Onderzoeken

Wolvega Centrum
2020



Opdrachtnummer:	3035
Dataverzameling:	maart 2020
Oplevering:	april 2020
Projectbegeleiding:	drs. J.P. Verwaaijen drs. M. Caspers

Strabo bv
Marktonderzoek en Vastgoedinformatie
Postbus 15710
1001 NE Amsterdam

Bezoekadres:
Herengracht 560
1017 CH Amsterdam
T: 020-6260817

info@strabo.nl
www.strabo.nl

Samenvatting

Diverse vragen, waaronder bijvoorbeeld de typering of de waardering, komen aan bod in zowel het passantenonderzoek (bezoekers) als in het bewonersonderzoek (huishoudens). Voor het overzicht zijn de resultaten in het onderstaande naast elkaar geplaatst. Dit betekent echter niet dat de uitkomsten één-op-één met elkaar vergelijkbaar zijn, daar het bewonersonderzoek ook veel niet-bezoekers of (zeer) infrequente bezoekers kent.

		passanten	bewoners
Aantal bezoekers	Bruto per week:	72.600	-
	Netto per week:	67.810	-
	Bezoekeenheden (netto)	48.435	-
Herkomst	Wolvega:	64%	-
	Overig Weststellingwerf	22%	-
	Elders:	14%	-
Leeftijd	< 35 jaar:	18%	-
	35-55 jaar:	35%	-
	> 55 jaar:	47%	-
Omvang	Gem. omvang bezoekeenheid:	1,34	-
Samenstelling	Alleen:	71%	-
	Twee personen:	26%	-
	Drie personen of meer:	4%	-
Bezoekdoel	Boodschappen doen:	89%	-
	Bezoek specifieke winkel:	3%	-
Bezoekreden Wolvega Centrum	nabijheid/afstand	71%	82%
	bereikbaarheid/parkeren	21%	39%
Bezoekreden andere winkelgebieden	bepaalde winkels/producten	-	63%
	hoeveelheid winkels	-	49%
	nabijheid/afstand	-	13%
Vervoerswijze	Lopend	8%	-
(één antwoord mogelijk)	(Brom-)fiets	26%	-
	Auto	65%	-
	Openbaar vervoer	1%	-
Vervoerswijze	Lopend	-	31%
(meerdere antwoorden mogelijk)	(Brom-)fiets	-	50%
	Auto	-	77%
	Openbaar vervoer	-	1%
Verplaatsing auto	% Ja, altijd	68%	21%
Bezoekfrequentie	Gem. bezoekfrequentie per week:	2,8	2,5
	Drie keer per week of vaker:	45%	36%
Bezoekfrequentie wijziging	Vaker	9%	5%
	Minder vaak	10%	22%
Bezochte delen	Marktplein/Griffioenpark	61%	-
	Hoofdstraat Oost	13%	-
	Horecaplein	8%	-
	Van Harenstraat	28%	-
	van der Sandeplein/Lindenoord	53%	-
Bezochte winkels	Geen winkels:	2%	-
	Eén winkel:	50%	-
	Twee winkels:	30%	-
	Meer dan twee winkels:	18%	-
	Gemiddeld aantal bezochte winkels:	1,77	-
Bestedingen	Per bezoekeenheid per bezoek:	€ 41,52	-
Omzet	Weekomzet (miljoen):	2,0	-
	Jaaromzet (miljoen):	105	-

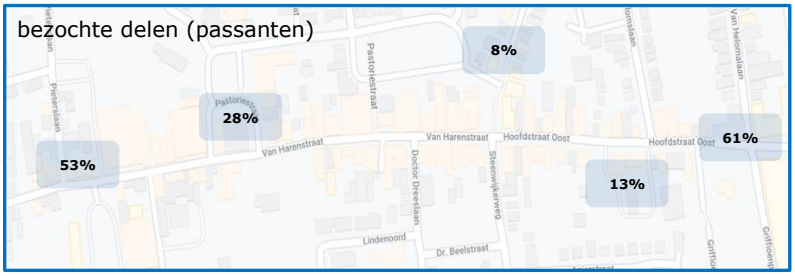
		passanten	bewoners
Waardering (gemiddeld)	winkelaanbod	7,3	6,2
	sfeer/uitstraling	6,9	5,0
	veiligheid	7,5	6,9
	horeca-aanbod	6,9	5,9
	netheid	7,2	6,7
	parkeercapaciteit auto	7,9	7,7
	parkeercapaciteit fiets	8,1	7,2
	bereikbaarheid auto	7,7	7,4
	bereikbaarheid OV	6,5	6,9
	weekmarkt	7,0	6,4
	evenementen	7,0	6,7
	openingstijden	7,9	7,5
	faciliteiten	6,1	6,4
	totale indruk	7,3	6,7
typering	Negatieve associaties:	34%	62%
	Positieve associaties:	38%	22%
Gemiste winkel/voorzieningen	niets	44%	32%
	Blokker	14%	18%
Verbeterpunten	Geen	31%	25%
	Leegstand/meer winkels	16%	21%
	sfeer	12%	21%
	verkeer	16%	21%
	openbare ruimte	10%	17%
Oordeel Openingstijden	% goed	94%	87%
Koopavond handhaven	% mee eens	43%	48%
	% niet mee eens	37%	29%
Gebruik Koopzondag	% gebruikt	42%	41%
Koopzondag handhaven	% mee eens	44%	42%
	% niet mee eens	40%	30%
Aankoopplaats dagelijkse sector	Wolvega Centrum:	-	81%
	Heerenveen:	-	36%
	Noordwolde:	-	23%
Aankoopplaats niet-dagelijkse sector	Wolvega Centrum:	-	34%
	Heerenveen:	-	71%
	Zwolle:	-	32%
	Leeuwarden:	-	25%

Highlights

bezoekreden (passanten)

Boodschappen:	89%
specifieke winkel:	6%
werkt/woont hier:	4%
winkelen:	3%
horeca:	1%

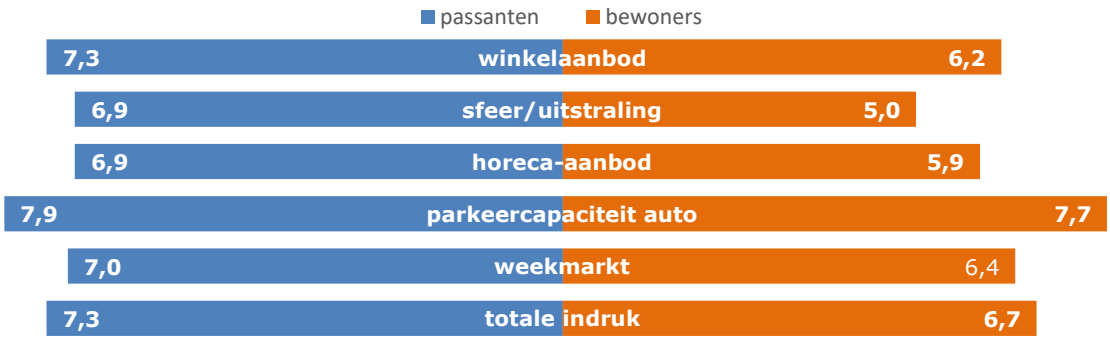
bezochte delen (passanten)



bestedingen (passanten)



waardering

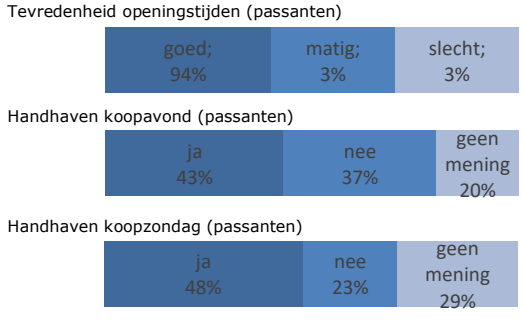


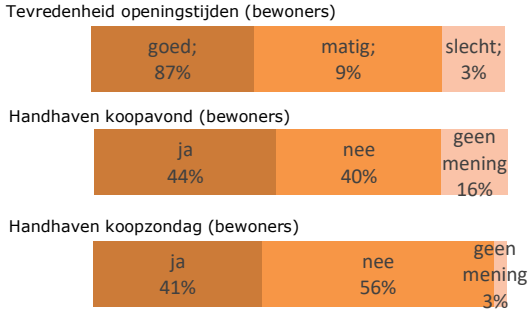
verbeterpunten (passanten)

geen:	31%
leegstand:	16%
verkeer:	16%
sfeer:	12%
openbare ruimte:	10%

verbeterpunten (bewoners)

geen:	30%
verkeer:	21%
sfeer:	21%
leegstand:	21%
openbare ruimte:	17%





Samenvatting en conclusie

In deze conclusies worden de resultaten van passantenonderzoek en bewonersonderzoek gecombineerd. Wanneer gesproken wordt over bezoekers dan betreft het de resultaten van het passantenonderzoek, in het geval van bewoners betreft het de resultaten van het bewonersonderzoek.

Passantentelling

- Wolvega Centrum is, op weekbasis, in totaal door ruim 72.000 personen bezocht. Na correctie voor dubbeltellingen bedraagt het (netto) aantal bezoekers circa 68.000. Dit komt - in combinatie met een gemiddelde omvang per bezoekeenheid van 1,34 - neer op circa 48.000 bezoekeenheden

Bezoekersprofiel

- Het winkelcentrum kent veel alleengaande bezoekers (71%). 29% van de bezoekeenheden bestaat dus uit 2 of meer personen wat aangeeft dat het bezoek dus niet uitsluitend doelgericht is.
- Het publiek is relatief vergrijsd wat een afspiegeling is van de regio: het aandeel 55-plussers ligt relatief hoog (47%).
- 64% van de bezoekers is woonachtig in Wolvega, 22% in overige Weststellingwerf en 14% elders buiten de gemeente.

Bezoekgedrag

- 89% van de bezoekers komt voor het doen van boodschappen. Er werd alleen op zaterdag 'gewinkeld'. Uiteindelijk heeft 80% een van de zes supermarkten bezocht, Jumbo, Lidl en Albert Heijn werden het meest bezocht.
- De bezoekfrequentie (bijna drie bezoeken per week) ligt op een voor een dergelijke type centrum gemiddeld niveau.
- Bezoekfrequentie van bewoners is nagenoeg gelijk aan die van de de bezoekers, slechts 3 % van de bewoners komt nooit of minder dan 1 keer per maand.
- Bij bewoners is een daling van de bezoekfrequentie over de afgelopen twee jaar zichtbaar, per saldo komt 17% minder vaak. Persoonlijke omstandigheden zijn de belangrijkste redenen in combinatie met de sfeer van het centrum. Bij de bezoekers was er per saldo geen daling van de bezoekfrequentie.
- Bestedingen zijn bovengemiddeld, met name door bewoners van overig Weststellingwerf.
- 79% van de omzet komt vandaan bij de 65% autoklanten. Zij zijn dus essentieel voor het economisch functioneren. De bereikbaarheid en parkeergemak zijn dan ook belangrijke redenen om Wolvega Centrum te bezoeken.
- Bewoners geven aan dat men afwisselend de auto en andere vervoerwijzen gebruikt (met name de fiets) hetgeen te verklaren is door per bezoek wisselende bezoekredenen en ok weersomstandigheden zullen hier een rol spelen.

Concurrentiepositie

Dagelijks

- 81% van de bewoners gaat naar Wolvega Centrum voor de dagelijkse boodschappen (95% Wolvegase en 65% niet-Wolvegase bewoners).
- Noordwolde is het belangrijkste alternatief voor de niet-Wolvegase bewoners.
- Heerenveen en Steenwijk zijn de belangrijkste aankoopplaatsen buiten de gemeente.

Niet-dagelijks

- Voor de niet-dagelijkse sector is de positie aanzienlijk zwakker en gaat slechts 34% naar Wolvega Centrum (naast andere aankoopplaatsen). Heerenveen heeft een zeer sterke positie (71%) op afstand gevolgd door een grote groep van aankoopplaatsen waaronder Zwolle, Leeuwarden, Steenwijk, Groningen en Meppel.

Waardering

- Bezoekers van Wolvega Centrum zijn gematigd positief over het winkelcentrum. De totale indruk beoordeelt men met gemiddeld een 7,3. Het meest positief is men over de parkeercapaciteit, openingstijden en bereikbaarheid. (7,7 – 8,1)
- Bewoners zijn wat minder positief. De totale indruk beoordeelt men met gemiddeld een 6,7. Ook de bewoners zijn het meest positief over de parkeercapaciteit, openingstijden en bereikbaarheid. (7,4 – 7,7)
- Minder tevreden zijn bezoekers over het horeca-aanbod, de sfeer, bereikbaarheid met OV en faciliteiten. (6,1 – 6,9). Bewoners zijn nog minder tevreden (sfeer krijgt slechts een 5, horeca-aanbod een 6-.
- De associaties bij Wolvega zijn niet onverdeeld positief. Zeker de eigen bewoners (zowel in passanten- als bewonersonderzoek) zijn kritisch en kwalificeren Wolvega Centrum vaak als saai, ongezellig en associëren het ook met leegstand. Maar er is ook een deel dat Wolvega waardeert als een praktisch gebied om boodschappen te doen en ook gezellig.
- Het dagelijks aanbod is compleet en behoefte geen aanvulling. Een Blokker (eventueel met speelgoed) en met name kleding maar ook andere niet-dagelijkse branches als speelgoed en elektronica ziet men als een goede aanvulling op het huidige aanbod.
- Voorzieningen die door de Weststellingwerfse bevolking in Wolvega gemist worden zijn een bioscoop of filmhuis (29%), een theater (14%) en een buurthuis (dan wel jongeren-, ouderen- of gemeenschapscentrum) door 6%. 45% mist niets.
- Belangrijkste verbeterpunten aangedragen door bezoekers zijn het oplossen van de leegstand, verbeteren van de sfeer/uitstraling/gezelligheid, aanpassen van de verkeersituatie, toevoegen van horeca/terras en verbeteren van de inrichting van de openbare ruimte. Bij bewoners lag wat meer de nadruk op verkeersmaatregelen en verbeteren van de sfeer/gezelliger maken.
- Over de huidige openingstijden is men tevreden, zowel bezoekers als bewoners. Bij jongeren (tot 35 jaar) is de behoefte aan een koopavond groter dan onder ouderen. Dat geldt ook voor de koopzondag, waarvan de deelname ook beperkt is.

- Diegenen die gebruik maken van de koopzondag willen in overgrote meerderheid dat deze gehandhaafd wordt.

Tot slot

- Wolvega trekt veel bezoekers, maar dat bezoek beperkt zich dus vooral tot supermarktbezoek. De koppen worden goed bezocht maar dat wordt weinig gecombineerd met de overige delen van het centrum. Het ontbreekt daar ook aan sfeer en uitstraling maar ook het aanbod om mensen te treken. De oorzaak van het succes van Wolvega (goed bereikbaar supermarktaanbod met ruime parkeergelegenheid) is ook de reden dat het middendeel weinig bezocht wordt.
- De concurrentie voor het niet-dagelijks aanbod is echter groot. Men is bereid om grote afstanden af te leggen om te gaan winkelen (Groningen, Zwolle), maar Heerenveen is wel de meest bezochte plek. Deze plekken winnen het op sfeer en met name diversiteit en kwaliteit van het aanbod.

