



Rapport

Enquête Veteranen Delft

Inleiding

De Stichting Veteranen Delft (SVD) zet zich in voor de erkenning, waardering en zorg voor alle veteranen binnen de gemeente Delft. Met een diverse populatie van ongeveer 220 veteranen, variërend van Nieuw-Guinea-veteranen tot jonge militairen die recent zijn teruggekeerd van vredesmissies, staat de stichting voor de uitdaging om een relevant en verbindend programma aan te bieden.

Om ervoor te zorgen dat de activiteiten van de SVD goed aansluiten bij de doelgroep, is een uitgebreide enquête gehouden. Aanleiding hiervoor was de wens om onze achterban beter te leren kennen. De stichting bevindt zich in een fase waarin verdere professionalisering en meer betrokkenheid centraal staan. Dit komt onder andere tot uiting in de introductie van een periodieke nieuwsbrief en het kritisch bekijken van de huidige evenementenkalender.

Doelstelling van het onderzoek

De enquête is ontworpen om antwoorden te krijgen op vier cruciale thema's:

- A. Zichtbaarheid en bereik: In hoeverre weten de veteranen de stichting te vinden en via welke kanalen willen zij geïnformeerd worden. (vraag 1 en 7)?
- B. Relevantie van het aanbod : Welke activiteiten (zoals het Anjerperkje of specifieke bijeenkomsten) sluiten aan bij de behoeften en wat zijn de drempels voor deelname (vraag 3, 4, 5, 6 en 8)?
- C. Sociale Cohesie: Hoe groot is de behoefte aan onderlinge verbinding in Delft en welk belang hechten veteranen aan een actieve stichting (vraag 2 en 10)?
- D. Draagvlak & Participatie: Is de gemeenschap bereid om de stichting niet alleen passief, maar ook actief te steunen middels vrijwilligerswerk of financiële bijdragen (vraag 9 en 11)?

Belang voor de toekomst

De resultaten van dit onderzoek bieden de SVD een concreet mandaat. Door de stem van de veteraan centraal te stellen, kunnen we gerichte keuzes maken in de programmering en de communicatiestrategie. Dit rapport presenteert de bevindingen van deze enquête en vertaalt deze naar concrete aanbevelingen voor het beleid van de komende jaren.

Management samenvatting

De enquête is gehouden onder 215 veteranen waarvan er 33 hebben gereageerd. Met een respons van 33 op de 215 uitgezette enquêtes (15%) heb je een resultaat dat in de statistiek vaak wordt gezien bij verenigingen. Hoewel 15% aan de lage kant lijkt voor harde wetenschappelijke conclusies, is het voor onze stichting zeer waardevol: dit is namelijk de 'betrokken kern'. De mensen die de moeite nemen de lijst in te vullen, zijn vaak ook de mensen die de activiteiten (willen) bezoeken.

Zichtbaarheid en bereik

- Bekendheid: De meeste veteranen kennen de stichting via de Nieuwsbrief en via de gemeente. Facebook en de website spelen een kleinere rol in de eerste kennismaking.
- Informatiekanaal: Er is een duidelijke voorkeur voor digitale communicatie. De e-mail/Nieuwsbrief is veruit het populairste kanaal, gevolgd door fysieke post.

Relevantie van het aanbod

- Deelname activiteiten: De Delftse Veteranenmiddag en het veteranencafé zijn de belangrijkste activiteiten waaraan de respondenten hebben deelgenomen.
- Gewenste activiteiten: Sociale ontmoetingen worden duidelijk als een gewenste activiteit ervaren; daarnaast blijken herdenkingen en lezingen tijdens thema-avonden eveneens hoog te scoren en veel belangstelling te genieten.
- Anjerperkje: Vrijwel iedereen weet van het bestaan op het Bolwerk. Echter, slechts een klein deel voelt zich betrokken bij de inrichting of onderhoud ervan. Er worden een aantal suggesties gedaan voor een andere locatie, zoals het Prinsenhof en Nieuwe Plantage.
- Drempels: De grootste barrière voor deelname is simpelweg geen tijd/werk. Een klein deel geeft aan dat zij fysieke beperkingen ervaren of niet in Delft zijn om naar een activiteit te komen.
- Nieuwsbrief: Zowel een overzicht van nieuwe activiteiten als een terugblik naar eerdere bijeenkomsten ziet men graag terug in de nieuwsbrief. Ook een verhaal van Delftse veteraan wordt gewaardeerd.

