

Resultaten

Inwonerspanel

Onderzoek binnenstad

In opdracht van: Gemeente IJsselstein

Utrecht, mei 2023

Telefoon: 030 263 10 80
e-mail: info@duomarketresearch.nl
website: www.duomarketresearch.nl



INHOUDSOPGAVE

1	ACHTERGROND EN ONDERWERPEN ONDERZOEK	3
2	ONDERZOEKSOPZET	4
3	SAMENVATTING VAN DE BELANGRIJKSTE RESULTATEN.....	5
4	RESULTATEN	6
4.1	Karakter, bezoekmotief en modaliteit	6
4.2	Winkels, voorzieningen en wonen	10
4.3	Horeca en evenementen	12
4.4	Openbare ruimte en mobiliteit	13
4.5	Prioriteiten.....	14

1 ACHTERGROND EN ONDERWERPEN ONDERZOEK

DUO Market Research heeft in opdracht van de gemeente IJsselstein een Inwonerspanel opgezet. Deze rapportage bevat de resultaten van het onderzoek dat in maart en april 2023 is uitgevoerd. Het centrale thema is de binnenstad van IJsselstein.

2 ONDERZOEKSOPZET

Onderzoeksgroep, onderzoeksmethode en respons

Het onderzoek is uitgevoerd via een online enquête onder de leden van het Inwonerspanel. De leden zijn per e-mail benaderd met het verzoek om deel te nemen aan het onderzoek. In de e-mail is benadrukt dat de deelname aan het onderzoek geheel vrijwillig en anoniem is. Aanvullend heeft de gemeente een algemene link via social media verspreid. De technische realisatie van het online veldwerk voor het onderzoek is door DUO Market Research in eigen beheer uitgevoerd en gemanaged.

Van 14 maart tot en met 4 april 2023 hebben de inwoners de mogelijkheid gekregen de vragenlijst in te vullen. Via het Inwonerspanel hebben 566 inwoners hun medewerking verleend (40% respons). Via de algemene link zijn er 234 respondenten gerealiseerd. Totaal gaat het dus om **800 respondenten**. We hebben geanalyseerd of de gerealiseerde netto-respons een afspiegeling van de gemeente IJsselstein vormt (voor de kenmerken: leeftijd en wijk). Na deze analyse heeft een herweging plaatsgevonden. Dit houdt in dat de antwoorden van de ondervertegenwoordigde groepen "zwaarder" meetellen. De resultaten van het onderzoek zijn op deze manier representatief voor de gemeente IJsselstein als geheel.

Vragenlijst

De vragenlijst is in nauw overleg door de gemeente en DUO Market Research opgesteld.

Opzet rapportage

Conform de reglementen en gedragscodes van de Autoriteit Persoonsgegevens zijn alle antwoorden van de respondenten anoniem verwerkt.

De belangrijkste resultaten zijn opgenomen in hoofdstuk 3. De resultaten van het onderzoek zijn weergegeven in grafieken (zie hoofdstuk 4). In de grafieken zijn de resultaten van de gemeente IJsselstein als geheel weergegeven. In bepaalde grafieken is de vraagstelling en/of zijn de antwoordcategorieën in een verkorte vorm weergegeven.

3 SAMENVATTING VAN DE BELANGRIJKSTE RESULTATEN

Karakter, bezoekmotief en modaliteit

Spontaan associëren inwoners de binnenstad het meest met het woord 'gezellig' (51%). We hebben ook een aantal kenmerken voorgelegd aan de inwoners. Inwoners noemen dan (geholpen) de historische gebouwen (58%) het vaakst als meest bepalend voor het karakter van de binnenstad.

De meest genoemde reden om de binnenstad te bezoeken zijn de winkels (72%). Ook horecabezoek wordt vaak genoemd (45%). Een zeer klein gedeelte van de inwoners (1%) bezoekt de binnenstad nooit. Van de bezoekers van de binnenstad komt iets meer dan de helft (53%) meestal op de fiets. Een derde komt lopend.

Winkels, voorzieningen en wonen

Bezoekers van de binnenstad gaan bij voorkeur naar de binnenstad voor boeken/tijdschriften (60%) en versproducten/delicatessen (54%).

