

2017

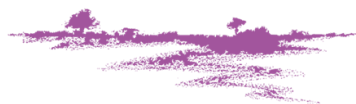
Duurzaamheidscentrum Assen

Onderzoek naar de wensen van bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap



**van hall
larenstein**
university of applied sciences

Het Drentse Landschap



Brenda de Groot

Brenda de Groot

900124001

Duurzaamheidscentrum Assen

Onderzoek naar de wensen van bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap

Versie 6.1

9 mei 2017

Van Hall Larenstein
Leeuwarden

Begeleiders:

H. van Dijk
B. van Oost

Hetty.vandijk@hvhl.nl
Bart.vanoost@hvhl.nl

Stichting Het Drentse Landschap

Assen

Opdrachtgever:

H. Colpa

h.colpa@drentslandschap.nl

Afstudeeronderzoek voor de opleiding Diermanagement
Major: Dier en samenleving

Voorwoord

Dit verslag is geschreven naar aanleiding van het afstudeeronderzoek “Onderzoek naar invulling van het Duurzaamheidscentrum te Assen” in opdracht van Stichting Het Drentse Landschap. Ik heb voor dit onderzoek gekozen omdat ik me meer wou verdiepen in het onderwerp duurzaamheid.

Bij deze wil ik graag Hans Colpa en Annemarie Kasper bedanken voor het geven van de opdracht en hun betrokkenheid bij de uitvoering van de opdracht. Hetty van Dijk, Hans Bezuijen en Bart van Oost wil ik bedanken voor de begeleiding en feedback tijdens het gehele proces van het afstuderen.

Ook wil ik alle vrijwilligers die werkzaam zijn in het duurzaamheidscentrum bedanken voor de hulp en gezelligheid tijdens het verzamelen van data. Alle deelnemers aan het onderzoek wil ik ook bedanken voor hun tijd.

Ik heb met veel plezier aan deze opdracht gewerkt en hoop dat u dit verslag met net zoveel plezier zult lezen.

Brenda de Groot
Leeuwarden, 9 mei 2017

Samenvatting

Op 1 september 2015 is het Duurzaamheidscentrum te Assen geopend. Het centrum is gebouwd om inwoners van Assen meer te leren over duurzaamheid en voert het motto 'doen, leren en beleven'. Stichting Het Drentse Landschap krijgt de mogelijkheid om een expositieruimte in te richten en activiteiten te organiseren in en om het gebouw. De grootste uitdaging voor Stichting Het Drentse Landschap is de invulling voor het centrum. De stichting heeft ervaring met het opzetten en uitvoeren van activiteiten. Wat de stichting zichzelf afvraagt is wat bezoekers en potentiële bezoekers verwachten van het duurzaamheidscentrum.

Uit de probleemstelling is een centrale hoofdvraag opgesteld: 'Wat zijn de verwachtingen van bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap ten aanzien van het duurzaamheidscentrum in Assen?'

Om de antwoorden op deze vraag te vinden is er gekozen voor een beschrijvend onderzoek in de vorm van een eenmalig survey-onderzoek, een enquête. Het onderzoek kent drie onderzoekspopulaties; bezoekers, potentiële bezoekers en Beschermers van Stichting Het Drentse Landschap. Er is een steekproef getrokken van alle onderzoekspopulaties. De grootte van de steekproef is berekend aan de hand van een steekproefcalculator met een foutenmarge van 5% en betrouwbaarheid van 95%. Uiteindelijk zijn er in totaal 280 mensen geënquêteerd. Het totaal aantal geënquêteerden viel lager uit dan de berekende steekproef hoeveelheden waardoor de eerder gekozen foutenmarge van 5% groter werd gemaakt om de betrouwbaarheid van 95% te behouden. De uiteindelijke foutenmarges lagen tussen de 7.97% en de 12.44%.

Uit de resultaten blijkt dat voor alle doelgroepen het geslacht bijna gelijk verdeeld was tussen man en vrouw. Leeftijden van de doelgroepen lagen veelal tussen de 40 en 69. De respondenten vinden duurzaamheid belangrijk en geven een 4 of hoger op een schaal van 1 tot 6. Afvalscheiding, LED lampen, slimme thermostaat zijn veel uitgevoerde duurzame initiatieven van de respondenten. Opvallend is dat ze slecht bekend zijn met de dag van de duurzaamheid. De doelgroep potentiële bezoekers is niet bekend met het duurzaamheidscentrum en mede daardoor hebben ze het centrum nog niet bezocht. Beschermers van Stichting het Drentse Landschap geven aan wel bekend te zijn met het centrum maar ook deze doelgroep heeft het centrum nog niet bezocht. Mochten de doelgroepen het centrum bezoeken dan doen ze dat het liefst op weekenddagen en dan tussen 11:00 en 15:00. Ze hebben voornamelijk interesse in informatie over voedselconsumptie, recycling, water-/hergebruik, energiebesparing, zonnepanelen en aardwarmte aan te treffen in het centrum. Alle doelgroepen geven aan voornamelijk de informatie gepresenteerd te willen zien in filmpjes korter dan 10 min. Dit vormt ook het antwoord om de hoofdvraag welke verwachtingen de doelgroepen hebben.

De opdrachtgever kan met de gevonden gegevens aan de slag. Aanbevolen wordt om informatie te gaan presenteren in de vorm van filmpjes korter dan 10 min. Deze vorm leent zich ook goed voor gebruik op facebook en websites. Gebruik van deze media zorgt er ook voor dat er meer publiek bereikt wordt. Het aanbieden van de onderwerpen voedselconsumptie, recycling, water-/hergebruik, energiebesparing, zonnepanelen en aardwarmte wordt aanbevolen omdat respondenten aangeven dit interessant te vinden, dit trekt dan meer en/of nieuwe bezoekers. Activiteiten kunnen het beste gehouden worden in de tijden tussen 11:00 en 15:00 op weekenddagen omdat de mensen dan het liefst het centrum bezoeken.

Summary

On September 1st, 2015, the Sustainability Center in Assen was opened. The center was built to teach residents of Assen more about sustainability and carries out the motto 'do, learn and experience'. Stichting Het Drentse Landschap (a foundation for the preservation of nature in Drenthe) is given the opportunity to set up an exhibition and organize activities in and around the building. The biggest challenge for Stichting Het Drentse Landschap is the fulfillment of the center. The foundation has experience in setting up and carrying out activities. The foundation would like to know what visitors and potential visitors expect from the sustainability center.

A key question was drawn up from the problem statement: "What are the expectations of visitors, potential visitors and protectors of Stichting Het Drentse Landschap (the "members" of the foundation) regarding the sustainability center in Assen?"

In order to find the answer to this question, a descriptive study was done in the form of a one-time survey. The research has three research populations; Visitors, potential visitors and protectors of Stichting Het Drentse Landschap. A sample was drawn from all research populations. The sample size was calculated using a sample calculator with a margin of error of 5% and reliability of 95%. Eventually, a total of 280 people were surveyed. The total number of respondents was lower than the calculated sample volumes, therefore holding on to the 5% margin was not possible anymore. To hold on to the 95% reliability the error margins were made bigger. The final error margins were between 7.97% and the 12.44%.

The results show that for all target groups the gender was almost equally divided between men and women. The age of most respondents ranged from 40 to 69. Respondents find sustainability important and give a 4 or higher on a scale of 1 to 6. Waste separation, LED lights, smart thermostat are often conducted sustained initiatives by respondents. Striking is that they are hardly familiar with the day of sustainability. The target audience of potential visitors is not familiar with the sustainability center and, as a result, they have not visited the center yet. Protectors of Stichting Het Drentse Landschap say to be familiar with the center, but also have not visited the center yet. Should the target groups visit the center, they would rather do it on weekends between 11:00 and 15:00. They are primarily interested in information about food consumption, recycling, water use/reuse, energy saving, solar panels and geothermal heat. All target groups primarily want to see the information presented in videos shorter than 10 min. This is also the answer to the main question which expectations the target groups have.

The client can get started with the information found in this research. It is recommended to present information in the form of videos shorter than 10 minutes. This form is also suitable for use on Facebook and websites. Use of these media also ensures that more public is reached. Offering information about food, recycling, water recycling, energy saving, solar panels and geothermal energy is recommended because respondents report this as interesting, which attracts more and/or new visitors. Activities can be best find place in the hours between 11:00 and 15:00 on weekends because people prefer to visit the sustainability center on those days and hours.

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Samenvatting.....	3
Summary	4
Inhoudsopgave	5
1. Inleiding	7
2. Theoretisch kader	9
2.1. Algemeen kader.....	9
2.1.1. Duurzaamheid	9
2.1.2. Duurzaamheid in Nederland	9
2.1.3. Gemeente Assen	9
2.1.4. Stichting Het Drentse Landschap	10
2.1.5. Samenwerking gemeente Assen en Stichting Het Drentse Landschap.....	10
2.1.6. Het Duurzaamheidscentrum in Assen	10
2.1.7. Medegebruikers van het Duurzaamheidscentrum Assen	12
2.1.8. Andere (duurzaamheids)bezoekerscentra	12
2.2. Marketing kader	13
2.2.1. Persoonlijke omstandigheden.....	13
2.2.2. Psychologische invloeden.....	13
2.2.3. Sociale invloeden.....	14
2.2.4. Referentiegroepen	15
2.2.5. Theorie van Rogers.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
3. Probleemstelling en onderzoeksvragen	16
4. Materiaal en methode.....	17
4.1. Type onderzoek	17
4.2. Onderzoeksonderwerp.....	17
4.3. Onderzoekspopulatie	17
4.4. Dataverzamelmethode	18
4.5. Steekproef	18
4.6. Locatie en respondenten.....	19
4.7. De enquête	19
4.8. Data-analyse	20
5. Resultaten enquête voor bezoekers	21
5.1. Algemene gegevens van de respondent	21
5.2. Aanvullende bezoekgegevens van de respondent.....	26
5.3. Welk cijfer geven respondenten aan de belangrijkheid van duurzaamheid.....	28

5.4. Met welke duurzame activiteiten zijn de bezoekers al bekend	28
5.5. Wat doen respondenten al aan duurzaamheid	29
5.6. Wat is de reden voor het bezoek	32
5.7. Welke onderwerpen hebben de interesse van de respondenten	35
5.8. In welke vorm zouden de respondenten de informatie gepresenteerd willen zien	38
5.9. Zijn respondenten ook bereid deel te nemen aan buitenactiviteiten	40
6. Resultaten enquête voor potentiële bezoekers.....	41
6.1. Algemene gegevens van de respondent	41
6.2. Aanvullende bezoekgegevens van de respondent.....	45
6.3. Welk cijfer geven respondenten aan duurzaamheid	48
6.4. Wat doen de respondenten al aan duurzaamheid.....	48
6.5. Met welke duurzame activiteiten zijn de potentiële bezoekers al bekend	51
6.6. Welke onderwerpen hebben de interesse van de respondenten	52
6.7. In welke vorm zouden de respondenten de informatie gepresenteerd willen zien	55
6.8. Zijn respondenten ook bereid deel te nemen aan buitenactiviteiten	57
7. Resultaten enquête voor beschermers van Stichting Het Drentse Landschap	58
7.1. Algemene gegevens van de respondent	58
7.2. Aanvullende bezoekgegevens van de respondent.....	62
7.3. Welk cijfer geven respondenten aan duurzaamheid	65
7.4. Wat doen de respondenten al aan duurzaamheid.....	65
7.5. Met welke duurzame activiteiten zijn de beschermers van stichting het Drentse landschap al bekend.....	68
7.6. Welke onderwerpen hebben de interesse van de respondenten	69
7.7. In welke vorm zouden de respondenten de informatie gepresenteerd willen zien	72
7.8. Zou de respondent mee willen doen aan buiten activiteiten	74
8. Vergelijkingen.....	75
9. Discussie	78
9.1 Methoden Discussie	78
9.2. Resultaten discussie	80
10. Conclusie	84
11. Aanbevelingen	86
Literatuur.....	88

1. Inleiding

Dit onderzoek is in opdracht van Stichting Het Drentse Landschap uitgevoerd en heeft plaatsgevonden in en over het duurzaamheidscentrum in Assen. De oprichting van Stichting Het Drentse Landschap vond plaats in 1934. De stichting zet zich in voor het behoud en bescherming van de natuur en het erfgoed in Drenthe. Stichting Het Drentse Landschap beheert 8.700 hectare natuur, 270 gebouwen, 22 hunebedden en vele andere archeologische objecten. Stichting Het Drentse Landschap heeft 275 vrijwilligers en 41 betaalde krachten. De missie van Stichting Het Drentse Landschap is om Drenthe mooi en leefbaar te houden (Stichting het Drentse Landschap, 2015). Deze missie sluit goed aan bij een duurzame gedachte.

Op 1 september 2015 is het Duurzaamheidscentrum te Assen geopend. Het centrum is gebouwd om inwoners van Assen meer te leren over duurzaamheid en voert het motto 'doen, leren en beleven' (Duurzaamheidscentrum Assen, 2016 a). De omgeving van het centrum is rijk aan bos. Naastgelegen is er een kinderboerderij. Op 21 september 2015 tekenden de gemeente Assen en Stichting Het Drentse Landschap een overeenkomst voor het samenwerken in het nieuwe Duurzaamheidscentrum. Stichting Het Drentse Landschap is door gemeente Assen gevraagd als partner omdat Stichting Het Drentse Landschap veel ervaring heeft met het organiseren van activiteiten en het werken met vrijwilligers.

De grootste uitdaging voor Stichting Het Drentse Landschap is de invulling van het centrum. De stichting heeft wel ervaringen met het opzetten en uitvoeren van activiteiten maar minder met de inrichting van een bezoekerscentrum. Wat de stichting zichzelf afvraagt is wat bezoekers en potentiële bezoekers verwachten van het duurzaamheidscentrum. Ze willen de bezoekers en potentiële bezoekers zo goed mogelijk bedienen. Maar wat ze hier eigenlijk mee willen bereiken is dat het resultaat oplevert voor de doelstellingen van Stichting Het Drentse Landschap, maar ook voor die van de gemeente Assen. Als Stichting Het Drentse Landschap namelijk daaraan voldoet dan kan de samenwerking worden gecontinueerd.

Doel van het onderzoek is een beeld te creëren van de verwachtingen van bezoekers en potentiële bezoekers. Door dit onderzoek kan Stichting Het Drentse Landschap inspelen op deze verwachtingen. Op basis van de verwachtingen kan Stichting Het Drentse Landschap een tentoonstelling- en activiteitenprogramma formuleren.

Hierdoor is de centrale hoofdvraag ontstaan, wat zijn de verwachtingen van bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap ten aanzien van het duurzaamheidscentrum in Assen? Om deze vraag te beantwoorden zijn de volgende subvragen aangenomen:

- Wat is het bezoekersprofiel van de bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap?
- Wat is het profiel van bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap met betrekking tot duurzaamheid?
- Wat zijn de praktische voorkeuren (tot betrekking tot het duurzaamheidscentrum) van bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap?

Om antwoord te geven op deze vragen is er gekozen voor een beschrijvend onderzoek in de vorm van een eenmalig survey-onderzoek. In het onderzoek zijn drie onderzoekspopulaties opgenomen. Deze populaties zijn: bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap. Omdat niet de gehele populatie ondervraagd kan worden is er voor gekozen om bij elke

populatie een steekproef te doen. Door inzet van een steekproefcalculator is de grootte van de steekproef berekend. De enquête is op verschillende manieren verspreid onder de populatie. Bezoekers zijn geënquêteerd in het centrum en op het terrein van het centrum. Potentiële bezoekers zijn geënquêteerd in de stad Assen en de beschermers van Stichting Het Drentse Landschap zijn via e-mail uitgenodigd voor deelname. Alle verkregen data zijn uiteindelijk verwerkt en opgenomen in een verslag.

In dit verslag wordt dieper ingegaan op de in de inleiding besproken punten. Beginnend bij het theoretisch kader waarin alle zaken rondom duurzaamheid, gemeente Assen, Stichting Het Drentse Landschap en het Duurzaamheidscentrum zelf besproken worden. Bij probleemstelling en onderzoeksvragen wordt het probleem besproken, het doel van het onderzoek en de onderzoeksvraag inclusief subvragen komen ook aan bod. Het hoofdstuk materiaal en methode gaat dieper in op het type onderzoek, onderzoeksontwerp, onderzoekspopulaties en de dataverzamelmethode. De daaropvolgende hoofdstukken 5, 6 en 7 geven weer hoe de respondenten hebben geantwoord op de enquêtes. In hoofdstuk 8 worden vergelijkingen gedaan met gevonden data. Daaropvolgend wordt in het hoofdstuk Discussie aangegeven welke punten tot discussie leiden gevolgd door de conclusie waaruit een aanbeveling is geschreven zoals deze te lezen is in hoofdstuk 10.

Dit verslag is geschreven met als doel Stichting Het Drentse Landschap te adviseren over de invulling van het duurzaamheidscentrum in Assen. De doelgroep voor dit verslag zijn medewerkers van Stichting Het Drentse Landschap en andere geïnteresseerden.

2. Theoretisch kader

Dit hoofdstuk bevat informatie die een basis schetst die nodig is voor het onderzoek. Het hoofdstuk begint bij duurzaamheid in het algemeen en eindigt uiteindelijk bij 2.1.8. Andere (duurzaamheids)bezoekerscentra. In het tweede deel van dit theoretisch kader (vanaf paragraaf 2.2.) wordt ingegaan op de mens en de motieven, attitude en enkele theorieën die betrekking hebben op het onderzoek.

2.1. Algemeen kader

2.1.1. Duurzaamheid

In 1987 is er een rapport gepubliceerd door de World Commission on Environment and Development (WCED). De voorzitter van de commissie op dat moment was de toenmalige Noorse premier Gro Harlem Brundtland. Het rapport heet “Our common future” maar is vanwege de voorzitter ook wel bekend als het Brundtland-rapport. In het rapport wordt gesteld dat de milieuproblemen die zich toen al voordeden een gevolg waren van de armoede, overconsumptie en overproductie. Het Brundtland rapport riep op tot het kiezen voor een duurzamere richting. Het rapport stelde dat er een ontwikkeling nodig is die tegemoetkomt aan de noden van het heden, zonder de mogelijkheden van toekomstige generaties om in hun behoeften te voorzien in het gedrang te brengen (NGO Committee on Education, 1987).

2.1.2. Duurzaamheid in Nederland

Duurzaamheid is een breed begrip en omvat alles wat te maken heeft met maatschappelijk verantwoord leven. Milieu, ecologie en toekomstgericht denken zijn de kernwoorden van duurzaamheid. Duurzaamheid kent daarnaast drie pijlers, ook wel de drie P's genoemd: Profit, People en Planet. Deze vormen de basis voor duurzaamheid. (Platform duurzaamheid, 2016)

In Nederland is er brede steun wat duurzaamheid betreft. Dit is bijvoorbeeld te merken aan de ingediende motie-Verburg/Samsom over een langjarig energietransitieakkoord. De Tweede Kamer heeft hiermee ingestemd door middel van een handstemming. Acht van de tien partijen stemden op 21 april 2011 hiermee in. In de motie staat geschreven dat veel losse partijen (bedrijven en organisaties) hun interesse in duurzaamheid tonen en dat als deze partijen zouden samenwerken er veel meer kansen bestaan voor het verduurzamen (Tweede kamer, 2011). Door de motie kwam er uiteindelijk een energieakkoord. Op 6 september 2013 is in Nederland een energieakkoord getekend door veertig organisaties, waaronder de overheid, werkgevers, vakbeweging, natuur- en milieuorganisaties, maatschappelijke organisaties en financiële instellingen. In dit akkoord is vastgelegd dat de partijen zullen verbeteren op energiebesparing, schone technologie en klimaatbeleid (Energie akkoord, (z.d.)). Naast duurzame energie zet Nederland ook in op andere duurzaamheidsaspecten. In de monitor duurzaam Nederland wordt bijvoorbeeld gesproken over de kwaliteit van leven, voor de huidige generatie en voor de toekomstige generatie. De monitor is gehouden op verzoek van het kabinet, uitvoering van de monitor is onderverdeeld bij het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), het Centraal Planbureau (CPB), het Planbureau voor de Leefomgeving (PBL) en het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP). De monitor bestaat uit twee delen, een indicatorenrapport en een verkenning over energie-innovatie (CBS, 2014).

2.1.3. Gemeente Assen

Assen is sinds 13 maart 1809 een stad en is de hoofdstad van de provincie Drenthe (VVV Assen, 2016). De stad heeft momenteel 67.000 inwoners (CBS, (z.d.)). Assen kent een aantal bekende publiekstrekken waaronder hunebedden, Het Drents museum en het TT-circuit (Top 10 bezienswaardigheden, 2016). Op 2 juli 2009 kwam gemeente Assen met een duurzaamheidsvisie. De

visie is opgezet voor een termijn van 2009 tot 2015. Een aantal onderwerpen in deze visie is openbare verlichting, CO₂ neutrale nieuwbouw en energiebesparing bestaande bouw. Ook het Duurzaamheidscentrum Assen wordt besproken in deze visie (Duurzaam Assen, 2009). Op 6 september 2013 tekende gemeente Assen het energieakkoord. Er is afgesproken om het aandeel duurzame energie te verhogen tot 16% van het totale energiegebruik in de sectoren bedrijven, woningen en verkeer. Op 21 januari 2016 is een duurzaamheidsmonitor gehouden. Hierbij is gekeken naar het huidige aandeel energiegebruik. Al het energie (stroom) gebruik in Assen is bijna gelijk verdeeld over de sectoren bedrijven, woningen en verkeer. Als gekeken wordt naar CO₂-uitstoot heeft de sector verkeer een aandeel van 44%. Uit de monitor blijkt dat de sectoren bedrijven, woningen en verkeer in de gemeente Assen maar 3% duurzaam opgewekte energie hebben verbruikt (minder dan het Nederlands gemiddelde van 5,5%). Uit de monitor komt ook dat het huidige beleid omtrent duurzaamheid geen succes heeft geboekt. Advies uit de monitor is om naast een landelijk energieakkoord ook een regionaal energieakkoord aan te gaan waarin woningcorporaties en midden- en kleinbedrijven meewerken aan een duurzaam Assen (Duurzaam Assen, 2016).

2.1.4. Stichting Het Drentse Landschap

De oprichting van Stichting Het Drentse Landschap vond plaats in 1934. De stichting heeft één bestuurder en een raad van toezicht die uit vijf personen bestaat. De stichting is gehuisvest in Assen aan de Kloosterstraat nummer vijf. Ook wordt er gewerkt vanuit het beheercentrum De Pieterberg in Westerbork. De stichting zet zich in voor het behoud en bescherming van de natuur en het erfgoed in Drenthe. Stichting Het Drentse Landschap beheert 8.700 hectare natuur, 270 gebouwen, 22 hunebedden en vele andere archeologische objecten. Stichting Het Drentse Landschap heeft 275 vrijwilligers en 41 betaalde krachten. De missie van Stichting Het Drentse Landschap is om Drenthe mooi en leefbaar te houden (Stichting het Drentse Landschap, 2015). Deze missie sluit goed aan bij een duurzame gedachte.

2.1.5. Samenwerking gemeente Assen en Stichting Het Drentse Landschap

Op 21 september 2015 tekenden de gemeente Assen en Stichting Het Drentse Landschap een overeenkomst voor het samenwerken in het nieuwe Duurzaamheidscentrum dat bij de overeenkomst al gebouwd was. De samenwerking is getekend voor de duur van één jaar. Samen zorgen ze voor de vormgeving van het activiteitenprogramma dat in het Duurzaamheidscentrum wordt aangeboden. (Drents Landschap, 2016) Stichting Het Drentse Landschap is door gemeente Assen gevraagd als partner omdat Stichting Het Drentse Landschap veel ervaring heeft met het organiseren van activiteiten en het werken met vrijwilligers. De samenwerking verloopt voorspoedig en het Duurzaamheidscentrum heeft inmiddels allerlei lezingen, excursies, kinderactiviteiten en tentoonstellingen georganiseerd. Eind 2016 is de samenwerking met een jaar verlengd.

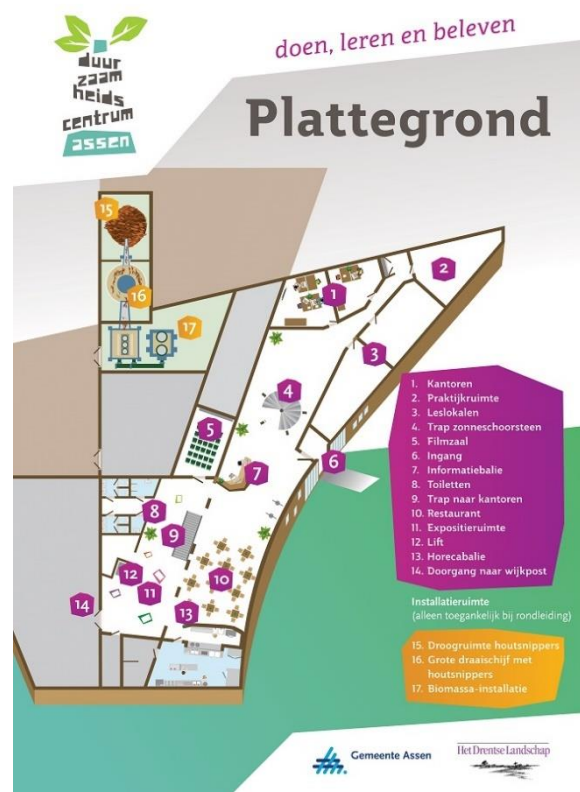
2.1.6. Het Duurzaamheidscentrum in Assen

Op 1 september 2015 is het Duurzaamheidscentrum te Assen geopend. Het centrum is gebouwd om inwoners van Assen meer te leren over duurzaamheid en voert het motto 'doen, leren en beleven' dit komt overal op terug, naast het logo en in de nieuwe huisstijl (Duurzaamheidscentrum Assen,

2016 a). De omgeving van het centrum bosrijk. Naastgelegen is er een kinderboerderij. Ook is er een buitentheater, Tivoli.

Een deel van de tuin bevindt zich op het dak van het Duurzaamheidscentrum. De tuin is via de zonneshoorsteen toegankelijk. In de tuin is onder andere een eetbare foodspot aangelegd, een rots/vlindertuin, een ven, een klein amfitheater en een buitenklaslokaal.

Het centrum kent verschillende “bewoners” die een of meerdere kantoorruimten hebben in het Duurzaamheidscentrum: IVN, PRO Assen, Stichting Physis, gemeente Assen en Stichting Het Drentse Landschap. De twee laatstgenoemde hebben in het centrum geen kantoor maar bemensen samen het tentoonstellingsgedeelte en de informatiebalie (Duurzaamheidscentrum Assen, 2016 b). Het centrum is gemaakt van duurzame materialen (ook staal, beton) en wekt energie op via zonnepanelen. De verwarming wordt geregeld via verbranding van houtsnippers. Het gebouw fungeert ook als voorbeeld voor de bewoners in Assen doordat bezoekers de zonnepanelen, natuurlijke materialen en duurzame oplossingen voor verwarming, verkoeling en ventilatie kunnen bekijken. Ook oplossingen t.b.v. akoestiek (cocosmatten, wollen wandkleden), isolatie (sedum op het dak) en minimaal watergebruik (speciale spoelrand in toiletten) kunnen de bezoekers ervaren. Geïnteresseerden in deze technieken kunnen een rondleiding volgen die een kijkje achter de schermen biedt (Duurzaamheidscentrum Assen, 2016 c). Het centrum biedt daarnaast ruimte voor vergaderingen, presentaties, lezingen en bedrijfsborrels. Deze activiteiten vinden plaats in twee verschillende leslokalen (voor 20 en 35 personen), filmzaal, praktijkruimte en openbare ruimten (Duurzaamheidscentrum Assen, 2016 d). Ook is er een restaurant aanwezig. Het centrum is eigendom en in beheer van de gemeente Assen. Stichting Physis is beheerder van het gebouw en is verantwoordelijk voor de horeca, de verhuur van ruimten aan “bewoners” van het pand, vrijwilligersgroepen en derden en houdt zich bezig met duurzame inzetbaarheid van jongeren.



Figuur 1: Plattegrond

Het Duurzaamheidscentrum is voor iedereen toegankelijk. Bij binnenkomst tref je direct een balie aan (zie figuur 1). De balie is bemand door de groep balievrijwilligers van het Duurzaamheidscentrum. Zij hebben formeel een vrijwilligerscontract bij Stichting Het Drentse Landschap maar werken alleen op het Duurzaamheidscentrum. Rondom de balie staan diverse informatiefolderrekken. In deze rekken liggen flyers en folders van de huurders van het pand, duurzame initiatieven (zoals informatie over zonnepanelen) en agenda's met activiteiten georganiseerd door het programmeringsteam van het Duurzaamheidscentrum onder leiding van Stichting Het Drentse Landschap en is een samenwerking tussen de gemeente, Stichting Het Drentse Landschap en het IVN. Rechts van de balie is een gang die toegang geeft tot de trap voor de zonneshoorsteen (4). Achter de trap zijn de kantoren van PRO Assen en Physis (1), praktijkruimte (2) en leslokalen van de gemeente Assen (Natuur en Milieu Educatie) en PRO Assen (3) te vinden. Links

van de balie is er toegang tot het restaurant (10), de filmzaal (5), toiletten (8) en de expositieruimte (11). Exposities vormen een onderdeel (een middel) van het activiteitenprogramma dat tot stand komt door het samenwerkingsverband gemeente/Drentse Landschap.

Het centrum heeft ook een bovenverdieping die niet publiekelijk toegankelijk is. Hier is nog een kantoor van IVN en een leslokaal van PRO Assen.

De lichtblauwe ruimten (links op de plattegrond) maken geen deel uit van het openbaar toegankelijke Duurzaamheidscentrum, maar zijn onderdeel van de wijkpost van de gemeente Assen. De ingang is aan de achterzijde van het pand. Ook zijn hier kantoren van de gemeente Assen en van IVN.

De ruimtes 15, 16 en 17 met de opslag van de houtsnippers, de droogruimte voor de houtsnippers en de installatieruimte voor verwarming, verkoeling en ventilatie zijn alleen toegankelijk onder begeleiding.

2.1.7. Medegebruikers van het Duurzaamheidscentrum Assen

In het Duurzaamheidscentrum zijn meerdere gebruikers. Gebruikers zijn alle verenigingen en stichtingen die gebruik maken van de ruimtes van het centrum.

De bewonersgroep bestaat uit gemeente Assen, Stichting Het Drentse Landschap, Stichting Physis, PRO Assen en IVN. Deze hebben alle een kantoor in het centrum. Daarnaast is er de zogenaamde gebruikersgroep: verschillende natuur- en milieuorganisaties gebruiken het Duurzaamheidscentrum als uitvalsbasis voor al hun activiteiten. Kleinere verenigingen huren alleen een ruimte voor activiteiten en bijeenkomsten en hebben geen vast kantoor. Voorbeelden zijn: Aquariumvereniging Antonie van Leeuwenhoek, Bijenhouders vereniging en Dierenbescherming Drenthe.

Stichting Physis is een kleinschalige woon- en werkgemeenschap waarin mensen worden opgevangen met een licht verstandelijke beperking. Ze biedt begeleid en zelfstandig wonen aan en heeft als motto: “niet stilzitten, we gaan wat doen!”. Stichting Physis voorziet in werkplekken voor de mensen die wonen onder de zorg van Stichting Physis (Stichting Physis, 2016). In het Duurzaamheidscentrum voorziet stichting Physis in het beheer van het gebouw, de verhuur van ruimten en het bieden van horeca. Het hoofdkantoor van stichting Physis is gevestigd op een andere locatie.

PRO Assen is een school voor praktijkonderwijs. De school geeft lessen in het voortgezet onderwijs voor leerlingen van 12 tot 18 jaar (PRO Assen, 2016). PRO Assen huurt twee leslokalen in het Duurzaamheidscentrum. De school gebruikt het Duurzaamheidscentrum om leerwerktrajecten aan te bieden in de horeca en groenonderhoud.

Instituut voor natuureducatie en duurzaamheid, beter bekend als IVN, heeft ook twee kantoren in het Duurzaamheidscentrum. IVN telt dertien afdelingslocaties in Drenthe. Het regiokantoor is in het Duurzaamheidscentrum in Assen gevestigd (IVN, (z.d.)). Ze maken in het centrum gebruik van een kantoorruimte. Vanuit de locatie Assen organiseert de activiteitenafdeling diverse natuur- en milieuactiviteiten. Startpunt van deze activiteiten is veelal het Duurzaamheidscentrum.

2.1.8. Andere (duurzaamheids)bezoekerscentra

In de omgeving van het Duurzaamheidscentrum bevinden zich nog twee andere bezoekerscentra op het gebied van natuur en educatie. In het Drentse Dwingelderveld is het bezoekerscentrum Dwingelderveld gevestigd van Natuurmonumenten (Natuurmonumenten, (z.d.)). Een ander nabijgelegen centrum is het Buitencentrum Drents-Friese Wold. Dit centrum ligt aan de rand van het Drents-Friese Wold gebied en behoort tot de plaats Appelscha. Het centrum is in beheer van

Staatsbosbeheer (Staatsbosbeheer, 2016). Deze centra worden dus beheerd door een natuur- en milieuorganisatie.

In heel Nederland zijn er diverse centra die zich richten op natuur- en milieueducatie. Elk centrum doet dat op zijn eigen manier. Een voorbeeld van een centrum is centrum Weizigt dat een Aquarama heeft. De permanente voorstelling in het Aquarama gaat over de weg die water aflegt voordat het uit de kraan komt en speelt ook in op duurzaam gebruik van water (Weizigt, 2016). Ook de gemeente Maassluis heeft middelen om duurzaamheid onder de aandacht te brengen. Dit doen ze met een showroom van 2500 m² waarin allerlei duurzame uitvindingen te zien zijn die toegepast kunnen worden door particuliere woningeigenaren. Voorbeelden van die uitvindingen zijn: waterbespaarders, zonnepanelen en vernieuwde warmtebronnen (Maassluis, (z.d.)).

Duurzaamheidsbezoekerscentra zijn zeer divers opgezet. Er zijn centra waarbij het gaat om een burgerinitiatief en ook centra waarbij het een samenwerking is tussen gemeenten en een stichting. Er is geen vaste beheer- en uitvoeringsvorm voor een duurzaamheidscentrum.

2.2. Marketing kader

Dit deel van de inleiding gaat dieper in op de analyse van de markt omdat het Duurzaamheidscentrum een product/dienst aanbiedt waarbij het kennen van de markt (afnemers) een grote rol speelt bij het vormgeven van het product/dienst.

2.2.1. Persoonlijke omstandigheden

De persoonlijke omstandigheden zijn per persoon uniek. Zo moet er bij persoonlijke omstandigheden gedacht worden aan demografische kenmerken, lifestyle en situationele invloeden.

Demografische kenmerken hebben onder andere betrekking op leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, beroep, gezinsgrootte en woonplaats. Deze factoren kunnen van invloed zijn bij de overweging om het Duurzaamheidscentrum wel of niet te bezoeken. Ook zal de interesse in verschillende informatiesoorten beïnvloed worden door de demografische kenmerken van de bezoeker (Verhage, 2013). Een voorbeeld hiervan is dat iemand van tien jaar graag op een andere manier (spelletje) iets wil zien over duurzaamheid dan iemand van 50 jaar (informatiebord). Demografische kenmerken gaan ook over waar een bezoeker woont. Iemand die vlakbij het centrum woont zal een bezoek makkelijker overwegen dan iemand die buiten de provincie Drenthe woont.

Lifestyle heeft betrekking op de activiteiten, interesses en opinie van de markt. Een lifestyle geeft aan waaraan iemand zijn geld en tijd spendeert, wat een persoon belangrijk vindt (interesses) en opinie gaat over de mening die iemand heeft over zichzelf en de wereld om zich heen. Lifestyle is een belangrijk kenmerk om mee te nemen in het onderzoek omdat iemand met een negatieve houding tegenover duurzaamheid het Duurzaamheidscentrum niet zal bezoeken. Het onderzoeken van de lifestyle van bezoekers en potentiële bezoekers kan een beeld geven waarom mensen wel of niet het centrum bezoeken. Een analyse van de lifestyle heet ook wel Psychografie en creëert een beeld van de motieven van de mens. (Verhage, 2013)

Situationele invloeden gaan over de plaats en tijd. De sfeer, ligging en faciliteiten van het centrum kunnen invloed hebben op de keuze het centrum wel of niet te bezoeken. Ook de tijd van het jaar of tijd van de dag kan beslissend zijn voor een bezoek. (Verhage, 2013)

2.2.2. Psychologische invloeden

Psychologische factoren zijn niet direct te observeren maar moeten worden afgeleid uit de dingen die iemand doet of zegt. De psychologische factoren zijn onderverdeeld in behoeften en motieven, perceptie en attitudes. (Verhage, 2013)

Behoeften en motieven zijn vaak de starter van het aankoop/aanname proces. Motieven komen voort uit een gemis uit natuurlijke behoeften. Als een behoefte niet bewust aanwezig is dan is deze latent aanwezig of niet aanwezig, pas bij het bereiken van een bepaalde intensiteit van het gemis kan de behoefte omslaan in een manifeste behoefte, een persoon doet dan iets actiefs met de behoefte, bijvoorbeeld: iemand is latent behoevend om duurzamer te leven. Door dit te prikkelen (door middel van informatie en praktische zelf “doe” voorbeelden) kan de latente behoefte een manifeste vorm aannemen waarna een persoon bewust duurzamer gaat leven en daar actief iets voor onderneemt. (Verhage, 2013)

Als een persoon een manifeste behoefte heeft gaat deze daar iets aan doen om de behoefte te bevredigen. Maar wat die persoon dan doet wordt beïnvloed door zijn/haar perceptie. Perceptie gaat over hoe een persoon informatie verzamelt, dit is subjectief, cumulatief en selectief. Het subjectieve gedeelte van een perceptie maakt dat ieder persoon een prikkel anders interpreteert. Als er helemaal geen perceptie is dan wordt de informatie helemaal niet opgenomen. Cumulatief zegt iets over hoe vaak een prikkel wordt opgenomen. Het selectieve heeft de meeste invloed. Bewust en onbewust kiest een persoon zelf wat het wel en niet als prikkel ontvangt. Voorbeeld hiervan is dat een persoon alleen reclame en informatie over zonnepanelen ziet zodra de persoon al besloten heeft zonnepanelen te kopen (selectieve aandacht). Het is dus om deze reden belangrijk dat de boodschap aansluit bij de behoefte van de doelgroep. (Verhage, 2013)

Bij attitude gaat het om kennis, emoties, gevoel en gedrag. Attitude gedrag is aangeleerd en op ervaring gebaseerd en kan daarom veranderd worden. Bij het onderzoeken van een attitude moet rekening gehouden worden met verschillende factoren. Zo kan bijvoorbeeld de houding tegenover duurzaamheid positief zijn maar is misschien de aanpassing om duurzamer te gaan leven veel te duur. Attitude is oorspronkelijk opgedeeld in de drie eerdergenoemde factoren kennis, emotie/gevoel en gedrag. Echter wordt er steeds vaker alleen nog maar gesproken van het emotie- en gevoelsdeel als het om attitude gaat. Attitude is van invloed op hoe een persoon tegen duurzaamheid aankijkt. De cognitieve (kennis) component zal een beeld geven van welke kennis een persoon al heeft over duurzaamheid. Bij de affectieve component (gevoelens) zal het gaan om welk gevoel en emotie iemand heeft bij duurzaamheid en bij de conatieve component (gedrag) gaat het erom welk gedrag een persoon heeft tegenover duurzaamheid. (Verhage, 2013)

2.2.3. Sociale invloeden

Alle hiervoor omschreven invloeden vinden plaats in de persoon zelf. Sociale invloeden zijn extern en vinden dus plaats buiten de persoon. Nog een verschil is dat onder een sociale invloed een grotere groep valt die dezelfde invloeden ervaart, voorbeelden hiervan zijn cultuur, sociale klasse, referentiegroepen en gezinsinvloeden. (Verhage, 2013)

Cultuur wordt met de paplepel ingegoten. De cultuurinvloed bestaat uit materiële (klompen en molens) en immateriële elementen (normen en waarden). Cultuur kan ook veranderen als een persoon zich afzet tegen de aangeleerde situatie. Zo kan een persoon anders tegen duurzaamheid aan kijken dan de ouders van deze persoon. Duurzaamheid kan dus onderdeel worden van een cultuur. (Verhage, 2013)

De theorie van Max Weber omschrijft vijf verschillende sociale klassen. Deze klassen gaan deels over de inkomsten die een persoon heeft. Ook beroep, opleidingsniveau, persoonlijke prestaties en sociale contacten zijn van invloed op de klasse waar een persoon zich in bevindt. Sociale klassen kunnen deels het gedrag van een persoon verklaren. (Verhage, 2013) Iemand uit de hoogste klasse (directeur van grote onderneming) zou bijvoorbeeld meer geld kunnen spenderen aan duurzaamheid

maar minder interesse kunnen hebben in duurzaamheid omdat het in de klasse niet sociaal gedragen wordt.

