

Tevredenheid retailstructuur Enschede

Resultaten peiling EnschedePanel

September 2019

Inhoud

Samenvatting.....	3
1. Inleiding	5
1.1 Aanleiding	5
1.2 Peiling en respons.....	5
1.3 Leeswijzer	5
2. Bezoek winkelgebieden Enschede.....	6
2.1 Oriëntatie en bezoekfrequentie wijk- en buurtwinkelcentra.....	6
2.2 Bezoekdoel en -reden wijk- en buurtwinkelcentra	7
2.3 Bezoekfrequentie, -doel en -reden Woonplein en Binnenstad.....	8
3. Beoordeling winkelgebieden Enschede.....	12
3.1 Waardering Enschedese winkelgebieden.....	12
3.2 Waardering voorzieningenniveau Enschede	16
3.2 Overlast van voorzieningen	17
4. De toekomst	18

Samenvatting

Enschede heeft zich de afgelopen 15 jaar ontwikkeld tot ‘stad van het oosten’. Bij deze groei van de stad horen een passend winkelaanbod, goede horecavoorzieningen en andere vrijetijdsvoorzieningen. Om goede keuzes voor de toekomst te maken, vindt de gemeente Enschede het belangrijk te weten hoe tevreden inwoners van Enschede zijn over de huidige structuur van winkel-, horeca- en vrijetijdsvoorzieningen in Enschede.

Eind juni tot en met begin juli 2019 is er een peiling onder het EnschedePanel gehouden ten aanzien van bezoek van winkelgebieden en de waardering voor winkelgebieden en het stedelijke aanbod van winkel-, horeca- en vrijetijdsvoorzieningen. Naast het benaderen van het EnschedePanel voor de peiling is er een link naar de vragenlijst via social media kanalen van de gemeente Enschede (Facebook, Twitter, LinkedIn gemeente Enschede) gedeeld. In totaal hebben 1.296 Enschedeërs deelgenomen aan het onderzoek. Hiervan hebben er 1.144 deelgenomen via het EnschedePanel en hebben 152 de vragenlijst via social media ingevuld.

Miro Center en Winkelcentrum Zuid meest bezocht

Gemiddeld geven inwoners twee winkelcentra op als gevraagd wordt waar meestal boodschappen worden gedaan. Ruim een derde (38%) van de inwoners bezoekt meestal het Miro Center (Gronausestraat) en een derde (32%) winkelcentrum Zuid (Wesselerbrink). Winkelcentrum Eschmarke (3%) en winkelcentrum De Bothoven (4%) zijn het minst genoemd.

Bezoekdoel: vooral naar de supermarkt

Bij bijna alle buurt- en wijkwinkelcentra is het voornaamste bezoekdoel de supermarkt. Bij winkelcentrum Zuid (Wesselerbrink) is bezoek van andere winkels iets vaker genoemd dan supermarktbezoek. Bij Glanerbrug kiezen bezoekers verhoudingsgewijs ook vaker voor horecabezoek en bezoek van overige voorzieningen (bijvoorbeeld kapper, bankfiliaal, stomerij of reisbureau), wat mede zal samenhangen met het relatief brede, meer diverse aanbod van voorzieningen.

Voor Woonplein Enschede (Schuttersveld) geldt dat naast bezoek van winkels voor artikelen in en om het huis – waarvoor het gros komt – een kleiner deel ook naar het Woonplein Enschede komt voor de horeca of voor andere winkels. Dat de binnenstad meer is dan een winkelgebied blijkt uit de opgegeven bezoekdoelen. Hoewel de meeste Enschedese binnenstadbezoekers (79%) meestal modewinkels bezoeken, zijn ook de diverse horeca- en vrijetijdsvoorzieningen veelvuldig genoemd. Zo bezoekt 57% bij binnenstadsbezoek (ook) meestal een restaurant.

Bezoekredenen: niet zonder meer keuze voor nabijheid

De keuze voor een specifiek winkelgebied wordt vaak gemaakt omdat het dichtbij is, gevolgd door de aanwezigheid van de juiste winkels. Bij Miro Center (53%), Budgetcenter (40%) en winkelcentrum Zuid (37%) is er een relatief sterke winkelgerichtheid (‘daar zitten de juiste winkels’), terwijl bij Helmerhoek (78%), Glanerbrug (64%) en Stadsveld (62%) de nabijheid veruit de voornaamste bezoekredenen is. Bezoekers van Budgetcenter (Spaansland) (26%), winkelcentrum Zuid (22%) en Miro Center (16%) noemen relatief vaak ook de goede parkeermogelijkheden als reden voor hun keuze.

De keuze voor een bezoek van het Woonplein Enschede wordt vooral gedragen door het aanwezige winkelaanbod; 57% noemt dit de belangrijkste bezoekredenen. Voor de binnenstad geldt dat de mix van winkel, horeca en andere aanwezige voorzieningen de meest genoemde bezoekredenen is (34%). De aanwezigheid van specifiek grote winkels is voor 5% de belangrijkste bezoekredenen.

Totaaloordeel winkelgebieden

Inwoners konden aan de maximaal twee winkelcentra, die zij meestal bezoeken voor het doen van boodschappen, rapportcijfers geven. Winkelcentrum Zuid en Miro Center worden door bezoekers het best beoordeeld (7,9), op korte afstand gevolgd door de Enschedese binnenstad (7,8).

Winkelcentrum Het Stroink, Boswinkel en Helmerhoek worden het meest kritisch beschouwd, met een rapportcijfer lager dan 7,0.

Naast een totaaloordeel is er gevraagd naar een beoordeling van de variatie in het voorzieningenaanbod, de kwaliteit van het aanbod, de parkeermogelijkheden en stallingmogelijkheden voor de fiets. Tevens is de ervaren veiligheid, sfeer en uitstraling van het winkelgebied beoordeeld. Van alle (gemiddelde) beoordelingen krijgen de parkeermogelijkheden bij Budgetcenter en de bereikbaarheid bij winkelcentrum Stokhorst/'t Ribbelt met respectievelijk een 8,6 en een 8,5 de hoogste waardering. Laagste beoordeling krijgen de sfeer en uitstraling van winkelcentrum Het Stroink (5,7) en de variatie van het voorzieningenaanbod in winkelcentrum Helmerhoek (5,5).

Oordeel retailvoorzieningen op stedelijk niveau

Het totale aanbod van voorzieningen in Enschede wordt op verschillende onderdelen met een ruime voldoende beoordeeld. De winkels voor dagelijkse boodschappen krijgen het rapportcijfer 8,0, evenals de daghoreca. Winkels voor modeartikelen, artikelen in en om het huis, cultuurvoorzieningen, entertainment en overige voorzieningen scoren allen een ruime 7. Voor wat betreft entertainmentvoorzieningen is een deel van de Enschedeërs toch minder tevreden: 18 procent heeft een 6 of lager als rapportcijfer gegeven.

Invloed van ontwikkelingen op toekomstig koop- en bezoekgedrag

Op het toekomstige bezoek- en koopgedrag zijn verschillende ontwikkelingen van invloed. Om meer inzicht te krijgen hoe Enschedeërs tegenover enkele ontwikkelingen staan, is hen een aantal stellingen voorgelegd. Zo verwachten veel Enschedeërs de komende jaren (nog) meer online te zullen gaan kopen: bij niet-dagelijkse artikelen denkt 65% dat meer online kopen beperkt of in (zeer) sterke mate van toepassing is; bij de dagelijkse boodschappen is dat aandeel minder groot, namelijk 45%.

