

Onderzoek Inwonerspanel: Winkelcentra

Auteur Tineke Brouwers

Inleiding

De afgelopen jaren is er veel veranderd in het Nederlands winkellandschap. Nieuwe ontwikkelingen volgen elkaar snel op. Er zijn veranderingen in de technologie, de bevolkingsopbouw en de verwachtingen van klanten. De huidige detailhandelsvisie van Nieuwegein dateert uit 2010. Daarom wil de gemeente Nieuwegein haar winkelbeleid actualiseren. In deze nog te maken 'Winkelstructuurvisie Nieuwegein 2016' schetst de gemeente een beeld van de gewenste winkelstructuur. De gemeenteraad stelt in 2016 de 'Winkelstructuurvisie Nieuwegein' vast. Wij willen deze visie samen met de stad ontwikkelen. In deze eerste fase in aanloop naar de nieuwe visie kijkt de gemeente samen met de stad terug op de afgelopen 5 jaar en kijken we hoe de stand van zaken nu is. In dat kader is er een onderzoek uitgevoerd onder het Nieuwegeinse inwonerspanel.

Samenvatting

- Meest bezochte winkelcentra:
Cityplaza (38%);
Muntplein (19%);
Hoogzandveld (15%).
- Meest genoemde reden om 'meest bezochte' winkelcentrum te bezoeken:
Dichtbij huis (58%).
- Panelleden bezoeken vooral:
Supermarkt (87%)
Drogist (37%)
Kledingwinkel (20%).
- Meest gebruikte vervoermiddel om naar het winkelcentrum te gaan:
Fiets (38%)
Auto (36%).
- Beoordeling winkelcentra via rapportcijfers:
Algemene oordeel (7,3)
Hoogste score: bereikbaarheid van de winkelcentra (8,3)
Laagste score: Stallingsmogelijkheden voor scooters / brommers (6,5) en
Winkelaanbod (6,7).
Winkelcentrum Vreeswijk scoort over het algemeen het hoogst.
- Belangrijkste pluspunten van de winkelcentra:
Dicht bij huis (65%),
Prettige supermarkt (40%)
Gratis parkeren (29%).
- Belangrijkste minpunten van de winkelcentra:
Te weinig aanbod winkels voor niet-dagelijkse boodschappen" (36%)
Niet gratis parkeren (28%)
Te weinig aanbod andere winkels dan supermarkt voor dagelijkse boodschappen
(21%).
- Ontwikkeling winkelcentrum afgelopen 5 jaar:
Vooruit (57%)
Gelijk gebleven (28%)
Achteruit (12%).
- Meest genoemde redenen voor vooruitgang:
Betere uitstraling (74%)
Beter onderhoud openbare ruimte / schoner (35%)
Meer / andere winkels voor niet-dagelijkse boodschappen (33%).
- Meest genoemde redenen voor achteruitgang:
Minder verzorgde uitstraling (49%)
Minder / andere winkels voor niet-dagelijkse boodschappen (46%).
Van de panelleden is 42% minder gebruik gaan maken van winkels in Nieuwegein,
omdat ze sommige aankopen via internet doen.
- Met name minder gebruik van:
Winkels voor elektronica (59%)
Kledingwinkels (49%)
Boekhandels / tabakswinkels / DVD / CD (45%).

Respons onderzoek

Op 20 augustus 2015 kregen de panelleden van 18 jaar en ouder (1.802 personen) een e-mail met de vraag of zij digitaal een vragenlijst over winkelcentra in Nieuwegein wilden invullen. Na twee weken hadden 947 panelleden de vragenlijst ingevuld. Dit komt neer op een respons van 53 procent.

Wanneer een antwoord door minder dan 5 personen is gekozen, staat in de figuur geen percentage. Dit in verband met privacy.

Bij figuren en in de tekst staat soms "n = ...". Dit is het aantal panelleden dat de betreffende vraag heeft ingevuld.

Wanneer de panelleden meerdere antwoorden konden kiezen bij een vraag, kan het zijn dat het totale percentage optelt tot meer dan 100%. Wanneer de panelleden één antwoord konden geven en het percentage telt op tot meer dan 100%, dan komt dit door afronding.

LET OP: de resultaten van de volgende (kleine) winkelcentra zijn indicatief, vanwege de lage aantallen respondenten:

Jutphaas (10);

Nedereind (12);

Doorslag (21);

Vreeswijk (21);

De Gaarde (24);

Fokkesteeg (27);

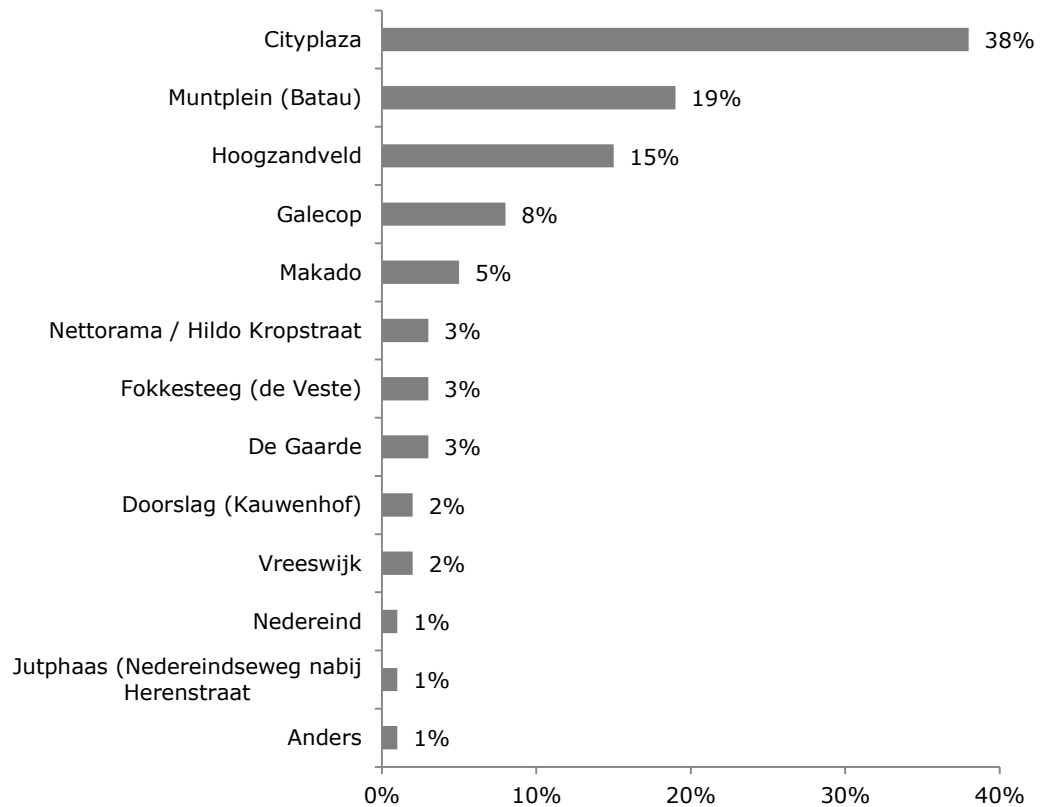
Nettorama / Hildo Kropstraat (27).