2.2.4. Referentiegroepen

Referentiegroepen zijn groepen waarbij een persoon hoort maar zich niet direct aangesloten hoeft te voelen. De aansluiting kan in bewuste en onbewuste mate. Zo kan een persoon onbewust al bij een referentiegroep horen door een bepaalde leeftijd, geslacht of burgerlijke staat. Er zijn primaire en secundaire groepen, waarbij een persoon de meeste betrokkenheid heeft bij een primaire groep. Iemand die bijvoorbeeld actief vrijwilliger is bij IVN heeft dit dus als primaire referentiegroep. Dezelfde persoon kan ook lid zijn van WNF maar hier alleen geld aan doneren zonder verdere inzet, dit is dan een secundaire referentiegroep. (Verhage, 2013)

3. Probleemstelling en onderzoeksvragen

3.1. Probleemstelling

De grootste uitdaging voor Stichting Het Drentse Landschap is de invulling voor het centrum. De stichting heeft wel ervaringen met het opzetten en uitvoeren van activiteiten. Wat de stichting zichzelf afvraagt is wat bezoekers en potentiële bezoekers verwachten van het duurzaamheidscentrum. Ze willen de bezoekers en potentiële bezoekers zo goed mogelijk bedienen. Maar wat ze hier eigenlijk mee willen bereiken is dat het resultaat oplevert voor de doelstellingen van Stichting Het Drentse Landschap, maar ook voor die van de gemeente Assen. Als Stichting Het Drentse Landschap namelijk daaraan voldoet dan kan de samenwerking worden gecontinueerd. (Colpa, 2016)

Probleemstelling:

Stichting Het Drentse Landschap weet op dit moment niet wat de verwachtingen met betrekking tot het duurzaamheidscentrum van de bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap zijn, hier moet onderzoek voor gedaan worden.

3.2. Doel van het onderzoek

Doel van het onderzoek is een beeld te creëren van de verwachtingen van bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap. Door dit onderzoek kan Stichting Het Drentse Landschap inspelen op deze verwachtingen. Op basis van de verwachtingen kan Stichting Het Drentse Landschap een tentoonstelling- en activiteitenprogramma formuleren.

3.3. Onderzoeksvragen

Uit de probleemstelling is een centrale hoofdvraag opgesteld. Deze hoofdvraag is verdeeld in subvragen. De doelstelling kan worden bereikt met de verkregen kennis na het beantwoorden van de subvragen en de centrale hoofdvraag.

De hoofdvraag is:

- Wat zijn de verwachtingen van bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap ten aanzien van het duurzaamheidscentrum in Assen?

Sub-vragen hierbij zijn:

- Wat is het bezoekersprofiel van de bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap?
- Wat is het profiel van bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap met betrekking tot duurzaamheid?
- Wat zijn de praktische voorkeuren (tot betrekking tot het duurzaamheidscentrum) van bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap?

4. Materiaal en methode

Dit hoofdstuk omschrijft wat voor type onderzoek werd gedaan. Er wordt ook ingegaan op het onderzoeksontwerp en de onderzoekspopulatie die gebruikt werden voor het onderzoek.

4.1. Type onderzoek

Er is gekozen voor een beschrijvend onderzoek omdat de hoofdvraag een open karakter heeft zonder vooraf verwachte antwoorden en zonder hypothese. Verwachtingen van bezoekers zijn te categoriseren en te tellen. Er wordt enkel beschreven wat de verwachtingen zijn zonder dat daar verklaringen aan worden gekoppeld.

4.2. Onderzoeksontwerp

Er is gekozen voor een eenmalig survey-onderzoek omdat dit de beste aansluiting had met de grootte van de onderzoekspopulatie (kleine populatie) en onderzoekskenmerken.

4.3. Onderzoekspopulatie

Het onderzoek kende drie onderzoekspopulaties; bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap. Geënquêteerden hadden een minimale leeftijd van 18 jaar. Deze leeftijdsgrens was gekozen omdat personen vanaf 18 jaar zelf kunnen bepalen wat ze aan duurzaamheid doen en tot besluitnemers gerekend worden. Onder deze leeftijdsgrens zijn personen vaak afhankelijk van volwassenen.

Bezoekers

De onderzoekspopulatie bezoekers waren alle mensen die al één of meerdere keren het centrum hebben bezocht, omdat hier echter geen gegevens van verzameld waren is deze groep beperkt tot alle mensen die tijdens het verzamelen van data het centrum bezochten. Per dag kwamen er gemiddeld 47 mensen het duurzaamheidscentrum bezoeken. Zondagen waren daarin een uitzondering waarbij de bezoekersaantallen ruim over de 150 personen gingen. Een bezoeker van het centrum was een bezoeker zodra deze het terrein van het centrum betrad, dit is dus niet alleen het gebouw. Er is onderscheid in mensen die voor het centrum kwamen en mensen die daar op een kantoor werken. De laatste groep werd niet meegenomen in het onderzoek en werd er uitgefilterd met een filter-vraag.

Potentiële bezoekers

De onderzoekspopulatie potentiële bezoekers is heel groot. Iedereen op de wereld die nog nooit in het duurzaamheidscentrum is geweest is een potentiële bezoeker. Omdat deze groep te groot en niet altijd even relevant is om te onderzoeken werd de groep verkleind tot potentiële bezoekers uit de stad Assen en inwoners uit omliggende dorpen uit de gemeente Assen. De stad Assen heeft door zijn vele voorzieningen een regiofunctie en er werd alleen in de stad Assen geënquêteerd omdat ervan uit gegaan werd dat er ook mensen in de stad Assen aanwezig waren die uit de omliggende dorpen van de gemeente Assen komen. Gemeente Assen telde 67.036 inwoners in mei 2016, dit is inclusief de dorpen die rond de stad Assen liggen (CBS, 2016). Uit de onderzoekspopulatie is een steekproef getrokken.

Beschermers van Stichting Het Drentse Landschap

De onderzoekspopulatie Beschermers van Stichting Het Drentse Landschap bestaat uit 16.194 personen. De stichting noemt hun "donateurs" beschermers. Uit de onderzoekspopulatie is een steekproef getrokken. Deze doelgroep is mee genomen om vanuit de beschermers ook te zien wat de

wensen zijn zodat Stichting Het Drents Landschap ook voor hun beschermers een programma kan maken.

4.4. Dataverzamelmethode

Data werden verzameld met een enquête. Naast de enquêtevragen werden ook de volgende factoren genoteerd op de enquête:

- Datum
- Binnen het centrum of buiten op het terrein van het centrum geënquêteerd

Deze factoren werden meegenomen bij het verwerken van de data maar alleen benoemd als hier grote afwijkingen door lijken te zijn ontstaan.

4.5. Steekproef

Er is een steekproef getrokken van alle onderzoekspopulaties. De grootte van de steekproef is berekend aan de hand van een steekproefcalculator. Er is gekozen voor een foutenmarge van 5% om een zo groot mogelijke betrouwbaarheid te hebben. Het betrouwbaarheidsniveau geeft aan hoe zeker de foutenmarge is. Het geeft weer hoe vaak het werkelijke percentage van de populatie dat een antwoord zou kiezen, binnen die foutenmarge ligt. Als een foutenmarge van 5% gebruikt wordt en 30% van de steekproef een bepaald antwoord geeft, dan kan er aangenomen worden dat als dezelfde vraag aan de volledige populatie wordt gevraagd, tussen 25% (30-5) en 35% (30+5) hetzelfde antwoord zou geven.

Bezoekers

Er bezochten gemiddeld 47 volwassen personen per dag het duurzaamheidscentrum. Gemiddeld kwamen er in één week 329 volwassen bezoekers. Op jaarbasis waren dat 17.108 bezoekers. Dit was een geschat aantal bezoekers omdat het duurzaamheidscentrum nog geen volledig jaar open is geweest. Met de steekproefcalculator is berekend dat er een steekproef moet zijn van 376 deelnemers. Dit is gebaseerd op de keuze om een betrouwbaarheid van 95% aan te nemen met een foutenmarge van 5%.

De uiteindelijk verzamelde enquêtes kwamen op het totaal van 150. Bij een betrouwbaarheid van 95% komt de foutenmarge op 7.97%

Potentiële bezoekers

De potentiële bezoekersgroep bestond uit 67.036 personen. Met de steekproefcalculator is berekend dat er 382 personen uit deze populatie geënquêteerd moesten worden. Hier is eveneens gekozen voor een betrouwbaarheid van 95% met een foutenmarge van 5%.

De uiteindelijk verzamelde enquêtes kwamen op het totaal van 62. Bij een betrouwbaarheid van 95% komt de foutenmarge op 12.44%

Beschermers van Stichting Het Drentse Landschap

De Beschermers van Stichting Het Drentse Landschap bestaan uit 16.194 personen. Er zijn 1705 beschermers aangeschreven uit de gemeenten Midden-Drenthe, Tynaarlo, Aa en Hunze en Noorderenveld om mee te doen aan de enquête. Met de steekproefcalculator is berekend dat er 314 personen uit deze populatie geënquêteerd moesten worden. Hier is eveneens gekozen voor een betrouwbaarheid van 95% met een foutenmarge van 5%.

De uiteindelijk verzamelde enquêtes kwamen op het totaal van 68. Bij een betrouwbaarheid van 95% komt de foutenmarge op 11.86%

4.6. Locatie en respondenten

Voor de enquêtes die gericht waren aan de huidige bezoekers werden de data verzameld op het terrein van het duurzaamheidscentrum. Er werd afwisselend binnen en buiten geënuquêteerd. Weersinvloeden beïnvloedden de keuze binnen/buiten enquêteren omdat bij slecht weer weinig mensen buiten op het terrein aanwezig waren. Het streven was om evenveel mensen binnen als buiten te enquêteren.

Op het terrein en in het duurzaamheidscentrum hing een poster waarop mensen met hun smartphone een QR-code konden scannen. De code verwees dan weer door naar de enquête. Dit zorgde ervoor dat er meerdere personen tegelijk de enquête digitaal konden invullen. Nog een voordeel hiervan was dat de enquête ook ingevuld kon worden als de afnemer van de enquête niet op locatie was. Een medewerker van het centrum kon de bezoekers dan wijzen op de enquête.

Er was eerst besloten dat er alleen met tablet geënuquêteerd zou worden, echter bleek dit niet efficiënt en is de enquête uitgeprint. Papieren data zijn handmatig ingevoerd in Google Forms.

De enquêtes voor potentiële bezoekers zijn afgenomen op drukbezochte plekken in Assen stad. Locaties zoals de hoofdwinkelstraat en de markt zijn bezocht voor het enquêteren. Er werd voor verschillende locaties gekozen om zoveel mogelijk spreiding van mensen te behouden en hiermee de betrouwbaarheid te waarborgen.

De enquête was net zoals die van bezoekers opgesteld in Google Forms. De enquête zou op de tablet worden afgenomen maar werd toch op papier gedaan omdat het makkelijker bleek om op deze manier zoveel mogelijk mensen te enquêteren.

Voor beide groepen werd zowel in het weekend als doordeweeks geënuquêteerd. Enquêteren vond plaats vanaf 09:00 tot 17:00, de openingstijden van het centrum, ook voor de groep potentiële bezoekers werd dezelfde tijd aangehouden. Tijdens het enquêteren droeg de enquête afnemer een jas van Stichting Het Drentse Landschap. Invullen van de enquête nam ongeveer 15 á 20 minuten in beslag.

Beschermers van Stichting Het Drentse Landschap zijn per email gevraagd deel te nemen aan het onderzoek. De mail is via het hoofdkantoor verzonden.

De enquête voor bezoekers was open van 1 april 2016 tot 31 augustus 2016 en de enquête voor potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap was open van 10 januari 2016 tot 27 oktober 2016. Na de sluitingsdatum was het invoeren van antwoorden niet meer mogelijk.

4.7. De enquête

De enquête is opgesteld met Google Forms. Dit programma gaf de mogelijkheid om de enquête aan de ondervraagden aan te bieden via een digitale vorm en een papieren vorm. Het grootste voordeel van het programma was dat de data direct omgezet werden in bruikbare diagrammen en grafieken.

In de enquête is er gekozen voor zo veel mogelijk gesloten vragen zodat de dataverwerking zo min mogelijk tijd innam. Daarnaast zijn de gesloten vragen meerkeuzevragen en inclusief een “anders” veld voor antwoorden die anders zijn dan de gegeven keuzes.

De enquête had ook een opinie-vraag met betrekking tot de inzet van gemeente Assen en duurzaamheid. Om hier geen sociaal wenselijke antwoord op te krijgen was de vraag uitgebreid met andere onderwerpen en vormgegeven in een rangordevraag.

Filtervragen voorkwamen dat mensen antwoord moesten geven op vragen die niet op hen van toepassing waren.

De enquête bevatte vragen op nominaal-, ordinaal-, interval- en rationiveau.

4.8. Data-analyse

De verzamelde data werden door Google Forms direct omgezet in bruikbare staaf- en taartdiagrammen. Dit zorgde ervoor dat de data direct geanalyseerd konden worden en weinig verwerking van data nodig was. Daarnaast is ook gebruik gemaakt van het programma SPSS voor vergelijkingen en toetsen/toetsingen.

De verzamelde data werden geanalyseerd om antwoord te kunnen geven op de subvragen. Door antwoord te geven op de subvragen kon antwoord worden gevonden op de hoofdvraag.

Met de data kon ook gezocht worden naar verschillen en de bijhorende verklaringen. Door het analyseren van de beïnvloedingsfactoren kon ook worden geanalyseerd of deze factoren wel of geen invloed hadden maar dit is niet gedaan omdat dit geen toevoeging bleek voor het onderzoek. Opvallende data werd genoteerd en verder geanalyseerd in SPSS.

De conclusies die voortkwamen uit de analyse werden uiteindelijk vormgegeven in een advies voor de opdrachtgever.

5. Resultaten enquête voor bezoekers

In dit hoofdstuk wordt besproken wat de bezoeker heeft geantwoord op de enquête. Omdat er niet gesproken kan worden voor alle bezoekers wordt er gesproken over respondenten. De enquête is opgenomen in bijlage I.

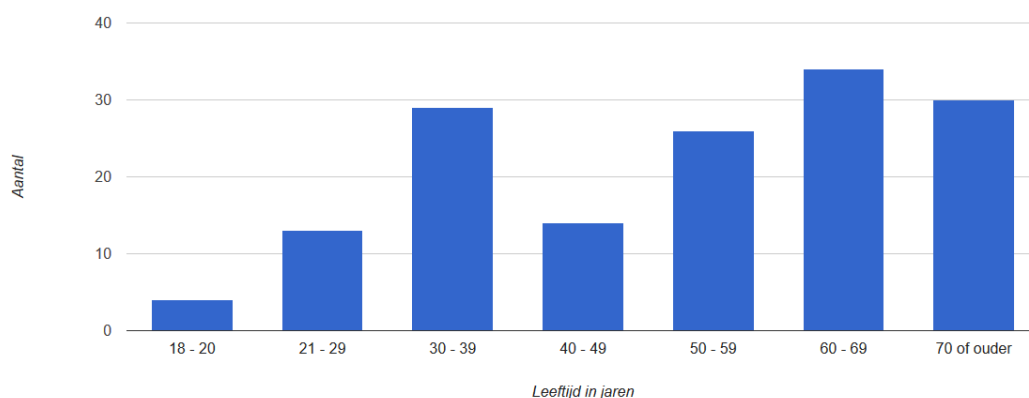
5.1. Algemene gegevens van de respondent

Geslacht van de respondent.

Er deden 37 (40,7%) mannen en 57 (59,3%) vrouwen mee aan het onderzoek.

Leeftijd van de respondent.

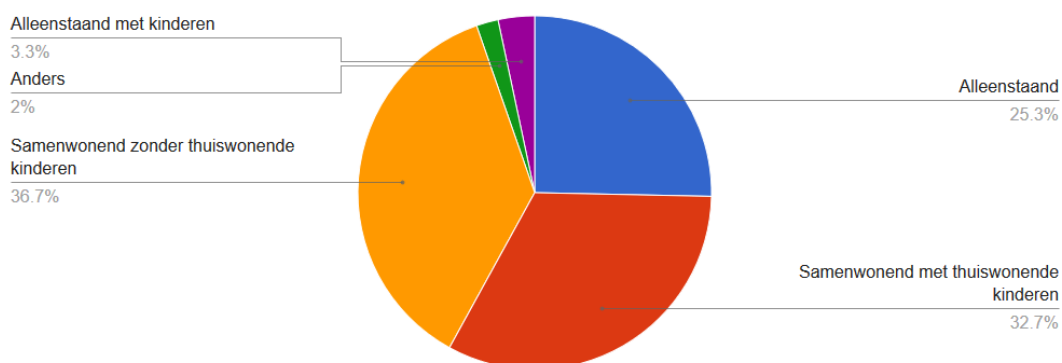
De leeftijd van de respondenten van het duurzaamheidscentrum Assen is weergegeven in Figuur 2. In de Figuur is te zien dat het grootste deel van de respondenten boven de 50 is. Opvallend is de lage respons in categorie 18 – 20 omdat dit enkel 3 jaren bevat net zoals de categorie 70 of ouder omdat dit veel meer leeftijden bevat dan de andere keuzes in deze vraag. Leeftijdscategorieën 30 -39, 60 -69 en 70 en ouder zijn uitschieters.



Figuur 2: Leeftijdsopbouw van de respondenten (N=150)

Gezinssamenstelling van de respondent.

Het grootste aandeel respondenten heeft een gezin met of zonder thuiswonende kinderen. Het aantal respondenten met een gezin met thuiswonende kinderen is bijna net zo groot als het aantal respondenten met een gezin zonder thuiswonende kinderen.



Figuur 3: Gezinssamenstelling van respondenten (N=150)

Woonplaats van de bezoeker.

Veruit de meeste respondenten wonen in de nabije omgeving van het duurzaamheidscentrum. Uitzonderlijk zijn de twee respondenten die uit de omgeving van Antwerpen kwamen. De afstand tussen de woonplaats van deze respondenten en het duurzaamheidscentrum is 271 kilometer.



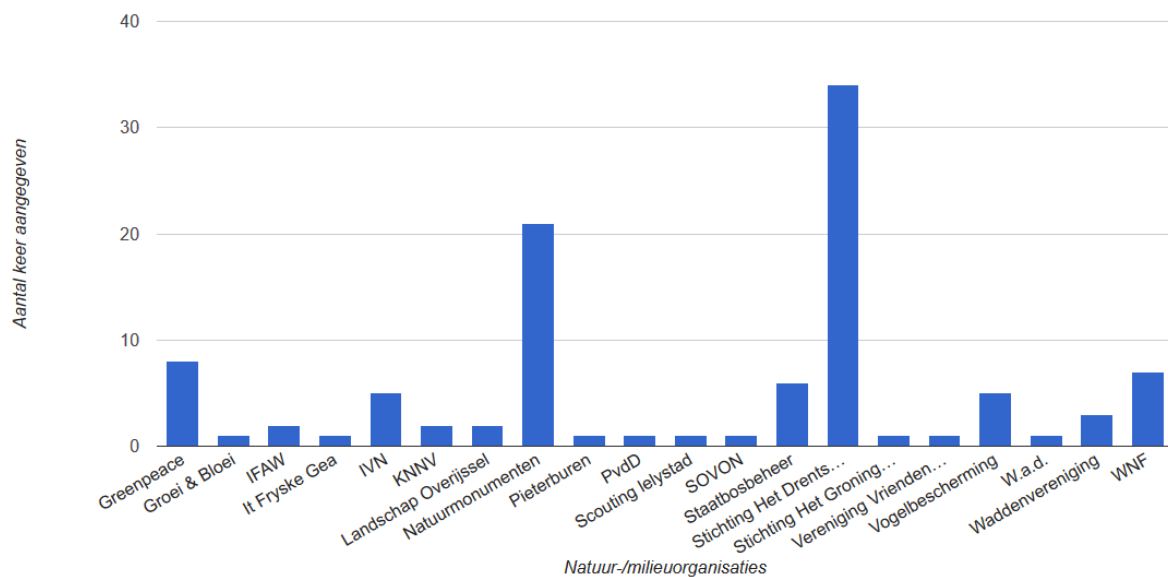
Figuur 4: Woonplaatsen van de respondenten.

Lidmaatschap natuurorganisatie van respondenten.

Meerderheid van de respondenten (62,7%) is geen lid van een natuur-/milieuorganisatie.

De natuur-/milieuorganisatie waar respondenten lid/donateur van zijn

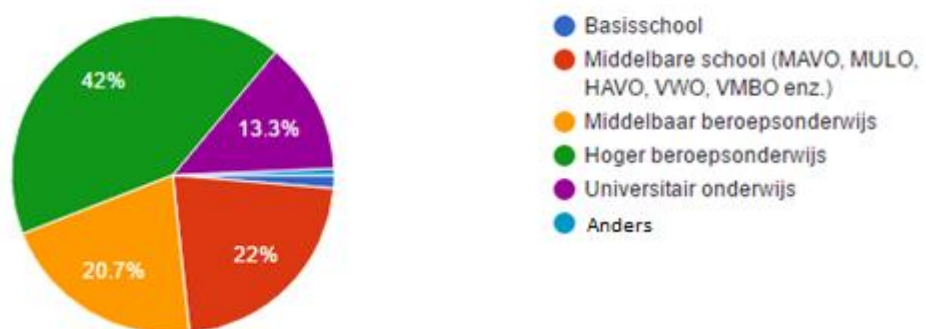
De respondenten die lid/donateur zijn van een natuur-/milieuorganisatie zijn over het algemeen lid/donateur van Stichting Het Drentse Landschap en/of van natuurmonumenten. Organisaties die minder vaak genoemd worden waren maar wel vaker dan de anderen zijn: Greenpeace, IVN, Staatsbosbeheer, vogelbescherming en WNF.



Figuur 5: De natuur-/milieuorganisatie waar respondenten lid van zijn (N=56)

Wat is de hoogst genoten opleiding van de respondent

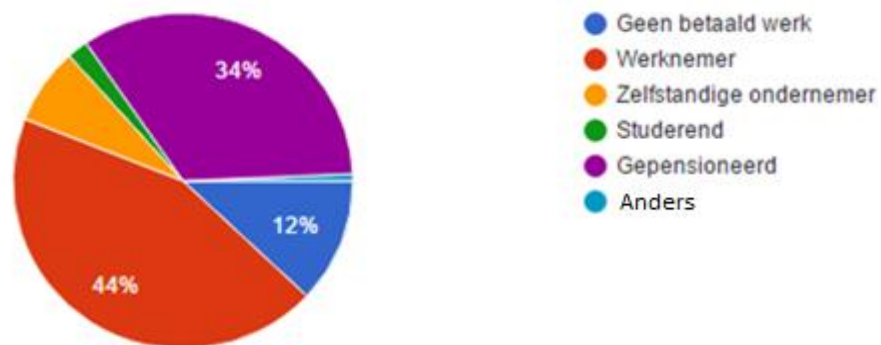
De meeste respondenten hebben hoger beroepsonderwijs (42%) gevolgd.



Figuur 6: Hoogst genoten opleiding (N=150)

Wat is de arbeidssituatie van de respondent

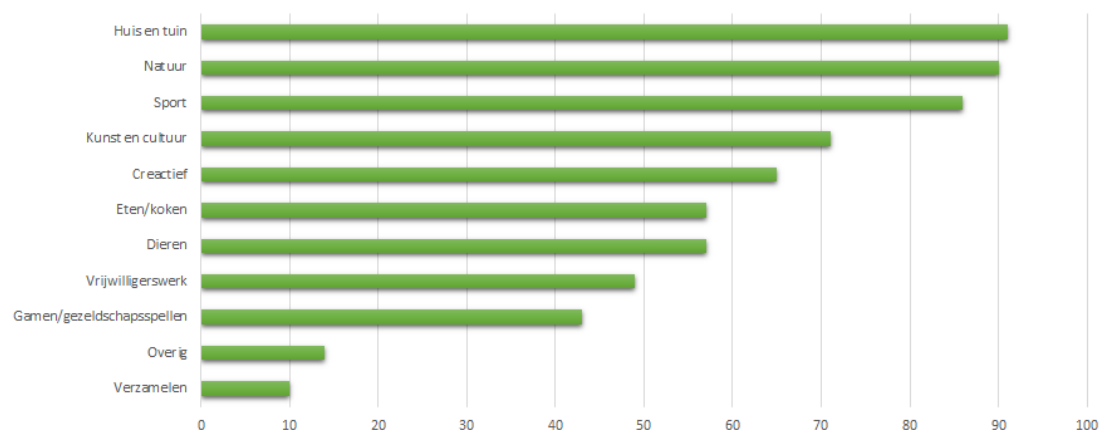
Werknemer wordt het vaakst genoemd door de respondenten, daarnaast is 34% van de respondenten gepensioneerd en 7,3% is zelfstandig ondernemer.



Figuur 7: Arbeidssituatie (N=150)

Welke interesses en hobby's hebben de respondenten

De respondenten geven aan geïnteresseerd te zijn in sport, huis en tuin en natuur. Minder geïnteresseerd zijn ze in verzamelen, gamen/gezelschapsspellen en vrijwilligerswerk.



Figuur 8: Hobby's en interesse (N=150)

Hoeveel tijd besteedt de respondent aan een hobby per week

De respondenten besteden gemiddeld tussen de 1 en 3 dagen aan hun hobby (1 dag 38% en 2 tot 3 dagen 41,3%), een minderheid van 20,7% besteedt meer dan 3 dagen aan zijn of haar hobby.

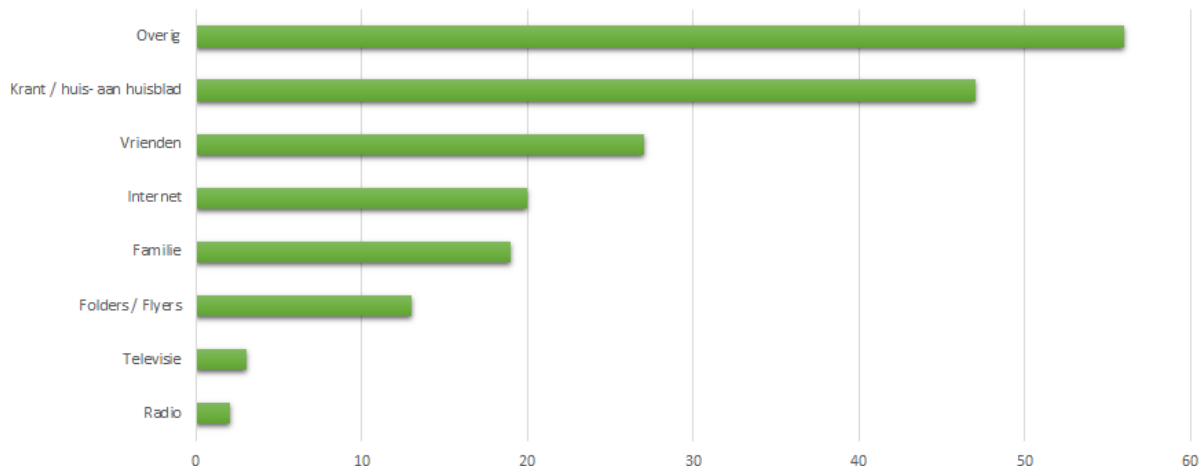
Hoeveel geld besteedt de respondent aan hobby's per maand

De respondenten besteden niet meer dan 50 euro aan hun hobby (66,7%). Een kleine minderheid besteedt meer dan 100 euro (10,7%) aan zijn of haar hobby en 22,7% van de respondenten zit daartussenin.

5.2. Aanvullende bezoekgegevens van de respondent

Hoe kwamen respondenten achter het bestaan van het centrum?

De respondenten gaven aan dat ze over het algemeen op een andere manier waren bereikt omtrent het centrum dan de aangegeven antwoorden. Het meest voorkomende antwoord was dat de respondent wist van het centrum omdat ze al regelmatig door het bos liepen en daardoor de bouw hadden mee gemaakt.



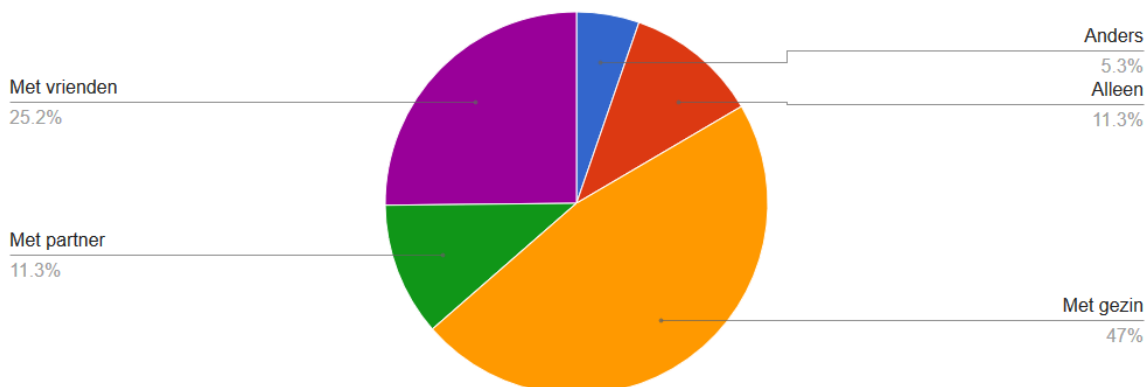
Figuur 9: Hoe kwamen ze achter het bestaan (N=150)

Hoe vaak hebben respondenten het centrum al bezocht?

Respondenten waren veelal voor het eerste of tweede bezoek (43,3%). Respondenten die 3 tot 5 keer het centrum bezochten vormden samen 22%. Respondenten die voor de 6^e keer of vaker kwamen waren samen 34,7%.

Samenstelling bij bezoek.

Bijna de helft van de respondenten komt in gezinssamenstelling het centrum bezoeken (gezin in de vorm van ouders met eigen kinderen of grootouders met kleinkinderen). Een kwart van de respondenten komt met vrienden, een enkele keer in vorm van een clubje. Bij anders waren er scouting, collega's of kinderen van een opvang betrokken bij de samenstelling.



Figuur 10: Samenstelling bij bezoek (N=150)

Op welke dagen zouden de respondenten het centrum bezoeken?

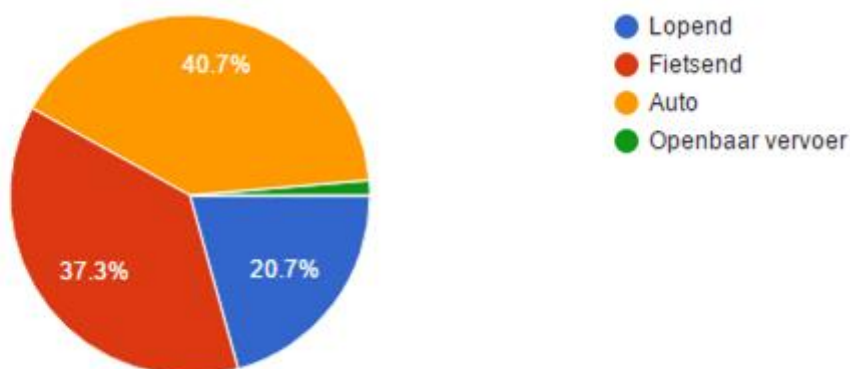
De respondenten hebben geen sterke voorkeurs dag(en). De woensdag, zaterdag en zondag steken iets uit qua voorkeur. Maandag is het minst gekozen.

Welke tijden vinden respondenten aantrekkelijk?

Respondenten geven aan het liefst rond het middaguur (tussen 11:00 en 13:00) naar het centrum te gaan. Het minste aantal respondenten zou na 17:00 nog het centrum bezoeken.

Welk vervoer gebruiken respondenten naar het centrum toe?

Merendeel van de respondenten kwam met de auto. Ook de fiets werd vaak aangegeven als gebruikt vervoer. Enkel 1.3% kwam met het openbaar vervoer. Niemand gaf "anders" aan.



Figuur 11: Vervoersmiddel naar het centrum toe (N=150)

Hoe belangrijk vinden de respondenten de punten waar de gemeente in investeert.

In Figuur 20, met een schaal van 1 op 5, is af te lezen dat onderwijs, veiligheid en zorg en welzijn hoger scoren dan duurzaamheid. Respondenten geven het laagste cijfer aan kunst en cultuur. Sport en ontspanning, werk en inkomen en stadsontwikkelingen worden lager gewaardeerd dan duurzaamheid.

Geef bij de volgende punten aan hoe belangrijk u het vindt dat gemeente hier in investeert.	gemiddeld cijfer
Onderwijs	4,29
Veiligheid	4,03
Zorg en welzijn	4,01
Duurzaamheid en milieu	3,93
Sport en ontspanning	3,77
Werk en inkomen	3,75
Stadsontwikkeling	3,68
Kunst en cultuur	3,37

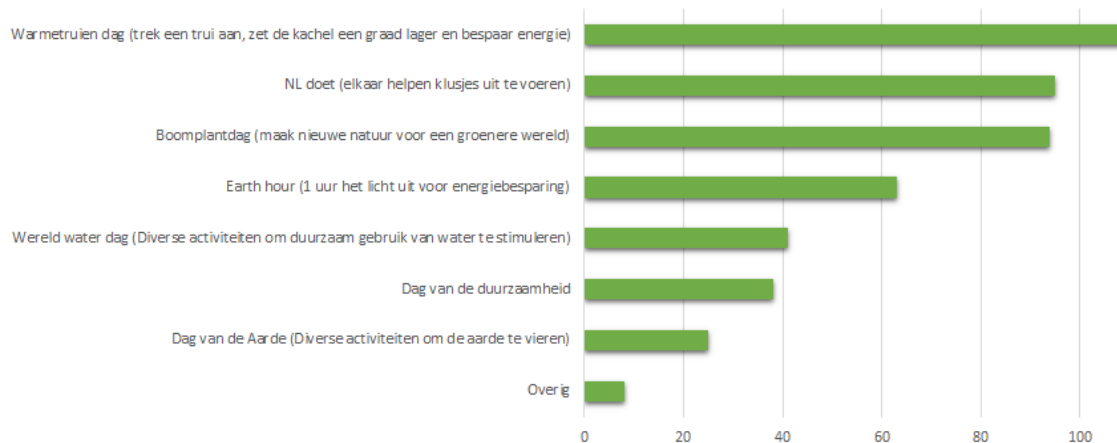
Figuur 12: Investerings van gemeente waardering (N=150) (schaal 1 tot 5)

5.3. Welk cijfer geven respondenten aan de belangrijkheid van duurzaamheid

De meerderheid, 143 respondenten, vindt duurzaamheid belangrijk en geeft duurzaamheid een 4 of hoger op een schaal van 1 tot 6. De minderheid, zeven respondenten, geeft een 3 of lager.

5.4. Met welke duurzame activiteiten zijn de bezoekers al bekend

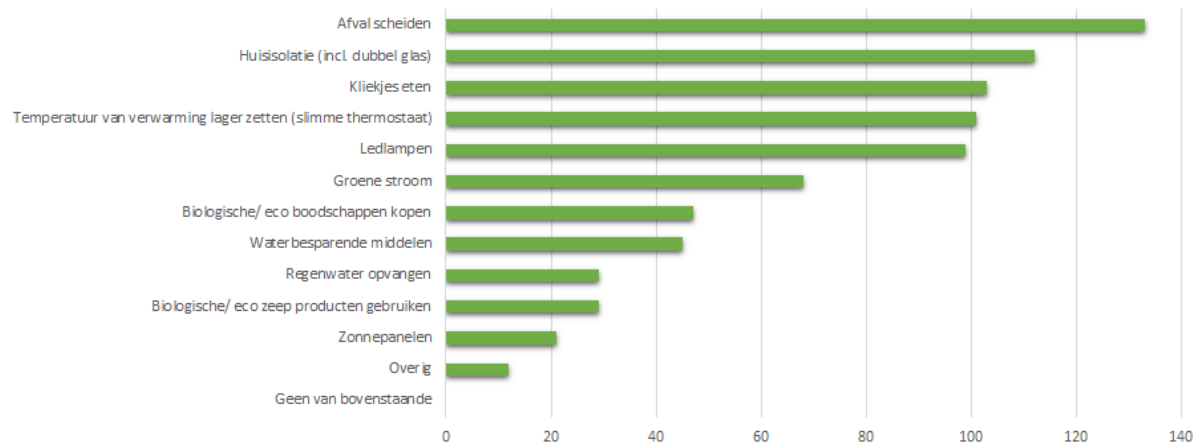
De activiteiten die hoog scoren zijn warmetruiendag (109 respondenten), Boomplantdag (94 respondenten) en NL doet (95 respondenten). Dag van de Aarde (25 respondenten) en Dag van duurzaamheid (38 respondenten) scoren het slechts in bekendheid.



Figuur 13: Bekende duurzame activiteiten bij respondenten (N=150)

5.5. Wat doen respondenten al aan duurzaamheid

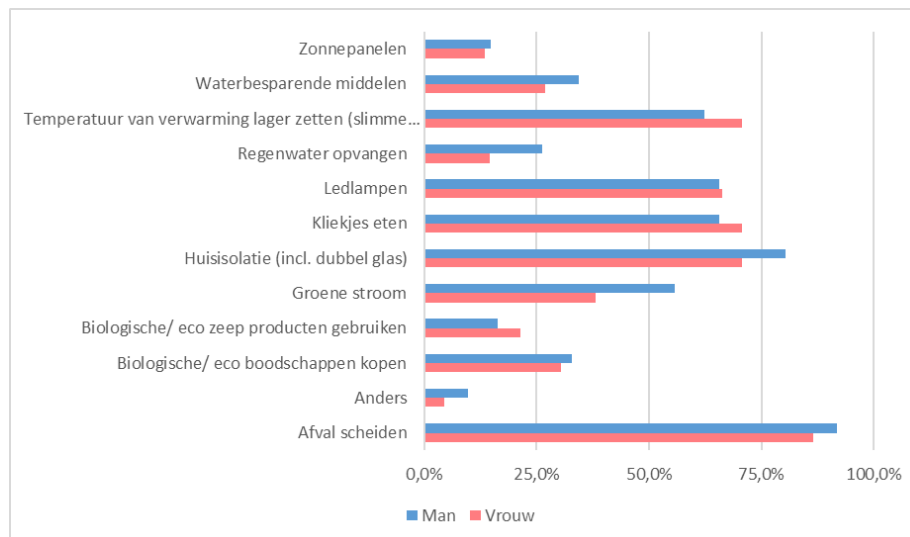
In deze aankruisvraag werd afval scheiden met 88,7% het meest benoemd. Andere uitschieters zijn huisisolatie, temperatuur lager zetten, LED lampen gebruiken en klikjes eten. Zonnepanelen is opvallend laag net zoals biologisch eten kopen en regenwater opvangen. Bij overig werd aangegeven dat ze geen auto in bezit hadden en alles op de fiets deden of vegetarisch aten.



