



**Reputatie**  
**Onderzoeksrapportage**  
**Januari t/m december 2023**

M221283

Giovanni Giaquinto  
Eric-Jan Klöne

7-2-2024

[g.giaquinto@motivaction.nl](mailto:g.giaquinto@motivaction.nl)  
[e.klone@motivaction.nl](mailto:e.klone@motivaction.nl)

# Inhoud

Doelstelling	3
Conclusies	4-5
Methode en opzet	6
Resultaten	
Algeheel beeld en reputatie	7
Maatschappelijke positie	22
Contact met de politie	27
Bijlagen	33

# Doelstelling onderzoek

Inzicht bieden in de reputatie van en het vertrouwen in de politie onder de Nederlandse bevolking. Dit inzicht stelt de Nederlandse politie in staat haar dienstverlening en communicatie te optimaliseren, om zo de reputatie en het vertrouwen te bewaken en vergroten.

## Reputatie en het vertrouwen

- Hoeveel vertrouwen hebben burgers in de politie?
- Welke associaties hebben burgers bij de politie?
- Hoe beoordelen burgers de relevante dimensies: effectiviteit, nabijheid, rechtvaardigheid en omgevingsbewustzijn? En hoe dragen deze dimensies bij aan de reputatie en het vertrouwen in de politie?
- Hoe kijken burgers aan tegen de politie en hoe beoordelen ze de kernwaarden van de politie?
- Wat kan de politie doen om meer vertrouwen te krijgen?
- Wat betekent het beeld van de reputatie en het vertrouwen voor de dienstverlening en de communicatie van de politie?
- Hoe kijkt men naar gelijke behandeling? Is de politie volgens burgers in staat om geen onderscheid te maken vanwege persoonskenmerken?

## Maatschappelijke positie

- Hoeveel belang kennen burgers toe aan de politie voor het goed functioneren van de samenleving?
- Hoeveel vertrouwen hebben burgers en hoe kijken burgers naar de veiligheid in Nederland?
- Wat is de indruk van de wijze waarop de politie in het nieuws komt?
- Denkt men dat de politie goed in staat is om zich in de situatie van burgers te verplaatsen?

## Contact en communicatie

- In welke mate ondersteunen burgers de politie?
- Wat is de indruk van de wijze waarop de politie in het nieuws komt?
- Zijn burgers geneigd om hulp of bescherming aan de politie te vragen als het echt nodig is?
- In welke mate vinden burgers dat de politie goed uitlegt waarom ze wel of niet in actie komen?

## Conclusies

### Beeld zeer stabiel, reputatie robuust

De reputatie van de politie onder de Nederlandse bevolking is goed en erg stabiel. Dit geldt ook voor de beoordeling van alle onderliggende dimensies (effectiviteit, nabijheid, rechtvaardigheid en omgevingsbewustzijn), de legitimiteit, de kernwaarden, indruk van het nieuws over de politie en het ondersteunend gedrag. Dit laat zien dat de reputatie robuust is. De afgelopen twaalf maanden is de politie zowel positief als negatief in de media geweest, maar deze mediaberichten hebben volgens de meeste Nederlanders zelf géén invloed op de manier waarop zij over de politie denken. Toch zien we dat de mate waarin berichten over de politie als positief/negatief worden gezien samenhangt met de (reputatie-)indexscore. Hoe hoger de (reputatie-)indexscore is, des te positiever vindt men datgeen wat zij hebben gezien over de politie in de media. We weten echter niet of het één het ander veroorzaakt of andersom. Wel zien we dat het belangrijkste fundament onder de reputatie het positieve beeld is dat men *zelf* van de politie heeft, deze hangt het sterkste samen met de (reputatie-)indexscore.

### Persoonlijke benadering draagt bij aan reputatie

De reputatie van de politie, hangt van meerdere factoren af. Sturen van reputatie is een kwestie van lange adem en niet van simpele oplossingen. Toch kunnen we op hoofdlijnen enkele aspecten uitlichten die van belang zijn. Eén daarvan is de persoonlijke benadering van de politie. Burgers serieus nemen, begrip tonen, vriendelijkheid,

hulpvaardigheid: allemaal aspecten waar de politie goed op beoordeeld wordt in het contact.

### Over het geheel staat de politie bekend als integer, maar niet iedereen is overtuigd van gelijke behandeling

Over het algemeen vinden Nederlanders dat de politie volgens de wet handelt, verstandig met het geweldsmonopolie omgaat en zich rechtvaardig opstelt. Er is echter ook een minderheid die hier niet van overtuigd is. Ook blijkt de kernwaarde 'verbindend' niet het meest kenmerkende aspect te zijn. Met name het gelijk behandelen van alle Nederlanders (ongeacht achtergrond) wordt betwijfeld. De politie staat wel bekend als een redelijk diverse organisatie.

### Legitimiteit is hoog, effectiviteit ruim voldoende

De legitimiteit van de politie staat buiten kijf, weinig mensen twifelen eraan dat de politie belangrijk is voor het functioneren van de samenleving. Hoewel het voor veel mensen lastig is om te oordelen over concrete bereikte resultaten van de politie, vindt een ruime meerderheid dat de politie bijdraagt aan de veiligheid in Nederland, criminaliteit bestrijdt en dat men op de politie kan rekenen in geval van nood. Bij contact met de politie is men gemiddeld genomen voldoende tevreden over het uiteindelijke resultaat, maar dit blijkt geen aspect te zijn waar de politie in uitblinkt.

## Conclusies

### **Verbinding van de politie met de buitenwereld niet altijd duidelijk**

Hoewel de politie een goede indruk achterlaat in het persoonlijke contact, is in bredere zin de verbinding met de buitenwereld niet altijd duidelijk. De kernwaarde ‘verbindend’ vindt men van alle aspecten het minst bij de politie passen. Een minderheid is ervan overtuigd dat de politie inspeelt op veranderingen in de maatschappij en dat er een duidelijke toekomstvisie is. Gemiddeld vindt men niet dat de politie goed uitlegt waarom ze in actie komt.

Dat ligt overigens niet alleen aan de politie, want voor burgers zelf lijkt het geen prioriteit te zijn om in verbinding met de politie te staan. Als het nodig is schakelt men de politie in en werkt men mee, maar daarbuiten is er niet veel interesse in bijvoorbeeld het nieuws over de politie. Vooral personen die minder vertrouwen hebben in de politie, hebben weinig interesse en onthouden vooral negatieve berichtgeving. Dit maakt het lastig om het vertrouwen binnen deze groep te vergroten.

# Methode en opzet

## **Methode: online kwantitatief onderzoek**

Het onderzoek is uitgevoerd door middel van een vragenlijst met grotendeels gesloten vraagstellingen. De vragenlijst is in een eerdere fase opgesteld door de politie en onderzoeksbureau Kantar Public. Motivaction heeft dit onderzoek vanaf januari 2023 overgenomen. Om continuïteit te waarborgen is de vragenlijst tijdens deze meetperiode grotendeels gelijk gebleven. In oktober 2023 zijn er 2 vragen aan het einde van de vragenlijst toegevoegd om eventuele volgorde effecten te voorkomen. Dit zijn vragen over het nieuws dat men van de politie heeft gezien, gehoord of gelezen (was het positief/negatief, heeft het je beeld beïnvloed, zie pag 26).

## **Doelgroep en steekproef**

De doelgroep bestaat uit Nederlanders van 16 jaar en ouder. De steekproef is afkomstig uit het ISO-gecertificeerde StemPunt-panel van Motivaction. De steekproef is representatief voor de Nederlandse bevolking wat betreft leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, regio, etniciteit (westers vs. niet westerse achtergrond)\* en Mentality-milieu (segmentatie op basis van waarden, normen en levensstijl).

## **Meetperiode**

In de periode van januari t/m december 2023 is er elke maand een steekproef van ongeveer 500 respondenten gerealiseerd. Elke maand was er ongeveer 10 dagen nodig om de respons binnen te halen.

*\*NB: Inmiddels heeft het CBS een nieuwe indeling voor de bevolking naar herkomst, in dit onderzoek is nog de oude indeling van het CBS gebruikt.*



## Algeheel beeld en reputatie

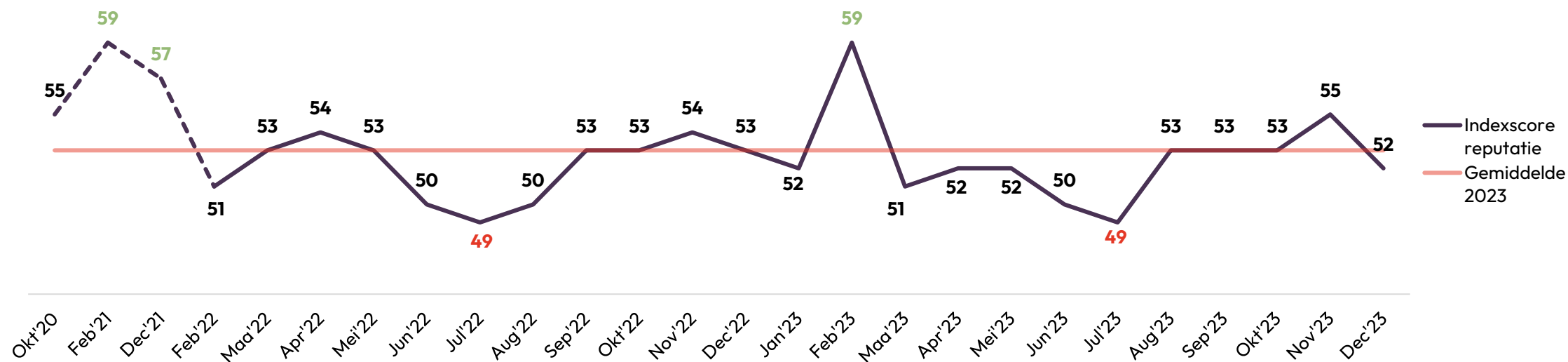
# Indexscore reputatie stabiel

De (reputatie-)indexscore is (net als in 2022) grotendeels stabiel gebleven in de afgelopen 12 maanden. De gemiddelde (reputatie-)indexscore is 53, wat een goede score is. De score is gelijk aan die van 2022.

De positieve uitschieter van februari dit jaar valt moeilijk te verklaren. In het nieuws en het publieke debat was er geen bovengemiddelde aandacht voor de politie. Ook vonden er geen grote maatschappelijke gebeurtenissen plaats (zoals in de coronaperiode, waar de piek in februari 2021 aan gerelateerd is).

2023: **53**

(reputatie-)indexscore	Interpretatie
70 of hoger	Uitstekend
60 tot 70	Zeer goed
50 tot 60	Goed
40 tot 50	Redelijk
30 tot 40	Matig
29 of lager	Slecht



Green/rood=significante hoger/lager t.o.v. het jaargemiddelde (53)



# Eigen indruk van de politie is goed, men verwacht dat de samenleving minder positief is

De indexscore voor reputatie is opgebouwd uit 5 vragen. We zien dat Nederlanders over het algemeen een positieve indruk hebben van de politie, maar dat zij geloven dat het beeld in de samenleving minder uitgesproken positief is.

Daarnaast valt het op dat een kwart van de Nederlanders niet weet hoe zij de bereikte resultaten van de politie moeten beoordelen.

Bij geen van deze stellingen is er in de afgelopen 12 maanden een opwaartse of neergaande trend te zien. Wel zien we (behalve bij de tweede stelling) een kleine positieve uitschieter in februari. Dat heeft geleid tot de hogere (reputatie-)indexscore van februari zoals te zien is op de vorige pagina.

We zien dat de (reputatie-)indexscore over het algemeen positief samenhangt met de andere vragen uit het onderzoek. Hoe hoger de (reputatie-)indexscore is, des te positiever men antwoordt op de andere vragen over de politie (en andersom).

Hoe positief of negatief is jouw eigen indruk van de politie?



Wat is jouw oordeel over de manier waarop de politie haar taken en verantwoordelijkheden uitvoert?



Hoeveel vertrouwen heb je in de politie op de lange termijn?



Hoe beoordeel je de bereikte resultaten van de politie?



Wat is volgens jou het algemene beeld dat er in de samenleving bestaat van de politie?



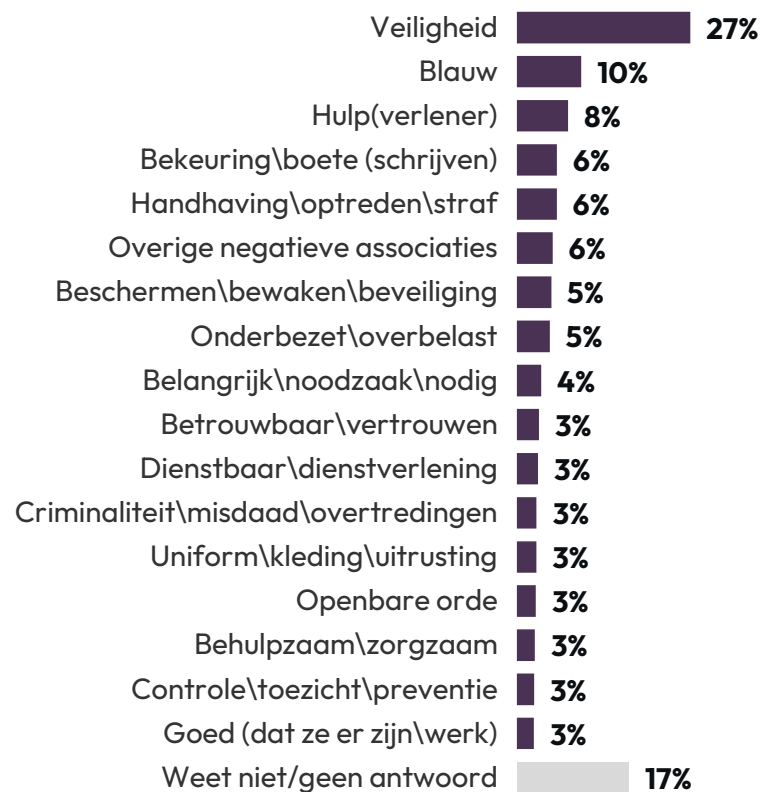
# Associaties bij politie zijn feitelijk en weinig negatief

We zien dat net als bij de halfjaar rapportage, de meest voorkomende associaties bij de politie vooral feitelijk zijn. De meest voorkomende associatie is veiligheid en daarnaast denkt men aan allerlei taken van de politie (hulpverleners, bekeuren, handhaving, etc). Daarnaast zien we dat er relatief weinig negatieve associaties voorkomen.

De associaties zijn stabiel gebleven in de afgelopen 12 maanden.

