

Weekmarkt

Resultaten

In opdracht van
Gemeente Houten



ADV Market Research
Willem Arntszlaan 115 C
3734 EE Den Dolder
www.adv-mr.com

Januari 2013
Rianne van Beek MSc

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	3
Onderzoeksopzet	5
Samenvatting	7
Resultaten	9
Bezoek weekmarkt	9
Algemeen oordeel weekmarkt.....	11
Deelaspecten weekmarkt: sterkte-zwakteanalyse	13
Aanbod weekmarkt.....	14
Indeling weekmarkt	16
Uitstraling weekmarkt	19
Bijlage I – Profiel respondenten	21
Bijlage II – Processtatistieken	22
Bijlage III – Vragenlijst	23
Bijlage IV – Deelaspecten weekmarkt: sterkte-zwakteanalyse	28

Onderzoeksopzet

Aanleiding onderzoek

Iedere week vindt op donderdag van 8.00 tot 14.00 uur op het Rond de weekmarkt plaats. Deze markt bestaat uit ongeveer 37 kramen, waarvan de meeste food.

De gemeente bevindt zich in een verkennende fase rondom deze weekmarkt. De opzet en indeling van de markt zijn al een tijd niet meer veranderd. Op dit moment worden er in Nederland veel initiatieven genomen om weekmarkten een andere opzet of impuls te geven. De gemeente wil daarom graag weten of de markt in Houten ook aan verandering toe is. Graag wil zij daarom weten welke mensen de weekmarkt bezoeken, of de inrichting en het aanbod volstaan en of een eventuele verhuizing naar het Onderdoor gewenst is.

Methode onderzoek

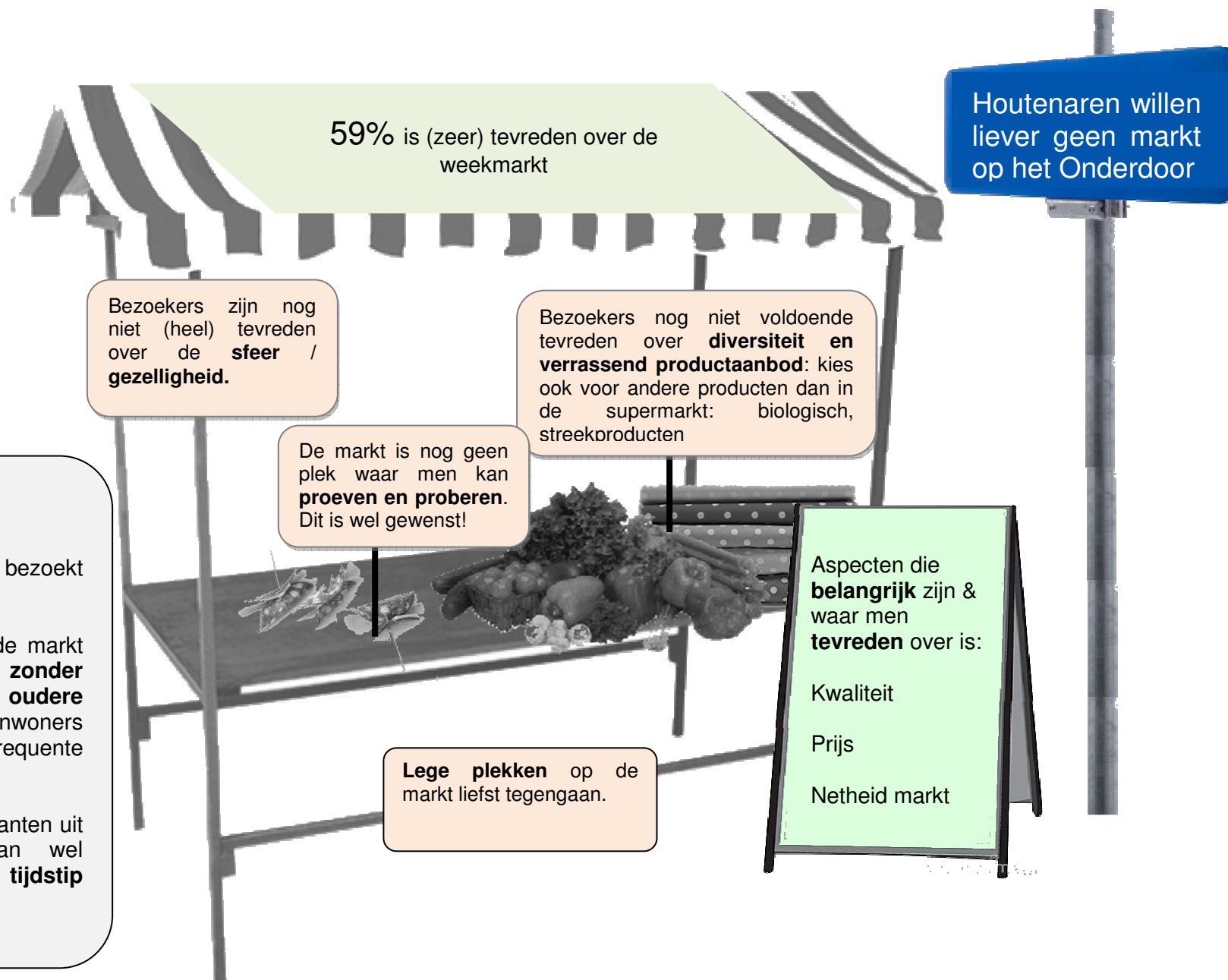
Voor dit onderzoek zijn alle leden van het burgerpanel uitgenodigd om deel te nemen aan een online enquête. Tijdens de veldwerkperiode is extra aandacht gevraagd voor het onderzoek in de lokale media. In totaal zijn 1.347 leden uitgenodigd voor het onderzoek.

In de periode 20 september tot en met 8 oktober hebben 985 panelleden deelgenomen (respons: 73%). Daarmee is het onderzoek voldoende representatief. In bijlage 1 wordt een profiel gegeven van de respondenten.

De weergegeven resultaten hebben allereerst betrekking op alle respondenten. Daarbij wordt er onder meer gekeken of zich verschillen voordoen tussen mensen van verschillende leeftijden of geslacht. In deze rapportage wordt ook onderscheid gemaakt tussen mensen die frequent, niet-frequent en niet de weekmarkt bezoeken. Wanneer zich relevante significante verschillen voordoen, worden deze vermeld.

De resultaten worden op diverse punten geïllustreerd aan de hand van citaten van respondenten. Deze antwoorden zijn, alhoewel niet noodzakelijk representatief, bedoeld om wat meer 'gevoel' bij bepaalde resultaten te geven. De meerderheid van deze citaten zijn afkomstig uit één open vraag in het onderzoek. Dit betreft de laatste vraag waar respondenten hun overige opmerkingen kwijt konden. De betreffende antwoorden zijn op verschillende plekken, afhankelijk van het onderwerp, in de rapportage verwerkt.

Samenvatting



Bezoekgedrag

55% van de Houtenaren bezoekt weleens de weekmarkt.

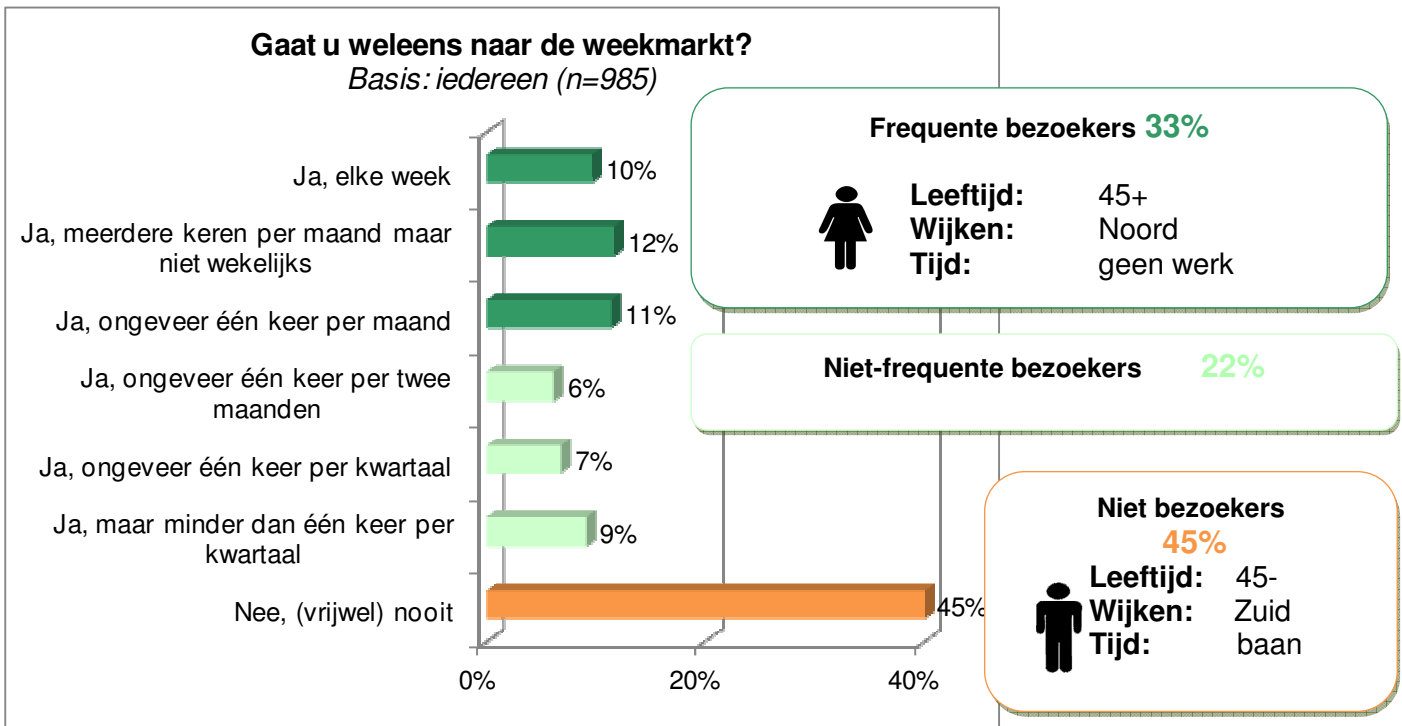
Frequente bezoekers van de markt zijn met name **mensen zonder baan**; veelal zijn dit de **oudere Houtenaren**. Daarbij zijn inwoners uit **Houten-Noord** meer frequente bezoekers.

