

## Het gedrag van bezoekers van het Citycentrum Veldhoven

**Citation for published version (APA):**

van der Waerden, P. J. H. J., & Borgers, A. W. J. (1994). *Het gedrag van bezoekers van het Citycentrum Veldhoven*. Technische Universiteit Eindhoven.

**Document status and date:**

Gepubliceerd: 01/01/1994

**Document Version:**

Uitgevers PDF, ook bekend als Version of Record

**Please check the document version of this publication:**

- A submitted manuscript is the version of the article upon submission and before peer-review. There can be important differences between the submitted version and the official published version of record. People interested in the research are advised to contact the author for the final version of the publication, or visit the DOI to the publisher's website.
- The final author version and the galley proof are versions of the publication after peer review.
- The final published version features the final layout of the paper including the volume, issue and page numbers.

[Link to publication](#)

**General rights**

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

If the publication is distributed under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license above, please follow below link for the End User Agreement:

[www.tue.nl/taverne](http://www.tue.nl/taverne)

**Take down policy**

If you believe that this document breaches copyright please contact us at:

[openaccess@tue.nl](mailto:openaccess@tue.nl)

providing details and we will investigate your claim.

1994 (I) 25

# HET GEDRAG VAN BEZOEKERS VAN HET CITYCENTRUM VELDHOVEN

Peter van der Waerden & Aloys Borgers

mei 1994

CIP-GEGEVENS KONINKLIJKE BIBLIOTHEEK, DEN HAAG

Waerden, Peter van der

Het gedrag van bezoekers van het CityCentrum te Veldhoven  
Peter van der Waerden & Aloys Borgers. - Eindhoven :  
EIRASS, European Institute of Retailing and Services Studies  
Met lit. opg.  
ISBN 90-386-0203-0  
Trefw.: winkelen ; Veldhoven ; onderzoek.

Copyright © European Institute of Retailing and Services Studies, 1994

Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, fotocopie of op welke andere wijze dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgevers.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any form, by print or photoprint, microfilm or any other means, without written permission by the publishers.

## VOORWOORD

Het winkelcentrum 'CityCentrum' is het grootste winkelcentrum in de gemeente Veldhoven. In 1993 is begonnen met de realisatie van een aanzienlijke uitbreiding van dit winkelcentrum door middel van een passage met parkeergarage. Deze uitbreiding omvat circa 6000 m<sup>2</sup> winkeloppervlak en circa 1200 m<sup>2</sup> voor dienstverlening; dit komt overeen met ongeveer de helft van het huidige winkeloppervlak. Tevens zal in de loop van 1994 begonnen worden met de renovatie van het huidige winkelgebied.

In de herfst van 1993 is een begin gemaakt met het onderzoek CityCentrum. Dit project wordt uitgevoerd in opdracht van de gemeente Veldhoven, de winkeliersvereniging van het CityCentrum en de Maatschappij voor Bedrijfsobjecten nv (MBO). Het onderzoek is uitgevoerd door het instituut EIRASS en de sectie Urbanistiek van de Faculteit Bouwkunde, Technische Universiteit Eindhoven.

Het project omvat vier onderdelen, namelijk een analyse van de openbare ruimte op de plattegrond van het winkelcentrum en directe omgeving, een onderzoek naar het gedrag van het winkelend publiek in het winkelcentrum, een onderzoek naar de kooporiëntaties van huishoudens in Veldhoven en directe omgeving en een onderzoek naar de visies van de ondernemers in het CityCentrum ten aanzien van de uitbreiding en renovatie. In dit rapport wordt verslag gedaan van het onderzoek naar het winkelgedrag van bezoekers van het CityCentrum.

Het gehele project CityCentrum is begeleid door een begeleidingsteam, bestaande uit dhr. G de Jong van de gemeente Veldhoven, dhr. W Appels van de vereniging van winkeliers in het CityCentrum en dr. E F Nozeman van MBO. Wij zijn alle betrokkenen zeer erkentelijk voor hun medewerking. Verder gaat onze dank uit naar mevr. M van Kasteren voor haar secretariële ondersteuning.

Drs. Ing. P.J.H.J. van der Waerden  
Ir. A.W.J. Borgers  
Eindhoven, mei 1994



# INHOUDSOPGAVE

## SAMENVATTING/ABSTRACT

## OVERZICHT VAN FIGUREN EN TABELLEN

1.	INLEIDING	1
2.	DE PASSANTENENQUETE	4
2.1.	Afname van de enquête	4
2.2.	Respons	4
3.	CENTRUMBEZOEK EN -BEOORDELING	7
3.1.	Bezoekfrequentie	7
3.2.	Bestedingen en verblijfsduur	9
3.3.	Beoordeling van het centrum	11
3.3.1.	Algehele bereikbaarheid	11
3.3.2.	Parkeerterreinen	12
3.3.3.	Fietsenstallingen	12
3.3.4.	Locatie van de bushaltes	13
3.3.5.	Inrichtingselementen	14
3.3.6.	Comfort	14
3.4.	Gewenste voorzieningen	15
3.4.1.	Winkelvoorzieningen	15
3.4.2.	Suggesties	18
4.	VERPLAATSINGSKENMERKEN	21
4.1.	Vervoermiddelgebruik	21
4.2.	Parkeerterreinen en fietsenstallingen	22
4.3.	Centrumbezoek in combinatie met andere bezoeken	25
5.	WINKELGEDRAG	27
5.1.	Passantentellingen	27
5.2.	Winkelbezoek	28
5.3.	Routing door het centrum	31

6.	CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	33
----	-----------------------------	----

	REFERENTIES	35
--	-------------	----

## BIJLAGEN

1. De passantenenquête
2. Routekeuze vanuit punt van aankomst

## SAMENVATTING

Met behulp van een passantenenquête is getracht inzicht te verkrijgen in het winkelgedrag van bezoekers van het CityCentrum te Veldhoven. De enquête is gehouden op dinsdag 26 oktober, vrijdag 29 oktober en zaterdag 30 oktober 1993. Het winkelgedrag is uiteengelegd in een vijftal onderdelen: het bezoek aan het CityCentrum, de beoordeling van het CityCentrum, het vervoermiddel-, parkeerterrein- en fietsenstallinggebruik, het winkelbezoek, en de routing door het winkelcentrum.

Onder het bezoek aan het CityCentrum vallen aspecten zoals bezoekfrequentie aan zowel het CityCentrum als andere winkelcentra in de omgeving, de bestedingen tijdens het bezoek en de verblijfsduur in het centrum. Het CityCentrum wordt het meest bezocht door inwoners van de wijken Cobbeek/Centrum, d'Ekker en Meerveldhoven. Voor de bezoekers die geld hebben uitgegeven aan voedings- en genotmiddelen was de gemiddelde besteding f43,-. Voor de overige artikelen bedroeg dit bedrag f57,-. De gemiddelde verblijfsduur van de respondenten is ongeveer 30 minuten. Het langst verblijft men in het CityCentrum op vrijdagavond.

Het CityCentrum wordt op bijna alle onderzochte aspecten goed beoordeeld. De beoordelingen voor de parkeersituatie en de situatie rond de fietsenstallingen vallen iets lager uit. Als meest gemiste winkelvoorzieningen in het CityCentrum worden genoemd: goedkope en grote kledingzaken, speciaalzaken in de branche voedings- en genotmiddelen, een tweede warenhuis en enkele algemene speciaalzaken zoals een dierenwinkel, een kadoshop en een sportzaak. Daarnaast geven de bezoekers aan toiletten en meer parkeergelegenheid te willen. Voorts werden suggesties gegeven ten aanzien van de parkeergelegenheid en de fietsenstallingen. Ook werd vaak gesteld dat zowel het centrum als het Meiveld gezelliger moeten worden gemaakt.

Het merendeel van de respondenten komt met de auto naar het CityCentrum. Daarna volgen de vervoermiddelen fiets en te voet. Een zeer klein percentage respondenten komt met de bus. Met betrekking tot de parkeersituatie blijkt dat het moeten wachten op een vrije parkeerplaats of het uitwijken bij een vol parkeerterrein slechts in zeer beperkte mate voorkomt.

De meeste mensen die het CityCentrum bezoeken doen dit direct vanuit hun eigen woning en gaan na het bezoek ook weer direct naar huis. Van degene die niet direct van huis naar het CityCentrum zijn gekomen, komt ruim 30 procent van het werk. Respondenten die na het bezoek aan het CityCentrum niet direct naar huis gaan, gaan of elders winkelen of op bezoek bij familie/kennissen.

Het merendeel van de bezoeken aan winkels in het CityCentrum wordt voordat de respondenten naar het CityCentrum komen, reeds gepland. Bezoeken aan supermarkten en winkels met voedings- en genotmiddelen gaan veelal gepaard met een aankoop. Ook het verrichten van een aankoop en de keuze van de winkel waarin de aankoop wordt gedaan, is vaak vooraf al bepaald. Veel aankopen vinden plaats in winkels waar de respondent meestal gelijksoortige aankopen doet.

De respondenten verdelen zich vrij gelijkmatig over de delen van het winkelgebied in het CityCentrum. Er bestaat echter wel een duidelijke relatie tussen het punt van aankomst en het bezoek van verschillende straatstukken binnen het CityCentrum. De bezoeker is geneigd om tijdens het winkelen niet te ver van dit aankomstpunt weg te lopen.

Op basis van het onderzoek kunnen de volgende aanbevelingen worden gedaan. Het CityCentrum zou moeten worden uitgebreid met winkelvoorzieningen in de kledingbranche. De nadruk dient hierbij te liggen op het goedkopere segment in deze branche. Andere wenselijke winkelvoorzieningen zijn een dierenwinkel en een warenhuis. Tevens dienen er meer horecavoorzieningen en openbare toiletten in het centrum te komen. De gezelligheid in het CityCentrum en in het bijzonder ter hoogte van het Meiveld dient te worden verbeterd. Daar de huidige groenvoorziening niet best wordt gewaardeerd kan extra groen al leiden tot een verbetering.

Ten aanzien van de parkeersituatie verdient het aanbeveling te trachten tot een grotere spreiding in het gebruik van parkeerterreinen te komen. Om het fietsgebruik te stimuleren maar ook om de huidige fietsers te dienen zou het aantal (bewaakte/overdekte) fietsenstallingen moeten worden uitgebreid.

## **ABSTRACT**

The main purpose of this research was to gain more insight into the behaviour and wishes of visitors of the main shopping centre of the municipality Veldhoven, the Netherlands. Data was collected by means of short questionnaires amongst approximately 900 visitors during three days in October 1994. The main topics of the questionnaire were: what transport mode was used to visit the shopping centre; which shops and institutions were visited and in which shops money was spent; were these visits and expenditures planned beforehand; evaluation of the shopping centre on various aspects such as parking facilities, facilities within the shopping area, and atmosphere; and the route followed by the respondents while shopping.

The main findings of the descriptive analyses of the data were that the main transport mode is car or bike; most visits and expenditures were planned beforehand, the shopping centre is evaluated positively on most aspects, and the routing of a visitor through the shopping centre is highly dependent on the location where he/she enters the shopping area.

## OVERZICHT VAN FIGUREN EN TABELLEN

### FIGUREN

1:	Ligging van het CityCentrum in Veldhoven	1
2:	Plattegrond van het CityCentrum	2
3:	Oordeel over de bereikbaarheid van het CityCentrum	11
4:	Oordelen over de parkeerterreinen rond het CityCentrum	12
5:	Oordelen over de fietsenstallingen in het CityCentrum	13
6:	Oordeel over de locatie van de bushaltes rond het CityCentrum	13
7:	Oordelen over de inrichtingselementen in het CityCentrum	14
8:	Oordelen over het comfort in het CityCentrum	15
9:	Gewenste winkelvoorzieningen in de branche Kleding, Schoeisel en Textiel	16
10:	Gewenste winkelvoorzieningen in de branche speciaalzaken	17
11:	Gewenste overige winkels en voorzieningen	17
12:	Suggesties met betrekking tot de parkeerterreinen en de fietsenstallingen	19
13:	Overige suggesties/opmerkingen	20
14:	Gebruik van de parkeerterreinen door de ondervraagde automobilisten in procenten (N=426)	22
15:	Meestal gebruikte parkeerterreinen door de ondervraagde automobilisten (N=343)	23
16:	Bekendheid van de ondervraagde automobilisten met de verschillende parkeerterreinen	23
17:	Opgegeven reden om een bepaald parkeerterrein te gebruiken	24
18:	Gebruik van de fietsenstallingen	25
19:	Kaart met telpunten	27
20:	Straatstukbelasting in en rond het CityCentrum na ophoging	32

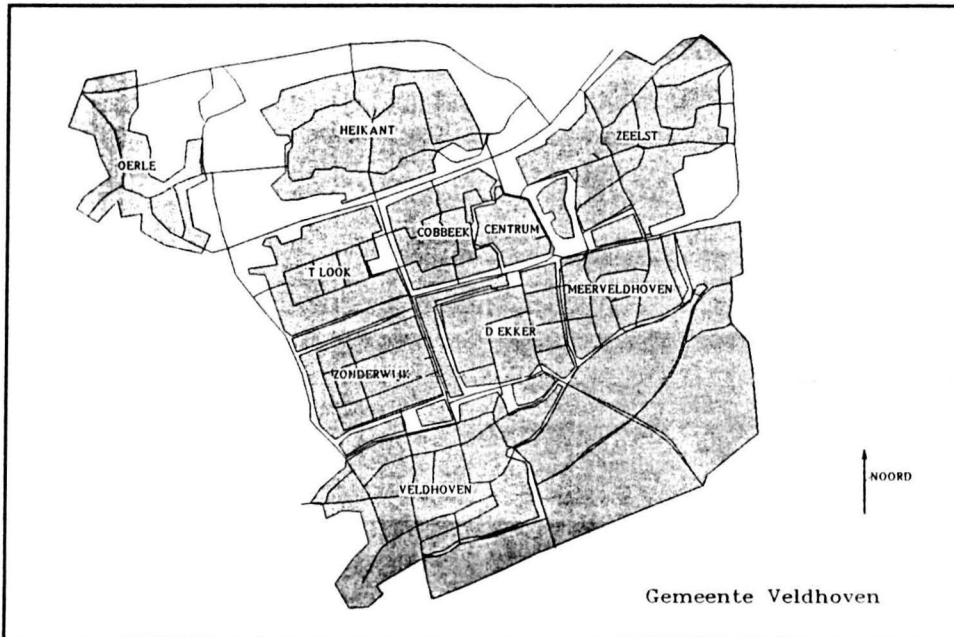
### TABELLEN

1:	Verdeling van het aantal respondenten over de enquêtedagen	4
2:	Verdeling van het aantal respondenten naar herkomst	5
3:	Verdeling van het aantal respondenten naar geslacht	5
4:	Verdeling van het aantal respondenten naar leeftijd	5
5:	Verdeling van grootte van de groep waarvan de respondent deel uitmaakte	6
6:	Bezoekfrequentie naar herkomst (in procenten)	7
7:	Aantal keren dat een ander winkelcentrum is genoemd (absoluut)	8
8:	Gemiddeld aantal bezoeken aan andere winkelcentra per herkomstgebied op jaarbasis	8
9:	Besteed bedrag aan voedings- en genotmiddelen per dagdeel (in procenten)	9
10:	Besteed bedrag aan overige artikelen per dagdeel (in procenten)	10
11:	Verblijfsduur in het CityCentrum naar dagdeel (in procenten)	10

12: Gemiddelde verblijfsduur per winkelbezoek per branche	11
13: Vervoermiddelgebruik naar herkomst (in procenten)	21
14: Vervoermiddelgebruik naar onderzoeksdag (in procenten)	22
15: Verdeling van de opgegeven wachttijden voor een vrije parkeerplaats	25
16: Waargenomen verplaatsingsketens	26
17: Status (gepland/niet gepland) van de verplaatsingsketens	26
18: Activiteiten voor en na het bezoek aan het CityCentrum	26
19: Aantal getelde passanten en ophoogfactoren uitgesplitst naar onderzoeksdag	28
20: Bezoeken uitgesplitst naar winkelbranche en -type (in procenten)	29
21: Aankopen uitgesplitst naar winkelbranche en -type (in procenten)	30
22: Bezoeken uitgesplitst naar winkelbranche en -type na ophoging (in procenten)	31
23: Aankopen uitgesplitst naar winkelbranche en -type na ophoging (in procenten)	31

## 1. INLEIDING

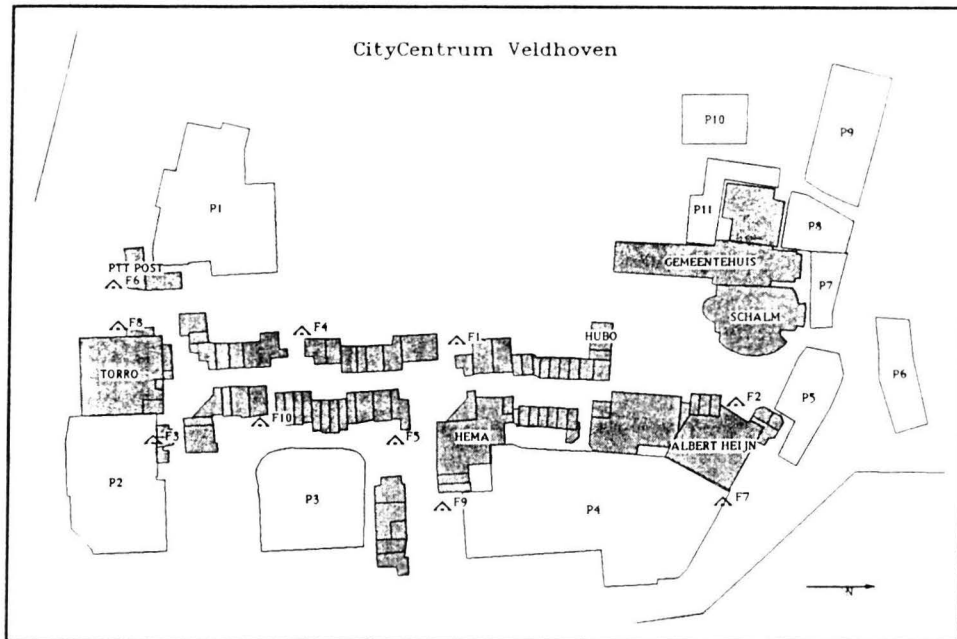
De komende jaren zal het grootste winkelcentrum van de gemeente Veldhoven, het CityCentrum, een aanzienlijke gedaantewisseling ondergaan. Naast een reeds in 1993 gestarte uitbreiding van het winkelgebied met een nieuwe passage en een parkeergarage, start men in 1994 met de renovatie van het bestaande winkelgebied.



