

Jaap Eden IJshal



“Hoe tevreden is de bezoeker over de Jaap Eden IJshal?”

Auteur

Joost Smulders (S335243)
Vrijtijdswetenschappen
Universiteit van Tilburg
juli 2006

Afstudeerbegeleiders

Hugo van der Poel (afstudeerbegeleider)
Antonis Klidas (tweede begeleider)

Opdrachtgever

Stichting IJscomplex Jaap Eden Amsterdam

Voorwoord

Voor u ligt de scriptie die ik ter afsluiting van mijn studie Vrijtijdswetenschappen heb gemaakt.

De totstandkoming van dit verslag is niet zonder slag of stoot gegaan. Door omstandigheden was ik genoodzaakt enkele maanden afstand te nemen, waardoor mijn onderzoek behoorlijke vertraging opliep. De steun van verschillende personen heeft me geholpen om het onderzoek opnieuw op te pakken en mijn studie af te ronden. In eerste instantie wil ik dan ook mijn familie en vrienden bedanken.

Daarnaast wil ik vanaf deze plaats mijn begeleider Hugo van der Poel bedanken voor zijn begrip inzake bovengenoemde vertraging en uiteraard voor zijn begeleiding tijdens mijn afstudeerperiode. Waar ik Antonis Klidas wil bedanken voor zijn ondersteuning als tweede begeleider.

Ook wil ik een woord van dank uitspreken richting Luc van Baest, die me tijdens de spreekuren van de SPSS-helpdesk meermalen op weg heeft geholpen. Tja, want het theorieboek van SPSS beschrijft fijntjes hoe je de resultaten moet analyseren, maar hoe te handelen bij afwijkende uitkomsten en foutmeldingen staat nergens beschreven...

De Stichting Jaap Eden Ijsbanen wil ik bedanken voor de mogelijkheid die ze mij hebben geboden om mijn onderzoek daar te houden. Daarbij wil ik benadrukken dat het personeel mijn tijd in Amsterdam tijdens het enquêteren erg aangenaam maakte. Het wekelijks gokken op voetbalwedstrijden was een leuke afleiding gedurende mijn onderzoek.

Joost Smulders

Samenvatting

Dit onderzoek betreft een klanttevredenheidsonderzoek van de bezoekers van de Jaap Eden IJshal ten behoeve van de Stichting Jaap Eden IJSbanen. De aanleiding van het onderzoek komt voort uit de noodzaak om de wensen en behoeften van de klanten van Jaap Eden te kennen om vervolgens de dienstverlening te kunnen verbeteren en zo de bedrijfsactiviteiten te continueren. De precieze doelstelling van het onderzoek luidt dan ook:

“Inzicht verkrijgen in de klanttevredenheid van de verschillende soorten bezoekers van de Jaap Eden IJshal ten einde aanbevelingen te doen om beter op de wensen van de bezoekers in te kunnen spelen en zo de klanttevredenheid verder te doen verhogen.”

De probleemstelling die hieruit wordt afgeleid, is als volgt vertaald naar een onderzoekbare vraagstelling:

“Hoe wordt in termen van klanttevredenheid, de Jaap Eden IJshal beoordeeld door haar bezoekers? En op welke manier kan er bijgedragen worden aan een continue verbetering van de dienstverlening richting klanten?”

Om antwoord te kunnen geven op de probleemstelling is het onderzoek uitgevoerd aan de hand van een stappenplan (Thomassen e.a., 1994). In de verschillende stappen komen achtereenvolgens het opstellen van de enquête, het enquêteren, het analyseren van de enquêteresultaten en het aandragen van verbetermaatregelen aan bod.

Theoretisch gezien wordt het begrip klanttevredenheid gedefinieerd als “de ervaring van de feitelijke productprestaties door de gebruiker van het product of dienst” (Cronin en Taylor, 1992). Het belang van streven naar klanttevredenheid wordt mijn inziens het meest treffend weergegeven aan de hand van volgend citaat: “Het enige bestaansrecht voor een bedrijf is het leveren van toegevoegde waarde voor de eindgebruiker” (Berger en Van Mens, 1997). Hoewel hieruit blijkt dat streven naar klanttevredenheid een belangrijk aspect in de bedrijfsvoering is, zijn er maar weinig organisaties die bij het formuleren van hun beleid structureel rekening houden met hun klant. De oorzaak hiervan ligt in het feit dat klanten geen homogene groep vormen en dat uniforme behoeften en verwachtingen ver te zoeken zijn. Tevredenheid is een persoonlijk en subjectief begrip en daardoor moeilijk meetbaar (Bloemer, 1991).

Daarbij brengt het specifieke karakter van dienstverlening met zich mee dat dergelijke organisaties zich in veel aspecten onderscheiden van industriële ondernemingen, zodat niet altijd de in de literatuur vermelde kwaliteitsaanpak toepasbaar is (Neijzen en Trompetter, 1998). Het is belangrijk in te zien dat “de dienstenklant” actief betrokken is bij het produceren van een dienst en zo invloed heeft op de uiteindelijke kwaliteit van de dienst.

Kwaliteitsbeheersing bij dienstverlening zal alleen al daarom rekening moeten houden met de wensen van de klant (Boomsma en Van Borrendam, 1994).

Er zijn verschillende algemene kwaliteitsmodellen bestudeerd die hebben bijgedragen aan het specifiek op Jaap Eden afgestemd onderzoeksmodel. Dit onderzoeksmodel dient als handvat bij het uit te voeren onderzoek.

Het onderzoeksmodel start bij “bezoeker Jaap Eden IJshal” die gevraagd wordt zijn ervaring met betrekking tot de Jaap Eden IJshal te geven, waarbij rekening is gehouden met de verschillende achtergrondkenmerken zoals leeftijd, geslacht en motief om te sporten. Hiertoe heb ik een survey-onderzoek uitgevoerd, waarbij een a-selecte gelaagde steekproef heeft plaatsgevonden. Hiervoor is gekozen omdat de bezoekers van de Jaap Eden IJshal onder te verdelen zijn naar verschillende subgroepen bezien vanuit hun beoefende sport.

Uit het onderzoek komt naar voren dat het gemiddelde rapportcijfer van de respondenten met betrekking tot de tevredenheid 7,21 betreft. Van alle respondenten gaf 95,9 % een voldoende als beoordeling.

Het tweede tevredenheidcijfer, naast het rapportcijfer, wordt berekend door de beoordeling en het toegekende belang van de verschillende deelaspecten met elkaar te vermenigvuldigen. De respondenten zijn het meest tevreden over de bereikbaarheid van het complex en het minst tevreden over de prijsstelling van de consumpties. Het meeste belang wordt gehecht aan de kwaliteit van het ijs en het minste belang wordt gehecht aan de beschikbare verenigingsruimte.

Ondanks dat er geen rechtstreekse vergelijking kan plaatsvinden tussen het algemene rapportcijfer en het berekende tevredenheidcijfer op basis van tevredenheid x belang, toont een significante correlatie van 0,307 het verband aan. Met een proportie verklaarde variantie van 9,43 % verklaart het tevredenheidcijfer op basis van de deelaspecten het rapportcijfer tevredenheid. Het restant zal dus verklaard worden door demografische factoren, beleving, motief om te sporten, middelen & restricties en zaken die niet in het onderzoeksmodel zijn opgenomen.

Na toetsing blijkt de theoretische onderverdeling van de deelaspecten van tevredenheid naar product en dienst, service en prijs niet aan te sluiten op de resultaten van de factoranalyse. In het geval van Jaap Eden blijken de verschillende deelaspecten van tevredenheid onderling anders te correleren, waardoor een onderverdeling naar de factoren "algemeen product", "recreatief aanbod", "verenigingsaanbod" en "diensten door exploitanten" gemaakt dient te worden. Op deze factoren - die "het aanbod" beschrijven - is een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd, waaruit bleek dat de verschillende variabelen binnen de factoren ook daadwerkelijk hetzelfde meten.

Middels een regressieanalyse is onderzocht of middelen & restricties, motief om te sporten, demografische factoren, beleving, beoefende sport en de vier factoren voortkomend uit de deelaspecten van tevredenheid het rapportcijfer klanttevredenheid verklaren. Het rapportcijfer klanttevredenheid wordt voor 24,5 % verklaard door deze variabelen. De regressieanalyse toont echter eveneens aan dat er maar twee significante resultaten zijn. De oorzaak van het gebrek aan significante resultaten valt te herleiden naar het vermogen van de toets (= kans op een effect). Het vermogen van een toets neemt af naarmate er meer voorspellers aan de toets worden toegevoegd.

Het toetsen van de verklarende kracht van rapportcijfer tevredenheid op de variabele "terugkeren op Jaap Eden" bleek niet mogelijk, aangezien het aantal respondenten dat aangeeft terug te keren op Jaap Eden 100 % bedraagt. Hierdoor valt deze variabele te zien als een constante variabele, waardoor een regressieanalyse niet mogelijk is. Daarentegen duidt deze 100% score op het feit dat de Jaap Eden IJshal zeer trouwe bezoekers kent. De belangrijkste conclusie die op basis van beide regressieanalyses getrokken kan worden, is dat de verwachte relaties zoals die in het onderzoeksmodel verondersteld werden niet aangetoond zijn. Daarentegen geeft de prioriteitenmatrix wél goed inzicht in de sterkten en zwakten van de Jaap Eden IJshal.

Daarbij leveren de onderstaande bevindingen Jaap Eden verdere informatie op:

- De Jaap Eden IJshal kent net als de landelijke sport daluren en vrijdag geldt als minst populaire sportdag;
- Jaap Eden kent trouwe bezoekers waar op theoretische gronden incidentele bezoekers verwacht zouden worden;
- De schaatsers op de buitenbaan betreffen een ander publiek dan de bezoekers van de ijshal;

In de enquête stond een open vraag opgenomen waarin respondenten konden aangeven welke zaken voor verbetering vatbaar zijn. Overduidelijk blijkt dat het openhouden van de ijshal gedurende de zomermaanden het belangrijkste gevonden wordt door respondenten. De aanbevelingen die aangedragen worden om de dienstverlening bij Jaap Eden te verbeteren zijn:

- Contactpersoon aanstellen binnen Jaap Eden;
- Bij het te voeren beleid rekening houden met maatschappelijke ontwikkelingen en de punten van verbetering uit de prioriteitenmatrix;
- Vervolgonderzoek uitvoeren;
- Matchen van vraag en capaciteit;
- Vergroten multifunctionaliteit van het Jaap Eden IJscomplex;
- Goede klachtenafhandeling;
- Uitdragen en vastleggen van kwaliteitsgerichte filosofie.

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Samenvatting	3
Inhoudsopgave	6
1 Inleiding	8
1.1 <i>Aanleiding en doelstelling</i>	8
1.2 <i>Probleemstelling</i>	8
1.3 <i>Onderzoeksopzet</i>	9
1.4 <i>Plaats van onderzoek</i>	10
1.5 <i>Schaatsen in Nederland... in een veranderende wereld</i>	10
1.6 <i>Leeswijzer</i>	11
2 Klanttevredenheid	12
2.1 <i>Wat is klanttevredenheid?</i>	12
2.2 <i>Waarom streven naar klanttevredenheid?</i>	12
2.3 <i>Aspecten van tevredenheid</i>	15
2.4 <i>Streven naar klanttevredenheid = streven naar kwaliteit</i>	16
2.5 <i>Kwaliteit van diensten</i>	17
2.6 <i>Theoretische kwaliteitsmodellen</i>	18
2.6.1 <i>Gedragstheorie</i>	18
2.6.2 <i>Expectancy-disconfirmation</i>	18
2.6.3 <i>Service-qualitymodel</i>	19
2.6.4 <i>Service-performance</i>	20
2.7 <i>Onderzoeksmodel</i>	20
2.8 <i>Veronderstellingen</i>	21
2.9 <i>Tot slot</i>	24
3 Onderzoeksopzet	25
3.1 <i>Waarom enquêteren?</i>	25
3.2 <i>Samenstelling van de vragenlijst</i>	25
3.3 <i>Opzet klanttevredenheidsonderzoek</i>	27
3.3.1 <i>Samenhang met de probleemstelling</i>	27
3.3.2 <i>Soort onderzoek</i>	28
3.3.3 <i>Populatie</i>	29
3.3.4 <i>Representativiteit</i>	29
3.3.5 <i>Afbakening</i>	30
3.4 <i>Tot slot</i>	31
4 Wie zijn de bezoekers van de ijshal?	32

4.1	<i>Demografische factoren</i>	32
4.2	<i>Beleving</i>	34
4.3	<i>Motief om te sporten</i>	36
4.4	<i>Middelen en restricties</i>	39
4.5	<i>Beoefende sport</i>	40
4.6	<i>Overige kenmerken bezoeker ijshal</i>	41
4.7	<i>De doorsnee bezoeker van de Jaap Eden IJshal is...</i>	42
4.8	<i>Tot slot</i>	42
5	Tevredenheid bezoekers Jaap Eden IJshal	44
5.1	<i>Algemene tevredenheid</i>	44
5.2	<i>Relatie achtergrondvariabelen bezoeker ijshal en algemene tevredenheid</i>	44
5.2.1	<i>Demografische factoren</i>	44
5.2.2	<i>Beleving</i>	45
5.2.3	<i>Motief om te sporten</i>	45
5.2.4	<i>Middelen en restricties</i>	45
5.2.5	<i>Beoefende sport</i>	45
5.3	<i>Ervaren tevredenheid en het belang van de deelaspecten</i>	46
5.3.1	<i>Tevredenheid per deelaspect</i>	46
5.3.2	<i>Belang per deelaspect</i>	47
5.3.3	<i>Gewogen gemiddelden van de deelaspecten</i>	48
5.3.4	<i>Rapportcijfer in relatie tot tevredenheidcijfer vanuit de deelaspecten</i>	48
5.4	<i>Verdere analyses met betrekking tot het theoretische model</i>	50
5.4.1	<i>Factoranalyse</i>	50
5.4.2	<i>Regressie-analyse</i>	51
5.5	<i>Tot slot</i>	54
6	Conclusies	56
6.1	<i>Belangrijkste conclusies uit het theoretisch onderzoek</i>	56
6.2	<i>Conclusies per onderzoeksvraag</i>	57
6.3	<i>Overige bevindingen</i>	61
6.4	<i>Tot slot</i>	62
7	Aanbevelingen	63
7.1	<i>Welke zaken zijn volgens de bezoekers voor verbetering vatbaar?</i>	63
7.2	<i>Aanbevelingen voortvloeiend uit het onderzoek</i>	64
	Literatuurlijst	67

1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de aanleiding van het onderzoek en de hieruit voortvloeiende doelstelling besproken. Vervolgens wordt de doelstelling van het onderzoek vertaald naar een onderzoekbare probleemstelling, waaraan een aantal specifieke deelvragen verbonden zijn. In de onderzoeksofzet wordt globaal weergegeven aan de hand van welke stappen het onderzoek is uitgevoerd.

Aanvullend wordt de opdrachtgever kort beschreven. Dit dient om een beeld te geven van de Stichting Jaap Eden IJsbanen.

1.1 Aanleiding en doelstelling

“Het enige bestaansrecht voor een bedrijf is het leveren van toegevoegde waarde aan de eindgebruiker!” (Berger en Van Mens, 1997)

Dit citaat geeft in mijn ogen het meest treffend weer wat in verschillende literatuur uitgewerkt staat onder de term “de klant staat centraal”. Het centraal stellen van de klant is vanuit marketing-oogpunt de kern van succesvol ondernemen. Met dit gegeven zal de Stichting Jaap Eden IJsbanen moeten omgaan om klanten in een toenemende concurrerende markt te behouden.

Het vastleggen van gedetailleerde klantinformatie en het doorvoeren van noodzakelijke kwaliteitsverbeteringen is nodig voor het continu verbeteren van de dienstverlening.

Daarnaast kan inzicht in het consumentengedrag bijdragen aan het ontwikkelen van een strategie om klanten voor langere tijd aan een product / dienst te binden.

De achtergrond van het onderzoek kan verder gekoppeld worden aan een veranderd overheidsbeleid. Er is een tendens zichtbaar van een terugtrekkende overheid gericht op het stimuleren van particulier initiatief. Zo neemt het aantal subsidies / gemeenschapsgelden af, ondanks dat er vanuit de overheid nadrukkelijk aangegeven wordt dat sport een belangrijke instrumentele waarde heeft bij het realiseren van sportexterne beleidsdoeleinden zoals gezondheidsverbetering, werkgelegenheid, sociale integratie, milieubeleid en ruimtelijke ordening (Lucassen, 2003). Voor de Stichting Jaap Eden IJsbanen heeft dit tot gevolg dat het genereren van alternatieve geldbronnen steeds meer prioriteit krijgt. Vanuit dit oogpunt zal marketing een steeds voornamere plaats binnen de organisatie moeten innemen.

Aangezien het ontwerpen van een nieuwe ijshal / aanpassen van de huidige ijshal in het strategisch plan (S.I.J.E., 2003) opgenomen staat, is het belangrijk om de wensen van de verschillende gebruikers te kennen. Vanuit deze optiek is het daarom wenselijk om een onderzoek uit te voeren gericht op het vergroten van het inzicht in de behoeften en wensen van de klanten van Jaap Eden. Het vertalen van de wensen van klanten naar beleidsdoelstellingen zal bijdragen aan het continueren van de activiteiten op het Jaap Eden IJscapex.

Aan de bovenstaande probleemaanduiding kan de volgende doelstelling worden opgehangen:

“Inzicht verkrijgen in de klanttevredenheid van de verschillende soorten bezoekers van de Jaap Eden IJshal teneinde aanbevelingen te doen om beter op de wensen van de bezoekers in te kunnen spelen en zo de klanttevredenheid verder te doen verhogen.”

1.2 Probleemstelling

De hierboven geformuleerde doelstelling kan omgezet worden tot een onderzoekbare probleemstelling:

“Hoe wordt, in termen van klanttevredenheid, de Jaap Eden IJshal beoordeeld door haar bezoekers? En op welke manier kan er bijgedragen worden aan een continue verbetering van de dienstverlening richting klanten?”

Deze probleemstelling kan omgezet worden naar meerdere specifieke deelvragen:

- Hoe kan het inzicht in de klanttevredenheid van de bezoekers van het Jaap Eden ijscomplex gemeten worden?
- Welke variabelen zijn bepalend voor de mate van (on)tevredenheid?
- Hoe ziet “het klantenprofiel” van de bezoekers van de Jaap Eden IJshal eruit?
- Zijn er duidelijke verschillen waar te nemen in de ervaren tevredenheid tussen de beoefenaars van de verschillende schaatsporten?
- Welke aanbevelingen kunnen er gedaan worden die bijdragen aan een continue verbetering van de dienstverlening richting klanten?

Om “een handvat” te hebben bij het toetsen, zijn de veronderstelde onderlinge verbanden verwerkt in een onderzoeksmodel. Als aanvulling op de bovenstaande deelvragen valt daarom een extra deelvraag te noteren:

- Houden de veronderstelde relaties uit het, op Jaap Eden afgestemde, onderzoeksmodel stand?

1.3 Onderzoeksopzet

Het klanttevredenheidsonderzoek is uitgevoerd aan de hand van het onderstaande stappenplan (Thomassen e.a., 1994):

1. Oriëntatie

Vanuit de probleemstelling kwam duidelijk naar voren dat er behoefte is binnen Jaap Eden aan informatie op het gebied van klanttevredenheid.

2. Vooronderzoek

Een literatuurstudie heeft plaatsgevonden waarbij bruikbare theorieën rond klanttevredenheid zijn geselecteerd. Daarnaast zijn interviews met klanten en belanghebbenden afgenomen om vast te stellen welke aspecten, naast die vanuit de theorie naar voren kwamen, in de enquête opgenomen dienden te worden. Hierbij moet gedacht worden aan specifieke aspecten, zoals sfeer in de ijshal en drukte op het ijs.

3. Ontwikkelen van de vragenlijst

Om een betrouwbaar beeld te krijgen van de behoeften en de tevredenheid van de gehele klantengroep is een enquête noodzakelijk. Om onduidelijkheden in de vragenlijst te voorkomen is deze “in proefvorm” eerst getoetst, waarna de definitieve vragenlijst is opgesteld.

4. Uitvoeren van de enquête

Een belangrijke voorwaarde bij de start van het onderzoek is dat de enquête aan het eind of vlak na de dienstverlening moet plaatsvinden. Wat betreft het schaatsseizoen heeft het enquêteren eind februari / begin maart plaatsgevonden. Na de meting zijn de resultaten verwerkt, geanalyseerd en weergegeven aan de hand van het statistische programma SPSS.

5. Aandragen van verbetermaatregelen

De resultaten van het klanttevredenheidsonderzoek zullen moeten wijzen op:

- Sterke en zwakke punten van de organisatie;
- Hoe de klant de dienstverlening ervaart; (on)tevredenheid;
- Hoe de klant de dienstverlening wenst te ontvangen.

Uit het onderzoek zullen uitgangspunten voor verbeteractiviteiten naar voren komen welke verwoord kunnen worden tot beleidsdoelstellingen.

6. Sturen van de organisatie

De conclusies die vanuit het klanttevredenheidsonderzoek naar voren komen, zullen bijdragen aan het verder sturen van de organisatie richting een meer klantgerichte benadering.

1.4 Plaats van onderzoek

De opdrachtgever van het onderzoek is de Stichting Jaap Eden Ijsbanen. Wat betreft de Jaap Eden Ijsbanen kan gesteld worden dat er een groot aantal voorzieningen aangeboden worden.

Op 9 december 1961 werd het complex geopend met een 400-meter buitenbaan. Daarmee was Jaap Eden de derde 400-meter kunstijsbaan ter wereld. In 1973 werd het complex uitgebreid met een 30 bij 60 meter ijshal. Deze ijshal staat tijdens de wintermaanden ter beschikking voor ijshockey, kunstrijden, shorttrack en recreatieschaatsen. Tijdens de zomermaanden wordt de hal gebruikt voor evenementen en concerten. Daarnaast beschikt de Jaap Eden Ijsbanen nog over enkele andere producten. Er is bij de ijshal een horecagelegenheid en een winkel waar men voor allerlei schaatsproducten terecht kan, zoals het huren van schaatsen en skeelers. Er is een schaatsschool aanwezig en tevens beschikt het complex over een skeelerparcours, fitnessruimte, indoor-ski en squash courts. De Jaap Eden Ijsbanen wordt bestuurd door een zelfstandige stichting. De stichting is verantwoordelijk voor de exploitatie van het ijscomplex binnen een kader van afspraken met de gemeentelijke overheid. De exploitatie van de genoemde voorzieningen is in handen van zelfstandige pachters en niet van de Jaap Eden Ijsbanen zelf.

De doelstelling van de Stichting Jaap Eden Ijsbanen is, zoals beschreven in het Strategisch Plan 2003: *“Zoveel mogelijk inwoners van Amsterdam en omstreken de gelegenheid bieden veilig te schaatsen tegen een betaalbaar tarief”*.

Deze doelstelling past in het beleid van de gemeente die ongeveer de helft van de exploitatielasten financiert. In het Strategisch Plan (2003) komt tevens naar voren dat de kernactiviteit in de toekomst het beschikbaar stellen van kunstijs blijft met daaraan gekoppeld de functie die de Jaap Eden Ijsbanen vervult als ontmoetingsplaats voor mensen. Het sociale aspect vertaalt zich in het streven om de dienstverlening aan de bezoekers te verbeteren. Tevens wordt gestreefd naar een zo efficiënt mogelijke benutting van de capaciteit van het ijs.

1.5 Schaatsen in Nederland... in een veranderende wereld

In Nederland staat schaatsen bekend als een traditionele volkssport die vooral tijdens de winterperioden zeer populair is. Zeker op het moment dat er de mogelijkheid bestaat dat er een Elfstedentocht gereden wordt, kent schaatsen haar grootste aantrekkingskracht. Echter dankzij diverse kunstijsbanen is men in Nederland niet meer afhankelijk van vorstperiodes om te kunnen schaatsen. Toch is tijdens de afgelopen jaren het deel van de bevolking (6 – 79 jaar) dat de schaatssport beoefent afgenomen. In 1979 schaatste nog 14,5 %, in 1991 13 % waar in 1995 en 1999 deze percentages respectievelijk 7% en 5,5 % bedroegen (Breedveld, 2003).

De laatste decennia is er een duidelijke verandering aanwijsbaar wanneer er wordt gekeken naar de duur en het aantal beoefende sporten. Waar vroeger de sporter zich helemaal toedeed op een bepaalde sport beoefent de hedendaagse sporter in zijn / haar kostbare vrije tijd verschillende sporten. Diversiteit in vrijetijdsgedrag blijkt regel te zijn, verdieping uitzondering (Knulst, 1996). Dat dit niet alleen bestaande sporten zijn, valt te verklaren uit de toenemende populariteit van “nieuwe sporten” zoals Tae Bo en inline skaten (SCP, 2003). De ontwikkeling van sportaccommodaties sluit aan op de veranderende vrijetijdsbehoeften van Nederlanders welke gericht zijn op meer kwaliteit en meer mogelijkheden tot het combineren van vrijetijdsactiviteiten (Breedveld, 2003). Een voorbeeld van een dergelijke

combinatie betreft het Sportiom in Den Bosch waar er naast schaatsen ook mogelijkheden zijn om te zwemmen, fitnessen, squashen en het bezoeken van de sauna.

Andere ontwikkelingen die van invloed zijn op de sportparticipatie van mensen betreffen:

- Demografische ontwikkelingen, zoals ontgroening en vergrijzing.
- Economische ontwikkelingen, zoals de toename van de koopkracht en commercialisering van de sport.
- Politieke ontwikkelingen, zoals vermindering van de sportsubsidies en privatisering van sportaccommodaties.
- Sociaal-culturele ontwikkelingen, zoals individualisering en de beschikbaarheid van tijd.

Concluderend kan gesteld worden dat veranderingen in de sport en maatschappelijke ontwikkelingen van invloed zijn op schaatsers, maar ook op accommodaties.

1.6 Leeswijzer

De scriptie bestaat uit een theoretisch deel en een praktijkonderzoek. In dit hoofdstuk is de doelstelling van het onderzoek uiteengezet, waaruit de probleemstelling is afgeleid. Tevens is de Stichting Jaap Eden IJsbanen als zijnde opdrachtgever van dit onderzoek beschreven. Hoofdstuk 2 is een theoretisch hoofdstuk, waarin vanuit de literatuur wordt ingegaan op relevante theorieën en ontwikkelingen die samenhangen met het onderzoeksdoel. Vanuit een breed perspectief is klanttevredenheid en het streven naar kwaliteit benaderd.

Daarnaast zijn gerelateerde onderwerpen zoals ontwikkelingen in de sportwereld en het specifieke karakter van diensten opgenomen om het onderzoek in een bredere context te plaatsen. Vervolgens vindt een beschrijving plaats hoe gekomen is tot het uiteindelijke theoretische model dat is afgestemd op de Jaap Eden IJshal om de klanttevredenheid van de gebruikers te kunnen meten.

Hoofdstuk 3 geeft inzicht in de totstandkoming van de enquête. Hierin worden aspecten uit de theorie geoperationaliseerd met daarbij verwijzingen naar de betreffende enquêtevragen. Daarbij zijn nadere gegevens omtrent de populatie, de representativiteit en de wijze van onderzoek uitgewerkt.

In hoofdstuk 4 staat de uitwerking van de enquêtes in het statistische programma SPSS. Zo worden de verschillende bezoekersgroepen onderverdeeld naar subgroepen. Onderzocht wordt hoe de achtergrondvariabelen zoals geslacht, leeftijd, opleiding en afkomst van de bezoekers van de Jaap Eden IJshal zich tot elkaar verhouden. Daarbij zijn ook componenten uit de beleveniseconomie (Goossens, 1999) opgenomen.

Het tevredenheidsoordeel met betrekking tot de Jaap Eden IJshal staat uitgewerkt in hoofdstuk 5. Naast een algemeen tevredenheidcijfer middels een rapportcijfer wordt in dit hoofdstuk tevens een tweede tevredenheidcijfer berekend. Op basis van het belang en de ervaren tevredenheid van de verschillende deelaspecten wordt een gewogen tevredenheidcijfer berekend.

Met behulp van een factoranalyse en regressieanalyse worden de veronderstelde verbanden uit het onderzoeksmodel getoetst.

In hoofdstuk 6 staan de conclusies van dit onderzoek beschreven. De probleemstelling met daaraan gekoppeld de verschillende deelvragen zullen beantwoord worden.

De aanbevelingen staan uitgewerkt in hoofdstuk 7. Deze aanbevelingen hebben als doel de Stichting Jaap Eden IJsbanen te adviseren ten einde haar activiteiten beter te laten aansluiten op de wensen van haar klanten.

2 Klanttevredenheid

De doelstelling, zoals die in het vorige hoofdstuk beschreven staat, is gericht op het meten van de klanttevredenheid van de bezoekers van de Jaap Eden IJshal. Dit hoofdstuk bevat theorie omtrent klanttevredenheid, zoals de begripsbepaling en de relatie tussen klanttevredenheid en kwaliteit. Dit hoofdstuk mondt uit in een theoretisch model, dat als leidraad dient tijdens het onderzoek.

2.1 Wat is klanttevredenheid?

Tevredenheid zegt iets over hoe de afnemer van een product / dienst dit ervaart. Tegenwoordig ligt de nadruk op het creëren van tevredenheid meer bij de evaluatie achteraf, na aanschaf en gebruik van een product / dienst. De tevredenheid ontstaat als het ware uit het resultaat van het product / de dienst zelf (Berger en Van Mens, 1997).

Een andere definitie die in de literatuur gehanteerd wordt, is dat klanttevredenheid het resultaat is dat wordt bereikt als producteigenschappen overeenkomen met de wensen van de klant (Juran, 1992). Daarnaast wordt klanttevredenheid gezien als de uitkomst van een subjectieve evaluatie waarbij gekeken wordt of het gekozen alternatief overeenkomt met de verwachtingen of deze overtreft (Bloemer, 1994).

Aanvullend op de bovenstaande definities kunnen we stellen dat klanttevredenheid als een uitkomst van een proces gezien moet worden. In het vervolg van dit verslag zullen verschillende kanttekeningen met betrekking tot het begrip klanttevredenheid opgenomen staan, waarna zal blijken of de bovenstaande definities standhouden en voor welke definitie uiteindelijk gekozen wordt.

2.2 Waarom streven naar klanttevredenheid?

“Het enige bestaansrecht voor een bedrijf is het leveren van toegevoegde waarde aan de eindgebruiker!” (Berger en Van Mens, 1997)

Bovenstaand citaat geeft treffend weer waarom er gestreefd moet worden naar klanttevredenheid. Als namelijk achterhaald kan worden wat de klant onder toegevoegde waarde verstaat, kan hierop ingespeeld worden. Klanttevredenheidsonderzoek is een probaat instrument om de kwaliteit van het product / dienst in kaart te brengen.

De effecten die kunnen optreden door vergrote klanttevredenheid zijn, zie ook figuur 2.1:

- **Mond-tot-mondreclame**
Tevreden klanten vormen een zeer nuttig marketinginstrument.
- **Herhalingsaankopen en cross-selling**
Een tevreden klant is een vaste klant, die steeds terugkomt om het product / dienst te kopen waar hij of zij tevreden over is (= herhalingsaankoop). Daarnaast is het ook mogelijk dat ze andere producten en/of diensten van de desbetreffende organisatie gaan afnemen (= cross-selling). Zo blijkt er een duidelijk verband tussen tevredenheid en toekomstig koopgedrag (Thomassen e.a., 1994).
- **Vergroting van omzet**
Op basis van verwachtingen omtrent het koopgedrag van de klant kunnen er uitspraken gedaan worden over de mogelijke extra omzet. Benodigde gegevens zullen via een enquête moeten worden verkregen. Dit kan door te vragen of consumenten in de toekomst nogmaals gebruik maken van de producten / diensten van Jaap Eden.
- **Gemotiveerde medewerkers**
Heeft een dubbele uitwerking. Zo heeft klanttevredenheid een positieve invloed op de

motivatie van de medewerkers. Waar gemotiveerde medewerkers een gunstige invloed op de klanttevredenheid hebben.

- **Lagere acquisitie- en reclamekosten**

Klanten die tevreden zijn, kunnen door positieve mond-tot-mondreclame nieuwe klanten werven voor een organisatie. Verder blijkt dat tevreden klanten kunnen uitgroeien tot trouwe klanten, die blijven terugkomen (herhalingsaankopen en cross-selling). Daarnaast dient opgemerkt te worden dat om nieuwe klanten te werven vaak eenmalige kosten voor reclame en promotie gemaakt worden, de zogenaamde acquisitiekosten. Een ontevreden klant die na het eerste contact niet meer terugkomt, levert dus meestal verlies op.

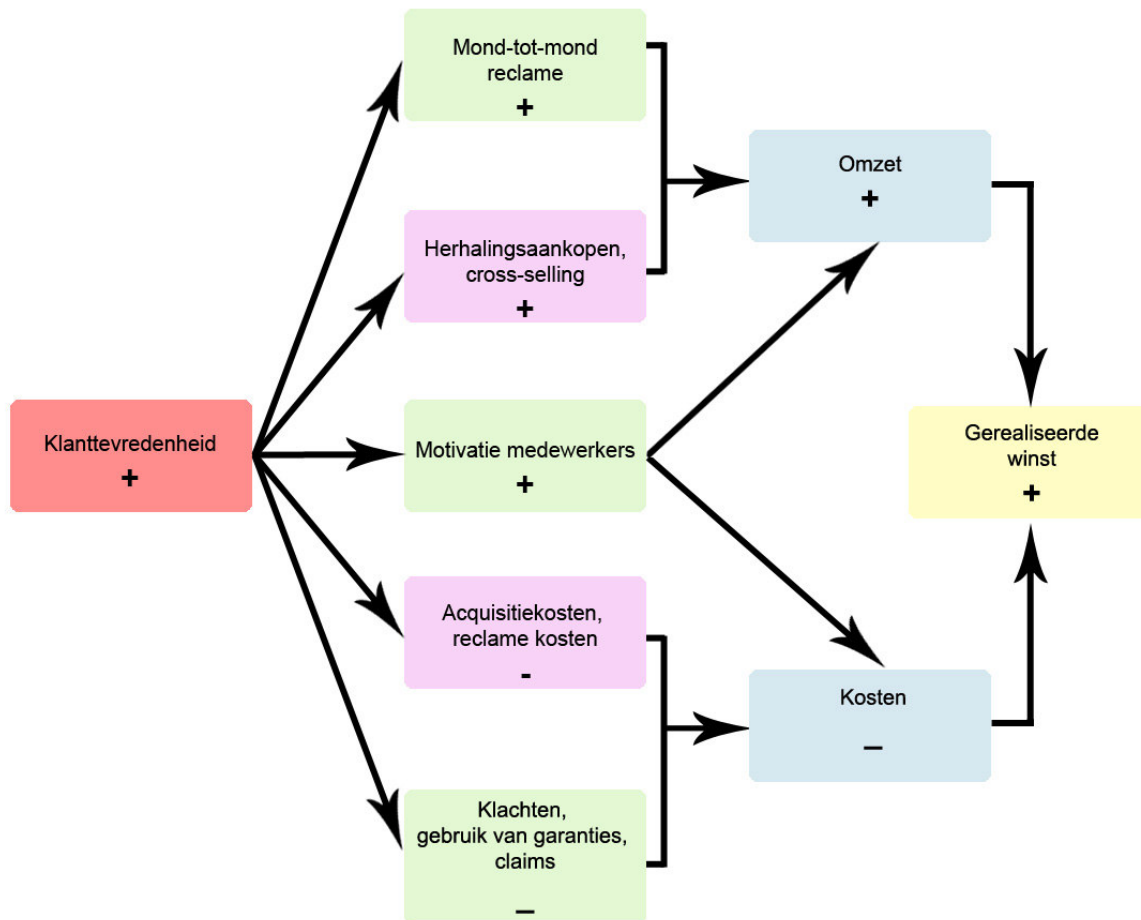
- **Minder klachten**

Klachtenafhandeling gaat gepaard met kosten. Toch dienen klanten gestimuleerd te worden om hun klachten zoveel mogelijk te uiten. Met die kanttekening dat er binnen het bedrijf ook voorzieningen getroffen moeten worden die klagen mogelijk maken. Zo wordt de drempel om te klagen dus verlaagd, anderzijds zullen de kosten voor de klachtenafhandeling stijgen. Deze stijging van de kosten moet men als een investering beschouwen, aangezien de organisatie een beter inzicht krijgt in de klachten van klanten waardoor zij beter in staat is hier adequaat op in te spelen. Vervolgens zal de klanttevredenheid stijgen, wat weer tot een vermindering van het aantal klachten leidt en tot een daling van de kosten voor afhandeling van klachten.

- **Leveren van bedrijfsinformatie**

Een klanttevredenheidsonderzoek draagt bij aan extra bedrijfsinformatie. Na het uitvoeren van het klanttevredenheidsonderzoek zullen de resultaten moeten wijzen op sterke en zwakke punten van de organisatie, hoe de vestiging gezien wenst te worden door klanten en wat de uitgangspunten voor verbeteractiviteiten zijn. Uitgangspunten voor verbeteractiviteiten kunnen in de vorm van een prioriteitenlijst gepresenteerd worden (Thomassen e.a., 1994). Dit aspect wordt in andere literatuur ook onderkend, waar gesteld wordt dat om te achterhalen of de klant tevreden is over de dienst er zoveel mogelijk informatie van klanten verkregen moet worden. Dit kan in de vorm van klachten en complimenten en middels onderzoek (Neijzen en Trompetter, 1998).

Figuur 2-1: De relatie tussen klanttevredenheid en rendement



Bron: Thomassen e.a. (1994)

Ondanks het feit dat de bovenstaande punten aangeven dat het voor organisaties belangrijk is te streven naar klanttevredenheid, zijn er maar weinig organisaties die bij het formuleren van hun beleid structureel rekening houden met de klant. Daarbij dienen er enkele kanttekeningen geplaatst te worden rond het streven naar klanttevredenheid. Zo vormen de klanten van een organisatie geen homogene groep en is de gemiddelde klant, met uniforme behoeften en verwachtingen ver te zoeken. Ook de wijze waarop klanten tevreden kunnen worden gesteld, verschilt. Wie de klanttevredenheid wil meten en verbeteren, zal goed moeten kijken naar deze verschillen (Thomassen e.a., 1994). Daarbij zegt tevredenheid iets over hoe de afnemer van een product / dienst dit ervaart. Wat door de één als goed wordt ervaren, kan door een ander als normaal worden beschouwd. Oftewel tevredenheid is een persoonlijk en subjectief begrip en daardoor moeilijk meetbaar (Bloemer, 1991). Een andere kanttekening die geplaatst kan worden, heeft betrekking op de interactie tussen klanten. Verschillende klanten zullen vaak op hetzelfde moment of vlak na elkaar de dienstverlening ontvangen. Hierdoor kan de interactie tussen de diverse klantengroepen een rol spelen in de kwaliteitsbeoordeling. Wanneer een bepaalde groep de indruk krijgt dat haar verwachtingen en belangen altijd een lage prioriteit hebben, zal dit leiden tot ontevredenheid (Boomsma en Van Borrendam, 1994).

2.3 Aspecten van tevredenheid

In de literatuur staan verschillende aspecten opgesomd die van invloed zijn op de tevredenheid van de klant. Al deze eigenschappen van tevredenheid maken duidelijk dat het oordeel van de consument is gebaseerd op een aantal criteria, welke elkaar onderling nog eens kunnen versterken. Van de onderstaande aspecten maken verschillende onderdeel uit van het op Jaap Eden toegesneden conceptueel model (figuur 2.2), zoals verderop in dit hoofdstuk behandeld.

1. **Verwachting.**

De verwachting die vooraf gaat aan de prestatie is mede bepalend voor de manier waarop de tevredenheid wordt gevormd. Er kan een groot verschil optreden in de mate van tevredenheid over een bepaald product / dienst wanneer de verwachting van tevoren hoog dan wel laag gespannen is, terwijl in beide gevallen de prestatie gelijk is.

Belangrijkste bronnen voor verwachtingen zijn eerdere ervaringen en reclame.

Aanbieders proberen hierop in te spelen door hun klanten in de juiste stemming te brengen (= moodmanagement) met bijvoorbeeld achtergrondmuziek of een kleurrijke inrichting van het complex. Reclame doet begeren, maar een te hoog verwachtingsniveau is de basis voor een slecht ervaren kwaliteit (Boomsma en Van Borrendam, 1994).

2. **Prestatie**

Er bestaat een directe invloed van prestatie op tevredenheid. Wanneer een prestatie goed is, heeft dat uiteraard een positieve invloed op het tevredenheidsoordeel van de klant. Zo heeft de verwachting die vooraf is opgebouwd wel invloed op de tevredenheid maar de verwachting is met name opgebouwd uit externe factoren zoals reputatie, eerdere ervaringen en reclame. De interne factoren zoals kwaliteit ijs, drukte op het ijs en sfeer kunnen daarentegen pas bij de werkelijke prestatie worden ervaren. De daadwerkelijke prestatie blijkt dus van grote invloed te zijn op de tevredenheid.

3. **Belang van het gebruik**

De vorming van tevredenheid gebaseerd op het gebruik van de dienst / product hangt samen met de consequenties. Zijn de consequenties groot, dan is de manier waarop de tevredenheid wordt gevormd bij de consument bewuster dan in het geval dat de consequenties klein zijn (Berger en Van Mens, 1997).

4. **Reputatie**

De reputatie is in eerste instantie van belang bij de selectie van alternatieven. Anderzijds zal naast de reputatie van de geselecteerde dienst ook de reputatie van de mogelijke alternatieven een rol spelen. Naarmate de reputatie toeneemt, zal de drempel om bij het betreffende bedrijf weg te gaan hoger worden. Bij een goede reputatie zal de verwachting met betrekking tot de prestatie hoger komen te liggen. Het is belangrijk in te zien dat de reputatie in de pre- en post- aankoopfase niet hetzelfde hoeft te zijn. Zo zal tevredenheid over de prestatie de reputatie doen versterken.

5. **Relatie**

De relatie heeft, evenals de reputatie, een positieve invloed op de mate van tevredenheid (zie bijlage 2.1). De opgebouwde relatie door de jaren heen is een goede voorspeller voor toekomstig gedrag. Als de relatie tussen de consument en de leverancier goed is, wordt de prestatie anders waargenomen en is men eerder loyaal aan het product / dienst (uit onderzoek Berger en Van Mens, 1997).

6. **Alternatieven**

De alternatieven zijn de mogelijkheden die er zijn ter vervanging van de huidige dienstverlener. Het gaat hier niet altijd om de tevredenheid, maar over de

mogelijkheden die er zijn voor een persoon. Een beter alternatief is geen garantie voor veranderen wanneer bijvoorbeeld gelet moet worden op de prijs of afstand. Daarnaast is het ook mogelijk dat een tevreden klant toch kiest voor een ander product / dienst, omdat er een beter alternatief voor handen is.

7. **Prijs**

Als de prijs reëel wordt ervaren (prijs-kwaliteit verhouding) dan is de kans op klantentrouw groter. Zelfs als men ontevreden is over de prestatie kan de voordelige prijs een hoge mate van trouw garanderen. Een prijsstijging kan de vraag naar een product / dienst sterk doen dalen, ook onder de klanten die tevreden zijn.

8. **Eerste indruk**

Als de eerste indruk goed is, zal de consument zich bij het verwerken van de informatie ook meer richten op de positieve eigenschappen en de negatieve eigenschappen eerder 'vergeten'. Een consument wordt blootgesteld aan veel prikkels en tracht vervolgens deze prikkels in categorieën plaatsen. Het is dus voor een merk / bedrijf belangrijk om direct een goede indruk te wekken, omdat een negatieve indruk niet snel gewijzigd wordt (Van Raaij en Antonides, 2002).

9. **Imago**

Producten / diensten hebben buiten functionele eigenschappen, ook eigenschappen die van belang zijn voor de persoonlijke identiteit van consumenten (Van Raaij en Antonides, 2002).

10. **Consequenties**

De consequenties kunnen een barrière zijn om te veranderen, waardoor de loyaliteit toeneemt. In het verandergedrag worden dus niet alleen de voor- en nadelen van de dienst geëvalueerd, ook de gevolgen van het veranderen worden meegenomen in dit proces.

11. **Gevoel**

De consument verlangt naar producten / diensten waar ze zich mee kan vermaken. De hieraan gekoppelde gevoelens spelen een essentiële rol bij het keuzegedrag. Naast objectieve productattributen, zoals prijs en de functies van een product, neemt de consument hedonistische ervaringen in zijn evaluatiecriteria mee. Dat mensen in hun perceptie van realiteit verschillen hangt af van eigen ervaringen, levensverhalen en persoonlijke situaties (Van Raaij en Antonides, 2002).

12. **Klachtenbehandeling**

De tevredenheid over de klachtenafhandeling kan afwijken van de tevredenheid over het product / dienst. Het toewijzen van de klacht aan de klagende consument leidt niet automatisch tot meer tevredenheid, maar eerder tot minder ontevredenheid (Van Raaij en Antonides, 2002). De doelstelling van klachtenbehandeling dient primair gericht te zijn op het herstel van klanttevredenheid. Als secundair doel geldt dat klachten een belangrijke bron voor verbeteringen zijn. Het is daarom van belang dat er maatregelen getroffen worden ter bevordering van het uiten van klachten (zie bijlage 2.2 en 2.3).

2.4 Streven naar klanttevredenheid = streven naar kwaliteit

Het leveren van kwaliteit is de enige mogelijkheid voor organisaties om te overleven in een markt waar de concurrentie is toegenomen en de consument kritischer is geworden. Het de klant naar de zin maken met de bedoeling er zelf beter van te worden, is de essentie van ondernemen met kwaliteit (Boomsma en Van Borrendam, 1994).

Het begrip kwaliteit is evenals het begrip klanttevredenheid niet eenduidig, maar voor verschillende uitleg vatbaar. De definitie van kwaliteit waarvoor gekozen is:

"Kwaliteit is de mate waarin het geheel van eigenschappen en kenmerken van een product, dienst / proces voldoet aan de eisen van de gebruiker" (Neijzen en Trompeter, 1998).

Deze definitie sluit aan op de gebruikersgerichte ervaring, tegenwoordig hét uitgangspunt voor kwaliteit van bedrijven en instellingen waar de voorkeuren van de consument voorop staan.

Overige benaderingen met betrekking tot kwaliteit die in relatie gebracht kunnen worden met dit onderzoek zijn:

- **De waardegerichte benadering**
Het gaat niet alleen om de kwaliteit, maar meer om de relatie tussen prestatie en prijs oftewel "value for money" (Boomsma en Van Borrendam, 1994).
- **Maatschappelijke kwaliteit**
Het maatschappelijke belang van sport is terug te zien in het overheidsbeleid op dit terrein. De bijdrage van sport aan de sociale integratie is een voorbeeld van maatschappelijke kwaliteit.
- **'The manufacturing-based approach'**
Vanuit de productiebenadering is er sprake van kwaliteit, als een product / dienst voldoet aan de technische normen. Wat betreft het aanbieden van kunstijs is dit een essentieel aspect aangezien dit verbonden is aan strenge milieueisen.

Feit blijft dat het beoordelen van kwaliteit berust op vergelijken. Er is geen absolute maatstaf voor beter en best. Daarbij is kwaliteit geen einddoel, maar een continu en dynamisch proces. Het continue streven naar kwaliteit betekent voor Jaap Eden dat dit ook als beleidsdoelstelling opgenomen dient te worden. Oftewel: *"Try always to be better, even if you are already good"* (Berger en Van Mens, 1997).

