

FAVORIETE PLEKKEN VAN STUDENTEN: KROEG, SPORTVELD OF NATUUR?

EEN ONDERZOEK NAAR DE KENMERKEN EN ERVARINGEN VAN FAVORIETE PLEKKEN ONDER UTRECHTSE STUDENTEN



Persoonlijke gegevens

Titel onderzoek	Favoriete plekken studenten: kroeg of natuur?
Auteur	Kevin Stremmelaar
Studentnummer	3473333
E-mail adres	Kevin_stremmelaar@hotmail.com

Universiteit	Universiteit Utrecht
Faculteit	Faculteit Geowetenschappen
Studie	MSc Stadsgeografie / Urban Geography
ECTS	30

Begeleider Universiteit	Dr. Ir. Dick Ettema
Plaats en datum	Deventer, 3 juli 2014

** Bronnen afbeeldingen voorkant:
Straatkaart.nl (2007) – Foto Wilhelmina park
Flicker.com (2010) – Foto Neude

Voorwoord

Voor u ligt mijn afstudeeronderzoek voor de Master opleiding Urban Geography/Stadsgeografie aan de Universiteit Utrecht. Dit onderzoek richt zich op de favoriete plekken van Utrechtse studenten. Zowel de favoriete plekken (de ligging en naam), maar ook verschillende aspecten van deze favoriete plekken worden in deze thesis onderzocht en toegelicht. Omdat er in de bestaande literatuur weinig onderzoek is gedaan naar dit onderwerp is dit onderzoek vooral een verkenning van het concept favoriete plekken.

Dit onderzoek is tot stand gekomen door middel van enquêtes. Bij deze wil ik de studenten hartelijk bedanken die bereid waren mee te werken door middel van het invullen van de enquête. In het bijzonder wil ik de studenten bedanken die hun antwoorden uitvoerig hebben toegelicht, maar ook diegenen die feedback gaven op de enquête.

Daarnaast wil ik ook mijn familie bedanken die op bepaalde momenten mee hebben geholpen bij bijvoorbeeld het invoeren van de enquêtes maar ook bij de controle op spel- en taalfouten.

Naast de familieleden en respondenten wil ik bovendien mijn begeleider, Dr. Ir. Dick Ettema bedanken voor zijn begeleiding gedurende dit onderzoek. Zijn feedback en hulp heeft er aan bijgedragen dat dit onderzoek tot een goed einde is gebracht.

Nu rest mij niks anders meer dan u, als lezer, veel leesplezier te wensen bij het verdere vervolg van deze masterscriptie.

Kevin Stremmelaar
27 juni 2014

Samenvatting

Tot op heden is er weinig onderzoek gedaan naar de favoriete plekken van mensen. Op enkele onderzoekers na, die slechts één bepaald aspect van favoriete plekken hebben onderzocht. Een voorbeeld hiervan is de Finse onderzoeker Kalevi Korpela, zijn onderzoeken zijn enkele gericht op het restauratieve karakter van het gebruik van favoriete plekken. Dit onderzoek richt zich daarin ook op verschillende aspecten die van belang kunnen zijn bij de keuze voor bepaalde plekken en hoe deze ervaren worden. De doelstelling van dit onderzoek is dan ook om het concept van favoriete plekken te verkennen en dan met name de verschillende kanten die bepalen wat een plek tot een favoriete plek maakt.

Vanwege het verkennende karakter is besloten om één specifieke doelgroep te onderzoeken. De onderzoekspopulatie van dit onderzoek zijn dan ook Utrechtse studenten. Op deze manier wordt een algemeen beeld geschapen van de studenten in Utrecht en welke plekken zij als favoriet zien en met name waarom. De centrale vraag in dit onderzoek luidt als volgt:

Wat zijn de favoriete plekken van studenten? En welke aspecten zijn bepalend in de erkenning van een plek als favoriet?

Deze hoofdvraag is onderverdeeld in een viertal deelvragen die ieder ingaan op een ander aspect van de favoriete plekken. Zo is gekeken hoe de favoriete plekken gebruikt worden en waarom. Ook wat de fysieke kenmerken van deze plekken zijn. Ook de sociale context en de ervaringen van de studenten op de favoriete plekken is behandeld.

Het onderzoek is kwantitatief van aard. Dat wil zeggen dat door middel van enquêtes de respondenten benaderd zijn om deel te nemen aan het onderzoek. Via een face to face benadering zijn willekeurig studenten aangesproken. Ook zijn er gericht enquêtes afgenomen gedurende een college. De resultaten zijn uiteindelijk gebaseerd op 116 respondenten die hebben meegewerkt.

Door middel van de Flourishing Scale is gekeken in hoeverre de behoeften van respondenten worden vervuld op de favoriete plekken. Hieruit is naar voren gekomen dat mensen met verschillende behoeften ook andere favoriete plekken hebben.

Studenten die rust willen zullen mogelijk kiezen voor natuurgebieden en mensen die behoefte hebben aan gezelligheid en drukte zullen uitgaansgelegenheden bezoeken. Dit is uiteraard geen 1 op 1 relatie. Er zijn ook mensen die natuurgebieden vanwege andere redenen bezoeken. Ook worden natuurgebieden het minst vaak en lang bezocht terwijl sportfaciliteiten het tegenovergestelde beeld laten zien.

Qua afstand, vervoersmiddel en personen met wie de plek bezocht is blijken de categorieën favoriete plekken onderling niet veel te verschillen. Vooral de fiets is een veelgenoemd vervoersmiddel terwijl alle plekken ook op een relatief korte afstand liggen (veelal maximaal vijf kilometer). Vrienden is het meest ingevulde gezelschap terwijl natuurgebieden hier enigszins van afwijken. Fysiek gezien worden de favoriete plekken vooral gekenmerkt door weinig groen (natuurgebieden uitgezonderd), een levendig en druk karakter. Daarnaast is het plezier hebben en zichzelf vermaken belangrijk voor de studenten. Sociaal gezien is een groot deel van de respondenten niet bewust op zoek naar sociale interacties met anderen. Vooral omdat mensen zich veelal in gezelschap van vrienden bevinden wordt er niet bewust op zoek gegaan naar contact met vreemden. Uitgaansgelegenheden vormen hier enigszins een uitzondering op.

Door middel van een regressie analyse is ook onderzocht welke variabelen de meeste invloed uitoefenen op de vervulling van de behoeften (Flourishing Scale) van respondenten

en op de emoties van de respondenten (SPANE scale). In beiden gevallen blijken respondenten woonachtig in Utrecht hoger te scoren dan de respondenten die elders in het land wonen. Sociaal contact blijkt ook een belangrijke motivatie te zijn om bepaalde plekken wel of niet als favoriet te zien. Zo bezoeken de studenten hun favoriete plekken vooral in het bijzijn van vrienden.

Tot slot is gekeken in welke mate de respondenten gehecht zijn (geraakt) aan hun favoriete plekken. 90% van de respondenten bleek zich te hechten aan de plekken en er is geen statistisch verschil tussen de soorten favoriete plekken gevonden. Respondenten raken over het algemeen gehecht aan de favoriete plekken.

Met deze resultaten is het mogelijk voor de stad Utrecht en de gemeente om een beter inzicht te krijgen in een belangrijke bevolkingsgroep voor de stad. Dit onderzoek heeft getracht de favoriete plekken van studenten inzichtelijk te maken en met name de diverse aspecten die hierbij betrokken zijn. Op deze manier kunnen beleidsmakers rekening houden met de wensen en behoeften van studenten en waar mogelijk hierop inspelen. Zo kan er met de inrichting van de ruimte rekening gehouden worden met bijvoorbeeld de behoefte aan sociaal contact. Zo kunnen er speciale 'ontmoetingsplekken' ontworpen worden waar mensen deze behoefte kunnen vervullen. Dit zelfde geldt voor voorzieningen waar behoefte aan is.

Inhoudsopgave

Persoonlijke gegevens	Pagina's 1
Voorwoord	3
Samenvatting	4 – 5
Inhoudsopgave	6 – 8

1. Inleiding	9 - 10
1.1. Algemene inleiding	9 – 10
1.2. Maatschappelijke relevantie	10
1.3. Wetenschappelijke relevantie	10
1.4. Leeswijzer	10
2. Theoretisch Kader	11 – 31
2.1. Vrije tijd en favoriete plekken	11 – 12
2.1.1. Besteding van de vrije tijd	11 – 12
2.1.2. Favoriete plekken in de literatuur	12
2.2. Behoeften van mensen	12 – 14
2.3. Welzijn van mensen	14
2.3.1. Attention Restoration Theory	14 – 15
2.3.2. Kwaliteit van leven	15
2.3.3. Subjectief welzijn	15 – 17
2.3.4. Samenvattend	17
2.4. Kwaliteiten van de omgeving	18 – 19
2.4.1. Theory of Affordances	18 – 19
2.5. Favoriete plekken als ontmoetingsplaats	19 – 21
2.5.1. Favoriete plekken en sociale interacties	19 – 20
2.5.2. Sociaal contact geografisch	20
2.5.3. Third Places	21
2.6. Favoriete plekken als oases van rust	21 – 23
2.6.1. Kalevi Korpela, restorative experiences en plaatsidentiteit	21 – 22
2.6.2. Populaire typen plaatsen	23
2.7. De Fysieke kenmerken van favoriete plekken	24 – 26
2.7.1. Uiterlijk, bereikbaarheid en nabijheid	24 – 25
2.7.2. Fysieke omgeving in de huidige informatiemaatschappij	25 – 26
2.8. Demografische kenmerken en waardering favoriete plekken	26 – 28
2.8.1. Leeftijd, levensfase en persoonlijke projecten	26 – 27
2.8.2. De aanwezigheid van functies op favoriete plekken	27
2.8.3. Emoties en ervaringen op favoriete plekken	27 – 28
2.9. Terugblik en Conceptueel Model	29 – 30
2.9.1. Terugblik op het Theoretisch Kader	29
2.9.2. Conceptueel Model	30
3. Methodologie	31 - 33
3.1. Kwantitatieve onderzoeksmethode en enquête	31
3.2. De Dataverzameling	31 - 34
3.2.1. Wie?	31
3.2.2. Hoe?	31
3.2.3. Waar en wanneer?	32
3.2.4. Op welke manier?	32 – 33
3.2.5. Respons	33

4. Kenmerken van de respondenten	34 - 39
4.1. Geslacht	34
4.2. Leeftijd	34
4.3. Woonplaats en woonsituatie	34 – 35
4.3.1. Woonplaats	34 – 35
4.3.2. Woonsituatie	35
4.4. Vervoersmiddelen	36
4.5. Algemene kenmerken van de studie	37 – 38
4.6. Welke studies	39
4.7. Conclusie	39
5. Analyses van de favoriete plekken	40 – 64
5.1. De favoriete plekken	40 – 42
5.1.1. Locaties favoriete plekken	40 – 42
5.1.2. De favoriete plekken onderverdeeld	42
5.2. Kenmerken van bezoeken aan de favoriete plekken	43 – 47
5.2.1. Lengte bezoek	43 – 44
5.2.2. Frequentie van bezoek	44 – 45
5.2.3. Afstand	45 – 46
5.2.4. Transportmiddel gebruikt voor bereiken favoriete plek	46
5.2.5. Conclusie	47
5.3. Sociaal contact en voorzieningen op de favoriete plekken	47 – 50
5.3.1. Met wie is de favoriete plek bezocht?	47 – 48
5.3.2. Bewust op zoek naar sociaal contact?	48 – 49
5.3.3. Aanwezigheid van voorzieningen	49
5.3.4. Statistisch significante verschillen?	50
5.4. Doelen van bezoekers aan favoriete plekken	50 – 53
5.5. De gevoelens van respondenten op de favoriete plekken	53 – 55
5.5.1. SPANE schaal	53 – 54
5.5.2. Conclusie	55
5.6. Beïnvloeding van de gevoelens door de fysieke en sociale omgeving	56 – 57
5.7. Omgevingskenmerken van favoriete plekken	57 – 59
5.7.1. Omgevingskenmerken van de favoriete plekken	57 – 59
5.7.2. Conclusie	59
5.8. Regressie analyses	60 – 63
5.8.1. Regressie analyse Flourishing Scale	60 – 61
5.8.2. Regressie analyse Flourishing Scale per factor	62 – 63
5.8.3. Regressie analyse SPANE schaal	64
5.8.4. Conclusie	64
6. Gehechtheid aan favoriete plekken	65 - 66
6.1. Gehechtheid aan de favoriete plekken per categorie	65 – 66
6.2. Gehechtheid en geslacht	66
6.3. Gehechtheid en woonsituatie	66
7. Conclusies	67 – 74
7.1. Hoe worden de favoriete plekken gebruikt door studenten?	68 – 69
7.2. Over welke fysieke kenmerken beschikken de verschillende typen favoriete plekken?	70
7.3. Wat is de sociale context van verschillende typen favoriete plekken?	71
7.4. Hoe worden deze favoriete plekken ervaren door de respondenten?	72
7.5. Beantwoording van de hoofdvraag	73 – 74

8. Reflectie / Discussie	75 – 76
8.1. Wat ging goed?	75
8.2. Wat ging minder goed?	75 – 76
8.3. Vervolgonderzoek?	76
9. Bronnen	77 - 79
10. Bijlagen	80 – 114
Bijlage 1 De enquête	80 – 90
Bijlage 2 Ingevulde favoriete plekken	91 – 93
Bijlage 3 Categorieën favoriete plekken	94
Bijlage 4 Sociaal contact, gezelschap en voorzieningen	94 – 96
Bijlage 5 Flourishing Scale & SPANE schaal	97 – 104
Bijlage 6 Activiteiten uitgevoerd op de favoriete plek	105
Bijlage 7 Studies die gevolgd worden door de respondenten	106
Bijlage 8 Uitvoertabellen regressie analyse per factor	107 – 114

1. Inleiding

1.1 Algemene inleiding

Sinds 1975 is het aantal uren vrije tijd van een mens met drie uur per week afgenomen. Echter, Nederlanders brengen tegenwoordig een steeds groter deel van hun vrije tijd in hun dagelijks leven door buitenshuis.

Dit wordt als volgt gedefinieerd: *“Het deel van de vrije tijd dat buiten de eigen woning wordt doorgebracht voor ontspanning en/of vermaak, zonder overnachting”*. Steeds meer mensen bezoeken dus plekken buiten het huis om hun tijd door te brengen (Sociaal Cultureel Planbureau, 2011, p. 9).

Maar wat zijn nou favoriete plekken in het dagelijks leven? Het lijkt een heel simpel concept, sommige plekken bezoek en/of gebruik je vaak en andere plekken niet of nauwelijks. Iedereen heeft plekken in het dagelijks leven die wel of niet tot diegene aanspreken, maar hoe komt dit? De één gaat bijvoorbeeld graag het bos in terwijl een ander persoon zich in een binnenstad op zijn gemak voelt. Wat maakt deze plaatsen tot uw favoriete plaatsen? Dit onderzoek richt zich op de bepaalde plekken binnen en buiten steden die door mensen als ‘favoriet’ worden gezien. Hierbij gaat het om de plekken die niet direct aan werk of huis gerelateerd kunnen worden

Zo schrijft Kalevi Korpela in diverse publicaties over het restoratieve karakter van de favoriete plekken van mensen. Deze onderzoeken richten de focus op de uitkomst van het gebruik van en bezoek aan de favoriete plekken. Personen zouden bewust deze plekken opzoeken om tot rust te komen en zichzelf op te laden voor inspannende activiteiten (Korpela et al., 2008, p. 637).

In tegenstelling tot Korpela hebben twee andere onderzoekers (Clark & Uzzell, 2002) onderzoek gedaan naar de interactie tussen de omgeving en de gebruiker. Favoriete plekken zouden volgens hun principe op verschillende aspecten moeten samenvallen met de behoeften en wensen van de mensen, kortom de kwaliteit van de omgeving (aangegeven in de literatuur als *affordances*). Ook kunnen de favoriete plekken gebruikt worden om de behoeften van de persoon te kunnen vervullen. Zo kunnen mensen bijvoorbeeld streven naar (zelf) waardering en erkenning, maar ook op sociaal gebied bestaan behoeften (Cherry, 2012). In de bestaande literatuur wordt vooral aandacht geschonken aan de favoriete plekken an sich en hoe deze op een bepaald aspect worden beoordeeld. Zo richt Korpela zich puur op de herstellende werking van deze plekken. Clark & Uzzell daarentegen richten zich wel enigszins op verschillende aspecten van favoriete plekken (zoals sociaal contact en de kenmerken van de omgeving).

Omdat de bestaande literatuur zich dus vaak richt op één bepaald aspect van de favoriete plekken (sociaal contact of het herstellende karakter etc.) is voor dit onderzoek een bredere aanpak gekozen. De thesis richt zich naast de effecten van favoriete plekken op de mensen ook op diverse kenmerken van de favoriete plekken die (mogelijk) van doorslaggevend belang kunnen zijn bij de erkenning van bepaalde plekken als favoriet. Omdat hier relatief weinig onderzoek naar is gedaan kan dit onderzoek gezien worden als een verkenning van dit onderzoeksgebied. Niet alleen is het interessant om te kijken naar de favoriete plekken an sich, maar vooral welke aspecten een belangrijke rol spelen in het bestempelen van plekken als ‘favoriet’. De onderzoeksvraag die in dit onderzoek centraal staat is dan ook als volgt:

Wat zijn de favoriete plekken van studenten? En welke aspecten zijn bepalend in de erkenning van een plek als favoriet?

Uit de hoofdvraag zijn diverse elementen af te leiden. Allereerst de favoriete plek van studenten. Omdat dit een zeer breed begrip is, richt dit onderzoek zich specifiek op studenten die studeren in Utrecht. In het hoofdstuk methodologie wordt deze keuze en het verloop van dit onderzoek verder toegelicht.

De hoofdvraag richt zich verder op de aspecten die bepalend zijn voor de favoriete plekken van studenten. Om dit zo volledig mogelijk te beantwoorden zijn er vier deelvragen opgesteld die gedurende dit onderzoek onderzocht en beantwoord worden.

1. Hoe en waarom worden favoriete plekken gebruikt ?
2. Over welke fysieke kenmerken beschikken de verschillende typen favoriete plekken?
3. Wat is de sociale context van verschillende typen favoriete plekken?
4. Hoe worden deze favoriete plekken ervaren door de respondenten?

Deze vier deelvragen zijn grotendeels gebaseerd op het theoretisch kader uit het volgende hoofdstuk. Deelvraag 1 gaat in op de eisen op functioneel gebied. Het gaat hierbij om de frequentie van het bezoek (dus hoe vaak), maar ook de gemiddelde lengte van het bezoek, de afstand, de activiteiten die uitgevoerd worden op de favoriete plekken. Maar ook de afstand, de manier van bereiken en de verschillende categorieën van favoriete plekken worden bij deze deelvraag onderzocht.

Deelvraag 2 richt zich op de fysieke kenmerken van de favoriete plekken, hier zal voornamelijk gekeken worden naar de ligging van de favoriete plekken en de beoordeling van de omgeving. Vervolgens wordt er bij deelvraag drie gekeken naar de sociale kenmerken van de favoriete plekken. Met wie er bezocht wordt, maar ook of de respondenten hier bewust naar op zoek gaan. De laatste deelvraag gaat in op de ervaringen van de respondenten ter plekke, welke emoties er op dat moment van toepassing waren en waardoor de gevoelens (mogelijk) door beïnvloed worden. Deze resultaten van het onderzoek worden in één hoofdstuk uitgewerkt, terwijl de beantwoording van deze vragen plaats zal vinden in het concluderende hoofdstuk.

1.2 Maatschappelijke relevantie

Maatschappelijk gezien kan dit onderzoek ook relevant zijn. Aangezien dit ingaat op de favoriete plekken en kenmerken/ervaringen van Utrechtse studenten op deze plekken kan hier eventueel beleidsmatig op ingespeeld worden. Omdat de favoriete plekken ook in kaart worden gebracht is het voor een gemeente eenvoudiger om dit waar te nemen en waar mogelijk verbeteringen toe te passen. Bijvoorbeeld inspelen op de behoeften en gevoelens van de studenten. Zo kunnen negatieve gevoelens mogelijk aangepakt en verbeterd worden.

1.3 Wetenschappelijke relevantie

Wetenschappelijk gezien richt dit onderzoek, zoals al kort aangehaald, op een ander gebied van de favoriete plekken dan de reeds bestaande literatuur. Verschillende aspecten komen aan bod en daarom is het vooral een verkennend onderzoek naar de favoriete plekken. Mede daarom is er voor een specifieke doelgroep, de Utrechtse studenten, gekozen. Het is dus vernieuwend van aard, daarom zal voornamelijk beschrijvende statistiek gebruikt worden. Voor het theoretisch kader is gebruik gemaakt van reeds bestaande literatuur, dit zijn onder andere wetenschappelijke artikelen, rapporten en websites.

1.4 Leeswijzer

Tot slot van de inleiding, de leeswijzer. In het verdere verloop van deze thesis volgt allereerst het theoretisch kader. Hierin zullen verschillende theorieën uiteengezet worden. Deze bevindingen zullen vervolgens uitmonden in een conceptueel model met elementen die belangrijk worden geacht voor dit onderzoek. Het hoofdstuk dat hierop volgt zal ingaan op de resultaten van het onderzoek, maar ook hoe het onderzoek tot stand is gekomen. Uiteindelijk mondt dit uit tot de beantwoording van de hoofdvragen in het daaropvolgende hoofdstuk. Na de beantwoording van de hoofdvraag wordt er in het hoofdstuk er na gereflecteerd op het onderzoek, wat ging wel of niet goed en mogelijk vervolgonderzoek. De geraadpleegde bronnen en bijlagen zijn te vinden na het reflectiehoofdstuk.

2. Theoretisch Kader

2.1 Vrije tijd en favoriete plekken

In deze paragraaf wordt de bestaande theorie omtrent het onderwerp van favoriete plekken nader toegelicht. Deze favoriete plekken worden bezocht en/of gebruikt in de vrije tijd van mensen dus het is noodzakelijk om eerst naar de vrijetijdsbesteding van mensen te kijken en waar deze doorgebracht wordt. Hierop volgend wordt gekeken naar diverse aspecten van favoriete plekken. Diverse theorieën, persoonskenmerken en kenmerken van de omgeving worden in dit theoretisch kader verder toegelicht.

2.1.1 Besteding van de vrije tijd

Omdat er wordt gekeken naar het gebruik van bepaalde plekken buiten het huis en werk om is het belangrijk om te weten hoe een gemiddelde dag is ingedeeld. Uit diverse onderzoeken is gebleken dat dagen op vele verschillende manieren ingevuld kunnen worden. Dit kan per persoon, maar ook per leeftijdsgroep of geslacht verschillend zijn (CBS, 2003, p. 111). Zo besteden personen in de leeftijdscategorie 12 – 24 jaar bijna de helft van hun dag aan persoonlijke verzorging (slapen, eten, wassen etc.). Aan school en werk wordt gemiddeld 2 tot 2,5 uur per dag besteed. Dit verschilt natuurlijk per persoon omdat in deze leeftijdscategorie niet iedereen naar school gaat en/of werkt. CBS (2003, pp. 111 – 112) stelt daarnaast ook dat deze personen tijd kwijt zijn aan bijvoorbeeld reizen of boodschappen doen. Al met al houden jongeren in de categorie 12 – 24 jaar zo'n 6 uur vrije tijd over per dag (CBS, 2003, pp. 111 – 112).

Deze zes uur vrije tijd per dag is vastgesteld in 2003. Volgens een publicatie van het SCP uit 2011 genaamd *Eropuit!* Het aantal uren vrije tijd van mensen in de afgelopen jaren afgenomen. In 2011 is het aantal uren vrije tijd ten opzichte van 1975 met zo'n drie uur per week afgenomen. Wel zijn het aantal uren die buitenshuis besteed worden gelijk gebleven, oftewel het aantal vrije tijdsuren buitenshuis zijn dus toegenomen (SCP, 2011, p. 9).

Zes uur per dag vrije tijd om zelf in te delen. Volgens het rapport *Jeugd 2003, cijfers en feiten* van het CBS kan dit op vele verschillende manieren ingedeeld worden. Televisie kijken blijkt een groot tijdverdrijf van de gemiddelde Nederlander. CBS (2003, pp. 111 – 112) stelt dat jongeren tussen de 12 en 24 jaar zo'n 2 uur tv kijken per dag. In 2012 zou de gemiddelde Nederlander zelfs 3,25 uur per dag besteden aan het kijken naar de televisie (NRC, 2012).

Ook sport wordt vaak uitgeoefend in de vrije tijd van mensen, zo'n 80% van de jongeren tot en met 18 jaar beoefenen minimaal één uur per week een sport. Echter, wanneer de leeftijd stijgt neemt het aantal tijd dat aan sport besteed wordt ook af. Ongeveer 60% van de jongeren in de leeftijd van 18 – 24 jaar beoefenen nog minimaal één uur per week een sport (CBS, 2003, p. 112). Wel blijkt dat Nederlanders steeds minder lid zijn van verenigingen. Dit heeft verschillende oorzaken waaronder het feit dat niet iedereen het financieel op kan brengen, zo kunnen gezinnen met een inkomen net aan of onder de minimumgrens lidmaatschap van sportverenigingen niet altijd betalen (SCP, 2006, p. 48).

Andere vrijetijdsbestedingen die genoemd worden in de literatuur zijn hobby's, culturele activiteiten, uitgaan en andere recreatieve activiteiten. Ook vakanties worden veelal genoemd, echter richt dit onderzoek zich op favoriete plekken in het dagelijks leven van mensen. Het is niet aannemelijk dat een gemiddeld persoon dagelijks of wekelijks op vakantie gaat, dit wordt dus buiten beschouwing gelaten (CBS, 2003, pp. 113 – 116). Met name studenten, vanaf ongeveer 18 jaar, gaan regelmatig uit. Zo is ongeveer de helft van de jongeren minimaal één keer per week in een uitgaansgelegenheid te vinden (bijv. discotheek en café). Ook worden andere uitgaansgelegenheden zoals een restaurant meerdere malen per jaar bezocht (CBS, 2003, pp. 115). Ondernomen culturele activiteiten in de vrije tijd verschillen sterk per leeftijdsgroep, zo zijn musea en klassieke concerten niet populair onder de jongeren, filmhuizen en bioscopen daarentegen juist wel. Ook valt het op dat jongeren tot

25 jaar minder vaak uitstapjes maken in de natuur dan oudere mensen. Alleen pretparken zijn populair onder deze jongeren. Fietsen en wandelen is in deze leeftijdsgroep ook minder populair dan onder oudere mensen (CBS, 2003, pp. 114 – 116).

Hierboven is reeds besproken hoeveel vrije tijd verschillende leeftijdsgroepen gemiddeld per dag hebben te besteden en aan welke verschillende activiteiten dit besteed wordt. Voor dit onderzoek is het belangrijk om te weten welke plekken vooral in de vrije tijd gebruikt worden en welke motivaties personen ervoor hebben om juist deze plekken als favoriet aan te wijzen en waarom andere plekken juist niet bezocht en/of gebruikt worden. Zo is het aanbod van vrijetijdsvoorzieningen die bezocht kunnen worden de laatste jaren sterk toegenomen. Denk hierbij aan de toename van pretparken, bioscopen, stadions en nog veel meer (SCP, 2006, pp. 34). Nu bepaald is hoeveel vrije tijd personen gemiddeld per dag hebben,

2.1.2 Favoriete plekken in de literatuur

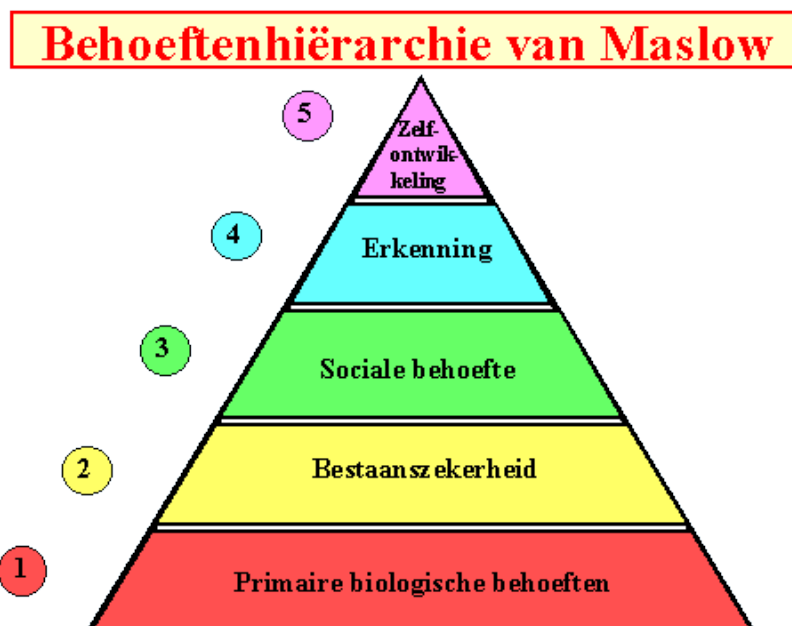
In dit onderzoek staan de favoriete plekken van mensen in het dagelijks leven centraal. Volgens Korpela et al. (2008, p. 637) gaat het hierbij om plekken die vaak gebruikt/bezocht worden en waar mensen waarde aan hechten. Het is dus niet alleen interessant om te onderzoeken welke favoriete plekken, maar met name de manier waarop deze plekken gebruikt worden en welke waarde er over het algemeen aan de favoriete plekken wordt toegekend. In de volgende paragrafen wordt hier verder op ingegaan.

2.2 Behoeften van mensen

Deze paragraaf richt zich op de (algemene) behoeften van mensen. Als basis zal de *Piramide van Maslow* gebruikt worden. Dit is een algemeen raamwerk dat de verschillende basisbehoeften van mensen hiërarchisch heeft gerangschikt. Ook de kwaliteit van leven en de invloed van favoriete plekken op het welzijn van mensen komt aan bod.

Abraham H. Maslow (1908 – 1970) was een Amerikaanse psycholoog. Van oorsprong een aanhanger van het behaviorisme. Deze stroming gaat er van uit dat menselijk gedrag ontstaat vanuit wetmatigheden (InfoNu.nl, 2014). De mens is als het ware een machine die geprogrammeerd kon worden. Deze stroming bestudeert enkel het gedrag dat duidelijk waarneembaar is. In de loop der jaren ontwikkelde Maslow de humanistische psychologie, deze zag de mens als een uniek gemotiveerd individu met vele drijfveren (BTSG.nl, 2013). Elk mens is volgens Maslow uniek en is in staat om zijn of haar eigen keuzes te maken. Alle mensen zouden streven naar zelfverwerkelijking of zelfontplooiing, elk mens streeft naar het maximale. Om dit te kunnen bereiken moeten een aantal fundamentele menselijke behoeften bevredigd/nagestreefd worden. Deze behoeften zijn aangeboren en voor elk mens hetzelfde (BTSG.nl, 2013). Deze behoeften zijn uiteindelijk hiërarchisch gerangschikt in vijf ‘etages’ en vormen zo de piramide van Maslow (Figuur 2.1)

Figuur 2.1 – Behoeftenhierarchy Maslow (BTSG.nl, 2013)



De piramide van Maslow bestaat, zoals gezegd, uit vijf hiërarchisch gerangschikte etages. Namelijk de primaire biologische behoeften, de bestaanszekerheid, sociale behoeften, erkenning en tot slot het hoogst haalbare, zelfontwikkeling. Deze vijf fundamentele behoeften zullen hier verder toegelicht worden. De piramide met de behoeften is dusdanig opgesteld dat mensen eerst de primaire biologische behoeften moeten nastreven alvorens ze de behoeften van de volgende etage kunnen nastreven. Maslow ging er van uit dat elk mens zijn eigen keuzes kon maken dus de exacte invulling en nastreving van de behoeften kan op detailniveau verschillen per individu.

1. Het allereerste niveau gaat in op de **primaire biologische behoeften**. Dit zijn de basis benodigdheden die vitaal zijn om te overleven. Voorbeelden hiervan zijn de behoefte aan water en drinken, maar ook zuurstof en warmte worden hieronder geschaard (Cherry, 2012, p. 2 & BTSG.nl, 2013). Deze behoeften worden als eerste in de hiërarchie gezien omdat deze belangrijk zijn om te overleven en zolang dit niet is vervuld mensen om weinig andere dingen zullen geven.
2. Nadat mensen verzekerd zijn van de primaire biologische behoeften, zullen ze zich gaan richten op andere behoeften, namelijk de **bestaanszekerheid**. Cherry (2012, p. 2) omschrijft dit als de behoefte naar veiligheid. Ze zijn nodig om te kunnen overleven, maar niet zo noodzakelijk als de behoeften uit de eerste groep. Enkele voorbeelden zijn: het hebben van een vaste baan, zorgverzekering maar ook zaken als beschutting en bescherming zoals een huis (BTSG.nl, 2013).
3. Op het derde niveau vinden we de **sociale behoeften** die mensen hebben. Cherry (2012, p. 2) omschrijft deze als *'the need for belonging, love and affection'*. Een groot gedeelte van deze behoefte wordt vervuld door het gezin waar je toebehoort. Maar ook betrokkenheid bij verenigingen en clubs helpen erbij om deze behoeften te kunnen vervullen.
4. Het vierde niveau betreft de behoefte aan **erkenning** en **(zelf)waardering**. Cherry (2012, p. 2) & BTSG.nl (2013) onderscheiden hierin twee zaken.
 - a. Allereerst de behoefte aan zelfwaardering, het verlangen naar zelfvertrouwen. Dit ontstaat door waardering voor jezelf, je succes en de persoon wie je bent en wat je hebt bereikt in je leven. Denk hierbij aan vrijheid, onafhankelijkheid en het verlangen om een eigen individu te zijn.
 - b. Aan de andere kant hebben mensen behoefte aan de waardering door anderen. Dit kan gezien worden als respect, aanvaarding, en erkenning als

persoon door anderen op basis van kwaliteiten. Men streeft het na om een eigen plaats binnen een groep te verwerven op basis van hoe diegene is.

5. Het laatste, en hoogst nastreefbare niveau volgens Maslow is de behoefte aan **zelfontwikkeling**. De mensen die zich op dit niveau bevinden zijn zelfbewust en richten zich op persoonlijke groei. Ook hechten ze minder waarde aan de mening van anderen en willen hun potentieel ten volste benutten (Cherry, 2012, p. 2). Op dit niveau wordt het individu niet langer gedreven door de behoefte om zichzelf te bewijzen, niet voor zichzelf maar ook niet voor anderen. Op dit niveau speelt de behoefte aan zin en doel in het leven een grotere rol. Deze mensen zijn zeer zelfverzekerd en willen zichzelf verder ontplooien (BTSG.nl, 2013).

Hieruit blijkt dat de behoeften lager in de piramide vooral gericht zijn op de lichamelijke aspecten en behoeften van mensen. De behoeften hoger in de piramide worden steeds meer psychologisch en sociaal van aard. Bijvoorbeeld op etage 3, het vinden van liefde en in etage 4 de behoefte aan het behoren tot een bepaalde groep. Hoe hoger men zich bevindt in de piramide hoe minder afhankelijk en beïnvloedbaar ze zijn ten aanzien van zichzelf en andere personen. Zoals uit de theorie bleek richt de piramide van Maslow zich op unieke individuen.

2.3 Welzijn van mensen

Voortbouwend op de *piramide van Maslow* richt deze sub-paragraaf zich op de mogelijke werking van (favoriete) plekken op het welzijn van mensen. Terugkoppelend naar de piramide zal de volgende paragraaf vooral ingaan op de etages 3, 4 en 5. Het gaat hierbij om de sociale behoeften, erkenning en zelfontwikkeling, deze zijn in tegenstelling tot de eerste twee etages meer sociologisch en psychologisch van aard. Een voorbeeld hiervan is de *Attention Restoration Theory*, deze wordt hieronder verder toegelicht. Maar ook op de kwaliteit van leven en het welzijn van mensen wordt verder ingegaan.

2.3.1 Attention Restoration Theory

De Attention Restoration Theory (vanaf nu aangeduid als ART) is in de jaren '80 ontwikkeld door Rachel en Stephen Kaplan. Zij zien het restoratie effect ontstaan wanneer mensen psychologisch afstand nemen van aspecten van hun dagelijkse routines, denk hierbij aan stress op het werk of problemen op school. Dit ontstaat dus op plekken waar mensen zich 'even weg' wanen van de dagelijkse sleur (Korpela, 2001, p. 576). Het herstel wat op deze plekken plaatsvindt gaat in verschillende fases, het laten gaan van onnodige gedachten en het herstellen van de concentratie zijn belangrijk in dit proces. Op langere termijn kan deze restoratie helpen bij het oplossen van moeilijke persoonlijke problemen en kan men reflecteren op zichzelf en op de prioriteiten in het leven (Korpela, 2001, pp. 576 – 577). Interacties met een omgeving met veel fascinerende stimuli (zoals een zonsondergang) trekken onbewust de aandacht van mensen waardoor de aandacht op deze gebeurtenis komt te liggen en niet op bijvoorbeeld de stress van het werk. De logica achter de ART is wanneer een persoon in contact is gekomen met een natuurlijke omgeving, de concentratie weer is hersteld en andere taken beter uitgevoerd kunnen worden. In tegenstelling tot de zojuist genoemde natuurlijke omgevingen werkt de stedelijke omgeving op een geheel andere manier. De aandacht van mensen wordt hier bewust getrokken naar bepaalde dingen zoals een auto die toetert. De aandacht van mensen raakt hierop gericht en moeten geconcentreerd zijn om bijvoorbeeld het verkeer te ontwijken. Dit maakt stedelijke omgevingen in de basis minder geschikt voor *restorative experiences* dan natuurlijke omgevingen (Berman, Jonides & Kaplan, 2008, p. 1207).