"De gemeente Nieuwegein werkt aan een nieuwe visie op de winkelcentra in onze stad. In deze eerste fase in aanloop naar de nieuwe visie kijkt de gemeente samen met de stad terug op de afgelopen 5 jaar en kijken we hoe de stand van zaken nu is. Daarvoor verzamelen we informatie bij winkeliers, supermarkketens, eigenaren van winkelcentra en ook bij u als inwoner en consument. Wij horen graag van u welk winkelcentrum u het meest bezoekt in Nieuwegein en wat uw oordeel is over dit winkelcentrum. We zijn ook benieuwd of u vindt dat het winkelcentrum dat u het meest bezoekt in de afgelopen 5 jaar voor- of achteruit is gegaan, of gelijk is gebleven en waarom. Uw mening is belangrijk voor ons; u bent immers de gebruiker van de winkelcentra in Nieuwegein."

Bezoek winkelcentrum en belangrijkste reden bezoek

De panelleden is gevraagd welk winkelcentrum in Nieuwegein ze het meest bezoeken. Ruim een derde (38%) geeft aan Cityplaza het meest te bezoeken. Muntplein (19%) en Hoogzandveld (15%) staan op een tweede en derde plek van meest bezochte winkelcentrum in Nieuwegein (figuur 1).

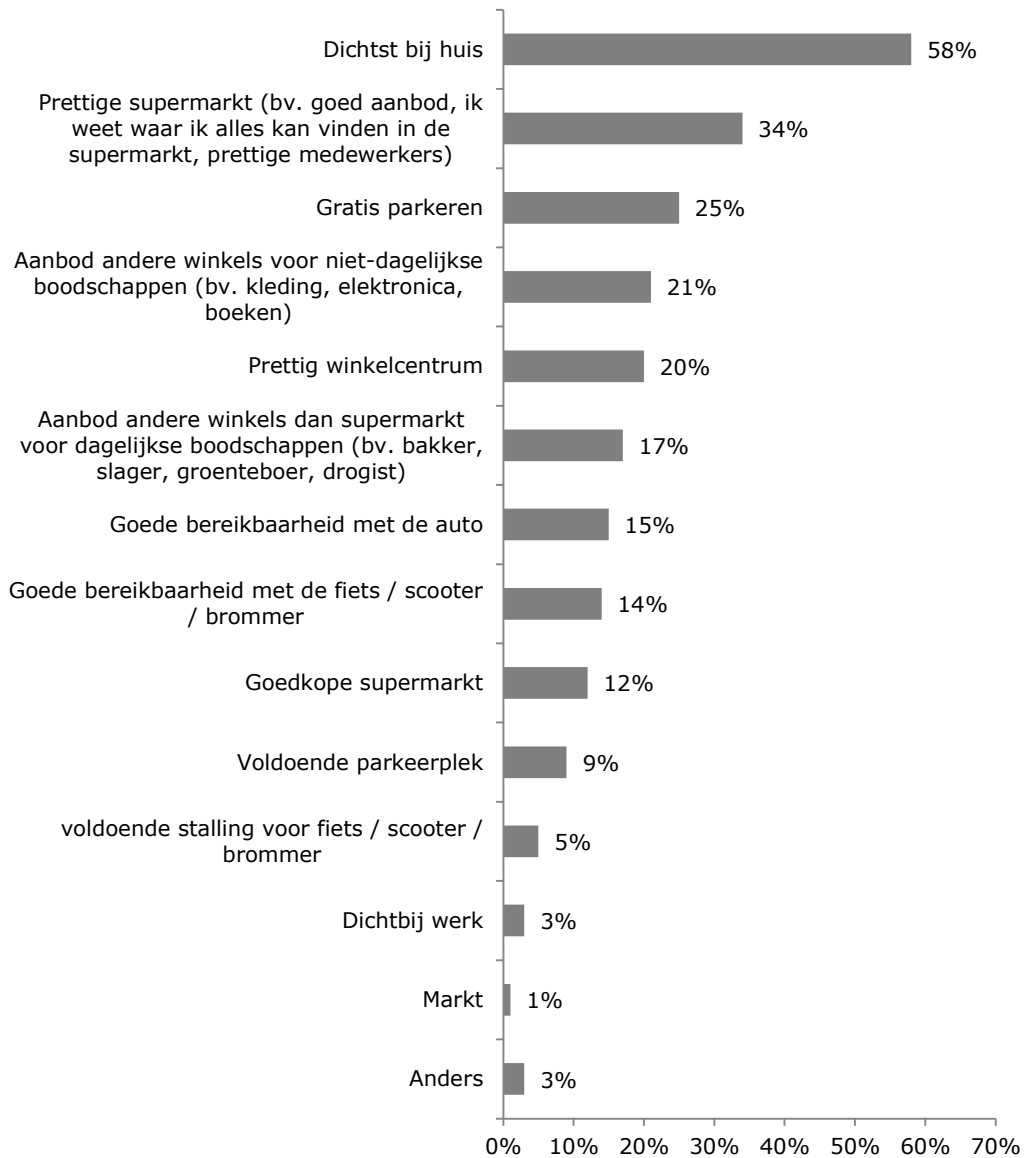
Figuur 1: Welk winkelcentrum in Nieuwegein bezoekt u het meest? (n = 947)



NB. In de categorie "anders" is genoemd dat het meest bezochte winkelcentrum wisselt, of dat men het meest een winkelcentrum buiten Nieuwegein bezoekt.

Vervolgens is de panelleden gevraagd waarom ze dit winkelcentrum het meest bezoeken. Ze konden hier de maximaal drie belangrijkste redenen aangeven. De meest genoemde redenen zijn "dichtst bij huis" (58%), "prettige supermarkt" (34%) en "gratis parkeren" (25%) (figuur 2).

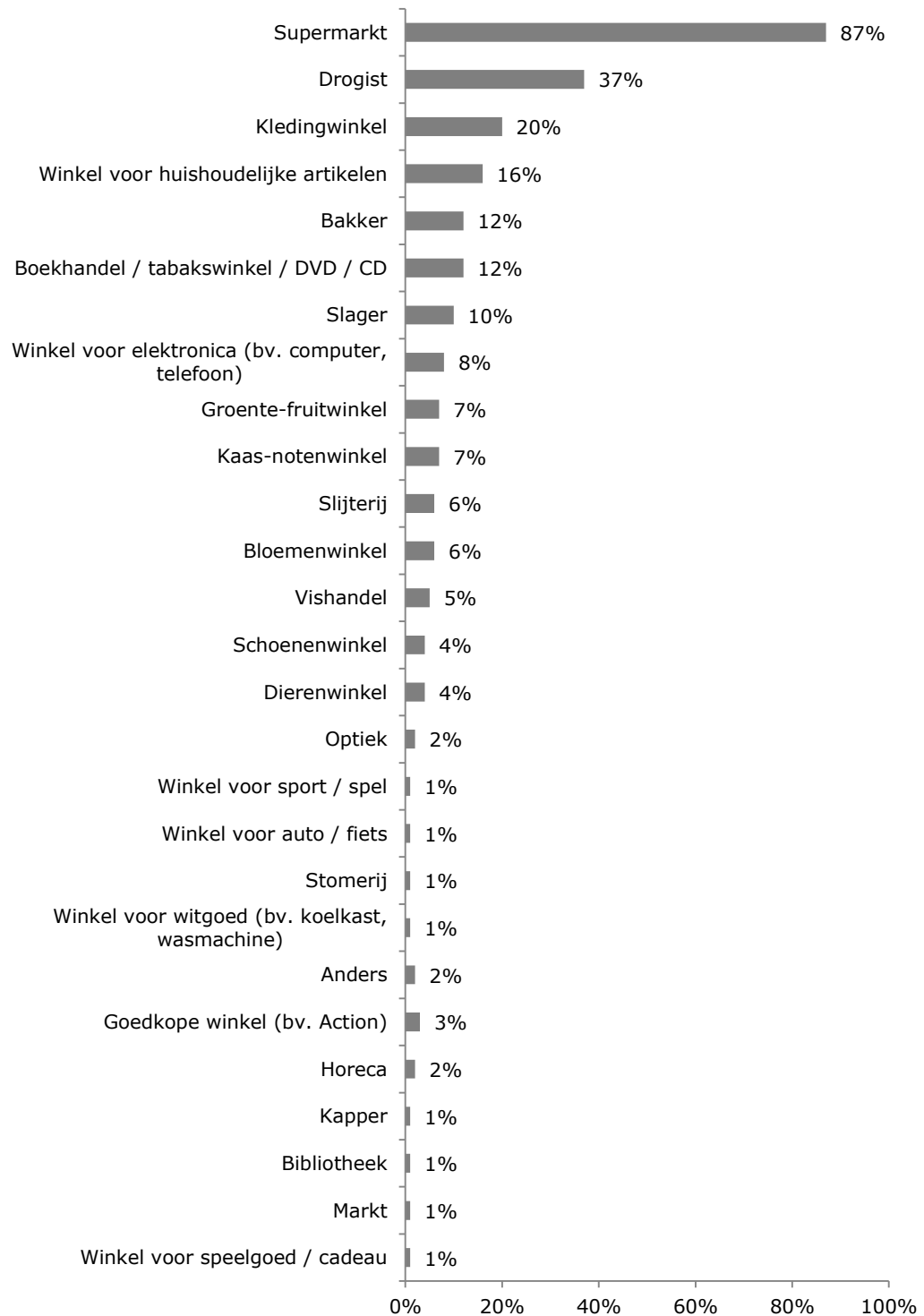
Figuur 2: Waarom bezoekt u dit winkelcentrum het meest? Kies de voor u (maximaal 3) belangrijkste redenen (n = 947)



