

Vertrouwelijk

Eindrapport Bedrijfsproject

Rotary District 2130 Commissie Ledenbeheer

Stefanie Carbonez – R0631556

Alexis Vandenbulcke – R0659132

Olivier D'Haeseleer – R0594695

Bachelorproef aangeboden tot het behalen van de graad van
Bachelor in de Handelswetenschappen

FEB-coach: Annick VAN ROSSEM

Bedrijfscoach: Aurélie DEMUNTER

Evaluatievergadering: niet van toepassing

Academiejaar: 2019–2020

Rotary District 2130 Commissie Ledenbeheer :

Rotary

Executive Summary

Introduction

During this research about Rotary we tried to answer the question: 'How to lower the average age of the members of the Rotary district East and West Flanders?'. To answer this question, we set up a questionnaire with around seventy questions about 7 topics that will be discussed in the following paragraphs.

The main idea was that Rotary had to attract young people as new members in order to lower the average age of the member base. So, our main focus lies on finding how to make the Rotary clubs attractive to young people and convince them to become permanent members.

This questionnaire was distributed with Qualtrics and was filled in electronically by the respondents, those where all the members of the Rotary district. When answering the questions, the respondents were asked to select the most fitting answer, going from strongly disagree to strongly agree, with a total of 7 answer options. There were also some open questions to fill in where the respondents could right down their ideas and suggestions.

After the data collection we had over thousand answers, which is very high for a population of around 2500. Therefore, we can certainly claim that our research has a high reliability.

For the data analysis we used the programs Qualtrics and SPSS, the latter is a statistical program. Our results were very precise with a small variance due to our high response rate and we will discuss these in the following paragraphs.

Promoting

When analyzing the results of the questionnaire, we generally note that Rotary members are highly willing to be much more transparent to the outside than we previously thought. This by giving more information about the activities Rotary organizes and by communicating better the correct meaning of Rotary with non – Rotarians.

Both in communicating the activities to non – Rotarian and in terms of transparency about their own story, we notice an unambiguous opinion among the current members of Rotary. A large majority of the members is therefore willing to pay more attention to this and make some extra efforts to make this possible. They want to improve this transparency by investing more in marketing and communication, which also creates the opportunity to improve the current image of the population about Rotary and make them aware of what Rotary stands for and what they actually do.

For example, they want to emphasize youth – exchanges, because nowadays there are too many people who are not aware of its existence. In this way, they can not only ensure people have a solid understanding of the Rotary's activities, but also give a better idea of where the money of the Rotary foundation is used for.

Communication

Communication is one of the most important things within any organization. That's why having a good communication between the members, but also with the rest of the population, is a priority for Rotary. It is clear that the best way of reaching non – members is through the business website. On your own website you have the opportunity to display all aspects of a company in an original and clear way, so that people can immediately have a clear view of the core business of the company and where they stand for.

According to the members, Instagram and Facebook are the most useful social media tools to reach non – members. By posting messages, photos and videos you can keep the non – members, but also the members up to date about the daily activities of Rotary. Twitter, on the other hand, is considered as less useful for approaching non – members.

Communication between members offers many possibilities. There are currently three ways of communicating between members. Communication by email is nowadays the most popular way. We see that there is much enthusiasm for an own app that allows members to be in contact with each other by smartphone or computer.

Which actually brings us to the third way namely "Harmony": Harmony is a website which every member of Rotary around the world has access to. On harmony they can find all the information about the members, the activities and funding of Rotary. It would therefore be easy to have the possibility to communicate by this website. Using an existing tool is much more user – friendly as everyone is already familiar with it and it creates no additional costs for Rotary

Events

The purpose of this part of the survey was to gain a deeper insight into which events and activities the current members would love to see organized by Rotary in the near future. A second goal was to unveil to what extent these events and activities would attract younger generations to join Rotary.

A thorough analysis of the multiple-choice questions pointed out that current members believe one of the most important aims of Rotary should be to focus more on supporting community-related projects. Supporting projects that don't necessarily come with a high cost but are still social is believed to be an effective way to attract younger members. This corresponds with evidence found in earlier research, indicating that these so-called millennials prefer to affiliate themselves with organizations that are culturally engaged and embody a certain degree of social awareness.

Furthermore, the respondents of the survey made clear that in the future, it's in the best interest of Rotary to focus on organizing events and activities that are more appealing particularly for young professionals. Many respondents proclaimed the urge for a closer cooperation with Rotaract. As they embody the future of Rotary and are more in touch with the needs and wants of the younger generations, they could fill in a key position in this whole process.

Around one out of five respondents formulated a response beneath the open question with a suggestion of their own. These proposals showed that there is a great demand for sport-related activities and events. The younger generations amongst the respondents seem to enjoy the competitive aspect of sports and hinted towards organizing sports competitions.

The somewhat older generations on the other hand seemed to be fonder of a weekly gathering where sports could be practiced in a more serene way. Another way to attract younger potential members would be to organize (sport)events accessible for the whole family. Generation Y is typically associated with the urge to try and maintain a healthy work-life balance, they prefer to spend their leisure time with family. Frequently recurring suggestions included: cycling, jogging, walking and bowling.

Another popular topic among these answers was the call for more so-called afterwork events. Networking is and will always remain one of the more important pillars of Rotary, and therefore, could easily be translated in afterwork events. It's a popular phenomenon that has been on the rise amongst young professionals in the last couple of years and that still is a booming business.

It is an opportunity for Rotary to jump on the bandwagon and start organizing events as such themselves, enabling young potential members to get in touch with the organization.

Club Projects

Every single day, members of Rotary across the world commit themselves to contribute to the community in the best way possible. Earlier research already pointed out what kind of projects should be focused upon in order to attract potential young members, whilst keeping the current members satisfied and motivated. These suggestions included focusing on present needs and themes which are up to date. In addition, generation Y expects projects with clearly defined goals, where their own effort makes a difference.

The analysis of the multiple-choice questions in this department makes clear that the current members believe that future club projects should mainly be focused on economic and social development. Primary education and literacy are another interesting topic that the respondents would like to see in the center of attention. Each project that was presented to the respondents had a valuable and noble goal, resulting in a big support for every single one of them in the multiple-choice questions.

A theme that was often mentioned and lots of members would like to see covered in the future is situated around addictions. This includes drinking, drug and gambling addictions. Some of the members that proposed this focus area emphasize the importance of an open dialogue and breaking the taboo, while others believe it would be more valuable to proceed preventively.

Another popular topic suggested by the respondents was environmental care. Somewhat surprising given the fact that this topic was the least popular among the suggestions of the multiple-choice questions. This might imply that there's a persistent subgroup of members that are concerned and committed towards this specific topic.

Recruiting

Recruiting is one of the main topics of this research. We have to analyze in which way we have to attract new members and especially young new members.

At this moment it is the habit to invite people to the Rotary when they openly consider joining the organization. But according to the members it would be a good idea to regularly invite non-members who are not interested of joining in the first place. By doing this more people could be persuaded to join, people that hadn't any interest in the first place. The members where enthusiast about doing this by organizing 'bring a guest' evenings with young invitees.

It is the tradition of the Rotary that the spouse can't become member of the same club and it seems that the members want to keep it this way. On the other hand, we see that the members are very positive about letting their sons and daughters joining the club.

In contrast to the attraction of young people the members are more reluctant about accepting older people in the club who are over 65 years of age. Six in ten members think we should not accept this people as new members, but we are aware that this could cause some commotion if this measure was taken.

To make the clubs more interesting we can actively search for certain profiles in the community that are not yet or not enough represented in the club.

We could also work with flexible membership for people who are temporarily involved in projects of Rotary, that way the communication and involvement would be greater. On both these ideas the members were very enthusiastic and gave positive answers, so this are certainly policies to implement.

Another topic is the cost of membership. The members seem to agree that it is too high, and we should try to limit the costs. However, they don't want this to happen in any way. Remarkably enough the members didn't want to hear about determining the membership fee according to their age or income. So, we must lower the costs, but every member has to be treated equally.

Club meetings

In general, the members of Rotary tend to say that there are too many rules and that we should try to diminish the importance of the protocol. This is also the case for these meetings.

The moment of gathering seems to be a problem, in most cases these gatherings occur once a week in the evening. But this moment is not always suitable for young people with children. This is why Rotary should, according to the members, consider to be more flexible about the moment of gathering. They could see each other at different moments of the day, without dinner for example. The members also tend to say that meeting twice a month is more than enough, this is where Rotary should move to.

When questions were asked about the rule of minimal presence at their club meetings, the answers where really negative. The members don't seem to like this rule. Because you should know Rotary opposes an 80% presence rate at their club meetings, this can be a really oppressive and stressful rule, it can also discourage potential members from joining. The members rather like the idea that we should look at a minimal level of involvement instead of presence. On the other hand, they are very reluctant about the idea of presence true videoconference. We should add to this that the survey was taken before the corona crises and that the opinion of the members will certainly have changed. This being for the simple reason that all the club meetings where held with videoconference during this crisis.

Origin of members

It may be interesting to know where your members come from. We are not talking about their origins but about the fact if they were members of another similar organization before, they joined Rotary. Because some of these organizations may be the perfect place to attract now members. Around one in four were members of JCU, the Rotaract and the Round Table. So, it seems to be a good idea of recruiting new members there, Rotary could send some members to this clubs to tell the story of Rotary and motivate people to join Rotary when they leave their current club. Furthermore, one in six was a member of a business club and Rotary could adapt the same tactics here.

Conclusion

We can state that we have been able to establish a reliable research that is substantiated scientifically.

If we look at the brighter picture, we can say that the members of Rotary agree that some things must be changed, and that Rotary has to adapt to attract young people. Surprisingly we see that also the older people seem to accept this and that they are not so conservative as people may think. In some cases, they are even more progressive than the baby boomers.

In the future, Rotary should focus more on the marketing and communication in order to improve their image to the outside world. In this way they will be able to gain enthusiasm from the younger generation and hopefully convince them to join Rotary.

In the near future, Rotary should focus more on organizing events that fulfill the needs of young people, such as sport-related activities or afterwork events. In order to achieve this, a closer cooperation with Rotaract is recommended. Club projects should have well-defined goals and should be focused on contemporary needs and modern themes.

The Rotary should stick less to the protocol and should get rid of imposing obligations as minimal attendance to their members, the number of club meetings must also diminish.

Finally, the cost of membership has to be lowered and more people have to be invited as guest. In that way we hope that more people will be persuaded to join the organization.

Inhoudstafel

1	Introductie	10
2	Wat is Rotary	11
2.1	Algemeen.....	11
2.1.1	Enkele cijfers	11
2.1.2	Streefdoelen	11
2.2	Rotary International	11
2.2.1.1	<i>Wat is Rotary International?</i>	11
2.2.1.2	<i>Rotary Foundation</i>	12
2.2.1.3	<i>International Exchange : Students</i>	12
2.2.1.4	<i>Geografische activiteit</i>	13
2.3	Rotary Belgium	13
2.4	Rotary Oost – en West – Vlaanderen (District 2130)	13
2.5	Individuele clubs	13
3	Literatuurstudie : probleemstelling.....	15
3.1	Oorsprong.....	15
3.2	Imago.....	15
3.3	Problematiek.....	15
3.4	Concurrentie	16
3.5	Vernieuwing en verjonging	16
3.6	Generatie Y.....	17
3.7	Eerder onderzoek	18
4	Data en methode(n).....	20
4.1	Verloop dataverzameling.....	20
4.2	Minimale responsgraad	21
4.3	Vragenlijst.....	21
4.3.1	Inleiding	21
4.3.2	Promotie	22
4.3.3	Evenementen	22
4.3.4	Communicatiekanalen.....	22
4.3.5	Clubprojecten toespitsen.....	22
4.3.6	Recrutering.....	22
4.3.7	Aanwezigheid.....	23
4.3.8	Open vragen.....	23

	4.3.9 Socio – demografische gegevens	23
5	Resultaten	24
	5.1 Inleiding	24
	5.2 Steekproef	25
	5.3 Promoting	26
	5.3.1 Bekendmaking activiteiten aan niet – rotariërs	26
	5.3.2 Transparantie over het eigen verhaal	26
	5.3.3 Inzetbaarheid van marketing & communicatie	26
	5.3.4 Imago	27
	5.3.5 Communicatie omtrent jeugduitwisselingen	27
	5.3.6 Promotie omtrent “Rotary Foundation.....	27
	5.4 Communicatie	28
	5.4.1 Eigen website voor promoting	28
	5.4.2 Instagram, Facebook & Twitter	28
	5.4.3 Communicatie onder leden	28
	5.5 Events	29
	5.5.1 Meerkeuzevragen	29
	5.5.2 Open vragen	31
	5.6 Clubprojecten	32
	5.6.1 Meerkeuzevragen	32
	5.6.2 Open vragen	33
	5.7 Recruiting	34
	5.7.1. Niet-leden uitnodigen	34
	5.7.2 Gezinsleden recrutereren	35
	5.7.3 Flexibel lidmaatschap	35
	5.7.4 De kosten van et lidmaatschap	36
	5.7.5 Actief op zoek gaan naar profielen	36
	5.7.6 Gepensioneerde leden	37
	5.8 Clubvergaderingen	37
	5.8.1 Vergadermoment	37

5.8.2	Minimale aanwezigheid	38
5.9	Waar komen de leden vandaan?.....	39
5.10	Opmerkingen	40
6	Conclusie en aanbevelingen.....	40
7	Referenties.....	41
Appendix A:	42

1 Introductie

Beste lezer,

In onderstaande literatuurstudie kunt u de informatie terugvinden die we tot nu toe verzameld hebben omtrent ons bedrijfsproject. Wij als team 132, kregen de opportuniteit om het probleem van Rotary District 2130 Commissie Ledenbeheer aan te pakken. Rotary kampt met een probleem die we bij de meeste serviceclubs terugvinden, namelijk dat de gemiddelde leeftijd (56,14 jaar) van de leden vrij hoog is en dat deze trend enkel maar lijkt te verergeren. Het is van uiterste noodzaak dat de gemiddelde leeftijd teruggeschroefd kan worden om het voortbestaan van Rotary te kunnen garanderen.

De centrale onderzoeksvraag omtrent deze probleemstelling luidt als volgt: Hoe kan men de gemiddelde leeftijd van de leden van Oost – en West – Vlaamse Rotaryclubs naar beneden halen? Het doel van ons onderzoek is om een duidelijk beeld te kunnen schetsen, op welke manier Rotary een jongere generatie zou kunnen aantrekken. Daarbij zijn er twee belangrijke invalshoeken terug te vinden. Zo moeten we kunnen bepalen welke zaken ervoor zorgen dat jongere generaties niet meer geneigd zijn om tot Rotary toe te treden. Vervolgens is het van belang dat we kunnen nagaan in welke mate de huidige leden van het District 2130 zich willen aanpassen aan de wensen van de jongere generaties. Een oplossing voor het overkoepelende probleem binnen Rotary kan enkel en alleen wanneer deze twee aspecten met elkaar geconvergeerd worden.

Door het feit dat het praktisch niet mogelijk is om niet – leden doeltreffend te contacteren, worden beide componenten van de probleemstelling afgetoetst bij de huidige leden van Rotary.

We wensen u veel leesplezier!

Stefanie Carbonez – R0631556

Alexis Vandenbulcke – R0659132

Olivier D'Haeseleer – R0594695

2 Wat is Rotary

2.1 Algemeen

Rotary is een internationaal netwerk samengesteld uit vele verschillende lokale Rotary Clubs. Een netwerk van meer dan 1,2 miljoen ondernemende leden verenigt zich al meer dan 110 jaar om actie te ondernemen en op die manier een blijvende verandering te creëren, niet alleen voor de wereld, maar ook voor de maatschappij en de leden zelf.

Niettegenstaande Rotary uit 35.000 verschillende clubs bestaat, is er toch een algemeen gedeelde missie, deze luidt als volgt: "actie ondernemen tegen de meest hardnekkige kwesties in de wereld".

Elke dag opnieuw zijn er Rotary – leden die actief zijn in verschillende gemeenschappen over de hele wereld om serviceprojecten te realiseren.

Men houdt zich bezig met projecten gaande van het begeleiden van achtergestelde kinderen, tot het voorzien van drinkbaar water door het bouwen van pijpleidingen. Elk project is uniek en brengt de wereld telkens een stap vooruit.

2.1.1 Enkele cijfers

- 2,5 miljard kinderen geïmmobiliseerd tegen polio
- 16 miljoen vrijwilligers per jaar

2.1.2 Streefdoelen

- Bevorderen van vrede
- Vechten tegen hardnekkige ziektes
- Verstrekken van schoon water
- Moeders & kinderen redden
- Ondersteunend onderwijs aanbieden
- Groeiende lokale economieën creëren

2.2 Rotary International

2.2.1.1 *Wat is Rotary International?*

Rotary International is de overkoepelende organisatie boven alle verschillende landen, districten, clubs. De allereerste Rotaryclub ontstond in 1905 te Chicago (Verenigde staten). Ondertussen bestaat Rotary International reeds uit een netwerk van 165 landen die dagelijks streven naar een betere wereld.

De naam Rotary omschrijft eigenlijk de werking van de vereniging. Zoals de naam klinkt worden de verschillende functies op een routerende wijze ingevuld. Hierdoor is een ondernemend lid telkens maar voor een bepaalde periode verantwoordelijk voor een bepaalde functie binnen Rotary. Op die manier schept men de mogelijkheid dat de kennis van vele verschillende leden kan leiden tot een optimale uitvoering van de functie zelf.

Visie

Er is binnen Rotary één algemene visie die door alle landen, districten, clubs en leden wordt gerespecteerd : "dienstbaarheid boven eigen belang". Als lid van Rotary ga je jezelf als het ware vrijwillig ten dienste stellen van de maatschappij, om op die manier de mensen die in moeilijker omstandigheden vertoeven te helpen. Rotary mikt vooral op de gedreven voortrekkers binnen de actieve beroepsbevolking en de zakenwereld omdat deze vaak van de meeste ambitie, knowhow en relaties genieten om de visie van Rotary zo goed mogelijk te kunnen vervullen.

Missie

De missie van Rotary International bestaat er in om aan de hand van ondersteuning van onderwijs, verlichting van armoede en verbetering van gezondheid ervoor te zorgen dat Rotariërs een wereldbegrip verkrijgen en ze op die manier in staat stellen om goodwill en vrede in de wereld te bevorderen.

2.2.1.2 Rotary Foundation

Binnen Rotary International vinden we een apart luik Rotary Foundation die instaat voor de financiering van de projecten die Rotary ondersteunt. De foundation is een stichting die zijn geld enkel genereert aan de hand van giften.

Bill Gates is de spilfiguur binnen Rotary foundation, meer bepaald in de categorie PolioPlus. Binnen deze categorie wordt er financiering verworven om de aankoop en transport van vaccins ter bestrijding van de ziekte Polio te kunnen begunstigen. De effecten van dit programma ter bestrijding van Polio zijn uitmuntend, zo bereikt men reeds een daling van 99% van de gevallen.

De bijdrage van Bill Gates zorgt ervoor dat voor elke euro die gedoneerd wordt, hij een bijkomende euro doneert. Op deze manier wordt er dubbel zo snel geld gegenereerd en kan de ziekte sneller bestreden worden.

2.2.1.3 International Exchange : Students

A. Studiebeurzen

Sinds 1947 zorgt Rotary ervoor dat meer dan 40.000 studenten de mogelijkheid kregen om hun universitaire opleiding tot een goed einde te kunnen brengen in het buitenland. Op basis van deze cijfers kunnen we concluderen dat Rotary hierdoor 1 van de belangrijkste foundations is qua ondersteuning van studiebeurzen.

B. Group Study Exchange

Rotary biedt de mogelijkheid aan niet-rotariërs (25-40 jaar) om gedurende een periode van 4 tot 5 weken bij rotariërs in het buitenland te vertoeven en op die manier een beeld kunnen scheppen over de manier waarop het andere land op professioneel gebied functioneert.

2.2.1.4 Geografische activiteit

Rotary is actief in verschillende landen verspreid over de hele wereld :

Land	# leden
Azië	387,663
VS, Canada & Caraïben	337,842
Europa, Afrika en Midden – Oosten	295,099
Centraal – en Zuid – Amerika	90,422
Groot – Brittannië en Ierland	43,219
Australië, Nieuw – Zeeland & Pacific eilanden	34,634

2.3 Rotary Belgium

Rotary België is één van de landen die aangesloten is bij Rotary International. Zoals De overkoepelende organisatie problemen op wereldschaal onderhanden neemt, doen België en de andere landen dit op nationaal niveau, ook al bieden ze al ondersteuning bij de internationale projecten.

Rotary België – Luxemburg is opgedeeld in 3 verschillende districten die tot op heden over de landgrenzen heen lopen. Maar dit zal in de toekomst veranderen, zo zullen er nu uitsluitend Nederlandstalige of Franstalige districten ontstaan. Dit om de werking binnen de districten efficiënter te laten verlopen. Aan het hoofd van elk district staat een gouverneur die aangesteld is door de president van Rotary International.

2.4 Rotary Oost – en West – Vlaanderen (District 2130)

Rotary Oost – en West – Vlaanderen bevat eigenlijk zo goed al het volledig Westelijke gedeelte van het land. Tot op heden bevatte dit de Provincies : West – Vlaanderen, Oost – Vlaanderen & Henegouwen, maar deze laatste zal vanaf volgend jaar uit het district verdwijnen en zo zal een nieuw district 2130 ontstaan.

In het totaal zal het district bestaan uit 51 clubs verdeeld over het Westelijk deel van het land.

Aan het hoofd van het district staat de gouverneur die maandelijks een briefing doet over het onderwerp waarrond het district de voorbije maand heeft gewerkt. Dit maandelijks onderwerp staat naast het Jaarlijkse thema die gekozen wordt door het land die aan het hoofdstaat gedurende dat jaar.

2.5 Individuele clubs

Aan het hoofd van de Individuele clubs vinden we telkens opnieuw een voorzitter die het reilen en zeilen van de club in goeie banen leidt. Hij zal zorgen voor een goede afwisseling tussen gastsprekers, activiteiten en besprekingen om ervoor te zorgen dat de club vooruitgang boekt op maatschappelijk vlak en bovendien ook zorgt voor een zelfontplooiing van de leden.

De grootte van de verschillende clubs is heel afwisselend, net zoals dit het geval is bij de gemiddelde leeftijd van de leden binnen de verschillende clubs. Zo vinden we in regio gent een eerder lage gemiddelde leeftijd terwijl de gemiddelde leeftijd in andere regio's meer dan 60 jaar kan bedragen.

Het aantal keer een club samenkomt, is vrij te bepalen door de club zelf. De meeste clubs kiezen voor een wekelijkse bijeenkomst. Maar bij jongere clubs merken we een trend op waarbij men eerder kiest voor een 2-maandelijks vergadering die de wekelijkse vervangt.

Clubs kunnen volledig autonoom bepalen hoe ze willen functioneren, zo kan men ook de toegang bieden aan de partners tot het deelnemen aan bepaalde lezingen of vergaderingen indien het lid zelf niet aanwezig kan zijn of indien deze ook geïnteresseerd is in het besproken thema.

3 Literatuurstudie : probleemstelling

3.1 Oorsprong

Serviceclubs zoals we ze vandaag de dag kennen ontstonden initieel in de Verenigde Staten, en waaiden vervolgens begin vorige eeuw over naar onze contreien. De eerste clubs werden gevormd door leden die de succesvolste laag van de samenleving vertegenwoordigden en die iets wilden teruggeven aan de gemeenschap. Succesvolle zakenlieden vonden elkaar en uitten hun betrokkenheid door bij *charity dinners* aan te schuiven en schenkingen te doen. Sinds de jaren 80 zijn ook vrouwen welkom in de serviceclub, al zijn zij tot op heden nog steeds ondervertegenwoordigd. Kandidaat-leden moeten steeds worden gevraagd door reeds actieve leden. In het verleden ging er dan ook steevast een grote aantrekkingskracht uit van dit elitaire karakter.

3.2 Imago

Het imago waar Rotary en soortgelijke serviceclubs mee te kampen hebben, strookt niet geheel met de realiteit. Uit het onderzoek Horizon (2013), uitgevoerd bij 40-jarige professionals, blijkt dat de naam Rotary meestal wel gekend is, maar dat het vaak niet geheel duidelijk is waar deze voor staat. De belangrijkste associaties die gemaakt werden (door meer dan 50% van de ondervraagden) zijn: elitair, onduidelijk, internationaal, nuttig voor dienstverlening en netwerkend.

Rotary en serviceclubs in het algemeen worden vaak gezien als een gesloten groep waar hoge normen en toetredingscriteria gelden. Het wordt gepercipieerd alsof ze een hogere stand vertegenwoordigen. Het gevoel leeft dat clubleden een netwerkrelatie onderhouden waar men maar moeilijk binnen geraakt, in het bijzonder voor vrouwen. Men legt eerder de link met de vorm en de leden van dergelijke serviceclubs, dan met hun doelen en verwezenlijkingen. Horizon (2013) leert ons dat de eerste drie associaties zijn: oude mannen in pak en das, netwerking en goed eten.

Desalniettemin maken de 40-jarige professionals ook enkele positieve associaties, waarbij gemeenschapsdienst en netwerking de belangrijkste zijn.

3.3 Problematiek

Het beeld dat hierboven geschetst werd is dus niet geheel waarheidsgetrouw en men wil af van hun imago als exclusieve 'eet- en drinkclub'.

Om dit probleem aan te pakken wil men meer inzetten op diversiteit en het aantrekken van nieuw, jong talent (generatie Y), maar laat dat nu net het knelpunt zijn.

Onder de leden van serviceclubs is er namelijk een stevige vergrijzing zichtbaar, en dat onder meer door eerder vernoemde redenen. Het voortbestaan van serviceclubs zoals we ze vandaag de dag kennen kan dus enkel en alleen verzekerd worden mits een doorgedreven vernieuwing en verjonging binnen de eigen rangen. Daarnaast blijft ledenbehoud even belangrijk als ledenwerving.

Om deze ontwikkeling van toenemende vergrijzing tegen te gaan werden er reeds jongerenafdelingen opgericht binnen verscheidene serviceclubs. Jonge professionals die hun eerste stappen willen zetten richting Rotary kunnen in eerste instantie terecht bij Rotaract.

Toch moet er geconcludeerd worden dat de oprichting van deze jongerentakken niet het verhoopte resultaat oplevert. De jongerenafdeling Rotaract an sich kan men beschouwen als een succes, maar de doorstroming naar de moederclub Rotary is eerder gering. Dat fenomeen zien we bij de meeste serviceclubs, het gat met de traditionele moederclubs is te groot. In eerste instantie is het doorstromen moeilijk vanwege het plotse, hoge leeftijdsverschil. Daarenboven verloopt de communicatie erg stroef, of is deze er simpelweg niet. Ook de strikte regelgeving omtrent verplichte (wekelijkse) aanwezigheid op vergaderingen vormt voor veel jongeren een struikelblok.

3.4 Concurrentie

Intussen is er een nieuwe generatie van netwerkclubs, met onder meer Soho House, JCI, Young Patrons Circle, Hans On Network etc. ontstaan die zich meer toespitsen op de noden van jonge professionals. Hun voorzieningen zijn veeleer afgesteld op de levensstijl van de jonge, ontwortelde stadsmens. Ze bieden een alternatief voor de traditionele serviceclubs, die zij als te oud bestempelen. Het beproefde concept; een drankje, een gastspreker en een babbel blijkt achterhaald en te weinig diepgaand.

Deze nieuwe generatie serviceclubs hanteert dezelfde basiswaarden, ze focussen zich namelijk ook op vrijwilligerswerk en liefdadigheid. Ze bestaan uit jonge weldoeners met eenzelfde passie, waarbij maatschappelijke status, contacten en iets terug doen voor de samenleving centraal staat.

In tegenstelling tot de jongerenafdelingen van de traditionele serviceclubs, groeien deze nieuwe netwerkclubs wél aan. De regelgeving is er immers ook een pak soepeler. Er zijn geen wekelijkse of tweewekelijkse bijeenkomsten zoals bij traditionele clubs nog steeds gebruikelijk is. Er is geen minimum aantal uren dat je als lid wordt geacht actief te zijn, en het wordt daarenboven ook niet gemonitord. Deze versoepeling rust op de assumptie dat wanneer men aanwezigheid verplicht stelt, *business minded* mensen bijgevolg moeite hebben lid te blijven. De nieuwe generatie gaat projectmatiger te werk. Dat impliceert dat jonge professionals niet langer lid worden om dat vervolgens eeuwig te blijven. Leden ervaren hun lidmaatschap de eerste aantal jaren vaak als interessant en evalueren pas daarna hoe hun verdere verloop binnen de club er zal uitzien. Uit het artikel 'de Rotary krijgt concurrentie van een nieuwe generatie netwerkclubs' van Jonas Kooyman blijkt dat nieuwe netwerkclubs daarnaast ook veel zichtbaarder zijn dan traditionele clubs, wat hun aantrekkelijkheid bij de jongere generaties enkel ten goede komt.

3.5 Vernieuwing en verjonging

Om op lange termijn te overleven dienen de traditionele serviceclubs dus een stijlbreuk met het verleden door te voeren. Er dient zich een volledig nieuwe generatie aan van jonge professionals die voor deze nieuwe wind door de clubs kunnen zorgen. Deze generatie wordt ook wel 'generatie Y', of de befaamde 'millennials' genoemd. Om de structuur van de clubs aan te passen aan de noden van de aanstormende generatie jongeren dient men in eerste instantie een goed inzicht te verwerven in het doen en laten van deze generatie, in hun noden en interesses. Hiervoor werd er onder meer beroep gedaan op eerder onderzoek door Van Rossem (2019).

3.6 Generatie Y

Personen die in de periode tussen de jaren 1980-2000 werden geboren beschouwt men als generatie Y, al is er onder wetenschappers geen consensus over de precieze afbakening van deze jaartallen. Net als alle voorgaande generaties eigent ook deze generatie zich bepaalde eigenschappen en karaktertrekken toe die hen typeren. Ze groeiden op in een tijd van weinig werkloosheid en ze hadden een vlotte toegang tot de arbeidsmarkt. Nu worden ze geconfronteerd met een gewijzigde sociaaleconomische situatie. Cultureel bezig zijn is zeer aantrekkelijk voor de ambitieuze millennials. Deze jongere generatie is sterk bezig met hun eigen reputatie. Lidmaatschap bij organisaties die cultureel bezig zijn en een sociaal bewustzijn hebben straalt dan ook af op hun identiteit. Ze ondervinden dat het op jonge leeftijd reeds zeer belangrijk is om al zo veel mogelijk menselijk kapitaal te verzamelen. Het is dus niet zo dat jonge professionals geen lid willen worden van Rotary. Uit Horizon (2013) blijkt dat er bij de doelgroep de minste weerstand bestaat. In de enquête stond 66% er neutraal of positief tegenover.

Belangrijk is dus om te begrijpen wat de drijfveren zijn van deze millennials. In dit deel van de literatuurstudie trachten we een beter inzicht te krijgen in wat er speelt bij deze generatie, wat hen aantrekt, maar evenzeer ook wat hen afstoot.

Flexibel, open-minded, creatief en probleemoplossend, het zijn de belangrijkste positieve eigenschappen die aan deze generatie worden toegeschreven volgens Reerink (2009). Ze zijn algemeen gezien flexibel in vele opzichten, maar dat betekent ook dat ze makkelijker veranderen van club of van netwerkomgeving. Jongeren zullen dan ook minder snel geneigd zijn om lange termijn engagements aan te gaan. Daar tegenover staan kenmerken als ongeduldig, lui, egocentrisch en verwend. Het luie aspect kan worden toegeschreven aan het feit dat millennials meer verwend zijn door hun ouders en door de toenemende automatisering. Devaney (2015) stelt dat de razendsnelle digitalisering een zeer grote invloed heeft op de vorming van deze categorie. Millennials en social media zijn haast onlosmakelijk met elkaar verbonden, dat vormt een uitdaging maar opent tegelijkertijd ook nieuwe mogelijkheden voor marketing specialisten. Door hun kennis en efficiënt gebruik van het internet ligt de wereld als het ware aan hun voeten. Ze worden dan ook vaak gezien als de generatie van grenzeloze mogelijkheden. Deze digitalisering zorgt logischerwijze ook voor veranderingen in het gedragsspatroon van de jonge professionals. Waar men vroeger voor het gros van de activiteiten het huis nog moest verlaten en de straat moest opgaan, kan dat met de moderne technologie steeds vaker van thuis uit. Een uitje naar de bioscoop bijvoorbeeld wordt al snel vervangen door een avondje Netflix, wat ook geldt voor netwerkactiviteiten. Men kan gemakkelijk met elkaar in contact blijven via sociale media en heeft er bijgevolg minder nood aan om het huis te verlaten om hun netwerk op te bouwen en te onderhouden.

Zoals Reerink (2009) stelt draagt deze generatie waarden als transparantie en eenvoud hoog in het vaandel, waarden waar de traditionele serviceclubs als Rotary tot op heden slecht op scoren en niet genoeg op inzetten. Ze leggen meer nadruk op eigenbelang en zorg dragen voor zichzelf. Ze zijn zich meer bewust van hun eigenwaarde en hoe waardevol zij kunnen zijn voor hun werkgever of een organisatie. Zelfontplooiing, het behalen van persoonlijke doelen en ervaring opdoen zijn de ultieme streefdoelen. Hard werken is voor hen geen probleem, maar ze kiezen ook voor quality time met het gezin en vrije tijd. Deze vrije tijd wordt gebruikt als een middel om zich te ontplooiën en te verrijken door middel van ervaringen op te doen. Er wordt gezocht naar een gezonde combinatie tussen het voltooien van doelen op zakelijk gebied en het nastreven van persoonlijke doelen en ervaringen. Het gevoel leeft vaak dat ze kampen met een tijdsgebrek omwille van hun intensieve carrièrebuilding en gezinsopbouw. Gen Y hecht net iets meer belang aan de balans tussen werk en privé dan Gen X vandaar de oorsprong van de desinteresse.

Idealen zijn voor hen in toenemende mate belangrijk, in die mate dat ze belangrijker worden dan geld. Dat betekent dat ze meer oog hebben voor sociale aspecten en de planeet in het algemeen. Hun voorkeur gaat bijgevolg uit naar bedrijven en organisaties met een sociaal bewustzijn. Dit ligt in lijn met hun sterke focus op persoonlijke ontwikkeling. Men zal er voor opteren om tijd en energie te investeren in maatschappelijk relevante projecten waar men zich mee kan identificeren. Daarnaast staan ze in vergelijking met voorgaande generaties meer open voor nieuwe ontwikkelingen, andere wereldbeelden en minderheden in de maatschappij. Deze minderheidsgroepen zullen zij sneller accepteren. Dit sluit aan bij hun open-minded kenmerken en liberale waarden en normen. Een in hun ogen verouderde, logge organisatie als Rotary waar enkel plaats is voor de succesvolste laag uit de samenleving, spreekt hen dus niet meteen aan.

Na generatie Y staat er alweer een nieuwe generatie jongeren klaar. Op termijn worden zij de doelgroep waaruit de potentieel nieuwe Rotatiërs gerekruteerd dienen te worden. Ook voor deze nieuwe generatie kunnen we al enkele kenmerken opsommen. Ze groeien op in organische organisatievormen waarin de leden voortdurend met elkaar in contact staan, mede door de digitalisering. Van een strikte hiërarchische structuur moeten zij dus niks weten. Deze digitalisering en overload aan informatie zorgt er op zijn beurt voor dat ze in staat zijn complexe materie te verwerken. Ze onderzoeken, ze netwerken en ze respecteren authenticiteit en oprechtheid. Voor hen dient de essentie van een boodschap duidelijk te zijn, en deze moet op zijn beurt dicht aansluiten bij hun belevingswereld. Deze generatie wordt uiteraard pas op de langere termijn interessant voor de traditionele serviceclubs. Generatie Y geniet nu de absolute voorrang. Door bovenstaande analyse weten we nu hoe de millennials in het leven staan. Hieronder worden enkele aandachtspunten en oplossingen besproken die in eerder onderzoek werden aangereikt.

3.7 Eerder onderzoek

Traditionele serviceclubs hebben in eerste instantie zelf al proberen anticiperen op deze problematische vergrijzing binnen de eigen rangen. Jongerenafdelingen werden opgericht, denk maar aan Rotaract (Rotary) en de Leo's (Lions). Zoals eerder aangehaald functioneren deze jongerenafdelingen op zich wel goed, maar verloopt de doorstroming naar hun respectievelijke moederclubs zeer stroef. De jongerenafdelingen op hun beurt ondervinden dan weer veel concurrentie uit onverwachte hoek, met name de cultuursector.

Volgens Kooyman (2019) zijn er enkele basisvoorwaarden waaraan serviceclubs moeten voldoen om een duurzame relatie met jonge leden te kunnen uitbouwen. Zo moeten de doelen steeds duidelijk en gekend zijn, en moeten ze als waardevol beschouwd worden. Het is met andere woorden belangrijk om deze doelen af te stemmen op de waarden en normen, en tevens ook op de leefwereld van de jonge Rotariërs. Daarnaast dient men de Rotariërs optimaal te benutten door hen aan te spreken op hun competenties en talenten. Leden verstaan zo dat ze waardevol zijn en kunnen op deze wijze succes ervaren. Voorts dienen de statutaire vergaderingen boeiend, leerzaam en prettig te zijn, opdat ze ook de onderlinge vriendschappen zouden bevorderen. Deze statutaire vergaderingen wekelijks laten plaatsvinden lijkt niet realistisch meer voor de toekomst te zijn, de frequentie dient dan ook te worden afgebouwd.

Aansluitend volgen enkele aanbevelingen aangaande ledenwerving uit voorgaand onderzoek, Horizon (2013).

In eerste instantie dient Rotary te streven naar een transparant en open imago. De naam Rotary roept bij velen tot op het heden een negatieve connotatie op. De term wordt nog steeds geassocieerd met een elitaire club waarbij de liefdadigheid op het achterplan verdwijnt. Dit is tot op het heden dus de grootste uitdaging. Dat impliceert dat de organisatie meer eenvoud en transparantie dient te hanteren, en zich opener moet openstellen naar de buitenwereld toe. De acties die Rotary onderneemt zouden beter moeten uitgedragen en gecommuniceerd worden. Dat betekent een radicale stijlbreuk met het verleden, waar er vooral in stilte en achter de schermen werd gewerkt. Het huidige, gesloten karakter van de club zorgt

ervoor dat veel mensen de eerste stap niet durven te zetten richting lidmaatschap. Het status gebonden en elitaire karakter uit het verleden moet worden vervangen door een ethisch elitair karakter. Met een ethisch elitair karakter bedoelt men het hebben van ethisch aanvaarde voorwaarden waaronder leden tot Rotary kunnen toetreden, waarbij discriminatie zeker niet van toepassing is. Ook via sociale media en andere platformen moet de aanwezigheid van Rotary verbeteren, om zo meer aansluiting te vinden bij de jongere generaties.

Vrijwilligerswerk en liefdadigheid blijven de basispijlers van Rotary. Om de jongere generaties warm te maken opdat ook zij hun steentje zouden bijdragen, dient men meer te focussen op hedendaagse noden en moderne thema's zoals milieuzorg en jeugdwerkloosheid. Leden moeten voelen dat hun inzet het verschil maakt. Jonge Rotariërs verwachten duidelijke projecten met duidelijke doelen, enkel een cheque presenteren geeft hun geen gevoel van zelfvoldoening.

Zoals eerder in dit werk besproken kampt generatie Y naar eigen aanvoelen met een tijdsgebrek. Ze zoeken een optimale mix tussen werk en vrije tijd, en zijn er bijgevolg niet happig op om er nog extra activiteiten bij te pakken. Ook hier valt een mouw aan te passen want beide vallen namelijk te combineren. Zo kan men vanuit Rotary cultuuractiviteiten organiseren die kindvriendelijk zijn, opdat de drempel om aanwezig te zijn verlaagd wordt voor leden met een gezin. Daarnaast zouden ze ook prominenter aanwezig moeten zijn binnen scholen en jeugdbewegingen. Op deze manier kunnen potentiële toekomstige leden zich op jongere leeftijd reeds een beter beeld vormen van waar deze serviceclubs juist voor staan.

Om nieuwe leden aan te trekken moet bovenal de lokale gemeenschap verleid worden. Het internationale karakter mag dan een sterke troef zijn van Rotary, het is op dit punt weinig relevant. Het is bijgevolg het lokale verhaal dat telt, want dat is de directe en zichtbare realiteit, ook voor potentiële toetreders. Met het oog op het bevorderen van vriendschappen, kan fysieke aanwezigheid binnen de lokale gemeenschap en activiteiten enkel aangemoedigd worden.

Één van de topprioriteiten van Rotary is de diversiteit van hun ledenbestand, opdat ze een betere weerspiegeling vormen van de samenleving. Hoewel 22% van de Rotariërs vrouwen zijn, blijven zij ondervertegenwoordigd in bestuursfuncties. Rotary tracht bijgevolg een open, gelijke en inclusieve aanpak te hanteren waarbij mensen uit ondervertegenwoordigde groepen meer kansen krijgen om hun steentje bij te dragen als leden en in bestuursorganen. Een doelstelling is om tegen juni 2013 het percentage vrouwen (in het algemeen én in bestuursfunctie) tot 30% op te drijven. De toekomst van Rotary wordt gedefinieerd als open, inclusief en met groeikansen voor iedereen.

Tot slot suggereerden Saratovsky en Feldmann (2013) nog enkele werkwijzen waardoor non-profit organisaties millennials zouden kunnen motiveren.

Ten eerste dient men de millennials actief te ondersteunen in de ontwikkeling van hun rol als leider. Ten tweede bevelen ze aan om transparant te werken.

Dit impliceert dat de millennials toegang willen tot informatie die duidelijk weerspiegelt hoe de organisatie de gemeenschap beïnvloedt en ondersteunt, maar ook hoe men geld inzamelt en dit vervolgens verdeelt over verscheidene goede doelen. Ten derde zou men voldoende platformen ter beschikking moeten stellen waar er ruimte is voor sociale interactie en discussie, zowel online als offline. Ten slotte dient men een omgeving te creëren waarin er ruimte is om probleemoplossend en strategisch te werk te gaan. Saratovsky en Feldmann (2013) concluderen dat voor millennials de volgende aspecten zeer belangrijk zijn: betekenisvol werk verrichten, zelf input kunnen inbrengen en het gevoel hebben dat er een goede fit is met de organisatie.

4 Data en methode(n)

Rotary wil er alles aan doen om het aantal leden op te krikken, ze willen dit doen door meer jonge mensen aan te trekken als nieuwe leden. De basis van het probleem is namelijk een verouderend ledenbestand met een hoge gemiddelde leeftijd.

Om te onderzoeken hoe we deze gemiddelde leeftijd naar beneden kunnen halen door meer jongeren aan te trekken, hebben we een vragenlijst opgesteld. Deze is bedoeld voor de hedendaagse leden van de Rotarische clubs in Oost-en West-Vlaanderen. We gaan nagaan hoe deze mensen denken over de beste manier om meer jonge leden aan te trekken. We gaan ook nagaan in welke mate de huidige leden openstaan voor vernieuwing. Voor het verdere verloop van deze paper hebben we voor het gemak en voor het vlotte verloop besloten om met de term 'Rotary' te verwijzen naar 'Rotary Oost- en West-Vlaanderen'.

4.1 Verloop dataverzameling

Men werkt bij dit onderzoek niet met een beperkte steekproef maar met de gehele populatie, de steekproef is dus zo goed als gelijk aan de populatie. Dit brengt voordelen met zich mee, we verwachten hier een heel hoge betrouwbaarheid dankzij de hoge responsgraad. Uiteraard is het zo dat niet elk lid van Rotary Oost - en West-Vlaanderen de vragenlijst zal invullen maar bij benadering kunnen we ervan uitgaan dat de betrouwbaarheid toch +/- 95% zal zijn.

Het is in eerste instantie de bedoeling dat het onderzoek door de leden van het districtcomité in de verschillende clubs zal worden toegelicht. Ieder lid van het comité zal een aantal clubs voor zijn rekening nemen. Van 15 december tot 15 februari zullen deze langsgaan bij de verschillende clubs tijdens hun statutaire vergadering. Hier zullen ze kort uitleggen dat er door het district Oost- en West-Vlaanderen een onderzoek wordt uitgevoerd over de vraag hoe Rotary de gemiddelde leeftijd van de leden naar beneden zou kunnen halen. Daarna zal het comitélid de leden van de respectievelijke club vragen om ter plaatse de vragenlijst in te vullen, dit acht men nodig om mogelijk ingevulde enquêtes te bemachtigen.

Het is de bedoeling dat de leden van de club de vragenlijst via Qualtrics op hun smartphone of computer invullen. Dit maakt het voor ons gemakkelijker om de data te verzamelen en te onderzoeken. De clubleden zullen dan ook op voorhand per mail gewaarschuwd worden dat de comitéleden van het district zullen langskomen en dat ze indien mogelijk een computer of smartphone moeten meebrengen. Er wordt hierbij ook uitdrukkelijk gevraagd aan de clubvoorzitter om erop toe te zien dat zijn leden dit onderzoek serieus nemen. In de mail zal een link te vinden zijn waarmee de leden toegang krijgen tot de vragenlijst. Er zal ook een QR-code worden doorgestuurd die eveneens toegang verleent aan de vragenlijst, deze kan uitsluitend gebruikt worden voor de mensen met een smartphone. Er zullen ook papieren versies van de vragenlijst aanwezig zijn voor de leden die echt niet anders kunnen, deze gegevens zullen dan manueel moeten worden ingegeven in Qualtrics.

Maar men heeft er ook voor gezorgd dat de vragenlijst meerdere keren kan worden ingevuld door 1 elektronisch toestel. Het is de bedoeling om dit aan te moedigen, eerder dan een papieren versie te gebruiken. Dit hebben we gedaan op vraag van Rotary, ze denken hierbij aan het praktische aspect. Veel van de leden zijn de 60 jaar voorbij en deze hebben niet allemaal een smartphone of een draagbare computer ter beschikking die ze gemakkelijk kunnen meenemen naar de clubvergadering, het is dus van belang dat deze mensen de vragenlijst ook kunnen invullen om hier ook de responsgraad van de respondenten te verhogen en de arbeidsintensieve behandeling van de papieren vragenlijsten zo min mogelijk te houden.

In tweede instantie kunnen de leden die niet aanwezig waren op de vergadering of die voor één of andere reden de vragenlijst niet kon invullen, de vragenlijst ook vanop afstand in te vullen. Dit kan ook op een ander tijdstip gebeuren. Op deze manier kunnen we een zo hoog mogelijke responsgraad behalen.

4.2 Minimale responsgraad

Het is de bedoeling om een zo hoog mogelijke responsgraad te behalen waarbij de steekproef gelijk zou zijn aan de populatie, en bijgevolg 100% is.

Dit is de responsgraad die men zou verwachten in een utopische wereld. Dit is echter niet het geval. We zijn er ten zeerste van bewust dat de vragenlijst heel uitgebreid is en bijgevolg een aanzienlijke tijd neemt om in te vullen, een deel van de respondenten zal ongetwijfeld afhaken tijdens het invullen van de vragenlijst. Daarnaast is het ook zo dat de vragenlijst elektronisch wordt beantwoord en dat de gemiddelde leeftijd bij het Rotary district aanzienlijk is. Men verwacht dan ook dat de responsgraad bij de oudste generatie niet zo hoog zal liggen aangezien dit bevolkingssegment minder goed overweg kan met de moderne technologische middelen. We verwachten daarom dat de responsgraad rond de 40% zal liggen. Statistisch gezien blijft dit echter wel een hoog cijfer en kunnen we de betrouwbaarheid van 95% blijven garanderen.

Men heeft uiteindelijk besloten om geen minimale responsgraad op te leggen per club aangezien het de bedoeling is dat iedereen de vragenlijst moet invullen.

4.3 Vragenlijst

De vragenlijst is in 8 delen onderverdeeld, in elke blok wordt een specifiek onderwerp bevraagd en worden de vragen van dezelfde aard gegroepeerd. De respondent moet bij de bevraging eerst alle vragen van een bepaalde blok beantwoorden voordat deze naar de volgende blok kan gaan, op deze manier kunnen we ervoor zorgen dat we enkel volledig ingevulde vragenlijsten toegestuurd krijgen. Daarnaast wordt er bijna uitsluitend met meerkeuzevragen gewerkt maar er zijn daarnaast ook tekstblokken terug te vinden. Deze tekstblokken zijn meestal optioneel in te vullen, enkel als de data noodzakelijk is voor het onderzoek, is het invullen van de tekstblok verplicht. Dit is het geval bij de demografische gegevens als leeftijd, geslacht, naam en club. Dit hebben we gedaan om de vragenlijst zo vlot mogelijk te laten verlopen en zo veel mogelijk pertinente en correcte data te hebben. Als je iedereen verplicht om een verbetervoorstel te geven is de kans groot dat sommige verbetervoorstellen niet relevant zijn.

