

Binding Belangrijk?

*Een onderzoek naar de binding tussen studenten en Twente
en de invloed van binding op migratie*



Binding Belangrijk?

Een onderzoek naar de binding tussen studenten en Twente en de invloed van binding op migratie

is Sprakel

Augustus, 2008

Master Communication Studies
Faculteit Gedragwetenschappen
Universiteit Twente

Afstudeercommissie:

Dr. J.M. Gutteling
Dr. M. Galetzka
Universiteit Twente

Onderzoek uitgevoerd in opdracht van:

Dhr. J.J.H. Meijer
Career Center Twente

Abstract

This report describes a research which has been conducted by order of Career Center Twente. Most graduates at the Saxion Hogeschool of Enschede and the University of Twente cannot be convinced to remain after their completion of their study (this phenomenon is described as brain-drain). It is unknown to what extent the students develop a relation with the region Twente and how this relation determines their intention to stay in Twente. To measure the relation between the student and the region Twente, the dimensions of the concept "sense of place" were operationalised: place attachment, place identity and place dependence.

An online survey was carried out among almost 1300 respondents. The results indicate that in the future the brain-drain will not make a switch to a brain-gain. Too many students will leave Twente after graduation to live and work somewhere else. However, this results indicate that the student does develop a relation with Twente. Students who originate from Twente have a stronger feeling of sense of place with Twente than the students who do not originate from Twente.

Sense of place is an important concept for studying the behavioral intentions of the student to stay in Twente. Place attachment is the most import predictor, followed by place dependence and place identity. The intention to stay in Twente is determined by sense of place for 40 percent.

Samenvatting

Twente heeft sinds een aantal jaren te kampen met het vertrek van hoger opgeleiden uit de regio die elders hun onderkomen vinden. Het gevolg hiervan is een tekort aan hoogopgeleid personeel op de regionale arbeidsmarkt. Er wordt op allerlei manieren geprobeerd hoogopgeleiden in Twente te houden.

Het is tot op heden onbekend in hoeverre de student een band ontwikkelt met Twente en in hoeverre deze band invloed heeft op de gedragsintentie van de student om wel of niet in Twente te blijven. Daarnaast is ook onduidelijk welke variabelen ten grondslag liggen aan deze binding. Om hier inzicht in te krijgen is er onder bijna 1300 studenten van de Universiteit Twente en Saxion Hogeschool Enschede een vragenlijst afgenomen.

De hoofdvraag van het onderzoek luidt als volgt:

In hoeverre heeft sense of place, bestaand uit place attachment, place identity en place dependence, invloed op de gedragsintentie van studenten om wel of niet in Twente te blijven?

Daarnaast zijn er enkele deelvragen geformuleerd die met de hoofdvraag samenhangen:

- *Is er werkelijk sprake van een brain-drain?*
- *In hoeverre ontwikkelt de student in Twente tijdens zijn of haar studententijd een band met Twente?*
- *Wat zijn belangrijke voorspellers van de binding met Twente?*
- *In hoeverre kan invloed worden uitgeoefend op de mate van binding en gedragsintentie?*

Het zogenaamde brain-drain probleem zal in de nabije toekomst niet veranderen in een brain-gain. Te veel studenten verlaten Twente na afronding van hun studie. De studenten kunnen in bijna drie gelijke groepen worden verdeeld. Een derde van de studenten is (enigszins) vastbesloten om na afronding van de studie Twente te verlaten. Een ander derde deel van de studenten wil daarentegen (enigszins) wel in Twente blijven. Daarnaast weet het overige derde deel van de studenten nog niet waar zij na hun studie willen wonen en werken. De studentenpopulatie die in Twente zal blijven, bestaat voor het grootste deel uit Saxion-studenten, terwijl de populatie die uit Twente vertrekt vooral uit UT-studenten bestaat.

De student heeft of ontwikkelt wel een band met Twente, maar echter geen sterke band. Studenten die van oorsprong uit Twente komen hebben een sterke band met Twente, terwijl studenten die van elders komen een matig sterke band hebben met Twente. Binding, ofwel sense of place, verklaart ruim 40 procent van de gedragsintentie van de student en is daardoor een belangrijke voorspeller voor het wel of niet wegtrekken uit Twente. Kijkend naar de dimensies van sense of place is place attachment (affectief) de grootste voorspeller van gedragsintentie, gevolgd door place dependence (conatief) en place identity (cognitief).

Voorspellers van sense of place op volgorde van sterkte zijn: imago, oorsprong, goal commitment, participatie studiegerelateerd en partner Twente. Deze verklaren ruim 60 procent van de binding die de student met Twente heeft. De sterkste voorspeller van sense of place is het imago van Twente. Hoe positiever het beeld van de student over Twente, hoe meer de student binding ontwikkelt. De op een na sterkste voorspeller is de oorsprong van de student. Studenten afkomstig uit Twente hebben een sterkere band met Twente dan studenten die niet afkomstig zijn uit Twente. Het doel waarmee studenten in Twente komen studeren is erg belangrijk (goal commitment). Wanneer studenten alleen voor hun studie in Twente komen studeren ontwikkelen zij minder een band dan wanneer zij ook deelnemen aan het sociale leven in Twente en dit belangrijk vinden. Daarnaast speelt het

participeren in studiegerelateerde activiteiten ook een rol bij het creëren van binding. Echter is deze invloed negatief. Hoe meer de student deelneemt in studiegerelateerde activiteiten, des te minder de student een band opbouwt met Twente. Tenslotte draagt het hebben van een Twentse partner ook bij aan het krijgen van een band met Twente.

Om invloed uit te kunnen oefenen op binding en de gedragsintentie van de student worden er enkele aanbevelingen gedaan. Omdat de beeldvorming bij het imago centraal staat is het belangrijk dat studenten een juist en positief beeld krijgen van Twente. Daardoor moet er gedurende tijd die studenten in Twente doorbrengen continue aan het imago worden gewerkt. Gezien de invloed van goal commitment, moet bij de promotie van Enschede als studentenstad niet alleen de nadruk komen te liggen op de te volgen opleidingen aan de onderwijsinstellingen, maar ook het sociale leven in Enschede moet onder de aandacht gebracht worden.

Place dependence laat zien dat het beeld van de student op het gebied van werken, wonen en ontspanning invloed heeft op de gedragsintentie. Place dependence op het gebied van werken heeft de meeste invloed op de gedragsintentie gevolgd door place dependence op het gebied van ontspanning en wonen. Het is erg belangrijk dat studenten op de hoogte zijn van de baanmogelijkheden in Twente. Uit de literatuur blijkt namelijk dat de eerste baanmogelijkheden een belangrijk vestigingsmotief is van de student en ook uit dit onderzoek blijkt dat twee derde van de studenten bereid is om in Twente te blijven wanneer zij een goede baan krijgen aangeboden. Uit de literatuur blijkt dat er in Twente een gebrek is aan banen voor hoogopgeleiden, maar de vacatures zijn echter nog niet opgevuld. Het is eventueel mogelijk dat de aangeboden opleidingen in Twente niet optimaal aansluiten op de arbeidsmarkt in Twente. Ook blijkt dat bijna de helft van de studenten geen goed zicht heeft op de baanmogelijkheden in Twente en hierover graag informatie wil ontvangen.

Gezien het feit dat de ruime meerderheid van de studenten in de startfase van de studie nog geen concrete plannen heeft en bijna de helft geen voorkeur heeft voor een toekomstige woon- en werkplaats ligt hier de uitdaging om aan hen te laten zien wat Twente te bieden heeft. Door studenten zo vroeg mogelijk te informeren met nadruk op baanmogelijkheden en daarnaast ontspanning- en woonmogelijkheden kan eventueel invloed worden uitgeoefend bij het beslissingsproces. Ook later in de studiefase heeft het nog steeds zin om studenten te informeren over werk-, woon- en ontspanningsmogelijkheden in Twente. Het blijkt namelijk dat ruim een derde van de studenten geen concrete plannen heeft in de laatste fase van de studie en een kwart van de studenten heeft geen voorkeur ontwikkeld voor een toekomstige woon- en werkplaats.

Voorwoord

Het einde is in zicht. Na vier jaar hard studeren is nu het moment gekomen dat ik ga afstuderen. Ik heb met erg veel plezier mijn opleiding gevolgd en kijk dan ook tevreden terug op mijn studietijd. In het begin was het nogal wennen, omdat de studie niet vlot verliep. Echter ging het steeds beter. Mijn afstudeerperiode heb ik ervaren als een leuke tijd, waarin ik al mijn opgedane kennis en vaardigheden van mijn studie heb kunnen toepassen.

Toen ik de afstudeeropdracht bij Career Center Twente tegen kwam was ik meteen enthousiast. Het was de bedoeling om de band van studenten met de regio Twente te gaan onderzoeken. Aangezien er nooit eerder onderzoek naar dit onderwerp is gedaan, leek het mij een interessante opdracht. Ik wil mijn opdrachtgever Joop Meijer van Career Center Twente dan ook bedanken voor de kans die hij mij heeft gegeven om binnen CCT onderzoek uit te voeren. Ik heb met veel plezier bij CCT mijn afstudeeropdracht uitgevoerd.

Daarnaast wil ik mijn begeleiders Jan Gutteling en Mirjam Galetzka bedanken voor de tijd die zij in mijn afstuderen hebben gestoken. Als ik met vragen zat kon ik altijd ben hen terecht. Tenslotte wil ik mijn ouders, mijn zus en mijn vriend bedanken voor de steun tijdens mijn studie. Als ik het even niet meer zag zitten kon ik altijd bij hen terecht op mijn verhaal te doen.

Enschede, augustus 2008

Iris Sprakel

Inhoudsopgave

Abstract	3
Samenvatting	4
Voorwoord	6
1. Inleiding	9
1.1 Aanleiding van het onderzoek	9
1.2 Context van het onderzoek	9
1.3 Doel van het onderzoek	10
1.4 Onderzoeksvragen	10
1.5 Vooruitblik	10
2. Achtergrondinformatie	11
2.1 Brain-drain: de trek van hoger opgeleiden naar het westen	11
2.2 Twente: cijfers en zakelijke gegevens	12
2.3 Imago	14
2.3.1 Zakelijk imago	14
2.3.2 Algemeen imago	15
2.4 Hardware, software en mindware van Twente	15
2.5 Beleidsplan Rotterdam	16
2.6 Bestaande acties bevorderen binding studenten	17
3. Theoretisch kader	19
3.1 Binding studenten aan de stad/regio	19
3.2 Sense of place	20
3.3 Social & physical attachment	22
3.4 Binding door consumptie, participatie en nabijheid	23
3.5 Binding vanuit andere invalshoeken	24
3.5.1 Organizational commitment	24
3.5.2 Student loyalty	25
3.6 Onderzoeksmodel	27
4. Onderzoekopzet	29
4.1 Onderzoeksmethode	29
4.2 Respondenten en steekproef	29
4.3 Procedure	29
4.4 Opzet vragenlijst en betrouwbaarheid schaalconstructie	31
4.4.1 Variabelen sense of place (onderzoeksmodel)	31
4.4.2 Variabelen van invloed op sense of place (onderzoeksmodel)	31
4.4.3 Overig variabelen	33

4.5 Data-analyse	34
5. Resultaten	35
5.1 Respons	35
5.2 Achtergrondvariabelen	35
5.3 Beschrijvende resultaten	36
5.3.1 Brain-drain of brain-gain?	36
5.3.2 Constructen model	37
5.3.3 Informatievoorziening werken, wonen & ontspanning	40
5.3.4 Plannen uitstippelen	43
5.3.5 Arbeidsmarktoriëntatie	45
5.3.6 Arbeidsmarktcommunicatie	46
5.4 Conclusie beschrijvende resultaten	46
5.5 Correlatieanalyses	47
5.6 Regressieanalyses	51
5.6.1 Invloed binding op gedragsintentie	51
5.6.2 Invloed gedragsdeterminanten op binding	52
6. Conclusie en aanbevelingen	55
6.1 Conclusie	55
6.2 Aanbevelingen	58
7. Discussie	60
7.1 Respondenten	60
7.2 Onderzoeksmethode	60
7.3 Onderzoeksmodel	60
7.4 Vervolgonderzoek	61
Literatuur	62
Bijlagen	65

1. Inleiding

1.1 Aanleiding van het onderzoek

Twente heeft al jaren te maken met het zogenaamde brain-drain probleem. Dit houdt in dat hoger opgeleiden wegtrekken uit de regio om elders in het land een baan te gaan zoeken. Uit de WO-monitor van het alumnibureau van de Universiteit Twente kan worden geconcludeerd dat ongeveer elk jaar ongeveer 40 procent van de afgestudeerden aan de Universiteit Twente werkzaam blijft binnen de regio (WO-monitor, 2001 t/m 2007). Uit de Twente Index (2006) blijkt zelfs dat na anderhalf jaar nog maar 25 procent van de afgestudeerden aan de UT werkzaam is binnen de regio. De hoeveelheid literatuur en het aantal documenten dat aan het brain-drain probleem in Twente is gewijd, laat zien dat men dit als een huidig en toekomstig probleem beschouwt.

De Erasmus Universiteit Rotterdam heeft naast de Universiteit Twente ook last van vertrekkende studenten, alleen is deze groep niet in de meerderheid. Rotterdam is daarom aan de hand van het actieplan Student City bezig om studenten te binden aan de stad (Student City, 2006). Een derde universiteit in Nederland die niet in staat is om studenten na het afstuderen te behouden is de Technische Universiteit Eindhoven (Russo, Van den Berg & Lavanga, 2003).

Er is al veel onderzoek gedaan op het gebied van imago, regiobranding en citymarketing van verschillende steden en regio's. Deze onderzoeken zijn er op gericht om een regio of stad zo goed mogelijk te profileren, zodat mensen worden aangetrokken en worden behouden voor het wonen, werken en/of studeren. Zo zijn er ook vele onderzoeken gericht op de regio Twente. Wentink (2006) heeft bijvoorbeeld onderzoek gedaan naar de profilering van Twente en Broekhuizen (2005) deed onderzoek naar het imago van Enschede als keep-factor. Deze onderzoeken zijn gericht op de uitstraling van Twente en geven verklaringen waarom mensen zich in Twente vestigen en uit Twente vertrekken. Kijkend naar Twente is er nog geen onderzoek gedaan naar binding, waarin wordt gekeken in hoeverre de mens een band opbouwt met zijn/haar woonplaats en in hoeverre deze invloed heeft op het wel of niet wegtrekken uit de betreffende woonplaats. Het is weliswaar van belang om mensen aan te trekken, maar het is zeker net zo belangrijk om mensen in Twente te behouden.

Doordat de studenten na afronding van de studie in grote getale naar elders vertrekken lijkt het erop dat zij nauwelijks tot geen band hebben of opbouwen met Twente. Het is ook mogelijk dat de band die iemand heeft met een bepaalde plaats of regio tegenwoordig nauwelijks meer een rol speelt bij het kiezen van een toekomstige woon- en werkplaats.

1.2 Context van het onderzoek

Als antwoord op het brain-drain probleem is Career Center Twente opgericht. CCT is opgericht als een samenwerkingsverband van toonaangevende bedrijven en instellingen in Twente. CCT wil Twente promoten als een aantrekkelijk woon- en werkgebied. Dit doen zij door aanwezig te zijn op carrièrebeurzen zoals het Spits Career Event, Bedrijvendagen op de UT en Enscheday. Daarnaast worden er ook regelmatig radiospotjes uitgezonden. Een van de doelstellingen van Career Center Twente is om hoogopgeleide mensen aan te trekken en de randvoorwaarden te creëren om hun carrière in Twente voort te zetten. Daarnaast biedt CCT veel praktische diensten voor hoger opgeleiden die samenhangen met de overstap naar Twente. CCT heeft hiervoor een samenwerkingsverband met een bank, notariskantoor, makelaars, verhuisbedrijf, kinderopvanginstelling, schilder en (pensioen)verzekeraar.

1.3 Doel van het onderzoek

Het hoofdzakelijke doel van dit onderzoek is het in kaart brengen van de band die studenten hebben met de regio Twente en in hoeverre deze band invloed heeft op de gedragsintentie van studenten om na hun studie in Twente te blijven. Wanneer blijkt dat binding een voorspeller is van gedragsintentie is het belangrijk om na te gaan welke variabelen van invloed zijn op deze binding, zodat op basis hiervan interventies kunnen worden ontwikkeld.

1.4 Onderzoeksvragen

De hoofdvraag van het onderzoek luidt als volgt:

In hoeverre heeft sense of place, bestaand uit place attachment, place identity en place dependence, invloed op de gedragsintentie van studenten om wel of niet in Twente te blijven?

Naast deze hoofdvraag zijn er enkele deelvragen geformuleerd die met de hoofdvraag samenhangen:

- *Is er werkelijk sprake van een brain-drain?*
- *In hoeverre ontwikkelt de student in Twente tijdens zijn of haar studententijd een band met Twente?*
- *Wat zijn belangrijke voorspellers van de binding met Twente?*
- *In hoeverre kan invloed worden uitgeoefend op de mate van binding en gedragsintentie?*

1.5 Vooruitblik

Allereerst wordt in hoofdstuk 2 achtergrondinformatie gegeven dat het brain-drain probleem belicht. Vervolgens wordt in hoofdstuk 3 het theoretisch kader besproken dat ten grondslag ligt aan het onderzoek. In hoofdstuk 4 wordt de onderzoeksopzet besproken en in hoofdstuk 5 komen de resultaten aan bod. Daarna worden er in hoofdstuk 6 conclusies getrokken en aanbevelingen gedaan. Tot slot wordt in hoofdstuk 7 het onderzoek bediscussieerd.

2. Achtergrondinformatie

2.1 Brain-drain: de trek van hoger opgeleiden naar het westen

Al jaren vertrekken er meer hoger opgeleiden uit Twente dan dat zich er vestigen. De hogere onderwijsinstellingen in Enschede (Universiteit Twente, Saxion Hogeschool Enschede, Hogeschool Edith Stein, AKI/ArtEZ Enschede) genereren meer hoger opgeleiden dan de arbeidsmarkt in Twente (en de regio meer in het algemeen) kan absorberen. De regio kan de hoogopgeleiden na hun afstuderen niet vasthouden. Dit wordt ook wel brain-drain genoemd (Twente Index, 2006). Uit cijfers van verschillende rapporten (WO-monitor, 2006; Coenen & Fikkers, 2008) blijkt dat deze brain-drain als problematisch wordt ervaren. Veel hoger opgeleiden in Twente trekken na hun studententijd naar elders in het land. Dit heeft tot gevolg dat vacatures voor hoger opgeleiden moeilijk te vervullen zijn, waardoor er in Twente een gebrek aan hoger opgeleiden ontstaat.

Een derde van de UT-studenten is afkomstig uit Twente. Van de Saxion (Enschede) studenten komt twee derde uit de regio. Anderhalf jaar na het afstuderen is 75 procent van de UT-afgestudeerden buiten de provincie werkzaam. Van de Saxion afgestudeerden is dat percentage 40 procent (Twente Index, 2006).

Uit eerdere onderzoeken van het alum nibureau van de Universiteit Twente (WO-monitor, 2001 t/m 2007) blijkt dat het percentage afgestudeerden dat in Overijssel en Gelderland werkzaam is tot het jaar 2005 is gestegen tot 45 procent. Een daling wordt waargenomen in het jaar 2006 en 2007, waarin respectievelijk 36 en 33 procent van de afgestudeerden werkzaam is binnen de regio.

Wanneer naar de huidige woonplaats van alle alumni wordt gekeken is het duidelijk te zien dat deze veelal woonachtig zijn in Twente en in de grote(re) Nederlandse steden. Ook valt op dat er sprake is van een oost-west corridor, waarbij alumni zich hebben gevestigd in Oost (Twente) via Midden (Arnhem/Nijmegen, Utrecht) tot in West (Amsterdam, Den Haag en Rotterdam). Minder dan een kwart is blijven hangen in Twente, inclusief Enschede. Verreweg het overgrote deel van de alumni woont in het overige deel van Nederland (WO-monitor, 2006).

Hoger opgeleiden zijn voor Enschede van belang vanwege de bijdrage die zij leveren aan het versterken van de concurrentiepositie van Enschede. Een stijging van het aandeel hoger opgeleiden draagt bij aan een evenwichtiger bevolkingsopbouw in de stad. Daarnaast is het goed voor de Enschedese economie als veel hoger opgeleiden op de gebieden: wonen, werken, besteden en studeren in Enschede actief zijn (Actieprogramma Hoger Opgeleiden, 2004). Hoger opgeleiden die woonachtig zijn in Enschede behoren over het algemeen tot de hogere inkomensgroepen, waardoor zij een woon- en leefomgeving zoeken die bij deze inkomensgroep past. Daarnaast zijn hoger opgeleiden nodig voor de verdere ontwikkeling van de kennissector, bijvoorbeeld als arbeidspotentieel voor de toenemende kennisintensieve bedrijvigheid. Werkzame hoger opgeleiden hebben gemiddeld meer te besteden dan lager opgeleiden en stellen specifieke eisen aan voorzieningen, zoals winkels, horeca en culturele voorzieningen. Het deel van hun inkomen dat besteed wordt in de stad, komt ten goede aan de economie van de stad en aan de kwaliteit van de voorzieningen. Tenslotte is het belangrijk dat de hogere onderwijsinstellingen een constante uitstroom van afgestudeerden hebben, zodat deze kunnen doorstromen naar de Enschedese arbeidsmarkt. Studenten die na hun afstuderen vertrekken uit de stad, nemen hun kennis ook mee naar elders, in plaats van deze kennis te investeren in de Enschedese economie (Gemeente Enschede, 2004).

Er kan gezegd worden dat er ook sprake is van een brain-gain. Brain-gain is het tegenovergestelde van Brain-drain en hieronder wordt juist de toevoer van hoog opgeleiden verstaan.

Onderzoek (Royal Haskoning, 2005) liet zien dat vestigers in Twente afkomstig buiten de regio beter zijn opgeleid dan de gemiddelde populatie in Twente. 58 procent van hen heeft een hogere opleiding genoten, terwijl in Twente 29 procent van de Twentse populatie hoog is opgeleid.

Van de werkzame hoog opgeleiden in Twente heeft 31 procent aan de UT gestudeerd. Daarnaast heeft 26 procent aan de Rijksuniversiteit Groningen en 12 procent aan de Universiteit Utrecht een opleiding gevolgd. Tenslotte is 8 procent afkomstig van de Radboud Universiteit Nijmegen. Uit deze gegevens kan worden geconcludeerd dat de brain-gain van de regio wordt gevoed door de universiteiten die het dichtst bij de regio liggen (Twente Index, 2006).

2.2 Twente: cijfers en zakelijke gegevens

Twente bevindt zich in Oost-Nederland, bestaat uit elf gemeenten en heeft 626.000 inwoners, waarvan ongeveer de helft in de drie steden Enschede, Hengelo en Almelo wonen. In deze drie steden is de verstedelijking het grootst. Het overige deel van Twente is landelijk te noemen. Vier procent van de Nederlandse bevolking woont in Twente.

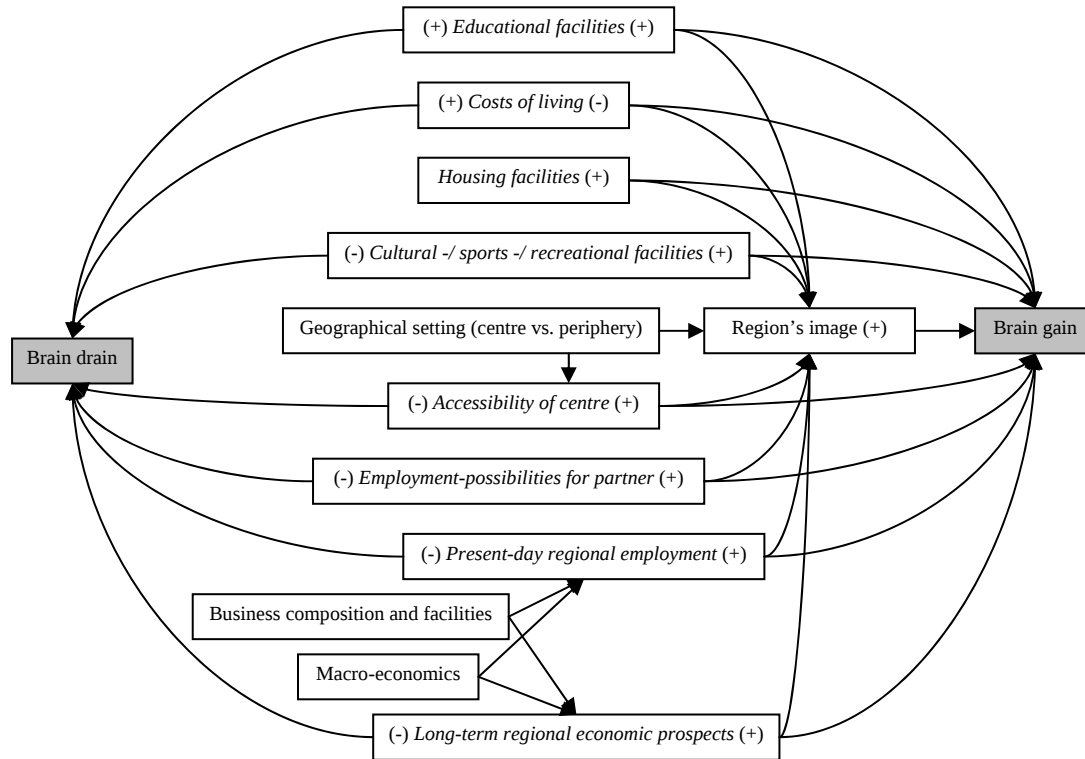
De historie van Twente heeft tot op heden nog steeds gevolgen voor de typen banen die aanwezig zijn in de regio. Vergeleken met het gemiddelde in Nederland ligt het percentage van het aantal banen in de sectoren Industrie & Energie en Bouwindustrie hoger in Twente. Banen in de sectoren Transport & Communicatie, Financiën en Commerciële diensten ligt procentueel gezien lager in Twente dan in Nederland. Door het type economische activiteiten is de behoefte aan hoger opgeleiden voor regionale bedrijfsleven lager dan het landelijk gemiddelde. In Twente zijn er meer werknemers in de low-skill sectoren, terwijl het aantal werknemers in de high-skill sector ondervertegenwoordigd zijn (Coenen & Fikkers, 2008).

