale Checkpoint-app?

De nieuwsbrief van het Vi wordt door een vijfde van de veteranen ontvangen. De nieuwsbrief wordt goed tot uitstekend gewaardeerd.

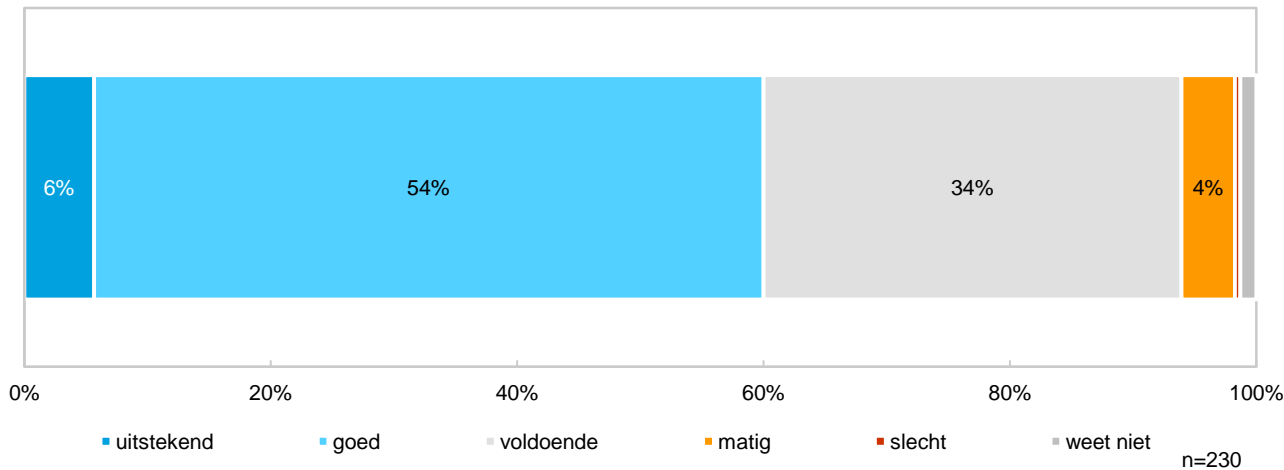
5 Media
5.7 Nieuwsbrief

Ontvangt u maandelijks de digitale nieuwsbrief van het Veteraneninstituut?



 Veteranen uit de leeftijdscategorie 35–50 jaar ontvangen gemiddeld minder vaak de nieuwsbrief dan veteranen uit andere leeftijdsgroepen (14% vs 21% gemiddeld).

Wat vindt u van de digitale nieuwsbrief?

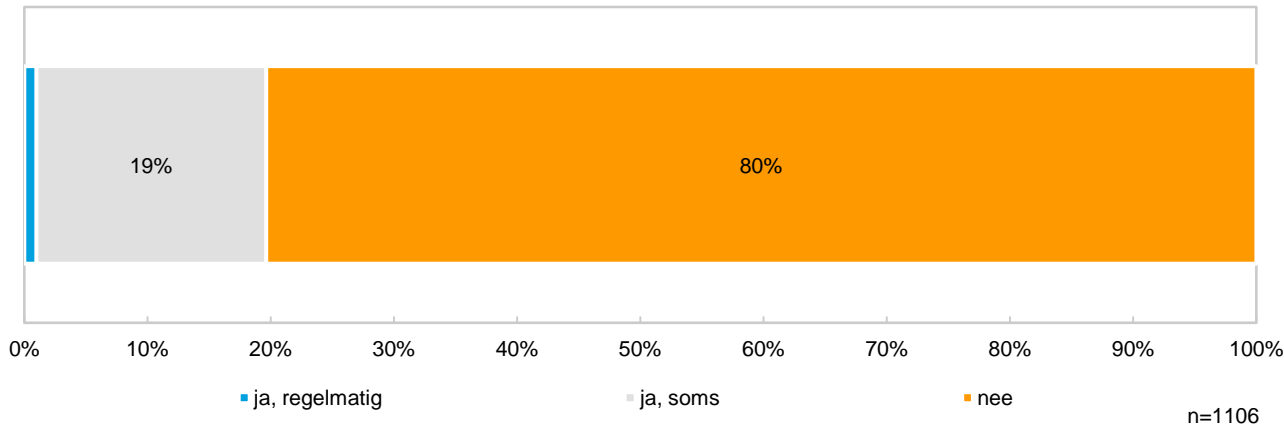


Vraag: Ontvangt u maandelijks de digitale nieuwsbrief van het Veteraneninstituut?
Vraag: Wat vindt u van de digitale nieuwsbrief?