Veel inwoners verwachten niet dat ze over 5 jaar een (nog) groter deel van de niet-dagelijkse artikelen in de supermarkt te kopen (45% niet van toepassing). De verzorgingsfunctie van de supermarkt blijft primair voor de dagelijkse sector. Wel denkt een grotere groep de komende jaren vaker 1 locatie te bezoeken waar ze voor alles terecht kunnen (59%).

Dat milieu en klimaat het consumentengedrag in de toekomst ook meer richting zullen geven, wordt bevestigd door het aandeel Enschedeërs dat aangeeft te verwachten vanuit duurzaamheids-overwegingen de komende jaren minder producten te kopen (26% sterk/zeer sterk van toepassing) en het aandeel dat de winkelkeuze relateert aan de wijze waarop de winkel(keten)s omgaan met het milieu (31% sterk/zeer sterk van toepassing).

De groep Enschedeërs die verwacht dat over 5 jaar binnenstadsbezoek meer samenhangt met beleven en minder om puur winkelen gaat, is iets groter dan de groep die dit niet van toepassing acht (28% versus 25%). Dat 'beleven' zich ook zal vertalen in meer uitgaven aan vrijetijdsactiviteiten zoals bioscoop- of horecabezoek acht 24% (zeer) sterk van toepassing. Een iets kleinere groep (22%) denkt dat dit niet zo zal zijn.

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Enschede heeft zich de afgelopen 15 jaar ontwikkeld tot de stad van het oosten. Bij deze groei van de stad horen een passend winkelaanbod, goede horecavoorzieningen en andere vrijetijdsvoorzieningen (zoals bijvoorbeeld musea en bioscopen). Om de goede keuzes voor de toekomst te maken, vindt de gemeente Enschede het belangrijk te weten hoe tevreden inwoners van Enschede zijn over de huidige structuur van winkel-, horeca- en vrijetijdsvoorzieningen in Enschede.

1.2 Peiling en respons

Tussen 20 juni en 7 juli 2019 is een vragenlijst met betrekking tot bovenstaande onderwerpen uitgezet onder het EnschedePanel. Naast het benaderen van het EnschedePanel voor de peiling is er een link naar de vragenlijst via social media kanalen van de gemeente Enschede (Facebook, Twitter, LinkedIn gemeente Enschede) gedeeld. Aan de vragenlijst via social media zijn vragen over achtergrondkenmerken toegevoegd. Deze achtergrondkenmerken zijn vergeleken met het BRP om te controleren of deelnemers echt in Enschede wonen.

In totaal hebben 1.296 Enschedeërs deelgenomen aan het onderzoek. Hiervan hebben er 1.144 deelgenomen via het EnschedePanel en hebben 152 de vragenlijst via social media benaderd en ingevuld. Achteraf is terug gewogen naar de populatie ('inwoners van Enschede vanaf 18 jaar') op leeftijdsgroep, wijk en geslacht. Daarmee zijn de resultaten in hoge mate representatief voor alle inwoners van Enschede vanaf 18 jaar.



1.296 Inwoners uit de gemeente Enschede hebben meegepraat

Het rapport wordt door de gemeente Enschede onder meer gebruikt voor nieuw ruimtelijk beleid op het gebied van winkels en horeca in Enschede.

1.3 Leeswijzer

In het volgende hoofdstuk wordt de oriëntatie op winkelgebieden uitgelicht. Welke winkelgebieden worden meestal bezocht voor het doen van boodschappen? Ook wordt ingezoomd op bezoekfrequentie, bezoekdoelen en belangrijkste bezoekreken. Naast de buurt- en wijkwinkelcentra worden Woonplein Enschede (Schuttersveld) en de Enschedese binnenstad hierin ook meegenomen.

Hoofdstuk 3 laat zien hoe tevreden Enschedeërs zijn over de bezochte winkelgebieden en het huidige aanbod van winkel-, horeca- en vrijetijdsvoorzieningen op stedelijk niveau. In hoofdstuk 4 wordt aan de hand van een aantal voorgelegde stellingen vanuit inwonersperspectief een beeld geschetst van de mogelijke toekomstige veranderingen in het koop- en bezoekgedrag onder invloed van landelijke trends en ontwikkelingen.

In sommige figuren komen de totaal percentages boven de 100% uit. Dit komt omdat mensen meerdere antwoorden konden aanvinken.

2. Bezoek winkelgebieden Enschede

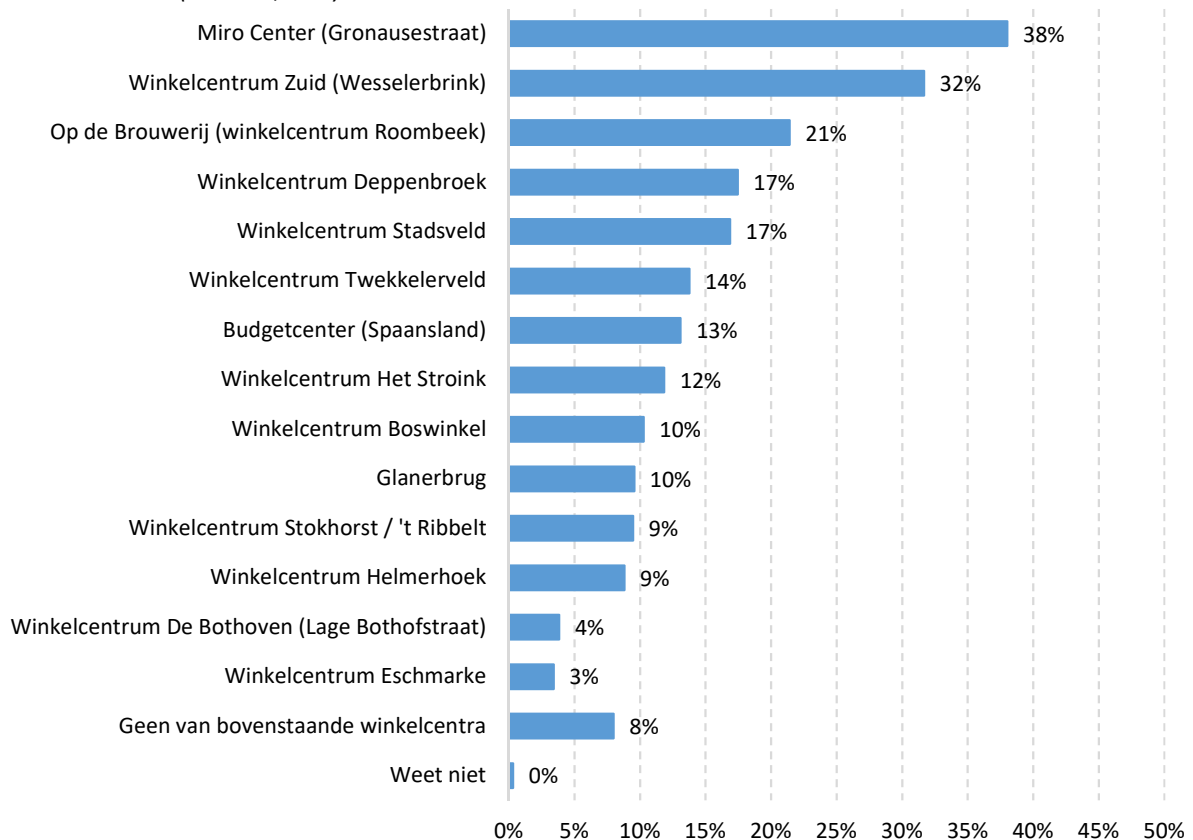
Aan inwoners van Enschede is gevraagd welke winkelgebieden in Enschede ze meestal bezoeken voor het doen van boodschappen. Ze konden hierbij meerdere winkelcentra aangeven. De binnenstad en het Woonplein Enschede (Schuttersveld) zijn bij deze vraag niet mee genomen. Deze twee locaties, met vooral een verzorgende functie voor de niet-dagelijkse aankopen, zijn afzonderlijk voorgelegd en uitgelicht.

