



OEGSTGEEST SPREEKT

*Ontmoeten en verbinden
in Oegstgeest*



Redactie
Namens Dorpscentrum Oegstgeest
Wouter Kop (juni 2026)

DorpsCENTRUM
OEGSTGEEST

Colofon

Dit rapport is opgesteld door Wouter Kop, verantwoordelijk voor onderzoeksopzet, uitvoering, analyse en redactie van deze rapportage.

Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van Joop Verdonk, voorzitter bestuur Dorpscentrum Oegstgeest; en is tot stand gekomen in nauwe samenwerking met de PR, Marketing & Communicatie-commissie. Hun kennis van Oegstgeest, bijdrage aan de communicatie, het bereiken van inwoners en de praktische organisatie was essentieel voor het succesvol uitvoeren van het onderzoek.

Uitgave Dorpscentrum Oegstgeest - Juni 2026

INHOUD

Over dit onderzoek

- 1. Opzet van dit onderzoek 6
- 2. Steekproef: Wie deden er mee? 7

Oegstgeest en ontmoeting

- 3. Draagvlak en gebruik van ontmoetingsplaatsen 8
- 4. Wie zijn de Oegstgeestenaren: vijf segmenten 9

Het Dorpscentrum in beeld

- 5. Bekendheid en imago Dorpscentrum Oegstgeest 10
- 6. Gebruikersprofiel en bezoekfrequentie 11
- 7. Functies van het Dorpscentrum en bezochte activiteiten 12
- 8. Gebruik en beleving: NPS en verbeterpunten 13
- 9. Voornamelijk drie drempels belemmeren gebruik 14
- 10. Gewenste communicatie van het Dorpscentrum 15

Wat mist Oegstgeest nog?

- 11. Behoeftes aan activiteiten in Oegstgeest 16
- 12. Behoeftes in omgeving van deelnemers van het onderzoek 17

De weg vooruit

- 13. Veel gevraagd, veel geleerd, hoe nu verder? 18
- 14. Over het Dorpscentrum: een plek die ruimte biedt 19

VOORWOORD

Oegstgeest spreekt

In het voorjaar van 2026 deden wij iets wat we nog nooit eerder zo uitgebreid hadden gedaan: we vroegen de inwoners van Oegstgeest rechtstreeks naar hun ervaringen met ontmoeting, met het Dorpscentrum en met de behoeften die zij in hun omgeving zien.

508 mensen namen de tijd om mee te doen. Dat is geen kleine prestatie. Elk ingevuld formulier vertegenwoordigt een stem - van de trouwe vrijwilliger die hier al jaren wekelijks komt, tot de jongere die het Dorpscentrum amper kent. Van de gepensioneerde bewoner die zijn sociale leven hier heeft opgebouwd, tot de ouder die verlangt naar betere activiteiten voor zijn of haar kinderen.

Wat wij vonden, stemt ons zowel tevreden als ambitieus. Tevreden: omdat het vertrouwen in het Dorpscentrum groot is en de sociale functie breed wordt gewaardeerd. Ambitieuw: omdat bijna de helft van Oegstgeest behoefte heeft maar de weg naar het Dorpscentrum nog niet heeft gevonden.

Dit rapport is voor u - de inwoners van Oegstgeest. Niet voor de spreadsheets. Niet voor de beleidstafel (hoewel we hopen dat beleidsmakers hier goed kennis van nemen). Maar voor de mensen die dit dorp maken. Want zij hebben gesproken. Het is nu aan ons om te luisteren.

Met vriendelijke groet,

Joop Verdonk

Voorzitter bestuur Dorpscentrum Oegstgeest

BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN

1

Sterk draagvlak voor ontmoetingsplekken

Negen op de tien inwoners die meededen aan dit onderzoek vindt openbare ontmoetingsplekken in Oegstgeest (heel) belangrijk. Dat is een uitzonderlijk breed maatschappelijk draagvlak. En toch bezoekt bijna de helft van diezelfde groep zulke plekken nauwelijks of nooit. De behoefte is er - de verbinding met het aanbod ontbreekt. Dat is geen onwil, maar gaat over onbekendheid en aansluiting. En dat is oplosbaar.

2

Het Dorpscentrum is geliefd - maar bereikt niet iedereen

Wie het Dorpscentrum kent, waardeert het overwegend positief. Wie positief is, is overtuigd en enthousiast positief. De sociale functie - ontmoeten, verbinden, samen iets doen - wordt breed herkend en gewaardeerd. Maar 45 procent van alle deelnemers valt in het segment 'potentiële gebruiker': mensen die ontmoetingsplekken heel belangrijk vinden, maar het Dorpscentrum niet of nauwelijks bezoeken. Zij zijn er klaar voor. Het Dorpscentrum wil er ook voor hen zijn.

3

Communicatie is de meest gemiste schakel

De meest genoemde reden om het Dorpscentrum niet te bezoeken is simpelweg: niet weten wat er te doen is. Vijftien procent van alle respondenten noemt communicatie en bekendheid als verbeterpunt en een kwart noemt het als drempel voor bezoek. Niet het gebouw, niet de prijs, niet de ligging - maar informatie. Het aanbod bestaat. De vraag bestaat. De verbinding daartussen is de opgave.

4

Er is behoefte aan een uitbreiding van activiteiten

Hoewel het huidige aanbod van activiteiten zeer gewaardeerd en gekoesterd wordt, is er een aanzienlijk deel van de inwoners dat mogelijkheden mist om hun dorpsgenoten te ontmoeten. De grootste behoefte bestaat hier rondom optredens, lezingen, creatieve workshops en activiteiten voor jongeren en kinderen.

OVER DIT ONDERZOEK

1. Opzet van dit onderzoek

In het voorjaar van 2026 voerden wij namens het Dorpscentrum Oegstgeest een uitgebreid bewonersonderzoek uit. De aanleiding was helder: het bestuur, de medewerkers en de vrijwilligers hadden het gevoel dat zij niet alle inwoners van Oegstgeest evengoed bereikten - maar dat gevoel was niet onderbouwd. Wat wilden inwoners? Wie kwamen er nu eigenlijk? En waarom bleven sommige mensen weg? Om die vragen te beantwoorden, kozen wij voor een kwantitatief survey onderzoek met kwalitatieve verdieping via open vragen.

De vragenlijst bestond uit 23 vragen, verdeeld over verschillende thema's: het belang dat inwoners hechten aan openbare ontmoetingsplekken* en in hoeverre men er gebruik van maakt, de bekendheid en het imago van het Dorpscentrum, het gebruik en de beleving, onvervulde behoeften in het aanbod, communicatievoorkeuren en demografische achtergrond. Waar logisch, werd gebruik gemaakt van zogeheten skip-logica: vragen over het gebruik van het Dorpscentrum werden alleen gesteld aan mensen die het kennen; vragen over tevredenheid alleen aan mensen die er weleens zijn geweest. Een eventuele afwijking van de basis steekproef (n=508) wordt per vraag in het rapport vermeld.

De vragenlijst werd verspreid via meerdere kanalen: de Oegstgeester Courant, het netwerk en de website van het Dorpscentrum, de social media kanalen, flyer tijdens de markt, in de winkelcentra en in het gebouw zelf en de nieuwsbrief van Gemeente Oegstgeest. Zo probeerden wij een zo breed mogelijke groep inwoners te bereiken - niet alleen de mensen die het Dorpscentrum al kennen.

Voor een representatieve steekproef is gebruik gemaakt van responsive veldwerk, waarbij wij extra moeite hebben gestoken in het bereiken van groepen met een lage respons. Deelname stond open voor iedereen van 16 jaar en ouder die in Oegstgeest en omgeving woont. Het invullen van de enquête duurde gemiddeld elf minuten. Het onderzoek liep van begin februari tot eind maart 2026.