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie 6
1. Inleiding 10
2. Resultaten passantentelling 12
2.1 Aantal bezoekers per dag 12
2.2 Aantal bezoekers per uitgang 13
2.3 Aantal bezoekers per uur 14
3 Passantenonderzoek 15
3.1 Kenmerken bezoekers en bezoekgedrag 15
3.1.1 Bezoekerskenmerken 15
3.2 Bezoekgedrag 19
3.2.1 Bezoekreden 19
3.2.2 Bezoekreden Wolvega en geen andere winkelgebied 20
3.2.3 Vervoermiddel 20
3.2.4 Bezoekfrequentie 22
3.2.5 Bezochte delen 23
3.3 Bezochte winkels en bestedingen 26
3.3.1 Bezochte winkels 26
3.3.2 Bestedingen 28
3.4 Waardering en beleving 31
3.4.1 Waardering 31
3.4.2 Typering 33
3.4.3 Gemiste winkels 35
3.4.4 Verbeterpunten 36
3.4.5 Openingstijden, koopavond en koopzondag 38
4. Bewonersonderzoek 41
4.1 Bezoekgedrag 41
4.1.1 Bezoekfrequentie 41
4.1.2 Wijziging bezoekfrequentie 42
4.1.3 Vervoermiddel bezoek Wolvega Centrum 42
4.2 Aankoopplaats 44
4.2.1 Aankoopplaats dagelijkse sector (boodschappen) 44
4.2.2 Aankoopplaats niet-dagelijkse sector (winkelen) 45
4.2.3 Bezoekreden 46
4.3 Openingstijden 47
4.3.1 Koopavond 47
4.3.2 Koopzondag 48
4.4 Waardering 50
4.4.1 Waardering Centrum Wolvega 50
4.4.2 Typering 52
4.4.3 Gemiste winkels 53
4.4.4 Gemiste voorzieningen 54
4.4.5 Verbeterpunten 55

1. Inleiding

In opdracht van de gemeente Wolvega heeft Strabo bv een tweetal onderzoeken uitgevoerd ten behoeve van het Wolvega Centrum. Het onderzoek bestaat uit een passantentelling, een passantenenquête onder de vertrekkende bezoekers van het centrum en een online bewonersonderzoek in de gemeente Weststellingwerf.

Omstandigheden gedurende het veldwerk van het passantenonderzoek

Ten behoeve van het onderzoek is op woensdag 11 en zaterdag 14 maart veldwerk verricht.

De weersomstandigheden tijdens het veldwerk waren als volgt:

• woensdag 11/3	Gehele dag zon, frisse wind	12 °C
• donderdag 12/3	Zonnig met enige neerslag aan eind van de dag	10 °C
• zaterdag 14/3	Zonnig met matige wind	11 °C
• zondag 14/3	Bewolkt maar droog	12 °C

Aan het eind van de week begon de Coronavirus-crisis Nederland in haar greep te houden. Elders leidde dat tot hamstergedrag in de supermarkten en extreme drukte in de ochtenduren. In Wolvega was daar nauwelijks sprake van en was de impact in dat specifieke weekend nog zeer beperkt. Er waren nog geen besmettingen in Friesland en de spreekwoordelijke Friese nuchterheid werd in praktijk gebracht.

Methode passantentelling

Bij de telling is gebruik gemaakt van de zogenaamde kordonmethode. Gedurende de openingstijden van de winkels is één maal per uur, gedurende exact drie minuten het aantal vertrekkende bezoekers geteld, aantallen die vervolgens zijn doorgerekend naar uur- en dagtotalen. Op de zaterdag zijn alle 28 telpunten geteld, op de overige dagen alleen de belangrijkste 5 telpunten en zijn de overige telpunten op basis van de zaterdag ingeschat.

Omdat er bij een passantentelling altijd sprake is van dubbeltellingen wordt een correctie toegepast op de telresultaten. Aan de hand van de passantenenquête, is per dag en uitgang een correctiepercentage vastgesteld, dat aangeeft welk deel van de bezoekers nog niet klaar was met het bezoek aan het winkelgebied en dus op een later tijdstip het winkelgebied definitief zou verlaten. Na aftrek van dit correctiepercentage kan redelijk betrouwbaar worden vastgesteld, hoeveel bezoekers het winkelcentrum daadwerkelijk telt.

Response passantenonderzoek

In totaal zijn er 402[1] succesvolle enquêtes afgenomen onder de vertrekkende bezoekers van Wolvega Centrum, om zo het profiel en het winkelgedrag van de bezoekers vast te kunnen stellen. De response lag gemiddeld op 66%. Bij een vergelijking van de kenmerken van de bezoekers die wel en die niet mee wilden werken aan het onderzoek, blijkt dat bezoekers jonger dan 25 jaar en bezoekers van 55 jaar en ouder vaker hun medewerking verleenden dan de andere leeftijdscategorieën. Met de verschillen tussen de onderzoekspopulatie en de totale populatie wordt, waar relevant, rekening gehouden.

De enquêteresultaten zijn verder gewogen naar de drukte per uitgang per dag. De op woensdag en donderdag afgenomen enquêtes is een weging toegekend die compenseren voor het feit dat er op maandag, dinsdag en vrijdag geen enquêtes zijn afgenomen. Hierdoor zijn de resultaten in dit onderzoek te beschouwen als weektotalen.

Methode bewonersonderzoek

De gegevens zijn verzameld via een online enquête die via een link op de website van de gemeente ingevuld kon worden. Van 17 maart tot en met 14 april kreeg men de mogelijkheid om deel te nemen.

Er is een aselecte steekproef getrokken uit de Weststellingwerfse bevolking en aan 1.600 huishoudens is door de gemeente een brief verstuurd met het verzoek om mee te werken aan het onderzoek. In de brief stond de link vermeld die leidde naar de online enquête. In de lokale media is extra aandacht besteed aan het onderzoek om de respons verder te verhogen. Uiteindelijk hebben 383 respondenten meegewerkt aan het onderzoek. De resultaten van dit onderzoek zijn gewogen naar herkomst en leeftijd van de respondent.

Uit de toelichting op het onderzoek (slotvraaag) blijkt de grote betrokkenheid van veel bewoners. Zij geven hierin het onderzoek een goed startpunt te vinden en te hopen dat het centrum een nieuwe impuls zal krijgen: “prima dat er onderzocht wordt of en hoe het anders kan”.

N.B.:

- Diverse vragen, waaronder bijvoorbeeld de waardering, komen aan bod in zowel het passantenonderzoek (bezoekers) als in het bewonersonderzoek (huishoudens). Dit betekent echter niet dat de uitkomsten één-op-één met elkaar vergelijkbaar zijn, daar het bewonersonderzoek ook veel niet-bezoekers of (zeer) infrequente bezoekers kent.
- In sommige gevallen lijkt de som der delen in een kolom op te tellen tot 99% of 101% terwijl het daadwerkelijke totaal 100% bedraagt. Dit is puur een gevolg van afronding.

[1] Er is geoffreerd voor 400 enquêtes.

2. Resultaten passantentelling

2.1 Aantal bezoekers per dag

In de onderstaande tabel is het aantal bezoekers weergegeven dat per dag het winkelcentrum bezocht, vóór en na correctie voor het aantal dubbeltellingen.

Tabel 1: Aantal bezoekers per dag, vóór en na correctie dubbeltellingen

dag	uren	vóór correctie 2020	na correctie 2020	% vóór correctie	Gem. aantal bez. per uur
maandag	8:00 – 21:00	7.838	7.344	11%	603
dinsdag	8:00 – 21:00	9.144	8.568	13%	703
woensdag	8:00 – 21:00	11.734	11.193	16%	903
donderdag	8:00 – 21:00	11.445	10.710	16%	880
vrijdag	8:00 – 21:00	10.598	10.052	15%	815
zaterdag	8:00 – 20:00	16.560	14.902	23%	1.380
zondag	10:00 – 19:00	5.280	5.040	7%	587
totaal	86 uur	72.599	67.809	100%	844

- Het winkelcentrum is, op weekbasis, in totaal door ruim 72.000 personen bezocht. Na correctie voor dubbeltellingen bedraagt het (netto) aantal bezoekers circa 68.000.
- Zaterdag is duidelijk de drukste dag in Wolvega Centrum. Het is dan circa de helft drukker dan op andere dagen. Zondag is het rustigst, wat ook veroorzaakt wordt door het feit dat nagenoeg uitsluitend de supermarkten op zondag geopend zijn.

CONCEPT

2.2 Aantal bezoekers per uitgang

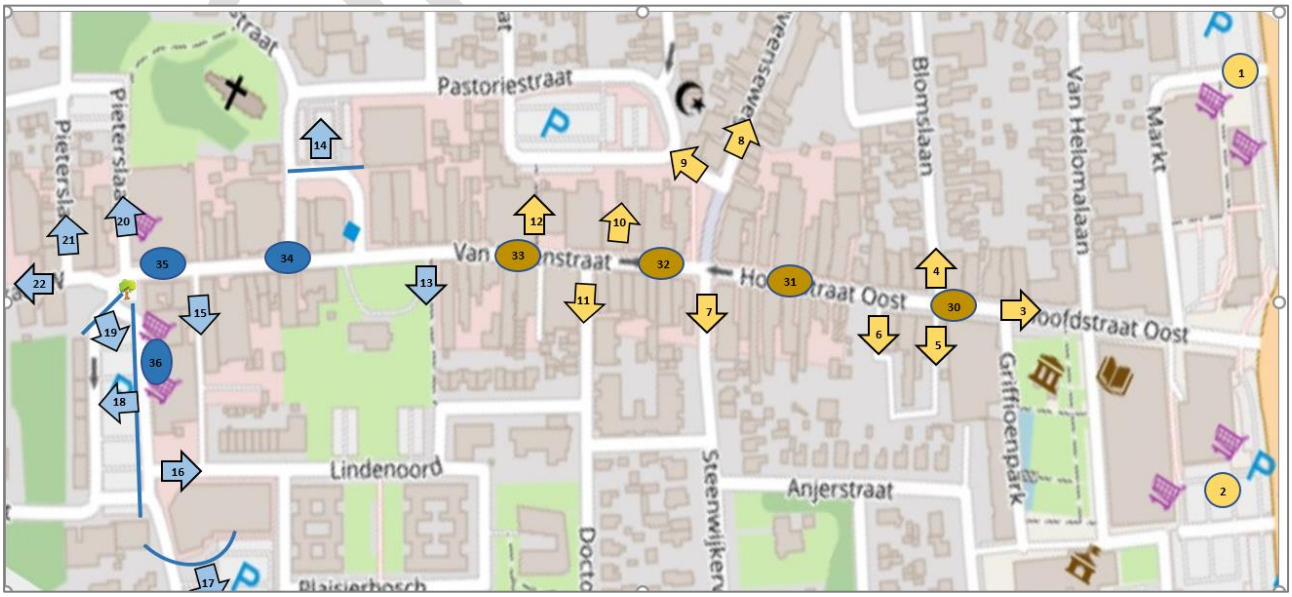
Voor Wolvega Centrum onderscheidt Strabo 28 uitgangen/uitganggebieden. In afbeelding 1 zijn alle uitgangen weergegeven in een plattegrond van het winkelcentrum.

Tabel 2: Aantal bezoekers per uitgang, vóór en na correctie dubbeltellingen

Uitgang		Vóór correctie 2020	Na Correctie 2020	% vóór correctie 2020	Gem. aantal bezoekers per uur
1	Jumbo	17.223	16.901	24%	200
2	Lidl/Poiesz Griffioenpark	18.900	17.213	26%	220
3 t/m 11	Zijstraten Hoofdstraat Oost	2.184	2.090	3%	25
12	P HEMA	3.290	3.290	5%	38
13 t/m 16	zijstraten van Harenstraat/Lindenoord	2.346	2.244	3%	27
17	Action	5.777	5.294	8%	67
18 t/m 22	Van der Sandeplein/ Pieterslaan/Hoofdstraat West	15.724	14.902	22%	183
30 t/m 36	Opstap fiets/instap auto verspreid	6.689	5.874	9%	78
Totaal		72.599	67.809	100%	839

- Aan de beide koppen van het centrum vertrekken de meeste bezoekers. Bij het Marktplein/Griffioenpark waar drie supermarkten gelegen zijn (Jumbo, Lidl en Poiesz) vertrekt exact 50% van de bezoekers. Bij de Jumbo zijn meer definitieve vertrekkers (98%) dan bij Lidl/Poiesz (91%).
- Aan de andere zijde van het Centrum vertrekt 30% (17 t/m 22), bij de Action 8%, via het van der Sandeplein 14%, en richting Pieterslaan en Hoofdstraat West 8%.
- Op weekbasis hebben we 4.800 fietsopstappers en 1.200 auto-instappers geteld.

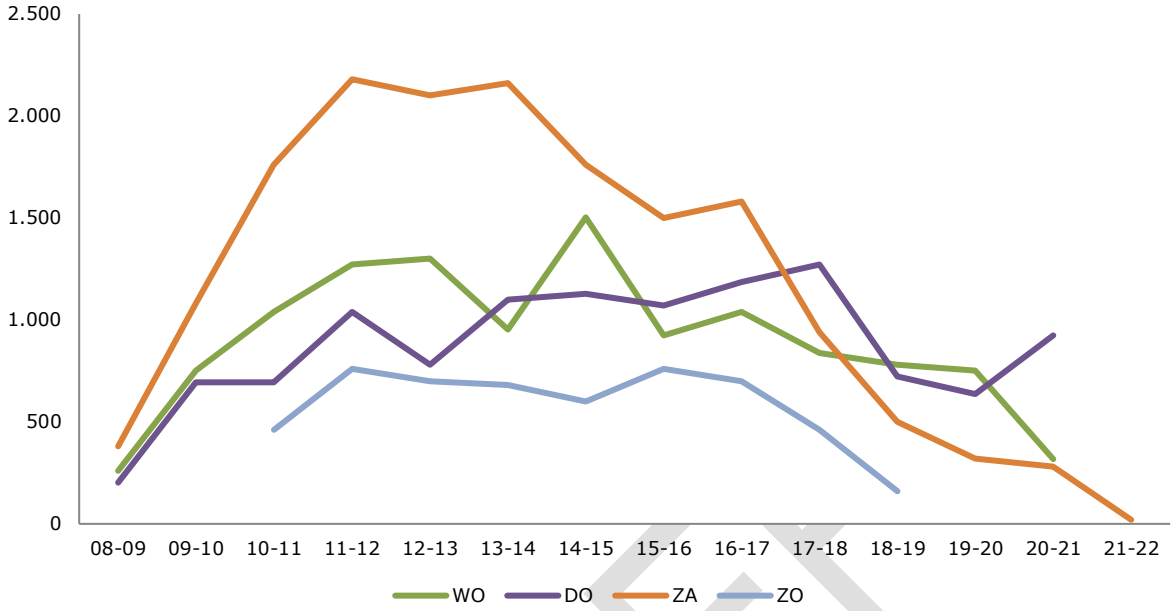
Afbeelding 1: Uitgangen Wolvega Centrum.



