

Bewonerspanel Warenmarkt Vredenburg

Junipeiling 2014: Warenmarkt Vredenburg

Voor de gemeente Utrecht maar ook voor marktondernemers is het van belang om te weten wat voor Utrechters redenen zijn om de warenmarkt Vredenburg wel of niet te bezoeken. Met dit inzicht kan beter worden ingespeeld op wensen van Utrechters met betrekking tot deze warenmarkt. De gemeente werkt samen met de marktondernemers en andere belangenpartijen aan een visie op het toekomstig functioneren van de markt en neemt de uitkomsten van deze enquête hierin mee.

Van 1 tot 15 juni heeft Onderzoek Utrecht een peiling gehouden onder de leden van het Bewonerspanel Utrecht over onder andere de warenmarkt op het Vredenburg. Het Bewonerspanel telt 5.559 leden. Daarvan hebben er 2.854 meegedaan, wat neerkomt op een respons van 51%. Vergeleken met de Utrechtse bevolking, zijn in het Bewonerspanel hoog opgeleiden en autochtonen oververtegenwoordigd en jongeren ondervertegenwoordigd. De resultaten zijn daardoor niet zondermeer te vertalen naar de (gemiddelde) mening van de Utrechter, maar geven wel een goede indicatie.

Voor het invullen van de vragenlijst hebben de leden een uitnodigingsmail gekregen en een week later een herinneringsmail. Meer informatie over het Bewonerspanel Utrecht vindt u op de website www.utrecht.nl/bewonerspanel.

Belangrijkste resultaten

Bezoekfrequentie warenmarkt Vredenburg

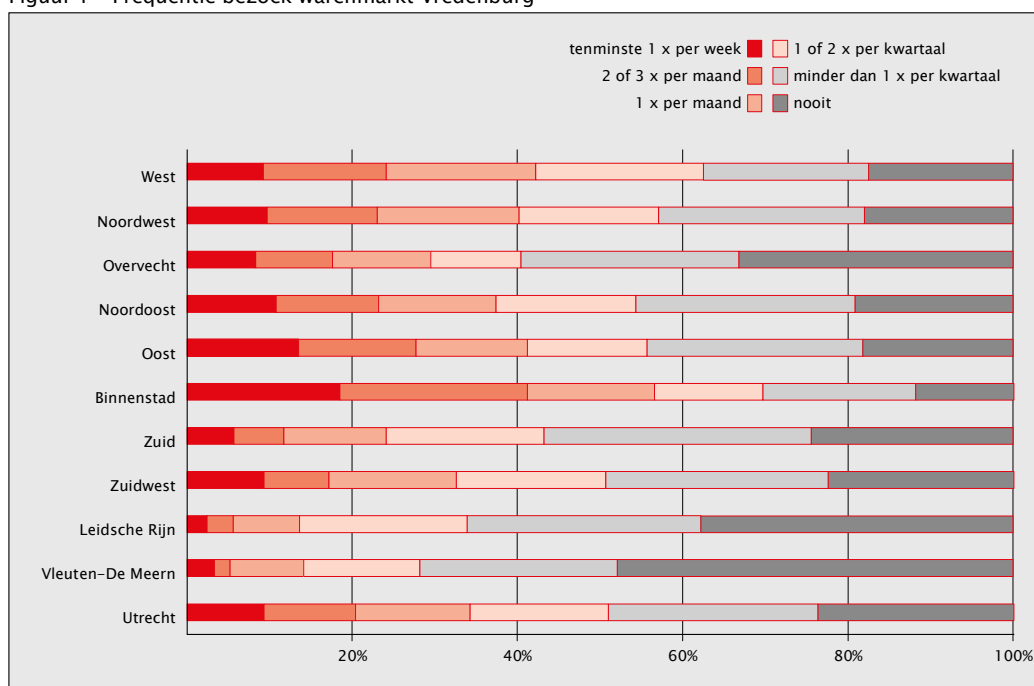
- Ruim 9% van de panelleden bezoekt de warenmarkt tenminste 1 keer per week. Een kwart brengt niet elke week een bezoek maar wel 1 tot 3 keer per maand. Bijna een kwart van de panelleden gaat nooit naar de warenmarkt.

