



Omwonenden van Rotterdamse markten

Onderzoeksrapport

Onderzoek en Business Intelligence



Gemeente Rotterdam

Colofon

Gemeente Rotterdam, afdeling Onderzoek en Business Intelligence (OBI)

Datum: 17 september 2019

Auteur(s): Martijn Epskamp

Vragen: onderzoek@rotterdam.nl

Inhoud

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Inleiding | 5 |
| 1.1 | Doel van het onderzoek | 5 |
| 1.2 | Onderzoeksmethode | 5 |
| 2 | Bezoekfrequentie en -redenen | 7 |
| 2.1 | Bezoekfrequentie | 7 |
| 2.2 | Bezoekredenen | 8 |
| 2.3 | Redenen om de markt niet te bezoeken | 9 |
| 3 | Ervaren overlast | 11 |
| 3.1 | Overlastfrequentie | 11 |
| 3.2 | Soorten overlast | 12 |
| 4 | Betekenis van de markt | 13 |
| 4.1 | Betekenis van de markt | 13 |
| 4.2 | Bereidheid zelf iets op de markt te doen | 15 |
| 4.3 | Behoeftte aan informatie | 15 |



1 Inleiding

1.1 Doel van het onderzoek

Op tien locaties in Rotterdam worden warenmarkten gehouden. Het cluster Stadsbeheer is een onderzoek gestart onder marktkooplieden, bezoekers en omwonenden van de markten om de waardering van de markten, knelpunten en verbetermogelijkheden in beeld te brengen. Op basis van de inzichten uit het onderzoek wil Stadsbeheer de markten waar nodig van een impuls voorzien. Stadsbeheer heeft de afdeling Onderzoek en Business Intelligence (OBI) gevraagd het onderzoek onder de omwonenden van de markten uit te voeren.

Het onderzoek betreft tien markten:

- Afrikaanderplein (Zuid)
- Asterlo (Zuidwijk)
- Binnenrotte (Centrum)
- Eendrachtsplein (Centrum)
- Herenwaard (IJsselmonde)
- Hesseplaats (Ommoord)
- Middenbaan-Noord (Hoogvliet)
- Peppelweg (Schiebroek)
- Samuel Esmeijerplein (Alexanderpolder)
- Visserijplein (West)

Het onderzoek dient inzicht te geven in hoe de omwonenden van de tien markten de markt in hun buurt beleven. Voor het onderzoek zijn drie onderzoeksvragen geformuleerd:

- In welke mate bezoeken omwonenden de markt en waarom doen zij dat (niet)?
- Wat is de betekenis van de markt voor omwonenden? Bijvoorbeeld: heeft de markt voor hen een sociale functie?
- In hoeverre ervaren de omwonenden overlast van de markt?

1.2 Onderzoeksmethode

Om antwoord te geven op de onderzoeksvragen is eind juni 2019 een korte vragenlijst (twee kantjes A4) uitgezet onder de omwonenden van de markten. Alle bewoonde adressen binnen een straal van 300 meter van een markt hebben een brief ontvangen met daarin een uitnodiging de vragenlijst op internet in te vullen. Enkele weken later is de brief gevolgd door een herinneringsbrief (rappel) met bijgevoegd een papieren vragenlijst en retourenvelop, zodat bewoners konden kiezen om de vragenlijst digitaal of op papier in te vullen.

Zoals vermeld in de brieven aan de omwonenden, kon per adres maximaal één persoon de vragenlijst invullen. Het onderzoek is daarmee feitelijk een onderzoek onder huishoudens in plaats van individuele omwonenden. Van 95 adressen waarvan meer ingevulde vragenlijsten zijn ontvangen, is per adres één vragenlijst (de meest compleet ingevulde) meegenomen in de onderzoeksresultaten. Daarnaast zijn 160 vragenlijsten buiten beschouwing gelaten waarop veel antwoorden ontbreken.

Het onderzoek onderscheidt **direct omwonenden** en **niet direct omwonenden** van markten. Direct omwonenden zijn bewoners van adressen binnen 100 meter van een markt. Niet direct omwonenden zijn bewoners die tussen 100 en 300 meter van een markt wonen.