Sociale cohesie

- Belang van de stichting: Er is een zeer breed draagvlak voor het bestaan van de SVD. Maar liefst 85% vindt het belangrijk dat er een actieve veteranenstichting in Delft is.
- Verbinding: De ervaren verbondenheid met andere veteranen is gemiddeld tot redelijk. Er zijn zowel positiever (6-7) als lagere scores (4-5).

Draagvlak & Participatie:

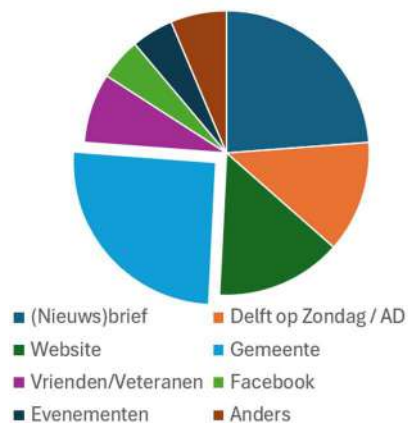
- Donatie: De uitkomsten laten zien dat er een duidelijke bereidheid tot doneren bestaat, ongeveer de helft van de respondenten staat open voor een jaarlijkse of eenmalige donatie.
- Actief bijdragen: Hoewel de bereidheid om zelf bij te dragen aan de stichting niet breed gedragen is, geeft een betekenisvolle groep respondenten aan hier mogelijk voor open te staan.

Kerncijfers

Aantal geregistreerde veteranen in Delft:	215
Aantal respondenten:	33
Resultaat	15%

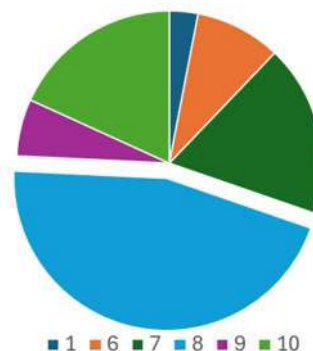
Vraag 1: Hoe bent u bekend met de Stichting Veteranen Delft?

Antwoord	Aantal	Resultaat
(Nieuws)brief	15	24%
Delft op Zondag / AD	8	13%
Website	9	14%
Gemeente	16	25%
Vrienden/Veteranen	5	8%
Facebook	3	5%
Evenementen	3	5%
Anders	4	6%
Totaal	63	100%



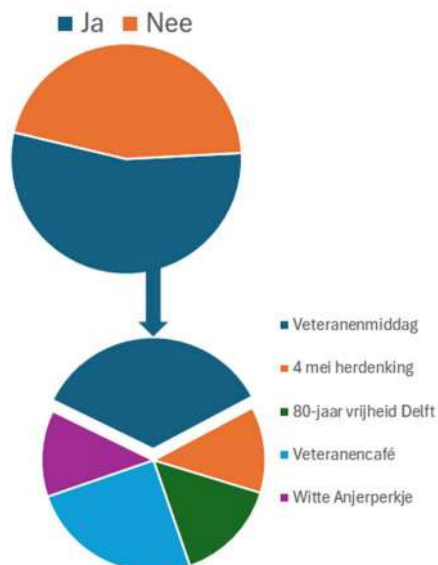
Vraag 2: Hoe belangrijk vindt u het dat in Delft een actieve veteranenstichting is?

Antwoord	Aantal	Resultaat
1	1	3%
6	3	9%
7	6	18%
8	15	45%
9	2	6%
10	6	18%
Totaal	33	100%



Vraag 3: Bent u de afgelopen maanden aanwezig geweest bij een activiteit van de stichting?

