

Meest Gastvrije Stad 2012

Onderzoeksrapport

VRIENDELIJKHEID & VEILIGHEID



HORECA & VRIJE TIJD



STAD & ARCHITECTUUR



BEREIKBAARHEID



VVV NEDERLAND

Colofon

www.meestgastvrijestad.nl

Samensteller:

Van Spronsen & Partners horeca - advies

Herenweg 83
2362 EJ Warmond

T: 071-5418867

E: lennertrietveld@spronsen.com

W: www.spronsen.com

In samenwerking met:

VVV Nederland
Postbus 70
3956 ZS Leersum

T: 0343-439489

E: paulvanharten@vvvnederland.nl

W: www.vvvnederland.nl

Design & Drukwerk:

DEone Amsterdam
www.deone.nl

Afbeeldingen voorpagina:

VRIENDELIJKHEID & VEILIGHEID

1. NBTC | 2. Den Haag Marketing | 3. Van Spronsen & Partners horeca - advies

HORECA & VRIJE TIJD

4. Den Haag Marketing | 5. NBTC | 6. VVV Arnhem en Nijmegen

STAD & ARCHITECTUUR

7. Van Spronsen & Partners horeca - advies | 8. Marketing Groningen | 9. Van Spronsen & Partners horeca - advies

BEREIKBAARHEID

10. NBTC | 11. NBTC | 12. Armand Sol

Publicatiedatum: 10 oktober 2012

© 2012, Van Spronsen & Partners horeca - advies

Het onderzoek Meest Gastvrije Stad van Nederland 2012 is een initiatief van Van Spronsen & Partners horeca - advies in samenwerking met VVV Nederland.

Druk- en zetfouten voorbehouden. Gegevens uit dit rapport mogen uitsluitend worden overgenomen met naamsvermelding van samensteller Van Spronsen & Partners horeca - advies.

Voorwoord

www.meestgastvrijestad.nl

Het gevoel hebben welkom te zijn en als gast te worden behandeld..... daar gaat het om in de gastvrijheidsbeleving van mensen. Dit geldt bij een bezoek aan een winkel, een restaurant en ook - niet in het minst - bij een bezoek aan een stad.

Uitgaan en recreatief winkelen behoren steevast tot de belangrijkste vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders. Vrijwel elke Nederlander onderneemt dergelijke activiteiten, die grote economische en maatschappelijke waarden vertegenwoordigen. Daarom is het van belang de bezoeker van een stad zo optimaal mogelijk van dienst te zijn.

In het jaarlijkse onderzoek naar de 'Meest Gastvrije Stad' worden aspecten gemeten die een bezoeker, vaak onbewust, gebruikt om een stad te bestempelen als gezellig, mooi, gastvrij of leuk. Door bezoekers de stad op 27 aspecten te laten beoordelen is het 'gastvrijheidsgevoel' meetbaar gemaakt en in kaart gebracht. Na afloop van het bezoek aan een stad gaat de bezoeker naar huis met een gevoel. Dat gevoel wordt bepaald door allerlei ervaringen. De optelsom van al deze ervaringen bepaalt uiteindelijk of het bezoek van meerwaarde is geweest en hij zich een ambassadeursrol aanmeet. Het enthousiasme van deze ambassadeurs is de beste promotie voor een stad.

Het onderzoek naar de 'Meest Gastvrije Stad' is dit jaar voor de vierde keer uitgevoerd. De ondervraagde bezoekers van de steden laten een zeer constant beeld zien in hoe zij de steden beoordelen. 's-Hertogenbosch mogen wij van harte feliciteren met de derde titel op rij. Maar ook Breda en Maastricht laten zien dat zij gastvrijheid hoog in het vaandel hebben staan, getuige de vaste aanwezigheid van die steden in de hoogste regionen.

Wij zijn tot slot verheugd te constateren dat steden veel waarde hechten aan het oordeel van bezoekers en op basis daarvan gericht actie ondernemen om de dienstverlening en gastvrijheid verder te verbeteren. Dat de bezoeker dit waardeert blijkt regelmatig uit een hogere score op de aangepakte aspecten. Kortom 'meten is weten', zelfs bij subjectieve begrippen als 'lekker statten', gezellige stad, leuke stad....



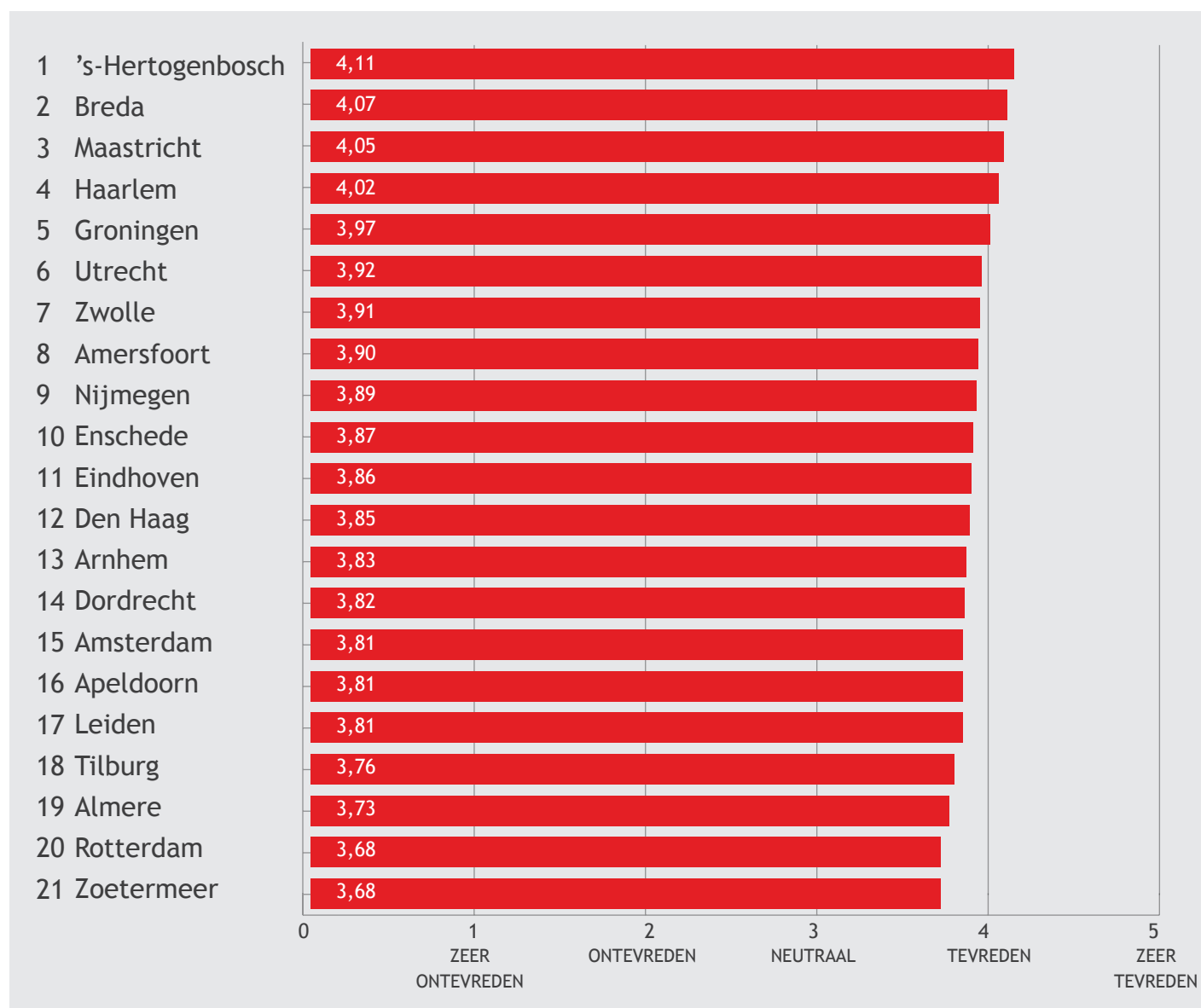
**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies



VVV NEDERLAND

TOP 21 | 2012

Steden



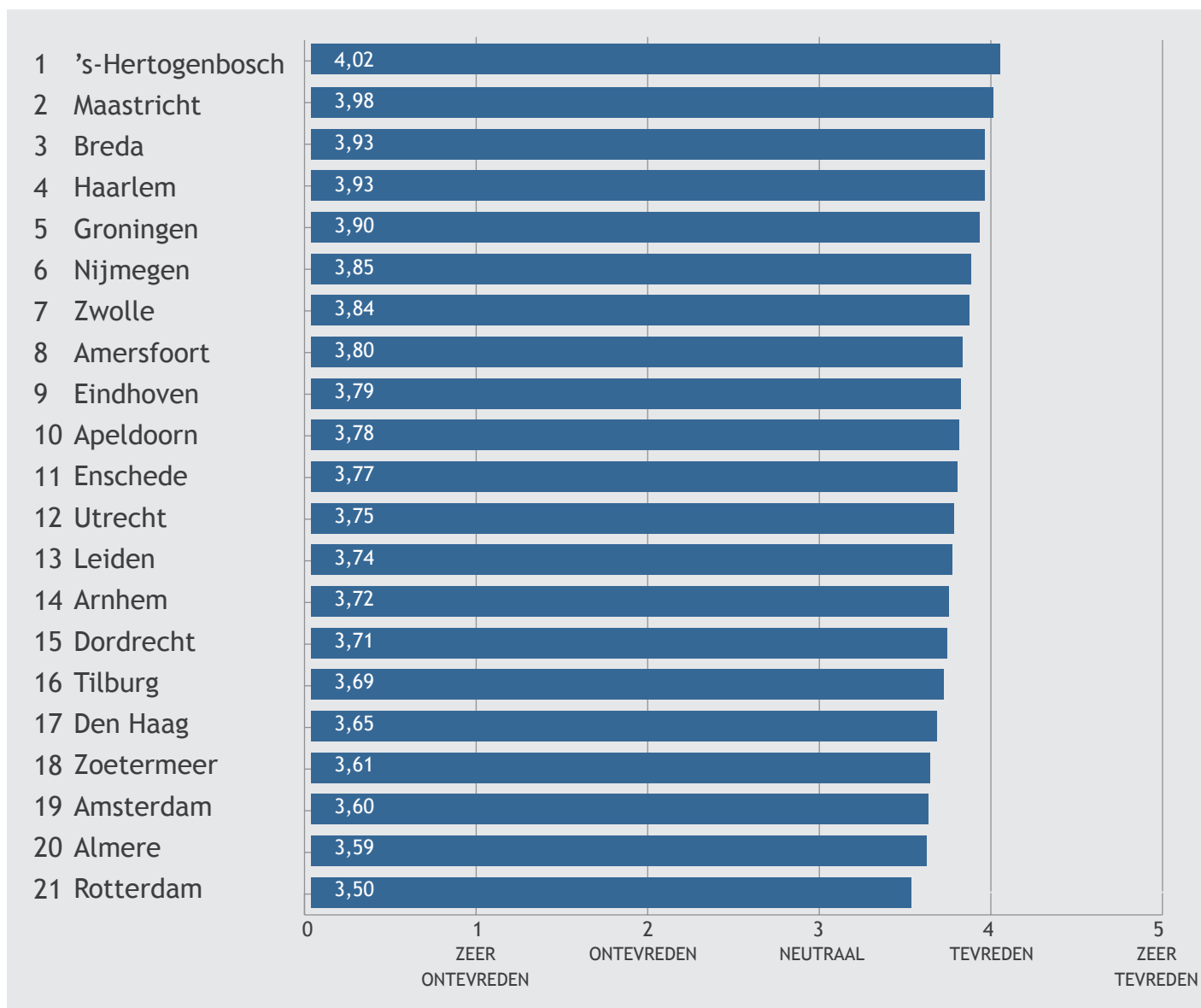
Toelichting onderzoek

De uitkomsten zijn gebaseerd op 8.000 enquêtes die in de 21 grootste steden van Nederland zijn afgenomen bij Nederlandse bezoekers van de steden.

Inwoners en buitenlandse toeristen zijn buiten beschouwing gelaten. Deze top 21 is gebaseerd op 4 clusters die zijn opgebouwd uit in totaal 27 gastvrijheidsaspecten.

Dit onderzoek is uitgevoerd door Van Spronsen & Partners horeca - advies in samenwerking met VVV Nederland. Onze doelstelling is het belang van een goede gastvrijheid voor alle betrokkenen te onderstrepen.

Kijk op www.meestgastvrijestad.nl voor meer informatie over het onderzoek en de veelgestelde vragen (FAQ).



