




USP

Marketing Consultancy bv



Rapport
Harmonisch Leven

Ronald Provoost

Iddo Meijer

Maart 2006



Inhoudsopgave rapportage

	Pagina
• Deel 1: Onderzoeksverloop:	3
1.1 Onderzoeksverantwoording	4
• Deel 2: Onderzoeksbevindingen:	6
2.1 Achtergrond bewoners	7
2.2 Wonen in het Sidhadorp	12
2.3 Redenen leegstand Sidhadorp en oplossingen	20
2.4 Mogelijkheid meer TM'ers naar Sidhadorp	31
2.5 Criteria nieuwe bewoners	38
• Deel 3: Conclusie	45



Marketing Consultancy bv

Deel 1

Onderzoeksverloop



1.1 Onderzoeksverantwoording

- De laatste jaren blijkt het steeds moeilijker voor Stichting Harmonisch Leven om woningen, waarvan de huurders vertrokken zijn, te vullen met TM'ers. Om een oplossing te vinden voor deze leegstand wil SWHLL onderzoek doen onder de huidige inwoners van het Sidhadorp.
- USP is gevraagd een onderzoek uit te voeren naar de wensen van de huidige inwoners van het Sidhadorp:

Hoe kijken de bewoners van het Sidhadorp aan tegen het tekort aan instroom en welke oplossingen stellen zij voor?

- De vragenlijst is opgesteld door USP naar aanleiding van een groepsdiscussie met een aantal bewoners van het dorp. De vragenlijst is daarna geoptimaliseerd naar aanleiding van waardevolle input van de panelleden, SHL en SWHLL.



1.2 Response

- Het onderzoek is afgenomen onder inwoners van Sidhadorp. Deze inwoners hebben een brief ontvangen met een gebruikersnaam en wachtwoord om het onderzoek online in te vullen. Om de response te verhogen zijn er ook telefonische enquêtes afgenomen.
- In totaal zijn er 109 online interviews afgenomen, 80 telefonische onderzoeken en 3 schriftelijke. De netto response bedroeg uiteindelijk 69%, waarbij de response onder de telefonische enquêtes duidelijk hoger is.
- Het aantal enquêtes is voldoende, echter dient wel rekening gehouden te worden met de non-response van 31%. De mogelijkheid bestaat namelijk dat er binnen deze groep relatief veel mensen met een voorkeur voor één van de twee oplossingsmogelijkheden zitten. Gezien het belang van het onderzoek en alle manieren waarop respondenten benaderd zijn is deze kans klein, maar wel aanwezig.



USP

Marketing Consultancy bv

Deel 2

Onderzoeksbevindingen





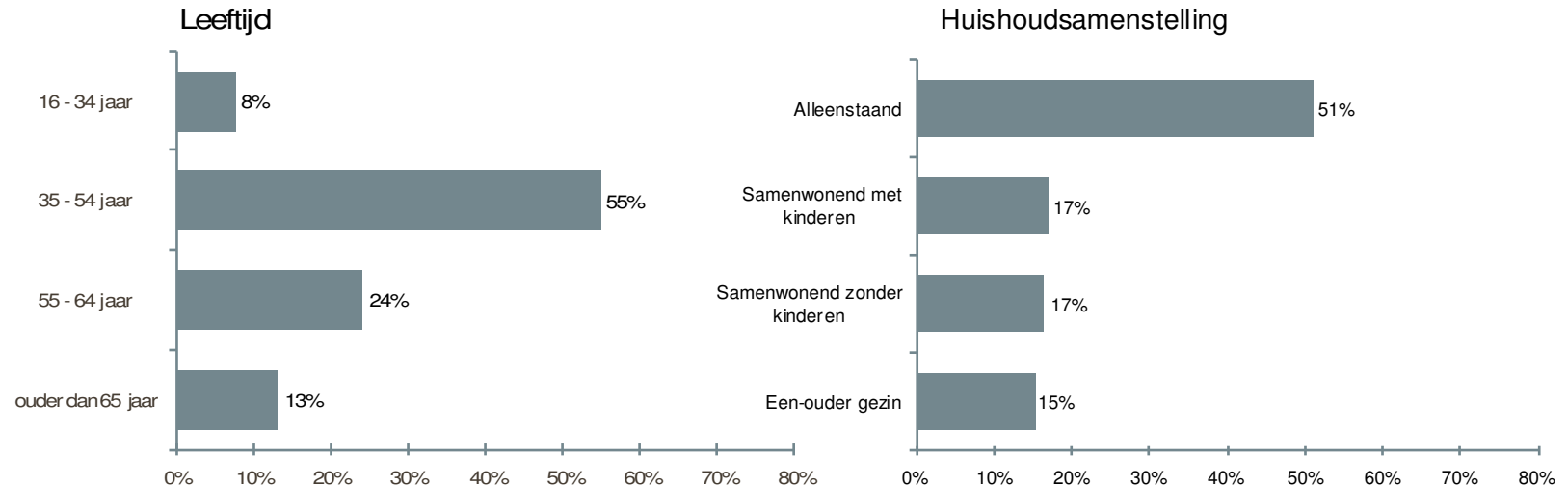
Marketing Consultancy bv

2.1

**Achtergrond bewoners
Sidhadorp**



Leeftijd en huishoudsituatie

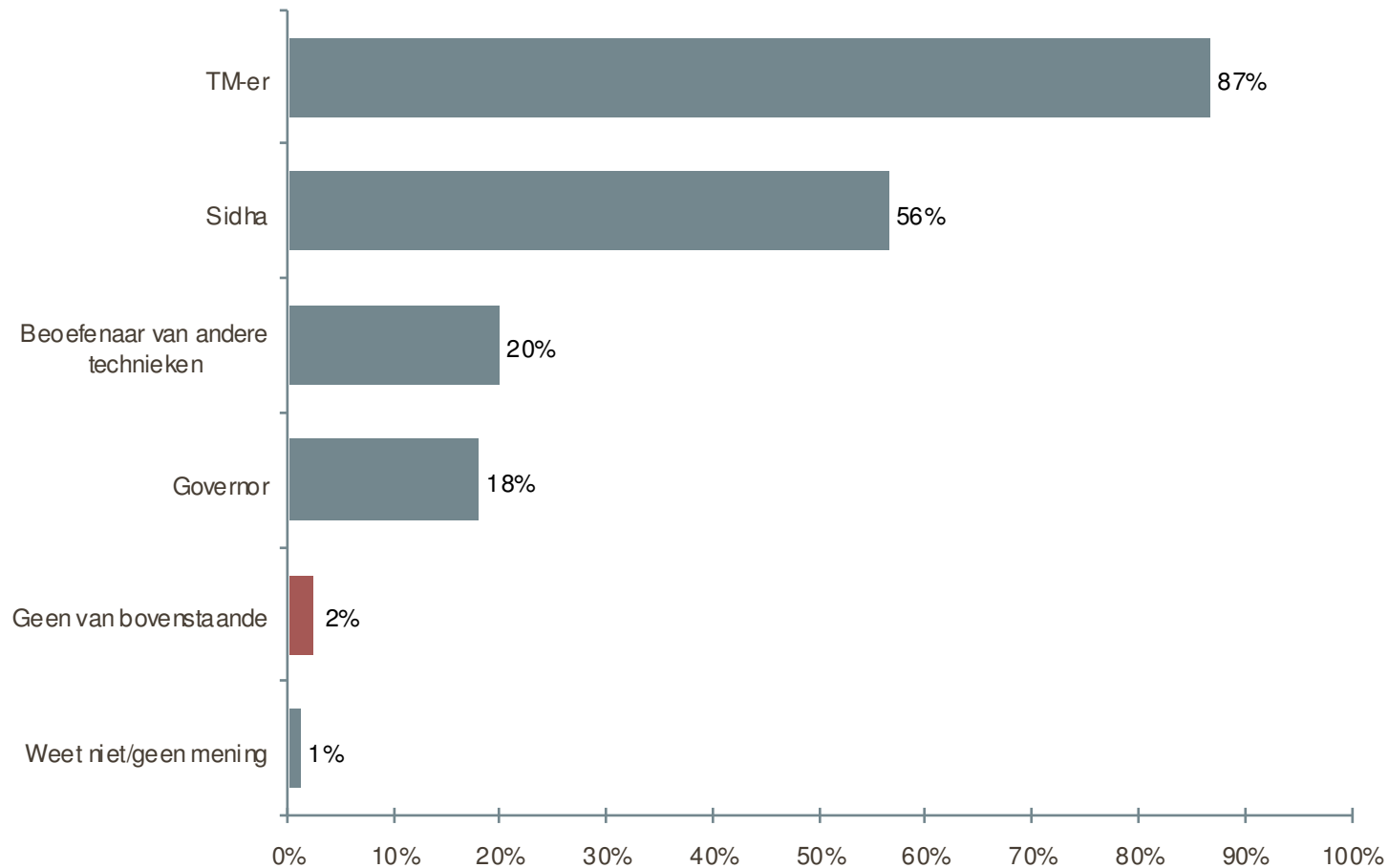


- Meer dan de helft van de respondenten (55%) is tussen de 35 en 54 jaar. In vergelijking met andere corporaties zijn er veel bewoners in de categorie 35-54 jaar en relatief weinig respondenten in de categorie 16-34 jaar en 65 jaar en ouder.
- 51% van de respondenten geeft aan alleenstaand te zijn. In verhouding tot het landelijk gemiddelde onder corporaties is dit hoog. Zeker gezien het feit dat er ook nog eens weinig 'jongeren' en 'ouderen' wonen.

Noot USP: kloppen deze gegevens met jullie verwachtingen of hebben de bewoners 'verkeerde' gegevens ingevuld?



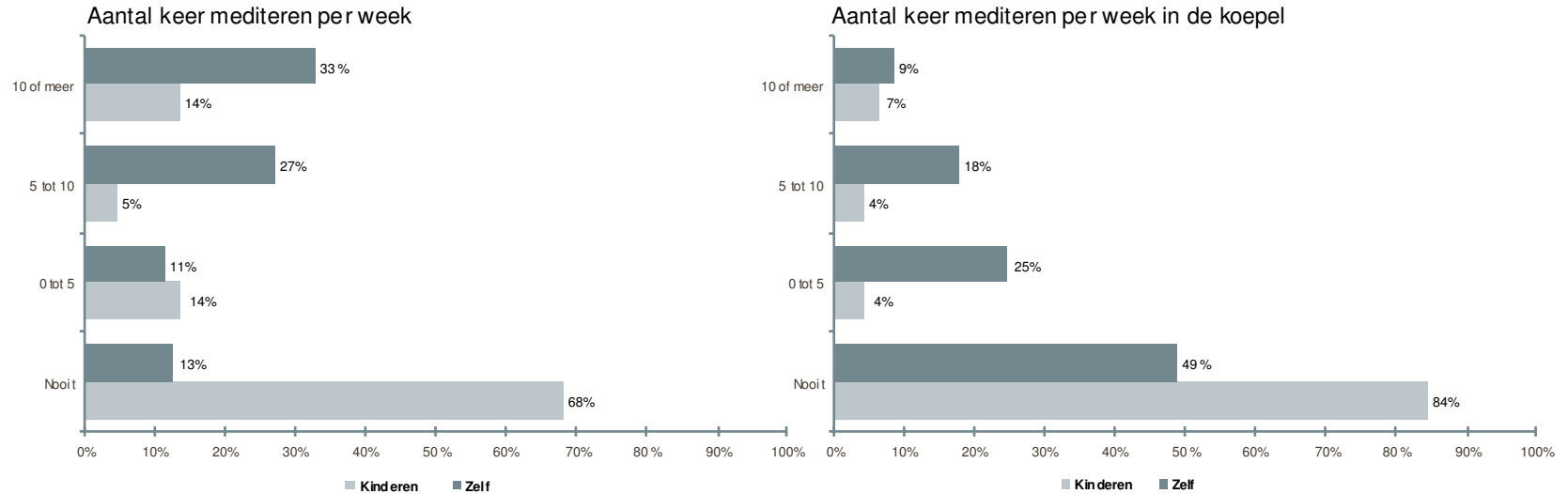
Soort beoefenaar



- Meer dan de helft van de bewoners is TM'er en/of Sidha (respectievelijk 87% en 56%). Bijna 20% is beoefenaar van andere technieken of een andere meditatie.
- Gemiddeld beoefenen 1,3 personen per huishouden TM.