Het is mogelijk het aantal klanten uit te breiden. Het is dan wel noodzakelijk **de dag/ het tijdstip aan te passen.**

Resultaten

Bezoek weekmarkt

De helft van de Houtenaren bezoekt weleens de weekmarkt. Door de dag/het tijdstip bestaat de groep frequente bezoekers vooral uit mensen zonder baan, dit zijn over het algemeen de oudere Houtenaren. Daarnaast zorgt de locatie van de markt vooral voor bezoekers uit de wijken Noord-Oost en Noord-West.

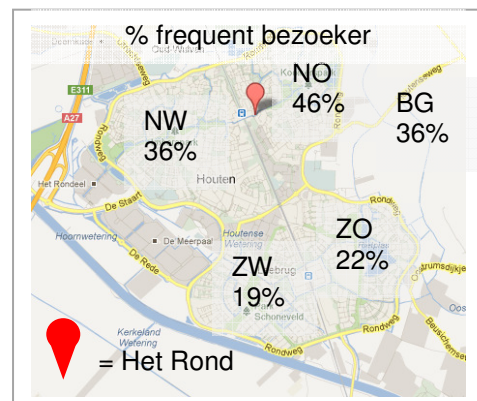


Ongeveer de helft van de Houtenaren (55%) geeft aan weleens naar de weekmarkt te gaan. Hiervan is de meerderheid (33% van het totaal) een frequente bezoeker, zij gaan 1 tot 4 keer per maand naar de weekmarkt. Daarnaast geeft 22% van de Houtenaren minder vaak dan één keer per maand de markt te bezoeken (hierna genoemd: niet-frequente bezoekers). 45% van de Houtenaren gaat (vrijwel) nooit naar de markt (hierna genoemd: niet-bezoekers).

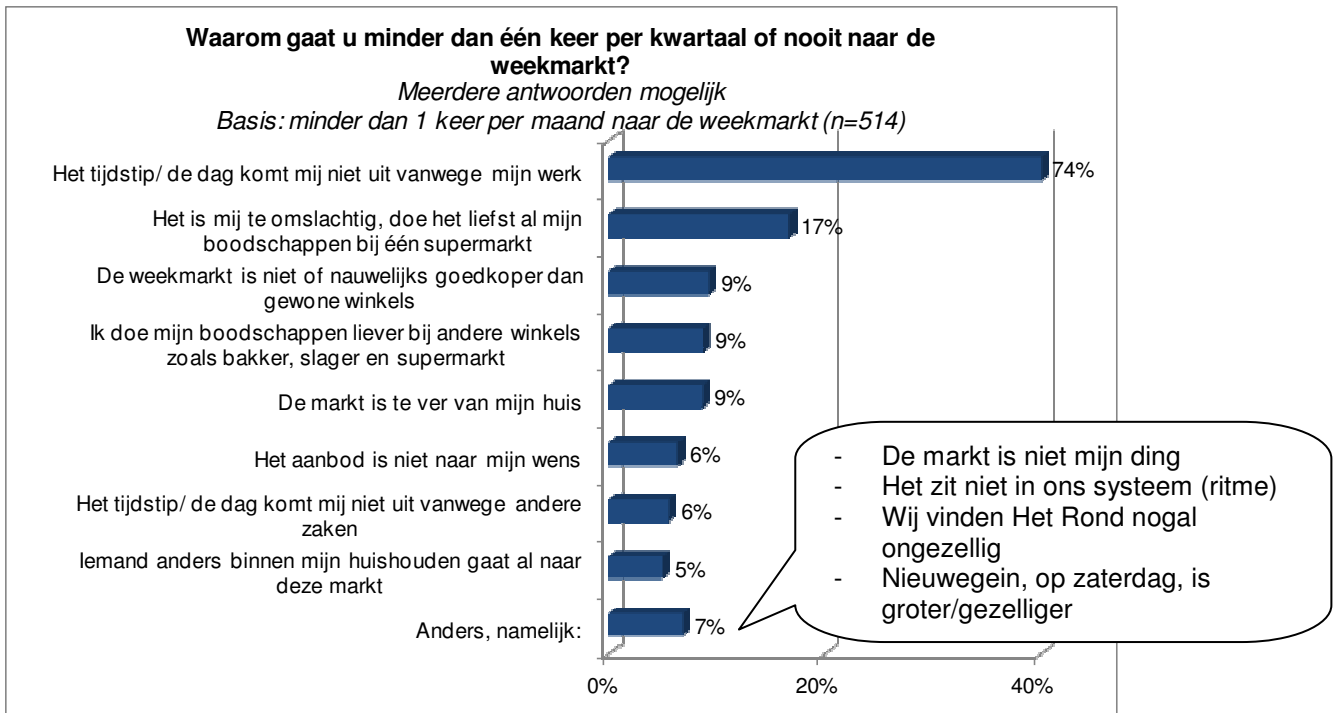
Houtenaren in de leeftijd van 65 jaar en ouder geven vaak aan frequente bezoekers van de weekmarkt te zijn. 76% geeft dit aan. Ook binnen de groep Houtenaren 45-54 jaar en 55 tot 64 jaar zijn relatief veel frequente bezoekers (respectievelijk 35% en 40%). Jongere Houtenaren bezoeken in een veel mindere mate de markt. Met name binnen de groep Houtenaren van 35-44 jaar is het marktbezoek laag, 64% geeft aan de markt (vrijwel) nooit te bezoeken. Binnen de groep 18-34 jarigen geeft ongeveer de helft aan (vrijwel) nooit de markt te bezoeken, een derde (32%) geeft aan een niet-frequente bezoeker te zijn.

Naast leeftijd is ook geslacht van invloed op het bezoekgedrag van de markt. Vrouwen gaan vaker naar de markt dan mannen. Dit geldt zowel ten aanzien van frequente bezoekers (37% vs 28%) als voor degenen die weinig gebruik maken van de markt (26% vs 18%).

Houtenaren in de wijken Noord-Oost (46%) en Noord-West (36%) geven vaker dan Houtenaren uit Houten-Zuid aan de weekmarkt frequent te bezoeken. Dit heeft zeer waarschijnlijk te maken met de locatie van de weekmarkt.



Een laatste belangrijke factor die bepalend is voor het bezoek aan de weekmarkt, is de tijdsbesteding overdag van de Houtenaren. Houtenaren die tot de werkzame beroepsbevolking¹ behoren, geven vaak aan (vrijwel) nooit de weekmarkt te bezoeken. Mensen met een fulltime baan geven dit nog vaker aan (64%) dan mensen met een parttime baan (46%). Van de mensen die tot de niet-werkzame beroepsbevolking behoren, brengt slechts 21% (vrijwel) nooit een bezoek aan de weekmarkt. De laatste groep bestaat wel uit frequente en minder frequente bezoekers. 47% van de niet-werkzame beroepsbevolking geeft aan frequent bezoeker te zijn, 32% is een niet-frequent bezoeker. Gepensioneerden, die niet tot de beroepsbevolking behoren, bezoeken het vaakst de markt. Van hen geeft slechts 15% aan (vrijwel) nooit de markt te bezoeken. Integendeel, 72% van hen geeft aan een frequent bezoeker te zijn.



Het hebben van een baan overdag blijkt ook de belangrijkste reden te zijn voor het niet bezoeken van de markt. De weekmarkt vindt iedere donderdag van 8.00 uur tot 14.00 plaats. 74% van de Houtenaren die minder dan 1 keer per maand of niet de weekmarkt bezoeken, geeft aan dat dit tijdstip/deze dag niet uitkomt vanwege het werk. Daarnaast geeft 17% ook aan dat het bezoeken van de weekmarkt te omslachtig is, men doet het liefst alle boodschappen bij één supermarkt.

¹ De beroepsbevolking (15-65 jaar) is onder te verdelen in de werkzame beroepsbevolking (werkt minstens 12 uur per week) en de niet-werkzame beroepsbevolking (werkt niet of minder dan 12 uur per week. Tot de laatste behoren: huisvrouw/man, werkloos/Anw/WAO/WIA, studenten/scholieren). Gepensioneerde 65-plussers behoren niet tot de beroepsbevolking.

“Andere openingstijden. Waarom niet van 15.00 tot 20.00 in deze moderne tijd?”