Vergeleken met Nederland zijn er in Twente problemen met het menselijk kapitaal. In Twente zijn er in verhouding meer middelbaar opgeleide werknemers en minder universitair opgeleide werknemers. Dit heeft zich vertaald in hoge werkloosheid en lage productie vergeleken met het landelijk gemiddelde (Garlick, Bennenworth, Puukka & Vaessen, 2006; Royal Haskoning, 2005). Er zijn relatief gezien meer vacatures voor hoogopgeleiden dan voor laagopgeleiden. Daarnaast is het aantal vacatures voor academici in Twente 3,4 per 10.000 inwoners. Voor Nederland geldt een gemiddelde vacature van 5,9 per 10.000 inwoners (Coenen & Fikkers, 2008). Het gemiddelde inkomen per huishouden en per hoofd van de bevolking is relatief laag vergeleken met de rest van Nederland (Coenen & Fikkers, 2008). Buiten Twente verdient 40% een bruto jaarsalaris van 30.000, terwijl in Twente dit percentage op 30% ligt (Coenen & Fikkers, 2008).

Coenen & Fikkers (2008) deden met behulp van vragenlijsten onderzoek naar 150 organisaties in Twente en 82,2% van deze organisaties gaf aan behoefte te hebben aan hoger opgeleid personeel. Een andere 9,4% gaf aan dat er waarschijnlijk een behoefte was aan hoger opgeleid personeel. Een derde (35,8%) van de werkgevers in Twente, die behoefte hebben aan hoog opgeleid personeel, deelt de mening dat de Twentse regio te kampen heeft met een groot tekort aan menselijk kapitaal. Een kleiner deel (28,3%) is van mening dat er een klein tekort is. Slechts 10,7% van de organisaties denken dat er helemaal geen sprake van een tekort. Daarnaast ondervindt een groot deel van de werkgevers (41,4%) moeilijkheden om hoog opgeleide werknemers aan te trekken. 62,3% van de werkgevers is pessimistisch over de mogelijkheden in de toekomst in het aantrekken van menselijk kapitaal en gelooft dat het zoeken naar menselijk kapitaal zal worden bemoeilijkt (Coenen & Fikkers, 2008).

Door middel van desk research hebben Coenen & Fikkers (2008) het volgende verklaringsmodel opgesteld om de brain-drain en brain-gain in Twente te kunnen verklaren. Factoren die (in)direct bijdragen aan het wel of niet behouden van hoger opgeleiden zijn: onderwijsfaciliteiten, leefkosten, woonvoorzieningen, culturele-, sport- en

recreatiemogelijkheden, geografische ligging, imago van de regio, toegankelijkheid van het centrum, baanmogelijkheden van de partner, huidige regionale werkgelegenheid, bedrijfssamenstellingen en faciliteiten, macro-economieën en de toekomstige lange termijn economie.



Figuur 1: Verklaringsmodel brain-drain en brain-gain (Coenen & Fikkers, 2008)

De belangrijkste redenen voor het brain-drain probleem in Twente is het gebrek aan banen voor hoger opgeleiden. Echter zijn de vacatures voor hoger opgeleiden nog niet opgevuld. Factoren die mensen aantrekken:

- De onderwijsfaciliteiten zijn goed.
- De leefkosten zijn in Twente lager dan in het westen. Huizen zijn goedkoper en de faciliteiten zijn beter (Grotere huizen en meer grond).
- Positieve fysieke omgeving, minder stedelijk met meer groen en natuurgebieden.
- Twente heeft een sterk bedrijfsnetwerk.
- De toekomstige lange termijn economie in de regio is goed, omdat Twente een ontwikkelingsregio is voor de overheid.
- De positieve kanten van het imago van Twente, namelijk de groene gebieden, minder verstedelijking, sociaal kapitaal, minder criminaliteit.

Factoren die mensen afstoten:

- Het culturele aanbod is in Twente van mindere kwaliteit. Culturele en sportevenementen zijn vaker in het westen van het land te vinden.
- Twee uur verwijderd van het stedelijk gebied in het westen.

- Gemiddeld ligt de werkloosheid in Twente hoger dan in Nederland. Ook is het moeilijk om een baan te vinden voor een partner die ook hoog is opgeleid.
- Er is een gebrek aan bedrijfsruimte in Twente. In het algemeen zijn er teveel regels in Nederland,
- De negatieve kanten van het imago van Twente, namelijk het dialect, gesloten gemeenschappen, conservatieve waarden, achtergebleven gebied.

De werkgevers in het onderzoek van Coenen & Fikkers (2008) werden gevraagd waarom zij dachten dat het moeilijk zal worden om hoger opgeleiden aan te trekken en waarom er een gebrek is aan een voorraad van het menselijk kapitaal. Zij gaven de volgende antwoorden.

- te weinig vacatures
- lager gemiddeld inkomen
- hogere fiscale lasten
- te veel sociale controle
- te weinig doorgroeimogelijkheden
- waardeconflicten
- Moeilijkheden bij het zoeken naar een baan voor partner
- tekortschietend dienstenaanbod
- ontevredenheid woonsituatie
- tekortschietend cultuur- en recreatieaanbod

Aan de werkgevers in Twente werd ook gevraagd welke oplossingen zij hadden om het gebrek aan menselijk kapitaal op te lossen. Zij gaven de volgende antwoorden (Coenen & Fikkers, 2008).

- Investeren in nauwere relaties tussen onderwijsinstellingen en bedrijfsleven
- Het verbeteren van het Twentse imago
- Vernieuwingen in het personeelsbeleid in de regionale organisaties
- Meer ondersteuning bieden aan mensen om een baan te vinden in Twentse regio.
- Belastingvoordelen ondernemingen en arbeidskrachten
- Verbeteren van de verkeersverbindingen met de rest van Nederland
- Verbeteren van de dienstverlening
- Verbeteren van cultuur en recreatiemogelijkheden
- Bouwen van aantrekkelijke woongebieden

2.3 Imago

Het imago van Twente kent twee verschillende kanten. Namelijk het zakelijke imago en het algemene imago. Het zakelijke imago lijkt positiever te zijn dan het algemene imago.

2.3.1 Zakelijk imago

Twente heeft een positief imago als locatie voor bedrijfsvestigingen. Als ondernemers binnen en buiten Twente gevraagd worden naar interessante vestigingsplaatsen binnen Nederland, dan zetten ze Twente van de 29 regio's op de zesde plaats. Twente wordt gezien als een gebied met veel sterke en weinig zwakke punten (Twente Index, 2005).

In een onderzoek van I&O research in 2006 kwam naar voren dat het imago van Enschede als kennisstad in 2006 verbeterd is. De onderzoekers vroegen ondernemers aan welke stad ze spontaan denken als ze de term

kennisstad horen. Begin 2005 werd Enschede in 7 procent van de antwoorden genoemd. Nu is dat 13 procent en moet Enschede alleen Eindhoven (22 procent) en Amsterdam (16 procent) voor zich dulden. Daarna volgen Rotterdam (11 procent) en Delft (9 procent). Uit het onderzoek blijkt bovendien dat het aantal bedrijven waarbij Enschede bekend staat als kennisstad is gestegen van 29 procent naar 50 procent. Enschede wordt vooral gewaardeerd om de aanwezigheid van voldoende ruimte voor bedrijven, de goede ICT-voorzieningen, de bereikbaarheid, het goede vestigingsklimaat en de aanwezigheid van veel kennisinstellingen. Voor de keuze van de huidige vestigingsplaats geeft de meerderheid van de ondervraagde bedrijven aan hiervoor persoonlijke redenen te hebben. Het woonklimaat speelt daarbij een grote rol (Gemeente Enschede, 2008).

2.3.2 Algemeen imago

I&O research heeft in 2005 onderzoek gedaan naar het (toeristische) imago van Twente. De respondenten werd gevraagd waarmee zij Twente associeerden. De meeste termen die genoemd werden hadden te maken met de (natuurlijke) omgeving, zoals natuur, bos en groen. De daarmee samenhangende termen als ruimte en rust worden ook regelmatig genoemd. Daarnaast werden vooral termen genoemd die te maken hadden met het agrarische karakter van Twente, zoals landelijkheid, platteland en boeren of boers. Twente werd in veel mindere mate verbonden met steden of plaatsen. Het oordeel over Twente blijkt uitgesproken positief te zijn. Echter zijn bezoekers van Twente positiever over Twente dan niet-bezoekers (I&O Research, 2005).

Het overgrote deel vindt Twente groen, rustig, gastvrij, gezellig en veilig. Het oordeel is wat minder uitgesproken over het historische of dorpse karakter en over de bereikbaarheid. Tenslotte zijn de verschillen de respondenten van mening over de nabijheid van Twente, saaiheid, veelzijdigheid en de toeristische kant van Twente. Echter blijkt wel dat niet-bezoeker Twente vaker saai vinden dan bezoekers. Bezoekers van Twente vinden Twente meer toeristisch en vaker goed bereikbaar (I&O Research, 2005).

Wentink (2006) heeft met behulp van een enquête de persoonlijkheid van Twente onderzocht. Dit heeft hij gedaan aan de hand van een merkpersoonlijkheid schaal (Aaker, 1997: in Wentink, 2006). Daaruit kwam naar voren dat de regio door mensen buiten de regio als minder positief werd beoordeeld dan binnen de regio. Door zowel Twentenaren als niet-Twentenaren werd de regio beschouwd als oprecht en bekwaam. De mate van oprechtheid werd bepaald door de facetten nuchter en oprecht, maar niet door het facet vrolijk. Bekwaamheid werd bepaald doordat men de regio ziet als vertrouwd, maar niet door het facet intelligent en al helemaal niet door het facet succesvol. De regio werd absoluut niet gezien als verfynd (door de facetten elitair en charmant) en opwindend (door de facetten gedurfd, energiek, fantasierijk en modern).

2.4 Hardware, software & mindware van Twente

Er zijn drie factoren die het innovatieve vermogen van een gebied bepalen. Dat zijn achtereenvolgens: de hardware, software en mindware van een regio. Hardware staat voor de economisch-technologische factoren. Dit zijn de zichtbare en tastbare elementen in de regionale economie, zoals voldoende bekwame arbeidskrachten, natuurlijke hulpbronnen (zoals nabijheid zee en grondstoffen) en productiemiddelen (machines en gebouwen). Daarnaast zijn de aanwezigheid van infrastructuur en het kennisniveau van bedrijven en instellingen van belang (Hospers, 2006).

Software staat voor het ondernemingsklimaat en omgevingsfactoren. Het gaat om de ondernemers die de faciliteiten van de hardware gebruiken, hun instellingen en de wijze waarop ze met elkaar omgaan. Het geheel aan relaties tussen regionale partijen die in het innovatieproces met elkaar samenwerken, vormt een regionaal innovatiesysteem dat na verloop van tijd kan uitgroeien tot een lerende regio (Hospers, 2006).

De aanwezigheid van een goede 'hardware' en 'software' in een regio biedt nog geen garantie voor innovatiekracht. De cognitief-psychologische aspecten, oftewel mindware, zijn even belangrijk. Daarmee worden de beelden mee bedoeld die mensen hebben van innovatie enerzijds en over de regio anderzijds die van invloed zijn op het innovatievermogen van een streek (Hospers, 2006).

In Twente lijkt de hard- en software in orde te zijn, maar bij de bevolking van Twente en de buitenstaanders geldt dat de mindware van Twente nog niet optimaal is. Innoveren wordt gezien als moeilijk, saai en iets wat 'ze daar op de universiteit doen'. Mensen buiten Twente hebben nog een eenzijdig en gekleurd beeld van de regio. Het merendeel van de Nederlanders associeert Twente nog met textiel, natuur, rust en ruimte, terwijl de stedelijke kwaliteiten van de regio zo goed als onbekend zijn. Dat landelijke imago leidt ertoe dat de streek maar weinig creatieve geesten aantrekt die juist nodig zijn om de Twentse innovatiekracht te vergroten. Ondanks de hoge R&D-intensiteit en de vele kennisinstellingen en netwerken hebben de Twentse steden Enschede, Hengelo en Almelo met gemiddeld 14% creatievelingen zo'n 9% minder potentiële vernieuwers dan de vijftig grootste Nederlandse steden (Hospers, 2006).

2.5 Beleidsplan Rotterdam

Uit onderzoek van Russo et al. (2003) kwam naar voren dat Rotterdam ook te maken heeft met het vertrek van hoger opgeleiden naar andere delen van het land. Als antwoord hierop heeft Rotterdam een actieplan opgesteld, genaamd Student City (2006a). Het programma Student City richt zich op het binden van studenten en afgestudeerden aan de stad Rotterdam. De acties richten zich op scholieren, studenten en afgestudeerden. Scholieren worden verleid om in Rotterdam te gaan studeren en studenten worden verleid om in Rotterdam te gaan wonen en hen zoveel mogelijk in contact te brengen met datgene wat Rotterdam voor hen te bieden heeft. Afgestudeerden worden geholpen bij het vinden van een baan in Rotterdam of het starten van een eigen onderneming. Tenslotte worden zij ook geholpen met het vinden van een woning (Student City, 2006a).

Uit onderzoek van Student City (2006a) is gebleken dat festivals en evenementen een belangrijke rol spelen bij de vrijetijd- en cultuurparticipatie en het imago van de stad. Studenten hebben aangegeven evenementen belangrijk te vinden om meer binding met de stad Rotterdam en de onderwijsinstelling te krijgen. Daarnaast wordt aangegeven dat een evenement kan bijdragen aan de bekendheid van een plaats, aangezien evenementen veel publiciteit krijgen.

Een belangrijk vestigingsmotief bij pas afgestudeerden is het vinden van een baan. Uit onderzoek is gebleken dat de kennis van studenten over het Rotterdams bedrijfsleven en banenmarkt beperkt en eenzijdig is. Het Rotterdams bedrijfsleven wordt nog te weinig onder de aandacht gebracht bij studenten. Dit probleem zal worden opgelost door het geven van gastcolleges, organiseren van bezoeken aan Rotterdams bedrijven en het regelen van studie- en stage opdrachten bij het Rotterdams bedrijfsleven en (semi)- overheidsinstellingen. Op deze manier krijgen studenten praktijkgericht onderwijs en leren zij Rotterdam beter kennen. Verder is de vraag of het opleidingscurriculum bij het Rotterdams bedrijfsleven voldoende bekend en benut worden. Daarnaast kwam uit het onderzoek naar voren dat er door de enorme hoeveelheid van informatie en de versnippering ervan een duidelijke behoefte waarneembaar was voor één portaal waar studenten en bedrijven terecht kunnen voor allerlei relevante en actuele informatie op het gebied wonen, werken, vrije tijd en studeren gericht op (potentiële) studenten (Student City, 2006a).

Werken aan het imago als studentenstad, en aan het imago als woon- en werkstad is een belangrijk onderdeel van marketingcommunicatie activiteiten gericht op scholieren en studenten/recent afgestudeerden. Maar bij marketingcommunicatie gaat het om meer dan alleen imagoverbetering. Uiteindelijk gaat het erom dat de voor Rotterdam belangrijke doelgroepen het gewenste gedrag vertonen: kiezen voor Rotterdam. Dat gunstige gedrag is

pas te verwachten als mensen kennis hebben van het 'product' Rotterdam en er een goed gevoel bij hebben (attitude) (Student City, 2006a).

Tenslotte heeft Rotterdam in het plan een actiepunt opgesteld, met het doel studenten in het laatste jaar een actieve rol laten innemen bij verschillende activiteiten, zodat zij een beter beeld krijgen van wat Rotterdam te bieden heeft (Student City, 2006a).

In het rapport van Student City visie 2006-2009 wordt aangegeven dat er twee manieren zijn om de werving en binding van studenten te verbeteren. Ten eerste moet het product verbeterd worden. Hiermee wordt voornamelijk het woningaanbod, quality of life, aanwezigheid aantrekkelijke werkgevers, faciliteiten kennisinstellingen en veiligheid bedoeld. Ten tweede moet er ook gewerkt worden aan de beeldvorming over studeren, wonen en werken in de betreffende stad/regio. Zowel het product als de beeldvorming kunnen altijd beter (Student City, 2006b).

2.6 Bestaande acties bevorderen binding studenten

Uit het actieprogramma hoger opgeleiden van de Gemeente Enschede (2004) blijkt dat er al veel acties bestaan die gericht zijn om hoger in Enschede te houden. Deze acties hebben betrekken op het wonen, werken, besteden en studeren in Enschede.

Wonen

- Programma Wonen: Dit programma is opgezet door de gemeente om de euregionale concurrentiepositie van Enschede te versterken. Er worden aantrekkelijke woonomgevingen aangeboden om de hogere en midden inkomensgroepen vast te houden en aan te trekken.

Werken

- Kennisintensieve bedrijvigheid en hoogwaardige werkgelegenheid: De gemeente zet zich in om kennisintensieve bedrijvigheid en hoogwaardige werkgelegenheid aan te trekken en te behouden. Dit gebeurt door onder meer te investeren in een optimalisering van het vestigingsklimaat. Vanuit de gemeente worden (techno)starters intensief ondersteund bij de start van een nieuwe onderneming.
- Arbeidsmarktparticipatie: met het Programma Werk en Inkomen wordt de arbeidsmarktparticipatie in Enschede gestimuleerd. Dit gebeurt door een traject van activering, scholing, werkervaring en arbeidsbemiddeling.
- Traineeproject Netwerkstad Twente: Dit project heeft als doel interesse te wekken bij jonge, hoogopgeleide mensen om te komen werken bij de gemeente. De trainees worden drie keer voor een periode van acht maanden ingezet op een bepaalde functie bij één van de gemeenten in Twente.
- Career Center Twente: CCT is een samenwerkingsverband van topbedrijven in Twente, ondersteunt in de personeelswerving voor hoogopgeleiden. Voor hoger opgeleiden die in Twente willen wonen en werken betekent dit dat het CCT de carrièrestappen in Twente vergemakkelijkt.
- Regionaal Platform Arbeidsmarkt Twente (RPA): Binnen het RPA zijn enkele partners uit de regio verenigd. Zij verrichten arbeidsmarktonderzoek en -analyse, activeren gezamenlijk (verborgen) arbeidspotentieel in Twente, stimuleren gezamenlijk ketendienstverlening Sociale Zekerheid, stemmen de arbeidsmarkt- en onderwijsbeleid in Twente op elkaar af en stemmen ondersteuningsaanbod starters initiatieven op elkaar af.

- Fast Forward: Het Fast Forward project biedt pas afgestudeerde studenten de mogelijkheid om traineeships te volgen bij topbedrijven. Studenten kunnen hier in een periode van twee jaar kennis en ervaring opdoen.
- TOP-regeling: deze regeling van de Universiteit Twente ervoor om afgestudeerden te helpen om een onderneming te starten zonder dat ze daar al een startkapitaal voor nodig hebben. Deze regeling heeft er al aan bijgedragen dat er honderden nieuwe bedrijven in de regio zijn opgericht.

Besteden

- Aanbod hoogwaardige voorzieningen: Enschede zet zich in om een levendige en aantrekkelijke binnenstad te realiseren, door middel van een verschillend aanbod van activiteiten en producten.
- Evenementen: Met het evenementenbeleid van de gemeente Enschede willen zij de komende jaren meer bezoekers naar Enschede trekken. Met clustering van evenementen, het maken van duidelijke keuzes, een heldere organisatie, meer geld en een betere promotie heeft Enschede de ambitie om zich sterk te profileren als de evenementenstad van Oost-Nederland.

Studeren

- Promotie Enschede: De gemeente en Enschedese instellingen voor hoger onderwijs zijn verenigd in het platform Enschede Studentenstad (PEST). Doel van PEST is de promotie van Enschede als studentenstad. Het promoten van Enschede als studentenstad is ook een onderdeel van de campagne 'Kleur de stad' van de gemeente Enschede.
- Afstemming hoger onderwijs en arbeidsmarkt: Met het Programma Opgroeien in de stad wordt ingezet om de verbinding en aansluiting tussen het beroepsonderwijs en de arbeidsmarkt te verbeteren. Daarnaast investeert de gemeente in een provinciaal arbeidsmarktinformatiesysteem. Vanuit de onderwijsinstellingen spannen enkele studie- en studentenverenigingen zich in om studenten in aanraking te laten komen met het bedrijfsleven.
- HBO Job Service: HBO Job Service is een samenwerkingsverband tussen Saxion Hogescholen en Randstad. Via deze samenwerking ontstaat een combinatie van kennis en ervaring op het gebied van onderwijs en arbeidsbemiddeling. HBO Job Service heeft studenten in haar bestand die tijdelijk willen werken en ook afgestudeerden die de arbeidsmarkt willen betreden. Dit initiatief bevordert de aansluiting tussen onderwijs en de arbeidsmarkt.

3. Theoretisch kader

3.1 Binding studenten aan de stad / regio

Hogere onderwijsinstellingen worden steeds meer gezien als een fundamenteel element in de ontwikkeling van een stedelijk gebied. Universiteiten en andere hogere onderwijsinstellingen zijn in toenemende mate ingebed in de lokale socio-economische omgeving als een gemeente, bestaand uit tijdelijke burgers en consumenten, maar ook opinieleiders, trendsetters en beleidsmakers (Russo et al., 2003)

De relatie van studenten met de onderwijsinstellingen is direct noch objectief, zoals Dubet (V.V.A.A., 2001; in Russo et al., 2003) veronderstelt, maar wordt sterk gemedieerd door de omgeving. De conditie van studenten is tijdelijk. Aan het eind van hun studieperiode gaan afgestudeerden naar plaatsen waar de arbeidsmarkt betere mogelijkheden bieden. Echter is de kwaliteit van het leven gedurende de periode van hun studie en de integratie in de gemeente cruciale elementen in de beslissing van studenten om wel of niet te vertrekken (Russo et al., 2003).

Russo et al. (2003) noemen Rotterdam, Lille, Venice en Eindhoven het type studentensteden dat een proces van economische overgang ondergaat, waarin het hoger onderwijs een belangrijke rol in kan spelen. De kwaliteit van het hoger onderwijs is in deze steden geen probleem, en is juist goed te noemen. Problemen ontstaan met hun capaciteit om waarde toe te voegen aan het menselijk kapitaal dat daar is opgeleid. De meeste afgestudeerden kunnen niet worden overtuigd om te blijven na het afronden van hun studie. Dit is te wijten aan twee factoren: het lage profiel van de plaatselijke arbeidsmarkt voor verschillende beroepen en de ongeschiktheid van de stad om uitdagende voorzieningen te bieden aan jonge afgestudeerden met betrekking tot huisvesting en kwaliteit van het leven. Volgens Russo et al. (2003) zijn deze steden aan het worstelen om aantrekkelijker te worden en meer te kunnen concurreren, maar zij hebben een gebrek aan een duidelijke visie. Zij hebben behoefte om hun fysieke en een culturele ontwikkelstrategieën meer vooruitstrevend te maken en de sterke punten te communiceren. De relatie tussen universiteit en de gemeenschap is gemiddeld tot slecht te noemen. Daarnaast is de relatie tussen universiteit en business en private sector problematisch (Russo et al., 2003).

Gezien de eerdere informatie over Twente en haar problemen kan de regio worden vergeleken met de bovengenoemde steden. Het onderwijs in Twente wordt als goed waargenomen, maar de meerderheid van de afgestudeerde studenten vertrekt uit Twente om elders in Nederland een baan te vinden. Twente is niet in staat om afgestudeerden vast te houden. Twente is echter wel goed op weg om aantrekkelijker te worden. De Jongeren Organisatie voor Vrijheid en Democratie (JOVD) heeft Enschede zelfs uitgeroepen tot de toekomstige trekpleister van Nederland (Twentsche Courant Tubantia, 2008)

Een stad moet aantrekkelijk zijn voor studenten op alle momenten van hun carrière: vanaf het eerste moment wanneer zij besluiten om in een bepaalde plaats te gaan studeren (deze beslissing is minder geassocieerd met de reputatie van een universiteit en meer met de kwaliteit van leven waar zij plezier aan zullen beleven in een stad) tot het moment dat zij plannen maken voor hun toekomstige baan en vestigingslocatie (Russo et al., 2003).

Het verwelkomen en het aantrekken van studenten in het gemeenschapsleven is nodig, bijvoorbeeld door regelmatige evenementen, om empathie tussen lokale bewoners en de studenten te bewerkstelligen.

Russo et al. (2003) geven een aantal punten die een uitgebreide stedelijke strategie moet hebben voor een studentvriendelijke stad:

- *Aantrekken van studenten.* De stad promoten als een student vriendelijke gemeente.