Één van de plekken waar de *restorative experiences* plaats kunnen vinden zijn de zogenaamde *therapeutic landscapes*, mensen hechten bij het bezoek aan dit soort plekken veel waarde aan de rustgevendende werking op hun eigen welzijn (Lea, 2007, p. 96). Ook hier moet er in ogenschouw genomen worden dat dergelijke plaatsen/landschappen voor elke persoon kunnen verschillen maar ook context afhankelijk zijn. Personen kunnen op

verschillende momenten verschillende behoeftes hebben omtrent de plaatsen waar ze zich terug kunnen trekken en zich op kunnen laden. Therapeutische landschappen zijn plaatsen, settings en situaties die continue kunnen veranderen. Deze therapeutische landschappen omvatten zowel de psychologische als de fysieke aspecten die geassocieerd worden met een helende uitwerking op mensen. Deze helende werking komt in zowel fysieke, mentale als spirituele vormen voor (Williams, 1998, p. 1193). In het verdere verloop van dit theoretisch kader wordt dieper ingegaan op de favoriete plekken van mensen en de *restorative experiences* en zelfregulering op deze plekken

2.3.2 Kwaliteit van leven

Naast de behoeften van mensen die vervuld kunnen worden op bepaalde plaatsen kan de kwaliteit van leven die mensen hebben of nastreven een belangrijke rol spelen bij de waardering van bepaalde plekken. Kwaliteit van leven heeft vele kanten en is voor elk persoon anders, daarom is het moeilijk om een eenduidige definitie te geven. Brookfield (2011, p. 2) omschrijft *quality of life* als volgt:

“individuals’ perceptions of their position in life in the context of the culture and value systems in which they live and in relation to their goals, expectations, standards and norms”.

De manier waarop mensen in het leven staan en welke doelen zij nastreven hebben invloed op de waardering van bepaalde plekken. De perceptie van de omgeving is mede afhankelijk van de manier hoe mensen tegen het leven aankijken, en heeft daarom dus ook invloed op plekken die als favoriet worden ervaren. Families bestaande uit ouders met één of meerdere kinderen blijken ruimtelijke, open groene ruimtes het hoogst te waarderen, stadscentra daarentegen juist niet (Brookfield, 2011, pp. 6 – 7). Op een hoger schaalniveau worden groene ruimtes binnen steden gezien als zeer belangrijk voor de kwaliteit van leven in steden (Burgess, Harrison & Limb, 1988, p. 455). In tegenstelling tot het onderzoek van Brookfield (2011) waar voornamelijk naar plekken wordt gekeken die als favoriet worden ervaren, richt dit onderzoek zich juist op de ervaringen en waardering van mensen op bepaalde plekken. Dit onderzoek wil graag weten welke verschillende aspecten van plaatsen bijdragen aan het wel of niet ervaren van een plek als favoriet.

2.3.3 Subjectief Welzijn

Een andere benadering die gebruikt wordt in de literatuur is het zogenaamde *subjectief welzijn*. Subjectief welzijn, in termen van geluk en tevredenheid met het leven wordt gerelateerd aan diverse factoren die betrekking hebben op de kwaliteit van leven (van Beuningen & Kloosterman, 2011, p. 85). Enkele voorbeelden van deze factoren zijn: (1) het regelmatig op vakantie gaan, (2) hebben van een partner, (3) goed sociaal contact zowel met familieleden als buurtbewoners en de belangrijkste is (4) de gezondheid waarin mensen leven. Deze zojuist genoemde punten dragen positief bij aan het gevoel van welzijn/ “geluk” van mensen. Gevoelens van angst en onveiligheid hebben hier een negatieve bijdrage aan (Beuningen & Kloosterman, 2011, p. 85).

Hieruit blijkt dus dat sociale contacten een positieve uitwerking (kunnen) hebben op het gevoel van geluk van mensen. Diener, Suh, Lucas & Smith (1999, p. 277) gaan ook in op het subjectieve welzijn van mensen. Tabel 1 geeft verschillende fenomenen weer die ingaan op bijvoorbeeld emotionele reacties van mensen maar ook meer globale uitspraken over de tevredenheid met het leven. De tabel bestaat uit diverse componenten die invloed hebben op het welzijn van mensen, er is een onderscheid gemaakt tussen vier componenten. (1 & 2) de *pleasant* en *unpleasant affects* hebben betrekking op de stemmingen en emoties van mensen, zowel negatief als positief. Onder *life satisfaction* worden verschillende kanten van de tevredenheid met je leven aangegeven, variërend van tevredenheid met je heden en/of verleden tot en met het verlangen om je leven (drastisch) te veranderen. Ook zijn er verschillende ‘domeinen’ in je leven waar verschillende maten van tevredenheid aanwezig

zijn of bereikt moeten worden. Denk hierbij aan de tevredenheid op het werk, de gezinssituatie, met jezelf maar ook bijvoorbeeld je financiële situatie is voor veel mensen van grote invloed op de tevredenheid met zijn of haar leven (Diener, Suh, Lucas & Smith, 1999, pp. 275 – 276).

Tabel 2.1 – Componenten van Subjectief Welzijn (Diener, Suh, Lucas & Smith, 1999, p. 276)

<i>Components of Subjective Well-Being</i>			
Pleasant affect	Unpleasant affect	Life satisfaction	Domain satisfactions
Joy	Guilt and shame	Desire to change life	Work
Elation	Sadness	Satisfaction with current life	Family
Contentment	Anxiety and worry	Satisfaction with past	Leisure
Pride	Anger	Satisfaction with future	Health
Affection	Stress	Significant others' views of one's life	Finances
Happiness	Depression		Self
Ecstasy	Envy		One's group

Voortbouwend op het 'geluksgevoel' van mensen onderscheiden Jacqueline van Beuningen & Rianne Kloosterman (2011, pp. 85 – 86) net zoals bovenstaand tabel een aantal categorieën die belangrijk geacht worden voor het welzijn van mensen waaronder sociale verbanden en relaties.

“Sociale relaties dragen in positieve zin bij aan subjectief welzijn. Mensen brengen over het algemeen graag tijd door met familie en vrienden. Het gevoel ergens bij te horen en belangrijk te zijn voor anderen maakt hen gelukkig. Ook een (huwelijks)partner vergroot het geluksgevoel. Het effect van kinderen op welzijn is echter niet eenduidig. Daarnaast lijkt sociaal vertrouwen van belang voor welzijn” (van Beuningen & Kloosterman, 2011, p. 86).

Bovenstaand citaat laat zien dat bij het 'geluksgevoel' van mensen contact met familie en vrienden belangrijk is. Mensen hebben dus sociale contacten en relaties nodig om zich over het algemeen gelukkiger te voelen. Als mensen van mening zijn dat ze te weinig sociaal contact hebben, kan eenzaamheid ontstaan. Dit heeft dan ook een negatieve uitwerking op het welzijn van de mensen (Thuisarts.nl, eenzaamheid, 2014).

Sociaal vertrouwen heeft ook invloed op het welzijn van mensen. Dit is het vertrouwen dat mensen hebben in andere mensen, bijvoorbeeld collega's en buurtbewoners. Volgens Thuisarts.nl (2014) kan wantrouwen tegenover anderen sociaal contact in de weg staan. Ook dit is per definitie negatief voor het welzijn van personen. Gepaard gaande met sociale interacties is het zogenaamde sociaal kapitaal. Helliwell & Putnam (2004, pp. 1436 – 1437) schrijven dat sociale netwerken (de interactie tussen de netwerken en het vertrouwen in andere mensen) grote invloed uitoefenen op de mate van efficiëntie en de productie van het welzijn van mensen. Het idee hierachter is dat sociale netwerken van grote waarde zijn, denk bijvoorbeeld aan het samen veiliger maken van de buurt. Maar ook door het principe van 'netwerking', (allerlei vormen van sociaal contact) kunnen mensen zich verder ontwikkelen (Helliwell & Putnam, 2004, p. 1436). Sociale interacties dragen dus bij aan het ontstaan van

een saamhorigheidsgevoel en kan de sociale cohesie binnen (bijvoorbeeld) een buurt versterken. Sociale interacties en ook sociaal kapitaal zijn belangrijk voor de maatschappelijke betrokkenheid van mensen. Door allerlei oorzaken blijkt de sociale betrokkenheid van mensen met de buurt en andere bewoners de afgelopen jaren te zijn afgenomen (TCR, 2011, pp. 134 – 138). Mensen zijn steeds drukker en hebben minder tijd of zijn minder bereid zich in te zetten voor de maatschappij. De betrokkenheid bij de maatschappij in de vorm van vrijwilligerswerk, buurtbetrokkenheid of participatie in het verenigingsleven heeft ook een positieve invloed op het welzijn van de mensen. Het gevoel dat mensen hebben om als volwaardig burger deel te nemen aan de maatschappij, maar ook het vergroten van het sociale netwerken speelt een belangrijke rol bij het welzijn van mensen.

Terugkijkend, sociale contacten zijn van groot belang in het dagelijks leven van mensen. Dit eerste gedeelte is ingegaan op het belang van sociale interacties voor mensen zelf, in de vorm van het *subjectief welzijn*. Het algemeen geluksgevoel van mensen wordt door diverse factoren beïnvloedt, waaronder de sociale contacten. Ook dragen sociale contacten bij aan de maatschappelijke betrokkenheid van mensen. Wel moet in beschouwing genomen worden dat, zoals de naam ook aangeeft, deze theorie ten aanzien van subjectief welzijn subjectief van aard is. In bovenstaande theorie zijn enkele aspecten aangehaald die van invloed (kunnen) zijn op het welzijn van mensen. Maar de invloed en het belang ervan kan per persoon verschillen en zodoende is het moeilijk om algemeen geldende uitspraken te doen. Zo kan een persoon op een bepaald moment meer behoefte hebben aan sociaal contact dan op andere momenten en dit beïnvloedt dan ook weer de waardering voor bepaalde plekken als 'favoriete plekken'.

2.3.4 Samenvattend

Deze paragraaf ging allereerst in op de algemenere behoeften van mensen, hiervoor is de piramide van Maslow gebruikt, de hiërarchische verdeling van behoeften. Gedurende de ontwikkeling van mensen ontstaan nieuwe behoeften en blijven mensen continue streven naar de bevrediging van deze behoeften.

Vanuit de piramide van Maslow kan er een link gelegd worden tussen deze (sociale & psychologische) behoeften die mensen nastreven en de favoriete plekken. Maar ook tussen het gebruik/bezoek van deze favoriete plekken en het welzijn van de mensen. Denk aan het 'verlaten' van de dagelijkse drukte om je concentratie en aandacht weer te herstellen (ART), in de literatuur wordt gesproken over de 'therapeutic landscapes' waar 'restorative experiences' plaatsvinden. Maar ook vanuit sociaal oogpunt, veel sociale contacten kunnen een positieve uitwerking hebben op het welzijn van de mensen. In het vervolg van dit theoretische hoofdstuk wordt verder ingegaan op de relatie tussen favoriete plekken en sociale interacties, maar ook het tot rust kunnen komen op de favoriete plekken.

Als deze behandelde theorieën en/of benaderingen worden gerelateerd aan de favoriete plekken van mensen wordt er aangenomen dat een mens één of meerdere favoriete plekken heeft en dat deze in zekere mate verschillend kunnen zijn. Vanuit de 'behoeftekant' die zojuist is besproken komt duidelijk naar voren dat mensen gedurende hun leven, of zelfs op zeer korte termijn verschillende behoeften hebben en dat deze vervuld kunnen worden op bepaalde plekken die over de juiste kenmerken beschikken. Dit is een belangrijk gegeven voor het verdere onderzoek, zo is er geen sprake van één favoriete plek en is het noodzakelijk om diverse plekken te onderscheiden met (eventueel) verschillende behoeften die personen hebben op het moment van bezoeken.

2.4 Kwaliteiten van de omgeving

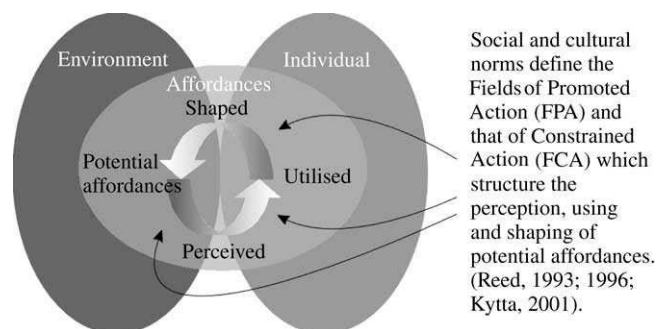
In de vorige paragraaf zijn de behoeften van mensen behandeld. Deze behoeften worden (vermoedelijk) op de favoriete plekken vervuld. Echter moeten deze plekken wel over bepaalde kenmerken/kwaliteiten beschikken, de 'affordances'. De zullen in deze paragraaf behandeld worden.

2.4.1 Theory of Affordances

Deze theorie is opgesteld door James J. Gibson (1904 – 1979), hij was een invloedrijke Amerikaanse psycholoog. Zijn theorieën over de visuele perceptie van de omgeving waren invloedrijk in sommige psychologische en filosofische scholen aan het eind van de 20^e eeuw (Brittanica, James J. Gibson, 2014). Gibson's theorie richt zich op actie en perceptie gebaseerd op informatie die aanwezig is in de (directe) omgeving (Greeno, 1994, p. 336). De 'theory of affordances' van Gibson was gebaseerd op een andere denkwijze dan de meeste theorieën in die tijd. De perceptie van de omgeving werd eerst gezien als een fenomeen dat werd veroorzaakt door de omgeving zelf, terwijl Gibson van mening was dat perceptie van de omgeving afhankelijk was van de interactie tussen mens/dier en de directe omgeving (Greeno, 1994, pp. 336 – 337). Voorheen werd een meer fysisch-geografische deterministische invalshoek gebruikt (menselijk handelen wordt gedeeltelijk of geheel bepaald door natuurlijke omstandigheden) terwijl Gibson een meer relationele manier van kijken had. Menselijk handelen ontstaat door de interactie tussen mens en natuur en de perceptie van mensen zelf.

De 'theory of affordances' betreft de kwaliteiten die een bepaald object of een bepaalde omgeving heeft en hoe deze mensen stimuleert om bepaalde acties te ondernemen (Britannica, James J. Gibson, 2014). Bijvoorbeeld schaduw, dit geeft een mens de mogelijkheid om uit de zon te treden. Dikke kussens op een stoel geven het signaal af aan een persoon dat er comfortabel gezeten kan worden. Greeno (1994, p. 338) stelt dat een 'affordance' refereert naar alles wat er is in de omgeving dat een bijdrage levert aan de interacties tussen de mensen en de omgeving.

Figuur 2.2 – Theory of Affordances (Kytta, 2002, p. 110)



In de theorie wordt dit vaak aangeduid als de relatie tussen *agents* (actoren) en *agency* (acties). Hetgeen in de omgeving dat bepaalde acties mogelijk maakt worden door Greeno (1994, p. 338) aangeduid als 'affordances'. Terwijl de bijdrage die *agents* leveren aan de ontstane interacties aangeduid worden als 'abilities'. Reeds is vastgesteld dat de *theory of affordances* ingaat op de relatie tussen mens en elementen uit de directe omgeving. Deze invalshoek kan daarom aangeduid worden als relationeel. De perceptie van de omgeving en de interacties die daarbij ontstaan kunnen per persoon verschillen. Zo kunnen de 'affordances' en de 'abilities' niet los van elkaar gezien worden, het één veroorzaakt/beïnvloedt het ander.

Kader 1: “The affordances of the environment are what it *offers* the animal, what it *provides* or *furnishes* either for good or ill’. Affordances are therefore the possibility for action afforded to an observer by an object in the environment. Objects have instantly detectable functions and are perceived in terms of what they afford, not what properties or qualities they have (Clark & Uzzell, 2002, pp. 95 – 96)”.

Clark & Uzzell (2002) gaan eveneens in op ‘*affordances*’, het artikel focust op twee bepaalde plaatsen die adolescenten (ca. 13 – 19 jaar oud) nodig hebben gedurende hun ontwikkeling als mens. Als basis voor dit onderzoek werd de zojuist genoemde ‘*theory of affordances*’ van Gibson gebruikt (Clark & Uzzell, 2002, p. 95). Zie kader 1 voor een (korte) uitleg van ‘*affordances*’ volgens Clark & Uzzell. Mensen, in dit geval adolescenten, hebben behoefte aan twee verschillende soorten plaatsen gedurende hun ontwikkeling als mens. Allereerst is er een behoefte aan plaatsen waar sociale interacties plaats (kunnen) vinden, anderzijds zijn er ‘*places of retreat*’ nodig. Hier kunnen de mensen zich terugtrekken en tot rust komen.

Clark & Uzzell (2002, p. 96) hebben onderzoek gedaan naar skateboarders en onderscheiden hier drie verschillende categorieën affordances die een bepaalde plek populair maken voor deze groep.

1. Allereerst de **fysieke kenmerken**, de fysieke elementen in een bepaald gebied maakten deze plek aantrekkelijk voor skateboarders. Deze elementen bieden mogelijkheden tot het uitvoeren van bepaalde stunts en trucs.
2. Ook de **bereikbaarheid** van een bepaalde plek wordt als belangrijk gezien. Zo’n gebied is snel en makkelijk te bereiken waardoor dit meer mogelijkheden biedt voor mensen om zo’n plek te bezoeken.
3. De **aanwezigheid van andere personen**, in dit geval skateboarders, werd als positief ervaren door andere skaters en trok deze naar bepaalde plekken.

Hieruit blijkt dus dat ‘*affordances*’ bestaan in vele verschillende vormen en zijn dus afhankelijk per persoon hoe kenmerken van een plek beoordeeld worden, de context is dus belangrijk. Onderzoekers hebben opgemerkt dat het gebruik van de omgeving door adolescenten gedreven wordt door behoeften tijdens de ontwikkeling van mensen (Clark & Uzzell, 2002, p. 97). In de volgende twee paragrafen worden de twee aspecten (sociale interacties en *places of retreat*).

2.5 Favoriete plekken als ontmoetingsplaats

In de vorige paragraaf over behoeften is het onderzoek van Clark & Uzzell (2002) al kort geïntroduceerd. Voortbouwend op de *theory of affordances* concludeerden ze in dit onderzoek dat een adolescent behoefte heeft aan twee soorten plekken (buiten het huis, school en werk om, zoals als is toegelicht in het theoretisch kader). Namelijk, enerzijds een plek om zich te kunnen terugtrekken, maar ook aan plekken waar sociale interacties plaats kunnen vinden. Deze paragraaf zal zich gaan richten op de laatstgenoemde.

2.5.1 Favoriete plekken en sociale interacties

De meeste mensen hebben behoefte aan sociaal contact, dit contact kan plaatsvinden op allerlei soorten plekken. Ook de behoefte aan sociale interacties verschilt per persoon per moment. Plekken waar sociale interacties plaatsvinden hebben twee doeleinden, enerzijds stelt het de adolescenten in staat om uit de ‘volwassen’ wereld te stappen om tijd met generatiegenoten door te brengen. Aan de andere kant biedt het adolescenten de kans om

de 'volwassen wereld' te leren kennen en begrijpen door sociale interacties en betrokkenheid in bijvoorbeeld stadscentra (Clark & Uzzell, 2002, pp. 98 – 99). Volgens hetzelfde onderzoek is de drang naar sociale interacties tekenend voor het gebruik van de omgeving door adolescenten, bijvoorbeeld het gebruik van stadscentra, veel interacties vinden hier plaats. Ook het gebruik van plekken voor vrijetijdsbesteding is vaak gericht op sociale interacties (Clark & Uzzell, 2002, p. 98).

Sociale interacties worden belangrijk geacht voor de ontwikkeling van adolescenten maar ook voor mensen in het algemeen. Clark & Uzzell (2002, pp. 97 – 98) citeren een onderzoek naar het gebruik van plaatsen buitenshuis tijdens de zoektocht naar liefde. Hieruit bleek dat mensen die niet actief zijn op zoek naar liefde minder vaak gebruik maken van publieke plaatsen dan mensen die actief op zoek zijn naar een vriend of vriendin. Daarnaast neigen mensen naarmate hun leeftijd stijgt deze sociale contacten verder te zoeken, in de jeugd zijn personen vaak nog gebonden aan de buurt bij het opdoen van sociale contacten (Clark & Uzzell, 2002, p. 98). Een voorbeeld dat genoemd wordt is de 'shoppingmall' hier bleken veel adolescenten samen te komen vanwege de 'affordances' die een dergelijke plaats biedt. De omgeving maakt het mogelijk om samen te komen en contact te hebben met elkaar, en vanuit de *ability* (lees mogelijkheden) gezien van de mensen kunnen zij wel of geen gebruik maken van de mogelijkheden die zo'n shoppingmall biedt (Clark & Uzzell, 2002, pp. 97 – 98). Volgens de *theory of affordances* bieden plekken bepaalde mogelijkheden voor menselijk handelen en dat is ook het geval bij sociale interacties. Plekken voorzien in de mogelijkheden tot sociale interacties en dit leidt uiteindelijk ook tot bepaald gedrag en handelen van de actoren (mensen).

2.5.2 Sociaal Contact Geografisch

Sociaal contact is belangrijk voor mensen op (onder meer) hun favoriete plekken, maar hoe zijn deze plekken geografisch te herkennen? Met name stadscentra worden genoemd als de plekken waar sociale interacties plaats vinden, evenals de buurt waarbinnen iemand woont (Clark & Uzzell, 2002, p. 98). Zeer concreet over bepaalde plekken zijn bestaande onderzoeken niet. In dit onderzoek wordt daarom ook gekeken naar de favoriete plekken van mensen op het gebied van sociaal contact en interacties. Het is interessant om te onderzoeken of er een duidelijk verschil bestaat tussen de waardering van plekken wanneer mensen wel of niet bewust op zoek gaan naar sociale contacten. Volgens het SCP (2011, p. 53) komen mensen steeds minder bij elkaar op visite en compenseren dit ook niet door vaker met elkaar om te gaan. Wel blijkt een groot deel van de activiteiten die worden ondernomen buitenshuis nog steeds in het gezelschap van meerdere mensen plaats te vinden.

"We are located in space, but we act in place (Paay & Kjeldskov, 2008, p. 277)".

Met dit citaat wordt geïllustreerd dat bepaalde acties en gedragingen van mensen zijn gekoppeld aan bepaalde plaatsen. Zo ook de sociale contacten. In de literatuur vier categorieën van plaatsen genoemd. Paay & Kjeldskov (2008, p. 278) omschrijven deze als volgt:

1. Workplace
2. Dwelling place
3. 'Third' place
4. 'Fourth' place

De eerste twee spreken voor zich, dit zijn de plaatsen waar mensen werken en/of wonen. Deze worden buiten beschouwing gelaten in dit onderzoek. Onder de zogenaamde 'fourth' places worden plekken verstaan die te maken hebben met reizen en/of woon-werkverkeer.

2.5.3 Third Places

Dit onderzoek over de ervaringen van mensen op hun favoriete plekken richt zich vooral op de '*third places*'. Deze plaatsen worden geassocieerd met gezelligheid.

"These are places for socializing, places to meet, places for seeing and being seen, places for insiders, places for recreational retailing, places for embodied play, places for cultural productions, and places for ritual" (Paay & Kjeldskov, 2008, p. 278).

Ook Jeffres et al (2009) erkennen deze *third places*, dit zijn de plekken waar mensen hun vrije tijd besteden en waar mensen elkaar kunnen ontmoeten. Het is echter wel mogelijk dat de *workplace* van een individu, de *third place* van een ander kan zijn. Er is geen sprake van absoluut onderscheid tussen de verschillende plaatsen, maar gaat het meer om de functie die een plek op een bepaald moment vervult voor een individu of groep (Jeffres et al., 2009, p. 334).

Terugkoppelend naar het belang van sociale contacten op de maatschappelijke betrokkenheid kan gesteld worden dat *third places* hier ook invloed op hebben. Enerzijds gelden dergelijke plekken voor individuen als plaatsen waar ze even kunnen ontsnappen aan de alledaagse drukte van thuis en het werk. Kijkende naar de maatschappij kunnen deze plekken juist de banden tussen mensen in de samenleving versterken (Jeffres et al., 2009, pp. 335 – 336). Enkele voorbeelden van deze *third places* zijn: cafés, schoonheidssalon, kapper, bowling banen en recreatiecentra (bijv. een bioscoop). Kortom, plaatsen waar mensen elkaar ontmoeten, samenkomen en communiceren. Deze *third places* kunnen ook iedereen verschillend zijn en daarom het lastig is om één bepaalde plek aan te wijzen als *third place*, juist de functie die een bepaalde plek op een specifiek moment heeft invloed op de ervaring van mensen op favoriete plekken (Jeffres et al., 2009, pp. 335 – 336). Abbott-Chapman & Robertson (2002, p. 488) stellen dat de buurt waar (in dit geval adolescenten) mensen wonen en de natuurlijke omgeving in de nabijheid gezien worden als dé plekken waar vrije tijd besteed wordt en waar dus ook sociale interacties plaatsvinden. Naast het sociale aspect van de favoriete plekken zal dit onderzoek ook kijken naar de meer ruimtelijke dimensie van deze favoriete plekken. Ook de plekken waar deze contacten juist plaatsvinden is interessant en zal in dit onderzoek verder naar voren komen.

2.6 Favoriete plekken als oases van rust

Het artikel van Clark & Uzzell uit 2002 bespreekt de behoeften van adolescenten aan twee verschillende soorten plaatsen, hierboven is het sociale aspect van favoriete plaatsen reeds behandeld en ook de *places of retreat* zijn al kort aangehaald. De volgende paragraaf gaat echter dieper op de literatuur in omtrent *places of retreat* en *restorative experiences* die kenmerkend zijn voor de favoriete plekken van mensen, voornamelijk gebaseerd op de onderzoeken van Kalevi Korpela.

2.6.1 Kalevi Korpela, restorative experiences en plaatsidentiteit

Kalevi Korpela, docent *environmental psychology* aan de Universiteit van Tampere (Finland) heeft veel onderzoek gedaan naar de alledaagse favoriete plekken van mensen (favoriteplace.info, 2014). In tegenstelling tot bijvoorbeeld de sociale contacten die op deze plekken ontstaan en in stand worden gehouden richt Korpela zich voornamelijk de *restorative experiences* die mensen op hun favoriete plekken ervaren. Dit is terug te koppelen aan het welzijn van mensen, de *restorative experiences* volgens Korpela betreft het tot rust komen en jezelf weer kunnen opladen om inspannende activiteiten (bijvoorbeeld werk en school) weer goed uit te kunnen voeren.

Termen zoals zelfregulering en *restoration* staan centraal in de onderzoeken van Korpela. Vanuit zelfregulering en *restoration* ontstaat door een continue proces een gevoel/idee van plaatsidentiteit (Korpela, 1996, pp. 221 – 222). Fysieke omgevingen kunnen worden gebruikt

om plezier en pijn te reguleren net zoals de ervaringen die hier ontstaan. De ervaringen die tijdens deze reguleringsprocessen plaatsvinden vormen (gedeeltelijk) de plaatsidentiteit, het gevoel wat mensen hebben bij bepaalde plaatsen. *Restoration* ontstaat wanneer de interactie tussen een persoon en de omgeving iemand helpt om (1) psychologische of geografische afstand te nemen van de dagelijkse context van mensen, (2) ondergedompeld te worden in een samenhangende fysieke en/of conceptuele omgeving, (3) een match tussen persoonlijke doeleinden, kenmerken van de omgeving en de behoefte aan actie te vinden en (4) iemand te fascineren, bijvoorbeeld het genieten van een natuurlijke omgeving (Korpela et al., 2008, p. 637). Om dit te kunnen bewerkstelligen zijn volgens de literatuur plekken nodig waar een persoon zich terug kan trekken.

Naast bepaalde plaatsen die voorzien in sociale interacties hebben adolescenten ook behoefte aan zogenaamde *places of retreat*. Dit zijn specifieke plekken waar men zich terug kan trekken om bijvoorbeeld tot rust te komen.

Uit paragraaf 1 bleek al dat mensen tegenwoordig steeds minder uren vrije tijd hebben, dit komt door een toename van het aantal uren dat een persoon moet besteden aan werk of andere verplichtingen. De *restoration theory* verklaart de invloed van de omgeving op het welzijn van mensen, bepaalde omgevingen zouden vermoeidheid (zowel lichamelijk als mentaal) tegengaan. Ettema & Smajic (2013, p. 2) stellen dat bepaalde omgevingen (met name groene omgevingen) het volgende bieden:

“Involuntary attention’ or ‘fascination’. In particular natural places have been found to provide potential for the restoration of mental resources. The restorative effect of natural environments has been demonstrated also in the context of walking. The literature suggests that individuals actively choose routes or locations because of the presence of green space, but also that green spaces and walking routes make them more vitalized and relaxed”

Hieruit blijkt dus dat bepaalde plekken *restorative effects* hebben, plekken kunnen dus op een positieve manier bijdragen aan het welzijn van mensen. Het artikel van Clark & Uzzell (2002, pp. 98 – 99) haalt diverse onderzoeken aan waaruit is gebleken dat zowel adolescenten als volwassenen bepaalde strategieën hanteren om zichzelf te onderhouden. Bepaalde plaatsen en omgevingskenmerken worden gebruikt om zowel positieve als negatieve gevoelens te reguleren. Maar ook om een positief zelfbeeld te creëren en het gevoel van eigenwaarde in stand te houden (Clark & Uzzell, 2002, pp. 98 – 99).

Volgens de *theory of affordances* hebben bepaalde plekken bepaalde kenmerken en aspecten die tot bepaald menselijk handelen leidt. Juist de interactie tussen de actor en de omgeving zorgt voor bepaald handelen en kunnen volgens deze theorie niet los van elkaar gezien worden. Het is bij het kiezen voor bepaalde plekken dan ook belangrijk dat de behoeften van een persoon op een bepaald moment samenvallen met de karakteristieken van de omgeving. De plek/omgeving moet voldoen aan de behoeften die personen op een bepaald moment hebben (Korpela et al., 2008, p. 637). De waardering van mensen voor bepaalde plekken is dus onder meer afhankelijk van de behoeften die een persoon op een bepaald moment heeft.

2.6.2 Populaire typen plaatsen

De studies die Korpela heeft uitgevoerd over de favoriete plekken van mensen worden vaak gekenmerkt door het gebruik en de betekenis die mensen geven aan deze favoriete plekken in het dagelijks leven (Korpela et al., 2008, p. 637). Uit enkele studies van Korpela blijken favoriete plekken gekenmerkt te worden door een groen karakter, bijvoorbeeld stadsparken en natuurgebieden (Korpela et al., 2008, p. 637). Ook speelt de frequentie van bezoek aan bepaalde plaatsen en de duur van het gebruik van deze plaatsen een belangrijke rol. De gehechtheid van een persoon aan een favoriete plek, samen met de *restorative experiences* die hier opgedaan worden vormen de basis voor zelfregulering en *place identity* (Korpela et al., 2009, p. 95). Korpela et al. (2009, p. 98) stellen dat vijf verschillende typen plaatsen het populairst zijn:

1. Extensively managed natural settings
2. Urban green spaces
3. Waterside environments
4. Exercise and activity/hobby areas
5. Indoor and outdoor urban areas

Korpela et al. (2010, p. 206) schrijven in hun conclusie dat *restorative experiences* het sterkst waren in alledaagse favoriete plekken die gekenmerkt worden door een groen/natuurlijk karakter (punten 1 en 2). In de gebouwde omgeving worden *restorative experiences* veel minder ervaren. De plekken worden gebruikt om tot rust te komen (Korpela, Kyttä & Hartig, 2002, pp. 387 – 388). Groene omgevingen blijken hier beter in te kunnen voldoen dan bijvoorbeeld stedelijke omgevingen.

Daarnaast kan gesteld worden dat er een overlap bestaat tussen de onderzoeken van Kalevi Korpela (*restorative experiences*) en de *Attention Restoration Theory* van Kaplan. Mensen willen in hun vrije tijd bijkomen van de drukte op het werk en/of thuis. Dit valt ook samen met de twee soorten 'favoriete plekken' van mensen die in het artikel van Clark & Uzzell (2002) worden aangehaald. *places of retreat* hebben mensen nodig in hun dagelijks leven om op andere momenten goed te kunnen functioneren.

Er is wel een duidelijk verschil te zien tussen *places of retreat* en *places of social interaction*. Uit verschillende publicaties komt naar voren dat mensen de natuur vaak gebruiken om tot rust te komen, maar sociale interacties daarentegen vinden vooral plaats in gebieden waar veel mensen aanwezig zijn. Zo worden stads- en winkelcentra gezien als plekken waar veel sociale interacties plaats vinden.

In tegenstelling tot de *piramide van Maslow* is de *theory of affordances* meer relationeel van aard en verklaart het gedrag van actoren (mensen) aan de hand van de interactie tussen de mensen zelf en de omgeving waarin zij zich bevinden. Wanneer deze samenvallen worden diverse behoeften vervuld. Verschillende plekken met verschillende kenmerken kunnen mensen stimuleren tot verschillende handelingen waardoor op diverse plekken de behoeften van mensen vervuld kunnen worden. Deze relationele manier van kijken benadrukt de context die belangrijk is, maar ook wat de mensen zelf met de *affordances* (= mogelijkheden die de omgeving biedt) doen.

2.7 De fysieke kenmerken van favoriete plekken

In dit theoretisch kader zijn voornamelijk de verschillende theorieën omtrent de behoeften en wensen van mensen op hun favoriete plekken toegelicht. Deze paragraaf legt de focus meer op de fysieke aspecten van de favoriete plekken/plaatsen. Bijvoorbeeld de esthetische kenmerken van de favoriete plekken, maar ook meer praktische zaken zoals bereikbaarheid en nabijheid zullen hier worden uitgewerkt.

2.7.1 Uiterlijk, bereikbaarheid & nabijheid

Vanuit de *theory of affordances* gezien (paragraaf 2.3.1) moet een plek over bepaalde kenmerken beschikken om bepaald gedrag mogelijk te maken (Greeno 1994, p. 338). Het is dan ook goed mogelijk dat de fysieke kenmerken van de omgeving een belangrijke rol spelen in de erkenning van bepaalde plekken als favoriete plekken. In deze paragraaf worden drie kenmerken behandeld die invloed kunnen hebben op de waardering van mensen voor bepaalde plekken en het wel of niet zien van een plek als favoriet. Allereerst wordt ingegaan op het 'uiterlijk', van de favoriete plekken. Vervolgens ook de nabijheid en bereikbaarheid van de favoriete plekken.

Omdat mensen meerdere favoriete plekken (kunnen) hebben is het lastig om aan te geven dat een plek er op één bepaalde manier uit moet zien. Wel bleek uit diverse studies dat groene, natuurlijke omgevingen door veel mensen positief worden ervaren (Korpela et al., 2010, p. 206 & Berman, Jonides & Kaplan, 2008, p. 1207). Vooral op het rustgevend en herstellend gebied worden favoriete plekken gekenmerkt door natuurlijke en groene elementen. Zo zijn bossen en andere natuurlijke omgevingen zoals parken in een stad voorbeelden hiervan.

Ook de nabijheid en bereikbaarheid van bepaalde plaatsen kan van invloed zijn op het gebruik van plekken door mensen. Zo zijn kinderen en tieners vaak meer gebonden aan de buurt waarin ze wonen dan, in mindere mate, adolescenten en volwassenen. Reeds is vastgesteld dat mensen een groter deel van hun vrije tijd buitenshuis besteden. Mensen die dus over een auto beschikken hebben meer keuze omtrent het bezoeken van (favoriete) plekken (SCP, 2006, p. 55). De vrijetijdsindustrie die sterk gegroeid is, is vooral te zien aan de rand van steden, de zogenaamde *pleasure periphery*. Deze plaatsen zijn voor volwassenen, onder meer door de auto, makkelijker te bereiken dan voor bijvoorbeeld kinderen (SCP, 2006, pp. 55 – 56). Wanneer mensen besluiten bepaalde (favoriete) plekken te bezoeken is het belangrijk dat deze goed (en snel) te bereiken zijn, aangezien het aantal uren vrije tijd per persoon in enige mate is afgenomen.

Kinderen hechten meer waarde aan de aan de buurt waarin ze wonen dan jongeren naarmate deze ouder worden. Ze maken steeds minder gebruik van de mogelijkheden die de buurt biedt. Ook qua activiteiten en sociale banden zijn (jong)volwassenen minder aangewezen op de buurt (Clark & Uzzell, 2002, p. 97). De nabijheid van bepaalde plekken heeft daarom wel degelijk invloed op de keuze voor favoriete plekken.

