

**SAMEN BOUWEN
AAN EEN
GEVARIEERD,
VERRASSEND EN
GASTVRIJ
DRUTEN**

EXTRA NIEUWSBRIEF DRUTEN CENTRUM



Uitkomst klant- en ondernemers- onderzoek 2019

Juni 2019

Stuurgroep Centrum Druten

Vertegenwoordigers:

- Gemeente Druten
- Vastgoed
- Winkeliers
- Dienstverleners
- Horeca
- Rabobank Maas & Waal

Werkgroep Marketing & PR

- Isabel Cobussen
- Johan Visser
- Stan van den Hurk
- Ruben Schiks

Samen bouwen aan een gevarieerd, verrassend en gastvrij Druten Centrum. Dat is waar de stuurgroep Centrum Druten zich voor inzet! Maar wat vinden de klanten en ondernemers van het huidige winkelgebied? Waar kunnen wij verbeteren? Wij zijn op zoek gegaan het oordeel van de klant en van de ondernemers en vertellen je in deze nieuwsbrief er alles over.

Wij hadden jullie graag tijdens een interactieve informatie bijeenkomst mee willen nemen in de uitkomsten van het onderzoek, Maar door het geringe aantal aanmeldingen hebben wij (helaas) moeten besluiten de sessie niet door te laten gaan. Daarom worden jullie via deze nieuwsbrief geïnformeerd.

De werkgroep Marketing & PR heeft de afgelopen maanden twee enquêtes uitgevoerd:

- Maart 2019: een enquête onder de ondernemers uit het centrum
- April 2019: een enquête onder de bezoekende klanten in het centrum.

Beide onderzoeken geven een compleet beeld van de uitstraling, kwaliteit en aantrekkelijkheid van het Drutense winkelgebied.

In deze nieuwsbrief nemen wij je mee in de belangrijkste uitkomsten van beide onderzoeken. Wie zijn onze klanten? Waar komen ze voor? En waarom bezoeken ze ook andere gebieden? Welke gebieden zijn dit dan waarmee Druten concurreert? Waarin komen de meningen overeen van klanten en ondernemers en zitten de verschillen?

En nog belangrijker: wat gaat de Stuurgroep Centrum Druten concreet met de uitkomsten van de onderzoeken doen? En met welke onderwerpen is al aan de slag gegaan door de werkgroepen die onder de stuurgroep vallen? Het symbool met de aktielijst vertelt wat de vervolgacties zijn.



Lees snel verder.

Kenmerken:

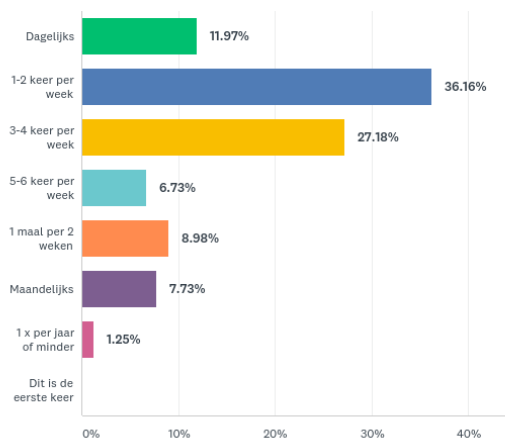
Ondernemersonderzoek:

- Periode onderzoek: 1 maart – 15 maart
- Onderzoek soort: schriftelijke enquête
- Aantal respondenten: 40
- Aantal vragen: 30 vragen
- Respondenten:
 - 70% eigen vestiging
 - 13% filiaal van een keten
 - 18 % franchiser van een keten

Klantonderzoek:

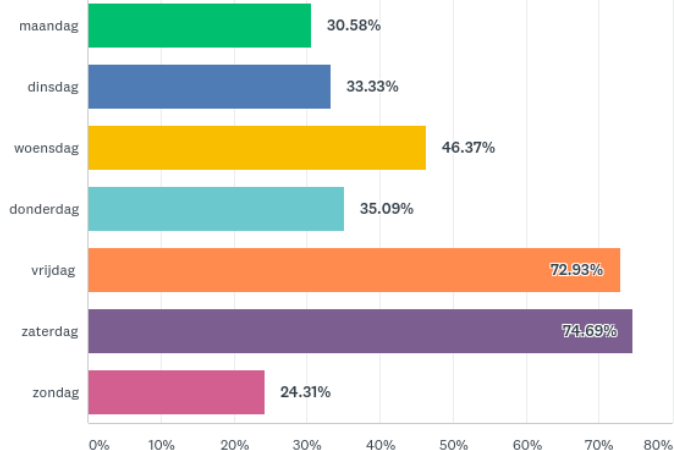
- Periode onderzoek: 1 april tot en met 14 april
- Onderzoek soort: ondervraging op straat en digitaal onderzoek
- Aantal respondenten: 401
- Aantal vragen: 18
- Respondenten:
 - Leeftijdsgroepen: < 17 (3%) | 18-30 (30%) | 31-45 (28%) | 46-60 (30%) | 61-75 (9%)
 - Geslacht: 67% vrouw | 33% man
 - Woonplaats:
 - Druten 62%
 - Puiflijk 10%
 - Afferden 4%
 - Beneden Leeuwen 4%
 - Deest 3%
 - Wijchen 2%
 - Nijmegen 2%
 - Bergharen 2%

1. Bezoekfrequentie klanten:



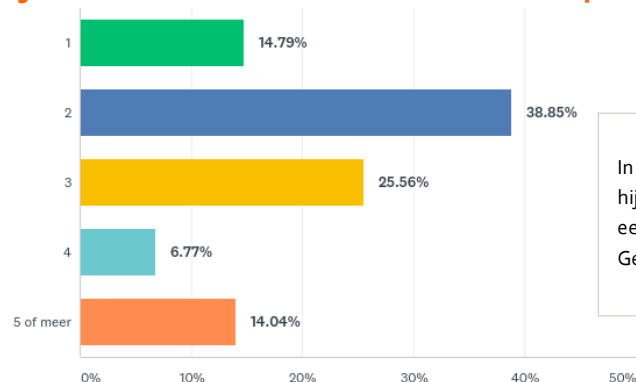
Bijna 50% (!) van de klanten bezoekt het centrum minimaal 3 keer per week. 82% bezoekt het centrum minimaal 1 keer per week.

2. Bezoekdagen klanten:



Voor de vrijdag en zaterdag (traditioneel) worden het meest bezocht. Verrassend zijn de dinsdag, woensdag en donderdag.

4. Bij hoeveel verschillende winkels koopt de klant:



In 85% van de gevallen koopt een klant bij meerdere winkels als hij/zij het centrum bezoekt. Je kunt dus stellen dat de klant voor een langer verblijf openstaat als er een ruimer aanbod zal zijn. Gemiddeld aantal bezochte winkels door een klant: 2,5

5. Bezoekersaantallen centrum:

Door ondernemers afgegeven aantal winkelbezoeken: 3,7 mln. (geëxtrapoleerd)

Gemiddeld aantal door klanten bezochte winkels: 2,5 (zie figuur 4)

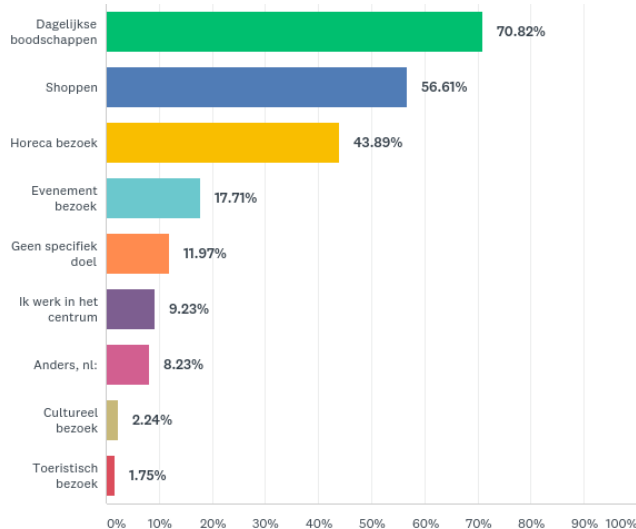
Totaal aantal bezoekers per jaar: 1,5 mln. | aantal bezoekers per week 28.800