Figuur 14: Wat doet de respondent aan duurzaamheid (N=150)

Om te zien hoe deze totaal keuze is onderverdeeld worden de gegeven antwoorden voor deze vraag gesplitst in een figuur voor man en vrouw en per leeftijdscategorie.

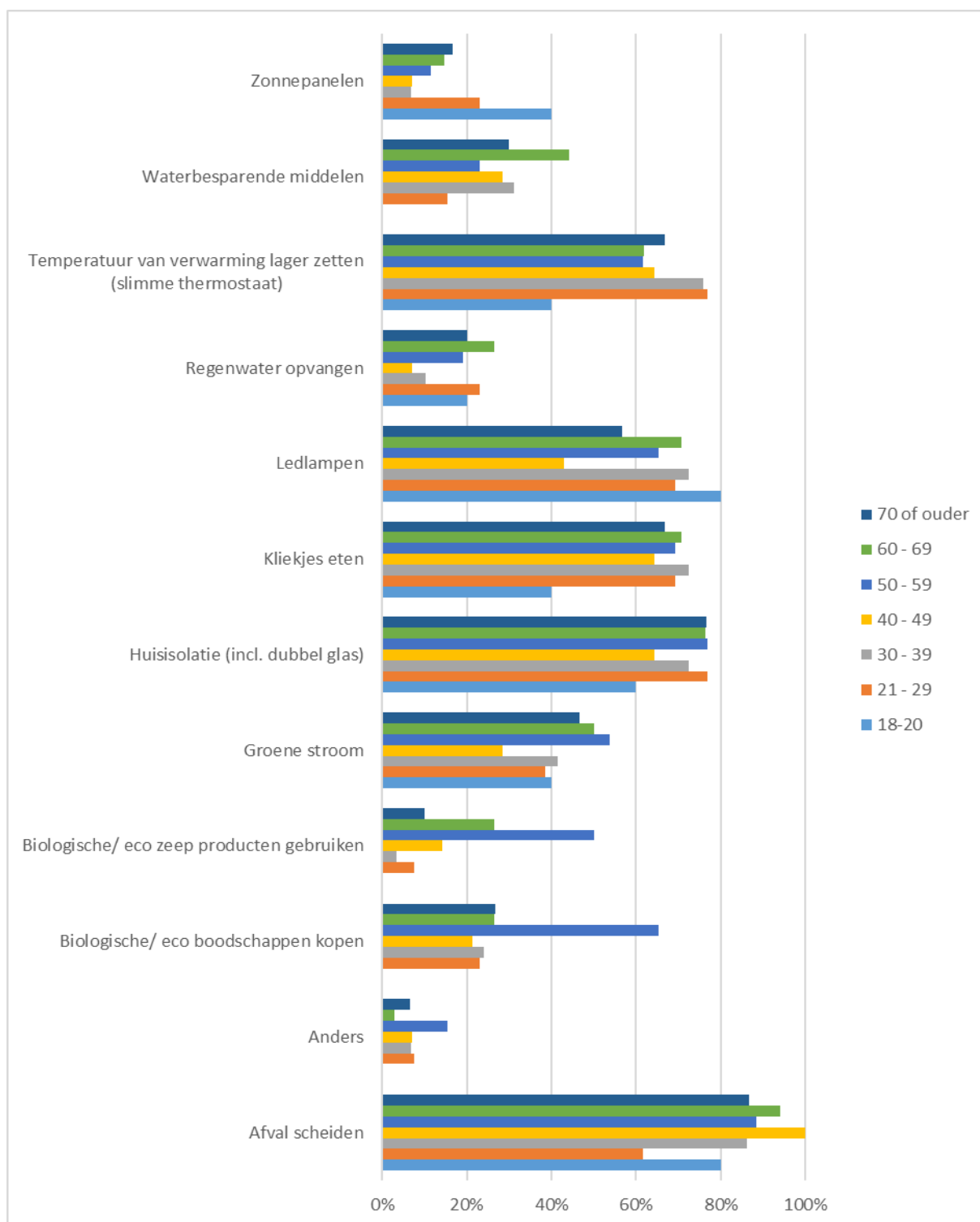
Wat doen de mannelijke en vrouwelijke respondenten al aan duurzaamheid



Figuur 15: Respons man (N=61) / vrouw (N=89)

Tussen de man en vrouw zitten kleine verschillen per onderwerp. De grootste verschillen zitten in de temperatuur van de verwarming lager zetten wat vaker door vrouwen wordt gedaan en huisisolatie wordt vaker door mannen gedaan. Ook groene stroom en regenwater opvangen kent een groot verschil waarbij de man dit vaker doet dan de vrouw. Meest genoemde is voor zowel man als vrouw afval scheiden.

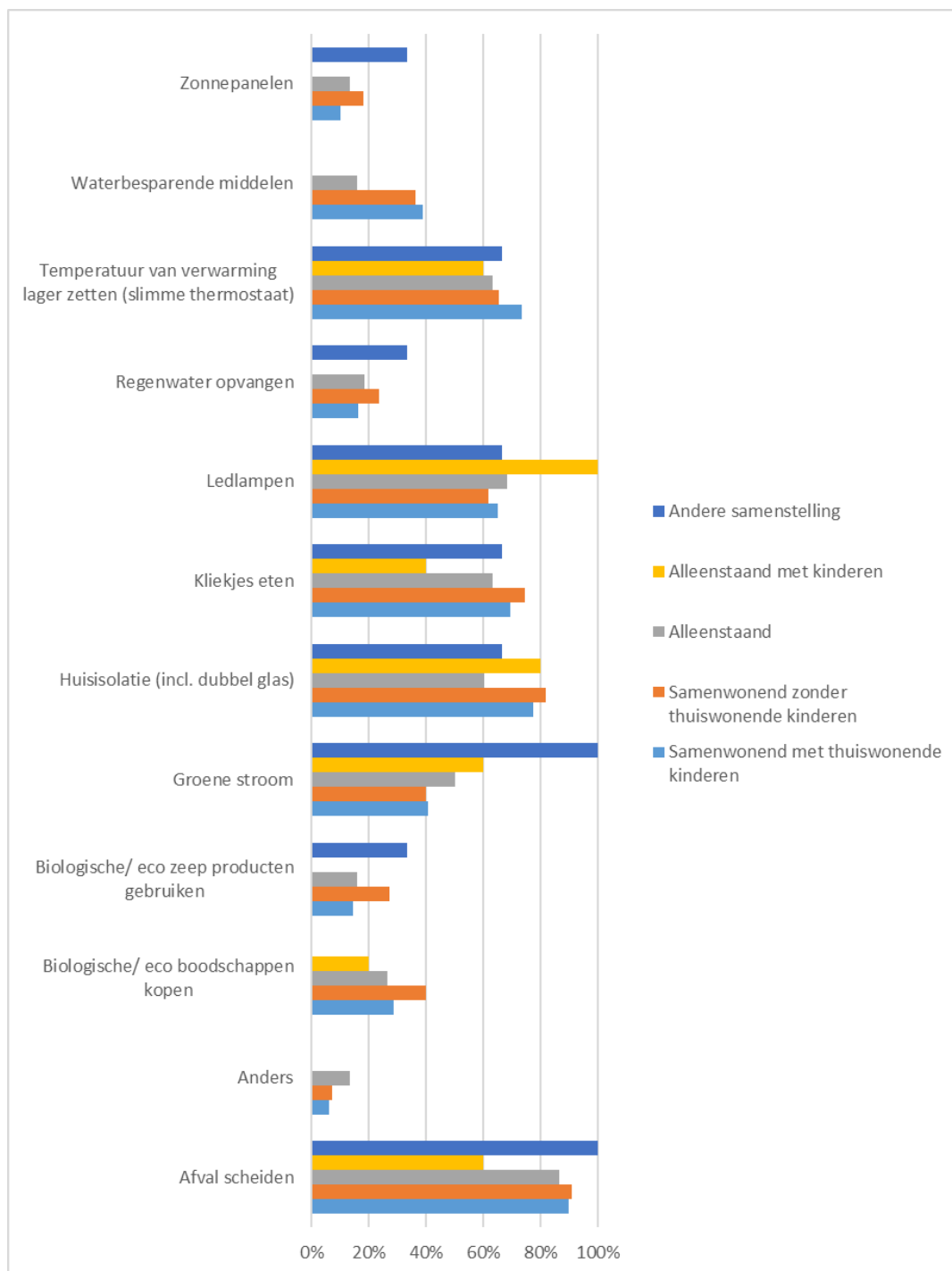
Wat doen de respondenten al aan duurzaamheid.



Figuur 16: Wat doen de respondenten al aan duurzaamheid. (18 - 20 N=5, 21 - 29 N=13, 30 - 39 N=29, 40 - 49 N=14, 50 - 59 N=26, 60 - 69 N=34, 70 of ouder N=30)

Wat op valt is dat vanaf leeftijdscategorie 30 - 39 afvalscheiding het meest geantwoord is bij de respondenten. Zonnepanelen worden minder tot het minst vaak genoemd door de respondent vanaf dezelfde leeftijdscategorie (30 – 39). In de leeftijdscategorie 18 – 20 deed niemand aan inkopen van biologische/eco zeeproducten of biologische/eco boodschappen.

Wat doen de verschillende gezinssamenstellingen al aan duurzaamheid?



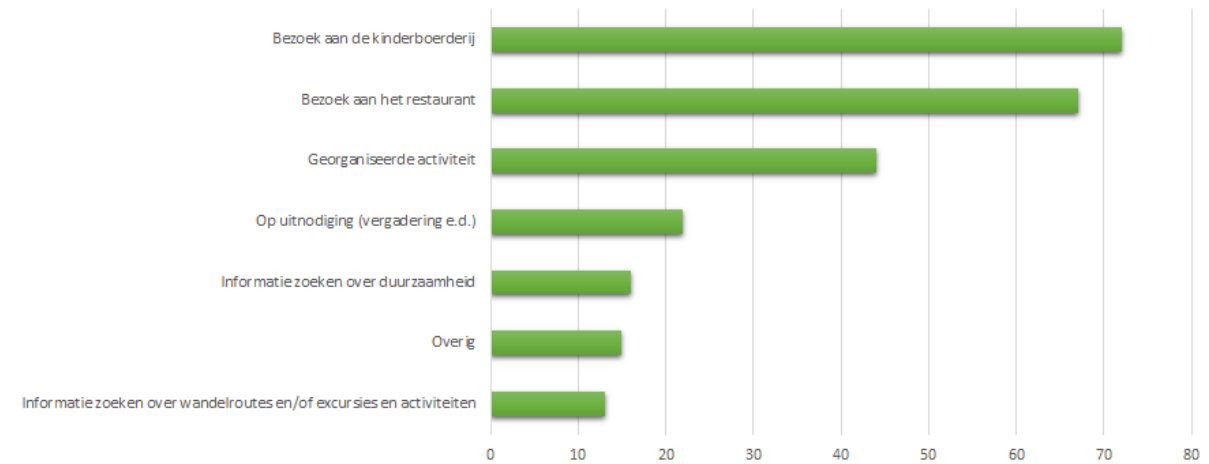
Figuur 17: Wat doen de verschillende gezinssamenstellingen al aan duurzaamheid? (Samenwonend met thuiswonende kinderen N= 49, Samenwonend zonder thuiswonende kinderen N=55, Alleenstaand N=38, Alleenstaand met kinderen N=5, Andere samenstelling N=3)

Alleenstaande met kinderen gebruiken voornamelijk al LED lampen en doen ook aan huisisolatie. Gezinnen met een andere samenstelling doen voornamelijk aan afval scheiden en groene stroom.

Opvallende verschillen tussen gezinnen met en zonder thuiswonende kinderen zijn het gebruik en inkoop van biologische boodschappen en zeeproducten. Gezinnen zonder thuiswonende kinderen geven vaker aan hieraan te doen.

5.6. Wat is de reden voor het bezoek

Veruit de meeste respondenten kwamen voor de kinderboerderij (72 respondenten) of restaurant (67 respondenten). Andere redenen die aanleiding gaven tot bezoek was het beklimmen van de “toren” en schuilen tegen de regen.

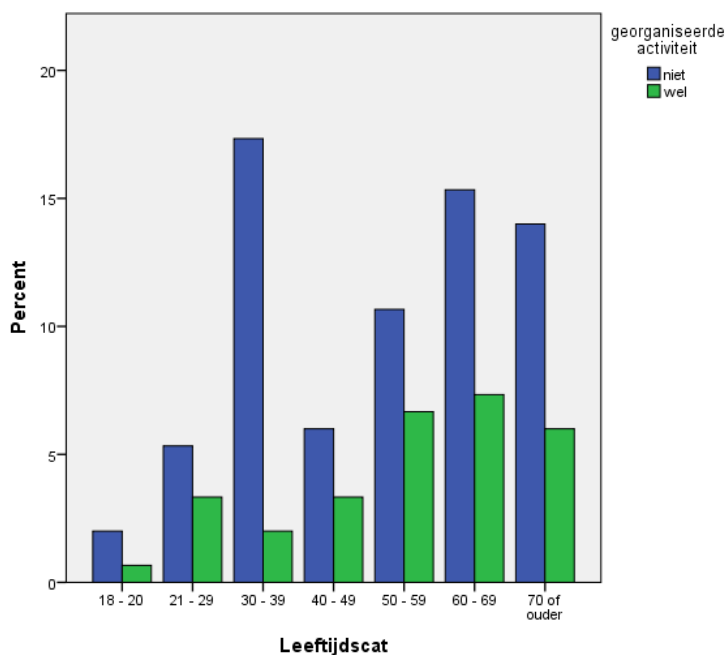


Figuur 18: Reden van bezoek (N=150)

Reden van bezoek (inclusief hypotheses)

Voor elke reden van bezoek is gekeken of het antwoord verband houdt met de leeftijdscategorie. Voor de 0 hypothese wordt gesteld: H_0 = Er is geen verband tussen leeftijdscategorie en de reden van bezoek. H_1 = Er is wel een verband tussen leeftijdscategorie en de reden van bezoek. Ook wordt de significantie berekend met een Chi-Square test. Als de uitkomst van deze test onder de 5% ligt is er een significant verband (dit betekent dat dit niet door toeval verklaard kan worden). Bij de Chi-Square test is de uitkomst geel gemaakt voor verduidelijking.

Georganiseerde activiteit



Figuur 19: georganiseerde activiteit

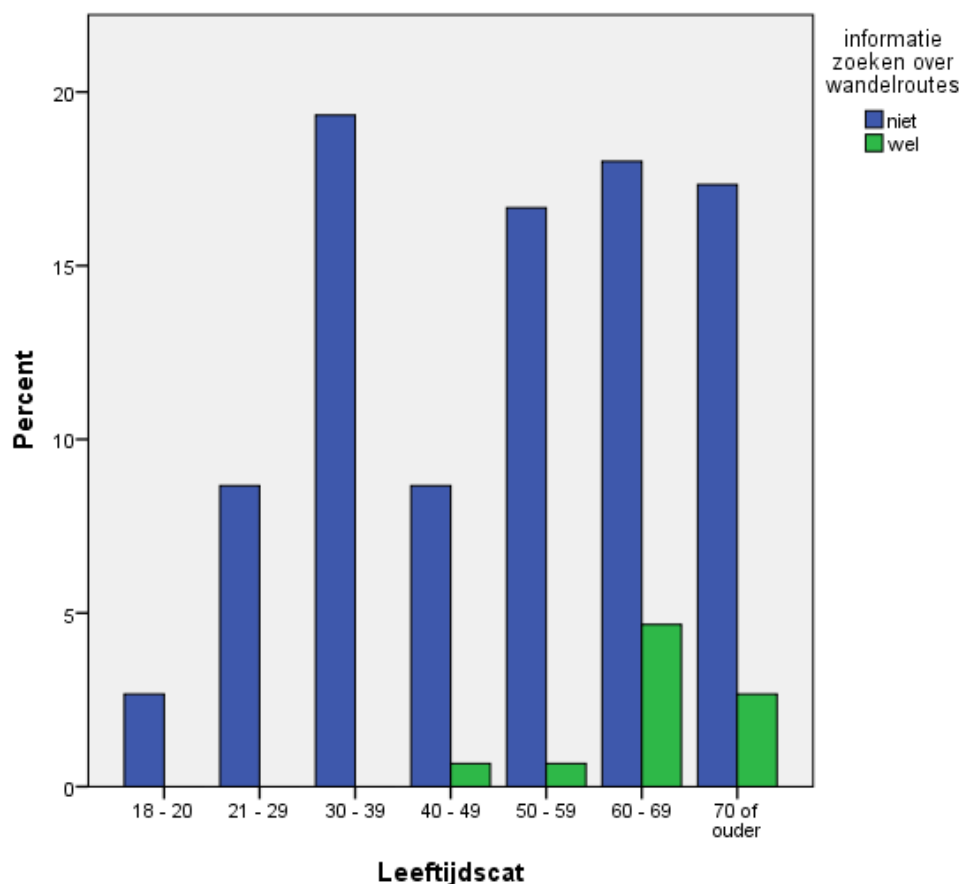
Tabel 1: Chi-Square test van georganiseerde activiteit

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,079 ^a	6	,314 (31,4%)
Likelihood Ratio	8,067	6	,233
Linear-by-Linear Association	,789	1	,374
N of Valid Cases	150		

a. 4 cells (28,6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,17.

Voor georganiseerde activiteit kan de H0= Er is geen verband tussen leeftijdscategorie en de reden van bezoek aangenomen worden. Voor de categorieën Bezoek aan restaurant (50,4%), Informatie zoeken over duurzaamheid (87,1%) en Anders (46,6%) geldt dezelfde aanname.

Informatie zoeken over wandelroutes en/of excursies en activiteiten



Figuur 20: Informatie zoeken over wandelroutes en/of excursies en activiteiten

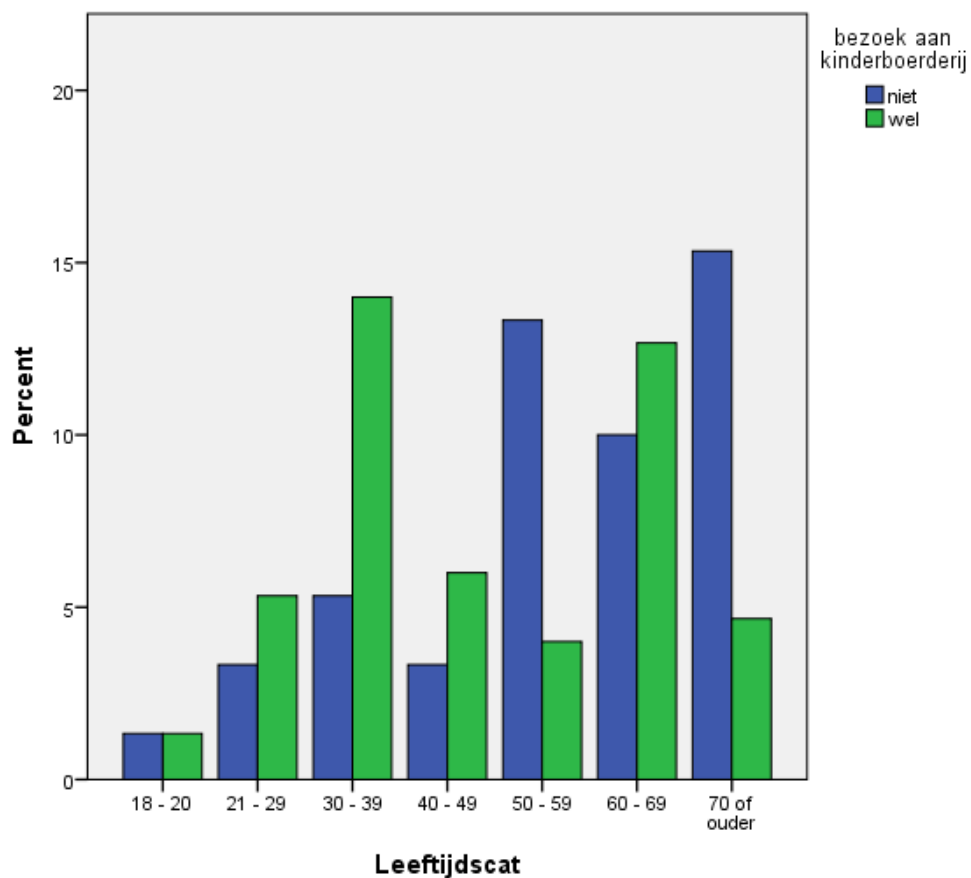
Tabel 4: Chi-Square test van Informatie zoeken over wandelroutes en/of excursies en activiteiten

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,099 ^a	6	,060 (6%)
Likelihood Ratio	14,610	6	,024
Linear-by-Linear Association	7,793	1	,005
N of Valid Cases	150		

a. 8 cells (57,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,35.

Voor Informatie zoeken over wandelroutes en/of excursies en activiteiten kan de H0= Er is geen verband tussen leeftijdscategorie en de reden van bezoek aangenomen worden. Maar vertoont wel een trend evenals de categorie Op uitnodiging (9%). Een trend betekend dat er een kans bestaat dat deze onderwerpen significant zouden kunnen zijn bij een grotere steekproef.

Bezoek aan de kinderboerderij



Figuur 21: Bezoek aan de kinderboerderij

Tabel 5: Chi-Square test van bezoek aan de kinderboerderij

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,004 ^a	6	,001 (0,1%)
Likelihood Ratio	25,075	6	,000
Linear-by-Linear Association	10,145	1	,001
N of Valid Cases	150		

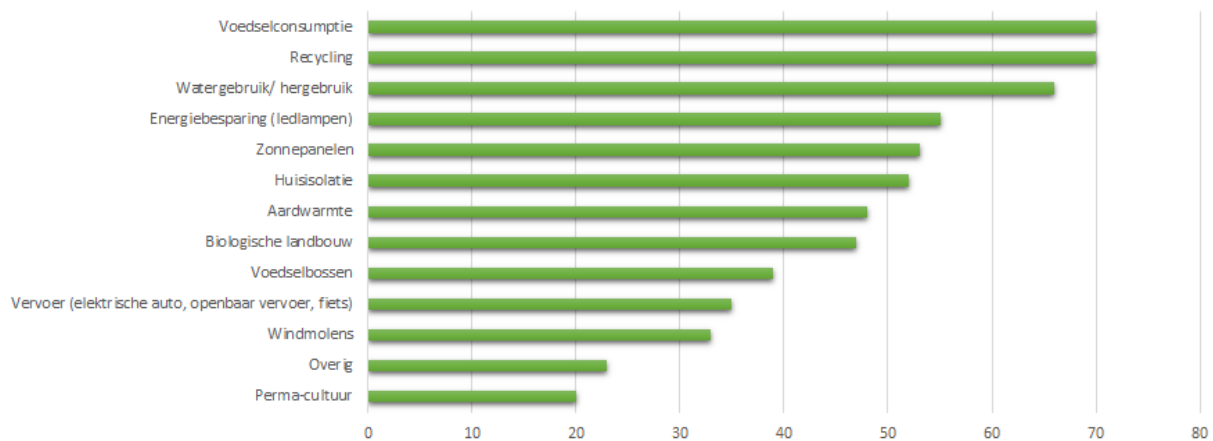
a. 2 cells (14,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,92.

Voor bezoek aan de kinderboerderij kan hypothese H0 verworpen worden en in dit geval kan H1= Er is wel een verband tussen leeftijdscategorie en de reden van bezoek aangenomen worden.

In de leeftijdscategorieën 30 – 39 en 60 – 69 kan worden aangenomen dat deze voor de kinderboerderij komen. Voor de andere categorieën geldt dan dat deze niet specifiek voor de kinderboerderij komen.

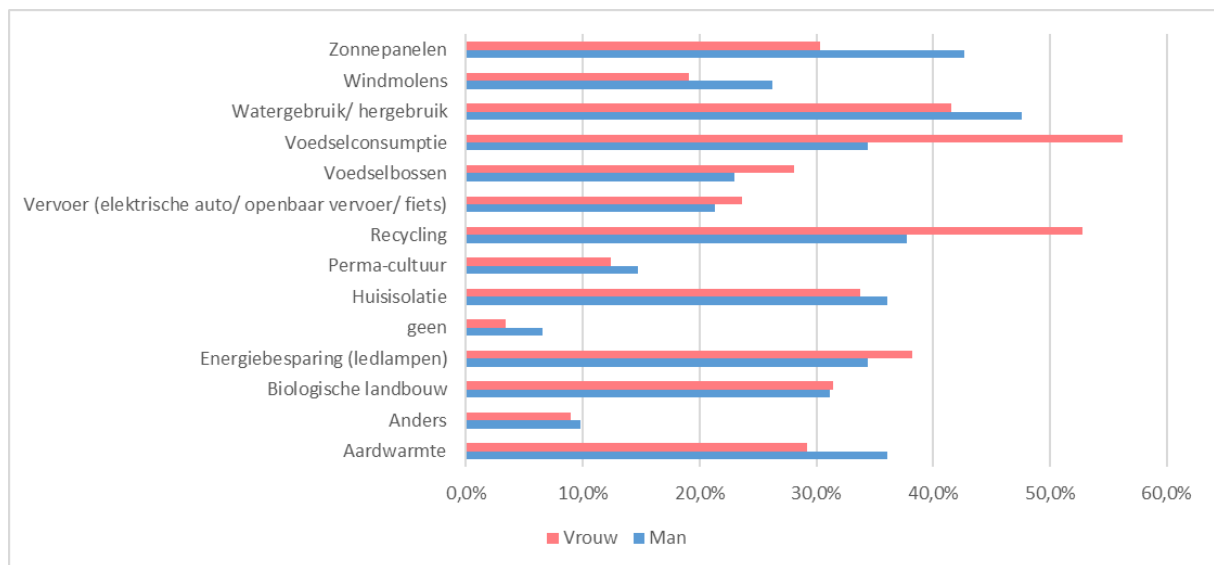
5.7. Welke onderwerpen hebben de interesse van de respondenten

Er is een brede interesse in de verschillende onderwerpen. Recycling, voedselconsumptie en watergebruik en hergebruik hebben de meeste voorkeur. In perma-cultuur, windmolens, en vervoer zijn respondenten minder geïnteresseerd. 18 van de 23 deelnemers die “anders” invulden gaf aan niet voor deze onderwerpen naar het centrum te zijn gekomen maar voor het restaurant.



Figuur 22: Welke interesses hebben respondenten (N=150)

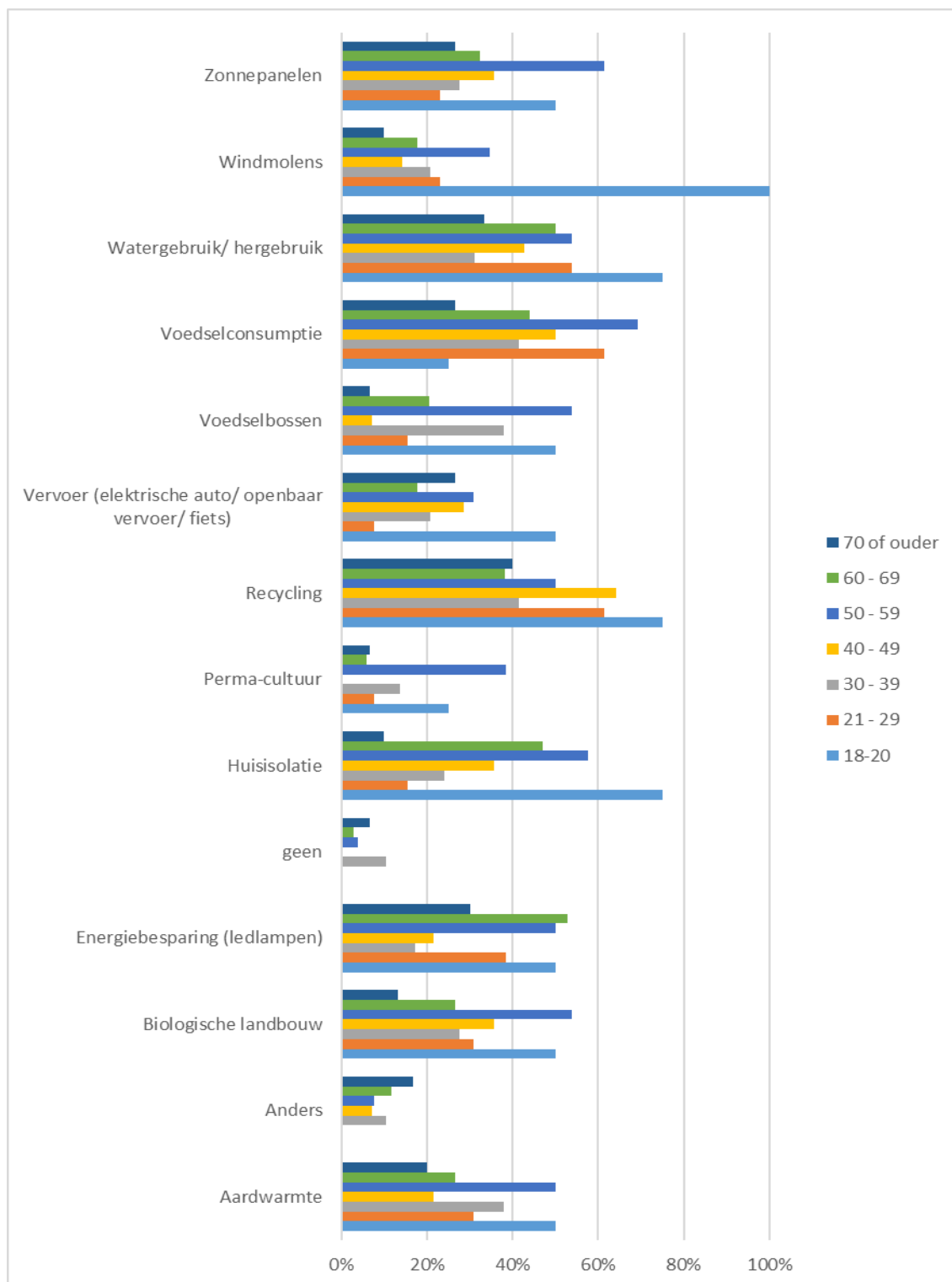
Welke interesses hebben mannen en vrouwen



Figuur 23: Respons man (N=61) / vrouw (N=89)

Vrouwen hebben het meest interesse in voedsel onderwerpen, recycling en watergebruik/hergebruik. Mannen hebben het meeste interesse in watergebruik, zonnepanelen en recycling. Zowel mannen als vrouwen geven perma-cultuur het minst vaak aan.

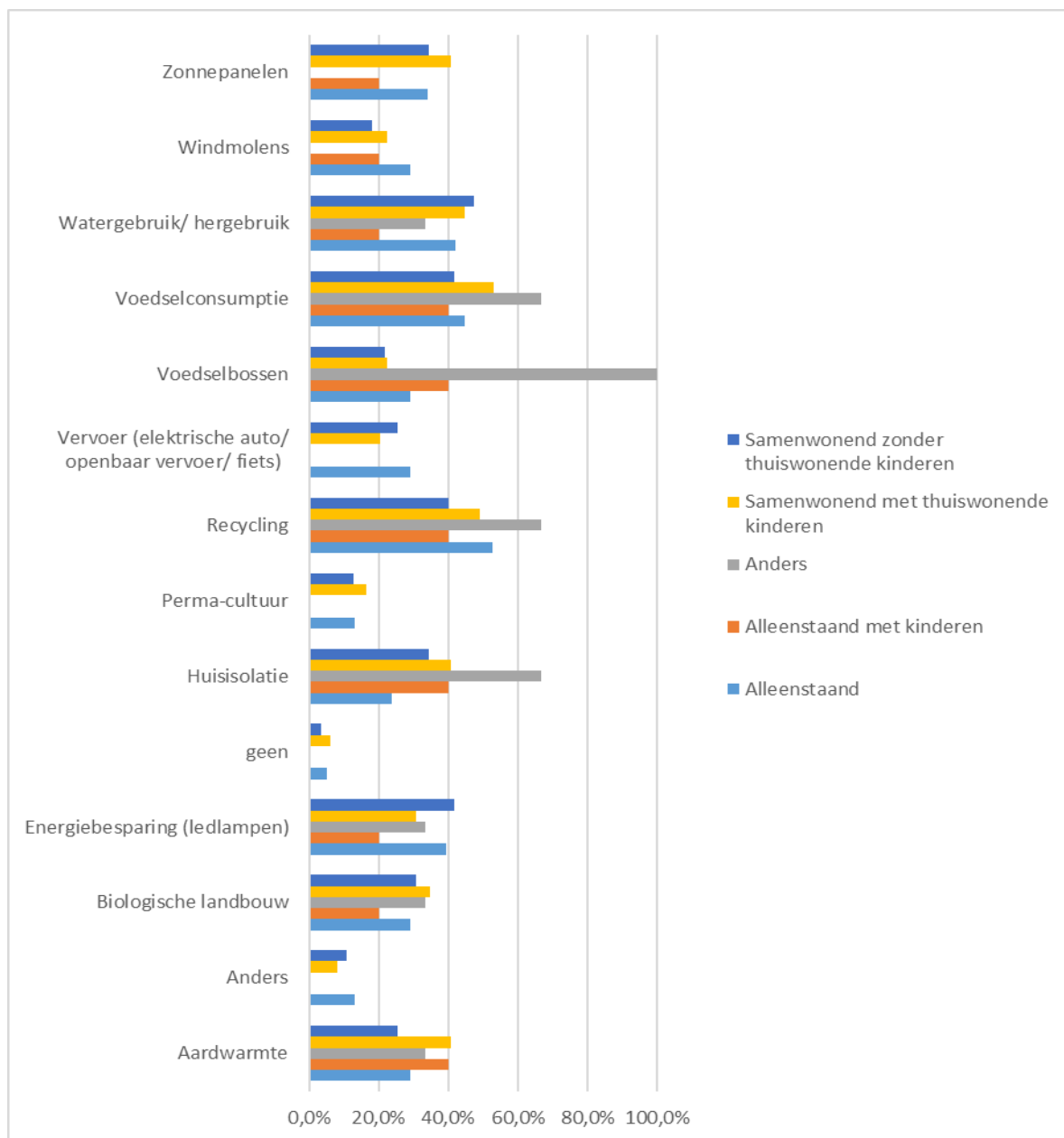
Welke interesses hebben de respondenten in de verschillende leeftijdscategorieën.



Figuur 24: Welke interesses hebben de respondenten in de verschillende leeftijdscategorieën. (18 - 20 N=5, 21 - 29 N=13, 30 - 39 N=29, 40 - 49 N=14, 50 - 59 N=26, 60 - 69 N=34, 70 of ouder N=30)

De leeftijdscategorie 18 – 20 heeft als enige een hoge plaatsing voor interesse in windmolens. Bij alle andere leeftijdscategorieën scoort het antwoord windmolens laag. Vanaf leeftijdscategorie 21 – 29 tot en met leeftijdscategorie 40 – 49 scoort informatie over recycling hoog. Watergebruik/hergebruik en voedselconsumptie scoren ook hoog bij verschillende leeftijdscategorieën.

Welke interesses hebben respondenten met de verschillende gezinssamenstellingen.



Figuur 25: Welke interesses hebben respondenten met de verschillende gezinssamenstellingen. (Samenwonend met thuiswonende kinderen N= 49, Samenwonend zonder thuiswonende kinderen N=55, Alleenstaand N=38, Alleenstaand met kinderen N=5, Andere samenstelling N=3)

Alleenstaande mensen hebben voornamelijk interesse in recycling, voedselconsumptie en watergebruik/hergebruik.

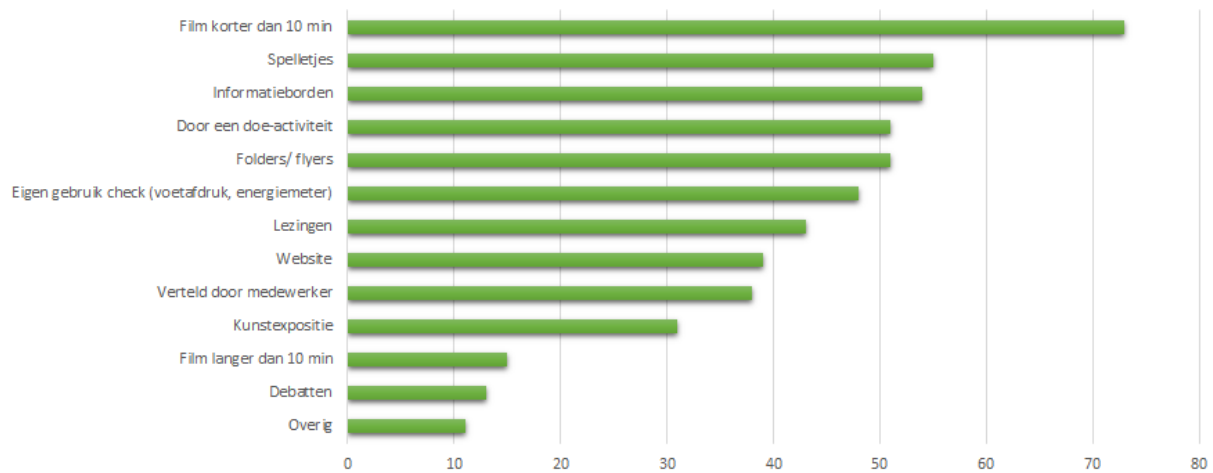
Respondenten met een gezinssamenstelling alleenstaand met kinderen hebben voornamelijk interesse in voedselconsumptie, voedselbossen, recycling, huisisolatie en aardwarmte.

Respondenten met een andere gezinssamenstelling dan vermeld hebben voornamelijk interesse in voedselbossen.

Gezinnen met thuiswonende kinderen gaven aan vooral interesse te hebben in voedselconsumptie, recycling en watergebruik/hergebruik. Gezinnen zonder thuiswonende kinderen hebben voornamelijk interesse in watergebruik/hergebruik, voedselconsumptie en energiebesparing.

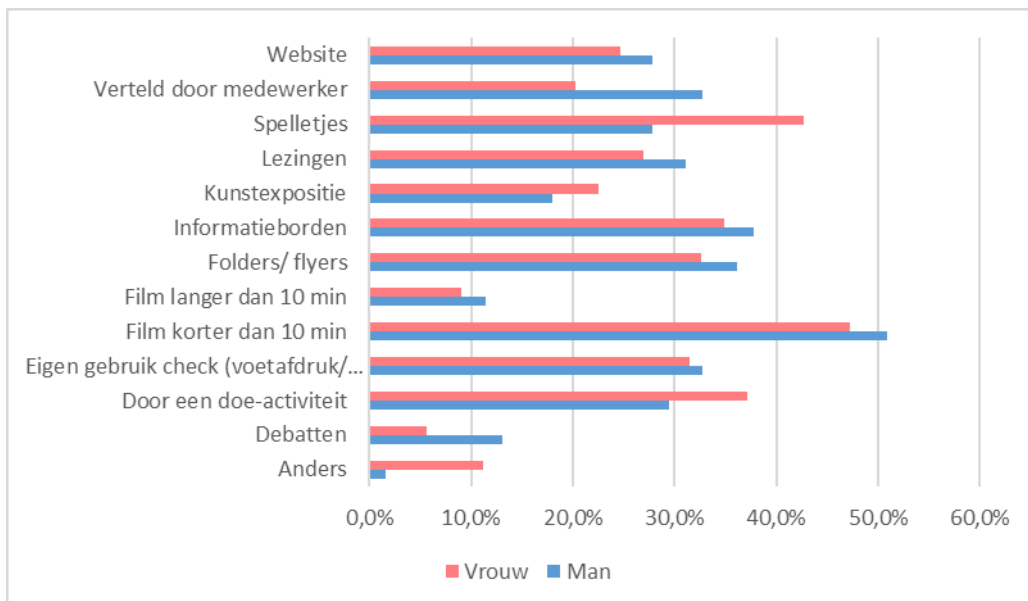
5.8. In welke vorm zouden de respondenten de informatie gepresenteerd willen zien

Respondenten geven aan dat ze een korte film van minder dan 10 minuten het liefst gebruikt zien voor de presentatie van informatie. Spelletjes staat op de tweede plaats. Bij overig werd onder andere genoemd dat ze geen informatie wilden.