## Wat is het eerste dat bij je opkomt als je denkt aan de politie?

(Basis - allen, n=6.595)



# Oordeel over handelen van de politie is grotendeels positief

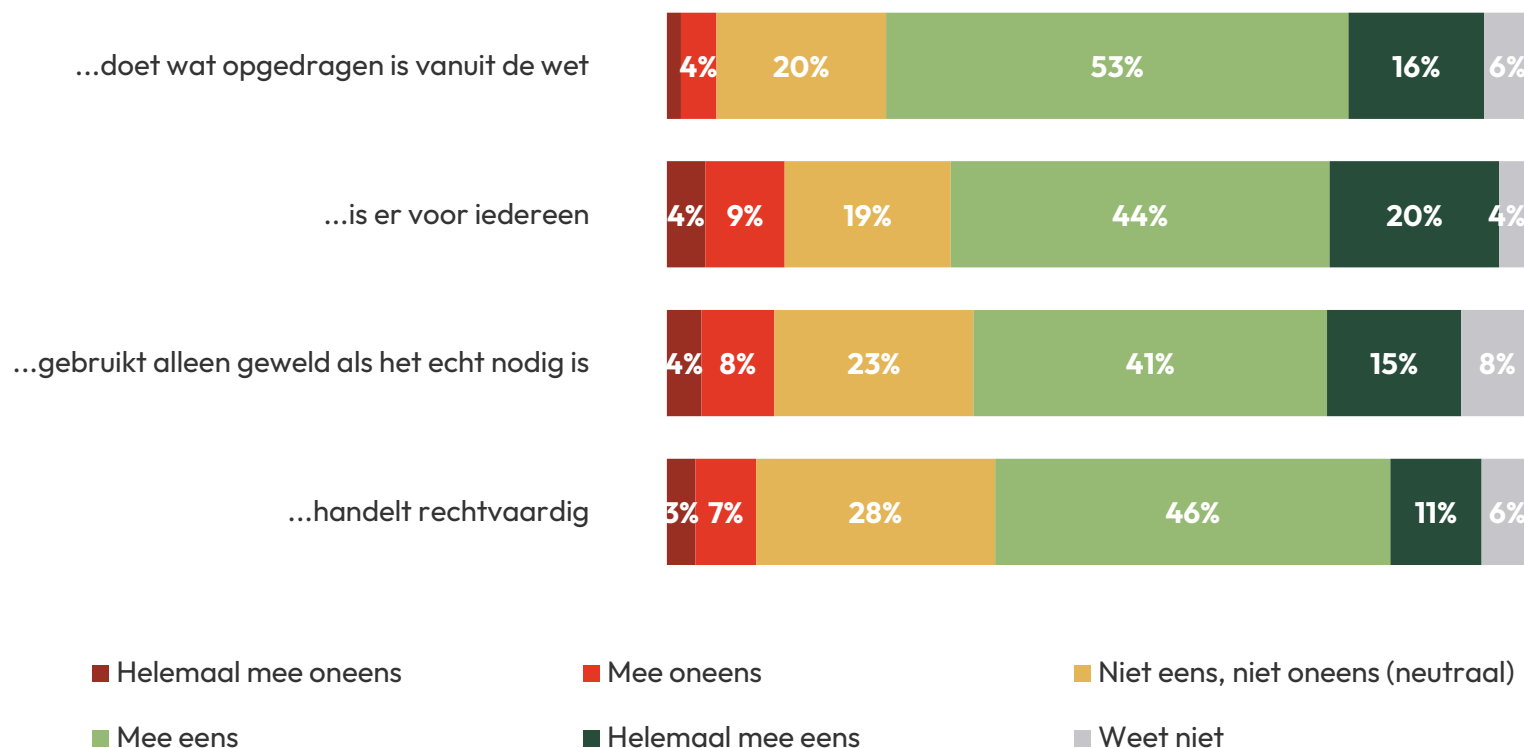
We zien een stabiel beeld in het afgelopen jaar als we kijken naar hoe Nederlanders het handelen van de politie beoordelen. Een meerderheid van de Nederlanders beoordeelt de stellingen over het handelen van de politie positief.

Ondanks het over het algemeen positieve beeld, valt het ook op dat een kleinere groep Nederlanders minder positief is. Zij vinden dat de politie niet rechtvaardig handelt (10%), ook geweld gebruikt op momenten dat het niet nodig is (12%) en er niet voor iedereen is (13%).

De percentages in deze grafiek betreffen alle metingen van 2023, waarin bij alle aspecten een stabiel beeld zichtbaar is.

## In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende uitspraken? De politie...

(Basis - allen, n=6.595)



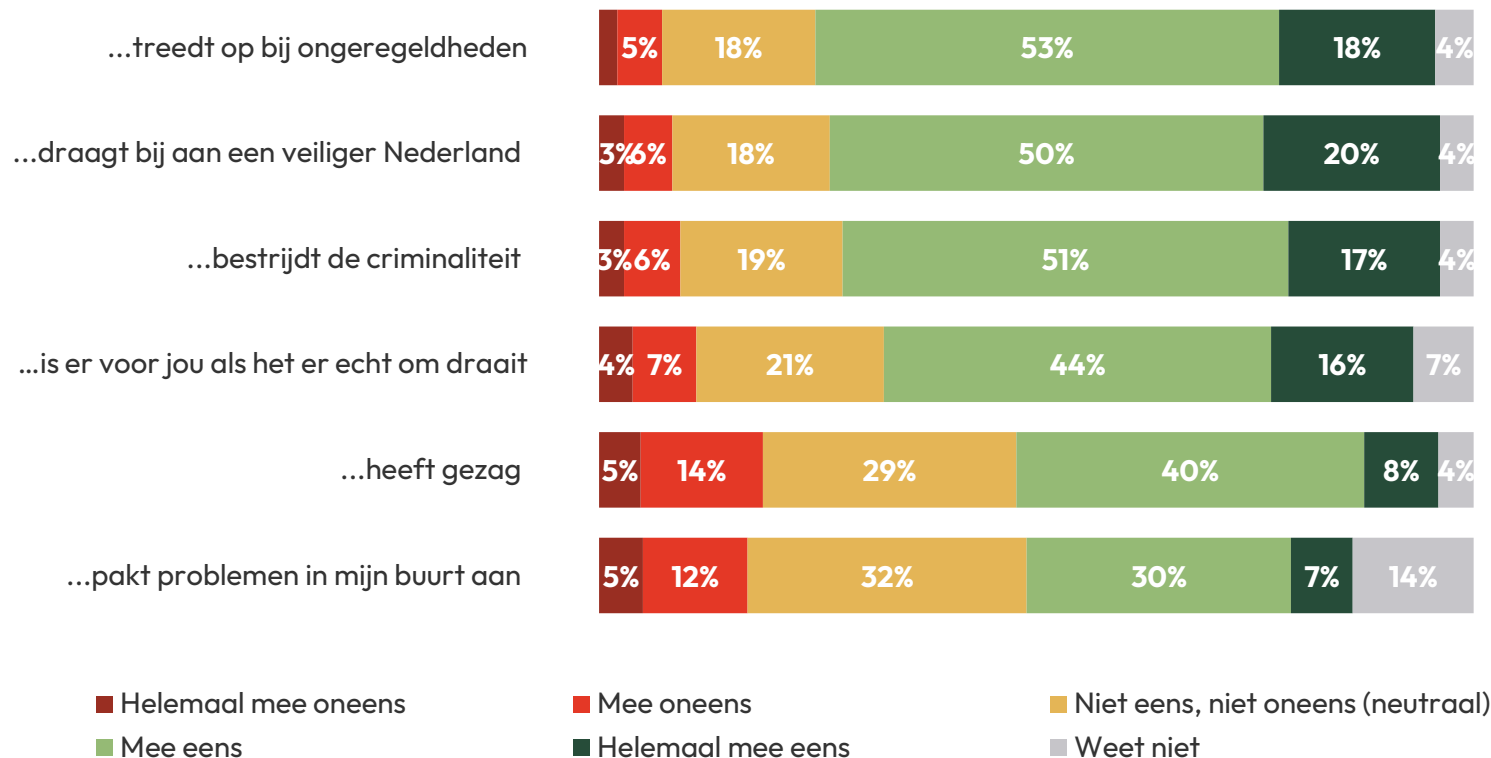
# Nederlanders zien de politie over het algemeen als effectief, maar zijn minder sterk overtuigd van het gezag van de politie

Uit de metingen van de afgelopen 12 maanden komt een stabiel beeld naar voren met betrekking tot de beoordeling van Nederlanders over de effectiviteit van de politie. Nederlanders vinden over het algemeen dat het optreden van de politie een positief effect heeft op de veiligheid in Nederland en op het verminderen van de criminaliteit.

Bij problemen in de eigen buurt lijkt men minder overtuigd, al is het mogelijk dat veel respondenten geen grote problemen ervaren en daardoor vaker de neutrale antwoordoptie kiezen.

48% vindt dat de politie gezag heeft, dat betekent dat de andere helft daar minstens over twijfelt. We weten niet zeker hoe respondenten deze stelling interpreteren: het gezag dat je zelf voelt voor de politie of dat de politie gezag heeft bij andere mensen.

In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende uitspraken? De politie...  
(Basis - allen, n=6.595)



# Ruime meerderheid vindt dat politie goed samenwerkt met hulporganisaties, vier op de tien vinden dat de politie rekening houdt met wensen van burgers

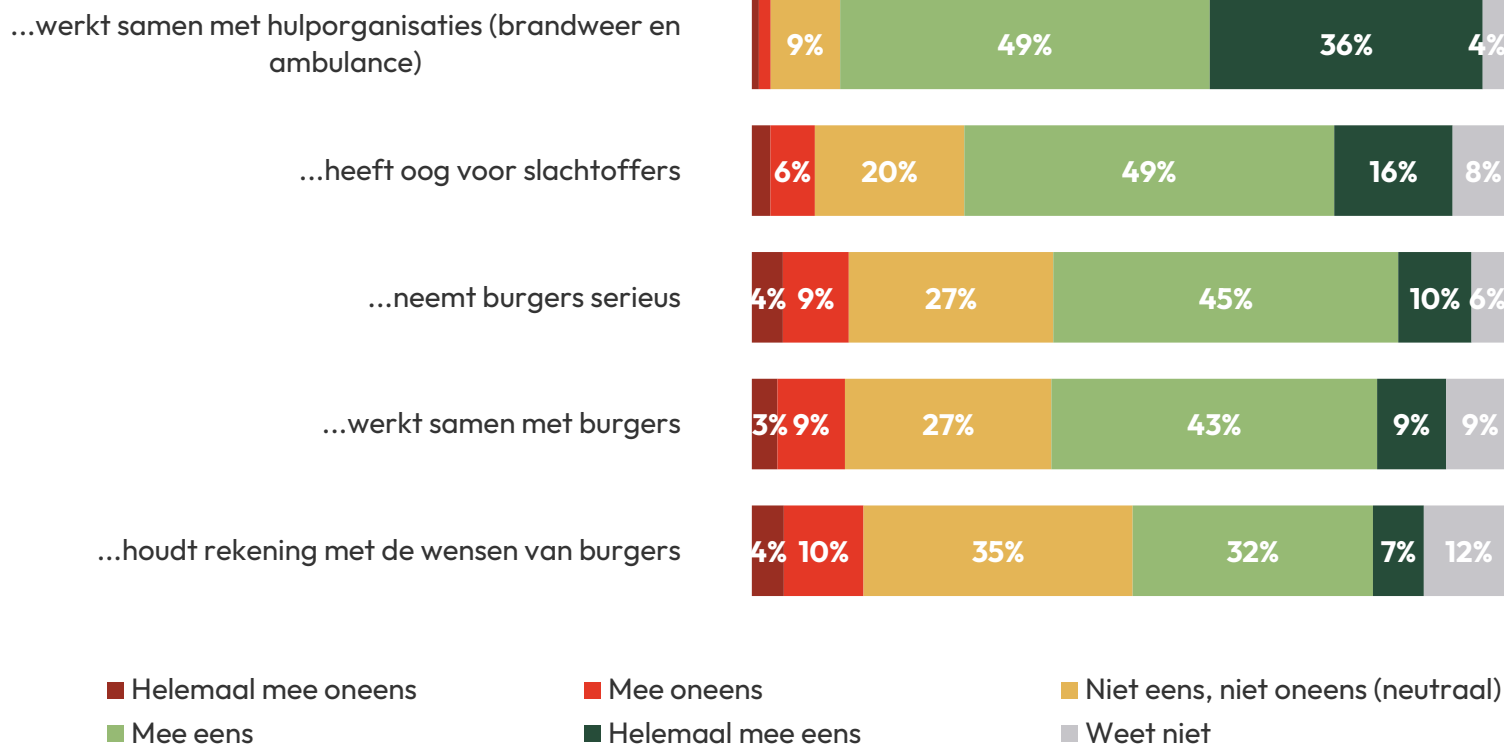
Binnen de dimensie 'nabijheid' springt ook na een jaar meten vooral de samenwerking met hulporganisaties er positief uit.

Ook vindt een meerderheid van de Nederlanders dat de politie oog heeft voor slachtoffers en burgers serieus neemt. Ongeveer de helft is het eens met de stelling 'De politie werkt samen met burgers'.

Vier op de tien Nederlanders (39%) vinden dat de politie rekening houdt met de wensen van burgers. Daarbij zien we dat contact met de politie een kleine rol speelt.

De percentages zijn stabiel gebleven in de afgelopen 12 maanden.

In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende uitspraken? De politie...  
(Basis - allen, n=6.595)



# Nederlanders niet sterk overtuigd van het omgevingsbewustzijn van de politie

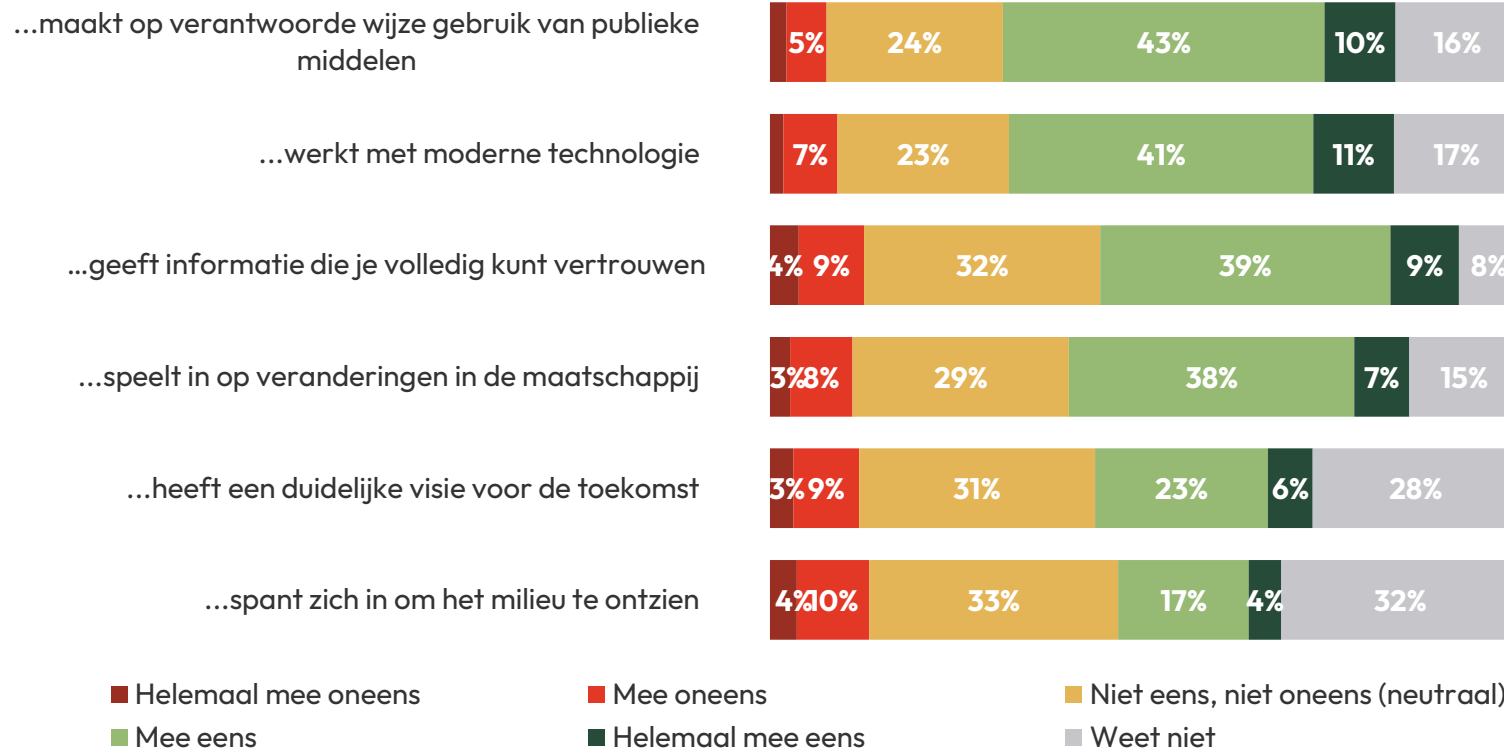
Ongeveer de helft van de Nederlandse bevolking heeft het idee dat de politie publieke middelen verantwoord gebruikt, met moderne technologie werkt, dat de informatie van de politie te vertrouwen is, en inspeelt op maatschappelijke veranderingen. De andere helft van de Nederlanders is meestal niet negatief over deze aspecten, maar lijkt ook niet overtuigd te zijn.