Top 3 per aspect

Vriendelijkheid op straat

1. 's-Hertogenbosch	4,01
2. Maastricht	3,94
3. Breda	3,91

Vriendelijkheid in horeca

1. 's-Hertogenbosch	4,12
2. Maastricht	4,12
3. Breda	4,06

Vriendelijkheid in winkels

1. 's-Hertogenbosch	4,02
2. Breda	4,01
3. Maastricht	4,00

Gevoel van veiligheid

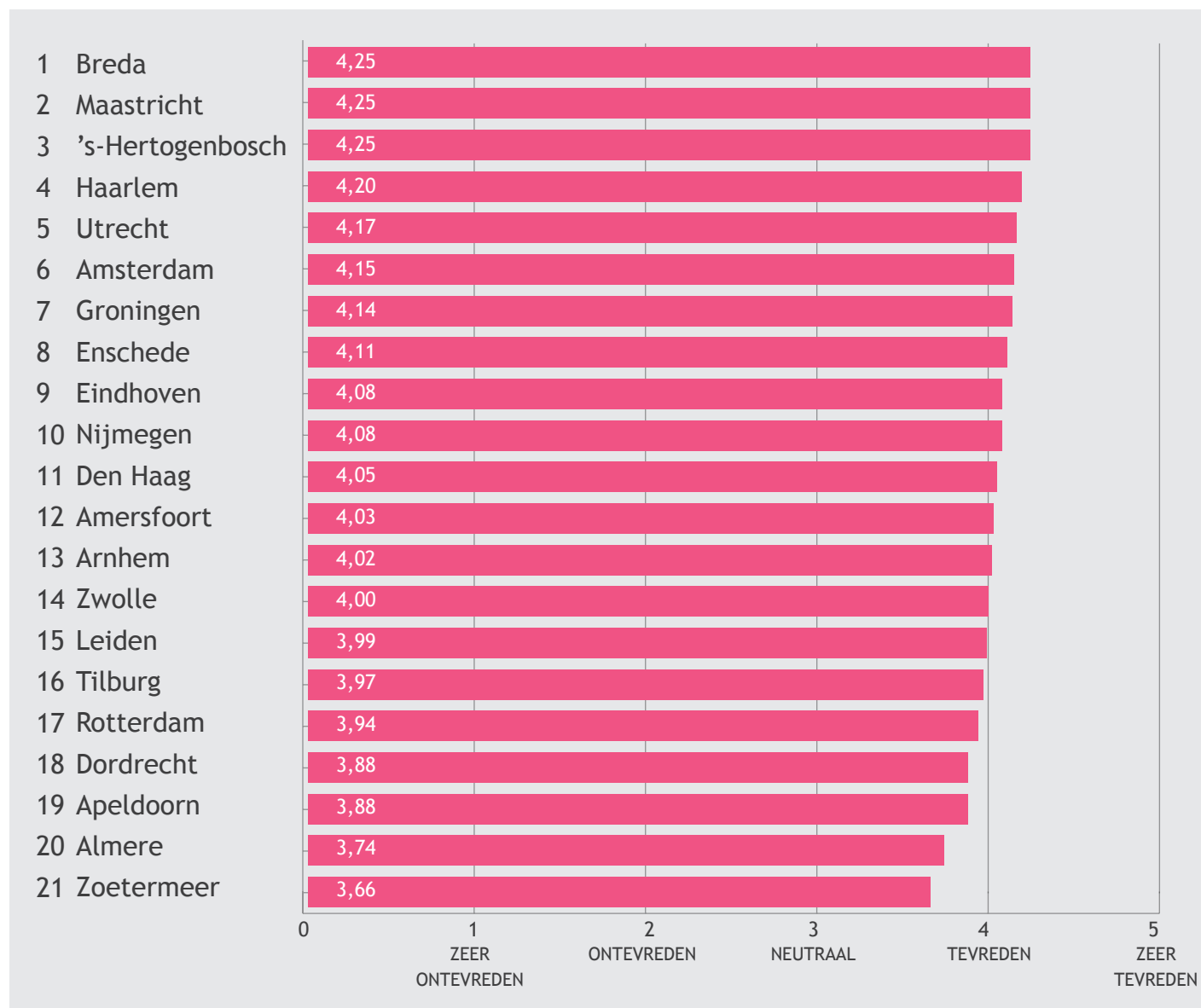
1. 's-Hertogenbosch	3,95
2. Maastricht	3,90
3. Haarlem	3,87

Verlichting

1. Haarlem	4,05
2. 's-Hertogenbosch	4,01
3. Maastricht	3,93

TOP 21 | 2012

Horeca & Vrije tijd



Top 3 per aspect

Horeca concentratiegebieden

1. Maastricht	4,26
2. Breda	4,21
3. 's-Hertogenbosch	4,21

Winkelgebieden

1. 's-Hertogenbosch	4,27
2. Maastricht	4,26
3. Breda	4,24

Terras aanbod

1. Maastricht	4,49
2. Breda	4,42
3. 's-Hertogenbosch	4,33

Diversiteit winkel aanbod

1. Breda	4,20
2. 's-Hertogenbosch	4,20
3. Haarlem	4,18

Diversiteit restaurant aanbod

1. Maastricht	4,43
2. 's-Hertogenbosch	4,42
3. Haarlem	4,34

Openingstijden

1. Breda	4,14
2. Rotterdam	4,12
3. 's-Hertogenbosch	4,11

Diversiteit café aanbod

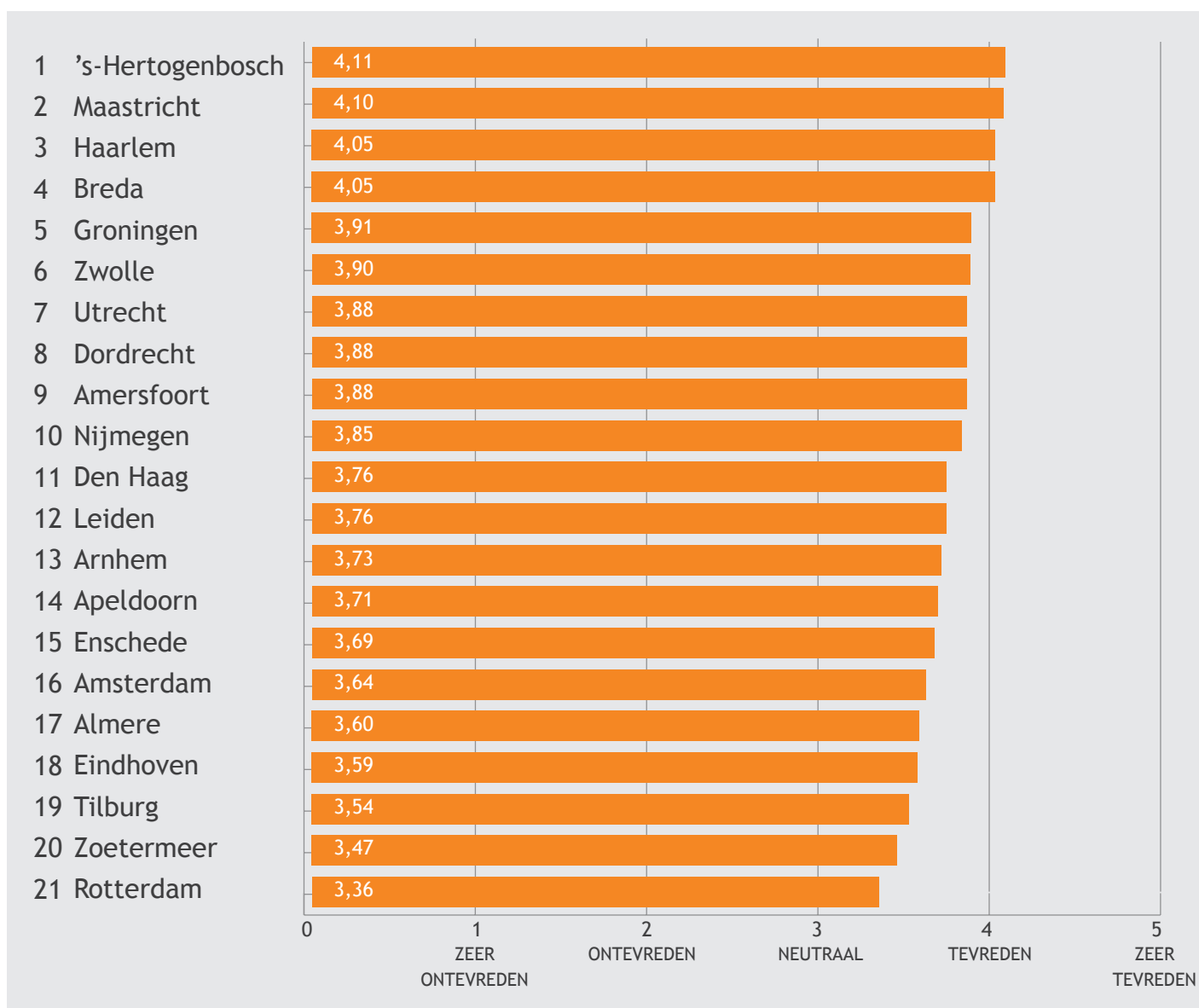
1. Maastricht	4,41
2. 's-Hertogenbosch	4,37
3. Breda	4,34

Cultureel aanbod

1. Amsterdam	4,33
2. Den Haag	4,28
3. Haarlem	4,20

TOP 21 | 2012

Stad & Architectuur



Top 3 per aspect

Straten

1. 's-Hertogenbosch	4,37
2. Haarlem	4,24
3. Maastricht	4,18

Pleinen

1. Maastricht	4,36
2. Breda	4,33
3. Haarlem	4,31

Gebouwen

1. Haarlem	4,39
2. 's-Hertogenbosch	4,38
3. Maastricht	4,36

Binnenstad

1. Maastricht	4,10
2. Breda	4,08
3. 's-Hertogenbosch	4,08

Groenvoorzieningen

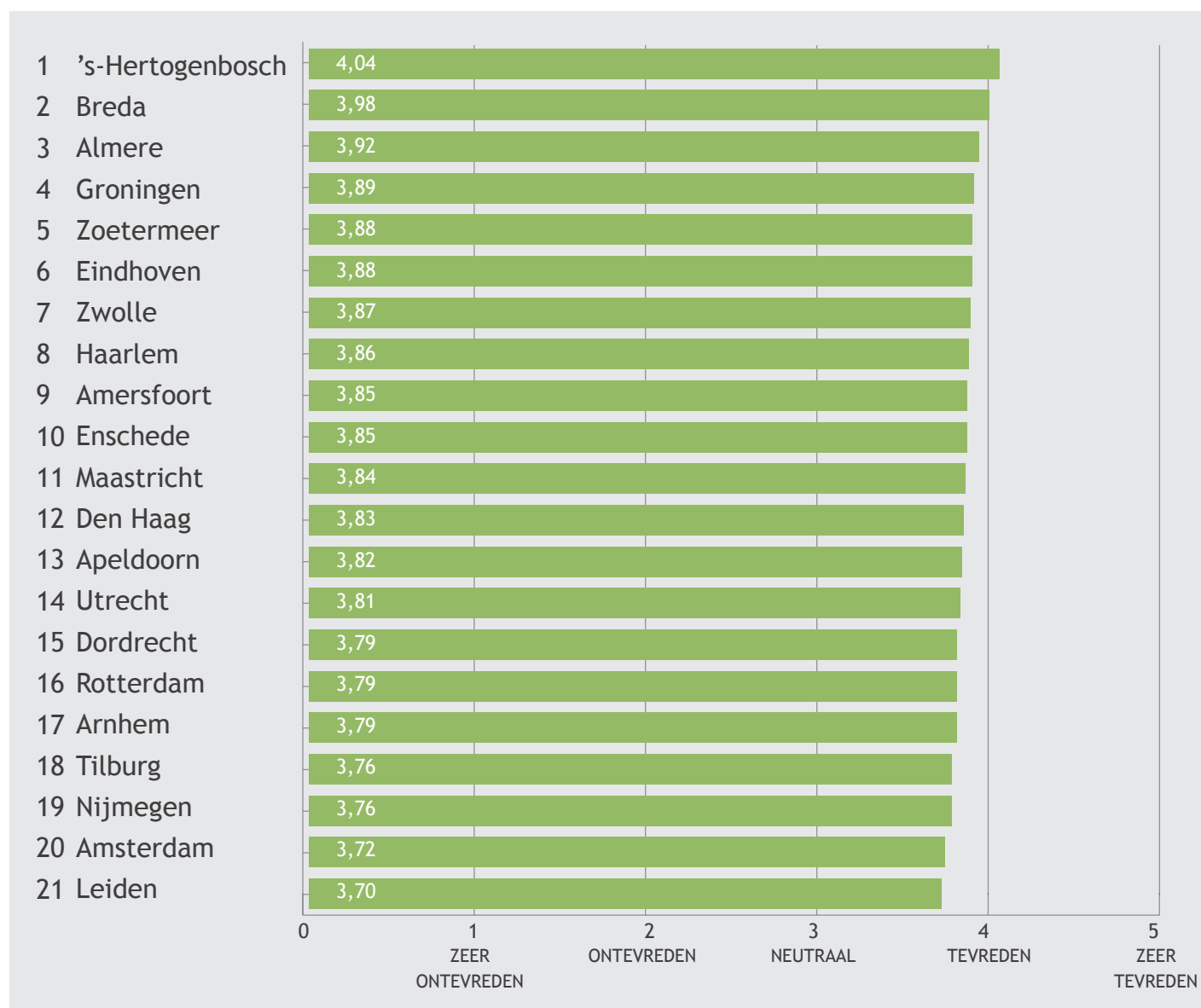
1. Breda	4,00
2. Maastricht	3,79
3. Haarlem	3,76

Hygiëne

1. 's-Hertogenbosch	3,86
2. Maastricht	3,82
3. Almere	3,74

TOP 21 | 2012

Bereikbaarheid & Informatie



Top 3 per aspect

Vindbaarheid in de stad

1. Maastricht	4,09
2. 's-Hertogenbosch	4,01
3. Breda	4,01

Informatievoorziening OV

1. 's-Hertogenbosch	4,00
2. Amsterdam	3,84
3. Breda	3,84

Bereikbaarheid te voet

1. 's-Hertogenbosch	4,18
2. Maastricht	4,13
3. Breda	4,13

Bereikbaarheid met auto

1. Zoetermeer	4,14
2. 's-Hertogenbosch	4,12
3. Breda	3,99

Bereikbaarheid OV naar de stad

1. Utrecht	4,46
2. Den Haag	4,44
3. Amsterdam	4,36

Parkeren

1. Zoetermeer	4,21
2. Almere	3,97
3. Breda	3,96

Bereikbaarheid OV in de stad

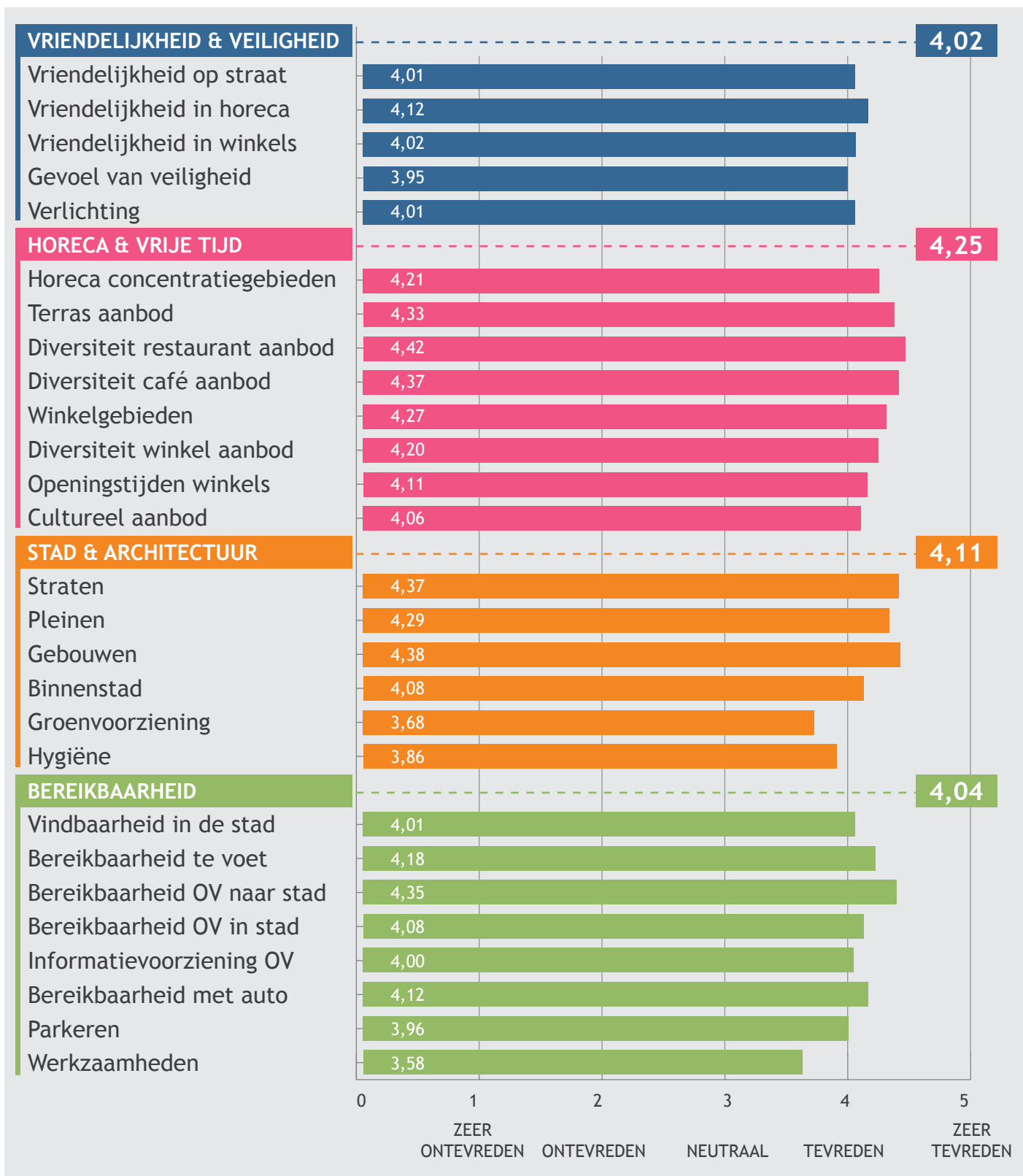
1. Den Haag	4,24
2. Amsterdam	4,21
3. Rotterdam	4,21