“Andere dag, bijvoorbeeld zaterdag: trekt meer mensen.”

“Andere dag, bijvoorbeeld woensdag of vrijdag.”

“Andere dag, bijvoorbeeld de zaterdag. Veel mensen moeten werken op de donderdag en andere tijden. Van 8:00 tot 14:00 uur vind ik wel erg kort. Als ik eens een keer wat eerder thuis ben van mijn werk, dan is de markt al weer weg.”

“Andere tijd, of een extra marktdag erbij. In de huidige tijd werken de meeste mensen op donderdagochtend en zijn vaak niet voor 14:00 uur klaar. Liever dan later op de dag markt of in het weekend. Of bijvoorbeeld zoals de markt in IJsselstein, van 's middags laten doorlopen tot de avond.”

Idee: ander tijdstip

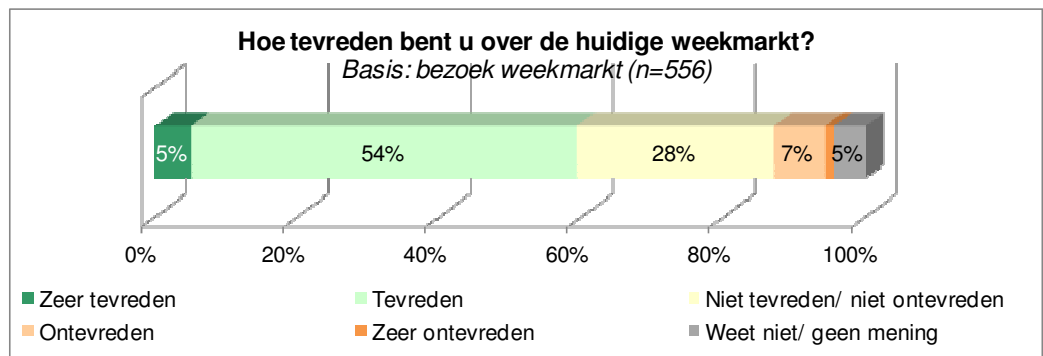
Verplaats de markt naar een ander tijdstip en/of andere dag.

Woensdag en vrijdag zijn er meer mensen vrij, op zaterdag is (bijna) iedereen vrij. Of kies voor een avondopenstelling van de markt, eventueel samenvallend met koopavond.

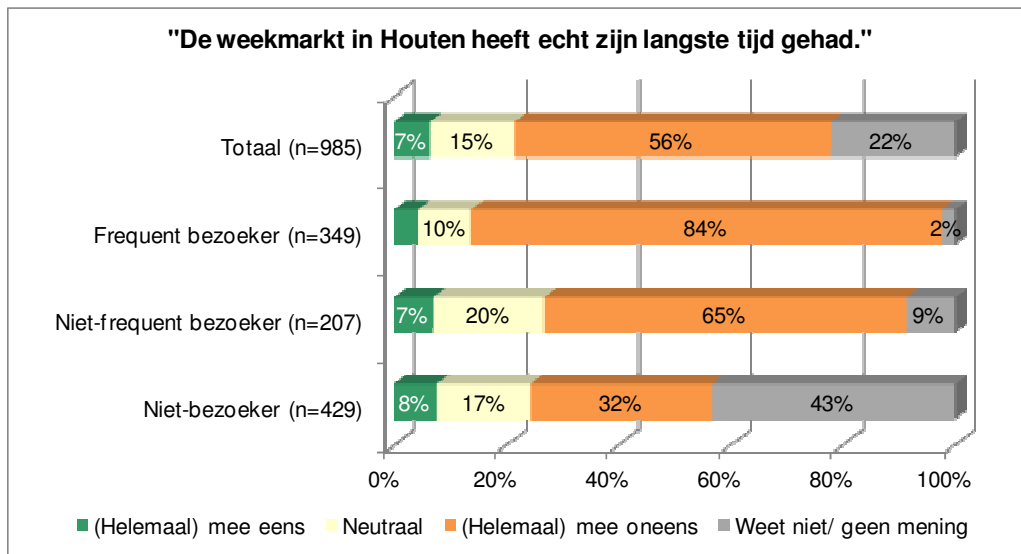
Algemeen oordeel weekmarkt

Drievijfde van de bezoekers is (zeer) tevreden over de markt. Slechts een minderheid van de Houtenaren (eenvijfde) is er van overtuigd dat de weekmarkt zijn langste tijd heeft gehad.

Zes op de tien (59%) bezoekers van de weekmarkt zijn (zeer) tevreden over de weekmarkt. 8% is (zeer) ontevreden over de weekmarkt. De frequente bezoekers zijn vaker (zeer) tevreden (65%) dan de niet-frequente bezoekers (51%). Deze minder frequente bezoekers geven daarnaast vaker aan geen mening te hebben over de huidige weekmarkt.



Slechts een klein gedeelte van de Houtenaren geeft aan dat de weekmarkt in Houten zijn langste tijd heeft gehad (7%). Redenen hiervoor zijn onder andere het assortiment en het tijdstip. Met name de frequente bezoekers zijn het oneens met de stelling dat de weekmarkt zijn langste tijd heeft gehad.



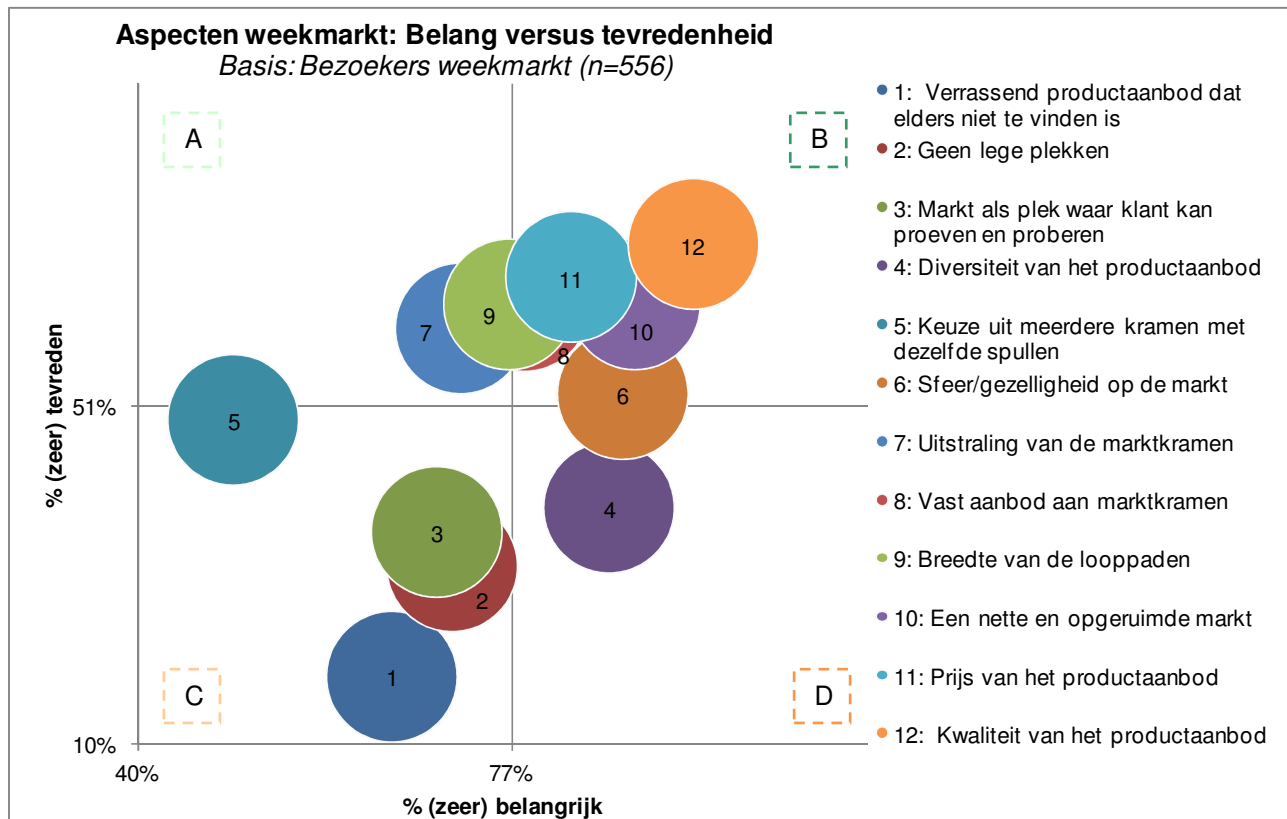
Toelichting: De weekmarkt in Houten heeft echt zijn langste tijd gehad → (helemaal) eens

- "De markt is wat oubollig. Nodigt niet uit tot rondlopen maar voor mij alleen tot gericht boodschappen doen."
- "De mogelijkheid om overdag de markt te bezoeken is verkleind, i.v.m. werk van veel volwassenen."
- "Door de starre tijden als eenieder aan het werk is en te weinig onderscheidend vermogen."
- "Er is veel te weinig variatie in het aanbod."
- "Er zijn voldoende winkels die hetzelfde bieden."
- "Het is geen levende markt en je mist ook verkoop van producten. Er is meer uit te halen! Neem bijvoorbeeld Driebergen, Utrecht, IJsselstein: echt een marktgevoel."
- "Ik vind de weekmarkt iets voor oudere mensen. Jonge mensen komen daar volgens mij veel minder vaak. Kost ook veel tijd, dat zoek naar de goede kraam. Tijdrovender dan de supermarkt. 'Normaalgesproken' hebben mensen op donderdagochtend geen tijd om naar de markt te gaan. Dan werkt toch een groot deel van de mensen?"
- "Je moet je kunnen onderscheiden om mensen aan te trekken, dat mis ik."
- "Omdat het niet uitnodigend en aantrekkelijk is om er heen te gaan. Vooral lopen er veel ouderen rond."
- "Slechts 1 maal per week beperkte tijd."
- "Weinig bijzondere kramen, gering aanbod."

