

Hoe beleven omwonenden vliegveld Teuge?

Datum: 29 juli 2021
Offertenummer: 2021376





Ons contact

Beste [REDACTED]

Op woensdag 21 juli maakten we kennis met elkaar en spraken we uitvoerig over de achtergronden van het onderzoek naar het wonen en leven in de omgeving van vliegveld Teuge. Dank hiervoor!

Vliegveld Teuge is een lokaal vliegveld in Gelderland tussen Apeldoorn, Deventer en Zutphen. Het vliegveld is in gebruik voor zakenvluchten, hobby- en rondvluchten met kleine toestellen. Op het vliegveld is het Nationaal Parachutisten Centrum Teuge gevestigd en het is één van de populairste plekken in Nederland om een parachutesprong vandaan te ondernemen.

De provincie Gelderland wil in het te nemen luchthavenbesluit een beperking stellen aan de tijden waarop mag worden gevlogen met de vliegtuigen waarmee parachutespringers omhoog worden gebracht. Dit om tegemoet te komen aan de klachten die met name over deze zogenaamde 'para-vluchten' worden geuit in de omgeving van het vliegveld.

Het te nemen besluit is het resultaat van de weging die het provinciebestuur heeft te maken tussen enerzijds de belangen van het vliegveld en het paracentrum (Nationaal Paracentrum Teuge) en anderzijds de gehinderden.

Naast de reeds beschikbare achtergrondinformatie en inzichten uit onderzoek wil de provincie Gelderland als input hiervoor ook een kwalitatief onderzoek uitvoeren onder omwonenden. Onderwerp van gesprek is hoe omwonenden vliegveld Teuge in het algemeen ervaren en de para-vluchten in het bijzonder.

In dit voorstel beschrijven we de doelstelling, doelgroep, opzet en de daaraan verbonden investeringen van het onderzoek. We hebben met veel plezier aan voorliggend onderzoeksvoorstel gewerkt. Mochten jullie nog vragen hebben, aarzel dan niet contact met ons op te nemen.

Hartelijke groeten [REDACTED]





Welkom bij DirectResearch!

Introductie

Wij zijn een onafhankelijk marktonderzoeksbureau, gevestigd in hartje Amsterdam en onderdeel van de ME Research Group.

DirectResearch staat door de fusie met Team Vier samen voor ruim 50 jaar aan ervaring en vormt één sterk onderzoekshuis met liefde voor het vak: met onze persoonlijke aanpak en kennis van onderzoek hebben we al jaren het vertrouwen van vele opdrachtgevers gewonnen. Marktonderzoek is bij ons in goede handen. Het is onze missie om de klant keer op keer een bijzondere beleving te geven: door onze klantgerichte en persoonlijke instelling, snelheid en flexibiliteit, innovatieve technieken en concrete inzichten uit onderzoek blijven wij onze klanten verrassen. Onze kernwaarden zijn:

- Snel en flexibel
- Klantgericht & transparant
- Uitstekende prijs / kwaliteit verhouding

NPS

+54





Achtergronden, doelstelling en doelgroep

Wat we willen weten

Deze offerte is geschreven op verzoek van Jaap Ruiter (Project- en programmaleider bij de provincie Gelderland) en Corné Stroomer (Beleidsmedewerker luchtvaart bij de provincie Gelderland).

De provincie Gelderland wil graag een kwalitatief onderzoek onder omwonenden van vliegveld Teuge uitvoeren. Het onderzoek moet antwoord geven op de centrale vraag óf omwonenden hinder ervaren van Teuge en zo ja, welke hinder en of die hinder te koppelen is aan bepaald vlieggedrag van vliegtuigen of bepaalde soorten vliegtuigen. Eventueel aangevuld met informatie of die hinder aanleiding is voor bepaald gedrag, bijvoorbeeld klagen, melden, weggaan etc. De vooronderstelling dat de meeste hinder van vliegveld Teuge van de paravluchten komt zal hierbij worden getoetst.

Het onderzoek wordt gebruikt in de onderbouwing van de afweging die de provincie heeft te maken in de balans tussen perspectief voor de luchthaven én het eventueel verminderen van hinder voor de omgeving. Ook kan het onderzoek aanleiding vormen voor vervolgvragen c.q. vervolgonderzoek.