2.5 Kwaliteit van diensten

Vanuit de beschrijving rond klanttevredenheid blijkt dat er niet één passende integrale theorie voorhanden is. Het specifieke karakter van dienstverlening brengt met zich mee dat dienstverlenende organisaties zich in veel aspecten onderscheiden van industriële ondernemingen, zodat lang niet altijd de in de literatuur vermelde kwaliteitszorgaanpak toepasbaar is (Neijzen en Trompetter, 1998). Vanuit het feit dat bij Jaap Eden dienstverlening plaatsvindt - het beschikbaar stellen van ijs - zullen de onderstaande punten in ogenschouw genomen moeten worden:

- **Geen tastbare producten**
Diensten kunnen niet opgeslagen, teruggebracht of geruild worden.
- **Klant is geïnteresseerd in een groot aantal deelproducten**
Er is als het ware sprake van een veelheid aan afzonderlijke diensten die tot het gewenste eindeffect leidt.
- **Klant consumeert de dienstverlening buiten zijn vertrouwde omgeving**
Klant kan zich eerder onzeker voelen. Het is dus belangrijk om als dienstverlener het vertrouwen te winnen van de klant.
- **Mensenwerk**
Dienstverlening is mensenwerk en het persoonlijke contact heeft een groot effect op de kwaliteit. Daarbij wordt de ervaring van de dienstverlening door elke klant persoonlijk beleefd.
- **Interactie**
Zonder klant kan de dienstverlener niet produceren. Een van de belangrijkste kenmerken van dienstverlening is de interactie. Iedere keer als de klant in contact komt met de aanbieder is zo'n moment. Het in kaart brengen van een zogeheten "moment of truth", is een goede manier om zicht / grip te krijgen op kwaliteit.
- **Subjectief meetbaar**
Er moet rekening worden gehouden met het feit dat we geen dingen beoordelen,

maar mensen. Het meten van mensen is moeilijk en kan ook bedreigend zijn (Boomsma en Van Borrendam, 1994).

- **Gelijktijdige productie en consumptie**

Klanten maken deel uit van de dienstverlening en beïnvloeden de transactie. Daarnaast beïnvloeden klanten elkaar. En zoals eerder gesteld, hebben werknemers invloed op de uitkomst van de service (Zeithaml en Bitner, 2003).

- **Betrokkenheid van de klant**

Mensen reageren verschillend ten opzichte van een dienst, afhankelijk van hun kennis, voorkeuren, achtergrond en mentale staat tijdens de activiteit (Faes en Van Tilborgh, 1984).

Uit de bovenstaande punten blijkt dat de kwaliteit van een dienst afhankelijk is van een aantal complexe factoren, die niet gemakkelijk te beïnvloeden zijn, omdat ze veelal op mensen betrekking hebben. De "dienstenklant" is veelal actief betrokken bij het produceren van een dienst en beïnvloedt daardoor ook de kwaliteit van de dienst. Kwaliteitsbeheersing in dienstverlening zal alleen al daarom rekening moeten houden met de wensen van de klant (Boomsma en Van Borrendam, 1994).

De bovengenoemde kanttekeningen versterken het beeld dat het noodzakelijk is om een afgestemd kwaliteitsmodel te ontwikkelen dat van toepassing is op Jaap Eden!

2.6 Theoretische kwaliteitsmodellen

In de literatuur zijn er talloze kwaliteitsmodellen te vinden. Hieronder staan verschillende (algemene) kwaliteitsmodellen beschreven, met hun voordelen en nadelen, die van invloed zijn geweest op de totstandkoming van het uiteindelijke theoretische model. Daarnaast staan in de bijlage de overige schema's / modellen opgenomen waar gebruik van is gemaakt.

2.6.1 Gedragstheorie

De gedragstheorie (Knulst, 2003) is een soort van overkoepelende theorie, waarin de verklaring van het vrijetijdsgedrag gezien wordt vanuit meerdere invalshoeken. De gedragstheorie dient als een theoretisch kader om het doen en laten van actoren in bepaalde situaties te kunnen afleiden. Het gebruik van de Jaap Eden IJshal om te schaatsen kan als een bepaalde vorm van "vrijetijdsgedrag" gezien worden, waardoor de bruikbaarheid van dit model (zie bijlage 2.4) is aangetoond.

Volgens Knulst wordt het type vrijetijdsbesteding (= handelen van de consument) verklaard uit de mogelijkheden en beperkingen van de leefomstandigheden, uit de sociale achtergrond en het aanbod. Het gedragsmodel veronderstelt dat de vraag wordt beïnvloed door de basiscondities / achtergrondkenmerken van de gebruikers en door het aanbod. Waar vervolgens tevredenheid fungeert als een soort schakel tussen vraag en aanbod.

2.6.2 Expectancy-disconfirmation

De nadruk bij deze rationele theorie ligt op de pre-aankoopfase en de aankoopfase, aangezien er een grote rol wordt toebedeeld aan de opgebouwde verwachting en de vergelijking daarvan met de prestatie. Uit de vergelijking tussen verwachting en prestatie volgt een "beter dan" of "slechter dan" oordeel. De mate van tevredenheid kan worden gezien als de overeenkomst tussen de waargenomen prestatie van het product / dienst en de verwachting die men ten aanzien van dat product / dienst had. Met andere woorden, de tevredenheid wordt gezien als een functie van het verschil tussen de verwachting en de prestatie (Berger en Van Mens, 1997).

Deze psychologische benadering van tevredenheid staat in andere literatuur (Bloemer, 1991) beschreven onder de benaming "disconfirmatie-paradigma". Hierin wordt gesteld dat er

sprake van tevredenheid met een product is, wanneer het product aan de verwachtingen voldoet of deze overtreft. Het disconfirmatie-paradigma (zie bijlage 2.5) is overigens afgeleid van "service-qualitymodel", wat verder in dit hoofdstuk behandeld wordt.

Swan en Combs (1976) veronderstellen dat de prestatie van het product uit twee verschillende componenten is opgebouwd, namelijk:

- Instrumentele prestatie (= fysieke prestatie).
- Expressieve prestatie (= psychologische prestatie).

Gesteld wordt dat een acceptabel niveau van instrumentele prestatie een noodzakelijke, maar niet voldoende voorwaarde is om tevreden te zijn.

Als kanttekening dient vermeld te worden dat in deze theorie er vanuit gegaan wordt dat er een "overall verwachting" wordt opgebouwd en dat de prestatie een "overall tevredenheid" oplevert. Dit is echter een onvoldoende weergave van tevredenheid, aangezien er bij de vorming van een tevredenheidsoordeel verschillende criteria een verwachting opbouwen en het tevredenheidsoordeel gevormd wordt op basis van verschillende aspecten (Berger en Van Mens, 1997).

2.6.3 Service-qualitymodel

In tegenstelling tot het disconfirmatie-paradigma wordt bij het service-qualitymodel (Boomsma en Van Borrendam, 1994) gebruik gemaakt van onderscheid naar meerdere aspecten die bijdragen aan tevredenheid. In het service-qualitymodel (zie bijlage 2.6) wordt kwaliteit beschouwd als het verschil tussen de verwachte en ervaren dienst. Dit verschil (aangeduid als gap 5) heeft betrekking op de tekortkomingen van de dienstverlening, zoals deze door de klant extern gesignaleerd worden. De overige discrepanties (gap 1 t/m 4) hebben betrekking op interne tekortkomingen binnen de dienstverlenende organisatie, zoals hieronder wordt beschreven:

- **Gap 1**
Verwachting consument ↔ inschatting van management wat consument wil.
Niet weten wat de consument verwacht.
- **Gap 2**
Inschatting management ↔ vastgestelde standaarden.
De verkeerde standaarden / maten voor kwaliteit gebruiken.
- **Gap 3**
Vastgestelde standaarden ↔ geleverde service.
Personeel is niet in staat de gewenste service te bieden. Klanten kunnen als participanten beschouwd worden en daardoor ook een potentiële bijdrage leveren aan het vergroten van gap 3. Oftewel omdat klanten ook deelnemen zijn ze onmisbaar voor het productieproces van een service-organisatie en hebben daarbij invloed op de eigen satisfactie. Tevens hebben andere klanten in de omgeving ook invloed op de satisfactie van een consument (Zeithaml en Bitner, 2003).
- **Gap 4**
Geleverde service ↔ beloofde service.
Wanneer de beloofde kwaliteit (bijvoorbeeld vanuit reclame) niet geleverd wordt.
- **Gap 5**
Verwachting van consument ↔ ervaring door consument.
Gap 5 kan als optelsom gezien worden van alle gaps samen.

Het service-qualitymodel heeft verschillende voor- en nadelen (Van der Poel, 1999). Als voordelen kunnen genoemd worden:

- Kloven kunnen gemeten worden, waardoor problemen zichtbaar worden;
- Kritische succesfactoren kunnen worden opgesteld;
- Multidisciplinair opgezet.

Nadelen verbonden aan het service-qualitymodel:

- Kenmerken zijn niet generiek. Zeer algemeen opgezet en niet toepasbaar voor alle soorten organisaties;
- Er zijn meerdere gaps / kloven mogelijk;
- Er zijn 2 metingen nodig (voor- en nameting).
Als praktisch probleem kan gesteld worden dat het meten van zowel de verwachting als de ervaring tijdrovend is. Vanuit theoretisch oogpunt kan gesteld worden dat de verwachting van mensen die al langer sporten (lees; schaatsen) opgebouwd is uit eerdere ervaringen. De beoordeling hiervan zal waarschijnlijk uitmonden in een weergave van "het belang".
- Ervaring en verwachting beïnvloeden elkaar, het zogenaamde assimilatie effect.

Deze nadelen kunnen vanuit andere literatuur aangevuld worden met (Boomsma en Van Borrendam, 1994):

- Verbanden tussen gap 5 en de onderliggende gaps is moeilijk zichtbaar te krijgen;
- Het model spoort wel bepaalde problemen op maar nog onvoldoende de achterliggende oorzaken.

Naast de genoemde kanttekeningen met betrekking tot het service-qualitymodel wordt in verschillende publicaties aangegeven dat dit service-qualitymodel minder geschikt is voor tevredenheidsonderzoek in de dienstensector (Goossens, 1992).

2.6.4 Service-performance

Uit bovenstaande paragrafen blijkt al dat er niet één "juiste" theorie is met betrekking tot tevredenheid. In de diverse literatuur wordt er daarom voor gepleit om het zogenaamde "performance-model" te hanteren, waarbij het accent ligt op de beoordeling van het feitelijke product en niet op basis van de verwachte productprestatie. Op grond van empirisch onderzoek wordt gesteld dat tevredenheid van consumenten het best voorspeld kan worden op grond van louter productprestatie-scores aan de hand van de zogeheten service-performance model (Cronin en Taylor, 1994). Daarnaast blijkt dat het oordeel over de te ontvangen kwaliteit meer door de huidige prestaties beïnvloed wordt dan door de verwachting. Wel is het relevant om klanten aan te laten geven hoeveel "belang" ze hechten aan de verschillende aspecten. Hierbij dient opgemerkt te worden dat er interactie kan bestaan tussen het belang en de tevredenheid van de verschillende aspecten. Zo kan het zijn dat een aspect waar de klant niet tevreden over is heel belangrijk wordt gevonden, terwijl dit aspect niet belangrijk gevonden werd toen men tevreden was over dit aspect.

2.7 Onderzoeksmodel

Het specifieke karakter van diensten, zoals in paragraaf 2.5 beschreven, vraagt om een afgestemd kwaliteitsmodel. Op basis van de verschillende theoretische modellen en de aspecten die samenhangen met tevredenheid is een specifiek model opgesteld voor Jaap Eden.

Vanuit de gedragstheorie (Knulst, 2003) zijn persoonskenmerken en achtergrondvariabelen, middelen en restricties en het aanbod eruit gelicht omdat deze zaken voor Jaap Eden belangrijke informatie kunnen opleveren (Van Raaij en Antonides, 2002).

Daarnaast is het belevingsaspect (Goossens, 1999) van invloed op de bezoeker. Naar eigen inzicht is hieraan tevens het aspect "beoefende sport" toegevoegd (= de activiteit die door de gebruiker in de ijshal ondernomen wordt). Op deze manier is getracht om zoveel mogelijk

achtergrondvariabelen die van invloed kunnen zijn op de klanttevredenheid in het onderzoek mee te nemen.

Tevredenheidsmeting door de verwachting af te zetten ten opzichte van de prestatie, zoals in het disconfirmatie-paradigma en service-qualitymodel beschreven staat, wordt niet toegepast. De hiermee samenhangende nadelen hebben me doen besluiten om de tevredenheidsmeting te laten aansluiten aan de service-performance theorie, waarbij louter productprestatie-scores worden gemeten en gekoppeld aan het belang dat aan dat (deel)aspect wordt verbonden (Cronin en Taylor, 1994).

Verder is het opgestelde theoretische model naar eigen inzicht uitgebreid met andere aspecten, waaronder de kwaliteitsaspecten product / dienst, service en prijs (Zeithaml en Bitner, 2003), om het zo goed mogelijk te laten aansluiten op de omstandigheden bij Jaap Eden.

Het onderzoek zal moeten leiden tot een prioriteitenlijst van de ervaren tevredenheid om van hieruit aanbevelingen te kunnen doen.

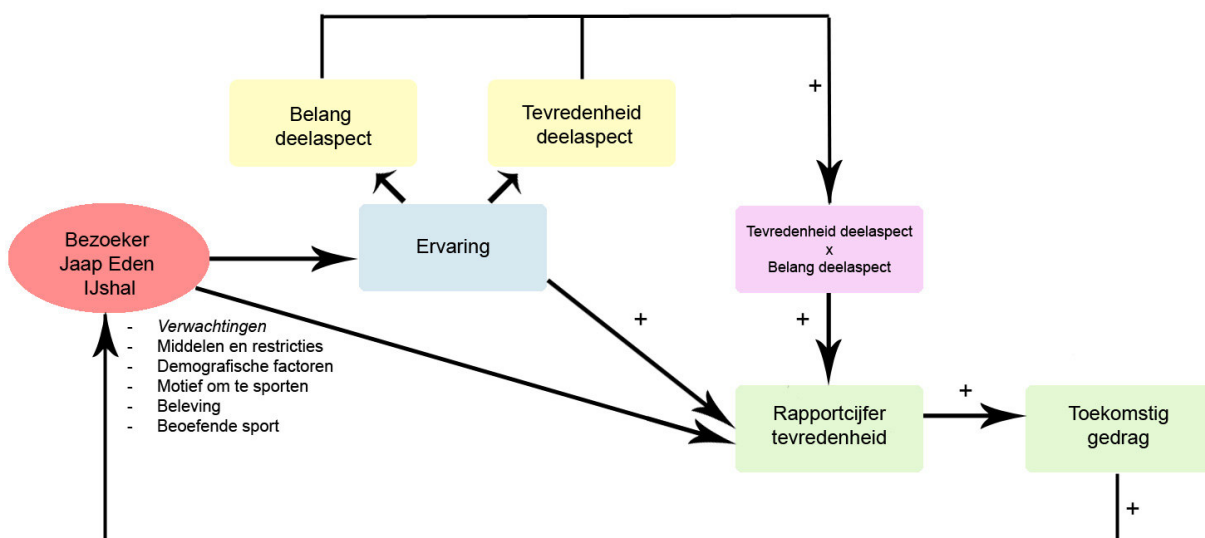
Omdat gebruik gemaakt wordt van de service-performance theorie is de begripsbepaling hierop afgestemd worden. De uiteindelijke definitie van het begrip klanttevredenheid is voor dit onderzoek gedefinieerd als:

“(On)tevredenheid is de ervaring van de feitelijke productprestatie door de gebruiker van het product / dienst”.

2.8 Veronderstellingen

Het onderzoeksmodel geeft schematisch weer welke concepten onderzocht worden en welke relaties daarbij verondersteld worden. In paragraaf 2.7 staat uitgewerkt welke theorieën gebruikt zijn bij de totstandkoming van het onderzoeksmodel. In navolging hierop staat in deze paragraaf beschreven hoe de verschillende facetten uit het onderzoeksmodel (figuur 2.2) zich tot elkaar verhouden.

Figuur 2-2: Onderzoeksmodel



Het startpunt van het onderzoeksmodel ligt bij “de bezoeker van de Jaap Eden IJshal”. Iedere bezoeker kent verschillende achtergrondvariabelen, waardoor gesteld kan worden dat iedere bezoeker van de Jaap Eden IJshal uniek is in zijn ervaring. Deze ervaring betreft de werkelijke prestatie, zoals die door de bezoeker ervaren wordt tijdens de dienstverlening.

De verschillende onafhankelijke factoren die aan “bezoeker Jaap Eden IJshal” (zie figuur 2.2) verbonden zijn, geven aan dat er meerdere factoren van invloed zijn op het uiteindelijke tevredenheidsoordeel (= rapportcijfer tevredenheid). Zo hebben de bezoekers bepaalde verwachtingen voordat ze de ijshal betreden. De verwachtingen staan in het onderzoeksmodel “cursief” weergegeven. Er is in dit onderzoek uitgegaan van de service-performance theorie (Cronin en Taylor, 1992), waardoor in de enquête niet naar de verwachtingen van de consumenten gevraagd wordt.

De achtergrondvariabelen die in het onderzoek meegenomen zijn als operationalisatie van “bezoeker Jaap Eden IJshal”, zijn:

- **Middelen en restricties**
Kunnen een geografische, economische en fysieke achtergrond hebben.
- **Demografische factoren**
Persoonskenmerken zoals leeftijd, opleiding, geslacht en gezinssituatie hebben invloed op het keuzegedrag van mensen.
- **Motief om te sporten**
De persoonlijke reden waardoor de bezoeker naar de ijshal komt, kunnen diverse achtergronden hebben. Gedacht kan worden aan een bezoek vanuit sociale, sportieve of gezondheidsoverweging.
- **Beleving**
De laatste jaren heeft veel onderzoek plaatsgevonden op het gebied van “beleveniseconomie”. In deze theorie (Goossens, 1999) wordt gesteld dat de consument zich in haar keuzegedrag laat leiden door genoegens, plezier en zucht naar sensatie. Het is voor Jaap Eden belangrijk om inzicht te krijgen in de beleving van haar klanten (zie bijlage 2.7).

De bovenstaande achtergrondvariabelen kennen een theoretische achtergrond, waarvan wordt verondersteld dat ze van invloed zijn op de ervaren dienstverlening en de uiteindelijke tevredenheidsbeoordeling.

Vanuit gesprekken met belanghebbenden is de variabele “beoefende sport” aan deze achtergrondvariabelen toegevoegd.

- **Beoefende sport.**
Deze variabele heeft betrekking op de activiteit die de bezoeker in de ijshal onderneemt. In het onderzoek wordt de volgende onderverdeling gebruikt: ijshockey, kunstrijden / ijsdansen / schoonrijden, shorttrack, ijslee schaatsen (sledge hockey), vrij schaatsen / recreatieschaatsen, disco schaatsen, bezoeker niet schaatsend en begeleider / ouder van kind.
Hierbij dient opgemerkt te worden dat de bezoekers tot meerdere categorieën kunnen behoren.

De ervaring van de bezoeker aan de Jaap Eden IJshal, kan vervolgens vertaald worden naar een tevredenheidcijfer. De relatie die hier verondersteld wordt, is dat een positieve ervaring door de bezoeker van de ijshal zal resulteren in een goede beoordeling van de tevredenheid. De bezoekers van de Jaap Eden IJshal zullen gevraagd worden een overall beoordeling te geven wat betreft hun ervaring. Deze beoordeling staat onder de benaming “rapportcijfer klanttevredenheid” in het onderzoeksmodel opgenomen.

Het andere klanttevredenheidcijfer wordt berekend uit verschillende deelaspecten (zie bijlage 3.1, vraag 17 t/m 56 uit de enquête), waaraan iedere consument een andere waarde hecht. Dit gewogen tevredenheidcijfer is het resultaat van de vermenigvuldiging tussen “het belang” en “de ervaren tevredenheid” van het betreffende deelaspect. Oftewel het gewogen

tevredenheidcijfer geeft een indicatie van de sterkte van de betreffende variabele, voorkomend uit de koppeling tussen het belang en de ervaren tevredenheid. De gemiddelden van alle gewogen tevredenheidcijfers vormen samen het cijfer “tevredenheid (deel)aspect x belang” uit het onderzoeksmodel. De veronderstelde relatie kent eenzelfde strekking als die tussen “ervaring” en “rapportcijfer tevredenheid”. Een positieve ervaring van de deelaspecten waar een sterk belang aan gehecht wordt, leidt tot een goede beoordeling van de klanttevredenheid.

Het onderzoeken van “het belang”, voortkomend uit de service-performance theorie, heeft als voordeel dat op basis van onderzoekresultaten een gerichte vertaling naar beleidsdoelstellingen kan plaatsvinden (Cronin en Taylor, 1992).

Opgemerkt dient te worden dat de deelaspecten / meetbare variabelen niet los van elkaar staan, maar aanvullend en soms zelfs overlappend kunnen zijn. Het belang van elk der deelaspecten zal voor elke organisatie verschillend zijn (Thomassen e.a., 1994). De aspecten zoals die in de enquête uitgewerkt zijn tot meetbare variabelen, betreffen (zie ook bijlage 2.8):

- **Het product / dienst**

Datgene wat de klant geleverd krijgt. Dit aspect wordt verder gespecificeerd naar meetbare variabelen. Deze variabelen kunnen tijdens het meten variërende waarden aannemen. Voorbeelden van meetbare variabelen zijn kwaliteit van het ijs, drukte in de ijshal, bereikbaarheid, parkeer gelegenheid en openingstijden.

- **De service / personeel**

De wijze waarop producten / diensten geleverd worden. Hierbij kan onderzocht worden hoe de bezoekers de organisatie beoordelen op het gebied van servicegerichtheid, hulpvaardigheid, individuele aandacht, flexibiliteit, beleefdheid, betrouwbaarheid, oplossen van problemen en communicatie. Duidelijk is dat het uitvoerend contactueel personeel in dienstverlenende organisaties een belangrijke rol speelt ten aanzien van de kwaliteit. Het gedrag en de houding van het personeel dient daarom goed belicht te worden.

- **De prijs**

Het bedrag dat de klant voor het product / dienst betaalt en ook de ervaren prijs / kwaliteitsverhouding zijn van invloed op het klanttevredenheidsoordeel van de consument. Het aspect prijs valt onder te verdelen naar verschillende deelaspecten zoals entreprijs, huurprijs schaatsen, prijs voor schaatsen slijpen, prijs voor schaatsles en horecaprijzen.

In het onderzoeksmodel staan twee meetpunten van tevredenheid opgenomen, te weten; “rapportcijfer tevredenheid” en “tevredenheidcijfer (deel)aspect x belang”. Hierbij moet opgemerkt worden dat “rapportcijfer tevredenheid” een overall oordeel van de Jaap Eden IJshal betreft. Van dit rapportcijfer is “tevredenheid (deel)aspect x belang” één van de verklarende variabelen. Daarnaast zijn de eerdergenoemde achtergrondvariabelen middelen & restricties, demografische factoren, motief om te sporten, beleving, beoefende sport en ook zaken die niet in het model zijn opgenomen verantwoordelijk voor de rest van de verklaarde variantie van “rapportcijfer tevredenheid” (zie ter verduidelijking de pijlen in het onderzoeksmodel richting “rapportcijfer tevredenheid”).

Deze twee tevredenheidcijfers kunnen vervolgens met elkaar worden vergeleken. De veronderstelling die met deze relatie samenhangt, is dat de scores op de tevredenheidcijfers op elkaar aansluiten. Oftewel, een positieve beoordeling van de tevredenheid van de deelaspecten zal gevolgd worden door een positieve beoordeling van de algemene tevredenheid (= het rapportcijfer tevredenheid).

Een positieve beoordeling van de klanttevredenheid kan opgepakt worden als zijnde goede kwaliteit van dienstverlening. Een goede klanttevredenheid / kwaliteit leidt tot positieve

mond-tot-mond reclame, herhalingsaankopen en cross-selling, vergroting van de omzet, gemotiveerde medewerkers, lagere acquisitie- en reclamekosten en minder klachten (Thomassen e.a., 1994). Echter in het onderzoek worden deze mogelijke gevolgen van klanttevredenheid / kwaliteit niet onderzocht en zijn zodoende niet in het onderzoeksmodel opgenomen. Daarentegen wordt wel onderzocht of positieve klanttevredenheid (= goede kwaliteit) bijdraagt aan de continuïteit van het bezoek aan Jaap Eden. Zo is "rapportcijfer klanttevredenheid" in het onderzoeksmodel gekoppeld aan "toekomstig gedrag". Met andere woorden wordt verondersteld dat wanneer de bezoekers van Jaap Eden een positief gevoel overhouden aan hun bezoek dit zal uitmonden in een herhaald bezoek in de toekomst. Het theoretische model ondersteunt hiermee de stelling dat streven naar kwaliteit een continu proces is (Boomsma en Van Borrendam, 1994).

2.9 Tot slot

In dit hoofdstuk is het begrip tevredenheid als volgt gedefinieerd: "*(on)tevredenheid is de ervaring van de feitelijke productprestatie door de gebruiker van het product / dienst*". Daarbij is aangegeven dat het belangrijk is te streven naar klanttevredenheid met bijvoorbeeld positieve mond-tot-mond reclame als gevolg. Met die opmerking dat er altijd verschillende kanttekeningen samenhangen met het streven naar klanttevredenheid en de klant met uniforme behoefte / wensen ver te zoeken is. Feit is dat we bij Jaap Eden te maken hebben met dienstverlening, waardoor er rekening gehouden moet worden met specifieke factoren die met dienstverlening samenhangen.

Tevens zijn in dit hoofdstuk verschillende theoretische kwaliteitsmodellen belicht en zijn de verschillende voor- en nadelen tegen elkaar afgezet. Uiteindelijk is gekomen tot een specifiek op Jaap Eden afgestemd onderzoeksmodel, waarin de verschillende aspecten van tevredenheid zijn verwerkt.

In het volgende hoofdstuk wordt de onderzoeksopzet beschreven uitgaande van het in dit hoofdstuk ontwikkelde onderzoeksmodel.

3 Onderzoeksopzet

In dit hoofdstuk wordt de onderzoeksopzet behandeld, waarin de verschillende variabelen van het onderzoeksmodel (zie figuur 2.2) worden geoperationaliseerd tot enquêtevragen (zie bijlage 3.1). Daarbij is op basis van theoretische argumenten de keuze voor het afnemen van enquêtes als gebruikte onderzoekstechniek beschreven. Tot slot wordt op de samenstelling van de vragenlijst ingegaan.

3.1 *Waarom enquêteren?*

Om inzicht te krijgen in het profiel van de bezoekers van Jaap Eden, de bezoekredenen van die bezoekers, de waardering van de ijshal en de communicatie eromheen is een enquête gebruikt. Er zijn diverse vormen van klantenonderzoek mogelijk. Zo geven observaties en klachten geven slechts een indicatie van wat er bij klanten leeft. Observaties geven alleen maar zicht op het gedrag, maar men komt niets te weten over gevoelens en beweegredenen. Klachten worden slechts door een gering aantal klanten geuit en geven zodoende slechts een fractie weer van wat er onder de klanten leeft. Een enquête is breder van opzet. Het gebruik van schriftelijke enquêtes ligt voor de hand, wanneer we een grote groep mensen willen ondervragen aan de hand van vragenlijsten. Het voordeel hiervan is dat klanten niet worden beïnvloed door de enquêteurs en de anonimiteit van klanten kan worden gewaarborgd. Daarbij levert een vragenlijst “harde cijfers” op, wat voornamelijk bij het nemen van strategische beslissingen overtuigend kan zijn. Ander voordeel van enquêteren is dat er in een korte tijd veel mensen te bereiken zijn. Nadeel van schriftelijk enquêteren is het relatief lage responspercentage en indien een respondent iets niet begrijpt, is toelichting niet mogelijk. Echter als responsverhogende tactiek ontvingen respondenten bij inlevering van de vragenlijst een vrijkaartje voor de Jaap Eden Ijsbanen. Tevens heeft tijdens het vooronderzoek een proefafname onder toekomstige respondenten plaatsgehadt om de vormgeving en leesbaarheid van de vragenlijst te testen (Bartelds e.a., 1989; De Kaper en Knaapen, 1991; Baker, 1999).

3.2 *Samenstelling van de vragenlijst*

In dit hoofdstuk zullen de verschillende vragen die in de enquête (zie bijlage 3.1) staan opgenomen toegelicht worden. In het onderzoek wordt niet alleen gekeken naar de ijshal, maar ook naar de voorzieningen waarvan de exploitatie onder de verantwoordelijkheid van de pachters valt. Het is belangrijk deze voorzieningen in het onderzoek te betrekken, aangezien ze van invloed kunnen zijn op het algemene tevredenheidsoordeel van de bezoeker.

Alle vragen uit de enquête zijn terug te koppelen naar een theoretische achtergrond. Zo kunnen de vragen uit de enquête onderverdeeld worden aan de hand van de onderstaande categorieën (Thomassen e.a., 1994).

1. **Algemene vragen**

De algemene vragen dienen om een analyse te maken van de achtergrondkenmerken van de respondenten. Aan de hand van basiskenmerken van de respondent, zoals geslacht, leeftijd en huishoudsamenstelling wordt getracht een bezoekerprofiel samen te stellen (vraag 59 t/m 63). Zo ontstaat er uitgebreide informatie over de bezoeker van de Jaap Eden IJshal en kan een basis gelegd worden voor het doelmatiger benaderen van klanten.

2. **Totale tevredenheid**

Aan de hand van het toekennen van een rapportcijfer wordt naar een “overall

oordeel” gevraagd (zie vraag 57). Deze vraag dient om een globale indruk van de tevredenheid over de organisatie te krijgen.

3. **Oordeel en belang van de deelaspecten**

Naast het rapportcijfer wordt een tweede klanttevredenheidcijfer berekend uit de scores op de diverse deelaspecten. De vragen 17 t/m 56 uit de enquête (zie bijlage 3.1) dienen om de tevredenheid van de verschillende deelaspecten te meten. Hiermee kan in kaart worden gebracht welke deelaspecten moeten worden verbeterd volgens de bezoekers. Het voordeel van deze vorm van vraagstelling ligt in het gemakkelijk kunnen opsporen van bijvoorbeeld discrepanties tussen de feitelijke en de gewenste situatie. Ook worden de bezoekers gevraagd het belang van de verschillende deelaspecten aan te geven. Het voordeel van deze rangordevragen is dat er op snelle wijze tamelijk veel informatie verkregen kan worden. Niet alle eisen die een consument stelt aan een dienst zijn even belangrijk. Doel is dan ook om de belangrijkste informatie eruit te filteren, waarmee een prioriteitenmatrix zal worden opgesteld. De prioriteitenmatrix zal moeten aangeven waar verbeteringen gewenst zijn (Van Raaij en Antonides, 2002).

4. **Toekomstig gedrag**

Wat betreft het nemen van beleidsbeslissingen is het voor Jaap Eden van belang dat bezoekers de intentie uitspreken (vraag 58) gebruik te blijven maken van de diensten op Jaap Eden. Deze vraag sluit aan op vraag 3 uit de enquête, waar gevraagd wordt naar het aantal bezoeken van de gebruiker om zo te achterhalen of het publiek “trouw” is. Zo kan onderzocht worden of de tevredenheid van klanten groeit naarmate men langer bezoeker is.

Naast de bovenstaande indeling in categorieën van vragen valt er eveneens een koppeling te maken tussen de enquêtevragen en het onderzoeksmodel. Middels de enquête worden namelijk de variabelen uit het model gemeten.

- **Bezoeker ijshal**

De onafhankelijke variabele “bezoeker ijshal” is het startpunt in het onderzoeksmodel. Doel is meer inzicht te krijgen in de achtergrond van de gebruikers van de ijshal om op deze manier het verschil in tevredenheid te verklaren. Oftewel getracht wordt om middels persoonskenmerken meer inzicht te krijgen in “het profiel van de gemiddelde bezoeker” en de verschillen tussen de bezoekers. Hierbij wordt gekeken naar de achtergrondvariabelen demografische factoren, middelen en restricties, motief om te sporten, beleving en beoefende sport. Zoals in hoofdstuk 2 is opgemerkt, wordt met de vooraf opgebouwde verwachting niks gedaan.

Wat betreft de variabele demografische factoren wordt in de enquête gevraagd naar het geslacht, de leeftijd, het land van herkomst, de huishoudsamenstelling en de hoogst voltooide opleiding (vragen 59 t/m 63 in de enquête). De gekozen variabelen worden vaak gebruikt als achtergrondvariabelen in onderzoek. Ook wordt de bezoeker gevraagd aan te geven welke activiteit in de ijshal ondernomen wordt om zo een onderverdeling te kunnen maken naar “beoefende sport” (vraag 1 uit enquête). Daarnaast wordt er gevraagd naar de afstand van de woonplaats in relatie tot de Jaap Eden IJshal, het aantal bezoeken, soort abonnement en of er ook van de buitenbaan (400-meterbaan) gebruik gemaakt wordt (vraag 2 t/m 9). Hierbij dient opgemerkt te worden er niet naar geldbedragen is gevraagd als zijnde middelen. Hiervoor is gekozen omdat het vrijgeven van dit soort informatie vaak op weerstand stuit bij respondenten. Vanuit dit oogpunt zijn de middelen en restricties meer als vervoersmogelijkheden te zien.

Daarnaast neemt het motief om te sporten heden ten dage een steeds voornamere plaats in de maatschappij in. De motieven om te schaatsen kunnen verschillende achtergrond hebben zoals: sociaal aspect (vraag 10), gezondheidsaspect (vraag 14)

en prestatiedrang (vraag 15). Om de beleving te meten is gekeken naar de domeinen van beleving (zie bijlage 2.7). Met die opmerking dat esthetiek (= genieten van de omgeving) mijn inziens niet gerelateerd kan worden met het schaatsen in de ijshal, waardoor hier niet naar gevraagd is in de enquête. Amusement wordt in de enquête gerelateerd aan ontspanning. De opgenomen domeinen zijn: amusement (vraag 12), leren (vraag 11) en ontsnapping (vraag 13).

- **Ervaring**

Schaatsen wordt door de verschillende bezoekers anders ervaren / beleefd. Zo kan met behulp van de enquête inzicht verkregen worden in de beoordeling van de Jaap Eden IJshal door de respondenten op het gebied van de algemene tevredenheid, dienstverlening door het personeel, het ijs, de horeca etc.

- **Tevredenheid**

De kern van het onderzoeksmodel is het meten van tevredenheid. De meting van tevredenheid valt uiteen in twee onafhankelijke metingen. Aan de hand van een rapportcijfer wordt naar een "overall tevredenheid" gevraagd (vraag 57). Daarnaast wordt de tevredenheid gemeten aan de hand van verschillende deelaspecten (vraag 17 t/m 56). De aspecten product / dienst, service en prijs, zoals beschreven in het onderzoeksmodel, zijn verder onderverdeeld naar deelaspecten / meetbare variabelen. De bezoekers dienen bij de deelaspecten de ervaren tevredenheid en het belang van het betreffende deelaspect aan te geven waar een gewogen tevredenheidscijfer uit voortvloeit. In een achterafmeting wordt dus duidelijk over welke aspecten de bezoeker (on)tevreden is en hoe belangrijk hij / zij dit aspect acht.

- **Toekomst gedrag**

Verondersteld werd dat wanneer de bezoekers van Jaap Eden een positief gevoel overhouden aan hun bezoek dit zal uitmonden in een herhaald bezoek in de toekomst. Vraag 58 uit de enquête meet het percentage herhaald bezoek onder de bezoekers.

3.3 Opzet klanttevredenheidsonderzoek

3.3.1 Samenhang met de probleemstelling

Een vragenlijst is waardeloos, wanneer de probleemstelling onjuist is geformuleerd of wanneer de vragen er geen adequate uitwerking van zijn. De probleemstelling betreft namelijk een exacte formulering van de vraag die we met behulp van de enquête willen beantwoorden. Vanuit dit belang is er veel aandacht geschonken aan de samenstelling van de vragenlijst. De probleemstelling is in overleg met de directie van Jaap Eden en mijn afstudeerbeleider opgesteld, waardoor zowel de wensen van de opdrachtgever als de wetenschappelijke achtergrond verwerkt zijn in de enquête.

De opgestelde vragenlijst is vervolgens getest op leesbaarheid en begrijpelijkheid in een proefafname onder vijftien personen. Na het verwerken van de opmerkingen voortkomend uit de proefafname is de definitieve vragenlijst opgesteld.

De probleemstelling van het onderzoek luidde:

Hoe wordt, in termen van klanttevredenheid, de Jaap Eden IJshal beoordeeld door haar bezoekers? En op welke manier kan er bijgedragen worden aan een continue verbetering van de dienstverlening richting klanten?

Aan de algemene vraagstelling, zoals die is geformuleerd, zaten meerdere specifieke deelvragen verbonden. De deelvragen die vanuit de enquête beantwoord gaan worden, zijn:

1. **Welke aspecten zijn bepalend voor de mate van (on)tevredenheid?**
Na het analyseren van de ontvangen enquêtes binnen het statistische programma SPSS moeten frequentietabellen van de verschillende (deel)aspecten aantonen welke variabelen het beste en het minste worden beoordeeld met betrekking tot de ervaren dienstverlening, aan welke variabelen wordt het meeste / minste belang gehecht door de bezoekers. Deze gegevens worden in een later stadium van het onderzoek eveneens gebruikt bij het opstellen van de prioriteitenmatrix aan de hand waarvan aanbevelingen gedaan worden.
2. **Hoe ziet “het klantenprofiel” van de bezoekers van de Jaap Eden IJshal eruit?**
Aan de hand van basiskenmerken van de respondent zoals geslacht, leeftijd, opleiding en huishoudsamenstelling wordt getracht “een bezoekerprofiel” samen te stellen. Door de hoogste frequenties van de verschillende achtergrondvariabelen te pakken, ontstaat een soort van “gemiddelde bezoeker van de ijshal”.
3. **Zijn er duidelijke verschillen waar te nemen in de ervaren tevredenheid tussen de beoefenaars van de verschillende schaatssporten (soorten bezoekers)?**
Om aan te geven hoe de verhoudingen tussen de verschillende soorten bezoekers liggen worden binnen SPSS kruistabellen opgesteld. Zo kan bijvoorbeeld een vergelijking plaatsvinden tussen; het rapportcijfer tevredenheid per beoefende schaatssport en de ervaren tevredenheid van verenigingschaatsers ten opzichte van recreatieschaatsers.
4. **Houden de veronderstelde relaties uit het, op Jaap Eden afgestemde, onderzoeksmodel stand?**
Deze deelvraag zal indirect door de enquête beantwoord worden. Na het analyseren van de enquêtes zullen de resultaten moeten aantonen of de veronderstelde relaties uit het onderzoeksmodel stand houden. Eerst zal er een factoranalyse plaatsvinden om het grote aantal variabelen terug te brengen naar een kleiner aantal nieuwe variabelen die factoren genoemd worden. Middels verschillende regressieanalyses zullen de veronderstelde verbanden uit het onderzoeksmodel getoetst worden. Bij deze deelvraag moet tevens opgemerkt worden dat de veronderstelde relaties uit het onderzoeksmodel (zie figuur 2.2) niet geformuleerd zijn als hypothesen. Hiervoor is gekozen omdat de richting van de relatie niet bekend is, maar slechts de verwachting uitgesproken kan worden dat een bepaalde variabele van invloed is op een andere (= veronderstelde relatie).

3.3.2 Soort onderzoek

Het uitvoeren van onderzoek door middel van vragenlijsten wordt betiteld als survey-onderzoek. Omdat klanttevredenheid gemeten moet worden onder een grote groep respondenten is survey-onderzoek een uitermate geschikt middel. Betrouwbaarheid is een zeer belangrijk aspect binnen survey-onderzoek (Pallant, 2001).

Karakteristieken van survey-onderzoek zijn (Baker, 1999):

- Beschrijving en toetsing;
- Groot aantal respondenten (representatief);
- Herhaalbaarheid;
- Ontwerp vragenlijst is cruciaal.

Wordt er slechts een deel van de populatie onderzocht, dan is er sprake van een partieel onderzoek. Ondanks het feit dat slechts een gedeelte van de populatie aan het onderzoek wordt onderworpen, willen we toch betrouwbare conclusies aangaande het grotere geheel trekken. De gedachte achter de steekproef is dat we op grond van een aantal elementen uit de populatie uitspraken kunnen doen over de gehele populatie. Het is onmogelijk een steekproef te trekken die representatief is voor alle variabelen, omdat we lang niet van alle

variabelen weten hoe zij verdeeld zijn in de populatie. Ook weten we niet of de deelnemers in de steekproef op de variabelen die we juist onderzoeken, representatief zijn voor de hele populatie (Bartelds e.a., 1989). Met betrekking tot de betrouwbaarheid van het onderzoek dient opgemerkt te worden dat er sprake kan zijn van differentiële groepssamenstelling, aangezien er niet gerandomiseerd is en de groepen dus niet op alle mogelijke punten bij aanvang gelijk zijn.

Wat betreft dit onderzoek bij Jaap Eden is er gebruik gemaakt van een a-selecte gelaagde steekproef. Hiervoor is gekozen, omdat de bezoekers van Jaap Eden onder te verdelen zijn naar de eerder genoemde subgroepen van “beoefende sport” (zie figuur 3.1). Om te kijken of deze steekproef overeenkomt met de onderzoeksgroep dient een vergelijking gemaakt te worden tussen de onderzoeksgroep en het klantenbestand. Echter er is weinig informatie over de bezoekers bekend. Zo maakt het kassasysteem, middels een entreebewijs voor recreatieschaatsers, bijvoorbeeld geen onderverdeling tussen bezoekers van de ijshal en de buitenbaan. Het is dan ook moeilijk in te schatten of de responsgroep de juiste afspiegeling is van de populatie.

3.3.3 Populatie

Voor de afname van de enquêtes dient eerst nauwkeurig bepaald te worden welke groep personen van belang zijn voor het onderzoek. Deze personen zijn de elementen, die tezamen de populatie vormen van het onderzoek. De onderzoekspopulatie in dit onderzoek sluit aan op de onderverdeling in subgroepen van bezoekers, zoals die in het onderzoeksmodel staat beschreven. De totale populatie betreft alle bezoekers van de Jaap Eden IJshal, te weten:

Figuur 3-1: Subgroepen

Bezoeker Jaap Eden IJshal	IJshockey
	Kunstrijden / ijsdansen / schoonrijden
	Shorttrack
	IJsslee schaatsen
	Vrij schaatsen / recreatie schaatsen
	Disco schaatsen
	Bezoeker, niet schaatsend
	Begeleider / ouder van kind

3.3.4 Representativiteit

Er is gekozen om de klant direct na de dienstverlening om zijn oordeel te vragen, omdat de herinnering nog vers in het geheugen ligt en daarom de beoordeling zo getrouw mogelijk zal zijn. Er is gedurende drie weken geënquêteerd. Daarbij is aan “elke verenigingsschaatser” een enquête meegegeven, waarbij tijdens de hierop volgende trainingsavond nogmaals een herinnering heeft plaatsgevonden. Wat betreft de vrijschaatsers / recreanten zijn op verschillende dagen en tijdstippen bezoekers gevraagd een enquête in te vullen. Uiteindelijk zijn er in totaal 450 enquêtes uitgedeeld, afgeleid van de doelstelling om binnen de 3 weken van enquêteren zoveel mogelijk bezoekers te bereiken. Oftewel tijdens het enquêteren is getracht om alle bezoekers van de ijshal een enquête te overhandigen, waardoor

“steekproef = populatie van de ijshal”. Als responsverhogende tactiek werd bij inlevering van de enquête een vrijkaartje verstrekt.

De respons van dit onderzoek ligt met een respons van 241 uit 450 op een responspercentage van 54%. Bij een enquête wordt meestal uitgegaan van een respons van 30%, waardoor we kunnen stellen dat dit onderzoek daar behoorlijk boven ligt. Met het oog op de representativiteit onderstreept dit responspercentage dat een groot gedeelte van de onderzoekspopulatie is bereikt.

In de enquête is aan de respondenten gevraagd om aan te geven wanneer de enquête ontvangen is, waardoor de spreiding wat betreft de data en verschillende tijdstippen in kaart gebracht kon worden. Zo blijkt dat zaterdag, maandag en woensdag de meeste enquêtes ontvangen zijn (zie bijlage 3.2). Uit onderzoek (Breedveld, 2003) blijkt dat vrijdag het minst populair is als sportdag. Wat betreft vrijdag als minst populaire sportdag, blijkt dit ook voor de Jaap Eden IJshal van toepassing te zijn.

Kijkend naar de tijdstippen waarop de enquêtes zijn ontvangen dan valt er een verbinding te maken naar het onderzoek van Reinders e.a. (2002), waar aangegeven wordt dat de ochtenduren als daluren bestempeld kunnen worden. De bijbehorende figuur (zie bijlage 3.3) laat zien dat de respons in deze uren laag was en op basis van eigen waarnemingen kunnen de uren van 10.00 – 13.00 uur betiteld worden als daluren. De uren van 14.00 – 18.00 uur en van 21.00 – 23.00 uur blijken het meest populair te zijn onder de bezoekers van de ijshal.

Het voornaamste aspect blijft het a-select getrokken zijn en de grootte van de steekproef. Hoe groter de a-selecte steekproef, hoe representatiever de steekproef zal zijn ten aanzien van alle variabelen. Dit is belangrijk met het oog op betrouwbaarheid en nauwkeurigheid van de conclusies (Bartelds e.a., 1989). Om vast te stellen hoe groot de gewenste responsgroep diende te zijn, is gekeken naar een vergelijking (Mc. Clave e.a., 1997) waar om tot een representatieve steekproef te komen een betrouwbaarheid van 90% en een nauwkeurigheid van 5% is gehanteerd. Na het invullen van deze vergelijking blijkt dat de gewenste steekproefgrootte 270 respondenten betrof. In dit onderzoek hebben 241 geënquêteerden de vragenlijst ingevuld en ingeleverd, waardoor gesteld kan worden dat de betrouwbaarheid hoog is.

3.3.5 Afbakening

Het Jaap Eden IJscocomplex beschikt over een 400-meter buitenbaan en over een overdekte ijshal. Dit onderzoek is puur gericht op de klanten / gebruikers van de Jaap Eden IJshal en wel de bezoekers tijdens het schaatsseizoen en dus bijvoorbeeld niet bedrijven die in de zomermaanden gebruik maken van de ijshal. Dit onderzoek heeft raakvlakken met het onderzoek dat uitgevoerd is op de 400-meter buitenbaan (Boekestijn, 2004). Op sommige punten zal dus een koppeling plaatsvinden tussen beide onderzoeken.

Overige afbakeningen / opmerkingen die met betrekking tot de onderzoeksgroep gemaakt moeten worden, zijn:

- De gemiddelde leeftijd van de respondenten bedraagt 29 jaar (zie bijlage 3.4). Hierbij moet opgemerkt worden dat er tevens enquêtes zijn uitgedeeld aan ouders / begeleiders van kinderen jonger dan 6 jaar, aangezien deze kinderen zelf niet in staat zijn de enquête in te vullen. Wel worden er bijvoorbeeld ijshockeylessen aangeboden aan kinderen van 4-6 jaar, waardoor de leeftijdrange wat betreft de bezoekers van Jaap Eden groter behoort te zijn en de gemiddelde leeftijd lager zou komen te liggen. Zo kan het hoge responspercentage van ouder / begeleider een verklaring zijn voor de lage respons van de leeftijdscategorie tot 10 jaar. Aan de hand van de steekproef valt er dus weinig te zeggen over de jongste groep jeugd die schaatst in de Jaap Eden IJshal.