- *Ondersteunen van studenten.* Het bieden van hoge kwaliteit services voor het verwelkomen en ondersteunen van studenten om een betere integratie met de gemeente te bereiken.
- *Vestigen van studenten.* Het optimale patroon van studentvestigingen volgens de lokale context, moet worden geïdentificeerd om de impact van de studentgemeenschappen op de lokale woonmarkt te minimaliseren.
- *Studenten meer macht geven:* Het is nodig om een 'recht van burgerschap' te herkennen, een rol geven in lokale beslissingen, die variëren van informele overleggen tot directe deelneming in het democratische leven.
- *Verhogen van contactmogelijkheden:* tussen studenten en de andere lokale stakeholders en te integreren in een web van relaties dat de lokale economische omgeving karakteriseert en de inbedding van de universiteit in de stad versterkt.
- *Studenten gebonden houden aan de stad:* zodat het menselijk kapitaal niet wordt verspreid na het afronden van de studie en de voordelen van kennis en culturele impact wordt gemaximaliseerd.

3.2 Sense of place

Wanneer wordt gesproken over de term 'plaats', is het niet duidelijk om welke plaats het gaat. Plaats is geen term dat afkomstig is uit de academische terminologie. Het is een woord dat we dagelijks gebruiken. Plaats kan refereren naar een positie, bestemming, eigendom, privacy en bezitting van een persoon (Cresswell, 2004). Daarnaast omvat het woord 'plaats' veel verschillende dimensies, zoals grootte, tastbaarheid of symbolisch, bekend of onbekend. Een plaats omvat ook de betekenis die inwoners geven aan een plaats door middel van persoonlijke, sociale en culturele processen (Altman & Low, 1992; in Prettier, Chipuer & Bramston, 2003). De definitie van plaats kan op veel verschillende manieren worden gebruikt en geïnterpreteerd. De term 'plaats' heeft in dit onderzoek de betekenis van een stad of regio.

Hidalgo & Hernandez (2001) geven aan dat er in de literatuur veel verschillende termen worden gebruikt om binding aan een plaats te beschrijven, voorbeelden zijn: community attachment, sense of community, place identity, place dependance en sense of place. Deze verschillende termen zorgen voor verwarring, omdat men niet weet of er over hetzelfde aspect wordt gesproken.

In de literatuur wordt de term place attachment op verschillende manieren gebruikt. Een aantal auteurs geeft place attachment weer als een op zichzelf staand construct, waaronder enkele andere dimensies vallen. Kyle, Mowen & Tarrant (2004) geven place attachment weer als een multidimensionaal construct. Zij maken onderscheid in 'affective attachment', 'place identity', 'place dependance' en 'social bonding'.

Onderzoeken over het fenomeen place attachment, hebben laten zien dat place attachment een multidimensionaal construct is. Er is empirisch bewijs dat place attachment uit de dimensies affectieve attachment (Jorgensen & Stedman, 2001; Kyle, Graefe & Manning, 2005), place identity (Kyle et al., 2005), place dependance (Jorgensen & Stedman, 2001; Kyle et al., 2004) en social bonding (Jorgensen & Stedman, 2001; Hidalgo & Hernandez, 2002; Kyle et al., 2004; Kyle et al., 2005) bestaat.

Andere auteurs geven place attachment weer als een dimensie dat door een construct wordt omvat. Jorgensen & Stedman (2001) spreken bijvoorbeeld van een multidimensionaal construct, genaamd sense of place. Onder sense of place vallen volgens hen place attachment, place identity en place dependance. De dimensies worden ook wel aangeduid als affectief, cognitief en conatief (gedragsintentie). Er is enige overlap tussen de drie dimensies,

maar ze zijn wel van elkaar te onderscheiden. Pretty et al. (2003) maken naast Jorgensen & Stedman (2001) ook gebruik van de naam *sense of place*. Onder dit construct vallen volgens hen de dimensies: *place attachment*, *sense of community* en *place dependence*.

Place attachment heeft dezelfde betekenis als *sense of place* wanneer het gaat om het overkoepelende construct van binding. Wanneer het gaat om een dimensie van binding heeft *place attachment* dezelfde betekenis als affectieve attachment. Hierbij staat namelijk het emotionele aspect van binding centraal. Om verwarring te voorkomen wordt over *sense of place* gesproken wanneer het over binding in het algemeen gaat. Hieronder worden de verschillende dimensies besproken van *sense of place*, namelijk *place attachment*, *place identity* en *place dependence*.

Place attachment

Individueen ontwikkelen een sterke sentimentele en emotionele band met de plaatsen waarin zij wonen. Deze 'attachment to place' wordt gedefinieerd als een positieve affectieve associatie tussen individuen en hun woonplaatsen, een associatie dat een gevoel van comfort en veiligheid geeft (Shumaker & Taylor, 1983; in McAndrew, 1998). Hidalgo & Hernandez (2001) omschrijven *place attachment* als een affectieve band of verbinding tussen mensen en specifieke plaatsen. *Place attachment* heeft altijd een emotionele inhoud. Individueen verschillen in mate waarin zij zich verbonden voelen met een stad of plaats. Een individu met een algemene *place attachment* kan tevreden zijn op tal van verschillende locaties, zolang deze locatie de juiste karakteristieken heeft (McAndrew, 1998). Daarnaast is de duur van verblijf in een plaats een mogelijke voorspeller van *place attachment*. Individueen die langer in een bepaalde plaats wonen ontwikkelen eerder een band met andere inwoners en fysieke attributen van de betreffende plaats (Jorgensen & Stedman, 2006). Daarnaast speelt het karakter van de mens ook een rol bij het ontwikkelen van een band. Wanneer iemand van veranderingen houdt dan zal degene minder snel een band opbouwen en dus eerder wegtrekken dan iemand die niet van verandering houdt. Dit wordt ook wel 'desire for change' genoemd (McAndrew, 1998). Deze mensen zijn meer op het verleden gericht dan op het heden (Giuliani, 1991).

Jorgensen & Stedman (2001) omschrijven affectieve attachment (ofwel *place attachment*) als een emotionele band met een bepaalde plek of plaats. In hun onderzoek naar binding van Lakeside vakantiehuseigenaren aan hun huizen, laat zien dat het affectieve component van *place attachment* in meerdere mate de *place attachment* verklaarde dan de overige dimensies van *place attachment* (*place identity* en *place dependence*).

Tuan (1977; in Jorgensen & Stedman, 2001) suggereerde dat emoties alle menselijke ervaringen met elkaar verbinden, zodat de omgeving een betekenis krijgt door de stabiele emotionele bindingen.

Milligan (1998) maakte gebruik van een interactieel framework om het bindingsproces van studenten met een café in kaart te brengen. De resultaten illustreerden dat emotionele binding ten opzichte van een plaats werd beïnvloed door de interactie van studenten met de omgeving en interactie met anderen binnen die omgeving.

Place identity

Place identity (cognitief) omvat de dimensies van een individu dat de persoonlijke identiteit van dit individu karakteriseert, dat verband houdt met de fysieke omgeving door middel van een complex patroon van bewuste en onbewuste ideeën, beliefs, voorkeuren, gevoelens, waarden, doelen en gedragintenties en vaardigheden die van toepassing zijn op deze omgeving (Proshansky, 1978, p. 155; in Jorgensen & Stedman, 2001). *Place identity* kan ook worden gezien als de cognities, beliefs, percepties of gedachten van een individu, die degene heeft geïnvesteerd in een bepaalde omgeving. De mate waarin iemand zich identificeert met een bepaalde plaats,

varieert per persoon. Plaatsen waarmee mensen zich identificeren weerspiegelt vaak delen van de eigen identiteit (Kyle et al., 2004).

Volgens Prettier et al. (2003) is een plaats in de identiteit van een persoon geïntegreerd wanneer stellingen 'ik' en 'mij' bevatten in relatie met de plaats. Zulke persoonlijke positionering met betrekking tot een plaats kan aangeven dat de constructie van de self-identity de plaats omvat heeft. Een voorbeeld van zo'n stelling luidt als volgt: 'Ik heb het gevoel dat ik mijzelf kan zijn in plaats x' (Jorgensen & Stedman, 2001).

Twigger-Ross & Uzzel (1996) suggereren dat er vier processen ten grondslag liggen aan *place identity*:

1. Place-related distinctiveness: om zich te onderscheiden van anderen.
2. a. Place-referent continuity: plaats wordt in verband gebracht met het verleden. Bijvoorbeeld doordat men altijd in een bepaalde plaats heeft gewoond.
b. Place-congruent continuity: plaats komt overeen met overtuigingen van een persoon. Iemand leeft in een bepaalde plaats omdat de omgeving overeen komt met hoe iemand is, de manier waarop iemand wil leven.
3. Place-related self-esteem: Een persoon is trots op zijn woonplaats of voelt zich goed in een bepaalde plaats.
4. Place-related self-efficacy: De voldoening van behoeften van een persoon in een plaats.

Place dependance

Place dependance (conatief) wordt gedefinieerd in hoeverre de omgeving het mogelijk maakt om bepaalde doelen te bereiken vergelijking met bestaande alternatieven. Hier gaat het bijvoorbeeld om welke plaats het beste past bij wat men leuk vindt. Bijvoorbeeld op het gebied van werken en wonen (Jorgensen & Stedman, 2001).

Place dependance verschilt op twee manieren van de overige dimensies van place attachment. Place dependance kan negatief zijn in de zin dat het bereiken van doelen kan beperken. Alle mogelijke opties kunnen negatief zijn, maar de optie die gekozen wordt kan als de beste keus van de slechte alternatieven zijn. Place dependance kan ook gebaseerd zijn op bepaald gedragsdoel in plaats van affectieve evaluaties (Jorgensen & Stedman, 2001). Wanneer iemand een hoog salaris belangrijker vindt dan de binding met een stad, zal degene eerder verhuizen dan iemand die de binding met de stad belangrijker vindt.

3.3 Social & Physical attachment

Veel studies uit de literatuur maken onderscheid in 'physical en social attachment' (Hidalgo & Hernandez, 2001; Van der Land, 2003). Van der Land (2003) spreekt naast ruimtelijke en sociale binding ook over mentale binding.

Onder sociale binding worden de sociale interacties verstaan die zich in de stad voordoen, de verbanden die daardoor ontstaan en voortduren, en de manier waarop individuen die ervaren (Van der Land, 2003). Wanneer betekenisvolle relaties ontstaan en worden behouden in een bepaalde omgeving, dan is het waarschijnlijk dat deze omgeving een betekenis krijgt. Dit komt doordat deze omgeving de context vormt van het ontstaan van de relatie en ervaringen die de relatie met zich meebrengt. De sociale dimensie van binding betreft per definitie de mate en kwaliteit van de samenhang tussen mensen (Mesch & Manor, 1998; Van der Land, 2003).

Uit onderzoek van Mesch & Manor (1998) kwam naar voren dat sociale investeringen in de omgeving het gevoel (sentiment) naar die omgeving toe beïnvloedde. Mensen met meer hechte vrienden die in de omgeving wonen, uitten sterkere attachment naar de omgeving toe. Hidalgo & Hernandez (2001) rapporteerden overeenkomstige resultaten. Sociale attachment was sterker dan fysieke attachment met betrekking tot de ruimtelijke dimensies: huis, buurt en stad.

Zoals al eerder werd vermeld maakt Milligan (1998) gebruik van een interactieperspectief om de sociale dimensies van plaatsen te onderzoeken. Hij identificeerde twee nieuwe concepten in het social bonding proces, namelijk: interactional past (ervaringen in het verleden die geassocieerd worden met een plaats/herinnering) en interactional potential (eigenschappen of attributen van een plaats die activiteiten vormen, beperken en beïnvloeden).

Het ruimtelijke aspect van binding heeft betrekking op de ruimtelijke elementen in de stad. Ruimte vormt de grondslag voor territoria, waarbinnen specifieke politieke instellingen functioneren en bijvoorbeeld wetgeving tot stand komt. Maar ruimte bestaat ook uit veel gebruikte of symbolische plekken in de stad, zoals een haven of een museum, een plein of de omgeving waar men werkt of woont of de route die men dagelijks aflegt. Deze ruimtelijke elementen symboliseren en materialiseren binding (Van der Land, 2003). Er wordt opgemerkt dat door middel van interactie met de fysieke omgeving, de fysieke ruimte het onderwerp van attachment wordt (Kyle et al., 2005).

Het laatste aspect van binding heeft betrekking op het mentale aspect van binding, betrokkenheid, en is het meest complex van de drie aspecten. Betrokkenheid is altijd gebaseerd op bepaalde waarden. Men kan zich betrokken voelen bij een groep mensen wanneer men met die groep belangrijke waarden deelt. Deze kunnen meer of minder uitgesproken van karakter zijn. Men kan zich ook betrokken voelen bij een bepaalde plek wanneer die plek een belangrijke waarde symboliseert. De betrokkenheid die met een binding gepaard kan gaan, verwijst naar een heel scala van mogelijkheden: een bepaalde beleving, of iets concreter, een gevoel van verbondenheid of van trots. Mentale binding hoeft niet perse een sociaal karakter te hebben. Men kan zich bijvoorbeeld betrokken voelen bij een plek of groep mensen die je nog nooit hebt ontmoet, maar waar wel een geschiedenis, overtuigingen of belangen mee deelt (Van der Land, 2003). Van der Land (2003) geeft aan dat deze drie aspecten van binding nauw met elkaar samen hangen.

3.4 Binding door consumptie, participatie en nabijheid

Studenten kunnen de stad net zoals andere categorieën van stadgebruikers, gebruiken of consumeren zonder een deel van de gemeente te worden. In dit geval is er de universiteit-stad relatie in het geding (Pallares & Feixa 2000; in Russo et al, 2003). Van der Land (2003) noemt dit ook wel binding door consumptie. De stad vormt een onderdeel van een veel groter netwerk waaraan men (even partieel en flexibel) deelneemt. De stedelijke consumptiecultuur vormt een belangrijk decor waartegen deze bindingen zich afspelen. Sociale contacten die ten grondslag liggen aan deze vorm van stedelijke binding kenmerken zich door hun vluchtigheid, expressie en doelgerichtheid. Men kan zich betrokken voelen, maar omdat het om partiële betrokkenheid gaat, zijn het hele concrete, aanwijsbare plekken, mensen, beelden of dingen waarmee men een bepaalde betrokkenheid heeft.

Wanneer gunstige condities aanwezig zijn vindt de student zijn plaats binnen de stad, of is in staat zijn eigen ruimte te creëren, waardoor hij/zij een 'bezit' wordt voor de gemeente. Op deze manier integreren de studenten in de gemeente, waardoor zij zich gedragen als een drijfkracht van stedelijke ontwikkeling en verandering (Pallares & Feixa 2000; in Russo et al, 2003). Van der Land (2003) noemt dit binding door participatie. Stedelijke bindingen gebaseerd op participatie hebben een sterk maatschappelijk karakter. Het gaat om vrijwillige associaties die maatschappelijke betrokkenheid organiseren. Men onderhoudt sociale relaties om uiting te geven aan solidariteit met anderen. Hierbij kan men denken aan vrijwilligerswerk in sportclubs, op scholen of in het politieke circuit.

Binding door nabijheid is het laatste type binding en heeft betrekking op het wonen in en/of afkomstig zijn uit een bepaalde stad. Men deelt daardoor een eigen cultuur van kenmerkende gedragingen, een bepaalde taal of dialect en allerlei symbolen die de sociale samenleving versterken. De geschiedenis van de stad kent men goed en men voelt zich een deel van die geschiedenis. Symbolen die daarbij een rol spelen zijn: gebouwen, voetbalclub, mythes. Van der Land (2003) geeft aan dat de ruimtelijke context een grote rol speelt in dit type binding, omdat bepaalde ontmoetingen en gebeurtenissen uit het verleden erg belangrijk zijn. Men voelt niet of nauwelijks behoefte om andere steden of dorpen te bezoeken.

3.5 Binding vanuit andere invalshoeken

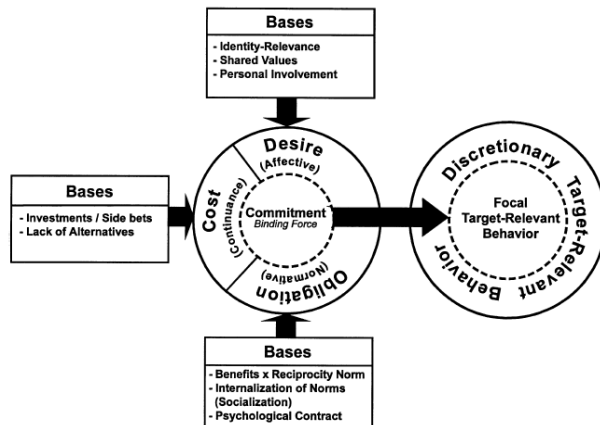
Naast de literatuur over sense of place biedt de theorie over organizational commitment en student loyalty ook aanknopingspunten om binding te verklaren. Door binding vanuit andere invalshoeken te bestuderen wordt er een zo'n compleet mogelijk beeld van binding gecreëerd.

3.5.1 Organizational commitment

Meyer & Herscovitch (2001) hebben een reviewonderzoek gedaan met betrekking tot commitment. Zij kwamen tot de conclusie dat commitment in het algemeen refereert naar het feit dat (a) commitment een stabiliserende of verplichtende kracht is en (b) dat deze richting geeft aan het gedrag (beperkt de vrijheid, bindt de persoon aan een handelwijze).

Organizational commitment is de psychologische toestand dat het individu aan de organisatie bindt (Allen & Meyer, 1990). Allen & Meyer (1990) hebben een model ontwikkeld dat drie dimensies van organizational commitment onderscheidt, namelijk: affectieve, continuerende en normatieve commitment. Zij hebben hun model geëvalueerd en concludeerden dat er bewijs was voor de veronderstelde hypothesen, namelijk dat commitment een multi-dimensionaal construct is (Allen & Meyer, 1996).

Affectieve commitment (verlangen) verwijst naar de emotionele verbondenheid met de organisatie en komt overeen met de eerder besproken term place of affectieve attachment dat ook een emotionele lading bevatte. Normatieve commitment (verplichting) is de mate waarin een persoon zich verplicht voelt om te blijven en continuerende commitment (kosten) staat voor de verbondenheid die gebaseerd is op de kosten die een persoon associeert met het verlaten van de organisatie. Continuerende commitment wordt gekarakteriseerd door de waarneming dat het kostbaar zou zijn om een handeling niet voort te zetten. Hierbij zijn de gemaakte investeringen en het gebrek aan alternatieven van belang (Allen & Meyer, 1996). Hierbij komt een aspect om de hoek kijken wat in de eerdere literatuur over place attachment onbesproken bleef. Een student kan met verschillende redenen of doelen in Twente komen studeren. Een student kan bijvoorbeeld een studie in Twente volgen, omdat deze nergens anders wordt aangeboden. Dit kan tot gevolgen hebben dat de student in mindere mate open staat voor sociale contacten in Twente en zich alleen focust op zijn/haar studie. Dit kan de relatie tussen de student en de regio negatief beïnvloeden.



figuur 2: A general model of workplace commitment (Meyer & Herscovitch, 2001)

De consequenties van gedrag ten aanzien van commitment heeft een grotere kans tot uiting te komen in het focale (observeerbare) gedrag. Gebonden zijn door verlangen is een sterkere kracht dan gebonden zijn door een verplichting of behoefte. Commitment kan variëren in sterkte. Een individu kan zich iets gebonden of onvoorwaardelijk gebonden voelen. Ook bij organizational commitment blijkt dat het affectieve aspect de meeste invloed heeft op de ontwikkeling van de commitment en invloed heeft op het focale gedrag (Meyer & Herscovitch, 2001).

Een ander aspect dat niet in de literatuur van regionale binding voorkomt is external commitment. External organizational commitment houdt in dat een werknemer van een organisatie ook verbonden is met een andere organisatie. Een werknemer kan zich ook identificeren en betrokken voelen bij een andere organisatie dan hij/zij werkzaam is. Commitment naar meerdere organisatie is normaal in het bedrijfsleven (McElroy, Morrow & Lacznia, 2001). In het kader van regionale binding kan een student die niet van oorsprong uit Twente komt zich sterk betrokken voelen bij zijn ouderlijke woonplaats. Wanneer dit het geval is, dan is de kans groter dat de student na afronding van zijn studie terugkeert naar zijn ouderlijke woonplaats.

3.5.2 Student loyalty

Vanuit de literatuur is er steeds meer aandacht voor student loyalty, zodat de drop-out van studenten tijdens colleges aan de universiteit wordt verminderd (Hennig-Thurau, Langer & Hansen, 2001; Tinto, 1975). Wederom staat hier commitment centraal en is het belangrijk dat de student een band opbouwt met de onderwijsinstelling, zodat er een langdurige relatie ontstaat en wordt behouden.

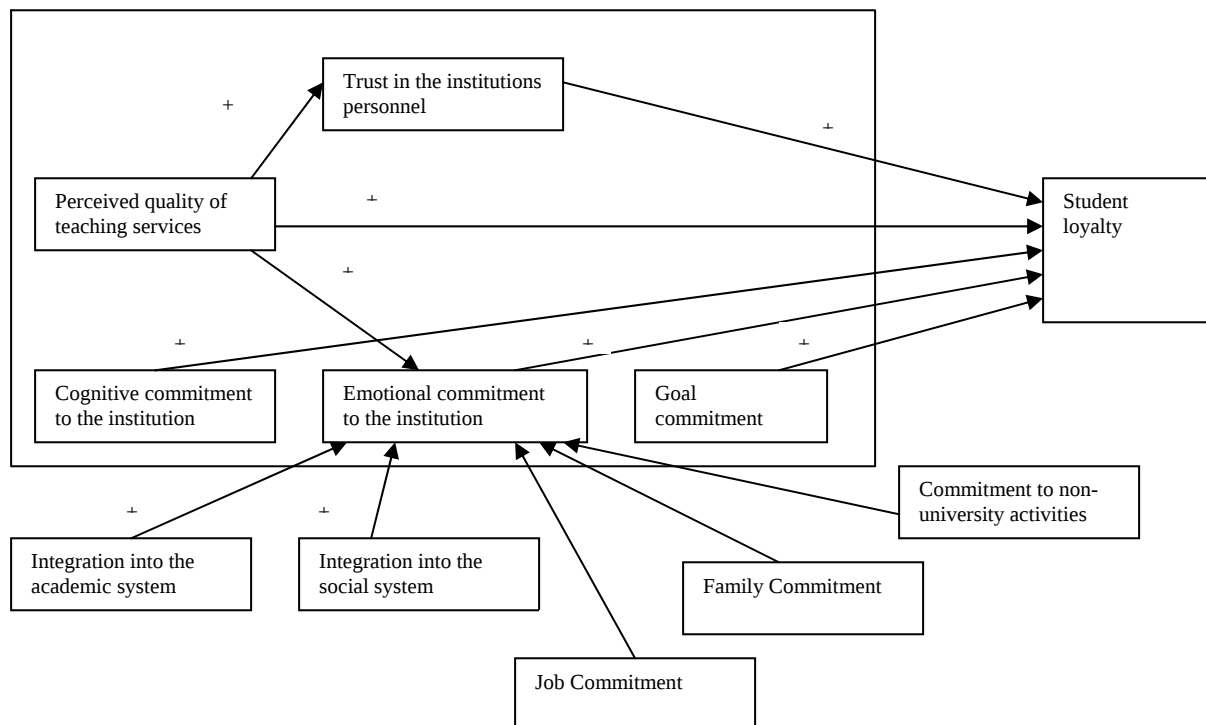
Student loyalty staat centraal binnen de relationship marketing. Relationship marketing verwijst naar het management van alle marketingactiviteiten die er zijn om succesvolle relatie-uitwisselingen op te bouwen, ontwikkelen en te behouden (Morgan & Hunt, 1994). Hogere onderwijsinstellingen worden volgens verschillende auteurs gezien als een service organisatie (Dolinsky, 1994; Joseph & Joseph; Kotler & Fox, 1995; in Hennig-Thurau et al., 2001). Stabiele, lange termijn relaties met klanten maken het serviceorganisaties mogelijk de negatieve consequenties van ontevredene ervaringen ongedaan te maken, die onvermijdelijk zijn gezien het ontastbare en individuele karakter van deze services (Rust, Zahorik & Keiningham, 1996; in Hennig-Thurau et al., 2001).

Hennig-Thurau et al. (2001) hebben opgemerkt dat er geen algemeen geaccepteerd conceptueel model is kijkend naar het loyaliteit-proces van studenten. Zo'n model is echter van belang bij de ontwikkeling van op theorie

gebaseerde consistente strategieën om de loyaliteit van studenten aan de universiteit te verhogen. De loyaliteit van een student naar zijn onderwijsinstelling moet niet alleen de diensten van de universiteit gebruiken op een reguliere basis, maar moet ook een positieve cognitieve-emotionele attitude hebben ten opzichte van de instelling, een attitude dat de onderliggende motivatie levert voor zijn of haar gedrag.

