



NISSEWAARD LOKAAL
KOERS NAAR VOORUITGANG

Onderzoek winkelgedrag Spijkenisse



Inhoud

Inhoud	2
Inleiding	3
Winkelcentrum Hellevoetsluis	4
Bezoekers Hellevoetsluis	4
Spijkenisse	4
Conclusies Hellevoetsluis	7
Winkelcentrum Hoogvliet	8
Bezoekers Hoogvliet	8
Spijkenisse	9
Conclusies Hoogvliet	11
Algemene conclusies	12
Parkeertarieven	12
Sfeer	12
Verwachtingen	13
Bijlage: Enquête bezoek winkelcentra	14

Inleiding

Het aantal bezoekers en winkels in winkelcentra van middelgrote steden loopt sterk terug. De tijden veranderen en de opkomst van internetwinkelen zorgt voor een definitieve verandering in het winkellandschap. Met name winkels in middelgrote steden worden hierdoor getroffen. Op en rond Voorne-Putten strijden met name Hellevoetsluis, Hoogvliet en Spijkenisse om de gunst van het winkelend publiek.

Het winkelcentrum van Spijkenisse heeft al jaren moeite om voldoende winkelend publiek te trekken. Bij enkele evenementen komt het publiek massaal naar het centrum, maar daarbuiten blijft het moeizaam om voldoende publiek op de been te brengen. In de loop der jaren zijn er diverse maatregelen genomen en is er onderzoek gedaan naar het publiek in Spijkenisse, maar nog nooit is er onderzoek gedaan onder winkelend publiek in de regionale winkelcentra. Komt dit publiek ook naar Spijkenisse? Zo ja, hoe vaak? Zo nee, waarom niet? Simpele vragen die helpen een beeld te vormen waarom het externe publiek Spijkenisse links laat liggen. Met resultaten van dit onderzoek kan vervolgens naar passende oplossingen worden gezocht.

Op zaterdag 9 december heeft Nissewaard Lokaal een kwalitatief onderzoek gedaan onder het winkelend publiek in het centrum van Hellevoetsluis en Hoogvliet. Het doel van het onderzoek was om te achterhalen welke motivaties het winkelend publiek had om in het betreffende centrum te komen shoppen. Tegelijkertijd wilden wij achterhalen of deze bezoekers ook het centrum van Spijkenisse kenden en welke motivaties er leefde om het centrum van Spijkenisse wel of niet te bezoeken. Hiervoor hebben wij gebruik gemaakt van een vragenlijst (bijlage 1).

Het onderzoek is kwalitatief van aard. Dit betekent dat er niet specifiek is gekeken naar een representatief aantal bezoekers, maar met name de verdiepingsslag is gemaakt welke motivaties er genoemd zijn onder de bezoekers. Gezien de vele, gelijklopende antwoorden die gegeven zijn bleek al snel een duidelijk beeld te ontstaan vanuit de ondervraagden.

Winkelcentrum Hellevoetsluis

Bezoekers Hellevoetsluis

Nissewaard Lokaal heeft in Hellevoetsluis 54 enquêtes afgenomen onder het winkelend publiek. Bij het afnemen van de enquête is gevraagd naar de herkomst van het ondervraagde winkelend publiek en de motivatie waarom zij in het betreffende winkelcentrum komen winkelen. Het merendeel van de bezoekers kwam uit Hellevoetsluis zelf. Van de 54 ondervraagden, kwamen 36 mensen uit Hellevoetsluis. Het overige publiek kwam uit Oudendoorn (3), Brielle (2), Goedereede (2), Spijkenisse (2), Stellendam (2), Abbenbroek, Hoek van Holland, Hoogvliet, Oostvoorne, Ridderkerk, Rockanje en Tinte.



