

De rol van een online community bij het tot stand brengen van onderhoud van ruiterspaden

Lindy Stoetzer

RIJKSUNIVERSITEIT GRONINGEN | FACULTEIT RUIMTELIJKE WETENSCHAPPEN

STUDENTNUMMER: 2227452

BEGELEIDER: M. DAAMS

SAMENVATTING

Achtergrond: De financiële steun van de overheid voor natuuronderhoud neemt de laatste jaren steeds verder af. Ook op infrastructuur, zoals ruiterspaden, wordt steeds meer bezuinigd. Paardenhouders maken regelmatig gebruik van het buitengebied. Het zou daarom interessant zijn om te weten hoe collective action door paardenhouders met betrekking tot ruiterspaden tot stand zou kunnen worden gebracht. Daarnaast is er nog weinig bekend over de rol die online communities zouden kunnen spelen bij het tot stand brengen van collective action met betrekking tot natuuronderhoud.

Doel: Het doel van dit onderzoek is om te bekijken welke rol een online community kan spelen bij het tot stand brengen van onderhoud van ruiterspaden. Er wordt hierbij op drie speerpunten ingezoomd, namelijk de rollen van een online community bij het tot stand brengen van vrijwilligerswerk, financiering en policy making met betrekking tot natuuronderhoud.

Methoden: Er is gebruik gemaakt van een enquête, deze bestond uit een combinatie van open vragen en meerkeuzevragen. Deze is verspreid op twee stallen in de omgeving van Groningen. Daarnaast zijn deze gegevens aangevuld met informatie uit literatuuronderzoek.

Resultaten: Er blijkt dat paardenhouders met name graag betrokken zouden willen worden bij het nemen van beslissingen rondom ruiterspaden in hun directe omgeving. Daarnaast gaf meer dan de helft van de respondenten aan wel bij te willen dragen aan de ruiterspaden middels een financiële bijdrage of vrijwilligerswerk.

Conclusie: Er blijkt wel interesse te zijn onder paardenhouders in een online community met betrekking tot ruiterspaden. Deze community zou een belangrijke rol kunnen spelen in de communicatie tussen mensen en bij het mobiliseren van mensen. Belangrijk hierbij is dat er goed gekeken wordt naar de gebruiksvriendelijkheid van de tool. Het blijft echter de vraag in hoeverre een online community toepasbaar zou kunnen zijn voor andere groepen natuurgebruikers, zoals wandelaars en fietsers, omdat de samenstelling van deze doelgroepen verschilt.

INHOUDSOPGAVE

Samenvatting	1
Inleiding.....	3
Aanleiding	3
Probleemstelling.....	4
Opbouw Scriptie	4
Theoretisch kader	5
Natuur als public good.....	5
Social media en collective action.....	5
Conceptueel model.....	7
Methode	8
Enquete.....	8
verspreiding van de enquete	8
Inhoud van de enquete	8
Data verwerking	9
Literatuuronderzoek.....	9
Reflectie	9
Ethische vraagstukken	10
Resultaten	12
Algemene gegevens respondenten	12
Sociale media gebruik	13
Welke rol kan een online community spelen met betrekking tot het tot stand brengen van Vrijwilligerswerk?	13
Welke rol kan een online community spelen met betrekking tot het tot stand brengen van financiering	13
Welke rol kan een online community spelen met betrekking tot het tot stand brengen van Policy making? .	14
Welke opmerkingen zijn er met betrekking tot de vormgeving van een online community?	14
Welke gebieden zijn belangrijk voor ruiters?	15
Conclusie	1
Discussie.....	2
Literatuurlijst.....	3
Bijlage A: Enquête ruiterspaden	4

INLEIDING

AANLEIDING

Volgens Van der Windt en Loohuis (2007) rijdt 80 procent van de paardenhouders regelmatig in het buitengebied. Een goed toegankelijk buitengebied is aantrekkelijk voor het maken van buitenritten (Van der Windt en Loohuis, 2007). Er worden in Nederland 17 miljoen buitenritten per jaar gemaakt (Ministerie van LNV, 2006). Dit is een stuk meer dan 10 jaar geleden, en de paardensector in ons land is dan ook behoorlijk gegroeid (Ministerie van LNV, 2006). Ook in de periode van 2006 tot 2011 is de paardensector ondanks de economische crisis nog met 2 procent gegroeid (ZKA Consultants and Planners, 2011). In de zomermaanden worden vrijwel tweemaal zoveel buitenritten gemaakt als in de winter (ZKA Consultants and Planners, 2006). Voor deze buitenritten is de aanwezigheid en het onderhoud van ruiterspaden van groot belang.

In Nederland neemt de financiële steun van de overheid voor natuurbehoud af en daarom is het nodig te zoeken naar andere manieren om natuurbehoud te financieren (Bijker et al., 2014). Ook op recreatieve infrastructuur wordt bezuinigd, waar de ruiterspaden onder vallen. In 2014 bracht de Koninklijke Nederlandse Hippische Sportvereniging als reactie hierop een petitie uit in samenwerking met NOC*NSF, KNSB, KNBLO, NWB, NTFU, Atletiekunie, NISB en de KNWU. Dit actieplan buitensport werd uiteindelijk, voorzien van 28.000 handtekeningen, op 18 mei 2014 aangeboden aan minister Schippers van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.

De natuur kan ook wel gezien worden als een public good (Bijker et al., 2014). Olson (1965) beschrijft twee elementen die problematisch kunnen zijn bij een 'public good', namelijk de neiging tot 'free riding' en de moeilijkheid om formele organisaties te creëren om dit free riding te vermijden. Deze zaken kunnen het tot stand brengen van collective action rondom een public good bemoeilijken. Ook voor ruiterspaden geldt dat ze gezien kunnen worden als een public good, doordat gebruikers lastig uit te sluiten zijn. Het tot stand brengen van collective action rondom ruiterspaden zou dan ook lastig kunnen zijn. Daarnaast hebben virtuele gemeenschappen volgens Wright (2005) een flinke groei doorgemaakt, en nemen honderdduizenden mensen regelmatig deel aan discussies over vrijwel elk denkbaar onderwerp. Ook voor paardensporters is internet inmiddels de belangrijkste informatiebron geworden (ZKA Consultants and Planners, 2011). De hoofdvraag van dit onderzoek is dat ook of een online community een rol zou kunnen spelen bij het tot stand brengen van collective action, namelijk in de vorm van onderhoud van ruiterspaden.

Volgens De Vries et al. (2013) is het lastig om de mate van waardering van het algemene publiek voor een plek of landschap te bepalen. Zo is het ook voor beleidsmakers lastig te bepalen welke gebieden en paden ruiters het belangrijkste vinden. Het is echter wel van belang om dit te weten, omdat men dan weet naar welke gebieden de meeste aandacht uit moet gaan met betrekking tot onderhoud en ontwikkeling. De Vries et al. (2013) ontwikkelden de Hotspotmonitor om deze mate van waardering beter in kaart te kunnen brengen. Vanuit de Hotspotmonitor werd vervolgens de Greenmapper-tool ontwikkeld. Er is echter nog niet gekeken of deze tool ook ingezet zou kunnen worden bij het meten van de favoriete locaties van een specifieke doelgroep, zoals ruiters. Deze vraag is onderdeel van dit onderzoek.

PROBLEEMSTELLING

Er zijn al verschillende onderzoeken gedaan naar de rol van sociale media bij het organiseren van protesten (Seeger & Bennett, 2011). Er is echter nog weinig bekend over de rol die sociale media of andere online platforms zouden kunnen spelen bij het tot stand brengen van collective action met betrekking tot natuuronderhoud. Het is dan ook de doelstelling van deze thesis om dit te onderzoeken. Hierbij wordt gebruik gemaakt van een case-study waarbij ingezoomd wordt op het onderhoud van ruiterspaden in Nederland. De hoofdvraag is hierbij als volgt:

‘Welke rol kan een online community spelen bij het tot stand brengen van onderhoud van ruiterspaden?’

