

BIJLAGENBOEK

SENIORENVERENIGING HEVO

Inhoud

- ✧ Vooronderzoek, interne & externe analyse
- ✧ Organisatie
- ✧ Doelgroep
- ✧ Concurrentie
- ✧ DESTEP analyse
- ✧ Gap-analyse
- ✧ De dialoog
- ✧ Topiclijst
- ✧ Interview vragen HEVO leden
- ✧ Interview vragen niet-leden
- ✧ Enquête vragen HEVO leden
- ✧ Enquête vragen niet-leden
- ✧ Representativiteit enquêtes HEVO leden
- ✧ Voorbeeld verwerking open vragen
- ✧ Interview samenvattingen HEVO leden
- ✧ Interview samenvattingen niet-leden
- ✧ Data analyse interviews HEVO leden
- ✧ Data analyse interviews niet-leden
- ✧ Kruistabellen HEVO leden
- ✧ Kruistabellen niet-leden
- ✧ Planning

Inhoudsopgave

Vooronderzoek, interne & externe analyse	1
Wie zijn senioren, ouderen en bejaarden?	1
Vijf typen ouderen	3
Hoe ziet het mediagebruik van senioren eruit?	4
Organisatie	6
Beschrijving organisatiestructuur	6
Aanbod activiteiten	6
Evenementen	6
Belangenbehartiging	6
Communicatie	7
Concurrentie	9
DESTEP model	9
Demografische ontwikkelingen	9
Economische ontwikkelingen	10
Sociaal/culturele ontwikkelingen	10
Technologische ontwikkelingen	11
Gap-analyse	13
De dialoog	14
Wat wordt verstaan onder de dialoog aangaan?	14
Welke communicatie strategieën helpen om een dialoog aan te gaan met de doelgroep?	16
Wat zijn manieren om een dialoog aan te gaan met een doelgroep?	17
Voorbeeld van een organisatie in dialoog met de doelgroep	19
Wat kan er gebeuren er als de doelgroep en HEVO samen in dialoog gaan?	20
Topiclijst	21
Interview vragen HEVO leden	21
Interview vragen niet-leden Algemeen Wat is uw leeftijd?	23
Enquête vragen HEVO leden	25
Enquête vragen niet-leden	28
Representativiteit enquêtes HEVO leden	32
Voorbeeld verwerking open vragen	33
Interview samenvattingen HEVO leden	34
Respondent 1	34
Respondent 2	37
Respondent 3	40

Respondent 4.....	44
Respondent 5.....	47
Respondent 6.....	51
Respondent 7.....	56
Respondent 8.....	59
Respondent 9.....	63
Interview samenvattingen niet-leden	67
Respondent 10.....	67
Respondent 11.....	70
Respondent 12.....	73
Respondent 13.....	77
Respondent 14.....	80
Respondent 15.....	83
Respondent 16.....	87
Respondent 17.....	91
Respondent 18.....	95
Data analyse interviews HEVO leden	100
Data analyse interviews niet-leden	113
Kruistabellen HEVO leden	127
Kruistabellen niet-leden	143
Planning	179

Vooronderzoek, interne & externe analyse

Wie zijn senioren, ouderen en bejaarden?

Het begrip senioren wordt door veel bronnen en instanties anders geïnterpreteerd. De een zegt dat senioren mensen vanaf 50 jaar zijn, en de ander zegt vanaf 55 jaar. En dan word er vaak ook nog gebruik gemaakt van het de woorden 'ouderen' of 'bejaarden'. Hieronder zijn deze begrippen daarom toegelicht (Van Dale, z.j.).

Senioren

De 'Van Dale' omschrijft het begrip senioren als volgt:

1 se-ni-or (de; m,v) zie 1 junior

1 (meervoud: geen meervoud) de oudere: A.S. Bakker sr. de oudere

2 (meervoud: senioren) (sport) volwassen speler

3 (meervoud: senioren) (in het meervoud) ouderen, bejaarden

Maar vanaf welke leeftijd is iemand dan een senior? Volgens Hemminga kunnen we mensen met een leeftijd vanaf 55 jaar, senioren noemen. Mensen tussen de leeftijd van 50-55 zitten in een zogenaamde pre-seniorale fase. In de praktijk worden personen vanaf 50 jaar vaak senioren genoemd. Een duidelijk vastgestelde leeftijd hangt er dus niet aan het begrip senior (Hemminga, z.j.).

Uitgavenpatroon

De financiële situatie van senioren over het algemeen goed. Een onderzoek van Saxion Kenniscentrum design en Technologie geeft aan dat deze situatie de laatste jaren sterk is verbeterd (Overbeek, 2011).

Steeds meer mensen dan vroeger hebben een eigen pensioen opgebouwd door hier zelf voor te sparen of door het afsluiten van aanvullende verzekeringen.

Daarnaast bezitten veel senioren een eigen huis. Hun woonlasten zijn vaak lager dan dat deze vroeger waren en zijn vaak ook lager dan van jongere personen. Dit omdat veel senioren hun hypotheek al helemaal of gedeeltelijk afbetaald hebben.

Het onderzoek laat daarnaast zien dat het feit dat vrouwelijke senioren vroeger steeds vaker gewerkt hebben, ook zorgt voor een betere financiële situatie. Dit omdat er hierdoor vaak sprake is van dubbele pensioenen.

Wel laat het onderzoek zien dat hoe ouder senioren worden, hoe minder zij vaak te besteden hebben. Dit heeft te maken met de inkomstenbron die wegvalt wanneer zij stoppen met werken en met het pensioen dat zij al dan niet opgebouwd hebben (Overbeek, 2011).

Leeftijd

Familie Kenniscentrum (2013) geeft in hun onderzoek aan dat veel senioren zich jonger voelen dan zij in werkelijkheid zijn. Gemiddeld voelen senioren zich zo'n vijftien jaar jonger dan zij zijn. Veertig procent voelt zich een veertiger en een kwart voelt zich zelfs een dertiger. Vooral mannen voelen zich jonger dan ze zijn.

Zo'n 42% voelt zich betrokken bij hun eigen generatie. De rest voelt zich dus meer verbonden met een andere generatie (Familie Kenniscentrum, 2013).

Daarnaast hebben de meeste senioren er geen moeite mee dat zij ouder worden. Vaak geven zij hiervoor verklaringen dat zij het fijn vinden om wijzer te worden en dat zij goed bij de tijd kunnen blijven (Familie Kenniscentrum, 2013).

Betrokken bij de buitenwereld

Uit onderzoek blijkt dat 50 tot 75% van de senioren aangeeft naar buiten gericht te zijn. Een grote groep (75%) geeft daarnaast ook aan geïnteresseerd te zijn in wat er in de directe omgeving gebeurt. 57% is naar eigen zeggen zeer betrokken naar de buitenwereld toe en 56% geeft aan veel bezig te zijn met het zorgen voor anderen. Opvallend is ook dat veel senioren niet veel waarde hechten aan hoe de buitenwereld over hen denkt, 60% zegt hier niet veel om te geven (Familie Kenniscentrum, 2013).

Geluk

Veel 50 plussers, namelijk 80%, geeft aan positief ingesteld te zijn. Zij genieten van het leven en staan positief in

het leven. Samen zijn vinden zij erg belangrijk. Wel vinden veel senioren dat de wereld aan het veranderen is en steeds harder wordt. 40% vindt dat zij controle hebben over hun leven, maar een kwart vindt dat het leven hen overkomt en dat zij hier zelf weinig invloed op hebben.

Een derde van de ondervraagde respondenten in het onderzoek voelt zich gestrest. 16 % voelt zich wel eens angstig (Familie Kenniscentrum, 2013).

Vrije tijd

Als mensen ouder worden verandert vaak hun indeling van vrije tijd. Mensen doen meer huishoudelijk taken en dingen als tuinieren, boodschappen doen, hobby's sport en winkelen. Senioren gaan ook nog regelmatig uit. Vaak gaan zij dan naar een restaurant of café, naar een opera of concert. Andere populaire uitjes zijn: de natuur bezoeken, naar een plaats in Nederland gaan, of een braderie/markt bezoeken.

Qua vakanties kiezen senioren vaak voor een rondreis, stedentrip of strandvakantie. Op de tweede plek komen de cultuurvakanties, natuurvakanties, campings en bungalowparken. De jonge senioren in de leeftijdscategorie 50-55 gaan veel vaker voor een strandvakantie of een luxe resort dan de oudere groep senioren.

Mannelijke senioren gaan vaker voor een sportvakantie, tegenover vrouwen die vaak liever voor een cultuurvakantie kiezen.

Familie Kenniscentrum (2012) geeft in onderzoek aan dat de uitgaven van senioren in hun vrije tijd gestegen. Vooral op het gebied van natuur en cultuur geven meer mensen hun geld uit.

Mensen van 65 jaar en ouder staan vaak nog volop in het leven en doen nog allerlei activiteiten. Ze pakken hun hobby's op, gaan reizen of gaan vrijwilligerswerk doen. Vrijwilligerswerk wordt vaak vooral gedaan door jongere senioren. Mensen van 75 plus doen dit minder vaak.

Onderstaande afbeelding uit het rapport van Familie Kenniscentrum (2012) laat zien welke activiteiten en sporten senioren het meeste beoefenen, in relatie tot hun leeftijd (Familie Kenniscentrum, 2012).

Activiteiten 50-plussers (in %)

	50-64 JAAR	65+	50-PLUS TOTAAL
Muziek luisteren	54,1	51,8	53,1
Boeken lezen	47,1	49,4	48,1
Familie/vrienden bezoeken	45,8	47,8	46,7
Puzzelen	34,3	49,3	40,6
Wandelen	40,4	34,2	37,8
Tuinieren	32,4	35,5	33,7
Tochtje op de fiets maken	32,2	30,9	31,7
Vrijwilligerswerk doen	22,5	31,2	26,1
Met de auto eropuit	25,5	24,8	25,2
Bij/met familie/vrienden thuis eten	26,0	23,2	24,8
Actief sport beoefenen	27,2	21,0	24,6
Bereiden van aparte gerechten	23,8	19,0	21,8
Winkelen ('de stad in')	22,6	19,7	21,4
Doe-het-zelf bezigheden	20,8	17,2	19,2
Fotograferen	18,8	15,0	17,2

Bron: NOM Print en Doelgroepmonitor, 2011-I

Sport in relatie tot leeftijd (in %)

	50-64 JAAR	65+	50-PLUS TOTAAL
Wandelen/nordic walking	28,7	28,4	28,6
Zwemmen	15,8	19,3	17,2
Fitness	18,2	14,9	16,8
Tennis	5,7	6,0	5,8
Dansen	5,2	5,1	5,1
Joggen/hardlopen	6,0	3,3	4,9
Aerobics, spinning e.d.	5,7	3,3	4,7
Skiën	5,6	2,1	4,1
Yoga/pilates	3,5	4,8	4,1
Biljarten/snooker	3,5	4,1	3,8
Turnen/gymnastiek	1,5	7,0	3,8
Wielrennen/mountainbiken	5,2	1,9	3,8
Schaatsen	3,9	3,1	3,6
Golf	3,3	2,3	2,9
Voetbal	2,8	3,0	2,8

Bron: NOM Print en Doelgroepmonitor, 2011-I

Bron: Bindinc kenniscentrum

Wonen

De leefsituaties van jongere senioren verschillen vaak heel erg van die van oudere senioren. Volgens onderzoek naar 50 plussers van Familie Kenniscentrum (2012) hebben veel mensen in de leeftijdscategorie 50-55 nog thuiswonende kinderen. Dit aantal zal ook steeds verder toenemen, gezien het feit dat vrouwen op steeds latere leeftijd kinderen krijgen. Echter bestaat de grootste groep senioren (51%) tot de categorie 'empty nest'. Hiermee wordt bedoeld dat de kinderen het huis uit zijn en er een tweepersoonshuishouden ontstaat.

De groep die hierna volgt zijn alleenstaanden met een 'empty nest'. 23% behoort tot deze groep.

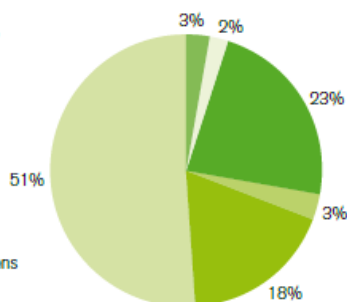
Hoe ouder senioren worden, hoe vaker deze alleen wonen. Van de groep 65-70 jarigen woont 21% alleen, van de groep 75 tot 80 jarigen is dit al 35%. Bij 85 tot 90 jarigen is 52% alleenstaand.

Van senioren in de leeftijdscategorie 50-70 jaar woont minder dan 1% in een verzorgingstehuis. Van de senioren vanaf 95 jaar is dit percentage 47% (Familie Kenniscentrum, 2012).

Gezinsfase 50-plussers

Bron: CBS Statline, 2011

- Alleenstaand
- Ouder in éénouder huishouden
- Samenwonend met kinderen
- Samenwonend zonder kinderen
- Personen in institutionele huishoudens
- Overig



Bron: Bindinc Kenniscentrum

Vijf typen ouderen

Een onderzoek naar senioren laat zien dat er verschillende typen senioren zijn. Zij hebben deze groepen gesegmenteerd in vijf verschillende groepen die elk hun eigen kenmerken en mediagebruik kennen. Hieronder staan de groepen nader omschreven (50+ Expertisecentrum, 2006).

De Oudere Afwachtenden

Deze groep 50 plussers is conservatief en behoren tot de wat oudere groep senioren. De meeste senioren in deze groep zijn boven de 60 jaar oud. De oudere afwachtenden zijn erg merktrouw en staan niet open voor veel nieuwe innovaties. Zij zijn van mening dat veel nieuwe producten onnodig zijn en niets toevoegen aan hoe het was. Woorden die de oudere afwachtende kenmerken zijn; onopvallend en sociaal. De meeste mensen in deze groep werken niet en hebben daardoor vaak moeite om rond te kunnen komen.

De Behoudende Zorgzamen

De groep behoudende zorgzamen zijn niet erg innovatief. Ze zijn van mening dat veel innovaties teveel gericht zijn op jongeren in plaats van op 50 plussers.

Deze groep ouderen maakt redelijk veel gebruik van media. Vooral van radio en dagbladen. Het grootste deel van de mensen in deze groep is boven de 60 jaar oud. Qua tijdsbesteding besteden ze veel tijd aan het huishouden en aan andere mensen.

Een kwart voor de 50 plussers behoort tot deze groep senioren.

Stoere Prijsbewusten

Deze groep wordt gekenmerkt door plezier en geluk. Zij gebruiken veel media en dan voornamelijk nieuwe media als de computer. Hier besteden zij veel tijd en geld aan. Wel zijn ze erg prijsbewust wat betreft de aanschaf van nieuwe producten. De Stoere Prijsbewusten zijn niet erg betrokken bij de buitenwereld. Deze groep behoort tot de wat jongere senioren. Een groot deel zit in de leeftijdscategorie van 50-55 jaar.

Jongere Ruimdenkers

De groep Jonge Ruimdenkers is behoorlijk innovatief. Ze zijn eigenzinnig en stijlvol en vinden waarden als wereldvrede, geluk en zekerheid voor het gezin belangrijk. Deze groep senioren staan erg open voor nieuwe innovaties en zij zijn vooral gevoelig voor producten die stijlvol zijn ontworpen. De Jonge Ruimdenkers maken weinig gebruik van de televisie. Daarentegen zijn zij veel op het internet te vinden.

Deze groep zijn de jongste senioren en hebben er ook moeite mee dat zij ouder worden.

Vrijgevochten Voorlopers

De laatste groep 'Vrijgevochten Voorlopers' zijn de meest innovatieve groep van de 5 groepen. Senioren uit deze groep hebben vaak als een van de eerste, nieuwe producten in hun bezit. Vrijgevochten Voorlopers hebben vaak moderne spullen en apparatuur in huis zoals flatscreen tv's digitale camera's internet etc. Zij gebruiken ook het meeste media, zowel nieuwe media als traditionele media. Kwaliteit vinden zij het belangrijkste criterium als het

gaat om de aanschaf van nieuwe producten.

Kenmerken van de Vrijgevochten Voorlopers zijn dat zij intelligent en extravagant zijn. Wereldvrede, vrijheid en geluk zijn belangrijk voor deze groep. De groep geeft veel van hun geld uit aan vakanties, auto's interieur en woonaccessoires. Zij hebben een inkomen waar ze goed van rond kunnen komen. De grootste groep van de senioren kunnen we typeren als Vrijgevochten Voorlopers. 37% van de senioren hoort volgens het onderzoek namelijk bij deze groep.

Hoe ziet het mediagebruik van senioren eruit?

Senioren maken meer gebruik van media dan jongere mensen. Uit een onderzoek naar 50 plussers en hun mediagebruik, is gebleken dat 50 plussers gemiddeld 22 uur per week gebruik maken van media (Overbeek, 2011). Hiermee worden allerlei soorten media bedoeld zoals kranten, tijdschriften, internet, radio, tv etc. Hoe ouder mensen worden, hoe meer gebruik hoger het mediagebruik.

Uit onderzoek (Vos, 2008) is gebleken dat vrouwen een positievere houding ten opzichte van nieuwe media als internet en social media hebben als we kijken naar 'plezierigheid' en 'betrouwbaarheid'.

Wel is er een volgens het onderzoek van Familie Kenniscentrum (2013) een verschil zichtbaar in het mediagebruik van jonge en oude 50 plussers (Familie Kenniscentrum, 2013).

Digitale media

Tegenwoordig worden digitale communicatie middelen steeds meer gebruikt. Ook senioren maken hier steeds meer gebruik van. In 2008 onderzocht Vos dat internet vooral word gebruikt door senioren in de leeftijdscategorie 50-65. De oudere groep senioren maakt minder gebruik van deze middelen. Dit kan de verklaren zijn door het feit dat veel mensen in de leeftijdsgroep van 50 tot 65 jaar nog werken. Zij hebben hierdoor wellicht meer te maken met computers, internet en telefoons.

Websites die goed aansluiten bij de behoeften van senioren worden het best bezocht. Dit zijn bijvoorbeeld websites over het nieuws en het weer (Vos, 2008).

Niet alle senioren staan positief tegenover digitale media. In een onderzoek komt naar voren dat veel 50 plussers het prettig zouden vinden als de digitale media wat meer op hen was gericht in plaats van voornamelijk op jongeren. In hetzelfde onderzoek concludeert men dat een groot deel van de senioren (71%) van mening is dat de digitale media ervoor zorgen dat de wereld steeds onpersoonlijker wordt. Daarnaast zegt 54% dat zij zich zorgen maken dat de computer steeds meer het leven gaat beheersen (Familie Kenniscentrum, 2013).

Social media

Senioren zijn niet alleen steeds meer op het internet te vinden, ook op social media zien we steeds meer senioren. Er zijn verschillende redenen voor senioren om actief te zijn op social media (Overbeek, 2011). Namelijk:

- ❖ Contact houden met kennissen/vrienden en familie die ver weg wonen (bijvoorbeeld kleinkinderen)
- ❖ De behoefte om hun levenservaring te delen
- ❖ Steun en advies verkrijgen door middel van communities. Senioren kunnen voor problemen steun zoeken op social media
- ❖ Een andere reden zou kunnen zijn dat senioren van buitenaf een druk voelen om mee te doen aan social media

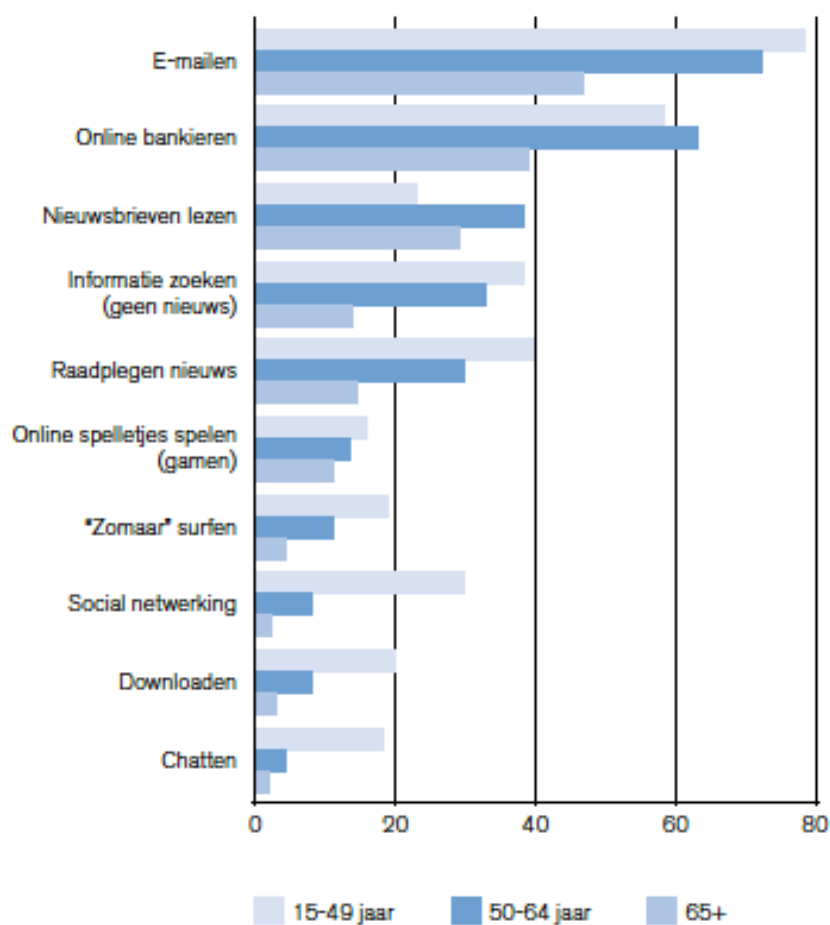
Hetzelfde onderzoek laat zien dat er twee redenen kunnen zijn voor senioren om niet actief te zijn op social media. Namelijk:

- ❖ Senioren voelen minder de behoefte om nieuwe contacten op te doen dan anderen. Ouderen willen hun wereld- en zelfbeeld vaak simpel houden en positieve emoties op te zoeken
- ❖ Het wordt voor veel senioren steeds moeilijker om nieuwe informatie op te pikken. Dit komt door het feit dat de rechter hersenhelft achteruit gaat, deze zorgt voor het verwerken van nieuwe informatie.

Op onderstaande afbeelding is te zien dat senioren toch nog niet zo veel op social media te vinden zijn. Vooral de oudere groep senioren van 65 jaar en ouder maakt weinig gebruik van social media (Oosterveer, 2012).

INTERNETACTIVITEITEN DIE MEN 'VAAK' DOET

Bron: Nom Print en Doelgroepmonitor, 2011-I



Bron: Marketingfacts

Organisatie

Beschrijving organisatiestructuur

Het bestuur van HEVO bestaat uit de voorzitter, een secretaris, een penningmeester en vier bestuursleden. HEVO is een platte organisatie waarin elke club, zijn eigen verantwoordelijkheden draagt. De activiteitencommissie heeft hier een coördinerende rol in.

Binnen de organisatie zijn 16 verschillende commissies, bestaande uit vrijwilligers. Zo is een activiteitencommissie, evenementencommissie, reiscommissie en beheercommissie. Op deze manier worden veel verschillende zaken, door aparte groepen vrijwilligers geregeld.

HEVO kent verschillende clubs, waarin de activiteiten worden gedaan. Zo is er een club voor de biljart, seniorenorkest, toneelclub, bridge, enzovoort. Iedere club heeft zijn eigen bestuur en een eigen reglement met gemaakte afspraken. De verschillende besturen binnen de clubs hebben een eigen voorzitter, penningmeester, en secretaris. De besturen zorgen ervoor dat alle activiteiten goed verlopen, zij regelen alles wat te maken heeft met het organiseren van een bepaalde activiteit, waaronder het innen van de eigen bijdrage en het aanstellen van instructeurs en begeleiders voor de desbetreffende activiteit.

Het clubbestuur rapporteert jaarlijks aan het HEVO bestuur. Zij leggen verantwoording af door middel van een inhoudelijk- en financieel jaaroverzicht. Zij leggen een begroting aan het HEVO bestuur voor en een keer per jaar vind er een overleg plaats tussen het HEVO bestuur en de clubbesturen.

Aanbod activiteiten

HEVO heeft een breed aanbod aan activiteiten. Veel activiteiten vinden plaats in 'De Ontmoeting', maar sommige activiteiten vinden op andere plekken plaats.

Binnen HEVO zijn er vaste activiteiten die regelmatig terugkomen, dit kan bijvoorbeeld iedere week of iedere maand zijn. Deze activiteiten worden georganiseerd door verschillende clubs. Sommige activiteiten hebben meerdere deelnemende clubs, andere activiteiten hebben maar een enkele deelnemende club.

De vast activiteiten binnen HEVO zijn: Biljarten, bridgen, computeren, creatief, dansen, filosofie, jeu des boules, kienen, koersbal, leeskringen, muziek schaken, sport en beweging, toneelclub, yoga en tai-chi.

Binnen bijvoorbeeld de activiteit 'toneel', is alleen de 'toneelclub Rosmalen uit de Coulissen' actief. Binnen de activiteit dansen zijn de clubs Zumba, zumba op dinsdagavond, line dancegroep "De Oldtimers" en volksdansgroep 'De Vrolijke Voetjes'.

Evenementen

Naast deze vaste activiteiten zijn er regelmatig evenementen. Deze worden georganiseerd door de evenementencommissie. De evenementen zijn openbaar en gericht om senioren uit Rosmalen. Zowel leden als niet-leden van HEVO, mogen op deze evenementen een kijkje komen nemen. Zo is er bijvoorbeeld ieder jaar een carnavals evenement, zijn er vaak cursussen en exposities en worden er films gedraaid. Al deze evenementen worden gepubliceerd op de website en in het ledenboekje HEVO- actueel.

Daarnaast word er iedere maand een seniorencontact middag georganiseerd. Op deze middag zijn zowel leden als niet leden welkom om een praatje te maken, de sfeer te proeven, te biljarten of iets anders wat zij leuk vinden. Vaak is er op deze middagen voorstellingen met dans of toneel. De seniorencontact middagen vinden iedere maand plaats in 'De Ontmoeting', maar senioren kunnen ook iedere maand terecht in ander centrum in de buurt.

Belangenbehartiging

Naast het organiseren van activiteiten en evenementen doet HEVO ook aan 'collectieve belangenbehartiging. Zij komen op voor de belangen van senioren in Rosmalen op verschillende gebieden. Zo doen zij dit op de gebieden van sociale voorzieningen, wonen, zorg, welzijn, volksgezondheid vervoer en nog meer.

Dit doen zij bijvoorbeeld door middel van het geven van voorlichtingen. Met als doel de bevordering van goede diensten en voorzieningen te realiseren. Om deze verschillende belangen behartigingen uit te voeren, werkt HEVO samen met verschillende instanties zoals de gemeente of andere lokale instanties. Zij vertegenwoordigen de doelgroep ook naar deze instanties toe.

Voorbeelden van collectieve belangenbehartigingen die HEVO doet zijn rijbewijskeuringen of het helpen met

belastingformulieren.

Niet alleen komt HEVO op voor de belangen van ouderen naar andere instanties toe. Zij gaan ook met senioren zelf in gesprek, als hier om gevraagd wordt of als dit nodig is. HEVO signaleert problemen en adviseert senioren hierover. HEVO doet dus niet alleen aan collectieve, maar ook aan individuele belangenbehartiging.

Een voorbeeld hiervan is dat wanneer een persoon waar van de partner is overleden, niet meer bij HEVO komt, terwijl deze vroeger met de partner wel altijd kwamen, dan gaan zij met deze persoon in gesprek en deze te helpen met het rouwproces.

Communicatie

Huidige communicatie middelen

Om hun leden en doelgroep op de hoogte te stellen van de verschillende activiteiten en nieuwtjes binnen HEVO, gebruikt de organisatie verschillende communicatie middelen. Hieronder zijn de huidige communicatiemiddelen toegelicht.

Website

Op de website is voor leden van HEVO en de doelgroep veel informatie te vinden. Niet alleen over de verschillende activiteiten die binnen HEVO plaatsvinden, maar ook over de organisatie zelf en over actuele zaken binnen HEVO.

De website is compleet in de huisstijl van HEVO vormgegeven met blauwe kleuren en het logo duidelijk terugkomend. Er staan enkele foto's op van evenementen die geweest zijn. Niet van elk evenement worden foto's toegevoegd. Verder is er op de website weinig beeld gebruikt. Op de home pagina staan wel banners van daarop partners van HEVO.

HEVO-Actueel

HEVO-Actueel is een blaadje met daarin actuele zaken binnen de organisatie. Het boekje telt 16 pagina's en verschijnt tien keer per jaar bij alle leden in de brievenbus. In HEVO-Actueel staan bijvoorbeeld oproepen om aan te melden voor activiteiten, extra informatie over bepaalde activiteiten, maar ook vrijwilligers die een stukje schrijven over hun werkzaamheden. Ook is in HEVO-Actueel iedere maand een activiteitenoverzicht te vinden met daarin de activiteiten van die desbetreffende maand. Verder staan er contactgegevens in vermeld van personen die je kunt benaderen voor deelname aan een activiteit.

Het HEVO-Actueel boekje is herkenbaar met iedere maand dezelfde voorpagina, met daarop een afbeelding van De Ontmoeting. Verder staan er kleine foto's in HEVO-Actueel. Er staan niet veel foto's in en de meeste foto's zijn niet van HEVO zelf.

Folder overzicht activiteiten

HEVO heeft aparte activiteiten folder waarin alle activiteiten die senioren bij HEVO kunnen beoefenen, staan vermeld. De folder is een opsomming van de activiteiten met daarbij vermeld: de locatie, tijd en contactpersoon. De voorkant van het boekje is net als alle andere communicatie middelen in de blauwe huisstijl van HEVO vormgegeven. Op de voorkant is, net als op HEVO-Actueel, een afbeelding van De Ontmoeting afgebeeld. De informatiefolder is te vinden in De Ontmoeting en ligt bij de bibliotheek in Rosmalen.

Informatie brochure

Voor algemene informatie heeft HEVO een informatie brochure. Hierin staat vermeld wat HEVO is en wat leden van HEVO kunnen verwachten. Daarnaast staat er uitgelegd hoe mensen lid kunnen worden en hoe bedrijven HEVO kunnen steunen door bijvoorbeeld advertenties op de website van HEVO te plaatsen.

KBO Brabant 'ONS'

Het blad 'ONS' van KBO Brabant is naast HEVO actueel een blad dat alle leden ontvangen. KBO Brabant is de overkoepelende organisatie waar HEVO onder valt. KBO Brabant kunnen we zien als een belangen behartiger. Het blad 'ONS' is niet zo zeer gericht op activiteiten voor senioren, maar meer op zaken als: gezondheid, de zorg, mobiliteit en andere zaken waar senioren op een gegeven moment mee te maken kunnen krijgen. In het blad ONS wordt af en toe een bericht over HEVO geplaatst.

Lokale media

In Rosmalen kent men bepaalde lokale krantjes die in heel Rosmalen worden bezorgd.

Zo is er de Rosbode. Dit krantje heeft een oplage van 17 000 stuks ("Vanhelvoortgroep", z.j.). Ook is HEVO wel eens te zien op de lokale omroep: de Ros kabelkrant. Deze omroep heeft ook een website. Op deze website staat informatie over activiteiten in Rosmalen, een agenda en foto's en videoreportages van verschillende activiteiten in Rosmalen. HEVO is op deze website verder niet terug te vinden ("ros-kabelkrant", z.j.).

Daarnaast adverteert HEVO in De Bossche Omroep, Het Stadsblad en Thuis in Rosmalen. Dit zijn allemaal lokale krantjes (huis aan huisbladen) waarin zo nu en dan berichten over HEVO worden geplaatst. Deze berichten gaan vaak over de fiets of wandelentochten, evenementen of films.

In deze advertenties staat altijd duidelijk vermeld dat ook niet-leden van HEVO welkom zijn bij bijvoorbeeld een film of wandeltocht, zij moeten dan iets meer betalen om mee te kunnen doen.

Social media

Social media is geen huidig communicatiemiddel van HEVO. Zij zijn op geen social media platform terug te vinden.

Nieuwsbrief

Naar alle e-mail adressen van leden die bij HEVO bekend zijn, wordt iedere maand een nieuwsbrief verstuurd. Dit zijn zo'n 1000 adressen.

In de nieuwsbrief is vooral informatie over de komende activiteiten en diensten te vinden die HEVO aanbiedt.

Voor de titel van de nieuwsbrief is een andere typografie gebruikt dan normaal, zoals hieronder te zien is. Verder staat het logo van HEVO duidelijk vermeld en is het mogelijk via de nieuwsbrief door te klikken naar de website. De kleur blauw is een andere dan die in op de website staat. Er zijn afbeeldingen toegevoegd van De Ontmoeting en verder staat er vooral veel informatie in de nieuwsbrief. De afbeeldingen bij deze informatie zijn passend bij de stukjes tekst die erbij staan.

Is deze e-mail niet goed leesbaar? [Klik hier voor de webversie.](#)

Nieuwsbrief **HEVO**



Nieuwsbrief 7 mei 2015

Korting voor HEVO-leden: 'Heerlijk duurt het langst'



Graag brengen wij u op de hoogte van de succesvolle Annie M.G. Schmidt en Harry Bannink-musical 'Heerlijk duurt het langst', die haar vijftigjarig jubileum op 30 en 31 mei viert in Theater aan de Parade. 'Heerlijk duurt het langst' is een eigentijdse musical vol humor, nostalgie en prachtige liedjes die een mooi beeld geven van het Nederland in de jaren zestig. Meer informatie over de voorstelling: https://www.theateraandeparade.nl/theater/musical_show/?rt=identifier#modal=/theater/2635/one_van_Roozendaal_Alfred_van_den_Heuvel_e_a_Heerlijk_duurt_het_langst/

Speciaal voor HEVO-leden biedt Theater aan de Parade een korting van € 4,- per kaart. 'Heerlijk duurt het langst' is op zaterdag 30 mei om 20.00 uur en op zaterdag 31 mei om 14.30 uur in Theater aan de Parade te zien. Kaarten (zowel 1e als 2e rangs) kunt u o.v.v. HEVO Rosmalen met € 4,- korting boeken, telefonisch of aan de kassa op 0900 – 3372723 (lokaal tarief).

"Paardenrace"



Op vrijdag 29 mei van 10:00 tot 12:00 kunt u in De Ontmoeting meespelen in de "Paardenrace". Twee afstuderende studenten van de HAS Hogeschool spelen met u een in het kader van hun

Bron: HEVO website

Concurrentie

Rosmalen kent geen seniorenverenigingen die vergelijkbaar zijn met HEVO.

Het grootste verschil tussen HEVO en concurrenten is dat HEVO een eigen gemeenschapshuis heeft, 'De Ontmoeting.' Andere verenigingen huren vaak een plek waar zij hun activiteiten kunnen doen (Van Raaij & De Leeuw, persoonlijke communicatie, 04 februari 2015).

Er zijn verschillende belangenorganisaties voor senioren. Dit zijn bijvoorbeeld KBO Brabant en ANBO. Echte concurrenten zijn dit niet, omdat mensen die lid worden van deze organisaties, zich ook nog aan kunnen melden bij HEVO. Mensen die lid willen worden bij HEVO, worden automatisch lid van KBO-Brabant.

Concurrenten

HEVO kent geen directe concurrenten in de omgeving die hetzelfde aanbieden als zij. In Rosmalen zijn geen andere seniorenverenigingen actief. Wel zijn er plekken in Rosmalen waar mensen zich op kunnen geven voor activiteiten die vergelijkbaar of hetzelfde zijn als bij HEVO. Deze concurrenten kunnen we substituten noemen. Op bijvoorbeeld de sportschool kunnen mensen tai-chi of zumba beoefenen, deze activiteiten biedt HEVO ook aan. Echter richt deze sportschool zich niet op senioren, zoals HEVO doet.

DESTEP model

Om inzicht te krijgen in de branche en de omgeving waarin HEVO opereert, is de DESTEP analyse uitgevoerd waarin verschillende ontwikkelingen die in Nederland spelen, zijn opgenomen.

Demografische ontwikkelingen

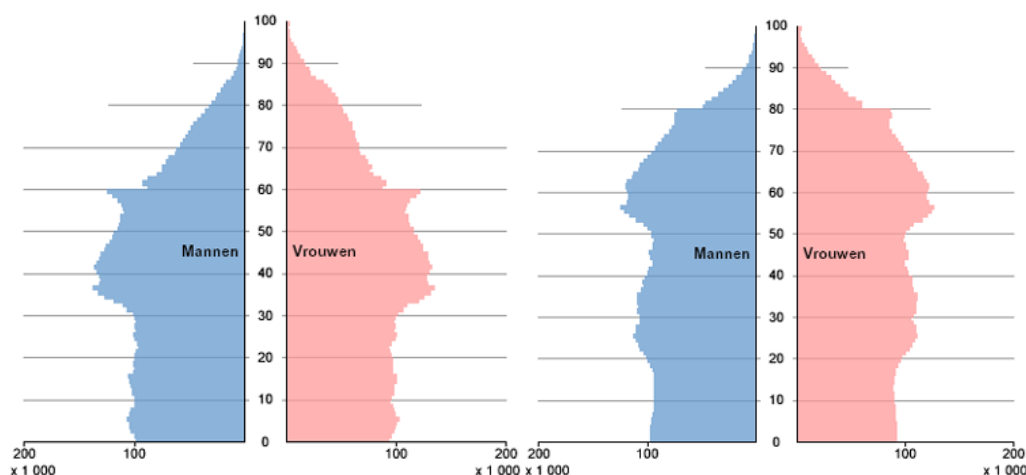
De doelgroep van HEVO is woonachtig in Rosmalen. Ook personen van buiten Rosmalen zijn welkom. Iedereen die woonachtig is in de gemeente Den Bosch, kan lid worden bij HEVO. "HEVO Rosmalen ANBI" (z.j.) geeft aan dat de meeste leden van HEVO uit de plaats Rosmalen komen (HEVO, 2015).

Vergrijzing

In Nederland is het algemeen bekend dat we te maken hebben met vergrijzing. In de toekomst zal dit patroon zich doorzetten. Het CBS concludeert dat rond 2050, 10% van de bevolking in Nederland 80-plusser is. Daarnaast geven zij aan dat ook de levensverwachting blijft stijgen. Mannen worden gemiddeld 79,1 jaar oud en vrouwen 82,8 (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2010). Vergrijzing is al jaren een ontwikkeling die nog steeds gaande is. Op onderstaande afbeelding is rechts de bevolkingspiramide van 2005 te zien en links die van 2025. We zien dat de voorspellingen zijn dat de aantallen 50 plussers toenemen. Voor HEVO betekent dit dat het aannemelijk is dat er steeds meer leden komen, omdat er simpelweg meer senioren komen.

Zoals eerder bij de doelgroepsomschrijving vermeld is, is er ook in de gemeente 's Hertogenbosch een stijging van het aantal senioren van 75 jaar en ouder te zien. De verwachting is, dat het aantal 75 plussers in Rosmalen over 10 jaar zal stijgen met 29%. De leeftijdsgroep 45-64 blijft ongeveer gelijk en de groep 65-74 zal in tien jaar tijd met ongeveer 20% toenemen (Gemeente 's-Hertogenbosch, 2014)

In de wijk Rosmalense wijk De Groote Wielen in Rosmalen wonen erg weinig 75-plussers. Namelijk 1%. Daarnaast blijkt uit onderzoek van het van de gemeente 's-Hertogenbosch dat er steeds meer paren van 75 jaar en ouder zullen komen. Dit komt door de toegenomen levensverwachting van de afgelopen jaren. Daarnaast neemt ook het aantal alleenstaande ouderen toe. Deze alleenstaande 75-plussers nemen toe met 19% (Gemeente 's-Hertogenbosch).



Bron: CBS

Actief

Senioren zijn over het algemeen de laatste jaren actiever, dan ouderen vroeger waren. Ouderen van 60 tot 75 jaar kunnen we tegenwoordig actief noemen. Onder actief verstaan we het gegeven dat deze groep zich niet oud voelt en vaak ook actief zijn op het internet.

Niet alle senioren zijn actief te noemen. Ongeveer een derde van de senioren in Nederland vallen hier niet onder. Bij hen is het vaak zo dat gezondheidsproblemen ervoor zorgen dat zij niet of minder actief zijn (W, 2005).

Economische ontwikkelingen

Besteedbaar inkomen 50 plussers

Als we kijken naar de economische gegevens van 50 plussers in het algemeen dan zien we dat deze groep mensen relatief veel te besteden heeft. Zo concludeert Moers (2014) dat 50 plussers in Nederland 80% van het totale vermogen in Nederland bezitten. Daarnaast neemt het aantal 50 plussers toe van 6.2 miljoen naar 7.5 miljoen. Om deze redenen wordt steeds vaker ingezien dat de doelgroep 50 plussers, een economisch steeds relevantere doelgroep is (Moers, 2014).

Armoede

In het rapport 'Armoedesignaleмент 2014' van het Sociaal en Cultureel Planbureau & Centraal Bureau voor de Statistiek, zien we dat het aantal 65-plussers dat onder de armoedegrens leeft, 3.2% is. Wel is het zo dat heel veel van deze ouderen net boven de armoedegrens uitkomen, dit komt doordat ouderen AOW krijgen en vaak een klein aanvullend pensioen. Over het algemeen scoren de senioren laag als het gaat om armoede in Nederland (Sociaal en Cultureel Planbureau & Centraal Bureau voor de Statistiek, 2014).

Besteedbaar inkomen gemeente Den Bosch

In de gemeente Den Bosch was volgens Statline.cbs (2014) het gemiddeld besteedbare inkomen in Den Bosch 15.900 euro. Terwijl volgens dezelfde bron het gemiddelde besteedbare inkomen van Nederland 15.100 euro is. In de gemeente 's Hertogen Bosch hebben mensen gemiddeld dus meer te besteden dan in Nederland over het algemeen ("Statline.cbs", 2014).

Sociaal/culturele ontwikkelingen

Pc bezit en internetgebruik

Als we kijken naar senioren zit er een groot verschil tussen ouderen van 55 plus en ouderen van 75 jaar en ouder. Als we bijvoorbeeld kijken naar het verschil in pc-bezit tussen oudere en jongere senioren, zien we dat hier een groot verschil in zit. Uit een onderzoek van SeniorWeb in samenwerking met het Sociaal Cultureel Planbureau blijkt dat veel jongere senioren van 50 tot 64 jaar, relatief vaak een pc in hun bezit hebben. Ongeveer 85%. Dit aantal wijkt niet af van jongere mensen. Kijken we daarna naar het pc bezit bij senioren vanaf 75 jaar, dan zien we dat 24% in het bezit is van een pc. Het onderzoek stelt ook dat er daarnaast een groot verschil is tussen het pc bezit bij jongere senioren en bij senioren in de leeftijdscategorie 65-74.

De helft van de groep in de leeftijd van 50-64 jaar, was tien jaar geleden al in het bezit van een pc. Voor de

senioren in de leeftijdsgroep 75+, is dat nu pas het geval.

Ook bij het internetgebruik is dezelfde ontwikkeling te zien. De jongere senioren maken het meest gebruik van internet, namelijk 77%. Zij maken hier evenveel gebruik van als jongere mensen. In de groep 65-74 jarigen heeft minder dan de helft een internetverbinding (42%). De groep 75 plussers hebben het minst vaak een internetverbinding thuis. Minder dan een op de vijf senioren uit deze groep heeft een internetverbinding tot haar beschikking (Redactie PCM, z.j.).

Zelfstandig wonen

Een sociaal cultureel gegeven, is dat senioren steeds vaker en langer zelfstandig willen blijven wonen. Dit kan dan wel in een zorgcomplex zijn, waar zij gemakkelijk toegang hebben tot de zorg die ze nodig hebben.

Maar steeds meer senioren blijven thuis wonen, omdat zij voor lichte zorg niet meer per se naar een zorginstelling hoeven (Senioren society, 2015).

Als we kijken naar 75-plussers, dan blijkt uit het rapport 'Langer thuis wonen' van de gemeente 's-Hertogenbosch dat veel ouderen in een nultreden, of in een geclusterde woning wonen. Twee derde woont in een ander soort woning (Gemeente 's-Hertogenbosch, 2014).

Eenzaamheid

Op de website 'ouderenfonds' is te zien dat er meer dan 4.1 miljoen 55 plussers in Nederland zijn. Hiervan voelt meer dan 1 miljoen zich eenzaam. Eenzame mensen ondernemen minder snel activiteiten dan mensen die niet eenzaam zijn. Wel zouden eenzame senioren vaker activiteiten willen ondernemen.

Van de 2.9 miljoen 65 plussers in Nederland voelen zelf 900.000 mensen zich eenzaam. Uit hetzelfde onderzoek blijkt dat het ondernemen van activiteiten of het doen van vrijwilligerswerk de kans op eenzaamheid verlaagt ("Ouderenfonds", z.j.).

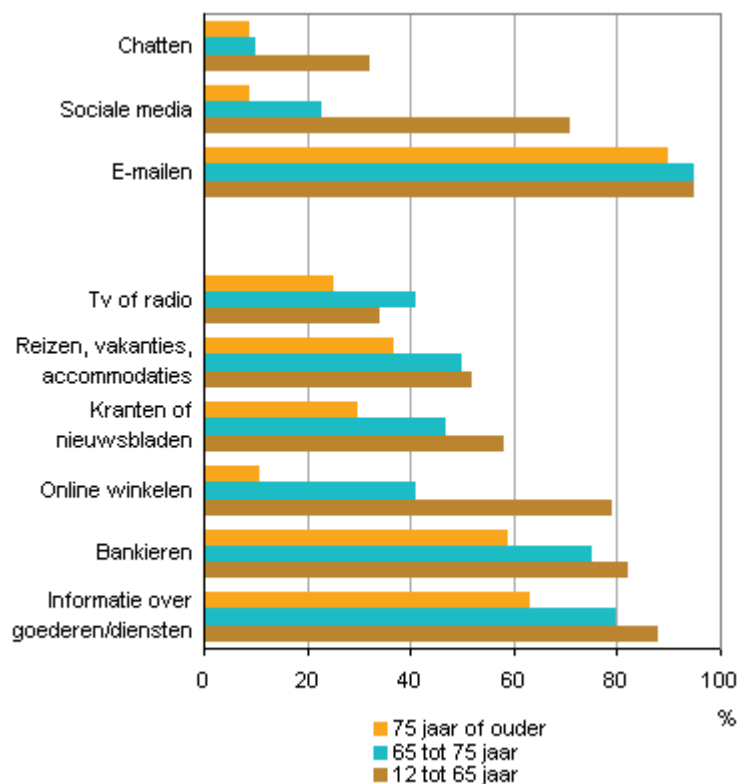
Ook blijkt dat 52% van de 65 plussers alleen woont en van de 75 plussers is dit 64.6%. De meest eenzame mensen zijn diegene die alleen wonen, gescheiden zijn en weinig tot geen sociaal contact hebben ("Ouderenfonds", z.j.).

Technologische ontwikkelingen

Internetgebruik

Ouderen zijn steeds vaker en meer online te vinden. In 2013 bleek uit onderzoek van het Centraal Bureau voor de Statistiek dat het aantal Nederlanders in de leeftijdscategorie 65-75 die wel een op het internet hebben gezeten, is verdubbeld ten opzicht van 2005. Ook het aantal ouderen die de afgelopen drie maanden op het internet hebben gezeten is gestegen. Daarnaast bleek uit het onderzoek dat 55% van de ouderen vanaf 65 jaar, dagelijks op het internet te vinden zijn. Dat is bijna vier keer zo veel dan in 2005 (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2013).

De groep van 75 jaar en ouder maakt minder frequent gebruik van het internet. In 2013 gebruikte 20% van deze groep dagelijks internet. Dit aantal is wel een stijging van de jaren daarvoor. Oudere senioren gebruiken internet vooral om te e-mailen, te zoeken naar informatie, en te internetbankieren. Jongere senioren winkelen een stuk vaker online dan oudere senioren. Wat ook in de onderstaande afbeelding te zien is (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2013).



Bron: CBS

Social media

Bijna drie op de tien senioren van 65- 75 maakte in 2013 gebruik van internet (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2013).

Gap-analyse

Om te onderzoeken of de huidige identiteit met samenvalt met de gewenste identiteit van HEVO is de GAP-analyse volgens Jaap van der Grinten gebruikt.

Stap 1: De gewenste identiteit

De gewenste identiteit wordt bepaald door de missie, visie, kerncompetenties en kernwaarden van een organisatie. Omdat HEVO geen visie en kernwaarden heeft vastgesteld, gaan we uit van de kerncompetenties en de vastgestelde missie van HEVO.

De missie van HEVO is:

Seniorenvereniging HEVO Rosmalen draagt er aan bij dat senioren kunnen blijven deelnemen aan de samenleving. HEVO doet dat door activiteiten op het gebied van ontmoeting, ontspanning, voorlichting, ondersteuning en activering.

Bovenstaande missie kunnen we beschouwen als het geen HEVO wil uitdragen.

De kerncompetenties van HEVO zijn activiteiten organiseren voor senioren in Rosmalen. Dit is de belangrijkste taak die HEVO heeft. Daarnaast is een het een belangrijkste competentie om hulp te bieden aan senioren in Rosmalen. Dit bijvoorbeeld door middel van voorlichtingen en directe hulp bij vragen.

Stap 2: De werkelijke identiteit

De werkelijke identiteit wordt beschreven 'datgene wat werknemers als kenmerkend beschouwen voor de organisatie.' Een erg belangrijke stap, want vooral in dienstverlenende organisatie, vormen medewerkers voor een groot deel het imago van een organisatie.

Bij HEVO zijn tijdens het vooronderzoek gesprekken gevoerd met vrijwilligers binnen de organisatie, waaruit we de werkelijke identiteit kunnen afleiden.

De vrijwilligers zien HEVO als een organisatie die probeert senioren te bereiken met een aanbod aan diensten en activiteiten. Sommige vrijwilligers zien HEVO als een plek waar echt Rosmalense mensen komen, andere vrijwilligers zien HEVO meer als een plek voor voornamelijk oudere senioren, omdat jongere senioren meestal nog werken of zich niet thuis voelen bij een zogenaamde 'seniorenvereniging'. Verder vragen sommige vrijwilligers zich af of de doelgroep wel weet wat HEVO allemaal te bieden heeft. Daarnaast vragen ze zich af of ze wel het goede aanbod hebben. Wel zien alle vrijwilligers HEVO als een goede organisatie die probeert er te zijn voor alle senioren in Rosmalen. Alle vrijwilligers lijken plezier te hebben in hun werk bij HEVO.

Stap 2: De fysieke identiteit

De fysieke identiteit van de organisatie komt voort uit de gewenste en de werkelijke identiteit. De fysieke identiteit is hoe de organisatie zich werkelijk 'gedraagt'. Dit kun je bijvoorbeeld terug zien in de huisstijl, het logo, gedrag van medewerkers, communicatiemiddelen en in het geval van HEVO 'De Ontmoeting'.

De kleuren die HEVO gebruikt in haar communicatie zijn voornamelijk lichtblauw en lichtgeel, wat ook direct de kleuren van het logo zijn. Verder maken ze gebruik van de donkerder blauwe kleuren en paars. Dit wordt voornamelijk op de website gebruikt.

'De Ontmoeting' ziet er modern uit en is weer anders van qua kleurgebruik dan de rest van de communicatiemiddelen.

Van beeld wordt gebruik gemaakt, maar niet veel. Op de website zijn soms foto's te vinden van evenementen die geweest zijn. Ook in HEVO-Actueel staan afbeeldingen. Geen eigen afbeeldingen, maar afbeeldingen van bijvoorbeeld activiteiten.

Stap 4: Het imago

Het imago is door middel van interviews en enquêtes gemeten bij zowel leden als niet-leden van HEVO. Dit zijn de belangrijkste belangengroepen waarvan we willen weten hoe zij tegenover HEVO staan. De belangrijkste associaties die hierbij naar voren kwamen zijn 'sociaal' en 'gezellig' en veel andere positieve woorden als: 'ga zo door'. Negatievere associaties waren er minder.

Niet-leden keken vaak ook op een positieve manier naar HEVO maar zagen het soms als een bejaardenclub waar zij (nog) niet bij willen horen. Soms werden ook woorden als oubollig, gesloten en dorps genoemd, maar hiertegenover staan veel meer positieve geluiden. Ook zagen relatief veel niet-leden, HEVO als een vereniging voor alleenstaanden.

Stap 5: De gap-analyse

Bij de gap-analyse gaan we kijken naar het verschil tussen de gewenste situatie en de werkelijke situatie. Er zijn drie 'gaps' die in kaart worden gebracht. Namelijk het verschil in waarden die de organisatie heeft met de werkelijke identiteit, de waarden en de fysieke identiteit en de waarden met het imago.

Gap 1: Gewenste versus werkelijke identiteit

Bij deze gap kijken we naar het verschil tussen de wat de organisatie wil zijn en hoe de werknemers (vrijwilligers) de identiteit ervaren.

Veel vrijwilligers zien HEVO als een organisatie die er is voor alle senioren in Rosmalen. Dat is ook precies wat HEVO zelf wil zijn. De vrijwilligers hebben plezier in het werk bij HEVO en dragen graag hun steentje bij. Sommige vrijwilligers vragen zich soms af of HEVO wel het juiste aanbod heeft en of ze de doelgroep op de juiste manier bereiken.

Binnen deze stap is geen gap te ontdekken, omdat de gewenste identiteit van HEVO overeenkomt met de identiteit hoe de vrijwilligers deze zien.

Gap 2: Gewenste versus fysieke identiteit

HEVO wil er zijn voor alle senioren in Rosmalen. Dit moeten zij dan ook in al hun communicatie uitstralen. In hun gedrag, in het kleurgebruik van de communicatiemiddelen, de inhoud van de communicatie en 'De Ontmoeting'. Eigenlijk in alles wat fysiek zichtbaar is. In de communicatie doet HEVO dit, zo vermelden ze bijvoorbeeld vaak dat iedereen welkom is bij HEVO, ook mensen die geen lid zijn. Vrijwilligers komen sociaal over naar de leden toe en de huisstijl ziet er vriendelijk uit. Beelden kunnen ook veel uitstraling geven en de waarden van HEVO sterker over laten komen. Op dit moment wordt er weinig beeld gebruikt, terwijl meer beeld in de communicatiemiddelen zou kunnen zorgen voor een sterkere uitstraling van de identiteit van HEVO.

Daarnaast heeft De Ontmoeting soms een wat gesloten uitstraling. De gordijnen lijken dicht en het door dat je niet gemakkelijk naar binnen kunt kijken, komt het niet erg uitnodigend en sociaal over.

Gap 3: Gewenst versus werkelijk imago

Bij de laatste gap kijken we naar de verschillen in de waarden van HEVO met het imago dat de doelgroep van HEVO heeft.

HEVO heeft als missie ertoe bij te dragen dat alle senioren in Rosmalen actief en zelfstandig kunnen deelnemen aan de samenleving. In de onderzoeksresultaten hebben we kunnen zien dat veel mensen HEVO zien als een positieve vereniging die gezellig en sociaal is. Soms werden er woorden genoemd als oubollig, gesloten en dorps. Enkele van deze begrippen werden ook al genoemd tijdens de gesprekken met vrijwilligers. Zij hadden verwacht dat sommige mensen op deze manier over HEVO dachten. Echter waren er vele malen meer positieve associaties bij HEVO. Voornamelijk genoemd door leden.

Niet-leden van HEVO hebben meestal ook een erg positief beeld, maar vonden HEVO soms een bejaardenclub waar zij zelf niet bij horen. Verder is redelijk vaak genoemd dat HEVO een vereniging is voor alleenstaanden, wat niet in lijn ligt met de gewenste identiteit, want HEVO is er voor alle senioren en niet alleen voor alleenstaanden. De gewenste identiteit komt voor het grootste deel overeen met het imago wat de doelgroep van HEVO heeft. Vooral bij de leden is dit zo. Bij de niet-leden is een iets grotere gap te ontdekken. Zij zien HEVO voornamelijk als een heel goede vereniging, maar ze zien het vaak als een vereniging voor alleenstaanden. Sommigen noemen HEVO oubollig, wat ook niet overeenkomt met de gewenste identiteit.

De dialoog

Wat wordt verstaan onder de dialoog aangaan?

Seniorenvereniging HEVO wil graag in dialoog gaan met hun doelgroep, maar wat betekent het dialoog nu eigenlijk precies? Wat zijn manieren om een dialoog aan te gaan en wat zijn voorbeelden hiervan?

Van Dale

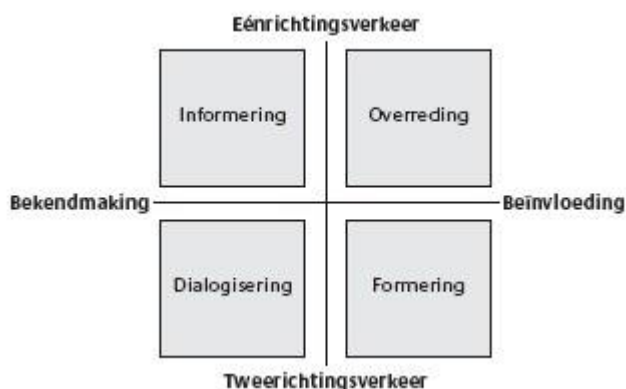
De Van Dale beschrijft het begrip dialoog als volgt:

di-a-loog (*de; m; meervoud: dialogen*)

- 1gesprek van twee personen
- 2discussie, overleg-

Betteke van Ruler

Volgens het communicatiekruispunt van Betteke van Ruler zijn er binnen de communicatie vier verschillende strategieën, die we kunnen onderscheiden (Van Ruler, 1998).



Bron: Marketingportaal

Informeren

Informeren is een zendergerichte strategie waarbij de organisatie een boodschap aan de doelgroep overbrengt. Belangrijk hierbij is dat de doelgroep niet kan reageren op de boodschap. Het gaat dus om het informeren van de doelgroep door middel van het zenden van informatie. Dit kan op verschillende manieren, zoals via een website, een presentatie of een poster.

Overreden

Met overreden wordt bedoeld, het proberen te overtuigen van een doelgroep. Door middel van het uitzenden van een boodschap probeert een organisatie de doelgroep te beïnvloeden. Vaak wordt een vorm van massacommunicatie gebruik om een doelgroep te overreden. Denk hierbij aan bijvoorbeeld anti-rook campagnes op televisie.

Dialogiseren

Dialogiseren wordt volgens het communicatiekruispunt ingezet om in gesprek te gaan met je doelgroep of medewerkers. Een werkoverleg of vergadering kan een voorbeeld zijn van deze strategie. Een ander voorbeeld is een gemeente die inspraakrondes organiseert voor hun bewoners.

Formeren

Bij de strategie formeren, ga je net als bij dialogiseren, in gesprek met je doelgroep. Het verschil is echter dat je hen door middel van een gesprek probeert te overtuigen van jouw standpunten. Een voorbeeld van formeren is lobbyen.

Sinds een aantal jaren is in de communicatie wereld steeds meer het besef gekomen dat zenden alleen niet meer voldoende is om je doelgroep te overtuigen of aan jouw kant te krijgen.

Echt luisteren naar je doelgroep en samen door middel van een dialoog tot een oplossing komen is een strategie die volgens Betteke van Ruler steeds belangrijker en onmisbaarder wordt.

Volgens Betteke van Ruler is het bij het aangaan van een dialoog op de eerste plaats belangrijk dat beide partijen even veel ruimte hebben om te kunnen zeggen wat zij willen. Daarnaast moet tijdens het gesprek goed nagegaan worden of de boodschap op de juiste manier is overgekomen bij de ontvanger. Dit om misverstanden en miscommunicatie te voorkomen (Van Ruler, 1998).

Welke communicatie strategieën helpen om een dialoog aan te gaan met de doelgroep?

Actie & interactie-visie Eric Reijnders

Erik Reijnders beschrijft in zijn basisboek interne communicatie, twee visies op communicatie, namelijk de actie visie en de interactie visie.

De actievisie is voornamelijk traditioneel zendergericht, waarbij de organisatie voornamelijk informatie zend naar de doelgroep of medewerkers toe. De interactie-visie kenmerkt zich door het ontmoeten van de ander en het samen in gesprek gaan. De organisatie is hierbij nieuwsgierig naar de opvattingen van de ander en bereid om deze serieus te nemen als deze niet samenvallen met de waarheid van de organisatie.

In artikel geeft Erik Reijnders aan dat veel organisaties geïnteresseerd zijn in het opzetten van een dialoog. Ze weten dat ze naar hun doelgroep moeten luisteren, maar als deze een ander beeld dan de organisatie heeft, zouden ze de ander toch het liefst van hun eigen beeld willen overtuigen. Terwijl het er het bij een echt dialoog juist gaat om wederzijds begrip en het echt luisteren naar de ander (en hier ook naar handelen) (Reijnders, 2010).

In het basisboek interne communicatie staan ook de kanttekeningen bij de interactie-visie beschreven, hier moet rekening mee worden gehouden als er gekozen wordt voor de interactie-visie (Reijnders, 2010).

