

Help, het zwembad verzuipt : marktonderzoek Sport- en ontspanningscentrum Eersel

Citation for published version (APA):

Duijf, E. H. J., & Garritsen, T. T. W. (1999). *Help, het zwembad verzuipt : marktonderzoek Sport- en ontspanningscentrum Eersel*. (TU Eindhoven. Fac. TBDK, Bedrijfskundewinkel : ondernemersadviezen; Vol. 99.12.M02). Technische Universiteit Eindhoven.

Document status and date:

Gepubliceerd: 01/01/1999

Document Version:

Uitgevers PDF, ook bekend als Version of Record

Please check the document version of this publication:

- A submitted manuscript is the version of the article upon submission and before peer-review. There can be important differences between the submitted version and the official published version of record. People interested in the research are advised to contact the author for the final version of the publication, or visit the DOI to the publisher's website.
- The final author version and the galley proof are versions of the publication after peer review.
- The final published version features the final layout of the paper including the volume, issue and page numbers.

[Link to publication](#)

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

If the publication is distributed under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license above, please follow below link for the End User Agreement:

www.tue.nl/taverne

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at:

openaccess@tue.nl

providing details and we will investigate your claim.

TU/e

technische universiteit eindhoven

bibliotheek TPM

Tel (040) 247 23 47 / 247

**Help het zwembad
verzuipt**

**Etienne Duijf
Thomas Garritsen**

**~~X~~ BEDRIJFSKUNDE
winkel
ondernemersadviezen**

November 1999

Marktonderzoek Sport- en ontspanningscentrum Eersel

Projectcode: 99.12.m02
Projectnaam: Help het zwembad verzuipt
Uitvoerders: Etienne Duijf
Thomas Garritsen
Begeleiders: Ronald Doesburg
Joost Herps

Eindhoven, 30 november 1999

Voorwoord

Dit rapport is het resultaat van een onderzoek dat is gehouden onder enkele inwoners van Eersel. Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de Bedrijfskundewinkel. De Bedrijfskundewinkel is een onderzoeks- en adviesbureau geleid door enkele technisch bedrijfskundige studenten van de Technische Universiteit Eindhoven. Kleine bedrijven, ondernemers en maatschappelijke instellingen kunnen kosteloos terecht bij de Bedrijfskundewinkel voor onderzoek en advies.

Het Sport- en ontspanningscentrum Eersel heeft de Bedrijfskundewinkel benaderd om een marktonderzoek op te starten met als doel de oorzaken van de stagnatie in het ledenaantal te achterhalen.

Eind mei hebben wij dit onderzoek op ons genomen en zijn de voorbereidingen gestart. In juli, augustus en september vond het eigenlijke onderzoek plaats en in oktober en november werd het uitgewerkt in een verslag.

Naast onze studie is het ook belangrijk praktijkervaring op te doen. Deze mogelijkheid werd ons geboden door de Bedrijfskundewinkel. Bij deze willen wij dan ook de Bedrijfskundewinkel voor hun steun en faciliteiten bedanken. Speciale dank gaat hierbij uit naar Joost Herps en Ronald Doesburg, onze begeleiders bij dit project en Bram Gilliam, die ons tijdens de zomervakantie hielp. Tot slot willen wij de bedrijfsleider van Sport- en ontspanningscentrum Eersel, de heer Bakker, bedanken voor zijn hulp bij dit onderzoek.

Etienne Duijf
Thomas Garritsen

Samenvatting

Sport- en ontspanningscentrum Eersel is een sportcentrum dat verscheidene mogelijkheden aanbied op het gebied van sport, zoals zwemmen, squash en fitness.

Het sportcentrum doet er alles aan om haar activiteiten zo aantrekkelijk mogelijk te maken en te houden, maar desondanks wordt de beschikbare capaciteit niet volledig benut. De directie vermoedt dat het wel mogelijk is het ledenaantal te vergroten maar weet niet hoe. Sport- en ontspanningscentrum Eersel heeft hiertoe de Bedrijfskundewinkel benaderd om een onderzoek naar de groeimogelijkheden uit te voeren.

Na overleg tussen de uitvoerders en de bedrijfsleider luidde de opdrachtomschrijving als volgt: onderzoek de groeimogelijkheden van het ledenaantal van het sportcentrum. De onderzoeksvraag werd eveneens vastgesteld: wat zijn de oorzaken van de stagnatie van het ledenaantal van het sportcentrum?

Om dit onderzoek uit te voeren dient men over veel informatie te beschikken. Daarom is er voor gekozen een groot aantal enquêtes af te nemen. Dit is gedaan door een aantal bewoners van Eersel een enquête op te sturen of door mensen in Eersel zelf een enquête in te laten vullen. Zodoende zijn we aan een respons gekomen van in totaal 138 ingevulde enquêtes.

Uit onderzoek is naar voren gekomen dat Sport- en Ontspanningscentrum Eersel te maken heeft met een negatieve reputatie, die in het verleden is opgebouwd. De bevolking van Eersel is nog niet op de hoogte van het feit dat er een nieuwe eigenaar en sfeer is. Ook vindt men dat de drempel om lid te worden te hoog is, aangezien er te weinig mogelijkheden tot kennismaking zijn.

Er zijn een aantal aanbevelingen gedaan op iedere van de vier marketing p's, waarvan de belangrijkste zijn:

- Het houden van een opendag in combinatie met proeflessen;
- Beter rekening houden met specifieke wensen van de klant;
- Meer flexibele prijsmogelijkheden zoals betalen per les.

Inhoudsopgave

Voorwoord	i
Samenvatting	ii
Inhoudsopgave	1
1. Inleiding	3
2. Onderzoeksopzet	
2.1. Inleiding	4
2.2. Situatieomschrijving	4
2.3. Probleemomschrijving	4
2.4. Opdrachtomschrijving	5
2.5. Afbakening	5
2.6. Onderzoeksvraag	5
2.7. Onderzoeksdeelvragen	5
2.8. Methode van onderzoek	6
2.9. Onderzoeksmodel	7
2.10. Verbanden tussen variabelen	9
3. Onderzoeksuitvoering	
3.1. Inleiding	11
3.2. Het opstellen van de enquête	11
3.3. De uitvoering	11
4. Resultaten	
4.1. Inleiding	13
4.2. Onderdeel 1: Profiel	13
4.3. Onderdeel 2: Sportinteresse	15
4.4. Onderdeel 3: Aangeboden sportfaciliteiten van SOC Eersel	18
4.5. Onderdeel 4: Prijzen en abonnementen	20
4.6. Onderdeel 5: Bereikbaarheid van het sportcentrum	23
4.7. Onderdeel 6: Informatievoorziening	25
4.8. Opmerkingen / suggesties en adressen	27
4.9. Relaties tussen variabelen	27
5. Conclusies en aanbevelingen	
5.1. Inleiding	34
5.2. Onderdeel 1: Profiel	34
5.3. Onderdeel 2: Sportinteresse	34
5.4. Onderdeel 3: Aangeboden sportfaciliteiten van SOC Eersel	34
5.5. Onderdeel 4: Prijzen en abonnementen	35

5.6.	Onderdeel 5: Bereikbaarheid van het sportcentrum	35
5.7.	Onderdeel 6: Informatievoorziening	35
5.8.	Deelvraag 1	36
5.9.	Deelvraag 2	36
5.10.	Deelvraag 3	36
5.11.	Deelvraag 4	37
5.12.	Onderzoeksvraag	37
5.13.	Aanbevelingen	38
Literatuurlijst		40
Bijlagen		
Bijlage 1	De enquête	41
Bijlage 2	Begeleidende brief	47
Bijlage 3	Opmerkingen en suggesties	48
Bijlage 4	Adressen geïnteresseerden	49

Hoofdstuk 1. Inleiding

Sport- en Ontspanningscentrum Eersel, in het vervolg van dit verslag kortweg te noemen SOC Eersel, is enkele jaren geleden overgenomen door de huidige bedrijfsleider. SOC Eersel bestaat uit een (niet al te groot) zwembad, met daaromheen diverse gym- en fitnesszalen, squashruimtes, een niet meer in gebruik zijnde saunaruimte, een dans- cq feestzaal en een gezellig ingerichte kantine. De bedrijfsleider heeft grote verbouwingsplannen die met name de ingang van SOC Eersel aantrekkelijker moeten maken.

De marktomvang bestaat uit 12 tot 15 duizend personen, woonachtig in Eersel of de nabije omgeving. De concurrentie binnen dit gebied bestaat uit een paar andere (kleine) centra, die zich vooral op fitness richten.

Het huidige aantal leden, ongeveer 700, is echter onvoldoende om SOC Eersel te laten voortbestaan in de toekomst. Men is daarom op zoek gegaan naar mogelijkheden om dit aantal te vergroten, waarbij men onder andere een andere naam aannam, veel adverteerde en diverse kortingsacties toe paste. Dit alles echter zonder het beoogde resultaat. In april van dit jaar kwam SOC Eersel door middel van een mailing bij de Bedrijfskundewinkel terecht.

Het doel van dit onderzoek ligt in het zoeken naar de mogelijkheden van SOC Eersel om beter in te spelen op de wensen van de doelgroep om zodoende haar ledenaantal te kunnen vergroten.

In dit verslag vindt u de resultaten van ons onderzoek. Allereerst wordt in hoofdstuk 2 de onderzoeksopzet weergegeven, zoals die opgesteld is naar aanleiding van een gesprek met de bedrijfsleider van SOC Eersel. Vervolgens zal in een volgend hoofdstuk de uitvoering ervan worden toegelicht, waarna in hoofdstuk 4 de resultaten van de enquête volgen. Deze zullen grotendeels in de vorm van staaf- en taartdiagrammen worden weergegeven. In het laatste hoofdstuk zullen vervolgens conclusies worden getrokken en zal door middel van enkele aanbevelingen een antwoord worden gegeven op de onderzoeksvraag die in de onderzoeksopzet is opgesteld.

2. Onderzoeksopzet

2.1. Inleiding

In dit hoofdstuk zullen allereerst de situatie en de achtergrond van het bedrijf worden weergegeven. Vervolgens zal het hieruit voortgekomen probleem worden omschreven. Aan de hand van deze situatie- en probleemomschrijving zullen de opdrachtomschrijving en onderzoeksvraag worden vastgesteld. Tot slot zal de te gebruiken methode van onderzoek worden toegelicht.

2.2. Situatieomschrijving

Sportcentrum Eersel telt op dit moment zo'n 700 vaste leden. Het bedrijf wordt geleid door 2 personen, die het in 1995 hebben overgenomen. De directie denkt dat het bedrijf mogelijk een slechte naam heeft opgebouwd in het verleden. Dit heeft nu, ondanks allerlei maatregelen om dit op te lossen, zoals het aannemen van een andere naam en het plaatsen van vele advertenties, nog steeds een invloed.

De organisatiestructuur is als volgt. Aan de top van het bedrijf staat de 2-koppige directie, ondersteund door een bedrijfsleider. Onder de bedrijfsleider staan de verantwoordelijken van de diverse afdelingen: zwembad, fitness en kantine. Bij het runnen van hun afdeling worden zij ondersteund door het overige personeel.

Het sportcentrum biedt op dit moment de volgende sporten, ingedeeld naar de verschillende doelgroepen:

- zwemmen (voor jeugd, volwassenen en ouderen);
- dansles (voor jeugd, volwassenen en ouderen) NB: dit wordt door een extern bedrijf verzorgd in een zaaltje van het sportcentrum;
- judo (voor de jeugd);
- squash (voor jongeren (tot 30) en mannen);
- 'harde' fitness: cardio en gewichten (jongeren (tot 30) en mannen);
- 'zachte' fitness: aerobics, steps, body pump, aquajoggen, etc. (vrouwen en 55+).

Met betrekking tot de concurrentie kan gezegd worden dat er in de omgeving van Eersel nog diverse andere fitnessmogelijkheden zijn, maar binnen Eersel niet of nauwelijks. Wel is er nog een gemeentezwembad.

2.3. Probleemomschrijving

Het sportcentrum doet er alles aan om haar activiteiten zo aantrekkelijk mogelijk te maken en te houden, maar desondanks wordt de beschikbare capaciteit niet volledig benut. De directie vermoedt dat het wel mogelijk is om het ledenaantal te vergroten, maar weet niet hoe. Het huidige ledenaantal van 700 is stagnerende, terwijl het sportcentrum plaats heeft voor ongeveer 2000 leden.

2.4. Opdrachtomschrijving

De opdracht bestaat dus uit het analyseren van het zojuist geschetste probleem en het achterhalen van mogelijke oplossingsrichtingen hiervoor. De opdrachtomschrijving luidt dan als volgt:

Onderzoek de groeimogelijkheden van het ledenaantal van het sportcentrum

Vanuit marketing oogpunt zijn er vier deelgebieden, ook wel de 4 P's genoemd, die invloed hebben op de groeimogelijkheden. Deze vier zijn: productbeleid, prijsbeleid, promotiebeleid en plaatsbeleid. Deze deelgebieden zullen we dus nader moeten onderzoeken.

2.5. Afbakening

In het kader van dit onderzoek zal het marktpotentieel van het sportcentrum moeten worden onderzocht. Daarbij meent de directie dat de meeste ledengroei te bereiken is in de markt voor de fitness (zowel 'harde' als 'zachte') en de markt voor zwemmen overdag voor ouderen. Dit zijn de sporten/activiteiten die momenteel het slechtst lopen. We zullen ons daarom vooral op dit gedeelte van de markt gaan richten.

Verder kan opgemerkt worden dat het voor het onderzoek waarschijnlijk geen zin heeft de markt buiten Eersel te gaan benaderen, omdat die in de meeste gevallen al wordt voorzien door andere sportcentra. Dus de doelgroep van dit onderzoek wordt daarmee: potentiële klanten voor het zwemmen overdag en de fitness binnen de gemeente Eersel.

2.6. Onderzoeksvraag

Naar aanleiding van de opdrachtomschrijving kunnen we een onderzoeksvraag opstellen. Om het ledenaantal te kunnen vergroten moet onderzocht worden of de mogelijkheden van het sportcentrum bekend zijn en in hoeverre de geboden sporten/activiteiten overeenkomen met de behoeften van de doelgroep. Als dit bekend is, kunnen verschillende alternatieven worden afgeleid om de gewenste groei te bereiken. De onderzoeksvraag wordt dan:

Wat zijn de oorzaken van de stagnatie van het ledenaantal van het sportcentrum?

2.7. Onderzoeksdeelvragen

De groeimogelijkheden zijn, zoals reeds eerder genoemd, afhankelijk van de factoren product, prijs, promotie en plaats. Aan de hand van deze vier deelgebieden is de onderzoeksvraag op te delen in vier onderzoeksdeelvragen. Dit zijn de volgende.

Met betrekking tot het productbeleid kunnen er groeimogelijkheden zitten in het uitbreiden van het aangeboden assortiment, zowel kwalitatief als kwantitatief (ruimere / andere tijden):

Is de doelgroep op de hoogte van alle aangeboden sportfaciliteiten en in hoeverre komen deze activiteiten overeen met de behoeften van de doelgroep?

Met betrekking tot het prijsbeleid kunnen er mogelijkheden zitten in bepaalde prijsacties, kortingen op rustige uren et cetera:

Is de doelgroep op de hoogte van de prijsmogelijkheden van de aangeboden sportfaciliteiten en in hoeverre komen deze prijzen overeen met wat men bereid is ervoor te betalen?

Met betrekking tot het promotiebeleid kunnen bijvoorbeeld nieuwe activiteiten onder de ogen van de doelgroep gebracht worden en kan men herinnerd worden aan de bestaande mogelijkheden die het sportcentrum biedt:

Hoe wordt de doelgroep op de hoogte gehouden van de ontwikkelingen bij het sportcentrum en in hoeverre komt dit overeen met de behoefte eraan?

Met betrekking tot het plaatsbeleid gaat het vooral om de beperkingen die de locatie qua bereikbaarheid met zich meebrengt. Op dit punt kan bijvoorbeeld ledengroei bereikt worden d.m.v. een (extra) busdienst en het aanleggen van meer parkeerruimte:

Wat vindt de doelgroep van de bereikbaarheid van het sportcentrum?

2.8. Methode van onderzoek

Er zijn drie alternatieven die we zullen moeten afwegen, namelijk een schriftelijke enquête, een telefonische enquête en een persoonlijk gesprek.

Bij de schriftelijke enquête gaat het vooral om kwantitatieve informatie en dient men rekening te houden met een lage respons (5 tot 10 %).

Bij de telefonische enquête gaat het vooral om kwalitatieve informatie en is er vaak sprake van een hoge respons (zo'n 40%).

De kwaliteit van een telefonische enquête en een persoonlijk gesprek ontlopen elkaar vaak niet veel en aangezien een persoonlijk gesprek meer tijd kost, valt dit alternatief in ieder geval af. Er zijn nu nog twee alternatieven over, die met elkaar vergeleken moeten worden. Het gaat er dus om of wij kwantitatieve of kwalitatieve informatie nodig hebben. Het verschil hierin zit voornamelijk in de vraagstelling (open of gesloten vragen).

Dit onderzoek leent zich beter voor gesloten vragen en die zijn makkelijker schriftelijk te stellen. Eventuele open vragen kun je natuurlijk ook schriftelijk stellen. Wij gaan het marktpotentieel onderzoeken. Hier is veel informatie voor nodig. De nadruk ligt dus op de kwantiteit en dus is een schriftelijke enquête geschikt.