2.1 Oriëntatie en bezoekfrequentie wijk- en buurtwinkelcentra

Miro Center en Winkelcentrum Zuid meest bezocht

Gemiddeld geven inwoners twee winkelcentra op als gevraagd wordt waar meestal boodschappen worden gedaan. Ruim een derde (38%) van de inwoners bezoekt meestal het Miro Center (Gronausestraat) en een derde (32%) winkelcentrum Zuid (Wesselerbrink). Winkelcentrum Eschmarke (3%) en winkelcentrum De Bothoven (4%) zijn het minst genoemd.

Figuur 1 Welke winkelgebieden in Enschede bezoekt u meestal voor het doen van boodschappen? (n=1.296; in %)



Nota bene: meerdere antwoorden mogelijk, waardoor totaal niet optelt tot 100%.

Om inzicht te krijgen in bezoekfrequentie en -redenen is allereerst aan Enschedeërs die meer dan twee winkelcentra hebben opgegeven, gevraagd welke twee ze het vaakst bezoeken. Vervolgens is gevraagd waarom ze specifiek naar dat winkelgebied gaan, waarvoor en hoe vaak.

Bezoekfrequentie: grotere winkelcentra lagere bezoekfrequentie

De bezoekfrequentie varieert per winkelgebied. De grotere winkelcentra met ook een sterke vertegenwoordiging van supermarkten en overig dagelijks, zoals Miro Center, Budgetcenter en

winkelcentrum Zuid, hebben een groot aandeel bezoekers dat er 1 keer per week of minder vaak de boodschappen doet. Deze winkelcentra worden vaker bezocht voor de wekelijkse boodschappen. De kleinere winkelcentra zoals Twekkelerveld en Helmerhoek hebben een groter aandeel hoogfrequente bezoekers. Glanerbrug heeft ook een groot aandeel hoogfrequente bezoekers. De verschillen in bezoekfrequentie hangen mede samen met omvang en profiel van het winkelgebied en daarmee de verzorgingsfunctie. Miro Center heeft bijvoorbeeld een meer stedelijke trekkracht, terwijl Helmerhoek vooral de directe woonomgeving bedient.

Tabel 1 Bezoekfrequentie winkelgebieden in Enschede voor het doen van boodschappen? (in %)

	(Bijna) dagelijks	2 á 3 x per week	1 x per week	2 á 3 x per maand	1 x per maand	< 1 x per maand	n=
Winkelcentrum Deppenbroek	11%	30%	32%	18%	7%	2%	170
Op de Brouwerij	16%	34%	27%	11%	8%	4%	207
Winkelcentrum Stokhorst / 't Ribbelt	16%	36%	36%	5%	6%	1%	94
Glanerbrug	26%	40%	20%	10%	4%	0%	88
Miro Center (Gronausestraat)	7%	22%	39%	19%	8%	5%	360
Winkelcentrum Boswinkel	8%	37%	30%	21%	4%	0%	76
Budgetcenter (Spaansland)	3%	21%	51%	15%	5%	6%	141
Winkelcentrum Helmerhoek	23%	48%	21%	5%	1%	3%	96
Winkelcentrum Het Stroink	19%	44%	22%	8%	3%	4%	127
Winkelcentrum Zuid (Wesselerbrink)	6%	25%	31%	23%	10%	5%	323
Winkelcentrum Stadsveld	19%	32%	34%	14%	1%	0%	152
Winkelcentrum Twekkelerveld	23%	34%	21%	12%	4%	6%	108

NB: winkelcentrum De Bothoven en winkelcentrum Eschmarke ontbreken in dit overzicht vanwege een te klein aantal waarnemingen.

2.2 Bezoekdoel en -reden wijk- en buurtwinkelcentra

Bezoekdoel: vooral naar de supermarkt

Bij bijna alle winkelcentra is het voornaamste bezoekdoel de supermarkt. Bij winkelcentrum Zuid (Wesselerbrink) is bezoek van andere winkels iets vaker genoemd dan supermarktbezoek. Bij Glanerbrug kiezen bezoekers verhoudingsgewijs ook vaker voor horecabezoek en bezoek van overige voorzieningen (bijvoorbeeld kapper, bankfiliaal, stomerij of reisbureau), wat mede zal samenhangen met het relatief brede, meer diverse aanbod van voorzieningen.

Tabel 2 Waar gaat u tijdens een bezoek aan dit winkelgebied meestal naar toe? (in %)

	Supermarkt(en)	Andere winkel(s)	Horeca	Overige voorzieningen	Weet niet	n=
Winkelcentrum Deppenbroek	92%	56%	7%	17%	0%	171
Op de Brouwerij	94%	58%	10%	12%	0%	208
Winkelcentrum Stokhorst / 't Ribbelt	89%	28%	13%	13%	0%	96
Glanerbrug	82%	43%	42%	39%	0%	90
Miro Center (Gronausestraat)	87%	57%	8%	2%	0%	362
Winkelcentrum Boswinkel	97%	26%	12%	8%	0%	76
Budgetcenter (Spaansland)	93%	34%	1%	0%	2%	144
Winkelcentrum Helmerhoek	96%	39%	27%	15%	0%	96
Winkelcentrum Het Stroink	92%	54%	14%	13%	2%	129
Winkelcentrum Zuid (Wesselerbrink)	67%	75%	14%	21%	1%	324
Winkelcentrum Stadsveld	94%	34%	18%	16%	0%	155
Winkelcentrum Twekkelerveld	96%	55%	10%	9%	0%	109

Nota bene:

- winkelcentrum De Bothoven en winkelcentrum Eschmarke ontbreken in dit overzicht vanwege een te klein aantal waarnemingen.
- meerdere antwoorden mogelijk, waardoor rijtotaal niet optellen tot 100%.

Bezoekreden: bij kleinere winkelgebieden vooral keuze vanwege nabijheid

De keuze voor een specifiek winkelgebied wordt vaak gemaakt omdat het dichtbij is, gevolgd door de aanwezigheid van de juiste winkels. Bij Miro Center, Budgetcenter en winkelcentrum Zuid is er een relatief sterke winkelgerichtheid, terwijl bij Helmerhoek, Glanerbrug en Stadsveld de nabijheid veruit de voornaamste bezoekreden is. Bezoekers van Budgetcenter (Spaansland) (26%), winkelcentrum Zuid (22%) en Miro Center (16%) noemen relatief vaak ook de goede parkeermogelijkheden als reden voor hun keuze. De redenen 'bezoeken van andere voorzieningen', 'prettige sfeer en gezelligheid' en 'het is leuk om hier bekenden te ontmoeten' scoren bij alle winkelcentra laag.