Vanwege de grote diversiteit aan plekken en de verschillende ervaringen die mensen hier op kunnen doen is het bijna niet mogelijk om een paar vaste fysieke kenmerken te noemen van de favoriete plekken. Dit is afhankelijk van de functie die een plek op een bepaald moment moet vervullen. Dit onderzoek kijkt dan ook naar de fysieke kenmerken van favoriete plekken en relateert deze aan de belevingen van respondenten op hun favoriete plekken. De andere twee factoren gerelateerd aan de fysieke kenmerken, de bereikbaarheid en nabijheid zijn ook belangrijk bij de keuze voor bepaalde plekken. Dit is per persoon verschillend en dus afhankelijk van de mogelijkheden van individuen.

De behoeften van mensen en in hoeverre plekken hierop aan kunnen sluiten is reeds behandeld. Maar in hoeverre is het fysieke landschap daadwerkelijk van belang bij *sense of place*? De wetenschap is hier niet eenduidig in, enerzijds wordt er een directe relatie tussen

de fysieke omgeving en de *sense of place* gesuggereerd. Men raakt gehecht aan plekken vanwege de unieke fysieke kenmerken die ervaren worden door gevoel en bewegingen (Stedman, 2002, pp. 673 – 674). Zo omschrijft Stedman (2002, p. 674) het debat als volgt:

“the debate between experiences with a setting versus characteristics of the setting in producing a sense of place”.

Het debat gaat tussen het feit dat gehechtheid aan plekken wordt gecreëerd door ervaringen die mensen ervaren op zo'n plek of dat het anderzijds, puur de kenmerken zijn van de 'setting' die dit mogelijk maken. Dit onderzoek gaat er van uit dat *sense of place* gecreëerd wordt door een combinatie van ervaringen en fysieke kenmerken op plekken.

“Physical features do not produce sense of place directly, but influence the symbolic meanings of the landscape, which are in turn associated with evaluations such as attachment” (Stedman, 2002, p. 674).

De fysieke omgeving en kenmerken van favoriete plekken zijn belangrijk bij de keuze en ervaringen van mensen. Maar de verschillende elementen zijn niet los van elkaar te zien. Er is sprake van een wisselwerking tussen de fysieke omgeving, de ervaringen van mensen en de *sense of place*. Dit komt overeen met onder meer de *theory of affordances*, de omgeving, de mensen zelf en gedrag dat op deze plaatsen mogelijk is dragen bij aan de ervaringen van mensen op hun favoriete plekken.

2.7.2 Fysieke omgeving in huidige informatiemaatschappij

Dit onderzoek richt zich op de favoriete plekken van mensen en welke verschillende aspecten bepaalde plekken 'favoriet' maken. Mensen hebben favoriete plekken nodig afhankelijk van hun behoeften, gemoedstoestand en wensen. Ze blijken dus onmisbaar, maar hoe zit dat in de huidige informatiemaatschappij waarin de rol van digitale plekken steeds groter wordt.

Allereerst de buurt, in dit theoretisch kader is reeds vastgesteld dat bepaalde groepen mensen meer gehecht zijn aan plekken in hun nabijheid dan andere groepen. Van Kempen (2010, pp. 3 – 4) bevestigt dit in zijn onderzoek. In de afgelopen decennia is de buurt om diverse redenen minder belangrijk geworden voor mensen. Door bijvoorbeeld transportmiddelen en nieuwe technologieën zijn mensen minder aan hun fysieke buurt gehecht. Kinderen zijn een groep waar de buurt, dus de fysieke omgeving, nog steeds een grote rol speelt in hun dagelijks leven. Zij maken gebruik van de buurt voor allerlei doeleinden en om allerlei activiteiten te ondernemen. Dit komt door het feit dat ze over het algemeen minder geld te besteden hebben, net als het feit dat ze gelimiteerd zijn op het gebied van transport. Ook worden kinderen vaak gelimiteerd in hun bewegingen door ouders (Van Kempen, 2010, p. 4).

In de huidige informatiemaatschappij beschikken mensen over talloze technologieën waardoor het voor veel zaken in essentie niet nodig is om je huis te verlaten. Steeds meer mensen werken thuis, doen hun aankopen via internet en staan ook in contact met vrienden en familie door middel van een computer en/of mobiele telefoon (Lyons & Urry, 2005, pp. 266 – 267). Vooral op het gebied van sociaal contact is het interessant om te kijken of fysieke plekken hier nog steeds belangrijk zijn. Clark & Uzzell (2002) omschreven het belang van fysieke plekken voor sociaal contact. Als student zijnde kan men tegenwoordig nauwelijks zonder een mobiele telefoon, zo worden mailtjes, smsjes en telefoontjes op deze apparaten ontvangen. Ook worden mobiele telefoons veelvuldig gebruikt voor het bezoeken van websites en voor social media (Facebook, Twitter). Contact leggen met een huisgenoot is net zo makkelijk als iemand bellen in Australië. Toch blijkt uit het onderzoek van Lyons & Urry (2005, pp. 265 – 267) dat mensen nog steeds behoefte hebben (en blijven houden) aan

face-to-face contact. Het zojuist aangehaalde onderzoek richt zich op het gebruik van reistijd in de huidige informatiemaatschappij. Buiten het feit dat mensen door technologie met elkaar in contact staan zijn face-to-face ontmoetingen nog nodig. Deze ontmoetingen kunnen, buiten de werklocatie, plaatsvinden op openbare plekken zoals restaurants of cafés, zogenaamde *thirdspaces* (Lyons & Urry, 2005, p. 266). Ondanks de diverse manieren waarover mensen beschikken om in contact met elkaar te komen. Blijven fysieke plekken belangrijk voor sociaal contact.

Ook al zijn er talloze nieuwe technologieën en ontwikkelingen op de markt gekomen de laatste jaren. Mensen blijven waarde hechten aan fysieke plekken. Favoriete plekken, in fysieke zin, blijven dus bestaan.

2.8 Demografische kenmerken en waardering favoriete plekken

In de voorgaande paragraaf is al kort ingegaan op verschillende groepen mensen en hoe deze de fysieke omgeving ervaren en gebruiken. Zo hebben leeftijd en levensfase invloed op het gebruik van de plekken, bijvoorbeeld op gebied van bereikbaarheid en het belang van nabijheid van deze plekken. In het volgende stuk zal kort worden ingegaan op enkele demografische kenmerken en de invloed hiervan op favoriete plekken van mensen. Dit zal geïllustreerd worden aan de hand van een onderzoek van Marjut Wallenius (1999). Ook de aanwezigheid van functies en de emotionele ervaringen van mensen zullen in deze paragraaf aan bod komen.

2.8.1 Leeftijd, levensfase en persoonlijke projecten

Demografisch kenmerken zoals leeftijd, geslacht en gezinssamenstelling hebben invloed op de waardering van mensen voor verschillende plekken. Clark & Uzzell (2002) richten zich in hun onderzoek op de redenen voor het bezoeken van favoriete plekken door adolescenten. Deze favoriete plekken van adolescenten kunnen significant afwijken van de plekken gekozen door bijvoorbeeld ouderen en kinderen/jongeren. Ook kunnen favoriete plekken tussen mannen en vrouwen verschillend zijn, dit kan bijvoorbeeld te maken hebben met angstgevoelens van vrouwen ten opzichte van bepaalde plekken. Bijvoorbeeld het bezoeken van parken in de avond kan gepaard gaan met gevoelens van angst en onveiligheid (Chiesura, 2004, p. 130).

Maar ook de leeftijd van mensen en de levensfase waarin mensen zich bevinden kunnen invloed hebben op de waardering voor bepaalde plekken. Marjut Wallenius (1999) heeft onderzoek gedaan naar het dagelijks gebruik van plekken en de persoonlijke projecten van mensen. Persoonlijke projecten/plannen van mensen moeten overeenkomen/gestimuleerd worden door de mogelijkheden die de wereld om hun heen biedt (Wallenius, 1999, p. 132). Er wordt vanuit gegaan dat de levensfase van personen wordt gekenmerkt door gedrag dat bij zo'n periode hoort. Deze persoonlijke projecten worden als volgt omschreven:

“Personal projects are interrelated sequences of actions intended to achieve some personal goals. They may range from trivial pursuits (such as cleaning one’s room) to lofty and far reaching aims (such as finding a purpose for one’s life)” (Wallenius, 1999, pp. 132 – 133).

Ruimtelijk gezien kunnen bepaalde plekken die vaak worden bezocht en/of gebruikt en als favoriet worden gezien dus afhankelijk zijn van de fase waarin een persoon zich bevindt. Het volgende citaat illustreert het belang van het samenvallen van de ruimte en de levensfase.

“The overall level of subjective fit is thus determined within the context of subjective life stage, a spatially and temporally bounded phase of a person’s life that is associated with particular goals and plans” (Wallenius, 1999, p. 132).

De (favoriete) plekken moeten dus mensen ondersteunen en, zoals in dit theoretisch kader vaker is aangehaald, het mogelijk maken voor mensen om bepaalde acties te ondernemen. De wisselwerking tussen mens en omgeving moet mensen in staat stellen zich te gedragen hoe ze willen en om hun activiteiten en (levens)doelen uit te kunnen voeren (Wallenius, 1999, pp. 132 – 133). Daarom is het aannemelijk dat gezinnen met kleine kinderen plekken bezoeken die kindvriendelijk zijn en dat studenten meer waarde hechten aan binnenstedelijke omgevingen, levensfase is dus van belang. Ook vanuit de projecten van mensen zijn de ‘affordances’ van de omgeving die eerder in dit theoretisch kader zijn toegelicht erg belangrijk.

2.8.2 De aanwezigheid van functies op favoriete plekken

De aanwezigheid van functies op favoriete plekken heeft mogelijk ook invloed op de functionele kenmerken van deze plekken. Ook deze zijn weer subjectief van aard, elke persoon ervaart een plek op een andere manier en hecht waarde aan verschillende kenmerken van een favoriete plek. Zo heeft een ouder persoon meer behoefte aan rust op zijn/haar favoriete plek. Terwijl studenten, ook weer afhankelijk van hun levensfase, graag een groter scala aan functies op hun favoriete plekken verwachten, zoals in een binnenstad. Hier zijn bijvoorbeeld bioscopen en uitgaansgelegenheden te vinden die belangrijk zijn voor studenten (CBS, 2003, pp. 114 – 115).

Gekeken naar de demografische kenmerken en de invloed hiervan op de eisen die worden gesteld aan favoriete plekken en de waardering van deze plekken komen enkele dingen naar voren. Uit het onderzoek van Wallenius (1999) bleken leeftijd en de levensfase waarin mensen zich bevonden invloed te hebben op het gebruik van plekken en dus ook op de waardering en beleving van mensen.

2.8.3 Emoties en ervaringen op favoriete plekken

Mensen hebben dus allerlei redenen om verschillende plekken te bezoeken en deze aan te merken als favoriete plekken. De fysieke kenmerken, de sociale kenmerken en herstellende kenmerken van deze plekken voor mensen is al behandeld. Echter wordt er in vele onderzoeken geen aandacht gegeven aan de emoties van mensen op hun favoriete plek(ken).

In dit theoretisch kader is de theorie van subjectief welzijn al eerder genoemd, het betreft hier diverse aspecten die van invloed zijn op het algemene geluksgevoel en welzijn van mensen. Deze kunnen gerelateerd worden aan de favoriete plekken van mensen en de emotionele ervaringen op deze plekken. Bijvoorbeeld sociaal contact op favoriete plekken en prettige omgang met buurtbewoners hebben een positieve invloed op de emoties van mensen (van Beuningen & Kloosterman, 2011, pp. 89 – 90).

Ook Korpela & Ylén (2007, p. 138) schrijven over het gebruik van favoriete plekken. Zij stellen dat men favoriete plekken bezoekt om een negatieve gemoedstoestand kwijt te raken. Ook *emotion-regulation* wordt genoemd. Dit wordt door Korpela en Ylén als volgt omschreven:

“Emotion-regulation refers to mental activity through which the psychological influences of external factors- be they social, physiological or physical – are processed. Self- and emotion-regulation enable an individual to function adaptively in situations that are, for example, emotionally arousing” (Korpela, 2007, p. 139)”.

Het is dus de manier waarop mensen om gaan met de invloeden van externe factoren, zowel sociaal, fysiologisch als fysiek. De favoriete plekken van mensen kunnen (positief) bijdragen aan de wijze waarop men omgaat met deze externe invloeden (Korpela & Ylén, 2007, pp. 139 – 140). Mensen voelen zich op hun gemak op hun favoriete plekken en kunnen hier dus beter dealen met externe factoren die van invloed kunnen zijn op hun emotionele toestand.

In de literatuur worden twee aspecten genoemd die aan emoties gerelateerd kunnen worden, enerzijds de invloed van favoriete plekken op het algemeen welzijn van personen. Anderzijds kunnen favoriete plekken het mensen gemakkelijker maken om, op emotioneel gebied, om te gaan met externe invloeden.

Er weinig onderzoek gedaan naar de emoties die ter plekke bestaan bij de mensen. Dit onderzoek wil zich ook richten op de verschillende emoties die als motivatie dienen voor de keuze van een favoriete plek. Maar ook is het interessant om te onderzoeken welke emoties mensen daadwerkelijk op hun favoriete plek ervaren.

2.9 Terugblik & Conceptueel Model

In het theoretisch kader zijn verschillende aspecten aan bod gekomen die gerelateerd kunnen worden aan het gebruik van alledaagse favoriete plekken van mensen maar ook aan de ervaringen en belevingen van mensen op deze plekken. Deze zullen kort worden samengevat. Tot slot is er aan de hand van het theoretisch kader een conceptueel model opgesteld die gevonden kan worden in §2.8.2

2.9.1 Terugblik op het Theoretisch Kader

Er is in het theoretisch kader onder andere gekeken naar de behoeften van mensen (de *piramide van Maslow*, Figuur 2.1). Deze heeft een hiërarchische indeling gemaakt omtrent de behoeften die mensen hebben en nastreven gedurende hun leven. Deze theorie is wat algemener dan de *theory of affordances* en gaat er van uit dat alle mensen deze vijf etages van behoeften hebben en nastreven. Wel wordt elk individu als een uniek persoon gezien die in staat is zijn eigen keuzes te maken. De *theory of affordances* kijkt op een meer relationele manier naar de behoeften van de mens. Deze theorie stelt dat het wel of niet succesvol nastreven van behoeften afhankelijk is van de interactie tussen elementen in de directe omgeving met de personen zelf. Deze interactie tussen mens en omgeving kan leiden tot bepaalde handelingen van de mensen. Dit is succesvol wanneer dit samenvalt met de behoeften die een persoon op een bepaald moment heeft.

In eerdere onderzoeken die specifiek gericht zijn op de favoriete plekken van mensen wordt vaak een onderscheid gemaakt tussen welke plaatsen als favoriet gezien worden, maar niet zozeer welke aspecten hierin een rol spelen. Dit zijn veelal plaatsen met een open en groen karakter, en dan vooral de natuurlijke omgeving zoals parken en bossen. Één van de meest genoemde redenen waarom mensen dergelijke plaatsen bezoeken is vanwege de herstellende werking, even weg uit de dagelijkse sleur om jezelf weer op te laden. Vooraf aan dit onderzoek wordt aangenomen dat er naast dergelijke groene, rustgevendende plekken talloze plekken bestaan die ook als favoriet gezien worden. Bijvoorbeeld sportverenigingen en Uitgaansgelegenheden (CBS, 2003, pp. 112 – 114).

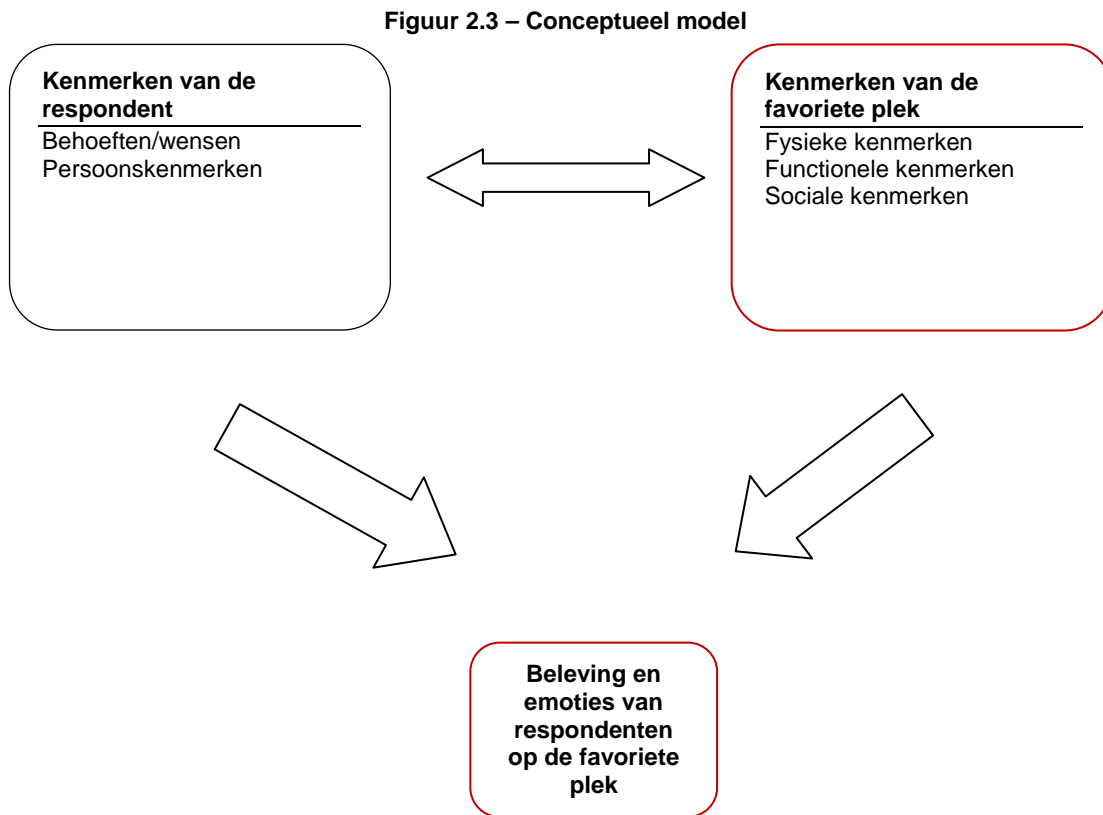
De functionele kenmerken van favoriete plaatsen worden weinig belicht in de literatuur, evenals de emoties die dergelijke plekken oproepen en motivaties voor het bezoeken en/of gebruiken van de favoriete plekken. Dit onderzoek gaat er namelijk van uit dat mensen niet één maar meerdere favoriete plekken kunnen hebben en dat deze ook kunnen veranderen naarmate de behoeften en emotionele gemoedstoestand van mensen veranderen. Ook kunnen demografische kenmerken zoals leeftijd en geslacht invloed uitoefenen op de waardering van bepaalde plekken.

Dit onderzoek richt zich dan ook op de plekken die als favoriet ervaren worden, maar misschien nog wel belangrijker waarom juist die plekken. Het is interessant om te onderzoeken welke aspecten (zowel persoonlijk als van de plek zelf) er voor zorgen dat juist die plek als favoriet gezien wordt. Maar ook de mate waarin zo'n voorkeur voor een bepaalde plek kan veranderen en redenen waarom deze veranderen is interessant om te onderzoeken. Korpela (2007, p. 137) stelt dat: *Analyses of where people go and how they select these locations are lacking in such studies*".

Als uitgangspunt wordt aangenomen dat niet elk persoon favoriete plekken bezoekt om zich mentaal op te laden en/of tot rust te komen. Het onderzoek benadert de favoriete plekken van mensen vanuit een relationeel perspectief. Uit het theoretisch kader is gebleken dat elk mens anders denkt en doet en dat dit ook terug te zien is in de keuze voor bepaalde plekken. De populatie die in dit onderzoek centraal staat zijn studenten. In voorgaande onderzoeken wordt er nauwelijks gesproken over studenten. Omdat deze doelgroep (mogelijk) anders in het leven staat dan kinderen en adolescenten is het interessant om te onderzoeken wat hun favoriete plekken zijn en waarom juist die plekken.

2.9.2 Conceptueel Model

Naar aanleiding van alle theorieën en aspecten die in dit theoretisch kader zijn behandeld is een conceptueel model opgesteld (Figuur 2.3)



De verschillende elementen waaruit dit conceptueel model zijn opgesteld zijn aan bod gekomen in het theoretisch kader. Zo zijn de kenmerken van de respondent en de kenmerken van de favoriete plek van invloed op de beleving van de favoriete plek door de respondenten. Maar ook de behoeften en wensen van de respondent zijn belangrijk op de favoriete plekken (*theory of affordances* en *piramide van Maslow*). Daarnaast zijn persoonskenmerken zoals leeftijd en geslacht mogelijk van invloed. Op zowel de kenmerken van de favoriete plekken als de beleving op die plekken. Ook emoties oefenen, volgens de theorie, invloed uit op de beleving van favoriete plekken door mensen. Dit zelfde principe geldt voor de kenmerken van de favoriete plek en de elementen hiervan die invloed uitoefenen op de beleving van de respondenten.

Tevens is er ook een wisselwerking tussen de kenmerken van de respondenten en de kenmerken van de favoriete plekken. Zo zou het mogelijk kunnen zijn dat mensen met verschillende behoeften verschillende plekken als favoriet zien en gebruiken. Bijvoorbeeld de sociale kenmerken, de ene keer is er meer behoefte aan sociaal contact dan andere keren. Aan de hand van dit conceptueel model is de enquête opgesteld. De resultaten hiervan zullen in hoofdstuk 6 worden geanalyseerd. De beantwoording van de deelvragen zal in hoofdstuk 8 aan bod komen.

3. Methodologie

In dit hoofdstuk wordt de methodologie toegelicht die is gehanteerd tijdens dit onderzoek. Ook het plan van dataverzameling en de gemaakte keuzes komen hier aan bod.

3.1 Kwantitatieve onderzoeksmethode en enquête

Er is voor een kwantitatieve onderzoeksmethode gekozen. Omdat het onderzoek een verkenning is van het onderwerp favoriete plekken is dit een geschikte methode. Bij een kwantitatieve methode zijn de resultaten, in dit geval, gebaseerd op een (groot) aantal respondenten waardoor het mogelijk is een algemeen beeld te scheppen over de favoriete plekken van studenten. De verschillende concepten uit het theoretisch kader (Hoofdstuk 2) zijn geoperationaliseerd in een enquête (deze is terug te vinden in Bijlage 1). Hier is voor gekozen omdat door middel van een enquête het mogelijk is om binnen een relatieve korte periode een groot aantal respondenten te benaderen. Hierdoor worden de uitkomsten van het onderzoek uiteraard een stuk betrouwbaarder.

3.2 De dataverzameling

In deze paragraaf wordt besproken welke onderzoeksgroep centraal staat in dit onderzoek. Ook hoe en waar de respondenten zijn benaderd en welke resultaten dit uiteindelijk heeft opgeleverd.

3.2.1 Wie

Zoals aangegeven, dit onderzoek naar de favoriete plekken van studenten is een verkenning van het concept. Vanwege dit feit is daarom gekozen voor één specifieke doelgroep. Het is interessant om voor deze doelgroep te onderzoeken welke behoeften studenten hebben en welke emoties zij ervaren op hun favoriete plekken. Op deze manier wordt een beeld geschetst van één doelgroep. Vanwege het relatieve korte tijdsbestek werd het niet mogelijk geacht om onderzoek te doen naar bijvoorbeeld mensen van verschillende leeftijdsgroepen en/of leefsituaties.

3.2.2 Hoe?

In eerste instantie was het idee om een online enquête op te stellen en deze via verschillende wegen te verspreiden onder studenten. Denk hierbij aan sociale media zoals Facebook, Twitter en LinkedIn. Maar ook via e-mailadressen van medestudenten en via mond op mond reclame (door middel van het doorsturen van de enquête naar bekenden). Deze manieren van het verspreiden van de enquête zijn uiteindelijk niet gebruikt. Op deze manier is het moeilijk om controle te houden op de verspreiding van de enquête en de gegevensverzameling. Via sociale media zou het kunnen dat het verspreid wordt onder vrienden die mogelijk een zelfde manier van leven hebben. Het onderzoek zou door deze manieren een vertekend beeld kunnen geven. Via e-mailadressen van medestudenten is de controle wel aanzienlijker. Het risico aan deze manier van verspreiding is de non-respons. Over het algemeen zijn mensen dan minder snel bereid om mee te werken. Ook met het via doorsturen van de enquête naar andere studenten is het onderzoek (te) afhankelijk van andere studenten. Wanneer deze toezeggen het door te sturen, maar uiteindelijk niet doen loopt het onderzoek gevaar op een te lage respons.

Daarom is besloten om de doelgroep geografisch af te bakenen. Aangezien Utrecht een studentenstad is met ruim 30.000 studenten is deze plaats hier uitermate geschikt voor (Dub.uu.nl, 2013). Vanwege dit hoge aantal is een verdeling gemaakt aan de hand van de faculteiten die verbonden zijn aan de Universiteit Utrecht. In Tabel 2 worden deze faculteiten weergegeven.

3.2.3 Waar en wanneer?

Hierboven is kort toegelicht dat het onderzoek zich richt op de studenten van de verschillende faculteiten in Utrecht. Om dit op een goede manier te laten verlopen is een schema opgesteld met data en plekken waar de enquêtes afgenomen zouden worden, zie tabel 3.1. Op elk van de 7 faculteiten (met één dag uitloop) zal een dag(deel) worden gespendeerd aan het uitdelen en afnemen van de enquêtes. De dikgedrukte faculteiten in de tabel zijn gevestigd op en rond de Uithof, terwijl de andere twee faculteiten gevestigd zijn in het centrum van Utrecht. Om een goede afspiegeling te krijgen van de studentenpopulatie in Utrecht, moesten er niet alleen enquêtes worden afgenomen op de Uithof.

Tabel 3.1 - Schema dataverzameling

7 mei	Geowetenschappen
8 mei	Diergeneeskunde
9 mei	Betawetenschappen
12 mei	Geesteswetenschappen
13 mei	Geneeskunde
14 mei	Recht, Economie Bestuur en Organisatie
15 mei	Sociale Wetenschappen
16 mei	Uitloop

3.2.4 Op welke manier?

De studenten zijn uiteindelijk face-to-face benaderd om te vragen of ze bereid waren deel te nemen aan dit onderzoek. De gegevens zijn vergaard door middel van een enquête (zie Bijlage 1).

In het theoretisch kader zijn verschillende concepten behandeld die van invloed (kunnen) zijn op de beleving van de favoriete plekken van studenten. Bijvoorbeeld de behoeften die studenten hebben, maar ook hun emoties. Deze aspecten komen terug in de enquête. Deze bestaat uiteraard uit de algemene persoonskenmerken van de respondenten (leeftijd, geslacht, woonplaats). Maar ook de school- en leefsituatie van de studenten wordt bevraagd in de enquête, denk hierbij aan de woonsituatie, welke studie ze volgen en over welke vervoersmiddelen de respondenten beschikken. Na het algemene deel richt de enquête zich op de top 3 favoriete plekken van de respondenten. Hoe deze favoriete plekken gebruikt/bezocht werden in hun dagelijks leven. Vanuit een geografisch oogpunt is daarom ook gevraagd deze locaties zo specifiek mogelijk te maken door middel van een naam, adres en stad.

Vervolgens worden de ingevulde favoriete plekken verder bevraagd in de enquête. Bijvoorbeeld het gebruik van de favoriete plek (welke categorie behoort de plek toe, wat is de frequentie van het bezoek en hoeveel tijd een gemiddeld bezoek aan deze plekken in beslag nam). Maar ook de aanwezigheid van sociale contacten (wel of niet gewenst), de aan- of afwezigheid van bepaalde voorzieningen. Vervolgens gaat de enquête dieper in op de behoeften van de studenten en ook de emoties die studenten ervaren op deze favoriete plekken. Dit wordt bevraagd door middel van een aantal stellingen die (mogelijk) van toepassing zijn. Deze zullen in het vervolg van het onderzoek genoemd worden als de Flourishing Scale en de SPANE schaal. Door middel van deze twee meetschalen wordt inzichtelijk gemaakt in hoeverre de behoeften van mensen worden vervuld op de favoriete plek. De SPANE schaal gaat in op de emoties die op de favoriete plekken ervaren worden.

Tot slot wordt er ingegaan op de ervaring van de favoriete plekken aan de hand van een aantal kenmerken (bijvoorbeeld hoe mooi of lelijk de favoriete plek is, welke aspecten de gevoelens van de respondent het meest hebben beïnvloed). Aan het eind van de enquête wordt er door middel van twee vragen ingegaan op de gehechtheid van de respondenten aan hun favoriete plekken in het algemeen en ook welke aspecten de ervaring en/of erkenning van de favoriete plekken over het algemeen het meest kunnen beïnvloeden.

NB: bij de vragen die specifiek ingaan op de favoriete plekken is gevraagd naar de ervaringen, emoties en beleving tijdens het laatste bezoek of gebruik aan deze plekken. Op deze manier is het (mogelijk) makkelijker voor de respondenten om zich de vragen te herinneren.

3.2.5 Respons

Uiteindelijk is op verschillende locaties geworven op en rond de Uithof. Hier zijn de studenten op een directe manier aangesproken of ze hun medewerking wilden verlenen. Naast locaties in en rond de uithof (kantine, bibliotheek etc.) zijn ook enquêtes afgenomen in een college. Via deze manier werden veel respondenten benaderd in een zeer korte tijd. Uiteindelijk hebben 116 respondenten meegewerkt aan dit onderzoek waardoor het streefaantal is gehaald. Twee respondenten bleken slechts één favoriete plek te hebben ingevuld. De overige respondenten hebben minstens twee favoriete plekken behandeld.

4. Kenmerken van de respondenten

Het proces van dataverzameling is toegelicht en uiteindelijk hebben 116 respondenten de enquête naar hun mogelijkheden ingevuld en in deze paragraaf wordt er ingegaan op de algemene (persoons)kenmerken van deze respondenten, maar ook op de studiekekenmerken van de respondenten.

4.1 Geslacht

Uit het vorige hoofdstuk bleken 116 studenten hebben meegewerkt aan dit onderzoek. Tabel 3 geeft de verdeling van de respondenten naar geslacht weer. Uiteindelijk blijken er 4.1 mannen en 63 vrouwen hun medewerking te hebben verleend aan dit onderzoek. Hieruit blijkt een verdeling die bijna gelijk verdeeld is.

Tabel 4.1 - Verdeling respondenten naar geslacht

	Frequentie	Percentage
Man	53	45,7%
Vrouw	63	54,3%
Totaal	116	100%

4.2 Leeftijd

Tabel 4.2 geeft de verdeling van de respondenten naar leeftijd weer. Omdat het onderzoek zich specifiek richt op studenten is het niet verwonderlijk dat de meeste respondenten tussen de 20 en 23 jaar oud zijn (ruim 70%). Het aantal respondenten van 18 en 19 jaar oud is wel aan de lage kant. Dit duidt op een relatief laag aantal eerstejaars studenten in dit onderzoek. De gemiddelde leeftijd van de respondenten in dit onderzoek is 21,73 jaar.

Tabel 4.2 - Verdeling respondenten naar leeftijd

Leeftijd	Aantal	Percentage
17	2	1,7%
18	4	3,4%
19	7	6%
20	24	20,7%
21	25	21,6%
22	20	17,2%
23	17	14,7%
24	9	7,8%
25	4	3,4%
26	1	0,9%
28	2	1,7%
48	1	0,9%
Totaal	116	100%

4.3 Woonplaats en Woonsituatie

4.3.1 Woonplaats

In de enquête is eveneens gevraagd wat de huidige woonplaats van de respondent is. Ook hier is het interessant om te onderzoeken of de woonplaatsen van mensen invloed hebben op de locaties van de favoriete plekken van de studenten. Van de 116 respondenten wonen er 73 in Utrecht, terwijl de 43 andere respondenten woonachtig zijn buiten Utrecht.

Tabel 4.4 geeft weer waar de respondenten die 'elders' hadden ingevuld wonen. Kijkende naar de afstand van deze woonplaatsen ten opzichte van de stad Utrecht valt het op dat de

onderwijslocatie relatief eenvoudig te bereiken zijn per fiets (bijvoorbeeld Zeist) en via het openbaar vervoer of de auto.

Tabel 4.3 - Woonplaatsen van respondenten

	Aantal	Percentage
Utrecht	73	62,9%
Elders	43	37,1%
Totaal	116	100%

Tabel 4.4 - Woonplaatsen respondenten buiten Utrecht

Alkmaar	1	Bad-Bentheim	1	Deventer	4	Gouda	1
Amersfoort	2	Bennekom	1	Diepenveen	1	Goudriaan	1
Amsterdam	3	Breda	1	Eindhoven	1	Hank	1
Apeldoorn	1	Delft	2	Geldermalsen	1	Houten	1
Leiden	1	Middelharnis	1	Vleuten	1	Zeist	4
Maarssen	1	Oss	1	Voorhout	1	Zoetermeer	1
Maasdijk	1	Rotterdam	4	Zaandam	1	Zwolle	3
				Totaal		43	

Kortom, het grootste deel van de respondenten is woonachtig in Utrecht, terwijl de studenten die ergens anders wonen wel op reisbare afstand wonen ten opzichte van Utrecht. Dit hangt natuurlijk van elk individu af. De één is uiteraard bereid verder te reizen dan een ander.

4.3.2 Woonsituatie

De woonplaatsen van de student zijn reeds behandeld. Ook is het interessant om te onderzoeken hoe de woonsituatie is van de respondenten. Zo is er in de enquête onderscheid gemaakt tussen de volgende woonsituaties: *Thuiswonend*, *zelfstandig wonend*, *samenwonend met vriend(in)*, *studentenhuis* of *een andere woonsituatie*.

Tabel 4.5 geeft de woonsituatie weer van de respondenten. Hieruit blijkt 90% van de respondenten op kamers te wonen in een studentenhuis of nog thuis bij zijn of haar ouders. Ook blijkt dat er een aantal ondervraagde studenten wel in een studentenhuis woont, maar niet in Utrecht (Eindhoven, Leiden en Zeist zijn hier voorbeelden van). Ook wonen er een aantal studenten nog thuis, terwijl hun ouders ook woonachtig zijn in Utrecht. Ongeveer 12% van de ondervraagden woont zelfstandig of samen met zijn/haar vriend(in).

Tabel 4.5 - Woonsituatie respondenten

	Aantal	Percentage
Thuiswonend	35	30,2%
Zelfstandig wonend	8	6,9%
Samenwonend met vriend(in)	5	4,3%
Studentenhuis	67	57,8%
Anders	1	0,9%
Totaal	116	100,0%

4.4 Vervoersmiddelen

In de specifiekere analyses die verder in dit hoofdstuk ter sprake komen wordt gevraagd naar de manieren waarop de studenten hun favoriete plek de laatste keer bezocht hebben, bijvoorbeeld met de fiets of lopend. Of een combinatie van meerdere.

Het is daarom allereerst noodzakelijk om te kijken naar de vervoersmiddelen die de ondervraagde studenten tot hun beschikking hebben. In de enquête is er een onderscheid gemaakt tussen de volgende vervoersmiddelen:

1. Auto
2. Fiets
3. Openbaar vervoer
4. Brommer/Scooter
5. Anders, namelijk:

Het was mogelijk om meerdere antwoorden in te vullen. Nu bleek er slechts één respondent optie 5 (anders) te hebben ingevuld en gaf aan dat hij de beschikking had over een motor.

Tabel 4.6 - Beschikking vervoersmiddelen

	Ja	Ja %
Auto	27	23,3%
Fiets	112	96,6%
Openbaar Vervoer	111	95,7%
Scooter/Brommer	3	2,6%
Motor	1	0,9%

Tabel 4.6 geeft weer over welke vervoersmiddelen de respondenten de beschikking hebben. Zoals vooraf verondersteld hebben de meeste studenten de beschikking over een fiets en/of openbaar vervoer. Slechts 23% van de respondenten heeft de beschikking over een auto. Wanneer dit uitgesplitst wordt over de woonsituatie van studenten (studentenhuis, thuiswonend etc.) valt het op dat meer dan 50% van de respondenten die aangaf beschikking te hebben over een auto nog thuis bij zijn of haar ouders woont. Het is waarschijnlijk zo dat de auto niet in het bezit is van de betreffende respondenten, maar dat zij de mogelijkheid hebben om gebruik te maken van de auto van zijn/haar ouders. Dit geldt mogelijk ook voor studenten die in een studentenhuis wonen. Ook aan de hand van het geslacht van de respondenten zijn geen noemenswaardige verschillen waar te nemen. De respondenten hebben vooral een fiets en een ov-chipkaart tot hun beschikking.

4.5 Algemene kenmerken van de studie

Aan het begin van dit hoofdstuk is de procedure van het gegevens verzamelen reeds behandeld en ook het initiële plan om gedurende een dag op de verschillende faculteiten rond te lopen en te enquêteren. Dit plan is later gewijzigd waardoor het grootste gedeelte van de respondenten is aangesproken in en rond de kantine van het Ruppert gebouw, maar ook de brug die het van Unnik gebouw met de Universiteitsbibliotheek verbindt.

Elke student diende aan te geven welke studie hij of zij aan het volgen was en of dit een HBO of een WO studie was, en of dit een Bachelor of Master opleiding was.