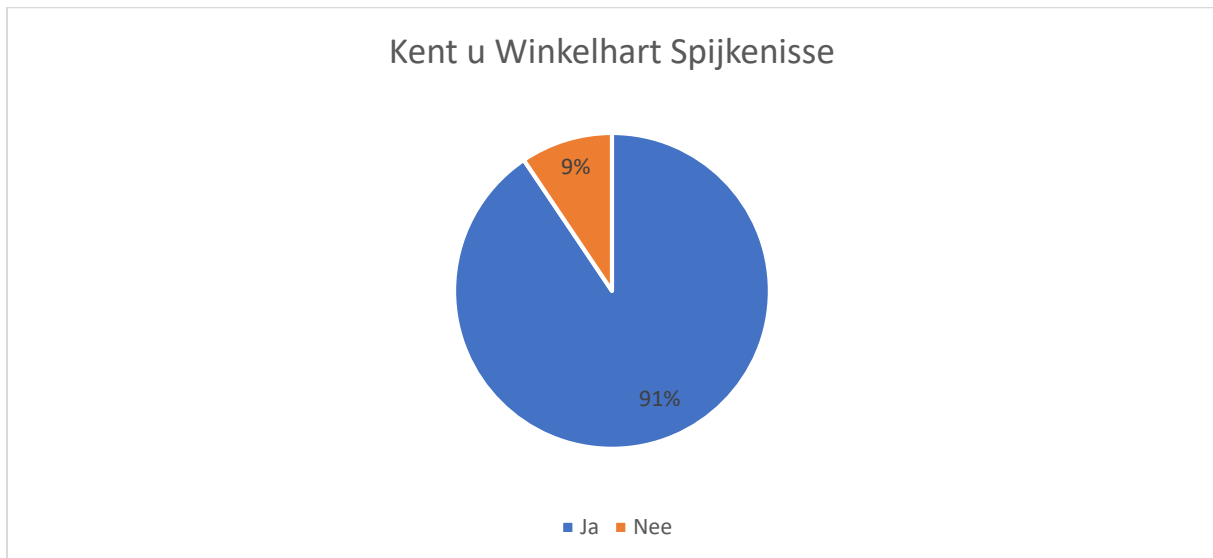
Figuur 1.

Op de vraag 'Waarom komt u winkelen in Hellevoetsluis' antwoordde ruim een derde dat het winkelcentrum dichtbij ligt en de ondervraagden in de buurt ervan wonen. Een logisch gevolg van het feit dat tweederde van de bezoekers uit Hellevoetsluis komt. Opvallender is de tweede motivatie die door 24% van de ondervraagden gegeven wordt; Hellevoetsluis heeft een compleet aanbod van winkels. Daarnaast wordt het winkelcentrum van Hellevoetsluis als gezellig en compact gezien en waardeert een enkeling het feit dat er droog gelopen kan worden en dat er sprake is van gratis parkeren.