Tabel 3 Wat is de belangrijkste reden dat u dit winkelgebied bezoekt? (in %)

	Daar zijn de juiste winkels voor mij	Naast winkels ook andere voorzieningen te bezoeken	Dichtbij	Prettige sfeer en gezelligheid	Ontmoeten bekenden	Goede parkeermogelijkheden	Andere redenen	Weet niet	n=
Winkelcentrum Deppenbroek	39%	6%	41%	2%	0%	7%	3%	2%	171
Op de Brouwerij	33%	2%	51%	5%	0%	2%	7%	1%	208
Winkelcentrum Stokhorst / 't Ribbelt	28%	2%	53%	6%	0%	9%	2%	0%	96
Glanerbrug	9%	9%	64%	7%	1%	9%	1%	0%	90
Miro Center (Gronausestraat)	53%	3%	17%	3%	0%	16%	7%	1%	362
Winkelcentrum Boswinkel	17%	1%	70%	0%	1%	10%	0%	1%	76
Budgetcenter (Spaansland)	40%	0%	23%	0%	0%	26%	8%	2%	144
Winkelcentrum Helmerhoek	13%	4%	78%	1%	0%	2%	2%	0%	96
Winkelcentrum Het Stroink	23%	1%	57%	0%	3%	10%	5%	1%	129
Winkelcentrum Zuid (Wesselerbrink)	37%	7%	24%	2%	0%	22%	6%	1%	324
Winkelcentrum Stadsveld	21%	1%	62%	1%	1%	13%	2%	0%	155
Winkelcentrum Twakkelveld	23%	2%	57%	5%	0%	7%	5%	0%	109

Nota bene: winkelcentrum De Bothoven en winkelcentrum Eschmarke ontbreken in dit overzicht vanwege een te klein aantal waarnemingen.

2.3 Bezoekfrequentie, -doel en -reden Woonplein en Binnenstad

Bezoekfrequentie Woonplein en Binnenstad

Naast de oriëntatie op buurt- en wijkwinkelcentra is ook gevraagd naar de oriëntatie op de specifieke winkelgebieden Woonplein Enschede (Schuttersveld) en de Enschedese binnenstad. Het gaat hierbij om bezoek in het algemeen en niet specifiek voor wat betreft dagelijkse boodschappen. Ongeveer de helft van de Enschedeërs (51%) bezoekt 1 keer per week of vaker de Enschedese binnenstad. Het Woonplein Enschede wordt door Enschedeërs minder vaak bezocht. Ruim een derde van de Enschedeërs (37%) gaat hier minimaal eens per maand naar toe.

Tabel 4 Bezoekfrequentie Woonplein en Binnenstad Enschede? (in %)

	Woonplein Enschede (n=1.296)	Binnenstad Enschede (n=1.296)
(Bijna) dagelijks	0%	12%
2 á 3 keer per week	2%	16%
1 keer per week	3%	23%
2 á 3 keer per maand	13%	22%
1 keer per maand	20%	11%
Minder dan 1 keer per maand	30%	10%
Ik ga (bijna) nooit naar ..	32%	6%
Weet niet	1%	0%
Totaal	100%	100%

Bezoekdoel Woonplein en Binnenstad

Naast bezoek van winkels voor artikelen in en om het huis – waarvoor het gros komt – komt een kleiner deel ook naar het Woonplein Enschede (Schuttersveld) voor de horeca of voor andere winkels.

Tabel 5 Waar gaat u tijdens een bezoek aan het Woonplein Enschede meestal naar toe? (in %)

	Woonplein Enschede (n=827)
Winkels voor artikelen in en om het huis	87%
Andere winkels	19%
Cafetaria/snackbar/fastfoodrestaurant	19%
Overige voorzieningen	2%
Anders	3%
Weet niet	0%

Nota bene: meerdere antwoorden mogelijk, waardoor kolomtotaal niet optelt tot 100%.

Dat de binnenstad meer is dan een winkelgebied blijkt uit de opgegeven bezoekdoelen. Hoewel de meeste bezoekers (79%) meestal modewinkels bezoeken, zijn ook de diverse horeca- en vrijetijdsvoorzieningen veelvuldig genoemd. Bij de categorie anders zijn vooral de markt en bibliotheek genoemd.

Tabel 6 Waar gaat u tijdens een bezoek aan de Binnenstad Enschede meestal naar toe? (in %)

	Binnenstad Enschede (n=1.210)
Winkels voor artikelen in en om het huis	16%
Winkels voor modeartikelen	79%
Andere winkels	44%
Overige voorzieningen	21%
Café/bar	46%
Lunchroom	32%
Cafetaria/snackbar/fastfoodrestaurant	10%
Restaurant	57%
Theater, poppodium, concert	40%
Galerie	4%
Bioscoop/filmhuis	25%
Speelhal/casino	3%
Anders	13%
Bezoek geen voorzieningen	0%
Weet niet	0%

Nota bene: meerdere antwoorden mogelijk, waardoor kolomtotaal niet optelt tot 100%.

Bezoekredenen Woonplein en Binnenstad

De keuze voor een bezoek van het Woonplein Enschede wordt vooral gedragen door het aanwezige winkelaanbod; 57% noemt dit de belangrijkste bezoekredenen (zie tabel 5). Daarnaast noemt een deel de nabijheid en de parkeermogelijkheden. Andere genoemde bezoekredenen zijn onder meer het gericht bezoeken van de op het Woonplein gevestigde sportschool en 'het op de route liggen'.

Tabel 7 Wat is de belangrijkste reden dat u het Woonplein Enschede bezoekt? (in %)

	Woonplein Enschede (n=827)
Daar zijn de juiste winkels voor mij	57%
Naast winkels kan ik hier ook (direct) andere voorzieningen bezoeken	5%
Het is dichtbij	15%
Vanwege de prettige sfeer en gezelligheid	1%
Het is leuk om hier bekenden te ontmoeten	0%
De parkeermogelijkheden zijn er goed	13%
Andere reden	7%
Weet niet	2%
Totaal	100%

Dat de binnenstad voor consumenten meer is dan winkelen, blijkt niet alleen uit de opgegeven bezoekdoelen, maar ook uit de bezoekredenen. Niet het ruime aanbod van winkels is de meest genoemde belangrijkste bezoekreden. Enschedeërs geven vaker op dat voor hen de mix van winkel, horeca en andere aanwezige voorzieningen hen juist naar de binnenstad trekt. De diversiteit aan voorzieningen maakt binnenstadsbezoek attractief. Juist in deze mix van voorzieningen ligt overigens ook (meer) mogelijkheden voor versterking van het onderscheidend vermogen en weg te blijven van eenvormigheid ten opzichte van andere grote binnensteden.

De aanwezigheid van specifiek grote winkels is voor 5% de belangrijkste bezoekreden. Aan deze groep is gevraagd voor welke winkel(s) men dan vooral komt. Meest genoemd zijn Mediamarkt en Primark. Daarna volgen onder andere Zara, Mango, Hema, Hudson Bay, Decathlon en AH.

Andere genoemde redenen zijn uiteenlopend. Meermaals genoemd zijn de markt op het Van Heekplein, specifiek de aanwezigheid van enkele (kleine) winkels, het rondlopen tijdens de lunchpauze en het wonen in de binnenstad.