Bij de uitvoering van dit onderzoek verwachten we een probleem met betrekking tot de vakantieperiodes: de meeste mensen zijn namelijk op vakantie als ze de enquête in de bus ontvangen. Hierdoor dreigen de enquêtes lang te blijven liggen en uiteindelijk niet ingevuld te worden, zodat de respons waarschijnlijk veel lager is dan anders het geval is. Dit leidt tot twee alternatieven, namelijk heel veel enquêtes opsturen, zodat de absolute respons toch voldoende is, of de enquêtes ter plekke in te laten vullen, d.w.z. in Eersel zelf. Het laatste alternatief geeft het snelste resultaat. Bovendien is

de respons zeer hoog in vergelijking tot het eerste alternatief. Uiteraard zijn de kosten van het eerste alternatief ook hoger, dus kiezen wij ervoor om de enquêtes in Eersel zelf uit te gaan delen.

2.9. Het Onderzoeksmodel

Doel van het onderzoek is een antwoord te vinden op de onderzoeksvraag. Deze zal gevormd worden door een antwoord te vinden op de verschillende deelvragen. Uit deze deelvragen kan men een aantal begrippen met bijbehorende aspecten afleiden. Aan elk begrip kan men een aantal variabelen koppelen, die kunnen worden gespecificeerd aan de hand van enkele meetwaarden. Bij het opstellen van de mogelijke antwoordcategorieën zal met deze meetwaarden rekening moeten worden gehouden. In tabel 2.1 zijn de begrippen, aspecten, variabelen en mogelijke meetwaarden voor dit onderzoek weergegeven.

Tabel 2.1: Het onderzoeksmodel

Begrip	Aspect	Variabele	Meetwaarden
Profiel		1.Geslacht 2.Leeftijd 3.Woonplaats 4.Burgerlijke staat 5.Arbeidsstatus 6.Opleiding 7a.Kinderen 7b.Leeftijd kinderen	(Man, vrouw) (<15, 16-25, 26-35, 36-49, >50) (.....) (Alleenstaand, samenwonend, gehuwd, gescheiden, anders) (Scholier, student, werkend, niet-werkend, VUT/AOW/Pensioen) (VBO, MAVO, HAVO, VWO, MBO, HBO, WO, anders) (Ja, nee) (<9, 10-12, 13-15, 16-18, >18)
Sport-Interesse		8a.Sport 8b.Niet sporten 9.Kinderopvang 10.Lid 11.Waarom	(Ja, nee) (Gezondheidsoverwegingen, niet of onvoldoende aangeboden, te duur, geen tijd, jonge kinderen, anders) (Niet van toepassing, ja, nee) (Ja, SOC E, ja, ander sportcentrum, nl....., ja, sportvereniging, nee) (Dichter bij huis, goedkoper, anders)
Aangeboden faciliteiten		12.Faciliteiten 13.Interesse	(Vrij zwemmen, zwemles, judo, jiu jitsu, cardiofitness, fitness, aerobics, 55+gym, body pump, aquajoggen, baby/peuter zwemmen, squash, skateles, spinning, (kids)streetdance, dansles) (Vrij zwemmen, zwemles, judo, jiu jitsu, cardiofitness, fitness, aerobics, 55+gym, body pump, aquajoggen, baby/peuter zwemmen, squash, skateles, spinning, (kids)streetdance, dansles)

Begrip	Aspect	Variabele	Meetwaarden
		14a.Gemis 14b.Welke	(Ja, nee) (.....)
Prijzen & Abonnementen	Mogelijkheden	15a.Jaar Halfjaar Kwartaal Losse lessen VIP-kaart 55+ voordeel <18.00 u goedkoper 10 rittenkaart squash Huren rackets	(5 punts schaal nuttig - niet-nuttig) (5 punts schaal nuttig - niet-nuttig) (5 punts schaal nuttig - niet-nuttig) (5 punts schaal nuttig - niet-nuttig) (5 punts schaal nuttig - niet-nuttig) (5 punts schaal nuttig - niet-nuttig) (5 punts schaal nuttig - niet-nuttig) (5 punts schaal nuttig - niet-nuttig) (5 punts schaal nuttig - niet-nuttig)
	Prijzen	15b.Toevoeging 16a.Prijzen 16b.Vrij zwemmen Zwemles Judo Jiu jitsu Cardiofitness Fitness Aerobics 55+ gym Body pump Aquajoggen Baby/peuter Squash (Kids)street dance Dansles	(Gezinskaart, combikaart, niets, anders) (Ja, nee) (5 punts schaal voldoende - onvoldoende) (5 punts schaal voldoende - onvoldoende) (5 punts schaal voldoende - onvoldoende) (5 punts schaal voldoende - onvoldoende) (5 punts schaal voldoende - onvoldoende) (5 punts schaal voldoende - onvoldoende) (5 punts schaal voldoende - onvoldoende) (5 punts schaal voldoende - onvoldoende) (5 punts schaal voldoende - onvoldoende) (5 punts schaal voldoende - onvoldoende) (5 punts schaal voldoende - onvoldoende) (5 punts schaal voldoende - onvoldoende) (5 punts schaal voldoende - onvoldoende) (5 punts schaal voldoende - onvoldoende)
Bereikbaarheid		17.Bekendheid 18.Vervoersmiddel	(Ja, nee) (Te voet, (brom)fiets, auto/motor, bus, trein)
	Openings tijden	19.Bereikbaarheid 20.Routeaanduiding 21.Parkeergelegenh 22.Ma-vr open 9.00u Ma-vr gesloten 9.00u Za open 9.00u Za gesloten 17.00u Zo open 10.00u Zo gesloten 15.00u	(5 punts schaal goed - slecht) (5 punts schaal duidelijk - onduidelijk) (5 punts schaal voldoende - onvoldoende) (5 punts schaal te vroeg - te laat) (5 punts schaal te vroeg - te laat) (5 punts schaal te vroeg - te laat) (5 punts schaal te vroeg - te laat) (5 punts schaal te vroeg - te laat) (5 punts schaal te vroeg - te laat)
Informatievoorziening		23a.Bekendheid	(Tot op heden onbekend, familie/vrienden/kenissen, krant/tijdschrift, folder/brochure, affiche, anders)

		23b.Hoogte	(Niet op de hoogte gehouden, familie/vrienden/kennissen, krant/ tijdschrift, folder/brochure, affiche, nieuwsbrief, persoonlijke brief, informatieaanbod, anders)
		24.Voorkeur	(Wil niet op de hoogte gehouden worden, krant/ tijdschrift, folder/brochure, affiche, nieuwsbrief, persoonlijke brief, informatieaanbod, anders)
		25.Frequentie	(Wil niet op de hoogte gehouden worden, 1 keer per jaar, 1 keer per half jaar, 1 keer per kwartaal, 1 keer per maand, 1 keer per week)
		26.Open dag	(Geen behoefte, maandag, dinsdag, woensdag, donderdag, vrijdag, zaterdag, zondag)

2.10. Verbanden tussen variabelen

Kennis van de variabelen afzonderlijk heeft wel toegevoegde waarde, maar de oplossing van het probleem kan ook liggen in combinaties van variabelen. Daarom moet er gekeken worden of er verbanden tussen de variabelen bestaan.

Uit de resultaten van het onderzoek zal blijken tussen welke variabelen een verband gelegd kan worden. Hier zal een verwachting gegeven worden van welke verbanden er bestaan tussen de verschillende variabelen. Dit zal in de tabel 2.2, op de volgende bladzijde, worden weergegeven. Ook zijn in deze tabel een aantal variabelen aan elkaar verbonden die men moet bekijken in het kader van het onderzoek om een goed beeld te krijgen van de demografie van de respondenten. In de tabel op de volgende bladzijde zijn slechts die correlaties aangegeven, die wij relevant achten voor het onderzoek. De verwachte verbanden worden aangegeven met een #. De variabelenummers komen overeen met de nummers gegeven in tabel 2.1. Naar aanleiding van de verbanden zullen in hoofdstuk 4 kruistabellen worden gemaakt.

Tabel 2.2: Verwachte verbanden tussen de variabelen

var. nr.	1	2	3	4	5	6	7a	7b	8a	8b	9	10	11	12	13	14a	15a	15b	16a	16b	17	18	19	20	21	22	23a	23b	24	25	26
1	X	#			#	#			#						#																
2	X	X							#	#					#																
3	X	X	X																												
4	X	X	X	X																											
5	X	X	X	X	X				#																						
6	X	X	X	X	X	X			#																						
7a	X	X	X	X	X	X	X																								
7b	X	X	X	X	X	X	X	X			#																				
8a	X	X	X	X	X	X	X	X	X																						
8b	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	#																				
9	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X																				
10	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	#																	#	
11	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X																		
12	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X																	
13	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X																
14a	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X															
15a	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X														
15b	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X													
16a	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X												
16b	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X											
17	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X										
18	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X									
19	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X								
20	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X							
21	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						
22	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X					
23a	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
23b	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
24	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
25	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
26	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

3. Onderzoeksuitvoering

3.1. Inleiding

In dit hoofdstuk zal allereerst de uiteindelijke enquête, zoals die is opgesteld aan de hand van de onderzoeksopzet, worden toegelicht. Vervolgens zullen onze ervaringen bij het invullen van de enquête worden behandeld.

3.2. De enquête

Aan de hand van de onderzoeksopzet werd begonnen met het opstellen van de enquête. Hierbij hebben we gebruik gemaakt van enige literatuur. De verschillende vragen werden vastgesteld door gebruik te maken van de onderzoeksdeelvragen. Hiervan werden de benodigde onderzoeksbegrippen en -aspecten afgeleid. Deze waren weer onder te verdelen in variabelen met ieder hun specifieke meetwaarden (zie hoofdstuk 2).

Vervolgens is bij iedere variabele een vraag geformuleerd. Tot slot is er een voorbeeld vraag aan de enquête toegevoegd evenals een korte inleiding over het waarom en hoe van deze enquête. Het uiteindelijke resultaat vindt u in bijlage 1.

3.3. De uitvoering

Een onvoorzien obstakel was dat tijdens de afname van de enquêtes in Eersel veel toeristen waren. Een zeer groot deel van de mensen die we aanspraken kwam dus niet in aanmerking voor het invullen van een enquête. Na de eerste middag van enquêtes afnemen hadden we dan ook slechts vijftien ingevulde enquêtes. De tweede dag verliep iets beter zodat we op een totaal van 71 ingevulde enquêtes kwamen.

De grootste vraag die ons bezighield was: waar moet je gaan staan om zoveel mogelijk potentiële invullers te vinden. Aangezien Eersel toch vrij klein is was het voor ons moeilijk om ontmoetingsplaatsen te vinden. Daar kwam nog bij dat het overal vrij rustig was doordat veel mensen op vakantie waren. Uiteindelijk waren de enige ontmoetingsplaatsen die we konden lokaliseren de parkeerplaatsen voor enkele supermarkten. Hier hebben we dan ook verreweg de meeste respons gekregen.

Door deze enigszins tegenvallende resultaten werd besloten om ook een mailing te sturen, zodat we valide conclusies konden trekken en onze aanbevelingen beter gefundeerd konden worden.

In overleg met de Bedrijfskundewinkel werd besloten nog 300 enquêtes op te sturen. De adressen zijn verkregen uit het telefoonboek van Eersel. Deze enquêtes zijn vervolgens vergezeld van een begeleidende brief opgestuurd. Deze begeleidende brief is weergegeven in bijlage 2. De respons van deze mailing viel hoger uit dan verwacht: 21 procent.

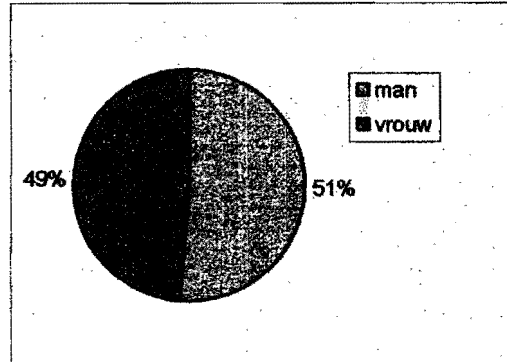
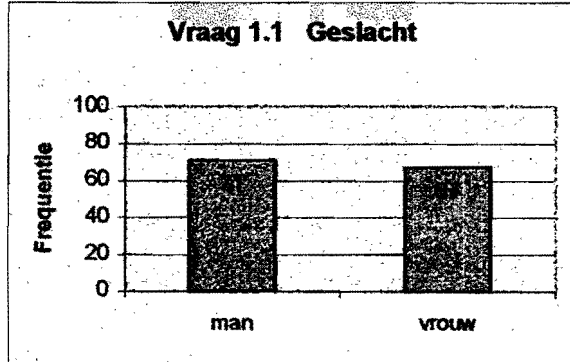
Nadat alle enquêtes ontvangen waren werd het onderzoek vervolgd met het invoeren van alle verkregen enquêtes in het programma SPSS.

Hoofdstuk 4. Resultaten

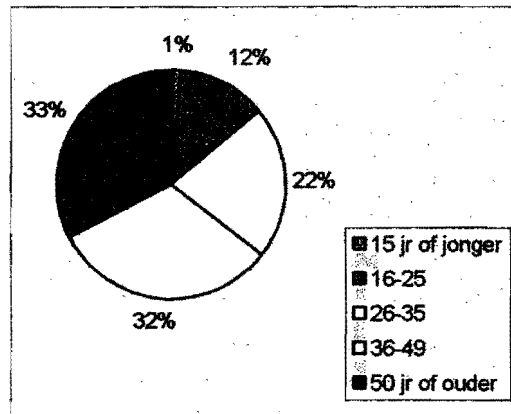
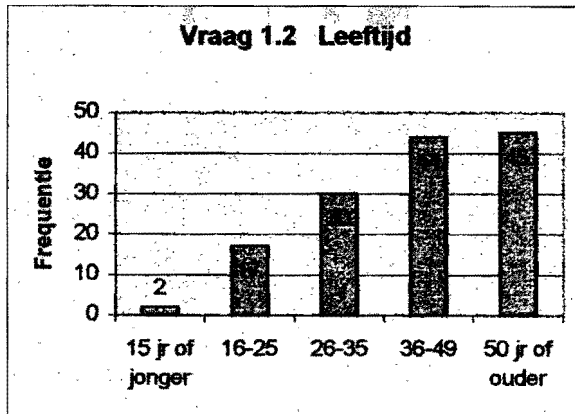
4.1. Inleiding

Hieronder volgen de resultaten, zoals die na verwerking van de enquêtes, gevonden zijn.

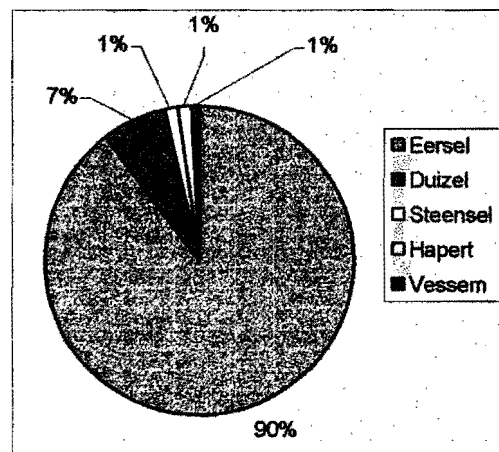
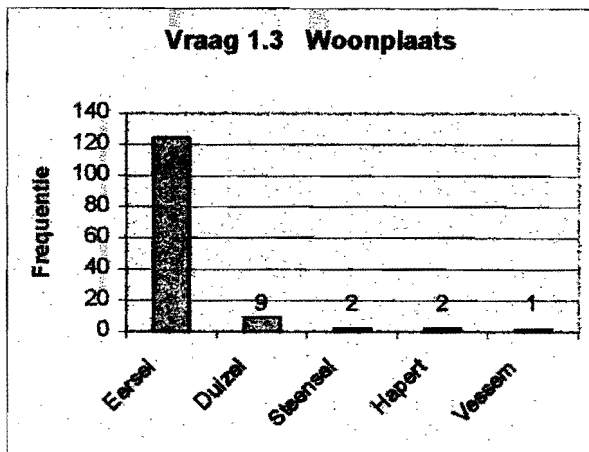
4.2. Onderdeel 1: Profiel



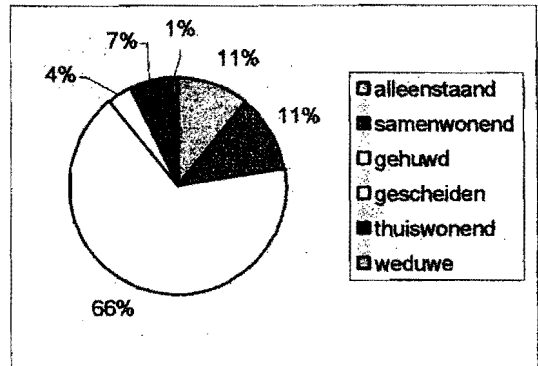
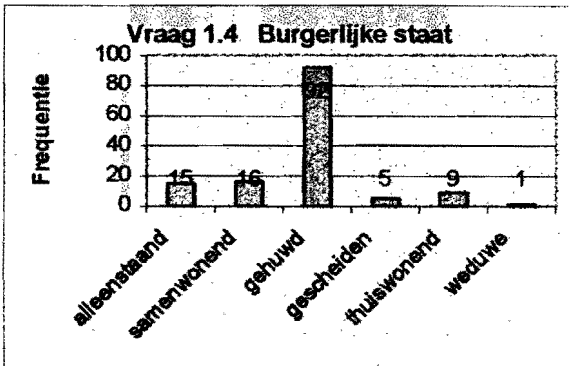
Er hebben ongeveer evenveel mannen als vrouwen aan de enquête meegedaan.



