

Burgerpanel Zeewolde

Resultaten peiling 1: Detailhandel / winkelcentrum Zeewolde

Januari 2012

Inleiding

Deze nieuwsbrief beschrijft de resultaten van de 1^e peiling met het nieuwe burgerpanel van Zeewolde. De peiling ging over de detailhandel en het winkelcentrum in Zeewolde. Een steekproef van 4.000 inwoners is begin december 2011 per brief uitgenodigd om deel te nemen aan de peiling. Van deze groep vulden 917 inwoners de online vragenlijst in, een respons van 23 procent. Naast de inwoners die per brief zijn uitgenodigd, hebben 333 mensen die in 2008 deelnamen aan de omnibusenquête een uitnodiging per e-mail ontvangen. 72 van hen vulden de online vragenlijst in, een respons van 22 procent. Ten slotte was er ook een mogelijkheid om deel te nemen aan de peiling via een link op de website van de gemeente. 43 inwoners maakten hiervan gebruik. In totaal hebben 1032 inwoners deelgenomen aan de peiling.

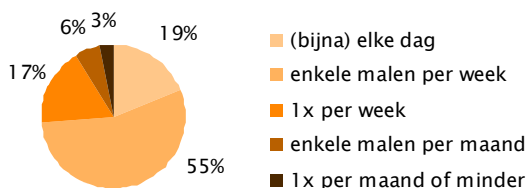
Aan het eind van de vragenlijst kon men aangeven of men deel wil nemen aan het burgerpanel. 912 inwoners hebben daarop positief geantwoord. Zij worden voor de volgende peiling per e-mail benaderd. Om onder- en oververtegenwoordiging te corrigeren zijn de uitkomsten gewogen naar leeftijd en geslacht. Deze peiling bevatte verschillende open vragen. De antwoorden van de deelnemende panelleden op deze open vragen zijn ter beschikking gesteld aan de gemeente.

Centrum Zeewolde

Het winkelcentrum van Zeewolde wordt door 9 van de 10 respondenten minstens één keer per week bezocht. Ruim de helft (55 procent) bezoekt het centrum enkele malen per week en ongeveer een vijfde van de respondenten komt er (bijna) elke dag. 3 procent komt één keer per maand of minder vaak in het winkelcentrum.

Figuur 1

Hoe vaak komt u in het winkelcentrum? (n=1032)



Figuur 2

Wat is de belangrijkste reden voor uw bezoek aan het winkelcentrum? (n=1032)



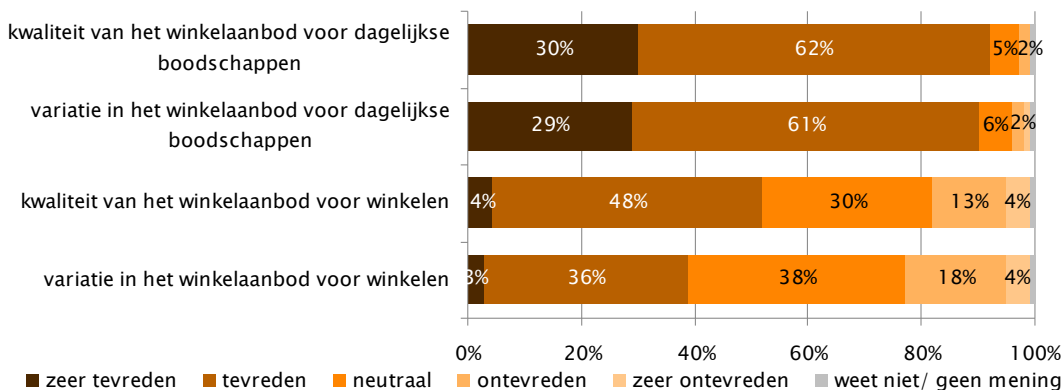
Het doen van (dagelijkse) boodschappen wordt door de meeste respondenten genoemd als de belangrijkste reden voor een bezoek aan het winkelcentrum (85 procent). Voor 7 procent is winkelen (het kopen van kleding, schoenen, elektra e.d.) de belangrijkste reden. 3 procent van de respondenten bezoekt het winkelcentrum vaak omdat ze er werken of wonen.

De respondenten is gevraagd naar hun tevredenheid over voorzieningen in het winkelcentrum (figuur 3). Over de kwaliteit en de variatie van het *winkelaanbod voor dagelijkse boodschappen* zijn 6 van de 10 Zeewoldenaren tevreden en 3 van de 10 zeer tevreden. Slechts ongeveer 2 procent is hierover ontevreden.