Frequentie mediteren thuis of in de koepel



- Van alle bewoners mediteert 33% tien keer of meer per week en 21% mediteert 5 tot 10 keer. Een klein percentage van 13% mediteert nooit. Van de thuiswonende kinderen van 18 jaar en ouder mediteert 68% nooit.
- De frequentie van bezoek aan de koepel (groepsprogramma) is beduidend lager dan het mediteren thuis of elders (36% van de bewoners die wel mediteren doen dit nooit in de koepel). Het feit dat de koepel niet altijd gevuld is betekent dus niet dat er ook zo weinig nog mediteren.
- 83% van de bewoners die niet deelneemt aan het groepsprogramma heeft hier ook een concrete reden voor. De meest genoemde redenen hierbij zijn: tijdgebrek, gezondheidsproblemen en men mediteert liever alleen dan in een groep.



Conclusie achtergrondkenmerken respondenten

- Relatief veel respondenten zijn tussen de 35 en 54 jaar en alleenstaand. In vergelijking met het landelijk gemiddelde van corporaties is de groep duidelijk oververtegenwoordigd.
- Van de bewoners is 87% TM'er, 56% is Sidha en 19% is beoefenaar van een andere techniek of meditatie. Eenderde mediteert meer 10 keer of meer per week en 27% mediteert 5 tot 10 keer per week. Thuiswonende kinderen van 18 jaar en ouder mediteren minder vaak dan de ouder.
- De frequentie van bezoek aan de koepel (groepsprogramma) is beduidend lager dan het mediteren thuis of elders. Van de mensen die mediteren doet 36% dit nooit in de koepel. Het feit dat de koepel niet altijd gevuld is betekent dus niet dat er ook zo weinig nog mediteren.
- 83% van de bewoners die niet deelneemt aan het groepsprogramma heeft hier ook een concrete reden voor. De meest genoemde redenen hierbij zijn: tijdgebrek, gezondheidsproblemen en men mediteert liever alleen dan in een groep.



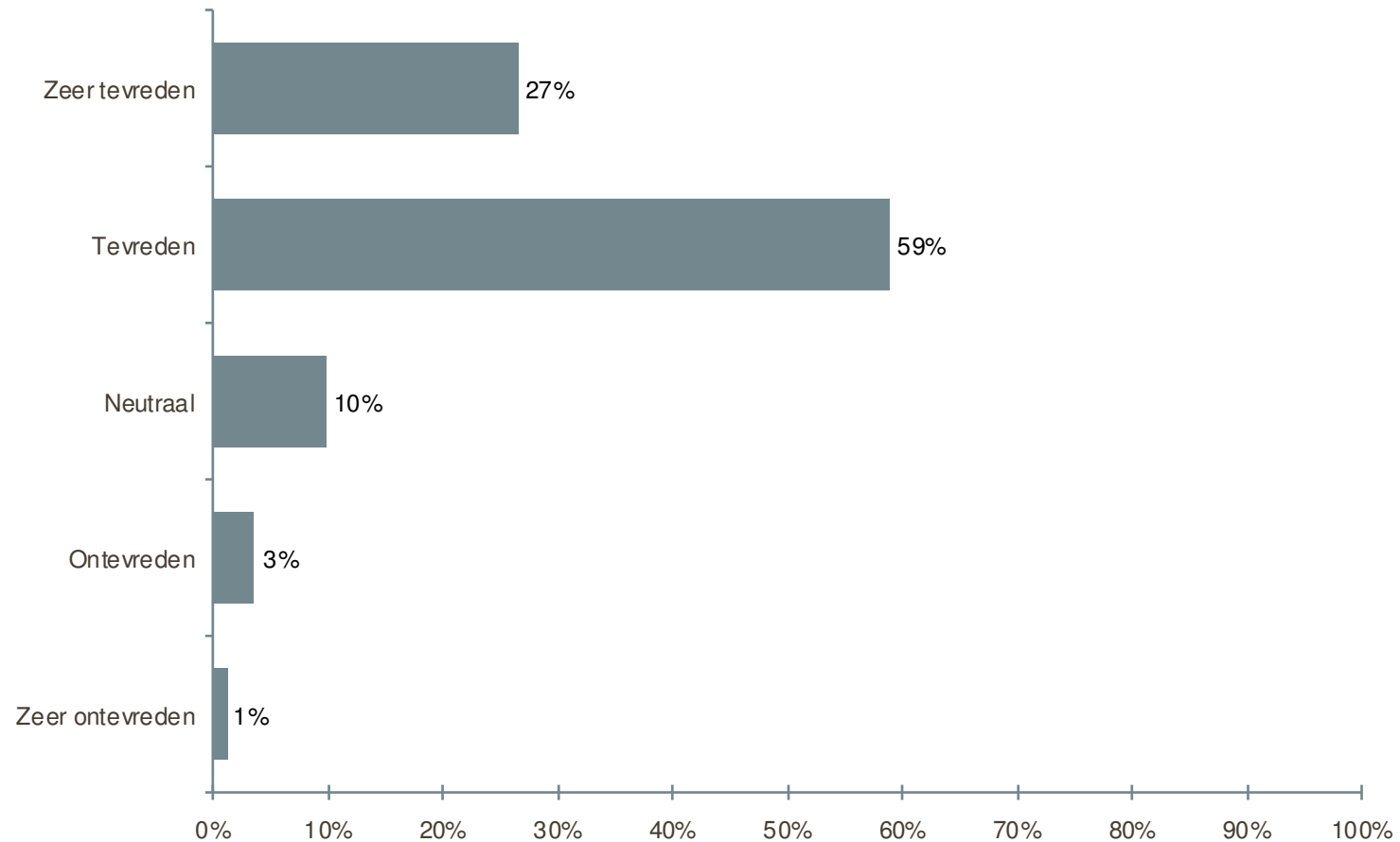
Marketing Consultancy bv

2.2

Wonen in het Sidhadorp



Tevredenheid wonen Sidhadorp



- Vrijwel alle respondenten zijn tevreden of zeer tevreden (86%) over het wonen in Sidhadorp.
- Redenen waarom men ontevreden is zijn de gehorigheid van de woning en het feit dat er steeds minder mensen gericht zijn op het mediteren.

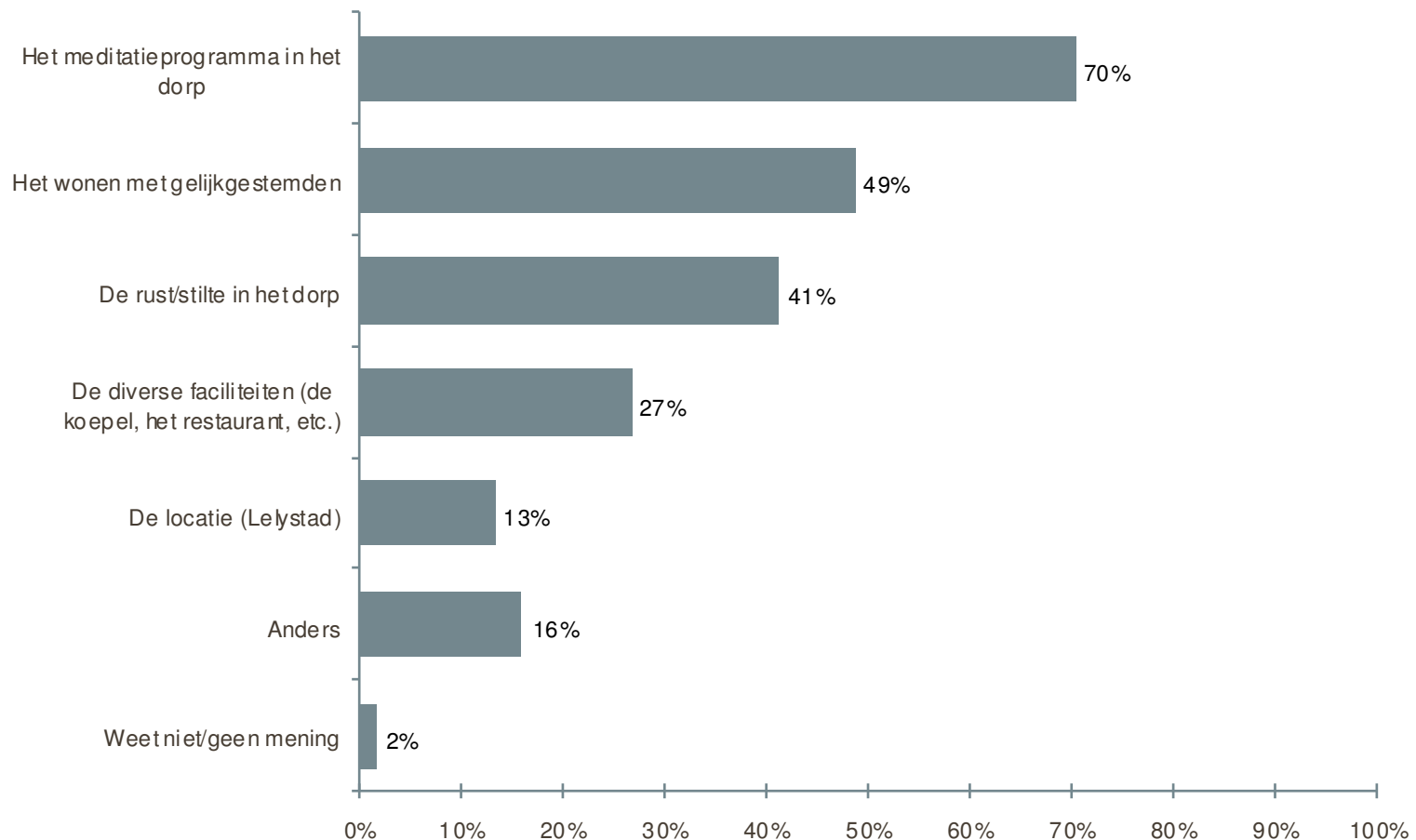


Verbeterpunten Sidhadorp

- De volgende punten zijn het meest genoemd als verbeterpunten voor het Sidhadorp:
 - De gehorigheid van de woningen (11%)
 - Een geluidswal langs de A6 (4%)
 - Het houtwerk vervangen (giftig) (8%)
 - Meer groen in de omgeving (9%)
 - Beter onderhoud van groen in de omgeving (16%)
 - De woningen een schilderbeurt geven (12%)
 - Een plek voor jongeren creëren (13%)
 - Meer TM'ers in het dorp (4%)
 - Sociale cohesie bevorderen of zorgen dat meer mensen gaan mediteren (20%)



Redenen verhuisd naar Sidhadorp



- De belangrijkste reden om naar het Sidhadorp te verhuizen is voor veel mensen (70%) het meditatieprogramma in het dorp geweest.
- Ook het wonen met gelijkgestemden en de rust/stilte in het dorp zijn veel genoemde redenen om te gaan wonen in het Sidhadorp.



