

MAAK VAN
BEREIKBAARHEID
EEN TROEF VOOR
UW HANDELSKERN.



Vlaanderen
In Actie
Pact 2020



met steun van het
Agentschap Ondernemen



VERSTERKT ONDERNEMERS

Dit dossier is een uitgave van

UNIZO ONDERNEMERSVERENIGING vzw, Willebroekkaai 37, 1000 Brussel

Verantwoordelijke uitgever

Jan Boulogne, directeur

Redactie

Els Cools, Cedric Labeau, Mia Vancompernelle

Datum publicatie

4 december 2014



Inhoud

Inhoud	3
Voorwoord	5
Inleiding.....	7
Objectieve bereikbaarheid.....	9
Definitie.....	9
Voorbeeld: fiets- en autoverkeer voor Aalst:	10
Theoretische bereikbaarheid	11
Micro-bereikbaarheid	13
Meten is weten	13
Opzet modelsysteem	16
Diversificatie van de attractiepolen	16
Validatie modelresultaten.....	16
Inventarisatie lokale data.....	16
Uitbreiding naar weekend-uur.....	16
Mogelijke uitbreiding met een ander aanbod	16
Bereikbaarheidskaarten	17
Objectieve bereikbaarheidskaarten.....	17
Knelpuntenanalyse.....	17
Uitbreiding micro-bereikbaarheid.....	19
Subjectieve bereikbaarheid	21
Definitie.....	21
Meten is weten	21
Berekening van het indexcijfer	22
Beïnvloedingsfactoren van de subjectieve bereikbaarheid	24
Enkele toepassingen op de subjectieve bereikbaarheid	25
Conclusie	29
Objectieve versus subjectieve bereikbaarheid	30
Knelpunten voor verschillende vervoersmodi	30
Auto.....	30
Openbaar Vervoer	30
Fiets.....	30
Voetganger.....	30
Specifieke problemen	31



Actie en communicatietraject	32
Vergelijking tussen objectieve en subjectieve bereikbaarheid als basis voor een actieplan	32
Infrastructuurmaatregelen	32
Informatie, sensibilisatie en communicatie	33
Eén bereikbaarheidsplatform	33
Bijlage 1: Pilootproject Aalst	34
voorbeeld plan van aanpak	35
Stuurgroep samenstellen met relevante stakeholders	35
Onderzoek naar objectieve bereikbaarheid (opdracht bureau)	35
Onderzoek naar subjectieve bereikbaarheid via enquête	35
Resultaten objectieve en subjectieve vergelijken:	35
Opmaak actieplan obv beschikbare middelen en mensen	35
Opvolging en Monitoring	35
Opstart van het project	35
Partners in het project	35
Projectstuurgroep	36
Dataverzameling: Onderzoek naar de theoretische en objectieve bereikbaarheid	36
Uitwerking	36
Objectieve versus subjectieve bereikbaarheid ?	39
Verwerking enquête	39
Belangrijkste bevindingen	39
Enquête buiten Aalst	40
Opvolging en output	41
Onderzoek naar externe en interne bereikbaarheid	41
Opvolging en uitwerking – Digitale Bereikbaarheidskaart	42
Toepassing op ‘Hinder door werken’	43
De impact van openbare werken en evenementen vanuit het perspectief van de klant	43



Voorwoord

Dit projectdossier 'Maak van bereikbaarheid een troef voor uw handelskern' en de bijhorende bereikbaarheidskaart en handleiding, kwamen tot stand naar aanleiding van het project 'Bereikbaarheid als troef van het kernwinkelgebied' binnen het actieplan Ondernemingsvriendelijke gemeente.

Meer info: www.unizo.be/bereikbaarheid

Het project 'Bereikbaarheid als troef van het kernwinkelgebied' omvat ook een dossier 'Minder hinder bij openbare werken en evenementen'. Bij dat dossier horen ook twee leidraden, één voor gemeentebesturen en één voor ondernemersverenigingen. Verder is er een algemene folder voor individuele ondernemers rond de wettelijke steunmaatregelen.

Meer info: www.unizo.be/minderhinder

Op 12 december 2008 gaf de Vlaamse Regering het startschot voor het actieplan ondernemingsvriendelijke gemeente.

Het actieplan wil de dynamiek bij gemeenten verder stimuleren om economie te laten uitgroeien tot een volwaardig beleidsdomein en verder werk te maken van een ondernemersgerichte dienstverlening. Tegelijk wil het lokale besturen ondersteunen in hun streven naar een ondernemingsvriendelijk beleid.

Overleg en samenwerking tussen (verenigingen van) gemeenten en ondernemers(organisaties) hebben een belangrijke plaats in dit actieplan.

Dit dossier is het sluitstuk van het project. Voor UNIZO blijft 'Bereikbaarheid als troef van de handelskern' echter hoog op de agenda staan en een blijvend aandachtspunt. Aarzel niet ons te contacteren als we hiermee kunnen helpen.

UNIZO ONDERNEMERSVERENIGING vzw
tel. 02 21 22 511
ondernemervereniging@unizo.be





Inleiding

“Bereikbaarheid van de winkelkern” wordt meestal geassocieerd met “slechte” bereikbaarheid: klanten maken zich druk om files, parkeerproblemen, onvoldoende openbaar vervoer... Nog erger wordt het bij onvoorziene omstandigheden, die het “normale” verwachtingspatroon doorbreken: weersomstandigheden, stakingen, ongevallen ... Ergernissen ontstaan ook rond het afsluiten van straten of pleinen voor evenementen en bij de vele (openbare) werken op onze wegen. Hele winkelkernen worden vermeden als er nog maar ergens in de buurt werken aan de gang zijn.

Veel van die ergernissen ontstaan door een gebrek aan de juiste informatie op het juiste moment.

Maar wat is dan “goede” bereikbaarheid ?

Bereikbaarheid wordt veelal gedefinieerd als de hoeveelheid tijd, geld en moeite die het kost om een doel te bereiken.

De nodige tijd en de kostprijs zijn zowel theoretisch (zonder enige weerstand) als objectief (de gemiddelde nodige tijd op een bepaald moment) te berekenen. Op die manier kunnen we het bereikbaarheidsprofiel van de winkelkern opmaken.

“Moeite” wordt al moeilijker te definiëren: is zich met het openbaar vervoer of de fiets verplaatsen een onoverkomelijke moeite of een vanzelfsprekendheid ? Wanneer is de loopafstand van parking of bushalte naar de winkelkern aanvaardbaar ? Deze beoordeling hangt van persoon tot persoon af, van zijn doel, van zijn smaak, van zijn beschikbare tijd, van zoveel subjectieve gegevens.

Goede bereikbaarheid is dus in hoofdzaak een subjectief en persoonlijk gegeven. Maar hoe meer mensen een aantal factoren met betrekking tot bereikbaarheid positief beoordelen, hoe positiever de bereikbaarheid van de winkelkern mag beschouwd worden.

Natuurlijk kiezen klanten niet (alleen) voor winkelkern A omdat die goed bereikbaar is. In de eerste plaats komt de uitstraling van de winkelkern: de mix en de kwaliteit van het aanbod, de beleving, het veiligheidsgevoel in en de aantrekkelijkheid van het centrum, ... Als al die aspecten snor zitten, en de mobiele klant meerdere keuzemogelijkheden heeft, dan speelt een goede bereikbaarheid van de winkelkern wél een rol. Dan wordt een goede bereikbaarheid een extra troef voor de winkelkern.

Voor handelaars in, en gemeentebesturen met, een winkelkern ligt daarin een grote uitdaging. Hoe kunnen ze positief met bereikbaarheid omgaan en het subjectieve bereikbaarheidsgevoel bij hun klanten verhogen? Aan welke informatie heeft de klant daarvoor (en wanneer) nood ? Welke maatregelen en data zijn nodig om klanten te overtuigen van een goede bereikbaarheid van de winkelkern?

In dit dossier definiëren en onderzoeken we de objectieve en de subjectieve bereikbaarheid. Het onderzoek naar objectieve en subjectieve bereikbaarheid biedt niet alleen heel wat materiaal voor de vaststelling en mogelijke aanpak van een aantal knelpunten, maar ook voor de opmaak van een actie- en communicatieplan én van een bereikbaarheidsplatform.





Objectieve bereikbaarheid

DEFINITIE

De objectieve bereikbaarheid is de berekening van de gemiddelde reistijden van punt A naar punt B.

Deze kan gemeten worden voor de verschillende vervoersmodi, auto, openbaar vervoer, fietsers en voetgangers.

De gemiddelde reistijd is niet altijd dezelfde. Hij varieert naargelang tijdstip (zoals spitsuur, daluur, middag,), en is ook afhankelijk van de dag van de week (weekdag, zaterdag, zondag).

Voor de berekening van de objectieve bereikbaarheid van een kernwinkelgebied, wordt één bestemming gekozen in het hart van de stad of gemeente en één vertrekpunt, met één hoofdvervoerswijze.

De reistijden worden steeds berekend van deur tot deur, en met de nodige verliestijden.

Bij autoverkeer houdt men rekening met kruispunten, verkeerslichten, filegevoelige trajecten,...

Bij openbaar vervoer kijkt men mee het aantal overstappen, de wachttijden aan halte,...

Het fietsverkeer en voetgangersverkeer veronderstellen een identiek traject over de verschillende uren en typedagen. Ze worden in praktijk vooral gerelateerd aan afstand en (fiets)gemak op diverse segmenten.

De voorstelling van de objectieve reistijden wordt vastgelegd in isochronen. Isochroon is afgeleid van de Griekse woorden iso en chronos en betekent letterlijk "van gelijke tijd". Deze lijnen geven dus een beeld welke afstand kan afgelegd binnen een zelfde tijd met een bepaald vervoersmiddel. Zo kunnen kaarten, bereikbaarheidsprofielen worden opgemaakt voor de verschillende vervoerswijzen.

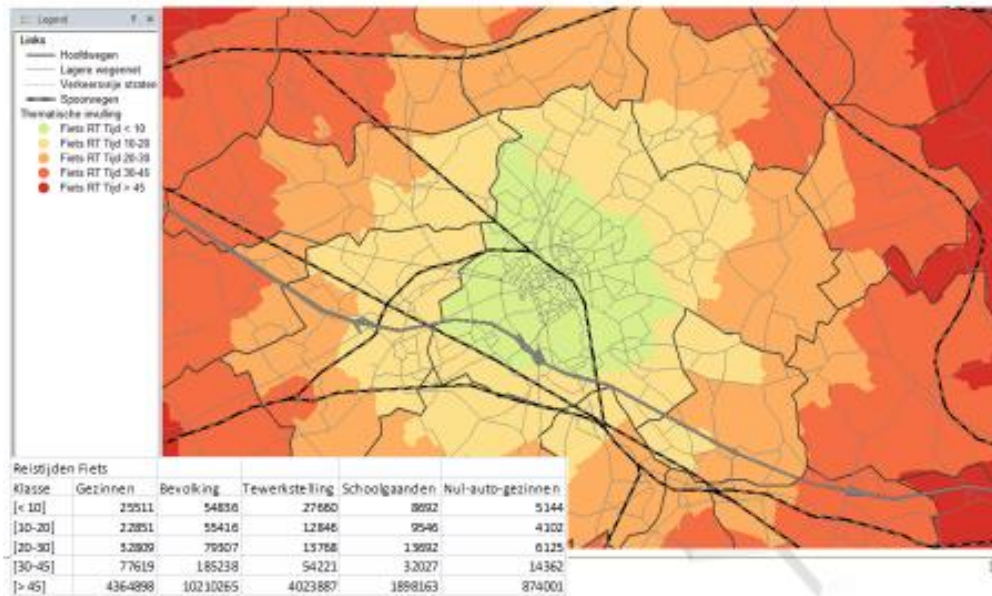


Voorbeeld: fiets- en autoverkeer voor Aalst:



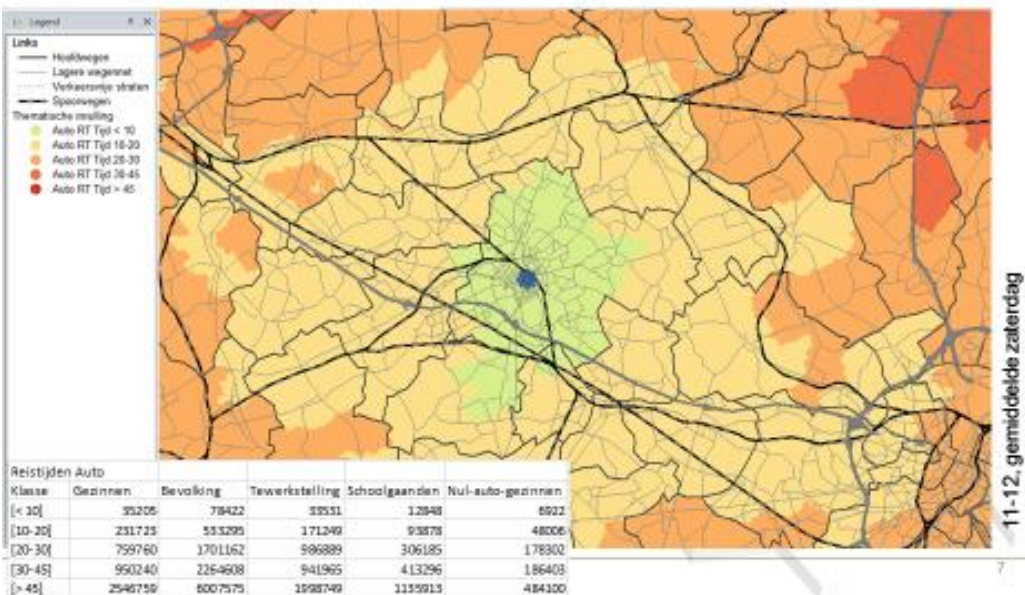
Bereikbaarheid centrum Aalst, algemeen

Reistijden Fiets



Bereikbaarheid centrum Aalst, zaterdag 11-12

Reistijden personenwagen



11-12, gemiddelde zaterdag



Theoretische bereikbaarheid

De objectieve bereikbaarheid verschilt van de theoretische bereikbaarheid.

De theoretische bereikbaarheid is een berekening op basis van 'free-flow-condities'.

Hierbij houdt men geen rekening met mogelijke interferenties met ander verkeer, knelpunten, ...

Eigenlijk is de theoretische bereikbaarheid vergelijkbaar met verplaatsingen tijdens de nachturen. Enkel kleine kruispuntvertragingen ten gevolge van rode-licht-situaties worden hier mee in rekening gebracht.

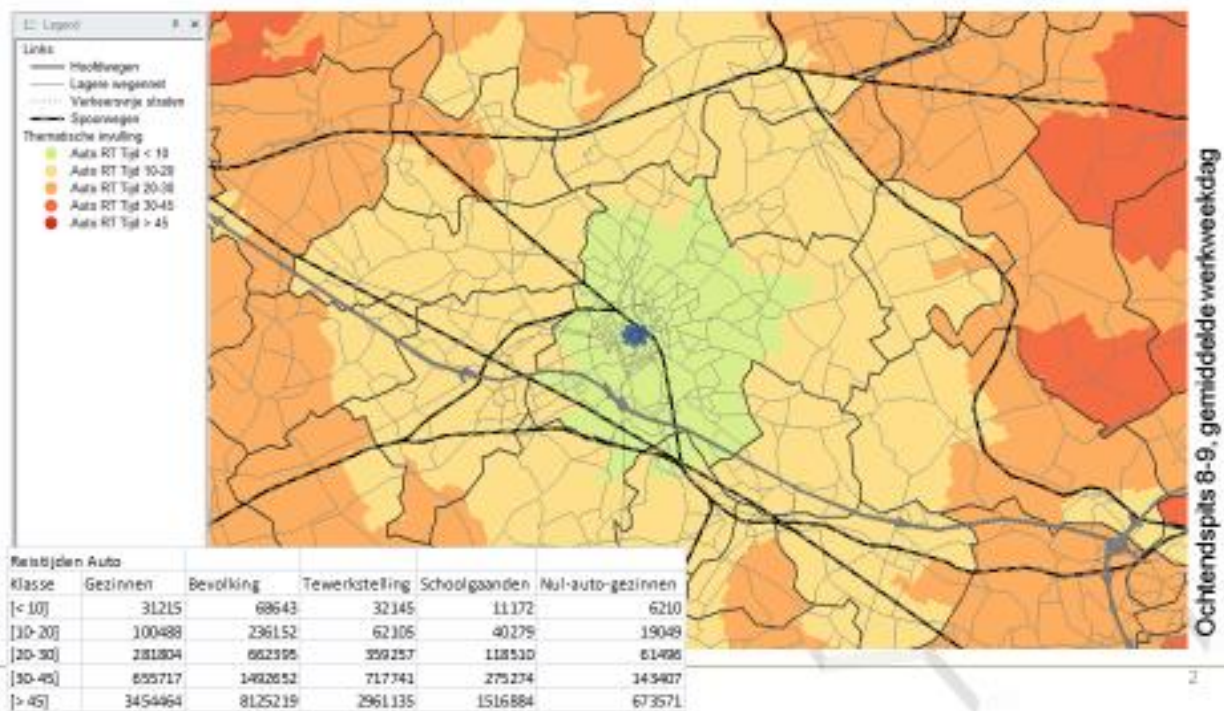
Wanneer de objectieve en theoretische bereikbaarheid naast elkaar worden gezet, geven de isochronen een beeld van mogelijke verlenging van reistijden, met de berekening van het tijdsverlies.

De grijs ingekleurde zone is hier van belang. In casu geeft ze een quasi gelijk tijdsverloop met de theoretische bereikbaarheid, zijnde een tijdsverschil van maximum 2 minuten.



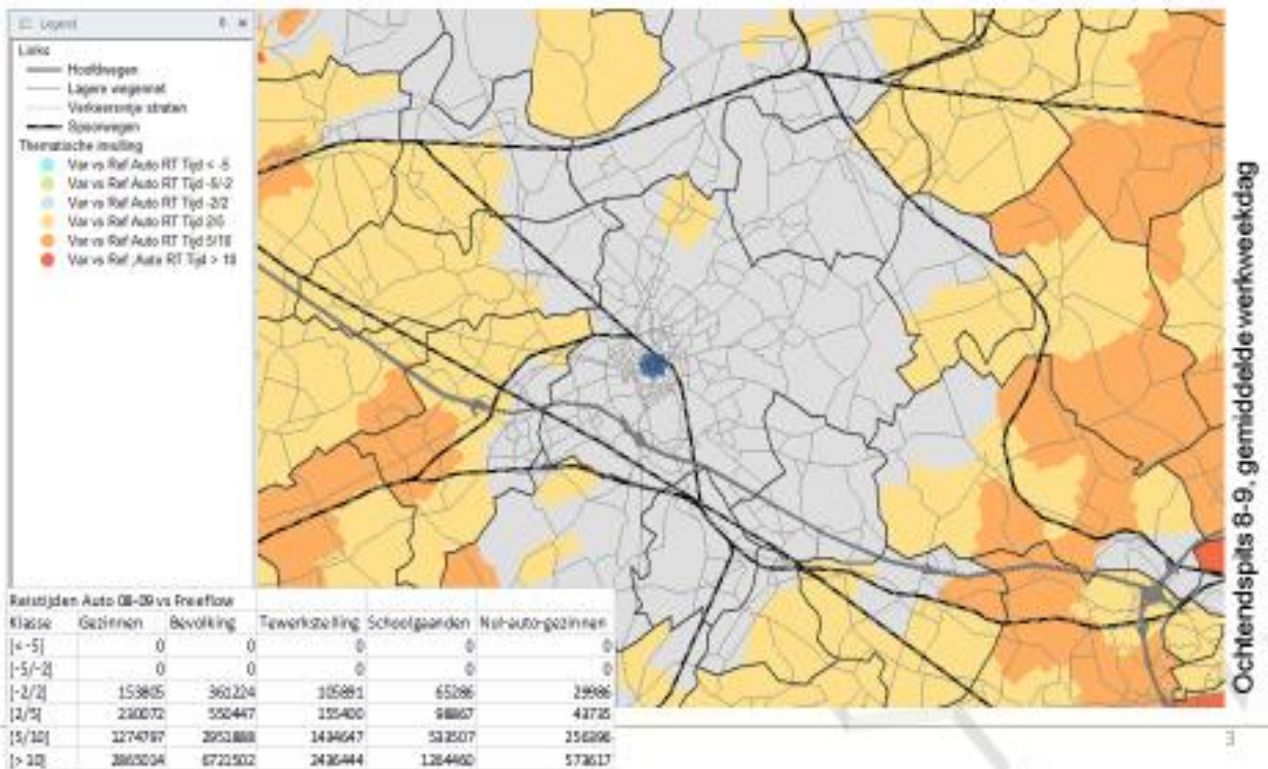
Bereikbaarheid centrum Aalst, werkdag 08-09

Reistijden personenwagen



Bereikbaarheid centrum Aalst, werkdag 08-09

Vergelijking reistijden personenwagen tegenover freeflow condities



Een concreet voorbeeld van een toepassing waar zowel de objectieve als de theoretische bereikbaarheid aan bod komen, vinden wij bij een GPS of een routeplanner.