Hierbij worden de volgende deelvragen beantwoord:

- Welke rol kan een online community spelen bij het tot stand brengen van vrijwilligerswerk met betrekking tot onderhoud van ruiterspaden?
- Welke rol kan een online community spelen bij het tot stand brengen van financiering van onderhoud van ruiterspaden?
- Welke rol kan een online community spelen bij het betrekken van mensen bij policy making met betrekking tot onderhoud van ruiterspaden?

OPBOUW SCRIPTIE

In het volgende hoofdstuk van de thesis worden de relevante theorieën en concepten met betrekking tot de onderzoeksvraag besproken. Vervolgens wordt in hoofdstuk 3 beschreven welke methode er is gebruikt voor de dataverzameling en data-analyse. Hoofdstuk 4 beschrijft de belangrijkste resultaten van de data-analyse. Tot slot wordt in hoofdstuk 5 een conclusie getrokken en aanbevelingen gedaan voor verder onderzoek en voor de praktijk.

THEORETISCH KADER

NATUUR ALS PUBLIC GOOD

Bijker et al. (2014) beschrijven dat de natuur gezien kan worden als een public good. Olson (1965) beschrijft als kenmerk van een public good dat degenen die niet betalen voor een public good niet uitgesloten kunnen worden van consumptie van het public good. Een public good is dus het tegenovergestelde van een 'selective incentive', een 'excludable good' dat alleen wordt geleverd aan donateurs (Lupia en Sin, 2003). Voor veruit de meeste ruiterspaden in Nederland geldt dat ze eveneens gezien kunnen worden als een public good, omdat ze openbaar toegankelijk zijn en iedereen er gebruik van kan maken.

Olson (1965) beschrijft twee elementen die problematisch kunnen zijn bij een 'public good', namelijk de neiging tot 'free riding' en de moeilijkheid om formele organisaties te creëren om dit free riding te vermijden. Deze aspecten zouden problematisch kunnen zijn bij het tot stand brengen van collective action met betrekking tot een public good. Collective action wordt in dit onderzoek als volgt gedefinieerd: 'een actie die door een groep mensen gezamenlijk ondernomen wordt om zo een gemeenschappelijk doel te bereiken'. Ook bij ruiterspaden zou het tot stand brengen van collective action lastig kunnen zijn, doordat er bij het gebruik moeilijk onderscheid gemaakt kan worden tussen donateurs en niet-donateurs.

Volgens Ostrom (2014) heeft uitgebreid veldwerk aangetoond dat veel individuen zich wel degelijk organiseren om collective action tot stand te brengen. Ostrom (2014) schrijft ook dat er een enorm aantal contextuele variabelen zijn geïdentificeerd die bijdragen aan het al dan niet tot stand komen van collective action. De volgende variabelen worden onder andere genoemd: de relatieve schaarsheid van het goed, de grootte van de groep die erbij betrokken is, de heterogeniteit van de groep, de afhankelijkheid van de groep van het goed, algemeen begrip van de groep, de mate van de neiging tot free riding, de grootte van het totale collectieve voordeel en de aanwezigheid van leiderschap.

SOCIAL MEDIA EN COLLECTIVE ACTION

Lupia & Sin (2003) borduren voort op de theorie die Mancur Olson beschrijft in *The Logic of Collective Action*. Er wordt bekeken in hoeverre Olson's theorieën veranderd zijn door de opkomst van nieuwe technologieën. Ze stellen dat het internet ertoe leidt dat individuen berichten en beelden kunnen verspreiden naar een wereldwijd publiek tegen lage kosten. Wanneer dit gecombineerd wordt met filmtechnieken kan men face-to-face boodschappen sturen aan talloze ontvangers tijdens bijvoorbeeld videoconferenties (Lupia & Sin, 2003). Doordat de organisatiekosten door nieuwe technologieën lager worden wordt Logic 3 van Olson, namelijk het idee dat collective action makkelijker tot stand komt wanneer de groep kleiner is, minder belangrijk, aldus Lupia en Sin (2003). Met betrekking tot dit onderzoek zou dit kunnen betekenen dat collective action met betrekking tot ruiterspaden tegenwoordig makkelijker tot stand kan komen. Ondanks dat het een grote doelgroep betreft, zou deze makkelijker bereikt kunnen worden dan vroeger, bijvoorbeeld door middel van een online community.

Hamptom (2002) deed onderzoek onder de bewoners van Netville, een wijk van Toronto waar een high speed netwerk onderdeel was van het ontwerp van de wijk. Hieruit bleek dat de bewoners van Netville er beter in slaagden gemeenschappelijke problemen op te lossen dan ze geweest zouden zijn zonder het lokale computer netwerk. Volgens Hamptom (2002) kwam dit vooral doordat ICT de kosten van gemeenschappelijk organiseren verlaagde en de snelheid verhoogde. Ook stelt Hamptom (2002) dat het belangrijk was dat bewoners de flexibiliteit hadden om deel te nemen aan collective action op een tijd en plaats die hen als individu paste. Hieruit blijkt dat de gebruiksvriendelijkheid van een online community erg belangrijk is. Wanneer mensen deze gemakkelijk op verschillende apparaten, waaronder de smartphone, kunnen gebruiken levert dit een flexibele tool op die mensen kunnen gebruiken wanneer ze zelf willen.

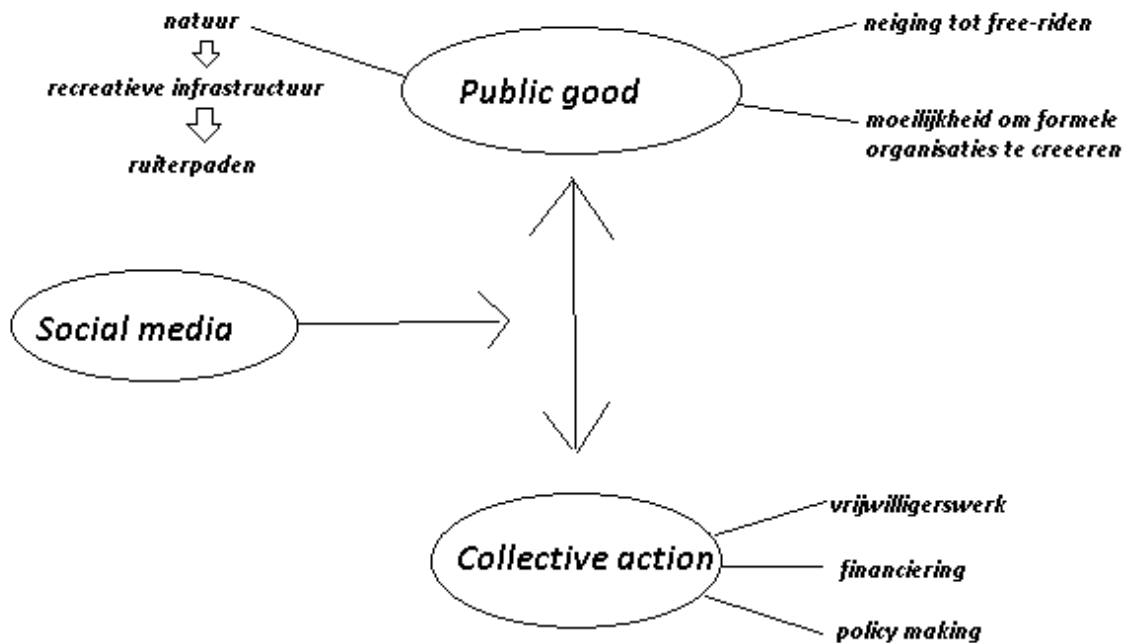
Met de komst van de sociale media is de traditionele relatie tussen politieke autoriteit en de wil van het volk beëindigd, waardoor het makkelijker is voor de 'powerless' om te participeren in problemen (Gladwell, 2010). Sociale media is er vooral op gebouwd om zwakke sociale banden te onderhouden (Gladwell, 2010). Men onderhoudt connecties met contacten die zonder sociale media zouden vervagen. Op deze manier is het bijvoorbeeld mogelijk een groot aantal vrienden op Facebook te hebben, een veel groter aantal dan in werkelijkheid mogelijk is (Gladwell, 2010). Ook tussen de verschillende gebruikers van ruiterspaden spelen deze zwakke sociale banden een rol. Paardenhouders van verschillende stallen in dezelfde regio kennen elkaar soms wel van gezicht en komen elkaar een enkele keer tegen, maar zien elkaar vaak niet op regelmatige basis.