Verdeling bezoekfrequenties	
	percentageverdeling
tenminste 1 x per week	9%
2 of 3 x per maand	11%
1 x per maand	14%
1 of 2 x per kwartaal	17%
minder dan 1 x per kwartaal	25%
nee, ik ga nooit naar de Vredenburg warenmarkt	24%
totaal	100%

Bron: Bewonerspanel junipeiling 2014

- Als we kijken naar de groep die tenminste 1 x per maand de warenmarkt bezoekt (en daarbinnen naar de frequentieverdeling), dan maken panelleden van de Binnenstad duidelijk het meest gebruik van de warenmarkt, gevolgd door de wijken Oost, West en Noordoost. Een relatief laag gebruik is er voor panelleden uit de wijken Leidsche Rijn en Vleuten-De Meern, gevolgd door de wijk Zuid.

Figuur 1 – Frequentie bezoek warenmarkt Vredenburg

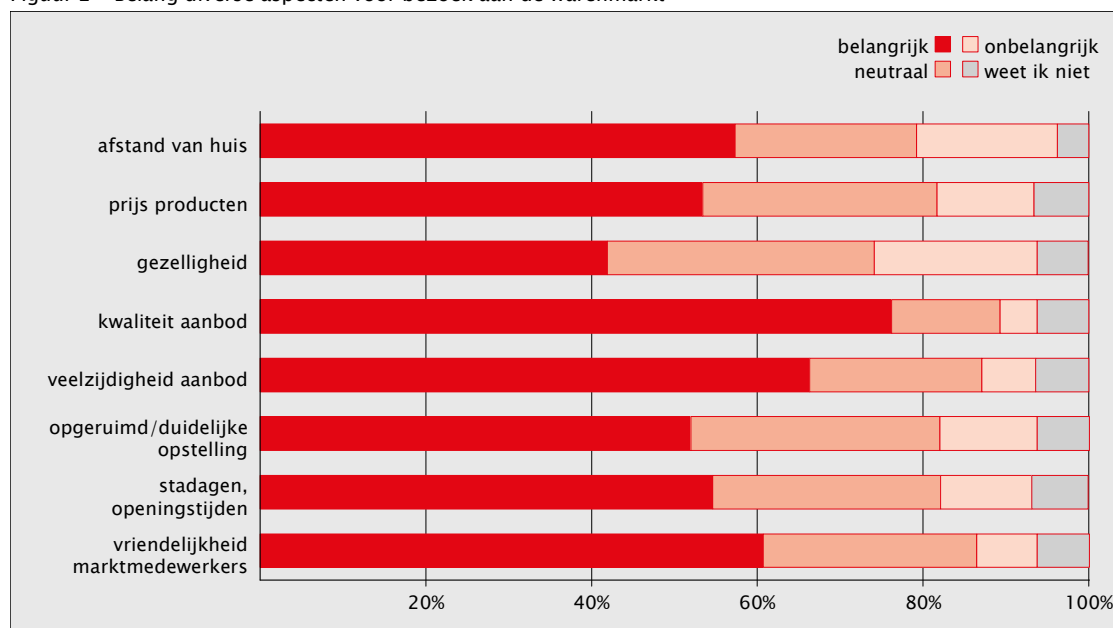


Bron: Bewonerspanel junipeiling 2014

Belang diverse aspecten

- De kwaliteit en veelzijdigheid van het aanbod zijn de belangrijkste aspecten voor het bezoeken van de warenmarkt Vredenburg. De gezelligheid wordt het minst vaak genoemd als belangrijk aspect om de warenmarkt te bezoeken.

Figuur 2 – Belang diverse aspecten voor bezoek aan de warenmarkt



Bron: Bewonerspanel junipeiling 2014

- Er is geen duidelijke relatie tussen het belang dat aan de afstand van huis naar de warenmarkt wordt gehecht en de bezoekfrequentie van de warenmarkt.
- Voor alle overige aspecten is er wel een verband. De panelleden die relatief vaak naar de warenmarkt gaan vinden deze aspecten belangrijker dan de panelleden die minder vaak gaan. Panelleden die nooit naar de warenmarkt gaan hechten er het minst belang aan.
- De panelleden die tenminste 1x per maand naar de warenmarkt Vredenburg gaan (de eerste drie kolommen) hechten na kwaliteit en veelzijdigheid van het aanbod het meeste belang aan vriendelijkheid van de marktmedewerkers.

