



Onderzoekspracticum - Niet onwil, maar onbekendheid: Jongerenparticipatie bij Buurtcoöperatie de Eester

Vak: Onderzoekspracticum
Begeider VU: Jaelah van Tol
Begeider de Eester: Ellen Mulder
Student 1: Gijs Hooning (2806710)
Student 2: Imad Mezroui (2783535)
Student 3: Meraj Sayed (2826355)
Student 4: Quinten van der Werff (2825067)
Datum: 29-05-2026

Inhoudsopgave

Inleiding	4
Managementsamenvatting	4
Aanleiding van het onderzoek	4
Probleemomschrijving	5
Methodologie	7
Theoretisch kader	7
Jongerenparticipatie	8
Sociale identiteit.....	10
Sociaal netwerk.....	11
Gepland gedrag	13
Rapportage.....	15
Algemene informatie respondenten.....	16
Data	16
Resultaten.....	17
Hypotheses	20
Hoe verhoudt de attitude van de doelgroep zich tot het aanbod van de Eester? ..20	
In hoeverre identificeert de doelgroep zich met de Eester?.....	20
In hoeverre speelt het netwerk waarin de Eester en de doelgroep zich bevinden een rol?	21
In welke mate heeft de doelgroep behoefte aan een buurtcentrum?.....	22
Conclusie.....	22
Discussie	24
Aanbevelingen.....	25
1. Vergroot de zichtbaarheid onder jongeren.....	25
2. Gebruik het netwerk van jongeren zelf	26
3. Organiseer activiteiten die aansluiten bij interesses van jongeren	26
4. Laat jongeren meedenken en meebeslissen	27
5. Maak de Eester herkenbaarder voor jongeren	27
6. Verlaag de drempel voor eerste deelname	27
Aanbevelingen voor vervolgonderzoek	28

Bibliografie.....28

Inleiding

Managementsamenvatting

Buurtcoöperatie de Eester wil bewoners in het Oostelijk Havengebied met elkaar verbinden, maar bereikt de doelgroep jongeren van 18 tot 25 jaar nog onvoldoende. We onderzoeken welke factoren de lage betrokkenheid van deze doelgroep kunnen verklaren. Door middel van een enquête onder jongeren is gekeken naar hun bekendheid met de Eester, hun houding tegenover het aanbod van activiteiten, hun identificatie met het buurtcentrum en hun sociale netwerk.

Uit het onderzoek blijkt dat de lage betrokkenheid vooral verklaard lijkt te worden door beperkte bekendheid en een zwakke positie van de Eester binnen het netwerk van jongeren. Jongeren staan niet per se negatief tegenover het aanbod, maar de Eester is voor veel jongeren nog geen vanzelfsprekende plek. Daarom wordt aanbevolen dat de Eester haar zichtbaarheid onder jongeren vergroot, samenwerkt met jonge ambassadeurs, activiteiten aanbiedt die aansluiten bij hun interesses en jongeren actief laat meedenken over het aanbod. Zo kan de Eester concreet werken aan een sterkere verbinding met jongeren in de buurt.

Aanleiding van het onderzoek

Dit onderzoek gaat over de betrokkenheid van de leeftijdsgroep 18-25 jaar bij het buurtcentrum de Eester in het Oostelijk Havengebied in Amsterdam. Het centrum organiseert verschillende activiteiten zoals yoga, koken en muziek maken. Verder biedt het een ontmoetingsruimte waar buurtbewoners met elkaar kunnen afspreken. Echter, geeft de Eester aan vooralsnog vooral oudere buurtbewoners naar het centrum te trekken. Het centrum heeft als doel om de buurt te verbinden. De afwezigheid van jongeren ziet het centrum daarom als een probleem en de organisatie wil hier graag verandering in brengen.

De aanleiding voor dit onderzoek is dat de Eester haar verbindende functie minder goed kan vervullen wanneer een belangrijke leeftijdsgroep nauwelijks bereikt wordt. Jongeren tussen de 18 en 25 jaar maken onderdeel uit van de buurt en kunnen bijdragen aan nieuwe ideeën, sociale ontmoeting en meer diversiteit binnen het buurtcentrum. Wanneer deze groep niet

aanwezig is, bestaat het risico dat de Eester vooral een plek blijft voor oudere buurtbewoners en minder goed aansluit bij de gehele buurt.

Dit onderzoek heeft daarom als doel om jongeren van de leeftijdsgroep 18-25 jaar te betrekken bij het buurtcentrum de Eester. Ze zijn er nog niet in geslaagd om meer jongeren te trekken voor het centrum. Het onderzoek is opgezet om te kijken hoe jongeren betrokken kunnen worden. Er wordt door middel van een enquête in de buurt onderzocht bij de doelgroep in hoeverre zij al weten van het buurtcentrum, in hoeverre ze hier behoefte aan hebben en in welke vorm deze behoefte is.

Het onderzoek kan een bijdrage leveren aan het buurtcentrum, omdat er met de uitkomsten van de enquête gekeken kan worden hoe de Eester zich aantrekkelijker kan maken voor de leeftijdsgroep van 18-25 jaar. De maatschappelijke relevantie van dit onderzoek ligt in het versterken van jongerenparticipatie en buurtcohesie. Wanneer jongeren meer betrokken raken bij lokale ontmoetingsplekken, kan dit bijdragen aan sociale verbinding, meer contact tussen verschillende groepen bewoners en een inclusiever buurtcentrum.

Ook kan het onderzoek relevant zijn voor de wetenschap, omdat het antwoord op de hoofdvraag ook voor andere casussen van belang kan zijn. Er zijn meer buurtcentra in Nederland en uitkomsten van dit onderzoek kunnen ruimte geven voor vervolgonderzoek bij andere casussen. De wetenschappelijke relevantie ligt in het combineren van vier mogelijke verklaringen voor lage jongerenparticipatie: attitude, sociale identiteit, sociaal netwerk en buurtcohesie. Hierdoor geeft het onderzoek inzicht in meerdere factoren die deelname aan een buurtcentrum kunnen beïnvloeden. De uitkomsten kunnen daarom ook bruikbaar zijn voor vervolgonderzoek naar jongerenparticipatie bij andere buurtcentra of lokale maatschappelijke organisaties.

Probleemomschrijving

Het probleem is dat Buurtcoöperatie de Eester jongeren tussen de 18 en 25 jaar in postcodegebied 1019 nog onvoldoende weet te bereiken en te betrekken. Daardoor is onduidelijk waarom deze doelgroep weinig deelneemt aan activiteiten. Mogelijke verklaringen zijn dat jongeren het aanbod niet aantrekkelijk vinden, zich niet herkennen in de

Eester, de Eester niet tegenkomen binnen hun sociale netwerk of al voldoende sociale cohesie ervaren zonder het buurtcentrum. Zonder inzicht in deze oorzaken kan de Eester moeilijk bepalen welke stappen nodig zijn om jongeren beter te bereiken.

Het onderzoek stelt de volgende hypothesen:

- H1: Doelgroep heeft een negatieve attitude richting het aanbod van de Eester.
- H2: Doelgroep identificeert zich niet met de Eester.
- H3: Doelgroep zit niet in het netwerk van de Eester.
- H4: Doelgroep voelt al genoeg cohesie in de buurt zonder de Eester.