CONCEPT

2.3 Aantal bezoekers per uur

Afbeelding 2: Aantal bezoekers per uur



- Bovenstaande afbeelding laat zien dat het op zaterdagochtend aanzienlijk drukker is in het centrum dan op een gemiddelde doordeweekse dag (woensdag).
- De piek in het bezoek ligt tussen 11.00 en 14.00 uur, daarna neemt het druktebeeld af.
- Het druktebeeld duidt op sterk functioneel bezoek, in recreatieve centra ligt de piek in het bezoek aan het einde van de middag.
- Het effect van de koopavond is alleen in het laatste uur te zien in de grafiek. In totaal komen er op de koopavond (van 18.00 tot 21.00) slechts 450 bezoekers (+23%) meer dan op de woensdag in dezelfde periode.
- Opvallend is ook het verloop van het druktebeeld op woensdag, hetgeen veroorzaakt wordt door het bezoek aan de kleine weekmarkt op het Acht Pilarenplein. Deze wordt van 8 tot 12 uur gehouden.

CONCEPT

3 Passantenonderzoek

3.1 Kenmerken bezoekers en bezoekgedrag

Om inzicht te krijgen in het bezoekersprofiel en het winkelgedrag van bezoekers van Wolvega Centrum, is onder 402 vertrekkende bezoekers een enquête afgenomen.

3.1.1 Bezoekerskenmerken

3.1.1.1 Herkomst

Aan respondenten is gevraagd naar de postcode van het huisadres. Op basis hiervan kan inzicht worden verkregen in de herkomst van bezoekers van Wolvega Centrum. In onderstaande tabel zijn hiervan de uitkomsten weergegeven.

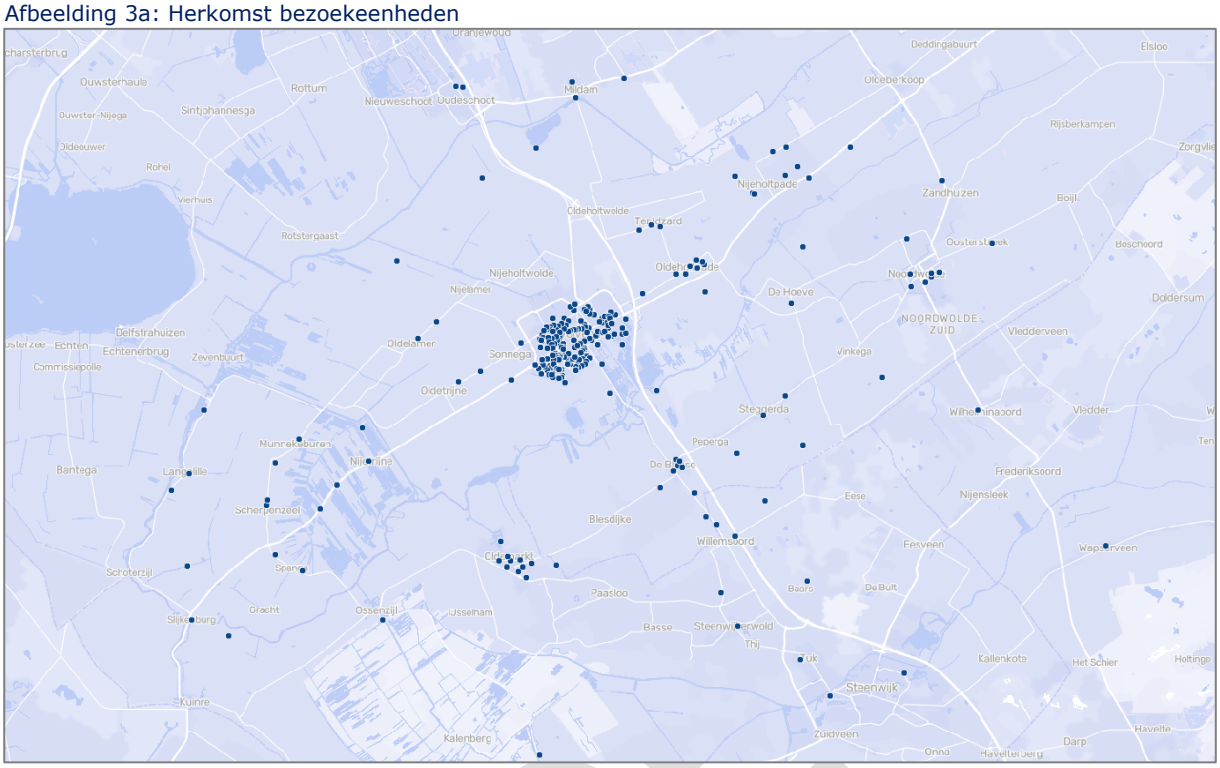
Tabel 3: Bezoekers Wolvega Centrum naar herkomst

	2020
Primair (Wolvega)	**64%**
Overig gemeente Weststellingwerf, waaronder:	**22%**
Oldeholtpade	5%
Nijeholtpade	3%
Elders, waaronder:	**14%**
Steenwijk	1%
Oldemarkt	2%
totaal	100%

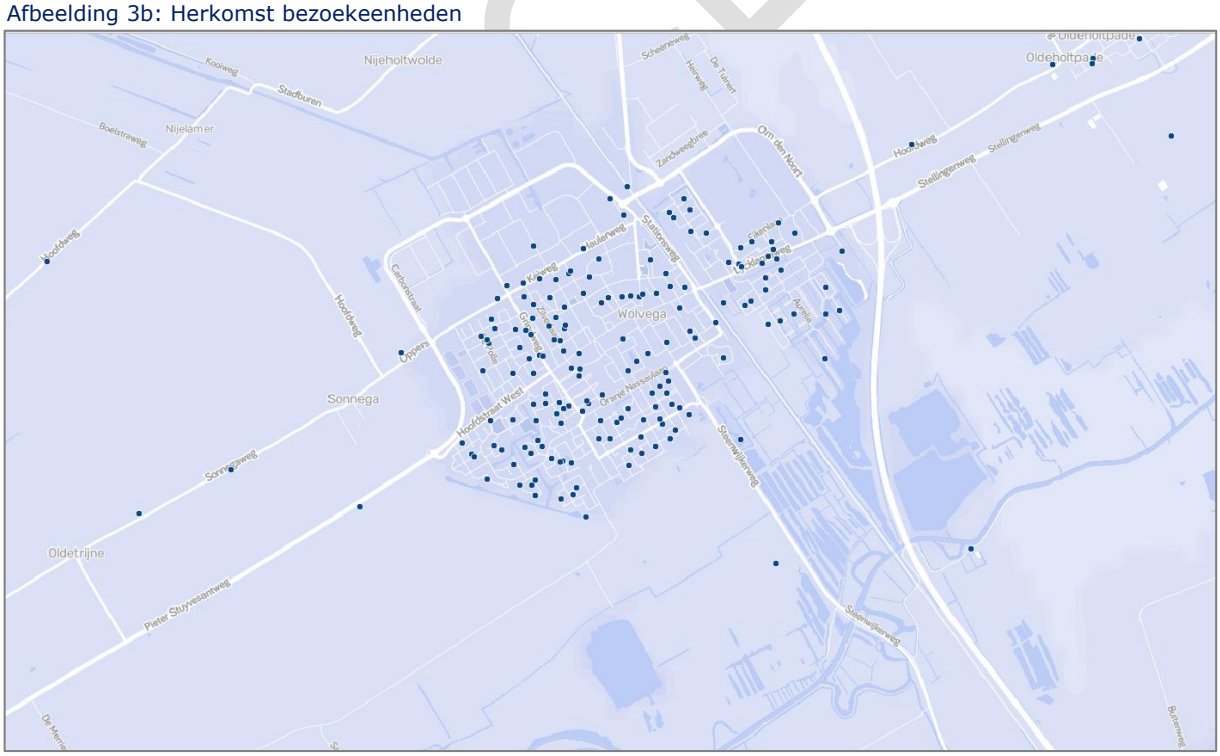
- Wolvega Centrum heeft een sterke lokale functie, 64% van de bezoekers is woonachtig in Wolvega.
- Maar ook voor overige kernen in de gemeente Weststellingwerf (22% van de bezoekers) is de functie belangrijk. Relatief veel bezoek komt uit de kernen Oldeholt- en Nijenholtpade. Het bezoek uit Noordwolde is relatief gering, als gevolg van het feit dat Noordwolde als enige kern ook over dagelijkse voorzieningen beschikt.
- Bezoekers uit elders komen uit een groot gebied, van Heerenveen tot Steenwijk.
- Oldemarkt, net buiten de gemeentegrens levert ook een substantieel aantal bezoekers.
- Op woensdag en zaterdag ligt het aandeel uit overig Weststellingwerf hoger dan op de donderdag en zondag.
- Bezoek van elders ligt het hoogst op de donderdag en zondag.
- In vergelijkbare winkelgebieden ligt de toevloeiing van bezoekers vanuit het secundaire verzorgingsgebied doorgaans lager (28%)

CONCEPT

Afbeelding 3a: Herkomst bezoekeenheden



Afbeelding 3b: Herkomst bezoekeenheden



3.1.1.2 Leeftijd

Tabel 4: Leeftijd bezoekers naar herkomst (totaal incl. non-response)

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020	SRS
15 – 19 jaar	2%	4%	2%	2%	
20 – 24 jaar	4%	7%	5%	5%	} 16%
25 – 34 jaar	9%	8%	6%	11%	
35 – 44 jaar	9%	16%	25%	14%	} 33%
45 – 54 jaar	25%	20%	14%	21%	
55 – 64 jaar	17%	23%	18%	20%	
65 – 74 jaar	25%	16%	23%	20%	} 52%
75 jaar of ouder	10%	5%	7%	7%	
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%

- Het publiek dat het centrum bezoekt is doorgaans al behoorlijk op leeftijd. Van alle bezoekers (inclusief non-response) is slechts 18% jonger dan 35 jaar. 35% is tussen de 35 en 54 jaar en liefst 47% is 55 jaar of ouder.
- Naar herkomst bestaan er enige verschillen. Bezoekers uit Wolvega zijn over het algemeen iets ouders: 35% van hen is 65-plus.
- De leeftijdsverdeling in Wolvega Centrum is vergelijkbaar met de referentiecentra. Het publiek in Wolvega is wel iets jonger dan elders.

3.1.1.3 Omvang en samenstelling bezoekeenheid

Tabel 5: Omvang bezoekeenheid naar herkomst (totalen inclusief non-response)

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020	SRS
1 persoon	74%	72%	58%	71%	67%
2 personen	23%	23%	39%	26%	26%
3 of meer personen	3%	5%	3%	4%	8%
gem. omvang	1,28	1,35	1,46	1,34	1,44

- Het centrum wordt doorgaans zeer gericht bezocht. 71% van de bezoekers komt alleen naar het winkelcentrum. Verder bestaat 26% van de bezoekeenheden uit twee personen en slechts 4% komt met meer dan twee personen naar Wolvega Centrum.
- Bezoekers uit Weststellingwerf (73%) komen vaker met 1 persoon naar het centrum dan de bezoekers van elders (585).
- Op donderdag komt men het meest gericht (88% komt alleen).
- De gemiddelde omvang van de bezoekeenheid bedraagt 1,34 (inclusief non-response), hetgeen, in combinatie met 67.809 (netto) bezoekers, resulteert in 48.435 (netto) bezoekeenheden op weekbasis.
- In vergelijking met de referentiecentra is het aandeel alleengaanden hoger en derhalve de gemiddelde bezoekeenheid kleiner in Wolvega Centrum
- Tabel 6 laat zien dat liefst 47% bestaat uit alleengaande vrouwen en 24% uit alleengaande mannen.

CONCEPT

- 63% van de bezoekers is vrouw, 34% man en 3% kind. Daarmee ligt het aandeel vrouwen, zoals aangehaald, aan de hoge kant. In vergelijkbare centra ligt dit aandeel onder de 60% en het aandeel kinderen op 8%.
- Opvallend is ook het geringe aantal kinderen dat meekomt op een bezoek aan het centrum.

Tabel 6: Samenstelling bezoekeenheid naar herkomst (totalen inclusief non-response)

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020	SRS
vrouw alleen	47%	50%	44%	47%	45%
vrouw en kind(eren)	3%	3%	6%	3%	7%
twee vrouwen	8%	4%	1%	6%	4%
man alleen	27%	21%	14%	24%	22%
man en vrouw	12%	14%	28%	16%	14%
man, vrouw en kind(eren)	2%	4%	1%	3%	4%
twee mannen	0%	1%	2%	1%	1%
anders	0%	2%	4%	1%	4%
totaal	100%	100%	100%	100%	100%

CONCEPT

3.2 Bezoekgedrag

3.2.1 Bezoekreden

Wat is de belangrijkste reden van het bezoek aan Wolvega Centrum? Komt men puur voor het doen van boodschappen of om recreatief te winkelen?

Tabel 7: Belangrijkste bezoekreden naar herkomst

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020
boodschappen	89%	96%	77%	89%
winkelen	2%	5%	6%	3%
specifieke winkel	7%	3%	9%	6%
horeca	1%	0%	1%	1%
toeristisch/rondkijken	1%	0%	2%	1%
werkt/woont hier	4%	2%	9%	4%
overig	3%	3%	3%	3%
markt	1%	0%	2%	1%

- Het bezoek is zeer gericht op het doen van boodschappen, negen op de tien bezoekers komen met dit doel naar het winkelgebied. Daarnaast komt 6% voor een specifieke winkel (buiten de supermarkt). Action en de HEMA worden hierbij het vaakst genoemd.
- Opvallend is dat de boodschappenfunctie zelfs sterker is voor bezoekers vanuit overig Weststellingwerf.
- Voor bezoekers van elders geldt ook dat boodschappen doen het primaire bezoekdoel. Ook het feit dat men in Wolvega werkt speelt een relatief grote rol.
- Alleen op de zaterdag (10%) wordt er gewinkeld. Op de overige dagen is het bezoek gericht op de dagelijkse boodschappen. Ook op zondag, toen ook vrijwel alleen de supermarkten open waren.
- In vergelijking met de referentiecentra heeft Wolvega een nog zwaardere boodschappenfunctie. De supermarkten zijn in het aanbod ook veel dominanter dan in de referentiecentra. Dit maakt Wolvega ook uniek.

CONCEPT

3.2.2 Bezoekreden Wolvega en geen andere winkelgebied

Tabel 8: Belangrijkste bezoekreden Wolvega en geen ander winkelgebied naar herkomst

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020
nabijheid/afstand	76%	76%	37%	71%
bereikbaarheid/parkeren	19%	23%	29%	21%
gewoonte	8%	8%	8%	8%
sfeer/gezelligheid	5%	1%	24%	7%
bepaalde winkels/producten	7%	1%	6%	5%
hoeveelheid winkels	5%	3%	3%	4%
kwaliteit supermarkten	3%	4%	2%	3%
kwaliteit winkels	3%	1%		2%

- Voor de bewoners uit Weststellingwerf zijn nabijheid en bereikbaarheid de belangrijkste redenen om voor Wolvega te kiezen. Ook 'gewoonte' speelt een belangrijke rol. Aspecten als sfeer en kwaliteit van het aanbod spelen nauwelijks een rol.
- Opvallend is dat bezoekers van elders die sfeer wel vaak noemen, maar ook nabijheid (bijvoorbeeld voor Oldemarkt) alsmede de bereikbaarheid en parkeergelegenheid.