De open antwoorden - op vragen zoals 'Wat zou u willen dat er verandert?' en 'Welke behoefte ziet u in uw omgeving?' - zijn geanalyseerd via thematische codering. In totaal werden ruim 1500 open antwoorden gecodeerd en systematisch geclusterd. De uitkomsten zijn weergegeven als percentages, afgerond op hele getallen. Alle citaten in dit rapport zijn letterlijk overgenomen uit de open antwoorden en volledig geanonimiseerd: er zijn geen namen, adressen of andere persoonsgegevens opgenomen.

Onderzoekperiode	Februari - maart 2026
Aantal respondenten	508 inwoners van Oegstgeest
Minimumleeftijd	16 jaar
Methode	Online vragenlijst (digitaal)
Verspreiding	Brede verspreiding, responsive veldwerk
Gemiddelde duur	11 minuten
Vragen gesteld	25 vragen (gesloten en open)
Analyse	Kwantitatief + kwalitatieve verdieping

**Een voor alle inwoners toegankelijke fysieke plek waar mensen elkaar kunnen ontmoeten en samen kunnen zijn, zonder verplicht lidmaatschap of voorafgaande uitnodiging.*

OVER DIT ONDERZOEK

2. Steekproef: Wie deden er mee?

In totaal hebben 508 in- en omwoners van Oegstgeest de vragenlijst volledig ingevuld. Dat is een stevige basis voor uitspraken op gemeentelijk niveau. De groep die meedeed, is divers: jong en oud, man en vrouw, uit verschillende wijken en met uiteenlopende relaties tot het Dorpscentrum. Toch is de steekproef niet volledig representatief voor alle inwoners van Oegstgeest: ondanks de extra inspanning in het veldwerk zijn inwoners van Oegstgeest West en jongeren ondervertegenwoordigd in de steekproef.

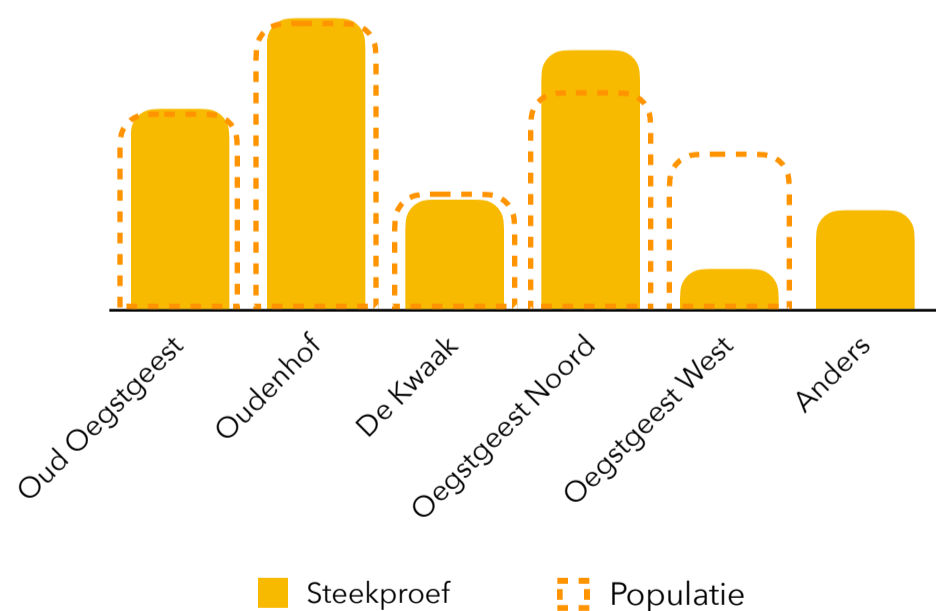
Kijkend naar de leeftijdsverdeling, zien wij dat de groep van 65 jaar en ouder het sterkst vertegenwoordigd is in de steekproef met 48% (oververtegenwoordiging ten opzichte van de populatie van Oegstgeest), gevolgd door de groep van 40 tot 64 jaar: zij vormen 40% van alle deelnemers (dit is overeenkomstig met de populatie van Oegstgeest). De groep van 16 tot 39 jaar sluit met 22% (wat een ondervertegenwoordiging ten opzichte van de populatie betreft).

De verdeling naar geslacht laat zien dat 61% van de deelnemers vrouw is en 36% man. 3% gaf een andere aanduiding of vulde dit niet in. Dit lichte overwicht van vrouwen is eveneens een bekend patroon bij bewonersonderzoek en heeft geen grote invloed op de hoofdconclusies.

Geografisch vertegenwoordigen de deelnemers alle wijken van Oegstgeest. De wijken Oudenhof en Oegstgeest Noord zijn het sterkst vertegenwoordigd, met respectievelijk 29 en 26 procent. Oud Oegstgeest en De Kwaak volgen met 20 en 11 procent. Deze percentages komen voor een groot deel overeen met de populatie van Oegstgeest. Inwoners uit gebieden verder van het centrum - zoals Oegstgeest West - zijn minder vertegenwoordigd.

Al met al biedt de steekproef van 508 deelnemers een betrouwbaar en gevarieerd beeld van de Oegstgeester bevolking - breed genoeg om stevige conclusies op te baseren, en specifiek genoeg om relevante verschillen tussen groepen zichtbaar te maken.

Figuur 1: Steekproef opbouw wijken van Oegstgeest



OEGSTGEEST EN ONTMOETING

3. Draagvlak en gebruik van ontmoetingsplaatsen

94% vindt ontmoeting belangrijk, maar het gebruik blijft achter.

Voordat wij vragen stelden over het Dorpscentrum zelf, wilden wij weten hoe inwoners denken over ontmoetingsplekken in het algemeen. Het antwoord was indrukwekkend eenduidig: 94 procent van alle deelnemers vindt openbare ontmoetingsplekken in Oegstgeest (heel) belangrijk. Slechts een kleine minderheid staat hier neutraal of negatief tegenover. Dat is een krachtig gegeven - en meteen een belangrijke legitimatie voor de maatschappelijke functie die het Dorpscentrum vervult.

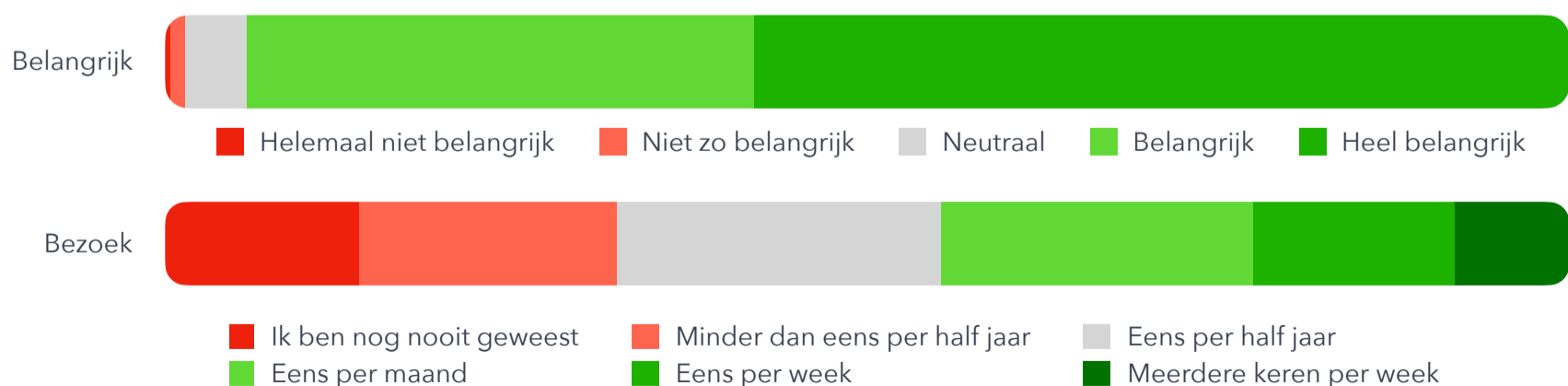
Dit brede draagvlak is bovendien niet voorbehouden aan één leeftijdsgroep of één wijk. Of het nu gaat om een 22-jarige student, een werkende ouder van 38 of een gepensioneerde van 71: de overgrote meerderheid is het erover eens dat plekken waar mensen elkaar kunnen ontmoeten, er toe doen. Inwoners gebruiken woorden als 'verbinding', 'gemeenschap', 'samen' en 'fijn' als zij woorden moeten kiezen die bij plekken als het Dorpscentrum passen.