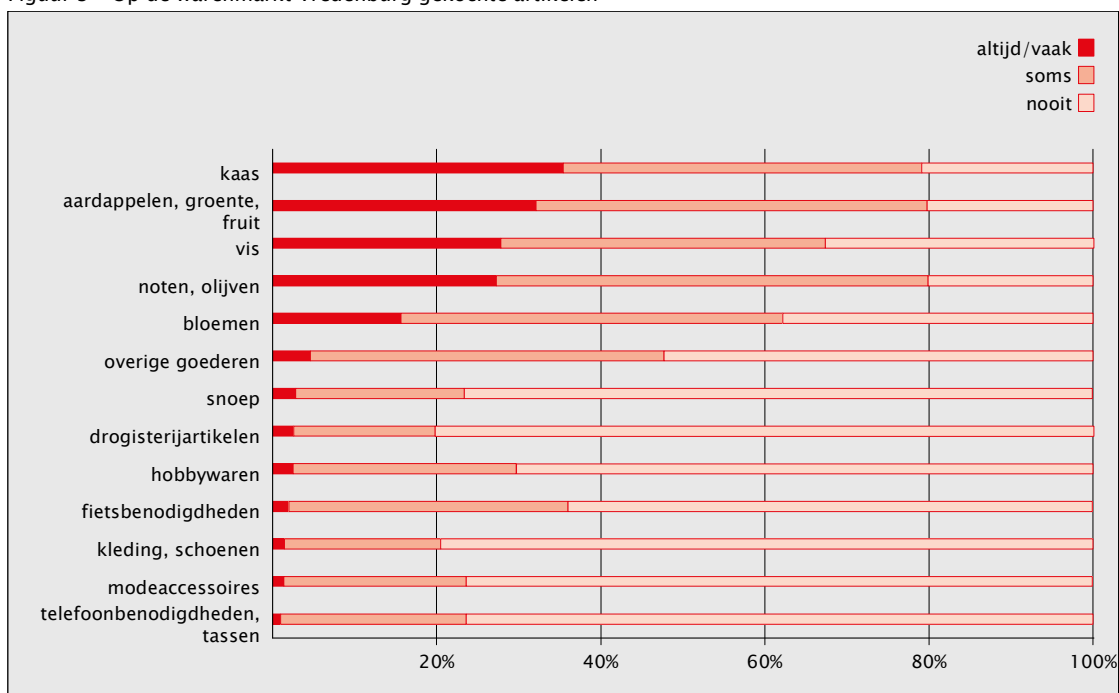
Per klasse bezoekfrequentie: het % panelleden dat aspect belangrijk vindt						
	tenminste 1x per week	2-3x per maand	1x per maand	1-2x per kwartaal	<1x per kwartaal	nooit
afstand	58%	53%	57%	57%	59%	57%
prijs	67%	69%	61%	59%	50%	36%
gezelligheid	62%	51%	48%	40%	41%	28%
kwaliteit	93%	87%	87%	82%	74%	55%
veelzijdig aanbod	84%	81%	75%	68%	67%	45%
opgeruimd	61%	52%	60%	53%	53%	42%
stadagen	61%	61%	62%	61%	53%	42%
vriendelijkheid	80%	71%	70%	60%	59%	44%

Bron: Bewonerspanel junipeiling 2014

Gekochte artikelen

- Dooreen genomen kopen de panelleden op de warenmarkt vooral levensmiddelen. Naar aandeel van de panelleden dat het artikel altijd of vaak koopt is de volgorde: 1. kaas, 2. aardappelen, groente en fruit, 3. vis, 4. noten en olijven. Daarnaast worden ook bloemen relatief vaak gekocht.
- Alle overige artikelen worden veel minder vaak gekocht. De panelleden die het artikel nooit kopen zijn daarbij in de meerderheid.

Figuur 3 – Op de warenmarkt Vredenburg gekochte artikelen



Bron: Bewonerspanel junipeiling 2014

Combinatie met andere bezoekmotieven

- Panelleden combineren een bezoek aan de warenmarkt Vredenburg voornamelijk met winkelbezoek (78%). Het gaat vooral om winkelbezoek aan de oude binnenstad, want bezoekers van Hoog Catharijne zijn duidelijk in de minderheid (26%).
- Voor ruim een kwart hoort horecabezoek bij een bezoek aan de warenmarkt.