Daarnaast schrijft Gladwell (2010) dat collective action op sociale media vooral tot stand komt doordat het gemakkelijk gemaakt wordt om te participeren. Door niet te veel te vragen, bijvoorbeeld een donatie van 50 cent, kan het aantal participanten snel stijgen. Dit komt doordat de hoeveelheid motivatie die je nodig hebt om te participeren dankzij het gebruik van sociale media verlaagd is, aldus Gladwell (2010).

Verder schrijft Gladwell (2010) dat de sociale media, die gebruikt worden om netwerken te bouwen, het tegenovergestelde zijn in structuur en karakter ten opzichte van hiërarchieën. Netwerken worden niet gecontroleerd door een centrale autoriteit, beslissingen worden gemaakt door consensus van de deelnemers en de banden binnen de groep zijn zwak. Hierdoor zijn de netwerken flexibel en goed aan te passen in situaties met een laag risico (Gladwell, 2010). Wil men een systemische verandering te weeg brengen, dan zijn netwerken toereikend. Volgens Gladwell (2010) is voor een krachtige en georganiseerde beslissing echter wel degelijk een hiërarchie nodig. Met betrekking tot ruiterspaden zouden deze georganiseerde beslissingen begeleid kunnen worden door verschillende organisaties, zoals ruiterverenigingen (de Koninklijke Nederlandse Hippische Sportvereniging en de Federatie Nederlandse Rijscholen) of landschapsbeheerders (bijvoorbeeld Staatsbosbeheer en de provinciale landschappen). Echter wordt er tot op heden door deze organisaties nog niet duidelijk zichtbaar gebruik gemaakt van een (online) mogelijkheid om gebruikers te betrekken bij beslissingen rondom infrastructuur zoals ruiterspaden.

Dijk et al. (2013) schrijven: 'Mensen hebben op Twitter over het algemeen het meeste contact met mensen uit hun eigen omgeving, mensen die dezelfde taal spreken en mensen die op hen zelf lijken. Landgrenzen (en taal) spelen nog steeds een belangrijke rol. Lokale netwerken en structuren, zoals scholen, (sport)verenigingen en vriendengroepjes geven mede vorm aan de interactie op sociale netwerksites.' Bij een online community rondom ruiterspaden zou het dus wellicht gunstig zijn als dit een lokale of regionale doelgroep aanspreekt.

CONCEPTUEEL MODEL



Figuur 1: Conceptueel model

In Figuur 1 is het conceptuele model van dit onderzoek te zien. De invloed van de sociale media op de wisselwerking die bestaat tussen collective action en een public good wordt onderzocht. Kenmerkende zaken voor een public good zijn de neiging tot freeriden en de moeilijkheid om formele organisaties met betrekking tot het public good te creëren (Olson, 1965). De uitingen van collective action die onderzocht worden in deze thesis zijn vrijwilligerswerk, financiering en policy making. De natuur wordt gezien als public good (Bijker et al., 2014). Onderdeel hiervan is de recreatieve infrastructuur, waaronder ook de ruiterspaden vallen. Op het onderhoud van deze ruiterspaden wordt ingezoomd door middel van een casestudy.

METHODE

ENQUETE

In dit onderzoek is gekozen voor dataverzameling door middel van een enquête omdat het bij dit onderzoek met name gaat om het verzamelen van meningen. Volgens McLafferty(2010) is een enquête een waardevol hulpmiddel om complex gedrag en sociale interacties te onderzoeken. De enquête is bijgevoegd in bijlage A.

VERSPREIDING VAN DE ENQUETE

De enquête wordt verspreid op twee stallen in de omgeving van Groningen. Op deze twee stallen staan voornamelijk eigen paarden van mensen in pension. De eerste stal ligt in Glimmen, met in de directe omgeving de natuurgebieden Appelbergen, Vosbergen, het Quintusbos en het Noordlaarderbos. De tweede stal ligt in de Punt. Hier zijn de directe uitrijmogelijkheden richting het Bolhuisgat en richting de vindplaats van het meisje van Yde. Op deze stallen wordt de enquête verspreid met hieraan toegevoegd het extra vragenblad met vragen uit de Greenmapper. Voor de kaart is gekozen voor een uitsnede van een google-maps satellietkaart van circa 5 kilometer rondom de stallen (zie figuur 4 en figuur 5 in Bijlage A).

Daarnaast wordt de enquête wordt deels online verspreid via facebook. Madge en O'Connor(2004) schrijven (in McLafferty (2010)) dat online enquêtes verschillende voordelen hebben: ze zijn goedkoop te verstrekken en ze bieden toegang tot geografisch verspreide populaties. In dit onderzoek worden respondenten uit heel Nederland ondervraagd. Scholl et al. (2002) stellen dat een nadeel van online enquêtes het gebrek aan representativiteit is wanneer niet de hele populatie toegang heeft tot internet. Ze stellen echter ook dat wanneer het merendeel van de maatschappij toegang heeft tot internet dit nadeel wegvalt. Respondenten worden geïncludeerd wanneer ze aan geven afgelopen jaar actief te zijn geweest in de paardensport. Het invullen van de enquête duurt circa tien minuten.

INHOUD VAN DE ENQUETE

De enquête bestaat uit een combinatie van open vragen en meerkeuzevragen. De enquête is opgebouwd uit allereerst een kleine sectie met vragen over de persoonlijke gegevens van de respondent. Daarna worden er vragen gesteld over hoe intensief een respondent de paardensport beoefend en hoe intensief een respondent buiten rijdt, dit om erachter te komen hoe vaak iemand gebruik maakt van de openbare weg (waaronder ook de ruiterspaden vallen) met een paard. Vervolgens worden er een aantal vragen gesteld over het gebruik van sociale media.

Daarna wordt er gevraagd of de respondent klachten of suggesties heeft met betrekking tot ruiterspaden. Hier is voor gekozen om zo de grootste knelpunten die de ruiters tegen komen kort te inventariseren. Daarna gaat de enquête over in een aantal vragen over policy making, onderhoud en vrijwilligerswerk. Tot slot worden er nog gevraagd of de respondent eventueel belangstelling zou hebben om te participeren in een online community met betrekking tot ruiterspaden en hoe de respondent deze online community dan vormgegeven zou willen zien.

EXTRA VRAGENBLAD

Bij de enquêtes die verspreid zijn op de twee pensionstallen is een extra vragenblad aan de enquête toegevoegd met hierop vragen die vrijwel gelijk zijn aan de vragen die in de Greenmapper-tool worden gesteld. Dit extra vragenblad is alleen toegevoegd in de enquête die verspreid is op de stallen, en niet in de online enquête, omdat dit praktische problemen met betrekking tot het markeren op de kaart op zou leveren.

