

Jaarlijks onderzoek onder gasten 2015

Elk jaar voert Resto VanHarte een impact- en tevredenheidsmeting uit onder haar gasten. Deze is in 2015 verspreid in 32 vestigingen van Resto VanHarte, in 20 steden/gemeenten. De enquête is afgenomen in de periode september tot en met december 2015. Waar mogelijk is een vergelijking gemaakt met de resultaten van voorgaande jaren.

Tijdens de openingsavonden hebben de Horeca- en Restomanagers hun gasten gevraagd om de enquête ter plekke in te vullen. In totaal hebben 664 gasten de enquête ingevuld. Hiervan gaven 205 aan de enquête ook in een voorgaand jaar te hebben ingevuld.

Resto VanHarte vindt dat iedereen erbij hoort en biedt een plek in de wijk waar mensen elkaar kunnen ontmoeten. Gasten van alle leeftijden bezoeken Resto VanHarte, de jongste respondent was 9 en de oudste 101 jaar.

Resto VanHarte bereikt juist de mensen die op zoek zijn naar contact en die ook vaak minder geld hebben. Het overgrote deel van de gasten komt uit eenpersoonshuishoudens/eenoudergezin met een inkomen op bijstandsniveau en/of beneden modaal.

Een gedeelte van de gasten zal minder goed in staat zijn om de enquête in te vullen. Dit geldt bijvoorbeeld voor gasten die de Nederlandse taal niet goed machtig zijn en voor kinderen. Hierdoor zullen deze groepen ondervertegenwoordigd zijn in de meting.

Er waren 431 vrouwelijke en 201 mannelijke respondenten, 40 respondenten hebben hier geen antwoord gegeven.

De percentages die genoemd worden zijn (tenzij anders vermeld) gerelateerd aan het aantal respondenten dat een valide antwoord gaf.

Doelgroepen

Iedereen is welkom bij Resto VanHarte. Mensen of groepen die sociaal geïsoleerd zijn of dreigen te raken krijgen onze speciale aandacht. Wij willen daar zijn waar we het meeste nodig zijn. Onderzoek wijst uit dat bepaalde groepen een verhoogde kans hebben op eenzaamheid, onder andere:

- *Volwassenen met een lage sociaaleconomische status*
- *Kinderen en jongeren waarvan de ouders een lage economische status hebben*
- *Mensen met een hogere leeftijd*
- *Mensen die gescheiden of verweduwd zijn*
- *Surinaamse, Marokkaanse en Turkse Nederlanders*
- *Alleenstaanden*
- *Mensen zonder baan*

(Machielse, 2006)

Sociaaleconomische status is een concept dat is samengesteld uit verschillende indicatoren: opleidingsniveau, beroepsstatus en hoogte van het inkomen. Gemakshalve is het in ons doelgroepenonderzoek geoperationaliseerd met het begrip minima. Dit zijn personen die een huishoudinkomen hebben van maximaal 110% van het sociaal minimum.

Het Sociaal Cultureel Planbureau komt met cijfers waaruit blijkt dat sociale uitsluiting vaak gekoppeld is aan armoede. Er zijn vier type huishoudens waarbij armoede veel voorkomt:

- *Eenoudergezinnen*
- *Eenpersoonshuishoudens*
- *Niet-westerse Nederlanders*
- *Uitkeringsgerechtigden*

(Sociaal Cultureel Planbureau, 2011)