Antwoord	Aantal	Resultaat
Ja	18	55%
Nee	15	45%
Totaal	33	100%



Vraag 4: Wat voor type activiteit spreekt u het meest aan?

Antwoord	Aantal	Resultaat
Herdenkingen	15	23%
4 mei herdenking	0	0%
Lezingen	18	28%
Gezinsactiviteiten	2	3%
Sociale ontmoeting	20	31%
Sportief/Cultureel	6	9%
Anders	4	6%
Totaal	65	100%



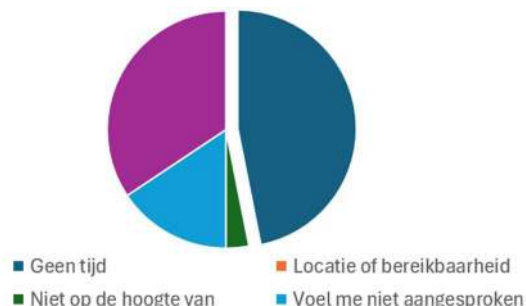
Vraag 5: Wat heeft u met het Witte Anjerperkje?

Antwoord	Aantal	Resultaat
Weet van het bestaan af	33	100%
Bolwerk geschicht	9	27%
Prinsenhof	1	3%
Nieuwe Plantage	1	3%
Geen voorkeur	22	67%
Totaal	33	100%



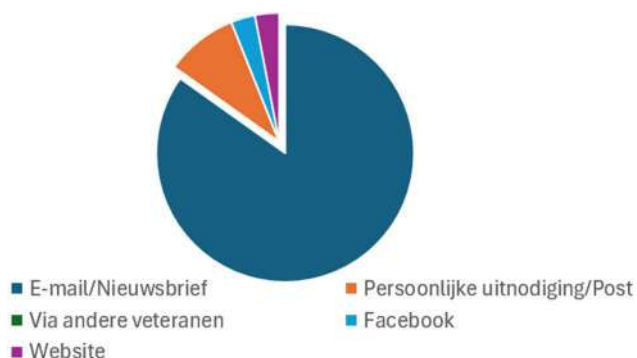
Vraag 6: Wat houdt u eventueel tegen om deel te nemen aan activiteiten?

Antwoord	Aantal	Resultaat
Geen tijd	15	47%
Locatie of bereikbaarheid	0	0%
Niet op de hoogte van	1	3%
Voel me niet aangesproken	5	16%
Anders	11	34%
Totaal	32	100%



Vraag 7: Hoe zou u het liefst geïnformeerd willen worden?

Antwoord	Aantal	Resultaat
E-mail/Nieuwsbrief	28	85%
Persoonlijke uitnodiging/Post	3	9%
Via andere veteranen	0	0%
Facebook	1	3%
Website	1	3%
Totaal	33	100%



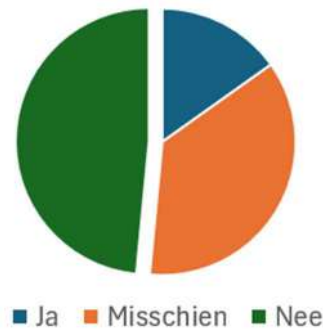
Vraag 8: Welke onderwerpen zou u graag terugzien in de nieuwsbrief?

Samengevat:

Antwoorden (samengevat)
Komende activiteiten/evenementen (agenda)
Terugkijken naar eerdere bijeenkomsten
Verhaal Delftse veteranen
Missies (Delftse veteranen / huidige)
Nieuws gerelateerd / agendatips

Vraag 9: Zou u zelf actief willen bijdragen aan de stichting?

Antwoord	Aantal	Resultaat
Ja	5	15%
Misschien	12	36%
Nee	16	48%
Totaal	33	100%



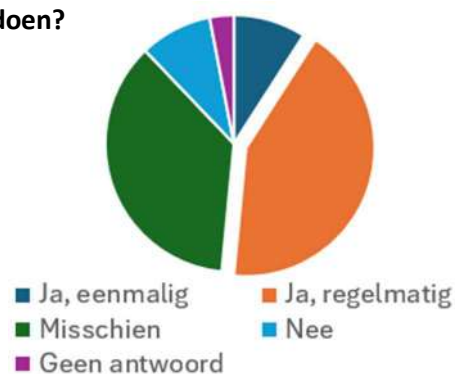
Vraag 10: Voelt u zich voldoende verbonden met andere veteranen in Delft?