Van wie

Doelgroep van het onderzoek zijn de omwonenden van vliegveld Teuge. Het betreft personen van 18 jaar en ouder die in Apeldoorn, Teuge, Twello en de omliggende kernen.

Het streven is een diversiteit aan omwonenden van vliegveld Teuge in het onderzoek te betrekken als het gaat om geslacht, leeftijd, het aantal jaren dat men woonachtig is in het gebied, het gebruik van de buitenruimte, de mate waarin men thuiswerkt en lid van een actiegroep. De precieze verdeling van de steekproef naar de verschillende achtergrondkenmerken vindt in overleg plaats met de provincie Gelderland plaats.

Van deelname aan het onderzoek worden tenminste de zakelijk betrokkenen bij het paracentrum uitgesloten. In overleg met de provincie Gelderland kan dit nog uitgebreid worden met bijvoorbeeld personen die in meer of mindere mate uit hoofde van hun functie betrokken zijn bij het luchthavenbesluit.



Het kwalitatieve onderzoek: de opzet

Diepte-interviews in combinatie met focusgroepen

Kwalitatief onderzoek sluit wat ons betreft optimaal aan bij de onderzoeksvragen en daarbij behorende doelstelling. Kwalitatieve gesprekstechnieken worden gekenmerkt door een open vraagstelling en een globale interviewstructuur. Door deze werkwijze is er ruimte voor initiatieven, nieuwe invalshoeken en persoonlijke verhaallijnen van de respondenten. Respondenten worden in de gelegenheid gesteld hun ideeën over het wonen en leven in de omgeving van vliegveld Teuge in eigen bewoordingen en vanuit een eigen referentiekader weer te geven. Eén en ander komt de validiteit, de volledigheid en de diepte van de verkregen informatie ten goede.

We stellen voor om een combinatie van diepte-interviews en focusgroepen te houden. De keuze voor diepte-interviews en focusgroepen is gelegen in het feit dat de beleving van het leven en het wonen in een gebied, zowel een individueel en collectief karakter heeft. Een tweede argument om focusgroepen te houden, is dat men name meningsvorming rondom dit onderwerp op basis van een interactie tot stand komt.

Het onderzoek spreiden we over twee veldwerkdagen (overdag en avond) met op iedere dag bij voorkeur vier diepte-interviews van 40 minuten, gevolgd door een focusgroep van anderhalf tot twee uur met vijf personen uit de doelgroep. De resterende ca. twee diepte-interviews voeren we uit op een tijdstip dat dit de respondenten goed past. De gesprekken worden online uitgevoerd in Microsoft Teams door gespecialiseerd kwalitatief onderzoeker. Dit jaar heeft DirectResearch door de coronacrisis ruime ervaring opgedaan met het online interviewen. Zo voerden we bijvoorbeeld diepte-interviews en/of focusgroepen uit met respondenten variërend van HR managers, pensioengerechtigden, klanten van een projectontwikkelaar en inwoners van een gemeente.

Hoewel we bij een “normale situatie” altijd zouden kiezen voor een face-to-face aanpak vanwege de aandacht die interviewer en respondent voor elkaar hebben en het belang van non-verbale communicatie, is online in het nieuwe normaal een prima alternatief. Respondenten kunnen met een link deelnemen aan het interview, waarbij door een onbeperkt aantal mensen kan worden meegekeken. De meekijkers kunnen tijdens de interviews notities op post-its maken op een online whiteboard (Google jamboard) die aan het einde van de veldwerkdag worden gebruikt om gezamenlijk de “rode draad” vast te stellen. Tot slot kunnen de interviews, bij akkoord van de respondent, worden opgenomen.

De gespreksleidraad voor de diepte-interviews en focusgroepen worden op basis van de startbespreking en in overleg met jullie ontwikkeld.



Werving

Klanten aan het woord

Het werven van de doelgroep wordt een uitdaging. Dit heeft te maken met het feit dat er geen bestand voorhanden is om de totale steekproef uit te trekken, een lage IR bij werving uit panelbestanden, en focusgroepen die op een specifieke datum/tijdstip eventueel face-to-face op locatie gehouden moeten worden. De klanten zullen daarom op twee verschillende manieren geworven moeten worden:

- Uit ons eigen ME Research panel (ISO gecertificeerd), en
- Via een partner, een extern werving- en selectiebureau.