Tegenvallende of verwachte positieve elementen

- Elementen die voldoen aan de vooraf gestelde verwachtingen zijn:
 - Wonen met gelijkgestemden
 - De rust in het dorp
 - Het meditatieprogramma/groepsmeditatie
 - De sfeer in het dorp
 - Faciliteiten zoals gezondheidswinkel, restaurant en koepel
- Elementen die niet aan de verwachting voldoen zijn:
 - De gehorigheid van de woning
 - Het aantal mensen dat meedoet aan het meditatieprogramma
 - Te weinig rust en stilte
 - Overlast van jongeren/niet-gelijkgestemden



Conclusie wonen in Sidhadorp

- Vrijwel alle respondenten (86%) zijn op dit moment (zeer) tevreden over het wonen in het Sidhadorp. Indien men ontevreden is geeft men aan dat dit komt door geluidsoverlast en het feit dat steeds minder mensen mediteren.
- Verbeterpunten voor het Sidhadorp zijn de geluidsoverlast, onderhoud van de woning en groen, een plek voor jongeren creëren en het bevorderen van cohesie of zorgen dat meer mensen gaan mediteren.
- De meest genoemde redenen om naar het Sidhadorp te verhuizen zijn het meditatieprogramma, het wonen met gelijkgestemden en de rust/stilte in het dorp.
- De meeste van deze elementen voldoen aan ook de verwachting die bewoners van te voren hadden. Enkele elementen die hier niet aan voldoen zijn de gehorigheid van de woning, het aantal mensen dat meedoet aan het meditatieprogramma en te weinig rust/stilte door bijvoorbeeld jongeren en niet-gelijkgestemden.



Marketing Consultancy bv

2.3

Toekomst Sidhadorp

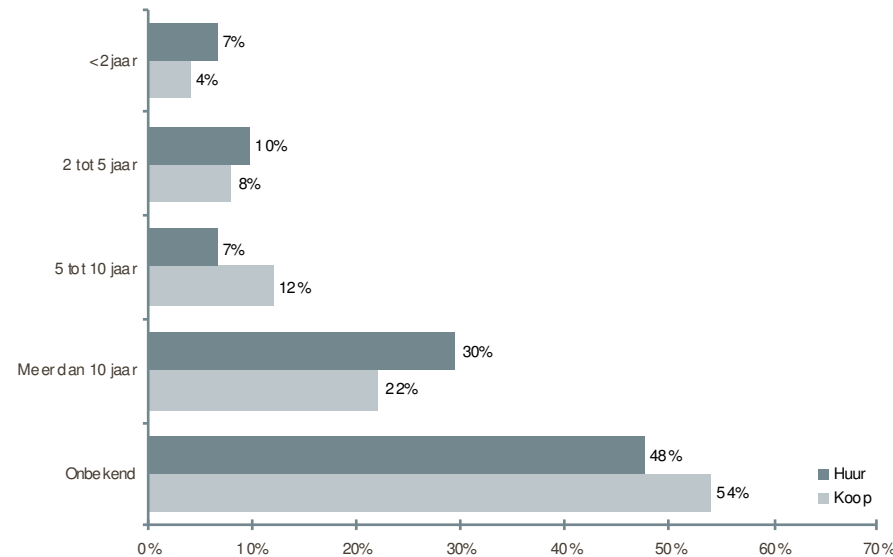


Redenen toenemende leegstand Sidhadorp

- De volgende redenen zijn het meest genoemd voor de toenemende leegstand:
 - Weinig behoefte (meer) onder TM'ers om samen te wonen en mediteren
 - Afnemende interesse in TM
 - Te hoge cursusprijzen
 - De lokatie (Lelystad) is niet ideaal ivm werk
 - De woningen voldoen niet meer aan huidige eisen
 - Andere bewegingen zijn wel in beweging en TM niet
 - Onbekendheid van het dorp



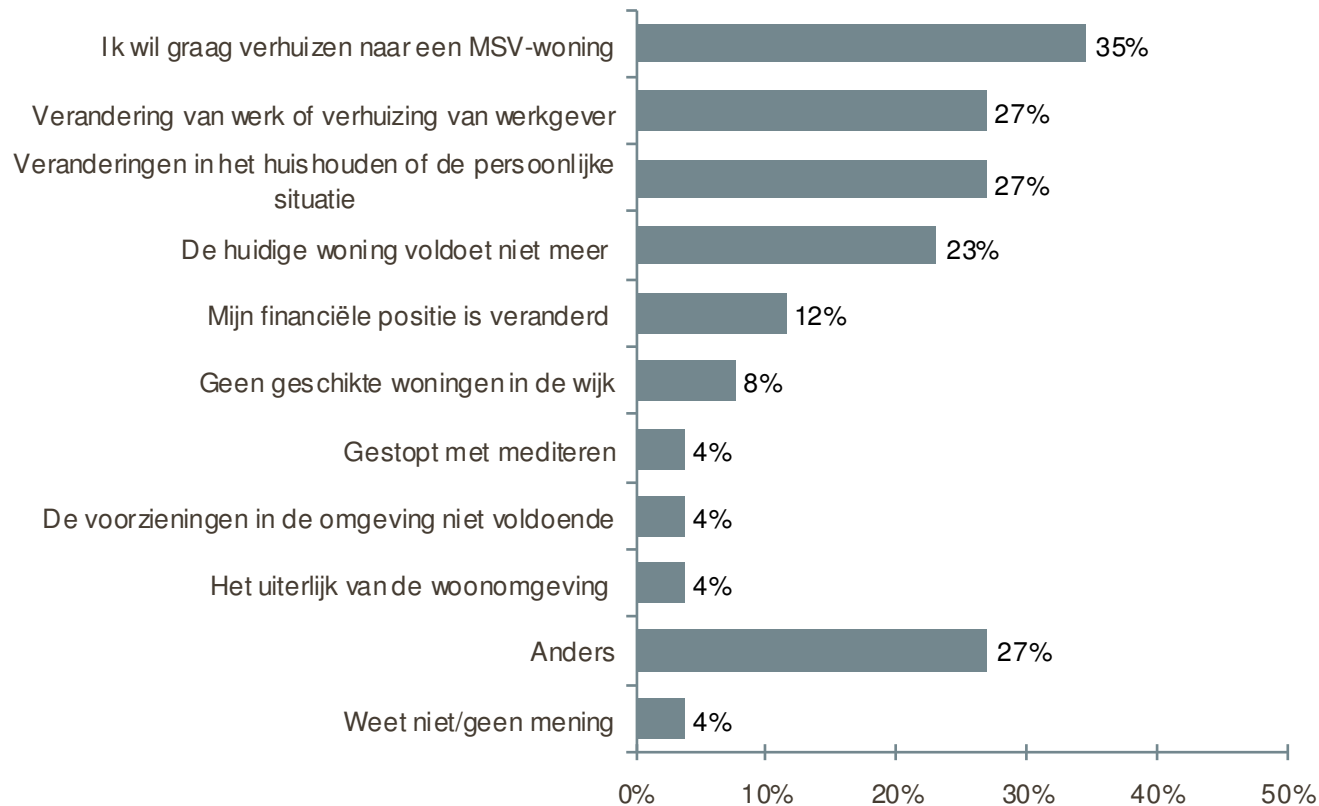
Geplande woonduur huidige woning



- De verhuiscgenigheid onder de respondenten is ongeveer gelijk aan het landelijk gemiddelde van corporaties. Van de huurders wil 17% binnen nu en 5 jaar verhuizen. In totaal zijn dit dus 37 huurders die in de komende vijf jaar zeker willen verhuizen.
- Hiernaast geeft 48% aan niet te weten wanneer te gaan verhuizen. Dit komt neer op 103 huishoudens die eventueel binnen vijf jaar gaan verhuizen. Tevens kunnen er in de groep die niet aan het onderzoek mee hebben gedaan relatief veel huishoudens aanwezig zijn die binnenkort gaan verhuizen en daarom niet mee hebben gedaan met het onderzoek. De uitstroom van huurders de komende vijf jaar is dus groter dan 37, maar aangezien deze huishoudens aangegeven hebben binnen vijf jaar te verhuizen wordt in het vervolg van dit rapport doorgerekend met dit aantal huishoudens.



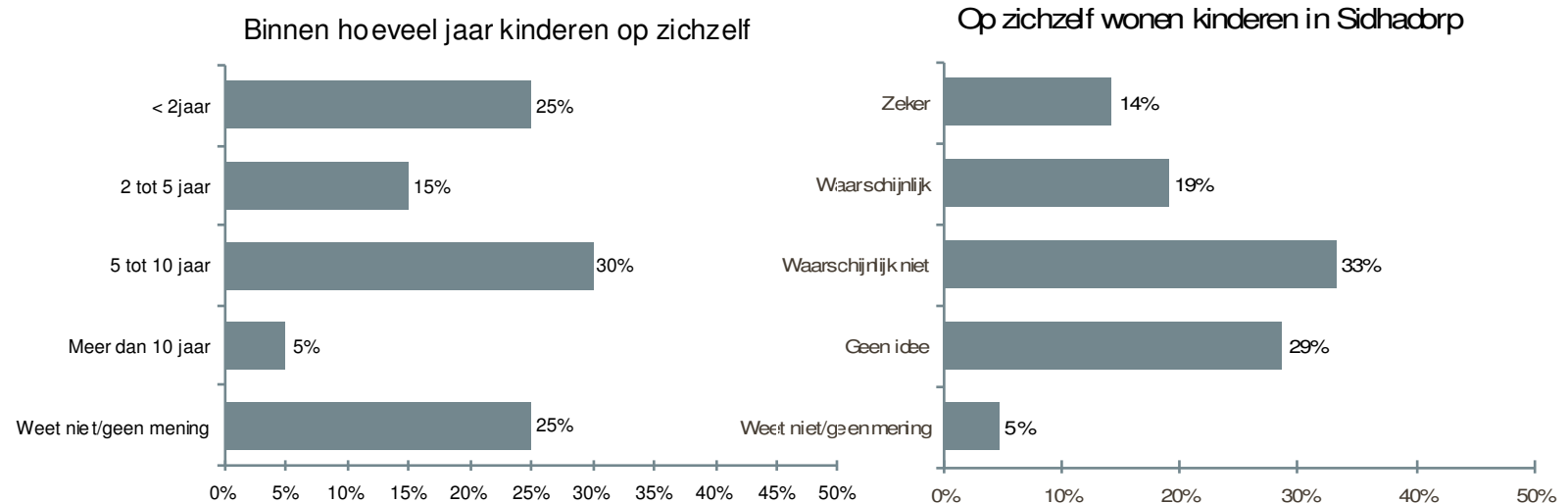
Verhuisredenen



- De meest genoemde reden om binnen nu en vijf jaar te verhuizen is het feit dat men graag wil verhuizen naar een MSV-woning (35%). Van alle huishoudens wil dus 6% (17% \times 35%) binnen vijf jaar verhuizen vanwege een MSV-woning.
- Ook 25% van de respondenten die niet binnen 5 jaar wil verhuizen geeft aan mogelijk wel te verhuizen voor een MSV woning. In totaal is dit dus 21% (83% \times 25%) van de huurders.