Deelaspecten weekmarkt: sterkte-zwakteanalyse

Naast dat bezoekers is gevraagd de weekmarkt in zijn geheel te beoordelen, is bezoekers ook gevraagd de markt op afzonderlijke aspecten te beoordelen. In totaal zijn 12 aspecten voorgelegd met betrekking tot de thema's aanbod, indeling en uitstraling van de weekmarkt. Er is zowel gevraagd naar het belang van een aspect als de tevredenheid over een dergelijk aspect.²

In onderstaande figuur worden al deze aspecten weergegeven. Door middel van de gemiddelde scores op belang en tevredenheid zijn vier kwadranten gevormd. In het kwadrant rechtsboven bevinden zich de aspecten die zowel belangrijk zijn als waar de bezoekers (zeer) tevreden over zijn, dit zijn aspecten waarbij men dus de huidige status tenminste moet vasthouden en waar mogelijk verbeteren. Het aandachtskwadrant is met name het kwadrant rechtsonder. Hier valt de meeste winst te behalen. Hier bevinden zich die aspecten die respondenten belangrijk vinden maar waar men nog niet geheel tevreden over is.



Uit de figuur blijkt dat vooral meer aandacht voor diversiteit van het productaanbod en sfeer/ gezelligheid op de markt, tot een relatief groot rendement kunnen leiden. Dit als het gaat om het vergroten van de tevredenheid over de totale markt. Maar ook ten aanzien van het aantal lege plekken en de markt als plek waar men kan proeven en proberen, valt nog winst te behalen. Het belang wat aan de laatste punten wordt gehecht is toch nog vrij groot in vergelijking met de tevredenheid. Verder valt op dat er wel erg laag wordt gescoord op de tevredenheid met betrekking tot een verrassend productaanbod dat elders niet te vinden is.

Positief is dat de kwaliteit van het productaanbod, het prijspeil en de netheid van de markt relatief hoog scoren op tevredenheid, terwijl hier ook een groot belang aan wordt gehecht.

In bijlage IV zijn twee aanvullende figuren opgenomen, waarbij onderscheid is gemaakt tussen frequente bezoekers en niet-frequente bezoekers. Hierbij valt op dat 'de plaatjes' redelijk overeenkomen, zij het dat de frequente bezoekers over de meeste aspecten vaker tevreden zijn.

In het navolgende wordt uitgebreid ingegaan op het aanbod, de indeling en de uitstraling van de weekmarkt. Daarbij passeren een aantal aanvullende aspecten de revue. Ook wordt verder ingezoomd op de verschillende aspecten en scores uit bovenstaande grafiek.

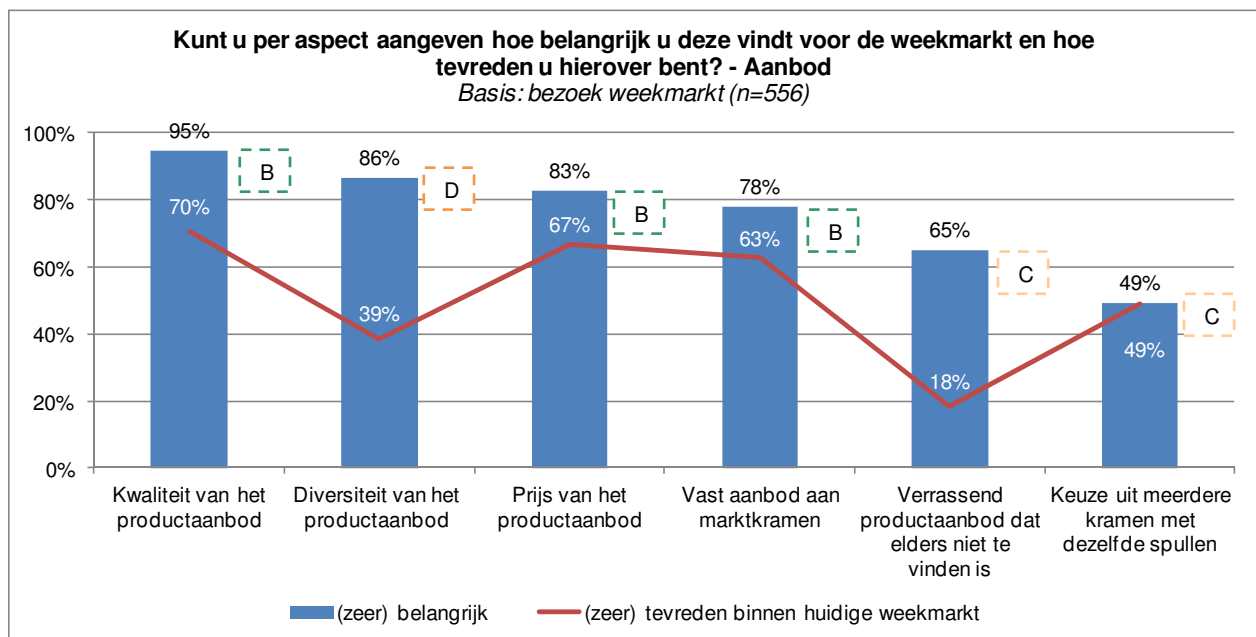
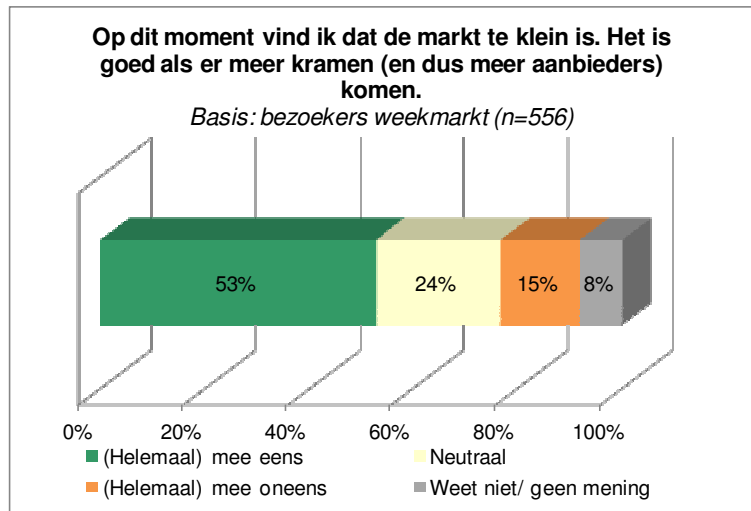
² In bijlage IV is een totaaloverzicht van deze aspecten opgenomen.

Aanbod weekmarkt

Bezoekers zijn tevreden met de prijs en kwaliteit van het huidige aanbod. Toch ziet men graag een uitbreiding van de markt: de helft van de bezoekers geeft aan meer aanbieders te wensen. Deze uitbreiding moet dan met name gericht zijn op nieuwe productgroepen hetgeen zorgt voor een grotere diversiteit van het productaanbod.

De weekmarkt bestaat op dit moment uit ongeveer 37 kramen, voornamelijk gericht op food. 53% van de bezoekers van de weekmarkt geeft aan dat zij op dit moment de markt te klein vinden. Frequente bezoekers geven dit het vaakst aan (60%). Minder frequente bezoekers hebben hier relatief vaak 'geen mening' over.

Onderstaande aspecten hebben betrekking op het productaanbod op de weekmarkt. Bij ieder aspect is tevens de positionering in de grafiek op de voorgaande bladzijde (blz. 13) weergegeven. Dit door de letter van het bijbehorende kwadrant weer te geven:



- A: relatief minder belangrijk, relatief tevreden;
- B: relatief belangrijk, relatief tevreden;
- C: relatief minder belangrijk, relatief minder tevreden;
- D: relatief belangrijk, relatief minder tevreden.

Bijna alle bezoekers (95%) geven aan de kwaliteit van het productaanbod (zeer) belangrijk te vinden voor de weekmarkt. Daarnaast zijn ook diversiteit (86%), prijs (83%) en een vast aanbod van marktkramen (78%) (zeer) belangrijke aspecten van de weekmarkt. Minder belangrijk voor bezoekers van de weekmarkt in Houten zijn een verrassend productaanbod dat elders niet te vinden is (65%) en keuze uit meerdere kramen met dezelfde spullen (49%). De laatste drie aspecten zijn voor frequente bezoekers wel belangrijker dan voor minder frequente bezoekers.

	% (zeer) belangrijk	Frequent	Niet-frequent
Kwaliteit van het productaanbod		96%	94%
Diversiteit van het productaanbod		88%	84%
Prijs van het productaanbod		83%	82%
Vast aanbod aan marktkramen		81%	74%
Verrassend productaanbod		71%	57%
Keuze uit meerdere kramen met dezelfde spullen		54%	43%

Hoewel de meeste aspecten met betrekking tot het productaanbod als (zeer) belangrijk worden ervaren, is niet iedereen tevreden over deze aspecten met betrekking tot de huidige weekmarkt.