- Wekelijks krijgt een groep Japanse kinderen van de Japanse Internationale School schaatsles in de ijshal. Wat betreft de tabel die is opgesteld rond het land van herkomst van de bezoekers is deze groep niet meegenomen (zie bijlage 3.5). Deze Japanse schoolkinderen brengen verplicht een bezoek aan de ijshal, waardoor de bezoekredenen van deze groep bezoekers mijn inziens niet aansluit op de bezoekredenen van de overige respondenten. Wel zijn de docenten van deze school gevraagd een enquête in te vullen wat betreft hun tevredenheid betreffende de ijshal.
- Een kanttekening dient geplaatst te worden bij het feit dat er in de enquête voor gekozen is om niet naar 'geld' als middel te vragen, omdat dit in veel gevallen weerstand oproept bij het invullen van de vragenlijst. Dit brengt met zich mee dat hypothesen die aansluiten op de theorieën rond geldbudgetten (Ranshuijsen, 1999) niet onderzocht kunnen worden.
- Wat betreft de shorttrackers sluit de geringe respons (zie bijlage 3.6) aan op mijn persoonlijke verwachting, aangezien hun trainer aangaf dat de vereniging in de clinch lag met de directie van Jaap Eden en daarom bang was dat negatieve uitkomsten in de enquête de verstandhouding nog verder zouden doen bekoelen.
- Aangezien de groeps grootte bij de verschillende soorten bezoekers / beoefende sporten niet gelijk is, dient voorzichtig omgegaan te worden met mogelijke conclusies. Bij de verschillende groepen gebruikers wordt een evenredige uitval verondersteld, waardoor de steekproef een goede afspiegeling van de populatie zal zijn.

3.4 Tot slot

Om inzicht te krijgen in het profiel van de bezoekers van Jaap Eden, de bezoekredenen van die bezoekers, de waardering van de ijshal en de communicatie eromheen is een enquête gebruikt. In een achterafmeting wordt gezocht over welke aspecten de bezoeker (on)tevreden is welk belang hij / zij hieraan hecht.

Het gebruik van schriftelijke enquêtes ligt voor de hand, wanneer we een grote groep mensen willen ondervragen aan de hand van vragenlijsten. Het uitvoeren van onderzoek door middel van vragenlijsten wordt betiteld als survey-onderzoek. Wat betreft mijn onderzoek bij Jaap Eden is er gebruik gemaakt van een a-selecte gelaagde steekproef. Hiervoor is gekozen, omdat de bezoekers van Jaap Eden onder te verdelen zijn naar verschillende subgroepen van beoefende sport. Daarbij staan er een aantal afbakeningen opgesomd met als doel het onderzoekskader te verduidelijken.

Het onderzoek, gebaseerd op een representatieve steekproef, zal moeten leiden tot een beter inzicht van het beeld dat de gemiddelde klant heeft van de kwaliteit van de ijshal.

4 Wie zijn de bezoekers van de ijshal?

In dit hoofdstuk worden aan de hand van frequentieverdelingen en kruistabellen de gebruikers van de Jaap Eden IJshal beschreven. Er wordt een antwoord gegeven op de deelvraag: Hoe ziet “het klantenprofiel” van de bezoekers van de Jaap Eden IJshal eruit? Door gebruik te maken van frequentieverdelingen vindt tevens een “check” plaats van de juiste invoer van de enquêteresultaten (Pallant, 2001).

Teruggekoppeld naar het onderzoeksmodel wordt de onafhankelijke variabele “bezoeker ijshal” verder uitgesplitst naar de bijbehorende achtergrondvariabelen, namelijk:

- Demografische factoren;
- Beleving;
- Motief om te sporten;
- Middelen en restricties;
- Beoefende sport.

Daarnaast zijn bevindingen uit AVO-onderzoek als vergelijkingsmateriaal gebruikt. De beschrijving in dit hoofdstuk van wie de bezoekers van de Jaap Eden IJshal zijn, is een voorloper op het volgende hoofdstuk waar de tevredenheid van de bezoekers wordt uitgewerkt.

In dit hoofdstuk zijn verschillende tabellen en grafieken opgenomen als aanvulling op- en ter verduidelijking van de tekst. Voor specifiekere informatie wordt naar bijlage IV verwezen.

4.1 Demografische factoren

Gedragstheorieën suggereren diversiteit van smaak en worden nog altijd gezien als belangrijke determinanten van consumptiepatronen (Van Raaij en Antonides, 2002). Wanneer gekeken wordt naar de sportdeelname van de verschillende bevolkingsgroepen (AVO, 1995 / 1999) is te zien dat mannen en vrouwen ongeveer evenveel sporten. Dit geldt eveneens voor de schaatssport (zie bijlage 4.1). Wat betreft de onderverdeling van mannen en vrouwen blijkt onder de respondenten 52,7 % vrouw en 47,3 % man te zijn (zie tabel 4.1), waardoor er gesproken kan worden van een ongeveer evenredige verdeling. Op basis van eigen waarnemingen onderbouw ik de stelling dat er geen duidelijke onderverdeling is te maken kijkende naar de variabele geslacht. Deze verhouding sluit redelijk aan op de verdeling zoals die in het onderzoek van Boekestijn (2004) naar voren kwam, waar een 57% man en 43% vrouw verhouding gold. Opgemerkt dient te worden dat Boekestijn de 400-meterbaan van Jaap Eden onderzocht heeft en daar andere sporten beoefend worden dan in de ijshal.

Hierop voortbordurend is met behulp van kruistabellen gekeken welke vorm van schaatsen de voorkeur geniet per geslacht. Verondersteld wordt dat kunstrijden / ijsdansen als “vrouwensporten” aangemerkt kunnen worden en ijshockey als “mannensport”. In de bijbehorende tabel (zie bijlage 4.2) valt af te leiden dat ijshockey inderdaad hoofdzakelijk door mannen beoefend wordt, te weten 80 % en dat de resultaten significant zijn. Opgemerkt dient te worden dat er tevens ijshockeyers zijn die aangeven meerdere vormen van schaatsen te beoefenen. Er is een verdere onderverdeling gemaakt van bezoekers die aangeven meerdere vormen van schaatsen te beoefenen, waarbij gekozen is om “de hoofdsport” te pakken die in de ijshal beoefend wordt (zie toelichting hierop in paragraaf 4.5). Kunstrijden, ijsdansen of schoonrijden zijn sporten die voornamelijk door vrouwen beoefend (64,2 %) worden. De veronderstelling dat deze sporten vooral door vrouwen beoefend worden, komt voort uit de vereisten van souplesse en sierlijkheid die deze sporten vergen. De respondentengroep die aangeeft aan recreatieschaatsen te doen, bestaat uit ongeveer evenveel mannen (54,4 %) als vrouwen (45,6 %).

Sportdeelname hangt samen met leeftijd en neemt af naarmate men ouder wordt. Voor de schaatsport geldt dat alle leeftijdscategorieën minder zijn gaan schaatsen. Deze terugval is echter bij ouderen (50+) minder groot dan bij jongeren (AVO, 1995 / 1999).

Wat betreft de leeftijd van de bezoekers / respondenten kan gesteld worden dat schaatsen een sport is die van jong tot oud beoefend wordt. Onder de respondenten valt te zien dat kinderen van 6 jaar tot aan ouderen van 78 jaar schaatsen (zie bijlage 3.4). De continue leeftijdsvariabele is teruggebracht naar een beperkter aantal categorieën om verdere analyses wat betreft groepen te kunnen maken (Pallant, 2001). Kijkend naar de leeftijdsverdeling per "soort bezoeker" (zie bijlage 4.3) valt te zien dat ijshockey haar grootste groep respondenten (48 %) in de leeftijdscategorie t/m 17 jaar kent. Wat betreft kunstrijden / ijsdansen / schoonrijden is de groep respondenten binnen de leeftijdscategorie 36 t/m 55 jaar het grootst (34 %). Van de recreatieschaatsers valt 59,2 % in leeftijdsgroep t/m 17 jaar. Zoals verwacht kon worden, valt de meerderheid van de groep "schaatsende ouder" in de leeftijdscategorie 36 t/m 55 jaar (71,8 %). De resultaten zijn significant, waardoor de leeftijd verbonden kan worden aan de beoefende schaatsport in de ijshal.

Duidelijk blijkt dat allochtone bevolkingsgroepen minder sporten dan Nederlanders (AVO, 1995). Deze stelling wordt bevestigd door Van den Heuvel en Van der Poel (1999). Een ander belangrijk gegeven is dat allochtone sporters een grote waarde hechten aan het sporten "binnen de eigen kring" (Duyvendak e.a, 1998). Schaatsen heeft immer het etiket gehad van "oer-Hollandse sport", waardoor de verwachting is dat de bezoekers van de Jaap Eden IJshal van Nederlandse afkomst zijn. De resultaten van de enquête bevestigen de bovenstaande veronderstelling, aangezien 90,9 % van de respondenten aangeeft uit Nederland te komen. Gesteld kan worden dat het schaatspubliek in de ijshal geen afspiegeling is van de (multiculturele) inwoners van Amsterdam (Amsterdam in cijfers, 2003). Indien bezoekers aangaven niet uit Nederland afkomstig te zijn, werd gevraagd het land van herkomst in te vullen (zie bijlage 3.1, vraag 61). In bijlage 3.5 staat tevens opgenomen wat de afkomst is van de respondenten die aangaven niet-Nederlandse bezoeker te zijn. Buiten de Nederlandse nationaliteit is er geen aanwijsbare andere nationaliteit binnen de respondentengroep die met schaatsen te relateren valt.

Naarmate het onderwijsniveau stijgt, neemt de sportdeelname toe. Dit geldt eveneens voor schaatsen (AVO, 1995 / 1999). Wat betreft het opleidingsniveau is te zien dat de grootste groep respondenten (25,7 %) middelbaar voortgezet onderwijs volgt / heeft afgerond. Opvallend is dat de uitkomsten sterk afwijken van de uitkomsten uit het onderzoek van Boekestijn (2004) dat eveneens bij de Jaap Eden IJsbanen plaatsvond. Binnen het onderzoek van Boekestijn was 55,7 % van de respondenten hoger / academisch opgeleid. De conclusie die hieruit getrokken kan worden, is dat de hardrijders / schaatsers op de buitenbaan een ander publiek betreft dan de bezoekers van de binnenbaan. Met die opmerking dat de gemiddelde leeftijd van de respondenten in het onderzoek van Boekestijn lag in de groep van 40-49 jaar, terwijl de gemiddelde leeftijd in dit onderzoek 29 jaar is. Naar de achtergrond van de beide respondentengroepen kijkend, betekent dit dat de schaatsporten in de ijshal meer beoefend worden door jeugdige personen dan de schaatsporten op de buitenbaan. Daardoor dient de waarde van het lage opleidingsniveau genuanceerd te worden, aangezien onder de respondenten een grote groep jeugdigen zit die nog verder opgeleid kunnen worden. In de leeftijdsgroep t/m 17 jaar bevinden zich geen Hbo'ers of universitair opgeleiden, terwijl 36,9 % van de respondenten zich in deze groep bevindt (zie bijlage 4.4). Dit zijn vanzelfsprekende conclusies die de significantie onderbouwen wat betreft de relatie leeftijd en opleidingsniveau, aangezien op deze leeftijd dergelijke opleidingen ook niet genoten kunnen zijn.

Wat betreft de onderverdeling van "beoefende sport" naar opleidingsniveau is te zien in de totaalstellingen (zie bijlage 4.5) dat de grootste groep respondenten middelbaar voortgezet onderwijs heeft gevolgd (25,6 %). Binnen de ijshockeytak heeft 28 % middelbaar onderwijs gevolgd en onder de groep recreatieschaatsers 34 %. Kunstrijden (28,3 %) en schaatsende

ouders (25,6 %) kennen hun grootste groep respondenten binnen het hogere beroepsonderwijs. Echter de Pearson's correlatie is met 0,061 te hoog, waardoor er geen conclusies getrokken mogen worden wat betreft de samenhang tussen opleidingsniveau en de beoefende sport in de ijshal.

Bij gezinnen met inwonende kinderen wordt het meest gesport. Het schaatsen laat een daling zien in de sportparticipatie bij alle gezinssamenstellingen (AVO, 1995 / 1999). Van de respondenten geeft 46,5 % aan "inwonend bij ouders" te zijn. Daarbij is de verwachting dat de huishoudsamenstelling samenhangt met de leeftijd van de respondenten. Deze veronderstelling wordt bevestigd (significantie van 0,000), aangezien 36,9 % van de respondenten zich in de leeftijdscategorie t/m 17 jaar bevindt en hiervan geeft 75,9 % aan inwonend bij ouders te zijn (zie bijlage 4.6).

Tabel 4-1: Frequentieverdeling demografische factoren

Geslacht %	Man	47,3
	Vrouw	52,7
Leeftijd %	t/m 17 jaar	36,9
	18 t/m 35 jaar	27,8
	36 t/m 55	28,2
	56 en ouder	7,1
		t/m 17 jaar
	18+	63,1
Land van herkomst %	Nederland	90,9
	Anders	9,1
Opleidingsniveau %	Geen	0,4
	Lager- of basisonderwijs	9,1
	Lager beroepsonderwijs	12,4
	Mid. voorgezet onderwijs	25,7
	Mid. beroepsonderwijs	12,9
	Hoger voortgezet onderwijs	16,6
	Hoger beroepsonderwijs	15,8
	Wetenschappelijk onderwijs	7,1
Huishoudsamenstelling %	Met partner, zonder thuiswonende kinderen	8,7
	Met partner en thuiswonende kinderen	27,4
	Zonder partner, met thuiswonende kinderen	4,1
	Alleenstaand	12,0
	Inwonend bij ouders	46,5
	Woongroep / andere woonvorm	1,2

4.2 Beleving

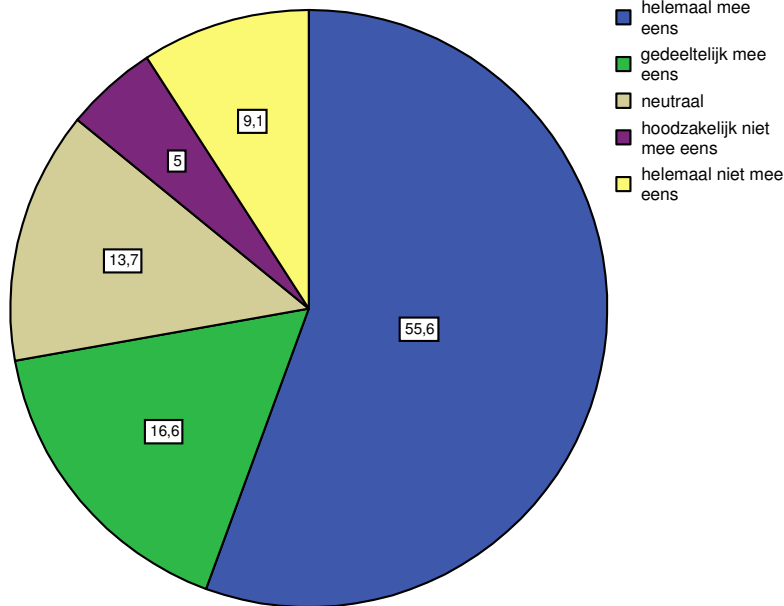
In de enquête (zie bijlage 3.1) zijn verschillende stellingen opgenomen waarop aangegeven dient te worden in hoeverre de respondent zich kan vinden, helemaal mee eens tot aan helemaal niet mee eens, met de geboden stellingen.

Om de beleving te meten is gekeken naar de domeinen van beleving (zie bijlage 2.7). Opgemerkt dient te worden dat de stellingen vanuit de beleveniseconomie (Goossens, 1999) aangepast zijn aan de omstandigheden bij Jaap Eden en daardoor niet met andere onderzoeken te vergelijken zijn. De stellingen zijn dan ook afgestemd om de belevingscomponenten die aan de schaatssport gerelateerd zijn te beschrijven. Zo is er niet naar esthetiek (= genieten van de omgeving) gevraagd, aangezien dit niet gerelateerd kan worden aan schaatsen in de ijshal. Amusement wordt in de enquête gerelateerd aan

ontspanning. De opgenomen domeinen zijn: leren (vraag 11), amusement (vraag 12) en ontsnapping (vraag 13).

De resultaten die vanuit het onderzoek aan de stellingen verbonden zijn, zijn visueel gemaakt in onderstaande cirkeldiagrammen:

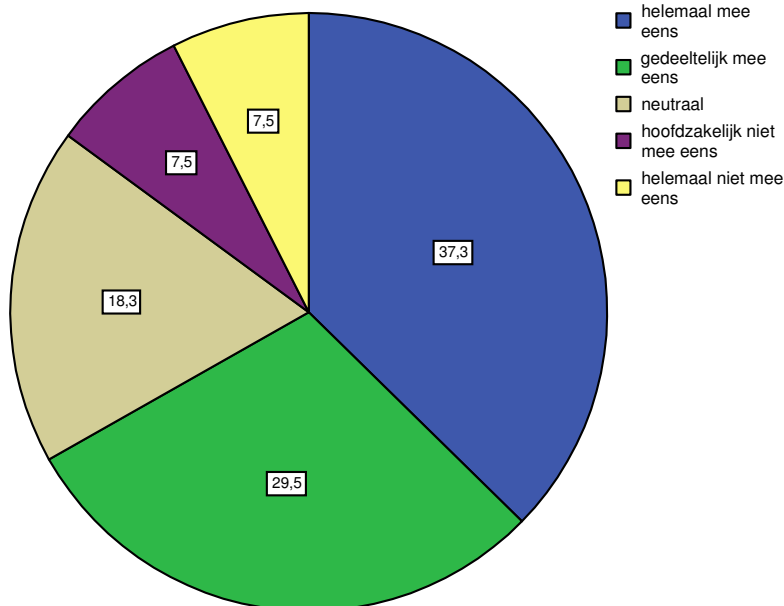
Ik vind het belangrijk steeds beter te leren schaatsen.



Deze stelling is gericht op het achterhalen van de "drive" om zich te willen verbeteren in de beoefende schaatsport. Van de respondenten geeft (72,2 %) aan het belangrijk te vinden om beter te leren schaatsen. Dit cijfer valt onder te verdelen naar 55,6 % van de respondenten die aangeven het volledig met deze stelling eens te zijn en 16,6 % van de respondenten die deze stelling gedeeltelijk onderschrijven.

(zie bijlage 3.1, vraag 11)

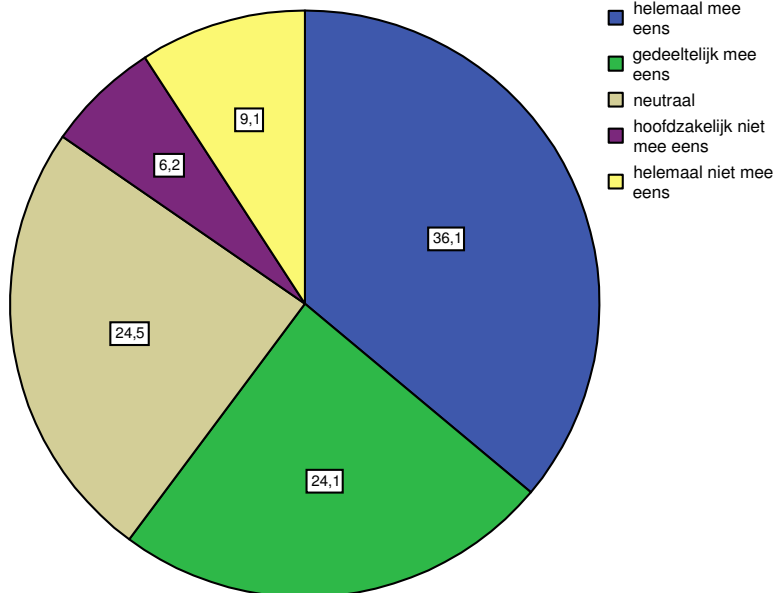
Na het schaatsen voel ik me ontspannen.



Middels deze stelling wordt het punt "amusement" uit de domeinen van beleving vervangen door "ontspanning". Dit sluit mijn inziens beter aan op het beoefenen van sport, terwijl amusement eerder gerelateerd wordt aan kijkspel / entertainment. Van de respondenten geeft 66,8 % (37,3 % volledig mee eens en 29,5 % gedeeltelijk mee eens) aan zich ontspannen te voelen na het schaatsen.

(zie bijlage 3.1, vraag 12)

Door te schaatsen kom ik los van de dagelijkse sleur.



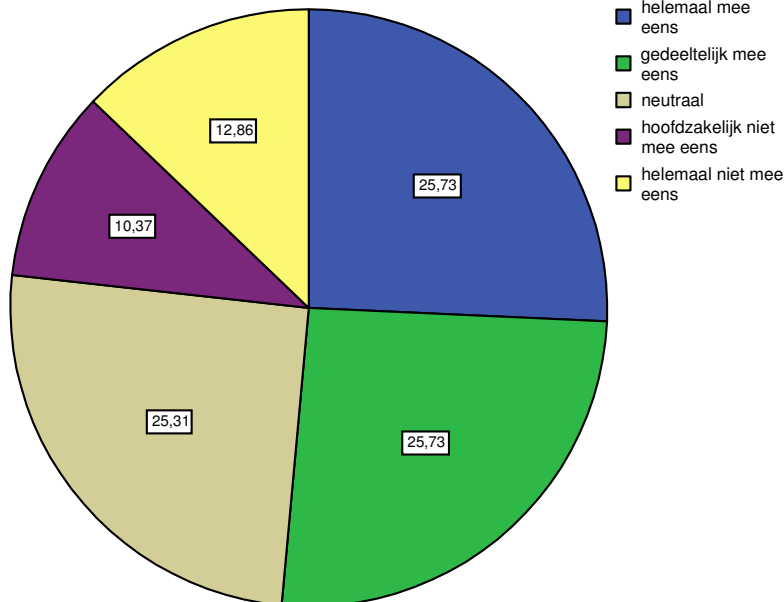
Aan de hand van de deze stelling wordt gemeten of men door te schaatsen het gevoel krijgt te ontsnappen aan de dagelijkse werkelijkheid / sleur van elke dag. 36,1 % van de respondenten geeft aan het volledig met deze stelling eens te zijn en 24,1 % van de respondenten scharen zich gedeeltelijk achter deze stelling, waardoor het loskomen van de dagelijkse sleur ook gerelateerd kan worden aan schaatsen.

(zie bijlage 3.1, vraag 13)

4.3 Motief om te sporten

De overige stellingen hebben tot doel om een beter beeld te krijgen van de bezoeker van de ijshal. Oftewel wat zijn andere belangrijke bezoekredenen van de respondenten om naar de Jaap Eden IJshal te komen?

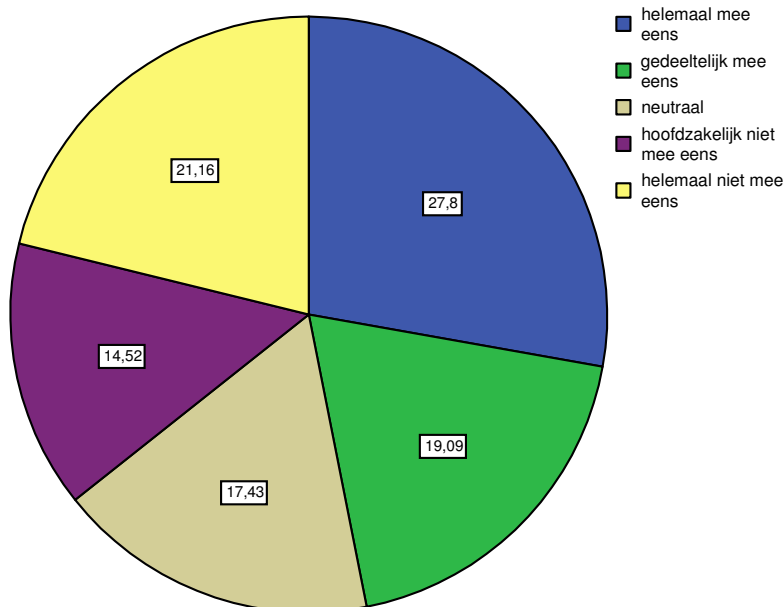
Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.



De hedendaagse consument laat zich in haar keuzegedrag veelvuldig leiden door gezondheidsaspecten. De onderstaande figuur bevestigt deze stelling, waar 51,5 % dit aspect aanhaalt in relatie tot schaatsen (25,73 % volledig mee eens en 25,73 % gedeeltelijk mee eens). Tevens blijkt dat mannen en vrouwen ongeveer hetzelfde belang hechten aan het gezondheidsaspect (zie bijlage 4.7). Hierbij te vermelden dat de resultaten niet significant zijn en daardoor niet gesteld mag worden dat mannen evenveel uit gezondheidsoverweging schaatsen dan vrouwen.

(zie bijlage 3.1, vraag 14)

Ik schaats om te presteren in mijn sport.

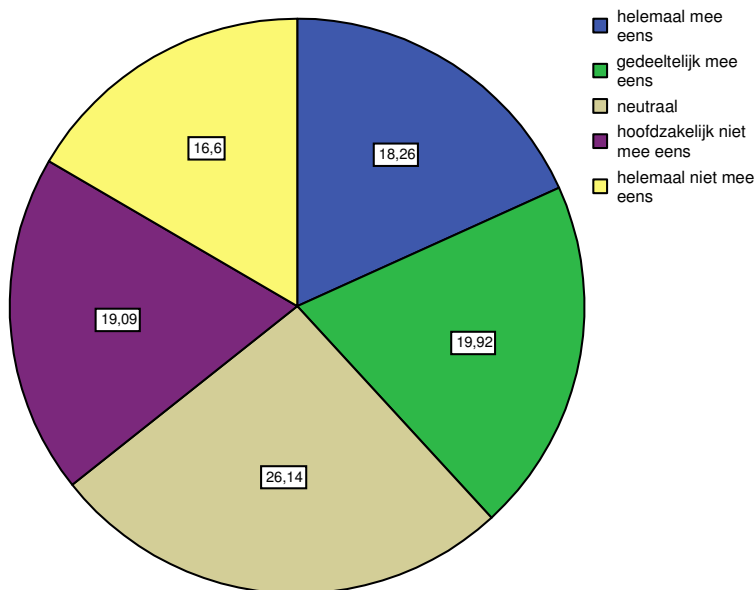


Het prestatiegericht benaderen van sport komt voort uit de "drive" van sporters om hun sport zo goed mogelijk uit te oefenen. Onder de schaatsers blijkt dit aspect niet duidelijk naar voren te komen, aangezien het aantal respondenten dat deze stelling volledig dan wel gedeeltelijk onderschrijft niet verder komt dan 46,89 %. Vrouwen blijken hun sport ongeveer even prestatiegericht te benaderen als mannen (zie bijlage 4.8). Echter bij een significantie van 0,642, waardoor er geen conclusies mogen worden verbonden aan deze resultaten. Kijkend naar de beoefende sport dan blijken de respondenten die aangeven aan kunstrijden / ijsdansen / schoonrijden te doen de meest prestatiegerichte instelling hebben (zie bijlage 4.9). Aangezien deze uitkomsten

(zie bijlage 3.1, vraag 15)

wel significant zijn, mogen we stellen dat deze groep het meest prestatiegericht bezig is met het beoefenen van hun sport.

In mijn kennissenkring schaatsen veel mensen.



Schaatsen wordt meer dan eens geassocieerd met gezelligheid. Te denken valt aan de tafereel rond schaatsevenementen in het Thialf stadion in Heerenveen. Om het "sociale aspect" van schaatsen te onderzoeken zijn de volgende stellingen in de enquête opgenomen:

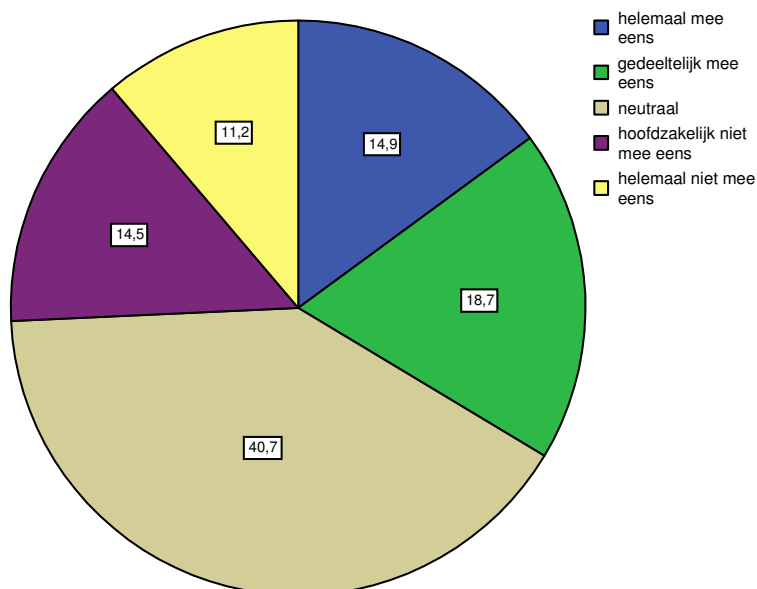
- In mijn kennissenkring schaatsen veel mensen (zie bijlage 3.1, vraag 16).
- Ik vind het belangrijk contact te hebben met andere bezoekers (zie bijlage 3.1, vraag 10).

De resultaten geven echter aan dat het "sociale aspect" door de bezoekers van de ijshal niet gezien wordt als een belangrijk aspect, zie de hiernaast getoonde diagrammen.

Zo geeft 38,16 % van de respondenten aan dat mensen in hun kennissenkring schaatsen, daarentegen geeft 35,69 % van de respondenten aan dat dit niet het geval is.

Wat betreft het contact met andere bezoekers is vooral de grote "neutraal stellingname" opvallend (40,7 %). Dit zou kunnen duiden op het feit dat mensen in eerste instantie voor hun eigen voldoening gaan schaatsen en dat het sociale aspect mooi meegenomen is, maar geen noodzakelijke voorwaarde is.

Ik vind het belangrijk contact te hebben met andere bezoekers.



4.4 Middelen en restricties

Van de bezoekers komt 25,3 % met openbaar vervoer en 53,9 % met de auto naar de ijshal. Dat veel mensen met de auto / openbaar vervoer naar Jaap Eden komen is logisch aangezien 51 % van de geënquêteerden aangeeft meer dan 10 km van het complex te wonen (zie bijlage 4.10). De afstand tot het complex geeft tevens aan dat een grote groep schaatsers “een inspanning” levert, in de vorm van reizen, om te kunnen schaatsen in de Jaap Eden IJshal. Deze inspanning duidt op aantrekkingskracht van de ijshal.

Vervolgens is de reisafstand in relatie gebracht met het vervoersmiddel. De verwachting die hiermee samenhangt, is dat personen / respondenten die aangeven verder dan 10 km te wonen van Jaap Eden voornamelijk met de auto / bus te komen en personen die dicht bij het Jaap Eden Complex ervoor kiezen om te wandelen / fietsen. Deze veronderstelling houdt stand bij een significantie van 0,000 aangezien alle personen die aangeven lopend naar Jaap Eden te komen binnen een straal van 6 km van het Jaap Eden Complex wonen. Van de respondenten die met fiets / bromfiets naar Jaap Eden komen, woont 85 % binnen een straal van 6 km. De auto wordt voornamelijk verkozen door personen die verder van Jaap Eden af wonen. Zo geeft 70,8 % van de respondenten die verder dan 10 km van de Jaap Eden IJsbanen wonen aan met de auto / motor te komen. Wat betreft het openbaar vervoer is een minder duidelijke scheiding te zien, waardoor dit als een vervoersmiddel voor zowel de korte als de lange afstand gezien kan worden (zie bijlage 4.11).

Daarnaast is er gekeken of een vervoersmiddel samenhangt met een bepaalde sport. Dit zou bijvoorbeeld bij ijshockey verwacht mogen worden, aangezien er veel materialen meegebracht dienen te worden. Significante resultaten laten zien (zie bijlage 4.12) dat deze veronderstelling met betrekking tot de ijshockeyers niet opgaat. Daarentegen blijken ijslesschaatsers altijd met de auto komen. Deze uitkomst kan verklaard worden uit het feit dat de meeste van deze sporters met lichamelijke beperkingen kampen.

4.5 *Beoefende sport*

Van de geënquêteerden gaf 33,4 % aan meerdere activiteiten in de ijshal te beoefenen. Deze antwoordmogelijkheid is in de enquête gebruikt om de respondenten al de mogelijke bezoekredenen om naar Jaap Eden te komen als antwoordoptie te geven (zie bijlage 3.1, vraag 1). Om specifieke analyses te kunnen maken heeft een verdere onderverdeling plaatsgevonden op basis van de sport die in de ijshal beoefend wordt. Hierbij is gekozen om steeds “de hoofdsport” te pakken. Dus de groep respondenten die aangeeft aan “vrij schaatsen, discoschaatsen en ijshockey” te doen, wordt onder de hoofdsport ijshockey geplaatst. Indien een bezoeker aangaf bijvoorbeeld alleen aan vrijschaatsen te doen, is deze ingedeeld in de categorie recreatieschaatsen. Oftewel deze onderverdeling heeft plaatsgevonden om vanuit de mogelijkheid om alle antwoordopties aan de respondenten voor te leggen te komen tot een meer specifiekere onderverdeling per soort sport. Hierbij moet opgemerkt worden dat de respondenten die in de categorie “shorttrack” en “anders, nl...” vallen, verwerkt zijn als missing values aangezien de groepsgrootte te klein is om analyses mee te maken (Pallant, 2001). Gesteld wordt dat een onderverdeling met meer dan 5 respondenten per respondentengroep noodzakelijk is om verdere analyse te kunnen maken (Pallant, 2001).

Van de respondenten geeft 35,3 % aan lid te zijn van een schaatsvereniging (zie tabel 4.5). Tevens blijkt de verwachting dat de recreatieschaatsers geen lid zijn van een schaatsvereniging binnen Jaap Eden te kloppen (zie bijlage 4.13). Zo geeft 99 % van de recreatie schaatsers aan geen lid te zijn van een schaatsvereniging bij een significantie van 0,000. Waar 77,4 % van de kunstrijders en 68 % van de ijshockeyers lid is van een schaatsvereniging. Het onderverdelen naar “hoofdsporten” zou de verklaring kunnen zijn voor het feit dat de beide percentages geen 100 % bedragen. Zo kan iemand aan vrijschaatsen doen en doet dit op kunstschaatsen zonder lid te zijn van een vereniging. Echter het invullen van deze antwoordopties (lees; vrijschaatsen en kunstrijden) is verwerkt onder de hoofdsport “kunstrijden”.

De bezoekers van de Jaap Eden IJshal mogen als “trouwe bezoekers” bestempeld worden. Ook het feit dat alle bezoekers aangeven volgend jaar weer terug te willen keren naar Jaap Eden bevestigt het beeld van “trouwe bezoeker”. Uit het onderzoek van Boekestijn (2004) blijkt dat de schaatsers van het Jaap Eden IJscap in het algemeen als trouwe bezoeker bestempeld mogen worden. Zo gaf in het onderzoek van Boekestijn 60,1 % van de respondenten aan meer dan 6 jaar bezoeker te zijn.

Kijkend naar bijlage 4.14 valt te zien dat de kunstrijders / ijsdancers / schoonrijders het meest trouwe publiek is. Met die opmerking dat dit ook de grootste groep respondenten betrof. Opvallend is ook dat 24,3 % van de recreatieschaatsers aangeeft meer dan 6 jaar bezoeker te zijn van de Jaap Eden IJshal. Daarbij dient ook de leeftijd in relatie gebracht te worden met het aantal bezoeken. Oftewel de verwachting luidt dat hoe ouder een persoon is, des te meer bezoeken een persoon heeft. Deze verwachting blijkt te kloppen met een significantie van 0,000. In bijlage 4.15 valt te zien dat bij de jongste respondentengroep het percentage “meer dan 6 jaar bezoeker” relatief laag is. Bij de groepen 36 t/m 55 en 56+ goed is het percentage bij “meer dan 6 jaar bezoeker” relatief groot.

Het is duidelijk dat de bezoekers van de Jaap Eden IJshal hoofdzakelijk gebruik maken van de losse kaartverkoop en het verenigingsabonnement. In vergelijking tot het onderzoek van Boekestijn (2004) wordt er beduidend meer gebruik gemaakt van losse verkoop (50,6 % voor de ijshal ten opzichte van 25,8 % voor de buitenbaan). Dit verschil wordt voornamelijk in de abonnementenverkoop verklaard (40,7 % voor de ijshal ten opzichte van 58,4 % voor de buitenbaan). De verkoop van rittenkaarten kent zowel voor de ijshal als de buitenbaan een relatief lage afname.

Vervolgens is gekeken welke bezoekers kiezen voor een bepaald soort abonnement. Zo is de verwachting dat recreatieschaatsers gebruik maken van de losse kaartverkoop en de

verenigingschaatsers een abonnement hebben. Deze veronderstelling houdt stand bij een significantie van 0,000 waar 84,5 % van de recreatie schaatsers aangeeft gebruik te maken van losse kaartverkoop (zie bijlage 4.16).

Opvallend is dat 63,1 % van de respondenten aangeeft nooit ergens anders te schaatsen. Enerzijds wordt hier het beeld van "trouwe bezoeker" bevestigd. Anderzijds dient opgemerkt te worden dat er niet veel alternatieve ijshallen in de nabije omgeving liggen. Daarvoor dient een behoorlijke reisafstand overbrugd te worden. Van de schaatsers die nu gebruik maken van andere ijshallen wordt verondersteld dat ze dit in competitieverband doen. Deze veronderstelling komt mede voort uit het feit dat wedstrijden ook in andere hallen plaatsvinden. Deze veronderstelling wordt bevestigd (significantie van 0,000), aangezien 51,7 % van de respondenten die aangeven prestatiegericht bezig te zijn met hun sport schaatsen in andere ijshallen (zie bijlage 4.17). Daarbij valt in bijlage 4.18 te zien dat het vooral de groep kunstrijders / ijsdancers / schoonrijders zijn die gebruik maken van andere ijshallen, namelijk 52,9 % van het totaal aantal respondenten dat aangeeft in andere ijshallen te schaatsen.

In de enquête werd de respondenten gevraagd aan te geven van welke ijshallen ze, naast de Jaap Eden IJshal, gebruik maken (zie bijlage 3.1, vraag 7). Met die opmerking dat dit meerdere ijshallen kunnen zijn. De 89 respondenten (= 36,9 %) die aangaven van andere ijshallen gebruik te maken, komen samen tot 130 bezoeken van andere ijshallen. Oftewel deze groep respondenten bezoekt gemiddeld genomen 1,5 andere ijshal. De ijshallen in Zoetermeer en Den Bosch blijken de meest gebruikte alternatieven. Ondanks dat gevraagd is om de ijshallen aan te geven, is dit niet in altijd gebeurd. Hierdoor is "ijshallen niet ingevuld" en "ijshallen door heel het land" opgenomen (zie bijlage 4.19).

4.6 Overige kenmerken bezoeker ijshal

Van de respondenten geeft 45,2 % aan wel eens van de buitenbaan gebruik te maken. Dit betreft dan voornamelijk recreatieschaatsers (zie bijlage 4.20). Dit is opvallend, aangezien in het onderzoek van Boekestijn (2004) werd aangegeven dat de bezoekers van de buitenbaan zelden gebruik maken van de ijshal.¹

Daarbij geeft 58,1 % van de respondenten aan het bezwaarlijk te vinden wanneer het toegangsbewijs niet meer geldig zou zijn voor de buitenbaan. Misschien komt dit resultaat voort uit het feit dat het schaatsen in de buitenlucht iets aparts blijft, wat door "menigeen" graag gedaan wordt.

¹ Voor meer informatie over het gebruik van de 400-meterbaan wordt de scriptie van Susanne Boekestijn (2004) aangeraden

Tabel 4-2: Frequentieverdeling soort bezoeker

Reden van bezoek %	IJshockey	10,5
	Kunstrijden	22,3
	IJsslee schaatsen	5,0
	Recreatie schaatsen	43,3
	Bezoeker, niet schaatsend	2,5
	Schaatsende ouder	16,4
Lid schaatsvereniging %	Ja	35,3
	Nee	64,7
Aantal bezoeken %	Minder dan 1 jaar	20,7
	1 – 3 jaar	32,0
	4 – 6 jaar	16,6
	Meer dan 6 jaar	30,7
Soort abonnement %	Losse kaartverkoop	50,6
	10 rittenkaart	5,8
	25 rittenkaart	2,9
	Verenigingsabonnement	40,7
Bezoek andere ijshallen %	Ja	36,9
	Nee	63,1
Gebruik 400-meterbaan %	Ja	45,2
	Nee	54,8
Bezwaar als entree exclusief buitenbaan zou zijn	Ja	58,1
	Nee	41,9

4.7 De doorsnee bezoeker van de Jaap Eden IJshal is...

Om een profiel van de gemiddelde bezoeker van de Jaap Eden IJshal op te stellen, zijn steeds de hoogste percentages gebruikt van de verschillende achtergrondvariabelen. De “doorsnee bezoeker van de Jaap Eden IJshal” is als volgt te omschrijven: Is een man of vrouw van 29 jaar van Nederlandse afkomst en woont meer dan 10 km van Jaap Eden. De gemiddeld genoten opleiding is middelbaar voortgezet onderwijs en de bezoeker is inwonend bij haar / zijn ouders. Vrijschaatsen en kunstrijden / ijsdansen is de meest beoefende sport. Waarbij het “leeraspect” als voornaamste motief om te sporten wordt aangehaald en “contact met andere bezoekers” niet belangrijk is. Tevens wordt de algemene stelling dat “elke Nederlander groot geworden is met schaatsen” onderbouwd. Met andere woorden mannen en vrouwen van jong tot oud schaatsen (bezoekers van 6 t/m 78 jaar). Daarbij geven alle respondenten aan volgend jaar terug te keren in de Jaap Eden IJshal. De trouwheid van de bezoeker van de ijshal blijkt tevens uit het aantal bezoeken en het beperkt bezoek van andere ijshallen. Verder kijkend naar de bezoeker van de ijshal blijkt dat deze aan recreatie schaatsen doen zonder lid te zijn van een schaatsvereniging. De buitenbaan (= 400 meterbaan) van Jaap Eden wordt ongeveer door de helft van de respondenten gebruikt, waarbij wordt aangegeven dat dit met hetzelfde toegangsbewijs mogelijk moet blijven.

4.8 Tot slot

Dit hoofdstuk geeft een beschrijving van de bezoekers die gebruik maken van de Jaap Eden IJshal. Opvallende conclusies die naar voren kwamen zijn dat schaatsers op de buitenbaan en ander publiek betreft, naar gelang de genoten opleiding, dan de bezoekers van de binnenbaan. Waarbij de schaatssporten in de hal meer beoefend worden door jeugdige

personen dan de schaatssporten op de buitenbaan. De bezoekers van de Jaap Eden IJshal zijn zeer trouwe bezoekers. Waar op basis van theoretische gronden (Knulst, 1996) een grote mate van diversiteit in het vrijetijdsgedrag verwacht zou worden en dus een hoog percentage incidentele bezoekers.

Wat betreft de belevingscomponenten blijkt het leeraspect het meest voornaam onder de respondenten. De algemene verwachtingen wat betreft het aspect gezelligheid en het gezondheidsaspect van vrouwen blijken voor de respondenten van de Jaap Eden IJshal niet op te gaan.

5 Tevredenheid bezoekers Jaap Eden IJshal

Hoofdstuk 4 betrof een beschrijving van de bezoekers die gebruik maken van de Jaap Eden IJshal. Aansluitend hierop worden in dit hoofdstuk de resultaten, voortkomend uit analyses binnen SPSS, over tevredenheid behandeld. De hoofdstukken 4 en 5 samen schetsen een beeld van hoe de gebruiker van de Jaap Eden IJshal eruit ziet en wat de mate van tevredenheid van deze gebruiker is. De tevredenheid wordt uitgesplitst naar een algemeen tevredenheidsoordeel door middel van een rapportcijfer en daarnaast worden de verschillende deelaspecten van tevredenheid uit de enquête verwerkt tot een apart tevredenheidscijfer. Uiteindelijk vindt er een vergelijking plaats tussen beide tevredenheidscijfers.

5.1 Algemene tevredenheid

De respondenten konden bij vraag 57 in de enquête (zie bijlage 3.1) een algemeen rapportcijfer aan de Jaap Eden IJshal toekennen. Het rapportcijfer is samengesteld op een schaal van 1 t/m 10. De respondenten kwamen samen tot een gemiddeld tevredenheidscijfer van 7,21. In vergelijking met het onderzoek van Boekestijn (2004) ligt dit gemiddelde iets lager, waar de respondenten van de buitenbaan tot een algemeen tevredenheidscijfer van 7,5 kwamen.

Van de respondenten gaf 95,9 % een voldoende als rapportcijfer met betrekking tot de tevredenheid van de Jaap Eden IJshal (zie bijlage 5.1).

Opgemerkt dient te worden dat er bij “een algemeen oordeel” positieve en negatieve aspecten tegen elkaar worden weggestreept om tot een uiteindelijk oordeel te komen. De verwachting is dat de gemiddelde tevredenheid berekend op basis van de verschillende deelaspecten lager uitvalt, aangezien per specifiek deelaspect duidelijker aangegeven kan worden of dit punt goed dan wel slecht beoordeeld wordt.

Kijkend welke bezoekers “extreme waarden” scoorden (= 3,4,9,10 als rapportcijfer) bij hun beoordeling dan kan alleen de variabele leeftijd hieraan gekoppeld worden, aangezien voornamelijk jongeren deze extreme waarden veroorzaakten. Geslacht en beoefende sport in de ijshal kunnen niet aan deze extreme waarden gelinkt worden, zoals uit de volgende paragraaf ook blijkt bij de achtergrondvariabele demografische factoren.

5.2 Relatie achtergrondvariabelen bezoeker ijshal en algemene tevredenheid

In hoofdstuk 4 zijn de achtergrondvariabelen van “de bezoeker van de Jaap Eden IJshal” reeds bekeken. Het algemene tevredenheidsoordeel, zoals in de vorige paragraaf beschreven, kan tevens gerelateerd worden aan de verschillende achtergrondkenmerken. Er vindt dus een vergelijking plaats tussen het gemiddeld berekende rapportcijfer en de verschillende achtergrondvariabelen met als doel een beter beeld te krijgen van de tevredenheid van de bezoekers van de Jaap Eden IJshal. Per subparagraaf is een bijlage opgenomen waarin de gebruikte frequentieverdelingen en kruistabellen opgenomen staan, aangevuld met het bijbehorende significantieniveau.

5.2.1 Demografische factoren

Mannen en vrouwen beoordelen de ijshal gemiddeld hetzelfde met een 7,21 (zie bijlage 5.2). Wat betreft de variabele leeftijd is gebruik gemaakt van de onderverdeling in verschillende leeftijdscategorieën. Hierbij is opvallend dat volwassenen van 36 t/m 55 en de groep ouderen van 56+ geen enkele maal in hun beoordeling een 9 of 10 hebben gegeven. Wat betreft de gemiddelde beoordelingen per leeftijdsgroep is het opvallend dat de jongste leeftijdsgroep een beduidend hogere gemiddelde score (7,46) kent dan de andere leeftijdsgroepen.

Aangezien de resultaten significant zijn, kunnen we stellen dat de jongeren meer tevreden zijn dan ouderen wat betreft hun algemene tevredenheoordeel (rapportcijfer). De respondenten die aangaven niet uit Nederland te komen hebben allemaal een voldoende toegekend in de beoordeling van het Jaap Eden IJscomplex, ware het niet dat het gemiddelde tevredenheoordeel lager was dan die van de Nederlandse respondenten. Te weten 7,22 van Nederlandse respondenten tegen 7,14 van niet-Nederlandse respondenten. Maar aangezien deze resultaten niet significant zijn mogen we hier geen conclusies aan verbinden.

Vanuit de gemiddelde beoordelingen per opleidingscategorie valt te zien dat naarmate er meer opleiding genoten wordt, de beoordeling kritischer wordt. Echter de uitkomsten van deze analyse zijn niet significant, waardoor de veronderstelling dat meer opleiding samenhangt met een kritischere beoordeling geen stand houdt.

De gemiddelde beoordeling vanuit huishoudsamenstelling bekeken, laat het significante resultaat zien dat alleenstaanden het meest kritisch zijn.

5.2.2 Beleving

Binnen de aspecten van beleving zijn geen significante resultaten naar voren gekomen (zie bijlage 5.3). Opvallend is wel dat respondenten die aangeven het niet belangrijk te vinden om beter te leren schaatsen tot een hogere beoordeling van het rapportcijfer tevredenheid komen. Echter mogen geen conclusies aan deze resultaten verbonden worden, daar ze niet significant zijn.