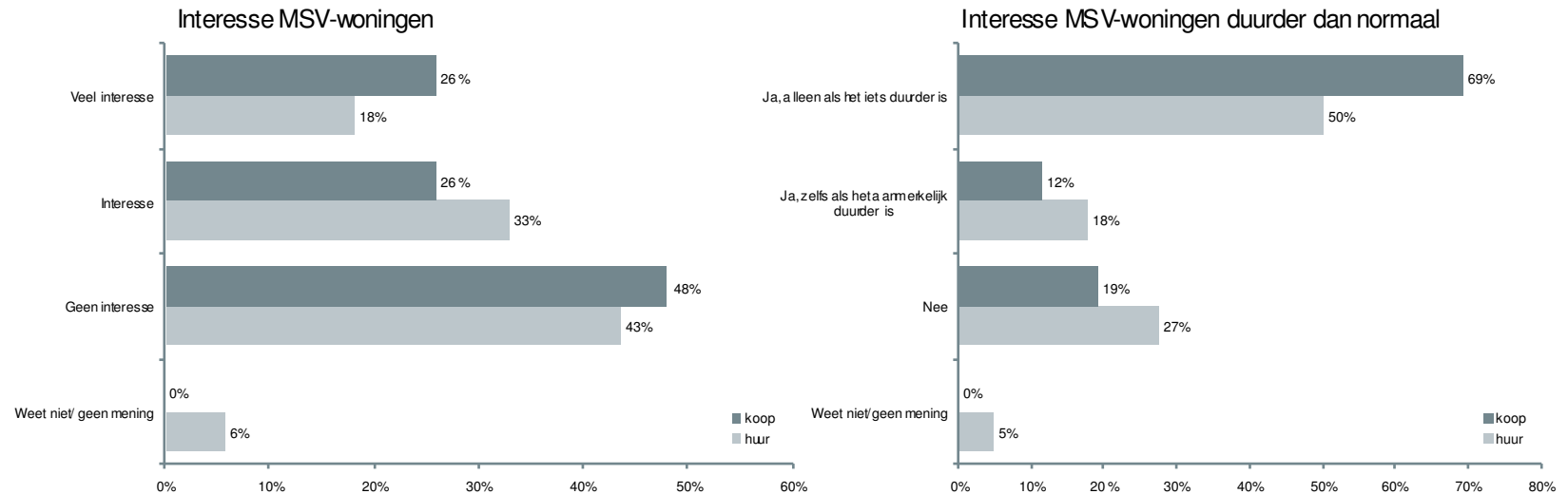
Kinderen blijven wonen in Sidhadorp



- Van de respondenten met thuiswonende kinderen is gevraagd wanneer de kinderen op zichzelf gaan wonen en of zij dan ook in het Sidhadorp blijven wonen.
- 40% van de thuiswonende kinderen gaat binnen nu en 5 jaar op zichzelf wonen. Van deze kinderen in het Sidhadorp blijft 33% waarschijnlijk/zeker in het dorp wonen. Dit komt neer op 4% ($32\% \times 40\% \times 33\%$) van de huishoudens.
- Doorrekenend naar concrete aantallen betekent dit dat in de komende vijf jaar waarschijnlijk 12 nieuwe huishoudens voor natuurlijke aanwas voor het Sidhadorp zorgen (indien deze thuiswonende kinderen eerst gaan huren). Hiermee kan de verwachte uitstroom van 37 huurders in het Sidhadorp dus enigszins opgevangen worden in de toekomst, maar dit is nog niet voldoende.



Interesse MSV-woningen-1



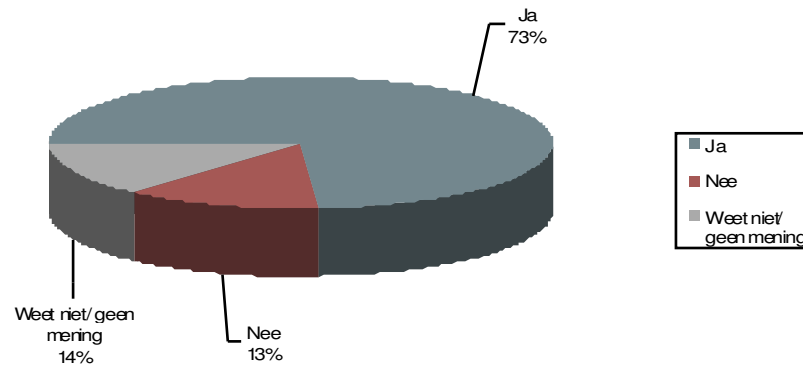
• Iets minder dan een vijfde (18%) van de huurders heeft veel interesse in MSV-woningen, 33% heeft hier wel interesse in. Iets minder dan de helft heeft geen interesse. Indien de woningen iets duurder zijn dan normaal heeft 68% nog steeds interesse. Wanneer de woningen aanmerkelijk duurder worden haakt 50% af.

• In totaal heeft dus 35% ($51\% \times 68\%$) van de huidige huurders (veel) interesse in MSV-woningen, zelfs als ze iets duurder zijn en 9% ($51\% \times 18\%$) heeft nog interesse als deze woningen veel duurder zijn. In totaal zijn dit dus respectievelijk 75 en 19 huishoudens met interesse in MSV-woningen. Vergeleken met de concrete interesse op korte termijn (6%) op pagina 20 en 21 is de latente behoefte/interesse in MSV-woningen duidelijk groter (35%).

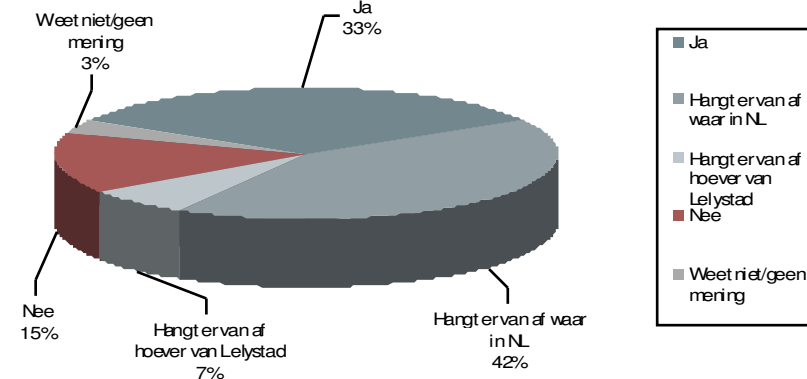


Interesse MSV-woningen-2

Interesse MSV-woning indien leegstand in Sidhadorp



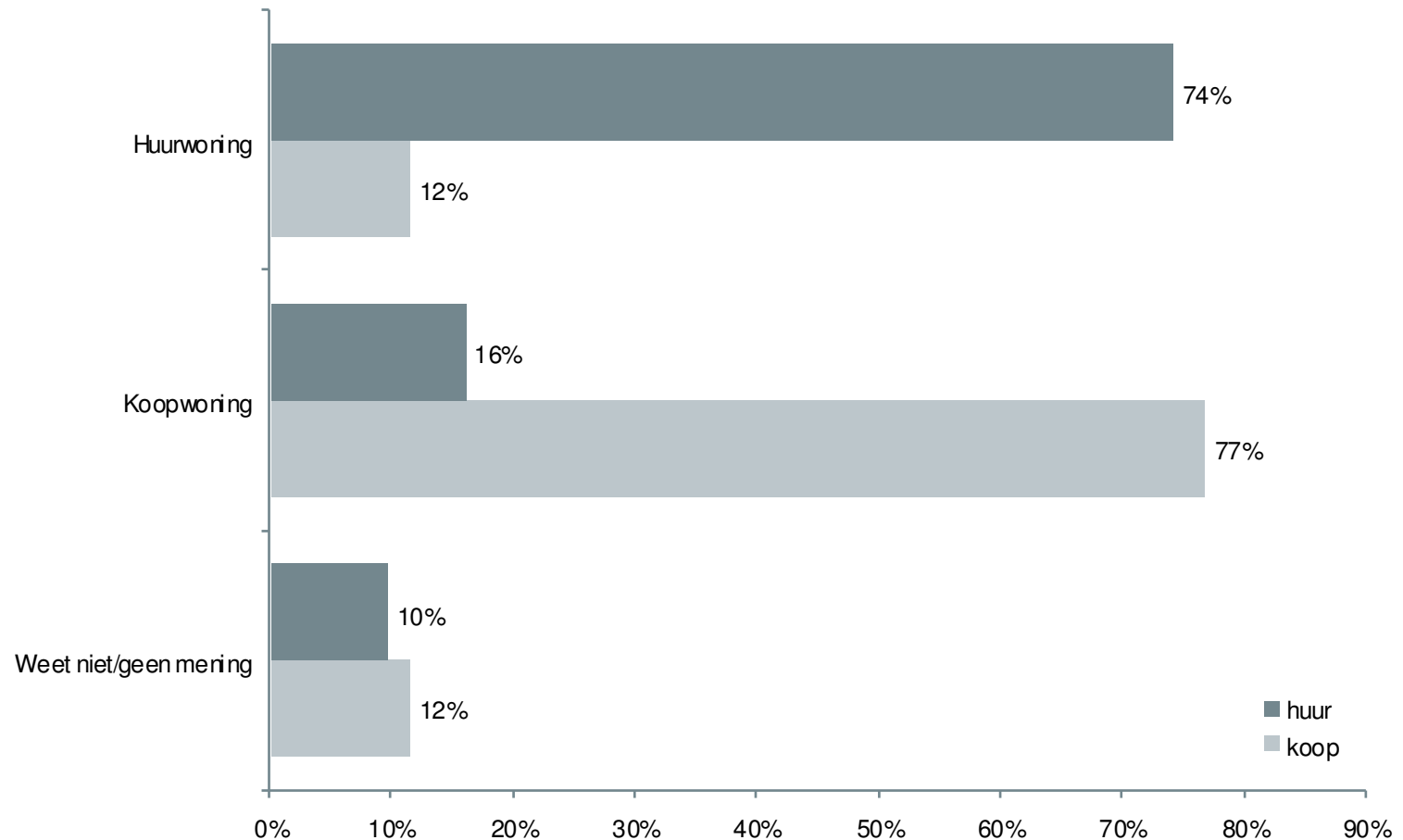
Interesse indien MSV-woning niet in Lelystad



- Als de nieuwe MSV-woningen zorgen voor meer leegstand in het Sidhadorp heeft 73% van deze respondenten nog steeds interesse.
- De locatie van de MSV-woningen is voor 33% niet van belang. Daarentegen haakt 15% af als de MSV-woningen niet in Lelystad worden gebruikt. MSV-woningen kunnen dus duidelijk voor een uitstroom van inwoners van Sidhadorp zorgen, zelfs als woningen niet in Lelystad gebouwd worden.