De diepte-interviews worden gehouden met n=10 personen en de focusgroepen met twee keer n=5 personen uit de doelgroep van het onderzoek (zie slide 4). Per onderzoeksdag wordt telkens één extra reserverespondent geworven voor de diepte-interviews en één extra reserverespondent voor de focusgroep geworven.

DirectResearch of de partner verzorgt de communicatie met de deelnemers, waaronder het sturen van de bevestiging en het bellen van de deelnemers (de dag van tevoren als reminder).

Nadat definitief is vastgesteld dat het panellid geschikt is wordt een bevestiging per e-mail gestuurd. Mocht de focusgroep online plaatsvinden dan wordt deze bevestiging gevolgd door een test om na te gaan of het panellid ook daadwerkelijk over de vaardigheden en de faciliteiten beschikt om online via Microsoft Teams deel te nemen aan het onderzoek.

Bij de werving worden de respondenten geïnformeerd over:

- Het doel van het onderzoek;
- De opzet van het diepte-interviews of de focusgroep;
- Het maken van opnames van het onderzoek;
- Het meekijken door betrokkenen van de provincie Gelderland en DirectResearch;
- De incentive.

De geworven respondenten (incl. reserve kandidaten) worden voor het veldwerk voorgelegd aan de provincie Gelderland, waarbij de mogelijkheid geboden wordt om de geschiktheid van de verschillende respondenten door te spreken.

Als dank voor de medewerking aan het onderzoek ontvangen de respondenten een incentive van € 40,- (diepte-interview) of € 60,- (focusgroep) en de reserverespondenten die op de reservebank mogen blijven zitten ontvangen de helft van de incentive.



Gespreksleidraad

Open gesprekken met veel ruimte voor diepgang

De gespreksleidraad voor de diepte-interviews en focusgroepen wordt op basis van de startbespreking en in overleg met jullie ontwikkeld.

Het interview/de focusgroep zal telkens breed ingestoken worden: Hoe ervaart men het wonen en leven in het gebied? Waar is men positief over en waar minder positief? Op deze manier wordt een goed beeld gekregen van de mate waarin er daadwerkelijk hinder wordt beleefd van vliegveld Teuge met de zgn. 'para-vluchten'. Mocht een deelnemer aan het onderzoek hierover niet spontaan beginnen, dan leggen we het onderwerp op een open manier geholpen voor: Wat is je beeld van vliegveld Teuge? Welke ervaringen heb je met vliegveld Teuge? etc.

Hiernaast een voorbeeld van een aantal vraagpunten die in de gespreksleidraad opgenomen kunnen worden. Om bij de focusgroepen te stimuleren dat de deelnemers met elkaar in gesprek gaan, zal regelmatig getoetst worden in hoeverre zaken herkenbaar zijn voor de anderen.

Introductie	<ul style="list-style-type: none">Voorstellen, uitleg onderzoekssituatie, onderwerp, etc.
De woonomgeving	<ul style="list-style-type: none">Hoe lang woon je al in de huidige woonomgeving?Hoe ervaar je de huidige woonomgeving?Wat is de reden dat je hier woont?Wat vind je belangrijke aspecten als het gaat om de woonomgeving?Wat vind je prettig aan de huidige woonomgeving?En wat vind je niet prettig?Als je een rapportcijfer zou mogen geven voor je woonomgeving, welk cijfer zou dat dan zijn?Waar zou je nu (eigenlijk) het liefst willen wonen?<ul style="list-style-type: none">Stad versus net buiten de stad versus plattelandLet op: wel of niet in omgeving van vliegveld Teuge (alleen spontaan)Waarom?Wat zouden redenen kunnen zijn om de huidige woonomgeving te verlaten? (check spontaan: vliegveld Teuge)
Vliegveld Teuge	<ul style="list-style-type: none">Waar denk jij aan bij vliegveld Teuge?Wat zijn positieve aspecten aan vliegveld Teuge?Wat zijn er negatieve aspecten aan vliegveld Teuge?Vind je vliegveld Teuge een interessant onderwerp om over te praten?En zo ja, waarom / wat maakt het een interessant onderwerp?Praat je wel eens met anderen over vliegveld Teuge?Zo ja, met wie praat je dan over vliegveld Teuge?Door wie of wat is je mening over vliegveld Teuge gevormd?En wie of wat speelt daarin de belangrijkste rol?Hoe kijk je aan tegen berichtgeving over vliegveld Teuge? [<i>@moderator: niet expliciet 'geluidsoverlast' noemen, maar algemener stellen; of laten hangen van de 'flow' van de discussie of het onderwerp</i>]In hoeverre is die publiciteit iets dat je bezig houdt?