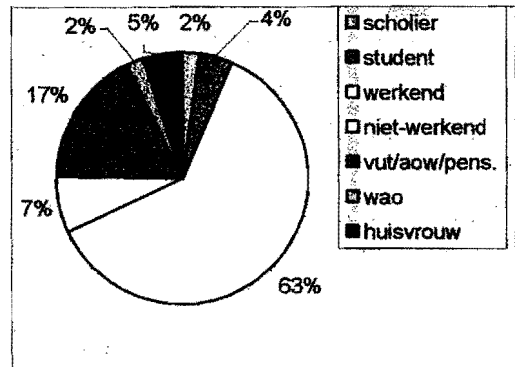
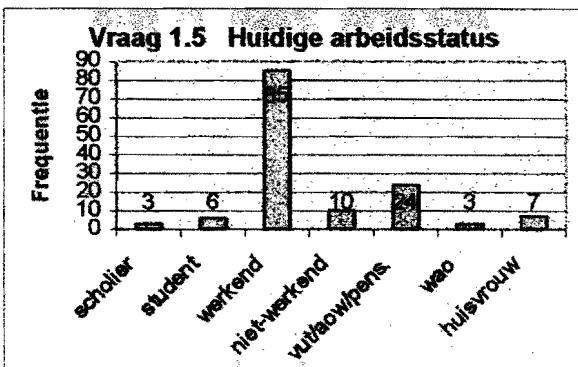
De meerderheid van de respondenten is 36 jaar of ouder en de gemiddelde leeftijd is ca. 40 jaar.



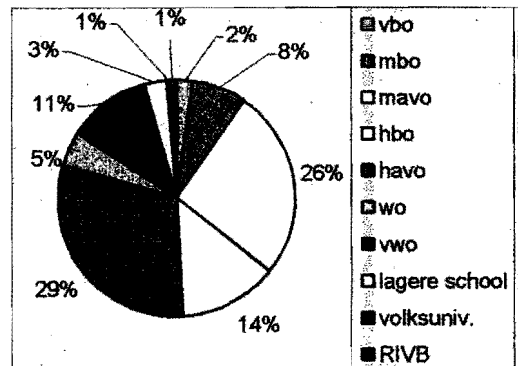
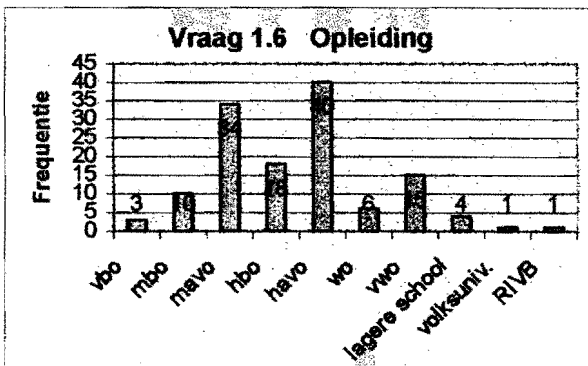
Alle respondenten zijn afkomstig uit Eersel of de directe omgeving ervan. Ze behoren dus allemaal tot de doelgroep van Sport- en ontspanningscentrum Eersel.



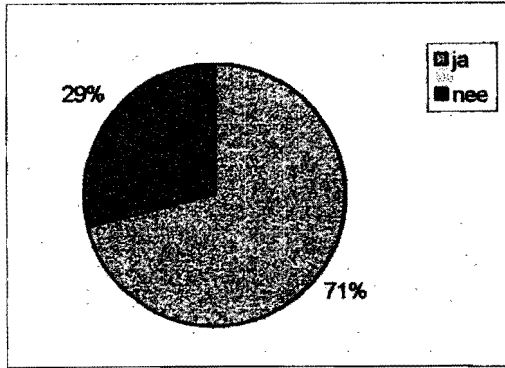
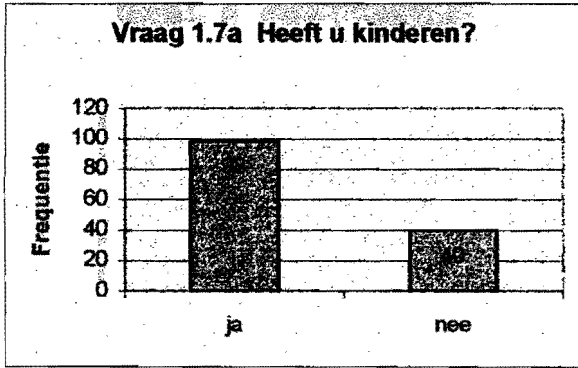
Ongeveer tweederde van de respondenten is getrouwd.



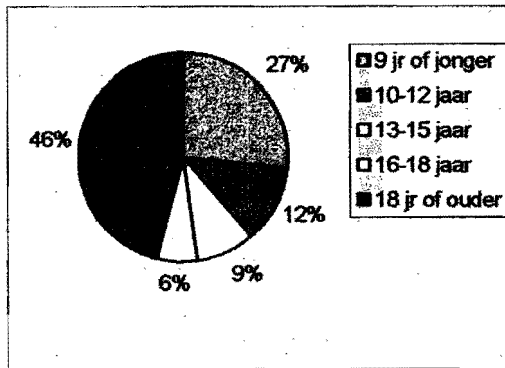
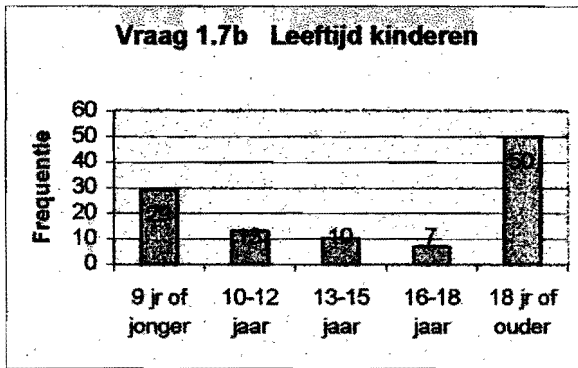
Ruim 60% van de respondenten heeft een baan. Een opmerking die we bij deze getallen willen maken, is dat het relatief kleine aantal 'huisvrouwen' te verklaren is doordat dit geen standaard optie was, maar men dit zelf moest aangeven bij 'anders'. Veel huisvrouwen zullen waarschijnlijk voor 'werkend' of 'niet-werkend' hebben gekozen.



De genoten opleidingen zijn zeer divers. Ongeveer 20% van de respondenten heeft een hoog opleidingsniveau en de rest middel of laag.

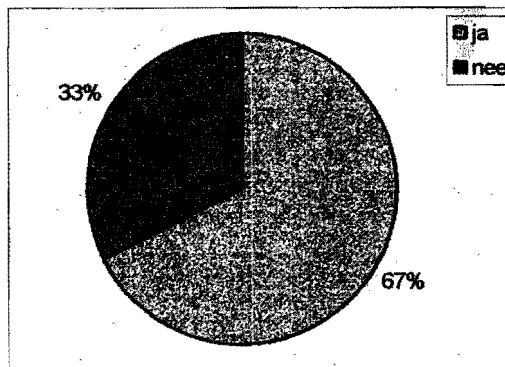
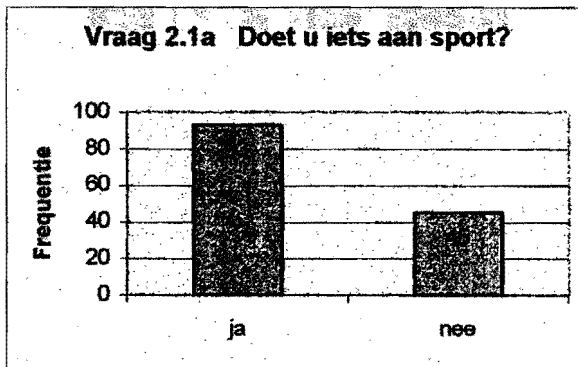


Ruim 70 % van de ondervraagden heeft kinderen.



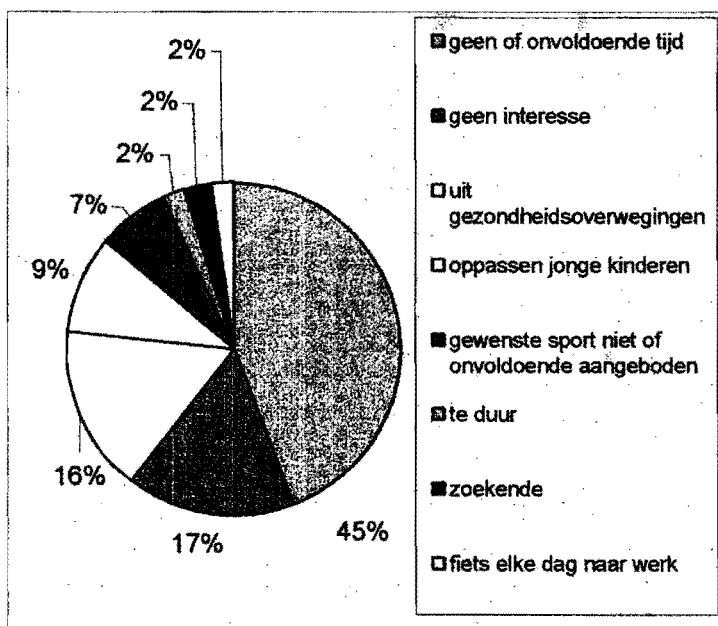
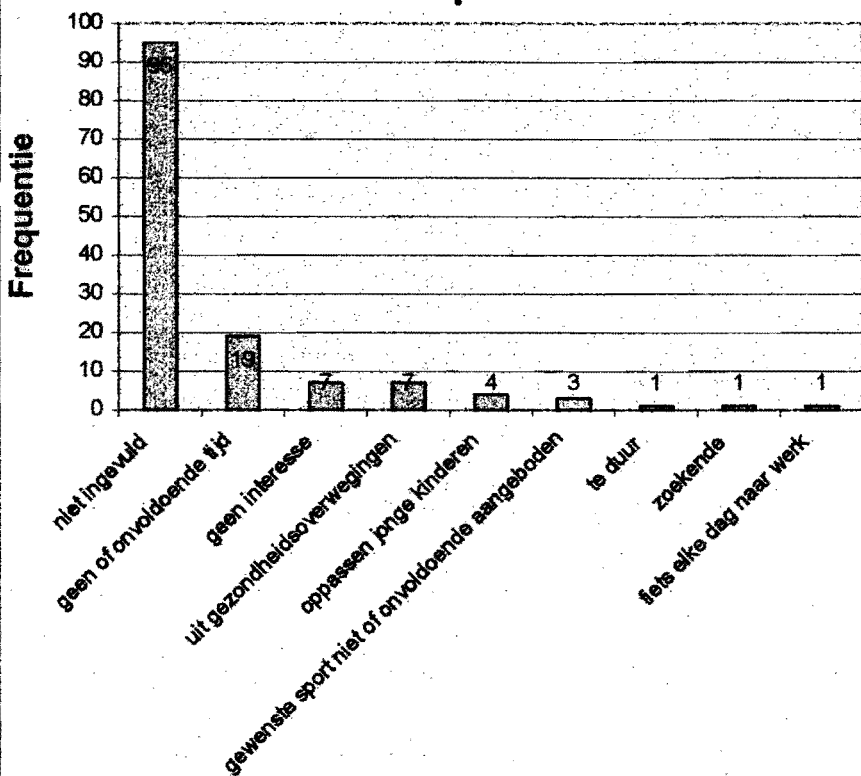
De gemiddelde leeftijd van de kinderen ligt, net als die van de ouders, aan de hoge kant (een logisch verband, uiteraard).

4.3. Onderdeel 2: Sportinteresse



Het valt op dat een groot percentage van de ondervraagden niets aan sport doet.

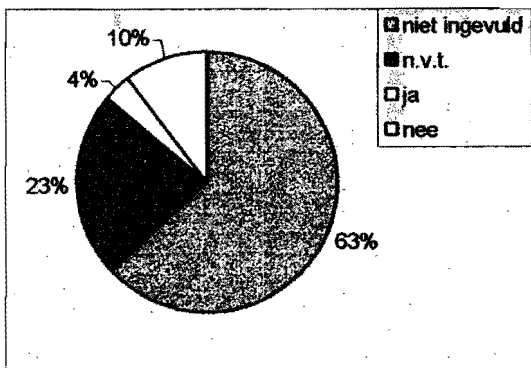
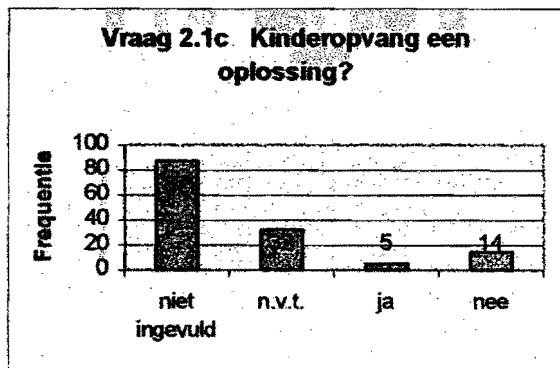
Vraag 2.1b Waarom doet u niets aan sport?



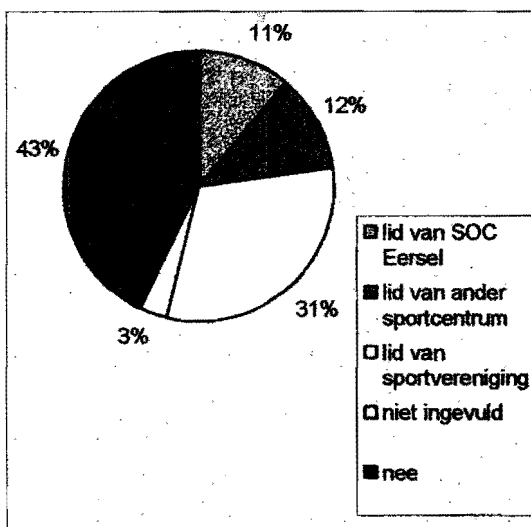
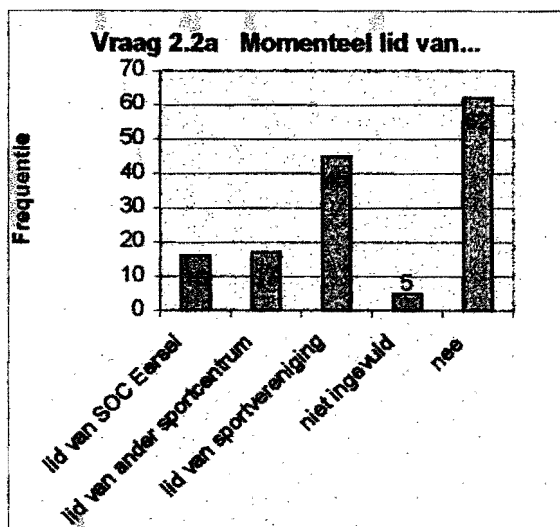
Opmerkingen:

- het hoge aantal bij 'niet ingevuld' komt doordat deze vraag alleen beantwoord hoefde te worden door personen die bij de vorige vraag 'nee' hadden ingevuld
- Bij het taartdiagram hiernaast wordt geen rekening gehouden met 'niet ingevuld'

Bijna de helft van de mensen die niets aan sport doen, heeft hiervoor ook geen tijd. Daarnaast spelen gezondheidsoverwegingen (i.v.m. hoge leeftijd respondenten) en geringe interesse een rol. Toch bijna 10% van de ondervraagden die niets aan sport doet, heeft geen tijd vanwege jonge kinderen.

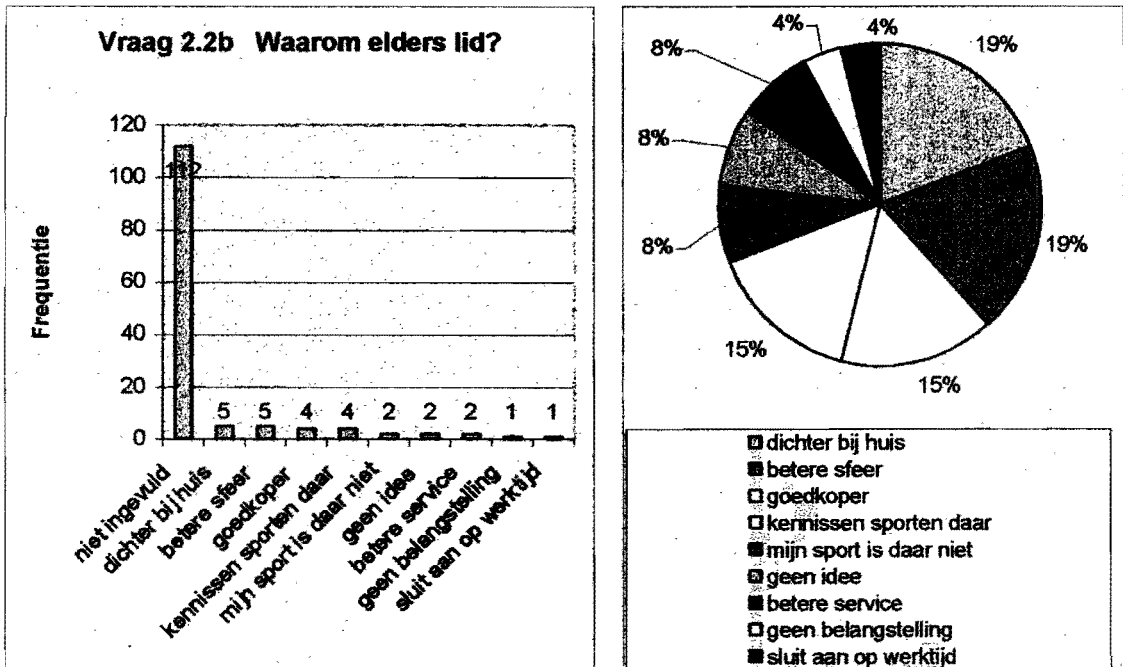


Van de vier ondervraagden die bij de vorige vraag hadden aangegeven dat ze jonge kinderen hadden, vinden drie de kinderopvang in het sportcentrum een goede oplossing. Verder zijn er nog twee mensen die bij de vorige vraag aangegeven hadden te weinig tijd te hebben, die dit ook als een oplossing zien.