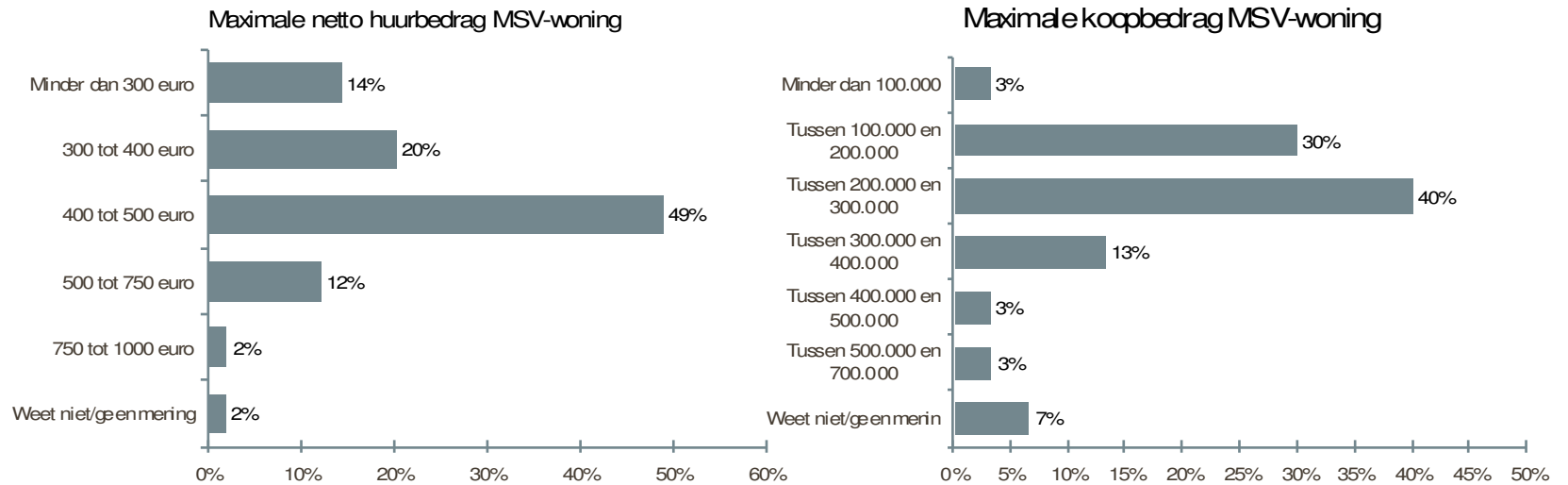
Voorkeur huur/koop MSV-woningen



- De voorkeur van 74% van de huurders met interesse in een MSV woning gaat uit naar een huurwoning. In totaal geeft dus 38% ($51\% \times 74\%$) van de huurders de voorkeur aan een MSV huurwoning. Onder kopers met interesse geldt dat 12% interesse heeft in een huurwoning. Dit is dus 6% ($52\% \times 12\%$) van alle huidige eigenaren van koopwoningen.



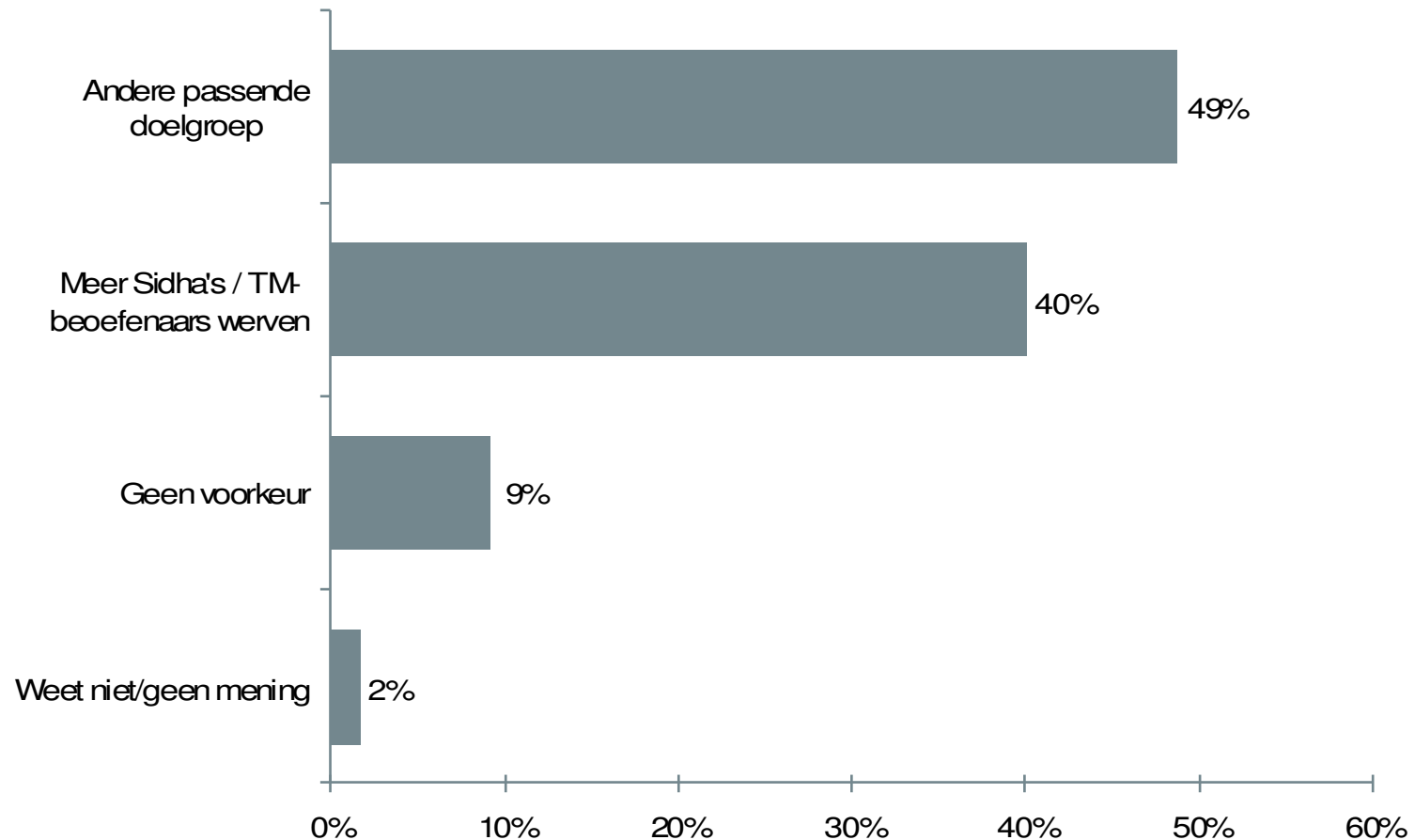
Gewenste huur-/koopprijs MSV-woningen



- Meer dan de helft van de geïnteresseerden in een MSV-woning wil tot maximaal € 500,- per maand aan huur te betalen, 20% wil maximaal 300 tot 400 per maand te betalen.
- De gewenste koopprijs van de woning ligt voor 30% tussen de 100.000 en 200.000 euro en 40% wil tussen de 200.000 en 300.000 euro voor de woning betalen.



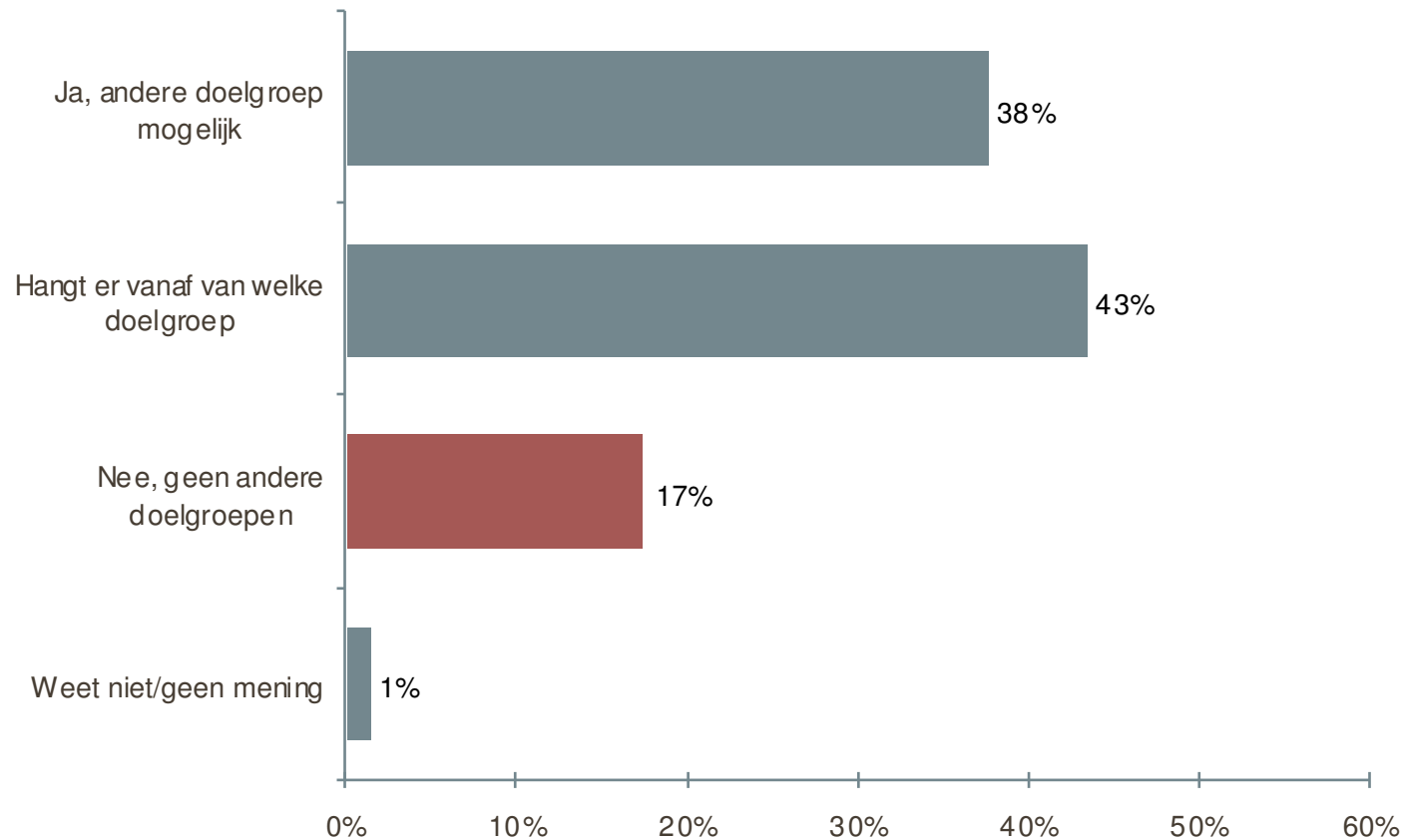
Voorkeur oplossing tegengaan leegstand-1



- De voorkeur voor een oplossing om de leegstand in het dorp tegen te gaan gaat bij de helft van de bewoners uit naar het toelaten van andere passende doelgroepen.
- Een iets kleiner percentage (40%) heeft de voorkeur voor de oplossing om meer TM'ers te werven.