- ❖ Een dialoog kan leiden tot veel praten, zonder iets te bereiken. Stel doelen vast die bereikt moeten worden.
- ❖ Teveel interactie kan een tegengesteld effect hebben. Mensen hebben geen zin meer om in dialoog te gaan.
- ❖ Een dialoog kost tijd. Deze is er in organisaties niet altijd.
- ❖ De macht verschuift deels naar de doelgroep of medewerkers. Organisaties moeten nagaan of zij deze macht deels aan hen willen geven.
- ❖ Niet iedereen wil de interactie of dialoog aangaan of is er even goed in.
- ❖ In een effectieve dialoog is iedereen gelijk. Soms zijn er verstoorde verhoudingen die een dialoog in de weg staan.
- ❖ Het is niet altijd mogelijk om door middel van een dialoog tot een oplossing te komen bij complexe problemen.

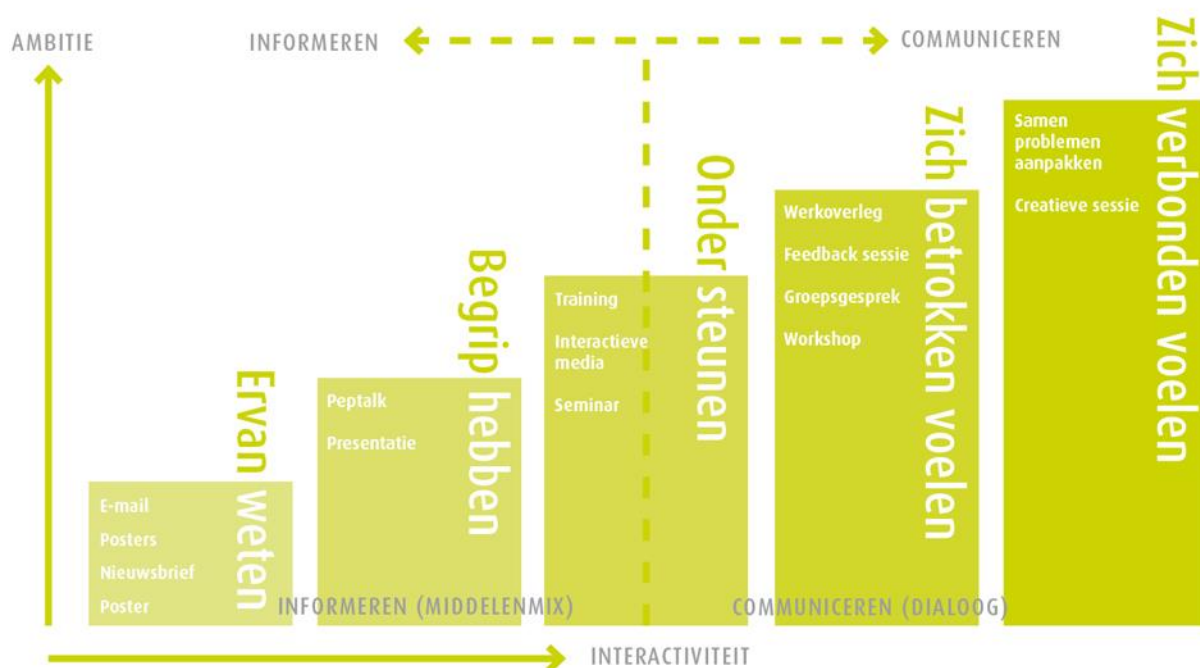
Trap van Quirke

De trap van Quirke is een model, waarmee veranderprocessen in organisaties gekoppeld worden aan de middelen die ingezet moeten worden om medewerkers/doelgroepen hier op de juiste manier over te informeren of in te betrekken.

Dit model wordt vaak toegepast om medewerkers binnen een organisatie meer te verbinden met de organisatie. Maar het model kan ook prima gebruikt worden om andere betrokkenen, zoals doelgroepen meer te verbinden met en meer de dialoog aan te gaan met een organisatie.

Je zou kunnen zeggen dat hoe verder je naar rechts gaat op de trap, hoe meer de dialoog aangegaan wordt. De laatste stap die je kunt bereiken is het bereiken van verbinding. Om dit te bereiken is het wel zo dat alle stappen moeten worden doorlopen, daarna is de doelgroep er pas klaar voor om deze verbinding aan te gaan.

HEVO wil graag meer de dialoog aangaan met hun doelgroep. Dat wil zeggen dat zij zich op de laatste trede van de trap zouden willen bevinden (verbondenheid). Hiervoor is het wel nodig, zoals eerder aangegeven is, om eerst de linker stappen op de trap te doorlopen (Reijnders, 2010).



Bron: Blog Inventief

Wat zijn manieren om een dialoog aan te gaan met een doelgroep?

Er zijn verschillende manieren mogelijk om een dialoog op gang te brengen met je doelgroep. Hieronder staan een aantal manieren beschreven die een dialoog op gang kunnen brengen

Social media

Een manier om een dialoog aan te gaan met je doelgroep, die de laatste aantal jaren erg populair is, is het inzetten van social media.

Veel organisaties weten dat het (in sommige gevallen) belangrijk is om social media in te zetten, maar zij weten nog niet precies hoe en op welke manier zij dit aan moeten pakken. Vaak wordt social media gebruikt om op klachten of negatieve berichten te reageren en om op die manier imagoschade te voorkomen. Echter kan social media ook gebruikt worden om op andere manier de dialoog aan te gaan met de doelgroep. Het pro-actief in zetten van social media is dus belangrijk. Er moet al een dialoog op gang gebracht worden voordat er klachten kunnen gaan ontstaan. Belangrijk bij het inzetten van social media is om op de eerste plaats te weten of je doelgroep wel op social media zit en welke kanalen dit dan zijn. Daarnaast is het belangrijk te weten waar je met je doelgroep over wilt communiceren en op welke manier. Waar heeft de doelgroep interesse in? Dit moet je eerst goed duidelijk hebben. Over deze onderwerpen kun je via social media in gesprek gaan met je doelgroep. Stel vervolgens vast wie de communicatie via social media op zich gaat nemen. Hierbij is het wel van belang dat de hele organisatie de social media richtlijnen kent (Davina, z.j.).

Om de inzet van social media succesvol te maken, is het van belang dat mensen met je organisatie geassocieerd willen worden. Pas dan zullen ze op jouw berichten reageren, of deze liken/delen/retweeten. Dit wordt ook wel 'online engagement' genoemd (Heyendaal, 2012). Het kan voor een organisatie even duren voordat de doelgroep deze 'engagement' met je aangaat. Als je als organisatie besluit met social media te gaan starten, denk er dan aan dat enkel zenden niet voldoende is. Ga samen met de doelgroep in gesprek over relevante zaken die met de organisatie en met de interesses van de doelgroep te maken hebben. Beschrijf ook je missie, zodat de doelgroep weet waar je voor staat (Kornaat, 2013).

Co-creatie

Een andere manier van het aangaan van een dialoog met een doelgroep is met behulp van co-creatie. Co-creatie wil zeggen dat een organisatie samen met haar doelgroep, werkt aan de ontwikkeling of verbetering van een product of dienst (Movisie, 2014).

Leden van de doelgroep weten als geen ander hoe zij willen dat een product of dienst er voor hen uit gaat zien

en op welke manier er het best met hen gecommuniceerd kan worden. Door samen te werken aan een dienst of product, zal deze niet alleen beter worden afgestemd op de desbetreffende doelgroep, men draagt ook samen de verantwoordelijkheid voor de dienst of het product.

Door samen te werken gaat de organisatie in dialoog met de doelgroep, samen met hen wordt naar oplossingen gezocht om iets tot stand te kunnen brengen. De doelgroep voelt zich op deze manier ook verbonden met de organisatie.

Co-creatie kan zowel online als fysiek gebeuren. Bijvoorbeeld via een website of social media, maar ook door fysiek met elkaar af te spreken en in gesprek te gaan. Volgens Abdul Advany, de oprichter van de site 'social impact', zijn er verschillende stappen nodig om co-creatie op gang te brengen. Deze stappen zijn gericht op digitale co-creatie, maar kunnen ook gevolgd worden voor 'fysieke' co-creatie. Het stappenplan is enigszins aangepast zodat het ook bruikbaar is voor 'fysieke' co-creatie.

❖ **Vorbereiden**

De eerste stap is om te weten wat je met co-creatie wilt bereiken. Je stelt een doel vast zodat je later kunt evalueren of het doel is behaald.

Daarna stel je vast op welke manier je wilt gaan co-creëren. Wat is hiervoor nodig? Welke ruimte is hiervoor nodig en wat moet er precies ge-co-creëert worden?

❖ **Netwerk vinden**

De volgende stap is het op zoek gaan naar een netwerk. Welke mensen moeten er benaderd worden om de co-creatie mee in gang te zetten? Ga je bijvoorbeeld de gehele doelgroep vragen of een deel hiervan?

❖ **Doelgroep verleiden en activeren**

Als je de mensen die je wilt benaderen hebt vastgesteld ga je hen benaderen om mee te werken aan de co-creatie. Binnen deze stap moeten promotiemiddelen worden gemaakt om de mensen te bereiken. Nagedacht moet worden over hoe je deze mensen wilt bereiken en wat er eventueel tegenover staat om aan de co-creatie mee te werken.

❖ **Ideeën uitwisselen**

Daarna gaan de mensen die meewerken aan het co-creatie proces, ideeën met elkaar uitwisselen over wat het resultaat zou moeten zijn. Individuele ideeën staan in deze fase centraal, er wordt bijvoorbeeld afgesproken op welke manier men samen wil werken en wat de behoeften zijn.

❖ **Bij elkaar brengen en keuzes maken**

Alle individuen hebben verschillende ideeën. Deze worden nu samen gebracht en van hieruit moet keuzes gemaakt worden welke ideeën er uitgekozen worden. Er kan gekozen worden voor een enkel ideeën, of er kan samengewerkt worden om alle ideeën samen te brengen en hier een nieuw idee uit te halen.

❖ **Conceptualiseren en verfijnen**

Er wordt een concept gemaakt van de samengebrachte ideeën of het uitgekozen idee. Ook wordt er in deze fase nagedacht over wat er precies moet gebeuren om het concept te realiseren. Het concept wordt concreter gemaakt.

❖ **Realisatie uitdenken**

Daarna wordt nagedacht over HOE de het concept gerealiseerd moet worden. Dus op welke manier moet het concept gerealiseerd worden. Hierbij komen punten als kosten, taakverdeling, datum plaats en tijd, aan bod.

❖ **Plan presenteren**

Het plan voor de co-creatie wordt ten slotte voorgelegd aan de betrokkenen en diegene die hier over

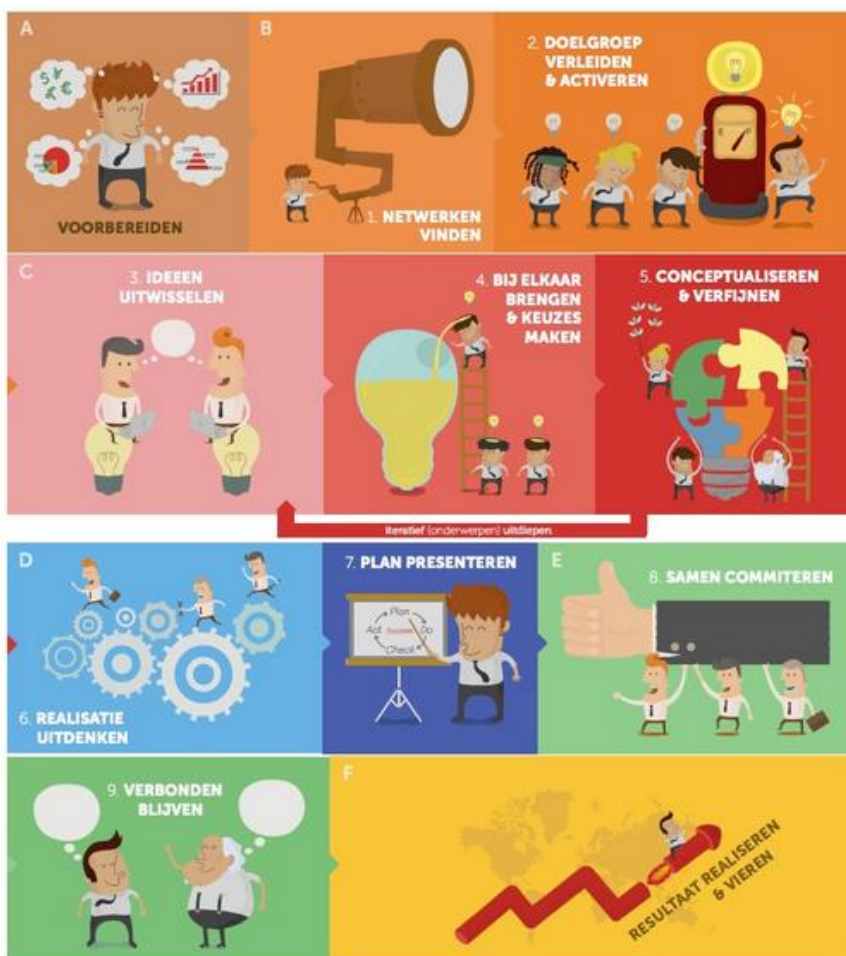
gaan. Eventueel worden er hierna nog wat punten aangepast.

❖ Samen committeren

Iedereen heeft een eigen rol binnen het co-creatie proces en gaat hiermee aan de slag. Samen wordt gewerkt om het co-creatie concept te realiseren. Dit hoeft niet altijd met een groep te zijn, het kan ook met een bijvoorbeeld een enkel persoon.

❖ Verbonden blijven

Het is belangrijk om met de betrokkenen van het co-creatie proces verbonden te blijven. Dit om de dialoog in stand te houden en om eventueel in de toekomst weer samen aan de slag te gaan. Dit kan in de vorm van digitale co-creatie door het opzetten van een online community. In 'fysieke' co-creatie kan het door samen afspraken te blijven maken.



Bron: Social Impact

Voorbeeld van een organisatie in dialoog met de doelgroep

FBTO

Een goed voorbeeld van een organisatie die succesvol in dialoog is gegaan met de doelgroep is FBTO. Zij hebben een aparte website opgericht; www.onderling.nl. Op die website kunnen klanten hun schadeclaim indienen. Soms betaald FBTO namelijk schadeclaims uit, maar soms doen ze dit ook niet.

Als klanten het er niet mee eens zijn dat hun schadeclaim niet wordt uitbetaald, kunnen zij hun eigen verhaal plaatsen op de website. Vervolgens kunnen mensen stemmen of zij vinden dat de schadeclaim wel uitbetaald moet worden of niet. Is het zo dat meer dan 60% vindt dat de schadeclaim uitbetaald moet worden, dan doet FBTO dit ook. Op die manier verbeteren zij hun dienstverlening door echt in gesprek te gaan met hun klanten.

Daarnaast past FBTO de polisvoorwaarden aan als dit nodig blijkt te zijn. FBTO verbetert zo haar organisatie en creëert tegelijkertijd een dialoog met de doelgroep (FBTO, z.j.).

Wat kan er gebeuren er als de doelgroep en HEVO samen in dialoog gaan?

Binnen HEVO is het bestuur tot de conclusie gekomen dat zij meer met hun doelgroep in dialoog willen. Zij willen weten hoe de doelgroep betekenis geeft aan bepaalde zaken en hoe zij betekenis geven aan HEVO.

Bij HEVO staat het contact met de doelgroep centraal. Omdat HEVO erg betrokken is bij het welzijn van de doelgroep hebben vrijwilligers binnen HEVO veel contact met de doelgroep tijdens bijvoorbeeld activiteiten en diensten die zij leveren. Voor HEVO is het belangrijk dat zij hun doelgroep goed kennen en dat zij weten wat er speelt in hun belevingswereld. Op die manier kunnen zij hun communicatie, maar ook hun activiteiten en diensten hier op afstemmen. De communicatiemiddelen die HEVO gebruikt zijn zendergericht. Maar de diensten die HEVO aanbiedt zijn juist gebaseerd op een dialoog. HEVO wil in hun communicatie meer de dialoog aangaan met de doelgroep. Als HEVO samen met de doelgroep een goede dialoog tot stand kan brengen dan kan dat ervoor zorgen dat HEVO beter weet wat de doelgroep wil. Hier kunnen zij de inhoud van hun communicatie dan weer op afstemmen. Een dialoog kan zorgen voor een grotere betrokkenheid en verbondenheid van de doelgroep richting HEVO. Als een dialoog op een goede manier aangegaan word, kan dit zorgen voor een positief imago.

Topiclijst

De volgende topics zijn de onderwerpen waarnaar gevraagd gaat worden in de interviews. De topics zijn opgesteld naar aanleiding van het vooronderzoek en de oriënterende gesprekken.

Algemeen

Bekendheid

Communicatie

Imago

Activiteiten/diensten HEVO

Vrijtijdsbesteding

Sociaal contact

Betekenisgeving

Interview vragen HEVO leden

De vragen van de interviews zijn vallen onder de topics zie opgesteld zijn. Boven elke groep vragen, staat het topic waar de vragen over gaan, vermeld.

Algemeen

Wat is uw leeftijd?

Activiteiten/diensten

Doet u een activiteit binnen HEVO en zo ja welke?

Waarom doet u deze activiteit bij HEVO en niet bij een andere aanbieder?

Wat vindt u van de activiteiten die HEVO aanbiedt?

Welke andere activiteiten moet HEVO volgens u aanbieden?

Maakt u gebruik van aanbiedingen die HEVO doet op het gebied van belangenbehartiging? Zo ja waarom wel en zo nee waarom niet?

Wat vindt u van de prijzen die HEVO voert voor activiteiten/café/evenementen?

Sociaal contact

Hoeveel van de contacten die u in het algemeen hebt, heeft u opgedaan bij HEVO?

Imago

Voldoet HEVO aan uw verwachtingen?

Welk gevoel roept HEVO bij u op?

Wat denkt u dat andere mensen van HEVO vinden?

Communicatie

Kunt u dingen noemen die HEVO aanbiedt? (activiteiten etc.).

Hebt u het gevoel op de hoogte te zijn van alles wat HEVO aanbiedt?

Op welke manier wordt u hier het liefst over geïnformeerd?

Hebt u het gevoel dat u bij HEVO terecht kunt met uw vragen/opmerkingen?

Hebt u het gevoel betrokken te zijn bij HEVO als organisatie?

Zou u bereid zijn om, als HEVO dit aanbiedt, mee te denken/helpen aan projecten?

Wat denkt u dat HEVO kan verbeteren in hun informatie verstrekking?

Van welke communicatiemiddelen maakt u in het algemeen het meest gebruik? (denk hierbij aan internet, folders, mond-tot-mond reclame, social media)

Hoe zoekt u naar informatie over HEVO? (bijvoorbeeld plaatselijke krantjes, HEVO website, HEVO-actueel, krant, via vrienden of kennissen?)

Maakt u in het algemeen veel gebruik van internet? Zo ja voor wat allemaal?

Bent u actief op social media?

Lees u het ledenblad HEVO-actueel? En zo ja is dit via de website of via het fysieke blad?

Leest u de nieuwsbrief van HEVO?

Leest u advertenties van HEVO in plaatselijke krantjes?

Als u contact wilt opnemen met HEVO, hoe doet u dit dan?

Welke communicatiemiddelen zou HEVO volgens u nog meer in moeten zetten?

Hoe vindt u de inhoud van de communicatie van HEVO naar haar leden toe?

Wat vindt u van de frequentie van de communicatie? Mag dit vaker of juist minder vaak?

Betekenisgeving

Wat vindt u het belangrijkste aan HEVO? (Bijvoorbeeld de activiteiten, het van huis zijn, het sociaal contact)

Hoe voelt u zich als u aan een activiteit van HEVO deelneemt?

Zou uw leven er anders uit zien als u geen lid was bij HEVO (en op welke manier)?

Zou u HEVO aanbevelen bij uw vrienden/kennissen/familie?

Als u HEVO een rapportcijfer zou mogen geven van 1 tot 10, wat zou dit cijfer dan zijn?

Interview vragen niet-leden

Algemeen

Wat is uw leeftijd?

Bekendheid

Hebt u wel eens van HEVO gehoord?

Op welke manier hebt u van HEVO gehoord?

Wat is de reden dat u geen lid bent bij HEVO?

Imago

Welk beeld heeft u bij HEVO?

Wat voor mensen komen er volgens u bij HEVO?

Zou u zomaar bij HEVO binnenlopen als u daar behoefte aan heeft?

Wat zijn uw verwachtingen van HEVO?

Voldoet HEVO aan deze verwachtingen?

Activiteiten/diensten HEVO

Wat biedt HEVO volgens u allemaal aan?

Doet u wel eens activiteiten bij een andere organisatie dan HEVO? (bijvoorbeeld een sportclub of andere club)
Zo ja waarom wel en zo nee waarom niet?

Vrijtijdsbesteding

Gaat u wel eens uit? (bijvoorbeeld theaters, dagtrips, concerten)

Welke activiteit lijkt u eventueel leuk om te doen?

Wat vindt u bij het doen van een activiteit belangrijk? (bijvoorbeeld de lessen, de mensen, de omgeving, de sfeer)

Wat vindt u belangrijk om te doen in uw leven? (bijvoorbeeld actief bezig zijn, vrienden, familie)

Vind u het belangrijk om actief te blijven?

Onderneemt u wel eens dingen buitenshuis? Zo ja, wat allemaal?

Vind u het fijn om activiteiten te ondernemen?

Sociaal contact

Doet u graag dingen alleen, of met anderen?

Communicatie

Van welke communicatiemiddelen maakt u in het algemeen het meest gebruik? (denk hierbij aan internet, folders, mond-tot-mond reclame, social media)

Maakt u in het algemeen veel gebruik van internet? Zo ja voor wat allemaal?

Bent u actief op social media?

Leest u huis aan huis bladen?

Leest u de krant?

Leest u losse folders die u toegestuurd krijgt?

Komt u HEVO wel eens tegen in communicatiemiddelen die u gebruikt? (Zoals in de krant of huis aan huis bladen?)

Hoe zou u het vinden om (vaker) benaderd te worden door HEVO?

Op welke manier blijft u op de hoogte van wat HEVO zoal te bieden heeft? (Bijvoorbeeld via vrienden/kennissen, internet of folders)

Zou u lid worden van HEVO als bekenden van u dit aan zouden raden?

Zou u persoonlijk aangesproken willen worden door HEVO?

Op welke manier zou u het liefst te weten komen wat HEVO u zoal te bieden heeft? (Bijvoorbeeld via vrienden/kennissen, internet of folders)

Zou u zelf naar HEVO toe gaan als u vragen/opmerkingen heeft over de organisatie?

Op welke manier zou u zelf contact opnemen met HEVO?

Enquête vragen HEVO leden

Beste HEVO-leden.

Zoals velen van u waarschijnlijk weten, ben ik bezig met mijn afstudeeronderzoek bij HEVO. Het doel is om een beeld te krijgen van senioren in Rosmalen en hun verwachtingen over de activiteiten en diensten van HEVO. Daarnaast willen we achterhalen hoe senioren in Rosmalen naar informatie zoeken. Uiteindelijk kan HEVO u op die manier nog beter en gericht van informatie voorzien, afgestemd op uw wensen.

Het zou heel fijn zijn als u deze korte enquête voor mij in zou willen vullen. Het kost ongeveer 5 minuutjes tijd en de enquête is geheel anoniem. Alvast hartelijk bedankt.

Laura Medo.

1. Wat is uw geslacht? (kruis het juiste antwoord aan).

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

2. In welke leeftijdscategorie valt u? (kruis het juiste antwoord aan).

- ☐ 50-60
- ☐ 61-70
- ☐ 71-80
- ☐ 81-90
- ☐ Ouder dan 90

3. Hoe vaak maakt u gebruik van de activiteiten en diensten van HEVO? (kruis het juiste antwoord aan).

- ☐ Nooit
- ☐ Minder dan een keer per maand
- ☐ Een keer per week
- ☐ Meerdere keren per week

4. In hoeverre bent u het eens met de volgende stelling:

“Ik ben op de hoogte van alle activiteiten en diensten die HEVO aanbiedt.”

Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens
☐	☐	☐	☐	☐

5. Mist u een activiteit of dienst bij HEVO?

- ☐ Ja

- ☐ Nee

Hebt u 'nee' ingevuld, ga dan verder met vraag 7.

6. Welke activiteit of dienst zou HEVO volgens u nog meer aan moeten bieden?

.....

7. Hoe zoekt u naar informatie over HEVO? (meerdere antwoorden mogelijk).

- ☐ Rosbode
- ☐ Thuis in Rosmalen
- ☐ De Bossche Omroep
- ☐ Het Stadsblad
- ☐ HEVO-Actueel
- ☐ HEVO website
- ☐ HEVO nieuwsbrief
- ☐ Het Brabants Dagblad
- ☐ Via vrienden/familie/kennissen
- ☐ Anders. Namelijk:

8. Hoe zoekt u in het algemeen naar informatie? (meerdere antwoorden mogelijk).

- ☐ Rosbode
- ☐ Thuis in Rosmalen
- ☐ De Bossche omroep
- ☐ Het Stadsblad
- ☐ Reclame folders
- ☐ De krant
- ☐ Posters op straat
- ☐ Internet
- ☐ Nieuwsbrieven
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter

- ☐ Via vrienden/familie/kennissen
- ☐ Anders. Namelijk:

9. Zou u meer informatie willen krijgen van HEVO?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

10. Zou u het leuk vinden met HEVO mee te denken/ werken aan projecten?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

11. Wat betekent HEVO voor u als het gaat om:

	Zeer belangrijk	Belangrijk	Neutraal	Onbelangrijk	Zeer onbelangrijk
Activiteiten	☐	☐	☐	☐	☐
Belangenbehartiging	☐	☐	☐	☐	☐
Het van huis zijn	☐	☐	☐	☐	☐
Contact met anderen	☐	☐	☐	☐	☐
Nieuwe mensen ontmoeten	☐	☐	☐	☐	☐

12. In hoeverre voldoet HEVO aan uw verwachtingen?

- ☐ HEVO voldoet aan al mijn verwachtingen
- ☐ HEVO voldoet voor een groot deel aan mijn verwachtingen
- ☐ Neutraal
- ☐ HEVO voldoet voor een groot deel niet aan mijn verwachtingen
- ☐ HEVO voldoet helemaal niet aan mijn verwachtingen

13. Wat zou HEVO moeten veranderen om (beter) aan uw verwachtingen te voldoen?

.....

14. Welk gevoel roept HEVO bij u op? (in steekwoorden).

.....

.....

.....

Dank u wel!

Enquête vragen niet-leden

Momenteel ben ik bezig met mijn afstudeeronderzoek bij HEVO, vanuit de Fontys Hogeschool Communicatie. Het doel is om een beeld te krijgen van senioren in Rosmalen en hun verwachtingen over de activiteiten en diensten van HEVO. Daarnaast willen we achterhalen hoe senioren in Rosmalen naar informatie zoeken.

Het zou heel fijn zijn als u deze korte enquête voor mij in zou willen vullen. Het kost ongeveer 5 minuutjes tijd en de enquête is geheel anoniem. Alvast hartelijk bedankt.

Laura Medo.

1. Wat is uw geslacht? (kruis het juiste antwoord aan).

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

2. In welke leeftijdscategorie valt u? (kruis het juiste antwoord aan).

- ☐ 50-60
- ☐ 61-70
- ☐ 71-80
- ☐ 81-90
- ☐ Ouder dan 90

3. Hebt u wel eens van HEVO gehoord?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Hebt u 'nee' ingevuld? Ga dan verder met vraag 5.

4. Op welke manier hebt u van HEVO gehoord? (Meerdere antwoorden mogelijk.)

- ☐ Via vrienden/kennissen/familie
- ☐ Rosbode
- ☐ Thuis in Rosmalen
- ☐ De Bossche Omroep
- ☐ Het Stadsblad
- ☐ Het Brabants Dagblad
- ☐ Via de HEVO website

- ☐ Anders. Namelijk:

5. Wat is de reden dat u geen lid bent van HEVO? (Meerdere antwoorden mogelijk.)

- ☐ Ik ken HEVO niet
- ☐ De activiteiten spreken mij niet aan
- ☐ Ik heb geen er geen tijd voor
- ☐ Vanwege de mensen die er komen
- ☐ Ik voel me te jong om lid te zijn bij HEVO
- ☐ Ik doe genoeg activiteiten bij andere aanbieders
- ☐ Ik doe zelf genoeg activiteiten
- ☐ Ik weet niet goed wat ik van HEVO moet verwachten
- ☐ Ik vind HEVO te duur

- ☐ Anders. Namelijk:

6. In hoeverre bent u het eens met de volgende stelling?

“Ik ben op de hoogte van alle activiteiten en diensten die HEVO aanbiedt.”

Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens
☐	☐	☐	☐	☐

7. Welke activiteit lijkt u leuk om te doen?

.....

8. Hoe vaak doet u een activiteit buitenshuis? (denk aan een hobby, concert, theater, musical, museum, etc.)

- ☐ Nooit
- ☐ Minder dan een keer per maand
- ☐ Een keer per maand
- ☐ Minder dan een keer per maand, maar meer dan een keer per week
- ☐ Een keer per week
- ☐ Meerdere keren per week

9. Met wie onderneemt u activiteiten?

- ☐ Alleen
- ☐ Met mijn partner
- ☐ Met familieleden/familielid
- ☐ Met vrienden
- ☐ Anders. Namelijk:

10. Hoe zoekt u in het algemeen naar informatie? (Meerdere antwoorden mogelijk).

- ☐ Rosbode
- ☐ Thuis in Rosmalen
- ☐ De Bossche Omroep
- ☐ Het Stadsblad
- ☐ Reclame folders
- ☐ De krant
- ☐ Posters op straat
- ☐ Internet
- ☐ Nieuwsbrieven
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ Via vrienden/familie/kennissen
- ☐ Anders. Namelijk:

11. Zou u meer informatie willen krijgen van HEVO?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Hebt u 'nee' ingevuld? Ga dan verder met vraag 13.

12. Op welke manier zou u meer informatie willen krijgen van HEVO?

- ☐ Rosbode
- ☐ Thuis in Rosmalen
- ☐ De Bossche Omroep
- ☐ Het Stadsblad
- ☐ Een folder/boekje
- ☐ De krant
- ☐ Posters op straat
- ☐ Internet
- ☐ Nieuwsbrieven
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ Via vrienden/familie/kennissen
- ☐ Anders. Namelijk:

13. Welk beeld heeft u bij HEVO? (in steekwoorden)

.....

.....

.....

14. Wat vindt u belangrijk in uw leven?

	Zeer belangrijk	Belangrijk	Neutraal	Onbelangrijk	Zeer onbelangrijk
Activiteiten doen	☐	☐	☐	☐	☐
Actief bezig zijn	☐	☐	☐	☐	☐
Contact met anderen	☐	☐	☐	☐	☐
Nieuwe mensen ontmoeten	☐	☐	☐	☐	☐

15. Zou u naar HEVO gaan als een bekende HEVO bij u aanraadde?

- ☐ Ja

☐ Nee

16. Zou u naar HEVO gaan als u vragen of opmerkingen had over HEVO?

☐ Ja

☐ Nee

Dank u wel!

Representativiteit enquêtes HEVO leden

Zekerheidsniveau

Er is gekozen voor een zekerheidsniveau van 95%. Dit wil zeggen dat er 5% kans is dat er een niet representatieve steekproef is getrokken. Het wil zeggen dat als het onderzoek honderd keer herhaald zou worden, dat er dan vijf keer kans hebt om een niet representatieve steekproef te trekken.

Dit percentage is in sociale wetenschappen een algemeen gebruikt percentage. De z-score die bij dit percentage hoort is: 1.96 (Van der Kaap, 2008).

Betrouwbaarheidsinterval

Gekozen is voor een betrouwbaarheidsinterval van 5%. Dit wil zeggen dat al uit de enquête blijkt dat bijvoorbeeld 40% geen activiteit mist bij HEVO, dat dit percentage dan tussen 35 en 45 kan liggen. Gekozen is voor 5%, omdat een er bij een nauwkeuriger interval een veel grotere steekproef nodig is. De resultaten hoeven niet generaliseerbaar te zijn voor een veel groter geheel. Daarom is een nauwkeurigheid van 5% genoeg om te gebruiken om de resultaten te generaliseren naar de hele populatie (alle leden).

Propability

Er is gekozen voor een propability (p) van 0.5 procent. In de praktijk wordt vaak gebruik gemaakt van dit getal omdat de steekproef grootte op deze manier altijd groot genoeg is ongeacht hoe de antwoorden verdeeld zijn (bijvoorbeeld 40% antwoord ja en 60% nee) (Van der Kaap, 2008).

Leden

Grootte steekproef

De totale populatie voor de enquêtes met de HEVO leden is 2415.

Aangepaste formule

Omdat we te maken hebben met een kleinere populatie dan 200.000, hebben we de aangepaste formule nodig berekening nodig om de grootte van de steekproef te bepalen.

Dit doen we met de formule:

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1-p)}{(z^2 \cdot (p(1-p)/N)) + b^2}$$

Hierbij staat n voor de omvang van de steekproef, deze moet berekend worden.

Bij een keuze voor 95% betrouwbaarheid, hoort een z-score van 1.96.

B staat voor het gekozen betrouwbaarheidsinterval, in dit geval 5%. B is dan 0.05.

De p staat voor probability. We hebben gezegd dat p=0.5

De formule geeft dan een aantal van **369** ingevulde enquêtes voor de HEVO leden.

Interview samenvattingen HEVO leden

De HEVO leden zijn allemaal telefonisch benaderd. Vijf leden zijn benaderd door middel van de ledenlijst. Om de vijf personen is een persoon van deze lijst opgebeld. De vier overige HEVO leden die geïnterviewd zijn, zijn benaderd door Tonny van Raaij bij de tai-chi en bridge club. Respondent 1 tot en met 9 zijn leden van HEVO.

Respondent 1

Het interview heeft plaatsgevonden in het kantoor van De Ontmoeting.

Algemeen

De respondent is een vrouw en is 62 jaar oud. Ze is yogadocente, adem en ontspanningstheapeute en fotografe.

Activiteiten/diensten HEVO

Actief leven

De respondent geeft aan een vrij actief leven te hebben en daardoor nog niet zoveel behoefte te hebben aan het doen van veel activiteiten bij HEVO, later zou dit voor haar interessanter zijn, als haar man meer tijd heeft. De schilderles spreekt haar aan om eventueel aan mee te doen. Ze geeft aan dat het dan wel in een middag zou moeten passen. Misschien dat ze dit over een paar jaar zal doen.

De Ontmoeting

De respondent is nog nooit eerder bij De Ontmoeting geweest, dat komt omdat het toch een stap is om zomaar binnen te komen lopen. Het past op dit moment nog niet echt in haar leven, omdat ze nog zo actief is. Daarnaast komt het door het gesloten karakter van De Ontmoeting, dat ze hier nog niet eerder is geweest. De respondent geeft uit zichzelf aan dat zij het lastig vindt om bij De Ontmoeting naar binnen te lopen, omdat het er gesloten uit ziet.

Korting

Ook is bekend dat er een korting is bij winkels in Rosmalen als je lid bent van HEVO, de respondent heeft hier nog geen gebruik van gemaakt.

Leerplan computercursus

Wel heeft de respondent het leerplan computercursus gevolgd. De lessen waren heel goed bevallen, alleen het waren eigenlijk net te weinig lessen.

Zelf lessen geven

De respondent heeft ooit contact gezocht met de activiteiten begeleiding, om aan te bieden adem en ontspanningstherapie te geven bij HEVO. Er werd gezegd dat hier geen plaats meer voor was binnen HEVO. De respondent vond dat er matig werd gereageerd op haar voorstel vanuit HEVO, omdat ze weet hoe belangrijk deze therapie kan zijn voor oudere mensen. De activiteitenbegeleiding heeft daarna wel terug gebeld en gezegd dat het niet kon vanwege de ruimtes, maar dat er men zich wel realiseerde hoe belangrijk deze therapie is. De respondent vond toch wel dat er goed werd uitgelegd waarom het niet kon. Ze geeft aan het toch fijner te hebben gevonden als er naar een oplossing zou worden gezocht van hoe het wel zou kunnen. Als het nu wel zou kunnen zou ze dit nog steeds willen aanbieden. Ze zou HEVO ook adviseren om op zoek te gaan naar meer ruimtes, dit omdat de lessen vaak vol zitten en er geen ruimte is.

Belangenbehartiging

Dat HEVO naast activiteiten ook andere dingen aanbiedt op het gebied van belangenbehartiging was bij deze respondent niet bekend.

Overige activiteiten

Onderwerpen als: Bewegen, ontspanning, computer en gezondheid, vind de respondent belangrijk. Dit zijn dingen waar mensen nu mee bezig zijn volgens haar. HEVO zou op de hoogte moeten zijn van wat senioren interesseert en hier op insprijgen. Dat de activiteiten vol zitten wil toch wel zeggen dat ze het ook heel goed doen.

Communicatie

De respondent zegt misschien te weinig op de hoogte te zijn van wat HEVO zoal aanbiedt. Dat komt naar eigen zeggen omdat de respondent ook niet iemand is die de blaadjes helemaal uitpluist.

HEVO-Actueel

De respondent krijgt informatie over HEVO via HEVO actueel. Ze heeft HEVO actueel wel eens gelezen, maar leest het niet altijd. Ze vindt het wel handig om op via de HEVO actueel op de hoogte te blijven van wat er zoal wordt aangeboden door HEVO. Ze geeft aan dat ze weet dat de boekjes van HEVO, bij de bibliotheek liggen, deze neemt ze dan mee en legt ze thuis neer. Na een week ruimt ze alle kranten op:

“Dan word de informatie in een weekblad geplaatst, nou ja na is week is dat, dan ruim je al die kranten op, je moet het wel uitgeknipt hebben, en ergens opgeplakt hebben, anders dan blijft het gewoon niet in je hoofd hangen.”

De respondent geeft eerst aan dat ze de HEVO-Actueel goed vindt. Later geeft ze aan deze niet zo vaak te lezen en dat ze zich nog niet altijd de juiste doelgroep voelt.

De respondent is toen zei via via van HEVO hoorde, zelf op zoek gegaan naar informatie over HEVO. Ze hoorde van iemand dat er boekjes lagen bij de bibliotheek. Daar is ze toen naar gaan zoeken. HEVO zou volgens de respondent meer open moeten communiceren, meer beeldend en meer laten zien wat er gedaan wordt.

Tijdens het interview kijkt de respondent in de HEVO actueel. Ze vindt dat de HEVO actueel toch niet echt iets voor haar is.

“Nee ik vind het niet zo.. nee.. nee... nee.. heb is voor mij niet zo... ik denk dat ze misschien wat meer beeldend moeten gaan werken.”

De respondent zegt de foto's in HEVO actueel klein en niet erg aansprekend te vinden. Ze zou het een goed idee vinden om een fotoclub te hebben bij HEVO. En om dan bij de foto's te zetten dat leden van HEVO de foto's hebben gemaakt. Ook vind ze dat er teveel tekst in de HEVO actueel staat.

Plaatselijke krantjes

De respondent is niet op de hoogte van artikelen van HEVO in plaatselijke krantjes. Dit omdat zij deze krantjes weinig leest.

Website

Op de website kijkt de respondent eigenlijk nooit. Ze was nog niet op het idee gekomen dat HEVO ook een website zou hebben. Maar nu ze het weet gaat ze er zeker op kijken:

“Nu dat jij mij dat gezegd hebt gaat er een wereld voor mij open dus. Dan weet ik dat voor de volgende keer. Dan ben ik niet meer afhankelijk van die papieren slomp die ik dan in het mandje moet gaan zoeken. Dan kan ik gewoon zo even op de website kijken. ”

Internet

Op internet zit de respondent niet heel veel. Ze is meer met andere dingen bezig op de computer. Als ze op internet zit, is dat vooral om te e-mailen en om dingen op te zoeken. Ze heeft verder geen moeite met het gebruik van internet.

Nieuwsbrief

De nieuwsbrief heeft de respondent nog nooit ontvangen. Dit zou ze wel graag willen en ze zou hier ook zeker naar kijken. Dit zou ze ook fijner vinden dan het HEVO-Actueel blad. Ze raadde zelf aan om als HEVO een

nieuwsbrief te gaan gebruiken, ze wist niet dat dit al bestond en waarom zij deze nieuwsbrief niet ontvangt. Herhaling is belangrijk geeft ze aan. Als er dinsdag iets te doen is, herinner andere mensen er dan maandag nog eens aan via de e-mail, zegt ze.

Social media

De respondent zit op Facebook. Vooral om contact te onderhouden met familie in Australië. Als HEVO hier ook op zou zitten, zou zij HEVO zeker 'liken'. Het lijkt haar goed voor HEVO om op Facebook te gaan, omdat dit dingen zijn die je publiciteit geven.

Mond tot mond reclame

De respondent is via mond tot mond reclame bij HEVO gekomen. Ze is toen zelf gaan zoeken naar meer informatie over HEVO. Mond tot mond reclame is voor de respondent heel erg sterk.

Imago

De respondent legt bij HEVO het meest de link met het leer en computercentrum, omdat ze hier ervaring mee heeft. Ze heeft verder een positief beeld van HEVO, met mensen die zich inzetten voor anderen, dat vind ze erg mooi.

De Ontmoeting

Ze heeft nooit het gevoel gehad zomaar bij HEVO binnen te kunnen stappen. De Ontmoeting vindt ze er erg gesloten uitzien. Ze dacht altijd dat ze eerst ergens moest aanbellen. Van binnen vond ze De Ontmoeting er prima uitzien. Alleen ze zou het beter vinden als HEVO De Ontmoeting wat uitnodigender maakte door het meer naar buiten te trekken. Door buiten dingen te exposeren, in bijvoorbeeld etalages, om zo mensen naar HEVO toe te trekken en het uitnodigender te maken.

Andere mensen

De respondent heeft weinig gesprekken over HEVO met andere mensen. Maar als zij wel iets van anderen over HEVO hoort, dan is het altijd erg positief.

Sociaal contact

De respondent heeft mensen leren kennen op de leer en computer cursussen, waar ze nu nog mee bij elkaar komt. Toch is sociaal contact geen belangrijke reden voor de respondent, de activiteit zelf is waar het haar om gaat.

De respondent zou ook wel eens naar een film avond in perron 3 willen, maar alleen zou zij dit niet doen. Eerder met haar man.

Betekenisgeving

Belangrijkste reden lidmaatschap

De belangrijkste reden voor de respondent om actief te zijn bij HEVO, is vanwege de activiteiten. Het contact met anderen is minder belangrijk voor haar, net als het van huis zijn. Dit komt omdat zij zelf nog erg actief in het leven staat en omdat haar man nog werkzaam is. Ze denkt dat ze in de toekomst misschien meer met HEVO zal doen.

Aanbeveling

De respondent heeft tegen andere mensen ook gezegd dat HEVO misschien iets voor hen zou kunnen zijn. Vooral het leer en computercentrum heeft ze bij andere mensen aanbevolen. Mond tot mond reclame is heel sterk, geeft ze aan. Zo is ze zelf ook bij het leer en computercentrum gekomen. Via iemand die haar dat aanbeval.

Cijfer

De cursussen zou ze een zeven/acht geven. Maar de uitstraling zou ze een zesje geven. Dit voornamelijk door de communicatiemiddelen die haar niet direct aanspreken.

Deze hadden wat sprankelender gemogen. Door de uitstraling van de HEVO actueel en door het gebouw, denkt de respondent dat HEVO meer iets is voor mensen van 65 jaar of ouder. De naam 'De Ontmoeting' spreekt haar

ook niet direct aan en doet haar denken aan een bejaardencentrum.

Toch zegt de respondent erg positief over HEVO te denken, ze vindt het prettig hoe mensen zich voor HEVO inzetten.

Respondent 2

Het interview heeft plaatsgevonden in de bestuurskamer van De Ontmoeting.

Algemeen

De respondent is een vrouw uit Rosmalen.

Activiteiten/diensten HEVO

Bekendheid

De respondent is goed op de hoogte van alle activiteiten die HEVO aanbiedt. Vooral via HEVO-actueel, via de nieuwsbrief en via een mail over speciale activiteiten rondom Rosmalen 1200.

Activiteiten

De respondent vindt dat HEVO een erg ruim aanbod aan activiteiten biedt. Ze vindt het erg knap hoe dit zo wordt gedaan. Volgens haar is er ook geen activiteit die nog mist. Het aanbod is groot genoeg.

Zelf doet ze sinds een aantal maanden op tai-chi en sinds drie jaar op het HEVO koor. Er was nu een cursus filosofie ingelast, dat vond de respondent erg leuk, alleen ze kan die dag niet omdat dit haar enige vrije dag is en ze daar ook alweer andere cursussen op heeft gepland.

De reden dat zij tai-chi doet bij HEVO en niet bij een andere aanbieder, is omdat zij het fijn vindt om dicht bij huis te blijven. Ander moest zij namelijk naar Hintham en ze woont in Rosmalen.

Belangenbehartigingen

De respondent heeft gebruik gemaakt van het laten invullen van de belastingen door iemand van HEVO. Ze was hierdoor echt uit de brand geholpen en was hier heel erg blij mee. Ze was al op de hoogte dat deze diensten ook door HEVO werden aangeboden, dat had ze in HEVO-Actueel gelezen, maar ze had nooit gedacht dat ze hier gebruik van zou maken. Toen ze het eenmaal nodig had was ze er heel blij mee dat dit werd gedaan. Ze vindt het fijn dat ze hier bij HEVO voor terecht kan en ze vindt HEVO ook laagdrempelig genoeg om hier gebruik van te maken.

Kerst

De respondent geeft uit zichzelf aan dat De Ontmoeting met kerst gesloten is. Terwijl er dan volgens de respondent juist erg veel mensen alleen zijn en eenzaam zijn. Deze zouden dan opgevangen moeten worden. De respondent zou hier zelf ook aan mee willen helpen door bijvoorbeeld een middag bardienst te draaien.

Contributie

De contributie moet eind maart betaald worden. Volgens de respondent kan dit beter in januari, dit voor de rente. Soms weet de respondent niet meer of er nu een automatische machtiging is afgegeven of niet. En ze weet dus niet zeker of ze nu wel of niet heeft betaald. Ze vindt het vervelend hier dan weer om te moeten vragen, omdat de vrijwilligers al zo veel om handen hebben.

Prijzen

De prijzen van consumpties in het café, de contributie en de activiteiten vindt de respondent heel netjes.

Mond tot mond reclame

Via mond tot mond reclame is de respondent in aanraking gekomen met HEVO. Ze had veel kennissen die al lid waren, deze zeiden dat ze ook eens mee moest met de reizen. Maar ze voelde zich nog wat te jong om lid te zijn bij HEVO. Daarna is ze toch lid geworden omdat het niet duur was en je maar nooit weet of je er een keer gebruik van zult maken.

Mond tot mond reclame is volgens de respondent heel erg belangrijk. Zo wordt er tijdens een trimclubje waar ook mensen van HEVO bijzitten, van alles besproken. Het gaat dan ook wel eens over de activiteiten van HEVO.

“Is er iets, is er dit... is er iets te doen bij de HEVO dan geven we dat ook door. Er zitten er wel meer die daar lid zijn van de HEVO.”

Communicatie

De respondent vindt de communicatiemiddelen die HEVO aanbiedt goed en kan geen middel bedenken wat hier nog bij zou moeten. Ze is goed op de hoogte door de huidige middelen en vindt het meer dan voldoende. Ook de frequentie van de communicatiemiddelen vindt ze goed. Dit hoeft niet vaker of minder vaak. Dit komt ook omdat de respondent veel om handen heeft, mensen die dit niet hebben, zouden misschien vaker iets willen horen van HEVO.

Bellen

De respondent zegt wel eens te bellen naar bijvoorbeeld de tai-chi. Maar dan blijkt dat iemand anders het heeft overgenomen. Degene aan de telefoon kan dat geen telefoonnummer vinden van de nieuwe persoon die de respondent moet hebben. De respondent vindt het vervelend om dan zelf het telefoonnummer op te moeten zoeken. Het telefoonnummer van de opvolger zou klaar moeten liggen bij degene die de telefoon opneemt. Wat dit betreft had de communicatie beter gemogen. Dat er duidelijker overal telefoonnummers van iedereen te vinden waren. Ook van bijvoorbeeld de Annenborch, zodat hier niet meer extra naar gezocht hoeft te worden.

Mobieltje

De respondent heeft een mobieltje. Deze wordt alleen gebruikt om te bellen, een paar mensen weten het telefoonnummer van de respondent, maar deze geeft ze niet zomaar aan iedereen. De respondent vindt het ook vervelend dat veel mensen luidruchtig bellen in bijvoorbeeld de trein, hier ergert de respondent zich aan. Ze hoeft van anderen niet alles te weten.

Ook geeft de respondent aan dat de straling die mogelijk uit mobieltjes komt, haar enigszins zorgen baren.

HEVO-Actueel

HEVO-Actueel wordt door de respondent gelezen. Ze vindt het er erg netjes uitzien. HEVO-Actueel wordt bij de koffie altijd doorgebladerd. Er staat genoeg informatie in en de respondent heeft het gevoel van alles op de hoogte te zijn.

De respondent heeft niets aan te merken op de inhoud van de HEVO-Actueel. Ze vindt het leuk en afwisselend, bijvoorbeeld de interviews die er in staan over mensen die iets te vertellen hebben over bijvoorbeeld hun hobby of iets dergelijks. Dit vindt ze leuk om te lezen, om de mensen weer eens op een andere manier te leren kennen.

Plaatselijke krantjes

De artikelen van HEVO in plaatselijke krantjes worden door de respondent altijd gelezen. De respondent zegt alle krantjes te lezen en overal de artikelen van HEVO in te lezen. Het zijn wel allemaal dezelfde artikelen maar toch leest de respondent ze.

Ook zegt ze van een kennis gehoord te hebben dat deze in een krant had gelezen dat iedereen mee mocht lopen en fietsen met de HEVO. Maar om dan echt aan te sluiten, is volgens de respondent iets wat dan nog niet altijd meteen gebeurt. Vrouwen doen dit eerder dan mannen, volgens de respondent.

Internet

In het algemeen maakt de respondent regelmatig gebruik van internet. Als er gekozen mag worden via welke weg het meest naar informatie wordt gezocht, dan is dit via het internet. Internet wordt voornamelijk gebruikt om nieuwssites te bekijken.

“Ik heb mijn krant nu opgezegd. Want door de week bleef die eigenlijk een beetje liggen. En ik dacht toen, ik kan beter alleen zaterdags de krant kopen en de rest haal ik via internet.”

Website

Op de website wordt door de respondent eigenlijk niet veel gekeken. Er wordt meer informatie uit de HEVO-actueel en de nieuwsbrief gehaald.

Nieuwsbrief

De nieuwsbrief wordt door de respondent altijd gelezen. Ze bekijkt sowieso iedere dag haar mails. Wel vind ze het moeilijk te onthouden wat er allemaal te doen is omdat ze het zo druk heeft. Als ze iets ziet wat haar interesseert schrijft ze het op, om het op die manier te onthouden. Als ze iets ziet er ze weet al dat ze toch niet kan, dan kijkt ze er verder niet naar.

De respondent geeft aan dat als er iets opgezocht moet worden, bijvoorbeeld wanneer een activiteit ook al weer was, dat er dan in de eerste plaats naar de nieuwsbrief wordt gekeken.

“Ja ik was weer iets kwijt, ik wist niet of het dinsdag of donderdag was die rondleiding, ja dan pak ik toch het internet.”

Maar alleen als de computer aan staat, als deze helemaal opnieuw opgestart moet worden dan past de respondent de HEVO-Actueel er liever bij. Als de computer aan staat dan geeft de respondent aan om op de e-mail te kijken en de nieuwsbrief op te zoeken.

Social media

De respondent wil absoluut geen gebruik maken van social media. Ze geeft aan van een ander niet te willen weten wat zij hier allemaal op plaatsen. Ze heeft bij haar dochter gezien wat mensen allemaal op social media plaatsen, hier heeft de respondent geen tijd voor en geen zin in. Ze hoeft van een ander niet alles te weten en een ander hoeft ook niet alles van de respondent te weten.

Het is leuk om een e-mail te krijgen als er bijvoorbeeld iets is gebeurd, zoals een geboorte of een feestje, maar dit hoeft van de respondent niet via social media.

Zelf contact opnemen

Als de respondent vragen of ideeën heeft aan HEVO, dan zou zij zelf contact opnemen. Het is nog niet nodig geweest, maar ze kan het naar eigen zeggen altijd proberen.

Zij zou informatie over een activiteit opzoeken in HEVO-Actueel of via de nieuwsbrief. Anders zou ze bellen of het navragen in De Ontmoeting als zij hier is.

Imago

Verwachtingen

HEVO voldoet aan de verwachtingen van de respondent. Die verwachtingen zijn het contact op de langere termijn. De respondent heeft een uitgebreide vrienden en kennissen kring, maar die wordt in de loop der jaren aardig uitgedund. Om dan toch nog bezig te zijn en contacten te hebben met anderen. Maar dat is niet de hoofdzaak, dat is meer het bezig blijven met leuke activiteiten.

Gevoel

De respondent voelt zich bij HEVO thuis. Ze heeft een positief beeld bij HEVO. Wel heeft ze in het algemeen soms een beeld van ouderen dat zij rare mentaliteit hebben. Bij het koor komen mensen bijvoorbeeld al een uur van tevoren een plek zoeken. Als er dan iemand met een rollator binnenkomt, staat men hier niet voor op. Of deze mentaliteit ook bij HEVO heerst, kan de respondent niet zeggen. De sfeer bij HEVO is altijd goed. Wel geeft de respondent aan dat er bij tai-chi een groep is die altijd nog staat te kletsen als de groep van de respondent komt, terwijl zij willen beginnen. Dit zijn volgens haar vooral ouderen van boven de 75 jaar.

Sociaal contact

Het valt mee hoeveel contacten de respondent op heeft gedaan bij HEVO. Na de tai-chi wordt er nog altijd iets gedronken in het cafe van De Ontmoeting en dat is altijd gezellig. Er zijn een paar leden van tai-chi die net als de respondent bij de cursus van Rosmalen 1200 zitten, daar wordt dan weer een extra praatje mee gemaakt. Verder is de manier van contact met de andere leden vooral praktisch:

“Wil je even doorgeven dat ik niet kan, of zorg als dat en dat is, dat ik dat ook krijg, wil je dit of dat voor mij meenemen, zulke dingetjes.”

Vereenzaming ouderen

De respondent zegt soms niet te begrijpen waarom het soms over vereenzaming van ouderen gaat. Ze zegt ik ben soms wel alleen, maar ik ben niet eenzaam. Het lijkt soms wel eenzaam. Maar dat is het niet.

“Ik ben liever thuis in mijn eentje, dan ergens waar ik me niet prettig voel.”

Ze zegt dat je pas kunt zeggen dat iemand eenzaam is, dat die dan eerder dingen zou zeggen als: ‘ik ben nu al 4 dagen alleen thuis, en ik spreek helemaal niemand.’ Ze geeft aan het een oplossing te vinden om als je vijftig bent je contacten al te herstellen, om op die manier te voorkomen dat je later eenzaam wordt en ervoor te zorgen dat je al iets hebt opgebouwd.

Betekenisgeving

Belangrijkste reden lidmaatschap

De reden om lid te zijn bij HEVO is vooral vanwege de activiteiten. Niet om het sociale contact. Een andere reden is om iets te doen te hebben, ook al heeft de respondent veel te doen, is dit ook een reden om lid te zijn bij HEVO. Het van huis zijn is voor haar geen reden om lid te zijn. Het sociale contact is niet de reden, maar is wel leuk. Het is de samenhang van alles, wat voor de respondent belangrijk is om lid te zijn. Het leven van de respondent zou er niet heel anders uitzien als zij geen lid zou zijn bij HEVO. Ze ziet HEVO als een aanvulling op haar leven.

Betrokkenheid

De respondent zegt zich betrokken te voelen bij HEVO als organisatie. De reden die hiervoor wordt gegeven is dat je een verenigingsmens bent, of je bent het niet. De respondent voelt zich wel zo en voelt zich daarom betrokken.

Ze zou ook mee willen helpen aan bepaalde projecten, als HEVO dit aan zou bieden, maar dat ligt aan het project of de activiteit zelf en of er tijd voor is.

Aanbeveling

De respondent zou HEVO ook aanbevelen bij haar kennissen/vrienden of familie. Dit heeft ze ook gedaan in het verleden.

“Die meneer zei: ik heb het wel eens gezien, ik woon er tegenover, nou ik zeg die doen dit en dat, ja dat had hij wel eens gelezen, dat kan ik ook wel eens gaan doen.”

Laagdrempelig

De respondent geeft aan dat de denkt dat vrouwen eerder dan mannen, bij HEVO zouden komen in hun eentje. Mannen hebben volgens haar meer moeite om deze drempel over te gaan. Dit heeft ze gezien toen een kennis in een plaatselijk krantje zag dat je zomaar met HEVO mee mag gaan met het wandelen en fietsen. Toch doet deze het dan niet. Een ander heeft juist weer gezegd het wel te doen, omdat diens vrouw was opgenomen en nu meer tijd heeft. Over het algemeen denkt ze dat mensen het een drempel vinden om zich eerst op te moeten geven.

Gevoel bij deelname activiteit

De respondent vindt het altijd leuk om naar HEVO toe te gaan. Ze vindt het altijd gezellig en de sfeer is altijd fijn.

Rapportcijfer

Als eindcijfer zou de respondent HEVO een acht geven.

Respondent 3

Het interview heeft plaatsgevonden in de bestuurskamer van De Ontmoeting.

Algemeen

De respondent is een vrouw en is 70 jaar oud.

Activiteiten/diensten HEVO

Bekendheid

De respondent doet nog niet veel met HEVO omdat ze zegt dat ze nog jong is, veel kennissen heeft en een echtgenoot. De aanleiding om lid te worden van HEVO is vanwege de lezingen die er werden gegeven over de Zuid Willemsvaart. Het voelde goed bij HEVO en daarom is de respondent lid geworden. De films die HEVO aanbiedt in Perron 3 spraken haar ook aan. Verder zegt ze nooit te weten wat er op je pad komt en wanneer ze HEVO nodig denkt te hebben, daarom is ze lid geworden. Als ze geen partner heeft, zegt ze te denken om meer gebruik te maken van HEVO. Als ze het later minder druk zou hebben, denkt ze ook meer gebruik te gaan maken van de activiteiten en diensten van HEVO.

De man van de respondent is ook lid van HEVO, die maakt er nog geen gebruik van, maar is lid omdat HEVO zo'n goede instelling is, waar je misschien in de toekomst wel gebruik van zal gaan maken.

Activiteit

Sinds kort is de respondent begonnen met Zumba lessen bij HEVO, dit omdat ze aangeeft dat het heel betaalbaar is in vergelijking met andere aanbieders. Ze is hier nu een keer of zeven geweest en de lessen bevallen de respondent erg goed. Ze voelt zich heerlijk bij het doen van deze activiteit.

Qua activiteiten vindt de respondent het aanbod van HEVO goed, ze kan niets bedenken wat er eventueel nog bij zou moeten of wat ze mist. Ze geeft ook aan dat als er iets is wat je mist, dat je dit dan altijd bij HEVO kunt aangeven en dan wordt er ook naar gekeken. Verder geeft ze aan dat HEVO een erg goede en goed bereikbare ruimte heeft om veel aan te bieden.

Belangenbehartiging

De respondent is op de hoogte van de diensten die HEVO aanbiedt op het gebied van belangenbehartiging. Ze heeft hier nog geen gebruik van gemaakt. Dit jaar heeft de respondent voor het eerst zelf de belastingen ingevuld omdat gezegd wordt dat dit steeds makkelijker in te vullen is. Daarvoor werden deze ingevuld door een andere belasting adviseur van een andere organisatie.

Prijzen

De prijzen van HEVO vindt de respondent goed tegenover andere aanbieders. Ze is ook op de hoogte van de bijdrage die je kunt vragen aan de gemeente, als je alleen een AOW hebt en geen pensioen. Dit heeft zij in de HEVO-Actueel gelezen.

Communicatie

De respondent geeft aan goed op de hoogte te zijn van alles wat HEVO aanbiedt. Ze maken volgens haar ook heel duidelijk dat iedereen welkom is en dat je hiervoor geen lid hoeft te zijn. Er staat duidelijk bij dat dit net iets duurder is (niet veel) en dit vind ze erg uitnodigend.

De respondent is via een artikel in een plaatselijk krantje bij HEVO terecht gekomen. Hierin las ze over de lezingen over de Zuid Willemsvaart waarna zij heeft besloten om lid te worden.

Verbeteringen

De respondent kan geen verbeteringen bedenken voor de informatie verstrekking en communicatie van HEVO naar de leden toe. Ze vindt het heel erg goed en duidelijk. Er zouden ook geen communicatiemiddelen bij, of veranderd moeten worden.

Nieuwsbrief

De nieuwsbrief leest de respondent altijd. Deze vindt ze prima. Ze leest hem niet altijd helemaal door, maar kijkt naar wat voor haar interessant is. Ze bekijkt vaak haar mail en gebruikt vaak haar iPad om dit te doen. De nieuwsbrief leest ze altijd even door. Maar als ze na een tijdje denkt: wat stond er nu ook alweer precies, dan pakt ze toch liever de HEVO-Actueel om dit op te zoeken.