Figuur 1: Ligging van het CityCentrum in Veldhoven

Het CityCentrum is gelegen in de wijk Cobbeek/Centrum (figuur 1) en heeft een regionaal verzorgende functie. In totaal bestaat het centrum uit 85 winkels en instellingen van uiteenlopende winkelbranches en typen (figuur 2). De totale verkoop vloeroppervlakte is ongeveer 15.000 m<sup>2</sup>. Het centrum heeft een lineaire structuur met aan beide uiteinden een grote supermarkt (Albert Heijn en Torro). De afstand van het ene uiteinde tot het andere uiteinde is ruim 400 meter. Rond het CityCentrum bevinden zich elf parkeerterreinen/-gebieden waarvan de omvang varieert van ongeveer 30 plaatsen tot ruim 240 plaatsen. In figuur 2 zijn de parkeerterreinen weergegeven door middel van 'P#' en de fietsenstallingen door middel van 'F#'.

Ten behoeve van het onderhavige onderzoek is in oktober 1993 een passantenenquête gehouden. Het doel van deze passantenenquête was het verkrijgen van inzicht in het winkelgedrag van bezoekers van het CityCentrum te Veldhoven. Het winkelgedrag is onderscheiden in een aantal onderdelen, te weten: het bezoek aan het CityCentrum; de beoordeling van het CityCentrum; het vervoermiddel-, parkeerterrein- en fietsenstallinggebruik; het winkelbezoek en de routing door het winkelcentrum. Het tweede doel van de enquête was inzicht te verkrijgen in de wensen van de bezoekers ten aanzien van het CityCentrum.



Figuur 2: Plattegrond van het CityCentre

De enquête (zie bijlage 1) is opgebouwd uit een drietal centrale onderdelen waarin wordt ingegaan op de eerder genoemde aspecten van het winkelgedrag. Het eerste onderdeel gaat nader in op enkele zaken rond het vervoermiddel waarmee de respondent naar het CityCentre is gekomen. Als tweede wordt in de enquête ingegaan op de routing door het centrum en de bezochte winkels en instellingen. De respondenten is gevraagd op een plattegrond van het centrum de door hen gevolgde route in te tekenen. Tevens dienden zij aan te geven welke winkels of instellingen zij hebben bezocht. Per bezoek is vastgelegd of het bezoek gepland was, of een aankoop heeft plaatsgevonden, of de aankoop gepland was, of de aankoop in de betreffende winkel was gepland en of de respondent het betreffende artikel altijd in die winkel koopt. Het derde onderdeel van de enquête bevat vragen die betrekking hebben op het CityCentre als geheel: bestedingen aan voedings- en genotmiddelen en overige artikelen, de verblijfsduur in het centrum, de bezoekfrequentie aan het centrum en de beoordeling van een aantal aspecten van het centrum. Tevens is een inventarisatie opgenomen van gewenste winkels en andere voorzieningen.

De resultaten van de passantenenquête zijn daar waar mogelijk vergeleken met resultaten uit onderzoeken in min of meer vergelijkbare winkelcentra: Winkelcentrum Woensel te Eindhoven (Gemeente Eindhoven, 1985), Waalwijk Centrum (BRO, 1991), Winkelcentrum Oosterhof te Rotterdam (D&P, 1989), en Boxtel Centrum (BRO, 1993 en Van der Waerden, 1994). Winkelcentrum Woensel (19.700 m<sup>2</sup> VVO) en Winkelcentrum Oosterhof (19.200 m<sup>2</sup> VVO) kunnen evenals het CityCentre worden beschouwd als stadsdeelcentra gelegen binnen de invloedssfeer van een groot stedelijk hoofdwinkelcentrum. De winkelcentra in Waalwijk (23.300 m<sup>2</sup> VVO) en Boxtel (17.300 m<sup>2</sup> VVO) functioneren zelfstandiger en hebben een regionale functie. De passantenenquêtes in de verschillende winkelcentra zijn gehouden op verschillende dagen van de week. In Woensel is



geënquêteerd op donderdag, vrijdagavond en zaterdag, in Waalwijk op dinsdag, vrijdag en zaterdag, in Oosterhof op vrijdag en vrijdagavond, in Boxtel op dinsdag, vrijdag, vrijdagavond en zaterdag.

Dit rapport is als volgt opgebouwd. Als eerste wordt ingegaan op de dagen waarop en omstandigheden waaronder de passantenenquête is afgenomen. Vervolgens komen aspecten aan de orde die te maken hebben met de bezoeken die de passanten hebben gebracht. In hetzelfde hoofdstuk worden de beoordelingen van een aantal kenmerken van het CityCentrum en de door de bezoekers gewenste voorzieningen, besproken. In hoofdstuk 4 worden aspecten besproken die te maken hebben met de wijze waarop de respondenten naar het CityCentrum zijn gekomen en waar zij, indien van toepassing, de auto of fiets hebben achtergelaten. Ook is in dit hoofdstuk aandacht besteed aan de vraag of het bezoek aan het CityCentrum deel uitmaakte van een keten van activiteiten of dat het om een enkelvoudig bezoek ging van huis naar het winkelcentrum en weer terug naar huis. Het winkelbezoek, aankoopgedrag en de routing door het CityCentrum komen in hoofdstuk 5 aan de orde. Het rapport wordt afgesloten met een aantal conclusies en aanbevelingen.

## 2. DE PASSANTENENQUETE

### 2.1. Afname van de enquête

De passantenenquête is gehouden op dinsdag 26 oktober (gehele dag), vrijdag 29 oktober (van 12.00 tot 21.00 uur) en zaterdag 30 oktober (gehele dag). Op dinsdag regende het gedurende 2 uren licht, was het ongeveer 11 graden en waaide het zacht. De weersomstandigheden op vrijdag en zaterdag waren gelijk: droog, ongeveer 10 graden en een matige wind.

De enquêteurs benaderden geheel willekeurig op een dertiental in-/uitgangen van het CityCentrum bezoekers die het CityCentrum verlieten. Tevens zijn gedurende het enquêteren op diverse punten tellingen gehouden van het aantal passanten.

### 2.2. Respons

In totaal zijn 895 bezoekers in het CityCentrum ondervraagd (tabel 1). De enquêtedagen zijn voor de beschrijving van de onderzoeksresultaten onderverdeeld in een zestal dagdelen. De respondenten zijn redelijk gelijkmatig verdeeld over de verschillende (delen van) onderzoeksdagen.

Tabel 1: *Verdeling van het aantal respondenten over de enquêtedagen*

dag/dagdeel	aantal	%	aantal	%
dinsdag			339	37.9
9.00-12.00 uur	73	8.2		
12.00-18.00 uur	266	29.7		
vrijdag			241	26.9
12.00-18.00 uur	154	17.2		
18.00-21.00 uur	87	9.7		
zaterdag			315	35.2
9.00-12.00 uur	93	10.4		
12.00-17.00 uur	222	24.8		
Totaal	895	100.0	895	100.0

Uit de verdeling van het aantal respondenten naar herkomstgebied (tabel 2) blijkt dat de meeste respondenten uit wijken komen die in de directe nabijheid van het CityCentrum liggen (Cobbeek, Zeelst en Heikant). Daarnaast valt het aantal respondenten op dat uit de Kempen-gemeenten (waar onder de gemeenten Vessem c.a., Eersel, Hoogeloon c.a., Bergeijk, Waalre en Valkenswaard) en uit Eindhoven komt. In verband met het geringe aantal respondenten uit Oerle en de Polders zijn deze herkomstgebieden bij de verdere analyses ondergebracht in de categorie 'Veldhoven overig'.

Uit tabel 2 blijkt dat bijna 82% van de respondenten uit Veldhoven komt. In Waalwijk komt 57% uit de gemeente Waalwijk, in Oosterhof 62% uit de omliggende

wijken, en in Boxtel 83% uit de gemeente Boxtel. Ten opzichte van Waalwijk blijkt dat het CityCentrum een minder sterke regionale functie vervult.

Tabel 2: *Verdeling van het aantal respondenten naar herkomst*

herkomst	aantal	percentage
Veldhoven:		
- Cobbeek	170	19.0
- Zeelst	106	11.8
- d'Ekker	61	6.8
- Meerveldhoven	69	7.7
- Veldhoven Dorp	56	6.2
- Zonderwijk	42	4.7
- 't Look	65	7.3
- Oerle	14	1.6
- Heikant	134	15.0
- De Polders	13	1.5
De Kempen	65	7.3
Eindhoven	71	7.9
Overig	29	3.2
<b>totaal</b>	<b>895</b>	<b>100.0</b>

Meer dan de helft van de ondervraagde bezoekers is vrouw, ongeveer 30 procent is man (tabel 3). Bij ruim 10 procent van de enquêtes zijn de gestelde vragen afwisselend door man en vrouw beantwoord.

Tabel 3: *Verdeling van het aantal respondenten naar geslacht*

vragen	aantal	%
door vrouw beantwoord	500	55.9
door man beantwoord	271	30.3
door vrouw en man beantwoord	96	10.7
niet bekend	28	3.1
<b>totaal</b>	<b>895</b>	<b>100.0</b>

Bijna de helft van de ondervraagde bezoekers valt binnen de leeftijdscategorie 26 tot en met 45 jaar (tabel 4). Respondenten jonger dan 15 jaar komen het minst voor.

Tabel 4: *Verdeling van het aantal respondenten naar leeftijd*

leeftijdscategorie	aantal	%
15 jaar of jonger	55	6.1
16-25 jaar	134	15.0
26-35 jaar	209	23.4
36-45 jaar	220	24.6
46-55 jaar	119	13.3
56 jaar of ouder	140	15.6
onbekend	18	2.0
<b>totaal</b>	<b>895</b>	<b>100.0</b>

Ruim driekwart van de ondervraagde bezoekers bezocht het CityCentrum alleen (tabel 5). Twintig procent van de respondenten maakte deel uit van een groep van twee personen. Opvallend is dat slechts 3 procent deel uit maakte van een groep van 3 of 4 personen. Er zijn geen bezoekers geënquêteerd die deel uitmaakten van groepen groter dan 4 personen.

Tabel 5: *Verdeling van grootte van de groep waarvan de respondent deel uitmaakte*

groeps grootte	aantal	%
1 persoon	674	75.3
2 personen	175	19.6
3 personen	22	2.4
4 personen	6	0.7
onbekend	18	2.0
<b>totaal</b>	<b>895</b>	<b>100.0</b>

De gemiddelde groeps grootte in Veldhoven is 1.3 personen. In Waalwijk was de gemiddelde groeps grootte 1.6 en in Boxtel 1.2 personen. Wat dat betreft past het beeld van Veldhoven dus goed bij dat van de andere winkelcentra.

### 3. CENTRUMBEZOEK EN -BEOORDELING

In dit hoofdstuk komen achtereenvolgens aan de orde: de frequentie van de bezoeken aan het CityCentrum, de bestedingen en de verblijfsduur in het CityCentrum, de beoordeling van het CityCentrum en de gewenste voorzieningen in het CityCentrum.

#### 3.1. Bezoekfrequentie

Het aantal keren dat men vanuit de verschillende herkomstgebieden het CityCentrum per jaar bezoekt, is weergegeven in tabel 6. Uit de tabel blijkt duidelijk dat de bezoekfrequentie naar het CityCentrum vanuit Veldhoven hoger ligt dan vanuit de andere herkomstgebieden. De hoogste bezoekfrequenties komen voor rekening van respondenten uit Cobbeek en Meerveldhoven. Respondenten uit Eindhoven en de Kempen komen volgens verwachting minder vaak naar het CityCentrum.

Per jaar komen de respondenten gemiddeld 128 keer naar het CityCentrum. In Waalwijk is de gemiddelde bezoekfrequentie 112 keer per jaar, in Boxtel 120 en in Oosterhof 103 keer per jaar.

Tabel 6: *Bezoekfrequentie naar herkomst (in procenten)*

herkomst	≤ 1/kw	> 1/kw - 3/kw	> 1/md - 2/md	> 2/md - 1/wk	> 1/wk - 2/wk	> 2/wk	gem. aantal bezoeken/ jaar	N
Veldhoven:								
- Cobbeek	-	-	1.8	10.1	17.7	70.4	199	169
- Zeelst	0.9	1.9	-	22.6	20.8	53.8	143	106
- d'Ekker	-	1.7	1.7	16.7	21.6	58.3	166	60
- Meerveldhoven	1.4	4.3	2.9	5.8	20.3	65.2	161	69
- Veldhoven Dorp	1.8	3.6	1.8	39.3	32.1	21.4	95	56
- Zonderwijk	-	-	4.8	38.1	26.2	30.9	107	42
- 't Look	-	-	4.7	37.5	25.0	32.8	112	64
- Heikant	-	3.0	4.5	34.6	21.1	36.8	113	133
- overig	-	3.7	3.7	37.1	25.9	29.6	101	27
De Kempen	7.9	14.3	14.3	38.1	19.1	6.3	51	63
Eindhoven	10.2	15.9	11.6	39.1	16.0	7.2	55	69
Overig	37.4	25.0	6.3	12.5	12.5	6.3	40	16
Totaal	2.4	4.2	4.2	25.9	21.1	42.2		100.0
Aantal resp.	21	37	37	226	184	369		874

Na de vraag hoe vaak de respondent het CityCentrum bezoekt, is gevraagd welk ander winkelcentrum de respondent nog meer bezoekt en hoe vaak. De gegevens in tabel 7 geven per herkomstgebied aan hoe vaak een bepaald winkelcentrum door de respondenten is genoemd. De volgende winkelcentra en winkelgebieden zijn hierbij onderscheiden:

- 1: Winkelcentrum Zonderwijk;
- 2: Winkelcentrum Burg. van Hoofflaan;
- 3: Winkelcentrum Kromstraat;

- 4: Overige winkelgebieden in Veldhoven;  
 5: Winkelcentrum Woensel;  
 6: Eindhoven Centrum (inclusief Heuvelgallerie en Piazza);  
 7: Eindhoven overig (inclusief 'Eindhoven Algemeen');  
 8: Overig.