5.2.3 Motief om te sporten

Van de stellingen die samenhangen met het motief om te sporten, blijken alleen de resultaten van "contact met andere bezoekers" significant (0,026) te zijn in relatie tot rapportcijfer klanttevredenheid (zie bijlage 5.3). Met andere woorden, contact met andere bezoekers draagt positief bij aan de beoordeling van de algemene tevredenheid door respondenten.

Wat betreft de overige stellingen valt er geen conclusie te verbinden met betrekking tot het rapportcijfer. Zo blijkt op de stelling "ik schaats om te presteren in mijn sport" dat minder prestatiegerichte respondenten positiever in hun beoordeling zijn wat betreft het rapportcijfer. Echter mogen geen conclusies aan deze resultaten verbonden worden, daar ze niet significant zijn.

5.2.4 Middelen en restricties

Vanuit de gemiddelde scores (zie bijlage 5.4) is het opvallend te zien dat respondenten die aangeven lopend naar Jaap Eden te komen het meest tevreden zijn (7,40), terwijl respondenten die met de auto / motor komen een lagere gemiddelde tevredenheid hebben (7,12).

Kijkend naar de afstand tot het complex in relatie tot de gemiddelde tevredenheid is het opvallend dat hoe verder respondenten van Jaap Eden afwonen, des te minder tevreden ze zijn. Echter deze uitspraken houden geen stand, aangezien het geen significante resultaten betreffen.

5.2.5 Beoefende sport

Vanuit de frequentieverdeling is te zien dat de recreatieschaatsers de ijshal beter beoordelen (7,49) dan de overige groepen schaatsers. Daarnaast is het opvallend te zien dat naarmate men langer bezoeker is van Jaap Eden de beoordeling kritischer wordt.

De beoefende activiteit in de ijshal en het aantal bezoeken bij Jaap Eden zijn niet significant, waardoor er geen conclusies aan de hiermee samenhangende rapportcijfers verbonden mogen worden (zie bijlage 5.5).

De respondenten die aangeven lid te zijn van een schaatsvereniging hebben een lager algemeen tevredenheidsoordeel (6,82) dan respondenten die geen lid zijn van een schaatsvereniging (7,42). Aangezien deze resultaten significant zijn, kan gesteld worden dat de leden van de verschillende schaatsverenigingen binnen Jaap Eden kritischer zijn met betrekking tot de kwaliteit / tevredenheid dan schaatsers die geen lid zijn van een schaatsvereniging. Hierop aansluitend is gekeken naar het soort abonnement van de respondenten. Daarbij is het opvallend dat het tevredenheidsoordeel van degene die aangeven gebruik te maken van losse kaartverkoop (7,42) een stuk hoger ligt dan die van de verenigingsabbonementen (6,82). Aangezien de resultaten significant zijn, kan gesteld worden dat de bezoekers die gebruik maken van de losse kaartverkoop meer tevreden zijn dan de bezoekers die een verenigingsabonnement hebben / lid zijn van een vereniging zijn. Het aantal respondenten dat aangeeft gebruik te maken van een 10-rittenkaart of 25-rittenkaart bestaat uit een zeer beperkte groep en is dus niet geschikt om uitspraken over te doen.

Opmerkelijk is dat de gemiddelde tevredenheid bij de respondenten die aangeven andere ijshallen te bezoeken (6,90) beduidend lager is dan het tevredenheidsoordeel van de respondenten die alleen op Jaap Eden schaatsen (7,39). Respondenten die aangeven ook andere ijshallen te bezoeken hebben een referentiekader. Daarbij zijn de resultaten significant, waardoor gesteld kan worden dat schaatsers die ook andere ijshallen bezoeken kritischer zijn ten aanzien van de Jaap Eden IJshal dan bezoekers die alleen op Jaap Eden schaatsen.

5.3 *Ervaren tevredenheid en het belang van de deelaspecten*

Nadat in paragraaf 5.3 de verschillende achtergrondvariabelen afgezet zijn tegen het rapportcijfer tevredenheid, zal in deze paragraaf de berekening van het andere tevredenheidscijfer beschreven worden. Binnen het onderzoeksmodel (zie figuur 2.2) wordt dit tevredenheidscijfer betiteld als "tevredenheidscijfer deelaspect x belang". Dit tevredenheidscijfer wordt berekend door de beoordeling en het belang van de verschillende deelaspecten met elkaar te vermenigvuldigen.

Zoals in de enquête (zie bijlage 3.1) bij vraag 17 t/m 56 te zien is, heeft elke respondent een oordeel kunnen geven over de ervaren tevredenheid van elk van de deelaspecten en tevens het belang kunnen aangeven dat aan het betreffende deelaspecten verbonden wordt.

Opgemerkt dient te worden is dat hier gebruik is gemaakt een gehercodeerde vijfpuntsschaal met een intervalverdeling (1 = zeer ontevreden tot aan 5 = zeer tevreden). Daarbij is de antwoordoptie NVT (= niet van toepassing) verwerkt als missing value en derhalve niet bij de berekening van de gemiddelden meegenomen. In de onderstaande subparagrafen zullen achtereenvolgens tevredenheid per deelaspect, belang per deelaspect en hieruit voortvloeiend het gewogen gemiddelde van de deelaspecten besproken worden. Om dit alles overzichtelijk te maken is aan het eind van deze paragraaf tabel 5.4 opgenomen met daarin de scores op de verschillende deelaspecten.

Uiteindelijk wordt het tevredenheidscijfer, zoals dat berekend is uit de verschillende deelaspecten, afgezet ten opzichte van het rapportcijfer tevredenheid.

5.3.1 *Tevredenheid per deelaspect*

In de enquête kon aangegeven worden in hoeverre de respondenten tevreden waren over de genoemde deelaspecten (1 = zeer ontevreden tot aan 5 = zeer tevreden). Vanuit de antwoorden van alle respondenten is gekomen tot een gemiddelde ervaren tevredenheid per

deelaspect. Hieronder staan de deelaspecten waarover de respondenten het meest tevreden zijn:

Tabel 5-1: tevredenheid per deelaspect

Deelaspect	Tevredenheid
- bereikbaarheid van het complex	3,82
- kennis van de leraren	3,76
- beleefdheid medewerkers Jaap Eden	3,67
- kwaliteit van het ijs	3,65
- het kassasysteem (wachtijden)	3,58

Over de volgende deelaspecten zijn de respondenten het minst tevreden:

Deelaspect	Tevredenheid
- prijsstelling van de consumpties	2,54
- toiletten	2,72
- kleedkamers	2,73
- parkeergelegenheid auto's	2,76
- hoogte van de abonnementsprijs	2,78

5.3.2 Belang per deelaspect

Behalve een tevredenheidsoordeel hebben de respondenten voor ieder deelaspect ook het belang aan moeten geven in de enquête. Ook hierbij is gebruik gemaakt van een gehercodeerde vijfpuntsschaal (1 = totaal onbelangrijk tot aan 5 = zeer belangrijk). Uit de belangscores van alle respondenten kan tevens een gemiddeld belang per deelaspect berekend worden, waardoor een eenzelfde onderverdeling gemaakt kan worden.

Aan de onderstaande deelaspecten wordt door de respondenten het meeste belang gehecht:

Tabel 5-2: belangscore per deelaspect

Deelaspect	Belang
- kwaliteit van het ijs	4,50
- veiligheid van de ijshal	4,36
- veiligheid directe omgeving	4,32
- kennis van de leraren	4,27
- bereikbaarheid van het complex	4,25

Aan de volgende deelaspecten wordt door de respondenten het minste belang gehecht:

Deelaspect	Belang
- beschikbare verenigingsruimte	3,65
- informatie via de website	3,71
- mogelijkheid tot indienen van klachten	3,76
- herkenbaarheid personeel	3,77
- persoonlijke aandacht / hulpvaardigheid	3,82

5.3.3 Gewogen gemiddelden van de deelaspecten

Na het vermenigvuldigen van de ervaren tevredenheid met het belang per deelaspect kunnen de waarden variëren op een schaal van 1 t/m 25. Wanneer de beoordeling, van de respondenten, op een bepaald deelaspect een waarde van 1 aanneemt, betekent dit dat de respondenten zeer ontevreden zijn over het betreffende deelaspect en dit deelaspect tevens zeer onbelangrijk wordt gevonden. De waarde 25 daarentegen wijst op een zeer tevreden oordeel van een deelaspect door de respondenten, waar tevens het deelaspect zeer belangrijk wordt gevonden.

Vanuit de gewogen gemiddelden blijken de hoogste scores toegekend te zijn aan:

Tabel 5-3: gewogen score per deelaspect

Deelaspect	Waardering
- kennis leraren	17,03
- kwaliteit ijs	16,63
- bereikbaarheid	16,39
- veiligheid ijshal	15,50
- beleefdheid personeel	15,37

De laagste scores zijn door de respondenten toegekend aan:

Deelaspect	Waardering
- prijs consumpties	10,34
- beschikbare verenigingsruimte	10,79
- hoogte abonnementsprijs	11,12
- kleedkamers	11,25
- parkeer gelegenheid	11,37

In het hoofdstuk Conclusies zal, aan de hand van de opgestelde prioriteitenmatrix, verder ingegaan worden op de verkregen resultaten. De prioriteitenmatrix geeft een beter beeld van de verhouding tussen de ervaren tevredenheid en het belang, aangezien “de gewogen scores” in sommige gevallen een vertekend beeld geven. Zo kan het gewogen cijfer bij een lage tevredenheidsscore vermenigvuldigd met een hoog belang - bijvoorbeeld prijsstelling consumptie - lager zijn dan de vermenigvuldiging tussen een redelijke score op zowel tevredenheid als belang - bijvoorbeeld verenigingsruimte -. Vanuit deze optiek kan daarom ook gesteld worden dat de prioriteitenmatrix een beter beeld geeft van de sterkten en zwakten van de Jaap Eden IJshal dan de gewogen scores.

Voor een totaaloverzicht van de beoordelingen zie tabel 5.4.

5.3.4 Rapportcijfer in relatie tot tevredenheidcijfer vanuit de deelaspecten

Om tot een gewogen tevredenheidsoordeel te komen, zijn de scores op ervaren tevredenheid van de deelaspecten vermenigvuldigd met de toegekende belang-scores op deze deelaspecten. De score van het algeheel gemiddelde van de gewogen cijfers is 13,55 (zie bijlage 5.6) op een schaal van 1 t/m 25.

Doordat bij het meten van de ervaren tevredenheid en het belang dat hieraan gekoppeld is, gebruik is gemaakt van een vijfpuntsschaal is een rechtstreekse vergelijking met het algehele gemiddelde dat voortkwam uit het rapportcijfer (= tienpuntsschaal) niet toegestaan. Ondanks dat er geen rechtstreekse vergelijking kan plaatsvinden tussen het algehele tevredenheidcijfer / rapportcijfer en het gemiddelde tevredenheidcijfer op basis van de deelaspecten, kan wel de correlatie tussen beide cijfers berekend worden. Zo is de verwachting dat een hoog tevredenheidcijfer, na vermenigvuldigen van tevredenheid x

belang bij de deelaspecten, hoog correleert met het rapportcijfer. Deze veronderstelling komt voort uit het feit dat de gehercodeerde deelaspecten aangeduid werden met het cijfer 5 op het moment dat de respondenten deze aspecten zeer tevreden / zeer belangrijk beoordeelden. Wat betreft het rapportcijfer staat het cijfer 10 voor de beste beoordeling. De veronderstelling van een positieve correlatie tussen een hoog algemeen tevredenheidscijfer op basis van deelaspecten en een hoog rapportcijfer blijkt te kloppen. Oftewel een hoge score van tevredenheid op de deelaspecten gaat gepaard met een hoge score op rapportcijfer (zie bijlage 5.6). Een significant correlatiecijfer van 0,307 duidt op een redelijk verklarende kracht van de relatie (Pallant, 2001) tussen tevredenheid op basis van de deelaspecten en een totaal tevredenheidsoordeel door middel van een rapportcijfer.

Door het correlatiecijfer te kwadrateren wordt de proportie verklaarde variantie berekend. Dit betekent dat het rapportcijfer klanttevredenheid voor 9,43 % verklaard wordt uit de verschillende deelaspecten van tevredenheid. Het overgrote deel zal dus verklaard worden door demografische factoren, motief om te sporten, middelen en restricties, beleving en zaken die niet in het onderzoeksmodel zijn meegenomen.

Tabel 5-4: Overzicht van de toegekende tevredenheids- en belangsscores

Variabelen	Tevredenheid	Belang	Tevr X belang
Veiligheid omgeving	3,47	4,32	15,12
Bereikbaarheid	3,82	4,25	16,39
Parkeergelegenheid	2,76	4,18	11,37
Fietsenstalling	3,37	3,82	13,32
Kassasysteem	3,58	3,87	14,11
Openingstijden ijshal	3,2	4,05	12,91
Entreprijs	3,18	4	12,79
Abonnementsprijs	2,78	4,01	11,12
Sfeer in de ijshal	3,49	4,22	15
Kleedkamers	2,73	4,05	11,25
Toiletten	2,72	4,25	11,42
Kluisjes	2,93	3,86	11,58
Verenigingsruimte	2,87	3,65	10,79
Kwaliteit ijs	3,65	4,5	16,63
Drukte in de ijshal	3,3	4,05	13,38
Veiligheid ijshal	3,5	4,36	15,5
Schaatsgedrag	3,24	4,21	13,6
Achtergrondmuziek ijshal	3,23	3,82	12,49
Kennis personeel	3,4	3,84	13,38
Hulpvaardigheid	3,44	3,82	13,61
Betrouwbaarheid	3,53	3,97	14,2
Beleefdheid	3,67	4,11	15,37
Herkenbaarheid	3,46	3,77	13,39
Telefonisch bereik	3,29	3,88	13,01
Indienen klachten	3,3	3,76	12,6
Klachtenafhandeling	3,17	3,84	12,49
Info voorziening ijshal	3,23	3,82	12,75
Info op website	3,49	3,71	13,6
Assortiment horeca	3,33	3,82	13,12
Prijstelling consumptie	2,54	4,05	10,34
Personeel horeca	3,51	4,17	14,83
Openingstijden horeca	3,18	3,88	12,72

Prijs les	3,14	3,97	12,87
Variatie les	3,53	4,06	14,7
Lestijden	3,1	4,15	13,02
Kennis leraren	3,76	4,27	17,03
Huurprijs schaatsen	3,01	3,99	12,3
Kwaliteit huurschaatsen	2,91	4,1	12,16
Hoogte borg huurschaatsen	2,96	3,85	11,49
Prijs voor schaatsen slijpen	3,06	3,98	12,33
Gemiddelde score	3,29	4,06	13,55

5.4 Verdere analyses met betrekking tot het theoretische model

5.4.1 Factoranalyse

In het onderzoeksmodel (zie figuur 2.2) is te zien dat “tevredenheid deelaspect x belang” is opgebouwd uit de aspecten product / dienst, service en prijs. De onderverdeling van de deelaspecten / onderzoekbare variabelen (vraag 17 t/m 56 uit de enquête) naar de aspecten product / dienst, service en prijs rust op theoretische gronden en zal via een factoranalyse getoetst worden. Het doel van een factoranalyse is om een groot aantal variabelen zo goed mogelijk te beschrijven door middel van een kleiner aantal nieuwe variabelen die factoren genoemd worden. Met behulp van een factoranalyse wordt aangetoond welke aspecten sterk met elkaar correleren binnen een bepaalde factor, waarbij de factoren onderling ongecorreleerd zijn. Bij het uitvoeren van de factoranalyse worden alleen de inter-correlaties tussen de variabelen van een kracht groter dan 0,3 meegenomen (Pallant, 2001). Vanuit de factoranalyse komen 4 factoren naar voren met een eigenwaarde groter dan 1 (zie bijlage 5.7). Een eigenwaarde groter dan 1 betekent dat de factor meer verklaaringskracht heeft dan een afzonderlijk item alleen kan hebben. De totale verklaarde variantie van deze 4 factoren samen bedraagt 70,91 %. Oftewel, 70,91 % van de variabele “tevredenheid deelaspect x belang” wordt verklaard door de 4 factoren.

Na bestudering van de verschillende variabelen die aan de verschillende factoren verbonden zijn, is voor de volgende naamgeving gekozen wat betreft de factoren:

- **Factor 1: Algemeen product**
Deze factor heeft een verklaarde variantie van 23,40 %. De factor “algemeen product” overkoepelt meerdere aspecten. Zo valt “personeel” duidelijk te relateren aan de aspecten veiligheid in de ijshal, kennis, beleefdheid, telefonisch bereik, mogelijkheid tot indienen van klachten en informatievoorziening op het complex. Hierop aansluitend hadden de variabelen betrouwbaarheid, herkenbaarheid en informatievoorziening via internet onder deze factor kunnen vallen, ware het niet dat deze variabelen bij factor 3 staan opgenomen. Kijkend naar factor 1 valt ook het complex - omgeving, parkeergelegenheid, fietsenstalling, openingstijden en verenigingsruimte - te relateren aan het algemene product. Het aspect kassasysteem zou ook verwacht mogen worden binnen deze factor. Echter de variabelen binnen factor 3 blijken hier meer mee samen te hangen.
- **Factor 2: Recreatief aanbod**
Deze factor heeft een verklaarde variantie van 18,43 %. De entreprijs, huurprijs schaatsen en hiermee samenhangend hoogte van de borg, zijn specifieke aspecten die verbonden kunnen worden aan recreatie schaatsers. Ook waardeoordelen over de voorzieningen als kleedkamer, toiletten, kluisjes en openingstijden horeca sluiten hier goed op aan. Evenals achtergrond muziek in de

ijshal. Drukke in de ijshal is een aspect dat blijkbaar voor de recreatieschaatsers meer van toepassing is dan bij de verenigingschaatsers. De recreatieschaatsers maken gebruik van vrije uren waarbij het aantal gebruikers van het ijs onbeperkt is, terwijl verenigingschaatsers over het algemeen in gelimiteerde groepen trainen.

- **Factor 3: Verenigingsaanbod**

Deze factor heeft een verklaarde variantie van 17,12 %. De toekenning van de naam “verenigingsaanbod” komt vooral voort uit de aspecten variatie in de les en de lestijden. Over het algemeen krijgen de meeste verenigingschaatsers les aangeboden vanuit hun vereniging. Uit de enquêtes bleek dat de kwaliteit van het ijs als belangrijkste aspect werd aangehaald door de respondenten. Dat dit aspect onder de factor “verenigingsaanbod” valt, valt te verklaren vanuit het feit dat deze regelmatig andere ijshallen bezoeken en dus een vergelijkingsstandaard hebben. Met het toegangssysteem hebben deze groep schaatsers het meest te maken, aangezien ze als frequent bezoeker kunnen worden betiteld. Dat het kassasysteem daardoor niet onder factor 1 opgenomen staat, kan hiervan de oorzaak zijn.

- **Factor 4: Diensten door exploitanten**

Deze factor heeft een verklaarde variantie van 11,96 %. Door in de enquête ook specifiek naar de dienstverlening van exploitanten te vragen, blijken deze in de factoranalyse terug te komen als een samenhangende groep. Zo kunnen de variabelen assortiment, prijsstelling consumpties, prijs van schaatslessen en prijs van schaatsen slijpen hieraan verbonden worden. Het prijselement komt in deze factor tevens nadrukkelijk naar voren middels prijsstelling consumpties, prijs van schaatslessen en prijs van schaatsen slijpen aangezien de door exploitanten aangeboden diensten apart van de entree betaald moeten worden. Na toetsing blijkt dus de theoretische onderverdeling van de deelaspecten van tevredenheid naar product / dienst, service en prijs niet aan te sluiten op de resultaten van de factoranalyse. In het geval van Jaap Eden blijken de verschillende deelaspecten van tevredenheid onderling anders te correleren, waardoor een onderverdeling naar de factoren algemeen product, recreatief aanbod, verenigingsaanbod en diensten door exploitanten gemaakt dient te worden.

De verschillende deelaspecten / variabelen kunnen als “aanbod” van het Jaap Eden IJscapital gezien worden. De naamgeving van de factoren is dan ook vanuit deze zienswijze opgesteld. Om te bepalen wat nu daadwerkelijk de verklarende rol is van middelen & restricties, demografische factoren, motief om te sporten, beleving, beoefende sport en deze 4 factoren moet een lineaire regressieanalyse uitgevoerd worden.

De deelaspecten sfeer, schaatsgedrag, openingstijden horeca en kwaliteit huurschaatsen laden niet overduidelijk op een factor, waardoor deze aspecten buiten beschouwing gelaten zullen worden in verdere analyses.

Voorafgaand aan het uitvoeren van de regressieanalyse is een betrouwbaarheidsanalyse verricht over de verschillende factoren. Een betrouwbaarheidsanalyse dient om te kijken of de verschillende variabelen binnen een factor ook daadwerkelijk hetzelfde meten. Om de interne consistentie te meten is de betrouwbaarheidscoëfficiënt Cronbach's alpha gebruikt. De Cronbach's alpha is voor alle factoren hoog (zie bijlage 5.8). Deze hoge scores zijn positief te noemen, omdat dit aangeeft dat de deelaspecten binnen een factor hetzelfde meten.

5.4.2 Regressie-analyse

Multiple regression geeft aan hoeveel variantie van de afhankelijke variabele verklaard wordt door een groep onafhankelijke variabelen (Pallant, 2001). Tevens kan de relatieve bijdrage van elke individuele variabele berekend worden. Regressieanalyse geeft een indicatie van:

- Hoe goed de set variabelen de afhankelijke variabele verklaren;
- Welke variabele de beste voorspeller is van de afhankelijke variabele.

In dit onderzoek wordt dus gekeken hoeveel van het rapportcijfer tevredenheid verklaard wordt door de verschillende variabelen, zoals die in het onderzoeksmodel zijn opgenomen. Hoe groter de verklaarde variantie, des te beter “past” het model en des te geringer is het onverklaarbare deel.

Een van de belangrijkste veronderstellingen bij een regressieanalyse betreft het meetniveau van de variabelen. Wat betreft het meetniveau wordt verondersteld dat zowel de afhankelijke als de onafhankelijke variabelen van interval of ratio niveau zijn. Indien variabelen nominaal zijn, zullen hiervan dummyvariabelen worden gemaakt. Een dummyvariabele kent de waarden 1 en 0 om aan te geven of een bepaalde gebeurtenis zich wel / niet heeft voorgedaan. Hierbij fungeert één antwoordcategorie als referentiegroep. De meest voor de hand liggende antwoordcategorie dient als referentiecategorie of indien er geen aanwijsbare referentiecategorie is, wordt de antwoordcategorie met de hoogste frequentie gekozen. De regressiecoëfficiënten van de onafhankelijke variabelen waarvan dummy's gemaakt zijn, worden vergeleken met de referentiegroep. De variabelen aantal jaar bezoeker, (vraag 3 uit enquête), afstand tot ijscomplex (vraag 9 uit enquête) en opleidingsniveau (vraag 62 uit enquête) zijn gemeten op ordinaal niveau. Omdat deze variabelen een duidelijke oplopende structuur hebben, wat geen invloed heeft op de resultaten, hoeven zij niet noodzakelijk 'gedummyficeert' te worden (De vocht, 2000). Zie bijlage 5.9 voor een toelichting op de schalen die samenhangen met de enquêtevragen en de daarbij gekozen referentiegroepen. Daarbij is het belangrijk om te checken dat de onafhankelijke variabelen onderling geen relatie hebben, waardoor een onafhankelijke variabele eigenlijk een combinatie is van andere onafhankelijke variabelen.

5.4.2.1 Eerste regressieanalyse

Met behulp van deze eerste regressieanalyse (zie bijlage 5.10) wordt het rapportcijfer klanttevredenheid (= afhankelijke variabele) verklaard door meerdere variabelen. Bij regressieanalyse wordt een causaal verband verondersteld. Er wordt dus onderzocht of middelen & restricties, beleving, motief om te sporten, demografische factoren, soort bezoeker en de 4 factoren voortkomend uit de deelaspecten van tevredenheid de oorzaak vormen van het rapportcijfer klanttevredenheid. Belangrijk hierbij te vermelden is dat tijdens het onderzoek de variabelen voor elkaar zijn gecontroleerd. Dit houdt in dat het effect van X_1 op Y voor iedere waarde van X_2 tot en met X_n apart wordt berekend en omgekeerd. Zo kunnen samenhangen tussen de onafhankelijke variabelen geen invloed uitoefenen op de uitkomst van de regressieanalyse.

De verklarende kracht van de verschillende variabelen, welke zijn gecontroleerd – onder constandhouding van – voor andere variabelen, op het rapportcijfer klanttevredenheid bedroeg 24,5 %. Dit betekent dat alle variabelen die in de regressie zijn meegenomen voor 24,5 % de variantie van het rapportcijfer klanttevredenheid bepalen. De R square is niet hoog wat betekent dat er andere bepalende variabelen zijn (75,5%) die niet in de analyse / onderzoeksmodel zijn opgenomen.

De regressiecoëfficiënt (B) geeft aan met hoeveel eenheden de afhankelijke variabele toeneemt als de betreffende onafhankelijke variabele met één toeneemt. Deze regressiecoëfficiënten geven echter niet het relatieve belang aan, omdat de coëfficiënten afhankelijk zijn van de eenheden waarin de variabelen zijn gemeten.

Om regressiecoëfficiënten met elkaar te kunnen vergelijken, moet naar de Bètawaarden gekeken worden. De Bètawaarden geven een indicatie van het relatieve belang van iedere onafhankelijke variabele (De vocht, 2000). De variabele die de hoogste absolute Bètawaarde

heeft, heeft dus de meeste invloed op het rapportcijfer klanttevredenheid (= afhankelijke variabele).

Daarbij kent een regressiecoëfficiënt positieve en negatieve waarden. Een positieve regressiecoëfficiënt betekent dat als de variabele toeneemt het rapportcijfer klanttevredenheid hoger wordt. Hierbij moet opgemerkt worden dat er maar twee significante resultaten uit de regressieanalyse naar voren kwamen, namelijk opleiding en huishoudsamenstelling. In de onderstaande toelichting is per onafhankelijke variabelen steeds de grootste Bèta beschreven, zonder dat er conclusies aan deze uitkomsten verbonden mogen worden.

- **Middelen & restricties**

De grootste Bèta betreft afstand tot ijscomplex met $-0,146$. Een negatieve Bèta duidt erop dat wanneer de afstand tot het ijscomplex met 1 km toeneemt de waardering op het rapportcijfer tevredenheid met $0,146$ afneemt.

- **Demografische factoren**

De grootste Bèta betreft een negatieve Bèta van $-0,185$ bij leeftijd. Dit betekent dat naarmate de leeftijd van de respondenten toeneemt er een lagere beoordeling wordt gegeven op het rapportcijfer tevredenheid.

Significante resultaten vanuit demografische factoren zijn:

- Opleiding. Een negatieve Bèta van $-0,155$ betekent dat naarmate het opleidingsniveau van de respondent toeneemt, zijn / haar beoordeling lager wordt.
- Huishoudsituatie. De dummyvariabele “woongroep / andere woonvorm” kent een positieve Bèta van $0,155$. Oftewel deze groep respondenten kennen ten opzichte van de referentiecategorie “inwonend bij ouders” een significant positievere beoordeling op het rapportcijfer tevredenheid.

- **Beleving**

De stelling “ik vind het belangrijk beter te leren schaatsen” kent de grootste Bèta met $0,141$ binnen de verschillende domeinen van beleving. De drive om beter te leren schaatsen, laat zich dus positief uitdrukken in de beoordeling van het rapportcijfer tevredenheid.

- **Motief om te sporten**

De stelling “ik schaats om te presteren in mijn sport” kent een Bèta van $0,097$. Oftewel naarmate de prestatiedrang van de respondenten met een eenheid toeneemt, neemt de beoordeling van het rapportcijfer tevredenheid toe met $0,097$. Dit is een opvallend resultaat, aangezien in paragraaf 5.2.3 het niet-significante resultaat naar voren kwam dat minder prestatiegerichte respondenten positiever in hun beoordeling zijn wat betreft het rapportcijfer tevredenheid. Hieruit blijkt dus dat deze niet-significante resultaten elkaar tegenspreken.

- **Soort bezoeker**

Bèta $-0,255$ bij dummy 4 van de variabele abonnement staat voor verenigingsabonnement.

De beoordeling op het rapportcijfer door respondenten met een verenigingsabonnement valt ten opzichte van de referentiegroep “losse kaartverkoop” gemiddeld $-0,255$ lager uit.

Opgemerkt dient te worden dat het binnen het statistische programma SPSS niet mogelijk was om de regressie in één keer uit te voeren door het grote aantal variabelen. Om de regressie toch te kunnen draaien en zo te kunnen controleren – onder constandhouding van – voor andere variabelen, zijn de variabelen binnen de factoren verwerkt tot “gemiddelden van de bijbehorende variabelen”. Echter de Bèta's van factor 1, factor 2 en factor 3 hebben een negatieve uitkomst. Dit zou het onlogische resultaat tot gevolg hebben dat een verbetering van het algemeen product, het recreatief aanbod en

het verenigingsaanbod zou leiden tot een lagere beoordeling op het rapportcijfer tevredenheid. Oftewel binnen deze factoren hebben de negatieve variabelen “een grotere kracht” uitgeoefend op het gemiddelde dan de positieve variabelen. In bijlage 5.11 staan de aparte regressie-analyses opgenomen die gemaakt zijn voor elke factor afzonderlijk met betrekking tot de algemene tevredenheid. Opgemerkt dient te worden dat hier niet gecontroleerd is voor andere variabelen, waardoor er geen conclusies aan deze resultaten verbonden mogen worden.

- **Factor 1: Algemeen product**
De factor “algemeen product” kent een Bèta van -0,124.
- **Factor 2: Recreatief aanbod.**
De factor “recreatief aanbod” kent een Bèta van -0,127.
- **Factor 3: Verenigingsaanbod.**
De factor “verenigingsaanbod” kent een Bèta van -0,030.
- **Factor 4: Diensten door exploitanten**
De factor “diensten door exploitanten” kent een Bèta van 0,097.

Bij onderzoek wordt gezocht naar significante resultaten. In eerste instantie wordt een zogenaamde nulhypothese opgesteld. Deze nulhypothese gaat er vanuit dat er geen relatie bestaat tussen de gekozen variabelen. Er wordt een significantieniveau van 5 % gehanteerd. Indien de overschrijdingskans / het significantieniveau lager is dan 0,05 wordt de nulhypothese verworpen en is er sprake van een significante relatie tussen de variabelen. De resultaten van de regressieanalyse tonen aan dat er maar twee significante resultaten zijn en wel binnen de onafhankelijke variabele demografische factoren. Te weten: opleiding en huishoudsituatie met de dummyvariabele woongroep / andere woonvorm. De oorzaak van het gebrek aan significante resultaten valt te herleiden naar het vermogen van de toets (= kans op een effect). Het vermogen van een toets neemt af naarmate er meer voorspellers aan de toets worden toegevoegd. De conclusie die hieruit voortvloeit, is dat de verwachte relaties zoals die in het onderzoeksmodel verondersteld werden in relatie tot tevredenheid niet aangetoond zijn!

5.4.2.2 Tweede regressieanalyse

Een tweede regressieanalyse heeft plaatsgevonden waarbij de verklarende kracht van het rapportcijfer klanttevredenheid op de variabele terugkeren op Jaap Eden is getoetst. Aangezien het aantal respondenten dat aangeeft terug te keren op Jaap Eden 100 % bedraagt, dient deze afhankelijke variabele beschouwd te worden als een constante variabele waardoor een regressie niet mogelijk is. Met andere woorden of klanten nu een goed / slecht rapportcijfer als beoordeling van de tevredenheid geven maakt niet uit, want de klanten geven allemaal aan toch wel terug te keren op Jaap Eden. Het feit dat iedereen aangeeft – ongeacht de beoordeling – terug te zullen keren naar de ijshal is wel een belangrijk gegeven voor Jaap Eden. De aantrekkingskracht van de ijshal en de trouwheid van haar bezoekers wordt middels deze 100 %-score onderstreept.

5.5 Tot slot

In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste scores uit het tevredenheidsonderzoek beschreven. Het rapportcijfer tevredenheid van de bezoekers van de Jaap Eden IJshal is met een gemiddelde score van 7,21 goed te noemen. Aangevuld met het gegeven dat 95,9 % van de respondenten een voldoende als rapportcijfer gaf. Het deelaspect waarover de respondenten het meest tevreden zijn, is de bereikbaarheid van het complex. Over de prijsstelling van de consumpties zijn de respondenten het minst tevreden. Het grootste belang wordt door de

respondenten gehecht aan de kwaliteit van het ijs. En als het minst belangrijke deelaspect wordt de beschikbare verenigingsruimte genoemd.

Significante resultaten wijzen op het feit dat:

- Jongeren op de beoordeling van het rapportcijfer tevredenheid hoger scoren dan ouderen;
- Alleenstaanden blijken het meest kritisch in hun beoordeling binnen de variabele huishoudsamenstelling;
- Contact met andere bezoekers draagt positief bij aan de beoordeling van de algemene tevredenheid door respondenten;
- Leden van de verschillende schaatsverenigingen binnen Jaap Eden kritischer zijn in hun oordeel met betrekking tot de kwaliteit / tevredenheid dan schaatsers die geen lid zijn van een schaatsvereniging;
- Bezoekers die gebruik maken van de losse kaartverkoop meer tevreden zijn dan de bezoekers die een verenigingsabonnement hebben / lid zijn van een vereniging zijn;
- Schaatsers die ook andere ijshallen bezoeken kritischer zijn ten aanzien van de Jaap Eden IJshal dan bezoekers die alleen op Jaap Eden schaatsen.

Ook is de verklarende kracht van het onderzoeksmodel en de relaties binnen het onderzoeksmodel in dit hoofdstuk onderzocht.

Een significant correlatiecijfer van 0,307 duidt op een redelijk verklarende kracht van de relatie (Pallant, 2001) tussen tevredenheid op basis van de deelaspecten en een totaal tevredenheidsoordeel door middel van een rapportcijfer.

Na toetsing blijkt de theoretische onderverdeling van de deelaspecten van tevredenheid naar product / dienst, service en prijs niet aan te sluiten op de resultaten van de factoranalyse. In het geval van Jaap Eden blijken de verschillende deelaspecten van tevredenheid onderling anders te correleren, waardoor een onderverdeling naar de factoren algemeen product, recreatief aanbod, verenigingsaanbod en diensten door exploitanten gemaakt dient te worden. De Cronbach's alpha, welke gebruikt wordt om de interne consistentie te meten, is voor alle factoren hoog wat aangeeft dat de deelaspecten binnen een factor hetzelfde meten.

De eerste regressieanalyse heeft als doel aan te geven hoeveel van het rapportcijfer rond tevredenheid verklaard wordt door de verschillende variabelen, zoals die in het onderzoeksmodel zijn opgenomen. De verklaarde variantie is met 24,5 % niet hoog wat betekent dat er andere bepalende variabelen zijn die niet in de analyse zijn opgenomen. Oftewel het theoretische onderzoeksmodel gericht op het onderzoeken van de klanttevredenheid op Jaap Eden wordt met deze uitkomst onvoldoende onderbouwd.

Een tweede regressieanalyse waarbij de verklarende kracht van het rapportcijfer klanttevredenheid op de variabele terugkeren op Jaap Eden getoetst trachtte te worden, kon niet uitgevoerd worden. Alle respondenten gaven – ongeacht de beoordeling – aan terug te zullen keren naar de Jaap Eden IJshal, waardoor deze afhankelijke variabele te zien is als constante variabele en een regressie niet mogelijk is. Wel benadrukt dit resultaat de aantrekkingskracht van de ijshal en de trouwheid van haar bezoekers.

Daarentegen tonen de resultaten van de regressieanalyse aan dat er maar twee significante resultaat zijn, namelijk opleiding en huishoudsamenstelling (dummy: woongroep / andere woonvorm). De oorzaak van het gebrek aan significante resultaten valt te herleiden naar het vermogen van de toets (= kans op een effect). De conclusie die hieruit getrokken kan worden, is dat de verwachte relaties zoals die in het onderzoeksmodel verondersteld werden in relatie tot tevredenheid niet aangetoond zijn. Deze conclusie en overige conclusies staan in het volgende hoofdstuk Conclusies verder uitgewerkt.

6 Conclusies

Kijkend naar het onderzoek dan valt het onderzoek te splitsen in een theoretisch onderzoek waaruit het onderzoeksmodel is voortgekomen en het praktijkgericht onderzoek door middel van de uitgevoerde enquête en de analyse hiervan. Aansluitend op deze onderverdeling wordt in paragraaf 6.1 kort beschreven wat de belangrijkste conclusies naar aanleiding van het theoretisch onderzoek zijn. Vervolgens wordt in paragraaf 6.2 antwoord gegeven op de deelvragen, zoals die voortvloeiden uit de probleemstelling. In paragraaf 6.3 staan de overige bevindingen beschreven die tijdens het praktijkonderzoek naar voren kwamen.

6.1 *Belangrijkste conclusies uit het theoretisch onderzoek*

Hieronder worden de belangrijkste conclusies die voortkomen uit het theoretische onderzoek getoond. In de toelichting wordt het mogelijke belang voor de Jaap Eden IJsbanen kort beargumenteerd.

- **Maatschappelijke ontwikkelingen zijn van invloed op de sportparticipatie van mensen**
Ontwikkelingen die van invloed zijn op de sportparticipatie van mensen en door Jaap Eden in ogenschouw genomen dienen te worden, betreffen:
 - Demografische ontwikkelingen, zoals ontgroening en vergrijzing;
 - Economische ontwikkelingen, zoals de toename van de koopkracht en commercialisering van de sport;
 - Politieke ontwikkelingen, zoals vermindering van de sportsubsidies en privatisering van sportaccommodaties;
 - Sociaal-culturele ontwikkelingen, zoals individualisering en de beschikbaarheid van tijd.

- **Specifieke karakter van dienstverlening vraagt om een afgestemd kwaliteitsbeleid**
Het specifieke karakter van dienstverlening brengt met zich mee dat dienstverlenende organisaties zich in veel aspecten onderscheiden van industriële ondernemingen, zodat lang niet altijd de in de literatuur vermelde kwaliteitszorgaanpak toepasbaar is (Neijzen en Trompetter, 1998). Met betrekking tot het onderzoek bij Jaap Eden is daarom een toegespitst onderzoeksmodel ontwikkeld (zie figuur 2.2) om zo de tevredenheid in kaart te brengen. Vanuit het feit dat bij Jaap Eden dienstverlening plaatsvindt (= mogelijkheid bieden te schaatsen), dienen de onderstaande punten in ogenschouw genomen te worden:
 - Geen tastbare producten;
 - Klant is geïnteresseerd in een groot aantal deelproducten;
 - Klant consumeert de dienstverlening buiten zijn vertrouwde omgeving;
 - Mensenwerk;
 - Interactie;
 - Subjectief meetbaar;
 - Gelijktijdige productie en consumptie;
 - Betrokkenheid van de klant.

De “dienstenklant” is veelal actief betrokken bij het produceren van een dienst en beïnvloedt daardoor ook de kwaliteit van de dienst. Kwaliteitsbeheersing bij dienstverlening zal alleen al daarom rekening moeten houden met de wensen van de klant (Boomsma en Van Borrendam, 1994).

- **Resultaten uit klanttevredenheidsonderzoek moeten vertaald worden in beleidsdoelstellingen**

Ondanks het feit dat het voor organisaties belangrijk is te streven naar klanttevredenheid zijn er maar weinig organisaties die bij het formuleren van hun beleid structureel rekening houden met de wensen van de klant. Het continue streven naar kwaliteit betekent voor Jaap Eden dat dit ook als beleidsdoelstelling opgenomen dient te worden. De effecten die kunnen optreden door vergrote klanttevredenheid zijn:

- Mond-tot-mond reclame;
- Herhalingsaankopen en cross-selling;
- Vergroting van de omzet;
- Gemotiveerde werknemers;
- Lagere acquisitie- en reclamekosten;
- Minder klachten;
- Leveren bedrijfsinformatie.

Een klanttevredenheidsonderzoek draagt bij aan extra bedrijfsinformatie. Na het uitvoeren van het onderzoek zullen de resultaten moeten wijzen op sterke en zwakke punten van de organisatie, hoe de vestiging gezien wenst te worden door klanten en wat de uitgangspunten voor verbeteractiviteiten zijn.

6.2 **Conclusies per onderzoeksvraag**

- **Hoe kan de klanttevredenheid van de bezoekers van het Jaap Eden ijscomplex gemeten worden?**

Om inzicht te krijgen in het profiel van de bezoekers van Jaap Eden, de bezoekredenen van die bezoekers, de waardering van de ijshal en de communicatie eromheen is een enquête gebruikt. Een vragenlijst levert "harde cijfers" op, wat met name bij het nemen van strategische beslissingen overtuigend kan zijn.

Om de tevredenheid op Jaap Eden te meten, is een theoretische onderverdeling gebruikt naar de aspecten product / dienst, service / personeel en prijs. Echter de resultaten van de factoranalyse laten zien dat de veronderstelde onderdeling van tevredenheid naar product / dienst, service / personeel en prijs voor Jaap Eden niet juist is. Beredeneerd vanuit "het aanbod" van het Jaap Eden IJscapitaal dient tevredenheid ingedeeld te worden naar de factoren: algemeen product, recreatief aanbod, verenigingsaanbod en diensten door exploitanten.

Deze deelvraag kan als voorloper op de andere deelvragen gezien worden. De resultaten die door het gehanteerde meetinstrument - de enquête - verkregen zijn, zullen uitkomst moeten bieden bij het beantwoorden van de overige deelvragen.

- **Welke variabelen zijn bepalend voor de mate van (on)tevredenheid?**

Het rapportcijfer tevredenheid van de bezoekers van de Jaap Eden IJshal is met een gemiddelde score van 7,21 goed te noemen. Waarbij 95,9 % van de respondenten een voldoende als rapportcijfer gaf.

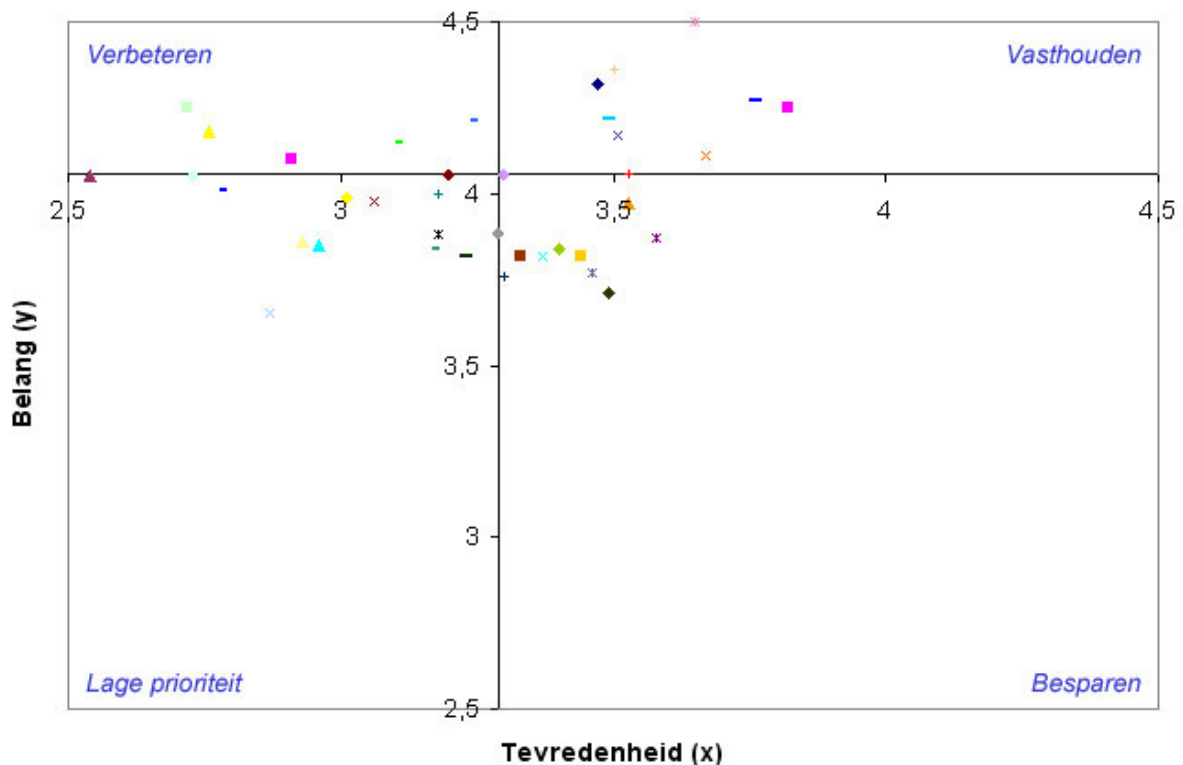
Het deelaspect waarover de respondenten gemiddeld het meest tevreden zijn, is de bereikbaarheid van het complex. Over de prijsstelling van de consumpties zijn de respondenten het minst tevreden. Het grootste belang wordt door de respondenten gehecht aan de kwaliteit van het ijs. En als het minst belangrijke deelaspect wordt de beschikbare verenigingsruimte genoemd.

Er is een prioriteitenmatrix opgesteld (zie figuur 6.1), waardoor een beter beeld ontstaat van de sterktes / zwaktes van de Jaap Eden IJshal. De prioriteitenmatrix is

verdeeld in kwadranten die elk een andere betekenis hebben qua belang en tevredenheid.

- *Linksboven: "verbeteren"*:
In dit gedeelte van de matrix zijn de onderdelen te vinden waarvoor het cijfer voor belang zeer hoog is, maar de tevredenheid laag. Deze onderdelen kennen de hoogste prioriteit voor verbetermaatregelen. De variabelen die het meest voor verbetering vatbaar zijn: de parkeergelegenheid, de kwaliteit van huurschaatsen, de trainingstijden, de hoogte van de abonnementsprijs, de prijsstelling van consumpties, de kwaliteit van de kleedkamers en de openingstijden van de ijshal.
- *Rechtsboven: "vasthouden"*:
Hier is zowel het belang als de tevredenheid hoog gewaardeerd. Het is belangrijk de hoge score van tevredenheid vast te houden, aangezien aan deze onderdelen een groot belang gehecht wordt door de respondenten. De variabelen die in het kwadrant "vasthouden" liggen, zijn: de kwaliteit van het ijs, de veiligheid in de directe omgeving van de ijshal én van de ijshal zelf, de kennis en kunde van de leraren, de bereikbaarheid van het complex, de sfeer in de ijshal, de klantvriendelijkheid en beleefdheid van het (horeca)personeel, de variatie in de trainingsstof en de drukte in de hal.
- *Linksonder: "lage prioriteit"*:
Deze onderdelen kennen een laag belang en een lage tevredenheidscore. Het veranderen van deze onderdelen heeft daarom een lage prioriteit. De variabelen binnen dit kwadrant zijn: de beschikbaarheid van verenigingsruimte, de prijs van trainingen, het schaatsgedrag in de ijshal, de prijs van de huurschaatsen, de prijs voor het laten slijpen van schaatsen, de hoogte van de entreprijs, de kluisjes, de hoogte van de borg, de openingstijden van de horecagelegenheden, de mate van klachtenafhandeling, de infovoorziening in de ijshal en de telefonische bereikbaarheid.
- *Rechtsonder: "besparen"*:
De onderdelen in dit kwadrant zijn naar tevredenheid ingevuld, ware het niet dat er een gering belang aan deze onderdelen gehecht wordt. Op deze onderdelen kunnen kosten worden bespaard door er minder aandacht aan te besteden. Een risico dat hieraan kleeft, is dat de klant het onderdeel weer belangrijk gaat vinden als de kwaliteit ervan achteruit gaat. De variabelen waarop bespaard kan worden, zijn: de infovoorziening via de website, herkenbaarheid van het personeel, persoonlijke aandacht, de kennis van het personeel, kwaliteit van de fietsenstalling, het assortiment van de horeca, de mogelijkheid tot het indienen van klachten, het kassasysteem en de betrouwbaarheid van het personeel.