Deze hypothesen hebben betrekking tot verschillende onderwerpen: H1 richt zich op de activiteiten die er door de Eester worden aangeboden. Er wordt gemeten hoe de doelgroep kijkt naar de activiteiten. H2 gaat uit van sociale identiteit, waarbij er mogelijk geen overeenkomst met de Eester is. H3 stelt dat het sociale netwerk een rol speelt in de lage betrokkenheid van jongeren bij het centrum. H4 heeft ook betrekking tot het netwerk van de doelgroep, maar gaat over of de doelgroep al een netwerk en cohesie heeft zonder het buurtcentrum. Dit zou uiteindelijk kunnen zeggen of er behoefte is aan de Eester bij de doelgroep. Verder luidt onze hoofdvraag als volgt: Welke factoren verklaren de lage betrokkenheid van 18–25-jarigen in postcodegebied 1019 om deel te nemen aan activiteiten van Buurtcoöperatie de Eester?

De hoofdvraag is opgedeeld in deelvragen die met de hypothesen verbonden zijn:

- Hoe verhoudt de attitude van de doelgroep zich tot het aanbod van de Eester?
- In hoeverre identificeert de doelgroep zich met de Eester?
- In hoeverre speelt het netwerk waarin de Eester en de doelgroep zich bevinden een rol?
- In welke mate heeft de doelgroep behoefte aan een buurtcentrum?

Methodologie

De dataverzameling wordt gedaan door middel van kwantitatief onderzoek. Er is gekozen voor een kwantitatieve methode, omdat het doel is om informatie te verzamelen over een grote groep jongeren in het postcodegebied 1019. Door middel van een enquête wordt de data verzameld. De enquête heeft een Likertschaal (1-5): 1 = helemaal mee oneens en 5 = helemaal mee eens. Een enquête is een geschikte methode, omdat hiermee in een korte tijd een grote groep respondenten bereikt kan worden. De verzamelde data zijn daarnaast handig te analyseren met SPSS, wat het verwerkingsproces van data en interpretaties makkelijker maakt. Verder maakt de methode het mogelijk om verbanden tussen variabelen te analyseren. Door een grote steekproef te doen kunnen er belangrijke inzichten naar voren komen over een grotere populatie. Doordat de data in cijfers worden uitgedrukt is er minder ruimte voor interpretatie wat de objectiviteit vergroot.

Kwantitatieve resultaten kunnen het buurtcentrum de mogelijkheid geven om beslissingen te nemen op basis van ruwe data in plaats van citaten. De uitkomsten geven een overzicht van waar het probleem precies ligt, bijvoorbeeld wanneer er blijkt dat een deel van de doelgroep het centrum niet kent. De ruwe data zorgen voor heldere antwoorden, waarbij interpretatie geen rol speelt. Ook kunnen de verschillende perspectieven op de Eester binnen de doelgroep goed weergegeven worden. Deze inzichten zijn behulpzaam voor het formuleren van de aanbevelingen.

Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de centrale begrippen en theorieën met betrekking tot de lage bereidheid van 18-25-jarigen om deel te nemen aan activiteiten van Buurtcoöperatie de Eester. Deelname aan buurtinitiatieven is niet vanzelfsprekend, maar wordt beïnvloed door zowel sociale als contextuele factoren. Het theoretisch kader bestaat uit vier hoofdonderwerpen. Allereerst wordt jongerenparticipatie besproken, waarbij de focus ligt op het begrijpen van hoe en waarom jongeren betrokken raken bij maatschappelijke activiteiten. Het thema “jongerenparticipatie” vormt hiermee de basis voor dit onderzoek.

Daarnaast wordt sociale identiteit besproken, waarbij wordt gekeken naar hoe jongeren zich identificeren met een groep en in hoeverre dit de bereidheid tot participatie beïnvloedt. Hierna wordt sociaal netwerk behandeld wat inzicht biedt in de invloed van de sociale omgeving op participatiegedrag.

Tot slot wordt de Theory of Planned Behavior besproken, waarin de individuele gedragsintentie verklaard wordt aan de hand van attitudes en normen. Overkoepelend bieden deze vier thema's een kader om de geringe participatie van 18-25-jarigen aan activiteiten van Buurtcoöperatie de Eester te analyseren.

Jongerenparticipatie

Het begrip jongerenparticipatie wordt gebruikt om aan te duiden in hoeverre jongeren actief betrokken zijn bij activiteiten en het nemen van beslissingen in hun leven of directe omgeving (Checkoway, 2011).

Binnen de definitie van het begrip jongerenparticipatie is het "actief" betrokken zijn van cruciaal belang. Het gaat immers niet om de aanwezigheid van jongeren, maar de daadwerkelijke wijze van participatie. Checkoway (2011) benadrukt dat de actieve rol van cruciaal belang is om van echte participatie te kunnen spreken.

Jongerenparticipatie kan op verschillende manieren plaatsvinden. Checkoway (2011) geeft enkele voorbeelden zoals het doen van vrijwilligerswerk, meedenken aan beleidstukken, maar ook het organiseren van activiteiten binnen de gemeenschap. Deze variatie aan vormen van jongerenparticipatie, laat zien dat participatie op verschillende wijzen mogelijk is. Jongeren kunnen zowel formeel als informeel bijdragen aan de gemeenschap.

Verder benadrukt Checkoway (2011) dat effectieve jongerenparticipatie vooral ontstaat wanneer volwassenen en jongeren samenwerken. De samenwerking dient hierbij plaats te vinden op basis van gelijkwaardigheid. In situaties waarin jongeren ervaren dat hun inbreng invloed heeft, zou participatie toenemen.

Dat jongerenparticipatie een voorbode is voor een hogere sociaaleconomische status in de volwassenheid wordt verklaard door Ballard et al. (2018). Na uitvoerig onderzoek

constateren zij dat betrokkenheid specifiek leidt tot zowel een hogere opleiding als een hoger inkomen. De auteurs geven meerdere verklaringen voor dit fenomeen.

Allereerst resulteert betrokkenheid in het verruimen van het netwerk van een individu. Verder zou het langetermijndenken worden aangewakkerd. Ook zouden nieuwe competenties worden aangeleerd. Ballard et al. (2018) sluiten af met het benoemen dat betrokkenheid van jongeren hen bij het onderwijs houdt.

Binnen de groep jongeren van 16 tot 20 jaar lag het depressiegehalte in 2024 met 8,5 procent het hoogst (CBS, 2025). Ook blijkt uit onderzoek tussen 2019-2022 dat 23 procent van de 18- tot 24-jarigen ooit met een middelenstoornis heeft gekampt (*Cijfers Over Middelenmisbruik en Verslaving* | *Nederlands Jeugdinstituut*, z.d.). Ballard et al. (2018) benoemen dat vrijwilligerswerk verbonden is met zowel minder depressieve symptomen als minder middelengebruik.

Kortom, jongerenparticipatie zorgt in het latere leven voor een hogere opleiding, hoger inkomen en een betere mentale gezondheid. Toch zijn er voor jongeren tal van barrières waardoor zij niet deelnemen aan maatschappelijke activiteiten of besluitvorming.

Zo benoemen Bauml et al. (2022) gebrek aan motivatie, waarbij jongeren denken dat een kwestie hen niet aangaat als belangrijke factor. Daarnaast is er een grote groep jongeren met het gevoel van machteloosheid. Zij ervaren weinig invloed op de besluitvorming. In het onderzoek wordt verder aangegeven dat jongeren vaak andere prioriteiten hebben. Verder zou participatie moeilijk zijn wanneer er niet genoeg activiteiten of financiële middelen beschikbaar zijn.