Zoals al eerder geconstateerd, diversiteit van het productaanbod (soorten voedsel, kleding, elektronica, etc.) betreft een aspect dat (zeer) belangrijk wordt bevonden door de bezoekers van de weekmarkt, maar door relatief weinig mensen positief wordt gewaardeerd. Daarnaast is men in het bijzonder ook minder tevreden over het aanwezig zijn van een verrassend productaanbod. Aan deze twee aspecten wordt vaker gerefereerd in de opmerkingen aan het eind van het onderzoek. Houtenaren zien voor de weekmarkt juist een mogelijkheid om een assortiment te bieden dat niet in de supermarkt te vinden is. Het huidige assortiment kan bijvoorbeeld worden uitgebreid met biologische producten of streekproducten.

Selectie uit open antwoorden.

“Aanbod biologische producten omhoog, zoals voorbeeld op de bio boerenmarkt in Utrecht op vrijdag.”

“Aanbod van producten uit de omgeving, van plaatselijke boeren!! Beter/verser fruit en groente.”

“Assortiment verruimen. Niet alleen de bekende kramen. Van alles maar 1 en dan meer differentiatie tussen de producten.”

“Het zou moeten ontwikkelen naar een markt met biologische en streekproducten. Dit maakt het speciaal.”

“Ik mis een Marokkaanse of een Turkse kraam, gespecialiseerd in mediterrane eten.”

“Ik mis biologische kramen. Zowel van groente/fruit als ook andere levensmiddelen.”

“Meer speciaalzaken, bijvoorbeeld stoffen/ breigaren/ delicatessen.”

“Aanbod dat niet aanwezig is in de Vershof of supermarkt of anders duidelijk goedkoper. Een bloemenmarkt bijvoorbeeld.”



Idee: Assortiment uitbreiden

Kies juist een ander assortiment dan in de supermarkt verkrijgbaar is.

Food: biologisch, vers van de boer in Houten, buitenlandse specialiteiten.

Non-food: Hobbykraam, stoffen, bloemen.

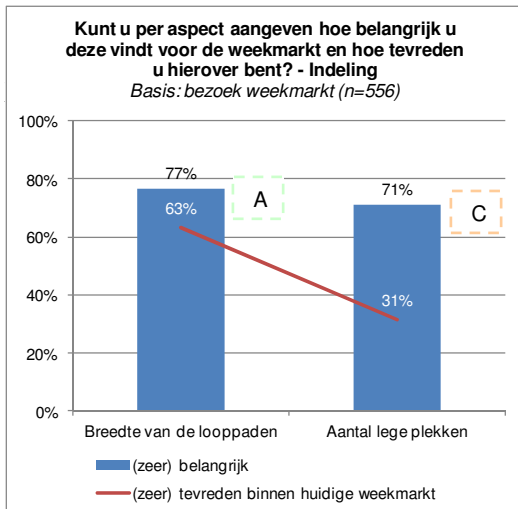
De kwaliteit van het productaanbod wordt goed beoordeeld, 70% is hier (zeer) tevreden over. Ook de prijzen (67%) en het vaste aanbod van marktkramen (63%) zijn aspecten waar een meerderheid (zeer) tevreden over is.

Over de kwaliteit, prijs, het vaste en verrassende aanbod aan marktkramen zijn frequente bezoekers vaker (zeer) tevreden dan niet-frequente bezoekers.

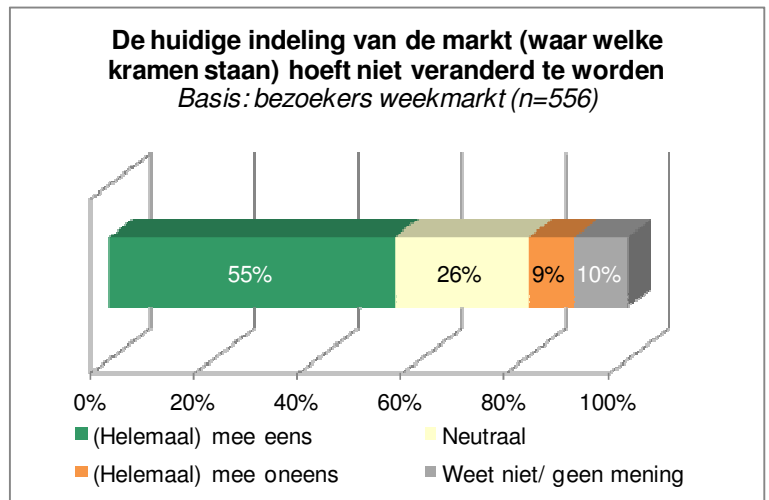
	% (zeer) tevreden	Frequent	Niet-frequent
Kwaliteit van het productaanbod	76%	76%	62%
Prijs van het productaanbod	71%	71%	60%
Vast aanbod aan marktkramen	70%	70%	54%
Keuze uit meerdere kramen met dezelfde spullen	50%	50%	48%
Diversiteit van het productaanbod	39%	39%	38%
Verrassend productaanbod	21%	21%	13%

Indeling weekmarkt

De indeling van de markt wordt redelijk goed bevonden en de breedte van de looppaden is naar wens. Verbetering is vooral mogelijk wat betreft het aantal lege plekken. Wellicht kan een compactere opstelling hier een oplossing bieden. Een merendeel is tegen verplaatsing naar het Onderdoor, onder andere in verband met de fietsers aldaar.



A: relatief minder belangrijk, relatief tevreden
 C: relatief minder belangrijk, relatief minder tevreden



Iets meer dan de helft van de bezoekers (55%) geeft aan dat de huidige indeling van de markt niet veranderd hoeft te worden. Ongeveer één op de tien (9%) vindt echter van wel. Uit opmerkingen van respondenten blijkt dat een andere indeling vooral gericht zou moeten worden op het logisch verdelen van food en non-food. Bezoekers vinden het fijn als de kramen met hetzelfde soort producten bij elkaar staan.

“Er kunnen nog wel meer kramen bij, er is genoeg plek en dat maakt de markt gezelliger.”

“Het geheel doet nogal ongezellig en kaal aan. Ik geloof 2 à 3 lange rijen met hier en daar veel ruimte er tussen. Een compactere opstelling zou leuker zijn. Wat meer kramen zou ook welkom zijn.”

“De kramen op de kopse kanten staan ver uit elkaar en rommelig. Handiger zou zijn de viskramen bij elkaar en ook de groente, kaas en andere versproducten. Ook zo de naaien breiproducten, enz.”

“De rijtjes zijn naar binnen gekeerd en nodigen niet uit.”

“Het komt vrij rommelig over. In kringvorm (al dan niet met een binnenste ring) past bij het plein.”

“Rommelige indeling food en non food door elkaar.”

“De indeling kan wat mij betreft iets dichter op elkaar en minder dicht op de straat/fietspaden.”

“Het is ook leuk om de kramen naast elkaar i.p.v. tegenover elkaar te maken.”

“Ik vind het erg jammer dat je op de marktdag niet op de houten bank kan zitten. Dat is juist zo gezellig tijdens een marktdag. Nu staan de auto's er pal tegen aan geparkeerd.”

“Het zou fijn zijn als er gebruik gemaakt wordt van de zitplaatsen rond het rond, de zitplaatsen onder de platanen. Door vooral de kramen met hapjes, snacks, en andere etenswaren met de voorkant naar de zitplaatsen te richten, krijg je automatisch een gezellige markt.”



Idee:

Andere opstelling

Kramen sorteren op soort, verskramen bij elkaar, non-food bij elkaar.

In kringvorm of naast elkaar.

Met indeling gezelligheid bevorderen.

Met betrekking tot de indeling geeft 77% aan de breedte van de looppaden (zeer) belangrijk te vinden. Door frequente bezoekers wordt dit nog belangrijker gevonden. Bezoekers van 65 jaar en ouder geven het vaakst (86%) aan de breedte (zeer) belangrijk te vinden. Deze hoge score komt waarschijnlijk mede voort uit het belang dat gehecht wordt aan een goede toegankelijkheid voor mensen die minder goed ter been zijn. Over de huidige breedte van de looppaden zijn de bezoekers redelijk tevreden, 63% geeft aan hier (zeer) tevreden mee te zijn. Hierbij doet zich geen verschil voor tussen leeftijdsgroepen.