Figuur 6-1: Prioriteitenmatrix



Verbeteren

- toiletten
- ▲ parkeergelegenheid
- kwaliteit huurschaatsen
- trainingstijden
- hoogte abonnementsprijs
- ▲ prijsstelling consumpties
- ▲ kleedkamers
- ◆ openingstijden ijshal

Lage prioriteit

- × beschikbare verenigingsruimte
- prijs voor training
- schaatsgedrag in de ijshal
- ◆ huurprijs schaatsen
- × prijs voor schaatsen slijpen
- + hoogte van de entreprijs
- ▲ kluisjes
- ▲ hoogte van de borg
- * openingstijden horeca
- klachtenafhandeling
- infovoorziening ijshal
- achtergrond muziek ijshal
- ◆ telefonische bereikbaarheid

Vasthouden

- × kwaliteit ijs
- ◆ veiligheid directe omgeving
- + veiligheid ijshal
- kennis leraren
- bereikbaarheid van het complex
- sfeer in ijshal
- × klantvriendelijkheid horecapersoneel
- × beleefdheid van het (horeca)personeel
- + variatie in training
- ◆ drukte in de ijshal

Besparen

- ◆ infovoorziening via de website
- * herkenbaarheid personeel
- persoonlijke aandacht
- ◆ kennis personeel
- × fiets- en bromfietsenstalling
- assortiment horeca
- + mogelijkheid tot het indienen van klachten
- * kassasysteem
- ▲ betrouwbaarheid

- **Hoe ziet “het klantenprofiel” van de bezoekers van de Jaap Eden IJshal eruit?**

De “doorsnee bezoeker van de Jaap Eden IJshal” is als volgt te omschrijven: het is een man of vrouw van 29 jaar van Nederlandse afkomst en woont meer dan 10 km van Jaap Eden. De gemiddeld genoten opleiding is middelbaar voortgezet onderwijs en de bezoeker is inwonend bij haar / zijn ouders. Verder kijkend naar de bezoeker van de ijshal blijkt dat deze aan recreatieschaatsen doet zonder lid te zijn van een schaatsvereniging. Aangevuld dat kunstrijden / ijsdansen de meest beoefende sport is. Het “leeraspect” wordt als voornaamste motief om te sporten door de respondenten aangehaald.

Gesteld kan worden dat *”schaatsen een lifetime sport is”*. Mannen en vrouwen van jong tot oud (bezoekers van 6 t/m 78 jaar) beoefenen de schaatsport en geven aan volgend jaar terug te keren in de Jaap Eden IJshal. De trouwheid van de bezoeker blijkt tevens uit het aantal bezoeken.
- **Zijn er duidelijke verschillen waar te nemen in de ervaren tevredenheid tussen de verschillende soorten bezoekers?**

Vanuit de frequentieverdeling is te zien dat de recreatieschaatsers de ijshal beter beoordelen (7,49) dan de overige groepen schaatsers. De beoefende activiteit in de ijshal gekoppeld aan het rapportcijfer tevredenheid levert echter geen significant resultaat op (zie bijlage 5.5), waardoor geen conclusies verbonden mogen worden aan de beoefende sport in relatie tot de ervaren tevredenheid. Ook de uitspraak dat naarmate men langer bezoeker is van Jaap Eden er kritischer beoordeeld wordt, houdt geen stand bij gebrek aan significantie. Daarentegen wijzen significante verschillen op:

 - Leden van de verschillende schaatsverenigingen binnen Jaap Eden (rapportcijfer 6,82) zijn kritischer met betrekking tot de kwaliteit / tevredenheid dan schaatsers die geen lid zijn van een schaatsvereniging (rapportcijfer 7,42).
 - De vorige conclusie wordt versterkt met het feit dat bezoekers die gebruik maken van losse kaartverkoop meer tevreden zijn (rapportcijfer 7,42) dan de bezoekers die een verenigingsabonnement hebben / lid zijn van een vereniging zijn (rapportcijfer 6,82).
 - Schaatsers die ook andere ijshallen bezoeken kritischer zijn ten aanzien van de Jaap Eden IJshal (rapportcijfer 6,90) dan bezoekers die alleen op Jaap Eden schaatsen (rapportcijfer 7,39).
 - Gesteld kan worden dat de jongeren meer tevreden zijn dan ouderen wat betreft het algemene tevredenheidsoordeel. Significante resultaten tonen aan dat de jongste leeftijdsgroep (t/m 17 jaar) een beduidend hogere gemiddelde score (7,46) toekent als rapportcijfer dan de andere leeftijdsgroepen.
- **Houden de veronderstelde relaties uit het, op Jaap Eden afgestemde, onderzoeksmodel stand?**

Om “een handvat” te hebben bij het toetsen, zijn de veronderstelde onderlinge verbanden verwerkt in een onderzoeksmodel (zie figuur 2.2).

Na toetsing blijkt dat:

 - De theoretische onderverdeling waarbij tevredenheid is opgebouwd uit de aspecten product / dienst, service en prijs blijkt niet aan te sluiten op de resultaten van de factoranalyse. In het geval van Jaap Eden blijken de verschillende aspecten van tevredenheid onderling anders te correleren, waardoor binnen het onderzoeksmodel een onderverdeling naar de factoren algemeen product, recreatief aanbod, verenigingsaanbod en diensten door exploitanten gemaakt dient te worden.

- De eerste regressieanalyse heeft als doel aan te geven in hoeverre de afhankelijke variabele rapportcijfer tevredenheid verklaard wordt door de variabelen middelen & restricties, demografische factoren, motief om te sporten, beleving, beoefende sport en deelaspecten van tevredenheid, zoals die in het onderzoeksmodel zijn opgenomen. De verklaarde variantie is met 24,5 % niet hoog wat betekent dat er andere bepalende variabelen zijn die niet in het onderzoeksmodel zijn opgenomen.
Daarbij tonen de resultaten van deze regressieanalyse aan dat er maar twee significante resultaten zijn, waardoor er geen conclusies verbonden mogen worden aan de overige uitkomsten van de analyse.
- Een tweede regressieanalyse waarbij de verklarende kracht van het rapportcijfer klanttevredenheid op de variabele terugkeren op Jaap Eden getoetst trachtte te worden, kon niet uitgevoerd worden. Alle respondenten gaven – ongeacht de beoordeling – aan terug te zullen keren naar de Jaap Eden IJshal, waardoor deze afhankelijke variabele te zien is als constante variabele en een regressie niet mogelijk is.
Wel benadrukt dit resultaat - 100 % score - de aantrekkingskracht van de ijshal en de trouwheid van haar bezoekers.

De conclusie die uit de regressieanalyse voortvloeit, is dat de verwachte relaties zoals die in het onderzoeksmodel verondersteld werden niet aangetoond zijn. De oorzaak van het gebrek aan significante resultaten valt te herleiden naar het vermogen van de toets (= kans op een effect). Het vermogen van een toets neemt af naarmate er meer voorspellers / verklarende variabelen aan de toets worden toegevoegd.

Daarbij heeft de factoranalyse aangetoond het onderzoeksmodel aangepast dient te worden wat betreft het onderdeel tevredenheid. Voor de Jaap Eden IJshal dient deze onderverdeeld te worden naar de factoren algemeen product, recreatief aanbod, verenigingsaanbod en diensten door exploitanten in plaats van de theoretisch veronderstelde onderverdeling van de aspecten product /dienst, service en prijs.

- **Welke aanbevelingen kunnen er gedaan worden die bijdragen aan een continue verbetering van de dienstverlening richting klanten?**
Deze deelvraag wordt beantwoord in het volgende hoofdstuk, waar de aanbevelingen gericht op een verbeterde dienstverlening bij de Jaap Eden IJshal beschreven staan.

6.3 Overige bevindingen

Vanuit het onderzoek kwamen nog enkele opvallende bevindingen naar voren die misschien geen antwoord geven op de deelvragen (zie paragraaf 6.2), maar wel voor de Jaap Eden IJshal bruikbare informatie opleveren. Aangezien de groepsgrootte van de verschillende bezoekersgroepen niet gelijk is, zijn de onderstaande bevindingen enigszins genuanceerd en niet als conclusies gepresenteerd.

- **De Jaap Eden IJshal kent net als de landelijke sport daluren en vrijdag geldt als minst populaire sportdag**
Uit onderzoek (Breedveld, 2003) blijkt dat vrijdag het minst populair is als sportdag. Wat betreft vrijdag als minst populaire sportdag, blijkt dit ook voor de Jaap Eden IJshal van toepassing te zijn (zie bijlage 3.2).
Kijkend naar de tijdstippen waarop de enquêtes zijn ontvangen dan valt er een verbinding te maken naar het onderzoek van Reinders e.a. (2002), waar aangegeven wordt dat de ochtenduren als daluren bestempeld kunnen worden. De bijbehorende figuur (zie bijlage 3.3) laat zien dat de respons in deze uren het laagst was en ook op

basis van eigen waarnemingen kunnen de uren van 10.00 – 13.00 uur betiteld worden als daluren.

De uren van 14.00 – 18.00 uur en van 21.00 – 23.00 uur blijken het meest populair te zijn onder de bezoekers van de ijshal.

- **De Jaap Eden IJshal kent trouwe bezoekers waar op theoretische gronden incidentele bezoekers verwacht zouden worden**

Zoals bij de conclusie omtrent “het klantenprofiel” van de bezoekers van de Jaap Eden IJshal beschreven staat, kent de ijshal zeer trouwe bezoekers. Dit is opvallend waar op basis van een grote mate van diversiteit in het vrijetijdsgedrag een hoog percentage incidentele bezoekers verwacht zou worden (Knulst, 1996).

- **De schaatsers op de buitenbaan betreffen een ander publiek dan de bezoekers van de ijshal**

De belangrijkste conclusie die voortkwam uit de vergelijking van het onderzoek van Boekestijn (2004) en dit onderzoek was dat de hardrijders / schaatsers op de buitenbaan een ander publiek betreft dan de bezoekers van de binnenbaan / ijshal, op het gebied van opleidingsniveau en de gemiddelde leeftijd van de respondenten.

- **Overige significante bevindingen**

- IJshockey mag als “mannensport” betiteld worden en kunstrijden / ijsdansen / schoonrijden kan als “vrouwensport” gezien worden.
- Kijkend naar de afkomst van de bezoeker dan mag gesteld worden dat schaatsen inderdaad als een “oer-Hollandse sport” gezien kan worden (zie bijlage 3.5). Anders gezegd, is het schaatspubliek van de ijshal geen afspiegeling van de multiculturele inwoners van Amsterdam.
- Respondenten die aangeven aan kunstrijden / ijsdansen / schoonrijden te doen het meest prestatiegericht bezig zijn met het beoefenen van hun sport.

6.4 Tot slot

Tijdens het bepalen van de probleemstelling werd vanuit Jaap Eden aangegeven dat het klanttevredenheidsonderzoek moest leiden tot inzicht in de sterkten en zwakten van de ijshal. Vanuit deze optiek werden alle mogelijke aspecten waar een tevredenheidsoordeel op getoetst kan worden, aangedragen. Het resultaat van dit onderzoek, met name de opgestelde prioriteitenmatrix, geeft Jaap Eden een goed inzicht in de beoordeling op al deze aspecten!

Doordat er echter een groot aantal voorspellers / verklarende variabelen zijn meegenomen, werd het vermogen van de toets – kans op een effect - beperkt. Oftewel de verbanden uit het theoretische model zijn hierdoor niet aangetoond. Oftewel het onderzoeksmodel voldoet niet aan de stelling: *“Hoe groter de verklaarde variantie, des te beter past het model en des geringer is het onverklaarbare deel”*.

7 Aanbevelingen

De conclusies in hoofdstuk 6 betreffen min of meer een beschrijving van de huidige situatie. De aanbevelingen in dit hoofdstuk zijn gericht op het verbeteren van de toekomstige situatie bij de Jaap Eden IJshal. In eerste instantie zal in paragraaf 7.1 een opsomming staan van de naar voren gebrachte klachten uit de open vraag van de enquête (bijlage 3.1, vraag 65).

7.1 Welke zaken zijn volgens de bezoekers voor verbetering vatbaar?

Van het totaal aantal respondenten maakten 75 personen (= 31 %) gebruik van de mogelijkheid een opmerking te plaatsen bij de open vraag in de enquête. Daarbij dient nadrukkelijk opgemerkt te worden dat het openhouden van de ijshal gedurende de zomermaanden veruit het meest aangehaald werd door de respondenten. Hieronder staan de aspecten samengevat die uit de open vraag naar voren kwamen:

- De Jaap Eden IJshal 12 maanden per jaar open.
Respondenten geven aan tijdens de zomermaanden ook ijs te behoeven. Nu moet er uitgeweken worden naar andere ijshallen. Gesteld wordt dat Amsterdam als “Capital of sports” hier te wensen overlaat ten opzichte van andere steden. De mogelijkheid om door te trainen / groeien voor wedstrijdssporters wordt hierdoor sterk beperkt.
- Netheid op de tribunes laat te wensen over
Vooral na ijshockeywedstrijden zijn de tribunes smerig en bezaaid met rommel.
- Toiletten en kleedkamers beter reinigen.
Er wordt aangegeven dat de kleedkamers niet goed schoongemaakt worden en dat de douches vaak koud water geven. Ook de toiletten zijn in de ogen van veel respondenten smerig.
- Parkeergelegenheid verbeteren.
Meer plaatsen en grotere vakken dan nu het geval.
- De toegangshekken bij de in- uitgang (draaihekken) zijn voor mensen met tassen niet makkelijk te nemen.
- Meer mogelijkheden tot vrijschaatsen in de avonduren.
- Verenigingen moeten meer trainingsuren krijgen.
Meer ijstijd om te kunnen trainen. Aangedragen wordt om de capaciteit van de Jaap Eden IJshal te vergroten met nog een hal, waardoor dit probleem opgevangen wordt.

Overige punten die, in mindere mate, door respondenten aangehaald werden:

- Tijdstippen wanneer dweilpauzes plaatsvinden, aangeven op een bord;
- Uitlaatgassen blijven hangen na het dweilen van het ijs;
- De belijning op het ijs kan beter;
- Ongunstige trainingstijden, met name voor schaatsers die van ver moeten komen;
- Diefstal preventie / beveiliging verbeteren;
- Tijdens het vrijschaatsen zou een splitsing van kunstrijders en ijshockeyers gewenst zijn;
- Muziek en licht ten behoeve van de sfeer kunnen beter;
- Rubberen mat gewenst tussen de binnenbaan en de buitenbaan;
- Fitnessruimte en balletzaal om de faciliteiten voor de kunstrijders te verbeteren / professionaliseren;
- Er zouden ook kluisjes moeten zijn voor de grote ijshockeytassen;
- Oefenbaan voor schieten met pucks.

7.2 Aanbevelingen voortvloeiend uit het onderzoek

- **Contactpersoon aanstellen binnen Jaap Eden**

Hierbij inspelend op de klachten, zoals die uit de open vraag naar voren kwamen en in de vorige paragraaf beschreven staan. Zo zou een contactpersoon bij Jaap Eden op het gebied van communicatie richting de verschillende verenigingen veel kunnen betekenen. Het aansturen van het uitvoerende personeel wat betreft reinigen van kleedkamers, toiletten en tribunes is een eenvoudig voorbeeld hiervan. Ook het aanpassen van de toegangshekken, de belijning op het ijs, de belichting en de muziek in de ijshal dienen beter afgestemd te worden op de bezoekers.

Daarnaast zou professionalisering van de ondersteuning richting verenigingen kunnen bijdragen aan een betere afstemming van de trainingstijden. Ook is de onderlinge verstandhouding tussen verenigingen die gebruik maken van de Jaap Eden IJshal voor verbetering vatbaar, waarbij een contactpersoon als soort van tussenpersoon kan fungeren. Een ander voorbeeld van een mogelijke taak van de contactpersoon is het bijwonen van bijeenkomsten om ontwikkelingen te bespreken, bijvoorbeeld met afgevaardigden van andere ijshallen en de schaatsbond. Tevens kan de contactpersoon van Jaap Eden verenigingen helpen bij het opstellen van beleidsplannen, aansluitend op de organisatiefilosofie van Jaap Eden. Op deze manier kan er professioneel meegedacht worden om tot oplossingen te komen voor structurele problemen, zoals het beperkt open zijn van de ijshal gedurende het jaar, de beperkte capaciteit tijdens de avonduren en het beter benutten van de daluren.

- **Bij het te voeren beleid rekening houden met maatschappelijke ontwikkelingen en de punten van verbetering uit de prioriteitenmatrix**

De praktijk heeft uitgewezen dat een organisatie niet teveel verbeteractiviteiten tegelijk moet opstarten. Het is daarom van belang dat prioriteiten worden gesteld (Thomassen e.a., 1994). De prioriteitenmatrix (zie figuur 6.1) geeft een goed beeld van de sterktes / zwaktes van de Jaap Eden IJshal. Met het oog op de aanbevelingen zijn vooral de deelaspecten uit de prioriteitenmatrix waar de respondenten een hoog belang / prioriteit aan stellen maar waarvan de ervaren tevredenheid laag is, het belangrijkste. Deze variabelen die in het kwadrant "verbeteren" liggen, zijn: toiletten, parkeergelegenheid, kwaliteit huurschaatsen, trainingstijden, hoogte abonnementsprijs, prijsstelling consumpties, kleedkamers en openingstijden ijshal. Wat betreft maatschappelijke ontwikkelingen is het belangrijk deze in ogenschouw te nemen met betrekking tot eventuele kansen / bedreigingen in relatie tot de dienstverlening bij Jaap Eden.

- **Vervolgonderzoek uitvoeren**

Dit onderzoek geeft antwoord op verschillende vragen. Zo geeft de prioriteitenmatrix een goed inzicht in de sterkten en zwakten van de Jaap Eden IJshal.

Indien een onderzoek regelmatig herhaald wordt in de tijd kan een ontwikkeling zichtbaar worden en kan vastgesteld worden wat het effect is van veranderingen. Met andere woorden bij de publicatie van de eerste uitslagen is nog geen vergelijking met voorgaande perioden mogelijk. Echter deze "nul meting" geeft al wel inzicht in de huidige stand, waarop men verder kan borduren. Daarbij kunnen de wensen / behoeften van klanten in de loop van de tijd veranderen, waardoor periodiek onderzoek noodzakelijk is.

Een vervolgonderzoek kan ook specifiek gericht zijn op bepaalde bezoekersgroepen. Hierbij kan gedacht worden aan de vakantiebezoekers, de schoolschaatsers of interessante leeftijdsgroepen.

Een andere mogelijkheid die interessant is, is om het onderzoek dat men onder

klanten houdt gelijktijdig ook bij de eigen medewerkers en het management te houden. De medewerkers worden gevraagd zich in te leven in hun klanten en de enquête zo in te vullen als men denkt dat de klant dat zal doen. Achteraf blijkt dan of de medewerkers per vraag een juiste inschatting van zijn klanten heeft gemaakt. Als men een onderzoek op dergelijke wijze opzet, kan men de volgende uitslagen naast elkaar zetten:

- De kwaliteitsbeoordeling van de klant;
- De verwachtingen van het eigen personeel over het oordeel van de klant;
- Het eigen oordeel van het personeel over de kwaliteit;
- De verwachtingen en het eigen oordeel van het management.

- **Matchen van vraag en capaciteit**

Er zal ingespeeld moeten worden op het feit dat de ijshal te maken heeft met daluren en de vrijdag als zijnde minder populaire sportdag. Afstemming tussen vraag en aanbod dient centraal te staan, waarbij de oplossing wordt gezocht in het actief betrekken van de klanten bij de keuze, opzet en organisatie van sport en bewegingsactiviteiten (Bottenburg e.a., 1997). De mogelijkheden die Jaap Eden hiertoe heeft, zijn (Neijzen en Trompetter, 1998):

- Communiceren met klanten;
- Differentiëren op prijs;
- Aantrekken van nieuwe groepen klanten.

Om effectief en efficiënt te werk te kunnen gaan, zal vooraf een communicatieplan geschreven dienen te worden. Hierbij dient de doelgroep afgebakend te worden, aansluitend op de eigen organisatiecultuur. Bijvoorbeeld schaatsen voor bedrijven op vrijdagochtend onder het motto van: maandelijks gezellig en sportief met collega's op het ijs en dat tegen een betaalbaar tarief. Een andere insteek is om - in samenwerking met de horeca van Jaap Eden - arrangementen aan te bieden voor bedrijfsuitstapjes.

Naast de mogelijkheid tot bedrijfschaatsen kan ook gekeken worden naar schoolschaatsen om deze daluren in te vullen.

- **Vergroten multifunctionaliteit van het Jaap Eden IJscapex**

De ontwikkeling van sportaccommodaties sluit aan op de veranderde vrijetijdsbehoeften van Nederlanders welke gericht zijn op meer kwaliteit en meer mogelijkheden tot het combineren van vrijetijdsactiviteiten (Breedveld, 2003).

Er dient rekening gehouden te worden met het feit dat mensen / sporters een steeds gevarieerder vrijetijdspatroon hebben en dus het schaatsen op Jaap Eden trachten te combineren met andere vrijetijdsactiviteiten. Oftewel mensen besteden hun vrije tijd niet langer aan één bepaalde vrijetijdsactiviteit, maar aan een patroon van vrijetijdsactiviteiten (Knulst, 1996). Hierbij kan voor Jaap Eden - in navolging van bijvoorbeeld het Sportiom in Den Bosch en verschillende zwembaden - gedacht worden aan fitness, een zonnecentrum, een sportcafé-restaurant en zalen / kantoorruimte.

Het creëren van een sportcomplex door samenwerking met andere sportbonden is een mogelijke oplossing. Daarbij is het in ieder geval aan te raden samen te werken met gerelateerde instellingen zoals andere ijshallen, de KNSB en andere sportbonden. Zo kunnen bijvoorbeeld ontwikkelingen op het gebied van technologie of maatschappelijke problemen gezamenlijk bestudeerd worden.

- **Goede klachtenafhandeling is essentieel**

Ondanks dat de aspecten "mogelijkheid indienen klachten" en "klachtenafhandeling" onderin de prioriteitenmatrix liggen, is het belangrijk hier aandacht aan te besteden.

Een positieve klachtenafhandeling draagt bij aan de effecten van vergrote klanttevredenheid, zoals die in hoofdstuk 2 beschreven staan. De doelstelling van klachtenbehandeling dient primair gericht te zijn op het herstel van klanttevredenheid. Als secundair doel geldt dat klachten een belangrijke bron voor verbeteringen zijn. Het is daarom van belang dat er maatregelen getroffen worden ter bevordering van het uiten van klachten. Ook op dit gebied zou de geopperde contactpersoon een belangrijke rol kunnen vervullen.

- **Uitdragen en vastleggen van kwaliteitsgerichte filosofie**

Het kwaliteitsdenken, de bewustheid van de organisatie om maximale kwaliteit te leveren, dient bij management en medewerkers nadrukkelijk aanwezig te zijn. De kwaliteitsgerichte filosofie dient dan ook door de hele organisatie gedragen te worden. Het streven naar kwaliteit dient dus door de Stichting Jaap Eden IJsbanen als beleidsdoelstelling opgenomen te worden. Oftewel: *“Try always to be better, even if you are already good”* (Berger en Van Mens, 1997).

Ondanks dat kwaliteit tijd en geld kost, zal het kwaliteitsbewustzijn bevorderd moeten worden. Het is nodig dat tot op zekere hoogte gedocumenteerd staat welke afspraken er zijn gemaakt om op een goede manier kwaliteitszorg te bedrijven. Ook moet men kunnen laten zien wat er in het kader van de kwaliteitszorg heeft plaatsgevonden, door middel van registratie.

Resumé, documentatie en registratie dragen bij tot duidelijkheid omtrent de taken, bevoegdheden, verantwoordelijkheden en procedures binnen het kwaliteitssysteem (Bottenburg e.a., 1997).

Literatuurlijst

- Ammerlaan, Drs. Michael J.P. , Purba Sutarto Hardjosusono, N. (1995).
Klanttevredenheid wat moeten we ermee? *Tijdschrift voor marketing*, november 1995.
- Assen, Dr. M. van, Baest, L. van (2002).
Reader: MTO-5 Causale analyse II. Tilburg: Universiteit van Tilburg.
- Baker, Therese (2001).
Cursusboek MTO-1: Doing social research. Tilburg: Universiteit van Tilburg.
- Bartelds, J.F., Jansen E.P.W.A., Joostens, Th.H. (1989).
Enquêteren: Het opstellen en gebruiken van vragenlijsten. Groningen: Wolters Noordhoff.
- Berger, K., Mens, M. van (1997).
Klanttevredenheid en loyaliteit. Alphen aan den Rijn: Samson Bedrijfsinformatie.
- Bloemer, J.M.M. (1991).
Problemen met tevredenheid? *Tijdschrift voor marketing*, juli/ augustus 1991.
- Boekestijn, S. (2004).
Klanttevredenheidsonderzoek op het Jaap Eden Ijsbaancomplex. Tilburg: Universiteit van Tilburg.
- Bottenburg, M. van, Hof, C. van het, Oldenboom, E. (1997).
Rapport: goed, beter, best. Naar een kwaliteitsbeleid in een pluriforme sportsector. Amsterdam: Academische pers.
- Boomsma, S., Borrendam, A. van (1994).
Kwaliteit van dienstverlening. Deventer: Kluwer Bedrijfswetenschappen.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2005).
Diverse tabellen uit CBS statline. Heerlen: CBS.
- Cronin, J.J., Taylor, S.A. (1992).
SERVPER versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of marketing*, 58, 1994.
- Crum, B.J. (1991).
Over de versporting van de samenleving. Reflecties over bewegings-culturele ontwikkelingen met het oog op sportbeleid. Rijswijk: ministerie van WVC.
- Duyvendak, J.W., Krouwel, A., Kraaykamp, R., Boonstra, N. (1998).
Integratie door sport? Een onderzoek naar gemengde en ongemengde sportbeoefening van allochtonen en autochtonen. Rotterdam: Bestuursdienst Rotterdam.
- Gemeente Amsterdam Dienst Onderzoek en Statistiek (2003).
Amsterdam in cijfers. Amsterdam: Gemeente Amsterdam.

- Goossens, C. (1999).
Reader: Consumentenbeslissingsgedrag. Tilburg: Universiteit van Tilburg.
- Heuvel, Mark van de, Poel, Hugo van der, (1999).
Sport in Nederland; een beleidsgerichte toekomstverkenning. Haarlem: De Vrieseboch.
- Kaper, A.M. de, Knaapen, R.A.G. (1991).
Praktische kwaliteitsanalyse. Deventer: Kluwer.
- Knulst, Prof. Dr. W. , Eijck Dr. K. van (2002).
Reader: Probleemveld Participatie in Toerisme, Cultuur en Sport. Tilburg: Universiteit van Tilburg.
- Knulst, Prof. Dr. W. (2003).
Cursusboek consumptie en vrijetijdsbesteding. Tilburg: Universiteit van Tilburg, Tilburg.
- Lucassen J.M.H. (2003).
Congress paper: In search of New Qualities in Sport. Koln, 2003.
- *Marketeer Congres 2005: Sportmarketing*.
Eindhoven 31 maart, 2005.
- Milward, B. (2003).
Globalisation? Internationalisation and monopoly capitalism. Cheltenham: Edward Elgar.
- Mommaas, H. (2000).
De vrijetijdsindustrie in stad en land. Een studie naar de markt van belevenissen. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Neijzen, Drs. J.A. , Trompetter, Drs. M. (1998).
Kwaliteitszorg in dienstverlenende organisaties: de klant is koning maar wie maakt er de dienst uit? Deventer: Kluwer Bedrijfswetenschappen.
- Pine, J.B., Gilmore, J.H., Tromp T.H.J., Jacobs, I. (2000).
De belevenis economie: werk is theater en elke onderneming creëert zijn eigen podium. Schoonhoven: Academic service economie en bedrijfskunde.
- Raaij, W.F. van, Antonides, G. (2002).
Consumentengedrag. Utrecht: Uitgeverij Lemma.
- Reinders, F., Verkamman, N., Linden, P. van der (2001).
Onderzoek naar betere bezetting van daluren van het Jaap Eden IJscaplex. Amsterdam: Jaap Eden IJsbanen.
- Stichting IJscaplex Jaap Eden (2003).
Strategisch plan IJscaplex Jaap Eden. Amsterdam: Jaap Eden IJsbanen.

- Swanborn, P.G. (2002).
Basisboek sociaal onderzoek. Amsterdam: Boom.
- Talencentrum (2002).
Scriptiehulp. Tilburg: Universiteit van Tilburg.
- Thomassen, Drs. J-P.R., Veld, Drs. E. in't , Winthorst, Drs. H.H. (1994).
Klanttevredenheid, de succesfactor voor elke organisatie, Deventer: Kluwer
Bedrijfswetenschappen.
- Vocht, A. de, (2000).
Basishandboek SPSS 10 voor Windows 98. Utrecht: Bijleveld Press.
- Voogd, H. (2004).
Facetten van de planologie. Alphen aan den Rijn: Kluwer.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. (2003).
Service marketing: integrating customer focus across the firm. Boston: Mc Graw-Hill /
Irwin.

Websites

- www.cbs.nl
- www.jaapeden.nl
- www.knsb.nl
- www.mulierinstituut.nl
- www.scp.nl
- www.uvt.nl

Bijlagen



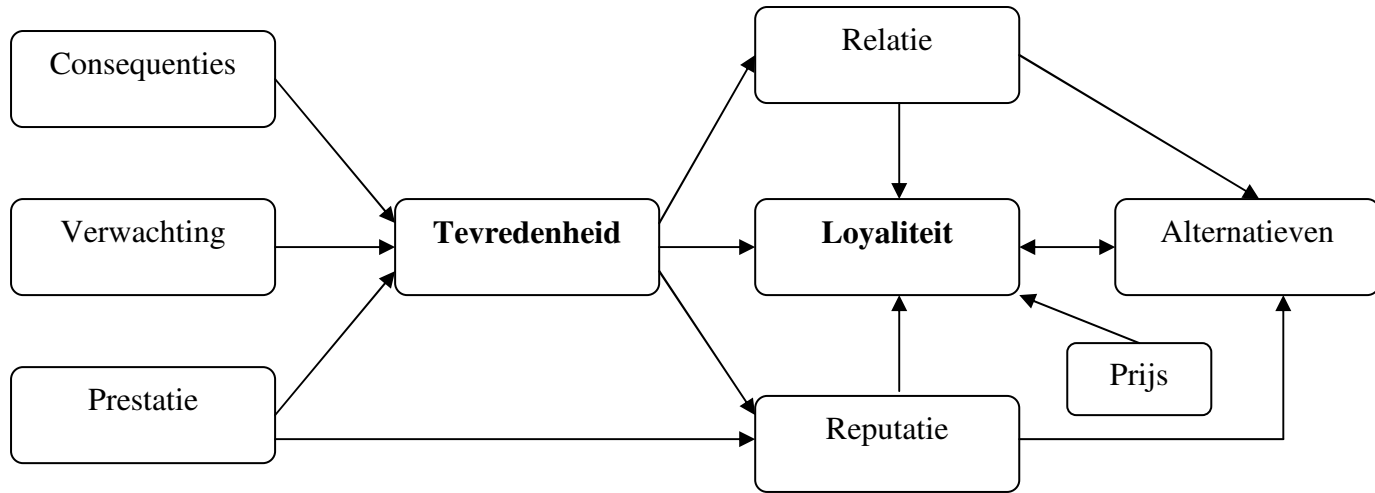
“Hoe tevreden is de bezoeker over de Jaap Eden IJshal?”

Auteur

Joost Smulders (S335243)
Vrijtijdswetenschappen
Universiteit van Tilburg
juli 2006

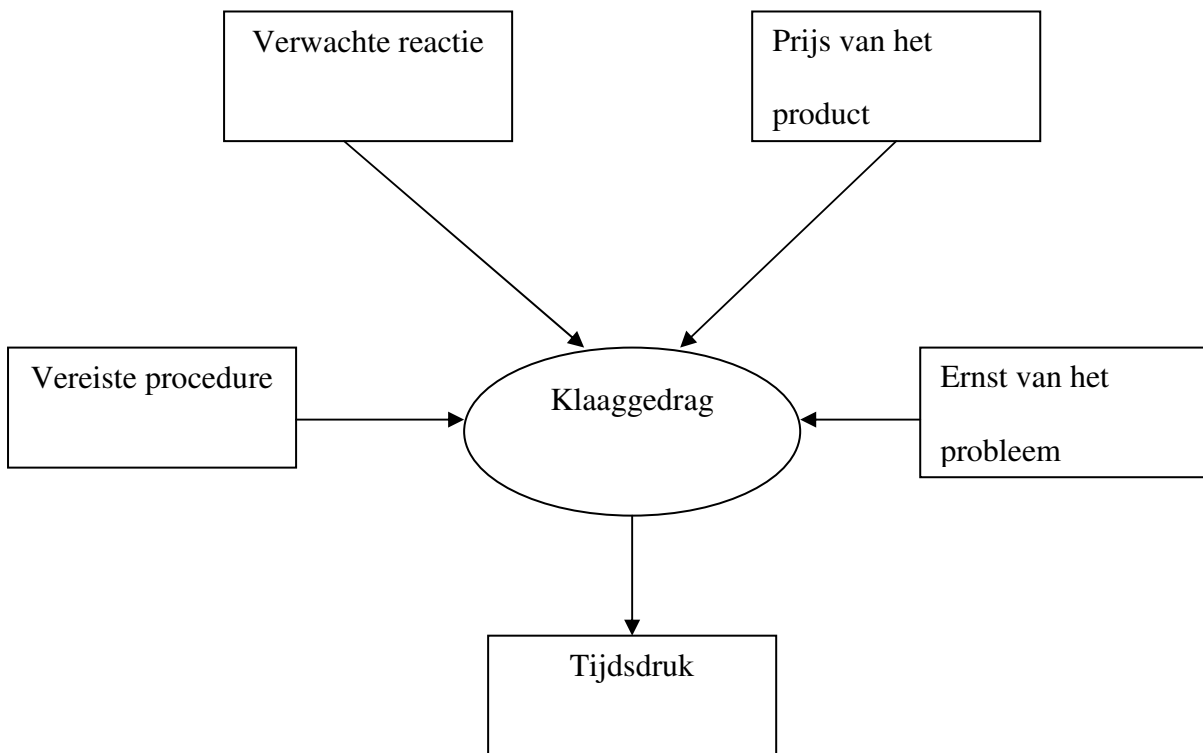
Bijlagen hoofdstuk 2: klanttevredenheid

Bijlage 2.1: Model voor loyaliteit.



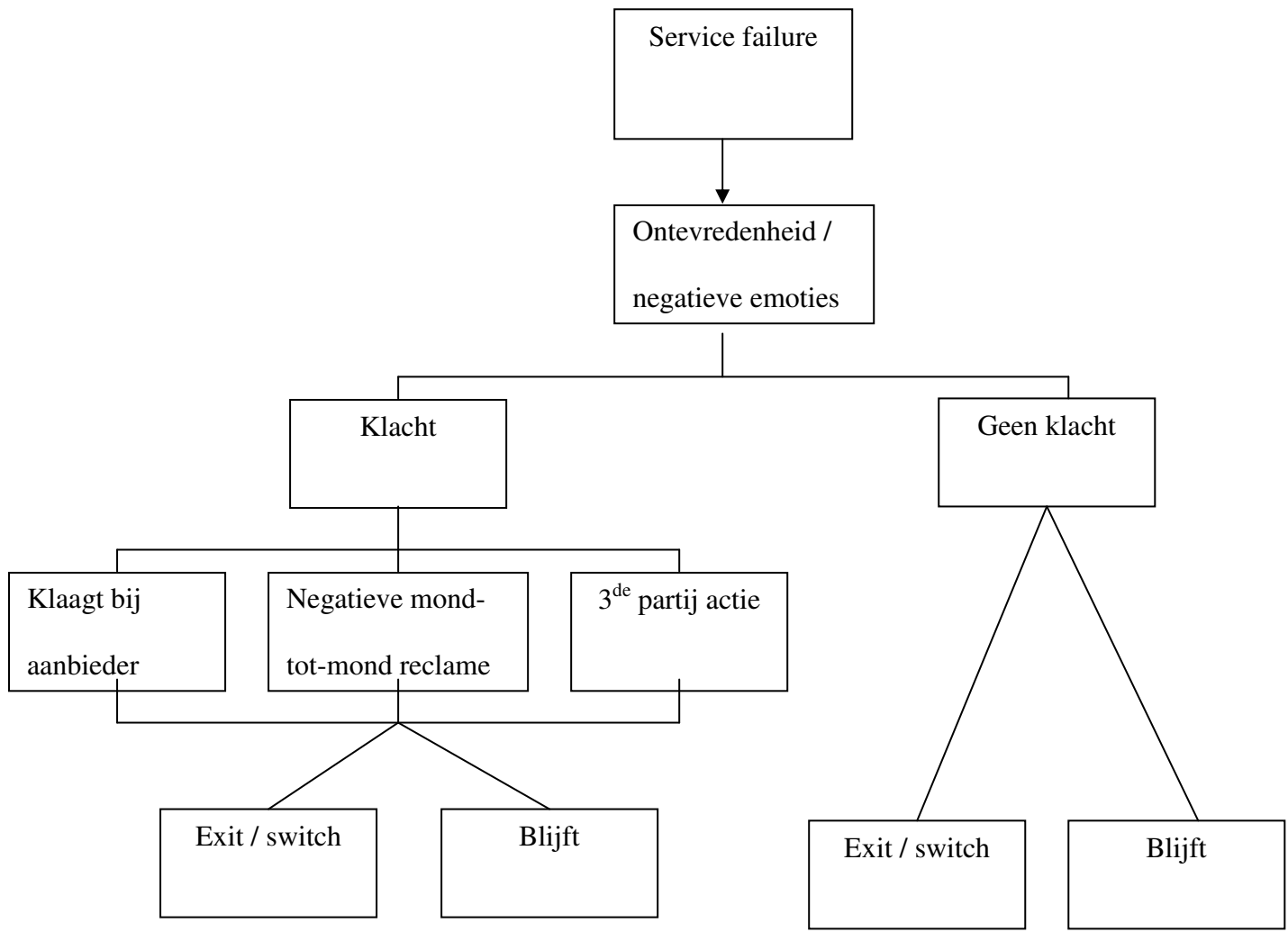
Bron: Berger en Van Mens (1997)

Bijlage 2.2: beïnvloedende factoren voor klachtgedrag.



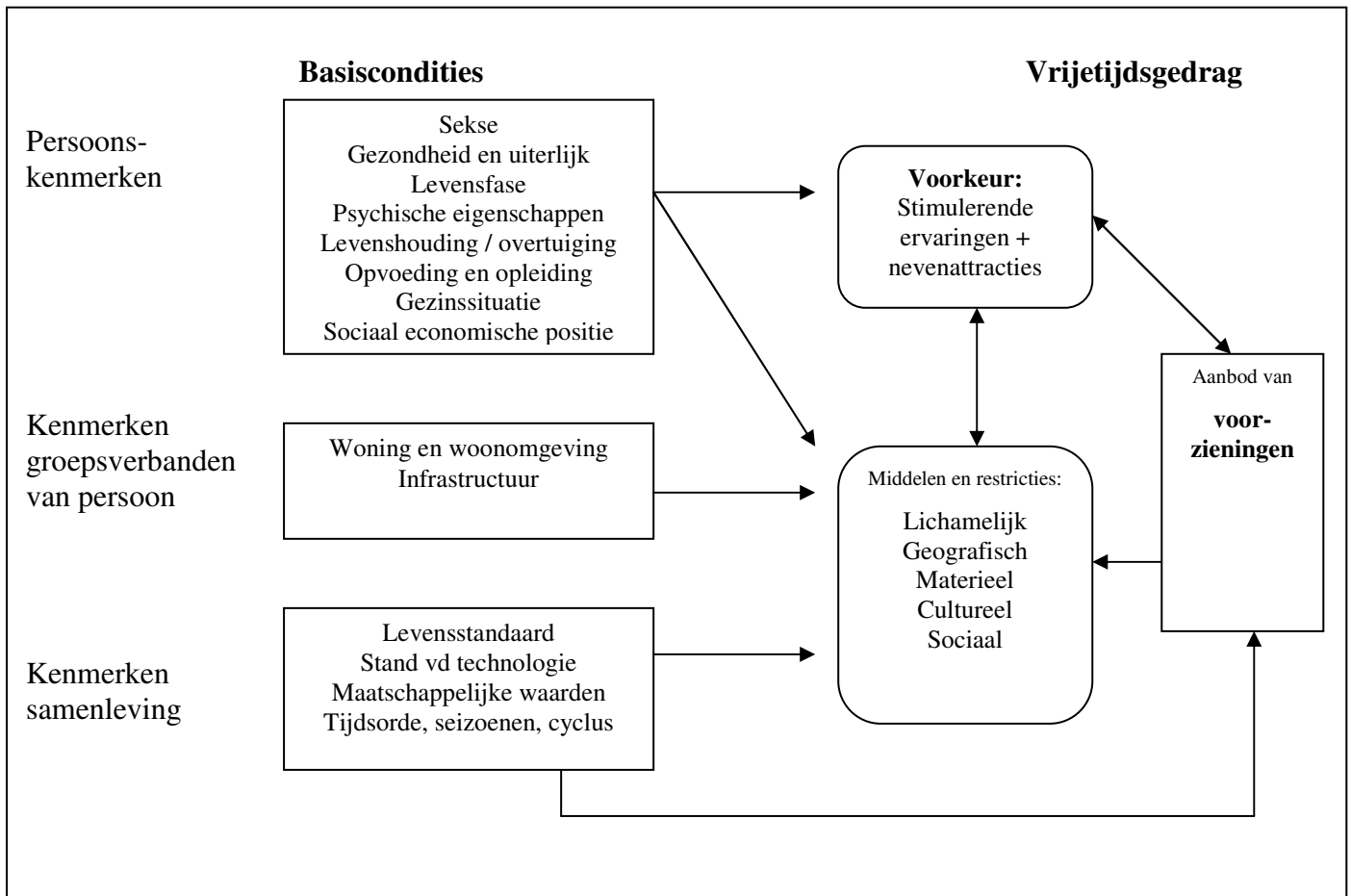
Bron: Boomsma en Van Borrendam (1994)

Bijlage 2.3: klanten kunnen op verschillende manieren reageren op service failures.



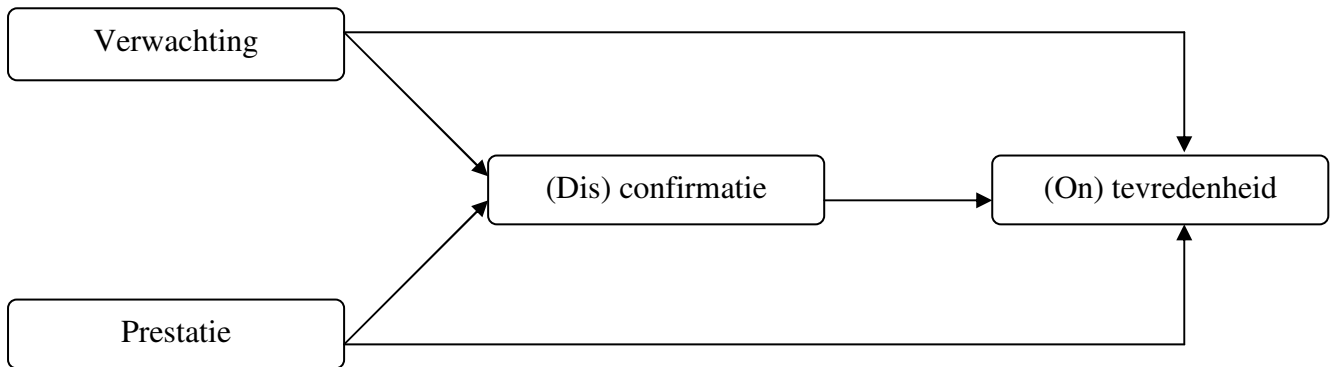
Bron: Zeithaml en Bitner (2003).

Bijlage 2.4: Gedragstheorie.



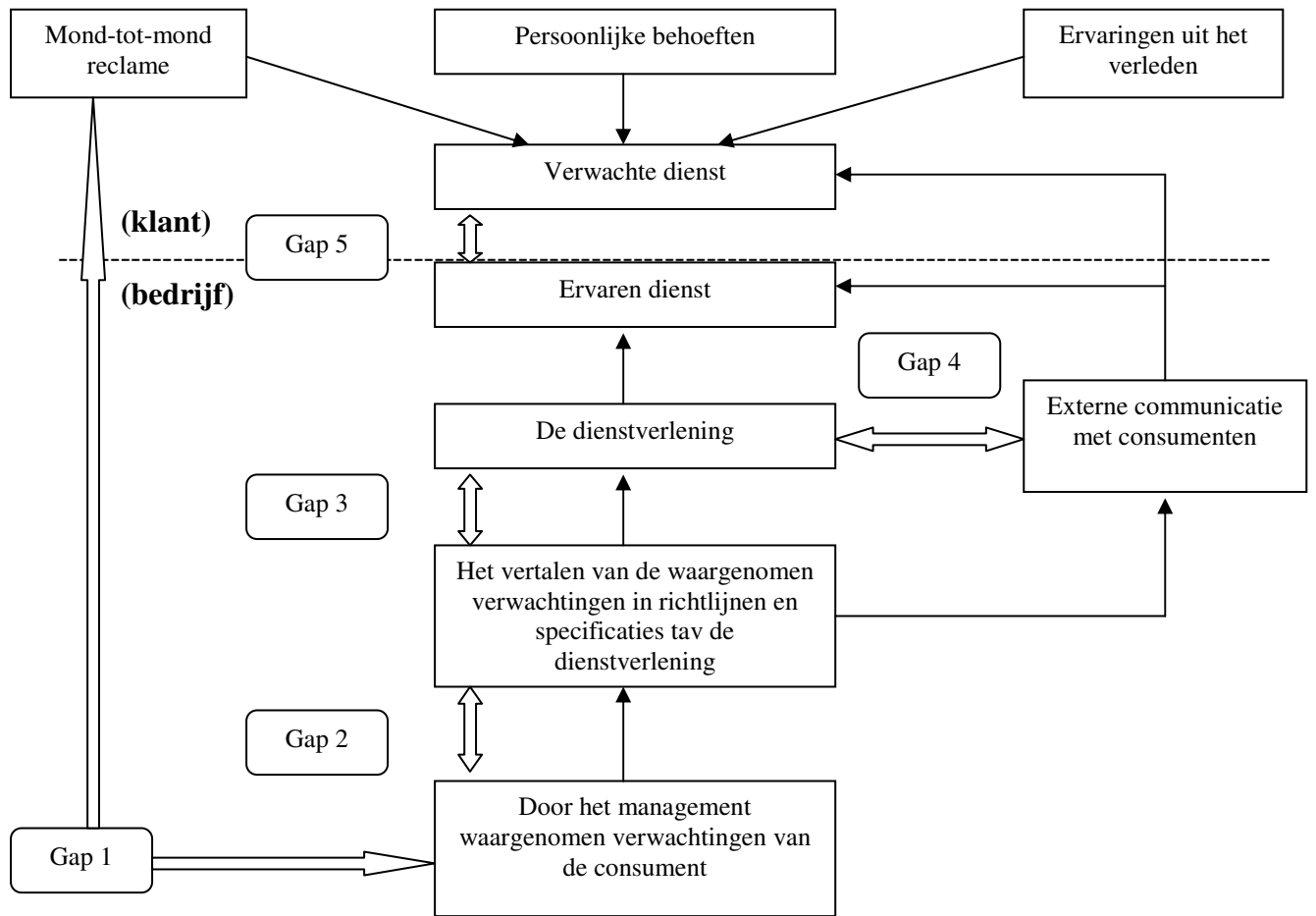
Bron: Knulst (2003)

Bijlage 2.5: het disconfirmatie-paradigma.