Het centrum trekt
gemiddeld

28.800

bezoekers per week

6. Wat is het doel van het bezoek aan het centrum?



*Dit beeld van klanten
komt overeen met het
beeld van ondernemers*

De dagelijkse boodschappen en de shop functie vormen het belangrijkste doel. Alhoewel Druten volgens klanten minder een echte shop functie heeft. Toeristisch en cultureel bezoek scoort (vooralsnog) laag. Hier liggen kansen!

 Wat gaat de stuurgroep doen? 1) Door middel van (extra) winkel aanbod de shop functie van het centrum verbeteren. 2) Om toeristische en culturele bezoekers te trekken een campagne ontwikkelen. 3) Bij de nieuwe Veerdam moet een route aanduiding naar het centrum komen met een warme uitnodiging om het centrum te bezoeken.

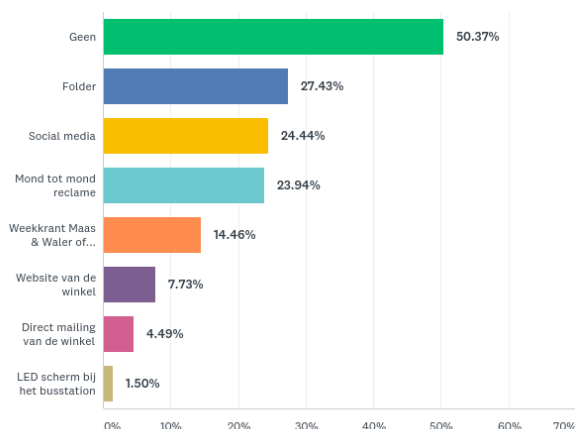
7. Waarom klanten kiezen voor Druten:

1. Nabijheid/licging (70%)
2. Winkelaanbod (40%)
3. Bereikbaarheid (25%)
4. Sfeer en gezelligheid (19%)
5. Horeca aanbod (17%)



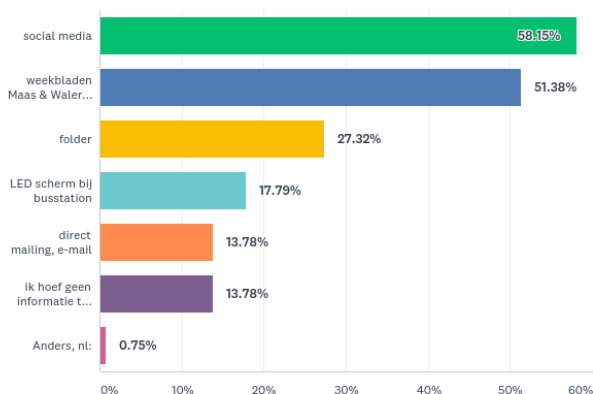
Deze merkwwaarden gaan gebruikt worden om 'het merk Druten' naar de klanten te laden

8 (1). Bronnen die de klant gebruikt om naar het centrum te komen:



50% gebruikt *geen* bron bij hun beslissing om naar het centrum te gaan. Veelgebruikte bronnen zijn folder, social media en mond op mond reclame. Het led scherm wordt nauwelijks gebruikt.

8 (2). Hoe wilt de klant geïnformeerd worden over activiteiten, promoties en evenementen?



Het gebruik van social media wordt steeds belangrijker!

En bovendien zien wij een duidelijk verschil in gewenste benadering van de verschillende doelgroepen:

- 17-30 jaar : social media 71% | weekbladen 32%
- 31-45 jaar: social media 62% | weekbladen 56%
- 46-60 jaar: weekbladen 60% | social media 48%
- 61-75 jaar: weekbladen 80% | folder 31% | social media 29%

De jongere doelgroep kiest nadrukkelijk voor social media; de oudere doelgroep weekbladen of folders (!)

Welke kanalen gebruiken ondernemers?