Figuur 26: Vorm van presenteren (N=150)

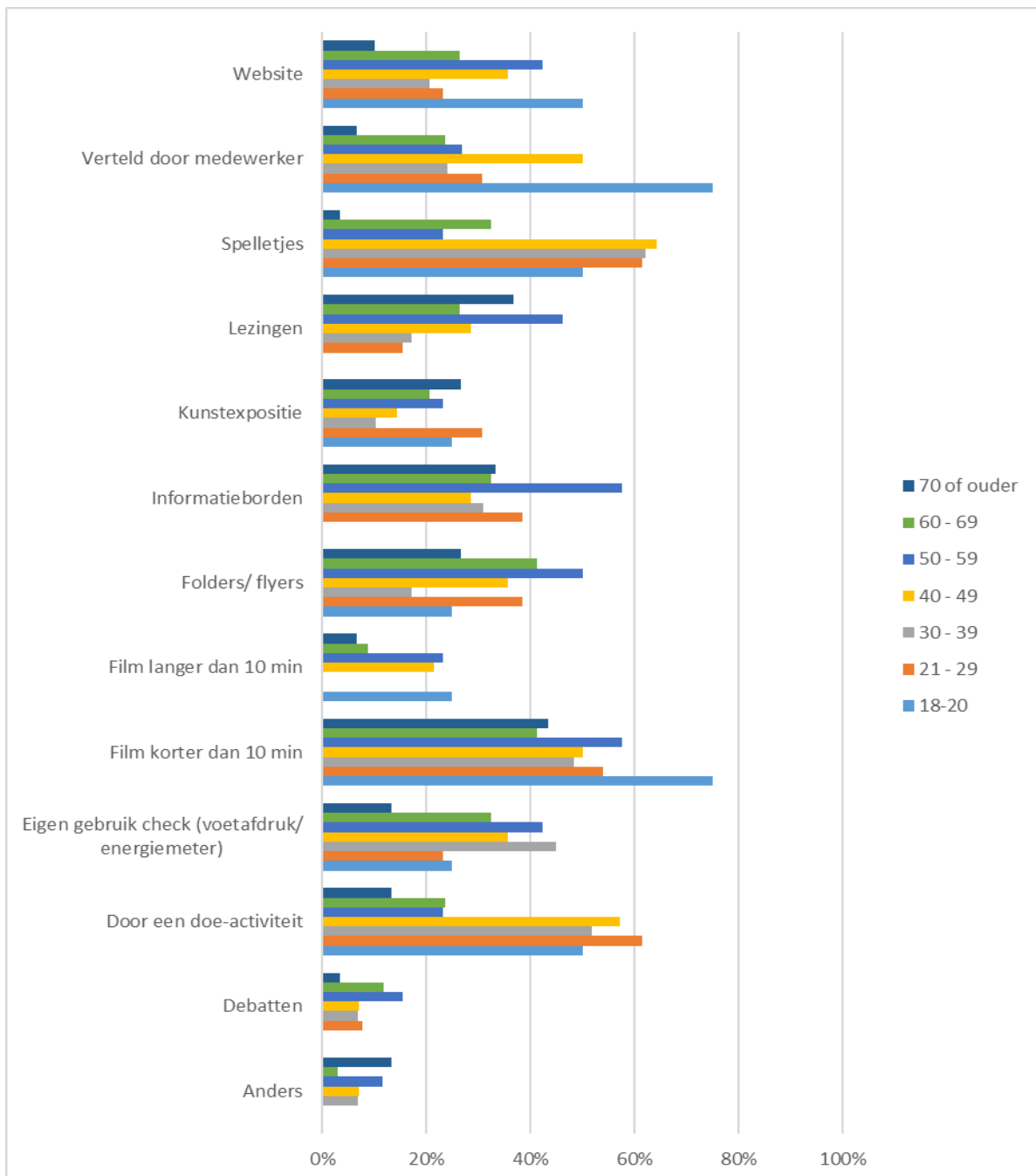
Op welke manier willen mannen en vrouwen informatie zien in het centrum?



Figuur 27: Respons man (N=61) / vrouw (N=89)

Mannen zien de informatie het liefst gepresenteerd in de vorm van een film korter dan 10 minuten, informatieborden of folders/flyers. Vrouwen willen het liefst spelletjes, film korter dan 10 minuten of een doe activiteit.

Op welke manier willen respondenten in de verschillende leeftijdscategorieën de informatie gepresenteerd zien in het centrum?



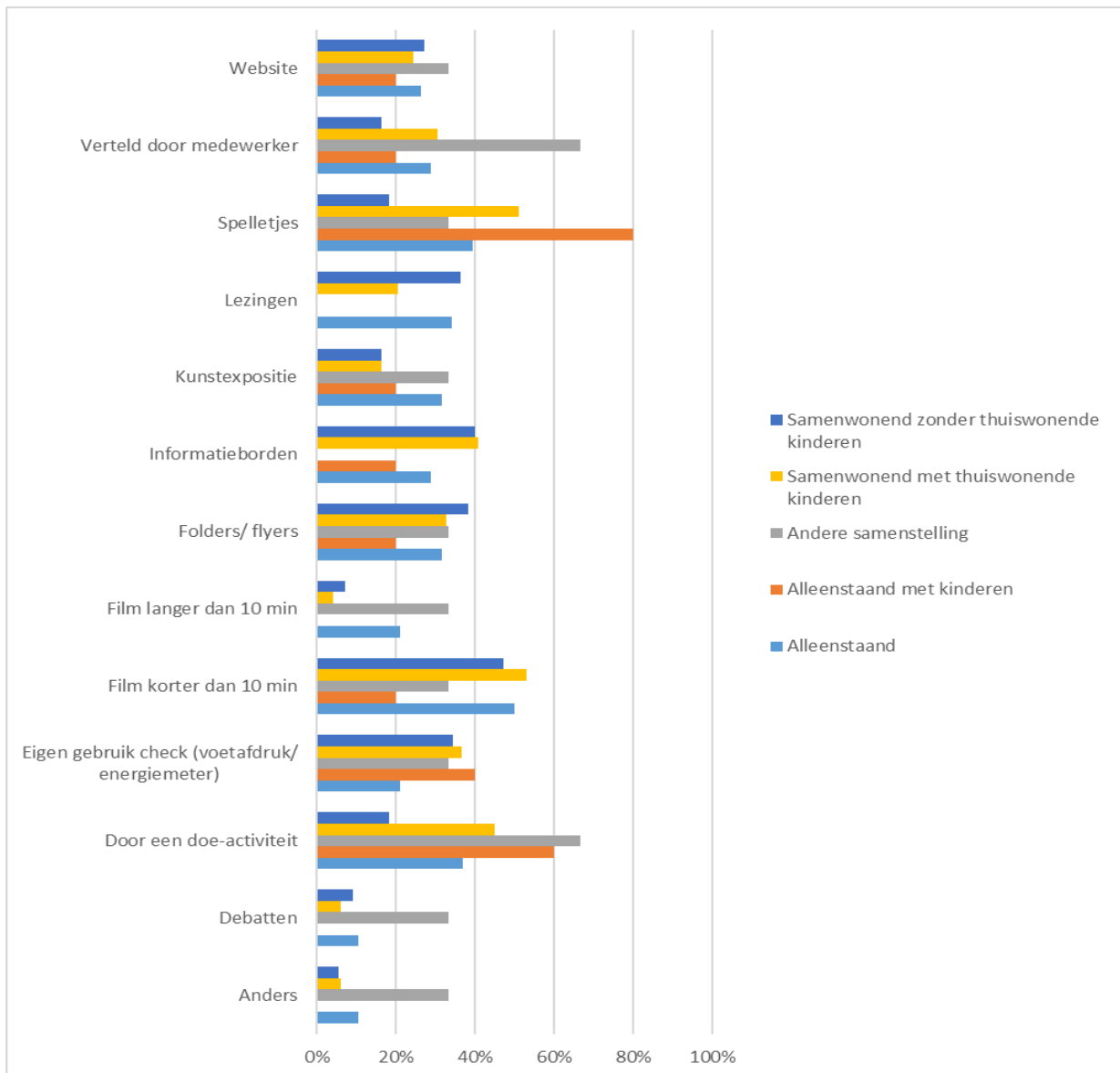
Figuur 28: Op welke manier willen respondenten in de verschillende leeftijdscategorieën de informatie gepresenteerd zien in het centrum? (18 - 20 N=5, 21 - 29 N=13, 30 - 39 N=29, 40 - 49 N=14, 50 - 59 N=26, 60 - 69 N=34, 70 of ouder N=30)

Leeftijdscategorieën 18-20 (2^e plek) en 40 – 49 (3^e plek) geven aan graag informatie te willen verteld door een medewerker. Alle andere leeftijdscategorieën geven dit antwoord minder vaak.

Alle leeftijdscategorieën willen graag een film korter dan 10 minuten zien. Bij de leeftijdscategorieën 18 - 20, 60 – 69 en 70 en ouder wordt dit het meest geantwoord.

Tot en met de leeftijdscategorie 40 – 49 worden spelletjes en door een doe-activiteit ook vaak genoemd. In de leeftijdscategorieën daarna wordt regelmatig informatieborden aangegeven.

Op welke manier willen de verschillende gezinssamenstellingen de informatie gepresenteerd zien in het centrum?



Figuur 29: Op welke manier willen de verschillende gezinssamenstellingen de informatie gepresenteerd zien in het centrum? (Samenwonend met thuiswonende kinderen N= 49, Samenwonend zonder thuiswonende kinderen N=55, Alleenstaand N=38, Alleenstaand met kinderen N=5)

Gezinnen met thuiswonende kinderen kijken graag een film korter dan 10 min, doen een spelletje of een doe-activiteit. Gezinnen zonder thuiswonende kinderen zien eveneens graag een film korter dan 10 minuten maar wijken af omdat ze daarnaast graag informatieborden of lezingen willen. Alleenstaande met kinderen doen het liefst spelletjes.

5.9. Zijn respondenten ook bereid deel te nemen aan buitenactiviteiten

Respondenten zijn bijna evenredig verdeeld over een deelname aan een buitenactiviteit. 30% antwoord ja, 35,3% antwoord misschien en 34,7% zegt nee.

6. Resultaten enquête voor potentiële bezoekers

In dit hoofdstuk wordt besproken wat de potentiële bezoeker heeft geantwoord op de enquête. Omdat er niet gesproken kan worden voor alle bezoekers (i.v.m. de hoeveelheid antwoorden) wordt er gesproken over respondenten. De enquête is opgenomen in bijlage II.

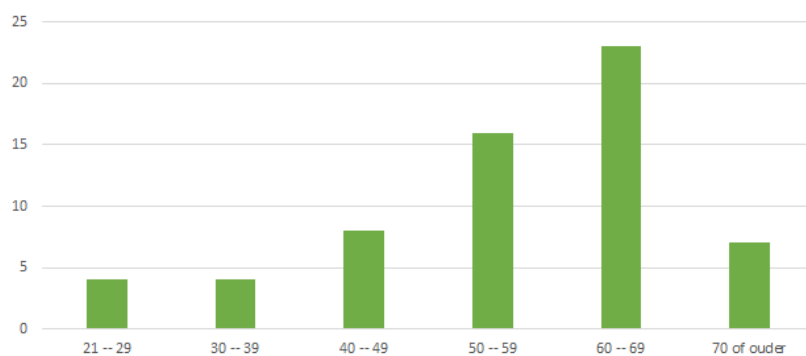
6.1. Algemene gegevens van de respondent

Geslacht van de respondent.

Het geslacht van de respondenten is evenredig verdeeld, evenveel vrouwen (31) als mannen (31) hebben antwoord gegeven op de enquête.

Leeftijd van de respondent.

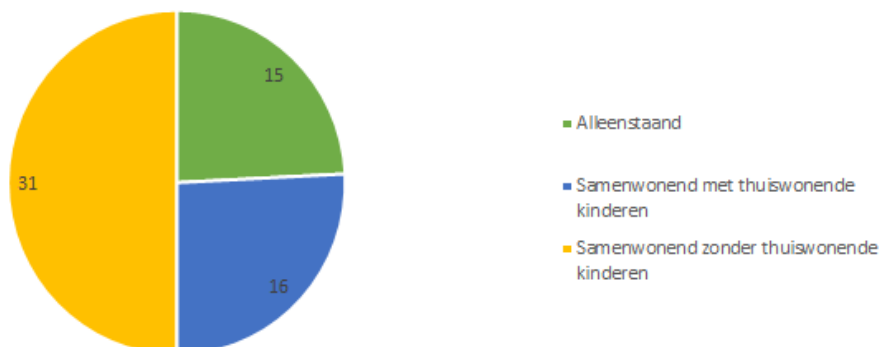
De leeftijd van de respondenten ligt voornamelijk tussen de 50 jaar en de 69 jaar. Geen van de respondenten had een leeftijd tussen de 18 en 20 jaar.



Figuur 30: Leeftijdsopbouw van de respondenten (N=62)

Gezinssamenstelling van de respondent.

De meerderheid van de respondenten (31) heeft een gezinssamenstelling samenwonend zonder thuiswonende kinderen. Geen van de respondenten was alleenstaand met kinderen of gaf anders aan.



Figuur 31: Gezinssamenstelling van de respondenten (N = 62)

Woonplaats van de respondent.

De meeste respondenten kwamen uit de omgeving van het duurzaamheidscentrum. De respondent met de verste woonplaats woont in Rotterdam. De afstand van deze plaats naar het duurzaamheidscentrum is 221 kilometer.



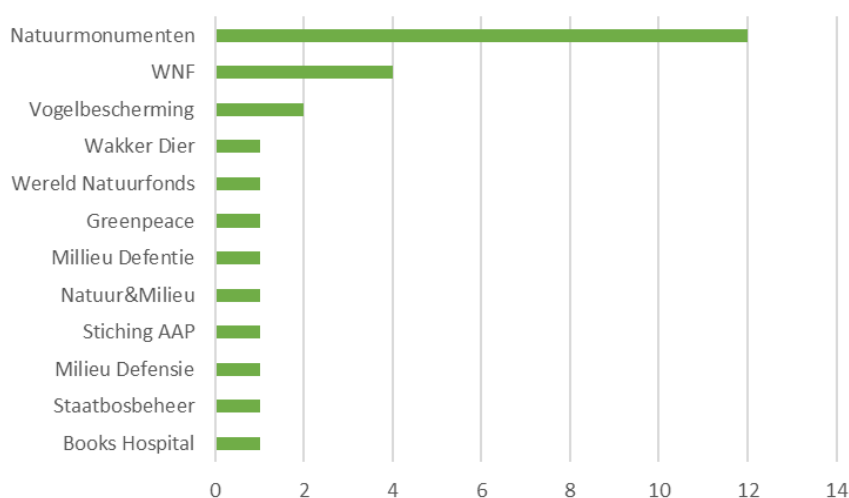
Figuur 32: woonplaats van de respondenten (N = 62)

Lidmaatschap natuur-/milieuorganisatie

De meerderheid van de respondenten (68%) geeft aan niet lid te zijn van een natuur-/milieuorganisatie.

Van welke natuur-/milieuorganisatie zijn de respondenten lid?

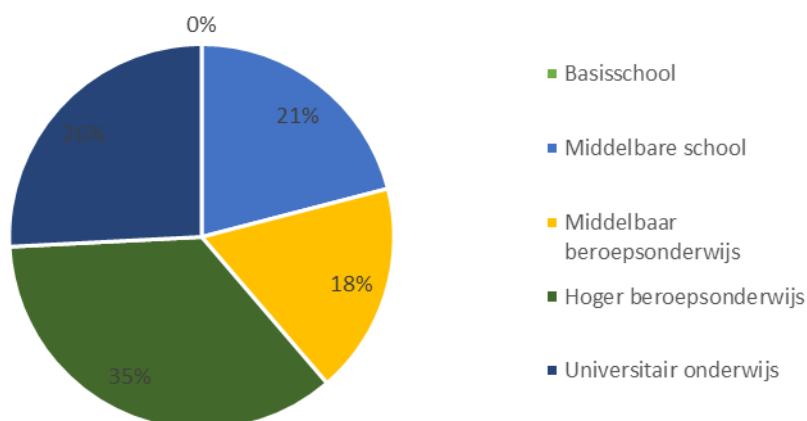
Natuurmonumenten is het meest genoemd als lidmaatschap. Daaropvolgende doelen zijn WNF en vogelbescherming.



Figuur 33: De natuur-/milieuorganisatie waar respondenten lid van zijn (N = 20)

Wat is de hoogst genoten opleiding van de respondent.

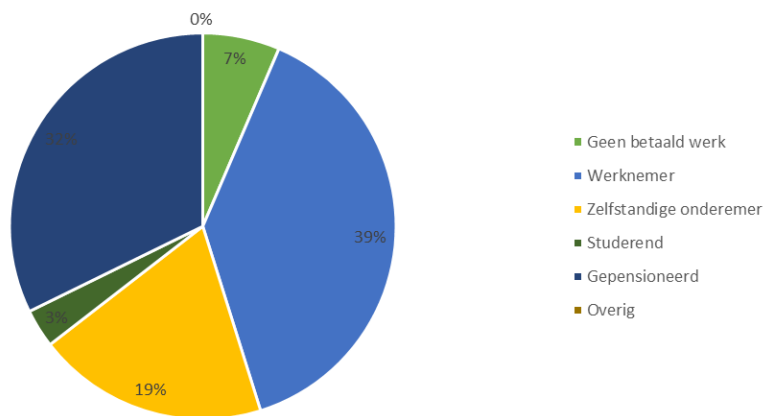
Veel van de respondenten gaven aan Hoger beroepsonderwijs of universitair onderwijs te hebben genoten.



Figuur 34: Hoogst genoten opleiding (N = 62)

Arbeidssituatie van de respondent.

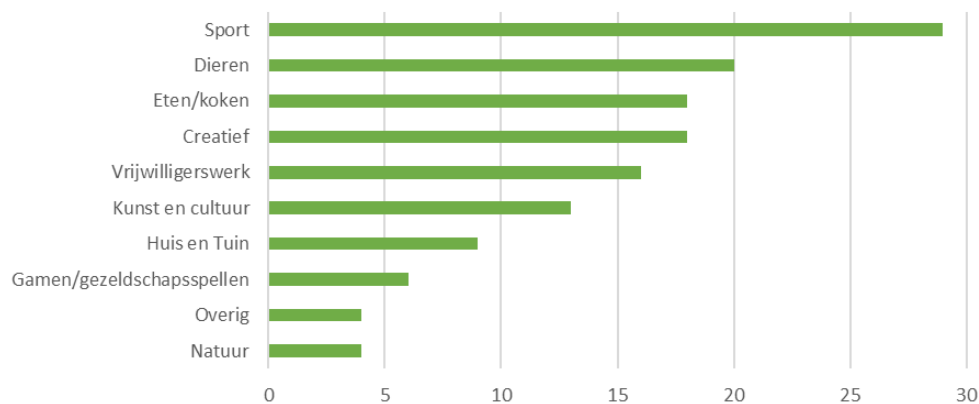
Een groot deel van de respondenten is werknemer (39%). De grootst volgende groep is gepensioneerd (32%). Bij overig werd ingevuld dat de respondent arbeidsongeschikt is.



Figuur 35: Arbeidssituatie (N = 62)

Welke interesses en hobby's hebben de respondenten

De meerderheid van de respondenten geeft aan sport, dieren en eten/koken als interesse en hobby te hebben. Natuur scoort het laagst. Overige hobby's zijn reizen, ICT en lezen.



Figuur 36: Hobby's en interesse (N = 62)

Hoeveel tijd besteedt de respondent aan zijn/haar hobby.

Respondenten besteden gemiddeld 1 tot 3 dagen aan hun interesses en hobby's per week (1 dag 37% en 2 tot 3 dagen 44%). 19% besteedt meer dan 3 dagen aan zijn of haar hobby's per week.

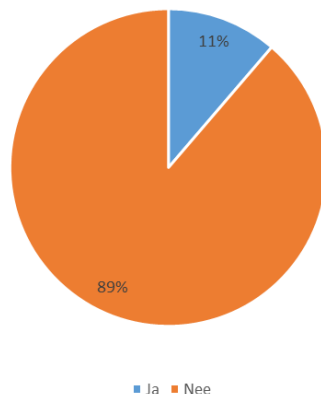
Hoeveel geld besteedt de respondent aan hobby's per maand

De respondent besteedt over het algemeen niet meer dan 50 euro aan zijn/haar hobby per maand (56%). 27% geeft aan tussen de 50 n 100 euro uit te geven en een kleine 17% besteedt per maand meer dan 100 euro aan zijn/haar interesses en hobby's

6.2. Aanvullende bezoekgegevens van de respondent

Heeft u weleens een duurzaamheidscentrum bezocht?

De minderheid van de respondenten geeft aan weleens een dergelijk centrum te hebben bezocht. Echter wisten veel respondenten niet meer welke centra ze toen bezochten. De meerderheid heeft nog nooit een duurzaamheidscentrum bezocht. Toen ze het centrum bezochten deden ze dit voornamelijk om informatie over duurzaamheid op te zoeken of om dat ze een georganiseerde activiteit/excursie hadden. De respondenten bezochten de centra vooral met hun partner of familie. De minste respondenten gingen met vrienden naar een duurzaamheidscentrum. Niemand ging alleen naar een duurzaamheidscentrum.



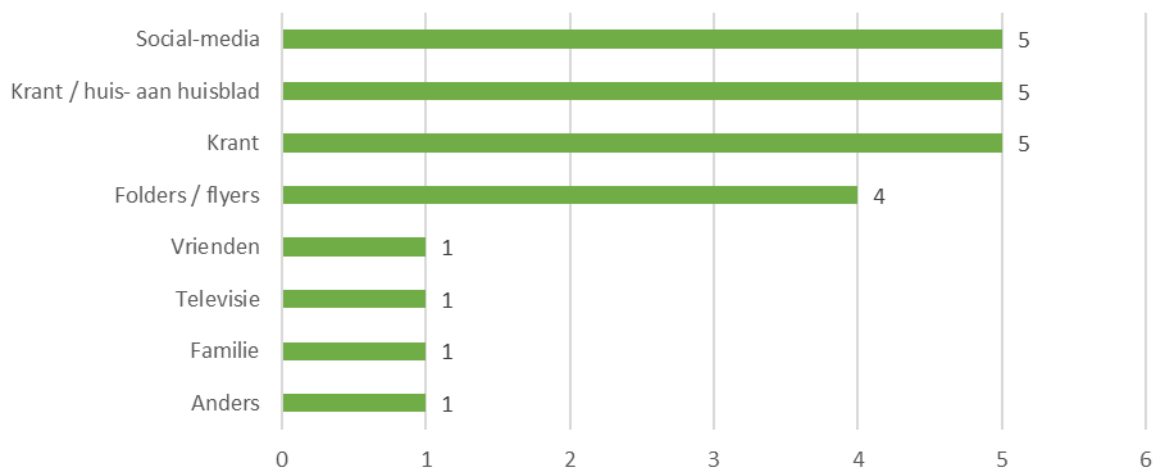
Figuur 37: Bezoek duurzaamheidscentrum (N = 62)

Bent u bekend met het duurzaamheidscentrum in Assen?

De meerderheid (69%) van de respondenten is niet bekend met het duurzaamheidscentrum. 31% van de respondenten is wel bekend met het centrum.

Hoe zijn de respondenten bekend geraakt met het centrum.

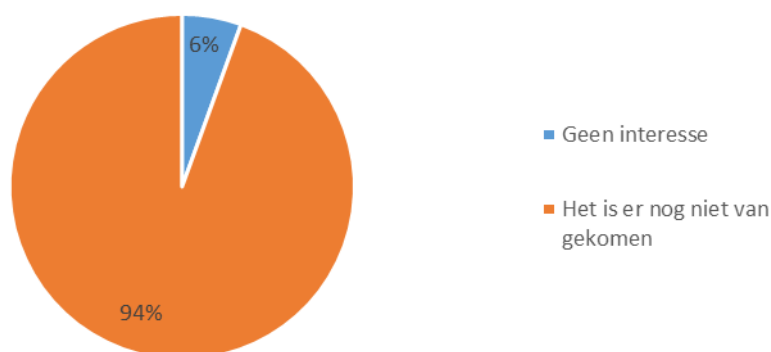
De respondenten geven aan dat ze het centrum kennen via social-media of de krant en huis aan huisblad. Bij overige zeiden de respondenten dat ze bekend waren geraakt met het centrum door dat ze er weleens langs liepen. Niemand heeft van het centrum vernomen via de radio.



Figuur 38: bekend geraakt met het centrum (N = 19)

Wat is de reden dat ze het centrum nog niet bezocht hebben.

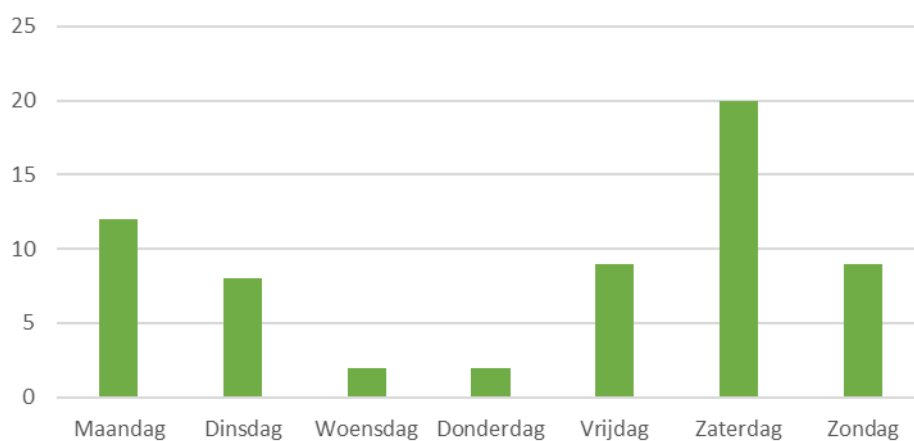
Het grootste deel van de respondenten geeft aan dat het bezoeken van het centrum nog niet heeft plaats gevonden omdat het er nog niet van is gekomen. Niemand heeft geantwoord dat hij/zij niet beschikte over vervoer of dat het centrum te ver reizen is of moeilijk bereikbaar is.



Figuur 39: Reden waarom centrum niet bezocht is (N = 19)

Op welke dagen zou de respondent het centrum bezoeken.

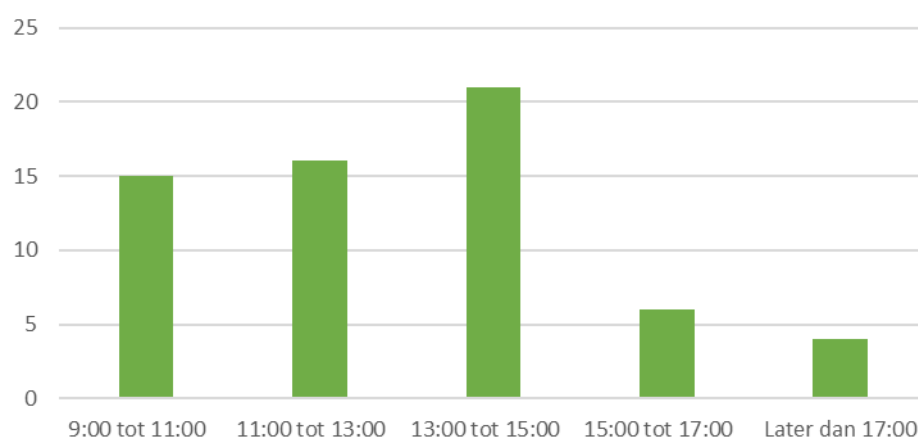
De meerderheid van de respondenten geeft aan een duurzaamheidcentrum te bezoeken in de weekend dagen.



Figuur 40: Voorkeurs dag voor bezoek (N = 62)

Op welke tijden zou de respondent het centrum bezoeken.

De respondenten geven aan dat ze een duurzaamheidscentrum zouden bezoeken tussen 13:00 en 15:00. Minst genoemd is een bezoek na 17:00.



Figuur 41: Voorkeur bezoektijd (N = 62)

Is de respondent bereid meer duurzaamheid toe te passen.

De meerderheid van de respondenten (53) wil meer duurzaamheid toepassen. De minderheid, 9 respondenten, geeft aan niet bereid te zijn meer duurzaamheid toe te passen.

Hoe belangrijk vinden de respondenten de punten waarin de gemeente Assen investeert.

Onderwijs en zorg worden het hoogst gewaardeerd door de respondenten. Kunst en cultuur wordt het laagst gewaardeerd. Duurzaamheid en milieu scoort een gemiddelde van 4.02 op een schaal van 1 (onbelangrijk) tot 5 (erg belangrijk)

Geef bij de volgende punten aan hoe belangrijk u het vindt dat gemeente hier in investeert.	Gemiddeld cijfer
Onderwijs	4,26
Zorg en welzijn	4,23
Veiligheid	4,06
Duurzaamheid en Milieu	4,02
Werk en inkomen	3,90
Sport en ontspanning	3,71
Stadsontwikkeling	3,65
Kunst en cultuur	3,31

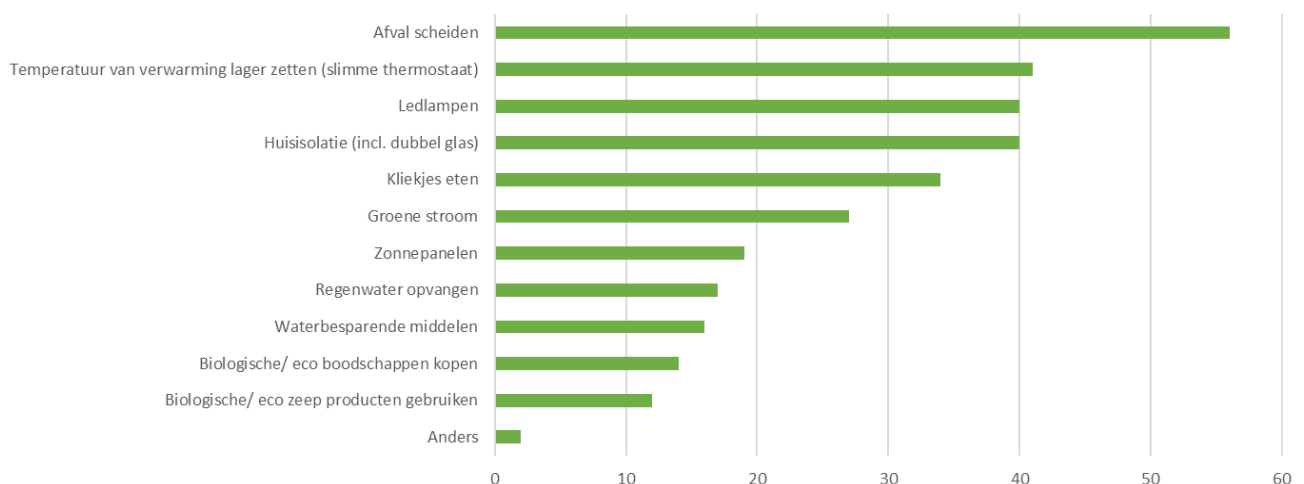
Figuur 42: Investerings van gemeente waardering (N = 62) (Schaal 1 tot 5)

6.3. Welk cijfer geven respondenten aan duurzaamheid

De meerderheid vindt duurzaamheid belangrijk, 56 respondenten gaven een 4 of hoger op een schaal van 1 tot 6. Zes respondenten vinden duurzaamheid minder of niet belangrijk en geven een 3 of lager.

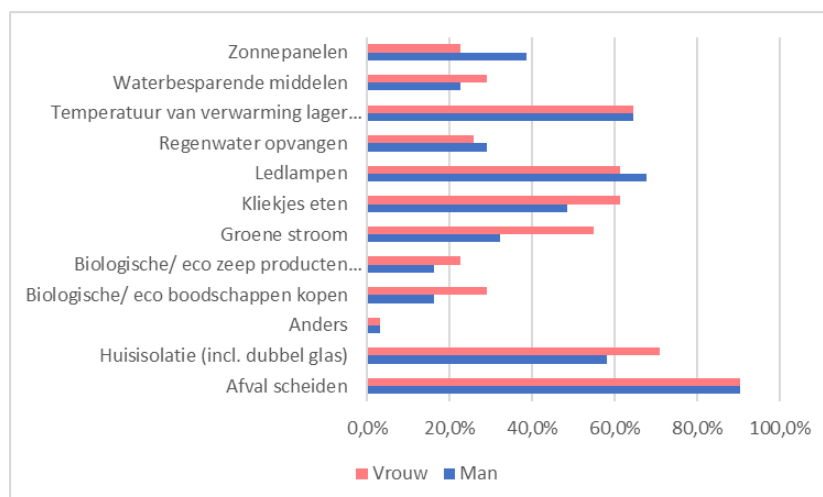
6.4. Wat doen de respondenten al aan duurzaamheid

In de meerkeuzevraag antwoordde de meerderheid het afval te scheiden. Het aanschaffen en gebruiken van Biologische zeep en boodschappen wordt het minst aangegeven. Bij anders geven respondenten aan de auto minder vaak te gebruiken of een elektrische auto te bezitten.



Figuur 43: Wat doet de respondent aan duurzaamheid (N = 62)

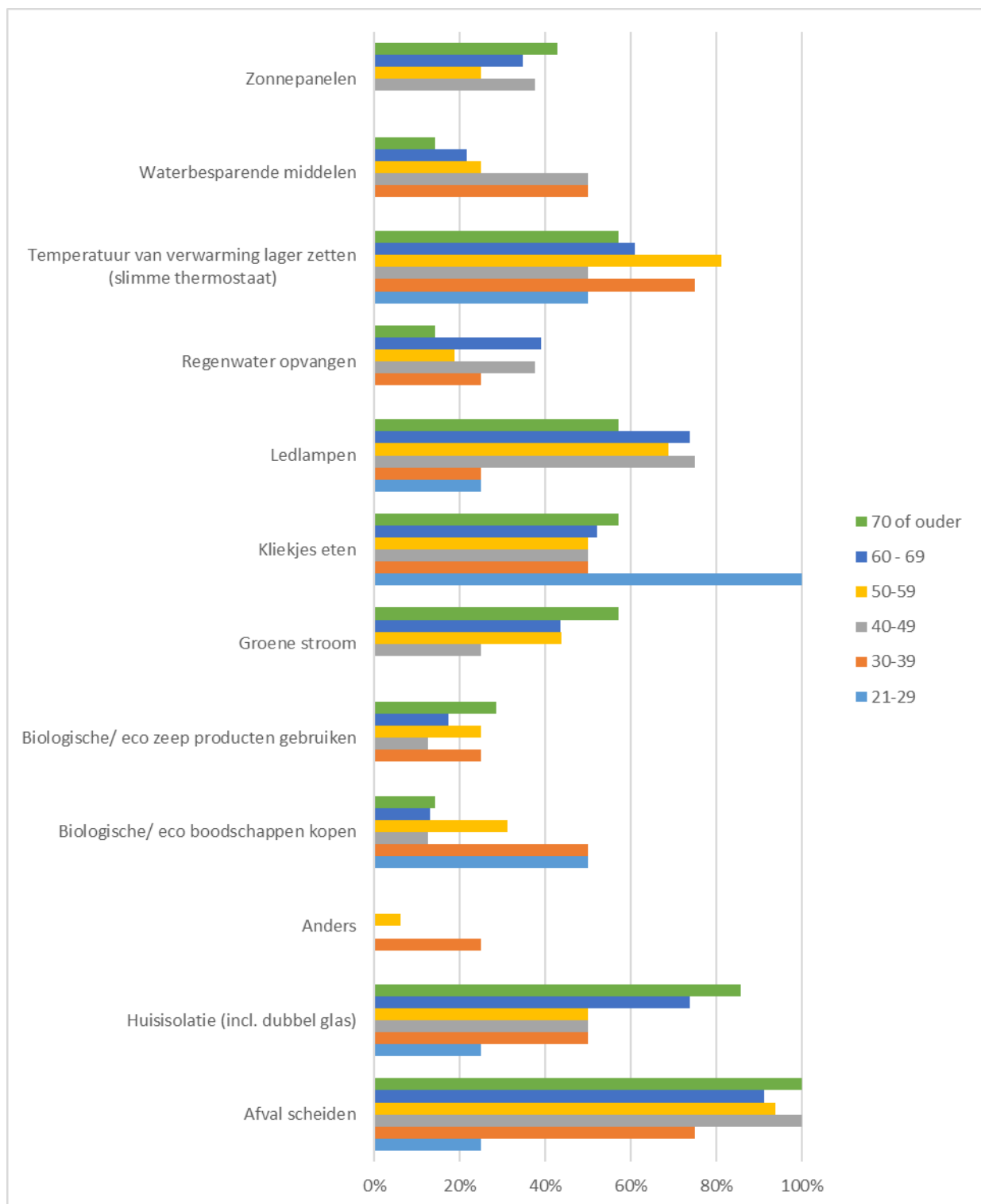
Wat doen de mannelijke en vrouwelijke respondenten al aan duurzaamheid



Figuur 44: Respons man (N=31) / vrouw (N=31)

Mannen en vrouwen doen vaak aan afvalscheiding en de temperatuur lager zetten. Vrouwen onderscheiden zich door vaker aan huisisolatie te doen en Mannen doen vaker aan LED lampen. Daarnaast doen vrouwen vaker aan groene stroom dan mannen en mannen hebben weer vaker zonnepanelen.

Wat doen de respondenten in de verschillende leeftijdscategorieën al aan duurzaamheid

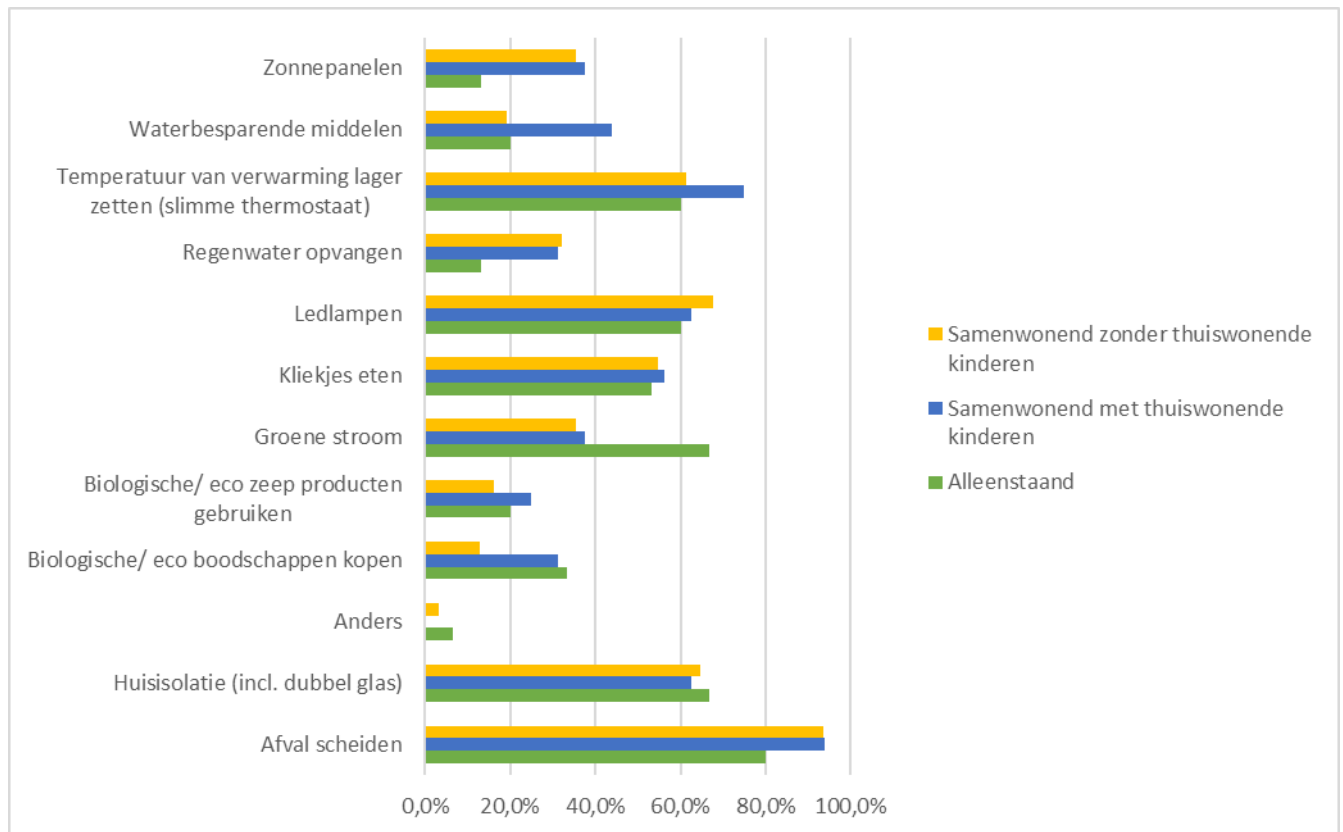


Figuur 45: Wat doen de respondenten in de verschillende leeftijdscategorieën al aan duurzaamheid. (21 - 29 N=4, 30 - 39 N=4, 40 - 49 N=8, 50 - 59 N=16, 60 - 69 N=23, 70 of ouder N=7)

Respondenten in de leeftijdscategorie 21 – 29 doen voornamelijk aan kliekjes eten. Deze categorie doet ook het minst aan afval scheiden vergeleken met de andere leeftijdscategorieën. Vanaf leeftijdscategorie 40 – 49 zijn LED lampen een vaak genoemd item waar de respondent aan doet. Vanaf leeftijdscategorie 60 – 69 speelt ook huisisolatie een grote rol.