De visie van de politie op de toekomst en het milieubewustzijn, zijn voor veel mensen niet duidelijk, ongeveer een kwart tot (28%) tot een derde (32%) weet niet hoe zij de politie hierop moeten beoordelen.

Ook hier zijn de percentages stabiel gebleven in de afgelopen 12 maanden

## In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende uitspraken? De politie...

(Basis - allen, n=6.595)



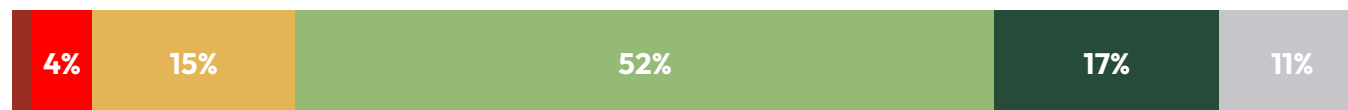
# Diverse organisatie, maar twijfels over de mate waarin de politie iedereen gelijk behandelt

We zien wederom stabiele cijfers in de afgelopen 12 maanden als we kijken in hoeverre Nederlanders de politie als diverse organisatie zien. Ongeveer zeven op de tien (69%) Nederlanders vinden de politie een diverse organisatie.

Desondanks zien we dat bijna één op de vijf Nederlanders (18%) gelooft dat de politie burger (zeer) ongelijk behandelt. Hierbij lijkt contact met de politie een kleine rol te spelen. Nederlanders die in de afgelopen 3 jaar contact hebben gehad met de politie vinden vaker dat de politie burgers gelijk behandelt dan Nederlanders die langer geleden of nooit contact hadden.

## In hoeverre ben je het wel of niet eens met de onderstaande stelling? De politie is een diverse organisatie, er werken mensen met verschillende achtergronden

(Basis - allen, n=6.595)



■ Helemaal mee oneens ■ Mee oneens ■ Niet eens, niet oneens (neutraal)  
■ Mee eens ■ Helemaal mee eens ■ Weet ik (echt) niet

## In hoeverre vind je dat de politie burgers wel of niet gelijk behandelt? Gelijk behandelen betekent dat politiemensen geen onderscheid maken vanwege persoonskenmerken zoals afkomst, geslacht of leeftijd

(Basis - allen, n=6.595)



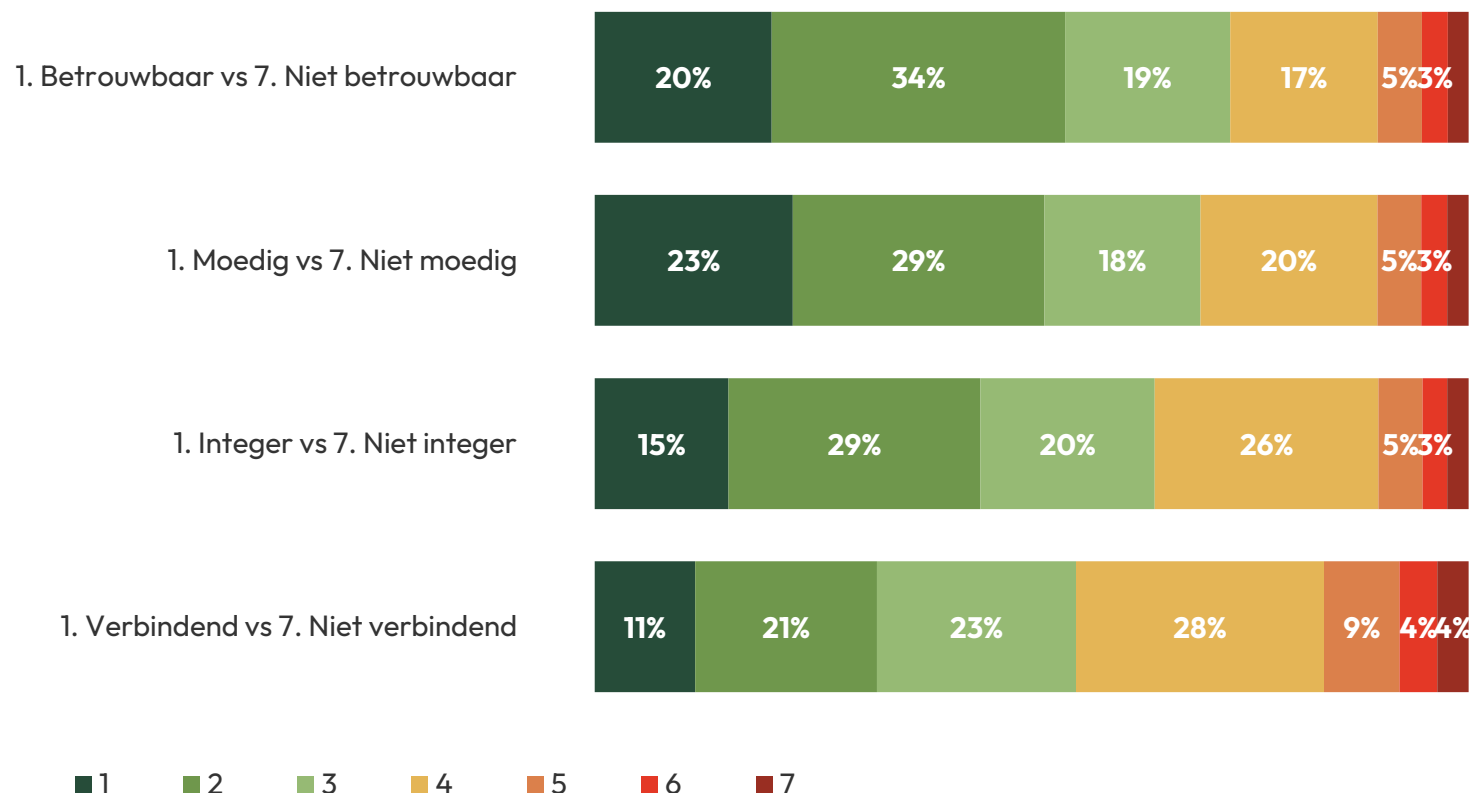
■ Zeer ongelijke behandeling ■ Ongelijke behandeling ■ Niet gelijk, maar ook niet ongelijk  
■ Wel gelijke behandeling ■ Zeer gelijke behandeling ■ Weet ik (echt) niet

# Meerderheid burgers vindt kernwaarden passen bij de politie, burgers vinden politie vooral betrouwbaar en moedig

We zien over de loop van de afgelopen 12 maanden een stabiel beeld in hoeverre Nederlanders de kernwaarden van de politie passend vinden.

Integer en verbindend vindt men iets minder van toepassing, al is men zeker niet uitgesproken negatief. Maar hier staat tegenover dat de meerderheid van de burgers de politie erg betrouwbaar en moedig vindt.

In hoeverre zijn de volgende kenmerken in jouw ogen van toepassing op de politie?  
(Basis – allen, n=6.595)\*



\*Een score van 1 of 2 betekent dat men de kernwaarde (zeer) goed van toepassing vindt op de politie in de grafiek. Een score van 3 is nog wel voldoende, maar al minder overtuigend.



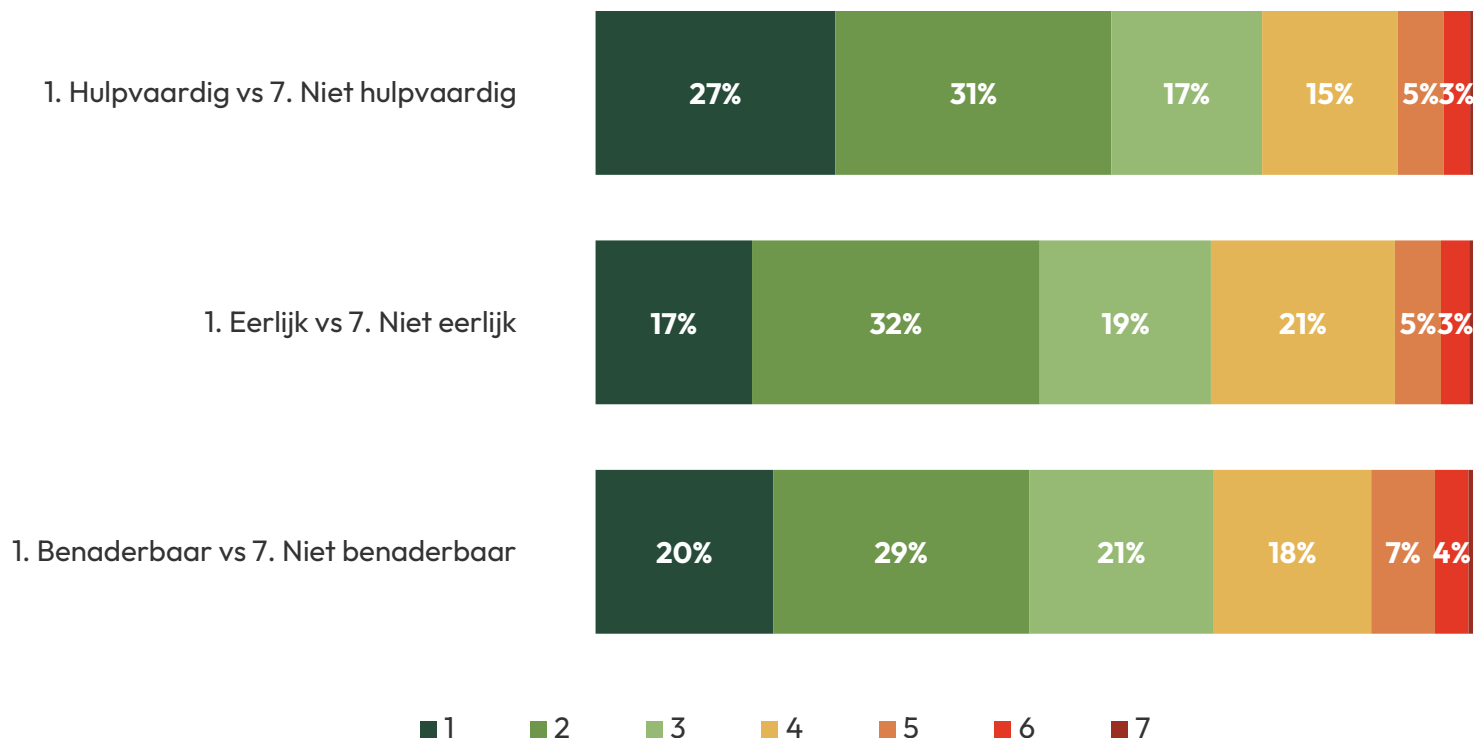
# Meerderheid vindt de politie hulpvaardig, eerlijk en benaderbaar

De meerderheid van de burgers vindt de politie hulpvaardig. Ook eerlijk en benaderbaar vindt men redelijk goed van toepassing op de politie.

Ook in de beoordeling van deze waarden zien we een stabiel beeld over de afgelopen 12 maanden.

## In hoeverre zijn de volgende kenmerken in jouw ogen van toepassing op de politie?

(Basis – allen, n=6.595)



*\*Een score van 1 of 2 betekent dat men de waarde (zeer) goed van toepassing vindt op de politie in de grafiek. Een score van 3 is nog voldoende, maar al minder overtuigend.*

# Regressieanalyse (1/2)

## Uitleg

Een regressieanalyse is een methode om te bepalen hoe bepaalde factoren bepaalde resultaten kunnen voorspellen op basis van hoe zij met elkaar samenhangen. In deze regressieanalyse hebben we de indexscore voor reputatie voorspeld uit 34 factoren (de voorspellers). De factoren staan naast de grafiek weergegeven en bevatten onder andere de stellingen uit de dimensies effectiviteit, nabijheid, rechtvaardigheid en omgevingsbewustzijn, de stellingen over de kernwaarden en enkele andere stellingen zoals de legitimiteit. De mate van hoe goed de factoren de resultaten voorspellen wordt uitgedrukt in het percentage verklaarde variantie. De vuistregel: Hoe hoger de verklaarde variantie des te beter voorspellen de factoren in de analyse de (reputatie-)indexscore.

## Uitkomst

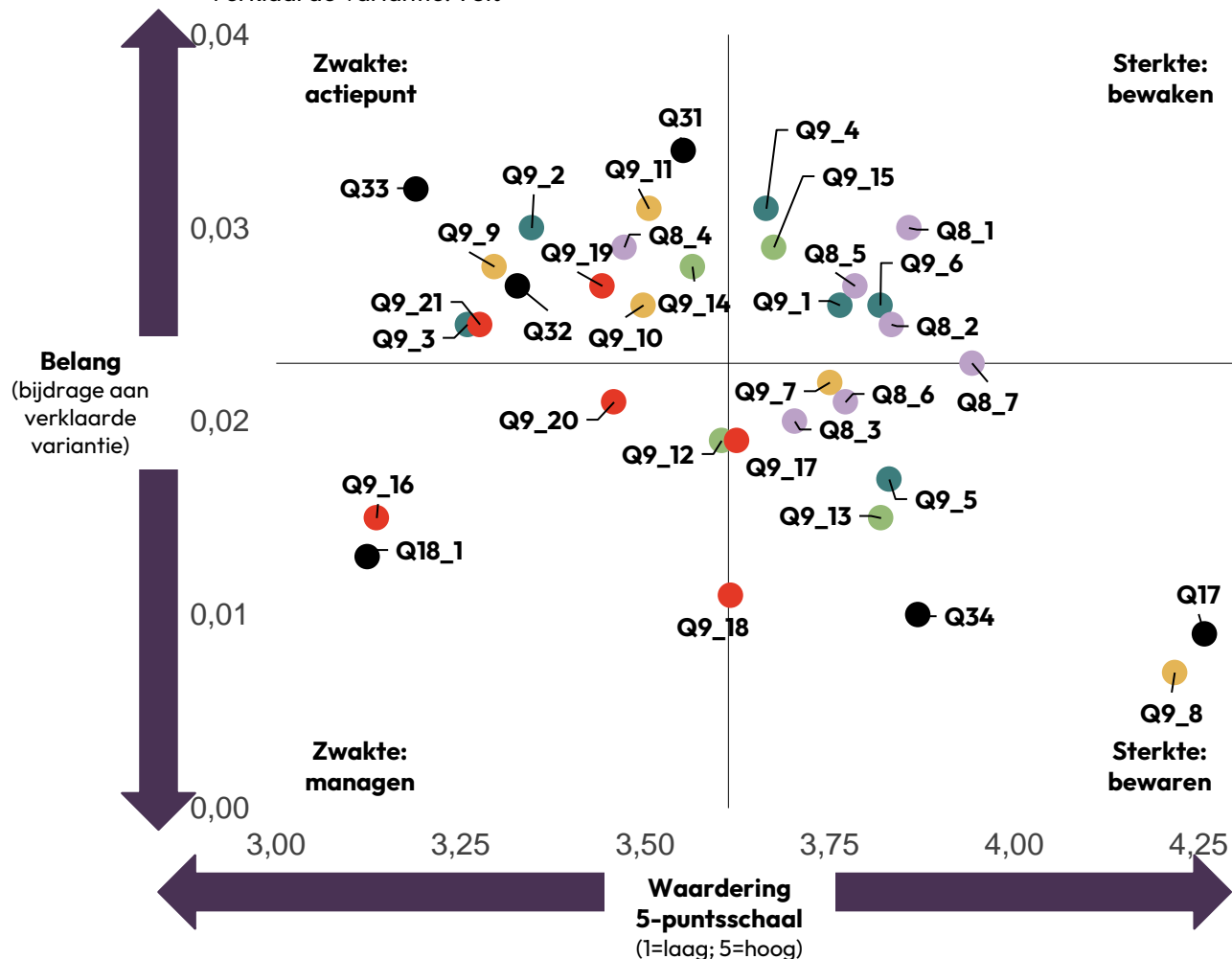
Het model biedt een uitstekende voorspelling van de (reputatie-)indexscore, alle aspecten die in de analyse zijn meegenomen verklaren 78% van de (reputatie-)indexscore. Het is daarom onwaarschijnlijk dat er belangrijke factoren niet zijn meegenomen in de vragenlijst.