HEVO-Actueel

De HEVO-Actueel ligt meestal bij de respondent thuis op tafel. Daar bladert ze zo nu en dan eens doorheen. Als de respondent zou moeten kiezen zou zij de HEVO-Actueel toch graag willen houden omdat dit volgens haar

toch makkelijker pakt.

Als de respondent een bericht krijgt over de HEVO-Actueel via de mail, dan kijkt zij hier wel snel naar, maar daarna kijkt de hem ook nog door in het fysieke blad.

Website

De respondent kijkt eigenlijk nooit op de website van HEVO. Dat komt omdat de informatie die zij binnenkrijgt duidelijk genoeg is. Hiermee bedoelt ze de informatie in de nieuwsbrief en in HEVO-Actueel. De Respondent heeft geen behoefte aan meer informatie.

De website is volgens de respondent meer iets voor mensen die HEVO nog niet zo goed kennen. Op de website ga je volgens haar kijken wat het is en wat HEVO inhoudt. Zelf blijft ze via HEVO-Actueel en nieuwsbrief, op de hoogte van lezingen en uitstapjes.

Als de respondent iets specifiek over HEVO zou willen weten, zou ze hier wel voor naar de website gaan. Dit is eigenlijk nog niet echt voorgekomen.

Internet

Als de respondent in het algemeen naar informatie zoekt over bepaalde dingen waar ze informatie over wil, dan gaat dit vooral via het internet op de iPad. Met de computer heeft de respondent niks, alles verloopt via de iPad. Ze is hier heel erg over te spreken. Haar zus probeerde haar al een jaar lang over te halen en nu probeert ze zelf mensen over te halen om ook een iPad aan te schaffen.

De respondent doet ook aan bestellingen via internet, bijvoorbeeld via bol.com. Daarnaast wordt de iPad veel gebruikt om 'Beleef de lente' te bekijken (beelden van vogels) en om actualiteiten die je in de krant hebt gelezen op te zoeken waar je meer over wilt weten.

Verder wordt er door de respondent gebruik gemaakt van de mail, om contact te onderhouden met vrienden en vriendinnen.

Social media

De respondent is niet actief op social media. Dit zou ze ook niet willen, ze hoeft van anderen niet te weten wat zij hier allemaal op plaatsen, hier heeft ze geen interesse in. Als HEVO op social media zou zitten zou de respondent hier nog steeds geen interesse in hebben.

Smartphone

Wel heeft de respondent sinds kort een smartphone. Deze heeft zij van haar dochter gekregen toen die een nieuwe aanschaft. Ze vindt het tot nu toe maar een ingewikkeld ding. Het is geen iPhone, dat zou wel veel makkelijker zijn omdat die op de iPad lijkt, waar de respondent bekend mee is. Maar deze zijn veel te duur. De respondent heeft een telefoonkaart, om ervoor te zorgen niet voor onverwachte kosten komen te staan.

Plaatselijke krantjes

Naar artikelen van HEVO in plaatselijke krantjes, kijkt de respondent niet echt. Het zou best kunnen geeft ze aan, maar je kijkt er snel overheen omdat je die informatie al hebt. Ze is zich niet zo bewust van deze artikelen, omdat ze het dan al ergens anders heeft gelezen. Ze ziet de artikelen wel en als ze het nog niet eerder gelezen heeft dan dringt het wel wat beter door.

Contact zoeken met HEVO

Als de respondent HEVO nog niet kende zou zij eerst uit gaan zoeken wat het precies is. Ze zou ook zeker bij De Ontmoeting naar binnen stappen. Ze geeft aan een vriendin te hebben die dit niet zou doen en alles samen met een ander doet. De respondent zelf zegt er geen moeite mee te hebben alleen naar een activiteit te gaan. Dit heeft ze ook gedaan bij de Zumba lessen.

Imago

Beeld van HEVO

Het beeld dat HEVO bij de respondent oproept dat zij het voor ouderen is. En de respondent voelt zich een jonge oudere. Dit beeld heeft zij vooral omdat dit van buiten af zo op haar overkomt.

“Dat je zegt van: ‘ik ben lid van de HEVO.’ ‘Jij van de HEVO??? Daar ben je toch nog veel te jong voor?’”

Terwijl ze zelf aangeeft dat 50 plussers het hier ook al heel leuk kunnen hebben. De respondent denkt dat mensen HEVO meer zien als een organisatie voor mensen van 80 jaar en ouder.

Verwachtingen

HEVO voldoet aan de verwachtingen van de respondent.

“Ik vind het een enorm goede vereniging. Ze organiseren veel. Duidelijk.”

Sociaal contact

De respondent heeft niet veel contacten opgedaan bij HEVO, dat komt omdat ze zegt hier te weinig te komen om veel mensen te ontmoeten. Verder zit ze bij een trimgroepje in Rosmalen, waar ook mensen bij zitten die lid van zijn HEVO. Toch is het ontmoeten van sociale contacten de belangrijkste reden voor de respondent om lid te zijn bij HEVO.

Een vriendin van de respondent heeft de Zumba lessen aan de respondent aanbevolen. Hierdoor heeft zij zich opgegeven voor deze lessen.

Als de respondent alleen zou zijn, zou zij meer met HEVO willen doen, met als reden sociale contacten op te bouwen en te onderhouden. Ze zou dan bijvoorbeeld bij het koor willen gaan, om meer films bezoeken.

Vereenzaming ouderen

De respondent zegt dat sommige mensen eenzaam zijn maar dat er eigenlijk zoveel te doen is. Eenzaamheid ligt volgens haar vooral aan de persoon zelf, die hebben meer moeite met het contact met anderen of met het overstappen van de drempel om iets te gaan doen.

Betekenisgeving

Betrokkenheid

De respondent heeft niet direct het gevoel betrokken te zijn bij HEVO als organisatie. Ze heeft ook geen behoefte om meer betrokken te zijn bij de organisatie. Dit komt omdat ze aangeeft het al druk genoeg te hebben met andere dingen. Maar ze geeft ook aan als ze het later wat minder druk heeft, dat ze dan niet denkt wel de behoefte te hebben om meer betrokken te zijn bij HEVO. Wat ze wel doet, is na de Zumba lessen nog even iets drinken in De Ontmoeting met de groepsgenoten.

De respondent heeft het gevoel bij HEVO terecht te kunnen met ideeën en vragen. Ze denkt dat dat heel erg welkom is bij HEVO. Ze zou dit zelf ook doen als ze een goed idee zou hebben, waarvan ze denkt dat veel mensen er plezier van kunnen hebben.

De respondent zou HEVO aanbevelen bij vrienden en kennissen. Dit heeft zij een keer gedaan bij haar broer, die nergens terecht kon voor een rijbewijskeuring. De respondent heeft toen HEVO aanbevolen.

Meehelpen HEVO

Als er een project of idee is waar de respondent interesse in heeft, zou het kunnen dat zij HEVO hiermee zou helpen. Als dit iets is wat haar echt aanspreekt, vind ze het leuk. Ze zou dan een begin en eindtijd willen weten om zo in te schatten of ze er ruimte voor heeft.

Belangrijkst aan HEVO

Het belangrijkste aan HEVO vindt de respondent het contact met andere mensen. Met de activiteiten zelf is de respondent ook heel blij, ook omdat het betaalbaar is en het activiteiten zijn die ze leuk vindt.

Als de respondent geen lid was bij HEVO, dan zou zij de activiteiten ook niet ergens anders doen, dit omdat het te duur is. Er zou voor de respondent iets wegvallen als HEVO niet bestond, dit zou ervoor zorgen dat haar leven er toch een beetje anders uitzag.

Rapportcijfer

Een 8,5. Er is altijd nog wel iets wat verbeterd kan worden. Wat, dat weet de respondent niet. Maar ze is heel tevreden en vind HEVO een enthousiaste club.

Respondent 4

Het interview heeft plaatsgevonden bij de respondent thuis in Rosmalen.

Algemeen

De respondent is een vrouw en is 80 jaar oud.

Activiteiten/diensten HEVO

De respondent is alleen lid bij HEVO en doet geen activiteit bij de organisatie. In het begin deed de respondent ook een hoop andere dingen bijvoorbeeld met haar man, waardoor zij eigenlijk nog niet direct de behoefte had om veel bij HEVO te doen. Momenteel heeft ze nog steeds best veel om handen, geeft ze aan, zo wandelt ze bijvoorbeeld veel zelf met haar hondje.

De reden die de respondent geeft voor het lidmaatschap bij HEVO is vanwege het vooruitzicht dat ze HEVO misschien ooit nodig zal hebben.

De respondent zegt bekend te zijn met de activiteiten die HEVO aanbiedt. Ze kent HEVO ook omdat haar man vroeger bij de bridge club heeft gezeten.

Vrijwilligers

De respondent is eens naar een informatie bijeenkomst geweest, omdat HEVO vrijwilligers zocht voor in hun nieuwe gebouw. De respondent wilde weten of ze misschien zou kunnen helpen en ging daarom naar de bijeenkomst.

Omdat de respondent slechthorend is, kon zij het tijdens de bijeenkomst niet goed verstaan. HEVO had toen goed geholpen door haar stoel vooraan te zetten. De respondent kon de bijeenkomst nog niet goed volgen en heeft in de pauze aangegeven naar huis te gaan. Ze heeft nog gezegd dat HEVO haar altijd mag bellen om haar hulp bij activiteiten of in de keuken of iets dergelijks. Ze vindt het jammer dat dit nooit is gebeurd omdat ze dit met plezier zou hebben gedaan.

“Toen heb ik ook echt niks meer gehoord. En dan denk je: ‘handen af’”

Hierdoor heeft de respondent zelf ook geen contact meer willen opnemen met HEVO. De respondent heeft vroeger wel vrijwilligerswerk gedaan bij een andere organisatie. Nu zou ze dit niet meer willen, omdat er te veel tijd in gaat zitten.

Activiteit

De respondent is wel een paar keer samen met een vriendin naar een film avond geweest. Dat beviel haar goed. Een activiteit die ze leuk zou vinden om te doen bij HEVO, is om iets te knutselen. Bijvoorbeeld het maken van een vogelhuisje. Iets waarbij de respondent kan lijmen, want zagen gaat niet vanwege de reuma.

De respondent is ook naar de computer lessen van HEVO geweest, daar hadden haar dochters haar voor opgegeven. Ze wilde meer leren over het gebruik van de computer, maar de lessen waren erg gericht op foto's, wat de respondent jammer vond. Want dit was nog iets te moeilijk. De respondent is daarom nooit meer terug gegaan naar deze lessen.

Bloemschikken lijkt de respondent ook leuk. Dit heeft ze wel eens bij een andere aanbieder gedaan, maar vond ze erg duur, terwijl het resultaat niet zo mooi was. Dit komt omdat de respondent een heel eigen smaak heeft, vertelt ze.

Prijzen

De prijzen van HEVO voor activiteiten, vind ze redelijk duur. Hiermee bedoelt ze voornamelijk de prijzen van dagtochten.

Communicatie

De respondent zegt goed op de hoogte te zijn van wat HEVO allemaal aanbiedt, ze houdt de agenda's bij en kijkt ook naar de reizen. Ook kijkt ze in het blad 'ONS' van de KBO.

De frequentie van de communicatie vindt ze goed, dit hoeft niet vaker of minder vaak.

HEVO-Actueel

De respondent geeft aan het HEVO-Actueel boekje altijd bij te houden. Ze ziet hierin wat HEVO allemaal doet. Ze geeft aan zich te hebben gestoord aan een bepaald artikel in de HEVO-Actueel van vorige maand, het stukje 'in gesprek met Hans van der Bruggen'. De respondent geeft het een vervelend stukje te hebben gevonden. Omdat ze zegt dat het lijkt alsof de man zich moet verdedigen, terwijl hij 80 jaar is en zich heel lang heeft ingezet voor HEVO. Hierdoor krijgt ze ook een slechter beeld van HEVO en het stoort haar heel erg. Het komt niet vaker voor dat de respondent zich ergert aan artikelen uit de HEVO-Actueel, dit was de eerste keer.

Verder vindt ze de HEVO actueel erg goed in elkaar gezet, dat er genoeg informatie in staat en heeft ze respect voor wat HEVO doet.

"Mijn complimenten voor de mensen die dit doen en het zal ook veel tijd kosten."

Internet

De respondent heeft wel een computer, maar doet hier heel weinig mee. Haar man heeft haar vroeger wel leren e-mailen, maar internet gebruikt de respondent eigenlijk nooit. Wel gebruikt ze soms internetbankieren, maar dat is dan samen met haar dochter, ze zou dit niet alleen doen.

Nu zit de respondent niet meer veel op de computer, omdat ze haar e-mail adres moet overzetten en hier geen zin in heeft als ze alleen is.

"Ik mis toch altijd maar iemand naast me"

Social media

De kinderen van de respondent hebben haar op Facebook gezet. Maar hier zet zij zelf nooit iets op. Soms leest ze wel een iets op Facebook, bijvoorbeeld van haar kleinkinderen. Maar ze vindt Facebook eigenlijk maar niks, omdat ze ziet dat veel mensen er heel hun hebben en houden opzetten. Dat hoeft van de respondent niet. Ze is gesteld op haar privacy. Op dit moment is er iets mis met de computer waardoor ze er niet op kan, dus de laatste tijd word er weinig gebruik van gemaakt.

Als HEVO op Facebook zou zitten dan zou de respondent hier ook geen gebruik van maken en hier niet naar kijken.

Mobieltje

De respondent heeft een mobiele telefoon en gebruikt ook de sms functie. Toch heeft ze deze niet vaak bij zich, omdat ze niet weet waar ze hem moet laten.

Een smartphone heeft ze niet, omdat dit haar moeilijk lijkt en ze denkt dit niet goed onder de knie te kunnen krijgen.

Direct contact

Direct contact met HEVO zou de respondent wel aanspreken. Dat er bijvoorbeeld eens iemand belt of langskomt. Maar ze kan zich voorstellen dat hier weinig tijd voor is.

Imago

Contact na overlijden echtgenoot

Toen de man van de respondent ziek was is de voorzitter van de bridgeclub langsgesproken om wat papierwerk te regelen. Maar toen de man van de respondent was gestorven heeft de respondent nooit meer iets van HEVO gehoord. Dit is de vrouw erg tegengevallen.

"En dan denk ik: dat is ook weer HEVO"

"Waarom heeft er niemand meer gebeld? Waarom heb ik niemand meer gezien?"

Ook de vaste partner van de echtgenoot bij de bridgeclub heeft nooit iets laten weten. Dit heeft er allemaal voor gezorgd dat de vrouw niet altijd een positief beeld heeft van HEVO. Ze geeft wel aan dat dit zeven jaar geleden was en het nu misschien veranderd is. Maar ze had het erg positief gevonden, als HEVO wel langs zou zijn gekomen. Dan zou ze nu ook misschien wel meer met HEVO hebben gedaan.

“Want dan weet je dus, ze staan achter je, ze leven met je mee, maar dat heb ik dus niet ervaren. Absoluut niet.”

De respondent zou misschien toch nog naar HEVO willen gaan, maar weet niet zo goed wat ze er moet doen. Ze denkt wel dat HEVO een leuke afleiding voor haar zou kunnen zijn.

Type mensen

Bij de vergadering die de respondent had bijgewoond, had zij niet het idee echt een klik te hebben met de mensen die er waren. Ze vond het ‘alternatieve’ mensen, waar zij niet direct tussen zou passen. Met alternatief bedoelt de respondent ‘excentrieke mensen’. Ze vond het geen types waar mee te zou willen werken. Hier speelt ook het feit in mee dat de vrouw had gezegd dat ze slechthorend was en dat hier volgens haar door het bestuur en de anderen aanwezig, niet echt op werd gereageerd.

Sociaal contact

De respondent is 7 jaar terug haar man verloren, wat haar tijdens het interview emotioneel maakt. Hier heeft ze erg veel moeite mee en ze geeft aan haar man heel erg te missen. Haar dochters komen vaak langs, maar soms is het ook alleen maar een uurtje op de koffie. De respondent heeft het tijdens het gehele interview, veel over sociaal contact met anderen.

“Dat verdomd alleen zijn, dat speelt wel altijd door, dat wel.”

“Vooral als je dan net als nou niet vooruit kunt en dat afhankelijk zijn. Dat afhankelijk zijn, daar kan ik niet tegen”
(de respondent loopt momenteel met een stok, vanwege haar knie)

“Ze komen even binnen en dan moet ik het maar weer zien te redden.”

De respondent zegt op straat gemakkelijk een praatje te maken met mensen. Maar bij HEVO houden bepaalde dingen haar tegen.

Niet alleen

Als er iets leuks zou zijn bij HEVO, dan zou de respondent hier wel interesse in hebben. Maar dan zou er iemand mee moeten gaan. De respondent zou niet alleen gaan.

“Dat alleen binnenkomen, dat blijft een drempel”

Betekenisgeving

Geen echte Rosmalense

De respondent zegt heel erg het gevoel te hebben, bij HEVO en bij Rosmalen in het algemeen, er niet helemaal bij te horen omdat zij ‘import’ is. De respondent geeft dit tijdens het interview uit zichzelf aan. De respondent komt oorspronkelijk uit Tilburg. Ze heeft heel erg het idee er niet tussen te komen bij de echte Rosmalense mensen. Ze denkt ook dat dit zo blijft, omdat er in Rosmalen bepaalde ‘clans’ zijn.

“Dat heb je toch een beetje met Rosmalense mensen, we werden een beetje met de nek aangekeken, wij waren gewoon kak, zo werden we een beetje behandeld.”

Dit is een reden waarom de respondent niet naar HEVO komt. Ze geeft aan, bang te zijn om als ze bij HEVO komt, dat de mensen bij HEVO dan op deze manier naar haar kijken.

Drempelangst

De respondent geeft aan een drempelangst te voelen om iets bij HEVO te gaan doen. Dit zou minder zijn als ze met iemand samen kon gaan. Ze is toch altijd bang of de mensen bij HEVO haar wel zouden accepteren. Ook met de reizen heeft ze dit. Ze geeft aan bang te zijn of er op zo’n reis wel aansluiting gevonden wordt bij de groep en of er meer mensen alleen zijn. Ook de huisdieren van de respondent houden haar tegen om te gaan.

“Dat durf ik gewoon niet.”

Ze zegt dat ze het niet weet en dat het ook aan haar zelf kan liggen, maar dat dit toch de drempelangst is die ze heeft.

Ze zou niet zo maar bij HEVO binnen lopen. Misschien wel als ze daar zou wonen en daardoor meer mensen zou kennen.

"Het is misschien toch een beetje de angst van: wie ontmoet ik daar en hoe ontvangen ze me. Dat zit er wel bij, daar kom ik gewoon heel eerlijk voor uit."

Meehelpen HEVO

Als HEVO zelf zou vragen aan de respondent om mee te werken aan een bepaald idee of project, dan zou de respondent hier aan mee willen werken, als ze dit kan.

Slechthorend

De respondent geeft ook aan dat haar doofheid meespeelt. Dit zit haar ook tegen om iets bij HEVO te gaan doen. Bij de vergadering heeft zij hier last van gehad, omdat er niet met een microfoon werd gesproken, de respondent kon het hierdoor slecht verstaan en dit weerhoudt haar er ook van om weer eens naar HEVO te gaan.

Tijdens deze vergadering werd er verder in de pauze geen contact gezocht met de respondent, dit vond ze raar omdat ze al had gezegd dat ze slechthorend was.

"Het gehoor heeft me eigenlijk wel genekt. Dat is toch waardoor ik wat afstand neem."

Belangrijke afspraken

De respondent zegt niet snel afspraken af. Als de dochters van de respondent komen, dan staat dit op de eerste plaats. Misschien doet ze dit wel een beetje fout, geeft ze aan, dat weet ze niet. Dus als ze bij HEVO iets zou hebben, dan zou de afspraak met de dochters voor gaan.

Reden om naar HEVO te gaan

De belangrijkste reden die de respondent geeft om toch iets bij HEVO te gaan doen is voor het contact met anderen. De activiteit is ook belangrijk, maar het sociale contact is het belangrijkste.

Als de respondent meer bij HEVO zou gaan doen, dan zou dit echt in de winter zijn. In de zomer heeft zij haar tuin waarin genoeg te doen is.

Als iemand tegen de respondent zou zeggen dat hij of zij graag een activiteit zou willen doen, zou de respondent wel voorstellen om samen naar HEVO te gaan.

Eindcijfer

De respondent zou de HEVO als eindcijfer zeker een cijfer tussen de zeven en acht geven. Dit omdat ze vindt dat HEVO enorm veel goede dingen doet.

Respondent 5

Het interview heeft plaatsgevonden in de activiteitenzaal van De Ontmoeting.

Algemeen

De respondent is een man en is 74 jaar oud.

Activiteiten/diensten HEVO

De respondent is goed op de hoogte van wat HEVO allemaal aanbiedt.

Hij is met HEVO naar de Keukenhof geweest. Dit was heel erg goed bevallen en de hele dag was erg goed verzorgd. Ook dat de buschauffeur een mooie route reed, sprak te respondent aan.

De respondent doet geen vaste activiteit bij HEVO, hij maakt meer gebruik van de uitstapjes en dagtochten. De reden dat de respondent geen vaste activiteit doet bij HEVO is omdat hij twee keer in de week tennist en dat vind hij meer dan genoeg. Ook gaat hij regelmatig fietsen, dit wil hij niet bij HEVO doen want hij is naar eigen zeggen niet zo'n kuddedier, hij doet het liever zelf. Ook omdat het gevaarlijk is als je in een rij fietst en je met de sturen in de knoop komt te zitten.

De respondent komt nooit in De Ontmoeting, omdat hij hier geen activiteiten doet.

In juni heeft de respondent weer een dagtocht naar Middelburg met HEVO gepland staan. De respondent kan niet zeggen of er activiteiten zijn die nog missen.

Bekendheid

De respondent kent HEVO via via. Hij kent veel mensen die ook lid zijn bij HEVO. Op die manier is hij zelf in contact gekomen met de organisatie. Dit was niet per se dankzij een bepaalde persoon.

"Ik heb me hier gewoon opgegeven bij de HEVO, klaar. Toen ik hier kwam wonen in Hintham."

De respondent wist voordat hij in Hintham kwam wonen, al dat de HEVO bestond. Dat heeft hij vaak in de krant gelezen bijvoorbeeld en van andere mensen gehoord.

Belangenbeharing

De respondent is op de hoogte van wat HEVO doet op het gebied van belangenbehartigingen. De respondent heeft zelf ooit gebruikt gemaakt van de rijbewijskeuringen bij HEVO. Toen zijn rijbewijs gekeurd moest worden, zeiden anderen mensen tegen hem dat hij dit bij HEVO kon doen en dat dit veel geld scheelde. Dit is, naast het feit dat de respondent lid is geworden bij HEVO omdat hij in Hintham is komen wonen, ook een reden voor hem geweest om lid te worden van HEVO. Hij had hierover ook ergens gelezen, maar dat weet hij niet meer heel zeker.

Reden lidmaatschap

De respondent is nu een jaar of 6 lid bij HEVO. De reden dat hij lid is geworden is omdat hij in Hintham is komen wonen. Daarnaast geeft hij aan het lidmaatschap niet duur te vinden, voor wat je ervoor terug krijgt. Een andere reden is dat, mocht hij het ooit nodig hebben, HEVO hem kan adviseren over bepaalde dingen.

"Als er iets is, dan kun je ergens op terugvallen."

Prijzen

De prijzen van de activiteiten, vind de respondent goed. Hij vindt het redelijke en mooie prijzen. Hij geeft aan dat in de Keukenhof een kopje koffie in een kartonnen beker €2,40 kostte, dit vond hij toch wel duur. Bij de HEVO zelf vind hij de prijzen niet te duur.

Korting

De respondent geeft aan op de hoogte te zijn van de kortingen die je kunt krijgen bij winkels, bij een lidmaatschap bij HEVO. Hier maakt de respondent ook gebruik van. Hij gaat dan eerder naar die winkel die de korting geeft.

Andere aanbieder

De respondent komt ook wel eens bij 'De Biechten' in Hintham, een cultureel centrum. Hier doet de respondent ook niet zo veel activiteiten. Net hoe het hem uitkomt. Hij gaat wel eens naar de koren die hier komen optreden of gaat een keer naar de rommelmarkt. De belangrijkste reden dat de respondent hier naartoe gaat is omdat het heel dichtbij is. Het is maar 200 meter vanaf zijn huis.

Reizen

De respondent gaat niet mee met meerdaagse reizen die HEVO aanbiedt. Dit omdat hij dit iets te lang vind om van huis af te zijn. Zelf gaat hij nog wel eens met zijn vriendin op vakantie naar Assen, naar een all-inclusive vakantie, dat bevalt de respondent goed.

Communicatie

De respondent heeft het heel sterk idee altijd bij HEVO terecht te kunnen met vragen en ideeën. Vooral om advies in te winnen en het gevoel te hebben dat HEVO er voor hem is als hij het nodig heeft.

"Daarom ben ik er ook bij gegaan."

Verder denkt hij niet dat er iets verbeterd zou kunnen worden. Hij heeft het de HEVO-Actueel en dit vind hij heel wat. Mond tot mond reclame is ook belangrijk denkt hij.

HEVO-Actueel

De HEVO-Actueel wordt door de respondent altijd bekeken. Hij kijkt dan bijvoorbeeld naar de fietsroutes die er in staan. Hij heeft het gevoel dat hier alles in staat wat hij moet weten en dat hij goed op de hoogte is van alles wat HEVO doet, hij mist hierbij geen informatie. De meeste informatie over HEVO wordt uit de HEVO-Actueel gehaald. De respondent bewaart de boekjes ook omdat hij het fijn vindt om nog even iets terug op te kunnen zoeken.

De inhoud van de HEVO-Actueel vindt de respondent heel goed. Er staan goede beschrijvingen in, van bijvoorbeeld de films. En het is duidelijk hoe je je bijvoorbeeld moet opgeven voor een activiteit en bij wie je hiervoor moet zijn.

Verder vindt hij het fijn dat de telefoonnummers al meteen vooraan staan. Je hoeft het maar open te slaan en je kunt het zien, zegt hij.

De afbeeldingen in HEVO-Actueel vindt de respondent ook erg goed. Hij vindt het mooi opgezet. De HEVO-Actueel hoeft niet vaker of juist minder vaak te komen volgens de respondent. Als het te vaak komt leest het ook niet meer makkelijk, geeft hij aan.

Plaatselijke krantjes

De 'ONS' van de KBO, wordt door de respondent ook gelezen. Hier staan ook vaak stukjes over HEVO in, die de respondent soms leest.

"Af en toe als ik tijd heb, en zin heb, maar ik ben niet zo'n lezer, ik ben meer een doener."

Andere plaatselijke krantjes ziet de respondent ook wel eens. Bijvoorbeeld in de Rosbode. Hier kijkt hij ook altijd naar. Hij kijkt dan bijvoorbeeld of er nog iets te doen is op zaterdag of zondag.

Informatie zoeken

De manier hoe de respondent naar informatie zoekt, beschrijft hij als volgt. Eerst zou hij zoeken in boekjes, bijvoorbeeld in de HEVO-Actueel, als daar niet in staat waar de respondent naar op zoek is, zou hij bellen en vraagt hij het direct. Zo gaat hij ook te werk bij het opgeven voor een activiteit. Hij zoekt in HEVO-Actueel naar informatie en contactgegevens en belt dan op.

Als iemand aan de respondent een bepaalde activiteit zou aanbevelen, dan zou hij eerst in de HEVO-Actueel gaan kijken.

De respondent geeft een voorbeeld van zijn manier van zoeken naar informatie. Hij zag bijvoorbeeld laatst een reclamebusje voor tweedehands trapliften. Hij schreef het telefoonnummer alvast op. Mocht hij dan ooit een tweedehands traplift nodig hebben, dan heeft hij alvast een adres hiervoor.

Dit vindt hij handig om alvast te hebben, want als je soms in een telefoon boek of iets dergelijks van Den Bosch moet kijken, dan is het voor hem niet altijd duidelijk welk nummer je nou moet bellen.

Internet

De respondent heeft geen internet. Dit hoeft hij ook niet. De reden die hiervoor word gegeven is dat de respondent op bijvoorbeeld de tennisclub, vaak hoort wat er allemaal wel niet werkt aan het internet.

"Ik heb een telefoon en als ze me nodig hebben bellen ze me maar."

De vriendin van de respondent heeft wel een laptop en als hij iets nodig heeft, dan vraagt hij het aan haar, dat zij het opzoekt. Wat er dan bijvoorbeeld opgezocht moet worden weet de respondent niet.

Zelf heeft hij geen interesse in internet en er geen behoefte aan. Als de respondent wel internet had dan zou hij wel even op de website van HEVO kijken, maar hij geeft aan dat hij dat nu ook aan zijn vriendin kan vragen.

Omdat de respondent geen internet heeft is de nieuwsbrief van HEVO bij hem niet bekend.

Telefoon

De respondent doet niet aan sms'en. Daar kijkt hij niet naar. Hij vindt dit een stukje privé.

Imago

Goed verzorgd

Het beeld wat HEVO bij de man oproept is dat de activiteiten altijd goed verzorgd zijn. Ook het eten bij de activiteiten is altijd heel goed verzorgd.

"Er stonden wel vijf soorten groentes op tafel, echt heel goed. Dat zie je bij een restaurant zelfs niet."

HEVO roept bij de man een erg positief beeld op. Hij kan geen negatieve dingen aan HEVO bedenken. Hij geeft ook aan niet zo snel iets niet goed te vinden en snel tevreden te zijn. HEVO voldoet aan al zijn verwachtingen.

Geen plaatsen naast elkaar

Iets wat de respondent iets minder vond was dat bij een activiteit alle plaatsen in de bus al bezet waren en dat hij hierdoor tijdens de busreis niet naast zijn vriendin kon zitten. Deze zat een aantal plaatsen verderop. Hij had hier iets van gezegd tegen de vrijwilligers en dit zou de volgende keer geregeld worden, dus dit vind de respondent goed opgelost. De respondent vond dit niet erg voor een keer, maar zou de volgende keer toch liever bij zijn vriendin zitten.

Wel stoorde de respondent zich er een beetje aan dat andere groepjes mensen ook gewoon op hun plek bleven zitten en er niet voor zorgden dat de respondent en zijn vriendin, bij elkaar konden gaan zitten. Later bleek dat er wel mensen waren die voorin een plekje voor de respondent en zijn vriendin had vrijgehouden, maar dit hadden ze niet gezien omdat ze achterin in waren gestapt.

Sociaal contact

De respondent heeft niet de behoefte om bij HEVO veel sociale contacten op te doen, daar komt hij niet voor. Hij kent wel wat mensen van gezicht, en maakt zo af en toe eens een praatje met iemand, maar meer hoeft van hem niet op het moment.

"Goedemorgen, goedenavond en wat hij te vertellen heeft interesseert me niks."

Hij geeft aan genoeg mensen tegen te komen van vroeger als hij zo eens een blokje om gaat en ook bij de tennis club heeft hij genoeg sociale contacten. De respondent hoeft niet naar HEVO om sociale contacten op te doen.

Alleen gaan

De vriendin van de respondent gaat vaak mee naar activiteiten en dagtochten. Zij is geen lid van HEVO, wel van de KBO in Den Bosch, waar zij ook al veel activiteiten heeft. Toen de respondent nog geen vriendin had, ging hij nog niet mee met dagtochten. Hij zou niet alleen een activiteit gaan doen. Dat vindt hij niet gezellig omdat je dan geen aanspraak hebt voor de hele dag.

Samen met zijn vriendin kijkt de respondent vaak in het boekje, of er iets te doen is.

"Oja dat lijkt me wel leuk, nou dan zullen we eens kijken of we daar iets aan kunnen doen."

Betekenisgeving

Belangrijkste reden lidmaatschap

Een reden om lid te zijn bij HEVO, is om iets te doen te hebben en er een keer uit te kunnen.

"Binnen zitten kun je altijd nog he."

De activiteit is hierbij het belangrijkste. Als het hem interesseert en leuk vindt dan is hij er bij met zijn vriendin. Als de respondent dichter bij De Ontmoeting zou wonen, dan lag het er nog steeds maar net aan wat er allemaal te doen was, of hij dan vaak bij HEVO zou komen.

Eigen activiteiten

Hij heeft thuis ook veel te doen, bijvoorbeeld in de tuin, maar hiermee kun je ook niet bezig blijven, geeft hij aan. Vooral in de winter is HEVO volgens de respondent een goede organisatie, omdat hij in de zomer toch meer gaat fietsen.

In de tuin werken heeft de respondent ook altijd veel gedaan, maar dat heeft hij nu overgedragen aan andere mensen, omdat dit toch wat veel werd.

Betrokkenheid

De respondent geeft aan dat als je wat vaker bij HEVO komt, dat je dan bijvoorbeeld de vrijwilligers kent, dit geeft wel een meer betrokken gevoel.

Als HEVO zou aanbieden aan mensen om mee te kunnen helpen aan een bepaald idee of project, dan zou meneer daar eerst even over na moeten denken. Hij heeft namelijk genoeg te doen, dus het ligt er maar net aan of hij hier tijd voor zou hebben. Maar als hij de tijd zou hebben zou hij dit graag doen. Hij geeft als voorbeeld het rondbrengen van HEVO-Actueel, hier zou hij best mee willen helpen.

Gevoel

De respondent voelt zich positief als hij deelneemt aan een HEVO activiteit. Hij voelt zich ook rustig en laat het over zich heen komen.

Als de respondent geen lid zou zijn van HEVO, zou zijn leven er niet direct heel anders uit zien. Omdat hij dan waarschijnlijk weer iets anders tegen zou zijn gekomen.

Aanbevelen

De respondent zou HEVO aanbevelen bij zijn vrienden of kennissen. Dat heeft hij ook al een aantal keer gedaan. De ene keer ging die persoon dan wel mee en de andere keer niet.

Eindcijfer

Voor wat de respondent van HEVO heeft meegemaakt, zou hij een 8,5 geven als eindcijfer. Over de rest kan hij niet oordelen.

Respondent 6

Het interview heeft plaatsgevonden in de activiteitenzaal van De Ontmoeting.

Algemeen

De respondent is een vrouw van 67 jaar oud uit Den Bosch. Tot haar 19/20ste heeft ze in Rosmalen gewoond.

Activiteiten/diensten HEVO

De respondent is nog niet zo lang gepensioneerd en is nu sinds een jaartje lid bij HEVO. Omdat ze een tijdje wil 'afkicken' van het werkzame leven.

De respondent doet momenteel tai-chi bij de HEVO, dit vindt ze erg fijn en de lessen zijn goed. Ze is zelf gaan zoeken naar een aanbieder van tai-chi en zo is ze bij HEVO terecht gekomen. Ze kende HEVO toen al wel van horen zeggen. Ze doet nog wel activiteiten bij andere aanbieders zoals zwemmen en daarnaast zit ze bij een vrijwilligersclubje. Dit vindt de respondent voor nu genoeg.

Het aanbod van activiteiten van HEVO vindt de respondent goed en erg ruim. Ze vindt dat er voor elk wel wat wils is. Ook vindt ze het goed dat er bij de wandel club bijvoorbeeld een onderscheidt wordt gemaakt in langzaam en snel wandelen.

Reden activiteit HEVO

De reden dat de respondent tai-chi doet bij HEVO en niet bij een andere aanbieder is omdat ze vindt dat de doelgroep meer bij haar past. Ze vindt het fijn dat het bij HEVO voor mensen van 50 plus is omdat ze het fijner vindt om met haar eigen leeftijdsgenoten een activiteit te doen.

Ze geeft een voorbeeld van een sportactiviteit die ze in een fitness centrum heeft gedaan. Hier kreeg ze het gevoel dat iedereen meer bezig was met wat iedereen aan had, dan met het sporten. En dit vond ze jammer, want met jongeren in gesprek is ook leuk.

"Je voelt je gewoon bekeken, als oudere zeg maar."

De respondent zegt dat het ook aan haar kan liggen, maar dat ze hier al meer mensen over heeft gehoord. De lessen waren hier verder niet anders dan bij HEVO.

Bij HEVO is de sfeer heel anders en veel beter, zegt de respondent.

"Het is hier een beetje een familiegebeuren lijkt het wel."

Een andere reden om voor HEVO te kiezen is dat de activiteit bij HEVO voordeliger is dan bij andere aanbieders. En hier moet ook op gelet worden als je eenmaal gepensioneerd bent, geeft ze aan.

Belangenbehartiging

De respondent is ook op de hoogte van diensten die HEVO aanbiedt op het gebied van belangenbehartiging. Dit heeft zij in de HEVO-Actueel gezien. Zelf heeft ze hier nog nooit gebruik van gemaakt omdat ze dit op het moment niet nodig heeft.

Reizen en dagtochten

Ook van het feit dat HEVO reizen en dagtochten aanbiedt was de respondent op de hoogte. Het spreekt haar zelf alleen niet zo aan omdat ze naar eigen zeggen niet zo'n massamens is. Ze gaat liever met een persoon op vakantie in plaats van met een hele groep. De respondent zegt wel hier misschien anders over te denken als ze tachtig of negentig zou zijn. Maar ze vindt het wel goed dat HEVO het doet, omdat er altijd mensen zijn die er wel behoefte aan hebben. Ook vindt ze het goed dat dit in de HEVO-Actueel geplaatst wordt.

Andere activiteiten

De respondent kan zo snel niets bedenken wat HEVO nog meer aan zou kunnen bieden of wat er eventueel nog mist. Daarna geeft ze aan dat er wel iets is wat HEVO nog wel zou kunnen doen, een breiochtendje.

Iets anders wat de respondent heel erg leuk zou vinden is pottenbakken. Hier is volgens de respondent ooit sprake van geweest alleen het is niet doorgegaan vanwege de kosten. Of iets met glas in lood of sieraden maken. Iets creatiefs lijkt de respondent leuk om te doen. Iets extreems om te maken spreekt de respondent aan. Iets wat je thuis niet zo snel zou kunnen doen en wat ook niet iedereen doet. De activiteiten die HEVO nu aanbiedt, blijven volgens haar in de sfeer van ontspanning, dat is goed, maar het zou leuk zijn als hier iets artistieks bij kwam.

Iets over voeding lijkt de respondent ook interessant. Niet over de schijf van vijf maar juist over dingen die je nu veel hoort, als superfoods en granen. Een cursus over wat echt goed is voor de mens. Dat lijkt de respondent ook leuk en dat maakt het volgens haar wat moderner. Iets anders aanbieden dan het normale.

Prijzen

De prijzen die HEVO voert voor de activiteiten en in het café van De Ontmoeting, vindt de respondent goed en zeker niet te duur,

"Ik vind echt dat ze er goed over nagedacht hebben om ook mensen met een kleinere beurs tegemoet te komen."

Ze zou zelfs zeggen dat een kopje thee op koffie ook wel iets duurder zou mogen zijn om ervoor te zorgen dat HEVO goed rond kan komen. Ze zegt dat iedereen een kleine stijging wel zou kunnen betalen.

"Maak er lekker €1,25 van, dat kan iedereen betalen."

€1,25 zou een kopje koffie of thee van de respondent nog wel mogen kosten, maar €1,50 zou weer wat te veel worden geeft ze aan.

Communicatie

De respondent zegt op de hoogte te zijn van de activiteiten die HEVO aanbiedt. Ze vindt de manier van informatie verstrekking goed en denkt niet dat hier iets bij hoeft. Alleen misschien wat meer foldertjes bij supermarkten of bij mensen thuis verspreiden, om op die manier meer mensen te bereiken die geen lid zijn van HEVO.

De respondent hoeft niet vaker op de hoogte gehouden te worden. De frequentie van de communicatie is

genoeg.

HEVO-Actueel

De respondent zegt de HEVO-Actueel altijd helemaal door te lezen.

“Ja dat vind ik wel gezellig, kijken of er weer iets nieuws is.”

Ze vindt de HEVO-Actueel er prima en duidelijk uitzien. Hier kan zij geen verbeterpunten voor noemen. Alles wat ze moet weten staat er in.

De respondent vindt het ook leuk dat er soms stukken in de HEVO-Actueel staan over bestuursleden en wat hen zoal bezighoudt. Of bijvoorbeeld dat Maxima er laatst in stond. De inhoud van de artikelen vindt de respondent ook goed.

Plaatselijke krantjes

De respondent ziet geen artikelen van HEVO in plaatselijke krantjes, ze let hier ook niet op. Maar ze heeft dan ook geen krantje van Rosmalen. Het blad “Ons” van de KBO, wordt door de respondent wel altijd gelezen. Dit vindt ze altijd erg interessant.

Zelf contact opnemen

De respondent zou zelf contact opnemen met HEVO, als zij een idee of vraag heeft. Hier is HEVO laagdrempelig genoeg voor. Ze zou zelf bijvoorbeeld voorstellen doen voor nieuwe activiteiten. Dit zou zij bijvoorbeeld doen op de ledenvergadering.

Om zelf contact op te nemen met HEVO zou de respondent op de eerste plaats bellen. Of zij zou iemand aanspreken als zij toevallig in De Ontmoeting is.

Website

De respondent kijkt heel weinig op de website van HEVO. In het begin keek de respondent er meer op, om te kijken wat HEVO nu precies was en wat het aanbod was. Maar nu haalt zij haar informatie uit meer de HEVO-Actueel, ook omdat de respondent houdt van bladeren. Daardoor hoeft ze nu niet meer op de website te kijken. De respondent houdt sowieso meer van boeken. Ze heeft ook een e-reader maakt vind een boek fijner vastpakken.

Als de respondent iets specifiek zou willen weten over HEVO, zou zij wel naar de website gaan.

Internet

De respondent geeft aan dat er veel winkels verdwijnen doordat veel mensen via internet bestellen. Maar diezelfde mensen klagen dat de winkels verdwijnen. De respondent probeert zelf ook zo min mogelijk via internet te bestellen.

Dat alles steeds digitaler word vindt de respondent jammer, omdat je op die manier een stukje menselijk contact mist. Bijvoorbeeld bij de bank. De respondent vindt het dan fijner om een face-to-face gesprek te hebben. Nu gaat alles digitaal en dat vind ze niet altijd fijn. Ook vind ze het jammer dat er veel banen verdwijnen door het digitale tijdperk waar we in zitten.

De respondent zit niet zo vaak op internet, soms om dingen op te zoeken en mails te bekijken. Haar e-mail bekijkt ze wel iedere dag

“Ik ben niet zo’n computerfreak. Ik bekijk de mailtjes en dat soort dingen.”

Smartphone

De respondent heeft een smartphone waarmee ze kan appen en haar mails kan bekijken. Ze gebruikt haar telefoon niet heel veel. Ze legt hem af en toe ook weg, om niet gestoord te worden. Ze kan zich vaak ook ergeren aan mensen die heel hard door hun telefoon praten, wat iedereen kan horen.

Nieuwsbrief

De respondent weet niet of zij een nieuwsbrief van HEVO ontvangt. Ze heeft deze nog nooit gezien. Toch heeft de respondent wel ooit haar e-mail adres doorgegeven. Als zij de nieuwsbrief wel zou krijgen, zou de respondent

hem wel lezen. Alle mailtjes die de respondent krijgt, leest zij namelijk door.

Social media

De respondent zit op Facebook en kijkt hier iedere dag op. Ze zou ook zeker kijken naar de pagina van HEVO, als deze ook op Facebook zat, dat vindt ze wel interessant. Maar vaak vindt ze dingen die mensen op Facebook zetten ook juist weer heel oninteressant.

Zelf zet ze ook wel eens dingen op Facebook, bijvoorbeeld dingen die zij met een stichting heeft gemaakt voor kansarme kinderen in Zuid-Afrika. Ook maakt ze via Facebook reclame voor deze stichting.

Ze zit niet op andere social media kanalen, alleen op Facebook.

Mond tot mond reclame

Mond tot mond reclame is heel erg belangrijk volgens de respondent en is soms zelfs sterker dan adverteren. De respondent luistert ook eerder naar iemand die haar iets vertelt, dan dat zij zelf ergens informatie over gaat opzoeken. Als iemand haar zou vertellen over een bepaalde activiteit, dan zou zij hier ook eerder interesse in hebben.

Imago

Beeld vroeger

Het beeld wat de respondent vroeger van HEVO had, was dat het haar oubollig leek. Ze voelde zich nog veel te jong voor HEVO. In haar hoofd paste ze er nog niet bij, maar in haar leeftijd wel.

“In je hoofd kun je je wel 30 voelen, maar lichamelijk voelt dat niet meer zo. En dat kun je soms niet begrijpen.”

De respondent zag HEVO voor zich als een plek waar mensen over hun ziektes en klachten praatten en waar men negatief praatte over het weer.

Dit beeld heeft de respondent gekregen, doordat zij heel lang geleden een cursus bij HEVO heeft gedaan. Hier waren veel ouderen die het alleen maar hadden over ziektes, klachten en andere negativiteit. Toch is de respondent terug gekomen naar HEVO, omdat ze vindt dat iedereen een tweede kans verdient. En nu is haar beeld van HEVO wel heel goed.

Verwachtingen

HEVO voldoet aan de verwachtingen van de respondent. Ze krijgt een positief gevoel bij HEVO. Dit komt omdat zij nog geen negatieve dingen aan HEVO heeft gemerkt. HEVO moet volgens haar zo doorgaan en misschien in de toekomst een nog iets uitgebreider pakket, met meer artistieke dingen, aanbieden. Ze denkt dat er meer mensen zijn die dit zouden willen.

Beeld anderen

De respondent denkt dat andere mensen ook een goed beeld hebben van HEVO. Ze hoort er veel positieve geluiden over van mensen die ook lid zijn bij HEVO. Van mensen die geen lid zijn van HEVO hoort de respondent eigenlijk niks over HEVO.

Sociaal contact

Poedertjes en pilletjes

De respondent geeft uit zichzelf aan dat zij niet houdt van ouderen die tegen haar blijven praten over hun gezondheidsklachten en poedertjes en pilletjes. Ze mogen hier best even over praten, maar daarna is het klaar. De respondent vindt niet dat dit bij HEVO gebeurt, dat heeft ze nog niet meegemaakt. Na afloop van de les wordt er altijd een kopje thee gedronken met de groepsgenoten, wat altijd heel gezellig is. Soms blijven ze dan wel drie kwartier zitten. Het gaat dan over heel andere onderwerpen, soms over politiek of andere zaken die de wereld bezig houden. Soms gaat het wel even over een ziekte, maar dat is niet erg. Als mensen er maar niet in blijven hangen.

Mensen leren kennen

In de groep waar de respondent in zit heeft ze nu een vrouw leren kennen waar ze een keer mee af gaat spreken om sieraden te maken.

"Kijken of er verder ook een klik is dan alleen maar hier."

Twee andere vriendinnen van de respondent zitten al in de groep bij haar dus daar doet ze al dingen mee. Deze kende ze al voordat ze bij HEVO kwam. Sociaal contact is verder geen reden geweest voor de respondent, om lid te worden van HEVO.

Betekenisgeving

Belangrijkste reden lidmaatschap

De belangrijkste reden die de respondent geeft om lid te zijn bij HEVO is omdat zij tai-chi wilde doen. Uiteindelijk gaat het wel om zowel de activiteit zelf, het sociale contact en het van huis zijn. Als je met pensioen gaat verandert er een hoop, je mist je collega's en je aanspreekpunten, zegt de respondent. Het is dan belangrijk om niet thuis te blijven zitten. De activiteit is ook belangrijk, als dat niet leuk is zoekt de respondent iets anders.

Gevoel bij activiteiten

Als de respondent deelneemt aan een activiteit van HEVO voelt zij zich altijd erg fijn. Ook dat de lerares bij de laatste les iets mee gaat drinken vindt ze leuk. En dat je op kosten van HEVO iets lekker krijgt. Dit vindt ze erg goed van HEVO.

"Dan denk ik dat is toch wel leuk. Ze doen het toch maar."

Leven wanneer geen lid

Het leven van de respondent zou er niet heel anders uit zien als zij geen lid was van HEVO, omdat ze dan wel weer iets anders zou zoeken.

Betrokkenheid

De respondent voelt zich niet echt betrokken, maar heeft hier op dit moment niet echt behoefte aan. Ze wil zich ook niet overladen met van alles. Ze wil niet al haar dagen vol plannen, zodat ze ook nog spontaan dingen kan doen.

De respondent zou ook wel mee willen werken aan bepaalde projecten van HEVO. Dit zou ze niet helemaal op zich willen nemen, maar ze zou wel mee willen helpen. Bijvoorbeeld door een locatie te zoeken of mensen te zoeken die een cursus kunnen geven.

Zomaar binnen lopen

De respondent zou niet zo snel zomaar even binnen lopen bij HEVO. Dat moet nog groeien, geeft ze aan. De reden hiervoor is, is dat ze zich af vraagt of de leden van HEVO niet steeds zitten te klagen en over hun ziektes praten. Maar ze wil toch een keer zo bij HEVO naar binnen lopen.

Dat niet leden niet zomaar binnen komen, daar kan de respondent zich iets bij voorstellen.

"Die andere mensen die zijn lid en betalen ervoor en ik ben geen lid en ik kom hier zomaar binnen wandelen."

De respondent wist eerst ook niet dat iedereen zomaar binnen mocht komen bij HEVO.

Aanbeveling HEVO

De respondent heeft HEVO al een paar keer aanbevolen bij haar vrienden en kennissen.

"Ga het proberen, het is de moeite waard. Ook voor je portemonnee."

Die mensen zijn dan soms ook wel geïnteresseerd in HEVO en zeggen dat ze informatie gaan zoeken of het in hun gedachten houden. Anderen vragen weer of er in Den Bosch ook zo iets is. Maar de respondent heeft nog nooit gehoord negatief reageerde als zij HEVO aanbeval.

Een vriendin is door een aanbeveling van de respondent ook tai-chi gaan doen.

Eindcijfer

Een acht. De informatie is goed. De communicatiemiddelen en De Ontmoeting zien er netjes en verzorgd uit.

Respondent 7

Het interview heeft plaatsgevonden bij de respondent thuis.

Algemeen

De respondent is een vrouw van 67 jaar oud uit Rosmalen.

Activiteiten/diensten HEVO

De respondent doet tai-chi bij HEVO, ze doet de leeskring, ze deed socratische gesprekken en ze doet af en toe met een workshop mee van bijvoorbeeld zingen. Ze is ook een keer met een reis mee geweest en gaat ze af en toe mee fietsen. Daarnaast gaat de respondent wel eens mee met een excursie en zit ze ook nog in een commissie. Ze heeft een redelijk druk bestaan. De activiteiten en diensten bevallen de respondent goed en vindt ze goed geregeld. Het aanbod van activiteiten vindt de respondent goed. Wel zegt ze dat activiteiten op het gebied van cultuur haar aanspreken en dat ze het leuk zou vinden als HEVO zo iets zou aanbieden. Bijvoorbeeld uitstapjes naar musea, of naar een theater of schouwburg. Verder zou de respondent willen dat er op vrijdagmiddag een film was waar zij naartoe kon.

De respondent vindt het ook goed dat HEVO moeite doet om mee te gaan met veranderingen in de maatschappij.

Reden activiteiten HEVO

De reden dat de respondent lid is geworden van HEVO, is om tai-chi te gaan doen.

De reden dat de respondent bij activiteiten doet bij HEVO en niet bij een andere aanbieder, is de docent van de tai-chi. Deze vindt de respondent heel erg goed, dit had ze van iemand gehoord.

Een andere reden is dat de HEVO de activiteiten goedkoop aanbiedt. Als het meer zou kosten zou de respondent ook tai-chi bij HEVO doen.

"Het kost niks. Dat ook nog."

Kortingspasje

De respondent maakt gebruik van het kortingspasje wat alle leden van HEVO krijgen. Ze gaat eerder naar een winkel waar ze de korting krijgt, dan naar een andere winkel.

Belangenbehartiging

De respondent zit zelf in de commissie collectieve belangenbehartiging. Daar houdt zij zich bijvoorbeeld bezig met hoe je dingen regelt voor het overlijden. Ze heeft hier ook een begrippenlijst voor gemaakt voor in de HEVO-Actueel. Ook heeft ze een voorlichting gegeven op het gebied van belangenbehartigingen. Hier waren weinig mensen op af gekomen, de respondent zegt dat dit te weinig bekend werd gemaakt, maar vond het ook niet haar taak om dit te doen. Het stond wel in de HEVO-Actueel en in plaatselijke krantjes, maar toch was er weinig belangstelling. Er zou eigenlijk een commissie moeten zijn die dit allemaal regelt, zegt de respondent. Verder maakt de respondent zelf geen gebruik van de belangenbehartigings diensten die HEVO aanbiedt.

Prijzen

De prijzen die HEVO voert vindt de respondent goed en soms zelfs te goedkoop. Ze geeft aan dat HEVO er ook wil zijn voor mensen die minder te besteden hebben. Maar de respondent zegt dat ze heeft gemerkt dat veel vrouwen willen sparen voor hun kinderen en kleinkinderen en bezuinigen op leuke dingen voor zichzelf. Mannen zijn hier volgens haar makkelijker in.

"Die mannen gaan wel en de vrouwen niet, zo werkt het"

De respondent vindt wel dat mensen voor die ene euro die ze aan een kopje koffie of thee betalen, dat ze daarvoor hun kopje naar de bar moeten brengen. Dat moet je de senioren aanleren. Het bestuur gaf aan dat oudere mensen dit niet doen, hier was de respondent het niet mee eens.

Communicatie

De respondent geeft aan het gevoel te hebben dat zij goed op de hoogte is van alle activiteiten en diensten die

HEVO aanbiedt. Ze vindt het ook goed dat HEVO probeert om jongere senioren aan te spreken, door activiteiten 's avonds aan te bieden. Ook al is dit voor haarzelf niks omdat ze 's avonds de deur niet uit wil.

De inhoud van alle communicatiemiddelen vindt de respondent goed en heel duidelijk. Hier hoeft volgens haar niks aan veranderd of verbeterd te worden. Er hoeft ook niet vaker gecommuniceerd te worden. Het is prima zo. Er is geen communicatiemiddel wat HEVO volgens de respondent nog in zou kunnen zetten wat volgens haar nog mist.

Afwezigheid

De respondent was eens vergeten dat zij een workshop had. Ze werd toen vanuit HEVO gebeld dat ze er niet was. Ze vond het erg positief van HEVO dat ze hier de moeite voor nemen.

HEVO-Actueel

De HEVO-Actueel leest de respondent meteen als deze binnenkomt. Ze leest deze helemaal door. De inhoud vindt ze goed en duidelijk. Ze noteert de activiteiten die haar interesseren dan in haar iPad of iPhone. Ze zet er dan een vraagteken achter. Zo gauw als ze zich op heeft gegeven voor de activiteit gaat dit vraagteken weer weg.

De inhoud van de HEVO-Actueel vindt de respondent erg goed. Ze leest de HEVO-Actueel niet via de website, maar echt in het blaadje. Ze zou het heel jammer vinden als dit niet meer kwam en als het gedigitaliseerd zou worden.

Nieuwsbrief

De nieuwsbrief leest de respondent snel even door, meestal weet ze wel ongeveer wat er in staat. Dit doet ze op haar smartphone of iPad. Ze leest dan snel de koppen even, maar de meeste dingen heeft ze dan al gelezen in HEVO-Actueel.

Zelf contact opnemen

De respondent geeft aan dat zij meerdere keren dingen heeft aangekaart bij HEVO. Bijvoorbeeld ideeën over bepaalde activiteiten of diensten. Hier is HEVO laagdrempelig genoeg voor.

Als de respondent zelf contact op wil nemen met HEVO dan doet zij dit op de eerste plaats via de mail, dit doet zij liever dan bellen.

Internet

De respondent zoekt in het algemeen het meest naar informatie via internet. Ze gebruikt dit om te e-mailen, contact te onderhouden en dingen op te zoeken.

Website

De respondent kijkt af en toe op de website van HEVO. Ze kijkt er niet vaak op, maar ze vindt de website inhoudelijk goed en duidelijk. Ze heeft de website eigenlijk niet echt nodig, omdat ze de meeste informatie al uit de HEVO-Actueel heeft gehaald.

Plaatselijk krantjes

De respondent kijkt vaak in plaatselijk krantjes. Ze heeft zelf de Volkskrant dus de plaatselijke blaadjes leest zij om te kijken wat er in de omgeving zoal speelt en te doen is.

Hier ziet de respondent ook vaak artikelen in van HEVO. Ze hoort ook van andere mensen dat zij stukjes in de plaatselijke krantjes over HEVO lezen.

“Een paar mensen die zeiden: ik heb het gelezen over HEVO, leek me interessant.”

Social media

De respondent is niet actief op social media. Facebook en Twitter vindt ze te ingewikkeld en niet interessant. Sommige van haar vrienden doen er wel heel veel mee, geeft ze aan. Als HEVO op Facebook, zou zitten dan zou ze hier ook geen interesse in hebben.

Smartphone

De respondent heeft ook een smartphone. Deze gebruikt ze voornamelijk om mails te bekijken en contact te onderhouden met anderen.

Imago

De respondent geeft aan dat ze vindt dat HEVO een stoffig imago heeft. Vooral vroeger vond ze dat, toen ze in het oude HEVO gebouw was geweest om daar een voorlichting te geven, een hele tijd geleden. Het gebouw zag er oubollig uit met lelijke meubels, geeft de respondent aan. Ze heeft ook ooit een demonstratieles gehad van tai-chi in het oude gebouw. Dit vond ze ook heel erg statig en oubollig, ze dacht daardoor ook dat tai-chi niks voor haar was. Maar toch is dat nu wel zo. Het nieuwe gebouw vindt de respondent heel mooi en modern. Maar volgens haar weten veel mensen dit niet.

Ze zegt dat mensen pas lid worden als zij een cursus willen doen. Andere mensen hebben ook niet altijd een goed imago van HEVO, volgens de respondent.

"Ik ben een keer met een reis mee geweest en toen zei iemand: schaam jij je niet om daarmee mee te gaan?"

Toen de respondent mee ging met de reis van HEVO, voelde ze zich toch nog wat te jong voor HEVO.

"Een kunstgebit is niks mee, permanent ook niet, een rollator ook niet, maar een bus vol met mensen die het alle drie hebben, daar voelde ik me te jong voor."

Dit was een jaar of acht geleden. De respondent is nooit meer mee op een reisje geweest. De respondent ging bij tai-chi toen deze lessen nog in perron 3 waren, ze geeft aan dat ze liever tegen iemand zei dat ze naar perron 3 ging, dan naar de HEVO. Andere mensen hadden dit ook, geeft ze aan. Sinds het nieuwe gebouw er is, 'schaamt' de respondent zich niet meer om te zeggen dat ze bij HEVO zit.

Verwachtingen

HEVO voldoet aan de verwachtingen van de respondent. Behalve dat zij soms meer activiteiten op het gebied van cultuur zou willen.

Sociaal contact

De respondent heeft niet veel behoefte aan veel sociaal contact met een groep. Ze vindt het leuk om mensen te leren kennen, maar hoeft deze naast HEVO niet op de koffie te hebben. Ze geeft aan dat de tai-chi groep wel heel betrokken is bij elkaar en dat ze dit leuk vindt, maar meer hoeft van haar niet.

De respondent heeft wel wat mensen leren kennen bij HEVO, die zij dan weer op straat of bij de golf tegenkomt en waar ze een praatje mee maakt.

Ook vindt de respondent het leuk om mensen buiten haar huiselijke omgeving, te ontmoeten.

Alleen gaan

De respondent gaat ook gerust alleen naar een activiteit. Hier heeft zij geen moeite mee en dit heeft ze ook vaak gedaan. Ze vindt het soms wel gezelliger met een ander, maar ze vindt het ook fijn om alleen te gaan.

"Ik wil gewoon met iedereen babbelen, ik kom altijd wel iemand tegen en als ik niemand vind dan draai ik wel om."

Betekenisgeving

Belangrijkste reden lid

De belangrijkste reden voor de respondent om lid te worden bij HEVO is de tai-chi geweest. Het sociale contact met anderen is een leuke bijkomstigheid. Maar de activiteit zelf is het belangrijkste.

Het gevoel wat de respondent heeft als ze deelneemt aan een activiteit van HEVO omschrijft zij kort als: goed.

Het leven van de respondent zou er niet heel anders uitzien als zij geen lid was bij HEVO. Ze ziet het meer als een toevoeging op haar leven, als HEVO niet bestond dan was zij wel iets anders gaan doen. Ook is het fijn dat De Ontmoeting dicht bij de respondent thuis is.

Betrokkenheid

De respondent voelt zich betrokken bij HEVO. Ook omdat zij in een commissie zit. Wel zegt ze dat er vaak dezelfde mensen zijn in het bestuur. Ze zou graag eens wat nieuwe mensen zien. Ze voelt zich in de commissie ook een beetje een buitenstaander omdat iedereen zoveel mensen kent, overal inzitten en het allemaal regelen.

“Ze kennen elkaar allemaal zo.. dan zeggen ze oh dat doe ik wel even, dat doe ik wel even! En dan denk ik ja... wie ben ik nou om nog iets te doen”

De respondent zou HEVO mee willen helpen bij projecten en ideeën als dit iets is wat zij leuk zou vinden. Dit doet ze eigenlijk ook al doordat ze bij de commissie collectieve belangenbehartigingen zit.