Het kwalitatieve onderzoek: de rapportage

Rapportage op basis van gezamenlijk vastgestelde “rode draad”

De rapportage van het onderzoek zal in verschillende fases verlopen:

- Veldwerkdag 1 - 2: Na afloop van het laatste interview op iedere veldwerkdag zal gezamenlijk, met onderzoekers en meekijkers, de “rode draad” worden vastgesteld aan de hand van de gegroepeerde post-its. Zo wordt verzekerd dat de dag direct uitvoerbare inzichten oplevert.
- Veldwerkdag x + 2 werkdagen: De rode draad wordt op één of twee slides uitgeschreven en gedeeld met provincie Gelderland.
- Laatste veldwerkdag x + 10 werkdagen: De rode draad wordt uitgewerkt tot een rapportage waarin inzichten worden begeleid door citaten van de respondenten, waardoor de meningen van de respondenten optimaal naar voren worden gebracht. Deze rapportage wordt aan provincie Gelderland in concept voorgelegd (20 – 25 slides).
- Laatste veldwerkdag x + 13 werkdagen: De feedback van provincie Gelderland op de conceptrapportage wordt verwerkt en een gefinetuneerde definitieve rapportage wordt aan provincie Gelderland opgeleverd.





Het kwalitatieve onderzoek: de voorlopige planning

Projectteam

Het onderzoek wordt uitgevoerd door Suzanne van den Haselkamp (Research Expert) en een externe moderator waar we al meer dan 25 jaar mee samenwerken (beiden zijn gespecialiseerd in kwalitatief onderzoek).

Planning

De looptijd van het onderzoek bedraagt – mede als gevolg van de uitdagende werving en de komende vakantieperiode – naar verwachting ongeveer 11 weken. De definitieve planning komt samen met provincie Gelderland tot stand.





Investeringen

De investering voor dit onderzoek is opgebouwd uit de volgende posten:

Algemeen

- Projectmanagement

5.1.2f

Vorbereiding

- Startbespreking en voortgangsbepreking t.b.v. finetunen opzet en het opstellen van de gespreksleidraad
- Ontwikkelen gespreksleidraad voor diepte-interviews en focusgroepen

5.1.2f

Werving & selectie

- Opstellen van de vragenlijst/instructie voor het wervings- & selectieproces (incl. monitoring)
- Werving en selectie van deelnemers inclusief incentive

5.1.2f

Uitvoering

- Uitvoeren van online diepte-interviews en focusgroepen (uren moderator, notulist en Research Expert)

5.1.2f

Rapportage

- Analyseren resultaten en opstellen tussentijdse topline samenvatting en beknopte eindrapportage, met alle belangrijke resultaten, conclusies en aanbevelingen (circa 20-25 slides), inclusief presenteren rapport via Zoom of MS Teams

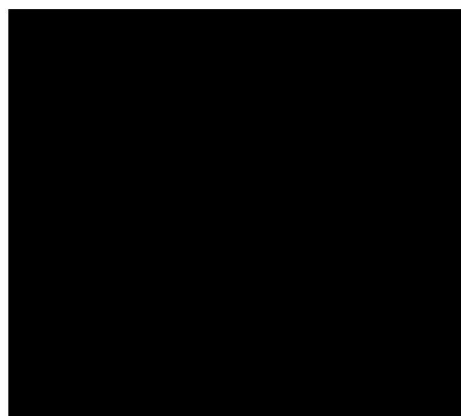
5.1.2f

Totaal

14.250



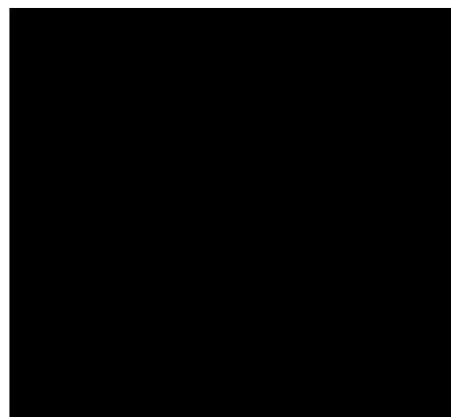
Contactpersonen



Client Director

06 [redacted]

[redacted]@directresearch.nl



Research expert

06 [redacted]

[redacted]@directresearch.nl

Heeft u vragen?
Laat het ons weten!