4.3.1 Inleiding

Hier worden geen vragen gesteld maar wordt er nog kort uitgelegd in welke context deze vragenlijst wordt afgenomen en tot welke doeleinden de antwoorden gaan gebruikt worden. Het voorwoord is door Rotary opgesteld en kunt u hieronder terugvinden. We halen hier ook aan dat de vragenlijst deel uitmaakt van een groter project dat al sinds 2015 bezig is.

"In 2014 leverde de commissie ad hoc "Rotary 2020" een witboek af dat opportuniteiten weergaf voor de ontwikkeling van de rotaryclubs door effectief ledenbeheer.

Uit de uitgangspunten die toen werden gereveleerd, presenteerden we er enkele gedurende de training assembly van maart 2015. Ter actualisatie van de toenmalige aanbevelingen, leggen we er enkele aan jou voor. We vragen je om aan te duiden, op deze schaal, in hoeverre je denkt dat elke stelling **jonge(re) mensen kan aantrekken om lid te worden van jouw Rotary Club**. De stellingen hebben betrekking op hoe jij jouw club graag wil zien in de **toekomst** en niet zoals het nu is. Op het einde van deze vragenlijst kan je jouw eigen idee(ën) weergeven als good practice voor toekomstig ledenbeheer. Die ideeën pakken we dan mee in het vervolgverhaal “Rotary 2020”. De resultaten zullen getoond en besproken worden op de DTA op 21 maart 2020.”

4.3.2 Promotie

In dit deel wordt getoetst welk beeld Rotary het best naar de buitenwereld brengt. Rotary kampt namelijk met een paar stereotypes, ze worden bijvoorbeeld afgeschilderd als elitair en ‘van de oude garde’. Misschien is het best om van dit traditionele beeld af te raken.

Er zijn ook veel mensen die helemaal niet weten wat de Rotary nu daadwerkelijk doet en welke waarden ze voorstellen. Veel mensen hebben zelfs geen weet van het bestaan van Rotary. Dit is misschien het moment om ook hierin ook verandering te brengen.

4.3.3 Evenementen

De Rotaryclubs halen hun middelen niet zelden uit het organiseren van evenementen, dit kan dan ook als marketingtool gebruikt worden om mensen aan te trekken. We bevragen de respondenten welk soort evenementen 30-en 40-jarigen zouden aantrekken, indien men dit kan definiëren, zou dit heel gunstig kunnen zijn in het aantrekken van jonge leden.

Daarnaast zijn er ook de evenementen die intern plaatsvinden, enkel voor de eigen leden dus. Hier kan men ook opteren voor activiteiten die jongeren aanspreken.

4.3.4 Communicatiekanalen

Rotary werkt momenteel vooral met Harmony, een site opgesteld door Rotary International die wereldwijd door de Rotaryclubs wordt gebruikt, en per mail om te communiceren met haar leden. Op de promotie van Rotary wordt er heel weinig ingezet en werken ze grotendeels met papieren flyers en via mond-op-mond-reclame. Het is misschien tijd om van deze traditionele communicatiekanalen af te zien en de transitie te doen naar modernere manieren van communicatie.

4.3.5 Clubprojecten toespitsen

Bij ieder clubproject wordt er ook een goed doel of project gekozen die met de winsten ondersteund zal worden. Het is belangrijk te weten welk soort projecten de leden aanspreekt, dit is namelijk het fundament van iedere club. Iedere club moet geld opbrengen voor het goed doel. Het is dan ook belangrijk dat de leden werken aan het project dat hen aanspreekt, dit werkt motiverend en is positief voor het goede verloop van een lucratieve bezigheid/evenement.

4.3.6 Recruitering

Men gaat hier onderzoeken op welke manieren Rotary de rekrutering zo vlot mogelijk kan laten verlopen en hoe men het best jonge leden aantrekt. Men probeert te weten te komen welk soort mensen het best aangetrokken worden en op welke manier dit het best kan gebeuren.

4.3.7 Aanwezigheid

Eén van de grote pijlers van Rotary is het feit dat je op de clubvergaderingen aanwezig moet zijn, er is dan ook een regel van een minimale aanwezigheid opgesteld. We bevragen hier of aanpassingen aan dit systeem of zelfs de volledige afschaffing ervan jongeren zou aantrekken. Want deze regel is één van de redenen waarom jongeren de stap naar het lidmaatschap niet zetten, deze hebben immers niet zelden een drukke agenda.

4.3.8 Open vragen

In deze blok gaan we vragen of de respondenten eigen suggesties hebben om aan te geven wat hun club aantrekkelijk maakt of wat hun club aantrekkelijk zou maken voor jongere mensen. Dit is inderdaad niet echt een blok waar we statistische gegevens uit gaan halen maar men gelooft dat men hier een paar goede ideeën voor Rotary uit kunnen halen. Zeker als we merken dat sommige opmerkingen meerdere keren voorkomen.

4.3.9 Socio – demografische gegevens

Dit is uiteraard een noodzakelijk onderdeel van de vragenlijst. Men vraagt de naam en voornaam van de respondent, deze gebruikt men enkel om te controleren dat iedere persoon maar 1 vragenlijst invult.

Daarnaast vragen we ook de leeftijd, jaren dat ze lid zijn van de Rotary en het geslacht om aan de hand van statistische toetsen de verschillen in antwoorden te meten tussen deze verschillende categorieën.

De club wordt ook gevraagd, op deze manier kunnen we een beeld schetsen van het verschil tussen de onderliggende clubs. Want in sommige clubs is de gemiddelde leeftijd veel hoger of is de masculiniteit groter, deze verschillen kunnen we dan ook in kaart brengen.

Ten slotte vragen we of ze vroeger al lid zijn geweest van een andere serviceclub. Deze info kan nuttig zijn om te weten waar we Rotary het best kunnen promoten, zeker in de serviceclubs met een lagere leeftijd. Denk maar aan de Rotaract of de Ronde tafel, deze hebben namelijk ook een maximumleeftijd van respectievelijk 30 en 40 jaar.

5 Resultaten

5.1 Inleiding

In dit deel van het onderzoek wordt de data geanalyseerd wanneer in de vorige fase van het onderzoek verzameld werd. Men gaat als volgt te werk.

Bij het beantwoorden van de vragen op de verschillende thema's zijn er 7 verschillende antwoordmogelijkheden, gaande van volledig oneens tot volledig eens. Er is ook een neutraal antwoord: noch eens, noch oneens. Bij het analyseren van de vragen gaat men de antwoorden onderverdelen in 2 groepen, een groep die het eens is en een groep die het oneens is met een bepaalde uitspraak. De groep die het eens is, is een verzameling van de antwoordmogelijkheden: enigszins eens, eens, volledig eens. De groep die het oneens is, een verzameling van de antwoordmogelijkheden: enigszins oneens, oneens, volledig oneens. Bij deze methode wordt er echter geen rekening gehouden met de neutrale categorie (antwoordmogelijkheid: noch eens, noch oneens) en met het gewicht van de antwoorden. De antwoordcategorie enigszins eens heeft hier hetzelfde gewicht als volledig eens. Door deze twee tekortkomingen gaat men ook telkens het gemiddelde geven, hierin wordt immers wel rekening gehouden met deze 2 aspecten. De antwoordmogelijkheden zijn genummerd van 1 (volledig oneens) tot 7 (volledig eens), met ook een neutraal antwoord in 4. Als het gemiddelde zich onder 4 bevindt is de meerderheid tegen de maatregel als deze boven 4 is, is de meerderheid ervoor.

Het is uiteraard niet de bedoeling om een maatregel effectief in te voeren als slechts 51% van de respondenten een positief antwoord geeft. Men gaat daarom trachten tot een consensus te komen en enkel maatregelen te overwegen waar de overgrote meerderheid mee akkoord is.

Men denkt het op deze manier overzichtelijk kan maken, en een duidelijk beeld kan schetsen van hoeverre de leden het met een bepaalde uitspraak eens, verdeeld of oneens zijn.

We hebben besloten om niet met de geografische verschillen te werken aangezien men aan de hand van een paar testen heeft gezien dat er hier weinig verschil was tussen de antwoorden. Men onderzoekt bovendien antwoorden van slechts 2 provincies die geografisch en cultureel gezien heel dicht bij elkaar liggen. Voor deze redenen leek het ons beter om enkel de geslachtverschillen en de leeftijdsverschillen in kaart te brengen, deze zijn ook veel pertinentier in verband met onze onderzoeksvraag: hoe moet men de gemiddelde leeftijd naar beneden halen, op welke manier moet Rotary Oost en West-Vlaanderen verjongen?

Leeftijdsverschillen zijn uiterst belangrijk, men moet meer rekening houden met de mening van de jongeren aangezien men deze leeftijdscategorie wil aantrekken. Indien men merkt dat de antwoorden van de jongeren en de ouderen sterk verschillen gaat men een groter gewicht geven aan de antwoorden van de jongeren. Men gaat hierdoor minder rekening houden met de mening van de ouderen maar men gaat deze groep zeker niet verwaarlozen, ouderen zijn veel talrijker in het ledenbestand, het zou dus zeker niet de bedoeling zijn om dit deel van de leden ontevreden te maken en hen het gevoel te geven dat er geen rekening wordt gehouden met hun mening. Men gaat dus trachten tot een consensus te komen tussen de mening van de jongere en de oudere leden en hierbij een groter gewicht te geven aan de antwoorden van de jongeren zonder de andere antwoorden te verwaarlozen.

Bij de geslachts- en leeftijdsverschillen werd er eerst bekeken of er een significant verschil aanwezig was. Dit werd gedaan aan de hand van de Anova-toets in SPSS, er werd hierbij gewerkt met een betrouwbaarheid van 95%.

Men merkt ook op dat de gemiddelde leeftijd bij de vrouwen lager ligt dan bij de mannen, 51.44 jaar tegenover 56.96 jaar. Dit kan een vertekend beeld geven wanneer we een verschil tussen de antwoordresultaten van mannen en vrouwen opmerken. Een deel van het verschil zal dus te wijten zijn aan het feit er een verschil is in de leeftijd en niet aan het geslacht.

De geslachtverschillen zijn in vergelijking met de leeftijdsverschillen minder belangrijk maar we willen deze toch in kaart brengen aangezien er nog steeds een groot verschil is tussen het mannenledenbestand en het vrouwenledenbestand. Aan de hand van de geslachtverschillen zou Rotary ook maatregelen kunnen nemen om meer vrouwen aan te trekken. Dit lijkt een ander verhaal maar dat is het zeker niet, jongeren hebben namelijk liever een gemengde club. Bovendien zal Rotary meer mensen aantrekken indien vrouwen zich even aangetrokken voelen als mannen, het aantal potentiële leden kan hier dus verhoogd worden door Rotary aantrekkelijker te maken voor vrouwen.

Het is bovendien ook één van de doelstellingen van Rotary om een diverser ledenbestand op te bouwen qua geslacht. Het district zou graag afstappen van clubs met enkel mannen. Deze transitie is niet makkelijk aangezien het heel moeilijk is om vrouwen aan te trekken indien er enkel mannen lid zijn. Bij de gemengde club is het meestal ook het geval dat de mannen in de meerderheid zijn, bij deze clubs zou het makkelijker zijn om vrouwen aan te trekken om tot een evenwicht te komen.

5.2. Steekproef

We zijn tot een steekproef van 1018 respondenten gekomen, dit was het aantal antwoorden van de eerste vraag. Qua volledig ingevulde vragenlijsten zitten we aan 854. Men heeft besloten om ook de onvolledige vragenlijsten te gebruiken in ons onderzoek. Op deze manier kunnen we de vertekening verkleinen en komen tot een nauwkeuriger onderzoek. Van de 854 respondenten waren 126 vrouw en 728 man, de mannen worden dus veel sterker vertegenwoordigd. Dit betekent ook dat als men de antwoorden per geslacht gaat bekijken, de vertekening bij vrouwen veel groter zal zijn (wanneer de steekproef kleiner is, is de vertekening groter).

Dit is ook het geval bij de leeftijdscategorieën, waar de verdeling als volgt is:

18-40 jaar: 78 respondenten

41-50 jaar: 186 respondenten

51-65 jaar: 413 respondenten

65+ jaar: 178 respondenten

De resultaten van de eerste leeftijdscategorie zullen dus minder nauwkeurig zijn.

5.3. Promoting

Bij de analyse van de resultaten die voortkomen uit de antwoorden op de vragenlijst merken we in het algemeen dat de leden van Rotary in grote mate bereid zijn om naar de buitenwereld toe veel transparanter te zijn. Dit door zowel de activiteiten die Rotary organiseert beter toe te lichten, als door beter te communiceren met niet – rotariërs waarvoor Rotary effectief staat.

1. Bekendmaking activiteiten aan niet – rotariërs

Bij het polsen naar de bereidwilligheid om de activiteiten die Rotary uitvoert aan niet-leden te communiceren, merken we dat er een bereidwilligheid is van het merendeel van de leden. Dit geldt zowel voor mannen als vrouwen als onder de verschillende leeftijdscategorieën. Zo zijn de twee grootste responsgroepen eens en enigszins eens. We moeten daarbij wel rekening houden met het feit dat de allergrootste groep “enigszins eens” is, wat toch duidt op het feit dat men toch niet volledig overtuigd is hiervan. Bovendien merken we ook dat 29.89% van de leden hier niet mee akkoord gaat (gem 4.73). Over het algemeen kunnen we dus besluiten dat men hier wel in zeker mate voor openstaat, maar er toch geen 100% enthousiasme heerst.

Het is ook belangrijk om bij het organiseren van de evenementen ook te communiceren waarvoor de fondsen gaan gebruikt worden. 95.81% was het eens dat men een concreet gesteund doel moet vermelden in plaats van de traditionele ‘t.v.v. sociale werken’ (gem 5.95). Dit kan bovendien de genodigden motiveren om meer uit te geven/te doneren.

2. Transparantie over het eigen verhaal

Rotary is tot op vandaag niet altijd even transparant geweest omtrent hun eigen verhaal en wat ze precies doen. Zo heeft de gemiddelde burger het beeld van Rotary dat men enkel cheques uitdeelt qua liefdadigheid. Maar ook dit blijft algemeen, men weet dat er donaties gebeuren, maar hebben geen flauw idee waaraan deze besteed of gedoneerd worden.

Bij het analyseren van de cijfers kunnen we besluiten dat 44.10% van de respondenten het zien volledig eens waren omtrent het verbeteren van de transparantie, dit kunnen we ook aan het hoge gemiddelde van 6.12. Voor de rest was slechts 4.22% het oneens over deze uitspraak. Zowel jongere, als oudere als leden van gemiddelde leeftijd hebben hier dezelfde mening over. Vrouwen zijn net nog een tikkeltje meer overtuigd dan mannen, maar met een verschil van 2,2% kunnen we niet spreken van een significant verschil. Dit is dus een maatregel die men zeker zou moeten invoeren.

3. Inzetbaarheid van marketing & communicatie

Bij marketing en communicatie is slechts 18.22% van de leden tegen het inzetten van meer tijd en middelen hiervoor (gem 5.09). Volgens de leden zou marketing dus een goed medium zijn om meer potentiële leden te bereiken. Het is opmerkelijk dat het juist de oudste leeftijdscategorie is die het meest akkoord is en het net de jongste leeftijdscategorie is die terughoudend is. Het verschil waarover we spreken is miniem, maar toch is het er. Tussen mannen en vrouwen is er geen verschil.

De lijn om meer in te zetten op marketing kan ook doorgetrokken worden naar de resultaten omtrent het meedelen van het Rotary-verhaal op hedendaagse evenementen. Hier merken we op dat 80.46% hiermee akkoord is. Daarbij ziet men wel dat er bij de oudste leeftijdscategorie minder enthousiasme is met 25.17% negatieve antwoorden. Bij de jongste leeftijdscategorie is dit slechts 15.49%, toch blijft in beide gevallen de meerderheid positief over deze uitspraak. Deze trend zien we ook bij het enthousiasme van het naar buiten brengen van de internationale acties die Rotary uitvoert.

We kunnen dus in het algemeen zeggen dat marketing en communicatie een duidelijk werkpunt is waar het merendeel van de leden mee akkoord is.

4. Imago

Eén van “de” grote pijnpunten van Rotary is het imago dat de club heeft. Het merendeel van de mensen ziet Rotary als een elitair clubje waar op een wekelijkse bijeenkomst gegeten en gedronken wordt, eerder dan een liefdadigheidsorganisatie waar serieus vergaderd wordt. We hadden reeds de veronderstelling dat de meeste leden zich hier reeds van bewust waren en ook bereid zouden zijn om het imago te verbeteren, dit heeft zich ook vertaald in de resultaten. We stelden de vraag of men zou moeten proberen afraken van het traditionele en elitaire beeld van Rotary. We vonden hier 81.14% positieve antwoorden terug met een gemiddelde van 5.29, dit bewijst dat de bereidwilligheid hieromtrent toch wel van hoog niveau is. Het verschil tussen mannen en vrouwen bedraagt 5,5% wat toch een klein verschil blijft, hierbij zijn het vooral de vrouwen die eerder akkoord gaan dan de mannen.

Aan de andere kant schildert Rotary zichzelf voor als een liefdadigheidsorganisatie die enkel aan liefdadigheid doet. Mensen die nog geen weet hebben van het bestaan van Rotary (en dus ook nog geen vooroordeel hebben opgebouwd) kunnen aan de hand van uitgedeelde pamfletten niet weten wat Rotary niet inhoudt. Ze denken vast aan een organisatie die lijkt op het Rode Kruis of Unicef. Maar Rotary is immers veel meer dan dat, het is in eerste instantie een plaats waar je vriendschappen smeedt en plezier maakt. We stelden de vraag: ‘Rotary niet enkel voor te stellen als een liefdadigheidsorganisatie maar ook als een plaats waar je vriendschappen smeedt en plezier maakt’

Met deze uitspraak was 96.67% (!) het eens (gem 6.20). Om nieuwe mensen aan te trekken lijkt het dus geen slecht idee om te benadrukken dat de Rotary naast liefdadigheid ook iets ‘fun’ is.

5. Communicatie omtrent jeugduitwisselingen

Rotary organiseert jaarlijks jeugduitwisselingen voor jonge studenten, het is een fantastische ervaring en het is bovendien niet te kostelijk. Er werd de respondenten gevraagd of ze vonden dat hieromtrent meer gecommuniceerd moest worden met de scholen en de hogescholen.

96.98% van de huidige leden was akkoord over het feit dat deze communicatie omtrent jeugduitwisselingen moest verbeteren (gem 5.65). Oudere leden zijn hier meer van overtuigd in vergelijking met de jongere leden, opmerkelijk genoeg waren 15.49% van de jongere generatie het niet eens met deze uitspraak. Bij de ouderen was dit slechts 3.53%.

6. Promotie omtrent “Rotary Foundation”

De Rotary foundation zou ook meer aandacht kunnen krijgen, 84.01% van de respondenten is het hier namelijk mee eens (gem 5.05). Hier merken we dat vooral de oudste categorie hier voorstander van is, 94.23% ging hier namelijk mee akkoord, wat opmerkelijk hoger ligt dan de +- 80% bij de andere leeftijdscategorieën.

Besluit:

We kunnen uit de resultaten afleiden dat de huidige leden van Rotary zeker en vast akkoord gaan met de vragen die we hen gesteld hebben omtrent de verandering naar meer transparantie. Tussen de verschillende leeftijden zien we weinig grote verschillen, wat ook niet het geval is tussen mannen en vrouwen. We kunnen hier alleen maar uit concluderen dat er eenduidigheid is.

5.4. Communicatie

Communicatie is één van “de” belangrijkste zaken binnen iedere organisatie. Ook voor Rotary is communicatie van uiterste belang. Het is daarom noodzakelijk om te weten op welke manier je deze communicatie het beste invult en hoe je dus zoveel mogelijk mensen op een efficiënte en effectieve manier kan benaderen.

1. Eigen website voor promotie

Communicatie met de buitenwereld begint bij de meeste ondernemingen met het hebben van een eigen website, hier in het bijzonder een eigen website voor promotie. Bij 86.02% van de leden zien we dat er een akkoord bestaat om hier mee op in te zetten (gem 5.45). Er is eenduidigheid hieromtrent tussen zowel de verschillende leeftijden als tussen mannen en vrouwen.

2. Instagram, Facebook & Twitter

Wanneer we Instagram, Facebook en Twitter vergelijken dan zien we dat Instagram als meest aantrekkelijke tool beschouwd wordt met 77.70% positieve antwoorden (gem 5.07), ook over Facebook zijn de respondenten positief met 74.68% (gem 4.93). Daarentegen zijn de respondenten niet overtuigd van twitter, het gemiddelde is wel positief met 4.49 maar ligt niet genoeg aan de positieve kant om te besluiten dit mediakanaal effectief te gebruiken. Er is immers veel tegenstand, 41.21% vond het geen goed voorstel om te promoten via twitter.

We zien bij het bekijken van de resultaten dat er een groot verschil zit tussen de leeftijdscategorieën. De jongste categorie heeft telkens een aanzienlijk groter percentage voorstanders dan de oudste categorie. Ook tussen mannen en vrouwen, zien we toch een groter enthousiasme bij vrouwen dan bij de mannen. We concluderen dus dat men het best promoot via Facebook en Instagram.

3. Communicatie onder leden

Hier zien we dat 93.89% van de leden voorstander is van het gebruik van email voor de communicatie onder leden (gem 6.01). Bij het vergelijken van Messenger als communicatiemiddel merken we dat slechts 67.01% hiermee akkoord is, bovendien bedraagt het gemiddelde amper 4.49. We kunnen met grote overtuiging besluiten dat email “het” meest gebruiksvriendelijke communicatiemiddel is onder leden. We zien deze bevindingen bij alle leeftijdscategorieën en ook bij mannen en vrouwen. Bovendien zouden veel oudere mensen niet weten hoe Messenger werkt.

Een ander modern idee zou zijn om mobiele applicatie, een ‘App’, te ontwikkelen waarmee de leden met elkaar zouden communiceren. Zo’n 90% was het eens met dit voorstel (gem 5.37), dit is uiterst hoog, zeker gezien de gemiddelde leeftijd bij de Rotary. Opmerkelijk genoeg was de oudste generatie het ook eens met 91.03%. Het lijkt dus een uitstekend voorstel maar toch moet men oppassen. Men moet er altijd rekening mee houden dat niet iedereen zal kunnen werken met een app, ook al zijn de antwoorden zo positief.

Ten slotte is er ook nog Harmony, de site voor de leden van Rotary International. Het zou misschien geen slecht idee zijn om via deze tool te communiceren aangezien elke rotariër hier toegang toe heeft. Op deze vraag antwoordden de leden ook positief, 81.11% was akkoord met de uitspraak om te communiceren via Harmony (gem 5.20).

De leden staan dus heel open voor modernere communicatiemiddelen, hier zou misschien geëxperimenteerd kunnen worden met deze voorstellen. Toch benadrukken we nog eens dat er altijd een deel van de oudere generatie zal zijn die niet zal kunnen volgen met deze veranderingen.

Onze verwachtingen omtrent communicatie stemmen volledig overeen met de resultaten die we verkregen hebben uit de enquêtes. Het was te verwachten dat jongere mensen eerder voorstander zijn van het frequenter inzetten op social media dan oudere leden. Maar toch zien we dat ook zij hier in zekere mate wel voor open staan. Uit de cijfers blijkt dat er zeker en vast genoeg enthousiasme is om communicatie naar een beter niveau te brengen, iets wat zeker moet meegenomen worden in de plannen voor de toekomst.

5.5. Events

Er werd onderzoek gevoerd naar welke (andere) evenementen en activiteiten Rotariërs in de toekomst graag georganiseerd zouden zien binnen hun club, en in welke mate deze voorstellen jonge professionals zouden kunnen aantrekken. In de vragenlijst kregen de Rotariërs in eerste instantie verschillende suggesties voorgeschied, waarna hen vervolgens gevraagd werd het meest passende antwoord aan te duiden, gaande van *volledig oneens* tot *volledig eens*. Aansluitend werd er aan de hand van een open vraag getoetst welke evenementen en activiteiten de respondenten in de toekomst graag georganiseerd zouden zien, teneinde Rotary aantrekkelijker te maken voor jongere mensen. Door middel van een doorgedreven analyse kunnen we uit dit segment afleiden welke de suggesties zijn die de voorkeur wegdragen van de huidige Rotariërs, en bijgevolg hoe zij de evenementen en activiteiten van Rotary wensen te zien evolueren. Minstens even belangrijk zijn alle antwoorden die uit de open vraag zijn voortgevloeid. Deze aanbevelingen zijn van goudwaarde voor dit onderzoek aangezien ze zowel aangeven waar de noden van de huidige Rotariërs liggen, als de veranderingen die zullen moeten doorgevoerd worden betreffende dit specifieke domein om jongere mensen aan te trekken. Bijgevolg zullen ook deze antwoorden uitvoerig besproken worden in onderstaande analyse.

1. Meerkeuzevragen

Uit de antwoorden op de meerkeuzevragen blijkt dat de grootste eensgezindheid werd bereikt op de volgende stelling: *'Mijn ideale club trekt jonge(re) mensen aan door ook actieve zaken voor de gemeenschap te doen die geen grote kosten met zich meebrengen maar wel sociaal zijn.'* (gemiddelde 5.72). Dit door bijvoorbeeld een activiteit te organiseren voor gehandicapten. Ruim 95.72% van de respondenten was het (enigszins) eens of volledig eens met deze stelling. Slechts een magere 4.28% van de leden kon zich hier eerder niet vinden, en de overige bevrageden namen een neutrale positie in. We stellen vast dat er bij de vrouwen nog net dat tikkeltje meer bereidwilligheid is wanneer vergeleken met de mannelijke respondenten.

94.21% van de respondenten sluit zich aan bij de suggestie dat Rotary in de toekomst meer evenementen moet organiseren die aantrekkelijk zijn voor jongeren (30-40 jaar), om op deze manier ook daadwerkelijk meer jonge leden aan te trekken (gemiddelde 5.67). 5.79% van de leden voelt deze noodzaak niet en heeft (enigszins) oneens aangekruist als antwoord. De stelling *'Mijn ideale club trekt jonge(re) mensen aan door evenementen te organiseren voor jongeren, om op deze manier meer leden aan te trekken.'* kon dus op heel wat bijval rekenen. Hoewel het stemgedrag van de respondenten er duidelijk op wijst dat de overgrote meerderheid van de leden achter dit voorstel staat, is de invulling van *'een evenement voor jongeren'* verschillend van respondent tot respondent. Dit wordt verder onderzocht en uitgespit in het luik volgende luik, 'open vraag'.

Ook de stelling *'Mijn ideale club trekt jonge(re) mensen aan door meer focus te leggen op dienst aan de gemeenschap.'* kon op heel wat bijval rekenen van de respondenten (gemiddelde 5.60). 94.96% van de bevrageden was het (enigszins) eens of volledig eens met deze suggestie. Amper 5.05% kon zich dan weer eerder niet vinden in deze stelling.

De stelling *'Mijn ideale club trekt jonge(re) mensen aan door ook lokale sport- en jeugdclubs te steunen.'* bleek algemeen gezien het minst populair onder de respondenten (gemiddelde 4.83). Bij de jongste categorie (-40 jarigen) is nog 29.17% van de respondenten het volledig eens met deze suggestie. Vervolgens zien we per leeftijdscategorie het enthousiasme voor dit initiatief gradueel dalen met respectievelijk nog 19.37%, 12.43% en 10.07% van de bevroegden dat zich hier volledig achter wil scharen. Verder zien we ook dat er een opvallend hoger percentage vrouwen is dat zich eerder wel kan vinden in deze suggestie (85.96%) in vergelijking met het percentage bij de mannen (74.64%).

Wanneer er gepolst werd naar de respondenten hun mening omtrent het organiseren van seminars voor studenten op hogescholen en universiteiten (gemiddelde 5.09) merken we verdeeldheid onder de leeftijdscategorieën. Bij de jongste leeftijdscategorie (-40 jarigen) vinden we slechts 6.25% van de respondenten dat zich hier eerder niet in kan vinden. Bij de 40-plussers daarentegen variëren deze percentages tussen de 12.35% en 18.67%, een opmerkelijk verschil. Ook hier wordt het percentage aan de oneens zijde gradueel op per leeftijdscategorie. Wanneer we de antwoorden van mannen (84.34% eens) ten opzichte van vrouwen (90.18% eens) bekijken merken we geen grote verschillen op.

Ditzelfde verschil tussen de twee geslachten vinden we terug bij de antwoorden op de stelling *'Mijn ideale club trekt jonge(re) mensen aan door een permanent contact te houden met lokale sociale bewegingen, allerhande VZW's (CAW, Sociaal Huis, JAC, ...).'* (gemiddelde 5.20). Bij de mannelijke respondenten is 89.32% het eens met deze stelling. Bij de vrouwelijke respondenten ligt dit cijfer ietwat hoger met 94.69%.

Ook bij de stelling *'Mijn ideale club trekt jonge(re) mensen aan door regelmatig met scholen uit de regio te overleggen, om de noden van kinderen te kennen.'* (gemiddelde 5.40) is er een verschil te merken wanneer we kijken naar het geslacht van de respondenten. 94.96% van de vrouwelijke bevroegden is het eens of volledig eens met deze stelling, bij de mannelijke bevroegden bedraagt dit percentage 89.30%. Wanneer we ons focussen op verschillen tussen de leeftijdscategorieën zijn er ook significante verschillen op te merken. Opvallend is dat bij de jongste categorie (-40 jarigen) een kleine 20% zich eerder niet kan vinden in deze stelling, terwijl bij alle overige leeftijdsgroepen dit percentage schommelt rond de 10%. Er kan dus geconcludeerd worden dat dit voor de jongste generatie Rotariërs ietwat minder zinvol blijkt te zijn.

Dit significant verschil tussen de leeftijdscategorieën vinden we ook terug bij de stelling *'Mijn ideale club trekt jonge(re) mensen aan door culturele activiteiten toegankelijker te maken voor mensen die daartoe niet altijd de kans krijgen, via inzet van eigen leden.'* (gemiddelde 5.39). Ook hier loopt de jongste generatie Rotariërs het minst warm voor dit voorstel. 15.07% van de -40 jarigen kan zich niet meteen vinden in deze stelling. Bij de overige leeftijdscategorieën schommelt dit percentage rond de 5 à 8%.

Een significant verschil tussen de leeftijdscategorieën had men initieel ook kunnen verwachten bij de stelling *'Mijn ideale club trekt jonge(re) mensen aan door 'bring a guest' avonden te organiseren met enkel leden onder de 40 jaar, liefst potentiële leden.'* (gemiddelde 5.37), maar dat blijkt verrassend genoeg niet het geval te zijn. We merken dezelfde trend onder alle leden, ongeacht het geslacht en de leeftijdscategorie waartoe ze behoren. Ruim 88.42% van de huidige Rotariërs kan zich gedeeltelijk of geheel vinden in dit voorstel om jongere mensen aan te trekken. De kleine tegenstand van rond de 10% ligt waarschijnlijk aan het feit dat het voor sommige leden moeilijk is om min 40 jarigen terug te vinden in hun vriendenkring. Men mag namelijk niet vergeten dat de gemiddelde leeftijd hoger is dan 55 jaar.

2. Open vraag

Om een dieper inzicht te vergaren in wat de huidige Rotariërs verstaan onder 'een evenement voor jongeren', hebben we hen aan de hand van een open vraag bevestigd over hoe zij deze omschrijving graag ingevuld zouden zien, en met welke specifieke aanbevelingen zij ons alvast op weg kunnen helpen. Ongeveer één op de vijf leden kwam met een voorstel op de vraag 'Hebt u een voorstel van een evenement dat jongeren (30-40 jaar) zou aantrekken?'. De antwoorden die we hierop hebben mogen ontvangen waren zeer uiteenlopend, maar tegelijkertijd waren er een heel aantal voorstellen die veelvuldig terugkwamen. In de onderstaande alinea's bespreken we kort de meest terugkomende thema's.

Sport staat met stip op nummer één. Een grote hoeveelheid respondenten is het er over eens dat er in de toekomst meer dient gefocust te worden op sport gerelateerde activiteiten en evenementen. Dit antwoord kwam het vaakst naar voor, maar sommige respondenten gingen nog een stapje verder en maakten hun voorstel nog concreter. Vaak terugkerende antwoorden omvatten onder andere fietsen, joggen, wandelen, bowlen en karting. Ook werden er aanbevelingen gedaan over welke vorm deze activiteiten zouden kunnen aannemen. Sportactiviteiten waaraan men met het hele gezin, inclusief kinderen, kan deelnemen lijkt voor veel respondenten een must om jongere mensen aan te trekken. Er blijkt ook een grote vraag te zijn naar recreatieve sport aangelegenheden waarbij men bijvoorbeeld wekelijks in groep zou gaan wandelen, fietsen of joggen. Voor anderen mag het dan gerust weer een tikkeltje competitiever en zou er ook plaats moeten zijn voor sportactiviteiten op wedstrijdniveau binnen Rotary.

Een tweede thema dat duidelijk naar voren wordt geschoven door de respondenten is de roep om meer afterwork events. Netwerking is en blijft een belangrijke pijler van Rotary en zou bijgevolg perfect kunnen vertaald worden binnen afterwork aangelegenheden. We zien dit fenomeen steeds vaker terug bij jonge professionals die in de grotere steden aan het werk zijn. Vaak wordt er op een donderdagavond voor gekozen om na het werk niet meteen huiswaarts te keren, maar grijpt men dit moment om ook buiten de werkvloer op een informele manier nog wat tijd door te brengen met collega's. Het is een opportuniteit voor Rotary om op deze trend in te springen en zelf dergelijke netwerking events te organiseren, een ideale manier om niet leden in contact te brengen met Rotary.

Aansluitend werden er ook veel voorstellen gelanceerd om meer feestaangelegenheden te organiseren. Ook deze voorstellen werden op verschillende wijzen ingevuld. Enkele voorbeelden zijn een thé dansant, een galabal of een fundraising avond. Uiteraard worden dergelijke activiteit reeds georganiseerd binnen verscheidene Rotary clubs. Alleen rest de vraag, zijn deze wel voldoende op maat van de jongeren afgestemd? Zo werd er meermaals geopperd om hier voor een actievere samenwerking met Rotaract te kiezen waardoor er beter op de noden en interesses van jongeren kan worden ingespeeld.

De vraag om Rotaract meer te betrekken gaat verder dan enkel voor feestaangelegenheden. Veel respondenten geloven dat Rotaract een sleutelpositie kan innemen aangezien zij de jeugd vertegenwoordigen en tegelijkertijd deel uitmaken van de toekomst van Rotary. De opmerking om hen actief te betrekken en inspraak te geven voor het organiseren van evenementen kwam meermaals terug.

Andere voorstellen die minder frequent, maar toch meermaals terugkwamen omvatten onder meer:

- Concert bijwonen
- Cultuurgebonden activiteiten in eigen regio
- Activiteiten voor het hele gezin
- Barbecue, al dan niet gekoppeld aan een andere activiteit
- Gastprekers op maat van jongeren
- Opleidingen
- Weekendje weg waar teambuilding centraal staat
- Quizavond

Bij het analyseren van dit segment werd duidelijk dat het merendeel van de respondenten relatief open-minded is ingesteld betreffende het organiseren van evenementen en activiteiten. Quasi alle gemaakte suggesties werden door het merendeel van de respondenten positief onthaald. De open vraag bleek een grote meerwaarde te zijn en gaf duidelijk weer waar er volgens de huidige leden in de toekomst op moet worden ingezet om jongere mensen aan te trekken. We onthouden dat sport, netwerkevents, meer feestaangelegenheden op maat en een actievere samenwerking met Rotaract de belangrijkste focusgebieden zijn.

5.6. Clubprojecten

1. Meerkeuzevragen

'Actie ondernemen tegen de meest hardnekkige kwesties in de wereld', het is de algemeen gedeelde missie van Rotary wereldwijd. Elke dag opnieuw zijn er Rotary leden die zich over de hele wereld engageren om hun steentje bij te dragen voor de gemeenschap. Men zet zich in voor projecten die zich onder meer bezig houden met het begeleiden van achtergestelde kinderen, voorzien in drinkbaar water door het installeren van pijpleidingen, het bestrijden van polio etc. Om alle Rotariërs mee te krijgen in dit verhaal en potentiële leden aan te trekken werden er in het verleden reeds enkele aanbevelingen gedaan. In eerste instantie dient men te focussen op hedendaagse noden en moderne thema's. Daarnaast is het belangrijk om snel en passend in te spelen op de actualiteit. Ten slotte verlangen de jongeren uit generatie Y duidelijke projecten met duidelijke doelen, waarbij hun eigen inzet het verschil maakt, en niet alleen bestaat uit het aanbieden van een cheque.

Ook binnen dit segment werden de Rotariërs bevroegd aan de hand van enkele meerkeuzevragen, en tot slot één vraag waar men zelf suggesties kon neerpennen. Op deze manier hebben we getracht een beter beeld te krijgen van welke projecten en thema's de Rotariërs nauw aan het hart liggen, en welke het aantrekken van jonge professionals zou vergemakkelijken. De suggesties die gemaakt werden zijn stuk voor stuk nobele doelen om na te streven. Het hoeft dan ook niet te verbazen dat de mate van eensgezindheid bij de overgrote meerderheid van de vragen zeer hoog was.

De stelling die op het meest bijval kon rekenen luidde als volgt: *'Mijn ideale club trekt jonge(re) mensen aan door clubprojecten toe te spitsen op economische en sociale ontwikkeling.'* (gemiddelde 5.46). Ruim 94% van de respondenten was het (enigszins) eens of volledig eens met deze stelling.

Ook bij de stelling *'Mijn ideale club trekt jonge(re) mensen aan door clubprojecten meer toe te spitsen op basisonderwijs en alfabetisering.'* (gemiddelde 5.40) werden de antwoordmogelijkheden ' (enigszins) eens' en 'volledig eens' duchtig aangekruist, in totaal goed voor 92.25% van de respondenten. Onderstaand vindt u de verschillende suggesties, gerangschikt in afnemende volgorde van populariteit.

Mijn ideale club trekt jonge(re) mensen aan door clubprojecten toe te spitsen op:

1. Economische en sociale ontwikkeling (gem 5.46)
2. Basisonderwijs & alfabetisering (gem 5.40)
3. Anti-(cyber)pesten (gem 5.16)
4. Preventie en behandeling van ziekten (gem 5.09)
5. Gezondheid van moeder en kind (gem 5.04)
6. Water & sanering (gem 5.01)
7. Vrede & conflictbeheersing (gem 4.93)
8. Milieuzorg (gem 4.73)

Bij de antwoorden binnen dit segment merken we dat het gemiddelde bij de vrouwelijke respondenten steevast iets hoger ligt dan bij de mannelijke. Dat impliceert dat ze zich telkens net iets meer kunnen vinden in een bepaalde stelling, of dat ze deze net iets meer behandeld willen zien. Zo merken we bijvoorbeeld dat de stelling *'Mijn ideale club trekt jonge(re) mensen aan door clubprojecten toe te spitsen op de gezondheid van moeder en kind.'* op meer enthousiasme kan rekenen bij de vrouwelijke respondenten. 92.59% van de vrouwen is het (volledig) eens tegenover 86.85% van de mannen.

Ook opvallend is dat in de leeftijdscategorie van de 65-plussers er amper op 'volledig oneens' wordt gestemd binnen dit segment.

2. Open vraag

Ook hier hebben we de respondenten de kans gegeven om zelf suggesties te maken aan de hand van een open vraag: *'suggesties voor andere focusgebieden'*. De antwoorden waren zeer uiteenlopend en besloegen verschillende gebieden.

Een thema dat vaak naar boven kwam en vele leden graag behandeld zouden zien situeert zich rond 'verslaving', dit zowel op vlak van drank, drugs en gokken. Sommigen suggereren om het taboe te doorbreken en dialoog te verbeteren, anderen stellen dan weer eerder voor om preventief te werk te gaan.

Hoewel milieuzorg binnen de meerkeuzevragen nog als het minst populaire focusgebied uit de bus kwam, was dit thema of een variant erop een vaak terugkerend element bij de antwoorden op de open vraag. Dit zien de leden graag op wereldwijd niveau, maar evenzeer op lokaal niveau. Vooral bij de jongere generatie is dit thema brandend actueel. Er is dus mogelijks sprake van een subgroep onder de Rotariërs die het net wél zeer belangrijk vindt om meer op milieuzorg te focussen. Ten slotte vinden heel wat leden het ook belangrijk om wat meer cultuurgebonden clubprojecten op te starten en te onderhouden.

5.7. Recruiting

Rotary neemt vandaag weinig maatregelen die te maken hebben met het rekruteren zelf. Het enige wat er gebeurt is dat een potentieel lid in de club wordt geïntroduceerd door een 'peter' die al lid is, daarna volgt er een stemming en indien deze unaniem is wordt het nieuwe lid toegelaten in de club. Misschien is het tijd om maatregelen te nemen om mensen ook op andere manieren aan te trekken. Hoe moet Rotary haar leden effectief rekruteren?

1. Niet-leden uitnodigen

Vandaag de dag worden de potentiële leden door hun peter naar een paar clubvergaderingen uitgenodigd, daarna kan deze persoon beslissen op toe te treden. Er moet dan enkel nog met unanimiteit gestemd worden door de bestaande leden voor de toelating, maar dit is meestal slechts een formaliteit.

Deze potentiële leden hebben wel meestal al de intentie om toe te treden, zelden worden hier mensen overtuigd die in eerste instantie niet de ambitie of de wil hadden om toe te treden. Dit zou men kunnen veranderen door niet-leden regelmatig uit te nodigen, zonder verplichting of druk om in de toekomst toe te treden. Een deel van deze personen zou dan eventueel toch overwegen om toe te treden. Op deze manier kunnen er personen aangetrokken en overtuigd worden die anders nooit in de Rotary zouden gestapt zijn.

Bij de vraag of het een goed idee was om niet leden regelmatig uit te nodigen antwoordde 85.60% dat ze het eens waren met deze uitspraak en 14.39% was het oneens (gemiddelde 5.13). De overgrote meerderheid vindt het dus een goed idee om niet leden regelmatig uit te nodigen.

Dit is ook in lijn met wat de respondenten antwoorden bij het soort evenementen dat jongeren zou aantrekken. Hier werd de optie voorgelegd om 'bring a guest' avonden te organiseren voor leden onder de 40 jaar. 78.31% antwoordde hiervan enigszins eens tot volledig eens, slechts 10.26% was het enigszins oneens, oneens of volledig oneens (gemiddelde 5.37), men kan dus met zekerheid zeggen dat de leden het eens zijn om niet-leden regelmatig uit te nodigen.

Men ziet dat mannen wat kritischer zijn over deze aanpak met 12.74% dat tegen deze maatregel is tegenover slechts 9.48% bij de vrouwen. Er is hier een klein verschil tussen het geslacht maar de overgrote meerderheid van zowel de vrouwen als de mannen blijft positief over deze maatregel.

Bij de leeftijd merken we ook een klein verschil. Bij de jongere generatie (onder 40 jaar) is 91.30% het eens bij deze uitspraak en bij de oudste generatie (65+) is dit 81.70%. Dit blijft een klein verschil, het is ook logisch dat de oudere generatie wat minder voor verandering is. 70.22% blijft een hoog cijfer, alle leeftijdscategorieën zijn het significant eens met deze uitspraak.

Bij deze vraag zijn de geslachts- en leeftijdsverschillen klein en niet zo pertinent, net als in de inleiding werd vermeld zullen we deze verschillen niet meer aanhalen indien er geen significante vertekening is. Als deze verschillen niet vermeld worden betekent het dus dat het verschil statistisch gezien niet groot genoeg is om te bewijzen dat er effectief een verschil is. Bovendien moet het verschil niet enkel statistisch bewezen kunnen worden maar moet deze ook vrij groot zijn. Het doel van dit onderzoek is namelijk trachten te weten te komen of er uit een bepaalde leeftijdsgroep geen te grote tegenstand is en niet of één leeftijdscategorie wat hoger is dan een andere.

2. Gezinsleden rekruteren

Het is in de meeste clubs momenteel niet de bedoeling dat een lid zijn echtgenoot of echtgenote in de club introduceert. Een zoon of dochter introduceren mag dan weer wel op voorwaarde dat deze minstens 21 jaar oud is. Zou het een goed idee zijn om de echtgenoot meer te betrekken in het clubgebeuren en deze zelfs in te lijven in de club?

Bij de vraag of men de partner van de leden zou kunnen uitnodigen op sommige clubvergaderingen antwoordde het overgrote deel van de respondenten dat ze hiermee akkoord waren, 90.83% (gem 5.70), slechts 9.17% was niet akkoord.

Tussen geslacht en leeftijd was er opmerkelijk genoeg geen significant verschil te bespeuren.

Daarna werd er aan de respondenten gevraagd of men het lidmaatschap zou moeten openstellen aan andere leden van het gezin. Hier waren de antwoorden veel meer verdeeld, slechts 52.89% was het eens met dit standpunt. 4.05 was het gemiddelde, dit is lichtjes aan de positieve kant maar dit cijfer is niet hoog genoeg om dit standpunt significant te maken. Men kan dus niet concluderen dat de Rotary leden niet openstaan voor het accepteren van de gezinsleden van de huidige leden. De respondenten hebben hoogstwaarschijnlijk negatief geantwoord voor de partners en in mindere mate voor de kinderen.

Hier moet men wel opmerken dat er een zeker verschil is tussen de antwoorden als men naar het geslacht en de leeftijd kijkt. Bij de vrouwen is 62.71% het eens met de vraag of men het lidmaatschap moet openstellen voor andere leden van het gezin, bij mannen is dit slechts 51.69%. Dit verschil is aanzienlijk en is nog groter als men rekening houdt met de middencategorie. Hier antwoordde slechts 39.72% van de mannen enigszins eens, eens of volledig eens, bij de vrouwen was dit 58.27%. Mannen zijn het dus grotendeels oneens en vrouwen grotendeels eens met deze uitspraak. (De reden waarom de cijfers met en zonder middencategorie in zulke mate verschillen is omdat 23.15% van de mannen deze categorie had aangeduid, bij de vrouwen was dit amper 7.01%.)

Bij de leeftijd merken we ook een aanzienlijk verschil. Bij de jongere generatie (onder 40 jaar) is 62.5% het eens bij deze uitspraak en bij de oudste generatie (65+) is dit slechts 49.29%.

Het blijkt dus een goed idee om de echtgenoten uit te nodigen op sommige clubvergaderingen en/of sommige activiteiten maar het effectief rekruteren van echtgenoten is uit den boze. Er zijn clubs waar dit wel gebeurt maar gezien de resultaten van het onderzoek lijkt het ons geen goed idee om dit te veralgemenen naar alle clubs.

3. Flexibel lidmaatschap

De laatste jaren is er een nieuw fenomeen ontstaan van flexibel lidmaatschap bij Rotary International. Experts worden hier bij het vervullen van een project tijdelijk lid gedurende de looptijd ervan. Dit vergemakkelijkt de samenwerking, geeft de expert inspraak en kan de betrokkenheid verhogen. De vraag is nu of men dit misschien ook in ons district moeten doen.

Bij de vraag of men zou moeten werken met projecten waarbij de experts tijdelijk betrokken raken onder flexibel lidmaatschap was 71.70% het eens (gem 4.62).

De respondenten zijn dus positief over het werken met flexibel lidmaatschap.

4. De kosten van het lidmaatschap

Net als voordien gezien wil een groot deel van de leden af van het elitaire beeld van Rotary. Het zou daarom misschien een idee zijn om de kosten van het lidmaatschap te beperken. Het resultaat is dat 80.91% van de leden het eens is met dit idee (gem 5.01), men kan dus concluderen dat de meerderheid van de leden zou willen dat de kosten in verband met het lidmaatschap beperkt moeten worden. Dit is niet wat men in eerste instantie zou verwachten van een zogezegde elitaire serviceclub.

Dan werd er ook gevraagd of men flexibel zou moeten omgaan met het te betalen lidgeld. Bij flexibel omgaan met het lidgeld in verband met het inkomen waren meer mensen het oneens, 60.83% gaf hier een negatief antwoord (gem 3.53). Bij de vraag of men flexibel zou moeten omgaan met het lidgeld in functie van de leeftijd was dit ook het geval met 52.68% negatieve antwoorden (gem 3.75). De leden zijn dus tegen het idee om flexibel om te gaan met het lidgeld.

Opmerkelijk genoeg zijn de jongeren niet positiever over deze 2 uitspraken dan de ouderen.

We stellen nu de vraag of men eerder mensen moet selecteren met een hoge ethische waarde in plaats van met een hoge financiële waarde. Hier antwoorden de respondenten dat ze het met deze stelling helemaal eens waren, met 93.13% positieve antwoorden (gem 5.58). Dit antwoord is opmerkelijk als je ze vergelijkt met de vorige antwoorden, de respondenten vinden ethiek belangrijker dan de financiële daadkracht van een persoon maar ze willen toch niet dat een minderbedeelde minder moet betalen.

