

# Jaarlijks onderzoek onder gasten 2016

---

Elk jaar voert Resto VanHarte een impact- en tevredenheidsmeting uit onder haar gasten. Deze is in 2016 verspreid in 40 vestigingen van Resto VanHarte, in 29 steden/gemeenten. De enquête is over het hele jaar gespreid afgenomen. Waar mogelijk/zinvol 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 622 gasten de enquête ingevuld. Voor 117 van de gasten was het de eerste keer dat zij een Resto bezochten, zij hebben een aantal inhoudelijke vragen niet hoeven te beantwoorden.

128 van de respondenten gaven 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 95 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 een éénpersoonshuishouden of éénoudergezin 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 405 vrouwelijke en 204 mannelijke respondenten, 13 respondenten hebben hier geen antwoord gegeven.

Omdat niet iedereen op alle vragen een antwoord gaf, zijn de percentages die genoemd worden (tenzij anders vermeld) gerelateerd aan het aantal respondenten dat daadwerkelijk een 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 2016 bestond de totale Nederlandse bevolking voor ongeveer 6,76% uit eerste generatie Niet-westerse Nederlanders en 5,58% tweede generatie).

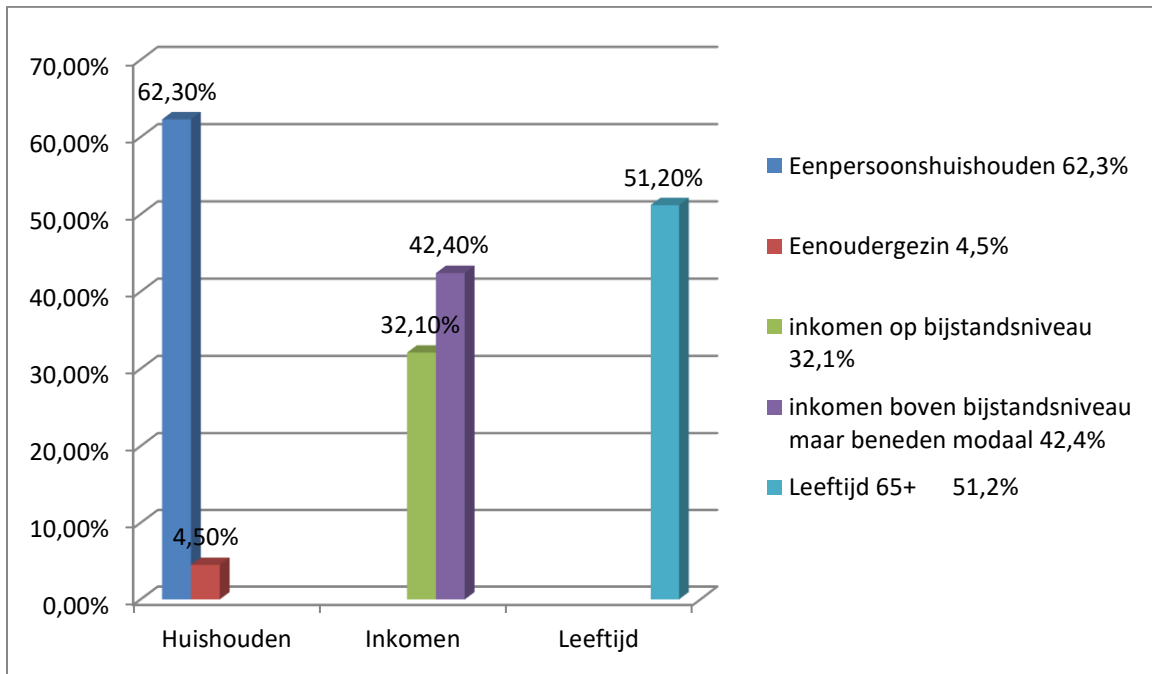
(CBS Statline 03 oktober 2016)