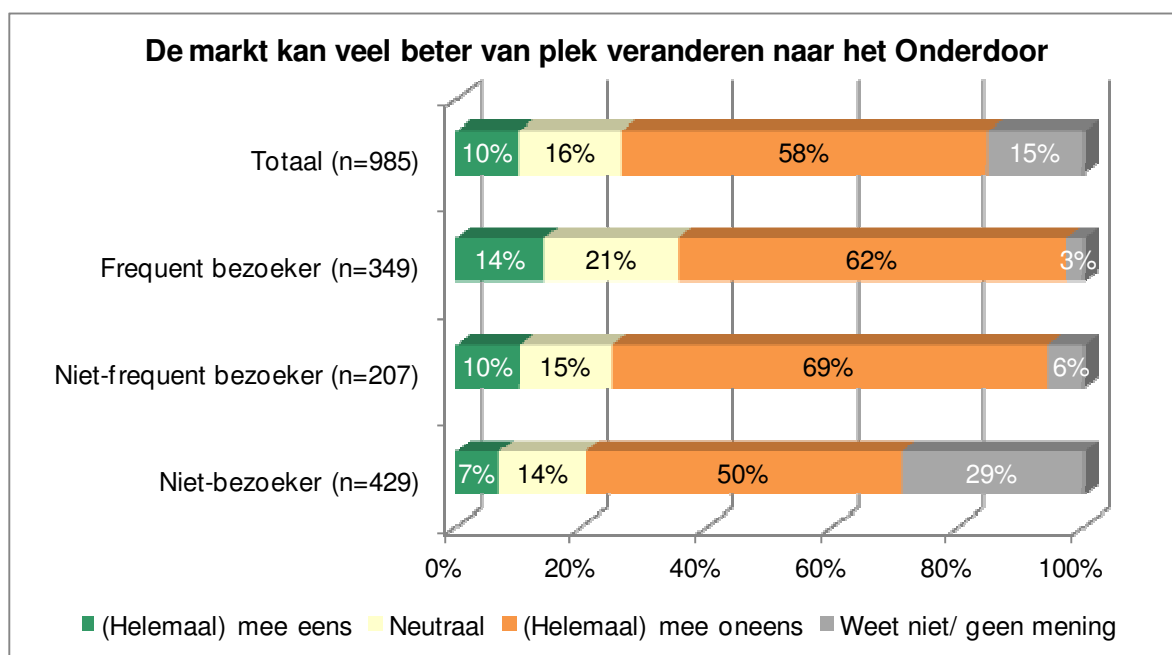
	% (zeer) belangrijk	Frequent	Niet-frequent
Breedte van de looppaden		81%	70%
Geen lege plekken		76%	64%

Een ander belangrijk aspect van de indeling betreft het aantal lege plekken. 71% geeft aan het (zeer) belangrijk te vinden dat er geen lege plekken zijn. Over het aantal lege plekken is slechts een minderheid (zeer) tevreden. Slechts 31% geeft dit aan. 21% is hier (zeer) ontevreden over. De frequente bezoekers geven minder vaker aan hierover tevreden te zijn dan de niet-frequente bezoekers (28% versus 37%).

	% (zeer) tevreden	Frequent	Niet-frequent
Breedte van de looppaden		66%	59%
Geen lege plekken		28%	37%

Een mogelijke optie is de markt te verplaatsen naar het Onderdoor. Een minderheid is hier voorstander van. Slechts 10% geeft aan dat de markt veel beter van plek kan veranderen naar het Onderdoor. Een aantal Houtenaren licht toe dat het Onderdoor met het oog op de verkeersveiligheid, de doorstroom van het

(fiets)verkeer en 'het klimaat' (tochtgat zonder zon) geen goede optie is. Een alternatieve locatie die een aantal keer wordt genoemd, is nabij het winkelcentrum Castellum.

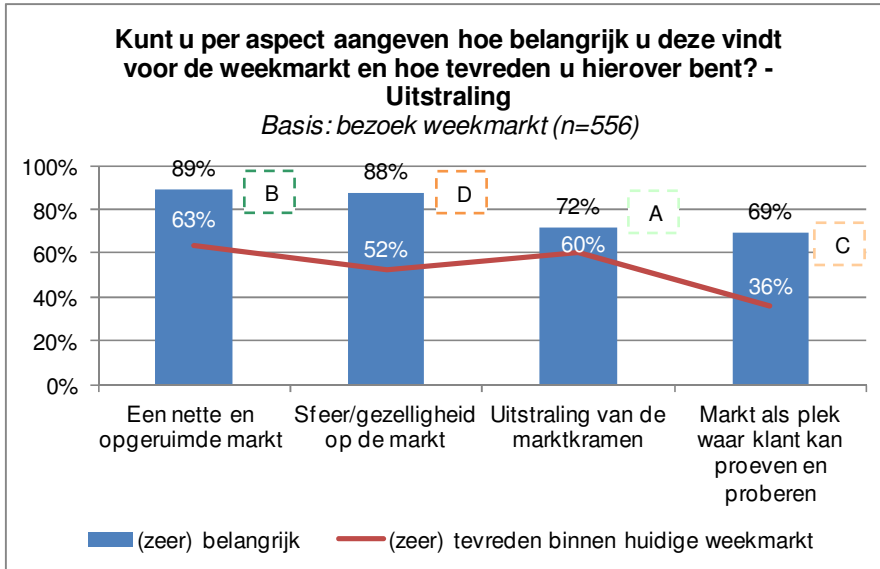


Algemene toelichtingen op een mogelijke locatie van de markt *(uit algemene opmerkingen)*

- "Achterom vond ik een leuke locatie voor de markt."
- "Als de markt zou verhuizen naar het **Onderdoor** dan zou het al snel gezelliger worden. Meer mensen zullen even snel een stukje over de markt lopen. Ook moet er voldoende plek op de markt zijn waar mensen aan statafels of op stoelen gezellig even een praatje kunnen maken. Dit dus niet alleen bij de snackkramen. Ik denk dat Houten de markt in Utrecht op zaterdag als voorbeeld kan nemen."
- "Andere locatie is een pré, zolang dit niet de doorstroming van het verkeer belemmerd."
- "Andere locatie, **het Rond** en **Onderdoor** hebben geen sfeer."
- "Beslist NIET verplaatsen naar het **Onderdoor**: is doorgaande fietsroute, geeft beslist ongelukken."
- "Bij andere opzet komen fietsers etc. (**Onderdoor**) in de knel, of voetgangers worden omver gefietst. Nu is al niet duidelijk waar fietsers met of zonder hulpmotor mogen rijden."
- "Bij het plaatsen op het **Onderdoor** ben ik bang dat het één groot trekgat gaat worden en dat je er niet meer voor je plezier gaat lopen. Er is daar natuurlijk weinig zon, nodigt ook niet uit, gewoon lekker op **het Rond**."
- "De markt moet op het plein blijven. Het is de hele week zo'n kaal plein en een markt 'vult' de leegte."
- "Grote weekmarkt in de avonduren op **Castellum**."
- "Ik vraag me af waarom er over gedacht wordt om de markt te verplaatsen naar een tochtgat als het **Onderdoor** waardoor ook nog eens de fietsers om moeten rijden. Lijkt me eerder van negatieve invloed op de markt."
- "Ook op **Castellum** en dan op een dag dat meer mensen vrij zijn, bijvoorbeeld de woensdag, vrijdag of zaterdag."

Uitstraling weekmarkt

Over de netheid van de markt zijn de bezoekers redelijk tevreden. Met name lijkt verbetering mogelijk op het gebied van sfeer/ gezelligheid op de markt. Dit wordt belangrijk gevonden door bezoekers terwijl de tevredenheid hierover wat laag is. Verder wordt het gewaardeerd als de markt - meer dan nu - ook een plek wordt waar klanten kunnen proeven en proberen.



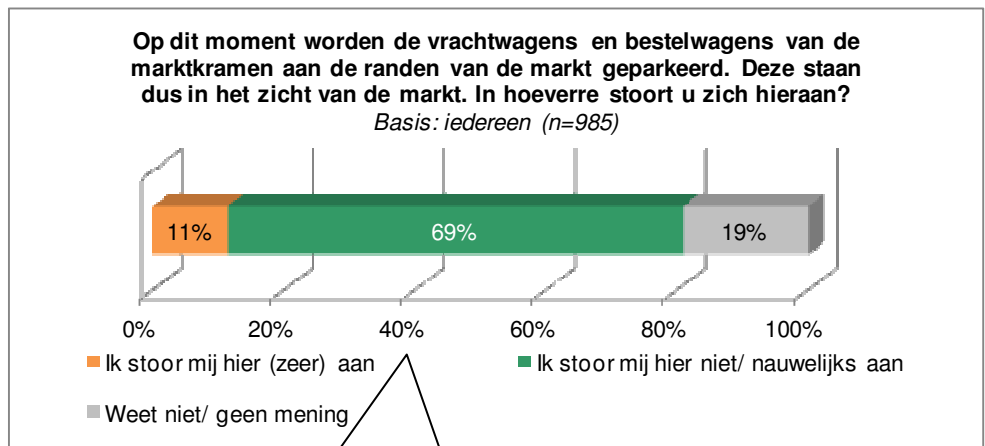
De belangrijkste aspecten met betrekking tot de uitstraling van de markt zijn volgens de bezoekers een nette en opgeruimde markt (89%) en de sfeer/ gezelligheid op de markt (88%). Minder belangrijk (maar nog steeds door een meerderheid aangegeven) zijn de uitstraling van de marktkramen (72%) en de markt als een plek waar de klant kan proeven en proberen (69%).

A: relatief minder belangrijk, relatief tevreden;
 B: relatief belangrijk, relatief tevreden;
 D: relatief belangrijk, relatief minder tevreden.

Het meest tevreden is men over de netheid van de markt. 63% geeft aan hier (zeer) tevreden over te zijn. Over de sfeer/gezelligheid is men echter minder vaak (zeer) tevreden (52%), terwijl men dit wel belangrijk vindt. Houtenaren die frequent de markt bezoeken zijn hier vaker (zeer) tevreden (57%) over dan mensen die niet frequent (45%) de markt bezoeken. Het minst tevreden is men over de markt als plek waar de klant kan proeven en proberen, 36% is hier (zeer) tevreden over. Toch wordt hier ook nog een redelijk belang aan gehecht.