En toch - en hier begint de eigenlijke uitdaging - vertaalt dat brede belang zich niet automatisch in gebruik. Slechts 22 procent van alle deelnemers bezoekt ontmoetingsplekken in Oegstgeest minstens eens per week. Een kwart komt maandelijks. En meer dan de helft van de inwoners die ontmoeting heel belangrijk vindt, bezoekt zulke plekken minder dan eens per half jaar, of zelfs helemaal niet. Het verschil tussen belang en gedrag is in dit onderzoek groot en een interessant vraagstuk voor verdere verbetering van het vervullen van de behoeftes van de Oegstgeestenaren rondom ontmoetingen.

De meeste mensen die niet komen, willen wel komen. Zij geven aan dat er verschillende drempels bestaan die hen weerhouden van bezoek (zoals dat: er informatie ontbreekt, het aanbod niet aansluit, of dat zij de stap naar binnen nog niet hebben durven zetten). Hier gaan we [later](#) in dit rapport verder op in.

Dat is beleidsmatig een heel andere situatie dan wanneer mensen ontmoetingsplekken niet waarderen. Het betekent dat de behoefte er is - en dat het Dorpscentrum die behoefte kan bedienen, mits het de juiste drempels wegneemt.

Figuur 2: Belang en gebruik van openbare ontmoetingsplekken in Oegstgeest



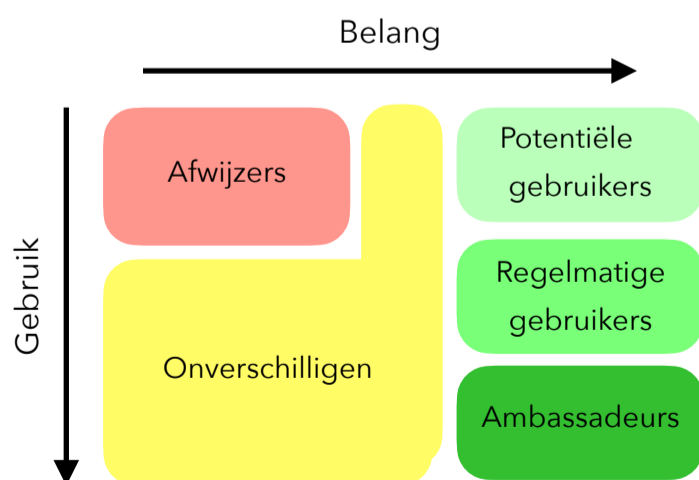
OEGSTGEEST EN ONTMOETING

4. Wie zijn de Oegstgeestenaren: vijf segmenten

Om de diversiteit aan houdingen en gedragingen in kaart te brengen, hebben wij de 508 deelnemers ingedeeld in vijf segmenten. Die indeling is gebaseerd op twee centrale vragen: hoe belangrijk vindt iemand ontmoetingsplekken in het algemeen, en hoe vaak maakt diegene er zelf gebruik van? Uit de combinatie van die twee dimensies - belang en gedrag - ontstaan groepen die fundamenteel van elkaar verschillen, en die elk om een andere aanpak vragen.

De Ambassadeurs (22 procent) zijn de trouwste kern. Zij vinden ontmoeting heel belangrijk én zij zijn er minstens wekelijks te vinden. Het zijn de vaste bezoekers, de vrijwilligers, de mensen die plekken als het Dorpscentrum ook in hun directe omgeving actief aanbevelen. Zij vormen het sociale hart van dit soort organisaties en zijn van onschatbare waarde - niet alleen als gebruikers, maar ook als aanjagers die anderen meenemen en enthousiasmeren.

De Regelmatige gebruikers (43 procent) lijken op de Ambassadeurs, maar komen minder frequent: tussen eens per maand en eens per half jaar.



Zij waarderen ontmoetingsplekken, maar hun bezoekfrequentie biedt ruimte voor groei. Met gerichte activatie door communicatie en een aansluitend aanbod is het realistisch dat een deel van hen een stap hoger op de betrokkenheidsladder zet. De Potentiële gebruikers is met 28 procent de groep die het meest belang hecht aan ontmoetingsplekken, maar ze het minst gebruikt. Bij deze groepen bestaat een discrepantie tussen hun houding en hun gedrag: zij zijn er klaar voor, maar iets houdt hen tegen. Wat dat is, komt uitgebreid aan bod in het [hoofdstuk over drempels](#).

De Onverschilligen (6 procent) hebben geen uitgesproken mening over het belang van ontmoetingsplekken. Zij zijn niet negatief, maar ook niet overtuigd en toch gebruiken zij ontmoetingsplekken toch zo nu en dan (tussen sporadisch tot zelfs maandelijks).

Tot slot is er een kleine groep Afwijzers (1 procent) die ontmoetingsplekken bewust niet belangrijk vindt. Deze groep is klein, en actieve marketing richting hen is niet effectief of zinvol.

Bijzonder relevant is de leeftijdsverdeling binnen deze segmenten. Terwijl ambassadeurs en regelmatige gebruikers overwegend 65-plussers zijn, bestaan de potentiële gebruikers voor bijna driekwart uit inwoners jonger dan 65 jaar. De jongere generaties zijn dus niet ongeïnteresseerd - zij missen simpelweg een aanbod dat bij hen past en communicatie die hen bereikt.

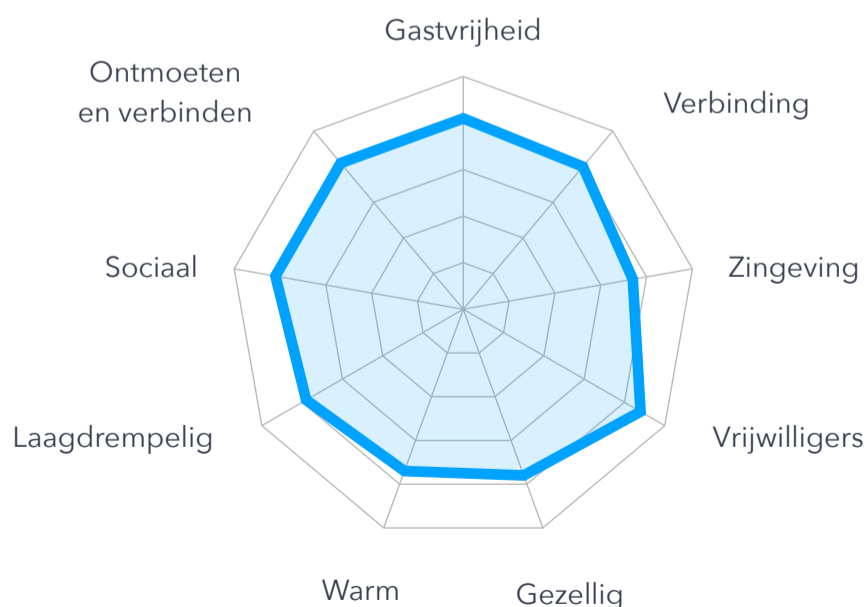
HET DORPSCENTRUM IN BEELD

5. Bekendheid en imago Dorpscentrum Oegstgeest

Van de 508 deelnemers geeft 85 procent aan het Dorpscentrum Oegstgeest te kennen. Dat is op het eerste gezicht geruststellend: bijna 9 van de 10 inwoners heeft tenminste van het bestaan gehoord. Toch vraagt dit getal ook om nuancering. Want 'kennen' is niet hetzelfde als 'begrijpen wat het te bieden heeft'. Uit de open antwoorden en vervolgvragen blijkt dat een aanzienlijk deel van de mensen die zeggen het Dorpscentrum te kennen, slechts een beperkt beeld heeft van de activiteiten, openingstijden of de doelgroepen die worden bediend. Bekendheid in naam is iets anders dan bekendheid in betekenis.