Middels dit extra vragenblad wordt er ruimtelijk gemeten om erachter te komen welke gebieden voor ruiters belangrijk zijn. Er is voor gekozen om deze vragen op papier te verspreiden, omdat het gebruik van de Greenmapper-tool een aantal praktische bezwaren opleverde. Allereerst zou het gebruik van de Greenmapper-tool de respondenten meer tijd hebben gekost, omdat het aanmaken van een account ook tijd in beslag neemt. Daarnaast zou de anonimiteit van de respondenten niet gewaarborgd zijn, omdat zij gevraagd worden een emailadres op te geven om een account aan te maken. Ook was het doel van het gebruik van de Greenmapper in dit onderzoek vooral om te kijken naar wat iemand een aantrekkelijke plek vindt om paard te rijden. Bij de originele Greenmapper-tool werd gevraagd naar het postcode van het woonadres van de respondent, er werd afhankelijk daarvan binnen een straal van 2 km en 20 km en landelijk en wereldwijd een aantrekkelijke plek te markeren. Bij paardenhouders is het zo dat lang niet iedereen dicht in de buurt van de stalling van zijn of haar paard woont. Bij de straal van 2 km van het woonadres zou een ruiterspad wat ze aantrekkelijk vinden voor veel mensen al niet te markeren zijn, en bij een straal van 20 km voor enkele respondenten mogelijk ook niet. Daarom is er voor gekozen om de postcode van de twee stallen als uitgangspunt te nemen, en een kaart te printen met een straal van circa 5 km van de stal. Door op dit straalniveau te meten wordt verwacht dat de gebieden waar de ruiters op regelmatige basis rijden geïnccludeerd zijn op de kaart. De respondent wordt gevraagd op deze kaart een aantrekkelijke plek te markeren en hierover vervolgens een aantal vragen te beantwoorden. Er is voor gekozen om in punten te meten, en niet in vlakken, omdat men zo exact aan kan geven welke plek men aantrekkelijk vindt.

DATA VERWERKING

De data verwerking vindt plaats met behulp van SPSS 23.0.0.0. De antwoorden uit de enquête werden hierin ingevoerd.

Bij het markeren van een aantrekkelijke plek op de kaart blijkt dat veel mensen dezelfde bosgebieden hebben gemarkeerd. Er is daarom voor gekozen om deze bosgebieden als antwoordmogelijkheden in SPSS in te voeren en aan de hand daarvan te kijken welke gebieden het meest zijn aangekruist.

Nadat alle data waren ingevoerd zijn deze geanalyseerd. Bij de analyse is gekozen voor beschrijvende statistiek.

LITERATUURONDERZOEK

Daarnaast is de informatie uit de enquête aangevuld met een literatuuronderzoek. In de literatuur is gekeken naar wat er al bekend is over de rol van online communities met betrekking tot de drie speerpunten van dit onderzoek (vrijwilligerswerk, financiering en policy making). Daarnaast is gekeken in hoeverre de resultaten van het literatuuronderzoek toepasbaar zijn in de context van natuuronderhoud.

REFLECTIE

Bij de reflectie op het onderzoeksproces komen een aantal zaken naar voren die allicht beter op een andere manier hadden gekund. Zo was er nu sprake van dat er onder de respondenten enige bekenden van de onderzoeker zaten. Het was beter geweest voor de anonimiteit van de enquête als de onderzoeker en respondenten elkaar helemaal niet hadden gekend. Allicht hadden de respondenten zich dan vrijer gevoeld om eerlijk te antwoorden, en waren er minder politiek correcte antwoorden gegeven.

Daarnaast was het onderzoek representatiever geweest wanneer de populatie meer verspreid zou zijn. Nu is er vanuit praktisch oogpunt voor gekozen om een onderzoek te doen op slechts twee pensionstallen, welke op slechts 3 kilometer afstand van elkaar liggen. Wanneer het onderzoek gedaan was op meerdere stallen met een grotere geografische verspreiding waren de resultaten representatiever geweest voor een groter gebied. Doordat de stallen dicht bij elkaar liggen zit er enigszins overlap in de uitrijmogelijkheden vanaf de twee stallen. Dit wordt echter grotendeels beperkt door de aanwezigheid van een aantal grote wegen, waardoor men in de praktijk toch vaak in verschillend gebied rijdt. Deze overlap is enerzijds interessant omdat er hierdoor ondanks

het kleine respondentenaantal bijvoorbeeld meer overlap kon worden gevonden in aantrekkelijke gebieden. Anderzijds geven resultaten van de andere vragen bijvoorbeeld slechts de problemen die ruiters met betrekking tot ruiterspaden ervaren in een klein geografisch gebied aan. Wanneer er ook in een ander landschapstype geënquêteerd zou zijn zouden er allicht hele andere typen problemen aan het licht gekomen zijn. Verder was het respondentenaantal wanneer de enquête op meerdere plekken verspreid was waarschijnlijk ook groter geworden. Dit zou de representativiteit van de uitkomsten ten goede gekomen zijn.

Er is gekozen voor een enquête met relatief veel open vragen, wat veel invoerwerk voor de onderzoeker opleverde. Vooraf was niet verwacht dat de respondenten hele uitgebreide antwoorden op de open vragen zouden geven, maar dit bleek wel het geval te zijn. Een voordeel van de open vragen is dat het veel data oplevert en veel inzicht geeft in meningen en ervaringen. Het nadeel is dat de interpretatie van de resultaten lastig objectief uit te voeren is en altijd afhankelijk is van de interpretatie van de onderzoeker.

Ook was de enquête bij dit onderzoek vrij lang, wat veel werk opleverde voor zowel de respondent als de onderzoeker. Een aantal vragen bleek vervolgens niet relevant te zijn bij de data-analyse. Bij een volgend onderzoek is het handiger om hier op een eerder moment kritisch naar te kijken en meer vragen te schrappen. Eventueel had er eerst een pilot met slechts enkelen respondenten uitgevoerd kunnen worden om vervolgens te kijken welke vragen relevante resultaten opleverden. De overige vragen hadden dan geschrapt kunnen worden voor het echte onderzoek begon.

Een laatste probleem met betrekking tot de enquête was het aankruisen van een aantrekkelijke plek op de kaart. Hierbij waren er verschillende moeilijkheden. Zo hadden sommige respondenten moeite om de plek van hun keuze op de kaart te vinden. Daarnaast zetten de meeste respondenten lukraak een stip in het gebied van hun keuze. Het ging de respondenten vaak eerder om een heel (natuur)gebied wat ze aantrekkelijk vonden, dan dat het om een specifieke plek ging. Er is dan ook voor gekozen de stippen te interpreteren aan de hand van de gebieden waar ze in gezet zijn bij de data-analyse, en de specifieke coördinaten van een stip verder niet mee te nemen in het onderzoek. Er is op deze manier dus overgegaan van het meten van punten naar het meten in vlakken. Dit had echter wel als nadeel dat de beslissing in welk gebied een stip stond vaak medeafhankelijk was van het oordeel van de onderzoeker. Daarnaast was een praktisch probleem dat de kaarten in zwart-wit print erg donker uit vielen. Hierdoor was het voor de respondent lastig om de kaart te lezen, en voor de onderzoeker moeilijk om de gezette stippen terug te vinden op de kaart.

Ook hebben vrijwel alle respondenten meerdere stippen gezet, in meerdere gebieden. Sommige respondenten hebben zelfs in elk gebied wat op de aan hen uitgereikte kaart te zien was een stip gezet. Dit maakte het lastig om te interpreteren welke gebieden als het aantrekkelijkst bevonden worden, omdat alle gebieden zo op een vrijwel gelijke score uitkwamen. Dit werd ook mede veroorzaakt door het lage aantal respondenten. Wanneer er meer respondenten waren geweest, en er duidelijker aangegeven was dat er slechts één stip mocht worden gezet had dit probleem voorkomen kunnen worden.