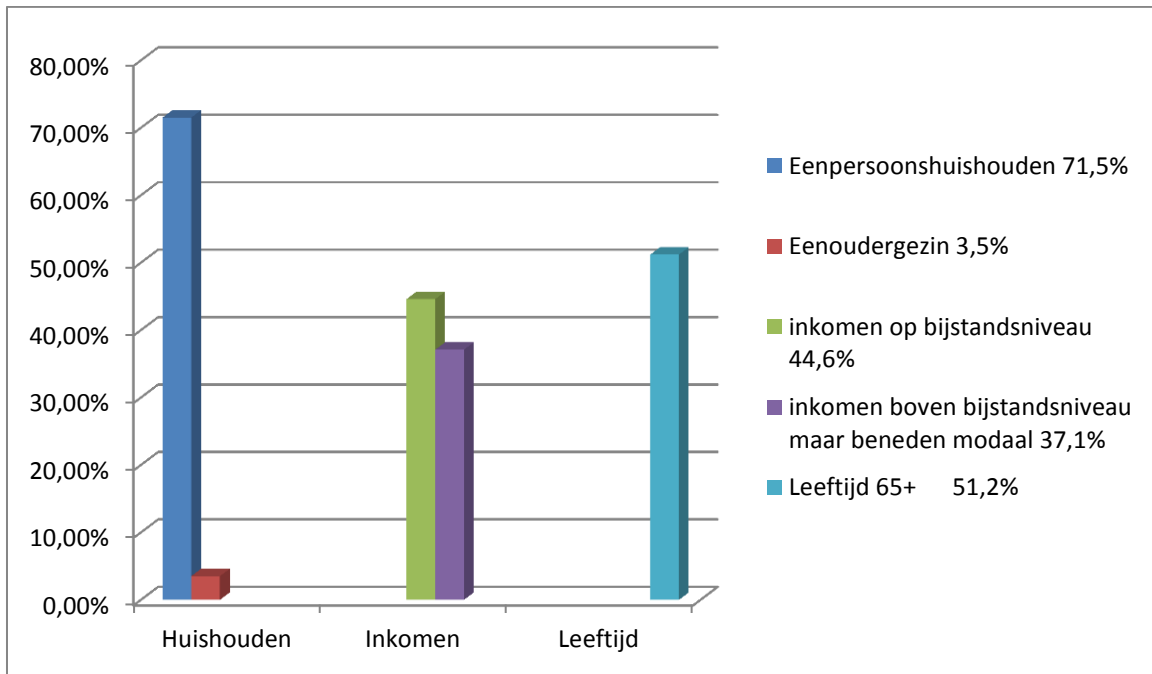
Uit de onderstaande resultaten blijkt dat de Resto's veel gasten bedienen die in de beoogde doelgroepen vallen, met uitzondering van de Niet-westerse Nederlanders die, in de enquête, ondervertegenwoordigd zijn. (ter vergelijking: in 2015 bestond de totale Nederlandse bevolking voor ongeveer 6,58% uit eerste generatie Niet-westerse Nederlanders en 5,48% tweede generatie).

(CBS Statline 29 januari 2016)

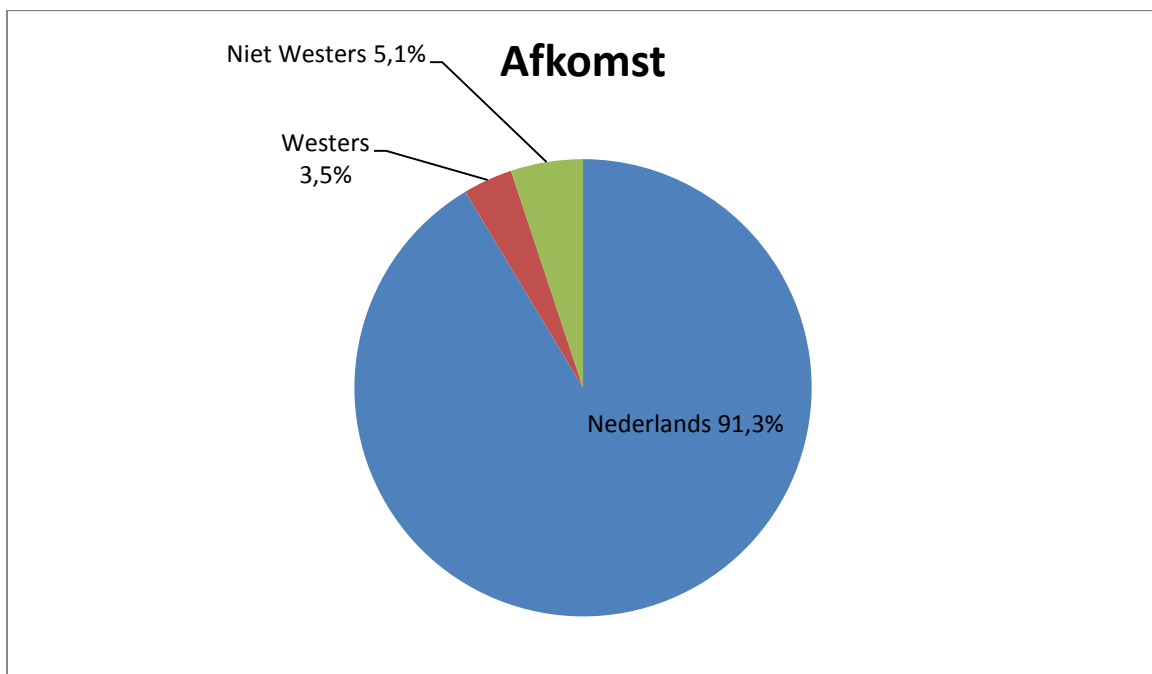
Zoals al eerder opgemerkt kan dit gedeeltelijk liggen aan een taalbarrière, waardoor er relatief minder respondenten in deze groep zijn.¹