Bezoek winkels

De panelleden is gevraagd aan te geven welke soorten winkels ze het meest bezoeken wanneer ze naar hun meest bezochte winkelcentrum gaan. Ze konden maximaal 3 soorten winkels aangeven. Van de panelleden bezoekt 87% de supermarkt het meest, gevolgd door drogist (37%) en kledingwinkel (20%) (figuur 3). In de categorie "anders" zijn verschillende zaken meerdere keren genoemd, zoals "goedkope winkel" (3%) en horeca (2%).

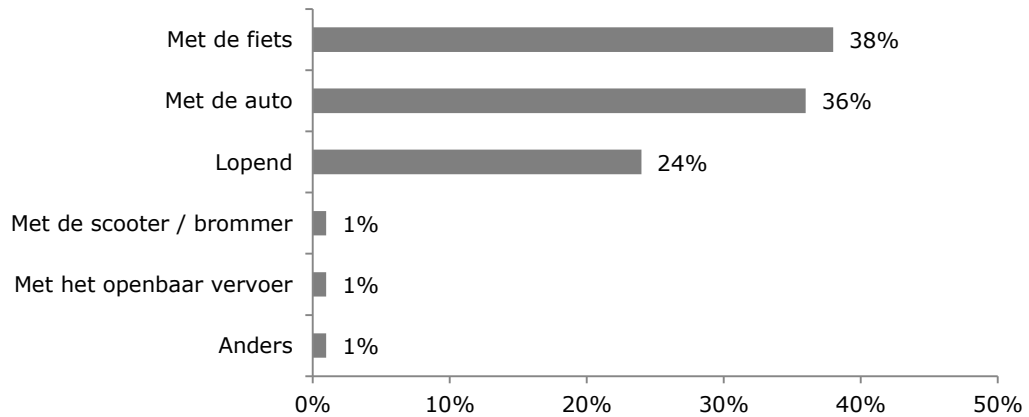
Figuur 3: Welke soorten winkels bezoekt u het meest wanneer u naar het door u meest bezochte winkelcentrum gaat? Geef maximaal drie soorten winkels aan (n = 947)



Meest gebruikte vervoermiddel voor bezoek winkelcentrum

Van de panelleden gaat 38% meestal met de fiets naar het winkelcentrum; 36% gaat het meest met de auto en 24% lopend (figuur 4).

Figuur 4: Op welke manier gaat u meestal naar dit winkelcentrum? (n = 947)



Beoordeling winkelcentrum

De panelleden is gevraagd een aantal aspecten van het door hun meest bezochte winkelcentrum te beoordelen met een rapportcijfer (1 = laag en 10 = hoog) (tabel 1). De bereikbaarheid van de winkelcentra scoort met een 8,2 het hoogst en de stallingsmogelijkheden van scooters / brommers (6,5) en het winkelaanbod (6,7) het laagst.

Winkelcentrum Vreeswijk scoort over het algemeen het hoogst van alle winkelcentra.

Algemeen oordeel

De panelleden beoordelen de winkelcentra in Nieuwegein met gemiddeld een 7,3. De grote meerderheid van de panelleden (95%) geeft het winkelcentrum dat ze het meest bezoeken een voldoende. Vreeswijk scoort het hoogst met een 7,8 en Fokkesteeg (de Veste) het laagst met een 5,9. Fokkesteeg krijgt daarmee als enige winkelcentrum een onvoldoende. (n = 947)

Winkelaanbod

Het winkelaanbod van de winkelcentra in Nieuwegein krijgt een gemiddeld rapportcijfer van 6,7. Ruim 8 op de 10 panelleden (84%) geeft het winkelaanbod een voldoende; 16% geeft een onvoldoende. De winkelcentra Muntplein (Batau), Hoogzandveld en Nettorama / Hildo Kropstraat scoren het hoogst met een 7,1. Doorslag (Kauwenhof) scoort het laagst met een 4,3. Van de twaalf winkelcentra scoren er vijf een onvoldoende op het winkelaanbod (Doorslag (Kauwenhof), de Gaarde, Fokkesteeg (de Veste), Nedereind en Jutphaas). (n = 946)

Bereikbaarheid

De bereikbaarheid van de winkelcentra in Nieuwegein scoort een gemiddeld rapportcijfer van 8,3. Behalve Doorslag (7,6) scoren alle winkelcentra hoger dan een 8. Winkelcentrum Vreeswijk scoort het hoogst met een 9,0.

De panelleden is gevraagd bij het beoordelen van de bereikbaarheid uit te gaan van het vervoermiddel dat ze het meest gebruiken om naar het winkelcentrum te gaan. (n = 946)

Parkeren auto

De panelleden die het meest met de auto naar hun meest bezochte winkelcentrum gaan, is gevraagd een rapportcijfer te geven voor het parkeren van de auto. Gemiddeld krijgt het parkeren van de auto bij het meest bezochte winkelcentrum een 7,6. Fokkesteeg (de Veste) en Nettorama / Hildo Kropstraat scoren het hoogst, beide met een 8,8. Doorslag (Kauwenhof) scoort als enige winkelcentrum een onvoldoende, met een 4,2. (n = 342)

Stallingsmogelijkheden voor de fiets

De panelleden die het meest met de fiets naar hun meest bezochte winkelcentrum gaan, is gevraagd een rapportcijfer te geven voor de stallingsmogelijkheden voor de fiets. De panelleden beoordelen de stallingsmogelijkheden voor de fiets bij het meest bezochte winkelcentrum gemiddeld met een 7,7. Alle winkelcentra scoren een voldoende. Vreeswijk scoort het hoogst met een 8,3 en Jutphaas het laagst met een 6,7. (n = 359)