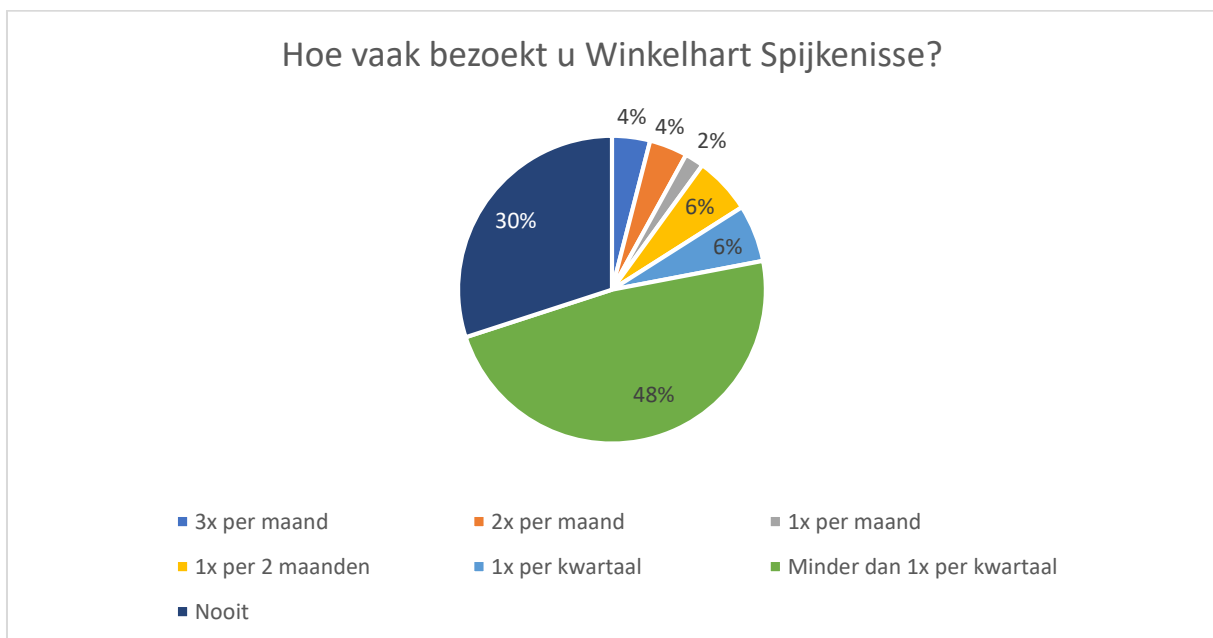
Spijkenisse

Er is getoetst of het winkelcentrum van Spijkenisse bekend is onder het winkelend publiek. Een ruime meerderheid blijkt het winkelhart van Spijkenisse te kennen (figuur 2). Van de ondervraagden gaf 91% aan het winkelcentrum van Spijkenisse te kennen. Slechts 9% bleek het centrum niet te kennen.

Hieruit blijkt dat het centrum van Spijkenisse bekend is onder een groot deel van het winkelend publiek in Hellevoetsluis. Desondanks trekt het winkelhart van Spijkenisse weinig bezoekers vanuit Hellevoetsluis naar Spijkenisse. Van de ondervraagden gaf 30% aan nooit naar het centrum van Spijkenisse te komen. Bijna de helft, 48% van de ondervraagden, gaf aan minder dan 1 keer per kwartaal naar Spijkenisse te komen. Slechts 10% van de ondervraagden bezoekt het winkelcentrum van Spijkenisse minimaal 1 keer per maand.



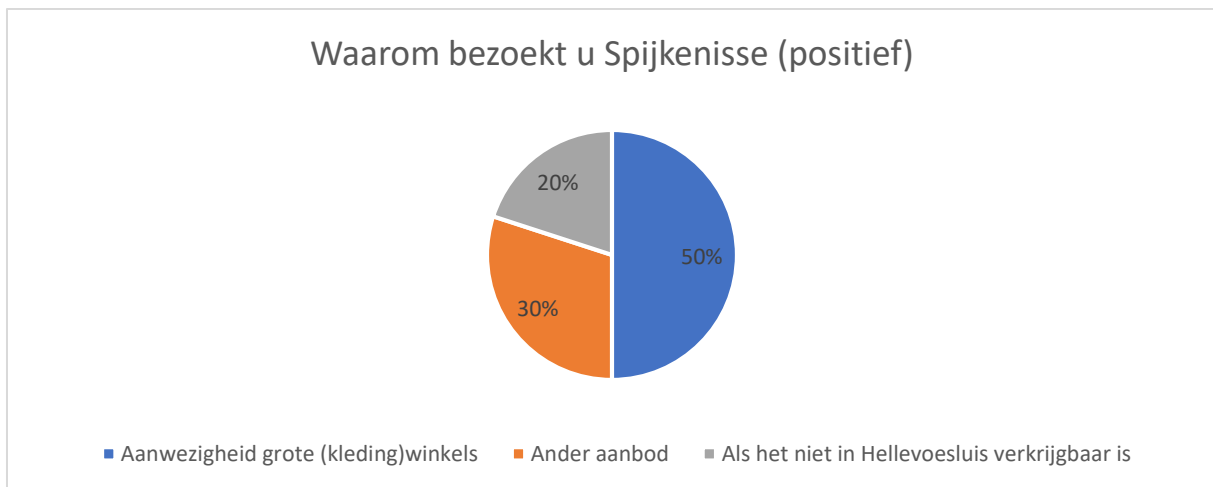
Figuur 2.