Wat doet de alleenstaande, samenwonende zonder thuiswonende kinderen en samenwonende met thuiswonende kinderen al aan duurzaamheid.

Er waren geen respondenten die een gezinssamenstelling hadden die alleenstaand met kinderen was of een andere vorm van samenstelling had.

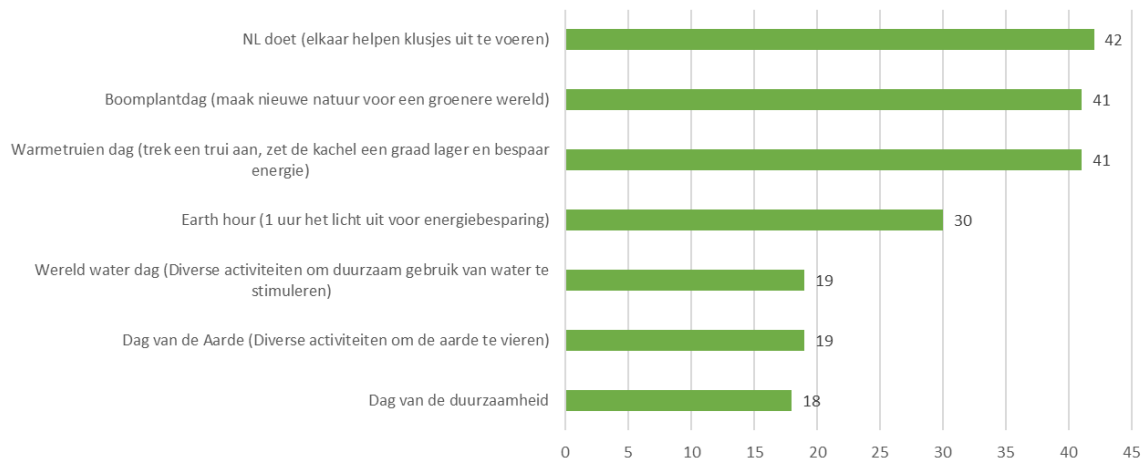


Figuur 46: Respons Alleenstaand (N=15), gezinnen met (N=16) en gezinnen zonder thuiswonende kinderen (N=31)

Voor alle samenstellingen is afval scheiden het vaakst genoemd. Gezinnen met samenwonende kinderen doen daarnaast veel aan het lager zetten van de temperatuur. Alleenstaanden doen eerder aan groene stroom en huisisolatie en gezinnen zonder thuiswonende kinderen gebruiken vaker LED lampen.

6.5. Met welke duurzame activiteiten zijn de potentiële bezoekers al bekend

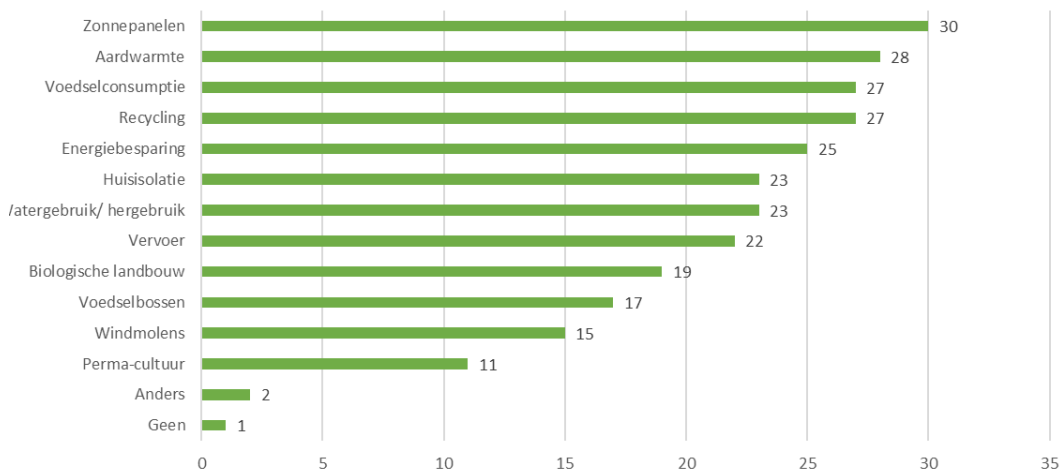
In de meerkeuzevraag gaven respondenten aan dat NL doet, Boomplantdag en Warmetruiendag het bekendst zijn. Dag van de duurzaamheid is het minst gekozen.



Figuur 47: Bekende duurzame activiteiten bij respondenten (N = 62)

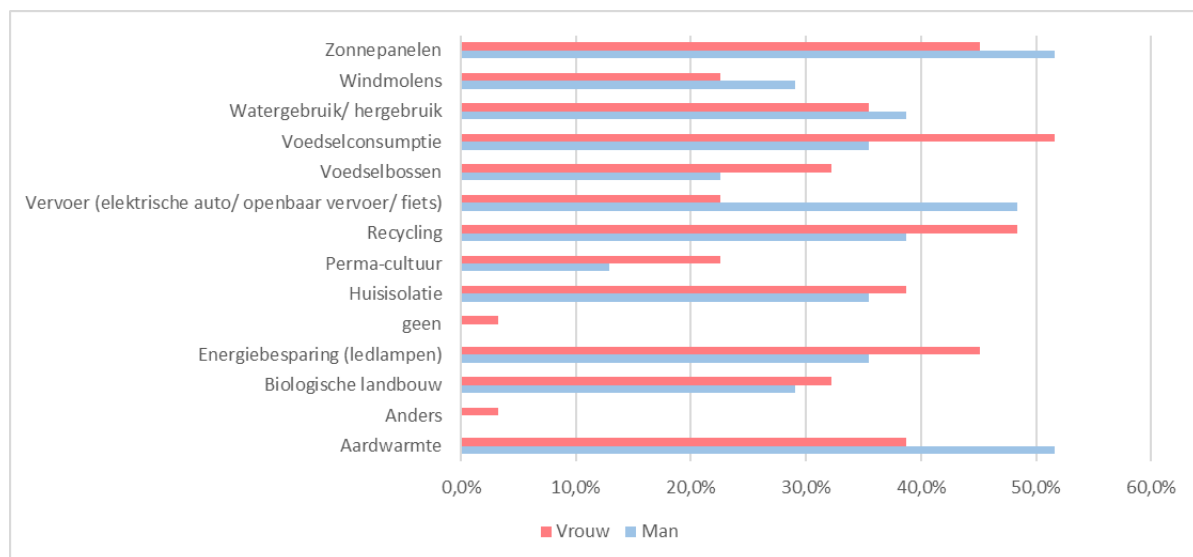
6.6. Welke onderwerpen hebben de interesse van de respondenten

Zonnepanelen hebben de meeste interesse onder de respondenten. Onder Anders noemden de respondenten dat ze interesse hadden in een waterstof motor.



Figuur 48: Interesse in de duurzame onderwerpen (N = 62)

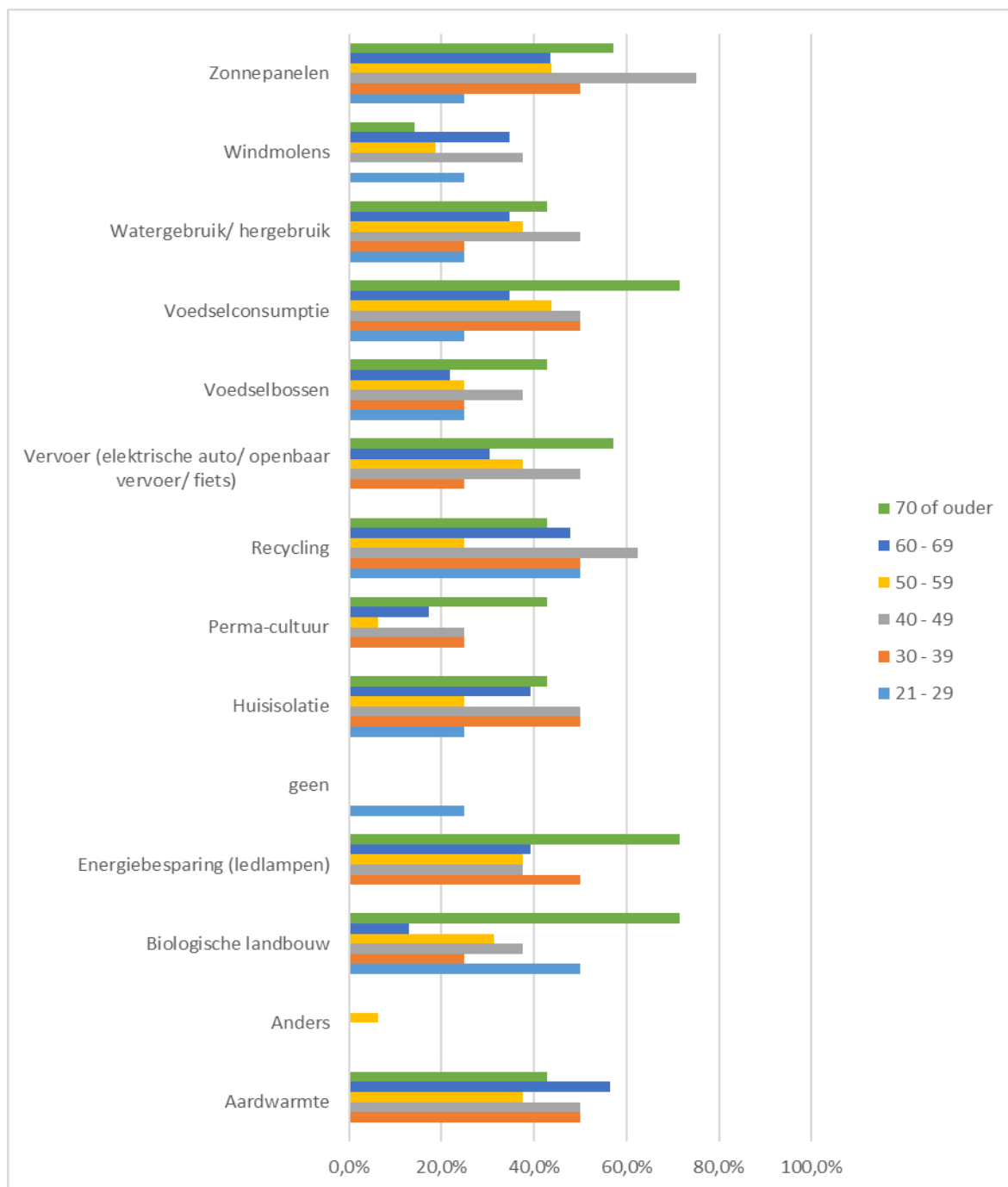
Welke interesses hebben mannen en vrouwen



Figuur 49: Respons man (N=31) / vrouw (N=31)

Mannen hebben interesse in informatie die gaat over zonnepanelen, aardwarmte en vervoer. Vrouwen willen graag meer weten over voedselconsumptie, recycling en zonnepanelen/energiebesparing.

Welke interesses hebben de respondenten in de verschillende leeftijdscategorieën.

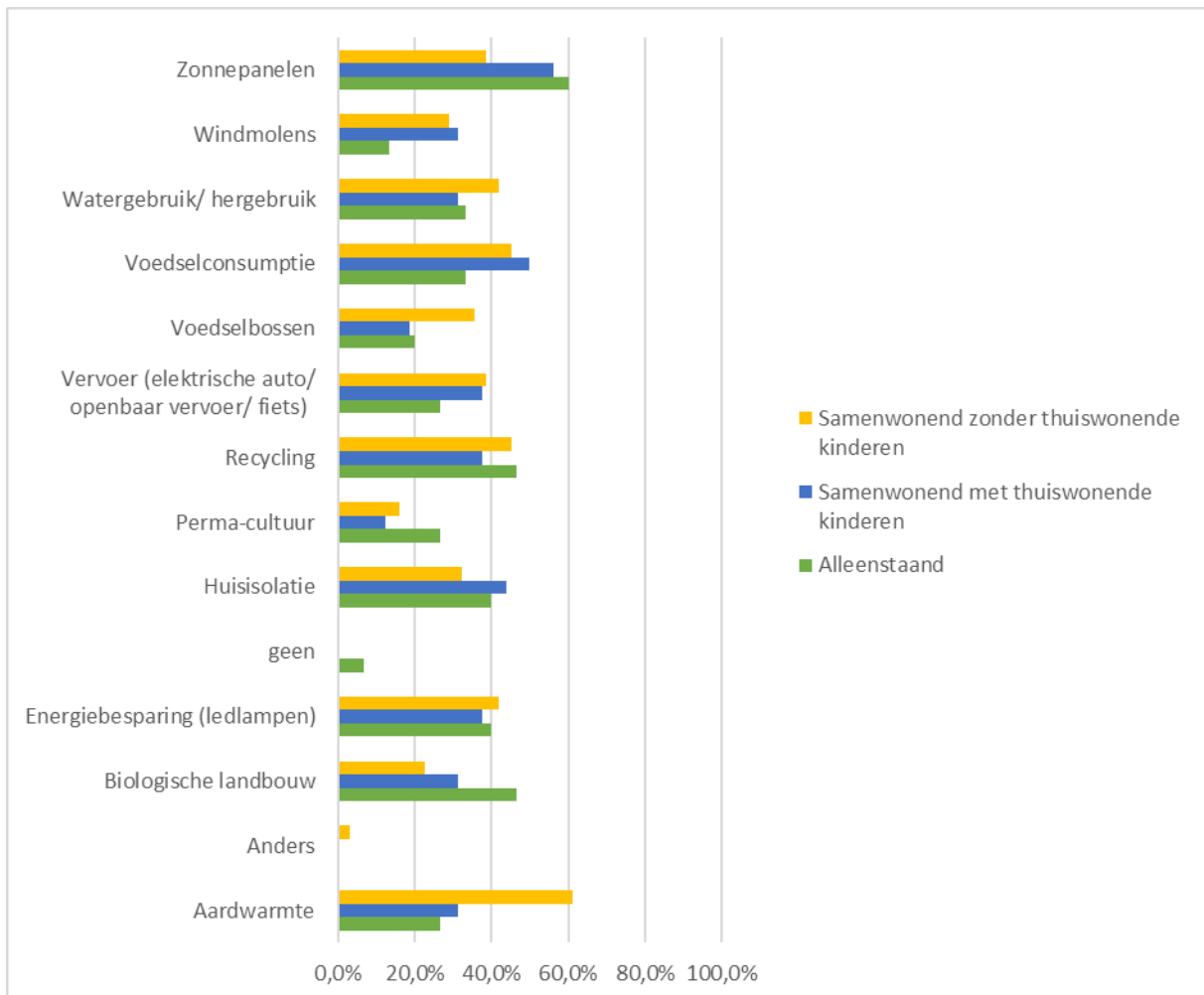


Figuur 50: Welke interesses hebben de respondenten in de verschillende leeftijdscategorieën. (21 - 29 N=4, 30 - 39 N=4, 40 - 49 N=8, 50 - 59 N=16, 60 - 69 N=23, 70 of ouder N=7)

Respondenten in de leeftijdscategorie 21 – 29 zouden graag meer informatie willen over biologische landbouw en recycling. Respondenten in de leeftijdscategorie 30 – 39 hebben een brede interesse en willen graag meer informatie over zonnepanelen, voedselconsumptie, recycling, huisisolatie, energiebesparing en aardwarmte. Respondenten in de leeftijdscategorie 40 – 49 en 50 – 59 hebben interesse in zonnepanelen. Ze onderscheiden zich op recycling (40 -49) en voedselconsumptie (50 – 59). Respondenten in de leeftijdscategorie 60 – 69 hebben interesse in aardwarmte en recycling en respondenten van 70 en ouder hebben interesse in voedselconsumptie, energiebesparing en biologische landbouw.

Welke interesses heeft de alleenstaande, een gezin met samenwonende kinderen en een gezin zonder samenwonende kinderen.

Er waren geen respondenten die een gezinssamenstelling hadden die alleenstaand met kinderen was of een andere vorm van samenstelling dan de genoemde.

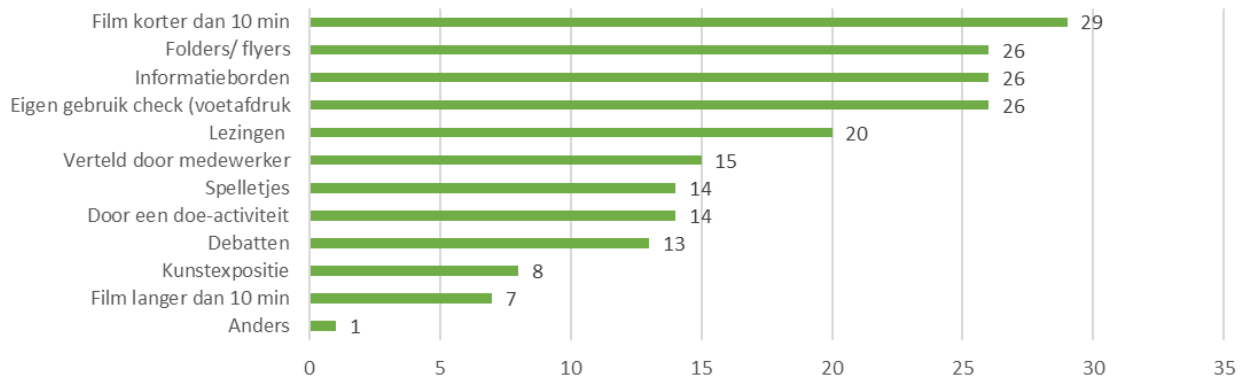


Figuur 51: Respons Alleenstaand (N=15), gezinnen met (N=16) en gezinnen zonder thuiswonende kinderen (N=31)

Respondenten met een gezin zonder thuiswonende kinderen hebben interesse in aardwarmte, voedselconsumptie en recycling. Respondenten met een gezin met thuiswonende kinderen hebben interesse in zonnepanelen, voedselconsumptie en huisisolatie. Alleenstaanden hebben voornamelijk interesse in zonnepanelen, recycling en biologische landbouw.

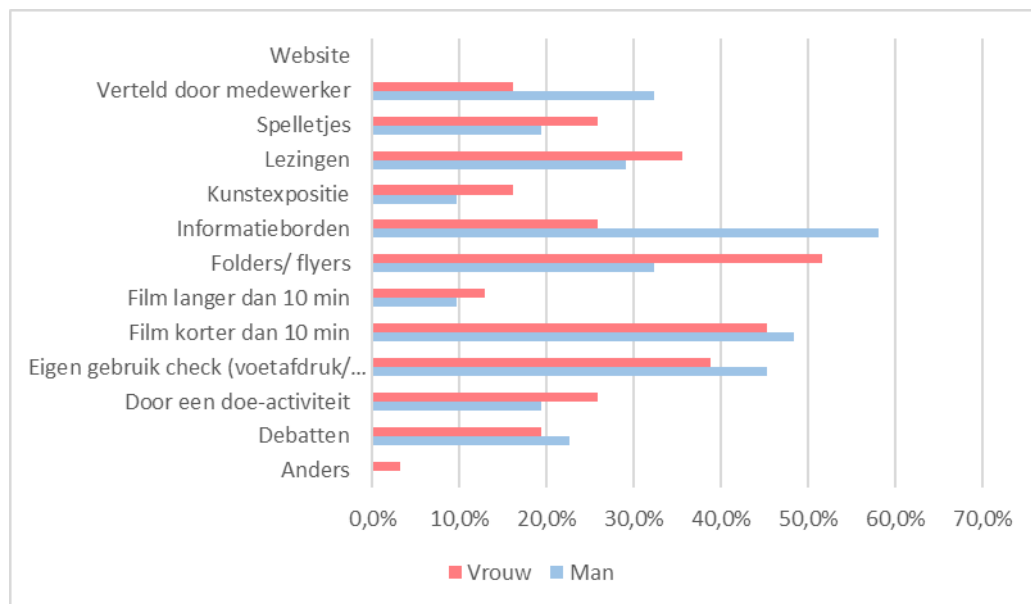
6.7. In welke vorm zouden de respondenten de informatie gepresenteerd willen zien

Een film korter dan 10 min en Folders/ Flyers worden het vaakst genoemd. Een Film langer 10 minuten en kunstexposities worden het minst genoemd. Bij anders zou een respondent graag een plan van aanpak willen zien.



Figuur 52: Vorm van presenteren (N = 62)

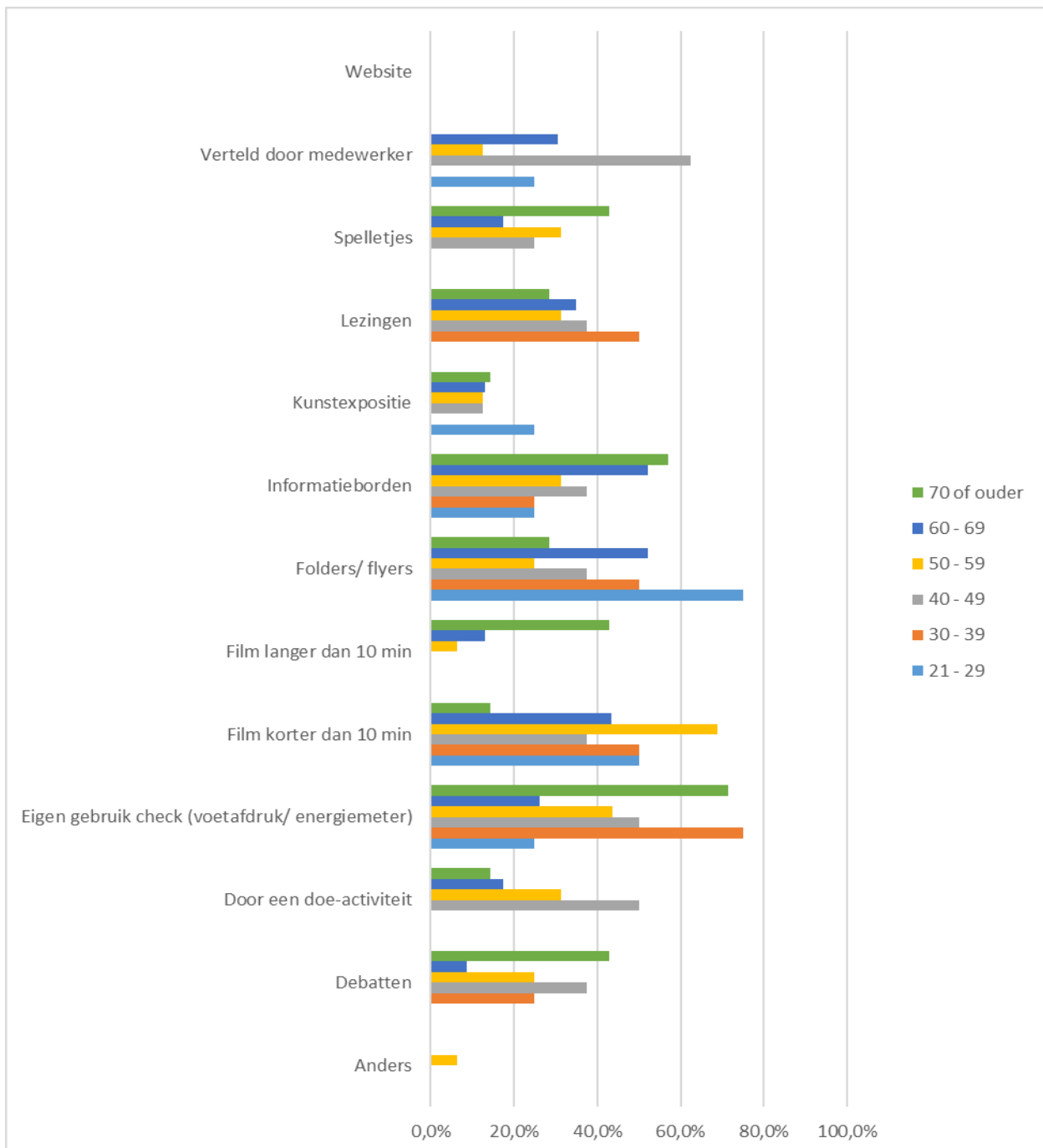
Op welke manier willen mannen en vrouwen informatie zien in het centrum?



Figuur 53: Respons man (N=31) / vrouw (N=31)

Mannen en vrouwen willen beide de informatie zien in de vorm van een film korter dan 10 min of een eigen gebruik check. Mannen onderscheiden zich in dat ze graag informatie borden willen zien en vrouwen hebben liever folders.

Op welke manier willen respondenten in de verschillende leeftijdscategorieën de informatie gepresenteerd zien in het centrum?

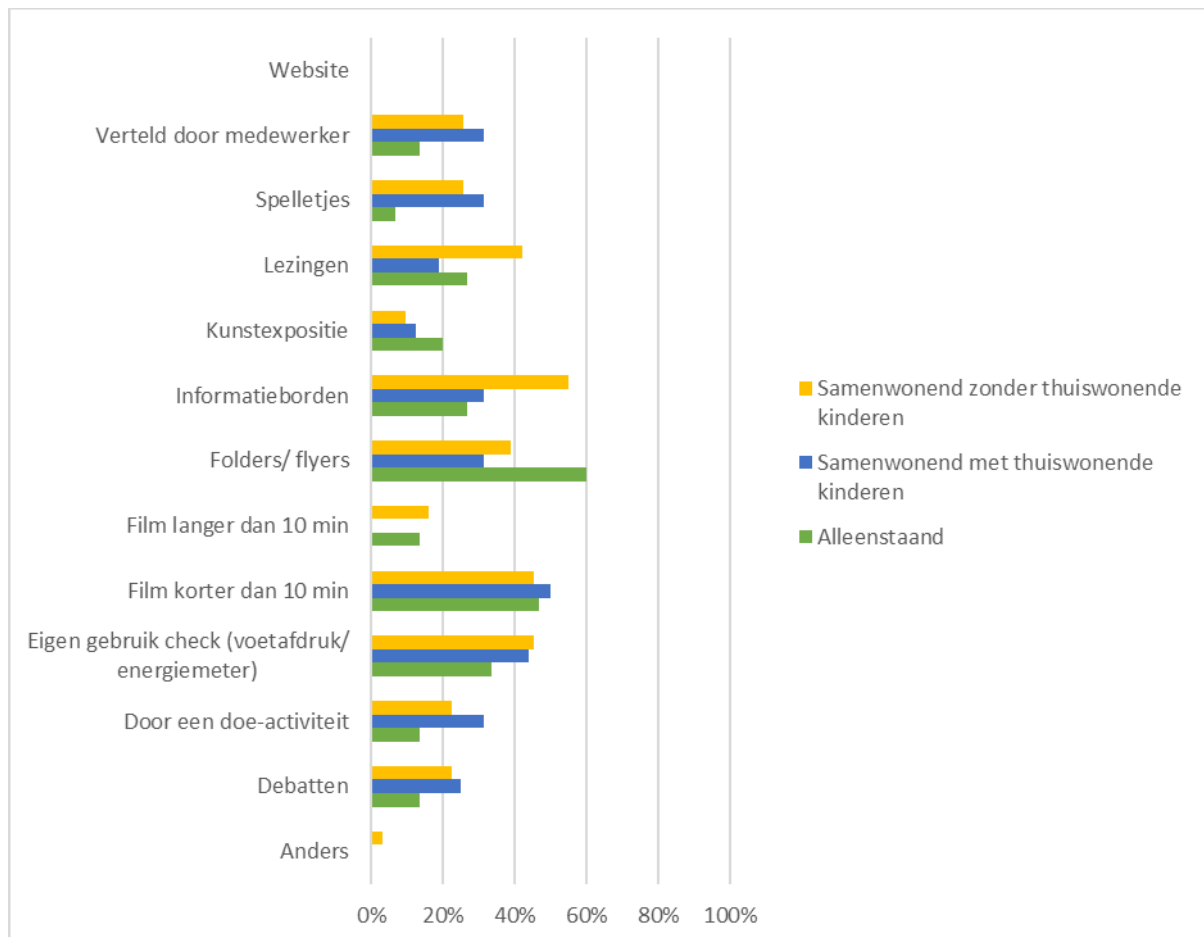


Figuur 54: Op welke manier willen respondenten in de verschillende leeftijdscategorieën de informatie gepresenteerd zien in het centrum? (21 - 29 N=4, 30 - 39 N=4, 40 - 49 N=8, 50 - 59 N=16, 60 - 69 N=23, 70 of ouder N=7)

Respondenten in de leeftijdscategorie 21 -29 en 30 – 39 zouden graag de informatie zien in de vorm van een film korter dan 10 minuten of in de vorm van folders en flyers. De leeftijdscategorie 30 – 39 onderscheidt zich in de vorm “eigen gebruik check”. Respondenten tussen de 40 – 49 hebben het liefst dat de informatie wordt verteld door een medewerker en respondenten tussen de 50 – 59 zien dan liever weer een film korter dan 10 minuten. In de leeftijdscategorie 60 – 69 en 70 en ouder heeft de respondent het liefst informatie borden maar onderscheidt de categorie 70 en ouder zich met het antwoord eigen gebruik check.

Op welke manier wil de alleenstaande, een gezin met samenwonende kinderen en een gezin zonder samenwonende kinderen de informatie gepresenteerd zien in het centrum?

Deze drie categorieën zijn gecombineerd in één figuur omdat er geen respondenten waren die een gezinssamenstelling hadden die alleenstaand met kinderen was of een andere vorm van samenstelling dan de genoemde.



Figuur 55: Respons Alleenstaand (N=15), gezinnen met (N=16) en gezinnen zonder thuiswonende kinderen (N=31)

Voor alle samenstellingen geldt dat ze graag informatie in de vorm zouden zien van een film korter dan 10 min of een eigengebruik check. Gezinnen zonder thuiswonende kinderen zouden daarnaast nog graag informatie borden zien en alleenstaanden graag folders.

6.8. Zijn respondenten ook bereid deel te nemen aan buitenactiviteiten

De meerderheid van de respondenten (31) geeft aan niet mee te willen doen aan een buitenactiviteit (score 1 en 2). 16 respondenten geven aan misschien mee te willen doen (score 3) en 15 respondenten willen wel mee doen aan een buiten activiteit (score 4 en 5).

7. Resultaten enquête voor beschermers van Stichting Het Drentse Landschap

In dit hoofdstuk wordt besproken wat de beschermers van Stichting Het Drentse Landschap hebben geantwoord op de enquête. Omdat er niet gesproken kan worden voor alle beschermers (i.v.m. de hoeveelheid antwoorden) wordt er gesproken over respondenten. Er bleken geen respondenten te zijn in leeftijdscategorie 18-20 en 30-39 en maar één respondent in leeftijdscategorie 20-29. De enquête is opgenomen in bijlage II.

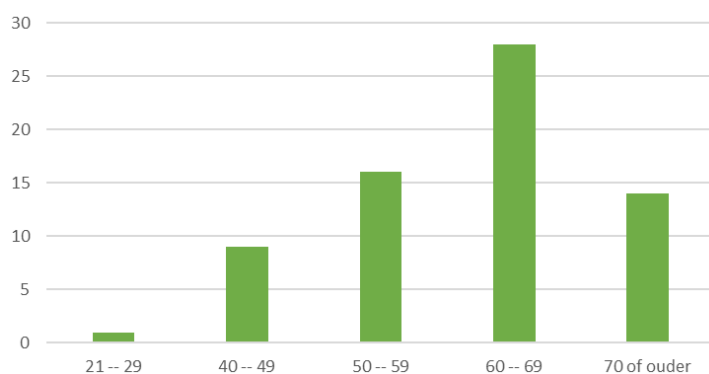
7.1. Algemene gegevens van de respondent

Geslacht van de respondent.

Mannen (51%) en vrouwen (49%) komen evenredig voor in de uitkomst van de enquête.

Leeftijd van de respondent.

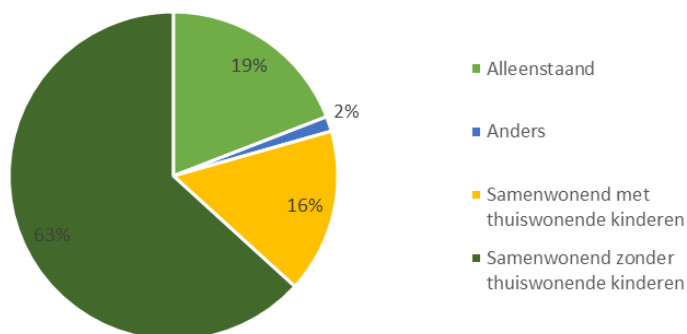
De leeftijd van de respondenten ligt voornamelijk tussen de 50 jaar en de 69 jaar. Geen van de respondenten had een leeftijd tussen de 18 en 20 jaar.



Figuur 56: Leeftijdsopbouw van de respondenten (N=68)

Gezinssamenstelling van de respondent.

De meerderheid van de respondenten (63%) heeft een gezinssamenstelling samenwonend zonder thuiswonende kinderen. Geen van de respondenten was alleenstaand met kinderen. Bij anders gaf een respondent aan een LAT-relatie te hebben



Figuur 57: Gezinssamenstelling van de respondent (N = 68)

Woonplaats van de respondent.

De meeste respondenten kwamen uit de omgeving van het duurzaamheidscentrum. De respondent met de verste woonplaats woont in Velp. De afstand van deze plaats naar het duurzaamheidscentrum is 143 kilometer.



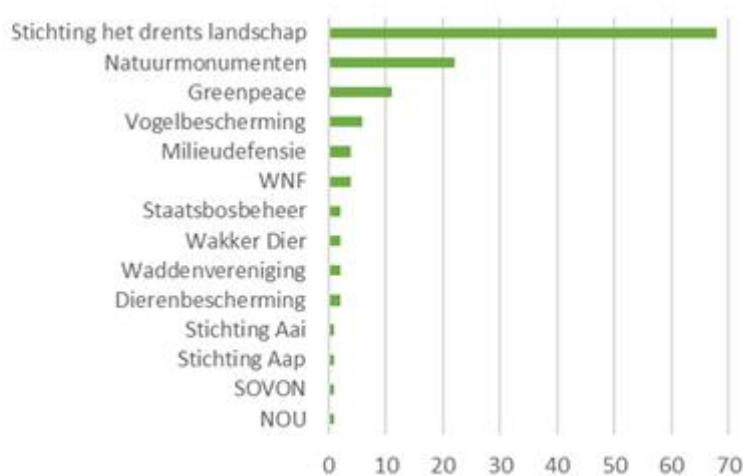
Figuur 58 woonplaats van de respondenten (N = 68)

Lidmaatschap natuur-/milieuorganisatie

Alle respondenten zijn lid van een natuur-/milieuorganisatie omdat het de beschermers van Stichting Het Drentse Landschap betreft.

Van welke natuur-/milieuorganisatie zijn de respondenten lid?

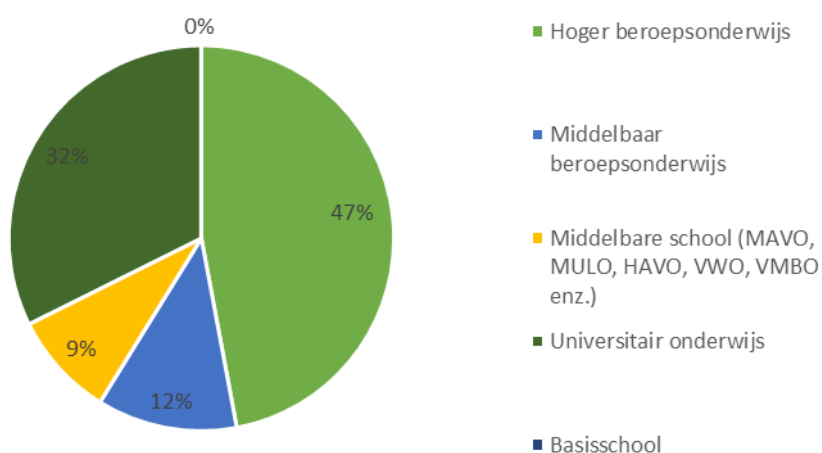
Stichting Het Drentse Landschap is het meest genoemd als lidmaatschap omdat dit de ook de doelgroep betreft die daar beschermers van zijn. Natuurmonumenten, Greenpeace en vogelbescherming worden ook vaak genoemd door de respondenten.



Figuur 59: De natuur-/milieuorganisatie waar respondenten lid van zijn (N = 68)

Wat is de hoogst genoten opleiding van de respondent.

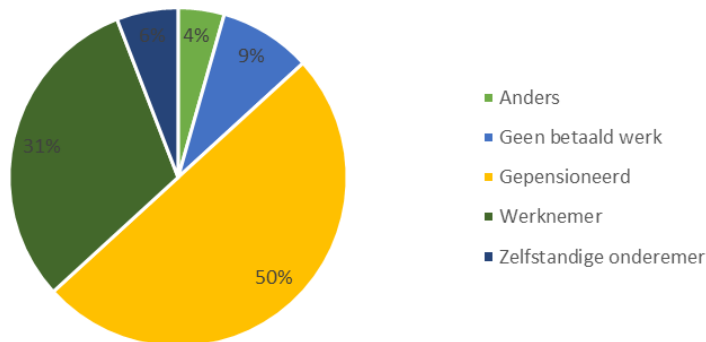
Veel van de respondenten gaven aan Hoger beroepsonderwijs of universitair onderwijs te hebben genoten.



Figuur 60: Hoogst genoten opleiding (N = 68)

Arbeidssituatie van de respondent.

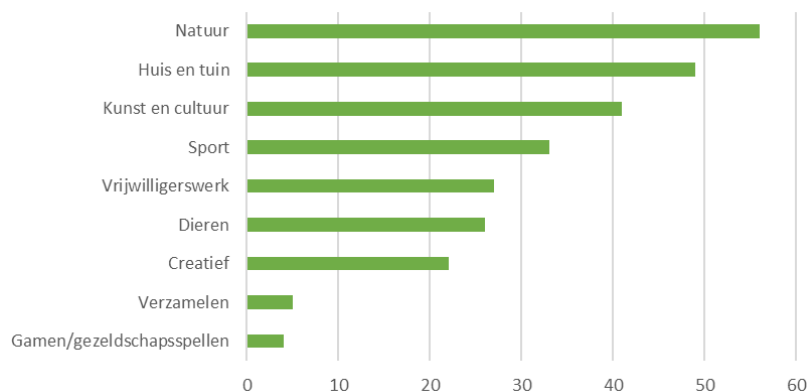
De helft van de respondenten is gepensioneerd (50%). Onder anders werd geantwoord dat de respondent gezinsmanager is of arbeidsongeschikt.