Opmerkelijk genoeg zijn meer ouderen het eens met deze uitspraak dan jongeren, 98.43% bij de 65-plussers tegen 91.67% bij de jongeren onder 40 jaar.

De leden zijn het dus in het algemeen over eens dat de kosten van het lidmaatschap beperkt moet worden, het is belangrijker om mensen aan te werven met een hoge ethische waarde in plaats van een hoge financiële waarde. Maar dit betekent niet dat dit op eender welke manier mag gebeuren, de leden kanten zich tegen het idee dat sommige mensen minder zouden betalen in functie van hun inkomen of leeftijd. Men concludeert dus dat de kosten van het lidmaatschap naar beneden moet en zonder hierbij verschillende tarieven aan te rekenen. Men merkt ook op dat de jongeren op dit vlak zelfs conservatiever zijn dan de ouderen.

5. Actief op zoek gaan naar profielen

Vandaag is het zo de clubs een redelijk passieve aanpak hebben met het aanwerven van nieuwe leden, de leden komen toevallig in de club terecht via een peter die ze introduceert. Het zou misschien een goed idee zijn om actiever te werk te gaan en zelf mensen te gaan zoeken in de maatschappij, bij voorkeur mensen met een profiel dat niet- of ondervertegenwoordigd zijn in de club. Op deze manier zou men meer leden kunnen sprokkelen en zou de club bovendien diverser zijn in talent en capaciteiten.

De respondenten waren het hier grotendeels eens met 93.99% positieve antwoorden en een gemiddelde van 5.56. We kunnen dus met zekerheid zeggen dat dit een goede maatregel is in de ogen van de leden.

Netwerking zouden we hier als doel aan kunnen bieden. Want Rotary is ook een deel netwerking, dit wordt misschien niet genoeg in de verf gezet. Het overgrote deel van de respondenten is het ook met deze uitspraak eens, met 76.99% positieve antwoorden en een gemiddelde van 4.75.

Alle leeftijdscategorieën scoren hier hoog en men merkt een lichte stijging bij de jongste generatie, hier is zelfs 81.82% het eens met deze uitspraak. Het lijkt er dus op dat de jongeren Rotary ook zien als een netwerkingplatform. Men zou dus kunnen overwegen om jongeren aan te trekken door dit aspect van de Rotary te promoten.

6. Gepensioneerde leden

Rotary is een vereniging die oorspronkelijk mikt op het aantrekken van mensen die werken. Vandaag zien we echter dat een groot deel van de leden ouder zijn dan 65 en gepensioneerd zijn. Is het dan wel nog verantwoord om nieuwe leden aan te trekken die ook gepensioneerd zijn?

20.82% verkondigde ouder te zijn dan 65 en dit cijfer ligt ongetwijfeld nog hoger aangezien men voorspelt dat een zeker deel van de leden in deze leeftijdscategorie de vragenlijst niet heeft ingevuld. We hebben immers enkel gewerkt met online vragenlijsten en een aanzienlijk deel van de 65-plussers is niet mee met de moderne informatica.

We vroegen wat de respondenten vonden van de maatregel om clubs te ontmoedigen om nog gepensioneerden aan te trekken. De antwoorden waren hier heel verdeeld met 60.96% positieve antwoorden (gem 4.38), toch zien we dat de meerderheid van de leden dit een goede maatregel vindt.

Het komt niet uit de lucht gevallen dat de oudere generatie hier anders over denkt, hier was slechts 49.00% het eens tegenover 67.21% bij de jongere generatie. Dit resultaat is toch opmerkelijk, bijna de helft van de ouderen heeft liever niet dat leeftijdsgenoten toetreden in de club en een derde van de jongeren tot 40 jaar heeft hier geen probleem bij.

5.8. Clubvergaderingen

1. Vergadermoment

Het is de traditie en de gewoonte van de meeste Rotaryclubs om wekelijks te vergaderen. De mensen hebben het vandaag echter heel druk, zeker de jonge mensen die Rotary wil aantrekken. De mensen die werken willen soms in een serviceclub maar ze hebben simpelweg de tijd niet. Zou het daarom geen goed idee zijn om af te stappen van de traditionele wekelijkse vergadering? Op deze manier zouden jongeren toch de mogelijkheid krijgen om in Rotary te stappen.

Over het voorstel of men niet eerder om de 2 weken zou moeten vergaderen, zijn de antwoorden verdeeld. 61.95% van de respondenten waren het eens met deze uitspraak (gem 4.52), het antwoord is dus eerder positief maar er is ook veel tegenstand.

Men merkt hier dat de jongeren positiever waren over deze uitspraak dan de ouderen 73.53% tegen 59.49%. Dit is niet zo opmerkelijk omdat het merendeel van deze 65plussers gepensioneerd is en bijgevolg meer vrije tijd heeft. Daarnaast blijkt ook dat de mannen veel terughoudender zijn over deze uitspraak dan vrouwen, 57.56% positieve antwoorden tegen 83.76%. Dit verschil is uiterst opmerkelijk en valt niet direct te verklaren.

Deze maatregel zou men best toepassen, er is inderdaad wat tegenstand maar als men kijkt naar de doelgroepen die men graag wil bereiken, namelijk de vrouwen en de jongeren, lijkt dit een goede keuze. Bovendien is het gemiddelde vrij hoog en ondersteunt deze onze keuze.

De dag en het uur van het vergadermoment past misschien niet altijd voor iedereen, het zou daarom een idee zijn om flexibeler om te gaan met de vergadermomenten. Bij de vraag: Flexibeler om te gaan met verschillende vergadermomenten: ochtend, middag, avond, waren de meeste respondenten het eens, met 77.39% positieve antwoorden (gem 5.02). Het lijkt dus geen slecht idee om de clubvergadering niet altijd dezelfde weekdag en op hetzelfde uur te laten doorgaan.

2. Minimale aanwezigheid

De minimale aanwezigheid is ook een belangrijk punt van Rotary, de leden zijn verplicht om op een bepaald aantal clubvergaderingen aanwezig te zijn. Sommige clubs zijn hier reeds van afgestapt maar dit is zeker niet overal het geval. Dit kan afschrikwekkend zijn voor jonge mensen met een druk leven, zou het geen goede maatregel zijn om hiervan af te stappen? Een idee zou zijn om met een minimale betrokkenheid te werken in plaats van een minimale aanwezigheid.

Op de vraag om deze simpelweg te schrappen en te werken met minimale betrokkenheid zijn veel leden het eens, 85.69% gaf een positief antwoord (gem 5.23).

Dit is ook in lijn met het antwoord op de vraag of ze de deelname aan sociale activiteiten als deelname zouden moeten laten gelden. De betrokkenheid in de club wordt hier beloond en telt als aanwezigheid. Hier was 86.85% het er mee eens (gem 5.43), de leden willen dus echt af van de minimale aanwezigheid op statutaire vergaderingen en vinden de betrokkenheid in de club belangrijker.

Andere mogelijkheden van aanwezigheid zouden ook kunnen worden geaccepteerd, in deze tijd van digitalisering zou het misschien een idee zijn om videoconferenties als aanwezigheid te laten gelden. Dit vonden de leden echter geen goed idee, slechts 29.59% was het eens met deze uitspraak (gem 3.19).

De leden van Rotary willen dus liefst af van het systeem van minimale aanwezigheid op statutaire vergadering en zouden een systeem van minimale betrokkenheid verkieszen. Hier zou ook rekening kunnen gehouden worden met de deelname aan sociale activiteiten waar minstens evenveel tijd in kruipt. Ze blijven toch wat conservatief als het gaat over deelnemen aan statutaire vergaderingen via videoconferentie, dit vinden ze geen goed idee.

Op de algemene vraag om simpelweg het protocol te beperken waren de antwoorden heel verdeeld, met slechts 52.90% positieve antwoorden (gem 4.07). Men merkt dus op dat de leden toch nog belang hechten aan de regels en aan de gewoontes van de Rotary, er moet een bepaalde structuur aanwezig zijn.

De mannen blijken op dit punt conservatiever te zijn dan de vrouwen, 50.40% van de mannen gaf een positief antwoorden tegenover 68.70% van de vrouwen. Ook was te verwachten dat jongeren meer gehoor hadden voor dit modern voorstel, 66.15% was het eens tegenover 54.14% bij de oudste generatie.

Op het eerste zicht zouden we dit voorstel van tafel vegen maar we zien hier toch een zekere trend dat jongeren en vrouwen redelijk positief antwoorden, om die reden valt dit voorstel zeker te overwegen.

5.9. Waar komen de leden vandaan?

De nieuwe leden treden zelden na hun studies toe, ze doen dit vaak pas later. Niet zelden gebeurt het dat nieuwe leden eerst lid waren van een andere vereniging voordat ze in de Rotary toetraden.

Een aanzienlijk deel van de huidige leden zat vroeger in een andere serviceclub of in een businessclub. We gaan trachten in kaart te brengen in hoeverre onze leden in het verleden lid waren, of in het heden lid zijn bij één van deze andere verenigingen. Aan de hand van deze informatie zou Rotary kunnen overwegen om bij sommige verenigingen waar veel huidige leden van Rotary ooit lid waren, Rotary te promoten. Of juist bij verenigingen langsgaan waar weinig huidige leden vandaan komen, Rotary is bij deze ondervertegenwoordigde clubs misschien niet genoeg in kaart is gebracht.

41,63% van de respondenten verklaarde namelijk in het verleden al lid te zijn geweest van een andere vereniging. Dit is een aanzienlijk deel waar zeker rekening mag mee worden gehouden.

Bij deze 3 serviceclubs waren

- 8,15% was ooit lid van JCI of Jaycees International
- 10,02 % was ooit lid van Rotaract
- 5.84% was ooit lid van De Ronde Tafel

We merken dat deze 3 serviceclubs allemaal serviceclubs zijn voor jongeren. De leeftijdslimiet bij JCI en De Ronde Tafel is 40 jaar en bij de Rotaract bedraagt deze 30 jaar.

Heel wat leden zaten dus in jongerenclubs met een leeftijdslimiet, dit is een trend waar men zeker rekening mee moet houden. Men zou ex-leden van deze clubs kunnen motiveren om bijvoorbeeld een conferentie te geven over Rotary in hun respectievelijke vroegere serviceclub. De leden van deze serviceclubs zouden dan bij het bereiken van de leeftijdslimiet in hun respectievelijke club kunnen overwegen om lid te worden van Rotary.

Bij de vraag: Contact te leggen en te onderhouden met andere verenigingen zoals Rotaract, Jaycees, Ronde Tafel,... antwoordde 96.39% dat ze het eens waren met deze uitspraak (gem 5.69). De respondenten zijn het dus eens om in de toekomst dit soort contacten te leggen en te onderhouden met deze serviceclubs.

Daarnaast zijn er ook heel wat leden (14,98%) die ooit lid zijn geweest of lid zijn van een Businessclub. Businessclubs bestaan vaak uit dynamische en gemotiveerde personen die op de werkvloer actief zijn, ze zouden daarom uitstekende kandidaten zijn voor Rotary. Het is echter wel zo dat businessclubs ook concurrenten zijn van Rotary, de meeste mensen hebben namelijk geen tijd om de het lidmaatschap bij beide verenigingen te combineren. Het ligt daar misschien wat moeilijker om mensen in eerste instantie aan te trekken, maar moest een lid in de toekomst van het lidmaatschap bij de businessclub afstappen zou deze wel kunnen overwegen om in Rotary te stappen. Het is daarom ook belangrijk om te trachten met deze verenigingen banden te onderhouden. Dit kan men heel gemakkelijk doen via leden van Rotary die vroeger in één van deze verenigingen lid waren.

5.10 Opmerkingen

Gedurende de data-analyse hebben we een paar onregelmatigheden opgemerkt. Het is heel opmerkelijk dat de oudste generatie minder conservatief antwoordt als de generatie 55-jarigen, de baby boomers. Dit zou kunnen liggen aan het feit de oudere leden die de vragenlijst hebben ingevuld vaak diegenen waren die moderner dachten en progressiever waren. De vragenlijst werd immers uitsluitend elektronisch afgenomen en zeker niet alle ouderen kunnen overweg met een computer, diegene die dat wel kunnen, zijn gemiddeld gezien progressiever en meer mee met hun tijd. Het gaat hier dus hoogstwaarschijnlijk op een vertekening en de oudere generatie is dus niet progressiever dan de generatie 55-jarigen.

6 Conclusie en aanbevelingen

Na de volledige analyse van de enquête en de daaruit vloeiende antwoorden, kunnen we over het algemeen stellen dat er 5 belangrijke pijlers zijn waar Rotary in de toekomst aandacht aan moet besteden.

Ten eerste moet men veel transparanter zijn naar de buitenwereld toe en duidelijk toelichten welke diensten men in de gemeenschap verricht. Dit kan aan de hand van social media of de eigen website. Via deze kanalen kan men ook perfect het belang van de verschillende doelen waarvoor men zich inzet met de buitenwereld communiceren. Hierbij zal het van uiterste belang zijn dat Rotary zich flexibel opstelt, gaande van het controleren op aanwezigheid tot het aantal vergadermomenten en nog zoveel meer. Men zal hierin ook de relatie jeugd en gezin in rekening moeten brengen en hier de nodige aanpassingen van de huidige regels voor moeten herzien. Meer mogelijkheid creëren dat de gezinsleden ook betrokken kunnen zijn met Rotary.

7 Referenties

Boender, T. (2017, december). Generatie Z bestaat uit geboren netwerkers die wars zijn van hiërarchie. Geraadpleegd op 7 december, van <https://www.workingprogress.nu/strategie-en-arbeid/60-nieuws/175-generatie-z-geboren-netwerkers>

Devaney, S. (2015, november). Understanding the millennial generation. *Journal of Financial Service Professionals*, 11-11.

Kooyman, J. (2019, 5 december). De Rotary krijgt concurrentie van een nieuwe generatie netwerkclubs. Geraadpleegd op 1 december 2019, van <https://www.nrc.nl/nieuws/2019/12/05/de-nieuwe-netwerkclub-ballet-dan-een-sigaar-bij-de-rotary-a3982828>

Lopes, H. Millennials: hoe ervaar generatie Y werk, vrije tijd en social media? Geraadpleegd op 1 december 2019, van <https://recreation.nl/millennials-werk-vrije-tijd-social-media/>

Oude Elferink, E. van der Vliet, H. (2016, 19 februari). Rotary en andere serviceclubs. Geraadpleegd op 1 december 2019, van <https://www.rotary.nl/amsterdamnachtwacht/nieuws/archief/rotary-in-nrc-het-elitaire-karakter-werkt-tegen/>

Rassin, B. (2019, 6 mei). RI-verklaring over diversiteit. *Rotary Rotaract contact*, 6-6.

Reerink, M. Verhoeven, M. (2009). *Generatie y: onthyped*.

Rotary (2013). *Horizon*.

Saratovsky, K.D. Feldmann, D. (2013). *Cause for Change: The Why and How of Nonprofit Millennial Engagement*. San Fransisco: Jossey-Bass.

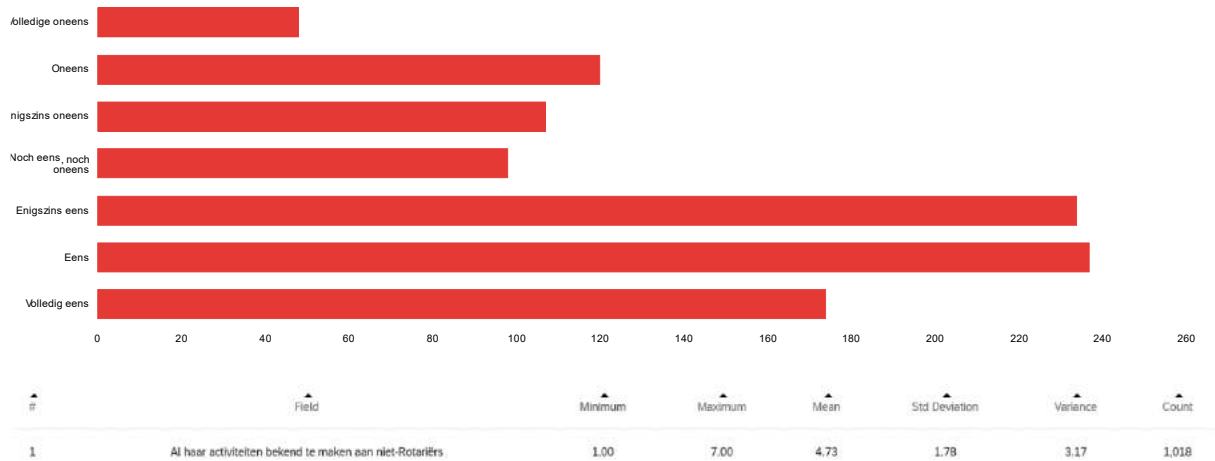
Van Rossem, A. H. D. (2018). Generations as social categories: An exploratory cognitive study of generational identity and generational stereotypes in a multigenerational workforce. *Journal of Organizational Behavior*, 40(4), 434–455. <https://doi.org/10.1002/job.2341>

Appendix A:

Promoting

Mijn ideale club trekt jonge(re) mensen aan door :

1. Al haar activiteiten bekend te maken aan niet - rotariërs



A. Algemeen

- Gemiddelde met middenklasse : 4,72 →meeste aantal eens
- Tweede meeste enigszins eens
- 25% eerder tegen

A. Per leeftijd

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Al haar activiteiten bekend te maken aan niet-Rotariërs	Volledige oneens	Count	5	9	11	8	33
		% within leeftijd	6,4%	4,8%	2,7%	4,5%	3,9%
	Oneens	Count	10	16	49	26	101
		% within leeftijd	12,8%	8,6%	11,9%	14,6%	11,8%
	Enigszins oneens	Count	7	18	51	15	91
		% within leeftijd	9,0%	9,7%	12,3%	8,4%	10,6%
	Noch eens, noch oneens	Count	5	15	41	13	74
		% within leeftijd	6,4%	8,1%	9,9%	7,3%	8,7%
	Enigszins eens	Count	20	46	98	41	205
		% within leeftijd	25,6%	24,7%	23,7%	23,0%	24,0%
	Eens	Count	16	51	93	40	200
		% within leeftijd	20,5%	27,4%	22,5%	22,5%	23,4%
	Volledig eens	Count	15	31	70	35	151
		% within leeftijd	19,2%	16,7%	16,9%	19,7%	17,7%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

- Bij de categorie eens die het meest gekozen werd, zien we onder de leeftijden eenzelfde trend
- Dit kunnen we bij de antwoorden over de verschillende categorieën ook concluderen
- Eerder akkoord
 - o 0 – 40 : 69.86%
 - o 41 – 50 : 74.85%
 - o 51 – 65 : 70.16%
 - o 66 - : 70.30%

B. Per geslacht

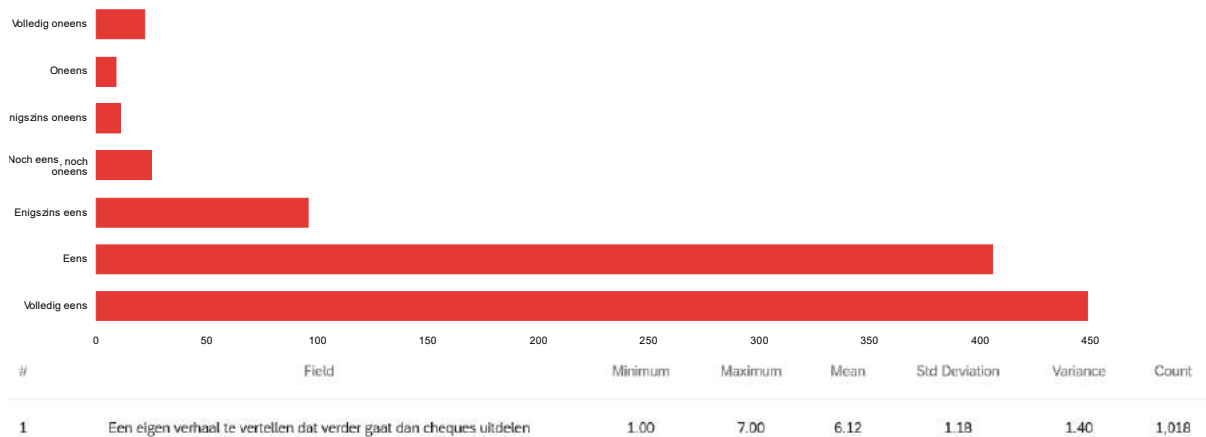
Al haar activiteiten bekend te maken aan niet-Rotariërs * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht			
		Man	Vrouw	Total	
Al haar activiteiten bekend te maken aan niet-Rotariërs	Volledige oneens	Count	30	3	33
		% within Geslacht	4,1%	2,4%	3,9%
	Oneens	Count	84	18	102
		% within Geslacht	11,5%	14,2%	11,9%
	Enigszins oneens	Count	80	13	93
		% within Geslacht	11,0%	10,2%	10,9%
	Noch eens, noch oneens	Count	61	13	74
		% within Geslacht	8,4%	10,2%	8,6%
	Enigszins eens	Count	175	30	205
		% within Geslacht	24,0%	23,6%	23,9%
	Eens	Count	171	29	200
		% within Geslacht	23,4%	22,8%	23,3%
	Volledig eens	Count	129	21	150
		% within Geslacht	17,7%	16,5%	17,5%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

- Grootste categorie eens
 - o 23,4% van de mannen
 - o 22,8% van de vrouwen
- Over het algemeen zien we dat de resultaten tussen mannen en vrouwen redelijk gelijklopend zijn
- eerder akkoord
 - o mannen : 71%
 - o vrouwen : 70.18%

2. Een eigen verhaal te vertellen dat verder gaat dan cheques uitdelen

A. Algemeen



- Gemiddelde met middencategorie : 6,12 → 447 volledig eens
- Duidelijke meerderheid die akkoord gaat

B. Per leeftijd

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Een eigen verhaal te vertellen dat verder gaat dan cheques uitdelen	Volledig oneens	Count	1	1	8	2	12
		% within leeftijd	1,3%	0,5%	1,9%	1,1%	1,4%
	Oneens	Count	0	2	4	2	8
		% within leeftijd	0,0%	1,1%	1,0%	1,1%	0,9%
	Enigszins oneens	Count	0	1	5	1	7
		% within leeftijd	0,0%	0,5%	1,2%	0,6%	0,8%
	Noch eens, noch oneens	Count	1	5	4	6	16
		% within leeftijd	1,3%	2,7%	1,0%	3,4%	1,9%
	Enigszins eens	Count	9	17	35	16	77
		% within leeftijd	11,5%	9,1%	8,5%	9,0%	9,0%
	Eens	Count	29	73	166	74	342
		% within leeftijd	37,2%	39,2%	40,2%	41,6%	40,0%
	Volledig eens	Count	38	87	191	77	393
		% within leeftijd	48,7%	46,8%	46,2%	43,3%	46,0%
Total		Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

→ We merken geen duidelijk verschil tussen de verschillende leeftijden

- Eerder akkoord
 - 0 – 40 : 98.7%
 - 41 – 50 : 97.79%
 - 51 – 65 : 95.84%
 - 66 - : 97.09%

C. Per geslacht

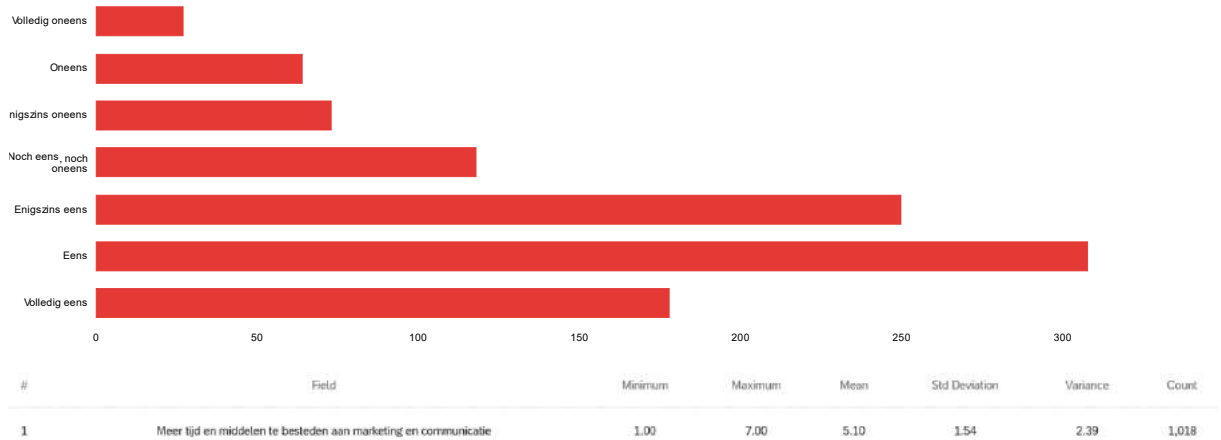
**Een eigen verhaal te vertellen dat verder gaat dan cheques uitdelen * Geslacht
Crosstabulation**

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Een eigen verhaal te vertellen dat verder gaat dan cheques uitdelen	Volledig oneens	Count	11	1	12
		% within Geslacht	1,5%	0,8%	1,4%
	Oneens	Count	7	1	8
		% within Geslacht	1,0%	0,8%	0,9%
	Enigszins oneens	Count	5	2	7
		% within Geslacht	0,7%	1,6%	0,8%
	Noch eens, noch oneens	Count	16	0	16
		% within Geslacht	2,2%	0,0%	1,9%
	Enigszins eens	Count	64	15	79
		% within Geslacht	8,8%	11,8%	9,2%
	Eens	Count	296	46	342
		% within Geslacht	40,5%	36,2%	39,9%
	Volledig eens	Count	331	62	393
		% within Geslacht	45,3%	48,8%	45,9%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

- Geen duidelijk verschil tussen de verschillende leeftijden
- Eerder akkoord
 - o Mannen : 96.78%
 - o Vrouwen : 96.85%

3. Meer tijd en middelen te besteden aan marketing en communicatie

A. Algemeen



- Gemiddelde met middencategorie : 5,10
- Meeste zijn het eens
- Slechts 16% eerder tegen

B. Per leeftijd

Meer tijd en middelen te besteden aan marketing en communicatie * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Meer tijd en middelen te besteden aan marketing en communicatie	Volledig oneens	Count	2	4	3	3	12
		% within leeftijd	2,6%	2,2%	0,7%	1,7%	1,4%
	Oneens	Count	7	14	27	4	52
		% within leeftijd	9,0%	7,5%	6,5%	2,2%	6,1%
	Enigszins oneens	Count	7	12	30	14	63
		% within leeftijd	9,0%	6,5%	7,3%	7,9%	7,4%
	Noch eens, noch oneens	Count	6	26	38	23	93
		% within leeftijd	7,7%	14,0%	9,2%	12,9%	10,9%
	Enigszins eens	Count	16	37	109	42	204
		% within leeftijd	20,5%	19,9%	26,4%	23,6%	23,9%
	Eens	Count	23	65	128	52	268
		% within leeftijd	29,5%	34,9%	31,0%	29,2%	31,3%
	Volledig eens	Count	17	28	78	40	163
		% within leeftijd	21,8%	15,1%	18,9%	22,5%	19,1%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Bij categorie eens zien we gelijklopend
- Bij volledig eens is het opmerkelijk dat de oudste categorie het hoogste percentage heeft en bij volledig oneens is dit juist de jongste categorie, er is een klein verschil maar toch is het er
- Eerder akkoord
 - o 0 – 40 : 77.78%
 - o 41 – 50 : 81.25%
 - o 51 – 65 : 84%

- 66 - : 86.45%

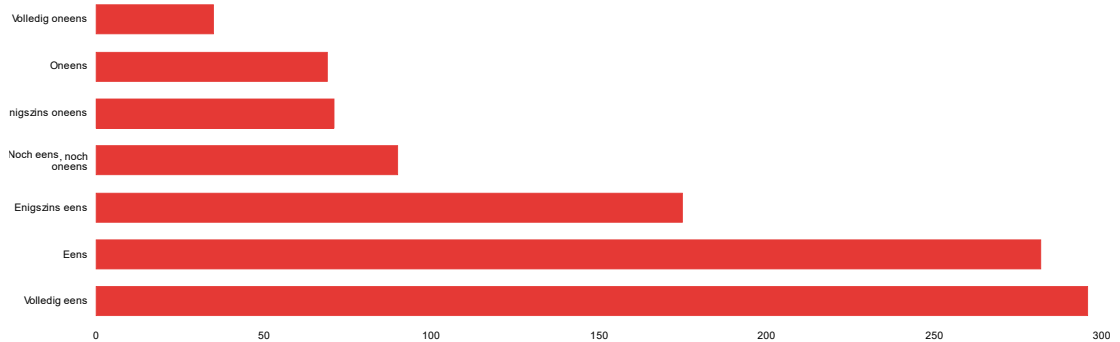
C. Per geslacht

		Geslacht			
		Man	Vrouw	Total	
Meer tijd en middelen te besteden aan marketing en communicatie	Volledig oneens	Count	11	1	12
		% within Geslacht	1,5%	0,8%	1,4%
	Oneens	Count	44	9	53
		% within Geslacht	6,0%	7,1%	6,2%
	Enigszins oneens	Count	51	12	63
		% within Geslacht	7,0%	9,4%	7,4%
	Noch eens, noch oneens	Count	81	14	95
		% within Geslacht	11,1%	11,0%	11,1%
	Enigszins eens	Count	174	30	204
		% within Geslacht	23,8%	23,6%	23,8%
	Eens	Count	227	42	269
		% within Geslacht	31,1%	33,1%	31,4%
	Volledig eens	Count	142	19	161
		% within Geslacht	19,5%	15,0%	18,8%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

- Opnieuw geen verschil tussen mannen en vrouwen
- Eerder akkoord
 - Mannen : 83.67%
 - Vrouwen : 80.53%

4. Proberen af te raken van het traditionele, elitaire beeld van Rotary

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1.	Proberen af te raken van het traditionele, elitaire beeld van Rotary	1.00	7.00	5.29	1.70	2.88	1,018

- Gemiddelde met middencategorie : 5,29 → 74% akkoord
- Meeste zijn het volledig eens

B. Per leeftijd

Proberen af te raken van het traditionele, elitaire beeld van Rotary * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total		
		1,00	2,00	3,00	4,00			
Proberen af te raken van het traditionele, elitaire beeld van Rotary	Volledig oneens	Count	3	5	7	5	20	
		% within leeftijd	3,8%	2,7%	1,7%	2,8%	2,3%	
	Oneens	Count	4	13	27	13	57	
		% within leeftijd	5,1%	7,0%	6,5%	7,3%	6,7%	
	Enigszins oneens	Count	6	12	29	17	64	
		% within leeftijd	7,7%	6,5%	7,0%	9,6%	7,5%	
	Noch eens, noch oneens	Count	6	16	26	11	59	
		% within leeftijd	7,7%	8,6%	6,3%	6,2%	6,9%	
	Enigszins eens	Count	19	37	67	32	155	
		% within leeftijd	24,4%	19,9%	16,2%	18,0%	18,1%	
	Eens	Count	17	46	128	43	234	
		% within leeftijd	21,8%	24,7%	31,0%	24,2%	27,4%	
	Volledig eens	Count	23	57	129	57	266	
		% within leeftijd	29,5%	30,6%	31,2%	32,0%	31,1%	
	Total		Count	78	186	413	178	855
			% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Ook hier zien we bij volledig eens een klein verschil waarbij de oudste categorie toch nog meest van mening is dat men van het imago moet afstappen
- Eerder akkoord

- 0 – 40 : 81.94%
- 41 – 50 : 82.35%
- 51 – 65 : 83.72%
- 66 - : 79.04%

C. Per geslacht

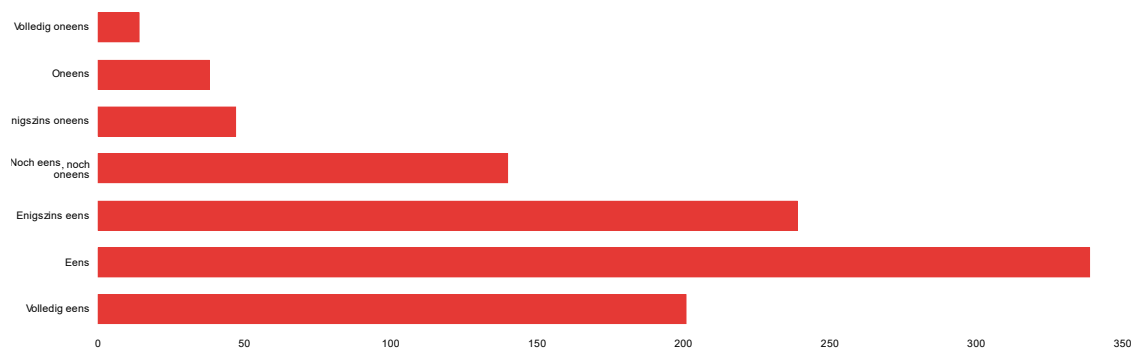
**Proberen af te raken van het traditionele, elitaire beeld van Rotary * Geslacht
Crosstabulation**

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Proberen af te raken van het traditionele, elitaire beeld van Rotary	Volledig oneens	Count	16	5	21
		% within Geslacht	2,2%	3,9%	2,5%
	Oneens	Count	51	7	58
		% within Geslacht	7,0%	5,5%	6,8%
	Enigszins oneens	Count	57	7	64
		% within Geslacht	7,8%	5,5%	7,5%
	Noch eens, noch oneens	Count	54	5	59
		% within Geslacht	7,4%	3,9%	6,9%
	Enigszins eens	Count	126	29	155
		% within Geslacht	17,3%	22,8%	18,1%
	Eens	Count	194	39	233
		% within Geslacht	26,6%	30,7%	27,2%
	Volledig eens	Count	232	35	267
		% within Geslacht	31,8%	27,6%	31,2%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

- Hier zien we enkel een verschil bij de categorie oneens waar de vrouwen 3,9% hebben en de mannen 2,2%
- Eerder akkoord
 - Mannen : 81.66%
 - Vrouwen : 84.43%

5. De internationale acties van de club te promoten

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	De internationale acties van de club te promoten	1,00	7,00	5,33	1,38	1,89	1,018

- Gemiddelde met middencategorie : 5,33 → 76% akkoord
- Meeste zijn het eens

B. Per leeftijd

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
De internationale acties van de club te promoten	Volledig oneens	Count	1	0	3	1	5
		% within leeftijd	1,3%	0,0%	0,7%	0,6%	0,6%
	Oneens	Count	2	12	14	3	31
		% within leeftijd	2,6%	6,5%	3,4%	1,7%	3,6%
	Enigszins oneens	Count	4	7	19	6	36
		% within leeftijd	5,1%	3,8%	4,6%	3,4%	4,2%
	Noch eens, noch oneens	Count	10	27	52	20	109
		% within leeftijd	12,8%	14,5%	12,6%	11,2%	12,7%
	Enigszins eens	Count	22	49	103	31	205
		% within leeftijd	28,2%	26,3%	24,9%	17,4%	24,0%
	Eens	Count	21	68	129	74	292
		% within leeftijd	26,9%	36,6%	31,2%	41,6%	34,2%
	Volledig eens	Count	18	23	93	43	177
		% within leeftijd	23,1%	12,4%	22,5%	24,2%	20,7%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder akkoord
 - 0 – 40 : 89.71%
 - 41 – 50 : 88.05%
 - 51 – 65 : 90.03%
 - 66 - : 93.67%

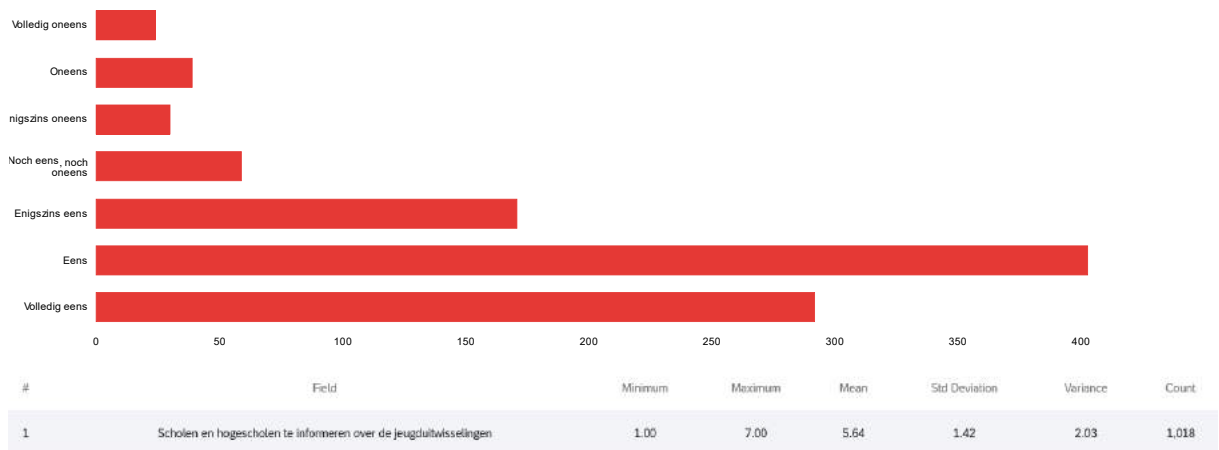
C. Per geslacht

		Geslacht			
		Man	Vrouw	Total	
De internationale acties van de club te promoten	Volledig oneens	Count	6	0	6
		% within Geslacht	0,8%	0,0%	0,7%
	Oneens	Count	24	7	31
		% within Geslacht	3,3%	5,5%	3,6%
	Enigszins oneens	Count	28	9	37
		% within Geslacht	3,8%	7,1%	4,3%
	Noch eens, noch oneens	Count	95	14	109
		% within Geslacht	13,0%	11,0%	12,7%
	Enigszins eens	Count	170	37	207
		% within Geslacht	23,3%	29,1%	24,2%
	Eens	Count	250	42	292
		% within Geslacht	34,2%	33,1%	34,1%
	Volledig eens	Count	157	18	175
		% within Geslacht	21,5%	14,2%	20,4%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder akkoord
 - Mannen : 90.87%
 - Vrouwen : 85.84%

6. Scholen en hogescholen te informeren over de jeugduitwisselingen

A. Algemeen



- Gemiddelde met middenklasse : 5,65 → 85,13% akkoord
- Meeste zijn het eens

B. Per leeftijd

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Scholen en hogescholen te informeren over de jeugduitwisselingen	Volledig oneens	Count	1	4	5	1	11
		% within leeftijd	1,3%	2,2%	1,2%	0,6%	1,3%
	Oneens	Count	4	7	21	3	35
		% within leeftijd	5,1%	3,8%	5,1%	1,7%	4,1%
	Enigszins oneens	Count	6	6	10	2	24
		% within leeftijd	7,7%	3,2%	2,4%	1,1%	2,8%
	Noch eens, noch oneens	Count	7	14	14	8	43
		% within leeftijd	9,0%	7,5%	3,4%	4,5%	5,0%
	Enigszins eens	Count	11	34	66	27	138
		% within leeftijd	14,1%	18,3%	16,0%	15,2%	16,1%
	Eens	Count	28	72	172	78	350
		% within leeftijd	35,9%	38,7%	41,6%	43,8%	40,9%
	Volledig eens	Count	21	49	125	59	254
		% within leeftijd	26,9%	26,3%	30,3%	33,1%	29,7%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder akkoord

- 0 – 40 : 84.51%
- 41 – 50 : 90.12%
- 51 – 65 : 90.98%
- 66 - : 96.47%

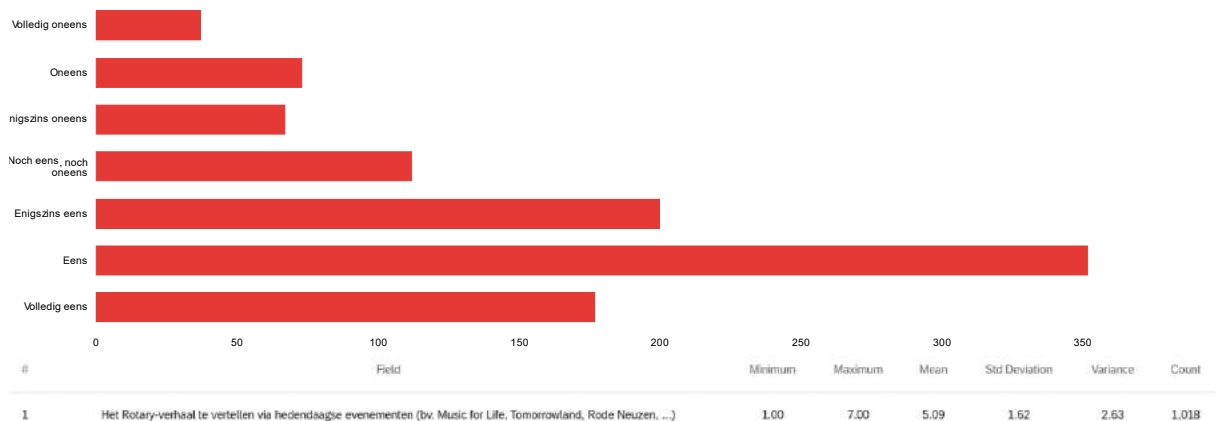
C. Per geslacht

			Geslacht		Total
			Man	Vrouw	
Scholen en hogescholen te informeren over de jeugduitwisselingen	Volledig oneens	Count	10	1	11
		% within Geslacht	1,4%	0,8%	1,3%
	Oneens	Count	31	4	35
		% within Geslacht	4,2%	3,1%	4,1%
	Enigszins oneens	Count	21	3	24
		% within Geslacht	2,9%	2,4%	2,8%
	Noch eens, noch oneens	Count	36	7	43
		% within Geslacht	4,9%	5,5%	5,0%
	Enigszins eens	Count	123	17	140
		% within Geslacht	16,8%	13,4%	16,3%
	Eens	Count	287	64	351
		% within Geslacht	39,3%	50,4%	41,0%
	Volledig eens	Count	222	31	253
		% within Geslacht	30,4%	24,4%	29,5%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder akkoord
 - Mannen : 91.11%
 - Vrouwen : 93.33%

7. Het Rotary - verhaal te vertellen via hedendaagse evenementen (BV. Music for Life, Tomorrowland, Rode Neuzen, ...)

A. Algemeen



- Gemiddelde met middenklasse 5,09 → 72% akkoord
- Meeste zijn het eens

B. Per leeftijd

Het Rotary-verhaal te vertellen via hedendaagse evenementen (bv. Music for Life, Tomorrowland, Rode Neuzen, ...) * leeftijd Crosstabulation

			leeftijd				
			1,00	2,00	3,00	4,00	Total
Het Rotary-verhaal te vertellen via hedendaagse evenementen (bv. Music for Life, Tomorrowland, Rode Neuzen, ...)	Volledig oneens	Count	3	4	8	8	23
		% within leeftijd	3,8%	2,2%	1,9%	4,5%	2,7%
	Oneens	Count	2	8	28	17	55
		% within leeftijd	2,6%	4,3%	6,8%	9,6%	6,4%
	Enigszins oneens	Count	6	10	26	12	54
		% within leeftijd	7,7%	5,4%	6,3%	6,7%	6,3%
	Noch eens, noch oneens	Count	7	23	33	31	94
		% within leeftijd	9,0%	12,4%	8,0%	17,4%	11,0%
	Enigszins eens	Count	14	32	86	34	166
		% within leeftijd	17,9%	17,2%	20,8%	19,1%	19,4%
	Eens	Count	25	78	148	53	304
		% within leeftijd	32,1%	41,9%	35,8%	29,8%	35,6%
	Volledig eens	Count	21	31	84	23	159
		% within leeftijd	26,9%	16,7%	20,3%	12,9%	18,6%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder akkoord
 - o 0 – 40 : 84.51%
 - o 41 – 50 : 86.50%
 - o 51 – 65 : 83.68%
 - o 66 - : 74.83%

C. Per geslacht

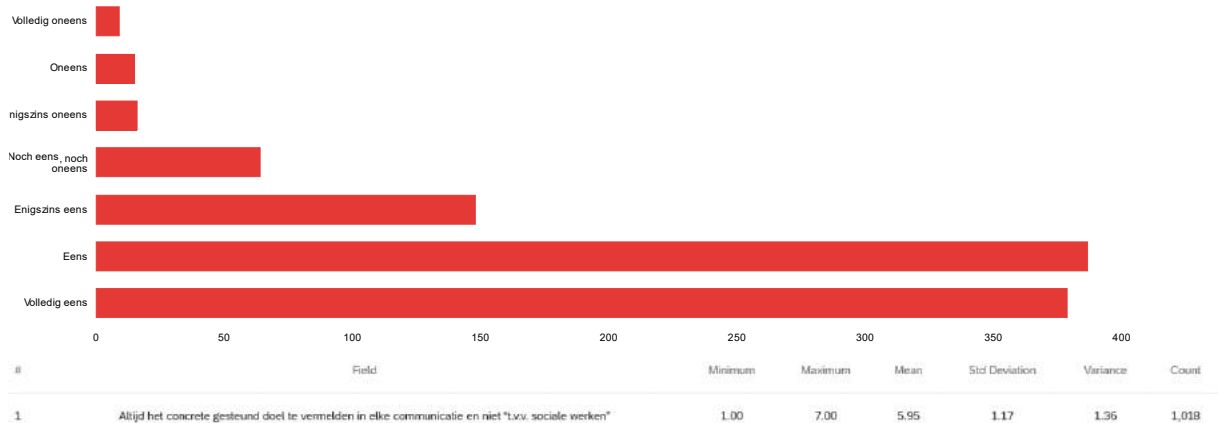
Het Rotary-verhaal te vertellen via hedendaagse evenementen (bv. Music for Life, Tomorrowland, Rode Neuzen, ...) * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Het Rotary-verhaal te vertellen via hedendaagse evenementen (bv. Music for Life, Tomorrowland, Rode Neuzen, ...)	Volledig oneens	Count	22	1	23
		% within Geslacht	3,0%	0,8%	2,7%
	Oneens	Count	48	7	55
		% within Geslacht	6,6%	5,5%	6,4%
	Enigszins oneens	Count	48	6	54
		% within Geslacht	6,6%	4,7%	6,3%
	Noch eens, noch oneens	Count	87	8	95
		% within Geslacht	11,9%	6,3%	11,1%
	Enigszins eens	Count	144	23	167
		% within Geslacht	19,7%	18,1%	19,5%
	Eens	Count	252	53	305
		% within Geslacht	34,5%	41,7%	35,6%
	Volledig eens	Count	129	29	158
		% within Geslacht	17,7%	22,8%	18,4%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder akkoord :
 - o Mannen : 81.65%
 - o Vrouwen : 88.24%

8. Altijd het concrete gesteund doel te vermelden in elke communicatie en niet "t.v.v. sociale werken"

A. Algemeen



- Gemiddelde met middenklasse : 5,95 → 89,75% is akkoord
- Meeste zijn het eens

B. Per leeftijd

Altijd het concrete gesteund doel te vermelden in elke communicatie en niet "t.v.v. sociale werken" * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Altijd het concrete gesteund doel te vermelden in elke communicatie en niet "t.v. v. sociale werken"	Volledig oneens	Count	0	1	2	0	3
		% within leeftijd	0,0%	0,5%	0,5%	0,0%	0,4%
	Oneens	Count	1	3	9	1	14
		% within leeftijd	1,3%	1,6%	2,2%	0,6%	1,6%
	Enigszins oneens	Count	1	3	6	2	12
		% within leeftijd	1,3%	1,6%	1,5%	1,1%	1,4%
	Noch eens, noch oneens	Count	7	12	17	4	40
		% within leeftijd	9,0%	6,5%	4,1%	2,2%	4,7%
	Enigszins eens	Count	13	28	63	22	126
		% within leeftijd	16,7%	15,1%	15,3%	12,4%	14,7%
	Eens	Count	20	65	167	78	330
		% within leeftijd	25,6%	34,9%	40,4%	43,8%	38,6%
	Volledig eens	Count	36	74	149	71	330
		% within leeftijd	46,2%	39,8%	36,1%	39,9%	38,6%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder akkoord
 - 0 – 40 : 97.18%
 - 41 – 50 : 95.98%
 - 51 – 65 : 95.71%
 - 66 - : 98.28%