In tabel 1.1 op de volgende bladzijde is per markt het aantal bewoonde adressen en de respons op de vragenlijst weergegeven, uitgesplitst naar direct en niet direct omwonenden. De tabel laat zien dat de markten op het Afrikaanderplein, de Binnenrotte en het Visserijplein verreweg de meeste omwonenden hebben (elk ruim 4.000). De markten op het Afrikaanderplein, de Binnenrotte en de Peppelweg hebben relatief veel direct omwonenden (elk ca. 30%) in verhouding tot het aantal niet-direct omwonenden. De markt op de Middenbaan-Noord heeft de minste omwonenden en relatief weinig direct omwonenden.

Tabel 1.1 Respons op de vragenlijst, naar markt

| Markt | Aantal adressen | waarvan % | Respons totaal | Respons % | Respons % | Respons % |
|----------------------|-----------------|-------------------|----------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| | | direct omwonenden | | | onder direct omwonenden | onder niet direct omwonenden |
| Afrikaanderplein | 4.038 | 30% | 696 | 17% | 20% | 16% |
| Asterlo | 2.197 | 19% | 475 | 22% | 20% | 22% |
| Binnenrotte | 4.372 | 29% | 1.290 | 30% | 34% | 27% |
| Eendrachtsplein | 1.945 | 15% | 281 | 14% | 15% | 14% |
| Herenwaard | 2.254 | 19% | 716 | 32% | 37% | 31% |
| Hesseplaats | 1.874 | 24% | 700 | 37% | 47% | 34% |
| Middenbaan-Noord | 1.051 | 10% | 344 | 33% | 28% | 33% |
| Peppelweg | 2.276 | 31% | 797 | 35% | 26% | 39% |
| Samuel Esmeijerplein | 2.173 | 26% | 891 | 41% | 51% | 38% |
| Visserijplein | 4.011 | 20% | 795 | 20% | 19% | 20% |
| Totaal | 26.191 | 24% | 6.985 | 27% | 29% | 26% |

De totale respons op de vragenlijst bedraagt 6.985, oftewel 27% van alle 26.191 adressen van omwonenden. De respons is relatief wat hoger onder direct omwonenden dan onder niet direct omwonenden (29% versus 26%). Voor de markten op de Hesseplaats en het Samuel Esmeijerplein zijn de responspercentages het hoogst, voor de markten op het Afrikaanderplein en het Eendrachtsplein zijn de responspercentages het laagst.

In de tabellen 1.2 en 1.3 is de respons uitgesplit naar geslacht en leeftijd. Ruim drie op de vijf respondenten is vrouw. De meeste respondenten zijn 45 tot 64 jaar oud (32%) of ouder dan 64 jaar (44%).

Tabel 1.2 Respons op de vragenlijst, naar geslacht

| Geslacht | Respons |
|---------------|--------------|
| Mannen | 38% |
| Vrouwen | 62% |
| Totaal | 100% |
| N | 6.917 |

Tabel 1.3 Respons op de vragenlijst, naar leeftijdsgroep

| Leeftijdsgroep | Respons |
|------------------|--------------|
| 18 tot 30 jaar | 7% |
| 30 tot 44 jaar | 18% |
| 45 tot 64 jaar | 32% |
| 65 jaar of ouder | 44% |
| Totaal | 100% |
| N | 6.936 |

2 Bezoekfrequentie en -redenen

2.1 Bezoekfrequentie

De meeste omwonenden¹ van de tien Rotterdamse markten brengen wel eens een bezoek aan de nabijgelegen markt (zie tabel 2.1). Drie op de vijf omwonenden (60%) bezoekt de markt (bijna) elke week. De markten op het Afrikaanderplein en het Samuel Esmeijerplein hebben de grootste aandelen wekelijkse bezoekers onder omwonenden. De markt op het Eendrachtsplein (een biologische markt) valt op door het relatief kleine aantal bezoekers

onder omwonenden. De markt op de Herenwaard wordt ook minder door omwonenden bezocht dan de andere markten.

