

**ONDERZOEK ENQUÊTE BEHOEFTEPEILING
MOGELIJKE MEMBERS VOOR EEN QUIET
COMMUNITY IN PARKSTAD
(Gemeenten BRUNSSUM-HEERLEN-KERKRADE)**

**Studenten van de opleiding Commerciële
Economie van Zuyd Hogeschool**

Yannick Laarman en Siemen Eken

Juni en September 2020

Inhoud

Samenvatting.....	2
1 Probleemomschrijving Quiet	3
1.2 Onderzoeksdoel.....	3
1.2 Onderzoeksvragen	3
2 Onderzoekopzet Quiet	4
2.1 Populatie en steekproef	4
2.2 Borging kwaliteit.....	5
2.3 Beperkingen van het onderzoek.....	5
3. Antwoorden op de enquetevragen	6
3.1 Vraag 1: Zou u gebruik maken van een toepassing waarbij u (gratis) persoonlijke aanbiedingen ontvangt?.....	6
3.2 Vraag 2: Welke aanbiedingen zou u het liefste ontvangen?	7
3.3 Vraag 3: Wat is uw leeftijd?.....	7
3.4 Vraag 4: Wat is uw geslacht.....	8
3.5 Vraag 5: Wat is uw gezinssituatie?	8
3.6 Vraag 6: Wat is uw woonplaats?.....	9
3.7 Plaats van afname	10
4. Antwoorden op onderzoeksvragen nav antwoorden op enquetevragen	11
4.1 Wat zijn de demografische gegevens van de respondenten?.....	11
4.2 Heeft de doelgroep behoefte aan het ontvangen van gepersonaliseerde aanbiedingen, zo nee waarom niet?.....	11
4.3 Welk soort uitstapjes spreekt de respondenten het meeste aan?	12
4.4 Aanbevelingen richting quiet Community Parkstad als aanvulling op dit onderzoek..	13
4.5 RESULTAAT VAN DE BEHOEFTE PEILING BINNEN DE GEMEENTE OSS?	13
Bijlage 1: Kale SPSS Output	14
Bijlage 1b Uitdraai SPSS (nette versie).....	18
Bijlage 2: Enquete.....	22
Bijlage 3: steekproefomvang berekenen bij een a-selecte steekproef:	24

SAMENVATTING

Het doel van het afnemersonderzoek verricht voor de initiatiefnemers van Quiet organisatie Parkstad is drieledig:

1. Peilen of er behoefte is aan hulp via een Quiet Community in Parkstad bij de populatie burgers in Heerlen, Kerkrade en Brunssum die leven onder de armedegrens;
2. Peilen aan welke producten en of diensten mensen in eerste instantie het meest behoefte hebben;
3. Draagvlak en bekendheid creëren onder mogelijke toekomstige members.

Het onderzoek is een beschrijvend onderzoek in de vorm van kwantitatief onderzoek middels een schriftelijke enquête. De enquête had als doel behoeftepeiling en wel specifiek om te achterhalen welke persoonlijke aanbiedingen passen bij de potentiële doelgroep van een Quiet community in Parkstad (Heerlen, Kerkrade, Brunssum). Deze aanbiedingen kunnen variëren van een gratis bezoek aan de kapper, een dagje erop uit, naar het theater of bioscoop.

Er is gekozen voor een selecte steekproef en ook nog een toevallige steekproef. Een a-selecte steekproef was niet mogelijk omdat er geen genummerd bestand is met alle burgers in Kerkrade, Brunssum en Heerlen die onder de armoedegrens leven. De enquêtes zijn daarom afgenomen bij afgiftepunten van de Voedselbank in Kerkrade, Brunssum en Heerlen en medewerkers van de maatschappelijke organisaties van CMWW, IMPULS en ALCANDER hebben burgers formulieren laten invullen. De burgers die toevallig op de afname punten kwamen in de maanden november en december 2019 en januari, februari en maart 2020 is gevraagd de enquête in te vullen. Uiteindelijk hebben 182 respondenten de enquête ingevuld. De enquête is afkomstig van en al eerder afgenomen in de Quiet Community Oss.

Na analyse van de resultaten bleek dat 92,9% van de respondenten gebruik wil maken van een Quiet Community middels een gratis toepassing oftewel applicatie voor het ontvangen van aanbiedingen. Slechts 7,1% heeft hier geen interesse in.

3 soorten uitstapjes zijn het meeste in trek, namelijk;

1. Dagje uit (17%)
2. Pretpark/dierentuin (16,5%)
3. Persoonlijke verzorging (15%)

Om ervoor te zorgen dat iedere gebruiker van de applicatie de meest persoonlijke aanbiedingen ontvangt, worden de resultaten vergeleken met een aantal van de statische gegevens uit onderzoeksvraag 1.

Bijzonder opvallend is dat 25,4% van de doelgroep zonder kinderen aangeeft interesse te hebben in aanbiedingen over kinderproducten.

Er is nergens een duidelijke trend zichtbaar als er wordt gekeken naar de meest gekozen uitjes in vergelijking met leeftijd, geslacht en gezinssituatie.

1 PROBLEEMOMSCHRIJVING QUIET

Quiet Nederland is een stichting die zich inzet voor mensen die leven onder de armoedegrens. Het doel is om mensen even te laten 'ontsnappen' uit hun dagelijkse situatie. Quiet zegt hier zelf het volgende over: 'Quiet wil armoede verzachten, de mensen die er in leven versterken en vertellen over de impact die armoede heeft op het leven (Quiet, 2019).