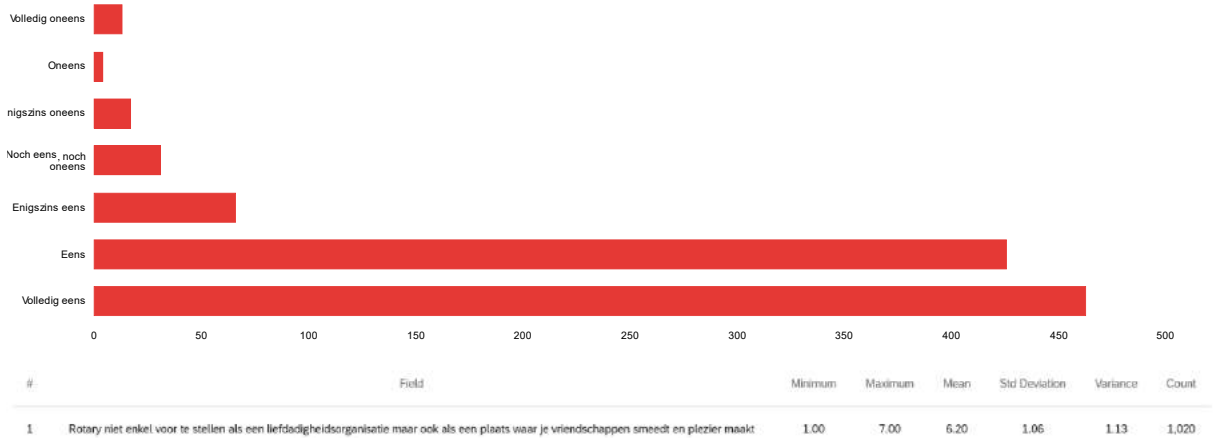
C. Per geslacht

Altijd het concrete gesteund doel te vermelden in elke communicatie en niet "t.v.v. sociale werken" * Geslacht Crosstabulation					
		Geslacht			
			Man	Vrouw	Total
Altijd het concrete gesteund doel te vermelden in elke communicatie en niet "t.v. v. sociale werken"	Volledig oneens	Count	3	0	3
		% within Geslacht	0,4%	0,0%	0,4%
	Oneens	Count	13	1	14
		% within Geslacht	1,8%	0,8%	1,6%
	Enigszins oneens	Count	8	4	12
		% within Geslacht	1,1%	3,1%	1,4%
	Noch eens, noch oneens	Count	36	5	41
		% within Geslacht	4,9%	3,9%	4,8%
	Enigszins eens	Count	111	15	126
		% within Geslacht	15,2%	11,8%	14,7%
	Eens	Count	285	45	330
		% within Geslacht	39,0%	35,4%	38,5%
	Volledig eens	Count	274	57	331
		% within Geslacht	37,5%	44,9%	38,6%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder akkoord :
 - o Mannen : 96.54%
 - o Vrouwen : 95.90%

9. Rotary niet enkel voor te stellen als een liefdadigheidsorganisatie maar ook als een plaats waar je vriendschappen smeedt en plezier maakt

A. Algemeen



- Gemiddelde met middenklasse : 6,20 → 96,66% is akkoord
- Meeste zijn het volledig eens
- Slechts 3,34% tegen

B. Per leeftijd

		leeftijd				Total		
		1,00	2,00	3,00	4,00			
Rotary niet enkel voor te stellen als een liefdadigheidsorganisatie maar ook als een plaats waar je vriendschappen smeedt en plezier maakt	Volledig oneens	Count	0	0	4	0	4	
		% within leeftijd	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,5%	
	Oneens	Count	0	0	1	1	2	
		% within leeftijd	0,0%	0,0%	0,2%	0,6%	0,2%	
	Enigszins oneens	Count	4	0	5	2	11	
		% within leeftijd	5,1%	0,0%	1,2%	1,1%	1,3%	
	Noch eens, noch oneens	Count	2	6	11	3	22	
		% within leeftijd	2,6%	3,2%	2,7%	1,7%	2,6%	
	Enigszins eens	Count	7	8	24	11	50	
		% within leeftijd	9,0%	4,3%	5,8%	6,2%	5,8%	
	Eens	Count	24	79	176	74	353	
		% within leeftijd	30,8%	42,5%	42,6%	41,6%	41,3%	
	Volledig eens	Count	41	93	192	87	413	
		% within leeftijd	52,6%	50,0%	46,5%	48,9%	48,3%	
	Total		Count	78	166	413	178	855
			% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder akkoord
 - o 0 – 40 : 94.74%
 - o 41 – 50 : 100%
 - o 51 – 65 : 97.51%
 - o 66 - : 98.83%

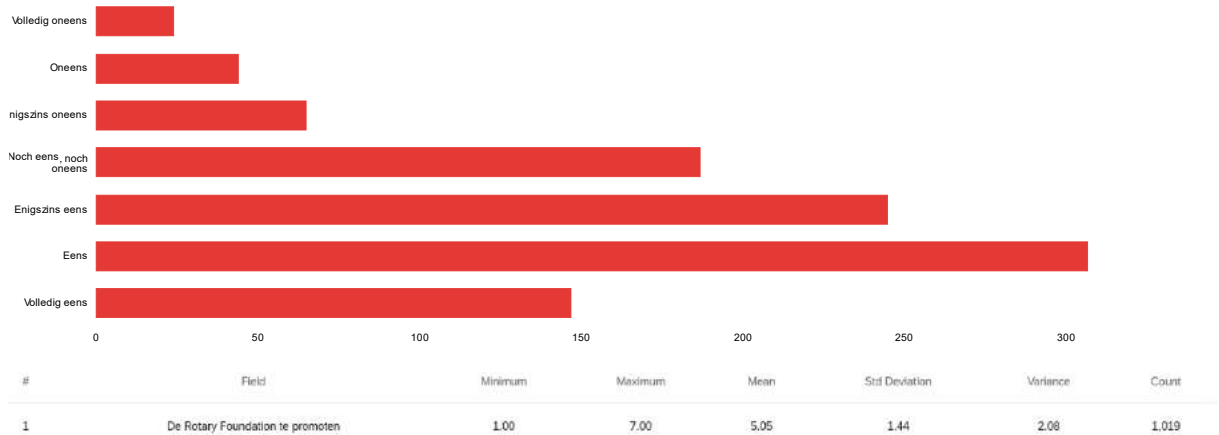
C. Per geslacht

		Geslacht			
		Man	Vrouw	Total	
Rotary niet enkel voor te stellen als een liefdadigheidsorganisatie maar ook als een plaats waar je vriendschappen smeedt en plezier maakt	Volledig oneens	Count	4	0	4
		% within Geslacht	0,5%	0,0%	0,5%
	Oneens	Count	2	0	2
		% within Geslacht	0,3%	0,0%	0,2%
	Enigszins oneens	Count	8	2	10
		% within Geslacht	1,1%	1,6%	1,2%
	Noch eens, noch oneens	Count	21	1	22
		% within Geslacht	2,9%	0,8%	2,6%
	Enigszins eens	Count	43	9	52
		% within Geslacht	5,9%	7,1%	6,1%
	Eens	Count	298	55	353
		% within Geslacht	40,8%	43,3%	41,2%
	Volledig eens	Count	354	60	414
		% within Geslacht	48,5%	47,2%	48,3%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder akkoord
 - o Mannen : 98.03%
 - o Vrouwen : 98.41%

10. De Rotary Foundation te promoten

A. Algemeen



- Gemiddelde met middenklasse : 5,05
- Meeste zijn het eens
- 13% is tegen

B. Per leeftijd

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
De Rotary Foundation te promoten	Volledig oneens	Count	2	2	7	0	11
		% within leeftijd	2,6%	1,1%	1,7%	0,0%	1,3%
	Oneens	Count	4	10	22	4	40
		% within leeftijd	5,1%	5,4%	5,3%	2,2%	4,7%
	Enigszins oneens	Count	4	16	32	5	57
		% within leeftijd	5,1%	8,6%	7,7%	2,8%	6,7%
	Noch eens, noch oneens	Count	15	39	81	22	157
		% within leeftijd	19,2%	21,0%	19,6%	12,4%	18,4%
	Enigszins eens	Count	20	49	99	42	210
		% within leeftijd	25,6%	26,3%	24,0%	23,6%	24,6%
	Eens	Count	23	52	116	64	255
		% within leeftijd	29,5%	28,0%	28,1%	36,0%	29,8%
	Volledig eens	Count	10	18	56	41	125
		% within leeftijd	12,8%	9,7%	13,6%	23,0%	14,6%
Total		Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder akkoord
 - o 0 – 40 : 84.13%
 - o 41 – 50 : 80.95%
 - o 51 – 65 : 81.63%
 - o 66 - : 94.23%

C. Per geslacht

			Geslacht		Total
			Man	Vrouw	
De Rotary Foundation te promoten	Volledig oneens	Count	11	0	11
		% within Geslacht	1,5%	0,0%	1,3%
	Oneens	Count	35	6	41
		% within Geslacht	4,8%	4,7%	4,8%
	Enigszins oneens	Count	48	9	57
		% within Geslacht	6,6%	7,1%	6,7%
	Noch eens, noch oneens	Count	135	23	158
		% within Geslacht	18,5%	18,1%	18,4%
	Enigszins eens	Count	187	24	211
		% within Geslacht	25,6%	18,9%	24,6%
	Eens	Count	209	45	254
		% within Geslacht	28,6%	35,4%	29,6%
	Volledig eens	Count	105	20	125
		% within Geslacht	14,4%	15,7%	14,6%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

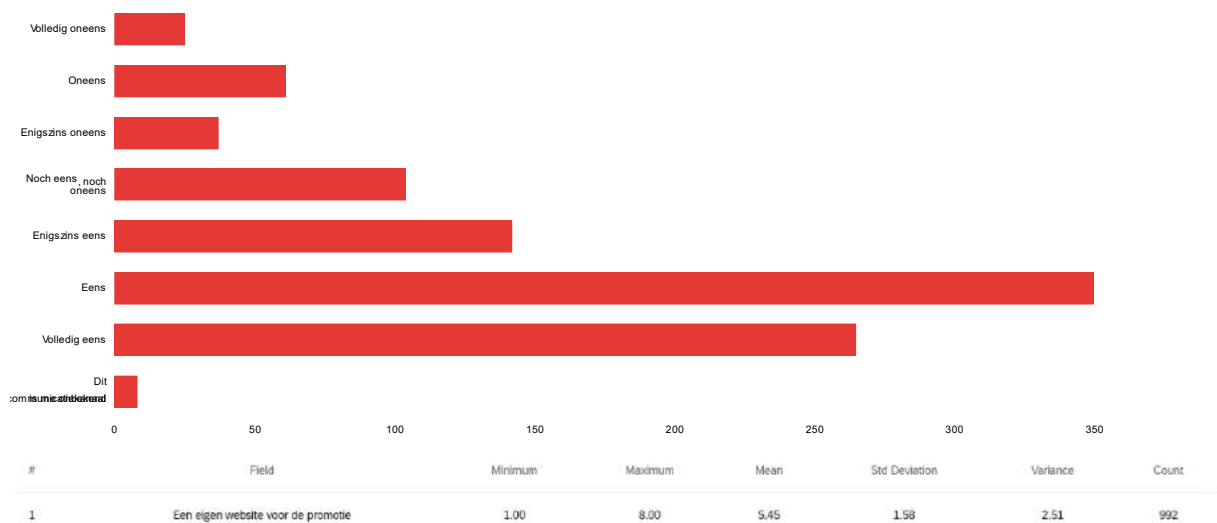
- Eerder akkoord
 - o Mannen : 84.20%
 - o Vrouwen : 85.58%

8 Communicatie

Mijn ideale club trekt jonge(re) mensen aan door gebruik te maken van volgende communicatiekanalen

1. Een eigen website voor promotie

A. Algemeen



- Gemiddelde met middenklasse : 5,45 → 76,36 % is akkoord
- Slechts 0,81% kent kanaal niet
- Grootste categorie is het eens

B. Per leeftijd

		leeftijd					Total
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Een eigen website voor de promotie	Volledig oneens	Count	1	4	7	1	13
		% within leeftijd	1,3%	2,2%	1,7%	0,6%	1,5%
	Oneens	Count	5	16	22	9	52
		% within leeftijd	6,4%	8,6%	5,3%	5,1%	6,1%
	Enigszins oneens	Count	5	4	14	5	28
		% within leeftijd	6,4%	2,2%	3,4%	2,8%	3,3%
	Noch eens, noch oneens	Count	7	15	42	16	80
		% within leeftijd	9,0%	8,1%	10,2%	9,0%	9,4%
	Enigszins eens	Count	9	24	70	24	127
		% within leeftijd	11,5%	12,9%	16,9%	13,5%	14,9%
	Eens	Count	29	64	149	66	308
		% within leeftijd	37,2%	34,4%	36,1%	37,1%	36,0%
	Volledig eens	Count	22	59	107	55	243
		% within leeftijd	28,2%	31,7%	25,9%	30,9%	28,4%
Dit communicatiekanaal is me onbekend	Count	0	0	2	2	4	
	% within leeftijd	0,0%	0,0%	0,5%	1,1%	0,5%	
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder akkoord
 - 0 – 40 : 84.51%
 - 41 – 50 : 86.96%
 - 51 – 65 : 87.87%
 - 66 - : 89.51%

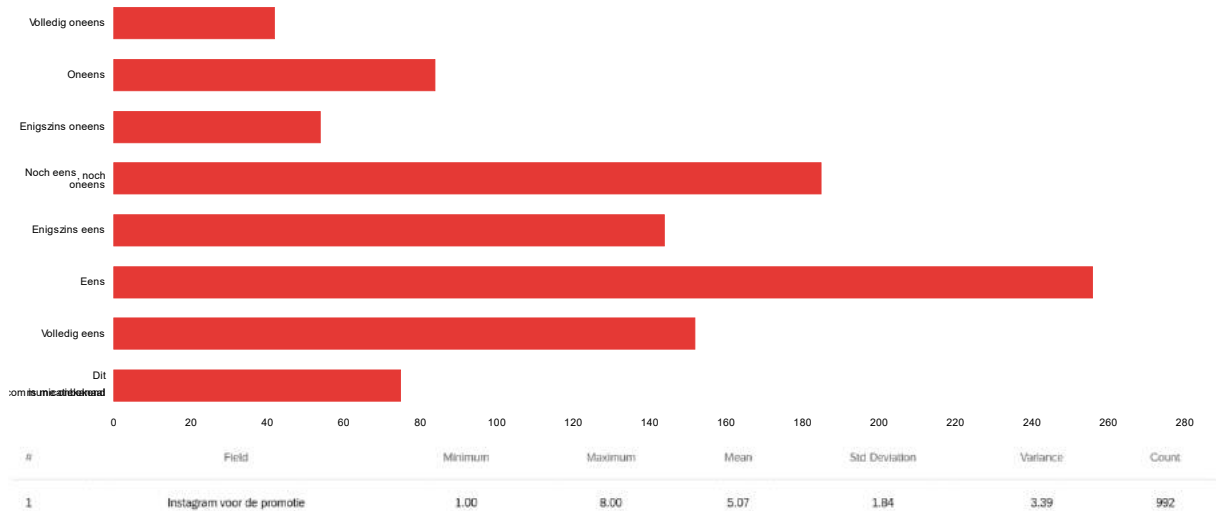
C. Per geslacht

Een eigen website voor de promotie * Geslacht Crosstabulation					
		Geslacht			
			Man	Vrouw	Total
Een eigen website voor de promotie	Volledig oneens	Count	13	0	13
		% within Geslacht	1,8%	0,0%	1,5%
	Oneens	Count	46	6	52
		% within Geslacht	6,3%	4,7%	6,1%
	Enigszins oneens	Count	23	5	28
		% within Geslacht	3,2%	3,9%	3,3%
	Noch eens, noch oneens	Count	68	12	80
		% within Geslacht	9,3%	9,4%	9,3%
	Enigszins eens	Count	105	22	127
		% within Geslacht	14,4%	17,3%	14,8%
	Eens	Count	263	45	308
		% within Geslacht	36,0%	35,4%	35,9%
	Volledig eens	Count	209	36	245
		% within Geslacht	28,6%	28,3%	28,6%
	Dit communicatiekanaal is me onbekend	Count	3	1	4
		% within Geslacht	0,4%	0,8%	0,5%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder akkoord
 - o Mannen : 87.16%
 - o Vrouwen : 89.57%

2. Instagram voor de promotie

A. Algemeen



- Gemiddelde met middenklasse : 5,07 → 55,66% is akkoord
- 7,58% kent kanaal niet
- Grootste categorie is het eens

B. Per leeftijd

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Instagram voor de promotie	Volledig oneens	Count	4	6	11	10	31
		% within leeftijd	5,1%	3,2%	2,7%	5,6%	3,6%
	Oneens	Count	4	16	32	21	73
		% within leeftijd	5,1%	8,6%	7,7%	11,8%	8,5%
	Enigszins oneens	Count	3	11	23	10	47
		% within leeftijd	3,8%	5,9%	5,6%	5,6%	5,5%
	Noch eens, noch oneens	Count	11	34	71	40	156
		% within leeftijd	14,1%	18,3%	17,2%	22,5%	18,2%
	Enigszins eens	Count	9	26	68	23	126
		% within leeftijd	11,5%	14,0%	16,5%	12,9%	14,7%
Eens	Count	25	51	114	31	221	
	% within leeftijd	32,1%	27,4%	27,6%	17,4%	25,8%	
Volledig eens	Count	17	39	64	21	141	
	% within leeftijd	21,8%	21,0%	15,5%	11,8%	16,5%	
Dit communicatiekanaal is me onbekend	Count	5	3	30	22	60	
	% within leeftijd	6,4%	1,6%	7,3%	12,4%	7,0%	
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder akkoord
 - o 0 – 40 : 76.12%
 - o 41 – 50 : 76.32%
 - o 51 – 65 : 71.93%
 - o 66 - : 54.35%

C. Per geslacht

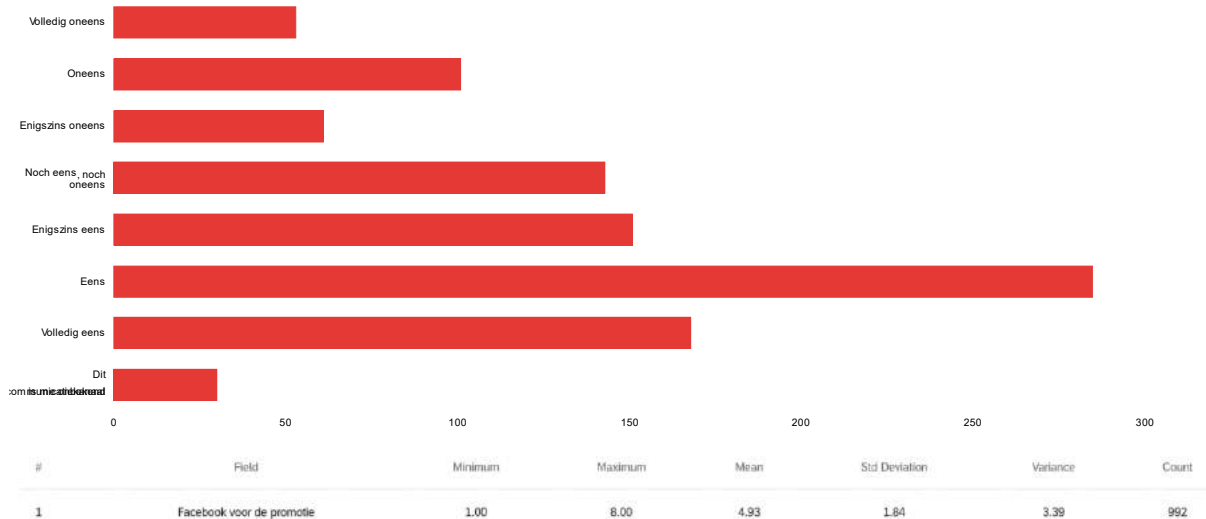
Instagram voor de promotie * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Instagram voor de promotie	Volledig oneens	Count	31	1	32
		% within Geslacht	4,2%	0,8%	3,7%
	Oneens	Count	66	7	73
		% within Geslacht	9,0%	5,5%	8,5%
	Enigszins oneens	Count	43	5	48
		% within Geslacht	5,9%	3,9%	5,6%
	Noch eens, noch oneens	Count	140	16	156
		% within Geslacht	19,2%	12,6%	18,2%
	Enigszins eens	Count	102	25	127
		% within Geslacht	14,0%	19,7%	14,8%
	Eens	Count	181	39	220
		% within Geslacht	24,8%	30,7%	25,7%
	Volledig eens	Count	113	28	141
		% within Geslacht	15,5%	22,0%	16,5%
	Dit communicatiekanaal is me onbekend	Count	54	6	60
		% within Geslacht	7,4%	4,7%	7,0%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder akkoord
 - o Mannen : 67.12%
 - o Vrouwen : 82.88%

3. Facebook voor de promotie

A. Algemeen



- Gemiddelde 4,93 → 60,91% is akkoord
- 3,03% kent dit kanaal niet
- Grootste categorie is het eens

B. Per leeftijd

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Facebook voor de promotie	Volledig oneens	Count	2	10	13	13	38
		% within leeftijd	2,6%	5,4%	3,1%	7,3%	4,4%
	Oneens	Count	3	12	39	35	89
		% within leeftijd	3,8%	6,5%	9,4%	19,7%	10,4%
	Enigszins oneens	Count	4	7	29	11	51
		% within leeftijd	5,1%	3,8%	7,0%	6,2%	6,0%
	Noch eens, noch oneens	Count	10	29	54	29	122
		% within leeftijd	12,8%	15,6%	13,1%	16,3%	14,3%
	Enigszins eens	Count	15	30	66	20	131
		% within leeftijd	19,2%	16,1%	16,0%	11,2%	15,3%
Eens	Count	25	50	138	36	249	
	% within leeftijd	32,1%	26,9%	33,4%	20,2%	29,1%	
Volledig eens	Count	19	46	66	23	154	
	% within leeftijd	24,4%	24,7%	16,0%	12,9%	18,0%	
Dit communicatiekanaal is me onbekend	Count	0	2	8	11	21	
	% within leeftijd	0,0%	1,1%	1,9%	6,2%	2,5%	
Total		Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder akkoord
 - o 0 – 40 : 86.77%
 - o 41 – 50 : 80.26%
 - o 51 – 65 : 75.21%
 - o 66 - : 53.20%

C. Per geslacht

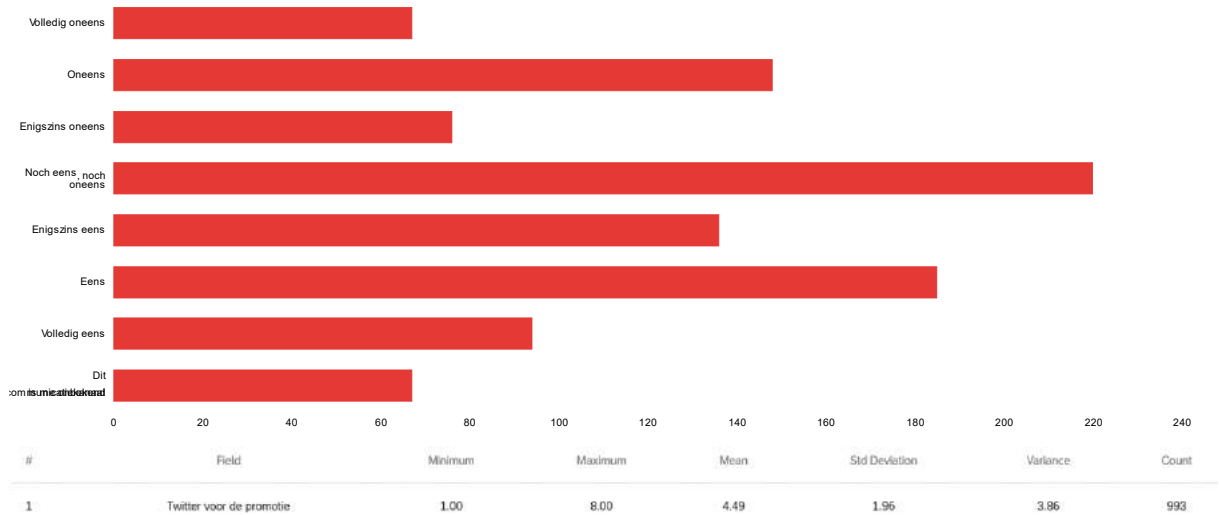
Facebook voor de promotie * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Facebook voor de promotie	Volledig oneens	Count	37	2	39
		% within Geslacht	5,1%	1,6%	4,6%
	Oneens	Count	78	11	89
		% within Geslacht	10,7%	8,7%	10,4%
	Enigszins oneens	Count	48	4	52
		% within Geslacht	6,6%	3,1%	6,1%
	Noch eens, noch oneens	Count	106	16	122
		% within Geslacht	14,5%	12,6%	14,2%
	Enigszins eens	Count	108	23	131
		% within Geslacht	14,8%	18,1%	15,3%
	Eens	Count	203	45	248
		% within Geslacht	27,8%	35,4%	28,9%
	Volledig eens	Count	130	25	155
		% within Geslacht	17,8%	19,7%	18,1%
Dit communicatiekanaal is me onbekend	Count	20	1	21	
	% within Geslacht	2,7%	0,8%	2,5%	
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder akkoord
 - o Mannen : 70.67%
 - o Vrouwen : 83.78%

4. Twitter voor de promotie

A. Algemeen



- Gemiddelde met middenklasse : 4,49 → 41,78% is akkoord
- 6,76% kent dit kanaal niet
- Grootste categorie is nog eens noch oneens

B. Per leeftijd

Twitter voor de promotie * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Twitter voor de promotie	Volledig oneens	Count	3	12	20	14	49
		% within leeftijd	3,8%	6,5%	4,8%	7,9%	5,7%
	Oneens	Count	9	21	69	33	132
		% within leeftijd	11,5%	11,3%	16,7%	18,5%	15,4%
	Enigszins oneens	Count	6	12	31	15	64
		% within leeftijd	7,7%	6,5%	7,5%	8,4%	7,5%
	Noch eens, noch oneens	Count	18	38	86	46	188
		% within leeftijd	23,1%	20,4%	20,8%	25,8%	22,0%
	Enigszins eens	Count	11	40	57	13	121
		% within leeftijd	14,1%	21,5%	13,8%	7,3%	14,2%
	Eens	Count	17	33	84	26	160
		% within leeftijd	21,8%	17,7%	20,3%	14,6%	18,7%
	Volledig eens	Count	11	20	39	17	87
		% within leeftijd	14,1%	10,8%	9,4%	9,6%	10,2%
	Dit communicatiekanaal is me onbekend	Count	3	10	27	14	54
		% within leeftijd	3,8%	5,4%	6,5%	7,9%	6,3%
Total		Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder akkoord
 - o 0 – 40 : 65%
 - o 41 – 50 : 62.84%
 - o 51 – 65 : 55.05%
 - o 66 - : 42.42%

C. Per geslacht

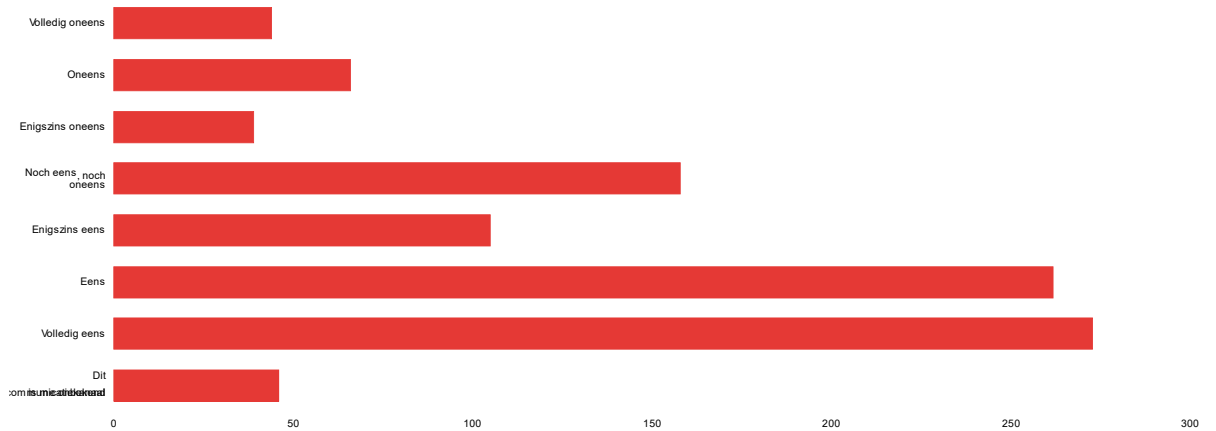
Twitter voor de promotie * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Twitter voor de promotie	Volledig oneens	Count	46	3	49
		% within Geslacht	6,3%	2,4%	5,7%
	Oneens	Count	116	17	133
		% within Geslacht	15,9%	13,4%	15,5%
	Enigszins oneens	Count	57	7	64
		% within Geslacht	7,8%	5,5%	7,5%
	Noch eens, noch oneens	Count	162	28	190
		% within Geslacht	22,2%	22,0%	22,2%
	Enigszins eens	Count	95	26	121
		% within Geslacht	13,0%	20,5%	14,1%
	Eens	Count	133	26	159
		% within Geslacht	18,2%	20,5%	18,6%
	Volledig eens	Count	79	8	87
		% within Geslacht	10,8%	6,3%	10,2%
	Dit communicatiekanaal is me onbekend	Count	42	12	54
		% within Geslacht	5,8%	9,4%	6,3%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder akkoord
 - o Mannen : 54.05%
 - o Vrouwen : 60.61%

5. Harmony voor de communicatie met leden

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Harmony voor de communicatie met leden	1,00	8,00	5,34	1,81	3,29	993

- Gemiddelde met middenklasse : 5,34 → 64,39% is akkoord
- 4,64% kent dit kanaal niet
- Grootste categorie is volledig eens

B. Per leeftijd

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Harmony voor de communicatie met leden	Volledig oneens	Count	3	11	12	5	31
		% within leeftijd	3,8%	5,9%	2,9%	2,8%	3,6%
	Oneens	Count	7	10	31	8	56
		% within leeftijd	9,0%	5,4%	7,5%	4,5%	6,5%
	Enigszins oneens	Count	4	10	12	2	28
		% within leeftijd	5,1%	5,4%	2,9%	1,1%	3,3%
	Noch eens, noch oneens	Count	13	37	72	16	138
		% within leeftijd	16,7%	19,9%	17,4%	9,0%	16,1%
	Enigszins eens	Count	5	29	37	21	92
		% within leeftijd	6,4%	15,6%	9,0%	11,8%	10,8%
	Eens	Count	22	43	98	59	222
		% within leeftijd	28,2%	23,1%	23,7%	33,1%	26,0%
	Volledig eens	Count	18	38	134	60	250
		% within leeftijd	23,1%	20,4%	32,4%	33,7%	29,2%
	Dit communicatiekanaal is me onbekend	Count	6	8	17	7	38
		% within leeftijd	7,7%	4,3%	4,1%	3,9%	4,4%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder akkoord
 - 0 – 40 : 69.23%
 - 41 – 50 : 73.83%
 - 51 – 65 : 78.89%

d. 66 - : 86.42%

C. Per geslacht

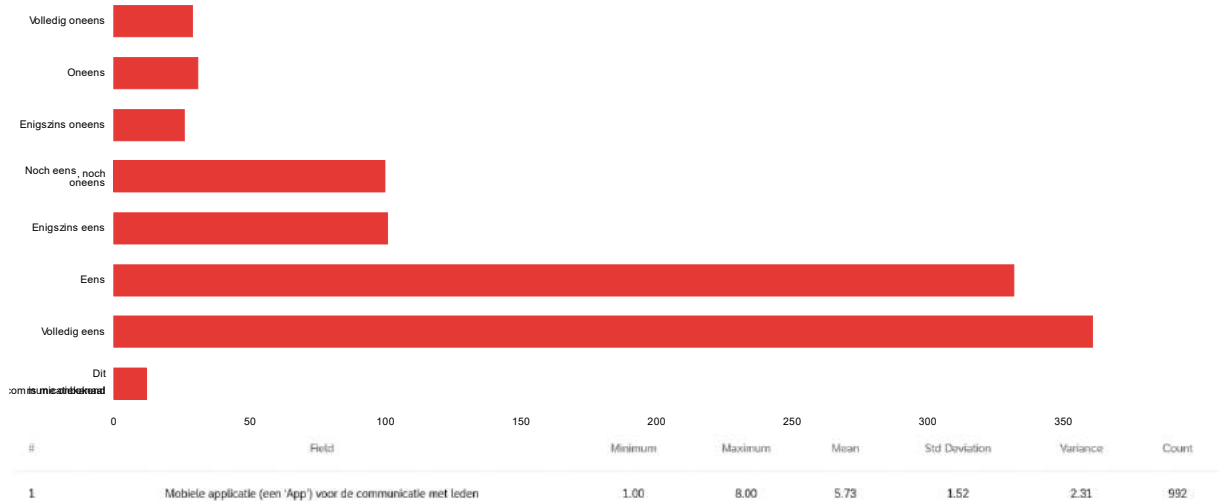
Harmony voor de communicatie met leden * Geslacht Crosstabulation

			Geslacht		Total
			Man	Vrouw	
Harmony voor de communicatie met leden	Volledig oneens	Count	29	3	32
		% within Geslacht	4,0%	2,4%	3,7%
	Oneens	Count	51	6	57
		% within Geslacht	7,0%	4,7%	6,7%
	Enigszins oneens	Count	23	4	27
		% within Geslacht	3,2%	3,1%	3,2%
	Noch eens, noch oneens	Count	115	23	138
		% within Geslacht	15,8%	18,1%	16,1%
	Enigszins eens	Count	78	14	92
		% within Geslacht	10,7%	11,0%	10,7%
	Eens	Count	186	36	222
		% within Geslacht	25,5%	28,3%	25,9%
	Volledig eens	Count	221	30	251
		% within Geslacht	30,3%	23,6%	29,3%
	Dit communicatiekanaal is me onbekend	Count	27	11	38
		% within Geslacht	3,7%	8,7%	4,4%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder akkoord
 - o Mannen : 78.86%
 - o Vrouwen :76.92%

6. Mobiele applicatie (een “App”) voor de communicatie met leden

A. Algemeen



- Gemiddelde met middenklasse : 5,74 → 80,10% is akkoord
- 1,21% kent dit kanaal niet
- Grootste categorie is volledig eens

B. Per leeftijd

Mobiele applicatie (een 'App') voor de communicatie met leden * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total		
		1,00	2,00	3,00	4,00			
Mobiele applicatie (een 'App') voor de communicatie met leden	Volledig oneens	Count	3	4	14	0	21	
		% within leeftijd	3,8%	2,2%	3,4%	0,0%	2,5%	
	Oneens	Count	1	7	12	7	27	
		% within leeftijd	1,3%	3,8%	2,9%	3,9%	3,2%	
	Enigszins oneens	Count	3	3	8	7	21	
		% within leeftijd	3,8%	1,6%	1,9%	3,9%	2,5%	
	Noch eens, noch oneens	Count	3	9	36	22	70	
		% within leeftijd	3,8%	4,8%	8,7%	12,4%	8,2%	
	Enigszins eens	Count	6	19	44	21	90	
		% within leeftijd	7,7%	10,2%	10,7%	11,8%	10,5%	
	Eens	Count	26	61	138	67	292	
		% within leeftijd	33,3%	32,8%	33,4%	37,6%	34,2%	
	Volledig eens	Count	36	81	156	52	325	
		% within leeftijd	46,2%	43,5%	37,8%	29,2%	38,0%	
	Dit communicatiekanaal is me onbekend	Count	0	2	5	2	9	
		% within leeftijd	0,0%	1,1%	1,2%	1,1%	1,1%	
	Total		Count	78	186	413	178	855
			% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder akkoord
 - o 0 – 40 : 90.67%
 - o 41 – 50 : 90.96%

- 51 – 65 : 89.66%
- 66 - : 89.74%

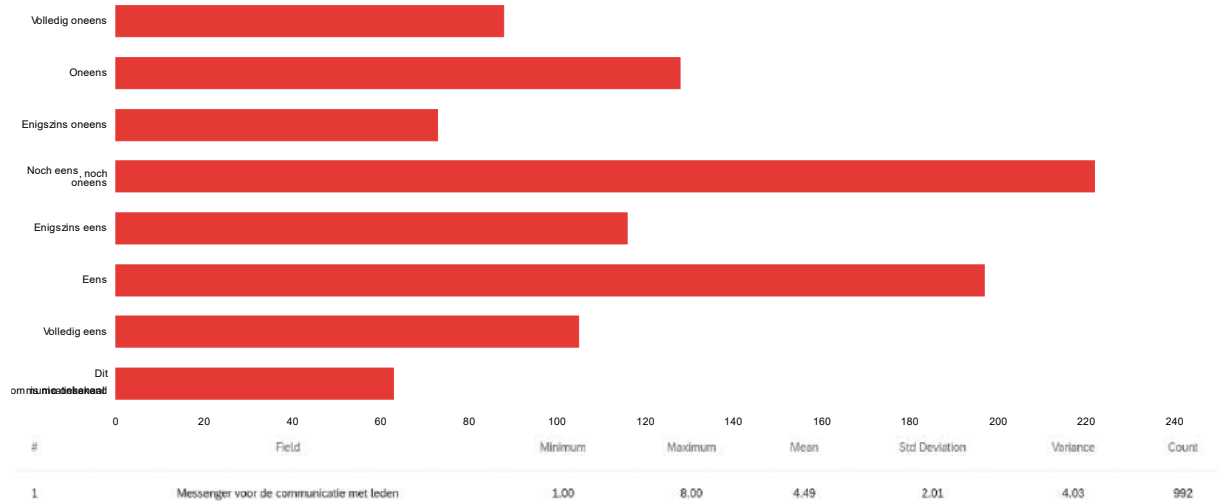
C. Per geslacht

		Geslacht			Total
		Man	Vrouw		
Mobiële applicatie (een 'App') voor de communicatie met leden	Volledig oneens	Count	21	0	21
		% within Geslacht	2,9%	0,0%	2,5%
	Oneens	Count	25	2	27
		% within Geslacht	3,4%	1,6%	3,2%
	Enigszins oneens	Count	20	2	22
		% within Geslacht	2,7%	1,6%	2,6%
	Noch eens, noch oneens	Count	61	9	70
		% within Geslacht	8,4%	7,1%	8,2%
	Enigszins eens	Count	78	12	90
		% within Geslacht	10,7%	9,4%	10,5%
	Eens	Count	241	51	292
		% within Geslacht	33,0%	40,2%	34,1%
	Volledig eens	Count	277	50	327
		% within Geslacht	37,9%	39,4%	38,2%
Dit communicatiekanaal is me onbekend	Count	7	1	8	
	% within Geslacht	1,0%	0,8%	0,9%	
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder akkoord
 - Mannen : 89.09%
 - Vrouwen : 95.76%

7. Messenger voor de communicatie met leden

A. Algemeen



- Gemiddelde 4,49 → 42,13% is akkoord
- 6,36% kent dit kanaal niet
- Grootste categorie is noch eens, noch oneens

B. Per leeftijd

Messenger voor de communicatie met leden * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Messenger voor de communicatie met leden	Volledig oneens	Count	11	22	34	3	70
		% within leeftijd	14,1%	11,8%	8,2%	1,7%	8,2%
	Oneens	Count	5	36	48	23	112
		% within leeftijd	6,4%	19,4%	11,6%	12,9%	13,1%
	Enigszins oneens	Count	9	17	23	13	62
		% within leeftijd	11,5%	9,1%	5,6%	7,3%	7,3%
	Noch eens, noch oneens	Count	16	31	96	44	187
		% within leeftijd	20,5%	16,7%	23,2%	24,7%	21,9%
	Enigszins eens	Count	8	22	55	21	106
		% within leeftijd	10,3%	11,8%	13,3%	11,8%	12,4%
	Eens	Count	15	38	84	35	172
		% within leeftijd	19,2%	20,4%	20,3%	19,7%	20,1%
	Volledig eens	Count	13	17	46	17	93
		% within leeftijd	16,7%	9,1%	11,1%	9,6%	10,9%
	Dit communicatiekanaal is me onbekend	Count	1	3	27	22	53
		% within leeftijd	1,3%	1,6%	6,5%	12,4%	6,2%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder akkoord
 - 0 – 40 : 58.81%

- b. 41 – 50 : 49.68%
- c. 51 – 65 : 58.36%
- d. 66 - : 54.48%

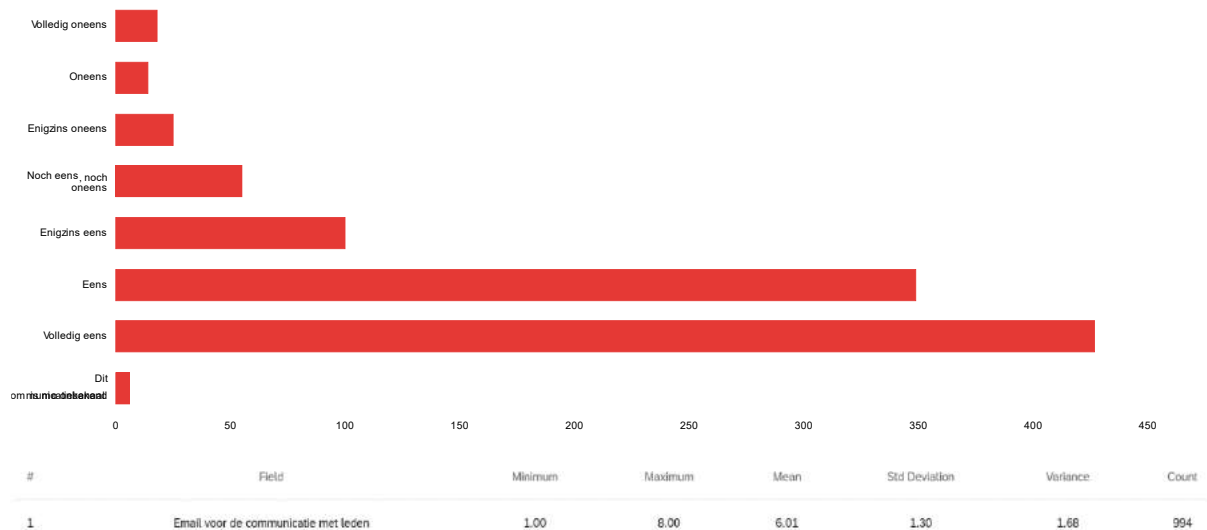
C. Per geslacht

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Messenger voor de communicatie met leden	Volledig oneens	Count	64	6	70
		% within Geslacht	8,8%	4,7%	8,2%
	Oneens	Count	94	19	113
		% within Geslacht	12,9%	15,0%	13,2%
	Enigszins oneens	Count	51	10	61
		% within Geslacht	7,0%	7,9%	7,1%
	Noch eens, noch oneens	Count	159	29	188
		% within Geslacht	21,8%	22,8%	21,9%
	Enigszins eens	Count	88	18	106
		% within Geslacht	12,1%	14,2%	12,4%
	Eens	Count	143	29	172
		% within Geslacht	19,6%	22,8%	20,1%
	Volledig eens	Count	82	12	94
		% within Geslacht	11,2%	9,4%	11,0%
	Dit communicatiekanaal is me onbekend	Count	49	4	53
		% within Geslacht	6,7%	3,1%	6,2%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder akkoord
 - o Mannen : 54.82%
 - o Vrouwen : 60.20%

8. Email voor de communicatie met leden

A. Algemeen



- Gemiddelde met middenklasse : 6,01 → 88,10% is akkoord
- Grootste categorie is volledig eens
- 0,60% kent dit kanaal niet

B. Per leeftijd

Email voor de communicatie met leden * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Email voor de communicatie met leden	Volledig oneens	Count	2	5	4	0	11
		% within leeftijd	2,6%	2,7%	1,0%	0,0%	1,3%
	Oneens	Count	1	2	6	1	10
		% within leeftijd	1,3%	1,1%	1,5%	0,6%	1,2%
	Enigzins oneens	Count	2	7	9	2	20
		% within leeftijd	2,6%	3,8%	2,2%	1,1%	2,3%
	Noch eens, noch oneens	Count	6	12	17	3	38
		% within leeftijd	7,7%	6,5%	4,1%	1,7%	4,4%
	Enigzins eens	Count	12	16	44	14	86
		% within leeftijd	15,4%	8,6%	10,7%	7,9%	10,1%
	Eens	Count	28	82	146	56	312
		% within leeftijd	35,9%	44,1%	35,4%	31,5%	36,5%
	Volledig eens	Count	27	62	186	100	375
		% within leeftijd	34,6%	33,3%	45,0%	56,2%	43,9%
	Dit communicatiekanaal is me onbekend	Count	0	0	1	2	3
		% within leeftijd	0,0%	0,0%	0,2%	1,1%	0,4%
Total		Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder akkoord

- 0 – 40 : 93.06%
- 41 – 50 : 91.95%
- 51 – 65 : 94.95%
- 66 - : 97.14%

C. Per geslacht

			Geslacht		Total
			Man	Vrouw	
Email voor de communicatie met leden	Volledig oneens	Count	12	0	12
		% within Geslacht	1,6%	0,0%	1,4%
	Oneens	Count	8	2	10
		% within Geslacht	1,1%	1,6%	1,2%
	Enigzins oneens	Count	16	4	20
		% within Geslacht	2,2%	3,1%	2,3%
	Noch eens, noch oneens	Count	33	5	38
		% within Geslacht	4,5%	3,9%	4,4%
	Enigzins eens	Count	76	11	87
		% within Geslacht	10,4%	8,7%	10,2%
	Eens	Count	258	54	312
		% within Geslacht	35,3%	42,5%	36,4%
	Volledig eens	Count	327	49	376
		% within Geslacht	44,8%	38,6%	43,9%
Dit communicatiekanaal is me onbekend	Count	0	2	2	
	% within Geslacht	0,0%	1,6%	0,2%	
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

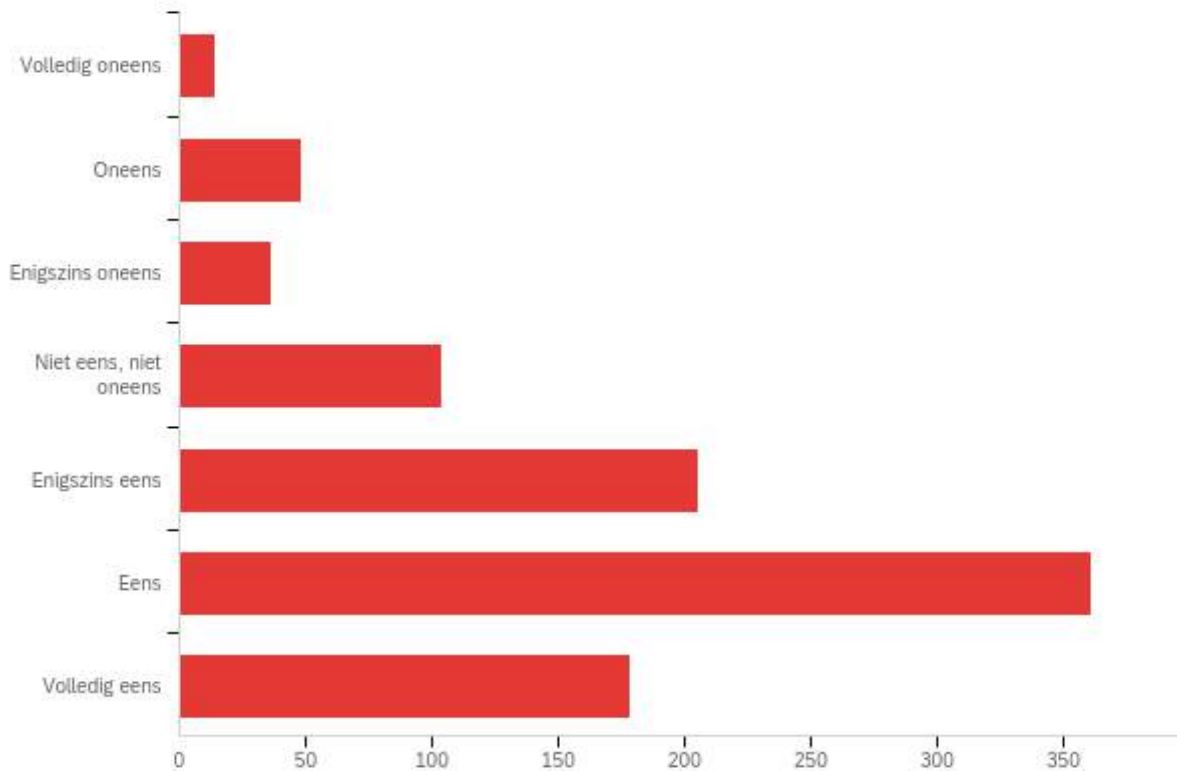
- Eerder akkoord
 - Mannen : 94.85%
 - Vrouwen : 93.44%

9 Events

Mijn ideale club trekt jongere mensen aan door :

9.1 1. Activiteiten te organiseren voor kinderen en kleinkinderen van de leden (bijvoorbeeld een sinterklaasavond)

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Activiteiten te organiseren voor kinderen en kleinkinderen van de leden (bijvoorbeeld een sinterklaasavond)	1.00	7.00	5.36	1.40	1.96	946