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

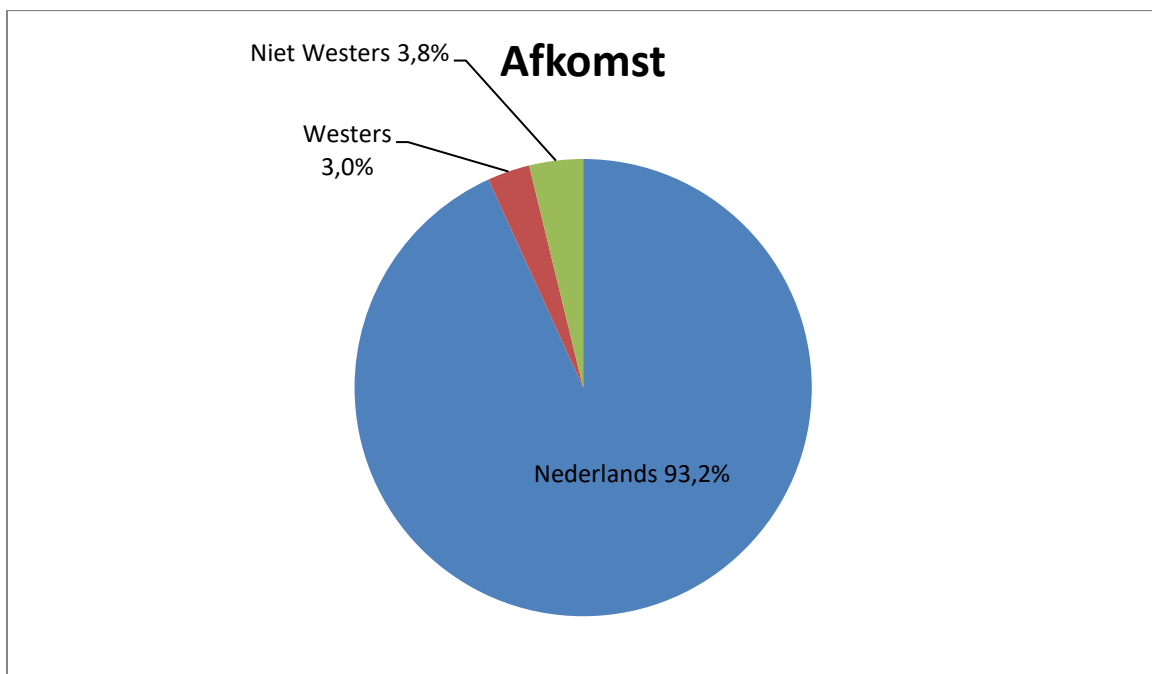
---

<sup>1</sup> Bij de vaste vrijwilligers geeft 17,1% aan Niet-westerse Nederlander te zijn, bij de incidentele 10,7%. Dus hier lukt het de Resto's zeker wel om deze doelgroep te bereiken.

Slechts 24,6% van de respondenten geeft aan een inkomen te hebben uit arbeid en/of eigen onderneming. 56,1% heeft een inkomen via een uitkering (bijv. AOW, WAO, Bijstand, Wajong) en 2,1% geeft aan geen zelfstandig inkomen te hebben. 2,9% heeft studiefinanciering en 3,8% een WW-uitkering en 28,1% heeft een aanvullend pensioen.<sup>2</sup>



Figuur 1: doelgroepen



Figuur 2: Culturele achtergrond

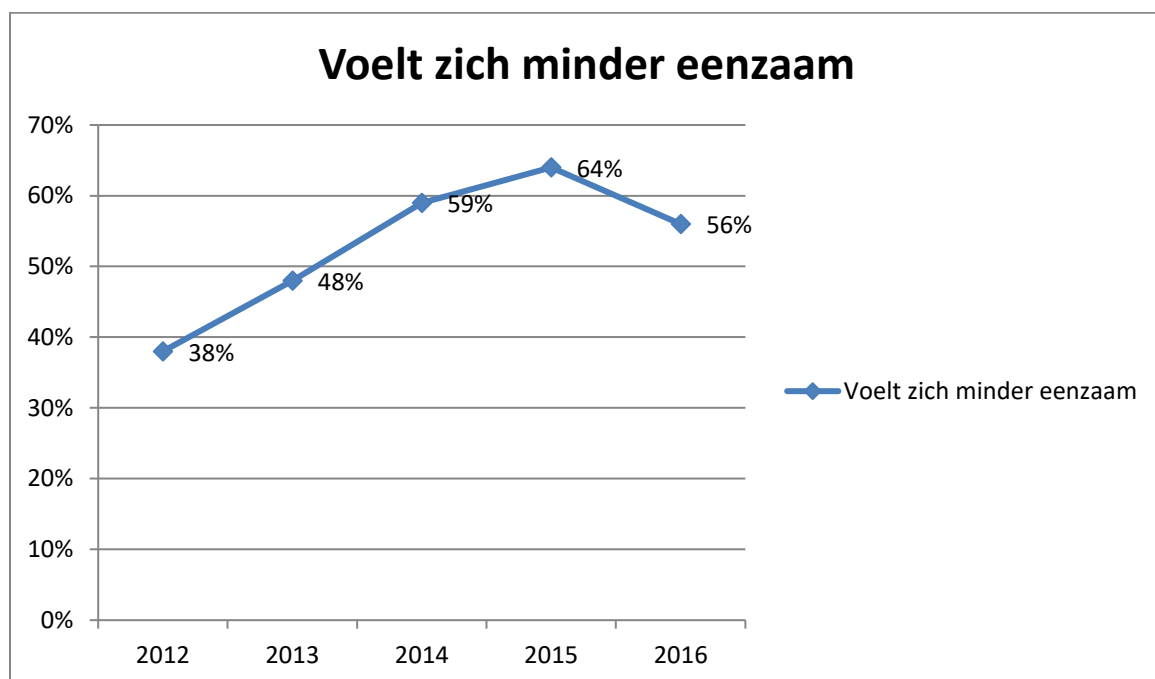
<sup>2</sup> Het totaal komt boven de 100% uit omdat meerdere inkomsten per persoon mogelijk zijn.