De direct omwonenden van de tien markten bezoeken de markt in hun buurt vaker dan de niet direct omwonenden (zie tabel 2.2).

Tabel 2.1 Hoe vaak bezoekt u de markt? (Naar markt)

| Markt | (Bijna) elke week | >= 10 keer per jaar | < 10 keer per jaar | (Bijna) nooit | Totaal | N |
|----------------------|-------------------|---------------------|--------------------|---------------|-------------|--------------|
| Afrikaanderplein | 74% | 11% | 7% | 9% | 100% | 689 |
| Asterlo | 57% | 19% | 7% | 17% | 100% | 471 |
| Binnenrotte | 59% | 19% | 9% | 14% | 100% | 1.288 |
| Eendrachtsplein | 15% | 9% | 14% | 62% | 100% | 280 |
| Herenwaard | 45% | 13% | 11% | 31% | 100% | 705 |
| Hesseplaats | 65% | 13% | 7% | 15% | 100% | 693 |
| Middenbaan-Noord | 55% | 18% | 9% | 19% | 100% | 343 |
| Peppelweg | 60% | 19% | 9% | 12% | 100% | 795 |
| Samuel Esmeijerplein | 70% | 13% | 6% | 12% | 100% | 883 |
| Visserijplein | 64% | 14% | 9% | 13% | 100% | 783 |
| Totaal | 60% | 15% | 8% | 17% | 100% | 6.930 |

Tabel 2.2 Hoe vaak bezoekt u de markt? (Naar deelgroep van omwonenden)

| Deelgroep | (Bijna) elke week | >= 10 keer per jaar | < 10 keer per jaar | (Bijna) nooit | Totaal | N |
|------------------------|-------------------|---------------------|--------------------|---------------|--------|-------|
| Direct omwonenden | 64% | 13% | 8% | 15% | 100% | 1.806 |
| Niet direct omwonenden | 58% | 16% | 9% | 18% | 100% | 5.124 |

¹ In dit rapport wordt telkens gesproken over omwonenden. Zoals uitgelegd in hoofdstuk 1, hebben de onderzoeksresultaten feitelijk betrekking op huishoudens van omwonenden.

2.2 Bezoekredenen

Tabel 2.3 laat zien waarom omwonenden van de tien markten de nabijgelegen markt bezoeken. De percentages hebben alleen betrekking op de omwonenden die de markt wel eens bezoeken, niet op omwonenden die dit (bijna) nooit doen. De percentages tellen op tot meer dan 100% omdat omwonenden meer dan één reden kunnen hebben om de markt te bezoeken.

“Omdat boodschappen er goedkoop zijn” en “om te kijken wat er te koop is” zijn de meest genoemde redenen om de markt te bezoeken. Ook bezoeken veel omwonenden de markt voor de gezelligheid, of om er snel of juist op hun gemak boodschappen te doen. Bij de categorie “andere reden” gaat het onder andere om omwonenden die de markt bezoeken voor een bepaald product of specifiek voor verse producten.

Direct omwonenden noemen vaker dan niet direct omwonenden “om er snel boodschappen te doen” als bezoekredenen (32% versus 24%). De andere bezoekredenen worden door direct en niet direct omwonenden ongeveer even vaak genoemd.

Omwonenden die de markt in hun buurt (bijna) wekelijks bezoeken, noemen “om er op mijn gemak boodschappen te doen”, “voor de gezelligheid” en “om een praatje te maken met mensen op de markt” wat vaker als bezoekredenen dan omwonenden die de markt minder vaak bezoeken. Dit suggereert dat de frequente bezoekers wat vaker de markt bezoeken voor het sociale aspect ervan.