Stallingsmogelijkheden voor de scooter / brommer

De panelleden die het meest met de scooter / brommer naar hun meest bezochte winkelcentrum gaan, is gevraagd een rapportcijfer te geven voor de stallingsmogelijkheden voor de scooter / brommer. De stallingsmogelijkheden voor de scooter / brommer scoren gemiddeld een 6,5. Uitspraken op het niveau van afzonderlijke winkelcentra is niet mogelijk vanwege de kleine aantallen. (n = 8)

(Gevoel van) veiligheid

De panelleden beoordelen (het gevoel van) veiligheid in het meest bezochte winkelcentrum gemiddeld met een 7,7. Winkelcentrum Vreeswijk scoort met een 9,1 het hoogst en Doorslag (Kauwenhof) met een 7,0 het laagst. (n = 946)

Uitstraling / onderhoud van het winkelcentrum

De uitstraling / onderhoud van de winkelcentra in Nieuwegein scoort gemiddeld een 7,0. Winkelcentrum Vreeswijk scoort het hoogst met een 8,2. Nedereind scoort met een 5,4 het laagst. Ook de Gaarde scoort met een 5,9 onvoldoende. (n = 947)

Klantvriendelijkheid van de winkeliers

De panelleden beoordelen de klantvriendelijkheid van de winkeliers gemiddeld met een 7,7. Alle winkelcentra scoren voldoende, van een 7,5 voor Cityplaza, de Gaarde en Doorslag (Kauwenhof) tot een 9,2 voor Vreeswijk. (n = 947)

Tabel 1: Rapportcijfers voor verschillende aspecten meest bezochte winkelcentrum (in volgorde van meest bezochte winkelcentrum) (n = 10 tot 359)

	Algemeen oordeel	Winkelaanbod	Bereikbaarheid	Parkeren auto	Stallingsmogelijkheden voor de fiets	Stallingsmogelijkheden voor de scooter / brommer	(Gevoel van) veiligheid	Uitstraling / onderhoud van het winkelcentrum	Klantvriendelijkheid van de winkeliers	n =
Cityplaza	7,3	7,0	8,1	7,0	7,9	-	7,7	7,3	7,5	359
Muntplein (Batau)	7,3	7,1	8,5	8,0	7,5	-	7,5	6,4	7,9	177
Hoogzandveld	7,6	7,1	8,3	8,1	7,4	-	7,9	7,5	7,8	142
Galecop	7,4	6,4	8,5	8,0	7,3	-	8,0	7,4	7,9	78
Makado	7,5	6,9	8,3	7,3	7,0	-	8,0	6,7	8,1	43
Nettorama / Hildo Kropstraat	7,9	7,1	8,6	8,8	7,9	-	7,8	6,2	8,0	27
Fokkesteege (de Veste)	5,9	4,8	8,5	8,8	8,0	-	7,5	6,0	7,6	27
De Gaarde	7,3	4,6	8,5	8,6	8,2	-	8,1	5,9	7,5	24
Doorslag (Kauwenhof)	6,4	4,3	7,6	4,2	-	-	7,0	6,4	7,5	21
Vreeswijk	7,8	6,9	9,0	7,3	8,3	-	9,1	8,2	9,2	21
Nedereind	6,2	5,4	8,4	-	7,0	-	7,6	5,4	7,6	12
Jutphaas	7,2	5,4	8,3	-	6,7	-	7,9	7,0	8,2	10
Winkelcentra totaal	7,3	6,7	8,3	7,6	7,7	6,5	7,7	7,0	7,7	947

NB1. Alleen de aspecten die door 5 of meer panelleden zijn beoordeeld staan in de tabel.

NB2. Bij "winkelcentrum" Nettorama / Hildo Kropstraat gaat het om 1 winkel. De rapportcijfers gaan dan ook niet over een winkelcentrum, maar over deze ene winkel en de directe omgeving daarvan.

Belangrijkste pluspunten winkelcentrum

De panelleden is gevraagd aan te geven wat zij de belangrijkste pluspunten van het meest bezochte winkelcentrum vinden (tabel 2). Ze konden daarbij hun top 3 aangeven. Ze konden ook minder of geen pluspunten aangeven. De helft (50%) van de panelleden noemt "dicht bij huis" als belangrijkste pluspunt. In totaal noemt 65% "dicht bij huis" als pluspunt. Voor 15% is "prettige supermarkt" het belangrijkste pluspunt van het winkelcentrum. In totaal noemt 40% "prettige supermarkt" als pluspunt. Gratis parkeren is door 29% als pluspunt genoemd en "prettig winkelcentrum" door 25%.

Tien procent van de panelleden heeft nog andere pluspunten aangegeven in de categorie "anders". De volgende pluspunten zijn meerdere keren genoemd (alle door ongeveer 1% van de panelleden, in volgorde van meest genoemde pluspunt):

- Diversiteit winkels;
- Sfeer / gezelligheid / ontmoeten buurtgenoten;
- Markt;
- Vriendelijkheid winkeliers / winkelpersoneel;
- Horeca;
- Overdekt;
- Uitstraling;
- Bereikbaarheid met OV.

De panelleden konden maximaal drie pluspunten aangeven. Ze konden hun pluspunten in een top 3 zetten. Voorbeeld: het pluspunt "dicht bij huis" is in totaal door 65% van de panelleden genoemd. De helft (50%) van de panelleden heeft dit pluspunt op nummer 1 gezet; zij vinden dit het belangrijkste pluspunt van het winkelcentrum. Acht procent zette dit pluspunt op nummer 2 en 7% op nummer 3. Opgeteld heeft dus in totaal 65% het pluspunt "dicht bij huis" genoemd.

Tabel 2: Wat vindt u de belangrijkste pluspunten van het door u meest bezochte winkelcentrum? (in volgorde van meest genoemde pluspunt) (n = 947)

	Totaal	1	2	3
Dicht bij huis	65%	50%	8%	7%
Prettige supermarkt (bv. goed aanbod supermarkt, grote supermarkt, ik weet waar ik alles kan vinden in de supermarkt, prettige medewerkers)	40%	15%	19%	6%
Gratis parkeren	29%	5%	11%	13%
Prettig winkelcentrum	25%	5%	10%	10%
Aanbod andere winkels voor niet-dagelijkse boodschappen (bv. kleding, elektronica, boeken)	23%	6%	8%	9%
Aanbod andere winkels dan supermarkt voor dagelijkse boodschappen (bv. bakker, slager, groenteboer, drogist)	22%	4%	8%	10%
Goede bereikbaarheid met de fiets / scooter / brommer	20%	3%	8%	9%
Goedkope supermarkt	18%	6%	8%	4%
Goede bereikbaarheid met de auto	15%	2%	7%	6%
Voldoende parkeerplek	15%	2%	5%	8%
Voldoende stalling voor fiets / scooter / brommer	9%	1%	4%	4%
Dichtbij werk	2%	-	1%	1%
Dichtbij school kinderen	1%	-	-	-
Anders, namelijk	10%			
Ik vind dat dit winkelcentrum geen pluspunten heeft	-	x	x	x

NB. Twee procent van de panelleden geeft één pluspunt, 12% twee pluspunten en 85% drie pluspunten.

Belangrijkste minpunten winkelcentrum

De panelleden is ook gevraagd aan te geven wat zij de belangrijkste minpunten van het meest bezochte winkelcentrum vinden (tabel 3). Ze konden daarbij hun top 3 aangeven. Ze konden ook minder of geen minpunten aangeven. Achttien procent vindt dat het door hun meest bezochte winkelcentrum geen minpunten heeft, 28% noemde 1 minpunt en 20% twee minpunten.