Figuur 3.

Onbekendheid van het winkelcentrum is dus niet het probleem waar Spijkenisse mee te kampen heeft. Maar wat is dan wel de reden dat men het winkelcentrum van Spijkenisse niet vaak bezoekt? Daarvoor hebben we de ondervraagden gevraagd naar hun motivatie. Dit hebben we onderverdeeld onder positieve en negatieve opmerkingen die zijn gemaakt over het centrum van Spijkenisse.

Slechts een klein deel van de ondervraagden (ca. 20%) wist een aantal positieve punten te benoemen waarom zij Spijkenisse wel bezoeken. Met name het aanbod wordt genoemd als een pluspunt. Voor deze ondervraagden wijkt het aanbod in Spijkenisse toch voldoende af van het aanbod in Hellevoetsluis.



Figuur 4.

Desondanks is een bijna gelijk aantal ondervraagden van mening dat het aanbod in Hellevoetsluis gelijkwaardig is aan Spijkenisse of in elk geval compleet ten behoeve van hun wensen. De grootste weerstand is er tegen het parkeergeld. Een derde van de ondervraagden ziet het parkeergeld als een probleem (figuur 5).



Figuur 5.

Andere negatieve punten die genoemd worden door het winkelend publiek zijn o.a. het gebrek aan sfeer (ongezellig), de grote loopafstand over het winkelcentrum (het is uit elkaar getrokken) en de leegstand. Een van de ondervraagden gaf zelfs aan niet te weten dat er na de Kopspijker nog winkels aanwezig zijn. Een ander vond de horeca niet zichtbaar.

Conclusies Hellevoetsluis

Vanuit Spijkenisse denken wij een groter en completer winkelcentrum te hebben. De tagline die al sinds een aantal jaren wordt gevoerd 'Meer dan 250 winkels' onderschrijft dit. Spijkenisse ziet zich als leidend in de regio, maar het winkelend publiek denkt hier anders over. Het beeld onder het winkelend publiek in Hellevoetsluis is dat het winkelcentrum van Hellevoetsluis al compleet is. Bovendien is er sprake van gratis parkeren. Slechts een enkeling bezoekt Spijkenisse of rijdt meteen door naar Rotterdam voor winkelaanbod dat er niet is in Hellevoetsluis.

Het centrum van Spijkenisse wordt als ongezellig gezien. Dit komt met name door de vele leegstand, waardoor winkelend publiek grote stukken moet lopen om relevante winkels te bezoeken. Dit in tegenstelling tot het winkelcentrum van Hellevoetsluis. De compactheid van het winkelcentrum in Hellevoetsluis wordt door de bezoekers daar gewaardeerd. Het feit dat er in Spijkenisse geen overkappingen zijn om bij regen droog te kunnen lopen wordt ook als een gemis gezien. Een aantal bezoekers heeft ook aangegeven achtergrondmuziek te missen tijdens het shoppen.

Winkelcentrum Hoogvliet

Bezoekers Hoogvliet

Nissewaard Lokaal heeft in Hoogvliet 44 enquêtes afgenomen onder het winkelend publiek. Bij het afnemen van de enquête is evenals in Hellevoetsluis gevraagd naar de herkomst van het ondervraagde winkelend publiek en de motivatie waarom zij in het betreffende winkelcentrum zijn gaan shoppen. Het merendeel van de bezoekers kwam uit Hoogvliet, 24 van de 44 ondervraagden. Het overige publiek kwam uit Rhoon (5), Pernis (5), Poortugaal (3), Spijkenisse, Berkel en Rodenrijs, Rozenburg, Barendrecht, Abbenbroek, Dordrecht en Heijplaat.