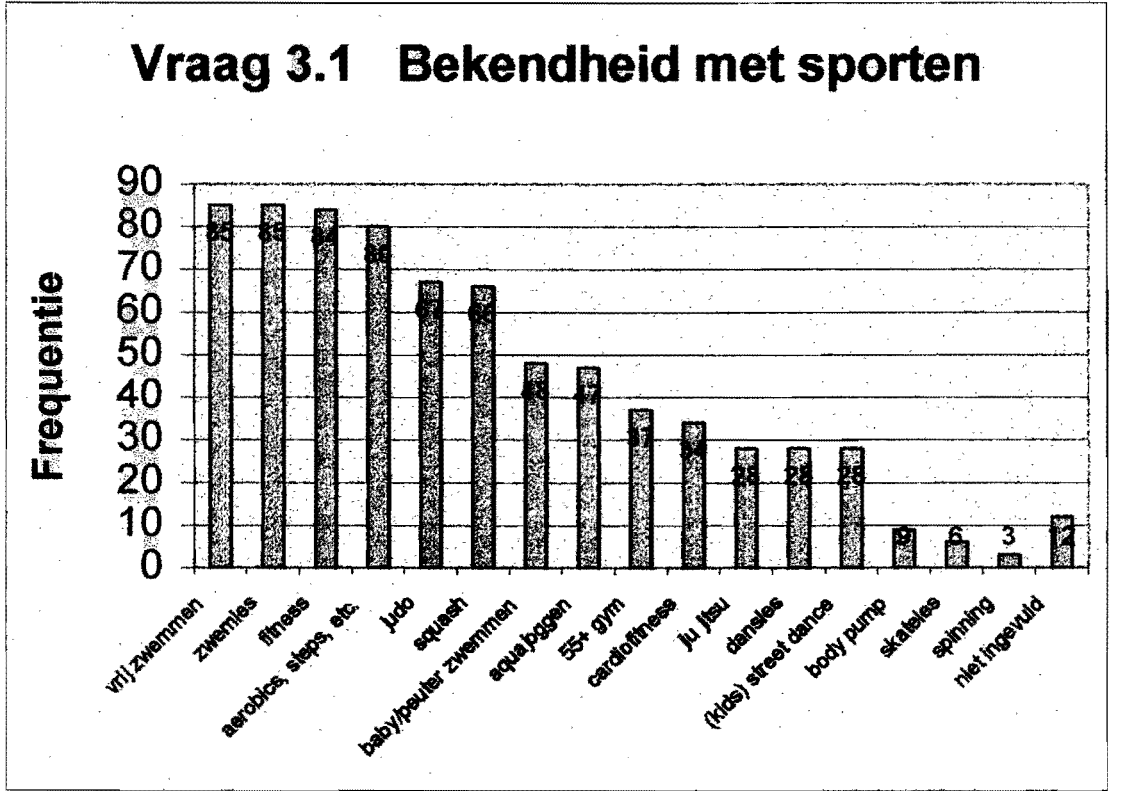
De personen die aangaven lid van een ander sportcentrum te zijn, zijn verdeeld over de volgende centra:

Centrum:	Aantal:
Tennishal	2
Sportcentrum Bergeijk	2
La Toja, Valkenswaard	2
Sportcentrum Veldhoven	1
Sportcentrum Kraanvogel	1
Sportcentrum Miva	1
Sportfit Ellen	1
Manege de Kempen	1
Club Dorint Eindhoven	1
Sportcentrum TU Eindhoven	1
Fitnesscentrum Hapert	1
Overige (geen naam ingevuld)	3
Totaal:	17



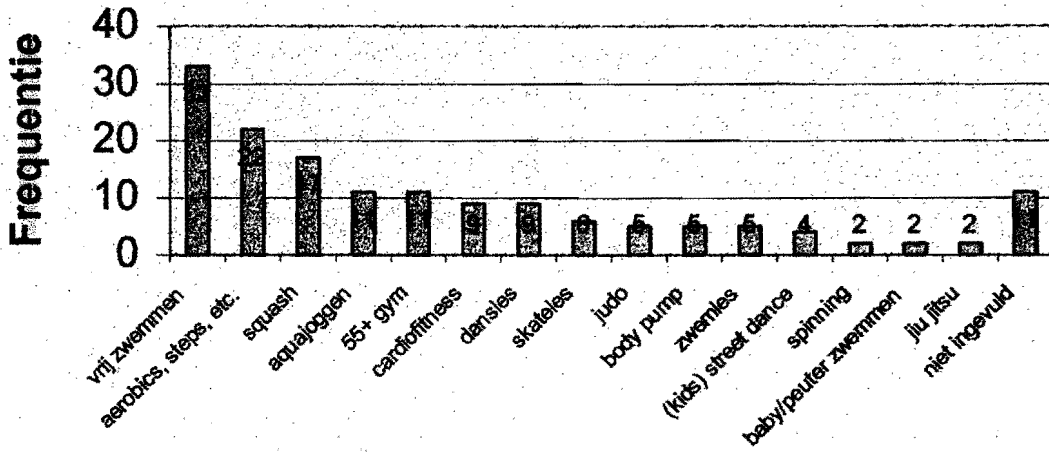
De belangrijkste redenen om ergens anders te gaan sporten zijn de betere sfeer, het feit dat het dichterbij huis is, het feit dat het goedkoper is (voor bepaalde sporten) en dat kennissen er ook sporten.

4.4. Onderdeel 3: Aangeboden sportfaciliteiten van SOC Eersel



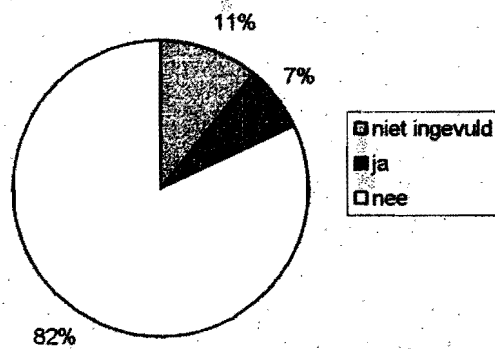
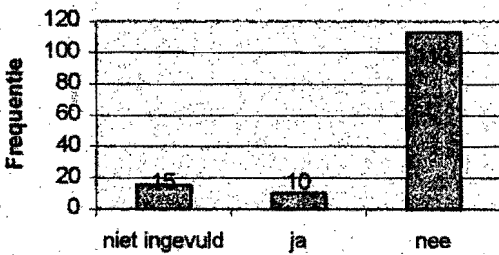
Bijna 70% van de respondenten die deze vraag beantwoorden, is bekend met zwemmen en fitness.

Vraag 3.2 Interesse in sporten



De meeste respondenten zijn geïnteresseerd in zwemmen, fitness, aerobics en squash. Dit zijn ook de toppers van de vorige vraag (bekendheid).

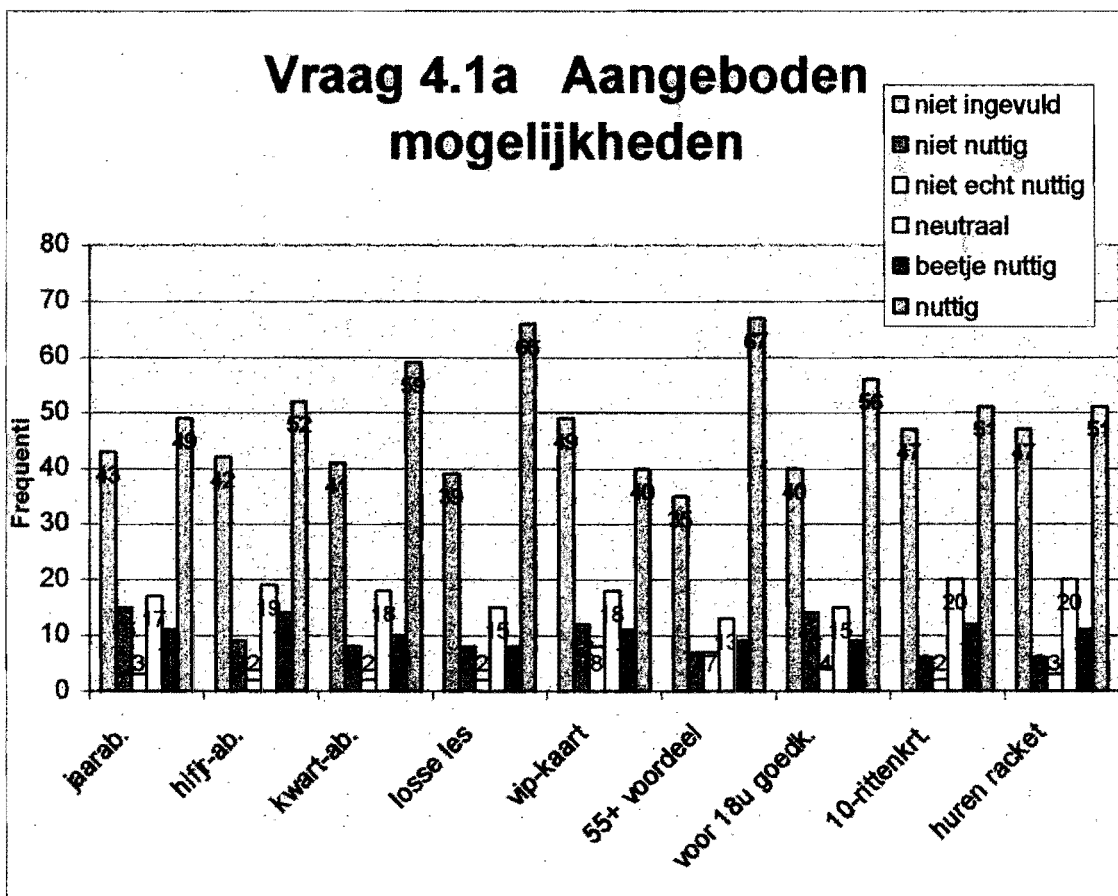
Vraag 3.3a Mist u sportfaciliteiten?



De meeste ondervraagden missen geen enkele sporttak bij Sport- en Ontspanningscentrum Eersel. De sporttakken die wel gemist werden, zijn (het aantal keer genoemd is steeds 1):

- tai chi
- line dance
- lichaamshouding/verbetering
- zaalvoetbal
- conditietraining zonder toeters en bellen
- joga
- judo (dit zal wel een slordigheidsfoutje van de respondent zijn geweest)
- gym/turnen voor kinderen
- combi 55+ gym en muziek
- low impact aerobics/conditietraining

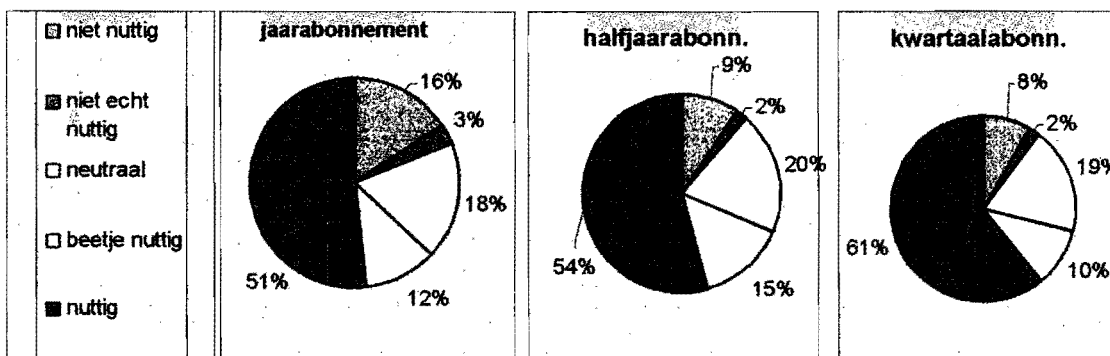
4.5. Onderdeel 4: Prijzen en abonnementen

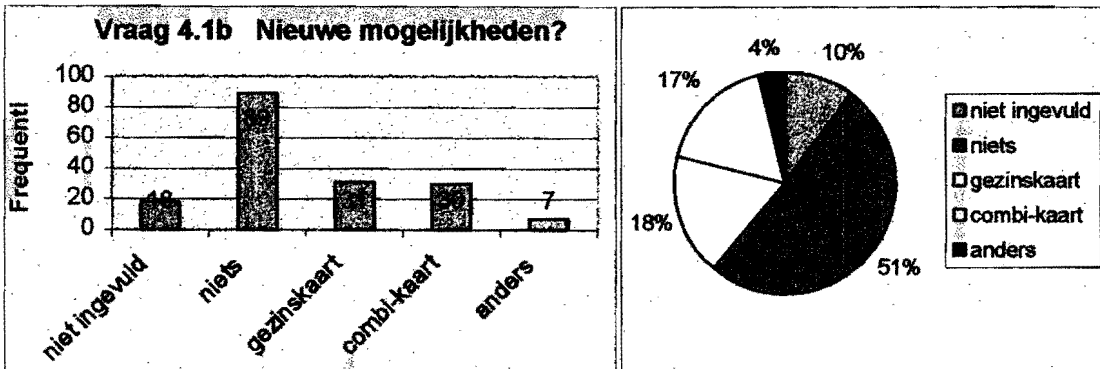
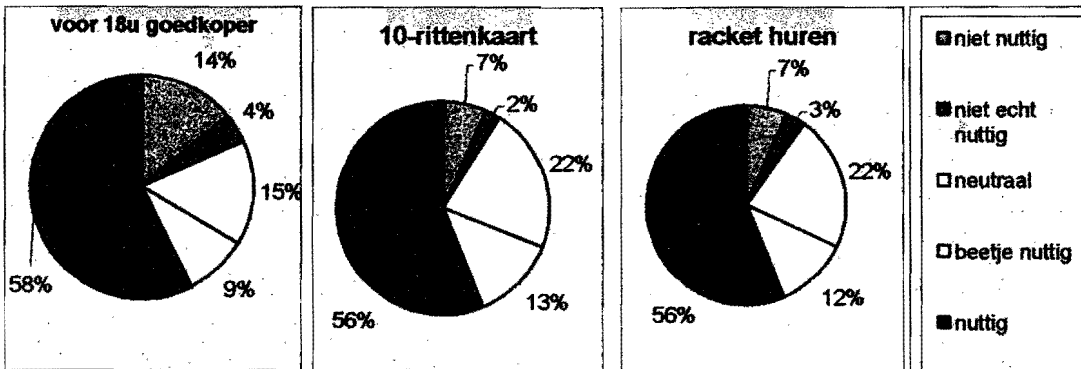
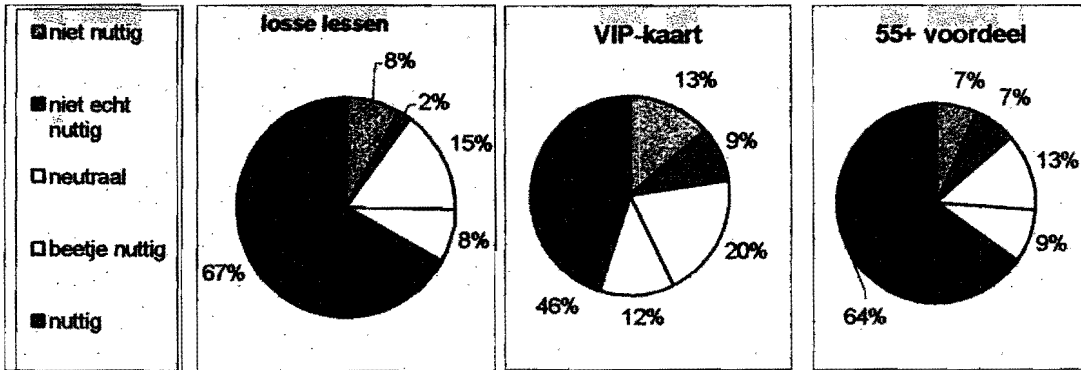


Met name de losse lessen en het 55+ voordeel worden zeer gewaardeerd en, zoals verwacht, heeft men wat minder behoefte aan een VIP-kaart.

Opmerking: men zou kunnen zeggen dat de scores van 'niet ingevuld' bij het aantal 'neutraal' kunnen worden opgeteld, maar wij hebben er expliciet voor gekozen dit niet te doen, omdat er verschillende redenen kunnen zijn om deze vraag niet in te vullen. Het kan goed voorkomen dat men wel degelijk een mening had, maar geen tijd om de vraag te beantwoorden of de vijfpuntsschaal niet begreep.