Dorpsmentaliteit

De respondent geeft uit zichzelf aan dat er een echte dorpsmentaliteit is in Rosmalen. Ze komt zelf uit Eindhoven.

“Het was een kliek waar je niet tussen kwam en kak waar je niet bij wilde horen.”

Ook bij sommige voorlichtingen, waar de respondent met de commissie mee bezig is, vraagt de respondent zich af of er in Rosmalen wel belangstelling voor is, omdat er zo'n dorpsmentaliteit is. Ze vindt Rosmalen behoudend. En ze denkt dat je de Rosmalenaren wel iets ruimdenkender kunt maken door ze een keer iets anders aan te bieden. De respondent weet niet meteen wat.

Aanbevelingen

Als mensen iets zeggen over HEVO, soms op een wat negatieve manier, dan zegt de respondent dat ze maar eens moeten gaan kijken in het nieuwe gebouw en dat dit nu helemaal veranderd is.

“Dan zeg ik altijd, vanwege de kortingen kun je lid worden, dan haal je je contributie eruit en dan kun je altijd nog zien aan welke activiteiten je mee doet.”

Iemand waarbij de respondent HEVO ooit had aanbevolen, gaf aan zich nog te jong te voelen om lid te worden.

“En dan zeg ik altijd, wat een flauwekul want ze hebben zo'n leuk aanbod. Maar als je geen lid bent kijk je daar niet naar.”

De respondent zegt dat mensen zich pas verdiepen in de organisatie, als ze eenmaal lid zijn geworden. Ze weet namelijk zelf ook niet of ze wel lid was geworden als ze geen tai-chi had gedaan.

Eindcijfer

De respondent zou HEVO als eindcijfer een 9 geven.

“Ik vind ze heel goed bezig en dat Rosmalen dorps is kunnen zij ook niks aan doen.”

Respondent 8

Het interview heeft plaatsgevonden bij de respondent thuis.

Algemeen

De respondent is een man van 64 jaar oud uit Hintham.

Activiteiten/diensten HEVO

Bekendheid

De respondent is sinds ongeveer oktober lid van HEVO, maar heeft er verder nog nooit iets gedaan. De respondent had voordat zij lid werden, wel eens gehoord van HEVO. Vorig jaar zijn de respondent en zijn vrouw eens gaan kijken bij een open dag van HEVO.

“En toen zijn we maar meteen lid geworden want we vonden het eigenlijk wel leuk.”

De respondent vindt het fijn dat HEVO zo'n groot aanbod aan activiteiten heeft. Een andere reden dat de respondent lid is geworden is met het oog op de toekomst. Dat de respondent en zijn vrouw de mogelijkheid hebben om later dingen te gaan ondernemen als zij hier zin in hebben. Verder heeft de respondent zich nog niet echt in HEVO verdiept.

“Het sprak ons aan en we dachten laten we maar lid worden, dan hebben we dat maar vast gehad en we kijken wel waar we gebruik van gaan maken.”

Belangenbehartigingen

De respondent is ook op de hoogte van diensten die HEVO biedt op het gebied van belangenbehartigingen. Dit heeft hij op de website of in HEVO-Actueel gelezen. De respondent heeft hier nog geen gebruik van gemaakt maar het zou best kunnen dat hij dit in de toekomst wel zal doen, dat weet hij nog niet.

Activiteit

Activiteiten die de respondent aanspreken bij HEVO zijn jeu des boules en biljarten. Ook de culturele activiteiten en de sport activiteiten spreken hem aan. Ook al zou hij aan sport activiteiten nu nog niet mee doen omdat hij zelf al druk genoeg is op dit gebied. Fietsen doet hij bijvoorbeeld zelf vaak met zijn vrouw. Maar misschien in de toekomst met HEVO, geeft hij aan.

Naast fietsen, hardlopen, wandelen en fitnessen, golft de respondent ook heel veel in zijn vrije tijd.

De respondent geeft aan dat hij wel wat meer inspannende sportactiviteiten zou willen zien bij HEVO. Hij vindt dat je bij sporten echt moe moet worden. En om jongere senioren aan te trekken zijn inspannendere sportactiviteiten goed om aan te bieden, volgens de respondent. Maar hij zegt ook dat je hier dan weer voor naar de sportschool kunt.

Met een reis meegaan zou de respondent niet zo snel doen, misschien als hij en zijn vrouw tachtig zijn, geeft hij aan. Reizen doet hij namelijk nog genoeg zelf met zijn vrouw.

“We zijn nog niet afhankelijk van de HEVO als het gaat om dingen die we doen.”

Ook de dagtochten die HEVO aanbiedt spreken de respondent aan.

“Ik zag er toevallig eentje staan naar de tweede kamer, ik dacht verrek daar had ik eigenlijk wel mee naar toe willen gaan. Maar die was vol.”

Zo iets lijkt de respondent leuk om te doen, maar bijvoorbeeld naar de Keukenhof lijkt hem niet leuk. Andere dagtochten, zoals een stad bezoeken, doet de respondent nog vaak genoeg met zijn vrouw en hoeft hij dus niet met HEVO te doen.

Prijzen

De prijzen van HEVO vindt de respondent heel goedkoop. De reizen zijn commercieel geprijsd, dus niet heel erg goedkoop, maar verder vindt de respondent alles laag geprijsd.

Communicatie

De respondent is goed op de hoogte van de activiteiten die HEVO aanbiedt en kan veel activiteiten opnoemen. De informatie die de respondent van HEVO krijgt, vindt hij erg goed.

De respondent heeft vooral behoefte aan informatie over wat er bij HEVO te doen is, waar dit is en wanneer. Randinformatie over bijvoorbeeld HEVO leden of vrijwilligers vindt hij minder interessant. Hij heeft enkel behoefte aan informatie over de activiteiten.

De respondent vindt niet dat HEVO iets kan verbeteren in hun informatie verstrekking. Hij vindt de website, nieuwsbrief en het HEVO-Actueel boekje, mooi en volledig.

“En dan ook nog de berichtjes in plaatselijke blaadjes, dat ziet er allemaal fantastisch goed uit vind ik.”

De huisstijl van HEVO vindt de respondent ook erg mooi en beschaafd. De tekst in alle communicatiemiddelen vindt de respondent erg goed en leesbaar geschreven.

Frequentie van communicatie

De respondent geeft aan dat hij het aantal keren dat hij informatie van HEVO krijgt, meer dan genoeg vindt.

“Ik denk dat als HEVO-Actueel een keer in de twee maanden zou komen, dat dat in combinatie met de website voldoende zou moeten zijn.”

Dit denkt hij ook omdat hij aangeeft dat het prijzig is om de HEVO-Actueel te laten drukken. Wel geeft hij aan dat het voor zijn vrouw minder leuk zou zijn als de HEVO-Actueel maar een keer in de twee maanden kwam, omdat zij niet op internet komt, omdat ze computers allemaal maar niks vind.

HEVO-Actueel

De respondent vindt het leuk om de HEVO-Actueel te lezen. Hij vindt het fijner om deze in het boekje te lezen dan op de computer. De respondent geeft aan dat ook zijn vrouw het fijner vind om het fysieke boekje te lezen, omdat zij niet met een computer overweg kan. De inhoud van de HEVO-Actueel vindt de respondent goed. Het geeft voldoende informatie.

Plaatselijke krantjes

Via de plaatselijke krantjes was de respondent bekend geraakt met HEVO. Deze artikelen hebben er niet voor gezorgd dat de respondent lid wilde worden bij HEVO, dat kwam meer door de open dag. De artikelen in plaatselijke krantjes worden wel altijd door de respondent gelezen. Deze artikelen vindt de respondent goed.

Internet

Als de respondent in het algemeen op zoek gaat naar informatie over bepaalde dingen, dan gaat hij eerst altijd op internet kijken. Internet wordt dus veel gebruikt en is voor de respondent belangrijk om informatie op te zoeken. Er wordt dan naar van alles gezocht. Als de respondent ergens iets ziet, bijvoorbeeld op tv, waar hij meer informatie over wil dan zoekt hij dit op, op internet. Ook gebruikt de respondent internet voor marktplaats, hij bestelt ook steeds meer dingen online. De respondent zit voornamelijk op internet via de iPad.

Website

De respondent heeft wel eens gekeken op de website van HEVO. Niet alleen aan het begin, om te kijken wat HEVO nu eigenlijk is, maar nu kijkt hij er nog steeds zo nu en dan eens op. Hij vindt het leuk dat hier af en toe weer nieuws op staat.

Een punt wat de respondent een beetje slordig vond aan de website is dat er nog een oude vacature op staat. Ook ziet hij wel eens kleine taalfoutjes op de website. Hier let hij altijd op omdat hij op zijn oude werk ook altijd de website bijhield. Verder vindt hij de website er erg goed en duidelijk uitzien.

Als de respondent in HEVO-Actueel iets heeft gelezen, dan leest hij als hij hier meer informatie over wil, altijd op de website even verder.

Nieuwsbrief

De respondent leest de nieuwsbrief die hij van HEVO ontvangt altijd. Deze vindt hij volledig qua informatie en ook de uitstraling ziet er goed uit.

Over het algemeen houdt de respondent niet van nieuwsbrieven omdat hij deze zo veel krijgt en je mailbox er helemaal vol van loopt. De respondent zoekt liever zelf naar de informatie die hij nodig denkt te hebben.

De nieuwsbrief van HEVO is gevuld met informatie over dingen die voor de respondent en zijn vrouw interessant kunnen zijn, dus deze leest hij wel.

Social media

De respondent is erg actief op social media. Hij zit op LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram. Hij vindt dit erg leuk. De respondent geeft aan dat hij alleen maar flauwekul op social media zet. Hij vindt het maar niks wat er tegenwoordig allemaal op social media staat, zoals dingen over gezondheid. De respondent zet er meer grappige

dingen op, dit doet hij zeker elke week.

Toen de respondent nog werkte maakt hij het meest gebruik van LinkedIn, nu maakt hij juist weer het meest gebruik van Facebook. Op twitter leest de respondent wel tweets, maar plaatst hij zelf niks.

Als HEVO op social media zou zitten dan zou de respondent hier niet naar kijken. Hij volgt namelijk geen een groep of organisatie via social media omdat hij dit niet interessant vindt en niet van reclame houdt.

Zelf contact opnemen

Als de respondent zelf een leuk idee, of een vraag zou hebben voor HEVO, dan zou hij gemakkelijk contact opnemen met HEVO. Hij zou dan zoeken naar contactgegevens en een afspraak maken met degene die hij nodig heeft. De respondent geeft aan dat hij er ook wel eens aan heeft gedacht om iets voor HEVO te kunnen betekenen. Hij heeft namelijk veel cursussen gegeven op het gebied van communicatie en groepsdynamica. Het lijkt hem leuk om in de toekomst iets bij te kunnen dragen aan HEVO op dit gebied. Dit zou hij in de toekomst willen doen, over een half jaartje misschien, omdat hij eerst wil genieten van vrije tijd na het werkzame leven. De manier hoe de respondent zelf contact op zou nemen is door in de HEVO-Actueel of op de website op zoek te gaan naar contactinformatie. En dan belt of mailt hij de goede persoon. Of hij gaat simpelweg naar De Ontmoeting.

Imago

De respondent geeft aan dat hij en zijn vrouw, zich een tijd geleden nog niet oud genoeg voelden voor HEVO.

“Mijn vrouw en ik voelden ons nog niet zo oud.”

De respondent geeft aan dat hij en zijn vrouw 64 zijn en dat HEVO voor senioren is, maar dat zij zich nog zeker geen senior voelen.

De respondent vindt dat de activiteiten niet echt zijn gericht op activiteiten voor bijvoorbeeld 50-ers.

“Dan zie ik staan: wandelen laag tempo en wandelen hoog tempo. Dan wandelen ze 5 of 10 kilometer. Dat vind ik niks, dat moet 25 zijn, dan ga ik mee. En dat is met fietsen net zo, dan gaan ze 20 kilometer of 40, nee ik wil 100 kilometer fietsen en dan ga ik wel mee. Ik vind dat allemaal net iets voor... daar voel ik me niet oud genoeg voor.”

De respondent geeft aan dat hij denkt dat mensen van in de 50, nog zoveel mogelijkheden hebben, dat zij de HEVO nog niet zo hard nodig hebben. Ook de activiteiten zijn volgens hem minder gericht op mensen uit deze leeftijdscategorie. Als HEVO meer mensen uit deze leeftijdscategorie wil aantrekken, dan moet HEVO meer activiteiten aanbieden die op die leeftijdsgroep afgestemd zijn. Bijvoorbeeld meer culturele activiteiten of inspannendere sporten, net waar die leeftijdsgroep behoefte aan heeft.

“Als zij ook de groep van 50 tot 65 willen bereiken, dan moeten ze toch iets aan het aanbod doen, denk ik.”

Toen de respondent zelf 50 was, zag hij HEVO als een bejaardenclub, geeft hij aan.

“Bij 50 ben je nog geen senior, vind ik.”

Vandaag de dag zijn mensen van die leeftijd ook nog niet zo oud, geeft de respondent aan. Vroeger was dit anders, ze gedroegen zich toen veel meer als oude mensen.

Verwachtingen

Omdat de respondent nog geen ervaring heeft met HEVO, kan hij op dit moment nog niet zeggen of HEVO aan zijn verwachtingen voldoet. Wel heeft de respondent goede verwachtingen van HEVO en noemt hij HEVO veelbelovend.

De sfeer op de open dag was heel erg vriendelijk. Ook vindt de respondent De Ontmoeting een prachtig gebouw. Dus wat dat betreft heeft de respondent een positieve indruk van HEVO.

Betekenisgeving

Belangrijkste reden lidmaatschap

Het contact met andere mensen is voor de respondent een belangrijke reden om lid te zijn bij HEVO. Om mensen te ontmoeten. De respondent vindt HEVO een heel mooie manier om onder de mensen te blijven.

“We moeten niet het beeld hebben dat wij alleen maar binnen zitten en dat je sociaal verarmd zeg maar.”

De respondent is sinds kort gestopt met werken en geeft aan dat als je niet meer werkt dat je dan toch zelf initiatief moet nemen om onder de mensen te blijven.

Een andere belangrijke reden voor het lidmaatschap bij HEVO is om leuke dingen te blijven doen.

Of het leven van de respondent er later anders uit gaat zien als hij geen lid zou zijn geworden van HEVO, weet de respondent nog niet goed. Het ligt er aan hoe hij en zijn vrouw hun leven zelf in gaan vullen, zegt hij. Hij kan nu ook nog niet zeggen of ze later echt veel gebruik zullen gaan maken van HEVO.

“Maar je hebt dan wel de HEVO achter de hand en dat vind ik wel een goed gegeven.”

Betrokkenheid

Omdat de respondent nog weinig met HEVO in aanraking is gekomen, voelt hij zich niet betrokken bij HEVO als organisatie. Hij geeft aan dat dit in de toekomst nog wel zou kunnen komen, als hij meer mensen leert kennen bij HEVO en meer aan activiteiten mee doet.

De respondent geeft aan bereid te zijn om HEVO ergens mee te helpen als zij dit vragen. Dit zou dan een project moeten zijn wat de respondent interesseert.

Aanbeveling

De respondent heeft HEVO nog nooit aanbevolen bij anderen, maar zou dit wel doen.

“Ga maar bij de HEVO kijken, die hebben een ruim aanbod.”

Eindcijfer

Met de kanttekening over de activiteiten voor de wat jongere doelgroep, zou de respondent HEVO een acht als eindcijfer geven. Zeker wel een acht, zegt hij.

Respondent 9

Het interview heeft plaatsgevonden in het kantoor van De Ontmoeting.

Algemeen

De respondent is een vrouw van 70 jaar oud uit Rosmalen.

Activiteiten/diensten HEVO

Bekendheid

De respondent kent HEVO van haar man die vroeger tien jaar lang vrijwilliger is geweest bij HEVO. Toen was zij al bekend met HEVO, haar man was altijd erg enthousiast over HEVO, dus dat gaf de respondent een positief beeld. Zelf zit ze bij de bridge club, wat haar erg goed bevalt en gezellig is. Ook is de respondent ooit naar een film geweest in perron 3, de film ging kapot, maar als dit niet was gebeurd dan beviel dit haar verder goed.

Activiteiten

De respondent kan geen activiteit aangeven die zij eventueel mist bij HEVO. Op dit moment is er niks wat zij mist. De respondent vindt het bridgen erg leuk en voelt zich altijd goed als zij hiermee bezig is bij HEVO. Het aanbod van activiteiten is ook goed, er is voor elk wat wils.

Belangenbehartiging

De respondent is op de hoogte van de diensten die HEVO aanbiedt op het gebied van belangenbehartiging. Zij heeft ook meegemaakt dat HEVO deze diensten aanbiedt toen haar man overleden was. Omdat de man van de respondent vrijwilliger bij HEVO was. HEVO heeft in die tijd contact onderhouden met de respondent. Verder heeft de respondent geen gebruik gemaakt van diensten die HEVO aanbiedt op het gebied van belangenbehartiging. De respondent is 70 geworden dit jaar en toen was het net veranderd op welke leeftijd je

je rijbewijs moet laten keuren. Anders had de respondent dit bij HEVO gedaan en had ze HEVO opgebeld om dit te regelen.

“En wat is dan het eerste dat je belt, de HEVO.”

De reden dat zij dit bij HEVO zou doen en niet ergens anders, is omdat het bij de respondent heel bekend is dat HEVO dit doet. Het komt steeds voorbij in het boekje. Ze vindt het, het makkelijkst om het gewoon door HEVO te laten doen.

Reden lidmaatschap

De respondent geeft aan dat zij lid is geworden van HEVO omdat zij het goed vindt dat je aan de activiteiten kunt deelnemen en dat er voor ieder wat wils is.

Prijzen

De prijzen van HEVO in het café, van de activiteiten en de contributie vind de respondent best meevallen. Ze vindt deze niet te duur.

Communicatie

De respondent heeft het gevoel op de hoogte te zijn van alles wat HEVO aanbiedt. Ze haalt haar informatie voornamelijk van de website en uit HEVO-Actueel.

De respondent vindt niet dat HEVO iets hoeft te veranderen in hun informatie verstrekking. Zij vindt het prima zoals het nu is en kan niets bedenken wat er eventueel bij zou moeten of anders zou moeten. Ze hoeft ook niet per se vaker iets van HEVO te horen, omdat ze niet zou weten wat. Het belangrijkste aan de inhoud van de communicatie vindt zij dat ze weet wat voor activiteiten er zijn. Af en toe een verhaaltje over bijvoorbeeld een lid of vrijwilliger van HEVO vindt zij ook wel leuk, maar het belangrijkste is het aanbod.

HEVO-Actueel

De HEVO-Actueel wordt door de respondent altijd gelezen. Deze bekijkt zij niet op de website maar in het fysieke boekje.

Internet

De belangrijkste manier voor de respondent om op zoek te gaan naar informatie is op internet via de iPad. De computer en de iPad zijn een belangrijk middel voor de respondent. Ze brengt hier veel tijd mee door. Haar iPad ligt altijd op tafel en de respondent vindt dit veel makkelijker en sneller dan de computer. Ze zoekt dan als ze ergens meer over wil weten, alles op via de iPad.

De dingen die de respondent op de iPad doet zijn op nieuws sites kijken en iets opzoeken. Ze krijgt een melding van het nieuws als er iets is gebeurd, dus hier kijkt ze altijd naar. Als de respondent even moet gaan zitten, dan pakt ze al gauw de iPad erbij, dat vind ze erg makkelijk.

Website

De respondent kijkt wel eens een enkele keer op de website van HEVO. De respondent geeft aan dat er niet zoveel veranderd op de website. Maar als zij de nieuwsbrief krijgt dan klikt zij wel eens door naar de website. Uit zichzelf gaat de respondent hier niet snel op kijken, alleen via de nieuwsbrief.

Social media

De respondent maakt geen gebruik van social media. Ze geeft aan dat ze wel twijfelt om op Facebook te gaan, maar ze is bang dat ze dan nog meer tijd op internet spendeert dan ze nu al doet. Ze moet dan ook meteen overal op reageren en dat kost dan weer veel tijd, dus de respondent wacht er nog liever even mee. Andere social media spreekt haar niet aan, alleen Facebook.

Ze heeft ook meegemaakt dat iemand tegen haar zei dat hij haar op een foto had zien staan op Facebook terwijl de respondent hier niks van wist. Je weet niet waar alles blijft, zegt ze. Maar van de andere kant mis je ook veel als je niet op Facebook zit, zegt ze. Bijvoorbeeld dingen van de familie die op Facebook hebben gestaan en waar

de respondent niks van weet. De respondent geeft ook aan dat er veel oudere mensen zijn, waarvan de kinderen hen op Facebook zetten.

“Dan denk ik: wat moet ik nou toch doen? Dus ik twijfel af en toe.”

Als HEVO op Facebook zou zitten dan zou de respondent hier zeker naar kijken als zij er ook op zat.

“Maar ik houd het nog heel even af, want dan moet je weer lid worden en dan krijg je weer vrienden en dingen... daar moet ik nog even over nadenken.”

De respondent geeft aan dat het haar wel slim lijkt als HEVO op Facebook zou gaan, omdat de mensen die nu jonger zijn, wel op Facebook zitten. En deze komen in de toekomst misschien ook naar HEVO.

Nieuwsbrief

De nieuwsbrief wordt door de respondent altijd snel even gelezen. Als haar iets interesseert kijkt zij verder op de website. Maar de meeste dingen heeft zij al gelezen in HEVO-Actueel.

In de tijd dat de man van de respondent vrijwilliger was bij HEVO, werd er nog geen nieuwsbrief verstuurd, geeft zij aan. Ze vindt het goed dat HEVO dat nu wel doet. Omdat de tijd veranderd en mensen steeds meer op de computer zitten.

Plaatselijke krantjes

De artikelen van HEVO in plaatselijke krantjes, ziet de respondent zo tussen neus en lippen eens. Maar meestal heeft de respondent de informatie die hier in staat al ergens anders gelezen, bijvoorbeeld in de nieuwsbrief. Daarom leest ze het niet altijd nog een keer.

Zelf contact opnemen

Als de respondent zelf een aanbeveling, idee aan HEVO heeft, dan zou zij niet heel gemakkelijk naar HEVO toe gaan om dit te vertellen of vragen. Ze geeft aan dat zij hiervoor meer vertrouwder moet zijn met HEVO en er meer over de vloer zou moeten komen en meer mensen zou moeten kennen. Voor een vraag zou de respondent dit wel eerder doen. Ze zou het eerst zelf opzoeken maar pas contact zoeken met HEVO als dit echt nodig is. Ze zou dan naar de Ontmoeting gaan om haar vraag te stellen en misschien van tevoren ook even kijken op de website.

Mond tot mond reclame

De respondent heeft nooit andere mensen iets gehoord over HEVO, bijvoorbeeld dat zij er ook eens naartoe zou moeten. De mensen die de respondent kent doen niets met HEVO, geeft zij aan.

Berichtje over activiteit

De respondent wilde gaan bridgen, maar er was toen een gevorderden cursus. Op een gegeven moment kreeg de respondent van HEVO een berichtje via de e-mail dat ze weer gingen starten. Dit vond de respondent positief.

Imago

De respondent geeft aan dat zij altijd als grapje zei dat ze niet bij HEVO ging voordat ze 65 was.

“Ik heb altijd gezegd: ik wordt pas lid als ik 65 ben. Ik ga niet bij die oudjes.”

De respondent geeft aan dat zij het idee heeft dat er vroeger veel meer ouderen bij HEVO kwamen, ze vindt het een beetje jonger geworden. In de tijd dat haar man vrijwilliger was bij HEVO, waren er volgens de respondent veel meer leden van rond de 80. Nu zijn er meer mensen vanaf 60/70, geeft zij aan. Zij denkt dat dit in die tijd, een beetje het imago van HEVO heeft bepaald.

Van andere mensen hoort de respondent ook wel eens iets over HEVO. Zij zeggen dan vooral dat het allemaal oudere mensen zijn die er komen en dat zij daar zelf nog niet bij horen omdat ze daar nog te jong voor zijn en nog alles zelf kunnen. Maar echt veel wordt er niet over gepraat.

Gevoel

HEVO roept bij de respondent een positief gevoel op.

"Gewoon goed eigenlijk."

Verwachtingen

HEVO voldoet aan de verwachtingen van de respondent. Haar verwachtingen van HEVO zijn het organiseren van activiteiten voor ouderen en het helpen als je iets nodig hebt. Zoals het invullen van belastingen. Een andere verwachting is de collectieve belangenbehartiging. Het opkomen voor de belangen van ouderen, tegenover andere instanties. Dit vindt de respondent belangrijk.

Sociaal contact

De respondent heeft op de bridgeclub wel contacten opgedaan. Met hun bridge groepje oefenen zij ook altijd bij iemand thuis. Die mensen heeft ze wel leren kennen en dat is een leuk groepje. Maar bij bridge moet je ook wel contacten leggen geeft de respondent aan. Verder heeft zij bij HEVO geen contacten opgedaan, omdat bridge de enige activiteit is die ze doet.

De respondent vindt het sociale contact wel belangrijk. Maar niet het belangrijkste.

"Het komt erbij, het is een prettige bijkomstigheid."

Mensen die de respondent kende uit de tijd dat haar man vrijwilliger was bij HEVO, is zij hier niet meer tegengekomen. Het zijn toch allemaal andere mensen geworden en het is ook verjongd volgens de respondent.

Betekenisgeving

Belangrijkste reden HEVO lidmaatschap

De respondent vindt alles belangrijk aan HEVO. Zowel de activiteit zelf, het van huis zijn en het sociale contact met anderen.

"Dat je een beetje blijft en als je interesse hebt dan kun je je aanmelden."

Het leven van de respondent zou er helemaal niet anders uitzien als zij geen lid was geweest van HEVO. De respondent geeft aan dat zij niet zomaar een kop koffie zou gaan drinken in De Ontmoeting. Het lijkt haar goed als HEVO ook meer een buurthuis zou zijn waar dit wel kon, voor de mensen die dit willen.

Het enige wat de respondent zou doen is als zij aan het fietsen was en toevallig langs De Ontmoeting kwam, om naar binnen te gaan om snel naar de wc te gaan. Maar niet om even iets te drinken. De respondent zegt dat dit komt omdat ze hier geen type voor is. Ze weet niet wat HEVO zou moeten veranderen zodat ze dit wel zou doen. De respondent geeft aan dat zij bij Perron 3, makkelijker zomaar naar binnen zou lopen dan bij HEVO. Dit komt volgens haar omdat het meer open is.

"Je loopt daar binnen voor de bieb, of voor een activiteit die er is, het is meer open. Het is niet dat je denkt: goh, ik ga even bij de HEVO binnen."

Betrokkenheid

De respondent heeft niet het gevoel, echt betrokken te zijn bij HEVO als organisatie. Dit komt volgens haar omdat zij daarvoor te weinig bij HEVO doet en te weinig is De Ontmoeting komt. De respondent geeft aan dat zij ook niet per se meer betrokken zou willen zijn bij HEVO. Wel is zij een keer gevraagd voor vrijwilligerswerk, dit was ze toen ook van plan, maar ze kreeg iets aan haar knie. Ook is er sprake van geweest dat ze respondent gastvrouw zou worden, maar dat is er niet meer van gekomen. Nu heeft de respondent er niet echt behoefte meer aan om vrijwilligster te zijn bij HEVO, vanwege haar hernia. Misschien in de toekomst wel, zegt ze. Als de respondent geen hernia had gehad dan zou zij misschien wel willen helpen als vrijwilligster.

"Ik heb er over gedacht, maarja dan moet je het ook doen he, dat komt er dan vaak niet van."

De respondent geeft aan dat het er nooit van is gekomen omdat er altijd wel iets anders is, waar je bijvoorbeeld

thuis weer mee bezig bent.

Als HEVO zelf zou vragen aan de respondent om mee te helpen aan een bepaald project of idee, dan zou de respondent hier wel interesse in hebben. Maar alleen als het iets is wat haar interessant lijkt.

“Als het mijn belangstelling heeft en als ik iets bij zou kunnen dragen dan zou ik dat wel willen doen.”

Aanbeveling

De respondent heeft HEVO wel eens aanbevolen bij anderen. Deze mensen hadden dan eigenlijk geen interesse in HEVO. Voor hen hoefde het niet echt.

Maar sommige mensen reageren ook positief. Maar het is nog niet gebeurd dat iemand ook echt naar HEVO is gegaan, nadat de respondent dit aanbeval, dit kan volgens haar ook komen omdat de bridge vol zat.

“Ik zeg dan: ik zit op briden. Oh leuk dat was misschien ook wel iets voor mij geweest, zeggen ze dan.”

Eindcijfer

De respondent zou HEVO als eindcijfer zeker een cijfer tussen de 8 en de 9 geven.

“Ja misschien... waarom ook geen 10. Maar zo veel weet ik er nou ook weer niet van, ik ben gewoon tevreden”

Interview samenvattingen niet-leden

De niet leden zijn benaderd door mensen in Rosmalen aan te spreken op straat. Aan hen is weer gevraagd of zij andere mensen kennen die mee willen werken aan een interview. Op die manier zijn er vijf mensen geïnterviewd. Via kennissen van Tonny van Raaij zijn 3 leden geïnterviewd. En een respondent is een kennis van een vrijwilliger bij HEVO.

Respondent 10

Het interview heeft plaatsgevonden bij de respondent thuis.

Algemeen

De respondent is een vrouw van 51 jaar oud uit Rosmalen.

Bekendheid

De respondent kent HEVO. Ze heeft er wel eens van gehoord, van mensen uit de straat die wel activiteiten bij HEVO doen.

De reden die de respondent geeft dat de zelf geen lid is bij HEVO, is omdat zij geen tijd heeft, ze heeft nog een huishouden en genoeg te doen, geeft ze aan. Een andere reden is dat zij zich nog te jong voelt om bij HEVO te gaan. Ze denkt dat HEVO meer iets is voor mensen vanaf 60/65.

“Och ik heb geen tijd. En die zijn nog te oud voor mij.”

De respondent geeft aan dat zij misschien wel lid zou worden bij HEVO, als zij alleen komt te staan. Nu heeft ze namelijk nog een man en een thuiswonende zoon. Verder heeft zij ook nog veel mensen om zich heen.

“Als ik alleen kom, dan denk ik dat ik dat toch op ga zoeken.”

De respondent zou ook niet zomaar bij HEVO naar binnen gaan om een kijkje te nemen of een kop koffie te drinken, omdat ze daar geen behoefte aan heeft. Misschien zou ze dit over 10 jaar wel doen, zegt ze. Bij het steunpunt kan dit ook geeft ze aan.

“Ik vind het heel mooi dat het er is, voor mensen die er naartoe kunnen. En misschien dat ik dalk ook wel... maar op dit moment denk ik echt van nee dat hoeft voor mij nog niet.”

Imago

Alles wat de respondent over HEVO heeft gehoord is erg positief.

"Ik hoor alleen maar goede dingen over de HEVO."

De respondent heeft een beeld van HEVO, dat het vooral is voor mensen die alleen zijn, zodat deze elkaar kunnen ontmoeten.

"Een gebouw waar oudere mensen welkom zijn om elkaar een beetje te leren kennen."

De respondent ziet HEVO wel als een plek voor oudere mensen dan dat zij is. Ook bij haar vrienden merkt zij dat zij er ook zo over denken. Maar er wordt eigenlijk heel weinig over HEVO gepraat.

"Wij zijn allemaal rond de 50 en dan ga je de HEVO nog niet opzoeken."

Activiteiten/diensten HEVO

De respondent weet dat je bij de HEVO kunt biljarten, schilderen, fietsen en wandelen. Zij dacht ook dat je bij HEVO kon bingoën. De respondent wist ook dat HEVO dagtochten aanbiedt. Ze heeft het gevoel dat ze goed op de hoogte is van wat HEVO allemaal doet. De respondent wist ook dat HEVO sportlessen aanbiedt, ze wist alleen niet dat zij bijvoorbeeld ook zumba en tai-chi aanbieden. Ook dat HEVO lezingen organiseert en belangen van senioren behartigt door bijvoorbeeld het helpen met belastingen, wist de respondent niet. De respondent vindt dat HEVO heel veel organiseert en een erg uitgebreid aanbod heeft.

"Dat is echt een mooi iets."

Vrijtijdsbesteding

Vakanties

De respondent zegt dat zij nooit op vakantie gaat, dat wil ze niet omdat ze er niks aan vindt.

"Ik ben veel liever thuis."

Dagtochten

Dagjes weg spreken de respondent niet aan. Ze doet dit nooit. Ze gaat wel eens een dagje winkelen in de buurt, maar meer activiteiten doet ze niet. Ze vindt het niet fijn om ver van huis te zijn.

"Het enige wat ik doe is een dagje winkelen hier in de buurt."

'Koffieën'

Iets wat de respondent graag doet in haar dagelijkse leven is: 'koffieën'. Hiermee bedoelt ze dat ze graag op bezoek gaat bij mensen in de buurt om koffie te drinken.

"Ja en dan heb ik het druk genoeg want ik moet mijn huis schoonhouden. En dan moeten er weer boodschappen gehaald worden, er is altijd wel iets."

Activiteit HEVO

Als de respondent over een aantal jaren zou besluiten om toch iets met HEVO te gaan doen, dan zou zij gaan biljarten. Andere activiteiten zoals dagtochten zou zij niet doen. Ook kaarten zou de respondent willen doen, geen bridge, maar bijvoorbeeld wel jokeren. De respondent zou alleen activiteiten in De Ontmoeting willen doen, maar ze zou nergens heen willen gaan. De respondent zou ook gebruik maken van het aanbod van HEVO om belastingen in te vullen, als zij lid was.

De respondent doet op dit moment geen activiteiten bij een andere aanbieder.

Actief blijven

De respondent doet alles op de fiets en zou het heel erg vinden als zij dit niet meer zou kunnen later. Ze zou dan niet meer snel dingen ondernemen.

Sociaal contact

De belangrijkste reden van de respondent om toch ooit lid te worden bij HEVO, zou voornamelijk zijn vanwege het sociale contact. Dit is ook de reden dat de respondent alleen lid zou worden, als zij later alleen zou zijn.

“Dan ga je thuis zitten praktiseren, maar je kunt dan ook zeggen, hee ik kan ook naar de HEVO, dan ben ik er toch even uit.”

De respondent doet liever dingen met anderen, dan alleen. Ze zou ook liever niet alleen naar HEVO gaan, liever met iemand anders. Ze zegt ook dat als haar man mee zou gaan naar HEVO, dat ze dan wel zou gaan. Ook nu al. Dan zou ze willen biljarten. Maar ze zou het niet zelf aan haar man vragen omdat ze er zoveel behoefte niet aan heeft.

Communicatie

De respondent heeft er geen behoefte aan om meer informatie van HEVO te ontvangen. Wat zij nu ziet en leest over HEVO, vindt zij goed en genoeg. Ze zou ook niet persoonlijk door HEVO benaderd hoeven te worden. De respondent wist niet dat HEVO ook wel eens open dagen heeft. Over een paar jaar zou ze daar wel naartoe willen gaan.

“Dat ik denk: Ik zit toch maar alleen, ik heb tijd zat, ik ga daar eens naartoe.”

Plaatselijke krantjes

De respondent komt soms informatie van HEVO tegen in de krant. Dit is in de Rosbode en in het Stadsblad. Dingen die zij hierin over HEVO ziet, leest zij altijd.

“Ik lees het, maar verder eigenlijk niks, want ik denk ik ga er toch niet naartoe, maar ik kijk altijd wel even wat er die week weer te doen is.”

De huis aan huisbladen zijn de enige plekken waar de respondent wel eens iets van HEVO tegenkomt. Alle informatie die de respondent nodig heeft, haalt zij uit deze bladen.

Internet

De respondent zit nooit op de computer en dus ook nooit op internet. Ze heeft wel een computer met internet, maar alleen haar man en zoon gebruiken die, de respondent zelf niet. Ze heeft het niet nodig, zegt ze.

Social media

De man en de zoon van de respondent zitten op social media, namelijk op Facebook. De respondent heeft geen interesse in social media, ze geeft hier helemaal niks om, zegt ze.

“Ik lees mijn krantje en ik ben toch op de hoogte.”

Aanbevelingen

Het is nog nooit gebeurd dat iemand HEVO had aanbevolen bij de respondent. Maar dat komt volgens de respondent omdat iedereen wel weet dat zij toch niet naar HEVO gaat.

Zelf zou ze HEVO wel aanbevelen bij anderen, ook al is zij zelf geen lid. Als zij merkte dat iemand veel tijd had dan zou ze zeggen dat diegene maar eens naar HEVO moest gaan. Ze heeft dit nog nooit eerder gedaan.

Informatie over HEVO

De respondent heeft geen behoefte aan meer informatie over HEVO. Ook niet als dit in een krantje stond. Dit komt omdat ze helemaal geen interesse heeft in HEVO, zegt ze.

Als ze later wel lid zou worden van HEVO, dan zou zij haar informatie het liefst halen uit een boekje met informatie.

Naar HEVO gaan

Als de respondent zelf iets zou willen weten over HEVO, of als zij over 10 jaar wel interesse heeft in HEVO, dan zou de respondent naar De Ontmoeting toe gaan.

“Het zijn toch allemaal mensen die met hetzelfde zitten.”

De respondent woont redelijk dicht bij de Ontmoeting en daarom zou zij later ook eerder naar De Ontmoeting gaan. Als zij niet zo dicht bij De Ontmoeting zou wonen dan lag het er maar net aan hoe goed het er nog zou zijn.

Wel zou de respondent liever met iemand anders naar binnen gaan. Ze zou ook wel alleen gaan, maar liever samen met een ander.

“Met zijn tweeën binnenkomen is toch anders dan alleen.”

Als de respondent eenmaal bekend zou zijn met HEVO, zou het haar niet meer uitmaken om alleen te komen. Want dan ken je alle mensen al, geeft ze aan. Maar in het begin liever samen met een ander.

Mond tot mond reclame

De meeste dingen die de respondent over HEVO hoort, hoort zij via via. Door mensen uit haar straat die wel lid zijn bij HEVO, heeft de respondent een beeld gekregen van wat HEVO is en wat zij doen.

“Het is maar goed dat er zo iets is hoor, voor oudere mensen, vind ik.”

Respondent 11

Het interview heeft plaatsgevonden bij de respondent thuis.

Algemeen

De respondent is een vrouw van 66 jaar oud uit Rosmalen. Haar man was ook bij het interview aanwezig en is 60 jaar.

Bekendheid

De respondent heeft vaak van HEVO gehoord. De respondent en haar man hebben het er wel eens over gehad om lid te worden van HEVO, maar dit komt er niet van, geven zij aan. Ze zijn nog nooit bij De Ontmoeting binnen geweest. Ze kregen op de markt in Rosmalen een keer een folder van HEVO aangereikt en toen hebben de respondent en haar man het er over gehad.

“We weten dat het bestaat. We kennen veel mensen die er een paar jaar bij zitten.”

De respondent geeft aan dat zij wist dat je zomaar bij HEVO naar binnen mag lopen om koffie te komen drinken. Ze weet dit omdat ze mensen kent die dit doen. Ze zou dit zelf alleen nog niet doen, waarom weet ze niet precies.

Imago

De respondent en haar man kunnen beiden niet echt zeggen wat voor beeld zij van HEVO hebben. Wel geeft de respondent aan dat zij van mensen die zij kent die wil lid zijn bij HEVO, weet dat zij voornamelijk lid zijn om contacten te zoeken. Deze mensen zijn meestal ook alleen, geeft de respondent aan.

Zij horen alleen maar goede dingen over HEVO van anderen. Later geven zij aan dat ze wel positief over HEVO denken en dat het wel iets is voor later.

“Ik denk er wel positief over en ik hoor er goede berichten over en ze doen ook veel, maar voor ons op dit moment niet.”

Mensen bij HEVO

De respondent denkt dat er bij HEVO allerlei mensen komen. De man van de respondent weet het niet. De respondent geeft aan dat ze niet denkt dat er bij HEVO alleen maar mensen van de gele hoeve komen. Maar er komen ook mensen die stratenmaker of bouwvakker zijn geweest, zegt zij. Want dat weet ze toevallig omdat ze een paar mensen kent.

Ook voelen de respondent en haar man zich geen senior.

“Om eerlijk te zijn, wij rekenen onszelf nog niet bij de senioren. Over 5 of tien jaar dan wordt het wat anders. We zijn er op dit moment nog niet aan toe.”

Anderen over HEVO

Sommige mensen praten heel positief over HEVO, geeft de respondent aan. Dit zijn vooral alleenstaande mensen. De man van de respondent geeft aan dat het ook vaak oudere mensen zijn. Van rond de 80.

Activiteiten/diensten HEVO

De respondent geeft aan dat je kortingen kunt krijgen bij winkels als je lid bent van HEVO en dat er een hoop te doen is.

De fietstochten die HEVO doet spreken de respondent aan, maar de tijden komen haar niet uit. Ze zou wel mee willen als dit op een andere dag werd georganiseerd, want ze vindt de tochten van de fietsclub soms wel mooi.

De respondent is ook op de hoogte van andere activiteiten die HEVO aanbiedt, zoals kaarten, dansen en biljarten. De man van de respondent wist ook dat je kon kienen, maar dat wist de respondent zelf niet. Hier geven zij allebei niks om.

De leeskring spreekt hen ook niet echt aan, vertellen ze. Misschien in de winter, geeft de respondent aan. Want in de zomer gaat zij naar buiten.

De respondent kent mensen die lid zijn bij HEVO, door hen weet zij voor een groot deel, wat er allemaal te doen is. Ze wist ook dat je met reizen mee kon. Ze geeft aan dat ze tegenwoordig weinig meer hoort over dagreizen.

Hier zou ze ook wel eens mee mee willen gaan. Haar man vindt deze dagtochten ook leuk voor later. De vrouw vindt deze ook wel leuk, maar voor een keer, niet te vaak. De man van de respondent vindt de activiteiten die HEVO aanbiedt eigenlijk niks voor hem, geeft hij later aan.

Omdat hij zelf wandelt en fietst. En de tijdstippen dat HEVO dit doet, dan kan de man van de respondent niet. Hij zou het wel fijn vinden als HEVO opfriscursussen voor EHBO zou aanbieden. Geen reanimatiecursus, maar echt opfriscursussen. Ook vindt hij jeu des boules leuk.

Dansen vindt hij ook wel leuk alleen hij denk dat daar meer vrouwen dan mannen op af komen.

“Weet je wat het is, dan zit daar alleen maar vrouwvolk, maar mansvolk zie je daar niet.”

Ook van het feit dat HEVO helpt met het invullen van belastingen waren de respondenten op de hoogte. Ze hebben dit op het moment niet nodig, omdat ze al iemand hebben die dit voor hen doet.

Als zij het een keer nodig hadden zouden ze wel naar HEVO gaan om dit te laten doen. De man van de respondent zegt dat HEVO wel een paar activiteiten aanbiedt die hem leuk lijken, maar over het algemeen zijn het activiteiten waar de man niet zo veel aan heeft, zegt hij

“Oubollig wil ik niet zeggen... maar het is toch niet echt iets voor mij.”

Prijzen

De man van de respondent kijkt op de website van HEVO naar de activiteit sportief rosmalen 55+. Hij vindt deze wat duur voor 5 maanden.

De vaartocht van Middelburg naar Veere vinden hij niet duur voor wat je krijgt. De respondent vindt dit ook niet.

Vrijtijdsbesteding

De respondent en haar man zeggen dat het er eigenlijk nooit van is gekomen om lid te worden bij HEVO, omdat zij zelf vaak gaan fietsen. Ze zetten dan de fiets achter in de auto en rijden ergens heen om te fietsen. Dit doen de respondent en haar man redelijk vaak.

De respondent en haar man gaan ook nog vaak samen op vakantie. Ze hebben voor van de zomer ook weer een reis geboekt. De respondent en haar man vinden het leuk om buitenshuis activiteiten te ondernemen. Ook actief blijven is voor hen belangrijk, dit doen zij door te wandelen en fietsen.

Ook toneelstukken vindt de respondent leuk om te bekijken, dit zou ze ook wel bij HEVO willen doen in de toekomst.

De respondent en haar man vinden dat ze actiever zijn dan oudere mensen vroeger waren. Ze doen nog heel veel zelf.

“Wij zijn veel actiever, we blijven ook veel langer zelfstandig.”

Sociaal contact

Voor de respondent zou het een reden zijn om bij HEVO lid te worden, om meer contacten op te doen. Nu hoeft zij dit nog niet zegt ze, maar in de toekomst misschien wel.

Voor de man van de respondent is het sociale contact een leuke bijkomstigheid, maar is vooral de activiteit zelf belangrijk.

De respondent en haar man doen liever dingen samen, dan alleen. Ze zouden ook eerst aan iemand vragen of die mee gaat naar HEVO, iemand die al lid is. Ze zouden niet snel alleen gaan. De respondent zou wel alleen gaan, als zij weet dat er mensen binnen zijn die zij kent. De man geeft ook aan dat hij denkt niet veel mensen te kennen bij HEVO, omdat hij denkt dat er veel nieuwe mensen bij zijn gekomen die niet altijd in Rosmalen hebben gewoond.

Communicatie

Internet

De respondent maakt geen gebruik van internet. De man van de respondent maakt hier wel veel gebruik van. Hij computert al 20/25 jaar. Dit doet hij voornamelijk op zijn iPad. De respondent gebruikt de computer nooit.

“En dan zeg ik wel eens: doe het nou eens een keer voor, want als er iets gebeurt dan weet ik er niks van.”

Maar hier heeft zij geen geduld voor. Zeggen de respondent en haar man.

“Dan wil hij het uitleggen en dan ben ik al weer weg.”

Website

De respondent kijkt nooit op de website van HEVO, haar man ook niet. Tijdens het interview bekijkt de man van de respondent de website van HEVO, voor de eerste keer. Haar man zou, als hij informatie zocht over HEVO, als eerst naar de website gaan.

De website vindt hij erg duidelijk en overzichtelijk.

“Hij is compleet duidelijk, je wordt elke keer weer mooi doorverwezen.”

Ook de vormgeving van de website vindt de man van de respondent erg goed.

Social media

De respondent zit nooit op de computer en dus ook niet op social media. De man van de respondent zit hier ook niet op. Ze zien er allebei het nut niet van in.

“Daar begin ik niet aan. Facebook niet, Twitter niet...Als iemand zijn voet verzet heeft dan wordt het al op Twitter gezet.”

Nieuwsbrief

Een nieuwsbrief is een communicatiemiddel wat de respondent en haar man allebei fijn vinden om te ontvangen. De man van de respondent leest vaker nieuwsbrieven die hij ontvangt en hij vindt dit erg handig. De respondent zelf zou aan haar man vragen wat er allemaal in de nieuwsbrief staat, om op de hoogte te blijven. De man van de respondent zou de nieuwsbrief dan voor de respondent uitprinten. Het lijkt haar ook leuk om deze te lezen.

De man van de respondent bekijkt de nieuwsbrief via de HEVO website tijdens het interview. Hij vindt deze erg duidelijk en goed onderverdeeld en hij vindt het handig dat je door kan linken naar de website.

Plaatselijke krantjes

De respondent en haar man zien vaak informatie over HEVO in de Rosbode. Verder kunnen zij geen blad noemen waarin zij HEVO tegenkomen. Alle plaatselijke krantjes worden door de respondent doorgelezen.

Mond tot Mond reclame

Via via horen de respondent en haar man wel eens iets over HEVO. Als de respondent zelf op zoek zou gaan naar informatie over HEVO, dan zou zij dit doen door naar mensen toe te gaan die wel bij HEVO komen. Of door naar De Ontmoeting te gaan.

Zelf contact opnemen

Als de respondent zelf contact op zou willen nemen met HEVO, dan zou zij naar De Ontmoeting gaan. Omdat het voor haar best dichtbij is om hier naartoe te gaan.

Meer informatie over HEVO

De respondent zou het wel leuk vinden om meer informatie over HEVO te krijgen. Zij zou dit het liefst hebben in de vorm van een blaadje of folder waar zij meer informatie in kan lezen.

De man van de respondent zou het liefst digitaal informatie ontvangen. Hij zou het bijvoorbeeld leuk vinden om de nieuwsbrief te krijgen, ook al is hij geen lid.

Respondent 12

Het interview heeft plaatsgevonden in de bestuurskamer van De Ontmoeting.

Algemeen

De respondent is een man van 64 jaar oud uit Rosmalen.

Bekendheid

De respondent is een keer in de Ontmoeting geweest voor een open dag. Ook is hij er een keer geweest voor een kennismakingsgesprek omdat de respondent was benaderd om bij HEVO iets als vrijwilliger te komen doen. Verder komt de respondent nooit in De Ontmoeting. De respondent heeft op dit moment nog geen tijd voor HEVO, omdat hij nog werkt.

Verder kent de respondent HEVO via zijn vrouw, deze is namelijk wel lid. Samen zijn zij naar de open dag geweest omdat de vrouw van de respondent lid wilde worden, de respondent zelf niet.

"Ik heb er gewoon geen tijd voor, ik heb ook geen tijd voor hobby's of iets dergelijks."

Als de vrouw van de respondent geen lid was geweest bij HEVO, dan had HEVO weinig aantrekkingskracht op de respondent, zegt hij. Hij zegt dat dit komt omdat hij er nog niet aan toe is en omdat hij nog zijn eigen bezigheden heeft.

Imago

De respondent omschrijft HEVO als een grote vereniging waar je je hobby kunt uitoefenen en waar je elkaar kunt treffen. Gezelligheid is belangrijk voor HEVO, denkt de respondent.

"Ik ken De Ontmoeting van gezicht, maar verder heb ik er weinig beeld van."

Voordat de respondent bij De Ontmoeting was geweest had hij ditzelfde beeld van HEVO.

Mensen bij HEVO

De respondent ziet de mensen die bij HEVO komen voor zich als mensen vanaf 65 die gepensioneerd zijn. Hij denkt ook dat er veel alleenstaande vrouwen en mannen komen. Mensen onder de 65 komen er alleen als zij niet veel om handen hebben, tijdelijk werkloos of bijvoorbeeld afgekeurd zijn, volgens de respondent.

Ook denkt hij dat de meeste mensen die bij De Ontmoeting komen echte Rosmalenaren zijn die elkaar bijvoorbeeld van de markt kennen. Hij geeft aan dat hij denkt dat het voornamelijk groepjes zijn, die bij De Ontmoeting komen. Hij denkt dat deze groepjes vooral uit onderlinge kennissen zijn ontstaan.

"Ik denk dat het elkaar opzoekt. Dat het mensen zijn met dezelfde achtergronden en dezelfde belangstelling."

Maar als de respondent zijn vrouw hoort dan blijkt het toch niet helemaal waar te zijn. Want die zegt dat er ook veel mensen komen die elkaar niet kennen en die niet uit Rosmalen komen.

“Dus ik heb wel een beetje een verkeerd beeld misschien.”

Later tijdens het interview geeft de respondent aan dat hij zich nog te jong voelt om bij HEVO te gaan.

“Zal ik daar heel eerlijk in zijn? Hier zitten alleen maar oude mensen.”

Biljarten dat vindt hij bijvoorbeeld een oude mannen club en dat is niks voor hem, zegt hij.

Verwachtingen

De respondent geeft aan dat hij het goed zou vinden, zeker omdat HEVO zo groot is, als HEVO meer maatschappelijk betrokken zou zijn bij alles wat er tegenwoordig gaande is in de zorg. Bijvoorbeeld het feit dat de overheid steeds minder doet en dat mensen steeds meer zelf moeten doen.

“Langzamerhand heb je toch een soort maatschappelijke verantwoordelijkheid en ik zou verwachten dat HEVO daar activiteiten op onderneemt.”

Wat de respondent hier dan precies van verwacht is dat HEVO thuiszorg gaat leveren in een lichte vorm. Bijvoorbeeld boodschappen doen, iemand wegbrengen en mensen uit hun isolement halen. Dat HEVO wel wat activiteiten onderneemt om mensen uit een isolement te halen wist de respondent niet. De respondent vindt dat HEVO hiervoor moet samenwerken met andere organisaties, zoals bijvoorbeeld de kerk of verpleeghuizen en woonzorgcentra. Als HEVO deze dingen meer zou doen, dan zouden ze meer maatschappelijke betekenis krijgen, denkt hij. Hij denkt dat ze hiermee ook meer fondsen zouden kunnen aanboren en dat het allemaal wat professioneler zou worden.

Activiteiten/diensten HEVO

De respondent geeft aan dat hij het nu te druk heeft voor activiteiten bij HEVO. Later, als hij het minder druk heeft dan zou hij meer open staan voor het doen van activiteiten. Hij zou het dan bijvoorbeeld leuk vinden om een cursus fotografie te volgen of met reisesjes mee te gaan. Maar op dit moment niet.

“Ik heb een paar hobby's en daar heb ik HEVO niet voor nodig.”

Als de respondent zelf vrijwilligerswerk zou willen doen, zou hij niet aan HEVO denken. Ook als hij later meer tijd zou hebben, denkt de respondent niet dat hij iets zou doen bij HEVO. Hij geeft aan niet zo veel binding te hebben met Rosmalen, meer met Den Bosch. Hij zou dan dus ook eerder vrijwilligerswerk gaan doen in Den Bosch. Bijvoorbeeld in de zorg, iets met belastingaangiftes voor ouderen, formulieren op orde maken of helpen met internet.

“Maar of ik me dan op de HEVO zou oriënteren,... hmm nee dat komt niet in eerste instantie bij me op.”

Hij zou dit eerder in Den Bosch willen doen, of bij de Annenborch. De reden dat de respondent wel naar de Annenborch zou gaan is omdat het vlakbij is voor de respondent.

Kennis activiteiten

De respondent kent de activiteiten en diensten die HEVO aanbiedt, alleen van de open dag. Hij kent bijvoorbeeld het reisclubje, zangkoor, dansen, biljarten en schilderen. Dat HEVO ook vakanties aanbiedt wist de respondent niet.

Vrijtijdsbesteding

De respondent werkt nog en heeft het hier erg druk mee. Verder houdt hij zich bezig met regionale geschiedenis. Hij is lid van een vereniging die zich hier mee bezig houdt. Maar heel veel tijd besteedt hij hier niet aan omdat hij het druk heeft.

Een keer in de maand gaat de respondent naar het theater. Verder zoekt hij vaak zijn kinderen en kleinkinderen op. Af en toe gaat hij ook wel eens naar de film. Dit doet de respondent met zijn vrouw.

Activiteiten

Over het algemeen vindt de respondent fotografie en muziek maken, leuke activiteiten. Ook heemkunde vindt hij leuk.

Bij het doen van een activiteit vindt de respondent alles wel belangrijk, zowel de mensen, de sfeer en bijvoorbeeld de lessen. De respondent vindt het, het belangrijkste om echt iets op te kunnen steken. Maar het contact met anderen vindt hij ook belangrijk, omdat je op die manier ook weer van elkaar kunt leren. Bovendien vindt hij het gezellig.

De respondent vindt het belangrijk om actief te blijven, maar doet zelf geen sport, misschien in de toekomst wel. De respondent vindt het fijn om activiteiten te ondernemen, maar kan zich thuis ook prima vermaken.

“Wat dat betreft heb ik niet echt een vereniging nodig.”

Een keer per week zou de respondent een activiteit willen doen. Een keer in de maand zou weer net wat te weinig zijn. Maar meerdere keren per week hoeft van hem ook niet. Het ligt er maar net aan in welke conditie je bent, geeft de respondent aan. Als je niet fit bent dan wil je meer activiteiten doen omdat dat dan het enige is wat je doet.

Sociaal contact

De respondent zou een activiteit niet alleen doen. Altijd met meerdere personen. De respondent zou wel alleen naar bijvoorbeeld een fotografie cursus gaan, maar niet naar dingen als het theater, omdat gezelligheid hierbij belangrijk is. Hij zou wel alleen naar bijvoorbeeld een sportclub gaan, maar zou het wel leuk vinden om hier weer mensen tegen te komen die hij kent.

Communicatie

Internet

De respondent geeft aan dat hij geen hele actieve zoeker is op internet. De respondent moet echt iets zien langskomen. Het is niet zo dat hij zelf veel op zoek gaat naar informatie.

Voor zijn werk maakt de respondent wel gebruik van internet, hij zit er dan ook dagelijks op. Hij gebruikt het ook om bijvoorbeeld contact te houden met mensen via e-mail. Toch zoekt hij ook wel eens iets op, als hij iets heeft gezien waar hij meer over wil weten. Of hij kijkt filmpjes op YouTube.

De respondent geeft aan dat internet vaak wordt gebruikt als eenrichtingsverkeer. Maar het zou ook anders kunnen. Bijvoorbeeld verzorgingshuizen die familie van patiënten via een online pagina op de hoogte houden van vervangende hulp van een cliënt.

Website

De website van HEVO kent de respondent niet. Hij geeft aan dat deze volgens hem vooral gebruikt wordt door mensen die gericht op zoek zijn naar informatie. Dus voor zaken als het opzoeken van contactgegevens of om te kijken hoe je ergens voor moet betalen.

Folders

Als de respondent losse folders toegestuurd krijgt dan doet hij deze doorgaans meteen weg. De respondent heeft ook een sticker op de deur met de boodschap dat hij geen reclame wil ontvangen.

“En wat ik toegezonden krijg aan post, gaat ook in negen van de tien gevallen, gelijk de prullenbak in.”

Nieuwsbrieven

Een nieuwsbrief vindt de respondent wel handig, om mensen op de hoogte te stellen van een aanbod.

“Maarja, dat krijg je dan ook weer zo veel, dat je denkt van: laat maar zitten.”

Later geeft de respondent aan dat je eigenlijk niks aan een nieuwsbrief hebt, omdat het meestal vol staat met

onzinnige verhaaltjes. De respondent geeft ook aan dat hij nieuwsbrieven die hij ontvangt, nooit leest en altijd meteen weg gooit.

Reclame

De respondent geeft aan dat hij door reclame op televisie niet geprikkeld wordt. Als hij een reclame bijvoorbeeld heel irritant vindt, dan gaat hij hier geen product meer of minder door kopen.

Plaatselijke krantjes

De respondent kent HEVO voornamelijk van de plaatselijke krantjes. Hij leest deze krantjes zelden, maar als hij ze een keer leest dan ziet hij wel eens wat van HEVO staan. Hij leest de artikelen dan niet helemaal door, maar kijkt er even snel overheen. Hij heeft het dan over de Rosbode en het Stadsblad. De respondent leest de krantjes bijna niet omdat hij hier geen tijd voor heeft.

“Dus het is meer dat je een krantje binnen ziet komen en je slaat hem even open, dat je denkt: Oh, HEVO weer.”

Verder leest de respondent het Brabants dagblad. Deze kijkt hij niet helemaal door, maar wel even snel. De enige manier dat de respondent iets ziet van HEVO, is toch in deze krantjes.

“Ik denk voor mij, is denk ik het blijven gebruiken die plaatselijke kranten, van die Rosbode en dan zorgen dat je daar een vooraanstaande plek in hebt, is voor mij voldoende trigger.”

Verder leest de respondent het Brabants dagblad en af en toe de Volkskrant.

Social media

De respondent doet niet aan social media. Omdat hij hier geen tijd voor heeft en het voor een groot deel onzin vindt.

Hij ziet wel goede toepassingen van social media. Bijvoorbeeld voor studenten om contact te houden met leraren en via social media vragen kunnen stellen aan elkaar. Soms vindt de respondent het wel jammer, dan zou hij wel willen weten hoe het met bepaalde personen gaat die hij even niet meer heeft gezien. Maar dit is geen reden om wel met social media te beginnen.

Contact met HEVO

De respondent zou als hij iets over HEVO zou willen weten, niet zomaar naar binnen lopen. Omdat hij geen interesse in HEVO heeft op het moment. Als hij dit wel zou hebben, dan zou hij ook geen contact opnemen, zegt hij.

Vaker door HEVO benaderd worden

De respondent zou op dit moment niet vaker benaderd willen worden door HEVO. Als hij later wel interesse in HEVO zou hebben dan zou hij HEVO wel ergens terug moeten kunnen vinden. Waar weet hij niet, omdat hij op dit moment niet op zoek is.

Aanbeveling

Als iemand HEVO aan de respondent zou aanprijzen, dan zou hij nog geen lid worden van HEVO. Dit omdat hij zich nog te jong voelt om bij HEVO te gaan.

Randinformatie

De respondent vindt het soms leuk om ergens meer randinformatie over te krijgen. Dus niet alleen maar praktische informatie, maar bijvoorbeeld ook eens een verdieping over een bepaald persoon. Bij HEVO zou dit bijvoorbeeld zijn: een lid die een interview geeft. De respondent zou zulke dingen leuk vinden om te lezen. Dus niet alleen maar informatie over wat HEVO doet.

Zelf contact opnemen

De respondent ziet niet in, waarom hij contact op zou nemen met HEVO, want hij heeft er geen interesse in.

Helpen opzetten activiteit

Iets wat de respondent aangeeft dat hij goed zou vinden bij HEVO is als zij zouden helpen met het opzetten van activiteiten. De respondent gaf dit uit zichzelf aan.