Figuur 61: Arbeidssituatie (N = 68)

Welke interesses en hobby's hebben de respondenten

De meerderheid van de respondenten geeft aan natuur, huis en tuin en kunst en cultuur als interesse en hobby te hebben. Gamen/gezelschapsspellen wordt het minst genoemd.



Figuur 62: Hobby's en interesse (N = 68)

Hoeveel tijd besteedt de respondent aan zijn/haar hobby.

38% van de respondenten besteden 1 dag per week aan hun interesses. 37% van de respondenten besteed 2 tot 3 dagen aan de hobby's en 25% besteedt meer dan 3 dagen aan zijn of haar hobby's per week.

Hoeveel geld besteedt de respondent aan hobby's per maand

49% respondent besteedt over het algemeen niet meer dan 50 euro aan zijn/haar hobby per maand. 41% van de respondenten besteed tussen de 50 en 100 euro per maand aan zijn/haar hobby's per maand en een kleine 10% besteedt per maand meer dan 100 euro aan zijn/haar interesses en hobby's

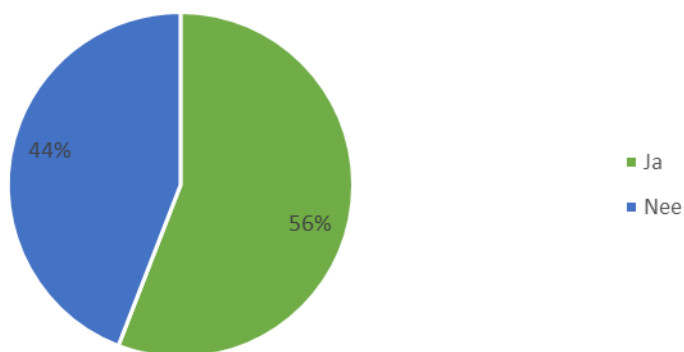
7.2. Aanvullende bezoekgegevens van de respondent

Heeft u weleens een duurzaamheidscentrum bezocht?

De minderheid (11%) van de respondenten geeft aan weleens een dergelijk centrum te hebben bezocht. De meerderheid (89%) heeft nog nooit een duurzaamheidscentrum bezocht. Degene die wel een centrum hadden bezocht gingen toen naar het centrum in Assen. De respondenten die wel een centrum bezochten deden dit voornamelijk om informatie te zoeken over duurzaamheid. Soms kwamen ze voor een kinderboerderij of een restaurant maar het antwoord “anders” werd vaker gegeven. De respondenten bezochten de centra vooral met hun partner, familie of vrienden. De minste respondenten gingen alleen naar een duurzaamheidscentrum.

Bent u bekend met het duurzaamheidscentrum in Assen?

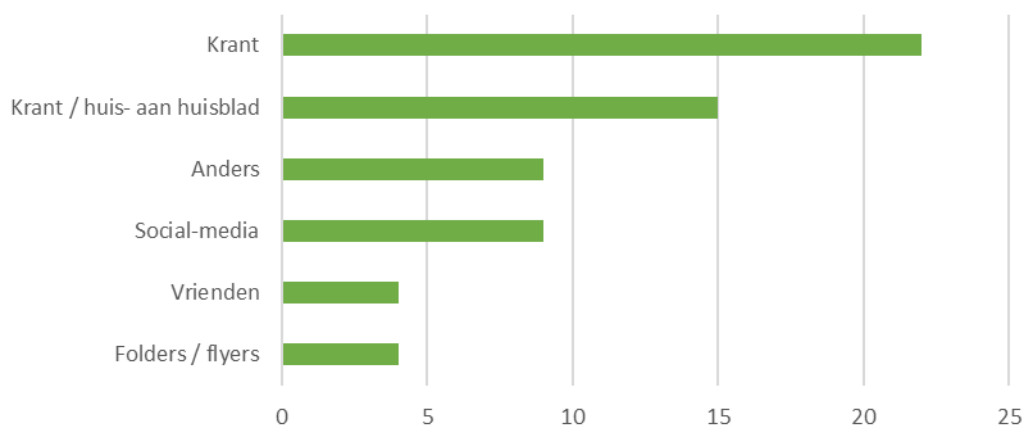
Een kleine meerderheid (56%) van de respondenten is bekend met het duurzaamheidscentrum. 44% van de respondenten is niet bekend met het centrum.



Figuur 63: Bekend met het duurzaamheidscentrum in Assen (N = 68)

Hoe zijn de respondenten bekend geraakt met het centrum.

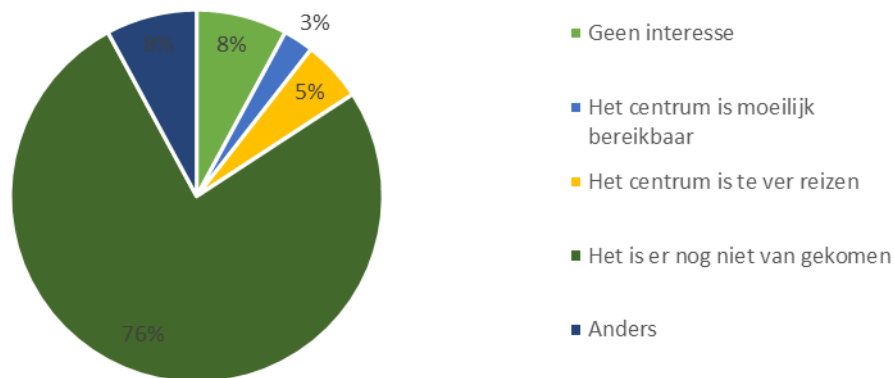
De respondenten geven aan dat ze het centrum kennen via de krant en huis aan huisblad. Bij anders gaven de respondenten aan dat ze het centrum kende via Stichting Het Drentse Landschap. Niemand heeft van het centrum vernomen via de radio.



Figuur 64: bekend geraakt met het centrum (N = 38)

Wat is de reden dat ze het centrum nog niet bezocht hebben.

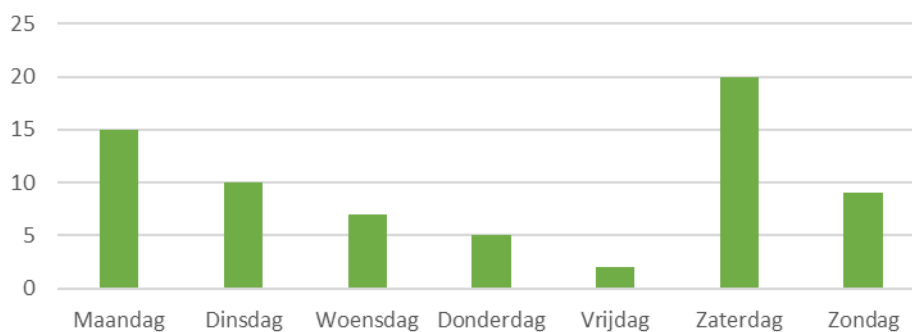
Het grootste deel van de respondenten geeft aan dat het bezoeken van het centrum nog niet heeft plaats gevonden omdat het er nog niet van is gekomen. Niemand heeft geantwoord dat hij/zij niet beschikte over vervoer.



Figuur 65: Reden waarom centrum niet bezocht is (N = 38)

Op welke dagen zou de respondent het centrum bezoeken.

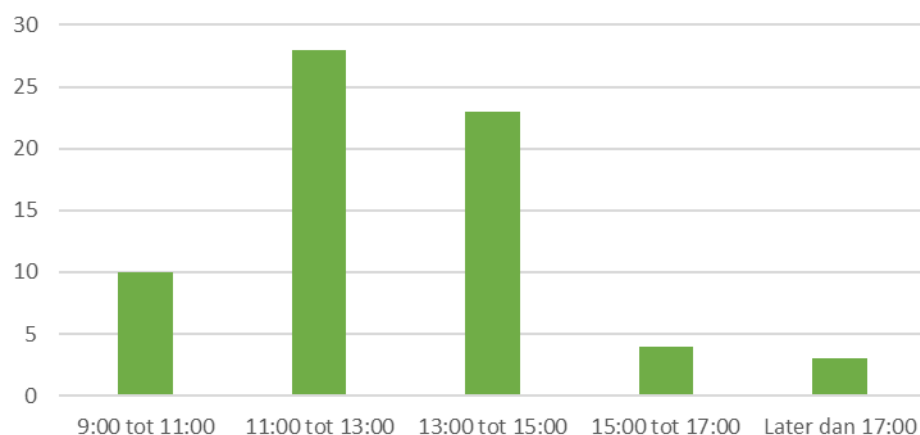
De meerderheid van de respondenten geeft aan een duurzaamheidcentrum te bezoeken in de weekend dagen en maandagen.



Figuur 66: Voorkeursdag voor bezoek (N = 68)

Op welke tijden zou de respondent het centrum bezoeken.

De respondenten geven aan dat ze een duurzaamheidscentrum zouden bezoeken tussen 11:00 tot 13:00 of tussen 13:00 tot 15:00 . Minst genoemd is een bezoek na 17:00.



Figuur 67: Voorkeur bezoektijd (N = 68)

Hoe belangrijk vinden de respondenten de punten waarin de gemeente Assen investeert.

Onderwijs en zorg worden het hoogst gewaardeerd door de respondenten. Kunst en cultuur wordt het laagst gewaardeerd. Duurzaamheid en milieu scoort een gemiddelde van 4.02 op een schaal van 1 (onbelangrijk) tot 5 (erg belangrijk)

Geef bij de volgende punten aan hoe belangrijk u het vindt dat gemeente hier in investeert	Gemiddeld Cijfer
Duurzaamheid en milieu	4,51
Zorg en welzijn	4,50
Onderwijs	4,49
Veiligheid	4,25
Werk en inkomen	4,09
Stadsontwikkeling	4,00
Kunst en cultuur	3,72
Sport en ontspanning	3,69

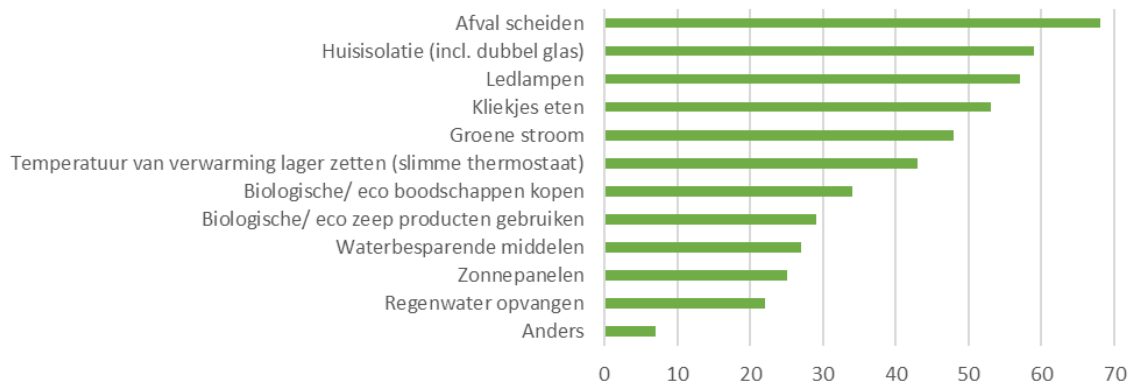
Figuur 68: Investerings van gemeente waardering (N = 68) (Schaal 1 tot 5)

7.3. Welk cijfer geven respondenten aan duurzaamheid

Alle Respondenten vinden duurzaamheid belangrijk en geven een 4 of hoger. Geen van de respondenten vinden duurzaamheid minder of niet belangrijk.

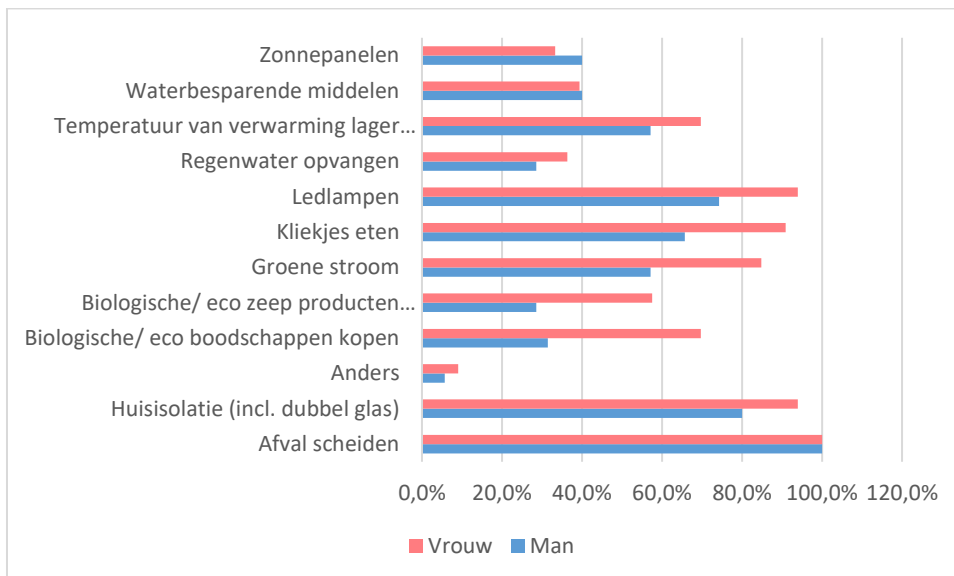
7.4. Wat doen de respondenten al aan duurzaamheid

In de meerkeuzevraag antwoordde de meerderheid het afval te scheiden. Regenwater opvangen en zonnepanelen worden het minst genoemd. Bij anders geven respondenten aan de auto minder vaak te gebruiken en meer te fietsen of een elektrische auto te bezitten.



Figuur 69: Wat doet de respondent aan duurzaamheid (N = 68)

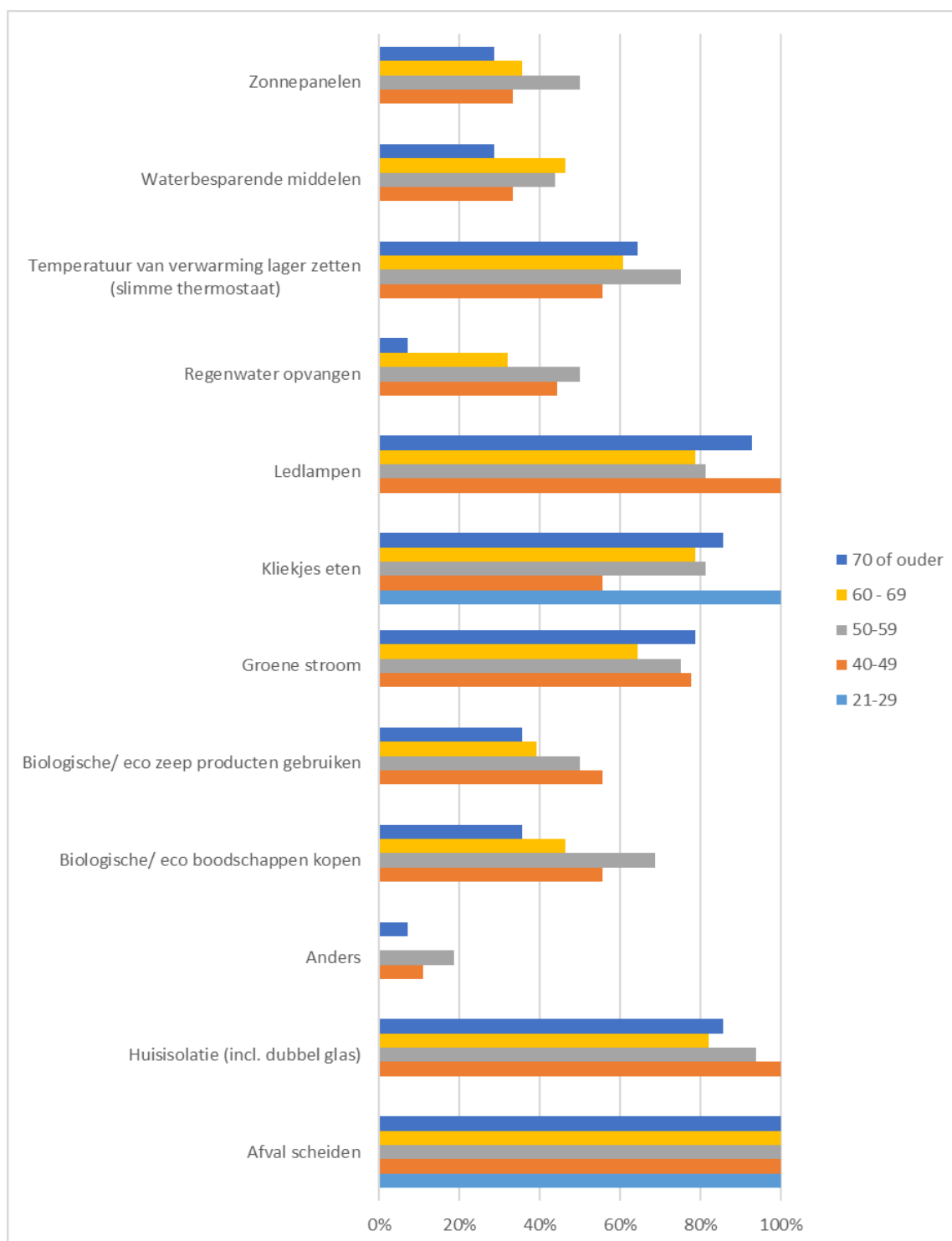
Wat doen de mannelijke en vrouwelijke respondenten al aan duurzaamheid



Figuur 70: Respons man (N=35) / vrouw (N=33)

Mannen en vrouwen doen beide al evenredig veel aan Afvalscheiding, huisisolatie en LED lampen. Vrouwen lijken wel vaker aan de aangegeven onderwerpen te doen dan mannen. Mannen doen wel vaker aan zonnepanelen dan vrouwen dat doen.

Wat doen de respondenten in de verschillende leeftijdscategorieën al aan duurzaamheid



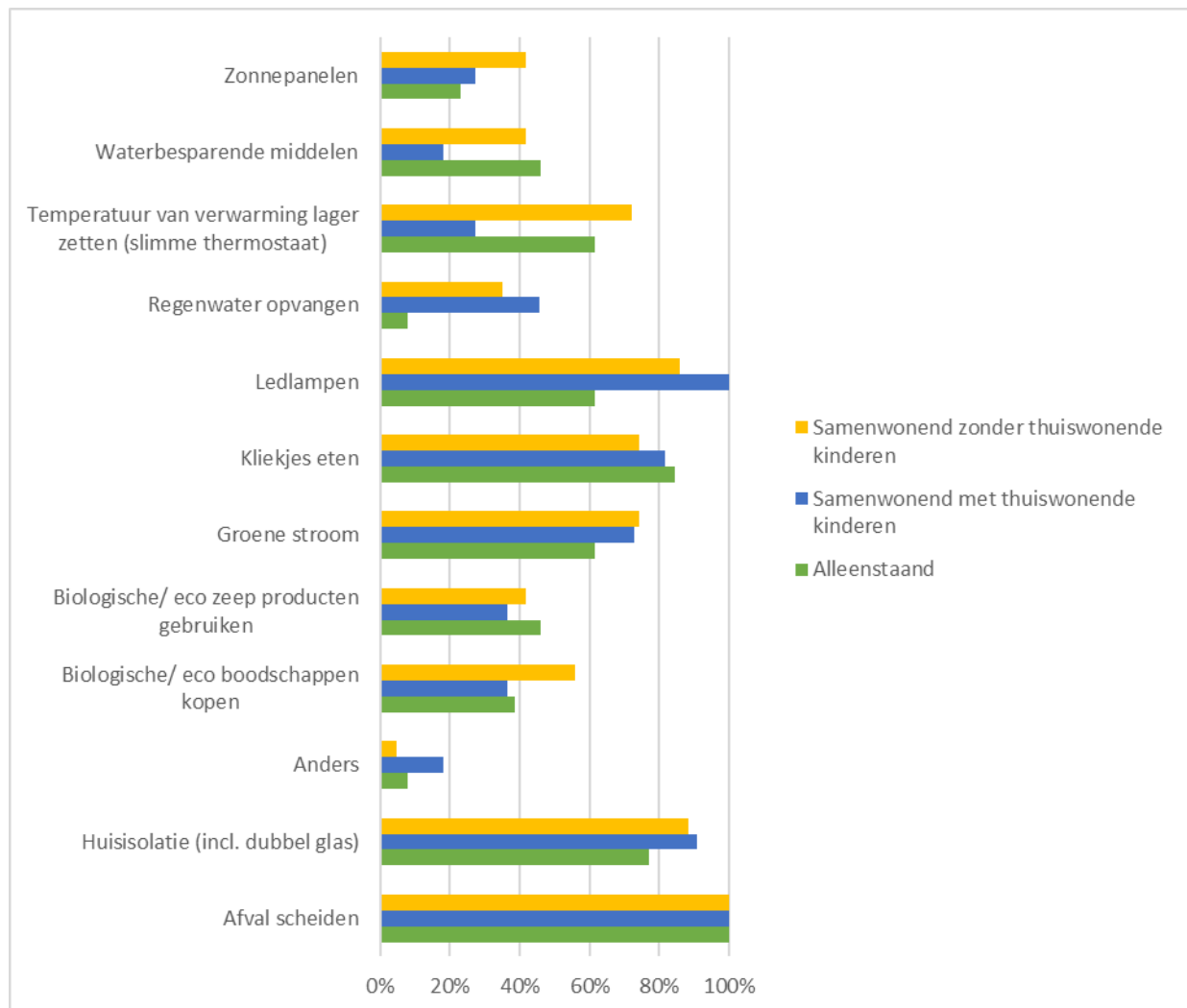
Figuur 71: Wat doen de respondenten in de verschillende leeftijdscategorieën al aan duurzaamheid. (21 - 29 N=1, 40 - 49 N=9, 50 - 59 N=16, 60 - 69 N=28, 70 of ouder N=14)

Alle leeftijdscategorieën doen al voornamelijk al aan afval scheiden, huisisolatie en LED lampen. Alleen heeft de leeftijdscategorie 40 -49 dit op de 3^e plek staan en alle andere leeftijdscategorieën op de 1^e. Huis isolatie is bij alle leeftijdscategorieën op de 2^e plek met uitzondering van leeftijdscategorie 70 of ouder (plek 3). Er was 1 respondent in de leeftijdscategorie 21-29 en geen in de categorieën 18-20 en 30-39

Wat doet een alleenstaande, een gezin met samenwonende kinderen en wat doet een gezin zonder samenwonende kinderen al aan duurzaamheid?

Er waren geen respondenten die een gezinssamenstelling hadden die alleenstaand met kinderen was.

Er was één respondent met een gezinssamenstelling “anders” die de volgende antwoorden gaf: Zonnepanelen, Huisisolatie (incl. dubbel glas), Afval scheiden, Temperatuur van verwarming lager zetten (slimme thermostaat), LED lampen, Klikjes eten, Biologische/ eco zeepproducten gebruiken, Biologische/ eco boodschappen kopen, Regenwater opvangen en Waterbesparende middelen

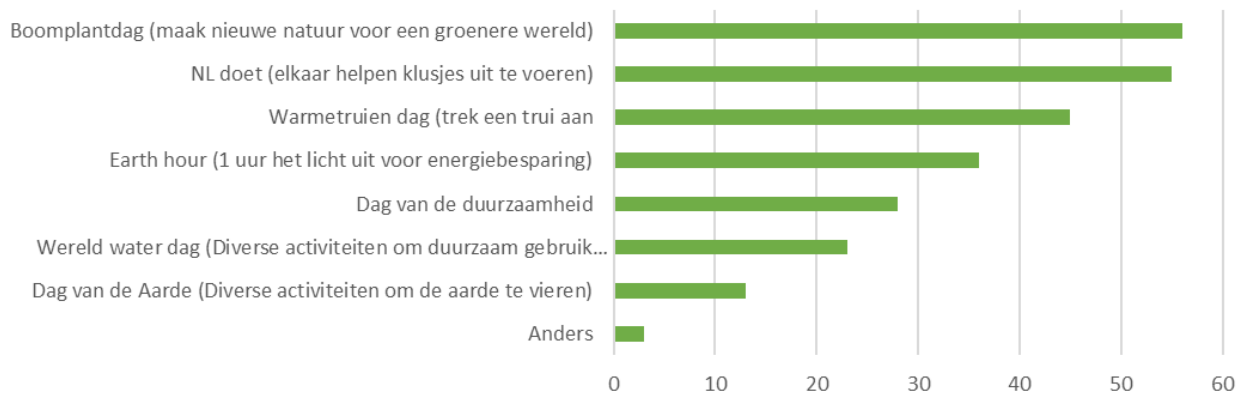


Figuur 72: Respons Alleenstaand (N=13), gezinnen met (N=11) en gezinnen zonder thuiswonende kinderen (N=43)

Alle samenstellingen doen op de 1^e plaats aan afval scheiden. Op de 2^e plek staat bij gezinnen met of zonder thuiswonende kinderen huisisolatie en bij alleenstaanden is dit klikjes eten. Huis isolatie staat bij alleenstaanden op een 3^e plek en gezinnen zonder thuiswonende kinderen hebben op die plaats dan weer gebruik van LED lampen en met thuiswonende kinderen doen ze aan LED lampen.

7.5. Met welke duurzame activiteiten zijn de beschermers van stichting het Drentse landschap al bekend

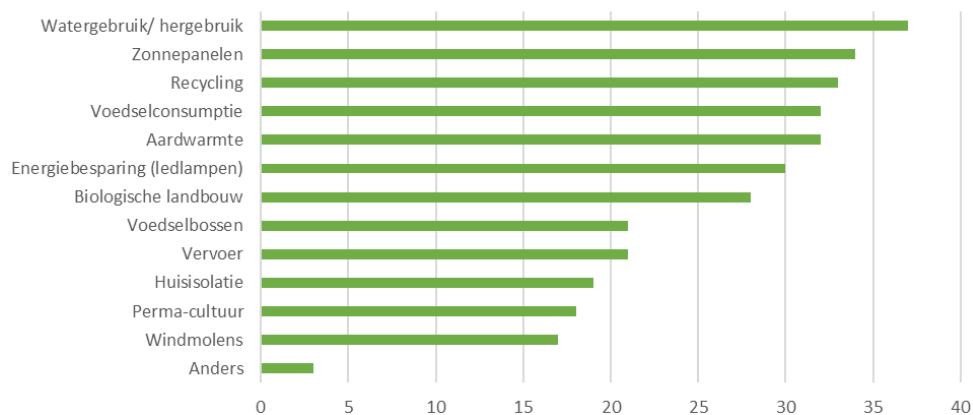
In de meerkeuzevraag gaven respondenten aan dat boomplantdag en NL doet het bekendst zijn. Dag van de aarde is het minst gekozen.



Figuur 73: Bekende duurzame activiteiten bij respondenten (N = 68)

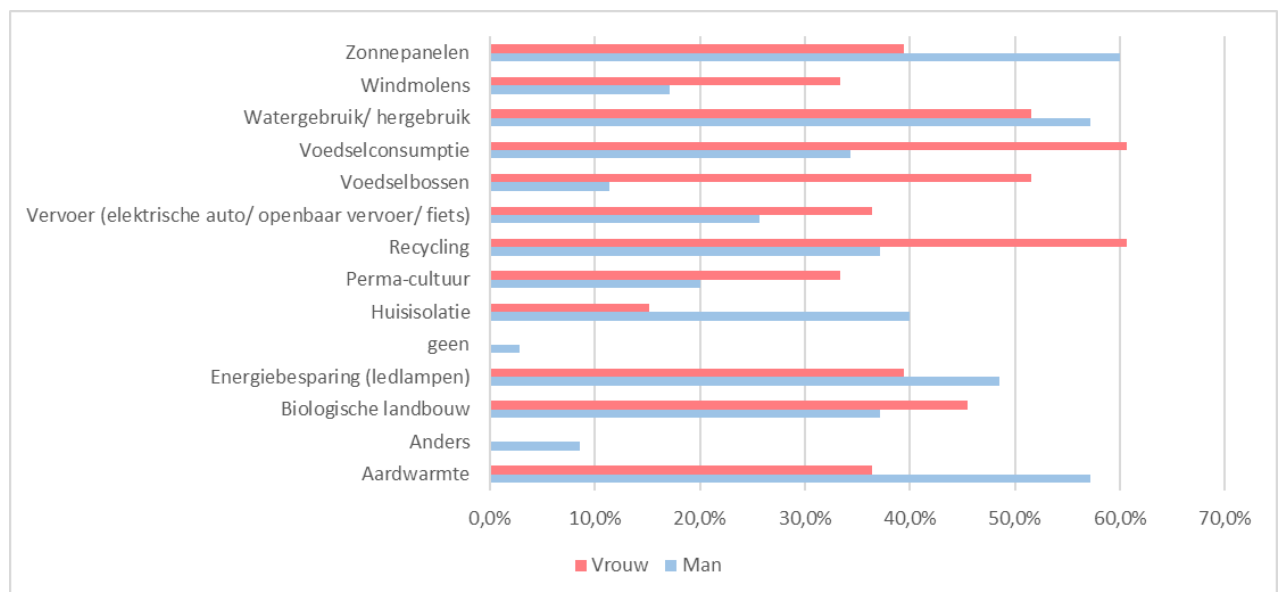
7.6. Welke onderwerpen hebben de interesse van de respondenten

Watergebruik/hergebruik heeft de meeste interesse onder de respondenten. Windmolens en perma-cultuur hebben de minste interesse.



Figuur 74: Interesse in de duurzame onderwerpen (N = 68)

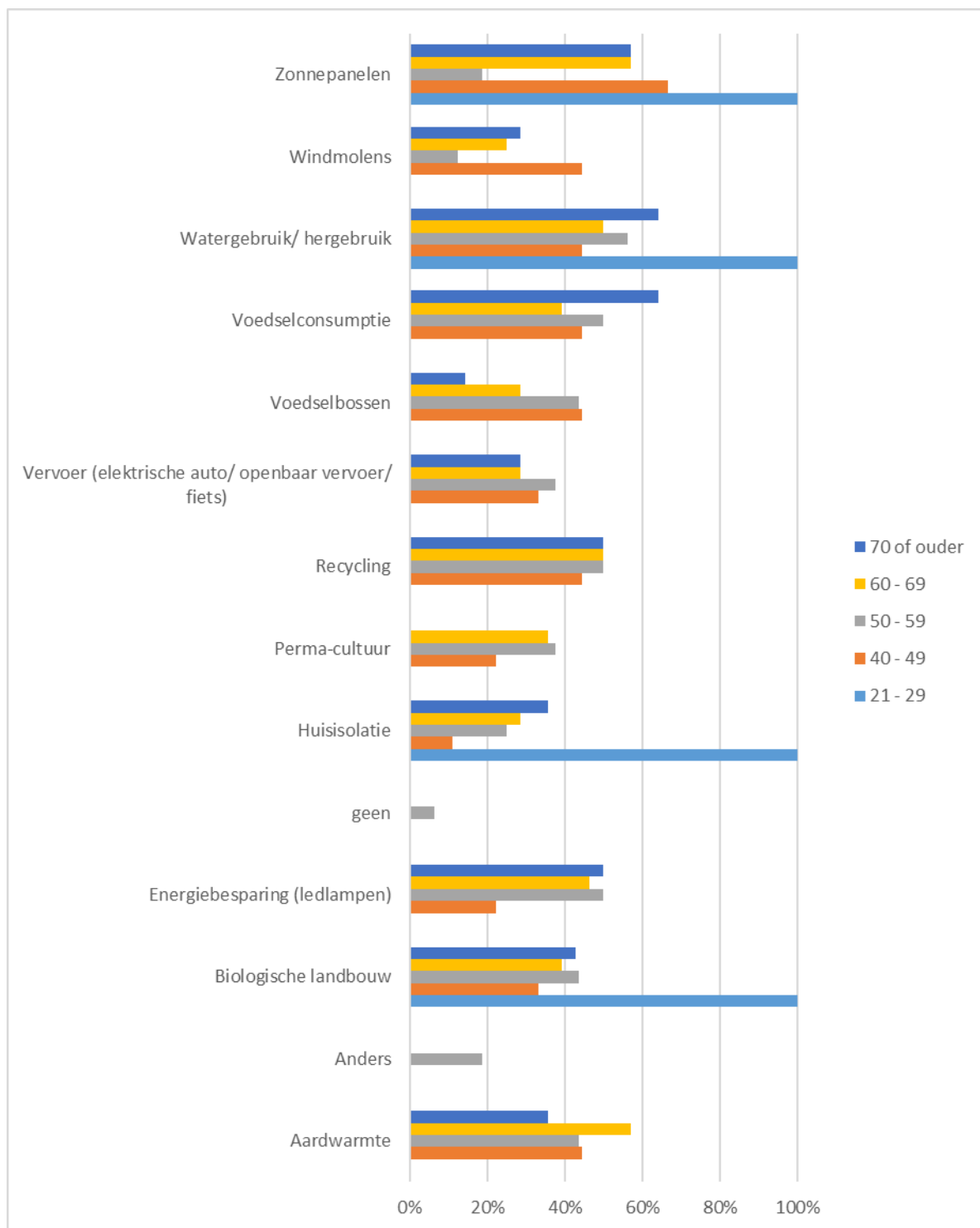
Welke interesses hebben mannen en vrouwen



Figuur 75: Respons man (N=35) / vrouw (N=33)

Vrouwen hebben voornamelijk interesse in recycling en voedselconsumptie. Mannen hebben voornamelijk interesse in zonnepanelen, watergebruik en aardwarmte. Grote verschillen man en vrouw zitten bij zonnepanelen en aardwarmte waar de man vaker geïnteresseerd in is. Bij recycling en voedselconsumptie is de vrouw vaker geïnteresseerd.

Welke interesses hebben de respondenten in de verschillende leeftijdscategorieën.



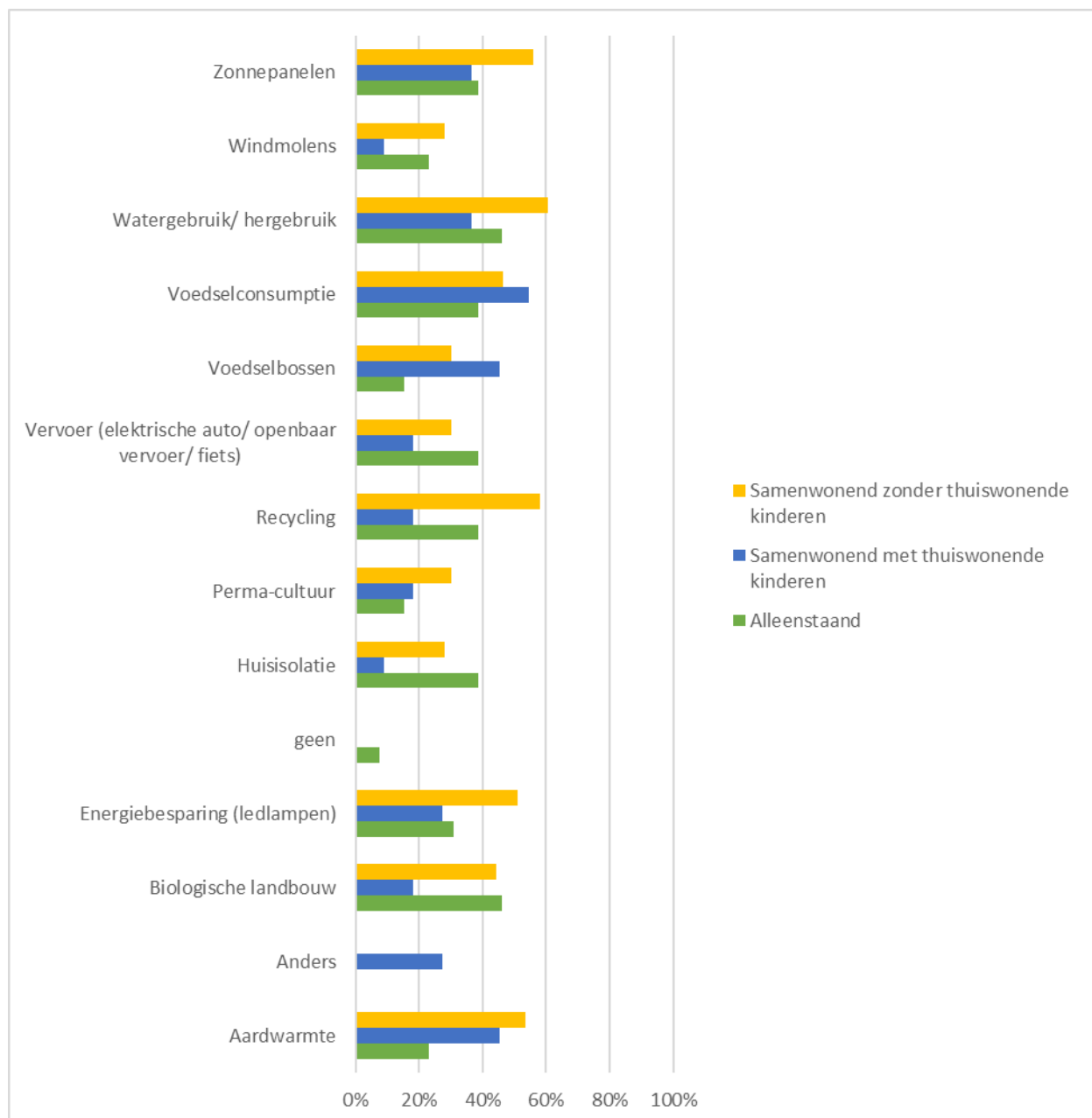
Figuur 78: Welke interesses hebben de respondenten in de verschillende leeftijdscategorieën. (21 - 29 N=1, 40 - 49 N=9, 50 - 59 N=16, 60 - 69 N=28, 70 of ouder N=14)

In de leeftijdscategorie 40 – 49 is er voornamelijk interesse in zonnepanelen. Respondenten in de leeftijdscategorie 50 – 59 zijn voornamelijk geïnteresseerd in watergebruik. In de leeftijdscategorie 60 – 69 hebben ze vooral interesse in zonnepanelen en aardwarmte. Respondenten van 70 en ouder hebben interesse in watergebruik/hergebruik en voedselconsumptie. Er was 1 respondent in de leeftijdscategorie 21-29 en geen in de categorieën 18-20 en 30-39.

Welke interesses heeft de alleenstaande, een gezin met samenwonende kinderen en een gezin zonder samenwonende kinderen.

Er waren geen respondenten die een gezinssamenstelling hadden die alleenstaand met kinderen was

Één respondent had een gezinssamenstelling anders dan de aangegeven opties. Deze respondent gaf de volgende antwoorden: Zonnepanelen, Windmolens, Recycling, Aardwarmte, Voedselconsumptie, Biologische landbouw, Watergebruik/ hergebruik, Huisisolatie, Vervoer (elektrische auto/ openbaar vervoer/ fiets), Energiebesparing (LED lampen), Perma-cultuur en Voedselbossen

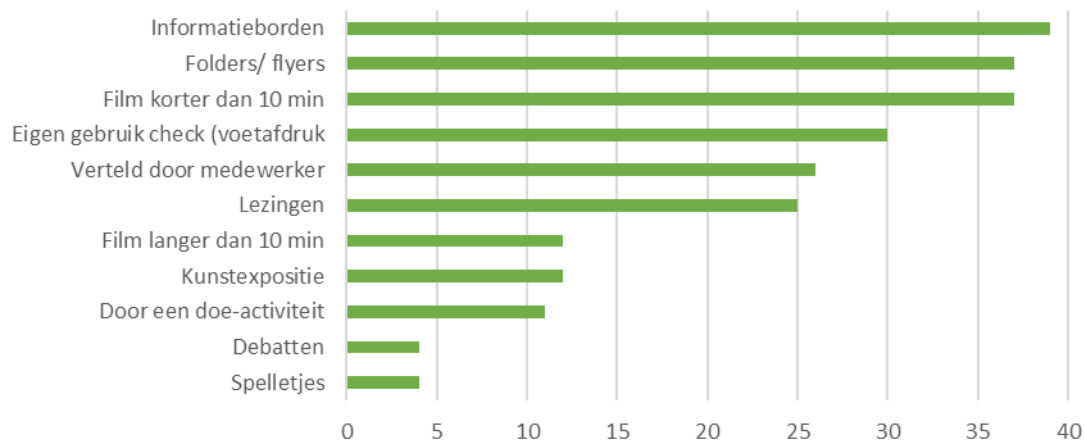


Figuur 79: Respons Alleenstaand (N=13), gezinnen met (N=11) en gezinnen zonder thuiswonende kinderen (N=43)

Gezinnen zonder thuiswonende kinderen hebben voornamelijk interesse in watergebruik/hergebruik, recycling en zonnepanelen. Gezinnen met thuiswonende kinderen hebben interesse in voedselconsumptie, voedselbossen en aardwarmte. Alleenstaanden hebben interesse in watergebruik/hergebruik en biologische landbouw.