Andere doelgroepen mogelijk in TM'ers niet te werven

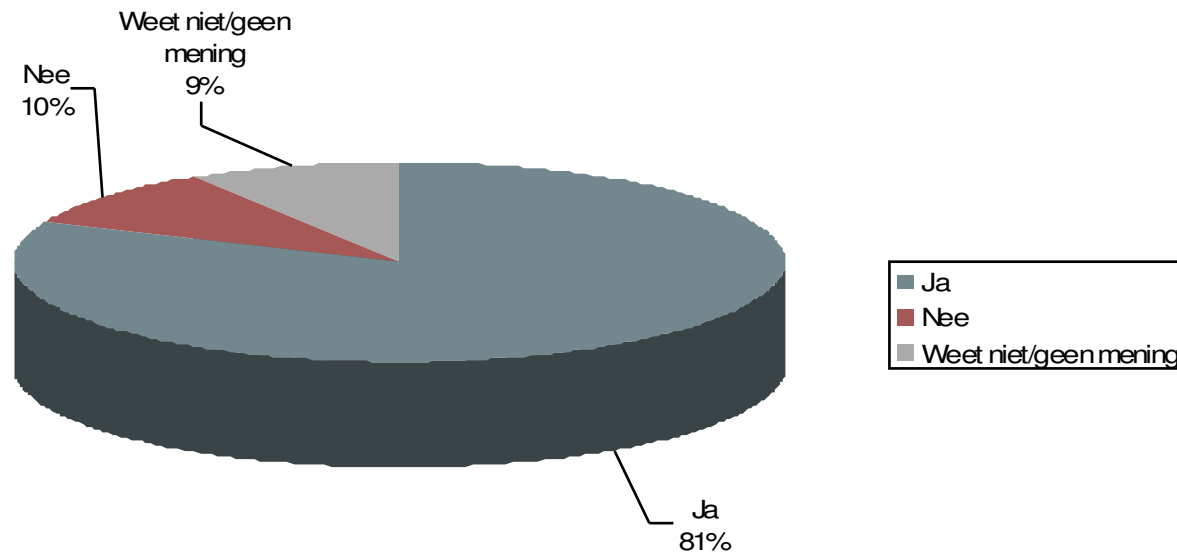


• Indien de respondenten een eerste voorkeur hebben uitgesproken om meer TM'ers te werven is gevraagd of er ook niet-TM'ers in het dorp mogen komen als blijkt dat er niet meer TM'ers te werven zijn. Op deze vraag geeft 38% direct een positief antwoord en 43% hangt hier bepaalde voorwaarden aan vast. 17% antwoordt hier negatief op.

• In totaal geeft 7% ($40\% \times 17\%$) aan geen andere doelgroepen in het dorp toe te willen laten.



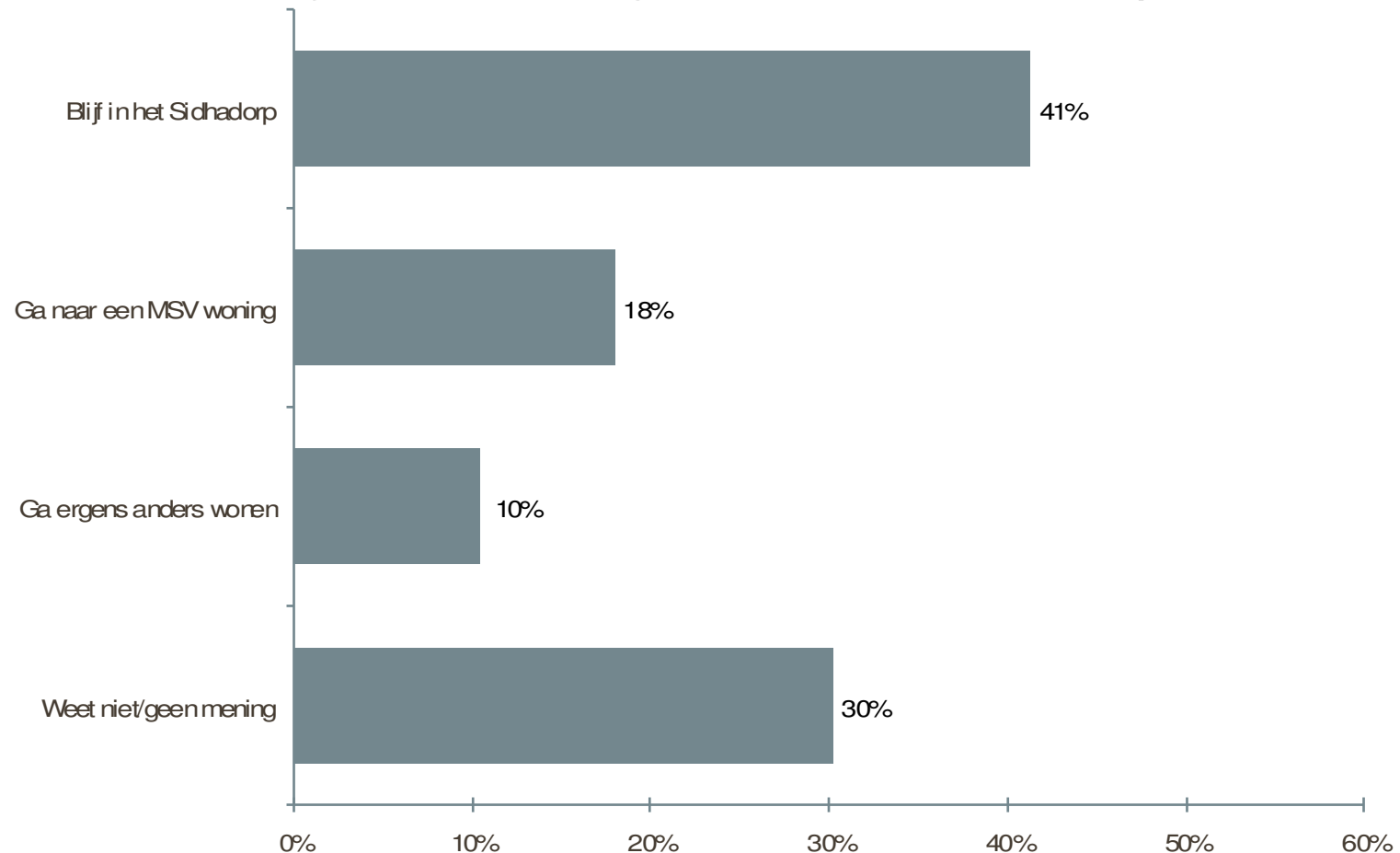
Samenwerking andere leefgemeenschappen toegestaan



- Vrijwel iedereen (81%) vindt dat SWHLL met andere leefgemeenschappen mag samenwerken om andere doelgroepen toe te laten in het Sidhadorp en 10% is het hier niet mee eens.



Plannen bij verandering karakter Sidhadorp



- 10% van de respondenten verwachten het dorp te gaan verlaten bij een verandering van het karakter van Sidhadorp. Iets minder dan de helft zal blijven wonen in het Sidhadorp wanneer het karakter van het dorp zal veranderen. 30% weet nog niet wat het gaat doen en vormt dan ook een potentieel gevaar voor de toekomst van het dorp. Hier wordt in paragraaf 2.5 dieper op ingegaan.



Conclusie redenen leegstand en mogelijke oplossingen

- Thuiswonende kinderen die binnenkort op zichzelf gaan wonen en in het Sidhadorp zullen blijven, kunnen de toenemende leegstand enigszins opvangen. De aantallen zijn echter zeker niet voldoende om het vertrek van bewoners in de komende vijf jaar op te vangen. De komst van MSV-woningen zorgt tevens voor nog meer naderende problemen voor het Sidhadorp. Iets meer dan de helft heeft namelijk (veel) interesse in deze woningen. De interesse blijft aanwezig wanneer de woningen iets duurder worden en wanneer de woningen buiten Lelystad gebouwd zullen worden.
- De meest genoemde redenen voor de toenemende leegstand in het dorp zijn: de verhoogde cursuskosten, de daling in interesse in TM, de kennelijk gedaalde interesse om met gelijkgestemden (TM'ers) samen te wonen en te mediteren, de lokatie, de woningen en de onbekendheid met het dorp.
- Bij een keuze voor een oplossing tegen de leegstand gaat de voorkeur van de helft van de bewoners uit naar andere doelgroepen, 40% geeft de voorkeur aan het werven van meer TM'ers.
- Indien dit niet mogelijk blijkt te zijn mag van 83% van de bewoners ook wel andere doelgroepen (onder bepaalde voorwaarden) in het dorp komen wonen. Van alle bewoners wil 7% dus pertinent niet dat er een andere doelgroep in het dorp komt wonen. Indien het karakter van het verandert gaat 10% het dorp verlaten en 18% gaat daarnaar een MSV-woning.

The logo for USP Marketing Consultancy, featuring the letters 'USP' in a bold, black, sans-serif font. A small red dot is positioned at the bottom of the letter 'S'.