Tabel 7: Aantal keren dat een ander winkelcentrum is genoemd (absoluut)

herkomst	1	2	3	4	5	6	7	8	N
Veldhoven:									
- Cobbeek	10	3	9	6	14	33	24	1	100
- Zeelst	7	1	6	2	3	18	19	-	56
- d'Ekker	7	10	4	-	6	6	7	-	40
- Meerveldh.	-	3	4	4	5	9	13	-	38
- Veldh.Dorp	7	3	18	-	2	9	4	-	43
- Zonderwijk	9	-	11	1	1	6	3	-	31
- 't Look	5	-	7	9	4	15	13	1	54
- Heikant	7	1	16	21	7	20	19	5	96
- overig	3	-	3	-	1	5	3	1	16
De Kempen	1	-	4	2	2	10	9	19	47
Eindhoven	3	-	-	-	18	13	32	1	67
Overig	-	-	3	-	-	4	-	5	12
totaal	59	21	85	45	63	148	146	33	600
percentage	10	3	14	8	11	25	24	5	

Tabel 8: Gemiddeld aantal bezoeken aan andere winkelcentra per herkomstgebied op jaarbasis

herkomst	1	2	3	4	5	6	7	8
Veldhoven:								
- Cobbeek	52	-	-	-	26	46	39	-
- Zeelst	-	-	-	-	-	42	61	-
- d'Ekker	-	210	-	-	-	-	-	-
- Meerveldh.	-	-	-	-	-	-	37	-
- Veldh.Dorp	-	-	137	-	-	-	-	-
- Zonderwijk	-	-	82	-	-	-	-	-
- 't Look	-	-	-	-	-	26	30	-
- Heikant	-	-	79	108	-	53	68	-
- overig	-	-	-	-	-	-	-	-
De Kempen	-	-	-	-	-	48	-	106
Eindhoven	-	-	-	-	68	64	117	-
Overig	-	-	-	-	-	-	-	-

In tabel 8 is voor de betreffende respondenten het gemiddeld aantal bezoeken aan andere winkelcentra/-gebieden weergegeven. In deze tabel is het gemiddeld aantal bezoeken alleen weergegeven voor winkelgebieden die minstens door 10 respondenten zijn genoemd.

### 3.2. Bestedingen en verblijfsduur

In de enquête is gevraagd naar het bedrag dat de respondent tijdens het bezoek aan het CityCentrum heeft uitgegeven aan voedings- en genotmiddelen en aan overige artikelen. Van 19 respondenten zijn de uitgaven niet bekend. Van de overige 876 respondenten heeft 10 procent helemaal niets gekocht (in Oosterhof 13 procent), heeft 40 procent niets aan voedings- en genotmiddelen uitgegeven en heeft 48 procent geen geld uitgegeven aan overige artikelen. Gemiddeld genomen geeft een respondent f26,- uit aan voedings- en genotmiddelen en f30,- aan overige artikelen. De verdeling over beide categorieën is in Waalwijk respectievelijk f52,- en f163,-. Het verschil in aanbod/functioneren tussen beide winkelcentra zal hier waarschijnlijk aan ten grondslag liggen. Indien de respondenten zonder uitgaven in de betreffende branche buiten beschouwing worden gelaten, bedragen de gemiddelde uitgaven respectievelijk f43,- en f57,-.

Tabel 9: *Besteed bedrag aan voedings- en genotmiddelen per dagdeel (in procenten)*

dagdeel	f0,-	f1,- t/m	f11,- t/m	f26,- t/m	f51,- t/m	f101,- t/m	gemid. incl.	gemid. excl.
		f10,-	f25,-	f50,-	f100,-	f500,-	f0,-	f0,-
di ocht	46.5	11.3	15.5	19.7	4.2	2.8	f18,-	f34,-
di mid	38.2	18.1	22.0	14.7	6.2	0.8	f16,-	f26,-
vr mid	44.7	17.3	9.3	12.0	6.0	10.7	f31,-	f56,-
vr av	38.8	17.6	10.6	4.7	14.1	14.1	f40,-	f65,-
za ocht	31.2	11.8	15.1	14.0	14.0	14.0	f40,-	f59,-
za mid	39.0	21.1	11.9	12.4	9.2	6.4	f25,-	f42,-
totaal	39.5	17.5	15.0	13.0	8.3	6.7	f26,-	f43,-
# resp.	346	153	131	114	73	59	876	876

In tabel 9 is een verdeling gemaakt van de verschillende uitgaven naar dagdeel voor voedings- en genotmiddelen. Het merendeel van de respondenten geeft f50,- of minder uit aan voedings- en genotmiddelen. Op vrijdag en zaterdag worden hogere bedragen uitgegeven dan op dinsdag, hetgeen overeenkomt met de verwachtingen. Opmerkelijk voor de zaterdagmiddag is het hoge percentage respondenten dat hooguit f10,- besteedt. Bij de overige artikelen (tabel 10) liggen de uitgaven op vrijdagavond aanzienlijk hoger dan op de andere dagdelen.

Tabel 10: *Besteed bedrag aan overige artikelen per dagdeel (in procenten)*

dagdeel	f0,-	f1,- t/m f10,-	f11,- t/m f25,-	f26,- t/m f50,-	f51,- t/m f100,-	f101,- t/m f500,-	> f500,-	gemid. incl. f0,-	gemid. excl. f0,-
di ocht	50.7	22.5	8.5	8.5	7.0	2.8	0.0	f21,-	f43,-
di mid	54.1	12.7	10.4	9.7	7.3	5.8	0.0	f24,-	f53,-
vr mid	42.0	15.3	16.7	10.0	12.0	4.0	0.0	f23,-	f40,-
vr av	51.8	12.9	14.1	7.1	5.9	5.9	2.4	f52,-	f108,-
za ocht	49.5	15.1	16.1	8.6	5.4	4.3	1.1	f26,-	f51,-
za mid	42.7	12.8	16.1	16.1	5.0	6.4	0.9	f36,-	f63,-
totaal	48.2	14.3	13.7	10.8	7.2	5.3	0.6	f30,-	f57,-
# resp.	422	125	120	95	63	46	5	876	876

De verblijfsduur van de bezoekers in het CityCentrum is in tabel 11 weergegeven per dagdeel. De gemiddelde tijd dat respondenten in het CityCentrum verblijven bedraagt 31 minuten. De respondenten in Boxtel verblijven gemiddeld ongeveer 38 minuten in het centrum. In Waalwijk en Oosterhof is de gemiddelde verblijfsduur (ongeveer 1 uur) duidelijk langer. Bijna de helft van de ondervraagde respondenten verblijft 20 minuten of minder in het CityCentrum. Daarnaast blijkt dat bezoekers op vrijdag en zaterdag gemiddeld langer in het CityCentrum blijven dan op dinsdag.

Tabel 11: *Verblijfsduur in het CityCentrum naar dagdeel (in procenten)*

dagdeel	1-10 min.	11-20 min.	21-30 min.	31-40 min.	41-50 min.	51-60 min.	61-90 min.	91-150 min.	gemid- deld # min.
di ocht	34.2	32.9	13.7	4.1	5.5	8.2	1.4	0.0	22
di mid	32.1	23.4	16.6	1.9	10.6	9.4	4.2	1.9	28
vr mid	17.0	25.5	20.9	0.0	11.8	16.3	6.5	2.0	35
vr avond	16.3	19.8	19.8	1.2	11.6	23.2	4.6	3.5	38
za ocht	20.9	18.7	18.7	9.9	17.6	10.9	2.2	1.1	31
za mid	22.7	19.6	24.5	0.9	10.5	15.0	3.6	3.1	33
totaal	24.7	22.7	19.6	2.3	11.1	13.4	4.1	2,1	
N	219	202	174	20	99	119	36	19	888

Met behulp van een meervoudige regressie analyse is de gemiddelde verblijfsduur per winkelbezoek per branche in het CityCentrum berekend (tabel 12). Het geschatte aantal minuten per branche geeft aan hoeveel minuten een bezoek aan een winkel in de betreffende branche gemiddeld bijdraagt aan de verblijfsduur in het winkelcentrum. Hoewel het verband tussen waargenomen en voorspelde verblijfsduur niet bijzonder sterk is ( $r = 0.63$ ;  $r = 1.00$  bij een perfect verband), levert het regressiemodel een significante bijdrage in de verklaring van de verblijfsduur. Een bezoek aan een supermarkt levert de grootste toename in de verblijfsduur (gemiddeld 17 minuten). De hoogte van de bijdrage van de branche 'overige dienstverlening' komt grotendeels door het lange verblijf in horeca-gelegenheden.



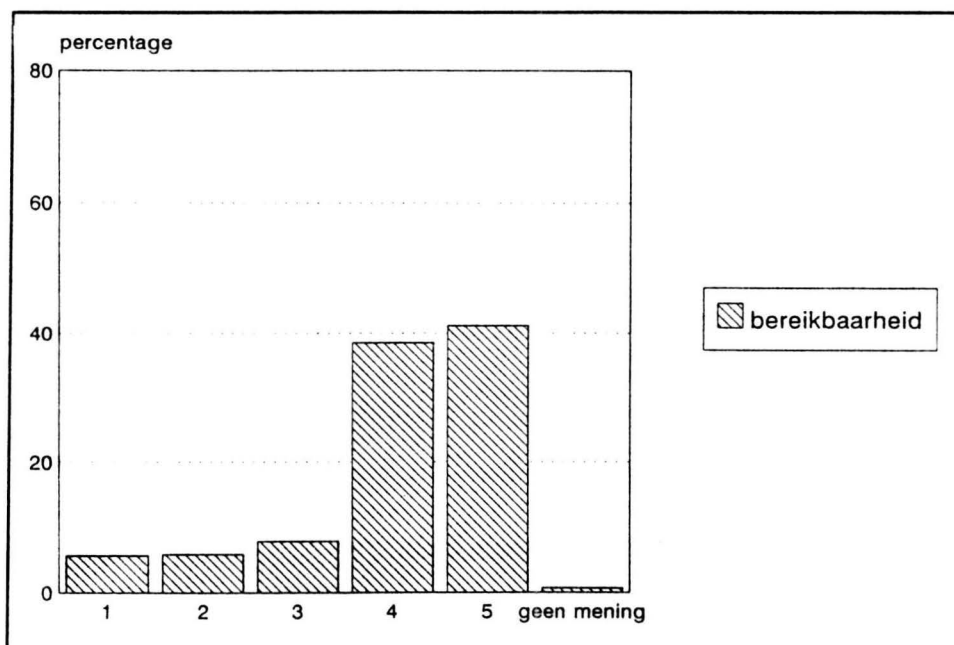
Tabel 12: Gemiddelde verblijfsduur per winkelbezoek per branche

winkelbranche	aantal minuten
Gemiddelde duur excl. winkelbezoeken	7.0
Supermarkten	17.0
Voedings- en genotmiddelen	5.4
Drogisterij en parfum artikelen	6.6
Kleding, mode-artikelen, textiel	11.3
Schoeisel, lederwaren, tassen, ed.	11.1
Huishoudelijke artikelen, servies, ed.	8.7
Audio, video, foto, ed.	7.1
Warenhuis	12.0
Overig winkels	7.7
Banken en postkantoor	3.5
Overige dienstverlening	15.9

### 3.3. Beoordeling van het centrum

Om inzicht te krijgen in hoe de bezoekers denken over het CityCentrum, is gevraagd naar het oordeel over twaalf kenmerken van het centrum. De beoordeling van de verschillende kenmerken vond plaats op een 5-puntsschaal waarbij de uiteinden overeenkomen met slecht en uitstekend. In dit rapport zijn de cijfers als volgt geïnterpreteerd: 1 = slecht; 2 = matig; 3 = neutraal; 4 = goed; 5 = uitstekend.

#### 3.3.1. ALGEHELE BEREIKBAARHEID

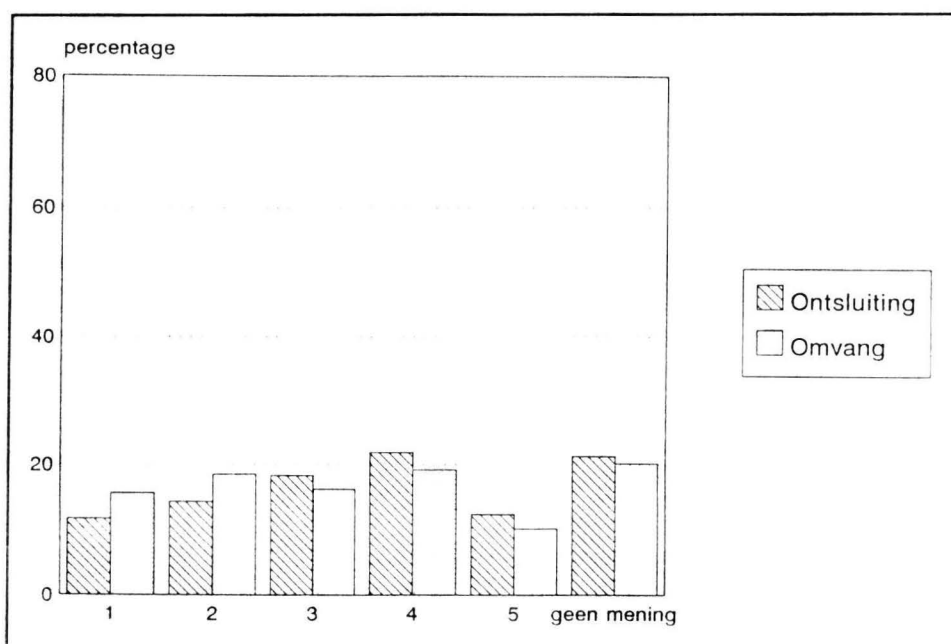


Figuur 3: Oordeel over de bereikbaarheid van het CityCentrum

In figuur 3 is het oordeel over de bereikbaarheid van het CityCentrum weergegeven. De meerderheid van de bezoekers vindt de algemene bereikbaarheid van het CityCentrum goed tot uitstekend. Ongeveer 6 procent vindt de bereikbaarheid slecht. Slechts 1 procent heeft geen mening over de bereikbaarheid van het Citycentrum. Een vergelijking met de beoordeling van de bereikbaarheid met het centrum van Waalwijk levert het volgende beeld op. In Veldhoven beoordeelt bijna 80 procent van de respondenten de bereikbaarheid positief (goed/uitstekend), in Waalwijk is dit 77 procent. In beide plaatsen beoordeelt ongeveer 11 procent de bereikbaarheid negatief (slecht/matig).

### 3.3.2. PARKEERTERREINEN

De oordelen over de ontsluiting op de doorgaande wegen en de omvang van de parkeerterreinen zijn vrij gelijkmatig verdeeld over de verschillende beoordelingscategorieën (figuur 4). Over de ontsluiting van de parkeerterreinen op de doorgaande wegen is men iets minder negatief dan over de omvang van de terreinen. Belangrijk is dat een aanzienlijk deel (26 procent bij de ontsluiting en 34 procent bij de omvang) van de respondenten niet tevreden is over de parkeersituatie rond het centrum. Ruim 20 procent heeft geen oordeel gegeven over deze kenmerken.