Werkzaamheden

1. Breda	3,71
2. Zwolle	3,66
3. Groningen	3,61

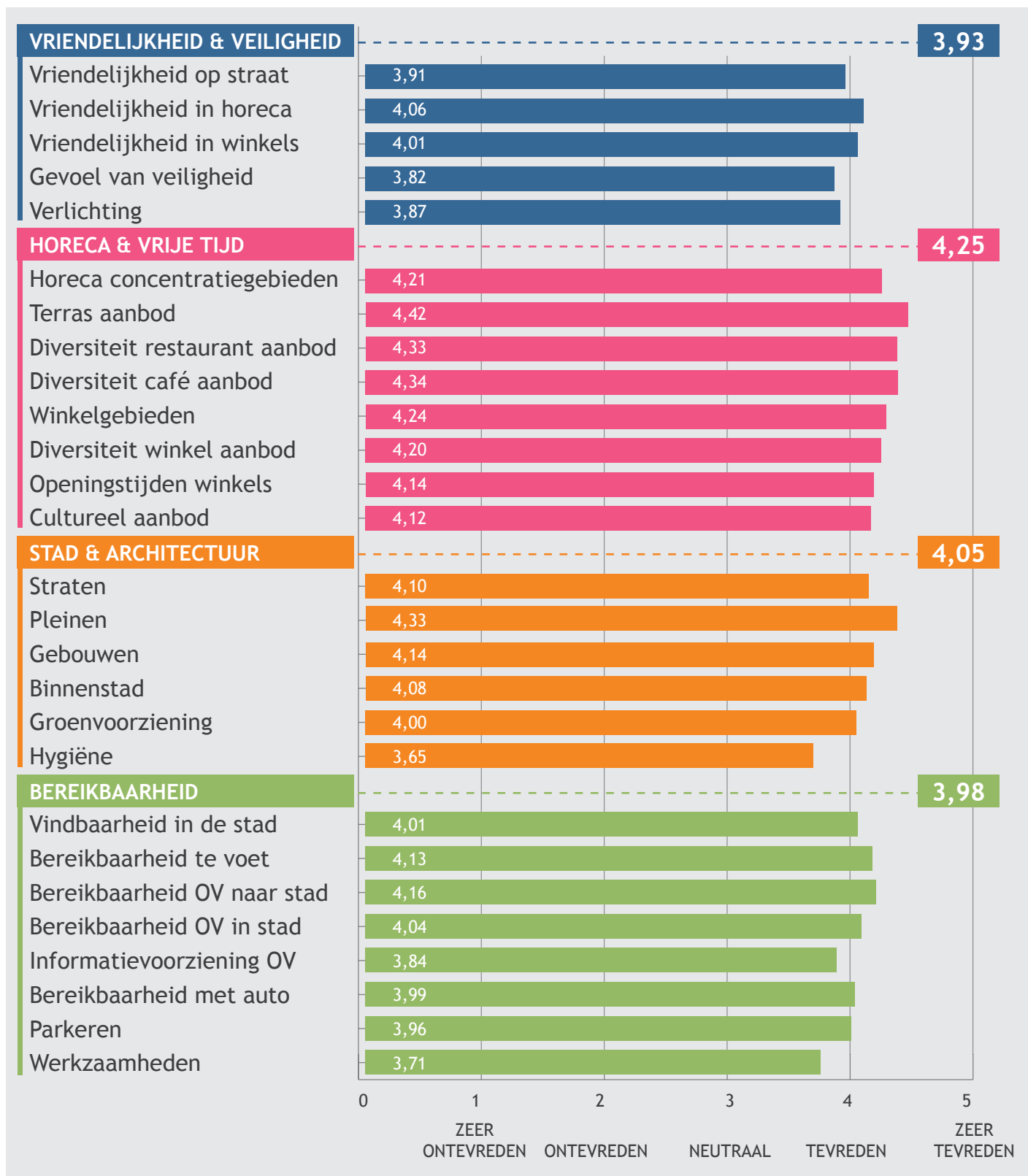
1^e 's-Hertogenbosch

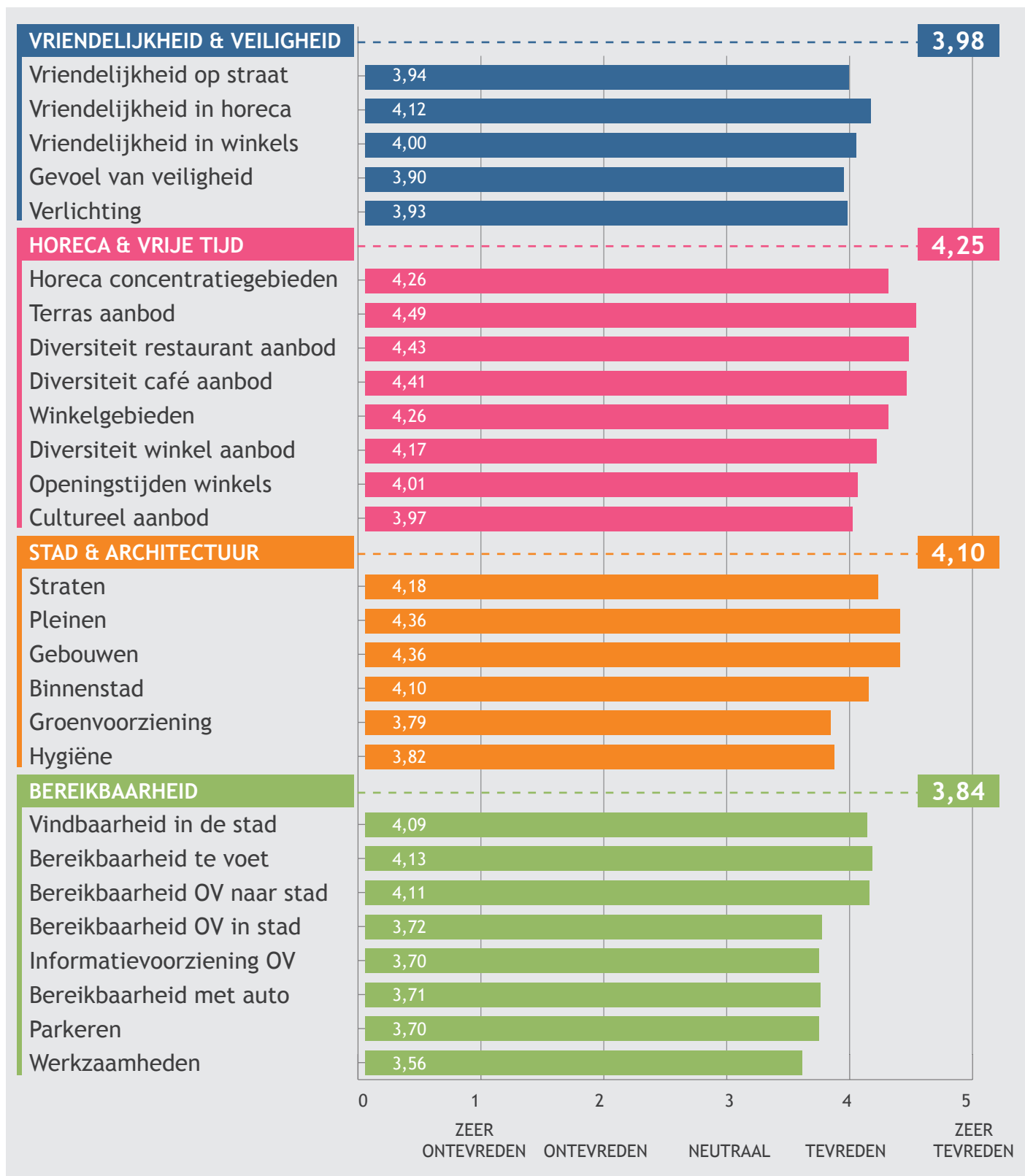
Score: 4,11



2^e Breda

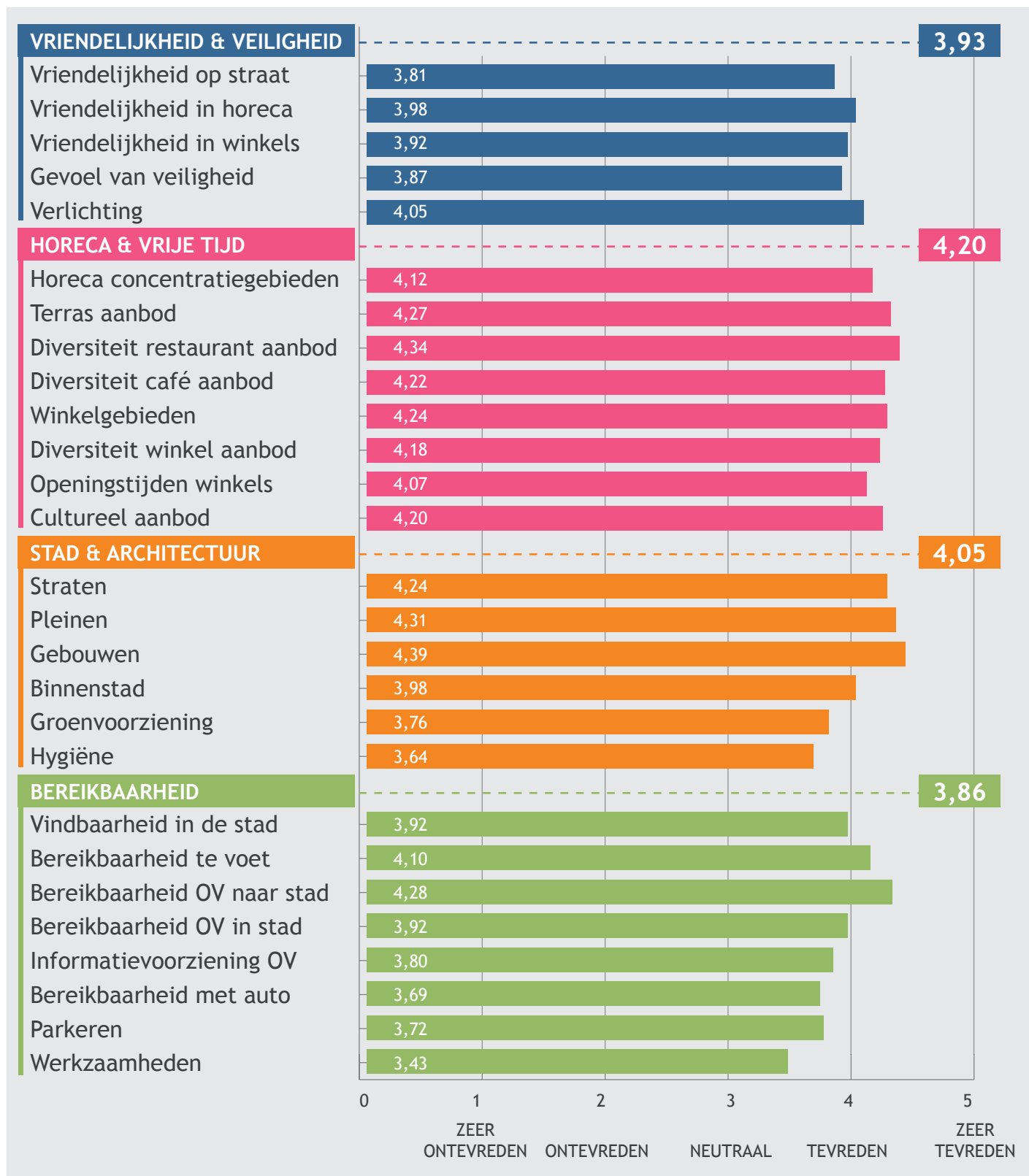
Score: 4,07





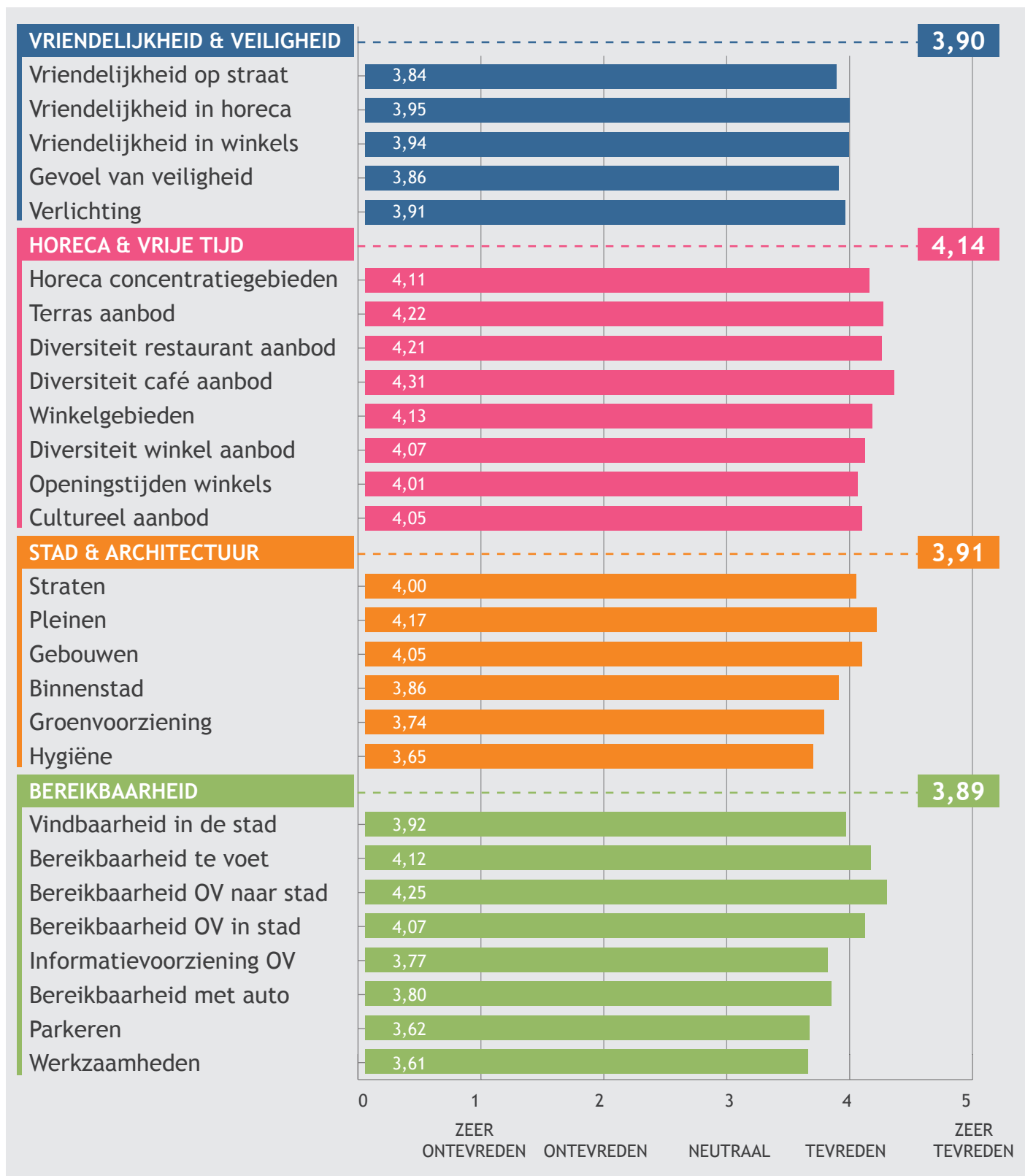
4^e Haarlem

Score: 4,02



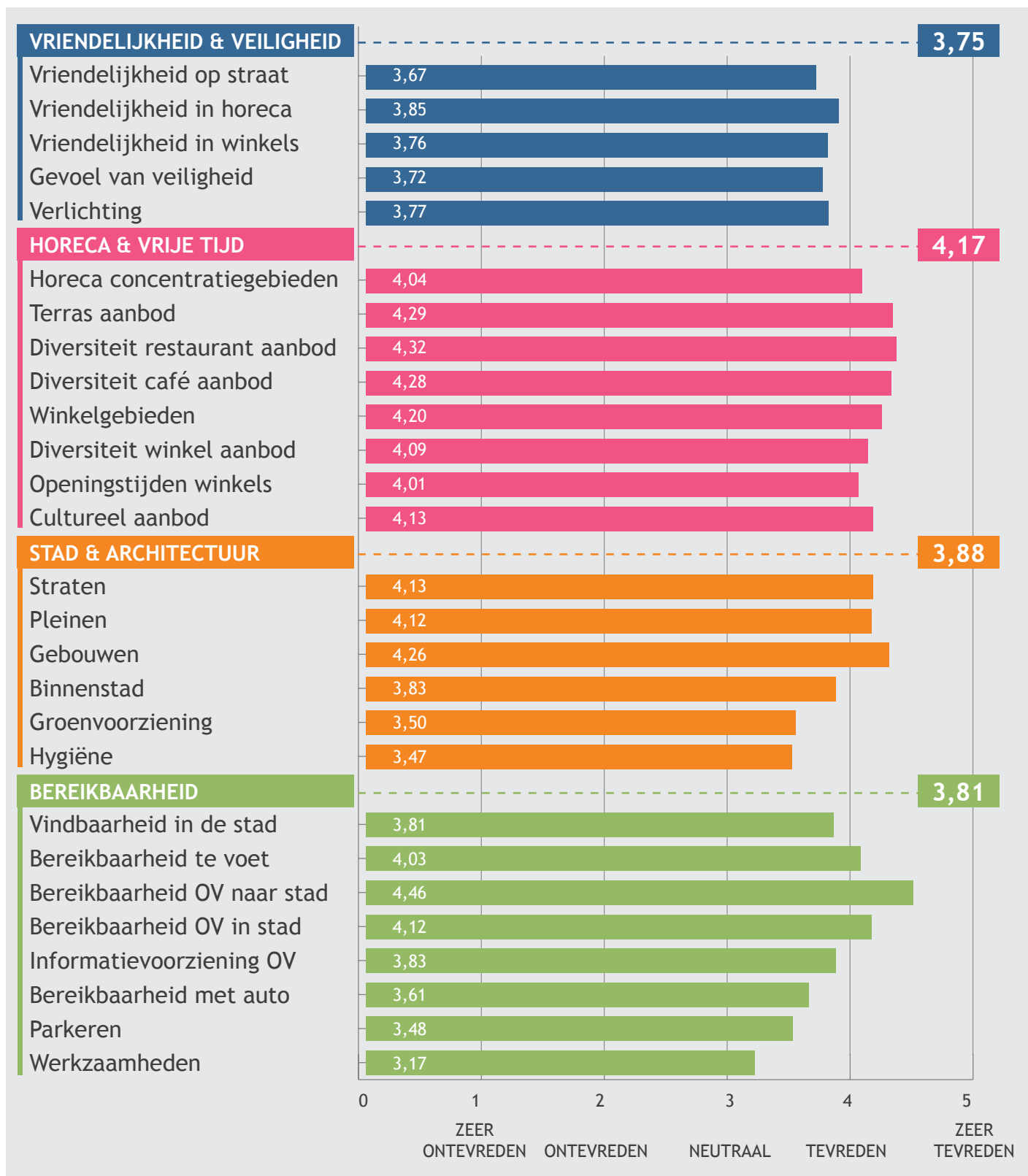
5^e Groningen

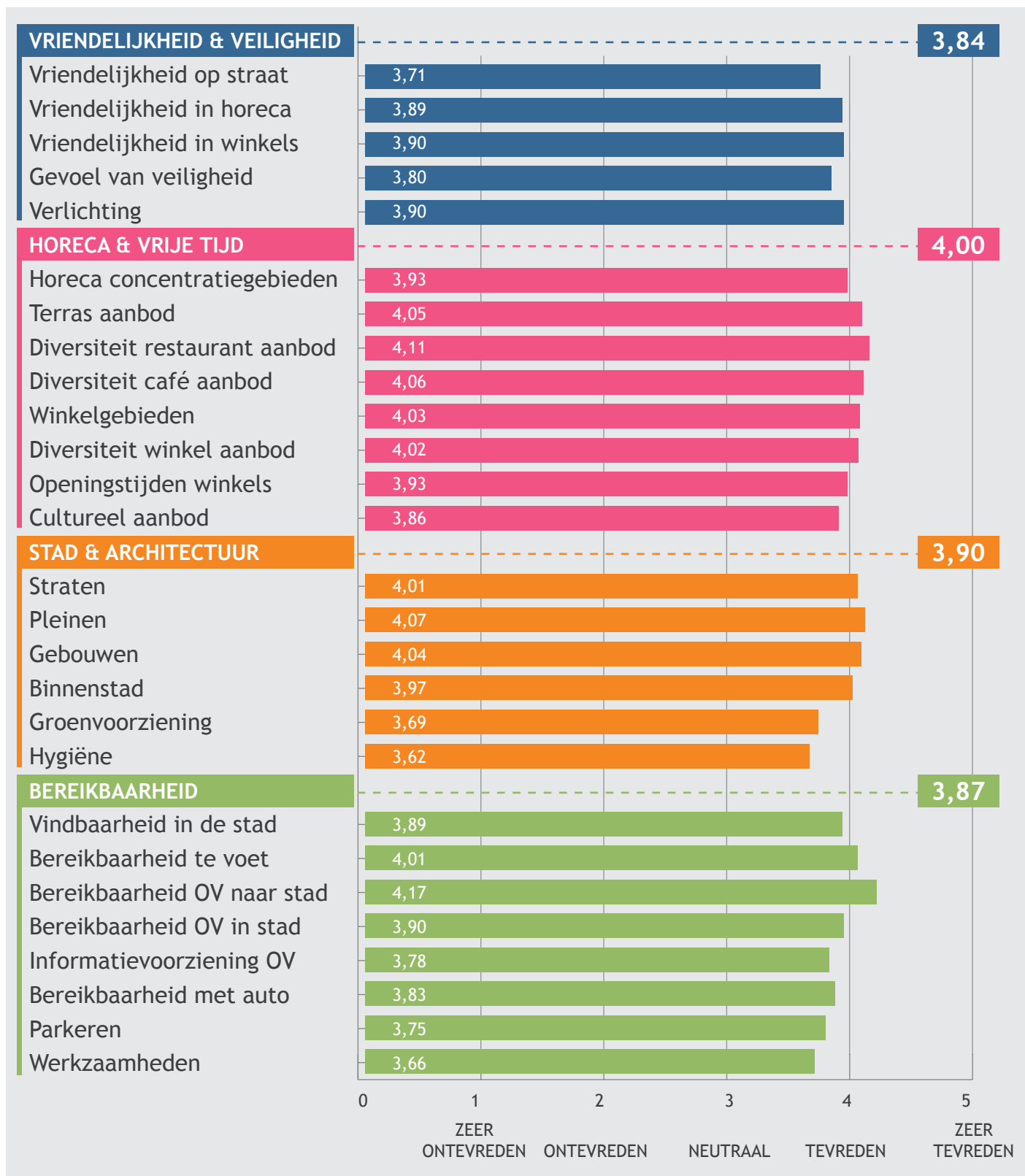
Score: 3,97



6^e Utrecht

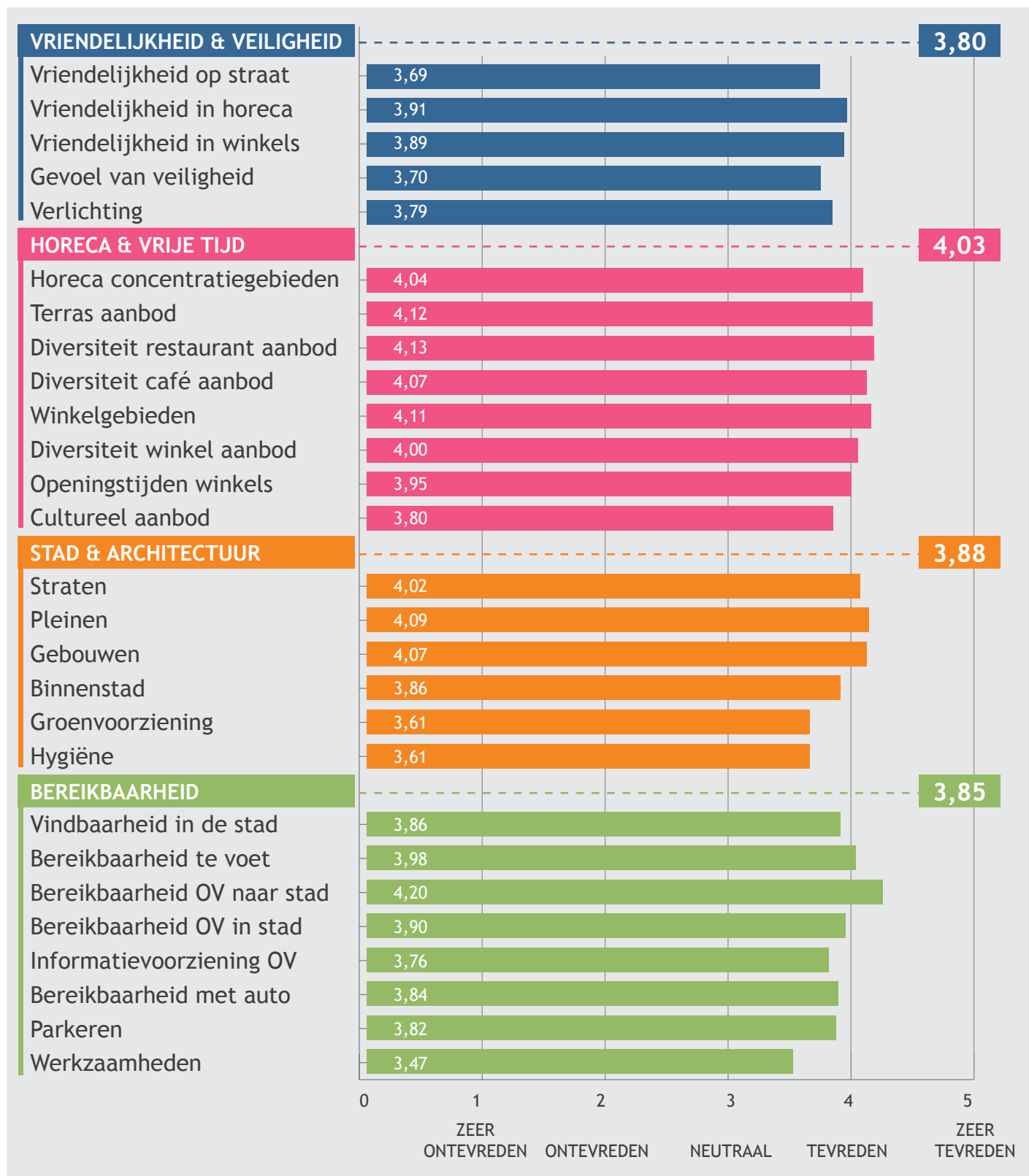
Score: 3,92

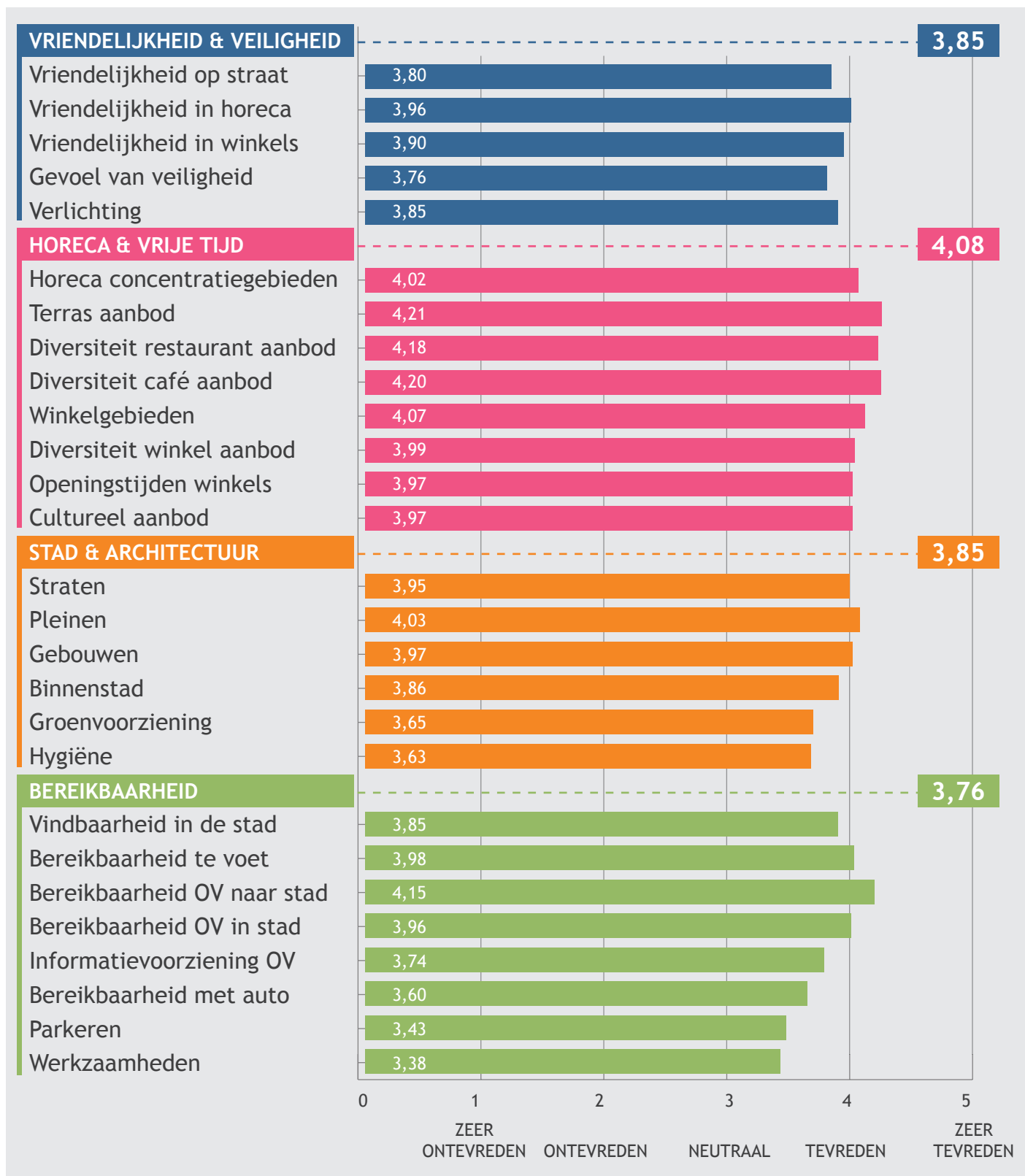




8^e Amersfoort

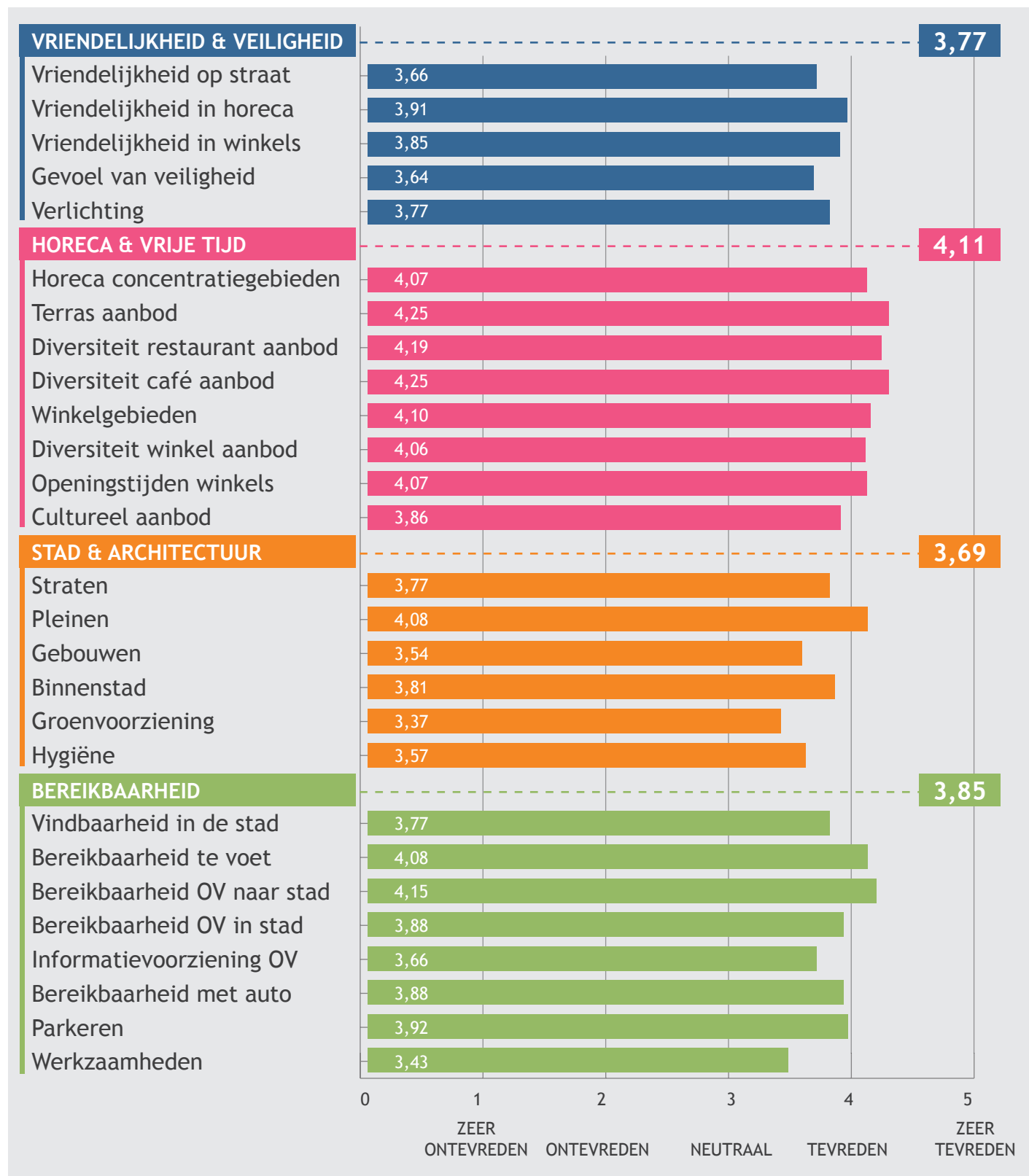
Score: 3,90





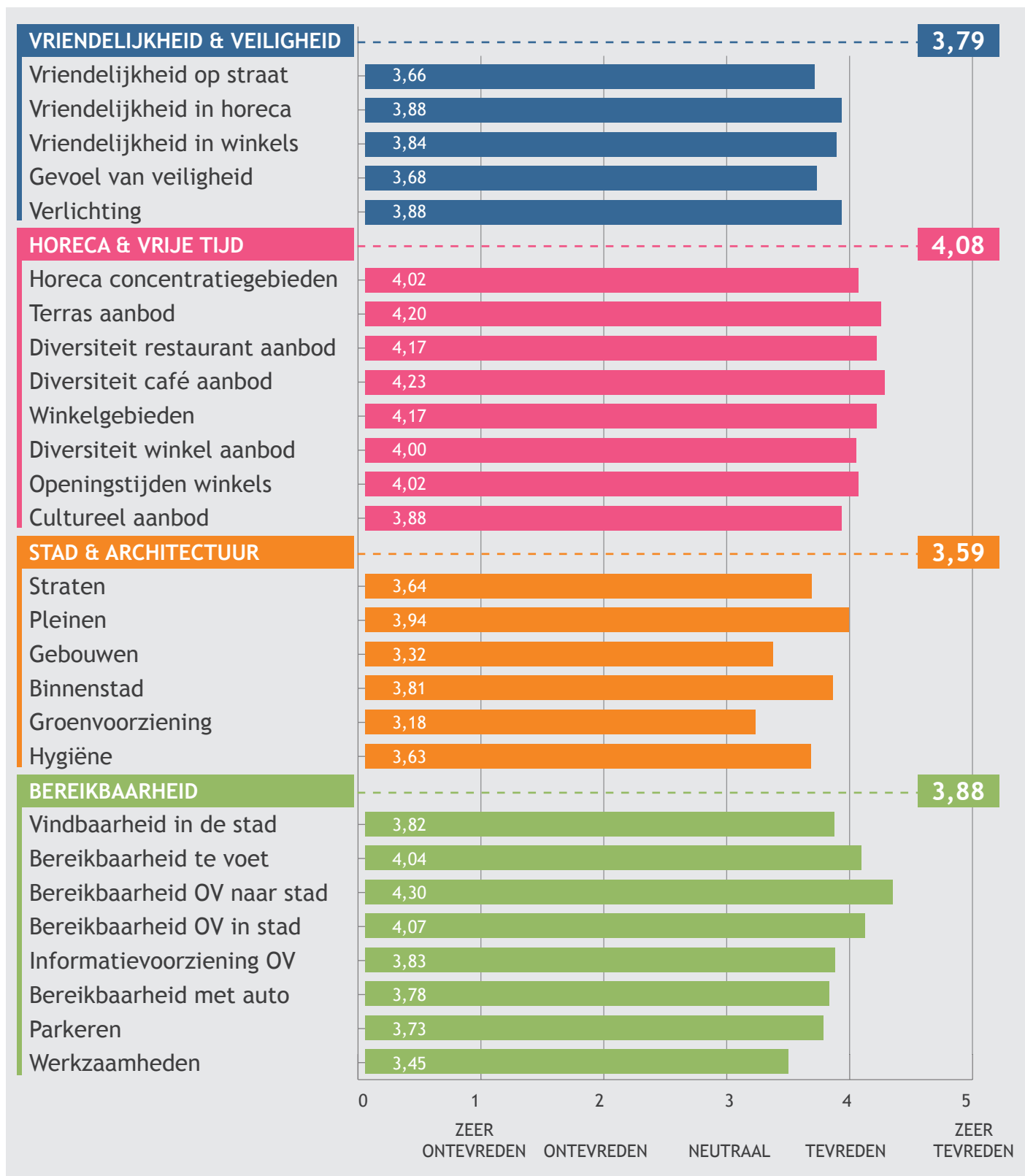
10^e Enschede

Score: 3,87



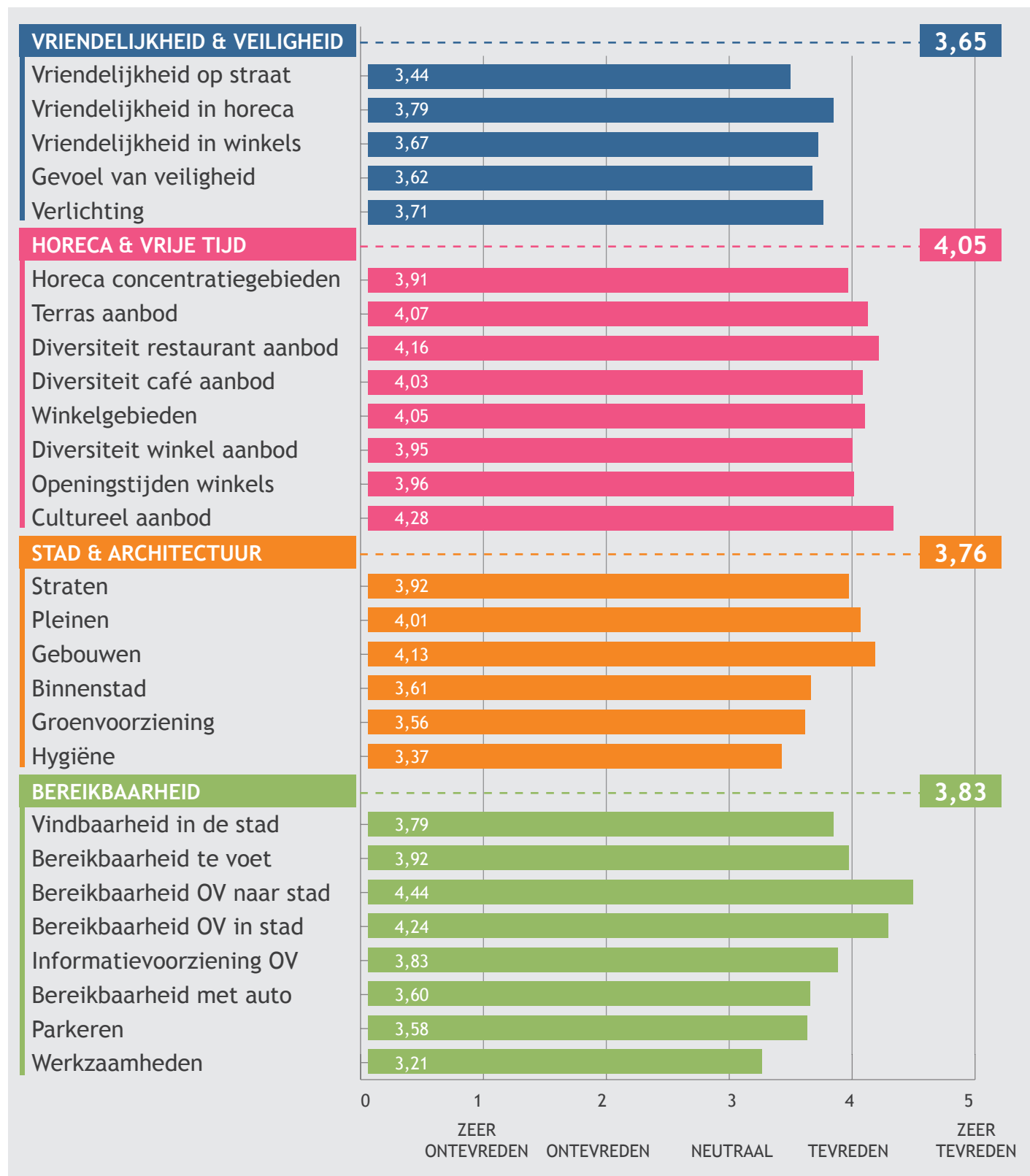
11^e Eindhoven

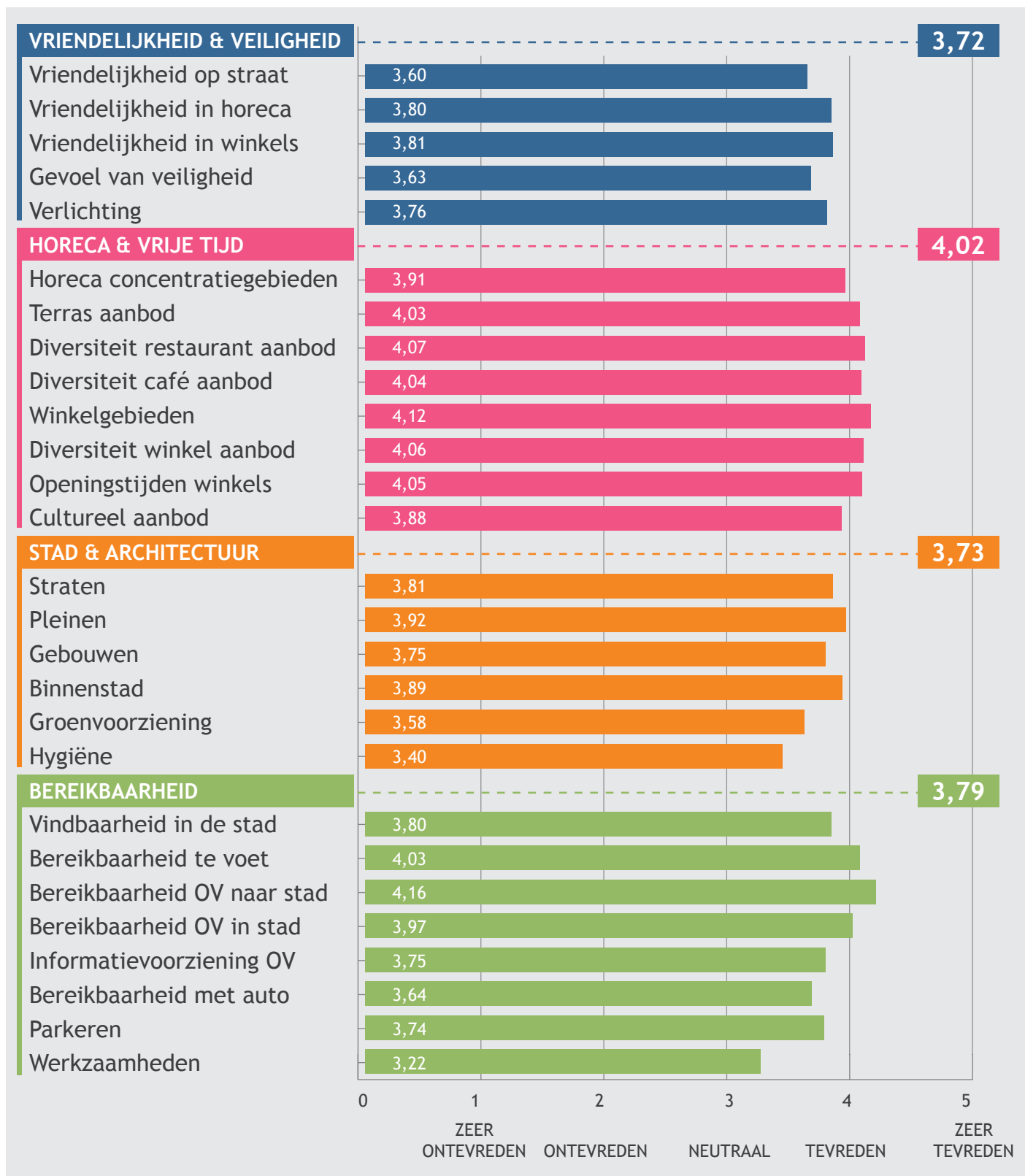
Score: 3,86



12^e Den Haag

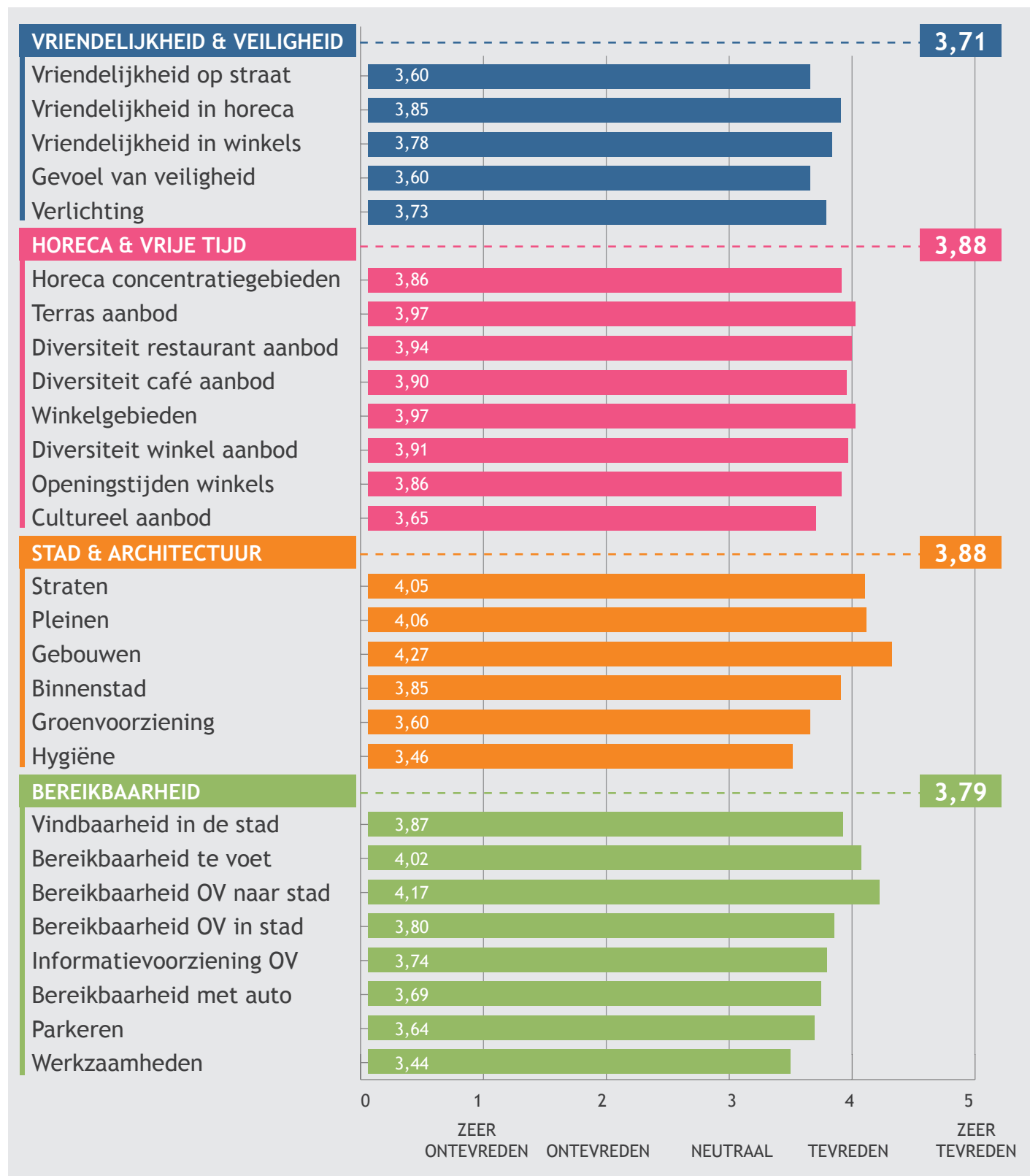
Score: 3,85





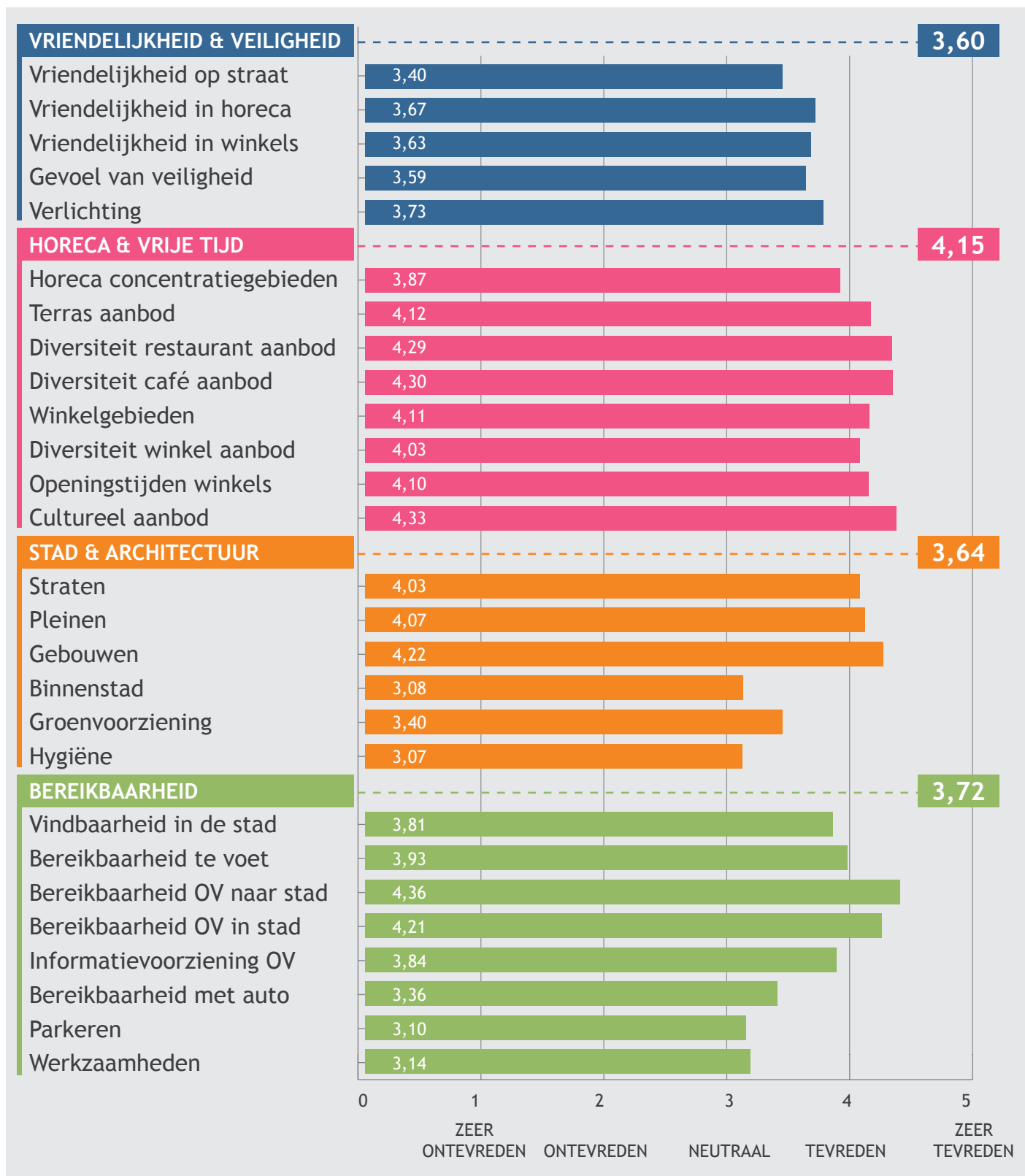
14^e Dordrecht

Score: 3,82



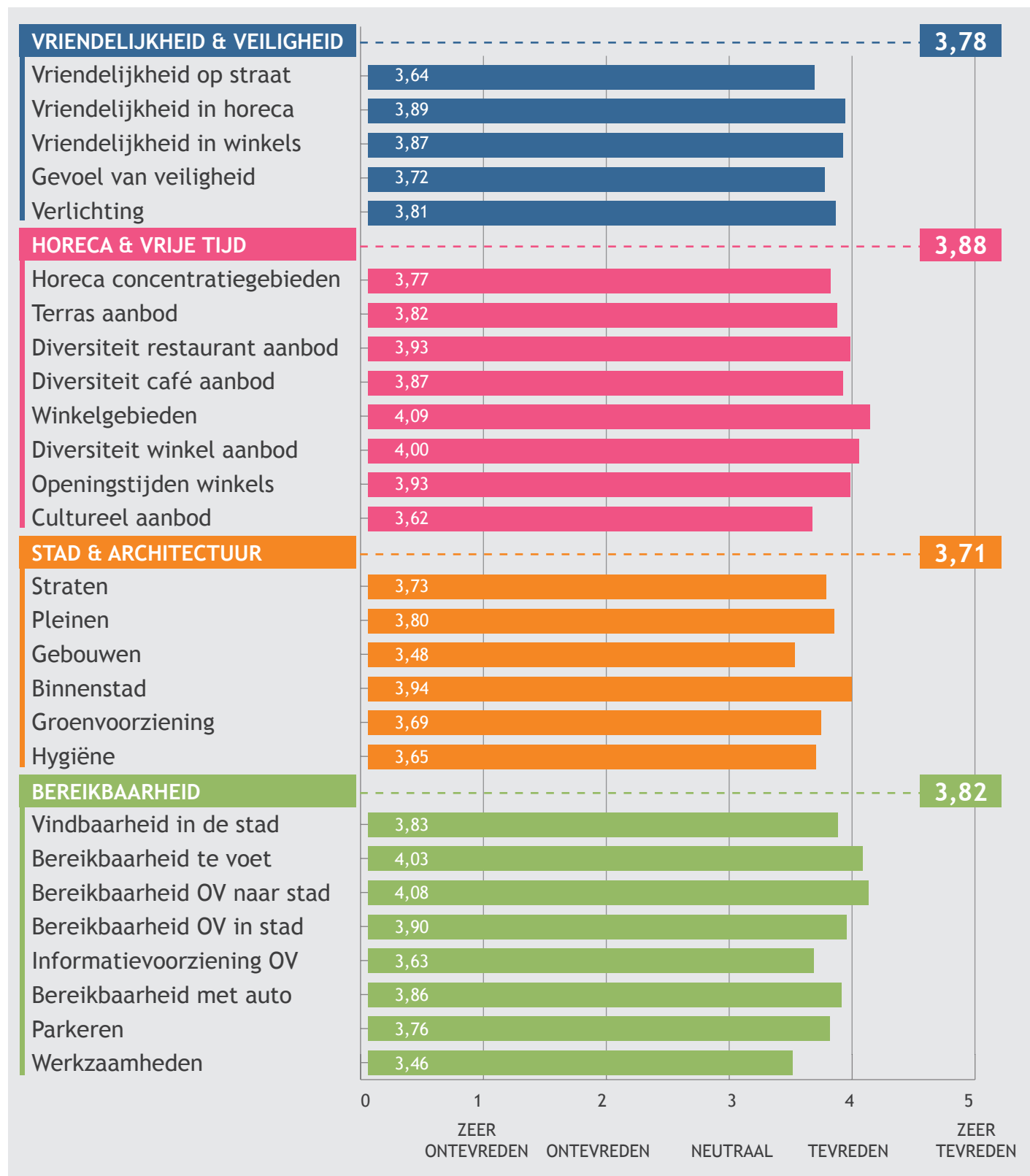
15^e Amsterdam

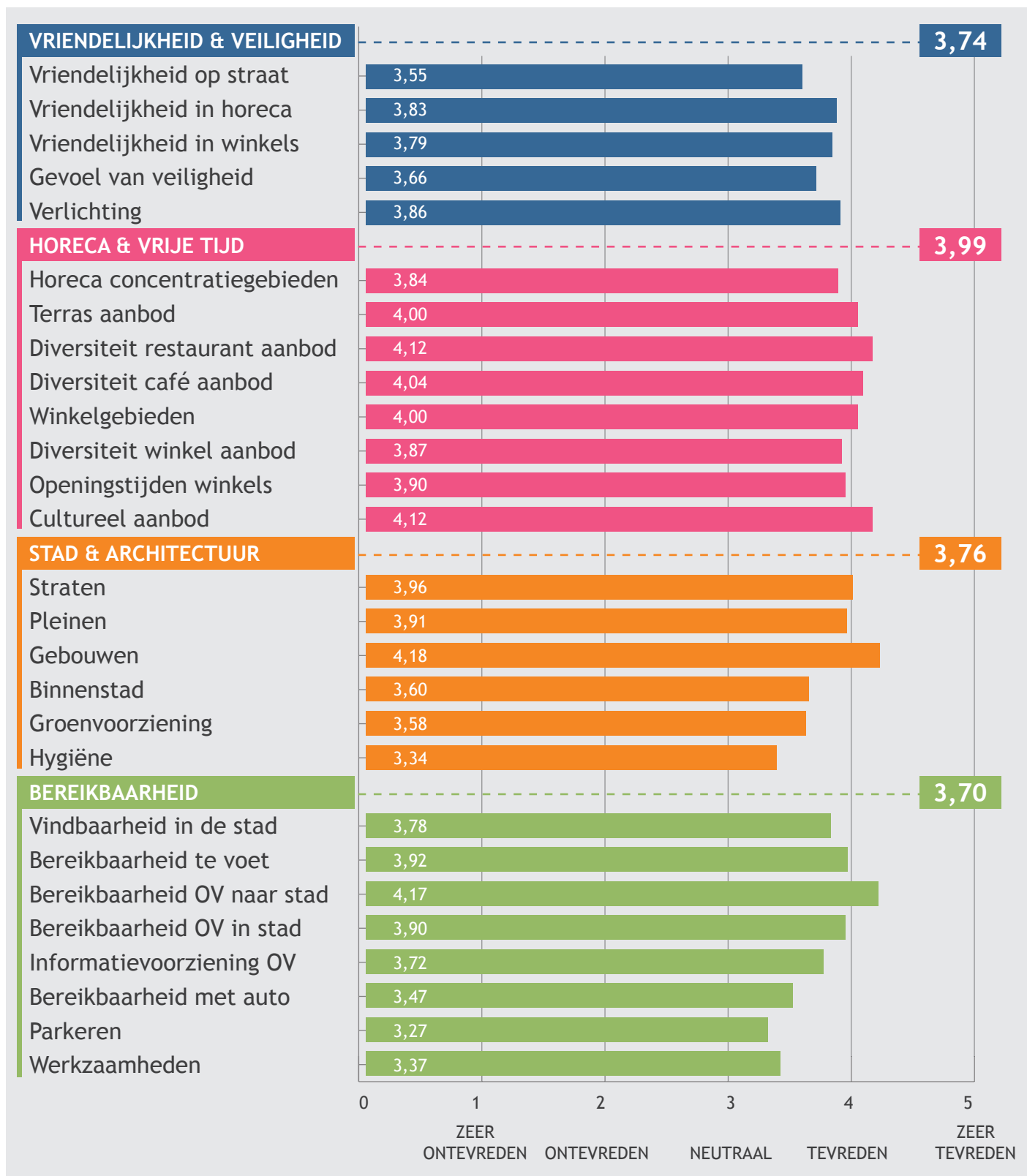
Score: 3,81



16^e Apeldoorn

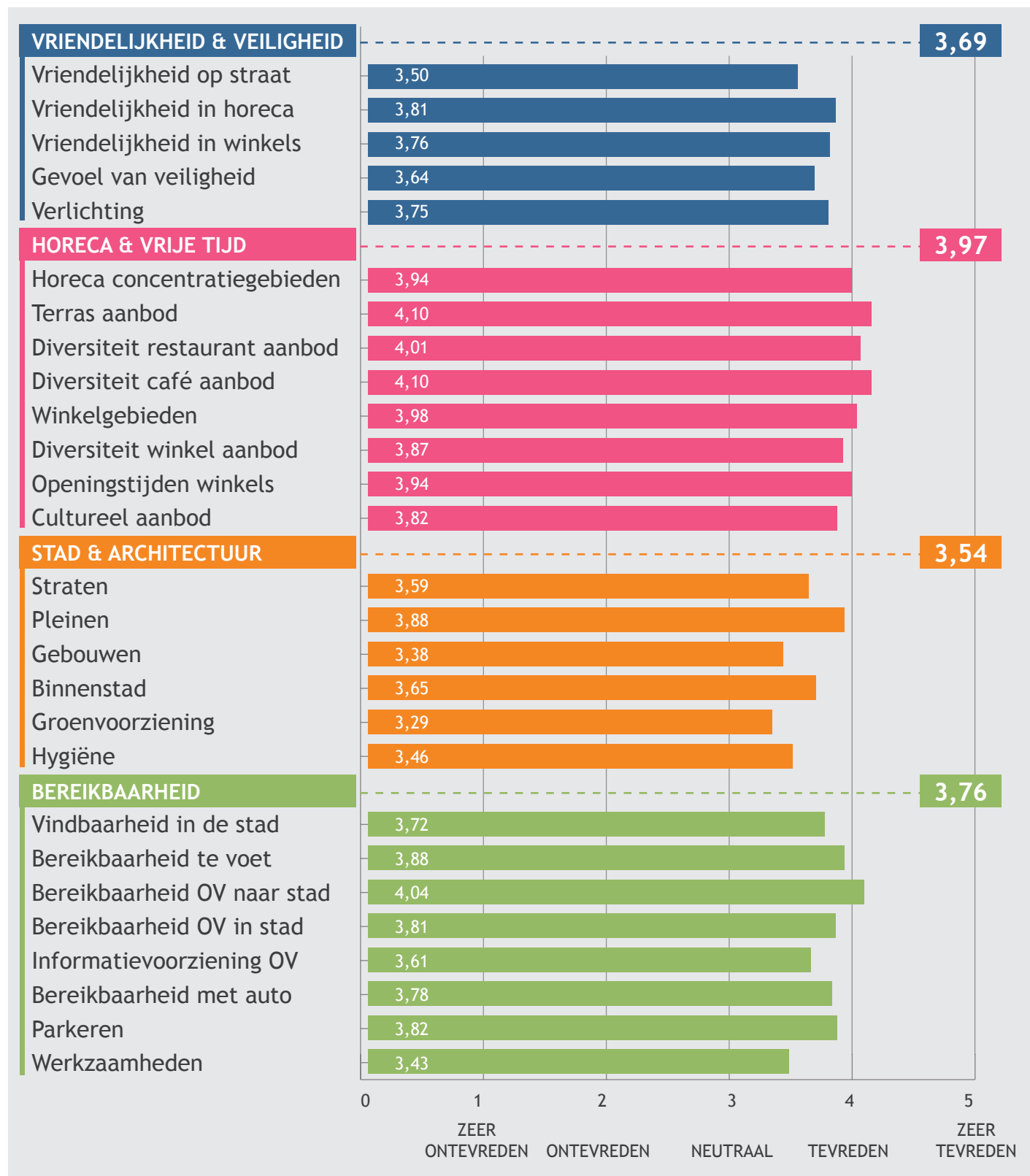
Score: 3,81

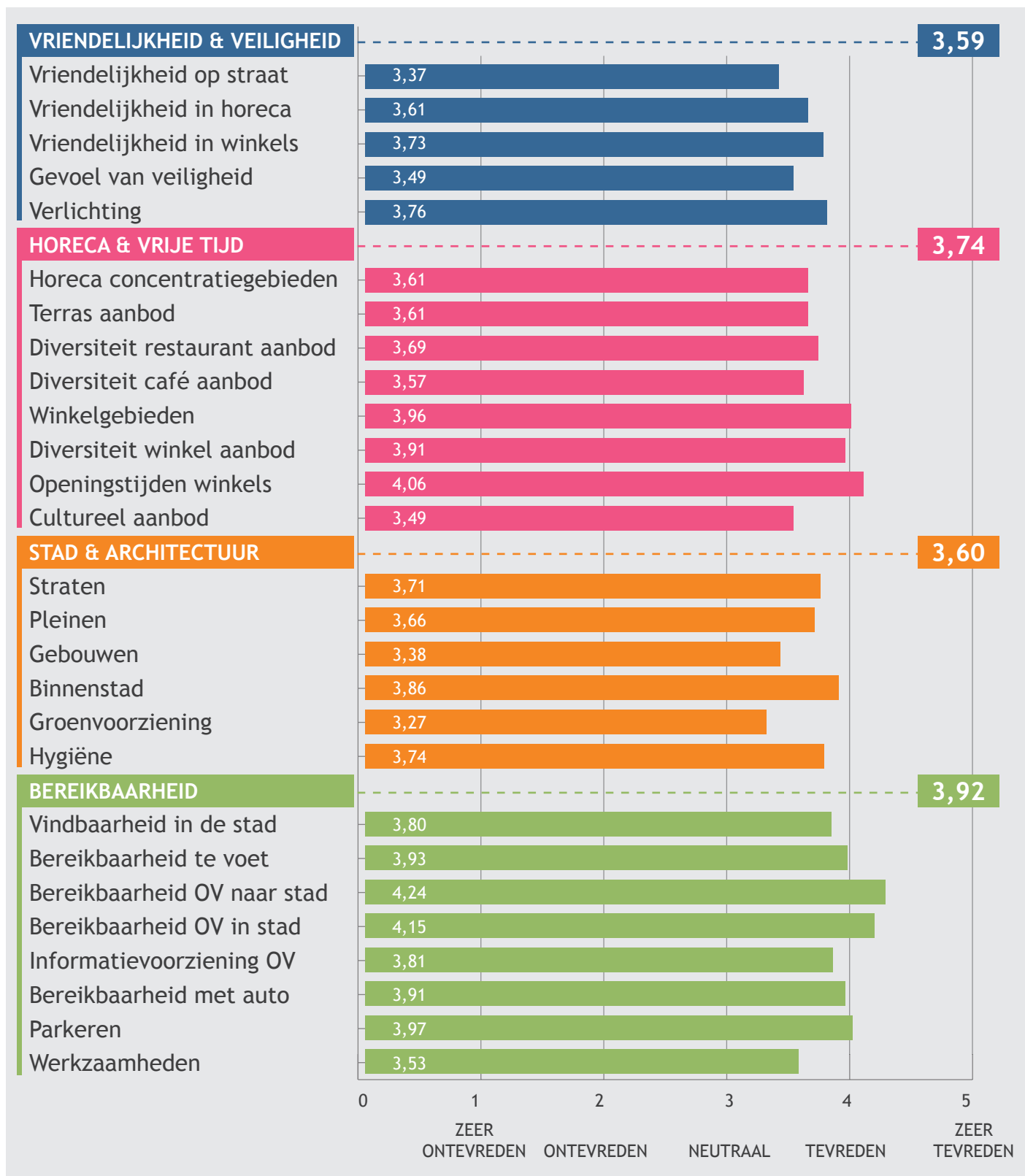




18^e Tilburg

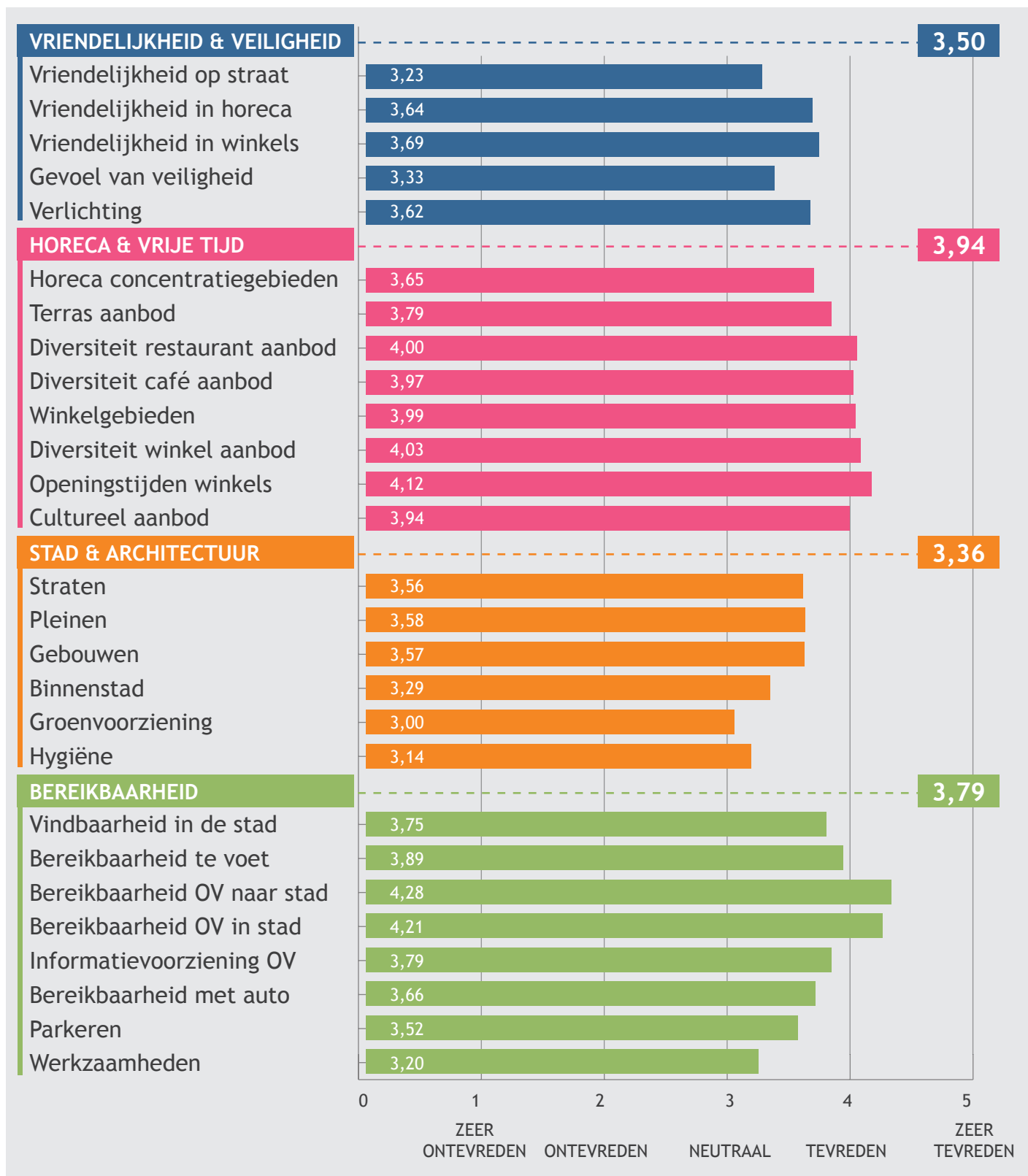
Score: 3,76





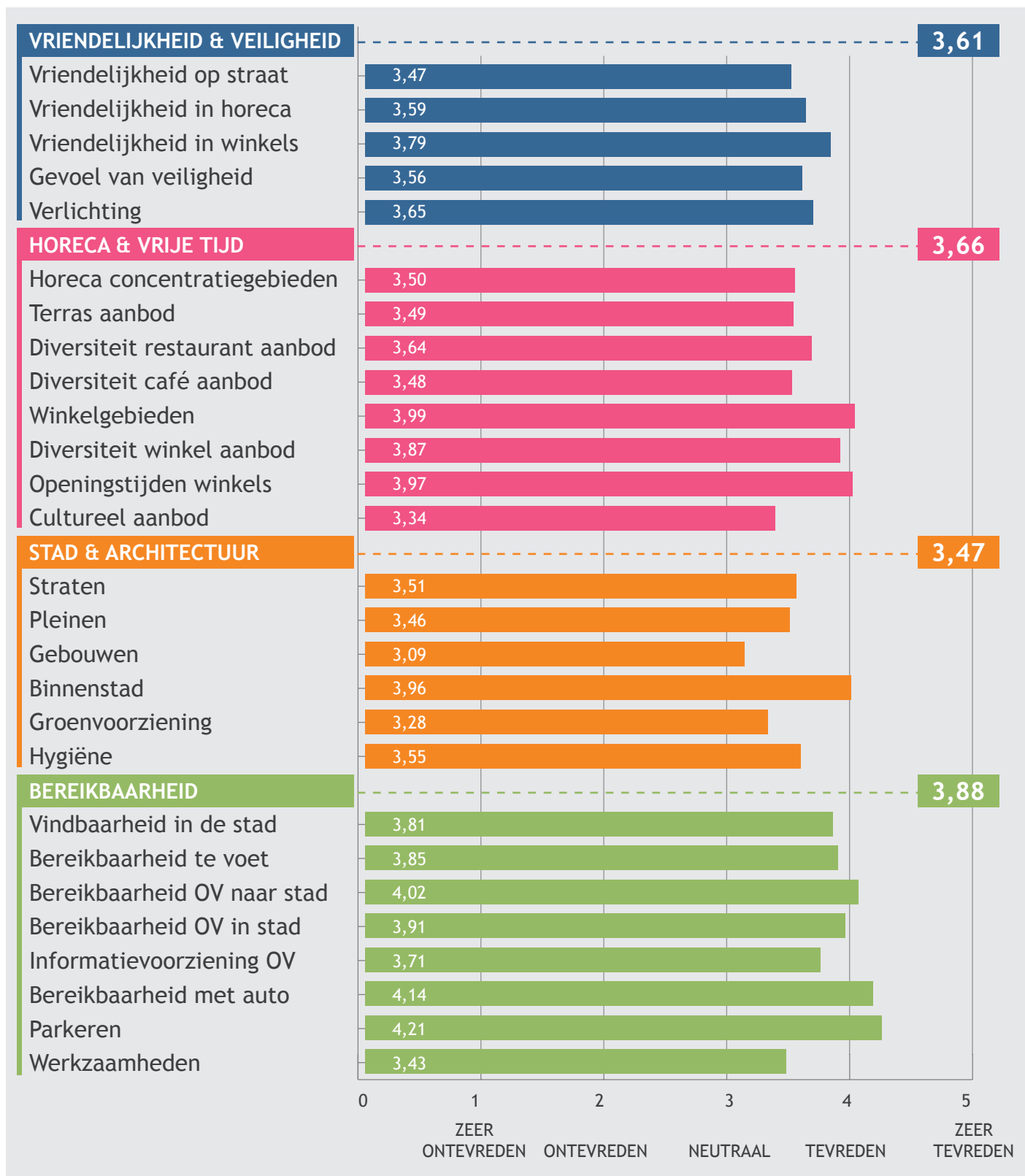
20^e Rotterdam

Score: 3,68



21^e Zoetermeer

Score: 3,68



Verantwoording

www.meestgastvrijestad.nl