ETHISCHE VRAAGSTUKKEN

Een ethisch vraagstuk wat meespeelde in dit onderzoek was de bewaking van de anonimiteit. Bij de enquêtes die op de twee pensionstallen afgenomen werden bestonden de respondenten deels uit bekenden van de onderzoeker. Er is hier voor gekozen vanuit praktisch oogpunt, omdat er hierdoor op deze stallen ook al een ingang was voor het mogen uitvoeren van het onderzoek. Qua persoonlijke data werd de respondent enkel om geboortjaar en geslacht gevraagd. Door het kleine aantal respondenten bleef men hiermee echter voor de onderzoeker niet geheel anoniem. Er is voor gekozen de enquêtes door de respondenten zelf in te laten vullen. Echter waren de onderzoeker en mederespondenten hier vaak bij in de buurt, wat ook de anonimiteit niet ten goede kwam. Door het gebrek aan anonimiteit zou het kunnen dat mensen zich niet vrij voelden om te antwoorden en meer politiek correcte antwoorden gaven. De data zijn echter wel volledig anoniem verwerkt, dit werd ook van te voren aangegeven aan de respondenten.

De respondenten zijn van te voren geïnformeerd over het doel van het onderzoek door middel van een korte tekst boven de enquête en door middel van een mondelinge toelichting.

RESULTATEN

De resultaten uit de enquête zijn gecombineerd met resultaten die gevonden zijn in literatuuronderzoek. De eerste sectie van de resultaten gaat over de algemene gegevens van de respondenten. De resultaten zijn vervolgens onderverdeeld naar de drie speerpunten van dit onderzoek (vrijwilligerswerk, financiering en policy making). Een laatste resultatensectie gaat over de vormgeving van een online community.

ALGEMENE GEGEVENS RESPONDENTEN

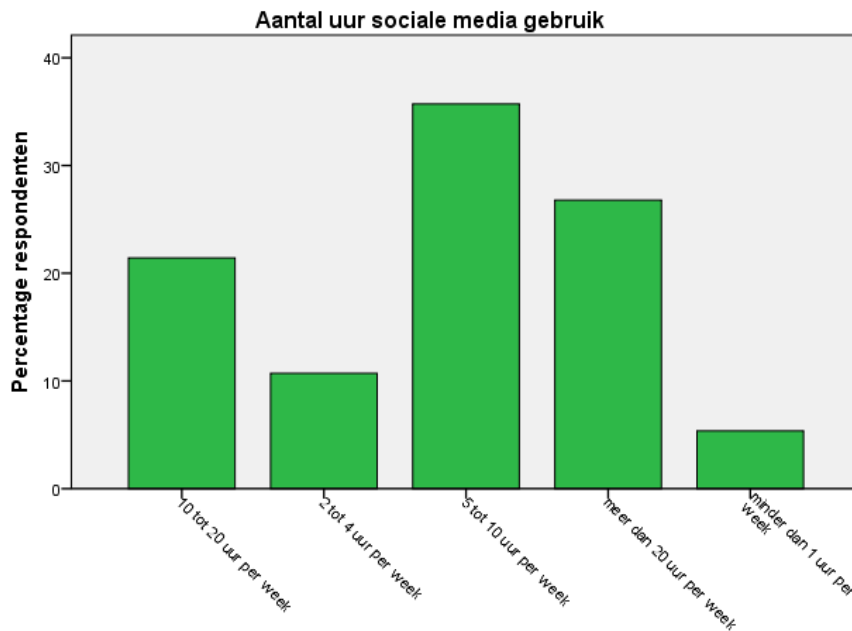
De enquête is verspreid op twee pensionstallen, waarbij elf respondenten zijn ondervraagd. Dit totaal bestaat uit zes respondenten van de pensionstal in de Punt en vijf respondenten van de pensionstal in Glimmen. Daarnaast is de enquête verspreid via verschillende facebookgroepen, wat 46 respondenten opleverde. In totaal zijn dit 57 respondenten.

Van de respondenten geeft 67 procent aan lid te zijn van de Koninklijke Nederlandse Hippische Sportvereniging. Daarnaast heeft 81 procent van de respondenten één of meer eigen paarden. 11 procent van de respondenten heeft zelfs meer dan vijf paarden.

De meeste respondenten rijden tussen de twee en tien uur in de week paard (71 procent). Acht respondenten geven aan meer dan twintig uur in de week bezig te zijn met een paard buiten het eigen terrein. Al met al wordt er dus behoorlijk veel gebruik gemaakt van de openbaar terrein.

SOCIALE MEDIA GEBRUIK

Op één na maken alle respondenten gebruik van één of meer vormen van sociale media. Hierbij is Facebook het populairst. Ook LinkedIn en de paard gerelateerde website www.bokt.nl zijn veelgebruikt. Er zijn slechts vier mensen die gebruik maken van Twitter. Het aantal uur sociale media gebruik staat weergegeven in tabel 1.



Tabel 1: Aantal uur sociale media gebruik

WELKE ROL KAN EEN ONLINE COMMUNITY SPELEN MET BETREKKING TOT HET TOT STAND BRENGEN VAN VRIJWILLIGERSWERK?

Opvallend genoeg geeft bijna de helft (46 procent) van de respondenten in de enquête aan dat ze wel vrijwilligerswerk zouden willen doen met betrekking tot ruiterspaden. Als er gevraagd wordt wat voor vrijwilligerswerk zij zouden willen doen geven twintig respondenten aan dat ze zouden willen helpen met het inventariseren van klachten en problemen rondom ruiterspaden, veertien respondenten zouden willen helpen met het onderhouden van ruiterspaden en dertien respondenten geven aan dat ze deel zouden willen nemen aan beleid rondom ruiterspaden. Een online community zou mogelijk kunnen helpen bij het tot stand brengen en organiseren van vrijwilligerswerk doordat het de kosten van communicatie vermindert en hierdoor onderling contact tussen mensen makkelijker maakt.

WELKE ROL KAN EEN ONLINE COMMUNITY SPELEN MET BETREKKING TOT HET TOT STAND BRENGEN VAN FINANCIERING

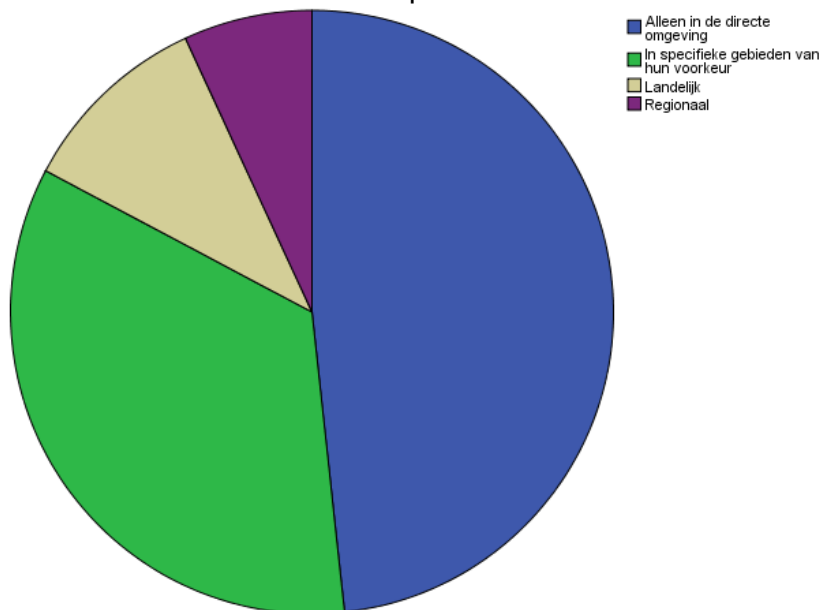
21 respondenten geven aan dat ze een financiële bijdrage zouden willen leveren aan ruiterspaden. Alle zeven geven ze aan dat dit geld zowel voor onderhoud als voor de aanleg van nieuwe ruiterspaden gebruikt zou mogen worden. De meeste hiervan geven aan dat ze zouden willen dat dit geld in hun eigen directe omgeving of in gebieden van hun voorkeur besteed zou worden. Van zes respondenten mag hun bijdrage ook regionaal besteed worden, en slechts twee mensen zouden willen dat het geld landelijk besteed wordt. Hieruit blijkt dat

het aspect afstand wel degelijk van belang is bij donaties. Met behulp van een online community zou men bijvoorbeeld gemakkelijker een donatie kunnen doen aan een project van eigen keuze wanneer men via deze online community op de hoogte gesteld zou kunnen worden van verschillende projecten in de eigen regio.