Antwoord	Aantal	Resultaat
1	3	9%
3	1	3%
4	4	12%
5	6	18%
6	6	18%
7	8	24%
8	2	6%
10	3	9%
Totaal	33	100%



Vraag 11: Bent u bereid om een (vrijwillige) donatie te doen?

Antwoord	Aantal	Resultaat
Ja, eenmalig	3	9%
Ja, regelmatig	14	42%
Misschien	12	36%
Nee	3	9%
Geen antwoord	1	3%
Totaal	33	100%



Vraag 12: Opmerkingen

Relevante opmerkingen
Subsidie: Waarom zou SVD minder afhankelijk willen worden van externe subsidies? Overheidssubsidies op zich zijn bij uitstek geschikt voor een veteranenstichting als de onze.
Anjerperkje: uit de vraagstelling maak ik op dat er een controverser is of was rond het perkje rond zaken als inrichting, verzorging en locatie.

Conclusie

Hoewel slechts een beperkt aantal mensen heeft gereageerd (33 van de 215 benaderde personen), geven de resultaten een goed beeld van wat er leeft binnen een betrokken deel van de achterban van de stichting. Door het vergelijken van antwoorden en het meenemen van persoonlijke toelichtingen zijn duidelijke patronen zichtbaar geworden.

Zichtbaarheid en bereik

De stichting is bekend bij alle Delftse veteranen. Digitale communicatie heeft de voorkeur boven fysieke post, al bestaat het risico dat informatie in de digitale stroom niet altijd tijdig wordt opgemerkt.

➡ De absolute voorkeur voor communicatie is de E-mail Nieuwsbrief.

Relevantie van het aanbod

De resultaten van vraag 3 (aanwezigheid) en vraag 5 (bekendheid Anjerperkje) laten zien dat er een trouwe 'harde kern' is, terwijl een groot deel van de achterban nog niet actief wordt bereikt. Het Anjerperkje is een bekend symbool, maar de betekenis ervan kan nog breder worden uitgedragen.

➡ Om het bereik te vergroten onder de 215 veteranen, is het essentieel om te begrijpen waarom men niet komt.

- Activiteiten vinden plaats op tijdstippen die niet te combineren met werk of gezin;
- Voelt met zich niet aangesproken door de huidige thema's of is er iets anders aan de hand;
- Fysieke beperkingen.

Sociale cohesie en verbondenheid

De Stichting Veteranen Delft vervult een cruciale rol die door de achterban breed wordt erkend, liefst 8% (score 7 of hoger) van de respondenten vindt het belangrijk dat er een actieve veteranenstichting in Delft bestaat.

➡ De veteranen in Delft hechten een enorm groot belang aan de aanwezigheid van een actieve stichting.

Hoewel men de stichting waardeert, scoort de onderlinge verbondenheid met andere Delftse veteranen nog een krappe voldoende (5,8). Hier ligt ruimte voor groei. Dit suggereert dat SVD al bijdraagt aan verbinding, maar dat verdieping of meer contactmomenten gewenst kan zijn.

➡ De stichting is er niet alleen voor activiteiten; ze dient ook te bouwen aan gemeenschap waarin veteranen elkaar ontmoeten, verbinden en ondersteunen.

Draagvlak & Participatie:

Slechts 5 personen geeft expliciet aan vrijwilliger te willen worden. De bereidheid om actief bij te dragen is laag. De grote meerderheid staat hier (nog) niet voor open. Echter het draagvlak voor een vrijwillige financiële bijdrage is relatief groot, dit biedt kansen voor fondsenwerving.

➡ Zorg voor gerichte micro-taken om de bereidheid voor participatie te vergroten.