Bovendien is er een duidelijke leeftijdsbreuk in bekendheid: onder inwoners jonger dan 40 jaar is het Dorpscentrum significant minder bekend dan onder ouderen. Daarnaast heeft de nabijheid tot het Dorpscentrum een beperkte invloed: in wijken die verder van het Dorpscentrum liggen, is de bekendheid gemiddeld wat lager dan in de directe omgeving.

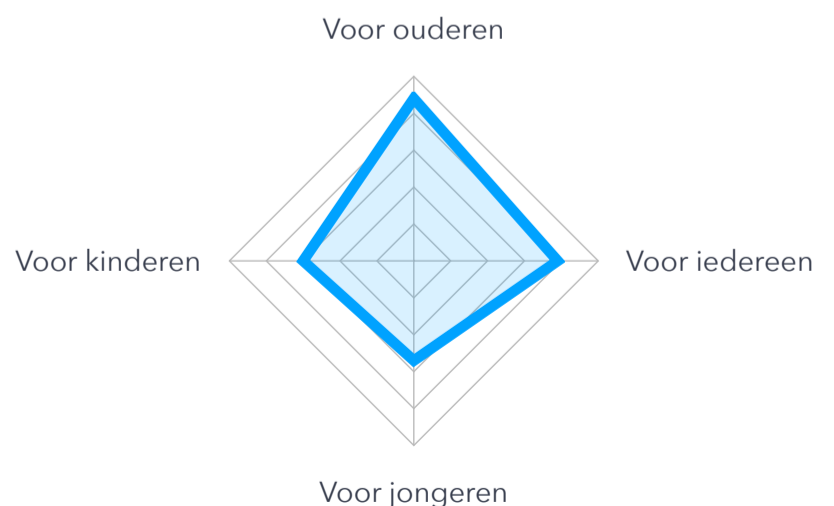
Figuur 3 & 4: Imago scores Dorpscentrum Oegstgeest



Het imago van het Dorpscentrum laat een gemengd maar herkenbaar beeld zien. De meest genoemde spontane associatie is de sociale functie: ontmoeting, samen zijn, gezelligheid. Dat is een sterk en onderscheidend profiel. Mensen voelen dat het Dorpscentrum er is om mensen te verbinden - dat is precies wat de organisatie beoogt. Ook de dragende kracht van de vrijwilligers wordt breed gezien.

Tegelijk is er een opvallende constatering die niet genegeerd mag worden: elf procent van de deelnemers noemt als eerste associatie het woord 'ouderen' of een variant daarop. Dit beeld wordt bevestigd in de imago-vragen, waarbij de dimensie 'voor ouderen' een hogere score krijgt dan 'voor jongeren' of 'voor kinderen'. Het Dorpscentrum wordt door een groep primair gezien als een plek voor senioren - en daarmee als een plek die niet voor hen bedoeld is.

Dit imago staat in contrast met de missie van de organisatie om de verbinding en samenkomst voor iedereen in Oegstgeest te verzorgen. Dit vormt een van de grootste uitdagingen voor de komende jaren. Zolang een deel van Oegstgeest denkt 'dat is niet voor mij', kan het Dorpscentrum de verbinding voor deze groep niet faciliteren.



HET DORPSCENTRUM IN BEELD

6. Gebruikersprofiel en bezoekfrequentie

Wie bezoeken het Dorpscentrum al? Om die vraag te beantwoorden, keken wij naar de achtergrondkenmerken van de huidige bezoekersgroep - de mensen die aangeven het Dorpscentrum te kennen én er weleens te zijn geweest. Dat levert een profiel op dat zowel bevestigt als verrast.

De huidige bezoekersbasis is overwegend 65-plus. De grootste leeftijdsgroep binnen de bezoekers is die van 65 tot 74 jaar. Dat is geen verrassende bevinding: dit is precies de groep die traditioneel goed vertegenwoordigd is in ontmoetingscentra en buurthuizen. Zij hebben meer vrije tijd, zijn actief op zoek naar sociale verbinding en zijn al decennialang vertrouwd met de functie die plekken als het Dorpscentrum vervullen.

Wat opvalt, is de grote aanwezigheid van inwoners uit Oudenhof, Oud Oegstgeest en vooral Oegstgeest Noord in de bezoekersgroep. De eerste wijken liggen dichtbij de locatie aan de Lijtweg, wat de drempel voor een bezoek verlaagt. Maar Oegstgeest Noord is duidelijk verder weg gelegen en toch weten die inwoners het Dorpscentrum erg goed te vinden.

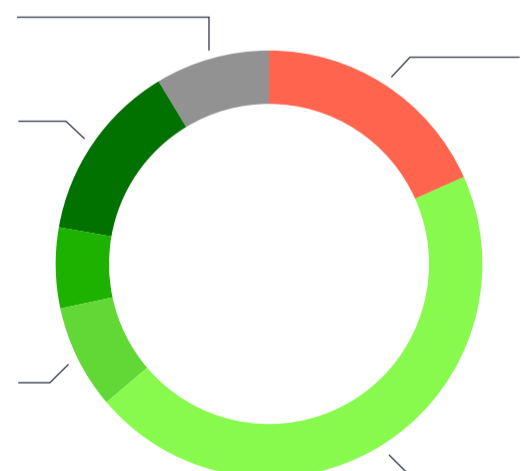
Inwoners uit De Kwaak en Oegstgeest West - geografisch verder weg - zijn als bezoekers relatief ondervertegenwoordigd. Bereikbaarheid en afstand spelen dus een rol.

Qua rol tijdens het bezoek is de verdeling duidelijk: de meerderheid (56 procent van de bezoekers) komt als deelnemer aan activiteiten of als informele-

bezoeker. 10 procent is betrokken als vrijwilliger, 7 procent huurt regelmatig een ruimte, en 17 procent vervult meerdere rollen tegelijkertijd. Veelal betekent dit 'bezoeker+'. Deze hybride groep - mensen die zowel bezoeker als vrijwilliger of huurder zijn - is bijzonder waardevol voor de gemeenschap: zij kennen het Dorpscentrum door en door en zijn er veelal erg enthousiast over.

Samenvattend is het Dorpscentrum meer dan een activiteitencentrum: het vervult een sociale, culturele en verbindende rol binnen de gemeenschap en potentieel voor de hele gemeenschap. Die veelzijdigheid is een kracht, maar vraagt om communicatie die dit zichtbaar maakt. De uitdaging is daarbij om het trouwe huidige publiek te behouden én tegelijkertijd andere wijken en een nieuwe, jongere doelgroep aan te trekken.

Figuur 5: Opbouw rollen bij Dorpscentrum Oegstgeest



HET DORPSCENTRUM IN BEELD

7. Functies van het Dorpscentrum en bezochte activiteiten

Het Dorpscentrum is meer dan één ding. De antwoorden op de vraag waarvoor bezoekers komen, laten zich onderverdelen in drie functies: een sociale, een culturele en een functionele. Samen schetsen zij een beeld van een gebouw dat een veelzijdiger rol in het dorp speelt dan het imago van 'activiteitencentrum voor ouderen' doet vermoeden.