- Gemiddelde : 5.36
- 88.36% is het eens

B. Per leeftijd

Activiteiten te organiseren voor kinderen en kleinkinderen van de leden (bijvoorbeeld een sinterklaasavond) * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Activiteiten te organiseren voor kinderen en kleinkinderen van de leden (bijvoorbeeld een sinterklaasavond)	Volledig oneens	Count	0	3	5	1	9
		% within leeftijd	0,0%	1,6%	1,2%	0,6%	1,1%
	Oneens	Count	3	11	13	12	39
		% within leeftijd	3,8%	5,9%	3,1%	6,7%	4,6%
	Enigszins oneens	Count	3	3	16	10	32
		% within leeftijd	3,8%	1,6%	3,9%	5,6%	3,7%
	Niet eens, niet oneens	Count	3	19	50	14	86
		% within leeftijd	3,8%	10,2%	12,1%	7,9%	10,1%
	Enigszins eens	Count	11	38	100	43	192
		% within leeftijd	14,1%	20,4%	24,2%	24,2%	22,5%
	Eens	Count	34	76	157	68	335
		% within leeftijd	43,6%	40,9%	38,0%	38,2%	39,2%
	Volledig eens	Count	24	36	72	30	162
		% within leeftijd	30,8%	19,4%	17,4%	16,9%	18,9%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder eens
 - 0 – 40 : 92%
 - 41 – 50 : 89.82%
 - 51 – 65 : 90.63%
 - 66 - ... : 85.98%

C. Per geslacht

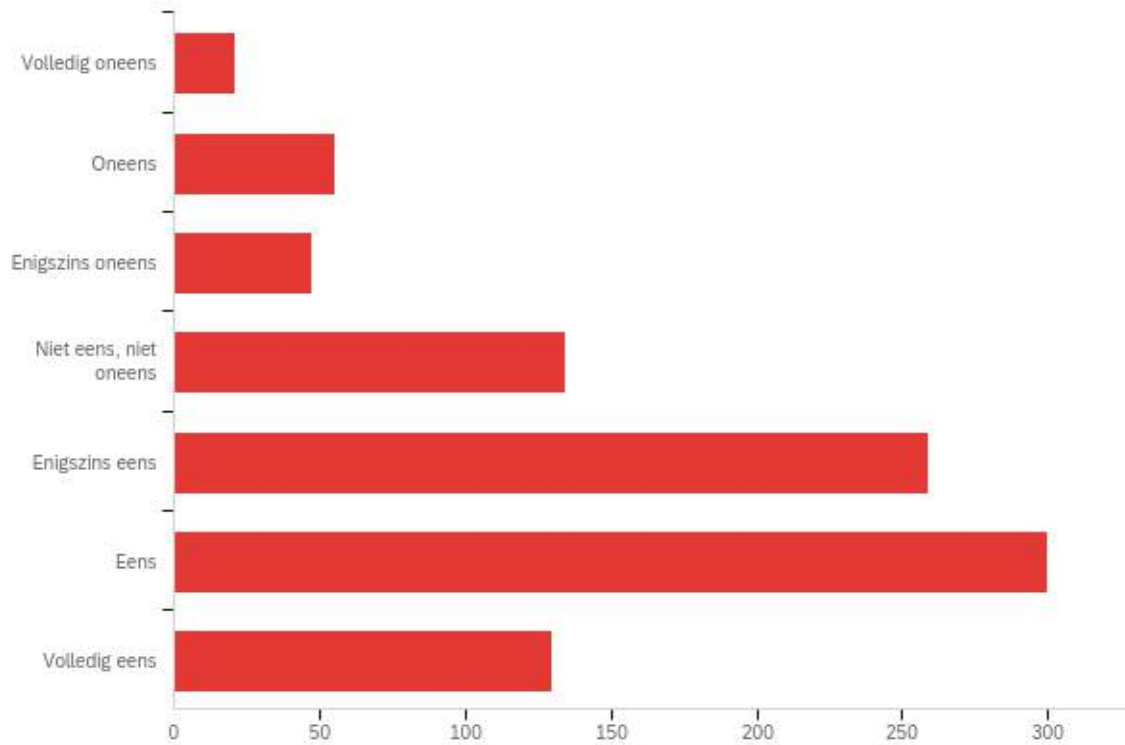
Activiteiten te organiseren voor kinderen en kleinkinderen van de leden (bijvoorbeeld een sinterklaasavond) * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Activiteiten te organiseren voor kinderen en kleinkinderen van de leden (bijvoorbeeld een sinterklaasavond)	Volledig oneens	Count	9	0	9
		% within Geslacht	1,2%	0,0%	1,1%
	Oneens	Count	34	5	39
		% within Geslacht	4,7%	3,9%	4,6%
	Enigszins oneens	Count	27	5	32
		% within Geslacht	3,7%	3,9%	3,7%
	Niet eens, niet oneens	Count	73	12	85
		% within Geslacht	10,0%	9,4%	9,9%
	Enigszins eens	Count	168	24	192
		% within Geslacht	23,0%	18,9%	22,4%
	Eens	Count	281	55	336
		% within Geslacht	38,5%	43,3%	39,2%
	Volledig eens	Count	138	26	164
		% within Geslacht	18,9%	20,5%	19,1%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - o Mannen : 89.35%
 - o Vrouwen : 91.30%

9.2 2. Seminars/evenementen organiseren voor studenten op universiteiten en hogescholen

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Seminars/evenementen organiseren voor studenten op universiteiten en hogescholen	1.00	7.00	5.09	1.44	2.08	946

- Gemiddelde : 5.09
- 84.85% is het eens

B. Per leeftijd

Seminaries/evenementen organiseren voor studenten op universiteiten en hogescholen * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Seminaries/evenementen organiseren voor studenten op universiteiten en hogescholen	Volledig oneens	Count	2	4	9	0	15
		% within leeftijd	2,6%	2,2%	2,2%	0,0%	1,8%
	Oneens	Count	1	11	22	18	52
		% within leeftijd	1,3%	5,9%	5,3%	10,1%	6,1%
	Enigszins oneens	Count	1	6	26	10	43
		% within leeftijd	1,3%	3,2%	6,3%	5,6%	5,0%
	Niet eens, niet oneens	Count	14	16	54	28	112
		% within leeftijd	17,9%	8,6%	13,1%	15,7%	13,1%
	Enigszins eens	Count	20	56	116	43	235
		% within leeftijd	25,6%	30,1%	28,1%	24,2%	27,5%
	Eens	Count	27	71	132	53	283
		% within leeftijd	34,6%	38,2%	32,0%	29,8%	33,1%
	Volledig eens	Count	13	22	54	26	115
		% within leeftijd	16,7%	11,8%	13,1%	14,6%	13,5%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder eens
 - 0 – 40 : 93.75%
 - 41 – 50 : 87.65%
 - 51 – 65 : 84.12%
 - 66 - ... : 81.33%

C. Per geslacht

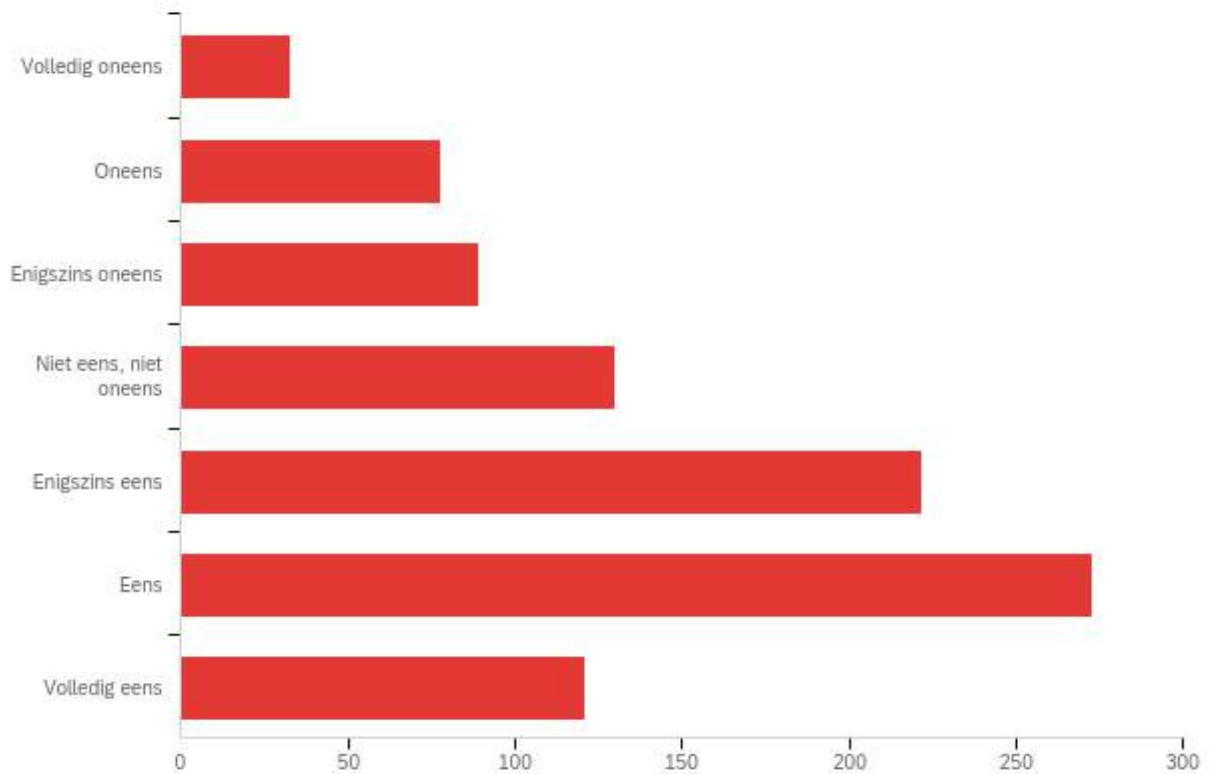
Seminaries/evenementen organiseren voor studenten op universiteiten en hogescholen * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Seminaries/evenementen organiseren voor studenten op universiteiten en hogescholen	Volledig oneens	Count	15	0	15
		% within Geslacht	2,1%	0,0%	1,8%
	Oneens	Count	47	5	52
		% within Geslacht	6,4%	3,9%	6,1%
	Enigszins oneens	Count	37	6	43
		% within Geslacht	5,1%	4,7%	5,0%
	Niet eens, niet oneens	Count	98	15	113
		% within Geslacht	13,4%	11,8%	13,2%
	Enigszins eens	Count	197	38	235
		% within Geslacht	27,0%	29,9%	27,4%
	Eens	Count	241	43	284
		% within Geslacht	33,0%	33,9%	33,1%
	Volledig eens	Count	95	20	115
		% within Geslacht	13,0%	15,7%	13,4%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - o Mannen : 84.34%
 - o Vrouwen : 90.18%

9.3 3. Ook lokale sport- en jeugdclubs ondersteunen

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Ook lokale sport- en jeugdclubs te ondersteunen	1.00	7.00	4.83	1.61	2.59	946

- Gemiddelde : 4.83
- 75.49% is het eens

B. Per leeftijd

Ook lokale sport- en jeugdclubs te ondersteunen * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Ook lokale sport- en jeugdclubs te ondersteunen	Volledig oneens	Count	3	7	12	4	26
		% within leeftijd	3,8%	3,8%	2,9%	2,2%	3,0%
	Oneens	Count	6	8	37	18	69
		% within leeftijd	7,7%	4,3%	9,0%	10,1%	8,1%
	Enigszins oneens	Count	5	19	38	18	80
		% within leeftijd	6,4%	10,2%	9,2%	10,1%	9,4%
	Niet eens, niet oneens	Count	6	26	51	29	112
		% within leeftijd	7,7%	14,0%	12,3%	16,3%	13,1%
	Enigszins eens	Count	17	39	105	45	206
		% within leeftijd	21,8%	21,0%	25,4%	25,3%	24,1%
	Eens	Count	20	56	125	49	250
		% within leeftijd	25,6%	30,1%	30,3%	27,5%	29,2%
	Volledig eens	Count	21	31	45	15	112
		% within leeftijd	26,9%	16,7%	10,9%	8,4%	13,1%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder eens

- 0 – 40 : 80.56%
- 41 – 50 : 78.75%
- 51 – 65 : 75.97%
- 66 - ... : 73.15%

C. Per geslacht

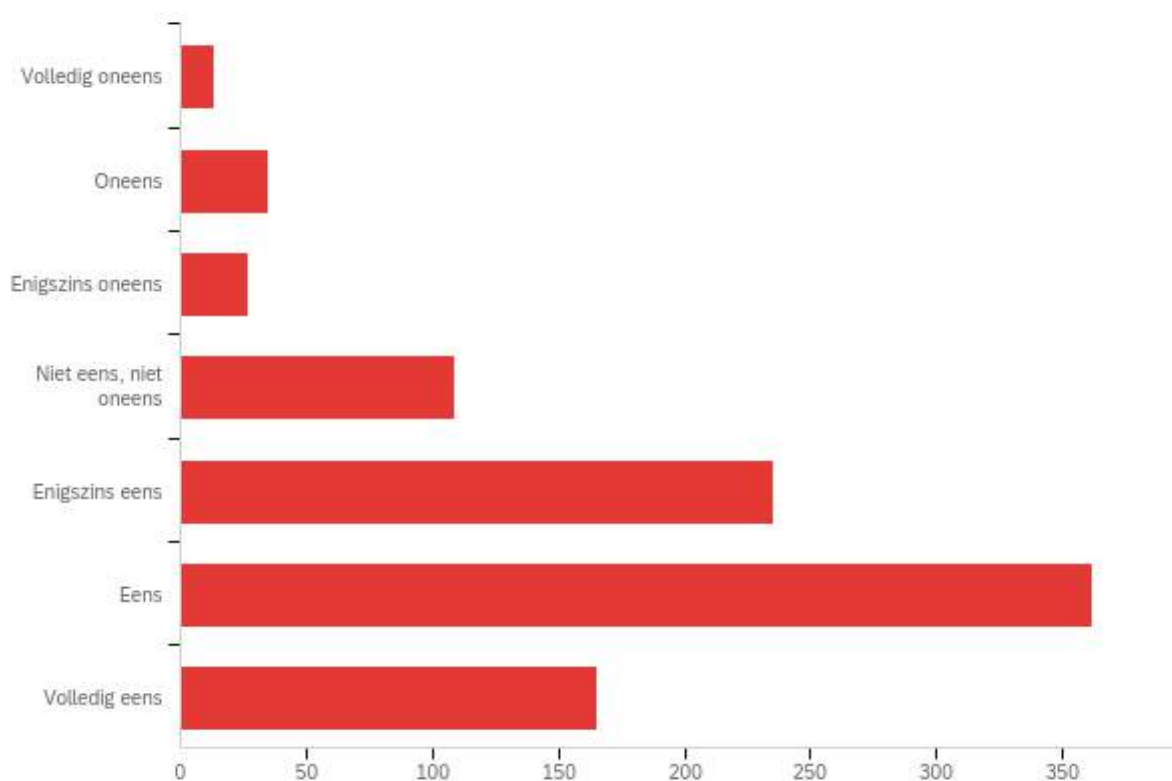
Ook lokale sport- en jeugdclubs te ondersteunen * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht			
		Man	Vrouw	Total	
Ook lokale sport- en jeugdclubs te ondersteunen	Volledig oneens	Count	25	2	27
		% within Geslacht	3,4%	1,6%	3,2%
	Oneens	Count	62	7	69
		% within Geslacht	8,5%	5,5%	8,1%
	Enigszins oneens	Count	73	7	80
		% within Geslacht	10,0%	5,5%	9,3%
	Niet eens, niet oneens	Count	99	13	112
		% within Geslacht	13,6%	10,2%	13,1%
	Enigszins eens	Count	178	28	206
		% within Geslacht	24,4%	22,0%	24,0%
	Eens	Count	206	44	250
		% within Geslacht	28,2%	34,6%	29,2%
	Volledig eens	Count	87	26	113
		% within Geslacht	11,9%	20,5%	13,2%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - Mannen : 74.64%
 - Vrouwen : 85.96%

9.4 4. Culturele activiteiten toegankelijker te maken voor mensen die daartoe niet altijd de kans krijgen, via inzet van eigen leden

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Culturele activiteiten toegankelijker te maken voor mensen die daartoe niet altijd de kans krijgen, via inzet van eigen leden	1.00	7.00	5.39	1.31	1.71	946

- Gemiddelde : 5.39
- 91.04% is het eens

B. Per leeftijd

Culturele activiteiten toegankelijker te maken voor mensen die daartoe niet altijd de kans krijgen, via inzet van eigen leden * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Culturele activiteiten toegankelijker te maken voor mensen die daartoe niet altijd de kans krijgen, via inzet van eigen leden	Volledig oneens	Count	3	2	3	0	8
		% within leeftijd	3,8%	1,1%	0,7%	0,0%	0,9%
	Oneens	Count	5	5	14	5	29
		% within leeftijd	6,4%	2,7%	3,4%	2,8%	3,4%
	Enigszins oneens	Count	3	1	15	4	23
		% within leeftijd	3,8%	0,5%	3,6%	2,2%	2,7%
	Niet eens, niet oneens	Count	5	29	39	21	94
		% within leeftijd	6,4%	15,6%	9,4%	11,8%	11,0%
	Enigszins eens	Count	17	47	102	45	211
		% within leeftijd	21,8%	25,3%	24,7%	25,3%	24,7%
	Eens	Count	31	67	169	71	338
		% within leeftijd	39,7%	36,0%	40,9%	39,9%	39,5%
	Volledig eens	Count	14	35	71	32	152
		% within leeftijd	17,9%	18,8%	17,2%	18,0%	17,8%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder eens
 - 0 – 40 : 84.93%
 - 41 – 50 : 94.9%
 - 51 – 65 : 91.44%
 - 66 - ... : 94.27%

C. Per geslacht

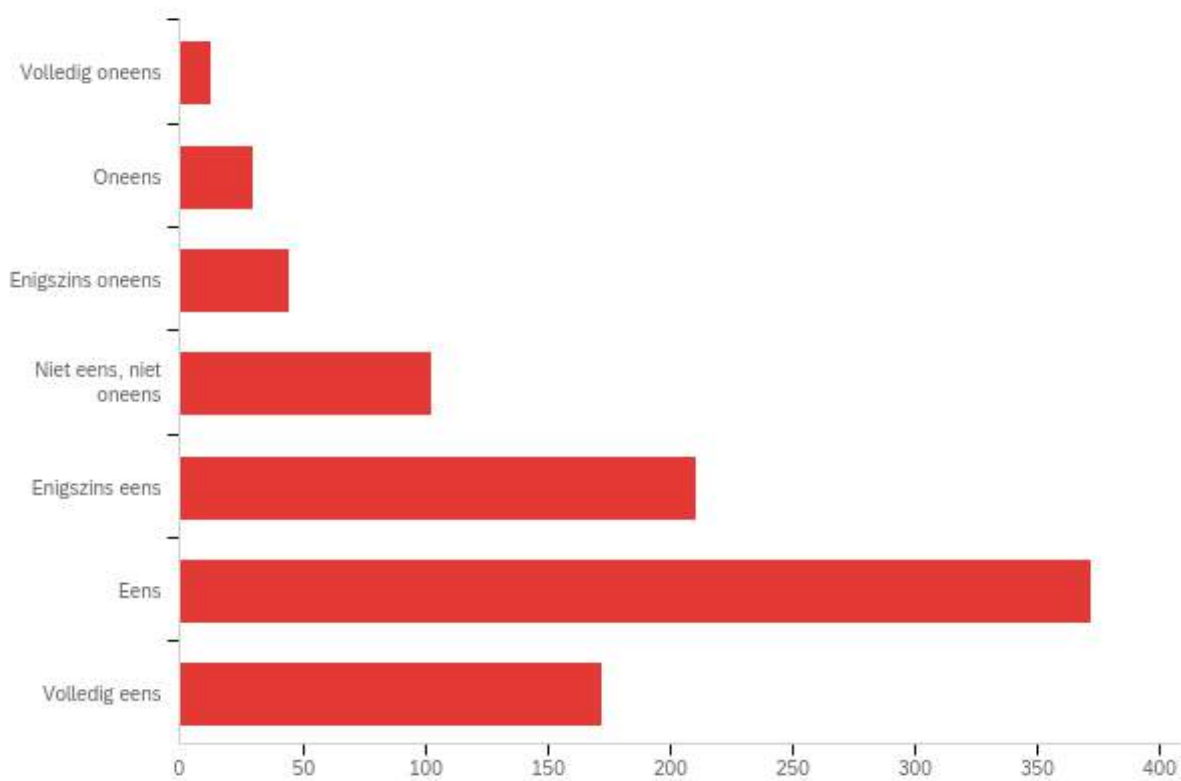
Culturele activiteiten toegankelijker te maken voor mensen die daartoe niet altijd de kans krijgen, via inzet van eigen leden * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Culturele activiteiten toegankelijker te maken voor mensen die daartoe niet altijd de kans krijgen, via inzet van eigen leden	Volledig oneens	Count	8	0	8
		% within Geslacht	1,1%	0,0%	0,9%
	Oneens	Count	26	3	29
		% within Geslacht	3,6%	2,4%	3,4%
	Enigszins oneens	Count	16	7	23
		% within Geslacht	2,2%	5,5%	2,7%
	Niet eens, niet oneens	Count	82	12	94
		% within Geslacht	11,2%	9,4%	11,0%
	Enigszins eens	Count	184	26	210
		% within Geslacht	25,2%	20,5%	24,5%
	Eens	Count	285	55	340
		% within Geslacht	39,0%	43,3%	39,7%
	Volledig eens	Count	129	24	153
		% within Geslacht	17,7%	18,9%	17,9%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder eens
 - o Mannen : 92.28%
 - o Vrouwen : 91.30%

9.5 5. Regelmatig met scholen uit de regio te overleggen, om de noden van kinderen te kennen

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Regelmatig met scholen uit de regio te overleggen, om de	1.00	7.00	5.40	1.33	1.76	946

noden van kinderen te kennen						
------------------------------	--	--	--	--	--	--

- Gemiddelde : 5.40
- 89.56% is het eens

B. Per leeftijd

Regelmatig met scholen uit de regio te overleggen, om de noden van kinderen te kennen * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Regelmatig met scholen uit de regio te overleggen, om de noden van kinderen te kennen	Volledig oneens	Count	1	1	7	0	9
		% within leeftijd	1,3%	0,5%	1,7%	0,0%	1,1%
	Oneens	Count	5	5	12	5	27
		% within leeftijd	6,4%	2,7%	2,9%	2,8%	3,2%
	Enigszins oneens	Count	8	9	14	9	40
		% within leeftijd	10,3%	4,8%	3,4%	5,1%	4,7%
	Niet eens, niet oneens	Count	7	26	34	17	84
		% within leeftijd	9,0%	14,0%	8,2%	9,6%	9,8%
	Enigszins eens	Count	16	32	105	39	192
		% within leeftijd	20,5%	17,2%	25,4%	21,9%	22,5%
	Eens	Count	30	73	166	70	339
		% within leeftijd	38,5%	39,2%	40,2%	39,3%	39,6%
	Volledig eens	Count	11	40	75	38	164
		% within leeftijd	14,1%	21,5%	18,2%	21,3%	19,2%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder eens
 - 0 – 40 : 80.28%

- 41 – 50 : 90.62%
- 51 – 65 : 91.29%
- 66 - ... : 91.30%

C. Per Geslacht

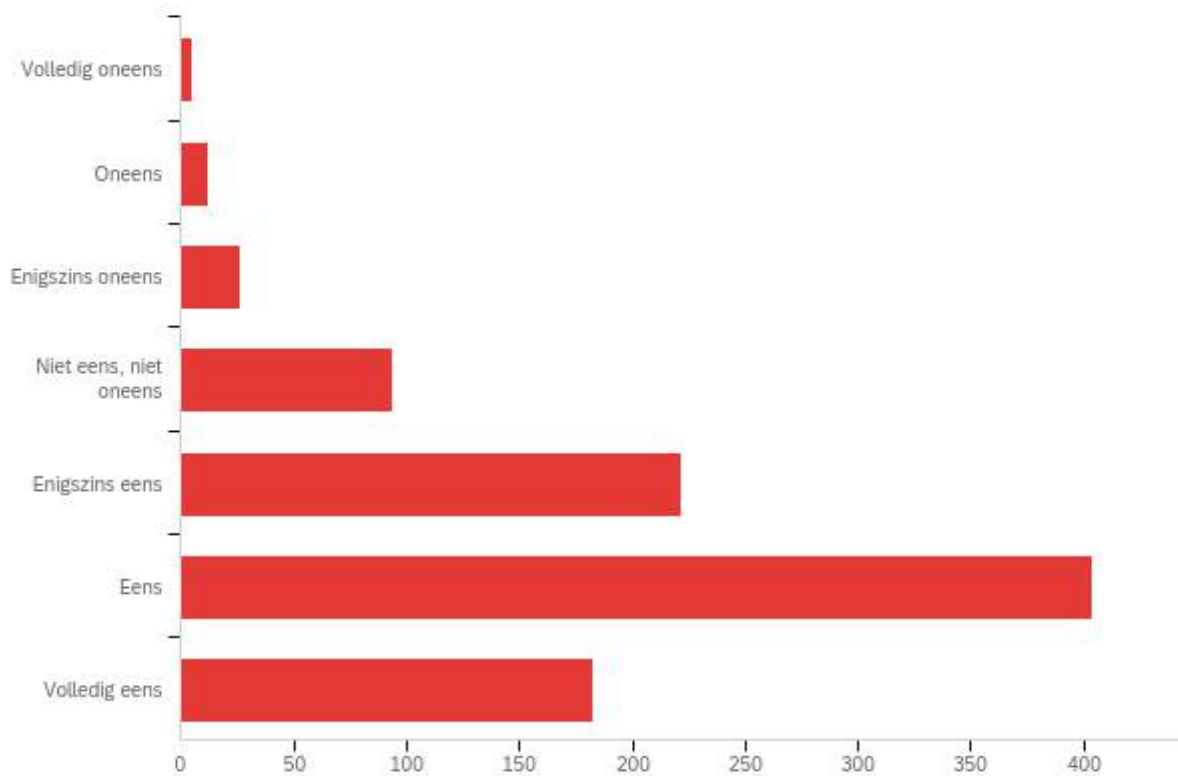
Regelmatig met scholen uit de regio te overleggen, om de noden van kinderen te kennen * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht			
		Man	Vrouw	Total	
Regelmatig met scholen uit de regio te overleggen, om de noden van kinderen te kennen	Volledig oneens	Count	9	0	9
		% within Geslacht	1,2%	0,0%	1,1%
	Oneens	Count	26	1	27
		% within Geslacht	3,6%	0,8%	3,2%
	Enigszins oneens	Count	35	5	40
		% within Geslacht	4,8%	3,9%	4,7%
	Niet eens, niet oneens	Count	76	8	84
		% within Geslacht	10,4%	6,3%	9,8%
	Enigszins eens	Count	164	28	192
		% within Geslacht	22,5%	22,0%	22,4%
	Eens	Count	281	59	340
		% within Geslacht	38,5%	46,5%	39,7%
	Volledig eens	Count	139	26	165
		% within Geslacht	19,0%	20,5%	19,3%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder eens
 - Mannen : 89.30%
 - Vrouwen : 94.96%

9.6 6. Focus te leggen op dienst aan de gemeenschap

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Focus te leggen op Dienst aan de Gemeenschap	1.00	7.00	5.60	1.12	1.25	946

- Gemiddelde : 5.60
- 94.96% is het eens

B. Per leeftijd

Focus te leggen op Dienst aan de Gemeenschap * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Focus te leggen op Dienst aan de Gemeenschap	Volledig oneens	Count	1	0	1	1	3
		% within leeftijd	1,3%	0,0%	0,2%	0,6%	0,4%
	Oneens	Count	0	3	6	1	10
		% within leeftijd	0,0%	1,6%	1,5%	0,6%	1,2%
	Enigszins oneens	Count	5	6	7	4	22
		% within leeftijd	6,4%	3,2%	1,7%	2,2%	2,6%
	Niet eens, niet oneens	Count	9	23	33	6	71
		% within leeftijd	11,5%	12,4%	8,0%	3,4%	8,3%
	Enigszins eens	Count	19	46	98	39	202
		% within leeftijd	24,4%	24,7%	23,7%	21,9%	23,6%
	Eens	Count	26	75	191	82	374
		% within leeftijd	33,3%	40,3%	46,2%	46,1%	43,7%
	Volledig eens	Count	18	33	77	45	173
		% within leeftijd	23,1%	17,7%	18,6%	25,3%	20,2%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder eens

- 0 – 40 : 91.30%
- 41 – 50 : 94.48%
- 51 – 65 : 96.32%
- 66 - ... : 96.51%

C. Per geslacht

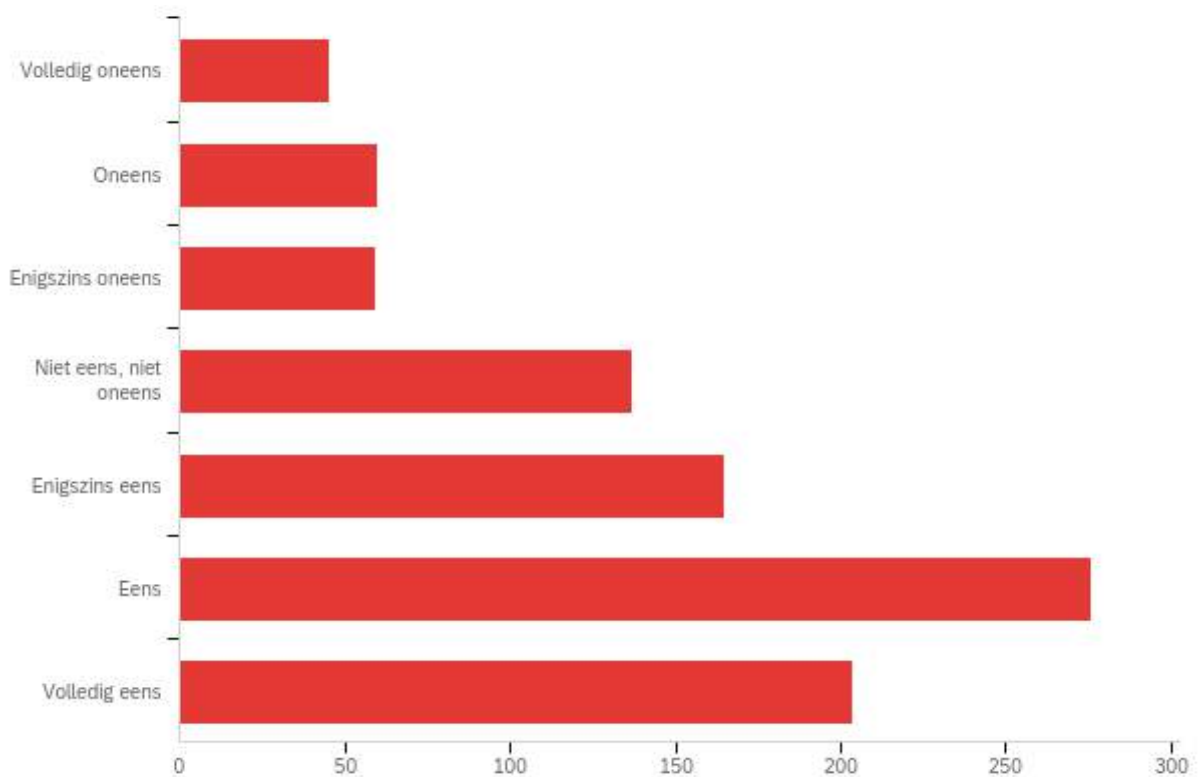
Focus te leggen op Dienst aan de Gemeenschap * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Focus te leggen op Dienst aan de Gemeenschap	Volledig oneens	Count	3	0	3
		% within Geslacht	0,4%	0,0%	0,4%
	Oneens	Count	10	0	10
		% within Geslacht	1,4%	0,0%	1,2%
	Enigszins oneens	Count	19	3	22
		% within Geslacht	2,6%	2,4%	2,6%
	Niet eens, niet oneens	Count	58	14	72
		% within Geslacht	7,9%	11,0%	8,4%
	Enigszins eens	Count	173	28	201
		% within Geslacht	23,7%	22,0%	23,5%
	Eens	Count	325	50	375
		% within Geslacht	44,5%	39,4%	43,8%
	Volledig eens	Count	142	32	174
		% within Geslacht	19,5%	25,2%	20,3%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - o Mannen : 95.24%
 - o Vrouwen : 97.34%

9.7 7. Een weerspiegeling te zijn van de lokale gemeenschap, met alle geslachten, godsdiensten, overtuigingen, ...

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Een weerspiegeling te zijn van de lokale gemeenschap, met alle geslachten, godsdiensten, overtuigingen, ...	1.00	7.00	5.07	1.70	2.88	946

- Gemiddelde : 5.07
- 79.73% is het eens

B. Per leeftijd

Een weerspiegeling te zijn van de lokale gemeenschap, met alle geslachten, godsdiensten, overtuigingen, ... * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Een weerspiegeling te zijn van de lokale gemeenschap, met alle geslachten, godsdiensten, overtuigingen, ...	Volledig oneens	Count	3	10	17	6	36
		% within leeftijd	3,8%	5,4%	4,1%	3,4%	4,2%
	Oneens	Count	4	17	26	8	55
		% within leeftijd	5,1%	9,1%	6,3%	4,5%	6,4%
	Enigszins oneens	Count	4	14	21	11	50
		% within leeftijd	5,1%	7,5%	5,1%	6,2%	5,8%
	Niet eens, niet oneens	Count	15	32	54	13	114
		% within leeftijd	19,2%	17,2%	13,1%	7,3%	13,3%
	Enigszins eens	Count	17	29	73	35	154
		% within leeftijd	21,8%	15,6%	17,7%	19,7%	18,0%
	Eens	Count	17	49	134	55	255
		% within leeftijd	21,8%	26,3%	32,4%	30,9%	29,8%
	Volledig eens	Count	18	35	88	50	191
		% within leeftijd	23,1%	18,8%	21,3%	28,1%	22,3%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - 0 – 40 : 82.54%
 - 41 – 50 : 73.38%
 - 51 – 65 : 82.17%
 - 66 - ... : 84.84%

C. Per geslacht

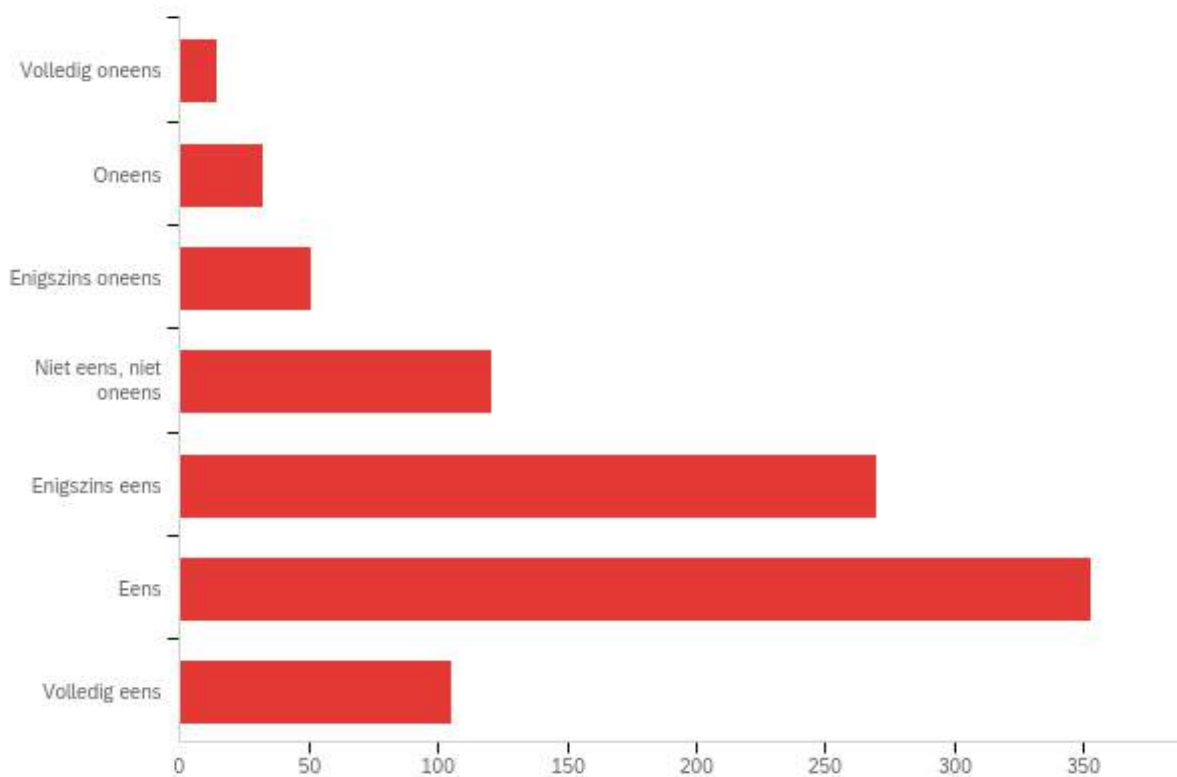
Een weerspiegeling te zijn van de lokale gemeenschap, met alle geslachten, godsdiensten, overtuigingen, ... * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Een weerspiegeling te zijn van de lokale gemeenschap, met alle geslachten, godsdiensten, overtuigingen, ...	Volledig oneens	Count	35	2	37
		% within Geslacht	4,8%	1,6%	4,3%
	Oneens	Count	50	5	55
		% within Geslacht	6,8%	3,9%	6,4%
	Enigszins oneens	Count	47	5	52
		% within Geslacht	6,4%	3,9%	6,1%
	Niet eens, niet oneens	Count	101	14	115
		% within Geslacht	13,8%	11,0%	13,4%
	Enigszins eens	Count	129	24	153
		% within Geslacht	17,7%	18,9%	17,9%
	Eens	Count	210	44	254
		% within Geslacht	28,8%	34,6%	29,6%
	Volledig eens	Count	158	33	191
		% within Geslacht	21,6%	26,0%	22,3%
Total		Count	730	127	857
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - o Mannen : 79.01%
 - o Vrouwen : 89.38%

9.8 8. Een permanent contact te onderhouden met lokale sociale bewegingen, allerhande VZW's. (CAW, Sociaal Huis, JAC, ...)

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Een permanent contact te onderhouden met lokale sociale bewegingen, allerhande VZW's. (CAW, Sociaal Huis, JAC, ...)	1.00	7.00	5.20	1.29	1.66	946

- Gemiddelde : 5.20
- 88.24% is het eens

B. Per leeftijd

Een permanent contact te onderhouden met lokale sociale bewegingen, allerhande VZW's. (CAW, Sociaal Huis, JAC, ...) * leeftijd Crosstabulation

			leeftijd				
			1,00	2,00	3,00	4,00	Total
Een permanent contact te onderhouden met lokale sociale bewegingen, allerhande VZW's. (CAW, Sociaal Huis, JAC, ...)	Volledig oneens	Count	0	3	5	0	8
		% within leeftijd	0,0%	1,6%	1,2%	0,0%	0,9%
	Oneens	Count	3	4	10	9	26
		% within leeftijd	3,8%	2,2%	2,4%	5,1%	3,0%
	Enigszins oneens	Count	2	5	22	12	41
		% within leeftijd	2,6%	2,7%	5,3%	6,7%	4,8%
	Niet eens, niet oneens	Count	9	23	44	23	99
		% within leeftijd	11,5%	12,4%	10,7%	12,9%	11,6%
	Enigszins eens	Count	19	61	129	44	253
		% within leeftijd	24,4%	32,8%	31,2%	24,7%	29,6%
	Eens	Count	35	71	160	65	331
		% within leeftijd	44,9%	38,2%	38,7%	36,5%	38,7%
	Volledig eens	Count	10	19	43	25	97
		% within leeftijd	12,8%	10,2%	10,4%	14,0%	11,3%
Total	Count		78	186	413	178	855
	% within leeftijd		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens

- 0 – 40 : 92.75%
- 41 - 50 : 92.63%
- 51 – 65 : 89.97%
- 66 - ... : 86.45%

C. Per geslacht

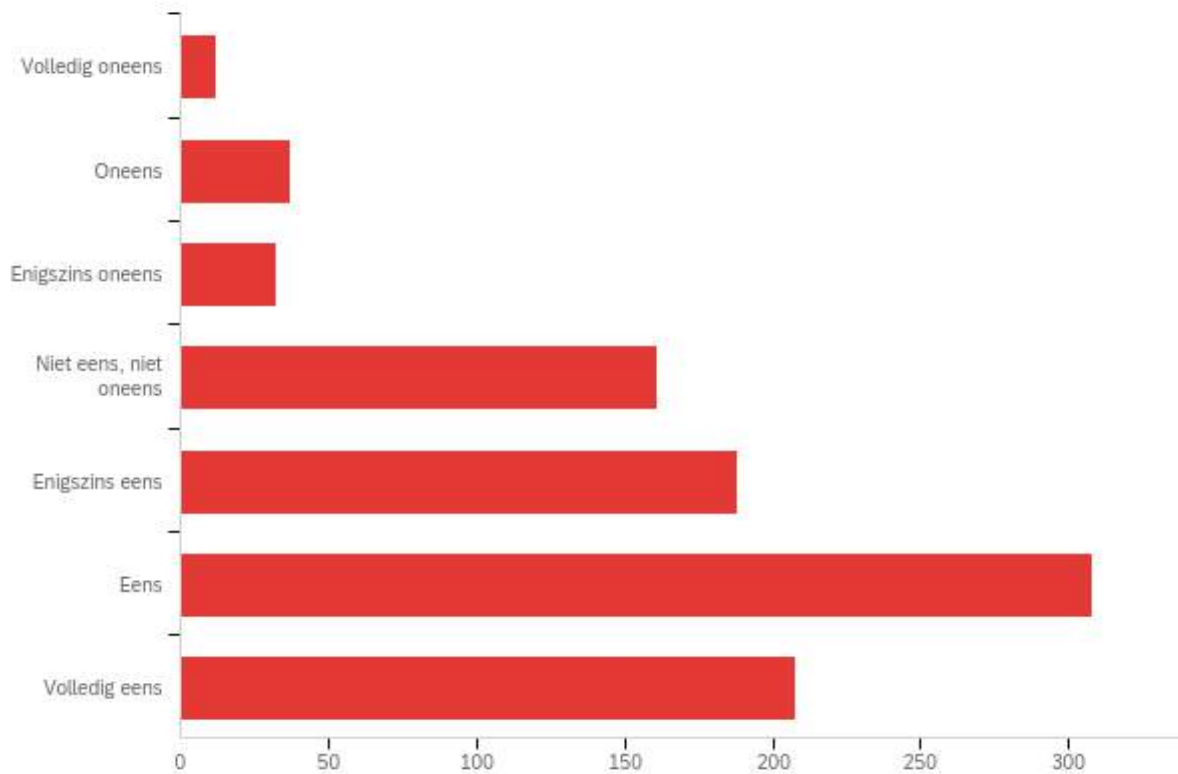
Een permanent contact te onderhouden met lokale sociale bewegingen, allerhande VZW's. (CAW, Sociaal Huis, JAC, ...) * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Een permanent contact te onderhouden met lokale sociale bewegingen, allerhande VZW's. (CAW, Sociaal Huis, JAC, ...)	Volledig oneens	Count	8	1	9
		% within Geslacht	1,1%	0,8%	1,1%
	Oneens	Count	24	1	25
		% within Geslacht	3,3%	0,8%	2,9%
	Enigszins oneens	Count	37	4	41
		% within Geslacht	5,1%	3,1%	4,8%
	Niet eens, niet oneens	Count	84	14	98
		% within Geslacht	11,5%	11,0%	11,4%
	Enigszins eens	Count	223	31	254
		% within Geslacht	30,5%	24,4%	29,6%
	Eens	Count	276	57	333
		% within Geslacht	37,8%	44,9%	38,9%
	Volledig eens	Count	78	19	97
		% within Geslacht	10,7%	15,0%	11,3%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - o Mannen : 89.32%
 - o Vrouwen : 94.69%

9.9 9. Vooral jonge en dynamische gastsprekers uitnodigen

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Vooral jonge en dynamische gastsprekers uitnodigen	1.00	7.00	5.36	1.39	1.94	946

- Gemiddelde : 5.36
- 89.68% is het eens

B. Per leeftijd

Vooraf jonge en dynamische gastsprekers uitnodigen * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Vooraf jonge en dynamische gastsprekers uitnodigen	Volledig oneens	Count	1	2	3	1	7
		% within leeftijd	1,3%	1,1%	0,7%	0,6%	0,8%
	Oneens	Count	3	9	16	5	33
		% within leeftijd	3,8%	4,8%	3,9%	2,8%	3,9%
	Enigszins oneens	Count	3	4	14	8	29
		% within leeftijd	3,8%	2,2%	3,4%	4,5%	3,4%
	Niet eens, niet oneens	Count	11	39	72	24	146
		% within leeftijd	14,1%	21,0%	17,4%	13,5%	17,1%
	Enigszins eens	Count	14	43	86	33	176
		% within leeftijd	17,9%	23,1%	20,8%	18,5%	20,6%
	Eens	Count	25	54	135	62	276
		% within leeftijd	32,1%	29,0%	32,7%	34,8%	32,3%
	Volledig eens	Count	21	35	87	45	188
		% within leeftijd	26,9%	18,8%	21,1%	25,3%	22,0%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - 0 – 40 : 89.55%
 - 41 – 50 : 89.80%
 - 51 – 65 : 90.32%
 - 66 - ... : 90.91%

C. Per geslacht

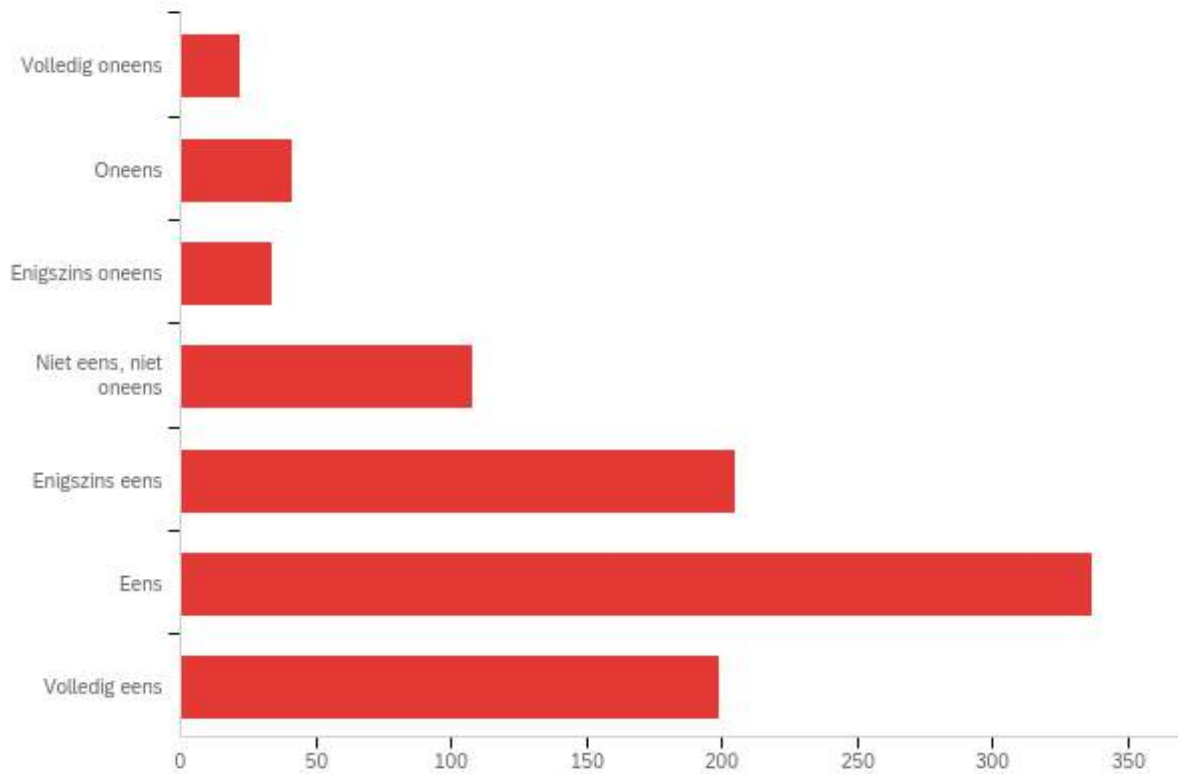
Vooraf jonge en dynamische gastsprekers uitnodigen * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Vooraf jonge en dynamische gastsprekers uitnodigen	Volledig oneens	Count	8	0	8
		% within Geslacht	1,1%	0,0%	0,9%
	Oneens	Count	25	8	33
		% within Geslacht	3,4%	6,3%	3,9%
	Enigszins oneens	Count	25	3	28
		% within Geslacht	3,4%	2,4%	3,3%
	Niet eens, niet oneens	Count	123	24	147
		% within Geslacht	16,8%	18,9%	17,2%
	Enigszins eens	Count	153	24	177
		% within Geslacht	21,0%	18,9%	20,7%
	Eens	Count	237	39	276
		% within Geslacht	32,5%	30,7%	32,2%
	Volledig eens	Count	159	29	188
		% within Geslacht	21,8%	22,8%	21,9%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder eens
 - o Mannen : 90.44%
 - o Vrouwen : 89.32%