Hieronder volgen de procentuele verdelingen per soort ('niet gevuld' valt buiten beschouwing):

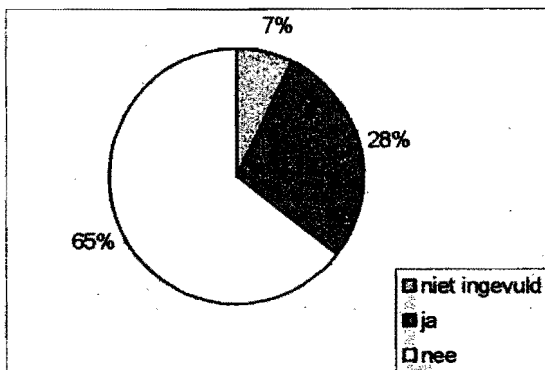
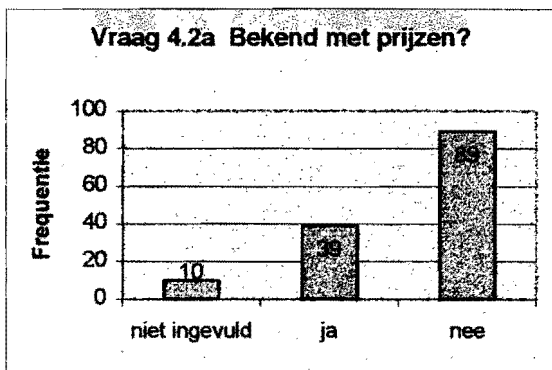




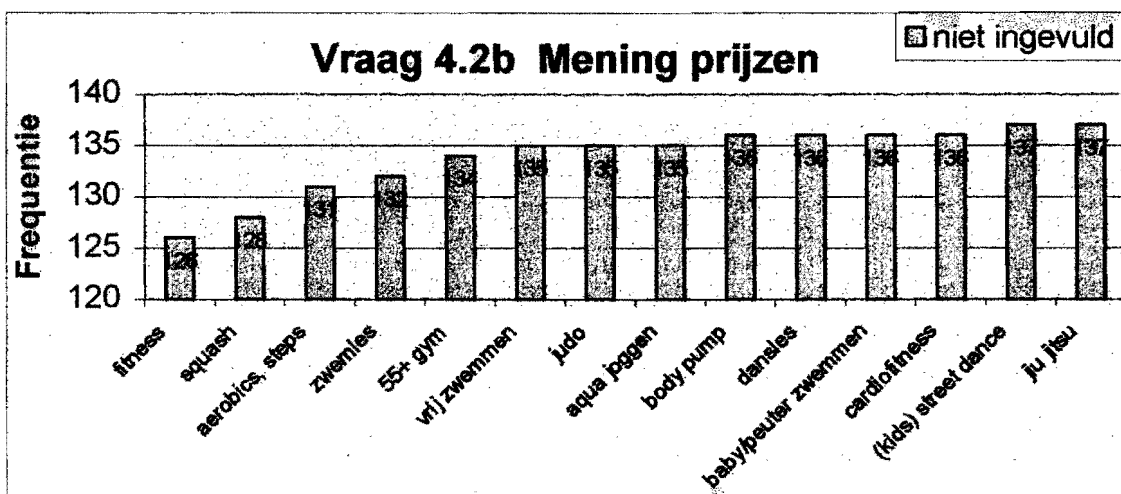
Slechts zeven personen kwamen met een eigen idee. Overigens blijkt er ook ruime aandacht te zijn voor de ideeën die eigenlijk bedoeld waren om de mensen te stimuleren zelf met iets te komen, namelijk de gezinskaart en de combi-kaart.

De gegeven antwoorden bij 'anders' waren:

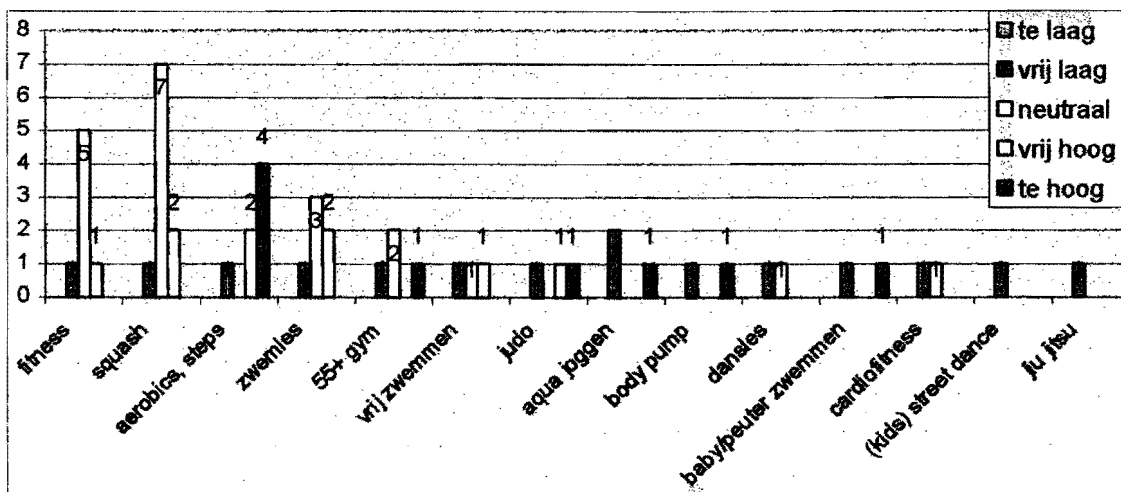
Idee:	Aantal keer genoemd:
(algemeen) goedkoper	2
10-rittenkaart voor meerdere sporten	2
na 18 uur goedkoper voor ouderen	1
gratis proefles	1
niet-persoonsgebonden strippenkaart	1



Een relatief groot percentage van de respondenten, namelijk 28%, geeft aan bekend te zijn met één of meer prijzen van SOC Eersel.

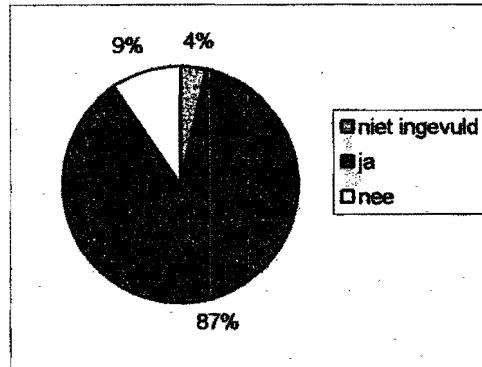
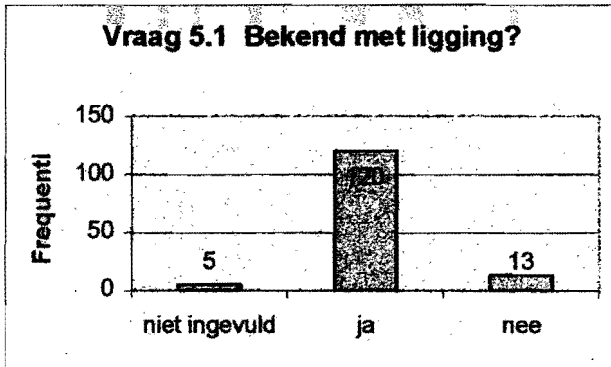


Dit zijn alleen de 'niet ingevuld' aantallen. De wel-ingevulde resultaten volgen hieronder:

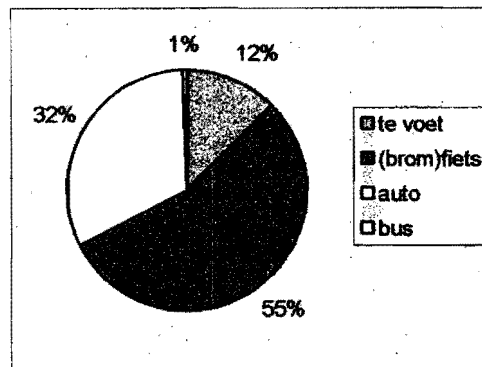
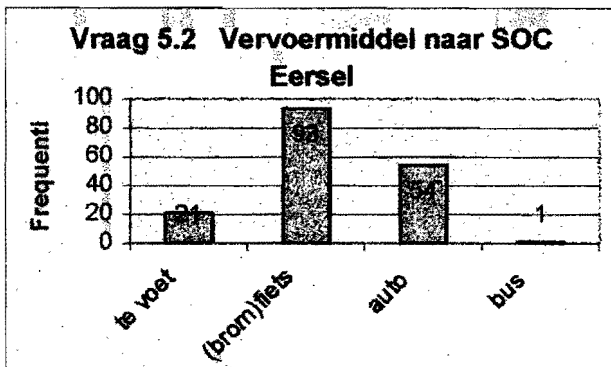


De toppers bij vraag 3.1a (bekendheid met de sport) scoren ook hier weer het hoogst. Met name de prijs van aerobics wordt aan de hoge kant beoordeeld. De prijzen van squash en fitness vindt men goed, dat wil zeggen niet te hoog en niet te laag. Er is geen enkele sport waarvan de prijzen bij niemand bekend zijn.

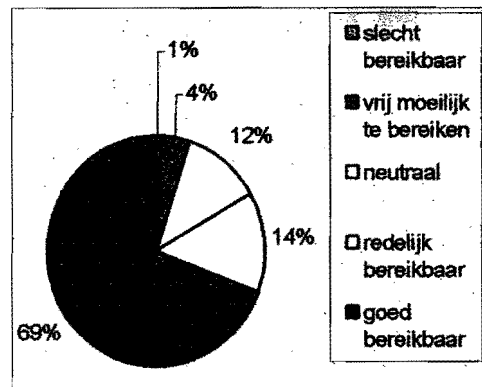
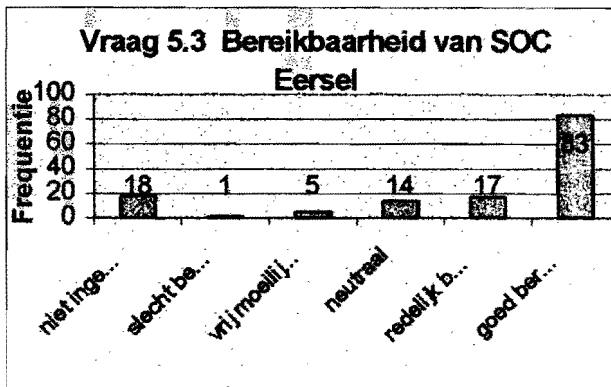
4.6. Onderdeel 5: Bereikbaarheid van het sportcentrum



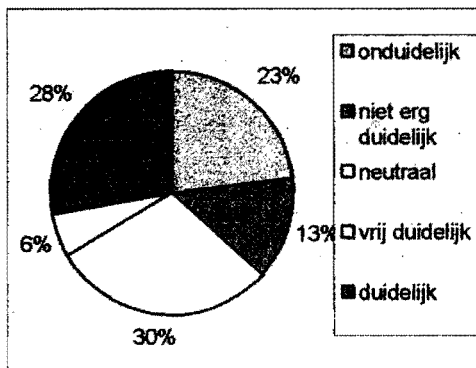
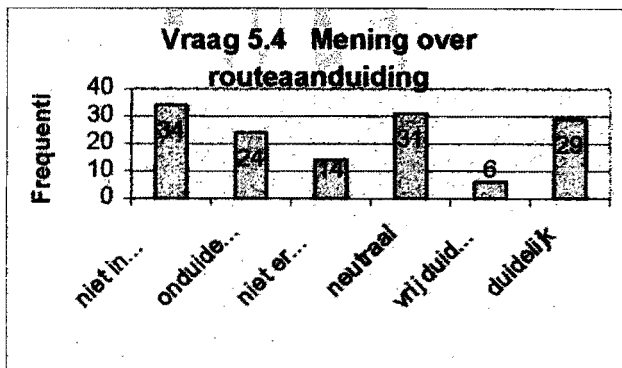
Het overgrote deel van de respondenten is op de hoogte van de ligging van SOC Eersel.



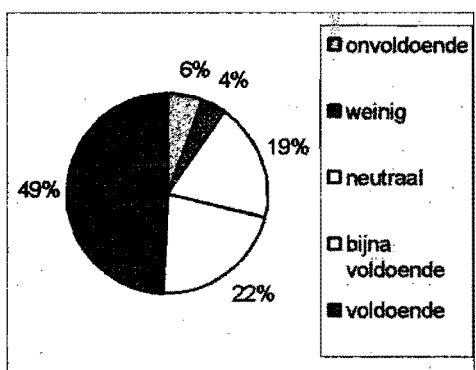
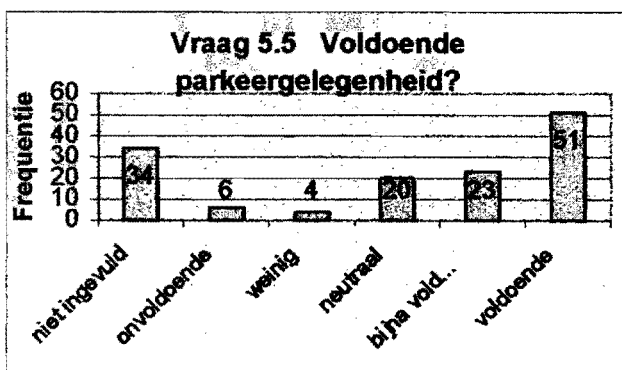
De fiets en de auto zijn, zoals verwacht, de meest voor de hand liggende vervoermiddelen om mee naar het sportcentrum te komen. Bij een eventuele (her)indeling van de beschikbare parkeerruimte dient hier rekening mee gehouden te worden. Omdat Eersel geen grote plaats is, komt ook een relatief groot percentage te voet naar het sportcentrum.



Over het algemeen vindt men het sportcentrum voldoende bereikbaar en dat was ook wel te verwachten, want voor de fiets en de auto, die de hoogste scores kregen bij de vorige vraag, is het ook goed te bereiken. Opmerking: in het taartdiagram is 'niet ingevuld' weggelaten.

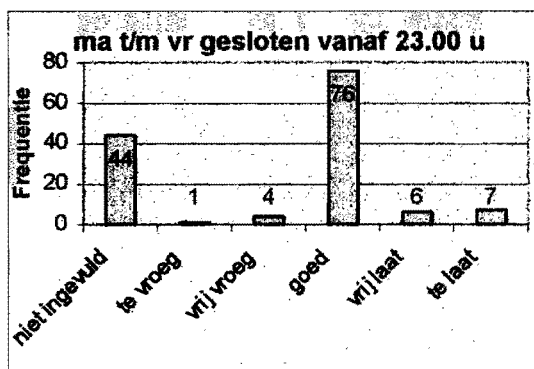
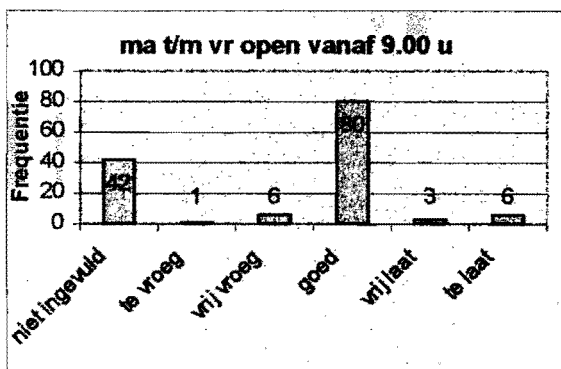


Het aantal personen dat zich positief uitlaat over de routeaanduiding is een stuk minder dan bij de vorige vraag. Ongeveer tweederde deel vindt de huidige routeaanduiding niet duidelijk.

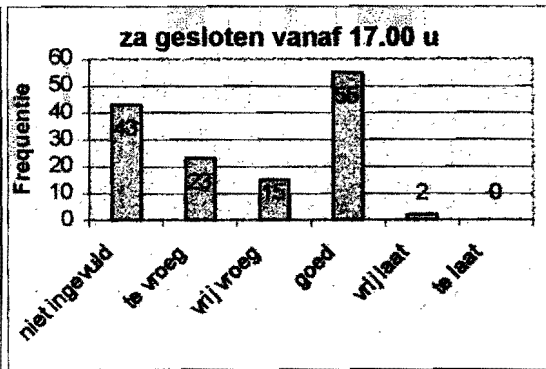
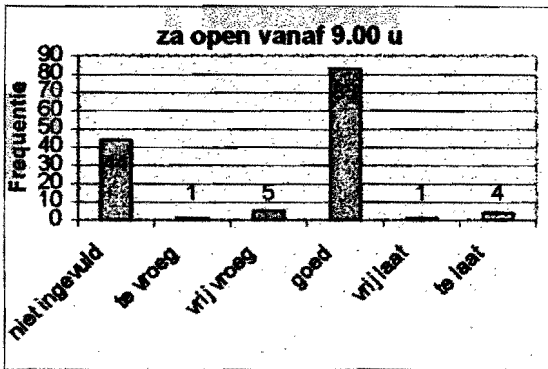


Van de respondenten die deze vraag beantwoordden, vindt ruim 70% de parkeergelegenheid bijna of helemaal voldoende en 10% weinig of onvoldoende.

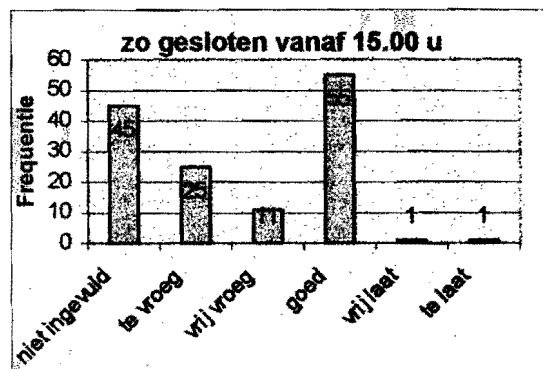
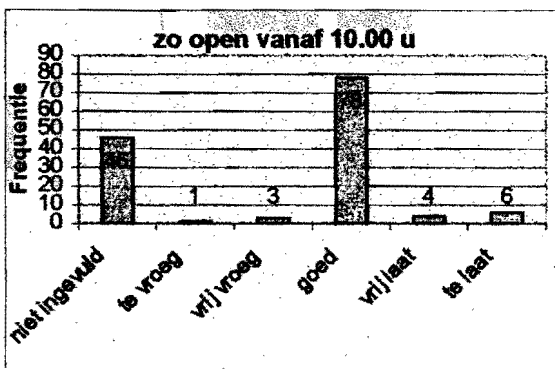
Vraag 5.6 Mening over openingstijden



Over het algemeen vindt men de openingstijden door de weeks goed. De sluitingstijd van 23.00 uur wordt gemiddeld gezien zelfs iets aan de late kant bevonden.