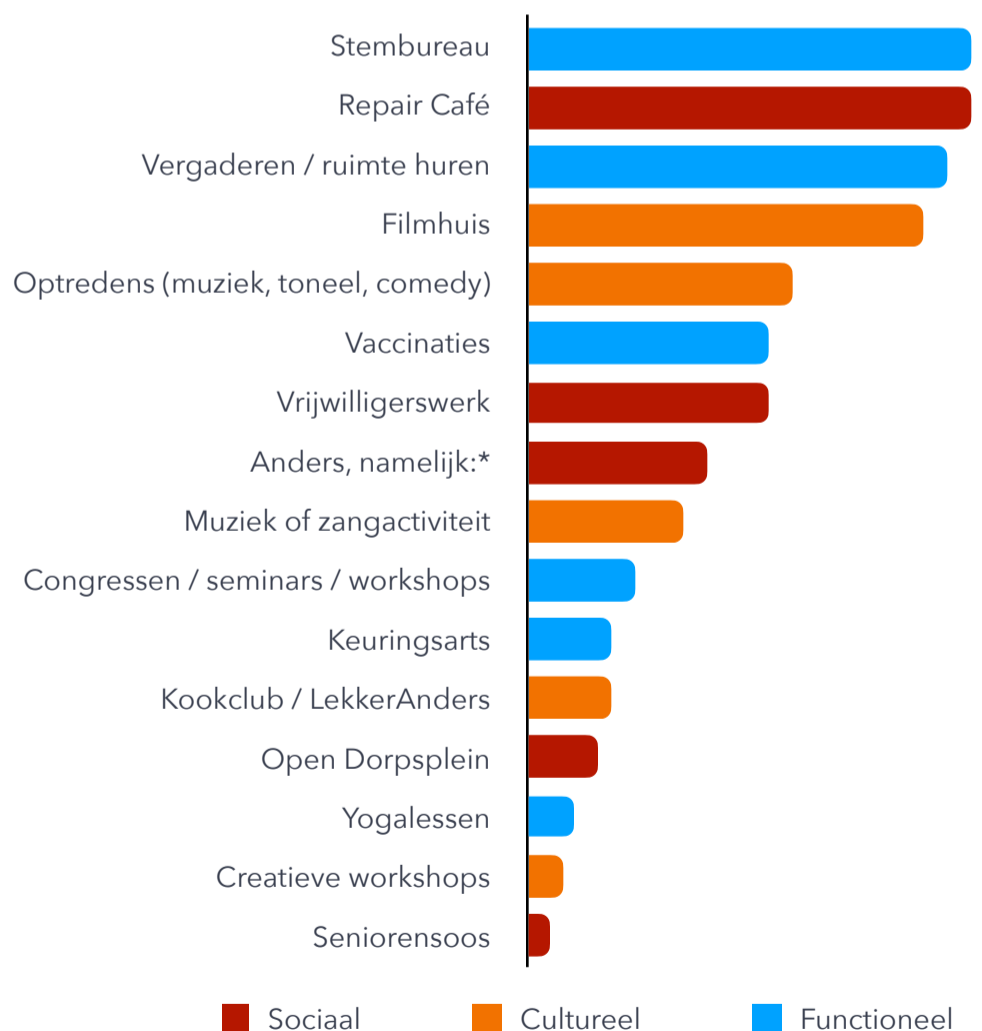
De functionele functie is, gemeten naar bezoekersaandeel, verrassend groot. Het stembureau en vergaderen of een ruimte huren staan bovenaan de lijst met respectievelijk 37 en 35 procent. Vaccinaties en de keuringsarts completeren dit beeld. Veel Oegstgeestenaren bezoeken het Dorpscentrum als openbare voorziening - niet vanwege een programma-keuze, maar omdat er zaken plaatsvinden die een rol in hun leven spelen. Dit is beleidsmatig relevant: deze groep heeft al een voet over de drempel gezet en kan verder betrokken raken wanneer zij worden geraakt door wat het Dorpscentrum verder te bieden heeft.

De sociale functie manifesteert zich het sterkst via het Repair Café, door 37 procent bezocht: samen iets maken, kennis delen, een gesprek aangaan. Vrijwilligerswerk scoort 20 procent. De Seniorensoos Rendez Vous sluit de lijst, niet omdat die klein is in absolute zin, maar omdat de deelnemers een trouwe maar relatief gesloten groep vormen.

De culturele functie is breed maar versnipperd. Het Filmhuis is met 33 procent de sterkste culturele pijler. Optredens worden door 22 procent bezocht, muziek- en zangactiviteiten door 13 procent. Creatieve workshops blijven vooralsnog bescheiden in bereik. LekkerAnders is opvallend laag met 7%, aangezien dit een erg populair evenement is.

Wat dit profiel als geheel onthult, is dat het Dorpscentrum naast de sociale en culturele rol een sterk functioneel karakter heeft. In alledaagse dingen vervult het Dorpscentrum een rol en biedt daarmee een brug tussen functioneel, en sociaal en culturele verbinding in het dorp.

Figuur 6: Bezochte activiteiten bij Dorpscentrum Oegstgeest (n=415)



HET DORPSCENTRUM IN BEELD

8. Gebruik en beleving: NPS en verbeterpunten

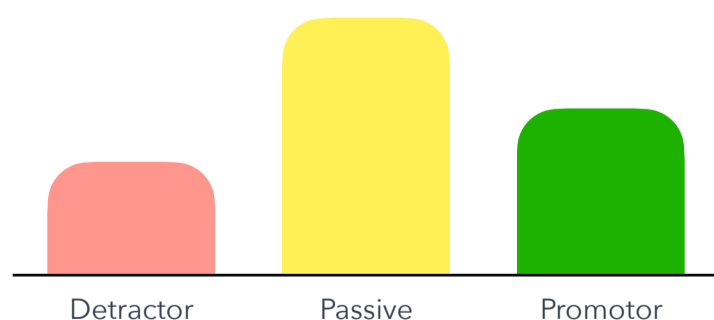
Om de tevredenheid en loyaliteit van bezoekers te meten, gebruikten wij de Net Promoter Score - een internationale maatstaf die al ruim twintig jaar wordt toegepast in zowel commerciële als maatschappelijke organisaties. Deelnemers gaven op een schaal van nul tot tien aan hoe waarschijnlijk het is dat zij het Dorpscentrum zouden aanbevelen aan anderen. Wie een negen of tien geeft, is een Promoter: actief enthousiast. Een zeven of acht is een Passieve: tevreden maar niet overtuigd. Wie zes of lager geeft, is een Detractor: sceptisch of ontevreden.

De resultaten laten zien dat 31% Promoter is, 48% Passief en 21% Detractor, wat resulteert in een NPS van +10. Dat betekent dat meer mensen het Dorpscentrum aanbevelen dan afraden. Dit is een gemiddelde score voor een organisatie die zalen verhuurt, tegelijkertijd een wat lage score voor een gemeenschapsgedreven organisatie, waardoor er ruimte is voor verbetering. Die groeikans ligt vooral bij de grote groep Passives. Met gerichte verbeteringen in communicatie, aanbod en toegankelijkheid kan een deel van deze groep mogelijk worden omgezet in Promoters.

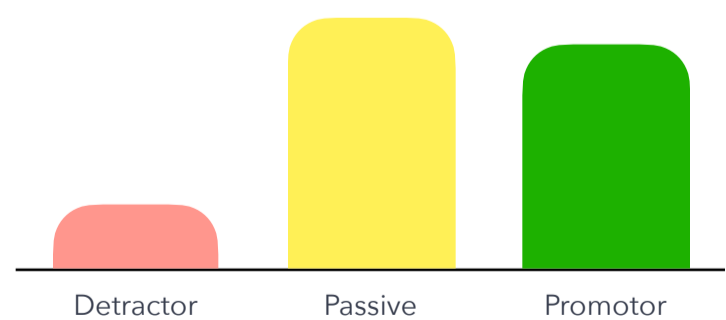
De scores verschillen per type betrokkene. Vrijwilligers beoordelen het Dorpscentrum duidelijk positiever dan reguliere bezoekers. Mensen die meerdere rollen combineren, bijvoorbeeld als bezoeker én vrijwilliger of huurder, scoren het hoogst. Zij kennen de organisatie vanuit verschillende perspectieven en voelen zich sterker verbonden. Dit laat zien dat het stimuleren van betrokkenheid niet alleen waardevol is voor de organisatie en gemeenschap, maar ook bijdraagt aan een sterkere reputatie.