De reistijd is in principe gebaseerd op de theoretische reistijd. Meestal is er ook een vermelding: "in het huidige verkeer" – die is dan gebaseerd op de objectieve reistijd. Dit verschil evolueert naargelang het tijdstip, bijvoorbeeld omwille van file (voor auto), beschikbaarheid en frequentie van trein, tram of bus (voor openbaar vervoer), doorstromingsmogelijkheden of -beperkingen in de spitsuren (zoals vrije busbanen of fietsreservatiestroken), of tijdelijke autovrije of -luwe straten,....

In de meeste gevallen wordt, via GPS, deze reistijd zelfs tijdens de rit zelf aangepast, bijvoorbeeld bij ongevallen, en wordt bovendien een alternatieve route voorgesteld om de theoretische reistijd te zo dicht als mogelijk te benaderen.

Ook routeplanners bieden een keuze tussen verschillende reisroutes, waarbij de theoretische rijtijd en de reële tijd, afhankelijk van het tijdstip, wordt weergegeven.



Micro-bereikbaarheid

De micro-bereikbaarheid is een verdere verfijning van de objectieve bereikbaarheid.

Bij de objectieve bereikbaarheid vertrokken we van één vertrekpunt, met één hoofdvervoersmiddel naar één eindbestemming. Wanneer we binnen de kern nog extra punten als knooppunten en/of overstappunten aanduiden (bijvoorbeeld stations, bushaltes, parkings, fietsstallingen) en van hieruit opnieuw een eindbestemming aangeven, dan onderzoeken we de micro-bereikbaarheid.

De micro-bereikbaarheid verduidelijkt niet alleen op welke wijze de eindgebruiker in het centrum kan geraken, maar ook welke afstand er nog dient afgelegd vanaf parking, bushalte,....tot aan het kernwinkelgebied.

Bij dit dossier beperkten we ons tot het onderzoek naar de objectieve bereikbaarheid.

Info op de kaart

- Fiets:
 - Fietsenstallingen
 - Nieuwe fietstunnel
 - Blue-bike, Fietspunt, fietsverhuur Fietserij
 - Oplaadpunten elektrische fiets
 - Bereikbaarheidscirkel: 10 minuten fietsen van de Grote Markt
- Stappen:
 - Autoluwe winkelgebieden?
 - Bereikbaarheidscirkel: 10 minuten stappen van de Grote Markt
 - openbare toiletten (?)



Bron: Mobiel21

METEN IS WETEN

Het berekenen van de objectieve bereikbaarheid vergt het opzetten van een modeltoepassing per gemeente of stad, met de nodige stappen om de metingen correct en volledig te kunnen uitvoeren.

De berekening gebeurt aan de hand van **provinciale verkeersmodellen**. De provinciale verkeersmodellen zijn statische, multimodale en geaggregeerde verkeersmodellen. Ze beschrijven de mobiliteit van het personenverkeer aan de hand van spreiding in tijd en ruimte van socio-economische activiteiten, de aantrekkelijkheid van de verschillende vervoerswijzen en de invloed hiervan op de modale keuze en trajectkeuze voor verplaatsingen.

Elk provinciaal verkeersmodel geeft resultaten op uurbasis.

Standaard worden de ochtendspits (8-9 u) en de avondspits (17-18 u) doorgerekend.

Er zijn ook 4 bijkomende standaard modelperiodes beschikbaar: 7-8 u, 12-13 u, 15-16 u en 16-17u.

Deze gegevens geven de mogelijkheid om alle vormen van bereikbaarheid tussen herkomst en bestemming te meten. Deze metingen zijn steeds een gemiddelde van alle mogelijke verplaatsingen, en de gevolgde trajecten worden steeds berekend als 'beste route': een combinatie van tijd, afstand en kosten wordt in rekening



gebracht.

In de data zitten geen incidentele werken of omleidingen vervat.

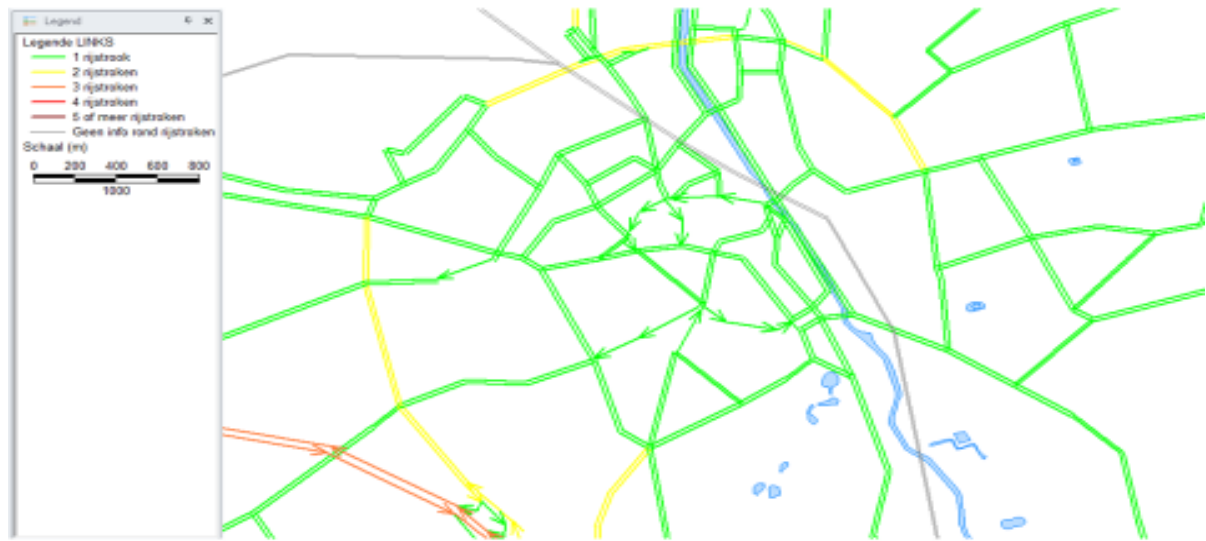
Auto: De reistijden worden synthetisch berekend voor auto door rekening te houden met vertragingen door file, aanschuiven aan kruispunten, en hinder door andere voertuigen. Het is mogelijk om hierbij een onderscheid te maken tussen 'echte reistijd' en verliestijd aan kruispunten en file, die als meer hinderlijk ervaren wordt.

Voor **openbaar vervoer** worden de exacte tijdsschema's aangereikt door De Lijn en NMBS gevolgd, en de metingen omvatten per tijdsperiode aparte onderdelen voor invoertuigreistijd, wachten, aantal op- en overstappen, en voor- en natransporttijd.

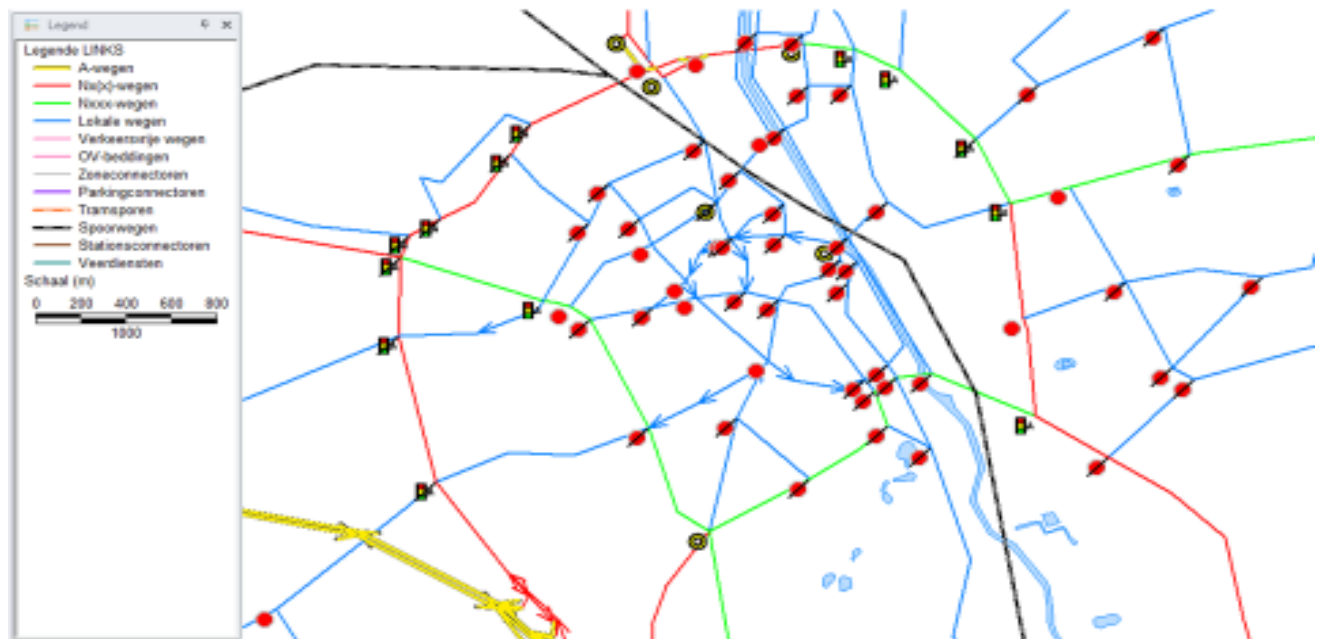
Voor **fiets en te voet** worden indicatieve reissnelheden op de segmenten gezet, waarbij rekening gehouden wordt met wegtype, bebouwing, ... die deze snelheid ten goede of ten slechte beïnvloedt.



Voorbeeld voor autoverkeer



MM OVL, basis 2009, centrum Aalst, aantal rijstroken



MM OVL, basis 2009, centrum Aalst, kruispuntdefinities



Opzet modelsysteem

Het basismateriaal wordt geleverd door het Vlaams verkeerscentrum, via een licentie.

De aangereikte modeldata worden geïmplementeerd in een modelsysteem dat de nodige berekeningen kan uitvoeren.

Het resultaat is een systeem waaraan tamelijk eenvoudig verschillende kaarten kunnen gevraagd worden naar mode, tijdstip en bestemmingslocatie.

Diversificatie van de attractiepolen

De bereikbaarheid wordt gemeten naar een duidelijk afgebakende wijk, gebied of winkelcentrum of een combinatie van enkele wijken. In praktijk kan dit eender welk adres zijn, dus ook een parking, een transferium of een halte, zolang deze locatie maar duidelijk op een kaart kan gelokaliseerd worden. Per situatie en locatie wordt nagekeken welke exacte modelzones, of attractiepunten, moeten geselecteerd worden, en indien relevant hoe meerdere zones moeten gewogen en gecombineerd worden om een correcte meting te bekomen. Deze bestemmingen moeten per tijdstip of mode niet dezelfde zijn, al naargelang de mode bijvoorbeeld kan besloten worden om de exacte attractiepool te verschuiven naar een station of parking.

Validatie modelresultaten

Het resulterende opgebouwde systeem geeft door een combinatie van afstand, verliestijd, reistijd, ... een maat voor bereikbaarheid. Het is essentieel dat deze bekomen metingen gericht gevalideerd worden op betrouwbaarheid en dat gekende knelpunten ook daadwerkelijk in deze metingen correct begroot worden, bijvoorbeeld langere verliestijd vanuit een bepaalde richting, of ontbreken van een goede OV-verbinding vanuit een bepaalde (rand)gemeente. In deze stap wordt gecontroleerd op inconsistenties en worden mogelijke onnauwkeurigheden in het netwerk gecorrigeerd, en dit voor zowel auto als OV.

Inventarisatie lokale data

Voorgaande stappen vereisen de nodige lokale kennis van en inzichten in probleempunten, attractiepolen en locatie van parkings en OV-polen in het centrum, maar ook in de aanvoerassen.

De link met het, liefst actuele, lokale mobiliteitsplan, is hierbij essentieel. In deze stap moeten dan de inzichten vertaald worden naar relevante modelinvoer of –aanpassingen.

Uitbreiding naar weekend-uur

De standaard aangereikte modelsystemen focussen op ochtend- en avondspitsuren van een gemiddelde werkweekdag, en bieden sinds kort ook tussenliggende uren voor die dagen aan.

Uitbreiding met een normale zaterdagnamiddagperiode zorgt ervoor dat voor winkelverkeer ook deze essentiële bereikbaarheid kan gerapporteerd worden.

Mogelijke uitbreiding met een ander aanbod

Het is ook mogelijk om de impact van bijvoorbeeld het afsluiten van een afrit, het afschaffen van een buslijn, bemoeilijken van een doortocht omwille van wegenwerken of het oplossen van een knelpunt mee in het bereikbaarheidssysteem te krijgen.

Dit vereist de opmaak van een zogenaamd aanbodscenario, waarvoor de netwerken voor auto en/of OV moeten worden aangepast.

Hierna moet een ‘echte’ modeldoorrekening opnieuw de data aanmaken inzake reistijden binnen dit scenario tussen alle herkomsten en bestemmingen. Na opmaak van deze nieuwe data is het mogelijk om alle informatie mee in het meetsysteem op te nemen, en op een gelijkaardige manier bijkomende bereikbaarheidskaarten op te maken voor deze voorgestelde situatie.



BEREIKBAARHEIDSKAARTEN

Objectieve bereikbaarheidskaarten

Het eindresultaat van de berekeningen zijn bereikbaarheidskaarten voor de stad/gemeente en de ruime omgeving. Hierop wordt per vervoersmodus de objectieve bereikbaarheid uitgetekend. Zo kunnen 'tijdszones' worden vastgelegd waarbinnen de bezoeker de vastgelegde attractiepunten (station, markt, winkelcentrum,...) kan bereiken.

Onderdeel gemotoriseerd vervoer: voor de mode personenwagen worden de reistijden, met inbegrip van verliestijden door file en kruispuntvertragingen, opgemeten vanuit alle omringende gebieden naar de geselecteerde attractiepolen. Al naargelang de lokale situatie, worden deze metingen naar de centra zelf uitgevoerd, of naar omliggende parkeerfaciliteiten, waarbij rekening gehouden wordt met de specifieke herkomsten en meest optimale parkeerlocaties.

Onderdeel openbaar vervoer: voor de mode OV, als inherente combinatie van trein, tram en bus, worden de in-voertuigreistijden, alsook eventueel wachttijden en aantal overstappen, opgemeten vanuit alle omliggende gebieden naar de geselecteerde attractiepolen. Hierbij wordt aandacht besteed aan een juiste selectie van lokale haltes al naargelang de herkomst.

Onderdeel langzaam verkeer: voor de modi te voet en fiets worden schematische reistijden opgemeten waarbij een benaderende fiets- en stap-kwaliteit wordt opgenomen. In deze oefening worden vooropgestelde maximale reisafstanden en –duren gehanteerd teneinde onmogelijke of onrealistische metingen niet te weerhouden.

Samenvatting in thematische kaarten:

De bekomen metingen worden grafisch voorgesteld in GIS-lagen, als basismateriaal voor de betrokken diensten, voor bespreking van mogelijkheden voor verdere uitbreiding, verfijning of koppelingen.

De basiskaarten tonen de volgende informatie:

- reistijden personenwagen:
op werkdagen 8-9 u, 12-13 u, 17-18 u
op zaterdag 11-12 u
- reistijden openbaar vervoer:
op werkdagen 8-9 u, 12-13 u, 17-18 u
op zaterdag 11-12 u
- aantal opstappen en overstappen openbaar vervoer
- reistijden fiets:
identiek over verschillende dagen en uren

In de bijlage van dit dossier kan u een volledige set van uitgewerkte kaarten, in casu van de projectstad Aalst, terugvinden.

Knelpuntenanalyse

De objectieve bereikbaarheid kan uitgezet worden tegen de free-flow condities, of de theoretische bereikbaarheid. Dit geeft een goed beeld van de mogelijke 'vertragingen' en 'knelpunten'.

Hieruit kunnen al de knelpunten worden gedistilleerd, waar kan op geremedieerd worden, zoals:

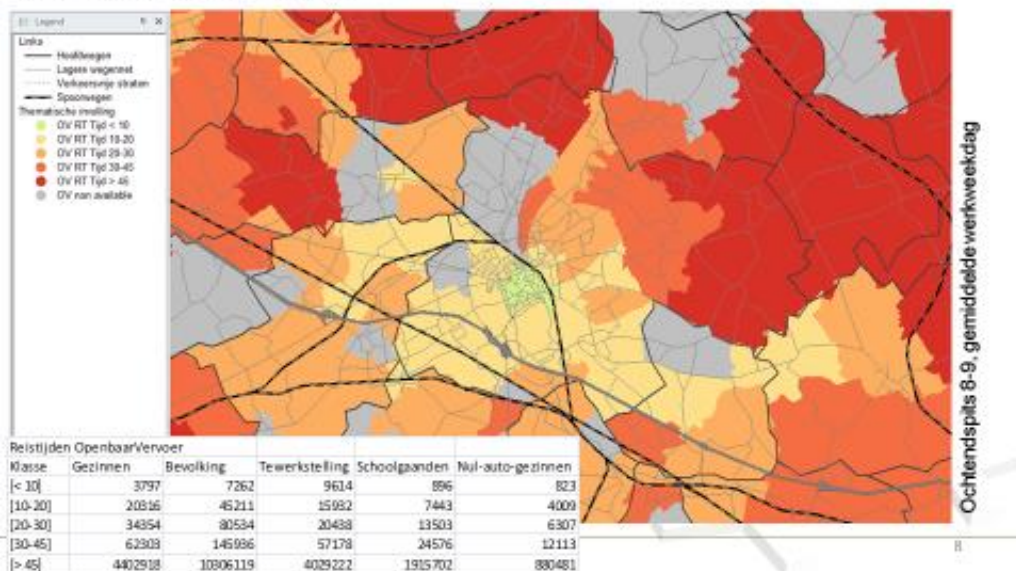
- Witte vlekken in openbaar vervoer-aanbod of aantal overstappen
- File-gevoelige trajecten
- Problematische kruispunten
- Onvoldoende of minder kwaliteitsvolle fietspaden





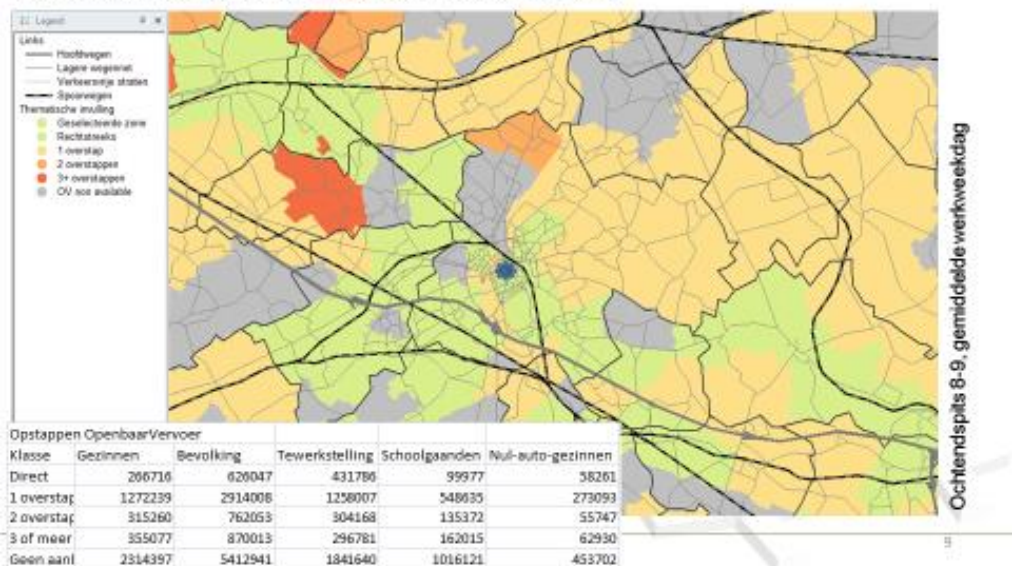
Bereikbaarheid centrum Aalst, werkdag 08-09

Reistijden Openbaar Vervoer



Bereikbaarheid centrum Aalst, werkdag 08-09

Aantal opstappen en overstappen Openbaar Vervoer



Uitbreiding micro-bereikbaarheid

Verder bouwend op de generieke bereikbaarheidskaarten op (boven)gemeentelijke schaal is het mogelijk om de bereikbaarheid op microschaal, aan de bestemmingskant dus, verder in kaart te brengen. Hier kan uiteraard gedacht worden om de bereikbaarheid van het kernwinkelgebied multimodaal te benaderen.