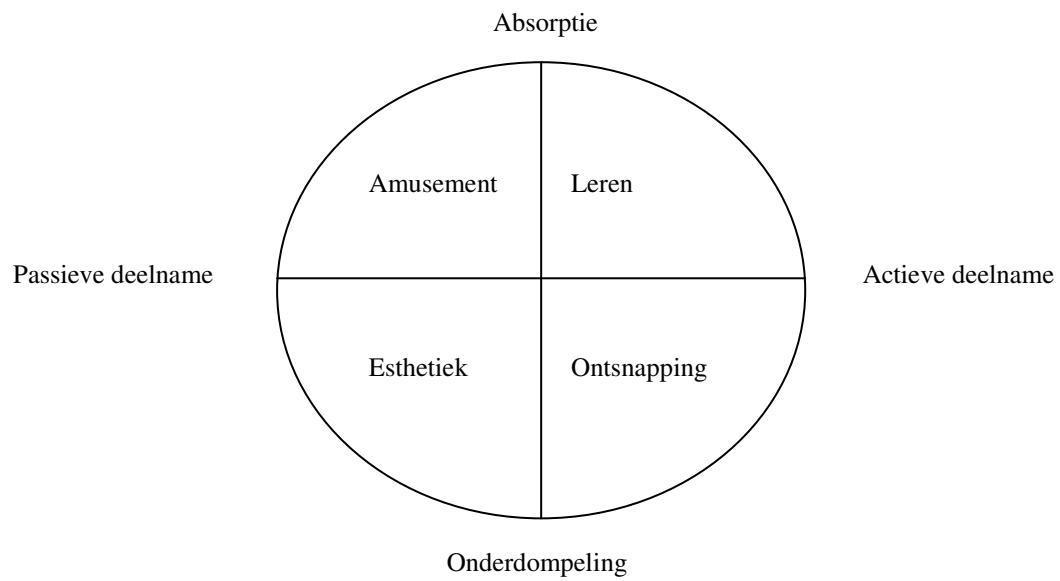
Bron: Bloemer (1991)

Bijlage 2.6: service-qualitymodel.



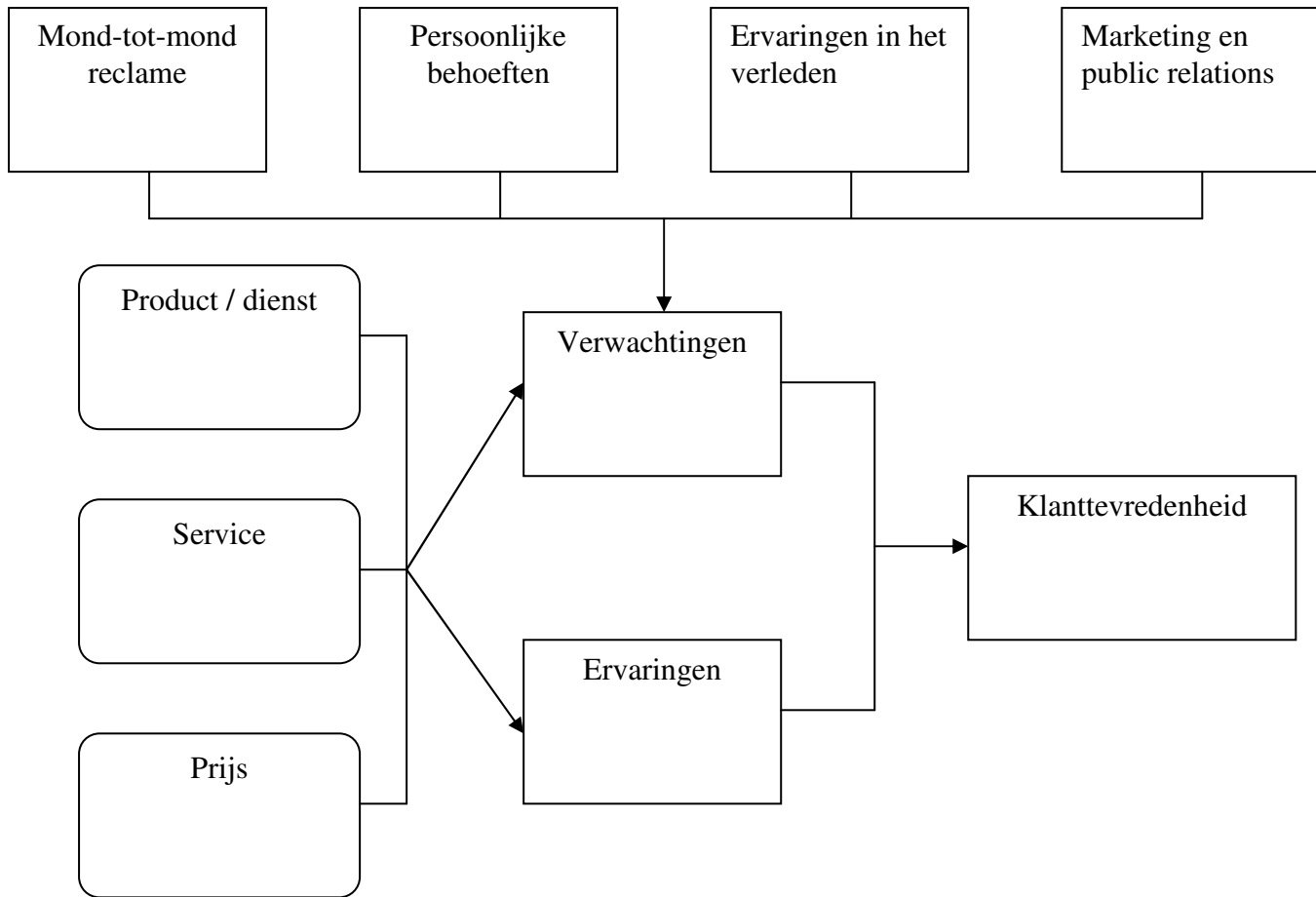
Bron: Boomsma en Van Borrendam (1994)

Bijlage 2.7: domeinen van beleving.



Bron: Pine en Gilmore (2001)

Bijlage 2.8: Het ontstaan van klanttevredenheid.



Bron: Thomassen e.a. (1994)

Bijlagen hoofdstuk 3: onderzoeksopzet

Bijlage 3.1 Enquête Jaap Eden IJshal

Invulinstructie

In de enquête treft U telkens een vraag aan met daarbij een aantal antwoordmogelijkheden. Vóór deze antwoordmogelijkheden staat een cijfer. We verzoeken U bij het beantwoorden van de vragen telkens het cijfer te **omcirkelen** dat bij het antwoord staat, dat op U van toepassing is. Indien er niks is aangegeven, is er telkens maar één antwoord mogelijk.

Klanteninformatie

1. Welke van de onderstaande sporten beoefent U in de ijshal? *(meerdere antwoorden mogelijk)*
 - (1) IJshockey
 - (2) Kunstrijden / ijsdansen / schoonrijden
 - (3) Shorttrack
 - (4) IJsslee schaatsen
 - (5) Vrij schaatsen (recreatie schaatsen)
 - (6) Disco schaatsen
 - (7) Bezoeker, niet schaatsend
 - (8) Begeleider / ouder van kind
 - (9) Anders, nl*(in te vullen op stippellijn)*

2. Bent U lid van een schaatsvereniging in de Jaap Eden IJshal?
 - (1) Ja
 - (2) Nee

3. Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?
 - (1) minder dan 1 jaar
 - (2) 1 - 3 jaar
 - (3) 4 - 6 jaar
 - (4) meer dan 6 jaar

4. Welk soort abonnement heeft U?
 - (1) Losse kaartverkoop
 - (2) 10 rittenkaart
 - (3) 25 rittenkaart
 - (4) 50 rittenkaart
 - (5) Verenigingsabonnement
 - (6) Duosport leskaart

5. Maakt U ook gebruik van de 400-meterbaan (= buitenbaan)?
 - (1) Ja
 - (2) Nee

6. Zou U het een bezwaar vinden als het toegangsbewijs voor de ijshal niet meer geldig is als toegangsbewijs voor de 400-meterbaan?
 - (1) Ja
 - (2) Nee

7. Schaatst U ook wel eens in andere ijshallen (30 bij 60 meter)?
(1) Ja zo ja, welke.....(in te vullen op stippellijn)
(2) Nee
8. Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscocomplex? (slechts één antwoord mogelijk)
(1) lopend
(2) per fiets / bromfiets
(3) per openbaarvervoer
(4) per auto / motorfiets
9. Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex (enkele reis)?
(1) 0 - 3 km
(2) 4 - 6 km
(3) 7 - 9 km
(4) meer dan 10 km

Stellingen

Geef telkens bij de gegeven stelling aan in hoeverre U het met de stelling eens / oneens bent. Omcirkel het antwoord dat voor U van toepassing is.

(1 = helemaal mee eens, gerangschikt tot aan, 5 = helemaal niet mee eens)

10. Ik vind het belangrijk contact te hebben met andere bezoekers.

1 2 3 4 5

11. Ik vind het belangrijk steeds beter te leren schaatsen.

1 2 3 4 5

12. Na het schaatsen voel ik me ontspannen.

1 2 3 4 5

13. Door te schaatsen kom ik los van de dagelijkse sleur.

1 2 3 4 5

14. Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.

1 2 3 4 5

15. Ik schaats om te presteren in mijn sport.

1 2 3 4 5

16. In mijn kennissenkring schaatsen veel mensen.

1 2 3 4 5

Tevredenheid

De onderstaande vragen hebben betrekking op de door U ervaren tevredenheid van de diensten in Jaap Eden IJshal, in relatie tot de door U gewenste dienstverlening. Nogmaals dient opgemerkt te worden dat we het hier alleen hebben over de IJSHAL!

Invulinstructie:

- **Ervaren tevredenheid**
1 = zeer tevreden, 2 = tevreden, 3 = voldoende, 4 = ontevreden, 5 = zeer ontevreden
- **Zo belangrijk vind ik dit**
1 = zeer belangrijk, 2 = belangrijk, 3 = normaal, 4 = niet belangrijk, 5 = helemaal niet belangrijk.
- **NVT** = niet van toepassing. Invullen als het onderwerp geen betrekking op U heeft / U over het betreffende onderwerp geen mening heeft.

	Ervaren tevredenheid	NVT	Zo belangrijk vind ik dit	NVT
<i>Accommodatie:</i>				
17. Veiligheid directe omgeving	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
18. Bereikbaarheid van het complex	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
19. Parkeergelegenheid auto's	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
20. Fietsen- bromfietsstalling	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
21. Kassasysteem (wachtijden)	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
22. Openingstijden ijshal	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
23. Hoogte van de entreprijs	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
24. Hoogte van abonnementsprijs	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
25. Sfeer in de ijshal	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
26. Kleedkamers	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
27. Toiletten	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
28. Kluisjes	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
29. Beschikbare verenigingsruimte	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
<i>Ijs:</i>				
30. Kwaliteit van het ijs	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
31. Drukte in de ijshal	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
32. Veiligheid van de ijshal	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
33. Schaatsgedrag in de ijshal	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
34. Achtergrond muziek in ijshal	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
<i>Medewerkers Jaap Eden IJshal:</i>				
35. Kennis	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
36. Persoonlijke aandacht / hulpvaardigheid	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
37. Betrouwbaarheid (nakomen van afspraken)	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
38. Beleefdheid	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
39. Herkenbaarheid	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
<i>Informatie & klachten:</i>				
40. Telefonische bereikbaarheid	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
41. Mogelijkheid tot indienen van klachten	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
42. Klachtenafhandeling	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
43. Informatie-voorziening in de ijshal	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	
44. Informatie via de website	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	

	Ervaren tevredenheid	NVT	Zo belangrijk vind ik dit	NVT
<i>Horeca (in de ijshal):</i>				
45. Assortiment	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	6
46. Prijsstelling consumpties	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	6
47. Klantvriendelijkheid horecapersoneel	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	6
48. Openingstijden	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	6
<i>Training / schaatsles (in de ijshal):</i>				
49. Prijs voor training / les	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	6
50. Variatie in de training / les	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	6
51. Trainingstijden / lestijden	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	6
52. Kennis van de leraren	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	6
<i>Huur van schaatsen:</i>				
53. Huurprijs	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	6
54. Kwaliteit van de huurschaatsen	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	6
55. Hoogte van de borg	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	6
56. Prijs voor schaatsen slijpen	1 2 3 4 5 6		1 2 3 4 5 6	6

Algemene tevredenheid:

57. Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal van 1 t/m 10?
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

58. Bent U van plan (volgend jaar) terug te komen op Jaap Eden?

(1) Ja

(2) Nee, omdat(in te vullen op stippellijn)

Persoonlijke gegevens

In dit gedeelte van de enquête verzoeken wij U om een aantal persoonsgegevens in te vullen, die voor ons van belang zijn bij het vaststellen van “een klantenprofiel”.

Nogmaals benadrukken we dat de enquête anoniem is!

59. Wat is uw geslacht?

(1) Man

(2) Vrouw

60. Wat is uw leeftijd?

..... (in te vullen op stippellijn)

61. Bent U in Nederland geboren of in een ander land?

(1) Nederland

(2) In een ander land, namelijk (in te vullen op stippellijn)

62. Wat is uw huidige of hoogst voltooide opleiding?

- (1) Geen
- (2) Lager- of basisonderwijs (lo, lo, blo, vglo)
- (3) Lager beroepsonderwijs (vmbo, lts, huishoudsschool, lhno, leao)
- (4) Middelbaar voortgezet onderwijs (mavo, ivo, mulo, 3 jaar hbs /vwo /vhmo)
- (5) Middelbaar beroepsonderwijs (mts, meao, bestuursambt, mhno, verpleging, kms)
- (6) Hoger voortgezet onderwijs (havo, vwo, mns, hbs, gymnasium, lyceum)
- (7) Hoger beroepsonderwijs (hbo, hts, heao, spd, nlo, hoger bestuursambt, kma, academie)
- (8) Wetenschappelijk onderwijs (drs, dr, ir, mr, arts, tandarts, apotheker)

politie-

63. Hoe ziet uw huishoudsamenstelling eruit?

- (1) met partner zonder thuiswonende kinderen
- (2) met partner met thuiswonende kinderen
- (3) zonder partner met thuiswonende kinderen
- (4) alleenwonend
- (5) inwonend bij ouders
- (6) woongroep of andere woonvorm

Deze enquête

64. Wanneer heeft U deze enquête ontvangen?

Datum.....

Tijdstip.....

65. Zijn er nog zaken, die in deze enquête niet vermeld staan, die volgens U voor verbetering vatbaar zijn bij Jaap Eden? Zo ja, welke?

.....
.....

**Bij inlevering van deze enquête, bij de receptie, ontvangt U een gratis toegangsbewijs.
Bedankt voor U medewerking!**

Bijlage 3.2 Datum ontvangst van enquête

Op welke datum heeft U deze enquête ontvangen?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 maart	13	5,4	5,4	5,4
4 maart	14	5,8	5,8	11,2
5 maart	3	1,2	1,2	12,4
6 maart	51	21,2	21,2	33,6
7 maart	5	2,1	2,1	35,7
8 maart	44	18,3	18,3	53,9
9 maart	19	7,9	7,9	61,8
10 maart	44	18,3	18,3	80,1
11 maart	14	5,8	5,8	85,9
12 maart	4	1,7	1,7	87,6
13 maart	4	1,7	1,7	89,2
14 maart	6	2,5	2,5	91,7
16 maart	1	,4	,4	92,1
17 maart	11	4,6	4,6	96,7
19 maart	2	,8	,8	97,5
niet ingevuld	6	2,5	2,5	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Maandag	1 maart, 8 maart, 15 maart
Dinsdag	2 maart, 9 maart, 16 maart
Woensdag	3 maart, 10 maart, 17 maart
Donderdag	4 maart, 11 maart, 18 maart
Vrijdag	5 maart, 12 maart, 19 maart
Zaterdag	6 maart, 13 maart, 20 maart
Zondag	7 maart, 14 maart, 21 maart

Bijlage 3.3 Tijdstip ontvangst van enquête

Op welk tijdstip heeft U deze enquête ontvangen?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 10.00 - 11.00	4	1,7	1,7	1,7
11.00 - 12.00	1	,4	,4	2,1
12.00 - 13.00	6	2,5	2,5	4,6
13.00 - 14.00	17	7,1	7,1	11,6
14.00 - 15.00	46	19,1	19,1	30,7
15.00 - 16.00	37	15,4	15,4	46,1
16.00 - 17.00	24	10,0	10,0	56,0
17.00 - 18.00	20	8,3	8,3	64,3
18.00 - 19.00	10	4,1	4,1	68,5
19.00 - 20.00	8	3,3	3,3	71,8
20.00 - 21.00	6	2,5	2,5	74,3
21.00 - 22.00	26	10,8	10,8	85,1
22.00 - 23.00	24	10,0	10,0	95,0
niet ingevuld	12	5,0	5,0	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Bijlage 3.4 Frequentieverdeling leeftijd

Wat is Uw leeftijd?

N	Valid	241
	Missing	0
Mean		29,22
Mode		15
Minimum		6
Maximum		78

leeftijd verdeeld in 18- en 18+

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid t/m 17 jaar	89	36,9	36,9	36,9
vanaf 18 jaar en ouder	152	63,1	63,1	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Leeftijd gesplitst in 4 groepen

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid t/m 17 jaar	89	36,9	36,9	36,9
volwassen van 18 t/m 35 jaar	67	27,8	27,8	64,7
volwassen van 36 t/m 55 jaar	68	28,2	28,2	92,9
ouderen vanaf 56 jaar	17	7,1	7,1	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Wat is Uw leeftijd?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 6	2	,8	,8	,8
8	1	,4	,4	1,2
9	2	,8	,8	2,1
10	2	,8	,8	2,9
11	2	,8	,8	3,7
12	13	5,4	5,4	9,1
13	8	3,3	3,3	12,4
14	9	3,7	3,7	16,2
15	25	10,4	10,4	26,6
16	15	6,2	6,2	32,8
17	10	4,1	4,1	36,9
18	7	2,9	2,9	39,8
19	2	,8	,8	40,7
20	6	2,5	2,5	43,2
21	5	2,1	2,1	45,2
22	4	1,7	1,7	46,9
23	8	3,3	3,3	50,2
24	2	,8	,8	51,0
25	4	1,7	1,7	52,7
26	4	1,7	1,7	54,4
27	1	,4	,4	54,8
29	1	,4	,4	55,2
30	3	1,2	1,2	56,4
31	2	,8	,8	57,3
32	5	2,1	2,1	59,3
33	5	2,1	2,1	61,4
34	3	1,2	1,2	62,7
35	5	2,1	2,1	64,7
36	5	2,1	2,1	66,8
37	1	,4	,4	67,2
38	4	1,7	1,7	68,9
39	3	1,2	1,2	70,1
40	5	2,1	2,1	72,2
41	3	1,2	1,2	73,4
42	8	3,3	3,3	76,8
43	4	1,7	1,7	78,4
44	3	1,2	1,2	79,7
45	9	3,7	3,7	83,4
46	3	1,2	1,2	84,6
47	5	2,1	2,1	86,7
48	1	,4	,4	87,1
49	5	2,1	2,1	89,2
50	3	1,2	1,2	90,5
51	1	,4	,4	90,9
52	1	,4	,4	91,3
53	2	,8	,8	92,1
54	1	,4	,4	92,5
55	1	,4	,4	92,9
56	3	1,2	1,2	94,2
57	1	,4	,4	94,6
58	2	,8	,8	95,4
60	1	,4	,4	95,9
61	1	,4	,4	96,3
63	1	,4	,4	96,7
65	1	,4	,4	97,1
66	1	,4	,4	97,5
67	3	1,2	1,2	98,8
69	1	,4	,4	99,2
76	1	,4	,4	99,6
78	1	,4	,4	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Bijlage 3.5 Frequentieverdeling afkomst bezoeker

Bent U in Nederland geboren of in een ander land?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nederland	219	90,9	90,9	90,9
	ander land	22	9,1	9,1	100,0
	Total	241	100,0	100,0	

Indien bezoekers aangaven niet uit Nederland afkomstig te zijn, werd gevraagd het land van herkomst in te vullen. De onderstaande tabel geeft inzicht in de afkomst van de niet-Nederlandse bezoekers.

Afkomst bezoeker	Aantal
Nederland	219
Suriname	4
Indonesië	3
Marokko	3
Duitsland	2
Canada	2
Zuid-Afrika	2
Frankrijk	1
Finland	1
Turkije	1
Bulgarije	1
Rusland	1
België	1
Totaal	241

Bijlage 3.6 Frequentieverdeling beoefende sport

Welke van de onderstaande sporten beoefent U in de ijshal?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ijshockey	16	6,6	6,6	6,6
	kunstrijden, ijsdansen of schoonrijden	38	15,8	15,8	22,4
	shorttrack	2	,8	,8	23,2
	ijslee	12	5,0	5,0	28,2
	schaatsen vrij schaatsen (recreatie schaatsen)	65	27,0	27,0	55,2
	disco schaatsen	15	6,2	6,2	61,4
	bezoeker, niet schaatsend	6	2,5	2,5	63,9
	begeleider, ouder van kind	8	3,3	3,3	67,2
	anders, namelijk...	1	,4	,4	67,6
	vrij schaatsen, disco schaatsen	23	9,5	9,5	77,2
	vrij schaatsen, ijshockey	3	1,2	1,2	78,4
	vrij schaatsen, kunstrijden	13	5,4	5,4	83,8
	vrij schaatsen, ouder / begeleider	8	3,3	3,3	87,1
	vrij schaatsen, disco schaatsen, kunstrijden	2	,8	,8	88,0
	vrij schaatsen, kunstrijden, ouder / begeleider	7	2,9	2,9	90,9
	ijshockey, ouder / begeleider	7	2,9	2,9	93,8
	vrij schaatsen, ijshockey, ouder / begeleider	3	1,2	1,2	95,0
	kunstrijden, ouder / begeleider	4	1,7	1,7	96,7
	vrij schaatsen, disco schaatsen, begeleider / ouders	2	,8	,8	97,5
	vrij schaatsen, disco schaatsen, ijshockey	6	2,5	2,5	100,0
	Total	241	100,0	100,0	

bezoeker in groepen samengevoegd

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ijshockey	25	10,4	10,5	10,5
	kunstrijden	53	22,0	22,3	32,8
	ijsslee schaatsen	12	5,0	5,0	37,8
	recreatie schaatsen	103	42,7	43,3	81,1
	bezoeker niet schaatsend	6	2,5	2,5	83,6
	schaatsende ouder	39	16,2	16,4	100,0
	Total	238	98,8	100,0	
	Missing	System	3	1,2	
Total		241	100,0		

Bijlagen hoofdstuk 4: wie zijn de bezoekers van de ijshal?

Bijlage 4.1 AVO onderzoek

Achtergrondkenmerken sport- en schaatsparticipatie				
Achtergrondkenmerken	Sportparticipatie %		Schaatsparticipatie %	
	1995	1999	1995	1999
Geslacht				
Man	66,6	68,3	7,6	5,6
Vrouw	65,2	66,3	6	5,1
Leeftijd in 7 klassen				
6 - 11	88,7	91,6	11,3	9,6
12 - 19	84,9	86,6	13,6	11,6
20 - 29	75,6	78	7,9	5,4
30 - 39	73,2	71,8	6,7	5,2
40 - 49	65,1	64,7	6,7	5,6
50 - 59	54,6	57,7	3,3	3,4
60 - 69	44,9	53,7	1,5	1,2
70+	24,2	29,4	1,1	0,2
Inkomen				
Laag	47,3	50,7	4,4	2,9
Midden	63,7	67	6,3	4,9
Hoog	79,7	78,4	9,2	7,3
Onderwijsniveau				
LO, VGLO	39,1	40,6	2	1,9
LBO	56,3	56,4	4,2	3,1
MAVO	67,5	65,6	5,5	4,1
HAVO, MBO	75,4	74,7	7,3	5,3
HBO, UN	79	79	11	7,8
Gezinssituatie				
Alleenstaand	54,3	54,3	5	4,5
Inwonende kinderen	80,1	82,7	11,9	9,7
Gezin met kinderen	73,9	75,3	8,4	6,3
Gezin zonder kinderen	57,7	61,2	4,1	3,4
Etniciteit				
Nederlands	67,1	nvt	7,3	nvt
Turks / Marokkaans	47,2	nvt	0,8	nvt
Surinaams / Antilliaans	48,5	nvt	0	nvt
Indisch / Moluks	57	nvt	5,1	nvt
Overige nationaliteiten	59,2	nvt	3,5	nvt

Bron: AVO '95 / '99

Bijlage 4.2 Kruistabel beoefende sport – geslacht

bezoeker in groepen samengevoegd * Wat is Uw geslacht? Crosstabulation

			Wat is Uw geslacht?		Total
			man	vrouw	
bezoeker in groepen samengevoegd	ijshockey	Count	20	5	25
		Expected Count	11,9	13,1	25,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	80,0%	20,0%	100,0%
		% within Wat is Uw geslacht?	17,7%	4,0%	10,5%
		% of Total	8,4%	2,1%	10,5%
	kunstrijden	Count	19	34	53
		Expected Count	25,2	27,8	53,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	35,8%	64,2%	100,0%
		% within Wat is Uw geslacht?	16,8%	27,2%	22,3%
		% of Total	8,0%	14,3%	22,3%
	ijsslee schaatsen	Count	7	5	12
		Expected Count	5,7	6,3	12,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	58,3%	41,7%	100,0%
		% within Wat is Uw geslacht?	6,2%	4,0%	5,0%
		% of Total	2,9%	2,1%	5,0%
	recreatie schaatsen	Count	56	47	103
		Expected Count	48,9	54,1	103,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	54,4%	45,6%	100,0%
		% within Wat is Uw geslacht?	49,6%	37,6%	43,3%
		% of Total	23,5%	19,7%	43,3%
bezoeker niet schaatsend	Count	3	3	6	
	Expected Count	2,8	3,2	6,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	50,0%	50,0%	100,0%	
	% within Wat is Uw geslacht?	2,7%	2,4%	2,5%	
	% of Total	1,3%	1,3%	2,5%	
schaatsende ouder	Count	8	31	39	
	Expected Count	18,5	20,5	39,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	20,5%	79,5%	100,0%	
	% within Wat is Uw geslacht?	7,1%	24,8%	16,4%	
	% of Total	3,4%	13,0%	16,4%	
Total	Count	113	125	238	
	Expected Count	113,0	125,0	238,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	47,5%	52,5%	100,0%	
	% within Wat is Uw geslacht?	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	47,5%	52,5%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27,394 ^a	5	,000
Likelihood Ratio	28,944	5	,000
Linear-by-Linear Association	5,793	1	,016
N of Valid Cases	238		

a. 2 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,85.

Bijlage 4.3 Kruistabel leeftijd – beoefende sport

bezoeker in groepen samengevoegd * Leeftijd gesplitst in 4 groepen Crosstabulation

			Leeftijd gesplitst in 4 groepen				Total
			t/m 17 jaar	volwassen van 18 t/m 35 jaar	volwassen van 36 t/m 55 jaar	ouderen vanaf 56 jaar	
bezoeker in groepen samengevoegd	ijshockey	Count	12	4	8	1	25
		Expected Count	9,2	6,9	7,0	1,8	25,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	48,0%	16,0%	32,0%	4,0%	100,0%
		% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	13,6%	6,1%	11,9%	5,9%	10,5%
		% of Total	5,0%	1,7%	3,4%	,4%	10,5%
	kunstrijden	Count	10	10	18	15	53
		Expected Count	19,6	14,7	14,9	3,8	53,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	18,9%	18,9%	34,0%	28,3%	100,0%
		% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	11,4%	15,2%	26,9%	88,2%	22,3%
		% of Total	4,2%	4,2%	7,6%	6,3%	22,3%
	ijsslee schaatsen	Count	1	7	4	0	12
		Expected Count	4,4	3,3	3,4	,9	12,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	8,3%	58,3%	33,3%	,0%	100,0%
		% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	1,1%	10,6%	6,0%	,0%	5,0%
		% of Total	,4%	2,9%	1,7%	,0%	5,0%
	recreatie schaatsen	Count	61	35	7	0	103
		Expected Count	38,1	28,6	29,0	7,4	103,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	59,2%	34,0%	6,8%	,0%	100,0%
		% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	69,3%	53,0%	10,4%	,0%	43,3%
		% of Total	25,6%	14,7%	2,9%	,0%	43,3%
bezoeker niet schaatsend	Count	1	2	2	1	6	
	Expected Count	2,2	1,7	1,7	,4	6,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	16,7%	33,3%	33,3%	16,7%	100,0%	
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	1,1%	3,0%	3,0%	5,9%	2,5%	
	% of Total	,4%	,8%	,8%	,4%	2,5%	
schaatsende ouder	Count	3	8	28	0	39	
	Expected Count	14,4	10,8	11,0	2,8	39,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	7,7%	20,5%	71,8%	,0%	100,0%	
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	3,4%	12,1%	41,8%	,0%	16,4%	
	% of Total	1,3%	3,4%	11,8%	,0%	16,4%	
Total	Count	88	66	67	17	238	
	Expected Count	88,0	66,0	67,0	17,0	238,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	37,0%	27,7%	28,2%	7,1%	100,0%	
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	37,0%	27,7%	28,2%	7,1%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	130,072 ^a	15	,000
Likelihood Ratio	129,937	15	,000
Linear-by-Linear Association	2,472	1	,116
N of Valid Cases	238		

a. 11 cells (45,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,43.

Bijlage 4.4 Kruistabel leeftijd – opleiding

		Leeftijd gesplitst in 4 groepen				Total
		t/m 17 jaar	volwassen van 18 t/m 35 jaar	volwassen van 36 t/m 55 jaar	ouderen vanaf 56 jaar	
geen	Count	1	0	0	0	1
	Expected Count	,4	,3	,3	,1	1,0
	% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	1,1%	,0%	,0%	,0%	,4%
	% of Total	,4%	,0%	,0%	,0%	,4%
lager- of basisonderwijs	Count	20	0	0	2	22
	Expected Count	8,1	6,1	6,2	1,6	22,0
	% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	90,9%	,0%	,0%	9,1%	100,0%
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	22,5%	,0%	,0%	11,8%	9,1%
	% of Total	8,3%	,0%	,0%	,8%	9,1%
lager beroepsonderwijs (vmbo, lts, huishoudschool, leao)	Count	11	10	4	5	30
	Expected Count	11,1	8,3	8,5	2,1	30,0
	% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	36,7%	33,3%	13,3%	16,7%	100,0%
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	12,4%	14,9%	5,9%	29,4%	12,4%
	% of Total	4,6%	4,1%	1,7%	2,1%	12,4%
middelbaar voorgezet onderwijs (mavo, ivo, mulo)	Count	40	9	10	3	62
	Expected Count	22,9	17,2	17,5	4,4	62,0
	% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	64,5%	14,5%	16,1%	4,8%	100,0%
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	44,9%	13,4%	14,7%	17,6%	25,7%
	% of Total	16,6%	3,7%	4,1%	1,2%	25,7%
middelbaar beroepsonderwijs (mts, meao, verpleging, kms)	Count	3	14	13	1	31
	Expected Count	11,4	8,6	8,7	2,2	31,0
	% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	9,7%	45,2%	41,9%	3,2%	100,0%
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	3,4%	20,9%	19,1%	5,9%	12,9%
	% of Total	1,2%	5,8%	5,4%	,4%	12,9%
hoger voortgezet onderwijs (havo, vwo, mns, hbs)	Count	14	13	11	2	40
	Expected Count	14,8	11,1	11,3	2,8	40,0
	% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	35,0%	32,5%	27,5%	5,0%	100,0%
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	15,7%	19,4%	16,2%	11,8%	16,6%
	% of Total	5,8%	5,4%	4,6%	,8%	16,6%
hoger beroepsonderwijs (hbo, hts, heao, spd, nlo, kma)	Count	0	11	24	3	38
	Expected Count	14,0	10,6	10,7	2,7	38,0
	% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	,0%	28,9%	63,2%	7,9%	100,0%
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	,0%	16,4%	35,3%	17,6%	15,8%
	% of Total	,0%	4,6%	10,0%	1,2%	15,8%
wetenschappelijk onderwijs (drs, dr, ir, mr, arts)	Count	0	10	6	1	17
	Expected Count	6,3	4,7	4,8	1,2	17,0
	% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	,0%	58,8%	35,3%	5,9%	100,0%
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	,0%	14,9%	8,8%	5,9%	7,1%
	% of Total	,0%	4,1%	2,5%	,4%	7,1%
	Count	89	67	68	17	241
	Expected Count	89,0	67,0	68,0	17,0	241,0
	% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	36,9%	27,8%	28,2%	7,1%	100,0%
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	36,9%	27,8%	28,2%	7,1%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	114,431 ^a	21	,000
Likelihood Ratio	137,061	21	,000
Linear-by-Linear Association	35,422	1	,000
N of Valid Cases	241		

a. 13 cells (40,6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

Bijlage 4.5 Kruistabel beoefende sport – opleiding

bezoeker in groepen samengevoegd * Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding? Crosstabulation

			Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?							Total	
			geen	lager- of basisonderwijs	lager beroepsonderwijs	middelb. voortgezet onderwijs	middelb. beroepsonderwijs	hoger voortgezet onderwijs	hoger beroepsonderwijs		wetensch. onderwijs
bezoeker in groepen samengevoegd	ijshockey	Count	0	1	2	7	4	5	2	4	25
		Expected Count	,1	2,3	3,2	6,4	3,2	4,1	4,0	1,8	25,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	,0%	4,0%	8,0%	28,0%	16,0%	20,0%	8,0%	16,0%	100,0%
		% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	,0%	4,5%	6,7%	11,5%	13,3%	12,8%	5,3%	23,5%	10,5%
		% of Total	,0%	,4%	,8%	2,9%	1,7%	2,1%	,8%	1,7%	10,5%
kunstrijden		Count	0	8	6	8	4	7	15	5	53
		Expected Count	,2	4,9	6,7	13,6	6,7	8,7	8,5	3,8	53,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	,0%	15,1%	11,3%	15,1%	7,5%	13,2%	28,3%	9,4%	100,0%
		% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	,0%	36,4%	20,0%	13,1%	13,3%	17,9%	39,5%	29,4%	22,3%
		% of Total	,0%	3,4%	2,5%	3,4%	1,7%	2,9%	6,3%	2,1%	22,3%
ijsslee schaatsen		Count	0	0	4	2	3	1	2	0	12
		Expected Count	,1	1,1	1,5	3,1	1,5	2,0	1,9	,9	12,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	,0%	,0%	33,3%	16,7%	25,0%	8,3%	16,7%	,0%	100,0%
		% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	,0%	,0%	13,3%	3,3%	10,0%	2,6%	5,3%	,0%	5,0%
		% of Total	,0%	,0%	1,7%	,8%	1,3%	,4%	,8%	,0%	5,0%
recreatie schaatsen		Count	1	12	15	35	11	17	7	5	103
		Expected Count	,4	9,5	13,0	26,4	13,0	16,9	16,4	7,4	103,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	1,0%	11,7%	14,6%	34,0%	10,7%	16,5%	6,8%	4,9%	100,0%
		% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	100,0%	54,5%	50,0%	57,4%	36,7%	43,6%	18,4%	29,4%	43,3%
		% of Total	,4%	5,0%	6,3%	14,7%	4,6%	7,1%	2,9%	2,1%	43,3%
bezoeker niet schaatsend		Count	0	0	1	1	1	0	2	1	6
		Expected Count	,0	,6	,8	1,5	,8	1,0	1,0	,4	6,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	,0%	,0%	16,7%	16,7%	16,7%	,0%	33,3%	16,7%	100,0%
		% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	,0%	,0%	3,3%	1,6%	3,3%	,0%	5,3%	5,9%	2,5%
		% of Total	,0%	,0%	,4%	,4%	,4%	,0%	,8%	,4%	2,5%
schaatsende ouder		Count	0	1	2	8	7	9	10	2	39
		Expected Count	,2	3,6	4,9	10,0	4,9	6,4	6,2	2,8	39,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	,0%	2,6%	5,1%	20,5%	17,9%	23,1%	25,6%	5,1%	100,0%
		% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	,0%	4,5%	6,7%	13,1%	23,3%	23,1%	26,3%	11,8%	16,4%
		% of Total	,0%	,4%	,8%	3,4%	2,9%	3,8%	4,2%	,8%	16,4%
Total		Count	1	22	30	61	30	39	38	17	238
		Expected Count	1,0	22,0	30,0	61,0	30,0	39,0	38,0	17,0	238,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	,4%	9,2%	12,6%	25,6%	12,6%	16,4%	16,0%	7,1%	100,0%
		% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	,4%	9,2%	12,6%	25,6%	12,6%	16,4%	16,0%	7,1%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	48,732 ^a	35	,061
Likelihood Ratio	51,745	35	,034
Linear-by-Linear Association	,183	1	,669
N of Valid Cases	238		

a. 32 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,03.

Bijlage 4.6 Kruistabel leeftijd – huishoudsamenstelling

Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit? * Leeftijd gesplitst in 4 groepen Crosstabulation

			Leeftijd gesplitst in 4 groepen				Total
			t/m 17 jaar	volwassen van 18 t/m 35 jaar	volwassen van 36 t/m 55 jaar	ouderen vanaf 56 jaar	
Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit?	met partner zonder thuiswonende kinderen	Count	1	7	3	10	21
		Expected Count	7,8	5,8	5,9	1,5	21,0
		% within Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit?	4,8%	33,3%	14,3%	47,6%	100,0%
		% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	1,1%	10,4%	4,4%	58,8%	8,7%
		% of Total	,4%	2,9%	1,2%	4,1%	8,7%
	met partner met thuiswonende kinderen	Count	2	16	46	2	66
		Expected Count	24,4	18,3	18,6	4,7	66,0
		% within Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit?	3,0%	24,2%	69,7%	3,0%	100,0%
		% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	2,2%	23,9%	67,6%	11,8%	27,4%
		% of Total	,8%	6,6%	19,1%	,8%	27,4%
	zonder partner met thuiswonende kinderen	Count	0	2	8	0	10
		Expected Count	3,7	2,8	2,8	,7	10,0
		% within Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit?	,0%	20,0%	80,0%	,0%	100,0%
		% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	,0%	3,0%	11,8%	,0%	4,1%
		% of Total	,0%	,8%	3,3%	,0%	4,1%
	alleenstaand	Count	1	13	10	5	29
		Expected Count	10,7	8,1	8,2	2,0	29,0
		% within Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit?	3,4%	44,8%	34,5%	17,2%	100,0%
		% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	1,1%	19,4%	14,7%	29,4%	12,0%
		% of Total	,4%	5,4%	4,1%	2,1%	12,0%
inwonend bij ouders	Count	85	26	1	0	112	
	Expected Count	41,4	31,1	31,6	7,9	112,0	
	% within Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit?	75,9%	23,2%	,9%	,0%	100,0%	
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	95,5%	38,8%	1,5%	,0%	46,5%	
	% of Total	35,3%	10,8%	,4%	,0%	46,5%	
woongroep of andere woonvorm	Count	0	3	0	0	3	
	Expected Count	1,1	,8	,8	,2	3,0	
	% within Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit?	,0%	100,0%	,0%	,0%	100,0%	
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	,0%	4,5%	,0%	,0%	1,2%	
	% of Total	,0%	1,2%	,0%	,0%	1,2%	
Total	Count	89	67	68	17	241	
	Expected Count	89,0	67,0	68,0	17,0	241,0	
	% within Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit?	36,9%	27,8%	28,2%	7,1%	100,0%	
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	36,9%	27,8%	28,2%	7,1%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	241,983 ^a	15	,000
Likelihood Ratio	247,820	15	,000
Linear-by-Linear Association	119,701	1	,000
N of Valid Cases	241		

a. 11 cells (45,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,21.

Bijlage 4.7 Kruistabel geslacht – bezoek vanuit gezondheidsmotief

Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren. * Wat is Uw geslacht? Crosstabulation

			Wat is Uw geslacht?		Total
			man	vrouw	
Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.	helemaal mee eens	Count	32	30	62
		Expected Count	29,3	32,7	62,0
		% within Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.	51,6%	48,4%	100,0%
		% within Wat is Uw geslacht?	28,1%	23,6%	25,7%
		% of Total	13,3%	12,4%	25,7%
	gedeeltelijk mee eens	Count	32	30	62
		Expected Count	29,3	32,7	62,0
		% within Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.	51,6%	48,4%	100,0%
		% within Wat is Uw geslacht?	28,1%	23,6%	25,7%
		% of Total	13,3%	12,4%	25,7%
	neutraal	Count	24	37	61
		Expected Count	28,9	32,1	61,0
		% within Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.	39,3%	60,7%	100,0%
		% within Wat is Uw geslacht?	21,1%	29,1%	25,3%
		% of Total	10,0%	15,4%	25,3%
	hoofdzakelijk niet mee eens	Count	10	15	25
		Expected Count	11,8	13,2	25,0
		% within Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.	40,0%	60,0%	100,0%
		% within Wat is Uw geslacht?	8,8%	11,8%	10,4%
		% of Total	4,1%	6,2%	10,4%
helemaal niet mee eens	Count	16	15	31	
	Expected Count	14,7	16,3	31,0	
	% within Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.	51,6%	48,4%	100,0%	
	% within Wat is Uw geslacht?	14,0%	11,8%	12,9%	
	% of Total	6,6%	6,2%	12,9%	
Total	Count	114	127	241	
	Expected Count	114,0	127,0	241,0	
	% within Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.	47,3%	52,7%	100,0%	
	% within Wat is Uw geslacht?	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	47,3%	52,7%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,240 ^a	4	,519
Likelihood Ratio	3,258	4	,516
Linear-by-Linear Association	,491	1	,483
N of Valid Cases	241		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,83.

Bijlage 4.8 Kruistabel geslacht – prestatiegerichtheid

Ik schaats om te presteren in mijn sport. * Wat is Uw geslacht? Crosstabulation

			Wat is Uw geslacht?		Total
			man	vrouw	
Ik schaats om te presteren in mijn sport.	helemaal mee eens	Count	29	38	67
		Expected Count	31,7	35,3	67,0
		% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	43,3%	56,7%	100,0%
		% within Wat is Uw geslacht?	25,4%	29,9%	27,8%
		% of Total	12,0%	15,8%	27,8%
	gedeeltelijk mee eens	Count	23	23	46
		Expected Count	21,8	24,2	46,0
		% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	50,0%	50,0%	100,0%
		% within Wat is Uw geslacht?	20,2%	18,1%	19,1%
		% of Total	9,5%	9,5%	19,1%
	neutraal	Count	23	19	42
		Expected Count	19,9	22,1	42,0
		% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	54,8%	45,2%	100,0%
		% within Wat is Uw geslacht?	20,2%	15,0%	17,4%
		% of Total	9,5%	7,9%	17,4%
	hoofdzakelijk niet mee eens	Count	18	17	35
		Expected Count	16,6	18,4	35,0
		% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	51,4%	48,6%	100,0%
		% within Wat is Uw geslacht?	15,8%	13,4%	14,5%
		% of Total	7,5%	7,1%	14,5%
helemaal niet mee eens	Count	21	30	51	
	Expected Count	24,1	26,9	51,0	
	% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	41,2%	58,8%	100,0%	
	% within Wat is Uw geslacht?	18,4%	23,6%	21,2%	
	% of Total	8,7%	12,4%	21,2%	
Total	Count	114	127	241	
	Expected Count	114,0	127,0	241,0	
	% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	47,3%	52,7%	100,0%	
	% within Wat is Uw geslacht?	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	47,3%	52,7%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,513 ^a	4	,642
Likelihood Ratio	2,518	4	,641
Linear-by-Linear Association	,003	1	,955
N of Valid Cases	241		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16,56.

Bijlage 4.9 Kruistabel beoefende sport – prestatiegerichtheid

bezoeker in groepen samengevoegd * Ik schaats om te presteren in mijn sport. Crosstabulation

			Ik schaats om te presteren in mijn sport.					Total
			helemaal mee eens	gedeeltelijk mee eens	neutraal	hoofdzakelijk niet mee eens	helemaal niet mee eens	
bezoeker in groepen samengevoegd	ijshockey	Count	12	8	1	0	4	25
		Expected Count	6,9	4,7	4,4	3,7	5,3	25,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	48,0%	32,0%	4,0%	,0%	16,0%	100,0%
		% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	18,2%	17,8%	2,4%	,0%	8,0%	10,5%
		% of Total	5,0%	3,4%	,4%	,0%	1,7%	10,5%
kunstrijden		Count	28	13	8	4	0	53
		Expected Count	14,7	10,0	9,4	7,8	11,1	53,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	52,8%	24,5%	15,1%	7,5%	,0%	100,0%
		% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	42,4%	28,9%	19,0%	11,4%	,0%	22,3%
		% of Total	11,8%	5,5%	3,4%	1,7%	,0%	22,3%
ijsslee schaatsen		Count	3	3	5	1	0	12
		Expected Count	3,3	2,3	2,1	1,8	2,5	12,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	25,0%	25,0%	41,7%	8,3%	,0%	100,0%
		% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	4,5%	6,7%	11,9%	2,9%	,0%	5,0%
		% of Total	1,3%	1,3%	2,1%	,4%	,0%	5,0%
recreatie schaatsen		Count	13	15	19	24	32	103
		Expected Count	28,6	19,5	18,2	15,1	21,6	103,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	12,6%	14,6%	18,4%	23,3%	31,1%	100,0%
		% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	19,7%	33,3%	45,2%	68,6%	64,0%	43,3%
		% of Total	5,5%	6,3%	8,0%	10,1%	13,4%	43,3%
bezoeker niet schaatsend		Count	1	1	0	1	3	6
		Expected Count	1,7	1,1	1,1	,9	1,3	6,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	16,7%	16,7%	,0%	16,7%	50,0%	100,0%
		% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	1,5%	2,2%	,0%	2,9%	6,0%	2,5%
		% of Total	,4%	,4%	,0%	,4%	1,3%	2,5%
schaatsende ouder		Count	9	5	9	5	11	39
		Expected Count	10,8	7,4	6,9	5,7	8,2	39,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	23,1%	12,8%	23,1%	12,8%	28,2%	100,0%
		% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	13,6%	11,1%	21,4%	14,3%	22,0%	16,4%
		% of Total	3,8%	2,1%	3,8%	2,1%	4,6%	16,4%
Total		Count	66	45	42	35	50	238
		Expected Count	66,0	45,0	42,0	35,0	50,0	238,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	27,7%	18,9%	17,6%	14,7%	21,0%	100,0%
		% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	27,7%	18,9%	17,6%	14,7%	21,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	71,943 ^a	20	,000
Likelihood Ratio	87,418	20	,000
Linear-by-Linear Association	37,757	1	,000
N of Valid Cases	238		

a. 13 cells (43,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,88.