De scores op de verticale as liggen erg dicht bij elkaar. Dat betekent dat alle factoren ongeveer even belangrijk zijn voor de reputatie.

[Klik hier](#) voor een uitgebreidere uitleg van de regressie analyse

# Regressieanalyse (2/2)

Afhankelijke variabele: Indexscore reputatie  
Verklaarde variantie: 78%



- Q9\_1 De politie bestrijdt de criminaliteit
- Q9\_2 De politie heeft gezag
- Q9\_3 De politie pakt problemen in mijn buurt aan
- Q9\_4 Als het er echt om gaat, dan is de politie er voor jou
- Q9\_5 Bij ongeregelheden treedt de politie op
- Q9\_6 De politie draagt bij aan een veiliger Nederland
- Q9\_7 De politie heeft oog voor slachtoffers
- Q9\_8 De politie werkt samen met hulporganisaties
- Q9\_9 De politie houdt rekening met de wensen van burgers
- Q9\_10 De politie werkt samen met burgers
- Q9\_11 De politie neemt burgers serieus
- Q9\_12 De politie gebruikt alleen geweld als het echt nodig is
- Q9\_13 De politie doet wat opgedragen is vanuit de wet
- Q9\_14 De politie handelt rechtvaardig
- Q9\_15 De politie is er voor iedereen
- Q9\_16 De politie spant zich in om het milieu te ontzien
- Q9\_17 De politie maakt op verantwoorde wijze gebruik van publieke middelen
- Q9\_18 De politie werkt met moderne technologie
- Q9\_19 De informatie van de politie kun je volledig vertrouwen
- Q9\_20 De politie speelt in op veranderingen in de maatschappij
- Q9\_21 De politie heeft een duidelijke visie voor de toekomst
- Q31 Empathie
- Q32 De politie behandelt iedereen gelijk
- Q33 Duidelijke uitleg
- Q34 De politie is een diverse organisatie
- Q17 Legitimiteit
- Q18\_1 Algemeen sociaal vertrouwen
- Q8\_1 Betrouwbaar
- Q8\_2 Moedig
- Q8\_3 Integer
- Q8\_4 Verbindend
- Q8\_5 Eerlijk
- Q8\_6 Benaderbaar
- Q8\_7 Hulpvaardig

# Veel burgers hebben moeite met het formuleren van verbeterpunten, anderen noemen vooral aspecten die nabijheid en effectiviteit benadrukken

Aan respondenten is gevraagd om in eigen woorden te formuleren wat de politie zou moeten doen om het vertrouwen te vergroten. Iets meer dan de helft weet daar helemaal geen antwoord op te geven.

Bij degenen die wel verbeterpunten noemen zien we de dimensie nabijheid terugkomen (zichtbaar zijn op straat, serieus omgaan met meldingen, samenwerken en goed luisteren), maar ook de dimensie effectiviteit (daadkracht, optreden tegen criminaliteit, sneller handelen).

We zien hier ook stabiele cijfers in terug als we het hele jaar in acht nemen.

## Wat zou de politie kunnen doen om meer vertrouwen van jou te krijgen? (Basis - allen, n=6.595; gecodeerde open antwoorden)



# Verschillen tussen Mentality-milieus: Impulsieve individualisten zijn het meest negatief

Een vergelijking tussen de Mentality-milieus (segmentatie op basis van waarden, normen en levensstijl, [zie bijlage](#) voor extra uitleg) laat zien dat er één milieu een sterk afwijkende score heeft: **de impulsieve individualisten**. De indexscore voor reputatie binnen deze groep is slechts 40. Zij geven gemiddeld negatievere antwoorden bij nagenoeg alle vragen in dit onderzoek. Dit valt door een aantal aspecten te verklaren:

- De impulsieve individualisten hebben weinig vertrouwen in instituten en de overheid, dus de politie is daarin geen uitzondering. Zij voelen zich enigszins in de steek gelaten door de overheid en de politiek.
- Dit wantrouwen maakt ze niet strijdbaar, ze zijn voor een groot deel afgehaakt. Ze voelen zich minder betrokken bij de politiek en de maatschappij in brede zin. Ze staan bovendien argwanend tegenover de media, dus het is lastiger om deze groep te bereiken.
- Een andere component die meespeelt betreft de leefomstandigheden van deze groep. Door hun lagere socio-economische status wonen ze vaker in slechtere buurten. In dit onderzoek is dat ook terug te zien: zij hebben vaker contact met de politie om aangifte te doen van misdrijven of meldingen van overlast.

De **traditionele burgers** zijn in vergelijking met het halfjaarpunt nóg

positiever over de politie. De indexscore voor reputatie binnen deze groep is veruit het hoogst met 59. Dit valt te verklaren door een aantal aspecten:

- Traditionele burgers staan veel stil bij criminaliteit en veiligheid. Ze hebben meer vertrouwen in instituten en de overheid, dus daarmee ook meer vertrouwen in de politie.
- Traditionele burgers zijn gevoelig voor autoriteit en laten zich sneller overtuigen door autoriteit. De politie is daarmee dus geen uitzondering.

Verder zien we dat de (reputatie-)indexscores voor Mentality milieus over het algemeen ook indicatief lijkt te zijn voor hoe zij naar de politie kijken op de elementen nabijheid, effectiviteit en rechtvaardigheid. Zo zien we dat:

- Traditionele burgers, nieuwe conservatieven en postmaterialisten overal ook meer uitgesproken positief zijn over de politie (vaker de meest positieve antwoordcategorie) en minder vaak negatief antwoorden
- Kosmopolieten minder uitgesproken positief en minder uitgesproken negatief zijn (minder vaak de meest positieve en meest negatieve antwoordcategorie)
- Opwaarts mobilen en moderne burgers vaak gemiddeld antwoord of vaker weet niet invullen
- Postmoderne hedonisten minder uitgesproken positief zijn, maar niet vaker negatief antwoorden.

Mentality-milieu	(reputatie-)indexscore
Traditionele burgerij	59
Nieuwe conservatieven	57
Postmaterialisten	56
Kosmopolieten	55
Opwaarts mobilen	52
Moderne burgerij	51
Postmoderne hedonisten	50
Impulsieve individualisten	40



## Maatschappelijke positie

# Legitimiteit van de politie is hoog, zorgen over veiligheid in Nederland

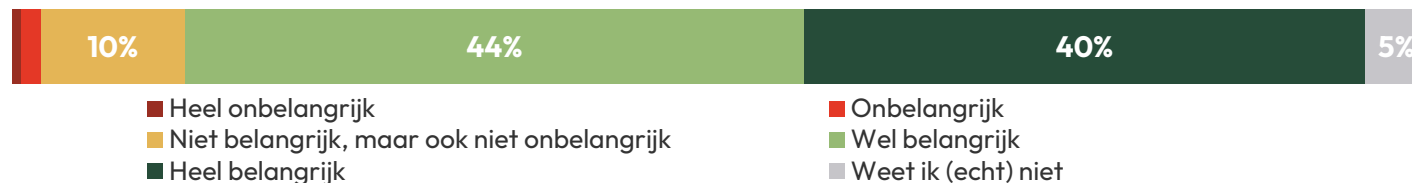
84% van de Nederlanders vindt de politie belangrijk voor het functioneren van de samenleving. Dit percentage is stabiel in de afgelopen 12 maanden.

Er zijn zorgen over de veiligheid in Nederland, iets meer dan de helft (55%) denkt dat het de verkeerde kant op gaat. De perceptie hangt enigszins samen met het algeheel sociaal vertrouwen (middelste vraag). Percentages zijn nagenoeg stabiel in de afgelopen 12 maanden.

Nederlanders die vinden dat het (meer) de verkeerde kant opgaat met de veiligheid in Nederland zijn, geven over het algemeen iets negatievere antwoorden op alle vragen en stellingen over de politie. Het verschil is echter erg klein (2% tot 5%).

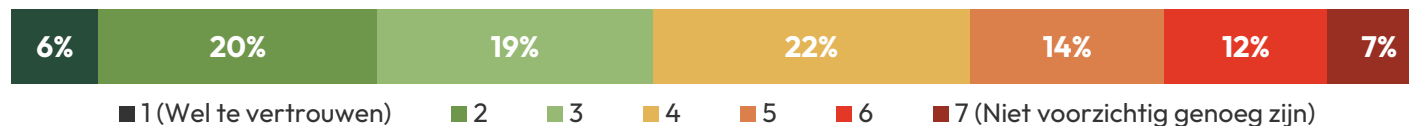
## In hoeverre vind je dat de politie wel of niet belangrijk is voor het goed functioneren van de samenleving?

(Basis – allen, n=6.595)



## Vind je dat over het algemeen de meeste mensen wel te vertrouwen of vind je dat men niet voorzichtig genoeg kan zijn in de omgang met anderen?

(Basis – allen, n=6.595)



## In hoeverre vind je dat het de goede of de verkeerde kant op gaat met de veiligheid in Nederland?

(Basis – allen, n=6.595)



# Interesse in nieuws en informatie van de politie hangt samen met reputatie

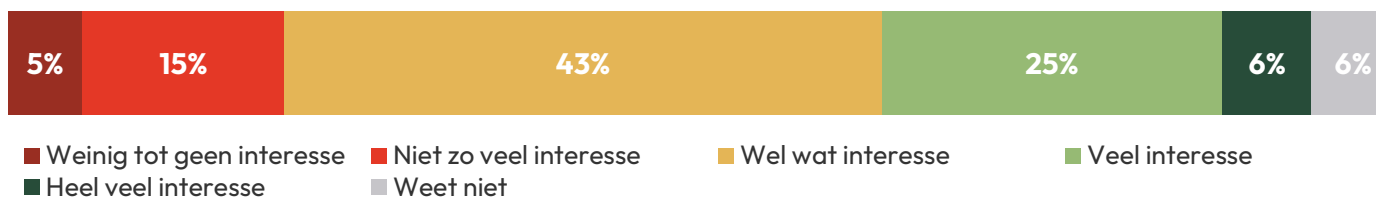
Net als bij de halfjaarrapportage zien we dat beide vragen sterk samenhangen met het beeld dat men van de politie heeft. Hoe hoger de indexscore voor reputatie, des te meer interesse in nieuws en informatie en des te positiever de indruk van hoe de politie in het nieuws is geweest.

Andersom geldt dat de groep waarbij de politie een lagere reputatie heeft eerder negatief nieuws ziet (of onthoudt) en verder weinig interesse heeft in nieuws en informatie van de politie.

De percentages zijn gedurende 2023 stabiel gebleven.

## In hoeverre ben je in het algemeen wel of niet geïnteresseerd in nieuws en informatie van de politie?

(Basis – allen, n=6.595)



## Hoe positief of negatief is jouw indruk van de manier waarop de politie in de afgelopen 6 maanden in het nieuws is geweest?

(Basis – allen, n=6.595)





# Media-aandacht meestal positief, maar heeft volgens de meesten weinig invloed op hun mening over de politie

Ongeveer één op drie (32%) Nederlanders vernam wel eens iets over de politie in de media. Volgens de meesten van hen (51%) was het bericht positief over de politie.

Vragen we het aan burgers zelf dan zeggen de meesten dat hetgeen wat zij over de politie zagen hun mening over de politie niet positief of negatief veranderd. 43% kiest namelijk voor de middelste optie.

Toch zien we dat de algehele (reputatie-)indexscore samenhangt met de mate waarin berichten als positief/negatief over de politie worden gezien. We zien dat hoe hoger de (reputatie-)indexscore is, des te positiever men vindt datgeen wat zij hebben gezien over de politie in de media.

We kunnen niet concluderen of het één tot het ander leidt. Enerzijds kan het dus zijn dat als men positief denkt over de politie zij berichten in de media positiever interpreteren. Maar andersom kan ook, hoe positiever de berichten over de politie in de media zijn hoe positiever men gaat denken over de politie.

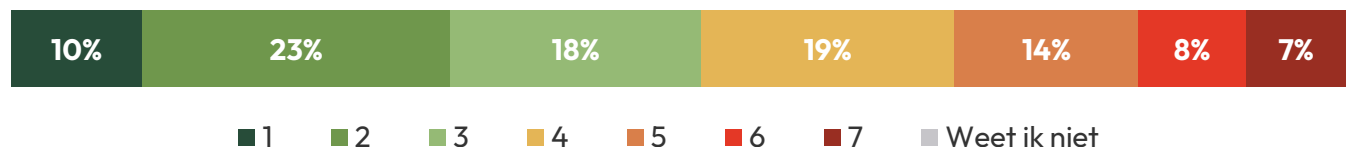
## Heb je in de afgelopen maand iets gezien, gehoord of gelezen over de politie in de media?

(Basis – allen, n=1.696; vraag opgenomen sinds oktober 2023)



## In hoeverre vind je dat wat jij hebt gezien, gehoord of gelezen negatief of positief over de politie (1 = zeer positief en 7 = zeer negatief)?

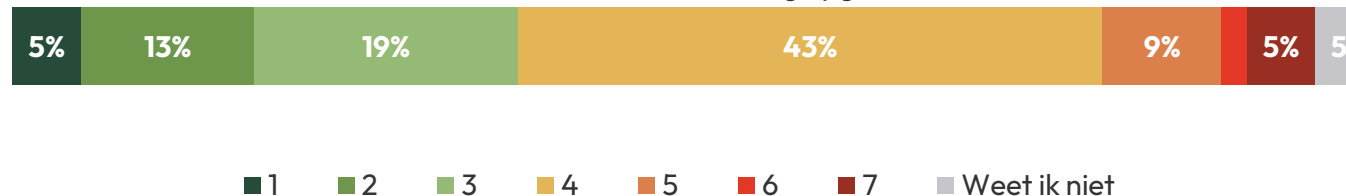
(Basis – heeft iets vernomen in de media, n=538; vraag opgenomen sinds oktober)



## In hoeverre heeft dat wat jij hebt gezien, gehoord of gelezen jouw mening over de politie positief of negatief veranderd

1 = zeer positief, 7 = zeer negatief

(Basis – heeft iets vernomen in de media, n=538; vraag opgenomen sinds oktober 2023)



# Een vijfde zou best voor de politie willen werken

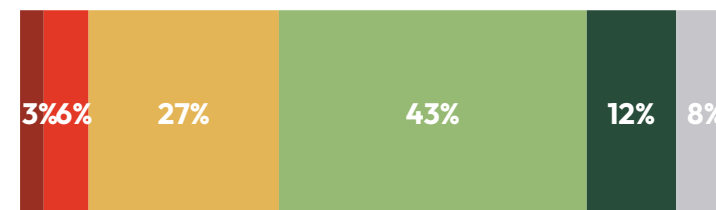
De populariteit van de politie als werkgever is in loop van 2023 stabiel gebleven. Ongeveer één op de vijf (21%) Nederlanders zegt te willen werken voor de politie, wat vergelijkbaar is met andere publieke organisaties. Dit betekent niet dat deze een ambitie hebben om voor de politie te werken of daadwerkelijk gaan solliciteren. Maar het zegt wel dat ze het werk of de organisatie in principe aantrekkelijk genoeg vinden.

Dat laatste blijkt ook uit de andere stelling: meer dan de helft van de Nederlanders is tegen anderen positief over de politie.