Combineren bezoek warenmarkt met iets anders

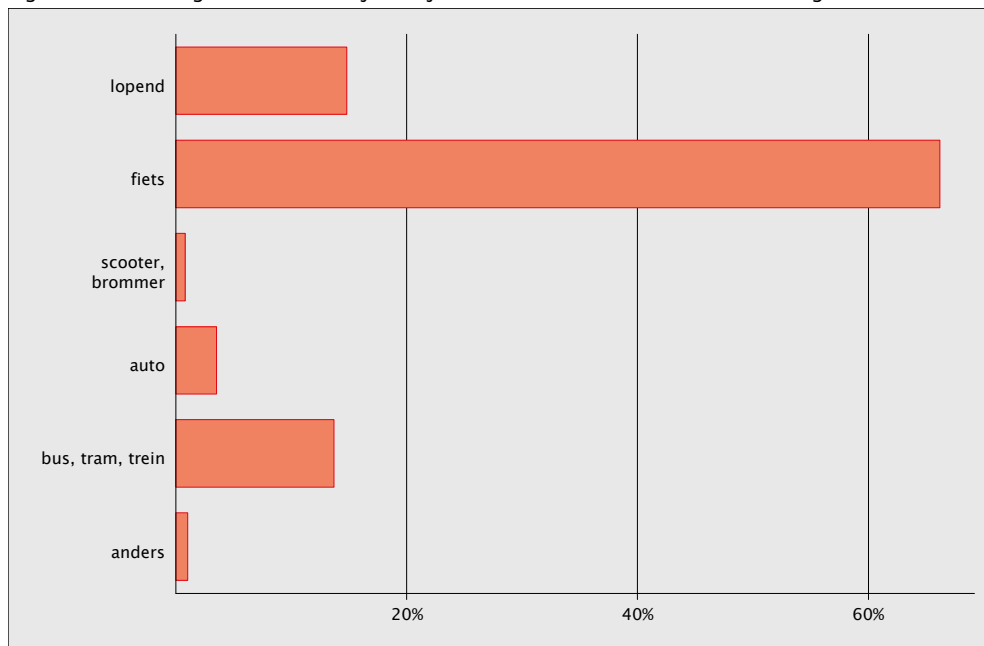
	aandeel panelleden
winkelen	78%
bezoek aan Hoog Catharijne	26%
bezoek andere markt centrum	6%
ontmoeten familie, vrienden	11%
culturele activiteit	7%
horecabezoek	26%
iets anders	8%
nee, alleen warenmarkt	11%

Bron: Bewonerspanel junipeiling 2014

Vervoerswijze naar de warenmarkt Vredenburg

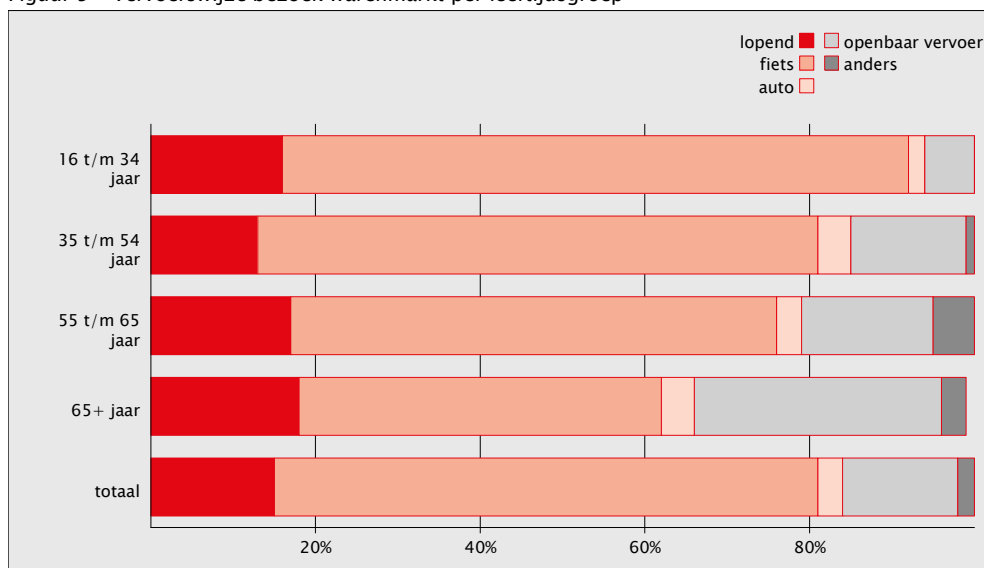
- Fietsen is de dominante vervoerswijze bij het bezoeken van de warenmarkt Vredenburg. Tweederde van de panelleden gebruikt meestal de fiets (66%). Een noemenswaardig aandeel is er verder voor het van huis uit lopen naar de warenmarkt (15%) en voor gebruik van het openbaar vervoer (14%). De overige vervoerswijzen spelen een bescheiden rol.
- De leeftijd van bezoekers is van invloed op keuze van de vervoerswijze. Naarmate bezoekers van de warenmarkt ouder zijn maken ze minder gebruik van de fiets en vaker van het openbaar vervoer. De leeftijdsgroepen vanaf 35 jaar maken ook wat meer gebruik van de auto, maar ook dan blijft het aandeel van de auto bescheiden.