Er is een redelijk eenduidig beeld bij de stelling "het winkelaanbod in de binnenstad is aantrekkelijk". Iets meer dan de helft (56%) van de bezoekers is het (helemaal) eens met de stelling en 23% is het (helemaal) oneens met de stelling. Ook bij de stelling "als er winkels verdwijnen, is het goed als daarvoor woningen in de plaats komen" is er een duidelijk beeld. Bijna twee derde (64%) is het (helemaal) oneens met de stelling. Bijna een vijfde (19%) is het wel (helemaal) eens met de stelling.

Horeca en evenementen

Over dit onderwerp hebben we de bezoekers zes stellingen voorgelegd. Met de stelling dat het Kasteelpark en de Overtoom zich goed lenen voor (kleinschalige) evenementen, zijn de meeste bezoekers het (helemaal) eens, namelijk 86%. Met de stelling dat het al druk genoeg is in de binnenstad zijn daarentegen de minste bezoekers het (helemaal) eens (20%).

Openbare ruimte en mobiliteit

Over dit onderwerp hebben we de bezoekers vijf stellingen voorgelegd. Van de bezoekers is 72% het (helemaal) eens met de stelling om de binnenstad autoluw te maken. Het minst zijn de bezoekers het eens met de stelling dat er voldoende groen is in de binnenstad (31%).

Prioriteiten

De hoogste prioriteit wordt gegeven aan het behoud van een divers winkelaanbod. De minste prioriteit geven de bezoekers aan meer woningen in de binnenstad.

4 RESULTATEN

4.1 Karakter, bezoekmotief en modaliteit

Als eerste hebben we de inwoners de volgende open vraag voorgelegd:

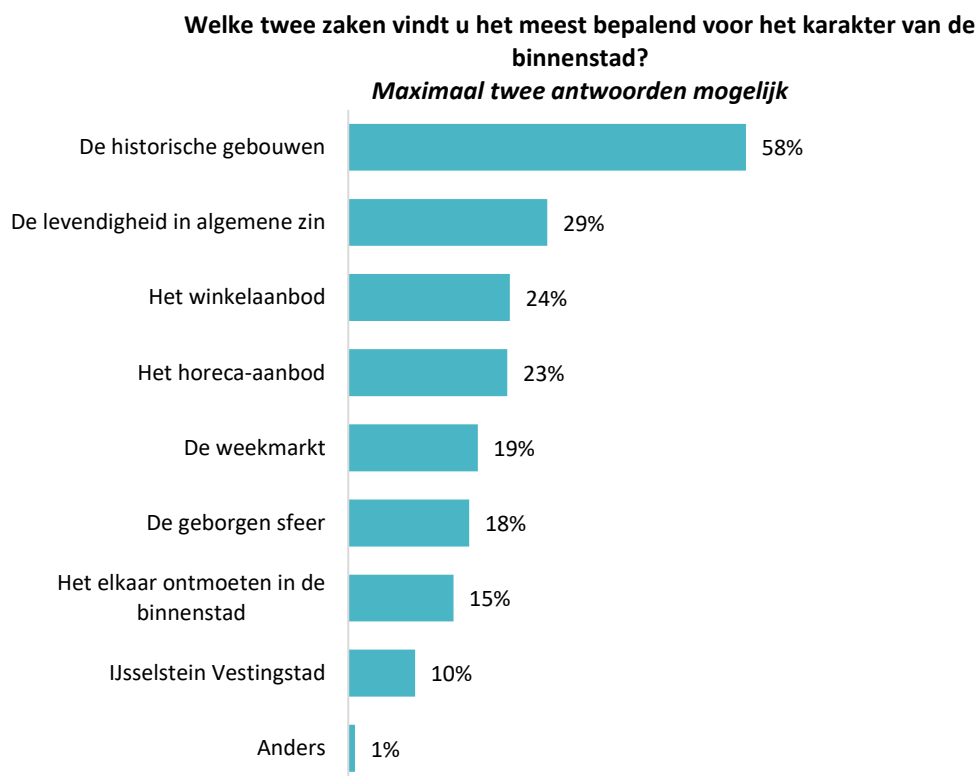
"Met welk woord zou u de binnenstad van IJsselstein typeren?"