Tabel 4.7- Niveau Studie respondenten

	Aantal	Percentage
HBO	11	9,5%
WO	100	86,2%
Anders	5	4,3%
Totaal	116	100,0%

Tabel 4.8 - Bachelor of Master

	Aantal	Percentage
Bachelor	85	73,3%
Master	23	19,8%
Anders	8	6,9%
Totaal	116	100,0%

Tabel 4.9 - Plaats van studie

	Aantal	Percentage
Elders	4	3,4%
Utrecht	112	96,6%
Total	116	100,0%

Tabel 4.10 - Studiejaar respondenten

	Aantal	Percentage		Aantal	Percentage
1e jaar	13	11,2%	5e jaar	18	15,5%
2e jaar	34	29,3%	6e jaar of langer	5	4,3%
3e jaar	28	24,1%	Anders	1	0,9%
4e jaar	17	14,7%	Total	116	100,0%

De tabellen 4.7 tot en met 4.10 geven verschillende kenmerken van de respondenten weer die studie gerelateerd zijn. Allereerst het niveau van de studie, van de 116 respondenten volgen er 100 studenten een Wetenschappelijke Opleiding (Universitair) terwijl een kleine 10% van de ondervraagden HBO volgt. Tijdens het invoeren van de enquêtes bleek dat 5 personen, een ander niveau studie volgden. Allereerst bleken er vier personen nog op de middelbare school te zitten. Een andere student bleek voor haar MBO opleiding Toerisme een dag op de Uithof aanwezig te zijn. Het is niet verassend dat er beduidend meer Universitaire studenten zijn benaderd dan HBO/anders studenten. Dit is te verklaren door het feit dat de enquêtes voornamelijk verstrekt zijn in en rondom het van Unnik gebouw en Ruppert gebouw, dit zijn gebouwen van de Universiteit Utrecht.

Tabel 4.8 laat zien dat 85 Bachelor studenten meegewerkt te hebben en 23 Master studenten. Onder de *anders* categorie vallen de vijf eerder genoemde respondenten (MBO & middelbare school). De andere drie kunnen verklaard worden door studenten die een pre-Master programma volgen. Enkele respondenten hebben dit als zijnde *Master* ingevuld terwijl anderen dit onder de categorie *anders* vonden vallen. Dit is een kritisch puntje ten aanzien van de enquête, aan deze mogelijkheid was op voorhand niet gedacht en daarom niet opgenomen in de enquête.

Tabel 4.9 betreft de plaats van studie. Aangezien de doelgroep Utrechtse studenten was is het opvallend dat niet iedereen hier studeert. Deze vier personen die wel ondervraagd zijn, maar niet in Utrecht studeren kunnen als volgt verklaard worden: twee personen waren toevallig op de Uithof aanwezig. De overige twee respondenten die aangaven elders te studeren bleken een Minor te volgen in Utrecht.

Kijkende naar de studiejaar (Tabel 4.10) waarin de respondenten zich bevonden blijkt dat de meeste studenten (34, 29,3%) zich in het tweede studiejaar bevonden. Ook derdejaars studenten zijn ruim vertegenwoordigd in dit onderzoek. Dit valt natuurlijk samen met het feit dat er in totaal meer Bachelor dan Master studenten hebben meegewerkt aan dit onderzoek. Gemiddeld blijken de respondenten 3,10 jaar te hebben gestudeerd binnen hun huidige opleiding. Ook hier moet kritisch naar gekeken worden, het is vanzelfsprekend dat Bachelor studenten hun studiejaar op een juiste manier hebben ingevuld. Master studenten daarentegen niet altijd, vermoedelijk is de vraag door sommige respondenten verkeerd geïnterpreteerd. Het betreft het studiejaar van je huidige studie, terwijl sommige Master studenten een 5^e of 6^e studiejaar hebben ingevuld. Dit dient wel in ogenschouw genomen te worden. In Tabel 4.11 is de verdeling van de Master studenten en het studiejaar waargegeven. Uit deze cijfers blijkt dat bijna 80% aangeeft in het 4^e, 5^e of 6^e jaar van hun studie te zitten, terwijl ze een 1 of 2 jarige Master volgen. Het grootste deel van de studenten heeft dit bij hun verleden als Bachelorstudent opgeteld. Het is wel belangrijk om dit duidelijk te hebben.

Tabel 4.11 - Studiejaar Master studenten

	Aantal	Percentage
1e jaar	4	17,4%
2e jaar	1	4,3%
4e jaar	5	21,7%
5e jaar	10	43,5%
6e jaar of langer	3	13,0%
Total	23	100,0%

4.6 Welke Studies

Nu de verdelingen over de studie jaren, niveaus en Bachelor/Masterprogramma's duidelijk is, is het ook interessant te kijken naar welke studies er gevolgd worden door de ondervraagde studenten. Vanwege de vele verschillende studies die ingevuld zijn door de respondenten zijn deze studies verdeeld onder gebracht in een Alfa, Beta en Gamma richting:

Uit Tabel 4.12 is op te maken dat bijna 72% van de ingevulde studies valt onder de Gammawetenschappen. De Bètawetenschappen zijn het minst vertegenwoordigd (bijvoorbeeld de geesteswetenschappen zoals psychologie). Het hoge aantal Gammawetenschappen is mogelijk te verklaren door de locaties waarop de enquêtes zijn afgenomen. Dit wordt gekenmerkt door Gamma studies zoals Sociale Geografie en Planologie, maar ook de economische studies die door de respondenten zijn ingevuld.

Een gedeelte van het aantal Gammastudies is ook te verklaren door de afname van enquêtes gedurende een college. Zodoende zijn binnen een korte periode 30 studenten Sociale Geografie & Planologie benaderd. Een uitgebreidere lijst van de studies die gevolgd worden door de respondenten is terug te vinden in Bijlage 7

Tabel 4.12 - Verdeling studies respondenten

Gamma	83	71,55%
Bèta	9	7,76%
Alfa	19	16,38%
Middelbare school	4	3,45%
Niet ingevuld	1	0,86%
Totaal	116	100,00%

4.7 Conclusie

In de afgelopen paragrafen en tabellen zijn de kenmerken van de respondenten uiteengezet. Zo is gekeken naar de leeftijd en de woonsituaties. Maar ook studie gerelateerde kenmerken zijn besproken en toegelicht. Ook is de verdeling van de studies onder de respondenten toegelicht en verklaard waardoor bepaalde richtingen sterk vertegenwoordigd zijn in de resultaten. In het volgende hoofdstuk zal dieper worden ingegaan op de analyses van de favoriete plekken en de verschillende concepten uit de enquête.

5. Analyse van favoriete plekken

De kenmerken van de respondenten zijn reeds besproken, in de volgende paragrafen zal specifiek ingegaan worden op de favoriete plekken van de studenten en de verschillende elementen waar naar gevraagd is in de enquête. denk hierbij aan de frequentie en duur van het gebruik, de behoeften die wel of niet vervuld worden op deze plekken, maar ook de emoties en beleving van de omgeving ter plekke zal ter sprake komen.

In de enquête is gevraagd naar een top 3 (of top 2) van de favoriete plekken van de respondent. Omdat niet iedereen drie of zelfs twee plekken heeft ingevuld is de keuze gemaakt om de analyses uit te voeren onder de meest favoriete plek (nummer 1) van de respondent (volgens de ingevulde enquêtes). Uiteindelijk worden de volgende analyses dus uitgevoerd onder 116 favoriete plekken van 116 respondenten.

5.1 De favoriete plekken

Zoals gezegd, 116 favoriete plekken zijn ingevuld. Naast de naam van de favoriete plek (bijvoorbeeld een kroeg, discotheek etc.) is er ook gevraagd naar een zo specifiek mogelijke locatie van deze plek. Dit bleek niet altijd even gemakkelijk, in Utrecht werd de locatie van uitgaansgelegenheden en/of terrasjes vaak gezien als *binnenstad Utrecht*, *Neude*, *Oude gracht*. De specifieke straat was in veel gevallen lastig in te vullen.

5.1.1 Locaties favoriete plekken

In Figuur 5.1 zijn de locaties van de favoriete plekken te zien. Het is helaas, door de concentratie van favoriete plekken op bepaalde locaties, niet mogelijk om alle 116 locaties zichtbaar op de kaart te krijgen. Wat vooral opvalt zijn het aantal locaties in de provincie Utrecht, zo'n 81 favoriete plekken zijn hier gelegen. Noord- en Zuid-Holland bevatten samen nog 18 favoriete plekken. De andere favoriete plekken zijn voornamelijk gelegen in de provincies Noord-Brabant, Gelderland en Overijssel. De favoriete plekken die gelegen zijn in Utrecht zijn weergegeven in Figuur 5.2.

Figuur 5.1 - Locaties van de favoriete plekken (BatchGeo.nl, 2014)



De hoge spreiding in de provincie Utrecht kan dus verklaard worden door de studenten die in Utrecht wonen. Deze hebben over het algemeen een favoriete plek in Utrecht aangewezen, maar ook enkele studenten die niet woonachtig zijn in Utrecht gaven aan dat ze een favoriete plek in Utrecht hebben, bijvoorbeeld de Universiteitsbibliotheek of het Neude (de concentratie van favoriete plekken in de stad Utrecht worden weergegeven in Figuur 5.2). Hier kwamen ze vaak samen met studiegenoten/vrienden om te borrelen en gezellig na te praten. Een tabel met de favoriet plekken en de locaties is terug te vinden in Bijlage 2.

5.1.2 De favoriete plekken onderverdeeld

Om ook daadwerkelijk analyses uit te kunnen voeren is naast de naam en locatie van de favoriete plek ook aan de respondenten gevraagd om deze plek onder te verdelen in een aantal categorieën. In eerste instantie waren dit acht categorieën, maar na invoeren en het bekijken van de gegevens zijn enkele vergelijkbare categorieën samengevoegd zodat de verdelingen gelijkmatiger werden. De samengevoegde categorieën zijn als volgt:

1. Sportfaciliteit
2. Natuurgebieden
3. Winkelcentra
4. Uitgaansgelegenheden
5. Anders, bijvoorbeeld:

Uit het samenvoegen van de categorieën is de verdeling uitgekomen die in Tabel 5.1 is weergegeven. Hieruit blijkt dat winkelcentra 23 keer genoemd zijn in de enquête, terwijl sportfaciliteiten en uitgaansgelegenheden het meest populair zijn onder de studenten (samen meer dan 50%).

Tabel 5.1 - Categorieën favoriete plekken

	Aantal	Percentage
Sportfaciliteit	30	25,9%
Natuurgebied/Stadspark	17	14,7%
Winkelcentra	23	19,8%
Uitgaansgelegenheden	30	25,9%
Anders	16	13,8%
Totaal	116	100,0%

Één van de categorieën die men in kon vullen was de optie *anders, bijvoorbeeld*. Dit is in totaal 16 keer ingevuld. De antwoorden die hierbij zijn ingevuld zijn een aantal soorten plekken waar te nemen. Een groot deel van de respondenten (6 van de 16) hebben hierbij ingevuld dat het ging om de huizen van vrienden, familie of studiegenoten. Terwijl aan de andere kant, 7 studenten aangaven dat hun favoriete plek iets te maken heeft met studeren, zoals een bibliotheek, leslocaties etcetera. De overige drie respondenten die *anders* invulden gaven aan dat het een passeerroute, eetcafé en een vakantiebestemming betrof.

5.2 Kenmerken van bezoeken aan de favoriete plekken

De kenmerken van de respondenten zijn tot op heden uitgelegd en toegelicht, ook de eerste keus favoriete plaatsen die zijn ingevuld zijn terug te vinden in Bijlage 2. Aangezien er onderscheid is gemaakt tussen vijf categorieën favoriete plaatsen zal in de volgende paragrafen per categorie worden gekeken naar de constructen uit de enquête (zie Bijlage 1 voor de enquête).

5.2.1 Lengte bezoek

In Tabel 5.2 wordt weergegeven hoeveel tijd de respondenten spendeerden op hun favoriete plek (per categorie).

Tabel 5.2 - Lengte bezoek aan favoriete plek

Lengte bezoek	Sportfaciliteit (1)		Natuurgebieden		Winkelcentra		Uitgaansgelegenheden		Anders		Totaal	
		%		%		%		%		%		%
< 15 minuten	0	0	1	5,88%	0	0,00%	0	0,00%	1	6,25%	2	1,72%
16 - 30 minuten	1	3,33%	1	5,88%	1	4,35%	1	3,33%	0	0,00%	4	3,45%
31 - 60 minuten	2	6,67%	2	11,76%	8	34,78%	0	0,00%	0	0,00%	12	10,34%
61 - 90 minuten	8	26,67%	5	29,41%	4	17,39%	1	3,33%	1	6,25%	19	16,38%
91 - 120 minuten	5	16,67%	6	35,29%	1	4,35%	3	10,00%	3	18,75%	18	15,52%
> 120 minuten	14	46,67%	2	11,76%	9	39,13%	25	83,33%	11	68,75%	61	52,59%
Totaal	30	100,00%	17	100,00%	23	100,00%	30	100,00%	16	100,00%	116	100,00%

Kijkende naar tabel 5.2, vallen enkele dingen op. Allereerst de tijd die men spendeert bij sportfaciliteiten, uitgaansgelegenheden en de categorie anders. Hier blijken de meeste respondenten meer dan >121 minuten per keer te besteden. Terwijl bij het bezoek aan plekken die vallen onder de categorie winkelcentra de meeste respondenten hier maximaal een uur hier besteden of meer dan 120 minuten.

Het is lastig om de gemiddelde lengte van het bezoek aan de favoriete plek te bepalen. Dit vanwege het open karakter van de laatste categorie (> 121 minuten). Het is niet mogelijk om hier het middelpunt van de klasse te bepalen, en dus ook niet het gemiddelde. Wel kan geconcludeerd worden dat respondenten hun favoriete plekken vaak voor een lange(re) tijd bezoeken of gebruiken. Meer dan 50% van de respondenten gaf dan ook aan meer dan 121 minuten te besteden op zijn of haar favoriete plek.

Er is een Chi-kwadraattoets uitgevoerd om te kijken of er significante verschillen tussen de soorten favoriete plekken bestaan. Zo zijn de volgende variabelen samengevoegd:

- Minder dan 15 min, 16 – 30 min, 31 – 60min, 61 – 90 min & 91 – 120 minuten.
- Langer dan 120 minuten.

Uit de Chi-kwadraattoets kan met 99% zekerheid gesteld worden dat er statistisch significante verschillen bestaan tussen de soorten favoriete plekken en de tijd die hier gespendeerd wordt. De Cramer's V heeft een waarde van 0,478 waardoor er gesteld kan

worden dat er een matig sterk verband tussen de favoriete plekken bestaat en de tijd die hier doorgebracht wordt door de respondenten.

5.2.2 Frequentie van bezoek

In de enquête is eveneens gekeken naar hoe vaak een respondent zijn/haar favoriete plek bezoekt. In onderstaand tabel 5.3 is dit eveneens uitgesplitst per categorie van de favoriete plek. Hier is voor de volgende verdeling gekozen: Dagelijks, meerdere keren per week, één keer per week, 1 – 3 keer per maand en minder dan 1 – 3 keer per maand. Voornamelijk omdat het om favoriete plekken gaat in het dagelijks leven en er niet vanuit wordt gegaan dat men deze maar een aantal keer per jaar bezoekt.

Ook hier valt het op dat slechts weinig respondenten hun favoriete plek (minder dan) 1 – 3 keer per maand bezoeken. Aangezien het onderzoek zich richt op de favoriete plekken in het dagelijks leven was dit ook te verwachten. Alleen Natuurgebieden/stadsparken worden vooral 1 – 3 keer per maand bezocht. Mogelijke verklaringen die uit de enquête bleken: Het uitlaten van de hond (bijvoorbeeld in een lange wandeling maken in plaats van het gewone rondje) en het bezoeken van een park bij mooi weer. Ook zijn deze plekken veelal gelegen in de buurt van het ouderlijk huis, dus studenten die in Utrecht wonen bezoeken deze plekken simpelweg niet vaak, ondanks dat de plekken zeer gewaardeerd worden. Een ander gegeven dat duidelijk naar voren komt in onderstaand tabel is dat ruim tweederde van de studenten die een sportfaciliteit als favoriet invulde, deze plek meerdere keren per week bezoekt.

Ook hier is het niet mogelijk om gemiddelden weer te geven. Maar sportfaciliteiten blijken vooral meerdere keren per week bezocht te worden. Dit is mogelijk te verklaren door het lid zijn van een sportvereniging waarbij personen vaak al meerdere keren per week sportieve verplichtingen hebben. Uitgaansgelegenheden worden vooral één keer per week bezocht. Mogelijk vanwege het feit dat deze plekken vooral in de weekenden (vrijdag of zaterdag) bezocht worden. Ook blijken de respondenten relatief vaak winkelcentra te bezoeken.

Tabel 5.3 - Frequentie bezoek favoriete plekken

Frequentie bezoek	Sportfaciliteiten	%	Natuurgebieden	%	Winkelcentra	%	Uitgaansgelegenheden	%	Anders	%	Totaal	%
Dagelijks	1	3,33%	0	0,00%	0	0,00%	1	3,33%	1	6,25%	3	2,59%
Meerdere keren per week	21	70,00%	3	17,65%	9	39,13%	5	16,67%	11	68,75%	49	42,24%
Eén keer per week	4	13,33%	3	17,65%	4	17,39%	15	50,00%	2	12,50%	28	24,14%
1-3 keer per maand	4	13,33%	9	52,94%	8	34,78%	9	30,00%	1	6,25%	31	26,72%
< 1-3 keer per maand	0	0,00%	2	11,76%	2	8,70%	0	0,00%	1	6,25%	5	4,31%
Totaal	30	100,00%	17	100,00%	23	100,00%	30	100,00%	16	100,00%	116	100,00%

Ook hier is getest op significante verschillen door middel van een Chi-kwadraattoets. Om wederom aan de eisen te voldoen zijn de volgende categorieën samengevoegd:

- Dagelijks en meerdere keren per week.
- Één keer per week.
- 1 – 3 keer per maand en minder dan 1 – 3 keer per maand.

Er kan wederom met 99% zekerheid gesteld worden dat er statistisch significante verschillen bestaan tussen de soorten favoriete plekken en de frequentie waarmee deze plekken bezocht worden. De Cramer's V bedraagt hier 0,412 wat duidt op een matig sterk verband. Over het algemeen bezoekt ongeveer 60% van de respondenten hun favoriete plekken minstens één keer per week of vaker.

5.2.3 Afstand

Ook de afstand die een respondent bereid is af te leggen om een bepaalde plek te bezoeken kan van invloed zijn op de erkenning en waardering van favoriete plekken. De indeling is hier als volgt: 0 – 1 km, 1,1 – 2 km, 2,1 – 5 km, 5,1 – 10 km en meer dan 10 kilometer. Dit werd niet door alle respondenten goed begrepen. Een student die zijn/haar favoriete plek heeft in de buurt van het huis van zijn/haar ouders. Enkele respondenten hebben de afstand ingevuld vanaf het huis van de ouders, terwijl ze zelf in Utrecht wonen. Het was de bedoeling dat de afstand werd ingevuld vanaf de huidige woonplaats (in dit geval dus Utrecht, en niet het huis van de ouders). In de gevallen dat dit fout is gegaan, is dit met behulp van GoogleMaps uitgezocht en aangepast. Tabel 5.4 laat zien dat procentueel gezien sportfaciliteiten en 'anders' verder van de woning aflaggen. Zo zijn de respondenten bereid verder te reizen om deze favoriete plekken te bezoeken. Zo ligt 40% van de sportfaciliteiten op een afstand van meer dan vijf kilometer. In de categorie 'anders' ligt zelfs 31% van de plekken op meer dan 10 kilometer afstand. Uit de omschrijvingen van de respondenten van de categorie 'anders' blijkt het vooral te gaan om de huizen van vrienden en familie. Deze plekken worden mogelijk nog steeds bezocht ondanks het feit dat de studenten verhuisd zijn naar Utrecht.

80 van de 116 ingevulde favoriete plekken blijken op een afstand van maximaal vijf kilometer te liggen. Terwijl vastgesteld is dat twee categorieën (sportfaciliteiten en anders) op een grotere afstand lijken te liggen dan de overige soorten favoriete plekken. Vanwege deze verschillende bevindingen is ook hier een Chi-kwadraattoets uitgevoerd. Er zijn wederom categorieën samengevoegd:

- 0 – 1 kilometer en 1,1 – 2 kilometer.
- 2,1 – 5 kilometer
- 5,1 – 10 kilometer en meer dan 10 kilometer.

Er blijkt geen significant verschil te bestaan tussen de soorten favoriete plekken. Ondanks dat dit uit Tabel 5.4 leek te worden kunnen geconcludeerd. Uit dit onderzoek is dus gebleken dat er geen verschillen zijn in de afgelegde afstanden. Bijna 70% van de respondenten zochten het relatief dichtbij huis (maximaal vijf kilometer).

Tabel 5.4 - Afstand favoriete plekken

Afstand tot favoriete plek	Sportfaciliteiten	%	Natuurgebieden	%	Winkelcentra	%	Uitgaansgelegenheden	%	Anders	%	Totaal	%
0 - 1 kilometer	4	13,33%	3	17,65%	2	8,70%	4	13,33%	2	12,50%	15	12,93%
1.1 - 2 kilometer	7	23,33%	4	23,53%	8	34,78%	6	20,00%	3	18,75%	28	24,14%
2.1 - 5 kilometer	7	23,33%	8	47,06%	5	21,74%	12	40,00%	5	31,25%	37	31,90%
5.1 - 10 kilometer	9	30,00%	1	5,88%	4	17,39%	5	16,67%	1	6,25%	20	17,24%
> 10 kilometer	3	10,00%	1	5,88%	4	17,39%	3	10,00%	5	31,25%	16	13,79%
Tot.	30	100,00 %	17	100,00 %	23	100,00 %	30	100,00 %	16	100,00 %	116	100,00 %

5.2.4 Transportmiddel gebruikt voor bereiken favoriete plek

Naast de afstand is het eveneens interessant om een te kijken naar hoe deze plekken zijn bereikt door de respondenten. Bij deze vraag is dezelfde indeling gebruikt als aan het begin van de enquête (aantal transportmiddelen die mogelijk gebruikt zijn). Tabel 5.5 geeft weer hoe de favoriete plekken bereikt zijn. In de enquête hadden de studenten de mogelijkheid om meerdere antwoorden in te vullen die van toepassing waren, slechts 10 van de 116 respondenten heeft een combinatie gemaakt van vervoersmiddelen. Een derde, vierde of zelfs vijfde optie is door geen enkele respondent ingevuld.

Het valt hier vooral op dat studenten hun favoriete plekken veelal met de fiets hebben bezocht. Bijna 70% van de favoriete plekken werd op deze manier bereikt. Maar ook wandelend is 10 keer genoemd. Dit komt natuurlijk overeen met het feit dat de afstand naar de favoriete plekken in het grootste aantal van de gevallen maximaal vijf kilometer was, een afstand die eenvoudig af te leggen is met de fiets. Wanneer een respondent de favoriete plek heeft bereikt door middel van meerdere vervoersmiddelen bleek dit vaak een combinatie te zijn tussen de fiets en het openbaar vervoer. Maar ook het openbaar vervoer gevolgd door een (korte) wandeling is ingevuld door de respondenten. De favoriete plekken binnen Utrecht werden veelal bereikt met de fiets, het OV of te voet. De favoriete plekken van studenten wonend buiten Utrecht werden eveneens vaak bezocht per fiets, maar hier kwamen de auto's vaker voor. Opvallend is dat 12% van de favoriete plekken is bezocht met het openbaar vervoer. Vanwege de studenten als doelgroep werd dit vooraf hoger ingeschat.

Tabel 5.5 - Vervoersmiddel gebruikt

	Eerste optie	%	Tweede optie	%
Met de fiets	81	69,83%	0	0,00%
Met de auto	10	8,62%	1	10,00%
Met het openbaar vervoer	14	12,07%	7	70,00%
Te voet	10	8,62%	1	10,00%
Brommer/Scooter	0	0,00%	1	10,00%
Anders	1	0,86%	0	0,00%
Totaal	116	100,00%	10	100,00%

5.2.5 Conclusie

In paragraaf 5.2.4 zijn de vervoersmiddelen die gebruikt zijn door de respondenten toegelicht. Ook bleken er statistisch significante verschillen tussen de verschillende categorieën favoriete plekken te bestaan. Terugkoppelend naar de duur van het bezoek aan een favoriete plek bleken er statistische verschillen te bestaan en dan met name tussen sportfaciliteiten, uitgaansgelegenheden en ‘anders’ enerzijds en natuurgebieden en winkelcentra anderzijds. Vooral uitgaansgelegenheden werden gekenmerkt door lang gebruik, ruim 83% gaf aan hier meer dan twee uur te besteden. Terwijl bijna 57% van de respondenten die winkelcentra als favoriete plek hebben ingevuld hier maximaal 90 minuten verbleven.

De frequentie van bezoek aan de verschillende favoriete plekken wordt eveneens gekenmerkt door statistisch significante verschillen. Sportfaciliteiten (87%) en ‘anders’ (88%) worden minstens één keer per week bezocht. Terwijl 80% van de uitgaansgelegenheden maximaal één keer per week of 1 – 3 keer per maand worden bezocht. Natuurgebieden daarentegen worden in 65% van de gevallen gekenmerkt door een bezoek van maximaal 1 – 3 keer per maand of minder. Het is dus opvallend dat de verschillende soorten favoriete plekken ook gekenmerkt worden door een ander patroon van gebruik (kijkende naar de frequentie van bezoek). Qua afstand bestaan er geen significante verschillen tussen de categorieën favoriete plekken. In 80% van de gevallen blijken de favoriete plekken op maximaal vijf kilometer vanaf de woning te liggen. Dit is te relateren aan het vervoersmiddel dat is gebruikt om de favoriete plekken te bereiken. Bijna 80% gaf aan de plekken per fiets of te voet te hebben bereikt. Dit duidt op een relatief korte afstand die afgelegd moet worden om de favoriete plek te bereiken.

5.3 Sociaal contact & voorzieningen op de favoriete plekken

In de enquête is aan respondenten gevraagd of zij bij het bezoek van hun favoriete plekken bewust op zoek gaan naar sociale contacten en wat de motivaties hiervoor zijn. Ook of de aanwezigheid van bepaalde voorzieningen een belangrijke rol heeft gespeeld in de motivatie om deze plekken te bezoeken. Tevens is aan de respondenten gevraagd met wie de favoriete plek bezocht is.

5.3.1 Met wie is de favoriete plek bezocht?

Allereerst het gezelschap waarmee de favoriete plek de laatste keer is bezocht (Tabel 5.6). In alle categorieën is het opvallend dat de plekken met name bezocht worden met vrienden. In totaal bleek dit in 60% van de gevallen zo te zijn. Met name uitgaansgelegenheden en sportfaciliteiten (beiden in meer dan 70% van de gevallen) worden hierdoor gekenmerkt. Natuurgebieden worden in mindere mate bezocht met vrienden (in 35% van de gevallen). Opvallend is het geringe aantal malen dat een favoriete plek is bezocht in het gezelschap van studiegenoten (bijna 8%). Hieruit kan opgemaakt worden dat de respondenten hun vrije tijd los van school zien, waaronder dus ook de studiegenoten. Een andere verklaring kan zijn dat men de studiegenoten als vrienden is gaan zien en zodoende vrienden hebben ingevuld.

Tabel 5.6 - Met wie favoriete plek bezocht

Met wie bezocht	Sportfaciliteiten	%	Natuurgebieden	%	Winkelcentra	%	Uitgaansgelegenheden	%	Anders	%	Totaal	%
Alleen	2	6,67%	2	11,76%	4	17,39%	0	0,00%	6	37,50%	14	12,07%
Partner	0	0,00%	5	29,41%	3	13,04%	2	6,67%	1	6,25%	11	9,48%
Familie	1	3,33%	2	11,76%	1	4,35%	2	6,67%	1	6,25%	7	6,03%
Vriend(en)	23	76,67%	6	35,29%	13	56,52%	22	73,33%	6	37,50%	70	60,34%
Studiegenoten	1	3,33%	1	5,88%	2	8,70%	3	10,00%	2	12,50%	9	7,76%
Overig	3	10,00%	1	5,88%	0	0,00%	1	3,33%	0	0,00%	5	4,31%
Totaal	30	100,00%	17	100,00%	23	100,00%	30	100,00%	16	100,00%	116	100,00%

5.3.2 Bewust op zoek naar sociaal contact?

Tabel 5.7 geeft weer in welke mate de respondenten bewust op zoek gaan naar sociale contacten bij hun bezoek aan de favoriete plekken. 63 van de in totaal 116 respondenten gaf aan op zoek te gaan naar sociale contacten met anderen. Per categorie bekeken geldt dit vooral het bezoeken van uitgaansgelegenheden en de categorie 'anders'. Winkelcentra en natuurgebieden scoren hier minder hoog. In de enquête is ook gevraagd naar de redenen waarom een respondent wel of geen sociaal contact wilde. Deze lijst is in Bijlage 4 terug te vinden. Bij sportfaciliteiten viel het op dat mensen die wel op zoek waren naar sociaal contact dit vooral hadden voor de gezelligheid. Het zien van je teamgenoten bleek voor veel respondenten belangrijk. Ook werd meerdere malen aangegeven dat het motiveren van elkaar bij sport belangrijk is. Anderen gaven aan dat ze niet naar sociaal contact op zoek waren omdat sporten iets is voor de respondenten zelf. In het geval van natuurgebieden werd gesteld dat er gebruik van wordt gemaakt om tot rust te komen en zodoende de respondenten geen contact willen met anderen. Door anderen worden natuurgebieden, en dan met name parken, gezien als een sociale plek waar vanzelf de sociale contacten ontstaan. Studenten die graag winkelcentra bezoeken deden dit vooral om gezellig met vrienden/vriendinnen te shoppen waardoor er niet per definitie sociaal contact met vreemden gezocht wordt omdat ze al in het gezelschap van anderen verkeren. Anderen gaven aan dat het puur om de activiteit winkelen ging en dus geen behoefte hadden aan sociale contacten met anderen. Uitgaansgelegenheden worden vooral door de respondenten als plekken waar de sociale contacten ontstaan. Het is een essentieel onderdeel van het uitgaan volgens velen. Anderen gaven aan dit niet te willen omdat ze al met een groep bekenden aanwezig waren. 'Anders' betroffen vaak huizen van vrienden of ouders, waardoor respondenten aangaven hier wel op zoek te zijn naar sociale contacten. Ook bleek er vaak afgesproken te zijn op een favoriete plek waardoor respondenten dus wel bewust opzoek gingen naar sociale interacties.

Tabel 5.7 - Op zoek naar sociaal contact?

			</								

5.3.3 Aanwezigheid van voorzieningen

Ook is gekeken naar de aanwezigheid van voorzieningen en of deze van invloed waren bij het bezoek aan de favoriete plek. 79 van de 116 respondenten gaven aan van wel (Tabel 5.8). Alleen natuurgebieden en 'anders' relatief gezien minder dan de andere favoriete plekken. Ook een tabel met de genoemde voorzieningen is terug te vinden in Bijlage 4. Bij sportfaciliteiten werden onder andere de fitnessapparaten, trainers, voetbalfaciliteiten en zwembaden genoemd. Kortom, wat een persoon nodig heeft om zijn of haar sport op een goede manier uit te kunnen voeren. Bij de natuurgebieden ging het in sommige gevallen gewoon om het rustig kunnen zitten op een bankje waardoor er geen specifieke voorzieningen aanwezig hoeven te zijn. Bij winkelcentra ging het vanzelfsprekend over de aanwezigheid van winkels. Maar ook eetgelegenheden werden meerdere malen ingevuld door de respondenten. Bij de uitgaansgelegenheden ging het vooral om de drankjes, de muziek en de sfeer die er hangt die van doorslaggevend belang waren bij het bezoeken van deze plekken.

Tabel 5.8 - Bezoek vanwege voorzieningen?

Vanwege voorzieningen?	Sportfaciliteit	%	Natuurgebieden	%	Winkelcentra	%	Uitgaansgelegenheden	%	Anders	%	Totaal	%
Ja	25	31,40%	7	8,80%	21	26,49%	21	26,58%	5	6,33%	79	100,00%

5.3.4 Statistisch significante verschillen?

De drie aspecten die zijn behandeld in deze paragraaf (5.3) zijn getest door middel van een Chi-kwadraattoets (Bijlage 4 voor de uitvoertabellen). Alleen voor de variabele *met wie bezocht* was een nieuwe indeling noodzakelijk:

- Alleen, partner, kind(er), familie, studiegenoten en overig
- Vriend(en)

Uiteindelijk kan met 95% zekerheid gesteld worden dat er een significant verband bestaat tussen de favoriete plekken en met wie deze bezocht werden. Met een Cramer's V van 0,342 is er een zwak tot matig sterke samenhang tussen de categorieën favoriete plekken. Dit statistische significante verschil kan verklaard worden door de natuurgebieden en de categorie 'anders'. Deze scores procentueel gezien (Tabel 5.6) aanzienlijk lager op het bezoek met vrienden dan de overige favoriete plekken.

Ook bestaat er een statistisch significant verband tussen de favoriete plekken en of deze bezocht werden vanwege de aanwezige voorzieningen. Met 99% zekerheid en Cramer's V van 0,461 (matig sterke samenhang) blijken er verschillen te zijn tussen de favoriete plekken en of deze gekozen worden vanwege de voorzieningen. Ook hier zijn het met name de natuurgebieden en 'anders' scores hier verschillend op vergeleken met de overige soorten favoriete plekken.

In tegenstelling tot deze twee valt er geen statistisch significant verband te onderscheiden tussen de verschillende soorten plekken en of er bewust op zoek wordt gegaan naar sociaal contact met anderen. De overschrijdingskans bedraagt hier 0,097. Dit is groter dan 0,05, wat betekent dat de nulhypothese (er is geen statistisch verband) niet wordt verworpen. Een mogelijke verklaring kan zijn, gezien het feit dat studenten vaak in het gezelschap zijn van bijvoorbeeld vrienden, er niet bewust op zoek wordt gegaan naar sociaal contact met andere mensen buiten de eigen sociale groep. Uit de enquêteresultaten is soms ook gebleken dat de respondenten de vraag op twee manieren hebben opgevat.

5.4 Doelen van bezoekers aan favoriete plekken

In de enquête is ook gevraagd naar enkele uitspraken die van toepassing waren op het laatste bezoek aan de favoriete plek. Het gaat hierbij om de behoeften/goals die mensen hebben op hun favoriete plekken en in hoeverre deze vervuld zijn. Deze schaal wordt de *Flourishing Scale* genoemd. De uitspraken die in de enquête gebruikt zijn, zijn afgeleid uit het artikel van Ed Diener et al. (2010, pp. 143 – 156). Het gaat hierbij om elementen zoals sociale relaties, het bijdragen aan de blijdschap en het welzijn van anderen en gerespecteerd worden door anderen. Maar ook het hebben van een doelgericht en zinvol leven en in hoeverre activiteiten belangrijk zijn voor de respondent. Zoals het vinden van uitdagingen maar ook bijvoorbeeld ontspanning en/of afleiding. Het is een schaal die grote aspecten van het sociaalpsychologisch functioneren analyseert vanuit het oogpunt van de respondent zelf (Diener et al., 2010, pp. 144 – 145).

De oorspronkelijke schaal bestaat uit acht items, in deze enquête zijn er ook enkele uitspraken toegevoegd/aangepast zodat deze beter aansluiten op het onderwerp. Bijvoorbeeld het hebben van plezier en het aankunnen van stressvolle situaties na bezoek aan de favoriete plek. De schaal is als volgt: *Helemaal oneens-Oneens-Neutraal-Eens-Helemaal mee eens*. De antwoorden variëren in dit geval van -2 naar 2. Om tot één geheel te komen moeten deze scores bij elkaar opgeteld worden, hoe hoger de score hoe meer de respondent gekenmerkt wordt als iemand met vele psychologische middelen en sterke punten. In deze paragraaf worden weer de gemiddelden bekeken per soort favoriete plek. Een complete lijst van de gemiddelde score per respondent is terug te vinden in Bijlage 5.

Omdat de Flourishing Scale in dit geval uit tien items bestaat is een factoranalyse uitgevoerd om het aantal factoren te reduceren en zo de vergelijking tussen de soorten favoriete plekken makkelijker te maken. Alle uitvoertabellen van deze factoranalyse kunnen teruggevonden worden in Bijlage 5. Eén van de voorwaarden van een factoranalyse is dat er tussen de verschillende vragen geen hoge correlatie mag bestaan. Deze kunt u terugvinden in de correlatiematrix. Hier blijken geen waarden van 0,9 of hoger te bestaan waardoor aangenomen mag worden dat de factoranalyse uitgevoerd en geïnterpreteerd kan worden. Uit deze factoranalyse blijkt dat de 10 uitspraken uit de enquête (zie hieronder) onder te brengen zijn in vier factoren:

- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Activiteiten op deze plek dragen bij aan een zinvol leven 2. Op deze plek vind ik uitdagingen 3. De sociale contacten op deze plek zijn ondersteunend en lonend 4. Op deze plek ben ik betrokken en geïnteresseerd in anderen 5. Op deze plek draag ik bij aan de blijdschap en het welzijn van anderen | <ol style="list-style-type: none"> 6. Op deze plek respecteren mensen mij 7. Op deze plek zoek ik ontspanning/kom ik tot rust 8. Op deze plek maak ik veel plezier en vermaak ik me 9. Aflleiding is een belangrijke reden waarom ik deze plek bezoek 10. Na bezoek aan deze plek kan ik stressvolle situaties beter aan |
|--|---|

Tabel 5.9 is de uitvoertabel van de factoranalyse. Dit geeft de score weer van elke uitspraak en tot welke factor deze gerekend dient te worden. In Tabel 5.9 is dit terug te zien aan de dikgedrukte waarden, deze geven aan dat de uitspraak bij de desbetreffende factor hoort.