Bijlage

Onderzoeksooplossingen



2. Ervaring en cases

We spraken over onze visie omtrent omgevingsonderzoek. Onze ervaringen omtrent onderzoek naar hinderbeleving of 'omgevingsonderzoek' zijn talrijk. Enkele opdrachtgevers van ons: gemeente Teylingen, Westerscheldetunnel N.V, Heijmans ('Omgevingsonderzoek A1 Apeldoorn – Beekbergen), Max Bögl, Unibail-Rodamco-Westfield en Schelde Commissie (Nieuwe Sluis Terneuzen).

A. Omgevingsmonitor Spaarndammertunnel

Achtergrond

De Spaarndammertunnel, is een tunnel die de Spaarndammerweg ondergronds brengt ter hoogte van de nieuwe woonwijk Houthavens. De gemeente wil hiermee het leefklimaat in de wijk verbeteren. In opdracht van hoofdaannemer Max Bögl is in kaart gebracht hoe de tevredenheid is over de uitvoering van het project en hoe de communicatie is verlopen.

Methode

Het onderzoek is door middel van online onderzoek (wervingen via online panels en flyers) uitgevoerd onder buurtbewoners, ondernemers en ouders van schoolgaande kinderen in de buurt. In 4 metingen is hen gevraagd naar kennis, houding en gedrag ten aanzien van hinder, ervaren risico's en communicatie.

Resultaat

Door middel van een visuele rapportage (en na de 4^e meting een eindrapportage) is gebleken dat de projectaanpak als totaal als positief werd beoordeeld, met verbeterpunten op het vlak van informatieverstrekking aan omwonenden en hen eveneens meer inspraak te geven. Potentiële gevaren voor de verkeersveiligheid (zoals de plaats van markeringen) zijn hiermee verholpen.

Referentie :

██████████@nl.max-boegl.com

B. Tevredenheidsonderzoek Westerscheldetunnel

Achtergrond

De Westerscheldetunnel is door zijn centrale ligging de belangrijkste schakel tussen Zeeland, Vlaanderen en West-Brabant. DirectResearch adviseert Westerscheldetunnel periodiek op basis van onderzoek over de tevredenheid, hinderbeleving, informatievoorziening, verlichting, prijsbeleving en meer.

Methode

Het onderzoek wordt sinds 2015 uitgevoerd onder de vaste en losse klanten van de Westerschelde tunnel. De vaste klanten zijn de klanten die betalen met de t-tag en daardoor geregistreerd staan bij de tunnel. De losse klanten zijn automobilisten die tol betalen aan de kassa of aan de creditcard laan. Deze laatste groep wordt door middel van flyers geworven voor deelname.

Resultaat

Door middel van prioriteitsanalyses en presentaties weet Westerscheldetunnel de tevredenheid hoog te houden. Onder meer door tijdig en duidelijk te communiceren over de stremming en de gevolgen, kunnen gebruikers in staat worden gesteld om tijdig hun afweging te maken (alternatieve route, aanpassing reisplannen).