We hebben de antwoorden op deze open vraag zo veel mogelijk in een categorie ingedeeld. De gegeven antwoorden zijn echter zeer divers. De drie meest genoemde antwoorden zijn:

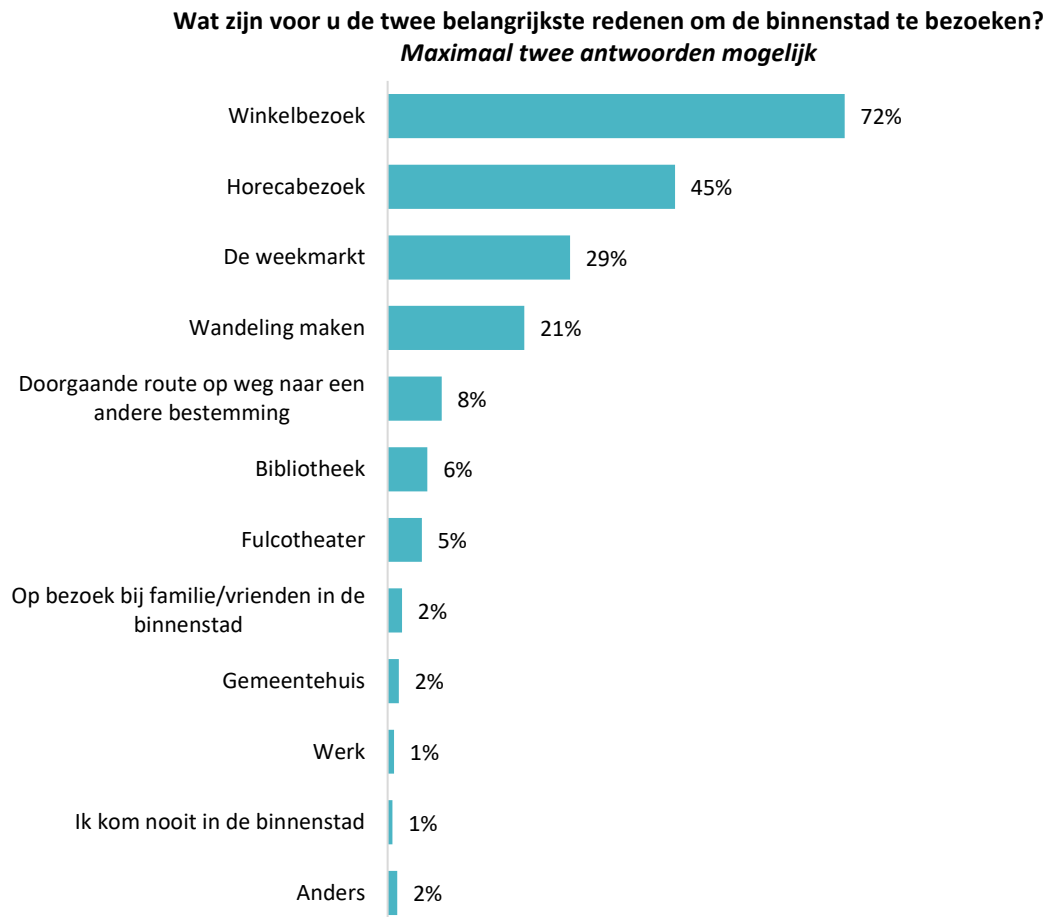
1. Gezellig: 51%.
2. Knus: 7%.
3. Historisch: 5%.

Dit zijn de enige antwoordcategorieën die door 5% of meer van de inwoners genoemd zijn.

Vervolgens hebben we de inwoners een gesloten vraag voorgelegd met de vraag wat ze de twee meest bepalende zaken voor het karakter van de binnenstad vinden. Inwoners noemen de historische gebouwen (58%) het vaakst als meest bepalend voor het karakter van de binnenstad.