3.2.3 Vervoermiddel

Tabel 9: Vervoermiddel naar herkomst

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020	SRS
lopend	11%	1%	3%	8%	15%
(brom-)fiets	36%	9%	10%	26%	39%
auto/motor	53%	89%	85%	65%	45%
openbaar vervoer	0%	2%	2%	1%	2%
totaal	100%	100%	100%	100%	100%

- Liefst 65% van alle bezoekers komt met de auto naar Wolvega Centrum, een aandeel dat relatief hoog ligt, maar goed verklaarbaar is gezien het grote verzorgingsgebied en de langgerekte structuur die uitnodigt tot het gebruik van de auto.
- 8% komt te voet, 26% met de (brom-)fiets. Ondanks het treinstation en diverse verbindingen, maakt maar 1% gebruik van het openbaar vervoer bij een bezoek aan het centrum van Wolvega.
- Naar herkomst zijn de verschillen logischerwijs aanzienlijk. Van de niet-Wolvegaers komt meer dan 85% met de auto.
- In vergelijking met referentiecentra ligt het autogebruik aanzienlijk hoger en komt men minder vaak lopend of per fiets naar het centrum.

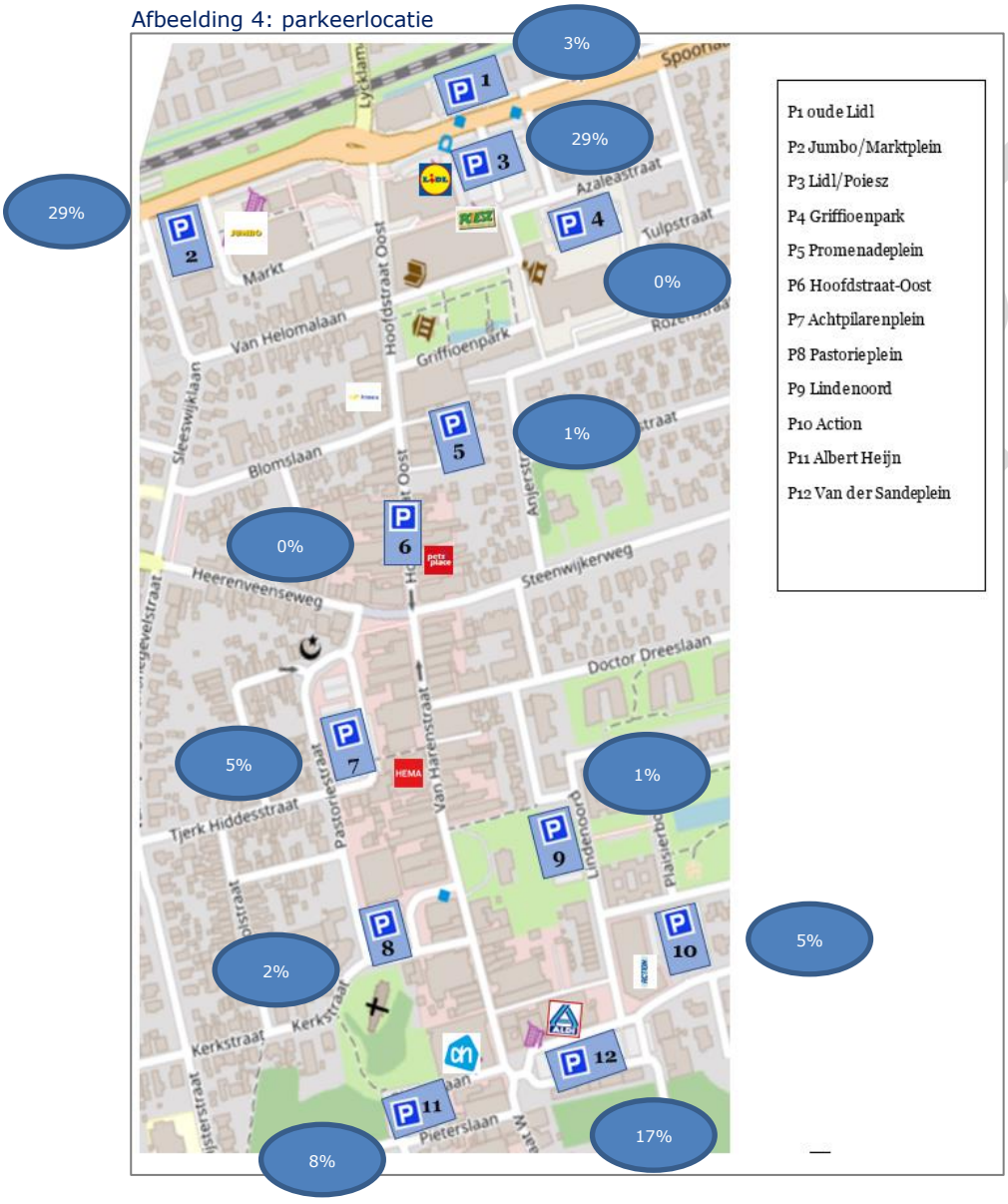
Wanneer men met de auto komt verplaatst 68% deze altijd wanneer men meerdere delen van het centrum bezoekt. Dat zal ook samenhangen met de mate waarin men meerdere supermarkten combineert. In totaal heeft 27% twee of meer supermarkten bezocht (zie 3.3.1). Ook zijn de loopafstanden van de ene naar de andere kop dermate groot, dat het verplaatsten van de auto een logische actie is.

CONCEPT

Tabel 10: Verplaatsen auto naar herkomst

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020
(bijna) altijd	63%	76%	67%	68%
soms	17%	14%	13%	15%
nooit	19%	10%	21%	17%
totaal	100%		100%	100%

Afbeelding 4: parkeerlocatie



Tabel 11: Indien met de auto gekomen: gebruikte parkeerplaats

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020
1.Oude Lidl	5%	3%		3%
2.Jumbo/Marktplein	24%	36%	28%	29%
3.Lidl/Poiesz	30%	28%	28%	29%
4.Griffioenpark	0%			0%
5.Promenadeplein	1%	0%	1%	1%
6.Hoofdstraat Oost				
7.Acht-Pilarenplein	10%			5%
8.Pastorieplein	4%		2%	2%
9.Lindenoord	1%		2%	1%
10.Action	3%	5%	11%	5%
11.Albert Heijn	10%	8%	5%	8%
12.Van Der Sandeplein	12%	21%	24%	17%
Totaal	100%	100%	100%	100%

De belangrijkste parkeerplaatsen zijn die bij de Jumbo (29%), Lidl/Poiesz (29%) en het van der Sandeplein (Aldi en Budget Store: 17%). Op deze drie parkeerterreinen parkeert 75% van alle bezoekers die met de auto gekomen zijn.

3.2.4 Bezoekfrequentie

Tabel 12: Bezoekfrequentie naar herkomst

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020	SRS
elke dag	21%	7%	1%	15%	15%
3-5 keer per week	36%	25%	9%	30%	} 52%
2 keer per week	20%	22%	10%	19%	
1 keer per week	21%	39%	44%	28%	
1 keer per 2 weken	1%	2%	7%	2%	
1 keer per maand	1%	3%	15%	4%	} 32%
Minder dan 1 keer per maand		1%	10%	2%	
Dit is de eerste keer			4%	1%	
gem. bez. freq. per week	3,3	2,3	1,1	2,8	2,8

- Gemiddeld bezoekt men Wolvega Centrum 2,8 keer per week, hetgeen goed past bij een winkelcentrum met een (zeer) sterke dagelijkse functie.
- 64% van alle bezoekers bezoekt het winkelcentrum 2 keer per week of vaker, waarvan 15% die het winkelcentrum iedere dag bezoekt.
- De logische relatie tussen frequentie en de plek waar men woont, is ook hier te zien. Bezoekers woonachtig in Wolvega (3,3 per week) komen gemiddeld driemaal zo vaak als bezoekers van elders (1,1 per week). Bezoekers uit overig Weststellingwerf nemen een tussenpositie in met gemiddeld 2,3 bezoeken per week.
- De bezoekfrequentie is vergelijkbaar met de referentiecentra.

CONCEPT

Tabel 13: Bezoekfrequentie naar herkomst

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020
minder vaak	8%	11%	11%	9%
even vaak	82%	76%	82%	81%
vaker	10%	13%	7%	10%

De respondenten is gevraagd of men in vergelijking met de afgelopen twee jaar het centrum vaker of minder vaak is gaan bezoeken. Per saldo is het aandeel dat vaker of minder vaak komt in balans. Overigens geeft dit alleen het beeld van de bezoekers, mensen die Wolvega niet meer bezoeken komen we in dit onderzoek niet tegen. Wel in het bewonersonderzoek.

Verreweg de belangrijkste reden om vaker te komen is het feit dat men verhuisd is en nu dichterbij Wolvega is komen te wonen. Circa de helft van alle redenen hebben daar betrekking op. Overige redenen (vaak maar door 1 respondent genoemd) zijn: ik heb meer te besteden, ik doe meer boodschappen, werk of school in Wolvega en gratis parkeren. Kwaliteit van het winkelaanbod speelt geen rol.

De redenen om minder vaak te komen zijn heel divers. Van minder budget, meer online shoppen, minder winkelen tot veranderde persoonlijke omstandigheden. Maar ook hier is verhuizen van werk, school of woning de belangrijkste oorzaak. Kwalitatieve redenen met betrekking tot het winkelaanbod werden slechts door een enkele respondent genoemd (saai, leegstand) en spelen dus geen grote rol voor de bezoekers.

3.2.5 Bezochte delen

Tabel 14: Bezochte delen naar herkomst

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020
Marktplein/Griffioenpark	56%	71%	64%	61%
Hoofdstraat Oost	14%	13%	12%	13%
Horecaplein	9%	5%	8%	8%
Van Harenstraat	32%	20%	20%	28%
van der Sandeplein/Lindenoord	54%	47%	60%	53%
gemiddeld	1,6	1,6	1,6	1,6

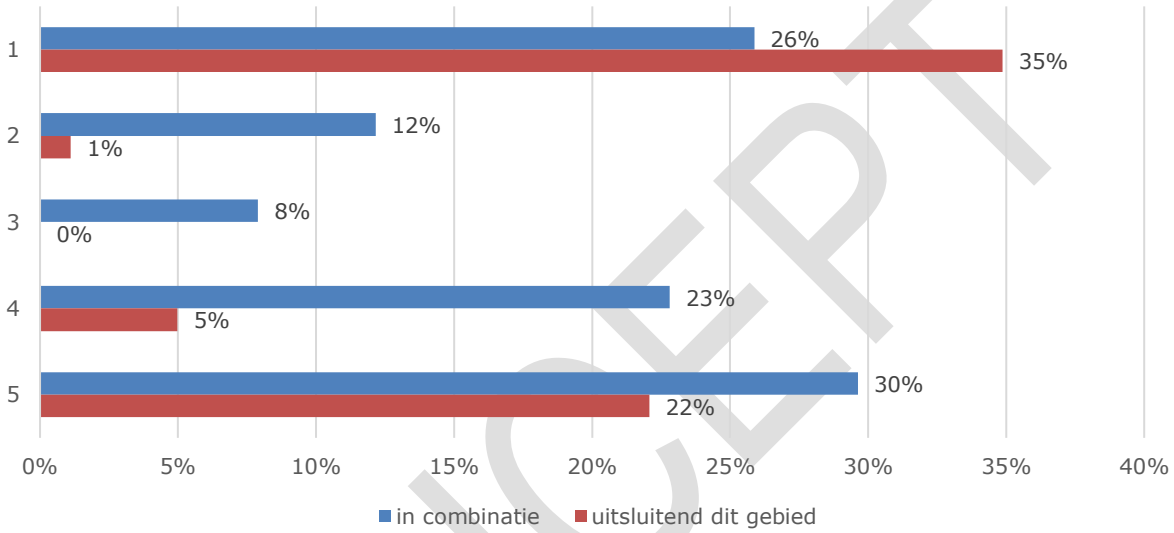
- Gemiddeld bezoekt men 1,6 van de 5 deelgebieden in Wolvega Centrum. Verreweg het meest bezocht zijn de beide koppen (Marktplein/Griffioenpark aan de ene kant (61%) en het van der Sandeplein/Lindenoord aan de andere kant (53%)).
- Het Horecaplein wordt verreweg het minst bezocht gevolgd door de Hoofdstraat Oost (13%).
- Er vindt combinatiebezoek plaats tussen de verschillende delen. 63% bezoekt slechts één deel maar 37% bezoekt meerdere delen.
- Het meeste combinatiebezoek vindt plaats tussen 1 (Marktplein) en 5 (van der Sandeplein) en 4 (van Harenstraat) en 5 (van der Sandeplein); in beide gevallen door

CONCEPT

circa 20%. Het combinatiebezoek tussen 1 en 2 (Marktplein en Hoofdstraat Oost) bedraagt 11%, tussen 1 en 4 (Marktplein en van Harenstraat) bedraagt 12%.

- De overige combinaties scoren lager.
- Bezoekers die te voet (56%) en met de fiets(51%) komen combineren vaker meerdere delen dan de bezoekers die met de auto komen (29%).
- Het middendeel Hoofdstraat Oost, horecaplein en van Harenstraat wordt relatief meer bezocht door de Wolvegase bezoekers. De overige bezoekers beperken zich nog meer tot Marktplein en/of van der Sandeplein.

Afbeelding 5: Bezochte delen in combinatie of uitsluitend bezoek aan dat deel

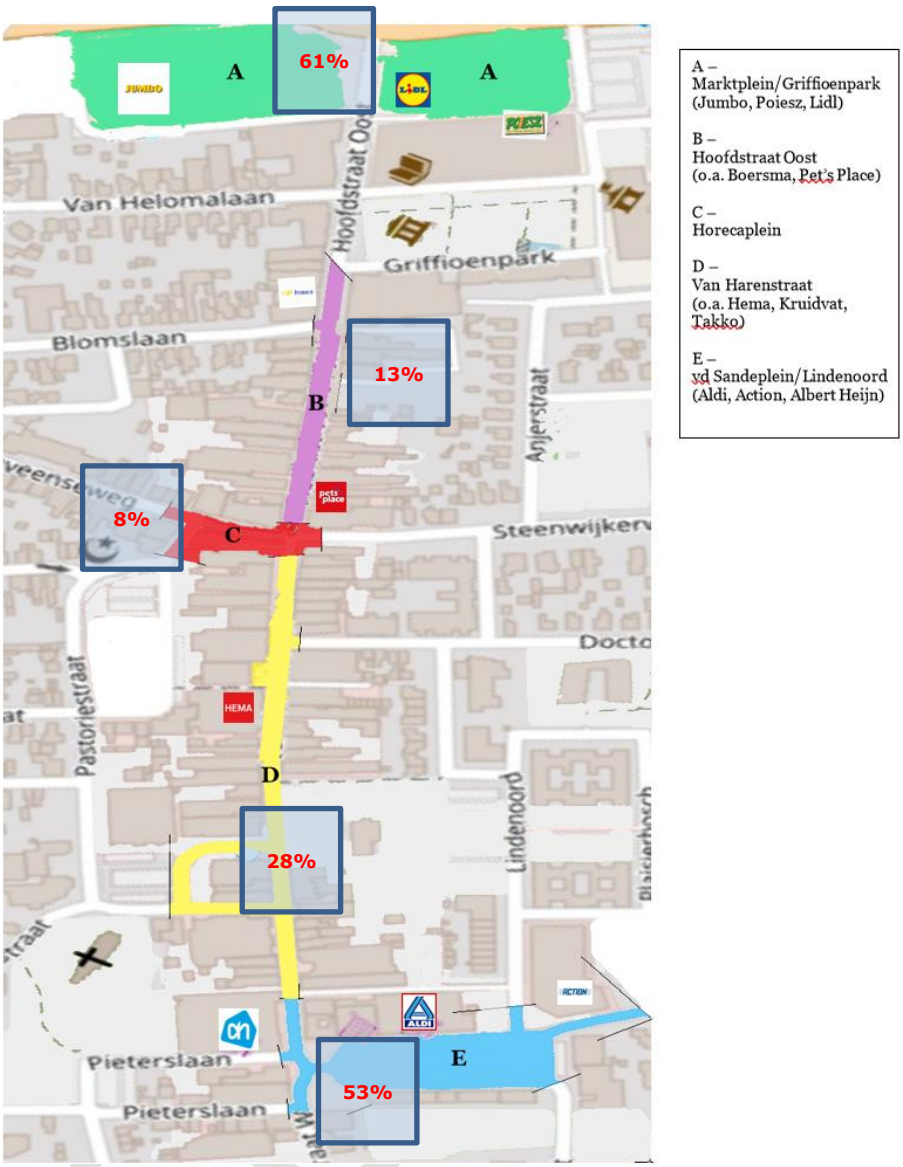


Tabel 15: Combinatie bezochte delen naar vervoerwijze

	lopend	(brom-) fiets	auto/motor	totaal
1	6%	25%	42%	35%
5	30%	20%	22%	22%
1+5		9%	12%	10%
4+5	26%	19%	4%	10%
1+2+3+4+5	22%	13%	1%	6%
4	5%	2%	6%	5%
1+2		2%	3%	3%
1+4+5		2%	3%	2%
1+4		3%	2%	2%
2	4%	2%	0%	1%
overige combinaties	8%	4%	4%	4%