Figuur 6.

Op de vraag 'Waarom komt u winkelen in Hoogvliet' gaf 29% aan vanwege het complete winkelaanbod naar Hoogvliet te komen. Voor bijna een kwart van de ondervraagden ligt het winkelcentrum dichtbij en nog eens 21% geeft aan er te komen voor de dagelijkse boodschappen. Het gratis parkeren is geen belangrijke motivatie voor de ondervraagde bezoekers. Slechts 7% noemde gratis parkeren als argument om Hoogvliet te bezoeken.

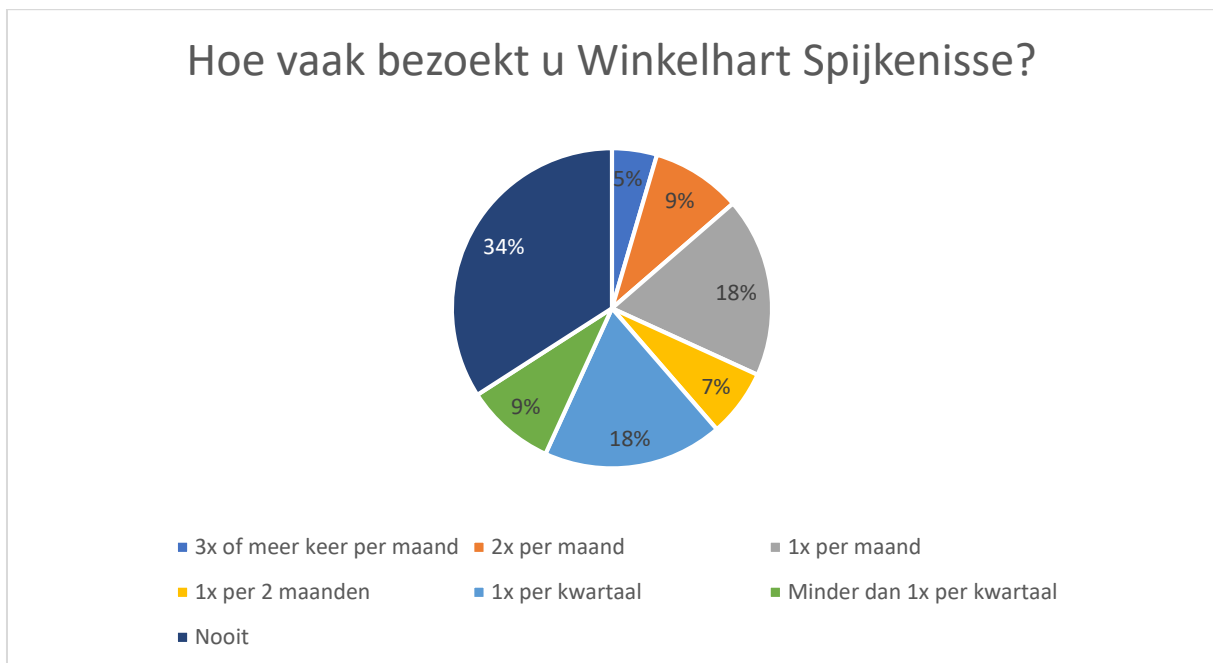
Spijkennisse

Er is ook in Hoogvliet getoetst of het winkelcentrum van Spijkennisse bekend is onder het winkelend publiek. Een ruime meerderheid blijkt het winkelhart van Spijkennisse te kennen (figuur 7). Van de ondervraagden gaf 82% aan het winkelcentrum van Spijkennisse te kennen. Hoewel Hoogvliet dichterbij Spijkennisse ligt dan Hellevoetsluis gaf een groter percentage ondervraagden aan het winkelcentrum van Spijkennisse niet te kennen; 18%. Desondanks is met 82% ook in Hoogvliet de naamsbekendheid van het winkelhart Spijkennisse groot.