Een ruime meerderheid gebruikt het Handboek Veteraan niet. Degenen die dit wel doen, zijn er tevreden over.

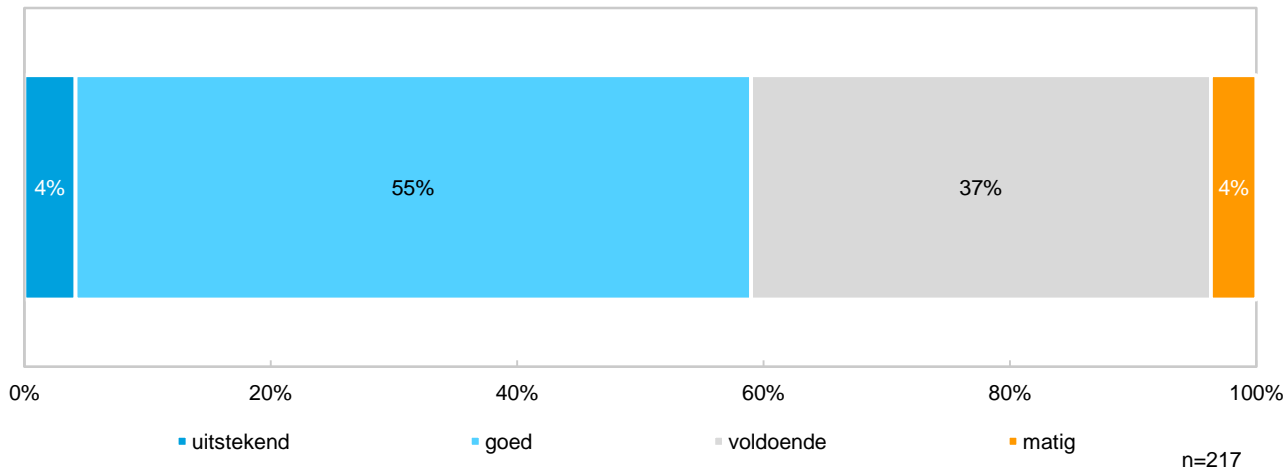
5 Media
5.8 Handboek Veteraan

Maakt u gebruik van het Handboek Veteraan?



Uit de open antwoorden blijkt dat het niet geheel duidelijk is hoe veteranen aan het Handboek Veteraan kunnen komen.

Wat vindt u van het Handboek Veteraan?



Hier enkele aanvullingen van veteranen voor het Handboek Veteraan:

“Ik ben niet in het bezit van de huidige versie. Verstrekking bij vernieuwing is m.i. wenselijk, of bij een losbladig systeem de pagina's met wijzigingen vervangen.”

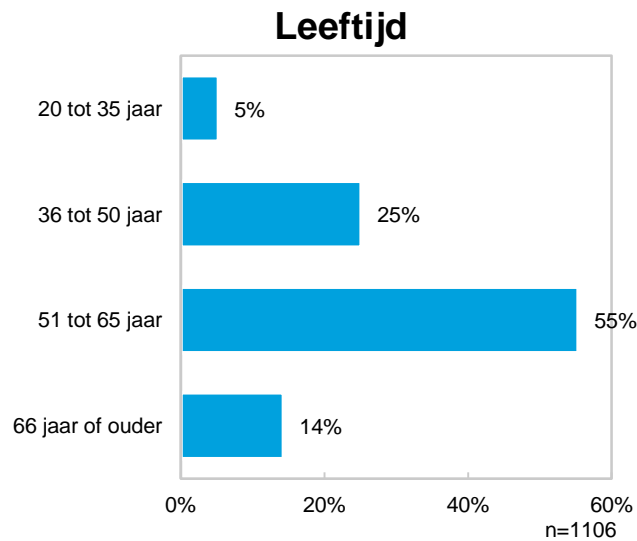
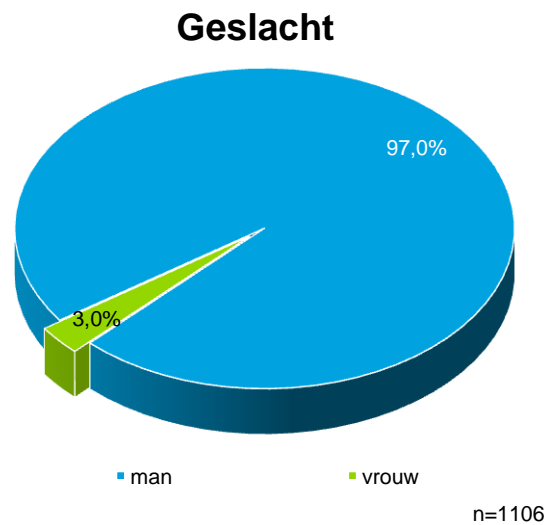
“Regelgeving omtrent het dragen van het uniform na uitdiensttreding en de regelgeving omtrent het dragen van de onderscheidingen na uitdiensttreding.”