Toch laten Sala-Torrent en Planas-Lladó (2024) zien dat jongerenparticipatie binnen gemeenschappen wel degelijk gestimuleerd kan worden. Zoals Checkoway (2011) al aangaf resulteert een goede relatie waarbij jongeren ervaren dat zij serieus genomen worden, tot meer participatie. Kijkend naar specifiek de Eester zou dit allereerst betekenen zich in het netwerk van de jongeren te bevinden.

Een belangrijke rol is volgens Sala-Torrent en Planas-Lladó (2024) weggelegd voor jongerenwerkers. Het zijn de jongerenwerkers die participatie kunnen stimuleren door

begeleiding en kansen te bieden, maar ook door jongeren te helpen bij het tot uiting laten komen van ideeën.

Dat activiteiten moeten aansluiten bij interesses en vaardigheden pleitten Ostermeier et al. (2024) voor. Het onderzoek focust zich op activiteiten in woonwijken en concludeert dat participatie sterk afneemt als activiteiten niet gebaseerd zijn op wat er speelt in de wijk.

Hierbij zou gedacht kunnen worden aan de interesses van jongeren in de wijk.

Jongerenparticipatie wordt enorm gestimuleerd als de juiste activiteiten worden aangeboden.

Hierbij moet in acht worden genomen dat er voldoende variatie dient te zijn bij de aangeboden programma's.

Samenvattend is jongerenparticipatie afhankelijk van zowel sociale als contextuele factoren.

Actieve betrokkenheid van jongeren vindt plaats wanneer activiteiten aansluiten bij interesses, jongeren zich serieus genomen voelen binnen een gemeenschap, maar ook invloed ervaren. Wel moet rekening worden gehouden met barrières die participatie tegengaan. Denk aan geringe motivatie, het gevoel van machteloosheid en beperkte middelen.

Sociale identiteit

Binnen de Social Identity Theory afkomstig van Tajfel en Turner (1979) staat het categoriseren van mensen centraal. Hierbij categoriseren mensen niet alleen zichzelf, maar ook anderen in sociale groepen. Dat kan een vriendengroep zijn, een school, een buurt of een organisatie, waar iemand toe behoort. Het is het identificeren met een groep wat zorgt voor verbondenheid en gedeelde normen en waarden.

Volgens Tajfel en Turner (1979) heeft dit veel invloed op gedrag. Mensen voelen zich vaak meer betrokken bij groepen waarin zij zichzelf herkennen. Als iemand het gevoel heeft dat een groep bij hem past is de kans groter dat hij mee wil doen. Denk aan deelname aan activiteiten. Als dat gevoel ontbreekt ontstaat juist afstand.

Dit is relevant voor Buurtcoöperatie de Eester. De Eester organiseert activiteiten in de buurt en wil bewoners met elkaar verbinden. Toch is de bereidheid van jongeren tussen de 18 en 25 jaar om deel te nemen laag. Jongeren doen minder snel mee wanneer zij zich niet herkennen

in de mensen die al deelnemen of wanneer zij het gevoel hebben dat de activiteiten meer passen bij andere leeftijdsgroepen. De Eester kan dan voor hen voelen als een plek van anderen in plaats van een plek waar zij zelf bij horen (Tajfel & Turner 1979). Vanuit de theorie van sociale identiteit kan dat worden verklaard door een gebrek aan verbondenheid.

Voor jongeren van 18 tot 25 jaar is de sociale identiteit extra belangrijk. Volgens Arnett (2000) zijn veel jongeren in deze fase nog bezig met het vormen van hun identiteit. Zij zoeken naar de plek waar zij zich thuis voelen en naar groepen waarbij zij willen horen. In die periode speelt herkenning een grote rol. Jongeren doen eerder mee aan activiteiten wanneer zij zich aangesproken voelen door de groep, de sfeer en het doel van een organisatie.

Youniss en Yates (1997) laten zien dat deelname aan activiteiten in de gemeenschap jongeren kan helpen bij het ontwikkelen van sociale verantwoordelijkheid. Jongeren die actief meedoen voelen zich vaker verbonden met hun omgeving. Ook krijgen zij meer het gevoel dat zij ergens onderdeel van zijn. Participatie helpt dus niet alleen omdat jongeren al betrokken zijn maar ook omdat betrokkenheid juist kan groeien door mee te doen (Youniss & Yates 1997).

Voor de Eester betekent dit dat de lage deelname van jongeren niet alleen te maken kan hebben met praktische barrières zoals een gebrek aan tijd, motivatie of interesse. Binnen het onderdeel jongerenparticipatie kwam al naar voren dat factoren zoals het hebben van andere prioriteiten en beperkte middelen de participatie beperken (Bauml et al., 2022). Daarnaast kan vanuit de theorie van sociale identiteit verklaard worden dat jongeren die zich niet gezien voelen, of niet het idee hebben dat de Eester bij hun leefwereld past, minder snel zullen deelnemen. Sociale identiteit is daarom een bruikbaar theoretisch kader voor deze hoofdvraag. Het helpt om te begrijpen dat jongeren eerder meedoen wanneer zij zich verbonden voelen met de organisatie, de buurt en de andere mensen die daar komen.

Sociaal netwerk

In het artikel van Berkman (2007) wordt er gekeken naar hoe individuen en groepen met elkaar verbonden zijn en hoe deze verbindingen het gedrag beïnvloeden. Er wordt in plaats van naar individuele kenmerken of eigenschappen gekeken naar relaties en interacties tussen

mensen. Een netwerk is opgebouwd uit actoren, dit zijn individuen, groepen of organisaties en de relaties die ertussen liggen. Het patroon en de kwaliteit van de verbindingen worden als belangrijker gezien dan de kenmerken van de afzonderlijke actoren. Door de patronen te analyseren kan worden begrepen hoe gedrag, informatie, middelen en invloed door een gemeenschap stromen.

De netwerkanalyse kan bijvoorbeeld laten zien hoe informatie zich verspreidt of waarom bepaalde individuen meer toegang hebben tot faciliteiten. De kracht zit hem in de veronderstelling dat de structuur van relaties zelf gedrag en attitudes mede bepaalt, doordat de structuur ook bepaalt hoe en welke informatie, faciliteiten of sociale steun stromen door het netwerk.

Een vraag die kenmerkend is voor de netwerktheorie is ‘‘hoe is deze persoon verbonden met anderen, en hoe beïnvloedt het netwerk wat iemand kan doen of bereiken?’’ in plaats van ‘‘wat voor persoon is iemand?’’. Deze theorie geeft dus belangrijke informatie voor het onderzoek omdat het een uniek beeld geeft van hoe gedrag tot stand komt en wat belangrijke invloeden zijn. Het kan essentiële inzichten geven voor de aanbevelingen die voortkomen uit het onderzoek.

Wasserman en Faust (1994) definiëren een sociaal netwerk als een sociale structuur waarin actoren zich begeven, zoals individuen, groepen of organisaties, en de relaties tussen deze actoren. Kijkend naar de Social Network Theory wordt in plaats van naar individuele kenmerken of eigenschappen gekeken naar relaties en interacties tussen mensen. Granovetter, M. S. (1973) beschreef in zijn werk dat het sociale netwerk een cruciale rol speelt in het verspreiden van informatie en sociale invloed op een gemeenschap.

Het is diezelfde Granovetter, M. S. (1973) die beschrijft dat individuen via de sociale contacten op nieuwe ideeën, activiteiten, maar ook organisaties komen. Dit impliceert dat het sociale netwerk van een individu een cruciale rol speelt in het participatiegedrag. De bereidheid ter deelname zou gestimuleerd kunnen worden door het horen van positieve ervaringen van een ander.