CONCEPT

Afbeelding 6: Bezochte delen % bezocht



3.3 Bezochte winkels en bestedingen

3.3.1 Bezochte winkels

Tabel 16: Bezochte winkels naar herkomst(door minimaal 3% genoemd)

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020
geen	3%	0%	2%	2%
Jumbo	29%	42%	31%	32%
Lidl	29%	31%	27%	29%
Albert Heijn	23%	25%	26%	24%
Aldi	13%	16%	14%	14%
Action	10%	12%	27%	13%
Poiesz	11%	7%	14%	10%
Kruidvat	9%	5%	9%	8%
Slager nng	7%	3%	2%	6%
Hema	5%	8%	6%	6%
Budget Food	4%	6%	2%	4%
Vliegende Hond bakkerij	4%			3%

- De vijf grote supermarkten van Wolvega Centrum zijn de trekkers in combinatie met de Action. Jumbo, Lidl worden het meest bezocht gevolgd door de Albert Heijn. Aldi en Poiesz trekken aanzienlijk minder bezoekers.
- Opvallend is dat de HEMA slechts door 6% is bezocht, minder dan de Kruidvat.
- In de meest bezochte winkels komen uitsluitend winkels uit de dagelijkse sector en warenhuizen voor. Er zijn geen grote publiekstrekkers in bijvoorbeeld de mode, overige niet dagelijkse sector of horeca.
- Bezoekers uit overig Weststellingwerf bezoeken relatief vaak de supermarkten, bezoekers van elders relatief vaak de Action.
- Slechts 2% heeft geen enkele winkel of horeca voorziening bezocht.

Tabel 17: Combinatiebezoek supermarkt naar herkomst

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020
Geen winkels	3%	0%	2%	2%
alleen supermarkt(en)	54%	67%	51%	57%
alleen overig dagelijks	13%			8%
alleen dagelijks	8%	8%	9%	8%
alleen mode	0%			0%
alleen overig niet dagelijks	5%	2%	14%	6%
dagelijks en niet dagelijks	15%	20%	22%	17%
alleen ambachten/diensten/horeca	2%	1%	1%	1%
Totaal	100%	100%	100%	100%

- De bovenstaande tabel geeft inzicht in het combinatiebezoek van bezoekers. Opmerkelijk is dat 57% uitsluitend een of meerdere supermarkten heeft bezocht en 73% uitsluitend winkels in de dagelijkse sector. 6% heeft uitsluitend winkels in de niet-

CONCEPT

dagelijkse sector bezocht en 17% combineerde de dagelijkse en de niet dagelijkse sector.

Tabel 18: Combinatiebezoek supermarkten naar herkomst (2% of meer)

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020
Geen winkels	3%	0%	2%	2%
geen supermarkt	23%	5%	15%	18%
alleen Jumbo	15%	33%	19%	20%
alleen AH	16%	12%	15%	15%
alleen Lidl	10%	12%	8%	10%
Poiesz+ Lidl	7%	4%	10%	7%
Jumbo + Lidl	6%	9%	4%	6%
alleen Aldi	4%	4%	10%	5%
Jumbo + AH	3%		7%	3%
AH+ Aldi	2%	6%		2%
Lidl+ Aldi	2%	3%	1%	2%
alleen Poiesz	2%	1%	2%	2%
Totaal	100%	100%	100%	100%

- Combinatiebezoek tussen supermarkten is hoog, 80% bezoekt een of meer supermarkten en in totaal 27% combineert 2 of meer supermarkten (53% bezoekt slechts 1 supermarkt). Dus 1 op de 3 supermarktbezoekers combineert twee of meer supermarkten.
- De meest voorkomende combinaties zijn Poiesz+Lidl, Jumbo+Lidl en Jumbo+Albert Heijn.

CONCEPT

Tabel 19: Aantal bezochte winkels naar herkomst

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020	SRS
geen	2%	0%	2%	2%	6%
1 winkel	52%	48%	50%	50%	41%
2 winkels	29%	34%	28%	30%	27%
3 winkels	9%	7%	12%	9%	} 26%
4 winkels of meer	9%	10%	8%	9%	
Gem. aantal bez. winkels	1,73	1,89	1,74	1,77	1,91

- 50% heeft één winkel, 30% heeft twee winkels en 18% heeft drie of meer winkels bezocht. Het gemiddeld aantal bezochte winkels komt uit op 1,8.
- Bezoekers uit overig Weststellingwerf bezoeken relatief veel winkels (1,9).
- Op zaterdag worden meer winkels bezocht (63% twee of meer winkels, gemiddeld 2,1 bezochte winkels tegen 1,6 op de overige dagen).
- In referentiecentra ligt het aandeel dat geen winkels bezocht heeft hoger, maar ook het totaal aantal bezochte winkels ligt daar hoger. Wolvega wordt dus gerichter bezocht dan andere centra.

3.3.2 Bestedingen

Tabel 20: Besteding naar herkomst (totalen na leeftijdscorrectie)

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020	SRS
niets	14%	5%	10%	11%	13%
minder dan € 10	16%	2%	9%	11%	16%
€ 10 tot € 25	26%	18%	16%	22%	26%
€ 25 tot € 50	21%	28%	20%	23%	22%
€ 50 tot € 75	13%	19%	20%	16%	24%
€ 75 of meer	11%	29%	26%	17%	
Gem. besteding	€ 32,08	€ 57,80	€ 53,04	€ 41,52	€ 36.33
Gem bezoekfrequentie	3,31	2,30	1,13	2,78	
Besteding per week	€ 106,18	€ 132,94	€ 59,94	€ 115,43	

- De gemiddelde besteding bedraagt € 42,-. 11% van de bezoekers heeft niets besteed. 56% heeft minder dan € 50,- besteed en 17% heeft € 75,- of meer besteed.
- Naar herkomst bestaan er de nodige verschillen in besteding, die slechts gedeeltelijk overeenkomen met de verschillen in bezoekfrequentie. Hoe lager de bezoekfrequentie, hoe hoger de gemiddelde besteding per bezoek. In dit geval is het opvallende dat de bezoekers uit overig Weststellingwerf verreweg het meest besteden terwijl zij tweemaal vaker per week komen dan bezoekers van elders.
- In vergelijking met referentiecentra ligt de besteding in Wolvega hoger (+ € 5,-) en is met name het aandeel bestedingen boven de € 50,- hoger (33 versus 24%).

CONCEPT

- In combinatie met die gemiddelde bezoekfrequentie per week komt men tot een weekbesteding en deze ligt voor de Wolvegase bezoekers (€ 106) en de overige Weststellingwerfse bezoekers (€ 133) echter wel aanzienlijk hoger dan die van bezoekers van elders (€ 60).

Tabel 21: Besteding per sector naar herkomst (totaal na leeftijdscorrectie)

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020	%
Supermarkt	€ 25,61	€ 50,80	€ 36,65	€ 33,29	80%
Overig dagelijks	€ 3,21	€ 2,76	€ 2,65	€ 3,00	7%
Mode	€ 0,42	€ 0,72	€ 0,00	€ 0,44	1%
Niet-dagelijks	€ 2,27	€ 3,24	€ 13,30	€ 4,27	10%
Horeca, diensten, ambachten	€ 0,57	€ 0,29	€ 0,44	€ 0,52	1%
totaal	€ 32,08	€ 57,80	€ 53,04	€ 41,52	100%

- De supermarkten genereren 80% van de totale omzet. De overige winkels in de dagelijkse sector zijn goed voor 7% van de omzet.
- De niet-dagelijkse sector is goed voor 11% van het omzettotaal, waarbij het merendeel door de warenhuizen wordt gegenereerd.
- Mode bestedingen liggen laag maar zijn ook wel erg aan seizoensinvloeden onderhevig en hoeven dus niet maatgevend te zijn voor de daadwerkelijke omzet in de mode.

Met behulp van het netto aantal bezoekers per week, de gemiddelde omvang van de bezoekeenheid en de gemiddelde besteding kan de week- en jaaromzet worden berekend.

- De gemiddelde omvang van de bezoekeenheid bedraagt 1,34 (inclusief non-response), hetgeen, in combinatie met 67.809 (netto) bezoekers, resulteert in 48.435 (netto) bezoekeenheden op weekbasis. De totale weekomzet van Wolvega Centrum wordt, op basis van deze 48.435 bezoekeenheden en een gemiddelde besteding van € 41,52 (inclusief BTW), geschat op € 2,0 miljoen. De totale jaaromzet wordt op basis daarvan geschat op bijna 105 miljoen euro.
- Hiervan komt 50% uit het primair verzorgingsgebied, tegenover 64% van de bezoekers. Zij besteden dus benedengemiddeld. De 22% van de bezoekers woonachtig in de overige kernen van Weststellingwerf besteedt bovengemiddeld en zij zorgen samen voor 32% van de omzet.
- Bezoekers die met de auto komen besteden ook bovengemiddeld (79% van de omzet versus 65% van de totale populatie).
- Naar leeftijd is het verschil relatief gering, maar de categorie 35-54 jaar besteedt wel iets meer dan gemiddeld

CONCEPT

Tabel 22: Bezoekersaandeel versus omzetaandeel (na leeftijdscorrectie)

	Bezoekers	Omzet
Wolvega	64%	50%
Overig W'werf	**22%**	**32%**
Elders	14%	18%
<35 jaar	17%	16%
35-54 jaar	**35%**	**39%**
55 jaar >	48%	45%
Lopend	8%	5%
(Brom)fiets	26%	15%
Auto/motor	**65%**	**79%**
Openbaar vervoer	1%	0%

CONCEPT

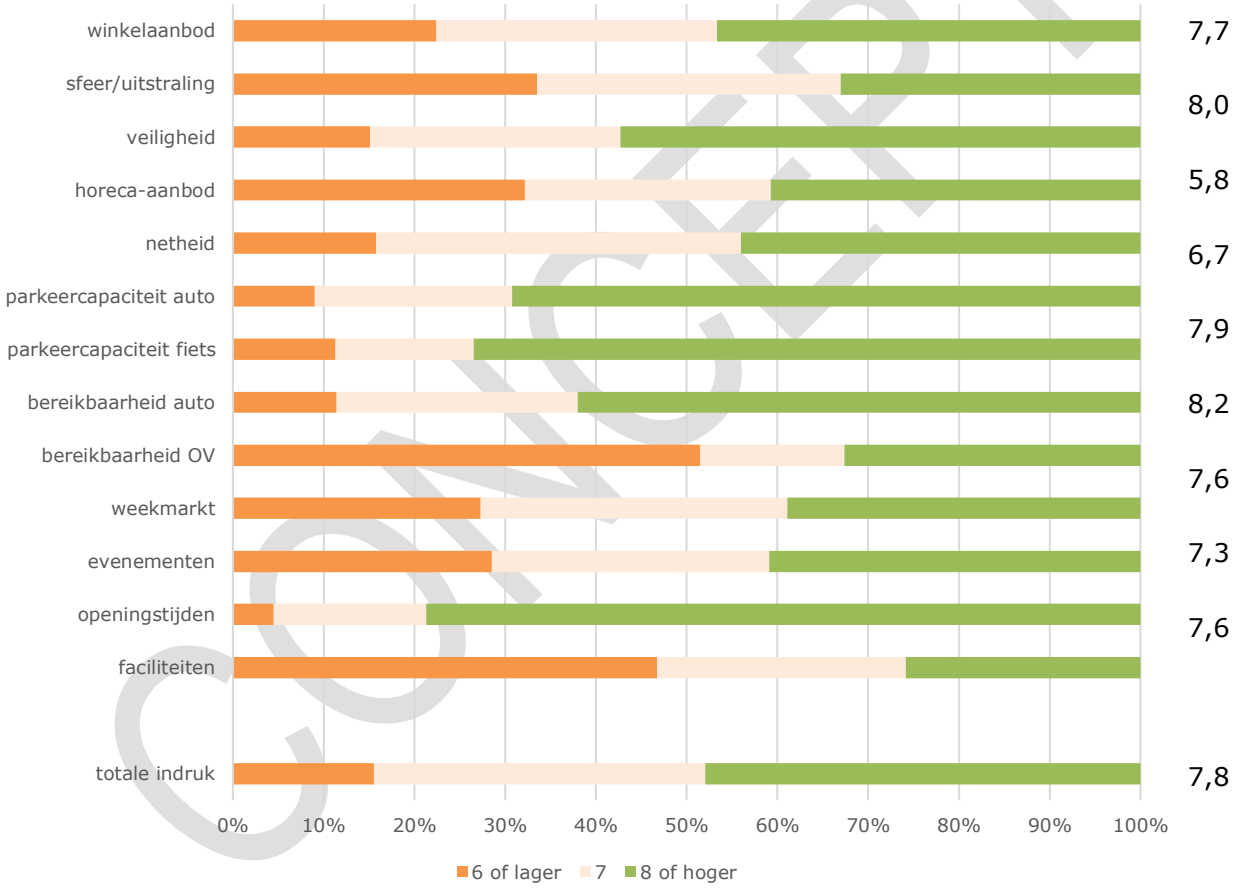
3.4 Waardering en beleving

3.4.1 Waardering

Aan de bezoekers is een aantal aspecten ter beoordeling voorgelegd. Door middel van een rapportcijfer (van 1 tot en met 10) konden respondenten hun waardering kenbaar maken.

Bij het interpreteren van de rapportcijfers, zoals deze in onderstaande afbeelding zijn weergegeven, is het volgende van belang: een 7,5 of hoger is goed tot uitstekend, tussen de 6,5 en 7,5 is matig tot redelijk en een rapportcijfer lager dan 6,5 dient te worden geïnterpreteerd als onvoldoende.