Figuur 7.

Bezoekers die het winkelcentrum Hoogvliet aandoen komen wel vaker in het winkelhart van Spijkennisse dan bezoekers uit Hellevoetsluis. Bijna een derde van de ondervraagden komt minimaal 1 keer per maand in Spijkennisse. Tegelijkertijd is een derde van de ondervraagden nooit in Spijkennisse geweest.



Figuur 8.

Voor bezoekers in Hoogvliet geldt hetzelfde als de ondervraagde bezoekers uit Hellevoetsluis. De eventuele onbekendheid van het winkelcentrum is dus niet het probleem waar Spijkenisse mee te kampen heeft. In Hoogvliet hebben we daarom de ondervraagden ook gevraagd naar hun motivatie. Dit hebben we onderverdeeld onder positieve en negatieve opmerkingen die zijn gemaakt over het centrum van Spijkenisse.

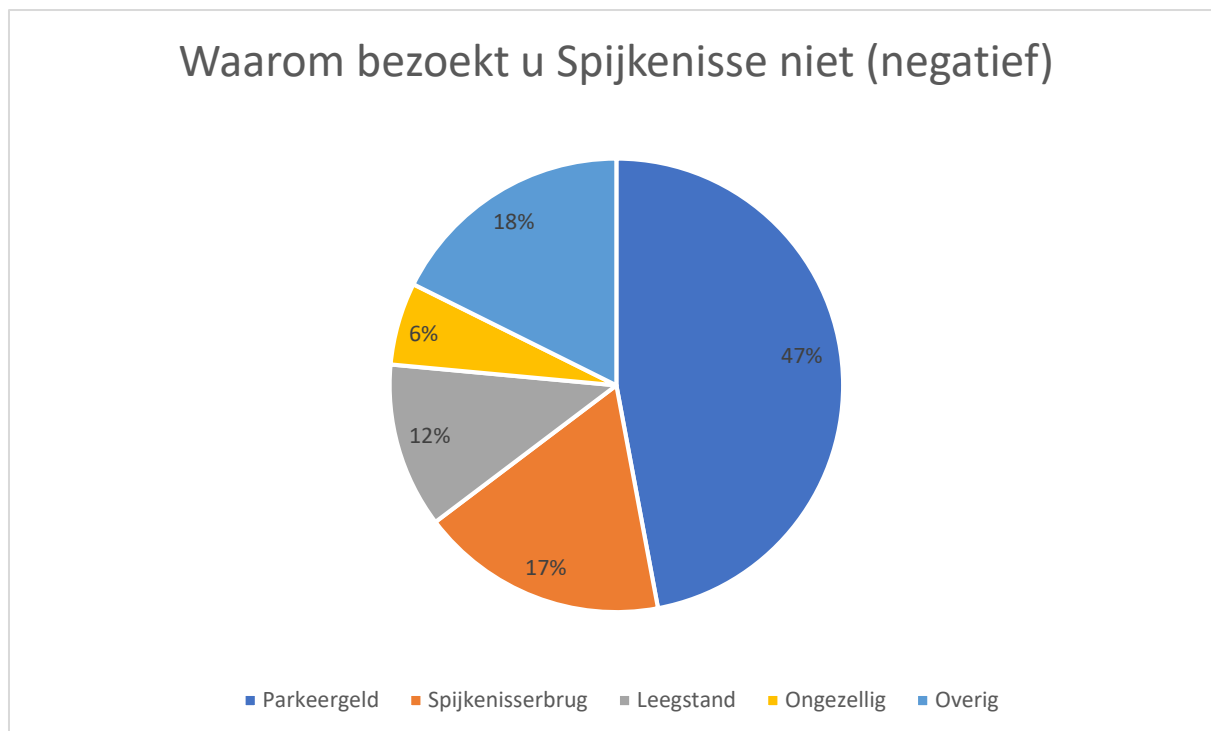
Slechts een klein deel van de ondervraagden (ca. 20%) wist een aantal positieve punten te benoemen waarom zij Spijkenisse wel bezoeken. Met name het aanbod wordt genoemd als een pluspunt. Voor de ondervraagden in Hoogvliet wijkt het aanbod in Spijkenisse toch voldoende af van het aanbod in Hoogvliet.

