



Rapportage Burgerpanel Meting 2 2012 (Mei/Juni)

1. Uitvoering

Alle 809 leden van het digitale Burgerpanel Hilversum zijn uitgenodigd om deel te nemen aan deze peiling.

Het veldwerk werd uitgevoerd in de periode 14 mei t/m 3 juni 2012. Op sluitingsdatum hadden 562 panelleden de vragenlijst volledig ingevuld. Derhalve een respons van 69%.

Het onderwerp voor deze peiling was: “Hoe waarderen **Hilversummers** de Hilversumse warenmarkt? Wat vindt men goed? En wat acht men voor verbetering vatbaar?”.

2. Representativiteit

Het Burgerpanel wordt digitaal benaderd. Dat houdt in, dat huishoudens zonder internetaansluiting - circa 10% in 2012 - 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?

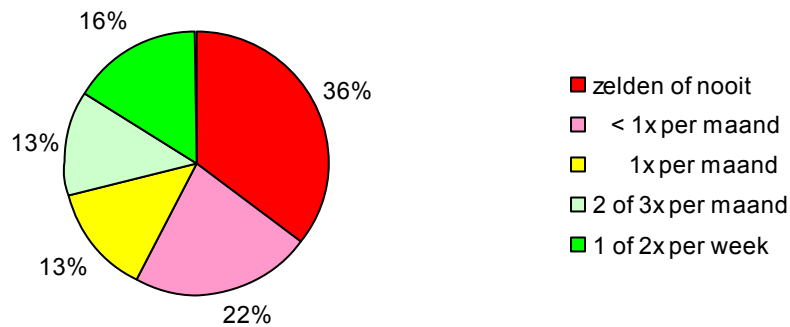
De resultaten op de diverse enquêtevragen worden teruggekoppeld aan de ambtelijke opdrachtgevers, meestal beleidsmedewerkers. Zij betrekken deze resultaten bij hun ambtelijke advisering.

4. Resultaten

Bezoek markt

Ongeveer 42% van de Hilversummers bezoekt min of meer geregeld (1x per maand of vaker) de Hilversumse warenmarkt. Ruim een derde (36%) gaat zelden of nooit, zie onderstaand cirkeldiagram.

Bezoek markt 2012



Van de Hilversummers, die wel eens de markt bezoeken, doet 80% dat om daadwerkelijk daar te winkelen (bij ruim een kwart van hen speelt ook de gezelligheid een rol), terwijl 20% louter vanwege de gezelligheid de markt bezoekt.

Bijna driekwart (73%) van de Hilversumse marktbezoekers gaat meestal met de fiets naar de markt; 14% doet dat lopend, 11% met de auto en 2% met de bus. Andere vervoermiddelen (zoals taxi, motor, scooter of bromfiets) worden in dit kader niet of nauwelijks genoemd.

Ongeveer een derde (32%) van de Hilversumse marktbezoekers vindt, dat er voldoende **parkeermogelijkheden** voor de auto zijn in de buurt van de markt; eveneens 32% is deze mening niet toegedaan, terwijl 36% hieromtrent geen mening gaf (nagenoeg allemaal Hilversummers, die met de fiets of lopend naar de markt gaan).

Van de Hilversumse marktbezoekers vindt 44% het **parkeertarief** voor de auto niet acceptabel; 13% vindt dit tarief wel acceptabel, terwijl 39% geen mening gaf; 4% gaf een ander antwoord.

Oordeel over aanbod van producten

Uit onderstaande tabel blijkt, dat een ruime meerderheid van de marktbezoekers in het algemeen tevreden is over het aanbod van voedingsmiddelen, specialiteiten, bloemen en planten.

Minder tevreden is men over het aanbod van textiel; “te weinig variatie”, “geen stoffen-/lapjeskramen meer” zijn de meest genoemde redenen hiervoor.

Product	Tevreden	Niet tevreden/ niet ontevreden	Ontevreden	Totaal
Voedingsmiddelen	92%	5%	3%	100%
Specialiteiten	86%	13%	1%	100%
Bloemen en planten	88%	10%	2%	100%
Textiel	37%	52%	11%	100%

Verder valt op de behoefte aan een aanbod van meer biologische producten op de markt.

Het merendeel van de marktbezoekers (71%) is over het geheel genomen tevreden over de prijs/kwaliteit verhouding op de markt.