Tevens benadrukken Wasserman en Faust (1994) dat de structuur van sociale relaties cruciaal is. Het is namelijk de structuur die invloed heeft op de eventuele toegang tot informatie en middelen. Participatie zou dus niet alleen afhankelijk zijn van de motivatie van een individu, maar ook in hoeverre het individu verbonden is met relevante sociale netwerken.

Deze theorie is buitengewoon relevant voor Buurtcoöperatie de Eester, omdat het beperkte sociale netwerk onder de jongeren in postcodegebied 1019 een mogelijke verklaring kan zijn voor de lage participatie. Indien jongeren de organisatie niet goed genoeg kennen of de activiteiten zich niet goed genoeg bevinden in het sociale netwerk, zal deelname gering zijn.

Naast de individuele relaties in het sociale netwerk kan buurtcohesie ook een rol spelen in de wijze van participatie binnen een gemeenschap. Volgens Hipp et al. (2018) kan buurtcohesie gedefinieerd worden als de mate waarin bewoners binnen een buurt zich verbonden voelen met zowel elkaar als de gemeenschap. Sampson et al. (1997) benadrukken dat een sterkere cohesie leidt tot een grotere bereidheid van bewoners om bij te dragen aan de omgeving.

Gepland gedrag

Voor het onderzoek naar Buurtcoöperatie de Eester is de Theory of Planned Behavior, afkomstig van Ajzen (1991) relevant wegens het feit dat de theorie inzichten geeft in factoren die de bereidheid van jongeren om deel te nemen aan activiteiten kunnen beïnvloeden.

Ajzen (1991) verklaart dat volgens de Theory of Planned Behavior (TPB) menselijk gedrag in belangrijke mate bepaald wordt door de intentie van een persoon om bepaald gedrag uit te voeren. Deze intentie laat zien in hoeverre iemand van plan is om het gedrag daadwerkelijk te vertonen en wordt gezien als de directe voorspeller van gedrag. Hoe sterker de intentie, hoe groter de kans dat het gedrag daadwerkelijk plaatsvindt.

Volgens de theorie wordt de intentie beïnvloed door drie belangrijke factoren: attitude, sociale norm en de ervaren gedragscontrole (Ajzen 1991). Attitude verwijst naar de mate waarin iemand gedrag positief of negatief beoordeelt. Denk bijvoorbeeld aan in hoeverre jongeren de aangeboden activiteiten bij de Eester als aantrekkelijk of interessant beoordelen.

Verder heeft de sociale norm betrekking op de druk die iemand ervaart vanuit belangrijke anderen, zoals vrienden, familie of sociale groepen. Terry en Hogg (1996) verklaren dat de invloed van sociale normen op gedrag afhankelijk is van de mate waarmee een individu zich identificeert met een groep. Hoe sterker een individu zich verbonden voelt met een groep, hoe groter de invloed van de groepsnormen op het gedrag is. Voor Buurtcoöperatie de Eester geldt dat jongeren eerder zullen deelnemen aan activiteiten als deelname wordt gestimuleerd binnen de groepen waarmee zij zich identificeren.

Tot slot verwijst de ervaren gedragscontrole naar de mate waarin iemand denkt dat hij of zij het gedrag daadwerkelijk kan uitvoeren. Bijvoorbeeld doordat iemand voldoende tijd, middelen of vaardigheden heeft. De kans dat jongeren deelnemen is groter indien deelname mogelijk is.

Wanneer mensen een positieve attitude hebben, sociale steun ervaren en denken dat zij het gedrag kunnen uitvoeren, is de kans groter dat zij een sterke intentie ontwikkelen om het gedrag te vertonen (Ajzen, 1991).

Ajzen (1991) verklaart verder dat deze drie factoren van de Theory of Planned Behavior worden gevormd door onderliggende “beliefs”. Allereerst gaan “behavioral beliefs” over de verwachte gevolgen van een gedrag en beïnvloeden daardoor de attitude. Denk aan jongeren die denken dat de activiteiten van de Eester weinig opleveren of niet interessant zijn.

Ten tweede hebben “normative beliefs” betrekking op de meningen en verwachtingen van belangrijke anderen en vormen de basis van de sociale norm. Indien vrienden of andere leeftijdsgenoten niet deelnemen aan activiteiten van de Eester, wordt participatie minder vanzelfsprekend.

Tot slot gaan “control beliefs” over factoren die het gedrag makkelijker of moeilijker maken en beïnvloeden daardoor de ervaren gedragscontrole. Denk bijvoorbeeld aan factoren die deelname compliceren, zoals een gebrek aan tijd of financiële middelen.

Samen bepalen deze overtuigingen hoe mensen gedrag beoordelen en of zij van plan zijn het gedrag uit te voeren (Ajzen, 1991). Toegepast op specifiek de Eester helpt deze theorie jongeren deelname aan activiteiten te beoordelen.

Naast het verklaren van gedrag kan de Theory of Planned Behavior ook worden gebruikt om gedragsverandering te stimuleren. Ajzen en Schmidt (2020) beschrijven dat interventies gedrag kunnen beïnvloeden door de onderliggende overtuigingen van mensen te veranderen.

Indien uit onderzoek blijkt dat jongeren negatief zijn over de aangeboden activiteiten van de Eester, zou een interventie zich kunnen richten op het benadrukken van de voordelen van deelname. Wanneer sociale normen een belangrijke rol spelen zou kunnen worden ingezet op de zichtbaarheid binnen jongeren-netwerken. De theorie biedt dus handvatten met betrekking tot de aanbeveling gericht op het verhogen van de participatiebereidheid onder jongeren bij de Eester.

Concluderend biedt de Theory of Planned Behavior inzicht in factoren die de participatiebereidheid van jongeren kunnen beïnvloeden. Het zijn de attitudes, sociale normen en de ervaren gedragscontrole die een cruciale rol spelen bij eventuele deelname aan activiteiten. Specifiek kijkend naar Buurtcoöperatie de Eester helpt de theorie verklaren waarom jongeren wel of niet deelnemen aan activiteiten. Tot slot biedt de theorie verschillende aanknopingspunten voor interventies om jongerenparticipatie bij Buurtcoöperatie de Eester te vergroten.

Rapportage

In dit hoofdstuk wordt de dataverzameling van de enquête besproken. De resultaten komen voort uit een analyse van de data door middel van SPSS. De geanalyseerde data zullen uiteindelijk de gestelde hypotheses meer of minder waarschijnlijk maken. In de enquête worden er vier factoren gemeten om onze hoofdvraag te beantwoorden: netwerk, identificatie, aanbod en buurtcohesie.

Algemene informatie respondenten

Na het werven van respondenten in het Oostelijk Havengebied hebben we 95 volledig ingevulde enquêtes. Hiervan valt nog een klein deel af: er waren twee respondenten die aangaven 27 jaar te zijn en een respondent die aangaf 67 jaar te zijn, wat buiten onze doelgroep valt. De 92 resterende respondenten hebben allemaal toestemming gegeven om deel te nemen aan het onderzoek.

Van de 92 respondenten wonen er 81 in het Oostelijk Havengebied en 11 erbuiten. Dit komt uit op een verdeling van 88% die wel woonachtig is in het Oostelijk Havengebied en 12% niet. Er is besloten de data van de respondenten die buiten de juiste postcode wonen alsnog te gebruiken. De redenen voor dit besluit zijn, omdat ze binnen de leeftijdscategorie vallen en daarmee alsnog relevante informatie leveren over hun kijk op het aanbod van de Eester en identiteit van het buurtcentrum, zonder woonachtig te zijn in de juiste postcode.