In Hoogvliet wist een groter aantal ondervraagden positieve punten te noemen over Spijkenisse. Zo gaven 15 mensen aan het winkelaanbod in Spijkenisse completer te vinden. Vier ondervraagden gaven het winkelcentrum gezelliger te vinden dan Hoogvliet.



Figuur 9.

Waarom bezoekt u Spijkenisse niet (negatief)



Figuur 10.

De grootste weerstand om Spijkenisse niet te willen bezoeken zit ook in Hoogvliet in het parkeergeld. Bijna de helft van de ondervraagden geeft aan vanwege het parkeergeld Spijkenisse te mijden. Op een goede tweede plaats staat de Spijkenisserbrug. Het feit dat men over de Spijkenisserbrug moet komen wordt gezien als een belemmering om Spijkenisse te (willen) bezoeken.

Daarnaast geeft bijna een vijfde van de ondervraagden aan het winkelcentrum ongezellig te vinden en zich te ergeren aan de leegstand.

Conclusies Hoogvliet

In tegenstelling tot Hellevoetsluis zien de bezoekers in Hoogvliet het winkelcentrum niet gelijkwaardig aan Spijkenisse. Voor de dagelijkse boodschappen wordt het aanbod in Hoogvliet gezien als voldoende. Toch ziet een deel van de ondervraagden dat Spijkenisse een completer aanbod heeft dan Hoogvliet. Dit resulteert er ook in dat vanuit Hoogvliet het centrum van Spijkenisse vaker bezocht wordt dan vanuit Hellevoetsluis.

Toch wordt het parkeergeld als belemmering gezien om Spijkenisse te bezoeken. Bijna de helft heeft moeite met het parkeergeld. Ook de Spijkenisserbrug wordt gezien als barrière om Spijkenisse te bezoeken. De leegstand en het gebrek aan sfeer vormen ook een punt van aandacht.

Algemene conclusies

Parkeertarieven

De grootste weerstand die zowel in Hellevoetsluis als Hoogvliet werden aangegeven door de ondervraagde personen voor het bezoeken van Spijkenisse zijn de parkeertarieven. Een derde tot de bijna de helft van het aantal ondervraagden geeft aan dat de parkeertarieven een belemmering zijn om Spijkenisse te bezoeken.

Het afschaffen van de parkeertarieven is echter niet de oplossing. Dit leidt tot jaarlijkse hoge afschrijvingskosten van de garages die gedragen moeten worden door de lokale belastingbetaler. Nissewaard Lokaal pleit er daarom voor om het starttarief voor parkeren af te schaffen en het parkeertarief meerdere jaren gelijk te houden op €1 per uur, waarbij het tarief naar gebruik (per gebruikte minuut) afgerekend wordt. Door ook meerdere, nader genoemde, oplossingen mee te nemen kan het bezoek aan het winkelcentrum toenemen en dekt de afschaffing van het starttarief zich door de toename van het aantal bezoekers.

Om tijdens speciale evenementen meer publiek te trekken adviseert Nissewaard Lokaal om in overleg met het BIZ te bekijken of er speciale actietarieven gehanteerd kunnen worden. Bijv. eerste uur gratis parkeren of bij besteding van bijv. €20 bij aangesloten winkeliers een uur gratis parkeren.

Door het afstoten van een van de parkeergarages kan de gemeente de afschrijvingskosten voor de garages drukken. De gemeente zou moeten onderzoeken of het mogelijk is om bijvoorbeeld een deel van de Kolkpleingarage om te laten bouwen tot een kartbaan, paintball- of lasergamelocatie.