Tabel 5.9 - Rotated Matrix Factoranalyse

	Sociaal contact, respect en welzijn	Zinvol leven/uitdagingen	Aflleiding	Rust en stressvolle situaties
Flourishing Scale Rotated Matrix				
Dragen bij aan zinvol leven	0,140	0,731	-0,032	-0,041
Op deze plek vind ik uitdagingen	0,150	0,700	0,088	0,006
Sociale contacten zijn ondersteunend en lonend	0,710	0,194	-0,03	-0,062
Betrokken en geïnteresseerd in anderen	0,788	-0,005	0,011	0,26
Draag bij aan welzijn en blijdschap van anderen	0,681	0,19	0,054	0,107
Ik word gerespecteerd	0,539	0,214	-0,100	0,238
Ik zoek ontspanning/kom tot rust	0,178	-0,115	0,043	0,618
Ik heb plezier en vermaak me	0,532	-0,206	0,443	-0,151
Ik kom hier voor aflleiding	-0,047	0,057	0,669	0,107
Na bezoek kan ik stressvolle situaties beter aan	0,011	0,366	0,412	0,504
<i>Extraction Method: Principal Axis Factoring.</i>				
<i>Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.</i>				
<i>a. Rotation converged in 8 iterations.</i>				

De uitspraken 3, 4, 5, 6 en 8 vallen onder factor 1. Deze verzamelnaam voor deze factor is dan ook: *Ikzelf en anderen; sociaal contact, respect en het welzijn*. De uitspraken 1 en 2 vormen factor 2, kortom *een zinvol leven en uitdagingen*. Factor 3 bestaat uit uitspraak 9 en zal daarom *afleiding als reden* genoemd worden. Factor 4, tot slot bestaat uit de uitspraken 7 en 10 en wordt *Rust/afleiding en stressvolle situaties* genoemd worden.

Tabel 5.10 - Scores per factor per favoriete plek

	Sociaal contact, respect en welzijn	Zinvol leven/ uitdagingen	Afleiding	Rust en stressvolle situaties	Totaal
Sportfaciliteit	0,02	0,64	0,02	-0,21	0,47
Natuurgebieden	-0,37	-0,30	-0,09	1,08	0,31
Winkelcentra	-0,50	-0,41	0,36	-0,11	-0,65
Uitgaansgelegenheden	0,43	-0,50	0,16	-0,39	-0,29
Anders	0,26	0,64	-0,76	0,14	0,29
Overschrijdingskans (Asymp. Sig)	0,00	0,00	0,04	0,00	0,06

In Tabel 5.10 zijn de scores per factor en soort favoriete plek te vinden. De scores die uit een factor analyse komen hebben een gemiddelde van 0 en een standaarddeviatie van 1. Dit komt er op neer dat wanneer een categorie op een bepaalde factor hoger scoort dan 0, dit bovengemiddeld is. Zo valt het op dat gekeken naar de scores op Factor 1 (sociaal contact, respect en welzijn) de natuurgebieden en winkelcentra hier negatief op scoren, oftewel beneden gemiddeld. Er wordt op deze favoriete plekken in verhouding met het gemiddelde van alle favoriete plekken minder waarde gehecht aan de sociale contacten en andere aanwezige personen (bijdragen aan de blijdschap en welzijn van anderen).

Natuurgebieden scoren sterk bovengemiddeld (1,08) ten opzichte van de andere categorieën. Hier komen respondenten dus graag om tot rust te komen en te ontspannen. Terwijl dit niet het geval is bij andere favoriete plekken (in kleine mate *anders* wel). Over het algemeen kunnen we concluderen dat mensen met bepaalde behoeften, ook andere plekken bezoeken. Voor afleiding zal men sneller winkelcentra bezoeken, terwijl voor rust en afleiding de natuurgebieden sneller bezocht zullen worden. De respondenten die op zoek gaan naar uitdagingen zullen sportfaciliteiten bezoeken. Uitgaansgelegenheden scoren daarentegen het hoogst op factor 1, sociale contacten, respect en het welzijn van zichzelf en anderen.

Uiteindelijk na het vergelijken van de factoren en de afzonderlijke scores per categorie (dus zonder de factor analyse) valt het op dat vragen die gebaseerd zijn op zelfontwikkeling en erkenning (Piramide van Maslow uit het theoretisch kader) relatief laag scoren (zie Tabel 5.11). De favoriete plekken worden vooral niet geassocieerd met uitdagingen. Wel scoren sportfaciliteiten hier het hoogst op. Sporten wordt vaak wel geassocieerd met uitdagingen en met name de bijdrage hiervan aan een zinvol leven (factor 2).

Tabel 5.11 - Gemiddelde score per uitspraak

	Gemiddelde score
Activiteiten op deze plek dragen bij aan een zinvol leven	0,69
Op deze plek vind ik uitdagingen	-0,05
De sociale contacten op deze plek zijn ondersteunend en lonend	0,91
Op deze plek ben ik betrokken en geïnteresseerd in anderen	0,67
Op deze plek draag ik bij aan de blijdschap en het welzijn van anderen	0,58
Op deze plek respecteren mensen mij	0,9
Op deze plek zoek ik ontspanning/kom ik tot rust	0,93
Op deze plek maak ik veel plezier en vermaak ik me	1,30
Afleiding is een belangrijke reden waarom ik deze plek bezoek	0,61
Na bezoek aan deze plek kan ik stressvolle situaties beter aan	0,33
Totaal	6,88

Om vast te stellen of de gemiddelde scores op de Flourishing Scale wel of niet significant van elkaar verschillen is ook hier een toets op uitgevoerd, namelijk de Kruskal-Wallis toets. Deze is uitgevoerd omdat er meer dan twee categorieën worden gebruikt (in dit geval vijf, de soorten favoriete plekken) en de steekproeven verdeling niet normaal is. Uit deze test komen vijf overschrijdingskansen. Vier van de vijf overschrijdingskansen (Asymp. Sig. In Tabel 5.10) zijn kleiner dan 0,05. De nulhypothese dat de steekproeven afkomstig zijn uit identieke populatie wordt verworpen. De gemiddelden die gevonden zijn verschillen significant van elkaar tussen de soorten favoriete plekken op elke factor. Dit was enigszins te verwachten aan de hand van de kruistabel, omdat hier de waarden tussen sommige soorten favoriete plekken sterk verschillen. Wel blijken de verschillen over het totaal niet significant van elkaar te verschillen. Er blijken geen significante verschillen tussen de soorten favoriete plekken te bestaan wanneer alle uitspraken in één keer worden getoetst. De significante verschillen bestaan tussen de factoren en de soorten favoriete plekken.

5.5 De gevoelens van respondenten op de favoriete plekken

5.5.1 SPANE Schaal

In de enquête is gevraagd aan de respondenten welke gevoelens van toepassing waren op hun favoriete plekken tijdens het laatste bezoek aan deze plekken. Ook hiervoor is een speciale schaal gebruikt, de zogenaamde SPANE schaal (Scale of Positive and Negative Experience). Deze schaal is ontworpen om subjectieve gevoelens van welzijn en slecht voelen in kaart te brengen (Diener et al., 2010, p. 145). Het betreft hier 12 items, waaronder 6 positieve en 6 negatieve gevoelens. Omdat de gevoelens vrij algemeen van aard zijn is het mogelijk om de volledige emoties te omvatten, zowel slecht als positief. Dit zonder een oneindige lijst te maken van allerlei emoties (Diener et al., p. 145).

De lijst met de 12 verschillende emoties die zijn gebruikt:

- | | |
|----------------|---------------|
| 1. Positief | 7. Gelukkig |
| 2. Negatief | 8. Ongelukkig |
| 3. Goed | 9. Blij |
| 4. Slecht | 10. Bang |
| 5. Plezierig | 11. Tevreden |
| 6. Onplezierig | 12. Kwaad |

De respondenten dienden bij elk van de 12 emoties een getal van 1 – 5 in te vullen, waar 1 (helemaal niet) en 5 (erg sterk) was. Om dit vervolgens tot één score te krijgen is het noodzakelijk om eerst de zes positieve emoties bij elkaar op te tellen (waardoor er een score ontstond van minimaal 6 en maximaal 30). Dit zelfde principe werd herhaald voor de negatieve emoties. Om uiteindelijk een balans te krijgen dienen de opgetelde negatieve gevoelens van de opgetelde positieve gevoelens afgehaald te worden. De uiteindelijke score op de Flourishing Scale ligt daarom tussen de -24 en 24. Op deze manier is de mate van 'geluk' per categorie favoriete plek te onderscheiden. Een volledige lijst per respondent is terug te vinden in Bijlage 5. In deze paragraaf wordt gekeken naar de gemiddelde scores per emotie per favoriete plek.

Tabel 5.12 - SPANE scores per categorie en per emotie

Spane Scores	Sportfaciliteiten	Natuurgebieden	Winkelcentra	Uitgaans- gelegenheden	Anders	Gemiddeld
Positief	4,40	4,53	4,35	4,40	4,44	4,42
Negatief	1,60	1,35	1,48	1,43	1,50	1,47
Goed	4,30	4,41	4,13	4,13	4,56	4,31
Slecht	1,50	1,18	1,13	1,47	1,25	1,30
Plezierig	4,50	4,24	4,22	4,67	4,00	4,32
Onplezierig	1,40	1,12	1,30	1,30	1,44	1,31
Gelukkig	4,07	4,00	3,91	3,97	4,25	4,04
Ongelukkig	1,43	1,24	1,26	1,37	1,25	1,31
Blij	4,17	4,12	4,04	4,47	4,31	4,22
Bang	1,20	1,06	1,17	1,33	1,13	1,18
Tevreden	4,10	4,00	4,04	4,23	4,44	4,16
Kwaad	1,40	1,00	1,09	1,43	1,31	1,25
Totale score per Categorie	17,00	18,35	17,26	17,53	18,13	17,65

Enkele zaken die opvallen in Tabel 5.12. om te beginnen de lage scores die zijn gegeven aan de negatieve ervaringen. Deze zijn aanzienlijk lager dan de positieve gevoelens van respondenten op hun favoriete plek. Daarnaast liggen de gemiddelde SPANE-scores redelijk dicht bij elkaar met een minimale score van 17,00 en een maximale score van 18,35 ten opzichte van de maximale score van 24. Hieruit kan opgemaakt worden dat respondenten hun favoriete plekken, en ook het laatste bezoek hiervan, associëren met voornamelijk positieve gevoelens. Zowel uit enquêtes als de gesprekjes met de respondenten bleek dat het om favoriete plekken ging en dat er weinig negatieve ervaringen zijn geweest op die plekken. Enkele respondenten vulden wel negatieve emoties in, maar dit kan verklaard worden door bijvoorbeeld een slechte training en/of ruzie tijdens het uitgaan. In tegenstelling tot andere categorieën blijken de verschillen tussen de soorten favoriete plekken en de emoties die ervaren worden op deze plekken mee te vallen. Het is hier wederom van belang om te achterhalen of er statistisch significante verschillen bestaan tussen de soorten favoriete plekken en de scores op de SPANE schaal. Hiervoor is eenzelfde toets als bij de flourishing scale uitgevoerd en ook hier blijkt er met een overschrijdingskans van 0,932 geen significante verschillen te bestaan tussen de gemiddelde scores van de soorten favoriete plekken. Wel zijn er significante verschillen in de vervulling van behoeften (factors) per soort favoriete plek.

5.5.2 Conclusie

Paragraaf 5 is ingegaan op de gevoelens en emoties van de respondenten op hun favoriete plekken. Dit is onderzocht aan de hand van de SPANE schaal. Emotioneel gezien scoren de favoriete plekken hoog. Met een gemiddelde score van 17,65 uit 24 worden de favoriete plekken als zeer positief ervaren.

Ingaand op de behoeften die wel of niet worden vervuld op de favoriete plekken kan geconcludeerd worden dat plezier en vermaak op alle soorten favoriete plekken hoog scoort. Sportfaciliteiten en de categorie 'anders' scoren bovengemiddeld op factor 2 (een zinvol leven en uitdagingen). Respondenten blijken hier wel degelijk uitdagingen te vinden die bijdragen aan een zinvol leven. De uitdagingen worden vooral gevonden in sporten, maar ook het bezoek aan vrienden en familie wordt gezien als een goede bijdrage aan een zinvol leven. De behoeften die op favoriete plekken mogelijk worden vervuld verschillen per categorie favoriete plek. Hieruit kan geconcludeerd worden dat bij verschillende behoeften, verschillende favoriete plekken horen. Wanneer je tot rust wil komen blijken vooral natuurgebieden geliefd. Voor sociale contacten zijn vooral uitgaansgelegenheden geliefd terwijl winkelcentra het hoogst scoren op afleiding vinden. Kortom, elke categorie favoriete plek scoort anders op bepaalde behoeften waardoor verschillende behoeften bij verschillende plekken horen en vervuld worden.

5.6 Beïnvloeding van de gevoelens door de fysieke en sociale omgeving

In de vorige paragraaf zijn de gevoelens op de favoriete plekken nader toegelicht, nu wordt er gekeken naar kenmerken van de omgeving die mogelijk de gevoelens hebben beïnvloed. Er is onderscheid gemaakt tussen vijf kenmerken die terug te vinden zijn in Tabel 5.13. De schaal die gehanteerd is, is als volgt: -2 (zeer weinig), -1 (weinig), 0 (gemiddeld), 1 (veel) en 2 (zeer veel). De tabel geeft de gemiddelde score per kenmerk per categorie favoriete plek weer.

Als het eerste kenmerk nagelopen wordt (de gebouwde omgeving) blijken er duidelijke verschillen te zien tussen de soorten favoriete plekken. Het valt op dat mensen die natuurgebieden en winkelcentra ingevuld hebben als favoriete plek in vergelijking met de andere soorten favoriete plekken veel waarde hechten aan de gebouwde omgeving. De respondenten vinden de esthetische ervaring (de uiterlijke schoonheid) belangrijk op deze twee soorten plekken. Met name de natuurgebieden scoren hoog op dit kenmerk.

Het tweede kenmerk, de mensen waarmee de plek bezocht wordt is bij elke categorie positief, kortom de gevoelens worden wel degelijk beïnvloed door de mensen met wie je bent. Vooral in uitgaansgelegenheden blijkt dit van grote invloed te zijn. In natuurgebieden en winkelcentra relatief het minst, men gaf vaak aan deze plekken te bezoeken om te ontspannen, en ook in hun eentje om bijvoorbeeld te sporten.

De scores op het derde kenmerk. De aanwezigheid van andere mensen op de favoriete plekken blijkt bij elke categorie van invloed te zijn. Alleen natuurgebieden scoren hier negatief op. Dat wil zeggen dat de mensen die natuurgebieden hebben ingevuld minder beïnvloed zijn dan de respondenten op andere plekken.

Tabel 5.13 - Scores per kenmerk favoriete plek

	Gebouwde/natuurlijke omgeving	Mensen met wie plek is bezocht	Mensen aanwezig op plek	Aanwezige functies	Reden van bezoek
Sportfaciliteit	-0,47	0,90	0,40	0,70	0,80
Natuurgebieden	1,06	0,76	-0,35	-0,35	0,29
Winkelcentra	0,78	0,74	0,30	1,00	0,65
Uitgaansgelegenheden	-0,17	1,60	0,90	0,47	0,70
Anders	-0,56	0,81	0,75	-0,50	0,63
Gemiddeld	0,13	0,96	0,40	0,26	0,61
Asymp. Sig.	0,00	0,01	0,00	0,00	0,43

Gemiddeld gezien blijken de respondenten weinig waarde te hechten aan de andere mensen die aanwezig zijn op de favoriete plek. Dit komt overeen met een eerder behandelde vraag (Tabel 5.7) of men op zoek ging naar sociaal contact, meer dan 50% van de respondenten gaf dan ook aan op deze plek geen sociaal contact met anderen te willen. Alleen uitgaansgelegenheden en de categorie 'anders' scoren hier in verhouding hoger op. Zo gaan respondenten bewust naar vrienden of familie toe waardoor deze hier wel waarde aan hechten. Ditzelfde principe gaat op voor uitgaansgelegenheden. Omdat hier veel mensen aanwezig zijn, is het begrijpelijk dat mensen hierdoor beïnvloed worden.

Het vierde kenmerk ging in op in hoeverre de gevoelens van de respondenten zijn beïnvloed door de aanwezigheid van bepaalde functies. Wederom scoren natuurgebieden hier negatief op. Dit geldt ook voor de categorie 'anders'. Hier bleken veel respondenten huizen van vrienden ingevuld te hebben, waardoor het te verklaren is dat voorzieningen niet van invloed waren op hun gevoelens. Tot slot, het vijfde kenmerk of de gevoelens van studenten werden beïnvloed door de reden van het bezoek aan hun favoriete plek. Hier blijken alle soorten favoriete plekken positief op te scoren. De reden waardoor een persoon besloot een favoriete plek te bezoeken heeft invloed op de gevoelens van de respondenten.

Omdat er verschillende waarden bij elke vraag tussen de soorten favoriete plekken is waar te nemen, is het mogelijk om te kijken of deze statistisch significant verschillend van elkaar zijn. Omdat zowel de categorieën als de vijf bevroegde elementen niet normaal verdeeld zijn is daarom een niet-parametrische toets uitgevoerd. Er is gekeken of de verdeling van de vijf variabelen (van de bovengenoemde elementen) voor de soorten favoriete plekken aan elkaar gelijk zijn. Dit is gedaan door middel van een *Kruskal-Wallis* toets. Deze toets heeft een nulhypothese die er vanuit gaat dat de steekproeven uit identieke populaties komen en dat de verdelingen gelijk zijn, oftewel er zijn geen significante verschillen tussen de categorieën favoriete plekken (de Vocht, 2009, pp. 239 – 240). Deze resultaten zijn terug te vinden in Tabel 5.13.

De gemiddelden zijn tegen elkaar afgezet en het blijkt dat alleen de *Reden van bezoek* niet significant verschilt tussen de soorten favoriete plek. De overige elementen die bevroegd zijn blijken onderling wel significant te verschillen, alle overschrijdingskansen zijn hier kleiner dan 0,05. Kortom, aan de hand van de laatste rij in Tabel 5.13 kan met 95% zekerheid gesteld worden dat de gemiddelde score op de vier elementen (gebouwde omgeving, invloed mensen bezoek, invloed aanwezige mensen en de invloed van de functies) significant van elkaar verschillen.

5.7 Omgevingskenmerken van favoriete plekken

5.7.1 Omgevingskenmerken van de favoriete plekken

Tot slot is gevraagd in de enquête wat de omgevingskenmerken van de favoriete plekken waren. Het betreft hier 10 elementen die ingaan op diverse kenmerken van de ruimte:

- | | |
|--|----------------------------|
| 1. Veel of weinig groen | 6. Rustgevend of stressvol |
| 2. Mooi of lelijk | 7. Weinig of veel drukte |
| 3. Levendig of saai/eentonig | 8. Beschut of open |
| 4. Gemoedelijke of afstandelijke sfeer | 9. Binnen of buiten |
| 5. Veilig of onveilig | 10. Stedelijk of Landelijk |

Door middel van vijf categorieën kon de respondent invullen in hoeverre de elementen op het laatste moment van bezoek van toepassing waren. Zo lopen de scores van 2 (veel groen) naar -2 (weinig groen), maar ook 2 (binnen) en -2 (buiten). Het is dus niet perse de tegenstelling tussen positief en negatief. Bij het interpreteren van de gegevens dient hier wel rekening mee gehouden te worden.

Tabel 5.14 - Scores per kenmerk per categorie favoriete plek

	Sportfaciliteit	Natuurgebieden	Winkelcentra	Uitgaansgelegenheden	Anders	Gemiddeld	Asymp. Sig.
Veel/weinig groen	-0,13	1,59	-0,91	-1,2	-0,25	-0,18	0,00
Mooi/Lelijk	0,4	1,47	0,96	0,4	0,69	0,78	0,00
Levendig/Saaï	1,07	0,94	1,61	1,33	0,56	1,1	0,02
Gemoedelijk/Afstandelijk	1,07	1,18	1,22	1,23	1,00	1,14	0,95
Veilig/Onveilig	0,9	1,00	0,87	0,7	1,38	0,97	0,04
Rustgevend/Stressvol	0,43	1,59	0,04	-0,27	0,81	0,52	0,00
Weinig/Veel drukte	-0,43	0,35	-1,04	-1,17	0,00	-0,46	0,00
Beschut/Open	-0,27	-0,35	-0,13	0,17	0,25	-0,07	0,29
Binnen/Buiten	-0,2	-2,00	-0,3	0,97	1,31	-0,05	0,00
Stedelijk/Landelijk	0,53	-0,35	1,65	1,53	0,88	0,85	0,00

Bij kenmerk 1 (veel of weinig groen) valt het op dat alle categorieën negatief zijn, behalve natuurgebieden. Dit houdt in dat de overige soorten categorieën worden gekenmerkt door weinig groen. Het was te voorspellen dat natuurgebieden en stadsparken veel groen bevatten, maar dat de overige plekken gekenmerkt worden door weinig groen is verassend. Vooral uitgaansgelegenheden scoren op het groengebied zeer negatief.

Het volgende kenmerk, is de favoriete plek mooi of lelijk, blijkt gemiddeld voor alle favoriete plekken positief te zijn. Met name natuurgebieden en winkelcentra worden als mooi beschouwd. Dit is niet geheel verassend, omdat aangenomen mag worden dat men graag naar hun favoriete plekken toe gaat en dat men deze dus niet als (erg) lelijk beoordeeld.

Het derde, vierde en vijfde kenmerk worden eveneens in alle categorieën positief beoordeeld. Dit houdt in dat de favoriete plekken van de respondenten gekenmerkt worden door een levendig karakter. Alleen de categorieën 'anders' en natuurgebieden scoren hier minder hoog op. Dit kan verklaard worden door antwoorden uit de enquête. Mensen gaven aan hier voor hun rust te komen of om speciaal iemand te bezoeken. Vandaar dat het mogelijk is dat de omgeving niet als levendig wordt gezien. Verder heerst er ook op alle favoriete plekken een gemoedelijke sfeer volgens de respondenten. Tevens worden alle favoriete plekken als veilig ervaren, maar dat vooral uitgaansgelegenheden hier gemiddeld lager op scoren dan de andere favoriete plekken. Dit kan verklaard worden door het nachtleven, waar sommige mensen zich onveilig kunnen voelen in het donker of door bijvoorbeeld ruzies.

Uitgaansgelegenheden scoren negatief op het zesde kenmerk (rustgevend of stressvol). De overige plekken worden gezien als rustgevend. Alleen de categorie winkelcentra scoort rond het nulpunt. Hier wordt eveneens drukte ervaren door respondenten, bijvoorbeeld een winkelstraat. De uitgaansgelegenheden scoorden zoals gezegd negatief op dit kenmerk, wat betekent dat deze plekken worden ervaren als stressvol. Dit komt overeen met kenmerk 7 (veel of weinig drukte). Uitgaansgelegenheden worden gezien als druk. Alleen de categorie 'anders' en natuurgebieden scoren op dit kenmerk positief, hier wordt weinig drukte ervaren. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de favoriete plekken van respondenten gekenmerkt door drukte en de aanwezigheid van andere personen. Ondanks het feit dat er niet veel

waarde wordt gehecht aan de andere aanwezigen op de favoriete plek (paragraaf 5.6) blijken de plekken (onbewust) wel gekenmerkt te worden door de aanwezigheid van anderen.

De volgende twee kenmerken (8, beschut/open en 9, binnen/buiten) blijken wel per soort plek te verschillen. Alleen uitgaansgelegenheden en de categorie 'anders' worden gekenmerkt door een beschut karakter, terwijl de overige favoriete plekken een open karakter hebben. Natuurgebieden daarentegen worden (vanzelfsprekend) aangeduid als plekken die compleet buiten gelegen zijn. Dit gaat ook op voor sportfaciliteiten (zoals voetbalvelden) en winkelcentra (winkelstraten in een binnenstad).

Tot slot, het laatste kenmerk (10, stedelijk/landelijk). Hier scoren alleen natuurgebieden negatief op. Dit houdt in dat deze plekken gezien worden als meer landelijk dan stedelijk. Dit was vooraf ook wel een verwachte uitkomst. Met name winkelcentra en uitgaansgelegenheden worden als sterk stedelijk gezien. Terwijl de overige favoriete plekken tussen 0 en 1 zitten, een enigszins stedelijk karakter.

Er is wederom een Kruskal Wallis toets uitgevoerd om te kijken of de verdelingen significant van elkaar verschillen (zie Tabel 5.14). Ook hier gaat het om een niet-gepaarde steekproef met een niet normale verdeling.

Na het uitvoeren van deze toets blijken er geen significante verschillen bestaan bij de kenmerken 4 en 8, oftewel een gemoedelijke/afstandelijke sfeer en of de plekken open/beschut zijn. Deze waarden zijn groter dan 0,05 waardoor de nulhypothese niet verworpen wordt. De soorten favoriete plekken verschillen (op deze twee kenmerken) niet significant van elkaar. Verder kan met 95% zekerheid gesteld worden dat de gemiddelden van de kenmerken tussen de verschillende soorten favoriete plaatsen significant van elkaar verschillen.

5.7.2 Conclusie

Deze laatste paragraaf heeft gekeken naar de verschillende kenmerken die mogelijk van invloed zijn op de gevoelens van de respondenten. Wederom blijken de categorieën van elkaar te verschillen. Zo worden de plekken esthetisch (uiterlijke schoonheid) anders beoordeeld. In het geval van natuurgebieden en winkelcentra is uiterlijk wel van invloed op de gevoelens van de respondenten. In de overige gevallen blijkt de invloed van de gebouwde/natuurlijk omgeving minder groot. Met name het gezelschap waarin de respondenten zich bevonden ten tijde van het bezoek aan de favoriete plek blijkt bij alle categorieën plekken een positieve invloed te hebben. De kenmerken verschillen dus per categorie. Op elke soort favoriete plek blijken verschillende kenmerken de gevoelens van respondenten te beïnvloeden.

5.8 Regressie Analyses

In dit hoofdstuk zijn de diverse elementen toegelicht en getoetst die in de enquête zijn bevraagd. Zowel de Flourishing Scale (de behoeften) als de SPANE (emoties) zijn ook toegelicht in paragrafen 5.4 en 5.5. In deze paragraaf wordt bekeken welke kenmerken de meeste invloed hebben op het vervullen van behoeften en emoties van de respondenten op de favoriete plekken. In Tabel 5.15 zijn de variabelen weergegeven die toegevoegd zijn voor de regressieanalyse.

Tabel 5.15 -Variabelen toegevoegd aan regressieanalyse

Geslacht Respondent	Sociaal contact gezocht Plek ?
Leeftijd Respondent	Bezoek Plek vanwege aanwezigheid voorzieningen?
Woonplaats Respondent	Veel of weinig groen
Woonsituatie Respondent	Mooi of lelijk
Niveau van Studie	Levendig of saai
Bachelor of Master	Gemoedelijk of afstandelijk
Studiejaar	Veilig of onveilig
Categorie van Plek	Rustgevend of stressvol
Frequentie van bezoek Plek	Weinig of veel drukte
Duur Bezoek Plek	Beschut of open
Afstand naar Plek	Binnen of buiten
Hoe plek bereikt?	Stedelijk of landelijk
Met wie plek 1 bezocht?	

5.8.1 Regressie analyse Flourishing Scale

Hier zal worden gekeken naar de kenmerken die de meeste invloed uitoefenen op de Flourishing Scale. De variabelen die gericht zijn op de persoonlijke kenmerken van de respondenten zullen hiervoor gebruikt worden, maar ook onder andere de kenmerken van de locatie wordt meegenomen in deze regressie analyse. Dit zal gebeuren aan de hand van persoonlijke kenmerken van de respondenten (leeftijd, geslacht, woonsituatie etc.) en onder andere de kenmerken van de locatie (binnen of buiten, mooi of lelijk etc., afstand en frequentie bezoek). De uitvoertabellen van deze regressie analyse zijn voor u terug te vinden in Bijlage 5. In de ANOVA tabel is een overschrijdingskans van 0,000 terug te vinden, hierdoor mag met 99% zekerheid gesteld worden dat het model significant is en dat het model bruikbaar is. En er mag op basis van de tabellen uitspraken gedaan worden die statistisch significant zijn. In Tabel 5.16 wordt de regressietabel van de Flourishing scale weergegeven. De correlatiecoëfficiënt (R square) bedraagt in dit model 0,444. Kortom, de toegevoegde variabelen verklaren voor 44% de scores op de Flourishing Scale.

Tabel 5.16 – Regressie tabel Flourishing Scale

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,667 ^a	,444	,290	3,972

In Tabel 5.15 zijn de variabelen terug te vinden die toegevoegd zijn om te onderzoeken welke een significante invloed hebben op de afhankelijke variabele (in dit geval de score op de Flourishing Scale). Daarnaast is er in de kolom Beta de relatieve invloed van de variabele terug te vinden (Tabel 5.17). De dikgedrukte variabelen hebben een significante invloed op de score op de Flourishing scale.

Tabel 5.17 - Significante per variabele regressie analyse Flourishing Scale

	Betà	Sig.		Betà	Sig.
Geslacht Respondent	0,029	0,758	Sociaal contact gezocht Plek 1?	0,217	0,028
Leeftijd Respondent	0,037	0,701	Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?	0,04	0,672
Woonplaats Respondent	-0,373	0,011	Veel of weinig groen 1	0,156	0,214
Woonsituatie Respondent	-0,156	0,232	Mooi of lelijk 1	0,009	0,935
Niveau van Studie	-0,079	0,465	Levendig of saai 1	-0,061	0,622
Bachelor of Master	-0,102	0,391	Gemoedelijk of afstandelijk 1	0,249	0,036
Studiejaar	-0,063	0,555	Veilig of onveilig 1	0,005	0,959
Categorie van Plek 1	-0,13	0,227	Rustgevend of stressvol 1	0,196	0,101
Frequentie van bezoek Plek 1	-0,109	0,249	Weinig of veel drukte 1	0,016	0,883
Duur Bezoek Plek 1	0,213	0,032	Beschut of open 1	0,097	0,3
Afstand naar Plek 1	0,068	0,534	Binnen of buiten 1	0,118	0,311
Hoe plek 1 bereikt?	0,086	0,321	Stedelijk of landelijk 1	-0,053	0,624
Met wie plek 1 bezocht?	0,175	0,058			
	a. Dependent Variable: FlourishingScale				

Met een Beta waarde van -3,73 heeft de woonplaats een negatieve invloed op de score van de Flourishing Scale. In Utrecht woonachtige respondenten scoorden hier gemiddeld 7,41 op terwijl respondenten die niet in Utrecht wonen gemiddeld 5,98 scoren op de Flourishing Scale. De behoeften die vervuld en doelen die nagestreefd worden op de favoriete plekken blijken minder positief onder studenten die buiten Utrecht wonen. Een mogelijke verklaring hiervoor kan zijn dat respondenten die op zichzelf in Utrecht wonen al zeer positief in het leven staan vanwege hun studententijd. Het subjectieve welzijn van de respondent (dus hoe gelukkig en tevreden hij of zij is met het leven) kan invloed hebben op de beleving van de favoriete plekken.

De overige drie variabelen hebben een positieve invloed op de scores van de Flourishing Scale. Hieruit blijkt dat de duur van een bezoek aan de favoriete plek een positieve invloed heeft. Hoe langer het bezoek aan de favoriete plek duurt, des te positiever de score is op de schaal. Mensen die bewust op zoek gaan naar sociaal contact oordelen scoren ook hoger (8,17 om 5,34). De laatste variabele die invloed heeft betreft de sfeer die er op de favoriete plek hangt. Een gemoedelijke sfeer draagt uiteindelijk bij aan een hogere score.

5.8.2 Regressie analyse Flourishing Scale per factor

In paragraaf 5.8.2 is de gehele Flourishing Scale geanalyseerd met behulp van een regressie analyse. Deze paragraaf volgt dezelfde handelingen, echter wordt hier per factor gekeken naar de variabelen die hier de meeste (significante) invloed op hebben. Wederom zijn de dikgedrukte waarden van significante invloed op de daarbij behorende factoren (zie Tabel 5.18). Het model dat toebehoort aan factor 3 (afleiding) blijkt niet significant te zijn, deze wordt dan ook niet mee genomen in deze paragraaf. Alle uitvoertabellen zijn terug te vinden in Bijlage 8.

Tabel 5.18 - Significante per variabele regressie analyse per factor

	Sociaal contact, respect en welzijn	Sociaal contact, respect en welzijn	Zinvol leven/uitdagingen	Zinvol leven/uitdagingen	Rust en stressvolle situaties	Rust en stressvolle situaties
	Beta	Sig.	Beta	Sig.	Beta	Sig.
Geslacht Respondent	-0,142	0,070	0,107	0,266	0,151	0,091
Leeftijd Respondent	-0,050	0,541	0,078	0,437	-0,003	0,974
Woonplaats Respondent	-0,323	0,009	-0,198	0,190	-0,066	0,635
Woonsituatie Respondent	-0,117	0,287	-0,127	0,350	0,049	0,696
Niveau van Studie	-0,085	0,350	0,053	0,639	-0,139	0,183
Bachelor of Master	0,009	0,924	0,027	0,827	-0,132	0,246
Studiejaar	-0,033	0,713	-0,214	0,055	0,065	0,524
Categorie van Plek 1	0,128	0,158	-0,128	0,255	-0,175	0,092
Frequentie van bezoek Plek 1	-0,090	0,259	-0,261	0,009	0,099	0,276
Duur Bezoek Plek 1	0,199	0,018	0,125	0,222	0,040	0,673
Afstand naar Plek 1	-0,037	0,684	0,117	0,303	0,013	0,901
Hoe plek 1 bereikt?	0,015	0,836	0,003	0,970	0,132	0,114
Met wie plek 1 bezocht?	0,326	0,000	-0,106	0,267	-0,088	0,319
Sociaal contact gezocht Plek 1?	0,319	0,000	-0,087	0,394	0,043	0,646
Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?	-0,007	0,928	0,156	0,118	-0,162	0,079
Veel of weinig groen 1	0,062	0,553	0,283	0,032	0,197	0,103
Mooi of lelijk 1	-0,003	0,974	-0,202	0,073	0,239	0,022
Levendig of saai 1	-0,029	0,782	0,044	0,728	-0,180	0,130
Gemoedelijk of afstandelijk 1	0,286	0,005	-0,202	0,101	0,196	0,085
Veilig of onveilig 1	-0,051	0,562	0,072	0,511	-0,071	0,485
Rustgevend of stressvol 1	0,074	0,456	-0,015	0,904	0,223	0,052
Weinig of veel drukte 1	-0,033	0,721	0,215	0,064	0,113	0,288
Beschut of open 1	0,092	0,240	0,182	0,062	-0,090	0,313
Binnen of buiten 1	0,067	0,492	0,135	0,262	0,150	0,178
Stedelijk of landelijk 1	-0,192	0,038	-0,022	0,849	0,068	0,515

Tabel 5.18 geeft de variabelen weer die zijn gebruikt voor de regressieanalyse per factor. De Factor die ingaat op sociaal contact, respect en welzijn wordt significant beïnvloed door de woonplaats van de respondent (negatief). De overige variabelen met een positieve invloed zijn: de duur van het bezoek aan deze plek, met wie de plek bezocht wordt, of er specifiek

naar sociaal contact gezocht wordt en of de sfeer gemoedelijk of afstandelijk is. In totaal wordt bijna 61% van de variantie verklaart door de toegevoegde variabelen (Tabel 5.19).

Factor 2, een zinvol leven en uitdagingen heeft slechts twee significante variabelen. In totaal verklaren de toegevoegde variabelen hier 40% van de variantie. Frequentie van het bezoek aan de favoriete plek en of er veel of weinig groen is op de favoriete plekken blijken hier een significante invloed op te hebben (beiden positief). Kortom, hoe groener de omgeving en langer het bezoek aan de favoriete plek des te meer de behoefte aan een zinvol leven en/of uitdagingen wordt voldaan.

Als laatste factor 4, rust en het aankunnen van stressvolle situaties. Het model wordt hier voor bijna 49% verklaard door de toegevoegde variabelen. Er blijkt slechts één variabele een significante invloed hierop uit te oefenen, namelijk of de omgeving als mooi of lelijk wordt ervaren. Zo kan gesteld worden dat hoe mooier favoriete plek wordt beoordeeld des te makkelijker wordt de behoefte aan rust en het aankunnen van stressvolle situaties vervuld. In een lelijke omgeving blijkt dit minder goed te kunnen dan wanneer een persoon een gebied heel mooi vindt. Zo is uit meerdere analyses gebleken dat natuurgebieden een positieve uitwerking hebben op mensen en dat ze hier makkelijker in staat zijn om tot rust te komen.

Tabel 5.19 - Verklaarde variantie per factor

	Sociaal contact, respect en welzijn	Zinvol leven/uitdagingen	Rust en stressvolle situaties
Verklaarde variantie	0,608	0,400	0,489

5.8.3 Regressie analyse SPANE Schaal

Ook hier wordt gekeken naar de invloed van verschillende variabelen (Tabel 5.15) op de emoties van de respondenten.