De missie van Quiet

is een actieve rol spelen in de bestrijding van de gevolgen van armoede. Op het niveau van de maatschappij geloven we bij Quiet dat een samenleving steviger, gezonder en rijker wordt, als we zorgen dat iedereen meetelt, ertoe doet, gezien wordt. Op het niveau van de mens, zijn we er van overtuigd dat een gevoel van eigenwaarde mensen de kracht geeft om te leven, in plaats van te overleven. Bij Quiet geloven we in de samenwerking, bijvoorbeeld met andere maatschappelijke organisaties, met het bedrijfsleven en met financiers. De Quiet medewerkers en vrijwilligers zijn gedreven en maatschappelijk betrokken. Vanuit het verleden is Quiet een schurende en onconventionele club van mensen met een sterke motivatie de gestelde doelen te behalen. Onze members benaderen we persoonlijk en met vertrouwen.

De visie van Quiet is gebaseerd op de drie 'V's.

We willen de armoedesituatie:

1. het verhaal van stille armoede vertellen;
2. verzachten;
3. de mensen die er in leven versterken en.

In een ideale wereld heeft armoede geen plaats. Omdat armoede altijd blijft bestaan, zal vertellen, verzachten en versterken permanent nodig zijn. Het verzachten en versterken vindt lokaal plaats in een Quiet Community. Het vertellen gebeurt zowel op het niveau van de Quiet Community als op het niveau van Quiet Nederland.

1.2 ONDERZOEKSDOEL

Het doel van het onderzoek is drieledig:

1. Peilen of er behoefte is aan hulp via een Quiet Community in Parkstad;
2. Peilen aan welke producten en of diensten mensen in eerste instantie het meest behoefte hebben;
3. Draagvlak en bekendheid creëren onder mogelijke toekomstige members.

1.2 ONDERZOEKSVRAGEN

1. Wat zijn de demografische gegevens van de doelgroep?
2. Heeft de doelgroep behoefte aan het ontvangen van gepersonaliseerde aanbiedingen, zo nee waarom niet?
3. Welk soort van aanbiedingen spreken de doelgroep het meeste aan?

2 ONDERZOEKSOPZET QUIET

Dit hoofdstuk geeft een beschrijving van de populatie van het onderzoek en laat de berekening zien die is gebruikt bij het berekenen van de betrouwbaarheid van de resultaten. Bij het onderzoek is er gebruik gemaakt van een beschrijvend onderzoek in de vorm van een enquête (zie bijlage 2). De enquête had als doel behoeftepeiling en wel specifiek om te achterhalen welke persoonlijke aanbiedingen passen bij de potentiële doelgroep van een Quiet community in Parkstad (Heerlen, Kerkrade, Brunssum). Deze aanbiedingen kunnen variëren van een gratis bezoek aan de kapper, een dagje erop uit, naar het theater of bioscoop.

2.1 POPULATIE EN STEEKPROEF

Populatie

De populatie van dit onderzoek is gedefinieerd als:

Burgers in gemeente Parkstad en dan specifiek Kerkrade, Brunssum en Heerlen die leven onder de armoedegrens. Het is moeilijk om exacte cijfers te vinden m.b.t. de omvang van de mensen die leven onder de armoedegrens. Wel is bekend dat een op de drie mensen in Parkstad Zuid Limburg kampt met schulden en een groot risico is op kinderarmoede in Kerkrade en Heerlen. In Zuid Limburg leeft zo'n 9% van de huishoudens onder de armoedegrens. Dat zijn 49.900 mensen. En in de regio Parkstad heeft een op de drie bewoners schulden of financiële problemen. Ofwel: bijna 80.000 mensen. Zo'n 150 vrijwilligers zetten zich dagelijks in om deze financiële problemen op te lossen (Schuldhulpmaatje Parkstad, 2019). Het is duidelijk dat deze groep breder is dan de groep die afhankelijk is van een bijstandsuitkering.

In een onderzoek van het CBS uit 2019 blijkt verder dat Heerlen in de top tien staat en wel van het percentage huishoudens met een (langdurig) laag inkomen in 2018. 12,45 procent van de huishoudens heeft een laag inkomen (plaats 7 in top 10) en 6,2% heeft een langdurig laag inkomen (plaats 6 in de top tien) (CBS, 2019).

Uit een onderzoek van het CBS in 2019 blijkt ook nog dat in Heerlen 15,8 procent van de kinderen opgroeit in een gezin met een laag inkomen. In Kerkrade is dit 14 procent. Vooral gemeenten in Zuid-Limburg staan bovenaan in de lijst. Na Kerkrade en Heerlen volgen Maastricht (11,9 procent), Landgraaf (11,3), Vaals (11,1) en Brunssum (10,2). Gezinnen worden pas in de cijfers meegenomen als ze al minstens vier jaar rond moeten komen van een laag inkomen. Landelijk leefde 8% van de ongeveer 7,4 miljoen Nederlandse huishoudens in 2018 onder de armoedegrens. Uit de cijfers blijkt dat 1 op de 12 kinderen in Nederland opgroeit in armoede. De armoedecijfers zijn in 2018 gelijk gebleven (Beaumont, 2019).