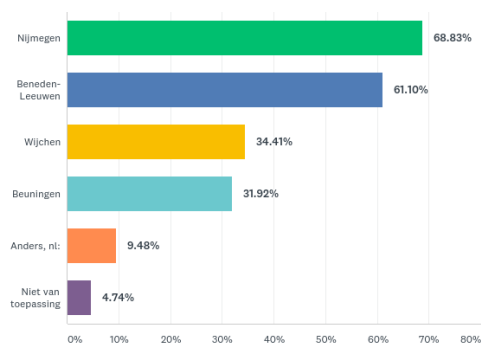
1. Facebook (98%)
2. Eigen website (63%)
3. Instagram (63%)
4. Advertenties (58%)
5. Folder (38%)
6. Twitter (5%)



Nagenoeg **alle (!)** ondernemers gebruiken **Facebook**.

Ook **Instagram** wordt verrassend veel gebruikt. Bij elkaar hebben alle ondernemers op social media dus een enorm groot bereik. Wij gaan kijken hoe wij dit verder kunnen gebruiken om als 'merk' Druten naar buiten te communiceren naar onze klanten. Immers de klant heeft hier ook echt behoefte aan. Ook gaan wij een **social media training** (gezamenlijke workshop) organiseren voor alle ondernemers. Deze wens is door meerdere ondernemers geuit.

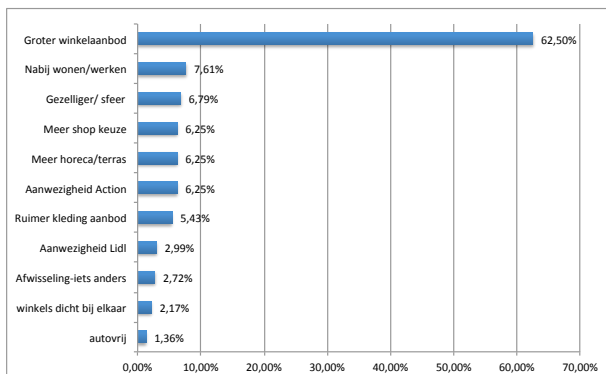
9. Welke andere winkelgebieden bezoeken klanten en waarom?



Volgens ondernemers uit Druten zit de belangrijkste concurrentie in: **Beneden Leeuwen (21%)**, **Beuningen (14%)** en **Wijchen (13%)**. **Nijmegen** scoort met 3% verrassend laag. De klant geeft duidelijk anders aan!

Als mensen een ander gebied bezoeken dan is dat voornamelijk **Nijmegen**, **Beneden Leeuwen**, **Wijchen** en **Beuningen**. Beneden Leeuwen vormt hierin de grootste directe concurrentie!

De belangrijkste redenen hiervoor:



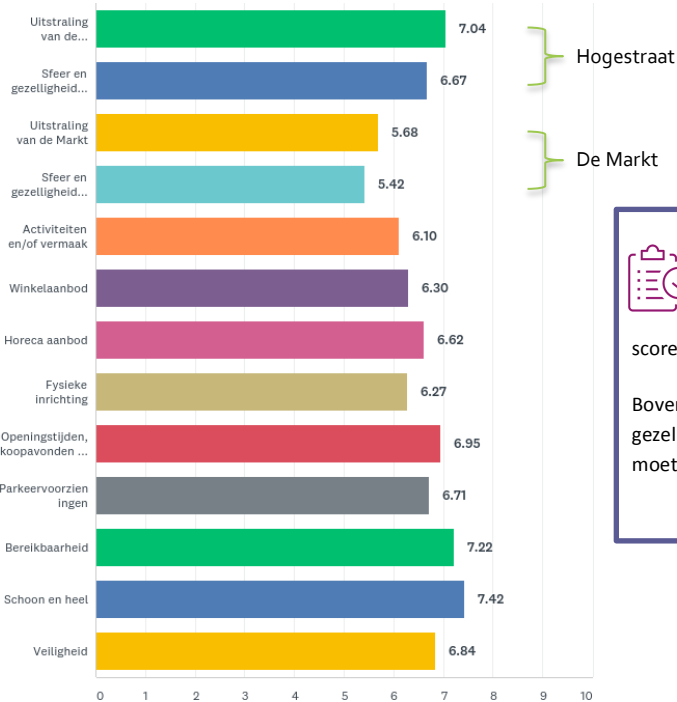
Winkelaanbod is met grote meerderheid hét argument dat klanten gebruiken. 10% van de klanten benoemt bovendien 'spontaan' Lidl/Action.