Ook de groep huurders verdient aandacht. Zij vormen een groep van 42% Promoters, 47% Passives en 21% Detractors, met een NPS van +20. Huurders waarderen de centrale ligging, bereikbaarheid en prijs-kwaliteitverhouding. Ook zijn er diverse huurders die ook als vrijwilliger actief zijn. Wat ook weer de (waarde van de) betrokkenheid toont.

Figuur 7: NPS groepen totale steekproef



Figuur 8: NPS groepen huurders (n=75)



HET DORPSCENTRUM IN BEELD

9. Voornamelijk drie drempels belemmeren gebruik

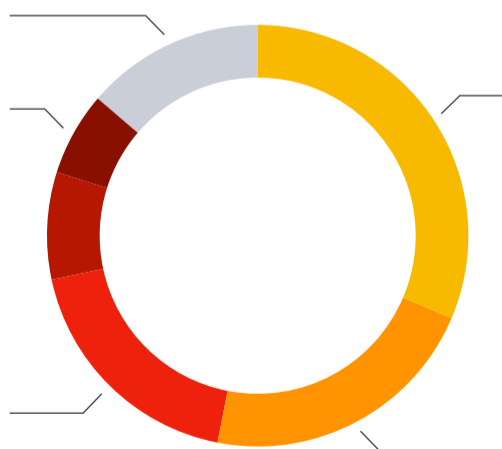
Aan mensen die het Dorpscentrum kennen maar er zelden of nooit komen, vroegen wij expliciet naar de drempels die zij ervaren. De antwoorden laten zich samenvatten in drie typen drempels, die elk een andere aanpak vragen.

De meest voorkomende drempel is de **informatiedrempel**. In bijna een derde van de gevallen geeft men aan niet goed te weten wat er te doen is in het Dorpscentrum en of en hoe zij zich kunnen aanmelden voor activiteiten. Zij weten dat het Dorpscentrum er is, maar het beeld dat zij ervan hebben is vaag of gedateerd. Zij weten niet dat er activiteiten zijn die bij hun leeftijd of interesses passen en zij hebben ook geen prikkel ontvangen om het zelf uit te zoeken. Dit is geen onwil - het is een communicatieprobleem. De oplossing is even eenvoudig als urgent: maak het aanbod zichtbaar, helder en aantrekkelijk via de kanalen die deze mensen al gebruiken.

De tweede drempel is de **aanboddrempel**. Eén op de vijf deelnemers geeft aan dat het huidige aanbod niet bij hen past. Zij zoeken iets wat het Dorpscentrum nu niet of onvoldoende biedt: activiteiten voor jongeren, een plek voor gezinnen met kinderen, horeca, culturele programmering of ruimte voor informeel samenzijn zonder verplicht lidmaatschap van een vereniging. Hier ligt een ambitie voor het Dorpscentrum en de organiserende partijen in het dorp. Er is een verbreding van het aanbod van activiteiten gevraagd en het Dorpscentrum draagt hier graag aan bij door maatschappelijke organisatoren goede zalen en faciliteiten te bieden.

De derde drempel is de **sociale drempel**. Bijna een op de vijf geeft aan dat zij het lastig vinden om alleen naar een onbekende plek te gaan, of dat zij het gevoel hebben dat het Dorpscentrum er primair is voor vaste groepen en niet voor de individuele bezoeker die gewoon eens wil binnenlopen. Dit is een drempel die minder eenvoudig weg te nemen is, maar tijd en positieve ervaringen nodig heeft. Bijvoorbeeld tijdens de dagelijkse open-inloop koffie uurtjes, duidelijke communicatie en een gastvrije, uitnodigende sfeer bij binnenkomst.

Figuur 9: Drempels die bezoek Dorpscentrum belemmeren (n=415)



HET DORPSCENTRUM IN BEELD

10. Gewenste communicatie van het Dorpscentrum

Hoe willen inwoners van Oegstgeest geïnformeerd worden over het aanbod van het Dorpscentrum? Ook dit vroegen wij expliciet - en de antwoorden leveren bruikbare, concrete aanbevelingen op.

De meest gewenste communicatievorm is de Oegstgeester Courant. Dit is een medium waarin het Dorpscentrum al zeer zichtbaar is en veel gevonden wordt. Dit zal dus duidelijk zo blijven als het aan ons ligt!

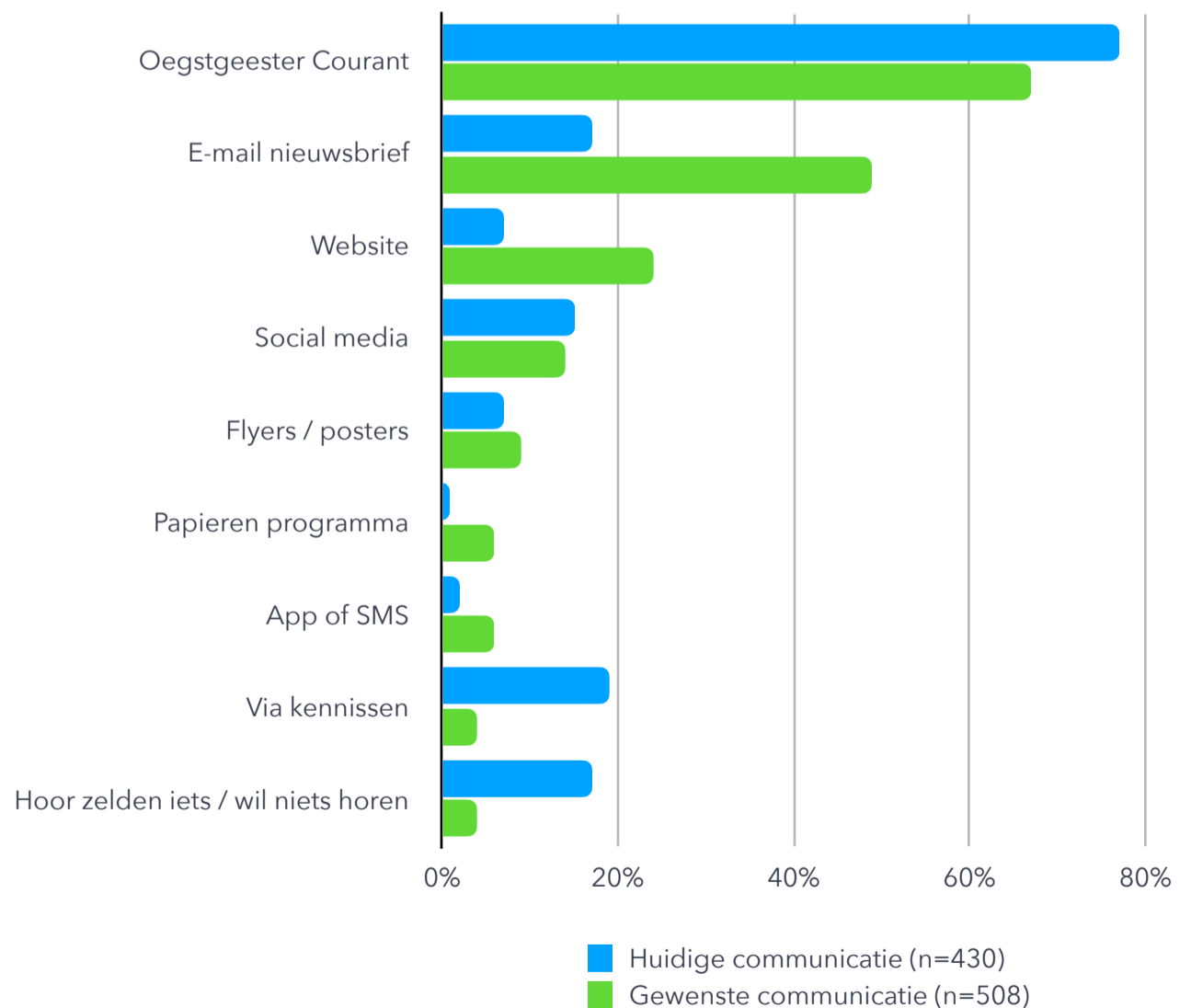
De tweede sterk gewenste communicatievorm is via een e-mail nieuwsbrief. Momenteel wordt dit alleen door specifieke groepen gebruikt, zoals het Filmhuis, of LekkerAnders!. Het Dorpscentrum onderzoekt momenteel of en hoe een nieuwsbrief vorm kan krijgen om gehoor te geven aan deze behoefte.