Met het aanmaken van 'micro-bereikbaarheidsfiches' wordt de link gelegd naar een mogelijk te voeren communicatietraject.

Aanrijroutes autoverkeer: gekoppeld aan de bereikbaarheidsfiche 'parkings' kan een inzichtelijke kaart aangemaakt worden die het voor externe/occasionele/frequente bezoekers mogelijk moet maken zich in het aanrijden naar de stad of de gemeente op mesoschaalniveau te oriënteren. Op dit kaartmateriaal vinden we, logischerwijze, de ringwegen en grote invalssassen (autostrade, steenwegen) terug.

Looproutes parkings naar kernwinkelgebied: op de bereikbaarheidsfiche 'parkings' worden de kortste/meest logische looproutes uitgezet vanaf de verschillende parkings in het centrum met aanduiding van afstand en tijd, waarbij naast traject ook mogelijke probleempunten of optimalisaties worden geïnventariseerd.

Vaak is een bepaalde parking bijvoorbeeld interessanter dan een andere voor een bepaald bestemmingsgebied of herkomstregio. Hier wordt ook een koppeling gemaakt met tarifiëring en mogelijk parkeergeleidingssysteem

Looproutes OV-stations naar kernwinkelgebied: analoog aan de voorgaande stap voor parkings kan het relevant zijn om gelijkaardige beeldvorming en inventarisatie tussen OV-stations en –haltes en het kernwinkelgebied op te maken.

Situering en looproutes fietsstallingen naar kernwinkelgebied: Voor kortdurende verplaatsingen (aankoop bij bakker, krantenwinkel, apotheek), zijn ook fietsers vaak niet bereid lange afstanden te voet af te leggen vanuit de stallingplaats, maar anderzijds kunnen er ook openbare fietsenstallingen in het centrum beschikbaar zijn voor bezoekers die wat langer in het centrum willen verblijven.





Subjectieve bereikbaarheid

DEFINITIE

De subjectieve bereikbaarheid is de **perceptie bij een individu van de bereikbaarheid van een locatie**.

Zij is voor iedere persoon anders, en kan bij dezelfde persoon zelfs variëren naargelang tijdstip, dag van de week, weerstoestand...

De **subjectieve bereikbaarheid van een winkerkern** kan weergegeven worden aan de hand van indexcijfers: een positief cijfer betekent dat er meer mensen met een positief oordeel zijn dan met een negatief oordeel. Een negatief cijfer geeft aan dat het saldo van de meningen van de klanten voor de betreffende winkerkern negatief is.

Elise en haar dochter Ann gaan op zaterdag shoppen in Aalst. Ze vertrekken met de wagen vanuit Lede en willen parkeren op de parking aan de Keizershallen. Het is marktdag en er is dus heel wat volk in de stad. Maar toch moeten ze niet lang zoeken naar een parkeerplaats. Van daaruit gaan ze te voet verder richting winkelcentrum. De zon schijnt en het is gezellig flaneren door de winkelstraten.

Paul en Tanja, een koppel uit Ninove, gaan die zaterdag met dezelfde intentie richting Aalst. Nog maar net de deur uit en ze staan al stil op de Expresweg. Er is een ongeval gebeurd en het is aanschuiven geblazen. Eens de file voorbij staan ze stil voor elk verkeerslicht. Ze zijn beiden niet echt vertrouwd met het centrum van Aalst en vinden moeilijk parkeerplaats. Waar moeten ze heen met hun wagen. Paul raakt stilaan licht gestresseerd. Ze volgen de pijlen richting de parking Keizershallen. Maar die staat zo goed als vol. Eénmaal een parkeerplaats gevonden, gaan ze op zoek naar de winkelstraten. Maar welke richting moeten ze nu uit...

De subjectieve bereikbaarheid geeft dus het aanvoelen weer van de mensen over de bereikbaarheid van de winkerkern van de stad. Mocht je aan Elise en Ann uit het voorgaande voorbeeld vragen wat ze van de bereikbaarheid van het winkelcentrum van Aalst vinden, zullen ze ongetwijfeld positief antwoorden. Maar het kan ook anders verlopen. Het koppel uit Ninove heeft een heel ander gevoel over de bereikbaarheid van Aalst. De kans dat zij nog eens terugkomen, is veel kleiner.

Aangezien het om een persoonlijk gevoel gaat, zijn er verschillende factoren die onze mening zowel positief als negatief kunnen beïnvloeden. Deze factoren zijn onderling ook sterk afhankelijk van elkaar en ook de aard van de vervoerswijze speelt hierin een belangrijke rol.

METEN IS WETEN

Om de subjectieve bereikbaarheid van een handelskern weer te geven, wordt met **indexcijfers** gewerkt. Een positief cijfer betekent dat er meer mensen met een positief oordeel zijn dan met een negatief oordeel. De index bedraagt maximaal +100 (bij alleen positieve oordelen) en minimaal -100 (bij alleen negatieve oordelen).

Dit indexcijfer biedt in eerste instantie een nulmeting. Aan de hand van het berekende cijfer kan er een visie uitgewerkt worden en kan er verder gewerkt worden aan de eventuele (mobiliteits)knelpunten. Nadien kan een nieuwe studie van het indexcijfer aantonen of de subjectieve bereikbaarheid van de stad gestegen of gedaald is. Het is dus een handig werkinstrument om de bereikbaarheid te verbeteren.

Om tot een indexcijfer te komen, hebben we cijfermateriaal nodig. De ervaringen kunnen we opmeten aan de hand van een enquête, waarin mensen bevraagd worden naar hun oordeel over de bereikbaarheid van de stad.



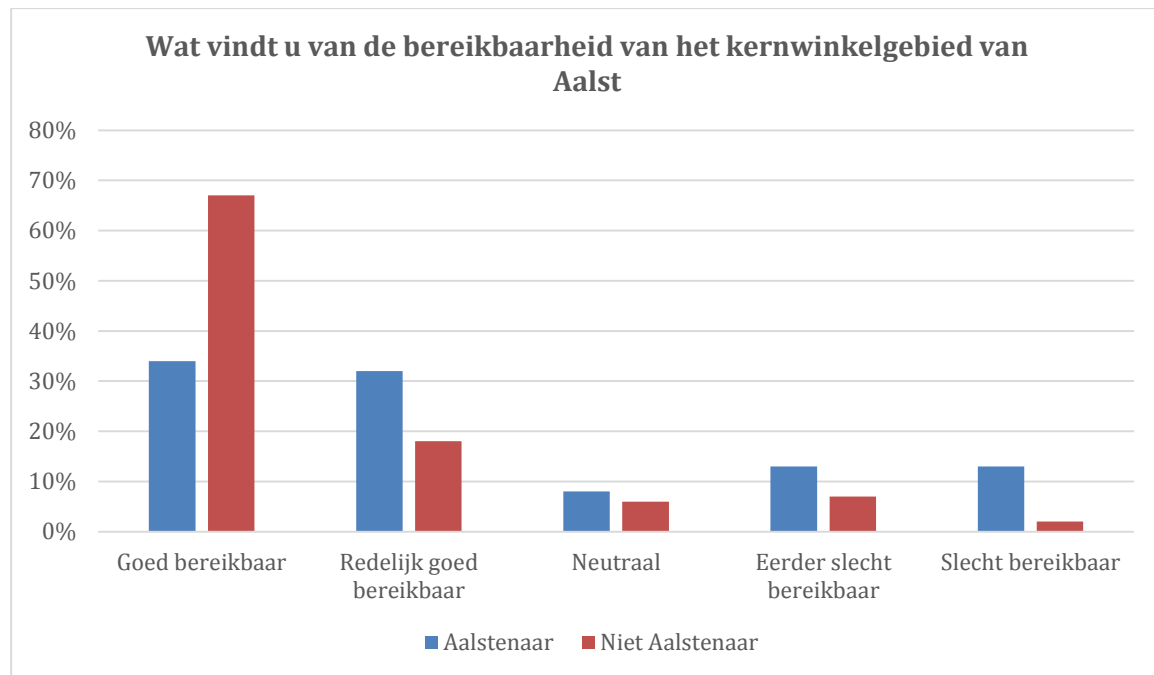
Berekening van het indexcijfer

UNIZO heeft de subjectieve bereikbaarheid onderzocht voor de stad Aalst. De werkelijke en de potentiële bezoekers zijn bevroegd over de bereikbaarheid van het kernwinkelgebied van Aalst en welke bedenkingen ze daarbij hebben of problemen ze ervaren.

Er werden 400 personen persoonlijk bevroegd die zich op de Varkensmarkt (in) of in het winkelgebied van Aalst (hierna Aalstenaars) bevonden. Verder bevroegen we 400 personen die we ontmoetten in de winkelgebieden van Ninove, Zottegem, Wetteren en Dendermonde (hierna niet-Aalstenaars). Er werd voor deze gemeenten gekozen omdat de klanten die daar winkelen ook potentiële klanten voor Aalst zijn.

Wat vonden die respondenten nu van de bereikbaarheid van Aalst:

De meerderheid van de respondenten heeft een goed tot redelijk goed gevoel bij over de bereikbaarheid van de stad.



Met deze gegevens kunnen we het algemene indexcijfer berekenen.

Berekening van het indexcijfer

Als voorbeeld gebruiken we de bevraging bij de **400** Aalstenaars zelf:

136 personen vinden het kernwinkelgebied van Aalst **heel goed bereikbaar** en **129** onder hen vinden Aalst **redelijk goed bereikbaar**.

Daartegenover zijn er **52** ondervraagden die het winkelcentrum van Aalst **slecht bereikbaar** vinden en **50** mensen vinden Aalst **redelijk slecht bereikbaar**.

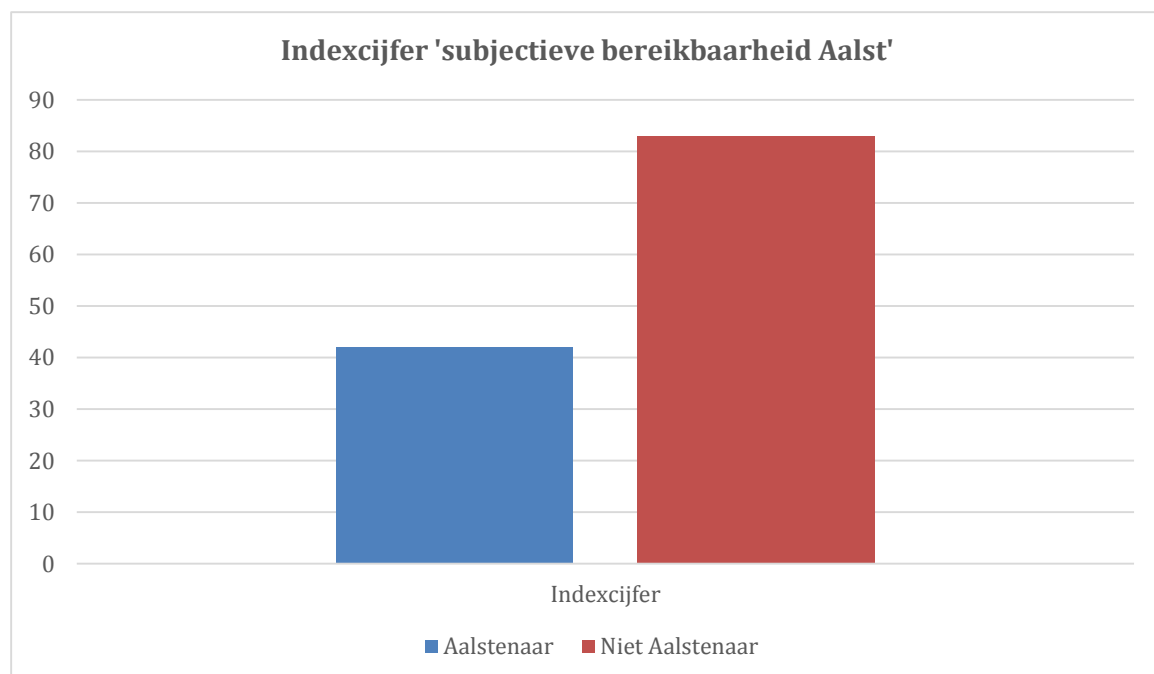
Ten slotte zijn er **33** personen die zich **neutraal** uitspreken over de bereikbaarheid van de stad.

Voor de berekening van het indexcijfer geven we een gewicht aan elk antwoord.

De hele goede en de hele slechte antwoorden worden verdubbeld.

1. We geven eerst een gewicht aan de antwoorden:
 $(136 * 2) + 129 = 401$ (gewicht voor de goede bereikbaarheid)
 $(52 * 2) + 50 = 154$ (gewicht voor de slechte bereikbaarheid)
33 (neutraal)
Totaal: **588**
2. Daarna bepalen we het percentage
 $(401/588) * 100 = 68,19$
 $(154/588) * 100 = 26,19$
3. Nu kunnen we het indexcijfer bepalen
Het grootste cijfer zal bepalen of we tot een positieve dan wel een negatieve bereikbaarheid komen. Het kleinste percentage wordt van het grootste afgetrokken.

$$68,19 - 26,19 = \mathbf{+42\%}$$



Het indexcijfer over de subjectieve bereikbaarheid van het centrum van Aalst geeft aan dat de bevroegde personen van buiten Aalst veel positiever zijn dan de Aalstenaars zelf.

Om hier verdere conclusies uit te trekken, moet wel rekening gehouden worden met de beïnvloedingsfactoren van de subjectieve bereikbaarheid (zie punt 3). U krijgt een beter zicht op deze beïnvloedingsfactoren door enkele bijkomende en doelgerichte vragen te stellen in uw enquête.

Beïnvloedingsfactoren van de subjectieve bereikbaarheid

Aangezien de subjectieve bereikbaarheid gebaseerd is op gevoelens en ervaringen, zijn er verschillende factoren die de mening van de bezoekers zowel positief als negatief beïnvloeden. Die beïnvloedingsfactoren zijn vaak ook afhankelijk van de aard van het voertuig waarmee men de verplaatsing maakt.

Auto	
De zoektocht naar een parkeerplaats in het winkelcentrum van een stad kan heel wat ergernissen opleveren. Een duidelijke bewegwijzering naar de beschikbare parkeerplaatsen zorgt voor een zorgeloze start van uw bezoek.	
Positief	Negatief
• Beschikbare parkeerruimte • Moment van de verplaatsing (buiten de ochtendspits, weekend) • Staat van de infrastructuur • Bewegwijzering • Doorstroming van het verkeer • Aanbod in het kernwinkelgebied • Verkeerslichten • Geen beter alternatief • Informatie over parkeeraanbod • Informatie over wegenwerken • Informatie over evenementen	• Onvoldoende parkeerruimte • Kostprijs parkeren • Moment van de verplaatsing (ochtendspits, zaterdag) • Geen of tekort aan bewegwijzering • Onvoldoende aanbod in het kernwinkelgebied • Verkeerslichten • Openbare werken • Geen informatie over het parkeeraanbod, wegenwerken, evenementen etc. • Kostprijs • Stress/spanning

(brom)fiets	
Wie met de fiets naar de stad komt via een veilige en aangename fietsroute is positiever over de subjectieve (fiets)bereikbaarheid.	
Positief	Negatief
• Kwaliteit van de infrastructuur • Fietsveiligheid • Ruimtelijke kwaliteit van de af te leggen route • Beschikbare fietsenstallingen • Weersomstandigheden • Informatie over fietsenstallingen, wegenwerken, evenementen etc. • Aanbod van het kernwinkelgebied • Kostprijs	• Onvoldoende fietsenstallingen • Fietsveiligheid • Kwaliteit van de infrastructuur • Ruimtelijke kwaliteit van de af te leggen route • Weersomstandigheden • Onvoldoende aanbod in het kernwinkelgebied • Onvoldoende informatie over de beschikbare fietsroutes, fietsenstallingen, evenementen, openbare werken etc.



Openbaar Vervoer Een bushalte dicht tegen het kernwinkelgebied ervaart de bezoeker als een positieve winkelervaring.	
Positief • Aansluitingen/verbindingen • Opstaphalte in de nabijheid van de woning • Eindhalte in de nabijheid van het kernwinkelgebied • Ruimtelijke kwaliteit van de route tussen de start-/eindhalte • Weersomstandigheden • Tarieven • Betrouwbaarheid • Informatie over tarieven, haltes, uurregeling, acties, evenementen, openbare werken	Negatief • Aansluitingen/verbindingen • Geen opstaphalte in de nabijheid van de woning • Geen eindhalte in de nabijheid van het kernwinkelgebied • Ruimtelijke kwaliteit van de route tussen de start-/eindhalte • Weersomstandigheden • Tarieven • Betrouwbaarheid • Informatie over tarieven, haltes, uurregeling, acties, evenementen, openbare werken

Enkele toepassingen op de subjectieve bereikbaarheid

De centrale vraag 'wat vindt u van de bereikbaarheid van ...' is onderhevig aan verschillende factoren.

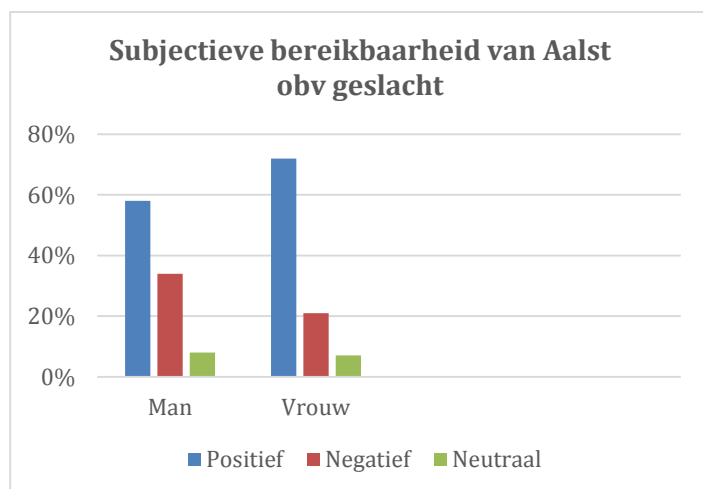
Om een correct antwoord te verkrijgen op uw centrale vraag is het belangrijk om ook andere factoren op te meten aan de hand van de enquête. Op die manier ontstaat er een totaalbeeld en kan er resultaatgericht/doelgroepengericht gewerkt worden om de subjectieve bereikbaarheid van het kernwinkelgebied te verbeteren. Die bijkomende vragen zijn afhankelijk van het doel dat u als beleid wenst te bereiken.