9.10 10. 'Bring a guest' avonden organiseren met enkel genodigden onder de 40 jaar, liefst potentiële leden

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	'Bring a guest' avonden organiseren met enkel genodigden onder de 40 jaar, liefst potentiële leden	1.00	7.00	5.37	1.44	2.08	946

- Gemiddelde : 5.37
- 88.42% is het eens

B. Per leeftijd

'Bring a guest' avonden organiseren met enkel genodigden onder de 40 jaar, liefst potentiële leden * leeftijd Crosstabulation

			leeftijd				
			1,00	2,00	3,00	4,00	Total
'Bring a guest' avonden organiseren met enkel genodigden onder de 40 jaar, liefst potentiële leden	Volledig oneens	Count	2	6	4	4	16
		% within leeftijd	2,6%	3,2%	1,0%	2,2%	1,9%
	Oneens	Count	2	8	17	10	37
		% within leeftijd	2,6%	4,3%	4,1%	5,6%	4,3%
	Enigszins oneens	Count	5	6	13	4	28
		% within leeftijd	6,4%	3,2%	3,1%	2,2%	3,3%
	Niet eens, niet oneens	Count	8	18	46	18	90
		% within leeftijd	10,3%	9,7%	11,1%	10,1%	10,5%
	Enigszins eens	Count	13	49	90	35	187
		% within leeftijd	16,7%	26,3%	21,8%	19,7%	21,9%
	Eens	Count	27	54	161	70	312
		% within leeftijd	34,6%	29,0%	39,0%	39,3%	36,5%
	Volledig eens	Count	21	45	82	37	185
		% within leeftijd	26,9%	24,2%	19,9%	20,8%	21,6%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - 0 – 40 : 87.14%
 - 41 – 50 : 88.10%
 - 51 – 65 : 90.74%
 - 66 - ... : 88.75%

C. Per geslacht

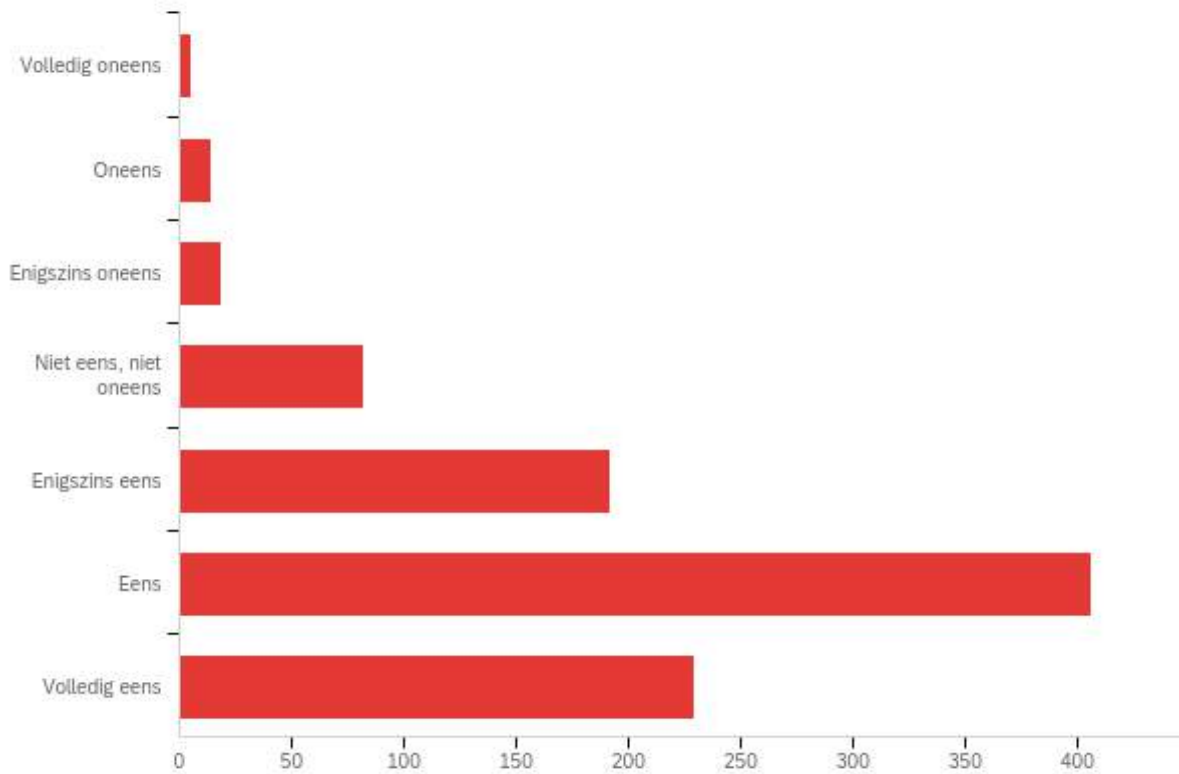
'Bring a guest' avonden organiseren met enkel genodigden onder de 40 jaar, liefst potentiële leden * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
'Bring a guest' avonden organiseren met enkel genodigden onder de 40 jaar, liefst potentiële leden	Volledig oneens	Count	15	2	17
		% within Geslacht	2,1%	1,6%	2,0%
	Oneens	Count	32	5	37
		% within Geslacht	4,4%	3,9%	4,3%
	Enigszins oneens	Count	23	7	30
		% within Geslacht	3,2%	5,5%	3,5%
	Niet eens, niet oneens	Count	71	19	90
		% within Geslacht	9,7%	15,0%	10,5%
	Enigszins eens	Count	163	24	187
		% within Geslacht	22,3%	18,9%	21,8%
	Eens	Count	275	37	312
		% within Geslacht	37,7%	29,1%	36,4%
	Volledig eens	Count	151	33	184
		% within Geslacht	20,7%	26,0%	21,5%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - o Mannen : 89.38%
 - o Vrouwen : 87.04%

9.11 11. Ook actieve zaken voor de gemeenschap doen die geen grote kosten met zich meebrengen maar wel sociaal zijn (bijvoorbeeld een activiteit organiseren met gehandicapten)

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Ook actieve zaken voor de gemeenschap doen die geen grote kosten met zich meebrengen maar wel sociaal zijn (bijvoorbeeld een activiteit organiseren met gehandicapten)	1.00	7.00	5.72	1.12	1.26	946

- Gemiddelde : 5.72
- 95.72% is het eens

B. Per leeftijd

Ook actieve zaken voor de gemeenschap doen die geen grote kosten met zich meebrengen maar wel sociaal zijn (bijvoorbeeld een activiteit organiseren met gehandicapten) * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Ook actieve zaken voor de gemeenschap doen die geen grote kosten met zich meebrengen maar wel sociaal zijn (bijvoorbeeld een activiteit organiseren met gehandicapten)	Volledig oneens	Count	0	2	0	1	3
		% within leeftijd	0,0%	1,1%	0,0%	0,6%	0,4%
	Oneens	Count	1	5	5	1	12
		% within leeftijd	1,3%	2,7%	1,2%	0,6%	1,4%
	Enigszins oneens	Count	1	2	7	3	13
		% within leeftijd	1,3%	1,1%	1,7%	1,7%	1,5%
	Niet eens, niet oneens	Count	5	17	24	10	56
		% within leeftijd	6,4%	9,1%	5,8%	5,6%	6,5%
	Enigszins eens	Count	19	40	72	43	174
		% within leeftijd	24,4%	21,5%	17,4%	24,2%	20,4%
	Eens	Count	30	74	204	74	382
		% within leeftijd	38,5%	39,8%	49,4%	41,6%	44,7%
	Volledig eens	Count	22	46	101	46	215
		% within leeftijd	28,2%	24,7%	24,5%	25,8%	25,1%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder eens
 - 0 – 40 : 97.26%
 - 41 – 50 : 94.67%
 - 51 – 65 : 96.92%
 - 66 - ... : 97.02%

C. Per geslacht

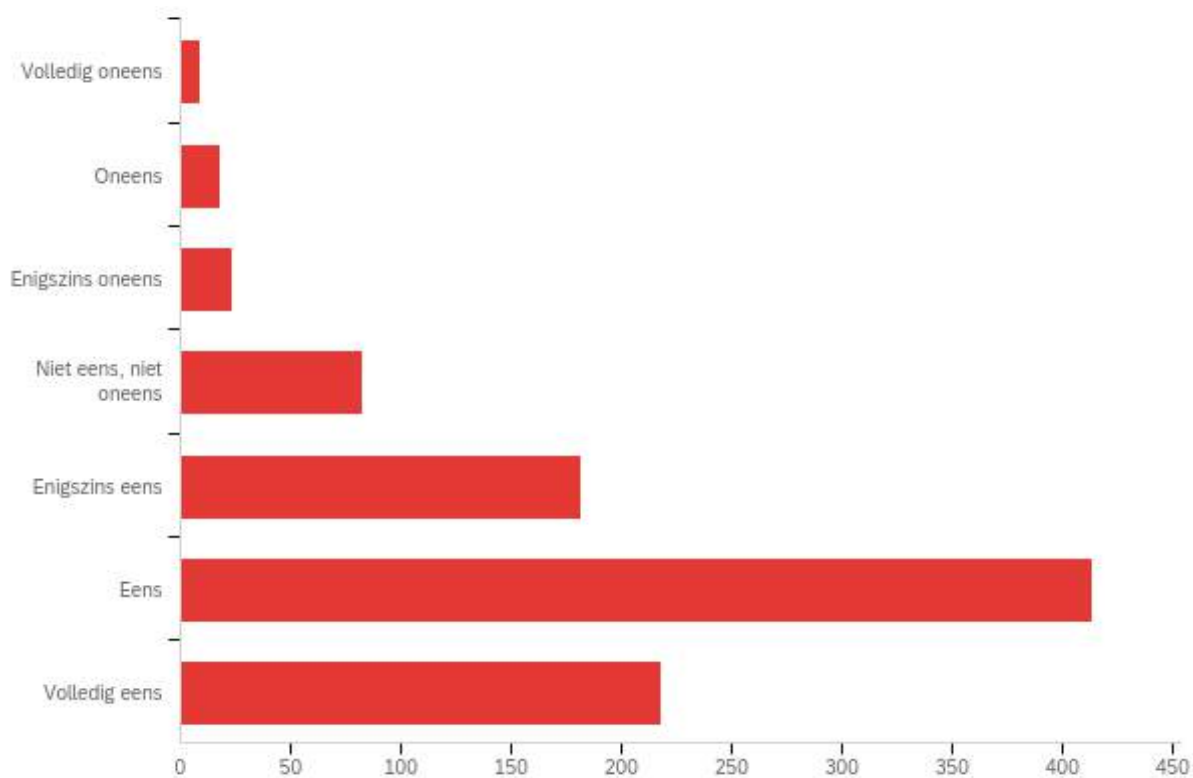
Ook actieve zaken voor de gemeenschap doen die geen grote kosten met zich meebrengen maar wel sociaal zijn (bijvoorbeeld een activiteit organiseren met gehandicapten) * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Ook actieve zaken voor de gemeenschap doen die geen grote kosten met zich meebrengen maar wel sociaal zijn (bijvoorbeeld een activiteit organiseren met gehandicapten)	Volledig oneens	Count	3	0	3
		% within Geslacht	0,4%	0,0%	0,4%
	Oneens	Count	9	3	12
		% within Geslacht	1,2%	2,4%	1,4%
	Enigszins oneens	Count	12	1	13
		% within Geslacht	1,6%	0,8%	1,5%
	Niet eens, niet oneens	Count	47	10	57
		% within Geslacht	6,4%	7,9%	6,7%
	Enigszins eens	Count	153	21	174
		% within Geslacht	21,0%	16,5%	20,3%
	Eens	Count	328	53	381
		% within Geslacht	44,9%	41,7%	44,5%
	Volledig eens	Count	178	39	217
		% within Geslacht	24,4%	30,7%	25,3%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder eens
 - o Mannen : 91.78%
 - o Vrouwen : 96.58%

9.12 12. Evenementen organiseren die aantrekkelijk zijn voor jongeren (30-40 jaar), om op deze manier leden aan te trekken

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Evenementen organiseren die aantrekkelijk zijn voor jongeren (30-40 jaar), om op deze manier leden aan te trekken	1.00	7.00	5.67	1.19	1.42	946

- Gemiddelde : 5.67
- 94.21% is het eens

B. Per leeftijd

Evenementen organiseren die aantrekkelijk zijn voor jongeren (30-40 jaar), om op deze manier leden aan te trekken * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Evenementen organiseren die aantrekkelijk zijn voor jongeren (30-40 jaar), om op deze manier leden aan te trekken	Volledig oneens	Count	0	2	2	1	5
		% within leeftijd	0,0%	1,1%	0,5%	0,6%	0,6%
	Oneens	Count	2	4	6	5	17
		% within leeftijd	2,6%	2,2%	1,5%	2,8%	2,0%
	Enigszins oneens	Count	1	2	8	6	17
		% within leeftijd	1,3%	1,1%	1,9%	3,4%	2,0%
	Niet eens, niet oneens	Count	4	9	36	18	67
		% within leeftijd	5,1%	4,8%	8,7%	10,1%	7,8%
	Enigszins eens	Count	11	41	69	49	170
		% within leeftijd	14,1%	22,0%	16,7%	27,5%	19,9%
	Eens	Count	28	80	201	69	378
		% within leeftijd	35,9%	43,0%	48,7%	38,8%	44,2%
	Volledig eens	Count	32	48	91	30	201
		% within leeftijd	41,0%	25,8%	22,0%	16,9%	23,5%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder eens
 - o 0 – 40 : 95.95%
 - o 41 – 50 : 95.48%
 - o 51 – 65 : 95.76%
 - o 66 - ... : 92.50%

C. Per geslacht

Evenementen organiseren die aantrekkelijk zijn voor jongeren (30-40 jaar), om op deze manier leden aan te trekken * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Evenementen organiseren die aantrekkelijk zijn voor jongeren (30-40 jaar), om op deze manier leden aan te trekken	Volledig oneens	Count	5	0	5
		% within Geslacht	0,7%	0,0%	0,6%
	Oneens	Count	17	0	17
		% within Geslacht	2,3%	0,0%	2,0%
	Enigszins oneens	Count	17	1	18
		% within Geslacht	2,3%	0,8%	2,1%
	Niet eens, niet oneens	Count	55	12	67
		% within Geslacht	7,5%	9,4%	7,8%
	Enigszins eens	Count	148	23	171
		% within Geslacht	20,3%	18,1%	20,0%
	Eens	Count	325	53	378
		% within Geslacht	44,5%	41,7%	44,1%
	Volledig eens	Count	163	38	201
		% within Geslacht	22,3%	29,9%	23,5%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

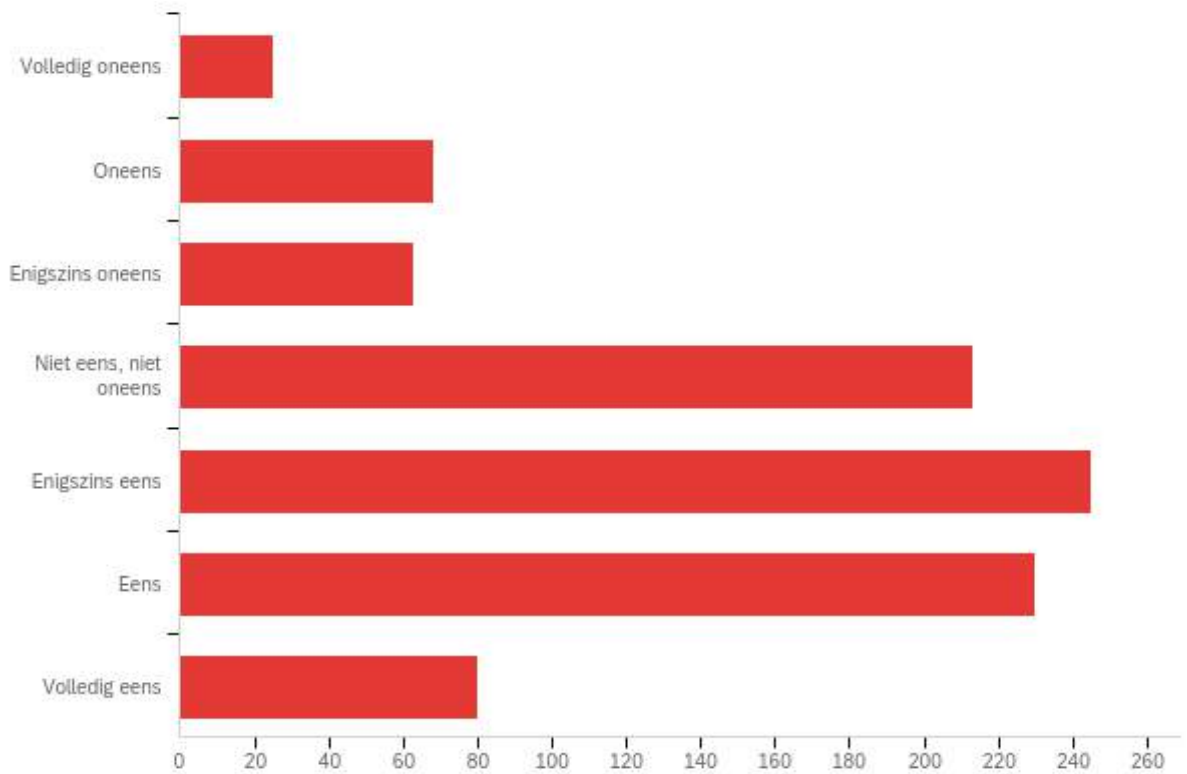
- Eerder eens
 - o Mannen : 94.22%
 - o Vrouwen : 99.13%

10 Clubprojecten

Mijn ideale club trekt jonge(re) mensen aan door Clubprojecten toe te spitsen op :

1. Milieuzorg

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Milieuzorg	1.00	7.00	4.73	1.46	2.12	924

- Gemiddelde : 4.73
- 78.06% is het eens

B. Per leeftijd

Milieuzorg * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Milieuzorg	Volledig oneens	Count	2	10	7	0	19
		% within leeftijd	2,6%	5,4%	1,7%	0,0%	2,2%
	Oneens	Count	7	14	37	9	67
		% within leeftijd	9,0%	7,5%	9,0%	5,1%	7,8%
	Enigszins oneens	Count	8	17	28	7	60
		% within leeftijd	10,3%	9,1%	6,8%	3,9%	7,0%
	Niet eens, niet oneens	Count	23	39	88	36	186
		% within leeftijd	29,5%	21,0%	21,3%	20,2%	21,8%
	Enigszins eens	Count	17	49	103	60	229
		% within leeftijd	21,8%	26,3%	24,9%	33,7%	26,8%
	Eens	Count	17	43	109	50	219
		% within leeftijd	21,8%	23,1%	26,4%	28,1%	25,6%
	Volledig eens	Count	4	14	41	16	75
		% within leeftijd	5,1%	7,5%	9,9%	9,0%	8,8%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - 0 – 40 : 69.09%
 - 41 – 50 : 72.11%
 - 51 – 65 : 77.85%
 - 66 - ... : 88.73%

C. Per geslacht

Milieuzorg * Geslacht Crosstabulation

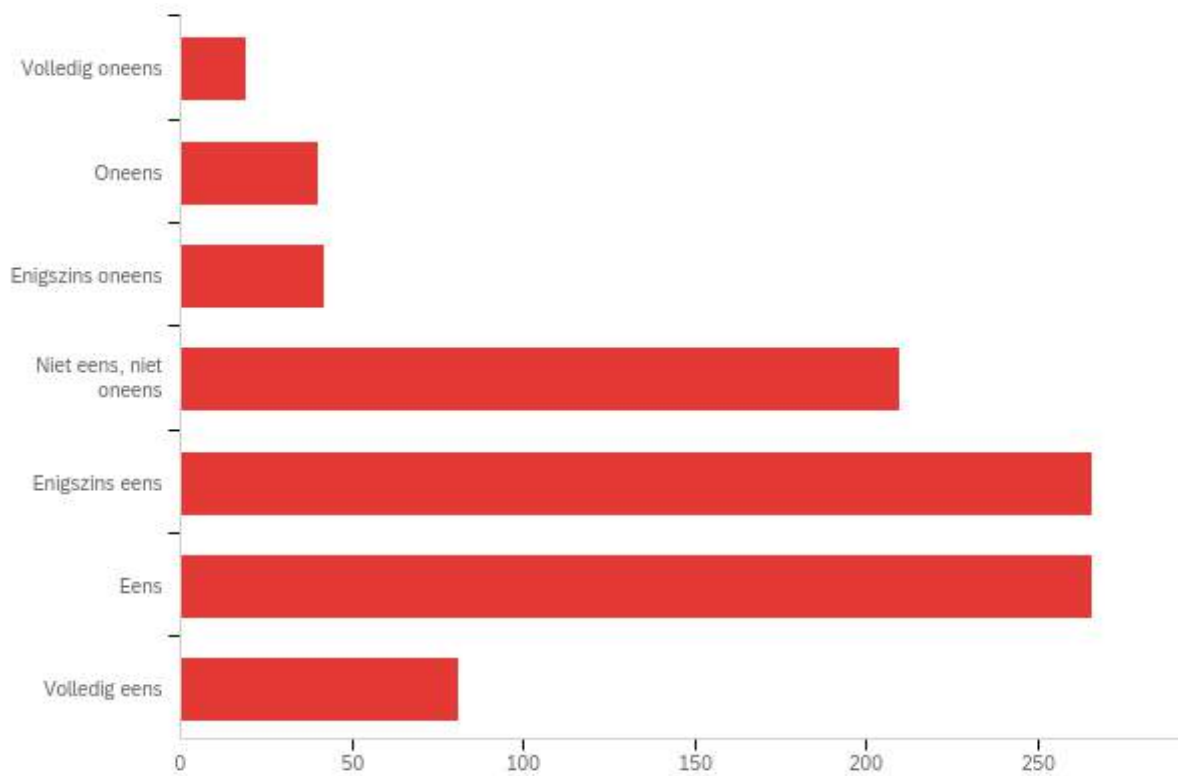
		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Milieuzorg	Volledig oneens	Count	19	2	21
		% within Geslacht	2,6%	1,6%	2,5%
	Oneens	Count	59	8	67
		% within Geslacht	8,1%	6,3%	7,8%
	Enigszins oneens	Count	53	7	60
		% within Geslacht	7,3%	5,5%	7,0%
	Niet eens, niet oneens	Count	162	25	187
		% within Geslacht	22,2%	19,7%	21,8%
	Enigszins eens	Count	192	36	228
		% within Geslacht	26,3%	28,3%	26,6%
	Eens	Count	182	37	219
		% within Geslacht	24,9%	29,1%	25,6%
	Volledig eens	Count	63	12	75
		% within Geslacht	8,6%	9,4%	8,8%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens

- Mannen : 76.94%
- Vrouwen : 83.33%

2. Vrede en conflictbeheersing

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Vrede & conflictbeheersing	1.00	7.00	4.93	1.33	1.76	924

- Gemiddelde : 4.93
- 85.85% is het eens

B. Per geslacht

Vrede & conflictbeheersing * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Vrede & conflictbeheersing	Volledig oneens	Count	3	3	7	0	13
		% within leeftijd	3,8%	1,6%	1,7%	0,0%	1,5%
	Oneens	Count	4	8	19	7	38
		% within leeftijd	5,1%	4,3%	4,6%	3,9%	4,4%
	Enigszins oneens	Count	5	9	18	7	39
		% within leeftijd	6,4%	4,8%	4,4%	3,9%	4,6%
	Niet eens, niet oneens	Count	18	52	82	34	186
		% within leeftijd	23,1%	28,0%	19,9%	19,1%	21,8%
	Enigszins eens	Count	29	53	112	54	248
		% within leeftijd	37,2%	28,5%	27,1%	30,3%	29,0%
	Eens	Count	15	48	138	51	252
		% within leeftijd	19,2%	25,8%	33,4%	28,7%	29,5%
	Volledig eens	Count	4	13	37	25	79
		% within leeftijd	5,1%	7,0%	9,0%	14,0%	9,2%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder eens
 - 0 – 40 : 80%
 - 41 – 50 : 85.07%
 - 51 – 65 : 86.71%
 - 66 - ... : 90.28%

C. Per geslacht

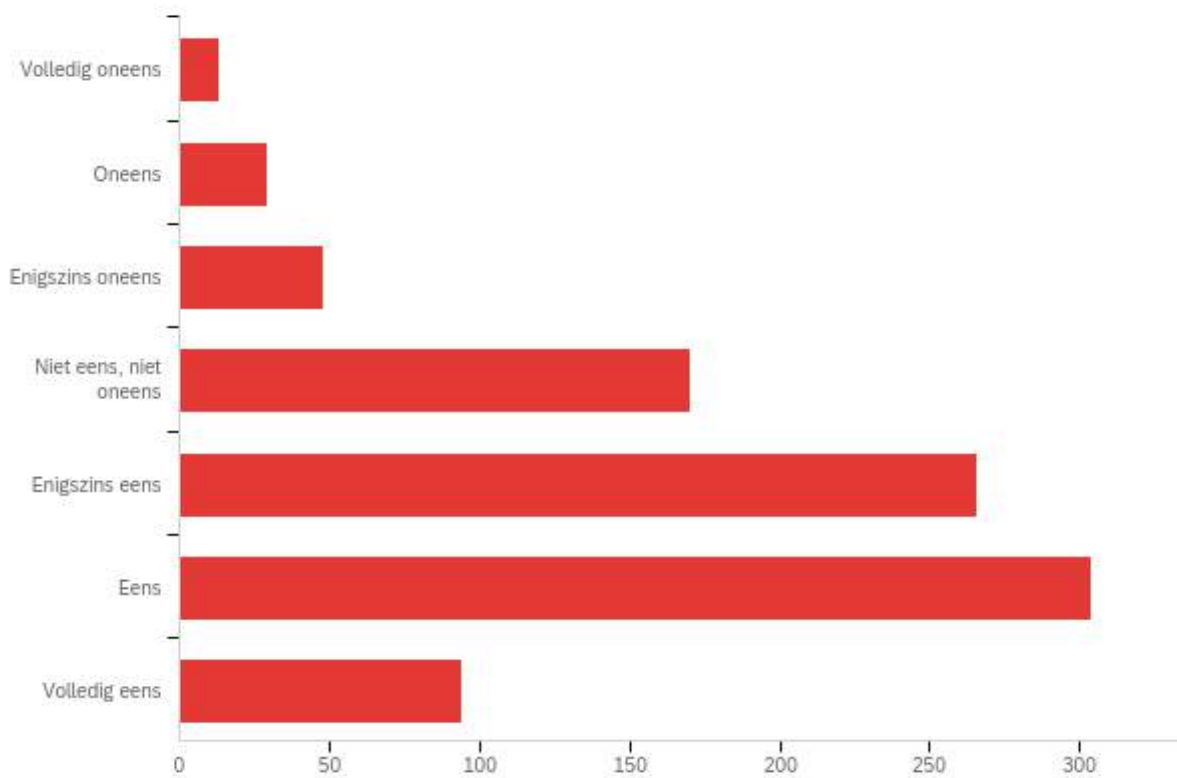
Vrede & conflictbeheersing * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Vrede & conflictbeheersing	Volledig oneens	Count	13	1	14
		% within Geslacht	1,8%	0,8%	1,6%
	Oneens	Count	35	3	38
		% within Geslacht	4,8%	2,4%	4,4%
	Enigszins oneens	Count	36	3	39
		% within Geslacht	4,9%	2,4%	4,6%
	Niet eens, niet oneens	Count	164	22	186
		% within Geslacht	22,5%	17,3%	21,7%
	Enigszins eens	Count	204	45	249
		% within Geslacht	27,9%	35,4%	29,1%
	Eens	Count	211	41	252
		% within Geslacht	28,9%	32,3%	29,4%
	Volledig eens	Count	67	12	79
		% within Geslacht	9,2%	9,4%	9,2%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - o Mannen : 85.16%
 - o Vrouwen : 93.33%

10.1 3. Preventie en behandeling van ziekten

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Preventie & behandeling van ziekten	1.00	7.00	5.09	1.28	1.63	924

- Gemiddelde : 5.09
- 88.06% is het eens

B. Per leeftijd

Preventie & behandeling van ziekten * leeftijd Crosstabulation

			leeftijd				
			1,00	2,00	3,00	4,00	Total
Preventie & behandeling van ziekten	Volledig oneens	Count	1	3	5	0	9
		% within leeftijd	1,3%	1,6%	1,2%	0,0%	1,1%
	Oneens	Count	2	3	13	10	28
		% within leeftijd	2,6%	1,6%	3,1%	5,6%	3,3%
	Enigszins oneens	Count	3	7	22	10	42
		% within leeftijd	3,8%	3,8%	5,3%	5,6%	4,9%
	Niet eens, niet oneens	Count	9	37	69	35	150
		% within leeftijd	11,5%	19,9%	16,7%	19,7%	17,5%
	Enigszins eens	Count	24	57	120	48	249
		% within leeftijd	30,8%	30,6%	29,1%	27,0%	29,1%
	Eens	Count	29	59	139	60	287
		% within leeftijd	37,2%	31,7%	33,7%	33,7%	33,6%
	Volledig eens	Count	10	20	45	15	90
		% within leeftijd	12,8%	10,8%	10,9%	8,4%	10,5%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens

- 0 – 40 : 91.30%
- 41 – 50 : 91.28%
- 51 – 65 : 88.37%
- 66 - ... : 86.01%

C. Per geslacht

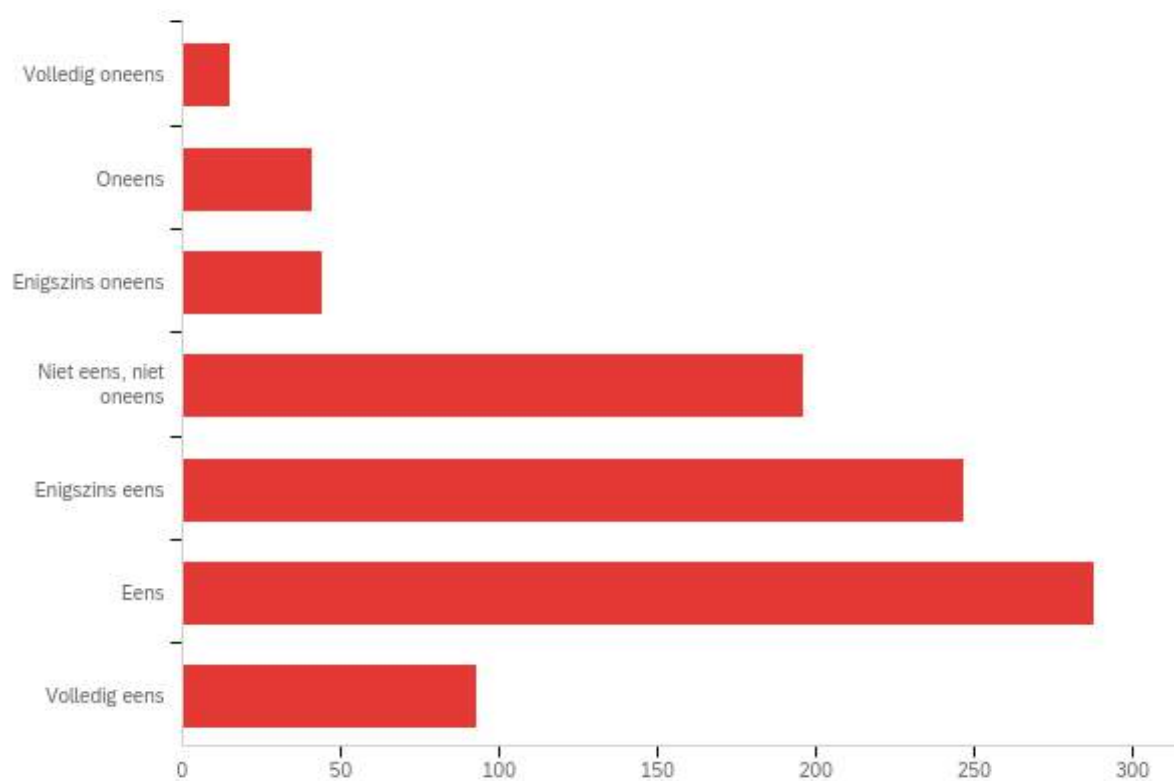
Preventie & behandeling van ziekten * Geslacht Crosstabulation

			Geslacht		Total
			Man	Vrouw	
Preventie & behandeling van ziekten	Volledig oneens	Count	9	1	10
		% within Geslacht	1,2%	0,8%	1,2%
	Oneens	Count	25	3	28
		% within Geslacht	3,4%	2,4%	3,3%
	Enigszins oneens	Count	37	5	42
		% within Geslacht	5,1%	3,9%	4,9%
	Niet eens, niet oneens	Count	135	16	151
		% within Geslacht	18,5%	12,6%	17,6%
	Enigszins eens	Count	214	36	250
		% within Geslacht	29,3%	28,3%	29,2%
	Eens	Count	237	49	286
		% within Geslacht	32,5%	38,6%	33,4%
	Volledig eens	Count	73	17	90
		% within Geslacht	10,0%	13,4%	10,5%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - o Mannen : 88.07%
 - o Vrouwen : 91.89%

10.2 4. Water & sanering

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Water & sanering	1.00	7.00	5.01	1.33	1.78	924

- Gemiddelde : 5.01
- 86.26% is het eens

B. Per leeftijd

Water & sanering * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Water & sanering	Volledig oneens	Count	2	4	5	0	11
		% within leeftijd	2,6%	2,2%	1,2%	0,0%	1,3%
	Oneens	Count	3	13	17	6	39
		% within leeftijd	3,8%	7,0%	4,1%	3,4%	4,6%
	Enigszins oneens	Count	4	5	21	9	39
		% within leeftijd	5,1%	2,7%	5,1%	5,1%	4,6%
	Niet eens, niet oneens	Count	15	46	81	34	176
		% within leeftijd	19,2%	24,7%	19,6%	19,1%	20,6%
	Enigszins eens	Count	22	57	101	51	231
		% within leeftijd	28,2%	30,6%	24,5%	28,7%	27,0%
	Eens	Count	26	46	143	55	270
		% within leeftijd	33,3%	24,7%	34,6%	30,9%	31,6%
	Volledig eens	Count	6	15	45	23	89
		% within leeftijd	7,7%	8,1%	10,9%	12,9%	10,4%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - 0 – 40 : 85.71%
 - 41 – 50 : 84.29
 - 51 – 65 : 87.05%
 - 66 - ... : 89.58%

C. Per Geslacht

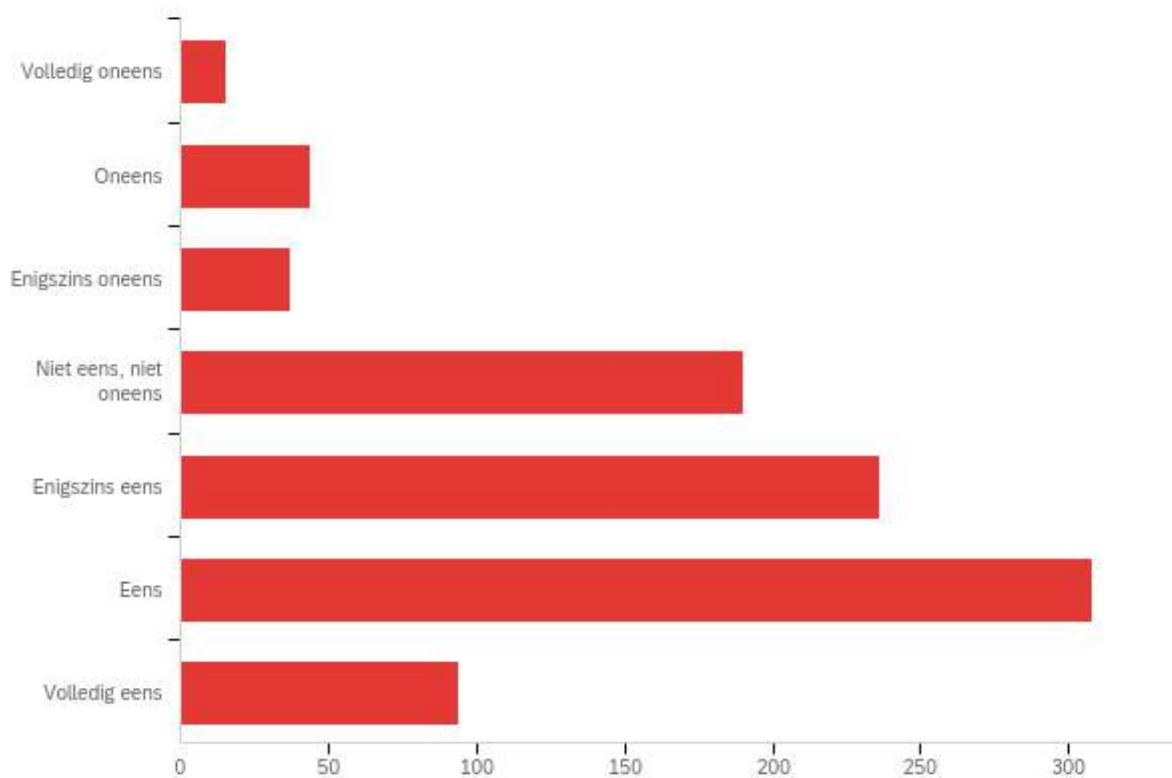
Water & sanering * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Water & sanering	Volledig oneens	Count	11	1	12
		% within Geslacht	1,5%	0,8%	1,4%
	Oneens	Count	32	6	38
		% within Geslacht	4,4%	4,7%	4,4%
	Enigszins oneens	Count	35	6	41
		% within Geslacht	4,8%	4,7%	4,8%
	Niet eens, niet oneens	Count	153	24	177
		% within Geslacht	21,0%	18,9%	20,7%
	Enigszins eens	Count	196	35	231
		% within Geslacht	26,8%	27,6%	27,0%
	Eens	Count	234	35	269
		% within Geslacht	32,1%	27,6%	31,4%
	Volledig eens	Count	69	20	89
		% within Geslacht	9,5%	15,7%	10,4%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - o Mannen : 86.48%
 - o Vrouwen : 87.38%

10.3 5. Gezondheid van moeder & kind

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Gezondheid van moeder & kind	1.00	7.00	5.04	1.34	1.79	924

- Gemiddelde : 5.04
- 86.92% is het eens

B. Per leeftijd

Gezondheid van moeder & kind * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Gezondheid van moeder & kind	Volledig oneens	Count	1	4	4	0	9
		% within leeftijd	1,3%	2,2%	1,0%	0,0%	1,1%
	Oneens	Count	3	8	21	11	43
		% within leeftijd	3,8%	4,3%	5,1%	6,2%	5,0%
	Enigszins oneens	Count	0	6	14	11	31
		% within leeftijd	0,0%	3,2%	3,4%	6,2%	3,6%
	Niet eens, niet oneens	Count	12	40	76	42	170
		% within leeftijd	15,4%	21,5%	18,4%	23,6%	19,9%
	Enigszins eens	Count	24	54	101	41	220
		% within leeftijd	30,8%	29,0%	24,5%	23,0%	25,7%
	Eens	Count	26	54	153	58	291
		% within leeftijd	33,3%	29,0%	37,0%	32,6%	34,0%
	Volledig eens	Count	12	20	44	15	91
		% within leeftijd	15,4%	10,8%	10,7%	8,4%	10,6%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - 0 – 40 : 93.94%
 - 41 – 50 : 87.67%
 - 51 – 65 : 88.43%
 - 66 - ... : 83.82%

C. Per geslacht

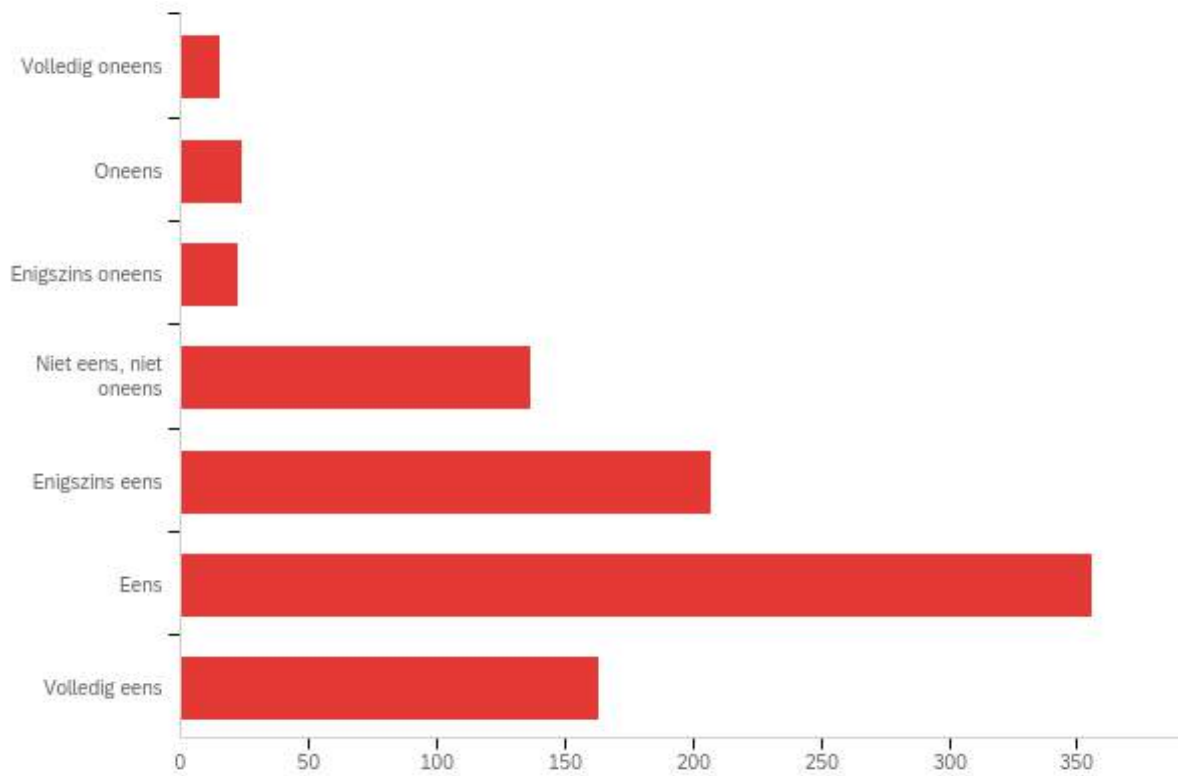
Gezondheid van moeder & kind * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Gezondheid van moeder & kind	Volledig oneens	Count	9	1	10
		% within Geslacht	1,2%	0,8%	1,2%
	Oneens	Count	39	3	42
		% within Geslacht	5,3%	2,4%	4,9%
	Enigszins oneens	Count	28	4	32
		% within Geslacht	3,8%	3,1%	3,7%
	Niet eens, niet oneens	Count	152	19	171
		% within Geslacht	20,8%	15,0%	20,0%
	Enigszins eens	Count	190	31	221
		% within Geslacht	26,0%	24,4%	25,8%
	Eens	Count	243	47	290
		% within Geslacht	33,3%	37,0%	33,8%
	Volledig eens	Count	69	22	91
		% within Geslacht	9,5%	17,3%	10,6%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - o Mannen : 86.85%
 - o Vrouwen : 92.59%

10.4 6. Basisonderwijs & alfabetisering

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Basisonderwijs & alfabetisering	1.00	7.00	5.40	1.29	1.67	924

- Gemiddelde : 5.40
- 92.25% is het eens

B. Per leeftijd

Basisonderwijs & alfabetisering * leeftijd Crosstabulation

			leeftijd				
			1,00	2,00	3,00	4,00	Total
Basisonderwijs & alfabetisering	Volledig oneens	Count	2	4	4	1	11
		% within leeftijd	2,6%	2,2%	1,0%	0,6%	1,3%
	Oneens	Count	1	5	10	7	23
		% within leeftijd	1,3%	2,7%	2,4%	3,9%	2,7%
	Enigszins oneens	Count	0	6	7	3	16
		% within leeftijd	0,0%	3,2%	1,7%	1,7%	1,9%
	Niet eens, niet oneens	Count	8	31	50	26	115
		% within leeftijd	10,3%	16,7%	12,1%	14,6%	13,5%
	Enigszins eens	Count	21	40	95	37	193
		% within leeftijd	26,9%	21,5%	23,0%	20,8%	22,6%
	Eens	Count	29	62	176	70	337
		% within leeftijd	37,2%	33,3%	42,6%	39,3%	39,4%
	Volledig eens	Count	17	38	71	34	160
		% within leeftijd	21,8%	20,4%	17,2%	19,1%	18,7%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - 0 – 40 : 95.71%
 - 41 – 50 : 90.32%
 - 51 – 65 : 94.21%
 - 66 - ... : 92.76%

C. Per geslacht

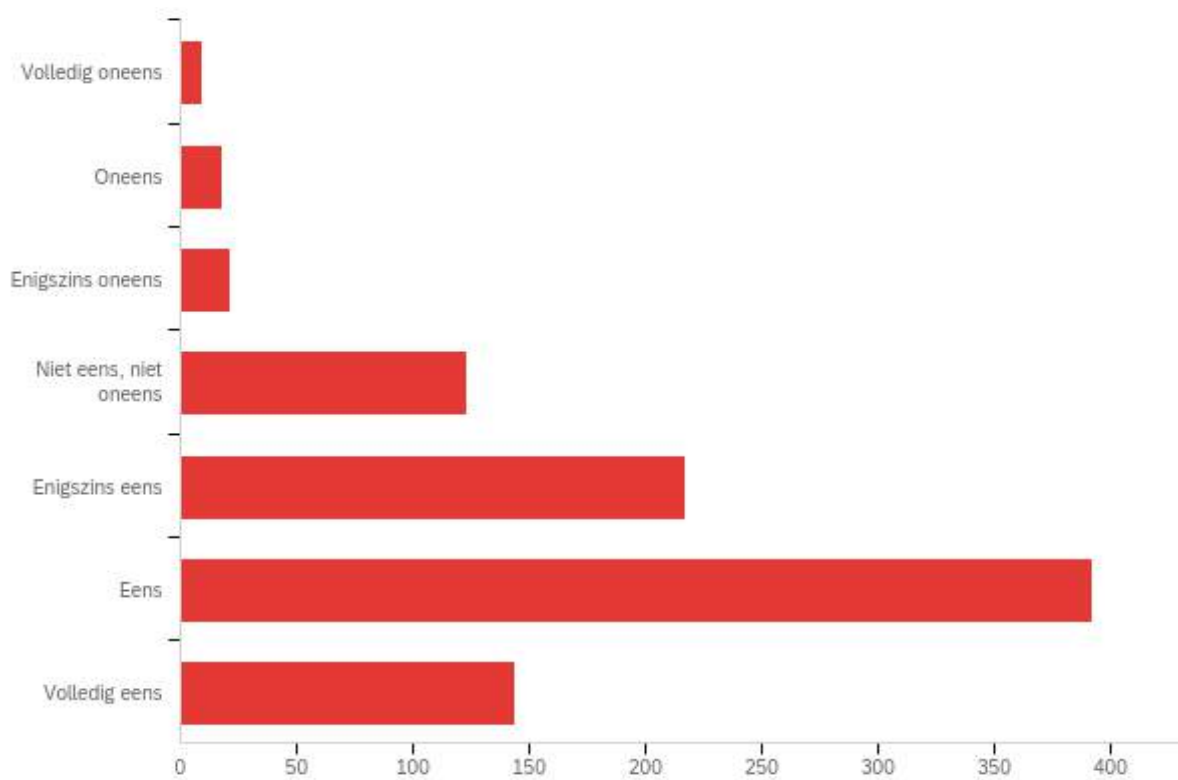
Basisonderwijs & alfabetisering * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Basisonderwijs & alfabetisering	Volledig oneens	Count	10	2	12
		% within Geslacht	1,4%	1,6%	1,4%
	Oneens	Count	20	2	22
		% within Geslacht	2,7%	1,6%	2,6%
	Enigszins oneens	Count	15	2	17
		% within Geslacht	2,1%	1,6%	2,0%
	Niet eens, niet oneens	Count	104	12	116
		% within Geslacht	14,2%	9,4%	13,5%
	Enigszins eens	Count	169	25	194
		% within Geslacht	23,2%	19,7%	22,6%
	Eens	Count	286	50	336
		% within Geslacht	39,2%	39,4%	39,2%
	Volledig eens	Count	126	34	160
		% within Geslacht	17,3%	26,8%	18,7%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder eens
 - Mannen : 92.81%
 - Vrouwen : 94.78%