De uitvoertabellen van deze regressie analyse zijn wederom terug te vinden in Bijlage 5. In de ANOVA tabel is een overschrijdingskans van 0,042 terug te vinden, met andere woorden het hele model is in dit geval significant. Er mag op basis van de tabellen uitspraken gedaan worden die statistisch significant zijn.

Tabel 5.20 – Regressie tabel SPANE schaal

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,563 ^a	,317	,127	3,69559

Tabel 5.20 geeft de correlatiecoëfficiënt (R Square) weer. Deze bedraagt 0,317 wat betekent dat bijna 32% van de variantie in de tabel wordt verklaard door de toegevoegde onafhankelijke variabelen. In Bijlage 5 is ook de *Coefficients* terug te vinden. Hieruit blijken twee toegevoegde variabelen een significante invloed te hebben op de scores van de SPANE schaal. Zo zijn alleen de variabelen *de woonplaats van de respondenten* (Sig. 0,018) en *Hoe de plek is bereikt* significant (Sig. 0,024).

Deze *Coefficients* tabel geeft ook de Beta waarde van elke onafhankelijk variabele weer (het relatieve belang van de betreffende variabele). Kijkende naar de Beta waarden van deze twee variabelen heeft de woonplaats een waarde van -0,386 en de manier van bereiken 0,219. De woonplaats heeft dus relatief gezien het meeste invloed op het gevoel van de respondenten, hetzij een negatieve invloed. Hieruit blijkt dat studenten die niet in Utrecht wonen gemiddeld 16,48 scoren op de SPANE schaal. Studenten die wel in Utrecht wonen scoorden gemiddeld 18,38 op deze schaal.

5.8.4 Conclusie

Hierboven zijn de Flourishing Scale en de SPANE-schaal getoetst welke variabelen uiteindelijk de meeste invloed hebben op deze twee schalen. In beide gevallen bleek de woonplaats van de respondent (in Utrecht of elders) een negatieve invloed uit te oefenen op de scores van de respondenten. De scores van de respondenten zijn lager wanneer de respondenten niet woonachtig zijn in Utrecht. Een mogelijke verklaring vanuit de literatuur is het zogenaamde subjectieve welzijn. Dit betreft de tevredenheid van een persoon over zijn of haar leven (van Beuningen & Kloosterman, 2011, p. 85). Met name sociale contacten zouden een positieve uitwerking hier op hebben. Mogelijk hebben studenten wonende in Utrecht een (nog) actiever sociaal leven dan studenten die nog thuis wonen, waardoor de ervaringen op de favoriete plekken positiever worden ervaren. Ook zijn studentensteden, zoals Utrecht, levendiger van aard waardoor studenten mogelijk sneller in hun behoeften zijn voorzien.

6. Gehechtheid aan favoriete plekken

In hoofdstuk 5 zijn de kenmerken uit de enquête vergeleken en getoetst per categorie favoriete plek. Ook zijn de opvallendste uitkomsten hier behandeld. In dit hoofdstuk wordt het laatste element uit de enquête toegelicht. Namelijk de gehechtheid van de respondenten aan hun favoriete plekken.

6.1 Gehechtheid aan favoriete plekken per categorie

Om de gehechtheid te meten is gekozen voor een schaal die loopt van -2 (helemaal niet) tot 2 (heel erg). Dit wordt wederom tussen de soorten favoriete plekken vergeleken.

Tabel 6.1 - Gehechtheid aan favoriete plekken

	Sportfaciliteit	Natuurgebieden	Winkelcentra	Uitgaansgelegenheden	Anders	Totaal
Helemaal niet	1	0	0	0	0	1
Nauwelijks	0	1	0	5	3	9
Neutraal	10	5	5	6	4	30
Erg	14	8	13	8	7	50
Heel erg	1	2	1	8	0	12
Totaal	26	16	19	27	14	102

Uit Tabel 6.1 valt af te lezen dat slechts 10 van de 102 respondenten aan heeft gegeven helemaal niet of nauwelijks gehecht te zijn (geraakt) aan zijn/haar favoriete plekken. Uiteindelijk hebben 14 respondenten de vraag niet ingevuld. Een mogelijke verklaring hiervoor is het feit dat een respondent slechts twee plekken in heeft gevuld en daarom deze vragen aan het einde van de enquête hebben gemist, ook gaven enkele respondenten aan dat het teveel tijd kostte waardoor ze dit niet hebben ingevuld. De gemiddelde scores per categorie zijn weergegeven in Tabel 6.2

Er is een toets uitgevoerd om te kijken of de gemiddelde waardering tussen de soorten favoriete plek significant van elkaar verschillen. Hieruit blijkt een overschrijdingskans van 0,510, aangezien dit groter is dan het significantieniveau van 0,05 wordt de nulhypothese niet verworpen en blijken de gemiddelden per soort favoriete plek niet significant van elkaar te verschillen.

Tabel 6.2 - Gemiddelde gehechtheid per categorie favoriete plek

Gemiddelde gehechtheid	
Sportfaciliteit	0,54
Natuurgebieden	0,69
Winkelcentra	0,79
Uitgaansgelegenheden	0,70
Anders	0,29
Gemiddeld	0,60

De gemiddelden verschillen niet significant van elkaar, ondanks het feit dat de categorie 'anders' gemiddeld 0,29 is. Het meest gehecht raken de mensen aan winkelcentra, natuurgebieden en uitgaansgelegenheden. Er kan geconcludeerd worden dat ondanks de verschillen tussen de gemiddelden, respondenten wel gehecht zijn geraakt aan hun favoriete plekken.

Omdat uit statistische toetsing is gebleken dat er geen significante verschillen bestaan tussen de categorieën favoriete plekken wordt er in de komende deelparagrafen gekeken naar andere variabelen. Zo wordt er gekeken of de gehechtheid aan favoriete plekken verschilt tussen mannen en vrouwen en of er statistische verschillen bestaan tussen de woonsituaties van de respondenten.

6.2 Gehechtheid en geslacht

Het is eveneens interessant om te onderzoeken of er verschillen bestaan in gehechtheid aan de favoriete plekken tussen mannen en vrouwen. Omdat het hier om een toets gaat die 2 verdelingen vergelijkt en waarbij de verdeling niet normaal verdeeld is wordt er gebruik gemaakt van een niet-parametrische toets. Daarnaast wordt er gebruik gemaakt van de *Mann-Whitney toets*, deze kijkt aan de hand van de verdeling van de twee groepen (in dit geval mannen en vrouwen) of de verdeling gelijk is (de Vocht, 2009, pp. 238 – 239).

Uit deze toets blijkt een overschrijdingskans van 0,464. Oftewel de nulhypothese (er is geen verschil tussen de groepen) wordt niet verworpen en kan er geconcludeerd worden dat er geen significante verschillen bestaan tussen mannen en vrouwen kijkende naar de gehechtheid aan de favoriete plekken. De gehechtheid aan favoriete plekken van mannen en vrouwen is statistisch gezien gelijk aan elkaar.

Tabel 6.3 - Mann-Whitney test gehechtheid en geslacht

	Geslacht
Mann-Whitney U	1542,000
Wilcoxon W	2973,000
Z	-,733
Asymp. Sig. (2-tailed)	,464
a. Grouping Variable: Geslacht Respondent	

6.3 Gehechtheid en woonsituatie

Nu er geconcludeerd kan worden dat er geen significante verschillen bestaan tussen geslacht en de verschillende soorten favoriete plekken wordt er nu gekeken of er wel significante verschillen bestaan tussen de woonsituatie van de respondenten en de gehechtheid aan hun favoriete plekken.

Omdat het hier om meerdere wooncategorieën gaat wordt er wederom gebruik gemaakt van een Kruskal-Wallis toets, ook nu is de verdeling niet normaal verdeeld. De overschrijdingskans die uit deze toets komt is wederom groter dan het significantieniveau van 0,05. Dus ook hier wordt de nulhypothese niet verworpen wat betekent dat er geen significante verschillen bestaan tussen de woonsituaties en de gehechtheid van de respondent aan zijn of haar favoriete plekken. Ook hier is de gehechtheid aan de favoriete plekken niet verschillend tussen de verschillende woonsituaties van de respondenten.

Tabel 6.4 - Mann-Whitney toets gehechtheid en woonsituatie

	Woonsituatie
Chi-Square	2,819
df	4
Asymp. Sig.	,589
a. Kruskal Wallis Test	

7. Conclusies

Dit hoofdstuk focust zich op de beantwoording van onderzoeksvraag die centraal staat in dit onderzoek. De hoofdvraag was als volgt geformuleerd:

“Wat zijn de favoriete plekken van studenten? En welke aspecten zijn bepalend in de erkenning van een plek als favoriet?”

Om deze vraag zo volledig mogelijk te beantwoorden zijn er vier deelvragen opgesteld:

1. Hoe en waarom worden favoriete plekken gebruikt ?
2. Over welke fysieke kenmerken beschikken de verschillende typen favoriete plekken?
3. Wat is de sociale context van verschillende typen favoriete plekken?
4. Hoe worden deze favoriete plekken ervaren door de respondenten?

In de loop van dit hoofdstuk zullen allereerst de vier deelvragen worden beantwoord, tot slot wordt er een antwoord gegeven op die hoofdvraag die centraal staat in dit onderzoek. De conclusies worden gebaseerd op de bevindingen die u in het resultatenhoofdstuk heeft kunnen lezen.

Omdat het een verkennend onderzoek is naar verschillende kenmerken van favoriete plekken is vooral gebruik gemaakt van beschrijvende statistiek waarin verschillende aspecten met elkaar worden vergeleken. Er wordt verder wel naar de toetsen verwezen, met af en toe een enkele toetswaarde in de tekst. Maar over het algemeen zijn de uitvoertabellen terug te vinden in de bijlagen.

7.1 Hoe worden de favoriete plekken gebruikt door studenten?

De eerste deelvraag richt zich op hoe de favoriete plekken worden gebruikt door studenten. Deze deelvraag focust zich vooral op de functionele aspecten van de favoriete plekken, zoals de frequentie en duur van het bezoek aan de favoriete plekken. Maar ook de afstand, vervoersmiddel(en) en ondernomen activiteiten zullen aan bod komen, evenals de voorzieningen die wel of niet aanwezig zijn op de favoriete plekken.

Uit het onderzoek is gebleken dat er verschillen zijn tussen de categorieën favoriete plekken die gehanteerd zijn tijdens dit onderzoek. Echter blijken er geen aantoonbare verschillen te zijn tussen de soorten favoriete plekken en het vervoersmiddel dat is gebruikt om deze plekken te bereiken. Ook de afstand die werd afgelegd om een favoriete plek te bereiken is. De fiets was met een grote meerderheid het populairste vervoersmiddel onder de respondenten. Dit is in overeenstemming met het onderzoek van Clark & Uzzell (2002, p. 96). Één van de belangrijkste 'affordances' waaraan een favoriete plek moet voldoen is namelijk de bereikbaarheid. Qua afstand liggen de favoriete plekken ook relatief dicht bij huis. Een groot gedeelte van de plekken bleek op maximaal vijf kilometer van de favoriete plek te liggen. Alleen de sportfaciliteiten en 'anders' worden gekenmerkt door een grotere afstand die in ongeveer 40% van de gevallen zijn afgelegd. Dit kan verklaard worden door de sportverenigingen waar respondenten ondanks hun verhuizing naar Utrecht nog lid van zijn. Het zelfde geldt voor huizen van ouders en vrienden die op een grote afstand van de stad Utrecht kunnen liggen. Het SCP (2006, pp. 55 – 56) geeft aan dat vooral kinderen en tieners vaak sterk gebonden zijn aan de buurt. Uit dit onderzoek is gebleken dat het voor studenten ook in zekere zin het geval is. De favoriete plekken liggen op relatief dichte afstand van de woning.

Tevens is de duur van een bezoek en de frequentie van bezoek aan de favoriete plekken onderzocht. Hier bleken wederom significante verschillen te bestaan. Natuurgebieden worden het minst lang bezocht. Meer dan 50% van de respondenten die natuurgebieden hebben ingevuld bleven hier maximaal 90 minuten. Dit in tegenstelling tot uitgaansgelegenheden en 'anders', de respondenten bleken hier vaak meer dan 120 minuten te besteden. Ook hoe vaak een favoriete plek wordt bezocht verschilt tussen de categorieën. Wederom natuurgebieden worden relatief gezien het minst vaak bezocht. Terwijl vooral sportfaciliteiten en 'anders' meerdere keren per week bezocht worden door de respondenten.

Er blijken eveneens significante verschillen te bestaan tussen de categorieën plekken en of deze bezocht zijn vanwege de aanwezigheid van voorzieningen. Natuurgebieden en de categorie 'anders' worden niet gekenmerkt door de voorzieningen. De overige categorieën wel, bijvoorbeeld een sportveld, kantine bij de sportfaciliteiten. Winkelcentra vanwege de winkels en horeca. Uit de enquête resultaten blijkt dat respondenten die niet dusdanig worden beïnvloed door de aanwezigheid van voorzieningen over het algemeen wel waarde hechten aan sociale kenmerken van de favoriete plek. Dit komt wederom overeen met het onderzoek van Clark & Uzzell, (2002, p. 96) waarin wordt gesteld dat de aanwezigheid van andere personen ook een belangrijke 'affordance' is voor een plek.

In het onderzoek van Wallenius (1999, p. 132) is onderzocht in hoeverre levensfase bepalend is voor de het gebruik van favoriete plekken. Hier werd er vanuit gegaan dat het gedrag van (in dit geval) studenten gekenmerkt wordt door hun levensfase en dat dit ook ruimtelijk terug te zien is. Uit dit onderzoek komt dit ook duidelijk naar voren. Zo zijn vooral sportfaciliteiten, de categorie 'anders' (zoals huizen van vrienden) en uitgaansgelegenheden populair. Ook het gedrag (in de vorm van activiteiten) vertoont deze kenmerken. Veel respondenten gaven aan graag een biertje te drinken, met vrienden af te spreken en/of te sporten.

Bovendien vertoont dit onderzoek overeenkomsten met de *theory of affordances*. De favoriete plekken moeten beschikken over kenmerken waardoor bepaald gedrag gestimuleerd wordt. Ook de behoeften van respondenten verschillen per categorie favoriete plek. Uit de Flourishing Scale is gebleken dat mensen met verschillende behoeften ook verschillende favoriete plekken zullen bezoeken. Wanneer een persoon behoefte heeft aan *places of retreat* of zichzelf op wil laden, zal een respondent eerder een natuurgebied bezoeken (Ettema & Smajic, 2013, p. 2 ; Korpela 1996, pp. 221 – 222). De behoefte aan plezier en vermaak wordt vooral vervuld in uitgaansgelegenheden. Winkelcentra worden vooral gebruikt als er behoefte is aan afleiding.

Kortom, de verschillende soorten favoriete plekken blijken na onderzoek ook gebruikt te worden om verschillende redenen. Zo spelen de behoeften van respondenten op een bepaald moment een rol in de keuze voor een favoriete plek. Wel liggen de favoriete plekken over het algemeen op een relatief kleine afstand waardoor deze plekken eenvoudig en snel te bereiken zijn (voornamelijk de fiets).

De behoeften van studenten zijn in dit onderzoek geformuleerd en geanalyseerd aan de hand van de Flourishing Scale. Uiteindelijk is door een regressie analyse gekeken welke elementen van de favoriete plek de meeste invloed uitoefenen op de behoeften van de respondenten. Zo blijkt de woonplaats van een respondent van significante invloed op de behoeftevervulling van de studenten. Studenten die aangaven in Utrecht te wonen scoorden positiever dan studenten die elders wonen. Mogelijk zijn de 'affordances' van de stad Utrecht geschikter voor studenten om zichzelf in behoeften te kunnen voorzien dan andere steden/dorpen.

De lengte van het bezoek en of er bewust op zoek is gegaan naar sociaal contact bleken een significante invloed uit te oefenen op de behoeftevervulling van de respondenten. Vermoedelijk worden de studenten dusdanig in hun behoeftevervulling voorzien dat er alsmear meer tijd op een favoriete plek wordt besteed. Ook blijkt sociaal contact een positieve uitwerking te hebben op de behoeften van de respondenten. Diener, Suh, Lucas & Smith (1999, p. 277) bevestigen dit ook in hun onderzoek. Sociale contacten blijken een positieve uitwerking te hebben mensen. Het subjectieve welzijn van personen wordt dus positief beïnvloed door het hebben van voldoende sociale contacten. In deelvraag 3 zal hier dieper op in gegaan worden.

7.2 Over welke fysieke kenmerken beschikken de verschillende typen favoriete plekken?

Deze deelvraag zal dieper ingaan op de fysieke kenmerken die kenmerkend zijn voor de favoriete plekken van de studenten die meegewerkt hebben aan dit onderzoek. Hier zal worden gekeken naar de beoordeling van de omgeving en waar de plekken gelegen zijn.

Waar de favoriete plekken gelegen zijn is al toegelicht en afgebeeld in figuren 5.1 en 5.2. Dit komt enigszins overeen met de afstand die men bereid is af te leggen om de favoriete plekken te bezoeken. Bij deelvraag 1 was dit al vastgesteld op maximaal vijf kilometer. Omdat de meeste studenten in Utrecht bleken te wonen (in een studentenhuys) is het niet verassend dat de favoriete plekken ook in de buurt van Utrecht, of in Utrecht gelegen zijn.

Er is ook onderzoek gedaan naar de kenmerken van de omgeving. Hoe de studenten de omgeving beoordeelden tijdens hun laatste bezoek. Dit waren de volgende kenmerken:

- | | |
|--|----------------------------|
| 1. Veel of weinig groen | 6. Rustgevend of stressvol |
| 2. Mooi of lelijk | 7. Weinig of veel drukte |
| 3. Levendig of saai/eentonig | 8. Beschut of open |
| 4. Gemoedelijke of afstandelijke sfeer | 9. Binnen of buiten |
| 5. Veilig of onveilig | 10. Stedelijk of Landelijk |

In Tabel 5.14 zijn de gevonden waarden per omgevingskenmerk terug te vinden. Na statistische toetsing bleken er op alle kenmerken behalve kenmerken 4 (gemoedelijke of afstandelijke sfeer) en 8 (beschut of open) significante verschillen te bestaan. Zo verschillen natuurgebieden vooral op kenmerken 1, 6 en 7 sterk van de overige favoriete plekken. Deze favoriete plekken zijn aanzienlijk mooier, groener, rustgevender en rustiger dan de overige categorieën. Dit komt overeen met het eerder aangehaalde onderzoek van Korpela et al. (2009, p. 95 – 98) waarin een rangschikking van vijf plaatsen is opgesteld die het beste functioneren wanneer een persoon behoefte heeft aan rust en zichzelf opladen. Overeenkomstig met het onderzoek van Korpela blijkt ook in dit onderzoek Natuurgebieden (waaronder stadsparken) favoriet te zijn voor deze behoeften.

Bezoekers van uitgaansgelegenheden en winkelcentra gaven aan dat deze plekken gekenmerkt worden door drukte. Paragraaf 2.6.2 geeft een hiërarchie van favoriete soorten plekken weer (Korpela et al., 2009, pp. 95 – 98). De uitgaansgelegenheden en winkelcentra worden tot de nummer 5 (indoor and outdoor urban areas) gerekend. Wanneer dit gekoppeld wordt aan de levensfase van studenten blijkt dit samen te vallen. Volgens het CBS (2003, pp. 114 – 115) heeft deze doelgroep namelijk behoefte aan actieve en levendige plekken zoals in uitgaansgelegenheden en winkelcentra. Deze behoeften worden dus voornamelijk in uitgaansgelegenheden en winkelcentra vervuld.

Op veiligheid scoren alle favoriete plekken positief (gemiddeld 0,7 waarbij 2 het maximum is). De veiligheid wordt het minst positief beoordeeld bij uitgaansgelegenheden. Dit kan mogelijk verklaard worden door negatieve ervaringen van respondenten door bijvoorbeeld geweld of overmatig alcoholgebruik.

Kortom, de fysieke kenmerken van de categorieën favoriete plekken worden wel degelijk anders beoordeeld. Dit wordt bevestigd door het onderzoek van Clark & Uzzell (2002, p. 96) waarin de fysieke kenmerken van invloed bleken te zijn voor de *theory of affordances*, de fysieke elementen van een favoriete plek moet mogelijkheden bieden aan personen om hun behoeften te kunnen vervullen en bepaalde acties te kunnen ondernemen.

7.3 Wat is de sociale context van verschillende typen favoriete plekken?

De derde deelvraag die behandeld wordt richt zich op de sociale kenmerken van de favoriete plekken. Ook hier is in de enquête onderzoek naar gedaan. Het betreft hier met wie de plekken werden bezocht, of er bewust op zoek is gegaan naar sociaal contact. Maar ook de uitspraken uit de Flourishing Scale die hieraan gerelateerd zijn worden in deze conclusie toegelicht.

Uit de analyse is gebleken dat de favoriete plekken vooral in het bijzijn van vrienden wordt bezocht/gebruikt. Natuurgebieden en winkelcentra bleken in verhouding tot de andere categorieën vaker met familie of alleen bezocht te worden. Onder overig hebben enkele respondenten aangegeven deze plekken met teamgenoten of collega's te hebben bezocht. Opvallend is het lage percentage van de favoriete plekken die met studiegenoten bezocht zijn. Studenten gaan vooral om met vrienden in hun vrije tijd en niet zozeer met medestudenten. Wel kunnen studiegenoten uitgroeien tot vrienden. Statistische toetsing wees uit dat er significante verschillen bestaan tussen de categorieën favoriete plekken. Zo worden sportfaciliteiten en uitgaansgelegenheden vooral vertegenwoordigd door het bezoek met vrienden (bijna 75%).

Daarnaast is onderzocht of de respondenten deze plekken bewust bezoeken om sociale contacten op te doen en/of te onderhouden. Er is wederom per soort favoriete plek gekeken of er wel of geen behoefte aan is. De respondenten die sportfaciliteiten, natuurgebieden en winkelcentra als favoriete plek hebben ingevuld blijken minder behoefte te hebben aan sociaal contact te hebben met andere mensen. Minimaal 50% van de respondenten uit deze groepen wilde dit niet. Veel genoemde reden was het feit dat sporten voor iemand zelf was, terwijl anderen aangaven al in het gezelschap van anderen te verkeren en daarom geen behoefte aan anderen hadden. Dit is wel opvallend gezien het gegeven dat sportfaciliteiten in veel gevallen met vrienden worden bezocht. De categorieën 'anders' en uitgaansgelegenheden daarentegen worden wel bezocht voor het sociale contact. Veel vonden dit passen bij het uitgaan, en wilde hier nieuwe mensen leren kennen. Ondanks de verschillen tussen de categorieën bleken deze na toetsing niet statistisch significant te zijn. Verklaringen kunnen hiervoor zijn dat de vraag dubbel is opgevat, waar de ene aangaf dat hij/zij al met vrienden was schreef een ander persoon juist wel op dat er bewust op zoek is gegaan naar sociaal contact en dat er was afgesproken met bijvoorbeeld vrienden of vriendinnen. Niet elke respondent blijkt dus behoefte te hebben aan sociale contacten. Dit is wederom afhankelijk van de behoeften van mensen. Cherry (2012, p. 2) en Clark & Uzzell (2002, p. 98) stellen ook dat de behoefte aan sociale contacten kan verschillen per moment. Wel is de drang naar sociale interacties volgens deze onderzoeken tekenend voor het gebruik van de omgeving. Zo kunnen mensen zich afsluiten van de andere mensen in de sportschool door oefeningen alleen te doen. Terwijl iemand die sterk op zoek is naar sociaal contact dit relatief eenvoudig kan vinden in bijvoorbeeld uitgaansgelegenheden.

Jeffres et al. (2009) stellen dat favoriete plekken mogelijk gezien kunnen worden als *third places*. Kortom, de favoriete plekken kunnen worden gezien als plekken waar sociale interacties plaatsvinden.

Kortom, ondanks het feit dat niet alle respondenten aangaven bewust op zoek te zijn naar sociaal contact op de favoriete plekken is dit wel belangrijk in de beleving en ervaring van deze plekken. Mensen bezoeken de plekken graag in het bijzijn van anderen, en willen zich graag gerespecteerd voelen. Ook zijn ze geïnteresseerd in anderen en vinden ze sociale contacten belangrijk (ondersteunend en lonend). Dit verschilt wel per favoriete plek, maar elke favoriete plek scoort hier positief op.

7.4 Hoe worden deze favoriete plekken ervaren door de respondenten?

De laatste deelvraag gaat in op de ervaringen van de favoriete plekken door de respondenten. Er zal worden ingegaan op de bevindingen die over de emoties van de respondenten op de favoriete plekken gaan maar ook in hoeverre de behoeften/doelen van de respondenten vervuld worden op deze plekken.

In de vorige deelvragen is de behoeftevervulling per categorie favoriete plek reeds toegelicht. Uiteindelijk blijken verschillende behoeften op verschillende plekken (beter) vervuld te worden. Uit de analyses kwam naar voren dat plezier en vermaak bij alle favoriete plekken hoog scoren. De hogere elementen uit de Piramide van Maslow, zoals de behoefte aan zelfwaardering/erkenning en zelfontwikkeling (Cherry, 2012, p. 2). Lijken in eerste instantie minder sterk aanwezig onder de respondenten. Ondanks dat deze elementen niet dusdanig hoog scoren als vermaak en plezier spelen deze ook een rol in de beleving en ervaring van de studenten op hun favoriete plekken. Zo blijken respondenten die sportfaciliteiten hebben ingevuld wel degelijk uitdagingen te vinden op deze plekken. Net zoals het feit dat ze deze plekken vinden bijdragen aan een zinvol leven. Door middel van een regressie analyse is statistisch bewezen dat woonplaats, lengte van bezoek, wel/geen sociale interactie en een gemoedelijke (of afstandelijke) sfeer een significante invloed hebben op de vervulling van de behoeften en doelen van de respondenten op hun favoriete plekken.

Nu de behoeften en doelen zijn toegelicht wordt er nu gekeken naar de emoties die respondenten ervoeren op hun favoriete plekken. Hiervoor is gebruik gemaakt van de zogenaamde SPANE schaal. Hoe hoger de score, des te positiever zijn de emoties die een respondent tijdens het bezoek had. Alle categorieën bleken vrij dicht bij elkaar te liggen en het komt erop neer dat alle favoriete plekken vooral geassocieerd worden met goede gevoelens. Hier bleek uit statistische toetsen dat er geen significante verschillen bestaan tussen de gemiddelden van elke soort favoriete plek. Ook hier is een regressie analyse uitgevoerd om te kijken welke elementen uit de enquête verantwoordelijk zijn voor de beïnvloeden van de gevoelens van de respondenten. Alleen de woonplaats van de respondent (wel of niet in Utrecht) en de manier waarop de plek is bereikt van significante invloed te zijn op de scores van de SPANE schaal.

Tot slot is aan de hand van vijf kenmerken gevraagd in hoeverre de gevoelens/emoties op de favoriete plek hierdoor werden beïnvloed. De gebouwde/natuurlijke omgeving, de mensen met wie je de plek bezoekt, de mensen aanwezig en de aanwezige functies bleken een significante invloed te hebben op de verschillen van de beleving tussen de verschillende soorten favoriete plekken. Dit is ook terug te herleiden uit de kruistabellen. Zo blijkt de gebouwde of natuurlijke omgeving slechts in twee categorieën van invloed terwijl de overige drie categorieën zich hier niet door laten beïnvloeden. Gemiddeld tot weinig worden de gevoelens van de respondenten beïnvloedt door andere mensen die aanwezig zijn in de omgeving. Dit komt overeen met het feit dat 45% van de respondenten ook aangaf niet bewust op contact uit te zijn met anderen. Dit is een opvallende uitkomst vergeleken met het artikel van Clark & Uzzell (2002, p. 96) waarin werd aangegeven dat één van de drie belangrijkste 'affordances' van een plek de aanwezigheid van anderen was. Dit gaat niet op voor een groot deel van de respondenten in dit onderzoek. Een mogelijke verklaring kan zijn dat de vraag dubbel is opgevat en dat de respondenten weinig waarde hechten aan de mensen die aanwezig zijn op hun favoriete plekken omdat ze zich al in een groep bevinden.

Emotioneel gezien worden de favoriete plekken vooral geassocieerd met positieve gevoelens. Dit was te verwachten, aangezien het favoriete plekken betreft en je hier niet naar toe gaat wanneer je dit als negatief beoordeeld.

7.5 Beantwoording van de hoofdvraag

Tot slot, de beantwoording van de hoofdvraag die centraal heeft gestaan in dit onderzoek:

“Wat zijn de favoriete plekken van studenten? En welke aspecten zijn bepalend in de erkenning van een plek als favoriet?”

De favoriete plekken en de aspecten die bepalend zijn voor de erkenning van bepaalde plekken als favoriete plekken is in de vorige deelconclusie al grotendeels beantwoord. De lijst met alle favoriete plekken is terug te vinden in Bijlage 2. Uit dit onderzoek is vooral de diversiteit van favoriete plekken van studenten naar voren gekomen.

Het onderzoek heeft zich op diverse aspecten gericht zoals sociaal, functioneel en fysiek. Deze deelvragen zijn ook al beantwoord, maar uiteindelijk hebben de respondenten gewoon zin in een fijn uitje van een paar uur naar een plek waar ze graag komen. Ze ervaren deze plekken als mooi, vinden het fijn om over het algemeen in het gezelschap van anderen te zijn. Functioneel gezien is het vooral belangrijk dat de plekken goed met het openbaar vervoer maar voornamelijk met de fiets te bereiken is, hieraan gerelateerd het feit dat een groot deel van de favoriete plekken op een afstand van maximaal vijf kilometer lang (zowel van het studentenhuus als bijvoorbeeld het ouderlijk huus). Bereikbaarheid en nabijheid bleken ook een rol te spelen in de erkenning van de favoriete plekken. Ook op het gebied van voorzieningen zijn veel diverse antwoorden ingevuld, net zoals de activiteiten die op de favoriete plekken zijn uitgevoerd. Deze lijsten zijn terug te vinden in Bijlagen 4 en 6.

Ook is in de enquête gevraagd naar de kenmerken van de favoriete plekken in het algemeen. Deze is uiteindelijk ingevuld door 102 respondenten en 92 daarvan (90%) gaf aan zich wel degelijk te hechten aan zijn/haar favoriete plek(ken). Gemiddeld gezien blijken de verschillende soorten favoriete plekken hierin niet significant te verschillen. Ook tussen het geslacht en de mate van gehechtheid aan de favoriete plekken blijkt geen significant verschil te bestaan. Ook de woonsituatie van respondenten blijkt niet significant te verschillen betreffende de gehechtheid aan de favoriete plekken. Het blijkt dus dat alle respondenten in grote lijnen hetzelfde hebben geantwoord op deze vraag, ongeacht de verschillende persoonskenmerken. Mensen raken inderdaad gehecht aan hun favoriete plekken.

Als laatste is gekeken naar welke elementen invloed hebben op de waardering en gehechtheid van respondenten aan hun favoriete plekken. Vooral de sociale contacten, de behoeften van de respondenten op bepaalde momenten, de aan/afwezigheid van bepaalde functies en de bereikbaarheid/nabijheid van de favoriete plekken blijken bepalend te zijn in de waardering en de gehechtheid van de respondenten aan deze favoriete plekken. Ook speelt de emotionele toestand van de respondenten een rol hierin. Echter is uit zowel de resultaten als de conclusies gebleken dat de studenten zich (zeer) goed voelen op de favoriete plekken en dat er nauwelijks sprake is van negatieve gevoelens en ervaringen.

Kenmerkend voor deze plekken zijn daarnaast het stedelijke karakter, het weinige groen ook het levendige en drukke karakter van deze plekken. Gezelligheid, vermaak en plezier lijken belangrijke kenmerken van de favoriete plekken. Dit is in tegenspraak met de onderzoeken van Kalevi Korpela die zijn geciteerd in het theoretisch kader. Deze onderzoeker geeft vooral aan dat favoriete plekken gebruikt worden om tot rust te komen. In het geval van deze studenten blijkt dit dus voor het grootste deel niet te kloppen. Integendeel, de meeste favoriete plekken worden gekenmerkt door drukte en levendigheid. Mogelijk hebben studenten minder behoefte aan rust en meer aan sociaal contact, gezelligheid en drukte op hun favoriete plekken. Deze favoriete plekken kunnen gezien worden als *third places* waar

de sociale interacties plaatsvinden en welke geassocieerd worden met gezelligheid (Paay & Kjekdskov, 2008, p. 278).

Uit dit onderzoek zijn diverse aspecten naar voren gekomen die mogelijk gebruikt kunnen worden in de praktijk. Zo kunnen gemeenten (in dit geval Utrecht) gebruik maken van deze resultaten om zich te in te lichten over de behoeften van studenten en welke aspecten zij belangrijk achten bij de erkenning en beleving van favoriete plekken. Omdat de studenten erg belangrijk zijn voor een stad als Utrecht is het ook van belang dat deze personen tevreden worden gehouden. Door middel van dit onderzoek kan een gemeente inzicht krijgen en waar mogelijk ingrijpen om bepaalde plekken te verbeteren. Gemeenten zouden bijvoorbeeld een faciliterende rol kunnen aannemen. Zij kunnen bepaalde plekken creëren en toegankelijkheid voor bepaalde doelgroepen stimuleren (SCP, 2011, pp. 12 – 13).

8. Reflectie / Discussie

Een onderzoek loopt zelden helemaal zoals het vooraf gepland is. Daarom is het goed om te reflecteren op het onderzoek, maar ook op mijn eigen functioneren als onderzoeker. In dit hoofdstuk wordt kort stil gestaan bij de aspecten die wel goed gingen gedurende het onderzoek, maar ook de aspecten die minder goed gingen komen aan bod. Uit de mindere kanten van het onderzoeksproces kan lering getrokken worden waardoor mogelijke onderzoeken in de toekomst beter kunnen en zullen verlopen. Tot slot wordt er kort ingegaan op de (mogelijke) gevolgen van dit onderzoek voor de wetenschap en de praktijk en waar mogelijke vervolgonderzoeken zich op kunnen richten.

8.1 Wat ging goed?

Allereerst het contact met mijn begeleider, Dhr. Ettema. Gedurende het onderzoek is er continue contact geweest over de vorderingen en aandachtspunten. Dit heb ik als zeer prettig ervaren. Met name omdat mijn begeleiding gedurende de bachelorthesis niet optimaal was. Het is daarom fijn dat, zodra er vorderingen zijn gemaakt, er door je begeleider gekeken wordt of je ook daadwerkelijk in de goede richting zit. Tijdens de gesprekken kreeg ik bovendien goede (opbouwende) kritieken waar ik mee aan de slag kon.

Het uiteindelijke aantal respondenten is, naar mijn mening, ook redelijk goed geslaagd. Vooraf was ingezet op 100 en uiteindelijk hebben 116 studenten mijn enquête ingevuld. Ook de aanpassingen die ik hier continue heb moeten doen zijn denk ik redelijk tot goed geslaagd. Zo bleek het schema van de dataverzameling na dag 2 moeilijk te halen waardoor er een andere richting gekozen moest worden. Ook denk ik dat ik een groot deel van de literatuur onder heb weten te brengen in de enquête dat relevant geacht werd voor dit onderzoek.

Aan het begin van het onderzoek is gevraagd om een planning op te stellen waarin je voor jezelf deadlines stelt wanneer je welke onderdelen af wilt hebben en op wil sturen. Ik denk dat ik hierin goed geslaagd ben. Gedurende het laatste half jaar heb ik continue gezegd dat ik hem graag voor de zomervakantie af wil hebben, althans opgestuurd. Dit is in mijn ogen goed gelukt. Door privé omstandigheden zijn de deadlines soms een week opgeschoven, maar over het algemeen ben ik tevreden over de planning die ik heb aangehouden.

8.2 Wat ging minder goed?

Ondanks het feit dat ik vrij tevreden ben over hoe het onderzoek is gegaan zijn er natuurlijk altijd een aantal punten waar ik minder tevreden over ben en die ik graag anders had gezien.

Zo richt het onderzoek zich op studenten. Vooraf was aangenomen dat studenten een goed te bereiken doelgroep zou zijn en dat veel studenten bereid zouden zijn om mee te werken aan dit onderzoek. Dit viel uiteindelijk best tegen. Omdat ik de controle over de gegevensverzameling wilde behouden werden de respondenten aangesproken en wanneer deze mee wilden werken werd de enquête aan hun verstrekt. Op de gewone leslocaties, en in mindere mate in de kantine, bleken de studenten vaak druk te zijn. Ze waren aan het wachten op colleges, of wilden juist in de pauze even niet bezig zijn wat gerelateerd kan worden aan school. Omdat de respons tegenviel heb ik gedurende het onderzoek besloten een paar extra dagen aan de gegevensverzameling te besteden. Uiteindelijk heeft dit gewerkt en geresulteerd in 116 enquêtes.

Ook over de enquête zelf ben ik uiteindelijk niet geheel tevreden. Tijdens de testfase leek het invullen niet al te veel tijd te kosten. Maar tijdens het proces kreeg ik meerdere malen te horen van mede studenten dat de enquête (te) lang was. Ook was het lastig voor personen om gelijk met hun favoriete plekken te komen. Vele bleken er tijd voor nodig te hebben om erover na te denken. Uiteindelijk heb ik hier op ingespeeld en mochten er ook twee favoriete

plekken worden ingevuld. Dit vormde voor het onderzoek geen probleem, de analyses zijn uitgevoerd op de meest favoriete plekken van de respondenten.