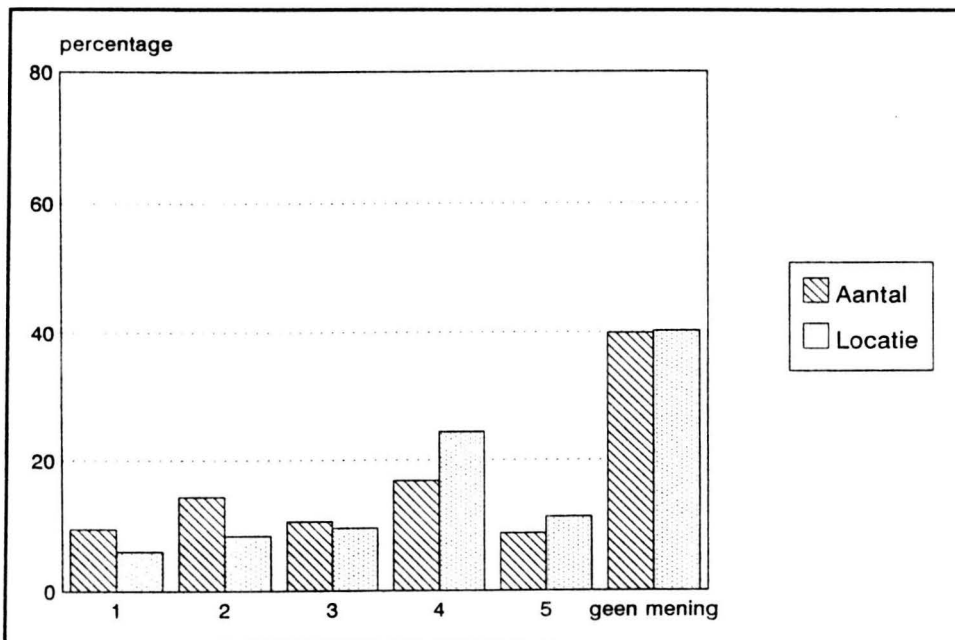


Figuur 4: Oordelen over de parkeerterreinen rond het CityCentrum

### 3.3.3. FIETSENSTALLINGEN

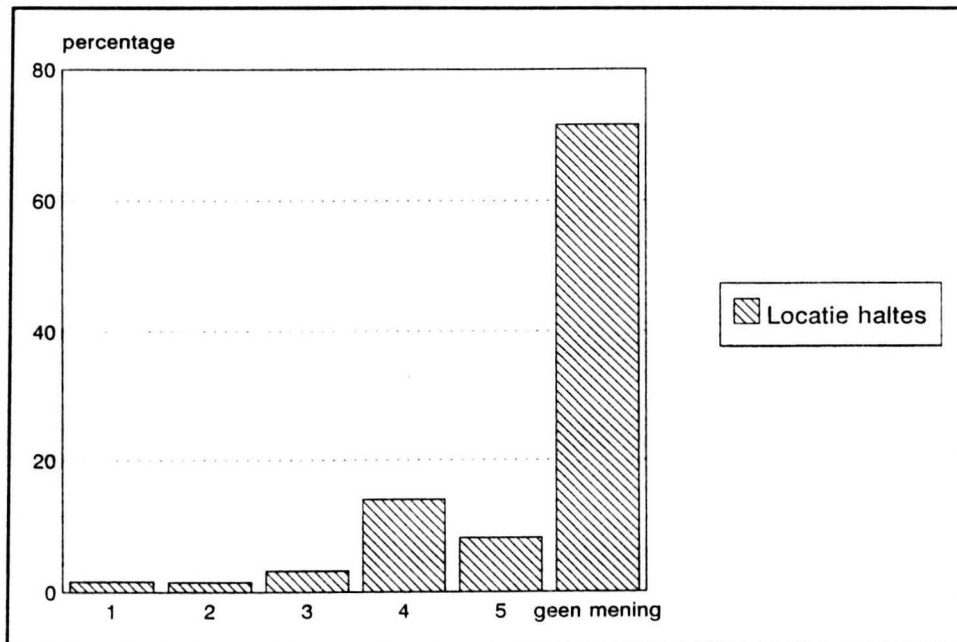
In figuur 5 is het oordeel van de respondenten weergegeven over het aantal fietsenstallingen en de locatie ervan. De beoordeling van het aantal fietsenstallingen kenmerkt zich door een gelijke verdeling aan beide zijden van een neutraal oordeel.

Ongeveer 24 procent vindt het aantal stallingen matig of slecht, terwijl ruim 25 procent het aantal goed of uitstekend vindt. Wat betreft de locatie van de fietsenstallingen is te zien dat ongeveer éénderde deel van de bezoekers een positief oordeel heeft. Ongeveer 40 procent van de respondenten heeft geen oordeel over het aantal fietsenstallingen. Hetzelfde geldt voor de locatie van de fietsenstallingen.



Figuur 5: Oordelen over de fietsenstallingen in het CityCentrum

### 3.3.4. LOCATIE VAN DE BUSHALTES

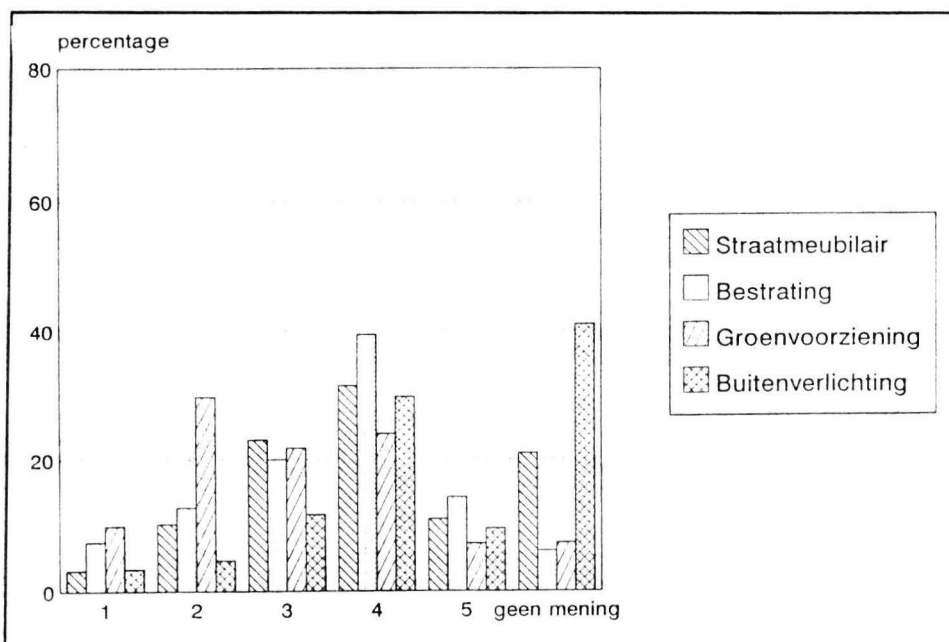


Figuur 6: Oordeel over de locatie van de bushaltes rond het CityCentrum

Een groot deel (ongeveer 72 procent) van de bezoekers heeft geen oordeel over de locatie van de bushaltes rond het CityCentrum. De oorzaak hiervan ligt vermoedelijk in het feit dat er weinig bezoekers met de bus naar het CityCentrum komen (zie paragraaf 4.1). Van degenen die wel een oordeel hebben gegeven over de locatie van de bushalte, is het merendeel positief (beoordelingscategorieën goed en uitstekend).

### 3.3.5. INRICHTINGSELEMENTEN

De respondenten hebben een aantal kenmerken beoordeeld die betrekking hebben op de inrichting van het CityCentrum. Het gaat hierbij om het straatmeubilair, de bestrating, de groenvoorziening en de buitenverlichting. Het merendeel van de bezoekers beoordeelt de kenmerken die tot de categorie 'inrichtingselementen' behoren neutraal of goed (figuur 7). Opvallend is het aantal bezoekers dat een laag oordeel heeft over de groenvoorziening in het centrum (bijna 40 procent). De beoordeling van de buitenverlichting daarentegen is positiever dan bij de andere kenmerken. Ten aanzien van zowel het straatmeubilair als de buitenverlichting heeft een groot aantal bezoekers geen mening (respectievelijk 21 en 41 procent).

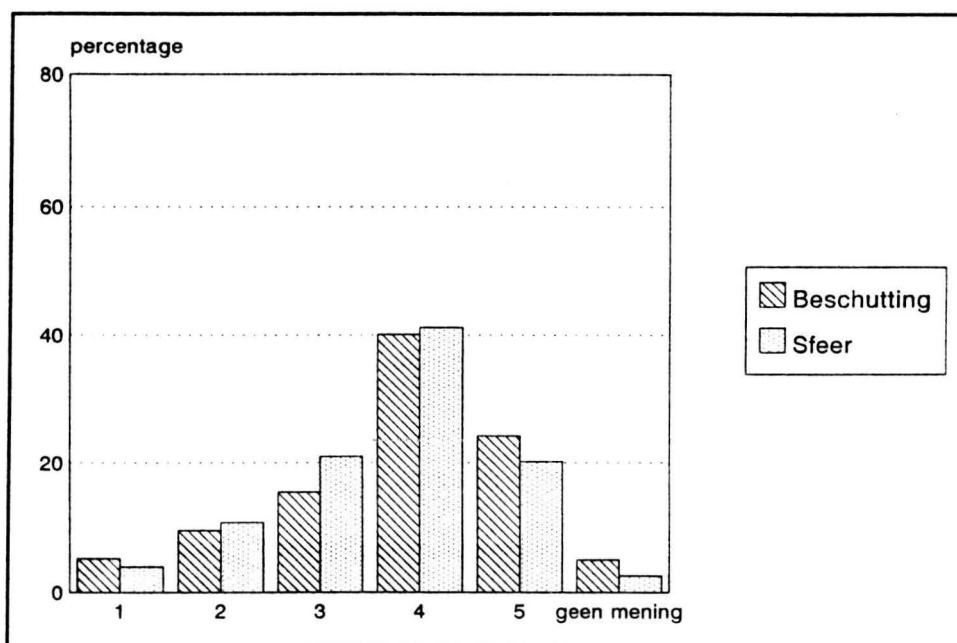


Figuur 7: Oordelen over de inrichtingselementen in het CityCentrum

### 3.3.6. COMFORT

De beschuttingsmogelijkheden en de sfeer in het CityCentrum zijn ondergebracht in de categorie 'comfort'. De oordelen over de beschutting en de sfeer in het CityCentrum lopen nagenoeg gelijk op. Beide kenmerken worden door veel respondenten positief beoordeeld. Weinig bezoekers hebben hier geen mening. Ten aanzien van de sfeer kan een vergelijking worden gemaakt met Waalwijk. Ruim 61

procent van de respondenten beoordeelt het CityCentrum positief. Het aantal respondenten dat de sfeer in het centrum van Waalwijk als positief beoordeelt is duidelijk hoger (72 procent). In Veldhoven vindt bijna 15 procent de sfeer minder dan neutraal, in Waalwijk 12 procent.



Figuur 8: Oordelen over het comfort in het CityCentrum

### 3.4. Gewenste voorzieningen

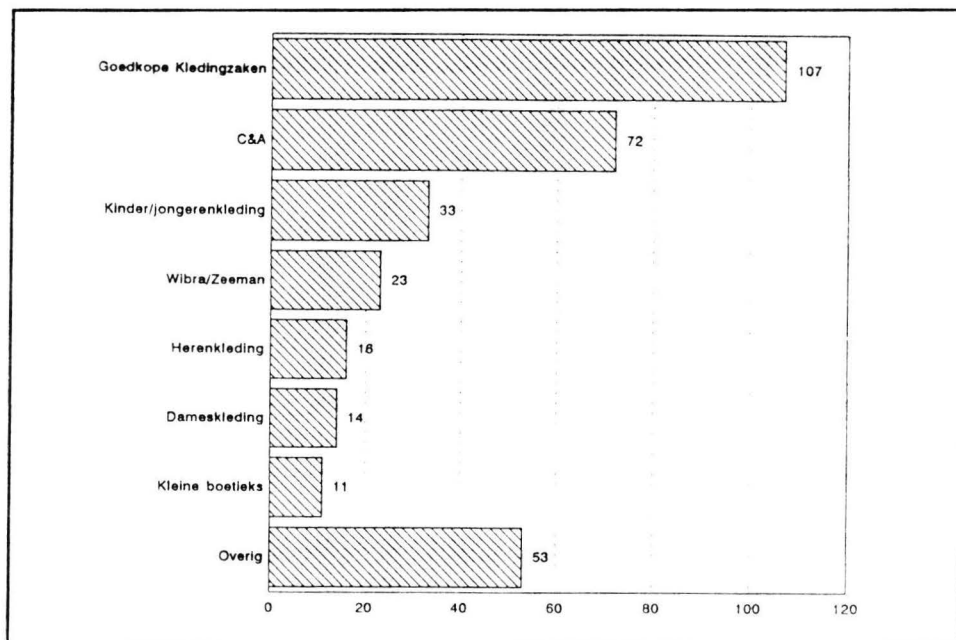
In de enquête is aan de bezoekers gevraagd aan te geven of ze bepaalde winkels of voorzieningen misten in het CityCentrum. In de volgende subparagraaf wordt hier verder op ingegaan. Daarna is in paragraaf 3.4.2 een overzicht gegeven van suggesties die de bezoekers hadden.

#### 3.4.1. WINKELVOORZIENINGEN

In totaal zijn er met betrekking tot de winkelvoorzieningen ongeveer 90 verschillende winkels of winkeltypen genoemd die men miste. De genoemde winkels varieerden van concreet genoemde winkels zoals bijvoorbeeld C&A tot minder concrete aanduidingen als 'meer winkels'. Bij de presentatie is getracht zoveel mogelijk winkels afzonderlijk op te nemen. Door lage frequenties was het echter noodzakelijk bepaalde winkels samen te voegen. Ten aanzien van de gewenste winkelvoorzieningen dient te worden opgemerkt dat het hier alleen om wensen van de respondenten gaat. Of de betreffende voorzieningen ook haalbaar zijn in termen van voldoende financieel draagvlak dient nader te worden bezien.

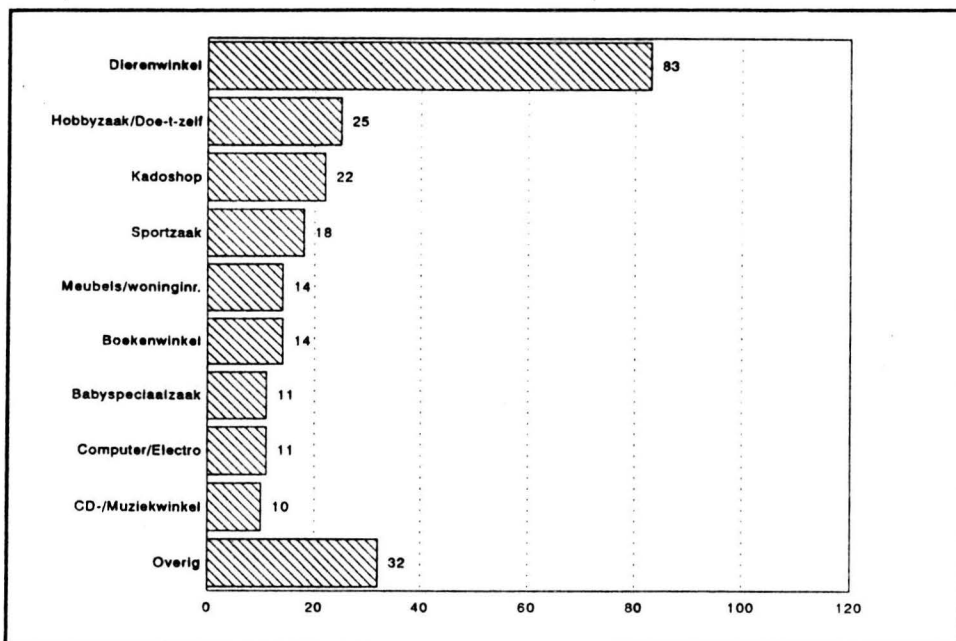
De meest genoemde winkels die men miste in het CityCentrum hebben betrekking op kleding (figuur 9). Men miste met name goedkope kledingzaken, een

C&A en winkels met kinder-/jongerenkleding. Naast de algemene aanduiding van 'goedkope kledingzaak' wordt apart een winkel van het type Wibra/Zeeman genoemd. In de categorie 'overig' zijn onder andere opgenomen: middenklasse kledingzaak (9 maal), lingerie (8 maal), goedkope schoenenzaak (6 maal), stoffenzaak (6 maal), linnengoed (6 maal), handwerkzaak (5 maal), grote kledingwinkel (4 maal), kledingwinkel voor grote maten (3 maal) en winkel met jeanskleding (2 maal).