Referentie :

██████████
Beleidsadviseur Communicatie
██████████@westerscheldetunnel.nl

Met wie we samen werken

<p>Telecom & IT</p> <p>vodafone  Ziggo</p> <p> transip</p> <p>LIBERTY GLOBAL</p> <p>  SAMSUNG</p> <p> T-Mobile</p>	<p>FMCG</p> <p> Unilever</p> <p> GO-TAN</p> <p> Dr. Oetker</p> <p> Bolletje</p> <p> HARIBO</p> <p> Nature's Pride</p> <p> FrieslandCampina</p> <p> Red Bull</p> <p> Voedingscentrum</p>	<p>Energie</p> <p>VATTENFALL </p> <p> Eneco</p> <p> iChoosr</p> <p> e-on</p> <p> aliander</p> <p> Energiewacht</p>	<p>Retail & Ecommerce</p> <p> bol.com</p> <p> Miele</p> <p> PLUS</p> <p> JUMBO</p> <p> HEMA</p> <p> supermarkten</p> <p> Gall & Gall</p> <p> B/S/H/</p> <p> AIR MILES</p>
<p>Woning(bouw)</p> <p> Ymere</p> <p> Bouwinvest</p> <p> bpd</p> <p> Bouwend Nederland</p> <p> wavin</p> <p> Habion</p> <p> UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD</p> <p> heijmans</p>	<p>Publieke domein</p> <p> Rijksoverheid</p> <p> Gemeente Amstelveen</p> <p> Gemeente Huizen</p> <p> gemeente TEYLINGEN</p> <p> Gemeente Amsterdam</p> <p> D66</p> <p> VNG</p>	<p>Zorg & Goede doelen</p> <p> BERGMAN CLINICS</p> <p> WAKKER DIER</p> <p> Allianz Direct</p> <p> tergooi</p> <p> achmea</p> <p> LEPRA</p> <p> tergooi</p> <p> WORLD ANIMAL PROTECTION</p> <p> Rode Kruis</p>	<p>Mobiliteit & Distributie</p> <p> postnl</p> <p> spotta</p> <p> KLM</p> <p> RENAULT</p> <p> Schiphol</p> <p> Amsterdam Airport</p>

Waarom klanten kiezen voor DirectResearch



Korte doorlooptijden

Snel en flexibel. Door gebruik van eigen onderzoekpanels kunnen wij snel een marktonderzoek uitzetten.



Concrete resultaten

Wij leveren geen lange rapporten op, maar focussen ons op de resultaten op basis waarvan u kunt beslissen.



Duidelijke tarieven

Geen verborgen kosten, u weet vooraf waar u aan toe bent.



Ervaren onderzoekers

Marktonderzoek is een vak, ons vak. Onze ervaren onderzoekers staan u met raad en daad terzijde.



Kritisch meedenken

Wij zijn niet van 'u vraagt, wij draaien'. We denken kritisch mee welk type onderzoek het best past bij uw vraag.



Samenwerken

DirectResearch maakt online marktonderzoek makkelijk. Voor u én voor de respondent.



Innovatieve onderzoeksvormen

Enquêtes worden soms niet erg gemotiveerd ingevuld. Wij bedenken vormen die wél uitnodigend zijn.



Hoog rendement

Helder inzicht in reacties van uw doelgroep, lage kosten. Door betere beslissingen verdient u het weer terug.

Kwaliteit bij DirectResearch

Gedragscode

DirectResearch is lid van de Markt Onderzoek Associatie (MOA), het expertise centrum voor Marketing Insights, Onderzoek en Analytics. Hiermee onderschrijven wij de door de brancheorganisatie vastgestelde gedragscode voor marktonderzoek, persoonlijke informatie en privacybescherming. Bij de uitvoering van het onderzoek zal DirectResearch ook rekening houden met de gedragscode zoals deze is vastgesteld voor de praktijk van het marktonderzoek in de ESOMAR-ICC-code.

ISO certificering en kwaliteit

Wij hanteren strikte kwaliteitseisen voor de uitvoering van marktonderzoek en de verwerking van (persoons)gegevens. DirectResearch beschikt over de volgende ISO certificaten: ISO 20252:2019, Annex A (Sampling & Access panels), Annex B (Veldwerk), Annex E (Zelf voltooiing), Annex F (Datamanagement en -verwerking) en ISO 27001, informatiebeveiliging. Daarnaast is DirectResearch lid van de Research Keurmerkgroep.

DirectResearch bewaart de primaire data en andere op dit project betrekking hebbende documenten gedurende een periode van tenminste 24 maanden. De onderzoeksprojecten worden op regelmatige basis door DirectResearch geëvalueerd.

Lid van





Vliegclub Teuge

DirectResearch BV

020 770 75 79

Herengracht 454

info@directresearch.nl

1017 CA Amsterdam

www.directresearch.nl