FASE A. VOORBEREIDEND ONDERZOEK

Opzet: 15 diepte interviews & literatuurstudie*.

Doel: Bepaling factoren die gastvrijheidsbeleving en -beoordeling van bezoekers van steden beïnvloeden.

Resultaat: 69 aspecten vastgesteld.

FASE B. KWALITATIEVE INTERVIEWS

Opzet: 50 kwalitatieve interviews met open en gesloten vraagstelling*.

Doel: Eerste selectie van de belangrijkste aspecten.

Resultaat: Selectie van 32 uit 69 aspecten.

FASE C. CRITERIA-ENQUÊTE

Opzet: 50 enquêtes met gesloten vraagstelling over importantie 32 aspecten*.

Doel: Tweede selectie factoren en vaststellen wegingsfactor per aspect.

Resultaat: Definitieve 27 aspecten en vastgestelde wegingsfactoren.

FASE D. TEST-ENQUÊTE

Opzet: 50 enquêtes met gesloten vraagstelling over 27 aspecten ter beoordeling van de stad*.

Doel: Testen van de enquête op de eindgebruiker.

Resultaat: Definitieve vaststelling onderzoekenquête.

FASE E. ENQUÊTE

Opzet: Representatieve steekproef van 381 enquêtes per onderzochte stad.

Afname: Op winkel-, horeca- en centrumlocaties en op vaste tijdstippen op week- en weekenddagen.

Doel: Vaststellen beoordeling gastvrijheid van Nederlandse bezoeker van de 21 grootste steden.

Resultaat: In totaal 8.000 enquêtes.

Periode Elk jaar van eind april t/m eind augustus.

FASE F. VERWERKEN & ANALYSEREN VAN GEGEVENS

Opzet: Analyse van de onderzoeksgegevens.