Steekproef

Er is gekozen voor een selecte steekproef en ook nog een toevallige steekproef. Een a-selecte steekproef was niet mogelijk omdat er geen genummerd bestand beschikbaar was voor de initiatiefnemers van de Quiet Community Parkstad met alle burgers in Kerkrade, Brunssum en Heerlen die onder de armoedegrens leven. De enquêtes zijn daarom afgenomen bij afgiftepunten van de Voedselbank in Kerkrade, Brunssum en Heerlen en medewerkers van de maatschappelijke organisaties van CMWW, IMPULS en ALCANDER hebben burgers formulieren laten invullen. De burgers die toevallig op de

afname punten kwamen in de maanden november en december 2019 en januari, februari en maart 2020 is gevraagd de enquête in te vullen. Uiteindelijk hebben 182 respondenten de enquête ingevuld. Het berekenen van een optimale steekproefomvang heeft alleen maar toegevoegde waarde bij het berekenen van een a-selecte steekproef. Deze omvang van de steekproef in geval van een a-selecte steekproef zou dan idealiter 385 zijn, zie bijlage 3.

2.2 BORGING KWALITEIT

Representativiteit

Bij de representativiteit van dit onderzoek wordt er gekeken of de steekproef die in dit onderzoek genomen is een goede afspiegeling is van de totale populatie. De populatie is als in H2.1 gedefinieerd als: burgers die onder de armoede gegevens leven. Het gaat dan om de mensen die na hun vaste lasten geen geld meer over houden voor secundaire levensbehoeftes. De steekproef zou representatief voor de populatie moeten zijn omdat de enquête is afgenomen bij o.a. de Voedselbanken die normaliter alleen door de populatie oftewel doelgroep bezocht wordt.

Validiteit

Het onderzoek is valide wanneer de enquête ook daadwerkelijk meet wat het moet meten (Burns & Bush, 2016).

De vragenlijst is afkomstig van en al eerder afgenomen in de Quiet Community in Oss. De vragen zijn dus al eerder afgenomen en zouden dus moeten weten wat men beoogt te meten.

Betrouwbaarheid

Een onderzoek is betrouwbaar als bij het opnieuw uitvoeren van ditzelfde onderzoek de resultaten hetzelfde zijn. In dit onderzoek is er gebruik gemaakt van een betrouwbaarheidspercentage van 95%. (Burns & Bush, 2016).

Om de betrouwbaarheid van dit onderzoek te waarborgen is het belangrijk dat de respondenten de enquête invullen, deze naar waarheid te beantwoorden en geen belangrijke informatie achterhouden. Het is van belang dat er geen verwarring kan ontstaan bij de beantwoording van de vragen. De vragenlijsten zijn ingevuld nadat de vrijwilligers van o.a. de Voedselbank deze hebben uitgedeeld onder toezicht van deze vrijwilligers. We mogen dus aannemen dat de vragenlijsten juist betrouwbaar en naar waarheid zijn ingevuld.

2.3 BEPERKINGEN VAN HET ONDERZOEK

De onderzoekers hebben de enquête niet zelf gemaakt en afgenomen. Hierdoor missen de onderzoekers de achtergrond over:

1. de selectie van de respondenten,
2. het aantal respondenten dat uiteindelijk de enquête heeft ingevuld
3. de keuze voor de enquêtevragen en antwoordmogelijkheden per vraag door de initiatiefnemers van de Quiet Community Parkstad.

3. ANTWOORDEN OP DE ENQUÊTEVRAGEN

In dit hoofdstuk staan de resultaten van de enquête die is afgenomen onder de populatie als beschreven in H2 uitgewerkt. De enquête is opgenomen in bijlage 2. De enquête is gemaakt door de initiatiefnemers van een mogelijke Quiet Parkstad Community op basis van een enquête afgenomen door de Quiet Community Oss. Voor de analyse van de resultaten is gebruik gemaakt van het programma SPSS. De uitdraai van de resultaten van SPSS zijn terug te vinden in bijlage I: Uitdraai SPSS. Er hebben in totaal 182 respondenten de enquête ingevuld.

3.1 VRAAG 1: ZOU U GEBRUIK MAKEN VAN EEN TOEPASSING WAARBIJ U (GRATIS) PERSOONLIJKE AANBIEDINGEN ONTVANGT?

92,9% van de respondenten geeft aan gebruik te willen maken van een gratis toepassing voor het ontvangen van aanbiedingen. 7,1% heeft hier geen interesse in. De mensen die geen interesse hebben in de toepassing geven hier de volgende redenen voor:

Reden	Aantal	Percentage
Wel interesse	169	92,9
Geen reden	1	0,5
Geen behoefte	1	0,5
Geen behoefte aan hulp	1	0,5
Geen interesse	2	1,1
Hoeft niet	1	0,5
Ik behoor niet tot de doelgroep	1	0,5
Ik regel dit liever zelf	1	0,5
Ik heb alles al	1	0,5
Niet van toepassing	1	0,5
Was maar tijdelijk bij de voedselbank	1	0,5
Wij zijn met 2 personen	1	0,5
Financieel niet nodig	1	0,5
Totaal	182	100

Tabel 1. Zou u gebruik maken van een toepassing waarbij u (gratis) persoonlijke aanbiedingen ontvangt?