Het meest genoemde minpunt is "te weinig aanbod andere winkels voor niet-dagelijkse boodschappen" (36%). "Niet gratis parkeren" is in totaal minder als minpunt genoemd (door 28%), maar is wel door het grootste aandeel (21%) op nummer 1 van minpunten geplaatst.

Ruim een vijfde (22%) van de panelleden heeft nog andere minpunten aangegeven in de categorie "anders". De volgende minpunten zijn meerdere keren genoemd (in volgorde van meest genoemde minpunt, in percentage van alle panelleden):

- Mist bepaalde winkels (5%);
- Leegstand (3%);
- Te weinig specialistische winkels, lokale winkels / teveel ketens (2%);
- Mist gezelligheid, horeca (2%);
- Uitstraling / verouderd (2%);
- Parkeren te duur (1%);
- Te weinig (onbewaakte) stalling (onder andere bij supermarkten) (1%);
- Winderig, tochtig (1%);
- Onderhoud, schoonhouden niet (goed) genoeg (1%).

Tabel 3: Wat vindt u de belangrijkste minpunten van het door u meest bezochte winkelcentrum? (in volgorde van meest genoemde minpunt) (n = 947)

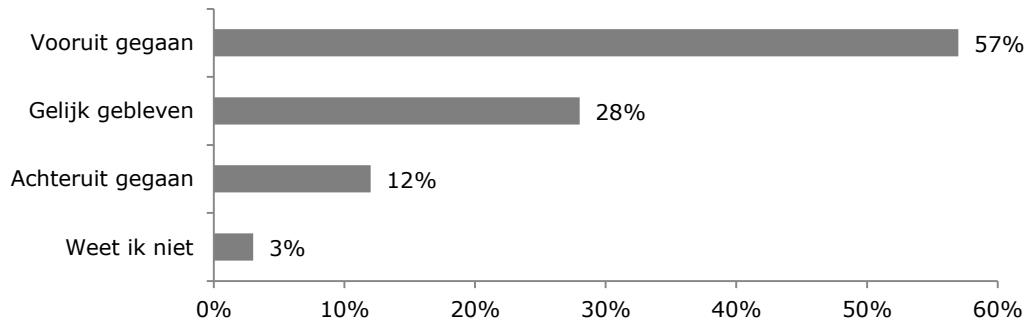
	Totaal	1	2	3
Te weinig aanbod andere winkels voor niet-dagelijkse boodschappen (bv. kleding, elektronica, boeken)	36%	17%	13%	6%
Niet gratis parkeren	28%	21%	4%	3%
Te weinig aanbod andere winkels dan supermarkt voor dagelijkse boodschappen (bv. bakker, slager, groenteboer, drogist)	21%	9%	8%	4%
Supermarkt te duur	13%	7%	3%	3%
Onvoldoende parkeerplek	10%	4%	3%	3%
Onvoldoende stalling voor fiets / scooter / brommer	10%	4%	4%	2%
Onprettig winkelcentrum	9%	4%	3%	2%
Geen prettige supermarkt (bv. geen goed aanbod supermarkt, te kleine supermarkt, ik weet niet waar ik alles kan vinden in de supermarkt, geen prettige medewerkers)	6%	3%	2%	1%
Niet dicht genoeg bij huis	4%	2%	1%	1%
Geen goede bereikbaarheid met de auto	2%	-	1%	1%
Geen goede bereikbaarheid met de fiets / scooter / brommer	1%	-	-	-
Anders, namelijk	22%			
Ik vind dat dit winkelcentrum geen minpunten heeft	18%	x	x	x

NB. Ruim een derde (35%) geeft één minpunt, 26% twee minpunten en 22% drie minpunten.

Ontwikkeling winkelcentrum in afgelopen 5 jaar

Van de panelleden vindt 57% dat het winkelcentrum dat zij het meest bezoeken in de afgelopen 5 jaar over het algemeen vooruit is gegaan. Volgens 12% is het winkelcentrum achteruit gegaan en 28% vindt dat het gelijk is gebleven. Drie procent geeft aan het niet te weten (figuur 5).

Figuur 5: Vindt u dat het door u meest bezochte winkelcentrum in de afgelopen 5 jaar over het algemeen vooruit is gegaan, gelijk is gebleven of achteruit is gegaan? (n = 947)



Het aandeel panelleden dat vindt dat het winkelcentrum vooruit is gegaan is het grootst bij winkelcentrum Hoogzandveld (92%) en Cityplaza (77%).

De panelleden die hebben aangegeven dat het winkelcentrum dat zij het meest bezoeken in de afgelopen 5 jaar vooruit is gegaan (57%), is gevraagd aan te geven waarom zij dit vinden (tabel 4). Zij konden een top 3 aangeven. Ze konden ook minder dan 3 redenen aangeven.

Bijna drie kwart (74%) van hen geeft aan dat het winkelcentrum een betere uitstraling heeft gekregen. Volgens 35% is er sprake van beter onderhoud van de openbare ruimte en 33% vindt het een vooruitgang dat er meer / andere winkels voor niet-dagelijkse boodschappen op het winkelcentrum zijn gekomen. Hoewel "beter onderhoud" in totaal meer genoemd is, zijn "meer / andere winkels voor dagelijkse boodschappen" (16%), "meer / andere winkels voor niet-dagelijkse boodschappen" en "verandering van supermarkt" (beide 15%) meer als *belangrijkste* redenen voor vooruitgang genoemd. Bij "beter onderhoud" is dit 4%.

Tabel 4: Waarom vindt u dat het door u meest bezochte winkelcentrum in de afgelopen 5 jaar vooruit is gegaan? Top 3 (in volgorde van meest genoemde reden) (n = 539)

	Totaal	1	2	3
Winkelcentrum heeft een betere uitstraling gekregen	74%	39%	25%	12%
Beter onderhoud openbare ruimte (bijvoorbeeld gevels, bankjes, plein) / schoner	35%	4%	16%	15%
Meer / andere winkels voor niet-dagelijkse boodschappen (bijvoorbeeld kleding, boeken, elektronica)	33%	15%	12%	6%
Verandering van supermarkt	29%	15%	8%	6%
Meer winkels voor dagelijkse boodschappen (supermarkt, persoonlijke verzorging)	28%	16%	7%	5%
Meer / beter horeca aanbod (bijvoorbeeld snackbar, café)	24%	4%	10%	10%
Meer activiteiten / evenementen op het winkelcentrum	12%	2%	4%	6%
Minder overlast (bijvoorbeeld van personen, auto's)	10%	2%	3%	5%
Toegenomen klantvriendelijkheid van de winkeliers	3%	-	1%	2%
Betere (reclame)acties van de winkels	4%	-	2%	2%
Meer toezicht op openbare orde en veiligheid	3%	1%	-	2%
Anders, namelijk	7%	x	x	x

NB. Zeventig procent gaf 3 redenen, 19% twee redenen en 10% één reden.

De panelleden die hebben aangegeven dat het winkelcentrum dat zij het meest bezoeken in de afgelopen 5 jaar achteruit is gegaan (12%), is gevraagd aan te geven waarom zij dit vinden (tabel 5). Zij konden een top 3 aangeven. Ze konden ook minder dan 3 redenen aangeven.