“De handhaving van de afspraken, over bijvoorbeeld de medailles en uitmonsteringen.”

Vraag: Maakt u gebruik van het Handboek Veteraan?
Vraag: Wat vindt u van het Handboek Veteraan?

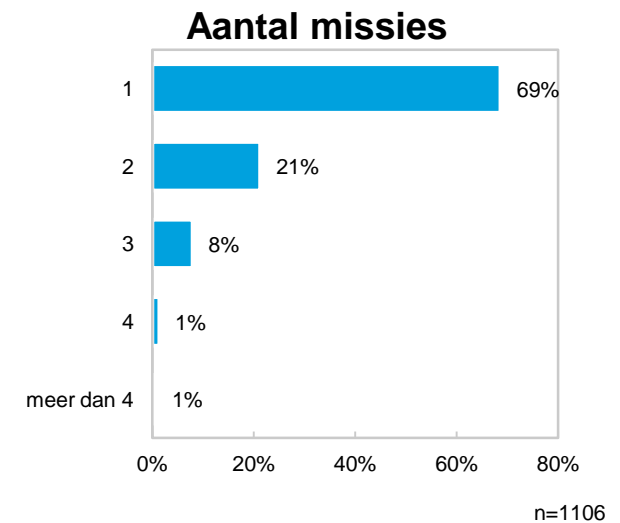
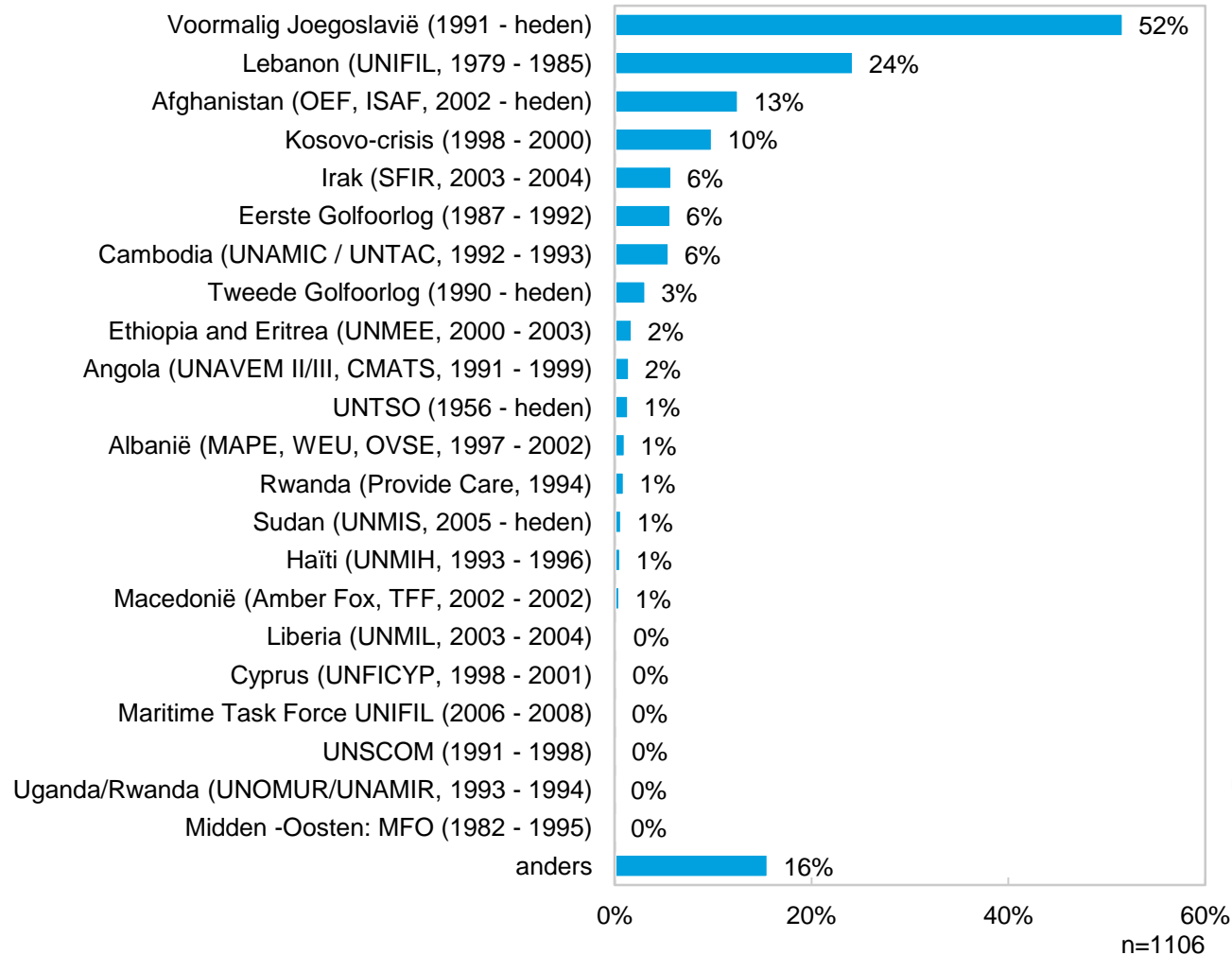
Hoofdstuk 6: Achtergrond