Tabel 2.3 Waarom bezoekt u de markt? (Meer antwoorden mogelijk; alleen gevraagd aan bezoekers)

| Reden | Direct omwonenden | Niet direct omwonenden | Totaal |
|--|-------------------|------------------------|--------------|
| Omdat boodschappen er goedkoop zijn | 45% | 47% | 46% |
| Om te kijken wat er te koop is | 47% | 46% | 46% |
| Voor de gezelligheid | 38% | 39% | 39% |
| Om er op mijn gemak boodschappen te doen | 36% | 37% | 37% |
| Om er snel boodschappen te doen | 32% | 24% | 26% |
| Om een praatje te maken met mensen op de markt | 15% | 15% | 15% |
| Om er met anderen naartoe te gaan als uitje | 8% | 10% | 9% |
| Andere reden, namelijk... | 13% | 14% | 14% |
| N | 1.538 | 4.178 | 5.716 |

2.3 Redenen om de markt niet te bezoeken

Een minderheid (17%) van de omwonenden van de tien markten bezoekt de nabijgelegen markt zelden of nooit. Tabel 2.4 laat zien waarom. De percentages hebben alleen betrekking op de omwonenden die de markt (bijna) nooit bezoeken. Ze tellen op tot meer dan 100% omdat omwonenden meer dan één reden kunnen hebben om de markt niet te bezoeken.

De meest genoemde redenen om de markt in de buurt niet te bezoeken, zijn “op de markt verkopen ze niet (alles) wat ik wil hebben”, “wanneer er markt is moet ik werken” en “de markt is niet gezellig”. Ook bezoeken veel omwonenden de markt niet omdat ze die te druk vinden.

Bij de categorie “andere reden” gaat het om redenen als: op de markt zijn er niet genoeg producten die ik zoek; alles wat ik zoek is al in (buurt)supermarkten te koop; de dag of het moment waarop de markt plaatsvindt komt niet uit; producten zijn niet lang houdbaar of van slechts kwaliteit; ik hou niet van markten.

Direct omwonenden noemen “de markt is te druk” en “de markt is vies” vaker als redenen om de markt niet te bezoeken dan niet direct omwonenden.

Tabel 2.4 Waarom bezoekt u de markt (bijna) nooit? (Meer antwoorden mogelijk; niet gevraagd aan bezoekers)

| Reden | Direct omwonenden | Niet direct omwonenden | Totaal |
|--|-------------------|------------------------|--------------|
| Op de markt verkopen ze niet (alles) wat ik wil hebben | 27% | 29% | 28% |
| Wanneer er markt is moet ik werken | 24% | 27% | 26% |
| De markt is niet gezellig | 28% | 24% | 25% |
| De markt is te druk | 24% | 16% | 18% |
| De markt is vies | 19% | 10% | 12% |
| De markt is te duur | 10% | 11% | 10% |
| Het kost me te veel tijd | 9% | 8% | 8% |
| Iemand anders bij ons thuis doet de boodschappen | 3% | 5% | 5% |
| Op de markt zijn er zakkenrollers | 6% | 3% | 4% |
| Andere reden, namelijk... | 34% | 36% | 35% |
| N | 258 | 908 | 1.166 |

3 Ervaren overlast

3.1 Overlastfrequentie

De meeste omwonenden van de markten ervaren geen overlast van de markten (zie tabel 3.1). Een aandeel van 14% ervaart af en toe overlast en 8% ervaart vaak overlast. Omwonenden van de markten op het Afrikaanderplein, de Binnenrotte en het Visserijplein ervaren relatief het vaakst overlast.

De mate waarin omwonenden overlast van de markt ervaren hangt samen met de afstand van hun adres tot de markt en met of ze de markt wel of niet bezoeken (zie tabel 3.2). Direct omwonenden ervaren vaker overlast dan niet direct omwonenden. Direct omwonenden die de markt zelden of nooit bezoeken ervaren het vaakst overlast.