Bijna de helft (50%) van hen heeft "minder verzorgde uitstraling" in de top drie van belangrijkste redenen voor achteruitgang genoemd. Ook bijna de helft (46%) noemt "minder / andere winkels voor niet-dagelijkse boodschappen". Het aandeel panelleden dat deze reden op 1 heeft gezet (als belangrijkste reden voor de achteruitgang van het winkelcentrum) is met 25% het grootst. "Minder winkels voor dagelijkse boodschappen" volgt met 20%. In de categorie "anders" is onder meer aangegeven "leegstand" en "veel van hetzelfde / specialistische winkels weg".

Tabel 5: Waarom vindt u dat het door u meest bezochte winkelcentrum in de afgelopen 5 jaar achteruit is gegaan? Top 3 (in volgorde van meest genoemde reden) (n = 111)

	Totaal	1	2	3
Minder verzorgde uitstraling	49%	19%	18%	12%
Minder / andere winkels voor niet-dagelijkse boodschappen (bijvoorbeeld kleding, boeken, elektronica)	46%	25%	14%	7%
Minder toezicht op openbare orde en veiligheid	28%	6%	8%	14%
Minder winkels voor dagelijkse boodschappen (supermarkt, persoonlijke verzorging)	26%	20%	-	-
Minder onderhoud openbare ruimte (bijvoorbeeld gevels, bankjes, plein) / meer vuil	21%	6%	10%	5%
Meer overlast (bijvoorbeeld van personen, auto's)	17%	-	6%	9%
Verandering van supermarkt	16%	9%	5%	-
Minder / minder goede horeca (bijvoorbeeld snackbar, café)	13%	-	5%	5%
Minder activiteiten / evenementen op het winkelcentrum	11%	-	-	5%
Afgenomen klantvriendelijkheid van de winkeliers	6%	-	-	-
Minder goede (reclame)acties van de winkels	5%	-	-	-
Anders, namelijk	32%	x	x	x

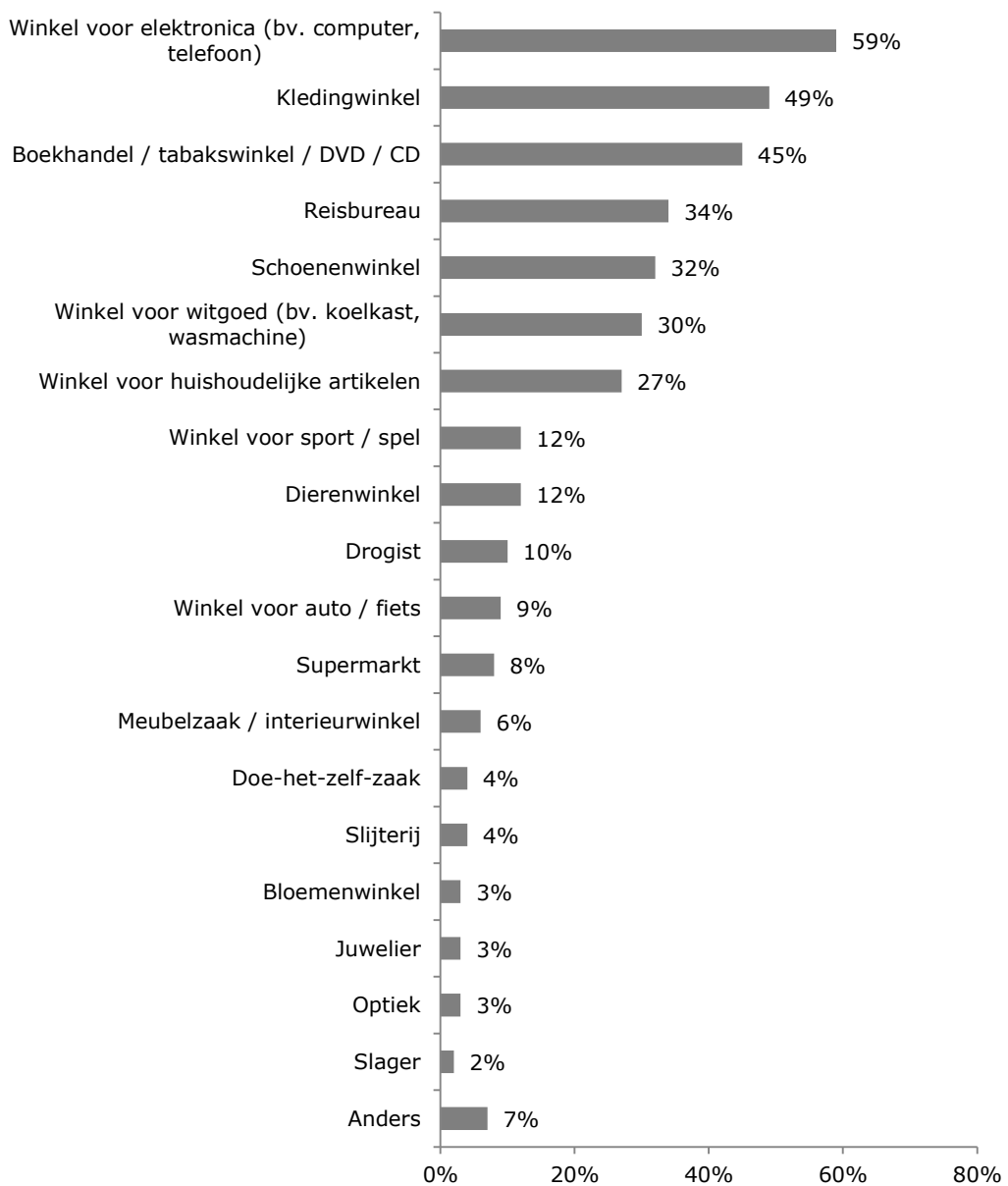
Winkelen via internet

"De afgelopen jaren is het doen van aankopen via internet toegenomen. Wij zijn benieuwd of u ook sommige aankopen doet via internet en of dit betekent dat u daarom minder gebruik maakt van winkels in Nieuwegein. En zo ja, om wat voor soort winkels het dan gaat."

Van de panelleden is 42% minder gebruik gaan maken van winkels in Nieuwegein, omdat ze sommige aankopen via internet doen.

Zij maken met name minder gebruik van winkels voor elektronica (59%), kledingwinkels (49%) en boekhandels / tabakswinkels / DVD / CD (45%) (figuur 6).

Figuur 6: Van wat voor soort winkels in Nieuwegein maakt u minder gebruik, omdat u (een deel van) uw aankopen via internet doet? *Meerdere antwoorden mogelijk* (n = 401)



Het Inwonerspanel

In 2006 is er een digitaal panel van Nieuwegeinse inwoners gevormd, het huidige Inwonerspanel. Het Inwonerspanel bestaat uit een min of meer vaste groep Nieuwegeinse inwoners van 12 jaar en ouder, die via internet reageert op actuele onderwerpen. Omdat het een bestaand panel is en het proces gedigitaliseerd is, krijgen we als gemeente snel een beeld van wat er leeft onder de Nieuwegeinse bevolking. Met deze informatie kunnen we het gemeentelijke beleid verbeteren. Uiteraard beschikt niet iedereen in Nieuwegein over een computer met e-mail en internet, waardoor niet iedereen kan meedoen. Maar wanneer wij kijken naar de persoonskenmerken geslacht en woonwijk dan zien we dat het Inwonerspanel een goede afspiegeling is van de totale volwassen Nieuwegeinse bevolking. Bij leeftijd is er sprake van een redelijk goede afspiegeling van 18 tot 80 jaar. De groep 18-29 is wat ondervertegenwoordigd; de groep 50-69 oververtegenwoordigd.