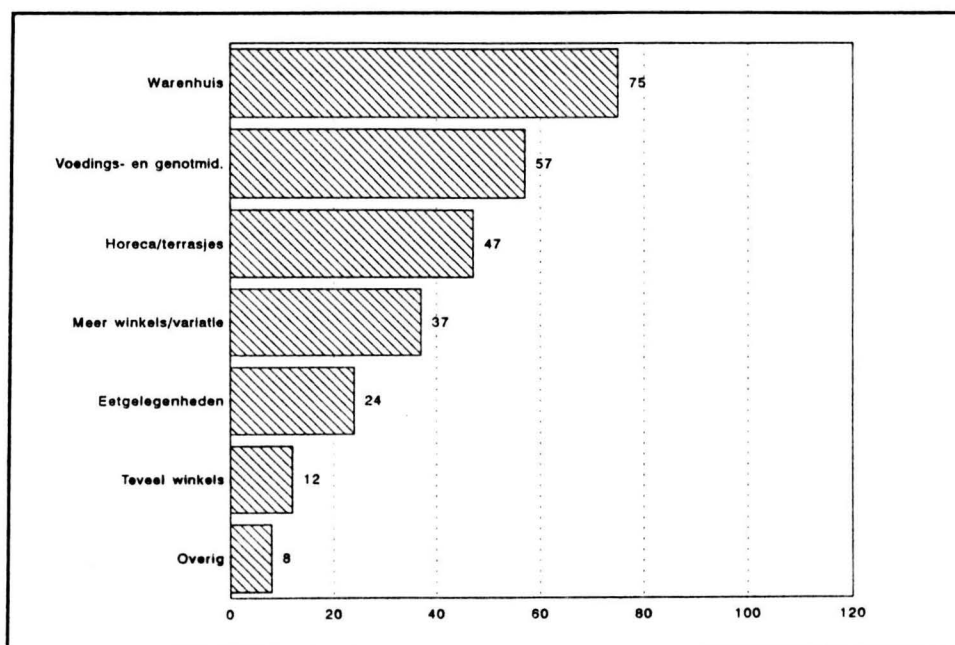
Figuur 9: Gewenste winkelvoorzieningen in de branche Kleding, Schoeisel en Textiel

Afgezien van kledingzaken missen de bezoekers van het CityCentrum met name winkels die kunnen worden ondergebracht in de branche 'speciaalzaken' (figuur 10). Binnen deze categorie wordt veruit het meest een dierenwinkel genoemd. In de categorie 'overig' zijn onder andere opgenomen een speelgoedwinkel (5 maal), een winkel met huishoudelijke artikelen (4 maal), een bloemist (3 maal) en een juwelier (3 maal).



Figuur 10: Gewenste winkelvoorzieningen in de branche speciaalzaken

In de branche 'warenhuizen' (figuur 11) mist een aantal bezoekers van het CityCentrum met name een V&D (49 maal). Daarnaast wordt een enkele keer (5 maal) de Bijenkorf genoemd. Verder laten 21 respondenten in het midden welk warenhuis wordt gemist.



Figuur 11: Gewenste overige winkels en voorzieningen

In de branche 'voedings- en genotmiddelen' mist men met name winkels die thans niet of niet meer in het CityCentrum aanwezig zijn (viswinkel, 13 maal genoemd; reformwinkel, 10 maal; poelier 9 maal; en toko, 7 maal). Verder wenst men een uitbreiding van het aantal groentewinkels en slagerijen, een zuivelwinkel, een bakker en een tabakszaak.

Een aantal bezoekers van het CityCentrum geeft aan dat zij horeca-gelegenheden en terrasjes missen. Niet duidelijk is aan welke specifieke voorzieningen wordt gedacht. Binnen de categorie 'eetgelegenheden' wordt naast algemene eetgelegenheid onder andere genoemd: een McDonalds (2 maal genoemd), een Broodjeszaak (3 maal), een Chinees restaurant (2 maal) en een Visrestaurant (2 maal).

Door de respondenten zijn tevens een aantal meer algemene opmerkingen gemaakt met betrekking tot het aanbod en de spreiding van de winkels. Een aantal respondenten wenst een grotere variëteit en concurrentie door meer winkels (13 maal genoemd), meer variatie (7 maal), meer exclusieve winkels (6 maal), meer concurrentie (4 maal), meer snuffelwinkels (3 maal) en goedkope winkels (3 maal). Daartegenover staat dat een aantal respondenten vindt dat er teveel winkels zijn (onder andere teveel schoenzaken, 8 maal genoemd).

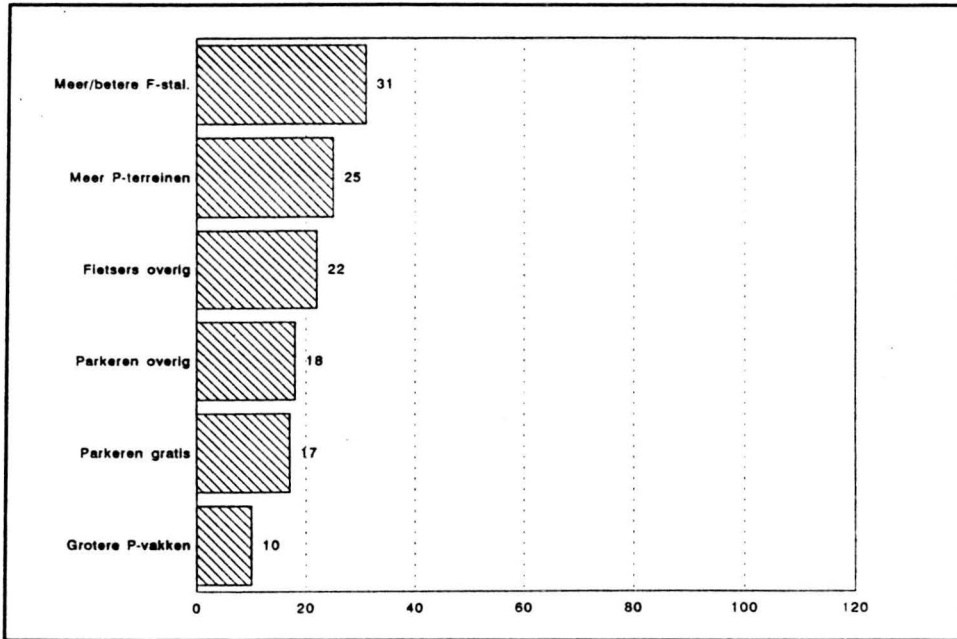
#### 3.4.2. SUGGESTIES

In de enquête is gevraagd naar suggesties of opmerkingen met betrekking tot het CityCentrum voor zover die niet eerder aan de orde waren geweest. Ook hier is getracht de aangedragen suggesties/opmerkingen onder te brengen in categorieën. De eerste categorie bevat suggesties/opmerkingen met betrekking tot de parkeerterreinen en de fietsenstallingen (figuur 12).

Met betrekking tot de fietsenstallingen geeft men aan dat er in het algemeen meer en betere fietsenstallingen gewenst zijn. In dit onderdeel van de figuur zijn verschillende opmerkingen samengevoegd, zoals meer bewaakte stallingen (8 maal), meer stallingen (6 maal), betere stallingen (6 maal), overdekte stallingen (4 maal) en stallingen dicht bij de woningen (4 maal). In de categorie 'fietsers overig' zijn onder andere de volgende opmerkingen opgenomen: geen fietsers in het CityCentrum (8 maal), betere bereikbaarheid per fiets van het CityCentrum (5 maal) en betere fietspaden rondom het CityCentrum (3 maal).

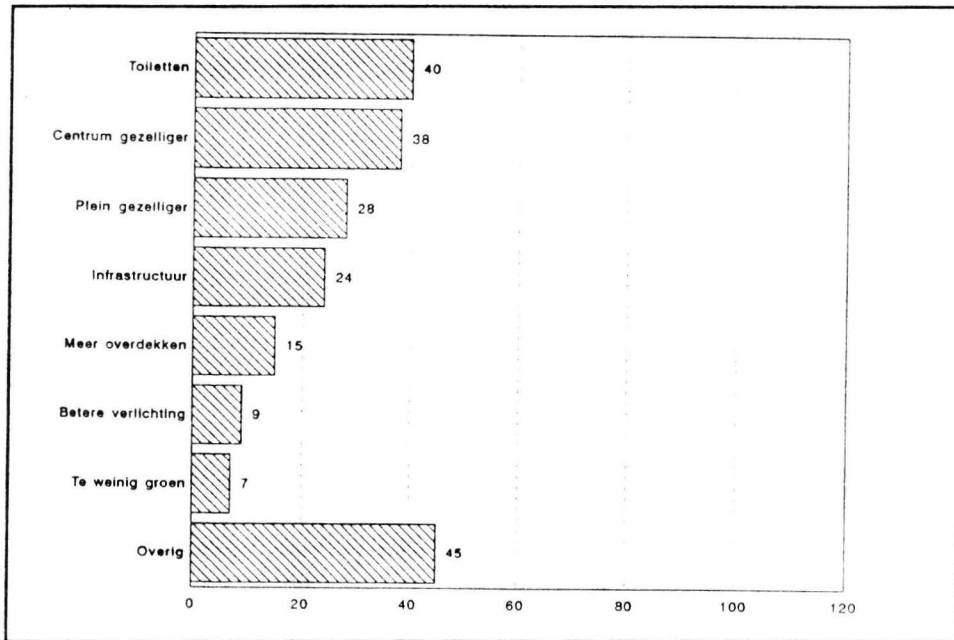
De meest concreet genoemde suggesties met betrekking tot de parkeerterreinen betreffen het aantal parkeerterreinen en het gratis houden van het parkeren. Daarnaast vindt een aantal respondenten de parkeervakken (P-vakken) te klein. Overige meerdere keren gemaakte opmerkingen met betrekking tot de parkeervoorzieningen zijn: de uitrit van de parkeerterreinen verbeteren (8 maal genoemd), betere parkeerterreinen (2 maal) en te weinig parkeerruimte voor gehandicapten (2 maal).





Figuur 12: Suggesties met betrekking tot de parkeerterreinen en de fietsenstallingen

In figuur 13 zijn een aantal algemene suggesties ten aanzien van de inrichting van het CityCentrum weergegeven. De meest gegeven suggestie betreft de realisatie van openbare toiletten. Daarnaast vindt een aantal bezoekers het CityCentrum ongezellig en zou graag zien dat er iets aan de sfeer in het centrum en aan de gezelligheid op het Meiveld wordt gedaan. Daarnaast wil een aantal respondenten meer overdekt voetgangersgebied, een betere buitenverlichting en meer groenvoorzieningen. In de categorie 'infrastructuur' zijn verschillende zaken opgenomen die te maken hebben met de vormgeving en kwaliteit van het voetgangersgebied (te smalle paden, te steile afritten, andere bestrating en hinder van de uitstalling door winkeliers), de veiligheid op de kruisingen en de busverbindingen naar het CityCentrum. De volgende meerdere malen genoemde suggesties zijn in de categorie 'overig' opgenomen: winderig/tochtig (6 maal), meer activiteiten organiseren (5 maal), het CityCentrum is hondonvriendelijk (4 maal), het winkelcentrum is te lang (3 maal), betere politiecontrole (3 maal) en moderniseren (2 maal).



Figuur 13: *Overige suggesties/opmerkingen*

## 4. VERPLAATSINGSKENMERKEN

In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op de wijze waarop de respondenten naar het CityCentrum komen en op de plaats waar de auto of de fiets wordt geparkeerd of wordt gestald. Daarnaast wordt aandacht besteed aan de plaats die een bezoek aan het CityCentrum bij de respondenten heeft in een verplaatsingsketen.

### 4.1. Vervoermiddelgebruik

Ten aanzien van het gebruikte vervoermiddel blijkt dat bezoekers uit Cobbeek/Centrum veelal te voet naar het CityCentrum komen. Bezoekers uit Zeelst, d'Ekker en Meerveldhoven komen voor het merendeel met de fiets. Bezoekers uit de andere herkomstgebieden komen overwegend met de auto naar het CityCentrum. Nog geen 1 procent van de bezoekers komt met de bus naar het centrum.

Tabel 13: *Vervoermiddelgebruik naar herkomst (in procenten)*

herkomst	te voet	brom-/fiets	auto	overig	N
Veldhoven:					
- Cobbeek	52.9	30.0	17.1	-	170
- Zeelst	9.4	56.6	33.0	1.0	106
- d'Ekker	16.4	52.5	31.1	-	61
- Meerveldhoven	14.5	53.6	31.9	-	69
- Veldhoven Dorp	5.4	30.4	64.3	-	56
- Zonderwijk	2.4	31.0	66.6	-	42
- 't Look	4.6	43.1	50.8	1.5	65
- Heikant	6.7	27.6	64.9	0.8	134
- overig	-	25.9	70.4	3.7	27
De Kempen	1.5	4.6	90.8	3.1	65
Eindhoven	7.0	25.4	67.6	-	71
Overig	3.4	13.8	79.4	5.0	29
totaal	16.0	34.3	48.9	0.8	100,0
aantal respondenten	143	307	438	7	895

Ten aanzien van het autogebruik blijkt Veldhoven overeen te komen met Boxtel (40 procent) en Oosterhof (46 procent). Waalwijk met 64 procent autogebruik wijkt hier duidelijk af. Het hoge percentage respondenten dat niet uit Waalwijk komt (43 procent), is hier waarschijnlijk de oorzaak van.

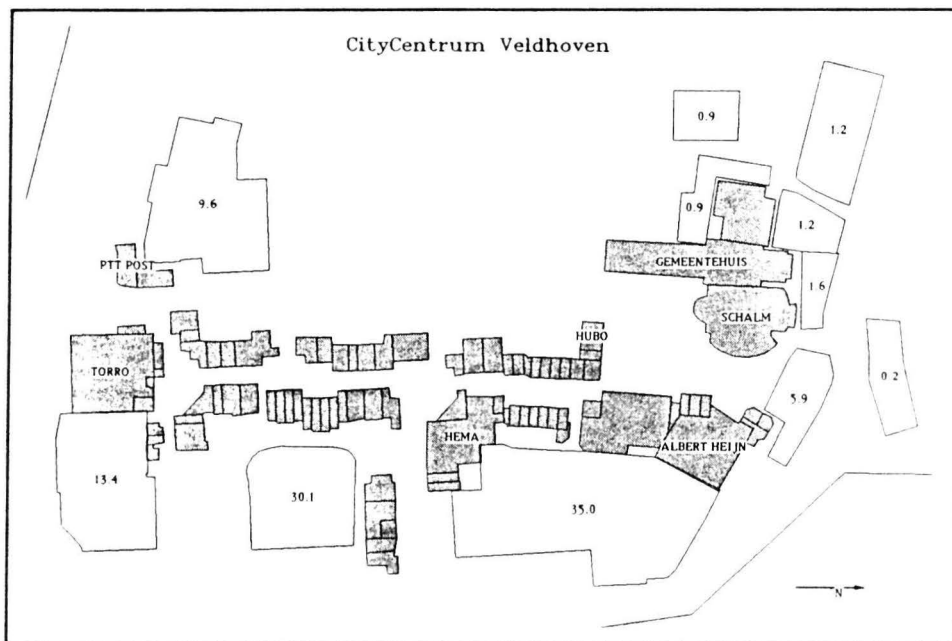
Uit de uitsplitsing van het vervoermiddelgebruik naar onderzoeksdag (tabel 14) blijkt dat op dinsdag en zaterdag het vervoermiddelgebruik weinig verschilt. Op vrijdag wordt de auto meer gebruikt dan op de andere twee dagen. Dit gaat vooral ten koste van de (brom)fiets.

Tabel 14: Vervoermiddelgebruik naar onderzoeksdag (in procenten)

herkomst	te voet	brom-/fiets	auto	overig	N
dinsdag	14.7	38.1	46.0	1.2	339
vrijdag	17.4	27.4	55.2	-	241
zaterdag	16.2	35.6	47.3	0.9	315
totaal	16.0	34.3	48.9	0.8	100,0
aantal respondenten	143	307	438	7	895

## 4.2 Parkeerterreinen en fietsenstallingen

In figuur 14 is weergegeven waar de bezoekers die met de auto zijn gekomen, hun auto hebben geparkeerd. De meeste ondervraagde automobilisten (ongeveer 65 procent) hebben de auto geparkeerd op de parkeerterreinen P3 en P4 (zie figuur 2). De parkeerterreinen rondom het gemeentehuis, bibliotheek en Schalm (P7 tot en met P11) worden aanzienlijk minder gebruikt door de respondenten.