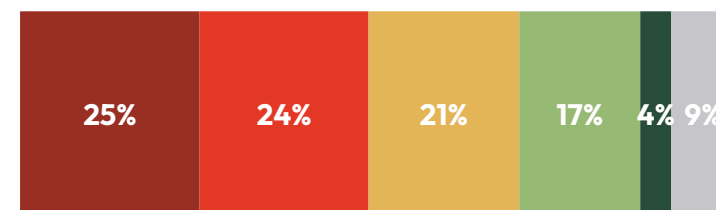
## In welke mate ben je het eens of oneens met de onderstaande stellingen?

(Basis - allen, n=6.595)

Als ik de gelegenheid heb, dan ben ik tegen anderen positief over de politie



Ik zou voor de politie willen werken



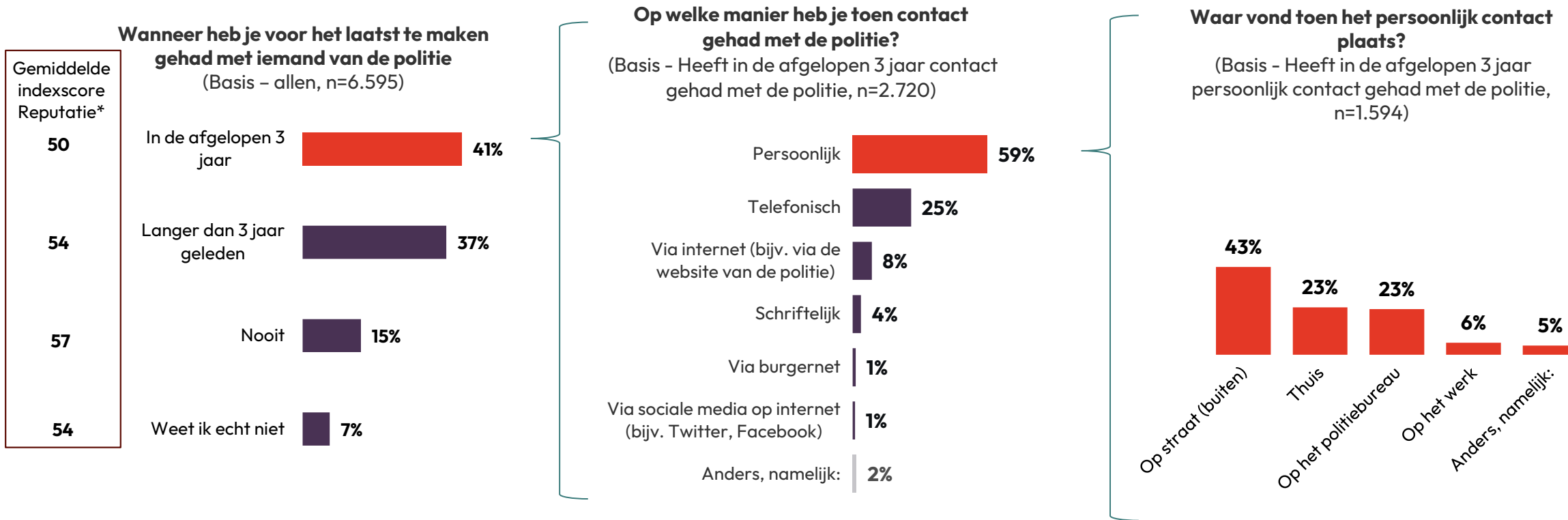
- Helemaal mee oneens
- Niet eens, niet oneens (neutraal)
- Helemaal mee eens

- Mee oneens
- Mee eens
- Weet niet



## Contact met de politie

# Contact met de politie meestal persoonlijk



\*Gemiddelde (reputatie-)indexscores per contactperiode

# Tevredenheid over het contact met de politie

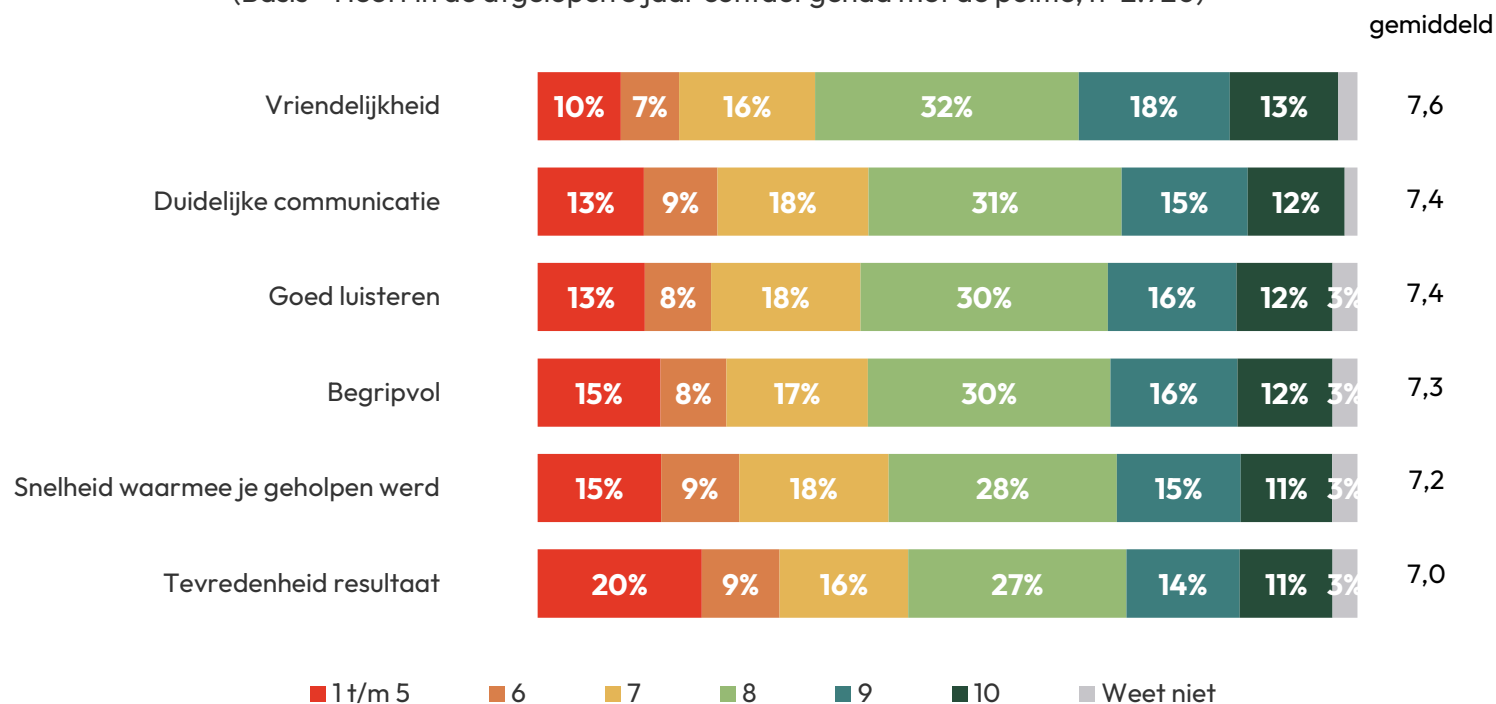
Burgers die in de afgelopen 3 jaar zelf contact hebben gehad met de politie, zijn daar gemiddeld genomen tevreden over.

Daarbij lijkt de manier waarop men contact had samen te hangen met de mate van tevredenheid. Mensen die schriftelijk of via internet contact hebben gehad beoordelen alle aspecten ongeveer een halve punt lager dan het gemiddelde. Mensen die bij hen thuis of eventueel op het werk contact hebben gehad, zijn het meest tevreden over alle aspecten (0,5-0,7 punt hoger dan gemiddeld). Beoordeling van het contact op straat of op het politiebureau ligt op of enkele tienden onder/boven het totale gemiddelde.

Ook de algehele indexscore voor reputatie blijkt samen te hangen met het soort contact. Mensen die thuis of op het werk zijn bezocht door de politie hebben een gemiddelde score van 53, terwijl mensen die alleen schriftelijk contact hebben gehad, een gemiddelde score van 35\* hebben.

## En kun je aangeven hoe dat laatste contact verliep? Wil je voor elk van de onderstaande aspecten een rapportcijfer geven?

(Basis - Heeft in de afgelopen 3 jaar contact gehad met de politie, n=2.720)



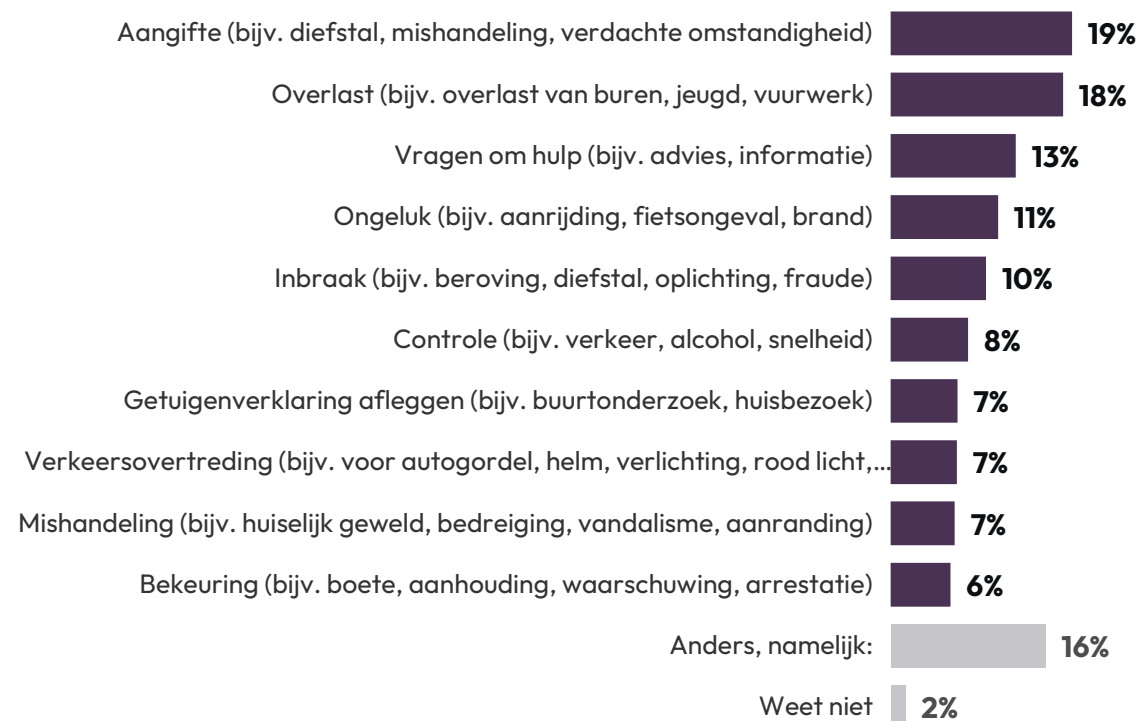
\*NB: Deze resultaten zijn indicatief vanwege de lage n (n<100) in deze subgroep

# Contact met de politie vindt plaats om uiteenlopende redenen

Bij de meest voorkomende redenen lijkt het te gaan om mensen die zelf een melding doen (van overlast, of een aangifte). Dat lijkt ook het geval te zijn bij 'inbraak' en 'mishandeling'. Tenslotte is niet uit te sluiten dat mensen bij dit antwoord zelf verdachte zijn geweest.

## Kun je aangeven waarover het laatste contact ging dat je met de politie had?

(Basis - Heeft in de afgelopen 3 jaar contact gehad met de politie, n=2.720)



Gemiddelde indexscore Reputatie*
47
46
54

\*Gemiddelde (reputatie-)indexscores voor Nederlanders die een van de top 3 antwoorden gaven

# De politie verplaatst zich volgens de meesten goed in burgers, maar legt niet altijd duidelijk uit waarom ze in actie komt

Een krappe meerderheid van de burgers heeft het gevoel dat de politie zich goed in hun situatie kan verplaatsen. Hierbij zien we geen verschil tussen mensen die de afgelopen jaren wel of geen contact met de politie hebben gehad.

De meningen zijn meer verdeeld bij de vraag of de politie goed uitlegt waarom ze wel of niet in actie komt. Ongeveer een derde (35%) van de Nederlanders vindt dat de politie goed uitlegt waarom ze wel of niet in actie komt, een op de vijf (20%) vindt dit niet.

De percentages zijn stabiel gebleven in de afgelopen 12 maanden.

## Denk je dat de politie zich wel of niet goed in jouw situatie kan verplaatsen?

(Basis – allen, n=6.595)



■ Nee, heel slecht ■ Nee, slecht ■ Niet goed, maar ook niet slecht ■ Ja, goed ■ Ja, heel goed ■ Weet ik (echt) niet

## De politie legt aan burgers goed uit waarom ze wel of niet in actie komt

(Basis – allen, n=6.595)



■ Helemaal mee oneens ■ Mee oneens ■ Niet eens, niet oneens (neutraal) ■ Mee eens ■ Helemaal mee eens ■ Weet ik (echt) niet

# Meeste mensen vertonen ondersteunend gedrag jegens de politie

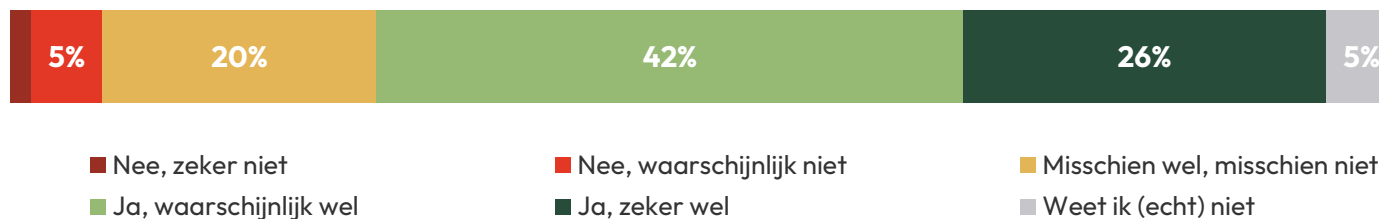
Ongeveer zeven op de tien Nederlanders stellen zich constructief op: indien nodig vragen ze hulp aan de politie, ze zijn bereid om informatie en kennis te delen en te doen wat de politie vraagt. Een kleine groep is echter wat meer terughoudend / werkt niet mee/vraagt geen hulp.

De mate van waarin men bereid is om de politie te ondersteunen hangt samen met de algehele reputatie index score. Nederlanders die weinig vertrouwen in de politie hebben, zijn minder bereid om de politie te ondersteunen (en vice versa). Zoomen we in, dan zien we de sterkste samenhang tussen de eigen indruk van de politie en de bereidheid tot ondersteunend gedrag. Hoe beter de eigen indruk, des te meer is iemand bereid om de politie te ondersteunen.

De percentages zijn stabiel gebleven in 2023.

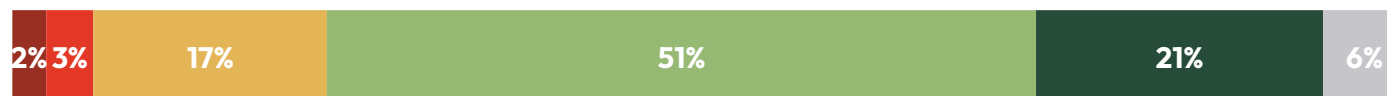
## Stel dat je hulp of bescherming nodig hebt. Vraag je dan wel of geen hulp of bescherming aan de politie?