3.2 VRAAG 2: WELKE AANBIEDINGEN ZOU U HET LIEFSTE ONTVANGEN?

Deze vraag is enkel ingevuld door de 169 personen die aangaven geïnteresseerd te zijn in de toepassing. Omdat respondenten meerdere antwoorden konden aankruisen is het totaal percentage hoger dan 100%.

Men geeft aan het liefste aanbiedingen te ontvangen voor:

1. Een dagje uit (17%)
2. Bezoek aan een pretpark/dierentuin (16,5%)
3. Persoonlijke verzorging (15%)

3.3 VRAAG 3: WAT IS UW LEEFTIJD?

De meest voorkomende leeftijdscategorieën zijn 30-39 en 40-49. Beide groepen hebben met 49 respondenten een aandeel van 26,9% van het totaal. 53,8% van de respondenten heeft een leeftijd tussen de 30 en 49 jaar.

De volgende tabel laat zien hoe vaak iedere aanbieding werd gekozen per categorie.

Leeftijd	Dagje uit	Persoonlijke verzorging	Pretpark/ dierentuin	Theater/ bioscoop	Kinder- producten	Uit eten	Kleding	Totaal
18-29	8	8	8	6	7	5	11	20
30-39	28	22	35	21	28	21	19	49
40-49	28	26	32	22	27	20	20	46
50-64	26	23	16	21	7	23	14	39
65+	6	6	2	7	1	9	2	13
Totaal	96	85	93	77	70	78	66	167

Tabel 2. Wat is uw leeftijd? / Welke aanbieding?

Ook het aantal mensen dat geen interesse heeft in de toepassing is in te delen per leeftijdscategorie. Van de 13 respondenten die aangaven geen interesse te hebben, hebben er 6 geen leeftijd ingevuld.

Leeftijd	Ja	Nee	Totaal
18-29	19	4	23
30-39	48	1	49
40-49	49	0	49
50-64	39	0	39
65+	14	2	16
Totaal	169	7	176

Tabel 3. Wat is uw leeftijd? / Interesse?

3.4 VRAAG 4: WAT IS UW GESLACHT

De verdeling man en vrouw is 104 vrouwen (57,2%) en 71 mannen (39%). 7 respondenten hebben de vraag niet beantwoord (3,8%).

3.5 VRAAG 5: WAT IS UW GEZINSSITUATIE?

De meeste respondenten geven aan alleenstaand te zijn (32,4%). Daarnaast geven 44 respondenten (24,2%) aan alleenstaand te zijn en minstens 1 kind te hebben, evenals de 44 respondenten die aangeven gehuwd te zijn en minstens 1 kind te hebben terug te vinden in bijlage 1 en 2.

3.6 VRAAG 6: WAT IS UW WOONPLAATS?

De meeste respondenten zijn woonachtig in de plaats waar de enquête is afgenomen. Een aantal mensen komen uit omliggende kerkdorpen of plaatsen. Een aantal personen hebben de enquête gezamenlijk ingevuld waardoor er meer woonplaatsen naar voren zijn gekomen dan respondenten.

Woonplaats	Aantal	Percentage
Bingelrade (Beekdaelen)	1	0,5
Bocholtz	1	0,5
Brunssum	54	29,6
Heerlen	78	42,9
Hoensbroek (Heerlen)	7	3,8
Kerkrade	29	15,9
Landgraaf	6	3,3
Nuth (Beekdaelen)	1	0,5
Schinveld (Beekdaelen)	3	1,6
Simpelveld	1	0,5
Treebeek (Brunssum)	1	0,5
Totaal	182	100

Tabel 4. Wat is uw woonplaats?

3.7 PLAATS VAN AFNAME

De enquête is afgenomen in 3 verschillende gemeentes, waarvan de meeste in Heerlen. Van een aantal ingevulde enquêtes is de plaats van afname onbekend. De enquête formulieren werden onder andere uitgedeeld bij de afgiftepunten van de Voedselbank en door medewerkers van de maatschappelijke organisaties CMWW, IMPULS en ALCANDER. Terug te vinden in bijlage 2.

Plaats	Aantal	Percentage
Brunssum	52	28,6
Kerkrade	25	13,7
Heerlen	68	37,4
Niet bekend, wellicht aangeleverd door medewerkers van de maatschappelijke organisaties	37	20,3
totaal	182	100%

Tabel 5. Plaats van afname

4. ANTWOORDEN OP ONDERZOEKSVRAGEN NAV ANTWOORDEN OP ENQUÊTEVRAGEN

In dit hoofdstuk wordt er door middel van de analyse van de resultaten antwoord gegeven op de opgestelde onderzoeksvragen. De onderzoeksvragen luiden als volgt:

1. Wat zijn de demografische gegevens van de respondenten?
2. Heeft de doelgroep behoefte aan het ontvangen van gepersonaliseerde aanbiedingen, zo nee waarom niet?
3. Welk soort uitstapjes spreken de respondenten het meeste aan?

Bij het opstellen van de conclusie zijn alle 'missing values' doorberekend in SPSS alsof de vragen wel beantwoord waren, hierdoor komt het totale percentage altijd op 100% uit. Dit is gedaan zodat de resultaten van de enquête gemakkelijker te analyseren zijn en de conclusie beter te onderbouwen is.

