



Rapportage Burgerpanel Meting 2 2013 (April/Mei)

1. Uitvoering

Alle 903 leden van het digitale Burgerpanel Hilversum zijn uitgenodigd om deel te nemen aan deze peiling. Het veldwerk werd uitgevoerd in de periode 25 april t/m 20 mei 2013. Op sluitingsdatum hadden 609 panelleden de vragenlijst volledig ingevuld. Derhalve een respons van 67%. Deze meningspeiling gaat over het centrum van Hilversum. Aan de orde komen onder meer het oordeel van de respondenten over de aantrekkelijkheid van het centrum en over de daar aanwezige voorzieningen.

2. Representativiteit

Het Burgerpanel wordt digitaal benaderd. Dat houdt in, dat huishoudens zonder internetaansluiting - circa 20% in 2010 - niet in het Burgerpanel vertegenwoordigd zijn. Overigens daalt dat percentage elk jaar wat. Op een aantal andere kenmerken (verhouding man/vrouw, leeftijd, woonbuurt) wordt met het panel een redelijke doorsnee van de Hilversumse bevolking bereikt.

Naar verwachting geven de resultaten van de peiling onder de leden van het Burgerpanel een goede indruk van de meningen, argumentaties, ideeën etcetera zoals die in de Hilversumse samenleving bestaan. Daardoor is het Burgerpanel goed bruikbaar als hulpmiddel voor het (mede) onderbouwen van gemeentelijke plannen en voor het inschatten van het draagvlak voor dergelijke plannen.

3. Procedure: wat gebeurt er met de resultaten?

De resultaten op de diverse enquêtevragen worden teruggekoppeld aan de ambtelijke opdrachtgevers, meestal beleidsmedewerkers. Zij betrekken deze resultaten bij hun ambtelijke advisering.

4. Enkele resultaten

2.1. Bezoekfrequentie van het centrum van Hilversum en van andere binnensteden

Ongeveer driekwart van de panelleden (76%) bezoekt minimaal 1x per week het centrum van Hilversum. Andere binnensteden worden door 20% van de panelleden minimaal 1x per week bezocht, met name Amsterdam en Utrecht.

2.2. Oordeel over het centrum van Hilversum

Aan de panelleden werd een aantal stellingen voorgelegd over het centrum van Hilversum. Het merendeel van de panelleden (70%) is het (geheel) **eens** met de stelling, dat het centrum van Hilversum een echt winkelgebied is; ongeveer tweederde (65%) is het (geheel) **eens** met de stelling, dat het centrum van Hilversum meer dorps dan stedelijk is. Daarentegen is een meerderheid van de panelleden (55%) het (geheel) **oneens** met de stelling, dat het centrum van Hilversum een historische uitstraling heeft. Met betrekking tot de andere stellingen waren de meningen wat meer verdeeld, zie onderstaande tabel.

	(geheel) oneens	niet eens/ niet oneens	(geheel) eens	geen mening
Het centrum van Hilversum is een echt winkelgebied	11%	19%	70%	0%
Het centrum van Hilversum is een gebied met bijzondere architectuur	45%	34%	19%	2%
Het centrum van Hilversum is een gebied met voldoende culturele voorzieningen	25%	31%	39%	5%
Het centrum van Hilversum is een gebied met uitnodigende evenementen en andere vrijetijdsvoorzieningen	38%	36%	22%	4%
Het centrum van Hilversum is een echt uitgaanscentrum	30%	28%	41%	2%
Het centrum van Hilversum is een gebied met een historische uitstraling	55%	30%	14%	1%
Het centrum van Hilversum heeft genoeg te bieden aan niet-Hilversummers om er een dagje uit te gaan	45%	25%	26%	4%
Het centrum van Hilversum is meer een dorps dan een stedelijk centrum	15%	18%	65%	2%
Het centrum van Hilversum is eigenlijk het centrum van 't Gooi	32%	27%	35%	6%
Het centrum van Hilversum is een uitstekende ontmoetingsplek	27%	37%	33%	3%

Aan de panelleden is gevraagd het centrum van Hilversum kort te karakteriseren. De meest genoemde termen waren (door minimaal 25% van de respondenten):