Data

Hieronder staat informatie over de vragenlijst met een toelichting per factor. In de tabellen staan de resultaten van de analyses.

De factor *netwerk* meet in hoeverre mensen in het netwerk zitten van de Eester en wat voor rol netwerk speelt voor de doelgroep. De factor bestaat uit 5 items, waarvan 3 nominaal, 1 scale en 1 ordinaal. De gegevens in tabel 1 gaan over 1 ordinaal item. Dit item meet hoe belangrijk het voor respondenten is dat mensen uit hun netwerk naar activiteiten gaan.

De factor *identificatie* meet in hoeverre de doelgroep zich identificeert met de Eester. De factor is opgedeeld in twee delen van 5 ordinale items, omdat er in de vragenlijst een scheiding wordt gemaakt tussen de respondenten die al eens bij de Eester zijn geweest (*identificatie*) en respondenten die er nog nooit zijn geweest (*identificatie hypothetisch*). De respondenten die er nog nooit zijn geweest beantwoorden de vragen op basis van de foto's en informatie die ze in de vragenlijst krijgen over de Eester. 9 respondenten zijn er al eens geweest en 83 nog nooit, dat is dan ook de verdeling van de ingevulde vragenlijsten.

De factor *aanbod* meet hoe de doelgroep de aangeboden activiteiten beoordeelt. De factor bestaat uit 7 ordinale items met verschillende activiteiten van de Eester. In tabel 2 is het

gemiddelde van alle activiteiten samen te zien en in tabel 3 zijn de gemiddelden per activiteit los van elkaar te zien, omdat dan duidelijk zichtbaar wordt welke activiteiten er op welke manier worden beoordeeld.

De factor *buurtcohesie* meet in hoeverre de doelgroep al cohesie ervaart in de buurt. Dit gaat over of de doelgroep al een eigen netwerk heeft en geeft daarmee belangrijke informatie over eventuele interesse in het buurtcentrum. De factor bestaat uit 3 ordinale items.

Resultaten

Hieronder staan de data in tabellen weergegeven met eronder per tabel een toelichting van de betekenis van de data. In tabel 1 staan de waarden van Cronbach's alpha van de factoren. Een waarde van $\alpha > 0.80$ betekent dat de factor betrouwbaar is. In tabel 2 staat per factor het aantal respondenten, het gemiddelde, de standaarddeviatie en het aantal items. In tabel 3 staan de gemiddelden van verschillende activiteiten van de Eester. Alle ordinale items hebben een Likertschaal van 1 – 5.

Tabel 1: Hieronder staan de waarden van Cronbach's alpha die uit de betrouwbaarheidsanalyses zijn gekomen.

TABEL 1	Cronbach's alpha
Identificatie	.889
Identificatie (hypothetisch)	.816
Buurtcohesie	.860

Van de factoren *netwerk* en *aanbod* zijn er geen betrouwbaarheidsanalyses, omdat er bij *netwerk* maar 1 item is met een likert-schaal en bij *aanbod* gaat het om verschillende soorten activiteiten waarvan er geen samenhang wordt verwacht tussen de items. De score van Cronbach's alpha is bij alle drie $> .80$ en is daarmee ruim voldoende om analyses mee te doen.

Tabel 2: Hieronder zijn per factor de scores te zien die voortgekomen zijn uit de vragenlijst. En in tabel 2.1 is het resterende deel van de data van de factor *netwerk* weergegeven.

TABEL 2	N	Mean	SD	Aantal items
----------------	---	------	----	--------------

Netwerk	92	3.68	0.85	1 ordinaal
Identificatie	9	3.20	0.84	5 ordinaal
Identificatie (hypothetisch)	83	3.38	0.62	5 ordinaal
Aanbod	92	3.46	0.60	7 ordinaal
Buurtcohesie	92	3.46	0.89	3 ordinaal

Tabel 2.1: Resterende data van de factor *netwerk*.

Tabel 2.1	Aantal respondenten	Percentage
Gehoord van de Eester	23/92	25%
Geweest bij de Eester	9/92	9,8%
Deelname aan activiteit	9/92	9,8%
Deelname aan activiteit afgelopen jaar	0/92	0%

De data van de factor *netwerk* laten zien dat de Eester niet goed in het netwerk ligt van de doelgroep. 23 van de 92 personen hebben er wel eens van gehoord, waarvan er 9 wel eens zijn geweest. 69 respondenten (75%) hebben dus nog nooit van de Eester gehoord. Op de vraag of respondenten sneller mee zouden doen aan activiteiten, als hun omgeving dat ook zou doen, scoorden ze gemiddeld relatief hoog ($M = 3.68$, $SD = 0.85$, $N = 92$). Dit geeft aan dat hun interesse in activiteiten van de Eester voor een deel afhangt van hun omgeving. De standaarddeviatie laat zien dat de antwoorden enigszins uiteenliepen, maar over het algemeen in dezelfde richting lagen.

De factor *identificatie* laat een gemiddelde score zien van $M = 3.20$ ($SD = 0.84$, $N = 9$). Dit betekent een neutrale tot licht positieve mate van identificatie met het buurtcentrum. Er zijn nog stappen te maken op dit gebied. De standaarddeviatie is aan de hoge kant, wat betekent dat er verschillen zijn hierin in de populatie.

Respondenten scoorden gemiddeld $M = 3.38$ op de factor *identificatie (hypothetisch)* ($SD = 0.62$, $N = 83$). De respondenten geven aan een enigszins positieve identificatie te hebben met

het buurtcentrum op basis van de informatie in de vragenlijst. De score is net iets hoger dan de respondenten die al eens bij het buurtcentrum zijn geweest, maar het laat nog steeds ruimte over voor verbetering. De relatief lage standaarddeviatie geeft aan dat respondenten hier redelijk consistent over dachten.

De factor *aanbod* behaalde een gemiddelde score van $M = 3.46$ ($SD = 0.60$, $N = 92$). De relatief lage standaarddeviatie wijst erop dat er geen activiteiten sterk afwijken van de rest; er is dus geen activiteit die zeer slecht of goed beoordeeld wordt. Zie tabel 3 voor de scores per activiteit.

Respondenten scoorden gemiddeld $M = 3.46$ op de factor *buurtcohesie* ($SD = 0.89$, $N = 92$). Dit duidt erop dat er al een zekere mate van buurtcohesie is, maar de score kan nog een stuk hoger. Bovendien laat de standaarddeviatie zien dat de scores onderling uiteenlopen, wat betekent dat er een deel van de respondenten weinig cohesie in de buurt voelt.

Tabel 3: Hieronder is de score van elke activiteit los van elkaar te zien in plaats van als één gehele factor. Zo wordt duidelijk welke activiteiten er precies beter en slechter beoordeeld worden.

TABEL 3	Mean
Samen koken	3.71
Samen eten	3.77
Muziek maken	3.32
Yoga	3.44
Afval prikken	2.80
Buurt vergroeningsactiviteiten	3.35
Gebruik maken van ontmoetingsruimte	3.79

Ondanks dat de gemiddelden relatief bij elkaar liggen, zijn er noemenswaardige activiteiten. Zo wordt afvalprikken gemiddeld het slechtst beoordeeld ($M = 2.80$) en wordt gebruik maken van de ontmoetingsruimte gemiddeld het best beoordeeld ($M = 3.79$).