Als derde is de communicatie via de website genoemd. Waarbij de behoefte opvallend hoger ligt dan het gebruik.

Dit is voor ons een teken om de website ook nog eens goed onder de loep te nemen. Hoewel er veel informatie opstaat vinden we het belangrijk dat alle verschillende bezoekers alle benodigde informatie goed kunnen vinden. Zodat ook de website helpt bij het faciliteren van ontmoeten en verbinden in Oegstgeest.

Tot slot is ook in deze vraag opvallend dat bijna een vijfde van de deelnemers aangeeft dat zij zelden iets horen van het Dorpscentrum maar in bijna alle gevallen wel willen. Hier komt ook weer de communicatieopdracht naar voren die voorligt.

Figuur 10: Huidige en gewenste communicatie



WAT MIST OEGSTGEEST NOG?

11. Behoeftes aan activiteiten in Oegstgeest

Aan alle deelnemers vroegen wij in hoeverre zij persoonlijk mogelijkheden missen om anderen te ontmoeten of deel te nemen aan activiteiten die aansluiten bij hun eigen interesses. Een kwart van de deelnemers geeft aan dit enigszins of zeker te missen. Dat is een aanzienlijk deel - en het getal wordt extra betekenisvol als je het afzet tegen de hoge score op het belang van ontmoeting: mensen vinden het belangrijk, maar vinden niet wat zij zoeken.

Toch zien ook de mensen die niet acuut mogelijkheden missen om elkaar te ontmoeten ruimte voor uitbreiding van activiteiten. Wanneer gevraagd wordt welke soort activiteiten zij graag (meer) zouden zien in Oegstgeest geeft een op de vijf aan dat de activiteiten goed zijn zoals ze zijn.

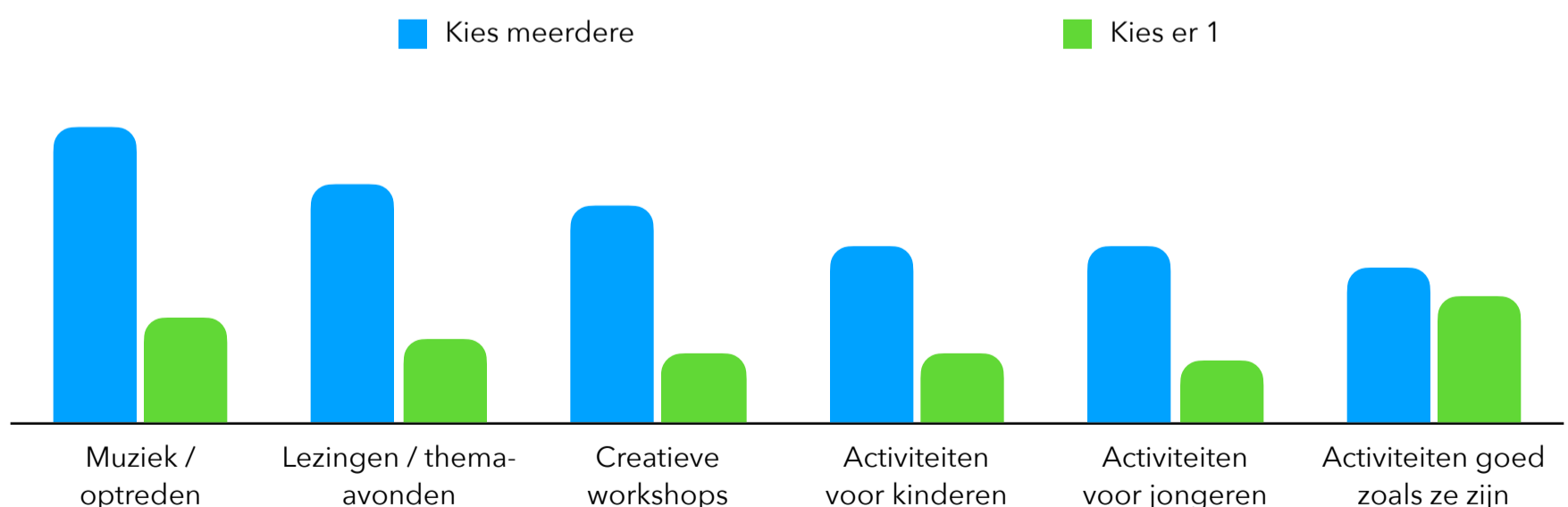
Wat missen zij dan concreet in het aanbod in Oegstgeest?

We hebben de deelnemers gevraagd welke activiteiten ze graag (meer) zouden willen zien in Oegstgeest, waarbij men er meerdere kon kiezen. Daarna hebben we ze gevraagd uit die selectie degene te kiezen die het belangrijkste voor ze is.

De meest gewenste activiteiten zijn muziek of optredens in algemene zin. 42% geeft aan dit graag meer te zien in Oegstgeest. Daaropvolgend komen lezingen / thema avonden (met 34%), creatieve workshops (31%) en activiteiten voor jongeren (25% en kinderen (25%).

Tot slot geeft 22% van de mensen aan dat de activiteiten goed zijn zoals ze zijn. En bijna iedereen blijft hierbij wanneer gevraagd wordt om te kiezen voor de belangrijkste keuze in de selectie. Dat is een sterk compliment voor de activiteiten die momenteel georganiseerd worden, deze worden geliefd en gekoesterd.

Figuur 11: Gewenste nieuwe activiteiten in Oegstgeest



WAT MIST OEGSTGEEST NOG?

12. Behoeftes in omgeving van deelnemers aan het onderzoek

Naast hun eigen behoeften vroegen wij deelnemers ook een stap verder te kijken: herkent u een behoefte in uw directe omgeving - bij burens, familieleden, buurtgenoten - aan iets dat in Oegstgeest nog niet wordt aangeboden? De antwoorden op deze vraag zijn bijzonder waardevol, omdat zij verder reiken dan persoonlijke smaak. Zij geven een beeld van wat mensen als maatschappelijk gemis ervaren.

Het meest genoemde gemis in de omgeving is onmiskenbaar: iets voor jongeren. Ouders, burens van gezinnen en betrokken inwoners signaleren dat tieners en jonge volwassenen in Oegstgeest weinig te doen hebben buiten georganiseerde sport. Er wordt gesproken over een soos, een hangplek, iets op vrijdag- of zaterdagavond. De urgentie is voelbaar - dit is geen wens maar een zorg.

"Ik vind het heel kwalijk dat de gemeente Oegstgeest niets doet voor jongeren. Ze zijn eigenlijk alleen maar overlast. Dan ga je je ook zo gedragen.. organiseer iets in het Dorpscentrum bijvoorbeeld voor jongeren!! Niet alleen voor ouderen of kinderen!"