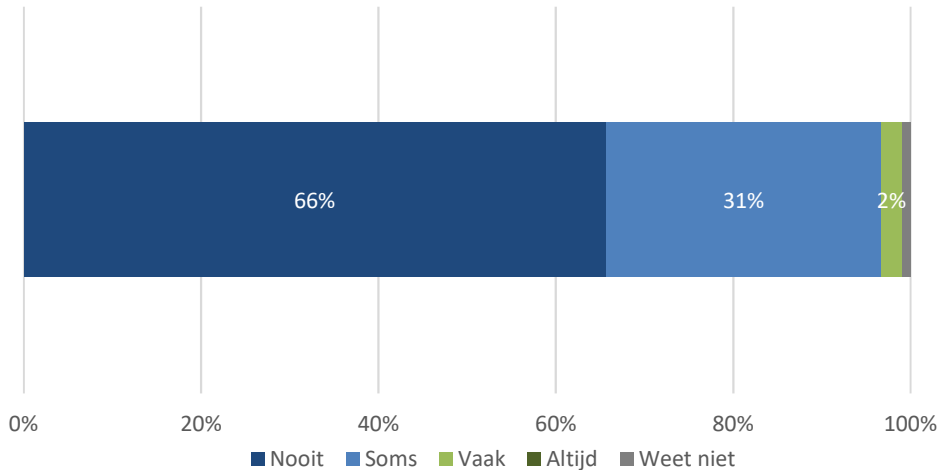
Tabel 8 Wat is de belangrijkste reden dat u de Binnenstad Enschede bezoekt? (in %)

	Binnenstad Enschede (n=1.210)
Het ruime aanbod van winkels	20%
Specifiek de aanwezigheid van enkele grote winkels	5%
Het ruime horeca-aanbod	4%
De mix van winkels, horeca en andere voorzieningen	34%
Het is dichtbij	17%
Vanwege de prettige sfeer en gezelligheid	9%
Het is leuk om hier bekenden te ontmoeten	1%
De parkeermogelijkheden zijn er goed	1%
Andere reden	7%
Weet niet	1%
Totaal	100%

Combinatiebezoek Woonplein en Binnenstad

Enschedeërs die hebben aangegeven zowel het Woonplein als de Enschedese binnenstad (wel eens) bezoeken is gevraagd naar de mate van combinatiebezoek tussen beide Enschedese winkelgebieden. Twee derde geeft daarop aan het bezoek nooit te combineren. Iets minder dan een derde gaat soms naar de binnenstad én naar het Woonplein. Een zeer beperkte groep kiest vaak voor combinatiebezoek.

Figuur 2 U heeft aangegeven zowel de Enschedese binnenstad als Woonplein Enschede (Schuttersveld) te bezoeken. Hoe vaak combineert u een bezoek aan beide winkelgebieden? (n=791; in %)



3. Beoordeling winkelgebieden Enschede

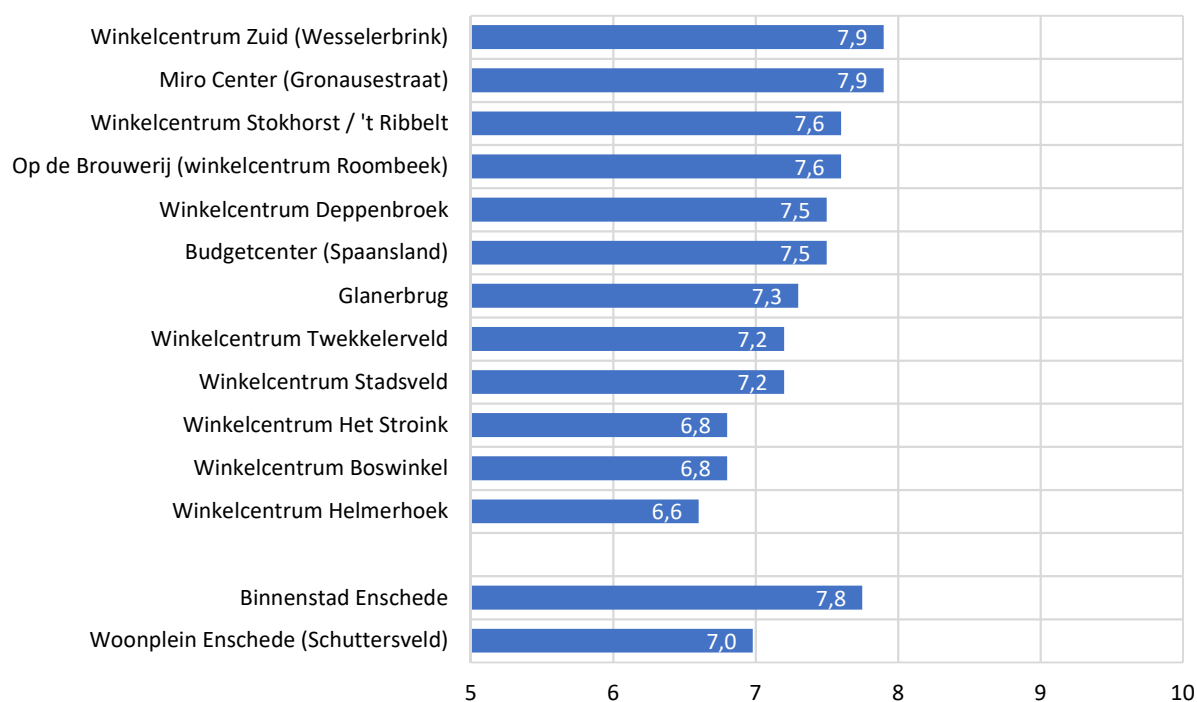
Voor de bestendinging en versterking van de Enschedese voorzieningenstructuur is inzicht in hoe inwoners van Enschede het huidige totale aanbod van winkel-, horeca- en overige vrijetijdsvoorzieningen beoordelen van waarde. De consument bepaalt met zijn of haar keuze. In dit hoofdstuk komt de waardering van Enschedeërs voor winkelgebieden totaal en op deelaspecten aan bod. Daarnaast presenteert het hoofdstuk de algehele beoordeling van de Enschedese retailstructuur.

3.1 Waardering Enschedese winkelgebieden

Totaaloordeel

Inwoners konden aan de maximaal twee winkelcentra, die zij meestal bezoeken voor het doen van boodschappen, rapportcijfers geven. Winkelcentrum Zuid en Miro Center worden door bezoekers het best beoordeeld, op korte afstand gevolgd door de Enschedese binnenstad. Winkelcentrum Het Stroink, Boswinkel en Helmerhoek worden het meest kritisch beschouwd, met een rapportcijfer lager dan 7,0.

Figuur 3 Waardering winkelgebieden Enschede, totaaloordeel (n=1.296)



Nota bene: winkelcentrum De Bothoven en winkelcentrum Eschmarke ontbreken in dit overzicht vanwege een te klein aantal waarnemingen.

Waardering winkelgebieden naar aspect

Naast een totaaloordeel is er gevraagd naar een beoordeling van de variatie in het voorzieningenaanbod, de kwaliteit van het aanbod, de parkeermogelijkheden en stallingsmogelijkheden voor de fiets. Tevens is de ervaren veiligheid, sfeer en uitstraling van het winkelgebied beoordeeld.

In de tabel zijn voor de Enschedese winkelcentra de door bezoekers gegeven rapportcijfers per voorgelegd aspect opgenomen. Van alle (gemiddelde) beoordelingen krijgen de parkeermogelijkheden bij Budgetcenter en de bereikbaarheid bij winkelcentrum Stokhorst/'t Ribbelt de hoogste waardering. Laagste beoordeling krijgen de sfeer en uitstraling van winkelcentrum Het Stroink en de variatie van het voorzieningenaanbod in winkelcentrum Helmerhoek.