4.1 WAT ZIJN DE DEMOGRAFISCHE GEGEVENS VAN DE RESPONDENTEN?

De demografische gegevens die op basis van de afgenomen enquête kunnen worden beschreven zijn; leeftijd, geslacht en gezinssamenstelling. In de resultaten werd al zichtbaar dat de verdeling man/vrouw er als volgt uit ziet: 59,4% is vrouw en 40,6% is man (inclusief de verdeling van de missing values). Hier is te zien dat ruim de helft (55,6% inclusief de missing values) van de respondenten zich in de leeftijdsgroep tussen de 30 en 49 jaar bevindt. Ook het aandeel personen tussen de 50 en 64 jaar is met 22,2% nog aanzienlijk. Slechts 13,1% van de respondenten is jonger dan 29 jaar en het aandeel 65+ is met 9,1% zelfs nog lager.

51,8% van de respondenten geeft aan kinderen te hebben. Hiervan is exact de helft getrouwd en de andere helft alleenstaand. Daarnaast geeft 34,7% van de respondenten aan alleenstaand te zijn en geen kinderen te hebben.

Wat er opvalt aan deze gegevens is het hoge aantal alleenstaanden. 103 respondenten (56,6%) geeft aan alleenstaand te zijn en van die 103 personen zijn er 44 alleenstaand met kind.

4.2 HEEFT DE DOELGROEP BEHOEFTE AAN HET ONTVANGEN VAN GEPERSONALISEERDE AANBIEDINGEN, ZO NEE WAAROM NIET?

Als men enkel enquêtevraag 1 zou gebruiken om deze onderzoeksvraag te beantwoorden zou het antwoord zeer kort en krachtig zijn: Ja! 92,9% van de respondenten geeft immers aan dat zij gebruik zouden maken van een toepassing om gratis (gepersonaliseerde) aanbiedingen te ontvangen.

Er zijn echter ook 13 (7,1%) respondenten die aangeven geen interesse te hebben in deze toepassing. Deze groep is minstens even interessant als de groep die 'ja' heeft geantwoord. Een analyse van de redenen waarom respondenten geen interesse hebben brengt interessante inzichten naar voren.

Een aantal van de respondenten geeft een vrij legitieme reden om geen interesse te hebben, zoals 'ik behoor niet tot de doelgroep' of 'ik heb alles al'. Deze respondenten liggen dan ook niet in de focusgroep van Quiet. Echter geeft 6 van de 13 respondenten (46,1%) aan geen interesse/behoefte te hebben aan het ontvangen van leuke aanbiedingen, terwijl zij wel de Voedselbank bezochten. Dit is opvallend omdat het ontvangen van aanbiedingen geen geld kost en het niet verplicht is om ook gebruik te maken van de ontvangen aanbieding. Het is mogelijk dat niet iedereen dit goed begrepen heeft.

Van 7 respondenten die aangaven geen interesse te hebben is ook de leeftijd bekend en hier is een interessante trend in te zien. In de leeftijdscategorie 18-29 jaar geeft 17,4% aan geen gebruik te zullen maken van gepersonaliseerde aanbiedingen en in de leeftijdscategorie 65+ is dit 12,5%. In de leeftijdscategorie 30-39 heeft slechts 2% van de respondenten geen interesse en in de categorieën 40-49 en 50-64 is dit zelfs 0%.

Een verklaring voor het hoge percentage in de 65+ categorie is mogelijk het technische aspect van de toepassing. Het hoge percentage binnen de jongste groep is lastiger te verklaren, de vraag is wat hen er van weerhoudt om kosteloos aanbiedingen te ontvangen.

4.3 WELK SOORT UITSTAPJES SPREEKT DE RESPONDENTEN HET MEESTE AAN?

Zoals in de resultaten al zichtbaar werd zijn er 3 soorten uitstapjes die het meeste in trek zijn, namelijk;

4. Dagje uit (17%)
5. Pretpark/dierentuin (16,5%)
6. Persoonlijke verzorging (15%)

Om ervoor te zorgen dat iedere gebruiker van de applicatie de meest persoonlijke aanbiedingen ontvangt, worden de resultaten vergeleken met een aantal van de statische gegevens uit onderzoeksvraag 1.

Bijzonder opvallend is dat 25,4% van de respondenten zonder kinderen aangeeft interesse te hebben in aanbiedingen over kinderproducten.

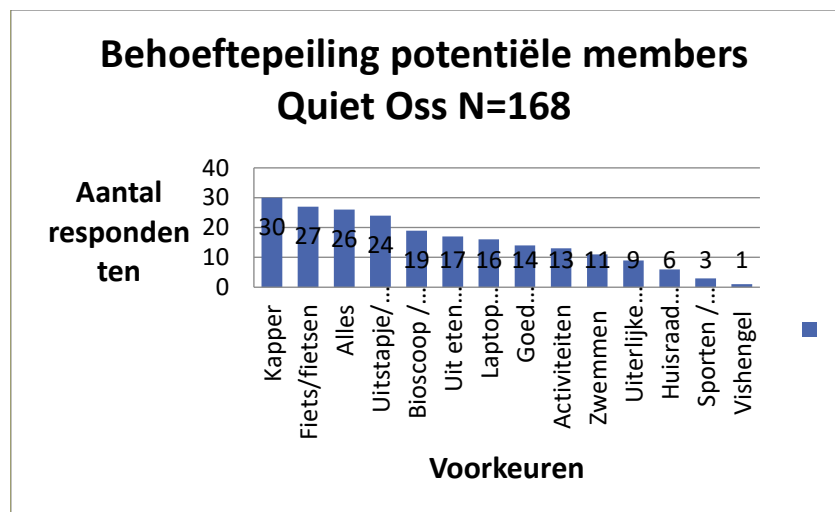
Er is nergens een duidelijke trend zichtbaar als er wordt gekeken naar de meest gekozen uitjes in vergelijking met leeftijd, geslacht en gezinssituatie.