Het model van Hennig-Thurau et al. (2001) is gedeeltelijk afgeleid van het theoretisch model van Tinto (1975). Tinto (1975) heeft veel onderzoek gedaan naar loyaliteit van studenten. Zijn theoretisch model geeft mogelijke verklaringen voor de processen tussen studenten en universiteiten. Naast de persoonlijke kenmerken van de student (familie achtergrond, vaardigheden en bekwaamheden etc.) zijn commitment en integratie de twee belangrijkste constructen die ten grondslag liggen aan het model van Tinto (1975). Volgens Tinto (1975) zijn commitment en integratie constructen die dicht gerelateerd zijn aan elkaar binnen een dynamisch proces. Commitment van de studenten heeft direct invloed op de loyaliteit. De mate waarin de student is geïntegreerd in het sociale en academische systeem van de universiteit speelt een belangrijke rol in de ontwikkeling van de commitment. Tinto (1975) maakt onderscheid in drie vormen van commitment, namelijk; goal commitment (de commitment van de student ten aanzien van zijn of haar doelen), institutional commitment (de commitment van de student ten aanzien van de universiteit) en external commitment (de niet-universiteit-gerelateerde activiteiten en interesses). External commitment heeft een negatieve invloed op de loyaliteit van studenten.

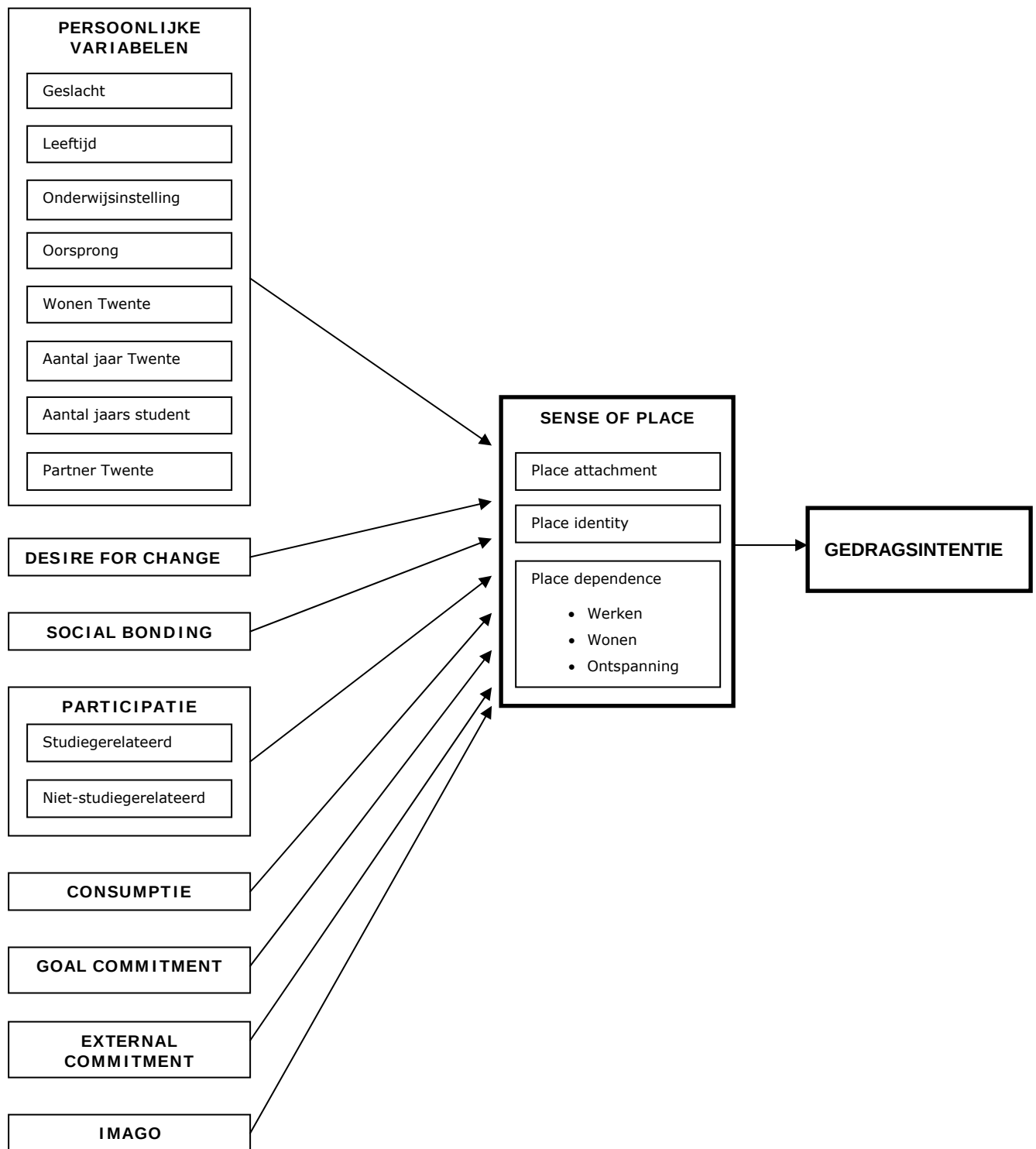
Wat opvalt is dat external commitment niet alleen bij organizational commitment, maar ook bij student loyalty een belangrijke rol speelt bij de ontwikkeling van loyaliteit. Daarnaast kan goal commitment worden vergeleken met continuerende commitment van de organisatorische invalshoek. Bij beide aspecten gaat het om de doelen die men stelt.



figuur 2: The relationship quality-based student loyalty model (Hennig-Thurau, 2001)

3.6 Onderzoeksmodel

In figuur 3 staat het onderzoeksmodel dat is samengesteld op basis van de onderzoeksvragen en de bestudeerde literatuur. Uit de literatuur is duidelijk geworden dat binding, ook wel sense of place genoemd, verklaart wordt door de drie dimensies place attachment, place identity en place dependence. Deze drie dimensies staan dan ook centraal in het onderzoek. Bij place dependence is onderscheid gemaakt in werken, wonen en ontspanning. Persoonlijke variabelen die de binding mogelijk beïnvloeden zijn achtereenvolgens geslacht, leeftijd, onderwijsinstelling (afkomstig Saxion of UT), oorsprong (wel of niet afkomstig uit Twente), wonen Twente (wel of niet wonend in Twente), aantal jaar Twente (aantal jaar dat iemand in Twente woont), aantal jaars student (hoe ver de student gevorderd is in zijn studie) en partner Twente (het wel of niet hebben van een partner die afkomstig is uit Twente). Desire for change is een eigenschap van een persoon dat aangeeft in hoeverre een persoon openstaat voor veranderingen. Social bonding geeft de kwaliteit en kwantiteit van sociale contacten aan. Participatie kan studie- of niet studiegerelateerd zijn. Participeren in studiegerelateerde activiteiten hebben te maken met het lid zijn van een studentenvereniging, bestuur, commissies en dergelijke. De niet studiegerelateerde activiteiten hebben te maken met bijvoorbeeld werken en sporten in Twente. Consumptie laat zien in hoeverre een persoon gebruikt maakt van ontspanningsmogelijkheden in Twente en goal commitment geeft aan met welke motivatie de student in Twente komt studeren. Heeft deze motivatie vooral te maken met het volgen van een studie of heeft deze meer te maken met het sociale leven in Twente. External Commitment meet in hoeverre de student die niet afkomstig is uit Twente zich verbonden voelt met zijn/haar ouderlijke woonplaats. External commitment is dan ook alleen gemeten onder studenten die niet afkomstig zijn uit Twente. Tenslotte wordt het imago, of het beeld dat studenten hebben van Twente ook als voorspeller gezien van binding.



Figuur 3. Onderzoeksmodel

4. Onderzoekopzet

4.1 Onderzoeksmethode

Het onderzoek is uitgevoerd met behulp van vragenlijsten. Er is voor de vragenlijst als onderzoeksinstrument gekozen, omdat met een vragenlijst informatie van veel mensen kan worden verzameld. Het biedt ook de mogelijkheid om over veel verschillende onderwerpen gegevens te verzamelen. Met een vragenlijst kun je relatief snel, gemakkelijk en goedkoop grote groepen mensen bereiken (Baarda, de Goede & Kalmijn, 2000).

Daarnaast biedt een online vragenlijst een aantal voordelen die een schriftelijke vragenlijst niet heeft. Met een online vragenlijst wordt sneller respons verkregen. Ook lijken respondenten bij online vragenlijsten meer vragen te beantwoorden en minder fouten te maken. Daarnaast is er minder sprake van sociale wenselijkheid, onthullen meer informatie over zichzelf en geven langere antwoorden op open vragen. Tenslotte heeft de online vragenlijsten het voordeel dat het eenvoudig over te zetten is naar een analyseprogramma. Wanneer gebruik wordt gemaakt van schriftelijke vragenlijsten, moet dit handmatig gedaan worden wat tot gevolg heeft dat hier veel tijd in gaat zitten (Gunter, Nicholas, Huntington & Williams, 2002).

Een nadeel van online vragenlijsten is dat de respondent moet beschikken over internet. Dit kan een probleem zijn wanneer men een gevarieerde steekproef wil hebben. Voor dit onderzoek is dit niet van toepassing. De respondenten zijn hoog opgeleid en hebben veel te maken met het gebruik van computer en internet. Een ander nadeel is dat met online vragenlijsten minder respons wordt verkregen dan met offline vragenlijsten (Gunter et al., 2002).

4.2 Respondenten en steekproef

Er zijn in totaal precies 13.106 studenten benaderd om deel te nemen aan het onderzoek. Hiervan waren 4369 afkomstig van de Universiteit Twente en 8737 afkomstig van Saxion Hogeschool Enschede. In het onderzoek was het de bedoeling om vier groepen met elkaar te vergelijken. Namelijk studenten afkomstig van de UT en van het Saxion en wel of niet van oorsprong afkomstig uit Twente. Er werd verwacht veel verschillen te ontdekken tussen deze groepen, omdat studenten van het Saxion in meerdere mate van oorsprong uit Twente en komen en meer regionaal gebonden zijn. Studenten van de UT komen daarentegen minder vaak van oorsprong uit Twente en zijn in mindere mate regionaal gebonden aan Twente.

Studenten van het Saxion konden alleen per faculteit of per opleiding worden benaderd. Daarbij kon de medewerker van het Saxion niet achterhalen hoeveel studenten er ingeschreven stonden per faculteit. Gezien het feit dat een andere studente van de UT ook onderzoek deed waarbij de studentenpopulatie van belang was moesten de faculteiten worden verdeeld over twee onderzoeken. Dit heeft tot gevolg gehad dat studenten uit de branches Techniek en Economie oververtegenwoordigd waren in dit onderzoek. Studenten van de UT zijn geselecteerd op basis van alfabetische volgorde van voornamen.

4.3 Procedure

De vragenlijst is gemaakt met behulp van het programma *Survey Monkey*. Door middel van dit programma kon de vragenlijst per e-mail verstuurd worden naar een grote groep respondenten. De respondenten ontvingen de vragenlijst in hun studentmail. In de e-mail stond een korte omschrijving van het onderzoek en een link die de

studenten konden aanklikken, zodat zij automatisch naar de online vragenlijst werden verwezen. Als beloning werden er 10 USB-sticks onder de inzendingen verloot. Het invullen van de vragenlijst nam ongeveer 15 minuten in beslag. Doordat er na de eerste mailing voldoende respondenten waren, is er geen herinneringsmail verstuurd. De vragenlijst is onder vier studenten gepretest. Hieruit bleek dat er geen belangrijke onderdelen in de vragenlijst werden gemist. De opmerkingen hadden voornamelijk betrekking op spelfouten en het anders formuleren van stellingen.

4.4 Opzet vragenlijst en betrouwbaarheid schaalconstructie

De vragenlijst bestaat voornamelijk uit gesloten vragen, in de vorm van stellingen die beantwoord moesten worden op een vijf-puntsschaal van 'zeer mee oneens' tot 'zeer mee eens'. Ook zijn er een aantal open vragen in de vragenlijst opgenomen, ter verduidelijking van de antwoorden op de gesloten vragen. Dit is zo veel mogelijk beperkt, omdat het beantwoorden van open vragen veel denk- en schrijfwerk vergt van de respondent. De respondent zal dan eerder de open vragen overslaan of heel kort beantwoorden (Baarda et al., 2000).

Het onderzoeksmodel bestaat uit drie hoofdcomponenten, die onder de noemer sense of place vallen, genaamd: place attachment, place identity, place dependence. Deze drie componenten worden gezien als voorspellers van de gedragsintentie van studenten en worden hieronder als eerst besproken. In de daaropvolgende paragraaf worden de variabelen besproken die van invloed zijn op sense of place. Tenslotte wordt in 4.4.3 de overige variabelen van de vragenlijst besproken die niet in het onderzoeksmodel zijn opgenomen. Daarnaast wordt ook de betrouwbaarheid van elke variabele weergegeven. In tabel 3.1 zijn de constructen weergegeven die zijn opgenomen in het model. De cronbach's alpha geeft een indicatie in hoeverre de afzonderlijke items van een schaal het gemeenschappelijke, onderliggende construct reflecteren. Een alpha van 0.70 (eventueel 0.60) betekent dat het construct voldoende betrouwbaar is.

4.4.1 Variabelen sense of place (onderzoeksmodel)

Place attachment

Place attachment is gemeten met zeven items die de respondenten op een schaal van 'zeer mee oneens' tot en met 'zeer mee eens' moesten beantwoorden. Een aantal voorbeeldstellingen zijn: 'Ik mis Twente wanneer ik hier lange tijd niet geweest ben' en 'Twente betekent veel voor mij', 'Ik voel me erg verbonden met Twente'. De betrouwbaarheid van dit construct is met een alpha van 0,93 erg hoog te noemen.

Place identity

Place identity is gemeten met vier items en is met een alpha van 0,79 betrouwbaar. Twee voorbeelditems van het construct zijn 'Ik heb het gevoel dat ik mijzelf kan zijn in Twente' en 'Ik identificeer mij sterk met Twente'.

Place dependence

Place dependence is met acht items gemeten op drie verschillende gebieden, namelijk op het gebied van baan-, woon- en ontspanningsmogelijkheden. Het construct is met een alpha van 0,74 betrouwbaar. Voorbeelden van stellingen die tot deze drie aspecten horen zijn achtereenvolgens: 'Twente biedt in verhouding met andere regio's goede baanmogelijkheden', 'In verhouding met andere regio's is het in Twente eenvoudig om een geschikte starterwoning te vinden' en 'In verhouding met andere regio's heeft Twente veel ontspanningsmogelijkheden'.

Place dependence op het gebied van werken, gemeten met vier items, heeft een alpha van 0,93, place dependence op het gebied van wonen en ontspanning, beide gemeten met twee items, kent respectievelijk een correlatie van 0,86 en 0,77.

Sense of place

Sense of place omvat de constructen place attachment, place identity en place dependence en daarom is er ook gekeken naar de betrouwbaarheid van dit construct. Deze is met een alpha van 0,90 erg hoog te noemen. Het construct bestaat in totaal uit 19 items.

Gedragsintentie (vertrekken uit/blijven in Twente)

De gedragsintentie, bestaand uit drie items, beschikt ook over een hoge betrouwbaarheid (0,89). Enkele voorbeeldstellingen zijn: 'Ik ben vastbesloten om na mijn studie Twente te verlaten om elders in het land te gaan wonen en werken', 'Twente is voor mij een optie om na mijn studie te gaan wonen en werken' en 'De kans is groot dat ik na mijn studie in Twente blijf wonen en werken'.

4.4.2 Variabelen van invloed op sense of place (onderzoeksmodel)

Persoonlijke variabelen

Omdat persoonlijke kenmerken van invloed kunnen zijn op de mate waarin studenten zich verbonden voelen met Twente, is er naar enkele achtergrondkenmerken gevraagd. Persoonlijke variabelen die mogelijk invloed hebben zijn het geslacht, leeftijd en onderwijsinstelling van de student. Ook is gekeken naar de afkomst van de student, of de student wel of niet in Twente woonachtig is, aantal jaren dat de student in Twente woont, hoever de student in zijn studie gevorderd is en of de student wel of geen partner heeft die afkomstig is uit Twente.

Desire for change

Het construct desire for change, ofwel 'open staan voor veranderingen' is gemeten met behulp van vijf items en is gebruikt om het karakter van de student in kaart te brengen. Twee voorbeelditems van het construct zijn 'Verhuizen van plaats naar plaats is spannend en plezierig' en 'Ik zou niet gelukkig kunnen zijn wanneer ik mijn hele leven in dezelfde plaats zou wonen'. Het construct is afkomstig uit eerder onderzoek en is gevalideerd (McAndrew, 1998). Echter zijn er in dit onderzoek een aantal stellingen weggelaten vanwege het niet van toepassing zijn van de stellingen op de studenten. Het construct heeft een alpha van 0,64 en is daarmee voldoende betrouwbaar.

Social bonding

Drie van de zes stellingen die hierbij horen zijn: 'Ik heb veel contact met mijn studiegenoten', 'Ik heb nieuwe vrienden gemaakt tijdens mijn studie' en 'De meeste vrienden die ik heb studeren of wonen in Twente'. De betrouwbaarheid van het construct is met een alpha van 0,71 voldoende.

Participatie

Participatie bestaat uit twee gedeeltes. Het eerste gedeelte is participatie gerelateerd aan de studie. Aan de respondenten werd gevraagd of zij actief zijn (geweest) in commissies/bestuur gerelateerd aan Hogeschool/Universiteit, lid zijn van een studievereniging en studentenvereniging, of ze regelmatig met excursies meegaan die georganiseerd worden vanuit de studie(vereniging). De alpha was 0,64 op basis van vier items.

Het tweede gedeelte is niet aan de studie gerelateerd. Aan de respondenten werd gevraagd of zij stage hebben gelopen in Twente, werken in Twente en of zij hun hobby uitvoeren in Twente. Hier is de alpha 0,62 op basis van drie items.

Consumptie

Mensen creëren meer binding wanneer zij interacteren met de omgeving. Daarom is met vijf items gevraagd in hoeverre zij gebruik maakten van achtereenvolgens: uitgaansgelegenheden, horecagelegenheden, op gebied van cultuur, winkelaanbod en recreatiemogelijkheden'. Het construct is met een alpha van 0,83 erg betrouwbaar.

Goal commitment

Wanneer studenten vooral de motivatie hebben om te studeren en nauwelijks interesse hebben voor het sociale leven in Twente, zullen zij minder interactie hebben met Twente en daardoor zich minder verbonden voelen met Twente. Een aantal voorbeeldstellingen van dit construct zijn: 'Op dit moment is het eerder een noodzaak dan een wens om in Twente te studeren', 'Ik studeer in Twente, omdat alleen hier de opleiding aangeboden wordt die ik wil volgen' en 'Naast het behalen van mijn diploma, vind ik het erg belangrijk om deel te nemen aan het sociale leven in Enschede'. Het construct bevat zeven items en kent een alpha van 0,75.

External commitment

Studenten die niet afkomstig waren uit Twente werden een viertal stellingen voorgelegd die betrekking hadden op de mate van commitment die zij voelden bij hun ouderlijke woonplaats: 'Ik voel mij erg betrokken bij mijn ouderlijke woonplaats' en 'Ik voel mij erg verbonden met mijn ouderlijke woonplaats'. Het construct is met een alpha van 0,89 erg betrouwbaar te noemen.

Imago

Het beeld, ofwel het imago, dat studenten hebben van Twente kan invloed hebben op de gedragsintentie van de studenten. Aan de respondenten werd met tien items gevraagd met welke redenen zij in Twente zouden willen wonen. Het construct heeft een alpha van 0,81. De stellingen die tot het construct behoren zijn: 'Ik zou na mijn studie in Twente willen wonen...

- ...vanwege de aantrekkelijkheid van de regio'
- ...vanwege de lage onderhoudskosten'
- ...vanwege het goede woningaanbod'
- ...vanwege de goede ontspanningsmogelijkheden'
- ...vanwege de goede baanmogelijkheden'
- ...omdat er een gezellige sfeer hangt'
- ...omdat Twente een prettige leefomgeving biedt'
- ...omdat Twente een veilige regio is'
- ...vanwege de goede bereikbaarheid'
- ...vanwege de centrale ligging'

Tabel 4.1 Betrouwbaarheid schaalconstructie

		Aantal stellingen	N	Cronbach ´s alpha
Place attachment		7	1018	0,93
Place identity		4	1021	0,79
Place dependance		8	992	0,74
	Werken	4	996	0,93
	Wonen	2	997	0,86**
	Ontspanning	2	999	0,77**
Sense of place		19	974	0,90
Gedragsintentie		3	1118	0,89
Desire for change		5	1165	0,64
Social bonding		6	1029	0,71
Participatie	Studiegerelateerd	4	1021	0,64
	Niet-studiegerelateerd	3	1022	0,62
Consumptie		5	1021	0,83
Goal commitment		7	1050	0,75
External commitment		4	651*	0,89
Imago		10	1042	0,81

* *External commitment is alleen gemeten bij studenten die niet van oorsprong uit*

Twente komen, daardoor ligt de respons op dit construct lager.

** Betreft de correlatiecoëfficiënt

4.4.3 Overig variabelen

Naast de constructen uit het onderzoeksmodel is er ook naar een aantal andere onderwerpen gevraagd om de juiste conclusies te trekken en aanbevelingen te doen, namelijk: het tijdstip dat studenten plannen uitstippelen voor de toekomst, informatievoorziening op het gebied van werken, wonen en ontspanning. Tenslotte zijn er nog een aantal open vragen gesteld.

Tijdstip uitstippelen plannen

Het is belangrijk om erachter te komen wanneer studenten hun keuzes maken omtrent het wonen en werken, zodat studenten voor het maken van die keuze goed geïnformeerd kunnen worden over de baan- en woonmogelijkheden in Twente. Een voorbeeldstelling van dit construct is: 'Voordat ik met mijn studie begon, had ik nog geen concrete plannen in welke regio ik na mijn studie zou willen gaan wonen en werken'.

Informatievoorziening

Naast de constructen uit het onderzoeksmodel werd er ook gevraagd naar de informatievoorziening van de baan- woon- en ontspanningsmogelijkheden. Er zijn vijf items per onderwerp in de vragenlijst opgenomen. Enkele stellingen hiervan luiden als volgt: 'Ik heb geen goed zicht op de baanmogelijkheden in Twente', 'Ik vind de informatie over de woningmarkt in Twente goed' en 'Ik weet waar ik zijn moet om informatie te vinden over ontspanningsmogelijkheden in Twente'.

Daarnaast is gevraagd door middel van vijf items in hoeverre studenten behoefte hebben aan informatie over baanmogelijkheden en in hoeverre zij zelf hierna op zoek gaan door middel van carrièrebeurzen en dergelijke. Ook zijn er nog twee stellingen opgenomen die betrekking hebben op de inspanning van bedrijven om studenten te informeren over en te werven voor vacatures. Tenslotte is er door middel van drie stellingen gevraagd naar de

instellingen die starters op de arbeidsmarkt helpen bij het vinden van een baan (zoals CCT). Een voorbeeldstelling hiervan is: 'Er zijn weinig instellingen in Twente die het vinden van een baan voor studenten vergemakkelijken.'

Open vragen

Tenslotte bevat de vragenlijst een viertal open vragen die luiden als volgt: 'Wat zijn voor jou redenen om na de studie in Twente te blijven?', 'Wat zijn voor jou redenen om na de studie uit Twente te vertrekken?', 'Wat bindt jou aan Twente?' en 'Wat zou jou nog meer kunnen binden aan Twente?'

4.6 Data-analyse

Met behulp van het verwerkingsprogramma SPSS 13.0 zijn de antwoorden op de gesloten vragen verwerkt. Ten eerste is er gebruik gemaakt van frequentietabellen om de basisgegevens in kaart te brengen. Om verschillen te constateren tussen groepen op basis van onderwijsinstelling en afkomst van de respondent is er gebruik gemaakt van de variantie-analyse. Met deze analyses konden de verschillen tussen de vier groepen worden geconstateerd.

Voorafgaand aan de regressieanalyses is er met behulp van de Pearson Correlatietoets correlaties getoetst tussen de verschillende variabelen van het model. Vervolgens zijn er regressieanalyses uitgevoerd om de invloed van de verscheidene determinanten op de eindvariabele te bepalen. Door bij het analyseren van de gegevens gebruik te maken van een regressieanalyse kan worden gekeken in hoeverre de onafhankelijke variabelen de afhankelijke variabele verklaren.

5. Resultaten

5.1 Respons

Er zijn 4369 studenten van de Universiteit Twente en 8737 studenten van Saxion Hogeschool Enschede via de e-mail benaderd om deel te nemen aan het onderzoek. Van de 13.106 verstuurde enquêtes zijn er 1299 ingevuld. De respons lag daarmee op 9,9 procent. Hoewel er meer studenten van het Saxion dan van de UT zijn benaderd heeft dit geen invloed gehad op de verhouding ingevulde enquêtes Saxion/UT. Van de totaal ingevulde enquêtes is 49,3 procent van de studenten afkomstig van het Saxion en 50,7 procent van de UT.

Van de UT-studenten die hebben deelgenomen aan het onderzoek was 22,7 procent afkomstig uit Twente. Van de Saxion-studenten lag dit percentage hoger, namelijk 53,8 procent. Uit gegevens van de Twente Index (2006) blijkt dat een derde van de UT-studenten afkomstig is uit Twente. Van de Saxion-studenten komt twee derde uit de regio. Met het oog op de afkomst van de studenten kan dus worden geconcludeerd dat de steekproef in verhouding is met de totale populatie van de studenten die studeren aan de UT en het Saxion.