Afbeelding 7: Waardering Wolvega Centrum



- Bezoekers van Wolvega Centrum zijn gematigd positief over het winkelcentrum. De totale indruk beoordeelt men met gemiddeld een 7,3. Het meest positief is men over de parkeercapaciteit voor de fiets (8,1) en auto (7,9) en de openingstijden (7,9) en de autobereikbaarheid (7,7).
- Het winkelaanbod (7,3) wordt beter beoordeeld dan het horeca-aanbod (6,9) maar men is hier niet erg positief over.

CONCEPT

- De sfeer (6,9), bereikbaarheid met OV (6,5, ondanks het feit dat Wolvega over een treinstation beschikt) en faciliteiten (6,1) scoren het laagst.
- De overige aspecten krijgen een magere 7 tot 7+.
- Conclusie is dat de autobereikbaarheid en parkeergelegenheid de belangrijkste USP's zijn van Wolvega, en dat op alle andere aspecten verbetering nodig is.

Tabel 23: Beoordeling aspecten naar herkomst

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020
winkelaanbod	7,2	7,3	7,4	7,3
sfeer/uitstraling	6,7	7,1	7,2	6,9
veiligheid	7,4	7,5	7,8	7,5
horeca-aanbod	7,1	6,6	6,8	6,9
netheid	7,2	7,0	7,4	7,2
parkeercapaciteit auto	7,9	8,0	8,1	7,9
parkeercapaciteit fiets	8,0	8,3	7,6	8,1
bereikbaarheid auto	7,6	7,6	8,1	7,7
bereikbaarheid OV	6,4	6,7	6,4	6,5
weekmarkt	7,1	6,8	7,1	7,0
evenementen	7,0	6,9	7,4	7,0
openingstijden	8,0	7,9	7,9	7,9
faciliteiten	6,0	6,6	5,9	6,1
totale indruk	7,2	7,5	7,7	7,3

CONCEPT

3.4.2 Typering

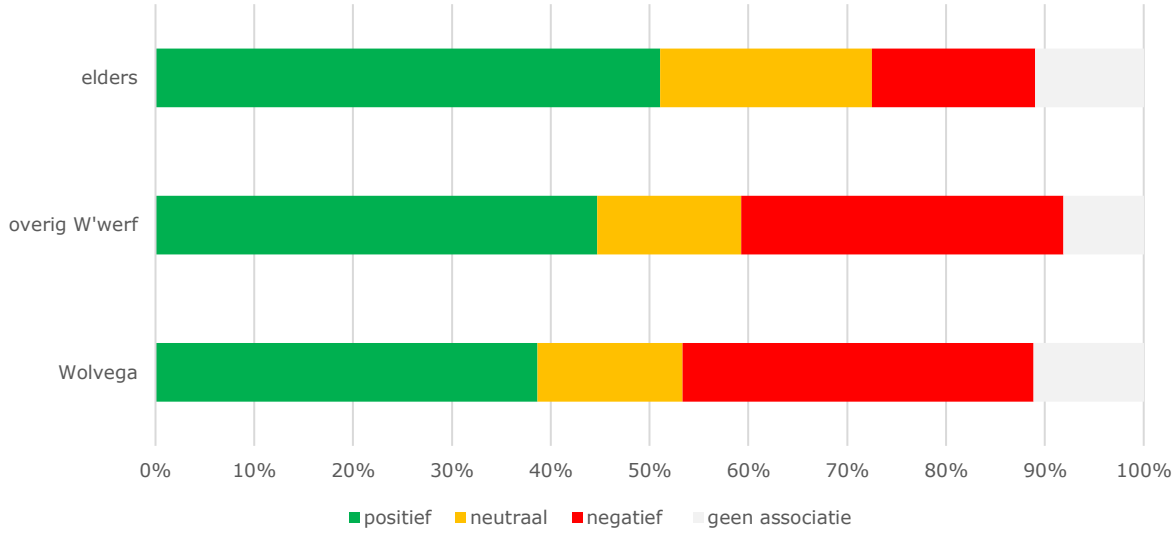
Respondenten is gevraagd met welk woord of woorden zij het centrum van Wolvega associëren. De antwoorden zijn weergegeven in onderstaande afbeelding. Hierbij geldt dat hoe groter het aspect is afgebeeld, hoe vaker het is genoemd.

Afbeelding 8: typering



CONCEPT

Afbeelding 9: Associatie naar herkomst



Uit bovenstaande afbeelding is duidelijk af te lezen dat de associaties van de Wolvegase bezoekers naar verhouding minder positief zijn dan bezoekers van elders. Dit is logisch omdat bezoekers van buiten Wolvega met sterk negatieve gevoelens andere winkelgebieden zullen bezoeken. Zij hebben namelijk de keus om niet voor Wolvega te kiezen. De associaties van de niet-Wolvegase bezoekers zijn dus die van 'fans'. Per saldo zijn er meer positieve (42%) dan negatieve (32%) associaties gegeven.

Belangrijkste negatieve associaties zijn saai (10%), ongezellig (4%), klein (2%) en leegstand (2%). Verder werden onder andere nog genoemd: langgerekt, kaal, sfeerloos, leeg, weinig winkels en horeca. Gebrek aan sfeer is dus de grote gemene deler in de associaties.

Belangrijkste positieve associaties zijn: gezellig (15%), goed/prima (4%), praktisch/makkelijk/alles bij elkaar (5%). Bij de positieve associaties is het een mix van sfeer, functionaliteit en gemak.

10% kon geen associatie bedenken bij het centrum en 16% kwam met een associatie die noch positief, noch negatief te beoordelen is, zoals rustig (kan zowel positief als negatief uitgelegd worden), gewoon en dorps.

CONCEPT

3.4.3 Gemiste winkels

Respondenten is gevraagd welke winkels, branches of artikelgroepen zij missen in het winkelgebied: welke winkel, of wat voor soort winkels zouden een goede aanvulling zijn op het huidige aanbod. De onderstaande afbeelding geeft een overzicht van alle antwoorden. Hoe groter de tekst in de afbeelding, hoe vaker deze opmerking is gemaakt.

Een relatief hoog aandeel van 56% van de respondenten wist een antwoord te geven op deze vraag. De 44% die dit dus niet wist te doen geeft in feite te kennen dat zij tevreden zijn met het huidige aanbod.

Afbeelding 10: Gemiste winkels



Opvallend in het aanbod dat gemist wordt, is de Blokker (14%), die in mei 2017 definitief de deuren in Wolvega gesloten heeft. Ook wordt kleding (23%) veel genoemd, met name herenmode maar ook kinderkleding, betaalbare kleding en kleding voor ouderen. Ook een speelgoedwinkel, elektronicawinkel en schoenzaak werden veelvuldig genoemd.

Opvallend is dat er geen aanbod in de dagelijkse sector gemist wordt, wat aansluit bij het zeer complete aanbod aan dagelijkse voorzieningen in Wolvega. Ook is het opvallend dat er nauwelijks horeca genoemd is, dit ondanks het feit dat het aanbod niet erg positief beoordeeld wordt.

3.4.4 Verbeterpunten

Respondenten is gevraagd om verbeterpunten om het centrum van Wolvega nog aantrekkelijker te maken. De antwoorden zijn een mix van echte 'quick wins' en meer structurele zaken.

Afbeelding 11: Verbeterpunten



Uit bovenstaande afbeelding en tabel 23 komen een aantal zaken naar voren. Vijf springen er bovenuit:

- Leegstand
- De sfeer/uitstraling/gezelligheid
- Verkeersituatie;
- Horeca/terras
- Inrichting openbare ruimte.

Leegstand is heel zichtbaar in de winkelstraat en op sommige plekken ook langdurig. Omdat er niet op een creatieve manier mee omgegaan wordt, wordt het als storend ervaren en beïnvloedt het ook sterk de sfeerbeleving. Die sfeer wordt ook beïnvloedt door het gebrek aan publiek op straat als gevolg van de langgerekte structuur en het feit dat de trekkers zich op de koppen en niet in het hart van winkelgebied bevinden.

De verkeerssituatie is gecompliceerd en enigszins verwarrend door het eenrichtingsverkeer. De suggestie wordt daarom ook gedaan om een deel geheel auto- en fietsvrij te maken.

Er is behoefte aan meer horeca en terrassen, hetgeen ook de levendigheid kan vergroten.

CONCEPT

Ook zijn er tal van suggesties gedaan ten aanzien van de openbare ruimte zoals meer groen, bankjes, een fontein, opfleuren etc.

Daarnaast is nog een breed scala aan overige suggesties gedaan, maar veelal slechts door één of twee respondenten. Het varieert van meer evenementen, de markt op zaterdag tot verbreding van het winkelaanbod.

Tabel 23: Suggesties ter verbetering naar herkomst (2 antwoorden mogelijk)

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020
geen	26%	33%	52%	31%
leegstand	20%	13%	5%	16%
sfeer	14%	11%	5%	12%
verkeer	18%	19%	6%	16%
horeca	5%	7%	6%	6%
openbare ruimte	12%	9%	1%	10%
overig	23%	28%	30%	25%

CONCEPT

3.4.5 Openingstijden, koopavond en koopzondag

Aan de bezoekers van het centrum zijn nog een aantal specifiek vragen gesteld over de openingstijden en het handhaven van koopavond en koopzondag.

Openingstijden

Bij de waardering sprong het oordeel over de openingstijden er al uit in positieve zin. Dit wordt bevestigd dor de vraag naar het oordeel over de openingstijden in het algemeen. 94% is tevreden en slechts 3% is ontevreden.

Indien slecht werd dit als volgt toegelicht:
- koopavond is niet nodig
- meer uniformiteit (3x)
- op zondag meer winkels open (7x)
- te ruime openingstijden
- sluiting tussen de middag
- maandag veel dicht
- mag langer open (2x)
- zondag dicht doen

Tabel 24: Oordeel openingstijden in het algemeen naar herkomst

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020
goed	93%	98%	93%	94%
matig	3%	2%		3%
slecht	4%		7%	3%
totaal	100%	100%	100%	100%

Koopavond

Zoals de telling al liet ziet is de koopavond niet erg goed bezocht, dat verklaart ook de beperkte behoefte aan handhaving van de koopavond en het grote aandeel dat hier geen mening over heeft.

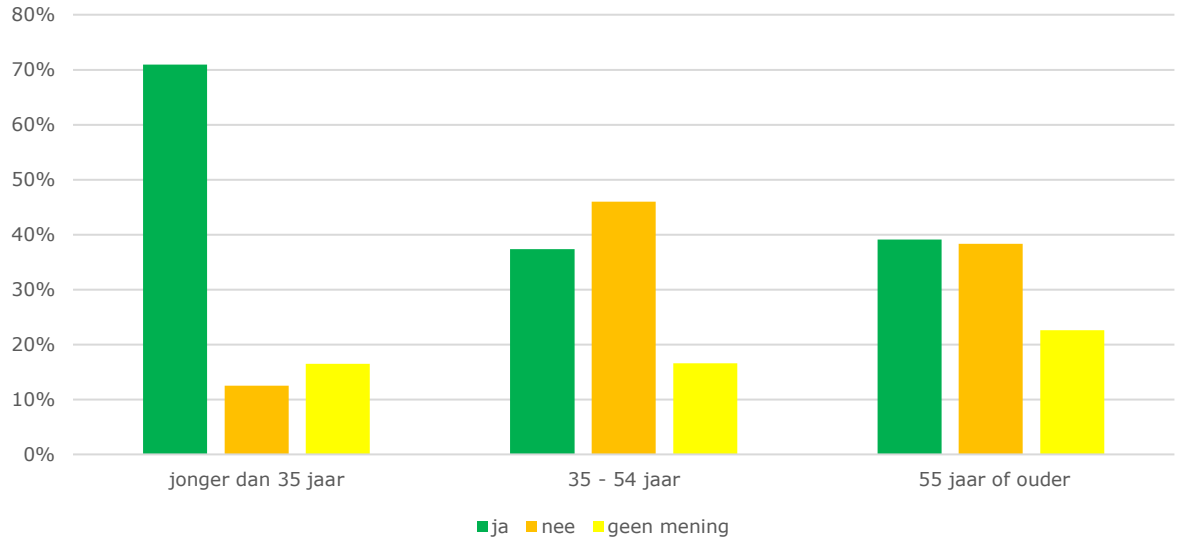
Omdat het bezoek zo sterk op boodschappen doen gericht is, heeft de koopavond ook minder betekenis omdat deze winkels ieder avond tot minimaal 20.00 uur geopend zijn. Uit afbeelding 10 dat behoefte aan en koopavond nogal leeftijdsgebonden is. Het zijn met name jongeren die de koopavond willen handhaven.

CONCEPT

Tabel 25: Oordeel handhaving koopavond naar herkomst

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020
ja	47%	43%	27%	43%
nee	41%	37%	21%	37%
geen mening	12%	20%	52%	20%
totaal	100%	100%	100%	100%

Afbeelding 12: Oordeel handhaving koopavond naar leeftijd



CONC

Koopzondag

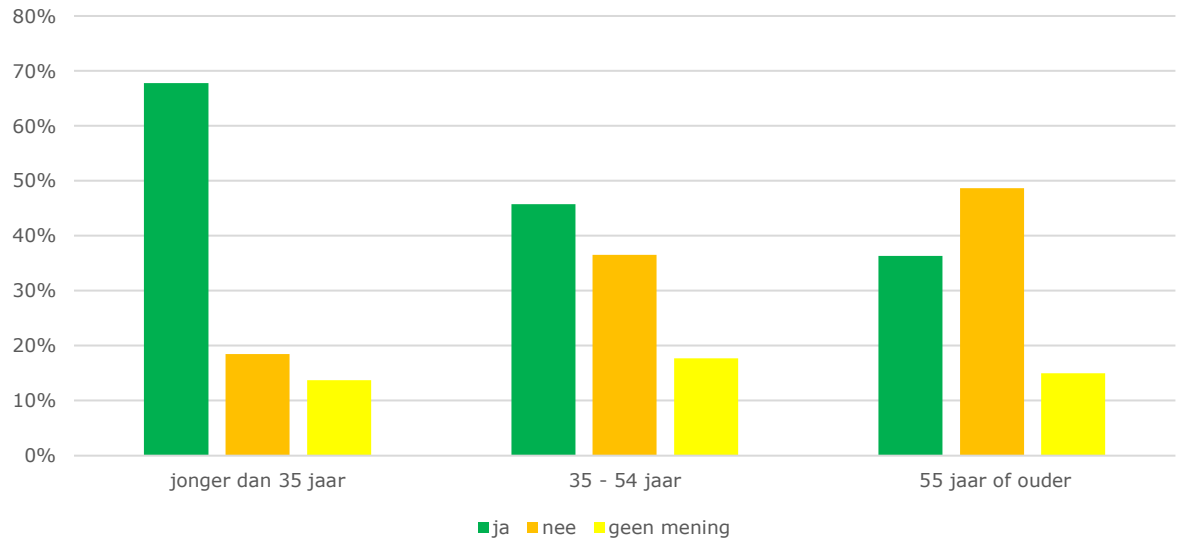
Ook de mening over handhaving van de koopzondag is zeer verdeeld. Allereerst blijkt dat slechts 42% gebruik maakt van de koopzondag. Jongeren (tot 35 jaar) maken bijna twee keer zoveel gebruik van de koopzondag als 55+-ers (33%).