Samengevoegd levert dit 72,50% van de klanten op die alleen al vanwege het **winkelaanbod** andere gebieden bezoekt.



Wij zullen goed moeten gaan kijken hoe wij het winkelaanbod kunnen verbeteren, zie 11.

10. Welke rapportcijfers geven klanten aan het centrum?



Het gemiddelde cijfer

6,8



Het totale rapportcijfer voor het centrum is een 6,8.

Uitstraling Markt en Sfeer en gezelligheid Markt scoren het laagste. Daar is echt actie nodig!

Bovendien valt op dat uitstraling van de Hogestraat en Sfeer en gezelligheid van de Hogestraat toch nog laag scoren. Wij moeten streven naar **minimaal een 8** op alle onderdelen.

11. Verbetering winkelaanbod

% klanten dat aangeeft winkelaanbod te missen:

64%

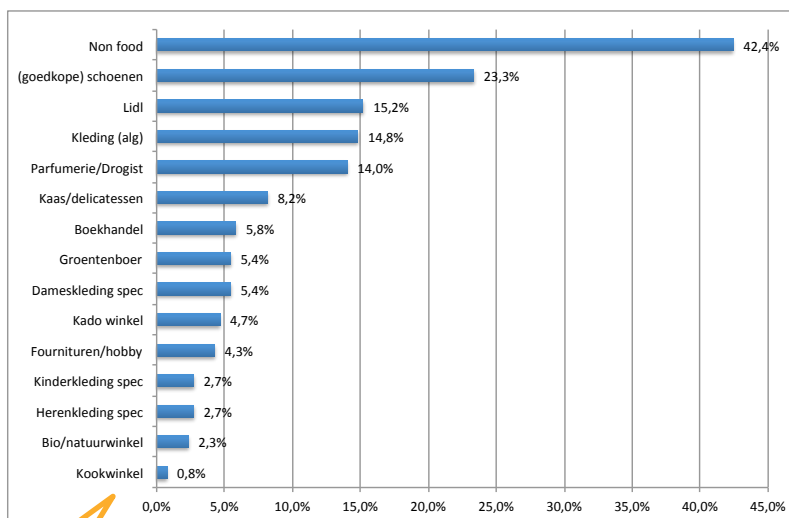
% dat aangeeft vaker terug te komen als er meer aanbod is:

75%

42% van alle klanten geeft aan dat het winkelaanbod verbeterd moet worden door toevoeging van non-food aanbieders. 91% noemt hierbij de **Action** als belangrijkste gemis (!)

Daarnaast worden goedkopere schoenenwinkels gemist (23% van de klanten Van Haren & Scapino) en de Lidl (15% van de klanten).

Het beeld van de ondernemers wijkt behoorlijk af van de wensen van de klant: de ondernemers missen vooral een parfumerie/drogist (77%), (goedkope) schoenen (40%), kaas/delicatessen (37%) en Action (30%)



65% van de klanten mist winkel/shopaanbod, bovendien scoort het slechts een 6,7. **Letterlijk: werk aan de winkel.** Maak met de stakeholders een aanpak om formules aan te trekken. 75% van de klanten zal daardoor vaker terugkomen, langer verblijven en meer besteden!