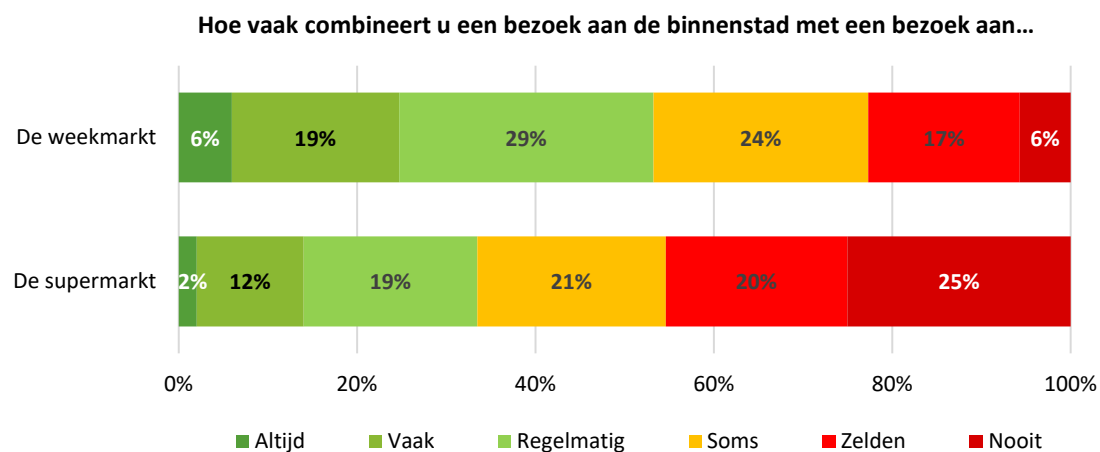


De meest genoemde reden om de binnenstad te bezoeken zijn de winkels (72%). Ook horecabezoek wordt vaak genoemd (45%). Een zeer klein gedeelte van de inwoners (1%) bezoekt de binnenstad nooit.

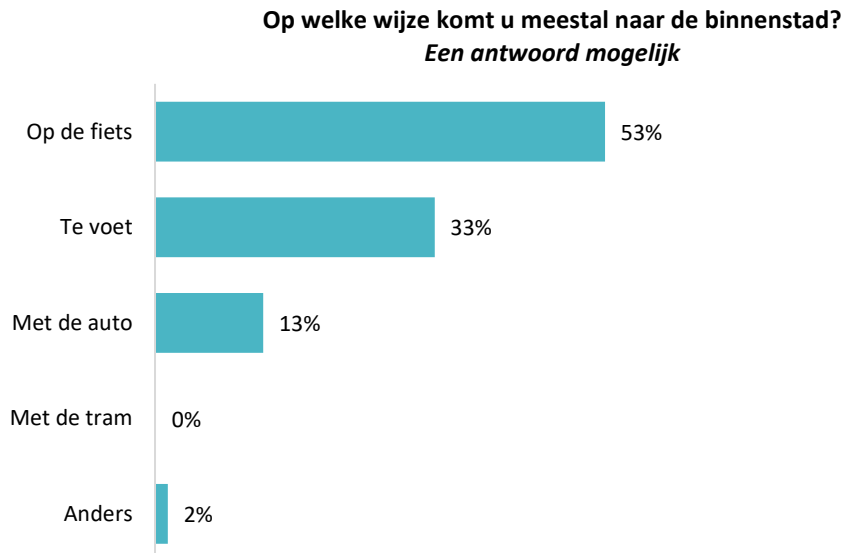


De resterende vragen zijn beantwoord door inwoners die de binnenstad wel bezoeken (99%).

Een kwart (25%) van de bezoekers van de binnenstad combineert het bezoek altijd of vaak met een bezoek aan de weekmarkt.



Iets meer dan de helft (53%) van de bezoekers komt meestal op de fiets. Een derde (33%) geeft aan te voet naar de binnenstad te gaan.



We hebben ook open gevraagd welke plek in de binnenstad de bezoekers het liefst bezoeken en welke ze vermijden. De gegeven antwoorden zijn zeer divers.