Doel: Top 21 Meest Gastvrije Stad en beoordeling factoren per stad.

Resultaat: Zie rapportage Meest Gastvrije Stad verkrijgbaar via www.meestgastvrijestad.nl

***Bij fase A tot en met D zijn de interviews en enquêtes afgenomen bij een representatieve groep bezoekers van steden (verschillende leeftijdsgroepen en opleidingsniveaus).**

Deze verantwoording is opgesteld door Van Spronsen & Partners horeca - advies te Warmond. Voor vragen en of onduidelijkheden naar aanleiding van bovenstaande kunt u contact opnemen met Lennert Rietveld, te bereiken op kantoor via 071 541 88 67, per e-mail op Lennertrietveld@spronsen.com of kijk op www.spronsen.com.

Bekijk eerst de gepubliceerde meest gestelde vragen (FAQ) op www.meestgastvrijestad.nl.

Verklaring aspecten

www.meestgastvrijestad.nl

VRIENDELIJKHEID & VEILIGHEID

Vriendelijkheid op straat	Hoe waardeert de bezoeker de vriendelijkheid van mensen op straat?
Vriendelijkheid in horeca	Hoe waardeert de bezoeker de vriendelijkheid van horecamedewerkers?
Vriendelijkheid in winkels	Hoe waardeert de bezoeker de vriendelijkheid van winkelpersoneel?
Gevoel van veiligheid	Hoe waardeert de bezoeker het algemeen gevoel van veiligheid tijdens het bezoek aan de stad?
Verlichting	Hoe waardeert de bezoeker de verlichting in de stad (straten, pleinen, openbare ruimtes) in relatie tot het veiligheidsgevoel?

HORECA & VRIJE TIJD