12. Verbetering horeca aanbod

% klanten dat aangeeft horeca aanbod te missen:

35%

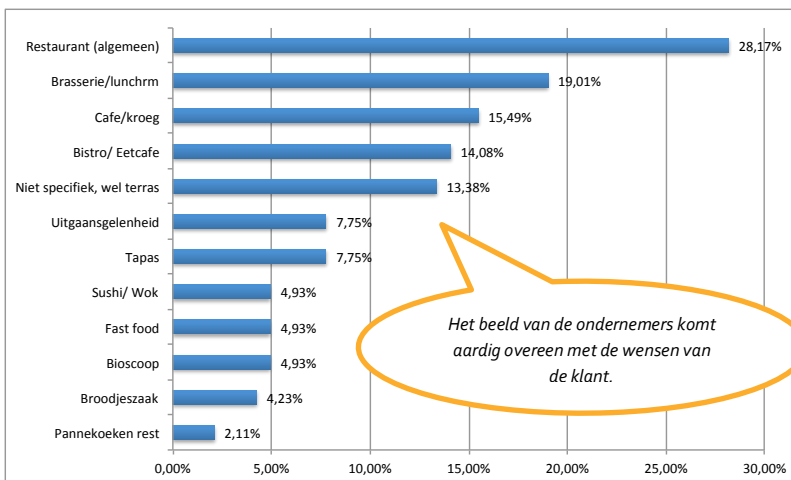
% dat aangeeft vaker terug te komen als er meer aanbod is:

55%

28% van alle klanten geeft aan dat het horeca aanbod verbeterd moet worden door toevoeging van restaurants, zonder een specifiek concept. 19% noemt specifiek lunchroom/brasserie en 15% aanvullende cafés/kroegen.

Opvallend is dat de Markt vaak als plek & openingstijden vaak hierbij worden genoemd.

Veel klanten missen daarnaast niet zozeer een bepaald aanbod, maar een lekker terras, ook in de Hogestraat.

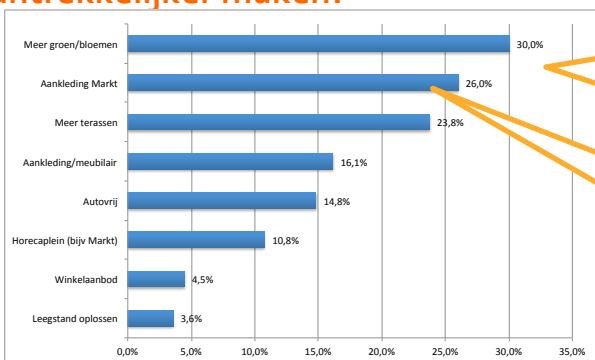


Het beeld van de ondernemers komt aardig overeen met de wensen van de klant.



35% van de klanten geeft aan specifiek horeca aanbod te missen in Druten. Bovendien scoort dit met een 6,7 matig. Maak met de stakeholders een aanpak om horeca aan te trekken. 55% van de klanten zal daardoor vaker terugkomen, langer verblijven en meer besteden! Kijk hierbij goed naar de plek (Markt) & openingstijden. Kijk daarnaast naar de terrassen, ook in de Hogestraat.

13. Welke aspecten kunnen het centrum nog leuker, gezelliger of aantrekkelijker maken?



De top 5 van de klanten en ondernemers komt nagenoeg overeen. Alle ondernemers (100%) vinden dat de Markt moet worden aangepakt. 70% vindt dat het toevoegen van groen/bloemen een belangrijke verbetering en 19% vindt dat het straatmeubilair moet worden aangepakt.

Ondernemers vinden dat de Markt in lijn moet worden gebracht met de uitstraling van de Hogestraat.



56% geeft aan dat het centrum leuker, gezelliger of aantrekkelijker gemaakt kan worden! Welke actiepunten gaat de Stuurgroep hiervoor oppakken?

1. Realiseer meer groen/bloemen, hiermee wordt aan uitstraling, sfeer en gezelligheid gewerkt (rapportcijfer Hogestraat 6,67 en 7,04 / Markt 5,68 en 5,42)
2. Zorg voor een herinrichting van de Markt, eventueel met horeca terrein en meer terrassen (rapportcijfer Markt 5,68 en 5,42)
3. Zorg voor meer terrassen, bijvoorbeeld op de Markt maar ook in de Hogestraat.
4. Kijk goed naar de aankleding/meubilair. Zorg voor voldoende zitjes, bankjes, fietsenrekken en prullenbakken.