Tabel 3.1 Ervaart u als bewoner overlast van de markt? (Naar markt)

| Markt | Nee | Ja, af en toe | Ja, vaak | Totaal | N |
|----------------------|------------|---------------|-----------|-------------|--------------|
| Afrikaanderplein | 58% | 24% | 19% | 100% | 685 |
| Asterlo | 96% | 3% | 1% | 100% | 469 |
| Binnenrotte | 63% | 25% | 12% | 100% | 1.282 |
| Eendrachtsplein | 98% | 2% | 1% | 100% | 280 |
| Herenwaard | 96% | 2% | 1% | 100% | 703 |
| Hesseplaats | 86% | 10% | 4% | 100% | 691 |
| Middenbaan-Noord | 88% | 8% | 4% | 100% | 338 |
| Peppelweg | 91% | 7% | 2% | 100% | 793 |
| Samuel Esmeijerplein | 83% | 13% | 5% | 100% | 884 |
| Visserijplein | 57% | 27% | 17% | 100% | 780 |
| Totaal | 78% | 14% | 8% | 100% | 6.905 |

Tabel 3.2 Ervaart u als bewoner overlast van de markt? (Naar deelgroep van omwonenden)

| Deelgroep | Nee | Ja, af en toe | Ja, vaak | Totaal | N |
|--|-----|---------------|----------|--------|-------|
| Direct omwonenden die de markt (bijna) nooit bezoeken | 51% | 19% | 30% | 100% | 260 |
| Direct omwonenden die de markt wel bezoeken | 63% | 23% | 14% | 100% | 1.538 |
| Niet direct omwonenden die de markt (bijna) nooit bezoeken | 80% | 13% | 7% | 100% | 909 |
| Niet direct omwonenden die de markt wel bezoeken | 85% | 11% | 4% | 100% | 4.156 |

3.2 Soorten overlast

De meest voorkomende vorm van overlast die omwonenden van de markt ervaren, is afval of rotzooi op straat (zie tabel 3.3). Andere vormen van overlast die relatief veel omwonenden ervaren zijn parkeeroverlast en verkeersdrukke.

Direct omwonenden ervaren veel vaker dan niet direct omwonenden geluidsoverlast van de markt, vooral 's ochtends vroeg (45% voor direct omwonenden versus 8% voor niet direct omwonenden). Bij de categorie "ander soort overlast" gaat het om een diverse vormen van overlast, die voor een groot deel zijn te categoriseren als geluidsoverlast of vervuiling.

Tabel 3.3 Wat voor soort overlast ervaart u van de markt? (Meer antwoorden mogelijk; alleen gevraagd aan omwonenden die overlast ervaren)

| Soort overlast | Direct omwonenden | Niet direct Omwonenden | Totaal |
|--|-------------------|------------------------|--------------|
| Afval of rotzooi op straat | 68% | 72% | 70% |
| Parkeeroverlast | 53% | 43% | 47% |
| Verkeersdrukke | 45% | 43% | 44% |
| Stank | 34% | 26% | 29% |
| Herrie 's ochtends vroeg (wanneer de markt wordt opgebouwd) | 45% | 8% | 25% |
| Herrie later op de dag | 22% | 7% | 14% |
| Ongewenste personen (bijvoorbeeld hangjongeren of bedelaars) | 8% | 8% | 8% |
| Ander soort overlast, namelijk | 21% | 19% | 20% |
| N | 699 | 823 | 1.522 |

4 Betekenis van de markt

4.1 Betekenis van de markt

In het onderzoek zijn zes stellingen aan de omwonenden van de markten voorgelegd die inzicht geven in wat de nabijgelegen markt voor hen betekent. De resultaten staan in tabel 4.1. Uit de tabel blijkt dat de markt voor veel omwonenden een belangrijke plek is om boodschappen te doen: 57% is het (zeer) eens met de eerste stelling. Ook vinden

veel omwonenden dat er op de markt een gezellige sfeer heerst en dat de markt de buurt aantrekkelijker maakt.

Voor een minderheid (28%) van de omwonenden is de markt een belangrijke ontmoetingsplek. Ook geldt voor een minderheid dat zij door de markt meer contact heeft met andere mensen. 83% van de omwonenden is het (zeer) oneens met de stelling “ik wil dat de markt weggaat”.