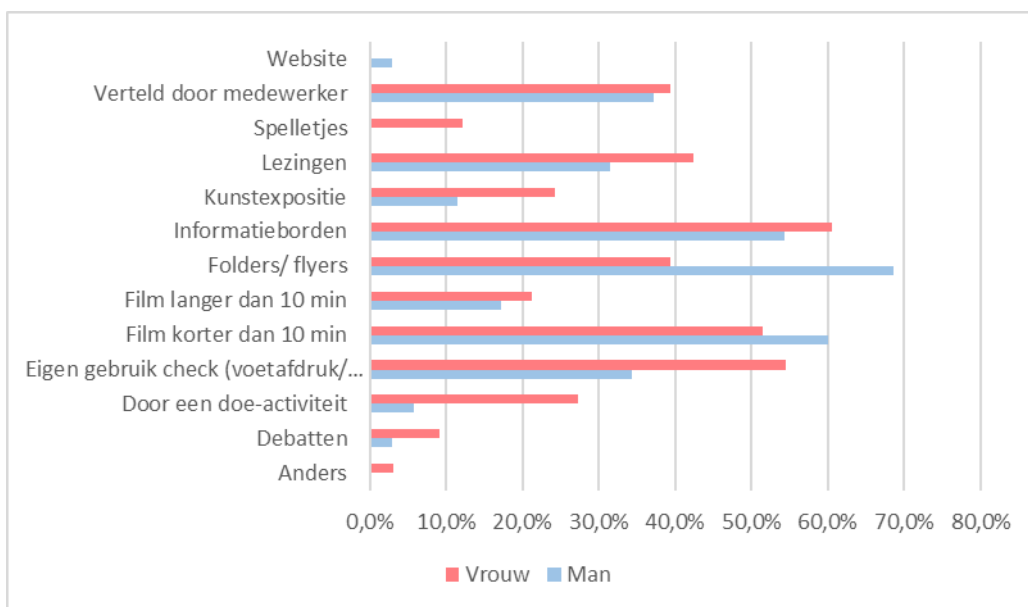
7.7. In welke vorm zouden de respondenten de informatie gepresenteerd willen zien

Informatieborden, folders/flyers en een film korter dan 10 minuten worden het vaakst genoemd. Spelletjes, debatten en doe activiteiten zijn minder vaak genoemd.



Figuur 80: Vorm van presenteren (N = 68)

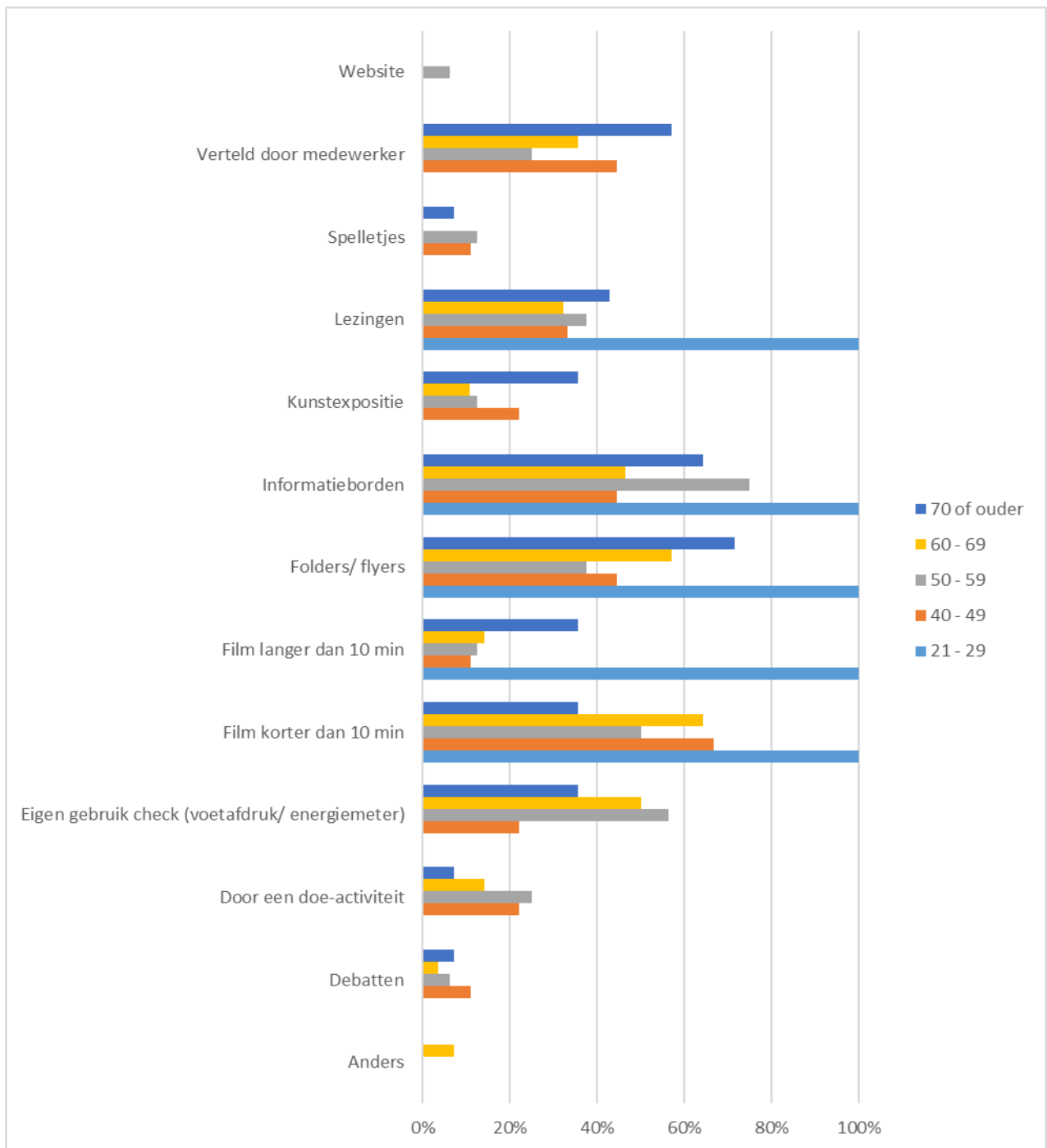
Op welke manier willen mannen en vrouwen informatie zien in het centrum?



Figuur 81: Respons man (N=35) / vrouw (N=33)

Mannen en vrouwen zien beide de informatie graag in de vorm van een informatiebord en/of films korter dan 10 minuten. Vrouwen onderscheiden zich door ook interesse te hebben in een eigengebruik check en mannen hebben liever folders/flyers.

Op welke manier willen respondenten in de verschillende leeftijdscategorieën de informatie gepresenteerd zien in het centrum?



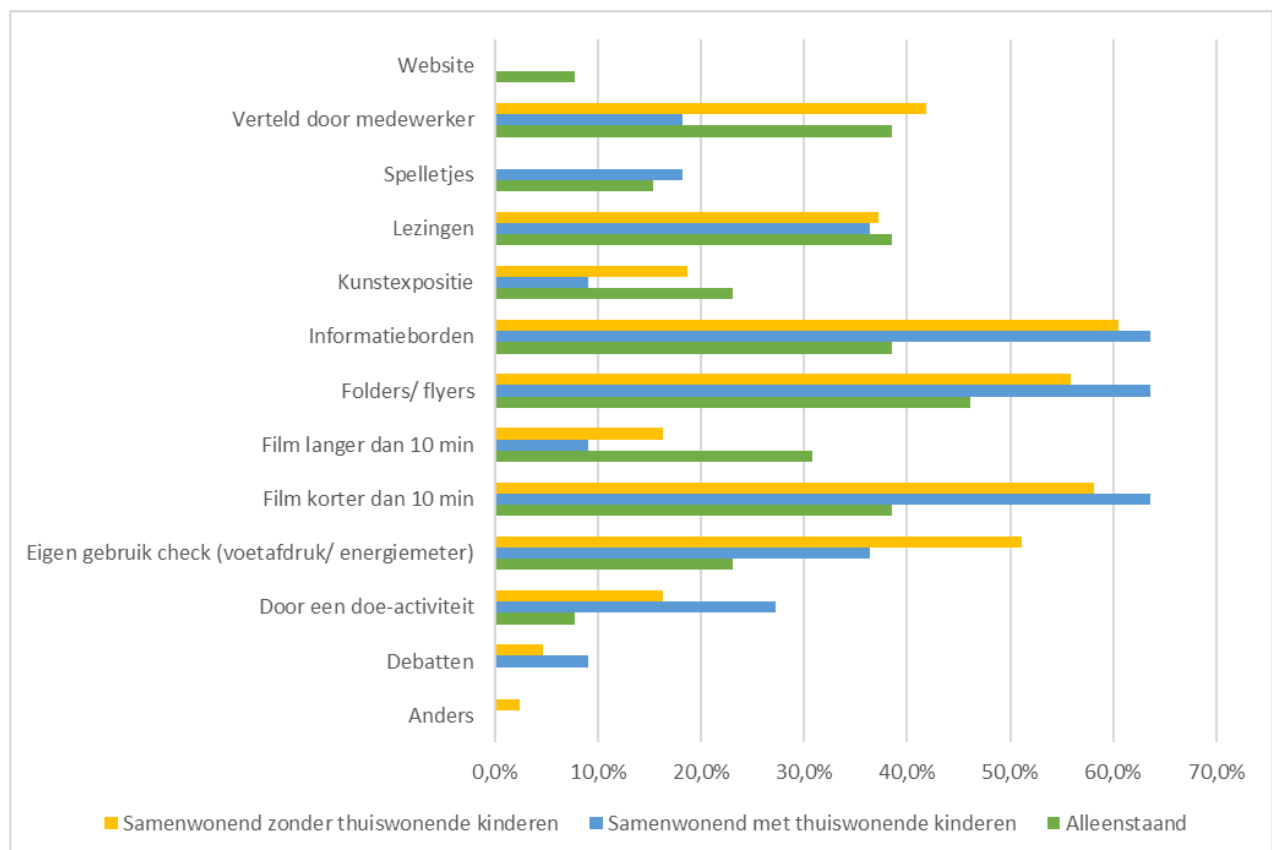
Figuur 82: Op welke manier willen respondenten in de verschillende leeftijdscategorieën de informatie gepresenteerd zien in het centrum? (21 - 29 N=1, 40 - 49 N=9, 50 - 59 N=16, 60 - 69 N=28, 70 of ouder N=14)

De leeftijdscategorieën 40 – 49, 50 – 59 en 60 – 69 zouden de informatie graag zien in de vorm van een film korter dan 10 minuten. Daarnaast zien de respondenten van leeftijdscategorie 40 – 49 ook graag informatie in de vorm van informatieborden, folders/flyers en verteld door een medewerker. Respondenten in de leeftijdscategorieën 50 – 59 en 60 – 69 doen ook graag een eigengebruik check. Respondenten van 70 en ouder zouden de informatie graag zien in folders/flyers, informatieborden of verteld door een medewerker. Er was 1 respondent in de leeftijdscategorie 21-29 en geen in de categorieën 18-20 en 30-39.

Op welke manier wil de alleenstaande, een gezin met samenwonende kinderen en een gezin zonder samenwonende kinderen de informatie gepresenteerd zien in het centrum?

Deze drie categorieën zijn gecombineerd in één figuur omdat er geen respondenten waren die een gezinssamenstelling hadden die alleenstaand met kinderen was.

Één respondent had een gezinssamenstelling anders dan de aangegeven opties. Deze respondent gaf de volgende antwoorden: eigen gebruik check (voetafdruk/ energiemeter), informatieborden, verteld door medewerker, debatten, film korter dan 10 min en film langer dan 10 min



Figuur 83: Respons Alleenstaand (N=13), gezinnen met (N=11) en gezinnen zonder thuiswonende kinderen (N=43)

Zowel gezinnen met als zonder thuiswonenden kinderen zien de informatie gepresenteerd in de vorm van informatieborden, folders/flyers en films korter dan 10 min. Alleenstaanden hebben een brede interesse maar hebben het liefst informatie gepresenteerd in de vorm van een folder/flyer.

7.8. Zou de respondent mee willen doen aan buiten activiteiten

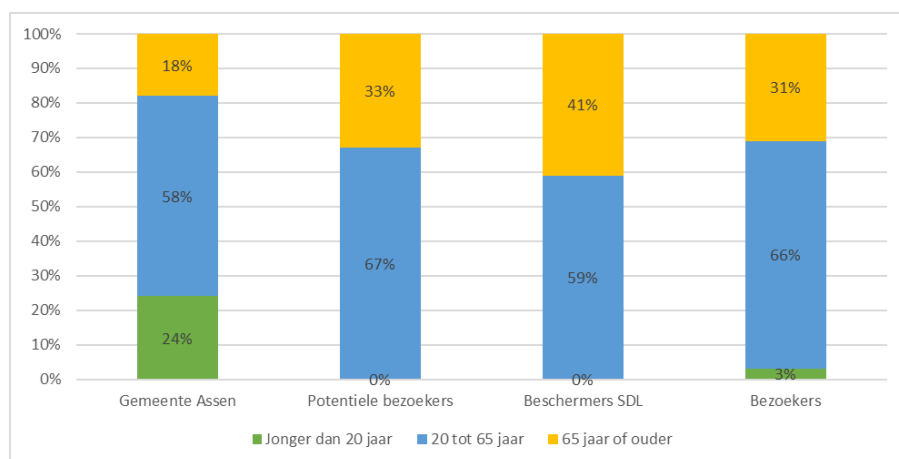
De meerderheid van de respondenten (33) geeft aan niet mee te willen doen aan een buitenactiviteit (score 1 en 2). 22 respondenten geven aan misschien mee te willen doen (score 3) en 13 respondenten willen wel mee doen aan een buiten activiteit (score 4 en 5).

8. Vergelijkingen

In dit hoofdstuk worden er vergelijkingen gemaakt tussen verkregen data van enquêtes en tussen verkregen data van enquêtes en data van CBS, gemeente Assen en elders van het internet.

Leeftijd van de respondenten

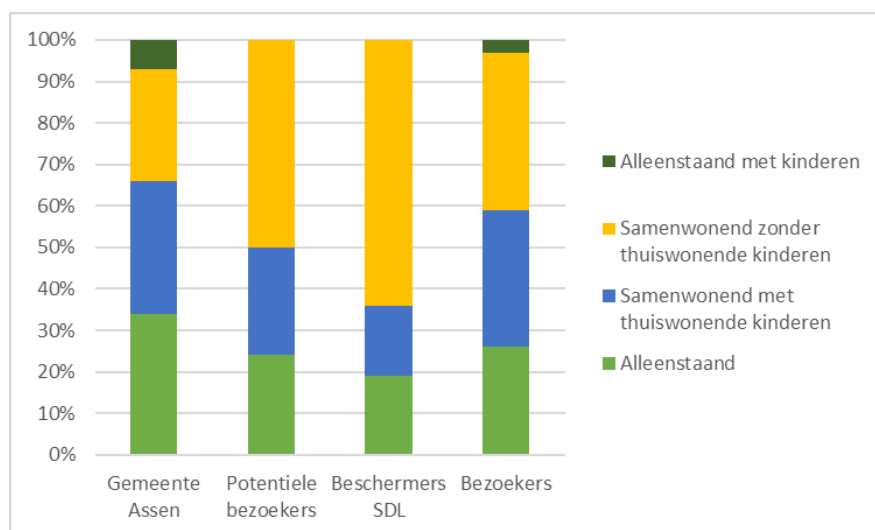
Het aantal respondenten met een leeftijd tot 20 jaar ligt lager dan het gemiddelde van gemeente Assen. Dit komt omdat de respondenten van de enquête minimaal een leeftijd van 18 jaar hadden. In het gemiddelde van de gemeente zijn ook alle inwoners onder de 18 meegenomen. Het aantal respondenten van 65 jaar of ouder ligt hoger dan het gemiddelde aantal van de gemeente Assen. Het aantal respondenten van 65 jaar en ouder dat lid is van Stichting Het Drentse Landschap is opvallend hoog.



Figuur 84: Respondenten vergeleken met gemiddelde van Assen

Gezinssamenstelling

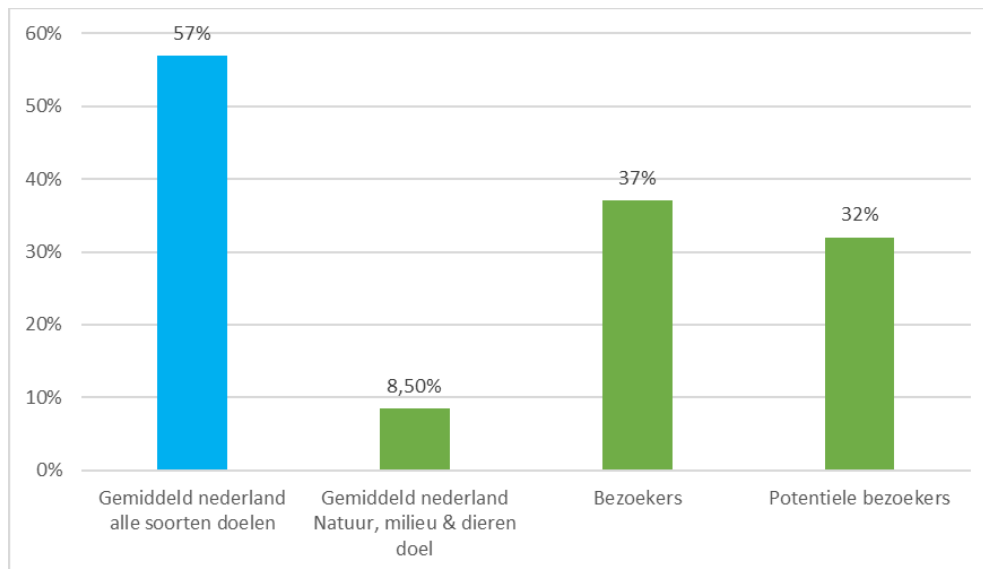
Bij alle respondenten groepen waren het aantal respondenten met het antwoord: samenwonend zonder thuiswonende kinderen vaker genoemd dan het gemiddelde in de gemeente Assen. Opvallend is het aantal respondenten die lid zijn van Stichting Het Drentse Landschap met een gezinssamenstelling met thuiswonende kinderen, dit is veel lager dan het gemiddelde van Assen.



Figuur 85: Gezinssamenstelling

Lidmaat-/donateurschap natuur-/milieuorganisatie

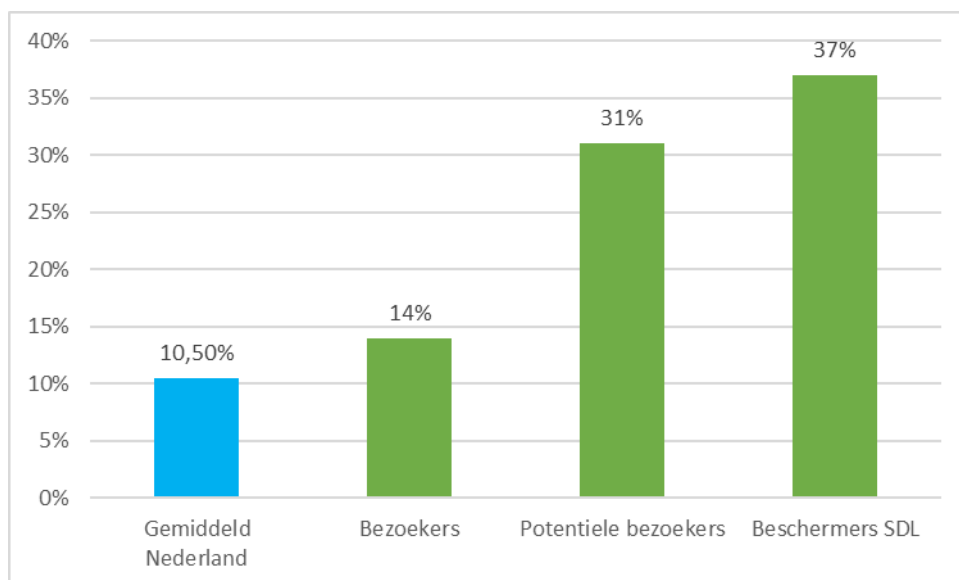
Gemiddeld genomen is 57% van Nederland lid of donateur van een goede doelenorganisatie. Onder deze 57% is maar 8,5% lid van een goed doel in de groene sector (Feiten en cijfers, 2017). Onder de respondenten bezoekers is 37% lid van een natuur-/milieuorganisatie en onder potentiële bezoekers is 32% lid van een natuur-/milieuorganisatie.



Figuur 86: Lidmaatschap

Gebruik zonnepanelen

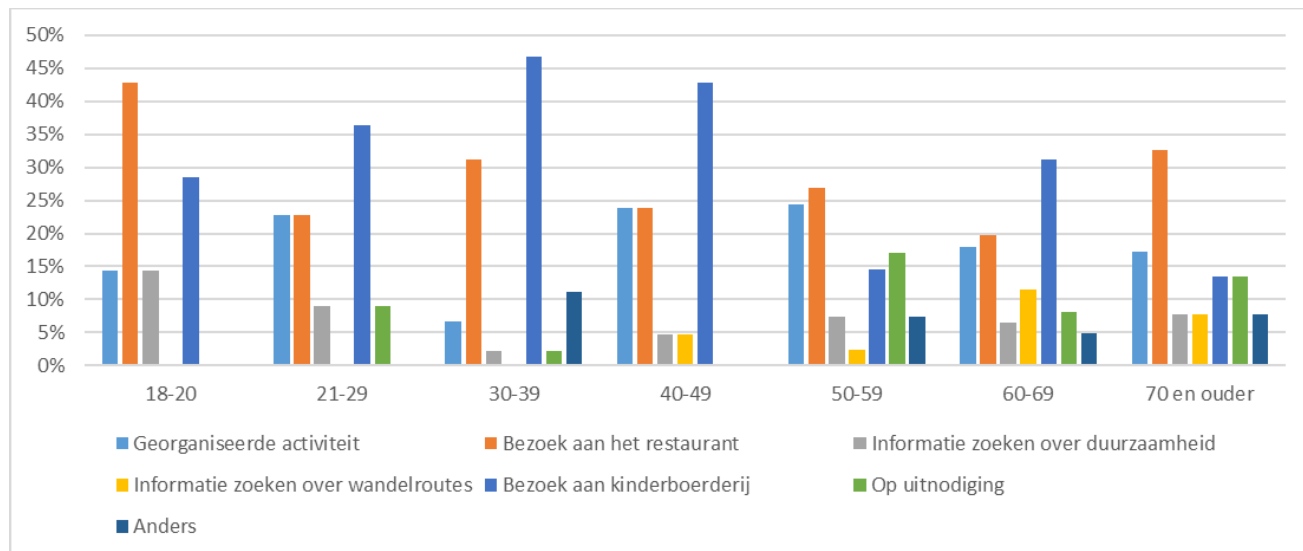
Uit het bericht van de Groene Courant blijkt 10,5% van de bevolking in het bezit te zijn van zonnepanelen (1,8 miljoen gedeeld door 17 miljoen Nederlanders) (Groene Courant, 2016). 14% van de respondenten geënquêteerd in/bij het duurzaamheidscentrum bezit zonnepanelen. Respondenten buiten het centrum (31%) en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap (37%) hebben gemiddeld gezien vaker zonnepanelen.



Figuur 87: Zonnepanelen

Leeftijdscategorieën vergeleken met redenen van komst

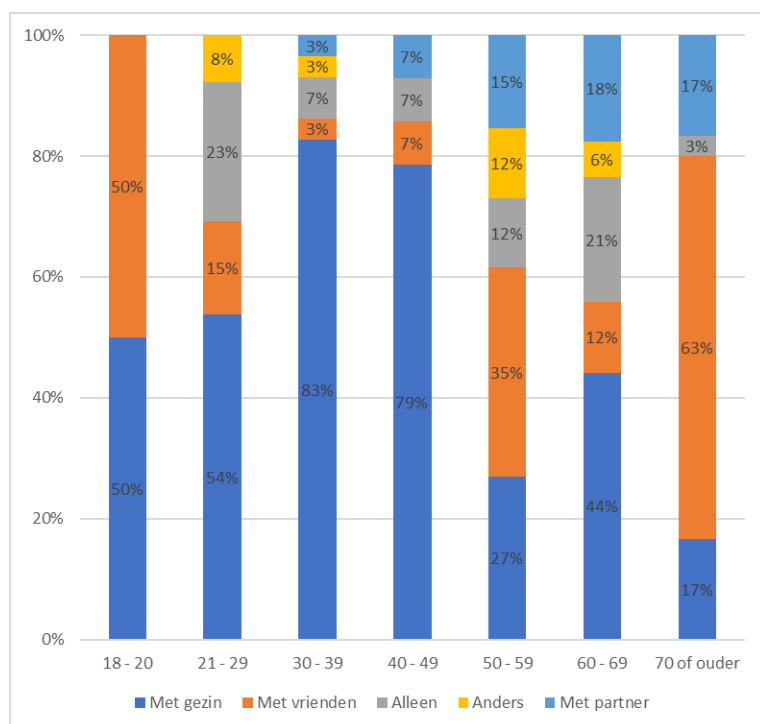
Meest genoemde redenen zijn: bezoek aan het restaurant, bezoek aan kinderboerderij en georganiseerde activiteit. Opvallend is dat pas vanaf de leeftijd van 40 jaar ook informatie zoeken over wandelroutes wordt genoemd. Informatie zoeken over duurzaamheid wordt dan weer vaker aangegeven in de leeftijden tot 30 jaar.



Figuur 88: Reden van komst per leeftijdscategorie

In welke samenstellingen komen de verschillende leeftijden.

Voornamelijk de leeftijdscategorieën 30-39 en 40-49 gaven aan in gezinssamenstelling te komen. 70 en ouder komt voornamelijk met vrienden.



Figuur 89: Samenstellingen van de verschillende leeftijden.

9. Discussie

In dit hoofdstuk komen alle punten van discussie aan bod met betrekking tot de methoden en de resultaten die uit het onderzoek voortkwamen.

9.1 Methoden Discussie

De enquête (vraagstelling)

Tijdens het enquêteren kwamen er een aantal afwijkende zaken naar voren die vooraf niet ingecalculeerd waren. De volgende punten komen daardoor in aanmerking voor de discussie:

- *Bent u lid van een natuur-/milieuorganisatie.* De meerderheid van de respondenten die ja antwoordde is niet per direct lid van een dergelijke organisatie omdat je voor veel alleen donateur kan zijn. Onder deze vraag vallen dus leden en donateurs. Daarnaast bestaat er ook een kans dat men denkt lid te zijn van een natuur-/milieuorganisatie omdat ze lid zijn op een blad of ander soort abonnement dat wordt uitgegeven door een natuur-/milieuorganisatie.
- *Hoe vaak heeft u het duurzaamheidscentrum al bezocht?* Het centrum was ten tijde van de enquête nog geen jaar open. Dit kan ervoor gezorgd hebben dat respondenten nog niet de gelegenheid gehad hebben om vaker dan 1 keer het centrum te bezoeken.
- *Zou u ook willen deelnemen aan buitenactiviteiten.* Deze vraag heeft per ongeluk een antwoordschaal van 1 tot 5 gekregen waarin 3 een duidelijk midden is. Als je dit invult geef je eigenlijk geen nee of ja antwoord op deze vraag. De bedoeling was een 1 tot 6 schaal te hanteren zodat de respondent eigenlijk wel een kant moest kiezen. Nu is er in de resultaten een misschien antwoord opgenomen waarbij iedereen die 3 antwoordde in deze categorie valt.
- *Gezinssamenstelling van de bezoeker +samenstelling bij bezoek.* Er is na deze vraag niet doorgevraagd aan de respondenten die een gezin met thuiswonende kinderen hebben, hoe oud deze kinderen zijn. Het had van pas kunnen komen als er was gevraagd van welke leeftijd de thuiswonende kinderen waren geweest. Dit kwam na het enquêteren pas aan de orde.
- *Wat is de reden van uw bezoek?* Deze vraag is veelvuldig beantwoord met bezoek aan restaurant en bezoek aan kinderboerderij. De bezoekers hadden dus geen directe interesse in het centrum en de antwoorden die zij daarna over het centrum invulden kunnen daarom onjuist of minder betrouwbaar zijn.
- *Heeft u weleens een duurzaamheidscentrum bezocht.* Deze vraag had specifiek moeten aangeven dat het om andere centra zou moeten gaan dan die in Assen. Nu hebben een aantal mensen deze enquête ingevuld die eigenlijk een bezoekers enquête hadden moeten invullen omdat er nu vragen niet passend waren met dit gegeven antwoord. Echter was dit aandeel respondenten zo klein dat het weinig invloed heeft op de betrouwbaarheid.
- *Buitenactiviteiten deelname.* De respondenten van de potentiële bezoekers enquête hebben deze vraag ingevuld terwijl het buiten behoorlijk slecht weer was. Het kan zijn dat deze omstandigheden hebben geleid tot het negatief invullen van deze vraag. Toch acht ik deze invloed zeer klein.

Manier van afnemen

- *De enquête voor bezoekers.* Tijdens het afnemen is vrijwel iedereen die aanwezig was in het centrum gevraagd om een enquête in te vullen. Eenmaal is dit afgewezen. Er werd geen

onderscheid gemaakt tussen mannen en vrouwen en alle leeftijden zijn aangesproken (met de minimale grens van 18 jaar). Door gebruik te maken van de papieren enquête konden meerdere mensen tegelijk invullen wat het afnemen vergemakkelijkte. Echter is er wel een selectie in dagen geweest. Door arbeid verplichtingen kon niet op elke doordeweekse dag geënuquêteerd worden door de onderzoeker. Daarom was er aan de vrijwilligers van het centrum gevraagd dit op zich te nemen. Dit leverde slechts enkele enquêtes op en heeft ervoor gezorgd dat er op die dagen mensen niet geënuquêteerd is. Dit geldt ook voor het weekend.

Na het overhandigen van de enquête aan de geënuquêteerde werd veelal een flinke afstand genomen om de invuller zich zo vrij mogelijk te laten voelen. Het neemt echter niet weg dat er een kans bestaat dat de geënuquêteerde zich niet volledig vrij voelde en daarom bestaat er een kans dat de geënuquêteerde sociaal wenselijke antwoorden heeft ingevuld. Een aantal van de deelnemers vulden de enquête in met elkaar. Zo vulden ze wel allen zelf een formulier in maar werd er overlegd tussen beiden. Ook deze situaties kunnen hebben geleid tot sociaal wenselijke antwoorden.

- *De enquête voor potentiële bezoekers.* Tijdens het afnemen is er op diverse plekken in de stad Assen geënuquêteerd. Echter was er een dag markt en dit heeft tot gevolg gehad dat de gemiddelde leeftijd behoorlijk hoger was dan normaal omdat er weinig jonge mensen op de markt aanwezig waren. Ook bleek dat we niet mochten enquêteren rond de markt, omdat een van de marktkoopmannen het niet eens was met onze aanwezigheid. Er is toen gekozen om op een ander plein te enquêteren maar dit leverde bijna geen respons op.
- *De enquête voor “beschermers” van Stichting Het Drentse Landschap.* Er is voor gekozen om alle beschermers aan te schrijven die woonachtig zijn in de volledige provincie Drenthe. Deze zijn benaderd via e-mail. Het is aannemelijk dat hierdoor beschermers zonder computer of waar het email adres niet van bekend is niet zijn meegenomen in de afname.

9.2. Resultaten discussie

In dit hoofdstuk wordt de discussie opgesplitst in een deel voor de bezoekers enquête (9.2.1.), de potentiële bezoekers enquête (9.2.2.), de beschermers van Stichting Het Drentse Landschap (9.2.3.) en resultaten na vergelijkingen (9.2.4.). Omdat er niet gesproken kan worden voor alle bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers wordt er gesproken over respondenten.

9.2.1. Resultaten discussie enquête bezoekers

Wat doen respondenten al aan duurzaamheid?

Opvallend in de resultaten verschillen tussen man en vrouw is dat de vrouw eerder aangeeft aan kliekjes eten doet en de man vaker aangeeft iets te doen aan groene stroom en huisisolatie. Uit onderzoek van Bindinc blijkt dat dit overeen komt met hun resultaten waarin mannen vaker de beslissing maakt over grote aankopen en de vrouw vooral gaat over de kleine aankopen (Bindinc, 2011).

In de resultaten van 18 – 20 jarige hadden de respondenten geantwoord geen inkopen te doen van duurzame producten. Dit zou kunnen komen doordat deze doelgroep nog niet zelfstandig woont maar kan ook komen door het lage aantal respondenten in deze groep.

Gezinnen zonder thuiswonende kinderen antwoorden dat ze vaker iets aan zonnepanelen en biologische/ eco boodschappen doen. Uit cijfers van het CBS blijkt dat gezinnen zonder thuiswonende kinderen meer te besteden hebben (CBS, 2003). Uit onderzoek van het duurzaamheidskompas blijkt dat hun respondenten op de 1^e plek graag zouden zien dat gezond en duurzaam voedsel goedkoper is (Duurzaamheidskompas, 2017). Gezinnen die dus geen kinderen hebben, hebben meer te besteden en zouden dus minder hinder kunnen ondervinden van de hogere prijzen die gerekend worden voor gezonde/duurzame producten. Gezinnen met kinderen bestaan daarnaast uit meer personen in het totale huishouden wat dus meer boodschappen betekent dan wanneer het maar om twee personen gaat. Om dan ook nog duurdere biologische boodschappen te kopen lopen de kosten te snel op.

Wat is de reden voor het bezoek?

Uit de testen uitgevoerd in SPSS is duidelijk geworden dat respondenten uit de leeftijdscategorie 30-39 en 60-69 voornamelijk naar het centrum komen omdat ze een bezoek brengen aan de kinderboerderij. Dit zou kunnen omdat deze leeftijden met kinderen of kleinkinderen naar de kinderboerderij gaan. Uit tabel 89 in hoofdstuk 8. Vergelijkingen blijkt echter dat de leeftijdscategorie 60-69 minder vaak in gezinssamentelling naar het centrum komt dan in de samenstelling met vrienden. De reden waarom ze specifiek voor de kinderboerderij komen kan daarom uit deze gegevens niet verklaard worden.

Welke onderwerpen hebben de interesse van de respondenten?

Vrouwen geven vaker aan interesse te hebben in voedselconsumptie. Ook deze uitkomst valt te verklaren aan de hand van het onderzoek gedaan door Bindinc die aangeeft dat vrouwen vaker gaan over de beslissing van kleine aankopen waaronder de boodschappen (Bindinc, 2011). Mannen daarentegen willen meer informatie over zonnepanelen en watergebruik/hergebruik. Iets waar grote investeringen voor nodig zijn.

Opvallend is dat de groep 21 – 29 jarigen veel interesse heeft in de onderwerpen recycling, voedselconsumptie en watergebruik/hergebruik. Dit zou te maken kunnen hebben met dat de respondenten van deze leeftijd op zichzelf gaan wonen. Ze worden dan ineens verantwoordelijk voor hun eigen inkopen, gebruik/hergebruik en aankopen (Graaf & Loozen, 2006).

In welke vorm zouden de respondenten de informatie gepresenteerd willen zien?

Opvallend is het grote verschil bij spelletjes. Vrouwen geven dit vaker aan als gewenste vorm dan mannen. Ook blijkt dat dit tot leeftijdscategorie 40-49 het meest gegeven antwoord is. Er kan geen verklaring hiervoor gevonden worden in externe literatuur. Wel kan gedacht worden dat respondenten na 49 jaar meer moeite zouden kunnen hebben bij het uitvoeren van spelletjes.

Gezinnen met thuiswonende kinderen gaven eveneens aan graag spelletjes te doen als informatie vorm. Veel vaker dan de respondenten zonder kinderen. Evenals doe activiteiten. Dit is uiteraard te verklaren omdat er kinderen bij zijn betrokken die graag een spelletje doen.

9.2.2. Resultaten discussie enquête potentiële bezoekers

Wat doet de respondent al aan duurzaamheid?

Tussen mannen en vrouwen is er een opvallend verschil als het gaat om zonnepanelen. Mannen geven aan vaker aan zonnepanelen te doen dan vrouwen en bij de inkoop en gebruik van ecologische producten is er een groot verschil zichtbaar waarbij de vrouw het vaker al doet dan de man. Dit is te verklaren aan de hand van het onderzoek wat Bindinc heeft gehouden waarbij blijkt dat mannen juist gaan over de aanschaf van grote/dure producten en vrouwen juist over de kleine dagelijkse dingen (Bindinc, 2011).

Opvallend is dat gezinnen met thuiswonende kinderen hoog scoren op temperatuur lager zetten en waterbesparing. Daarnaast scoren ze ook beduidend hoger op biologische/ eco boodschappen doen wat totaal in gaat tegen de bevindingen die aangekaart zijn in het onderzoek van het CBS (CBS, 2003) en Duurzaamheidskompas (Duurzaamheidskompas, 2017) die stellen dat gezonde/duurzame producten duurder worden bevonden en dat gezinnen zonder kinderen meer te besteden zouden hebben.

Welke onderwerpen hebben de interesse van de respondenten?

Mannen hebben voornamelijk interesse in zonnepanelen, vervoer en aardwarmte. Deze onderwerpen komen overeen met grote beslissingen en wordt ondersteund door het onderzoek gedaan door Bindinc die stelt dat mannen over grote aankopen beslissen en vrouwen juist over de kleinere. Vrouwen hebben meer interesse in voedselconsumptie en recycling en dit past dus perfect bij de uitkomsten van het onderzoek van Bindinc (Bindinc, 2011).

60% van de respondenten die een gezin heeft zonder thuiswonende kinderen geeft aan geïnteresseerd te zijn in aardwarmte. Dit is de helft meer dan de andere samenstellingen. Bij zonnepanelen scoren juist de andere samenstellingen hoger dan de gezinnen zonder thuiswonenden kinderen. Beide zijn niet te verklaren maar kunnen wel voor de aanbevelingen betekenis hebben.

In welke vorm zouden de respondenten de informatie gepresenteerd willen zien?

Mannen hebben opvallend vaak aangegeven informatieborden te willen zien. Vrouwen geven aan vooral folders/flyers te willen als informatie vorm. Hier is geen verklaring voor te vinden in externe literatuur. Ook alleenstaanden geven aan voornamelijk informatie te willen zien in de vorm van

folders/flyers. Het grootste deel van de alleenstaanden uit dit onderzoek zijn vrouw, dit verklaart waarom de antwoorden van de alleenstaande grotendeels overeen komt met de antwoorden die de vrouwen gaven.

9.2.3. Resultaten discussie enquête beschermers van Stichting Het Drentse Landschap

Wat doen de respondenten al aan duurzaamheid?

Opvallend is dat de vrouwen veel vaker iets doen aan duurzaamheid dan de mannen. De verdeling man en vrouw was bijna gelijk dus daar kan het verschil niet door verklaard worden. Uit deze resultaten blijkt dat vrouwen die lid zijn van Stichting Het Drentse Landschap gewoon vaker en meer aan duurzaamheid doen dan de mannen.