Hetzelfde beeld geeft het oordeel over handhaving van de koopavond te zien, zie ook onderstaande afbeelding. Jongeren zijn per saldo sterk voor (+ 49%), ouderen per saldo iets meer tegen handhaving (-13%).

Tabel 26: Deelname aan en oordeel handhaving koopzondag naar herkomst

	Wolvega	Overig W'werf	Elders	2020
Maakt gebruik van koopzondag	43%	41%	37%	42%
Handhaving: ja	47%	49%	29%	44%
nee	44%	30%	37%	40%
geen mening	10%	21%	34%	16%
totaal	100%	100%	100%	100%

Afbeelding 13: Oordeel handhaving koopzondag naar leeftijd



4. Bewonersonderzoek

Om inzicht te krijgen in het bezoekgedrag, de voorkeuren voor openingstijden en de waardering van het centrum van Wolvega, is er onder 383 huishoudens in Weststelling-werf een online-vragenlijst afgenomen. De resultaten zijn gewogen naar herkomst en leeftijd.

4.1 Bezoekgedrag

4.1.1 Bezoekfrequentie

Tabel 27: Bezoekfrequentie Wolvega Centrum naar herkomst

	Wolvega	Overig gemeente	totaal
elke dag	17%	4%	11%
3-5 keer per week	35%	15%	25%
2 keer per week	30%	28%	29%
1 keer per week	14%	24%	19%
1 keer per 2 weken	2%	11%	6%
1 keer per maand	1%	13%	7%
Minder vaak	1%	5%	3%
Gem. bezoekfreq. per week	3,2	1,7	2,5

- 65% van de bewoners bezoekt het centrum minimaal eens per week en gemiddeld bezoeken zij het centrum van Wolvega 2,5 keer per week. De inwoners van Wolvega bezoeken hun eigen centrum bijna twee maal zo vaak als de overige inwoners van de gemeente Weststellingwerf.
- Opvallend is dat van de niet-Wolvegase inwoners van Weststellingwerf 95% minimaal 1 keer per maand komt en 70% minimaal 1 keer per week.
- De gemiddelde bezoekfrequentie ligt met 2,5 bezoeken per week iets lager dan het gemiddelde onder de bezoekers van het centrum (passantenonderzoek: 2,8). Dit is geheel logisch omdat de infrequente bezoekers doorgaans zijn ondervertegenwoordigd in een passantenonderzoek. Het beeld is echter wel goed vergelijkbaar met de resultaten van het passantenonderzoek.
- Naar leeftijd zijn de verschillen beperkt: jongeren (35-min) bezoeken het centrum gemiddeld 2,4 keer per week, ouderen (55-plus) doen dit gemiddeld 2,6 keer per week.

CONCEPT

4.1.2 Wijziging bezoekfrequentie

Tabel 28: Wijziging bezoekfrequentie in afgelopen twee jaar naar herkomst

	Wolvega	Overig gemeente	totaal
Minder vaak	21%	23%	22%
Even vaak	71%	74%	72%
Vaker	8%	2%	5%
Totaal	100%	100%	100%

- De respondenten is gevraagd of de eerder gevraagde bezoekfrequentie in de afgelopen twee jaar is veranderd. Bovenstaande tabel laat zien dat het aandeel dat het centrum minder is gaan bezoeken aanzienlijk hoger ligt dan het aandeel dat nu vaker komt. Dit duidt er dus op dat de bezoekfrequentie (2,5 – zie § 4.1.1) voorheen dus hoger lag.
- Naar herkomst zijn de verschillen niet significant. Ook binnen de klasse 'overig gemeente' bestaan er geen substantiële verschillen tussen bijvoorbeeld het noordelijk of het zuidelijk deel van de gemeente.
- Hoewel de verschillen tussen de leeftijdsklassen beperkt zijn, is het saldo tussen 'vaker' en 'minder vaak' vooral voor de groep ouderen (55-plus) erg negatief (-75).
- Het verschil met het passantenonderzoek (daar lag het aandeel vaker en minder vaak ongeveer gelijk) is verklaarbaar omdat de 'wegblijvers' of 'minder komers' ondervertegenwoordigd zijn in een passantenonderzoek.
- Later in dit onderzoek wordt de reden van het bezoek aan het centrum van Wolvega behandeld. Wat opvalt is dat de bewoners die aangeven het centrum nu minder vaak te bezoeken, hier relatief vaak 'gewoonte' als bezoekreden noemen en niet een kwaliteit van het winkelgebied zoals bijvoorbeeld het supermarktaanbod.

- Wanneer gevraagd naar een toelichting geeft respondenten waarbij de bezoekfrequentie nu hoger ligt in meerderheid aan dat dit komt door een verhuizing of een nieuwe werkplek dichter bij het centrum.
- Indien men nu minder vaak komt, wijst men hiervoor vooral de verschraling van het aanbod ("de winkels waar ik graag kwam zijn weg") en de gevolgen die dit heeft voor de uitstraling en sfeer van het winkelgebied ("leegstand trekt mij gewoon niet om er lekker te gaan shoppen. Het mist gewoon sfeer en gezelligheid, iets dat ik in Heerenveen of Steenwijk wel vind").

4.1.3 Vervoermiddel bezoek Wolvega Centrum

Gevraagd is met welke vervoermiddelen men naar het centrum gaat. Hierbij kon men meerdere antwoorden geven.

Tabel 29: Vervoermiddel bezoek Wolvega Centrum naar herkomst (meerdere antwoorden mogelijk)

	Wolvega	Overig gemeente	totaal
Lopend	58%	1%	31%
(brom-)fiets	67%	33%	50%

CONCEPT

Auto	62%	93%	77%
Openbaar vervoer	2%	1%	1%

- Ruim driekwart van alle bewoners en liefst 93% van de bezoekers van buiten Wolvega maakt dan (wel eens) gebruik van de auto. Verder geeft de helft aan het centrum (wel eens) te bezoeken met de fiets. Het aandeel fietsers en met name ook het aandeel wandelaars ligt logischerwijs duidelijk hoger onder de inwoners van Wolvega dan onder de overige inwoners van de gemeente.
- Naar leeftijd zijn de verschillen niet significant.

Onderstaande tabel laat verder zien dat 37% van alle en 65% van de bezoekers van buiten Wolvega bij een bezoek uitsluitend gebruik maakt van de auto.

Tabel 30: Combinatie vervoermiddel bezoek Wolvega Centrum naar herkomst

	Wolvega	Overig gemeente	totaal
geen gebruik auto	37%	4%	21%
alleen gebruik auto – geen gebruik andere vervoersmiddelen	12%	65%	37%
wel gebruik auto – ook gebruik andere vervoersmiddelen	51%	31%	42%
totaal	100%	100%	100%

Het centrum van Wolvega is vrij uitgestrekt. Dit geldt met name ook voor de afstanden tussen de diverse supermarkten. Indien men aangeeft (wel eens) met de auto naar het centrum van Wolvega te komen is gevraagd of men dan, indien men meerdere delen van het centrum bezoekt, de auto verplaatst.

Eén op de vijf autobezoekers doet dit bijna altijd en 55% doet dit soms. Het overgebleven kwart (24%) geeft aan dit nooit te doen. Daarmee wijken deze cijfers sterk af van die uit het passantenonderzoek, waar liefst 68% van de automobilisten aangaf dit bijna altijd te doen.

CONCEPT

4.2 Aankoopplaats

4.2.1 Aankoopplaats dagelijkse sector (boodschappen)

Tabel 31: Aankoopplaats dagelijkse sector (boodschappen) naar herkomst (meerdere antwoorden mogelijk – door minimaal 3% genoemd)

	Wolvega	Overig gemeente	totaal
Wolvega-centrum	95%	65%	81%
Noordwolde	6%	42%	23%
Heerenveen	37%	34%	36%
Steenwijk	11%	22%	16%
Oldemarkt	1%	12%	6%
Emmeloord	4%	6%	5%
Oosterwolde		8%	4%
Meppel	3%	5%	4%
Zwolle	5%	2%	3%
Drachten	5%		3%
Leeuwarden	4%	1%	3%

- Voor het doen van de dagelijkse boodschappen staat het centrum van Wolvega ver boven de andere mogelijke aankoopplaatsen, zowel binnen Wolvega zelf (95%) als in de rest van de gemeente (65%). Het centrum heeft dan ook, zeker binnen de gemeente, een onovertroffen supermarktaanbod.
- Ook Heerenveen (15 minuten vanaf Wolvega) wordt zowel door de inwoners van Wolvega als de overige dorpen in de gemeente relatief goed bezocht. Ruim één op de drie doet dit wel eens.
- Noordwolde is de enige andere kern binnen Weststellingwerf met dagelijks aanbod en wordt voor de dagelijkse boodschappen door slechts een marginaal deel van de inwoners van Wolvega bezocht, maar vanuit de overige dorpen binnen de gemeente weet men het aanbod in Noordwolde wel te vinden.

- Onderstaande tabel laat zien dat 19% Wolvega niet bezoekt voor de dagelijkse boodschappen, maar wel andere aankoopplaatsen. 36% bezoekt louter Wolvega Centrum en 45% combineert Wolvega met andere boodschappencentra.
- Naar herkomst zijn de verschillen, niet geheel verrassend, vrij groot. 51% van de inwoners van Wolvega kiest uitsluitend voor Wolvega Centrum.
- Naar leeftijd bestaan er geen significante verschillen.

Tabel 32: Aankoopplaats dagelijkse sector (winkelen) naar herkomst

	Wolvega	Overig gemeente	totaal
geen Wolvega C., wel andere	5%	35%	19%
alleen Wolvega C.	51%	19%	36%
Wolvega C. en andere	44%	46%	45%
totaal	100%	100%	100%

CONCEPT

4.2.2 Aankoopplaats niet-dagelijkse sector (winkelen)

Tabel 33: Aankoopplaats niet-dagelijkse sector (winkelen) naar herkomst (meerdere antwoorden mogelijk – door minimaal 3% genoemd)

	Wolvega	Overig gemeente	totaal
Wolvega-centrum	32%	36%	34%
Home Center (Wolvega)	10%	8%	9%
Heerenveen	71%	71%	71%
Zwolle	33%	31%	32%
Leeuwarden	26%	24%	25%
Steenwijk	19%	32%	25%
Groningen	20%	28%	23%
Meppel	18%	26%	22%
Drachten	12%	11%	12%
Emmeloord	7%	9%	8%
Sneek	3%	6%	4%
Joure	2%	6%	4%
Oosterwolde	0%	5%	3%

- Om te winkelen kiezen zowel de inwoners van Wolvega als daarbuiten voor Heerenveen (71%). Wolvega Centrum (34%), Zwolle (32%), Leeuwarden (25%), Steenwijk (25%), Groningen (23%) en Meppel (22%) volgen op relatief grote afstand.
- Heerenveen, Zwolle en Groningen zijn vooral in trek bij de jonge inwoners (35-min) en ouderen (55-plus) kiezen eerder voor Wolvega of Steenwijk.

- Onderstaande tabel laat zien dat 66% Wolvega niet bezoekt om te winkelen, maar wel andere aankoopplaatsen. 5% bezoekt louter Wolvega Centrum en 30% combineert Wolvega met andere centra. Opvallend genoeg zijn de verschillen naar herkomst vrij beperkt.
- Het zijn met name de jongeren (35-min) die Wolvega links laten liggen. 73% van hen bezoekt Wolvega niet om te winkelen. Onder 55-plussers ligt dit met 59% duidelijk lager.

Tabel 34: Aankoopplaats niet-dagelijkse sector (winkelen) naar herkomst

	Wolvega	Overig gemeente	totaal
geen Wolvega C., wel andere	68%	64%	66%
alleen Wolvega C.	5%	5%	5%
Wolvega C. en andere	28%	32%	30%
totaal	100%	100%	100%

CONCEPT

4.2.3 Bezoekreden

Wat is of zijn de belangrijkste redenen om voor Wolvega te kiezen? Wat direct opvalt aan de antwoorden, zoals deze in onderstaande tabel zijn weergegeven, is dat nabijheid, bereikbaarheid en gewoonte hoog staan in de rangorde en dat de eventuele kwaliteiten van het winkelgebied (kwaliteit winkels of supermarkten, sfeer, hoeveelheid winkels) laag in de rangorde staan. Dit maakt het centrum van Wolvega dus zeer kwetsbaar. Ontwikkelingen in het centrum (toenemende leegstand) in combinatie met toenemende concurrentie elders kunnen grote gevolgen hebben. Het komt ook overeen met wat de respondenten van het passantenonderzoek hebben gemeld ten aanzien van de bezoekreden.

Wat echter ook opvalt is dat ook de respondenten van buiten Wolvega kiezen voor dit centrum vanwege de nabijheid en de bereikbaarheid.

De tweede tabel laat zien wat de reden is bij de keuze voor een ander (willekeurig) winkelgebied. Ook hier speelt nabijheid af en toe een rol maar zijn het vooral de diversiteit (63%) en de omvang (49%) van het aanbod die aantrekkelijk zijn. Wanneer een winkelgebied op dit gebied iets biedt dat Wolvega niet biedt of kan bieden, dan zoekt men zijn heil elders.

De bewoners zijn verder niet tevreden over de sfeer van het centrum van Wolvega (zie elders in dit rapport) en sfeer speelt dan ook niet echt een reden om voor Wolvega te kiezen. Bij de keuze voor andere winkelgebieden speelt sfeer een rol, maar zijn andere aspecten belangrijker.

Tabel 35: Reden bezoek Wolvega Centrum naar herkomst (meerdere antwoorden mogelijk)

	Wolvega	Overig gemeente	totaal
nabijheid/afstand	87%	76%	82%
bereikbaarheid/parkeren	34%	46%	39%
gewoonte	24%	35%	29%
bepaalde winkels/producten	12%	24%	18%
kwaliteit supermarkten	21%	7%	14%
kwaliteit winkels	8%	4%	6%
sfeer/gezellig	6%	3%	4%
hoeveelheid winkels	2%	5%	3%
plaatselijke ondernemers steunen	3%	1%	2%

Tabel 36: Reden bezoek ander winkelgebied naar herkomst (meerdere antwoorden mogelijk)

	Wolvega	Overig gemeente	totaal
bepaalde winkels/producten	61%	65%	63%
hoeveelheid winkels	49%	49%	49%
nabijheid/afstand	8%	19%	13%
sfeer	12%	7%	10%
gewoonte	4%	6%	5%
lage prijs	4%	3%	4%
afwisseling	4%	3%	4%
kwaliteit supermarkten	4%	2%	3%
overig	1%	3%	2%

CONCEPT

4.3 Openingstijden

De overgrote meerderheid (87%) is tevreden over de huidige openingstijden van het Centrum. Slechts 3% is hier duidelijk ontevreden over. Naar herkomst of leeftijd bestaan er geen significante verschillen. Het passantenonderzoek gaf een vergelijkbaar beeld te zien.

Indien men ontevreden is over de huidige openingstijden, is gevraagd naar een korte toelichting. Gezien het beperkte aandeel dat ontevreden is, is het aantal toelichtingen beperkt. Het vaakst genoemd is het gebrek aan eenheid in de openingstijden. Daarnaast zijn er een paar opmerkingen gemaakt over de 'te vroege' sluiting: "Ik heb liever dat ze iets later opengaan en iets later sluiten".

4.3.1 Koopavond

Men is dus in meerderheid tevreden over de openingstijden, maar hoe zit dit met specifiek de koopavond of de koopzondag (§ 4.3.2).