Bijlage I: Uitsplitsingen naar winkelcentrum

In deze bijlage zijn de resultaten van het onderzoek uitgesplitst naar een aantal winkelcentra. Het gaat om de winkelcentra waarvan 40 of meer panelleden hebben aangegeven deze het meest te bezoeken. Dit zijn Cityplaza, Muntplein, Hoogzandveld, Galecop en Makado. Waar mogelijk zijn ook opvallende resultaten van de andere winkelcentra genoemd.

Wanneer bepaalde resultaten niet genoemd zijn, is dit omdat het aantal respondenten bij die vraag te klein is.

Belangrijkste redenen bezoek winkelcentrum

De belangrijkste redenen om het "meest bezochte" winkelcentrum het meest te bezoeken zijn niet voor ieder winkelcentrum hetzelfde. Voor Cityplaza is het "aanbod van andere winkels, voor niet-dagelijkse boodschappen" het meest genoemd als reden om dit winkelcentrum het meest te bezoeken (49%). Voor de winkelcentra Galecop, Hoogzandveld en Muntplein (respectievelijk 89%, 70% en 67%) is de meest genoemde reden dat het winkelcentrum het dichtst bij huis is. Het "aanbod van andere winkels dan supermarkt voor dagelijkse boodschappen" is door de bezoekers van Makado het meest genoemd (51%) (tabel I.1).

Tabel I.1: Waarom bezoekt u dit winkelcentrum het meest? *Kies de voor u (maximaal 3) belangrijkste redenen* Uitgesplitst naar winkelcentra (waarbij n is groter dan 40), op volgorde van meest genoemde reden (totaal)

	Cityplaza	Muntplein	Hoogzandveld	Galecop	Makado	Totaal
Dichtst bij huis	39%	67%	70%	89%	47%	58%
Prettige supermarkt	36%	24%	37%	30%	28%	34%
Gratis parkeren	-	51%	49%	36%	28%	25%
Aanbod andere winkels, voor niet-dagelijkse boodschappen	49%	5%	-	0%	-	21%
Prettig winkelcentrum	31%	18%	13%	10%	33%	20%
Aanbod andere winkels dan supermarkt voor dagelijkse boodschappen	11%	28%	16%	23%	51%	17%
Goede bereikbaarheid met de auto	13%	20%	20%	12%	23%	15%
Goede bereikbaarheid met de fiets / scooter / brommer	17%	14%	17%	-	-	14%
Goedkope supermarkt	8%	22%	-	-	-	12%
Voldoende parkeerplek	8%	8%	13%	13%	-	9%
Voldoende stalling voor fiets / scooter / brommer	10%	-	-	0%	0%	5%
Dichtbij werk	4%	-	-	0%	-	3%
Dichtbij school kinderen	-	0%	0%	-	0%	0%
Anders	-	4%	-	-	0%	3%
Markt	-	0%	0%	0%	0%	1%
n =	359	177	142	78	43	947

Bezoek winkels

Voor alle vijf de winkelcentra geldt dat de supermarkt de meest bezochte winkel is tijdens een bezoek aan het winkelcentrum. De drogist volgt, bij de winkelcentra Muntplein, Galecop en Hoogzandveld. Op Cityplaza wordt "kledingwinkel" na de supermarkt het meest bezocht, en op Makado de bakker (tabel I.2).

Tabel I.2: Welke soorten winkels bezoekt u het meest wanneer u naar het door u meest bezochte winkelcentrum gaat? Geef maximaal drie soorten winkels aan. Uitgesplitst naar winkelcentra (waarbij n is groter dan 40), op volgorde van meest bezochte type winkel (totaal)

	Cityplaza	Muntplein	Hoogzandveld	Galecop	Makado	Totaal
Supermarkt	79%	88%	94%	96%	91%	87%
Drogist	40%	54%	39%	54%	0%	37%
Kledingwinkel	52%	-	0%	0%	-	20%
Winkel voor huishoudelijke artikelen	22%	19%	23%	0%	0%	16%
Bakker	1%	15%	18%	22%	49%	12%
Boekhandel / tabakswinkel / winkel voor media	11%	16%	16%	14%	21%	12%
Slager	-	12%	18%	30%	35%	10%
Winkel voor elektronica	19%	0%	0%	0%	0%	8%
Kaas-notenwinkel	2%	16%	4%	14%	0%	7%
Groente-fruitwinkel	-	12%	11%	0%	40%	7%
Slijterij	6%	9%	5%	14%	0%	6%
Bloemenwinkel	3%	5%	4%	12%	-	6%
Vishandel	7%	-	8%	-	0%	5%
Schoenenwinkel	11%	0%	0%	0%	-	4%
Dierenwinkel	2%	9%	6%	0%	0%	4%
Optiek	3%	-	0%	0%	0%	2%
Stomerij	-	-	0%	0%	0%	1%
Winkel voor witgoed	2%	0%	0%	0%	0%	1%
Winkel voor sport / spel	2%	0%	0%	0%	-	1%
Winkel voor auto / fiets	-	-	-	0%	0%	1%
Anders	5%	5%	4%	6%	12%	2%
Goedkope winkel (bv. Action)	2%	0%	18%	0%	0%	3%
Horeca	-	0%	0%	0%	-	2%
Kapper	-	0%	-	0%	0%	1%
Bibliotheek	2%	0%	0%	0%	0%	1%
Markt	-	-	0%	0%	0%	1%
Winkel voor speelgoed / cadeau	1%	0%	0%	0%	0%	1%
Warenhuis	2%	0%	0%	0%	0%	
n =	359	177	142	78	43	947

Meest gebruikte vervoermiddel voor bezoek winkelcentrum

De fiets is gemiddeld gezien het meest gebruikte vervoermiddel om een winkelcentrum in Nieuwegein te bezoeken (38%). Dit geldt ook voor Hoogzandveld (40%) en Cityplaza (39%). Voor Muntplein (44%), Makado (41%) en Galecop (40%) is de auto het meest gebruikte vervoermiddel om het winkelcentrum te bezoeken. Galecop en Makado worden daarnaast relatief veel lopend bezocht (respectievelijk 37% en 35%) (tabel I.3).

Tabel I.3: Op welke manier gaat u meestal naar dit winkelcentrum? Uitgesplitst naar winkelcentra (waarbij n is groter dan 40), op volgorde van meest gebruikte vervoermiddel (totaal)

	Cityplaza	Muntplein	Hoogzandveld	Galecop	Makado	Totaal
Met de fiets	39%	41%	40%	23%	23%	38%
Met de auto	33%	44%	37%	40%	41%	36%
Lopend	23%	14%	21%	37%	35%	24%
Met de scooter / brommer	-	-	-	0%	0%	1%
Met het openbaar vervoer	2%	0%	0%	0%	0%	1%
Anders	2%	-	0%	0%	0%	1%
n =	359	177	142	78	43	947

Belangrijkste pluspunten meest bezochte winkelcentrum

De panelleden konden voor het winkelcentrum dat zij het meest bezoeken een top drie van belangrijkste pluspunten aangeven. In tabel I.4 staat aangegeven door hoeveel procent het pluspunt in totaal in de top drie is genoemd.

Voor alle vijf de winkelcentra geldt dat "dicht bij huis" het meest genoemde pluspunt is. Van de bezoekers van Galecop heeft 89% "dicht bij huis" in de top drie van pluspunten gezet. Van de bezoekers van Cityplaza heeft 50% "aanbod andere winkels dan supermarkt voor niet-dagelijkse boodschappen" in de top 3 van pluspunten gezet. De helft van de bezoekers van Hoogzandveld en Muntplein noemt "gratis parkeren" in de top 3. Bijna de helft (47%) van de bezoekers van Makado noemt "aanbod andere winkels dan supermarkt voor dagelijkse boodschappen" als pluspunt.