We geven, bij wijze van voorbeeld, enkele resultaten van het onderzoek in Aalst.

• Profiel van de respondent

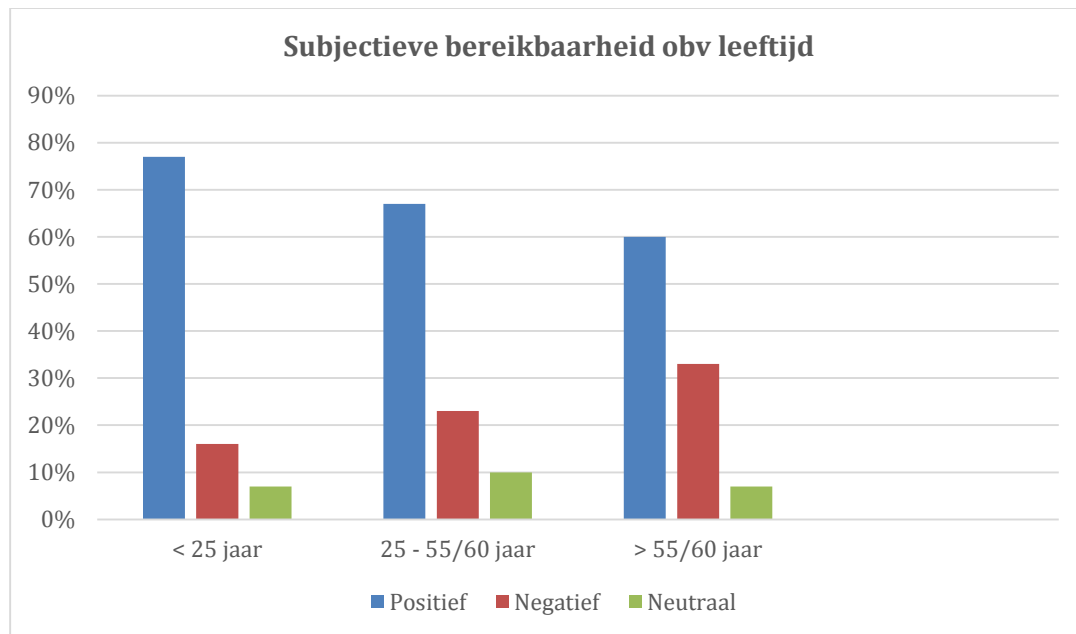
Geslacht

Uit de voorbeeldenquête is gebleken dat ook het geslacht een invloed kan hebben op de subjectieve bereikbaarheid. Zo zien we dat er in Aalst positiever wordt gereageerd op de bereikbaarheid door vrouwen dan door mannen.



Leeftijd

Ook de leeftijd speelt een rol in de perceptie van de bereikbaarheid. Hoe ouder de respondent, hoe negatiever hij reageert op de vraag 'Wat vindt u van de bereikbaarheid van het kernwinkelgebied van Aalst'.



- **Vertrekplaats**

Vertrek je van thuis of van het werk?

Ken je de route of heb je die verplaatsing nog maar zelden of nooit gemaakt?

Moet je nog een eind stappen tot aan de bushalte of ligt deze in een aanpalende straat ?

Al deze zaken bepalen de ervaring over de verplaatsing vanaf het vertrekpunt tot een het eindpunt.

Uit de enquête in Aalst is gebleken dat vooral de mensen buiten Aalst een positief gevoel hebben over die bereikbaarheid. Afstand hoeft dus geen negatieve factor te zijn.

- **Met welk vervoersmiddel hebt u zich verplaatst?**

Met de auto, de (brom)fiets, te voet of met het openbaar vervoer?

Voor elk vervoersmiddel zijn er heel wat redenen die een positieve of negatieve invloed hebben op het gevoel van bereikbaarheid van het stadscentrum.

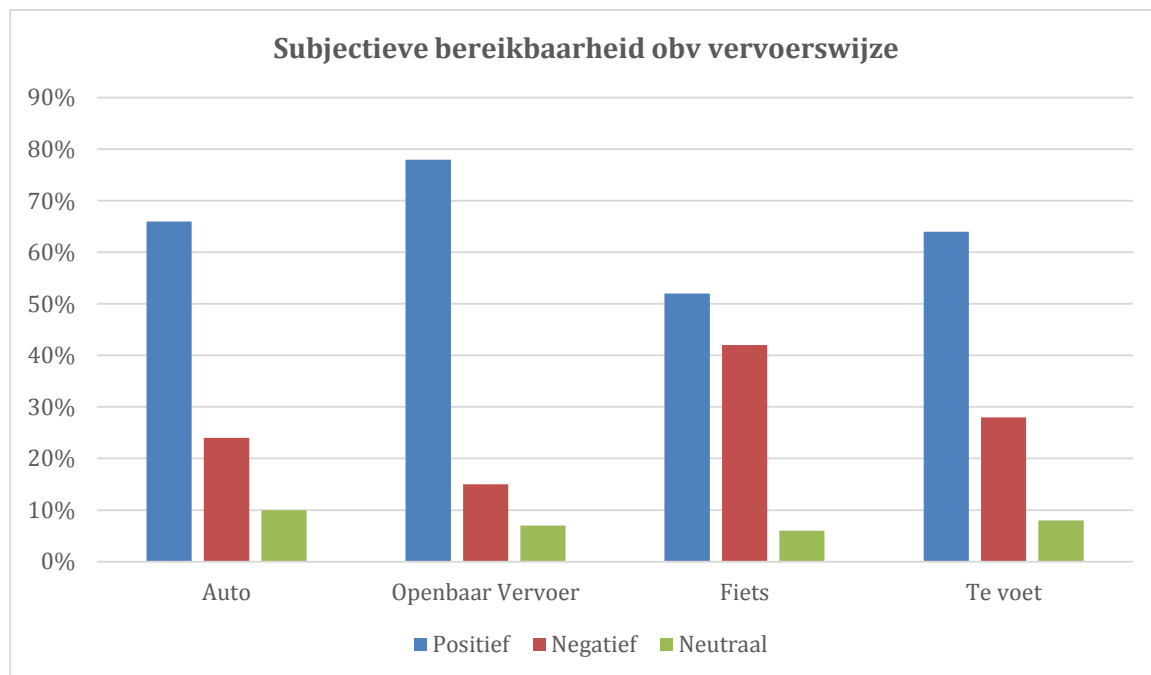
Maar ook persoonlijkheid speelt hierin een grote rol.

- Een **auto** geeft heel wat mensen een gevoel van vrijheid, onafhankelijkheid en snelheid. Maar dit kan ook een vals gevoel zijn. Want met de wagen zijn er ook heel wat mogelijke hindernissen onder de baan. Stoplichten, files, wegenwerken en dergelijke zorgen voor de nodige vertraging onderweg. Ook de zoektocht naar een (betaalbare) parkeerplaats in de buurt van het centrum loopt niet altijd van een leien dak. En staat je wagen dan wel op wandelafstand van de winkelstraten?

- De **fiets** is gratis en die kan je kwijt op heel wat locaties in de buurt van het kernwinkelgebied. Dus voor wie dichtbij woont, is de fiets een bijzonder aantrekkelijk alternatief voor de wagen. Maar in België is het weer niet altijd even fietsvriendelijk. En wat met al die zakken na een dagje shoppen?

- Met het **openbaar vervoer** was je er al geweest. Geen zoektocht naar een parkeerplaats, zo goed als geen last van files dankzij de centrale busbanen, een opstapplaats aan je voordeur en een afstapplaats dichtbij het centrum. Of toch niet?





In Aalst is gebleken dat personen die met de fiets naar het centrum komen, het minst tevreden zijn over de bereikbaarheid. Slechts de helft van de fietsers is positief over de Aalsterse bereikbaarheid. Aan de hand van deze enquête kan je nagaan bij die fietsers welke knelpunten zij ervaren.

Van de mensen die te voet of met de wagen naar Aalst komen is ongeveer twee derde positief over de bereikbaarheid. Het zijn ook deze twee vervoerwijzekeuzen die het meest voorkomen om zich te verplaatsen naar het centrum van Aalst.

Dergelijke info geeft de mogelijkheid om te gaan werken op de vervoersmodus ter verbetering van het bereikbaarheidsgevoel.

- **Hoe lang hebt u over uw route naar het kernwinkelgebied gedaan**

Deze tijdsindicatie is een vast gegeven en staat los van de perceptie van de bereikbaarheid van het kernwinkelgebied. Maar het is wel interessant om weten hoe lang een respondent over zijn route doet vanaf zijn vertrekpunt tot bij het eindpunt.

Het antwoord op deze vraag is afhankelijk van het moment (van de dag) waarop die persoon zich verplaatst. Dezelfde route neemt wellicht meer tijd in beslag tijdens de ochtendspits dan daarbuiten.

Hou daarom zeker rekening met volgende elementen voor het ontleden van deze vraag:

- dag van de week (weekdag, zaterdag, zondag)
- binnen of buiten de spits
- evenementen in de stad
- openbare werken

- **Komt dit overeen met uw inschatting ?**

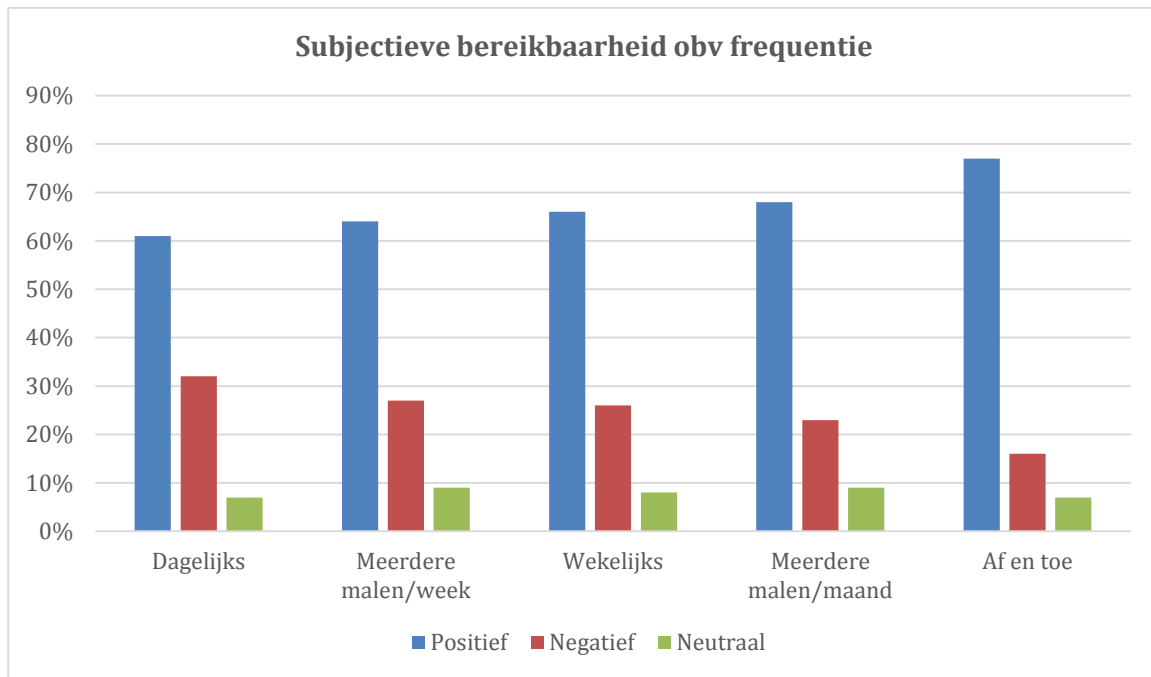
Meestal weet je al op voorhand hoe lang je verplaatsing naar je (eind)bestemming zal duren. Misschien heb je diezelfde route al meermaals gevolgd, zie je de duurtijd van de reis op je gps of ben je je op voorhand gaan informeren via het wereldwijde web. Op basis van die info kan je een persoonlijke inschatting maken van het verloop van de tocht. Duurde de trip veel langer dan voorzien, dan is jouw perceptie van de bereikbaarheid van die stad wellicht negatief. Komt de verwachte tijd (ongeveer) overeen met de werkelijkheid dan krijg je zeker



en vast een positief beeld over de bereikbaarheid van die stad.

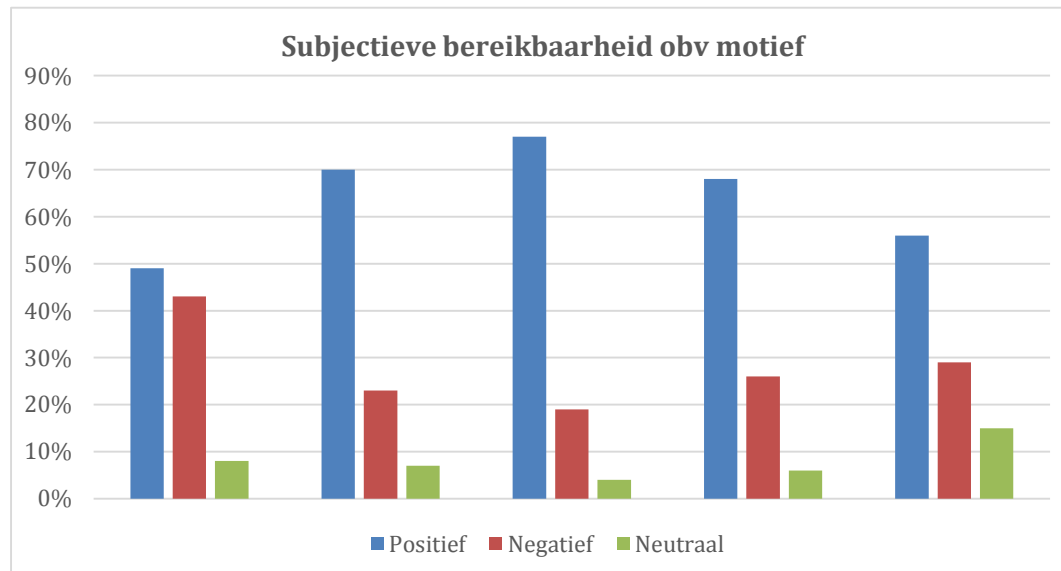
- **Hoe vaak bezoekt men het stadscentrum**

Niet alle respondenten bezoeken het winkelcentrum van een stad met dezelfde frequentie. Dit kan ook een invloed hebben op het bereikbaarheidsgevoel. Hoe vaker iemand een stad bezoekt, hoe vaker die persoon de (on)gemakken van het traject ervaart.



Uit de bovenstaande grafiek kan je afleiden dat hoe vaker een persoon zich verplaatst naar het centrum van Aalst, hoe negatiever hij reageert als het om de bereikbaarheid van die stad gaat.

- **Wat is de reden van het bezoek?**



Een dagje winkelen, een horecabezoek, snel naar het postkantoor of 's avonds een voorstelling volgen in het cultureel centrum. Mensen die een dagje gaan winkelen, zijn minder gestresseerd en hebben meer tijd voor



het hele traject. Ze gaan op zoek naar een parkeerplaats in de buurt van het centrum, maar willen gerust enkele minuten wandelen.

Als je snel iets moet afhalen in een winkel, wil je ook een parkeerplaats voor de deur van die winkel.

Ook de funshoppende bezoekers van Aalst reageerden positiever in de bereikbaarheidsenquête. Hoe minder tijd je hebt voor het traject, hoe negatiever je zal reageren op de enquête.

Ook hier krijg je de kans om doelgroepengericht te gaan werken voor de verbetering van de subjectieve bereikbaarheid van je winkelcentrum.

- **Hebben (wegen)werken en/of evenementen een invloed op uw bezoek**

Openbare werken brengen de nodige hinder met zich mee. Deze werken zijn noodzakelijk en moeten uitgevoerd worden. Meestal gaan we ervan uit dat deze werken voornamelijk de nodige hinder met zich meebrengen voor de buurtbewoners. Maar ook voor de passanten en de bezoekers van uw stad.

- **Informeert u zich voor uw vertrek en welke info wenst u**

Wie zich vooraf informeert, kan een betere inschatting maken van de verkeerssituatie waaraan hij zich kan verwachten. Die informatie kan gaan over eventuele wegenwerken, evenementen en andere factoren die de druk op het lokale wegennet verhogen.

Daarnaast kan je je ook informeren over de dichtstbijzijnde parkeermogelijkheden en hun prijs.

Conclusie

- Op basis van het indexcijfer komt u te weten of de mensen de bereikbaarheid van uw stad positief of negatief ervaren. Dat cijfer wordt de maatstaf voor de subjectieve bereikbaarheid van uw winkelcentrum.
- In een enquête kunnen bijkomende vragen gesteld worden om het subjectief bereikbaarheidsprofiel van uw stad te bepalen. Enquête als eerste stap gebruiken, daaruit indexcijfer afleiden en overige vragen. Deze vragen zijn afhankelijk van het doel dat u met deze enquête wenst te bereiken. Daarnaast krijgt u ook een zicht op de knelpunten die de mensen ervaren bij een bezoek aan het kernwinkelgebied.



Objectieve versus subjectieve bereikbaarheid

Het onderzoek naar objectieve en subjectieve en objectieve bereikbaarheid biedt niet alleen heel wat materiaal voor de vaststelling en mogelijke aanpak van een aantal knelpunten, maar ook voor de opmaak van een actie- en communicatieplan.

KNELPUNTEN VOOR VERSCHILLENDE VERVOERSMODI

Zowel het objectieve als het subjectieve (met inbegrip van de vrije antwoordmogelijkheid) bereikbaarheidsonderzoek legt een aantal knelpunten voor de verschillende vervoersmodi bloot. Een vergelijking met de theoretische bereikbaarheid geeft een idee van mogelijk aan te pakken problemen:

Auto

- Filegevoelige trajecten
- Problematische kruispunten
- Onduidelijke bewegwijzering naar centrum en parking
- Onvoldoende parking of verkeerde situering parking
- Toegang tot en (on)veiligheidsgevoel in parking
-

Openbaar Vervoer

- Blinde vlekken
- Onvoldoende aanbod binnen bepaalde tijdsvensters
- Te veel overstappen
- Lange voor- en natrajecten
- Ontbrekende of oncomfortabele halte-infrastructuur
- ...

Fiets

- Onderbroken fietsroutes
- Gevaarlijke oversteekplaatsen
- Geen of oncomfortabele fietspaden
- Gebrek aan of verkeerde locatie fietsenstallingen
-

Voetganger

- Onvoldoende comfort op voetpaden
- Geen of onveilige voetgangersdoorsteken
- Onaantrekkelijk openbaar domein
- ...



SPECIFIEKE PROBLEMEN

Het onderzoek naar de **subjectieve** bereikbaarheid brengt een aantal specifieke problemen aan het licht.

Deze geven meer duidelijk over de perceptie van de klant. De beleving van de verplaatsing, de duidelijkheid van de te volgen weg, de inrichting van straten en pleinen,... zijn hier mogelijke voorbeelden

Wat in ons onderzoek ook zeer performant was, is het gebrek aan kennis of ontbreken van informatie over:

- lijnvoering en verplaatsingstijden openbaar vervoer, tarieven en voorwaarden
- locatie en gebruik van infrastructuur (parking, fietsstallingen)
- mogelijke combinaties van verschillende vervoersmodi

Uiteraard heeft dit gevolgen voor het bereikbaarheidsgevoel.