De volgende antwoorden worden het meest gegeven als het gaat om de plek die de bezoekers van de binnenstad het liefst bezoeken (alleen antwoorden van 5% of meer zijn opgenomen):

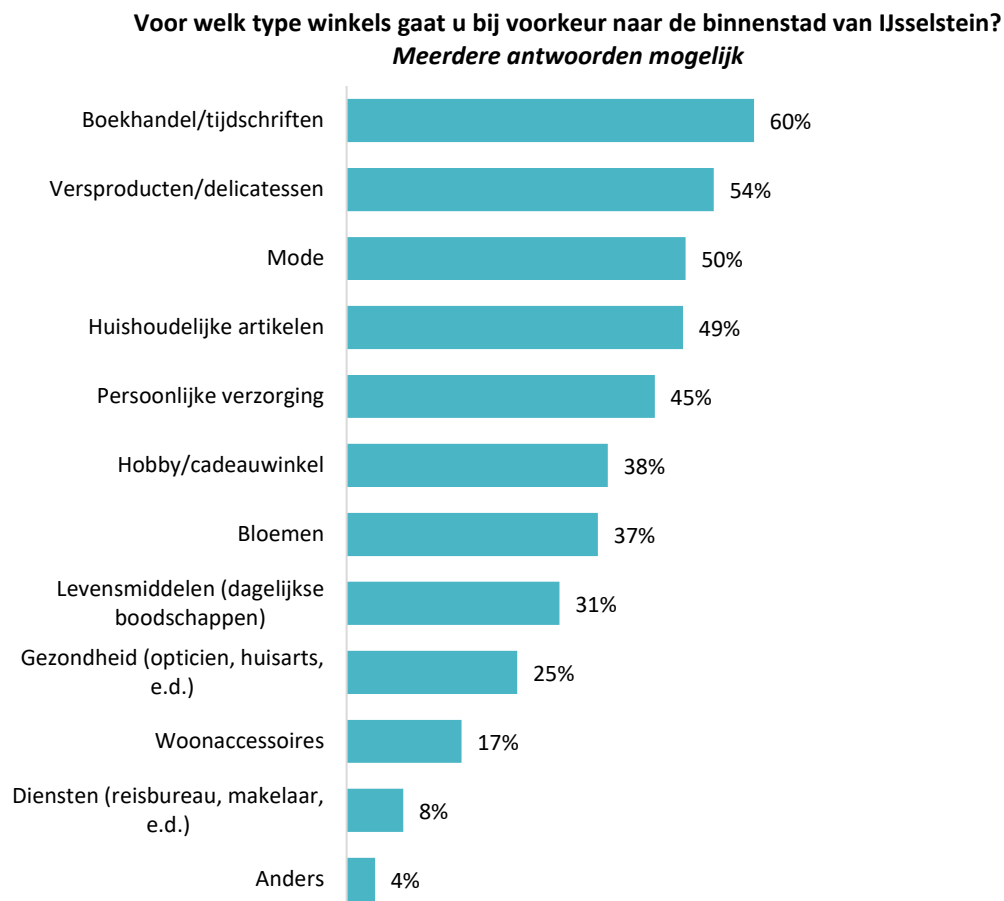
- De winkels/winkelstraat: 16%;
- Benschopperstraat: 11%;
- Horeca/terrassen: 9%;
- Geen specifieke plek: 6%;
- De Weekmarkt/markt: 6%;
- Stadhuisplein: 5%.

De volgende antwoorden worden het meest gegeven als het gaat om de plek die de bezoekers van de binnenstad het liefst vermijden (alleen antwoorden van 5% of meer zijn opgenomen):