5.2 Achtergrondvariabelen

Tabel 5.1 en 5.2 laten zien dat bijna twee derde van de respondenten man was. De leeftijd van de respondenten varieerde van 17 tot 50 jaar en bedroeg gemiddeld 22,3 jaar ($SD=3,42$). Van de respondenten was 49,3 procent afkomstig van de Universiteit Twente en 50,7 procent van Saxion Hogeschool Enschede. Het overgrote deel van de respondenten (67,6%) volgde een opleiding in de Bestuur, Management & Economie branche (31,4%) of de Techniek branche (36,2%). De opleidingen in de Gedrag en Maatschappij (14,3%), Onderwijs, Mens & Zorg (4,1%) en ICT & Multimedia (6,9%) branches waren in mindere mate vertegenwoordigd. 7,1 procent van de respondenten gaf aan dat de opleiding onder geen enkele bovengenoemde branche viel. De helft van de respondenten was eerste (24,2%) of vierde jaars (26,1%) student. 81,7 procent van de respondenten was woonachtig in Twente en 38,4 procent kwam van oorsprong uit Twente. De student woonde gemiddeld 12,49 jaar in Twente.

Tabel 5.1 Achtergrondvariabelen

		Percentage (%)	
Geslacht (n=1298)	Man	63,2	
	Vrouw	36,8	
		Gemiddelde	SD
Leeftijd (n=1282)		22,3	3,42
		Spreiding	
		17-50	
		Percentage (%)	
Onderwijsinstelling (n=1298)	Universiteit Twente	49,3	
	Saxion Hogeschool Enschede	50,7	
Branche studie (n=1298)	Bestuur/Management/Economie	31,4	
	Techniek	36,2	
	Gedrag & Maatschappij	14,3	
	Onderwijs, Mens & Zorg	4,1	
	ICT/Multimedia	6,9	
	Overig	7,1	

Tabel 5.2 Achtergrondvariabelen (vervolg)

		Percentage (%)	
Aantal jaars student (n=1262)	1 ^e	24,2	
	2 ^e	14,7	
	3 ^e	13,7	
	4 ^e	26,1	
	5 ^e	9,0	
	6 ^e	5,8	
	7 ^e en hoger	6,5	
Van oorsprong afkomstig uit Twente (n=1298)	Ja	38,4	
	Nee	61,6	
Woonachtig in Twente (n=1298)	Ja	81,7	
	Nee	18,3	
	Gemiddelde	SD	Spreading
Aantal jaar woonachtig in Twente (n=1042)	12,49	9,32	1-47

5.3 Beschrijvende resultaten

5.3.1 Brain-drain of brain-gain?

Uit de Twente Index (2006) bleek dat anderhalf jaar na het afstuderen 75 procent van de UT-afgestudeerden buiten de provincie Overijssel werkzaam zijn. Uit de resultaten van dit onderzoek kan worden opgemaakt dat 42,6 procent van de UT-studenten vastbesloten is om weg te gaan uit Twente. 27,3 procent van hen blijft in Twente wonen en werken. 30,1 procent van de UT-studenten weet nog niet waar hij/zij naar toe gaat na afronding van de studie. Deze percentages wijken dus niet sterk af van de percentages die door de Twente Index (2006) gegeven zijn. Daarnaast bleek uit de Twente Index (2006) dat 40 procent van de Saxion-studenten na anderhalf jaar werkzaam is buiten Overijssel. 21,8 procent van de Saxion-studenten is vastbesloten om na hun studie uit Twente weg te trekken. Daarentegen blijft 42,8 procent van de Saxion-studenten na afronding van de studie wel in Twente. Van de Saxion-studenten heeft 35,3 procent nog geen beslissing genomen om wel of niet uit Twente weg te trekken. Ook deze percentages wijken niet sterk af van de percentages die in 2006 door de Twente Index gegeven zijn. De tabel met de zojuist genoemde percentages is terug te vinden in de bijlage. Er kan echter nog niet teveel waarde aan de percentages worden gehecht, omdat het om een subjectieve meting gaat. Wanneer studenten hun studie hebben afgerond kunnen ze andere plannen hebben. De percentages geven wel een indicatie dat de brain-drain nog niet omgevormd is tot een brain-gain.

Studenten die niet van oorsprong uit Twente komen ($M=3,34$, $SD=1,17$) zijn in meerdere mate vastbesloten om weg te gaan dan studenten die wel van oorsprong uit Twente komen ($M=2,32$, $SD=1,16$; $p<0,01$). Daarnaast zijn ook studenten van de UT ($M=3,23$, $SD=1,25$) in meerdere mate vastbesloten om weg te gaan dan studenten van het Saxion ($M=2,64$, $SD=1,21$; $p<0,01$).

Tabel 5.2 Brain-drain

		Van oorsprong uit Twente		Totaal
		Gemiddelde* (SD)		
		Ja	Nee	
Ik ben vastbesloten om na mijn studie Twente te verlaten om elders anders in het land te gaan wonen en werken (n=1123)	Saxion	2,27 (1,14)	3,12 (1,14)	2,64 (1,21)
	UT	2,45 (1,19)	3,47 (1,17)	3,23 (1,25)
	Totaal	2,32 (1,16)	3,34 (1,17)	2,94 (1,27)

*Gemiddelde score op een schaal van 1 t/m 5

Zoals in het beleidsplan van Rotterdam naar voren kwam (Student City, 2006) zijn de eerste baanmogelijkheden van de student een belangrijk vestigingsmotief. Wanneer naar de resultaten in onderstaande tabel wordt gekeken kan worden geconcludeerd dat dit ook voor Twente geldt en hiermee het braindrain probleem kan worden opgelost. Echter is de realiteit anders en is de kans klein dat elke afgestudeerde vrijwel direct een goede baan krijgt. Wat opvalt is dat er geen verschil waarneembaar is tussen de groepen studenten wel en niet afkomstig uit Twente ($p=0,46$). Maar liefst 68,9 procent van de studenten wil voor een goede baan in Twente blijven.

Tabel 5.3 Vestigingsmotief baanmogelijkheden

	Zeet mee oneens	Enigszins mee oneens	Niet mee oneens / niet mee eens	Enigszins mee eens	Zeet mee eens
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Als ik een goede baan krijg aangeboden in Twente grijp ik die kans, ook al zou ik hiervoor mijn ouderlijke woonplaats moeten verlaten (n=988)	4,1	8,7	18,2	42,0	26,9

5.3.2 Constructen model

De constructen die zijn opgenomen in het model om de binding en gedragsintentie van studenten te voorspellen zijn hieronder weergegeven. Voor elk construct zijn de gemiddelden en standaardafwijkingen gegeven. Daarnaast wordt aangegeven of er een significant verband bestaat tussen de studenten van de onderwijsinstellingen van het Saxion en de UT en tussen de studenten die wel en niet van oorsprong uit Twente komen. Alleen de significante verschillen zijn vermeld. Voor de belangrijkste constructen van het model, sense of place en gedragsintentie, is een overzichtelijke tabel gemaakt met de gemiddelden en standaardafwijkingen.

Sense of place

De binding die studenten ervaren met Twente varieert sterk tussen de groepen studenten die wel en niet van oorsprong uit Twente komen. Studenten die van oorsprong uit Twente komen ($M=3,44$, $SD=0,54$) voelen zich meer verbonden met Twente dan studenten die niet van oorsprong uit Twente komen ($M=2,81$, $SD=0,57$; $p<0,01$). De gemiddelde score op het construct sense of place is 3,05 ($SD=0,64$).

Tabel 5.4 Sense of place

		Van oorsprong uit Twente		Totaal
		Gemiddelde* (SD)		
		Ja	Nee	
Sense of place ** (n=1034)	Saxion	3,47 (0,57)	2,82 (0,59)	3,18 (0,67)
	UT	3,38 (0,44)	2,80 (0,56)	2,93 (0,59)
Totaal		3,44 (0,54)	2,81 (0,57)	3,05 (0,64)

* Gemiddelde score op een schaal van 1 t/m 5

** Hoe hoger de score des te meer de student binding ervaart

Gedragsintentie

De intentie van respondenten om Twente te verlaten kent een gemiddelde score van 3,15 (SD=1,12). De gemiddelde scores tussen de groepen variëren sterk. Er zijn significante verschillen gevonden tussen de onderwijsinstellingen en wel of niet afkomstig zijn uit Twente. Ten eerste zijn Saxion studenten (M=3,46, SD=1,07) eerder van plan om in Twente te blijven dan studenten van de UT (M=2,84, SD=1,09; $p<0,01$). Daarnaast zijn studenten die van oorsprong uit Twente komen (M=3,77, SD=0,99) eerder van plan om in Twente te blijven dan studenten die niet van oorsprong uit Twente komen (M=2,74, SD=1,01; $p<0,01$).

Tabel 5.5 Gedragsintentie Twente

		Van oorsprong uit Twente		Totaal
		Gemiddelde* (SD)		
		Ja	Nee	
Gedragsintentie Twente ** (n=1125)	Saxion	3,84 (0,96)	2,97 (1,00)	3,46 (1,07)
	UT	3,60 (1,03)	2,61 (1,00)	2,84 (1,09)
Totaal		3,77 (0,99)	2,74 (1,01)	3,15 (1,12)

* Gemiddelde score op een schaal van 1 t/m 5

** Hoe hoger de score des te meer de student de intentie heeft om in Twente te blijven

Place attachment

De gemiddelde score op de stellingen van het construct place attachment is 2,96 (SD=1,01). Er is een significant verschil waar te nemen tussen de groepen studenten die wel en niet uit Twente afkomstig zijn. Studenten die van oorsprong uit Twente komen (M=3,66, SD=0,83) voelen zich meer affectief verbonden met Twente dan studenten die niet van oorsprong uit Twente komen (M=2,53, SD=0,87; $p<0,01$).

Place identity

De respondenten scoren op de stellingen van het construct place identity een gemiddelde van 3,18 (SD=0,88). Studenten afkomstig uit Twente (M=3,66, SD=0,81) identificeren zich meer met Twente dan de studenten die ergens anders vandaan komen (M=2,89, SD=0,79).

Place dependence

Het construct place dependence bevat drie verschillende aspecten, namelijk werken, wonen en ontspanning. Deze aspecten zijn samengevoegd om een algemeen oordeel over place dependence te kunnen geven. De respondenten scoren een gemiddelde van 3,06 (SD=0,51) op de stellingen van het construct place dependence. Studenten van het Saxion (M=3,12, SD=0,50) zijn positiever dan de studenten van de UT (M=3,01, SD=0,51; $p<0,01$) over werk-, woon- en ontspanningsmogelijkheden in Twente vergeleken met andere regio's. Wat opvalt, is dat studenten die niet van oorsprong uit Twente komen Twente niet minder geschikt achten op de gebieden werken, wonen en ontspanning dan studenten die wel van oorsprong uit Twente komen.

Desire for change

Respondenten scoren op de stellingen van het construct desire for change een gemiddelde van 2,85 (SD=0,77). Saxion studenten (M=2,69, SD=0,79) staan in verhouding met UT-studenten (M=3,01, SD=0,72; $p<0,01$) minder open voor veranderingen. Daarnaast staan ook studenten afkomstig uit Twente (M=2,57, SD=0,77) minder open voor veranderingen dan studenten die niet afkomstig zijn uit Twente (M=3,03, SD=0,72; $p<0,01$).

Social bonding

De respondenten scoren gemiddeld hoog op het construct social bonding (M=3,61, SD=0,81). Dit houdt in dat zij veel sociale contacten hebben in Twente. UT-studenten (M=3,68, SD=0,84) hebben gemiddeld meer sociale contacten dan Saxion-studenten (M=3,54, SD=0,77; $p<0,01$). Ook hebben studenten afkomstig uit Twente (M=3,71, SD=0,72) meer sociale contacten in Twente dan studenten die niet afkomstig zijn uit Twente (M=3,55, SD=0,86; $p<0,01$).

Participatie

Participatie is gemeten op studiegerelateerde en niet-studiegerelateerde activiteiten. Bij de studiegerelateerde activiteiten kon men vier punten halen, wanneer alle vier de stellingen met 'ja' werd beantwoord. De gemiddelde score op dit construct bedroeg 0,34 (SD=0,32). Studenten afkomstig uit Twente (M=0,21, SD=0,27) participeren minder in studiegerelateerde activiteiten dan studenten die niet afkomstig zijn uit Twente (M=0,42, SD=0,32; $P<0,01$). Ook studenten van het Saxion (M=0,15, SD=0,23) participeren minder in studiegerelateerde activiteiten dan studenten van de UT (M=0,51, SD=0,28; $p<0,01$).

Respondenten konden bij de stellingen van niet-studiegerelateerde activiteiten drie punten halen, wanneer alle drie de stellingen met 'ja' werden beantwoord. De gemiddelde score op dit construct bedroeg 0,53 (SD=0,36). Studenten afkomstig uit Twente (M=0,78, SD=0,27) participeren meer in niet-studiegerelateerde activiteiten dan studenten die niet afkomstig zijn uit Twente (M=0,38, SD=0,33; $p<0,01$). Saxion-studenten (M=0,62, SD=0,38) participeren meer in niet-studiegerelateerde activiteiten dan studenten van de UT (M=0,45, SD=0,32; $p<0,01$).

Consumptie

Gezien de gemiddelde score van 3,51 (SD=0,88) consumeren de respondenten in Twente op het gebied van ontspanning redelijk veel. Studenten van de UT (M=3,39, SD=0,86) consumeren minder dan studenten van het Saxion (M=3,64, SD=0,88; $p<0,05$). Daarnaast consumeren studenten afkomstig uit Twente (M=3,87, SD=0,73) meer op het gebied van ontspanning dan studenten die niet afkomstig zijn uit Twente (M=3,29, SD=0,88; $p<0,01$).

Goal commitment

Goal commitment staat voor de motivatie waarmee de student in Twente is komen studeren. Hoe hoger de score hoe belangrijker het sociale leven tijdens de studententijd wordt ervaren. Hoe lager de score hoe meer de studie

voor de student centraal staat. De respondenten scoren een gemiddelde van 3,44 (SD=0,77) op dit construct. Bij de studenten van de UT (M=3,45, SD=0,74) is het sociale leven belangrijker dan bij de studenten van het Saxion (M=3,44, SD=0,80; $p<0,01$). Daarnaast vinden studenten afkomstig uit Twente (M=3,75, SD=0,61) het sociale leven belangrijker dan studenten die niet afkomstig zijn uit Twente (M=3,25, SD=0,80; $p<0,01$).

External Commitment

Aan de respondenten die niet van oorsprong uit Twente kwamen is gevraagd in hoeverre zij zich betrokken voelen bij hun ouderlijke woonplaats. Hierop antwoordden zij met een gemiddelde score van 3,32 (SD=1,07). De studenten van het Saxion (M=3,66, SD=0,99) voelen zich in verhouding met studenten van de UT (M=3,14, SD=1,07; $p<0,01$) meer betrokken bij hun ouderlijke woonplaats.

Imago

Twente heeft een gunstiger imago onder de studenten die van oorsprong uit Twente komen (M=3,48, SD=0,52) dan onder de studenten die niet van oorsprong uit Twente komen (M=3,06, SD=0,61; $p<0,01$). Daarnaast is het imago onder Saxion-studenten (M=3,37, SD=0,61) positiever dan onder UT-studenten (M=3,09, SD=0,59; $p<0,01$). De respondenten scoren op de stellingen van dit construct een gemiddelde van 3,23 (SD=0,61).

5.3.3 Informatievoorziening werken, wonen & ontspanning

Van alle studenten heeft 46,7 procent geen goed zicht op de baanmogelijkheden in Twente (M=3,23, SD=1,07). De meerderheid van de studenten vindt de informatievoorziening over baanmogelijkheden in Twente goed, noch slecht (M=2,92, SD=0,79). UT-studenten (M=2,80, SD=0,77) zijn minder tevreden over de informatievoorziening dan Saxion-studenten (M=3,06, SD=0,80; $p<0,01$).

Slechts 38,1 procent van de studenten weet waar hij/zij moet zijn om informatie te vinden over baanmogelijkheden in Twente (M=3,03, SD=1,04). Studenten van het Saxion (M=3,26, SD=0,98) weten beter waar zij deze informatie kunnen vinden dan studenten van de UT (M=2,82, SD=1,05; $p<0,01$). Studenten die van oorsprong uit Twente komen (M=3,25, SD=0,99) zijn beter in staat om informatie te vinden dan de studenten die niet uit Twente komen (M=2,90, SD=1,04; $p<0,01$).

19,6 procent van de studenten heeft moeite met het zoeken naar informatie over baanmogelijkheden in Twente (M=2,84, SD=0,88). Een significant verschil is waar te nemen wanneer onderscheid wordt gemaakt in onderwijsinstelling ($p<0,01$). Studenten van de UT (M=2,92, SD=0,85) hebben meer moeite met het zoeken naar informatie over baanmogelijkheden dan studenten van het Saxion (M=2,75, SD=0,90).

Het merendeel van de studenten (54,2%) wil tijdens zijn of haar opleiding informatie ontvangen over de baanmogelijkheden (M=3,47, SD=1,06). Studenten afkomstig uit Twente (M=3,72, SD=1,01) willen liever informatie ontvangen dan studenten die niet afkomstig zijn uit Twente (M=3,32, SD=1,06; $p<0,01$).

Tabel 5.6 Informatievoorziening baanmogelijkheden

	N	Ze er mee oneens (%)	Enigszins mee Oneens (%)	Niet mee oneens / niet mee eens (%)	Enigszins mee eens (%)	Ze er mee eens (%)
a. Ik heb geen goed zicht op de baanmogelijkheden in Twente	952	5,5	22,1	25,8	37,1	9,6
b. Ik vind de informatievoorziening over baanmogelijkheden in Twente goed	951	3,3	24,1	51,3	19,8	1,6
c. Ik weet waar ik zijn moet om informatie te vinden over baanmogelijkheden in Twente	952	6,9	26,3	28,6	33,1	5,1
d. Ik kan moeilijk informatie vinden over baanmogelijkheden in Twente	949	5,8	27,2	47,4	16,4	3,2
e. Tijdens mijn opleiding zou ik graag meer informatie willen ontvangen over baanmogelijkheden in Twente	952	4,7	13,8	27,3	38,0	16,2

Een derde van de studenten (36,2%) van de studenten heeft geen goed zicht op de woningmarkt in Twente ($M=2,99$, $SD=1,06$). De meerderheid van de studenten (50,8%) vindt de informatie over de woningmarkt goed noch slecht ($M=3,28$, $SD=0,77$). Dit kan komen doordat studenten nog niet zoveel met dit onderwerp bezig zijn, waardoor ze hierover nog geen concrete mening hebben gevormd. Studenten afkomstig uit Twente ($M=3,38$, $SD=0,79$) zijn positiever ten opzichte van de informatie over de woningmarkt dan studenten die niet afkomstig zijn uit Twente ($M=3,22$, $SD=0,77$; $p<0,01$).

De meerderheid van de studenten (58,4%) weet waar hij of zij terecht moet als het gaat om het vinden van informatie over de woningmarkt ($M=3,49$, $SD=0,92$). Studenten die van oorsprong uit Twente komen ($M=3,65$, $SD=0,87$) weten beter waar zij moeten zijn voor deze informatie dan studenten die ergens anders hun oorsprong vinden ($M=3,40$, $SD=0,94$; $p<0,01$).

Slechts 10,4 procent kan moeilijk informatie vinden over de woningmarkt in Twente ($M=2,52$, $SD=0,81$). Studenten van het Saxion ($M=2,59$, $SD=0,85$) hebben meer moeite om informatie te vinden dan studenten van de UT ($M=2,46$, $SD=0,78$; $p<0,01$). Daarnaast hebben studenten die niet afkomstig zijn uit Twente ($M=2,52$, $SD=0,81$) meer moeite met het vinden van deze informatie dan studenten die wel afkomstig zijn uit Twente ($M=2,48$, $SD=0,84$; $p<0,05$).

20,5 procent van de studenten wil tijdens zijn of haar opleiding informatie ontvangen over de woningmarkt in Twente ($M=2,66$, $SD=1,04$). Daarbij is er een verschil waar te nemen tussen de onderwijsinstellingen. Studenten van het Saxion ($M=2,81$, $SD=1,04$) willen hier liever informatie over ontvangen dan studenten van de UT ($M=2,52$, $SD=1,03$; $p<0,01$).

Tabel 5.7 Informatievoorziening woonmogelijkheden

	N	Ze er mee oneens (%)	Enigszins mee Oneens (%)	Niet mee oneens / niet mee eens (%)	Enigszins mee eens (%)	Ze er mee eens (%)
a. Ik heb geen goed zicht op de woningmarkt in Twente	944	7,0	29,9	26,9	30,1	6,1
b. Ik vind de informatie over de woningmarkt in Twente goed	942	1,7	10,0	50,8	33,3	4,1
c. Ik weet waar ik zijn moet om informatie te vinden over de woningmarkt in Twente	943	2,3	13,5	25,8	49,3	9,1
d. Ik kan moeilijk informatie vinden over de woningmarkt in Twente	941	8,2	42,5	39,0	9,4	1,0
e. Tijdens mijn opleiding zou ik graag meer informatie willen ontvangen over de woningmarkt in Twente	943	14,6	29,4	35,4	16,6	3,9

65,7 procent van de studenten heeft goed zicht op de ontspanningsmogelijkheden in Twente. Slechts 18,5 procent geeft aan hierop geen goed zicht te hebben ($M=2,36$, $SD=1,08$). Studenten van het Saxion ($M=2,45$, $SD=1,09$) hebben minder goed zicht op de ontspanningsmogelijkheden in Twente dan studenten van de UT ($M=2,28$, $SD=1,06$; $p<0,01$). Studenten die niet afkomstig zijn uit Twente ($M=2,41$, $SD=1,06$) hebben minder goed zicht op de ontspanningsmogelijkheden dan studenten die wel afkomstig zijn uit Twente ($M=2,29$, $SD=1,10$; $p<0,05$).

Het merendeel van de respondenten (59,8%) vindt de informatievoorziening over de ontspanningsmogelijkheden in Twente goed. 10,7 procent vindt deze informatievoorziening niet goed ($M=3,57$, $SD=0,82$). De informatievoorziening wordt door studenten van de UT ($M=3,61$, $SD=0,78$) positiever gewaardeerd dan door de studenten van het Saxion ($M=3,52$, $SD=0,69$; $p<0,05$). Daarnaast vindt de student die van oorsprong uit Twente komt ($M=3,62$, $SD=0,88$) de informatie beter dan de student die niet van oorsprong uit Twente komt ($M=3,53$, $SD=0,79$; $p<0,05$).

68,3 procent weet waar hij zij terecht moet om informatie te vinden over ontspanningsmogelijkheden ($M=3,72$, $SD=0,84$). Studenten die van oorsprong uit Twente komen ($M=3,82$, $SD=0,82$) weten beter waar zij hiervoor terecht kunnen dan studenten die niet van oorsprong uit Twente komen ($M=3,65$, $SD=0,85$; $p<0,05$).

Van de respondenten vindt 9,4 procent het moeilijk om informatie te vinden over ontspanningsmogelijkheden ($M=2,30$, $SD=0,87$). Studenten van de UT hebben meer moeite met het zoeken naar deze informatie ($M=2,24$, $SD=0,81$) dan studenten van het Saxion ($M=2,36$, $SD=0,93$; $p<0,01$). Studenten afkomstig uit Twente ($M=2,22$, $SD=0,89$) hebben minder moeite met het zoeken naar de informatie dan studenten die niet afkomstig zijn uit Twente ($M=2,34$, $SD=0,86$; $p<0,01$).

Tenslotte wil 24,5 procent van de studenten informatie over ontspanningsmogelijkheden ontvangen tijdens zijn of haar opleiding ($M=2,76$, $SD=1,05$). Saxion-studenten ($M=2,91$, $SD=1,06$) willen liever deze informatie krijgen dan UT-studenten ($M=2,63$, $SD=1,03$; $p<0,01$).

Tabel 5.8 Informatievoorziening ontspanningsmogelijkheden

	N	Ze er mee oneens	Enigszins mee oneens	Niet mee oneens / niet mee eens	Enigszins mee eens	Ze er mee eens
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
a. Ik heb geen goed zicht op de ontspanningsmogelijkheden in Twente	945	20,4	45,3	15,8	14,7	3,8
b. Ik vind de informatievoorziening over de ontspanningsmogelijkheden in Twente goed	945	1,2	9,5	29,5	51,2	8,6
c. Ik weet waar ik zijn moet om informatie te vinden over ontspanningsmogelijkheden in Twente	942	1,3	7,6	22,8	54,8	13,5
d. Ik kan moeilijk informatie vinden over ontspanningsmogelijkheden in Twente	943	15,6	49,6	25,5	8,2	1,2
e. Tijdens mijn opleiding zou ik graag meer informatie willen ontvangen over ontspanningsmogelijkheden in Twente	939	12,7	27,3	35,6	20,0	4,5

5.3.4 Plannen uitstippelen

In onderstaande tabel kan worden opgemerkt dat voor de start van de studie 63,7 procent van de studenten nog geen concrete plannen had in welke regio ze na hun studie graag zouden willen werken ($M=3,58$, $SD=1,30$). De analyses wijzen uit dat studenten van de UT ($M=3,83$, $SD=1,21$) minder concrete plannen hebben dan de studenten van het Saxion ($M=3,32$, $SD=1,34$; $p<0,01$). Ook kan worden aangenomen dat studenten niet afkomstig uit Twente ($M=3,82$, $SD=1,21$) minder concrete plannen hebben dan studenten wel afkomstig uit Twente ($M=3,20$, $SD=1,35$; $p<0,01$).