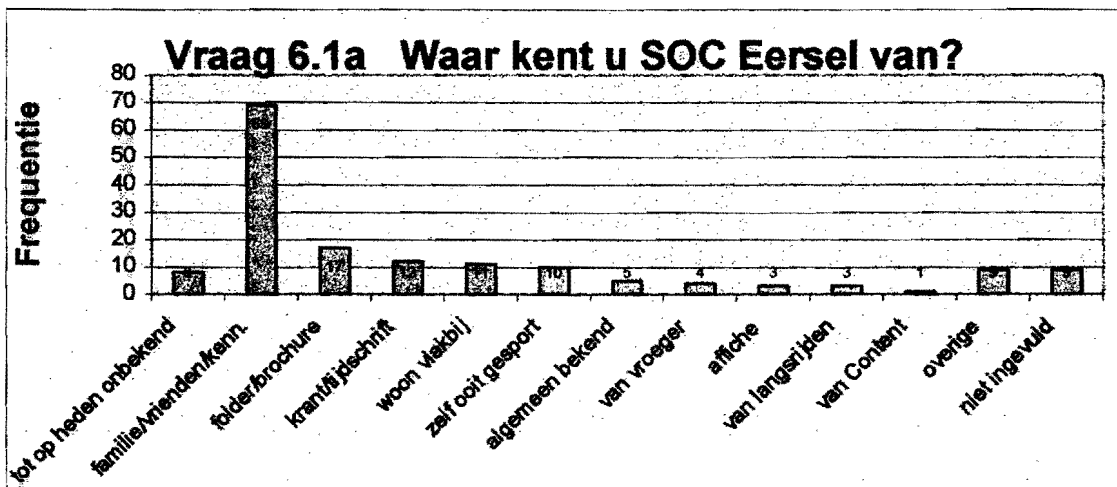


Zaterdag om 9.00 uur openen vindt men een schappelijke tijd. De sluitingstijd wordt gemiddeld echter aan de vroege kant beoordeeld. Van de respondenten die deze vraag hebben beantwoord, vindt ongeveer 40% dat SOC Eersel wel enige tijd later mag sluiten op de zaterdag. Er bestaat voor de zaterdagavond blijkbaar ook een sportbehoefte!



Voor de openingstijden op zondag geldt in principe hetzelfde als op zaterdag: de openingstijd wordt over het algemeen als goed betiteld, maar de sluitingstijd vindt men aan de vroege kant.

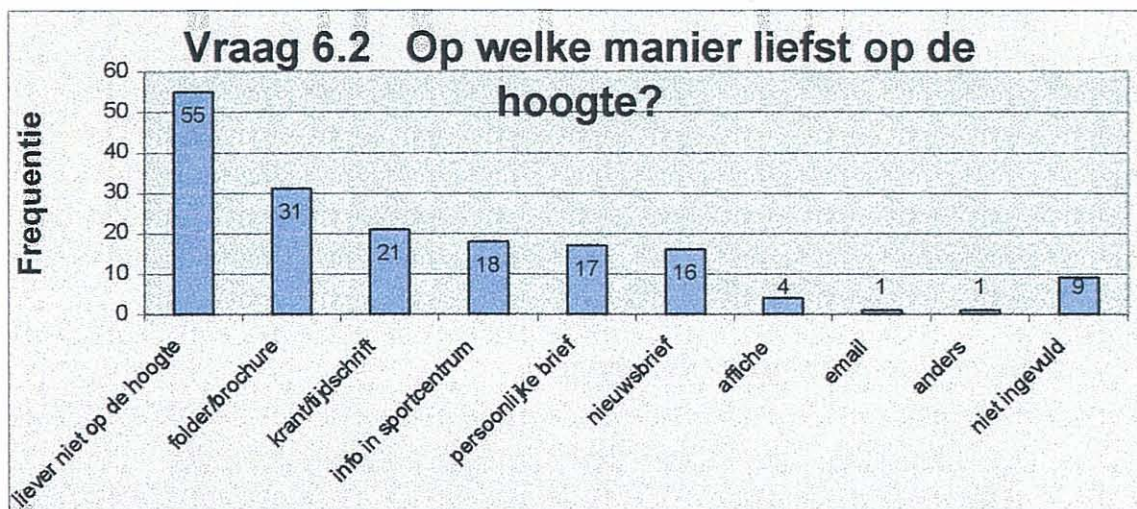
4.7. Onderdeel 6: Informatievoorziening



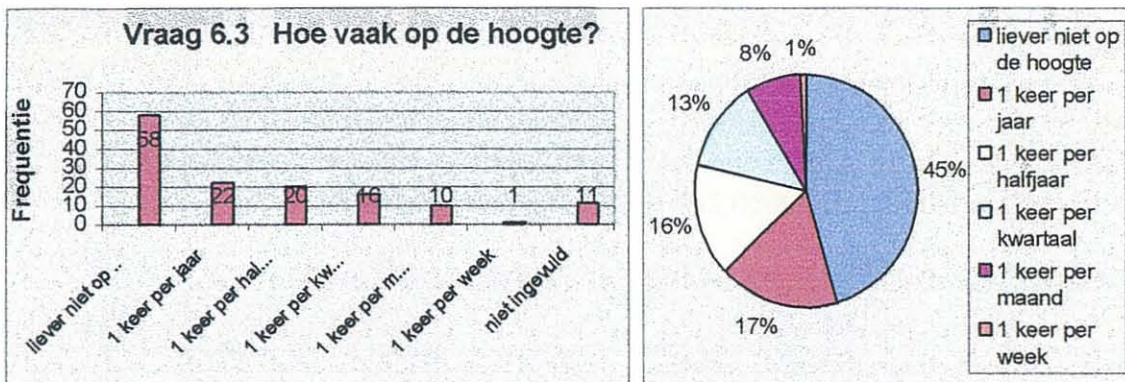
De meeste respondenten kennen SOC Eersel via hun sociale contacten (mond-op-mond reclame). Daarnaast geeft men aan het te kennen d.m.v. een krant of folder en doordat men er vlakbij woont of zelf ooit heeft gesport.



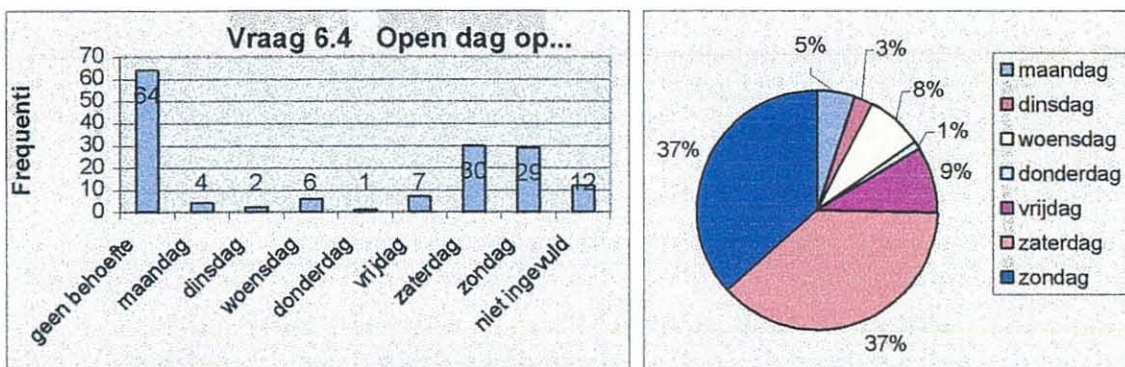
Ruim 40% van de respondenten geeft aan op dit moment niet op de hoogte te worden gehouden van de ontwikkelingen/activiteiten bij SOC Eersel. Als men al wel op de hoogte is, dan gebeurt dit via mond-op-mond reclame.



Bijna 40% van de ondervraagden wil (liever) niet op de hoogte gehouden worden. Degenen die wel aangeven op de hoogte gehouden te willen worden, spreken zich vooral uit voor de eerste vijf opties, waarbij men over het algemeen een lichte voorkeur heeft voor een folder of brochure van SOC Eersel. Bij anders gaf 1 persoon aan email een geschikt medium te vinden en een ander persoon gaf geen verdere uitleg bij zijn keuze voor 'anders'.



Verreweg het merendeel van de respondenten wil liever niet of nauwelijks op de hoogte gehouden worden van de ontwikkelingen bij SOC Eersel.



Ook hier valt weer op dat de behoefte vrij laag is, namelijk zo rond de 50%. Duidelijk is dat de voorkeur uitgaat naar het weekend: zaterdag en zondag.

4.8. Opmerkingen/suggesties en adressen

Enkele respondenten hebben gebruik gemaakt van de gelegenheid om opmerkingen of suggesties te maken met betrekking tot SOC Eersel. De voor dit onderzoek bruikbare opmerkingen en suggesties zijn weergegeven in bijlage 3.

Tevens hebben enkele geïnteresseerden hun naam en adres opgegeven. De Hierbij verkregen gegevens vindt u in bijlage 4.

4.9. Relaties tussen vragen onderling

De relaties tussen enquêtevragen worden weergegeven door middel van kruistabellen. In een kruistabel worden de antwoordmogelijkheden van een vraag vergeleken met de antwoordmogelijkheden van een andere vraag. In de tabel worden horizontaal de antwoordmogelijkheden van de ene vraag uitgezet en vertikaal de antwoordmogelijkheden van de andere vraag. Verbanden tussen de variabelen worden aangegeven met een percentage. Zo kan men wellicht een verband ontdekken tussen twee antwoordmogelijkheden. Zo blijkt bijvoorbeeld uit tabel 4.1 dat 20,9 % van alle

vrouwelijke respondenten van deze enquête in de leeftijdscategorie 50 jaar of ouder valt.

Er is besloten alleen kruistabellen te maken van die combinaties, waarvan wij vermoeden dat er een duidelijke correlatie bestaat tussen de vragen en die van belang kunnen zijn voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag of deelvragen. De kruistabellen zijn hieronder weergegeven.

Tabel 4.1: Correlatie tussen leeftijd en geslacht (1.1 en 1.2)

		Leeftijd					Totaal
		<= 15	16-25	26-35	36-49	>= 50	
Geslacht	man	0,0	12,7	18,3	25,4	43,7	100
	vrouw	3,0	11,9	25,4	38,8	20,9	100
Totaal		1,4	12,3	21,7	31,9	32,6	100

Uit deze kruistabel blijkt dat de enquêtes die door mannen zijn ingevuld, voor het merendeel zijn ingevuld door oudere mannen. Verder valt op dat bij zowel de mannen als de vrouwen de jongere leeftijdscategorieën minder zijn vertegenwoordigd.

Tabel 4.2: Correlatie geslacht en arbeidsstatus (1.1 en 1.5)

		Arbeidsstatus						Totaal	
		scholier	student	werkend	niet-werkend	vut/aow/pens.	WAO		Huisvrouw
Gesl.	man	1,4	2,8	66,2	1,4	26,8	1,4	0,0	100
	vrouw	3,0	6,0	56,7	13,4	7,5	3,0	10,4	100
Totaal		2,2	4,3	61,6	7,2	17,4	2,2	5,1	100

Tabel 4.2 laat zien dat het merendeel van de respondenten werkend is. Bij de mannen is dat ongeveer 66%. Bij de vrouwen is dit iets lager (57%).

Tabel 4.3: Correlatie geslacht en opleiding (1.1 en 1.6)

		Geslacht		Totaal
		man	vrouw	
Opleiding	niet ingevuld	2,8	1,5	2,2
	vbo	4,2	10,4	7,2
	mbo	25,4	23,9	24,6
	mavo	11,3	14,9	13,0
	hbo	29,6	28,4	29,0
	havo	4,2	4,5	4,3
	wo	15,5	6,0	10,9
	vwo	2,8	6,0	4,3
	Lagere school	4,2	1,5	2,9
	Volkuniversiteit	0,0	1,5	0,7
	RIVB	0,0	1,5	0,7
Totaal		100	100	100

Over het algemeen hebben de mannen en vrouwen ongeveer dezelfde opleiding gehad. Er is alleen een duidelijk verschil waar te nemen bij mensen die het wetenschappelijk onderwijs hebben gevolgd. Bij het mannelijk geslacht ligt dit percentage duidelijk hoger dan bij het vrouwelijk geslacht.

Tabel 4.4: Correlatie geslacht en sportinteresse (1.1 en 2.1a)

		Sportinteresse		Totaal
		ja	nee	
Geslacht	man	67,6	32,4	100
	vrouw	67,2	32,8	100
Totaal		67,4	32,6	100

Het blijkt uit deze tabel dat er geen correlatie is tussen geslacht en sportinteresse.

Tabel 4.5: Correlatie geslacht en interesse sporten SOC Eersel (1.1 en 3.2)

Interesse sport	Geslacht		Totaal
	Man	Vrouw	
Vrij zwemmen	42,4	57,6	100
Zwemles	80,0	20,0	100
Judo	60,0	40,0	100
Jiu Jitsu	100	0,0	100
Cardiofitness	44,4	55,6	100
Fitness	55,0	45,0	100
Aerobics, steps	9,9	90,1	100
55+ gym	72,7	27,3	100
Body pump	20,0	80,0	100
Aqua joggen	0,0	100	100
Baby/peuter zwemmen	0,0	100	100
Squash	58,8	41,2	100
Skateles	16,7	83,3	100
Spinning	50,0	50,0	100
(Kids)Street dance	50,0	50,0	100
Dansles	55,6	44,4	100

Men kan in de bovenstaande tabel zien dat in de volgende sporten duidelijk meer interesse is bij mannen dan bij vrouwen: zwemles, judo, jiu jitsu, 55+ gym en squash. Bij de volgende sporten is een grotere interesse bij de vrouwen dan bij de mannen: vrij zwemmen, aerobics/steps, body pump, aqua joggen, baby/peuter zwemmen en skateles.

Tabel 4.6: Correlatie leeftijd en sportinteresse (1.2 en 2.1a)

	Sportinteresse		Totaal
	ja	nee	
Leeftijd <= 15	50,0	50,0	100
16-25	76,5	23,5	100
26-35	33,3	66,7	100
36-49	63,6	36,4	100
>= 50	68,9	31,1	100
Totaal	67,4	32,6	100

Alleen in de leeftijdscategorie van 26 tot 35 jaar is er duidelijk minder sportinteresse dan in de overige categorieën.

Tabel 4.7: Correlatie leeftijd en redenen waarom geen sportinteresse (1.2 en 2.1b)

	Leeftijd					Totaal
	<= 15	16-25	26-35	36-49	>= 50	
Redenen niet ingevuld	1,0	13,7	21	31,6	32,6	100
gezondh. overw.	0,0	14,2	0,0	42,9	42,9	100
gew. sp.faciliteit	0,0	0,0	33,3	66,7	0,0	100
het is te duur	0,0	0,0	100	0,0	0,0	100
jonge kinderen	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0	100
geen tijd	5,6	16,7	27,8	22,1	27,8	100
geen interesse	0,0	0,0	0,0	14,3	85,7	100
zoekende	0,0	0,0	0,0	100	0,0	100
werkende	0,0	0,0	100	0,0	0,0	100
echtgenoot						
fiets naar werk	0,0	0,0	0,0	100	0,0	100
Totaal	1,5	12,3	21,7	31,9	32,6	100

In de leeftijdscategorieën 36 tot 49 jaar en ouder dan 50 kan men verwachten dat de reden dat men niet gaat sporten uit gezondheidsoverwegingen is, de gewenste sport niet wordt aangeboden of omdat men geen interesse heeft.

Tabel 4.8: Correlatie leeftijd en sportinteresse (1.2 en 3.2)

Interesse sport	Leeftijd					Totaal
	<= 15	16-25	26-35	36-49	>= 50	
Vrij zwemmen	3,0	15,1	24,2	27,3	30,4	100
Zwemles	0,0	0,0	40,0	40,0	20,0	100
Judo	0,0	40,0	60,0	0,0	0,0	100
Jiu Jitsu	0,0	50,0	0,0	50,0	0,0	100
Cardiofitness	11,1	0,0	11,1	33,3	44,4	100
Fitness	5,0	25,0	27,5	25,0	17,5	100
Aerobics, steps	4,5	13,6	27,3	45,5	9,1	100
55+ gym	0,0	0,0	0,0	0,0	100	100
Body pump	0,0	40,0	40,0	0,0	20,0	100
Aqua joggen	9,1	18,2	9,1	0,0	63,6	100
Baby/peuter zw.	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0	100
Squash	0,0	23,5	47,1	17,6	11,8	100
Skateles	0,0	33,3	33,3	33,3	0,0	100
Spinning	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0	100
(Kids)Street dance	25,0	0,0	25,0	50,0	0,0	100
Dansles	11,1	11,1	22,2	11,1	44,4	100

Uit bovenstaande tabel blijkt dat oudere mensen meer geïntereiseerd zijn inde zwemles, vrijzwemmen, 55+ gym en aqua-joggen. Mensen van middelbare leeftijd zijn meer geïnteresseerd in judo in verhouding tot de overige categorieën.