Figuur 4 - Verdeling over vervoerswijzen bij bezoek aan de warenmarkt Vredenburg



Bron: Bewonerspanel junipeiling 2014

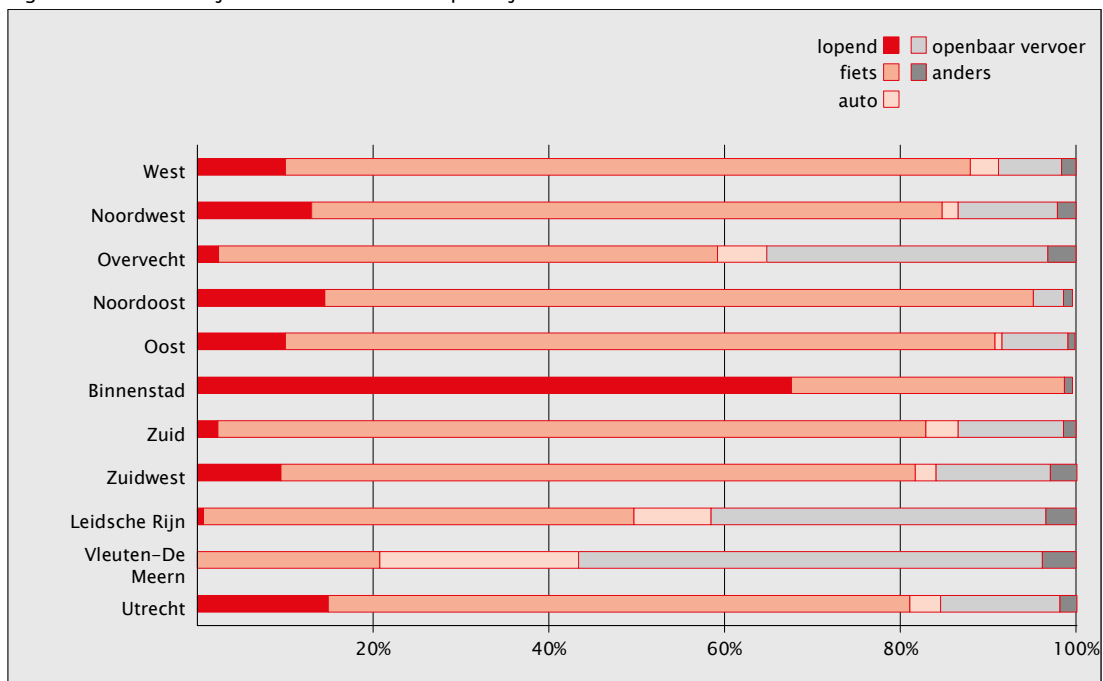
Figuur 5 - Vervoerswijze bezoek warenmarkt per leeftijdsgroep



Bron: Bewonerspanel junipeiling 2014

- Er zijn grote verschillen tussen de wijken in de verdeling over vervoerswijzen bij bezoek aan de warenmarkt. De af te leggen afstand is expliciet van invloed op de keuze van de meest gebruikte vervoerswijze.
- Lopend naar de warenmarkt heeft vooral betrekking op panelleden van de wijk Binnenstad. Aan de andere kant van het spectrum bevindt zich Vleuten–De Meern, waar het meest gebruik wordt gemaakt van gemotoriseerd vervoer, met het accent op openbaar vervoer. Naast het gebruik van de fiets is er ook een relatief hoog aandeel openbaar vervoer voor Leidsche Rijn en Overvecht.
- Een zeer dominante rol van de fiets is er voor de wijken West, Noordwest, Noordoost, Oost, Zuid en Zuidwest.

Figuur 6 – Vervoerswijze bezoek warenmarkt per wijk



Bron: Bewonerspanel junipeiling 2014