Over het *winkelaanbod voor winkelen* is men minder positief: bijna de helft van de respondenten is tevreden over de kwaliteit van het winkelaanbod en slechts 4 procent zeer tevreden. Bijna een derde is neutraal en 17 procent is hierover (zeer) ontevreden. Over de variatie van het winkelaanbod is minder dan 40 procent tevreden en ruim een vijfde ontevreden. Een groot deel (38 procent) is neutraal.

Figuur 3

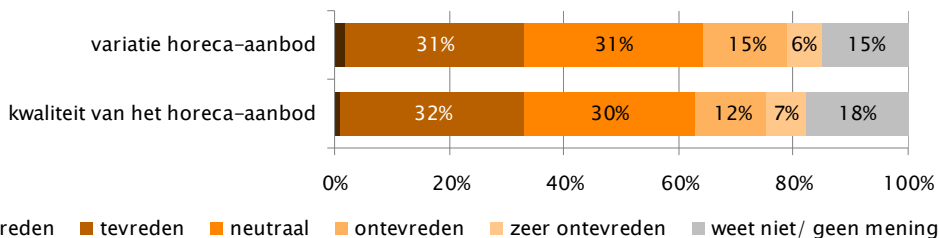
Hoe tevreden bent u over de winkelvoorzieningen in het winkelcentrum? (n=1032)



Over het horeca-aanbod is men minder tevreden dan over het winkelaanbod: een derde is tevreden over zowel de kwaliteit als de variatie van het aanbod en ongeveer een vijfde is hierover ontevreden. Het overige deel is neutraal (ongeveer 30 procent), weet het niet of heeft geen mening hierover (15 tot 18 procent).

Figuur 4

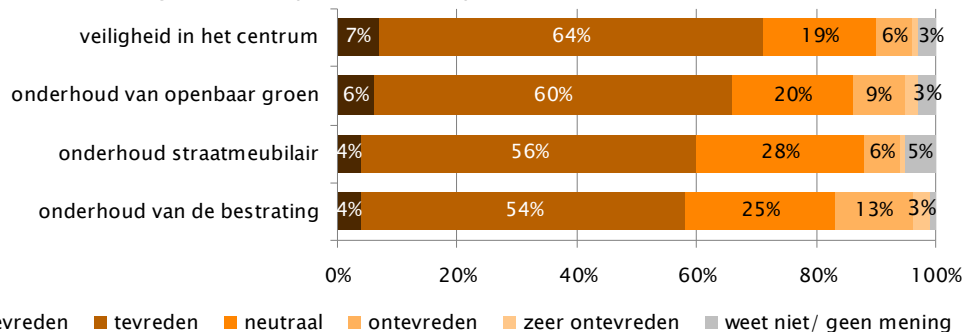
Hoe tevreden bent u over de horecavoorzieningen in het winkelcentrum? (n=1032)



De respondenten is ook gevraagd naar hun oordeel over de openbare ruimte in het winkelcentrum. Over de veiligheid is het grootste deel positief: ruim 70 procent is hierover tevreden tegen 7 procent ontevreden. Tweederde van de respondenten is tevreden over het onderhoud van het openbaar groen in het winkelcentrum. 11 procent is hierover ontevreden en een vijfde is neutraal. Over het onderhoud van het straatmeubilair en de bestrating is (bijna) 60 procent tevreden en ongeveer een kwart neutraal. Over de bestrating is echter een groter deel ontevreden (16 procent) dan over het straatmeubilair (7 procent).

Figuur 5

Hoe tevreden bent u over genoemde aspecten van de openbare ruimte in het winkelcentrum? (n=1032)

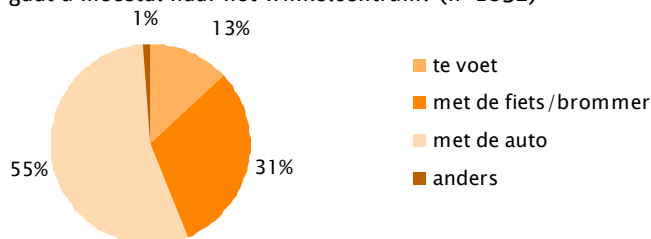


Vervoer

Ruim de helft van de respondenten gaat meestal met de auto naar het winkelcentrum (55 procent). Bijna een derde gaat met de fiets of brommer en 13 procent gaat lopend.