4.4 AANBEVELINGEN RICHTING QUIET COMMUNITY PARKSTAD ALS AANVULLING OP DIT ONDERZOEK

1. De 182 respondenten die nu de enquête hebben ingevuld hebben dit toevallig gedaan omdat ze *toevallig* zijn aangesproken of dat ze op dat moment *toevallig* tijd hadden. De vraag is of nu of deze 182 respondenten verdeeld in leeftijdscategorieën representatief zijn voor de groep burgers die onder de armoedegrens leeft. 65 + heeft bijv. de enquête nauwelijks ingevuld. Slechts 13,1% van de respondenten is jonger dan 29 jaar en het aandeel 65+ is met 9,1% zelfs nog lager. Er moet worden gecontroleerd in samenwerking met de gemeente hoe de leeftijdsverdeling is bij de groep burgers die onder de armoedegrens leeft.
2. Het is onbekend wat de reden is van het hoge percentage jongeren dat geen interesse heeft in de aanbiedingen van de Quiet Community. Aanbevolen wordt om een apart onderzoek uit te voeren naar de wensen, behoeften en gedrag van de jonge doelgroep om er zo achter te komen hoe ze denken en waar ze mee bezig zijn om zo beter te ontdekken waar hun interesses wel liggen.
3. Het is onbekend waarom de meeste enquêtes zijn afgenomen in Heerlen. Het is raadzaam om met de vrijwilligers van de drie Voedselbanken te evalueren hoe en welke respondenten zijn benaderd en waarom er een betreffend aantal is ingevuld en of er acties genomen kunnen worden om de respons in de toekomst eventueel te verhogen.

4.5 RESULTAAT VAN DE BEHOEFTE PEILING BINNEN DE GEMEENTE OSS?

Ter vergelijking onderstaand het resultaat van de behoeftepeiling van potentiële members in 2018 in Oss. Inmiddels is de Quiet Community OSS een feit.



Conclusie: De meeste behoefte is er aan de kapper, een dagje of avondje uit, een fiets, bioscoop en theater, uit eten en laptop of computer. Het past in de primaire doelstelling van Quiet, namelijk armoede verzachten en ‘ontzorgen’ (Wijckmans, 2020).

BIJLAGE 1: KALE SPSS OUTPUT

Zou u gebruik maken van een toepassing waarbij u (gratis) persoonlijke aanbiedingen ontvangt?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ja	169	92,9	92,9	92,9
	Nee	13	7,1	7,1	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Zou u gebruik maken van een toepassing waarbij u (gratis) persoonlijke aanbiedingen ontvangt?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		169	92,9	92,9	92,9
	geen behoefte	1	,5	,5	93,4
	Geen behoefte aan hulp	1	,5	,5	94,0
	Geen interesse	2	1,1	1,1	95,1
	Geen reden	1	,5	,5	95,6
	Hoeft niet	1	,5	,5	96,2
	Ik behoor niet tot de doelgroep	1	,5	,5	96,7
	Ik dit liever zelf regel	1	,5	,5	97,3
	Ik heb alles al	1	,5	,5	97,8
	Niet van toepassing	1	,5	,5	98,4
	Was maar tijdelijk bij de voed	1	,5	,5	98,9
	Wij zijn met 2 personen, lukt nu	1	,5	,5	99,5
	Zolang financieel niet nodig	1	,5	,5	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

\$Aanbieding Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Ik wil graag aanbiedingen over ^a	Dagje uit	96	17,0%	57,5%
	Persoonlijke verzorging	85	15,0%	50,9%
	Pretpark Dierentuin	93	16,5%	55,7%
	Theater Bioscoop	77	13,6%	46,1%
	Kinderproducten	70	12,4%	41,9%
	Uiteten	78	13,8%	46,7%
	Kleding	66	11,7%	39,5%
Total		565	100,0%	338,3%

a. Dichotomy group tabulated at value 0.

Wat is uw geslacht

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	vrouw	104	57,1	59,4	59,4
	man	71	39,0	40,6	100,0
	Total	175	96,2	100,0	
Missing	System	7	3,8		
Total		182	100,0		

Wat is uw leeftijd?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 29	23	12,6	13,1	13,1
	30 - 39	49	26,9	27,8	40,9
	40 - 49	49	26,9	27,8	68,8
	50 - 64	39	21,4	22,2	90,9
	65 - plus	16	8,8	9,1	100,0
	Total	176	96,7	100,0	
Missing	System	6	3,3		
Total		182	100,0		

Leeftijd*\$Aanbieding Crosstabulation

			Ik wil graag aanbiedingen over ^a							Total
			Dagje uit	Persoonlijke verzorging	Pretpark Dierentuin	Theater Bioscoop	Kinderproduct en	Uiteten	Kleding	
Wat is uw leeftijd?	18 - 29	Count	8	8	8	6	7	5	11	20
	30 - 39	Count	28	22	35	21	28	21	19	49
	40 - 49	Count	28	26	32	22	27	20	20	46
	50 - 64	Count	26	23	16	21	7	23	14	39
	65 - plus	Count	6	6	2	7	1	9	2	13
Total		Count	96	85	93	77	70	78	66	167

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 0.