Slechts 28,7 procent van de studenten hadden voordat zij met hun studie begonnen een sterke voorkeur voor een regio om na de studie te gaan wonen en werken ($M=2,54$, $SD=1,28$). Saxion-studenten ($M=2,78$, $SD=1,31$) lijken een sterkere voorkeur te hebben voor een woon- en werkregio dan UT-studenten ($M=2,31$, $SD=1,28$; $p<0,01$). Ook studenten die afkomstig zijn uit Twente ($M=2,87$, $SD=1,33$) hebben een sterkere voorkeur dan studenten die niet afkomstig zijn uit Twente ($M=2,33$, $SD=1,20$; $p<0,01$).

Tabel 5.9 Plannen voor start studie

	N	Ze er mee oneens	Enigszins mee oneens	Niet mee oneens / niet mee eens	Enigszins mee eens	Ze er mee eens
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
a. Voordat ik met mijn studie begon, had ik nog geen concrete plannen in welke regio ik na mijn studie zou willen gaan wonen en werken	1122	8,8	17,1	10,3	34,9	28,8
b. Voordat ik met mijn studie begon, had ik al een sterke voorkeur in welke regio ik na mijn studie zou willen gaan wonen en werken	1121	24,0	35,0	12,3	20,3	8,4

Het is van belang om te achterhalen wanneer studenten hun plannen uitstippelen over hun toekomstige woon- en werkplaats. Om hier achter te komen is er onderscheid gemaakt in twee verschillende fasen van de studie. De

eerste fase betreft het eerste en het tweede studiejaar. De tweede fase betreft het derde jaar en de daarop volgende studie jaren.

Iets meer dan de helft van de studenten (50,2%) die in het begin van hun studietijd zitten hebben nog geen concrete plannen in welke regio zij na hun studie willen gaan wonen en werken ($M=2,63$, $SD=1,28$). Slechts 18,4 procent heeft concrete plannen. Daarbij is er een significant verschil op te merken tussen de onderwijsinstellingen. Saxion-studenten ($M=2,85$, $SD=1,30$) hebben meer concrete plannen dan UT-studenten ($M=2,36$, $SD=1,21$; $p<0,01$).

Van de studenten twijfelt 32,8 procent waar zij na hun studie willen gaan wonen en werken ($M=2,91$, $SD=1,17$). De twijfels zijn groter bij studenten van de UT ($M=3,10$, $SD=1,08$) en studenten die niet uit Twente afkomstig zijn ($M=3,07$, $SD=1,07$) dan bij studenten van het Saxion ($M=2,75$, $SD=1,22$; $p<0,05$) en studenten die wel uit Twente afkomstig zijn ($M=2,66$, $SD=1,25$; $p<0,05$).

46,4 procent van de studenten heeft geen voorkeur voor een toekomstige woon- en werkplaats ($M=3,21$, $SD=1,26$). Studenten die van oorsprong uit Twente komen ($M=2,98$, $SD=1,29$) hebben een minder sterke voorkeur voor een toekomstige woon- en werkplaats dan studenten die niet van oorsprong uit Twente komen ($M=3,37$, $SD=1,23$; $p<0,05$).

Tabel 5.10 Plannen gedurende de studie (1^e+2^e jaar)

	N	Ze er mee oneens	Enigszins mee oneens	Niet mee oneens / niet mee eens	Enigszins mee eens	Ze er mee eens
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
a. Op dit moment heb ik concrete plannen in welke regio ik na mijn studie wil gaan wonen en werken	416	24,0	26,2	21,4	19,5	8,9
b. Op dit moment twijfel ik in welke regio ik na mijn studie wil gaan wonen en werken	418	15,6	18,7	33,0	25,1	7,7
c. Op dit moment heb ik geen voorkeur voor een regio waar ik na mijn studie wil gaan wonen en werken	418	10,3	22,5	20,8	28,5	17,9

De mate waarin studenten in hun verdere studie jaren concrete plannen hebben varieert sterk. 42,6 procent heeft concrete plannen en 37,8 procent heeft nog geen concrete plannen ($M=3,10$, $SD=1,32$). Studenten van het Saxion ($M=3,25$, $SD=1,27$) hebben meer concrete plannen dan UT-studenten ($M=2,96$, $SD=1,34$; $p<0,05$).

36,6 procent van de respondenten twijfelt in zijn/haar derde studiejaar en hoger in welke regio zij na hun studie willen wonen en werken ($M=2,81$, $SD=1,23$). Studenten van het Saxion ($M=2,66$, $SD=1,24$) hebben minder twijfels bij het kiezen van een toekomstige woon- en werkregio dan studenten van de UT ($M=2,95$, $SD=1,21$; $p<0,05$).

Van de respondenten heeft 28,3 procent van de studenten nog geen voorkeur voor een toekomstige woon- en werkregio.

Tabel 5.11 Plannen gedurende de studie (3^e jaar en hoger)

	N	Ze er mee oneens	Enigszins mee oneens	Niet mee oneens / niet mee eens	Enigszins mee eens	Ze er mee eens
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
a. Op dit moment heb ik concrete plannen in welke regio ik na mijn studie wil gaan wonen en werken	667	13,2	24,6	19,6	24,6	18,0
b. Op dit moment twijfel ik in welke regio ik na mijn studie wil gaan wonen en werken	665	18,9	23,8	20,8	30,4	6,2
c. Op dit moment heb ik geen voorkeur voor een regio waar ik na mijn studie wil gaan wonen en werken	667	19,9	34,2	17,5	21,1	7,2

5.3.5 Arbeidsmarktoriëntatie

Het overgrote deel van de studenten (66,2%) heeft voorafgaand aan het afstuderen behoefte aan informatie over de Twentse arbeidsmarkt ($M=3,64$, $SD=1,09$). Studenten die afkomstig zijn uit Twente ($M=3,86$, $SD=0,98$) hebben meer behoefte aan deze informatie voor het afstuderen dan studenten die niet afkomstig zijn uit Twente ($M=3,50$, $SD=1,14$; $p<0,01$).

Slechts 18,5 procent van de studenten gaat regelmatig naar carrièrebeurzen om informatie in te winnen over zijn of haar baanmogelijkheden ($M=2,33$, $SD=1,13$). UT-studenten ($M=2,40$, $SD=1,17$) geven aan vaker naar beurzen en dergelijke te gaan dan studenten van het Saxion ($M=2,24$, $SD=1,08$; $p<0,05$). Toch heeft 34,4 procent van de studenten behoefte aan het inwinnen van informatie door middel van carrièrebeurzen en dergelijke ($M=2,87$, $SD=1,15$).

Van de studenten vindt (of lijkt) 44,1 procent het leuk om door middel van excursies zich te oriënteren op de arbeidsmarkt ($M=3,15$, $SD=1,29$). Studenten van de UT ($M=3,23$, $SD=1,08$) staan hier positiever tegenover dan studenten van het Saxion ($M=3,06$, $SD=1,17$; $p<0,01$).

Tabel 5.12 Arbeidsmarktoriëntatie

	N	Ze er mee oneens	Enigszins mee oneens	Niet mee oneens / niet mee eens	Enigszins mee eens	Ze er mee eens
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
a. Voordat ik ben afgestudeerd heb ik behoefte aan informatie over de Twentse arbeidsmarkt	942	5,2	12,3	16,3	45,9	20,3
b. Ik ga regelmatig naar carrièrebeurzen e.d. om informatie in te winnen over mijn baanmogelijkheden	942	27,4	34,5	19,6	15,1	3,4
c. Ik heb behoefte aan carrièrebeurzen e.d. om informatie in te winnen over mijn baanmogelijkheden	942	14,9	23,6	27,2	28,7	5,7
d. Ik vind het leuk (lijkt mij leuk) om aan excursies deel te nemen ter oriëntatie op de arbeidsmarkt, zodat ik optimaal op de hoogte ben van de baanmogelijkheden in Twente	939	8,9	20,7	26,3	34,5	9,6

5.3.6 Arbeidsmarktcommunicatie

36,3 procent van de studenten is van mening dat de bedrijven in Twente zich niet voldoende inspannen om studenten te informeren over baanmogelijkheden ($M=2,84$, $SD=0,91$). Daarnaast vindt 32,5 procent van de studenten dat de bedrijven in Twente zich niet voldoende inspannen om studenten te werven voor vacatures ($M=2,88$, $SD=0,91$).

Slechts 21,7 procent van de studenten is op de hoogte van instellingen in Twente die het vinden van een baan voor studenten vergemakkelijken ($M=2,72$, $SD=0,95$). 42,8 procent heeft interesse om informatie te ontvangen over deze instellingen ($M=3,27$, $SD=0,99$).

Tabel 5.13 Arbeidsmarktcommunicatie

	N	Ze er mee oneens (%)	Enigszins mee oneens (%)	Niet mee oneens / niet mee eens (%)	Enigszins mee eens (%)	Ze er mee eens (%)
a. Ik vind dat de bedrijven in Twente zich voldoende inspannen om studenten te informeren over baanmogelijkheden	948	6,1	30,2	38,9	22,7	2,1
b. Ik vind dat de bedrijven in Twente zich voldoende inspannen om studenten te werven voor vacatures	946	6,6	25,9	42,3	23,2	2,1
c. Ik ben op de hoogte van instellingen in Twente die het vinden van een baan voor studenten vergemakkelijken	943	10,3	30,5	37,4	20,0	1,7
d. Ik zou meer informatie willen ontvangen over instellingen in Twente die het vinden van een baan voor studenten vergemakkelijken	943	5,3	14,3	37,5	33,6	9,2

5.4 Conclusie beschrijvende resultaten

Samenvattend heeft de van Twente afkomstige student een sterke band met Twente en studenten die uit Twente afkomstig zijn hebben een matig sterke band met Twente. De student die niet van oorsprong uit Twente komt ontwikkelt tijdens zijn/haar studententijd geen sterke band met Twente, maar er kan niet worden gezegd dat de student helemaal geen band opbouwt met Twente.

De studenten kunnen in bijna drie gelijke groepen worden verdeeld. Een derde van de studenten is (enigszins) vastbesloten om na afronding van de studie Twente te verlaten. Een ander derde deel van de studenten wil daarentegen (enigszins) wel in Twente blijven. Daarnaast weet het overige derde deel van de studenten nog niet waar zij na hun studie willen wonen en werken. De studentenpopulatie die in Twente zal blijven, bestaat voor het grootste deel uit Saxion-studenten, terwijl de populatie die uit Twente vertrekt vooral UT-studenten bevat.

Studenten hebben over het algemeen een matig sterke intentie om in Twente te blijven. De intentie tussen de groepen verschillen echter sterk. Studenten die van oorsprong uit Twente komen zijn eerder van plan om in Twente te blijven dan studenten die niet van oorsprong uit Twente komen. Daarnaast zijn ook Saxion-studenten eerder van plan om in Twente te blijven dan studenten van de UT. Studenten afkomstig uit Twente of studenten van het

Saxion hebben een sterke intentie om in Twente te blijven, terwijl de niet uit Twente afkomstige studenten of studenten van de UT een zwakke intentie hebben om in Twente te blijven.

Twee derde van de studenten is bereid om in Twente te blijven indien hij/zij een goede baan krijgt aangeboden. Bijna de helft van de studenten heeft geen goed zicht op de baanmogelijkheden in Twente. Daarnaast weet slechts iets meer dan een derde van de studenten waar hij/zij terecht kan om informatie te vinden over baanmogelijkheden in Twente. Tenslotte wil ruim de helft van de studenten informatie ontvangen over baanmogelijkheden. De ruime meerderheid van de studenten heeft in de startfase van de studie nog geen concrete plannen en bijna de helft heeft geen voorkeur voor een toekomstige woon- en werkplaats. Het blijkt dat ruim een derde van de studenten geen concrete plannen heeft in de laatste fase van de studie en een kwart heeft geen voorkeur ontwikkeld voor een toekomstige woon- en werkplaats. De student geeft zelf ook aan behoefte te hebben aan informatie over de Twentse arbeidsmarkt. Twee derde van studenten wil hier namelijk informatie over ontvangen. Van de studenten staat iets minder dan helft positief ten opzichte van excursies ter oriëntatie op de arbeidsmarkt. Daarnaast is een vijfde deel van studenten op de hoogte van instellingen die het vinden van een baan voor hoogopgeleiden vergemakkelijken en ruim 40 procent wil graag informatie ontvangen over deze instellingen.

5.5 Correlatieanalyses

In tabel 5.14 en 5.15 zijn de resultaten van de Pearson correlatieanalyses weergegeven welke is uitgevoerd om te onderzoeken of er tussen de gedragsdeterminanten onderling en tussen de gedragsdeterminanten en de gedragsintentie verbanden zijn.

Wanneer gekeken wordt naar relatie tussen de drie dimensies van *sense of place* en de *gedragsintentie* blijkt dat deze alle drie sterk met elkaar correleren. Place attachment ($r=0,60$) vertoont de sterkste samenhang, gevolgd door place identity ($r=0,56$) en place dependence ($r=0,34$). het overkoepelende construct *sense of place* correleert ook sterk met de gedragsintentie ($r=0,64$). Wanneer gekeken wordt naar de afzonderlijke aspecten van place dependence blijkt dat place dependence op het gebied wonen de sterkste voorspeller is ($r=0,32$), gevolgd door place dependence op het gebied van ontspanning ($r=0,29$) en wonen ($r=-0,07$).

Uit deze analyse blijkt dat bijna alle variabelen een significant verband hebben met het construct *sense of place*. Een positieve correlatie betekent hoe hoger de score op een bepaalde variabele hoe hechter de student de band met Twente ervaart. Uit onderstaande tabel kan worden opgemaakt dat er slechts één variabele niet correleert met *sense of place*, namelijk het geslacht van de student. De zes determinanten die de hoogste correlatiecoëfficiënt hebben met *sense of place* zijn achtereenvolgens, *imago* ($r=0,69$), *gedragsintentie* ($r=0,64$), *goal commitment* ($r=0,55$), *oorsprong* ($r=0,48$), *aantal jaar in Twente* ($r=0,44$) en *participatie niet studie-gerelateerd* ($r=0,41$).

Variabelen die negatief correleren met *sense of place* zijn *desire for change* ($r=-0,31$), *external commitment* ($r=0,20$), *onderwijsinstelling* ($r=-0,19$), *participatie studie-gerelateerd* ($r=-0,15$) en *leeftijd* ($r=-0,09$). De variabele *onderwijsinstelling* is in de correlatieanalyse veranderd in een dummyvariabele. Studenten van het Saxion hebben de waarde 0 gekregen en studenten van de Universiteit Twente de waarde 1. Dit is ook het geval bij de variabele *oorsprong*. Studenten die niet afkomstig zijn uit Twente kregen de waarde 0 en de studenten die wel afkomstig zijn uit Twente kregen de waarde 1.

Opvallend is dat *participatie studie-gerelateerd* negatief correleert met *sense of place*. Dit betekent dat hoe meer de student deelneemt aan activiteiten die aan de onderwijsinstelling gerelateerd zijn, des te minder de student zich verbonden voelt met Twente. Men zou juist het omgekeerde effect verwachten. Deze negatieve

correlatie kan een gevolg zijn van het feit dat studenten afkomstig uit Twente minder participeren in studiegerelateerde activiteiten dan studenten die niet afkomstig uit Twente zijn. En dat de niet uit Twente afkomstige studenten zich minder verbonden voelen dan de uit Twente afkomstige studenten. De regressieanalyses zullen hierover meer duidelijkheid verschaffen.

Wat opvalt is dat er een sterk verband bestaat tussen *oorsprong Twente* en *place attachment* ($r=0,54$) en *place identity* ($r=0,43$), maar niet tussen de variabelen *oorsprong Twente* en *place dependance* ($r=0,08$). Dit betekent dat de student die niet van oorsprong uit Twente komt, Twente niet meer of minder geschikt acht op het gebied van wonen, werken en ontspanning, dan iemand die wel van oorsprong uit Twente komt. Dit geldt ook voor het aantal jaar dat de student in Twente woont. De relatie tussen de variabelen *aantal jaar in Twente* en *place dependance* betreft geen significante correlatie ($r=0,00$).

De correlatieanalyses geven een indicatie voor de uitkomsten van de regressieanalyses. Gedragdeterminanten die geen verband aantonen met de gedragsintentie hebben waarschijnlijk ook geen significante invloed op de gedragsintentie.

Tabel 5.14 Correlatie tussen de gemiddelde scores van de variabelen van het onderzoeksmodel

	Gedragintentie	Geslacht	Leeftijd	Onderwijsinstelling	Oorsprong	Wonen Twente	Aantal jaar in Twente	Aantal jaars student	Partner Twente	Desire for change	Social bonding	Participatie studie-gerelateerd	Participatie niet studie-gerelateerd	Consumptie	Goal commitment	External commitment	Imago
Sense of place	,64**	,02	-,09**	-,19**	,48**	,26**	,44**	-,11**	,35**	-,31**	,25**	-,15**	,41**	,39**	,55**	-,20**	,69**
Place attachment	,60**	,06	-,02	-,20**	,54**	,28**	,53**	-,05	,38**	-,28**	,25**	-,15**	,45**	,42**	,55**	-,26**	,62**
Place identity	,56**	-,03	-,08*	-,14**	,43**	,22**	,41**	-,06	,34**	-,28**	,24**	-,11**	,36**	,33**	,48**	-,21**	,57**
Place dependence	,34**	-,02	-,17**	-,11**	,08*	,03	,00	-,21**	,05	-,14**	,11**	-,09**	,08**	,11**	,22**	,02	,46**
PD werken	,32**	-,02	-,24**	-,17**	,10**	-,01	,02	-,32**	,10*	-,20**	,04	-,19**	,03	-,03	,10**	,18**	,36**
PD wonen	-,07*	-,02	,10**	,18**	-,06	,10**	-,10**	,22**	-,10*	,15**	,10**	,22**	,07*	,19**	,19**	-,26**	,08*
PD ontspanning	,29**	,01	-,07*	-,12**	,09**	,02	,06	-,12**	,03	-,12**	,09**	-,07*	,09**	,16**	,17**	-,06	,40**
Gedragintentie	1,00	,03	-,01	-,28**	,45**	,23**	,48**	-,13**	,48**	-,42**	,12**	-,30**	,43**	,30**	,44**	-,13**	,59**
Geslacht		1,00	-,05	-,20**	,08**	-,09**	,10**	-,10**	,02	-,00	,00	-,15**	,06	,12**	-,05	,05	,05
Leeftijd			1,00	,05	,08**	-,06*	,15**	,51**	,05	,10**	-,15**	-,05	,07*	,01	-,07*	-,14**	-,07*
Onderwijsinstelling				1,00	-,32**	,09**	-,42**	,28**	-,30**	,21**	,09**	,58**	-,24**	-,14**	,00	-,23	-,23
Oorsprong					1,00	,29**	,82**	-,10**	,60**	-,29**	,10**	-,33**	,53**	,32**	,32**	-,05	,34**
Wonen Twente						1,00	,09**	-,03	,29**	-,03	,28**	,12**	,52**	,43**	,40**	-,27**	,21**
Aantal jaar in Twente							1,00	,00	,59**	-,33**	-,03	-,44**	,52**	,26**	,22**	-,08	,33**
Aantal jaars student								1,00	-,16**	,14**	,00	,22**	,06	,02	,02	-,27**	-,12**
Partner Twente									1,00	-,28**	,12**	-,33**	,46**	,26**	,31**	-,05	,30**

*p<.05 **p<.01

Tabel 5.15 Vervolg tabel correlatie tussen de gemiddelde scores van de variabelen van het onderzoeksmodel

	Gedragstententatie	Geslacht	Leeftijd	Onderwijsinstelling	Oorsprong	Wonen Twente	Aantal jaar in Twente	Aantal jaars student	Partner Twente	Desire for change	Social bonding	Participatie studie-gerelateerd	Participatie niet studie-gerelateerd	Consumptie	Goal commitment	External commitment	Imago
Desire for change										1,00	-,01	,26**	-,19**	-,06	-,14**	-,36**	-,24**
Social bonding											1,00	,30**	,23**	,42**	,37**	-,28**	,21**
Participatie studie												1,00	-,12**	,05	,10**	-,24**	-,15**
Participatie niet-studie													1,00	,50**	,43**	-,29**	,29**
Consumptie														1,00	,49**	-,29**	,37**
Goal commitment															1,00	-,35**	,46**
External commitment																1,00	-,18**
Imago																	1,00

*p<.05 **p<.01

5.6 Regressieanalyses

In deze paragraaf worden er twee regressieanalyses uitgevoerd. De eerste regressieanalyse betreft de invloed van binding op gedragsintentie en vormt daarmee de kern van het onderzoek. De tweede regressieanalyse geeft inzicht door welke variabelen binding tot stand komt. Door bij het analyseren van de gegevens gebruik te maken van een regressieanalyse kan worden gekeken in hoeverre de onafhankelijke variabelen de afhankelijke variabele verklaren. De afhankelijke variabele geeft het verschijnsel weer dat men wil verklaren en wordt daarom ook wel de verklaarde variantie genoemd.

5.6.1 Invloed binding op gedragsintentie

Uit de literatuur was reeds bekend dat de dimensies van sense of place: *place attachment*, *place identity* en *place dependence*, belangrijke voorspellers zijn van binding, maar in hoeverre dragen zij eigenlijk bij aan de gedragsintentie en welke dimensie van binding is de sterkste voorspeller?

Sense of place verklaart 40,4 procent van de gedragsintentie. Wanneer gekeken wordt naar de individuele bijdrage van de dimensies van *sense of place*, blijkt dat *place attachment* ($\beta=0,43$) de grootste voorspeller is, gevolgd door *place dependence* ($\beta=0,37$) en *place identity* ($\beta=0,28$).

De intentie om in Twente te blijven wordt groter naarmate:

- de student zich affectief verbonden voelt met Twente
- de student zich identificeert met Twente
- de student Twente ziet als een geschikte regio om te wonen, werken en ontspannen

Tabel 5.16 Invloed sense of place op gedragsintentie

Determinant / variabele	β	Sig	Totaal Verklaarde variantie
Place attachment	.43	0,00**	$R^2 = 40,4\%$
Place identity	.28	0,00**	
Place dependence	.37	0,00**	

* $p < 0,05$ ** $p < 0,01$

Gezien *place dependence* in dit onderzoek drie verschillende aspecten bevat is per aspect gekeken welke het meeste invloed heeft op de gedragsintentie. Deze analyse is op dezelfde manier uitgevoerd als hierboven, alleen is *place dependence* vervangen door *place dependence werken*, *place dependence wonen* en *place dependence ontspanning*. Uit deze analyse blijkt dat werkmogelijkheden de beste voorspeller is gevolgd door ontspanning- en woonmogelijkheden. De relatie tussen *place dependence woonmogelijkheden* en gedragsintentie blijkt zelfs een negatieve relatie te zijn.

De intentie om in Twente te blijven wordt groter naarmate:

- De student Twente ziet als een geschikte regio om te werken
- De student Twente ziet als een ongeschikte regio om te wonen
- De student Twente ziet als een geschikte regio om te ontspannen

Tabel 5.17 Invloed aspecten place dependence op gedragsintentie

Determinant / variabele	<i>B</i>	Sig
Place dependence werken	.26	0,00**
Place dependence wonen	-.12	0,00**
Place dependence ontspanning	.10	0,01**

* $p < 0,05$ ** $p < 0,01$

5.6.2 Invloed gedragsdeterminanten op binding

Nu de invloed van sense of place, ofwel binding place op de gedragsintentie duidelijk is, moet worden gekeken welke variabelen invloed hebben op de ontwikkeling van binding. Om deze regressieanalyse uit te kunnen voeren, zijn de drie dimensies van binding onder één construct gebracht, namelijk *sense of place*. Dit was mogelijk gezien de betrouwbaarheid van het construct ($\alpha = 0,90$).

Er zijn vijf significante voorspellers van binding waar te nemen, namelijk *oorsprong*, *partner Twente*, *participatie studiegerelateerd*, *goal commitment* en *imago*. Binding wordt verklaard door ruim 60 procent van de variabelen die in het model zijn opgenomen. Dat betekent dat bijna 40 procent van de gedragsintentie verklaard wordt door variabelen die niet in de analyse zijn opgenomen, en dus onbekend zijn.

Het imago van Twente ($\beta = 0,52$) is de sterkste voorspeller van binding gevolgd door oorsprong Twente ($\beta = 0,27$). Het doel dat de student heeft om in een bepaalde plaats te gaan studeren, ofwel *goal commitment*, heeft ook invloed op de band die de student opbouwt met Twente. Komt iemand in Twente studeren om alleen de studie te volgen of staat degene ook open voor het sociale leven in Twente. Deze variabele is de op twee na de sterkste voorspeller van binding ($\beta = 0,22$). Tenslotte wordt binding verklaard door participatie studiegerelateerd ($\beta = -0,19$) en partner Twente ($\beta = -0,15$).