(Basis - allen, n=6.595)



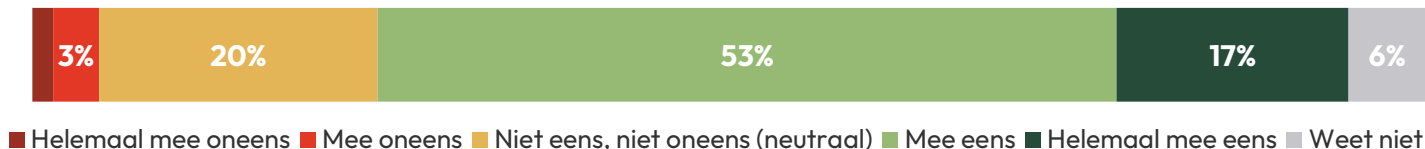
## Ik ben bereid om informatie en kennis te delen met de politie

(Basis - allen, n=6.595)



## Ik ben bereid om te doen wat de politie van me vraagt

(Basis - allen, n=6.595)

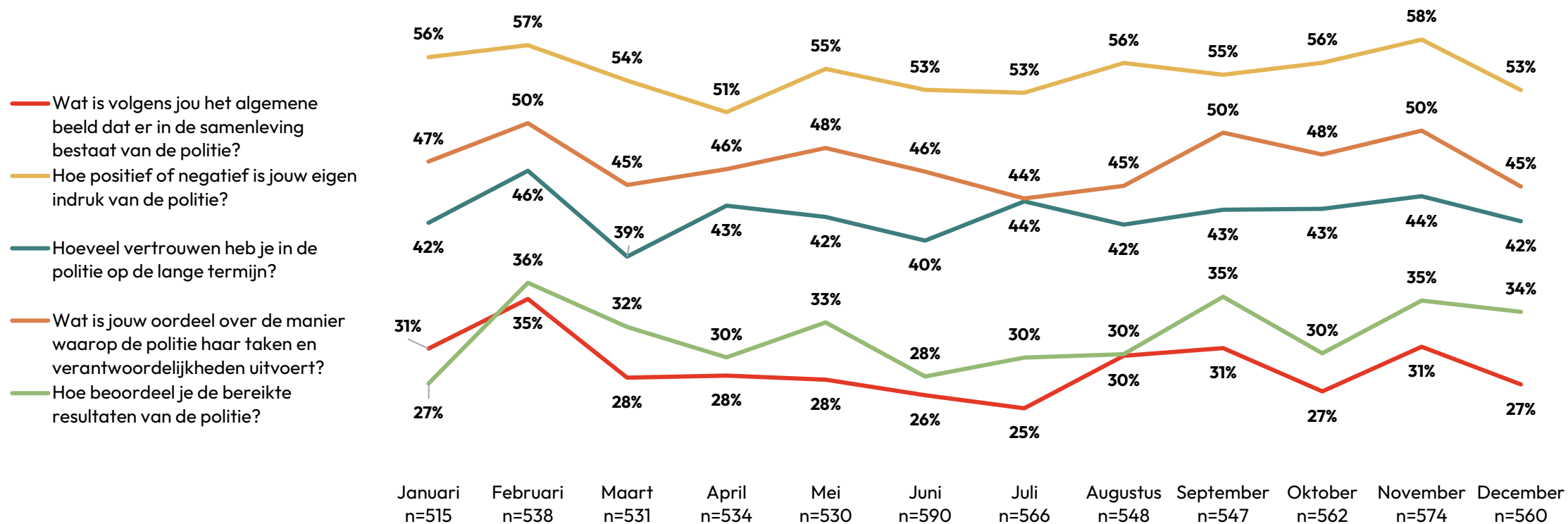






## Bijlagen

# Trendlijnen: onderliggende stellingen indexscore reputatie



\*NB: De grafiek toont enkel de percentages van de Top 2 antwoordcategorieën

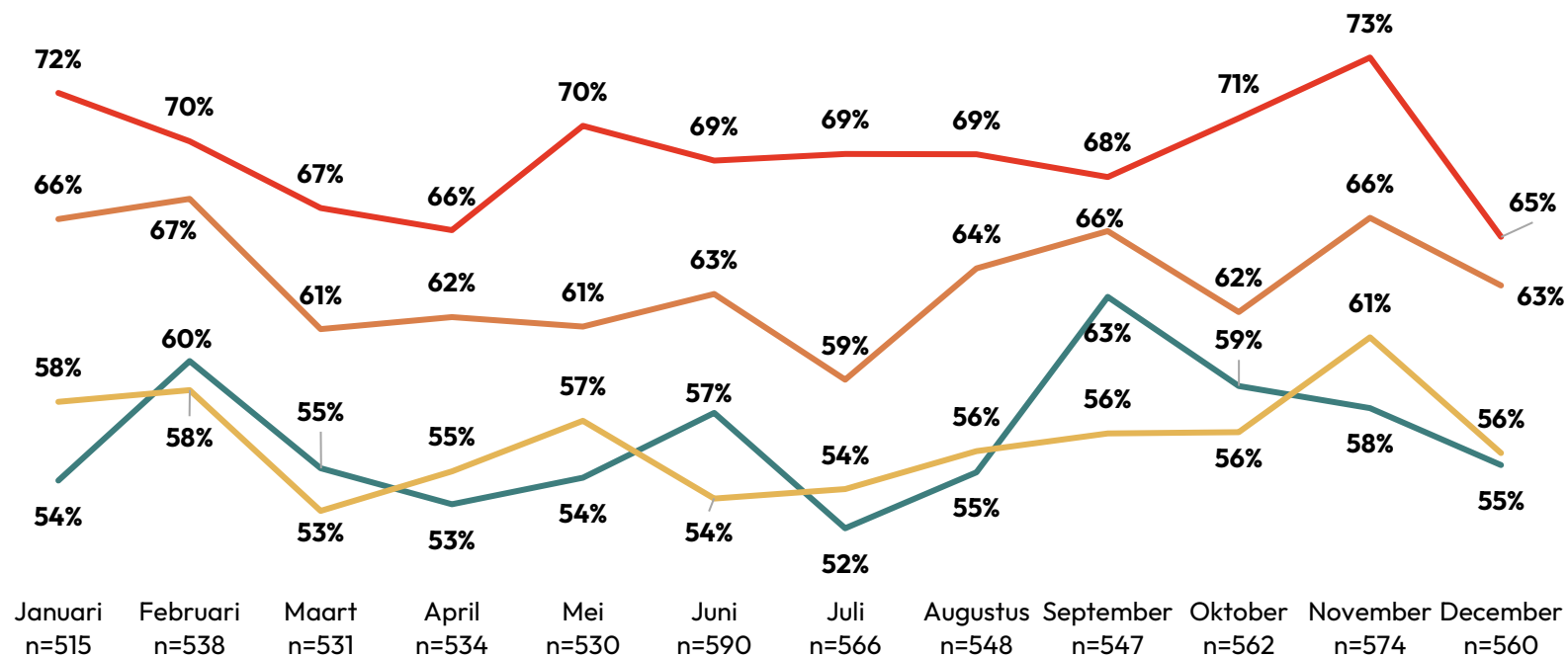
# Trendlijnen: rechtvaardigheid

## In hoeverre ben je het eens of oneens met onderstaande uitspraken?

(Basis - allen, n=6.595)\*

De politie...

- ...doet wat opgedragen is vanuit de wet
- ...is er voor iedereen
- ...gebruikt alleen geweld als het echt nodig is
- ...handelt rechtvaardig



\*NB: De grafiek toont enkel de percentages van de antwoordcategorieën 'Mee eens' & 'Helemaal mee eens'

# Trendlijnen: effectiviteit

In hoeverre ben je het eens of oneens met onderstaande uitspraken?  
(Basis - allen, n=6.595)\*

De politie...

...treedt op bij ongeregelheden

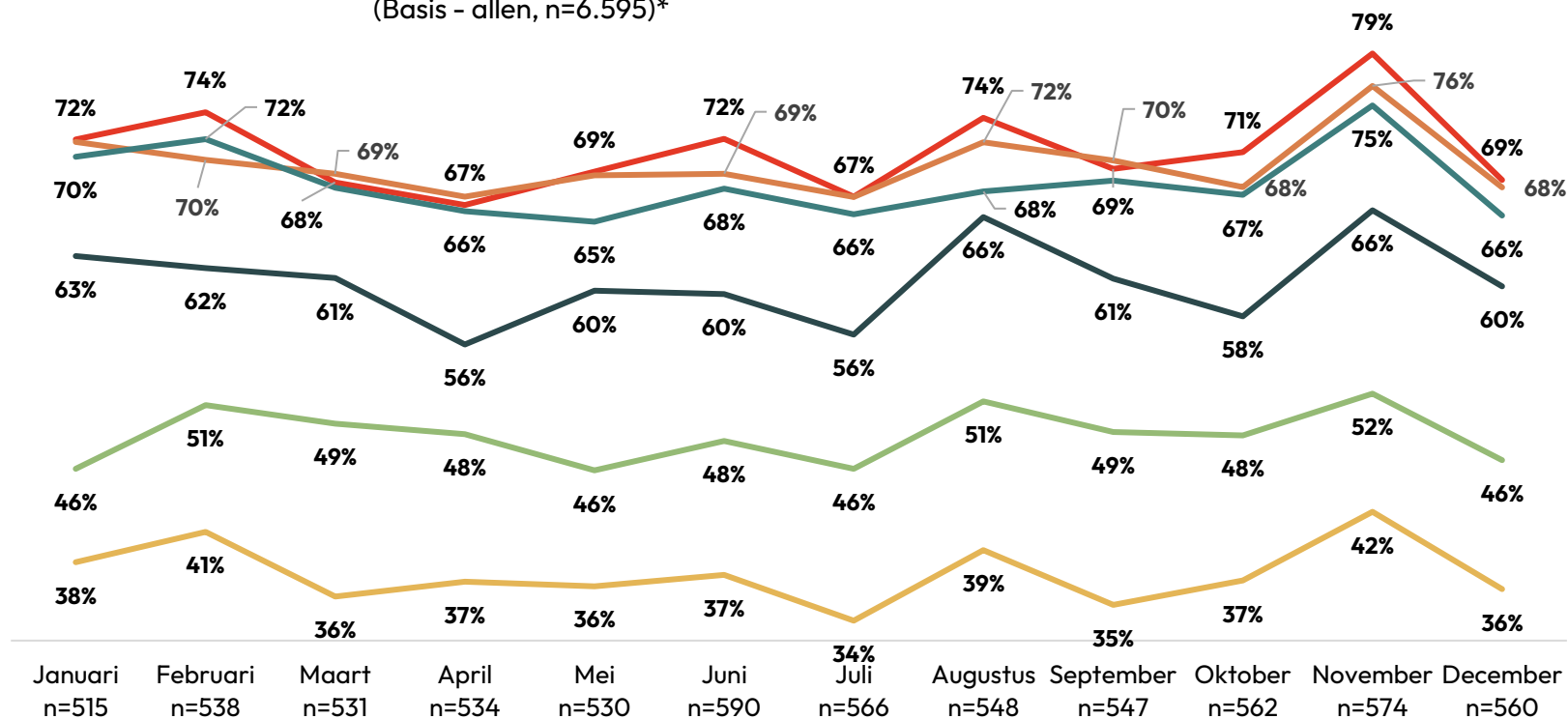
...draagt bij aan een veiliger Nederland

...bestrijdt de criminaliteit

...is er voor jou als het er echt om gaat

...heeft gezag

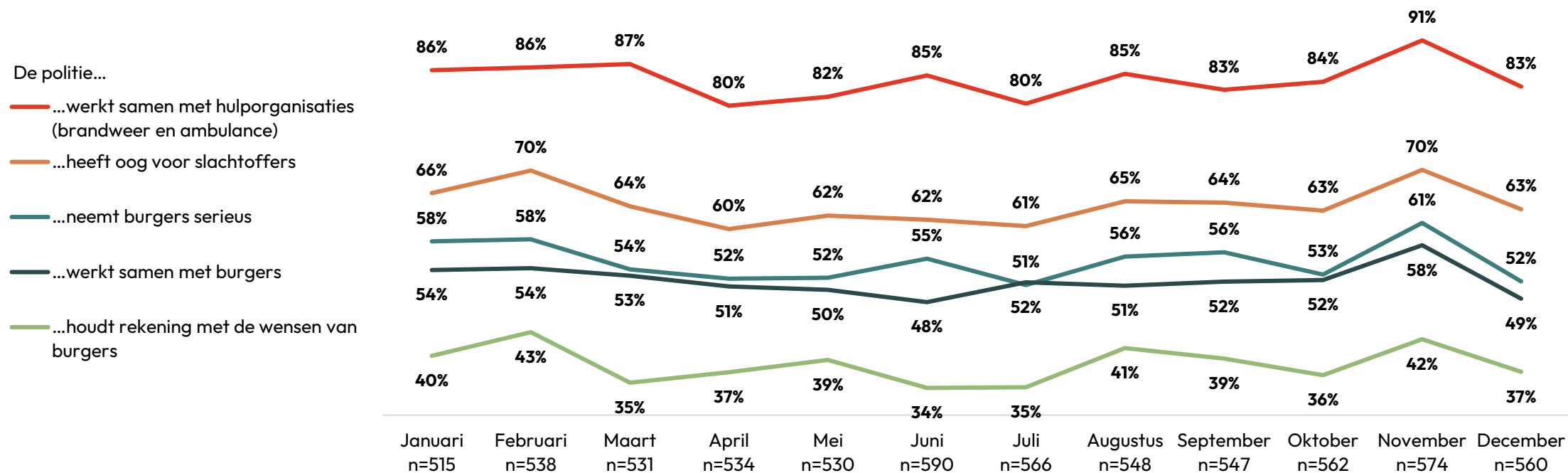
...pakt problemen in mijn buurt aan



\*NB: De grafiek toont enkel de percentages van de antwoordcategorieën 'Mee eens' & 'Helemaal mee eens'

# Trendlijnen: nabijheid

In hoeverre ben je het eens of oneens met onderstaande uitspraken?  
(Basis - allen, n=6.595)\*

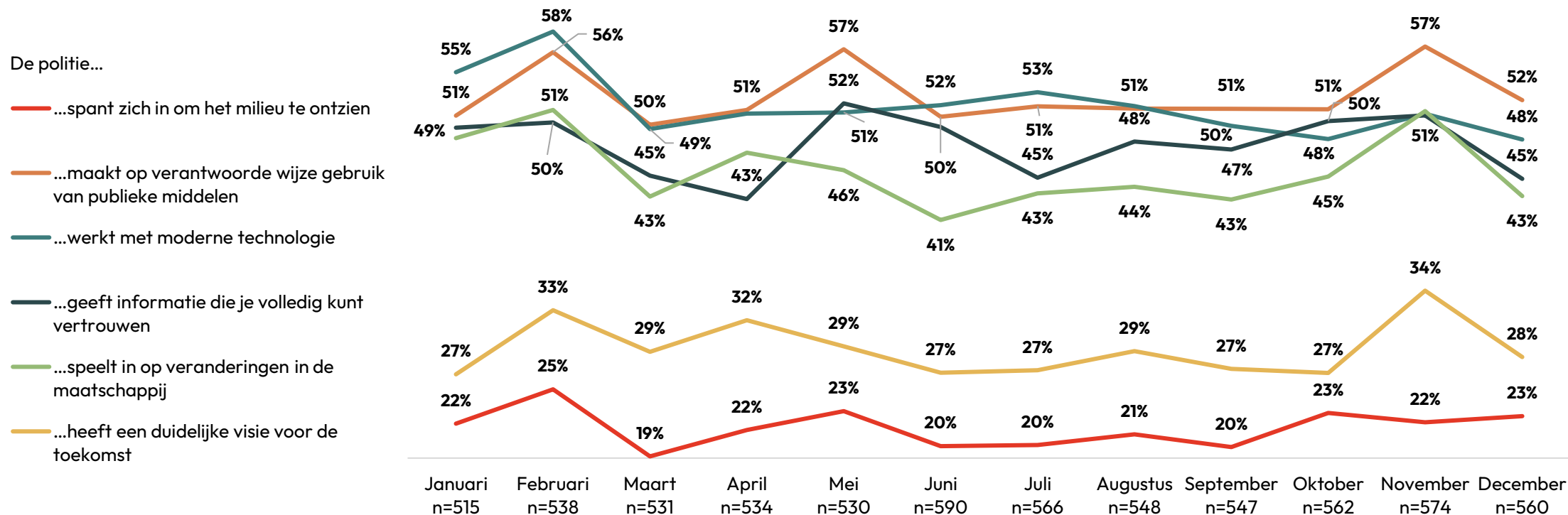


\*NB: De grafiek toont enkel de percentages van de antwoordcategorieën 'Mee eens' & 'Helemaal mee eens'