Bijlage 4.10 Frequentietabellen middelen & restricties

Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscap?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	lopend	10	4,1	4,1	4,1
	fiets / bromfiets	40	16,6	16,6	20,7
	openbaar vervoer	61	25,3	25,3	46,1
	auto / motor	130	53,9	53,9	100,0
	Total	241	100,0	100,0	

Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0 - 3 km	44	18,3	18,3	18,3
	4 - 6 km	39	16,2	16,2	34,4
	7 - 9 km	35	14,5	14,5	49,0
	meer dan 10 km	123	51,0	51,0	100,0
	Total	241	100,0	100,0	

Bijlage 4.11 Kruistabel vervoersmiddel – afstand tot ijscomplex Jaap Eden

Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscaplex? * Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex? Crosstabulation

			Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex?				Total
			0 - 3 km	4 - 6 km	7 - 9 km	meer dan 10 km	
Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscaplex?	lopend	Count	9	1	0	0	10
		Expected Count	1,8	1,6	1,5	5,1	10,0
		% within Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscaplex?	90,0%	10,0%	,0%	,0%	100,0%
		% within Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex?	20,5%	2,6%	,0%	,0%	4,1%
		% of Total	3,7%	,4%	,0%	,0%	4,1%
	fiets / bromfiets	Count	22	12	3	3	40
		Expected Count	7,3	6,5	5,8	20,4	40,0
		% within Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscaplex?	55,0%	30,0%	7,5%	7,5%	100,0%
		% within Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex?	50,0%	30,8%	8,6%	2,4%	16,6%
		% of Total	9,1%	5,0%	1,2%	1,2%	16,6%
	openbaar vervoer	Count	10	12	11	28	61
		Expected Count	11,1	9,9	8,9	31,1	61,0
		% within Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscaplex?	16,4%	19,7%	18,0%	45,9%	100,0%
		% within Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex?	22,7%	30,8%	31,4%	22,8%	25,3%
		% of Total	4,1%	5,0%	4,6%	11,6%	25,3%
	auto / motor	Count	3	14	21	92	130
		Expected Count	23,7	21,0	18,9	66,3	130,0
		% within Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscaplex?	2,3%	10,8%	16,2%	70,8%	100,0%
		% within Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex?	6,8%	35,9%	60,0%	74,8%	53,9%
		% of Total	1,2%	5,8%	8,7%	38,2%	53,9%
Total	Count	44	39	35	123	241	
	Expected Count	44,0	39,0	35,0	123,0	241,0	
	% within Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscaplex?	18,3%	16,2%	14,5%	51,0%	100,0%	
	% within Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	18,3%	16,2%	14,5%	51,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	117,526 ^a	9	,000
Likelihood Ratio	117,774	9	,000
Linear-by-Linear Association	100,909	1	,000
N of Valid Cases	241		

a. 3 cells (18,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,45.

Bijlage 4.12 Kruistabel beoefende sport – vervoersmiddel

bezoeker in groepen samengevoegd * Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscaplex? Crosstabulation

			Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscaplex?				Total
			lopend	fiets / bromfiets	openbaar vervoer	auto / motor	
bezoeker in groepen samengevoegd	ijshockey	Count	0	5	9	11	25
		Expected Count	1,1	4,1	6,3	13,6	25,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	,0%	20,0%	36,0%	44,0%	100,0%
		% within Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscaplex?	,0%	12,8%	15,0%	8,5%	10,5%
		% of Total	,0%	2,1%	3,8%	4,6%	10,5%
	kunstrijden	Count	0	5	7	41	53
		Expected Count	2,2	8,7	13,4	28,7	53,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	,0%	9,4%	13,2%	77,4%	100,0%
		% within Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscaplex?	,0%	12,8%	11,7%	31,8%	22,3%
		% of Total	,0%	2,1%	2,9%	17,2%	22,3%
	ijsslee schaatsen	Count	0	0	0	12	12
		Expected Count	,5	2,0	3,0	6,5	12,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
		% within Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscaplex?	,0%	,0%	,0%	9,3%	5,0%
		% of Total	,0%	,0%	,0%	5,0%	5,0%
	recreatie schaatsen	Count	9	18	41	35	103
		Expected Count	4,3	16,9	26,0	55,8	103,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	8,7%	17,5%	39,8%	34,0%	100,0%
		% within Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscaplex?	90,0%	46,2%	68,3%	27,1%	43,3%
		% of Total	3,8%	7,6%	17,2%	14,7%	43,3%
bezoeker niet schaatsend	Count	1	2	0	3	6	
	Expected Count	,3	1,0	1,5	3,3	6,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	16,7%	33,3%	,0%	50,0%	100,0%	
	% within Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscaplex?	10,0%	5,1%	,0%	2,3%	2,5%	
	% of Total	,4%	,8%	,0%	1,3%	2,5%	
schaatsende ouder	Count	0	9	3	27	39	
	Expected Count	1,6	6,4	9,8	21,1	39,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	,0%	23,1%	7,7%	69,2%	100,0%	
	% within Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscaplex?	,0%	23,1%	5,0%	20,9%	16,4%	
	% of Total	,0%	3,8%	1,3%	11,3%	16,4%	
Total	Count	10	39	60	129	238	
	Expected Count	10,0	39,0	60,0	129,0	238,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	4,2%	16,4%	25,2%	54,2%	100,0%	
	% within Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscaplex?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	4,2%	16,4%	25,2%	54,2%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	60,558 ^a	15	,000
Likelihood Ratio	70,751	15	,000
Linear-by-Linear Association	4,079	1	,043
N of Valid Cases	238		

a. 12 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,25.

Bijlage 4.13 Kruistabel beoefende sport – lid van schaatsvereniging

bezoeker in groepen samengevoegd * Bent U lid van een schaatsvereniging in de Jaap Eden IJshal?
Crosstabulation

			Bent U lid van een schaatsvereniging in de Jaap Eden IJshal?		Total
			ja	nee	
bezoeker in groepen samengevoegd	ijshockey	Count	17	8	25
		Expected Count	8,7	16,3	25,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	68,0%	32,0%	100,0%
		% within Bent U lid van een schaatsvereniging in de Jaap Eden IJshal?	20,5%	5,2%	10,5%
		% of Total	7,1%	3,4%	10,5%
	kunstrijden	Count	41	12	53
		Expected Count	18,5	34,5	53,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	77,4%	22,6%	100,0%
		% within Bent U lid van een schaatsvereniging in de Jaap Eden IJshal?	49,4%	7,7%	22,3%
		% of Total	17,2%	5,0%	22,3%
	ijsslee schaatsen	Count	5	7	12
		Expected Count	4,2	7,8	12,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	41,7%	58,3%	100,0%
		% within Bent U lid van een schaatsvereniging in de Jaap Eden IJshal?	6,0%	4,5%	5,0%
		% of Total	2,1%	2,9%	5,0%
recreatie schaatsen	Count	1	102	103	
	Expected Count	35,9	67,1	103,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	1,0%	99,0%	100,0%	
	% within Bent U lid van een schaatsvereniging in de Jaap Eden IJshal?	1,2%	65,8%	43,3%	
	% of Total	,4%	42,9%	43,3%	
bezoeker niet schaatsend	Count	0	6	6	
	Expected Count	2,1	3,9	6,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	,0%	100,0%	100,0%	
	% within Bent U lid van een schaatsvereniging in de Jaap Eden IJshal?	,0%	3,9%	2,5%	
	% of Total	,0%	2,5%	2,5%	
schaatsende ouder	Count	19	20	39	
	Expected Count	13,6	25,4	39,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	48,7%	51,3%	100,0%	
	% within Bent U lid van een schaatsvereniging in de Jaap Eden IJshal?	22,9%	12,9%	16,4%	
	% of Total	8,0%	8,4%	16,4%	
Total	Count	83	155	238	
	Expected Count	83,0	155,0	238,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	34,9%	65,1%	100,0%	
	% within Bent U lid van een schaatsvereniging in de Jaap Eden IJshal?	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	34,9%	65,1%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	113,072 ^a	5	,000
Likelihood Ratio	138,168	5	,000
Linear-by-Linear Association	41,752	1	,000
N of Valid Cases	238		

a. 3 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,09.

Bijlage 4.14 Kruistabel beoefende sport – aantal bezoeken

bezoeker in groepen samengevoegd * Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal? Crosstabulation

			Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?				Total
			minder dan 1 jaar	1 - 3 jaar	4 - 6 jaar	meer dan 6 jaar	
bezoeker in groepen samengevoegd	ijshockey	Count	5	6	5	9	25
		Expected Count	5,3	8,0	4,2	7,6	25,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	20,0%	24,0%	20,0%	36,0%	100,0%
		% within Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	10,0%	7,9%	12,5%	12,5%	10,5%
		% of Total	2,1%	2,5%	2,1%	3,8%	10,5%
	kunstrijden	Count	5	17	7	24	53
		Expected Count	11,1	16,9	8,9	16,0	53,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	9,4%	32,1%	13,2%	45,3%	100,0%
		% within Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	10,0%	22,4%	17,5%	33,3%	22,3%
		% of Total	2,1%	7,1%	2,9%	10,1%	22,3%
	ijsslee schaatsen	Count	1	5	5	1	12
		Expected Count	2,5	3,8	2,0	3,6	12,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	8,3%	41,7%	41,7%	8,3%	100,0%
		% within Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	2,0%	6,6%	12,5%	1,4%	5,0%
		% of Total	,4%	2,1%	2,1%	,4%	5,0%
	recreatie schaatsen	Count	29	33	16	25	103
		Expected Count	21,6	32,9	17,3	31,2	103,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	28,2%	32,0%	15,5%	24,3%	100,0%
		% within Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	58,0%	43,4%	40,0%	34,7%	43,3%
		% of Total	12,2%	13,9%	6,7%	10,5%	43,3%
bezoeker niet schaatsend	Count	2	1	1	2	6	
	Expected Count	1,3	1,9	1,0	1,8	6,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	33,3%	16,7%	16,7%	33,3%	100,0%	
	% within Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	4,0%	1,3%	2,5%	2,8%	2,5%	
	% of Total	,8%	,4%	,4%	,8%	2,5%	
schaatsende ouder	Count	8	14	6	11	39	
	Expected Count	8,2	12,5	6,6	11,8	39,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	20,5%	35,9%	15,4%	28,2%	100,0%	
	% within Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	16,0%	18,4%	15,0%	15,3%	16,4%	
	% of Total	3,4%	5,9%	2,5%	4,6%	16,4%	
Total	Count	50	76	40	72	238	
	Expected Count	50,0	76,0	40,0	72,0	238,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	21,0%	31,9%	16,8%	30,3%	100,0%	
	% within Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	21,0%	31,9%	16,8%	30,3%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,278 ^a	15	,128
Likelihood Ratio	21,277	15	,128
Linear-by-Linear Association	5,506	1	,019
N of Valid Cases	238		

a. 9 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,01.

Bijlage 4.15 Kruistabel leeftijd respondent – aantal bezoeken

Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal? * Leeftijd gesplitst in 4 groepen Crosstabulation

			Leeftijd gesplitst in 4 groepen				Total
			t/m 17 jaar	volwassen van 18 t/m 35 jaar	volwassen van 36 t/m 55 jaar	ouderen vanaf 56 jaar	
Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	minder dan 1 jaar	Count	20	21	9	0	50
		Expected Count	18,5	13,9	14,1	3,5	50,0
		% within Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	40,0%	42,0%	18,0%	,0%	100,0%
		% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	22,5%	31,3%	13,2%	,0%	20,7%
		% of Total	8,3%	8,7%	3,7%	,0%	20,7%
	1 - 3 jaar	Count	32	24	20	1	77
		Expected Count	28,4	21,4	21,7	5,4	77,0
		% within Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	41,6%	31,2%	26,0%	1,3%	100,0%
		% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	36,0%	35,8%	29,4%	5,9%	32,0%
		% of Total	13,3%	10,0%	8,3%	,4%	32,0%
	4 - 6 jaar	Count	16	9	14	1	40
		Expected Count	14,8	11,1	11,3	2,8	40,0
		% within Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	40,0%	22,5%	35,0%	2,5%	100,0%
		% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	18,0%	13,4%	20,6%	5,9%	16,6%
		% of Total	6,6%	3,7%	5,8%	,4%	16,6%
	meer dan 6 jaar	Count	21	13	25	15	74
		Expected Count	27,3	20,6	20,9	5,2	74,0
		% within Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	28,4%	17,6%	33,8%	20,3%	100,0%
		% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	23,6%	19,4%	36,8%	88,2%	30,7%
		% of Total	8,7%	5,4%	10,4%	6,2%	30,7%
Total	Count	89	67	68	17	241	
	Expected Count	89,0	67,0	68,0	17,0	241,0	
	% within Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	36,9%	27,8%	28,2%	7,1%	100,0%	
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	36,9%	27,8%	28,2%	7,1%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	39,368 ^a	9	,000
Likelihood Ratio	39,166	9	,000
Linear-by-Linear Association	17,847	1	,000
N of Valid Cases	241		

a. 2 cells (12,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,82.

Bijlage 4.16 Kruistabel beoefende sport – soort abonnement

bezoeker in groepen samengevoegd * Welk soort abonnement heeft U? Crosstabulation

			Welk soort abonnement heeft U?				Total
			losse kaartverkoop	10 rittenkaart	25 rittenkaart	verenigingsabonnement	
bezoeker in groepen samengevoegd	ijshockey	Count	8	1	1	15	25
		Expected Count	12,8	1,5	,7	10,0	25,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	32,0%	4,0%	4,0%	60,0%	100,0%
		% within Welk soort abonnement heeft U?	6,6%	7,1%	14,3%	15,8%	10,5%
		% of Total	3,4%	,4%	,4%	6,3%	10,5%
	kunstrijden	Count	4	3	1	45	53
		Expected Count	27,2	3,1	1,6	21,2	53,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	7,5%	5,7%	1,9%	84,9%	100,0%
		% within Welk soort abonnement heeft U?	3,3%	21,4%	14,3%	47,4%	22,3%
		% of Total	1,7%	1,3%	,4%	18,9%	22,3%
	ijsslee schaatsen	Count	1	0	0	11	12
		Expected Count	6,2	,7	,4	4,8	12,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	8,3%	,0%	,0%	91,7%	100,0%
		% within Welk soort abonnement heeft U?	,8%	,0%	,0%	11,6%	5,0%
		% of Total	,4%	,0%	,0%	4,6%	5,0%
	recreatie schaatsen	Count	87	10	5	1	103
Expected Count		52,8	6,1	3,0	41,1	103,0	
% within bezoeker in groepen samengevoegd		84,5%	9,7%	4,9%	1,0%	100,0%	
% within Welk soort abonnement heeft U?		71,3%	71,4%	71,4%	1,1%	43,3%	
% of Total		36,6%	4,2%	2,1%	,4%	43,3%	
bezoeker niet schaatsend	Count	5	0	0	1	6	
	Expected Count	3,1	,4	,2	2,4	6,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	83,3%	,0%	,0%	16,7%	100,0%	
	% within Welk soort abonnement heeft U?	4,1%	,0%	,0%	1,1%	2,5%	
	% of Total	2,1%	,0%	,0%	,4%	2,5%	
schaatsende ouder	Count	17	0	0	22	39	
	Expected Count	20,0	2,3	1,1	15,6	39,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	43,6%	,0%	,0%	56,4%	100,0%	
	% within Welk soort abonnement heeft U?	13,9%	,0%	,0%	23,2%	16,4%	
	% of Total	7,1%	,0%	,0%	9,2%	16,4%	
Total	Count	122	14	7	95	238	
	Expected Count	122,0	14,0	7,0	95,0	238,0	
	% within bezoeker in groepen samengevoegd	51,3%	5,9%	2,9%	39,9%	100,0%	
	% within Welk soort abonnement heeft U?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	51,3%	5,9%	2,9%	39,9%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	139,074 ^a	15	,000
Likelihood Ratio	177,993	15	,000
Linear-by-Linear Association	37,321	1	,000
N of Valid Cases	238		

a. 14 cells (58,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,18.

Bijlage 4.17 Kruistabel bezoek andere ijshallen – prestatiegerichtheid

		Ik schaats om te presteren in mijn sport.					Total
		helemaal mee eens	gedeeltelijk mee eens	neutraal	hoofdzakelijk niet mee eens	helemaal niet mee eens	
Schaatst U ook wel een ja in andere ijshallen (30 bij 60 meter)?	Count	46	18	12	8	5	89
	Expected Count	24,7	17,0	15,5	12,9	18,8	89,0
	% within Schaatst U ook wel eens in andere ijshallen (30 bij 60 meter)?	51,7%	20,2%	13,5%	9,0%	5,6%	100,0%
	% within Ik schaats om presteren in mijn sport.	68,7%	39,1%	28,6%	22,9%	9,8%	36,9%
	% of Total	19,1%	7,5%	5,0%	3,3%	2,1%	36,9%
nee	Count	21	28	30	27	46	152
	Expected Count	42,3	29,0	26,5	22,1	32,2	152,0
	% within Schaatst U ook wel eens in andere ijshallen (30 bij 60 meter)?	13,8%	18,4%	19,7%	17,8%	30,3%	100,0%
	% within Ik schaats om presteren in mijn sport.	31,3%	60,9%	71,4%	77,1%	90,2%	63,1%
	% of Total	8,7%	11,6%	12,4%	11,2%	19,1%	63,1%
Total	Count	67	46	42	35	51	241
	Expected Count	67,0	46,0	42,0	35,0	51,0	241,0
	% within Schaatst U ook wel eens in andere ijshallen (30 bij 60 meter)?	27,8%	19,1%	17,4%	14,5%	21,2%	100,0%
	% within Ik schaats om presteren in mijn sport.	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	27,8%	19,1%	17,4%	14,5%	21,2%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	49,398 ^a	4	,000
Likelihood Ratio	51,934	4	,000
Linear-by-Linear Association	45,430	1	,000
N of Valid Cases	241		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12,93.

Bijlage 4.18 Kruistabel beoefende sport – bezoek andere ijshallen

			Schaatst U ook wel eens in andere ijshallen (30 bij 60 meter)?		Total
			ja	nee	
bezoeker in groepen samengevoegd	ijshockey	Count	12	13	25
		Expected Count	9,1	15,9	25,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	48,0%	52,0%	100,0%
		% within Schaatst U ook wel eens in andere ijshallen (30 bij 60 meter)?	13,8%	8,6%	10,5%
		% of Total	5,0%	5,5%	10,5%
	kunsrijden	Count	46	7	53
		Expected Count	19,4	33,6	53,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	86,8%	13,2%	100,0%
		% within Schaatst U ook wel eens in andere ijshallen (30 bij 60 meter)?	52,9%	4,6%	22,3%
		% of Total	19,3%	2,9%	22,3%
	ijsslee schaatsen	Count	3	9	12
		Expected Count	4,4	7,6	12,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	25,0%	75,0%	100,0%
		% within Schaatst U ook wel eens in andere ijshallen (30 bij 60 meter)?	3,4%	6,0%	5,0%
		% of Total	1,3%	3,8%	5,0%
	recreatie schaatsen	Count	9	94	103
		Expected Count	37,7	65,3	103,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	8,7%	91,3%	100,0%
		% within Schaatst U ook wel eens in andere ijshallen (30 bij 60 meter)?	10,3%	62,3%	43,3%
		% of Total	3,8%	39,5%	43,3%
	bezoeker niet schaatsend	Count	0	6	6
		Expected Count	2,2	3,8	6,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	,0%	100,0%	100,0%
		% within Schaatst U ook wel eens in andere ijshallen (30 bij 60 meter)?	,0%	4,0%	2,5%
		% of Total	,0%	2,5%	2,5%
	schaatsende ouder	Count	17	22	39
		Expected Count	14,3	24,7	39,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	43,6%	56,4%	100,0%
		% within Schaatst U ook wel eens in andere ijshallen (30 bij 60 meter)?	19,5%	14,6%	16,4%
		% of Total	7,1%	9,2%	16,4%
Total		Count	87	151	238
		Expected Count	87,0	151,0	238,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	36,6%	63,4%	100,0%
		% within Schaatst U ook wel eens in andere ijshallen (30 bij 60 meter)?	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	36,6%	63,4%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	98,432 ^a	5	,000
Likelihood Ratio	108,540	5	,000
Linear-by-Linear Association	35,653	1	,000
N of Valid Cases	238		

a. 3 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,19.

Bijlage 4.19 Gebruik andere ijshallen

Gebruikte ijshallen	Aantal
Alkmaar	6
Breda	1
Den Bosch	17
Den Haag	11
Dordrecht	3
Dronten	7
Eindhoven	1
Enschede	1
Geleen	2
Groningen	1
Heerenveen	5
Leiden	6
Nijmegen	2
Tilburg	1
Utrecht	9
Valkenburg	1
Zoetermeer	29
Ijshallen niet ingevuld	12
Ijshallen door heel het land	15
Totaal	130

Bijlage 4.20 Kruistabel beoefende sport – gebruik buitenbaan

			Maakt U ook gebruik van de 400-meterbaan (= buitenbaan)?		Total
			ja	nee	
bezoeker in groepen samengevoegd	ijshockey	Count	10	15	25
		Expected Count	11,4	13,6	25,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	40,0%	60,0%	100,0%
		% within Maakt U ook gebruik van de 400-meterbaan (= buitenbaan)?	9,2%	11,6%	10,5%
		% of Total	4,2%	6,3%	10,5%
	kunstrijden	Count	11	42	53
		Expected Count	24,3	28,7	53,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	20,8%	79,2%	100,0%
		% within Maakt U ook gebruik van de 400-meterbaan (= buitenbaan)?	10,1%	32,6%	22,3%
		% of Total	4,6%	17,6%	22,3%
	ijsslee schaatsen	Count	1	11	12
		Expected Count	5,5	6,5	12,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	8,3%	91,7%	100,0%
		% within Maakt U ook gebruik van de 400-meterbaan (= buitenbaan)?	,9%	8,5%	5,0%
		% of Total	,4%	4,6%	5,0%
	recreatie schaatsen	Count	64	39	103
		Expected Count	47,2	55,8	103,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	62,1%	37,9%	100,0%
		% within Maakt U ook gebruik van de 400-meterbaan (= buitenbaan)?	58,7%	30,2%	43,3%
		% of Total	26,9%	16,4%	43,3%
	bezoeker niet schaatsend	Count	2	4	6
		Expected Count	2,7	3,3	6,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	33,3%	66,7%	100,0%
		% within Maakt U ook gebruik van de 400-meterbaan (= buitenbaan)?	1,8%	3,1%	2,5%
		% of Total	,8%	1,7%	2,5%
	schaatsende ouder	Count	21	18	39
		Expected Count	17,9	21,1	39,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	53,8%	46,2%	100,0%
		% within Maakt U ook gebruik van de 400-meterbaan (= buitenbaan)?	19,3%	14,0%	16,4%
		% of Total	8,8%	7,6%	16,4%
Total		Count	109	129	238
		Expected Count	109,0	129,0	238,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	45,8%	54,2%	100,0%
		% within Maakt U ook gebruik van de 400-meterbaan (= buitenbaan)?	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	45,8%	54,2%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	32,983 ^a	5	,000
Likelihood Ratio	35,456	5	,000
Linear-by-Linear Association	13,738	1	,000
N of Valid Cases	238		

a. 2 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,75.

Bijlagen hoofdstuk 5: tevredenheid bezoekers Jaap Eden IJshal

Bijlage 5.1 Rapportcijfer klanttevredenheid

Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	,4	,4	,4
4	2	,8	,8	1,2
5	7	2,9	2,9	4,1
6	34	14,1	14,1	18,3
7	109	45,2	45,2	63,5
8	71	29,5	29,5	92,9
9	13	5,4	5,4	98,3
10	4	1,7	1,7	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?

N	Valid	241
	Missing	0
Mean		7,21

Bijlage 5.2 Kruistabel rapportcijfer tevredenheid – geslacht

Wat is Uw geslacht? * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

		Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?								Total
		3	4	5	6	7	8	9	10	
Wat is Uw man geslacht?	Count	1	0	2	18	54	31	5	3	114
	Expected Count	,5	,9	3,3	16,1	51,6	33,6	6,1	1,9	114,0
	% within Wat is Uw geslacht?	,9%	,0%	1,8%	15,8%	47,4%	27,2%	4,4%	2,6%	100,0%
	% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	,0%	28,6%	52,9%	49,5%	43,7%	38,5%	75,0%	47,3%
	% of Total	,4%	,0%	,8%	7,5%	22,4%	12,9%	2,1%	1,2%	47,3%
vrouw	Count	0	2	5	16	55	40	8	1	127
	Expected Count	,5	1,1	3,7	17,9	57,4	37,4	6,9	2,1	127,0
	% within Wat is Uw geslacht?	,0%	1,6%	3,9%	12,6%	43,3%	31,5%	6,3%	,8%	100,0%
	% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	100,0%	71,4%	47,1%	50,5%	56,3%	61,5%	25,0%	52,7%
	% of Total	,0%	,8%	2,1%	6,6%	22,8%	16,6%	3,3%	,4%	52,7%
Total	Count	1	2	7	34	109	71	13	4	241
	Expected Count	1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0
	% within Wat is Uw geslacht?	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%
	% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,564 ^a	7	,476
Likelihood Ratio	7,801	7	,350
Linear-by-Linear Association	,000	1	,987
N of Valid Cases	241		

a. 8 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,47.

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid – leeftijd

Leeftijd gesplitst in 4 groepen * Welk rapportcijfer zou U de lJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

			Welk rapportcijfer zou U de lJshal geven op schaal 1 t/m 10?							Total	
			3	4	5	6	7	8	9		10
Leeftijd gesplitst in 4 groepen	Count		1	0	3	10	29	34	9	3	89
	Expected Count		,4	,7	2,6	12,6	40,3	26,2	4,8	1,5	89,0
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen		1,1%	,0%	3,4%	11,2%	32,6%	38,2%	10,1%	3,4%	100,0%
	% within Welk rapportcijfer zou U de lJshal geven op schaal 1 t/m 10?		100,0%	,0%	42,9%	29,4%	26,6%	47,9%	69,2%	75,0%	36,9%
	% of Total		,4%	,0%	1,2%	4,1%	12,0%	14,1%	3,7%	1,2%	36,9%
volwassen van 18 t/m 35 jaar	Count		0	0	2	5	37	18	4	1	67
	Expected Count		,3	,6	1,9	9,5	30,3	19,7	3,6	1,1	67,0
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen		,0%	,0%	3,0%	7,5%	55,2%	26,9%	6,0%	1,5%	100,0%
	% within Welk rapportcijfer zou U de lJshal geven op schaal 1 t/m 10?		,0%	,0%	28,6%	14,7%	33,9%	25,4%	30,8%	25,0%	27,8%
	% of Total		,0%	,0%	,8%	2,1%	15,4%	7,5%	1,7%	,4%	27,8%
volwassen van 36 t/m 55 jaar	Count		0	2	2	16	35	13	0	0	68
	Expected Count		,3	,6	2,0	9,6	30,8	20,0	3,7	1,1	68,0
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen		,0%	2,9%	2,9%	23,5%	51,5%	19,1%	,0%	,0%	100,0%
	% within Welk rapportcijfer zou U de lJshal geven op schaal 1 t/m 10?		,0%	100,0%	28,6%	47,1%	32,1%	18,3%	,0%	,0%	28,2%
	% of Total		,0%	,8%	,8%	6,6%	14,5%	5,4%	,0%	,0%	28,2%
ouderen vanaf 56 jaar	Count		0	0	0	3	8	6	0	0	17
	Expected Count		,1	,1	,5	2,4	7,7	5,0	,9	,3	17,0
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen		,0%	,0%	,0%	17,6%	47,1%	35,3%	,0%	,0%	100,0%
	% within Welk rapportcijfer zou U de lJshal geven op schaal 1 t/m 10?		,0%	,0%	,0%	8,8%	7,3%	8,5%	,0%	,0%	7,1%
	% of Total		,0%	,0%	,0%	1,2%	3,3%	2,5%	,0%	,0%	7,1%
Total	Count		1	2	7	34	109	71	13	4	241
	Expected Count		1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0
	% within Leeftijd gesplitst in 4 groepen		,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%
	% within Welk rapportcijfer zou U de lJshal geven op schaal 1 t/m 10?		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total		,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	36,048 ^a	21	,022
Likelihood Ratio	41,777	21	,004
Linear-by-Linear Association	11,285	1	,001
N of Valid Cases	241		

a. 21 cells (65,6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid – afkomst

Bent U in Nederland geboren of in een ander land? * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

		Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?								Total
		3	4	5	6	7	8	9	10	
Bent U in Nederland geboren of in een ander land?	Nederland Count	1	2	7	31	95	67	12	4	219
	Expected Count	,9	1,8	6,4	30,9	99,0	64,5	11,8	3,6	219,0
	% within Bent U in Nederland geboren of in een ander land?	,5%	,9%	3,2%	14,2%	43,4%	30,6%	5,5%	1,8%	100,0%
	% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	91,2%	87,2%	94,4%	92,3%	100,0%	90,9%
	% of Total	,4%	,8%	2,9%	12,9%	39,4%	27,8%	5,0%	1,7%	90,9%
ander land?	Count	0	0	0	3	14	4	1	0	22
	Expected Count	,1	,2	,6	3,1	10,0	6,5	1,2	,4	22,0
	% within Bent U in Nederland geboren of in een ander land?	,0%	,0%	,0%	13,6%	63,6%	18,2%	4,5%	,0%	100,0%
	% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	8,8%	12,8%	5,6%	7,7%	,0%	9,1%
	% of Total	,0%	,0%	,0%	1,2%	5,8%	1,7%	,4%	,0%	9,1%
Total	Count	1	2	7	34	109	71	13	4	241
	Expected Count	1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0
	% within Bent U in Nederland geboren of in een ander land?	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%
	% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,302 ^a	7	,744
Likelihood Ratio	5,543	7	,594
Linear-by-Linear Association	,135	1	,714
N of Valid Cases	241		

a. 9 cells (56,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,09.

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid – opleiding

Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding? * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

			Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?							Total	
			3	4	5	6	7	8	9	10	
Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	geen	Count	0	0	0	0	0	1	0	0	1
		Expected Count	,0	,0	,0	,1	,5	,3	,1	,0	1,0
		% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,4%	,0%	,0%	,4%
		% of Total	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,4%	,0%	,0%	,4%
lager- of basisonderwijs		Count	0	0	0	3	7	8	4	0	22
		Expected Count	,1	,2	,6	3,1	10,0	6,5	1,2	,4	22,0
		% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	,0%	,0%	,0%	13,6%	31,8%	36,4%	18,2%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	8,8%	6,4%	11,3%	30,8%	,0%	9,1%
		% of Total	,0%	,0%	,0%	1,2%	2,9%	3,3%	1,7%	,0%	9,1%
lager beroepsonderwijs		Count	0	0	0	5	10	13	2	0	30
		Expected Count	,1	,2	,9	4,2	13,6	8,8	1,6	,5	30,0
		% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	,0%	,0%	,0%	16,7%	33,3%	43,3%	6,7%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	14,7%	9,2%	18,3%	15,4%	,0%	12,4%
		% of Total	,0%	,0%	,0%	2,1%	4,1%	5,4%	,8%	,0%	12,4%
middelb. voorgezet onderwijs		Count	1	0	2	4	28	21	6	0	62
		Expected Count	,3	,5	1,8	8,7	28,0	18,3	3,3	1,0	62,0
		% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	1,6%	,0%	3,2%	6,5%	45,2%	33,9%	9,7%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	,0%	28,6%	11,8%	25,7%	29,6%	46,2%	,0%	25,7%
		% of Total	,4%	,0%	,8%	1,7%	11,6%	8,7%	2,5%	,0%	25,7%
middelb. beroepsonderwijs		Count	0	1	1	5	17	7	0	0	31
		Expected Count	,1	,3	,9	4,4	14,0	9,1	1,7	,5	31,0
		% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	,0%	3,2%	3,2%	16,1%	54,8%	22,6%	,0%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	50,0%	14,3%	14,7%	15,6%	9,9%	,0%	,0%	12,9%
		% of Total	,0%	,4%	,4%	2,1%	7,1%	2,9%	,0%	,0%	12,9%
hoger voortgezet onderwijs		Count	0	0	2	10	16	8	1	3	40
		Expected Count	,2	,3	1,2	5,6	18,1	11,8	2,2	,7	40,0
		% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	,0%	,0%	5,0%	25,0%	40,0%	20,0%	2,5%	7,5%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	28,6%	29,4%	14,7%	11,3%	7,7%	75,0%	16,6%
		% of Total	,0%	,0%	,8%	4,1%	6,6%	3,3%	,4%	1,2%	16,6%
hoger beroepsonderwijs		Count	0	0	1	5	22	10	0	0	38
		Expected Count	,2	,3	1,1	5,4	17,2	11,2	2,0	,6	38,0
		% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	,0%	,0%	2,6%	13,2%	57,9%	26,3%	,0%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	14,3%	14,7%	20,2%	14,1%	,0%	,0%	15,8%
		% of Total	,0%	,0%	,4%	2,1%	9,1%	4,1%	,0%	,0%	15,8%
wetensch. onderwijs		Count	0	1	1	2	9	3	0	1	17
		Expected Count	,1	,1	,5	2,4	7,7	5,0	,9	,3	17,0
		% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	,0%	5,9%	5,9%	11,8%	52,9%	17,6%	,0%	5,9%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	50,0%	14,3%	5,9%	8,3%	4,2%	,0%	25,0%	7,1%
		% of Total	,0%	,4%	,4%	,8%	3,7%	1,2%	,0%	,4%	7,1%
Total		Count	1	2	7	34	109	71	13	4	241
		Expected Count	1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0
		% within Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	60,027 ^a	49	,134
Likelihood Ratio	59,208	49	,151
Linear-by-Linear Association	7,429	1	,006
N of Valid Cases	241		

a. 47 cells (73,4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,00.

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid – huishoudsamenstelling

Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit? * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

			Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?							Total	
			3	4	5	6	7	8	9		10
Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit?	met partner zonder thuisw. kinderen	Count	0	0	0	4	11	5	1	0	21
		Expected Count	,1	,2	,6	3,0	9,5	6,2	1,1	,3	21,0
		% within Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit?	,0%	,0%	,0%	19,0%	52,4%	23,8%	4,8%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	11,8%	10,1%	7,0%	7,7%	,0%	8,7%
	% of Total	,0%	,0%	,0%	1,7%	4,6%	2,1%	,4%	,0%	8,7%	
	met partner met thuisw. kinderen	Count	0	2	1	13	32	17	0	1	66
		Expected Count	,3	,5	1,9	9,3	29,9	19,4	3,6	1,1	66,0
		% within Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit?	,0%	3,0%	1,5%	19,7%	48,5%	25,8%	,0%	1,5%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	100,0%	14,3%	38,2%	29,4%	23,9%	,0%	25,0%	27,4%
	% of Total	,0%	,8%	,4%	5,4%	13,3%	7,1%	,0%	,4%	27,4%	
	zonder partner met thuisw. kinderen	Count	0	0	1	1	4	3	1	0	10
		Expected Count	,0	,1	,3	1,4	4,5	2,9	,5	,2	10,0
% within Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit?		,0%	,0%	10,0%	10,0%	40,0%	30,0%	10,0%	,0%	100,0%	
% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?		,0%	,0%	14,3%	2,9%	3,7%	4,2%	7,7%	,0%	4,1%	
% of Total	,0%	,0%	,4%	,4%	1,7%	1,2%	,4%	,0%	4,1%		
alleenstaand	Count	0	0	1	6	19	3	0	0	29	
	Expected Count	,1	,2	,8	4,1	13,1	8,5	1,6	,5	29,0	
	% within Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit?	,0%	,0%	3,4%	20,7%	65,5%	10,3%	,0%	,0%	100,0%	
	% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	14,3%	17,6%	17,4%	4,2%	,0%	,0%	12,0%	
% of Total	,0%	,0%	,4%	2,5%	7,9%	1,2%	,0%	,0%	12,0%		
inwonend bij ouders	Count	1	0	4	9	43	42	11	2	112	
	Expected Count	,5	,9	3,3	15,8	50,7	33,0	6,0	1,9	112,0	
	% within Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit?	,9%	,0%	3,6%	8,0%	38,4%	37,5%	9,8%	1,8%	100,0%	
	% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	,0%	57,1%	26,5%	39,4%	59,2%	84,6%	50,0%	46,5%	
% of Total	,4%	,0%	1,7%	3,7%	17,8%	17,4%	4,6%	,8%	46,5%		
woongroep of andere woonvorm	Count	0	0	0	1	0	1	0	1	3	
	Expected Count	,0	,0	,1	,4	1,4	,9	,2	,0	3,0	
	% within Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit?	,0%	,0%	,0%	33,3%	,0%	33,3%	,0%	33,3%	100,0%	
	% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	2,9%	,0%	1,4%	,0%	25,0%	1,2%	
% of Total	,0%	,0%	,0%	,4%	,0%	,4%	,0%	,4%	1,2%		
Total	Count	1	2	7	34	109	71	13	4	241	
	Expected Count	1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0	
	% within Hoe ziet Uw huishoudsamenstelling eruit?	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%	
	% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
% of Total	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%		

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	57,197 ^a	35	,010
Likelihood Ratio	51,070	35	,039
Linear-by-Linear Association	7,339	1	,007
N of Valid Cases	241		

a. 37 cells (77,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,01.

Frequentieverdeling rapportcijfers tevredenheid van demografische factoren.

Rapportcijfer tevredenheid naar geslacht	Man	7,21
	Vrouw	7,21
Rapportcijfer tevredenheid naar leeftijd	t/m 17 jaar	7,46
	18 t/m 35 jaar	7,30
	36 t/m 55 jaar	6,81
	56 +	7,18
Rapportcijfer tevredenheid naar afkomst	Nederland	7,22
	Ander land	7,14
Rapportcijfer tevredenheid naar opleiding	Geen	8,00
	Lager- basis onderwijs	7,59
	Lager beroepsonderwijs	7,40
	Middelb. voorgezet onderwijs	7,34
	Middelb. beroepsonderwijs	6,90
	Hoger voortgezet onderwijs	7,13
	Hoger beroepsonderwijs	7,08
Wetenschappelijk onderwijs	6,94	
Rapportcijfer tevredenheid naar huishoud samenstelling	Met partner zonder thuiswonende kinderen	7,14
	Met partner met thuiswonende kinderen	6,98
	Zonder partner met thuiswonende kinderen	7,20
	Alleenstaand	6,83
	Inwonend bij ouders	7,44
	Woongroep / andere woonvorm	8,00

Bijlage 5.3

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid – belang beter leren schaatsen

Ik vind het belangrijk steeds beter te leren schaatsen. * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

			Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?								Total
			3	4	5	6	7	8	9	10	
Ik vind het belangrijk steeds beter te leren schaatsen.	helemaal mee eens	Count	1	2	4	15	62	41	7	2	134
		Expected Count	,6	1,1	3,9	18,9	60,6	39,5	7,2	2,2	134,0
		% within Ik vind het belangrijk steeds beter te leren schaatsen.	,7%	1,5%	3,0%	11,2%	46,3%	30,6%	5,2%	1,5%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	57,1%	44,1%	56,9%	57,7%	53,8%	50,0%	55,6%
		% of Total	,4%	,8%	1,7%	6,2%	25,7%	17,0%	2,9%	,8%	55,6%
gedeeltelijk mee eens	Count	Count	0	0	2	6	20	11	1	0	40
		Expected Count	,2	,3	1,2	5,6	18,1	11,8	2,2	,7	40,0
		% within Ik vind het belangrijk steeds beter te leren schaatsen.	,0%	,0%	5,0%	15,0%	50,0%	27,5%	2,5%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	28,6%	17,6%	18,3%	15,5%	7,7%	,0%	16,6%
		% of Total	,0%	,0%	,8%	2,5%	8,3%	4,6%	,4%	,0%	16,6%
neutraal	Count	Count	0	0	0	9	13	10	1	0	33
		Expected Count	,1	,3	1,0	4,7	14,9	9,7	1,8	,5	33,0
		% within Ik vind het belangrijk steeds beter te leren schaatsen.	,0%	,0%	,0%	27,3%	39,4%	30,3%	3,0%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	26,5%	11,9%	14,1%	7,7%	,0%	13,7%
		% of Total	,0%	,0%	,0%	3,7%	5,4%	4,1%	,4%	,0%	13,7%
hoorzakelijk niet mee eens	Count	Count	0	0	0	2	4	4	2	0	12
		Expected Count	,0	,1	,3	1,7	5,4	3,5	,6	,2	12,0
		% within Ik vind het belangrijk steeds beter te leren schaatsen.	,0%	,0%	,0%	16,7%	33,3%	33,3%	16,7%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	5,9%	3,7%	5,6%	15,4%	,0%	5,0%
		% of Total	,0%	,0%	,0%	,8%	1,7%	1,7%	,8%	,0%	5,0%
helemaal niet mee eens	Count	Count	0	0	1	2	10	5	2	2	22
		Expected Count	,1	,2	,6	3,1	10,0	6,5	1,2	,4	22,0
		% within Ik vind het belangrijk steeds beter te leren schaatsen.	,0%	,0%	4,5%	9,1%	45,5%	22,7%	9,1%	9,1%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	14,3%	5,9%	9,2%	7,0%	15,4%	50,0%	9,1%
		% of Total	,0%	,0%	,4%	,8%	4,1%	2,1%	,8%	,8%	9,1%
Total	Count	Count	1	2	7	34	109	71	13	4	241
		Expected Count	1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0
		% within Ik vind het belangrijk steeds beter te leren schaatsen.	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,329 ^a	28	,664
Likelihood Ratio	22,661	28	,750
Linear-by-Linear Association	1,188	1	,276
N of Valid Cases	241		

a. 28 cells (70,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,05.

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid – ontspannen voelen na schaatsen

Na het schaatsen voel ik me ontspannen. * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

			Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?								Total
			3	4	5	6	7	8	9	10	
Na het schaatsen voel ik me ontspannen.	helemaal mee eens	Count	0	1	2	11	41	27	6	2	90
		Expected Count	,4	,7	2,6	12,7	40,7	26,5	4,9	1,5	90,0
		% within Na het schaatsen voel ik me ontspannen.	,0%	1,1%	2,2%	12,2%	45,6%	30,0%	6,7%	2,2%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	50,0%	28,6%	32,4%	37,6%	38,0%	46,2%	50,0%	37,3%
	% of Total		,0%	,4%	,8%	4,6%	17,0%	11,2%	2,5%	,8%	37,3%
	gedeeltelijk mee eens	Count	1	1	2	15	29	20	3	0	71
		Expected Count	,3	,6	2,1	10,0	32,1	20,9	3,8	1,2	71,0
		% within Na het schaatsen voel ik me ontspannen.	1,4%	1,4%	2,8%	21,1%	40,8%	28,2%	4,2%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	50,0%	28,6%	44,1%	26,6%	28,2%	23,1%	,0%	29,5%
	% of Total		,4%	,4%	,8%	6,2%	12,0%	8,3%	1,2%	,0%	29,5%
	neutraal	Count	0	0	0	5	23	12	3	1	44
		Expected Count	,2	,4	1,3	6,2	19,9	13,0	2,4	,7	44,0
% within Na het schaatsen voel ik me ontspannen.		,0%	,0%	,0%	11,4%	52,3%	27,3%	6,8%	2,3%	100,0%	
% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?		,0%	,0%	,0%	14,7%	21,1%	16,9%	23,1%	25,0%	18,3%	
% of Total		,0%	,0%	,0%	2,1%	9,5%	5,0%	1,2%	,4%	18,3%	
hoofdzakelijk niet mee eens	Count	0	0	1	3	9	4	1	0	18	
	Expected Count	,1	,1	,5	2,5	8,1	5,3	1,0	,3	18,0	
	% within Na het schaatsen voel ik me ontspannen.	,0%	,0%	5,6%	16,7%	50,0%	22,2%	5,6%	,0%	100,0%	
	% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	14,3%	8,8%	8,3%	5,6%	7,7%	,0%	7,5%	
% of Total		,0%	,0%	,4%	1,2%	3,7%	1,7%	,4%	,0%	7,5%	
helemaal niet mee eens	Count	0	0	2	0	7	8	0	1	18	
	Expected Count	,1	,1	,5	2,5	8,1	5,3	1,0	,3	18,0	
	% within Na het schaatsen voel ik me ontspannen.	,0%	,0%	11,1%	,0%	38,9%	44,4%	,0%	5,6%	100,0%	
	% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	28,6%	,0%	6,4%	11,3%	,0%	25,0%	7,5%	
% of Total		,0%	,0%	,8%	,0%	2,9%	3,3%	,0%	,4%	7,5%	
Total	Count	1	2	7	34	109	71	13	4	241	
	Expected Count	1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0	
	% within Na het schaatsen voel ik me ontspannen.	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%	
	% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total		,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22,859 ^a	28	,740
Likelihood Ratio	26,790	28	,530
Linear-by-Linear Association	,020	1	,888
N of Valid Cases	241		

a. 27 cells (67,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid – schaatsen om los te komen van dagelijkse sleur

Door te schaatsen kom ik los van de dagelijkse sleur. * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

			Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?							Total	
			3	4	5	6	7	8	9		10
Door te schaatsen kom ik los van de dagelijkse sleur.	helemaal mee eens	Count	0	1	3	12	36	28	4	3	87
		Expected Count	,4	,7	2,5	12,3	39,3	25,6	4,7	1,4	87,0
		% within Door te schaatsen kom ik los van de dagelijkse sleur.	,0%	1,1%	3,4%	13,8%	41,4%	32,2%	4,6%	3,4%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	50,0%	42,9%	35,3%	33,0%	39,4%	30,8%	75,0%	36,1%
	% of Total	,0%	,4%	1,2%	5,0%	14,9%	11,6%	1,7%	1,2%	36,1%	
	gedeeltelijk mee eens	Count	0	0	0	10	31	15	2	0	58
		Expected Count	,2	,5	1,7	8,2	26,2	17,1	3,1	1,0	58,0
		% within Door te schaatsen kom ik los van de dagelijkse sleur.	,0%	,0%	,0%	17,2%	53,4%	25,9%	3,4%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	29,4%	28,4%	21,1%	15,4%	,0%	24,1%
	% of Total	,0%	,0%	,0%	4,1%	12,9%	6,2%	,8%	,0%	24,1%	
	neutraal	Count	0	1	2	10	27	14	5	0	59
		Expected Count	,2	,5	1,7	8,3	26,7	17,4	3,2	1,0	59,0
% within Door te schaatsen kom ik los van de dagelijkse sleur.		,0%	1,7%	3,4%	16,9%	45,8%	23,7%	8,5%	,0%	100,0%	
% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?		,0%	50,0%	28,6%	29,4%	24,8%	19,7%	38,5%	,0%	24,5%	
% of Total	,0%	,4%	,8%	4,1%	11,2%	5,8%	2,1%	,0%	24,5%		
hoofdzakelijk niet mee eens	Count	0	0	1	2	7	5	0	0	15	
	Expected Count	,1	,1	,4	2,1	6,8	4,4	,8	,2	15,0	
	% within Door te schaatsen kom ik los van de dagelijkse sleur.	,0%	,0%	6,7%	13,3%	46,7%	33,3%	,0%	,0%	100,0%	
	% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	14,3%	5,9%	6,4%	7,0%	,0%	,0%	6,2%	
% of Total	,0%	,0%	,4%	,8%	2,9%	2,1%	,0%	,0%	6,2%		
helemaal niet mee eens	Count	1	0	1	0	8	9	2	1	22	
	Expected Count	,1	,2	,6	3,1	10,0	6,5	1,2	,4	22,0	
	% within Door te schaatsen kom ik los van de dagelijkse sleur.	4,5%	,0%	4,5%	,0%	36,4%	40,9%	9,1%	4,5%	100,0%	
	% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	,0%	14,3%	,0%	7,3%	12,7%	15,4%	25,0%	9,1%	
% of Total	,4%	,0%	,4%	,0%	3,3%	3,7%	,8%	,4%	9,1%		
Total	Count	1	2	7	34	109	71	13	4	241	
	Expected Count	1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0	
	% within Door te schaatsen kom ik los van de dagelijkse sleur.	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%	
	% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
% of Total	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%		

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	29,612 ^a	28	,382
Likelihood Ratio	31,587	28	,292
Linear-by-Linear Association	,001	1	,975
N of Valid Cases	241		

a. 28 cells (70,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,06.