Tabel 4.9: Correlatie sportinteresse en arbeidsstatus (1.2 en 3.2)

Arbeids- status	Sportinteresse		Totaal
	ja	nee	
scholier	100	0,0	100
student	66,7	33,3	100
werkend	63,5	36,5	100
niet-werk.	80,0	20,0	100
vut/aow/pensioen	70,8	29,2	100
WAO	66,7	33,3	100
huisvrouw	71,4	28,6	100
Totaal	67,4	32,6	100

Uit voorgaande tabel kan men opmaken dat ongeacht de arbeidsstatus het merendeel van de respondenten sportinteresse heeft. Bij de mensen die werken is de sportinteresse het laagst, bij scholieren het hoogst.

Tabel 4.10: Correlatiesportinteresse en opleiding (2.1a en 1.6)

		Sportinteresse		Totaal
		Ja	nee	
Opleiding	niet ingevuld	100	0,0	100
	Lagere School	50,0	50,0	100
	vbo	60,0	40,0	100
	mavo	66,7	33,3	100
	havo	33,3	66,7	100
	vwo	66,7	33,3	100
	Volkuni.	0,0	100	100
	RIVB	0,0	100	100
	mbo	61,8	38,2	100
	hbo	80,0	20,0	100
	wo	73,3	26,7	100
Totaal		67,4	32,6	100

Het valt op dat mensen met een hoge opleiding meer sportinteresse hebben dan mensen met een lagere opleiding.

Tabel 4.11: Correlatie tussen kinderen en kinderopvang (1.7b en 2.1c)

		Kinderopvang		Totaal
		Ja	nee	
Kinderen	<= 9	40,0	60,0	100
	10 t/m 12	0,0	100	100
	13 t/m 15	0,0	0,0	0,0
	16 t/m 18	0,0	100	100
	> 18	0,0	100	100
Totaal		21,1	78,9	100

Tabel 4.12: Correlatie tussen jonge kinderen en kinderopvang (2.1 b/d en 2.1c)

	Kinderopvang		Totaal
	Ja	nee	
Kinderen om op te passen	75,0	25,0	100

Uit voorgaande twee tabellen blijkt dat mensen met jongere kinderen kinderopvang op het sportcentrum belangrijk vinden en dat de aanwezigheid van iets dergelijks wel een reden zou kunnen zijn voor mensen met jonge kinderen om toch te gaan sporten.

Tabel 4.13: Correlatie tussen lid ander sportcentrum en redenen (2.2b en 2.2a)

	Sportcentrum												Totaal
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Reden niet ingevuld	100												100
dichter bij huis		50			50								100
goedkoper	50						50						100
kennissen				100									100
mijn sport is afwezig								100					100
geen idee		50				50							100
betere sfeer			33								33	33	100
betere service									100				100
sluit aan op werktijd										100			100
betere begeleiding												100	100
Totaal	18	12	6	12	6	6	6	6	6	6	6	12	100

1= Ja, niet gespecificeerd

2= Tennis

3= Veldhoven

4= Bergeijk

5= Kraanvogel

6= Sportcentrum Miva

7= Sportfit Ellen

8= Manege de Kempen

9= Club Dorint Eindhoven

10= Sportcentrum TU Eindhoven

11= Hapert fitness

12= La Toya Valkenswaard

5. Conclusies en aanbevelingen

5.1. Inleiding

In dit hoofdstuk zullen wij, naar aanleiding van de gevonden resultaten, enkele conclusies trekken. Allereerst zal er per onderdeel uit de enquête een korte samenvatting worden gegeven van de resultaten en zullen hieruit enkele conclusies worden getrokken. Vervolgens zal een antwoord worden gegeven op de deelvragen en uiteindelijk op de onderzoeksvraag. Met enkele aanbevelingen zullen we dit hoofdstuk afsluiten.

5.2. Onderdeel 1: Profiel

De enquête is ingevuld door 138 personen, waarvan 71 mannen en 67 vrouwen. Het valt op dat onder deze respondenten de gemiddelde leeftijd enigszins aan de hoge kant ligt. Deze bedraagt circa 40 jaar. Dit hoge getal kan toeval zijn, maar hangt waarschijnlijk samen met het feit dat oudere mensen meestal meer tijd hebben voor het invullen van enquêtes. Bij het interpreteren van de gegeven antwoorden dienen we hier dus rekening mee te houden.

Alle respondenten komen uit Eersel of directe omgeving. Verder is op te merken dat de burgerlijke staat, arbeidsstatus en opleiding van de respondenten een vrij goede weerspiegeling van de samenleving geven.

Aangezien de gemiddelde leeftijd van de respondenten vrij hoog is, is het aantal mensen dat kinderen heeft ook aan de hoge kant en de leeftijd van deze kinderen hoog.

5.3. Onderdeel 2: Sportinteresse

Ongeveer eenderde van de respondenten doet niets aan sport. Dit komt meestal doordat men hier weinig of onvoldoende tijd voor heeft, uit gezondheidsoverwegingen of uit desinteresse. Voor enkele mensen zou de mogelijkheid van kinderopvang een reden kunnen zijn om wel te gaan sporten.

43% van de respondenten is momenteel geen lid van een sportvereniging of sportcentrum. 11% van de respondenten is lid van SOC Eersel en een even groot deel is elders lid, waarbij de doorslaggevende factoren de sfeer, de locatie, de aanwezigheid van vrienden of bekenden en de prijs zijn.

5.4. Onderdeel 3: Aangeboden sportfaciliteiten van SOC Eersel

Men is met name bekend met de mogelijkheden omtrent zwemmen, fitness, en aerobics/steps. Spinning, skateles en body pump zijn de minst bekende sporten, zeer waarschijnlijk omdat dit nog vrij nieuwe sporten zijn. Toch bestaat er al wel enige interesse voor deze sporten, naast de grote interesse voor wederom zwemmen, fitness en aerobics/steps. Deze toppers zijn bij ruim

twee keer zoveel mensen bekend als dat er in geïnteresseerd zijn. De bekendheid van bijvoorbeeld skateles mag wat dat betreft wel wat verbeteren, aangezien de verhouding 'bekendheidsaantal/aantal geïnteresseerden' bij deze sporttak wat laag is. Het valt op dat van de 29 personen die bij het eerste onderdeel aangeven jonge kinderen (≤ 9 jaar) te hebben, er slechts één interesse toont in zwemles.

7% van de respondenten geeft aan iets te missen in het huidige sportaanbod, maar het gaat hierbij in het algemeen om zeer specifieke wensen.

5.5. Onderdeel 4: Prijzen en abonnementen

Alle abonnementsvormen worden over het algemeen vrij nuttig bevonden, waarbij men een voorkeur blijkt te hebben voor losse lessen en 55+ voordeel. Daarnaast blijkt dat de door ons aangedragen nieuwe mogelijkheden, de gezinskaart en de combikaart, ook door enkele mensen nuttig worden gevonden, dus het is zeker de moeite waard om ook deze twee mogelijkheden op haalbaarheid te onderzoeken. Ook werden door de respondenten zelf nog enige mogelijkheden aangedragen, waarvan een 10-rittenkaart invoeren voor meerdere sporten en de mogelijkheid van proeflessen ons goede ideeën lijken.

28% van de respondenten geeft aan bekend te zijn met een of meerdere prijzen, waaruit blijkt dat aerobics misschien wat aan de dure kant is. Hierbij moet echter rekening gehouden worden met het feit dat de gemiddelde leeftijd van de respondenten hoog is en niet iedereen momenteel lid is van SOC Eersel, zodat het goed mogelijk is dat deze meningen gestaafd zijn op 'oude' prijzen, dat wil zeggen prijzen zoals die enkele jaren geleden golden voor SOC Eersel. Bovendien is geen enkele conclusie naar aanleiding van de meningen over prijzen geldig, omdat het aantal antwoorden daar veel te laag voor is.

5.6. Onderdeel 5: Bereikbaarheid van het sportcentrum

Vrijwel alle respondenten zijn bekend met de ligging van SOC Eersel en men vindt het over het algemeen goed bereikbaar. Het meest gebruikte vervoersmiddel om er te komen is de fiets, daarna gevolgd door de auto. De parkeergelegenheid wordt als voldoende beoordeeld.

Ook over de openingstijden is men zeer tevreden. Er zijn echter aanwijzingen dat het sportcentrum op zaterdag en zondag misschien wat langer open moet blijven, aangezien een kwart van de personen aangeeft dat de sluitingstijd in het weekend aan de vroege kant is.

5.7. Onderdeel 6: Informatievoorziening

SOC Eersel is bij bijna alle respondenten bekend. Sociale contacten zijn zeer belangrijk voor het winnen van bekendheid en het op de hoogte houden. Met mond-op-mond reclame is in dit geval dus veel te bereiken. Bijna 40% van de

respondenten wil liever niet op de hoogte gehouden worden van de ontwikkelingen bij SOC Eersel. Waarschijnlijk heeft dit te maken met de hoge gemiddelde leeftijd van de respondenten, omdat ouderen over het algemeen niet veel sporten. Als je de antwoorden van vraag 6.3 en vraag 2.1a met elkaar vergelijkt, blijkt dit ook: 45 personen geeft aan niets aan sport te doen en het merendeel daarvan heeft dan ook geen behoefte aan informatie van sportcentra.

Van de overige 60%, die wel op de hoogte gehouden wil worden, wil een groot gedeelte door middel van folders of brochures op de hoogte gehouden worden, echter niet vaker dan een paar keer per jaar. We willen eindigen met de opmerking dat een open dag vooral bezocht zal worden als deze in het weekend plaatsheeft.

5.8. Deelvraag 1: Is de doelgroep op de hoogte van alle aangeboden sportfaciliteiten en in hoeverre komen deze activiteiten overeen met de behoefte van de doelgroep?

Als antwoord op deze vraag kunnen we stellen dat de doelgroep zeker op de hoogte is van de aangeboden sportfaciliteiten. De behoefte eraan ligt echter iets lager en in enkele gevallen is er sprake van specifieke wensen, maar deze wensen sluiten wel aan bij reeds aangeboden sporten. Verder is ons gebleken dat de doelgroep nog niet geheel op de hoogte is van het feit dat er een nieuwe eigenaar is.

5.9. Deelvraag 2: Is de doelgroep op de hoogte van de prijsmogelijkheden van de aangeboden sportfaciliteiten en in hoeverre komen deze prijzen overeen met wat men bereid is ervoor te betalen?

Tweederde van de respondenten geeft aan niet op de hoogte te zijn van de prijzen, eenderde deel is wel van enkele prijzen op de hoogte. De beoordeling van de prijzen is over het algemeen goed, hoewel het erop lijkt dat de tarieven voor aerobics misschien wat aan de dure kant zijn. Maar eerst zal gekeken moeten worden of de meningen niet op verouderde prijzen gebaseerd zijn.

De verschillende abonnementsvormen worden allen nuttig bevonden. Toch is er sprake van een tendens naar betalen per keer.

5.10. Deelvraag 3: Hoe wordt de doelgroep op de hoogte gehouden van de ontwikkelingen bij het sportcentrum en in hoeverre komt dit overeen met de behoefte eraan?

Uit de resultaten blijkt dat men vooral middels sociale contacten op de hoogte wordt gehouden. Tegelijkertijd blijkt dat er niet veel behoefte aan is en zeker niet vaker dan een paar keer per jaar. Toch heeft meer dan de helft van de respondenten behoefte aan een opendag, wat erop duidt dat men graag de (vernieuwde) sfeer wil proeven.

5.11. Deelvraag 4: Wat vindt de doelgroep van de bereikbaarheid van het sportcentrum?

De bereikbaarheid van SOC Eersel wordt over het algemeen goed bevonden en de route ernaar toe is bekend. Het gebrek aan een routeaanduiding wordt niet als zodanig ervaren, iedereen weet waar het ligt.

5.12. Onderzoeksvraag: Wat zijn de oorzaken van de stagnatie van het ledenaantal van het sportcentrum?

Uit het onderzoek is gebleken dat de stagnatie waarschijnlijk voortkomt uit een in het verleden opgebouwde reputatie. Doordat communicatie naar de doelgroep vooral middels sociale contacten plaatsvindt, is men (nog) niet op de hoogte van het feit dat SOC Eersel van eigenaar veranderd is. Enkele negatieve ervaringen van mensen met de vorige eigenaar voorkomen op deze manier een grote interesse naar SOC Eersel. Toch heeft met de nieuwe eigenaar ook een verandering van de service en sfeer in het sportcentrum plaatsgevonden en dit moet aan de doelgroep bekend worden gemaakt.

Een oorzaak van de stagnatie ligt in ieder geval niet in het huidige aanbod van sportfaciliteiten, maar misschien wel in het feit dat er soms te weinig aandacht is voor persoonlijke begeleiding bij de verschillende lessen.

Tevens denken wij dat men de drempel naar het sportcentrum te hoog vindt. Het feit dat men belangstelling toont voor open dagen, betalen per les en proeflessen wijst hierop. Als deze drempel verlaagd wordt, zal men eerder geneigd zijn om eens een les uit te proberen. Indien die les goed bevalt, doet de mond-op-mond reclame de rest van het werk.

We willen afsluiten met een grove schatting van het marktpotentieel van SOC Eersel aan de hand van een berekening:

Van de 138 respondenten gaven 93 personen aan wel interesse in sport te hebben. 45 daarvan zijn reeds lid van een sportvereniging en wij nemen aan dat de kenmerken van een vereniging toetreding tot SOC Eersel uitsluiten, vanwege een andere soort sporten en vaak intensieve trainingen die geen tijd laten voor bijvoorbeeld een avondje fitnessen. Over blijven dan $93 - 45 = 48$ personen die het marktpotentieel vormen. $48 / 138 \times 100\% = 30 - 40\%$

Oftewel, grofweg 30 tot 40% van de totale bevolking van Eersel en nabije dorpen, is te beschouwen als potentiële klant van SOC Eersel. Momenteel is slechts 11% hiervan lid en nog eens 11% bij een concurrent, zodat er volgens ons nog ruime mogelijkheden zijn voor ledengroei. We merken nogmaals op dat het hier om een schatting gaat, aangezien we hier iets proberen te zeggen over de hele doelgroep, terwijl we slechts 1% ervan geënquêteerd hebben.

5.13. Aanbevelingen

We zullen hieronder enkele aanbevelingen doen per marketing-component.

- Promotie:

Laat de mensen weten dat SOC Eersel een nieuwe sfeer en service heeft ten opzichte van de vorige eigenaar. Dit kan volgens ons het beste bereikt worden d.m.v. een opendag, bij voorkeur in het weekend. Op de opendag moeten alle aangeboden sporten gepresenteerd worden en dienen de instructeurs ook zoveel mogelijk aanwezig te zijn, zodat de mensen een duidelijk beeld kan worden geboden van de sfeer en de inhoud van de lessen. De opendag kan naar onze mening het beste plaatsvinden na de verbouwing van de saunaruimte/ingang, zodat men meteen de vernieuwde inrichting kan bewonderen.

De drempel om lid te worden kan verlaagd worden door (gratis) proefflessen aan te bieden aan personen die, bijvoorbeeld op de opendag, belangstelling tonen in bepaalde sportlessen. Ook hierdoor kan men de mensen die de opendag bezoeken van de sfeer laten proeven. Bovendien kan hierdoor goede mond-op-mond reclame ontstaan, als het de bezoekers goed bevalt.

- Product:

Probeer de openingstijden in het weekend en in de vakanties enigszins te verruimen, aangezien blijkt dat hier behoefte aan is. Verder raden wij aan om iets meer naar de specifieke wensen van de klant te kijken, door middel van persoonlijke begeleiding tijdens de lessen. Er zal een trade-off gemaakt moeten worden tussen de aandacht die een instructeur aan ieder individu in de groep kan schenken en de groepsgrootte die het economisch interessant maakt. Bij wat kleinere groepen is de relatieve winst misschien een stuk kleiner, maar als dat er tegelijk toe leidt dat de kwaliteit van de lessen verbetert, zullen er meer klanten komen en zal er dus absoluut meer winst gemaakt kunnen worden.

Bovendien is het altijd goed om eens kritisch naar het complete aangeboden sportpakket te kijken, met betrekking tot de aspecten kwaliteit, service, tijdstip en prijs. Dit werkt het beste, indien deze aspecten worden vergeleken met die van enkele concurrenten (collega-sportcentra in de omgeving) en/of met die van enkele collega's (collega-sportcentra die verder weg liggen). Deze laatste groep wisselt over het algemeen gemakkelijker informatie uit, omdat het geen directe concurrenten zijn.

Als laatste is het misschien een idee om contacten met bedrijven en ouderenorganisaties in de omgeving aan te gaan. Uit onze ervaringen weten wij dat vanuit deze organisaties de behoefte bestaat om collectieve sporturen aan te kunnen bieden aan hun medewerkers of leden. Op deze manier kunnen mensen uit de buurt in contact gebracht worden met SOC Eersel, waaruit weer nieuwe leden kunnen voortkomen.

- Prijs:

Kijk eens kritisch naar de prijzen van met name aerobics en steps en vergelijk deze met de prijzen van concurrenten. Indien ze te hoog zijn is een verlaging aan te raden. Als dat niet mogelijk is, zal in ieder geval moeten worden

gezocht naar oorzaken waarom de prijs hoger is dan die van de concurrent. Stel dat de concurrent wegens schaalvoordelen lagere prijzen kan aanbieden, dan zou er ook voor gekozen kunnen worden om niet de tactiek van 'de goedkoopste' te volgen, maar bijvoorbeeld die van 'de persoonlijkste'. Als mensen merken dat de kwaliteit van het ene product duidelijk superieur is aan de kwaliteit van het concurrerende product, dan is men tegenwoordig ook wel bereid daarvoor te betalen. Kortom, als de prijs hoger is dan bij de concurrent, laat dan de klanten ook weten waarom de prijs hoger is.