Actie en communicatietraject

Het subjectieve bereikbaarheidsgevoel van de winkerkern op klanten verhogen met een actie- en communicatietraject, dat is de uiteindelijke doelstelling van ons deelproject “Bereikbaarheid als troef van het kernwinkelgebied”.

Het verzamelen van informatie is één facet. Die informatie op de juiste manier op het juiste moment bij de klant krijgen een tweede.

VERGELIJKING TUSSEN OBJECTIEVE EN SUBJECTIEVE BEREIKBAARHEID ALS BASIS VOOR EEN ACTIEPLAN

De verschillen en mogelijke overeenkomsten tussen objectieve en subjectieve bereikbaarheid vormen een basis voor de opmaak van een actieplan.

Dit kan variëren naargelang **vervoersmodus** of zich toespitsen op bepaalde **doelgroepen**.

Dit actieplan moet er toe leiden dat de bereikbaarheid van de stad, gemeente verbetert door de aanpak van bepaalde knelpunten. Tegelijk willen we bereiken dat de bereikbaarheid in een positief daglicht wordt gesteld door het verminderen van het mogelijk negatief aanvoelen van de bezoeker.

Met andere woorden, de ‘bereikbaarheid als troef’ uitspelen.

Infrastructuurmaatregelen

Het subjectieve bereikbaarheidsonderzoek kan op een aantal punten samenvallen met de resultaten van de objectieve. Dit maakt de keuze voor prioriteiten en plan van aanpak meer voor de hand liggend. We spreken dan veelal van ‘harde’ of materiële ingrepen op het terrein.

Mogelijke voorbeelden van aanpak zijn:

Auto

- parkeerbewegwijzering
- herdenken van congestie-kruispunten
- opmaak verkeerscirculatieplan
- bewegwijzering naar attractiepolen,
- tijdelijke bewegwijzering bij openbare werken
- ...

Openbaar Vervoer

- grijze zones invullen met alternatieven zoals Belbus
- halteaccomodatatie verbeteren

Fiets

- oversteekplaatsen aanpassen (fietsbruggen of –tunnels)
- fietscirculatieplan uitwerken
- veilige fietsenstallingen gericht inplanten
- rent-a-bike
- park&bike
- ...



Voetganger

- inrichting openbaar domein
- aantrekkelijke looproutes tussen verschillende knooppunten
- ...

Informatie, sensibilisatie en communicatie

Wanneer er uit het subjectieve bereikbaarheidsonderzoek knelpunten naar voor komen die niet stroken met de objectieve, is er een duidelijk perceptieprobleem. Het actieplan zal zich dan eerder richten op

Informatie over verschillende vervoerswijzen en mogelijke combinaties:

- vlotte routes naar parking, fietsenstallingen
- aantrekkelijke loop- en fietsroutes naar centrum vanaf station of parking
- openbaarvervoer-haltes met up-to-date informatie

Sensibilisatie voor gebruik duurzame vervoerswijzen:

- park&ride tickets in randparkings
- fietsfaciliteiten, zowel voor werknemers van privé-bedrijven als van administratie
- kennismakingspakketten voor openbaar vervoer

Communicatie-acties

- Bereikbaarheidskaarten, zowel voor macro- als microbereikbaarheid
- Campagnes over gewijzigde bereikbaarheid bij tijdelijke ingrepen, zoals openbare werken of evenementen

EÉN BEREIKBAARHEIDSPLATFORM

“Idealiter zou alle informatie rond bereikbaarheid samengebracht moeten worden op één bereikbaarheidsplatform zodat aan de klant ten allen tijde correcte, real-time, dynamisch en mobiel informatie kan verschaft worden.

Een eerste stap in dit proces is het open ter beschikking stellen van de verzamelde data (open data), zodat aanbieders van mobiliteitstools en applicaties ze kunnen gebruiken in hun reeds bestaande /te ontwikkelen tools en applicaties. Ambitieuzer is het om voor de eigen stad of gemeente een eigen bereikbaarheidsplatform uit te bouwen. Om dit project tot een goed einde te brengen, én te zorgen dat het nadien ook onderhouden wordt, wordt een handleiding opgemaakt .

In afwachting van dit multimodale, dynamische en real-time platform, kan er al een voorafgaand communicatie- en actietraject opgezet worden.”

zo schreven we in ons projectvoorstel.

We werkten voor onze pilootgemeente een voorbeeld van bereikbaarheidsplatform, bereikbaarheidskaart uit. Bij deze kaart hoort een aparte handleiding.

De informatie hierrond maakt deel uit van een apart document en een aparte pagina op onze website: www.unizo.be/bereikbaarheid



Bijlage 1: Pilootproject Aalst



VOORBEELD PLAN VAN AANPAK

Stuurgroep samenstellen met relevante stakeholders

- Betrokken administraties: economie / mobiliteit / ruimtelijke ordening / communicatie / ondersteuning technische diensten – ICT /
- Mogelijke andere diensten: toerisme, onderwijs,...
- Ondernemers(organisaties)

Onderzoek naar objectieve bereikbaarheid (opdracht bureau)

Onderzoek naar subjectieve bereikbaarheid via enquête

Resultaten objectieve en subjectieve vergelijken:

- Inventariseren knelpunten
- Mogelijke opportuniteiten/ aanpak op korte en lange termijn

Opmaak actieplan obv beschikbare middelen en mensen

- Bereikbaarheidskaart met attractiepolen
- Invullen witte vlekken: fietsroutes, openbaar vervoer, parkeerfaciliteiten, looproutes, ...
- Acties en evenementen
-
- Communicatiecampagne algemeen / naar specifieke doelgroepen

Opvolging en Monitoring

OPSTART VAN HET PROJECT

Voor het uitwerken van dit project, werkten we met een **pilootstad**.

We kozen voor stad Aalst omwille van een aantal redenen:

- Een middelgrote centrumstad met een regionaal bereik
- De toekomstige 'onbereikbaarheid' omwille van grote openbare werken
- Terugkerende grote evenementen zoals 'Carnaval'
- Een groot project rond openbaar vervoer, de stationsomgeving
- De positieve ingesteldheid en bereidheid tot medewerking van de UNIZO-Aalst

Partners in het project

- UNIZO-bestuursleden: Binnen het bestuur van UNIZO-Aalst zijn er twee ondernemers die mee in de projectstuurgroep willen zetelen en actief willen meewerken.
- UNIZO-medewerkers: De regionale UNIZO-adviseur lokale werking wordt mee ingeschakeld bij de opvolging en uitwerking van het project.
- Stad/gemeente: Een eerste overleg tussen UNIZO en het stadsbestuur van Aalst waarbij het project wordt toegelicht en de interesse en actieve medewerking wordt afgetoetst, resulteert in een engagement van de dienst mobiliteit en de dienst lokale economie.

UNIZO en de stad Aalst maken een overeenkomst om de problematiek te schetsen, de nodige onderzoeken uit te voeren, en een methodiek uit te werken.

Dit alles moet resulteren in een plan van aanpak om de bereikbaarheid van de stad positief te benaderen én een communicatiestrategie uit te werken naar de verschillende doelgroepen.



PROJECTSTUURGROEP

De initiële projectstuurgroep is samengesteld uit:

- vertegenwoordigers van de stad; dienst Economie en Mobiliteit
 - vertegenwoordigers van de lokale UNIZO-ondernemersvereniging
 - regionale UNIZO-begeleider
 - nationale UNIZO-begeleider, projectverantwoordelijke
- Deze laatste volgt het project op, terwijl op lokaal vlak de dienst Economie het aanspreekpunt is.

Uitbreiding stuurgroep:

Tijdens het proces bleek dat de bereikbaarheid van een stad niet alleen bekeken dient te worden vanuit het standpunt economie. Bezoekers komen ook voor andere doeleinden naar de stad, waarbij diverse bezoekersmotieven elkaar kunnen aanvullen. Daarom werd de stuurgroep uitgebreid met vertegenwoordigers uit andere beleidsdomeinen: **Toerisme en Communicatie** . Omdat toen reeds duidelijk was dat de communicatie grotendeels digitaal zou verlopen werd ook de **IT-dienst** betrokken.

DATAVERZAMELING: ONDERZOEK NAAR DE THEORETISCHE EN OBJECTIEVE BEREIKBAARHEID

Voor de onderzoeken en de verzameling van data wordt beroep gedaan op een studiebureau., waarbij studiebureau MINT werd geselecteerd omwille van zijn expertise.

Los van deze selectie werd MINT in dezelfde periode door de stad Aalst geselecteerd om het nieuwe mobiliteitsplan op te maken. Dit heeft als voordeel dat een aantal gegevens die nuttig zijn voor dit project sowieso voorhanden zijn. Nadeel is dat dit het laatste jaar van de huidige legislatuur is.

Uitwerking

Het studiebureau maakt een overzicht van de mogelijkheden voor de opmaak van een bereikbaarheidssysteem voor de stad, aan de hand van concrete kaartvoorbeelden.

Op basis hiervan worden de basismeetpunten voor Aalst vastgelegd.

Intern overleg tussen MINT en de dienst Mobiliteit levert een verdere detaillering op voor de opmaak van de bereikbaarheidskaarten. Hier worden de bestemmingslocaties en attractiepunten vastgelegd, met als resultaat een basismodel voor Aalst. Dit wordt via terreinwaarnemingen en bijkomende achtergrondinformatie, gebaseerd op terreinkennis, aangevuld.

Dit resulteert in tellingen van de diverse vervoersmodi en levert een objectief bereikbaarheidsprofiel op voor de stad Aalst.

De studie vindt u achteraan dit dossier.



Objectieve bereikbaarheid

De bereikbaarheidskaarten vormen een structureel onderdeel van de aanpak 'Bereikbaarheid als troef'. We vertrekken van het 'meten is weten'-principe om de bereikbaarheid te objectiveren.

Werkwijze

Vanuit de officiële verkeersmodellen worden de nodige data overgenomen die toelaten om alle vormen van bereikbaarheid tussen alle mogelijk plaatsen van herkomst en bestemmingen te meten. De gevolgde trajecten worden steeds berekend als 'beste route', zijnde een combinatie van tijd, afstand en kosten.

In de dataset zitten alle cijfers rond reistijden per auto, OV, fiets en te voet, voor zowel ochtend- als , avondspits, alsook enkele daluren en rekening houdend met (deel)wijken.

Voor de auto wordt een onderscheid gemaakt tussen 'echte reistijd' en verliestijd aan kruispunten en file, die als meer hinderlijk worden ervaren.

Voor openbaar vervoer worden de exacte tijdsschema's gemaakt en de metingen omvatten tevens voertuigreistijd, overstappen, wachttijden en voor- en natransport.

Voor fiets en te voet worden indicatieve reissnelheden gerekend, waarbij rekening wordt gehouden met wegtype, bebouwing, ... die deze snelheid kan beïnvloeden.

Autoverkeer

Voor de autobereikbaarheidskaarten wordt het verkeersmodel van Aalst als basis genomen.

Centrum Aalst is 'gepunt' op omgeving Daensplein. De gegeven reistijd is tot aan dit punt, de zoektijd naar parking is hier niet meegerekend.

De autobereikbaarheid valt nog mee, het is wel duidelijk dat het drukker is vanuit de westelijke richting, gerelateerd aan de totale spits richting Brussel. 31.000 gezinnen wonen op minder dan 10 minuten autoreistijd. Vergeleken met globale resultaten voor België is dit positief, meer dan 8 miljoen Belgen wonen op meer dan 45 minuten autoreistijd.

Het verschil tussen enerzijds de reistijd auto in de ochtendspits 08-09 en anderzijds 'normale' filevrije condities, of de 'freeflow condities', geeft volgende resultaten:

Opvallend is dat een groot gebied weinig verliestijd ervaart, er is een verschil tussen -2 en +2 minuten, er is voor niemand verbetering dus gaat het hier om een 'verslechtering' van nauwelijks 2 minuten. Uitgeteld tegen inwoners en gezinnen, voor 153.000 gezinnen is de situatie niet significant slechter dan onder normale condities. Opnieuw voor bijna 9 miljoen Belgen is de reistijd in de ochtendspits minstens 5 minuten langer dan normaal, maar dit zal meer met de files op het hoofdwegennet te maken hebben dan met de Aalsterse situatie.

Ook op het middaguur (12-13 u) op gemiddelde werkweekdag zien we een quasi filevrije situatie. Op het hoofdwegennet is het druk, maar in feite zijn dit normale condities. Nu zitten er 35.000 gezinnen op 10 minuten van het centrum.

De avondspits (17-18 u) toont de 'slechtste' resultaten, de eerste gordel binnen de 10' is hier het compactst, en je gaat al snel naar een zone waar de reistijd tussen 20' en 30' ligt. Nu kunnen maar 100.000 gezinnen binnen de 20 minuten per auto het centrum kunnen bereiken, in de ochtend bedroeg dit nog 130.000 gezinnen.

Deze auto-reistijden 17-18 uur uitgezet tegen freeflow condities laat een scherper beeld zien. Het gebied dat nauwelijks beïnvloed is, is een stuk kleiner. In plaats van de 153.000 'niet-getroffen' gezinnen in de ochtendspits, zijn er nu maar 77.000 gezinnen die hun reistijd met maximaal 2 minuten zien verslechteren.

Voor een gemiddelde zaterdag meten we het 'drukste' uur op voor globaal autoverkeer, en volgens statistieken van de Vlaamse overheid blijkt dit nog steeds het uur 11-12 te zijn; net drukker dan de periodes 13-14 en 14-15. Verklaring zit hem in het net iets meer voorkomen van 'structurele' en 'verplichte' verplaatsingen die nog in



de voormiddag op zaterdag worden uitgevoerd. De resultaten lijken op deze van een normaal middaguur. In de details zijn minieme verschillen te zien die er op wijzen dat de situatie net iets beter is.

Openbaar vervoer

De meting voor de OV-reistijd geldt voor deur-tot-deur transport, en telt dus ook de voor-, na- en eventueel tussentransport mee. Voor deze metingen wordt de voorkeur gegeven aan rechtstreekse verbindingen, met desnoods 1 overstap.

Duidelijk is dat er nog steeds blinde vlekken zijn, voor bepaalde gebieden is er geen valabel OV-alternatief aanwezig. In totaliteit zijn reistijden al zeker een stuk hoger dan voor auto: slechts 896 schoolgaanden wonen bijvoorbeeld op minder dan 10 minuten per OV. Slechts 130.000 mensen wonen op minder dan 30'.

De verhouding tussen een rechtstreekse verbinding en verbinding met overstappen op ander OV, is positief. Binnen de regio Aalst is het best mogelijk om de centrumzones te bereiken zonder over te stappen. Wel zijn er opvallende resultaten naar incidenteel lastig OV-bereikbare zones. Cijfermatig volgt een mooi totaal van 266.000 gezinnen die rechtstreeks per OV naar de centrumzone kunnen, dit zijn logischerwijze alle gezinnen in België die zelf dicht bij een station wonen en hier een rechtstreekse verbinding hebben met Aalst station !

De OV-bereikbaarheid in reistijd voor de middag 12-13 is op zich niet manifest verschillend dan dezelfde analyse in de ochtend 8-9. Het is wel duidelijk dat er nu meer zones zijn waarvoor geen valabele verbinding bestaat. Maar indien deze wel beschikbaar is, zijn de reistijden in globo identiek. Wel duidelijk is dat het totale middag-aanbod een stuk minder sterk is, en in praktijk vooral begint te richten op treinverbindingen.

In de avondspits zijn opnieuw iets meer zones OV-bereikbaar in vergelijking met het middaguur, en in globo zijn de reistijden licht positiever dan in de ochtendspits. Opmerkelijk is dat bepaalde gebieden niet bereikbaar zijn die 's ochtends nog wel een verbinding met de centrumzone Aalst hebben, dit illustreert ook de inherente richtinggevoeligheid van het OV-aanbod. Er is een beperkt beter aanbod is, vooral voor de gordels tussen 10' en 30'.

De bereikbaarheid per OV van Aalst centrum toont de grootste 'gaten' op zaterdag tussen 11 en 12, een hele set zones hebben geen valabel alternatief. Duidelijk is ook het terugvallen van het treinaanbod, waardoor de spoorstructuur niet langer een duidelijk aanbod garandeert. Indien OV beschikbaar is, blijven de reistijden wel vergelijkbaar. Slechts 120.000 Belgen hebben een reistijd van minder dan een half uur.

Fietsverkeer

De reistijden voor fiets worden identiek verondersteld over de verschillende uren en typedagen, en worden in praktijk vooral gerelateerd aan afstand en fietsgemak op diverse segmenten. De getoonde reistijden zijn opnieuw deur-tot-deur.

Opvallend blijft dat voor 10 minuten fietstijd een aanzienlijk groot hinterland wordt gevormd, en voor verschillende zones nauwelijks slechter scoort dan de auto. Pas vanaf de verder gelegen zones is duidelijk dat de bereikbaarheid met de fiets niet langer concurreert met de andere modi. Meer dan 19.000 schoolgaanden situeren zich op minder dan 20' van het centrum van Aalst.

Conclusie

De objectieve bereikbaarheid van het centrum van Aalst scoort relatief goed. Met de auto is Aalst vanuit een relatief groot hinterland tamelijk vlot bereikbaar; dit geldt eveneens voor de fiets. De 'negatieve' verbindingen hebben vooral te maken met het spitsverkeer op de naastliggende E40.

Het openbaar vervoer, los van het spoorvervoer, kent wel een aantal blinde vlekken. Zo kennen een aantal gebieden tijdens daluren en tijdens avondspits weinig of moeilijke verbindingen, daar waar ze in de ochtenduren wel nog goed verbonden zijn met de stad.



OBJECTIEVE VERSUS SUBJECTIEVE BEREIKBAARHEID ?

De eerder positieve resultaten van het onderzoek naar de objectieve bereikbaarheid matchen op het eerste zicht niet met de perceptie van het Aalsters publiek en de signalen die de ondernemers geven. Daarom wordt ook de bereikbaarheidsbeleving onderzocht aan de hand van een passantenenquête, die resultaten geeft voor de 'subjectieve bereikbaarheid'.

Een bestaand onderzoek uit Nederland wordt hiervoor als basis genomen, met aanpassing aan de Aalsterse situatie én een uitbreiding met een enquête in vier buurwinkelgebieden. Hiermee wordt getoetst of en waarom mensen naar Aalst komen, en of de verkeerssituatie hier een rol in speelt.

Gezien de naderende openbare werken worden ook een aantal vragen meegenomen over de mogelijke wijzigingen in verplaatsingsgedrag of bezoekersfrequentie bij een belemmerde bereikbaarheid. Na try-out worden de definitieve vragenlijsten opgemaakt en de enquête afgenomen in Aalst en de 4 andere steden.

De resultaten van deze bevraging vindt u achteraan dit dossier.

Subjectieve bereikbaarheid – resultaten enquête

In september 2012 werd een enquête uitgevoerd naar de perceptie van de bereikbaarheid van Aalst. Er werden **400 personen bevroegd in het centrum van Aalst en 400 personen buiten Aalst**. In Aalst gebeurde de bevraging in het winkelhart (325 ondervraagden) en de Varkensmarkt (75). Er werden verschillende vragen gesteld over de kenmerken van de verplaatsing en over de mening met betrekking tot de bereikbaarheid. Buiten Aalst werd er bevroegd in Dendermonde, Ninove, Wetteren en Zottegem. Daar werd gevraagd of mensen wel eens gaan winkelen in Aalst en waarom wel/niet. Indien men wel gaat winkelen in Aalst werd er gevraagd naar hoe en wanneer.