Wat is uw leeftijd? * Zou u gebruik maken van een toepassing waarbij u (gratis) persoonlijke aanbiedingen ontvangt? Crosstabulation

Count

		Zou u gebruik maken van een toepassing waarbij u (gratis) persoonlijke aanbiedingen ontvangt?		Total
		Ja	Nee	
Wat is uw leeftijd?	18 - 29	19	4	23
	30 - 39	48	1	49
	40 - 49	49	0	49
	50 - 64	39	0	39
	65 - plus	14	2	16
Total		169	7	176

Wat is uw gezinssituatie

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Alleenstaand	59	32,4	34,7	34,7
	Alleenstaand met kind - kinderen	44	24,2	25,9	60,6
	gehuwd - samenwonend	18	9,9	10,6	71,2
	gehuwd - samenwonend met kind - kinderen	44	24,2	25,9	97,1
	zeg ik liever niet	5	2,7	2,9	100,0
	Total	170	93,4	100,0	
Missing	System	12	6,6		
Total		182	100,0		

Zou u gebruik maken van een toepassing waarbij u (gratis) persoonlijke aanbiedingen ontvangt? * Wat is uw gezinssituatie Crosstabulation

Count

		Wat is uw gezinssituatie					Total
		Alleenstaand	Alleenstaand met kind - kinderen	gehuwd - samenwone d	gehuwd - samenwone d met kind - kinderen	zeg ik liever niet	
Zou u gebruik maken van een toepassing waarbij u (gratis) persoonlijke aanbiedingen ontvangt?		58	42	16	44	4	164
	Geen interesse	1	0	0	0	1	2
	Geen reden	0	1	0	0	0	1
	Ik dit liever zelf regel	0	0	1	0	0	1
	Niet van toepassing	0	1	0	0	0	1
	Zolang financieel niet nodig	0	0	1	0	0	1
Total		59	44	18	44	5	170

Wat is uw woonplaats

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bingelrade	1	,5	,5	,5
	Bocholtz	1	,5	,5	1,1
	Brunssum	53	29,1	29,1	30,2
	Brussnum	1	,5	,5	30,8
	Heerlen	78	42,9	42,9	73,6
	Hoensbroek	7	3,8	3,8	77,5
	Kerkrade	29	15,9	15,9	93,4
	Landgraaf	6	3,3	3,3	96,7
	Nuth	1	,5	,5	97,3
	Schinveld	3	1,6	1,6	98,9
	Simpelveld	1	,5	,5	99,5
	Treebeek	1	,5	,5	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Plaats van afname

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Brunssum	52	28,6	35,9	35,9
	Kerkrade	25	13,7	17,2	53,1
	Heerlen	68	37,4	46,9	100,0
	Total	145	79,7	100,0	
Missing	System	37	20,3		
Total		182	100,0		

BIJLAGE 1B UITDRAAI SPSS (NETTE VERSIE)

Vraag 1: Zou u gebruik maken van een toepassing waarbij u (gratis) persoonlijke aanbiedingen ontvangt?

	Aantal	Percentage
Ja	169	92,9
Nee	13	7,1
Totaal	182	100

Reden	Aantal	Percentage
Wel interesse	169	92,9
Geen reden	1	0,5
Geen behoefte	1	0,5
Geen behoefte aan hulp	1	0,5
Geen interesse	2	1,1
Hoeft niet	1	0,5
Ik behoor niet tot de doelgroep	1	0,5
Ik regel dit liever zelf	1	0,5
Ik heb alles al	1	0,5
Niet van toepassing	1	0,5
Was maar tijdelijk bij de voedselbank	1	0,5
Wij zijn met 2 personen	1	0,5
Financieel niet nodig	1	0,5
Totaal	182	100

Vraag 2: Welke aanbiedingen zou u het liefste ontvangen?

Aanbieding	Aantal	Percentage
Dagje uit	96	17
Persoonlijke verzorging	85	15
Pretpark/dierentuin	93	16,5
Theater/bioscoop	77	13,6
Kinderproducten	70	12,4
Uiteten	78	13,8
Kleding	66	11,7
Totaal	565	100

Vraag 3: Wat is uw leeftijd?

Leeftijd	Aantal	Percentage
18 - 29	23	12,6
30 - 39	49	26,9
40 - 49	49	26,9
50 - 64	39	21,4
65+	16	8,8
Niet ingevuld	6	3,3
Totaal	182	100

Vraag 4: Wat is uw geslacht

Geslacht	Aantal	Percentage
Vrouw	104	57,2
Man	71	39,0
Niet ingevuld	7	3,8
Totaal	182	100

Vraag 5: Wat is uw gezinssituatie?

Gezinssituatie	Aantal	Percentage
Alleenstaand	59	32,4
Alleenstaand met kind(eren)	44	24,2
Gehuwd - samenwonend	18	9,9
Gehuwd - samenwonend met kind(eren)	44	24,2
Zeg ik liever niet	5	2,7
Niet ingevuld	12	6,6
Totaal	182	100

Vraag 6: Wat is uw woonplaats?