¹ Bij de vrijwilligers geeft 11,1% aan Niet-westerse Nederlander te zijn, dus hier lukt het de Resto's zeker wel om deze doelgroep te bereiken.

Slechts 21,8% van de respondenten geeft aan een inkomen te hebben uit arbeid en/of eigen onderneming. 58% heeft een inkomen via een uitkering (bijv. AOW, WAO, Bijstand, Wajong) en 2,1% geeft aan geen zelfstandig inkomen te hebben. 2,4% heeft studiefinanciering en 1,3% een WW-uitkering en 25,5% heeft een aanvullend pensioen.²



Figuur 1: doelgroepen



Figuur 2: Culturele achtergrond

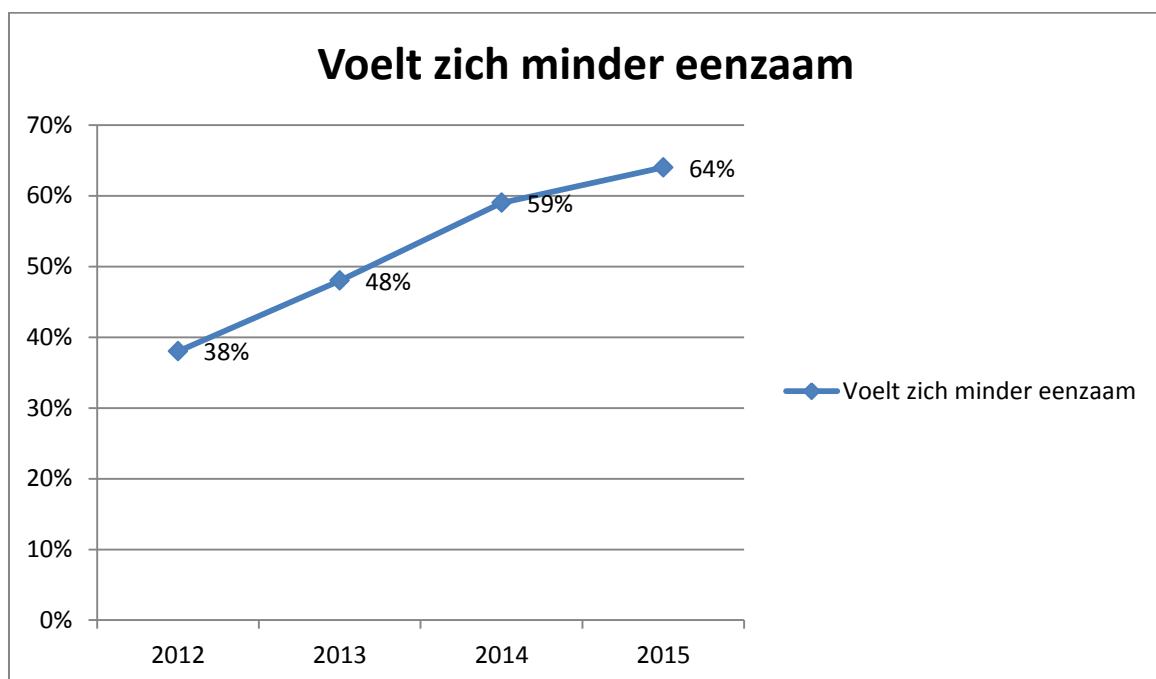
² Het totaal komt boven de 100% uit omdat meerdere inkomsten per persoon mogelijk zijn.