Verwerking enquête

De eerstelijnsanalyse gebeurde voor zowel voor de bevraging binnen Aalst als de bevraging buiten Aalst. Het geeft een beeld van de algemene bevindingen over de bereikbaarheid en de kenmerken van het bezoek.

Een belangrijke meerwaarde zit in de **combinatie van twee verschillende variabelen**. Zo kan het bijvoorbeeld interessant zijn om te weten welk profiel de mensen hebben die de stad niet bereikbaar vinden en waarom men een bepaald vervoersmiddel kiest. Deze analyse gebeurt echter enkel op de resultaten van de enquête binnen Aalst. De aantallen bij de enquête buiten Aalst waren te beperkt om hierop verder in te gaan.

Bij de vergelijking van twee variabelen wordt in de mate van het mogelijke nagegaan of **bepaalde deelgroepen nog een verdere verklaring** hebben. Voor bepaalde deelgroepen worden dan nog eens andere variabelen bekeken. Dit is enkel mogelijk waar de deelgroepen een voldoende aantal personen bevat en het bijgevolg relevant en significant kan zijn om er dieper op in te gaan.

Waar relevant wordt ook de vergelijking gemaakt met de modal-split van de winkelverplaatsingen voor Vlaanderen (Onderzoek Verplaatsingsgedrag Vlaanderen – OVG 3).

Belangrijkste bevindingen

Bij de enquête in Aalst werden heel wat vragen gesteld omtrent de wijze van verplaatsen naar het stadscentrum. De belangrijkste **verplaatsingswijzen** zijn de auto en te voet.

Te voet gaan en met het openbaar vervoer zijn populairder dan gemiddeld in Vlaanderen. De auto heeft in Aalst een kleiner aandeel dan Vlaanderen. De fiets is sterk ondervertegenwoordigd, met 10% tegenover 20% in Vlaanderen.

Bijna drie vierden komt op **frequente basis** naar het centrum van Aalst, dit varieert van dagelijks tot wekelijks. De eigen inwoners vormen de grootste groep.

De verplaatsingstijd korter dan 10 minuten gaat op voor iets minder dan de helft, waar dit in vergelijking met Vlaanderen bijna drie vierde is. Voor de overgrote meerderheid blijkt de duurtijd van de verplaatsing overeen



te komen met de verwachte tijd.

De meningen over de **bereikbaarheid** scoort goed (34%) tot redelijk (32%).

Opvallend is wel dat er heel weinig zijn die zich op voorhand **informer**en over de bereikbaarheid (slechts 5%). Wel zijn er net iets meer mensen die op zoek zijn naar bijkomende info over omleiding, parkeren en openbaar vervoer. De kanalen hiervoor zijn zeer divers: e-mail, internet, infoborden, radio en parkeergeleidingssysteem.

Vrouwen en jongeren zijn positiever; en fietsers zijn het minst tevreden over de bereikbaarheid. Relatief gezien zijn er wel iets meer Aalstenaars die een negatief beeld hebben dan niet-Aalstenaars. Bij de shoppers zijn positievere geluiden te horen dan bij diegenen die enkel boodschappen komen doen.

Het oordeel over de bereikbaarheid houdt hier geen verband met de verplaatsingstijd; mensen die langer onderweg zijn, waren niet negatiever of positiever over de bereikbaarheid.

Wel vermindert de positieve ingesteldheid naarmate men frequenter naar de stad komt.

Het winkelend publiek laat zich niet tegenhouden door **openbare werken**; de overgrote meerderheid blijft naar de stad komen. Men gaat wel iets minder enthousiast bij terugkerende of speciale evenementen om naar de stad te komen. En meer dan drie vierde geeft aan zijn vervoermiddel of route niet aan te passen bij gewijzigde omstandigheden; zij die dit wel doen komen meestal uit de buurgemeenten.

Informatie inwinnen over de werken alvorens zich te verplaatsen gebeurt ook hier nauwelijks (5%).

De vervoerswijze

De bezoeker komt voornamelijk met de auto of te voet naar de stad; ook hier scoort de fiets weer ondermaats. De voetgangers zijn logischerwijze eerder terug te vinden bij de eigen inwoners, vanuit de buurgemeenten neemt men snel de auto of het openbaar vervoer.

Gecombineerd met het motief van bezoek, zien we dat de combinatie boodschappen en shoppen voornamelijk te voet gebeurt.

Ook de dagelijkse bezoeker verplaatst zich meestal te voet, wanneer de bezoeken minder dan wekelijks voorkomen, neemt de auto de helft van de verplaatsingen voor zich.

De **verplaatsingstijd** wordt meestal goed ingeschat, enkel bij de automobilisten was er een onderschatting.

Bij de **herkomst** van de ondervraagden valt op dat drie vierde van de passanten van Aalst zelf afkomstig is. De dagelijkse boodschappen, in combinatie met shoppen en horeca komt voor een groot deel op het conto van de eigen inwoners. De eigen inwoners zijn wel negatiever over de bereikbaarheid van hun stad dan niet-Aalstenaars.

Wanneer het enkel shoppen betreft, komt wel de meerderheid van buiten Aalst. En deze laatste zijn overwegend positief over de bereikbaarheid.

Evenementen zijn voor de meerderheid geen reden om naar Aalst te komen, de eigen inwoners scoren hier wel hoger dan niet-Aalstenaars.

De relatie tussen verplaatsingstijd en bezoekmotief toont dat men voor shoppen voornamelijk een verplaatsingstijd van 20 tot 30 minuten over heeft. Een langere verplaatsingstijd is gerelateerd aan andere motieven dan boodschappen, shoppen of horeca.

Een korte verplaatsingstijd betekent ook frequentere bezoeken.

Enquête buiten Aalst

Bij de respondenten buiten Aalst komt meer dan drie vierde nooit of bijna nooit naar Aalst. Maar dat heeft nauwelijks te maken met de bereikbaarheid. Slechts 15% gaf een mogelijke reden van bereikbaarheid om niet naar Aalst te komen, en dan voornamelijk parkeergegerelateerd.

Ninove scoort hier het hoogste percentage van de buurgemeenten voor bezoeken aan Aalst.



Van zij die wel naar Aalst komen, is ook de overgrote meerderheid positief over de Aalsterse bereikbaarheid. De meeste ondervraagden komen wel met de auto, de overige met het openbaar vervoer.

Als ze naar het centrum van Aalst komen, gebeurt dat wekelijks (21%) of af en toe (42%). Shoppen en boodschappen doen zijn de motieven voor de sporadische bezoeker.

Ook hier terug een minderheid, zoals bij de bevraging in Aalst zelf, die zich op voorhand informeert over de bereikbaarheid of hier graag bijkomende info over wil. En opnieuw zullen openbare werken geen struikelblok zijn om naar de stad te komen, waarbij men de vervoerswijze nauwelijks zal aanpassen.

Evenementen, zowel terugkerende als speciale, zijn voor een meerderheid van de respondenten uit buurgemeenten geen reden om Aalst te bezoeken.

Algemene conclusie enquête binnen en buiten Aalst

De meeste respondenten komen uit Aalst zelf, zowel voor boodschappen, shoppen en horeca. Aalst kent een trouw publiek, de meeste komen minstens elke week, of ook wel dagelijks. Twee derden zijn positief over de bereikbaarheid van Aalst. De eigen inwoners zijn wel minder positief dan de bezoekers over de bereikbaarheid van hun stad, wat een indicatie geeft over de 'interne' bereikbaarheid. De eigen inwoners komen meestal te voet of met de auto. Van buiten Aalst komt men meestal met de auto. Het zijn vooral jongeren die met het openbaar vervoer komen en ouderen die te voet komen. De fiets is binnen het gehele verplaatsingspatroon sterk ondervertegenwoordigd.

De personen die het minst positief zijn over de bereikbaarheid van Aalst zijn de fietsers, maar die komen wel frequenter naar Aalst.

De verplaatsingstijden zijn relatief kort en worden globaal goed ingeschat.

Aalst wordt vanuit buurgemeenten weinig bezocht, maar dit heeft nauwelijks te maken met de bereikbaarheid.

Bezoekers en inwoners zullen hun vervoerswijze niet snel wijzigen bij openbare werken of evenementen, en gaan zich ook nauwelijks informeren op voorhand over de beste verplaatsingswijze.

OPVOLGING EN OUTPUT

Onderzoek naar externe en interne bereikbaarheid

1. Externe bereikbaarheid blijkt een positief verhaal (zie ook bijlagen 1 en 2)

Uit het onderzoek naar de objectieve bereikbaarheid blijkt dat de externe bereikbaarheid van de stad behoorlijk positief is.

Autobereikbaarheid valt goed mee, rekening houdend met het westelijk verkeer komende van autostrade. Een behoorlijk groot gebied ervaart weinig verliestijd op een gewone werkdag, zowel in de ochtendspits als op het middaguur. Enkel de avondspits toont 'slechtere' resultaten.

Op zaterdag werd gekeken naar het drukste uur (11-12 u) en hier blijken minieme verschillen met een gewone werkdag.

Openbaar vervoer vertoont een dubbel beeld. In de regio is het mogelijk om de centrumzone te bereiken zonder overstappen; maar er zijn wel een aantal witte vlekken.

Deze witte vlekken zijn nog duidelijker op het middaguur, waar de ochtend en avonden die gedeeltelijk weer invullen. Een opvallende vaststelling zijn de grote 'gaten' op zaterdag, op het 'drukste' uur (11-12 u).

Het fietsverkeer toont een positief beeld, met een groot hinterland en scoort nauwelijks slechter dan de auto.



2. Subjectieve bereikbaarheid scoort relatief laag (zie ook bijlage 3)

Uit de enquête blijkt dat bezoekers van de stad hun verplaatsingstijd langer inschatten dan de reële tijd. Toch blijkt de mening over de bereikbaarheid van de stad nog goed mee te vallen. Opvallend is wel dat bijna niemand zich op voorhand informeert over de mogelijke en optimale verplaatsingswijzen; dit ook niet bij mogelijke wijzigingen zoals evenementen of openbare werken. Een aanpassing van vervoerswijze wordt hier nauwelijks overwogen.

De fietsbereikbaarheid wordt wel als het minst positief ervaren.

Een andere opvallende vaststelling is dat de eigen inwoners van Aalst zelf minder tevreden zijn over de bereikbaarheid van hun stad en dat er dus iets schort bij de interne circulatie in de stad of minstens een lacune is in de kennis ervan.

3. Nood aan informatie

Er ontbreekt wel degelijk informatie en kennis over de interne bereikbaarheid van de stad met de diverse vervoersmodi.

Dit opent een opportuniteit voor bijvoorbeeld het promoten van diverse vervoersknooppunten, zoals station en parkings, met verdere routes en begeleiding naar de eindbestemming.

Koppeling met recent (voorjaar 2013) detailhandelonderzoek wijst op een nog aan te boren potentieel van bezoekers en opent dus nieuwe perspectieven om een ruimer publiek aan te trekken, het hinterland te vergroten.

4. Aanzet tot opmaak actieplan:

Een brainstorm met de uitgebreide stuurgroep leverde per vervoersmodus een overzicht van mogelijke opportuniteiten, knelpunten en acties, inclusief duiding van verantwoordelijke, partners en doelgroep.

5. Uitwerking resultaten - bereikbaarheidskaart stad

Binnen de stuurgroep wordt geopteerd om de acties te richten op de combinatie externe en interne bereikbaarheid. Hiervoor dient een bereikbaarheidskaart opgemaakt die zowel de macro- als microbereikbaarheid moet verduidelijken:

- externe bereikbaarheid van de stad
- overstaplocaties
- externe-interne bereikbaarheid in de vorm van
- specifieke knooppunten (station, parking, fietsstallingen, ...)
- informatiepunten gekoppeld aan de knooppunten

Opvolging en uitwerking – Digitale Bereikbaarheidskaart

De zoektocht naar mogelijke voorbeelden van uitwerking voor opmaak bereikbaarheidsprofielen de bereikbaarheidskaart leidde tot een contact met Mobiel21. Basis hiervoor was de 'bereikbaarheidskaart St Truiden voor nieuwe inwoners'.

Het basisconcept dient herwerkt tot een bereikbaarheidskaart voor bezoeker en winkelend publiek. Dit gebeurde in overleg met alle betrokken stadsdiensten (economie /Toerisme/Mobiliteit / Communicatie / ICT).



Doelstelling was verduidelijken van en communiceren over de bereikbaarheid van Aalst met diverse vervoersmodi, zowel extern als intern:

1. Externe bereikbaarheid Aalst: hoe en wanneer kan ik het best Aalst en het winkelhart van Aalst bereiken ?
2. Interne bereikbaarheid: Welke zijn de vlotste routes om mij binnen de stad te bewegen en waar kan ik vlot overstappen van het ene vervoermiddel naar het ander ? Welke zijn de mogelijke mobiliteitsknooppunten, in combinatie met infopunten ?
3. Snelle en gerichte informatie voor de gebruiker, op basis van keuzemogelijkheden:
een basisbereikbaarheidskaart met mogelijkheid voor diverse layers/invallshoeken zoals:
vervoersmodus
thema
tijdelijke evenementen
openbare werken
bezoekersmotief (shoppen, cultuur, school,)
..... aan te vullen
4. Quick-wins: Kan de bereikbaarheidskaart een basis zijn voor verdere detaillering voor specifieke evenementen of doelgroepen ?
Bijvoorbeeld een evenementenfiche als layer op digitale kaart
Bijvoorbeeld een bereikbaarheidsfiches voor de winkelkern en individuele winkels via
- opmaak sjabloon met mogelijke individualisering door handelaars
- aparte bereikbaarheid winkelkern(en) (hier niet weerhouden omwille van schaal van pilootstad)

Men opteert voor een **digitaal medium** omwille van de flexibiliteit, de mogelijke aanvulling met bijkomende thema's en de aanpasbaarheid en quick-wins voor individuele handelaars.

Het basisconcept wordt uitgewerkt binnen het kader van het project 'Bereikbaarheid als troef'.

TOEPASSING OP 'HINDER DOOR WERKEN'

De impact van openbare werken en evenementen vanuit het perspectief van de klant

In de bevraging naar de subjectieve bereikbaarheid werden enkele vragen opgenomen om de impact van openbare werken en evenementen op de bereikbaarheid van het winkelcentrum vanuit het perspectief van de klant te beoordelen.

Deze werden mee verwerkt in het dossier 'Minder hinder bij openbare werken en evenementen'.



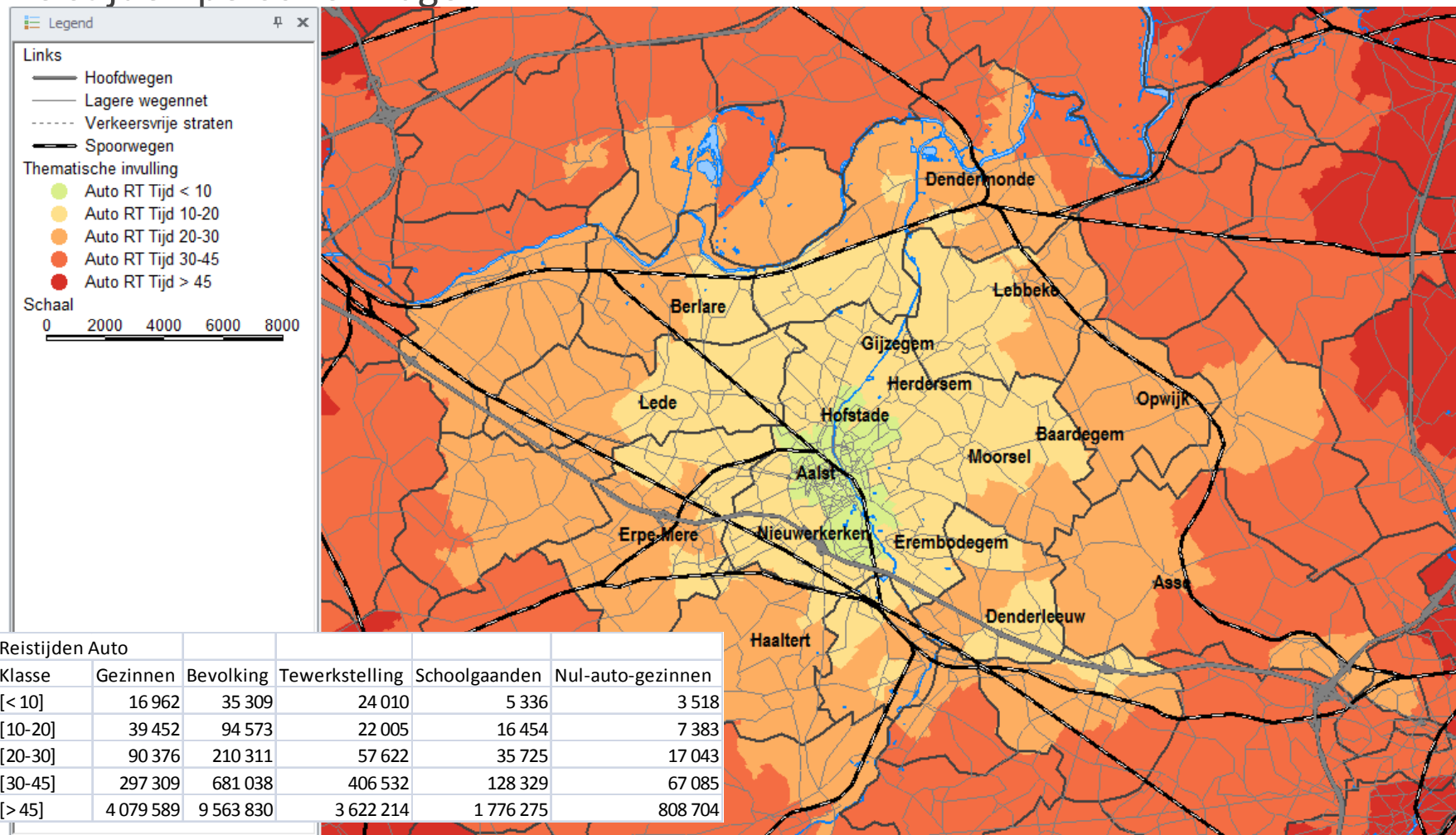


Indicatieve resultaten - versie 1.0 – mei 2013

INZET BEREIKBAARHEIDSSYSTEEM
“BEREIKBAARHEID ALS TROEF, ACTIE 1.1: METEN IS WETEN”