Woonplaats	Aantal	Percentage
Bingelrade	1	0,5
Bocholtz	1	0,5
Brunssum	54	29,6
Heerlen	78	42,9
Hoensbroek	7	3,8
Kerkrade	29	15,9
Landgraaf	6	3,3
Nuth	1	0,5
Schinveld	3	1,6
Simpelveld	1	0,5
Treebeek	1	0,5
Totaal	182	100

Plaats van afname enquête

Plaats	Aantal	Percentage
Brunssum	52	28,6
Kerkrade	25	13,7
Heerlen	68	37,4
Niet ingevuld	37	20,3
Totaal	182	100

Op de volgende pagina's het gebruikte enquête formulier



QUIET

Enquête formulier

Geachte lezer,

Informatie over een Quiet community en waarom deze behoeftepeiling treft u aan in de bijlage.

Deze behoeftepeiling of enquête gaat over een community, waarbij u na aanmelding, persoonlijke aanbiedingen krijgt. Deze aanbiedingen kunnen variëren van een gratis bezoek aan de kapper, een dagje erop uit, naar het theater of bioscoop. Deze enquête is anoniem. De antwoorden zijn vertrouwelijk en zullen niet openbaar gemaakt worden. Het invullen van deze enquête zal ongeveer 5 minuten in beslag nemen. Bedankt voor uw medewerking.

1. **Zou u gebruikmaken van een toepassing waarbij u (gratis) persoonlijke aanbiedingen ontvangt? Waar heeft u of uw gezinsleden echt behoefte aan!**

☐ Ja

☐ Nee, omdat

Indien u bovenstaande vraag met 'Nee' heeft beantwoord vult u onderstaande vragen niet meer in en danken we u voor uw medewerking.

2. **Welke aanbiedingen zou u graag ontvangen? Waar heeft u echt behoefte aan? Vanzelfsprekend zijn meerdere antwoorden mogelijk.**

☐ Een dagje erop uit

☐ Persoonlijke verzorging , bijvoorbeeld naar de kapper, pedicure, verzorgingsproducten

☐ Een pretpark of dierentuin

☐ Het theater of bioscoop

☐ Producten voor kinderen

☐ Uit eten

☐ (Sport) kleding

☐ Anders zoals:

Wat is uw

leeftijd ?

- ☐ 18 - 29
- ☐ 30 - 39
- ☐ 40 - 49
- ☐ 50 - 64
- ☐ 65 - plus

3. Wat is uw geslacht?

- ☐ Vrouw
- ☐ Man
- ☐ Zeg ik liever niet

4. Wat is gezinssituatie?

- ☐ Alleenstaand
- ☐ Alleenstaand met kind - kinderen
- ☐ Gehuwd - samenwonend
- ☐ Gehuwd - samenwonend met kind - kinderen
- ☐ Zeg ik liever niet

5. Wat is uw woonplaats?

=====

Indien u nog op- of aanmerkingen of vragen heeft dan kunt u onderstaande ruimte hiervoor gebruiken. Dank u wel voor uw medewerking aan deze enquête .

BIJLAGE 3: STEEKPROEFOMVANG BEREKENEN BIJ EEN A-SELECTE STEEKPROEF:

STEEKPROEFGROOTTE BEREKENEN BIJ EEN A-SELECTE STEEKPROEF(SCHOUTEN, 2007)

Bij het kiezen van de steekproefgrootte is er gekozen voor een foutmarge van 5% en een betrouwbaarheidsniveau van 95%. Om te garanderen dat er bij herhaling van het onderzoek dezelfde resultaten naar voren komen is er voor de steekproefberekening gekozen voor een betrouwbaarheid van 95%. Na het invullen van de formule blijkt dat er 367 respondenten nodig zijn voor een betrouwbaar onderzoek. (Checkmarket, 2020)

Steekproefgrootte berekenen

Steekproefgrootte

Grootte populatie:

7839

Hoeveel mensen bevat de groep die uw steekproef voorstelt? (De steekproefgrootte wijzigt niet veel voor een populatie groter dan 20.000.)

Foutenmarge:

5%



Dit is het positieve of negatieve getal dat meestal wordt weergegeven in opiniepeilingresultaten van dagbladen of televisie. Bijvoorbeeld, als u een foutenmarge van 4% gebruikt en 47% van uw steekproef een bepaald antwoord geeft, dan kan u er "zeker" van zijn dat als u diezelfde vraag aan de volledige populatie had gesteld, tussen 43% (47-4) en 51% (47+4) datzelfde antwoord zouden gekozen hebben (een lagere foutenmarge vereist een grotere steekproef).

Betrouwbaarheidsniveau:

95%



Het betrouwbaarheidsniveau vertelt u hoe zeker u kan zijn van de foutenmarge. Het wordt uitgedrukt in percent en geeft weer hoe vaak het werkelijke percentage van de populatie dat een antwoord zou kiezen, binnen die foutenmarge ligt, m.a.w. in welke mate vertrouwt u erop dat de antwoorden die de respondenten hebben ingegeven, correct zijn (een hoger betrouwbaarheidsniveau vereist een grotere steekproef).

Vereiste steekproefgrootte:

367

Aantal respondenten nodig