# Trendlijnen: omgevingsbewustzijn

## In hoeverre ben je het eens of oneens met onderstaande uitspraken?

(Basis - allen, n=6.595)\*

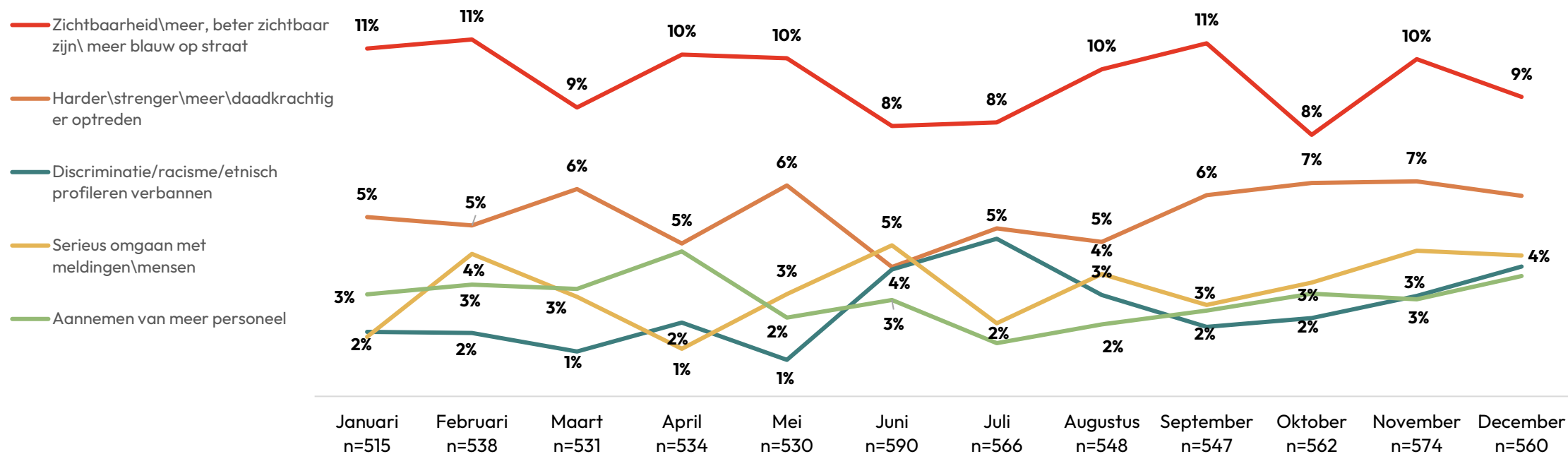


\*NB: De grafiek toont enkel de percentages van de antwoordcategorieën 'Mee eens' & 'Helemaal mee eens'

# Trendlijnen: vertrouwen winnen (open vraag)

## Wat zou de politie kunnen doen om meer vertrouwen van jou te krijgen?

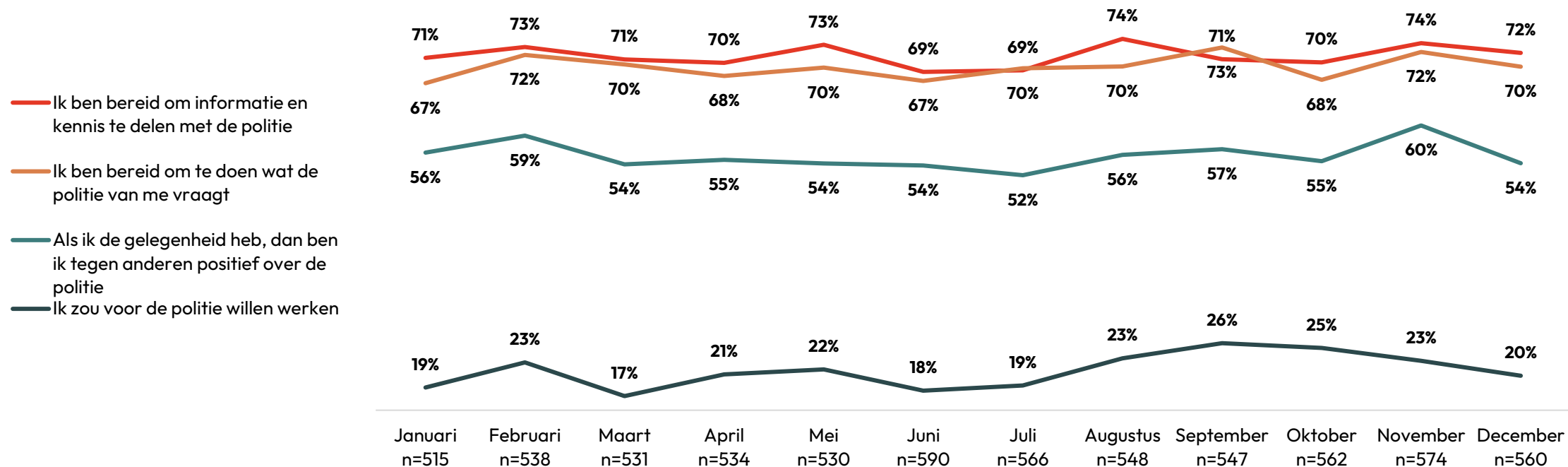
(Basis - allen, n=6.595)\*



\*NB: Dit betreft een open vraag. De antwoorden zijn gecodeerd

# Trendlijnen: helpend gedrag, aanbevelen, politie als werkgever

In hoeverre ben je het eens of oneens met onderstaande uitspraken?  
(Basis - allen, n=6.595)\*



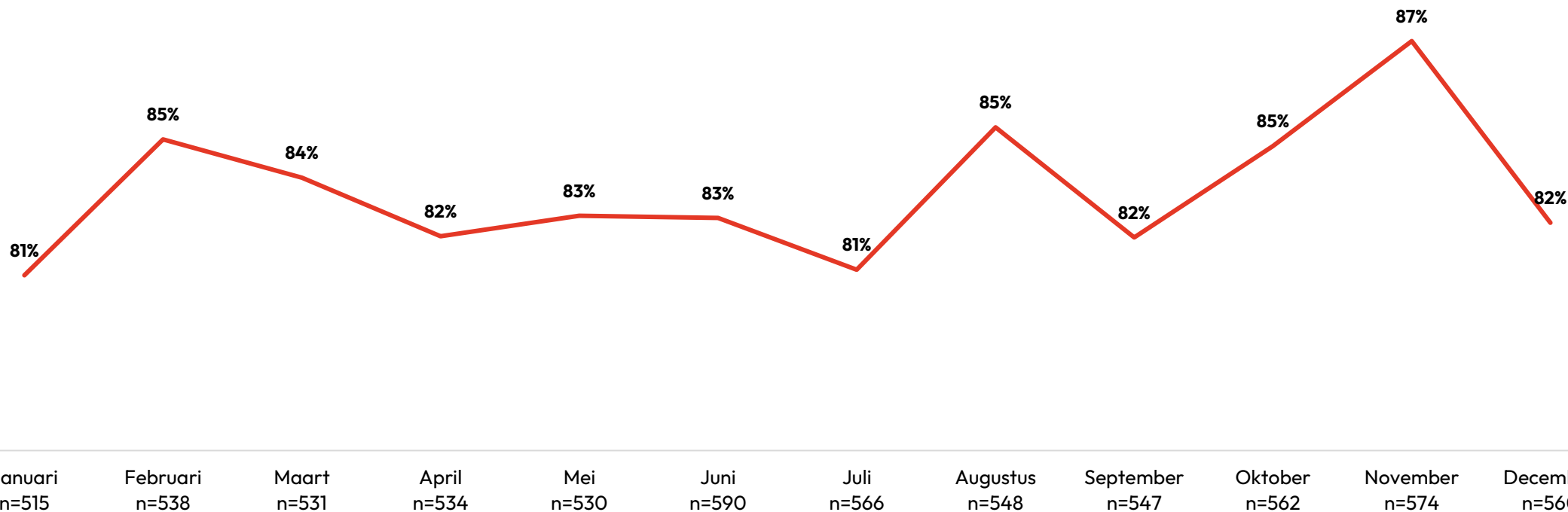
\*NB: De grafiek toont enkel de percentages van de antwoordcategorieën 'Mee eens' & 'Helemaal mee eens'



# Trendlijn: legitimiteit

In hoeverre vind je dat de politie wel of niet belangrijk is voor het goed functioneren van de samenleving?

(Basis - allen, n=6.595)\*

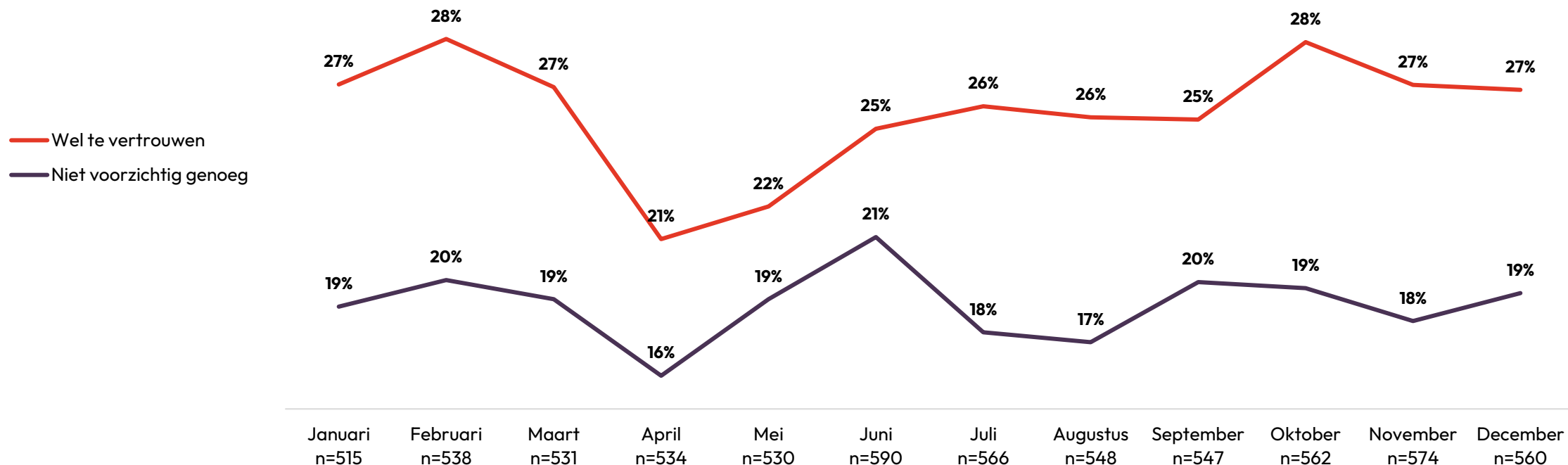


*\*NB: De grafiek toont enkel de percentages van de antwoordcategorieën 'Wel belangrijk' & 'Heel belangrijk'*

# Trendlijnen: sociaal vertrouwen

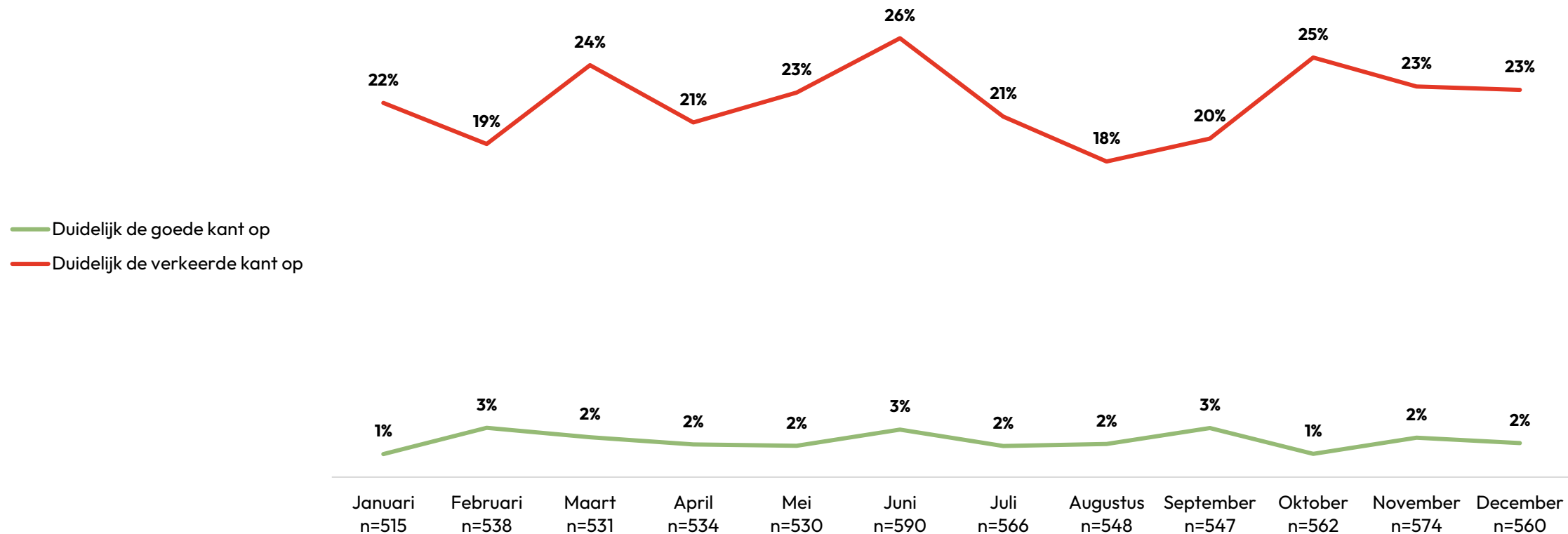
Vind je dat over het algemeen de meeste mensen wel te vertrouwen of vind je dat men niet voorzichtig genoeg kan zijn in de omgang met anderen?