Meer groen & bloemen!

De Stuurgroep is samen met het SODC aan de slag gegaan met het eerste actiepunt: voor het einde van maand worden er in het centrum 60 **hanging baskets** opgehangen, waardoor de uitstraling zal verbeteren. Een mooi eerste resultaat! In bijgevoegde brief lezen jullie hier meer over.

14. Overige zwaktes van het centrum volgens de klant

Zwakte:

- 2 delen/ langgerekt centrum
- Parkeervoorziening (duidelijke route aanduiding en P-route verwijzing)
- Leegstand aanpak
- Uitstraling parkeerterrein Maxx
- Openingstijden van de winkels



Wat gaan wij er aan doen?

- Op langere termijn moet er een visie worden geformuleerd of het gesplitste centrum voldoende levensbestendig, en wat hierin dan moet veranderen. Voor de korte termijn moet er een goede doorverwijzing met borden komen van de Hogestraat naar de Markt (en omgekeerd)
- Een duidelijke route aanduiding en p-route verwijzing naar het centrum inclusief beoordeling parkeerdur blauwe zones.
- Met de stakeholders de leegstand aanpakken
- Het parkeerterrein opknappen en een betere uitstraling geven
- Harmoniseren van openingstijden

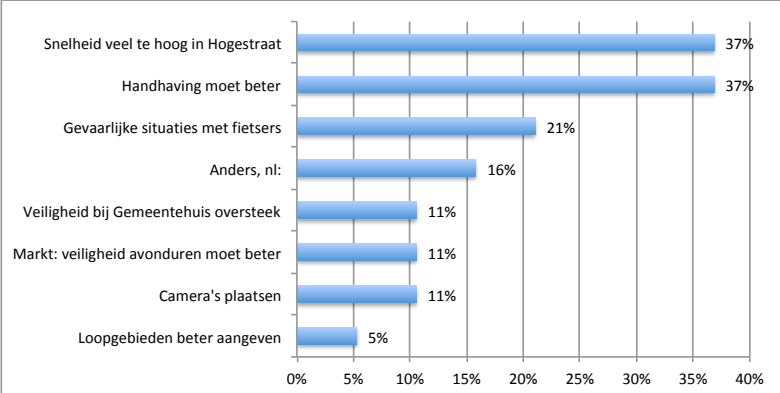


Een verbeterde route aanduiding! De Stuurgroep is samen met de Gemeente aan de slag gegaan met de route aanduiding naar het centrum. Jullie worden geïnformeerd zodra er meer duidelijkheid is over de opstart.

15. Mening ondernemers over veiligheid

% ondernemers dat niet tevreden is over de veiligheid:

57%



De Stuurgroep zal zich buigen over de veiligheid van het centrum en welke maatregelen hiervoor moeten worden genomen.

Handhaving parkeren en verkeer! Voor veel ondernemers (en klanten) is de handhaving een doorn in het oog. Alhoewel er inmiddels door de werkorganisatie Wijchen-Druten BOA's ingezet worden om op de handhaving toe te zien, blijven onder de ondernemers klachten bestaan. Daarom wordt verzocht hier melding van te maken via de '**mijngemeente**' app, telefonisch **088 432 70 00** of **via de website van de gemeente** ('online melding woon- en leefomgeving doorgeven'). Als hieruit blijkt dat het aantal klachten blijft bestaan, kunnen er vervolgmaatregelen worden getroffen en kan het toezicht worden aangescherpt!

16. Openbaar toilet: wat vindt de klant?

ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Er hoeven geen aparte sanitaire voorzieningen te worden gerealiseerd.	25.50%	102
Ik zou graag een aparte openbare toilet voorziening in het centrum willen zien (en er dan ook gebruik van maken)	21.50%	86
Als een aantal winkeliers en horecabedrijven in het centrum hun toiletruimte beschikbaar stellen, en het duidelijk is waar ik terecht kan dan is dat voor mij voldoende.	53.00%	212
TOTAL		400



De Stuurgroep gaat op basis van deze uitkomst in overleg met winkeliers en horeca bedrijven om hun toiletruimte beschikbaar te stellen.