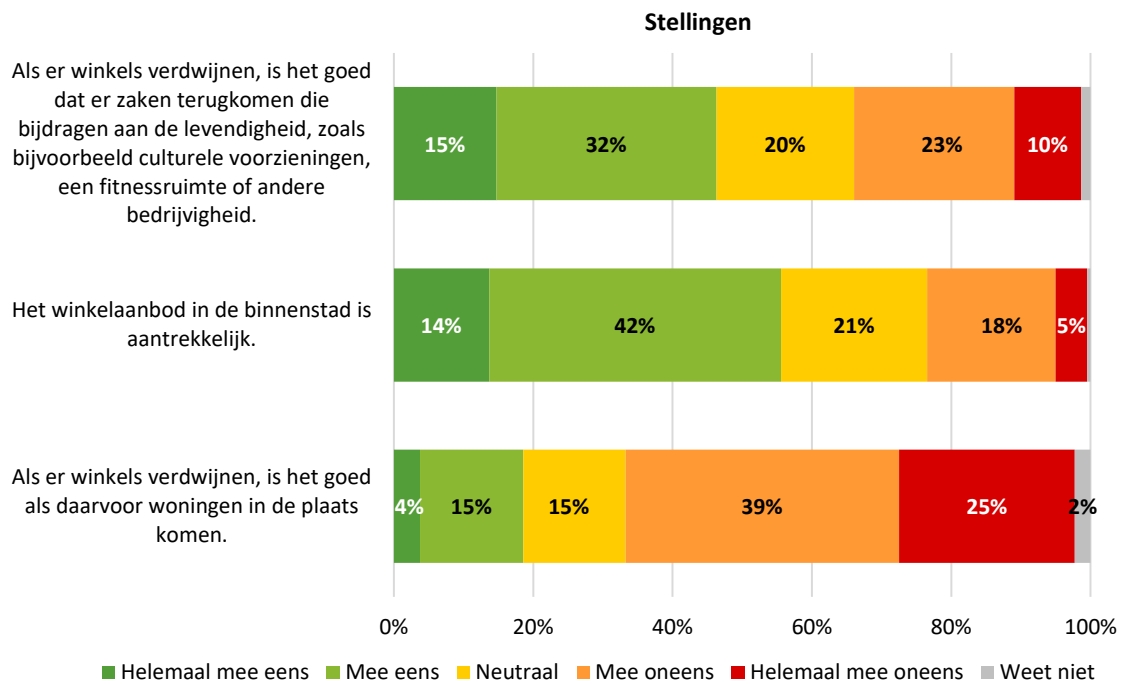
- Geen - ik mijd niets: 44%;
- Voorstraat: 13%.

4.2 Winkels, voorzieningen en wonen

Bezoekers van de binnenstad gaan bij voorkeur naar de binnenstad voor boeken/tijdschriften (60%) en versproducten/delicatessen (54%). (Circa) de helft van de bezoekers gaat daarnaast bij voorkeur naar de binnenstad voor mode (50%) of huishoudelijke artikelen (49%).