Marketing Consultancy bv

2.4

Meer TM'ers werven

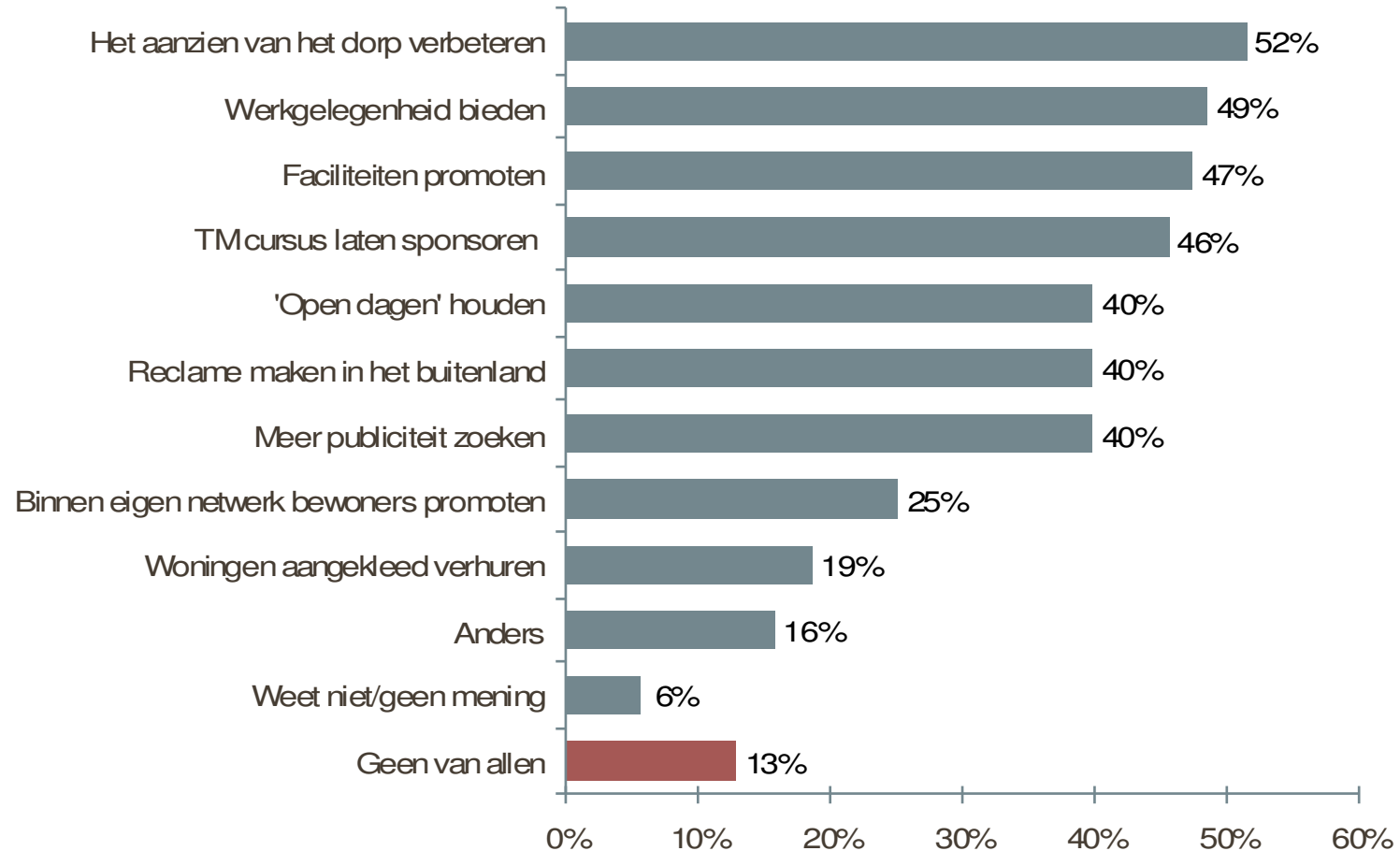


Mogelijkheden meer TM'ers werven voor Sidhadorp-1

- Een aantal bewoners ziet geen mogelijkheden meer om TM'ers te werven. Diegenen die wel mogelijkheden zien, noemen de volgende mogelijkheden het meest spontaan:
 - Cursusprijzen omlaag
 - Meer reclame maken/promoten/adverteren, ook in het buitenland
 - Gunstige huurprijzen
 - Meer binnen eigen netwerk promoten



Mogelijkheden meer TM'ers werven voor Sidhadorp-2



- Het aanzien van het dorp verbeteren is de meest genoemde mogelijkheid (52%) om meer TM'ers te werven. Het bieden van werkgelegenheid, het promoten van faciliteiten en het laten sponsoren van de TM cursus zijn mogelijkheden die door bijna de helft van de bewoners genoemd worden. 13% van de bewoners geeft aan dat geen van de genoemde mogelijkheden volgens hen werkt.



Verbeteren aanzien van het dorp

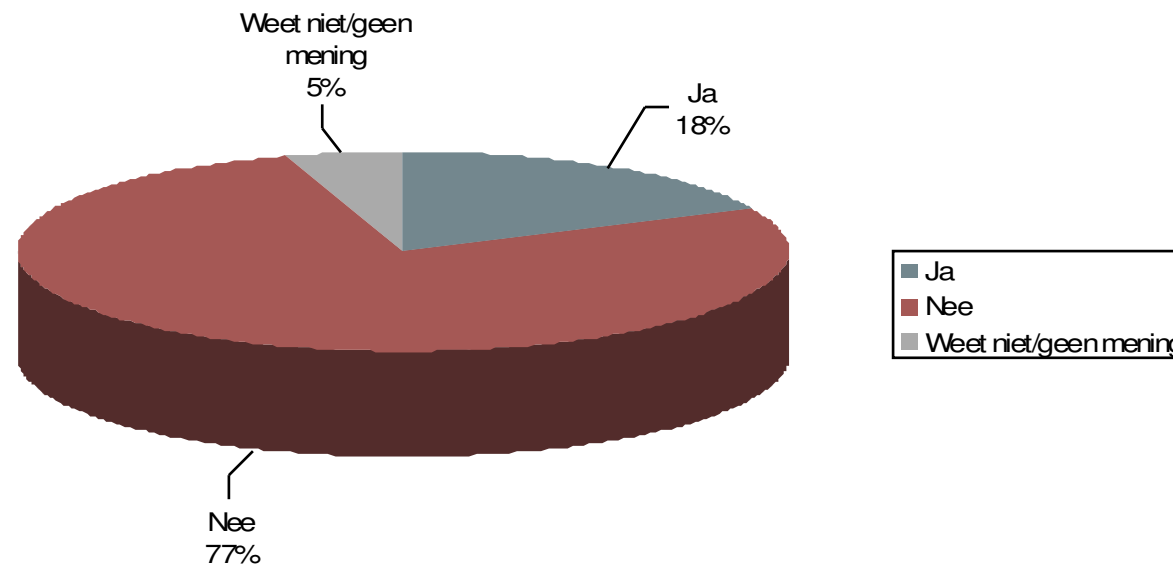
- Het verbeteren van het aanzien van het dorp wordt dus door 52% als mogelijkheid gezien om meer TM'ers te werven. De volgende wijzen om het aanzien van het dorp te verbeteren zijn door deze bewoners genoemd:
 - Opvrolijken houten huizen/leuker kleurtje geven
 - Meer groen aanleggen
 - Tuintjes bijhouden
 - Dorp netter en schoner maken
 - Meer faciliteiten creëren
 - Meer promotie/uitleg over het dorp



Sponsoren cursusgeld

- Uit de figuur op pagina 34 blijkt dat 46% van de bewoners het sponsoren van cursusgeld als mogelijkheid zien om meer TM'ers naar het dorp te krijgen. Aan deze respondenten is gevraagd of zij zelf bereid zijn om deze cursus te sponsoren.

Zelf cursus sponsoren



- Slechts 18% van de bewoners die het sponsoren van cursusgeld als mogelijkheid zien om meer TM'ers te werven wil hier ook daadwerkelijk voor betalen. In totaal is dit dus 8% ($46\% \times 18\%$) van alle huidige bewoners. Deze bewoners willen hier gemiddeld €34,- per maand voor betalen.

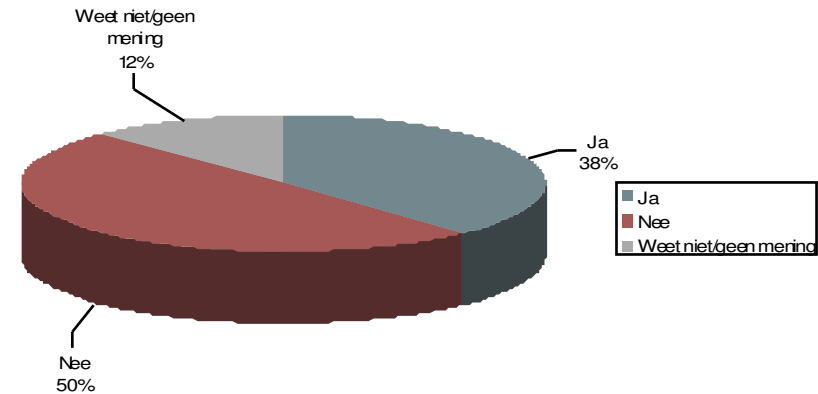


Binnen eigen netwerk promoten

Kennen mensen met interesse voor Sidhadorp



Bereid mensen te activeren tot wonen in Sidhadorp



- Bijna eenderde van de bewoners kent iemand met interesse voor het Sidhadorp. In totaal wil 38% mensen activeren tot wonen in het Sidhadorp. Onder de bewoners die mensen kennen met interesse in Sidhadorp is de bereidheid wel groter (59%).



Conclusie werven TM'ers voor Sidhadorp

- Het aanzien van het dorp verbeteren wordt het meest genoemd als mogelijkheid om meer TM'ers voor het Sidhadorp te werven, gevolgd door het bieden van werkgelegenheid, het promoten van faciliteiten en het laten sponsoren van de TM cursussen.
- Het verbeteren van het aanzien van het dorp kan volgens bewoners voornamelijk door het opknappen van de woning en de tuin, het aanleggen van meer groen, het bijhouden van het groen en meer promoten van het dorp.
- Van de 46% die het laten sponsoren van TM cursussen als mogelijkheid noemen om meer TM'ers te werven is slechts 18% daarvan bereid hier zelf aan bij te dragen.
- De bereidheid om mensen te activeren tot wonen in het Sidhadorp is met 38% hoog.



Marketing Consultancy bv

2.5

**Toelaten andere
doelgroepen tot Sidhadorp**

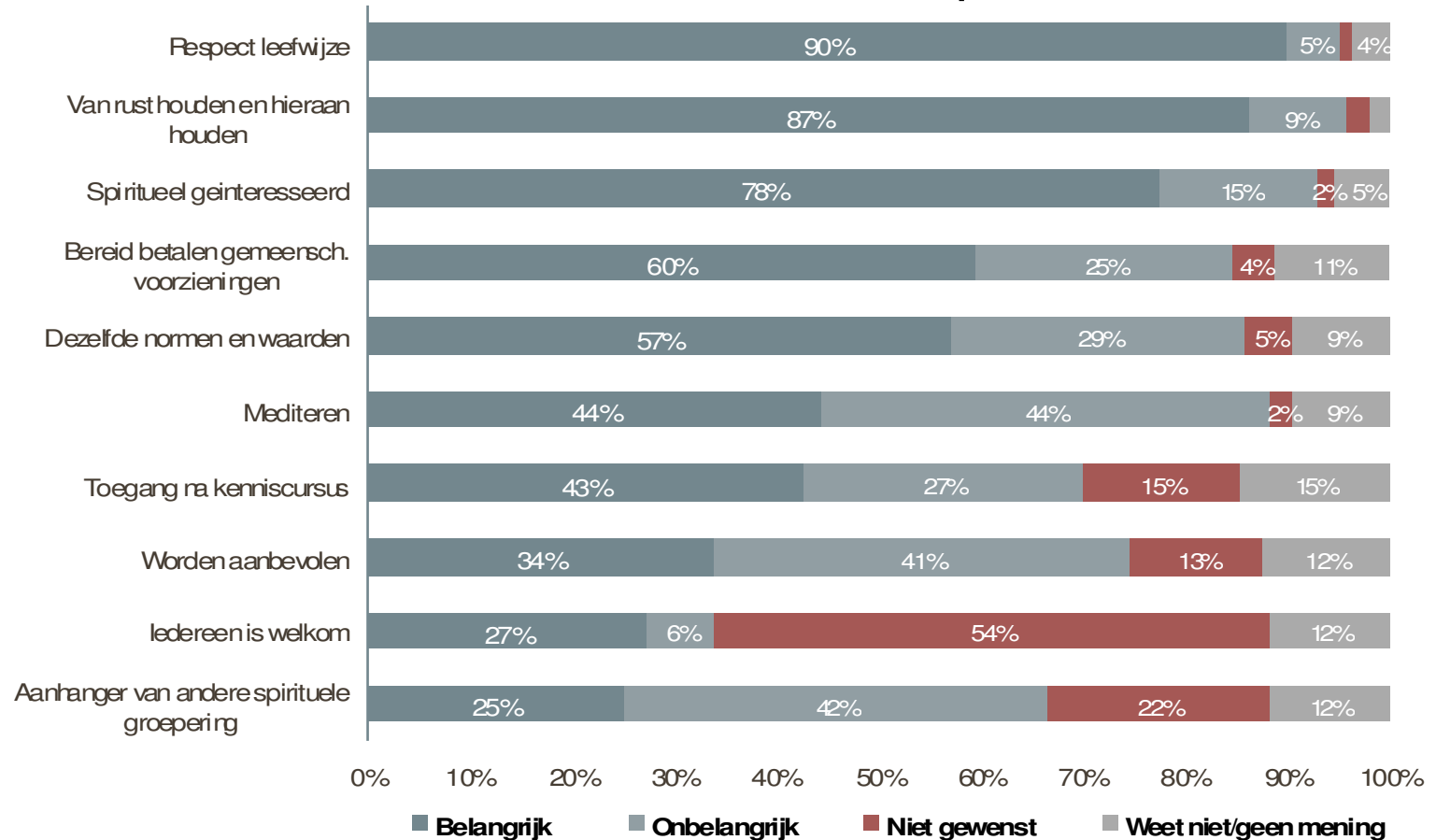


Criteria nieuwe bewoners Sidhadorp-1

- De volgende voorwaarden zijn het meest spontaan genoemd als criteria voor nieuwe doelgroepen:
 - Mensen die zich bezig houden met meditatie (niet per se TM)
 - Mensen die van rust houden
 - Meedoen met sociale activiteiten
 - Spiritueel ingesteld
 - Respect voor TM en meditatieprogramma
 - Respect voor stiltewens



Criteria nieuwe bewoners Sidhadorp-2



- De belangrijkste criteria voor nieuwe doelgroepen zijn volgens bewoners respect voor de leefwijze (90% belangrijk), van rust houden en hieraan houden (87%) en spiritueel geïnteresseerd zijn (78%).