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid – schaatsen om gezondheid / conditie verbeteren

Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren. * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

			Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?							Total	
			3	4	5	6	7	8	9	10	
Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.	helemaal mee eens	Count	0	2	3	8	23	19	3	4	62
		Expected Count	,3	,5	1,8	8,7	28,0	18,3	3,3	1,0	62,0
		% within Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.	,0%	3,2%	4,8%	12,9%	37,1%	30,6%	4,8%	6,5%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	100,0%	42,9%	23,5%	21,1%	26,8%	23,1%	100,0%	25,7%
		% of Total	,0%	,8%	1,2%	3,3%	9,5%	7,9%	1,2%	1,7%	25,7%
gedeeltelijk mee eens		Count	1	0	1	11	29	16	4	0	62
		Expected Count	,3	,5	1,8	8,7	28,0	18,3	3,3	1,0	62,0
		% within Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.	1,6%	,0%	1,6%	17,7%	46,8%	25,8%	6,5%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	,0%	14,3%	32,4%	26,6%	22,5%	30,8%	,0%	25,7%
		% of Total	,4%	,0%	,4%	4,6%	12,0%	6,6%	1,7%	,0%	25,7%
neutraal		Count	0	0	2	11	32	13	3	0	61
		Expected Count	,3	,5	1,8	8,6	27,6	18,0	3,3	1,0	61,0
		% within Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.	,0%	,0%	3,3%	18,0%	52,5%	21,3%	4,9%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	28,6%	32,4%	29,4%	18,3%	23,1%	,0%	25,3%
		% of Total	,0%	,0%	,8%	4,6%	13,3%	5,4%	1,2%	,0%	25,3%
hoofdzakelijk niet mee eens		Count	0	0	0	2	8	13	2	0	25
		Expected Count	,1	,2	,7	3,5	11,3	7,4	1,3	,4	25,0
		% within Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.	,0%	,0%	,0%	8,0%	32,0%	52,0%	8,0%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	5,9%	7,3%	18,3%	15,4%	,0%	10,4%
		% of Total	,0%	,0%	,0%	,8%	3,3%	5,4%	,8%	,0%	10,4%
helemaal niet mee eens		Count	0	0	1	2	17	10	1	0	31
		Expected Count	,1	,3	,9	4,4	14,0	9,1	1,7	,5	31,0
		% within Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.	,0%	,0%	3,2%	6,5%	54,8%	32,3%	3,2%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	14,3%	5,9%	15,6%	14,1%	7,7%	,0%	12,9%
		% of Total	,0%	,0%	,4%	,8%	7,1%	4,1%	,4%	,0%	12,9%
Total		Count	1	2	7	34	109	71	13	4	241
		Expected Count	1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0
		% within Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	35,488 ^a	28	,156
Likelihood Ratio	34,745	28	,177
Linear-by-Linear Association	,282	1	,596
N of Valid Cases	241		

a. 27 cells (67,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,10.

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid - willen presteren in schaatssport

Ik schaats om te presteren in mijn sport. * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

			Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?							Total	
			3	4	5	6	7	8	9		10
Ik schaats om te presteren in mijn sport.	helemaal mee eens	Count	1	2	3	11	31	13	4	2	67
		Expected Count	,3	,6	1,9	9,5	30,3	19,7	3,6	1,1	67,0
		% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	1,5%	3,0%	4,5%	16,4%	46,3%	19,4%	6,0%	3,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	42,9%	32,4%	28,4%	18,3%	30,8%	50,0%	27,8%
		% of Total	,4%	,8%	1,2%	4,6%	12,9%	5,4%	1,7%	,8%	27,8%
gedeeltelijk mee eens		Count	0	0	2	6	22	14	1	1	46
		Expected Count	,2	,4	1,3	6,5	20,8	13,6	2,5	,8	46,0
		% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	,0%	,0%	4,3%	13,0%	47,8%	30,4%	2,2%	2,2%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	28,6%	17,6%	20,2%	19,7%	7,7%	25,0%	19,1%
		% of Total	,0%	,0%	,8%	2,5%	9,1%	5,8%	,4%	,4%	19,1%
neutraal		Count	0	0	1	7	19	13	2	0	42
		Expected Count	,2	,3	1,2	5,9	19,0	12,4	2,3	,7	42,0
		% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	,0%	,0%	2,4%	16,7%	45,2%	31,0%	4,8%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	14,3%	20,6%	17,4%	18,3%	15,4%	,0%	17,4%
		% of Total	,0%	,0%	,4%	2,9%	7,9%	5,4%	,8%	,0%	17,4%
hoofdzakelijk niet mee eens		Count	0	0	0	6	12	13	4	0	35
		Expected Count	,1	,3	1,0	4,9	15,8	10,3	1,9	,6	35,0
		% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	,0%	,0%	,0%	17,1%	34,3%	37,1%	11,4%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	17,6%	11,0%	18,3%	30,8%	,0%	14,5%
		% of Total	,0%	,0%	,0%	2,5%	5,0%	5,4%	1,7%	,0%	14,5%
helemaal niet mee eens		Count	0	0	1	4	25	18	2	1	51
		Expected Count	,2	,4	1,5	7,2	23,1	15,0	2,8	,8	51,0
		% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	,0%	,0%	2,0%	7,8%	49,0%	35,3%	3,9%	2,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	14,3%	11,8%	22,9%	25,4%	15,4%	25,0%	21,2%
		% of Total	,0%	,0%	,4%	1,7%	10,4%	7,5%	,8%	,4%	21,2%
Total		Count	1	2	7	34	109	71	13	4	241
		Expected Count	1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0
		% within Ik schaats om te presteren in mijn sport.	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22,460 ^a	28	,760
Likelihood Ratio	24,643	28	,647
Linear-by-Linear Association	5,081	1	,024
N of Valid Cases	241		

a. 26 cells (65,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,15.

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid – mensen uit kennissenkring schaatsen

In mijn kennissenkring schaatsen veel mensen. * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

			Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?								Total
			3	4	5	6	7	8	9	10	
In mijn kennissenkring schaatsen veel mensen.	helemaal mee eens	Count	0	1	1	6	17	14	3	2	44
		Expected Count	,2	,4	1,3	6,2	19,9	13,0	2,4	,7	44,0
		% within In mijn kennissenkring schaatsen veel mensen.	,0%	2,3%	2,3%	13,6%	38,6%	31,8%	6,8%	4,5%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	50,0%	14,3%	17,6%	15,6%	19,7%	23,1%	50,0%	18,3%
		% of Total	,0%	,4%	,4%	2,5%	7,1%	5,8%	1,2%	,8%	18,3%
gedeeltelijk mee eens		Count	0	1	2	5	22	15	2	1	48
		Expected Count	,2	,4	1,4	6,8	21,7	14,1	2,6	,8	48,0
		% within In mijn kennissenkring schaatsen veel mensen.	,0%	2,1%	4,2%	10,4%	45,8%	31,3%	4,2%	2,1%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	50,0%	28,6%	14,7%	20,2%	21,1%	15,4%	25,0%	19,9%
		% of Total	,0%	,4%	,8%	2,1%	9,1%	6,2%	,8%	,4%	19,9%
neutraal		Count	0	0	1	13	29	14	6	0	63
		Expected Count	,3	,5	1,8	8,9	28,5	18,6	3,4	1,0	63,0
		% within In mijn kennissenkring schaatsen veel mensen.	,0%	,0%	1,6%	20,6%	46,0%	22,2%	9,5%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	14,3%	38,2%	26,6%	19,7%	46,2%	,0%	26,1%
		% of Total	,0%	,0%	,4%	5,4%	12,0%	5,8%	2,5%	,0%	26,1%
hoofdzakelijk niet mee eens		Count	0	0	1	9	21	14	1	0	46
		Expected Count	,2	,4	1,3	6,5	20,8	13,6	2,5	,8	46,0
		% within In mijn kennissenkring schaatsen veel mensen.	,0%	,0%	2,2%	19,6%	45,7%	30,4%	2,2%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	14,3%	26,5%	19,3%	19,7%	7,7%	,0%	19,1%
		% of Total	,0%	,0%	,4%	3,7%	8,7%	5,8%	,4%	,0%	19,1%
helemaal niet mee eens		Count	1	0	2	1	20	14	1	1	40
		Expected Count	,2	,3	1,2	5,6	18,1	11,8	2,2	,7	40,0
		% within In mijn kennissenkring schaatsen veel mensen.	2,5%	,0%	5,0%	2,5%	50,0%	35,0%	2,5%	2,5%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	,0%	28,6%	2,9%	18,3%	19,7%	7,7%	25,0%	16,6%
		% of Total	,4%	,0%	,8%	,4%	8,3%	5,8%	,4%	,4%	16,6%
Total		Count	1	2	7	34	109	71	13	4	241
		Expected Count	1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0
		% within In mijn kennissenkring schaatsen veel mensen.	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27,189 ^a	28	,508
Likelihood Ratio	29,217	28	,402
Linear-by-Linear Association	,380	1	,538
N of Valid Cases	241		

a. 25 cells (62,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,17.

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid – belang contact met andere bezoekers

Ik vind het belangrijk contact te hebben met andere bezoekers. * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

			Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?							Total	
			3	4	5	6	7	8	9		10
Ik vind het belangrijk contact te hebben met andere bezoekers.	helemaal mee eens	Count	0	1	1	4	15	10	1	4	36
		Expected Count	,1	,3	1,0	5,1	16,3	10,6	1,9	,6	36,0
		% within Ik vind het belangrijk contact te hebben met andere bezoekers.	,0%	2,8%	2,8%	11,1%	41,7%	27,8%	2,8%	11,1%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	50,0%	14,3%	11,8%	13,8%	14,1%	7,7%	100,0%	14,9%
		% of Total	,0%	,4%	,4%	1,7%	6,2%	4,1%	,4%	1,7%	14,9%
gedeeltelijk mee eens		Count	0	0	3	2	26	10	4	0	45
		Expected Count	,2	,4	1,3	6,3	20,4	13,3	2,4	,7	45,0
		% within Ik vind het belangrijk contact te hebben met andere bezoekers.	,0%	,0%	6,7%	4,4%	57,8%	22,2%	8,9%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	42,9%	5,9%	23,9%	14,1%	30,8%	,0%	18,7%
		% of Total	,0%	,0%	1,2%	,8%	10,8%	4,1%	1,7%	,0%	18,7%
neutraal		Count	1	1	1	18	41	33	3	0	98
		Expected Count	,4	,8	2,8	13,8	44,3	28,9	5,3	1,6	98,0
		% within Ik vind het belangrijk contact te hebben met andere bezoekers.	1,0%	1,0%	1,0%	18,4%	41,8%	33,7%	3,1%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	50,0%	14,3%	52,9%	37,6%	46,5%	23,1%	,0%	40,7%
		% of Total	,4%	,4%	,4%	7,5%	17,0%	13,7%	1,2%	,0%	40,7%
hoofdzakelijk niet mee eens		Count	0	0	1	6	13	11	4	0	35
		Expected Count	,1	,3	1,0	4,9	15,8	10,3	1,9	,6	35,0
		% within Ik vind het belangrijk contact te hebben met andere bezoekers.	,0%	,0%	2,9%	17,1%	37,1%	31,4%	11,4%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	14,3%	17,6%	11,9%	15,5%	30,8%	,0%	14,5%
		% of Total	,0%	,0%	,4%	2,5%	5,4%	4,6%	1,7%	,0%	14,5%
helemaal niet mee eens		Count	0	0	1	4	14	7	1	0	27
		Expected Count	,1	,2	,8	3,8	12,2	8,0	1,5	,4	27,0
		% within Ik vind het belangrijk contact te hebben met andere bezoekers.	,0%	,0%	3,7%	14,8%	51,9%	25,9%	3,7%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	14,3%	11,8%	12,8%	9,9%	7,7%	,0%	11,2%
		% of Total	,0%	,0%	,4%	1,7%	5,8%	2,9%	,4%	,0%	11,2%
Total		Count	1	2	7	34	109	71	13	4	241
		Expected Count	1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0
		% within Ik vind het belangrijk contact te hebben met andere bezoekers.	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	44,213 ^a	28	,026
Likelihood Ratio	37,544	28	,107
Linear-by-Linear Association	,872	1	,351
N of Valid Cases	241		

a. 26 cells (65,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,11.

Frequentieverdeling rapportcijfers samenhangend met motieven om te schaatsen en beleving

Rapportcijfer tevredenheid gegeven vanuit de stelling: Ik vind het belangrijk om beter te leren schaatsen.	Helemaal mee eens	7,21
	Gedeeltelijk mee eens	7,08
	Neutraal	7,09
	Hoofdzakelijk niet mee eens	7,50
	Helemaal niet mee eens	7,50
Rapportcijfer tevredenheid gegeven vanuit de stelling: Na het schaatsen voel ik me ontspannen.	Helemaal mee eens	7,30
	Gedeeltelijk mee eens	7,00
	Neutraal	7,36
	Hoofdzakelijk niet mee eens	7,06
	Helemaal niet mee eens	7,39
Rapportcijfer tevredenheid gegeven vanuit de stelling: Door te schaatsen kom ik los van de dagelijkse sleur.	Helemaal mee eens	7,28
	Gedeeltelijk mee eens	7,16
	Neutraal	7,12
	Hoofdzakelijk niet mee eens	7,07
	Helemaal niet mee eens	7,45
Rapportcijfer tevredenheid gegeven vanuit de stelling: Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.	Helemaal mee eens	7,27
	Gedeeltelijk mee eens	7,11
	Neutraal	7,07
	Hoofdzakelijk niet mee eens	7,60
	Helemaal niet mee eens	7,26
Rapportcijfer tevredenheid gegeven vanuit de stelling: Ik schaats om te presteren in mijn sport.	Helemaal mee eens	7,00
	Gedeeltelijk mee eens	7,20
	Neutraal	7,19
	Hoofdzakelijk niet mee eens	7,43
	Helemaal niet mee eens	7,37
Rapportcijfer tevredenheid gegeven vanuit de stelling: In mijn kennissenkring schaatsen veel mensen.	Helemaal mee eens	7,34
	Gedeeltelijk mee eens	7,21
	Neutraal	7,17
	Hoofdzakelijk niet mee eens	7,11
	Helemaal niet mee eens	7,25
Rapportcijfer tevredenheid gegeven vanuit de stelling: Ik vind het belangrijk contact te hebben met andere bezoekers.	Helemaal mee eens	7,42
	Gedeeltelijk mee eens	7,22
	Neutraal	7,12
	Hoofdzakelijk niet mee eens	7,31
	Helemaal niet mee eens	7,11

Bijlage 5.4

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid - vervoersmiddel.

Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscoplex? * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

			Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?								Total
			3	4	5	6	7	8	9	10	
Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscoplex?	lopend	Count	0	0	0	2	4	3	0	1	10
		Expected Count	,0	,1	,3	1,4	4,5	2,9	,5	,2	10,0
		% within Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscoplex?	,0%	,0%	,0%	20,0%	40,0%	30,0%	,0%	10,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	5,9%	3,7%	4,2%	,0%	25,0%	4,1%
		% of Total	,0%	,0%	,0%	,8%	1,7%	1,2%	,0%	,4%	4,1%
	fiets / bromfiets	Count	1	0	1	5	15	16	2	0	40
		Expected Count	,2	,3	1,2	5,6	18,1	11,8	2,2	,7	40,0
		% within Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscoplex?	2,5%	,0%	2,5%	12,5%	37,5%	40,0%	5,0%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	,0%	14,3%	14,7%	13,8%	22,5%	15,4%	,0%	16,6%
		% of Total	,4%	,0%	,4%	2,1%	6,2%	6,6%	,8%	,0%	16,6%
	openbaar vervoer	Count	0	0	3	6	25	20	6	1	61
		Expected Count	,3	,5	1,8	8,6	27,6	18,0	3,3	1,0	61,0
		% within Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscoplex?	,0%	,0%	4,9%	9,8%	41,0%	32,8%	9,8%	1,6%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	42,9%	17,6%	22,9%	28,2%	46,2%	25,0%	25,3%
		% of Total	,0%	,0%	1,2%	2,5%	10,4%	8,3%	2,5%	,4%	25,3%
	auto / motor	Count	0	2	3	21	65	32	5	2	130
		Expected Count	,5	1,1	3,8	18,3	58,8	38,3	7,0	2,2	130,0
		% within Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscoplex?	,0%	1,5%	2,3%	16,2%	50,0%	24,6%	3,8%	1,5%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	100,0%	42,9%	61,8%	59,6%	45,1%	38,5%	50,0%	53,9%
		% of Total	,0%	,8%	1,2%	8,7%	27,0%	13,3%	2,1%	,8%	53,9%
Total		Count	1	2	7	34	109	71	13	4	241
		Expected Count	1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0
		% within Hoe komt U meestal naar het Jaap Eden IJscoplex?	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22,037 ^a	21	,397
Likelihood Ratio	20,055	21	,518
Linear-by-Linear Association	1,465	1	,226
N of Valid Cases	241		

a. 22 cells (68,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,04.

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid – afstand woning tot complex.

Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex? * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

		Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?								Total	
		3	4	5	6	7	8	9	10		
Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex?	0 - 3 km	Count	0	0	0	5	19	16	2	2	44
		Expected Count	,2	,4	1,3	6,2	19,9	13,0	2,4	,7	44,0
		% within Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex?	,0%	,0%	,0%	11,4%	43,2%	36,4%	4,5%	4,5%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	14,7%	17,4%	22,5%	15,4%	50,0%	18,3%
		% of Total	,0%	,0%	,0%	2,1%	7,9%	6,6%	,8%	,8%	18,3%
4 - 6 km		Count	0	0	1	5	18	13	2	0	39
		Expected Count	,2	,3	1,1	5,5	17,6	11,5	2,1	,6	39,0
		% within Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex?	,0%	,0%	2,6%	12,8%	46,2%	33,3%	5,1%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	14,3%	14,7%	16,5%	18,3%	15,4%	,0%	16,2%
		% of Total	,0%	,0%	,4%	2,1%	7,5%	5,4%	,8%	,0%	16,2%
7 - 9 km		Count	0	1	2	4	16	11	1	0	35
		Expected Count	,1	,3	1,0	4,9	15,8	10,3	1,9	,6	35,0
		% within Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex?	,0%	2,9%	5,7%	11,4%	45,7%	31,4%	2,9%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	50,0%	28,6%	11,8%	14,7%	15,5%	7,7%	,0%	14,5%
		% of Total	,0%	,4%	,8%	1,7%	6,6%	4,6%	,4%	,0%	14,5%
meer dan 10 km		Count	1	1	4	20	56	31	8	2	123
		Expected Count	,5	1,0	3,6	17,4	55,6	36,2	6,6	2,0	123,0
		% within Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex?	,8%	,8%	3,3%	16,3%	45,5%	25,2%	6,5%	1,6%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	50,0%	57,1%	58,8%	51,4%	43,7%	61,5%	50,0%	51,0%
		% of Total	,4%	,4%	1,7%	8,3%	23,2%	12,9%	3,3%	,8%	51,0%
Total		Count	1	2	7	34	109	71	13	4	241
		Expected Count	1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0
		% within Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex?	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,505 ^a	21	,925
Likelihood Ratio	14,542	21	,845
Linear-by-Linear Association	3,197	1	,074
N of Valid Cases	241		

a. 20 cells (62,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,15.

Frequentieverdeling rapportcijfer tevredenheid – middelen & restricties

Rapportcijfer tevredenheid naar vervoersmiddel.	Lopend	7,40
	Fiets / bromfiets	7,23
	Openbaar vervoer	7,38
	Auto / motor	7,12
Rapportcijfer tevredenheid naar afstand woning ten opzichte van ijscomplex.	0 – 3 km	7,48
	4 – 6 km	7,26
	7 – 9 km	7,06
	Meer dan 10 km	7,15

Bijlage 5.5

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid – beoefende sport

bezoeker in groepen samengevoegd * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

			Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?								Total
			3	4	5	6	7	8	9	10	
bezoeker in groepen samengevoegd	ijshockey	Count	0	1	1	6	10	5	0	2	25
		Expected Count	,1	,2	,5	3,6	11,3	7,5	1,4	,4	25,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	,0%	4,0%	4,0%	24,0%	40,0%	20,0%	,0%	8,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	50,0%	20,0%	17,6%	9,3%	7,0%	,0%	50,0%	10,5%
		% of Total	,0%	,4%	,4%	2,5%	4,2%	2,1%	,0%	,8%	10,5%
kunstrijden		Count	0	1	3	8	26	12	3	0	53
		Expected Count	,2	,4	1,1	7,6	24,1	15,8	2,9	,9	53,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	,0%	1,9%	5,7%	15,1%	49,1%	22,6%	5,7%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	50,0%	60,0%	23,5%	24,1%	16,9%	23,1%	,0%	22,3%
		% of Total	,0%	,4%	1,3%	3,4%	10,9%	5,0%	1,3%	,0%	22,3%
ijslee schaatsen		Count	0	0	0	5	6	1	0	0	12
		Expected Count	,1	,1	,3	1,7	5,4	3,6	,7	,2	12,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	,0%	,0%	,0%	41,7%	50,0%	8,3%	,0%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	14,7%	5,6%	1,4%	,0%	,0%	5,0%
		% of Total	,0%	,0%	,0%	2,1%	2,5%	,4%	,0%	,0%	5,0%
recreatie schaatsen		Count	1	0	1	8	42	40	9	2	103
		Expected Count	,4	,9	2,2	14,7	46,7	30,7	5,6	1,7	103,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	1,0%	,0%	1,0%	7,8%	40,8%	38,8%	8,7%	1,9%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	,0%	20,0%	23,5%	38,9%	56,3%	69,2%	50,0%	43,3%
		% of Total	,4%	,0%	,4%	3,4%	17,6%	16,8%	3,8%	,8%	43,3%
bezoeker niet schaatsend		Count	0	0	0	1	3	2	0	0	6
		Expected Count	,0	,1	,1	,9	2,7	1,8	,3	,1	6,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	,0%	,0%	,0%	16,7%	50,0%	33,3%	,0%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	2,9%	2,8%	2,8%	,0%	,0%	2,5%
		% of Total	,0%	,0%	,0%	,4%	1,3%	,8%	,0%	,0%	2,5%
schaatsende ouder		Count	0	0	0	6	21	11	1	0	39
		Expected Count	,2	,3	,8	5,6	17,7	11,6	2,1	,7	39,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	,0%	,0%	,0%	15,4%	53,8%	28,2%	2,6%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	17,6%	19,4%	15,5%	7,7%	,0%	16,4%
		% of Total	,0%	,0%	,0%	2,5%	8,8%	4,6%	,4%	,0%	16,4%
Total		Count	1	2	5	34	108	71	13	4	238
		Expected Count	1,0	2,0	5,0	34,0	108,0	71,0	13,0	4,0	238,0
		% within bezoeker in groepen samengevoegd	,4%	,8%	2,1%	14,3%	45,4%	29,8%	5,5%	1,7%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	,4%	,8%	2,1%	14,3%	45,4%	29,8%	5,5%	1,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	43,610 ^a	35	,151
Likelihood Ratio	43,962	35	,142
Linear-by-Linear Association	3,923	1	,048
N of Valid Cases	238		

a. 35 cells (72,9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,03.

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid – aantal bezoeken ijshal

Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal? * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

			Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?							Total	
			3	4	5	6	7	8	9		10
Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	minder dan 1 jaar	Count	0	0	2	7	22	15	2	2	50
		Expected Count	,2	,4	1,5	7,1	22,6	14,7	2,7	,8	50,0
		% within Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	,0%	,0%	4,0%	14,0%	44,0%	30,0%	4,0%	4,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	28,6%	20,6%	20,2%	21,1%	15,4%	50,0%	20,7%
		% of Total	,0%	,0%	,8%	2,9%	9,1%	6,2%	,8%	,8%	20,7%
1 - 3 jaar		Count	0	1	3	8	36	22	7	0	77
		Expected Count	,3	,6	2,2	10,9	34,8	22,7	4,2	1,3	77,0
		% within Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	,0%	1,3%	3,9%	10,4%	46,8%	28,6%	9,1%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	50,0%	42,9%	23,5%	33,0%	31,0%	53,8%	,0%	32,0%
		% of Total	,0%	,4%	1,2%	3,3%	14,9%	9,1%	2,9%	,0%	32,0%
4 - 6 jaar		Count	0	1	0	9	15	12	3	0	40
		Expected Count	,2	,3	1,2	5,6	18,1	11,8	2,2	,7	40,0
		% within Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	,0%	2,5%	,0%	22,5%	37,5%	30,0%	7,5%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	50,0%	,0%	26,5%	13,8%	16,9%	23,1%	,0%	16,6%
		% of Total	,0%	,4%	,0%	3,7%	6,2%	5,0%	1,2%	,0%	16,6%
meer dan 6 jaar		Count	1	0	2	10	36	22	1	2	74
		Expected Count	,3	,6	2,1	10,4	33,5	21,8	4,0	1,2	74,0
		% within Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	1,4%	,0%	2,7%	13,5%	48,6%	29,7%	1,4%	2,7%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	,0%	28,6%	29,4%	33,0%	31,0%	7,7%	50,0%	30,7%
		% of Total	,4%	,0%	,8%	4,1%	14,9%	9,1%	,4%	,8%	30,7%
Total		Count	1	2	7	34	109	71	13	4	241
		Expected Count	1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0
		% within Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,830 ^a	21	,596
Likelihood Ratio	22,380	21	,378
Linear-by-Linear Association	,558	1	,455
N of Valid Cases	241		

a. 20 cells (62,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,17.

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid – lid schaatsvereniging

Bent U lid van een schaatsvereniging in de Jaap Eden IJshal? * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

			Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?							Total	
			3	4	5	6	7	8	9		10
Bent U lid van een schaatsvereniging in de Jaap Eden IJshal?	ja	Count	0	2	6	17	42	16	2	0	85
		Expected Count	,4	,7	2,5	12,0	38,4	25,0	4,6	1,4	85,0
		% within Bent U lid van een schaatsvereniging in de Jaap Eden IJshal	,0%	2,4%	7,1%	20,0%	49,4%	18,8%	2,4%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	100,0%	85,7%	50,0%	38,5%	22,5%	15,4%	,0%	35,3%
		% of Total	,0%	,8%	2,5%	7,1%	17,4%	6,6%	,8%	,0%	35,3%
nee		Count	1	0	1	17	67	55	11	4	156
		Expected Count	,6	1,3	4,5	22,0	70,6	46,0	8,4	2,6	156,0
		% within Bent U lid van een schaatsvereniging in de Jaap Eden IJshal	,6%	,0%	,6%	10,9%	42,9%	35,3%	7,1%	2,6%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	,0%	14,3%	50,0%	61,5%	77,5%	84,6%	100,0%	64,7%
		% of Total	,4%	,0%	,4%	7,1%	27,8%	22,8%	4,6%	1,7%	64,7%
Total		Count	1	2	7	34	109	71	13	4	241
		Expected Count	1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0
		% within Bent U lid van een schaatsvereniging in de Jaap Eden IJshal	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25,232 ^a	7	,001
Likelihood Ratio	27,736	7	,000
Linear-by-Linear Association	19,437	1	,000
N of Valid Cases	241		

a. 9 cells (56,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,35.

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid – soort abonnement

Welk soort abonnement heeft U? * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstabulation

			Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?							Total	
			3	4	5	6	7	8	9		10
Welk soort abonnement heeft U?	losse kaartverkoop	Count	1	0	1	10	52	45	9	4	122
		Expected Count	,5	1,0	3,5	17,2	55,2	35,9	6,6	2,0	122,0
		% within Welk soort abonnement heeft U?	,8%	,0%	,8%	8,2%	42,6%	36,9%	7,4%	3,3%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	,0%	14,3%	29,4%	47,7%	63,4%	69,2%	100,0%	50,6%
		% of Total	,4%	,0%	,4%	4,1%	21,6%	18,7%	3,7%	1,7%	50,6%
10 rittenkaart		Count	0	0	0	1	4	7	2	0	14
		Expected Count	,1	,1	,4	2,0	6,3	4,1	,8	,2	14,0
		% within Welk soort abonnement heeft U?	,0%	,0%	,0%	7,1%	28,6%	50,0%	14,3%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	2,9%	3,7%	9,9%	15,4%	,0%	5,8%
		% of Total	,0%	,0%	,0%	,4%	1,7%	2,9%	,8%	,0%	5,8%
25 rittenkaart		Count	0	0	0	1	5	1	0	0	7
		Expected Count	,0	,1	,2	1,0	3,2	2,1	,4	,1	7,0
		% within Welk soort abonnement heeft U?	,0%	,0%	,0%	14,3%	71,4%	14,3%	,0%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	,0%	,0%	2,9%	4,6%	1,4%	,0%	,0%	2,9%
		% of Total	,0%	,0%	,0%	,4%	2,1%	,4%	,0%	,0%	2,9%
verenigingsabonnehmer		Count	0	2	6	22	48	18	2	0	98
		Expected Count	,4	,8	2,8	13,8	44,3	28,9	5,3	1,6	98,0
		% within Welk soort abonnement heeft U?	,0%	2,0%	6,1%	22,4%	49,0%	18,4%	2,0%	,0%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	100,0%	85,7%	64,7%	44,0%	25,4%	15,4%	,0%	40,7%
		% of Total	,0%	,8%	2,5%	9,1%	19,9%	7,5%	,8%	,0%	40,7%
Total		Count	1	2	7	34	109	71	13	4	241
		Expected Count	1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0
		% within Welk soort abonnement heeft U?	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%
		% within Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	38,760 ^a	21	,010
Likelihood Ratio	42,262	21	,004
Linear-by-Linear Association	25,480	1	,000
N of Valid Cases	241		

a. 23 cells (71,9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,03.

Kruistabel rapportcijfer tevredenheid – bezoek andere ijshallen

U ook wel eens in andere ijshallen (30 bij 60 meter)? * Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10? Crosstab

		Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?								Total
		3	4	5	6	7	8	9	10	
Schaatst U ook wel eens in andere ijshallen (30 bij 60 meter)?	Count	0	2	5	16	45	19	2	0	89
	Expected Count	,4	,7	2,6	12,6	40,3	26,2	4,8	1,5	89,0
	% within Schaatst U ook wel eens andere ijshallen (30 bij 60 meter)	,0%	2,2%	5,6%	18,0%	50,6%	21,3%	2,2%	,0%	100,0%
	% within Welk rapportcijfer zou de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	,0%	100,0%	71,4%	47,1%	41,3%	26,8%	15,4%	,0%	36,9%
	% of Total	,0%	,8%	2,1%	6,6%	18,7%	7,9%	,8%	,0%	36,9%
nee	Count	1	0	2	18	64	52	11	4	152
	Expected Count	,6	1,3	4,4	21,4	68,7	44,8	8,2	2,5	152,0
	% within Schaatst U ook wel eens andere ijshallen (30 bij 60 meter)	,7%	,0%	1,3%	11,8%	42,1%	34,2%	7,2%	2,6%	100,0%
	% within Welk rapportcijfer zou de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	,0%	28,6%	52,9%	58,7%	73,2%	84,6%	100,0%	63,1%
	% of Total	,4%	,0%	,8%	7,5%	26,6%	21,6%	4,6%	1,7%	63,1%
Total	Count	1	2	7	34	109	71	13	4	241
	Expected Count	1,0	2,0	7,0	34,0	109,0	71,0	13,0	4,0	241,0
	% within Schaatst U ook wel eens andere ijshallen (30 bij 60 meter)	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%
	% within Welk rapportcijfer zou de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	,4%	,8%	2,9%	14,1%	45,2%	29,5%	5,4%	1,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,049 ^a	7	,012
Likelihood Ratio	20,621	7	,004
Linear-by-Linear Association	13,564	1	,000
N of Valid Cases	241		

a. 9 cells (56,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,37.

Frequentieverdeling rapportcijfer tevredenheid - "soort bezoeker"

Rapportcijfer tevredenheid onderverdeeld in bezoekersgroepen.	IJshockey	7,00
	Kunstrijden	7,02
	IJsslee schaatsen	6,67
	Recreatie schaatsen	7,49
	Bezoeker niet schaatsend	7,17
	Schaatsende ouder	7,18
Rapportcijfer tevredenheid naar gelang het aantal bezoeken	Minder dan 1 jaar	7,28
	1 – 3 jaar	7,25
	4 – 6 jaar	7,15
	Meer dan 6 jaar	7,16
Rapportcijfer tevredenheid samenhangt met lidmaatschap schaatvereniging.	Ja	6,82
	Nee	7,42
Rapportcijfer tevredenheid per soort abonnement.	Losse kaartverkoop	7,48
	10-rittenkaart	7,71
	25-rittenkaart	7,00
	Verenigingsabonnement	6,82
Rapportcijfer tevredenheid met schaatsen in andere ijshallen.	Ja	6,90
	Nee	7,32

Bijlage 5.6

Gemiddelde “tevredenheidscijfer ervaring x belang”

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	7,21	1,009	241
gemiddeldegewogen	13,55	3,690	240

Correlatie “rapportcijfer tevredenheid” en “tevredenheidscijfer ervaring x belang”

Correlations

		Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	gemiddeld egewogen
Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?	Pearson Correlation	1	,307**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	241	240
gemiddeldegewogen	Pearson Correlation	,307**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	240	240

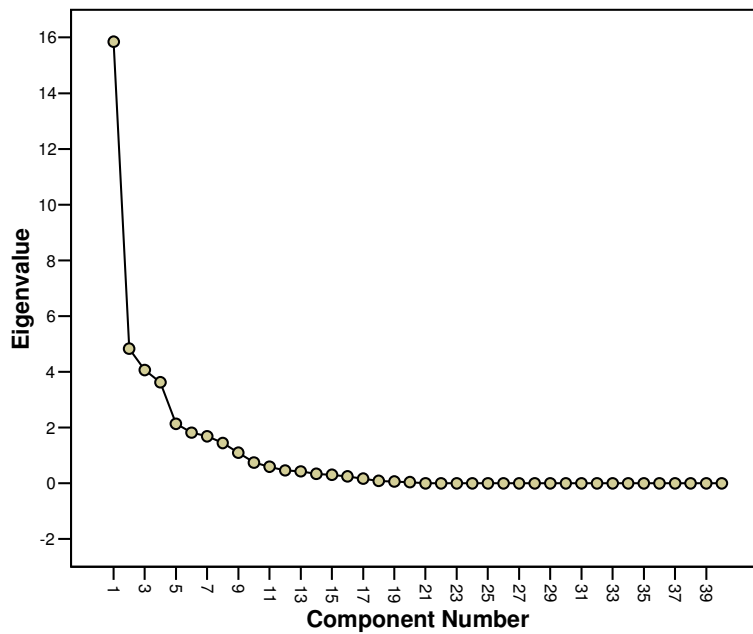
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Bijlage 5.7 Factoranalyse

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	15,848	39,619	39,619	15,848	39,619	39,619	9,360	23,399	23,399
2	4,828	12,071	51,690	4,828	12,071	51,690	7,372	18,431	41,830
3	4,065	10,162	61,852	4,065	10,162	61,852	6,848	17,119	58,949
4	3,622	9,055	70,906	3,622	9,055	70,906	4,783	11,957	70,906
5	2,134	5,335	76,242						
6	1,815	4,537	80,778						
7	1,687	4,218	84,997						
8	1,445	3,613	88,610						

Scree Plot



Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4
1	,652	,536	,471	,257
2	-,623	-,021	,651	,433
3	,398	-,741	-,002	,540
4	-,167	,404	-,595	,674

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
omgevinggewogen	,671		,365	
bereikbaarheidgewogen				
parkeergelegenheidgewogen	,883			
fietsenstallinggewogen	,839			
kassasysteemgewogen			,825	
openingstijdengewogen	,671	,397		
entreprijsgewogen		,619		
abonnementsprijsgewogen	,575	,382	,363	
sfeergewogen		,537	,687	
kleedkamersgewogen		,585	,390	
toiletengewogen	,324	,789		
kluisjesgewogen		,807		,323
verenigingsruimtegewogen	,805			
kwaliteitijsgewogen			,663	
druktegewogen		,660	,345	
veiligheidsjshalgewogen	,663	,304	,510	
schaatsgedraggewogen	,410	,448	,453	
muziekgewogen		,909		
kennissgewogen	,703			,486
hulpvaardigheidgewogen	,313			,839
betrouwbaarheidgewogen		,374	,522	,331
beleefdheidgewogen	,724		,390	
herkenbaarheidgewogen		,369	,597	
telbereikgewogen	,542	,362		
indienenklachtengewogen	,852			
klachtenafhandelinggewogen	,918			
inforvoorzieninggewogen	,731	,406		
infowebgewogen	,319		,668	
assortimentgewogen		,367		,780
prijsconsumptiegewogen				,887
horpersoneelgewogen			,671	
openingtijdhorecagewogen	,662	,580		
prijlslesgewogen			,356	,852
variatielesgewogen			,895	
lestijdengewogen			,830	
kennisleraargewogen			,429	,836
huurprijsgewogen		,899		
kwaliteithuurschaatsgewogen	,558	,653		
hoogteborggewogen	,336	,760	,366	
prijsslijpengewogen				,392

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

Bijlage 5.8 Betrouwbaarheidsanalyse op de verschillende factoren

Factor 1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,943	13

Factor 2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,855	8

Factor 3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,846	8

Factor 4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,783	6

Bijlage 5.9 Toelichting invoer variabelen in regressie-analyse

Variabelen in model	Toelichting
Beoefende sport	Nominaal Referentiecategorie: recreatieschaatsen Dummy 1: ijshockey Dummy 2: kunstrijden Dummy 3: ijslee-schaatsen Dummy 4: bezoeker, niet schaatsend Dummy 5: schaatsende ouder
Lid schaatsvereniging	Nominaal Referentiecategorie: ja
Aantal jaar bezoeker	Ordinaal
Soort abonnement	Nominaal Referentiecategorie: losse kaartverkoop Dummy 1: 10-rittenkaart Dummy 2: 25-rittenkaart Dummy 3: 50-rittenkaart Dummy 4: verenigingsabonnement Dummy 5: duosport leskaart
Gebruik maken van 400-meterbaan	Nominaal Referentiecategorie: ja
Bezwaar afschaffing toegangsbewijs voor gebruik 400-meterbaan	Nominaal Referentiecategorie: ja
Schaatsen in andere ijshallen	Nominaal Referentiecategorie: ja
Vervoersmiddel	Nominaal Referentiecategorie: auto / motor Dummy 1: lopend Dummy 2: fiets / bromfiets Dummy 3: openbaarvervoer
Afstand tot ijscomplex	Ordinaal
Stellingen: enquêtevraag 10 t/m 16	Interval
Tevr.- belang enquêtevraag 17 t/m 56	Interval
Rapportcijfer	Interval
Terugkeren op Jaap Eden	Nominaal Referentiecategorie: ja
Geslacht	Nominaal Referentiecategorie: vrouw
Leeftijd	Ratio
Land van herkomst	Nominaal Referentiecategorie: Nederland
Opleidingsniveau	Ordinaal
Huishoudsamenstelling	Nominaal Referentiecategorie: inwonend bij ouders Dummy 1: met partner zonder thuiswonende kinderen Dummy 2: met partner met thuiswonende kinderen Dummy 3: zonder partner met thuiswonende kinderen Dummy 4: alleenwonend Dummy 5: woongroep of andere woonvorm

Bijlage 5.10 Regressie analyse

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	8,712	,618					
	Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex?	-,124	,079	-,146	-1,566	,119	,448	2,234
	vervoersmiddeldum1 voor regressie	-,536	,424	-,106	-1,264	,208	,554	1,805
	vervoersmiddeldum2 voor regressie	-,321	,248	-,119	-1,294	,197	,466	2,144
	vervoersmiddeldum3 voor regressie	-,038	,194	-,016	-,195	,846	,559	1,788
	Wat is Uw leeftijd?	-,012	,008	-,185	-1,474	,142	,248	4,039
	Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?	-,089	,044	-,155	-2,034	,043	,677	1,477
	geslacht voor regressie	,030	,142	,015	,207	,836	,783	1,277
	afkomst voor regressie	-,123	,242	-,035	-,507	,613	,817	1,224
	huishouds metp zonderk dum1	,337	,348	,094	,968	,334	,412	2,429
	huishouds metp zonderthk dum2	,198	,282	,088	,704	,483	,251	3,985
	huishouds zonderp zonderthk dum3	,085	,416	,017	,204	,839	,576	1,736
	huishouds alleenwonend dum4	-,116	,285	-,037	-,406	,685	,460	2,174
	huishouds woongroep dum5	1,408	,641	,155	2,196	,029	,784	1,276
	Ik vind het belangrijk contact te hebben met andere bezoekers.	-,061	,061	-,071	-,994	,321	,771	1,297
	Ik vind het belangrijk steeds beter te leren schaatsen.	,109	,068	,141	1,608	,109	,507	1,974
	Na het schaatsen voel ik me ontspannen.	-,074	,073	-,090	-1,018	,310	,503	1,987
	Door te schaatsen kom ik los van de dagelijkse sleur.	-,040	,070	-,051	-,579	,563	,510	1,959
	Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren.	-,014	,062	-,018	-,226	,821	,594	1,683
	Ik schaats om te presteren in mijn sport.	,065	,058	,097	1,116	,266	,521	1,919
	In mijn kennissenkring schaatsen veel mensen.	,041	,055	,055	,750	,454	,733	1,364
	Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?	,079	,070	,089	1,133	,259	,634	1,578
	lidvereniging voor regressie	-,068	,301	-,032	-,226	,821	,191	5,227
	gebruikbuitenbaan voor regressie	-,160	,163	-,079	-,978	,329	,599	1,668
	geldigheidtoegingsbewijs voor regressie	,083	,157	,041	,526	,600	,659	1,518
	andere ijshallen voor regressie	,136	,213	,065	,636	,525	,374	2,676
	bezoekerdum1 voor regressie	-,177	,289	-,054	-,612	,541	,512	1,953
	bezoekerdum2 voor regressie	,263	,238	,108	1,107	,270	,409	2,442
	bezoekerdum4 voor regressie	-,028	,245	-,014	-,113	,910	,270	3,708
	bezoekerdum5 voor regressie	-,243	,455	-,038	-,533	,595	,788	1,270
	abonnementdum1 voor regressie	,257	,300	,060	,856	,393	,804	1,244
	abonnementdum2 voor regressie	-,487	,418	-,081	-1,164	,246	,804	1,244
	abonnementdum4 voor regressie	-,523	,317	-,255	-1,647	,101	,163	6,136
	Factor1gemid	-,049	,044	-,124	-1,120	,264	,321	3,116
	factor2gemid	-,047	,038	-,127	-1,246	,214	,379	2,637
	factor3gemid	-,012	,042	-,030	-,285	,776	,353	2,830
	factor4gemid	,031	,030	,097	1,043	,298	,450	2,222

a. Dependent Variable: Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,495 ^a	,245	,104	,955

- a. Predictors: (Constant), factor4gemid, abonementdum4 voor regressie, geslacht voor regressie, bezoekerdum5 voor regressie, huishouds woongroep dum5, abonementdum2 voor regressie, huishouds alleenwonend dum4, Door te schaatsen kom ik los van de dagelijkse sleur., vervoersmiddeldum2 voor regressie, In mijn kennissenkring schaatsen veel mensen., Wat is Uw huidige of hoogste voltooide opleiding?, huishouds metp zonderk dum1, afkomst voor regressie, geldigheidtoegingsbewijs voor regressie, abonementdum1 voor regressie, Hoeveel jaar bent U al bezoeker van de Jaap Eden IJshal?, huishouds zonderp zonderthk dum3, vervoersmiddeldum1 voor regressie, Ik vind het belangrijk contact te hebben met andere bezoekers., bezoekerdum1 voor regressie, Ik schaats om mijn gezondheid / conditie te verbeteren., vervoersmiddeldum3 voor regressie, gebruikbuitenbaan voor regressie, Ik vind het belangrijk steeds beter te leren schaatsen., factor2gemid, Ik schaats om te presteren in mijn sport. , bezoekerdum2 voor regressie, Na het schaatsen voel ik me ontspannen., huishouds metp zonderthk dum2, Wat is de afstand van uw woning tot het ijscomplex?, factor3gemid, andere ijshallen voor regressie, Factor1gemid, bezoekerdum4 voor regressie, Wat is Uw leeftijd?, lidvereniging voor regressie
- b. Dependent Variable: Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?

Bijlage 5.11 Regressie van factoren (niet gecontroleerd) op rapportcijfer tevredenheid

Regressie factor 1: algemeen product

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,402	,293		25,284	,000		
	omgevinggewogen	-,007	,048	-,024	-,150	,881	,541	1,847
	parkeergelegenheidgewogen	,031	,037	,121	,833	,408	,638	1,568
	fietsenstallinggewogen	,008	,036	,035	,230	,819	,589	1,698
	openingstijdengewogen	,003	,050	,009	,052	,959	,425	2,354
	abonnementsprijsgewogen	-,028	,037	-,115	-,772	,443	,608	1,644
	verenigingsruimtegewogen	-,049	,034	-,236	-1,422	,160	,489	2,046
	veiligheidsjshalgewogen	,019	,053	,062	,354	,724	,444	2,251
	kenniscgewogen	,085	,043	,301	1,970	,053	,578	1,731
	beleefdheidgewogen	-,042	,050	-,142	-,851	,398	,488	2,051
	telbereikgewogen	-,033	,058	-,137	-,570	,571	,234	4,281
	indienenklachtengewogen	-,048	,068	-,190	-,702	,486	,184	5,434
	klachtenafhandelinggewogen	,036	,047	,177	,776	,441	,260	3,845
	infovoorzieninggewogen	,009	,049	,033	,177	,860	,378	2,645

a. Dependent Variable: Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,421 ^a	,177	,002	1,008

a. Predictors: (Constant), infovoorzieninggewogen, parkeergelegenheidgewogen, beleefdheidgewogen, openingstijdengewogen, omgevinggewogen, abonnementsprijsgewogen, kenniscgewogen, fietsenstallinggewogen, verenigingsruimtegewogen, veiligheidsjshalgewogen, telbereikgewogen, klachtenafhandelinggewogen, indienenklachtengewogen

b. Dependent Variable: Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?

Regressie factor 2: recreatief aanbod

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,634	,294		25,963	,000		
	entreprijsgewogen	-,002	,037	-,006	-,044	,965	,651	1,535
	kleedkamersgewogen	-,007	,036	-,028	-,203	,840	,662	1,511
	toilettengewogen	-,031	,045	-,102	-,689	,493	,591	1,691
	kluisjesgewogen	,045	,042	,190	1,061	,292	,405	2,471
	druktesgewogen	-,019	,041	-,067	-,465	,643	,632	1,582
	muziekgewogen	-,051	,034	-,236	-1,523	,132	,541	1,848
	huurprijsgewogen	,008	,030	,039	,278	,782	,661	1,513
	hoogteborggewogen	-,018	,034	-,075	-,516	,608	,618	1,619

a. Dependent Variable: Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,256 ^a	,065	-,039	1,028

a. Predictors: (Constant), hoogteborggewogen, kleedkamersgewogen, druktesgewogen, entreprijsgewogen, huurprijsgewogen, toilettengewogen, muziekgewogen, kluisjesgewogen

b. Dependent Variable: Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?

Regressie factor 3: verenigingsaanbod

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,383	,300		24,643	,000		
	kassasysteemgewogen	,001	,043	,004	,022	,982	,562	1,778
	kwaliteitijsgewogen	,008	,047	,027	,171	,865	,588	1,699
	betrouwbaarheidgewogen	,011	,050	,034	,223	,824	,663	1,509
	herkenbaarheidgewogen	,004	,043	,015	,096	,924	,597	1,676
	infowebgewogen	-,033	,033	-,144	-1,003	,320	,741	1,349
	horpersoneelgewogen	-,033	,045	-,118	-,743	,460	,607	1,647
	variatielesgewogen	-,058	,060	-,233	-,976	,333	,268	3,736
	lestijdengewogen	,072	,064	,250	1,123	,266	,306	3,265

a. Dependent Variable: Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,239 ^a	,057	-,065	1,041

a. Predictors: (Constant), lestijdengewogen, betrouwbaarheidgewogen, infowebgewogen, horpersoneelgewogen, herkenbaarheidgewogen, kwaliteitijsgewogen, kassasysteemgewogen, variatielesgewogen

b. Dependent Variable: Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?

Regressie factor 4: diensten door exploitanten

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,453	,315		23,654	,000		
	hulpvaardigheidgewogen	,007	,038	,031	,195	,846	,684	1,461
	assortimentgewogen	-,051	,046	-,193	-1,107	,274	,586	1,706
	prijsconsumptiegewogen	-,076	,047	-,293	-1,600	,116	,530	1,888
	prijslesgewogen	,018	,046	,083	,396	,694	,399	2,506
	kennisleraargewogen	,029	,039	,144	,736	,465	,464	2,153
	prijsslijpengewogen	,049	,035	,200	1,383	,173	,847	1,180

a. Dependent Variable: Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,361 ^a	,130	,024	,997

- a. Predictors: (Constant), prijslijpengewogen, kennisleraargewogen, assortimentgewogen, hulpvaardigheidgewogen, prijsconsumptiegewogen, prijslesgewogen
- b. Dependent Variable: Welk rapportcijfer zou U de IJshal geven op schaal 1 t/m 10?