Hypotheses

In dit onderdeel worden de resultaten gekoppeld aan de vier hypothesen van het onderzoek. De hypothesen gaan over attitude, identificatie, netwerk en buurtcohesie. Deze factoren zijn onderzocht om te verklaren waarom 18- tot 25-jarigen in postcodegebied 1019 gebrekkig deelnemen aan activiteiten van Buurtcoöperatie de Eester.

Hoe verhoudt de attitude van de doelgroep zich tot het aanbod van de Eester?

H1: Doelgroep heeft een negatieve attitude richting het aanbod van de Eester.

Deze hypothese wordt niet bevestigd. Uit de resultaten blijkt dat de respondenten het aanbod van de Eester gemiddeld beoordelen met een score van 3.46 op een schaal van 1 tot 5. Dit betekent dat de houding tegenover het aanbod niet negatief is, maar eerder neutraal tot licht positief. Ook blijkt uit de losse scores per activiteit dat sommige activiteiten redelijk goed worden beoordeeld. Vooral het gebruik maken van de ontmoetingsruimte scoort hoog met een gemiddelde van 3.79. Samen eten scoort gemiddeld 3.77 en samen koken scoort gemiddeld 3.71. Afval prikken wordt het minst positief beoordeeld met een gemiddelde van 2.80.

De lage deelname lijkt daarom niet direct verklaard te worden door een negatieve houding tegenover het aanbod van de Eester. Dit sluit aan bij de Theory of Planned Behavior van Ajzen (1991), volgens deze theorie is attitude belangrijk voor gedragsintentie. In dit geval lijkt de attitude tegenover het aanbod niet sterk negatief te zijn. Dat betekent dat andere factoren waarschijnlijk een grotere rol spelen bij de lage bereidheid om deel te nemen.

In hoeverre identificeert de doelgroep zich met de Eester?

H2: Doelgroep identificeert zich niet met de Eester.

Deze hypothese wordt deels bevestigd. De respondenten die al eens bij de Eester zijn geweest scoren gemiddeld 3.20 op identificatie. De respondenten die nog nooit bij de Eester zijn

geweest scoren gemiddeld 3.38 op hypothetische identificatie. Deze scores zijn neutraal tot licht positief. Dit betekent dat jongeren de Eester niet duidelijk afwijzen. Tegelijkertijd is er ook geen sprake van sterke identificatie.

De resultaten laten dus zien dat er ruimte is om de verbondenheid tussen jongeren en de Eester te versterken. Volgens Tajfel en Turner (1979) voelen mensen zich eerder betrokken bij groepen waarin zij zichzelf herkennen. Wanneer jongeren de Eester niet ervaren als een plek die bij hun leefwereld past, kan dit de bereidheid om deel te nemen beperken. De Eester lijkt voor jongeren dus nog geen duidelijke plek te zijn waarmee zij zich sterk identificeren.

In hoeverre speelt het netwerk waarin de Eester en de doelgroep zich bevinden een rol?

H3: Doelgroep zit niet in het netwerk van de Eester.

Deze hypothese wordt bevestigd. Uit de resultaten blijkt dat slechts 23 van de 92 respondenten wel eens van de Eester hebben gehoord. Dit betekent dat 75 procent van de respondenten de Eester niet kent. Daarnaast zijn slechts 9 respondenten wel eens bij de Eester geweest en heeft geen enkele respondent in het afgelopen jaar deelgenomen aan activiteiten van de Eester.

Ook scoorden respondenten gemiddeld 3.68 op de stelling dat zij sneller zouden deelnemen als mensen uit hun omgeving ook zouden gaan. Dit laat zien dat het sociale netwerk een duidelijke rol speelt bij deelname. Deze bevinding sluit aan bij Granovetter (1973), die stelt dat sociale contacten belangrijk zijn voor de verspreiding van informatie, ideeën en activiteiten. Ook Wasserman en Faust (1994) benadrukken dat de structuur van sociale relaties bepaalt hoe informatie en middelen door een netwerk stromen. Als de Eester nauwelijks aanwezig is in het netwerk van jongeren, is de kans kleiner dat jongeren informatie over activiteiten ontvangen of worden gestimuleerd om deel te nemen.

Op basis hiervan kan worden gesteld dat het netwerk de sterkste verklaring biedt voor de lage betrokkenheid van jongeren bij de Eester.

In welke mate heeft de doelgroep behoefte aan een buurtcentrum?

H4: Doelgroep voelt al genoeg cohesie in de buurt zonder de Eester.

De respondenten behaalden een gemiddelde score van $M = 3,46$ op de factor buurtcohesie met een standaarddeviatie van 0,89. Dit betekent een matige hoeveelheid buurtcohesie in de doelgroep. Echter laat de standaarddeviatie zien dat er binnen de groep duidelijke verschillen zijn, wat betekent dat een deel van de groep weinig cohesie in de buurt voelt. Hiermee wordt hypothese 4 niet volledig ondersteund.

De hogere scores op de factor geven aan dat een deel van de doelgroep dat al buurtcohesie voelt. De lagere jongerenparticipatie kan verklaard worden doordat de buurt zelf al een sociale en verbindende rol vervult. Hierdoor kan de noodzaak om deel te nemen aan buurtactiviteiten afnemen, omdat ze zelf met hun sociale netwerk, buiten het netwerk van de Eester, al activiteiten doen.

Conclusie

In dit onderzoek is onderzocht welke factoren de lage bereidheid en betrokkenheid van 18- tot 25-jarigen in postcodegebied 1019 verklaren om deel te nemen aan activiteiten van Buurtcoöperatie de Eester. Hierbij is gekeken naar vier factoren: attitude tegenover het aanbod, identificatie met de Eester, het sociale netwerk waarin de Eester en de doelgroep zich bevinden en de mate van buurtcohesie die jongeren ervaren..

De belangrijkste conclusie is dat de lage betrokkenheid vooral wordt verklaard door de beperkte bekendheid van de Eester binnen de doelgroep. Slechts 23 van de 92 respondenten hebben wel eens van de Eester gehoord, dit is 25 procent. Daarnaast zijn slechts 9 respondenten wel eens bij de Eester geweest. Ook heeft geen enkele respondent in het afgelopen jaar deelgenomen aan activiteiten van de Eester. Dit laat zien dat de Eester nog nauwelijks aanwezig is in het netwerk van jongeren in de buurt.

De eerste hypothese stelde dat de doelgroep een negatieve attitude heeft tegenover het aanbod van de Eester. Deze hypothese wordt niet bevestigd. De gemiddelde score op het aanbod is

3.46. Dit betekent dat jongeren het aanbod niet negatief beoordelen. Sommige activiteiten worden zelfs redelijk positief beoordeeld. Vooral het gebruik van de ontmoetingsruimte, samen eten en samen koken scoren relatief hoog. De lage deelname lijkt daarom niet direct te komen door het aanbod zelf.

De tweede hypothese stelde dat de doelgroep zich niet identificeert met de Eester. Deze hypothese wordt deels bevestigd. De scores op identificatie zijn neutraal tot licht positief. Jongeren wijzen de Eester dus niet af, tegelijkertijd is de identificatie ook niet sterk. De Eester voelt voor veel jongeren waarschijnlijk nog niet als een plek die echt bij hen hoort. Dit betekent dat jongeren zich nog onvoldoende herkennen in de Eester als groep of plek.