Kijkende naar de uitkomsten van de analyses had ik persoonlijk meer verschillen verwacht tussen bijvoorbeeld de soorten favoriete plekken. Op enkele aspecten na bleken de studenten over het algemeen redelijk gelijk te scoren. Dit is mogelijk te verklaren door de locaties waar de enquêtes zijn afgenomen. Omdat de spreiding door Utrecht (zoals eerst gepland) niet haalbaar was is de focus voornamelijk gelegd op de kantine en de brug tussen het van Unnik gebouw en de Universiteitsbibliotheek. Mogelijk zijn hier veel studenten met ongeveer dezelfde kenmerken waardoor de resultaten ook enigszins gelijk blijken te zijn.

8.3 Vervolgonderzoek?

Is er na dit onderzoek een vervolgonderzoek mogelijk/nodig? Ja, in mijn ogen wel. In het onderzoek is al enkele keren aangehaald dat het een verkennend onderzoek betreft waar in de literatuur (te) weinig aandacht aan is besteed. In vervolgonderzoeken kan er gekeken worden naar meer aspecten die mogelijk van invloed zijn en of de keuzes die gemaakt worden door studenten wel bewust worden gemaakt, of dat men onbewust zonder enig besef de plekken bezoekt om zich te vermaken.

Omdat dit een verkennend onderzoek betreft is vooral gebruik gemaakt van beschrijvende statistiek om de (mogelijke) verschillen tussen de soorten favoriete plekken aan te geven. In vervolgonderzoeken is het misschien interessant om echt onderzoek te doen naar onderliggende verbanden tussen de verschillende aspecten. Of om te kijken of er verschillen zijn in bijvoorbeeld emoties voorafgaand aan het bezoek en na het bezoek. Of dit uiteindelijk is overeengekomen met de behoefte om tot rust te komen, gezelligheid te vinden enzovoorts. Ook zou dit kunnen in de vorm van een dagboek, waarin gekeken wordt wat de effecten van zo'n favoriete plek zijn.

Zoals al gezegd, de gegevens zijn met name op twee plekken verkregen in Utrecht. Daarom is het al zo dat de onderzoekspopulatie niet representatief is voor de gehele studentenpopulatie van Utrecht. Ook dient er dan nog nadrukkelijker onderscheid gemaakt te worden tussen het niveau van opleiding. Zo is het voor vervolgonderzoeken misschien interessant om de studentenpopulatie in Utrecht te vergelijken op basis van niveau (HBO en Universitair). Ook zouden de studenten in verschillende studentensteden met elkaar vergeleken kunnen worden om te kijken welke favoriete plekken hier worden ingevuld en of er mogelijk invloeden zijn van de stad zelf die de favoriete plekken van studenten bepaald/beïnvloed.

Nu zijn in dit onderzoek studenten als onderzoekspopulatie gebruikt, in vervolgonderzoeken kunnen andere doelgroepen onderzocht worden. Bijvoorbeeld ouderen. Omdat deze mensen in sommige gevallen niet zoveel bewegingsvrijheid hebben als bijvoorbeeld studenten is het mogelijk dat zij hele andere plekken aanmerken als favoriet. Maar ook de redenen en behoeften van deze mensen zouden ruimtelijk gezien (soorten favoriete plek) sterk kunnen verschillen van die van studenten.

Al met al zouden de bevindingen uit dit onderzoek gebruikt kunnen worden voor bepaalde beleidszaken. Omdat in kaart is gebracht aan welke plekken een bepaalde doelgroep behoefte heeft zou bijvoorbeeld een gemeente hierop in kunnen spelen en hier bij het ontwikkelen van een gebied rekening mee kunnen houden. Of extra aandacht besteden aan bepaalde doelgroepen omtrent hun behoeften en in hoeverre deze vervuld worden op hun favoriete plekken.

Over het algemeen ben ik tevreden over het eindresultaat en de manier waarop dit onderzoek tot stand is gekomen. Al zijn er altijd genoeg punten waar ik mezelf verder in kan en wil ontwikkelen.

9. Bronnen

Abbott-Chapman, J. & M. Robertson (2002). *Youth, Leisure and Home: Space, Place and Identity*. Society and Leisure, Vol. 24 (2). Pp. 485 – 506.

Abraham Maslow (2014). *Over Maslow*. [Online] <http://www.over-maslow.com/> [Geciteerd 11 februari 2014].

Batchgeo.nl (2014). *Kaarten van favoriete plekken in Nederland en Utrecht*. [Online] <http://batchgeo.com/map/f940207ae7579a479f785db15c063082> [Geciteerd 25 juni 2014].

Berman, Marc, John Jonides & Stephan Kaplan (2008). *The Cognitive Benefits of Interacting With Nature*. Psychological Science Vol. 19 (12). Pp. 1207 – 1212.

Beuningen, van Jacqueline & Rianne Kloosterman (2011). *Subjectief welzijn: welke factoren spelen een rol?* Bevolkingstrends, 4^e kwartaal van 2011.

Brookfield, Katherine (2011). *Quality of Life and the Design of Urban Environments – The Perspective of Tenants' and Residents' associations*. Pp. 1 – 12. Geciteerd 14 januari 2014.

Bureau voor Toegepaste Sociale Gerontologie (2014). *De behoeftehiërarchie van Maslow*. [Online] <http://www.btsq.nl/infobulletin/Maslow.html> [Geciteerd 11 februari 2014].

Burgess, Jacquelin, Carolyn M. Harrison & Melanie Limb (1988). *People, Parks and the Urban Green: A Study of Popular Meanings and Values for Open Spaces in the City*. Urban Studies (25). Pp. 45 – 473.

CBS (2003). *Hoofdstuk 5, vrije tijd*. Jeugd: Cijfers en feiten. Pp. 111 – 127.

Cherry, Kendra (2014). *Hierarchy of Needs, the five levels of Maslow's Hierarchy of Needs*. [Online] <http://gerhardsonforgrizzlies.pbworks.com/f/Maslow's+Hierarchy.docx> [Geciteerd 14 januari 2014].

Chiesura, Anna (2004). *The role of urban parks for the sustainable city*. Landscape and Urban Planning (68). Pp. 129 – 138.

Clark, C. & Uzzell, David. (2002). *The affordances of the home, neighbourhood, school and town centre for adolescents*. Journal of Environmental Psychology (22). Pp. 95 – 108.

Diener, Ed, Eunkook M. Suh, Richard E. Lucas & Heidi L. Smith (1999). *Subjective well-being: three decades of progress*. Psychological Bulletin, Vol. 125 (2). Pp. 276 – 302.

DUB.uu.nl (2013). *Tien procent Utrechtse bevolking is student*. [Online] <http://www.dub.uu.nl/plussen-en-minnen/2013/08/26/tien-procent-utrechtse-bevolking-student.html> [Geciteerd 28 mei 2014].

Encyclopaedia Britannica (2014). *James J. Gibson*. [Online] <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/233285/James-J-Gibson> [Geciteerd 12 februari 2014].

Flicker.com (2010). *Neude, Utrecht*. [Online] <https://www.flickr.com/photos/robhendriks/5235785623/in/photolist-4Tvc2m-b7V928-8srCiF-dfSS4v-mkE2wG-9DH2so-4TvbBJ-5XJppo-7TgGix-mmbhRZ-84MacJ-7rGADJ-77rHPz->

dNfiff-gZBnZc-9VyXWW-gbCSTM-ahKem4-8YELDV-4CkgRa-8XcQKm-bvrN8g-7PkwSM-bZih5o-aCMEcc-9QSaMd-dijhbD-3KPB3p-3KTWRu-87BttG-buxwtG-9Wb9un-ebibF3-e5rrXp-8zL68k-e5x6qG-bHsiPX-bH9yaK-bueKNL-bH9y4D-bFoSNr-bstZU9-bstZPN-bFoSy6-bHKTvx-bHsiJx-bHsiB2-bHKUiR-buR7ZC-e5rsaZ [Geciteerd 12 juni 2014].

Greeno, James, G. (1994). *Gibson's affordances*. Psychological Review. Vol. 101, No. 2. Pp. 336 – 342.

Helliwell, John F. & Robert Putnam (2004). *The social context of well-being*. Philosophical Transactions of The Royal Society of Biological Sciences (359). Pp. 143 – 1446.

Info.Nu (2014). *Het behaviorisme*. [Online] <http://wetenschap.infonu.nl/onderzoek/19747-het-behaviorisme.html> [Geciteerd 10 februari 2014].

J. Paay & J. Kjeldskov (2008). *Understanding Situated Social Interactions: A Case Study of Public Places in the City*. Computer Supported Cooperative Work (17). Pp. 275 – 290.

Jeffres, L., Bracken, C., Jian, G. & Casey, M. (2009). *The Impact of Third Places on Community Quality of Life*. In: Applied Research Quality Life (4). Pp. 333 – 345.

Kalevi M. Korpela (2014). *Biografie Kalevi Korpela*. [Online] http://www.favoriteplace.info/Korpela_Kalevi.htm [Geciteerd 18 februari 2014].

Kempen, van Ronald (2010). *From the Residence to the Global. The relevance of the urban neighbourhood in an era of globalization and mobility*. Paper for the ENHR Conference, Istanbul. Pp. 1 – 19.

Korpela, K., Kytta, M. & Hartig, T. (2002). *Restorative experience, self-regulation, and children's place preferences*. Journal of Environmental Psychology, 22. Pp. 387 – 398.

Korpela, K., Ylen, M., Tyrvaenen, L. & Silvennoinen, H. (2010). *Favorite green, waterside and urban environments, restorative experiences and perceived health in Finland*. Health Promotion International, Vol. 25 (2). Pp. 200 – 209.

Korpela, K., Ylen, M., Tyrvaenen, L. & Silvennoinen, H. (2008). *Determinants of restorative experiences in everyday favorite places*. Health and Place 14. Pp. 636 – 652.

Korpela, Kalevi M. & Matti Ylén (2007). *Perceived health is associated with visiting natural favourite places in the vicinity*. Health & Place 13, pp. 138 – 151.

Lea, J. (2007). *Retreating to nature: rethinking 'therapeutic landscapes'*. Area, 40 (1). Pp. 90 – 98.

Lyons, G. & Urry, J. (2005). *Travel time use in the information age*. Transportation Research A, 39. Pp. 257 – 276.

NRC.nl (2012). *Nederlander keek vorig jaar meer tv gemiddeld 3 uur en een kwartier per dag*. [Online] <http://www.nrc.nl/nieuws/2013/01/18/nederlander-keek-vorig-jaar-meer-tv-gemiddeld-3-uur-en-een-kwartier-per-dag/> [Geciteerd 10 februari 2014].

Sociaal Cultureel Planbureau (2011). *Eropuit! Nederlanders in hun vrije tijd buitenshuis*. Den Haag, april 2011. Pp. 1 – 110.

Stedman, Richard C. (2003). *Is It Really Just a Social Construction?: The Contribution of the Physical Environment to Sense of Place*. Society and Natural Resources. Vol. 16, pp. 671 – 685.

Straatkaart.nl (2007). *Wilhelminapark Utrecht*. [Online] http://straatkaart.nl/3581NJ-Wilhelminapark/media_fotos/ck-wilhelmina-park-fontein-2EO/ [Geciteerd 12 juni 2014].

Thuisarts.nl (2014). *Ik heb weinig sociale contacten*. [Online] <http://www.thuisarts.nl/eenzaamheid/ik-heb-weinig-sociale-contacten> [Geciteerd 14 februari 2014].

Wallenuis, Marjut (1999). *Personal projects in everyday places: perceived supportiveness of the environment and psychological well-being*. Journal of environmental psychology (19). Pp. 131 – 143.

Woordenboek (2014). *Demografische Kenmerken*. [Online] <http://www.encyclo.nl/begrip/demografische%20kenmerken> [Geciteerd 20 februari 2014].

10. Bijlagen

Bijlage 1 Enquête

Begeleidende brief

Geachte Student,

Mijn naam is Kevin Stremmelaar en ik doe de master Urban Geography/Stadsgeografie aan de Universiteit van Utrecht. Mijn masterthesis onderzoek richt zich op de favoriete plekken van studenten in hun dagelijks leven.

In deze enquête zal gevraagd worden naar enkele persoonskenmerken zoals leeftijd, studie en je woon/leefsituatie. Vervolgens wordt ingegaan op je favoriete plekken. Het is de bedoeling dat je 3 favoriete plekken beschrijft en ook waar deze gesitueerd zijn. **Probeer op zijn minst 2 favoriete plekken in te vullen.**

Hierna zal per favoriete plek worden ingegaan op de algemene kenmerken zoals frequentie en duur van gebruik. Maar ook de sociale contacten op deze plek, enkele uitspraken omtrent je behoeften en emoties op deze favoriete plekken. **Aan het eind van de enquête volgen nog 2 korte vragen over je favoriete plekken in het algemeen.**

Het invullen van de enquête zal niet langer duren dan 10 – 15 minuten. De gegevens worden uiteraard anoniem behandeld en zullen niet gedeeld worden met een derde partij. Indien je het eindresultaat van het onderzoek wil ontvangen verzoek ik je om je e-mailadres in te vullen aan het einde van de enquête.

Alvast bedankt voor de moeite!

Met vriendelijke groeten,
Kevin Stremmelaar

Enquête

>> Identificatie/classificatie student

1. Wat is je geslacht?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

2. Hoe oud ben je? _____

3. Wat is je woonplaats? _____

>> School/leefsituatie

4. Wat is jouw woonsituatie?

- ☐ Thuiswonend
- ☐ Zelfstandig wonend
- ☐ Samenwonend met vriend(in)
- ☐ Studentenhuis
- ☐ Anders, namelijk:

5. Over welke vervoersmiddelen heb jij beschikking (meerdere antwoorden mogelijk)?

- ☐ Auto
- ☐ Fiets
- ☐ Openbaar vervoer
- ☐ Brommer/scooter
- ☐ Anders, namelijk:

6. Welke studie volg je? (S.v.p ook niveau aangeven + BA of MA) _____

7. In welk studiejaar bevind je je?

- ☐ 1^e studiejaar
- ☐ 2^e studiejaar
- ☐ 3^e studiejaar
- ☐ 4^e studiejaar
- ☐ 5^e studiejaar
- ☐ Anders, namelijk:

8. Waar studeer je? _____

Dit onderzoek richt zich op de favoriete plekken van studenten in het dagelijks leven. Het betreft hier dus allerlei plekken die een belangrijke rol in je leven kunnen spelen. De plekken die je dus graag gebruikt/bezoekt in je vrije tijd. Dit onderzoek focust zich niet op plekken die direct gerelateerd kunnen worden aan je eigen huis en/of de plek waar je werkt. Kortom, plekken die je veel/graaag gebruikt en bezoekt in je vrije tijd naast bijvoorbeeld je werk en studie.

9. Wat is jouw top 3 favoriete plekken die je in het dagelijks leven gebruikt/bezoekt?

	Naam v/d favoriete plek	Locatie (straat en stad)
1.		
2.		
3.		

**Het volgende gedeelte van de enquête gaat in op jouw 3 favoriete plekken die je hierboven hebt ingevuld. De vragen zullen ingaan op diverse aspecten van deze favoriete plekken. Gelieve de vragen in te vullen aan de hand van je laatste bezoek/gebruik aan/van deze plekken.

Favoriete Plek 1

**** Nu volgen enkele algemene vragen over favoriete plek 1**

10. Onder welk van de volgende categorieën valt favoriete plek 1?

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Sportfaciliteit | <input type="radio"/> Recreatieve plaatsen |
| <input type="radio"/> Natuurgebied | <input type="radio"/> Culturele plaatsen |
| <input type="radio"/> Stadspark | <input type="radio"/> Uitgaansgelegenheden |
| <input type="radio"/> Winkelcentra/stores/markten | <input type="radio"/> Anders, namelijk: |

11. Hoe vaak bezoek/gebruik je deze plekken?

- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> Dagelijks | <input type="radio"/> 1 – 3 keer per maand |
| <input type="radio"/> Meerdere keren per week | <input type="radio"/> Minder dan 1 – 3 keer per maand |
| <input type="radio"/> Één keer per week | |

12. Hoe lang duurt een gemiddeld bezoek aan deze plek? (in minuten)

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Minder dan 15 min | <input type="radio"/> 60 – 90 min |
| <input type="radio"/> 15 – 30 min | <input type="radio"/> 90 – 120 min |
| <input type="radio"/> 30 – 60 min | <input type="radio"/> Meer dan 120 min |

13. Op welke afstand bevindt deze favoriete plek zich van je huis?

- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="radio"/> 0 – 1 kilometer | <input type="radio"/> 5 – 10 kilometer |
| <input type="radio"/> 1 – 2 kilometer | <input type="radio"/> Meer dan 10 kilometer |
| <input type="radio"/> 2 – 5 kilometer | |

**** Nu volgen vragen over de over de laatste keer dat je deze plek bezocht/gebruikt hebt**

14. Hoe heb je (bij je laatste bezoek) deze plek bereikt? (meerdere antwoorden mogelijk)

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Met de fiets | <input type="radio"/> Te voet |
| <input type="radio"/> Met de Auto | <input type="radio"/> Anders, namelijk: |
| <input type="radio"/> Met het openbaar vervoer | |

15. Welke activiteiten ondernam je op deze plek tijdens je laatste bezoek?

**** de volgende vragen gaan in op de sociale en/of functionele kenmerken van deze favoriete plek.**

16. Met wie heb je deze plek de laatste keer bezocht/gebruikt?

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Alleen | <input type="radio"/> Vriend(en) |
| <input type="radio"/> Partner | <input type="radio"/> Studiegenoot/Studiegenoten |
| <input type="radio"/> Kind(eren) | <input type="radio"/> Overig |
| <input type="radio"/> Familielid/familieleden | |

17. Ging je bij het laatste bezoek aan deze plek bewust op zoek naar sociaal contact met anderen?

- | |
|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> Ja, omdat: |
| <input type="radio"/> Nee, omdat: |

18. Heb je deze plek bezocht vanwege de aanwezigheid van bepaalde voorzieningen?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

19. Zo ja, welke?

**** de volgende vragen gaan in op behoeften/goals die (eventueel) worden vervuld op deze favoriete plek.**

20. Geef aan in hoeverre de volgende uitspraken van toepassing zijn op deze favoriete plek.
Omcirkelen s.v.p.wat van toepassing is.

- ☐ Activiteiten op deze plek dragen bij aan een zinvol leven
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- ☐ Op deze plek vind ik uitdagingen
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- ☐ De sociale contacten op deze plek zijn ondersteunend en lonend
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- ☐ Op deze plek ben ik betrokken en geïnteresseerd in anderen
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- ☐ Op deze plek draag ik bij aan de blijdschap en het welzijn van anderen
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- ☐ Op deze plek respecteren mensen mij
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- ☐ Op deze plek zoek ik ontspanning/kom ik tot rust
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- ☐ Op deze plek maak ik veel plezier en vermaak ik me
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- ☐ Afleiding is een belangrijke reden waarom ik deze plek bezoek
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- ☐ Na bezoek aan deze plek kan ik stressvolle situaties beter aan
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens

21. Geef aan in hoeverre de volgende gevoelens van toepassing waren op deze plek tijdens je laatste bezoek:

Schaal: 1: Helemaal niet **2:** Nauwelijks **3:** Enigszins **4:** Redelijk sterk **5:** Erg sterk

Positief	—	Plezierig	—	Blij	—
Negatief	—	Onplezierig	—	Bang	—
Goed	—	Gelukkig	—	Tevreden	—
Slecht	—	Ongelukkig	—	Kwaad	—

22. In hoeverre werden je gevoelens beïnvloed door de volgende kenmerken tijdens je laatste bezoek aan deze plek?

- ☐ De gebouwde of natuurlijke omgeving
- ☐ De mensen met wie je de plek bezoekt
- ☐ Andere mensen aanwezig in de omgeving
- ☐ De aanwezige functies
- ☐ Reden van bezoek aan de plek

Zeer weinig	Weinig	Gemiddeld	Veel	Zeer Veel

23. Hoe beoordeel jij de omgeving van de favoriete plek bij het vorige bezoek?

Veel Groen						Weinig Groen
Mooi						Lelijk
Levendig						Saai/eentonig
Gemoedelijke Sfeer						Afstandelijke sfeer
Veilig						Onveilig
Rustgevend						Stressvol
Weinig drukte						Veel drukte
Beschut						Open
Binnen						Buiten
Stedelijk						Landelijk

Favoriete Plek 2

**** Nu volgen enkele algemene vragen over favoriete plek 2**

24. Onder welk van de volgende categorieën valt favoriete plek 2?

- ☐ Sportfaciliteit
- ☐ Recreatieve plaatsen
- ☐ Natuurgebied
- ☐ Culturele plaatsen
- ☐ Stadspark
- ☐ Uitgaansgelegenheden
- ☐ Winkelcentra/stores/markten
- ☐ Anders, namelijk:

25. Hoe vaak bezoek/gebruik je deze plekken?

- ☐ Dagelijks
- ☐ 1 – 3 keer per maand
- ☐ Meerdere keren per week
- ☐ Minder dan 1 – 3 keer per maand
- ☐ Één keer per week

26. Hoe lang duurt een gemiddeld bezoek aan deze plek? (in minuten)

- ☐ Minder dan 15 min
- ☐ 60 – 90 min
- ☐ 15 – 30 min
- ☐ 90 – 120 min
- ☐ 30 – 60 min
- ☐ Meer dan 120 min

27. Op welke afstand bevindt deze favoriete plek zich van je huis?

- ☐ 0 – 1 kilometer
- ☐ 5 – 10 kilometer
- ☐ 1 – 2 kilometer
- ☐ Meer dan 10 kilometer
- ☐ 2 – 5 kilometer

** Nu volgen vragen over de over de laatste keer dat je deze plek bezocht/gebruikt hebt

28. Hoe heb je (bij je laatste bezoek) deze plek bereikt? (meerdere antwoorden mogelijk)

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Met de fiets | <input type="radio"/> Te voet |
| <input type="radio"/> Met de Auto | <input type="radio"/> Anders, namelijk: |
| <input type="radio"/> Met het openbaar vervoer | |

29. Welke activiteiten ondernam je op deze plek tijdens je laatste bezoek?

*** de volgende vragen gaan in op de sociale en/of functionele kenmerken van deze favoriete plek.*

30. Met wie heb je deze plek de laatste keer bezocht/gebruikt?

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Alleen | <input type="radio"/> Vriend(en) |
| <input type="radio"/> Partner | <input type="radio"/> Studiegenoot/Studiegenoten |
| <input type="radio"/> Kind(eren) | <input type="radio"/> Overig |
| <input type="radio"/> Familielid/familieleden | |

31. Ging je bij het laatste bezoek aan deze plek bewust op zoek naar sociaal contact met anderen?

- ☐ Ja, omdat:
- ☐ Nee, omdat:

32. Heb je deze plek bezocht vanwege de aanwezigheid van bepaalde voorzieningen?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

33. Zo ja, welke?

*** de volgende vragen gaan in op behoeften/goals die (eventueel) worden vervuld op deze favoriete plek.*

34. Geef aan in hoeverre de volgende uitspraken van toepassing zijn op deze favoriete plek. Omcirkelen s.v.p. wat van toepassing is.

- Activiteiten op deze plek dragen bij aan een zinvol leven
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- Op deze plek vind ik uitdagingen
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- De sociale contacten op deze plek zijn ondersteunend en lonend
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- Op deze plek ben ik betrokken en geïnteresseerd in anderen
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- Op deze plek draag ik bij aan de blijdschap en het welzijn van anderen
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- Op deze plek respecteren mensen mij
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- Op deze plek zoek ik ontspanning/kom ik tot rust
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- Op deze plek maak ik veel plezier en vermaak ik me
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- Afleiding is een belangrijke reden waarom ik deze plek bezoek
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- Na bezoek aan deze plek kan ik stressvolle situaties beter aan
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens

35. Geef aan in hoeverre de volgende gevoelens van toepassing waren op deze plek tijdens je laatste bezoek:

Schaal: 1: Helemaal niet **2:** Nauwelijks **3:** Enigszins **4:** Redelijk sterk **5:** Erg sterk

Positief	—	Plezierig	—	Blij	—
Negatief	—	Onplezierig	—	Bang	—
Goed	—	Gelukkig	—	Tevreden	—
Slecht	—	Ongelukkig	—	Kwaad	—

36. In hoeverre werden je gevoelens beïnvloed door de volgende kenmerken tijdens je laatste bezoek aan deze plek?

- De gebouwde of natuurlijke omgeving
- De mensen met wie je de plek bezoekt
- Andere mensen aanwezig in de omgeving
- De aanwezige functies
- Reden van bezoek aan de plek

Zeer weinig	Weinig	Gemiddeld	Veel	Zeer Veel

37. Hoe beoordeel jij de omgeving van de favoriete plek bij het vorige bezoek?

Veel Groen						Weinig Groen
Mooi						Lelijk
Levendig						Saai/eentonig
Gemoedelijke Sfeer						Afstandelijke sfeer
Veilig						Onveilig
Rustgevend						Stressvol
Weinig drukte						Veel drukte
Beschut						Open
Binnen						Buiten
Stedelijk						Landelijk

Favoriete Plek 3

**** Nu volgen enkele algemene vragen over favoriete plek 3**

38. Onder welk van de volgende categorieën valt favoriete plek 3?

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Sportfaciliteit | <input type="radio"/> Recreatieve plaatsen |
| <input type="radio"/> Natuurgebied | <input type="radio"/> Culturele plaatsen |
| <input type="radio"/> Stadspark | <input type="radio"/> Uitgaansgelegenheden |
| <input type="radio"/> Winkelcentra/stores/markten | <input type="radio"/> Anders, namelijk: |

39. Hoe vaak bezoek/gebruik je deze plekken?

- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> Dagelijks | <input type="radio"/> 1 – 3 keer per maand |
| <input type="radio"/> Meerdere keren per week | <input type="radio"/> Minder dan 1 – 3 keer per maand |
| <input type="radio"/> Één keer per week | |

40. Hoe lang duurt een gemiddeld bezoek aan deze plek? (in minuten)

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Minder dan 15 min | <input type="radio"/> 60 – 90 min |
| <input type="radio"/> 15 – 30 min | <input type="radio"/> 90 – 120 min |
| <input type="radio"/> 30 – 60 min | <input type="radio"/> Meer dan 120 min |

41. Op welke afstand bevindt deze favoriete plek zich van je huis?

- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="radio"/> 0 – 1 kilometer | <input type="radio"/> 5 – 10 kilometer |
| <input type="radio"/> 1 – 2 kilometer | <input type="radio"/> Meer dan 10 kilometer |
| <input type="radio"/> 2 – 5 kilometer | |

**** Nu volgen vragen over de over de laatste keer dat je deze plek bezocht/gebruikt hebt**

42. Hoe heb je (bij je laatste bezoek) deze plek bereikt? (meerdere antwoorden mogelijk)

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Met de fiets | <input type="radio"/> Te voet |
| <input type="radio"/> Met de Auto | <input type="radio"/> Anders, namelijk: |
| <input type="radio"/> Met het openbaar vervoer | |

43. Welke activiteiten ondernam je op deze plek tijdens je laatste bezoek?

**** de volgende vragen gaan in op de sociale en/of functionele kenmerken van deze favoriete plek.**

44. Met wie heb je deze plek de laatste keer bezocht/gebruikt?

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Alleen | <input type="radio"/> Vriend(en) |
| <input type="radio"/> Partner | <input type="radio"/> Studiegenoot/Studiegenoten |
| <input type="radio"/> Kind(eren) | <input type="radio"/> Overig |
| <input type="radio"/> Familielid/familieleden | |

45. Ging je bij het laatste bezoek aan deze plek bewust op zoek naar sociaal contact met anderen?

- ☐ Ja, omdat:
- ☐ Nee, omdat:

46. Heb je deze plek bezocht vanwege de aanwezigheid van bepaalde voorzieningen?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

47. Zo ja, welke?

**** de volgende vragen gaan in op behoeften/goals die (eventueel) worden vervuld op deze favoriete plek.**

48. Geef aan in hoeverre de volgende uitspraken van toepassing zijn op deze favoriete plek. Omcirkelen s.v.p. wat van toepassing is.

- Activiteiten op deze plek dragen bij aan een zinvol leven
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- Op deze plek vind ik uitdagingen
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- De sociale contacten op deze plek zijn ondersteunend en lonend
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- Op deze plek ben ik betrokken en geïnteresseerd in anderen
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- Op deze plek draag ik bij aan de blijdschap en het welzijn van anderen
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- Op deze plek respecteren mensen mij
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- Op deze plek zoek ik ontspanning/kom ik tot rust
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- Op deze plek maak ik veel plezier en vermaak ik me
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- Afleiding is een belangrijke reden waarom ik deze plek bezoek
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens
- Na bezoek aan deze plek kan ik stressvolle situaties beter aan
Helemaal oneens – Oneens – Neutraal – Mee eens – Helemaal mee eens

49. Geef aan in hoeverre de volgende gevoelens van toepassing waren op deze plek tijdens je laatste bezoek:

Schaal: 1: Helemaal niet **2:** Nauwelijks **3:** Enigszins **4:** Redelijk sterk **5:** Erg sterk

Positief	—	Plezierig	—	Blij	—
Negatief	—	Onplezierig	—	Bang	—
Goed	—	Gelukkig	—	Tevreden	—
Slecht	—	Ongelukkig	—	Kwaad	—

50. In hoeverre werden je gevoelens beïnvloed door de volgende kenmerken tijdens je laatste bezoek aan deze plek?

- De gebouwde of natuurlijke omgeving
- De mensen met wie je de plek bezoekt
- Andere mensen aanwezig in de omgeving
- De aanwezige functies
- Reden van bezoek aan de plek

Zeer weinig	Weinig	Gemiddeld	Veel	Zeer Veel

51. Hoe beoordeel jij de omgeving van de favoriete plek bij het vorige bezoek?

Veel Groen						Weinig Groen
Mooi						Lelijk
Levendig						Saai/eentonig
Gemoedelijke Sfeer						Afstandelijke sfeer
Veilig						Onveilig
Rustgevend						Stressvol
Weinig drukte						Veel drukte
Beschut						Open
Binnen						Buiten
Stedelijk						Landelijk

Favoriete Plekken Algemeen

52. In hoeverre raak je gehecht aan jouw favoriete plekken?

- | | |
|--------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="radio"/> Heel erg | <input type="radio"/> Nauwelijks |
| <input type="radio"/> Erg | <input type="radio"/> Helemaal niet |
| <input type="radio"/> Neutraal | |

53. Zo ja, welke van de onderstaande kenmerken kunnen je waardering en erkenning van jouw favoriete plekken het meest beïnvloeden (meerdere antwoorden mogelijk)?

- ☐ Sociaal contact
- ☐ Je emotionele toestand
- ☐ Je behoeften op een bepaald moment
- ☐ Verandering van levensfase
- ☐ Aanpassing van de uw wensen
- ☐ Verandering in de fysieke omgeving
- ☐ De aan/afwezigheid van bepaalde functies
- ☐ De bereikbaarheid/nabijheid van uw favoriete plekken

Bedankt voor het invullen van de enquête! Wanneer je de resultaten en de masterscriptie wilt ontvangen vul dan hieronder je e-mail adres in.

E-mailadres:

Bijlage 2 Ingevulde favoriete plekken

De volgende tabel geeft de naam van de favoriete plaatsen en de locaties weer in tabelvorm. Figuren 3 en 4 geven deze locaties op een kaart weer.

	NAAM	STRAAT
1	Boemel	Brink, Deventer
2	Sportschool Newstyle Hooggraven	Verlengde Hooggravenweg, Utrecht
3	Fit 4 Fun	Hoogstraat, Rotterdam
4	Fit for Free	Kanaleneiland, Utrecht
5	Park Hoge Weide	Leidscherijn
6	Park Hogeweide	Leidscherijn
7	Havana	Binnenstad, Utrecht
8	Sportvereniging WAC	Ottoland
9	Huis van vrienden	Utrecht
10	Huis van vrienden	Oudegracht, Utrecht
11	SV Phoenix	Koeburglaan, Zeist
12	Kampong SV	Utrecht
13	UB	Heidelberglaan, Utrecht
14	UB	Heidelberglaan, Utrecht
15	UB	Heidelberglaan, Utrecht
16	Huis van vriendin	Buitenweg, Maarssen
17	Huis van vriendje	van lieflandlaan, Utrecht
18	Cafe Brutus	Krankeledestraat, Amersfoort
19	Verschillende kroegen	Neude/Janskerkhof
20	Parken (elke)	Utrecht
21	Strand	Noordwijk aan zee
22	Olympos	Uithof, Utrecht
23	Ledig Erf	Utrecht
24	Binnenstad Deventer	Brink, Deventer
25	Stadion Galgenwaard	Herculesplein, Utrecht
26	Woodies	Zeugstraat, Gouda
27	Stijger	Bemuurde Weerdsingel, Utrecht
28	Cafe Plein 31	St. Josephplein 31, Venhorst
29	Wilhelminapark	Utrecht
30	Winkels Station Utrecht	Station Utrecht
31	Pathe de Kuip	Cor Kieboomplein, Rotterdam
32	Binnenstad Utrecht	Oudegracht, Utrecht
33	De Munt (bij pier)	Leidsekade, Utrecht
34	Cafe de voortuin	Neude, Utrecht
35	Havana	Oudkerkhof, Utrecht
36	Heempark	Ooievaarspad, Alphen a/d Rijn
37	Cafe Quarter Latin	Vingerling, Middelharnis

38	9 straatjes	9 straatjes, Amsterdam
39	Neude	Neude, Utrecht
40	Cafe Lebowski	Utrecht
41	Veritas	Kromme Nieuwe Gracht, Utrecht
42	Binnenstad Zwolle	Diezerstraat, Zwolle
43	Binnenstad Gouda	Turfmarkt, Gouda
44	Quick 1890	Sportpark Dorrestein, Amersfoort
45	Hoog Catharijne	Hoog Catharijne, Utrecht
46	Be Quick 28	Stadionplein, Zwolle
47	Vondelpark	Amsterdam
48	Wilhelminapark	Utrecht
49	Grifpark	Kleine Singel, Utrecht
50	De Maria	Mariaplaats, Utrecht
51	Vriend Thuis	Ina Boudier Bakkerlaan, Utrecht
52	Park Schouwburg	Stadsschouwburg, Utrecht
53	Adam Smith Hall	Kriekenpitplein, Utrecht
54	Sportschool/Dansstudio Rene	Oosterhout
55	Zussen thuis	Aurorastraat, Utrecht
56	Sportschool	Bisschopseweg, Amersfoort
57	Binnenstad Utrecht	Oudegracht, Utrecht
58	Cafe de Kneus	Nobelstraat, Utrecht
59	Ledig Erf + omgeving	Ledig Erg, Utrecht
60	Coffee Company	Vismarkt, Utrecht
61	UB Uithof	Uithof, Utrecht
62	Dependance Cafe	Vismarktstraat, Breda
63	Binnenstad	Utrecht
64	Park Lepelenburg	Utrecht
65	Terras/Uitgaan	Neude, Utrecht
66	Winkelgebied	Oudegracht, Utrecht
67	Wilhelminapark	Utrecht
68	Kijkduin	Den Haag
69	Binnenstad Utrecht	Utrecht
70	Oudegracht	Oudegracht, Utrecht
71	Binnenstad Oude Gracht	Oudegracht, Utrecht
72	ORCA	Verlengde Hoogravenseweg. Utrecht
73	Tivoli	OudeGracht, Utrecht
74	De Brink	Brink, Deventer
75	De Brink	Brink, Deventer
76	Cafe 28	de Vlouw, Delft
77	Stad Utrecht	Oudegracht, Utrecht
78	Bloemenbar	Centrum Amsterdam
79	Olympos	Uithof, Utrecht

80	Sportschool	Utrecht
81	Kamer Frank	Utrecht
82	Olympos	Uppsalalaan, Utrecht
83	Asopos	Zijlstroom, Leiderdorp
84	VV Tricht	Middelweg, Tricht
85	Stavanger	Strondavika, Noorwegen
86	Park	Zaandam
87	Tivoli	OudeGracht, Utrecht
88	Olympos	Uithof, Utrecht
89	Voetbalclub	Boerendanserdijk, Zwolle
90	CKV Dijkvogels	Noilaan, Maasdijk
91	UB Uithof	Heidelberglaan, Utrecht
92	Griftpark	Griftpark, Utrecht
93	Binnenstad Utrecht	Neude
94	Cafe Keurworst	Ravenstein
95	Tennisbaan Olympos	Uppsalalaan, Utrecht
96	Starbucks	Station Utrecht
97	Wilhelminapark/griftpark/julianapark	Utrecht
98	Odysseus voetbalvereniging	Olympos, Utrecht
99	Olympos (TC)	Uppsalalaan, Utrecht
100	Discotheek Oscars	Raamsdonkveer
101	Lollipop (kroeg)	Centrum, Oss
102	Griftpark	Kleine Singel, Utrecht
103	Kuip Rotterdam	van Zandvlietplein, Rotterdam
104	Thaiboksschool Jellema	Kruisboog, Houten
105	Wilheminapark	Utrecht
106	Bos in de buurt	Bennekom
107	Kroegen	Utrecht
108	Waagplein	Alkmaar
109	Oude Gracht	Utrecht
110	Oude Gracht	Oude Gracht, Utrecht
111	Grachten Utrecht	Oude Gracht, Utrecht
112	Sporthal Hardenberg	Hardenberg
113	Club Poema	Utrecht
114	Stadion Galgenwaard	Herculesplein, Utrecht
115	Hoog Catharijne	Hoog Catharijne, Utrecht
116	Neude	Neude, Utrecht

Bijlage 3 Categorieën favoriete plekken

Verdeling alle favoriete plekken per categorie

	Aantal	Percentage
Sportfaciliteit	67	23,59%
Natuurgebied	51	17,96%
Winkelcentra	73	25,70%
Uitgaansgelegenheden	60	21,13%
Anders	33	11,62%
Totaal	284	100,00%

Chi-kwadraat toets categorieën favoriete plekken

Test Statistics	
	Categorieën samengevoegd
Chi-Square	7,879 ^a
df	4
Asymp. Sig.	,096

a. 0 cells (,0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 23,2.