Het veteranenpanel bestaan voornamelijk uit mannen tussen de 51 en 65 jaar.



De missies naar Joegoslavië en Libanon zijn het best vertegenwoordigd in het veteranenpanel.

Missie



n=1106

n=1106

Bijlage: Verantwoording

Steekproefprocedure

- De doelgroep wordt gevormd door leden van het Veteranenpanel. *Dit panel is niet representatief voor alle veteranen in Nederland.*
- Voor dit onderzoek zijn alle panelleden uitgenodigd voor deelname. Van de 2268 panelleden hebben er 1106 deelgenomen aan het onderzoek; een respons van 49%.
- Het veldwerk heeft plaatsgevonden van 25 oktober tot en met 10 november 2013.
- In de tabel zijn de responsgegevens voor alle metingen weergegeven.

Vragenlijst

- Het thema voor de vijfde meting was de dienstverlening van het Veteraneninstituut. De vragenlijst is opgesteld in samenwerking met het Veteraneninstituut.
- De vragenlijst bestond uit ca. 50 vragen, met een gemiddelde invulduur van 8 minuten.
- Waar mogelijk werden de antwoordcategorieën gerandomiseerd om volgorde-effecten te voorkomen.
- Bij aanvang van het veldwerk is 10% van de uitnodigingen verstuurd. De resultaten zijn gecontroleerd op routing en antwoorden.