## 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 2015 was dit 75,6 procent, dit jaar is dit 69,7 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 ongeveer de helft (51,5 % van de mensen die aangaven nieuwe vrienden gemaakt te hebben) aan af te spreken met deze nieuwe vrienden buiten Resto VanHarte om. In 2015 lag dit percentage op 49,4 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.

Onder de gasten die een voorgaand jaar de enquête hebben ingevuld lag dit percentage dit jaar op 67,5 procent.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Vanaf 2015 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 iets 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 goed	Goed	Niet goed/Niet slecht	Slecht of Zeer slecht
Smaak	41,9 %	54,8 %	2,9 %	0,4 %
Variatie	40,9 %	55,5 %	3,0 %	0,6 %
Gezondheid	37,0 %	57,7 %	5,3 %	0,0 %
Gastvrijheid	59,4 %	39,5 %	1,0 %	0,0 %
Gezelligheid	48,0 %	49,5 %	2,5 %	0,0 %
Mogelijkheid tot voeren gesprek	32,7 %	60,6 %	6,2 %	0,4 %

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 92 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. 49,1 en 38,5 procent. Het Meedoenprogramma met 7,7 procent in mindere mate. (7% gaf aan te komen voor de sfeer en gezelligheid of gewoon nieuwsgierigheid en 4,6% om praktische redenen zoals het niet zelf hoeven koken)<sup>4</sup>

Het Meedoenprogramma is door 400 respondenten beoordeeld, zij gaven een gemiddeld cijfer van 7,7 op een schaal van 1 tot 10. Slechts 12 van de respondenten gaven een onvoldoende (5 of lager). Vooral de bijdrage aan gezelligheid (muziek, cultuur) en de informatieve functie worden zeer gewaardeerd.

De gasten geven over het algemeen aan tevreden te zijn geweest met hun sociale leven voordat ze Resto VanHarte bezochten (85,6%), dit stijgt zelfs naar 92,9% tevredenheid nadat VanHarte is bezocht.<sup>5</sup>

Toch geeft 55,7 procent van de respondenten aan zich minder eenzaam te voelen doordat<sup>6</sup> ze Resto VanHarte bezoeken. 69,7 procent geeft aan nieuwe vrienden/kennissen gemaakt te hebben bij Resto VanHarte, iets meer dan de helft (51,5%) van deze groep geeft aan ook buiten het Resto met deze nieuwe vrienden/kennissen om te gaan. (de percentages onder alleen gasten die de enquête een eerder jaar hebben ingevuld zijn resp. 67,5 - 88,9 en 68,8 procent)

De gasten komen niet alleen naar een Resto om anderen te ontmoeten, 62 procent geeft aan ook minimaal één keer een nieuwe gast meegenomen te hebben naar het Resto. 47,9 procent geeft ook aan te helpen om VanHarte tot een succes te maken. Van deze groep geeft 70,8 procent aan dit te doen door middel van het promoten van VanHarte en 28,8 procent helpt of heeft als vrijwilliger meegeholpen. Donateur is 6,0%, en 14,2% geeft een fooi na de maaltijd. 13,7% doet dit op een andere manier, voornamelijk door te helpen bij een activiteit of het meenemen van groenten/fruit voor de maaltijd.<sup>7</sup>