Sociale contacten

Resto VanHarte wil een plek bieden waar mensen elkaar kunnen ontmoeten. Uit dit onderzoek blijkt dat Resto VanHarte een goede plek is om nieuwe vrienden te maken. In voorgaande jaren gaf ongeveer 70 - 75 procent aan nieuwe vrienden/kennissen gemaakt te hebben in 2014 was dit 79 procent, dit jaar is dit 75,6 procent (88,6% onder de gasten die ook een voorgaand jaar de enquête hebben ingevuld).

Met deze vrienden worden ook activiteiten buiten het Resto ondernomen. Dit jaar gaf 38,2 procent aan af te spreken met deze nieuwe vrienden buiten Resto VanHarte om (50,0% onder de gasten die ook een voorgaand jaar de enquête hebben ingevuld). In 2014 lag dit percentage op 44,2 procent.

In onderstaande figuur is te zien dat veel gasten zich minder eenzaam voelen sinds ze Resto VanHarte bezoeken:



Figuur 3: Percentage gasten dat zich minder eenzaam voelt sinds/doordat ze Resto VanHarte bezoeken.

Ook onder de gasten die een voorgaand jaar de enquête hebben ingevuld lag dit percentage dit jaar op 65,7 procent.³

³ Dit jaar is t.o.v. voorgaande jaren de vraagstelling gewijzigd, niet meer "sinds", maar "doordat" ik Resto VanHarte bezoek voel ik mij over het algemeen minder eenzaam." Hierdoor kan er nog meer waarde gehecht worden aan de invloed van het Resto op dit gevoel.

Waardering maaltijd en sfeer

De maaltijd wordt net als in voorgaande jaren goed tot zeer goed gewaardeerd. In onderstaande tabel een overzicht van de waarderingcijfers voor de smaak, variatie en de gezondheid van de maaltijd, en de waarderingcijfers voor de sfeer (Gastvrijheid, gezelligheid en de mogelijkheid tot het voeren van een gesprek).

	Ze er go ed	Go ed	Nie t go ed/Nie t sle cht	Sle cht of Ze er sle cht
Smaak	34,4 %	61,6%	4,0 %	0,0 %
Variatie	33,6 %	62,2 %	4,0 %	0,2 %
Gezondheid	30,6 %	62,3 %	6,7 %	0,4 %
Gastvrijheid	54,6 %	44,1 %	1,1 %	0,2 %
Gezelligheid	43,1%	54,4 %	2,1 %	0,4 %
Mogelijkheid tot voeren gesprek	28,9 %	64,4 %	6,1 %	0,6 %

Figuur 4: Percentages waardering maaltijd en sfeer.

Zoals gezegd is de waardering eigenlijk al jaren op een zeer hoog niveau met dit jaar waarderingpercentages van meer dan 93 procent voor goed tot zeer goed.

Sociale activering, het belang van samen eten

Resto VanHarte biedt een plek waar men samen kan eten en sociale contacten kan leggen, op deze manier wordt de eenzaamheid bestreden. Maar Resto VanHarte daagt haar gasten ook uit om mee te doen en weer regie over hun leven te nemen, door te beginnen met kleine stapjes, zoals deelnemen met het meedoenprogramma.