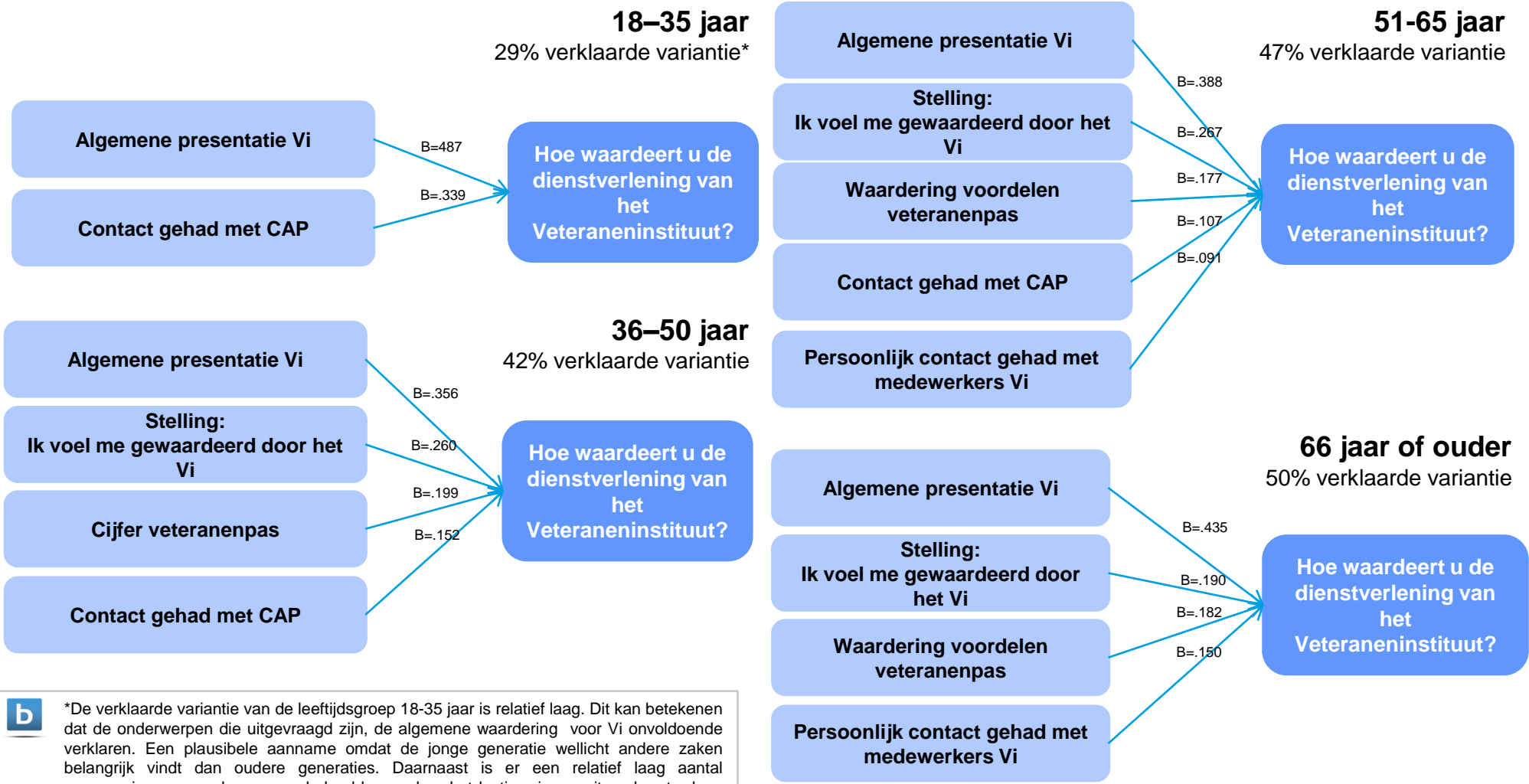
Rapportage

- In de rapportage zijn de belangrijkste uitkomsten op hoofdlijnen beschreven. Daarnaast is er gekeken naar verschillen tussen de groepen; leeftijd en missies. Bij de missies is gekeken of er verschillen zijn tussen veteranen die wel op bepaalde missies zijn geweest en veteranen die niet op deze missies zijn geweest. Voor vijf vooraf afgestemde missies is dit verschil los bekeken.
- Naast deze rapportage zijn de tabellen met resultaten opgeleverd. Ook de antwoorden op open vragen zijn opgeleverd.