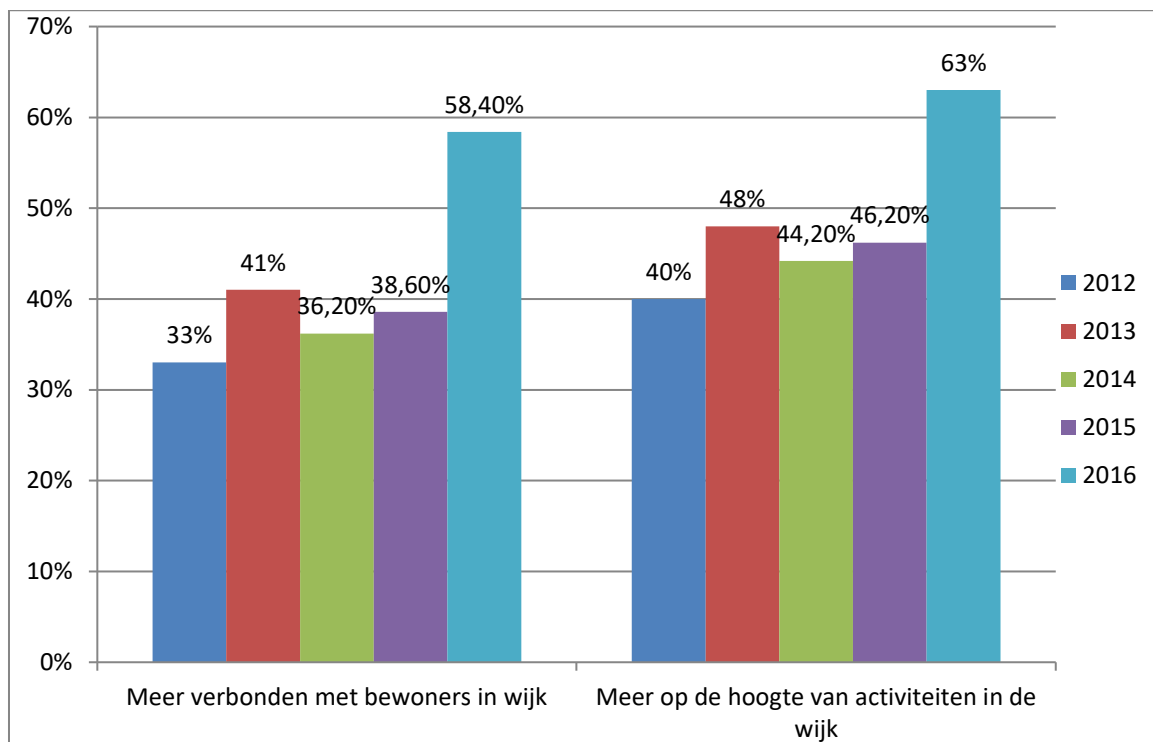
---

<sup>4</sup> 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.

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

<sup>6</sup> Vanaf 2015 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.

<sup>7</sup> 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. 31,5 procent geeft aan ook meer op de hoogte te zijn van de organisaties in hun wijk doordat ze bij een Resto komen<sup>8</sup>.

In 2016 is Resto VanHarte begonnen met buurtboost-activiteiten, mogelijk is dit een verklaring voor het hogere percentage van de gasten die zich meer verbonden en geïnformeerd vinden over de wijk in 2016.

Met de stelling: *Voordat ik bij Resto VanHarte kwam voelde ik mij niet betrokken bij de bewoners van mijn wijk*, gaf een derde (33,9%) van de respondenten aan het met deze stelling eens te zijn en twee derde (66,1%) niet. Van de groep die zich niet betrokken voelde met buurtbewoners gaf ruim driekwart (75,8 resp. 80,3%) aan zich meer verbonden te voelen met de bewoners en meer op de hoogte te zijn van de activiteiten. Onder de groep die zich al betrokken voelde met buurtbewoners waren deze percentages resp. 47,7 en 53,2%.