Het ontmoeten van mensen en de maaltijd zelf zijn de belangrijkste redenen voor mensen om voor het eerst een Resto te bezoeken met resp. 60,4 en 46,9 procent. Het Meedoenprogramma met 9,7 procent in mindere mate.⁴ (3,75% gaf aan te komen voor de sfeer en gezelligheid)

Het Meedoenprogramma is door 496 respondenten beoordeeld, zij gaven een gemiddeld cijfer van 7,8 op een schaal van 1 tot 10. Slechts 8 van de respondenten gaven een onvoldoende (5 of lager)

De gasten geven over het algemeen aan tevreden te zijn geweest met hun sociale leven voordat ze Resto VanHarte bezochten (80,4%), dit stijgt zelfs naar 91,5% tevredenheid nadat VanHarte is bezocht.⁵

Toch geeft 64,3 procent van de respondenten aan zich minder eenzaam te voelen doordat⁶ ze Resto VanHarte bezoeken. 75,6 procent geeft aan nieuwe vrienden/kennissen gemaakt te hebben bij Resto VanHarte, 38,2 procent geeft aan ook buiten het Resto met deze nieuwe vrienden/kennissen om te gaan. (de percentages onder gasten die de enquête een eerder jaar hebben ingevuld zijn resp. 65,7 - 88,6 en 50,0 procent)

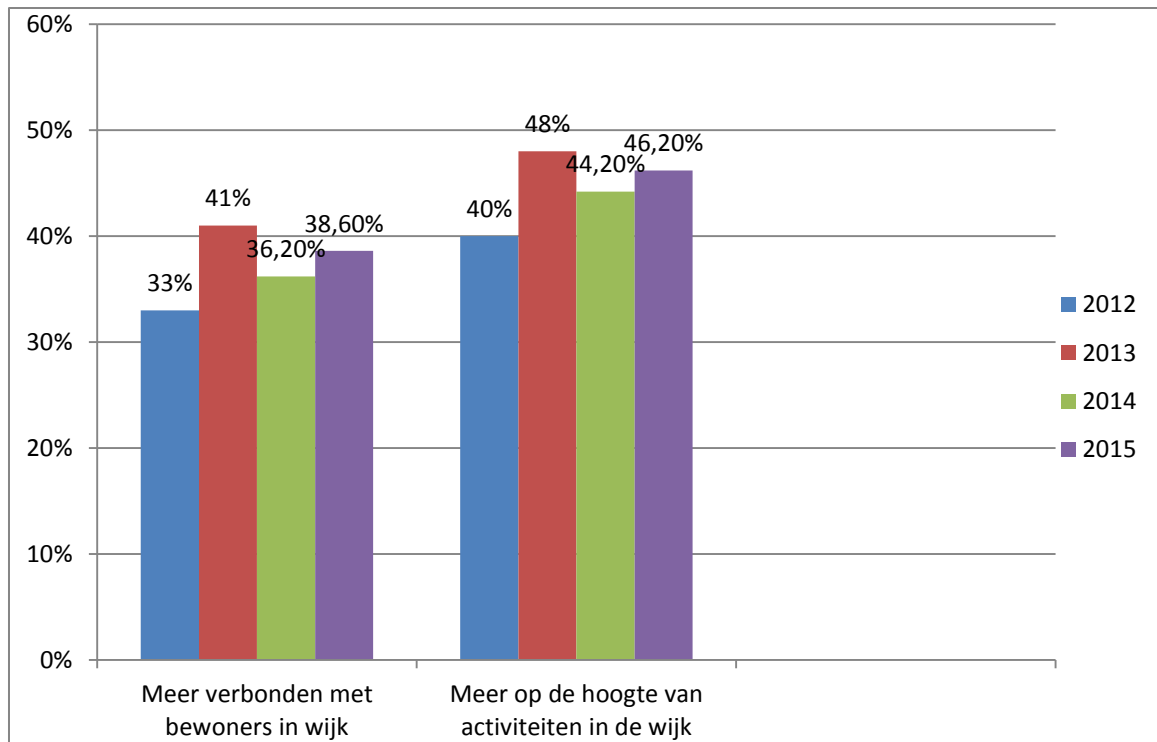
De gasten komen niet alleen naar een Resto om anderen te ontmoeten, 63 procent geeft aan ook minimaal één keer een nieuwe gast meegenomen te hebben naar het Resto. 60,3 procent geeft ook aan te helpen om VanHarte tot een succes te maken. Van deze groep geeft 68,2 procent aan dit te doen door middel van het promoten van VanHarte en 23,1 procent helpt of heeft als vrijwilliger meegeholpen. Donateur is 10,4%, en 18,4% geeft een fooi na de maaltijd. 9,7% doet dit op een andere manier, door voornamelijk te helpen bij een activiteit.⁷