Hij heeft een keer gevraagd aan HEVO om een fotografie cursus te geven. HEVO gaf toen aan dat de respondent dit mocht opzetten en dat er een ruimte vrij zou worden gegeven. Maar de respondent zou het fijner vinden als zij hem hiermee zouden helpen, hij vindt het de taak van HEVO om bijvoorbeeld leden te zoeken.

Respondent 13

Het interview heeft plaatsgevonden bij de respondent thuis.

Algemeen

De respondent is een vrouw van 58 jaar oud uit Rosmalen.

Bekendheid

De respondent kent HEVO omdat haar man en haar ouders lid zijn. De respondent hoort van mensen die lid zijn bij HEVO, voornamelijk over de kortingen die je als HEVO lid krijgt bij winkels. Ook heeft zij gehoord van de reizen die HEVO aanbiedt en de informatie avonden.

De reden dat de respondent geen lid is bij HEVO is omdat zij vindt dat ze al bij genoeg andere verenigingen lid is en het hier druk genoeg mee heeft.

“Ik heb daar allemaal geen tijd voor om aan allemaal activiteiten van de HEVO ook nog eens mee te gaan doen.”

Imago

Beeld van HEVO

Het beeld dat de respondent altijd van HEVO heeft gehad, is het beeld van een bejaardenclub. Maar de laatste tijd hoort zij ook dat HEVO activiteiten op het gebied van sport aanbiedt, zoals wandelen en fietsen. Ook heeft zij gehoord dat het niveau van de reizen cultureel is. Het beeld van de respondent is door deze punten, positief geworden.

“Ik denk eigenlijk wel dat het een goede club is.”

Het beeld dat de respondent eerst van HEVO had, is een beetje bijgesteld door de dingen die zij over HEVO hoort. Maar ze geeft aan dat dit ook kan komen omdat zij zelf steeds meer in de doelgroep valt. Toch vindt ze het meer iets voor mensen van 70.

Verwachtingen

De respondent verwacht van HEVO dat zij het sporten voor ouderen blijven stimuleren, dit vindt zij erg belangrijk. Vooral teamsporten vindt zij belangrijk. De respondent heeft de indruk dat HEVO dit goed doet.

Activiteiten/diensten HEVO

De respondent is op de hoogte van wat HEVO aanbiedt, omdat zij wel eens dingen hoort over HEVO van haar man. Ze is niet van alles op de hoogte, maar weet dat HEVO activiteiten op het gebied van sport aanbiedt en dat zij reizen aanbieden.

Activiteiten andere organisatie

De respondent zit zelf bij een vereniging waar zij wel eens activiteiten voor organiseert. Verder zit zij bij een koor en daarnaast af en toe bij een projectkoor. Verder traint ze voor de vierdaagse en zit ze bij een roeivereniging.

Vrijtijdsbesteding

De respondent doet veel op het gebied van sport. Daarnaast staat de respondent met haar man op een camping waar zij regelmatig naartoe gaan.

De respondent gaat af en toe ook naar concerten. Een activiteit die haar leuk lijkt om te doen is om naar een Nederlandstalig toneelstuk of theater te gaan.

De respondent geeft aan geen interesse te hebben in de activiteiten bij HEVO. Als haar man naar bijvoorbeeld

een toneelstuk zou gaan waar ook niet-leden welkom zijn, dan zou de respondent hier misschien wel mee naartoe gaan.

“Als het iets is wat mijn belangstelling heeft, dan is er wel een kans dat ik mee zou gaan.”

Dit heeft de respondent nog nooit gedaan, geeft ze aan. Haar man is namelijk ook nog maar ongeveer vier tot vijf maanden lid bij HEVO. Hij doet nog geen activiteiten bij HEVO.

Belangrijkst bij activiteit

Het belangrijkste bij het doen van een activiteit is dat de respondent er iets van opsteekt of er iets van leert. Dit is vooral bij cursussen of lesactiviteiten zo.

“Dat motiveert me om aan een activiteit mee te doen.”

Belangrijk in leven

De respondent vindt het erg belangrijk om actief bezig te zijn.

“Dus veel sport, maar ook culturele dingen.”

Actief bezig zijn doet de respondent vooral om gezond te blijven. Qua culturele activiteiten houdt zij van klassieke muziek, concerten, theater en toneel. Zulke culturele activiteiten doet de respondent eens in de twee/drie maanden. Maar ze zou dit eigenlijk vaker willen doen.

Deze activiteiten vindt de respondent belangrijker dan bijvoorbeeld afspreken met vrienden, ook al is dat ook belangrijk voor haar.

Activiteit bij HEVO

Als HEVO activiteiten aan zou bieden waar de respondent interesse in heeft, dan zou de respondent deze activiteiten ook bij HEVO willen doen. Op dit moment zijn er alleen geen activiteiten waar zij interesse in heeft en daarnaast doet ze al genoeg, geeft ze aan.

Sociaal contact

De respondent vindt het leuk om samen met anderen iets te doen.

“Net als met het roeien, dat je dan samen met zijn vijven in een boot zit.”

Het ligt voor de respondent een beetje aan de activiteit zelf of zij het fijn vindt om deze alleen, of met anderen te doen.

“Als ik van hier vandaan naar mijn camping loop, dan doe ik dat alleen en dat vind ik dan ook wel heel fijn.”

Communicatie

Nieuwsbrieven

Qua communicatiemiddelen maakt de respondent het liefst gebruik van e-mail. Zij ontvangt dan graag nieuwsbrieven.

Als de respondent een nieuwsbrief ontvangt dan leest zij deze altijd even door. De respondent zou een nieuwsbrief van HEVO niet hoeven en ze zou deze ook niet lezen.

Internet

Niet alle websites zijn voor de respondent toegankelijk omdat zij blind is. Het meest maakt zij daarom gebruik van e-mails met daarin nieuwsbrieven.

Wel begint de respondent steeds meer gebruik te maken van internet. Ze zoekt dan bijvoorbeeld dingen op, wat zij heel erg handig vindt. Ze zoekt dan bijvoorbeeld naar vakantiebestemmingen of kleding, of ze vergelijkt prijzen van bepaalde producten op internet.

De man van de respondent bestelt wel eens wat op via internet. Voor de respondent zelf is dit lastig vanwege

haar blindheid.

Als de website van HEVO toegankelijk zou zijn voor de respondent, dan denkt zij niet dan ze hierop zou kijken.

Social media

De respondent gebruik geen social media. Omdat dit voor haar niet toegankelijk is en omdat ze er geen behoefte aan heeft.

"Als ik iemand wil spreken dan bel ik wel, Skype vindt ik ook een heel goed medium, maar om nou Twitter of Facebook... daar doe ik niet aan."

Mond tot mond reclame

Mond tot mond reclame is voor de respondent belangrijk, vanwege haar blindheid. Ze hoort veel dingen via via en luistert hier vaak naar, vooral omdat zij beperkt is op het gebied van het zelf op zoek gaan naar informatie.

Plaatselijke krantjes

De respondent leest geen plaatselijke krantjes, omdat dit niet gaat vanwege haar blindheid. De man van de respondent bladert wel altijd huis aan huis bladen door en als hij hierin iets tegenkomt waarvan hij denkt dat het interessant is voor de respondent, dan leest hij het voor. Dit geldt voor alle kranten. Hierin ziet hij ook wel eens iets over HEVO staan, maar dit vertelt hij niet zo snel tegen zijn vrouw omdat ze hier geen interesse in heeft. De respondent geeft aan dat zij de huis aan huis bladen heel graag via de e-mail zou willen ontvangen. Zij zou dan het liefst complete krantjes online willen hebben, zodat zij deze ook kan lezen.

Reclame folders

De respondent en haar man ontvangen geen reclame folders omdat zij een 'Ja Nee' sticker op de deur hebben. Dit omdat zij geen interesse hebben in reclame. De respondent zou wel graag willen weten waar er ergens allemaal aanbiedingen zijn, maar dit vraagt zij altijd in bijvoorbeeld een winkel.

Meer informatie over HEVO

De respondent zou er op dit moment geen behoefte aan hebben om via bijvoorbeeld een e-mail of nieuwsbrief, meer informatie te krijgen van HEVO, geeft zij aan. Dit komt omdat zij het erg druk heeft en toch geen lid zou willen worden bij HEVO.

De respondent zou hier later misschien wel behoefte aan hebben, geeft zij aan.

"Misschien als ik 70 plus ben ofzo."

De respondent geeft aan dat haar man lid is van HEVO, dus als er iets is dat ze dit van wel via hem te horen krijgt.

"In mijn beleving hoef je niet allebei lid te zijn, als je geen belangstelling hebt voor de activiteiten."

Aanbeveling

Als iemand HEVO aan de respondent zou aanbevelen dan zou de respondent nog steeds niet komen.

"Daar heb ik altijd een aversie tegen, als mensen me iets gaan aanprijzen, dan denk ik: Nou dat doe ik in mijn eigen tijd en op mijn eigen manier wel."

Ook als haar man dit zou zeggen, zou de respondent er nog een kritisch voor zichzelf over nadenken. Want wat voor iemand anders leuk is, hoeft voor haar helemaal niet interessant te zijn, geeft ze aan.

Persoonlijke benadering

Ook een persoonlijke benadering vanuit HEVO zou bij de respondent averechts werken. Ze zou het niet op prijs stellen als HEVO haar bijvoorbeeld zou bellen, of naar haar toe zou komen.

De respondent hoeft sowieso op dit moment geen informatie over HEVO.

"Ik hoor het van mijn man en anders hoeft het op het moment van mij niet."

Contact met HEVO

Als de respondent een vraag zou hebben aan HEVO of hier toch interesse in kreeg, zou zij naar De Ontmoeting gaan. Het hangt wel af van de activiteit, in sommige gevallen zou de respondent namelijk ook eerst bellen.

Respondent 14

Het interview heeft plaatsgevonden in de bestuurskamer van De Ontmoeting.

Algemeen

De respondent is een vrouw van 60 jaar oud uit Rosmalen.

Bekendheid

De respondent kent HEVO voornamelijk van haar burens, die vrijwilligers zijn bij HEVO. Daarnaast kent ze HEVO van het Rosmalens Dagblad. Ze vindt het fijn dat hier informatie over HEVO in staat.

Reden geen lid

De respondent is geen lid bij HEVO omdat zij zich er nog te jong voor voelt en omdat ze nog niet alleenstaand is. Ze zou later misschien wel lid willen worden bij HEVO, maar ze geeft aan dat dit niet gebeurt als je jonger bent.

“Als je jonger bent dan heb je nog zo veel bezigheden, dan heb je gewoon geen tijd.”

Als de respondent 70 of 75 zou zijn dan zou ze meer interesse hebben in HEVO.

“Dan zou ik zeker even komen kijken wat het aanbod is en wat ik leuk zou vinden.”

Op het moment heeft de respondent nog genoeg andere bezigheden.

“Ik heb genoeg bezigheden, dus het is nog geen noodzaak om lid te worden.”

Imago

De respondent begint het interview door uit zichzelf te zeggen dat zij zich nog te jong voelt voor HEVO. Als zij alleenstaand zou zijn zou ze wel naar HEVO gaan.

“Dan zou ik het zeker doen, gewoon ook voor de contacten. Je leert mensen kennen en je dag wordt ingevuld”

Verder is haar beeld van HEVO prima, ze ziet het als een ontmoetingscentrum voor oudere mensen. Zowel mannen en vrouwen die echt op leeftijd zijn en gezellig dingen samen doen, zoals biljarten en kaarten.

Oudere mensen

De respondent ziet HEVO als een organisatie voor mensen die ouder zijn en alleenstaand zijn.

“Ik zie het echt als een plek voor mensen die ouder zijn en ook voor alleenstaanden. Voor hen lijkt het me heel fijn en zou ik het zelf ook zeker doen.”

Of de respondent denkt dat er bij HEVO voornamelijk alleenstaanden komen, weet ze niet zeker, dit heeft ze nog van niemand gehoord. Maar als zij op bijvoorbeeld haar 65^{ste} weduwe zou worden, dan zou ze ook bij HEVO gaan kijken. Omdat je anders eerder vereenzaamt, geeft ze aan.

Moderne uitstraling

De respondent vindt het fijn dat HEVO een moderne uitstraling heeft. Dit past goed bij haar generatie. Het hoeft allemaal niet meer zo oubollig, geeft ze aan.

Binnen lopen bij HEVO

De respondent geeft aan dat ze het lastiger vindt om zomaar naar binnen te lopen bij HEVO. Maar als ze er behoefte aan zou hebben om iets bij HEVO te gaan doen, dan zou ze deze drempel wel over gaan.

Liever gaat ze eerst naar de open dag, omdat je dan toch wat soepeler instapt, geeft ze aan. Ze vindt het

prachtig dat deze open dagen er zijn. Ze zou wel eerst op de website kijken welke activiteiten er allemaal zijn, wat het kost en of er nog plaats is.

Verwachtingen

De respondent verwacht in ieder geval dat HEVO activiteiten aanbiedt. Maar ze zou het ook leuk vinden als er informatie dagen of avonden waren over bepaalde onderwerpen die betrekking hebben op senioren, zoals de veranderingen in de zorg. De respondent wist niet dat HEVO al zulke lezingen en cursussen gaf. Ze vindt dit erg goed.

De respondent weet niet of HEVO aan deze verwachtingen voldoet, omdat ze niet weet welke informatie avond er zoal zijn en met welke onderwerpen.

Activiteiten/diensten HEVO

De respondent wist dat je bij HEVO kon kaarten en biljarten. De respondent vindt de activiteiten erg goed.

"Het zijn perfecte bezigheden natuurlijk, vooral voor mensen die AOW hebben."

Naast deze dingen kon de respondent niets noemen wat HEVO nog meer allemaal aanbiedt.

"Maar het zal wel van alles zijn zoals handwerken en bloemschikken en yoga."

Toen de respondent hoorde wat HEVO allemaal deed, vond ze dat perfecte activiteiten.

Andere aanbieder

De respondent doet geen activiteit bij een andere aanbieder. Ze doet alleen activiteiten vanuit zichzelf. Ze zit bij een yogaclub en een koor, maar dit is niet via een andere aanbieder. Het is gewoon particulier geregeld.

"Hartstikke mooi, zo leer je ook weer mensen kennen. Heel leuk."

Vrijtijdsbesteding

De respondent gaat regelmatig uit. Ze gaat dan bijvoorbeeld naar een theater, uit eten, film, musical of museum. Ook neemt ze momenteel gitaarlessen.

Een activiteit die de respondent aanspreekt is tai-chi. Ook een koor vindt ze leuk, maar dat ligt er maar net aan hoe zij zingen.

De respondent geeft aan dat ze ziek is geweest en momenteel in de WAO zit. Hierdoor kan zij niet alle activiteiten doen. Gitaarles is juist erg goed, om de hersenen actief te houden. Maar dansen zou voor de respondent bijvoorbeeld te druk zijn. De respondent heeft activiteiten nodig die niet te druk, maar juist iets rustiger zijn. Als de respondent geen beperkingen zou hebben zou ze het erg leuk vinden om te dansen. En dan geen volksdansen, maar modern dansen.

De respondent geeft aan dat het belangrijk is hoe HEVO een activiteit aanbiedt.

"Het is maar net hoe ze het aanbieden, er moet een beetje uitdaging in zitten."

Belangrijk bij activiteit

De respondent vindt alles belangrijk bij het doen van een activiteit. Sociaal contact, de activiteit zelf en hier iets van leren, en het feit dat je van huis bent.

"Het is het ontmoeten van mensen en je moet er iets van kunnen leren, maar het moet je ook interesseren."

Belangrijk in leven

"Mijn leven wordt meestal gewoon ingevuld. Ik weet 's morgens niet wat ik die dag heb."

Soms denkt de respondent dat ze een dag niks heeft, maar uiteindelijk is haar dag dan toch helemaal volgepland. Ze geeft aan dat ze er niet over na hoeft te denken, want haar dag komt vanzelf vol.

Ze vindt dit wel fijn, want anders ga je je vervelen. En dan moet je wel iets gaan opzoeken. Maar de respondent heeft het zelf druk genoeg, geeft ze aan.

De respondent zegt ook dat ze het nodig heeft om activiteiten te blijven doen, dit doet ze liever dan thuis zijn, want dan wordt ze ongelukkig.

Actief zijn

De respondent vindt lichaamsbeweging erg belangrijk. Ze doet hier zelf ook veel aan: wandelen, fietsen, yoga en zingen. Maar ze vindt het vooral ook heel belangrijk om mentaal bezig te zijn. De hersenen moeten namelijk ook goed werken. Activiteiten waarmee je de hersenen stimuleert zijn ook nodig, zegt de respondent. Voor de respondent is een voorbeeld van een activiteit hiervan: gitaar spelen. Omdat ze zich hier heel erg goed voor moet concentreren, wat meestal het probleem is. Ze wordt normaal erg snel moe.

Sociaal contact

Of de respondent een activiteit liever alleen doet of liever met anderen, ligt aan de activiteit. Ze heeft er nog nooit zo over nagedacht. Ze vindt het fijn in het koor, wat een grote club is. Maar ook yoga vindt ze fijn, met een klein clubje.

“Maar ik kan ook alleen zijn.”

Maar als je bijvoorbeeld 5 kilometer gaat wandelen of fietsen, dan vindt de respondent het gezelliger met zijn tweeën. Als er niemand mee gaat, gaat ze ook alleen, maar het is gezelliger met zijn tweeën.

Communicatie

De respondent geeft aan dat zij op een heel gerichte manier naar informatie zoekt. Als ze iets nodig denkt te hebben, dan gaat ze kijken. Het liefst op internet.

Plaatselijke krantjes

De plaatselijke krantjes die de respondent krijgt, daar kijkt ze altijd even doorheen. Bijvoorbeeld het Rosmalens Dagblad en het krantje van Den Bosch.

De respondent kent de Rosbode en het Stadsblad ook. Deze kijkt ze altijd globaal door.

“Ik lees dan alleen wat me interesseert, want er is niet doorheen te komen.”

De Krant leest de respondent wel elke dag, maar het wordt wel heel veel als je ook alle huis aan huis bladen er dan nog eens bij krijgt. Wat ze wel leest zijn bijvoorbeeld dingen over de Heemkunde kring, dit vindt ze erg interessant.

Over HEVO ziet ze vast en zeker wel eens iets in deze blaadjes staan. Die leest ze dan wel altijd even.

De krant die de respondent leest is het Brabants dagblad en de weekend Telegraaf.

Folders

De respondent geeft aan dat reclame folders binnen een half uur in de papierbak liggen. Ze kijkt er wel even vluchtig overheen. Ze heeft het dan over folders met aanbiedingen. Ze vindt dit verschrikkelijk. Reclame op tv kijkt de respondent ook nooit zegt ze.

Folders van HEVO vindt ze anders, die zou ze wel doorkijken omdat hier informatie in staat en geen reclame. Ze zou deze wel doorlezen, maar zegt dat ze zelf weer heel anders naar informatie zou zoeken.

Internet

Als de respondent in het algemeen zoekt naar informatie, dan doet zij dit het liefst via internet. Ze kijkt dan bijvoorbeeld naar vergelijking sites, of ze zoekt informatie op over iets waar ze meer over wil weten.

Als ze op zoek was naar HEVO dan zou ze ‘HEVO Rosmalen’ intypen en dan zou HEVO er bij moeten staan, zegt de respondent.

“Je kunt bijna alles op internet vinden dus... wil je iets weten, dan kijk je op internet.”

Website

De respondent vraagt zelf of HEVO een website heeft, want dit wist ze nog niet. Ze vindt het erg goed dat HEVO een website heeft.

De respondent zou op de website van HEVO naar informatie gaan zoeken, als zij op een gegeven moment meer

interesse kreeg in HEVO.

Social media

De respondent zit niet op social media

"Nee daar doe ik niet aan mee, echt niet. Daar heb ik geen zin in."

Het kost de respondent te veel tijd om ook hier weer tijd in te moeten investeren, hier heeft ze geen zin in. Ook omdat er een hoop onzin op geplaatst wordt, geeft de respondent aan. Misschien tegen de tijd dat haar kleinkinderen er op zitten, maar nu zeker nog niet.

Wel maakt de respondent gebruik van Skype, dat vindt ze erg handig om mensen te spreken als die bijvoorbeeld op reis zijn.

Smartphone

De respondent vertelt dat ze een smartphone heeft waarmee zij op WhatsApp zit. Hier maakt ze alleen niet zoveel gebruik van omdat ze niet weet wat ze er allemaal op moet vertellen. Misschien om dingen af te spreken, maar meer ook niet.

"Ik zie soms van die vrouwen en die zitten dan continu met dat ding, dat denk ik doe even normaal."

"Ik begin er nog niet aan, nog niet."

Haar telefoon gebruikt ze wel om haar mail op te bekijken. Want dat gaat sneller dan wanneer je de computer weer helemaal moet opstarten.

Op haar telefoon zou ze niet naar een website gaan, dat doet ze via de tablet.

De tablet gebruikt ze alleen als het nodig is. Echt om gericht ergens naar te zoeken.

Vaker van HEVO horen

De respondent zou het wel leuk vinden om vaker iets van HEVO te horen, maar pas als zij ouder is. Nu heeft ze het nog niet nodig.

"Vanaf 65 misschien, dan begint dat te komen he."

De respondent denkt dat het goed is als HEVO oudere mensen persoonlijk zou benaderen. Mensen waarvoor de drempel te hoog is om bij HEVO te komen. Of voor mensen die niet mobiel zijn, om met hen de mogelijkheden door te spreken. Zelf zou ze dit wel leuk vinden, maar het is voor haar niet nodig omdat ze toch uit zichzelf wel komt.

"Ik zou die drempel toch wel pakken, omdat ik een leuke dag invulling wil hebben. Maar een telefoontje daar is niks mis mee, dat zou ik prima vinden."

Zelf contact opnemen

Als de respondent lid zou zijn van HEVO, zou zij een vraag of idee makkelijk aan HEVO voorleggen. Als andere mensen dit niet doen dan lijkt het haar slim om mensen anoniem iets in te laten vullen op een briefje.

Op dit moment weet ze het niet omdat ze geen vraag of idee heeft voor HEVO. Dan zou zij eerder naar de burens toe gaan, of even naar HEVO bellen. Maar voordat ze contact opneemt, zou ze altijd eerst op de website van HEVO kijken.

Naar De Ontmoeting gaan is voor de respondent ook geen probleem.

Respondent 15

Het interview heeft plaatsgevonden bij de respondent thuis.

Algemeen

De respondent is een man van 76 jaar oud uit Rosmalen.

Bekendheid

De respondent heeft wel eens van HEVO gehoord. Dit heeft hij voornamelijk van kernmagazine, een wijkblaadje

van de wijken centrum en hondsberg, hij geeft aan dat hier vaak iets over HEVO in staat. Ook heeft hij het in de Rosbode en in het Brabants Dagblad gezien. Meestal staat hier dan in dat er een wandeling of een fietstocht is. Of iets over een film in Perron 3. De respondent geeft uit zichzelf aan dat hij door deze artikelen weet dat HEVO bestaat en wat het is.

Verder heeft hij het ook wel eens over met mensen uit de straat over HEVO gehad.

“Zo van: zijn jullie lid ofzo? Op die manier, zo maar eens terloops.”

Omdat de respondent nog veel samen met zijn vrouw doet, heeft hij nooit de behoefte gehad om HEVO op te zoeken en om andere mensen op te zoeken. Als hij alleen zou zijn misschien wel.

“Als ik alleen kom te zitten, dan denk ik dat ik misschien wel bij het biljarten bij HEVO zou proberen of dat een gezellige club is.”

Hij geeft aan dat het ook zou kunnen dat hij naar een andere club zou gaan. Bijvoorbeeld de Hazelaar. Maar dit weet hij nog niet.

Imago Beeld

“Een voorziening voor ouderen, die daar behoefte aan hebben. En dan denk ik aan mensen die graag een potje biljarten, die zullen wel bij de HEVO terecht komen.”

Mensen bij HEVO

De respondent geeft uit zichzelf aan dat hij HEVO voornamelijk ziet als een plek waar oudere mensen komen die alleenstaand zijn.

“Voor mensen die alleen zijn, is het een heel prettig aanbod, maar ook als je samen bent en je hebt daar behoefte aan. Wij zeggen soms: als een van ons tweeën overblijft, dan zouden we misschien wel lid worden van HEVO.”

De respondent denkt dat er bij HEVO mensen komen die behoefte hebben aan gezelligheid. Meer behoefte aan gezelligheid dan ze om zich heen hebben. Maar ook mensen die pas gepensioneerd zijn en nog heel actief zijn.

“Ik denk dan aan pas gepensioneerden en alleenstaanden, en aan oudere senioren, maar die komen dan meer om eens een kopje koffie te drinken ofzo.”

De respondent denkt dat er regelmatig mensen bij HEVO komen die gezelschap zoeken en even een kopje koffie komen drinken. De respondent ziet het een beetje als een mogelijkheid van een buurthuis. Vooral mensen die misschien niet meer zo actief zijn zouden dit volgens hem doen.

Binnenkomen bij HEVO

De respondent geeft aan dat wanneer hij eerst zou bellen naar HEVO, voordat hij er zomaar naar binnen zou lopen.

Verwachtingen

De respondent weet niet goed wat hij van HEVO moet verwachten. Voor hem zelf zou biljarten en schaken interessant zijn. En heel misschien een leesclub. Maar dat weet hij nog niet goed omdat hij graag zelf boeken uitkiest die hij leest. En hij weet ook niet of hij hier nog actief genoeg voor is. Hij verwacht van HEVO dat zij activiteiten aanbieden, gericht op ouderen. Hij weet niet goed of HEVO aan die verwachtingen voldoet.

Activiteiten/diensten HEVO

De respondent wist dat HEVO wandelen, fietsen, biljarten en films aanbood.

Ook wist hij dat er ooit een schaak club was. Hier is hij alleen niet bijgegaan omdat hij die middag niet kon. Als hij wel had gekund, was hij misschien wel bij HEVO gegaan, maar dat lag een beetje aan de situatie. Omdat zijn vrouw momenteel ziek is. Hij zit nu bij een andere schaakclub. De reden dat hij bij deze club zit en niet bij HEVO,

is omdat daar heel serieus geschaakt wordt. Na een partij wordt het spel nog nabesproken. De respondent had het beeld dat dit bij HEVO minder was. Dat is al wel een hele tijd geleden, geeft hij aan.

Dansen lijkt de respondent leuk, maar dat zou hij nu niet meer doen.

Hij denkt dat HEVO goede activiteiten aanbiedt.

De respondent en zijn vrouw gaan wel regelmatig naar bijvoorbeeld een film in de Verkadefabriek.

Vrijtijdsbesteding

De respondent en zijn vrouw houden van wandelen en fietsen. Verder gaan ze regelmatig naar de film en een enkele keer naar een toneelstuk. Verder gaat de respondent een keer per jaar met een groep vrienden naar een familietheater. En gaat hij met zijn vrouw wel eens naar een museum.

“Dus de activiteiten die we zien die HEVO aanbiedt, daar hoeven we geen gebruik van te maken, omdat we dat zelf al doen.”

De respondent geeft ook aan dat hij ook heeft ervaren dat als hij gaat wandelen en fietsen met vrienden, dat zij dit dan vaak net iets te vlug doen. Daarom vindt de respondent het gezelliger om samen met zijn vrouw, in hun eigen tempo te wandelen en fietsen.

Verder gaan de respondent en zijn vrouw wel eens eten samen met vrienden, of ergens uit eten. Momenteel hebben ze het ook druk met naar het ziekenhuis gaan vanwege de vrouw van de respondent. Of hun kleindochter komt bij hen. Hij vindt verder biljarten, schaken en lezen leuke activiteiten.

Het lijkt de respondent ook leuk om ooit eens vrijwilligerswerk te doen. Hij zou dit misschien ook bij HEVO willen doen.

“Maar ik ken de hele sfeer van HEVO niet, dus dat zou me dan mee of tegen kunnen vallen, dat weet ik niet. Maar dat zou ik dan overwegen. En dan zou ik daar ook wel eens binnenlopen, dat denk ik wel, dat ik dat zou doen.”

Hij zou dan bijvoorbeeld taallessen willen geven. Hij is ook ooit vrijwilliger geweest in Den Bosch, maar het verre fietsen werd hij zat, hij zou dus iets willen doen in Rosmalen.

Belangrijk in leven

Belangrijk is ook om met zijn vrouw een leuke tijd te hebben. Vooral nu zij ziek is. Ze gaan dan niet zo snel het huis uit, alleen als dat nodig is om bijvoorbeeld te bewegen. Of ze gaan samen naar vrienden als ze dat gezellig vinden.

“Maar het accent ligt nu meer op samen dingen te doen, een leuke tijd hebben met elkaar. Maar ook je eigen dingen doen.”

De respondent vindt het fijn om activiteiten te ondernemen, maar momenteel vindt hij thuis zijn belangrijker.

“Die andere dingen zijn allemaal afwisselingen zeg maar, maar het accent, de hoofdtijd, ligt nu op thuis.”

De respondent geeft aan dat hij thuis ook genoeg te doen heeft. Dingen als koken, poetsen en boodschappen doen.

Actief zijn

De respondent vindt het erg belangrijk om actief te zijn. Dit doet hij zelf door te wandelen en te fietsen en in de tuin te werken. Het moet alleen niet al te lang duren.

Maar de respondent merkt wel goed dat hij steeds ouder wordt en bepaalde dingen niet meer zo gemakkelijk kan.

Kleine stukken van bijvoorbeeld 5 kilometer wandelen, lijkt de respondent leuk om te doen met HEVO.

“Om een stok achter de deur te hebben, om toch te bewegen, maar dan wel met een clubje dat niet te lang bezig is. Dat zou wel een mogelijkheid zijn voor mij, denk ik.”

Belangrijk bij activiteit

Het van huis zijn is voor de respondent niet belangrijk, want hij heeft het thuis ook erg goed naar zijn zin. Hij

vindt het heel belangrijk om met iets bezig te zijn wat heel interessant is. Maar ook dat hij dit samen doet met andere mensen. Maar de inhoud van de activiteit is het belangrijkste

“Toen ik bij bijvoorbeeld de schaakclub ging, was dat vooral omdat ik schaken zo intrigerend vond. En bij biljarten zou ik dat ook hebben.”

Het sociaal contact is toch ook belangrijk, want anders had hij ook wel op internet kunnen gaan schaken, geeft de respondent aan. Het contact met anderen bij een activiteit is steeds belangrijker voor hem geworden.

“Ik ben wel begonnen met het inhoudelijke, maar ik ben bij de club gebleven vanwege dat contact met andere mensen die ook diezelfde interesse hebben.”

Maar hij zou geen activiteit gaan doen die hem niet echt aanspreekt, alleen maar om andere mensen te ontmoeten.

Sociaal contact

Het ligt aan de activiteit of de respondent dingen liever alleen doet of met anderen. Schaken doet hij bijvoorbeeld liever bij de club, want alleen vindt hij dat niet leuk. De respondent geeft aan dat hij, als hij een activiteit heel leuk zou vinden, dit ook wel alleen zou doen. Maar een potje alleen biljarten zou de respondent nooit doen, geeft hij aan.

Communicatie

Internet

De respondent gaat het eerst op zoek naar informatie via internet. Tenzij hij weet dat hij een blaadje heeft liggen met informatie, dan kijkt hij daar eerder in.

Maar als dit er niet is, dan is internet het eerste wat de respondent gebruikt.

De respondent geeft uit zichzelf aan dat hij de website bijhoudt van de schaakclub waar hij bij zit. Hij is hier geen secretaris meer van, maar houdt alleen de website bij. Hij geeft aan dat hij dit fijn vindt, om je nuttig te voelen als mens. De respondent maakt dan bijvoorbeeld wel eens een verslagje over het schaken op de website. Maar over het algemeen maakt hij niet zoveel gebruik van internet. Hij bekijkt wel elke dag zijn e-mails. De vrouw van de respondent maakt veel meer gebruik van internet.

De respondent geeft aan dat hij heel weinig bezig is met het zoeken naar informatie via internet. Zijn vrouw doet dit veel meer. Soms wel als de respondent iets heeft gehoord of gezien waar hij meer informatie over wil.

“Bijvoorbeeld als er vrienden komen eten, dan gaat het op een gegeven moment ergens over, bijvoorbeeld over een bepaald woord of een bepaald begrip en soms ga ik dan even naar boven om het op internet te bekijken. Soms pak ik ook wel eens een woordenboek, maar in zo’n situatie kan het wel gebeuren dat ik op internet kom.”

De website van HEVO heeft de respondent nog nooit gezien.

Social media

De respondent zit niet op social media, zijn vrouw ook niet. Daar hebben ze allebei geen behoefte aan.

“Omdat we het idee hebben dat daar zo veel geouwebet wordt. Weinig gericht en weinig informatief, voor ons is het eigenlijk onzin. Voor die mensen niet, dat snap ik wel.”

“En ook om jezelf bekend te maken, wij hebben geen van tweeën de behoefte, om ons bekend te maken en om ons te presenteren. En ook niet om dat van andere mensen te zien.”

De respondent vindt het genoeg om van mensen te horen wat zij gedaan hebben. En in de krant leest hij wel weer nieuws over de maatschappij.

Ook als HEVO op social media zou zitten zou de respondent er niet naar kijken.

Huis aan huisbladen

Als de respondent iets over HEVO ziet, in huis aan huisbladen, dan leest hij voornamelijk de koppen. Wat hij ziet gaat altijd over wandelen, fietsen, een lezing of een film.

De respondent heeft het dan over de Rosbode, daar staat het meeste in, maar ook in het Brabants Dagblad of het Kernmagazine. Het meeste wat hij aan informatie over HEVO tegenkomt, vind hij in deze bladen. Als de respondent informatie in een krantje heeft gezien en hij wil er meer over weten, dan kijkt hij de informatie altijd nog eens na in dat krantje. Verder leest de respondent in het weekend de Volkskrant of Trouw.

Vaker iets van HEVO horen

De respondent heeft er geen behoefte aan om vaker iets van HEVO te horen. Wat hij in de krantjes ziet is genoeg.

“Wat wij in de krantjes zien vangen we op en als daar iets interessants bij staat kijk je even iets langer.”

Omdat er in het leven van de respondent nog niet echt plaats is voor HEVO, heeft hij geen behoefte aan meer informatie, geeft hij aan.

De respondent heeft er ook helemaal geen behoefte aan om persoonlijk door HEVO te worden aangesproken. Hij geeft aan dat dit soms voelt alsof je wordt omgepraat en de respondent en zijn vrouw doen liever dingen op eigen initiatief. Als de respondent alleen zou zijn dan zou hij er wel interesse in hebben dat er iemand van HEVO kwam vertellen wat het aanbod zoal is.

Mond tot mond reclame

De respondent zegt weinig te horen van andere mensen over HEVO, omdat hij niet veel mensen kent die lid zijn bij HEVO. Hij kent meer mensen die naar de Verkadefabriek of de Aziëfabriek in Den Bosch gaan.

“De mensen die wij kennen zijn niet zo op HEVO gericht, dus we zitten daar eigenlijk niet zo in. En we zijn er ook niet echt op uit he.”

De respondent geeft aan dat hij misschien wel lid zou worden bij HEVO, als andere mensen HEVO bij hem zouden aanraden. Maar het zou dat wel een activiteit moeten zijn die hem heel erg aanspreekt.

“We hebben nu het idee dat we best zonder HEVO kunnen. Omdat wij voor de activiteiten wandelen, fietsen en film, de HEVO niet nodig hebben.”

Op de hoogte houden wanneer wel lid

Als de respondent meer zou willen weten van HEVO, dan zou hij dit het liefst zien in een brochure of boekje waarin alle activiteiten beschreven staan. Met daarbij wanneer het allemaal is.

Zelf contact opnemen

Als de respondent een idee of vraag voor HEVO zou hebben, dan zou hij contact opnemen door te bellen. Hij zou hier geen moeite mee hebben en heeft geen drempel die hij voelt bij HEVO. Maar hij zou niet zo snel naar De Ontmoeting gaan, omdat het makkelijker is om gewoon even te bellen, geeft hij aan. Misschien zou hij het ook eerst proberen op te zoeken op internet.

Hij zou er pas naartoe gaan of vragen of er iemand langskomt, als hij interesse heeft om iets bij HEVO te gaan doen. Vrijwilligerswerk of een activiteit.

Respondent 16

Het interview heeft plaatsgevonden in de zaal van De Ontmoeting.

Algemeen

De respondent is een man van 72 jaar oud uit Rosmalen.

Bekendheid

Lid geweest

De respondent kent HEVO. Hij geeft aan dat hij zelfs ooit lid is geweest. Hij deed alleen nooit iets met HEVO. Het lidmaatschap heeft hij toen opgezegd, om het geld dat hij hiermee kwijt was te gebruiken als vrijwillige bijdragen voor iets soortgelijks als HEVO. De respondent zegt dat die organisatie een betere belangenbehartiger is voor

hem als oudere, vanwege zijn pensioenfonds.

De reden die de respondent geeft dat hij en zijn vrouw niks met HEVO deden, is dat hij denkt dat ze onaangepaste mensen zijn. Hiermee bedoelt hij: onaangepast aan de maatschappij.

Hij heeft op een jeu des boules club gezeten met zijn vrouw. Maar dit werkte niet, zegt hij.

“Het zijn ontzettend aardige mensen, dat meen ik heel serieus, maar dat gaat naar ons gevoel zo treuzelig.”

Voor die mensen is dat niet erg, zegt de respondent, want die komen ook om op hun gemak te kletsen. Het was ongeveer 4/5 jaar geleden dat de respondent lid was bij HEVO.

Waarom lid geweest

De reden dat de respondent denkt dat hij ooit lid is geworden van HEVO, is omdat ze hier zijn komen wonen en omdat ze wat ouder werden. En omdat het hem en zijn vrouw leuk leek om wat contacten te hebben en wat dingen te doen.

De respondent had van HEVO gehoord door de KBO. De KBO maakte reclame voor telefoonabonnementen. Dit was de eerste keer dat de respondent van de KBO en van HEVO had gehoord. Het stond in een huis aan huis blaadje, zegt hij.

Imago

Beeld

De respondent denkt bij HEVO aan jeu des boules. Omdat hij hier ervaring mee heeft. Verder denkt hij aan activiteiten.

Mensen bij HEVO

De respondent geeft eerst aan dat hij denkt dat mensen vanaf 57 bij HEVO komen. Van mensen van 50 kan hij zich niet voorstellen dat deze lid worden.

Later geeft hij aan dat hij 57 ook nog te jong vindt. Hij ziet eerder mensen bij HEVO komen, vanaf de pensioenleeftijd, vanaf 63, zegt hij.

“Als je een normaal werklevens hebt dan ga je niet bij de HEVO.”

Verder vindt hij dat er bij HEVO aardige mensen komen. Onaardige mensen gaan niet naar HEVO, denkt de respondent.

De respondent denkt ook dat er bij HEVO vooral echte rosmalenaren komen. Hij geeft aan dat hij dit nu zo zegt omdat hij in Rosmalen woont, maar hij zou dat zo ook zeggen als hij in een andere stad woonde. Hij heeft wel het idee dat hij en zijn vrouw anders zijn dan de echte rosmalenaren. Dit ligt hoofdzakelijk aan henzelf, geeft hij aan. Dit heeft verder ook niet per se met HEVO te maken, want de respondent heeft dit overal.

Bij HEVO binnen lopen

De respondent zou bij HEVO binnenlopen als hij daar behoefte aan had, dat is voor hem geen punt. Ook al was hij nog nooit eerder in de nieuwe Ontmoeting geweest. In het oude gebouw was de respondent wel ooit geweest.

Verwachtingen

De respondent heeft voor zichzelf geen verwachtingen van HEVO. Voor anderen verwacht hij van HEVO dat ze belastinghulp bieden, administratieve zaken regelen, activiteiten organiseren, een dag ergens heen, fietsen, wandelen, computer lessen, beantwoorden van WMO vragen, een inloop uur en een sociaal werker. HEVO voldoet dus aan de verwachtingen van de respondent, omdat HEVO al deze dingen doet.

Activiteiten/diensten HEVO

De respondent wist dat HEVO fietsen, wandelen en jeu des boules aanbiedt. En dat er een ontmoetingscentrum was met binnen activiteiten zoals koffie drinken en biljarten. Hij wist ook dat ze wel eens dagtochten doen. Dat HEVO ook langere vakanties en sporten zoals dansen aanbood, wist de respondent niet.

Dat vindt ze respondent erg goede activiteiten, vooral omdat het tegen een gunstiger tarief is dan ergens anders, zegt hij. Ook omdat het voor veel mensen dichterbij is.

“Dat is een lagere drempel voor mensen dan wanneer ze naar Empel of naar Engel of weet ik veel moeten.”

Hij denkt dat dit komt omdat het bij HEVO voor veel mensen een bekendere omgeving is.

Andere aanbieder

De respondent is lid van een fitnessclub. Verder doet hij geen activiteiten. Als HEVO fitness aan zou bieden dan zou hij het ook wel bij HEVO willen doen. Omdat hij de omgeving dan ook kent en omdat de respondent denkt dat je op een gegeven moment meer op je gemak voelt bij mensen van je eigen leeftijd.

Dit is niet zo als je nog heel fit bent, maar anders wel.

De respondent denkt ook dat de sport activiteiten minder inspannend zijn bij HEVO, dan ergens anders. Hij weet niet of dit terecht is, maar hij denkt dat het wel zo is. Dat is misschien ook juist goed, geeft hij aan.

Vrijtijdsbesteding

De respondent gaat erg weinig uit. Hij zou dit wel meer willen doen. Hooguit gaat hij een paar keer per jaar, zegt hij. Hij denkt dat dit komt omdat hij altijd lange vakanties/reizen maakt, naar bijvoorbeeld Zuid-Amerika. Dan heb je minder de behoefte om ook nog op andere manieren vaak uit te gaan. Hij denkt wel dat wanneer deze reizen minder worden, dat hij dan steeds meer kortere activiteiten zou gaan doen.

Wel gaat de respondent een keer in de twee weken 15 kilometer wandelen met vrienden. Dat vindt hij erg belangrijk. Omdat je contact hebt met anderen en omdat je actief bezig bent.

Belangrijk bij activiteit

Het belangrijkste bij het doen van een activiteit vindt de respondent dat hij iets leert. Hij geeft aan dat zijn vrouw ook een activiteit met inhoud wil die zij interessant vindt, maar dat zij ook graag nieuwe mensen zou willen leren kennen. Voor de respondent is dit minder belangrijk, het gaat hem meer om de activiteit zelf.

Belangrijk in leven

De respondent zegt eerst dat er een verschil is in wat je zou moeten en in wat je doet.

“Dus die discrepantie tussen wat je zou willen doen en wat je doet, die wordt naarmate je ouder wordt, groter.”

Hij bedoelt hier bijvoorbeeld mee met het fitnessen. Hij zou het liefst twee keer per week gaan, maar hij gaat meestal een keer per week.

De respondent vindt meerdere dingen heel belangrijk in zijn leven. Zo speelt familie een erg grote rol en dan voornamelijk de kleinkinderen. Wel zou de respondent misschien wat meer aandacht mogen besteden aan contacten.

“Contacten niet zo veel, het zou eigenlijk wel goed zijn om meer contacten te hebben. Ik denk dat mijn vrouw dat ook wel zou zeggen.”

Activiteiten vindt hij ook belangrijk. Bijvoorbeeld een keer naar een lezing gaan of een cursus volgen.

“Dat staat nog steeds hoog op de lijst. Om daar kwaliteit in te vinden is niet gemakkelijk, dan ben je weer een keer teleurgesteld en dan doe je het een tijd niet.”

De respondent geeft aan dat sommige cursussen ook best prijzig zijn. Bijvoorbeeld bij de HOVO. En dan is het ook nog maar afwachten of je een goede docent krijgt.

Vakanties zijn ook belangrijk voor de respondent. Dit doet hij elk jaar. Maar hij denkt wel dat dit in de loop der jaren minder gaat worden en dan gaat hij waarschijnlijk meer op zoek naar dagactiviteiten. Verder vindt hij vrijwilligerswerk leuk, dat heeft hij in het verleden gedaan, maar nu niet meer. Dat hij hiermee is gestopt noemt hij een negatief aspect, maar hij vond zich te oud worden hiervoor. Maar eigenlijk zou hij dit toch nog wel ergens willen doen. Op het moment toch niet, omdat hij nog teveel weg wil zijn, en vrijwilligerswerk is best een grote

verplichting. De respondent zou het dan liever vrijwilliger zijn bij een wat kleiner clubje, van bijvoorbeeld 10 mensen.

Activiteiten ondernemen

In eerste instantie is thuis zijn volgens de respondent het belangrijkste. Dit wordt aangevuld met activiteiten. Hij vindt thuis zijn ook niet erg en hoeft helemaal niet altijd weg te zijn.

Sociaal contact

De respondent zou een activiteit zowel alleen doen als met anderen. Het is geen punt om iets alleen te doen en er hoeft niet per se altijd iemand mee. Hij vindt het wel gezelliger samen met iemand anders.

Communicatie

Internet

De respondent maakt het meest gebruik van internet om naar informatie te zoeken.

“Ja internet tegenwoordig. Dat is de enige manier om informatie te krijgen.”

De respondent kijkt op internet veel naar buitenlandse nieuwsvoorzieningen. Ook heeft hij een digitaal abonnement op een buitenlands weekblad. Deze dingen zorgen ervoor dat hij de computer aanzet, geeft hij aan. De respondent krijgt ook veel e-mail van bedrijven, zoals de ANWB of luchtvaartmaatschappijen.

“Die triggeren je wel om verder te kijken, als er een aanbieding is voor een vlucht naar Hong Kong, dan klik je daar op en dan ga je kijken.”

De respondent kijkt, als het hem interesseert vanuit deze e-mails verder naar de website. Verder geeft hij aan actief te zoeken naar bepaalde dingen op internet. Bijvoorbeeld een vakantie of annuleringsverzekering. Of iets anders waar hij iets van heeft gehoord. Hij kijkt ook vaak op Wikipedia.

De respondent heeft een aantal jaar geleden wel eens op de website van HEVO gekeken, toen hij lid was. Maar daar weet hij niets meer van en nu zou hij er ook niet meer op kijken. Als hij lid zou zijn dan zou de respondent wel op de website kijken. Hij zou dan ook wel een e-mail willen ontvangen over bepaalde activiteiten om meer getriggerd te worden voor de activiteiten.

Teletekst

Verder maakt de respondent gebruik van teletekst dat vindt hij een heel efficiënt middel, ook al is dat volgens hem heel ouderwets.

Folders

De respondent denkt dat hij vast wel eens in folders heeft gekeken en dat hij hierdoor iets is gaan doen. Maar de respondent gaat zelf meer op zoek naar informatie.

“Je wordt natuurlijk ook wel getriggerd door informatie die je krijgt, maar niet zo vaak denk ik. Het is meer dat je zelf iets wilt en dan ga je het opzoeken.”

Als de respondent een folder over HEVO zou krijgen, dat zou hij die lezen. Niet omdat hij lid zou willen worden, maar hij zou het wel even lezen. Het hangt echt af van waar de folders over gaan, of de respondent ze leest of niet. Als het over iets gaat wat hem niet interesseert dan gooit hij ze meteen weg.

Social media

De respondent is niet actief op social media. Dit doet hij bewust niet. Hij krijgt wel eens uitnodigingen voor LinkedIn, maar daar heeft hij geen interesse in. Voor Facebook krijgt hij ook wel eens uitnodigingen, maar daar heeft hij ook helemaal geen interesse in.

“De gedachtegang daarachter, dan zit je toch op een stukje privacy waar ik toch mijn grote twijfels bij heb.”

De respondent vindt het geen fijn gevoel dat een organisatie en ook andere mensen al zijn gegevens hebben.

“Ik heb ook een minder actief leven en een minder actief sociaal leven dan toen ik 50 was, misschien als ik 20 jaar jonger was geweest dat ik het dan wel zou doen. En ik kan ook wel inzien dat het voordelen heeft, maar ik heb ook gewoon niet zo veel te delen.”

Smartphone

De respondent heeft een smartphone waarmee hij sms't en WhatsApp gebruikt. Hij appt dan met zijn kinderen of kleinkinderen en dat vindt hij heel leuk. Er worden dan ook vaak filmpjes naar hem verstuurd van bijvoorbeeld vakanties waar zijn kinderen of kleinkinderen zijn.

De smartphone gebruikt de respondent ook om bijvoorbeeld snel een woord op te zoeken of naar verkeer te kijken. E-mails bekijkt de respondent niet op zijn telefoon omdat hij in zijn telefoon een e-mail adres geregistreerd heeft staan wat hij niet veel gebruikt. Dat heeft hij omdat hij niet al die mails op zijn telefoon wil hebben.

Plaatselijke krantjes

De respondent heeft in de lokale krantjes wel eens gezien dat HEVO bijvoorbeeld dagtochten aanbiedt. Verder leest hij niet alle huis aan huisbladen helemaal door, hij leest alleen de koppen. Maar de kleine stukjes van HEVO, leest hij altijd wel even. Hij krijgt de Rosbode, nog een krantje uit Den Bosch en nog een derde krantje. Hij geeft aan dat hij denkt dat hij 3 verschillende huis aan huis bladen krijgt, voor de rest heeft hij een sticker op de deur. Ook de Bossche Omroep is hem bekend. Hij dacht dat hij daar had gezien dat HEVO dagtochten aanbiedt.

Mond tot mond reclame

De respondent komt HEVO alleen tegen in de plaatselijke krantjes. Verder hoort hij wel eens iets over HEVO van anderen. Dit is dan altijd positief. Deze twee manieren van communicatie zijn de enige waardoor de respondent weet wat HEVO doet.

“Ze zeggen dan: zo iets kun je bij HEVO doen ofzo.. mensen in de buurt waar je mee staat te kletsen ofzo.”

Hij hoort ook wel eens dingen over soortgelijke organisaties als HEVO in andere steden, zoals de KBO.

Vaker benaderd worden

De respondent heeft er geen behoefte aan om vaker door HEVO benaderd te worden. Hij heeft genoeg aan de informatie die hij krijgt.

“Als ik informatie wil hebben dan ga ik het zelf wel halen.”

Hij hoeft ook niet persoonlijk door HEVO benaderd te worden. Want hij hoeft niet meer informatie.

Aanraden

Als iemand HEVO aan de respondent zou aanraden, dan zou de respondent nog steeds niet naar HEVO gaan. De reden die hij hiervoor geeft is dat hij en zijn vrouw onaangepaste mensen zijn. Dit komt omdat zij een lange tijd in het buitenland hebben gewoond.

“Wij zijn geen aangepaste Romalenaren, we zijn ook geen Rosmalenaren.”

Zelf contact opnemen

De respondent zou als hij een idee of vraag aan HEVO zou hebben, dit altijd aan HEVO laten weten.

Hij zou zelf contact opnemen door eerst op de website te kijken wat de mogelijkheden zijn om iets te vertellen bij HEVO. Hij zou dan ook zoeken naar een e-mail adres of een telefoonnummer. En dan zou hij op die manier contact opnemen.

Respondent 17

Het interview heeft plaatsgevonden in de bestuurskamer van De Ontmoeting.

Algemeen

De respondent is een vrouw van 68 jaar oud uit Rosmalen.

Bekendheid

De respondent heeft van HEVO gehoord door kennissen van haar. Een vriendin van haar is lid bij HEVO. De respondent is geen lid bij HEVO omdat ze het nog te druk heeft, het is er daarom nog nooit van gekomen, geeft ze aan. Ze vindt HEVO wel een erg mooie organisatie, als ze zo de verhalen van haar vriendin hoort.

De respondent geeft ook aan dat ze nog veel vrienden en kennissen heeft. En ze heeft nog genoeg te doen, anders zou ze misschien wel lid worden in de toekomst.

De respondent geeft aan dat zij weet dat je door lid te zijn bij HEVO, kortingen kan krijgen bij winkels. Dit weet ze van haar vriendinnen. Ze zegt dat ze het erg goed vindt dat leden korting krijgen.

Imago

Beeld

De respondent had eerst niet echt een beeld bij HEVO.

"Dan liep je er zo langs af.. ja HEVO, wat is HEVO nou?"

Maar sinds ze dingen over HEVO heeft gehoord van haar vriendin, heeft ze een beter beeld gekregen van HEVO.

"Ze doen heel veel mooie dingen en vooral voor mensen die alleen zijn."

Haar vriendin is ook alleen. De respondent vindt dat HEVO erg mooie activiteiten aanbiedt.

Mensen bij HEVO

De respondent denkt dat er bij HEVO oudere mensen die alleen zijn, komen. De respondent heeft wel gehoord dat mensen vanaf 50 jaar lid mogen worden bij HEVO. Maar ze heeft het idee dat ze allemaal ouder zijn.

Binnen lopen bij HEVO

De respondent zou naar HEVO bellen. Ze zou dan het nummer vragen aan haar vriendin en dan opbellen om te zeggen dat ze bijvoorbeeld lid wil worden. Dit vindt ze makkelijker dan binnen lopen. Ze kent ook iemand die in het bestuur zit, dus ze zou het daar ook eerst aan vragen. De respondent zou ook naar HEVO gaan als er niemand bij zat die zij kende. Dat is geen probleem.

"Ik ben nu nog niet zo ver maar ik denk wel dat ik dat zou doen als ik me zou vervelen. En als ik graag in contact met veel mensen zou komen, dan zou ik hier naartoe stappen."

Activiteiten/diensten HEVO

De respondent weet dat HEVO films draait. Ze gaat namelijk wel eens naar films in perron 3. Ze wist ook dat HEVO wandel en fietstochten organiseert. Ook wist ze dat je met HEVO naar bijvoorbeeld een musical kunt gaan en dat je allerlei andere uitstapjes kunt maken. De respondent geeft ook aan dat er bij HEVO kaartmiddagen zijn. Ook dacht ze dat je bij HEVO kon bloemschikken. Ze wist ook dat HEVO vakanties aanbood en dat je bij HEVO kan biljarten en dansen, zoals linedance en volksdansen. Ook weet de respondent dat HEVO helpt met het invullen van belastingen, dat heeft ze vaak gehoord. Dat HEVO rijbewijskeuringen doet en lezingen geeft wist de respondent niet.

De respondent is mee geweest naar de opening van het nieuwe gebouw, met haar vriendin. Dit was niet omdat zij zelf lid wilde worden, ze ging echt voor haar vriendin mee. Hierdoor weet ze zo goed wat er bij HEVO allemaal te doen is. Misschien wil de respondent in de toekomst wel ooit lid worden bij HEVO.

"Ik heb nog nooit gedacht, ik word lid, maar ik zeg ook niet dat ik het niet word."

Andere aanbieder

De respondent doet verder geen activiteiten bij een andere aanbieder, ze is nergens lid van. Ze doet wel vrijwilligerswerk in de geestelijke gehandicaptenzorg.

Vrijtijdsbesteding

De respondent gaat wel eens uit. Ze gaat dan bijvoorbeeld naar de film in perron 3 of in een soort boerderij waar

ook films worden gedraaid.

“Ja dat doe ik vaak, heel vaak. Ongeveer een keer of twee keer in de maand”

Ze leest dan vaak in het Stadsblad, of in een ander blaadje, of er een mooie film of musical is.

Activiteiten die de respondent leuk vind zijn uitstapjes maken. Naar bijvoorbeeld een musical. Dit zou ze als ze later lid zou zijn van HEVO ook willen doen. Ze zijn geen vaste activiteit willen doen. Ze zegt dat ze ook niet zo snel zou gaan fietsen, misschien wel met zijn vieren of met zijn tweeën. Met een vakantie van zou ze ook niet mee willen. Ze is meer van de uitstapjes, geeft ze aan.

Belangrijk bij activiteit

De respondent zou vooral een activiteit doen die ze heel erg leuk zou vinden, dit is voor haar het belangrijkste. De respondent heeft nu vrienden en kennissen genoeg, maar ze weet niet hoe het zou gaan als ze ooit alleen zou zijn. Misschien zou ze het dan wel belangrijker vinden om voor sociale contacten een activiteit te gaan doen.

“Misschien sla je dan om en denk je ja dan leer in nog meer mensen kennen, bij wijze van spreken.”

Belangrijk in leven

De respondent vindt het wel eens fijn om thuis te zijn. Dan werkt ze bijvoorbeeld in de tuin of in huis. Maar met vrienden iets doen vindt ze ook heel erg leuk. Ze geeft aan dat dit komt omdat ze in het algemeen al best veel onder de mensen is.

“Maar ik denk ook wel eens: ik ben blij dat ik vandaag nergens heen hoeft, dat ik lekker thuis ben.”

Actief zijn

De respondent is veel in beweging en dit vindt ze ook erg belangrijk. Eerst deed ze elke week aan sport, maar omdat ze iets aan haar been heeft gekregen toen ze een keer wat langer had gesport, doet ze dit tegenwoordig niet meer omdat ze bang is dat ze er dan weer last van gaat krijgen. De respondent houdt het daarom nu bij fietsen. Lopen doet ze ook wel, maar als ze een uur heeft gelopen dan krijgt ze last van haar been.

“Maar ik kan wel overal van genieten, of het nou sporten is of uit eten of iets anders...”

Buitenshuis activiteiten ondernemen

Naast uitstapjes naar bijvoorbeeld de film, gaat de respondent ook wel eens wandelen of fietsen. Ze geeft aan dat ze niet het soort persoon is die elke week naar de markt gaat en iedere week hetzelfde doet.

“Ik wacht meestal af hoe de dag loopt en wat ik leuk vind.”

Sociaal contact

De respondent geeft aan dat ze heel goed alleen kan zijn en dat ze dit ook wel eens heel fijn vindt.

“Lekker genieten van een wijntje en lekker naar de tv kijken naar wat ik zelf wil. Of lekker naar muziek luisteren.”

Maar de respondent is altijd wel bezig. Bijvoorbeeld met in de tuin of in huis werken. Dat vindt ze leuk en gezellig.

Meestal doet de respondent een activiteit met een klein groepje van 3 of vier personen, of met zijn tweeën. Ze vindt het ook geen probleem om alleen iets te gaan doen. Bijvoorbeeld ergens op een terras gaan zitten of winkelen.

“Ik zou niet per se iemand gaan bellen van: ga je vanmiddag mee naar de stad? Nee, dan pak ik de fiets, auto bus of trein en dan ga ik naar de stad. Dan ga ik even rondkijken, pak ik een kopje koffie erbij met iets lekkers. Dat kan ik goed, ik kan ook goed alleen gaan uit eten.”

Het hoeft gelukkig nog niet, geeft de respondent aan. Omdat ze nog een man heeft. Maar ze heeft er helemaal geen moeite mee. Ze is vroeger ook vaak alleen geweest dus dat is ze gewend. Maar als ze bij HEVO met een dagtocht mee zou gaan dan zou ze het wel leuker vinden als iemand van haar vriendinnen ook mee ging. Dit zou

ze niet alleen doen, naar de film gaan ook niet, zegt ze.

Het gebeurt ook wel eens dat haar vriendinnen vragen of ze ergens mee naartoe gaat en dat ze dat dan doet, maar dat ze dat eigenlijk liever eens rustig thuis was gebleven. Ze snapt het dan ook goed als haar vriendinnen iets afzeggen.

Communicatie

De respondent zegt heel weinig naar informatie te zoeken want dit komt meestal van buitenaf bij haar terecht, via haar vriendinnen. Die vragen dan bijvoorbeeld of ze mee gaat naar de film. Ze geeft uit zichzelf aan dat ze het ook erg goed vindt van HEVO dat niet leden wat meer betalen dan leden. Via haar vriendinnen krijgt de respondent de meeste informatie over HEVO en ook een beetje via plaatselijke krantjes.

Internet

De respondent maakt gebruik van internet. Dit doet ze om het nieuws te bekijken of om bankzaken te bekijken. Vroeger ook om spelletjes te spelen met haar kleinzoon. Of om af en toe iets op te zoeken. Ze zoekt bijvoorbeeld wel eens naar leuke huizen die te koop staan, gewoon omdat ze dat leuk vindt. Ze gebruikt internet ook om te e-mailen.

De website van HEVO zou de respondent niet bekijken. Dat heeft ze ook nog nooit gedaan. De respondent zou ook niet via internet op zoek gaan naar HEVO als zij hier meer interesse in zou krijgen.

"Dan zou ik tegen mijn vriendinnen zeggen: geef me maar op, want ik wil er ook bij."

Maar nu ze iets over de website heeft gehoord, zou ze erg misschien toch eens op gaan kijken.

Social media

De respondent zit niet op social media. Dit komt omdat het haar niet zo aanspreekt.

"Ik weet eigenlijk niet wat ik ermee aan moet."

De respondent zegt dat ze wel gebruik maakt van Skype. En ze gebruikt ook WhatsApp op haar telefoon.

"Dat doe ik dan met mijn vriendinnen, gewoon een beetje flauwe kullen."

Plaatselijke krantjes

De respondent geeft aan dat ze weleens dingen leest in het Stadsblad, de Rosbode of in de Bosche Omroep. Ook bij de roskabelkrant heeft ze wel eens gezien dat HEVO hier ook op komt. De respondent ziet vooral in de Rosbode wel eens dingen over HEVO staan. In het Stadsblad ook dacht ze. Ze leest dit niet grondig door, maar kijkt er dan meer even snel overheen.