Tabel 4.1 In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen?

| | Ze er eens | Eens | Eens noch oneens | Oneens | Ze er oneens | Geen mening | Totaal | N |
|---|------------------|------|------------------------|--------|--------------------|----------------|--------|-------|
| De markt is voor mij een belangrijke plek om boodschappen te doen | 24% | 33% | 17% | 13% | 8% | 5% | 100% | 6.769 |
| De markt is voor mij een belangrijke ontmoetingsplek | 8% | 20% | 23% | 24% | 17% | 9% | 100% | 6.554 |
| Op de markt heerst een prettige sfeer | 17% | 49% | 16% | 6% | 3% | 8% | 100% | 6.703 |
| Door de markt heb ik meer contact met andere mensen | 8% | 24% | 24% | 21% | 13% | 10% | 100% | 6.536 |
| Door de markt is deze buurt aantrekkelijker | 23% | 43% | 14% | 7% | 5% | 7% | 100% | 6.776 |
| Ik wil dat de markt weggaat | 3% | 2% | 5% | 19% | 64% | 7% | 100% | 6.504 |

Tabel 4.2 bevat voor elke markt een score per stelling. De tabel geeft daarmee overzichtelijk weer hoe de omwonenden van de verschillende markten op de stellingen hebben geantwoord. De scores in de tabel liggen tussen 0 en 10. Een 0 betekent dat alle omwonenden van de betreffende markt het (zeer) oneens zijn met de stelling. Een 10 betekent dat alle omwonenden het (zeer) eens zijn met de stelling. Een score ligt dicht bij 5 als veel omwonenden het eens noch oneens zijn met de stelling of geen mening hebben, of als er weinig verschil is tussen het aantal omwonenden dat het eens is met de stelling en het aantal omwonenden dat het oneens is.²

De tabel laat zien dat er betrekkelijk weinig verschil is tussen de markten voor wat betreft de antwoorden van omwonenden op de stellingen. De markt op het Eendrachtssplein wordt door omwonenden minder belangrijk gevonden dan de andere markten als plek om boodschappen te doen. De markten op de Asterlo en het Samuel Esmeijerplein worden relatief veel als belangrijke ontmoetingsplek gezien en scoren het hoogst op de stelling over contact met andere mensen. De markt op de Peppelweg scoort hoog op sfeer en tevens hoog op bijdrage aan de aantrekkelijkheid van de buurt.

² De score op een stelling is als volgt berekend. Eerst is een score per omwonende bepaald: 10 bij een “eens” of “zeer eens” antwoord, 5 bij een “eens noch oneens” of “geen mening” antwoord, 0

bij een “oneens of zeer oneens” antwoord. Vervolgens is de gemiddelde score op de stelling berekend voor de omwonenden van de betreffende markt of uit de betreffende deelgroep.

Tabel 4.2 In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen? (Gemiddelde scores per markt)

| | Afrikaanderplein | Asterlo | Binnenrotte | Eendrachtspaleis | Herenwaard | Hesseplaats | Middenbaan-Noord | Peppelweg | Samuel Esmeijerplein | Visserijplein |
|---|------------------|---------|-------------|------------------|------------|-------------|------------------|-----------|----------------------|---------------|
| De markt is voor mij een belangrijke plek om boodschappen te doen | 8 | 7 | 6 | 5 | 6 | 7 | 6 | 7 | 7 | 7 |
| De markt is voor mij een belangrijke ontmoetingsplek | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| Op de markt heerst een prettige sfeer | 7 | 8 | 8 | 7 | 7 | 8 | 7 | 9 | 9 | 7 |
| Door de markt heb ik meer contact met andere mensen | 5 | 6 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 6 | 5 |
| Door de markt is deze buurt aantrekkelijker | 8 | 8 | 8 | 7 | 7 | 8 | 7 | 9 | 8 | 7 |
| Ik wil dat de markt weggaat | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |

De scores in tabel 4.3 zijn op dezelfde manier berekend als die in tabel 4.2. Ditmaal gaat het om scores voor verschillende deelgroepen van omwonenden in plaats van voor verschillende markten. Uit tabel 4.3 blijkt, dat direct omwonenden en niet direct omwonenden ongeveer hetzelfde aankijken tegen de nabijgelegen markt. De niet direct omwonenden oordelen iets positiever over de bijdrage van de markt aan de aantrekkelijkheid van de buurt. Verder is te zien dat de omwonenden die de markt wel eens bezoeken,

veel positiever aankijken tegen de markt (aanmerkelijk hoger scores op alle stellingen behalve de laatste) dan de omwonenden die de markt zelden of nooit bezoeken. Vanzelfsprekend scoren de omwonenden die de markt bezoeken vooral veel hoger op de stelling dat de markt een belangrijkere plek is om boodschappen te doen. De omwonenden die overlast van de markt ervaren scoren lager op alle stellingen, behalve de laatste, dan de omwonenden die geen overlast ervaren.