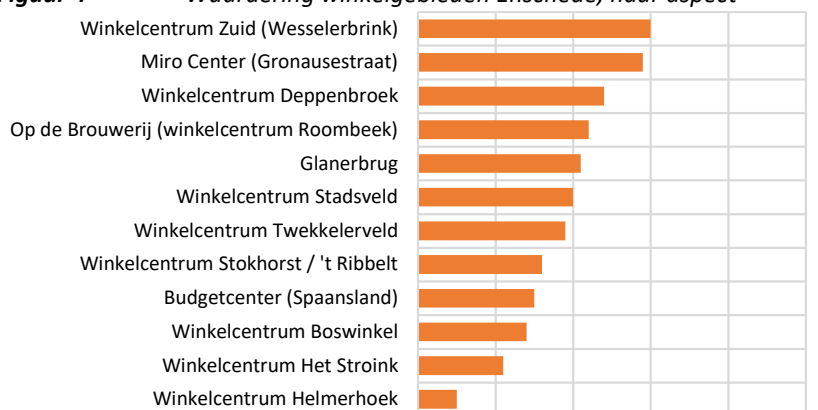
Tabel 9 Waardering winkelgebieden, uitgedrukt in rapportcijfers (1-10)

	Variatie voorzieningenaanbod	Kwaliteit voorzieningenaanbod	Bereikbaarheid	Parkeermogelijkheden auto	Stallingsmogelijkheden fiets	Veiligheid	Sfeer en uitstraling
Winkelcentrum Deppenbroek	7,4	7,5	8,1	7,9	7,4	7,6	6,7
Op de Brouwerij (winkelcentrum Roombeek)	7,2	7,7	7,9	7,4	7,5	7,7	7,2
Winkelcentrum Stokhorst / 't Ribbelt	6,6	7,4	8,5	8	7,9	8,2	7,3
Glanerbrug	7,1	7,2	7,6	6,6	7,5	6,6	6,8
Miro Center (Gronausestraat)	7,9	7,9	8	7,7	7,4	7,6	7,6
Winkelcentrum Boswinkel	6,4	6,7	8	7,7	7,3	7	6,1
Budgetcenter (Spaansland)	6,5	7,3	8,2	8,6	7,4	7,5	6,4
Winkelcentrum Helmerhoek	5,5	7	7,9	6,6	6,7	7,5	6
Winkelcentrum Het Stroink	6,1	7,1	7,6	6,9	6,8	7,1	5,7
Winkelcentrum Zuid (Wesselerbrink)	8	7,8	8,1	7,9	7,8	7,6	7,8
Winkelcentrum Stadsveld	7	7,2	8	8	7,6	7,3	6,4
Winkelcentrum Tweekelerveld	6,9	7,3	8	7,5	7,2	7,4	6,8
Woonplein Enschede (Schuttersveld)	6,9	7,0	7,7	8,0	7,2	7,2	6,3
Binnenstad Enschede	7,8	7,7	7,0	6,2	7,9	7,2	7,7

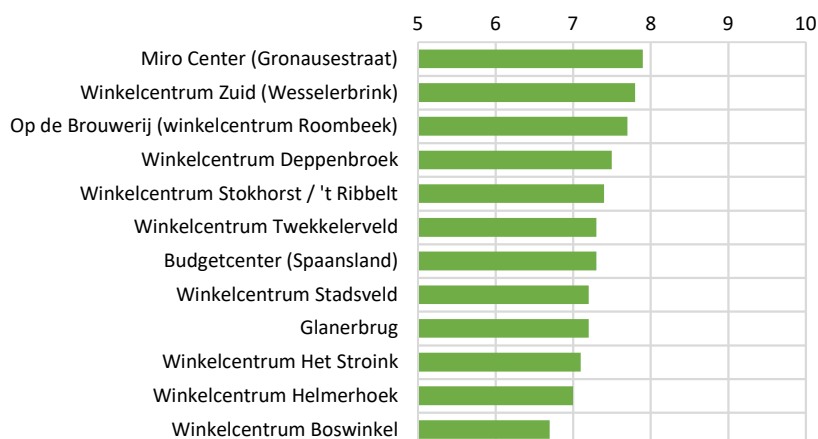
Nota bene: winkelcentrum De Bothoven en winkelcentrum Eschmarke ontbreken in dit overzicht vanwege een te klein aantal waarnemingen.

In de volgende figuren zijn per aspect de gemiddelde beoordelingen voor de winkelcentra opgenomen, gesorteerd van hoog naar laag.

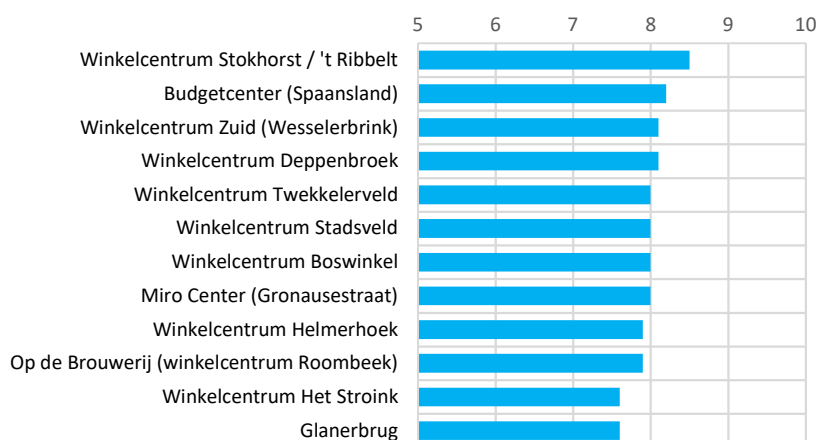
Figuur 4 Waardering winkelgebieden Enschede, naar aspect