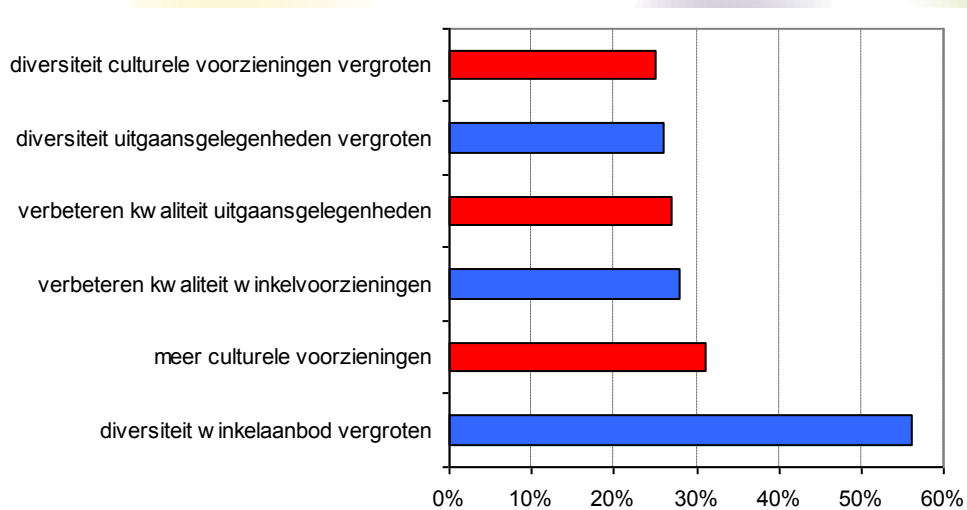
- sfeerloos (35%)
- gemakkelijk (30%)
- compact (28%)
- toegankelijk (27%)
- goedkoop uiterlijk (25%)
- slordig (25%)

Desgevraagd ervaart 53% het centrum van Hilversum als één centrum; 40% ervaart het centrum als een centrum bestaande uit deelgebieden, terwijl 7% een ander antwoord of geen mening gaf.

De kreet/slogan "Hilversum Mediastad" slaat naar oordeel van 85% van de panelleden niet op het centrum van Hilversum.

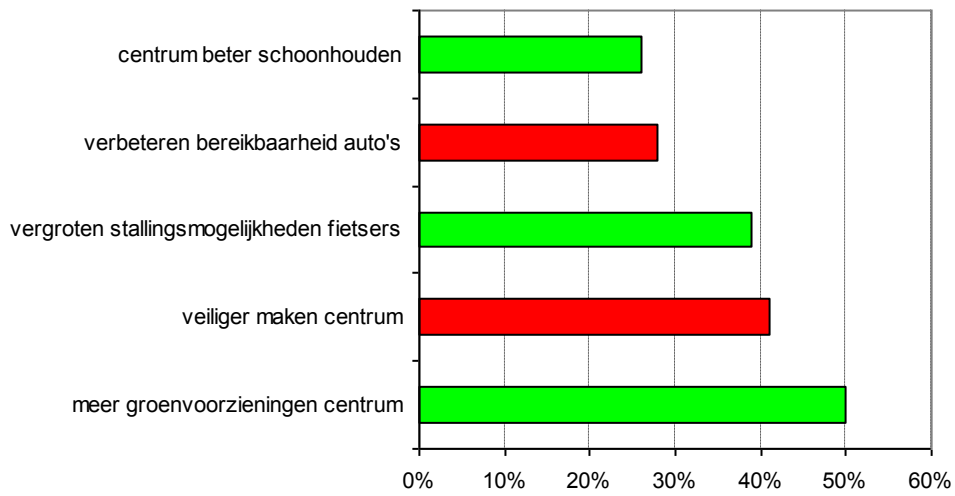
2.3. Verbeterpunten voor het centrum van Hilversum

Als suggesties ter verbetering voor het centrum van Hilversum voor wat betreft de **voorzieningen** werden door de panelleden vooral genoemd (door 25% of meer van de respondenten):



Uit deze grafiek blijkt, dat meer dan de helft van de respondenten (56%) van mening is, dat de diversiteit van het winkelaanbod in het centrum vergroot moet worden.

Met betrekking tot de **openbare ruimte** in het centrum worden de volgende verbeterpunten genoemd:



De helft van de respondenten (50%) vindt, dat er meer groenvoorzieningen in het centrum moeten komen.