Tabel 37: Behoud koopavond naar herkomst

	Wolvega	Overig gemeente	totaal
Ja, de koopavond moet blijven	51%	45%	48%
Nee, de koopavond hoeft niet te blijven	25%	21%	23%
Geen mening	24%	34%	29%
totaal	100%	100%	100%

- Bovenstaande en onderstaande tabellen laten zien dat bijna de helft (48%) van alle respondenten en een meerderheid van twee derde van de respondenten met een mening vindt dat de koopavond moet blijven. Onder inwoners van Wolvega is er meer animo voor behoud van de koopavond dan daarbuiten, zeker wanneer er uitsluitend gekeken wordt naar de respondenten met een mening hierover.
- Net als in het passantenonderzoek zijn het de jonge inwoners (35-min) die het meest voor handhaving zijn: van hen is 67% voor behoud. Onder de 35-plussers ligt dit duidelijk lager.

Tabel 38: Behoud koopavond naar leeftijd

	< 35 jr.	35-55 jr.	55 jr. >	totaal
Ja, de koopavond moet blijven	67%	44%	41%	48%
Nee, de koopavond hoeft niet te blijven	17%	26%	26%	23%
Geen mening	16%	30%	33%	29%
totaal	100%	100%	100%	100%

CONCEPT

4.3.2 Koopzondag

En hoe zit dit dan met de koopzondag? Allereerst, maakt men er gebruik van? En is men daarnaast voor handhaving van de Wolvegase koopzondag?

Tabel 39: Gebruik koopzondag naar herkomst

	Wolvega	Overig gemeente	totaal
Ja, maakt gebruik van koopzondag	47%	35%	41%
Nee, maakt geen gebruik van de koopzondag	49%	63%	56%
Weet niet	3%	2%	3%
totaal	100%	100%	100%

- Een meerderheid van 56% geeft aan nooit gebruik te maken van de koopzondag. 41% van de inwoners maakt hier (wel eens) gebruik van al bestaat er geen inzicht in de frequentie hiervan. Het is aannemelijk dat een deel van hen er slechts sporadisch gebruik van maakt.
- Onder de inwoners van Wolvega ligt het gebruik ervan niet geheel verrassend een stuk hoger (+12%-punt) dan daarbuiten.
- Naar leeftijd bestaan er eveneens duidelijk verschillen: onder jonge inwoners (35-min) bestaat er een meerderheid die er gebruik van maakt (52%), onder de wat oudere bezoekers (55-plus) is er juist een ruime meerderheid die de winkels in Wolvega nooit op zondag bezoekt (65%).

- Maar moet de koopzondag blijven? Ja, vindt een meerderheid van 42%. Onder de inwoners van Wolvega ligt dit zelfs op 51%. Wanneer de respondenten zonder uitgesproken mening worden uitgesloten komt het aandeel voorstanders uit op 58%.
- Opvallend, maar niet geheel verrassend, zijn de uitkomsten in tabel 42: Van diegenen die gebruik maken van de koopzondag is 80% voor behoud, van de niet-gebruikers is 49% voor beëindiging.

Tabel 40: Handhaving koopzondag naar herkomst

	Wolvega	Overig gemeente	totaal
Ja, de koopzondag moet blijven	51%	31%	42%
Nee, de koopzondag hoeft niet te blijven	27%	33%	30%
Geen mening	22%	36%	29%
totaal	100%	100%	100%

Tabel 41: Behoud koopzondag naar leeftijd

	< 35 jr.	35-55 jr.	55 jr. >	totaal
Ja, de koopzondag moet blijven	48%	46%	35%	42%
Nee, de koopzondag hoeft niet te blijven	27%	32%	30%	30%
Geen mening	25%	22%	35%	28%
totaal	100%	100%	100%	100%

CONCEPT

Tabel 42: Handhaving koopzondag naar gebruik koopzondag

	Wel gebruik koopzondag	Geen gebruik koopzondag	totaal
Ja, de koopzondag moet blijven	80%	15%	42%
Nee, de koopzondag hoeft niet te blijven	6%	49%	30%
Geen mening	15%	37%	29%
totaal	100%	100%	100%

CONCEPT

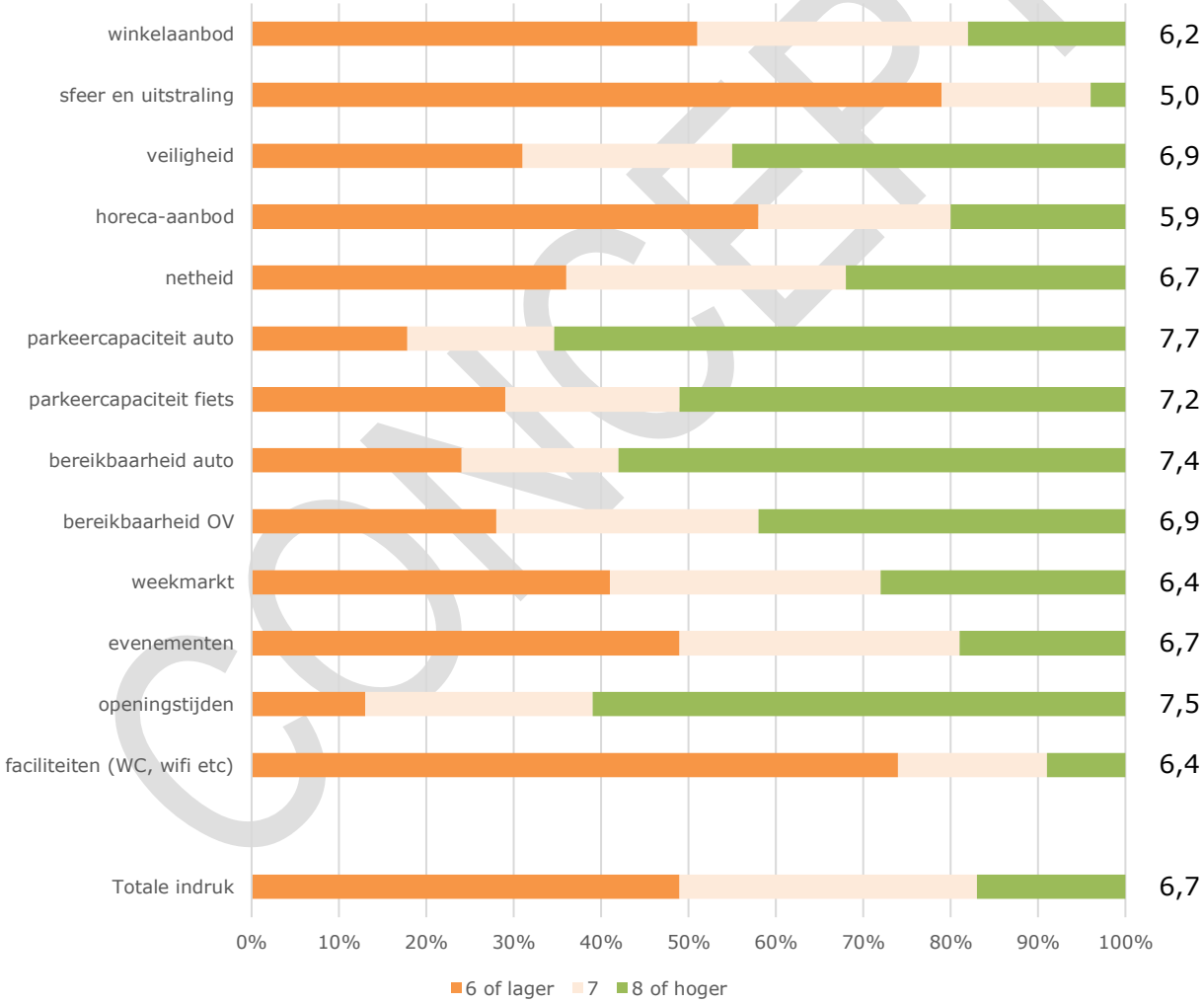
4.4 Waardering

4.4.1 Waardering Centrum Wolvega

Aan de bezoekers is een aantal aspecten ter beoordeling voorgelegd. Door middel van een rapportcijfer (van 1 tot en met 10) konden respondenten hun waardering kenbaar maken.

Bij het interpreteren van de rapportcijfers, zoals deze in onderstaande afbeelding zijn weergegeven, is het volgende van belang: een 7,5 of hoger is goed tot uitstekend, tussen de 6,5 en 7,5 is matig tot redelijk en daaronder dient gezien te worden als onvoldoende.

Afbeelding 14: Waardering Centrum Wolvega



- De bewoners zijn vrij kritisch over het winkelgebied. De totale indruk wordt beoordeeld met een 6,7 maar diverse andere aspecten krijgen een (nog) lagere waardering.

CONCEPT

- Redelijk positief is men over de parkeercapaciteit voor auto's (7,7) en fietsen (7,2) en de openingstijden (7,5), iets waar eerder 87% van aangaf dat deze in orde zijn.
- Ronduit negatief is men over de sfeer en uitstraling (5,0). Dit komt, zoals blijkt uit de toelichting op enkele andere vragen, niet louter door de verschraling van het aanbod of de toenemende leegstand, maar bijvoorbeeld ook door het gebrek aan groen ("bloembakker") of de drukke verkeersas dwars door het winkelgebied ("gevaarlijk"). Ook het horeca-aanbod scoort geen voldoende (5,9).
- Ook het winkelaanbod (6,2), de weekmarkt (6,4) en de faciliteiten (6,4) krijgen een zeer lage beoordeling en voldoen duidelijk niet aan de wensen en eisen.

Tabel 43: Gemiddelde waardering naar herkomst

	Wolvega	Overig gemeente	totaal
winkelaanbod	6,0	6,5	6,2
sfeer en uitstraling	4,7	5,3	5,0
veiligheid	6,4	7,3	6,9
horeca-aanbod	5,9	5,9	5,9
netheid	6,4	7,1	6,7
parkeercapaciteit auto	7,5	7,9	7,7
parkeercapaciteit fiets	7,0	7,5	7,2
bereikbaarheid auto	7,2	7,6	7,4
bereikbaarheid OV	7,0	6,8	6,9
weekmarkt	6,1	6,8	6,4
evenementen	6,6	6,8	6,7
openingstijden	7,5	7,5	7,5
faciliteiten (WC, wifi etc)	6,3	6,4	6,4
totale indruk	6,6	6,8	6,7

Gemiddeld is de beoordeling redelijk vergelijkbaar met het passantenonderzoek, men is positief en negatief over dezelfde aspecten, maar de negatieve aspecten en ook de totale indruk scoren wel lager in het bewonersonderzoek, vooral doordat hierin ook de infrequente en niet-bezoekers zijn meegenomen. Met name de sfeer, horeca- en winkelaanbod en de weekmarkt scoren aanzienlijk lager.

CONCEPT

4.4.2 Typering

Respondenten is gevraagd het centrum van Wolvega in één of twee woorden te typeren. Uiteindelijk is 62% van de gedane typeringen (ronduit) negatief en is slechts 22% (redelijk) positief. De overige 17% kan worden bestempeld als neutraal. Dat is aanzienlijk negatiever dan in het passantenonderzoek.

Wat hier verder aan opvalt is dat de inwoners van Wolvega duidelijk negatiever zijn in hun oordeel dan de respondenten woonachtig in het overig deel van de gemeente Weststellingwerf.

Thema's die er uit springen zijn reeds eerder aan bod gekomen: de sfeer (ongezellig), de leegstand, de langgerektheid. Maar ook vinden veel bewoners het er rommelig en onverzorgd. De ene bewoner is iets stelliger dan de andere, waardoor de antwoorden uiteenlopen van 'handig en overzichtelijk' en 'dorpse cultuur' tot 'trieste bedoening' of 'dooie boel'.

Afbeelding 15: Typering



4.4.3 Gemiste winkels

Respondenten is gevraagd welke winkels, merken, artikelgroepen of horeca zij missen in het centrum van Wolvega. 68% van de respondenten wist een aanvulling te noemen. Dat betekent dus dat de overige 32% (redelijk) tevreden is over het huidige aanbod.

Afbeelding 16: Gemiste winkels



- Bovenal mist men de winkels die in de afgelopen paar zijn vertrokken uit het centrum: Blokker sloot in het voorjaar van 2017 en wordt door 18% genoemd als een goede aanvulling op het aanbod. Intertoys vertrok in het voorjaar van 2019 en 15% noemt specifiek deze keten of een speelgoedwinkel in het algemeen.
- Daarnaast bestaat er een grote vraag naar horeca: een goed restaurant, gezellige lunchroom, grand café of terrasjes worden samen door 15% van de respondenten genoemd.
- De overige antwoorden komen aanzienlijk minder vaak voor: Xenos (3%), Wibra (1%), Etos (1%) en C&A (1%) zijn enkele namen die de top 10 vullen.
- Er bestaat geen concrete vraag naar versterking van het dagelijks aanbod, maar wel is er de wens voor meer ‘mode’.

4.4.4 Gemiste voorzieningen

45% van de respondenten wist een aanvulling te noemen op het voorzieningenaanbod.

Tabel 44: Gemiste voorzieningen (meerdere antwoorden mogelijk)

	Wolvega	Overig gemeente	totaal
geen	52%	59%	55%
Bioscoop/filmhuis	30%	28%	29%
theater	17%	12%	14%
buurthuis	10%	1%	6%
cultureel centrum	1%	2%	1%
buitenzwembad	1%	1%	1%
bankjes	1%	1%	1%
openbaar toilet	1%	1%	1%
politiepost		1%	1%
overig	3%	1%	2%

- Wat betreft de gemiste voorzieningen is men zeer stellig: een bioscoop danwel filmhuis (29% en een theater (14%) zouden goede aanvullingen zijn. Andere (spontane) antwoorden zijn duidelijk minder vaak genoemd, al speelt onder de inwoners van Wolvega nog wel een wens voor een buurthuis (dan wel jongeren-, ouderen- of gemeenschapscentrum).

CONCEPT

4.4.5 Verbeterpunten

Afbeelding 17: Verbeterpunten



- Waar liggen mogelijkheden om het centrum aantrekkelijker te maken? Hierbij zijn vier thema's herkenbaar:
    - Het verkeer: 21% van de bewoners zou graag een verkeersvrij of anders verkeersluw winkelgebied willen zien.
    - De sfeer: 21% geeft aan dat het gezellig moet worden in het centrum. Daarbij komt nog 5% die meer openbaar groen als concreet verbeterpunt noemt: "het centrum leeft (op dit moment) niet". Enkele bewoners hebben concrete ideeën hoe dit te realiseren, bijvoorbeeld door meer nostalgische elementen toe te voegen (sfeerlantaarns, planten, schoner en verzorgder et cetera) of door het plaatsen van een fontein op het plein of waterpartijen en speeltoestellen. Ook het verkeersluw maken zal volgens de bewoners bijdragen aan een betere sfeer.
    - Het compacter maken: Het is nu een vrij langgerekt winkelgebied en 17% ziet hier een probleem in. Echter, hoe dit daadwerkelijk op de lossen geeft men echter niet aan.
    - Meer winkels en horeca: versterking van het aanbod wordt samen door 21% genoemd. Op het gebied van horeca ziet men graag meer kwaliteit en intimiteit, dus geen grillrooms of pizzeria's, maar wel terrasjes en een sfeervol café.

CONCEPT