Sfeer

Een ander groot probleem is de huidige sfeer binnen het winkelcentrum van Spijkenisse. De vele, lege panden leiden tot een ongezellige sfeer in het centrum. Bezoekers moeten grote afstanden overbruggen alvorens weer winkels aan te treffen. Met name in de Kopspijker en op de Noord- en Zuidpassage is er veel leegstand.

Ondanks diverse maatregelen heeft dit nog niet geleid tot verbeteringen. Sterker nog, steeds meer winkelketens dreigen met name in dit deel te vertrekken. Nissewaard Lokaal wil het aantal lege panden tegen gaan en adviseert om leegstandsboetes in te gaan voeren bij de grote verhuurders van vijf panden of meer. Op deze manier worden verhuurders meer gedwongen om invulling te geven aan hun panden.

Bezoekers missen horeca in het centrum van Spijkenisse. Hoewel deze er wel is, ontbreekt de loop naar een deel van deze horeca. Met name het Havenplein heeft hier de afgelopen jaren onder geleden. Nissewaard Lokaal adviseert om de uitgang richting Havenplein weer in ere te herstellen. Dit leidt tot betere doorloop naar de horeca op het Havenplein en leidt mogelijk ook tot meer bewegingen van en naar de markt.

Bekijk vanuit het BIZ welke mogelijkheden er zijn om de sfeer te verbeteren door achtergrondmuziek te kunnen spelen door het hele centrum en bekijk de mogelijkheid om afdakjes te realiseren in het open gedeelte. Bezoekers willen graag droog kunnen lopen bij regen.

Verwachtingen

Stel de verwachtingen voor het winkelcentrum bij. Spijkenisse wordt buiten Spijkenisse niet gezien als het meest complete winkelcentrum op het eiland. Bovendien wordt de tagline, die al sinds een aantal jaren wordt gevoerd, niet meer serieus genomen. Door de vele leegstand werkt de tagline 'Meer dan 250 winkels' niet meer. Bezoekers verwachten reële uitingen.

Bedenk ook goed op welke wijze publiek getrokken kan worden naar het centrum. Aan de naamsbekendheid in de regio ligt het niet. Met 80 tot 90% is deze zeer hoog. De vraag is dus of vlaggen langs hoofdwegen leiden tot meer bezoekers in het centrum. Wat Nissewaard Lokaal betreft moet er eerst gekeken worden naar het verbeteren van de sfeer, door het organiseren van activiteiten en het aanpakken van de leegstand.

Het Winkelhart Spijkenisse heeft alle potentie om een succesvol winkelcentrum en uitgaansgebied te zijn. Als politieke partij streeft Nissewaard Lokaal er dan ook naar om met alle belanghebbenden, o.a. BIZ Centrum, gemeente, horecaondernemers en winkeliers, (nieuwe) winkel- en horecaconcepten te verkennen, bespreken en waar mogelijk meehelpen te realiseren. Wij geloven in een bruisend centrum van Spijkenisse, dat voor iedere bezoeker interessant is om naartoe te komen.

Bijlage

Enquête bezoek winkelcentra

Korte inleiding

Het aantal bezoekers in winkelcentra van middelgrote steden loopt sterk terug. Op en rond Voorne-Putten strijden met name Hellevoetsluis, Hoogvliet en Spijkenisse om de gunst van het winkelend publiek. De partij Nissewaard Lokaal wil een beter beeld krijgen rond het bezoek aan het winkelhart in Spijkenisse. Om die reden wordt deze enquête afgenomen.

1) Waar komt u vandaan? Waar woont u?

2) Waarom komt u in Hoogvliet/Hellevoetsluis winkelen?

3) Kent u winkelcentrum Spijkenisse?

Ja Nee

4) Hoe vaak komt u in het winkelcentrum van Spijkenisse?

3 of meer keer maand

2 keer maand

1 keer per maand

1 keer per twee maanden

1 keer per kwartaal

minder vaak dan 1 keer per kwartaal

nooit

5) Waarom komt u ... keer naar Spijkenisse?