Meerdere respondenten noemen ook de behoefte aan iets voor gezinnen met jonge kinderen buiten schooltijd: knutselmiddagen, buitenspeeldagen, een plek waar ouders koffiedrinken terwijl kinderen spelen.

"Ontmoetingen voor ouders met kinderen op woensdag middag. In elk geval meer activiteiten buiten kantooruren"

Ook zien verschillende deelnemers een gemis voor inwoners met een niet-Nederlandse achtergrond: een plek voor uitwisseling, taalpraktijk en integratie die verder gaat dan een formele inburgeringscursus - laagdrempelig, menselijk en wederkerig.

"Het aanbod is niet echt toegankelijk/"open" voor mensen met een migratieachtergrond."

Daarnaast worden nog de horecavoorzieningen genoemd, veelal in de vorm van terrasjes - niet als doel op zichzelf, maar als middel: een plek waar je met iemand kunt afspreken, koffie kunt drinken en waarbij het gesprek vanzelf op gang komt. Dat verlangen raakt aan iets diepers: de behoefte aan een plek die altijd open is, waar men altijd welkom is, en waar geen drempel is.

"Laat in de zomeravond gezellig op een terras blijven zitten"

En tot slot worden nog regelmatig de gemiste toneel en optreed-faciliteiten genoemd.

"Optredens zoals bij het Trefpunt in Warmond, waar veel mensen uit Oegstgeest naar toe gaan."

Kortom, er is aan ideeën en behoeftes geen gebrek. Er is ruimte voor verschillende initiatieven als je het aan de inwoners van Oegstgeest vraagt.

DE WEG VOORUIT

13. Veel gevraagd, veel geleerd, hoe nu verder?

Op basis van de resultaten uit het onderzoek kunnen enkele duidelijke conclusies worden getrokken. Door de bevindingen uit de verschillende onderdelen van het onderzoek met elkaar te verbinden, ontstaat een samenhangend beeld van de huidige positie van het Dorpscentrum en de belangrijkste aandachtspunten voor de toekomst.

De eerste conclusie is dat het Dorpscentrum een sterke en breed gedragen maatschappelijke basis heeft. De waardering voor de sociale functie is groot, het vrijwilligersbestand is indrukwekkend en de trouwe bezoekersbasis is loyaal. Dat is geen vanzelfsprekendheid - het is het resultaat van jaren investeren in mensen, activiteiten en gemeenschap. Die basis moet worden gekoesterd.

De tweede conclusie is dat het Dorpscentrum een deel van Oegstgeest nog niet bereikt. Ongeveer een kwart van alle inwoners vindt ontmoeting belangrijk maar bezoekt het Dorpscentrum nauwelijks. De drempels zijn reëel, maar overkomelijk: betere communicatie, een breder aanbod en een laagdrempeliger eerste kennismaking kunnen dit significant veranderen.

De derde conclusie is dat jongere generaties structureel worden gemist. Jongeren zijn ondervertegenwoordigd in de steekproef wat ook aangeeft dat deze verbinding moeilijk te leggen is. Maar ook de 'oudere' jongere generatie van 40-65 jaar is oververtegenwoordigd in het segment potentiële gebruikers, en hun open antwoorden zijn een uitnodiging en letterlijk een aanbod van hulp: om samen dit aanbod vorm te geven.

Op basis van deze conclusies zet het Dorpscentrum drie prioriteiten voor 2026. Allereerst in de communicatie: we blijven zichtbaar in de Oegstgeester Courant en actief op social media. Daarnaast nemen we de website onder de loep, onderzoeken de start van een e-mail nieuwsbrief en bekijken welke verdere manieren we kunnen benutten om Oegstgeest te informeren. Zodat niemand in Oegstgeest meer kan zeggen: 'Ik weet niet wat er is'.

Ten tweede ruimte bieden en benadrukken van het open karakter van het Dorpscentrum, met dagelijkse open-inloop koffie-uurtjes, en verder onderzoek naar mogelijkheden rondom open evenementen / optredens willen we zorgen dat we er in woord en daad voor iedereen in Oegstgeest zijn voor ontmoeten en verbinden.

Tot slot gaan we op zoek naar activiteiten die geschikt zijn voor jongeren en kinderen en de partijen die iets voor hen kunnen organiseren. Zodat ook deze doelgroep de verbinding vindt in het Dorpscentrum.

Meetdoelen 2026

Dit onderzoek is geen eindpunt, maar een begin. We gaan alle antwoorden van de deelnemers van dit onderzoek en de inzichten die het heeft opgeleverd gebruiken om ons het Dorpscentrum dé ontmoetingsplek voor iedereen te laten zijn en blijven.

We zijn voornemens om na enige tijd een herhaling van dit onderzoek te doen (mogelijk in verkorte versie). We hopen dan natuurlijk opnieuw op jullie inspirerende mening.

DE WEG VOORUIT

14. Over het Dorpscentrum: een plek die ruimte biedt

Aan de Lijtweg 9, naast het winkelgebied Lange Voort in het hart van Oegstgeest, staat een gebouw dat meer is dan de som der ruimtes. Het Dorpscentrum is geen commerciële partij die zalen verhuurt en geen gemeentelijke instelling. Het is een onafhankelijke stichting, gerund door vrijwilligers, met één heldere opdracht: dé plek zijn waar de gemeenschap van Oegstgeest elkaar kan ontmoeten en verbinden.

Die opdracht vertaalt zich in een werkwijze die bewust bescheiden is. Het Dorpscentrum bedenkt en organiseert niet zelf het leven van het dorp - het maakt het mogelijk. Het beheert en exploiteert een reeks ruimtes, van een grote zaal voor honderdvijftig mensen tot kleinere, sfeervolle zalen voor intieme bijeenkomsten; en stelt die beschikbaar aan individuen, groepen en organisaties die iets willen betekenen voor de Oegstgeestenaren. Het Filmhuis, het Repair Café, de Seniorensoos Rendez Vous, de yogalessen, de Kookclub LekkerAnders, de Inloop Lumen en het Open Dorpsplein - dit zijn initiatieven die in het Dorpscentrum een thuis hebben gevonden, elk met een eigen doelgroep, elk op hun eigen manier bijdragend aan verbinding en ontmoeting.

Deze werkwijze - het faciliteren in plaats van zelf organiseren - is een bewuste keuze: vertrouwen op de creativiteit en betrokkenheid van de gemeenschap zelf. Daarbij hanteert het Dorpscentrum een maatschappelijke toets om te bepalen welke activiteiten het wel en niet faciliteert. Zo zorgt het ervoor dat het aanbod écht voor en door Oegstgeest is.

De kern van die toets is de maatschappelijke bijdrage van een activiteit. Dat betekent dat activiteiten een openend karakter heeft en verbindingen bewerkstelligt die anders mogelijk waren geweest. Het Dorpscentrum reserveert zichzelf daarmee voor initiatieven als een sociëteit, een kookgroep, een leeskring, een buurtoverleg, een informatiebijeenkomst of een creatieve workshop. Een besloten verjaardagsfeest of een privéborrel past daar niet in - hiervoor zijn in Oegstgeest voldoende commerciële locaties.

Dat onderscheid is bedoeld als missie: het Dorpscentrum is een maatschappelijke plek. Die keuze bepaalt mede wie zich er thuis voelt - en wie zichzelf er nog niet in herkent. Uit dit onderzoek blijkt dat sommige inwoners het Dorpscentrum nog ervaren als een plek voor vaste groepen en bekende gezichten, terwijl de deuren juist openstaan voor nieuwe, open initiatieven.

Daarom de oproep: Heeft u een idee, activiteit of initiatief dat Oegstgeest verbindt? Het Dorpscentrum zoekt inwoners en organisaties die willen bijdragen en denkt graag mee over de mogelijkheden.