"Ja dat komt eigenlijk omdat je nog niet bij de HEVO zelf bent he."

De respondent omschrijft hoe zij de stukjes over HEVO in de plaatselijke krantjes leest:

"Och, kijk dan hier, wat is dat nou, wandelfiets of fietstocht, wandeltocht, oh, zo laat je zelf melden daar en daar. Even goed kijken, och het is van de HEVO. Oh doet HEVO dat ook? Ja, dat doet HEVO ook. Zo lees ik het."

Mond tot mond reclame

De respondent blijft het meest op de hoogte van dingen, via haar vriendinnen. Zij vragen haar bijvoorbeeld naar van alles mee. Zelf gaat de respondent niet echt op zoek naar informatie. Ze hoort alles meer van haar vriendinnen. Een vriendin van de respondent, belt haar vaak om naar de film te gaan. Zij bekijkt dan vaak welke film ze willen gaan zien en de respondent vindt dit meestal wel goed. Ze belt zelf alleen als er echt iets is waar zij graag naartoe wil.

"Maar als zij niet belt dan is het ook goed."

Smartphone

Op haar smartphone bekijkt de respondent geen sites. Ze bekijkt er wel het nieuws op. En ze gebruikt haar telefoon voor WhatsApp en om te e-mailen. Maar ze e-mailt zelf niet vaak terug omdat ze eerder terug appt.

Nieuwsbrieven

De respondent ontvangt in haar mail heel erg veel nieuwsbrieven. Ze wordt er gek van. Ze maakt deze niet open en leest ze dan ook nooit, geeft ze aan. Elke keer als de respondent ergens is geweest, bijvoorbeeld in een theater, dan krijgt ze daarna weer iedere maand een bericht daarvan. Of van verschillende winkels. Dit vindt ze irritant.

“Zoveel envelopjes altijd die ik niet open maak, omdat ik er geen interesse in heb. En ik heb er ook geen geduld voor omdat ik weet dat ik er niks mee doe.”

Een nieuwsbrief zou ze wel lezen als het over iets gaat wat haar interesseert. Als ze bijvoorbeeld een nieuwsbrief van perron 3 zou krijgen, dan zou ze die lezen omdat ze er wel eens naartoe gaat. Van HEVO zou ze het alleen lezen als ze lid zou zijn.

Folders

De respondent zou alleen folders lezen als het haar interesseert.

“Dat ligt eraan, heb ik daar nu zin in om dat te bekijken, of niet.”

Reclame folders leest ze af en toe geeft de respondent aan. Bijvoorbeeld over meubels en kleding.

Vaker benaderd worden door HEVO

De respondent heeft er geen behoefte aan om vaker door HEVO benaderd te worden. Misschien als ze lid zou zijn, maar op dit moment niet.

Aanbeveling

De vriendinnen van de respondent hebben HEVO al meerdere keren bij de respondent aanbevolen. Ze zeggen dan vooral dat zij minder hoeft te betalen bij de film. Maar daar geeft de respondent niet zo veel om. De vriendinnen raden HEVO ook aan vanwege de kortingen die ze dan kan krijgen bij winkels. Maar dat is voor de respondent ook geen reden om lid te worden. De respondent heeft het idee dat een van haar vriendinnen vooral lid is van HEVO, vanwege de kortingen.

De respondent geeft daarna aan dat ze ook een keer mee is geweest naar een activiteit van HEVO, met een vriendin van haar. Toen had iemand van HEVO, HEVO ook aan haar aanbevolen.

“Toen dacht ik, ik zal het nog wel eens bekijken.”

Als de respondent persoonlijk benaderd zou worden door HEVO, dan zou ze er ook nog eens over na moeten denken. Misschien zou ze het later wel doen. Leeftijd speelt hierbij geen rol, zegt de respondent.

Zelf contact opnemen

De respondent zou niet naar HEVO toe gaan als zij een idee of een vraag zou hebben. Dit komt omdat ze geen lid is. Nog niet, maar misschien dat ze over 3 jaar wel zegt dat ze wel lid zou worden en dat ze het dan wel zou doen. Als ze contact zou willen opnemen met HEVO dan zou ze bellen naar mensen die zij kent, die in het bestuur zitten.

Respondent 18

Het interview heeft plaatsgevonden bij de respondent thuis.

Algemeen

De respondent is een vrouw van 70 jaar oud uit Rosmalen.

Bekendheid

De respondent kent HEVO omdat zij 15/20 jaar geleden tai-chi en zelfverdediging bij HEVO heeft gedaan. Ze geeft aan dat ze dit bij HEVO deed, omdat er geen andere aanbieders waren. Ze was geen lid van HEVO, maar mocht de cursus wel mee doen. Ze vond de lessen goed. Maar ze vond het door de dorpse mensen die er kwamen, niet professioneel genoeg. Ze hielden de lessen op, terwijl de respondent door wilde gaan met de lessen. Ze heeft de lessen wel afgemaakt, maar verder had HEVO ook geen aanbod van activiteiten wat de respondent interessant vond. Ook heeft de respondent een paar keer meegewandeld met de wandelclub. De mensen bij deze club vond de respondent ook niet leuk en ze gingen veel te lang koffie drinken en te kort lopen. Ze is er ook mee gestopt vanwege gezondheidsredenen.

Imago

De respondent heeft door haar ervaring met HEVO, het beeld dat het erg oubollig en dorps is bij HEVO. Dit heeft zij gemerkt toen ze tai-chi deed.

"Voor mijn gevoel was het een hele oubollige, dorpse bedoeling."

Ze heeft dit beeld niet echt kwijtgeraakt, omdat ze niet goed weet wat er tegenwoordig bij HEVO wordt gedaan.

"Een beetje een duffe ingekakte zooi was het. In een duf gebouw."

"Het was echt iets voor het buurtje en ik was niet van het buurtje, eigenlijk hoor ik daar helemaal niet bij."

De mensen uit de bejaardenhuizen om het oude gebouw heen, gebruikten het oude gebouw van HEVO ook een beetje als buurthuis, zegt de respondent. In het nieuwe gebouw is de respondent nooit geweest. De respondent vindt dat HEVO wat beter zijn best moet doen om alles wat professioneler te maken. Ze moeten wat andere activiteiten aanbieden en geen genoeg nemen met middelmatigheid. Ze moeten streven naar meer. En beter worden.

Mensen bij HEVO

De respondent heeft gemerkt dat er bij HEVO veel mensen kwamen die erg dorps zijn. Ze waren niet onaardig, maar het waren niet haar types. Ze geeft aan dat de mensen bang voor haar waren, omdat ze uit de stad komt. De respondent geeft aan dat er in Rosmalen een nieuw deel is, waar meer stadse mensen wonen en een deel waar meer dorpse mensen wonen. Tussen deze twee delen loopt het spoor.

"Heel veel mensen in het dorp, zijn nog steeds heel erg dorps."

"Wij hebben er voor de mensen in het dorp heel lang niet bij gehoord, ze snapten ons niet en keken tegen ons op."

"Het waren allemaal boerinnen die keken dan van: dat stadse wicht."

"Ze voelden zichzelf tegenover ons minderwaardig."

De respondent denkt wel dat er nu misschien ander soort mensen bij HEVO komen, omdat ze dat af en toe ziet in de buurt. De respondent geeft ook aan dat de kloof tussen de stadse en dorpse mensen in Rosmalen wel minder word.

De meeste mensen die vroeger bij HEVO kwamen, waren vanaf de leeftijd van 65. Mensen die nog niet met pensioen zijn, ziet de respondent niet snel bij HEVO komen.

"Ja of mensen die afgekeurd zijn want die waren er ook heel veel."

Bij HEVO naar binnen lopen

De respondent zou als zij een vraag op opmerking had, zeker bij HEVO naar binnen lopen.

Verwachtingen

De respondent verwacht van HEVO dat er meer kwaliteit komt. Meer professionaliteit in het aanbieden en het verspreiden van informatie.

“Dat je denkt daar wil ik wel bij horen, dat is niet zo’n oubollige bedoeling.”

Ook vond de respondent het erg kwalijk dat HEVO leden binnen haalde door kortingen in winkels te geven. Hierdoor maken de winkels minder omzet en kunnen zij minder geld besteden aan bijvoorbeeld verbouwingen van de winkels. Dit zorgt er ook voor dat de winkelstraten er armoedig uit komen te zien en dat er suffe winkels in het dorp zitten. Ook vindt ze het een foute insteek van HEVO. De respondent zegt dat veel mensen er niks om geven en toch wel blijven kopen.

“Ik het belachelijk. Ik vind het zo’n foute insteek. Ik wil niet lid worden van een club omdat ze kortingen aanbieden in een winkel. Ik wil lid worden van een club omdat ze dingen aanbieden die ik graag wil.”

Activiteiten/diensten HEVO

De activiteiten bij HEVO vindt de respondent erg middelmatig. Ook de pr vind ze niet goed. Het is niet bekend genoeg wat ze allemaal doen.

“Er is te veel middelmatigheid, ze vinden het allemaal wel makkelijk. Alles op hun sloffen, ze vinden het wel goed, ze streven niet naar beter. Ga eens roepen dat je er bent.”

De respondent weet dat er bij HEVO bridge is en tai-chi. Verder kan zij geen dingen noemen die HEVO doet. Dat ze ook lezingen geven, wist de respondent niet. Maar ze geeft aan dat je deze dingen ook gewoon kunt lezen. Dat HEVO ook dagtochten aanbiedt had de respondent wel eens gehoord, dat deden ze vroeger niet, zegt ze. Dat HEVO dingen doet op het gebied van belangenbehartiging wist de respondent niet, hier heeft ze ook geen behoefte aan.

Als HEVO educatieve cursussen aan zou bieden en de respondent zou hiervan op de hoogte zijn. Dan zou ze misschien toch wel eens naar HEVO gaan.

Andere aanbieder

De respondent heeft veel cursussen bij de KEI gedaan. Hier heeft ze bijvoorbeeld taal lessen gevolgd. Dit vond ze professioneler dan HEVO.

Vrijtijdsbesteding

De respondent gaat regelmatig uit. Bijvoorbeeld naar een musical of film. Bijvoorbeeld in de Verkadefabriek. Ze heeft een museumkaart en een treinabonnement, dus als ze zin heeft gaat ze ergens naartoe. Dit doet ze heel vaak, geeft ze aan. En overal in Nederland. Ook gaat ze regelmatig naar de sauna. De respondent is ook altijd veel op reis geweest.

Activiteiten die de respondent leuk vindt om te doen, zijn vooral cursussen. Bijvoorbeeld een taalcursus of aquarelleren of schilderen. Schilderen deed ze eerst ook vaak, maar haar spirit hiervoor is een beetje weg, zegt ze. Bij cursussen heeft de respondent het liefst een cursus waarbij het niet erg is als je een paar lessen overslaat. Ze gaat namelijk vaak naar het buitenland.

“Dus ik zoek dingen, waar ik bij aan kan sluiten, maar die vrijblijvend zijn.”

De respondent heeft ook in twee verenigingen gezeten. Een was voor alle mensen en een voor academici. Hier zat erg veel verschil tussen. De mensen in de twee groepen praatten over heel andere dingen. De academici waren veel meer geïnteresseerd, de andere kreeg je geen museum in, geeft de respondent aan. Het aanbod moest dus voor deze twee groepen ook anders.

“En dat is ook een beetje wat ik bij de KEI en bij HEVO had, dat ik dacht ik voel me gelukkiger bij die andere groep. Bij HEVO waren de mensen meer laag.”

Belangrijk bij activiteit

De respondent vindt bij het doen van een activiteit, vooral de lessen belangrijk. Ze wil echt iets leren en ze wil meer diepgang. Het van huis zijn is minder belangrijk, want dat is de respondent al genoeg.

Actief zijn

De respondent vindt het belangrijk om actief te zijn, maar kan dat op het moment niet zo goed vanwege haar

knie. Ze gaat nu sinds ze een elektrische fiets heeft vaker fietsen. Of ze gaat met de trein naar Zandvoort. Onderweg leest ze de krant op haar telefoon en ze maakt een lange strandwandeling. Ze kan dit ook goed alleen.

Sociaal contact

De respondent vindt het niet erg om dingen alleen te doen. Er is altijd wel iemand die tegen je praat, geeft ze aan. Maar de respondent doet ook graag dingen samen, Ze ging eerst altijd op vakantie met vriendinnen, maar nu kon er niemand meer mee, dat vindt ze wel erg jammer. Het is heel moeilijk om iemand te vinden waar je mee op vakantie kunt gaan en waar je dat mee wilt. Op vakantie gaan zou ze niet alleen doen, dat vind ze niet gezellig. Met een groepsreis ook niet zo snel, omdat het allemaal zware activiteiten zijn en je weinig vrije tijd hebt.

Communicatie

De respondent geeft uit zichzelf aan dat HEVO zichzelf meer zou moeten promoten. Bijvoorbeeld door bij mensen vanaf 60 jaar een folder in de bus te doen, maar daarin het aanbod van activiteiten.

Internet

De respondent geeft uit zichzelf aan dat internet heel erg gemakkelijk is. Je moet alleen iemand hebben die het voor je installeert. Ze denkt dat veel oudere mensen hier tegenop zien. Als de respondent zoekt naar informatie, dan doet zij dit op de eerste plaats via internet. De respondent speelt ook graag Wordfeud en zit op Viber via haar telefoon. En ze gebuikt Skype. De krant leest de respondent ook via internet op haar telefoon.

Social media

De respondent zit niet op social media, daar heeft ze geen interesse in. Ze zegt dat ze mensen wel belt als ze ze nodig heeft.

“Het interesseert me geen fluit, het gaat nergens over.”

Via Wordfeud stuurt en Viber stuurt de respondent soms berichtjes naar bekenden. Dat vindt ze heel leuk. Dit doet ze ook met mensen die in het buitenland zitten, op die manier houdt ze contact met hen.

Plaatselijke krantjes

De respondent kijkt in de huis aan huis bladen die ze krijgt. Dit doet ze vooral omdat ze het Brabants Dagblad niet leest. Via de huis aan huis bladen blijft ze dan toch meer op de hoogte van wat er in de omgeving allemaal speelt.

“Dan weet ik ook nog wat de gemeente een beetje doet, want anders heb ik daar helemaal geen informatie van.”

Ze kijkt er dan doorheen en daarna doet ze de bladen ook meteen weer weg. Ze heeft de Rosbode, Stadsblad en de Bossche Omroep.

De respondent ziet wel eens dingen over HEVO in de krantjes staan. Bijvoorbeeld dat het fietsen weer is begonnen op woensdagochtend. Ze leest stukjes over HEVO wel altijd. Het gaat meestal over het wandelen en over het fietsen.

“Het is zo’n klein stukje altijd maar, dat is ook het enige berichtje dat ze geven.”

Ze leest hierin ook dat je met HEVO een uur kunt wandelen. Maar de respondent zou juist in een andere omgeving willen wandelen en niet in de buurt.

Verder leest de respondent leest de Volkskrant. Deze leest ze via internet, wat ze erg fijn vind. Als ze op vakantie is leest ze deze op de tablet.

Mond-tot-mond reclame

De respondent hoort van anderen wel eens wat over HEVO. Ze wist via iemand anders bijvoorbeeld dat HEVO ook dagtochten aanbiedt.

Folders

De respondent leest folders die zij thuisgestuurd krijgt als ze tijd heeft.

Nieuwsbrieven

De respondent krijgt geen nieuwsbrieven. Als ze deze zou krijgen, zou ze het wel lezen als het haar interesseerde. Ook als HEVO een nieuwsbrief zou sturen dan zou de respondent deze wel lezen.

“Als zij iets hebben dat leuk is, wil ik dat best. Maar dan moeten ze van die middelmatigheid af.”

Programmaboekje

De respondent zou het slim vinden van HEVO, om een programmaboekje te geven aan iedereen vanaf de leeftijd die zij willen bereiken. Ze zou zelf ook wel zo'n boekje willen krijgen en ze denk dat iedereen dat wel zou willen, om te weten wat HEVO doet.

“Wat doen ze en wat hebben ze dit jaar? Ga ik daar aan mee doen, ja of nee?”

Ze geeft aan dat ze door haar ervaringen, het niet meer bij HEVO gaat zoeken. Dit komt omdat ze nu al ergens anders heeft gevonden wat ze zoekt. Maar het zou wel slim zijn van HEVO, om eens te laten zien wat ze doen. Omdat sommige mensen dat niet weten.

Persoonlijk benaderen

De respondent zou het helemaal niet fijn vinden om persoonlijk door HEVO benaderd te worden.

“Nee hoor, de zonnebloem hoeft nog niet langs te komen.”

De respondent hoeft ook niet vaker door HEVO benaderd te worden met informatie op een andere manier.

Zelf contact opnemen

De respondent heeft er geen behoefte aan om naar HEVO toe te gaan met vragen of opmerkingen. Ze geeft aan dat ze dit dan al lang gedaan zou hebben. De respondent weet niet hoe ze contact op zou nemen met HEVO, omdat ze geen behoefte heeft om contact op te nemen.

“Nee want mijn leven gaat ook wel door zonder HEVO, daar hebben ze zichzelf niet belangrijk genoeg voor gemaakt.”

Data analyse interviews HEVO leden

Om de data van de interview met HEVO leden te analyseren, is gekozen voor een tabel om de antwoorden te herstructureren en interpreteren. Horizontaal staan de topics met daarin antwoorden. Per topic zijn alle vragen in de tabel opgenomen. Iedere vraag wordt beantwoord door negen verschillende respondenten. Rechts staan de antwoorden beknopt weergegeven.

Antwoorden	
Algemeen	
Vraag: Wat is uw leeftijd?	
1	62
2	
3	70
4	80
5	74
6	67
7	67
8	64
9	70
Activiteiten / diensten	
Vraag: Doet u een activiteit binnen HEVO en zo ja welke?	
1	De respondent heeft het leerplan computercursus gevolgd. Dit beviel goed. Aan meer activiteiten is nu geen behoefte, misschien over een paar jaar.
2	Tai-chi en HEVO koor.
3	Respondent is lid geworden vanwege lezingen over de Zuid Willemsvaart. Films van HEVO spreken haar aan en ze doet sinds kort Zumba.
4	Ze is wel eens naar een vrijwilligers bijeenkomst geweest, maar dat kon ze slecht verstaan. HEVO heeft daarna nooit meer iets laten weten, wat ze jammer vond. De film avond beviel wel goed. Computer lessen bevielen minder goed.
5	Geen vaste activiteit, alleen dagtochten.
6	Tai-chi.
7	Leeskring, tai-chi, af en toe een workshop (bijvoorbeeld zingen), excursies. Vroeger wel eens met een reis mee geweest en socratische gesprekken gedaan.
8	Nog niks, maar later misschien om dingen te ondernemen. Respondent is alleen naar de open dag geweest.
9	Bridge. En ze is bij een film avond in perron 3 geweest.
Vraag: Waarom doet u deze activiteiten bij HEVO en niet bij een andere aanbieder?	
1	
2	Omdat zij anders naar Hintham moest en ze woont in Rosmalen.
3	De Zumba lessen zijn veel goedkoper bij HEVO dan ergens anders.
4	Ze doet verder geen activiteiten, omdat ze het een drempel vindt om binnen te komen.
5	Hij gaat ook wel eens naar 'De Biechten omdat dit dichtbij huis is. Het ligt er net aan wat er aangeboden wordt wat de respondent gaat doen.
6	Omdat de doelgroep beter bij haar past en omdat het goedkoper is.
7	Omdat de tai-chi lerares erg goed is. En omdat het goedkoper is.
8	
9	
Vraag: Wat vindt u van de activiteiten die HEVO aanbiedt?	
1	Schilderles spreekt de respondent aan. Daarnaast vindt zij onderwerpen als bewegen, ontspanning, computer en gezondheid belangrijk.
2	Een groot genoeg aanbod. Erg knap hoe dit wordt gedaan. Filosofie sprak haar ook aan, maar de respondent kan op de dag dat dit gegeven wordt niet.
3	Een goed aanbod.
4	

5	Goed maar hij weet het niet goed omdat hij geen activiteiten doet. De dagtochten zijn heel leuk.
6	Het aanbod is erg ruim. Voor elk wat wils.
7	Goed en goed geregeld.
8	Leuk alleen voor een jonger publiek te weinig inspannend. Jeu des boules en, culturele en sportactiviteiten spreken hem aan.
9	Goed, er is voor elk wat wils
Vraag: Welke andere activiteiten moet HEVO volgens u aanbieden?	
1	Adem en ontspanningstherapie. De respondent heeft dit aan HEVO aangeboden, maar hier was geen ruimte voor.
2	Geen
3	Geen
4	Iets knutselen. Bijvoorbeeld een vogelhuisje maken.
5	Weet de respondent niet.
6	Een breiochtendje. Of een excentrieke/creatieve activiteit als glas in lood, pottenbakken of sieraden maken.
7	Meer culturele activiteiten, naar musea, theater of schouwburg. Of een film op vrijdagmiddag.
8	Inspannende sporten en meer culturele activiteiten voor jongere senioren.
9	Op dit moment is er niks wat zij mist.
Vraag: Maakt u gebruik van aanbiedingen die HEVO doet op het gebied van belangenbehartiging? Zo ja waarom wel en zo nee waarom niet?	
1	Nee, de respondent wist niet dat HEVO dit deed.
2	Ja, de respondent heeft de belastingen laten invullen omdat ze dit nodig had, ze was hier erg blij mee.
3	De respondent was ervan op de hoogte maar heeft er geen gebruik van gemaakt. Ze vult zelf bijvoorbeeld haar belastingformulieren in.
4	Toen haar man overleed was niemand van HEVO haar komen opzoeken, wat ze raar vind.
5	Ja, van de rijbewijskeuringen, dit is ook een van de redenen dat hij lid is geworden.
6	Nee, dit heeft ze niet nodig. Ze wist hier wel van.
7	Ze zit in de commissie collectieve belangenbehartigingen. Ze maakt er zelf geen gebruik van.
8	Nu niet, misschien in de toekomst. Hij wist er wel van.
9	HEVO heeft contact met de respondent gezocht toen haar man overleed. Haar rijbewijs wil ze straks ook door HEVO laten keuren.
Vraag: Wat vindt u van de prijzen die HEVO voert voor activiteiten/café/evenementen?	
1	
2	De prijzen zijn erg netjes. De contributie zou ze alleen liever in januari al betalen.
3	De prijzen zijn goed. Ook is zij op de hoogte van een bijdrage die je bij de gemeente kunt aanvragen als je alleen AOW hebt.
4	De prijzen van de dagtochten vindt ze redelijk duur.
5	De prijzen zijn erg goed. Soms is een kopje koffie tijdens een dagtocht duur, maar bij HEVO zelf niet.
6	Goed, koffie zou zelfs wel iets duurder mogen. €1.25.
7	Goed, soms zelfs te goedkoop.
8	Reizen zijn commercieel geprijsd, de rest is heel goedkoop.
9	Valt best mee. Niet te duur.
Sociaal contact	
Vraag: Hoeveel van de contacten die u in het algemeen hebt, heeft u opgedaan bij HEVO?	
1	De respondent heeft op de computer een leercursus mensen leren kennen die zij nu nog spreekt. Maar verder heeft zij geen contacten bij HEVO opgedaan.
2	Het valt mee hoeveel contacten de respondent heeft opgedaan bij HEVO. Wel is het contact erg goed en is het altijd gezellig.
3	Niet veel, omdat ze daar niet vaak genoeg voor komt. Ze kent wel veel mensen die lid zijn bij HEVO.
4	Geen contacten opgedaan. Ze respondent zegt wel dat ze het niet leuk vindt om zo vaak alleen te zijn.
5	De respondent heeft geen behoefte aan veel sociaal contact met mensen van HEVO. Hij gaat altijd met zijn vriendin naar dagtochten.
6	Een paar, dit was niet de belangrijkste reden om lid te worden.
7	Een paar bij de tai-chi groep. Meer hoeft ook niet, daar heeft ze geen behoefte aan.
8	Geen. Maar sociaal contact is wel een belangrijke reden om lid te worden.
9	

	Met de bridgeclub wel. Ook omdat je thuis met elkaar gaat oefenen. Het is alleen niet de belangrijkste reden om lid te zijn bij HEVO.
Imago	
Vraag: Voldoet HEVO aan uw verwachtingen?	
1	De respondent zou van HEVO verwachten, dat zij het gebouw wat uitnodigender maken en dat zij activiteiten aanbieden op het gebied van ademhaling en ontspanning.
2	Ja, de respondent verwacht bij HEVO leuke activiteiten te doen en contacten op te doen voor de lange termijn.
3	Ja, het is een goede vereniging die veel organiseert.
4	Niet dat er niemand van HEVO was langsgekomen na het overlijden van haar echtgenoot en dat ze na de vrijwilligers bijeenkomst niks meer had gehoord.
5	Ja, de dagtochten zijn altijd erg goed verzorgd. En ze lossen problemen goed op.
6	Ja, ze heeft nog niks negatiefs meegemaakt. Misschien alleen een wat uitgebreider pakket met meer creatieve activiteiten.
7	Ja, alleen er mogen meer culturele activiteiten bij. Ook een ander aanbod om mensen in Rosmalen wat ruimdenkender te maken.
8	Weet hij nog niet. HEVO is wel veelbelovend. De sfeer op de open dag was goed.
9	Ja. Opkomen voor de collectieve belangen van ouderen, het organiseren van leuk activiteiten en mensen helpen als dit nodig is. Alleen zomaar naar binnen gaan zou ze niet doen, het zou goed zijn als HEVO meer een buurthuis was, waar dit wel kan.
Vraag: Welk gevoel roept HEVO bij u op?	
1	Positief, mensen die zich inzetten voor anderen. De Ontmoeting spreekt haar niet aan en doet haar denken aan een bejaardencentrum voor mensen van 65 en ouder.
2	De respondent voelt zich thuis bij HEVO er is een goede sfeer en zij heeft een positief beeld. Alleen soms kan zij zich ergeren aan (oudere) leden bij HEVO. Verder voelde zij zich een tijdje terug nog te jong voor HEVO.
3	Dat het voor oudere senioren is. De respondent voelt zich zelf een jonge senior.
4	Ze doen veel goede dingen. Maar ze heeft ook minder goede ervaringen. En het is voor echte rosmalenaren.
5	Goed verzorgde activiteiten. Een positief beeld.
6	Een positief gevoel. Vroeger vond ze het oubollig met mensen die klagen. Dat bleek nu niet meer zo te zijn.
7	Vroeger heel stoffig en oubollig. Sinds het nieuwe gebouw veel moderner.
8	Vroeger dacht hij aan een bejaardenclub waar hij nog te jong voor was. De activiteiten zijn niet gericht op mensen vanaf 50.
9	Goed, positief. Vroeger dacht zij dat er meer ouderen kwamen. Ze wilde er pas vanaf haar 65 ^{ste} naartoe.
Vraag: Wat denkt u dat andere mensen van HEVO vinden?	
1	Als de respondent iets over HEVO hoort van anderen, is het altijd positief.
2	
3	Dat mensen het zien als een vereniging voor mensen van 80 jaar en ouder.
4	
5	
6	Andere mensen hebben ook een positief beeld, ze hoort alleen maar positieve dingen over HEVO.
7	Andere mensen hebben niet altijd een goed imago. Ze vragen wel eens of ze zich niet schaamt om met HEVO mee te gaan.
8	
9	Andere mensen zeggen wel eens dat zij HEVO iets voor oude mensen vinden waar zij zelf nog niet bij horen.
Communicatie	
Vraag: Kunt u dingen noemen die HEVO aanbiedt? (activiteiten etc.)	
1	
2	De respondent kent veel activiteiten van HEVO.
3	De respondent weet door de communicatie middelen veel van wat HEVO zoal aanbiedt.
4	
5	Reizen, belangenbehartiging, dagtochten, en activiteiten.

6	Ja reizen, dagtochten en belangenbehartigen en andere activiteiten.
7	Ja, de respondent weet dit goed.
8	Ja, de respondent weet dit goed, hij kan veel activiteiten noemen.
9	Ja, de respondent weet dit goed.
Vraag: Hebt u het gevoel op de hoogte te zijn van alles wat HEVO aanbiedt?	
1	Nee. De respondent is weinig op de hoogte van wat HEVO zoal aanbiedt omdat zij niet altijd de blaadjes leest.
2	De respondent zegt goed op de hoogte zijn van alles wat HEVO aanbiedt en kent veel van het aanbod.
3	Ja, de respondent heeft het gevoel goed op de hoogte te zijn.
4	Ja, de respondent heeft het gevoel goed op de hoogte te zijn. Ze houdt de agenda altijd bij.
5	Ja, de respondent heeft het gevoel goed op de hoogte te zijn.
6	Ja, de respondent heeft het gevoel goed op de hoogte te zijn.
7	Ja, de respondent heeft het gevoel goed op de hoogte te zijn.
8	Ja, de respondent heeft het gevoel goed op de hoogte te zijn.
9	Ja, de respondent heeft het gevoel goed op de hoogte te zijn.
Vraag: Op welke manier wordt u hier het liefst over geïnformeerd?	
1	Via de nieuwsbrief. De respondent ontvangt deze niet en weet niet waarom.
2	De meeste informatie over HEVO haalt de respondent uit HEVO-Actueel en de nieuwsbrief.
3	Het liefst via een fysiek blad zoals HEVO-Actueel en via de nieuwsbrief.
4	Via een blad zoals HEVO-Actueel.
5	Via een boekje zoals HEVO-Actueel.
6	Via HEVO-Actueel. Toen zij zich op HEVO ging oriënteren via de website. Voor specifieke informatie gaat ze naar de website.
7	Via HEVO-Actueel, het fysieke blad.
8	Via een nieuwsbrief en HEVO-Actueel.
9	Via de nieuwsbrief, website en vooral HEVO-Actueel.
Vraag: Hebt u het gevoel dat u bij HEVO terecht kunt met uw vragen/opmerkingen?	
1	Ja, dit heeft zij in het verleden gedaan. Er werd alleen matig op haar voorstel gereageerd.
2	Ja, het is nog niet voorgekomen, maar de respondent zou het wel doen als het nodig was.
3	Ja, de respondent geeft aan dat ideeën altijd welkom zijn bij HEVO en hier wordt dan ook naar gekeken.
4	Nee, ze heeft wat drempelangst. Ze zou alleen komen als er iemand mee gaat.
5	Ja, heel sterk. Om advies in te winnen en dat HEVO kan helpen als het nodig is.
6	Ja, daar is het laagdrempelig genoeg voor.
7	Ja, ze heeft ook al meerdere keren dingen aangekaart.
8	Ja, hij zou ook gemakkelijk contact opnemen.
9	Ze zou dit niet zo snel doen, omdat ze zich nog niet zo vertrouwd voelt met HEVO. Bij een vraag wel eerder.
Vraag: Hebt u het gevoel betrokken te zijn bij HEVO als organisatie?	
1	
2	Ja, want je bent een verenigingsmens of niet geeft de respondent aan.
3	Niet echt. Dit hoeft ook niet van de respondent.
4	Nee, want de respondent doet momenteel niks bij HEVO.
5	Dit zou meer zijn als hij meer in De Ontmoeting kwam en meer vrijwilligers kende.
6	Nee, maar dit hoeft op het moment ook niet. Ze wil zich niet overladen met van alles.
7	Ja, omdat zij bij een commissie zit. Wel zijn het altijd dezelfde mensen die alles regelen en iedereen kennen. Iemand nieuws zou ook wel eens welkom zijn.
8	Nog niet, maar in de toekomst misschien wel als hij activiteiten doet en mensen kent. Hij zou dan misschien ook cursussen willen geven in de toekomst.
9	Nee, daarvoor komt ze te weinig. Ze hoeft ook niet betrokken te zijn momenteel.
Vraag: Zou u bereid zijn om, als HEVO dit aanbiedt, mee te denken/helpen aan projecten?	
1	
2	Ja, dit ligt wel aan het project en of de respondent er tijd voor heeft.
3	Ja, als het haar interesseert en als zij er de tijd en ruimte voor heeft.
4	Ja, als ze het zou kunnen wel.
5	

6	Als hij tijd zou hebben wel.
7	Ja, maar ze zou het niet helemaal op zich willen nemen.
8	Ja, maar dit doet ze eigenlijk al in de commissie.
9	Ja, als het hem interesseert. Ja, als het haar interesseert. Ze heeft wel ooit vrijwilligerswerk willen doen, maar dat is er niet meer van gekomen.
Vraag: Wat denkt u dat HEVO kan verbeteren in hun informatie verstrekking	
1	Meer open communiceren. Met minder tekst en meer beeld. HEVO ook meer naar buiten trekken en laten zien wat mensen er doen.
2	De respondent vindt de communicatie goed en er hoeft niets verbeterd te worden. Ook hoeven er geen andere middelen ingezet te worden
3	Niks, er hoeft niks bij en het hoe het nu is, is de respondent tevreden.
4	Ze zou direct contact fijn vinden, een keer gebeld worden bijvoorbeeld.
5	Niks.
6	Meer foldertjes verspreiden om meer mensen te bereiken die geen lid zijn. Ook naar een Facebook pagina zou de respondent kijken.
7	Niks.
8	Niks, alle middelen zijn mooi en volledig.
9	Niks.
Vraag: Van welke communicatiemiddelen maakt u in het algemeen het meest gebruik? (denk hierbij aan internet, folders, mond-tot-mond reclame, social media)	
1	De respondent maakt veel gebruik van de computer, ook van internet. Mond tot mond reclame is ook erg belangrijk voor de respondent.
2	De respondent maakt regelmatig gebruik van internet. Vooral om nieuwssites te bezoeken.
3	De respondent zit veel op internet op de iPad. Voor websites en e-mail contact.
4	Het meeste folders of boekjes.
5	Eerst in een boekje kijken en dan opbellen.
6	Mond-tot-mond reclame is erg belangrijk. Ook nieuwsbrieven en boekjes.
7	Het meeste van internet. Vooral om te e-mailen, contact te onderhouden en dingen of te zoeken.
8	Van internet. Voornamelijk via de iPad.
9	Van internet op de computer maar vooral via de iPad. Ze kijkt dan naar bijvoorbeeld nieuwssites.
Vraag: Hoe zoekt u naar informatie over HEVO? (Bijvoorbeeld plaatselijke krantjes, HEVO website, HEVO-Actueel, krant, via vrienden of kennissen).	
1	De respondent zoekt niet veel naar informatie. Als ze dit wel doet dan is het via de HEVO-Actueel.
2	Als de computer aan staat, via de nieuwsbrief en anders via HEVO-Actueel. Ook kennissen en vrienden hebben veel invloed.
3	Via HEVO-Actueel en de nieuwsbrief. Bij iets specifiek misschien de website, dit is nog niet voorgekomen.
4	Via HEVO-Actueel en het blad ONS. Die wordt altijd gelezen.
5	Vooral via HEVO-Actueel, en door de Rosbode en ONS. Of door te bellen.
6	Via HEVO-Actueel en voor iets specifiek via de website.
7	Het meeste uit HEVO-Actueel. Deze leest ze helemaal.
8	Toen hij nog geen lid was, via de plaatselijk krantjes en de website. Nu via de HEVO-Actueel, de nieuwsbrief en soms nog extra op de website.
9	Vooral via HEVO-Actueel.
Vraag: Maakt u in het algemeen veel gebruik van internet? Zo ja voor wat allemaal?	
1	Weinig. De respondent maakt er wel gebruik van en dan vooral om te e-mailen. Ze wist niet dat HEVO een website had.
2	Ja, de respondent maakt in het algemeen het meest gebruik van internet. Vooral om nieuwssites te bezoeken.
3	Ja vooral op de iPad. Om 'beleef de lente' te kijken, te e-mailen, nieuws op te zoeken en om spullen te bestellen via bijvoorbeeld bol.com.
4	Bijna niet. Soms wel internetbankieren met haar dochter.
5	Nee, daar heeft hij geen behoefte aan. Zijn vriendin heeft wel internet dus hij kan er wel op als het nodig is.

6	Niet zo heel veel. Dan om iets op te zoeken en soms iets te bestellen. E-mails bekijkt ze elke dag.
7	Ja om te e-mailen, contact te onderhouden en dingen op te zoeken.
8	Ja veel, om allerlei dingen op te zoeken. Of voor marktplaats.
9	Ja erg veel, vooral op de iPad. Om nieuwssites te bekijken.
Vraag: Bent u actief op social media?	
1	Ja, op Facebook om contacten te onderhouden met familie in het buitenland. Als HEVO op Facebook zat, zou de respondent er misschien naar kijken. Ze zou HEVO in ieder geval liken.
2	Nee absoluut niet. Ze heeft er geen tijd voor en geen zin in. Veel mensen zetten er onzin op.
3	Nee, dit hoeft ze niet. Ze hoeft van anderen niet te weten wat zij erop zetten. Ook niet van HEVO.
4	Haar dochters hebben haar op Facebook gezet. Ze doet er niet veel meer mee, eerst keer ze er wel eens op.
5	Nee, wat de respondent heeft geen internet.
6	Ja, op Facebook om haar stichting te promoten. Als HEVO hier op zou zitten zou ze het interessant vinden.
7	Nee. Facebook en Twitter is niet interessant. Ook niet als HEVO er op zat.
8	Ja op LinkedIn, Facebook, Twitter en Instagram. Vooral om flauwekul te plaatsen. Hij volgt geen groepen en zou dit ook bij HEVO niet doen.
9	Nee, want ze is bang dat ze dan nog meer op de computer zit. Ze twijfelt nog om op Facebook te gaan. Als HEVO er op zou zitten en zij ook, dan zou ze er naar kijken.
Vraag: Leest u het ledenblad HEVO-Actueel? En zo ja is dit via de website of via het fysieke blad?	
1	Ja, af en toe. Via het fysieke blad. Het blad spreekt haar niet echt aan. Het zou meer beeldend moeten en met minder tekst.
2	Ja, deze wordt altijd gelezen via het fysieke blad. Ze vindt de inhoud erg goed. Ook randinformatie is leuk om te lezen.
3	Ja, via het fysieke blad. HEVO-Actueel ligt op tafel en wordt af en toe doorgebladerd. Ook om informatie terug te zoeken na het krijgen van de nieuwsbrief.
4	Ja via het fysieke blad. Leest de respondent altijd en ze vind hem meestal goed.
5	Ja het fysieke blad. Hij vindt het erg goed en duidelijk.
6	Ja, via het fysieke blad. Deze leest ze helemaal door en is erg leuk en duidelijk.
7	Ja, altijd. Via het fysieke blad.
8	Ja altijd. Via het fysieke blad. Dit vindt hij leuk om te lezen.
9	Ja altijd via het fysieke blad.
Vraag: Leest u de nieuwsbrief van HEVO?	
1	Nee, deze ontvangt de respondent niet, wat zij jammer en raar vindt.
2	Ja, deze wordt altijd gelezen. Het is soms alleen moeilijk te onthouden, daarom schrijft de respondent het op als iets haar interesseert.
3	Deze wordt globaal doorgekeken. Als ze iets niet meer weet, pakt ze eerder HEVO-Actueel om het terug te zoeken.
4	Nee, want ze zit bijna nooit meer op internet.
5	Nee, is niet bekend omdat hij geen internet heeft.
6	Nee, deze heeft ze nooit gezien, haar e-mail adres zou wel bekend moeten zijn. Ze zou de nieuwsbrief dan wel lezen.
7	Ja, deze wordt snel doorgelezen op de smartphone of iPad. De meeste dingen zijn dan al gelezen in HEVO-Actueel.
8	Ja, omdat hier interessante dingen in staan voor hem en zijn vrouw.
9	Ja, daar wordt snel overheen gekeken. Het meeste is al in HEVO-Actueel voorbij gekomen. Soms kijkt ze verder op de website.
Vraag: Leest u advertenties van HEVO in plaatselijke krantjes?	
1	Nee, deze leest ze niet, ze leest deze blaadjes sowieso weinig.
2	Ja, dit wordt gelezen, ook al heeft ze ze al ergens anders gelezen.
3	De respondent kijkt hier niet naar omdat ze de informatie al kent. Ze is zicht niet bewust van deze artikelen.
4	
5	Ja de Rosbode. Ook het blad ONS wordt gelezen.
6	Nee, alleen het blad ONS. Ze heeft geen krantjes uit Rosmalen omdat ze uit Den Bosch komt.

7	Ja, ook van andere mensen hoort ze dat zij het lezen.
8	Ja, deze vindt hij goed. Door deze artikelen heeft hij HEVO ook leren kennen.
9	Soms, maar meestal heeft ze het al gelezen en leest ze het niet nog een keer.
Vraag: Als u contact wilt opnemen met HEVO, hoe doet u dit dan?	
1	De respondent zou niet zomaar bij De Ontmoeting naar binnen lopen omdat het er erg gesloten uit ziet.
2	Door het eerst op te zoeken, anders te bellen of het navragen in De Ontmoeting als zij hier is.
3	Door naar De Ontmoeting te gaan.
4	Alleen door er naartoe te gaan met iemand anders.
5	Door het eerst op te zoeken in HEVO-Actueel en anders te bellen.
6	Door iets voor te stellen op de ledenvergadering, of door te bellen of iemand aan te spreken in De Ontmoeting als zij daar toch is.
7	Via de mail, liever dan bellen.
8	Contactgegevens opzoeken en dan bellen of naar De Ontmoeting gaan.
9	De respondent zou het eerst zelf proberen op te zoeken, en dan pas naar De Ontmoeting gaan.
Vraag: Welke communicatiemiddelen zou HEVO nog meer in moeten zetten?	
1	Facebook, om zo meer publiciteit te krijgen.
2	Geen
3	Geen
4	Direct contact
5	Geen. Mond-tot-mond reclame vindt hij ook erg belangrijk.
6	Misschien meer folders voor niet leden.
7	Geen.
8	Geen.
9	Geen.
Vraag: Hoe vindt u de inhoud van de communicatie naar haar leden toe?	
1	HEVO-Actueel vindt de respondent niet aantrekkelijk. Te veel tekst en te weinig en te klein beeld.
2	Goed, alleen bij het bellen naar De Ontmoeting is het soms niet fijn dat je zelf nog achter het telefoonnummer van de juiste persoon aan moet.
3	Goed en duidelijk. Ook duidelijk om te lezen dat iedereen welkom is (ook niet leden, tegen een iets hogere prijs).
4	Goed, behalve een artikel in de laatste HEVO-Actueel, waar ze zich heel erg aan heeft geërgerd.
5	Erg goed, duidelijk en mooie vormgeving.
6	Goed en duidelijk.
7	Goed.
8	Goed. Alles staat is terug te vinden. Randinformatie is niet nodig.
9	Goed, het belangrijkste is dat zij weet wat voor activiteiten er zijn. Randinformatie is soms ook leuk.
Vraag: Wat vindt u van de frequentie van de communicatie? Mag dit vaker of juist minder vaak?	
1	
2	Dit is vaak genoeg. Het hoeft niet meer of minder. Misschien wel meer als zij het minder druk had.
3	
4	Dit is goed.
5	Dit is goed.
6	Dit is goed.
7	Dit is goed.
8	Goed, HEVO-Actueel zou voor hem ook een keer in de twee maanden mogen komen.
9	Dit is goed.
Betekenisgeving	
Vraag: Wat vindt u het belangrijkste aan HEVO? (Bijvoorbeeld de activiteiten, het van huis zijn, sociaal contact)	
1	De activiteit zelf. Om echt iets te leren.
2	Vooral de activiteit zelf en iets te doen hebben. Niet het van huis zijn. Sociaal contact leuk, maar niet het belangrijkste. Het is de samenhang van alles.
3	Vooral het sociale contact, maar ook leuke en betaalbare activiteiten.
4	Contact met anderen vooral. Maar de activiteit ook.
5	Iets te doen hebben en er een keer uit te kunnen. De activiteit is hierbij belangrijk.
6	Vooral de activiteit zelf. Maar sociaal contact en iets te doen hebben ook.

7	De activiteit zelf. Het sociale contact is een leuke bijkomstigheid.
8	Vooraf het contact met anderen onderhouden. Daarnaast het blijven doen van leuke dingen.
9	Alles is belangrijk. De activiteit, van huis zijn en sociaal contact.
Vraag: Hoe voelt u zich als u aan een HEVO activiteit deelneemt?	
1	Gezellig en een fijne sfeer. Heerlijk. Zij doet geen activiteiten. In het verleden voelde zij zich soms niet op haar gemak, maar bij de film bijvoorbeeld weer wel. Positief en rustig. Hij laat het over zich heen komen. Erg fijn. Positief is ook dat de lerares wat mee gaat drinken de laatste les. Goed. De respondent heeft nog geen activiteit bij HEVO gedaan. Goed.
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
Vraag: Zou uw leven er anders uitzien als u geen lid was bij HEVO? (En op welke manier)?	
1	De respondent doet nog niet veel bij HEVO. Nee, dit zou er niet anders uitzien. Het is een aanvulling. Wel een beetje omdat ze deze activiteiten dan niet zou doen omdat het te duur is. Er zou dan wel iets wegvallen. Nee, want de respondent doet momenteel niks bij HEVO Nee, want dan was hij wel iets anders tegengekomen Nee, ze was dan iets anders gaan zoeken. Nee, dan was ze iets anders gaan doen. Het is een toevoeging op haar leven. Weet hij nog niet. Misschien later. Nee helemaal niet.
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
Vraag: Zou u HEVO aanbevelen bij uw vrienden/kennissen/familie?	
1	Ja, de respondent heeft de computercursussen wel eens aanbevolen. Ja, dit heeft ze ook wel eens gedaan. Ja, ze heeft de rijbewijskeuringen aan haar broer aanbevolen. Ja, de respondent zou aan mensen voorstellen om samen naar HEVO/De Ontmoeting te gaan. Ja, dit heeft hij ook gedaan. Ja, dit heeft ze ook gedaan, iemand is door haar ook tai-chi gaan doen. Ja, sommige zeggen dan dat het oubollig is of dat zij zich er te jong voor voelen. Ja, het is nog niet gebeurt maar hij zou het wel doen. Ja, dat heeft ze wel eens een paar keer gedaan.
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
Vraag: Als u HEVO een rapportcijfer zou mogen geven van 1 tot en met 10, wat zou dit cijfer dan zijn?	
1	De uitstraling een zesje. De cursussen een 7/8. Een 8. Een 8.5. De respondent is heel tevreden en vindt HEVO een enthousiaste club. Tussen de 7 en 8. Want ze doen enorm goede dingen. Een 8,5 voor wat hij weet. Een 8. De communicatie is goed en De Ontmoeting ziet er goed uit. Een 9 omdat ze goed bezig zijn. Met de kanttekening over het aantrekken van de jongere doelgroep, zeker een 8. Tussen de 8 en 9, ze is heel tevreden.
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
Extra opmerkingen:	
1	De respondent vindt het een stap om bij De Ontmoeting te komen. Daarom was ze er nog niet geweest. Op dagen als kerst is De Ontmoeting gesloten. Het zou dan juist open moeten zijn omdat er dan veel mensen alleen zitten. Respondent heeft het druk en voelt zich nog te jong om veel activiteiten met HEVO te doen. Respondent voelt zich niet altijd welkom omdat er bij HEVO echt rosmalenaren komen waar je moeilijk tussen komt. Ze is bang niet geaccepteerd te worden. Alle activiteiten doet hij met zijn vriendin, alleen zou hij niet gaan.
2	
3	
4	
5	
6	

7	Wist niet dat je zomaar de Ontmoeting binnen mocht lopen. Dit zou ze ook niet zo snel doen omdat dit nog moet groeien. Ze is bang dat er veel mensen zitten te klagen over ziektes. Ze heeft een smartphone waar ze vaak mails op bekijkt en mee appt. Heeft een druk bestaan. Ze zit in de collectieve belangenbehartiging commissie. Soms voelt ze zich wat overbodig omdat het altijd dezelfde mensen zijn die alles regelen en die iedereen kennen. Wat nieuwe mensen zou ook wel eens leuk zijn.
8	Rosmalen heeft een echte dorpsmentaliteit, ze zijn erg behoudend. HEVO moet een keer iets aanbieden wat mensen wat ruimdenkender maakt. De respondent vond het heel goed dat er werd gebeld waar ze bleef, toen ze een keer een activiteit was vergeten.
9	Lid geworden omdat de HEVO in de toekomst misschien nodig hebben. Doet nu nog veel activiteiten zelf. Vond het ook erg positief dat HEVO contact opnam via de e-mail om te zeggen dat ze weer gingen starten met de bridge.

Vervolgens is een tabel gemaakt met de samenvatting van die vraag. Hierin staan de belangrijkste dingen die de respondenten bij de desbetreffende vraag hebben gezegd. Ook is gekeken naar hoeveel mensen ergens op dezelfde manier over denken.

Antwoorden	
Algemeen	
Vraag: Wat is uw leeftijd?	
	Onbekend: 1 persoon 50-60: 1 persoon 61-70: 5 personen 71-80: 2 personen 81-90: 0 personen Ouder dan 90: 0 personen
Activiteiten / diensten	
Vraag: Doet u een activiteit binnen HEVO en zo ja welke?	
	De meeste respondenten doen een activiteit bij HEVO. Drie respondenten doen tai-chi. Drie respondenten doen momenteel geen activiteit, waarvan 1 er ook nog geen ervaring heeft met activiteiten bij HEVO. Een respondent doet enkel excursies en dagtochten, maar geen vaste activiteit. Drie respondenten geven aan nu geen behoefte te hebben aan (meer) activiteiten, maar over een paar jaar misschien wel.
Vraag: Waarom doet u deze activiteiten bij HEVO en niet bij een andere aanbieder?	
	Drie respondenten geven aan dat het de activiteit bij HEVO goedkoper is dan ergens anders. Een respondent voelt zich meer op haar gemak binnen de doelgroep van HEVO dan bij een andere aanbieder. Een respondent kiest voor HEVO vanwege de lerares van de activiteit. Een andere respondent doet geen activiteit vanwege de drempel om bij HEVO binnen te komen. Een andere respondent kijkt vooral naar het aanbod maar gaat ook wel eens naar een andere aanbieder als dit dichterbij is. Een andere respondent kiest ook voor HEVO omdat dit dichterbij huis is.
Vraag: Wat vindt u van de activiteiten die HEVO aanbiedt?	
	Zes respondent geven aan dat het aanbod van HEVO goed is. Het aanbod is ruim en er is voor ieder wat wils. Een respondent hiervan vindt de activiteiten vooral gericht op oudere senioren en te weinig inspannend voor jongere senioren. Een respondent vindt dat HEVO meer zou moeten aanbieden op het gebied van beweging en ontspanning. Een respondent weet het niet goed, maar vindt de dagtochten erg goed.
Vraag: Welke andere activiteiten moet HEVO volgens u aanbieden?	
	Drie respondent vinden niet dat er een andere activiteit is die HEVO zou moeten aanbieden. Een respondent weet het niet. Een respondent wil iets knutselen, een ander wil excentrieke activiteiten als pottenbakken of glas in lood. Een andere respondent wil meer intensievere sporten of meer culturele activiteiten voor jongere senioren. Nog een respondent wil meer culturele activiteiten, zoals musea bezoeken. Ook een breiochtendje en een film op vrijdagmiddag worden genoemd.

Vraag: Maakt u gebruik van aanbiedingen die HEVO doet op het gebied van belangenbehartiging? Zo ja waarom wel en zo nee waarom niet?	
	Een respondent wist niet dat HEVO dit aanbod. Vier respondenten wisten het wel maar hebben er geen gebruik van gemaakt. Drie omdat zij het niet nodig hebben en een gaat er in de toekomst misschien gebruik van maken (belastingen.) Een respondent vindt het raar dat niemand van HEVO haar is komen opzoeken toen haar man, die lid was van HEVO, overleed. Drie personen hebben wel ervaring met HEVO op het gebied van belangenbehartiging. Een respondent heeft de belastingpapieren in laten vullen, een ander heeft een rijbewijskeuring bij HEVO gedaan en nog een ander wil dit in de toekomst gaan doen. Bij deze respondent zijn vrijwilligers van HEVO ook langs geweest toen zij haar man verloor.
Vraag: Wat vindt u van de prijzen die HEVO voert voor activiteiten/café/evenementen?	
	Zes respondent vinden de prijzen van HEVO goed en netjes. Een respondent geeft aan dat de reizen wel commercieel geprijsd zijn. Twee respondenten geven aan dat de prijzen goed zijn, maar ook best duurder hadden gemogen. Vooral in het café van De Ontmoeting.
Sociaal contact	
Vraag: Hoeveel van de contacten die u in het algemeen hebt, heeft u opgedaan bij HEVO?	
	Zeven respondenten geven aan dat zij wel wat contacten hebben opgedaan bij HEVO, maar niet veel. Het contact is wel altijd goed. Twee respondenten hebben hier ook geen behoefte aan. Een respondent komt te weinig bij HEVO om veel contacten op te doen. Een andere respondent vindt het niet leuk om zo veel alleen te zijn, maar doet geen activiteit bij HEVO. Een andere respondent vindt het contact maken met andere leden belangrijk, maar heeft nog geen contacten opgedaan omdat hij nog geen activiteit doet.
Imago	
Vraag: Voldoet HEVO aan uw verwachtingen?	
	Zes respondenten geven aan dat HEVO aan hun verwachtingen voldoet. De verwachtingen zijn volgens vier respondenten: een organisatie die leuke activiteiten organiseert. Een ander verwacht ook contacten op te doen voor op de langere termijn en weer een ander vindt de belangenbehartiging en het helpen van mensen ook erg belangrijk. Twee respondenten geven aan dat het aanbod uitgebreider mag, een wil meer culturele activiteiten en een ander weer meer creatieve. Twee respondenten geven aan dat HEVO niet helemaal aan hun verwachtingen voldoet. Een omdat er niemand is langs gekomen toen haar man overleed en omdat niemand contact met haar opnam na een vrijwilligersavond. De ander omdat HEVO geen activiteiten aanbiedt op het gebied van ontspanning en ademhalingstherapie en omdat HEVO niet uitnodigend overkomt. De Ontmoeting ziet er te gesloten uit. Een respondent weet het nog niet omdat hij alleen nog maar naar de open dag is geweest, maar vindt HEVO veelbelovend.
Vraag: Welk gevoel roept HEVO bij u op?	
	Vijf respondenten hebben een positief beeld bij HEVO. Een respondent heeft het idee dat het HEVO voor echte rosmalenen is. Een respondent vindt De Ontmoeting niks, het doet haar denken aan een bejaardenclub. Een respondent heeft het idee dat HEVO voor oudere senioren is en voelt zichzelf nog een jongere senior. Vijf respondenten hadden dit beeld vroeger ook en voelden zich nog te jong voor HEVO, maar nu niet meer. Drie van hen hadden vroeger een oubollig beeld bij HEVO.
Vraag: Wat denkt u dat andere mensen van HEVO vinden?	
	Twee respondenten horen enkel positieve geluiden over HEVO. Drie respondenten horen juist dat anderen HEVO zien als een vereniging waar zij zelf nog te jong voor zijn (ook al vallen zij wel in de doelgroep). Ze zien het dan als een vereniging voor oudere senioren en een respondent hoorde kreeg zelfs de vraag of zij zich niet schaamde om bij HEVO te zitten.
Communicatie	
Vraag: Kunt u dingen noemen die HEVO aanbiedt? (activiteiten etc.)	
	Zeven respondenten weten goed wat HEVO aanbiedt. Zij kunnen allemaal activiteiten noemen die HEVO doet. Vooral de activiteiten zijn bekend.
Vraag: Hebt u het gevoel op de hoogte te zijn van alles wat HEVO aanbiedt?	

	Acht respondenten hebben het gevoel dat zij goed op de hoogte zijn van wat HEVO aanbiedt, dankzij de communicatiemiddelen. Een respondent denkt dit niet helemaal te zijn, dit komt omdat zij de blaadjes weinig leest.
Vraag: Op welke manier wordt u hier het liefst over geïnformeerd?	
	De meeste mensen worden het liefst geïnformeerd via de HEVO-Actueel. Namelijk acht respondenten. Een respondent zou het liefst een nieuwsbrief ontvangen, maar ontvangt deze niet. Vier respondenten halen ook graag informatie uit de nieuwsbrief. Twee respondenten halen het ook graag van de website, waarvan een alleen toen deze zich ging oriënteren op HEVO.
Vraag: Hebt u het gevoel dat u bij HEVO terecht kunt met uw vragen/opmerkingen?	
	Zeven respondenten hebben het gevoel dat zij bij HEVO terecht kunnen met vragen of opmerkingen en dat HEVO hier graag naar luistert. Een respondent heeft dit wel eens gedaan. Een andere respondent heeft dit ook gedaan maar vond dat er matig op werd gereageerd. Twee respondenten hebben niet het gevoel bij HEVO terecht te kunnen met vragen of opmerkingen, een ervaart een drempelangst en de ander zou het alleen bij een vraag doen omdat ze nog niet zo vertrouwd is met HEVO.
Vraag: Hebt u het gevoel betrokken te zijn bij HEVO als organisatie?	
	Twee respondenten geven aan dat zij zich betrokken voelen bij HEVO. Een omdat ze een verenigingsmens is, en een ander omdat ze in een commissie bij HEVO zit. Zes respondenten voelen zich niet betrokken. Drie hiervan hebben hier op dit moment ook geen behoefte aan. Een doet geen activiteit bij HEVO en voelt zich daardoor niet betrokken. Twee respondenten voelen zich nu niet betrokken maar misschien wel als zij meer bij HEVO zouden komen doen. Een respondent zou zelf ook cursussen willen geven in de toekomst.
Vraag: Zou u bereid zijn om, als HEVO dit aanbiedt, mee te denken/helpen aan projecten?	
	Alle respondenten zouden bereid zijn om met HEVO mee te werken of denken aan projecten. Een hiervan doet dit eigenlijk al. Een respondent geeft aan dat ze dit zou willen als ze het zou kunnen. Een andere respondent zou met HEVO mee willen denken/willen helpen, maar zou het niet helemaal op zich willen nemen. Twee respondenten zouden willen helpen als het hen interesseert en de rest als zij tijd zouden hebben.
Vraag: Wat denkt u dat HEVO kan verbeteren in hun informatie verstrekking	
	Zes respondenten zijn helemaal tevreden en kunnen niets aangeven wat verbeterd zou moeten worden. Een respondent wil dat HEVO meer open communiceert, met meer beeld en minder tekst in de HEVO-Actueel. Een andere respondent zou direct contact fijn vinden. En een andere respondent geeft aan dat er meer folders verspreid moeten worden voor niet leden en dat Facebook een goed middel zou zijn voor HEVO.
Vraag: Van welke communicatiemiddelen maakt u in het algemeen het meest gebruik? (denk hierbij aan internet, folders, mond-tot-mond reclame, social media)	
	Vijf respondenten maken het meest gebruik van internet. Een respondent van de computer maar minder van internet. Drie respondenten maken het meest gebruik van folders en boekjes. Twee hiervan ook van mond-tot-mond reclame en een ook van nieuwsbrieven.
Vraag: Hoe zoekt u naar informatie over HEVO? (Bijvoorbeeld plaatselijke krantjes, HEVO website, HEVO-Actueel, krant, via vrienden of kennissen).	
	Vooral via HEVO-Actueel zoeken leden naar hun informatie over HEVO. Namelijk 9 respondenten. Een respondent zoekt in de nieuwsbrief maar als de computer uit staat, in HEVO-Actueel. Voor specifieke informatie gaan drie respondenten naar de website. Twee respondenten zoeken ook in het blad ONS en een respondent in de Rosbode. Drie respondenten zoeken ook via de nieuwsbrief en een respondent luistert ook veel naar kennissen en vrienden.
Vraag: Maakt u in het algemeen veel gebruik van internet? Zo ja voor wat allemaal?	
	Vijf respondenten maken veel gebruik van internet. Vooral om nieuwssites te bezoeken, voor marktplaats, e-mailen, dingen opzoeken, internetbankieren of spullen bestellen. Drie respondenten maken erg weinig gebruik van internet en een respondent helemaal niet.