Tabel 4.3 In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen? (Gemiddelde scores per deelgroep)

| | Direct omwonenden | Niet direct omwonenden | Omwonenden die de markt wel eens bezoeken | Omwonenden die de markt (bijna) nooit bezoeken | Omwonenden die geen overlast ervaren | Omwonenden die wel overlast ervaren |
|---|-------------------|------------------------|---|--|--------------------------------------|-------------------------------------|
| De markt is voor mij een belangrijke plek om boodschappen te doen | 7 | 7 | 8 | 3 | 7 | 5 |
| De markt is voor mij een belangrijke ontmoetingsplek | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 3 |
| Op de markt heerst een prettige sfeer | 8 | 8 | 8 | 5 | 8 | 7 |
| Door de markt heb ik meer contact met andere mensen | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 |
| Door de markt is deze buurt aantrekkelijker | 7 | 8 | 8 | 5 | 8 | 6 |
| Ik wil dat de markt weggaat | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 |

4.2 Bereidheid zelf iets op de markt te doen

Uit het onderzoek blijkt dat 8% van de omwonenden samen met andere bewoners op de markt wil staan om iets voor hun buurt te doen, als de gemeente daarvoor een plek beschikbaar stelt. Het percentage is duidelijk kleiner (5%) onder de omwonenden die de markt zelden of nooit bezoeken en onder 65-plussers.

De omwonenden die met elkaar op de markt willen staan om iets voor hun buurt te doen, hebben daarvoor diverse ideeën, die hieronder zijn samengevat. Sommigen hebben geen idee, maar zijn wel bereid een bijdrage te leveren.

- Een luisterend oor, discussiegroep of ontmoetingsplek bieden
- Iets met milieu of duurzaamheid (groen, reparatie, kringloop)
- De markt of buurt schoonhouden
- Samen nieuwe initiatieven starten of problemen aanpakken
- Een spel of attractie aanbieden (voor kinderen)

- Iets met eten (gezonde voeding, voedselbank)
- Informatie aanbieden (helpdesk, buurtpromotie, informatie voor/over de buurt)
- Zorg dragen voor een koffie-/theehoekje
- Iets creatiefs (kunst, cultuur, muziek)
- Eigen producten aanbieden, of producten uit de buurt of streek of van de eigen cultuur
- Vrijwilligerswerk aanbieden (bijv. koken, klusjes of hulp bij administratie)
- Iets met veiligheid of normen en waarden

4.3 Behoeftte aan informatie

Tot slot is de omwonenden van de markten gevraagd, of zij op de markt in hun buurt informatie van de Gemeente Rotterdam willen ontvangen over wat er in hun buurt gebeurt. 57% van de omwonenden heeft hier behoefte aan. De behoefte is het grootst onder de omwonenden die de markt (bijna) wekelijks bezoeken en verreweg het kleinst onder de omwonenden die de markt (bijna) nooit bezoeken.

Kennis voor een sterk Rotterdams beleid

Onderzoek en Business Intelligence is een afdeling binnen de gemeente Rotterdam. De afdeling verzamelt informatie en doet onderzoek voor het maken en uitvoeren van beleid door de gemeente Rotterdam. Het onderzoek gaat over onderwerpen als gezondheid, zorg, onderwijs, re-integratie, demografie, ruimtelijke ordening en veiligheid. Soms is de gemeentelijke organisatie het onderwerp, vaker gaat het over de stad en haar bewoners. Het doel is steeds om met deze verzamelde kennis het beleid en de bedrijfsvoering van de gemeente te verbeteren.



Gemeente Rotterdam