Tabel I.4: Wat vindt u de belangrijkste pluspunten van het door u meest bezochte winkelcentrum? Uitgesplitst naar winkelcentra (waarbij n is groter dan 40), op volgorde van meest genoemde pluspunt (totaal)

	Cityplaza	Muntplein	Hoogzandveld	Galecop	Makado	Totaal
Dicht bij huis	55%	64%	69%	89%	63%	65%
Prettige supermarkt	44%	28%	44%	30%	42%	40%
Gratis parkeren	-	50%	51%	40%	33%	29%
Prettig winkelcentrum	38%	17%	25%	26%	14%	25%
Aanbod andere winkels voor niet-dagelijkse boodschappen	50%	14%	8%	-	9%	23%
Aanbod andere winkels dan supermarkt voor dagelijkse boodschappen	14%	35%	30%	28%	47%	22%
Goede bereikbaarheid met de fiets	20%	20%	20%	17%	14%	20%
Goedkope supermarkt	12%	31%	-	-	21%	18%
Goede bereikbaarheid met de auto	15%	19%	11%	15%	14%	15%
Voldoende parkeerplek	13%	12%	22%	13%	19%	15%
Voldoende stalling voor fiets / scooter / brommer	14%	3%	8%	-	-	9%
Dichtbij werk	4%	-	-	-	-	2%
Dichtbij school kinderen	-	0%	0%	-	0%	1%
Anders						
Ik vind dat dit winkelcentrum geen pluspunten heeft	-	-	-	-	0%	-
n =	359	177	142	78	43	947

"Goedkope supermarkt" wordt door bezoekers van Nettorama / Hildo Kropstraat (85%), Doorslag (60%) en Muntplein (31%) relatief veel genoemd als pluspunt (gemiddeld 18%).

Belangrijkste minpunten meest bezochte winkelcentrum

De panelleden konden voor het winkelcentrum dat zij het meest bezoeken een top drie van belangrijkste minpunten aangeven. In tabel I.5 staat aangegeven door hoeveel procent het minpunt in totaal in de top drie is genoemd.

Gemiddeld is "te weinig aanbod andere winkels voor niet-dagelijkse boodschappen" het meest genoemd als minpunt (36%). Dit geldt ook voor Makado, Galecop, Hoogzandveld en Muntplein. Het meest genoemde minpunt voor Cityplaza is "niet gratis parkeren" (71%). Voor Hoogzandveld geldt dat "supermarkt te duur" door relatief veel bezoekers is genoemd (39% tegenover 13% gemiddeld).

Tabel I.5: Wat vindt u de belangrijkste minpunten van het door u meest bezochte winkelcentrum? Uitgesplitst naar winkelcentra (waarbij n is groter dan 40), op volgorde van meest genoemde pluspunt (totaal)

	Cityplaza	Muntplein	Hoogzandveld	Galecop	Makado	Totaal
Te weinig aanbod andere winkels voor niet-dagelijkse boodschappen	27%	37%	43%	46%	54%	36%
Niet gratis parkeren	71%	-	0%	0%	0%	28%
Te weinig aanbod andere winkels dan supermarkt voor dagelijkse boodschappen	22%	6%	6%	22%	-	21%
Supermarkt te duur	6%	7%	39%	23%	-	13%
Onvoldoende parkeerplek	5%	17%	4%	13%	26%	10%
Onvoldoende stalling voor fiets / scooter / brommer	8%	10%	16%	9%	12%	10%
Onprettig winkelcentrum	8%	12%	4%	-	-	9%
Geen prettige supermarkt	2%	10%	4%	19%	-	6%
Niet dicht genoeg bij huis	6%	5%	6%	-	14%	4%
Geen goede bereikbaarheid met de auto	3%	-	-	0%	-	2%
Geen goede bereikbaarheid met de fiets / scooter / brommer	1%	-	0%	0%	0%	1%
Anders						
Ik vind dat dit winkelcentrum geen minpunten heeft	8%	32%	21%	18%	21%	18%
n =	359	177	142	78	43	947

"Te weinig aanbod andere winkels voor niet-dagelijkse boodschappen" is relatief veel genoemd door bezoekers van Fokkesteeg (48%), Doorslag (43%) en Vreeswijk (43%) (gemiddeld 36%).

"Te weinig aanbod andere winkels dan supermarkt voor dagelijkse boodschappen" is relatief veel genoemd door bezoekers van de Gaarde (67%), Fokkesteeg (67%) en Doorslag (62%) (gemiddeld 21%).

"Onvoldoende parkeerplek" is relatief veel genoemd door bezoekers van Doorslag (67% tegenover 10% gemiddeld).

Ontwikkeling winkelcentrum in afgelopen 5 jaar

Ruim de helft (57%) van de panelleden vindt dat het winkelcentrum dat zij het meest bezoeken de afgelopen 5 jaar vooruit is gegaan. Dit aandeel is het grootst bij de winkelcentra Hoogzandveld (92%) en Cityplaza (77%) (tabel I.6).

Tabel I.6: Vindt u dat het door u meest bezochte winkelcentrum in de afgelopen 5 jaar over het algemeen vooruit is gegaan, gelijk is gebleven of achteruit is gegaan? Uitgesplitst naar winkelcentra (waarbij n is groter dan 40)

	Cityplaza	Muntplein	Hoogzandveld	Galecop	Makado	Totaal
Vooruit gegaan	77%	25%	92%	22%	30%	57%
Gelijk gebleven	10%	50%	6%	63%	44%	28%
Achteruit gegaan	11%	19%	-	14%	16%	12%
n =	359	177	142	78	43	947

Relatief veel bezoekers van Nettorama / Hildo Kropstraat (70%) vinden dat dit "winkelcentrum" de afgelopen 5 jaar vooruit is gegaan (gemiddeld 57%), vooral vergeleken met de kleine winkelcentra (29% tot 43%).

Relatief veel bezoekers van Nedereind (42%) vinden dat dit winkelcentrum de afgelopen 5 jaar achteruit is gegaan (gemiddeld 12%).

De panelleden die vinden dat "hun" winkelcentrum vooruit is gegaan, is gevraagd waarom ze dit vinden.

Meest genoemde redenen voor Hoogzandveld zijn "verandering van supermarkt" (49%), "meer winkels voor dagelijkse boodschappen" (30%) en "beter onderhoud openbare ruimte" (24%). (n = 130)

Meest genoemde redenen voor Cityplaza zijn "winkelcentrum heeft een betere uitstraling gekregen" (80%), "meer / andere winkels voor niet-dagelijkse boodschappen" (58%), "meer / beter horeca aanbod (40%)" en "beter onderhoud openbare ruimte" (30%). (n = 277)

Meest genoemde reden voor Muntplein is "verandering van supermarkt" (42%). (n = 45)

De panelleden die vinden dat "hun" winkelcentrum achteruit is gegaan, is gevraagd waarom ze dit vinden.

Meest genoemde redenen voor Muntplein zijn "minder verzorgde uitstraling" (65%) en "minder / andere winkels voor niet-dagelijkse boodschappen". (n = 34)

Meest genoemde redenen voor Cityplaza zijn "minder / andere winkels voor niet-dagelijkse boodschappen" (47%) en "minder verzorgde uitstraling" (39%). (n = 38)