De uitstraling van de markt wordt ook bepaald door de uitstraling naar de omgeving er omheen. Op dit moment worden de vrachtwagens en bestelwagens van de marktkramen aan de randen van de markt geparkeerd. Deze staan dus in het zicht van de markt. In hoeverre stoort u zich hieraan?

Het merendeel van de bezoekers stoort zich hier niet aan. Wel noemen enkele Houtenaren het feit dat de opstelling van de vrachtwagens zorgt voor het blokkeren van de fietsroutes.



- Dat de vrachtauto's in het zicht staan maakt me niet uit, maar wel dat ze fietsroutes blokkeren!
- Geen vracht- of bestel auto's de fietsroutes laten blokkeren.

Bijlage I – Profiel respondentent

De resultaten zijn met weegfactoren gecorrigeerd naar de werkelijke populatieverhoudingen. Er is gewogen naar geslacht, leeftijd en wijk. De verhoudingen hieronder worden zowel ongewogen als gewogen weergegeven.

Tabel 1.1: Profiel respondentent (n=985)		Percentage ongewogen	Percentage gewogen
Geslacht	Man	54%	49%
	Vrouw	46%	51%
	Totaal	100%	100%
Leeftijd	18 t/m 34 jaar	14%	26%
	35 t/m 44 jaar	23%	22%
	45 t/m 54 jaar	28%	25%
	55 t/m 64 jaar	22%	15%
	65 jaar en ouder	13%	12%
	Totaal	100%	100%
Wijk	Buitengebied	5%	8%
	Noordoost	25%	24%
	Noordwest	37%	31%
	Zuidoost	18%	19%
	Zuidwest	16%	17%
	Totaal	100%	100%

Bijlage II – Processtatistieken

20 september 2012 zijn alle leden van het burgerpanel benaderd om mee te werken aan het onderzoek. Deze respondenten zijn via een e-mail benaderd voor het online onderzoek. Het veldwerk duurde in totaal ruim 2 weken (t/m 8 oktober). Uiteindelijk hebben 985 panelleden deelgenomen aan het onderzoek.

Tabel 2.1: Processtatistieken

	Aantal	Percentage
Uitnodigingen verstuurd	1.347	100%
Enquêtes gestart	1004	75 %
Enquêtes voltooid	985	73 %
Enquêtes niet voltooid	19	2%
Gemiddelde invultijd	9 min. 52 sec.	
Betrouwbaarheidsinterval	95%	
Maximale foutmarge	3,1%	

Bijlage III – Vragenlijst

De weekmarkt

Op donderdag (08.00 uur tot 14.00 uur) vindt op het plein Het Rond de wekelijkse markt plaats. De gemeente Houten vraagt zich af wat u van de weekmarkt vindt. Zo is de opzet en indeling van de markt al een tijd niet meer veranderd. Voorts worden er in Nederland op dit moment veel initiatieven genomen om weekmarkten een andere opzet of impuls te geven. De gemeente wil daarom graag van u weten of de markt volgens u aan verandering toe is.

1. Gaat u weleens naar de weekmarkt?

- Ja, elke week
- Ja, meerdere keren per maand maar niet wekelijks
- Ja, ongeveer één keer per maand
- Ja, ongeveer één keer per twee maanden
- Ja, ongeveer één keer per kwartaal
- Ja, maar minder dan één keer per kwartaal
- Nee, (vrijwel) nooit → overslaan vraag 3 t/m 6, 11 en 12

<Indien vraag 1 = 6 of 7.>

2. Waarom gaat u minder dan één keer per kwartaal of nooit naar de weekmarkt?

(Meerdere antwoorden mogelijk)

- Het tijdstip/ de dag komt mij niet uit vanwege mijn werk
- Het tijdstip/ de dag komt mij niet uit vanwege andere zaken
- Iemand anders binnen mijn huishouden gaat al naar deze markt
- Het is mij te omslachtig, doe het liefst al mijn boodschappen bij één supermarkt
- Ik doe mijn boodschappen liever bij andere winkels zoals bakker, slager en supermarkt
- Het aanbod is niet naar mijn wens
- De markt is te ver van mijn huis
- De weekmarkt is niet of nauwelijks goedkoper dan gewone winkels
- Anders, namelijk: [...]

3. Hoe tevreden bent u over de huidige weekmarkt?

- Zeer tevreden
- Tevreden
- Niet tevreden/ niet ontevreden
- Ontevreden
- Zeer ontevreden
- Weet niet/ geen mening

4. Wilt u aangeven in hoeverre u het eens bent met de volgende stelling:

“De huidige indeling van de markt (waar welke kramen staan) hoeft niet veranderd te worden”.

- Helemaal mee eens → Ga verder met vraag 10
- Mee eens → Ga verder met vraag 10
- Niet eens/ niet oneens → Ga verder met vraag 10
- Mee oneens
- Helemaal mee oneens
- Weet niet/ geen mening

5. Kunt u aangeven waarom de huidige indeling van de markt niet voldoet? Wat kan er beter?

6. Wilt u aangeven in hoeverre u het eens bent met de volgende stelling:

“Op dit moment vind ik dat de markt te klein is. Het is goed als er meer kramen (en dus meer aanbieders) komen.”

- Helemaal mee eens
- Mee eens
- Niet eens/ niet oneens
- Mee oneens
- Helemaal mee oneens
- Weet niet/ geen mening

7. Op dit moment worden de vrachtwagens en bestelwagens van de marktkramen aan de randen van de markt geparkeerd. Deze staan dus in het zicht van de markt. In hoeverre stoort u zich hieraan?

- Ik stoort mij hier zeer aan
- Ik stoort mij hier aan
- Ik stoort mij hier nauwelijks aan
- Ik stoort mij hier niet aan
- Weet niet/ geen mening

8. Wilt u aangeven in hoeverre u het eens bent met de volgende stelling:

“De weekmarkt in Houten heeft echt zijn langste tijd gehad.”

- Helemaal mee eens
- Mee eens
- Niet eens/ niet oneens → Ga verder met vraag 22
- Mee oneens → Ga verder met vraag 22
- Helemaal mee oneens → Ga verder met vraag 22
- Weet niet/ geen mening → Ga verder met vraag 22

9. Kunt u hieronder aangeven waarom u denkt dat de weekmarkt in Houten zijn langste tijd heeft gehad?

Graag vernemen wij van u wat u er van zou vinden als de weekmarkt zou verplaatsen naar het Onderdoor. De marktkramen zouden dan in de gehele lengte van deze straat komen te staan. Ook komen er dan kramen te staan onder het spoor. Fietsers moeten dan wel omrijden tijdens zo'n marktdag.

10. Wilt u aangeven in hoeverre u het eens bent met de volgende stelling:

“De markt kan veel beter van plek veranderen naar het Onderdoor.”

- Helemaal mee eens
- Mee eens
- Niet eens/ niet oneens
- Mee oneens
- Helemaal mee oneens
- Weet niet/ geen mening

11. Kunt u van de onderstaande aspecten aangeven hoe belangrijk u deze vindt voor de weekmarkt?

	Ze er belangrijk	Belangrijk	Niet belangrijk/ niet onbelangrijk	Onbelangrijk	Ze er onbelangrijk	Weet niet/ geen mening
a. Prijs van het productaanbod	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Kwaliteit van het productaanbod	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Diversiteit van het productaanbod (kleding, soorten voedsel, elektronica, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Keuze uit meerdere kramen met dezelfde spullen (bijvoorbeeld meerdere groentekramen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Uitstraling van de marktkramen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Sfeer/gezelligheid op de markt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Breedte van de looppaden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Vast aanbod aan marktkramen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Geen lege plekken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Een nette en opgeruimde markt (zonder troep en afval rond de kramen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Markt als plek waar klant kan proeven en proberen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Verrassend productaanbod dat elders niet te vinden is	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Kunt u ook aangeven hoe tevreden u bent over deze aspecten van de huidige weekmarkt?

	Ze er te vreden	te vreden	Niet te vreden/ niet ontevreden	Ontevreden	Ze er ontevreden	Weet niet/ geen mening
a. Prijs van het productaanbod	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Kwaliteit van het productaanbod	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Diversiteit van het productaanbod (kleding, soorten voedsel, elektronica, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Keuze uit meerdere kramen met dezelfde spullen (bijvoorbeeld meerdere groentekramen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Uitstraling van de marktkramen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Sfeer/gezelligheid op de markt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Breedte van de looppaden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Vast aanbod aan marktkramen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Aantal lege plekken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Een nette en opgeruimde markt (zonder troep en afval rond de kramen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Markt als plek waar klant kan proeven en proberen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Verrassend productaanbod dat elders niet te vinden is	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Hoe zou de markt zich verder kunnen verbeteren en daarmee nog aantrekkelijker kunnen worden? U kunt daarbij bijvoorbeeld denken aan een andere opzet, ander aanbod of (nieuwe) voorzieningen in de openbare ruimte.