De derde hypothese stelde dat de doelgroep niet in het netwerk van de Eester zit. Deze hypothese wordt bevestigd. De lage bekendheid en deelname laten zien dat de Eester jongeren nog onvoldoende bereikt. Ook blijkt dat jongeren sneller zouden deelnemen als mensen uit hun omgeving ook zouden gaan. Dit maakt duidelijk dat sociale netwerken belangrijk zijn voor deelname.

De vierde hypothese stelde dat de doelgroep al genoeg cohesie in de buurt voelt zonder De Eester. Deze hypothese wordt deels afgewezen. De gemiddelde score op buurtcohesie is 3.46, wat wijst op een matige tot licht positieve mate van buurtcohesie. Tegelijkertijd laat de standaarddeviatie zien dat de antwoorden uiteenlopen. Dit betekent dat een deel van de jongeren al enige verbondenheid ervaart, maar dat er ook jongeren zijn die minder buurtcohesie voelen. Voor de Eester ligt hier dus een kans om juist voor deze groep een verbindende rol te spelen.

Het antwoord op de hoofdvraag is daarom dat de lage bereidheid en betrokkenheid van 18- tot 25-jarigen vooral wordt verklaard door beperkte bekendheid en beperkte aanwezigheid van de Eester in het sociale netwerk van jongeren. Het probleem lijkt minder te liggen bij een negatieve houding tegenover het aanbod. Ook ligt het niet volledig bij een gebrek aan identificatie. Jongeren staan redelijk open voor de Eester maar zij kennen het buurtcentrum vaak niet goed genoeg en worden nog onvoldoende bereikt via hun eigen leefwereld.

Om jongeren meer te betrekken moet de Eester daarom vooral werken aan zichtbaarheid, herkenbaarheid en aansluiting bij bestaande jongeren-netwerken.

Discussie

In dit onderzoek is onderzocht welke factoren de lage betrokkenheid van 18- tot 25-jarigen bij Buurtcoöperatie de Eester kunnen verklaren. De resultaten wijzen erop dat vooral de beperkte bekendheid van de Eester en de zwakke positie binnen het sociale netwerk van jongeren een belangrijke rol spelen. Tegelijkertijd moeten de resultaten met enige voorzichtigheid worden geïnterpreteerd.

Een sterke kant van dit onderzoek is dat de data zijn verzameld onder de doelgroep zelf. De resultaten zijn daardoor niet alleen gebaseerd op aannames van de Eester, maar op antwoorden van jongeren tussen de 18 en 25 jaar. Daarnaast is de steekproef van 92 respondenten redelijk groot voor een lokaal onderzoek. Ook is er niet naar één verklaring gekeken, maar naar meerdere factoren: aanbod, identificatie, netwerk en buurtcohesie. Hierdoor ontstaat een breder beeld van de lage betrokkenheid.

Een andere sterke kant is dat meerdere factoren betrouwbaar zijn gemeten. De factoren identificatie, hypothetische identificatie en buurtcohesie hebben allemaal een Cronbach's alpha boven .80. Dit betekent dat deze onderdelen voldoende samenhang vertonen en betrouwbaar genoeg zijn om mee te nemen in de analyse.

Het onderzoek heeft ook beperkingen. Niet alle respondenten wonen in het Oostelijk Havengebied. Van de 92 respondenten wonen 11 respondenten buiten het gebied. Zij vallen wel binnen de juiste leeftijdsgroep, maar hun antwoorden kunnen minder goed passen bij de specifieke situatie rondom de Eester. Daarnaast is de groep jongeren die al eens bij de Eester is geweest klein. Slechts 9 respondenten zijn er ooit geweest. Daardoor moeten de resultaten over identificatie met de Eester voorzichtig worden geïnterpreteerd.

Een andere beperking is dat het onderzoek gebruikmaakt van een enquête. Een enquête laat goed zien wat jongeren gemiddeld vinden, maar geeft minder inzicht in de achterliggende

redenen van hun antwoorden. Zo blijkt dat veel jongeren de Eester niet kennen, maar het onderzoek laat minder duidelijk zien waarom de Eester hen nog niet bereikt. Interviews of focusgroepen hadden hier meer verdieping kunnen geven.

Ondanks deze beperkingen hebben de resultaten duidelijke implicaties voor de Eester. De lage betrokkenheid lijkt niet vooral te komen door een negatief oordeel over het aanbod. Het grotere probleem lijkt te zijn dat jongeren de Eester niet kennen en dat het buurtcentrum nog geen vanzelfsprekende plek is binnen hun sociale netwerk. Daarom moet de Eester vooral investeren in zichtbaarheid, herkenbaarheid en aansluiting bij bestaande jongeren-netwerken.

Aanbevelingen

Op basis van de resultaten worden de volgende aanbevelingen gedaan aan Buurtcoöperatie de Eester. De aanbevelingen sluiten aan bij de uitkomsten van de enquête en bij de theorieën uit het theoretisch kader.

1. Vergroot de zichtbaarheid onder jongeren

De belangrijkste aanbeveling is dat de Eester actiever zichtbaar moet worden bij jongeren in postcodegebied 1019. Uit het onderzoek blijkt dat 75 procent van de respondenten nog nooit van de Eester heeft gehoord. Hierdoor is deelname moeilijk. Jongeren kunnen pas meedoen als zij weten dat de Eester bestaat en wat daar mogelijk is.

De Eester kan dit doen door meer aanwezig te zijn op plekken waar jongeren al komen. Denk aan scholen, sportverenigingen, cafés, bibliotheken, supermarkten en online platforms. Ook kan de Eester korte en duidelijke berichten verspreiden via Instagram, TikTok of WhatsApp-groepen.

Deze aanbeveling sluit aan bij de Social Network Theory. Volgens Wasserman en Faust (1994) wordt gedrag mede beïnvloed door de relaties en verbindingen waarin mensen zich

bevinden. Als de Eester meer zichtbaar wordt binnen bestaande netwerken van jongeren, wordt de kans groter dat informatie over activiteiten de doelgroep bereikt.

2. Gebruik het netwerk van jongeren zelf

Uit het onderzoek blijkt dat jongeren sneller zouden deelnemen als mensen uit hun omgeving ook naar activiteiten gaan. De gemiddelde score op deze stelling was 3.68. Daarom is het belangrijk dat de Eester niet alleen jongeren individueel benadert, maar ook gebruik maakt van bestaande jongeren-netwerken.

De Eester kan werken met jonge ambassadeurs uit de buurt. Dit zijn jongeren die de Eester kennen en andere jongeren kunnen uitnodigen. Ook kan de Eester jongeren stimuleren om vrienden mee te nemen naar activiteiten. Hierdoor wordt de eerste stap om deel te nemen kleiner.

Deze aanbeveling sluit aan bij Granovetter (1973). Hij stelt dat sociale contacten een belangrijke rol spelen bij de verspreiding van informatie, ideeën en activiteiten. Wanneer jongeren via vrienden of bekenden over de Eester horen, kan de drempel om deel te nemen lager worden.

3. Organiseer activiteiten die aansluiten bij interesses van jongeren

De resultaten laten zien dat het aanbod gemiddeld niet negatief wordt beoordeeld. De gemiddelde score voor het aanbod is 3.46. Toch zijn er verschillen tussen de activiteiten. Het gebruik maken van de ontmoetingsruimte, samen eten en samen koken worden relatief positief beoordeeld. Afval prikken scoort duidelijk lager.