- Meer dan de helft van de bewoners vindt het niet gewenst om iedereen toe te laten.

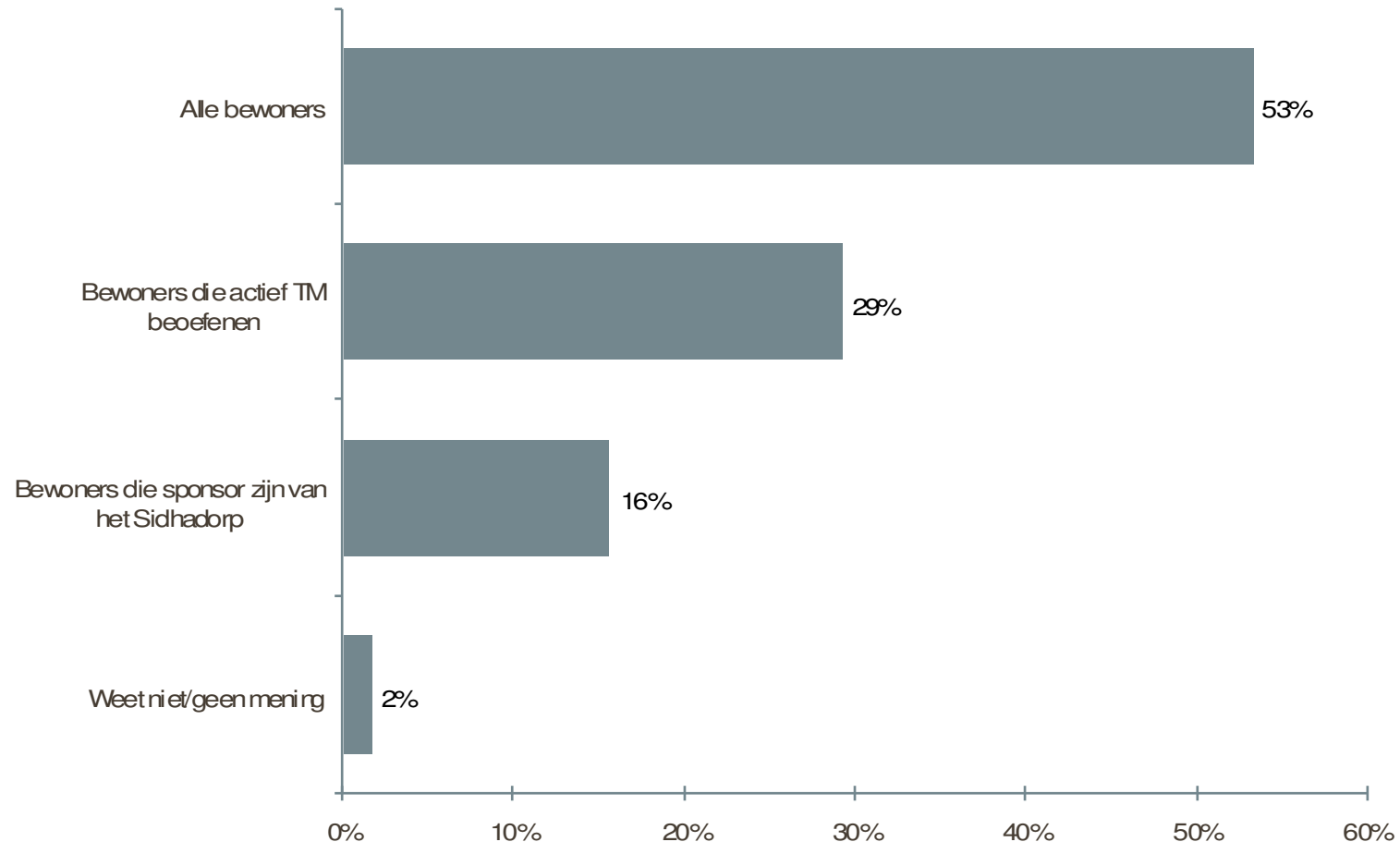


Belangrijkste normen en waarden

- Aan bewoners, die hebben aangegeven dat dezelfde normen en waarden een belangrijk criterium is voor andere doelgroepen, is gevraagd wat deze normen en waarden dan zijn. De volgende punten zijn hierbij het meest genoemd:
 - Spirituele levensvisie
 - Rust en stilte uitdragen aan de omgeving
 - Respect voor elkaar en voor levenswijze hebben



Bewoners die anderen aan mogen bevelen



- Van de bewoners vindt 34% het belangrijk dat de nieuwe bewoners worden aanbevolen door anderen (zie pagina 41). Hiervan vindt 53% dat alle bewoners mensen mogen aandragen, 29% vindt dat alleen actieve TM'ers dit mogen doen en 16% vindt dat alleen sponsoren van het dorp nieuwe bewoners aan mogen dragen.



Conclusie andere doelgroepen

- De belangrijkste criteria voor nieuwe doelgroepen zijn volgens bewoners respect voor de leefwijze (90% belangrijk), van rust houden en hieraan houden (87%) en spiritueel geïnteresseerd zijn (78%).
- Meer dan de helft van de bewoners vindt het niet gewenst om iedereen toe te laten.
- 57% van de bewoners die andere doelgroepen toe willen laten tot het Sidhadorp vinden dezelfde normen en waarden een belangrijk toelatingscriterium. De meest genoemde normen en waarden zijn volgens hen een spirituele levensvisie, rust en stilte uitdragen naar de omgeving en respect hebben voor elkaar en elkaars levenswijze.
- Van de bewoners vindt 34% het belangrijk dat de nieuwe bewoners worden aanbevolen door anderen. Hiervan vindt 53% dat alle bewoners mensen mogen aandragen, 29% vindt dat alleen actieve TM'ers dit mogen doen en 16% vindt dat alleen sponsoren van het dorp nieuwe bewoners aan mogen dragen.



Marketing Consultancy bv

Deel 3
Conclusie



Conclusies-1

- Van de bewoners is 87% TM'er, 56% is Sidha en 19% is beoefenaar van een andere techniek of meditatie. Eenderde mediteert meer 10 keer of meer per week en 27% mediteert 5 tot 10 keer per week. Thuiswonende kinderen van 18 jaar en ouder mediteren minder vaak dan de ouder.
- De frequentie van bezoek aan de koepel (groepsprogramma) is beduidend lager dan het mediteren thuis of elders. Van de mensen die mediteren doet 36% dit nooit in de koepel. Het feit dat de koepel niet altijd gevuld is betekent dus niet dat er ook zo weinig nog mediteren.
- Ruim 80% van diegenen die niet meedoen aan het groepsprogramma heeft hier ook een reden voor. De meest genoemde redenen zijn: tijdgebrek, gezondheidsproblemen en het feit dat men liever alleen mediteert.
- Vrijwel alle respondenten (86%) zijn op dit moment (zeer) tevreden over het wonen in het Sidhadorp. Verbeterpunten zijn de geluidsoverlast, het onderhoud van de woning en het groen, een plek voor jongeren creëren en het bevorderen van cohesie of zorgen dat er meer mensen gaan mediteren.



Conclusies-2

- Thuiswonende kinderen die binnenkort op zichzelf gaan wonen en daarbij in het Sidhadorp zullen blijven, kunnen de verwachte toekomstige leegstand enigszins oplossen, maar de aantallen zijn niet voldoende om de geplande verhuisbewegingen de komende vijf jaar op te vangen.
- De komst van MSV-woningen zorgt echter voor nog meer druk op de huurwoningen. Concreet geeft 35% van de verhuisingeneigde bewoners aan te willen verhuizen naar een MSV-woning. De latente behoefte is zelfs nog groter: iets meer dan de helft van de huidige bewoners heeft interesse in MSV-woningen en deze interesse blijft grotendeels aanwezig, zelfs bij (een lichte) stijging van de prijzen en toenemende leegstand in het Sidhadorp.
- Bij een keuze voor een oplossing tegen de leegstand gaat de voorkeur van de helft van de bewoners uit naar het binnen halen van een passende doelgroep. Iets minder dan de helft (40%) geeft de voorkeur aan het werven van meer TM'ers. Indien het niet mogelijk is om meer TM'ers te werven mogen van 83% van deze bewoners ook wel andere doelgroepen binnen gehaald worden.
- In totaal wil 7% ($40\% \times 17\%$) echt niet dat er een andere doelgroep in het dorp komt wonen. Een redelijk groot percentage (30%) weet nog niet wat hij/zij gaat doen bij een verandering van het karakter van het dorp. De toelatingscriteria voor andere doelgroepen moeten dan ook goed bekeken worden.



Conclusies-3

- Het aanzien van het dorp verbeteren wordt het meest genoemd (52%) als mogelijkheid om meer TM'ers te werven, gevolgd door het bieden van werkgelegenheid (49%), het promoten van faciliteiten (47%) en het laten sponsoren van de TM cursus (46%).
- Het verbeteren van het aanzien van het dorp kan volgens bewoners met name door het opknappen van de woning en de tuin, het aanleggen van meer groen, het bijhouden van het groen en meer promotie voor het dorp.
- De bereidheid om de TM cursus voor anderen te sponsoren en mensen te activeren tot wonen in het dorp is met respectievelijk 18% en 38% vrij laag.
- De belangrijkste criteria voor nieuwe doelgroepen zijn volgens bewoners respect voor de leefwijze (90% belangrijk), van rust houden en hieraan houden (87%) en spiritueel geïnteresseerd zijn (78%). Meer dan de helft van de bewoners (54%) vindt het niet gewenst iedereen toe te laten.
- Belangrijke normen en waarden voor passende doelgroepen zijn: een spirituele levensvisie, rust en stilte uitdragen naar de omgeving en respect hebben voor elkaar en elkaars levenswijze. Indien nieuwe bewoners door anderen aanbevolen mogen worden vindt iets meer dan de helft (53%) dat alle huidige bewoners dit mogen doen.