(Basis - allen, n=6.595)



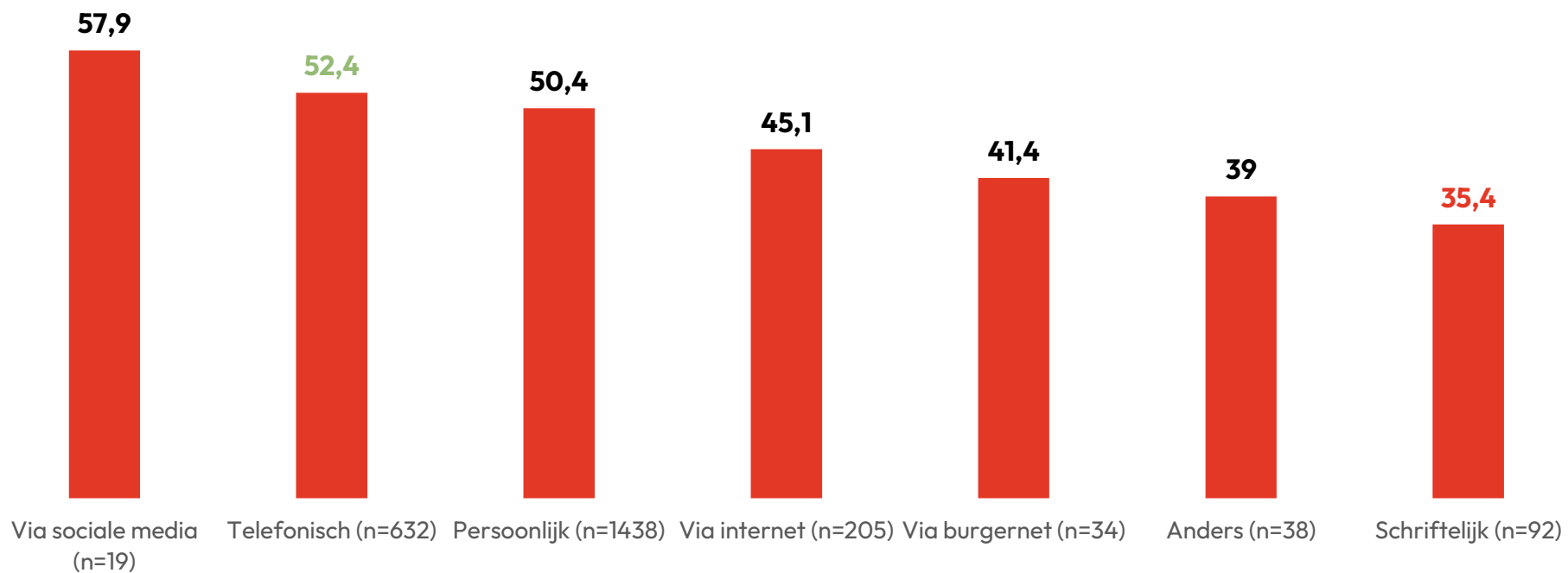
# Trendlijnen: veiligheid in Nederland

In hoeverre vind je dat het de goede of de verkeerde kant op gaat met de veiligheid in Nederland?  
(Basis - allen, n=6.595)



# Indexscore reputatie X type contact met politie

*NB: De resultaten in deze grafiek zijn indicatief omdat een aantal van de subgroepen een te kleine n (n<100) hebben voor een goede vergelijking*



# Regressieanalyse – uitgebreide uitleg

## Uitleg

Regressieanalyse is een statistische techniek om samenhang tussen variabelen (zoals antwoorden op vraagstellingen) in kaart te brengen. Bij regressieanalyse maken we een model van afhankelijke variabelen en onafhankelijke variabelen opgenomen in een model. Het regressiemodel laat vervolgens zien in hoeverre de score op een afhankelijke variabele (het criterium) kan worden voorspeld uit een aantal onafhankelijke variabelen (voorspellers). De sterkte van het regressiemodel wordt uitgedrukt in een percentage verklaarde variantie ( $R^2$ ). Dat getal is een maat voor de sterkte van samenhang/voorspelling van de set van onafhankelijke variabelen in het model.

In de regressieanalyse hebben we de indexscore voor reputatie (de afhankelijke variabele) voorspeld uit 34 onafhankelijke variabelen (de voorspellers). De onafhankelijke variabelen staan naast de grafiek weergegeven en bevatten onder andere de stellingen uit de dimensies effectiviteit, nabijheid, rechtvaardigheid en omgevingbewustzijn, de stellingen over de kernwaarden en enkele andere stellingen zoals de legitimiteit.

De scores op deze stellingen zijn waar nodig omgerekend naar een 5-puntsschaal, waarbij een 5 de hoogste score is en een 1 de laagste score. De gemiddelde score is op de horizontale as geplot. De verticale as is de belangscore, dat is de verklaarde variantie die de betreffende variabele toevoegt aan het model.

De twee assen die midden door de grafiek lopen zijn het gemiddelde oordeel op alle variabelen en de gemiddelde belangscore.

[Klik hier om terug te gaan naar de hoofdtekst](#)

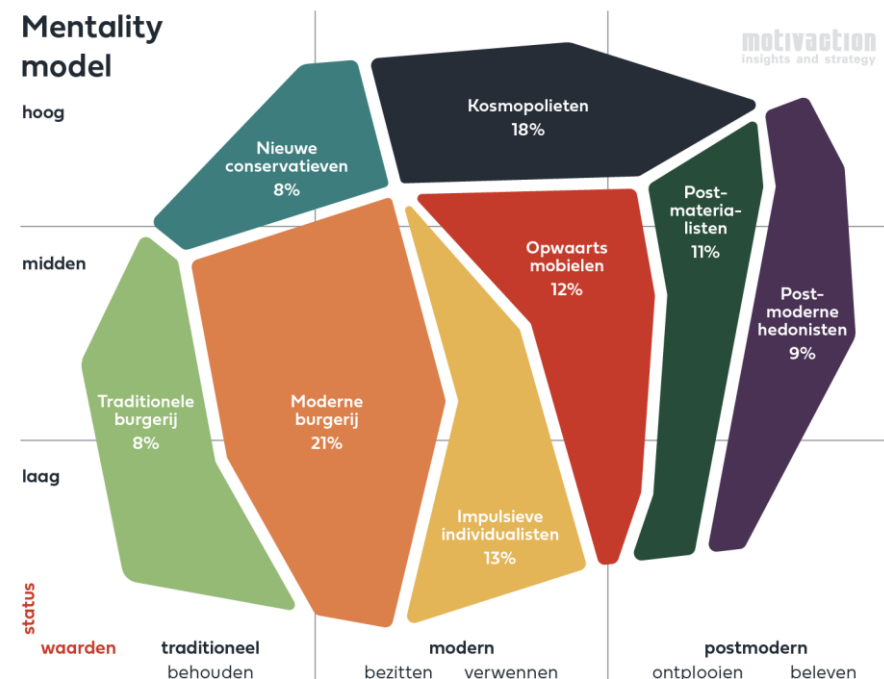
# Mentality (1/2)

Mentality is de naam van het waarden- en leefstijlmodel waarmee Motivaction beschrijft en begrijpt hoe de Nederlandse bevolking in het leven staat. Het Mentality-model geeft inzicht in wat mensen drijft. Beleidsmakers, consultants, marketeers, brand- en productmanagers ontwikkelen op basis van deze inzichten beleid op de juiste doelgroepen, nieuwe producten en communicatie-uitingen met de juiste inhoud en tone of voice.

In de afgelopen eeuw is de invloed van sociale en demografische kenmerken op de opvattingen en het gedrag van mensen sterk verminderd. Afkomst, sociale klasse, opleiding, leeftijd, geslacht en woonplaats bepaalden tot en met de eerste helft van de 20e eeuw in grote mate hoe mensen in het leven stonden en welke keuzes zij maakten. Sinds de jaren '50 van de 20e eeuw hebben maatschappelijke ontwikkelingen als ontzuiling, emancipatie, groeiende welvaart, technologische ontwikkelingen en globalisering de invloed van deze factoren sterk verkleind. Waarden bepalen nu meer de leefstijl en het gedrag van mensen.

Waarden zijn principes of overtuigingen die dienen als belangrijke richtlijnen voor het gedrag en de beslissingen van een persoon. Deze waarden zijn sterk bepalend voor keuzes die consumenten en burgers maken in bijvoorbeeld hun beroepskeuze of de wijze van opvoeding van kinderen. Maar ze bepalen ook de mediaconsumptie, vrijetijdsbesteding, koopgedrag, stemgedrag of geefgedrag.

Motivaction brengt deze waarden sinds de jaren '90 in kaart. Dit doen we met het gevalideerde Mentality-onderzoek waarin we mensen vragen stellen over wat hen drijft en wat zij belangrijk vinden in het dagelijks leven. Zo verkrijgen we inzicht in hun visie en opinie over onderwerpen als de inrichting van de samenleving, de rol en het belang van familie, status en carrière, kunst en cultuur, duurzaamheid, solidariteit en zelfontplooiing. Mentality-onderzoek levert dus kennis over psychologische- en sociologische waarden van mensen.



# Mentality (2/2)

## Nieuwe conservatieven

De liberaal-conservatieve maatschappelijke bovenlaag die technologische ontwikkeling omarmt, maar tegelijk hecht aan tradities en etiquette.

Familietradities, verantwoordelijk, kwaliteit, betrouwbaar, rationeel

## Moderne burgerij

De conformistische, statusgevoelige burgerij die het evenwicht zoekt tussen traditie en moderne waarden als consumeren en genieten.

Gezelligheid, zekerheid, erbij horen, genieten, comfort, doe maar gewoon...

## Kosmopolieten

Kritische wereldburgers die postmoderne waarden als ontplooiën en beleven integreren met moderne waarden als succes, materialisme en genieten.

Nieuwsgierig, brede interesse, statusgericht, esthetisch, presteren, gejaagd, de wereld is mijn speelveld

## Postmoderne hedonisten

De pioniers van de beleveniscultuur, waarin experiment en het breken met morele en sociale conventies doelen op zichzelf zijn geworden.

Uniciteit, vrijheid en onafhankelijkheid, tolerantie, ervaring belangrijker dan bezit

## Traditionele burgerij

De plichtsgetrouwe en op fatsoen gerichte burgerij die vasthoudt aan tradities, gewoonten en materiële bezittingen.

Omdat het zo hoort, fatsoen, veiligheid, rust, reinheid en regelmaat

## Impulsieve individualisten

De spontane consument die in de eerste plaats streeft naar een plezierig en comfortabel leven.

Leef met de dag, plezier maken, gericht op consumptie en vermaak

## Opwaarts mobielen

De carrièregerichte doeners met een fascinatie voor status, technologie en presentatie, die ook gericht zijn op gezin en familie.

Work hard, play hard, iets bereiken, spanningszoekers, if you have it, flaunt it

## Postmaterialisten

De maatschappijkritische idealisten die zichzelf willen ontplooiën, stelling nemen tegen sociaal onrecht en opkomen voor het milieu.

Bewust leven, betrokken, balans lichaam en geest, verbeter de wereld, begin bij jezelf, cultuur

## Ongewogen en gewogen data (1/2)

Leeftijd	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
16 t/m 24 jaar	463	7%	842	14%
25 t/m 34 jaar	862	13%	993	16%
35 t/m 44 jaar	825	13%	975	16%
45 t/m 54 jaar	1108	17%	1137	18%
55 t/m 64 jaar	1236	19%	1049	17%
65+ jaar	1743	26%	1242	20%

Opleidingsniveau	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
Hoog (wo/hbo)	2092	32	1860	28%
Middel (havo/vwo/mbo/mavo)	3264	50%	3353	51%
Laag (ibo/basisschool/ geen opleiding)	1239	19%	1382	21%

Geslacht	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
Mannen	3371	51%	3428	49%
Vrouwen	3324	49%	3347	51%

Regio	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
3 grote gemeenten	733	11%	812	12%
West	1965	30%	1957	30%
Noord	677	10%	656	10%
Oost	1327	20%	1352	21%
Zuid	1630	25%	1552	24%
Randgemeenten	263	4%	266	4%

Etniciteit	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
Westers	6135	93%	5785	88%
Niet-westers	460	7%	810	12%



## Ongewogen en gewogen data (2/2)

Mentality	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
Moderne burgerij	1301	20%	1348	20%
Opwaarts mobielen	794	12%	925	14%
Postmaterialisten	677	10%	615	9%
Nieuwe conservatieven	628	10%	550	8%
Traditionele burgerij	763	12%	684	10%
Kosmopolieten	1044	16%	1014	15%
Postmoderne hedonisten	618	9%	591	9%
Impulsieve individualisten	671	10%	773	12%



# Wij verminderen onze footprint

Motivaction  
is ISO 14001-gecertificeerd

Motivaction gebruikt  
energiezuinige auto's

Motivaction gebruikt  
groene stroom

Motivaction gebruikt uitsluitend  
papier met een FSC-label

## Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage - anders dan integrale publicatie - is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International bv

### **Beeldmateriaal**

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

### **Pers- en publicatiebeleid**

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

# Algemene voorwaarden

## Artikel 1 – Algemeen

Deze Algemene voorwaarden zijn van toepassing op alle overeenkomsten tussen Motivaction International bv (hierna: de ‘**Opdrachtnemer**’) en een (potentiële) opdrachtgever (hierna: de ‘**Opdrachtgever**’) met betrekking tot door Opdrachtnemer te verrichten marktonderzoek (hierna: de ‘**Opdracht**’).

Afwijkingen van deze Algemene voorwaarden kunnen uitsluitend schriftelijk worden overeengekomen en gelden alleen voor de Opdracht waarop zij van toepassing zijn verklaard.

De wijze waarop Opdrachtnemer onderzoek uitvoert is gecertificeerd conform de ISO-20252:2019 norm voor markt-, opinie- en sociaal wetenschappelijk onderzoek. Het managementsysteem voor informatiebeveiliging van Opdrachtnemer is gecertificeerd conform ISO 27001:2015. Het milieumanagementsysteem van Opdrachtnemer is ISO14001:2015 gecertificeerd.

## Artikel 2 – MOA-voorwaarden

Voor zover in de onderhavige Algemene voorwaarden daar niet expliciet van wordt afgeweken, zijn op alle Opdrachten de Algemene voorwaarden van de MarktOnderzoekAssociatie Nederland (hierna te noemen: de ‘**MOA-voorwaarden**’) van toepassing. De MOA-voorwaarden zijn te downloaden op [www.moaweb.nl](http://www.moaweb.nl) onder 'Over de MOA'. Op verzoek worden de voorwaarden toegezonden.

## Artikel 3 – Offertes

Met inachtneming van het bepaalde in Artikel 3 van de MOA-voorwaarden gelden door Opdrachtnemer aan Opdrachtgever verstrekte offertes voor een termijn van 30 dagen na dagtekening van de offerte, terwijl Opdrachtnemer zich het recht voorbehoudt om na het verstrijken van deze termijn de planning en/of de kosten, in overleg met Opdrachtgever, aan te passen.

## Artikel 4 – Intellectuele eigendomsrechten

Indien bij de uitvoering van de Opdracht door Opdrachtnemer gebruik wordt gemaakt van de door Opdrachtnemer ontwikkelde segmentatiemodellen 'Mentality' en/of 'BusinessLocus', dan wel van daarop gebaseerde nieuw ontwikkelde segmentatiemodellen, geldt dat alle (intellectuele eigendoms)rechten, zowel met betrekking tot die modellen als met betrekking tot de daarmee verzamelde data, aan Opdrachtnemer zullen (blijven) toebehoren. Het voorgaande betekent, onder meer, dat ingeval Opdrachtgever de met de genoemde segmentatiemodellen verzamelde data van Opdrachtnemer ter beschikking heeft gekregen, Opdrachtgever deze niet zonder schriftelijke toestemming van Opdrachtnemer als basis voor ander onderzoek of doel (dan dat waarop de Opdracht betrekking had) mag gebruiken, of om welke reden dan ook aan derden ter beschikking mag stellen of door derden mag doen gebruiken, bij gebreke waarvan Opdrachtgever schadeplichtig jegens Opdrachtnemer.

## Artikel 5 – Facturering

Met inachtneming van het bepaalde in Artikel 8 van de MOA-voorwaarden geschiedt de facturering in twee termijnen: twee derde bij de opdrachtbevestiging en een derde na afronding van de Opdracht. Opdrachtnemer behoudt zich echter het recht voor van deze bepaling af te wijken en in één termijn te factureren bij opdrachtbevestiging; bedragen tot € 10.000,- zullen altijd in één keer gefactureerd worden.

Deze Algemene voorwaarden van Motivaction International bv zijn gedeponeerd bij de Griffie van de Arrondissementsrechtbank te Amsterdam onder nummer 58/2012, versie juni 2012.

Indien in deze offerte sprake is van het aanbieden van door Motivaction International bv ontwikkelde of te ontwikkelen softwareproducten, dan zijn naast de Algemene voorwaarden Motivaction International bv de Algemene voorwaarden IT-Development Motivaction International bv van toepassing. Deze voorwaarden zijn te vinden op de website [www.motivaction.nl](http://www.motivaction.nl) in de footer.



**meer zien**  
**meer weten**  
**meer betekenen**

**motivaction**  
insights and strategy

**Motivaction International bv**

Marnixkade 109F  
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262  
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

[info@motivaction.nl](mailto:info@motivaction.nl)  
[www.motivaction.nl](http://www.motivaction.nl)