Gastvrij Druten! Gemeenten spelen een belangrijke rol in het terugdringen van het tekort aan openbaar toegankelijke toiletten. Zo ook de Gemeente Druten.

Druten steunt de landelijke Toiletalliantie (met deelnemers als Maag Lever Darm Stichting, Stomavereniging, Crohn en Colitis Vereniging Nederland). Hun missie is om voor 2023 voldoende openbare toiletten in Nederland te hebben. Voldoende voor de 2 miljoen buikpatiënten, de 1,5 miljoen blaaspatiënten, ouderen, vrouwen, dagjesmensen en iedereen die onderweg af en toe een toilet nodig heeft. **Een op vier buikpatiënten geeft aan regelmatig thuis te blijven uit angst om geen toilet te vinden. Dat kan en moet anders.**

Samen met gemeenten, winkeliers en horecaondernemers wil de Toiletalliantie ervoor zorgen dat dit goed wordt geregeld in Nederland.

Ook in Druten. Daarom wordt in samenspraak met horeca bedrijven en winkeliers gekeken of op een aantal plekken een toiletruimte kunnen realiseren. Dit onder het motto 'Gastvrij Druten'. Het zou mooi zijn als wij in Druten hiermee voorop kunnen lopen. **In de bijlage tref je een brief met meer informatie aan.**

Ondernemersbijeenkomst

Noteer alvast de eerstvolgende ondernemersbijeenkomst in de agenda: **dinsdag 3 september 2019 van 19:30 – 21:00 uur**

BIJLAGE: INFORMATIE OPENBARE TOILETRUIMTE

Beste collega-ondernemers,

In het kader van Gastvrij Druten hebben we al een aantal stappen genomen. Zo komen er binnenkort hanging baskets met bloemen en zijn we bezig met de bewegwijzering naar het centrum.

Bij een Gastvrij Druten horen ook toiletvoorzieningen voor onze bezoekers die met chronische klachten zitten en steeds ouder worden. Deze bezoekers durven ons centrum vaak niet te bezoeken omdat er niet veel toiletten beschikbaar zijn. Dit speelt landelijk. Daarom maken steeds meer ondernemers en winkelcentra in Nederland gebruik van de HogeNood app van de Maag Lever Darm Stichting. Winkeliers, horecaondernemers en zelfs particulieren melden zich aan bij deze app, zodat bezoekers weten dat zij in een bepaald winkelcentrum op meerdere plaatsen gebruik kunnen maken van het toilet, als dat nodig is. Met een sticker bij de deur laten zij zien dat zij meedoen.

Wij vinden dit een mooi en vooral gastvrij initiatief dat past bij een Gastvrij Druten. We bespraken het initiatief met de gemeente. Het gemeentehuis staat al vermeld op de HogeNood app. De gemeente staat achter ons initiatief en is bereid te onderzoeken of het mogelijk is om een kleine (financiële) vergoeding ter compensatie beschikbaar te stellen. Maar daarvoor moeten wij en de gemeente weten of jullie bereid zijn mee te doen.

We denken aan een try-out tot het eind 2019. Dan evalueren we en bepalen we of en hoe we verder gaan.

Wat betekent deelname voor jullie?

- Je meldt je locatie aan bij de HogeNood app.
- We laten een mooie sticker ontwikkelen met de tekst 'Gastvrij Druten, toilet beschikbaar'. Deze plak je bij je deur.
- Je doet mee tot eind 2019.

We vragen aan de gemeente een vergoeding van 200 euro per jaar per deelnemende ondernemer als tegemoetkoming in de schoonmaakkosten.

Als je meedoet, draag je niet alleen bij aan een Gastvrij Druten, maar neemt ook je omzet toe. Dat blijkt uit landelijk onderzoek.

Wij horen graag **uiterlijk 30 juni** a.s. of je wel of niet meedoet! Aanmelden kan door een mailtje te sturen naar: centrumdruten@gmail.com

Vriendelijke groet,

Stuurgroep Centrum Druten