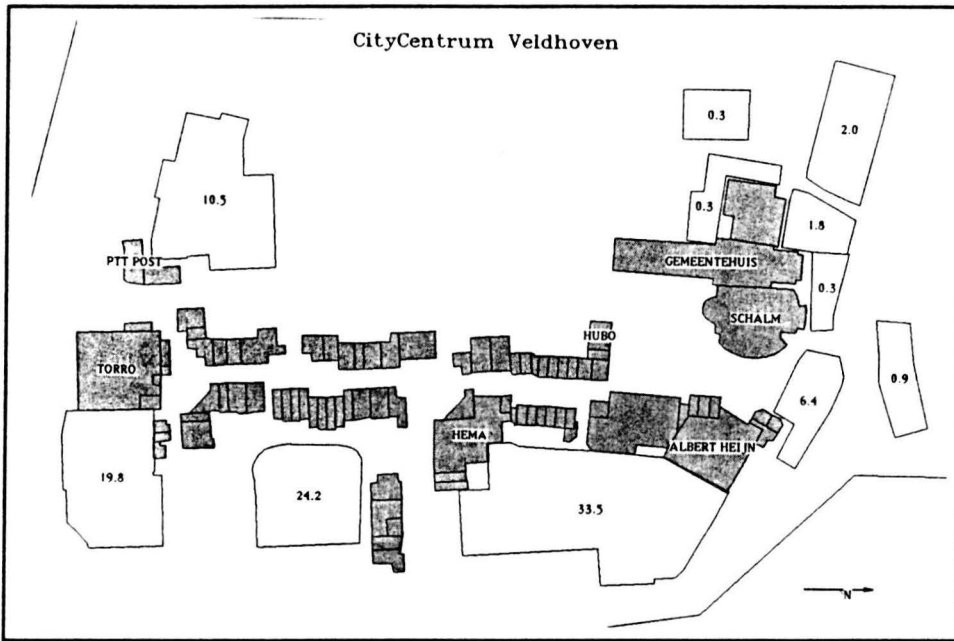


Figuur 14: Gebruik van de parkeerterreinen door de ondervraagde automobilisten in procenten (N=426)

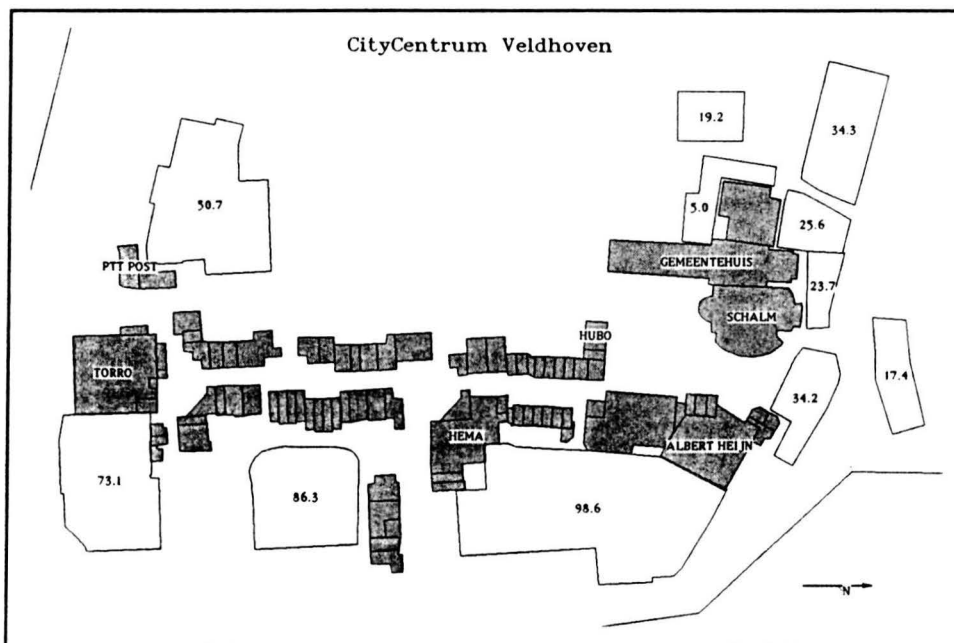
Naast het op de onderzoeksdag gebruikte parkeerterrein is gevraagd welk parkeerterrein meestal wordt gekozen bij een bezoek aan het CityCentrum (figuur 15). Het weergegeven beeld komt voor een groot deel overeen met het beeld uit figuur 14, zij het dat parkeerterrein P2 vaker worden genoemd en P3 minder vaak wordt genoemd dan in figuur 14.

In de enquête is elke automobilist gevraagd naar de bekendheid van de verschillende parkeerterreinen. In figuur 16 is het percentage automobilisten

aangegeven dat een bepaald parkeerterrein kent. Bijna elke ondervraagde automobilist kent parkeerterrein P4. Ook de parkeerterreinen P2 en P3 zijn goed bekend onder de automobilisten. Opvallend is de relatief lage bekendheid van het goed in het zicht liggende parkeerterrein P5. Waarschijnlijk wordt dit parkeerterrein meer gezien als onderdeel van het voetgangersgebied Meiveld en niet zozeer als terrein dat specifiek is ingericht voor parkeren.

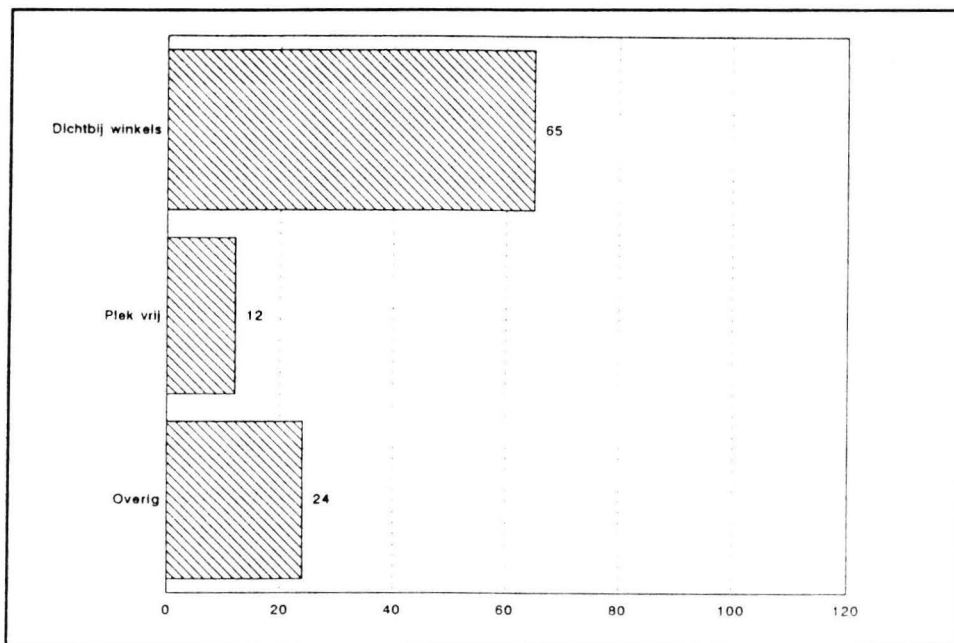


Figuur 15: Meestal gebruikte parkeerterreinen door de ondervraagde automobilisten (N=343)



Figuur 16: Bekendheid van de ondervraagde automobilisten met de verschillende parkeerterreinen

Veruit de meest opgegeven reden om voor het bezoek aan het CityCentrum een bepaald parkeerterrein te kiezen, is de gunstige ligging van het terrein ten opzichte van de te bezoeken winkels (figuur 17). Binnen de categorie overig worden de volgende redenen meerdere malen genoemd: gewoonte (5 maal), moest hier zijn (3 maal), gemakkelijk (3 maal), kwam uit die richting (3 maal) en gratis (2 maal). Eén maal werden onder andere genoemd: toevallig, bekend met terrein, makkelijk met winkelwagentje en aanwezigheid van invalide-parkeerplaats.



Figuur 17: *Opgegeven reden om een bepaald parkeerterrein te gebruiken*

Ruim 10 procent van de automobilisten zegt dat ze hebben moeten wachten alvorens ze hun auto op het door hen gekozen parkeerterrein konden parkeren. In verhouding met Waalwijk (25 procent) ligt dit percentage laag. Het feit dat een deel van de respondenten bij aankomst niet direct de auto kan parkeren wil niet zeggen dat de totale parkeergelegenheid te beperkt van omvang is. Wel kan worden gesteld dat de parkeerdruk op bepaalde parkeerterreinen en op bepaalde tijdstippen van de dag groot is.

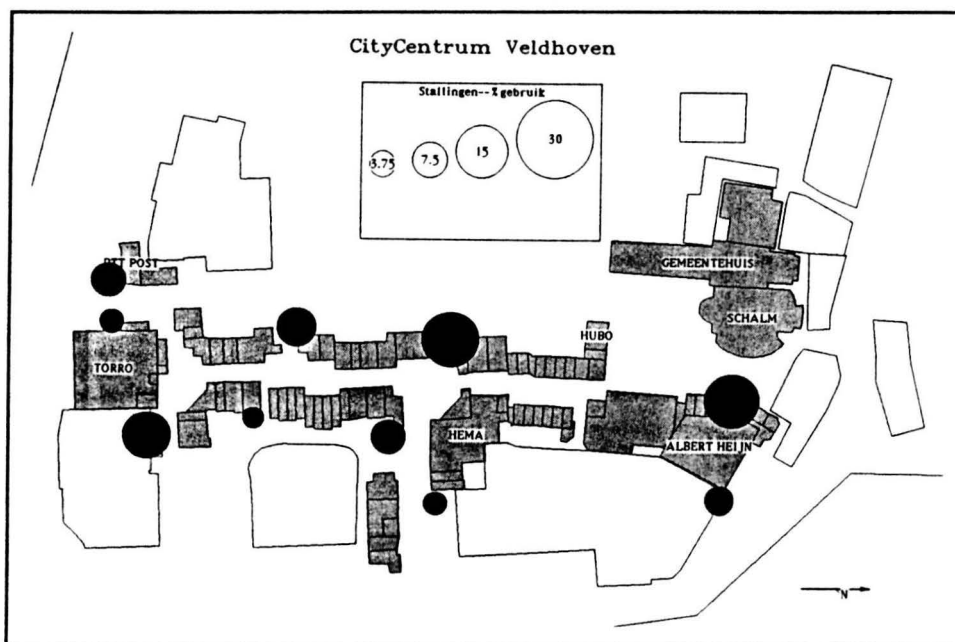
Het moeten wachten op een vrije parkeerplek vond met name plaats op zaterdagmiddag (46 procent van de gevallen). Ook op dinsdagmiddag (15 procent) en vrijdagmiddag (20 procent) gaven automobilisten aan dat ze hebben moeten wachten op een vrije plaats. In tabel 15 is de opgegeven wachttijd weergegeven. Hieruit blijkt dat de wachttijd in meer dan de helft van de gevallen 5 minuten of minder bedraagt. Van 4 automobilisten is wel bekend dat ze hebben moeten wachten, maar is geen wachttijd geregistreerd.

Tabel 15: *Verdeling van de opgegeven wachttijden voor een vrije parkeerplaats*

wachttijd	aantal	percentage
0 minuten	392	89.5
1 - 5 minuten	33	7.5
6 - 10 minuten	9	2.1
onbekend	4	0.9
<b>totaal</b>	<b>438</b>	<b>100.0</b>

Een beperkt aantal automobilisten (3 procent) geeft aan dat ze in eerste instantie op een ander parkeerterrein hadden willen parkeren. Het uitwijken vond plaats bij de parkeerterreinen P2 (3 automobilisten), P3 (5 automobilisten), P4 (1 automobilist) en P5 (4 automobilisten).

Het gebruik van de fietsenstalling is weergegeven in figuur 18. Het blijkt dat de meest gebruikte fietsenstallingen liggen bij de twee supermarkten en bij Blokker. Het valt op dat ruim 20 procent van de bezoekers die met de fiets komen, de fiets meeneemt tijdens het winkelen door achter de winkels langs te fietsen.



Figuur 18: *Gebruik van de fietsenstallingen*

### 4.3. Centrumbezoek in combinatie met andere bezoeken

Winkelbezoeken worden door een deel van de respondenten gecombineerd met andere bezoeken. Uit tabel 16 blijkt dat ongeveer tweederde van de bezoekers aan het CityCentrum de eigen woning als herkomst en bestemming heeft. In Boxtel is het aandeel vergelijkbaar (bijna 63 procent). Ongeveer 30 procent komt niet direct van huis of gaat niet direct naar huis. Voor een klein aantal bezoekers (6 procent) geldt dat noch de herkomst noch de bestemming de eigen woning is.

Tabel 16: *Waargenomen verplaatsingsketens*

verplaatsingsketen	aantal	percentage
1 Huis -> CityCentrum -> Huis	568	63.9
2 Huis -> CityCentrum -> Elders	108	12.2
3 Elders -> CityCentrum -> Huis	157	17.7
4 Elders -> CityCentrum -> Elders	55	6.2
<b>totaal</b>	<b>888</b>	<b>100.0</b>

Tabel 17: *Status (gepland/niet gepland) van de verplaatsingsketens*

	niet direct van huis		niet direct naar huis	
	aantal	percentage	aantal	percentage
gepland	158	74,5	146	89,6
niet gepland	39	18,4	10	6,1
onbekend	15	6,2	7	4,3
<b>totaal</b>	<b>212</b>	<b>100,0</b>	<b>163</b>	<b>100,0</b>

Van de respondenten die niet rechtstreeks van huis naar het CityCentrum zijn gekomen, wist bijna 75 procent dat zij, toen zij thuis vertrokken, ook naar het CityCentrum zouden gaan (Tabel 17). Bijna 90 procent van de betreffende respondenten was voordat men naar het CityCentrum kwam, reeds van plan na het bezoek niet direct naar huis te gaan.

Eénderde van de bezoekers die niet rechtstreeks van huis naar het CityCentrum is gekomen, komt van het werk. Bijna 20 procent komt van een ander winkelcentrum of -gebied. Na het bezoek aan het CityCentrum gaat bijna 35 procent nog elders winkelen. Bijna evenveel bezoekers gaat bij familie of kennissen op visite.

Tabel 18: *Activiteiten voor en na het bezoek aan het CityCentrum*

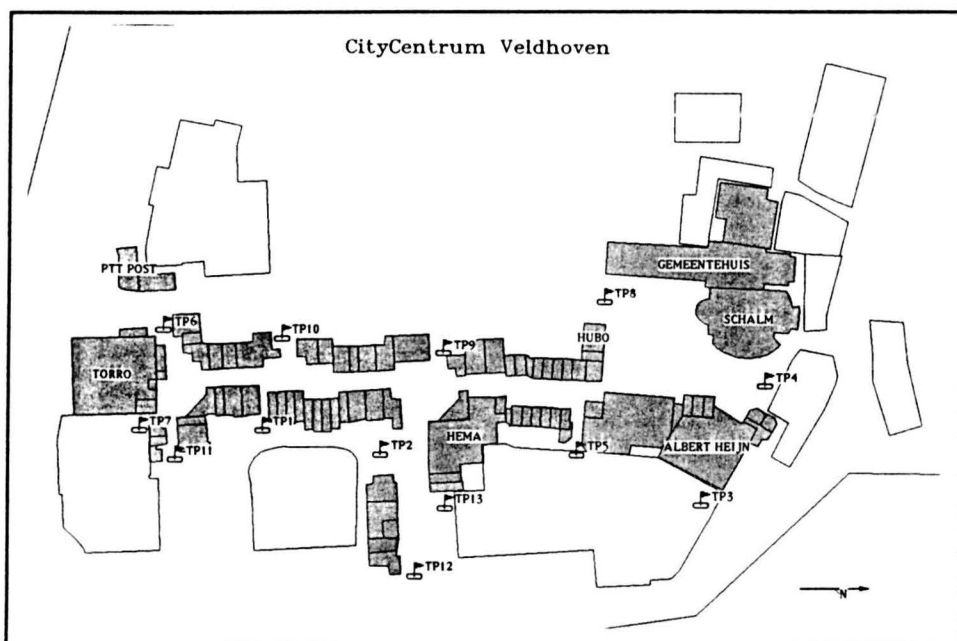
activiteit	voor bezoek CC		na bezoek CC	
	absoluut	percentage	absoluut	percentage
werken	61	30.3	14	9.4
winkelen	39	19.4	51	34.2
bezoek familie/kennissen	35	17.4	49	32.8
school	12	6.0	1	0.7
iets of iemand brengen/halen	21	10.4	9	6.0
overig	33	16.4	25	16.8
<b>totaal</b>	<b>201</b>	<b>100.0</b>	<b>149</b>	<b>100.0</b>



## 5. WINKELGEDRAG

### 5.1. Passantentellingen

Gelijktijdig met de passantenenquête zijn passantentellingen gehouden op 13 telpunten (figuur 19). Per uur is gedurende 10 minuten het aantal passanten dat het CityCentrum verliet, geteld. De tellingen zijn gebruikt om de gegevens uit de passantenenquête over het winkelbezoek en de routekeuze op te hogen zodat een duidelijker beeld ontstaat over de omvang van de genoemde aspecten. In tabel 19 zijn voor alle uitgangen per onderzoeksdag het aantal getelde passanten en de ophoogfactoren weergegeven. De omvang van de verschillende ophoogfactoren varieert tussen 9.7 en 79.9.