10.5 7. Economische & sociale ontwikkeling

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Economische & sociale ontwikkeling	1.00	7.00	5.46	1.18	1.39	924

- Gemiddelde : 5.46
- 94.00% is het eens

B. Per leeftijd

Economische & sociale ontwikkeling * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd					
		1,00	2,00	3,00	4,00	Total	
Economische & sociale ontwikkeling	Volledig oneens	Count	1	3	2	0	6
		% within leeftijd	1,3%	1,6%	0,5%	0,0%	0,7%
	Oneens	Count	1	0	10	4	15
		% within leeftijd	1,3%	0,0%	2,4%	2,2%	1,8%
	Enigszins oneens	Count	1	3	9	5	18
		% within leeftijd	1,3%	1,6%	2,2%	2,8%	2,1%
	Niet eens, niet oneens	Count	6	28	49	22	105
		% within leeftijd	7,7%	15,1%	11,9%	12,4%	12,3%
	Enigszins eens	Count	18	40	103	35	196
		% within leeftijd	23,1%	21,5%	24,9%	19,7%	22,9%
	Eens	Count	33	83	174	87	377
		% within leeftijd	42,3%	44,6%	42,1%	48,9%	44,1%
	Volledig eens	Count	18	29	66	25	138
		% within leeftijd	23,1%	15,6%	16,0%	14,0%	16,1%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - 0 – 40 : 95.83%
 - 41 – 50 : 96.20%
 - 51 – 65 : 94.23%
 - 66 - ... : 94.23%

C. Per geslacht

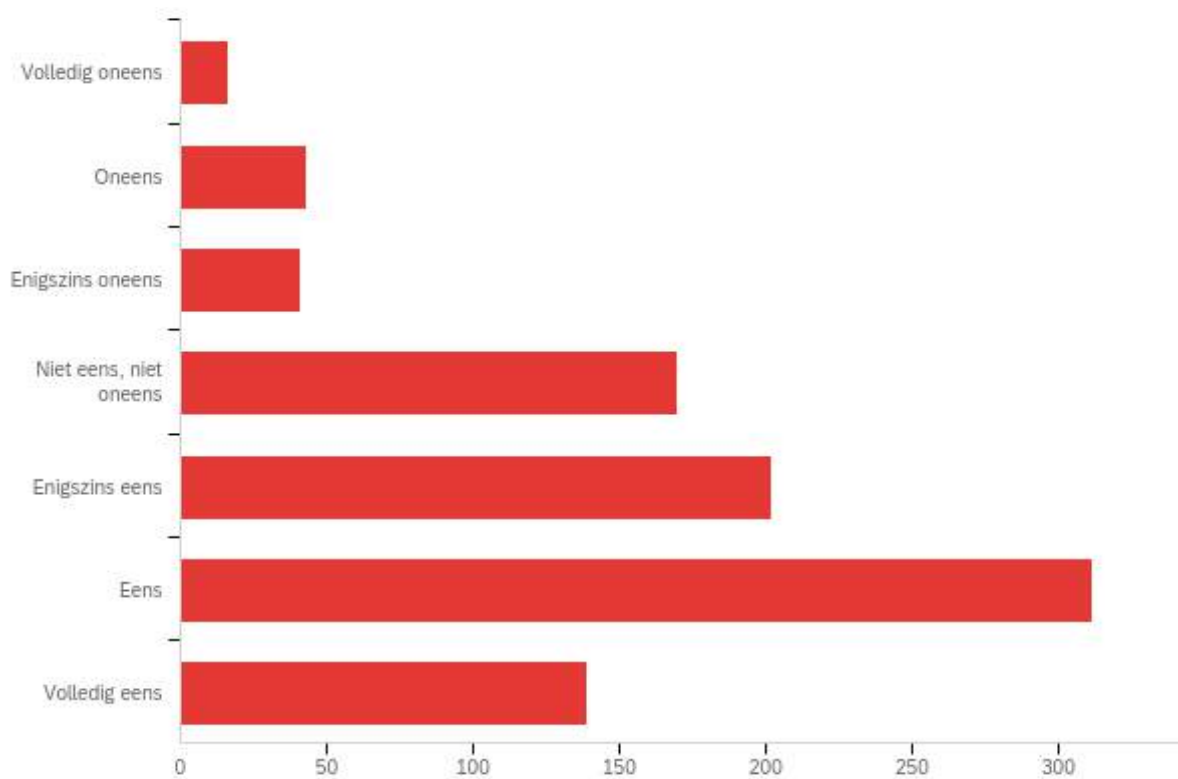
Economische & sociale ontwikkeling * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Economische & sociale ontwikkeling	Volledig oneens	Count	7	0	7
		% within Geslacht	1,0%	0,0%	0,8%
	Oneens	Count	14	1	15
		% within Geslacht	1,9%	0,8%	1,8%
	Enigszins oneens	Count	19	0	19
		% within Geslacht	2,6%	0,0%	2,2%
	Niet eens, niet oneens	Count	93	12	105
		% within Geslacht	12,7%	9,4%	12,3%
	Enigszins eens	Count	167	29	196
		% within Geslacht	22,9%	22,8%	22,9%
	Eens	Count	312	65	377
		% within Geslacht	42,7%	51,2%	44,0%
	Volledig eens	Count	118	20	138
		% within Geslacht	16,2%	15,7%	16,1%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%	

- Eerder eens
 - o Mannen : 93.72%
 - o Vrouwen : 99.13%

10.6 8. Anti-(cyber)pesten

A. Algemeen



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Anti-(cyber)pesten	1.00	7.00	5.16	1.41	1.97	923

- Gemiddelde : 5.16
- 86.72% is het eens

B. Per leeftijd

Anti-(cyber)pesten * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Anti-(cyber)pesten	Volledig oneens	Count	1	5	5	1	12
		% within leeftijd	1,3%	2,7%	1,2%	0,6%	1,4%
	Oneens	Count	3	9	19	8	39
		% within leeftijd	3,8%	4,8%	4,6%	4,5%	4,6%
	Enigszins oneens	Count	5	3	24	5	37
		% within leeftijd	6,4%	1,6%	5,8%	2,8%	4,3%
	Niet eens, niet oneens	Count	13	35	73	29	150
		% within leeftijd	16,7%	18,8%	17,7%	16,3%	17,6%
	Enigszins eens	Count	18	42	93	31	184
		% within leeftijd	23,1%	22,6%	22,6%	17,4%	21,5%
	Eens	Count	30	67	136	68	301
		% within leeftijd	38,5%	36,0%	33,0%	38,2%	35,2%
	Volledig eens	Count	8	25	62	36	131
		% within leeftijd	10,3%	13,4%	15,0%	20,2%	15,3%
	Total	Count	78	186	412	178	854
		% within leeftijd	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - 0 – 40 : 86.15%
 - 41 – 50 : 88.74%
 - 51 – 65 : 85.84%
 - 66 - ... : 90.60%

C. Per geslacht

Anti-(cyber)pesten * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Anti-(cyber)pesten	Volledig oneens	Count	13	0	13
		% within Geslacht	1,8%	0,0%	1,5%
	Oneens	Count	36	2	38
		% within Geslacht	4,9%	1,6%	4,4%
	Enigszins oneens	Count	32	5	37
		% within Geslacht	4,4%	4,0%	4,3%
	Niet eens, niet oneens	Count	136	15	151
		% within Geslacht	18,6%	11,9%	17,6%
	Enigszins eens	Count	156	30	186
		% within Geslacht	21,4%	23,8%	21,7%
	Eens	Count	252	48	300
		% within Geslacht	34,5%	38,1%	35,0%
	Volledig eens	Count	105	26	131
		% within Geslacht	14,4%	20,6%	15,3%
	Total	Count	730	126	856
		% within Geslacht	100,0%	100,0%	100,0%

- Eerder eens
 - o Mannen : 86.36%
 - o Vrouwen : 93.69%

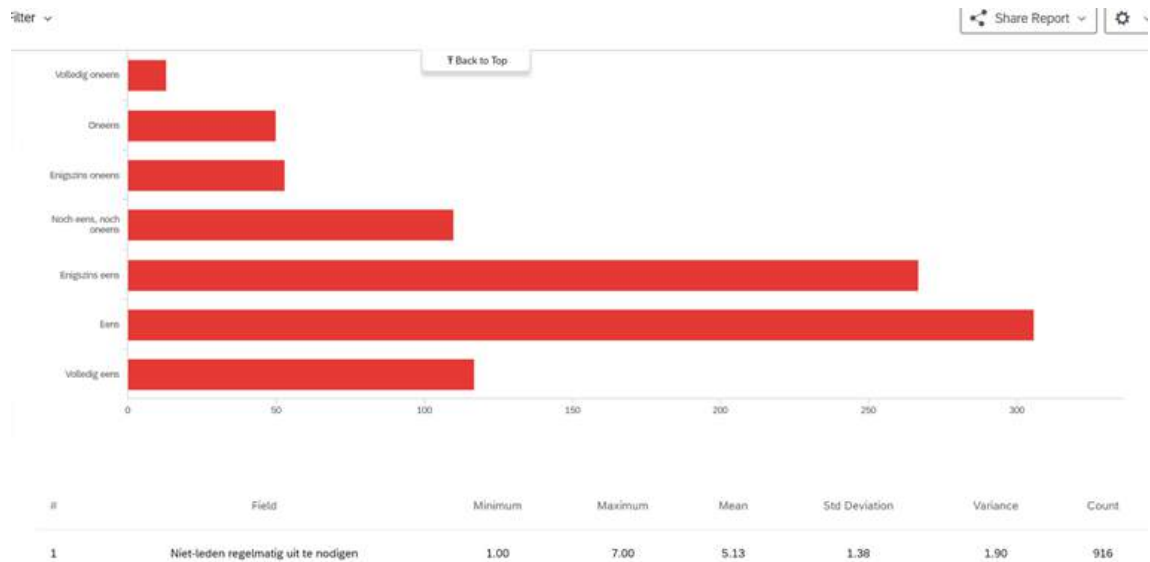
Recruiting

Mijn ideale club trekt jonge(re) mensen aan door:

1. Niet-leden regelmatig uit te nodigen

A. Algemeen

- Gemiddelde 5.13
- Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 85.61%



B. Per leeftijd

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- 0 – 40: 91.30%
- 41 – 50: 87.50%
- 51 – 65: 86.45%

- 65 - ...: 81.70%

Niet-leden regelmatig uit te nodigen * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1.00	2.00	3.00	4.00		
Niet-leden regelmatig uit te nodigen	Volledig oneens	Count	0	2	6	2	10
		% within leeftijd	0.0%	1.1%	1.5%	1.1%	1.2%
	Oneens	Count	4	7	17	16	44
		% within leeftijd	5.1%	3.8%	4.1%	9.0%	5.1%
	Enigszins oneens	Count	2	12	27	10	51
		% within leeftijd	2.6%	6.5%	6.5%	5.6%	6.0%
	Noch eens, noch oneens	Count	9	18	44	25	96
		% within leeftijd	11.5%	9.7%	10.7%	14.0%	11.2%
	Enigszins eens	Count	25	51	132	44	252
		% within leeftijd	32.1%	27.4%	32.0%	24.7%	29.5%
	Eens	Count	28	69	139	54	290
		% within leeftijd	35.9%	37.1%	33.7%	30.3%	33.9%
	Volledig eens	Count	10	27	48	27	112
		% within leeftijd	12.8%	14.5%	11.6%	15.2%	13.1%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

C. Per geslacht

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- Man: 85.40%
- Vrouw: 90.52%

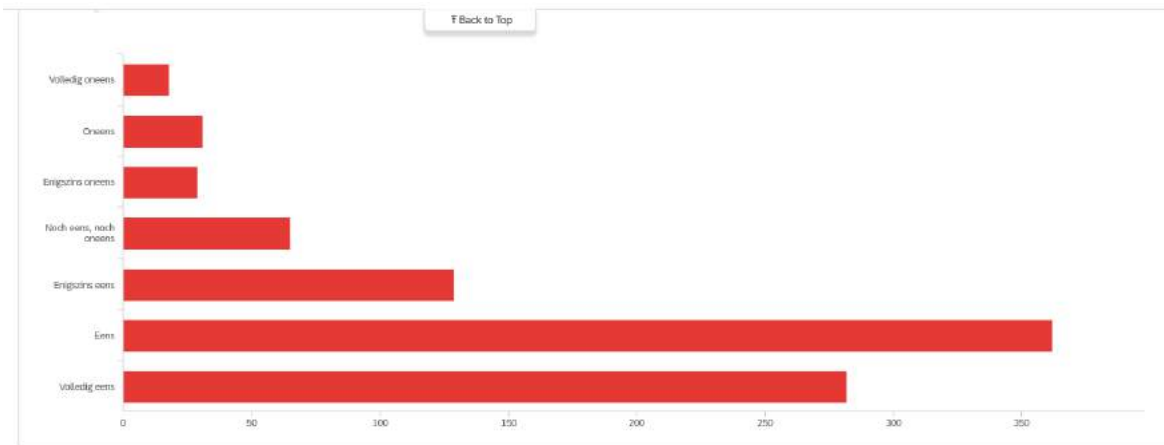
Niet-leden regelmatig uit te nodigen * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Niet-leden regelmatig uit te nodigen	Volledig oneens	Count	10	0	10
		% within Geslacht	1.4%	0.0%	1.2%
	Oneens	Count	36	7	43
		% within Geslacht	4.9%	5.5%	5.0%
	Enigszins oneens	Count	48	4	52
		% within Geslacht	6.6%	3.1%	6.1%
	Noch eens, noch oneens	Count	86	11	97
		% within Geslacht	11.8%	8.7%	11.3%
	Enigszins eens	Count	223	29	252
		% within Geslacht	30.5%	22.8%	29.4%
	Eens	Count	229	62	291
		% within Geslacht	31.4%	48.8%	34.0%
	Volledig eens	Count	98	14	112
		% within Geslacht	13.4%	11.0%	13.1%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%

2. De partners uit te nodigen op sommige statutaire clubvergaderingen

A. Algemeen

- Gemiddelde 5.70
- Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 90.83%



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	De partners uit te nodigen op sommige statutaire clubvergaderingen	1.00	7.00	5.70	1.40	1.96	916

B. Per leeftijd

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- 0 – 40: 96.00%
- 41 – 50: 87.35%
- 51 – 65: 97.00%

- 65 - ...: 92.77%

De partners uit te nodigen op sommige statutaire clubvergaderingen * leeftijd Crosstabulation

			leeftijd				Total
			1.00	2.00	3.00	4.00	
De partners uit te nodigen op sommige statutaire clubvergaderingen	Volledig oneens	Count	1	5	5	2	13
		% within leeftijd	1.3%	2.7%	1.2%	1.1%	1.5%
	Oneens	Count	1	10	14	3	28
		% within leeftijd	1.3%	5.4%	3.4%	1.7%	3.3%
	Enigszins oneens	Count	1	6	10	7	24
		% within leeftijd	1.3%	3.2%	2.4%	3.9%	2.8%
	Noch eens, noch oneens	Count	3	20	20	12	55
		% within leeftijd	3.8%	10.8%	4.8%	6.7%	6.4%
	Enigszins eens	Count	12	18	62	30	122
		% within leeftijd	15.4%	9.7%	15.0%	16.9%	14.3%
	Eens	Count	38	74	156	73	341
		% within leeftijd	48.7%	39.8%	37.8%	41.0%	39.9%
	Volledig eens	Count	22	53	146	51	272
		% within leeftijd	28.2%	28.5%	35.4%	28.7%	31.8%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

C.

Per geslacht

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- Man: 92.08%
- Vrouw: 90.83%

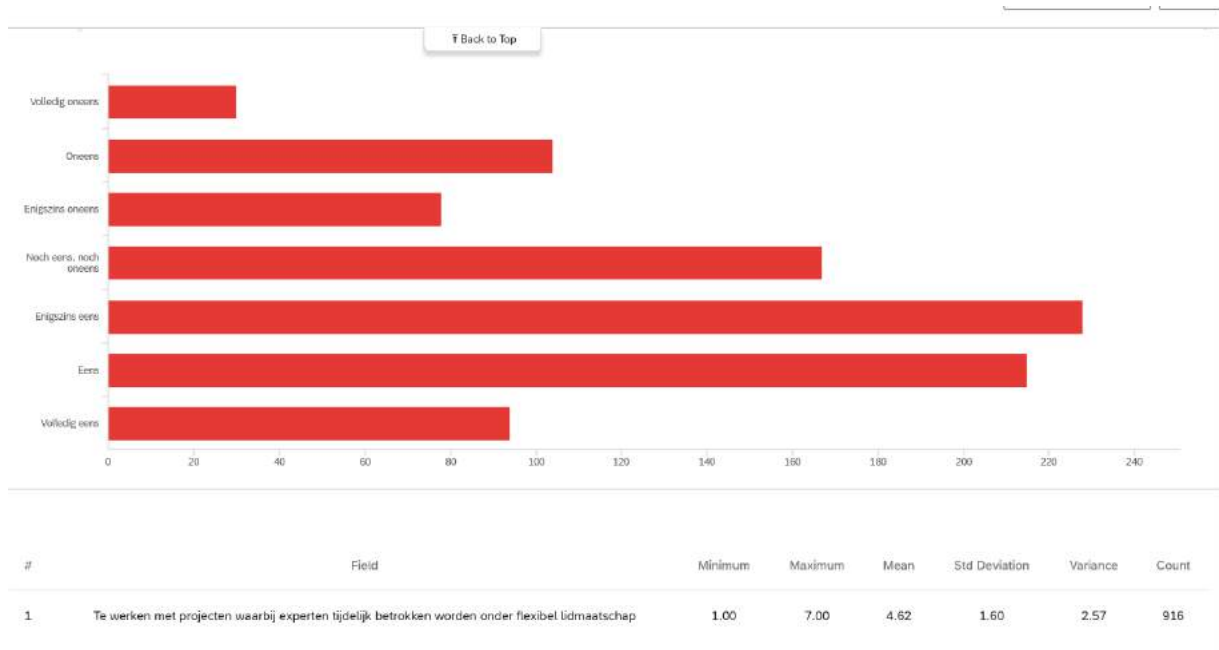
De partners uit te nodigen op sommige statutaire clubvergaderingen * Geslacht Crosstabulation

			Geslacht		Total
			Man	Vrouw	
De partners uit te nodigen op sommige statutaire clubvergaderingen	Volledig oneens	Count	12	1	13
		% within Geslacht	1.6%	0.8%	1.5%
	Oneens	Count	22	6	28
		% within Geslacht	3.0%	4.7%	3.3%
	Enigszins oneens	Count	20	4	24
		% within Geslacht	2.7%	3.1%	2.8%
	Noch eens, noch oneens	Count	48	7	55
		% within Geslacht	6.6%	5.5%	6.4%
	Enigszins eens	Count	113	11	124
		% within Geslacht	15.5%	8.7%	14.5%
	Eens	Count	285	56	341
		% within Geslacht	39.0%	44.1%	39.8%
	Volledig eens	Count	230	42	272
		% within Geslacht	31.5%	33.1%	31.7%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%

3. Te werken met projecten waarbij experts tijdelijk betrokken worden onder flexibel lidmaatschap

A. Algemeen

- Gemiddelde 4.62
- Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 71.70%



B. Per leeftijd

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- 0 – 40: 71.31%
- 41 – 50: 75.64%
- 51 – 65: 72.48%
- 65 - ...: 69.93%

**Te werken met projecten waarbij experts tijdelijk betrokken worden onder flexibel lidmaatschap *
leeftijd Crosstabulation**

			leeftijd				Total
			1.00	2.00	3.00	4.00	
Te werken met projecten waarbij experts tijdelijk betrokken worden onder flexibel lidmaatschap	Volledig oneens	Count	6	4	10	6	26
		% within leeftijd	7.7%	2.2%	2.4%	3.4%	3.0%
	Oneens	Count	4	16	54	21	95
		% within leeftijd	5.1%	8.6%	13.1%	11.8%	11.1%
	Enigszins oneens	Count	8	18	29	16	71
		% within leeftijd	10.3%	9.7%	7.0%	9.0%	8.3%
	Noch eens, noch oneens	Count	13	30	75	35	153
		% within leeftijd	16.7%	16.1%	18.2%	19.7%	17.9%
	Enigszins eens	Count	15	57	99	48	219
		% within leeftijd	19.2%	30.6%	24.0%	27.0%	25.6%
	Eens	Count	21	47	105	30	203
		% within leeftijd	26.9%	26.3%	25.4%	16.9%	23.7%
	Volledig eens	Count	11	14	41	22	88
		% within leeftijd	14.1%	7.5%	9.9%	12.4%	10.3%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

C. Per geslacht

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- Man: 71.45%
- Vrouw: 79.81%

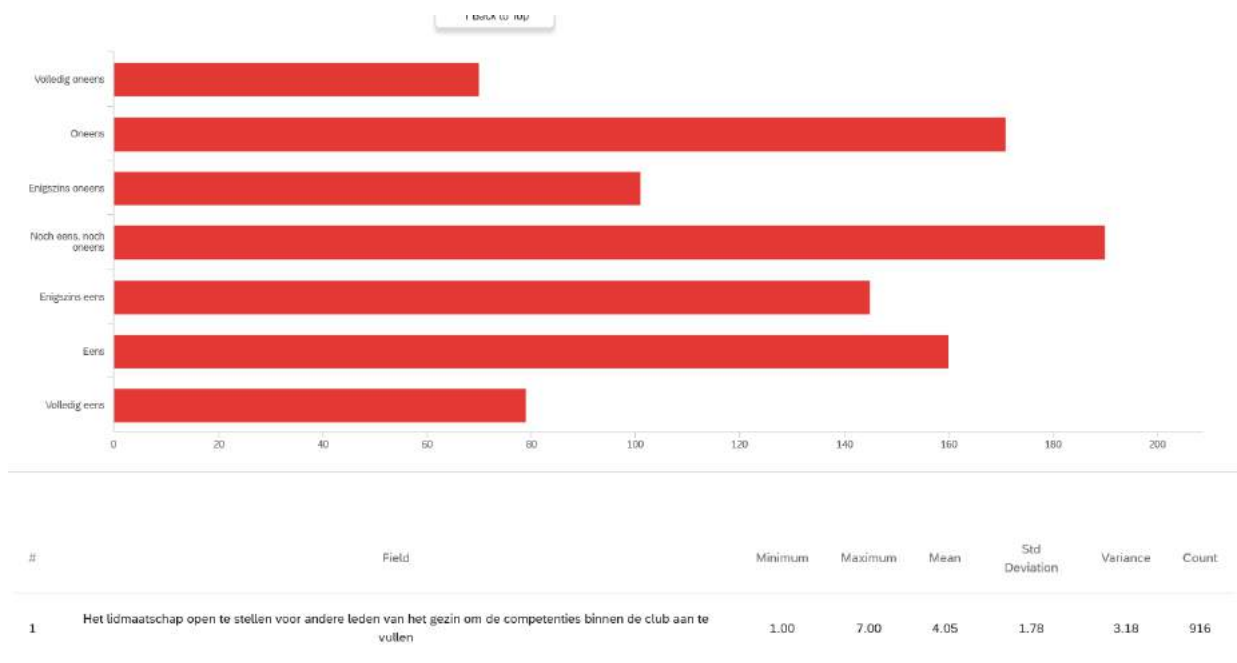
Te werken met projecten waarbij experts tijdelijk betrokken worden onder flexibel lidmaatschap * Geslacht Crosstabulation

			Geslacht		Total
			Man	Vrouw	
Te werken met projecten waarbij experts tijdelijk betrokken worden onder flexibel lidmaatschap	Volledig oneens	Count	26	0	26
		% within Geslacht	3.6%	0.0%	3.0%
	Oneens	Count	86	9	95
		% within Geslacht	11.8%	7.1%	11.1%
	Enigszins oneens	Count	59	12	71
		% within Geslacht	8.1%	9.4%	8.3%
	Noch eens, noch oneens	Count	131	23	154
		% within Geslacht	17.9%	18.1%	18.0%
	Enigszins eens	Count	193	27	220
		% within Geslacht	26.4%	21.3%	25.7%
	Eens	Count	163	39	202
		% within Geslacht	22.3%	30.7%	23.6%
	Volledig eens	Count	72	17	89
		% within Geslacht	9.9%	13.4%	10.4%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%

4. Het lidmaatschap open te stellen voor andere leden van het gezin om de competenties binnen de club aan te vullen

A. Algemeen

- Gemiddelde 4.05
- Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 52.89%



B. Per leeftijd

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- 0 – 40: 62.50%
- 41 – 50: 83.33%
- 51 – 65: 53.53%
- 65 - ...: 49.29%

Het lidmaatschap open te stellen voor andere leden van het gezin om de competenties binnen de club aan te vullen * leeftijd Crosstabulation

			leeftijd				
			1.00	2.00	3.00	4.00	Total
Het lidmaatschap open te stellen voor andere leden van het gezin om de competenties binnen de club aan te vullen	Volledig oneens	Count	5	18	26	12	61
		% within leeftijd	6.4%	9.7%	6.3%	6.7%	7.1%
	Oneens	Count	11	33	82	34	160
		% within leeftijd	14.1%	17.7%	19.9%	19.1%	18.7%
	Enigszins oneens	Count	8	19	43	23	93
		% within leeftijd	10.3%	10.2%	10.4%	12.9%	10.9%
	Noch eens, noch oneens	Count	14	36	88	38	176
		% within leeftijd	17.9%	19.4%	21.3%	21.3%	20.6%
	Enigszins eens	Count	13	27	72	27	139
		% within leeftijd	16.7%	14.5%	17.4%	15.2%	16.3%
	Eens	Count	17	35	65	34	151
		% within leeftijd	21.8%	18.8%	15.7%	19.1%	17.7%
	Volledig eens	Count	10	18	37	10	75
		% within leeftijd	12.8%	9.7%	9.0%	5.6%	8.8%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

C. Per geslacht

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- Man: 51.69%
- Vrouw: 62.71%

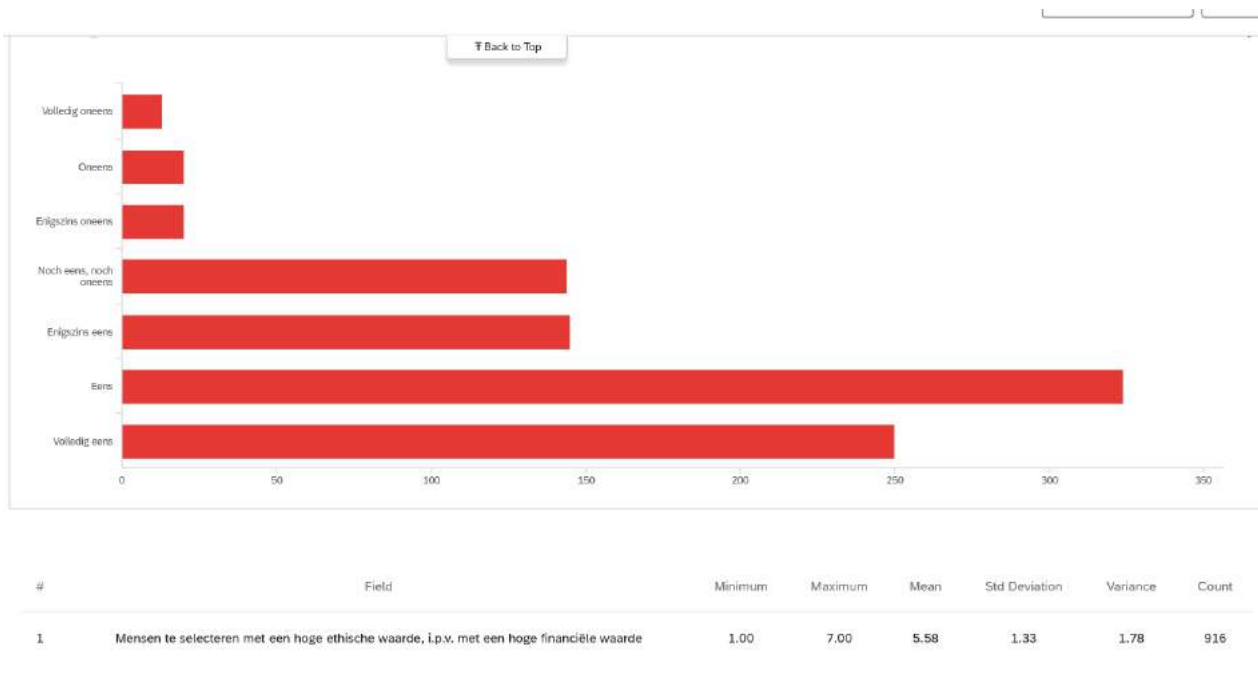
Het lidmaatschap open te stellen voor andere leden van het gezin om de competenties binnen de club aan te vullen * Geslacht Crosstabulation

			Geslacht		
			Man	Vrouw	Total
Het lidmaatschap open te stellen voor andere leden van het gezin om de competenties binnen de club aan te vullen	Volledig oneens	Count	54	8	62
		% within Geslacht	7.4%	6.3%	7.2%
	Oneens	Count	135	25	160
		% within Geslacht	18.5%	19.7%	18.7%
	Enigszins oneens	Count	82	11	93
		% within Geslacht	11.2%	8.7%	10.9%
	Noch eens, noch oneens	Count	169	9	178
		% within Geslacht	23.2%	7.1%	20.8%
	Enigszins eens	Count	111	27	138
		% within Geslacht	15.2%	21.3%	16.1%
	Eens	Count	123	28	151
		% within Geslacht	16.8%	22.0%	17.6%
	Volledig eens	Count	56	19	75
		% within Geslacht	7.7%	15.0%	8.8%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%	

5. Mensen te selecteren met een hoge ethische waarde, i.p.v. met een hoge financiële waarde

A. Algemeen

- Gemiddelde 5.58
- Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 93.13%



B. Per leeftijd

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- 0 – 40: 91.67%
- 41 – 50: 90.79%
- 51 – 65: 94.07%
- 65 -: 98.43%

**Mensen te selecteren met een hoge ethische waarde, i.p.v. met een hoge financiële waarde * leeftijd
Crosstabulation**

		leeftijd				Total		
		1.00	2.00	3.00	4.00			
Mensen te selecteren met een hoge ethische waarde, i.p.v. met een hoge financiële waarde	Volledig oneens	Count	0	4	4	0	8	
		% within leeftijd	0.0%	2.2%	1.0%	0.0%	0.9%	
	Oneens	Count	2	6	9	1	18	
		% within leeftijd	2.6%	3.2%	2.2%	0.6%	2.1%	
	Enigszins oneens	Count	3	4	8	2	17	
		% within leeftijd	3.8%	2.2%	1.9%	1.1%	2.0%	
	Noch eens, noch oneens	Count	18	34	59	18	129	
		% within leeftijd	23.1%	18.3%	14.3%	10.1%	15.1%	
	Enigszins eens	Count	20	30	63	23	136	
		% within leeftijd	25.6%	16.1%	15.3%	12.9%	15.9%	
	Eens	Count	19	66	156	65	306	
		% within leeftijd	24.4%	35.5%	37.8%	36.5%	35.8%	
	Volledig eens	Count	16	42	114	69	241	
		% within leeftijd	20.5%	22.6%	27.6%	38.8%	28.2%	
	Total		Count	78	186	413	178	855
			% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

C. Per geslacht

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- Man: 93.72%
- Vrouw: 95.28%

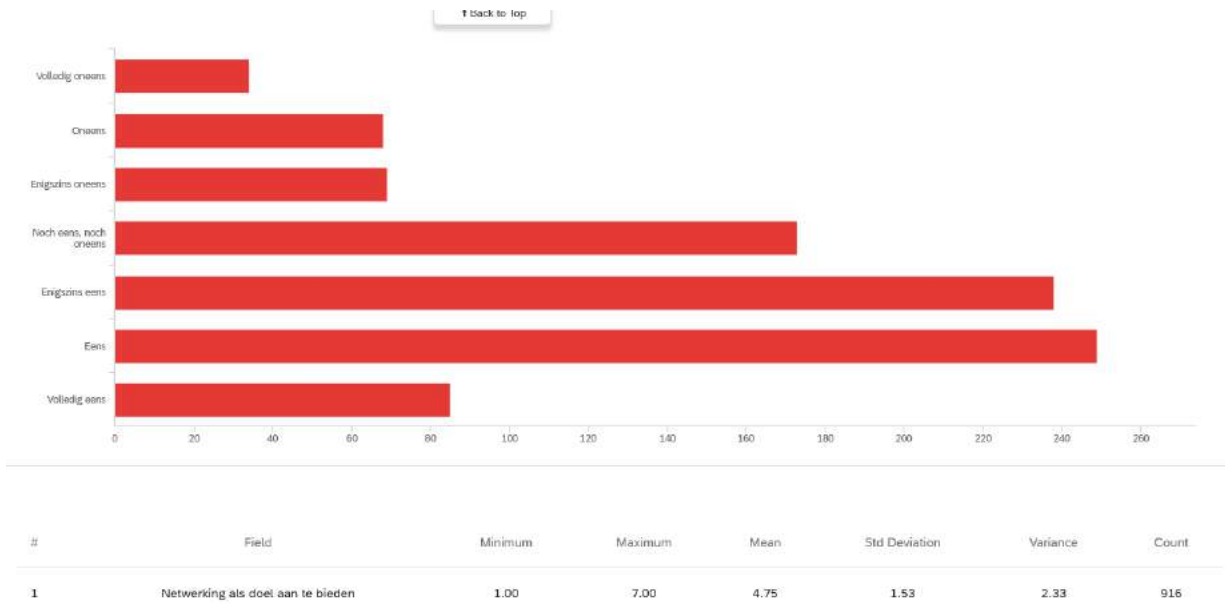
Mensen te selecteren met een hoge ethische waarde, i.p.v. met een hoge financiële waarde * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total		
		Man	Vrouw			
Mensen te selecteren met een hoge ethische waarde, i.p.v. met een hoge financiële waarde	Volledig oneens	Count	8	1	9	
		% within Geslacht	1.1%	0.8%	1.1%	
	Oneens	Count	15	3	18	
		% within Geslacht	2.1%	2.4%	2.1%	
	Enigszins oneens	Count	16	1	17	
		% within Geslacht	2.2%	0.8%	2.0%	
	Noch eens, noch oneens	Count	109	21	130	
		% within Geslacht	14.9%	16.5%	15.2%	
	Enigszins eens	Count	115	21	136	
		% within Geslacht	15.8%	16.5%	15.9%	
	Eens	Count	261	46	307	
		% within Geslacht	35.8%	36.2%	35.8%	
	Volledig eens	Count	206	34	240	
		% within Geslacht	28.2%	26.8%	28.0%	
	Total		Count	730	127	857
			% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%

6. Netwerking als doel aan te bieden

A. Algemeen

- Gemiddelde 4.75
- Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 76.99%



B.

Per leeftijd

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- 0 – 40: 81.81%
- 41 – 50: 76.16%
- 51 – 65: 78.27%
- 65 - ...: 75.33%

Netwerking als doel aan te bieden * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1.00	2.00	3.00	4.00		
Netwerking als doel aan te bieden	Volledig oneens	Count	2	8	13	6	29
		% within leeftijd	2.6%	4.3%	3.1%	3.4%	3.4%
	Oneens	Count	4	13	32	14	63
		% within leeftijd	5.1%	7.0%	7.7%	7.9%	7.4%
	Enigszins oneens	Count	6	15	28	17	66
		% within leeftijd	7.7%	8.1%	6.8%	9.6%	7.7%
	Noch eens, noch oneens	Count	12	35	77	28	152
		% within leeftijd	15.4%	18.8%	18.6%	15.7%	17.8%
	Enigszins eens	Count	12	46	114	55	227
		% within leeftijd	15.4%	24.7%	27.6%	30.9%	26.5%
	Eens	Count	29	55	111	43	238
		% within leeftijd	37.2%	29.6%	26.9%	24.2%	27.8%
	Volledig eens	Count	13	14	38	15	80
		% within leeftijd	16.7%	7.5%	9.2%	8.4%	9.4%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

C. Per geslacht

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- Man: 77.40%
- Vrouw: 78.18%

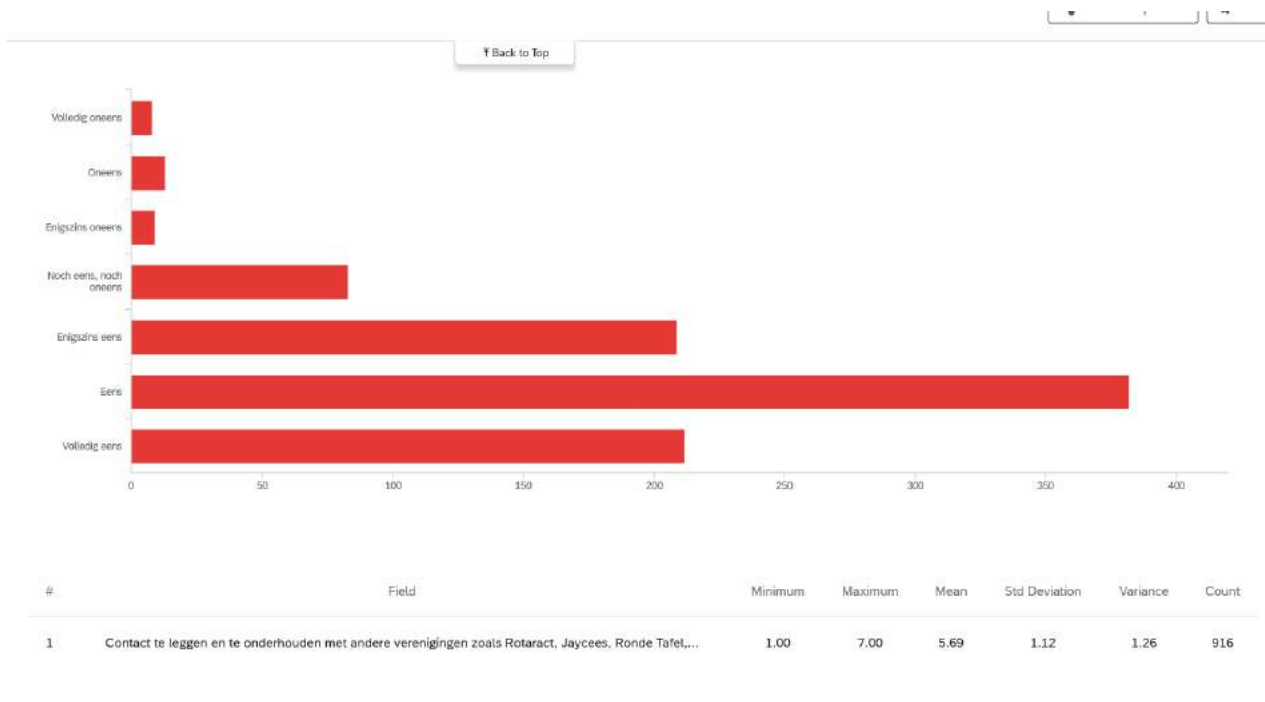
Netwerking als doel aan te bieden * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Netwerking als doel aan te bieden	Volledig oneens	Count	28	2	30
		% within Geslacht	3.8%	1.6%	3.5%
	Oneens	Count	53	9	62
		% within Geslacht	7.3%	7.1%	7.2%
	Enigszins oneens	Count	53	13	66
		% within Geslacht	7.3%	10.2%	7.7%
	Noch eens, noch oneens	Count	137	17	154
		% within Geslacht	18.8%	13.4%	18.0%
	Enigszins eens	Count	193	34	227
		% within Geslacht	26.4%	26.8%	26.5%
	Eens	Count	200	39	239
		% within Geslacht	27.4%	30.7%	27.9%
	Volledig eens	Count	66	13	79
		% within Geslacht	9.0%	10.2%	9.2%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%	

7. Contact te leggen en te onderhouden met andere verenigingen zoals Rotaract, Jaycees, Ronde Tafel,...

A. Algemeen

- Gemiddelde 5.69
- Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 96.40%



B. Per leeftijd

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- 0 – 40: 94.20%
- 41 – 50: 97.70%
- 51 – 65: 97.64%
- 65 - ...: 96.89%

**Contact te leggen en te
onderhouden met andere verenigingen zoals
Rotaract, Jaycees, Ronde Tafel, ... * leeftijd Crosstabulation**

		leeftijd				Total	
		1.00	2.00	3.00	4.00		
Contact te leggen en te onderhouden met andere verenigingen zoals Rotaract, Jaycees, Ronde Tafel, ...	Volledig oneens	Count	0	0	2	0	2
		% within leeftijd	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.2%
	Oneens	Count	1	2	4	5	12
		% within leeftijd	1.3%	1.1%	1.0%	2.6%	1.4%
	Enigszins oneens	Count	3	2	3	0	8
		% within leeftijd	3.8%	1.1%	0.7%	0.0%	0.9%
	Noch eens, noch oneens	Count	9	12	32	17	70
		% within leeftijd	11.5%	6.5%	7.7%	9.6%	8.2%
	Enigszins eens	Count	17	42	89	44	192
		% within leeftijd	21.8%	22.6%	21.5%	24.7%	22.5%
	Eens	Count	30	78	184	72	364
		% within leeftijd	38.5%	41.9%	44.6%	40.4%	42.6%
	Volledig eens	Count	18	50	99	40	307
		% within leeftijd	23.1%	26.9%	24.0%	22.5%	24.2%
	Total	Count	78	186	413	176	855
		% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

C. Per geslacht

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- Man: 97.16%
- Vrouw: 97.48%

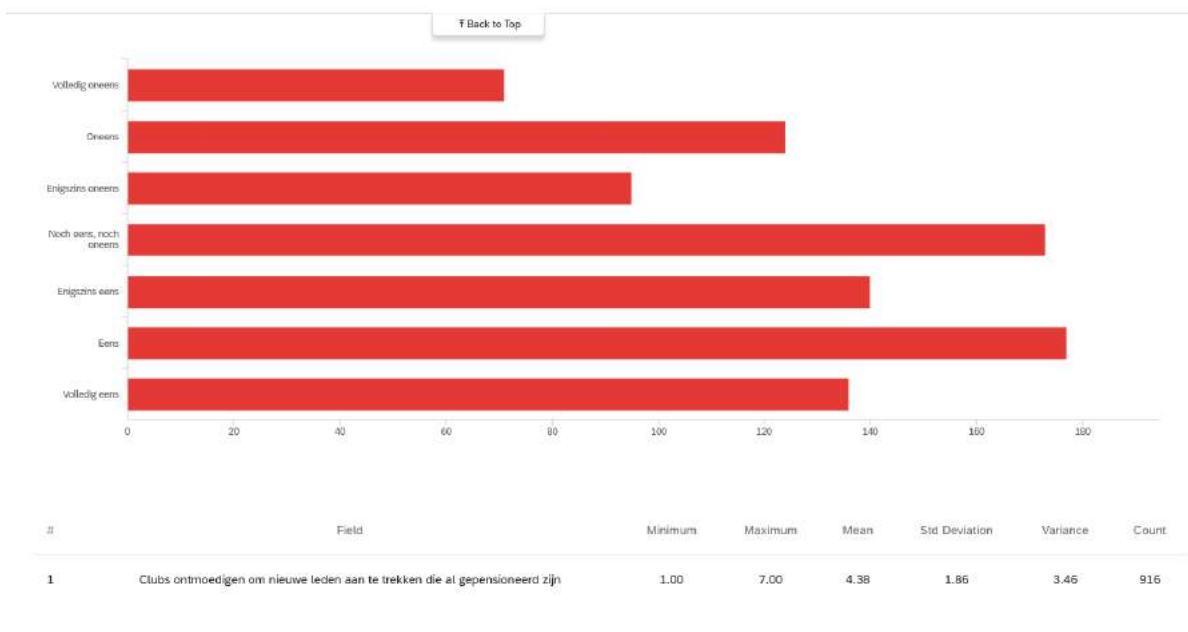
**Contact te leggen en te
onderhouden met andere verenigingen zoals
Rotaract, Jaycees, Ronde Tafel, ... * Geslacht Crosstabulation**

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Contact te leggen en te onderhouden met andere verenigingen zoals Rotaract, Jaycees, Ronde Tafel, ...	Volledig oneens	Count	3	0	3
		% within Geslacht	0.4%	0.0%	0.4%
	Oneens	Count	10	1	11
		% within Geslacht	1.4%	0.8%	1.3%
	Enigszins oneens	Count	6	2	8
		% within Geslacht	0.8%	1.6%	0.9%
	Noch eens, noch oneens	Count	62	8	70
		% within Geslacht	8.5%	6.3%	8.2%
	Enigszins eens	Count	162	32	194
		% within Geslacht	22.2%	25.2%	22.6%
	Eens	Count	314	50	364
		% within Geslacht	43.0%	39.4%	42.5%
	Volledig eens	Count	173	34	307
		% within Geslacht	23.7%	26.8%	24.2%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%

8. Clubs ontmoedigen om nieuwe leden aan te trekken die al gepensioneerd zijn

A. Algemeen

- Gemiddelde 4.38
- Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 60.96%



B. Per leeftijd

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- 0 – 40: 49.00%
- 41 – 50: 69.13%
- 51 – 65: 60.76%

- 65 - ...: 67.21%

Clubs ontmoedigen om nieuwe leden aan te trekken die al gepensioneerd zijn * leeftijd Crosstabulation

			leeftijd				Total
			1.00	2.00	3.00	4.00	
Clubs ontmoedigen om nieuwe leden aan te trekken die al gepensioneerd zijn	Volledig oneens	Count	4	8	30	21	63
		% within leeftijd	5.1%	4.3%	7.3%	11.8%	7.4%
	Oneens	Count	7	20	65	28	120
		% within leeftijd	9.0%	10.8%	15.7%	15.7%	14.0%
	Enigszins oneens	Count	9	18	40	25	92
		% within leeftijd	11.5%	9.7%	9.7%	14.0%	10.8%
	Noch eens, noch oneens	Count	17	37	69	27	150
		% within leeftijd	21.8%	19.9%	16.7%	15.2%	17.5%
	Enigszins eens	Count	16	26	68	19	129
		% within leeftijd	20.5%	14.0%	16.5%	10.7%	15.1%
	Eens	Count	9	42	83	35	169
		% within leeftijd	11.5%	22.6%	20.1%	19.7%	19.8%
	Volledig eens	Count	16	35	58	23	132
		% within leeftijd	20.5%	18.8%	14.0%	12.9%	15.4%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

C. Per geslacht

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- Man: 56.20%
- Vrouw: 59.80%

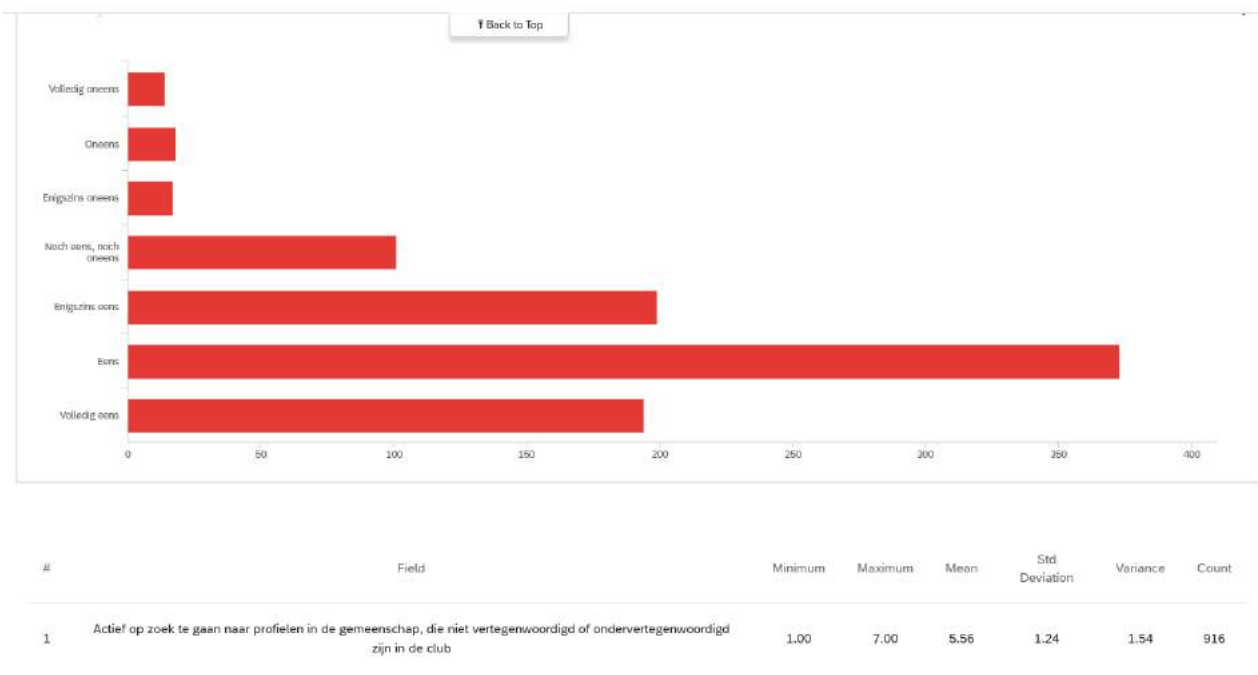
Clubs ontmoedigen om nieuwe leden aan te trekken die al gepensioneerd zijn * Geslacht Crosstabulation

			Geslacht		Total
			Man	Vrouw	
Clubs ontmoedigen om nieuwe leden aan te trekken die al gepensioneerd zijn	Volledig oneens	Count	56	8	64
		% within Geslacht	7.7%	6.3%	7.5%
	Oneens	Count	101	19	120
		% within Geslacht	13.8%	15.0%	14.0%
	Enigszins oneens	Count	78	14	92
		% within Geslacht	10.7%	11.0%	10.7%
	Noch eens, noch oneens	Count	125	25	150
		% within Geslacht	17.1%	19.7%	17.5%
	Enigszins eens	Count	106	25	131
		% within Geslacht	14.5%	19.7%	15.3%
	Eens	Count	149	19	168
		% within Geslacht	20.4%	15.0%	19.6%
	Volledig eens	Count	115	17	132
		% within Geslacht	15.8%	13.4%	15.4%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%

9. Actief op zoek te gaan naar profielen in de gemeenschap, die niet vertegenwoordigd of ondervertegenwoordigd zijn in de club

A. Algemeen

- Gemiddelde 5.56
- Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 93.99%



B.