WELKE ROL KAN EEN ONLINE COMMUNITY SPELEN MET BETREKKING TOT HET TOT STAND BRENGEN VAN POLICY MAKING?

52 procent van de respondenten wil graag betrokken worden bij beslissingen rondom ruiterspaden. Het gebied waarin de respondenten betrokken willen worden bij beslissingen is weergegeven in tabel 2. Het overgrote merendeel van de respondenten geeft hierbij aan alleen betrokken te willen worden bij beslissingen in hun directe omgeving of in specifieke gebieden van hun voorkeur.

Gebied waarin respondenten betrokken willen worden bij beslissingen rondom ruiterspaden



Tabel 2: Het gebied waarin respondenten betrokken willen worden bij beslissingen rondom ruiterspaden.

Ook hierbij blijkt lokale betrokkenheid een belangrijke rol te spelen. Een online community zou een rol kunnen spelen bij het verzamelen van meningen van een groep paardenhouders. Mensen die zich betrokken voelen bij een gebied zouden zich bijvoorbeeld aan kunnen melden bij een online community met betrekking tot dit gebied. Binnen deze online community zouden de meningen van de leden dan verzameld kunnen worden door middel van een poll of een open vraag. Deze meningen zouden gebundeld kunnen worden en overgedragen kunnen worden aan een organisatie, of er kan ook binnen de online community zelf actie worden ondernomen aan de hand van deze meningen.

WELKE OPMERKINGEN ZIJN ER MET BETREKKING TOT DE VORMGEVING VAN EEN ONLINE COMMUNITY?

63 procent van de respondenten geeft aan dat ze wel belang zouden hebben bij een online community waar zaken met betrekking tot ruiterspaden besproken worden. 66 procent hiervan geeft aan dat ze graag zouden zien dat deze online community gekoppeld wordt aan Facebook.

Bij de vraag welke thema's er besproken zouden moeten worden in zo'n online community worden vooral antwoorden gegeven die gegroepeerd kunnen worden in de volgende categorieën:

- Veiligheid
- Onderhoud en begaanbaarheid
- Aanleg en bewegwijzering

Twaalf van de respondenten geven aan dat ze vinden dat de online community los moet staan van een organisatie. De rest geeft met name aan dat ze vinden dat de online community gekoppeld moet worden aan Staatsbosbeheer (35 respondenten) en aan de KNHS (22 respondenten).

WELKE GEBIEDEN ZIJN BELANGRIJK VOOR RUITERS?

De ligging van de gebieden die de respondenten aangekruisd hebben ten opzichte van de twee pensionstallen is weergegeven in kaart 1 en kaart 2. Er waren weinig verschillen te zien in het aantal keren dat een gebied is aangekruisd als aantrekkelijk, dit varieerde tussen twee en vier keer. Dit gebrek aan variatie zou kunnen komen doordat een groot deel van de respondenten meerdere natuurgebieden heeft aangekruist, sommigen hebben zelfs alle natuurgebieden op de kaart aangekruist. Daarnaast speelt het lage respondentenaantal hierbij een rol. Een andere conclusie die men hieruit mogelijk zou kunnen trekken is dat de respondenten geen duidelijke voorkeur hadden voor bepaalde gebieden en simpelweg bijna alle natuurgebieden in hun directe omgeving wel aantrekkelijk vinden.



Kaart 1: Ligging van de natuurgebieden ten opzichte van de pensionstal in Glimmen

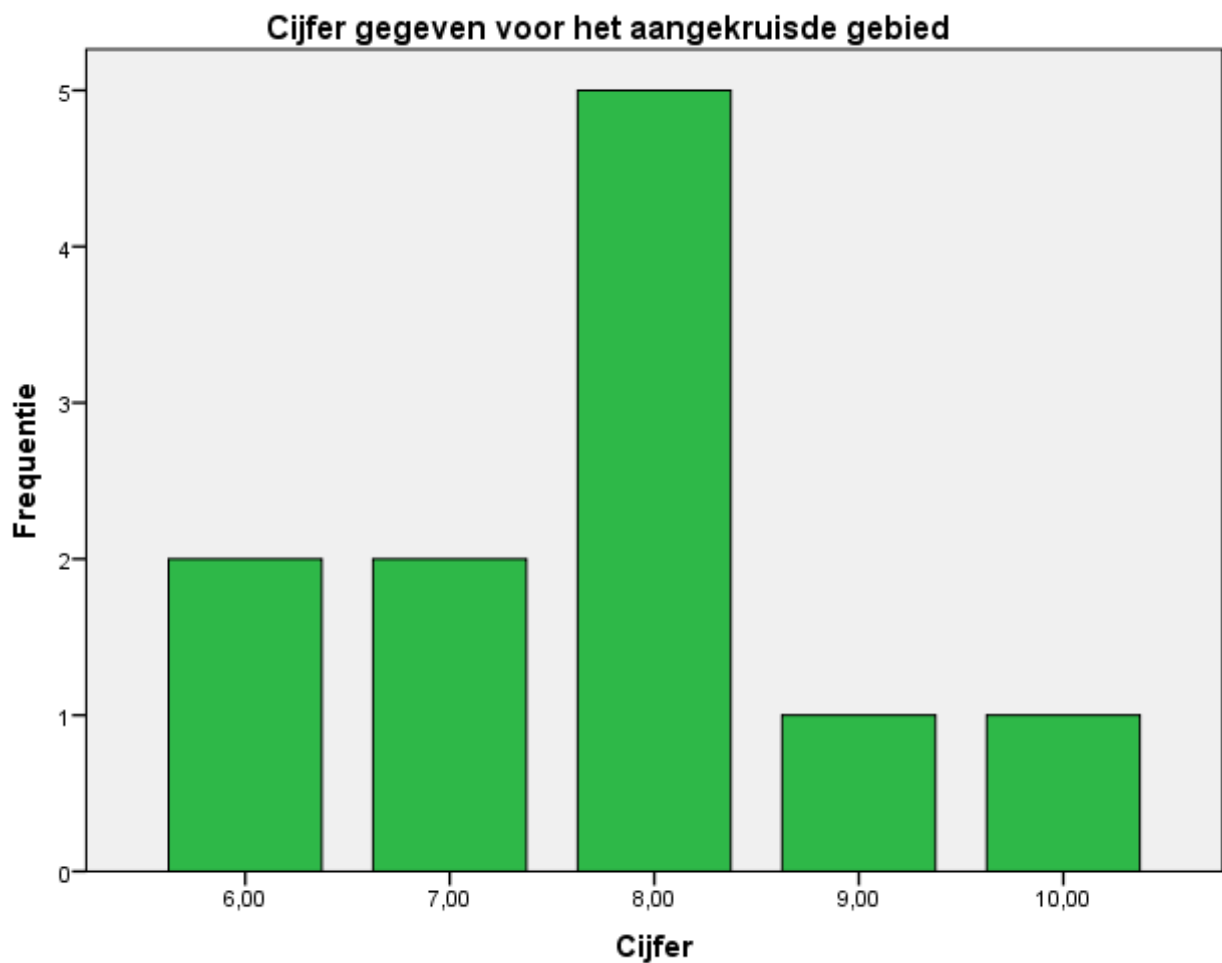


Kaart 2: Ligging van de natuurgebieden ten opzichte van de pensionstal in de Punt

Het cijfer dat respondenten de door hun aangekruiste plek geven is weergegeven in tabel 3. Hierbij staat een tien voor ideaal. De gegeven cijfers variëren tussen de zes en de tien, waarbij acht het meest voorkomende antwoord is.