Figuur 6

Hoe gaat u meestal naar het winkelcentrum? (n=1032)



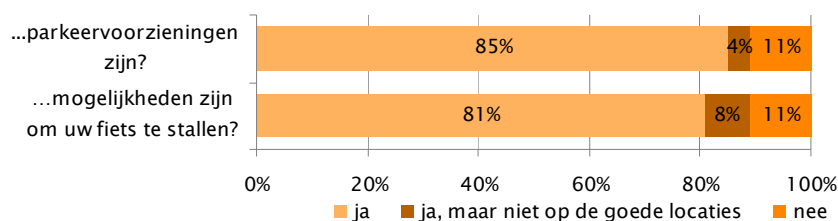
De respondenten die aangaven meestal per auto naar het winkelcentrum te komen is gevraagd of ze vinden dat er voldoende parkeervoorzieningen zijn in het winkelcentrum. 85 procent geeft aan dat er voldoende parkeervoorzieningen zijn, 11 procent is het hier niet mee eens. Een klein deel (4 procent) vindt dat er voldoende parkeervoorzieningen zijn, maar niet op de goede locaties.

Degenen die meestal met de (brom)fiets naar het winkelcentrum komen is gevraagd of ze vinden dat er voldoende stallingsmogelijkheden zijn. Ruim 80 procent vindt van wel, 11 procent niet. Volgens 8 procent zijn de stallingen niet op de juiste locaties.

Figuur 7

Mening over de voorzieningen voor parkeren (n=579) en het stallen van (brom)fietsen (n=317).

Vindt u dat er in het winkelcentrum voldoende...

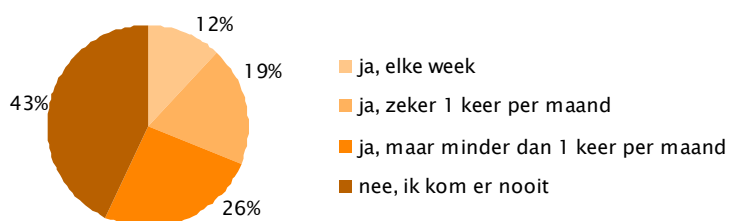


Markt

Ruim de helft van de respondenten (57 procent) doet wel eens aankopen op de wekelijkse markt in het centrum. Bijna een derde koopt er zeker eens in de maand, ruim een kwart minder dan eens per maand.

Figuur 8

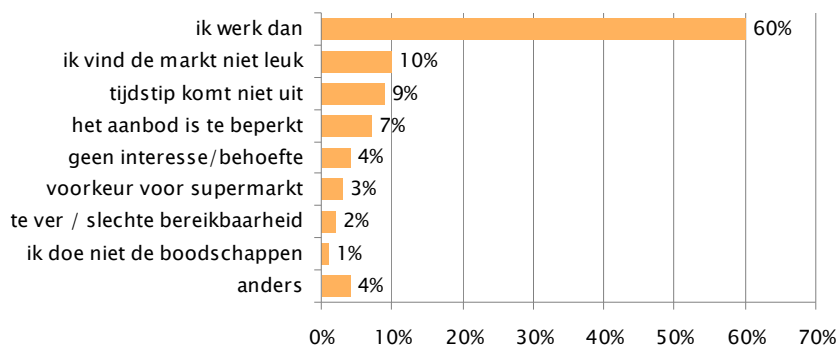
Doet u wel eens aankopen op de wekelijkse markt op vrijdagochtend? (n=1032)



De groep die nooit op de markt komt is gevraagd wat hiervoor de belangrijkste reden is (figuur 9). Een groot deel geeft aan op vrijdagochtend niet in de gelegenheid te zijn om naar de markt te gaan in verband met werk (60 procent) of een andere reden (9 procent). Het overige deel noemt uiteenlopende redenen. 1 op de 10 respondenten gaat nooit naar de markt omdat ze de markt niet leuk vinden/er niet van houden. 7 procent vindt het aanbod te beperkt en 3 procent geeft voorkeur aan het kopen bij een supermarkt.

Figuur 9

Redenen om niet naar de markt te gaan? (n=435)



80 procent van de respondenten die wel eens de markt bezoeken komt er de kramen tegen die men verwacht en is tevreden over het aanbod. De 20 procent die niet tevreden is over het aanbod is gevraagd aan te geven welke kramen ze missen. Een kraam voor stoffen/fournituren wordt door veel mensen genoemd (44 procent). Kramen voor kleding en food (o.a. vis, delicatessen) worden beide door een vijfde gemist. 18 procent geeft aan het aanbod in het algemeen beperkt te vinden.