Horeca concentratiegebieden	Hoe waardeert de bezoeker het aanbod, de grootte en de uitstraling van horeca concentratiegebieden?
Terras aanbod	Hoe waardeert de bezoeker het aanbod van terrassen?
Diversiteit restaurant aanbod	Hoe waardeert de bezoeker de diversiteit aan restaurants?
Diversiteit café aanbod	Hoe waardeert de bezoeker de diversiteit aan cafés?
Winkelgebieden	Hoe waardeert de bezoeker het aanbod, de grootte en de uitstraling van winkelgebieden?
Diversiteit winkel aanbod	Hoe waardeert de bezoeker de diversiteit aan winkels?
Openingstijden winkels	Hoe waardeert de bezoeker de openingstijden van winkels?
Cultureel aanbod	Hoe waardeert de bezoeker het aanbod van musea, theaters en bioscopen binnen de stad?

STAD & ARCHITECTUUR

Straten	Hoe waardeert de bezoeker de inrichting, de sfeer en de uitstraling van de straten?
Pleinen	Hoe waardeert de bezoeker de sfeer en uitstraling van de pleinen?
Gebouwen	Hoe waardeert de bezoeker het type bouw, de sfeer en de uitstraling van de gebouwen?
Binnenstad	Hoe waardeert de bezoeker de (autovrije) binnenstad op het gebied van inrichting, sfeer en uitstraling?
Groenvoorziening	Hoe waardeert de bezoeker de groenvoorzieningen (parken, aanwezigheid van groen) in de stad?
Hygiëne	Hoe waardeert de bezoeker de hygiëne van de stad (bijvoorbeeld properheid, stank, (zwerf)afval, prullenbakken en hondenpoep) in straten en openbare ruimtes?

BEREIKBAARHEID & INFORMATIE