Bereikbaarheid naar centrum Aalst, werkdag 07h30-08h30

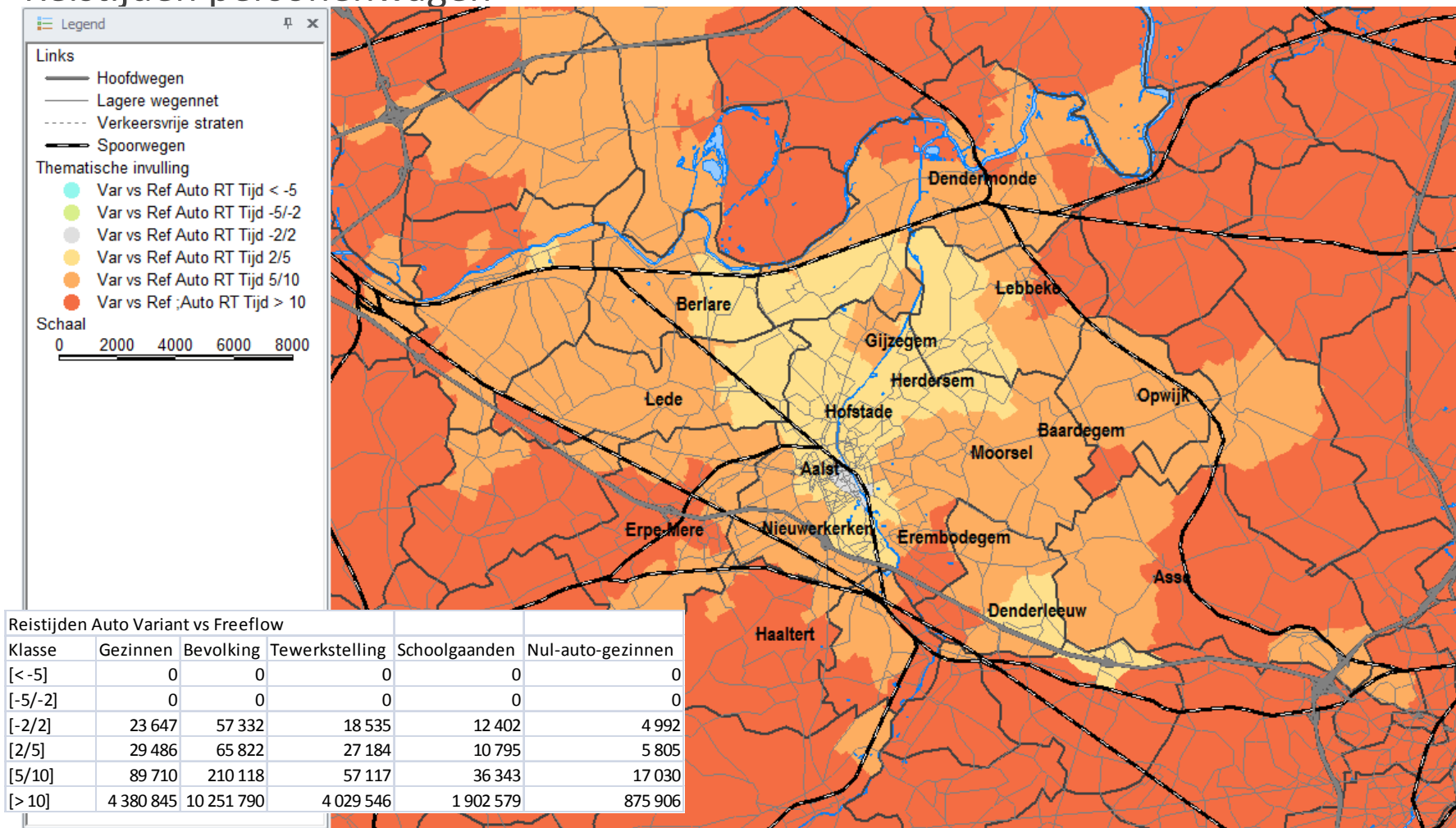
Reistijden personenwagen



Ochtendspits 7h30-8h30, gemiddelde werkdag

Bereikbaarheid naar centrum Aalst, werkdag 07h30-08h30

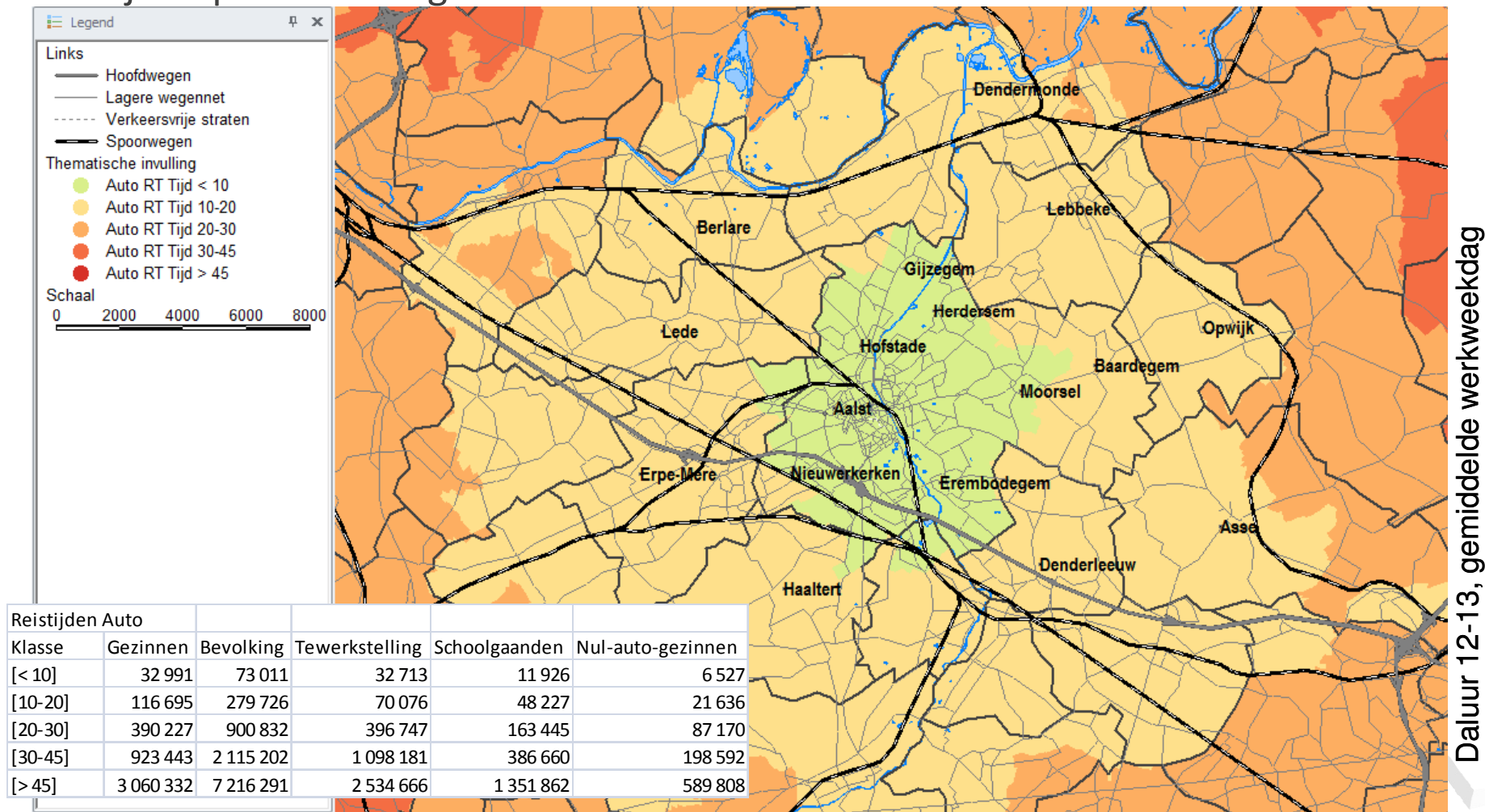
Reistijden personenwagen



Ochtendspits 7h30-8h30, gemiddelde werkdag

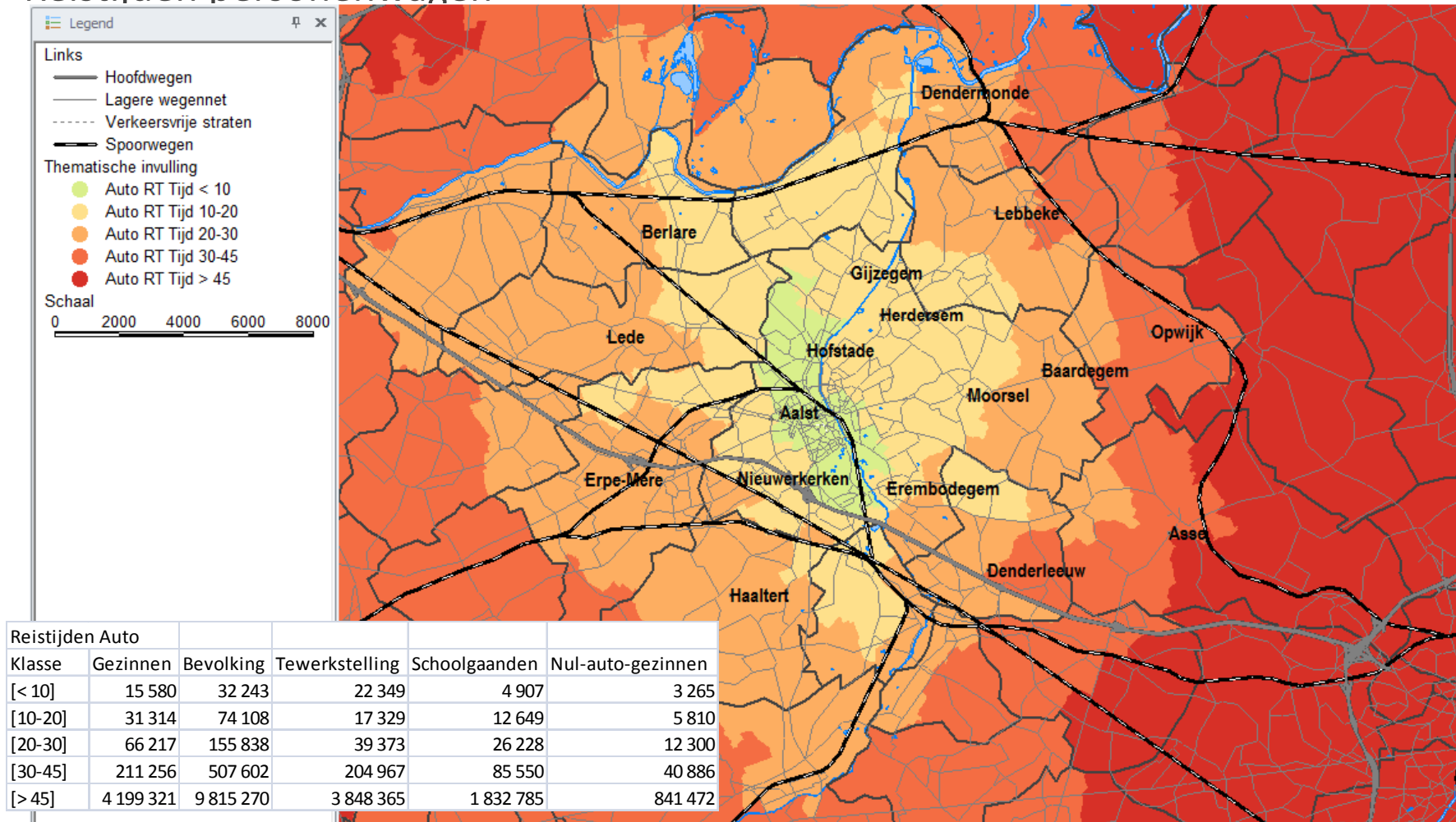
Bereikbaarheid naar centrum Aalst, werkdag 12-13

Reistijden personenwagen



Bereikbaarheid naar centrum Aalst, werkdag 17-18

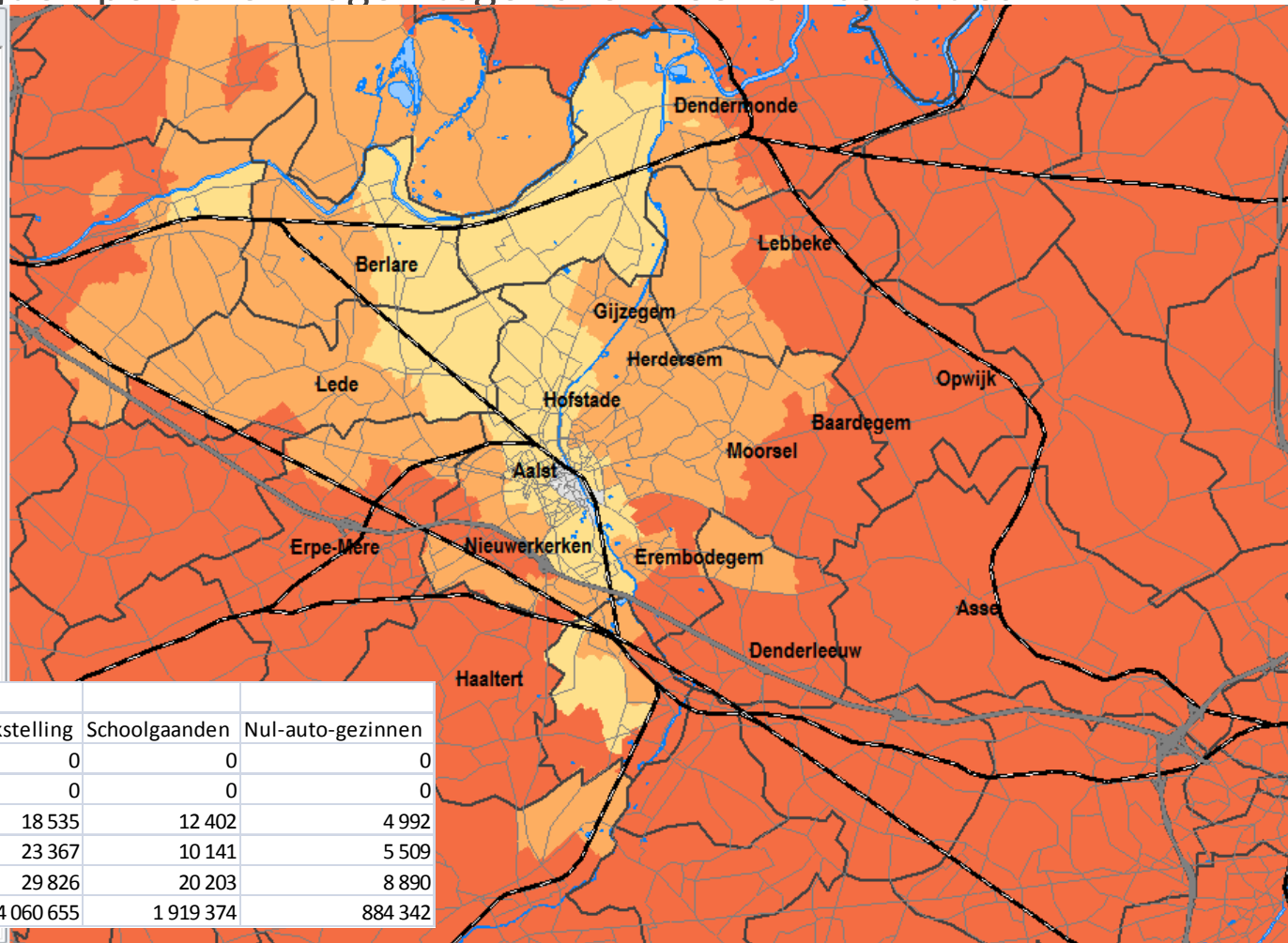
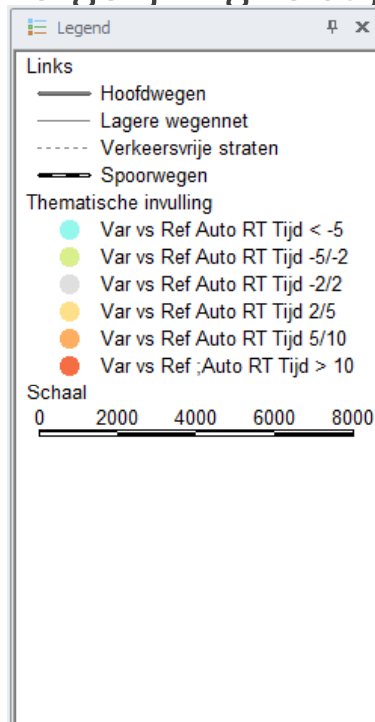
Reistijden personenwagen



Avondspits 17-18, gemiddelde werkweekdag

Bereikbaarheid naar centrum Aalst, werkdag 17-18

Vergelijking reistijden personenwagen tegenover freeflow condities



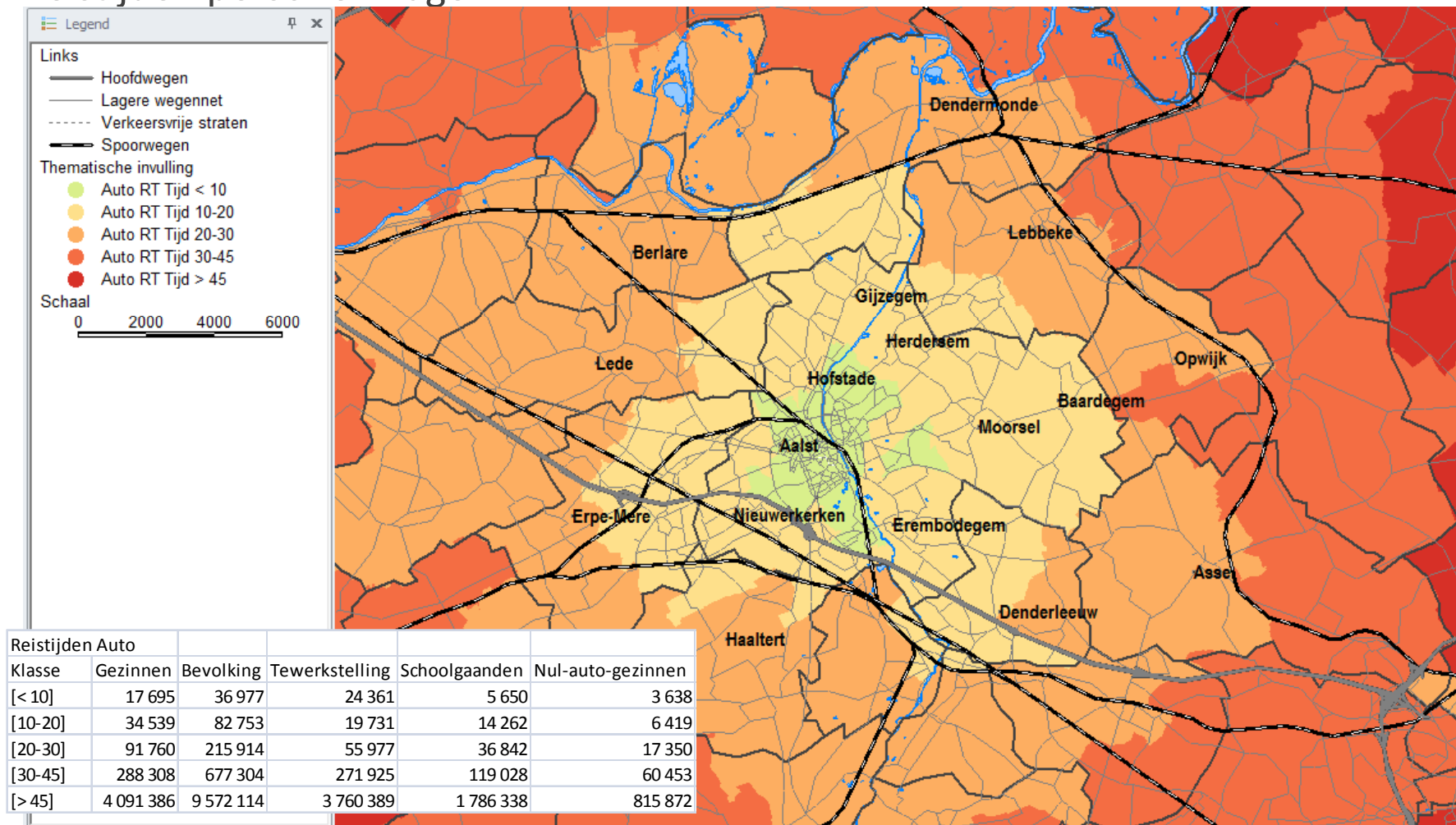
Avondspits 17-18, gemiddelde werkdag

Reistijden Auto Variant vs Referentie

Klasse	Gezinnen	Bevolking	Tewerkstelling	Schoolgaanden	Nul-auto-gezinnen
[< -5]	0	0	0	0	0
[-5/-2]	0	0	0	0	0
[-2/2]	23 647	57 332	18 535	12 402	4 992
[2/5]	27 826	62 182	23 367	10 141	5 509
[5/10]	49 085	116 422	29 826	20 203	8 890
[> 10]	4 423 131	10 349 126	4 060 655	1 919 374	884 342