Vraag: Bent u actief op social media?	
	Vier respondenten zitten op Facebook. Een doet er niks mee, de drie anderen wel. Een respondent zit ook nog op andere social media kanalen. Twee respondenten zouden interesse hebben in HEVO als zij op Facebook zaten, de twee anderen niet. Vijf respondenten zitten niet op social media. Drie hiervan hebben er geen tijd voor of geen zin in. Een heeft geen internet en een respondent is bang dat ze dan alleen maar meer op de computer zit.
Vraag: Leest u het ledenblad HEVO-Actueel? En zo ja is dit via de website of via het fysieke blad?	
	Alle respondenten lezen de HEVO-Actueel. Allemaal lezen zij deze via het fysieke blad. Twee respondenten lezen hem af en toe of bladeren er een doorheen. De rest leest hem helemaal. Een respondent vindt HEVO-Actueel niet aansprekend omdat het meer beeldend zou moeten zijn en met minder tekst. De rest vindt HEVO-Actueel leuk en duidelijk. Een respondent heeft zich geërgerd aan een specifiek artikel, maar vindt hem verder wel goed.
Vraag: Leest u de nieuwsbrief van HEVO?	
	Vijf respondenten lezen de nieuwsbrief. Twee hiervan hebben het meeste dan al gelezen in HEVO-Actueel. Drie respondenten geven aan de nieuwsbrief globaal te lezen. Een respondent vindt dingen uit de nieuwsbrief soms moeilijk te onthouden en leest deze dingen dan terug in de HEVO-Actueel. Twee respondenten krijgen de nieuwsbrief niet omdat zij niet op internet zitten. Twee andere respondenten zouden de nieuwsbrief wel graag ontvangen, maar krijgen deze niet.
Vraag: Leest u advertenties van HEVO in plaatselijke krantjes?	
	Drie respondenten lezen artikelen in plaatselijke krantjes van HEVO. Twee anderen lezen het ook, maar hebben het dan ook al ergens anders gelezen, bijvoorbeeld in HEVO-Actueel. Vooral de Rosbode en het blad ONS van KBO worden gelezen. Een respondent hoort ook van andere mensen dat zij deze bladen lezen. Een respondent leest de blaadjes nooit, een kijkt er niet naar omdat ze de informatie al kent en een ander krijgt alleen het blad ONS, omdat zij uit Den Bosch komt.
Vraag: Als u contact wilt opnemen met HEVO, hoe doet u dit dan?	
	Drie respondenten zouden eerst proberen het zelf op te zoeken en ander zouden zij bellen of naar De Ontmoeting gaan. Een respondent zou meteen contactgegevens opzoeken en dan opbellen of naar De Ontmoeting gaan. Een respondent zou meteen naar De Ontmoeting gaan, een ander zou dit juist niet doen omdat De Ontmoeting er gesloten uitziet. Weer een andere respondent zou alleen naar De Ontmoeting gaan met iemand anders. Een respondent stuurt het liefst een mail. Een ander zou iets voorstellen op een ledenvergadering, bellen of iemand aanpreken in De Ontmoeting als de respondent daar is.
Vraag: Welke communicatiemiddelen zou HEVO nog meer in moeten zetten?	
	Vijf respondenten vinden dat HEVO geen andere communicatiemiddelen in hoeft te zetten. Zij zijn tevreden met de middelen die er nu zijn. Een respondent zou het slim vinden als HEVO op Facebook ging, omdat de volgende generatie hier op zit. Een andere respondent zou meer folders verspreiden om niet-leden meer te bereiken. Een andere respondent zou het fijn vinden als HEVO meer persoonlijk contact opnam.
Vraag: Hoe vindt u de inhoud van de communicatie naar haar leden toe?	
	Acht respondenten vinden de inhoud van de communicatie goed. Het belangrijkste hierbij is dat de activiteiten worden gecommuniceerd en hoe je je hiervoor moet opgeven. Randinformatie is voor een respondent wel leuk en voor een ander weer niet. Een respondent geeft aan dat zij de inhoud van de communicatie goed vindt, behalve een artikel dat laatst in HEVO-Actueel stond, daar had zij zich heel erg aan geërgerd. Een andere respondent vindt het vooral goed dat er in HEVO-Actueel staat dat ook niet-leden welkom zijn bij HEVO. Een andere respondent ergert zich eraan dat als je naar De Ontmoeting belt dat je dan zelf op zoek moet naar het nummer van de juiste persoon. Een respondent vindt de inhoud van de communicatie niet goed. HEVO-Actueel is niet aantrekkelijk, bevat teveel tekst en te weinig beeld. Dezelfde respondent vond ook dat er matig werd gereageerd door HEVO toen zij aanbod om zelf therapielessen te komen geven bij HEVO.
Vraag: Wat vindt u van de frequentie van de communicatie? Mag dit vaker of juist minder vaak?	
	Vijf respondenten vinden de frequentie van de communicatie, dus wanneer zij zelf iets horen van HEVO, goed. Ze vinden niet dat dit vaker of minder vaak hoeft. Een respondent geeft aan dat HEVO-

	Actueel van hem ook wel een keer in de twee maanden had mogen komen. Een andere respondent geeft aan dat deze misschien wel de behoefte had gehad om meer van HEVO te horen, als zij het minder druk had gehad.
Betekenisgeving	
Vraag: Wat vindt u het belangrijkste aan HEVO? (Bijvoorbeeld de activiteiten, het van huis zijn, sociaal contact)	
	Vier respondenten vinden de activiteit zelf het belangrijkste van alles. Hierbij is sociaal contact wel een belangrijkste bijkomstigheid. Het is voor hen vooral de samenhang van alles. Drie respondenten vinden juist het sociale contact het allerbelangrijkst. Een respondent vindt het belangrijker om iets te doen hebben. Over het algemeen vinden de respondenten alles belangrijk.
Vraag: Hoe voelt u zich als u aan een HEVO activiteit deelneemt?	
	Zes respondenten voelen zich erg goed bij het deelnemen aan een HEVO activiteit. Begripen als, een fijne sfeer, positief gevoel en rustig, worden genoemd. Een respondent vindt het ook fijn dat de lerares de laatste les wat mee gaat drinken. Een respondent weet het niet omdat er nog geen activiteit bij HEVO is gedaan. Een andere respondent voelde zich bij de film wel op haar gemak, maar bij een vrijwilligersvergadering voelde zij zich niet op haar gemak.
Vraag: Zou uw leven er anders uitzien als u geen lid was bij HEVO? (En op welke manier)?	
	Vijf respondenten geven aan dat hun leven er niet anders uit zou zien als zij geen lid waren geweest van HEVO, ze zien het meer als een aanvulling, of ze zouden iets anders zoeken als HEVO er niet was. Drie respondenten doen nog niks/ niet veel bij HEVO en kunnen de vraag dus niet echt beantwoorden. Een respondent geeft aan dat er toch wel iets zou wegvallen in haar leven, als zij geen lid was geweest bij HEVO.
Vraag: Zou u HEVO aanbevelen bij uw vrienden/kennissen/familie?	
	Alle respondenten zouden HEVO aanbevelen aan hun vrienden/kennissen of familie. Zeven hiervan hebben dit ook al een keer gedaan. Soms komen mensen hierdoor naar HEVO, maar sommigen hebben ook geen interesse.
Vraag: Als u HEVO een rapportcijfer zou mogen geven van 1 tot en met 10, wat zou dit cijfer dan zijn?	
	Iedereen zou HEVO een voldoende geven. Gemiddeld krijgt HEVO van de respondenten een 8.2. Een respondent geeft de uitstraling wel een zesje. Zij heeft het dan voornamelijk over HEVO-Actueel en De Ontmoeting van buiten. Een andere respondent geeft wel een 8, maar heeft hierbij als kanttekening dat er meer activiteiten voor jongere senioren moeten komen.
Extra opmerkingen:	
	Twee respondenten vinden het een stap om bij De Ontmoeting binnen te komen. De een omdat het gebouw er gesloten uitziet en de ander omdat er echte rosmalenaren bij HEVO komen, waar je moeilijk tussen komt. Een andere respondent geeft ook aan dat er in Rosmalen een echte dorpsmentaliteit heerst en dat mensen wat ruimdenkender zouden moeten zijn. Ze vindt dat HEVO hier aan mee moet helpen, door wat andere activiteiten aan te bieden (meer cultureel). Een respondent gaat niet zo snel zomaar bij De Ontmoeting naar binnen. Ze heeft soms nog steeds het beeld dat veel mensen zitten te klagen over hun kwalen. Een respondent vindt het niet goed dat HEVO met kerst gesloten is, omdat er dan juist mensen zijn die alleen zijn en HEVO nodig hebben. Een respondent zou activiteiten niet alleen doen, altijd met zijn vriendin. Een andere respondent zou dit ook niet doen. Veel respondenten hebben het erg druk, of voelen zich nog te jong om bij HEVO te gaan, ze zien het meer als iets voor in de toekomst, of voor wanneer zij alleen komen te staan. Een respondent vond het erg positief dat HEVO een berichtje stuurt als er een activiteit vrij is, die eerst bezet was. Een andere respondent stelt dit persoonlijke contact ook op prijs, zij werd gebeld toen ze was vergeten naar een activiteit te gaan. Deze respondent geeft ook aan dat zij wel eens wat nieuwe mensen in het bestuur zou willen zien. Ze zit zelf ook in een commissie, maar voelt zich vaak overbodig omdat de rest er zo vaak is, en het allemaal wel regelen.

Data analyse interviews niet-leden

De data van de niet leden zijn op dezelfde manier gestructureerd en geanalyseerd als de leden.

Per topic zijn alle vragen in de tabel opgenomen. Iedere vraag wordt beantwoord door negen verschillende respondenten. Rechts staan de antwoorden beknopt weergegeven.

Antwoorden	
Algemeen	
Vraag: Wat is uw leeftijd?	
1	51
2	Vrouw 66 en haar man 60
3	64
4	58
5	60
6	76
7	72
8	68
9	70
Bekendheid	
Vraag: Hebt u wel eens van HEVO gehoord?	
1	De respondent heeft van HEVO gehoord van mensen uit de straat.
2	Ja, vooral via anderen. En via een folder die ze kregen op de markt.
3	Hij is ooit op een open dag geweest met zijn vrouw en hij is op een kennismakingsgesprek geweest om vrijwilliger te worden.
4	Ja, haar man en ouders zijn lid.
5	Ja, vooral van de burens.
6	Ja, vooral via huis aan huis bladen.
7	Ja, hij is ooit lid geweest van HEVO. Dit kwam omdat hij en zijn vrouw in Rosmalen kwamen wonen en het leek hen leuk om wat contacten op te doen en activiteiten te doen.
8	Ja, via haar kennissen en een vriendin van haar. Ze is wel eens met haar vriendin mee geweest naar een activiteit. En ze gaat wel eens naar films in perron 3 van HEVO.
9	Ja, de respondent heeft activiteiten gedaan bij HEVO, zo'n 15/20 jaar geleden.
Vraag: Op welke manier hebt u van HEVO gehoord?	
1	Van mensen uit de straat die lid zijn bij HEVO.
2	Via andere mensen.
3	Van zijn vrouw. Samen zijn ze naar de open dag geweest.
4	Ze hoort vooral dingen over de korting die je kunt krijgen in winkels, de informatieavonden en de reizen.
5	Van de burens, vrijwilligers bij HEVO. En van het Rosmalens Dagblad.
6	Via Kernmagazine, de Rosbode en Het Brabants Dagblad. Ook wel eens van mensen in de straat.
7	Door de KBO. Die maakt reclame voor telefoonabonnementen. De respondent hoorde toen voor het eerst van KBO en ook van HEVO.
8	Via kennissen en een vriendin van haar. Ook dat je kortingen krijgt als je lid bent.
9	Ze was op zoek naar een aanbieder van tai-chi en kwam toen bij HEVO uit.
Vraag: Wat is de reden dat u geen lid bent bij HEVO?	
1	Ze heeft het nog druk met het huishouden etc. En ze voelt zich te jong voor HEVO. Misschien als ze alleen is.
2	De respondent en haar man hebben het er na het krijgen van de folder wel over gehad, maar het is er nooit van gekomen om lid te worden omdat ze zeggen dat ze zelf nog erg actief zijn. En ze voelen zich nog geen senioren.
3	Hij heeft er geen tijd voor. Hij heeft nog genoeg eigen bezigheden. Hij voelt zich er ook te jong voor omdat er 'alleen maar oude mensen komen'.
4	Ze is al bij genoeg andere verenigingen lid en heeft het hier druk genoeg mee. Ook voelt ze zich er te jong voor.
5	

6	Ze voelt zich te jong voor HEVO en ze is nog niet alleenstaand. Misschien als ze 70/75 is. Ze heeft ook nog genoeg bezigheden.
7	Omdat hij veel samen met zijn vrouw doet. Als hij alleen zou zijn zou hij misschien lid worden. Het werkte niet omdat hij en zijn vrouw onaangepast zijn aan de maatschappij. De mensen waren heel aardig. Maar het ging allemaal erg treuzelig.
8	Ze heeft nog genoeg te doen. En ze heeft genoeg vriendinnen en kennissen.
9	Ze vindt de activiteiten erg middelmatig en de mensen die bij HEVO komen erg dorps.
Imago	
Vraag: Welk beeld heeft u bij HEVO?	
1	Een heel goede organisatie voor mensen die alleen zijn zodat ze elkaar kunnen ontmoeten.
2	Een positief beeld, misschien iets voor later.
3	Een vereniging waarbij gezelligheid belangrijk is en je elkaar kunt treffen om je hobby uit te oefenen.
4	Vroeger van een bejaardenclub. Nu het beeld van een goede club, omdat de reizen cultureel zijn en er ook sporten worden aangeboden.
5	Prima. Een Ontmoetingscentrum voor oudere mensen. Gezellig dingen samen doen. Kaarten en biljarten.
6	Een voorziening voor ouderen die er behoefte aan hebben. Ook een soort buurthuis om een kopje koffie te drinken.
7	Hij denkt bij HEVO aan jeu des boules, omdat hij hier ervaring mee heeft. En verder aan activiteiten.
8	Eerst had ze niet echt een beeld, sinds haar vriendin lid is vindt ze HEVO een mooie organisatie voor mensen die alleen zijn.
9	Dat het oubollig is en dorps.
Vraag: Wat voor mensen komen er volgens u bij HEVO?	
1	Mensen vanaf 60/65. Oudere mensen die alleen zijn.
2	Vooral mensen die alleen zijn en mensen die contacten willen zoeken. Heel normale mensen, niet alleen rijken. De man denkt dat er ook veel mensen komen die niet altijd in Rosmalen hebben gewoond en dat het vooral mensen van rond de 80 zijn.
3	Alleenstaande mensen en mensen vanaf 65. Jongere mensen alleen als zij werkloos zijn of niets om handen hebben. Ook echte rosmalenaren en groepjes.
4	Oudere mensen vanaf 70.
5	Oudere mensen en alleenstaande mensen.
6	Vooral oudere mensen die alleenstaand zijn en behoefte hebben aan gezelligheid. En mensen die graag een potje biljarten. En mensen die pas gepensioneerd zijn en nog heel actief.
7	Mensen die met pensioen zijn. Vanaf 63. Er komen echte Rosmalenaren. Hij en zijn vrouw zijn anders dan deze Rosmalenaren. Het zijn wel heel aardige mensen.
8	Oudere mensen die alleen zijn. Mensen van 50 komen niet.
9	Dorpse mensen, die bang waren voor stadse mensen. De mensen waren wel aardig maar niet haar types. Ook mensen vanaf de pensioenleeftijd of mensen die afgekeurd zijn.
Vraag: Zou u zomaar bij HEVO binnenlopen als u daar behoefte aan heeft?	
1	Ja, want het is dichtbij. Ze zou wel liever met iemand anders meegaan dan alleen.
2	Nee, waarom weet de respondent niet precies. Ze weet wel dat dit kan.
3	
4	
5	Is wel lastig, maar ze zou de drempel overgaan. Ze gaat liever eerst naar een open dag.
6	Hij zou eerst bellen, voordat hij naar binnen zou lopen.
7	Ja, daar heeft hij geen moeite mee. Ook al is hij nog nooit in het nieuwe gebouw geweest.
8	Ze zou naar haar vriendin of kennissen die in het bestuur zitten gaan of opbellen.
9	Ja, dat zou ze zeker doen.
Vraag: Wat zijn uw verwachtingen van HEVO?	
1	Dat het een plek is waar mensen elkaar kunnen ontmoeten en een activiteit kunnen doen.
2	
3	Maatschappelijk betrokken zijn en lichte vormen van thuiszorg leveren. Samenwerken met bijvoorbeeld de kerk, verpleeghuizen en wooncentra. Hierdoor zou HEVO wat professioneler worden.
4	Dat zij sporten blijven stimuleren. Vooral ook teamsporten
5	Dat ze activiteiten aanbieden en cursussen en lezingen aanbieden over bijvoorbeeld veranderingen in de zorg.

6	Activiteiten aanbieden, gericht op ouderen. Bijvoorbeeld schaken, biljarten en een leesclub.
7	Belastinghulp bieden, administratieve zaken regelen, activiteiten organiseren, een dag ergens heen, fietsen, wandelen, computer lessen, beantwoorden van WMO vragen, een inloop uur en een sociaal werker.
8	
9	Meer kwaliteit en minder middelmatigheid. Meer kwaliteit in de pr en verspreiding van informatie. En meer activiteiten die aanspreken. Ook geen kortingen in winkels.
Vraag: Voldoet HEVO aan deze verwachtingen?	
1	Ja, het is voor oudere mensen die alleen zijn heel goed.
2	
3	Niet helemaal omdat hij meer thuiszorg verwacht.
4	Ze heeft de indruk dat HEVO sport goed stimuleert.
5	Ze weet het niet zeker omdat ze niet weet wat voor cursussen en lezingen er bij HEVO allemaal zijn.
6	Weet hij niet goed. Omdat hij geen lid is.
7	Ja.
8	
9	Nee, want HEVO biedt kortingen aan in winkels, de verspreiding van informatie is niet goed en het aanbod van activiteiten niet.
Activiteiten/diensten HEVO	
Vraag: Wat biedt HEVO volgens u allemaal aan?	
1	Biljarten, schilderen, bingoën, sporten, fietsen en wandelen. De respondent weet niet welke sporten je bij HEVO kunt doen en dat ze ook vakanties, belangenbehartiging en lezingen aanbieden.
2	Fietstochten, kaarten, dansen, biljarten, reizen, dagtochten en het laten invullen van belastingen.
3	Reisclubje, zangkoor, dansen, biljarten en schilderen. Vakanties wist hij niet.
4	Activiteiten op het gebied van sport en reizen. Dit hoort ze van haar man. Meer weet ze niet.
5	Kaarten en biljarten. En misschien yoga, bloemschikken en handwerken.
6	Wandelen, fietsen, biljarten, films en een schaak club. Goede activiteiten, denkt hij.
7	Fietsen, wandelen, dagtochten en jeu des boules. En een ontmoetingscentrum waar je koffie kunt drinken en biljarten.
8	Films, ze gaat wel eens naar films in perron 3. Wandel en fietstochten, uitstapjes en musicals, kaartmiddagen, bloemschikken, biljarten, dansen, linedance, volksdansen en belastingen invullen.
9	Tai-chi en bridge wist de respondent. Dagtochten had ze ooit van gehoord. En wandelen.
Vraag: Doet u wel eens activiteiten bij een andere organisatie dan HEVO? (bijvoorbeeld een sportclub of andere club) Zo ja waarom wel en zo nee waarom niet?	
1	Nee, want ze heeft thuis al genoeg te doen.
2	Nee, maar de man en vrouw gaan zelf nog vaak fietsen. Of samen op vakantie gaan.
3	Ja een vereniging over geschiedenis. Maar verder heeft hij het nog erg druk, zegt hij.
4	Ja, een koor, roeivereniging, trainen voor vierdaagse en soms een projectkoor. Ook van een vereniging waar ze activiteiten voor organiseert.
5	Niet bij een andere aanbieder, wel vanuit zichzelf. Ze zit bij yoga en bij een koor. Ze heeft ook gitaarlessen.
6	De respondent zit bij een schaakclub. Hij vindt schaken erg leuk en had het idee dat het bij deze club serieuzer was dan de schaakclub bij HEVO. Ook gaat hij wel eens fietsen.
7	Ja bij een fitnessclub. Verder niet. Hij zou ook fitnessen bij HEVO als dat kon.
8	Nee. Ze doet wel vrijwilligerswerk ergens anders.
9	Vroeger bij de KEI, dat was professioneler. Verder gaat de respondent naar de film in de Verkadefabriek en naar de sauna. En vaak op reis.
Vrijtijdsbesteding	
Vraag: Gaat u wel eens uit? (bijvoorbeeld theaters, dagtrips, concerten)	
1	Nee. Een keer winkelen in de buurt en koffie drinken bij bekenden in de straat omdat ze het niet fijn vindt om ver van huis te zijn.
2	Nee, niet vaak ze gaan meer fietsen en wandelen.
3	Ja een keer per maand naar het theater en af en toe naar de film. Verder de kinderen en kleinkinderen opzoeken.
4	Af en toe naar concerten. En naar de camping met haar man. En veel sporten.
5	Regelmatig, bijvoorbeeld uit eten, naar een film, musical, theater of museum.

6	Naar films in de Verkadefabriek. Wandelen en fietsen. Naar een toneelstuk of museum, of eten met vrienden en uit eten gaan. En naar het familietheater een keer per jaar.
7	Erg weinig. Het zou meer mogen. Hij maakt lange vakanties, anders zou hij wel meer losse activiteiten doen.
8	Ja, naar de film in perron 3, naar een musical en andere uitstapjes maken.
9	Ja, erg vaak. Naar films, musea of musicals. Of een dagje naar een stad of het strand.
Vraag: Welke activiteit lijkt u eventueel leuk om te doen?	
1	Biljarten lijkt de respondent leuk. Ze zou bij HEVO ook gebruik maken van het laten invullen van belastingen.
2	Jeu des boules, dansen, opfriscursus EHBO en dagtochten lijken de man leuk en zou hij willen doen. Fietstochten en toneelstukken bekijken lijkt de vrouw leuk.
3	Een fotografie cursus, muziek maken, heemkunde of mee gaan met reisjes.
4	Naar een Nederlandstalig toneelstuk of theater gaan. Concerten, theater en toneel vind de respondent leuk. Dit zou ze wel iets vaker willen doen. Nu doet ze dat eens in de 2/3 maanden.
5	Niet alles is voor de respondent mogelijk, omdat ze een tijd terug ziek is geweest. Tai-chi lijkt haar leuk. En een koor, als zij leuk zingen. Modern dansen ook, maar dat is te druk.
6	Biljarten, schaken en lezen. En vrijwilligerswerk doen. Dansen lijkt hem leuk, maar zou hij niet meer doen. Of kleine stukken wandelen van 5km.
7	Lange vakanties. Bijvoorbeeld naar Zuid Amerika. Naar een lezing gaan of cursus volgen. Of vrijwilligerswerk.
8	Uitstapjes doen. Fietsen misschien, maar alleen met zijn tweeën of vieren.
9	Een cursus waar je van kunt leren. Of schilderen of aquarelleren. Of wandelen in een andere omgeving.
Vraag: Wat vindt u bij het doen van een activiteit belangrijk? (bijvoorbeeld de lessen, de mensen, de omgeving, de sfeer)	
1	Vooral het contact met anderen. Dat zou ook de belangrijkste reden zijn om ooit lid te worden bij HEVO, als ze ooit alleen zou zijn.
2	Voor de vrouw vooral het sociaal contact en voor de man vooral de activiteit zelf.
3	Alles, maar vooral om iets te leren. Sociaal contact is ook belangrijk.
4	Het belangrijkste is om iets van de activiteit te leren. Dat motiveert haar.
5	Dat de activiteit uitdagend is. Verder vindt ze sociaal contact, de activiteit zelf, iets leren en even van huis zijn, allemaal belangrijk bij een activiteit.
6	Met iets bezig zijn wat hij heel interessant vindt. Contact met anderen wordt ook steeds belangrijker.
7	Iets leren. Mensen leren kennen is minder belangrijk.
8	Op dit moment vooral de activiteit. Later als zij alleen zou zijn misschien meer voor de contacten.
9	Vooral de activiteit. De lessen en hier ook iets van leren.
Vraag: Wat vindt u belangrijk om te doen in uw leven? (bijvoorbeeld actief bezig zijn, vrienden, familie)	
1	Bij andere mensen op bezoek gaan en koffie drinken. En het huishouden.
2	Actief blijven en samen gaan fietsen, wandelen en op vakantie gaan.
3	De respondent werkt nog vindt familie en activiteiten belangrijk.
4	Vooral actief blijven. Veel sporten, maar ook culturele dingen ondernemen. En afspreken met vrienden (dit is iets minder belangrijk).
5	Activiteiten doen, anders word ze ongelukkig. De dag van de respondent raakt vanzelf helemaal vol.
6	Een leuke tijd met zijn vrouw hebben. Ook omdat zij nu ziek is. Thuis zijn is daarbij belangrijk en verder alleen dingen om actief te blijven en dingen die ze gezellig vinden. Of hun kleindochter komt bij hen.
7	Familie is belangrijk, vooral de kleinkinderen. Activiteiten zijn ook belangrijk. Aan contacten mag hij wat meer aandacht besteden vind hij.
8	De respondent vindt het ook wel eens fijn om thuis te zijn. In huis of in de tuin werken. Maar met vrienden iets doen is ook leuk.
9	Activiteiten doen waar je iets van leert, reizen en leuke activiteiten als de film of naar musea.
Vraag: Vind u het belangrijk om actief te blijven?	
1	Ja, de respondent doet alles op de fiets. Ze zou het heel erg vinden als dit later niet meer zou kunnen.
2	Ja, vooral door te fietsen en te wandelen.
3	Ja, de respondent vindt het belangrijk maar hij doet geen sport. Misschien in de toekomst.
4	Ja, de respondent doet veel aan sport en vindt dit heel belangrijk, vooral om gezond te blijven.

5	Ja, door middel van fietsen, wandelen yoga en zingen. Mentaal bezig zijn is ook heel belangrijk. Activiteiten die de hersenen stimuleren. Lichamelijk actief zijn gaat niet altijd meer.
6	Ja, door te wandelen en fietsen en in de tuin te werken. Hij merkt wel dat hij steeds ouder wordt.
7	Ja, door te fitnessen. Hij zou dit wel wat vaker willen doen. Nu fitnest hij een keer per week.
8	Ja, maar sinds zij iets aan haar been heeft doet ze minder aan sport. Nog wel aan fietsen en lopen.
9	Ja, door te fietsen en soms wandelen. Maar vanwege de gezondheid gaat dit niet altijd meer heel makkelijk.
Vraag: Onderneemt u wel eens dingen buitenshuis? Zo ja, wat allemaal?	
1	Nee, alleen af en toe winkelen in de buurt. De respondent is niet graag ver van huis.
2	Ja, fietsen, wandelen en op vakantie gaan.
3	Ja, naar het theater of de film.
4	Ja, naar de camping, sporten en naar het theater/toneel/concerten.
5	Ja, fietsen, wandelen, yoga, zingen, gitaarlessen. Of uitgaan naar bijvoorbeeld een theater.
6	Ja, naar de film, uit eten, naar een museum of soms een toneelstuk.
7	Vooral op vakanties gaan. Als dat minder wordt, zou hij meer dagactiviteiten gaan doen.
8	Uitstapjes als de film of musical. En fietsen en wandelen.
9	Ja, naar films, uit eten, naar de sauna, naar een museum of musical of op reis gaan.
Vraag: Vind u het fijn om activiteiten te ondernemen?	
1	Alleen activiteiten waarbij ze niet ver weg hoeft. Maar ze vindt het ook fijn om thuis bezig te zijn.
2	Ja, ze geven aan dat ze dit vaak doen en dat ze actief zijn.
3	Ja, maar thuis kan hij zich ook prima vermaken.
4	Ja, dit is erg belangrijk voor de respondent.
5	Ja, anders gaat ze zich vervelen en wordt ze ongelukkig. Ze doet liever activiteiten dan thuis zijn.
6	Ja, maar het accent ligt nu op thuis. Hij vindt het wel leuk om activiteiten te doen, maar heeft nu graag thuis een fijne tijd met zijn vrouw. Ook heeft hij genoeg te doen qua huishouden.
7	Ja, maar het is een aanvulling. Thuis zijn is ook belangrijk en hij hoeft niet altijd weg te zijn.
8	Ja, maar ze vindt het ook wel eens fijn om thuis te zijn.
9	Ja, maar niet om van huis weg te zijn.
Sociaal contact	
Vraag: Doet u graag dingen alleen, of met anderen?	
1	Liever met anderen. Ze zou ook niet alleen naar HEVO gaan. Sociaal contact zou de belangrijkste reden zijn om lid te worden bij HEVO in de toekomst.
2	Liever met anderen dan alleen. Naar HEVO gaan zouden ze ook liever met anderen doen, of dat ze weten dat er mensen zijn die zij kennen.
3	Liever met anderen. Dingen als een fotografie cursus zou hij wel alleen doen, maar naar een theater niet.
4	Ligt aan de activiteit. Het liefst samen. Naar de camping lopen doet ze alleen en vindt ze heel fijn.
5	Liever met anderen, maar alleen is ook geen probleem. Een grote of kleine groep is allebei goed.
6	Dat ligt aan de activiteit. Schaken en biljarten liever niet alleen. Maar als hij een activiteit heel graag zou doen, zou hij die ook wel alleen doen.
7	Het is gezelliger met iemand anders, maar alleen is geen punt. Hij zou een activiteit zowel alleen doen als met iemand samen.
8	Met anderen. Maar ze heeft er helemaal geen moeite mee om alleen te gaan winkelen of uit eten te gaan.
9	De respondent kan goed dingen alleen doen. Maar vindt het met anderen ook gezellig. Op vakantie gaan zou ze niet alleen doen.
Communicatie	
Vraag: Van welke communicatiemiddelen maakt u in het algemeen het meest gebruik? (denk hierbij aan internet, folders, mond-tot-mond reclame, social media)	
1	Vooral van andere mensen en uit huis aan huis bladen. Hierdoor is ze ook bekend met HEVO.
2	De man vooral van internet en nieuwsbrieven. De vrouw vooral van mond-tot-mond reclame en plaatselijke krantjes.
3	De respondent is geen actieve zoeker. Maar zoekt meestal dingen op, op internet
4	Het liefst van e-mails met nieuwsbrieven.
5	De respondent zoekt erg gericht. Als ze ergens informatie over wil, gebruikt ze internet.

6	Als eerst gebruikt hij internet, tenzij er ergens een blaadje ligt met de informatie die hij zoekt.
7	Vooraf van internet.
8	Ze zoekt zelf weinig naar informatie. Meestal hoort ze dingen via haar vriendinnen.
9	Vooraf via internet. Op de tablet of telefoon.
Vraag: Maakt u in het algemeen veel gebruik van internet? Zo ja voor wat allemaal?	
1	Nee, want ze heeft het niet nodig. Haar man en zoon gebruiken het wel.
2	De vrouw niet. De man wel, vooral om dingen op te zoeken op de iPad.
3	Ja voor zijn werk. En om te e-mailen of YouTube filmpjes te kijken.
4	Ja, maar niet alle websites zijn toegankelijk omdat de respondent blind is. Als het we gaat, zoekt ze naar vakantiebestemmingen, kleding of prijzen van producten vergelijken. De man van de respondent bestelt dan wel eens wat.
5	Ja, bijvoorbeeld naar vergelijking sites kijken, of informatie over iets waar ze meer over wil weten. Als ze iets over HEVO zou willen weten, zou ze naar de website gaan.
6	Ja, hij houdt een website bij van de schaakclub en hij bekijkt mails. Hij maakt niet heel veel gebruik van internet om dingen op te zoeken, zijn vrouw meer.
7	Ja, om buitenlands nieuws te bekijken en een buitenlands weekblad. Verder zoeken naar informatie, over bijvoorbeeld vakanties. Of op Wikipedia kijken. Of vanuit nieuwsbrieven verder klikken naar een website.
8	Ja, om het nieuws en bankzaken te bekijken, te e-mailen of naar huizen kijken. En af en toe iets opzoeken.
9	Ja, om de krant te lezen en om Wordfeud te spelen of met Viber berichten te sturen.
Vraag: Bent u actief op social media?	
1	Nee, want hier geeft ze niks om. Haar man en zoon zitten wel op Facebook.
2	Nee, de man en vrouw zien hier allebei het nut niet van in.
3	Nee, daar heeft hij geen tijd voor en hij vindt het voor een groot deel onzin.
4	Nee, het is niet toegankelijk voor haar en ze heeft er ook geen behoefte aan.
5	Nee, het kost te veel tijd en ze heeft er geen zin in. Misschien later als de kleinkinderen er op zitten.
6	Nee, daar heeft hij geen behoefte aan. Er wordt veel onzin op gezet en hij heeft niet de behoefte om zich aan anderen te presenteren en het van anderen te zien.
7	Nee, geen interesse in. En hij wil niet dat iedereen zijn gegevens ziet.
8	Nee, de respondent weet niet goed wat ze er mee moet.
9	Nee, daar heeft ze geen interesse in omdat het nergens over gaat.
Vraag: Leest u thuis aan huis bladen?	
1	Ja, deze leest ze altijd. Hier komt ze HEVO ook tegen en ze leest stukken over HEVO dan ook altijd door.
2	Ja, die lezen ze. HEVO komen ze alleen maar tegen in de Rosbode.
3	Hij kijkt ze even snel door, maar heeft geen tijd om te helemaal te lezen. HEVO ziet hij dan wel eens in de Rosbode en het Stadsblad.
4	Nee, dat gaat niet vanwege haar blindheid. Haar man leest wel eens stukjes aan haar voor als hij denkt dat dit interessant is voor haar. Dingen over HEVO leest hij niet voor. De respondent zou de krantjes het liefst online hebben en ook toegankelijk voor haar.
5	Ja, het Rosmalens Dagblad, het krantje van Den Bosch, de Rosbode en het Stadsblad. Ze kijkt hier altijd even doorheen. Dingen over HEVO die ze hierin ziet leest ze altijd even. Ze vindt het fijn dat er informatie over HEVO in staat.
6	Ja, hij leest vooral de koppen. Vooral in de Rosbode ziet hij veel over HEVO, maar ook in het Brabants Dagblad en kernmagazine (wijkblaadje). Hij ziet alleen dingen over wandelen, fietsen, een lezing of film.
7	Ja, maar alleen de koppen. De Rosbode, een krantje uit Den Bosch en nog een derde krantje. En de Bossche Omroep.
8	Ja, het Stadsblad, de Rosbode en de Bossche Omroep. Hier ziet ze wel eens dingen over HEVO en daar kijkt ze dan even overheen. Ze heeft HEVO ook wel eens gezien bij de roskabelkrant.
9	Ja, de Rosbode, het Stadsblad en de Bossche Omroep. Vooral om op de hoogte te blijven van dingen in de omgeving. Ze ziet dan ook kleine stukjes over HEVO over het wandelen bijvoorbeeld.
Vraag: Leest u de krant?	
1	
2	

3	Ja, het Brabants Dagblad. Deze kijkt hij ook altijd even snel door. En af en toe de Volkskrant.
4	
5	Ja, het Brabants Dagblad, deze leest ze elke dag. En de weekend Telegraaf.
6	Ja, het Brabants Dagblad, en de Volkskrant of Trouw in het weekend.
7	
8	
9	Ja, de Volkskrant, via internet.
Vraag: Leest u losse folders die u toegestuurd krijgt?	
1	
2	De vrouw zou een folder over HEVO een fijn middel vinden om meer te weten te komen over HEVO.
3	Nee, die gaan meteen de prullenbak in.
4	Nee, want ze hebben een sticker op de deur en krijgen deze folders dus niet. Ze hebben geen interesse in reclame.
5	Reclamefolders niet. Informatie folders wel, over HEVO zou ze dit ook doorkijken.
6	
7	Hij denkt van wel. Maar hij zoekt op die manier niet zelf naar informatie.
8	Alleen als het de respondent interesseert.
9	Ja, als het haar interesseert.
Vraag: Komt u HEVO wel eens tegen in communicatiemiddelen die u gebruikt? (zoals in de krant of in huis aan huis bladen)	
1	Ja, in de huis aan huis bladen. En ze hoort over HEVO van mensen uit de straat.
2	Vooraf via andere mensen en via de Rosbode.
3	Ja in de Rosbode en het Stadsblad. Voor hem is dit genoeg.
4	Nee, vanwege haar blindheid niet. Ze hoort alleen over HEVO van haar man of anderen.
5	Ja in het Rosmalens dagblad, het krantje van Den Bosch, de Rosbode en het Stadsblad. Ze leest dingen over HEVO altijd even door.
6	Ja vooral in de Rosbode. En in het Brabants Dagblad en in Kernmagazine.
7	Ja in de Bossche Omroep, de Rosbode, een krantje uit Den Bosch en nog een krantje. Dingen over HEVO leest hij altijd even door.
8	Ja in de huis aan huis bladen en op de roskabelkrant. Maar vooral via vriendinnen.
9	Ja, kleine stukjes in de plaatselijke krantjes. Deze leest ze wel altijd. Ze gaan meestal over het wandelen en fietsen.
Vraag: Hoe zou u het vinden om (vaker) benaderd te worden door HEVO?	
1	Daar heeft de respondent geen behoefte aan. Omdat ze nu toch nog geen lid wil worden.
2	De vrouw zou dit leuk vinden. Het liefst via een folder. De man zou het leuk vinden digitale informatie te ontvangen, bijvoorbeeld een nieuwsbrief.
3	Nee, daar heeft hij geen behoefte aan. Als hij HEVO nodig heeft moet hij het wel zelf ergens kunnen vinden, waar weet hij niet.
4	Nee, daar heeft ze geen behoefte aan. Ze voelt zich nog te jong en heeft het nog te druk.
5	Pas als zij ouder is, misschien vanaf 65 jaar.
6	Hier heeft de respondent geen behoefte aan. Het is genoeg wat hij in de krantjes ziet.
7	Hier heeft hij geen behoefte aan. Uit de plaatselijke krantjes haalt hij genoeg informatie.
8	Op dit moment niet. Misschien als ze lid zou zijn.
9	Nee, dat hoeft van de respondent niet. Maar ze zou het wel goed vinden als iedereen een programmaboekje in de bus kreeg.
Vraag: Op welke manier blijft u op de hoogte van wat HEVO zoal te bieden heeft? (bijvoorbeeld via vrienden/kennissen, internet of folders)	
1	Via mensen uit de straat en via de huis aan huisbladen. De Rosbode en het Stadsblad.
2	Via de Rosbode en andere mensen. De man zou eerder gaan zoeken op internet.
3	Via de huis aan huis bladen. Dit is voor hem genoeg, meer informatie hoeft niet.
4	Via haar man.
5	Via plaatselijke krantjes.
6	Via de plaatselijke krantjes.
7	Via plaatselijke krantjes, daarnaast hoort hij wel eens wat over HEVO via andere mensen.
8	Vooraf via vriendinnen. Maar ze ziet ook wel eens wat in huis aan huisbladen.
9	Via anderen en via de plaatselijke krantjes.

Vraag: Zou u lid worden van HEVO als bekenden van u dit aan zouden raden?	
1	Nee, niemand doet dit ook omdat ze toch allemaal weten dat de respondent niet naar HEVO zou gaan.
2	
3	Nee, want hij voelt zich te jong.
4	Nee, daar heeft ze een aversie tegen. Ook naar haar man zou ze niet meteen luisteren.
5	
6	Misschien wel. Maar alleen als de activiteit hem heel erg aanspreekt.
7	Nee, want hij en zijn vrouw zijn onaangepaste mensen omdat zij lang in het buitenland hebben gewoond.
8	Nee, vriendinnen van de respondent hebben dit al gedaan. Maar ze wil het zelf bepalen.
9	
Vraag: Zou u persoonlijk aangesproken willen worden door HEVO?	
1	Nee, daar heeft de respondent geen behoefte aan.
2	
3	Nee, daar heeft hij nu geen behoefte aan.
4	Nee, dit zou zelfs averechts werken. Ze hoort het wel van haar man.
5	Het is voor haar niet nodig, maar zou wel goed zijn voor mensen die een drempel voelen om naar HEVO te gaan.
6	Nee, want dat voelt alsof je omgepraat word. Als hij alleen zou zijn zou hij er wel interesse in hebben dat iemand van HEVO kwam uitleggen wat het aanbod is.
7	Nee, want hij hoeft niet meer informatie.
8	Ze zou dan nog steeds moeten nadenken of ze wel bij HEVO zou willen.
9	Nee, helemaal niet.
Vraag: Op welke manier zou u het liefst te weten komen wat HEVO u zoal te bieden heeft? (bijvoorbeeld via vrienden/kennissen, internet of folders)	
1	Als ze lid zou zijn, via een informatieboekje. Op dit moment is het goed hoe het nu is. Via de huis aan huis bladen en via bekenden.
2	De vrouw zou informatie vragen aan bekenden en de man het liefst via internet of een nieuwsbrief.
3	Dat weet hij niet, omdat hij niet op zoek is naar informatie. Op dit moment zijn de plaatselijke krantjes genoeg.
4	Via haar man. Ook zou ze willen dat de plaatselijke krantjes ook voor haar toegankelijk waren.
5	Via de burens of de plaatselijke krantjes.
6	Als hij lid zou zijn, via een boekje met alle activiteiten er in. Op dit moment is via de huis aan huis bladen genoeg.
7	Via de plaatselijke krantjes. Als hij lid zou zijn zou hij een e-mail willen ontvangen (nieuwsbrief).
8	Via haar vriendinnen en de huis aan huis bladen. Als ze lid zou zijn misschien via een nieuwsbrief.
9	Via een programmaboekje met de activiteiten van dat jaar. Ze denkt dat iedereen dit wel zou willen.
Vraag: Zou u zelf naar HEVO toe gaan als u vragen/opmerkingen heeft over de organisatie?	
1	Ja, dat zou ze doen omdat ze dichtbij woont. Wel met iemand anders.
2	Eerder naar mensen die zij kent die bij HEVO komen.
3	Nee, want die heeft hij niet.
4	Ja, ze zou dan naar De Ontmoeting gaan of bellen.
5	Ze zou dan naar de burens gaan. Of bellen naar HEVO. Eerst zou ze altijd op de website kijken.
6	Ja, maar eerder door te bellen. Niet omdat er een drempel is, maar gewoon omdat het makkelijker is.
7	Ja, dit zou hij altijd doen.
8	Nee, omdat ze geen lid is en dus geen vragen of opmerkingen heeft. Als ze lid zou zijn zou ze dit wel doen.
9	Nee, want ze heeft geen vragen en opmerkingen.
Vraag: Op welke manier zou u zelf contact opnemen met HEVO?	
1	Door naar De Ontmoeting te gaan.
2	
3	Dit zou hij niet doen omdat hij geen interesse heeft.
4	Het hangt af van de activiteit. Naar De Ontmoeting gaan, of bellen.

5	Eerst op de website kijken of naar de burens gaan. Anders opbellen. Naar De Ontmoeting gaan is ook geen probleem.
6	Door te bellen, want dat is makkelijker dan naar De Ontmoeting gaan. Misschien zou hij het ook eerst opzoeken op internet.
7	Eerst op de website kijken en contactgegevens zoeken. Dan bellen of een e-mail sturen.
8	Naar mensen bellen die in het bestuur zitten en die ze kent.
9	Dit zou ze niet doen, omdat ze geen interesse heeft in HEVO.
Extra opmerkingen:	
1	De respondent zou wel ooit vrijwilligerswerk willen doen, maar zou dan niet aan HEVO denken. Eerder in Den Bosch, omdat hij daar meer binding mee heeft. De respondent heeft een keer aan HEVO gevraagd een fotografie cursus te geven. Hij mocht dit toen van HEVO opzetten. De respondent had het beter gevonden als ze hier meer zelf mee zouden helpen.
2	
3	
4	De respondent maakt ook gebruik van Skype. Ze gebruikt voor internet vaak een tablet. Alleen om gericht naar informatie te zoeken. E-mails bekijkt ze eerder op haar smartphone. Ook heeft ze hierop WhatsApp, dit wordt alleen nog niet zo veel gebruikt. De Ontmoeting vindt ze een moderne uitstraling hebben die goed past binnen haar generatie.
5	
6	
7	De respondent zou in de toekomst misschien wel vrijwilligerswerk willen doen. Misschien zou hij dit dan ook wel bij HEVO willen doen, at weet hij nog niet. Hij zou er wel even naar gaan kijken. Hij zou dan taallessen willen geven. De sport activiteiten zijn bij HEVO volgens de respondent minder spannend dan bij andere clubs, denkt hij. Dit is misschien ook iets goeds. De respondent heeft een smartphone waarmee hij op WhatsApp zit. En af en toe wat opzoekt. Verder vindt hij teletekst een heel fijn middel. Hij zegt ook dat er een discrepantie is tussen wat je doet en zou willen doen, naarmate je ouder wordt.
8	
9	
	De respondent heeft een smartphone waarmee ze op WhatsApp zit. Ook zit ze op Skype. Dat doet ze met haar vriendinnen. De respondent geeft heel sterk aan dat er in Rosmalen een verschil is in mentaliteit in Rosmalen, Er zijn veel dorpse mensen aan de ene kant van het dorp en stadse aan de andere kant. Bij HEVO komen meer dorpse mensen denkt ze, vooral vroeger. Verder heeft de respondent een smartphone en een tablet waarmee zij op internet zit.

Vervolgens is net als bij de data analyse van de HEVO leden een tabel gemaakt met de samenvatting van die vraag. Hierin staan de belangrijkste dingen die de respondenten bij de desbetreffende vraag hebben gezegd. Ook is gekeken naar hoeveel mensen ergens op dezelfde manier over denken.

Antwoorden	
Algemeen	
Vraag: Wat is uw leeftijd?	
	Onbekend: 0 personen 50-60: 4 61-70: 4 71-80: 2 81-90: 0 personen Ouder dan 90: 0 personen
Bekendheid	
Vraag: Hebt u wel eens van HEVO gehoord?	
	Alle respondenten hebben van HEVO gehoord. Vier respondenten hebben ook ervaring met HEVO. Ze hebben bijvoorbeeld ooit een activiteit gedaan, of zijn naar een film geweest in Perron 3.
Vraag: Op welke manier hebt u van HEVO gehoord?	

	Zes respondenten hebben van HEVO gehoord via andere mensen. Bijvoorbeeld mensen uit de buurt, vrienden of familie. Een respondent is vroeger zelf op zoek gegaan naar HEVO, een ander kent HEVO van KBO en weer een ander van de plaatselijke krantjes. Twee respondenten hoorden van anderen vooral dat je met een HEVO lidmaatschap kortingen kunt krijgen bij winkels.
Vraag: Wat is de reden dat u geen lid bent bij HEVO?	
	Zeven respondenten geven aan dat ze zelf nog genoeg bezigheden hebben en het te druk hebben. Vijf respondenten geven aan dat zij geen lid zijn omdat zij zich nog te jong voelen en zich geen senior voelen. Een respondent heeft ervaring met HEVO en vond de activiteiten erg middelmatig en de mensen te dorps. Een andere respondent heeft ook ervaring met HEVO maar voelde zich onaangepast aan de mensen die er kwamen. Drie respondenten zouden eerder lid worden als zij alleenstaand waren.
Imago	
Vraag: Welk beeld heeft u bij HEVO?	
	Zeven mensen hebben een positief beeld. Een respondent heeft een oubollig beeld van HEVO. Een respondent heeft wel een positief beeld, maar past er zelf niet echt tussen. Een respondent vond HEVO vroeger een bejaardenclub. Maar nu niet meer. Vier respondenten hebben het beeld dat HEVO ook vooral een plek is waar ouderen elkaar kunnen treffen voor de gezelligheid en om hun hobby uit te oefenen.
Vraag: Wat voor mensen komen er volgens u bij HEVO?	
	Alle respondenten denken dat er bij HEVO mensen vanaf minstens 60/65 jaar komen. Mensen die met pensioen zijn. Twee respondenten denken dat er ook jongere mensen komen die afgekeurd of werkeloos zijn. Een respondent weet dit van vroeger. Zes respondenten denken dat er vooral alleenstaande mensen naar HEVO komen om anderen te ontmoeten en voor de gezelligheid. Een respondent denkt dat er bij HEVO heel normale mensen komen, niet alleen maar rijke mensen. Een andere respondent vindt de mensen bij HEVO uit haar ervaring dorps en ze kijken op tegen stadse mensen. Twee respondenten denken dat er bij HEVO echte rosmalenaren komen en een denkt ook dat het groepjes/kliekjes mensen zijn. Een man van een respondent zegt juist dat er ook misschien ook veel nieuwe mensen bij HEVO komen die niet altijd in Rosmalen hebben gewoond.
Vraag: Zou u zomaar bij HEVO binnenlopen als u daar behoefte aan heeft?	
	Twee respondenten zouden zeker bij HEVO binnenlopen. Een andere respondent ook, maar liever met iemand anders erbij. Een respondent zou liever bellen. Een ander zou naar kennissen die in het bestuur zitten, gaan of bellen. En een ander zou liever eerst naar een open dag gaan, maar zou de drempel uiteindelijk wel overgaan. Een respondent zou niet bij HEVO binnenlopen, maar weet niet waarom.
Vraag: Wat zijn uw verwachtingen van HEVO?	
	Vier respondenten verwachten van HEVO dat zij allerlei activiteiten blijven organiseren, ervoor zorgen dat mensen elkaar kunnen ontmoeten en dat HEVO lezingen en cursussen aanbiedt. Een respondent vindt dat HEVO lichte thuiszorg moet bieden en maatschappelijk betrokken moet zijn, HEVO moet helpen met boodschappen bijvoorbeeld. HEVO moet ook samenwerken met bijvoorbeeld de kerk of wooncentra, om professioneler te worden. Een andere respondent verwacht vooral dat HEVO het sporten blijft stimuleren, vooral teamsporten. Een respondent verwacht van HEVO meer kwaliteit en minder middelmatigheid. Vooral in de verspreiding van informatie en in de activiteiten. Ook de kortingen in winkels vindt deze respondent niet goed.
Vraag: Voldoet HEVO aan deze verwachtingen?	
	Twee respondenten geven aan dat HEVO aan hun verwachtingen voldoet. Een respondent denkt ook dat HEVO aan haar verwachtingen voldoet omdat ze denkt dat HEVO sport bij ouderen stimuleert. Twee respondenten weten het niet zeker. Een niet omdat hij geen lid is. De andere een niet omdat zij niet goed weet welke cursussen en lezingen er allemaal worden aangeboden door HEVO. HEVO voldoet bij een respondent niet echt aan de verwachtingen, omdat hij meer thuiszorg verwacht. Bij een andere respondent voldoet HEVO ook helemaal niet aan de verwachtingen, omdat ze korting geven in winkels, een matig aanbod van activiteiten hebben en de verspreiding van informatie niet goed is.

Activiteiten/diensten HEVO	
Vraag: Wat biedt HEVO volgens u allemaal aan?	
	De meeste respondenten weten dat je bij HEVO kunt wandelen en fietsen. Veel mensen weten ook dat je kunt dansen, biljarten, zingen en dat er films en dagtochten zijn. De meeste respondenten kunnen veel activiteiten noemen die HEVO aanbiedt. Dat HEVO vakanties en lezingen aanbiedt wisten sommige respondenten wel en anderen niet.
Vraag: Doet u wel eens activiteiten bij een andere organisatie dan HEVO? (bijvoorbeeld een sportclub of andere club) Zo ja waarom wel en zo nee waarom niet?	
	Vijf respondenten doen geen activiteiten bij een andere aanbieder. Een hiervan heeft dit wel gedaan vroeger. Drie respondenten doen vrijwilligerswerk. Een respondent doet nooit activiteiten. De anderen doen allemaal wel eens activiteiten als naar de film of naar een musical gaan. Anderen gaan zelf vaak fietsen of wandelen. Vier respondenten doen wel activiteiten bij een andere aanbieder, zoals fitnessen, zingen bij een koor, roeivereniging, schaakvereniging of een vereniging over geschiedenis. Een respondent doet geen activiteiten bij een andere aanbieder. Maar zit wel particulier bij een koor, yoga en gitaarlessen.
Vrijtijdsbesteding	
Vraag: Gaat u wel eens uit? (bijvoorbeeld theaters, dagtrips, concerten)	
	Zes respondenten gaan regelmatig uit. Vooral naar films. Ook naar concerten, musea, uit eten of musicals. Een respondent gaat nooit uit, een ander gaat alleen wandelen en fietsen. Een respondent gaat ook niet vaak uit omdat hij altijd lang op reis gaat.
Vraag: Welke activiteit lijkt u eventueel leuk om te doen?	
	De respondenten hebben erg uiteenlopende activiteiten die hen leuk lijken om te doen. Genoemd worden de activiteiten: biljarten (2x), dagtochten (2x), fietstochten (2x), toneelstuk(2x), fotografie, jeu des boules, dansen, opfriscursus EHBO, muziek maken, heemkunde, reisjes, concerten, modern dansen, tai-chi, koor, schaken, lezen, vrijwilligerswerk, wandelen, dansen, lezing/cursus, lange vakanties, fietsen, schilderen of aquarelleren, wandelen in nieuwe omgeving.
Vraag: Wat vindt u bij het doen van een activiteit belangrijk? (bijvoorbeeld de lessen, de mensen, de omgeving, de sfeer)	
	Twee respondenten vinden het sociaal contact het belangrijkste. Twee respondenten vinden dat nu niet maar later misschien meer. Drie respondenten vinden dit ook heel belangrijk, maar niet het belangrijkste. Acht respondenten vinden vooral de activiteit belangrijk. Vier respondenten vinden iets leren erg belangrijk. Het van huis zijn is voor een respondent ook belangrijk.
Vraag: Wat vindt u belangrijk om te doen in uw leven? (bijvoorbeeld actief bezig zijn, vrienden, familie)	
	Zeven respondenten vinden het doen van activiteiten belangrijk. Een respondent vindt het belangrijk om een leuke tijd met zijn vrouw te hebben omdat zij ziek is. Hierbij is thuis zijn ook belangrijk. Een andere respondent vindt het ook wel eens fijn om thuis te zijn, maar vindt activiteiten doen ook belangrijk. Drie respondenten vinden familie het belangrijkste. Twee respondenten vinden actief blijven heel belangrijk.
Vraag: Vind u het belangrijk om actief te blijven?	
	Alle respondenten vinden dit belangrijk. Een respondent doet niets om actief te blijven. De rest allemaal wel. Zes respondenten blijven actief door te wandelen of te fietsen. Een respondent zit op fitness en een andere respondent doet allerlei verschillende sport activiteiten. Vier respondenten merken dat zij ouder worden, of geven aan dat ze niet meer alles kunnen doen qua sport.
Vraag: Onderneemt u wel eens dingen buitenshuis? Zo ja, wat allemaal?	
	Acht respondenten ondernemen wel eens dingen buitenshuis. Een respondent niet, behalve winkelen in de buurt. Een respondent gaat vaak op vakantie en doet geen dag uitstapjes. Zes respondenten ondernemen activiteiten als naar de film gaan, uitstapjes of theaters. Een respondent (en haar man) ondernemen activiteiten alleen door te wandelen en fietsen.
Vraag: Vind u het fijn om activiteiten te ondernemen?	
	Acht respondenten vinden het fijn om activiteiten te ondernemen. Een respondent blijft liever dicht bij huis. Vijf respondenten geven aan dat ze het thuis ook goed naar hun zin hebben en dat zij niet altijd

	activiteiten hoeven te doen. Het is een aanvulling. Twee respondenten vinden activiteiten doen heel belangrijk en doen dit liever dan thuis zijn.
Sociaal contact	
Vraag: Doet u graag dingen alleen, of met anderen?	
	Alle respondenten doen liever iets met anderen dan alleen. Maar het ligt erg aan de activiteit. Sommige activiteiten worden gemakkelijk alleen gedaan, maar activiteiten waarbij de gezelligheid centraal staat niet. Drie respondenten hebben er helemaal geen moeite mee om dingen alleen te doen. Twee respondenten geven aan dat ze ook niet alleen naar HEVO zouden gaan.
Communicatie	
Vraag: Van welke communicatiemiddelen maakt u in het algemeen het meest gebruik? (denk hierbij aan internet, folders, mond-tot-mond reclame, social media)	
	Zeven respondenten (en de man van een respondent die ook bij het interview aanwezig was) gebruiken als eerst internet als zij ergens informatie over willen. Twee mensen hiervan gebruiken het liefst e-mails en nieuwsbrieven. Drie respondenten krijgen vooral veel van hun informatie via anderen. Drie respondenten halen ook veel informatie uit (plaatselijke) krantjes.
Vraag: Maakt u in het algemeen veel gebruik van internet? Zo ja voor wat allemaal?	
	Zeven respondenten (en de man van een respondent die ook bij het interview aanwezig was) maken gebruik van internet. Twee respondenten gebruiken het niet, omdat ze het niet nodig hebben of er geen behoefte aan hebben. De respondenten die gebruik maken van internet, doen dit vooral om te e-mailen, nieuws te bekijken, vergelijkingssites bekijken en dingen in het algemeen op te zoeken.
Vraag: Bent u actief op social media?	
	Geen van de respondenten is actief op social media. Geen van hen heeft hier behoefte aan omdat ze het onzin vinden, er geen tijd voor hebben en het nut er niet van inzien. Een respondent zou misschien later op social media gaan als haar kleinkinderen hier ook op zitten. Een respondent weet niet goed wat ze ermee aan moet. Een andere respondent vindt vooral zijn gegevens belangrijk en wil niet dat iemand dit te weten komt.
Vraag: Leest u huis aan huis bladen?	
	Acht respondenten lezen de huis aan huis bladen. Vijf respondenten geven aan dat ze hier snel overheen kijken of alleen de koppen lezen. Acht respondenten geven aan dat zij wel eens iets over HEVO zien staan. Dit wordt ook altijd even bekeken. Vooral de Rosbode wordt vaak genoemd met betrekking tot informatie over HEVO. Meestal staan er stukjes in over de films, het wandelen en het fietsen. Een respondent leest deze niet vanwege haar blindheid. Haar man leest interessante stukken aan haar voor. Deze stukken gaan niet over HEVO. Deze respondent zou graag de willen dat de plaatselijke krantjes ook voor haar toegankelijk waren.
Vraag: Leest u de krant?	
	Drie respondenten geven aan dat zij het Brabants Dagblad lezen. Twee hiervan lezen ook wel eens de Volkskrant. Een hiervan leest ook wel eens Trouw een andere respondent die het Brabants Dagblad leest, leest ook de weekend Telegraaf. Een andere respondent leest alleen de Volkskrant.
Vraag: Leest u losse folders die u toegestuurd krijgt?	
	Drie respondenten zouden informatiefolders doorkijken als het hen interesseert. Een respondent denkt dat hij deze folders wel door zou lezen. Twee respondenten geven aan dat ze informatiefolders over HEVO zouden lezen. Twee respondenten lezen helemaal geen folders en gooien ze meteen weg.
Vraag: Komt u HEVO wel eens tegen in communicatiemiddelen die u gebruik? (zoals in de krant of in huis aan huis bladen)	
	Acht respondenten komen HEVO tegen in de plaatselijke krantjes. Een respondent komt HEVO hier niet in tegen vanwege haar blindheid. Zij hoort van haar man weer dingen over HEVO. De plaatselijke krantjes die de respondenten noemen waarin zij HEVO tegenkomen zijn: de Rosbode, het Stadsblad, de Bossche Omroep. Een respondent komt HEVO ook tegen in kernmagazine, een krantje van de wijk. Een respondent noemt ook nog een krantje van Den Bosch en nog een krantje (hij weet hier de namen niet van). Een andere respondent heeft HEVO wel eens gezien op de roskabelkrant. Vooral in de Rosbode komen de respondenten HEVO tegen.

	Vier respondenten horen vooral ook dingen over HEVO van anderen. Andere respondenten horen er ook wel eens over, maar zien HEVO vaker in plaatselijke krantjes.
Vraag: Hoe zou u het vinden om (vaker) benaderd te worden door HEVO?	
	Acht respondenten hebben er geen behoefte aan om meer informatie van HEVO te ontvangen. Hiervan zegt een respondent dat ze dit misschien zou hebben als ze 65 zou zijn. Een ander zou het alleen willen als ze lid zou zijn. Een respondent zou het leuk vinden om een foldertje van HEVO te ontvangen. Haar man zou wel nieuwsbrieven willen krijgen. Een respondent wil niet meer informatie, maar vindt wel dat HEVO een programmaboekje zou moeten verspreiden.
Vraag: Op welke manier blijft u op de hoogte van wat HEVO zoal te bieden heeft? (bijvoorbeeld via vrienden/kennissen, internet of folders)	
	Acht mensen blijven op de hoogte van HEVO via de plaatselijke krantjes. Zes respondenten blijven ook op de hoogte via andere mensen.
Vraag: Zou u lid worden van HEVO als bekenden van u dit aan zouden raden?	
	Vijf respondenten zouden niet naar HEVO gaan als bekenden dit van hen zouden aanraden. Een respondent zou dit misschien wel doen, maar alleen als de activiteit hem aan zou spreken.
Vraag: Zou u persoonlijk aangesproken willen worden door HEVO?	
	Van acht respondenten hoeft dit niet. Een respondent zou het misschien wel willen als hij ooit alleen was. Een respondent zou het niet willen, maar het lijkt haar wel goed voor mensen die een drempel voelen om bij HEVO te gaan. Een andere respondent zou als zij persoonlijk benaderd werd, nog steeds niet weten of ze bij HEVO zou willen. Bij een respondent zou het zelfs averechts werken als ze persoonlijk aangesproken zou worden.
Vraag: Op welke manier zou u het liefst te weten komen wat HEVO u zoal te bieden heeft? (bijvoorbeeld via vrienden/kennissen, internet of folders)	
	Twee respondenten geven aan dat als ze lid zouden zijn, dat ze dan het liefst een programma/informatie boekje zouden ontvangen. Twee respondenten en de man van een van de respondenten, zouden als ze lid waren van HEVO, het liefst informatie krijgen via een nieuwsbrief. De man van een van de respondenten zou dat nu ook al willen, ook al is hij geen lid. Zeven respondenten geven aan dat ze informatie zouden halen uit de plaatselijke krantjes. Vier respondenten zouden hun informatie willen krijgen van bekenden. Een respondent vindt dat HEVO een programmaboekje moet maken voor iedereen die in de doelgroep valt.
Vraag: Zou u zelf naar HEVO toe gaan als u vragen/opmerkingen heeft over de organisatie?	
	Twee respondenten zou dit doen. Een andere respondent ook, maar wel met iemand samen. Twee respondenten zouden misschien ook bellen naar HEVO. Twee andere respondenten zouden naar bekenden gaan. Een hiervan zou eerst op de website kijken. Drie respondenten zouden dit niet doen, omdat ze geen vragen of opmerkingen voor HEVO hebben en omdat ze geen lid zijn.
Vraag: Op welke manier zou u zelf contact opnemen met HEVO?	
	Twee respondenten zeggen dat ze dit niet zouden doen, omdat ze geen interesse hebben. Een respondent zou naar de Ontmoeting gaan. Een andere respondent zou bellen naar mensen die zij kent die in het bestuur zitten. Drie respondenten zouden contactgegevens zoeken of informatie opzoeken, bijvoorbeeld via internet. En daarna bellen, naar bekenden gaan, of naar De Ontmoeting gaan.
Extra opmerkingen:	
	Twee respondenten zou vrijwilligerswerk willen doen in de toekomst. Een respondent zou dan ook bij HEVO gaan kijken voor de mogelijkheden. De ander zou dit niet zo snel doen, hij zou eerder naar Den Bosch gaan. Deze respondent heeft al contact gehad met HEVO over een fotografie cursus, hij vond dat HEVO dit aan hem overliet om het te regelen, dit zou HEVO volgens hem meer zelf mogen doen. Twee respondenten maken gebruik van Skype. Drie respondenten gebruiken ook WhatsApp. Een respondent geeft aan vaak gebruik te maken van teletekst. Dezelfde respondent zegt dat hij denkt dat de sportactiviteiten bij HEVO, minder inspannend zijn dan bij andere aanbieders, maar dit is misschien ook wel goed.