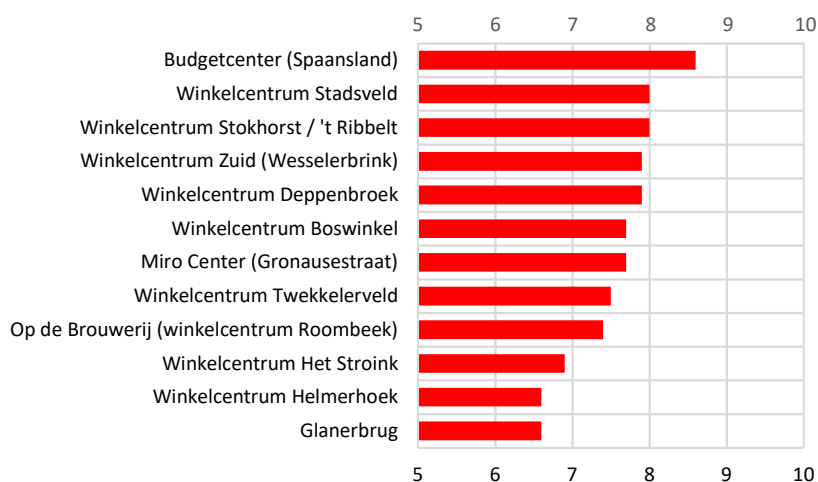
Variatie
voorzieningenaanbod



Kwaliteit
voorzieningenaanbod

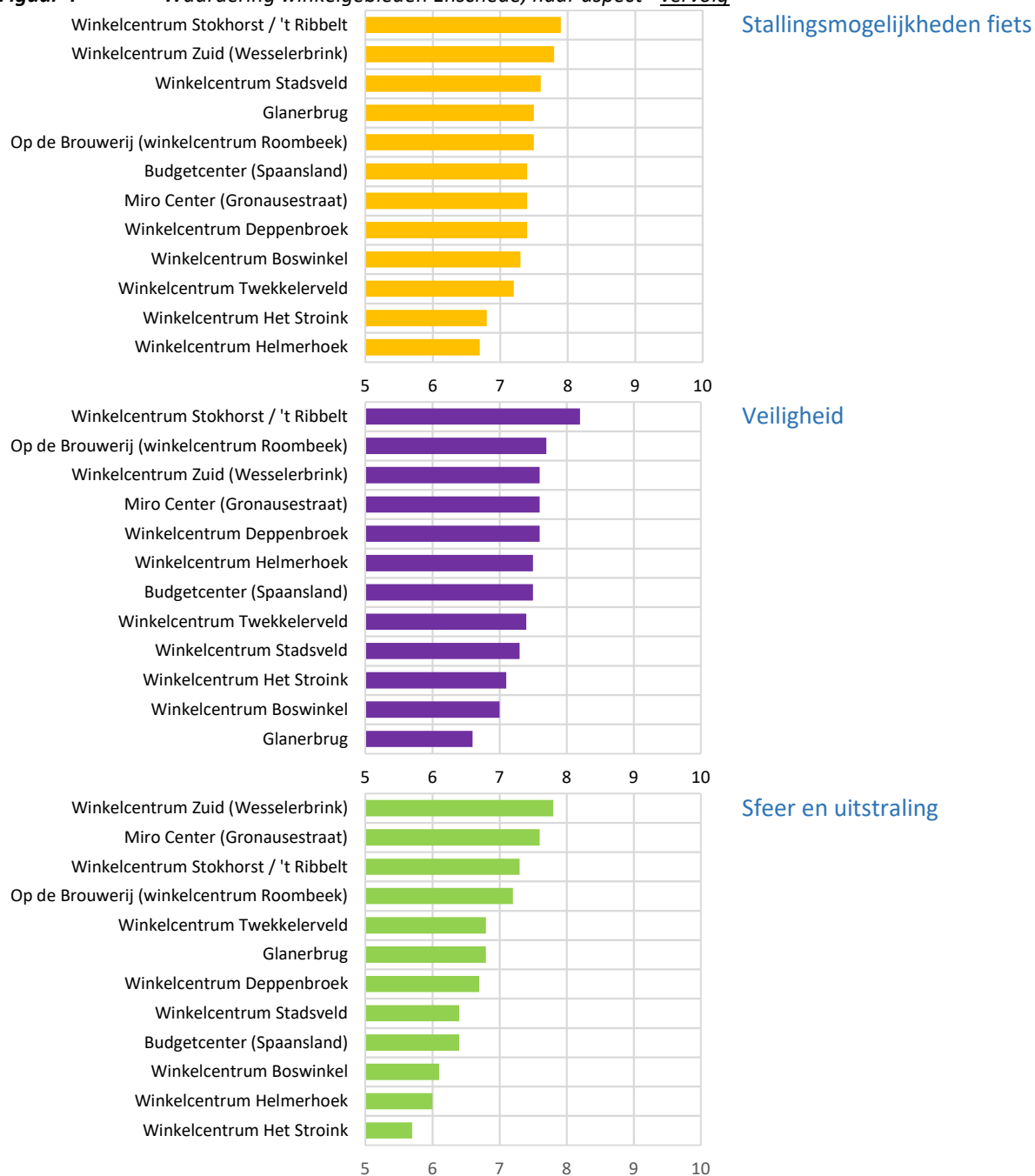


Bereikbaarheid



Parkeermogelijkheden auto

Figuur 4 Waardering winkelgebieden Enschede, naar aspect - vervolg



3.2 Waardering voorzieningenniveau Enschede

Veel Enschedeërs trots

Enschede heeft zich in de afgelopen 15 jaar sterk ontwikkeld, ook qua winkelvoorzieningen. Een groot deel van de Enschedeërs is ook behoorlijk trots op Enschede als 'winkelstad van het oosten'; 30 procent is enigszins trots en 59 procent is (zeer) trots.

Tabel 10 *Trots op Enschede als winkelstad van het oosten (n=1.296; in %)*

	% verdeling
Niet trots	9%
Enigszins trots	30%
Trots	40%
Zeer trots	19%
Weet niet	3%
Totaal	100%

Oordeel over totale stedelijke aanbod van retailvoorzieningen

Waar in de vorige paragraaf de tevredenheid van bezoekers voor de afzonderlijke winkelgebieden aan bod kwam, is het ook van belang inzicht te hebben hoe tevreden Enschedeërs zijn over het gehele aanbod van retailvoorzieningen op stedelijk niveau.

Het totale aanbod van voorzieningen in Enschede wordt op verschillende onderdelen met een ruime voldoende beoordeeld. De winkels voor dagelijkse boodschappen krijgen het rapportcijfer 8,0, evenals de daghoreca. Winkels voor modeartikelen, artikelen in en om het huis, cultuurvoorzieningen, entertainment en overige voorzieningen scoren allen een ruime 7. Voor wat betreft entertainmentvoorzieningen is een deel van de Enschedeërs toch minder tevreden: 18% heeft een 6 of lager als rapportcijfer gegeven.

Tabel 11 *Waardering aanbod van winkel-, horeca- en (commerciële) vrijetijdsvoorzieningen in Enschede uitgedrukt in rapportcijfers (1-10) en % respondenten dat een 6 of lager dan wel een 9 of 10 als rapportcijfer heeft gegeven*

	Totaal-oordeel	% 6 of lager	% 9 of 10	n=
Winkels voor dagelijkse boodschappen	8,0	6%	28%	1.236
Winkels voor modeartikelen (kleding, schoenen, brillen, horloges, etc.)	7,8	9%	22%	1.240
Winkels voor artikelen in en om het huis (o.a. woninginrichtingszaak, bouwmarkt en tuincentrum)	7,5	14%	16%	1.218
Overige voorzieningen (bijvoorbeeld kapper, bankfiliaal, stomerij, reisbureau)	7,5	14%	15%	1.146
Daghoreca (o.a., snackbar, broodjeszaak, terras)	8,0	5%	28%	1.194
Cultuurvoorzieningen (o.a. museum, theater, bioscoop)	7,7	9%	23%	1.207
Entertainment (o.a. casino, bowlingcentrum, biljart- en snookercentrum)	7,4	18%	17%	847 ¹

¹ Dat het aantal waarnemingen bij deze categorie voorzieningen kleiner is dan bij de andere categorieën wordt verklaard door het grotere aantal Enschedeërs dat hier geen rapportcijfer voor heeft gegeven (weet niet/geen antwoord).

Sterkste punt: vooral diversiteit & variatie

Na het geven van rapportcijfers is de Enschedeërs gevraagd aan te geven wat volgens hen het sterkste punt is voor wat betreft het totale voorzieningenaanbod in Enschede. De opgegeven antwoorden zijn uiteenlopend. Meest genoemd is de diversiteit en variatie in het aanbod. 'Alles is er' wordt ook meermaals aangegeven. Meer specifiek wordt eveneens de Oude Markt en (in het verlengde hiervan) de horeca als onderscheidend kenmerk gewaardeerd. Daarnaast zijn sfeer en gezelligheid genoemd. Hoewel dit meer een kenmerk van de (binnen)stad dan een sterk punt qua voorzieningenaanbod is, past het wel meer in het bredere perspectief op de binnenstad; niet alleen een 'place to buy' maar ook een 'place to be'.