Uit de vergelijking met de samenstellingen blijkt dat er weinig verschil zit tussen de antwoorden van gezinnen met en zonder thuiswonende kinderen. Dit strookt met het onderzoek van Bindinc die stelt namelijk dat gezinnen zonder thuiswonenden kinderen meer te besteden hebben (Bindinc, 2011). Bij de respondenten onder de beschermers van Stichting Het Drentse Landschap is dat dus echter niet zo. Beide lijken evenveel te doen aan duurzaamheid en dus ook gelijk te investeren.

Welke onderwerpen hebben de interesse van de respondenten?

Mannen hebben voornamelijk interesse in zonnepanelen en aardwarmte. Deze onderwerpen komen overeen met grote beslissingen en wordt ondersteund door het onderzoek gedaan door Bindinc die stelt dat mannen over grote aankopen beslissen en vrouwen juist over de kleinere. Vrouwen hebben meer interesse in voedselconsumptie en recycling en past in dus perfect bij de uitkomsten van het onderzoek van Bindinc (Bindinc, 2011).

Gezinnen zonder thuiswonende kinderen scoren hoger op vrijwel alle onderwerpen dan de gezinnen met thuiswonende kinderen dit kan verklaard worden door het onderzoek van CBS waarin staat dat gezinnen zonder thuiswonende kinderen meer te besteden hebben (CBS, 2003). Uitzondering is op voedselconsumptie en voedselbossen. Hiervoor is geen verklaring gevonden in externe literatuur.

In welke vorm zouden de respondenten de informatie gepresenteerd willen zien?

Tussen mannen en vrouwen is er weinig verschil tussen de voorkeuren van presentatie vorm. Mannen willen de informatie wel vaker zien in de vorm van folders/flyers en/of een film korter dan 10 min. maar dit is niet te verklaren aan de hand van externe literatuur.

Gezinnen met thuiswonende kinderen geven aan vooral de informatie te zien in de vorm van informatieborden, folders/flyers en films korter dan 10 minuten. Dit is anders dan de andere doelgroepen waarbij gezinnen met kinderen graag spelletjes of doe activiteiten deden. Dit kan te verklaren zijn aan het feit dat de meeste respondenten die lid zijn van Stichting Het Drentse Landschap een leeftijd hebben tussen de 50 en 69. Dit kan dan verklaard worden aan de hand van dat de thuiswonende kinderen ook een hogere leeftijd hebben. Omdat niet doorgevraagd is hoe oud de thuiswonende kinderen zijn kan hier geen zekerheid aan gekoppeld worden.

9.2.4. Resultaten discussie vergelijkingen.

- *Leeftijd van de respondent.* Opvallend is de lage percentage respondenten onder de leeftijd van 20 jaar vergeleken met het gemiddelde van Assen. Dit valt te verklaren door het feit dat de respondenten van de enquêtes een leeftijd van minimaal 18 jaar hadden en dat alles daaronder in dit onderzoek niet is mee genomen.
- *Gezinssamenstelling.* Opvallend is de uitschieterende lijn van beschermers van Stichting Het Drentse Landschap. Reden dat deze vaker een gezinssamenstelling hadden zonder thuiswonende kinderen kan verklaard worden door de hogere leeftijd van deze respondenten. Zoals in figuur 103 zichtbaar is hadden de meeste respondenten een leeftijd van 50 jaar of ouder. De kinderen zijn dan in de meeste gevallen het huis al uit.

10. Conclusie

In dit hoofdstuk zal antwoord worden gegeven op de subvragen die tezamen antwoord zullen geven op de hoofdvraag van het onderzoek. Eerst wordt beschreven wat het bezoekersprofiel is en welk profiel ze hebben ten aanzien van duurzaamheid. Vervolgens wordt besproken welke praktische voorkeuren bezoekers en potentiële bezoekers hebben. Omdat er niet gesproken kan worden voor alle bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers wordt er gesproken over respondenten.

10.1. Wat is het algemeen- en duurzaamheids-profiel van de bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap?

Bezoekersprofiel van bezoekers.

Een gemiddelde bezoeker van het duurzaamheidscentrum is een man of vrouw (evenredige kans) met een leeftijd tussen de 30 – 39 of 50 – 69. Bezoekers zijn veelal afkomstig uit de directe omgeving van het centrum (gemeente Assen).

De bezoekers vinden duurzaamheid belangrijk (geven een 4 of hoger op een schaal van 1 tot 6). Thuis doen de bezoekers ook al veel aan duurzaamheid. Afval scheiden, huisisolatie, kliekjes eten, slimme thermostaat en LED lampen worden veelvuldig gebruikt en/of gedaan door bezoekers. Bezoekers zijn bekend met warmetruiendag, NL doet en boomplantdag. Dag van de Duurzaamheid is minder bekend maar dag van de aarde is het minst bekend.

Bezoekersprofiel van potentiële bezoekers.

Een gemiddelde potentiële bezoeker kan een man of vrouw zijn (evenredige kans) die een leeftijd heeft tussen de 40 en 69. De potentiële bezoeker komt uit de nabije omgeving van het duurzaamheidscentrum te Assen.

De gemiddelde potentiële bezoekers vinden duurzaamheid belangrijk en geven een 4 of hoger op een schaal van 1 tot 6. Ze passen thuis zelf duurzaamheid toe met afval scheiden, slimme thermostaat, LED-lampen en huisisolatie. De potentiële bezoeker is ook bereid nog meer duurzaamheid toe te passen in zijn/haar leven. Potentiële bezoekers zijn bekend met NL doet, boomplantdag en warmetruiendag. Dag van de Duurzaamheid is het minst bekend. Ze zijn niet bekend met het duurzaamheidscentrum in Assen en hebben het centrum dus ook nog niet bezocht.

Bezoekersprofiel van beschermers van Stichting Het Drentse Landschap.

Een gemiddelde lid van Stichting Het Drentse Landschap kan een man of vrouw zijn (evenredige kans) die een leeftijd heeft tussen de 60 en 69 of is 70 +. Een lid van Stichting Het Drentse Landschap komt uit de nabije omgeving van het duurzaamheidscentrum te Assen.

Beschermers van Stichting Het Drentse Landschap vinden duurzaamheid belangrijk en geven een 4 of hoger op een schaal van 1 tot 6. Ze passen thuis zelf duurzaamheid toe met afval scheiden, huisisolatie, LED-lampen, kliekjes eten en groene stroom. Een lid van Stichting Het Drentse Landschap is ook bereid nog meer duurzaamheid toe te passen in zijn/haar leven. Beschermers van Stichting Het Drentse Landschap zijn bekend met boomplantdag, NL doet en warmetruiendag. Dag van de Duurzaamheid is minder bekend maar dag van de Aarde is het minst bekend. Een gemiddelde beschermer is wel bekend met het centrum maar geeft aan dat het nog niet tot een bezoek heeft geleid.

10.2. Wat zijn de praktische voorkeuren van de bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap?

Van bezoekers.

Voorkeuren voor bezoekdagen zijn de zondag, zaterdag, vrijdag en woensdag. Een bezoek tussen 11:00 en 13:00 past de bezoeker het best. Als de bezoeker naar het centrum komt doet ze dit voornamelijk met de auto. Een bezoeker heeft het meest interesse in de onderwerpen voedselconsumptie, recycling, watergebruik/hergebruik en energiebesparing. Al deze onderwerpen zien ze het liefst gepresenteerd in een filmpje korter dan 10 minuten, spelletjes, informatieborden en door doe-activiteiten.

Van potentiële bezoekers.

Als de potentiële bezoeker een duurzaamheidscentrum bezoekt dan zouden ze daar het liefst informatie vinden over zonnepanelen, aardwarmte, voedselconsumptie en recycling. De informatie zien ze dan het liefst in een film korter dan 10 minuten, folders/flyers, informatieborden of via een eigen gebruik check. Een bezoek aan een centrum doen ze het liefst op een maandag of zaterdag en dan past het het best tussen 13:00 en 15:00.

Van beschermers van Stichting Het Drentse Landschap.

Als een lid van Stichting Het Drentse Landschap een duurzaamheidscentrum bezoekt dan zou deze daar het liefst informatie vinden over watergebruik/hergebruik, zonnepanelen, recycling en voedselconsumptie. De informatie zien ze dan het liefst gepresenteerd in de vorm van informatieborden, folders/flyers, film korter dan 10 minuten of via een eigen gebruik check. Een bezoek aan een centrum doen ze het liefst op een maandag of zaterdag en dan past het het best tussen 11:00 en 15:00.

10.3. Hoofdvraag: Wat zijn de verwachtingen van bezoekers, potentiële bezoekers en beschermers van Stichting Het Drentse Landschap ten aanzien van het duurzaamheidscentrum in Assen?

Van bezoekers.

Bezoekers verwachten dat het duurzaamheidscentrum open is tussen 11:00 en 13:00 op woensdag, vrijdag, zaterdag en zondag. Ze verwachten ook parkeerplek aangezien ze voornamelijk met de auto komen. In het centrum verwachten ze informatie over voedselconsumptie, recycling, water-/hergebruik en energiebesparing. Informatie hierover verwachten ze te zien in de vorm van filmpje korter dan 10 minuten, spelletjes, informatieborden en door doe-activiteiten.

Van potentiële bezoekers.

Potentiële bezoekers verwachten dat het duurzaamheidscentrum open is tussen 13:00 en 15:00 op maandag en zaterdag. Ze verwachten informatie over zonnepanelen, aardwarmte, voedselconsumptie en recycling in de vorm van een film korter dan 10 minuten, folders/flyers, informatieborden of via een eigen gebruik check.

Van beschermers van Stichting Het Drentse Landschap.

Beschermers van Stichting Het Drentse landschap verwachten dat het duurzaamheidscentrum tussen 11:00 en 15:00 op maandag of zaterdag. Ze verwachten informatie over watergebruik/hergebruik, zonnepanelen, recycling en voedselconsumptie in de vorm van informatieborden, folders/flyers, film korter dan 10 minuten of via een eigen gebruik check.

11. Aanbevelingen

Aan de hand van de verkregen resultaten zal in dit hoofdstuk een aantal aanbevelingen worden gedaan.

Bekende duurzame onderwerpen.

Respondenten doen al geregeld aan verduurzamen. Zo worden afvalscheiding, LED lampen, huis isolatie en klikjes eten geregeld genoemd. Deze onderwerpen kunnen worden gebruikt bij het ontwikkelen van tentoonstellingen of activiteitenprogramma om bezoekers nog meer te leren over deze onderwerpen. Minst genoemd waren: zonnepanelen, waterbesparing, regenwatergebruik en duurzame boodschappen. Over deze onderwerpen is dus nog veel te leren voor de doelgroepen. Om bezoekers te trekken voor deze onderwerpen kan gebruikt worden gemaakt van presentatie vormen die de bezoekers het liefst zien. Zo is dat per doelgroep en leeftijdscategorie en zelfs per gezinssamenstelling weer anders. Voorbeeld hiervan is een tentoonstelling over duurzame producten (boodschappen) voor gezinnen met kinderen omdat uit de resultaten blijkt dat hier nog terrein is te winnen. Gezinnen met kinderen geven aan interesse te hebben in films korter dan 10 min, spelletjes, doe activiteiten, folders/flyers, eigengebruik check en informatieborden. Aanbieden van deze vormen van informatieverstrekking werkt dan bevorderend voor de interesse van deze groep. Ook wordt aanbevolen om met de onderwerpen die het vaakst genoemd worden iets te doen. Bezoekers zullen dan snel herkenning en affiniteit hebben met het onderwerp waardoor ze zich sneller verbonden voelen aan het centrum of het thema.

Presentatievormen

Uit het onderzoek blijkt dat de respondenten graag informatie tot zich nemen als dit in de vorm is van een filmpje korter dan 10 minuten, spelletjes, informatieborden, door doe-activiteiten, folders/flyers, of via een eigen gebruik check. Het is daarom aanbevolen om informatie te gaan presenteren in de vorm van filmpjes korter dan 10 min. Deze vorm leent zich ook erg goed voor gebruik op een website of Facebookpagina waarmee een nog grotere groep mensen bereikt kunnen worden. Spelletjes worden ook aanbevolen omdat dit een vorm is die goed gecombineerd kan worden met activiteiten in en om het centrum.

Duurzame activiteiten

Aanbevolen wordt om activiteiten te organiseren die aansluiten bij de dagen Warmetruiendag, NL doet en Boomplant dag. Deze duurzame activiteiten zijn zeer bekend onder de respondenten en zouden kunnen zorgen voor een hoger bezoekersaantal. Ook zijn er nog kansen voor Dag van de Duurzaamheid die minder bekendheid heeft maar wel goed passend is bij het thema van het centrum. Door meer aandacht te generen voor deze dag wordt ook het thema duurzaamheid meer onder de aandacht gebracht. Elk jaar kan er gekozen worden voor een ander thema. Aanbevolen wordt om daarbij rekening te houden met de doelgroepen die het centrum tijdens zo'n dag wil aantrekken. Voor diverse doelgroepen kunnen diverse activiteiten worden georganiseerd op basis van de in dit onderzoek gevonden resultaten (spelletjes voor gezinnen met kinderen, films tot 10 min voor de wat oudere bezoekers e.d.)

Openingstijden

Veel van de bezoekers en potentiële bezoekers geven aan rond het middaguur te willen komen. De openingstijden voldoen dus al wel aan de verwachting van de bezoekers. Het is dan ook verstandig om in deze tijden activiteiten te organiseren om zo veel mogelijk mensen te bereiken.

Parkeervoorziening

Bezoekers geven aan voornamelijk met de auto te komen. Het is daarom raadzaam om genoeg parkeervoorzieningen te hebben in de nabijheid in het centrum. Omdat een auto niet echt duurzaam is kan ook een promotie gestart worden om op een andere manier het centrum te bezoeken.

Literatuur

- Bindinc. (2011, april). *Kenniscentrum*. Gedownload op 30 maart 2017, van https://www.bindinc.nl/kenniscentrum/file/abc_media_files/17/inline/cacda6e739687a161fe9808f03eea43e/3797001917_pdf
- CBS. (2003). *Welvaart van paren met en zonder kinderen*. Gedownload op 30 maart 2017, van <https://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/44AF3137-D266-476E-9478-4D41B502781A/0/20130902v4art.pdf>
- CBS. (2014, november). *Monitor duurzaam Nederland*. Gedownload op 30 maart 2017 van <https://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/4C92327D-B9C8-4BB5-9F46-5914F4D9B3A4/0/monitorduurzaamnederland2014indicatorenrapportpub.pdf>
- CBS. (2016). *Bevolkingsontwikkeling*. Geraadpleegd op 02 25, 2016, van <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=37230ned&D1=0-2,4-5,7-8,13-15,17&D2=85&D3=164-167,169-182&VW=C>
- CBS. (z.d.). *Bevolkingsontwikkeling; regio per maand Assen*. Geraadpleegd op 24 mei 2016, van <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=37230ned&D1=0-2,4-5,7-8,13-15,17&D2=85&D3=2-3,41-42,106-107,158-159,171-172,184-185&VW=T>
- Checkmarket. (2016, 04 25). *Hoe bereken ik de grootte van mijn steekproef*. Geraadpleegd op 25 april 2016, van <https://nl.checkmarket.com/kb/hoe-bereken-ik-de-grootte-van-mijn-steekproef/>
- Colpa, H. (2016, 03 18). (B. d. Groot, Interviewer)
- Drents Landschap. (2016). *Dit zijn wij*. Geraadpleegd op 22 februari 2016, van <http://www.drentslandschap.nl/dit-zijn-wij>
- Duurzaam Assen. (2009, 7 februari). *Duurzaam Assen*. Gedownload op 20 februari 2016, van <https://duurzaam.assen.nl/sites/default/files/duurzaamheidsvisie.compressed.pdf>
- Duurzaam Assen. (2016, 4 april). *Monitor Klimaatbeleid*. Gedownload op 18 maart 2016, van <https://duurzaam.assen.nl/sites/default/files/monitor-klimaatbeleid-gemeente-assen.pdf>
- Duurzaamheidscentrum Assen. (2016^a). *Het duurzaamheidscentrum groeit*. Gedownload op 22 februari 2016, van https://duurzaamheidscentrum.assen.nl/sites/default/files/het_duurzaamheidscentrum_groeit.pdf
- Duurzaamheidscentrum Assen. (2016^b). *Bewoners*. Gedownload op 22 februari 2016, van <https://duurzaamheidscentrum.assen.nl/bewoners>
- Duurzaamheidscentrum Assen. (2016^c). *Gebouw*. Gedownload op 25 februari 2016, van <https://duurzaamheidscentrum.assen.nl/gebouw>
- Duurzaamheidscentrum Assen. (2016^d). *Verhuur*. Gedownload op 22 februari 2016, van <https://duurzaamheidscentrum.assen.nl/verhuur>
- Duurzaamheidskompas. (2017). *Duurzaamheidkompas #17*. Gedownload op 22 februari 2017, van http://www.duurzaamheidkompas.nl/downloads/resultaten_duurzaamheidkompas_17.pdf
- Energie akkoord. (z.d.). *Energie akkoord*. Geraadpleegd op 17 maart 2016, van <http://www.energieakkoordser.nl/energieakkoord.aspx>
- Goede doelen. (2015). *Feiten en Cijfers*. Opgehaald op 31 januari 2017: <http://www.goededoelen.nl/sites/default/files/2015FeitenencijfersDEF.pdf>
- Gemeente Assen. (2016, 27 januari). *Motto Asser raad*. Geraadpleegd op 12 maart 2016, van <https://www.assen.nl/actueel/nieuws/motto-asser-raad-duurzaamheid-moet-je-doen>

- Graaf, A. D. en Loozen, S. (2006). *Uit huis gaan van jongeren*. Gedownload op 25 maart 2017, van <https://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/E8FB30AA-6C30-49B8-8359-D086E02A1CB9/0/2006k4b15p34art.pdf>
- Groene Courant. (2016, 20 mei). *18 miljoen zonnepanelen*. Geraadpleegd op 27 maart 2017, van <http://groenecourant.nl/zonne-energie/2015-18-miljoen-zonnepanelen-geplaatst-op-nederlandse-daken/>
- IVN. (z.d.). *Over IVN Assen*. Geraadpleegd op 22 maart 2016, van <https://www.ivn.nl/afdeling/assen/over-ivn-assen>
- Maassluis. (z.d.). *Inwoners*. Geraadpleegd op 8 maart 2016, van http://www.maassluis.nl/wonen-verkeer-en-veiligheid/duurzaam-maassluis_44297/rubriek/inwoners_4483.html
- MC communicatie. (z.d.). *Theorie van Rogers*. Geraadpleegd op 28 mei 2016, van <http://mccommunicatie.weebly.com/theorie-van-rogers.html>
- Natuurmonumenten. (z.d.). *Info en Contact*. Geraadpleegd op 7 maart 2016, van <https://www.natuurmonumenten.nl/bezoekerscentrum/bezoekerscentrum-dwingelderveld/info-en-contact>
- Platform duurzaamheid. (2016). *Achtergrond duurzaamheid*. Geraadpleegd op 22 februari 2016, van <http://www.platformduurzaamheid.net/index.php?/Wat-is-Duurzaamheid/achtergrond-duurzaamheid/wat-is-duurzaamheid.html>
- PRO Assen. (2016). *Onze school*. Geraadpleegd op 22 maart 2016, van <http://www.pro-assen.nl/onze-school/>
- Staatsbosbeheer. (2016). *Staatsbosbeheer*. Geraadpleegd op 7 maart 2016, van <http://www.staatsbosbeheer.nl/natuurgebieden/drents-friese-wold/buitencentrum>
- Stichting het Drentse Landschap. (2015, april). *Jaarverslag*. Gedownload op 12 april 2016, van <http://www.drentslandschap.nl/wp-content/uploads/2015/09/HDL-Jaarverslag-2014.pdf>
- Stichting Het Drentse Landschap. (2016). *Natuurterreinen en bossen Assen*. Geraadpleegd op 29 april 2016, van <http://www.drentslandschap.nl/natuurterreinen-en-bossen-assen>
- Stichting Physis. (2016). *Stichting Physis*. Geraadpleegd op 22 maart 2016, van <http://www.stichtingphysis.nl/>
- Top 10 bezienswaardigheden. (2016). *Drenthe*. Geraadpleegd op 25 februari 2016, van <http://www.top10bezienswaardigheden.nl/nederland/drenthe.htm>
- Tweede kamer. (2011, 21 april). *Kamerstukken*. Geraadpleegd op 1 maart 2016, van <https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/detail?id=2011Z08507&did=2011D21075>
- Verhage (2013). *Grondslagen van de Marketing*. Houten: Noordhoff Uitgevers.
- VVV Assen. (2016). *Assen toen en nu*. Geraadpleegd op 17 maart 2016, van <http://www.ditisassen.nl/assen-toen-en-nu/>
- NGO Committee on Education. (1987). *UN Documents: Gathering a body of global agreements*. Geraadpleegd op 9 maart 2016, van <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>
- Weizigt. (2016). *Aquarama*. Geraadpleegd op 8 maart 2016, van <https://www.weizigt.nl/over-weizigt/aquarama>

Bijlagen

Bijlage 1 –

Bijlage 2 -

Duurzaamheidscentrum onderzoek

Bedankt dat u wilt deelnemen aan de enquête. Het invullen duurt ongeveer 10 tot 15 minuten.

***Vereist**

1. Datum van vandaag: *

Voorbeeld: 15 december 2012

2. Waar bevindt u zich?

Markeer slechts één ovaal.

- ☐ Binnen, in het centrum
- ☐ Buiten, op het terrein van het centrum
- ☐ Anders: _____

Vragen over u

3. U bent een: *

Markeer slechts één ovaal.

- ☐ Vrouw
- ☐ Man
- ☐ Anders: _____

4. Uw leeftijdscategorie is: *

Markeer slechts één ovaal.

- ☐ 18 - 20
- ☐ 21 - 29
- ☐ 30 - 39
- ☐ 40 - 49
- ☐ 50 - 59
- ☐ 60 - 69
- ☐ 70 of ouder

5. Wat is uw gezinssamenstelling? *

Markeer slechts één ovaal.

- ☐ Alleenstaand
- ☐ Samenwonend zonder thuiswonende kinderen
- ☐ Samenwonend met thuiswonende kinderen
- ☐ Alleenstaand met kinderen
- ☐ Anders: _____

6. Wat is uw postcode? (alleen cijfers a.u.b.) *

7. Wat is de locatie waarvan u vandaag vertrok voor u naar het duurzaamheidscentrum kwam? **Markeer slechts één ovaal.*

- ☐ Vanaf eigen woning
- ☐ Vanaf woning van iemand anders
- ☐ Vanaf vakantieadres
- ☐ Anders: _____

8. Met wie bezoekt u het centrum? **Markeer slechts één ovaal.*

- ☐ Alleen
- ☐ Met partner
- ☐ Met vrienden
- ☐ Met gezin
- ☐ Anders: _____

9. Bent u lid van een natuur-/milieuorganisatie? **Markeer slechts één ovaal.*

- ☐ Ja *Ga naar vraag 10.*
- ☐ Nee *Ga naar vraag 11.*

Natuur-/milieuorganisatie**10. Van welke natuur-/milieuorganisatie bent u lid (meerdere antwoorden mogelijk) ***

Duurzaamheid**11. Ik vind duurzaamheid belangrijk ****Markeer slechts één ovaal.*

	1	2	3	4	5	6	
Niet belangrijk	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Wel belangrijk

12. Wat doet u thuis aan duurzaamheid? (meerdere antwoorden mogelijk) **Vink alle toepasselijke opties aan.*

- ☐ Zonnepanelen
- ☐ Groene stroom
- ☐ Huisisolatie (incl. dubbel glas)
- ☐ Afval scheiden
- ☐ Temperatuur van verwarming lager zetten (slimme thermostaat)
- ☐ Ledlampen
- ☐ Klekjes eten
- ☐ Biologische/ eco zeep producten gebruiken
- ☐ Biologische/ eco boodschappen kopen
- ☐ Regenwater opvangen
- ☐ Waterbesparende middelen
- ☐ Geen van bovenstaande
- ☐ Anders: _____

13. Ik ben bereid om meer duurzaamheid toe te passen in mijn leven. **Markeer slechts één ovaal.*

	1	2	3	4	5	6	
Nee	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ja

14. Met welke duurzame activiteiten en acties bent u bekend? (meerdere antwoorden mogelijk) **Vink alle toepasselijke opties aan.*

- ☐ Earth hour (1 uur het licht uit voor energiebesparing)
- ☐ Warmetruien dag (trek een trui aan, zet de kachel een graad lager en bespaar energie)
- ☐ Boomplantdag (maak nieuwe natuur voor een groenere wereld)
- ☐ Dag van de Aarde (Diverse activiteiten om de aarde te vieren)
- ☐ Wereld water dag (Diverse activiteiten om duurzaam gebruik van water te stimuleren)
- ☐ NL doet (elkaar helpen klusjes uit te voeren)
- ☐ Dag van de duurzaamheid
- ☐ Anders: _____

Vragen over uw bezoek aan het centrum

15. Hoe kwam u achter het bestaan van het bezoekerscentrum? **Vink alle toepasselijke opties aan.*

- ☐ Familie
- ☐ Vrienden
- ☐ Internet
- ☐ Folders / Flyers
- ☐ Krant / huis- aan huisblad
- ☐ Televisie
- ☐ Radio
- ☐ Anders: _____

16. Hoe vaak heeft u het duurzaamheidscentrum al bezocht? (inclusief dit bezoek) **Markeer slechts één ovaal.*

- ☐ 1 tot 2 keer
- ☐ 3 tot 5 keer
- ☐ 6 keer of meer

17. Wat is de reden van uw bezoek? (Meerdere antwoorden mogelijk) **Vink alle toepasselijke opties aan.*

- ☐ Georganiseerde activiteit
- ☐ Bezoek aan het restaurant
- ☐ Informatie zoeken over duurzaamheid
- ☐ Informatie zoeken over wandelroutes en/of excursies en activiteiten
- ☐ Bezoek aan de kinderboerderij
- ☐ Op uitnodiging (vergadering e.d.)
- ☐ Anders: _____

18. Op welke dagen zou u het duurzaamheidscentrum bezoeken? (meerdere antwoorden mogelijk) **Vink alle toepasselijke opties aan.*

- ☐ Maandag
- ☐ Dinsdag
- ☐ Woensdag
- ☐ Donderdag
- ☐ Vrijdag
- ☐ Zaterdag
- ☐ Zondag

19. **Op welk moment van de dag zou u het duurzaamheidscentrum bezoeken? (meerdere antwoorden mogelijk) ***

Vink alle toepasselijke opties aan.

- ☐ 9:00 tot 11:00
- ☐ 11:00 tot 13:00
- ☐ 13:00 tot 15:00
- ☐ 15:00 tot 17:00
- ☐ Later dan 17:00

20. **Hoe bent u naar het centrum toegekomen? ***

Markeer slechts één ovaal.

- ☐ Lopen
- ☐ Fietsen
- ☐ Auto
- ☐ Openbaar vervoer
- ☐ Anders: _____

Vragen over het centrum

21. **Welk van de volgende onderwerpen heeft uw interesse als u een duurzaamheidscentrum bezoekt? ***

Vink alle toepasselijke opties aan.

- ☐ Zonnepanelen
- ☐ Windmolens
- ☐ Recycling
- ☐ Aardwarmte
- ☐ Voedselconsumptie
- ☐ Biologische landbouw
- ☐ Watergebruik/ hergebruik
- ☐ Huisisolatie
- ☐ Vervoer (elektrische auto, openbaar vervoer, fiets)
- ☐ Energiebesparing (ledlampen)
- ☐ Perma-cultuur
- ☐ Voedselbossen
- ☐ Anders: _____

22. In welke vorm zou u graag duurzame informatie gepresenteerd zien? **Vink alle toepasselijke opties aan.*

- ☐ Film langer dan 10 min
- ☐ Film korter dan 10 min
- ☐ Eigen gebruik check (voetafdruk, energiemeter)
- ☐ Spelletjes
- ☐ Informatieborden
- ☐ Verteld door medewerker
- ☐ Folders/ flyers
- ☐ Door een doe-activiteit
- ☐ Lezingen
- ☐ Debatten
- ☐ Kunstexpositie
- ☐ Website
- ☐ Anders: _____

23. Zou u ook deelnemen aan buitenactiviteiten over duurzaamheid? **Markeer slechts één ovaal.*

	1	2	3	4	5	6	
Nee	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ja

Gemeente Assen**24. Geef bij de volgende punten aan hoe belangrijk u het vindt dat gemeente hier in investeert. ****Markeer slechts één ovaal per rij.*

	Onbelangrijk	1	2	3	4	5	Heel erg belangrijk
Stadsontwikkeling	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Onderwijs	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kunst en cultuur	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zorg en welzijn	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Werk en inkomen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sport en ontspanning	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Veiligheid	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Duurzaamheid en milieu	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Aanvullende algemene informatie

25. Wat is uw hoogst genoten opleiding? **Markeer slechts één ovaal.*

- ☐ Basisschool
- ☐ Middelbare school (MAVO, MULO, HAVO, VWO, VMBO enz.)
- ☐ Middelbaar beroepsonderwijs
- ☐ Hoger beroepsonderwijs
- ☐ Universitair onderwijs
- ☐ Anders: _____

26. Wat is uw arbeidssituatie? **Markeer slechts één ovaal.*

- ☐ Geen betaald werk
- ☐ Werknemer
- ☐ Zelfstandige ondernemer
- ☐ Studerend
- ☐ Gepensioneerd
- ☐ Anders: _____

27. Welke interesses en hobby's heeft u? (meerdere antwoorden mogelijk) **Vink alle toepasselijke opties aan.*

- ☐ Sport
- ☐ Kunst en cultuur
- ☐ Huis en tuin
- ☐ Creatief
- ☐ Natuur
- ☐ Vrijwilligerswerk
- ☐ Dieren
- ☐ Eten/koken
- ☐ Gamen/gezelschapsspellen
- ☐ Verzamelen
- ☐ Anders: _____

Interesse en hobby**28. Hoeveel tijd besteedt u aan de hobby('s)? ****Markeer slechts één ovaal.*

- ☐ 1 dag per week
- ☐ 2 tot 3 dagen per week
- ☐ Meer dan 3 dagen per week

29. **Hoeveel geld besteedt u aan deze hobby('s) per maand? ***

Markeer slechts één ovaal.

- ☐ Minder dan 50 euro
- ☐ Tussen de 50 en 100 euro
- ☐ Meer dan 100 euro

Einde van de enquête

Bedankt voor uw deelname



Mogelijk gemaakt door
 Google Forms

Duurzaamheidscentrum onderzoek

Bedankt dat u wilt deelnemen aan de enquête. Het invullen duurt ongeveer 10 tot 15 minuten.

***Vereist**

1. Datum: *

Voorbeeld: 15 december 2012

Vragen over u

2. U bent een: *

Markeer slechts één ovaal.

- ☐ Vrouw
- ☐ Man
- ☐ Anders: _____

3. Uw leeftijdscategorie is: *

Markeer slechts één ovaal.

- ☐ 18 - 20
- ☐ 21 - 29
- ☐ 30 - 39
- ☐ 40 - 49
- ☐ 50 - 59
- ☐ 60 - 69
- ☐ 70 of ouder

4. Wat is uw gezinssamenstelling? *

Markeer slechts één ovaal.

- ☐ Alleenstaand
- ☐ Samenwonend zonder thuiswonende kinderen
- ☐ Samenwonend met thuiswonende kinderen
- ☐ Alleenstaand met kinderen
- ☐ Anders: _____

5. Wat is uw postcode? (alleen cijfers a.u.b.) *

6. Bent u lid van een natuur-/milieuorganisatie? *

Markeer slechts één ovaal.

- ☐ Ja *Ga naar vraag 7.*
- ☐ Nee *Ga naar vraag 8.*

Natuur-/milieuorganisatie

7. Van welke natuur-/milieuorganisatie bent u lid *

Duurzaamheid

8. Ik vind duurzaamheid belangrijk *

Markeer slechts één ovaal.

	1	2	3	4	5	6	
Niet belangrijk	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Wel belangrijk

9. Wat doet u thuis aan duurzaamheid? (meerdere antwoorden mogelijk) *

Vink alle toepasselijke opties aan.

- ☐ Zonnepanelen
- ☐ Groene stroom
- ☐ Huisisolatie (incl. dubbel glas)
- ☐ Afval scheiden
- ☐ Temperatuur van verwarming lager zetten (slimme thermostaat)
- ☐ Ledlampen
- ☐ Klikjes eten
- ☐ Biologische/ eco zeep producten gebruiken
- ☐ Biologische/ eco boodschappen kopen
- ☐ Regenwater opvangen
- ☐ Waterbesparende middelen
- ☐ Geen van bovenstaande
- ☐ Anders: _____

10. Ik ben bereid om meer duurzaamheid toe te passen in mijn leven. *

Markeer slechts één ovaal.

	1	2	3	4	5	6	
Nee	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ja

11. Met welke duurzame activiteiten en acties bent u bekend? (meerdere antwoorden mogelijk) **Vink alle toepasselijke opties aan.*

- ☐ Earth hour (1 uur het licht uit voor energiebesparing)
- ☐ Warmetruien dag (trek een trui aan, zet de kachel een graad lager en bespaar energie)
- ☐ Boomplantdag (maak nieuwe natuur voor een groenere wereld)
- ☐ Dag van de Aarde (Diverse activiteiten om de aarde te vieren)
- ☐ Wereld water dag (Diverse activiteiten om duurzaam gebruik van water te stimuleren)
- ☐ NL doet (elkaar helpen klusjes uit te voeren)
- ☐ Dag van de duurzaamheid
- ☐ Anders: _____

Duurzaamheidscentra**12. Heeft u wel eens een duurzaamheidscentrum bezocht? ****Markeer slechts één ovaal.*

- ☐ Ja
- ☐ Nee *Ga naar vraag 16.*

Duurzaamheidscentra**13. Welk centrum heeft u toen bezocht?**

14. Met wie was u tijdens dit bezoek?*Vink alle toepasselijke opties aan.*

- ☐ Partner
- ☐ Familie
- ☐ Vrienden
- ☐ Alleen
- ☐ Anders: _____

15. Met welke rede bezocht u dit centrum?*Markeer slechts één ovaal.*

- ☐ Georganiseerde excursie
- ☐ Bezoek aan het restaurant
- ☐ Informatie zoeken over duurzaamheid
- ☐ Informatie zoeken over wandelroutes en/of excursies
- ☐ Bezoek aan de kinderboerderij
- ☐ Anders: _____

Vragen over het duurzaamheidscentrum Assen

16. Bent u bekend met het duurzaamheidscentrum in Assen? **Markeer slechts één ovaal.*

- ☐ Ja
- ☐ Nee *Ga naar vraag 19.*

Kennisneming**17. Hoe bent u bekend geraakt met het duurzaamheidscentrum? (meerdere antwoorden mogelijk) ****Vink alle toepasselijke opties aan.*

- ☐ Familie
- ☐ Vrienden
- ☐ Folders / flyers
- ☐ Krant
- ☐ Social-media
- ☐ Krant / huis- aan huisblad
- ☐ Televisie
- ☐ Radio
- ☐ Anders: _____

18. Wat is de reden waarom u het centrum nog niet bezocht heeft?*Markeer slechts één ovaal.*

- ☐ Het centrum is te ver reizen
- ☐ Het centrum is moeilijk bereikbaar
- ☐ Ik beschik niet over vervoer (fiets, OV-kaart, auto)
- ☐ Geen interesse
- ☐ Het is er nog niet van gekomen
- ☐ Anders: _____

Invulling duurzaamheidscentrum

19. Welk van de volgende onderwerpen heeft uw interesse als u een duurzaamheidscentrum zou bezoeken? *

Vink alle toepasselijke opties aan.

- ☐ Zonnepanelen
- ☐ Windmolens
- ☐ Recycling
- ☐ Aardwarmte
- ☐ Voedselconsumptie
- ☐ Biologische landbouw
- ☐ Watergebruik/ hergebruik
- ☐ Huisisolatie
- ☐ Vervoer (elektrische auto, openbaar vervoer, fiets)
- ☐ Energiebesparing (ledlampen)
- ☐ Perma-cultuur
- ☐ Voedselbossen
- ☐ Anders: _____

20. In welke vorm zou u graag duurzame informatie gepresenteerd zien als u een duurzaamheidscentrum bezoekt? *

Vink alle toepasselijke opties aan.

- ☐ Film langer dan 10 min
- ☐ Film korter dan 10 min
- ☐ Eigen gebruik check (voetafdruk, energiemeter)
- ☐ Spelletjes
- ☐ Informatieborden
- ☐ Verteld door medewerker
- ☐ Folders/ flyers
- ☐ Door een doe-activiteit
- ☐ Lezingen
- ☐ Debatten
- ☐ Kunstexpositie
- ☐ Anders: _____

21. Zou u ook willen deelnemen aan buitenactiviteiten van een duurzaamheidscentrum? *

Markeer slechts één ovaal.

	1	2	3	4	5	
Nee	☐	☐	☐	☐	☐	Ja

22. **Op welke dagen zou u een duurzaamheidscentrum bezoeken? (meerdere antwoorden mogelijk) ***

Vink alle toepasselijke opties aan.

- ☐ Maandag
☐ Dinsdag
☐ Woensdag
☐ Donderdag
☐ Vrijdag
☐ Zaterdag
☐ Zondag

23. **Op welk moment van de dag zou u het duurzaamheidscentrum bezoeken? (meerdere antwoorden mogelijk) ***

Vink alle toepasselijke opties aan.

- ☐ 9:00 tot 11:00
☐ 11:00 tot 13:00
☐ 13:00 tot 15:00
☐ 15:00 tot 17:00
☐ Later dan 17:00

Gemeente Assen

24. **Geef bij de volgende punten aan hoe belangrijk u het vindt dat gemeente hier in investeert. ***

Markeer slechts één ovaal per rij.

	Onbelangrijk	1	2	3	4	5	Heel erg belangrijk
Stadsontwikkeling	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Onderwijs	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kunst en cultuur	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zorg en welzijn	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Werk en inkomen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sport en ontspanning	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Veiligheid	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Duurzaamheid en milieu	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Aanvullende algemene informatie

25. **Wat is uw hoogst genoten opleiding? ***

Markeer slechts één ovaal.

- ☐ Basisschool
☐ Middelbare school (MAVO, MULO, HAVO, VWO, VMBO enz.)
☐ Middelbaar beroepsonderwijs
☐ Hoger beroepsonderwijs
☐ Universitair onderwijs
☐ Anders: _____

26. Wat is uw arbeidssituatie?*Markeer slechts één ovaal.*

- ☐ Geen betaald werk
- ☐ Werknemer
- ☐ Zelfstandige onderemer
- ☐ Studerend
- ☐ Gepensioneerd
- ☐ Anders: _____

27. Welke interesses en hobby's heeft u? (meerdere antwoorden mogelijk) * **Vink alle toepasselijke opties aan.*

- ☐ Sport
- ☐ Kunst en cultuur
- ☐ Huis en tuin
- ☐ Creatief
- ☐ Natuur
- ☐ Vrijwilligerswerk
- ☐ Dieren
- ☐ Eten/koken
- ☐ Gamen/gezelschapsspellen
- ☐ Verzamelen
- ☐ Anders: _____

Interesse en hobby**28. Hoeveel tijd besteedt u aan de hobby('s)?***Markeer slechts één ovaal.*

- ☐ 1 dag per week
- ☐ 2 tot 3 dagen per week
- ☐ Meer dan 3 dagen per week

29. Hoeveel geld besteed u aan deze hobby('s) per maand?*Markeer slechts één ovaal.*

- ☐ Minder dan 50 euro
- ☐ Tussen de 50 en 100 euro
- ☐ Meer dan 100 euro

Einde van de enquête

Bedankt voor uw deelname



Mogelijk gemaakt door
 Google Forms