Per leeftijd

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- 0 – 40: 89.23%
- 41 – 50: 91.61%
- 51 – 65: 94.76%
- 65 - ...: 97.56%

**Actief op zoek
te gaan naar profielen in de gemeenschap,
die niet vertegenwoordigd of ondervertegenwoordigd zijn in de club * leeftijd Crosstabulation**

			leeftijd				Total
			1.00	2.00	3.00	4.00	
Actief op zoek te gaan naar profielen in de gemeenschap, die niet vertegenwoordigd of ondervertegenwoordigd zijn in de club	Volledig oneens	Count	2	2	4	2	10
		% within leeftijd	2.6%	1.1%	1.0%	1.1%	1.2%
	Oneens	Count	2	7	8	0	17
		% within leeftijd	2.6%	3.8%	1.9%	0.0%	2.0%
	Enigszins oneens	Count	3	4	8	2	17
		% within leeftijd	3.8%	2.2%	1.9%	1.1%	2.0%
	Noch eens, noch oneens	Count	13	31	31	14	89
		% within leeftijd	16.7%	16.7%	7.5%	7.0%	10.4%
	Enigszins eens	Count	17	46	91	30	184
		% within leeftijd	21.8%	24.7%	22.0%	16.9%	21.5%
	Eens	Count	29	60	185	79	353
		% within leeftijd	37.2%	32.3%	44.8%	44.4%	41.3%
	Volledig eens	Count	12	36	86	51	185
		% within leeftijd	15.4%	19.4%	20.8%	28.7%	21.6%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

C. Per geslacht

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- Man: 93.81%
- Vrouw: 96.19%

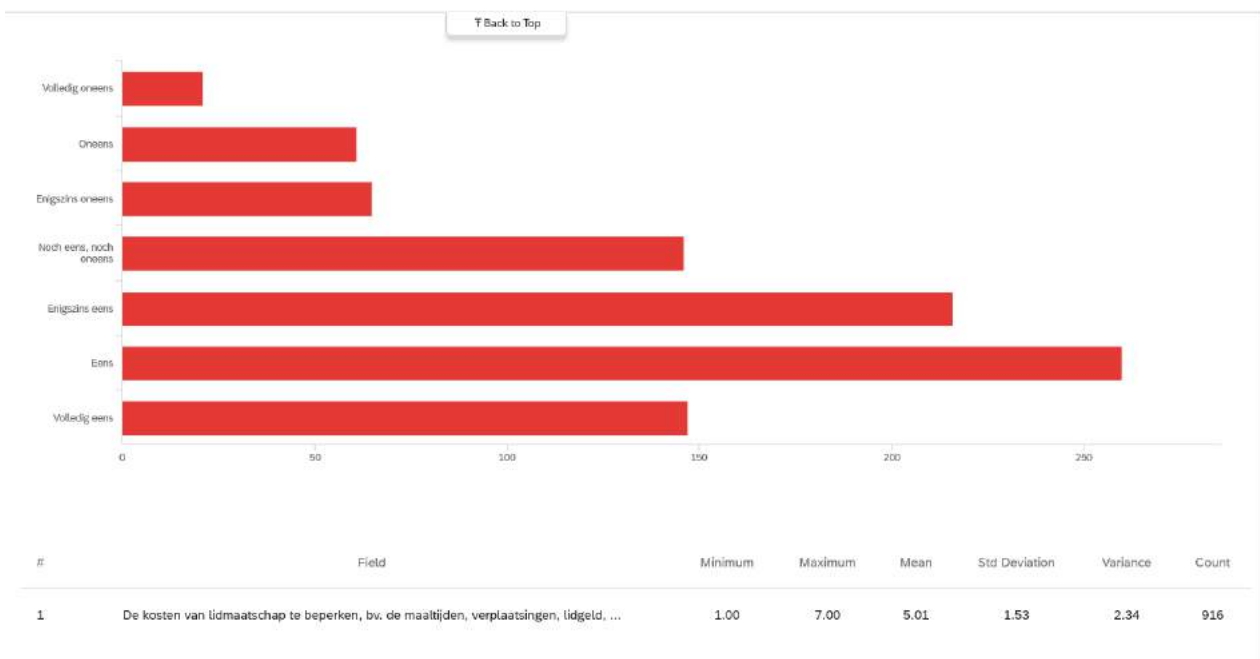
**Actief op zoek
te gaan naar profielen in de gemeenschap,
die niet vertegenwoordigd of ondervertegenwoordigd zijn in de club * Geslacht
Crosstabulation**

			Geslacht		Total
			Man	Vrouw	
Actief op zoek te gaan naar profielen in de gemeenschap, die niet vertegenwoordigd of ondervertegenwoordigd zijn in de club	Volledig oneens	Count	11	0	11
		% within Geslacht	1.5%	0.0%	1.3%
	Oneens	Count	15	2	17
		% within Geslacht	2.1%	1.6%	2.0%
	Enigszins oneens	Count	15	2	17
		% within Geslacht	2.1%	1.6%	2.0%
	Noch eens, noch oneens	Count	68	22	90
		% within Geslacht	9.3%	17.3%	10.5%
	Enigszins eens	Count	157	27	184
		% within Geslacht	21.5%	21.3%	21.5%
	Eens	Count	303	51	354
		% within Geslacht	41.5%	40.2%	41.3%
	Volledig eens	Count	161	23	184
		% within Geslacht	22.1%	18.1%	21.5%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%	

10. De kosten van lidmaatschap te beperken, bv. de maaltijden, verplaatsingen, lidgeld, ...

A. Algemeen

- Gemiddelde 5.01
- Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 80.91%



B.

Per leeftijd

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- 0 – 40: 84.62%
- 41 – 50: 75.82%
- 51 – 65: 78.75%
- 65 - ...: 90.20%

**De kosten van lidmaatschap
te beperken, bv. de maaltijden, verplaatsingen, lidgeld, ... * leeftijd Crosstabulation**

		leeftijd				Total	
		1.00	2.00	3.00	4.00		
De kosten van lidmaatschap te beperken, bv. de maaltijden, verplaatsingen, lidgeld, ...	Volledig oneens	Count	1	9	6	1	17
		% within leeftijd	1.3%	4.8%	1.5%	0.6%	2.0%
	Oneens	Count	5	14	32	6	57
		% within leeftijd	6.4%	7.5%	7.7%	3.4%	6.7%
	Enigszins oneens	Count	4	14	37	8	63
		% within leeftijd	5.1%	7.5%	9.0%	4.5%	7.4%
	Noch eens, noch oneens	Count	13	33	60	25	131
		% within leeftijd	16.7%	17.7%	14.5%	14.0%	15.3%
	Enigszins eens	Count	21	42	93	45	201
		% within leeftijd	26.9%	22.6%	22.5%	25.3%	23.5%
	Eens	Count	18	49	118	64	249
		% within leeftijd	23.1%	26.3%	28.6%	36.0%	29.1%
	Volledig eens	Count	16	25	67	29	137
		% within leeftijd	20.5%	13.4%	16.2%	16.3%	16.0%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

C. Per geslacht

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- Man: 80.39%
- Vrouw: 84.26%

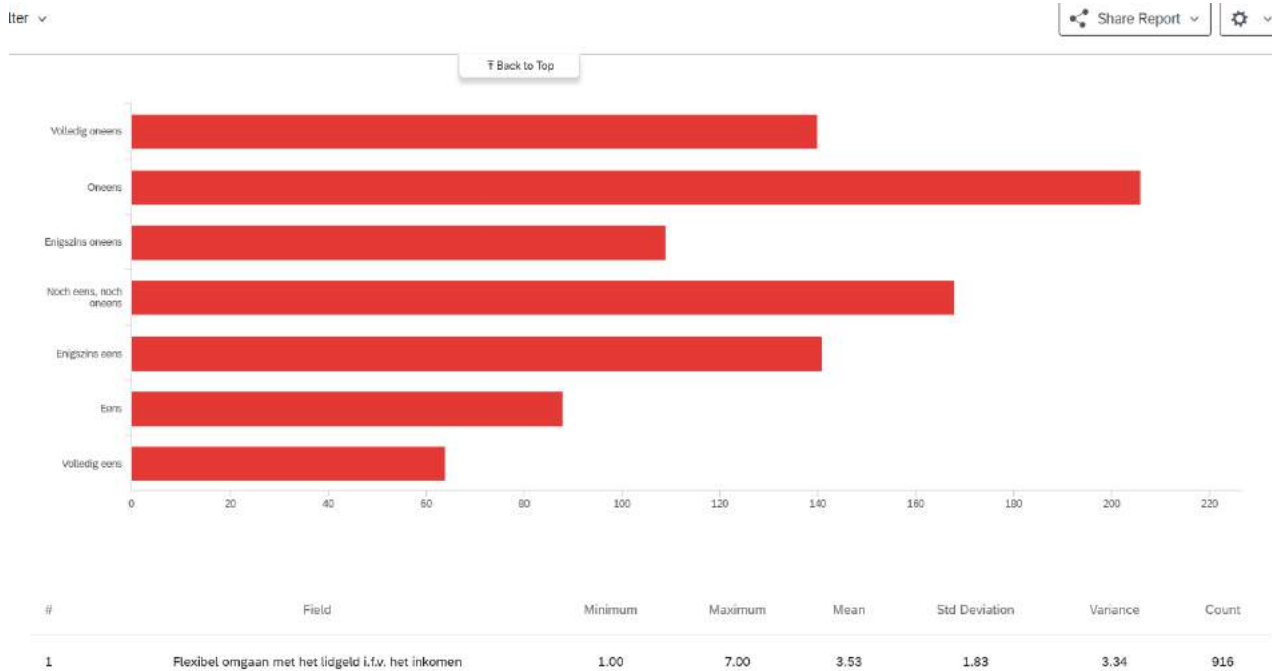
**De kosten van lidmaatschap
te beperken, bv. de maaltijden, verplaatsingen, lidgeld, ... * Geslacht Crosstabulation**

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
De kosten van lidmaatschap te beperken, bv. de maaltijden, verplaatsingen, lidgeld, ...	Volledig oneens	Count	16	2	18
		% within Geslacht	2.2%	1.6%	2.1%
	Oneens	Count	50	7	57
		% within Geslacht	6.8%	5.5%	6.7%
	Enigszins oneens	Count	55	8	63
		% within Geslacht	7.5%	6.3%	7.4%
	Noch eens, noch oneens	Count	113	19	132
		% within Geslacht	15.5%	15.0%	15.4%
	Enigszins eens	Count	164	37	201
		% within Geslacht	22.5%	29.1%	23.5%
	Eens	Count	212	38	250
		% within Geslacht	29.0%	29.9%	29.2%
	Volledig eens	Count	120	16	136
		% within Geslacht	16.4%	12.6%	15.9%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%

11. Flexibel omgaan met het lidgeld i.f.v. het inkomen

A. Algemeen

- Gemiddelde 3.53
- Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 39.17%



B. Per leeftijd

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- 0 – 40: 49.18%
- 41 – 50: 32.00%
- 51 – 65: 37.91%
- 65 - ...: 46.50%

Flexibel omgaan met het lidgeld i.f.v. het inkomen * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1,00	2,00	3,00	4,00		
Flexibel omgaan met het lidgeld i.f.v. het inkomen	Volledig oneens	Count	10	39	60	20	129
		% within leeftijd	12.8%	21.0%	14.5%	11.2%	15.1%
	Oneens	Count	15	38	103	40	196
		% within leeftijd	19.2%	20.4%	24.9%	22.5%	22.9%
	Enigszins oneens	Count	6	25	45	24	100
		% within leeftijd	7.7%	13.4%	10.9%	13.5%	11.7%
	Noch eens, noch oneens	Count	17	36	78	21	152
		% within leeftijd	21.8%	19.4%	18.9%	11.8%	17.8%
	Enigszins eens	Count	10	25	67	32	134
		% within leeftijd	12.8%	13.4%	16.2%	18.0%	15.7%
	Eens	Count	12	13	31	27	83
		% within leeftijd	15.4%	7.0%	7.5%	15.2%	9.7%
	Volledig eens	Count	8	10	29	14	61
		% within leeftijd	10.3%	5.4%	7.0%	7.9%	7.1%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

C. Per geslacht

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- Man: 39.50%
- Vrouw: 38.83%

Flexibel omgaan met het lidgeld i.f.v. het inkomen * Geslacht Crosstabulation

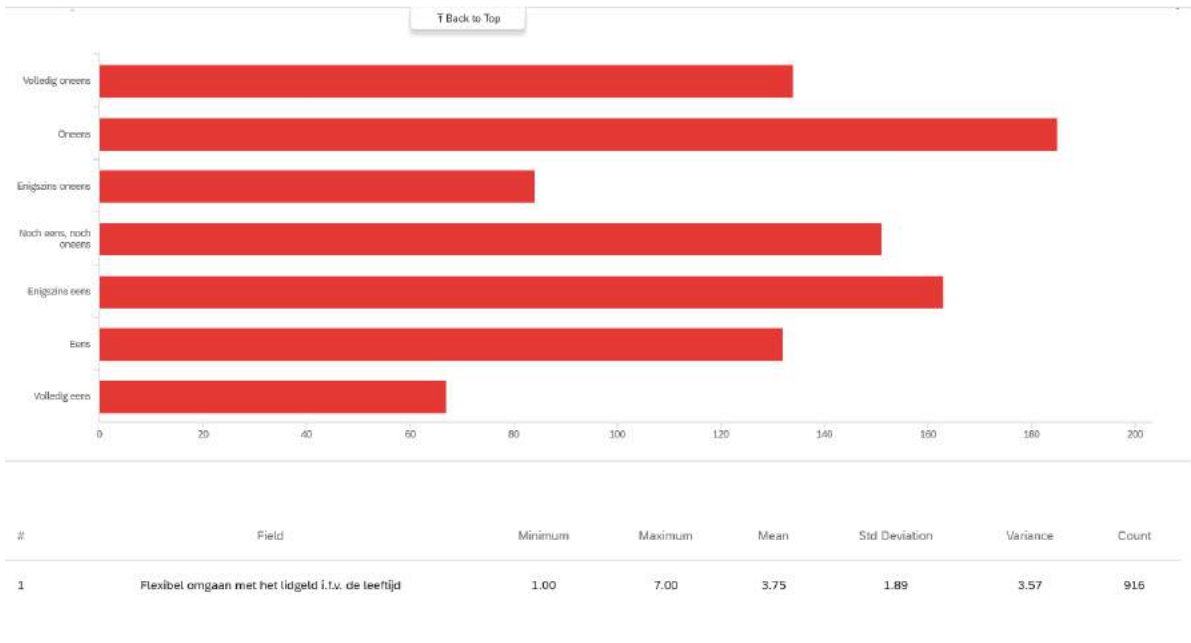
		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Flexibel omgaan met het lidgeld i.f.v. het inkomen	Volledig oneens	Count	113	18	131
		% within Geslacht	15.5%	14.2%	15.3%
	Oneens	Count	167	29	196
		% within Geslacht	22.9%	22.8%	22.9%
	Enigszins oneens	Count	83	16	99
		% within Geslacht	11.4%	12.6%	11.6%
	Noch eens, noch oneens	Count	130	24	154
		% within Geslacht	17.8%	18.9%	18.0%
	Enigszins eens	Count	116	18	134
		% within Geslacht	15.9%	14.2%	15.6%
	Eens	Count	70	13	83
		% within Geslacht	9.6%	10.2%	9.7%
	Volledig eens	Count	51	9	60
		% within Geslacht	7.0%	7.1%	7.0%
	Total	Count	730	127	857
		% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%

12. Flexibel omgaan met het lidgeld i.f.v. de leeftijd

A. Algemeen

- Gemiddelde 37.75

- Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 52.68%



B.

Per leeftijd
Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- 0 – 40: 53.23%
- 41 – 50: 34.39%
- 51 – 65: 47.26%
- 65 - ...: 61.04%

Flexibel omgaan met het lidgeld i.f.v. de leeftijd * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1.00	2.00	3.00	4.00		
Flexibel omgaan met het lidgeld i.f.v. de leeftijd	Volledig oneens	Count	11	38	52	21	122
		% within leeftijd	14.1%	20.4%	12.6%	11.8%	14.3%
	Oneens	Count	13	44	91	27	175
		% within leeftijd	16.7%	23.7%	22.0%	15.2%	20.5%
	Enigszins oneens	Count	5	21	40	12	78
		% within leeftijd	6.4%	11.3%	9.7%	6.7%	9.1%
	Noch eens, noch oneens	Count	16	29	66	24	135
		% within leeftijd	20.5%	15.6%	16.0%	13.5%	15.8%
	Enigszins eens	Count	7	26	83	39	155
		% within leeftijd	9.0%	14.0%	20.1%	21.9%	18.1%
	Eens	Count	16	18	56	36	126
		% within leeftijd	20.5%	9.7%	13.6%	20.2%	14.7%
	Volledig eens	Count	10	10	25	19	64
		% within leeftijd	12.8%	5.4%	6.1%	10.7%	7.5%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

C. Per geslacht
Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- Man: 48.13%
- Vrouw: 46.23%

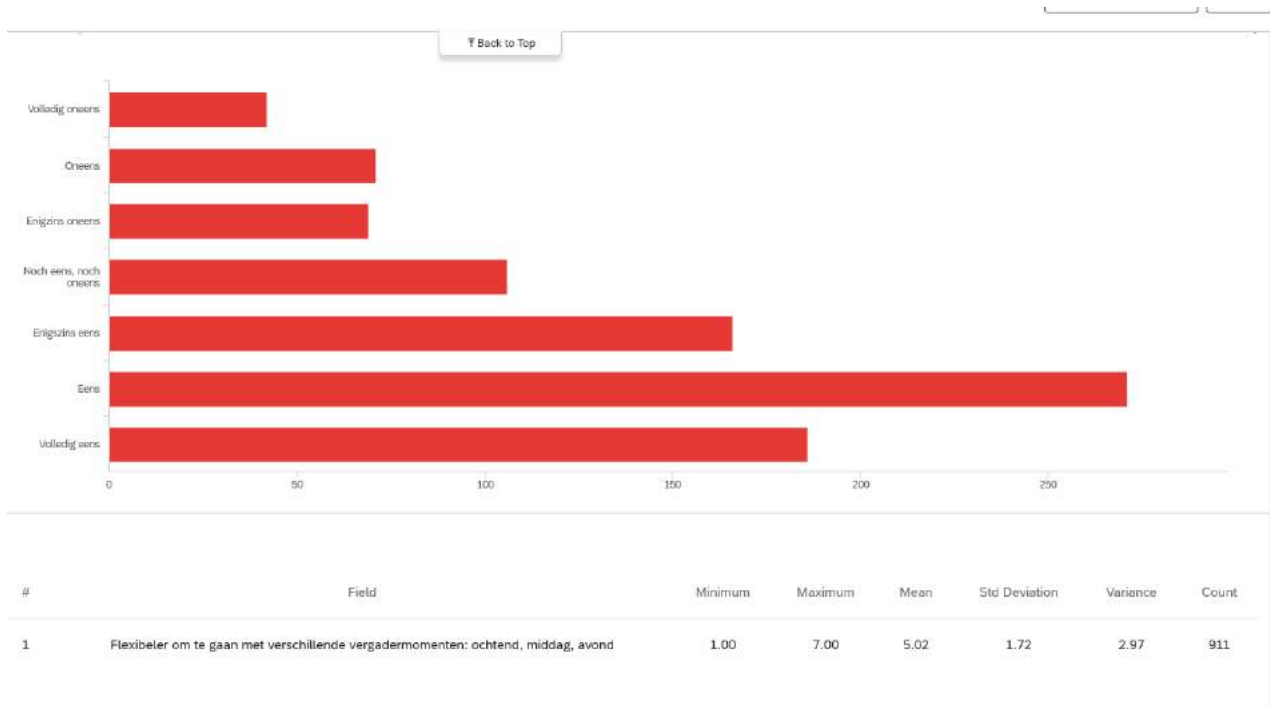
Flexibel omgaan met het lidgeld i.f.v. de leeftijd * Geslacht Crosstabulation

			Geslacht		Total
			Man	Vrouw	
Flexibel omgaan met het lidgeld i.f.v. de leeftijd	Volledig oneens	Count	108	15	123
		% within Geslacht	14.8%	11.8%	14.4%
	Oneens	Count	148	26	174
		% within Geslacht	20.3%	20.5%	20.3%
	Enigszins oneens	Count	63	16	79
		% within Geslacht	8.6%	12.6%	9.2%
	Noch eens, noch oneens	Count	115	21	136
		% within Geslacht	15.8%	16.5%	15.9%
	Enigszins eens	Count	137	18	155
		% within Geslacht	18.8%	14.2%	18.1%
	Eens	Count	104	22	126
		% within Geslacht	14.2%	17.3%	14.7%
	Volledig eens	Count	55	9	64
		% within Geslacht	7.5%	7.1%	7.5%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%	

Meeting

Mijn ideale club trekt jonge(re) mensen aan door:

1. Flexibeler om te gaan met verschillende vergadermomenten: ochtend, middag, avond
 - A. Algemeen
 - Gemiddelde 5.02
 - Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 77.39%



B. Per leeftijd

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- 0 – 40: 83.08%
- 41 – 50: 80.70%
- 51 – 65: 75.27%
- 65 - ...: 77.56%

Flexibeler om te gaan met verschillende vergadermomenten: ochtend, middag, avond * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1.00	2.00	3.00	4.00		
Flexibeler om te gaan met verschillende vergadermomenten: ochtend, middag, avond	Volledig oneens	Count	3	6	19	8	36
		% within leeftijd	3.8%	4.3%	4.6%	4.5%	4.4%
	Oneens	Count	5	15	37	10	67
		% within leeftijd	6.4%	8.1%	9.0%	5.6%	7.8%
	Enigszins oneens	Count	3	10	36	17	66
		% within leeftijd	3.8%	5.4%	8.7%	9.6%	7.7%
	Noch eens, noch oneens	Count	13	15	45	22	95
		% within leeftijd	16.7%	8.1%	10.9%	12.4%	11.1%
	Enigszins eens	Count	7	31	74	41	153
		% within leeftijd	9.0%	16.7%	17.9%	23.0%	17.9%
	Eens	Count	24	61	120	55	260
		% within leeftijd	30.8%	32.8%	29.1%	30.9%	30.4%
	Volledig eens	Count	23	46	82	25	176
		% within leeftijd	29.5%	24.7%	19.9%	14.0%	20.6%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

C. Per geslacht

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- Man: 77.35%
- Vrouw: 78.76%

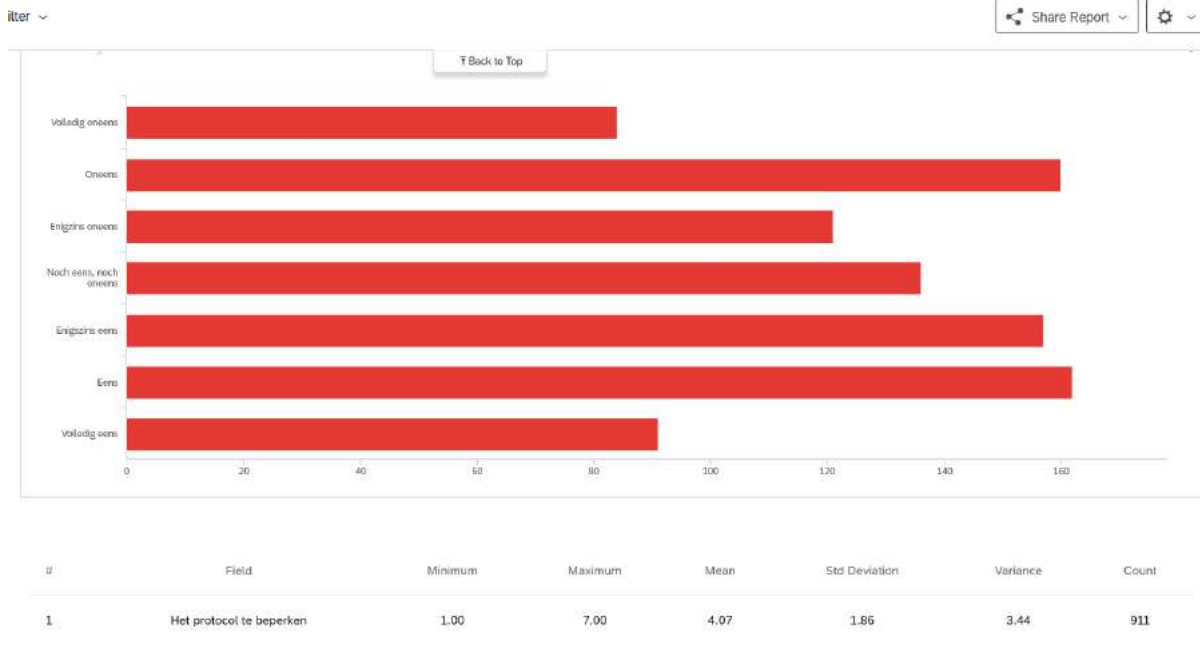
**Flexibeler om te
gaan met verschillende vergadermomenten: ochtend, middag, avond * Geslacht
Crosstabulation**

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Flexibeler om te gaan met verschillende vergadermomenten: ochtend, middag, avond	Volledig oneens	Count	35	3	38
		% within Geslacht	4.8%	2.4%	4.4%
	Oneens	Count	57	10	67
		% within Geslacht	7.8%	7.9%	7.8%
	Enigzins oneens	Count	55	11	66
		% within Geslacht	7.5%	8.7%	7.7%
	Noch eens, noch oneens	Count	81	14	95
		% within Geslacht	11.1%	11.0%	11.1%
	Enigszins eens	Count	137	18	155
		% within Geslacht	18.8%	14.2%	18.1%
	Eens	Count	212	47	259
		% within Geslacht	29.0%	37.0%	30.2%
	Volledig eens	Count	153	24	177
		% within Geslacht	21.0%	18.9%	20.7%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%	

2. Het protocol te beperken

A. Algemeen

- Gemiddelde 4.07
- Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 52.90%



B.

Per leeftijd

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- 0 – 40: 66.15%
- 41 – 50: 57.05%
- 51 – 65: 52.26%
- 65 - ...: 54.14%

Het protocol te beperken * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1.00	2.00	3.00	4.00		
Het protocol te beperken	Volledig oneens	Count	4	22	34	20	80
		% within leeftijd	5.1%	11.8%	8.2%	11.2%	9.4%
	Oneens	Count	7	28	86	31	152
		% within leeftijd	9.0%	15.1%	20.8%	17.4%	17.8%
	Enigzins oneens	Count	11	17	49	34	111
		% within leeftijd	14.1%	9.1%	11.9%	19.1%	13.0%
	Noch eens, noch oneens	Count	13	30	59	21	123
		% within leeftijd	16.7%	16.1%	14.3%	11.8%	14.4%
	Enigzins eens	Count	14	32	73	31	150
		% within leeftijd	17.9%	17.2%	17.7%	17.4%	17.5%
	Eens	Count	19	32	70	31	152
		% within leeftijd	24.4%	17.2%	16.9%	17.4%	17.8%
	Volledig eens	Count	10	25	42	10	87
		% within leeftijd	12.8%	13.4%	10.2%	5.6%	10.2%
Total		Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- C. Per geslacht
 Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)
- Man: 50.40%
 - Vrouw: 68.70%

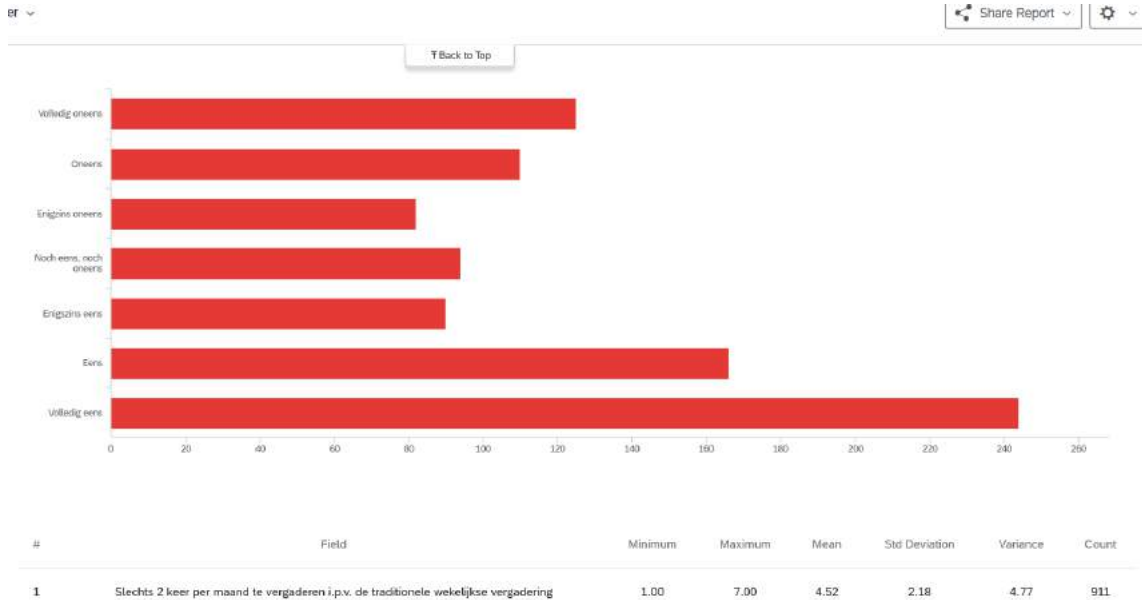
Het protocol te beperken * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Het protocol te beperken	Volledig oneens	Count	72	8	80
		% within Geslacht	9.9%	6.3%	9.3%
	Oneens	Count	138	14	152
		% within Geslacht	18.9%	11.0%	17.7%
	Enigzins oneens	Count	97	14	111
		% within Geslacht	13.3%	11.0%	13.0%
	Noch eens, noch oneens	Count	111	12	123
		% within Geslacht	15.2%	9.4%	14.4%
	Enigszins eens	Count	114	36	150
		% within Geslacht	15.6%	28.3%	17.5%
	Eens	Count	124	28	152
		% within Geslacht	17.0%	22.0%	17.7%
	Volledig eens	Count	74	15	89
		% within Geslacht	10.1%	11.8%	10.4%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%	

3. Slechts 2 keer per maand te vergaderen i.p.v. de traditionele wekelijkse vergadering

A. Algemeen

- Gemiddelde 4.52
- Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 61.95%



B.

Per leeftijd

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- 0 – 40: 73.53%
- 41 – 50: 61.90 %
- 51 – 65: 60.11%
- 65 - ...: 59.49%

Slechts 2 keer per maand te vergaderen i.p.v. de traditionele wekelijkse vergadering * leeftijd Crosstabulation

			leeftijd				Total
			1.00	2.00	3.00	4.00	
Slechts 2 keer per maand te vergaderen i.p.v. de traditionele wekelijkse vergadering	Volledig oneens	Count	9	27	58	23	117
		% within leeftijd	11.5%	14.5%	14.0%	12.9%	13.7%
	Oneens	Count	4	24	49	26	103
		% within leeftijd	5.1%	12.9%	11.9%	14.6%	12.0%
	Enigszins oneens	Count	5	13	43	15	76
		% within leeftijd	6.4%	7.0%	10.4%	8.4%	8.9%
	Noch eens, noch oneens	Count	10	18	37	20	85
		% within leeftijd	12.8%	9.7%	9.0%	11.2%	9.9%
	Enigszins eens	Count	4	16	50	17	87
		% within leeftijd	5.1%	8.6%	12.1%	9.6%	10.2%
	Eens	Count	16	39	69	34	158
		% within leeftijd	20.5%	21.0%	16.7%	19.1%	18.5%
	Volledig eens	Count	30	49	107	43	229
		% within leeftijd	38.5%	26.3%	25.9%	24.2%	26.8%
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

C. Per geslacht

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

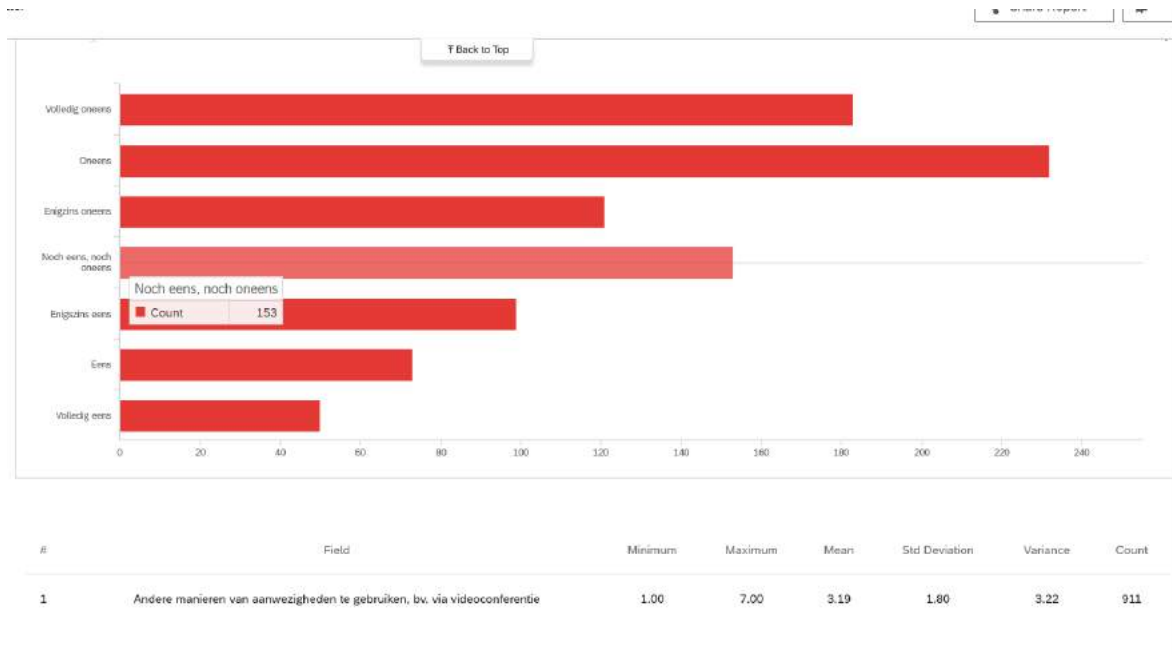
- Man: 57.56%
- Vrouw: 83.76%

**Slechts 2 keer per maand te vergaderen i.p.v. de
traditionele wekelijkse vergadering * Geslacht Crosstabulation**

			Geslacht		Total
			Man	Vrouw	
Slechts 2 keer per maand te vergaderen i.p.v. de traditionele wekelijkse vergadering	Volledig oneens	Count	113	5	118
		% within Geslacht	15.5%	3.9%	13.8%
	Oneens	Count	95	8	103
		% within Geslacht	13.0%	6.3%	12.0%
	Enigzins oneens	Count	70	6	76
		% within Geslacht	9.6%	4.7%	8.9%
	Noch eens, noch oneens	Count	75	10	85
		% within Geslacht	10.3%	7.9%	9.9%
	Enigszins eens	Count	71	16	87
		% within Geslacht	9.7%	12.6%	10.2%
	Eens	Count	131	28	159
		% within Geslacht	17.9%	22.0%	18.6%
	Volledig eens	Count	175	54	229
		% within Geslacht	24.0%	42.5%	26.7%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%	

4. Andere manieren van aanwezigheden te gebruiken, bv. via videoconferentie

- A. Algemeen
- Gemiddelde 3.19
 - Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 29.59%



B.

- Per leeftijd
Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)
- 0 – 40: 36.23%
 - 41 – 50: 28.28%
 - 51 – 65: 30.68%
 - 65 - ...: 23.33%

Andere manieren van aanwezigheden te gebruiken, bv. via videoconferentie * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1.00	2.00	3.00	4.00		
Andere manieren van aanwezigheden te gebruiken, bv. via videoconferentie	Volledig oneens	Count	15	34	89	33	171
		% within leeftijd	19.2%	18.3%	21.5%	18.5%	20.0%
	Oneens	Count	14	46	104	54	218
		% within leeftijd	17.9%	24.7%	25.2%	30.3%	25.5%
	Enigzins oneens	Count	15	22	51	26	114
		% within leeftijd	19.2%	11.8%	12.3%	14.6%	13.3%
	Noch eens, noch oneens	Count	9	41	61	28	139
		% within leeftijd	11.5%	22.0%	14.8%	15.7%	16.3%
	Enigzins eens	Count	8	14	54	19	95
		% within leeftijd	10.3%	7.5%	13.1%	10.7%	11.1%
	Eens	Count	8	13	39	9	69
		% within leeftijd	10.3%	7.0%	9.4%	5.1%	8.1%
	Volledig eens	Count	9	16	15	9	49
		% within leeftijd	11.5%	8.6%	3.6%	5.1%	5.7%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

C.

Per geslacht

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- Man: 28.71%
- Vrouw: 35.85%

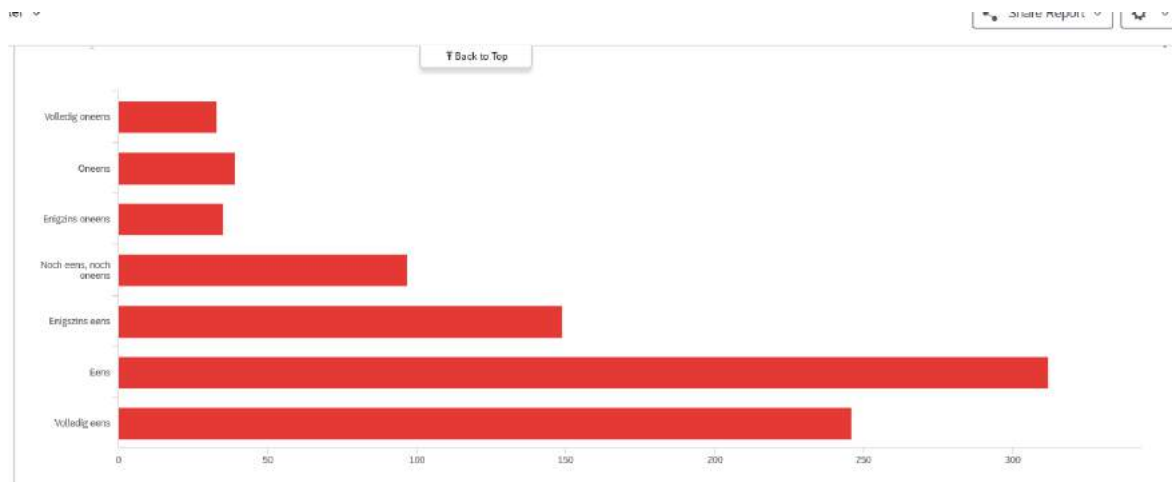
Andere manieren van aanwezigheden te gebruiken, bv. via videoconferentie *
Geslacht Crosstabulation

			Geslacht		Total
			Man	Vrouw	
Andere manieren van aanwezigheden te gebruiken, bv. via videoconferentie	Volledig oneens	Count	155	16	171
		% within Geslacht	21.2%	12.6%	20.0%
	Oneens	Count	191	28	219
		% within Geslacht	26.2%	22.0%	25.6%
	Enigzins oneens	Count	91	24	115
		% within Geslacht	12.5%	18.9%	13.4%
	Noch eens, noch oneens	Count	117	21	138
		% within Geslacht	16.0%	16.5%	16.1%
	Enigszins eens	Count	78	18	96
		% within Geslacht	10.7%	14.2%	11.2%
	Eens	Count	58	11	69
		% within Geslacht	7.9%	8.7%	8.1%
	Volledig eens	Count	40	9	49
		% within Geslacht	5.5%	7.1%	5.7%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%	

5. Aanwezigheid bij sociale acties als compensatie te laten gelden

A. Algemeen

- Gemiddelde 5.43
- Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 85.69%



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Aanwezigheid bij sociale acties als compensatie te laten gelden	1.00	7.00	5.43	1.57	2.47	911

B. Per leeftijd

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- 0 – 40: 89.39%
- 41 – 50: 89.16%
- 51 – 65: 89.68%
- 65 - ...: 82.61%

Aanwezigheid bij sociale acties als compensatie te laten gelden * leeftijd Crosstabulation

			leeftijd				
			1.00	2.00	3.00	4.00	Total
Aanwezigheid bij sociale acties als compensatie te laten gelden	Volledig oneens	Count	1	5	13	7	26
		% within leeftijd	1.3%	2.7%	3.1%	3.9%	3.0%
	Oneens	Count	5	6	12	14	37
		% within leeftijd	6.4%	3.2%	2.9%	7.9%	4.3%
	Enigzins oneens	Count	1	7	14	8	30
		% within leeftijd	1.3%	3.6%	3.4%	4.5%	3.5%
	Noch eens, noch oneens	Count	12	20	36	17	85
		% within leeftijd	15.4%	10.6%	8.7%	9.6%	9.9%
Enigzins eens	Count	14	27	60	39	140	
	% within leeftijd	17.9%	14.5%	14.5%	21.9%	16.4%	
Eens	Count	17	64	162	55	298	
	% within leeftijd	21.5%	34.4%	39.2%	30.9%	34.9%	
Volledig eens	Count	28	57	116	38	239	
	% within leeftijd	35.9%	30.6%	28.1%	21.3%	28.0%	
Total	Count	78	186	413	178	855	
	% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

C. Per geslacht

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- Man: 87.50%
- Vrouw: 90.52%

**Aanwezigheid bij sociale
acties als compensatie te laten gelden * Geslacht Crosstabulation**

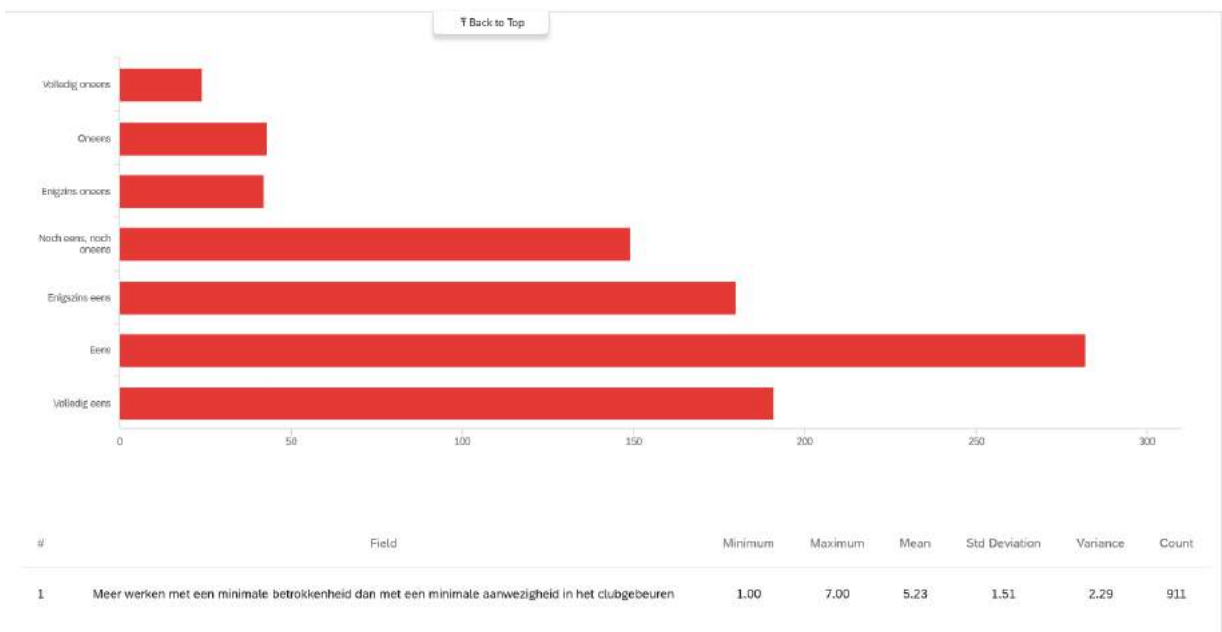
		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Aanwezigheid bij sociale acties als compensatie te laten gelden	Volledig oneens	Count	25	2	27
		% within Geslacht	3.4%	1.6%	3.2%
	Oneens	Count	30	6	36
		% within Geslacht	4.1%	4.7%	4.2%
	Enigzins oneens	Count	27	3	30
		% within Geslacht	3.7%	2.4%	3.5%
	Noch eens, noch oneens	Count	74	11	85
		% within Geslacht	10.1%	8.7%	9.9%
	Enigszins eens	Count	124	17	141
		% within Geslacht	17.0%	13.4%	16.5%
	Eens	Count	256	44	300
		% within Geslacht	35.1%	34.6%	35.0%
	Volledig eens	Count	194	44	238
		% within Geslacht	26.6%	34.6%	27.8%
Total		Count	730	127	857
		% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%

6. Meer werken met een minimale betrokkenheid dan met een minimale aanwezigheid in het clubgebeuren

A. Algemeen

- Gemiddelde 5.23

- Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie): 85.69%



B. Per leeftijd

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- 0 – 40: 87.50%
- 41 – 50: 83.97%
- 51 – 65: 89.77%
- 65 - ...: 79.7487%

Meer werken met een minimale betrokkenheid dan met een minimale aanwezigheid in het clubgebeuren * leeftijd Crosstabulation

		leeftijd				Total	
		1.00	2.00	3.00	4.00		
Meer werken met een minimale betrokkenheid dan met een minimale aanwezigheid in het clubgebeuren	Volledig oneens	Count	0	4	9	8	21
		% within leeftijd	0.0%	2.2%	2.2%	4.5%	2.5%
	Oneens	Count	2	12	16	10	40
		% within leeftijd	2.6%	6.5%	3.9%	5.6%	4.7%
	Enigszins oneens	Count	6	9	11	13	39
		% within leeftijd	7.7%	4.8%	2.7%	7.3%	4.6%
	Noch eens, noch oneens	Count	14	30	61	25	130
		% within leeftijd	17.9%	16.1%	14.8%	14.0%	15.2%
	Enigszins eens	Count	15	29	92	36	172
		% within leeftijd	19.2%	15.6%	22.3%	20.2%	20.1%
	Eens	Count	20	56	136	54	266
		% within leeftijd	25.6%	30.1%	32.9%	30.3%	31.1%
	Volledig eens	Count	21	46	88	32	187
		% within leeftijd	26.9%	24.7%	21.3%	18.0%	21.9%
	Total	Count	78	186	413	178	855
		% within leeftijd	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

C. Per geslacht

Hoeveel % het eens is (zonder middencategorie)

- Man: 85.60%
- Vrouw: 89.74%

Meer werken met een minimale betrokkenheid dan met een minimale aanwezigheid in het clubgebeuren * Geslacht Crosstabulation

		Geslacht		Total	
		Man	Vrouw		
Meer werken met een minimale betrokkenheid dan met een minimale aanwezigheid in het clubgebeuren	Volledig oneens	Count	18	3	21
		% within Geslacht	2.5%	2.4%	2.5%
	Oneens	Count	35	4	39
		% within Geslacht	4.8%	3.1%	4.6%
	Enigzins oneens	Count	34	5	39
		% within Geslacht	4.7%	3.9%	4.6%
	Noch eens, noch oneens	Count	119	10	129
		% within Geslacht	16.3%	7.9%	15.1%
	Enigszins eens	Count	145	28	173
		% within Geslacht	19.9%	22.0%	20.2%
	Eens	Count	226	41	267
		% within Geslacht	31.0%	32.3%	31.2%
	Volledig eens	Count	153	36	189
		% within Geslacht	21.0%	28.3%	22.1%
Total	Count	730	127	857	
	% within Geslacht	100.0%	100.0%	100.0%	