	Een respondent geeft heel sterk aan dat er een verschil is in het soort mensen in Rosmalen. Dorpse en Stadse mensen. Ze denkt dat er bij HEVO vooral dorpse mensen komen. Dit was in elk geval vroeger zo.
--	--

Kruistabellen HEVO leden

CROSSTABS

/TABLES=V10 V11 V12 V13 V14 V15 V16 V17 V18 V19 BY V6
/FORMAT=AVALUE TABLES
/CELLS=COUNT COLUMN
/COUNT ROUND CELL.

Crosstabs

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\GOEDELIJSTHEVOLEDENKLAARVOORCROSSTABS.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
7a. Rosbode * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
7b. Thuis in Rosmalen * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
7c. De Bossche Omroep * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
7d. Het Stadsblad * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
7e. HEVO-Actueel * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
7f. HEVO website * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
7g. HEVO nieuwsbrief * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
7h. Het Brabants Dagblad * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
7i. Via vrienden/familie/kennissen * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
7j. Anders * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

7a. Rosbode * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd					Total
		0	50-60	61-70	71-80	81-90	
7a. Rosbode	uit	Count	3	8	91	89	203
		% within 2. Leeftijd	100,0%	61,5%	72,8%	71,2%	71,0%
	aan	Count	0	5	34	36	83
		% within 2. Leeftijd	0,0%	38,5%	27,2%	28,8%	29,0%
Total		Count	3	13	125	125	286

% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
----------------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

7c. De Bossche Omroep * 2. Leeftijd Crosstabulation

			2. Leeftijd					Total
			0	50-60	61-70	71-80	81-90	
7c. De Bossche Omroep	uit	Count	2	12	99	106	16	235
		% within 2. Leeftijd	66,7%	92,3%	79,2%	84,8%	80,0%	82,2%
	aan	Count	1	1	26	19	4	51
		% within 2. Leeftijd	33,3%	7,7%	20,8%	15,2%	20,0%	17,8%
	Total	Count	3	13	125	125	20	286
		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

7d. Het Stadsblad * 2. Leeftijd Crosstabulation

			2. Leeftijd					Total
			0	50-60	61-70	71-80	81-90	
7d. Het Stadsblad	uit	Count	3	12	110	110	18	253
		% within 2. Leeftijd	100,0%	92,3%	88,0%	88,0%	90,0%	88,5%
	aan	Count	0	1	15	15	2	33
		% within 2. Leeftijd	0,0%	7,7%	12,0%	12,0%	10,0%	11,5%
	Total	Count	3	13	125	125	20	286
		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

7e. HEVO-Actueel * 2. Leeftijd Crosstabulation

			2. Leeftijd					Total
			0	50-60	61-70	71-80	81-90	
7e. HEVO-Actueel	uit	Count	2	5	32	35	6	80
		% within 2. Leeftijd	66,7%	38,5%	25,6%	28,0%	30,0%	28,0%
	aan	Count	1	8	93	90	14	206
		% within 2. Leeftijd	33,3%	61,5%	74,4%	72,0%	70,0%	72,0%
	Total	Count	3	13	125	125	20	286
		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

7f. HEVO website * 2. Leeftijd Crosstabulation

			2. Leeftijd					Total
--	--	--	-------------	--	--	--	--	-------

		0	50-60	61-70	71-80	81-90	
7f. HEVO website	Count	3	6	59	69	11	148
	% within 2. Leeftijd	100,0%	46,2%	47,2%	55,2%	55,0%	51,7%
	Count	0	7	66	56	9	138
	% within 2. Leeftijd	0,0%	53,8%	52,8%	44,8%	45,0%	48,3%
	Count	3	13	125	125	20	286
	% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

7h. Het Brabants Dagblad * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd					Total
		0	50-60	61-70	71-80	81-90	
7h. Het Brabants Dagblad	Count	3	12	114	110	18	257
	% within 2. Leeftijd	100,0%	92,3%	91,2%	88,0%	90,0%	89,9%
	Count	0	1	11	15	2	29
	% within 2. Leeftijd	0,0%	7,7%	8,8%	12,0%	10,0%	10,1%
	Count	3	13	125	125	20	286
	% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

```
CROSSTABS
  /TABLES=V7 BY V6
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /CELLS=COUNT COLUMN
  /COUNT ROUND CELL.
```

Crosstabs

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\GOEDELIJSTHEVOLEDENKLAARVOORCROSSTABS.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
3. Hoe vaak HEVO * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

3. Hoe vaak HEVO * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd					Total
		0	50-60	61-70	71-80	81-90	
0	Count	3	1	2	1	0	7

3. Hoe vaak HEVO	nooit	% within 2. Leeftijd	100,0%	7,7%	1,6%	0,8%	0,0%	2,4%
		Count	0	5	7	10	2	24
	minder dan een keer per maand	% within 2. Leeftijd	0,0%	38,5%	5,6%	8,0%	10,0%	8,4%
		Count	0	2	41	36	7	86
	een keer per week	% within 2. Leeftijd	0,0%	15,4%	32,8%	28,8%	35,0%	30,1%
		Count	0	5	54	50	9	118
	meerdere keren per week	% within 2. Leeftijd	0,0%	38,5%	43,2%	40,0%	45,0%	41,3%
		Count	0	0	21	28	2	51
	Total	% within 2. Leeftijd	0,0%	0,0%	16,8%	22,4%	10,0%	17,8%
		Count	3	13	125	125	20	286
		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		Count						

CROSSTABS

```

/TABLES=V20 V21 V22 V23 V24 V25 V26 V27 V28 V29 V30 V31 V32 BY V6
/FORMAT=AVALUE TABLES
/CELLS=COUNT COLUMN
/COUNT ROUND CELL.

```

Crosstabs

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\GOEDELIJSTHEVOLEDENKLAARVOORCROSSTABS.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
8a. Algemeen informatie Rosbode * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8b. Thuis in Rosmalen * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8c. De Bossche Omroep * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8d. Het Stadsblad * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8e. Reclame folders * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8f. De krant * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

8g. Posters op straat * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8h. Internet * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8i. Nieuwsbrieven * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8j. Facebook * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8k. Twitter * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8l. Via vrienden/familie/kennissen * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8m. Anders * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

8h. Internet * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd					Total
		0	50-60	61-70	71-80	81-90	
8h. Internet	uit	Count	1	3	39	57	111
		% within 2. Leeftijd	33,3%	23,1%	31,2%	45,6%	38,8%
	aan	Count	2	10	86	68	175
		% within 2. Leeftijd	66,7%	76,9%	68,8%	54,4%	61,2%
Total		Count	3	13	125	125	286
		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

8j. Facebook * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd					Total
		0	50-60	61-70	71-80	81-90	
8j. Facebook	uit	Count	3	12	109	118	261
		% within 2. Leeftijd	100,0%	92,3%	87,2%	94,4%	91,3%
	aan	Count	0	1	16	7	25
		% within 2. Leeftijd	0,0%	7,7%	12,8%	5,6%	8,7%
Total		Count	3	13	125	125	286
		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

```

CROSSTABS
  /TABLES=V35 V36 V37 V38 V39 BY V6
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /CELLS=COUNT COLUMN
  /COUNT ROUND CELL.

```

Crosstabs

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\GOEDELIJSTHEVOLEDENKLAARVOORCROSSTABS.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
11a. Betekenis HEVO. activiteiten * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
11b. Belangenbehartiging * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
11c. Van huis zijn * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
11d. Contact met anderen * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
11e. Nieuwe mensen ontmoeten * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

11c. Van huis zijn * 2. Leeftijd Crosstabulation

			2. Leeftijd					Total
			0	50-60	61-70	71-80	81-90	
11c. Van huis zijn	0	Count	2	2	19	25	4	52
		% within 2. Leeftijd	66,7%	15,4%	15,2%	20,0%	20,0%	18,2%
	Zeer belangrijk	Count	0	1	10	7	1	19
		% within 2. Leeftijd	0,0%	7,7%	8,0%	5,6%	5,0%	6,6%
	Belangrijk	Count	0	2	18	28	5	53
		% within 2. Leeftijd	0,0%	15,4%	14,4%	22,4%	25,0%	18,5%
	Neutraal	Count	1	4	36	33	5	79
		% within 2. Leeftijd	33,3%	30,8%	28,8%	26,4%	25,0%	27,6%
	Onbelangrijk	Count	0	2	23	15	3	43
		% within 2. Leeftijd	0,0%	15,4%	18,4%	12,0%	15,0%	15,0%
	Zeer onbelangrijk	Count	0	2	19	17	2	40
		% within 2. Leeftijd	0,0%	15,4%	15,2%	13,6%	10,0%	14,0%
Total	Count	3	13	125	125	20	286	
	% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

```
CROSSTABS
  /TABLES=V40 BY V6
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /CELLS=COUNT COLUMN
  /COUNT ROUND CELL.
```

Crosstabs

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\GOEDELIJSTHEVOLEDENKLAARVOORCROSSTABS.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
12. Voldoen verwachtingen * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

12. Voldoen verwachtingen * 2. Leeftijd Crosstabulation

			2. Leeftijd					Total
			0	50-60	61-70	71-80	81-90	
12. Voldoen verwachtingen	0	Count	1	0	2	1	1	5
		% within 2. Leeftijd	33,3%	0,0%	1,6%	0,8%	5,0%	1,7%
	HEVO voldoet aan al mijn verwachtingen	Count	0	4	43	33	5	85
		% within 2. Leeftijd	0,0%	30,8%	34,4%	26,4%	25,0%	29,7%
	HEVO voldoet voor een groot deel aan mijn verwachtingen	Count	1	5	45	58	12	121
		% within 2. Leeftijd	33,3%	38,5%	36,0%	46,4%	60,0%	42,3%
	Neutraal	Count	0	4	33	28	2	67
		% within 2. Leeftijd	0,0%	30,8%	26,4%	22,4%	10,0%	23,4%
	HEVO voldoet voor een groot deel niet aan mijn verwachtingen	Count	1	0	2	4	0	7
		% within 2. Leeftijd	33,3%	0,0%	1,6%	3,2%	0,0%	2,4%
	HEVO voldoet helemaal niet aan mijn verwachtingen	Count	0	0	0	1	0	1
		% within 2. Leeftijd	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,3%
Total	Count		3	13	125	125	20	286
	% within 2.		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	Leeftijd		%	%	%	%	%	%

```
CROSSTABS
  /TABLES=V33 BY V6
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /CELLS=COUNT COLUMN
  /COUNT ROUND CELL.
```

Crosstabs

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\GOEDELIJSTHEVOLEDENKLAARVOORCROSSTABS.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
10. Meedenken/helpen projecten * 2. Leeftijd	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

10. Meedenken/helpen projecten * 2. Leeftijd Crosstabulation

			2. Leeftijd					Total
			0	50-60	61-70	71-80	81-90	
10. Meedenken/helpen projecten	0	Count	1	0	7	4	2	14
		% within 2. Leeftijd	33,3%	0,0%	5,6%	3,2%	10,0%	4,9%
	Ja	Count	1	2	34	26	3	66
		% within 2. Leeftijd	33,3%	15,4%	27,2%	20,8%	15,0%	23,1%
	Nee	Count	1	11	84	95	15	206
		% within 2. Leeftijd	33,3%	84,6%	67,2%	76,0%	75,0%	72,0%
Total	Count	3	13	125	125	20	286	
	% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

```
CROSSTABS
  /TABLES=V7 BY V5
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /CELLS=COUNT COLUMN
  /COUNT ROUND CELL.
```

Crosstabs

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\GOEDELIJSTHEVOLEDENKLAARVOORCROSSTABS.sav

Case Processing Summary

	Cases		
	Valid	Missing	Total

	N	Percent	N	Percent	N	Percent
3. Hoe vaak HEVO * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

3. Hoe vaak HEVO * 1. Geslacht Crosstabulation

			1. Geslacht			Total
			0	man	vrouw	
3. Hoe vaak HEVO	0	Count	2	0	5	7
		% within 1. Geslacht	66,7%	0,0%	3,2%	2,4%
	nooit	Count	0	14	10	24
		% within 1. Geslacht	0,0%	11,1%	6,4%	8,4%
	minder dan een keer per maand	Count	1	46	39	86
		% within 1. Geslacht	33,3%	36,5%	24,8%	30,1%
	een keer per week	Count	0	48	70	118
		% within 1. Geslacht	0,0%	38,1%	44,6%	41,3%
	meerdere keren per week	Count	0	18	33	51
		% within 1. Geslacht	0,0%	14,3%	21,0%	17,8%
	Total	Count	3	126	157	286
		% within 1. Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

```

CROSSTABS
  /TABLES=V35 V36 V37 V38 V39 BY V5
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /CELLS=COUNT COLUMN
  /COUNT ROUND CELL.

```

Crosstabs

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\GOEDELIJSTHEVOLEDENKLAARVOORCROSSTABS.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
11a. Betekenis HEVO. activiteiten * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
11b. Belangenbehartiging * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
11c. Van huis zijn * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
11d. Contact met anderen * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

11e. Nieuwe mensen ontmoeten * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
--	-----	--------	---	------	-----	--------

11a. Betekenis HEVO. activiteiten * 1. Geslacht Crosstabulation

			1. Geslacht			Total
			0	man	vrouw	
11a. Betekenis HEVO. activiteiten	0	Count	1	5	12	18
		% within 1. Geslacht	33,3%	4,0%	7,6%	6,3%
	Zeer belangrijk	Count	1	22	45	68
		% within 1. Geslacht	33,3%	17,5%	28,7%	23,8%
	Belangrijk	Count	0	57	47	104
		% within 1. Geslacht	0,0%	45,2%	29,9%	36,4%
	Neutraal	Count	1	29	46	76
		% within 1. Geslacht	33,3%	23,0%	29,3%	26,6%
	Onbelangrijk	Count	0	8	6	14
		% within 1. Geslacht	0,0%	6,3%	3,8%	4,9%
	Zeer onbelangrijk	Count	0	5	1	6
		% within 1. Geslacht	0,0%	4,0%	0,6%	2,1%
	Total	Count	3	126	157	286
		% within 1. Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

11b. Belangenbehartiging * 1. Geslacht Crosstabulation

			1. Geslacht			Total
			0	man	vrouw	
11b. Belangenbehartiging	0	Count	2	10	33	45
		% within 1. Geslacht	66,7%	7,9%	21,0%	15,7%
	Zeer belangrijk	Count	0	35	27	62
		% within 1. Geslacht	0,0%	27,8%	17,2%	21,7%
	Belangrijk	Count	0	41	42	83
		% within 1. Geslacht	0,0%	32,5%	26,8%	29,0%
	Neutraal	Count	0	27	41	68
		% within 1. Geslacht	0,0%	21,4%	26,1%	23,8%
	Onbelangrijk	Count	0	6	9	15
		% within 1. Geslacht	0,0%	4,7%	5,9%	5,0%

	% within 1.	0,0%	4,8%	5,7%	5,2%
	Geslacht				
	Count	1	7	5	13
	Zeer onbelangrijk % within 1.	33,3%	5,6%	3,2%	4,5%
	Geslacht				
	Count	3	126	157	286
	Total % within 1.	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Geslacht				

11c. Van huis zijn * 1. Geslacht Crosstabulation

		1. Geslacht			Total	
		0	man	vrouw		
11c. Van huis zijn	0	Count	2	11	39	52
		% within 1. Geslacht	66,7%	8,7%	24,8%	18,2%
	Zeer belangrijk	Count	0	6	13	19
		% within 1. Geslacht	0,0%	4,8%	8,3%	6,6%
	Belangrijk	Count	0	24	29	53
		% within 1. Geslacht	0,0%	19,0%	18,5%	18,5%
	Neutraal	Count	0	44	35	79
		% within 1. Geslacht	0,0%	34,9%	22,3%	27,6%
	Onbelangrijk	Count	0	20	23	43
		% within 1. Geslacht	0,0%	15,9%	14,6%	15,0%
	Zeer onbelangrijk	Count	1	21	18	40
		% within 1. Geslacht	33,3%	16,7%	11,5%	14,0%
	Total	Count	3	126	157	286
		% within 1. Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

11d. Contact met anderen * 1. Geslacht Crosstabulation

			1. Geslacht			Total
			0	man	vrouw	
11d. Contact met anderen	0	Count	2	4	13	19
		% within 1. Geslacht	66,7%	3,2%	8,3%	6,6%
	Zeer belangrijk	Count	0	23	39	62
		% within 1. Geslacht	0,0%	18,3%	24,8%	21,7%
	Belangrijk	Count	0	52	52	104
		% within 1. Geslacht	0,0%	41,3%	33,1%	36,4%
	Neutraal	Count	0	29	33	62

	Onbelangrijk	% within 1. Geslacht	0,0%	23,0%	21,0%	21,7%
		Count	0	10	13	23
	Zeer onbelangrijk	% within 1. Geslacht	0,0%	7,9%	8,3%	8,0%
		Count	1	8	7	16
		% within 1. Geslacht	33,3%	6,3%	4,5%	5,6%
		Count	3	126	157	286
Total		% within 1. Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

11e. Nieuwe mensen ontmoeten * 1. Geslacht Crosstabulation

			1. Geslacht			Total
			0	man	vrouw	
11e. Nieuwe mensen ontmoeten	0	Count	2	7	20	29
		% within 1. Geslacht	66,7%	5,6%	12,7%	10,1%
	Zeer belangrijk	Count	0	16	33	49
		% within 1. Geslacht	0,0%	12,7%	21,0%	17,1%
	Belangrijk	Count	0	45	43	88
		% within 1. Geslacht	0,0%	35,7%	27,4%	30,8%
	Neutraal	Count	0	37	34	71
		% within 1. Geslacht	0,0%	29,4%	21,7%	24,8%
	Onbelangrijk	Count	0	13	20	33
		% within 1. Geslacht	0,0%	10,3%	12,7%	11,5%
	Zeer onbelangrijk	Count	1	8	7	16
		% within 1. Geslacht	33,3%	6,3%	4,5%	5,6%
Total		Count	3	126	157	286
		% within 1. Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

CROSSTABS

```

/TABLES=V10 V11 V12 V13 V14 V15 V16 V17 V18 V19 BY V5
/FORMAT=AVALUE TABLES
/CELLS=COUNT COLUMN
/COUNT ROUND CELL.

```

Crosstabs

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\GOEDELIJSTHEVOLEDENKLAARVOORCROSSTABS.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
7a. Rosbode * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

7b. Thuis in Rosmalen * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
7c. De Bossche Omroep * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
7d. Het Stadsblad * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
7e. HEVO-Actueel * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
7f. HEVO website * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
7g. HEVO nieuwsbrief * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
7h. Het Brabants Dagblad * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
7i. Via vrienden/familie/kennissen * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
7j. Anders * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

7e. HEVO-Actueel * 1. Geslacht Crosstabulation

		1. Geslacht			Total
		0	man	vrouw	
7e. HEVO-Actueel	uit	Count	2	26	52
		% within 1. Geslacht	66,7%	20,6%	33,1%
	aan	Count	1	100	105
		% within 1. Geslacht	33,3%	79,4%	66,9%
Total		Count	3	126	157
		% within 1. Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

7i. Via vrienden/familie/kennissen * 1. Geslacht Crosstabulation

		1. Geslacht			Total
		0	man	vrouw	
7i. Via vrienden/familie/kennissen	uit	Count	2	121	140
		% within 1. Geslacht	66,7%	96,0%	89,2%
	aan	Count	1	5	17
		% within 1. Geslacht	33,3%	4,0%	10,8%
Total		Count	3	126	157
		% within 1. Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

CROSSTABS

/TABLES=V20 V21 V22 V23 V24 V25 V26 V27 V28 V29 V30 V31 V32 BY V5

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL.

Crosstabs

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\GOEDELIJSTHEVOLEDENKLAARVOORCROSSTABS.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
8a. Algemeen informatie Rosbode * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8b. Thuis in Rosmalen * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8c. De Bossche Omroep * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8d. Het Stadsblad * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8e. Reclame folders * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8f. De krant * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8g. Posters op straat * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8h. Internet * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8i. Nieuwsbrieven * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8j. Facebook * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8k. Twitter * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8l. Via vrienden/familie/kennissen * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
8m. Anders * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

8f. De krant * 1. Geslacht Crosstabulation

		1. Geslacht			Total
		0	man	vrouw	
8f. De krant	uit	Count	2	42	73
		% within 1. Geslacht	66,7%	33,3%	40,9%
	aan	Count	1	84	84
		% within 1. Geslacht	33,3%	66,7%	59,1%
Total		Count	3	126	157
		% within 1. Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

```
CROSSTABS
  /TABLES=V40 BY V5
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /CELLS=COUNT COLUMN
  /COUNT ROUND CELL.
```

Crosstabs

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\GOEDELIJSTHEVOLEDENKLAARVOORCROSSTABS.sav

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
10. Meedenken/helpen projecten * 1. Geslacht	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%

10. Meedenken/helpen projecten * 1. Geslacht Crosstabulation						
			1. Geslacht			Total
			0	man	vrouw	
10. Meedenken/helpen projecten	0	Count	1	4	9	14
		% within 1. Geslacht	33,3%	3,2%	5,7%	4,9%
	Ja	Count	1	38	27	66
		% within 1. Geslacht	33,3%	30,2%	17,2%	23,1%
	Nee	Count	1	84	121	206
		% within 1. Geslacht	33,3%	66,7%	77,1%	72,0%
	Total	Count	3	126	157	286
		% within 1. Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

```
CROSSTABS
  /TABLES=V9 BY V5
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /CELLS=COUNT COLUMN
  /COUNT ROUND CELL.
```

Crosstabs

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\GOEDELIJSTHEVOLEDENKLAARVOORCROSSTABS.sav

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent

7f. HEVO website * 8h. Internet	286	100,0%	0	0,0%	286	100,0%
------------------------------------	-----	--------	---	------	-----	--------

7f. HEVO website * 8h. Internet Crosstabulation

			8h. Internet		Total
			uit	aan	
7f. HEVO website	uit	Count	73	75	148
		% within 8h. Internet	65,8%	42,9%	51,7%
	aan	Count	38	100	138
		% within 8h. Internet	34,2%	57,1%	48,3%
Total	Count		111	175	286
	% within 8h. Internet		100,0%	100,0%	100,0%

Kruistabellen niet-leden

GET

FILE='C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav'.

DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.

CROSSTABS

/TABLES=V8 V9 V10 V11 V12 V13 V14 V15 BY V5

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL.

Crosstabs

Notes	
Output Created	13-MAY-2015 13:03:43
Comments	
Data	C:\Users\Laura\Desktop\KRUIS
Active Dataset	TABELniet-leden.sav
Input	DataSet1
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	50
Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Cases Used	CROSSTABS
Syntax	/TABLES=V8 V9 V10 V11 V12 V13 V14 V15 BY V5
	/FORMAT=AVALUE TABLES
	/CELLS=COUNT COLUMN
	/COUNT ROUND CELL.
Processor Time	00:00:00,02
Elapsed Time	00:00:00,02
Resources	Dimensions Requested 2
Cells Available	131072

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

Cases					
Valid		Missing		Total	
N	Percent	N	Percent	N	Percent

4a. HEVO gehoord, Via vrienden/familie/kennissen * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
4b. Rosbode * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
4c. Thuis in Rosmalen * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
4d. De Bossche Omroep * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
4e. Het stadsblad * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
4f. Het brabantse dagblad * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
4g. HEVO website * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
4h. Anders namelijk * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

4a. HEVO gehoord, Via vrienden/familie/kennissen * 1. geslacht Crosstabulation

			1. geslacht			Total
				man	vrouw	
4a. HEVO gehoord, Via vrienden/familie/kennissen	Uit	Count	1	0	0	1
		% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
		Count	0	10	4	14
		% within 1. geslacht	0,0%	52,6%	13,3%	28,0%
	Aan	Count	0	9	26	35
		% within 1. geslacht	0,0%	47,4%	86,7%	70,0%
		Count	1	19	30	50
		% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4b. Rosbode * 1. geslacht Crosstabulation

			1. geslacht			Total
				man	vrouw	
4b. Rosbode	Uit	Count	1	0	0	1
		% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
		Count	0	9	16	25
		% within 1. geslacht	0,0%	47,4%	53,3%	50,0%
	Aan	Count	0	10	14	24
		% within 1. geslacht	0,0%	52,6%	46,7%	48,0%
		Count	1	19	30	50
		% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4c. Thuis in Rosmalen * 1. geslacht Crosstabulation

			1. geslacht			Total
				man	vrouw	
4c. Thuis in Rosmalen	Uit	Count	1	0	0	1
		% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
		Count	0	17	26	43
		% within 1. geslacht	0,0%	89,5%	86,7%	86,0%
	Aan	Count	0	2	4	6
		% within 1. geslacht	0,0%	10,5%	13,3%	12,0%
	Total	Count	1	19	30	50
		% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4d. De Bossche Omroep * 1. geslacht Crosstabulation

			1. geslacht			Total
				man	vrouw	
4d. De Bossche Omroep	Uit	Count	1	0	0	1
		% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
		Count	0	17	23	40
		% within 1. geslacht	0,0%	89,5%	76,7%	80,0%
	Aan	Count	0	2	7	9
		% within 1. geslacht	0,0%	10,5%	23,3%	18,0%
	Total	Count	1	19	30	50
		% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4e. Het stadsblad * 1. geslacht Crosstabulation

			1. geslacht			Total
				man	vrouw	
4e. Het stadsblad	Uit	Count	1	0	0	1
		% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
		Count	0	17	22	39
		% within 1. geslacht	0,0%	89,5%	73,3%	78,0%
	Aan	Count	0	2	8	10
		% within 1. geslacht	0,0%	10,5%	26,7%	20,0%
	Total	Count	1	19	30	50
		% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4f. Het brabant's dagblad * 1. geslacht Crosstabulation

			1. geslacht			Total
				man	vrouw	
4f. Het brabant's dagblad	Uit	Count	1	0	0	1
		% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
		Count	0	18	26	44
		% within 1. geslacht	0,0%	94,7%	86,7%	88,0%
	Aan	Count	0	1	4	5
		% within 1. geslacht	0,0%	5,3%	13,3%	10,0%
	Total	Count	1	19	30	50
		% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Crosstabs

Notes		
Output Created		13-MAY-2015 13:07:22
Comments		
Input	Data	C:\Users\Laura\Desktop\KRUIS
	Active Dataset	TABELniet-leden.sav
	Filter	DataSet1
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
		CROSSTABS
Syntax		/TABLES=V7 BY V5
		/FORMAT=AVALUE TABLES
		/CELLS=COUNT COLUMN
		/COUNT ROUND CELL.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,02
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	131072

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
3. HEVO gehoord * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

3. HEVO gehoord * 1. geslacht Crosstabulation

			1. geslacht			Total
				man	vrouw	
3. HEVO gehoord	Ja	Count	1	0	0	1
		% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Nee	Count	0	13	30	43
		% within 1. geslacht	0,0%	68,4%	100,0%	86,0%
Total		Count	0	6	0	6
		% within 1. geslacht	0,0%	31,6%	0,0%	12,0%
		Count	1	19	30	50
		% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

CROSSTABS

```

/TABLES=V17 V18 V19 V20 V21 V22 V23 V24 V25 V26 BY V5
/FORMAT=AVALUE TABLES
/CELLS=COUNT COLUMN
/COUNT ROUND CELL.

```

Crosstabs

Notes

Output Created	13-MAY-2015 13:08:29
Comments	
Data	C:\Users\Laura\Desktop\KRUIS
Active Dataset	TABELniet-leden.sav
Filter	DataSet1
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	50
Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Cases Used	

Syntax	CROSSTABS	
	/TABLES=V17 V18 V19 V20 V21 V22 V23 V24 V25 V26 BY V5 /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT COLUMN /COUNT ROUND CELL.	
Resources	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,03
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	131072

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
5a. Ken HEVO niet * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5b. activiteiten spreken niet aan * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5c. geen tijd voor * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5d. vanwege mensen die er komen * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5e. Voel me te jong * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5f. genoeg activiteiten andere aanbieders * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5g. zelf genoeg activiteiten * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5h. weet niet wat ik moet verwachten * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5i. te duur * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5j. anders * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

5c. geen tijd voor * 1. geslacht Crosstabulation

		1. geslacht			Total
			man	vrouw	
5c. geen tijd voor	Count	1	0	0	1
	% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	uit	Count	0	16	22
					38

	% within 1. geslacht	0,0%	84,2%	73,3%	76,0%
	Count	0	3	8	11
	% within 1. geslacht	0,0%	15,8%	26,7%	22,0%
	Count	1	19	30	50
	% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Crosstabs

Notes

Output Created	13-MAY-2015 13:11:44
Comments	
Data	C:\Users\Laura\Desktop\KRUIS
Active Dataset	TABELniet-leden.sav
Filter	DataSet1
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	50
Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Cases Used	CROSSTABS
Syntax	/TABLES=V28 BY V5
	/FORMAT=AVALUE TABLES
	/CELLS=COUNT COLUMN
	/COUNT ROUND CELL.
Processor Time	00:00:00,00
Elapsed Time	00:00:00,04
Dimensions Requested	2
Cells Available	131072

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
8. Hoe vaak activiteit buitenshuis * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

8. Hoe vaak activiteit buitenshuis * 1. geslacht Crosstabulation

			1. geslacht			Total
				man	vrouw	
8. Hoe vaak activiteit buitenshuis	Count		1	0	0	1
		% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	0	Count	0	1	0	1
		% within 1. geslacht	0,0%	5,3%	0,0%	2,0%
	nooit	Count	0	5	5	10
		% within 1. geslacht	0,0%	26,3%	16,7%	20,0%
	minder dan een keer per maand	Count	0	0	2	2
		% within 1. geslacht	0,0%	0,0%	6,7%	4,0%
	minder dan een keer per maand, maar meer dan een keer per week	Count	0	2	3	5
		% within 1. geslacht	0,0%	10,5%	10,0%	10,0%
	een keer per week	Count	0	0	2	2
		% within 1. geslacht	0,0%	0,0%	6,7%	4,0%
	meerdere keren per week	Count	0	5	9	14
		% within 1. geslacht	0,0%	26,3%	30,0%	28,0%
	6	Count	0	6	9	15
		% within 1. geslacht	0,0%	31,6%	30,0%	30,0%
Total	Count		1	19	30	50
	% within 1. geslacht		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

CROSSTABS

/TABLES=V29 V30 V31 V32 V33 BY V5

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL.

Crosstabs

Notes

Output Created	13-MAY-2015 13:15:37
----------------	----------------------

Comments		
	Data	C:\Users\Laura\Desktop\KRUIS
		TABELniet-leden.sav
	Active Dataset	DataSet1
Input	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling		Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
	Cases Used	CROSSTABS
		/TABLES=V29 V30 V31 V32
		V33 BY V5
Syntax		/FORMAT=AVALUE TABLES
		/CELLS=COUNT COLUMN
		/COUNT ROUND CELL.
	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,02
Resources	Dimensions Requested	2
	Cells Available	131072

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
9a. alleen * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
9b. met partner * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
9c. met familieleden * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
9d. met vrienden * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
9e. anders * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

9c. met familieleden * 1. geslacht Crosstabulation

		1. geslacht		Total
		man	vrouw	
9c. met familieleden	Count	1	0	1

	% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Count	0	17	20	37
uit	% within 1. geslacht	0,0%	89,5%	66,7%	74,0%
	Count	0	2	10	12
aan	% within 1. geslacht	0,0%	10,5%	33,3%	24,0%
	Count	1	19	30	50
Total	% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

CROSSTABS

```

/TABLES=V34 V35 V36 V37 V38 V39 V40 V41 V42 V43 V44 V45 V46 BY V5
/FORMAT=AVALUE TABLES
/CELLS=COUNT COLUMN
/COUNT ROUND CELL.

```

Crosstabs

Notes	
Output Created	13-MAY-2015 13:17:25
Comments	
Input	Data
	Active Dataset
	Filter
	Weight
	Split File
	N of Rows in Working Data File
Missing Value Handling	Definition of Missing
	Cases Used
Syntax	
Resources	Processor Time
	Elapsed Time
	Dimensions Requested
	Cells Available

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
10a. Algemeen informatie, roscode * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10b. thuis in rosmalen * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10c. de bossche omroep * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10d. het stadsblad * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10e. reclame folders * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10f. de krant * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10g. posters op straat * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10h. internet * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10i. nieuwsbrieven * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10j. facebook * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10k. twitter * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10l. via vrienden/familie/kennissen * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10m. anders * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

10a. Algemeen informatie, roscode * 1. geslacht Crosstabulation

			1. geslacht			Total
				man	vrouw	
10a. Algemeen informatie, roscode	uit	Count	1	0	0	1
		% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
		Count	0	9	10	19
		% within 1. geslacht	0,0%	47,4%	33,3%	38,0%
	aan	Count	0	10	20	30
		% within 1. geslacht	0,0%	52,6%	66,7%	60,0%

Total	Count	1	19	30	50
	% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

10b. thuis in rosmalen * 1. geslacht Crosstabulation

		1. geslacht			Total
			man	vrouw	
10b. thuis in rosmalen	Count	1	0	0	1
	% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Count	0	17	21	38
	% within 1. geslacht	0,0%	89,5%	70,0%	76,0%
	Count	0	2	9	11
	% within 1. geslacht	0,0%	10,5%	30,0%	22,0%
	Count	1	19	30	50
	% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

10c. de bossche omroep * 1. geslacht Crosstabulation

		1. geslacht			Total
			man	vrouw	
10c. de bossche omroep	Count	1	0	0	1
	% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Count	0	11	11	22
	% within 1. geslacht	0,0%	57,9%	36,7%	44,0%
	Count	0	8	19	27
	% within 1. geslacht	0,0%	42,1%	63,3%	54,0%
	Count	1	19	30	50
	% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

10d. het stadsblad * 1. geslacht Crosstabulation

		1. geslacht			Total
			man	vrouw	
10d. het stadsblad	Count	1	0	0	1
	% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Count	0	12	16	28
	% within 1. geslacht	0,0%	63,2%	53,3%	56,0%
	Count	0	7	14	21
	% within 1. geslacht	0,0%	36,8%	46,7%	42,0%

Total	Count	1	19	30	50
	% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

10f. de krant * 1. geslacht Crosstabulation

		1. geslacht			Total
			man	vrouw	
10f. de krant	Count	1	0	0	1
	% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Count	0	11	14	25
	% within 1. geslacht	0,0%	57,9%	46,7%	50,0%
	Count	0	8	16	24
	% within 1. geslacht	0,0%	42,1%	53,3%	48,0%
	Count	1	19	30	50
	% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

10h. internet * 1. geslacht Crosstabulation

		1. geslacht			Total
			man	vrouw	
10h. internet	Count	1	0	0	1
	% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Count	0	10	21	31
	% within 1. geslacht	0,0%	52,6%	70,0%	62,0%
	Count	0	9	9	18
	% within 1. geslacht	0,0%	47,4%	30,0%	36,0%
	Count	1	19	30	50
	% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Crosstabs

Notes

Output Created	13-MAY-2015 13:43:22
Comments	
Data	C:\Users\Laura\Desktop\KRUIS TABELniet-leden.sav
Active Dataset	DataSet1
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	50

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V47 BY V5 /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT COLUMN /COUNT ROUND CELL.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,02
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	131072

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
11. meer informatie HEVO * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

11. meer informatie HEVO * 1. geslacht Crosstabulation

		1. geslacht			Total	
			man	vrouw		
11. meer informatie HEVO	ja	Count	1	0	0	1
		% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	nee	Count	0	4	13	17
		% within 1. geslacht	0,0%	21,1%	43,3%	34,0%
Total		Count	0	15	17	32
		% within 1. geslacht	0,0%	78,9%	56,7%	64,0%
		Count	1	19	30	50
		% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

CROSSTABS

/TABLES=V48 V49 V50 V51 V52 V53 V54 V55 V56 V57 V58 V59 V60 BY V5
/FORMAT=AVALUE TABLES
/CELLS=COUNT COLUMN
/COUNT ROUND CELL.

Crosstabs

Notes

Output Created	13-MAY-2015 13:44:29
Comments	
Data	C:\Users\Laura\Desktop\KRUIS TABELniet-leden.sav
Active Dataset	DataSet1
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	50
Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Cases Used	CROSSTABS /TABLES=V48 V49 V50 V51 V52 V53 V54 V55 V56 V57 V58 V59 V60 BY V5 /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT COLUMN /COUNT ROUND CELL.
Syntax	
Processor Time	00:00:00,05
Elapsed Time	00:00:00,05
Dimensions Requested	2
Cells Available	131072

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
12a. HOE meer informatie, rosbode * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12b. Thuis in rosmalen * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12c. de bossche omroep * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12d. het stadsblad * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

12e. een folder/boekje * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12f. de krant * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12g. posters op straat * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12h. internet * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12i. nieuwsbrieven * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12j. facebook * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12k. twitter * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12l. via vrienden/kennissen/familie * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12m. anders * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

12e. een folder/boekje * 1. geslacht Crosstabulation

		1. geslacht			Total
			man	vrouw	
12e. een folder/boekje	Count	1	0	0	1
	% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Count	0	18	23	41
	% within 1. geslacht	0,0%	94,7%	76,7%	82,0%
	Count	0	1	7	8
	% within 1. geslacht	0,0%	5,3%	23,3%	16,0%
	Count	1	19	30	50
	% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Crosstabs

Notes

Output Created	13-MAY-2015 13:47:54
Comments	
Data	C:\Users\Laura\Desktop\KRUIS
Active Dataset	TABELniet-leden.sav
Input	DataSet1
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	User-defined missing values are treated as missing.

Syntax	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table. CROSSTABS /TABLES=V65 BY V5 /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT COLUMN /COUNT ROUND CELL.
	Processor Time	00:00:00,02
Resources	Elapsed Time	00:00:00,01
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	131072

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
15. Naar HEVO als iemand aanraadde * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

15. Naar HEVO als iemand aanraadde * 1. geslacht Crosstabulation

		1. geslacht			Total
			man	vrouw	
15. Naar HEVO als iemand aanraadde	Count	1	0	0	1
	% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Count	0	1	0	1
	% within 1. geslacht	0,0%	5,3%	0,0%	2,0%
	Count	0	6	17	23
	% within 1. geslacht	0,0%	31,6%	56,7%	46,0%
	Count	0	12	13	25
	% within 1. geslacht	0,0%	63,2%	43,3%	50,0%
	Count	1	19	30	50
	% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Total				

CROSSTABS
/TABLES=V66 BY V5
/FORMAT=AVALUE TABLES
/CELLS=COUNT COLUMN
/COUNT ROUND CELL.

Crosstabs

Notes	
Output Created	13-MAY-2015 13:49:04
Comments	
Input	Data Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File Definition of Missing Missing Value Handling Cases Used
Syntax	C:\Users\Laura\Desktop\KRUIS TABELniet-leden.sav DataSet1 <none> <none> <none> 50 User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table. CROSSTABS /TABLES=V66 BY V5 /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT COLUMN /COUNT ROUND CELL.
Resources	Processor Time Elapsed Time Dimensions Requested Cells Available
	00:00:00,02 00:00:00,01 2 131072

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
16. Naar HEVO als vragen/opmerkingen * 1. geslacht	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

16. Naar HEVO als vragen/opmerkingen * 1. geslacht Crosstabulation

	1. geslacht		Total
	man	vrouw	

16. Naar HEVO als vragen/opmerkingen	0	Count	1	0	0	1
		% within 1. geslacht	100,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	ja	Count	0	1	0	1
		% within 1. geslacht	0,0%	5,3%	0,0%	2,0%
	nee	Count	0	2	9	11
		% within 1. geslacht	0,0%	10,5%	30,0%	22,0%
	Total	Count	0	16	21	37
		% within 1. geslacht	0,0%	84,2%	70,0%	74,0%
		Count	1	19	30	50
		% within 1. geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

```
CROSSTABS
  /TABLES=V7 BY V6
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /CELLS=COUNT COLUMN
  /COUNT ROUND CELL.
```

Crosstabs

Notes	
Output Created	13-MAY-2015 13:50:29
Comments	
Data	C:\Users\Laura\Desktop\KRUIS
Active Dataset	TABELniet-leden.sav
Input	DataSet1
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	50
Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Cases Used	CROSSTABS
Syntax	/TABLES=V7 BY V6 /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT COLUMN /COUNT ROUND CELL.
Processor Time	00:00:00,02
Resources	Elapsed Time
	00:00:00,01
Dimensions Requested	2

Cells Available	131072
-----------------	--------

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
3. HEVO gehoord * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

3. HEVO gehoord * 2. Leeftijd Crosstabulation

			2. Leeftijd					Total
				50-60	61-70	71-80	81-90	
3. HEVO gehoord	Ja	Count	1	0	0	0	0	1
		% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
		Count	0	3	16	15	9	43
		% within 2. Leeftijd	0,0%	75,0%	84,2%	88,2%	100,0%	86,0%
	Nee	Count	0	1	3	2	0	6
		% within 2. Leeftijd	0,0%	25,0%	15,8%	11,8%	0,0%	12,0%
		Count	1	4	19	17	9	50
		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Total	Count	1	4	19	17	9	50
		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

CROSSTABS

```

/TABLES=V8 V9 V10 V11 V12 V13 V14 V15 BY V6
/FORMAT=AVALUE TABLES
/CELLS=COUNT COLUMN
/COUNT ROUND CELL.

```

Crosstabs

Notes

Output Created	13-MAY-2015 13:53:00
Comments	
Data	C:\Users\Laura\Desktop\KRUIS
Active Dataset	TABELniet-leden.sav
Filter	DataSet1
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	50

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V8 V9 V10 V11 V12 V13 V14 V15 BY V6 /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT COLUMN /COUNT ROUND CELL.
Resources	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,03
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	131072

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
4a. HEVO gehoord, Via vrienden/familie/kennissen * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
4b. Rosbode * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
4c. Thuis in Rosmalen * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
4d. De Bossche Omroep * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
4e. Het stadsblad * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
4f. Het brabant's dagblad * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
4g. HEVO website * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
4h. Anders namelijk * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

4a. HEVO gehoord, Via vrienden/familie/kennissen * 2. Leeftijd Crosstabulation

	2. Leeftijd				Total
		50-60	61-70	71-80	81-90
Count	1	0	0	0	0
					1

4a. HEVO gehoord, Via vrienden/familie/kennis sen		% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
		Count	0	2	5	5	2	14
	Uit	% within 2. Leeftijd	0,0%	50,0%	26,3%	29,4%	22,2%	28,0%
		Count	0	2	14	12	7	35
	Aan	% within 2. Leeftijd	0,0%	50,0%	73,7%	70,6%	77,8%	70,0%
		Count	1	4	19	17	9	50
Total		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4b. Rosbode * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd					Total
			50-60	61-70	71-80	81-90	
4b. Rosbode	Uit	Count	1	0	0	0	1
		% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
		Count	0	2	12	6	25
		% within 2. Leeftijd	0,0%	50,0%	63,2%	35,3%	50,0%
	Aan	Count	0	2	7	11	24
		% within 2. Leeftijd	0,0%	50,0%	36,8%	64,7%	44,4%
Total		Count	1	4	19	17	50
		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4c. Thuis in Rosmalen * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd					Total
			50-60	61-70	71-80	81-90	
4c. Thuis in Rosmalen		Count	1	0	0	0	1
		% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Uit	Count	0	4	16	14	43
		% within 2. Leeftijd	0,0%	100,0%	84,2%	82,4%	86,0%
	Aan	Count	0	0	3	3	6
		% within 2. Leeftijd	0,0%	0,0%	15,8%	17,6%	0,0%
Total		Count	1	4	19	17	50

% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
-------------------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

4d. De Bossche Omroep * 2. Leeftijd Crosstabulation

			2. Leeftijd					Total
				50-60	61-70	71-80	81-90	
4d. De Bossche Omroep	Uit	Count	1	0	0	0	0	1
		% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
		Count	0	4	16	14	6	40
		% within 2. Leeftijd	0,0%	100,0%	84,2%	82,4%	66,7%	80,0%
	Aan	Count	0	0	3	3	3	9
		% within 2. Leeftijd	0,0%	0,0%	15,8%	17,6%	33,3%	18,0%
		Count	1	4	19	17	9	50
		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4e. Het stadsblad * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd					Total
			50-60	61-70	71-80	81-90	
4e. Het stadsblad	Count	1	0	0	0	0	1
	% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Count	0	4	16	11	8	39
	% within 2. Leeftijd	0,0%	100,0%	84,2%	64,7%	88,9%	78,0%
	Count	0	0	3	6	1	10
	% within 2. Leeftijd	0,0%	0,0%	15,8%	35,3%	11,1%	20,0%
	Count	1	4	19	17	9	50
	% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4f. Het brabant's dagblad * 2. Leeftijd Crosstabulation

			2. Leeftijd				Total
				50-60	61-70	71-80	81-90

4f. Het brabantse dagblad	Uit	Count	1	0	0	0	0	1
		% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
		Count	0	4	17	15	8	44
		% within 2. Leeftijd	0,0%	100,0%	89,5%	88,2%	88,9%	88,0%
		Count	0	0	2	2	1	5
		% within 2. Leeftijd	0,0%	0,0%	10,5%	11,8%	11,1%	10,0%
	Aan	Count	1	4	19	17	9	50
		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		Count	1	4	19	17	9	50
		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		Count	1	4	19	17	9	50
		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Crosstabs

Notes

Output Created	13-MAY-2015 13:57:43
Comments	
Data	C:\Users\Laura\Desktop\KRUIS TABELniet-leden.sav
Active Dataset	DataSet1
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	50
Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Cases Used	CROSSTABS /TABLES=V17 V18 V19 V20 V21 V22 V23 V24 V25 V26 BY V6 /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT COLUMN /COUNT ROUND CELL.
Syntax	
Processor Time	00:00:00,05
Elapsed Time	00:00:00,04
Dimensions Requested	2
Cells Available	131072

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
5a. Ken HEVO niet * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5b. activiteiten spreken niet aan * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5c. geen tijd voor * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5d. vanwege mensen die er komen * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5e. Voel me te jong * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5f. genoeg activiteiten andere aanbieders * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5g. zelf genoeg activiteiten * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5h. weet niet wat ik moet verwachten * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5i. te duur * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
5j. anders * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

5c. geen tijd voor * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd					Total
			50-60	61-70	71-80	81-90	
5c. geen tijd voor uit aan	Count	1	0	0	0	0	1
	% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Count	0	3	14	14	7	38
	% within 2. Leeftijd	0,0%	75,0%	73,7%	82,4%	77,8%	76,0%
	Count	0	1	5	3	2	11
	% within 2. Leeftijd	0,0%	25,0%	26,3%	17,6%	22,2%	22,0%
	Count	1	4	19	17	9	50
	% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total							

5e. Voel me te jong * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd				Total
			50-60	61-70	71-80	
Count		1	0	0	0	1

5e. Voel me te jong	uit	% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
		Count	0	3	16	15	8	42
		% within 2. Leeftijd	0,0%	75,0%	84,2%	88,2%	88,9%	84,0%
	aan	Count	0	1	3	2	1	7
		% within 2. Leeftijd	0,0%	25,0%	15,8%	11,8%	11,1%	14,0%
		Count	1	4	19	17	9	50
Total		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Crosstabs

Notes		
Output Created		13-MAY-2015 14:17:59
Comments		
Input	Data	C:\Users\Laura\Desktop\KRUIS
	Active Dataset	TABELniet-leden.sav
	Filter	DataSet1
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
		CROSSTABS
Syntax		/TABLES=V29 V30 V31 V32
		V33 BY V6
		/FORMAT=AVALUE TABLES
		/CELLS=COUNT COLUMN
Resources		/COUNT ROUND CELL.
	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,03
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	131072

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
9a. alleen * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
9b. met partner * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
9c. met familieleden * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
9d. met vrienden * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
9e. anders * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

9b. met partner * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd					Total
			50-60	61-70	71-80	81-90	
9b. met partner uit aan	Count	1	0	0	0	0	1
	% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Count	0	1	11	10	7	29
	% within 2. Leeftijd	0,0%	25,0%	57,9%	58,8%	77,8%	58,0%
	Count	0	3	8	7	2	20
	% within 2. Leeftijd	0,0%	75,0%	42,1%	41,2%	22,2%	40,0%
	Count	1	4	19	17	9	50
	% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Crosstabs

Notes

Output Created	13-MAY-2015 14:26:11
Comments	
Data	C:\Users\Laura\Desktop\KRUIS TABELniet-leden.sav
Active Dataset	DataSet1
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	User-defined missing values are treated as missing.

Syntax	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table. CROSSTABS /TABLES=V34 V35 V36 V37 V38 V39 V40 V41 V42 V43 V44 V45 V46 BY V6 /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT COLUMN /COUNT ROUND CELL.
	Processor Time	00:00:00,05
Resources	Elapsed Time	00:00:00,05
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	131072

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
10a. Algemeen informatie, roscode * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10b. thuis in rosmalen * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10c. de bossche omroep * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10d. het stadsblad * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10e. reclame folders * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10f. de krant * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10g. posters op straat * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10h. internet * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10i. nieuwsbrieven * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10j. facebook * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10k. twitter * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10l. via vrienden/familie/kennissen * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
10m. anders * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

10a. Algemeen informatie, roscode * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd					Total
			50-60	61-70	71-80	81-90	
10a. Algemeen informatie, roscode	Count	1	0	0	0	0	1
	% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Count	0	2	10	5	2	19
	% within 2. Leeftijd	0,0%	50,0%	52,6%	29,4%	22,2%	38,0%
	Count	0	2	9	12	7	30
	% within 2. Leeftijd	0,0%	50,0%	47,4%	70,6%	77,8%	60,0%
Total	Count	1	4	19	17	9	50
	% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

10j. facebook * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd					Total
			50-60	61-70	71-80	81-90	
10j. facebook	Count	1	0	0	0	0	1
	% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Count	0	2	16	17	9	44
	% within 2. Leeftijd	0,0%	50,0%	84,2%	100,0%	100,0%	88,0%
	Count	0	2	3	0	0	5
	% within 2. Leeftijd	0,0%	50,0%	15,8%	0,0%	0,0%	10,0%
Total	Count	1	4	19	17	9	50
	% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

10k. twitter * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd					Total
			50-60	61-70	71-80	81-90	
10k. twitter	Count	1	0	0	0	0	1
	% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%

	uit	Count	0	2	18	17	9	46
		% within 2. Leeftijd	0,0%	50,0%	94,7%	100,0%	100,0%	92,0%
	aan	Count	0	2	1	0	0	3
		% within 2. Leeftijd	0,0%	50,0%	5,3%	0,0%	0,0%	6,0%
Total		Count	1	4	19	17	9	50
		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Crosstabs

Notes		
Output Created		13-MAY-2015 14:31:18
Comments		
Input	Data	C:\Users\Laura\Desktop\KRUIS
	Active Dataset	TABELniet-leden.sav
	Filter	DataSet1
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
		CROSSTABS
Syntax		/TABLES=V47 BY V6
		/FORMAT=AVALUE TABLES
		/CELLS=COUNT COLUMN
		/COUNT ROUND CELL.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,02
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	131072

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
11. meer informatie HEVO * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

11. meer informatie HEVO * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd					Total
			50-60	61-70	71-80	81-90	
11. meer informatie HEVO	Count	1	0	0	0	0	1
	% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Count	0	3	5	6	3	17
	% within 2. Leeftijd	0,0%	75,0%	26,3%	35,3%	33,3%	34,0%
	Count	0	1	14	11	6	32
	% within 2. Leeftijd	0,0%	25,0%	73,7%	64,7%	66,7%	64,0%
	Count	1	4	19	17	9	50
	% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total							

CROSSTABS

```

/TABLES=V48 V49 V50 V51 V52 V53 V54 V55 V56 V57 V58 V59 V60 BY V6
/FORMAT=AVALUE TABLES
/CELLS=COUNT COLUMN
/COUNT ROUND CELL.

```

Crosstabs

Notes

Output Created	13-MAY-2015 14:42:06
Comments	
Data	C:\Users\Laura\Desktop\KRUIS TABELniet-leden.sav
Active Dataset	DataSet1
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	User-defined missing values are treated as missing.

Syntax	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table. CROSSTABS /TABLES=V48 V49 V50 V51 V52 V53 V54 V55 V56 V57 V58 V59 V60 BY V6 /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT COLUMN /COUNT ROUND CELL.
	Processor Time	00:00:00,06
Resources	Elapsed Time	00:00:00,06
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	131072

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
12a. HOE meer informatie, roscode * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12b. Thuis in rosmalen * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12c. de bossche omroep * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12d. het stadsblad * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12e. een folder/boekje * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12f. de krant * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12g. posters op straat * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12h. internet * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12i. nieuwsbrieven * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12j. facebook * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12k. twitter * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12l. via vrienden/kennissen/familie * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
12m. anders * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

12a. HOE meer informatie, roscode * 2. Leeftijd Crosstabulation

			2. Leeftijd					Total
				50-60	61-70	71-80	81-90	
12a. HOE meer informatie, roscode	Count		1	0	0	0	0	1
		% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	uit	Count	0	3	18	16	8	45
		% within 2. Leeftijd	0,0%	75,0%	94,7%	94,1%	88,9%	90,0%
	aan	Count	0	1	1	1	1	4
		% within 2. Leeftijd	0,0%	25,0%	5,3%	5,9%	11,1%	8,0%
	Total	Count	1	4	19	17	9	50
		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

12b. Thuis in rosmalen * 2. Leeftijd Crosstabulation

			2. Leeftijd					Total
				50-60	61-70	71-80	81-90	
12b. Thuis in rosmalen	Count		1	0	0	0	0	1
		% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	uit	Count	0	3	19	16	9	47
		% within 2. Leeftijd	0,0%	75,0%	100,0%	94,1%	100,0%	94,0%
	aan	Count	0	1	0	1	0	2
		% within 2. Leeftijd	0,0%	25,0%	0,0%	5,9%	0,0%	4,0%
	Total	Count	1	4	19	17	9	50
		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

12c. de bossche omroep * 2. Leeftijd Crosstabulation

			2. Leeftijd					Total
				50-60	61-70	71-80	81-90	
12c. de bossche omroep	Count		1	0	0	0	0	1
	% within 2. Leeftijd		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%

	Count	0	3	17	16	9	45
	% within 2.	0,0%	75,0%	89,5%	94,1%	100,0%	90,0%
	Leeftijd						
	Count	0	1	2	1	0	4
	% within 2.	0,0%	25,0%	10,5%	5,9%	0,0%	8,0%
	Leeftijd						
Total	Count	1	4	19	17	9	50
	% within 2.	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Leeftijd						

12d. het stadsblad * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd					Total
			50-60	61-70	71-80	81-90	
12d. het stadsblad	Count	1	0	0	0	0	1
	% within 2.	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Leeftijd						
	Count	0	3	18	16	9	46
	% within 2.	0,0%	75,0%	94,7%	94,1%	100,0%	92,0%
	Leeftijd						
aan	Count	0	1	1	1	0	3
	% within 2.	0,0%	25,0%	5,3%	5,9%	0,0%	6,0%
	Leeftijd						
Total	Count	1	4	19	17	9	50
	% within 2.	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Leeftijd						

12e. een folder/boekje * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd					Total
			50-60	61-70	71-80	81-90	
12e. een folder/boekje	Count	1	0	0	0	0	1
	% within 2.	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Leeftijd						
	Count	0	4	16	13	8	41
	% within 2.	0,0%	100,0%	84,2%	76,5%	88,9%	82,0%
	Leeftijd						
aan	Count	0	0	3	4	1	8
	% within 2.	0,0%	0,0%	15,8%	23,5%	11,1%	16,0%
	Leeftijd						

	Count	1	4	19	17	9	50
Total	% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

12f. de krant * 2. Leeftijd Crosstabulation

		2. Leeftijd					Total
			50-60	61-70	71-80	81-90	
12f. de krant uit aan	Count	1	0	0	0	0	1
	% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Count	0	2	19	17	9	47
	% within 2. Leeftijd	0,0%	50,0%	100,0%	100,0%	100,0%	94,0%
	Count	0	2	0	0	0	2
	% within 2. Leeftijd	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%
	Count	1	4	19	17	9	50
	% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Crosstabs

Notes

Output Created	13-MAY-2015 14:49:11	
Comments		
Input	Data	C:\Users\Laura\Desktop\KRUIS TABELniet-leden.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
		CROSSTABS
Syntax		/TABLES=V66 BY V6
		/FORMAT=AVALUE TABLES
		/CELLS=COUNT COLUMN
		/COUNT ROUND CELL.
Resources	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,03

Dimensions Requested	2
Cells Available	131072

[DataSet1] C:\Users\Laura\Desktop\KRUISTABELniet-leden.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
16. Naar HEVO als vragen/opmerkingen * 2. Leeftijd	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

16. Naar HEVO als vragen/opmerkingen * 2. Leeftijd Crosstabulation

			2. Leeftijd					Total
				50-60	61-70	71-80	81-90	
16. Naar HEVO als vragen/opmerkingen	0	Count	1	0	0	0	0	1
		% within 2. Leeftijd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	ja	Count	0	0	1	0	0	1
		% within 2. Leeftijd	0,0%	0,0%	5,3%	0,0%	0,0%	2,0%
	nee	Count	0	1	6	3	1	11
		% within 2. Leeftijd	0,0%	25,0%	31,6%	17,6%	11,1%	22,0%
	Total	Count	0	3	12	14	8	37
		% within 2. Leeftijd	0,0%	75,0%	63,2%	82,4%	88,9%	74,0%
	Total	Count	1	4	19	17	9	50
		% within 2. Leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Planning

In de planning zijn alle zaken opgenomen die moeten gebeuren om het onderzoek goed uit te kunnen voeren. De planning is gemaakt in een Excel bestand. In dit bestand is per dag te zien wat de taken zijn. Voor in het onderzoeksplan is een versimpelde versie weergegeven waarin de planning per week te zien is. De planning wordt steeds verder aangevuld en veranderd.

Planning		Laura Medo																									
dinsdag 26 mei 2015		week	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25					
Onderdeel		dag																									
1	Intervisie bijeenkomsten																										
2	Onderzoeksplan																										
3	Doelgroep omschrijving																										
4	Concurrentie analyse																										
5	Deskresearch intern																										
6	Deskresearch																										
7	7s Model																										
8	Business Canvas Model																										
9	DESTEP																										
10	Feedback verwerken																										
11	Relevante onderzoeken lezen																										
12	Organisatie omschrijving																										
13	Vragen oriënterende gesprekken																										
14	Oriënterende gesprekken voeren																										
15	Inleveren onderzoeksplan																										
16	Presentatie onderzoeksplan																										
17	Aanscherpen onderzoeksplan																										
18	Vragen diepte interviews																										
19	Diepte interviews plannen																										
20	Diepte interviews houden																										
21	Uitschrijven diepte interviews																										
22	Diepte interviews verwerken																										
23	Inzichten diepte interviews formuleren																										
24	Conclusies diepte interviews																										
25	Enquete leden maken																										
26	Enquete online																										
27	Herinnering sturen																										
28	Resultaten verwerken enquete leden																										
29	Niet-leden enquete maken																										
30	Enqueteren op straat																										
31	Resultaten verwerken enquete niet-leden																										
32	Kruistabellen maken																										
33	Conclusies enquetes																										
34	Gap analyse																										
35	Advies schrijven																										
36	Strategie																										
37	Onderzoeksrapport schrijven																										
38	Feedback verwerken																										
39	Printen																										
40	Inleveren scriptie																										