Figuur 10

Bent u tevreden over het aanbod op de markt? (n=591) - Zo niet, welke kramen mist u? (n=116)



Winkelen

Vervolgens is een aantal vragen gesteld over de plaatsen waar men winkelt (kopen van kleding, schoenen, elektra en dergelijke). 6 van de 10 respondenten mist bepaalde winkels in het winkelcentrum van Zeewolde. Deze groep is ook gevraagd welke winkels ze missen. De meest genoemde woorden uit hun antwoorden zijn weergegeven in figuur 11. Duidelijk is dat er vooral vraag is naar winkels voor kleding en schoenen (C&A, H&M, Vögele) en daarnaast naar winkels als Blokker en V&D.

Figuur 11

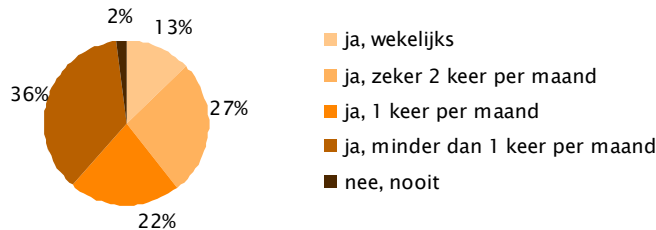
Mist u winkels in het winkelcentrum van Zeewolde? (veel genoemde woorden; n=619)



Vrijwel alle respondenten geven aan wel eens te winkelen buiten Zeewolde. Ruim een kwart (27 procent) winkelt zeker 2 keer per maand buiten Zeewolde en 13 procent doet dat wekelijks.

Figuur 12

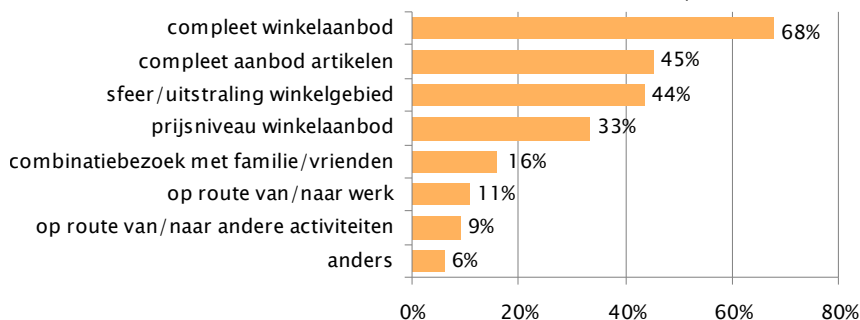
Gaat u wel eens winkelen buiten Zeewolde? (n=1032)



Tweederde van de van de respondenten die wel eens buiten Zeewolde winkelen doet dit vanwege een compleet winkelaanbod elders. 45 procent winkelt elders omdat bepaalde artikelen niet in Zeewolde te krijgen zijn. Voor een derde is het prijsniveau van het winkelaanbod een reden om buiten Zeewolde te winkelen. Ook de sfeer/uitstraling van het winkelgebied is een veelgenoemde reden (44 procent).

Figuur 13

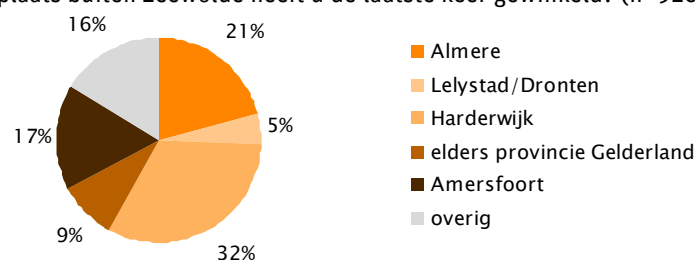
Wat is de reden dat u dat u wel eens winkelt buiten Zeewolde? (meerdere antwoorden mogelijk; n=1012)



Respondenten die wel eens buiten Zeewolde winkelen is gevraagd naar de plaats waar ze het laatst gewinkeld hebben. Het meest genoemd is Harderwijk (32 procent) gevolgd door Almere (21 procent) en Amersfoort (17 procent). De overige 30 procent winkelde het laatst in Lelystad en Dronten (5 procent), in andere plaatsen in Gelderland (9 procent) of elders.