Vindbaarheid in de stad	Hoe waardeert de bezoeker de vindbaarheid in de stad door middel van de loopstromen, beschikbare plattegronden en wegwijzers?
Bereikbaarheid te voet	Hoe waardeert de bezoeker de bereikbaarheid te voet van bestemmingen binnen de stad?
Bereikbaarheid OV	Hoe waardeert de bezoeker de bereikbaarheid van de stad met het openbaar vervoer?
Bereikbaarheid OV naar stad	Hoe waardeert de bezoeker de bereikbaarheid van bestemmingen in de stad met het openbaar vervoer?
Informatievoorziening OV	Hoe waardeert de bezoeker de informatievoorziening binnen het openbaar vervoer?
Bereikbaarheid met auto	Hoe waardeert de bezoeker de bereikbaarheid van de stad met de auto?
Parkeren	Hoe waardeert de bezoeker de parkeervoorzieningen van de stad?
Werkzaamheden	Hoe waardeert de bezoeker de aanwezige werkzaamheden op het gebied van overlast en de effecten op bereikbaarheid en openstelling?

VAN SPRONSEN & PARTNERS



horeca - advies

Haalbaarheidsonderzoeken – Grip & Groei Rendementsverbetering - Marketing communicatieplan – Conceptontwikkeling – Toekomstvisie - Gastvrijheidstrainingen - Mystery guest

Toekomstvisie en horecabeleid voor gemeenten, horeca- en vrijetijdsmarkt

Voor gemeenten, verenigingen en ondernemers stellen wij toekomstvisies op inzake de horeca- en vrijetijdsmarkt. Daarnaast werken wij voor diverse steden het horecabeleid uit op het gebied van vergunningen, openingstijden, terrasbeleid, procedures en kwaliteitseisen.