⁴ Hoewel er gevraagd werd om slechts één antwoord aan te vinken, hebben veel respondenten hier meerdere antwoorden aangevinkt, vandaar dat de totale percentages boven de 100% uitkomen.

⁵ Dit betekent natuurlijk niet **doordat** VanHarte is bezocht, andere redenen kunnen hieraan ten grondslag liggen, dat is echter niet onderzocht.

⁶ Dit jaar is t.o.v. voorgaande jaren de vraagstelling gewijzigd, niet meer "sinds, maar *doordat* ik Resto VanHarte bezoek voel ik mij minder eenzaam." Hierdoor kan er nog meer waarde gehecht worden aan de invloed van het Resto op dit gevoel.

⁷ Omdat een aantal gasten op meerdere manieren Resto VanHarte helpt komt het totaal percentage boven de 100% uit.



Figuur 5: verbondenheid en betrokkenheid bij de wijk

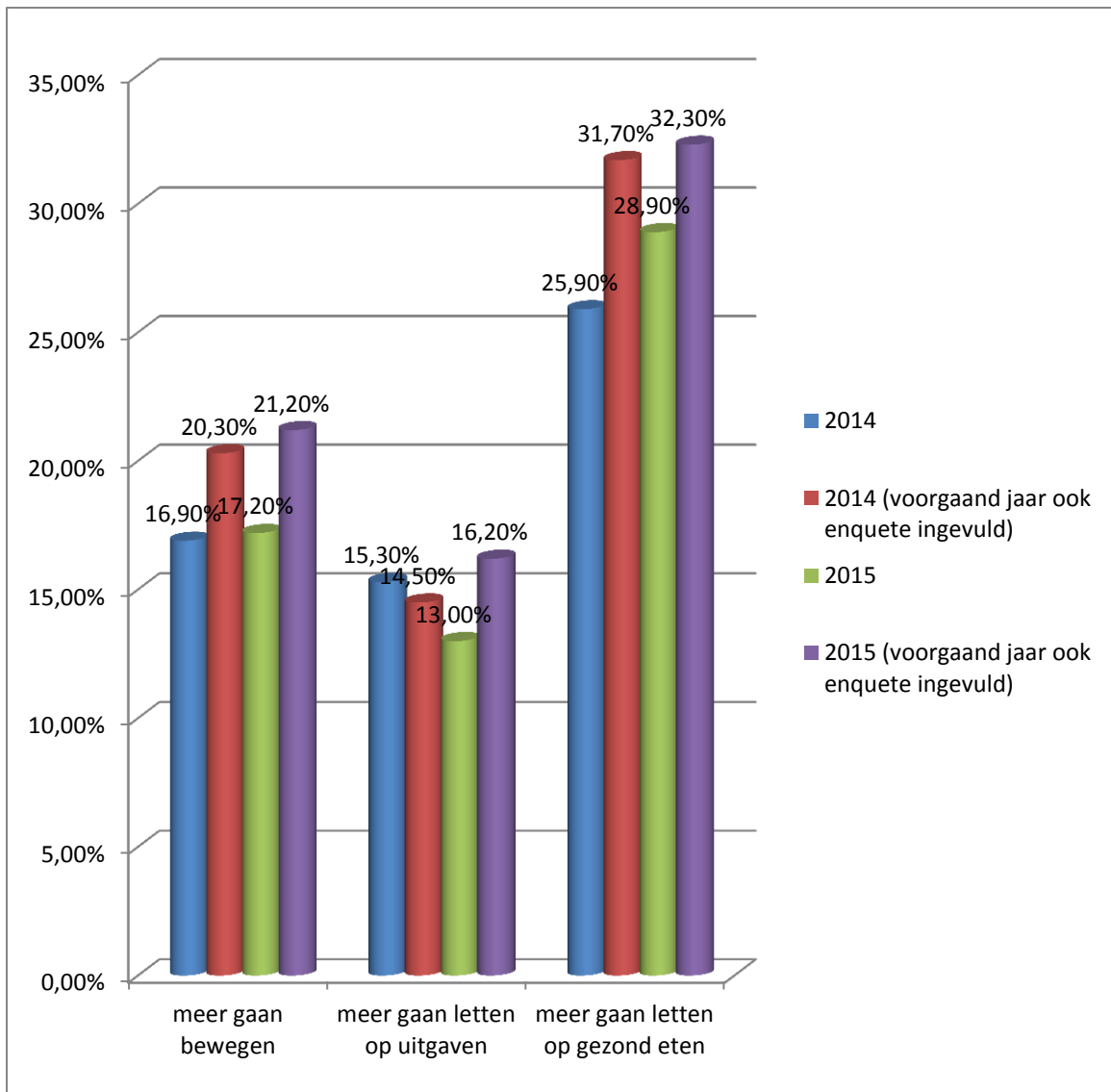
Figuur 5 laat zien dat de gasten zich meer verbonden voelen met de bewoners in de wijk en meer op de hoogte zijn van de activiteiten in de wijk doordat ze Resto VanHarte bezoeken.⁸