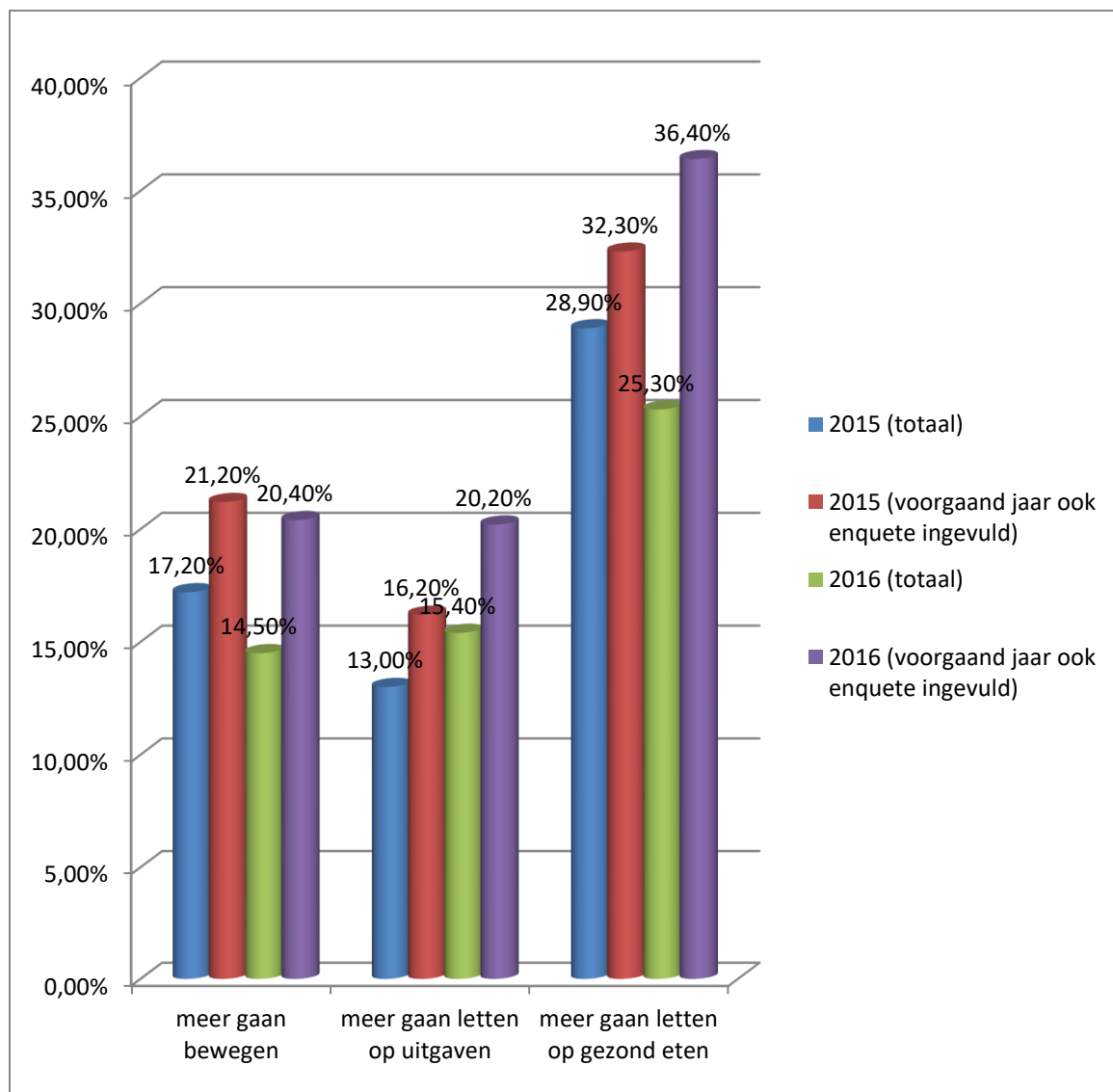
<sup>8</sup> Ook hier is in 2015 de vraagstelling gewijzigd in "doordat" i.p.v. "sinds" ik bij VanHarte kom.

Bij de resto's komen ook gasten die niet uit de buurt/wijk komen, voor hen waren deze vragen niet relevant.

## 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)



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 60 procent. De locatie waar de Resto's gevestigd zijn, waar ook andere activiteiten worden gehouden, zorgen ook voor bekendheid van de Resto's (14,7%). Andere organisaties (gemeente, school, wijkverpleging, huisarts, maatschappelijke organisaties, etc.) verwijzen ook door (12,3%). Wijkkrant/Dagbladen/folder/kookboek zijn voor 7,4 procent een trigger geweest voor gasten om naar een Resto te komen en 2,1 procent door de Stadspas.<sup>9</sup>

Van de gasten die een enquête hebben ingevuld gedurende het jaar gaf 19,4 procent aan dat dit een eerste bezoek was aan een Resto, 32,3 procent was tot dan toe 2 t/m 9 keer geweest en 48,3 procent 10 keer of meer.

Ongeveer twee vijfde (40,7%) van de gasten kwam gemiddeld 1 keer in de week eten bij een Resto, evenals twee vijfde (39,7%) minder dan 1 keer in de week en een vijfde (19,4%) eet gemiddeld 2 keer of vaker in een Resto.

---

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