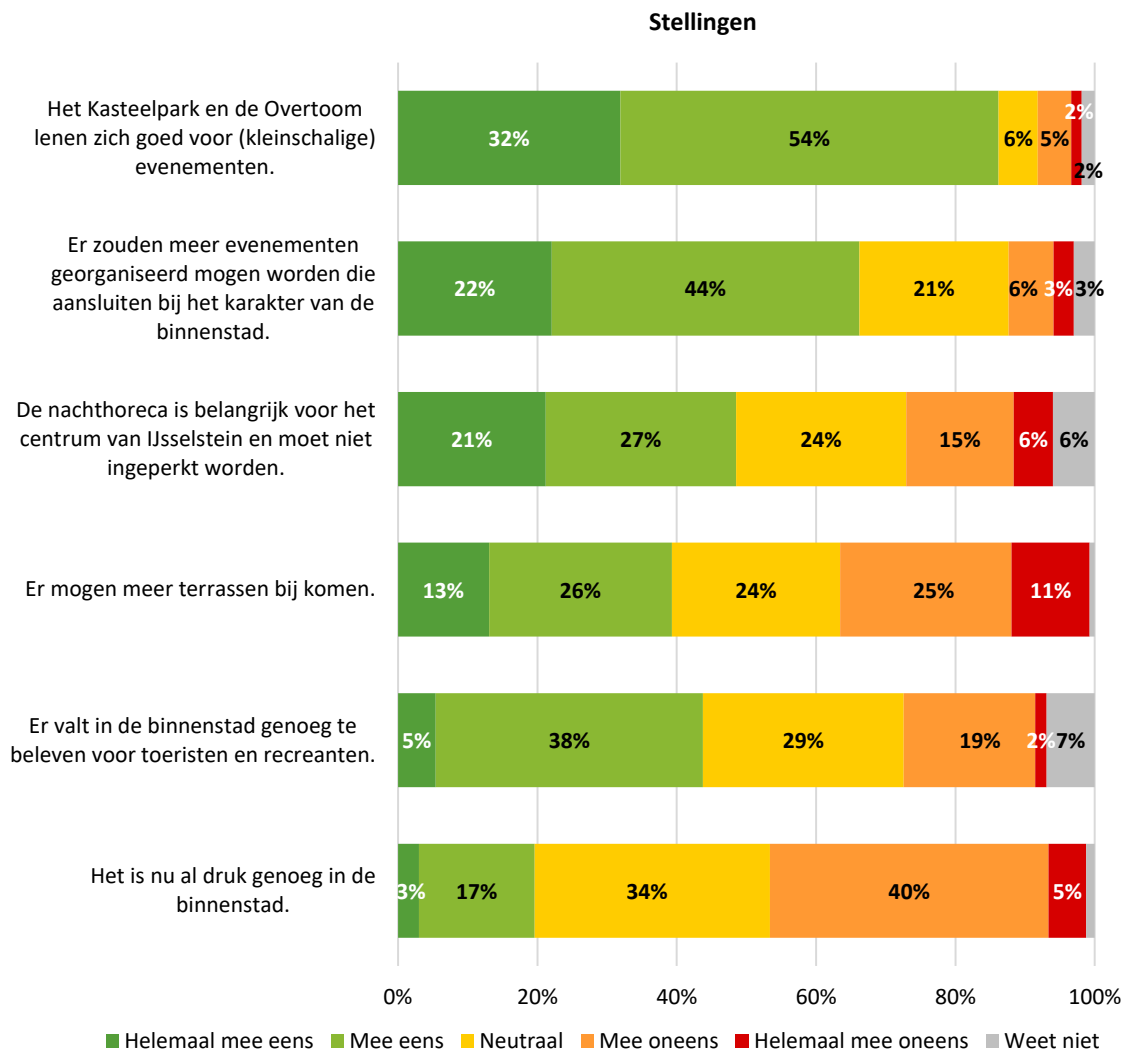


We hebben de bezoekers drie stellingen voorgelegd over de winkels. De resultaten op de eerste stelling laten een verdeeld beeld zien. Wel is er een redelijk eenduidig beeld bij de stelling “het winkelaanbod in de binnenstad is aantrekkelijk”. Ruim de helft (56%) van de bezoekers is het (helemaal) eens met de stelling en bijna een kwart (23%) is het (helemaal) oneens met de stelling. Ook is er een eenduidig beeld over de stelling “als er winkels verdwijnen, is het goed als daarvoor woningen in de plaats komen”. Bijna twee derde (64%) is het (helemaal) oneens met de stelling. Bijna een vijfde (19%) is het wel (helemaal) eens met de stelling.