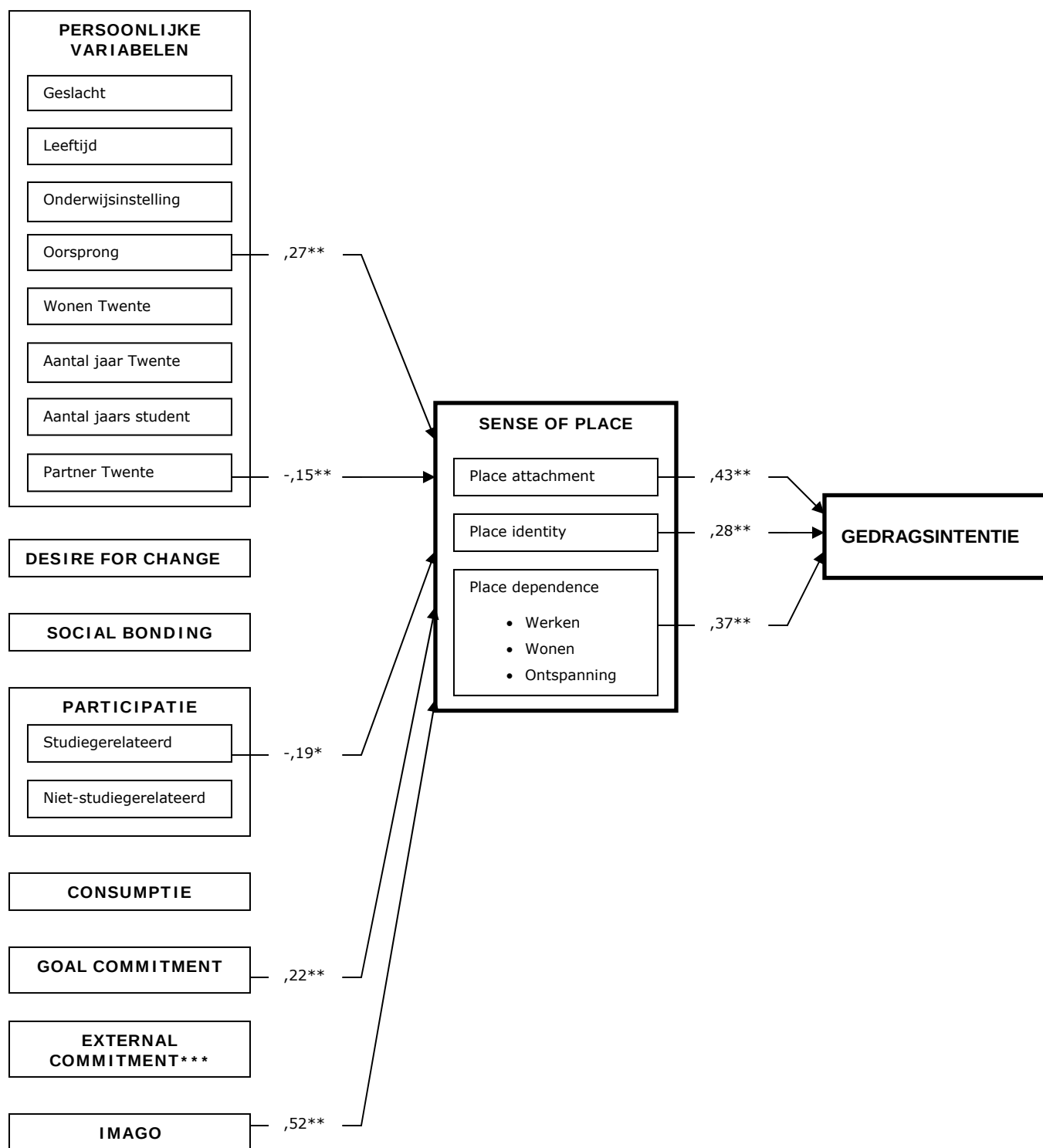
De binding die iemand krijgt met Twente is groter naarmate:

- de student van oorsprong uit Twente komt
- de student een partner heeft die van oorsprong uit Twente komt
- de student niet participeert in studiegerelateerde activiteiten
- de student het hebben van een sociaal leven naast de studie belangrijk vindt
- de student een positieve houding heeft ten opzichte van Twente

Tabel 5.18 Invloed van de gedragsdeterminanten op sense of place.

Determinant / variabele		β	Sig	Totaal verklaarde variantie
Achtergrond- Variabelen	Geslacht	-,05	0,29	R ² = 61,7%
	Leeftijd	-,01	0,37	
	Onderwijsinstelling	,04	0,51	
	Oorsprong Twente	,27	0,01**	
	Wonen Twente	-,14	0,52	
	Aantal jaar in Twente	,01	0,40	
	Aantal jaars student	-,01	0,70	
	Partner Twente	-,15	0,01**	
Desire for change		-,04	0,18	
Social bonding		,02	0,57	
Participatie	Studie-gerelateerd	-,19	0,05*	
	Niet studie-gerelateerd	,13	0,13	
Consumptie		.01	0,57	
Goal commitment		.22	0,00**	
Imago		.52	0,00**	

* $p < 0,05$ ** $p < 0,01$



Figuur 4: onderzoeksmodel

* $p < .05$

** $p < .01$

*** External commitment alleen gemeten bij populatie studenten niet afkomstig uit Twente ($\beta = -0,01$, $p > 0,05$).

6. Conclusie en aanbevelingen

6.1 Conclusie

Hoofdvraag:

In hoeverre heeft sense of place, bestaand uit place attachment, place identity en place dependence, invloed op de gedragsintentie van studenten om wel of niet in Twente te blijven?

Binding verklaart 40,4 procent van de gedragsintentie van de student. Binding kan dus worden gezien als een belangrijke voorspeller van het wel of niet wegtrekken uit Twente. Echter betekent dit ook dat een bijna 60 procent van de gedragsintentie verklaard wordt door variabelen die niet met binding te maken heeft. Wat opvalt en ook uit de literatuur naar voren kwam, is dat place attachment een grotere rol speelt dan place dependence. Dit betekent dat de affectieve band die de student met Twente heeft belangrijker is als voorspeller van de gedragsintentie dan het beeld dat de student heeft op het gebied van werken, wonen en ontspanning in Twente.

Wanneer naar de individuele aspecten van place dependence wordt gekeken blijkt dat werkmogelijkheden de sterkste voorspeller is op gedragsintentie, gevolgd door ontspanning- en woonmogelijkheden. Opvallend is dat het beeld van de student op het gebied van werkmogelijkheden in Twente een bijna twee keer zo kleine voorspeller is dan place attachment.

Deelvragen:

Is er werkelijk sprake van een brain-drain?

Uit eerdere gegevens bleek dat de meerderheid van de hoogopgeleiden na afronding van de studie Twente verlaten. Kijkend naar de resultaten van het onderzoek zal dit in de nabije toekomst waarschijnlijk niet veranderen. De studenten kunnen in bijna drie gelijke groepen worden verdeeld. Een derde van de studenten is (enigszins) vastbesloten om na afronding van de studie Twente te verlaten. Een ander derde deel van de studenten wil daarentegen (enigszins) wel in Twente blijven. Daarnaast weet het overige derde deel van de studenten nog niet waar zij na hun studie willen wonen en werken. De studentenpopulatie die in Twente zal blijven, bestaat voor het grootste deel uit Saxion-studenten, terwijl de populatie die uit Twente vertrekt vooral UT-studenten bevat.

Studenten hebben over het algemeen een matig sterke intentie om in Twente te blijven. De intentie tussen de groepen verschillen echter sterk. Studenten die van oorsprong uit Twente komen zijn eerder van plan om in Twente te blijven dan studenten die niet van oorsprong uit Twente komen. Daarnaast zijn ook Saxion-studenten eerder van plan om in Twente te blijven dan studenten van de UT. Studenten afkomstig uit Twente of studenten van het Saxion hebben een sterke intentie om in Twente te blijven, terwijl de niet uit Twente afkomstige studenten of studenten van de UT een zwakke intentie hebben om in Twente te blijven.

Er kan worden geconcludeerd dat brain-drain in de nabije toekomst niet zal worden omgevormd tot brain-gain. Teveel studenten zullen na afronding van de studie Twente verlaten.

In hoeverre ontwikkelt de student in Twente tijdens zijn of haar studententijd een band met Twente?

De student heeft over het algemeen wel een band met Twente, maar geen sterke band. Studenten die van oorsprong uit Twente komen hebben een sterke band met Twente, terwijl studenten die van elders komen een matig sterke band met Twente hebben.

Wanneer afzonderlijk naar de dimensies van sense of place wordt gekeken kan worden geconcludeerd dat met het oog op place attachment, studenten zich over het algemeen matig affectief verbonden voelen met Twente. Echter kan wel worden gezegd dat studenten afkomstig uit Twente zich sterk affectief verbonden voelen met Twente. Van de studenten die niet uit Twente komen kan worden gezegd dat zij zich matig affectief verbonden voelen met Twente. Dit geldt ook voor de identificatie van de student met Twente. Studenten die uit Twente komen identificeren zich sterk met Twente, terwijl studenten die niet uit Twente komen zich matig met Twente identificeren. Over het algemeen identificeren de studenten zich matig met Twente.

Twente wordt matig geschikt geacht op het gebied van wonen, werken en ontspannen. Saxion-studenten uiten zich hier wel iets positiever over dan studenten van de UT. Wat opvalt en niet verwacht werd is dat studenten die niet van oorsprong uit Twente komen, Twente niet meer of minder geschikt achten op de gebieden werken, wonen en ontspanning dan studenten die wel van oorsprong uit Twente komen.

Samenvattend heeft de van Twente afkomstige student een sterke band met Twente en studenten die uit Twente afkomstig zijn hebben een matig sterke band met Twente. De student die niet van oorsprong uit Twente komt ontwikkelt tijdens zijn/haar studententijd geen sterke band met Twente, maar er kan niet worden gezegd dat de student helemaal geen band opbouwt met Twente. Doordat de afkomst van de student een belangrijke rol speelt bij het verklaren van binding (hier wordt bij de volgende onderzoeksvraag dieper op ingegaan) is het vanzelfsprekend dat de student die wel van oorsprong uit Twente komt een sterkere band heeft met Twente.

Wat zijn belangrijke voorspellers van de binding met Twente?

Uit de analyses blijken er vijf significante voorspellers van binding te zijn, namelijk of de student wel of niet van oorsprong uit Twente komt, de student een partner heeft die van oorsprong uit Twente komt, participatie van de student aan studiegerelateerde activiteiten, het doel waarmee de student in Twente studeert en het imago van Twente. Deze variabelen voorspellen samen 61,7 procent van de binding. Het imago, hoe de student tegen Twente aankijkt op verschillende aspecten, is de grootste voorspeller van binding. Hoe positiever degene is over Twente hoe sterker de band met Twente is. De afkomst, ofwel oorsprong, van de student is de op één na belangrijkste voorspeller van binding. Wanneer de student van oorsprong uit Twente komt heeft hij/zij een sterkere band met Twente dan wanneer de student van elders komt. Goal commitment, het doel waarmee de student in Twente komt studeren, is na imago en oorsprong de belangrijkste voorspeller van binding. Wanneer een student alleen voor de studie in Twente komt studeren, bouwt deze in mindere mate een band op met Twente dan wanneer de student ook openstaat voor het sociale leven in Twente. Daarnaast speelt het participeren in studiegerelateerde activiteiten ook een rol bij het creëren van binding. Echter is deze invloed negatief. Hoe meer de student deelneemt aan studiegerelateerde activiteiten, des te minder de student een band opbouwt met Twente. Tenslotte draagt het hebben van een Twentse partner ook bij aan het krijgen van een band met Twente.

In hoeverre kan invloed worden uitgeoefend op de mate van binding en gedragsintentie?

Aan twee van de vijf significante voorspellers van binding, oorsprong Twente en partner Twente, kan niets worden gedaan aangezien deze persoonlijke variabelen zijn en dus niet beïnvloedbaar zijn. Daarnaast is het aan de student zelf of hij/zij participeert in studiegerelateerde activiteiten. Echter is er wel wat te doen aan het imago van Twente. Bij het imago staat de beeldvorming centraal. Het is dus belangrijk dat studenten een juist en positief beeld krijgen van Twente. Twente heeft over het algemeen nog steeds geen positief imago, alhoewel dit de laatste jaren steeds beter wordt. De studenten hebben al enigszins een positieve houding ten opzicht van Twente, anders kwamen ze hier tenslotte niet studeren. Studenten moeten gedurende de tijd die zij doorbrengen in Twente, onder andere positief gestemd raken op het gebied van werken, wonen en ontspanning in Twente. Daardoor moet er continue aan het imago worden gewerkt.

Wanneer studenten naast hun studie het sociale leven belangrijk vinden en hier ook daadwerkelijk aan deelnemen, heeft dit positieve invloed op de ontwikkeling van de binding met Twente. Bij de promotie van Enschede (Twente) als studentenstad moet niet alleen de nadruk komen te liggen op de te volgen opleidingen aan de onderwijsinstellingen, maar is het ook van belang het sociale leven in Enschede onder de aandacht te brengen. Onder het sociale leven wordt onder andere verstaan: deelname sport-, studie- en studentenvereniging, gebruik maken uitgaansgelegenheden, horeca, cultureel aanbod, winkelaanbod en recreatiemogelijkheden. Studenten moeten inzien dat Enschede (Twente) een geschikte stad (regio) is om naast de studie een sociale leven op te bouwen.

Hoewel place attachment de grootste voorspeller van gedragsintentie, is het op basis hiervan moeilijk om concrete aanbevelingen te doen. Dit komt doordat place attachment gebaseerd is op gevoel en emotie en dus erg abstract is. Dit is ook het geval bij place identity, waardoor alleen place dependence nog overblijft.

Place dependence laat zien dat de beeldvorming van de student op het gebied van werken, wonen en ontspanning invloed heeft op de gedragsintentie. Hoe positiever de beeldvorming van de student van Twente is op het gebied van werken, wonen en ontspanning, hoe eerder de student geneigd is om in Twente te blijven. Daarom is het belangrijk dat er wat aan deze beeldvorming wordt gedaan. Dat houdt onder andere in dat zij weten wat er te doen is op het gebied van wonen, werken en ontspanning. Place dependence op het gebied van werken heeft de meeste invloed op gedragsintentie gevolgd door place dependence op het gebied van ontspanning en wonen. Studenten hebben nog vaak het beeld dat het maken van een carrière alleen in het westen mogelijk is. Het is erg belangrijk dat studenten op de hoogte zijn van de baanmogelijkheden in Twente. Uit eerder aangehaalde literatuur en het onderzoek is namelijk gebleken dat de eerste baanmogelijkheden een belangrijk vestigingsmotief is. Wanneer de student een goede baan krijgt aangeboden is twee derde bereid om in Twente te blijven.

In het rapport van Coenen & Fikkers (2008) kwam naar voren dat er in Twente een gebrek is aan banen voor hoogopgeleiden, maar de vacatures zijn echter nog niet opgevuld. Hieruit kan een voorzichtige conclusie worden getrokken dat de aangeboden opleidingen in Twente misschien niet optimaal aansluiten op de arbeidsmarkt in Twente.

Bijna de helft van de studenten heeft geen goed zicht op de baanmogelijkheden in Twente. Daarnaast weet slechts iets meer dan een derde van de studenten waar hij/zij terecht moet om informatie te vinden over baanmogelijkheden in Twente. Tenslotte wil ruim de helft van de studenten informatie ontvangen over baanmogelijkheden. Dit zijn aangrijpingspunten om interventies te ontwikkelen waarbij de student op de hoogte wordt gesteld van de baanmogelijkheden in Twente. Gezien het feit dat de ruime meerderheid van de studenten in de startfase van de studie nog geen concrete plannen heeft en bijna de helft geen voorkeur heeft voor een toekomstige woon- en werkplaats ligt hier de uitdaging om aan hen te laten zien wat Twente te bieden heeft. Door studenten zo vroeg mogelijk te informeren met nadruk op baanmogelijkheden en daarnaast ontspanning- en woonmogelijkheden kan eventueel invloed worden uitgeoefend bij het beslissingsproces. Ook later in de studiefase heeft het nog steeds zin om studenten te informeren over werk-, woon- en ontspanningsmogelijkheden in Twente. Het blijkt namelijk dat ruim een derde van de studenten geen concrete plannen heeft in de laatste fase van de studie en heeft een kwart van de studenten geen voorkeur ontwikkeld voor een toekomstige woon- en werkplaats. De student geeft zelf ook aan behoefte te hebben aan informatie over de Twentse arbeidsmarkt. Twee derde van studenten wil hier namelijk informatie over ontvangen. Van de studenten staat iets minder dan helft positief ten opzichte van excursies ter oriëntatie op de arbeidsmarkt. Daarnaast is een vijfde deel van studenten op de hoogte van instellingen die het vinden van een baan voor hoogopgeleiden vergemakkelijken en ruim 40 procent wil graag informatie ontvangen over deze instellingen.

6.2 Aanbevelingen

Doelgroep

Uit het onderzoek en uit de literatuur blijkt dat studenten van de UT eerder geneigd zijn om Twente te verlaten dan studenten van het Saxion. Het is daarom belangrijk om bij het ontwikkelen van interventies vooral op de UT-studenten te concentreren. Een ideale situatie zou ontstaan wanneer groepen studenten konden worden bereikt die niet van oorsprong uit Twente komen gezien zij eerder geneigd zijn om Twente te verlaten. Omdat deze doelgroep niet eenvoudig te bereiken is zal er bij de interventies tussen twee groepen onderscheid worden gemaakt, namelijk studenten van het Saxion en studenten van de UT. Wanneer men de populatie van de UT als doelgroep neemt heeft men de grootste kans om studenten van buiten Twente aan te spreken. Het beste is om studenten al in een zo vroeg mogelijk stadium te voorzien van informatie, omdat op deze manier de informatie kan bijdragen aan het beslissingsproces van de student. Daarnaast is het belangrijk om studenten te benaderen die verder in hun studie gevorderd zijn, omdat een groot deel van hen ook nog geen toekomstplannen heeft gemaakt. Deze groep studenten zal waarschijnlijk meer openstaan voor de informatie.

Activiteiten

- Verzamelen van e-mail adressen van studenten. Studenten eenmaal in de drie maanden een e-mail sturen met daarin informatie over bedrijven in Twente en baanmogelijkheden die daar mogelijk zijn. Wanneer er interessante nieuwtjes zijn op het gebied van ontspanning en wonen kunnen deze hierin worden opgenomen. Tenslotte kan er in deze e-mail stage- en afstudeeropdrachten worden vermeld. Door gegevens op te vragen van de studenten kan erachter worden gekomen waar zij van oorsprong vandaan komen. Studenten die niet afkomstig zijn uit Twente kunnen daardoor intensiever benaderd worden.
- Studenten in de eerste twee jaar van hun studie wegwijs laten maken in Twente. Dit kan door middel van een bustour door Twente, waarbij studenten langs enkele bedrijven zullen gaan. Door kennis te maken met deze bedrijven weten zij dat er goede (loop)baanmogelijkheden zijn in Twente.
- Het maandelijks organiseren van een ontmoetingsborrel tussen bedrijven uit Twente en studenten. Bij elke borrel worden een aantal topmensen uitgenodigd die vertellen over hun loopbaan en de loopbaanmogelijkheden bij het betreffende bedrijf. Na afloop van de presentaties is er gelegenheid tot contact. Op deze manier kunnen studenten met verscheidene bedrijven in contact komen en eventuele vervolgspraken maken.
- Het promoten van Twente als woon- en werkregio. Dit wordt al gedaan door middel van deelname aan verschillende beurzen. Career Center Twente heeft deelgenomen aan het Spits Career Event in februari 2008. Op deze carrièrebeurs stonden zij met een Twenteplein, waarin verschillende grote bedrijven in Twente werden gepresenteerd. Dit heeft succes gehad en zij zullen de volgende keer weer aanwezig zijn. In juni 2008 nam CCT deel aan Enscheday. CCT was zowel op de UT als bij het Saxion aanwezig. Daarnaast zal CCT ook aanwezig zijn bij de Bedrijvendagen van onder andere de Universiteit Twente, die in het najaar van 2008 zal plaatsvinden. Het is belangrijk dat zij dit voortzetten, niet alleen om naamsbekendheid te creëren, maar ook om Twente op de kaart te zetten.
- Het promoten van Career Center Twente onder de studenten. Doordat de meerderheid van de studenten aangeeft niet op de hoogte te zijn van de baanmogelijkheden in Twente is het belangrijk dat CCT daarop

inspeelt. Bij de studenten moet het duidelijk worden dat CCT voor hen een belangrijke rol kan vervullen bij het zoeken naar een baan. Bijna de helft van de studenten geeft namelijk aan graag informatie te ontvangen over instellingen als CCT.

7. Discussie

7.1 Respondenten

In dit onderzoek is de man-vrouw verhouding niet in evenwicht. Twee derde was man en een derde vrouw. Daarnaast waren de eerste- en vierdejaars studenten in het onderzoek oververtegenwoordigd. Ook volgden de meerderheid van de studenten een opleiding op het gebied van Techniek en Management, Bestuur en Economie. Dit kon niet worden voorkomen aangezien de centrale verspreiding van de vragenlijst vanuit het Saxion per faculteit ging en de onderzoekspopulatie moest worden gedeeld met een medestudent.

In het onderzoek is onderscheid gemaakt in studenten kijkend naar de achtergrondkenmerken wel of niet afkomstig uit Twente en onderwijsinstelling. De resultaten van het Saxion en de UT die met elkaar vergeleken zijn kunnen een vertekend beeld geven. Het is mogelijk dat het verschil tussen de onderwijsinstellingen gebaseerd is op de afkomst van de studenten. De meerderheid van de studenten die aan het Saxion studeren komt van oorsprong uit Twente, terwijl de meerderheid van de UT-studenten niet van oorsprong uit Twente komt.

7.2 Onderzoeksmethode

In de vragenlijst is veelvuldig gebruik gemaakt van een likertschaal. Deze vijfpuntsschaal liep van 'zeer mee oneens' tot en met 'zeer mee eens', met als middencategorie 'niet mee oneens/niet mee eens'. Er is bewust voor gekozen om geen aparte categorie met 'geen mening' toe te voegen, omdat dit zou leiden tot uitsluiting van veel respondenten uit de analyse. Echter is nu niet vast te stellen of de respondenten neutraal wilden antwoorden of dat ze geen mening hadden.

Doordat de vragenlijst nogal wat tijd vergde van de respondenten zijn deze niet allen compleet ingevuld. Ruim een kwart van de respondenten heeft de vragenlijst niet afgerond. Dit kon worden voorkomen wanneer er enkele vragen voor verspreiding van de vragenlijst te verwijderen. Een aantal constructen zijn niet gebruikt bij het rapporteren van de resultaten. Ten eerste zijn de constructen 'family' en 'maatschappelijke betrokkenheid' verwijderd, omdat deze veel overeenkomsten bevatte met place attachment. Daarnaast kwam in de regressieanalyses naar voren dat deze geen enkele toevoeging leverde aan de andere constructen. Ten tweede was er een construct in de vragenlijst opgenomen die sterk overeenkwam met het construct gedragsintentie en is uiteindelijk niet meegenomen in de analyse. Tenslotte bevatte de vragenlijst nog een construct die de invloed van het hebben van een partner meette. In de regressieanalyse is uiteindelijk alleen het hebben van een partner die afkomstig is uit Twente meegenomen.

Studenten die niet van oorsprong uit Twente komen hebben voornamelijk met de stad Enschede te maken, omdat zij hier studeren. In het onderzoek werd bij elke vraagstelling 'Twente' gebruikt en niet 'Enschede'. Hoewel in de instructie is gezet dat wanneer over Twente werd gesproken de nadruk op Enschede lag, kan dit toch invloed hebben gehad bij het invullen van de vragenlijst. De student kan zich bijvoorbeeld wel verbonden voelen met Enschede, maar in mindere mate met Twente.

7.3 Onderzoeksmodel

De theorie op het gebied van sense of place laat zien dat het in staat is om de gedragsintentie van studenten te verklaren. De dimensies van sense of place: place attachment, place identity en place dependence verklaarden 40,4

procent van de gedragsintentie en kan daardoor een betrouwbaar model worden genoemd. Daarnaast biedt het onderzoeksmodel nieuwe inzichten in welke variabelen ten grondslag liggen aan die binding.

Wat opvalt is dat de variabelen participatie, consumptie en social bonding geen invloed hebben op de binding van de student. Dit is in tegenspraak met de literatuur. Hieruit blijkt dat door middel van interactie in de betreffende omgeving juist binding ontstaat. Het is mogelijk dat de andere variabelen dit gedeelte verklaren, gezien participatie, consumptie en social bonding wel een significante correlatie vertonen met sense of place. Dit houdt in dat de variabelen participatie, consumptie en social bonding niks toevoegen aan de variabelen die wel significant blijken te zijn. Dit is ook het geval bij de variabele aantal jaar in Twente. Iemand die van oorsprong uit Twente komt woont ook langer in Twente dan iemand die niet van oorsprong uit Twente komt. Het aantal jaar dat een student in Twente woont voegt dus niets toe aan de variabele oorsprong. De variabele aantal jaar in Twente is mogelijk wel significant wanneer oorsprong niet in de analyse wordt opgenomen.

Doordat external commitment niet is gemeten onder de van Twente afkomstige studenten kan deze variabele niet worden opgenomen in het onderzoeksmodel. Dit heeft tot gevolg gehad dat er alleen een oordeel kon worden geveld over de invloed van external commitment wanneer studenten afkomstig uit Twente uit de analyse werden gehaald.

Er zijn twee verschillende regressieanalyses uitgevoerd. In de eerste regressieanalyse werd de invloed van sense of place op de gedragsintentie gemeten en in de tweede regressieanalyse werd de invloed van verschillende gedragsdeterminanten op sense of place gemeten. Doordat er twee verschillende regressieanalyses zijn uitgevoerd is het niet mogelijk te concluderen dat de invloed van onafhankelijke variabelen (persoonlijke variabelen, desire for change, social bonding, participatie, consumptie, imago en goal commitment) op de afhankelijke variabele (gedragsintentie) gemedieerd worden door sense of place.