Maar belangrijker is het om de prijsmogelijkheden uit te breiden met meer flexibele mogelijkheden, zoals betalen per (losse) les, tien-rittenkaarten en proeflessen.

- Plaats:

Aangezien veel mensen per fiets naar SOC Eersel komen, moet de fietsenstalling goed onderhouden en eventueel uitgebreid worden. Dit zou tegelijk met de verbouwing van de ingang kunnen gebeuren.

Literatuurlijst

- Bartelds, J.F., Jansen, E.P.W.A., Joostens, Th.H., *Enquêteren, het opstellen en gebruiken van vragenlijsten*, Wolters-Noordhoff, Groningen, 1989
- Braat, N., *Syllabus voor projectuitvoerders*, Bedrijfskundewinkel, Technische Universiteit Eindhoven, 1997
- Herps J., *De Onderwijswinkel*, Bedrijfskundewinkel, Technische Universiteit Eindhoven, 1998
- Meulen, van der I., *Metaalbewerking*, Bedrijfskundewinkel, Technische Universiteit Eindhoven, 1996

Bijlagen

Bijlage 1. De enquête

Enquête Sport- en ontspanningscentrum Eersel

In het kader van een marktonderzoek in opdracht van het Sport- en ontspanningscentrum Eersel (voorheen Sanders), willen wij uw medewerking vragen door deze enquête in te vullen.

Kruis steeds het vakje van uw keuze aan. U dient bij iedere vraag slechts 1 antwoord aan te kruisen, **tenzij anders vermeld**. Als u de keuzemogelijkheid 'anders, namelijk...' aankruist, kunt u op de stippellijn uw antwoord invullen.

Het invullen van deze enquête kost ongeveer 5 minuten. Alvast bedankt voor uw medewerking. Hieronder volgt eerst een voorbeeldvraag.

Voorbeeldvraag

Hoeveel is 2 x 5?

- 5
- 10
- 15
- 20

De eigenlijke enquête begint nu.

Onderdeel 1: Profiel

1.1 Wat is uw geslacht?

- Man
- Vrouw

1.2 Wat is uw leeftijd?

- Jonger dan 15 jaar
- 16-25 jaar
- 26-35 jaar
- 36-49 jaar
- 50 jaar of ouder

1.3 Wat is uw woonplaats?

1.4 Wat is uw burgerlijke staat?

- Alleenstaand
- Samenwonend
- Gehuwd
- Gescheiden
- Thuiswonend
- Anders, namelijk.....

1.5 Wat is uw huidige arbeidsstatus?

- Scholier
- Student
- Werkend
- Niet-werkend
- VUT / AOW / pensioen
- Anders, namelijk.....

1.6 Wat is uw hoogst genoten opleiding tot nu toe (een eventuele opleiding waar u op dit moment mee bezig bent, telt ook mee)?

- | | |
|-------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> VBO | <input type="checkbox"/> MBO |
| <input type="checkbox"/> MAVO | <input type="checkbox"/> HBO |
| <input type="checkbox"/> HAVO | <input type="checkbox"/> WO |
| <input type="checkbox"/> VWO | <input type="checkbox"/> Anders, namelijk..... |

1.7a Heeft u kinderen?

- Ja Nee (ga door met onderdeel 2)

1.7b Zo ja, welke leeftijd heeft uw kind of hebben uw kinderen (meerdere antwoorden mogelijk)?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> < 9 jaar | <input type="checkbox"/> 10 t/m 12 jaar |
| <input type="checkbox"/> 13 t/m 15 jaar | <input type="checkbox"/> 16 t/m 18 jaar |
| <input type="checkbox"/> > 18 jaar | |

Onderdeel 2: Sportinteresse

2.1a Doet u iets aan sport?

- Ja (ga door met vraag 2.2a) Nee

2.1b Zo nee, waarom doet u niets aan sport (meerdere antwoorden mogelijk)?

- Uit gezondheidsoverwegingen
- De door mij gewenste sportfaciliteiten worden niet of onvoldoende aangeboden in de omgeving
- Het is te duur
- Ik heb jonge kinderen waarop ik moet passen
- Ik heb geen of onvoldoende tijd om te sporten
- Anders, namelijk.....

2.1c Sport- en ontspanningscentrum Eersel biedt mogelijkheden voor kinderopvang. Zou dit een reden voor u zijn om wel te gaan sporten?

- Dit is niet van toepassing op mijn situatie
- Ja
- Nee

2.2a Bent u momenteel lid van een sportcentrum of sportvereniging (meerdere antwoorden mogelijk)?

- Ja, van Sport- en ontspanningscentrum Eersel
- Ja, van een ander sportcentrum, namelijk.....
- Ja, van een sportvereniging
- Nee

Deze vraag alleen beantwoorden indien u bij vraag 2.2a de tweede mogelijkheid heeft aangekruist.

2.2b Waarom bent u lid van een ander sportcentrum dan Sport- en ontspanningscentrum Eersel?

- Dichter bij huis
- Goedkoper
- Anders, namelijk.....

Onderdeel 3: De aangeboden sportfaciliteiten van Sport- en ontspanningscentrum Eersel

3.1 Onderstaande sportfaciliteiten worden momenteel aangeboden bij Sport- en ontspanningscentrum Eersel. Wilt u die sporten aankruisen, waarvan u tot nu toe weet dat ze door Sport- en ontspanningscentrum Eersel worden aangeboden (meerdere antwoorden mogelijk)?

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Vrij zwemmen | <input type="checkbox"/> Zwemles |
| <input type="checkbox"/> Judo | <input type="checkbox"/> Jiu Jitsu |
| <input type="checkbox"/> Cardiofitness | <input type="checkbox"/> Fitness |
| <input type="checkbox"/> Aerobics, steps, etc. | <input type="checkbox"/> 55+ gym |
| <input type="checkbox"/> Body pump | <input type="checkbox"/> Aquajoggen |
| <input type="checkbox"/> Baby/peuter zwemmen | <input type="checkbox"/> Squash |
| <input type="checkbox"/> Skateles | <input type="checkbox"/> Spinning |
| <input type="checkbox"/> (Kids) Street dance | <input type="checkbox"/> Dansles |

3.2 Naar welke van de bovengenoemde sportfaciliteiten gaat uw interesse uit (meerdere antwoorden mogelijk)?

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Vrij zwemmen | <input type="checkbox"/> Zwemles |
| <input type="checkbox"/> Judo | <input type="checkbox"/> Jiu Jitsu |
| <input type="checkbox"/> Cardiofitness | <input type="checkbox"/> Fitness |
| <input type="checkbox"/> Aerobics, steps, etc. | <input type="checkbox"/> 55+ gym |
| <input type="checkbox"/> Body pump | <input type="checkbox"/> Aquajoggen |
| <input type="checkbox"/> Baby/peuter zwemmen | <input type="checkbox"/> Squash |
| <input type="checkbox"/> Skateles | <input type="checkbox"/> Spinning |
| <input type="checkbox"/> (Kids) Street dance | <input type="checkbox"/> Dansles |

3.3a Mist u enkele sportfaciliteiten bij Sport- en ontspanningscentrum Eersel?

- Ja Nee (ga door met onderdeel 4)

3.3b Zo ja, welke?.....

Onderdeel 4: Prijzen en abonnementen

4.1a Wat vindt u van de onderstaande door Sport- en ontspanningscentrum Eersel aangeboden mogelijkheden?

	niet nuttig				nuttig
a) Jaarabonnement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Halfjaarabonnement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Kwartaalabonnement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Losse lessen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) VIP-kaart (voor gebruik van alle aangeboden faciliteiten)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) 55+ voordeel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Door de week voor 18.00 uur goedkoper fitnessen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) 10 rittenkaart voor het squashen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Mogelijkheid tot huren van squashracket	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.1b Wat zou u graag aan het rijtje van aangeboden mogelijkheden toegevoegd willen hebben (meerdere antwoorden mogelijk)?

- Niets
- Gezinskaart (korting voor andere gezinsleden)
- Combikaart (1 abonnement voor 2 sportfaciliteiten)
- Iets anders, namelijk

4.2a Bent u bekend met de prijzen van één of meerdere sportfaciliteiten?

- Ja
- Nee (ga door met onderdeel 5)

4.2b Zo ja, kunt u dan per sportfaciliteit aangeven wat u van de prijzen vindt (alleen invullen indien bekend)?

	te laag				te hoog
a) Vrij zwemmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Zwemles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Judo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Jiu Jitsu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Cardiofitness	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Fitness	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Aerobics, steps, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) 55+ gym	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Body pump	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Aquajoggen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Baby/peuter zwemmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) Squash	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) (Kids) street dance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) Dansles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Onderdeel 5: Bereikbaarheid van het sportcentrum

5.1 Bent u bekend met de ligging van Sport- en ontspanningscentrum Eersel?

- Ja
- Nee (ga door met vraag 5.5a)

5.2 Van welk vervoersmiddel maakt u gebruik / zou u gebruik maken om bij het sportcentrum te komen (meerdere antwoorden mogelijk)?

- Te voet
- (Brom)fiets
- Auto / motor
- Bus
- Anders, namelijk.....

5.3 Wat vindt u van de bereikbaarheid van het sportcentrum?

slecht goed bereikbaar

5.4 Is er volgens u een duidelijke routeaanduiding naar het sportcentrum?

onduidelijk duidelijk

5.5 Is er volgens u voldoende parkeergelegenheid?

onvoldoende voldoende

5.6 Deze vraag gaat over de openingstijden van Sport- en ontspanningscentrum Eersel. Wilt u bij iedere tijd aangeven of u dit te vroeg of te laat vindt?

	te vroeg				te laat
ma t/m vr open vanaf 9.00 u	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ma t/m vr gesloten vanaf 23.00 u	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
za open vanaf 9.00 u	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
za gesloten vanaf 17.00 u	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zo open vanaf 10.00 u	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zo gesloten vanaf 15.00 u	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Onderdeel 6: Informatievoorziening

6.1a Waar kent u Sport- en ontspanningscentrum Eersel van?

- Sport- en ontspanningscentrum Eersel was mij tot op heden onbekend
- Familie / vrienden / kennissen
- Krant / tijdschrift
- Folder / brochure
- Affiche
- Anders, namelijk.....

6.1b Op welke manier wordt u op de hoogte gehouden van de ontwikkelingen/activiteiten bij Sport- en ontspanningscentrum Eersel (meerdere antwoorden mogelijk)?

- Ik word niet op de hoogte gehouden
- Familie / vrienden / kennissen
- Krant / tijdschrift
- Folder / brochure
- Affiche
- Nieuwsbrief
- Persoonlijke brief van het sportcentrum
- Informatieaanbod in het sportcentrum zelf
- Anders, namelijk.....

6.2 Op welke manier wilt u het liefst op de hoogte worden gehouden van de ontwikkelingen/activiteiten bij Sport- en ontspanningscentrum Eersel (meerdere antwoorden mogelijk)?

- Ik hoef niet op de hoogte gehouden te worden
- Krant / tijdschrift
- Folder / brochure
- Affiche
- Nieuwsbrief
- Persoonlijke brief van het sportcentrum
- Informatieaanbod in het sportcentrum zelf
- Anders, namelijk.....

6.3 Hoe vaak wilt u op de hoogte worden gehouden van de ontwikkelingen/activiteiten bij Sport- en ontspanningscentrum Eersel?

- Ik hoef niet op de hoogte gehouden te worden
- 1 keer per jaar
- 1 keer per half jaar
- 1 keer per kwartaal
- 1 keer per maand
- 1 keer per week

6.4 Sport- en ontspanningscentrum Eersel houdt regelmatig open dagen. Op welke dag zou u graag deze open dag bezoeken?

- Ik heb geen behoefte aan een open dag
- Maandag
- Woensdag
- Vrijdag
- Zondag
- Dinsdag
- Donderdag
- Zaterdag

Ruimte voor opmerkingen en suggesties:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Hartelijk dank voor uw medewerking!

Indien u geïnteresseerd bent in één of meerdere van de door Sport- en ontspanningscentrum Eersel aangeboden sportfaciliteiten, dan kunt u hieronder uw naam en adres invullen.

Naam:.....
Adres:.....
Postcode:.....
Woonplaats:.....
Telefoonnummer:.....

Bijlage 2. Begeleidende brief

Eindhoven, 3 september 1999

Geachte heer / mevrouw,

Wij zijn studenten van de Technische Universiteit Eindhoven en doen een marktonderzoek in opdracht van Sport- en ontspanningscentrum Eersel, voorheen bekend als Sanders. Doel van dit onderzoek is te achterhalen welke sporten men in deze regio graag beoefent en hoe het sportcentrum het de bezoekers het best naar de zin kan maken.

In het kader van dit onderzoek hebben wij een enquête opgesteld, waarvoor we graag uw hulp willen invoeren. Uw adres hebben wij uit het telefoonboek gehaald. Wij willen u vragen om deze enquête in te vullen, ook al bent u geen lid van het sportcentrum of doet u niets aan sport. Het invullen van deze enquête zal ongeveer vijf minuten in beslag nemen. De enquête vult u in principe anoniem in en uw gegevens zullen niet voor andere doeleinden dan bovengenoemd onderzoek gebruikt worden.

Het kan voorkomen dat u deze enquête al eerder heeft ingevuld. In dat geval willen wij u hartelijk bedanken voor uw medewerking en mag u deze brief als niet verstuurd beschouwen.

Wij hopen dat u het belang van deze enquête inziet en willen u verzoeken de ingevulde enquête zo spoedig mogelijk terug te sturen door middel van de bijgevoegde antwoordenvolp (een postzegel is niet nodig). Bij voorbaat hartelijk dank voor uw medewerking.

Met vriendelijke groet,

Etienne Duijf

Thomas Garritsen

Bijlage 3. Opmerkingen en suggesties

Aan het einde van de enquête is er ruimte open gelaten voor opmerkingen en suggesties. Hieronder volgen enkele bruikbare opmerkingen:

- Ik zou op zaterdag het sportcentrum graag om 8:30 al open zien;
- Het is een leuk sportcentrum met ruime keus;
- Zonbanken voor privé-gebruik;
- Het sportcentrum zou niet elke vakantie dicht moeten zijn. Er moet een vaste plaats voor kinderen van recreanten komen waar ze kunnen spelen i.p.v. door het centrum te rennen;
- Het was mij tot op heden onbekend dat sportschool Sanders over was gegaan in sport en ontspanningscentrum Eersel, meer informatie was misschien nuttig geweest;
- Er is bij het sportcentrum onvoldoende parkeergelegenheid voor fietsen en in het verleden heb ik slechte ervaringen gehad met het sportcentrum;
- Ik zou graag 's ochtends willen aquajoggen met de mogelijkheid van kinderopvang;
- Ik heb er yoga gedaan, maar het was er veel te lawaaierig;
- Wanneer er een groepje conditietraining start, schrijf ik me meteen in;
- Word eens wat persoonlijker; ernst zie je bijna nooit;
- Er zouden minder lessen moeten uitvallen, het sportcentrum zou beter onderhouden moeten worden en de douches moeten warm zijn;

Opmerkingen, die niet op de enquête werden ingevuld, maar tegen ons werden gezegd tijdens het in laten vullen van de enquêtes:

- Met die vent (eigenaar sportcentrum) wil ik niets te maken hebben;
- Er was een jongen die slechte ervaringen had met de judolessen.

Bijlage 4. Adressen geïnteresseerden

Dekkers	Hoolhof 22	5521 JR	Eersel	
Joop Dille	Boomstraat 18	5521 VZ	Eersel	0497-563210
MJ van Dinter	Vissersstraat 7	5521 VL	Eersel	
J. Dirks	Quackelaer 31	5521 BE	Eersel	0497-514772
Judith Ermans	Aelenstraat 7	5521 JT	Eersel	0497-512091
Marry Janssen	v.d.Boomstraat 35	5521 VS	Eersel	0497-515133
C. Karsmakers- Scheepers	Aelenstraat 30	5521 JV	Eersel	
Marloes Kerremans	Groes 7	5521 LV	Eersel	0497-515212
Hannie Keulemans	Speeldries 30	5521 GG	Eersel	
R.J. Klemann	Dreef 4	5521 GR	Eersel	0497-512194
Fam. Koolen	Steenstraat 155	5521 KS	Eersel	
C. Koot	Oude Postelseweg 15	5521 RS	Eersel	0497-514588 CWKoot@iae.nl
Jack Kouwenberg	Hoolstraat 7	5521 JM	Eersel	0497-515217
Van der Looy	Kruisstraat 36	5525 AX	Duizel	0497-512204
Mark van der Meer	Draaiboom 15	5521 RP	Eersel	0497-513479
Van Moll	Wanmolen 50	5521 LJ	Eersel	
H. van Moll	Mercarius 1	5627 EB	Hapert	
T.Mollen	Aelenstraat1	5521 JT	Eersel	0497-517168
D.Paulussen	Merckelbachstraat 18	5521 VM	Eersel	0497-514248
P.Quadvlieg	Bernvenseweg 4	5525 Kd	Duizel	0497-512904
A. Somers	Quackelaer 46	5521 BE	Eersel	0497-514294
K. Vieweger	Gildestraat 56	5525 BX	Duizel	
J. van Woerkum	Nieuwstraat 15	5521 LA	Eersel	0497-515182