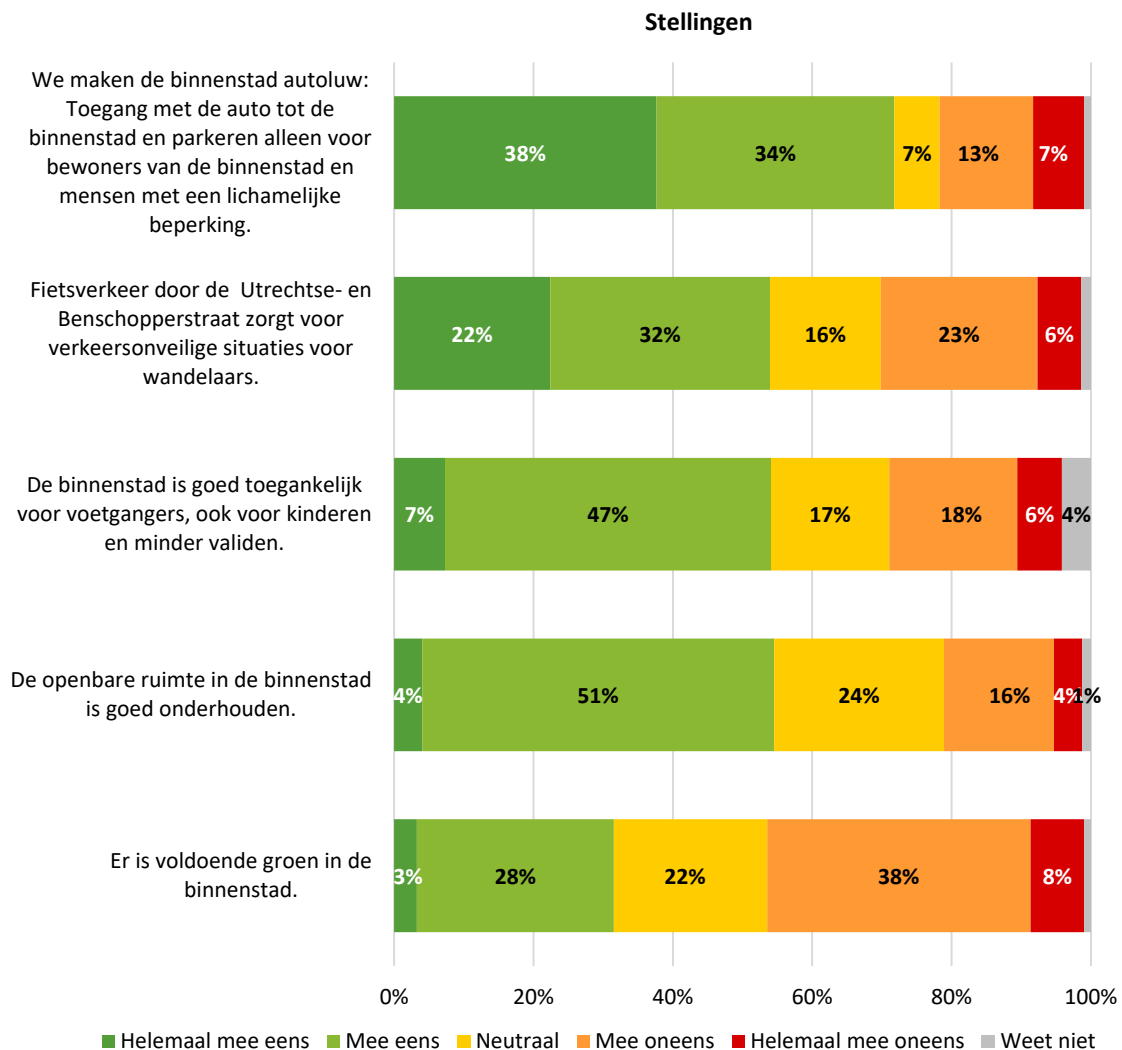
4.3 Horeca en evenementen

Over dit onderwerp hebben we de bezoekers zes stellingen voorgelegd. De bezoekers zijn het meest eens met de stelling dat het Kasteelpark en de Overtoom zich goed lenen voor (kleinschalige) evenementen: 86% is het hier (helemaal) mee eens. Het minst zijn bezoekers het eens met de stelling dat het al druk genoeg is in de binnenstad: 20% is het hier (helemaal) mee eens.



4.4 Openbare ruimte en mobiliteit

Over dit onderwerp hebben we de bezoekers vijf stellingen voorgelegd. Van de bezoekers is 72% het (helemaal) eens met de stelling om de binnenstad autoluw te maken. Het minst zijn de bezoekers het eens met de stelling dat er voldoende groen is in de binnenstad (31%).



4.5 Prioriteiten

We hebben ook (open) gevraagd wat bezoekers het meeste missen in de binnenstad. Ook hier komen zeer diverse antwoorden naar voren. De volgende antwoorden worden door 5% of meer van de bezoekers genoemd: niets (17%), meer (variatie) in winkels (8%) en een sportzaak (5%).

Tot slot hebben we elf aspecten voorgelegd en gevraagd welke prioriteit ze van de bezoekers krijgen (van zeer laag tot zeer hoog). De hoogste prioriteit wordt gegeven aan het behoud van een divers winkelaanbod (91% geeft hier een (zeer) hoge prioriteit aan). De minste prioriteit geven de bezoekers aan meer woningen in de binnenstad (52% geeft hier een (zeer) lage prioriteit aan).