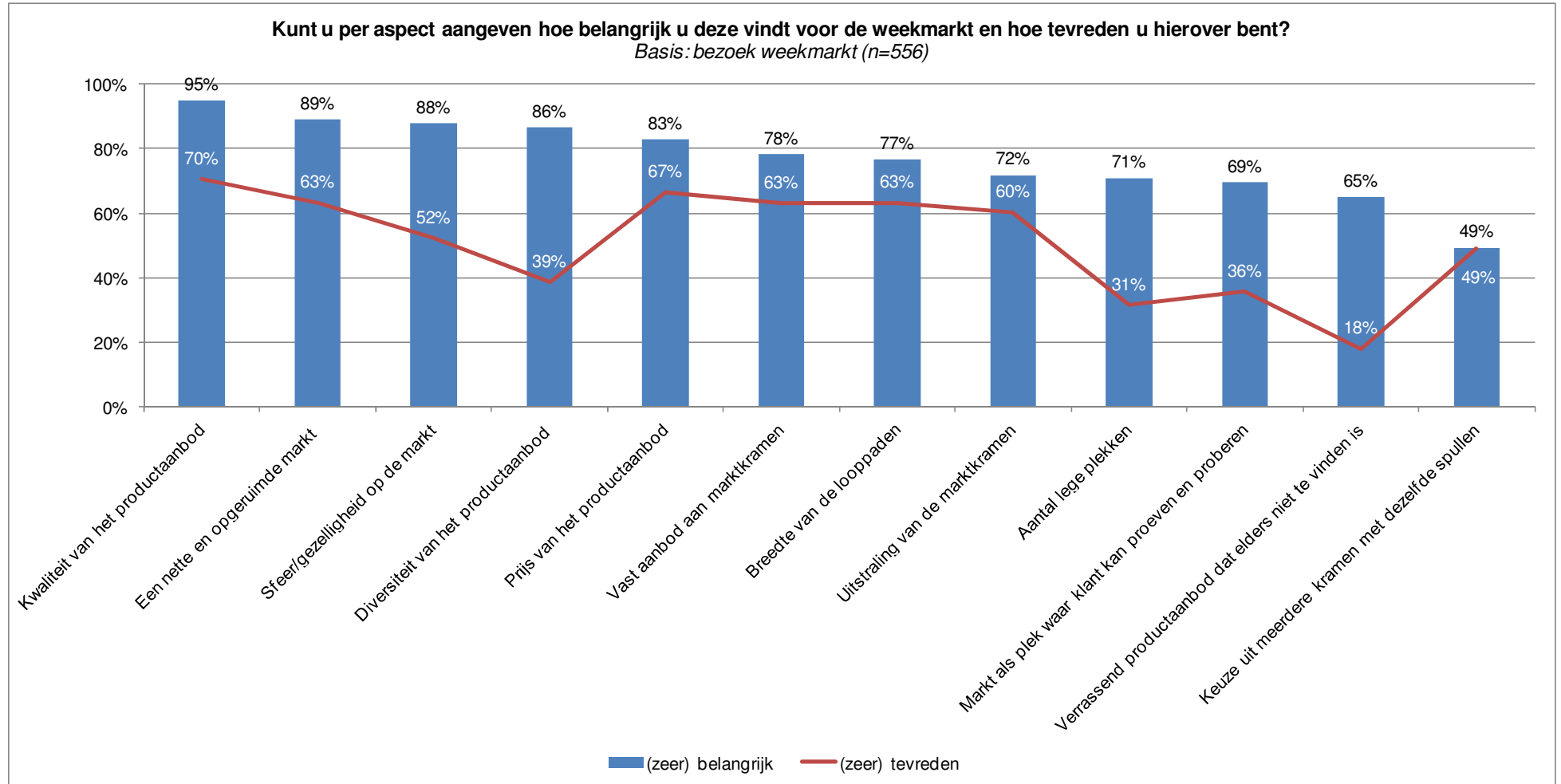
- Is niet nodig, is prima zoals het nu is
 Weet niet/ geen mening

Tot slot

14. Wat is uw hoofdbezigheid overdag?
(Maximaal 1 antwoord)

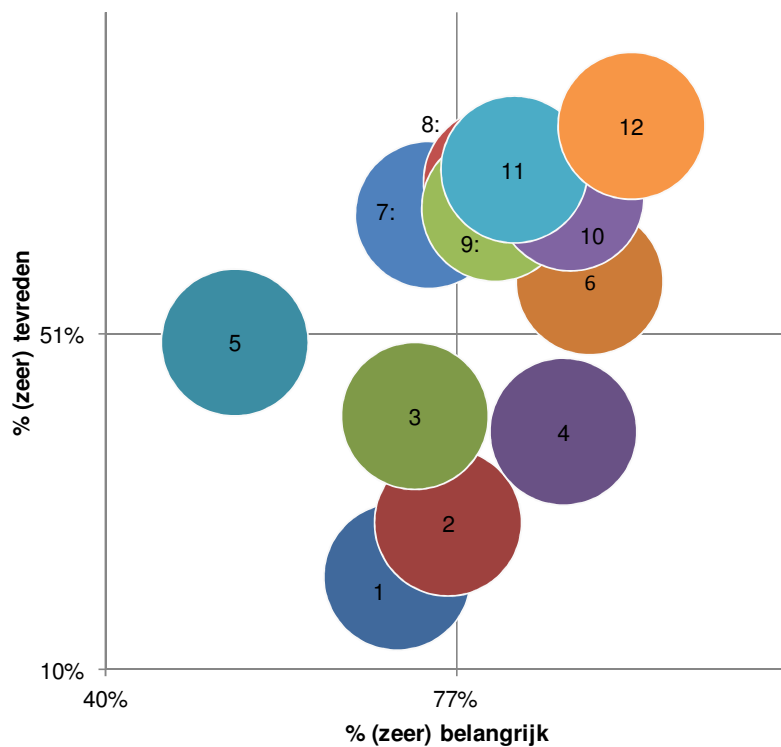
- Werkend fulltime (36 uur of meer)
Werkend parttime, namelijk:
 - minder dan 12 uur per week
 - 12 t/m 24 uur per week
 - 25 t/m 35 uur per week
- Huisvrouw/-man
- Werkloos/ Anw/ WAO/ WIA
- Student/ scholier
- Gepensioneerd
- Anders

Bijlage IV – Deelaspecten weekmarkt: sterkte-zwakteanalyse



Aspecten weekmarkt: Belang versus tevredenheid

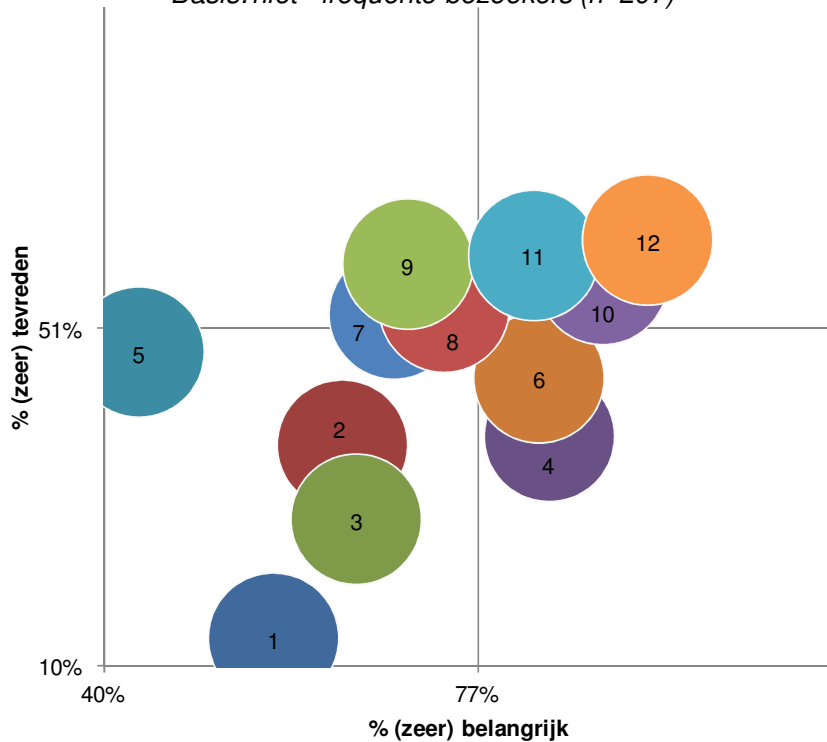
Basis: frequente bezoekers (n=349)



- 1: Verrassend productaanbod dat elders niet te vinden is
- 2: Geen lege plekken
- 3: Markt als plek waar klant kan proeven en proberen
- 4: Diversiteit van het productaanbod
- 5: Keuze uit meerdere kramen met dezelfde spullen
- 6: Sfeer/gezelligheid op de markt
- 7: Uitstraling van de marktkramen
- 8: Vast aanbod aan marktkramen
- 9: Breedte van de looppaden
- 10: Een nette en opgeruimde markt
- 11: Prijs van het productaanbod
- 12: Kwaliteit van het productaanbod

Aspecten weekmarkt: Belang versus tevredenheid

Basis: niet - frequente bezoekers (n=207)



- 1: Verrassend productaanbod dat elders niet te vinden is
- 2: Geen lege plekken
- 3: Markt als plek waar klant kan proeven en proberen
- 4: Diversiteit van het productaanbod
- 5: Keuze uit meerdere kramen met dezelfde spullen
- 6: Sfeer/gezelligheid op de markt
- 7: Uitstraling van de marktkramen
- 8: Vast aanbod aan marktkramen
- 9: Breedte van de looppaden
- 10: Een nette en opgeruimde markt
- 11: Prijs van het productaanbod
- 12: Kwaliteit van het productaanbod