Figuur 19: Kaart met telpunten

Het aantal passanten dat het CityCentrum op zaterdag bezoekt ligt aanzienlijk lager dan het aantal passanten in Winkelcentrum Woensel (respectievelijk 8100 en 26800). Het grote verschil wordt waarschijnlijk veroorzaakt door het feit dat Winkelcentrum Woensel aanzienlijk groter is, meer trekkers heeft en een groter verzorgingsgebied heeft.

Tabel 19: Aantal getelde passanten en ophoogfactoren uitgesplitst naar onderzoeksdag

telpunt	dinsdag 9.00-18.00 uur		vrijdag 12.00-21.00 uur		zaterdag 9.00-17.00 uur	
	aantal passanten	ophoog- factor	aantal passanten	ophoog- factor	aantal passanten	ophoog- factor
1	287	11.0	458	25.4	428	15.3
2	467	18.7	559	21.5	427	14.7
3	341	11.8	647	38.1	714	25.5
4	1086	23.1	1293	51.7	1185	39.5
5	496	16.5	672	28.0	600	23.1
6	1053	35.1	1210	60.5	1551	62.0
7	747	24.1	1597	79.9	1101	31.5
8	716	47.7	574	33.8	644	40.3
9	214	9.7	309	18.2	246	10.7
10	255	10.6	420	42.0	453	16.8
11	258	12.3	215	17.9	328	18.2
12	177	17.7	279	25.4	150	13.6
13	317	10.9	323	13.5	306	16.1
<b>totaal</b>	<b>6414</b>		<b>8556</b>		<b>8133</b>	

## 5.2. Winkelbezoek

Bij het winkelbezoek wordt ingegaan op een tweetal aspecten: op het bezoek zelf en op de eventueel gedane aankoop tijdens het bezoek. In de tabellen 20 en 21 zijn de gegevens per winkelbranche/-type weergegeven zoals ze uit de passantenenquête komen.

In totaal zijn 2055 winkelbezoeken geregistreerd, hetgeen neerkomt op gemiddeld 2,3 bezoeken per respondent. In de tweede kolom van tabel 20 (*bezoeken*) is een overzicht gegeven van de verdeling van de bezoeken over de verschillende winkelbranches. In de categorie 'overige winkels' zijn opgenomen: bloemenwinkel, doe-'t-zelfzaak, speelgoedwinkel en boekenwinkel. Onder de categorie 'overige dienstverlening' vallen zaken zoals: reisbureau, kapper, uitzendbureau, stomerette en apotheek.

Duidelijk blijkt dat een groot deel van de bezoeken wordt gebracht aan de supermarkten Albert Heijn en Torro en het warenhuis HEMA. Ook het aantal bezoeken aan winkels met voedings- en genotmiddelen, kleding en dergelijke is aanzienlijk, zij het dat dit over meerdere winkels is gespreid.

De derde en vierde kolom geven per winkelbranche een overzicht van het percentage van de betreffende bezoeken dat was gepland en het percentage van de betreffende bezoeken waarbij een aankoop werd gedaan. De gegevens uit de tabel dienen als volgt te worden gelezen. Van alle geregistreerde bezoeken vindt 18.6 procent plaats in een supermarkt. 93.7 Procent van de betreffende bezoeken is een

gepland bezoek, de respondent was thuis reeds van plan dit bezoek te doen. In 94.5 procent van de bezoeken aan een supermarkt is een aankoop gedaan.

Een bezoek aan een supermarkt en bank/postkantoor is meestal een gepland bezoek. Bezoeken aan kleding- en aanverwante zaken, en aan horecagelegenheden zijn vaak niet gepland. In winkels van de branches 'supermarkten' en 'voedings- en genotmiddelen' gaat een bezoek meestal gepaard met een aankoop.

Tabel 20: *Bezoeken uitgesplitst naar winkelbranche en -type (in procenten)*

winkelbranche	bezoeken	geplande bezoeken	bezoeken met aankoop
Supermarkten	18.6	93.7	94.5
Voedings- en genotmiddelen	12.1	78.6	94.8
Drogisterij en parfum artikelen	8.7	81.6	81.0
Kleding, mode-artikelen, textiel	12.0	54.5	45.5
Schoeisel, lederwaren, tassen, ed.	3.4	75.4	50.7
Huishoudelijke artikelen, servies, ed.	4.5	75.3	62.4
Audio, video, foto, ed.	3.8	79.7	59.5
Optiek	0.9	83.3	38.9
Warenhuis	14.9	72.2	75.2
Overig winkels	10.4	78.4	72.8
Horeca	1.1	50.0	-
Banken en postkantoor	5.3	93.6	-
Overige dienstverlening	4.3	86.5	-
<b>totaal</b>	<b>100.0</b>	<b>78.5</b>	<b>67.4</b>
<b>aantal bezoeken</b>	<b>2055</b>	<b>1613</b>	<b>1386</b>

In tabel 21 zijn de gegevens met betrekking tot de aankopen per winkelbranche/-type weergegeven. In de tweede kolom staat het aantal geregistreerde aankopen vermeld. De derde kolom geeft het percentage geplande aankopen weer. Het percentage aankopen dat is gedaan in een vooraf vastgestelde winkel, is weergegeven in de vierde kolom. De laatste kolom geeft aan of de aankoop is gedaan in een winkel waar meestal gelijksoortige aankopen worden gedaan. Voor de supermarkten geldt dan dat er 362 aankopen zijn geregistreerd. Van de aankopen was 95.0 procent gepland. 91.7 Procent van de aankopen vond plaats in een winkel die de respondent, voordat hij/zij naar het CityCentrum kwam reeds had gekozen. Van de betreffende aankopen vond 81.5 procent plaats in een winkel waar de respondent meestal dergelijke aankopen doet.

Tabel 21: *Aankopen uitgesplitst naar winkelbranche en -type (in procenten)*

winkelbranche	aankopen		aankoop in winkel gepland	aankoop meestal in betreffende winkel
	aantal	gepland		
Supermarkten	362	95.0	91.7	81.5
Voedings- en genotmiddelen	235	84.7	75.3	66.0
Drogisterij en parfum artikelen	145	88.3	85.5	76.6
Kleding, mode-artikelen, textiel	112	77.7	64.3	67.0
Schoeisel, lederwaren, tassen, ed.	35	94.3	71.4	62.9
Huishoudelijke artikelen, servies, ed.	58	84.5	72.4	75.9
Audio, video, foto, ed.	47	95.7	93.6	83.0
Optiek	7	100.0	100.0	71.4
Warenhuis	230	77.8	70.4	66.5
Overig winkels	155	87.1	79.4	67.7

In het algemeen blijkt dat veel aankopen voordat de respondent naar het CityCentrum komt, worden vastgesteld. Dit geldt met name voor aankopen in de branches 'supermarkten', 'schoeisel ed.', 'audio ed.' en 'optiek'. Aankopen in de branches 'kleding ed.' en 'warenhuizen' zijn in mindere mate gepland. De aankopen worden voor een belangrijk deel gedaan in vooraf uitgekozen winkels, vooral aankopen in supermarkten, in zaken met audio, video en foto, en bij opticiens. Bij alle branches vindt ruim 60 tot ruim 80 procent van de aankopen plaats in winkels waar meestal dergelijke aankopen worden gedaan.

In tabel 20 en 21 zijn de directe enquête-resultaten weergegeven. Door het aantal respondenten dat op een bepaalde locatie het CityCentrum verlaat op te hogen met de betreffende ophoogfactor uit tabel 19, ontstaat een representatief beeld voor het winkelbezoek in het CityCentrum in het algemeen. Dit beeld is weergegeven in tabel 22 en 23.

Na ophoging blijkt de verdeling van de bezoeken over de branches maar in beperkte mate te veranderen. De grootste veranderingen betreffen een toename van het aandeel van de supermarkten en een afname van het aandeel van het warenhuis. Bij de branches 'horeca' en 'banken/postkantoor' daalt het aantal geplande bezoeken, terwijl bij 'audio ed.' en 'warenhuis' het aantal bezoeken met aankoop daalt. Bij het warenhuis daalt bovendien het aandeel geplande bezoeken en het aandeel aankopen dat dan meestal plaatsvindt.

Tabel 22: *Bezoeken uitgesplitst naar winkelbranche en -type na ophoging (in procenten)*

winkelbranche	bezoeken	geplande bezoeken	bezoeken met aankoop
Supermarkten	21.8	94.7	95.7
Voedings- en genotmiddelen	11.3	75.9	95.1
Drogisterij en parfum artikelen	9.0	80.3	80.8
Kleding, mode-artikelen, textiel	12.2	51.7	42.7
Schoeisel, lederwaren, tassen, ed.	2.4	77.5	54.4
Huishoudelijke artikelen, servies, ed.	4.5	79.0	62.5
Audio, video, foto, ed.	4.4	76.0	48.7
Optiek	0.9	85.8	37.7
Warenhuis	13.0	71.0	68.5
Overig winkels	9.3	76.0	70.6
Horeca	0.6	35.3	-
Banken en postkantoor	6.2	88.3	-
Overige dienstverlening	4.4	85.5	-
<b>totaal</b>	<b>100.0</b>	<b>78.0</b>	<b>66.3</b>
<b>aantal bezoeken</b>	<b>95374</b>	<b>74407</b>	<b>63244</b>

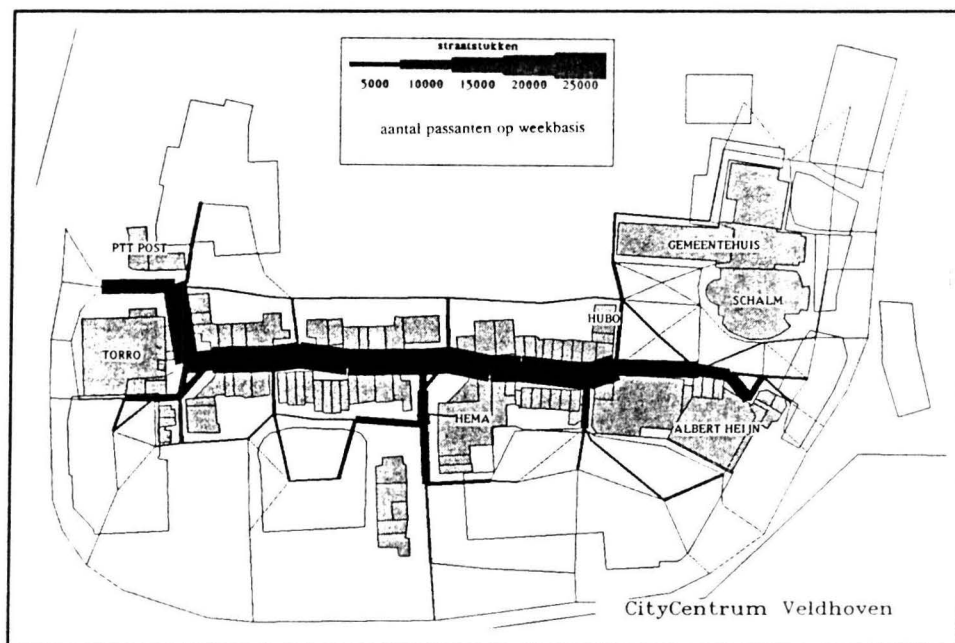
Tabel 23: *Aankopen uitgesplitst naar winkelbranche en -type na ophoging (in procenten)*

winkelbranche	aankopen		aankoop in winkel gepland	aankoop meestal in betreffende winkel
	aantal	gepland		
Supermarkten	19924	96.2	92.6	82.0
Voedings- en genotmiddelen	10233	82.3	74.7	63.7
Drogisterij en parfum artikelen	6934	87.0	84.2	77.8
Kleding, mode-artikelen, textiel	4958	75.5	62.2	64.7
Schoeisel, lederwaren, tassen, ed.	1242	91.5	69.3	59.3
Huishoudelijke artikelen, servies, ed.	2688	84.7	76.3	78.8
Audio, video, foto, ed.	2025	96.9	96.0	79.6
Optiek	322	100.0	100.0	72.7
Warenhuis	8626	74.2	65.8	60.5
Overig winkels	6292	88.0	79.9	69.4

### 5.3. Routing in het centrum

Tijdens de enquête is de respondenten gevraagd de gevolgde route door het CityCentrum op een kaartje in te tekenen. Op basis van de ingevulde routekaartjes en de berekende ophoogfactoren is het aantal passanten per straatstuk berekend. In figuur 20 is de totale straatstukbelasting weergegeven. Hieruit blijkt dat de respondenten zich vrij gelijkmatig over de verschillende segmenten van de winkelstraten van het CityCentrum verdelen. Anders is het wanneer naar het punt van aankomst wordt gekeken (zie bijlage 2). Dan blijkt dat er een duidelijke relatie bestaat tussen de straatstukken die worden aangedaan en het punt van aankomst (parkeerterrein, fietsenstalling, bushalte en entrepunt). De hoogste belasting is dan

te zien op de straatstukken in de directe omgeving van het aankomstpunt. Dit verband tussen aankomstpunt en bezochte straatstukken is reeds bekend uit eerder onderzoek (zie bijvoorbeeld Borgers, Timmermans & Van der Waerden, 1988; Timmermans & Van der Waerden, 1991).



Figuur 20: *Straatstukbelasting in en rond het CityCentrum na ophoging*

## 6. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

Het doel van dit onderzoek was het verkrijgen van inzicht in het winkelgedrag van bezoekers aan het CityCentrum te Veldhoven. Daartoe zijn eind oktober 1993 gedurende drie dagen enquêtes afgenomen onder ongeveer 900 passanten in het CityCentrum. Afgezien van het winkelgedrag zijn de respondenten ook vragen voorgelegd over wensen ten aanzien van (winkel)voorzieningen in het CityCentrum. De belangrijkste conclusies die uit het onderzoek naar voren zijn gekomen, zijn hieronder puntsgewijs samengevat.

Met betrekking tot het bezoek aan het CityCentrum kan worden gesteld dat het CityCentrum het vaakst wordt bezocht door respondenten uit de wijk Cobbeek/Centrum met ongeveer 4 bezoeken per week. Daarna volgen d'Ekker en Meerveldhoven met ruim 3 bezoeken per week. Het merendeel van de respondenten geeft voor zowel voedings- en genotmiddelen als overige artikelen niet meer dan f 50,-. In beide categorieën wordt het meest uitgegeven op vrijdagavond. Het minst wordt besteed op dinsdagmiddag (voedings- en genotmiddelen) en op vrijdagmiddag (overige artikelen). De gemiddelde verblijfsduur van de respondenten is ongeveer 30 minuten. Het langst verblijft men in het CityCentrum op vrijdagavond.

Elke respondent werd gevraagd een oordeel uit te spreken over een aantal aspecten. Bijna alle onderzochte aspecten (algehele bereikbaarheid, locatie van de bushaltes, straatmeubilair, bestrating, buitenverlichting en comfort) van het CityCentrum worden positief beoordeeld. De groenvoorziening, de parkeersituatie (ontsluiting en omvang) en de mogelijkheden om de fiets te stallen worden echter door veel respondenten minder positief beoordeeld.

De respondenten missen in het CityCentrum verschillende typen en soorten kledingzaken, zoals goedkope kledingzaken, een C&A en winkels met kinder- en jongerenkleding. Ook missen veel respondenten nog een warenhuis. Daarnaast bestaat er een grote behoefte aan een dierenwinkel en andere speciaalzaken. Ook horecagelegenheden en terrasjes worden als een gemis ervaren. Bij de gewenste algemene voorzieningen scoren 'toiletten', 'meer parkeerterreinen' en 'meer bewaakte/overdekte fietsstallingen' het hoogst.

Veel opmerkingen worden gemaakt over de gezelligheid in het centrum en op het Meiveld. De respondenten geven aan dat beide gezelliger ingericht zouden moeten worden.