Wanneer gevraagd wordt hoe vaak ze dit gebied bezoeken, geeft 82 procent van de respondenten aan dat ze het gebied wekelijks bezoeken, de overige negentien procent legt maandelijks een bezoek af. Tien respondenten geven paard te rijden in het aangekruiste gebied, de elfde respondent geeft aan dat ze het gebied bezoekt met een paard voor de kar. Daarnaast geven veel respondenten aan dat ze ook wandelen en fietsen in dit gebied.

Bij de vraag waarom de respondenten juist deze plek aantrekkelijk vinden geeft meer dan de helft aan dat dit komt omdat het een rustige plek is, waar ze weinig last hebben van medeweggebruikers. Daarnaast worden mooie uitzichten, zandpaden, bebossing en natuur vaak als redenen genoemd.



Tabel 3: De cijfers die de respondenten geven aan het door hen aangekruiste gebied

CONCLUSIE

De hoofdvraag van dit onderzoek luidde: *'Welke rol kan een online community spelen bij het tot stand brengen van onderhoud van ruiterspaden?'* Er is getracht hierop een antwoord te vinden met behulp van een drietal speerpunten: vrijwilligerswerk, financiering en policy making. Daarnaast is er gekeken naar hoe men de vormgeving van een online community graag zou zien en naar welke gebieden belangrijk zijn voor ruiters.

De grootste betrokkenheid bleek er te zijn op het gebied van policy making. Hierbij gaf maar liefst 91 procent van de ondervraagden aan graag betrokken te willen worden bij beslissingen rondom ruiterspaden, met name in de eigen omgeving. Maar ook bij de vragen met betrekking tot vrijwilligerswerk en financiering bleek de betrokkenheid hoog te zijn, iets meer dan de helft van de respondenten gaf aan hier wel aan bij te willen dragen. Echter moet men zich wel afvragen hoe representatief deze resultaten zijn, aangezien de anonimiteit van de respondenten niet volledig gewaarborgd was en men dus mogelijk sociaal wenselijke antwoorden gegeven heeft.

De vraag is nu welke rol een online community zou kunnen spelen in dit geheel. Een groot deel van de respondenten geeft aan wel belangstelling te hebben voor een online community met betrekking tot ruiterspaden. Omdat het overgrote merendeel van de respondenten al gebruiker is van sociale media, en vaak ook behoorlijk wat tijd besteedt aan de sociale media zou het voor de betrokkenheid bij de online community allicht van belang zijn dat deze gekoppeld is aan sociale media. Ook de resultaten geven dit aan, men ziet graag dat de online community gekoppeld wordt aan Facebook. Doordat de doelgroep sowieso al actief is op de sociale media zou een koppeling van de online community met de sociale media ook betekenen dat men actieve deelname aan de online community gemakkelijk kan integreren in het dagelijks leven. Thema's waarvan de respondenten aangeven die belangrijk te vinden met betrekking tot ruiterspaden, en die ze dan ook willen bespreken in de online community zijn veiligheid, onderhoud en begaanbaarheid en aanleg en bewegwijzering. Al met al zou een online community wel degelijk een erg belangrijke rol kunnen spelen in de communicatie tussen mensen en bij het mobiliseren van mensen.

DISCUSSIE

Bij het vormgeven van een online community is het erg belangrijk dat de gebruikersvriendelijkheid hoog is. Bij de originele Greenmapper-tool valt er op dit punt nog winst te behalen. Zo is de tool momenteel nog niet beschikbaar op mobiele apparaten en doen computers vaak lang over het laden van de tool. Ook moeten mensen hun emailadres en postcode opgeven voor het gebruik van de tool, wat door sommigen als vervelend wordt ervaren. Daarnaast is door gebrek aan koppeling met de sociale media het gebruik van de tool lastiger te integreren in het dagelijks leven. Daarom wordt op dit moment het gebruik van een Facebookgroep geadviseerd boven het gebruik van de Greenmapper-tool. Een voordeel van de Greenmapper-tool is wel de mogelijkheid tot het aanwijzen van (favoriete) plekken op een kaart. Het zou handig zijn als deze mogelijkheid geïntegreerd zou kunnen worden in de online community.

Een andere vraag is in hoeverre deze resultaten representatief zijn voor andere doelgroepen dan ruiters. Bij andere doelgroepen kan bijvoorbeeld gedacht worden aan fietsers, wandelaars en mountainbikers. Doelgroepen die elk op hun eigen manier gebruik maken van de natuur en daar vaak een eigen infrastructuur voor gebruiken, maar soms gedwongen zijn deze infrastructuur te delen met een andere doelgroep. De ruitergemeenschap is een kleine gemeenschap, waarin men elkaar vaak kent en men relatief veel tijd besteedt aan de hobby. Dit zou het gevoel van betrokkenheid kunnen verhogen, en daarmee ook resultaten in de enquête kunnen hebben beïnvloed. De vraag is hoe het gevoel van betrokkenheid bij de andere doelgroepen ligt, aangezien dit vaak om grotere gemeenschappen gaat en men vaak minder tijd besteedt aan de hobby. Ook is het zo dat onder ruiters het overgrote deel actief is op de sociale media en dit regelmatig gebruikt. Bij doelgroepen als wandelaars en fietsers ligt allicht de gemiddelde leeftijd wat hoger, en zal het gebruik van sociale media misschien ook minder zijn. De vraag is of een online community dan wel het juiste middel is om deze doelgroepen te bereiken. Al met al moet er nog verder onderzoek gedaan worden om te bekijken in hoeverre de conclusie uit dit onderzoek toepasbaar is op een bredere doelgroep.

Een aanbeveling voor de praktijk zou zijn om een keer een pilot-community aan te maken voor een klein gebied en te bekijken hoe deze pilot loopt en hoe de community leden dit ervaren. Een pilot-community zou gemakkelijk aangemaakt kunnen worden in de vorm van een Facebookgroep. Ook beleidsmedewerkers zouden hier baat bij kunnen hebben omdat er in zo'n community gemakkelijk gevraagd kan worden waar er precies behoefte is aan onderhoud of verbetering van de infrastructuur.

LITERATUURLIJST

- Bijker, R.A., Mehnen, N., Sijsma, F.J., Daams, M.N. (2014) Managing urban wellbeing in rural areas: the potential role of online communities to improve the financing and governance of highly valued nature areas. *Land*, 3, 437–459mcl
- De Vries, S., Lankhorst, J. R. K., & Buijs, A. E. (2007). Mapping the attractiveness of the Dutch countryside: a GIS-based landscape appreciation model. *Forest Snow and Landscape Research*, 81(1/2), 43-58.
- Dijk, J., Boeschoten, T., Tije, S., & Wijngaert, L. (2013). *De weg naar Haren: de rol van jongeren, sociale media, massamedia en autoriteiten bij de mobilisatie voor Project X Haren: Deelrapport 2*. (No. 2) Commissie Project X Haren.
- Gladwell, M. (2010). Small change. *The New Yorker*, 4(2010), 42-49.
- Henkens, R. J. H. G., Broekmeyer, M. E. A., Schotman, A. G. M., Goossen, C. M., & Pouwels, R. (2012). *Recreatie en natuur: kennis over effecten, kwetsbaarheid, handelingsperspectieven en monitoring van recreatie in Natura 2000-gebieden* (No. 2334, p. 130). Wageningen: Alterra.
- Lupia, A., & Sin, G. (2003). Which public goods are endangered?: How evolving communication technologies affect the logic of collective action. *Public Choice*, 117(3-4), 315-331.
- McLafferty, S. L. (2010). Conducting Questionnaire Surveys. In N. Clifford & S. French & G. Valentine (Red.), *Key Methods in Geography* (pp. 77 – 88). 2e editie. London: SAGE Publications.
- Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (2006). *Visie Paard en Landschap*. Den Haag: Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.
- Olson, M. (1965). The logic of collective action. *Public goods and the theory of groups*, 2.
- Ostrom, E. (2014). Collective action and the evolution of social norms. *Journal of Natural Resources Policy Research*, 6(4), 235-252.
- Scholl, N., Mulders, S., & Drent, R. (2002). On-line qualitative market research: interviewing the world at a fingertip. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 5(3), 210-223.
- Segeber, A., & Bennett, W. L. (2011). Social media and the organization of collective action: Using Twitter to explore the ecologies of two climate change protests. *The Communication Review*, 14(3), 197-215.
- van der Windt, N. P., & Loohuis, R. O. (2007). *De paardenhouderij in beeld: een verkenning naar de landschappelijke verschijningsvorm van de paardenhouderij*(No. 1444, p. 83). Wageningen: Alterra.
- Wright, K. B. (2005). Researching Internet-based populations: Advantages and disadvantages of online survey research, online questionnaire authoring software packages, and web survey services. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(3), 00-00.
- ZKA Consultants and Planners (2006). *Paardensportonderzoek 2006, profiel, gedrag en behoeften Nederlandse paardensporters*. Ermelo: KNHS.
- ZKA Consultants and Planners (2011). *Paardensportonderzoek 2011, profiel, gedrag en behoeften Nederlandse paardensporters, ex-paardensporters en geïnteresseerden in de paardensport*. Ermelo: KNHS