Openingstijden

Bijna tweederde (62%) van de marktbezoekers verblijft meestal \pm 15-30 minuten op de markt; 25% verblijft daar doorgaans \pm 30-60 minuten, 1% langer dan 60 minuten, terwijl 11% dat meestal minder dan \pm 15 minuten doet.

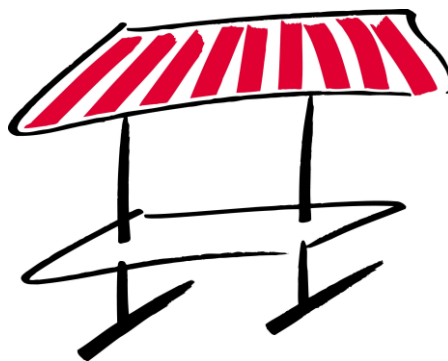
De openingstijd van de markt is van 8.00 uur tot 16.00 uur. Desgevraagd geeft circa driekwart (78%) van de marktbezoekers aan geen behoefte te hebben aan een verlenging van de eindtijd op woensdag. Tevens heeft een meerderheid (94%) géén behoefte aan meer dan 2 marktdagen per week in Hilversum.

Locatie

Het merendeel (63%) van de marktbezoekers is tevreden over de inrichting en routing/looproutes op de markt.

De meeste marktbezoekers (90%) voelen zich doorgaans veilig op de markt; 10% voelt zich doorgaans niet veilig op de markt, vooral uit vrees voor zakkenrollers.

De meningen over de terrassen op en rond de markt zijn verdeeld: 24% tevreden, 55% niet tevreden/niet ontevreden en 21% ontevreden. Overigens is bijna 80% van de marktbezoekers niet op de hoogte van de aanwezigheid van een toiletvoorziening op de markt.

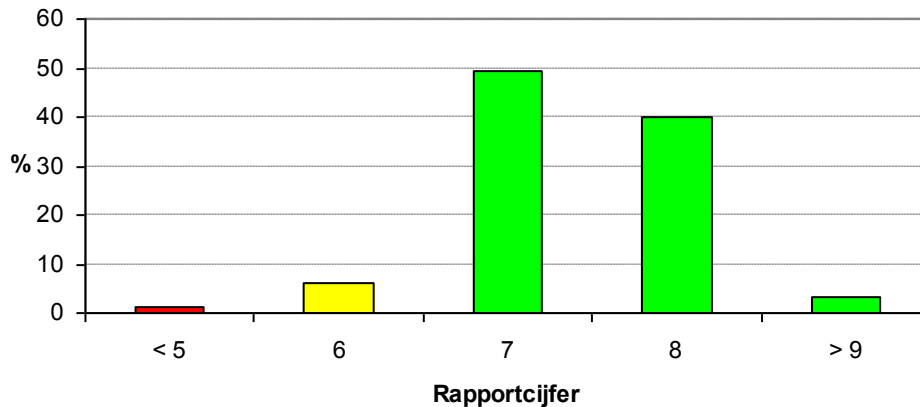


Bijna driekwart (73%) van de marktbezoekers bezoekt doorgaans ook (de winkels in) het centrum van Hilversum, als men naar de markt gaat.

Algemeen

De marktbezoekers waarden de Hilversumse markt in zijn totaliteit met een gemiddeld rapportcijfer van 7,4. Dit gemiddelde rapportcijfer is vooral opgebouwd uit zevens en achten; 1% van de marktbezoekers gaf een onvoldoende, zie onderstaande grafiek.

Waardering voor de Hilversumse markt in zijn totaliteit



Ongeveer een kwart van de marktbezoekers deed suggesties om de Hilversumse warenmarkt (meer) onder de aandacht te brengen (promoten) bij Hilversummers en niet-Hilversummers.

Genoemd werden onder andere:

- (meer) adverteren in huis-aan-huis-bladen, bij lokale en regionale omroep, via sociale media, website, folders/flyers, posters/aanplakbiljetten langs de weg of via een speciale marktkrant.
- markt duidelijker in de kranten/bladen (aparte marktpagina), regelmatig artikelen opnemen over de aanbieders op de markt, “wie staat waar, met welke producten”, benadrukken specialiteiten van de markt/wat is het verschil met Albert Heijn.
- leuke acties (voor de hele markt), (week)aanbiedingen, kortingsbonnen, een “rad van fortuin” met acties van de aanbieders.
- de markt benoemen als een “uitje” met aanwezigheid van terrasjes, te bezoeken in combinatie met natuur en musea (zoals Beeld en Geluid), bewegwijzering vanaf station.