Responsgegevens per meting

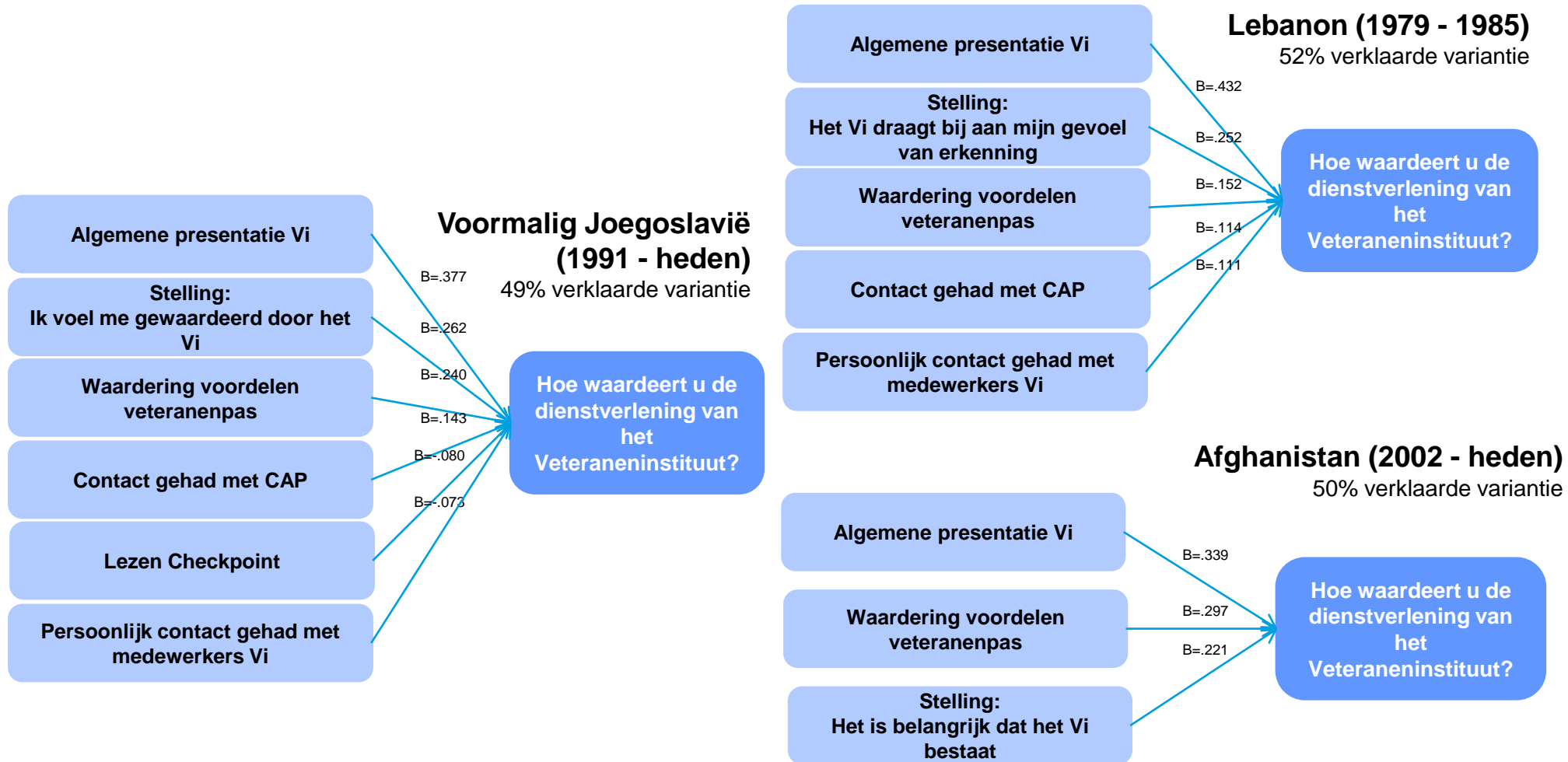
Meting	Periode	Thema	Netto aantal resp.	Aantal uitgenodigde resp.	Responspercentage
1	December 2010	Erkenning en zorg	3216; 2148 panelleden 1068 niet-panelleden	7117	45%
2	Oktober 2011	Kameraadschap en contact	1517	2304	66%
3	Maart 2012	Nazorg en re-integratie	1386	2304	60%
4	November 2012	Ervaringen op de civiele arbeidsmarkt	1114	2268	49%
5	November 2013	Dienstverlening Veteraneninstituut	1106	2268	49%

Bijlage regressie analyses naar leeftijdsgroep



b *De verklaarde variantie van de leeftijdsgroep 18-35 jaar is relatief laag. Dit kan betekenen dat de onderwerpen die uitgevraagd zijn, de algemene waardering voor Vi onvoldoende verklaren. Een plausibele aanname omdat de jonge generatie wellicht andere zaken belangrijk vindt dan oudere generaties. Daarnaast is er een relatief laag aantal waarnemingen voor deze groep behaald, waardoor het lastiger is om uitspraken te doen over de invloed van de uitgevraagde onderwerpen op de dienstverlening.

Bijlage regressie analyses naar missie (1)



Bijlage regressie analyses naar missie (2)