Daarom wordt aanbevolen om vooral te starten met laagdrempelige en sociale activiteiten. Deze laagdrempelige activiteiten sluiten beter aan bij wat jongeren aantrekkelijk lijken te vinden. Deze aanbeveling sluit aan bij Ostermeier et al. (2024). Zij stellen dat participatie sterker wordt wanneer activiteiten aansluiten bij de interesses en behoeften van mensen in de wijk. De Eester moet jongeren daarom niet alleen uitnodigen voor bestaand aanbod maar ook onderzoeken welke activiteiten zij zelf interessant vinden.

4. Laat jongeren meedenken en meebeslissen

De Eester kan jongeren sterker betrekken door hen invloed te geven op het aanbod. Hierdoor worden jongeren niet alleen gezien als deelnemers, maar ook als medeorganisatoren. Deze aanbeveling sluit aan bij Checkoway (2011). Hij benadrukt dat jongerenparticipatie meer is dan alleen aanwezig zijn. Jongeren moeten actief kunnen bijdragen en serieus genomen worden. Ook Sala-Torrent en Planas-Lladó (2024) laten zien dat jongerenparticipatie wordt versterkt wanneer jongeren begeleiding krijgen en ruimte krijgen om hun eigen ideeën uit te werken.

Voor de eester betekent dit dat jongeren niet alleen gevraagd moeten worden om mee te doen. Zij moeten ook de kans krijgen om mee te bepalen wat er wordt georganiseerd. Dit kan de betrokkenheid vergroten en ervoor zorgen dat activiteiten beter aansluiten bij de doelgroep.

5. Maak de Eester herkenbaarder voor jongeren

De identificatie met de Eester is neutraal tot licht positief. De respondenten die al eens bij de Eester zijn geweest scoren gemiddeld 3.20 op identificatie. De respondenten die er nog nooit zijn geweest scoren gemiddeld 3.38 op hypothetische identificatie. Dit betekent dat jongeren de Eester niet afwijzen maar dat de verbondenheid nog sterker kan.

Daarom wordt aanbevolen om de Eester herkenbaarder te maken voor jongeren. Dit kan door jongeren zichtbaar terug te laten komen in de communicatie, activiteiten en inrichting. Deze aanbeveling sluit aan bij Tajfel en Turner (1979). Volgens hun Social Identity Theory voelen mensen zich eerder betrokken bij groepen waarin zij zichzelf herkennen. Wanneer jongeren de Eester meer als een plek voor zichzelf zien, kan de kans op deelname toenemen.

6. Verlaag de drempel voor eerste deelname

Omdat veel jongeren de Eester nog niet kennen en nog nooit zijn geweest, is het belangrijk om de eerste deelname zo laagdrempelig mogelijk te maken. Ook moet duidelijk worden gecommuniceerd wat jongeren kunnen verwachten. Deze aanbeveling past bij de Theory of Planned Behavior van Ajzen (1991). Volgens deze theorie wordt gedrag beïnvloed door

attitude, sociale normen en perceived behavioral control. Als jongeren weten wat de Eester is, als vrienden ook meedoen en als deelname makkelijk voelt, wordt de kans groter dat zij daadwerkelijk deelnemen.

Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

In vervolgonderzoek zouden interviews of focusgroepen met jongeren uit de buurt georganiseerd kunnen worden. De enquête laat goed zien wat jongeren gemiddeld vinden. Toch geeft een enquête minder inzicht in waarom jongeren bepaalde keuzes maken. Interviews kunnen duidelijker maken wat jongeren precies missen, welke activiteiten zij aantrekkelijk vinden en welke drempels zij ervaren.

Daarnaast kan vervolgonderzoek zich richten op jongeren die al eens bij de Eester zijn geweest. Deze groep was in dit onderzoek klein. Slechts 9 respondenten zijn wel eens bij de Eester geweest. Door deze groep uitgebreider te spreken kan beter worden begrepen waarom sommige jongeren wel komen en waarom zij wel of niet terugkomen.

Tot slot kan vervolgonderzoek kijken naar het effect van een concrete interventie. De Eester kan bijvoorbeeld een jongerenactiviteit organiseren en daarna meten of de bekendheid, identificatie en deelname zijn toegenomen. Zo kan worden onderzocht welke aanpak het beste werkt om jongeren structureel te betrekken en naar de Eester te halen.

Bibliografie

Adam, K., Kalagy, T., Malul, S., & Zalcman, B. G. (2024). Social identity theory in retirement culture in an underprivileged population: a qualitative study. *International Journal Of Sociology And Social Policy*, 45(1/2), 155–172. <https://doi.org/10.1108/ijssp-07-2024-0327>

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-t)
- Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). Changing Behavior Using the Theory of Planned Behavior. In *Cambridge University Press eBooks* (pp. 17–31). <https://doi.org/10.1017/9781108677318.002>
- Ballard, P. J., Hoyt, L. T., & Pachucki, M. C. (2018). Impacts of Adolescent and Young Adult Civic Engagement on Health and Socioeconomic Status in Adulthood. *Child Development*, 90(4), 1138–1154. <https://doi.org/10.1111/cdev.12998>
- Bauml, M., Smith, V. D., & Blevins, B. (2022). “Who Cares?”: Young Adolescents’ Perceived Barriers to Civic Action. *RMLE Online*, 45(3), 1–20. <https://doi.org/10.1080/19404476.2022.2033069>
- Berkman, L. F. (2007). Social networks and social isolation. In Harvard School of Public Health, Boston, MA, USA (Red.), *Encyclopedia of Stress* (pp. 523–527). Elsevier Inc. <https://www.sciencedirect.com/science/chapter/referencework/pii/B9780123739476006462>
- Cijfers over middelenmisbruik en verslaving* | *Nederlands Jeugdinstituut*. (z.d.). <https://www.nji.nl/databanken/cijfers/cijfers-over-middelenmisbruik-en-verslaving?>
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380. <https://snap.stanford.edu/class/cs224w-readings/granovetter73weakties.pdf>

- Hipp, J. R., Williams, S. A., & Boessen, A. (2018). Disagreement in Assessing Neighboring and Collective Efficacy: The Role of Social Distance. *Socius Sociological Research For A Dynamic World*, 4. <https://doi.org/10.1177/2378023118769536>
- Ostermeier, E., Gilliland, J., Irwin, J. D., Seabrook, J. A., & Tucker, P. (2024). Developing community-based physical activity interventions and recreational programming for children in rural and smaller urban centres: a qualitative exploration of service provider and parent experiences. *BMC Health Services Research*, 24(1), 1017. <https://doi.org/10.1186/s12913-024-11418-w>
- Sala-Torrent, M., & Planas-Lladó, A. (2024). Enhancing youth Voices: Exploring community participation through youth workers. *Children And Youth Services Review*, 160, 107600. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2024.107600>
- Sampson, R. J., Raudenbush, S. W., & Earls, F. (1997). Neighborhoods and Violent Crime: A Multilevel Study of Collective Efficacy. *Science*, 277(5328), 918–924. <https://doi.org/10.1126/science.277.5328.918>
- Tajfel H. & Turner J. C. (1979). *An integrative theory of intergroup conflict*. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.) *The social psychology of intergroup relations*. Brooks/Cole. <https://psycnet.apa.org/record/1980-13762-001>
- Terry, D. J., & Hogg, M. A. (1996). Group Norms and the Attitude-Behavior Relationship: A Role for Group Identification. *Personality And Social Psychology Bulletin*, 22(8), 776–793. <https://doi.org/10.1177/0146167296228002>
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social network analysis: Methods and applications*.

Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511815478>

Youniss J. & Yates M. (1997). *Community service and social responsibility in youth*.

University of Chicago Press.

<https://doi.org/10.7208/chicago/9780226964834.001.0001>