BIJLAGE A: ENQUÊTE RUITERPADEN

De afgelopen jaren wordt er steeds meer bezuinigd op groene infrastructuur, waaronder ook ruiterspaden. Daarom probeer ik met deze enquête te onderzoeken of een online community, zoals bijvoorbeeld een Facebookgroep, eventueel een rol zou kunnen spelen bij het onderhoud van ruiterspaden. Dit onderzoek is onderdeel van mijn bachelor scriptie voor de studie sociale geografie en planologie aan de Rijksuniversiteit Groningen.

De gegevens uit de enquête worden vertrouwelijk en anoniem verwerkt, en worden niet voor andere doeleinden dan mijn onderzoek gebruikt. Het invullen van de enquête duurt ongeveer 10 minuten. Alvast hartelijk dank voor uw medewerking!

1. Wat is uw geslacht?

- Man
- Vrouw

2. Wat is uw geboortjaar?

4. Welke tak van de paardensport beoefent u? (meerdere antwoorden mogelijk)

- dressuur
- springen
- mennen
- buitenrijden
- westernrijden
- Anders, namelijk....

5. Bent u lid van de KNHS?

- Ja
- Nee

6. Heeft u eigen paarden?

- nee
- ja, 1
- ja, 2
- ja, 3 tot 5
- ja, meer dan 5

7. Hoeveel uur per week rijdt u paard?

- minder dan 1 uur
- 1 of 2 uur
- 2 tot 5 uur
- 5 tot 10 uur
- 10 tot 20 uur
- meer dan 20 uur

8. Hoe vaak doet u iets met een paard buiten het eigen terrein (zoals buitenrijden, buiten menen, of iets anders)?

- Minder dan 1 uur per maand
- 2 tot 4 uur per maand
- 5 tot 10 uur per maand
- 10 tot 20 uur per maand
- Meer dan 20 uur per maand

9. Op welke van de volgende sociale media bent u actief? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Twitter
- Facebook
- LinkedIn
- www.bokt.nl
- geen

10. Hoe vaak gebruikt u deze sociale media in totaal?

- Minder dan een uur per week
- 2 tot 4 uur per week
- 5 tot 10 uur per week
- 10 tot 20 uur per week
- Meer dan 20 uur per week

11. Heeft u klachten of opmerkingen over de ruiterspaden?

12. Wat zou u graag verbeterd zien aan de ruiterspaden? (denk bijvoorbeeld aan onderhoud, locatie en aanleg, extra voorzieningen zoals drinkbakken en aanbindplaatsen enzovoort).

13. Zou u het prettig vinden betrokken te worden bij beslissingen rondom ruiterspaden?

- Ja
- Nee -> ga naar vraag 15

14. Zou u alleen betrokken willen worden bij beslissingen rondom ruiterspaden in uw omgeving, of ook elders?

- Alleen in mijn directe omgeving
- In specifieke gebieden van mijn voorkeur die ik aan kan geven
- Regionaal
- Landelijk
- Anders, namelijk

15. Zou u het prettig vinden betrokken te worden bij het onderhoud van ruiterspaden?

- Ja
- Nee -> ga naar vraag 17

16. Zou u alleen betrokken willen worden bij onderhoud van ruiterspaden in uw omgeving, of ook elders?

- Alleen in mijn directe omgeving
- In specifieke gebieden van mijn voorkeur die ik aan kan geven
- Regionaal
- Landelijk
- Anders, namelijk

17. Zou u vrijwilligerswerk willen doen met betrekking tot ruiterspaden?

- Ja
- Nee -> ga naar vraag 19

18. Welke vorm van vrijwilligerswerk zou u willen doen?

- Inventariseren van knelpunten en problemen rondom ruiterspaden
- Deelname aan beleid rondom ruiterspaden
- Onderhoud van ruiterspaden (snoeien van taken et cetera)
- Anders namelijk....

19. Zou u eventueel een financiële bijdrage willen doen aan het onderhoud en/of de aanleg van ruiterspaden?

- Ja, alleen aan onderhoud
- Ja, alleen aan de aanleg
- Ja, aan beide
- Nee -> ga naar vraag 21

20. Als u een financiële bijdrage zou doen, op welke plekken wilt u dan dat het geld besteedt wordt?

- Alleen in mijn directe omgeving
- In specifieke gebieden van mijn voorkeur die ik aan kan geven
- Regionaal
- Landelijk
- Anders, namelijk

21. Op wat voor manier zou u over zaken met betrekking tot ruiterspaden geïnformeerd willen worden?

- Via email
- Via social media
- Via een stand op evenementen
- Via de telefoon
- Ik wil hierover niet geïnformeerd worden
- Anders, namelijk...

22. Zou u eventueel interesse hebben in een online community rondom ruiterspaden?

- Ja
- Nee

23. Zou zo'n online community volgens u gekoppeld moeten worden aan bijvoorbeeld Facebook?

- Ja
- Nee
- Het zou gekoppeld moeten worden aan een andere site of app, namelijk....

24. Zou er organisatie betrokken moeten zijn bij het organiseren van de online community? Meerdere antwoorden mogelijk!

- De online community moet los staan van een organisatie
- Ja, de KNHS
- Ja, de FNRS
- Ja, Staatsbosbeheer
- Ja, een andere organisatie, namelijk...

25. Welke thema's moeten er volgens u besproken worden in zo'n online community?

26. Op wat voor manier zou zo'n online community volgens u verder vormgegeven moeten worden?

27. Kunt u op onderstaande kaart een plek markeren die u aantrekkelijk vindt? (Graag met een duidelijke stip)



Figuur 4: Kaart omgeving Glimmen

27. Kunt u op onderstaande kaart een plek markeren die u aantrekkelijk vindt? (Graag met een duidelijke stip)



Figuur 5: Kaart omgeving De Punt

28. Kunt u aangeven, op een schaal van 0 tot 10, hoe aantrekkelijk u deze plek vindt (waarbij 10 is ideaal)?

29. Kunt u in eigen woorden aangeven waarom u juist deze plek aantrekkelijk vindt?

30. Hoe vaak bezoekt u deze plek?

- Dagelijks
- Wekelijks
- Maandelijks
- Paar keer per jaar
- Jaarlijks
- Zelden
- Nooit
- Anders, namelijk...

31. Welke activiteiten onderneemt u op deze plek? (denk hierbij bijvoorbeeld aan wandelen, fietsen, zitten, zonnen, paardrijden, mennen, zwemmen, picknicken, natuur kijken enzovoort). Meerdere antwoorden mogelijk!

32. Heeft u opmerkingen of vragen naar aanleiding van deze enquête?

Hartelijk bedankt voor het invullen!