Figuur 14

In welke plaats buiten Zeewolde heeft u de laatste keer gewinkeld? (n=926*)

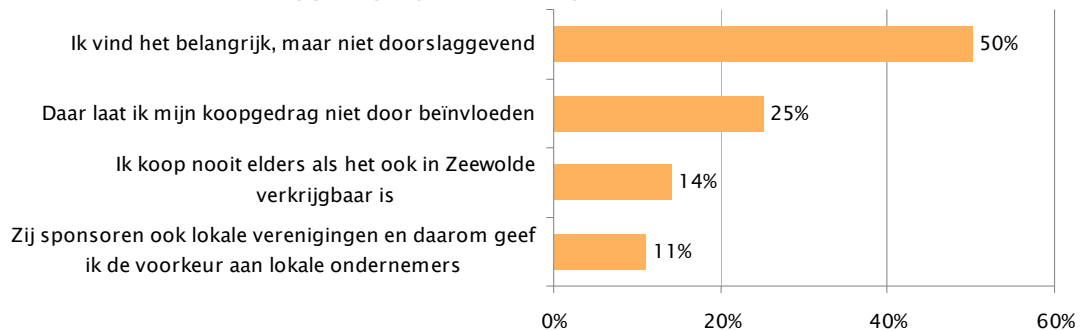


*antwoorden van respondenten die meerdere plaatsen noemden zijn buiten beschouwing gelaten

Een kwart van de respondenten laat zijn koopgedrag niet beïnvloeden door de gunfactor voor lokale ondernemers (figuur 15). De helft van de respondenten vindt dit belangrijk maar niet doorslaggevend. 11 procent geeft de voorkeur aan het kopen bij lokale ondernemers omdat zij ook lokale verenigingen sponsoren. 15 procent gaat nog verder en koopt uitsluitend artikelen elders als ze niet in Zeewolde verkrijgbaar zijn.

Figuur 15

In welke mate laat u uw koopgedrag bepalen door de gunfactor voor lokale ondernemers? (n=1032)

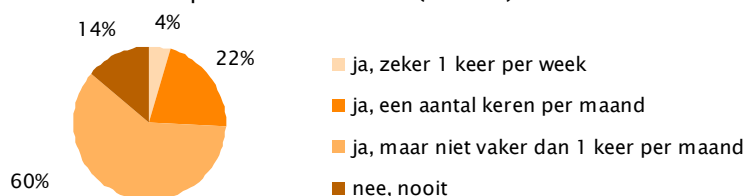


Kopen op internet

Een groot deel van de respondenten (86 procent) doet wel eens aankopen via internet. Ruim een kwart doet dit een aantal keren per maand en 4 procent zeker 1 keer per week. Vrijwel alle respondenten (98 procent) kopen voornamelijk non-food producten.

Figuur 16

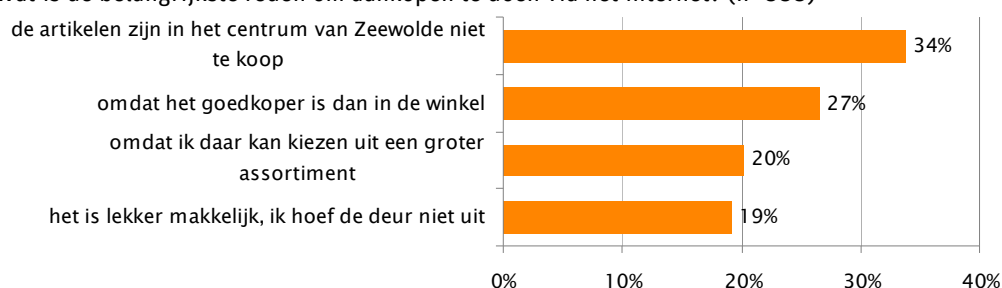
Doet u wel eens aankopen via het internet? (n=1032)



Een derde van de respondenten koopt via internet omdat de artikelen die ze zoeken niet in het centrum van Zeewolde te koop zijn. Voor ruim een kwart is de prijs de belangrijkste reden. Het ruimere assortiment en het gemak van online kopen zijn beide voor een vijfde van de respondenten de belangrijkste reden.

Figuur 17

Wat is de belangrijkste reden om aankopen te doen via het internet? (n=888)



Slot

Aan het eind van de vragenlijst is de respondenten gevraagd naar de sterke en zwakte punten van het winkelcentrum van Zeewolde. Kort samengevat: de nabijheid, bereikbaarheid, parkeergelegenheid en het aanbod van winkels voor dagelijkse boodschappen worden als sterke kanten gezien. Als zwakte punten wordt door veel mensen het gebrek aan sfeer, uitstraling en gezelligheid genoemd. Ook het beperkte aanbod om te winkelen en de leegstand van panden in het centrum worden genoemd.

De respondenten zijn over het algemeen gematigd positief over het winkelcentrum van Zeewolde: gevraagd naar hun oordeel hierover geven ze gemiddeld een 6,4 als rapportcijfer.