Met betrekking tot het vervoermiddelgebruik van de bezoekers van het CityCentrum blijkt bijna de helft van de respondenten met de auto naar het CityCentrum te komen. Respondenten uit Cobbeek/Centrum komen overwegend te voet en respondenten uit Zeelst, d'Ekker en Meerveldhoven met de fiets. Bij de overige respondenten neemt de auto een belangrijke plaats in.

De grotere parkeerterreinen worden door de ondervraagde automobilisten het meest gebruikt. Het zijn ook de best gekende parkeerterreinen. De parkeergelegenheid achter het gemeentehuis, de Schalm en de bibliotheek is minder bekend bij de automobilisten. Het aandeel automobilisten dat heeft moeten wachten



op een vrije parkeerplaats is gering. Ook het aantal automobilisten dat vanwege een vol parkeerterrein is uitgeweken naar een ander parkeerterrein, is beperkt.

Ongeveer tweederde deel van de bezoekers van het CityCentrum hebben de eigen woning als herkomst en bestemming van de verplaatsing. Van degenen die niet direct van huis zijn gekomen of niet direct naar huis gingen, wisten de meeste respondenten dit al toen zij op weg gingen. Respondenten die niet direct van huis naar het CityCentrum gingen, kwamen meestal van het werk of hebben elders gewinkeld. Respondenten die niet direct naar huis gingen na het bezoek aan het CityCentrum gingen of elders nog winkelen of familie/kennissen bezoeken.

Het merendeel van de winkelbezoeken wordt voordat de respondenten naar het CityCentrum komen, reeds vastgesteld. Bezoeken aan supermarkten zijn voor meer dan 90 procent geplande bezoeken. Daarnaast gaan bezoeken aan supermarkten en winkels met voedings- en genotmiddelen veelal gepaard met een aankoop. Ook het verrichten van een aankoop en de keuze van de winkel waarin de aankoop zal worden gedaan, wordt vaak vooraf al bepaald. Veel aankopen vinden plaats in winkels waar de respondent meestal gelijksoortige aankopen doet.

De respondenten verdelen zich vrij gelijkmatig over de winkelstraten in het CityCentrum. Er bestaat echter wel een duidelijke relatie tussen het punt van aankomst (parkeerterrein, fietsenstalling, bushalte of entrepunt) en de belasting van verschillende straatstukken van het winkelcentrum. De bezoeker is geneigd niet te ver van dit aankomstpunt weg te lopen tijdens het winkelen.

Op basis van het onderzoek kunnen de volgende aanbevelingen worden gedaan die bij de uitbreiding en renovatie van het CityCentrum zouden moeten worden overwogen. Er is een grote vraag naar meer winkelvoorzieningen in de kledingbranche. Hierbij ligt de nadruk op het goedkopere segment in deze branche. Andere, veel gevraagde winkelvoorzieningen zijn een dierenwinkel en een warenhuis. Tevens is er behoefte aan meer horecavoorzieningen en openbare toiletten in het centrum.

De gezelligheid in het CityCentrum dient duidelijk te worden verbeterd. Hierbij mag het Meiveld zekere niet worden vergeten. Mogelijkerwijs kan door middel van meer groen al het een en ander worden verbeterd. De huidige groenvoorzieningen worden namelijk niet erg goed gewaardeerd.

De huidige parkeersituatie lijkt acceptabel. Echter, op sommige parkeerterreinen is de druk groot, terwijl andere parkeerterreinen duidelijk minder worden gebruikt. Het verdient aanbeveling om te trachten tot een grotere spreiding in het gebruik van parkeerterreinen te komen.

Ook wat betreft de fietsenstallingen is de situatie niet rooskleurig. Er is behoefte aan meer (bewaakte/overdekte) fietsenstallingen. Het feit dat een vijfde deel van de bezoekers die met de fiets komen achter de winkels langs de fiets meeneemt naar nagenoeg elke te bezoeken winkel vraagt om een goede spreiding van fietsenstallingen over het CityCentrum.



## REFERENTIES

- Borgers, A.W.J., Timmermans, H.J.P. & Waerden, P.J.H.J. van der (1988), Gedrag van Winkelende Voetgangers in Binnensteden: Modelontwikkeling en Empirische Toetsing, *Planning* 34, pp 15-24.
- BRO (1991), *Waalwijk: Ontwikkeling Detailhandelsstructuur Centrum*. BRO Adviseurs, Vught.
- BRO (1993), *Gemeente Boxtel: Lokale Kooporientatie en Regionale Toevloeiing*. BRO Adviseurs, Vught.
- D&P (1989), *Winkelcentrum Oosterhof: Onderzoek naar de Externe en Interne Gevolgen van Uitbreiding van het Winkelcentrum Oosterhof met Warenhuis Ter Meulen*. Van Dijk & Partners BV, Den Haag.
- Gemeente Eindhoven (1985), *Voetgangersonderzoeken 1983 Binnenstad - Winkelcentrum Woensel*.
- Timmermans, H. & Waerden, P. van der (1991), Store Performance, Pedestrian Movement and Parking Facilities. In: G. Heinritz (ed.), *The Attraction of Retail Locations*, Verlag Michael Lassleben, Kallmünz/Regensburg.
- Waerden P. van der (1994), *Parkeergedrag van Centrumbezoekers in Boxtel*, Technische Universiteit Eindhoven.

Bijlage 1

Passantenenquête

**Goedendag**, de Technische Universiteit Eindhoven doet een onderzoek naar het gedrag van winkelend publiek in het CityCentrum. *Zou ik u enkele vragen mogen stellen?* Het duurt maar een paar minuten.

ENQUETEUR ..... TELPUNT ..... DAG .....

1. **Verlaat u nu het CityCentrum?** Indien nee: RESPONDENT BEDANKEN EN STOPPEN

2. **Met welk vervoermiddel bent u naar het CityCentrum gekomen?** (aankruisen)

te voet                     (brom/snor)fiets                     auto                     bus                     .....

2a. INDIEN (BROM/SNOR)FIETS:

- **Waar heeft u uw (brom/snor)fiets gestald?** (op kaartje duidelijk aangeven met 'F')

2b. INDIEN AUTO:

- **Waar heeft u de auto geparkeerd?** (op kaartje nauwkeurig per sektor aangeven met 'A')

- **Heeft u moeten wachten totdat een parkeerplaats vrijkwam?** Ja, ..... minuten / Nee

- **Waarom heeft u hier geparkeerd?** (meerdere redenen mogelijk)

.....  
- **Had u eerst geprobeerd op een ander P-terrein uw auto te parkeren?** Ja, WAAR? (kaartje 'P0') / Nee

- **Waar parkeert u meestal, en waar ook nog wel eens?** (op kaartje: 'P1', 'P2', ... in volgorde)

- **Welke parkeerterreinen kent u nog meer?** (op kaartje aangeven met 'P')

2c. INDIEN BUS:

- **Waar bent U uitgestapt?** (op kaartje aangeven met 'BUS')

- **Zou, wat u betreft de bushalte ergens anders moeten liggen?** Zo ja, WAAR? (op kaartje 'HALTE') / Nee

3. **Wilt u op het bijgevoegde kaartje aangeven welke route u door het centrum (vanaf fietsenstalling/parkeerterrein/bushalte) heeft gevolgd?** (duidelijk op kaartje intekenen)

4. **Wilt u tevens aangeven welke winkel(s)/instellingen u heeft bezocht (in volgorde van bezoek)?** (op kaartje aangeven met "X" (ook bank, bieb, gem.huis, apotheek, ed.)

ENQUETEUR: PER BEZOCHTE WINKEL/INSTELLING VRAGEN: (ook bank, bieb, gem.huis, apotheek, ed.)

- **naam van de winkel/instelling?** (bij HEMA elke afdeling beschouwen als een aparte winkel)

- **was U, toen u thuis wegging, al van plan deze winkel/instelling te bezoeken?**

ALLEEN INDIEN WINKELBEZOEK:

- **heeft u in deze winkel iets gekocht?** (indien niets gekocht naar volgend bezoek)

- **was u, toen u thuis wegging al van plan deze aankoop te doen?**

- **was u ook van plan deze aankoop in deze winkel te doen?**

- **koopt u de artikelen die U in deze winkel gekocht heeft, meestal in deze winkel?**

nr. stop	Naam winkel of instelling (bij HEMA per afdeling)	bezoek gepland Ja/Nee	iets gekocht Ja/Nee	aankoop gepland Ja/Nee	in deze winkel Ja/Nee	vast adres Ja/Nee
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

5. **Kunt u mij vertellen hoeveel u ongeveer besteed heeft in het CityCentrum?**  
 - aan voedings- en genotmiddelen: circa FL .....  
 - aan overige artikelen: circa FL .....
6. **Hoe lang bent u ongeveer in het CityCentrum geweest?** ..... uur ..... min.
7. **Hoe vaak bezoekt u het CityCentrum ongeveer?** ..... keer per .....
- Welk ANDER winkelcentrum of winkelgebied bezoekt u vaak?** .....
- Hoe vaak bezoekt u dit winkelcentrum/gebied?** ..... keer per .....

8. **Wat is in het algemeen uw oordeel over ... (1 = slecht, 5 = uitstekend) Niet invullen bij geen mening**

- de bereikbaarheid van het CityCentrum.....	1	2	3	4	5
- de ontsluiting van de parkeerterreinen.....	1	2	3	4	5
- de omvang van de parkeerterreinen.....	1	2	3	4	5
- het aantal fietsenstallingen.....	1	2	3	4	5
- de locatie van de fietsenstallingen.....	1	2	3	4	5
- de locatie van de bushalte.....	1	2	3	4	5
- het straatmeubilair in het centrum.....	1	2	3	4	5
- de bestrating in het centrum.....	1	2	3	4	5
- de groenvoorziening in het centrum.....	1	2	3	4	5
- de buitenverlichting in het centrum.....	1	2	3	4	5
- de beschuttingsmogelijkheden bij slecht weer.....	1	2	3	4	5
- de sfeer in het centrum.....	1	2	3	4	5

9. **Mist u bepaalde winkels of voorzieningen in het CityCentrum?** Ja / Nee  
 Zo ja, welke? (meerdere antwoorden mogelijk)  
 .....

10. **Wat is uw postcode?** (4 cijfers + 2 letters) postcode .....

of: **Wat is uw adres?** straat .....

plaats .....

11. **Bent u rechtstreeks vanuit uw woning naar het CityCentrum gekomen?** Ja / Nee  
 INDIEN JA: hoe lang heeft u ongeveer over de reis gedaan? ..... minuten  
 INDIEN NEE:  
 - waar komt u dan vandaan? (postcode, adres of naam van de instelling) .....

- wat heeft u daar gedaan? (indien niet reeds bekend) .....
- wist u, toen u thuis vertrok, dat u naar het CityCentrum zou gaan? Ja / Nee
12. **Gaat u nu rechtstreeks naar huis?** Ja / Nee  
 INDIEN NEE:  
 - waar gaat u dan naar toe? (postcode, adres of naam van de instelling) .....

- wat gaat u daar doen? (indien niet reeds bekend) .....

- met welk vervoermiddel gaat u daar naar toe? .....

- wist u, voordat u naar het citycentrum ging, dat u niet direct naar huis zou gaan? Ja / Nee

13. **Heeft u nog suggesties of opmerkingen mbt het CityCentrum? Zo ja, welke?**  
 .....

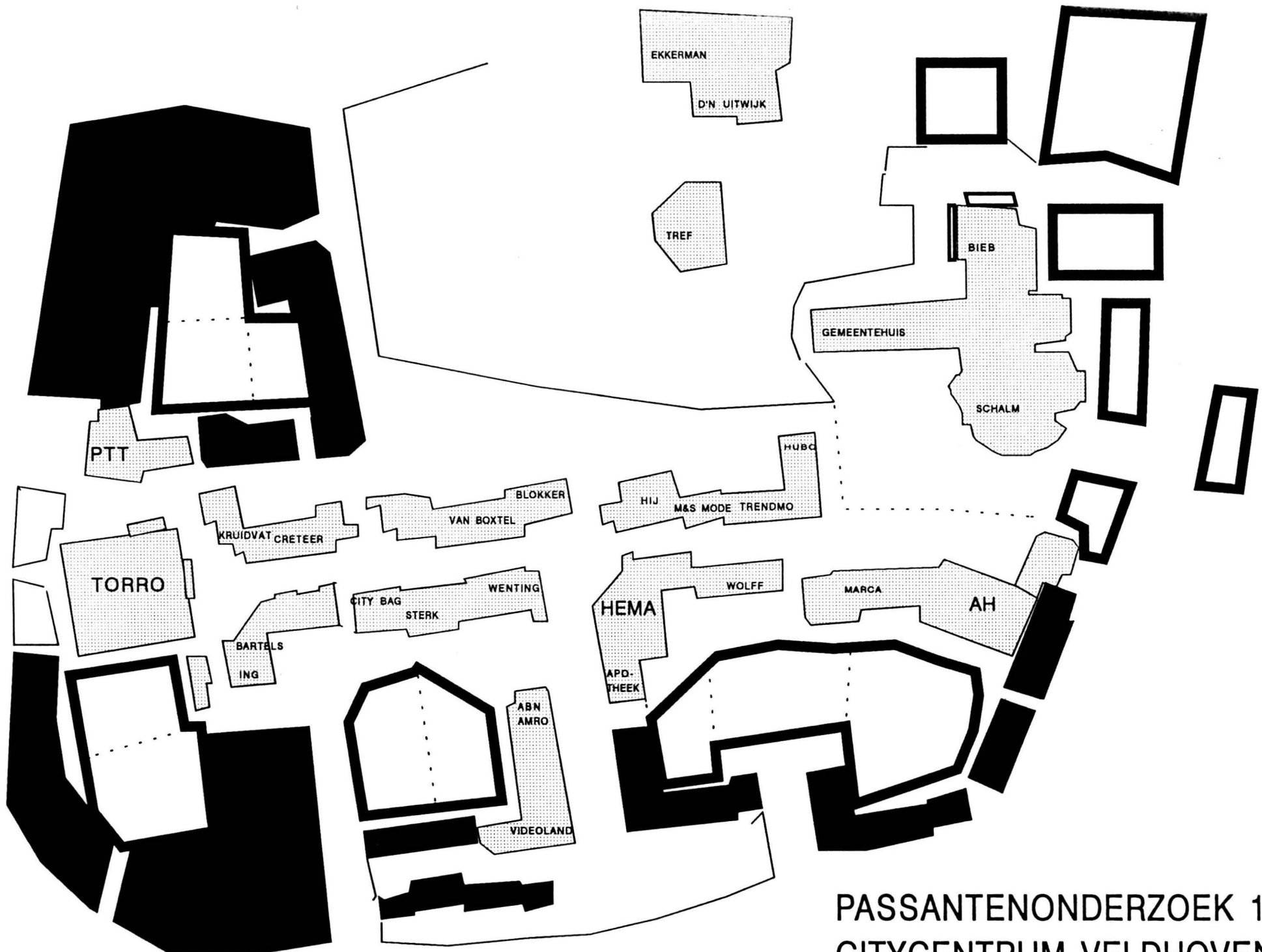
14. **BEDANK DE RESPONDENT VOOR DE MEDEWERKING.**  
 NOTEER:  
 - geslacht van de respondent Man / Vrouw  
 - aantal personen naar leeftijd  
 [ ] t/m 15 jaar [ ] 16-25 [ ] 26-35 [ ] 36-45 [ ] 46-55 [ ] 55+

- TIJD: ..... ---> Noteer deze tijd ook op het kaartje!

ENQUETEUR:

DAG:

TIJD:



PASSANTENONDERZOEK 1993  
CITYCENTRUM VELDHOVEN

## Bijlage 2

Routekeuze vanuit punt van aankomst

## **TOELICHTING BIJ BIJLAGE 2**

In deze bijlage zijn kaartjes opgenomen met daarin de verdeling van de passanten vanuit de diverse punten van aankomst (fietsenstallingen, parkeerterreinen en overig) over de verschillende delen van het winkelgebied. In de kaartjes is de straatstukbelasting op weekbasis gegeven. Hiervoor zijn de opgehoogde straatstukbelastingen (zie paragraaf 5.3) voor dinsdag met 4 vermenigvuldigd en opgeteld bij de belastingen van vrijdag en zaterdag.