Bewegen, letten op uitgaven en gezonder eten

In 2012 en 2013 is de vraag gesteld aan de gasten of ze het eens waren met de stelling dat ze sinds ze Resto VanHarte bezoeken meer zijn gaan bewegen, meer zijn gaan letten op hun uitgaven en of ze meer zijn gaan letten op gezond eten. (ze konden aangeven of ze het hier helemaal mee eens, mee eens, niet mee eens/oneens, oneens of helemaal mee oneens waren)

Vanaf 2014 is ervoor gekozen om de vraag iets anders te stellen, n.l. niet “sinds”, maar “doordat” ze Resto VanHarte bezoeken, tevens moesten ze aangeven of ze meer, even veel of minder waren gaan bewegen etc. Hierdoor is een vergelijking met 2012 en 2013 niet zomaar te maken, maar denken we wel een reëler beeld te krijgen van de impact van Resto VanHarte op deze gedragingen. (zie ook voetnoten 3 en 6)

⁸ Ook hier is in 2015 de vraagstelling gewijzigd in “doordat” i.p.v. “sinds” ik bij VanHarte kom.



Figuur 5: vergelijk op meer bewegen, letten op uitgaven en gezonder gaan eten

Bekendheid en trouwe bezoekers

Verreweg de meeste gasten zijn in contact gekomen met VanHarte via vrienden/bekenden 64,5 procent. De locatie waar de Resto's gevestigd zijn, waar ook andere activiteiten worden gehouden, zorgen ook voor bekendheid van de Resto's (15,7%). Andere organisaties (gemeente, school, wijkverpleging, huisarts, maatschappelijke organisaties, etc.) verwijzen

ook door (19,3%). Wijkkrant/Dagbladen zijn voor 8 procent een trigger geweest voor gasten om naar een Resto te komen en 3,4 procent door de Stadspas.⁹

In de periode dat de enquête werd ingevuld (september tot en met december) waren 12,8 procent van de gasten voor de eerste keer dit jaar bij een Resto, 32,0 procent was tot dan 2 t/m 9 keer geweest en 56 procent zelfs 10 keer of meer.

Iets meer dan de helft (55,2%) van de gasten komt gemiddeld 1 keer in de week eten bij een Resto, een kwart (25,4%) minder dan 1 keer in de week en een vijfde (19,4%) 2 keer of vaker.

⁹ Hier hebben sommige respondenten meerdere antwoorden aangevinkt, waardoor het minder duidelijk is wat de belangrijkste trigger is geweest, waarschijnlijk hebben meerdere zaken elkaar versterkt.