7.4 Vervolgonderzoek

In dit onderzoek is onder andere naar variabelen gezocht die de binding van de student aan de stad/regio verklaren. De variabelen die in dit onderzoek zijn meegenomen verklaarden maar liefst 61,7 procent van de binding. Hier ligt de uitdaging om het model nog verder uit te breiden om een zo compleet mogelijk beeld te krijgen van binding.

Omdat in dit onderzoek alleen de invloed van binding op de gedragsintentie centraal stond is er niet gekeken welke andere factoren invloed hebben op de gedragsintentie. Het is interessant om dit in de toekomst nader te onderzoeken. Door hiërarchische regressieanalyses uit te voeren kan worden gekeken welke gedragsdeterminanten naast binding bijdragen aan de verklaarde variantie van de gedragsintentie.

Om het onderzoeksmodel beter te testen is het interessant om het statistische verwerkingsprogramma AMOS te gebruiken. Met dit programma kan men eenvoudig gebruiken voor het creëren van modellen. Dit in tegenstelling tot het programma SPSS, waarbij alleen de standaard multivariate methoden of regressieanalyses kan worden gebruikt. Met AMOS kan inzicht worden verkregen in de oorsprong en de sterkte van de relaties tussen de verschillende variabelen.

Literatuur

Allen, N.J., & Meyer, J.P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.

Allen, N.J., & Meyer, J.P. (1996). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: an examination of construct validity. *Journal of Vocational Behavior*, 49, 252-276.

Alumnibureau Universiteit Twente. WO monitor 2006. Opgehaald 7 maart 2008, van http://www.alumnus.utwente.nl/statistieken/wo_monitor/WO_monitor_2006.doc/.

Alumnibureau Universiteit Twente. WO monitor 2001-2007. Opgehaald 7 maart 2008, van http://www.alumnus.utwente.nl/statistieken/wo_monitor/.

Baarda, D.B., Goede, M.P.M. de., Kalmijn, M. (2000). Enquêteeren en gestructureerd interviewen. Praktische handleiding voor het maken van een vragenlijst en het voorbereiden en afnemen van gestructureerde interviews. EPN, Educatieve Partners Nederland BV, Houten.

Broekhuizen, J. (2005). Het imago van Enschede als keep-factor. Belangrijk of niet? Universiteit Twente: Enschede.

Coenen, F., & Fikkers, D.J. (2008). *Human capital in European peripheral regions. Brain drain and brain gain*. Enschede: University of Twente.

Cresswell, T. (2004). *Place: A Short Introduction*. Malden, MA, Blackwell Publishing.

Garlick, S., Benneworth, P., Puukka, J. & Vaessen, P. (2006), Supporting the Contribution of Higher Education Institutions to Regional Development. Peer review report 'Twente in the Netherlands', OECD/IMHE.

Gemeente Enschede (2004). Actieprogramma Hoger Opgeleiden. Dienst Stedelijke Ontwikkeling en Beheer. Cluster Economische Zaken.

Gemeente Enschede (2006). Enschede scoort op imago-onderzoek kennisstad! Derde plaats na Eindhoven en Amsterdam. Onderzoek I&O Research. Opgehaald 6 juni 2008 van <http://cms3.enschede.nl/actueel/pers/01231>.

Giuliani, M. V. (1991). Towards an analysis of mental representations of attachment to the home. *Journal of Architectural and Planning Research*. 8, 133-146.

Gunter, B., Nicholas, D., Huntington, P. & Williams, P (2002). Online Versus Offline Research: Implication for Evaluating Digital Media. *Aslib Proceedings*. 54(4), 229-239.

Hidalgo & Hernandez (2001). Place Attachment: Conceptual and Empirical Questions. *Journal of Environmental Psychology*. 21, 273-281.

Hennig-Thurau, T., Langer, M.F., Hansen, U. (2001). Modeling and Managing Student Loyalty. An approach Based on the Concept of Relationship Quality. *Journal of Service Research*. 3(4), 331-344.

Hospers, G.J. (2006). Slimme Streken: Regionale innovatie in Nederland en Europa. AO uitgeverij: Lelystad.

I&O Research (2005). Toeristisch imago van Twente: meer dan groen. Twents Bureau voor Toerisme: Enschede.

Jorgensen, B.S., Stedman, R.C. (2001). Sense of Place as an Attitude: Lakeshore Owners Attitudes Toward Their Properties. *Journal of Environmental Psychology*, 21, 233-248.

Kyle, G., A. Graefe and R. Manning (2005). Testing the Dimensionality of Place Attachment in Recreational Settings. *Environment & Behavior*. 37(2), 153-177.

Kyle, G., A. Graefe, R. Manning and J. Bacon (2004). Effects of place attachment on users' perceptions of social and environmental conditions in a natural setting. *Journal of Environmental Psychology*. 24(2): 213-225.

Kyle, G.T., Mowen, A.J., Tarrant, M. (2004). Linking place preferences with place meaning: An Examination of the Relationship Between Place Motivation and Place Attachment. *Journal of Environmental Psychology*. 24, 439-454.

Land, M. Van der. (2003). Vluchtige verbondenheid. Stedelijke bindingen van de Rotterdamse middenklasse. Proefschrift: Erasmus Universiteit Rotterdam.

McAndrew, F.T. (1998). The Measurement of Rootedness and the Prediction of Attachment to Home-towns in College Students. *Journal of Environmental Psychology*. 18, 409-417.

McElroy, J.C., Morrow, P.C., Lacznia, R.N. (2001). External Organizational Commitment. *Human Research Management Review*. 11, 237-256.

Meyer, J.P., Herscovitch, L. (2001). Commitment in the Workplace. Toward a General Model. *Human Research Management Review*. 11, 299-326.

Milligan, M. J. (1998). Interactional past and potential: The social construction of place attachment. *Symbolic Interaction* 21(1), 1-33.

Morgan, R.M., Hunt, S.D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship marketing. *Journal of Marketing*. 58, 20-38.

Pretty, G.H., Chipuer, H.M. & Bramston, P. (2003). Sense of place amongst adolescents and adults in two rural Australian towns: The discriminating features of place attachment, sense of community and place dependence in relation to place identity. *Journal of Environmental Psychology*, 23, 273-287.

Royal Haskoning (2005), *Mobiliteitsstromenonderzoek Regio Twente: onderzoeksresultaten*.

Russo, A., Berg, L. van den., Lavanga, M. (2003). The Student City. Strategic Planning for Student Communities in EU Cities. European Institute for Comparative Urban Research (EURICUR). Erasmus University Rotterdam, The Netherlands.

Student City (2006a). Uitvoering actieplan Studentcity 2006. Projectteam Student City, OBR, dSV.

Student City (2006b). Visie 2006-2009. Projectteam Student City, OBR, dSV.

Tinto, V. (1975). Dropout from Higher Education: A Theoretical Synthesis of Recent Research. *Review of Educational Research*. 45(1), 89-125.

Twente-Index (2005). *Een vergelijkend economisch jaarbeeld van Twente*. Deventer: Salland de Lange.

Twente-Index (2006). *Een vergelijkend economisch jaarbeeld van Twente*. Zwolle: PlantijnCasparle.

Twigger-Ross, C.L. & Uzzel, D.L. (1996). Place and Identity-processes. *Journal of Environmental Psychology*. 16, 205-220.

Wentink, I. (2006). Regiobranding. Richting een duurzame, relevante en onderscheidende positionering van Twente. Universiteit Twente: Enschede.

Twentsche Courant Tubantia (2008). Enschede trekpleister van Nederland (2008). Opgehaald 18 juli van <http://www.tctubantia.nl/regio/3414642/Enschede-trekpleister-van-Nederland.ece>

Bijlagen

Bijlage I Tabel	66
Bijlage II Begeleidende brief vragenlijst	67
Bijlage III Vragenlijst	68

Bijlage I Tabel

	Onderwijs instelling	Oorsprong Twente		Zeet mee oneens	Enigszins mee oneens	Niet mee oneens/ niet mee eens	Enigszins mee eens	Zeet mee eens
Ik ben vastbesloten	Saxion	Ja	(n=313)	33,9	23,0	28,4	11,5	3,2
om na mijn studie		Nee	(n=242)	9,5	15,3	44,2	15,7	15,3
Twente te verlaten		Totaal	(n=555)	23,2	19,6	35,3	13,3	8,5
om elders anders in	UT	Ja	(n=131)	28,2	23,7	26,7	17,6	3,8
het land te gaan		Nee	(n=437)	5,9	14,0	31,1	25,2	23,8
wonen en werken		Totaal	(n=568)	11,1	16,2	30,1	23,4	19,2
	Totaal	Ja	(n=444)	32,2	23,2	27,9	13,3	3,4
		Nee	(n=679)	7,2	14,4	35,8	21,8	20,8
		Totaal	(n=1123)	17,1	17,9	32,7	18,4	13,9

Bijlage II Begeleidende brief vragenlijst

Beste student,

In het kader van mijn opleiding Communication Studies aan de Universiteit Twente voer ik in opdracht van het Career Center Twente mijn afstudeeronderzoek uit.

De vraag die in dit onderzoek centraal staat is hoe Twente aantrekkelijker kan worden gemaakt voor studenten, ook na het afstuderen. Om hier een goed en betrouwbaar antwoord op te krijgen is het van belang dat er zoveel mogelijk studenten aan het onderzoek deelnemen. Het invullen van de vragenlijst duurt ongeveer 15 minuten. Deelname aan dit onderzoek is geheel anoniem. Als dank voor de medewerking worden er onder de inzendingen 10 USB-sticks (1 Gigabyte) verloot.

Let op!! Wanneer in de vragenlijst over Twente wordt gesproken, ligt de nadruk op de plaats Enschede. Houd dit goed in je gedachten.

Alvast heel erg bedankt voor het invullen van de vragenlijst!

https://www.surveymonkey.com/s.aspx?sm=UDwm4NAeIyQWYkTpzXovZA_3d_3d

Indien nodig de link kopiëren en plakken in de adresbalk.

Met vriendelijke groet,

Iris Sprakel

Bijlage III Vragenlijst

1 / 16

In het kader van mijn opleiding Communication Studies aan de Universiteit Twente voer ik in opdracht van het Career Center Twente mijn afstudeeronderzoek uit.

De vraag die in dit onderzoek centraal staat is hoe Twente aantrekkelijker kan worden gemaakt voor studenten, ook na het afstuderen. Om hier een goed en betrouwbaar antwoord op te krijgen is het van belang dat er zoveel mogelijk studenten aan het onderzoek deelnemen. Het invullen van de vragenlijst duurt ongeveer 15 minuten. Deelname aan dit onderzoek is geheel anoniem. Als dank voor de medewerking worden er onder de inzendingen 10 USB-sticks (1 Gigabyte) verloot.

Let op!! Wanneer in de vragenlijst over Twente wordt gesproken, ligt de nadruk op de plaats Enschede. Houd dit goed in je gedachten.

Alvast heel erg bedankt voor het invullen van de vragenlijst!

Groetjes,

Iris Sprakel

2 / 16

- | | |
|--|---|
| 1. Geslacht | ☐ Man ☐ Vrouw |
| 2. Leeftijd | |
| 3. Onderwijsinstelling | ☐ Saxion Hogeschool ☐ Universiteit Twente |
| 4. Tot welke branche behoort jouw studie? | ☐ Bestuur/Management/Economie |
| | ☐ Techniek |
| | ☐ Gedrag & Maatschappij |
| | ☐ Onderwijs, Mens & Zorg |
| | ☐ ICT/Multimedia |
| | ☐ Overig |
| 5. Hoeveelste jaars student ben je? | |
| 6. Woon je in Twente? | ☐ Ja ☐ Nee |
-

7. Indien je in Twente woon hoe lang woon je hier al?
(aangeven in aantal jaren)

8. Kom je van oorsprong uit Twente? ☐ Ja ☐ Nee

9. Wonen je ouders in Twente? ☐ Ja ☐ Nee

10. Woonde je in Twente voordat je met je huidige
studie startte? ☐ Ja ☐ Nee

3 / 16

1. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

Ik voel mij erg betrokken bij mijn (ouderlijke) woonplaats	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ik voel mij meer betrokken bij mijn (ouderlijke) woonplaats dan bij Twente	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ik voel mij erg verbonden met mijn (ouderlijke) woonplaats	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ik voel mij meer verbonden met mijn (ouderlijke) woonplaats dan met Twente	☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2. Geef aan of onderstaande stellingen wel of niet van toepassing zijn

Ik werk in de regio van mijn (ouderlijke) woonplaats	☐ Ja ☐ Nee
Ik voer mijn hobby uit (sport, muziek etc.) in de regio van mijn (ouderlijke) Woonplaats	☐ Ja ☐ Nee
Woon je zelfstandig? (dit houdt in dat je niet meer bij je ouders woont. Op kamers wonen valt hier niet onder!!)	☐ Ja ☐ Nee

4 / 16

Woon je op kamers in Enschede? ☐ Ja ☐ Nee

5 / 16

1. Geef aan of onderstaande stellingen wel of niet van toepassing zijn

Ik ga bijna elk weekend terug naar mijn ouderlijk huis	☐ Ja ☐ Nee
Ik sta ingeschreven bij de gemeente Enschede	☐ Ja ☐ Nee

6 / 16

1. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

Verhuizen van plaats naar plaats is spannend en plezierig	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
---	--

- Ik zou niet gelukkig kunnen zijn wanneer ik mijn hele leven in dezelfde plaats zou wonen ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Ik ga graag naar plaatsen waar niemand mij kent ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Er is weinig toekomst voor mij in mijn ouderlijke woonplaats ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- De meeste mensen die ik kende toen ik opgroeide zijn verhuisd ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

- Ik ben erg tevreden met mijn ouderlijke woonplaats ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Mijn familie is erg hecht en zou ongelukkig zijn wanneer ik ze niet regelmatig zou kunnen zien ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Ik heb meerdere goede vrienden in mijn ouderlijke woonplaats, die ik niet zou willen verliezen ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Ik haal graag herinneringen op van plaatsen waar ik speelde toen ik nog kind was ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

3.

- Heb je op dit moment een partner? ☐ Ja ☐ Nee

7 / 16

1.

- Komt je partner van oorsprong uit Twente? ☐ Ja ☐ Nee

2. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

- Na afronding van mijn studie, zal de relatie met mijn partner een grote rol spelen bij het kiezen van een woon- en werkplaats ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Ik vind het belangrijk dat zowel mijn partner als ik goede baanmogelijkheden hebben in onze toekomstige woon- en werkplaats ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Als mijn partner goede baanmogelijkheden zou hebben in Twente en ik niet, dan is Twente geen optie om te wonen en werken ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

8 / 16

1. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

- Ik ben vastbesloten om na mijn studie Twente te verlaten om elders in het land te gaan wonen en werken ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Twente is voor mij een optie om na mijn studie te gaan wonen en werken ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- De kans is groot dat ik na mijn studie in Twente blijf wonen en werken ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

- Voordat ik met mijn studie begon, had ik nog geen concrete plannen in welke regio ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

- ik na mijn studie zou willen gaan wonen en werken
- Voordat ik met mijn studie begon, had ik al een sterke voorkeur in welke regio ik na mijn studie zou willen gaan wonen en werken ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Op dit moment heb ik concrete plannen in welke regio ik na mijn studie wil gaan wonen en werken ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Op dit moment twijfel ik in welke regio ik na mijn studie wil gaan wonen en werken ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Op dit moment heb ik geen voorkeur voor een regio waar ik na mijn studie wil gaan wonen en werken ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

9 / 16

1. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

*** Ontspanningsmogelijkheden: elke vorm van ontspanning zoals: uitgaan, winkelen, gebruik maken van horeca en cultureel aanbod, recreatiemogelijkheden etc.**

Ik zou na mijn studie in Twente willen wonen,

- vanwege de aantrekkelijkheid van de regio ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- vanwege de lage onderhoudskosten ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- vanwege het goede woningaanbod ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- vanwege de goede ontspanningsmogelijkheden* ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- vanwege de goede baanmogelijkheden ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- omdat er een gezellige sfeer hangt ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- omdat Twente dicht bij mijn ouderlijke woonplaats ligt ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- omdat Twente een prettige leefomgeving biedt ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- omdat Twente een veilige regio is ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- vanwege de goede bereikbaarheid ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- vanwege de centrale ligging ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

*** Onder sociaal leven wordt verstaan: deelname sport-, studie- en studentenvereniging, gebruik maken uitgaansgelegenheden, horeca, cultureel aanbod, winkelaanbod, recreatiemogelijkheden etc.**

- Op dit moment is het eerder een noodzaak dan een wens om in Twente te studeren ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Ik studeer in Twente, omdat alleen hier de opleiding aangeboden wordt die ik wil volgen ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- De aantrekkelijkheid van Twente als regio was voor mij een belangrijke reden om hier te gaan studeren ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Naast mijn studie heb ik weinig behoefte om deel te nemen aan het sociale leven* in Twente, omdat ik hier alleen studeer om mijn diploma te halen ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Naast het behalen van mijn diploma, vind ik het erg belangrijk om deel te nemen aan het sociale leven* in Twente ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Ik hecht meer belang aan het behalen van mijn diploma dan aan mijn sociale leven* ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

in Twente

Ik zorg ervoor dat ik naast mijn studie voldoende tijd vrij houd om deel te kunnen nemen aan het sociale leven* in Twente ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

10 / 16

1. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

Ik mis Twente, wanneer ik hier lange tijd niet meer geweest ben	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Twente betekent veel voor mij	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ik voel me erg verbonden met Twente	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ik voel een sterke betrokkenheid bij Twente	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ik voel mij weinig emotioneel verbonden met Twente	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
In verhouding met andere regio's voel ik mij erg verbonden met Twente	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
In verhouding met andere regio's voel ik mij erg betrokken bij Twente	☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

* bioscoop, kroeg, discotheek, (dans)café

** restaurant, café

*** voorstellingen, concerten, evenementen & activiteiten, musea, theater

**** sport, zwembad, parken etc.

Ik maak regelmatig gebruik van de uitgaansgelegenheden* in Twente	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ik maak regelmatig gebruik van de horecagelegenheden** in Twente	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ik maak regelmatig gebruik van het culturele aanbod*** in Twente	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ik maak regelmatig gebruik van het winkelaanbod in Twente	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ik maak regelmatig gebruik van de recreatiemogelijkheden**** in Twente	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ik vind dat er te weinig festivals en evenementen worden georganiseerd in Twente	☐ ☐ ☐ ☐ ☐

3. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

Ik heb veel contact met mijn studiegenoten	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ik zie mijn studiegenoten regelmatig buiten de college-uren om	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ik heb nieuwe vrienden gemaakt tijdens mijn studie	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
De meeste vrienden die ik heb studeren of wonen in Twente	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
De mensen waar ik het meeste contact mee heb, studeren of wonen in Twente	☐ ☐ ☐ ☐ ☐

11 / 16

1. Geef aan of onderstaande stellingen wel of niet van toepassing zijn

Naast mijn studie ben ik actief (geweest) in commissies en/of bestuur die ☐ Ja ☐ Nee

gerelateerd zijn aan de Universiteit/Hogeschool

Ik ben lid van een studievereniging

☐ Ja ☐ Nee

Ik ben lid van een studentenvereniging

☐ Ja ☐ Nee

Ik ga regelmatig met excursies en activiteiten mee die o.a. vanuit mijn studie(vereniging) worden georganiseerd

☐ Ja ☐ Nee

Ik loop stage/heb stage gelopen in Twente

☐ Ja ☐ Nee

Ik werk in Twente

☐ Ja ☐ Nee

Ik voer mijn hobby uit (sport, muziek etc.) in Twente

☐ Ja ☐ Nee

2. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

Wanneer Twente in het nieuws is, voel ik mij aangesproken

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Ik vind het belangrijk om op de hoogte te blijven van wat er in Twente gebeurt

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Ik vind het niet belangrijk om op de hoogte te zijn van de geschiedenis van Twente

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

3. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

Ik heb het gevoel dat ik mijzelf kan zijn in Twente

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Ik heb het gevoel dat ik meer mijzelf kan zijn in Twente dan in regio's elders in het land

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Ik identificeer mij sterk met Twente

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Ik identificeer mij meer met Twente dan met regio's elders in het land

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

12 / 16

1. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

Twente biedt in verhouding met andere regio's goede baanmogelijkheden

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Twente biedt in verhouding met andere regio's goede loopbaanmogelijkheden (doorgroeimogelijkheden)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Twente biedt in verhouding met andere regio's goede baanmogelijkheden die aansluiten op mijn opleiding

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Twente biedt in verhouding met andere regio's goede loopbaanmogelijkheden (doorgroeimogelijkheden) die aansluiten op mijn opleiding

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

*** Ontspanningsmogelijkheden: elke vorm van ontspanning zoals: uitgaan, winkelen, gebruik maken van horeca en cultureel aanbod, recreatiemogelijkheden etc.**

In verhouding met andere regio's is het in Twente eenvoudig om een geschikte starterswoning te vinden

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

In verhouding met andere regio's heb je in Twente een grote kans om een geschikte starterswoning te vinden

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

In verhouding met andere regio's heeft Twente veel ontspanningsmogelijkheden*

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

In verhouding met andere regio's heeft Twente goede ontspanningsmogelijkheden* ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

13 / 16

1. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

- | | |
|--|--|
| Als ik een goede baan krijg aangeboden in Twente grijp ik die kans, ook al zou ik hiervoor mijn ouderlijke woonplaats moeten verlaten | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |
| Als ik een goede baan krijg aangeboden in Twente grijp ik die kans, ook al zou ik liever elders in het land willen wonen en werken | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |
| Als ik van plan was om na mijn afstuderen in Twente te blijven, zou ik dit ook doen als dit ten koste ging van de baanmogelijkheden elders in het land | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |
| Ik ben van plan om mij eerst op de Twentse arbeidsmarkt oriënteren voordat ik elders in het land op zoek ga naar een baan | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |
| Mijn voorkeur gaat uit naar een baan buiten de regio Twente | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |
| Mijn band met Twente is niet sterk genoeg om hier na mijn studie te blijven wonen en werken | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |
| Ik zou het leuk vinden om na mijn studie in Twente te blijven wonen en werken | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |
| Indien ik na mijn studie uit Twente vertrek, is het mogelijk dat ik na een aantal jaar weer zal terugkeren naar Twente | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |

14 / 16

1. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

- | | |
|---|--|
| Ik heb geen goed zicht op de baanmogelijkheden in Twente | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |
| Ik vind de informatievoorziening over baanmogelijkheden in Twente goed | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |
| Ik weet waar ik zijn moet om informatie te vinden over baanmogelijkheden in Twente | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |
| Ik kan moeilijk informatie vinden over baanmogelijkheden in Twente | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |
| Tijdens mijn opleiding zou ik graag meer informatie willen ontvangen over baanmogelijkheden in Twente | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |

2. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

- | | |
|--|--|
| Ik heb geen goed zicht op de woningmarkt in Twente | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |
| Ik vind de informatie over de woningmarkt in Twente goed | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |
| Ik weet waar ik zijn moet om informatie te vinden over de woningmarkt in Twente | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |
| Ik kan moeilijk informatie vinden over de woningmarkt in Twente | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |
| Tijdens mijn opleiding zou ik graag meer informatie willen ontvangen over de woningmarkt in Twente | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ |

3. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

*** Ontspanningsmogelijkheden: elke vorm van ontspanning zoals: uitgaan, winkelen, gebruik maken van horeca en cultureel aanbod, recreatiemogelijkheden etc.**

- Ik heb geen goed zicht op de ontspanningsmogelijkheden in Twente ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Ik vind de informatievoorziening over de ontspanningsmogelijkheden in Twente goed ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Ik weet waar ik zijn moet om informatie te vinden over ontspanningsmogelijkheden in Twente ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Ik kan moeilijk informatie vinden over ontspanningsmogelijkheden in Twente ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Tijdens mijn opleiding zou ik graag meer informatie willen ontvangen over Ontspanningsmogelijkheden in Twente ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

4. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

- Voordat ik ben afgestudeerd heb ik behoefte aan informatie over de Twentse arbeidsmarkt ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Ik ga regelmatig naar carrièrebeurzen en dergelijke om informatie in te winnen over mijn baanmogelijkheden ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Ik heb behoefte aan carrièrebeurzen en dergelijke om informatie in te winnen over mijn baanmogelijkheden ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Ik vind het leuk (het lijkt mij leuk) om aan excursies deel te nemen ter oriëntatie op de arbeidsmarkt, zodat ik optimaal op de hoogte ben van de baanmogelijkheden in Twente ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

5. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de onderstaande stellingen op een schaal van 'zeer mee oneens' t/m 'zeer mee eens'.

- Ik vind dat de bedrijven in Twente zich voldoende inspannen om studenten te informeren over baanmogelijkheden ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Ik vind dat de bedrijven in Twente zich voldoende inspannen om studenten te werven voor vacatures ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Er zijn weinig instellingen in Twente die het vinden van een baan voor studenten vergemakkelijken ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Ik ben op de hoogte van instellingen in Twente die het vinden van een baan voor studenten vergemakkelijken ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- Ik zou meer informatie willen ontvangen over instellingen in Twente die het vinden van een baan voor studenten vergemakkelijken ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

15 / 16

1. Wat zijn voor jou redenen om na de studie in Twente te blijven?
2. Wat zijn voor jou redenen om na de studie uit Twente te vertrekken?
3. Wat bindt jou aan Twente?
4. Wat zou jou nog meer kunnen binden aan Twente?

16 / 16

1. Als je kans wilt maken op één van de tien USB-sticks moet je hieronder je emailadres invullen. Je email-adres wordt niet voor andere doeleinden gebruikt.

.....