Verbeterpunt: meer uiteenlopend maar onder andere bereikbaarheid, parkeren en meer diversiteit

Aandachtspunten die Enschedeërs noemen ten aanzien van het stedelijke voorzieningenaanbod zijn veelal gerelateerd aan verkeer en vervoer: een betere bereikbaarheid en vooral goedkoper parkeren. Dat de parkeertarieven meermaals aangehaald worden duidt er ook op dat hierbij vooral toch ook naar de binnenstad gekeken wordt. Verder is minder overlast van fietsers en scooters/brommers gewenst. Leegstand is ook een aantal malen genoemd, maar speelt duidelijk een minder grote rol dan een aantal jaren geleden. Hoewel variatie vaak genoemd is als sterk punt, zijn er ook Enschedeërs die hier juist ook verbetermogelijkheden in zien. Daarbij gaat het vooral om het toevoegen van meer kleine winkeltjes, speciaalzaken.

3.2 Overlast van voorzieningen

Overlastervaringen als inwoner

Naast bezoekers van winkels en horeca kunnen mensen ook als *inwoner* overlast ervaren door de aanwezigheid van voorzieningen in de omgeving van hun woning. Het merendeel van de mensen geeft aan in de directe nabijheid of omgeving van (winkel)voorzieningen niet of nauwelijks hinder of overlast te ervaren ten aanzien van verkeershinder van bezoekers of bevoorradingsverkeer, geluidsoverlast van bezoekers, gevoelens van onveiligheid, stankoverlast. Verkeershinder door bezoekers van winkelcentra is het aspect waarbij de overlastervaringen verhoudingsgewijs het sterkst zijn: 25% ervaart enigszins dan wel in (zeer) sterke mate verkeershinder.

Ongeveer een op de vijf Enschedeërs ervaart voorts enigszins of in (zeer) sterke mate overlast door pakketbezorging is beperkt.

Tabel 12 Hinder- of overlastervaringen voorzieningen (n=1.296, in %)

	zeer sterke mate	sterke mate	enigszins	nauwelijks	niet	weet niet	Totaal
Verkeershinder/overlast door bezoekers van winkelcentra	2%	7%	16%	25%	48%	2%	100%
Verkeershinder/overlast door bevoorradingsverkeer	2%	3%	13%	32%	47%	2%	100%
Geluidsoverlast van bezoekers	1%	4%	14%	29%	52%	2%	100%
Gevoelens van onveiligheid	1%	6%	14%	32%	47%	1%	100%
Stankoverlast	1%	2%	9%	30%	56%	2%	100%
Verkeershinder door pakketbezorging (bij online aankopen)	1%	5%	15%	34%	43%	2%	100%

4. De toekomst

Op het toekomstige bezoek- en koopgedrag zijn verschillende ontwikkelingen van invloed. Te denken valt aan het doen van online aankopen, het bij aankopen in ogenschouw nemen van duurzaamheid en milieu en bezoekbelevingen. Om meer inzicht te krijgen hoe Enschedeërs tegenover deze ontwikkelingen staan, is hen een aantal stellingen voorgelegd.

Online aankopen

De oriëntatie op webwinkelen is de afgelopen jaren sterk en continu gegroeid. De algemene verwachting is dat de internetverkoop de komende jaren ook nog zal doorgroeien, met mogelijk enige afvlakking van de toenames. Ook veel Enschedeërs verwachten de komende jaren (nog) meer online te zullen gaan kopen. Zo denkt bij niet-dagelijkse artikelen 65% dat 'meer online kopen' beperkt of in (zeer) sterke mate van toepassing is. Bij de dagelijkse boodschappen is dat aandeel minder groot, namelijk 45%.

Veel inwoners verwachten niet dat ze over 5 jaar een (nog) groter deel van de niet-dagelijkse artikelen in de supermarkt te kopen (45%). De verzorgingsfunctie van de supermarkt blijft primair voor de dagelijkse sector. Wel denkt een grotere groep de komende jaren vaker 1 locatie te bezoeken waar ze voor alles terecht kunnen (59% beperkt of (zeer) sterk van toepassing), dan dat ze verschillende locaties bezoeken. Er zal als het ware meer 'bundeling' van koopstromen en een opschaling van winkelgebiedskeuze kunnen gaan optreden.

Tabel 13 Stellingen over toekomstig bezoek- en koopgedrag: 'Over 5 jaar ...' (n=1.296, in %)

Mate waarin van toepassing	Ze sterk	Sterk	Beperkt	Niet	Weet niet	Totaal
Koop ik (nog) meer dagelijkse boodschappen online	5%	13%	27%	42%	13%	100%
Koop ik (nog) meer niet-dagelijkse producten (zoals kleding, huishoudelijke artikelen, elektronica) online	8%	20%	36%	23%	13%	100%
Koop ik een (nog) groter deel van mijn niet-dagelijkse artikelen (zoals kleding of huishoudelijke artikelen) in de supermarkt	2%	6%	29%	45%	17%	100%
Bezoek ik vaker 1 locatie waar ik voor alles terecht kan dan dat ik hiervoor verschillende locaties bezoek	6%	20%	32%	28%	14%	100%
Koop ik vanuit duurzaamheidsoverwegingen minder producten	7%	19%	35%	24%	15%	100%
Koop ik alleen bij winkels waarvan bekend is dat zij goed omgaan met het milieu	8%	23%	35%	22%	13%	100%
Is snelheid en gemak vaker een bezoekmotief dan beleving	6%	19%	32%	30%	13%	100%
Bezoek ik de binnenstad vooral voor de beleving (horeca, evenementen) en sfeer, en is winkelen niet het hoofddoel meer	8%	20%	36%	25%	10%	100%
Geef ik meer uit aan vrijetijdsactiviteiten (film, horeca, etc.)	4%	20%	36%	22%	19%	100%

Duurzaamheid en milieu

Dat milieu en klimaat het consumentengedrag in de toekomst ook meer richting zullen geven, wordt bevestigd door het aandeel Enschedeërs dat aangeeft te verwachten vanuit duurzaamheids-overwegingen de komende jaren minder producten te kopen (26% sterk/zeer sterk van toepassing) en het aandeel dat de winkelkeuze relateert aan de wijze waarop de winkel(keten)s omgaan met het milieu (31% sterk/zeer sterk van toepassing).

Bezoekbeleving en uitgaven

Er zijn ook nog enkele stellingen voorgelegd over (toekomstig) binnenstadsbezoek. De meningen zijn verdeeld. De groep Enschedeërs die verwacht dat over 5 jaar binnenstadsbezoek meer samenhangt

met beleven en minder om puur winkelen gaat, is iets groter dan de groep die dit niet van toepassing acht (28% versus 25%). Dat 'beleven' zich ook zal vertalen in meer uitgaven aan vrijetijdsactiviteiten zoals bioscoop- of horecabezoek acht 24% (zeer) sterk van toepassing. Een iets kleinere groep (22%) denkt dat dit niet zo zal zijn. Een relatief grote groep heeft hier geen oordeel over of kan dit nog niet inschatten (19%).

Kennispunt Twente
Nijverheidstraat 30
7511 JM Enschede

www.kennispunttwente.nl
Info@kennispunttwente.nl

Kennis  **punt**
Twente