Onderzoeken

Jaarlijks publiceren wij het onderzoek ‘Meest Gastvrije Stad van Nederland’ en het ‘Terrasonderzoek’.

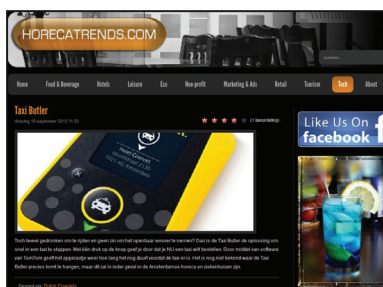
Op www.meestgastvrijestad.nl staat inspiratie voor steden en meer informatie over het onderzoek.



Brancheboekjes

Op de website www.spronsen.com zijn er diverse brancheboekjes beschikbaar over de horeca- en vrijetijdsmarkt. Met deze brancheprofielen gaan we in op ontwikkelingen in nichemarkten zoals:

Cafés - Sterrenrestaurants - Bed & Breakfast's - Horeca in winkelcentra - De Hotelsector - Het Bowlingcentrum - Het Wellnesscentrum - De Discotheek - Het Strandpaviljoen - Het Pannenkoekenrestaurant - De IJssalon - De Koffie- en theebar.



Creatief & inspirerend

Op horecatrends.com plaatsen we inspirerende en opvallende (inter)nationale trends & ontwikkelingen voor de horecabranche. Dagelijks staan er nieuwe praktische toepassingen en voorbeelden van deze trends online.

Bekijk www.horecatrends.com.



Trendpresentaties

Regelmatig verzorgen we trend- en inspiratiesessies over de (inter)nationale ontwikkelingen binnen de horeca, marketing, leisure, retail en de belevingseconomie. We hebben ervaring met het geven van presentaties voor verschillende groepen, van studenten tot op bestuurlijk niveau. Meer weten?

Mail armandsol@spronsen.com.