Bijlage 4 Sociaal contact, gezelschap en voorzieningen

In de tabel hieronder kunt u de redenen terugvinden die door de respondenten zijn ingevuld betreffende het wel of niet op zoek gaan naar sociaal contact met anderen op de favoriete plekken.

Ja	Nee
Afspraak op die plek	Geen behoefte
Bewust op bezoek met/naar mensen	Was al met anderen
Draagt bij aan gezelligheid	Alleen met vriend(in) willen zijn
(Oude) vrienden op plek ontmoeten	Sporten is voor mezelf
Nieuwe mensen ontmoeten	Ging lezen/studeren
Sportvereniging, teamgenoten zien	Kwam om sportwedstrijd te bekijken
Chicks	Winkelen, niet socializen
	Was met vrienden, geen contact met vreemden nodig
Bijpraten met bekenden	Tot rust willen komen
Vriend en/of vriendin woont hier	
Park is een sociale plek	
Sociaal contact hoort bij uitgaan	
Elkaar motiveren	
11x Geen reden, wel Ja ingevuld	

In de tabellen hieronder vindt u de Chi-kwadraat toetsen die uitgevoerd zijn of er significante verschillen waar te nemen zijn tussen het wel/niet zoeken naar sociaal contact, met wie de plek is bezocht en welke voorzieningen aanwezig waren.

Het gezelschap van bezoek

Chi-kwadraat toets met wie bezocht

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13,543 ^a	4	,009
Likelihood Ratio	13,680	4	,008
Linear-by-Linear Association	1,448	1	,229
N of Valid Cases	116		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,34.

Associatiematen

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Phi	,342	,009
Cramer's V	,342	,009
N of Valid Cases	116	

Wel of niet op zoek gaan naar sociaal contact

Chi-kwadraat toets sociaal contact

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,863 ^a	4	,097
Likelihood Ratio	8,008	4	,091
Linear-by-Linear Association	3,491	1	,062
N of Valid Cases	116		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,31.

Associatiematen

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Phi	,260	,097
Cramer's V	,260	,097
N of Valid Cases	116	

Vanwege de aanwezigheid van bepaalde voorzieningen

Chi-kwadraat toets voorzieningen

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,630 ^a	4	,000
Likelihood Ratio	25,067	4	,000
Linear-by-Linear Association	4,964	1	,026
N of Valid Cases	116		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,10.

Associatiematen

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Phi	,461	,000
Cramer's V	,461	,000
N of Valid Cases	116	

De genoemde voorzieningen door de respondenten

Aanwezige voorzieningen	
Bar	Zon
Muziek	Sportveld (Hockey/voetbal)
Cafe	Kantine
Bier, tap etc	Studiefaciliteiten
Bioscoop	Mensen
Kroegen	Sfeer
Restaurants	Voetbalstadion
Buitenzijn	Voetbalfaciliteiten
Consumptie	Trainers
Winkels	Strandtentjes
Markt	Stilte/Rust
Drankjes	Terrasjes
Vergaderruimtes	Eetgelegenheden
Feesten in diverse kroegen	Garderobe
Fitnessapparaten	WC
Zwemfaciliteiten	Nabijheid van andere uitgaansgelegenheden
Grachten	37x niets ingevuld
Gras	

Bijlage 5 Flourishing en SPANE schaal

In de tabel hieronder kunt u de gemiddelde score op de Flourishing Scale per respondent aflezen.

ID	Score	ID	Score
1	5	59	2
2	11	60	5
3	3	61	3
4	4	62	0
5	2	63	6
6	2	64	7
7	3	65	5
8	5	66	0
9	14	67	12
10	6	68	5
11	10	69	3
12	7	70	2
13	11	71	4
14	8	72	20
15	4	73	15
16	13	74	4
17	10	75	6
18	18	76	9
19	4	77	-1
20	9	78	3
21	7	79	10
22	12	80	7
23	3	81	16
24	2	82	7
25	5	83	7
26	4	84	12
27	8	85	20
28	7	86	7
29	8	87	3

30	-7	88	6
31	7	89	7
32	8	90	12
33	14	91	-6
34	4	92	14
35	6	93	6
36	8	94	-2
37	5	95	9
38	8	96	11
39	5	97	9
40	4	98	11
41	11	99	7
42	4	100	11
43	5	101	3
44	10	102	4
45	7	103	-1
46	11	104	17
47	2	105	3
48	-1	106	3
49	11	107	10
50	12	108	9
51	10	109	4
52	6	110	3
53	10	111	9
54	8	112	10
55	8	113	14
56	7	114	9
57	1	115	6
58	3	116	9

Om de categorieën onderling te vergelijken is er een factor analyse uitgevoerd. Deze uitvoertabellen kunt u hieronder vinden.

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	Analysis N
Dragen bij aan zinvol leven1	,66	,884	116
Op deze plek vind ik uitdagingen1	,00	1,034	116
Sociale contacten zijn ondersteunend en lonend1	,94	,827	116
Betrokken en geïnteresseerd in anderen1	,67	,930	116
Draag bij aan welzijn en blijdschap van anderen1	,59	,952	116
Ik word gerespecteerd1	,87	,692	116
Ik zoek ontspanning/kom tot rust1	,85	1,057	116
Ik heb plezier en vermaak me1	1,36	,751	116
Ik kom hier voor afleiding1	,65	,989	116
Na bezoek kan ik stressvolle situaties beter aan1	,29	,895	116

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,692
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	291,907
	df
	45
	Sig.
	,000

Total Variance Explained

Factor	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	3,036	30,355	30,355	2,580	25,801	25,801	2,240	22,400	22,400
2	1,601	16,007	46,362	1,151	11,509	37,310	1,337	13,372	35,772
3	1,418	14,177	60,539	,916	9,159	46,469	,838	8,376	44,148
4	1,100	10,999	71,538	,579	5,794	52,263	,812	8,115	52,263
5	,647	6,473	78,011						
6	,600	6,000	84,012						
7	,499	4,991	89,003						
8	,389	3,893	92,895						
9	,380	3,797	96,692						
10	,331	3,308	100,000						

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Correlation Matrix

		Dragen bij aan zinvol leven1	Op deze plek vind ik uitdagingen1	Sociale contacten zijn ondersteunen d en lonend1	Betrokken en geïnteresseer d in anderen1	Draag bij aan welzijn en blijdschap van anderen1	Ik word gerespecteer d1	Ik zoek ontspanning/k om tot rust1	Ik heb plezier en vermaak me1	Ik kom hier voor afleiding1	Na bezoek kan ik stressvolle situaties beter aan1
Correlation	Dragen bij aan zinvol leven1	1,000	,529	,222	,076	,226	,269	-,090	-,064	,002	,236
	Op deze plek vind ik uitdagingen1	,529	1,000	,284	,133	,191	,217	-,041	-,041	,108	,294
	Sociale contacten zijn ondersteunend en lonend1	,222	,284	1,000	,528	,521	,382	,089	,358	-,079	,036
	Betrokken en geïnteresseerd in anderen1	,076	,133	,528	1,000	,582	,501	,296	,371	,015	,127
	Draag bij aan welzijn en blijdschap van anderen1	,226	,191	,521	,582	1,000	,433	,103	,321	,000	,225
	Ik word gerespecteerd1	,269	,217	,382	,501	,433	1,000	,247	,158	-,017	,104
	Ik zoek ontspanning/kom tot rust1	-,090	-,041	,089	,296	,103	,247	1,000	,067	,066	,303
	Ik heb plezier en vermaak me1	-,064	-,041	,358	,371	,321	,158	,067	1,000	,256	,022
	Ik kom hier voor afleiding1	,002	,108	-,079	,015	,000	-,017	,066	,256	1,000	,344
	Na bezoek kan ik stressvolle situaties beter aan1	,236	,294	,036	,127	,225	,104	,303	,022	,344	1,000

Hierboven vindt u de correlatiematrix. Één van de voorwaarden van een factor analyse is dat er zo min mogelijk correlatie tussen de vragen zit. Wanneer deze waarden boven de 0,9 uitkomen is er te veel correlatie en dienen de vragen samengevoegd te worden. Dit is hier niet het geval en mochten alle uitspraken meegenomen worden in de factor analyse.

Regressie Analyse Flourishing Scale

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,667 ^a	,444	,290	3,972

a. Predictors: (Constant), Stedelijk of landelijk 1, Gemoedelijk of afstandelijk 1, Met wie plek 1 bezocht? , Frequentie van bezoek Plek 1, Afstand naar

Plek 1, Studiejaar, Sociaal contact gezocht Plek 1?, Hoe plek 1 bereikt?, Geslacht Respondent, Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?,

Mooi of lelijk 1, Beschut of open 1, Leeftijd Respondent, Duur Bezoek Plek 1, Weinig of veel drukte 1, Woonsituatie Respondent, Niveau van Studie,

Veilig of onveilig 1, Categorie van Plek 1, Rustgevend of stressvol 1, Binnen of buiten 1, Bachelor of Master, Levendig of saai 1, Veel of weinig groen 1,

Woonplaats Respondent

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1136,165	25	45,447	2,880	,000 ^a
	Residual	1420,146	90	15,779		
	Total	2556,310	115			

a. Predictors: (Constant), Stedelijk of landelijk 1, Gemoedelijk of afstandelijk 1, Met wie plek 1 bezocht? , Frequentie van bezoek Plek 1, Afstand naar Plek 1, Studiejaar,

Sociaal contact gezocht Plek 1?, Hoe plek 1 bereikt?, Geslacht Respondent, Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?, Mooi of lelijk 1, Beschut of open 1,

Leeftijd Respondent, Duur Bezoek Plek 1, Weinig of veel drukte 1, Woonsituatie Respondent, Niveau van Studie, Veilig of onveilig 1, Categorie van Plek 1, Rustgevend of

stressvol 1, Binnen of buiten 1, Bachelor of Master, Levendig of saai 1, Veel of weinig groen 1, Woonplaats Respondent

b. Dependent Variable: FlourishingScale

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,785	4,474		,623	,535
Geslacht Respondent	,269	,869	,029	,310	,758
Leeftijd Respondent	,055	,144	,037	,385	,701
Woonplaats Respondent	-3,625	1,403	-,373	-2,583	,011
Woonsituatie Respondent	-,534	,444	-,156	-1,204	,232
Niveau van Studie	-1,010	1,376	-,079	-,734	,465
Bachelor of Master	-,792	,919	-,102	-,862	,391
Studiejaar	-,207	,350	-,063	-,592	,555
Categorie van Plek 1	-,229	,188	-,130	-1,216	,227
Frequentie van bezoek Plek 1	-,527	,454	-,109	-1,159	,249
Duur Bezoek Plek 1	,771	,355	,213	2,175	,032
Afstand naar Plek 1	,261	,418	,068	,624	,534
Hoe plek 1 bereikt?	,373	,374	,086	,997	,321
Met wie plek 1 bezocht?	,506	,264	,175	1,917	,058
Sociaal contact gezocht Plek 1?	2,042	,917	,217	2,226	,028
Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?	,406	,958	,040	,424	,672
Veel of weinig groen 1	,515	,412	,156	1,250	,214
Mooi of lelijk 1	,045	,546	,009	,082	,935
Levendig of saai 1	-,311	,629	-,061	-,495	,622
Gemoedelijk of afstandelijk 1	1,423	,668	,249	2,129	,036
Veilig of onveilig 1	,031	,601	,005	,052	,959
Rustgevend of stressvol 1	,858	,517	,196	1,659	,101
Weinig of veel drukte 1	,064	,435	,016	,148	,883
Beschut of open 1	,418	,400	,097	1,043	,300
Binnen of buiten 1	,337	,331	,118	1,019	,311
Stedelijk of landelijk 1	-,192	,390	-,053	-,492	,624

a. Dependent Variable: FlourishingScale

Scores op de SPANE schaal per respondent

ID	SPANEPoS	SPANENEG	SPANEGEM
1	27	10	17
2	27	9	18
3	20	8	12
4	26	6	20
5	22	6	16
6	22	6	16
7	29	6	23
8	24	6	18
9	29	6	23
10	29	6	23
11	26	8	18
12	26	7	19
13	25	9	16
14	24	6	18
15	24	7	17
16	27	10	17
17	25	10	15
18	28	8	20
19	24	10	14
20	27	6	21
21	24	6	18
22	26	7	19
23	25	8	17
24	19	11	8
25	29	9	20
26	24	6	18
27	27	7	20
28	25	10	15
29	23	10	13
30	21	6	15
31	24	6	18
32	28	6	22
33	30	6	24
34	23	6	17
35	28	8	20
36	26	8	18
37	24	6	18
38	27	6	21
39	26	8	18
40	26	9	17
41	22	6	16
42	25	9	16
43	26	10	16
44	23	13	10
45	24	11	13
46	26	8	18
47	23	8	15
48	24	9	15
49	29	8	21

50	26	12	14
51	27	10	17
52	29	6	23
53	26	10	16
54	26	8	18
55	28	6	22
56	26	9	17
57	24	6	18
58	26	12	14
59	24	8	16
60	26	9	17
61	22	10	12
62	26	13	13
63	24	6	18
64	26	6	20
65	28	7	21
66	25	6	19
67	30	6	24
68	24	7	17
69	24	12	12
70	30	6	24
71	24	6	18
72	30	6	24
73	24	12	12
74	18	6	12
75	24	12	12
76	22	7	15
77	26	8	18
78	26	6	20
79	22	6	16
80	24	12	12
81	30	6	24
82	30	6	24
83	23	11	12
84	30	6	24
85	30	6	24
86	20	6	14
87	30	6	24
88	30	7	23
89	26	12	14
90	22	15	7
91	18	9	9
92	29	7	22
93	21	7	14
94	26	9	17
95	24	11	13
96	27	6	21
97	25	7	18
98	27	10	17
99	27	8	19

100	28	7	21
101	24	7	17
102	28	6	22
103	22	15	7
104	30	7	23
105	22	6	16
106	21	6	15
107	25	6	19
108	28	6	22
109	26	6	20
110	22	12	10
111	29	6	23
112	25	7	18
113	27	8	19
114	25	7	18
115	26	8	18
116	28	9	19

U ziet in deze tabel vier kolommen. Allereerst respondentnummer (ID), daarnaast ook de scores op de positieve en negatieve emoties waaruit de SPANE schaal bestaat. De laatste kolom is het gemiddelde nadat de negatieve van de positieve gevoelens zijn afgetrokken. In de tekst zijn de gemiddelde scores per emotie en categorie favoriete plekken terug te vinden.

Regressie analyse SPANE schaal

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,563 ^a	,317	,127	3,69559

a. Predictors: (Constant), Stedelijk of landelijk 1, Gemoedelijk of afstandelijk 1, Met wie plek 1 bezocht?, Frequentie van bezoek Plek 1, Afstand naar Plek 1, Studiejaar, Sociaal contact gezocht Plek 1?, Hoe plek 1 bereikt?, Geslacht Respondent, Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?, Mooi of lelijk 1, Beschut of open 1, Leeftijd Respondent, Duur Bezoek Plek 1, Weinig of veel drukte 1, Woonsituatie Respondent, Niveau van Studie, Veilig of onveilig 1, Categorie van Plek 1, Rustgevend of stressvol 1, Binnen of buiten 1, Bachelor of Master, Levendig of saai 1, Veel of weinig groen 1, Woonplaats Respondent

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	569,621	25	22,785	1,668	,042 ^a
	Residual	1229,163	90	13,657		
	Total	1798,784	115			

a. Predictors: (Constant), Stedelijk of landelijk 1, Gemoedelijk of afstandelijk 1, Met wie plek 1 bezocht?, Frequentie van bezoek Plek 1, Afstand naar Plek 1, Studiejaar, Sociaal contact gezocht Plek 1?, Hoe plek 1 bereikt?, Geslacht Respondent, Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?, Mooi of lelijk 1, Beschut of open 1, Leeftijd Respondent, Duur Bezoek Plek 1, Weinig of veel drukte 1, Woonsituatie Respondent, Niveau van Studie, Veilig of onveilig 1, Categorie van Plek 1, Rustgevend of stressvol 1, Binnen of buiten 1, Bachelor of Master, Levendig of saai 1, Veel of weinig groen 1, Woonplaats Respondent

b. Dependent Variable: Gemiddelde Spane

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,414	4,163		2,502	,014
Geslacht Respondent	-,047	,809	-,006	-,058	,954
Leeftijd Respondent	,119	,134	,095	,894	,374
Woonplaats Respondent	-3,149	1,305	-,386	2,413	,018
Woonsituatie Respondent	-,027	,413	-,009	-,066	,948
Niveau van Studie	,747	1,280	,070	,584	,561
Bachelor of Master	-,319	,855	-,049	-,373	,710
Studiejaar	,009	,326	,003	,027	,978
Categorie van Plek 1	-,065	,175	-,044	-,371	,712
Frequentie van bezoek Plek 1	,119	,423	,029	,281	,780
Duur Bezoek Plek 1	,115	,330	,038	,347	,729
Afstand naar Plek 1	,302	,389	,093	,777	,439
Hoe plek 1 bereikt?	,798	,348	,219	2,294	,024
Met wie plek 1 bezocht?	,266	,245	,110	1,084	,281
Sociaal contact gezocht Plek 1?	,226	,853	,029	,265	,791
Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?	-1,378	,891	-,163	1,547	,125
Veel of weinig groen 1	-,184	,383	-,066	-,480	,632
Mooi of lelijk 1	,761	,508	,178	1,498	,138
Levendig of saai 1	,222	,585	,052	,379	,705
Gemoedelijk of afstandelijk 1	,897	,622	,187	1,442	,153
Veilig of onveilig 1	-,391	,559	-,082	-,699	,486
Rustgevend of stressvol 1	,705	,481	,192	1,466	,146
Weinig of veel drukte 1	-,649	,405	-,196	1,605	,112
Beschut of open 1	-,248	,372	-,068	-,665	,508
Binnen of buiten 1	,213	,308	,089	,692	,491
Stedelijk of landelijk 1	-,177	,363	-,059	-,489	,626

Bijlage 6 Activiteiten uitgevoerd op de favoriete plek

Afspraak met vriendin	1	Sporten, training geven, drankjes	1
Afspreken met vrienden, wijntjes	1	Sporten, Uitgaan	1
AH to Go	1	Stappen	2
Bier drinken	2	Stappen met studiegenoten	1
Bier drinken, stappen	1	Strandwandeling	1
Bier, socializen	1	Strandwandeling, drankje doen	1
Biertje drinken, kaarten, praten	1	Studeren	2
Biertje met vrienden voor verjaardag	1	Studeren en sociale contacten	1
Biertje, darten met vrienden	1	Studeren, chillen, eten	1
Bijkletsen met vrienden	1	Studeren, chillen, lunchen	1
Bijpraten, drankje doen	1	Studeren, relaxen	1
Boek lezen	1	Tennis en bier drinken	1
Boksen	1	Tennis, eten, drinken	1
Borrelen met vrienden	1	Terrasje pakken	2
Chillen	3	Terras, winkelen	1
Chillen, stappen, winkelen	1	Terras, winkels, bioscoop, eten	1
Dansen en Drinken	1	Terrasje gepakt	1
Denken, observeren, wandelen	1	Trainen en bier drinken	1
Drinken, Dansen	1	Trainen, borrelen	1
Eten, films kijken etc.	1	Trainen/Training geven	2
Eten, ontspannen	1	Uitgaan	2
Eten, slapen, ontspannen, seks	1	Uitgaan met vrienden	1
Feesten, eten, dansen	1	Uitgaan, drinken en dansen	1
Film kijken	1	Uitgaan, stappen	1
Fitness	1	Uitgaan, wijntjes drinken	1
Fitness, bubbelbad, Sauna	1	Uitrusten, balletje trappen, lezen, prat	1
Floorballen	1	Vakantie	1
Gezelligheid	1	Vergadering commissie, eten	1
Gras liggen, foto's maken met bestuur	1	Voetbal gerelateerd	7
Hapje en drankje met vrienden	1	Volleybal training	1
Hapje eten en drinken	1	Vrijdagmiddagborrel met werk	1
Hockey, bier drinken	1	Wandelen	3
Kletsen, dansen, drinken	1	Wedstrijd voetbal kijken	1
Koffie drinken, studeren, bijpraten	1	Windowshopping, lunch, borrelen	1
Markt	1	Winkelen	4
Met vrienden lunchen, studeren	1	Winkelen, lunchen	3
Ontspannen, bijeenkomsten	1	Winkelen, rondlopen	1
Ouwehoeren met vrienden, bier drinken	1	Winkelen, terrasje	1
Passeerroute naar diverse plekken	1	Zitten, kletsen, bier drinken	1
Poolen, converseren, bier drinken	1	Zonnen met vrienden	1
Praten met vrienden	2	Zonnen, voetballen, eten/drinken	1
Praten, drinken, dansen	1	Sporten	3
Praten, eten, gezellig samen	1	Sporten en bier drinken met team	2
Roeien, borrelen	1	Sporten en dansen	1
Salsa dansen	1	Zuipen en feesten	1
Shoppen	1	Totaal	116

Bijlage 7 Studies die gevolgd worden door de respondenten

Niet ingevuld	1	Journalistiek	1
Accountancy	1	Kinder- en jeugdpsychologie	2
Algemene Sociale Wetenschappen	3	Management (NCOI	1
Bestuurs & organisatiewetenschap	1	Orthopedagogiek	2
Communicatie & Informatiewetenschappen	2	Planologie	3
Communicatie & Organisatie	1	Psychologie	16
Communication & Media Design	1	Rechten	6
Culturele Antropologie	1	Scheikunde	1
Economics	5	Small Business & Retail management	1
Farmacie	5	Sociaal Juridische Dienstverlening	1
Fashion Design	1	Sociale Geografie & Planologie	36
Future Planet Studies	1	Sportbeleid & Management	2
Fysiotherapie	1	Sustainable Development	1
Geo Communicatie	1	Toerisme & Recreatie	1
Middelbare School (Havo/VWO)	4	Urban Geography	10
International Business	2		
Jeugdstudies	1	Totaal	116

Bijlage 8 Uitvoertabellen regressie analyse per factor

Factor 1:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,780 ^a	,608	,499	,70748166

a. Predictors: (Constant), Stedelijk of landelijk 1, Gemoedelijk of afstandelijk 1, Met wie plek 1 bezocht? , Frequentie van bezoek Plek 1, Afstand naar Plek 1, Studietoer, Sociaal contact gezocht Plek 1?, Hoe plek 1 bereikt?, Geslacht Respondent, Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?, Mooi of lelijk 1, Beschut of open 1, Leeftijd Respondent, Duur Bezoek Plek 1, Weinig of veel drukte 1, Woon situatie Respondent, Niveau van Studie, Veilig of onveilig 1, Categorie van Plek 1, Rustgevend of stressvol 1, Binnen of buiten 1, Bachelor of Master, Levendig of saai 1, Veel of weinig groen 1, Woonplaats Respondent

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	69,952	25	2,798	5,590	,000 ^a
	Residual	45,048	90	,501		
	Total	115,000	115			

a. Predictors: (Constant), Stedelijk of landelijk 1, Gemoedelijk of afstandelijk 1, Met wie plek 1 bezocht? , Frequentie van bezoek Plek 1, Afstand naar Plek 1, Studietoer, Sociaal contact gezocht Plek 1?, Hoe plek 1 bereikt?, Geslacht Respondent, Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?, Mooi of lelijk 1, Beschut of open 1, Leeftijd Respondent, Duur Bezoek Plek 1, Weinig of veel drukte 1, Woon situatie Respondent, Niveau van Studie, Veilig of onveilig 1, Categorie van Plek 1, Rustgevend of stressvol 1, Binnen of buiten 1, Bachelor of Master, Levendig of saai 1, Veel of weinig groen 1, Woonplaats Respondent

b. Dependent Variable: Ikzelf en anderen; sociaal contact, respect en het welzijn

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,759	,797		-,952	,343
Geslacht Respondent	-,284	,155	-,142	-1,836	,070
Leeftijd Respondent	-,016	,026	-,050	-,614	,541
Woonplaats Respondent	-,665	,250	-,323	-2,663	,009
Woonsituatie Respondent	-,085	,079	-,117	-1,070	,287
Niveau van Studie	-,230	,245	-,085	-,939	,350
Bachelor of Master	,016	,164	,009	,095	,924
Studiejaar	-,023	,062	-,033	-,369	,713
Categorie van Plek 1	,048	,034	,128	1,422	,158
Frequentie van bezoek Plek 1	-,092	,081	-,090	-1,135	,259
Duur Bezoek Plek 1	,153	,063	,199	2,419	,018
Afstand naar Plek 1	-,030	,074	-,037	-,408	,684
Hoe plek 1 bereikt?	,014	,067	,015	,208	,836
Met wie plek 1 bezocht?	,199	,047	,326	4,242	,000
Sociaal contact gezocht Plek 1?	,638	,163	,319	3,906	,000
Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?	-,015	,171	-,007	-,091	,928
Veel of weinig groen 1	,044	,073	,062	,596	,553
Mooi of lelijk 1	-,003	,097	-,003	-,033	,974
Levendig of saai 1	-,031	,112	-,029	-,277	,782
Gemoedelijk of afstandelijk 1	,347	,119	,286	2,912	,005
Veilig of onveilig 1	-,062	,107	-,051	-,581	,562
Rustgevend of stressvol 1	,069	,092	,074	,749	,456
Weinig of veel drukte 1	-,028	,077	-,033	-,359	,721
Beschut of open 1	,084	,071	,092	1,183	,240
Binnen of buiten 1	,041	,059	,067	,690	,492
Stedelijk of landelijk 1	-,146	,069	-,192	-2,104	,038

a. Dependent Variable: Ikzelf en anderen; sociaal contact, respect en het welzijn

Factor 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,633 ^a	,400	,234	,87545525

a. Predictors: (Constant), Stedelijk of landelijk 1, Gemoedelijk of afstandelijk 1, Met wie plek 1 bezocht? , Frequentie van bezoek Plek 1, Afstand naar Plek 1, Studietoer, Sociaal contact gezocht Plek 1?, Hoe plek 1 bereikt?, Geslacht Respondent, Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?, Mooi of lelijk 1, Beschut of open 1, Leeftijd Respondent, Duur Bezoek Plek 1, Weinig of veel drukte 1, Woon situatie Respondent, Niveau van Studie, Veilig of onveilig 1, Categorie van Plek 1, Rustgevend of stressvol 1, Binnen of buiten 1, Bachelor of Master, Levendig of saai 1, Veel of weinig groen 1, Woonplaats Respondent

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	46,022	25	1,841	2,402	,001 ^a
Residual	68,978	90	,766		
Total	115,000	115			

a. Predictors: (Constant), Stedelijk of landelijk 1, Gemoedelijk of afstandelijk 1, Met wie plek 1 bezocht? , Frequentie van bezoek Plek 1, Afstand naar Plek 1, Studietoer, Sociaal contact gezocht Plek 1?, Hoe plek 1 bereikt?, Geslacht Respondent, Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?, Mooi of lelijk 1, Beschut of open 1, Leeftijd Respondent, Duur Bezoek Plek 1, Weinig of veel drukte 1, Woon situatie Respondent, Niveau van Studie, Veilig of onveilig 1, Categorie van Plek 1, Rustgevend of stressvol 1, Binnen of buiten 1, Bachelor of Master, Levendig of saai 1, Veel of weinig groen 1, Woonplaats Respondent

b. Dependent Variable: zinvol leven en uitdagingen

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,941	,986		,954	,343
Geslacht Respondent	,214	,192	,107	1,119	,266
Leeftijd Respondent	,025	,032	,078	,781	,437
Woonplaats Respondent	-,408	,309	-,198	-1,320	,190
Woonsituatie Respondent	-,092	,098	-,127	-,940	,350
Niveau van Studie	,143	,303	,053	,471	,639
Bachelor of Master	,044	,203	,027	,219	,827
Studiejaar	-,150	,077	-,214	-1,941	,055
Categorie van Plek 1	-,047	,041	-,128	-1,145	,255
Frequentie van bezoek Plek 1	-,267	,100	-,261	-2,663	,009
Duur Bezoek Plek 1	,096	,078	,125	1,230	,222
Afstand naar Plek 1	,095	,092	,117	1,035	,303
Hoe plek 1 bereikt?	,003	,082	,003	,038	,970
Met wie plek 1 bezocht?	-,065	,058	-,106	-1,118	,267
Sociaal contact gezocht Plek 1?	-,173	,202	-,087	-,856	,394
Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?	,333	,211	,156	1,578	,118
Veel of weinig groen 1	,198	,091	,283	2,184	,032
Mooi of lelijk 1	-,218	,120	-,202	-1,814	,073
Levendig of saai 1	,048	,139	,044	,348	,728
Gemoedelijk of afstandelijk 1	-,244	,147	-,202	-1,658	,101
Veilig of onveilig 1	,087	,132	,072	,660	,511
Rustgevend of stressvol 1	-,014	,114	-,015	-,120	,904
Weinig of veel drukte 1	,180	,096	,215	1,878	,064
Beschut of open 1	,167	,088	,182	1,892	,062
Binnen of buiten 1	,082	,073	,135	1,128	,262
Stedelijk of landelijk 1	-,016	,086	-,022	-,191	,849

a. Dependent Variable: zinvol leven en uitdagingen

Factor 3

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,543 ^a	,295	,099	,94907302

a. Predictors: (Constant), Stedelijk of landelijk 1, Gemoedelijk of afstandelijk 1, Met wie plek 1 bezocht? , Frequentie van bezoek Plek 1, Afstand naar Plek 1, Studiejaar, Sociaal contact gezocht Plek 1?, Hoe plek 1 bereikt?, Geslacht Respondent, Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?, Mooi of lelijk 1, Beschut of open 1, Leeftijd Respondent, Duur Bezoek Plek 1, Weinig of veel drukte 1, Woonsituatie Respondent, Niveau van Studie, Veilig of onveilig 1, Categorie van Plek 1, Rustgevend of stressvol 1, Binnen of buiten 1, Bachelor of Master, Levendig of saai 1, Veel of weinig groen 1, Woonplaats Respondent

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	33,933	25	1,357	1,507	,083 ^a
Residual	81,067	90	,901		
Total	115,000	115			

a. Predictors: (Constant), Stedelijk of landelijk 1, Gemoedelijk of afstandelijk 1, Met wie plek 1 bezocht? , Frequentie van bezoek Plek 1, Afstand naar Plek 1, Studiejaar, Sociaal contact gezocht Plek 1?, Hoe plek 1 bereikt?, Geslacht Respondent, Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?, Mooi of lelijk 1, Beschut of open 1, Leeftijd Respondent, Duur Bezoek Plek 1, Weinig of veel drukte 1, Woonsituatie Respondent, Niveau van Studie, Veilig of onveilig 1, Categorie van Plek 1, Rustgevend of stressvol 1, Binnen of buiten 1, Bachelor of Master, Levendig of saai 1, Veel of weinig groen 1, Woonplaats Respondent

b. Dependent Variable: afleiding als reden

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,773	1,069		-1,659	,101
Geslacht Respondent	,140	,208	,070	,675	,501
Leeftijd Respondent	,028	,034	,089	,821	,414
Woonplaats Respondent	,100	,335	,048	,298	,766
Woonsituatie Respondent	-,009	,106	-,012	-,082	,935
Niveau van Studie	-,101	,329	-,037	-,306	,760
Bachelor of Master	-,242	,220	-,147	-1,102	,273
Studiejaar	,035	,084	,051	,422	,674
Categorie van Plek 1	-,085	,045	-,229	-1,899	,061
Frequentie van bezoek Plek 1	,119	,109	,116	1,094	,277
Duur Bezoek Plek 1	,000	,085	,000	-,006	,995
Afstand naar Plek 1	,039	,100	,048	,395	,694
Hoe plek 1 bereikt?	,080	,089	,087	,900	,370
Met wie plek 1 bezocht?	,024	,063	,040	,384	,702
Sociaal contact gezocht Plek 1?	,080	,219	,040	,364	,717
Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?	,189	,229	,088	,826	,411
Veel of weinig groen 1	-,146	,098	-,208	-1,486	,141
Mooi of lelijk 1	,106	,131	,098	,813	,418
Levendig of saai 1	,003	,150	,003	,022	,983
Gemoedelijk of afstandelijk 1	,279	,160	,231	1,747	,084
Veilig of onveilig 1	-,011	,144	-,009	-,076	,940
Rustgevend of stressvol 1	,069	,124	,074	,558	,578
Weinig of veel drukte 1	-,182	,104	-,218	-1,755	,083
Beschut of open 1	-,057	,096	-,062	-,591	,556
Binnen of buiten 1	-,009	,079	-,014	-,111	,912
Stedelijk of landelijk 1	,096	,093	,126	1,029	,306

a. Dependent Variable: afleiding als reden

Factor 4

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,699 ^a	,489	,347	,80831120

a. Predictors: (Constant), Stedelijk of landelijk 1, Gemoedelijk of afstandelijk 1, Met wie plek 1 bezocht? , Frequentie van bezoek Plek 1, Afstand naar Plek 1, Studiejaar, Sociaal contact gezocht Plek 1?, Hoe plek 1 bereikt?, Geslacht Respondent, Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?, Mooi of lelijk 1, Beschut of open 1, Leeftijd Respondent, Duur Bezoek Plek 1, Weinig of veel drukte 1, Woonsituatie Respondent, Niveau van Studie, Veilig of onveilig 1, Categorie van Plek 1, Rustgevend of stressvol 1, Binnen of buiten 1, Bachelor of Master, Levendig of saai 1, Veel of weinig groen 1, Woonplaats Respondent

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56,197	25	2,248	3,440	,000 ^a
	Residual	58,803	90	,653		
	Total	115,000	115			

a. Predictors: (Constant), Stedelijk of landelijk 1, Gemoedelijk of afstandelijk 1, Met wie plek 1 bezocht? , Frequentie van bezoek Plek 1, Afstand naar Plek 1, Studiejaar, Sociaal contact gezocht Plek 1?, Hoe plek 1 bereikt?, Geslacht Respondent, Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?, Mooi of lelijk 1, Beschut of open 1, Leeftijd Respondent, Duur Bezoek Plek 1, Weinig of veel drukte 1, Woonsituatie Respondent, Niveau van Studie, Veilig of onveilig 1, Categorie van Plek 1, Rustgevend of stressvol 1, Binnen of buiten 1, Bachelor of Master, Levendig of saai 1, Veel of weinig groen 1, Woonplaats Respondent

b. Dependent Variable: Rust/afleiding en stressvolle situaties

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,054	,910		-,059	,953
Geslacht Respondent	,302	,177	,151	1,707	,091
Leeftijd Respondent	,000	,029	-,003	-,033	,974
Woonplaats Respondent	-,136	,286	-,066	-,476	,635
Woonsituatie Respondent	,035	,090	,049	,392	,696
Niveau van Studie	-,376	,280	-,139	-1,343	,183
Bachelor of Master	-,219	,187	-,132	-1,169	,246
Studiejaar	,046	,071	,065	,640	,524
Categorie van Plek 1	-,065	,038	-,175	-1,705	,092
Frequentie van bezoek Plek 1	,101	,092	,099	1,096	,276
Duur Bezoek Plek 1	,031	,072	,040	,423	,673
Afstand naar Plek 1	,011	,085	,013	,125	,901
Hoe plek 1 bereikt?	,122	,076	,132	1,597	,114
Met wie plek 1 bezocht?	-,054	,054	-,088	-1,002	,319
Sociaal contact gezocht Plek 1?	,086	,187	,043	,460	,646
Bezoek Plek 1 vanwege aanwezigheid voorzieningen?	-,347	,195	-,162	-1,779	,079
Veel of weinig groen 1	,138	,084	,197	1,649	,103
Mooi of lelijk 1	,259	,111	,239	2,328	,022
Levendig of saai 1	-,196	,128	-,180	-1,530	,130
Gemoedelijk of afstandelijk 1	,237	,136	,196	1,742	,085
Veilig of onveilig 1	-,086	,122	-,071	-,701	,485
Rustgevend of stressvol 1	,207	,105	,223	1,966	,052
Weinig of veel drukte 1	,095	,088	,113	1,070	,288
Beschut of open 1	-,083	,081	-,090	-1,014	,313
Binnen of buiten 1	,091	,067	,150	1,357	,178
Stedelijk of landelijk 1	,052	,079	,068	,654	,515

a. Dependent Variable: Rust/afleiding en stressvolle situaties