Bereikbaarheid vanuit centrum Aalst, werkdag 17-18

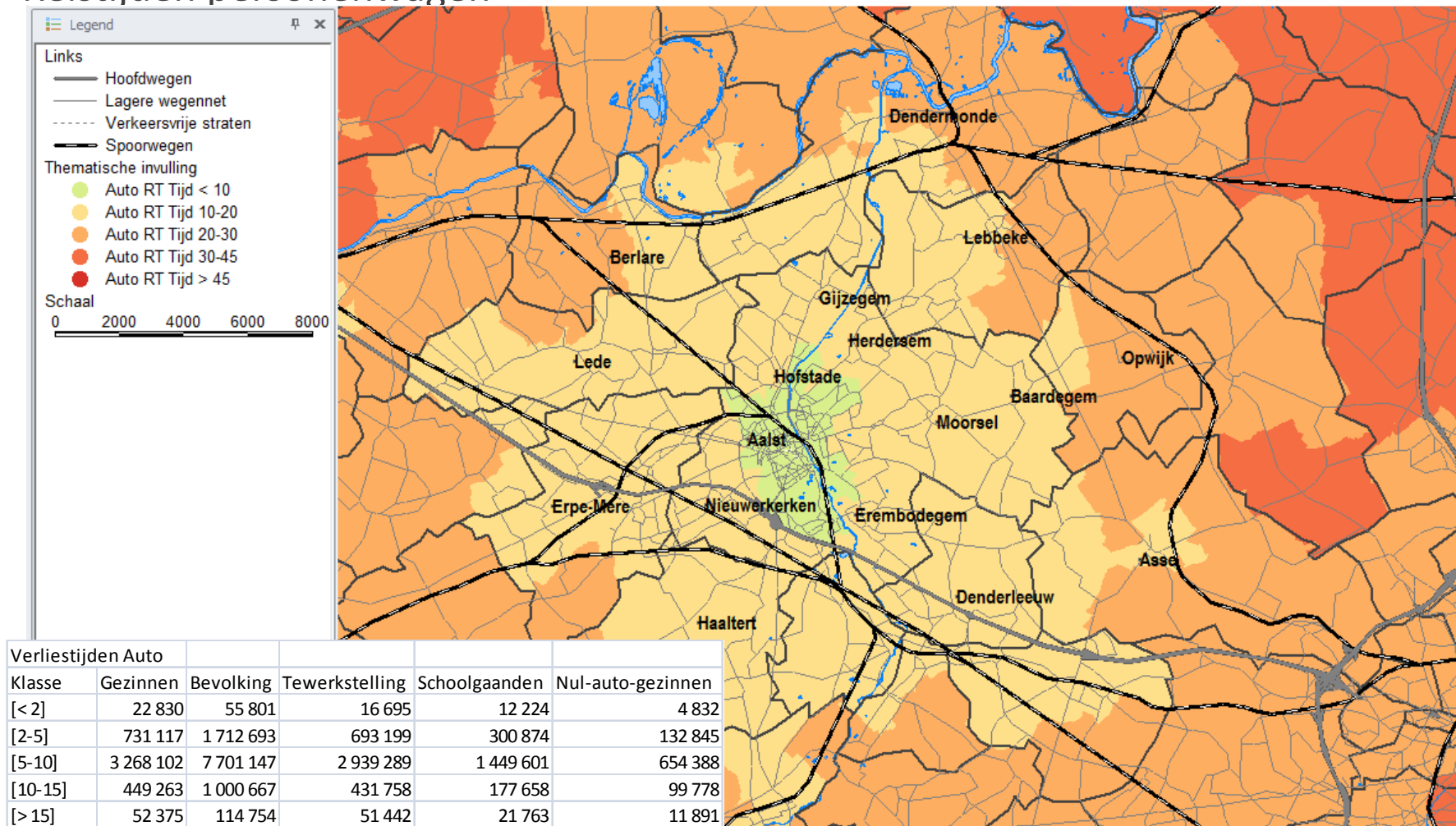
Reistijden personenwagen



Avondspits 17-18, gemiddelde werkdag

Bereikbaarheid naar centrum Aalst, zaterdag 11-12

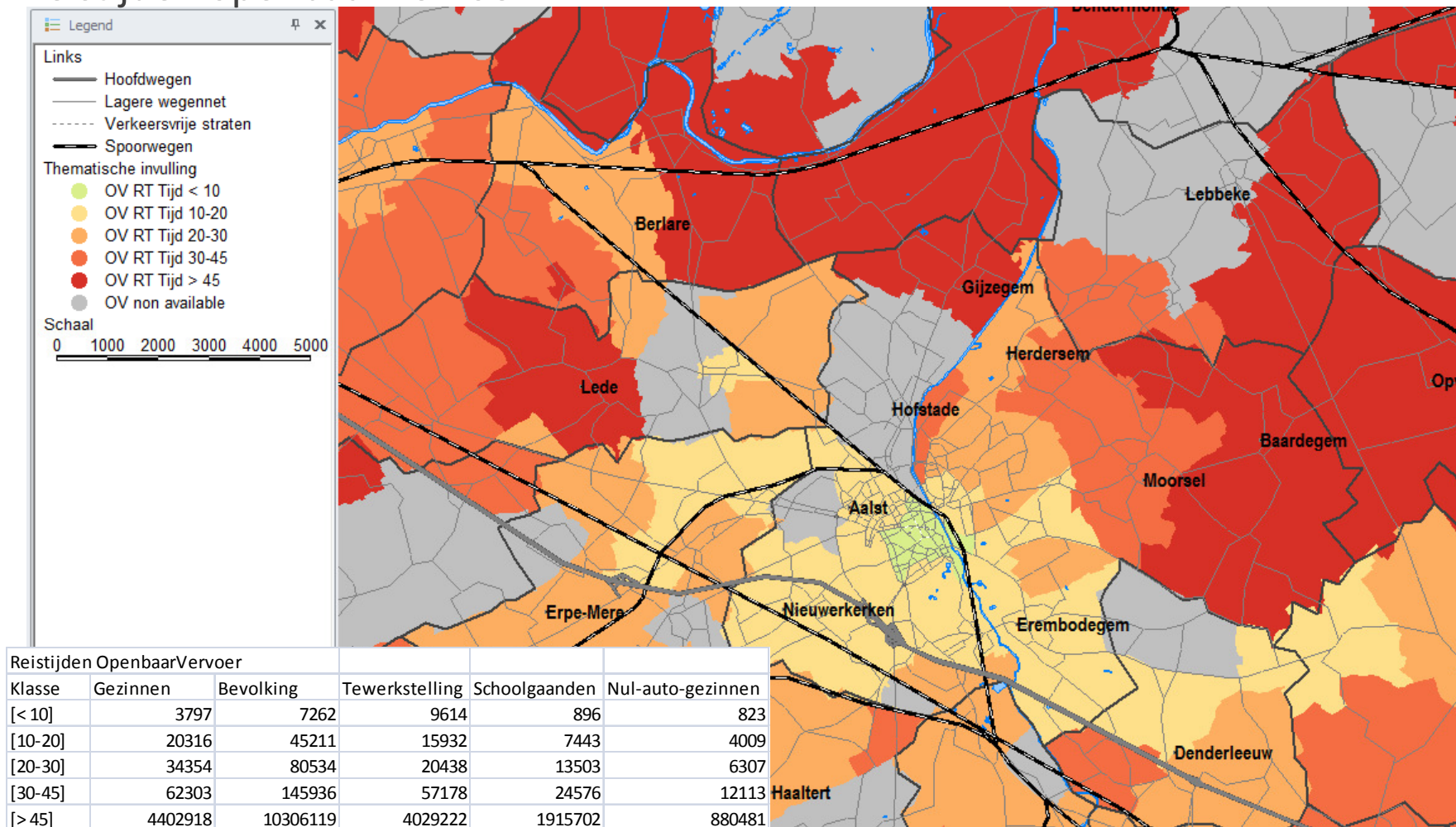
Reistijden personenwagen



11-12, gemiddelde zaterdag

Bereikbaarheid naar centrum Aalst, werkdag 07h30-08h30

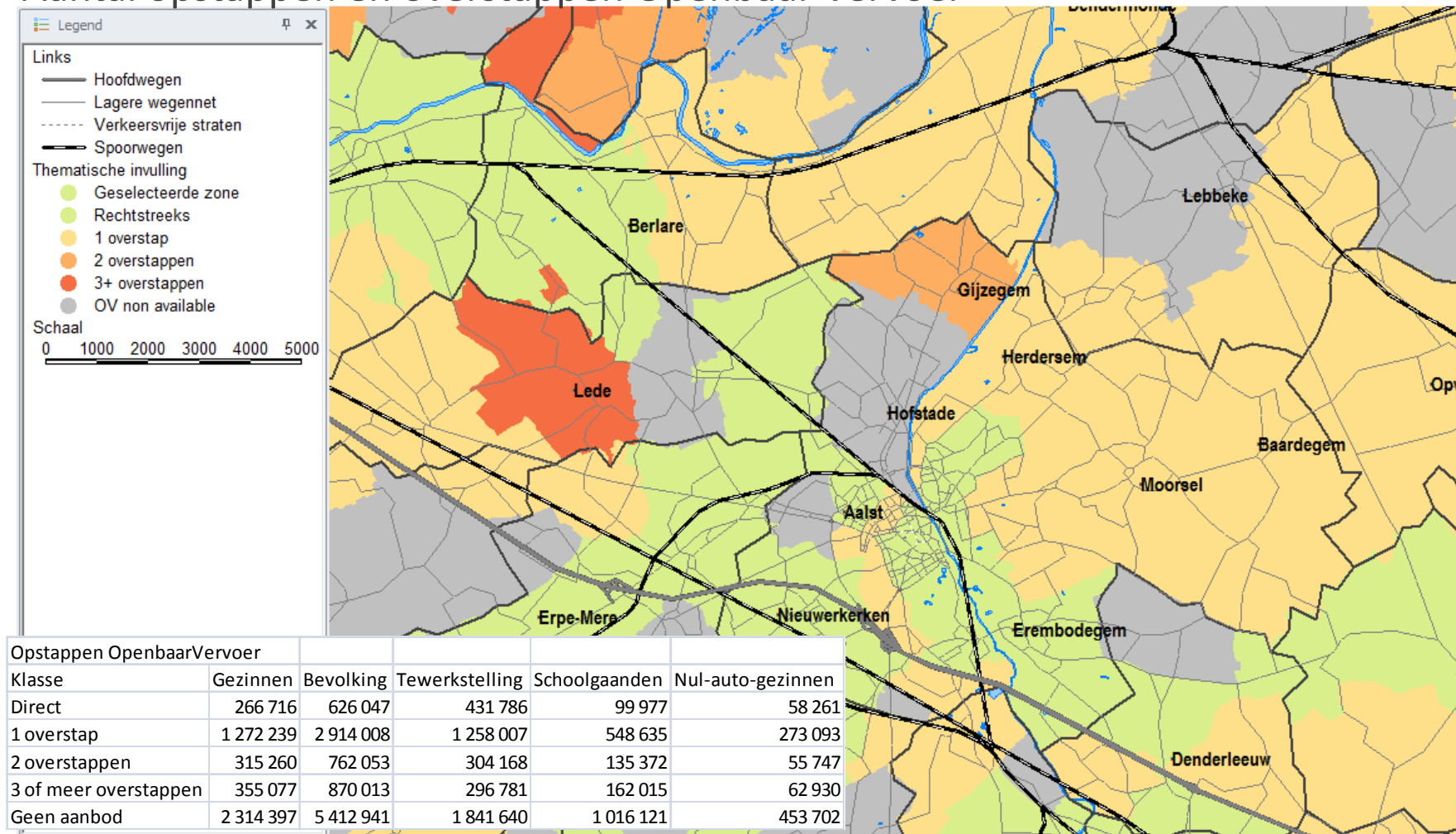
Reistijden openbaar vervoer



Ochtendspits 7h30-8h30, gemiddelde werkweekdag

Bereikbaarheid naar centrum Aalst, werkdag 07h30-08h30

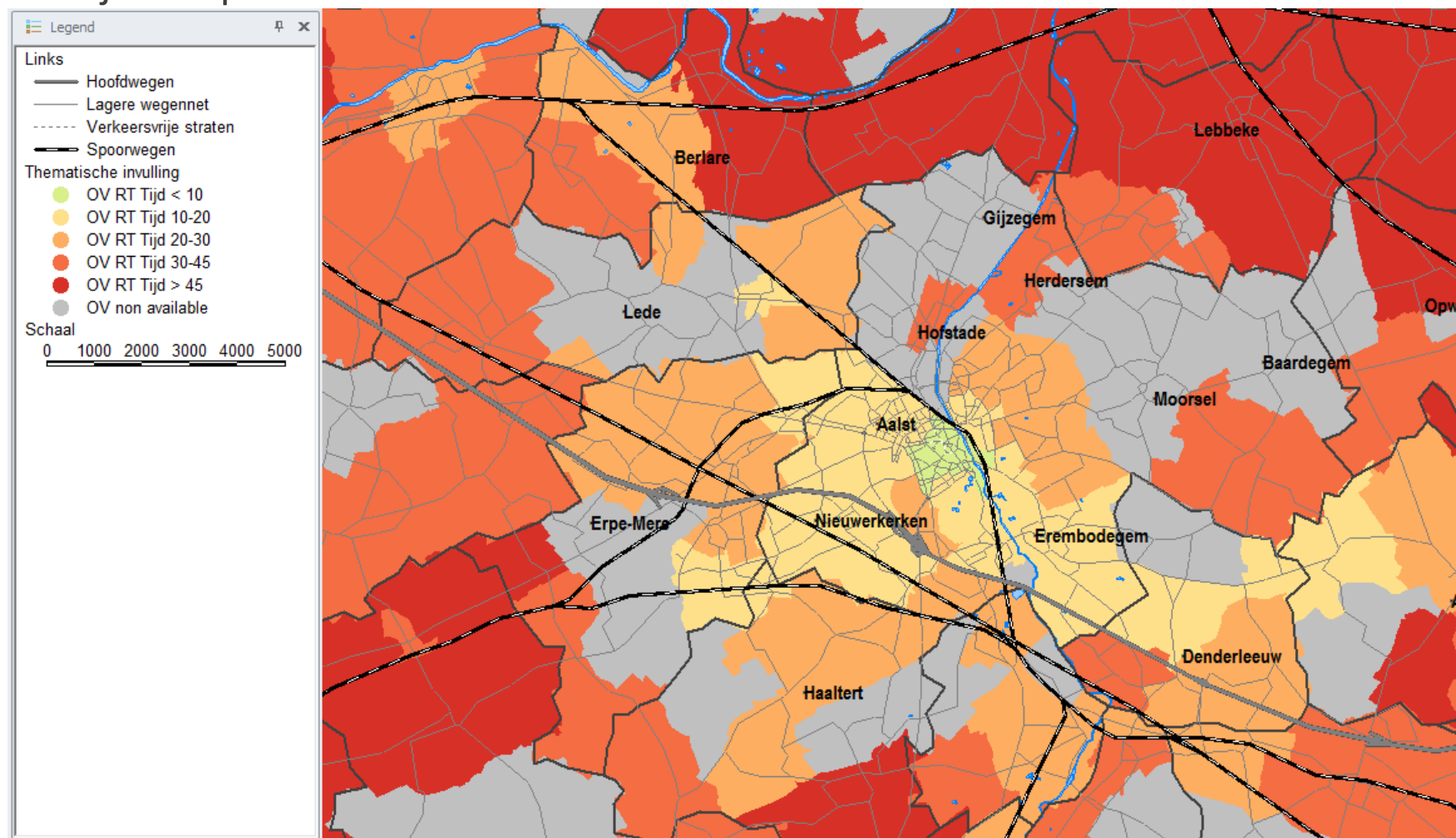
Aantal opstappen en overstappen Openbaar Vervoer



Ochtendspits 7h30-8h30, gemiddelde werkweekdag

Bereikbaarheid naar centrum Aalst, werkdag 12-13

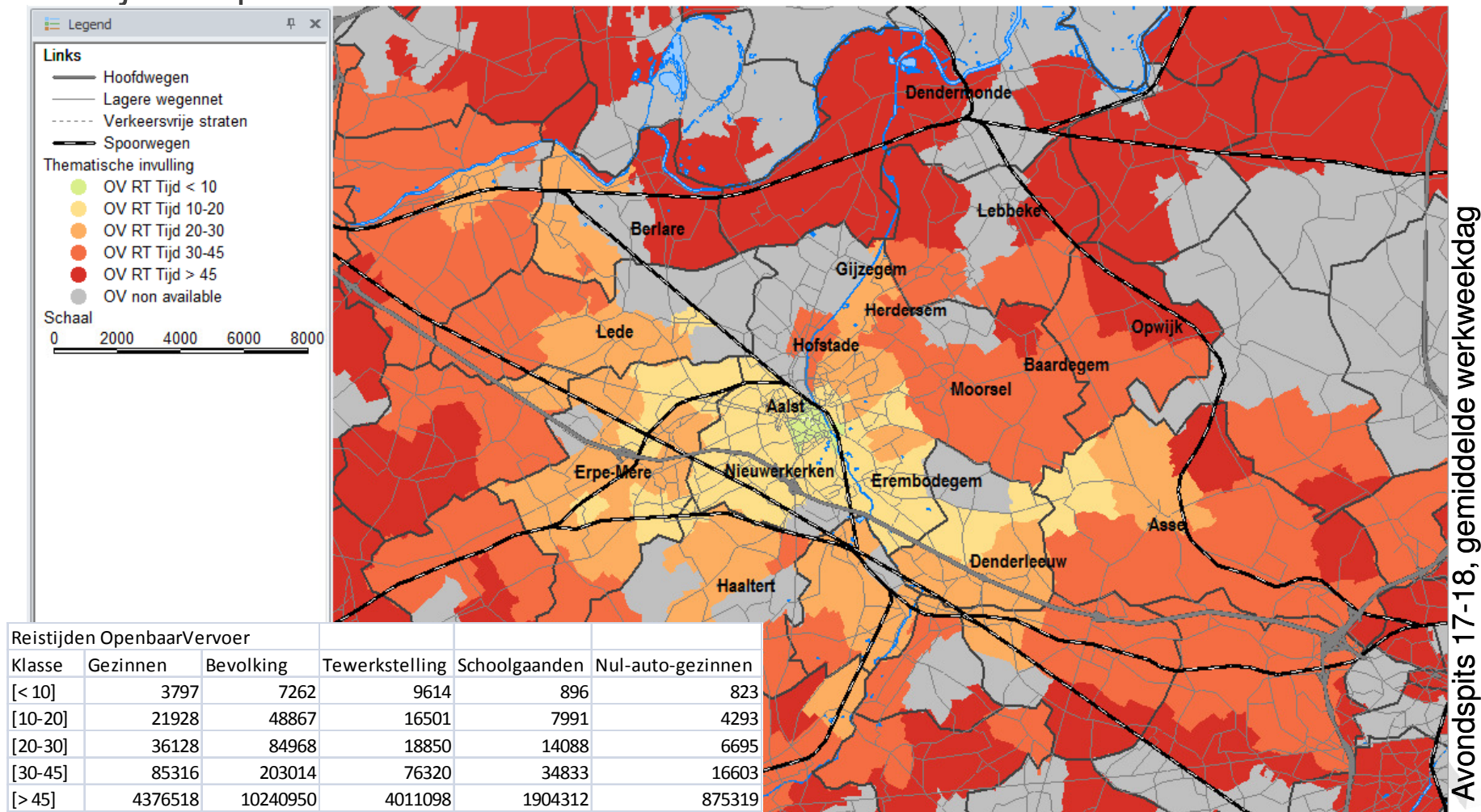
Reistijden Openbaar Vervoer



Daluur 12-13, gemiddelde werkweekdag

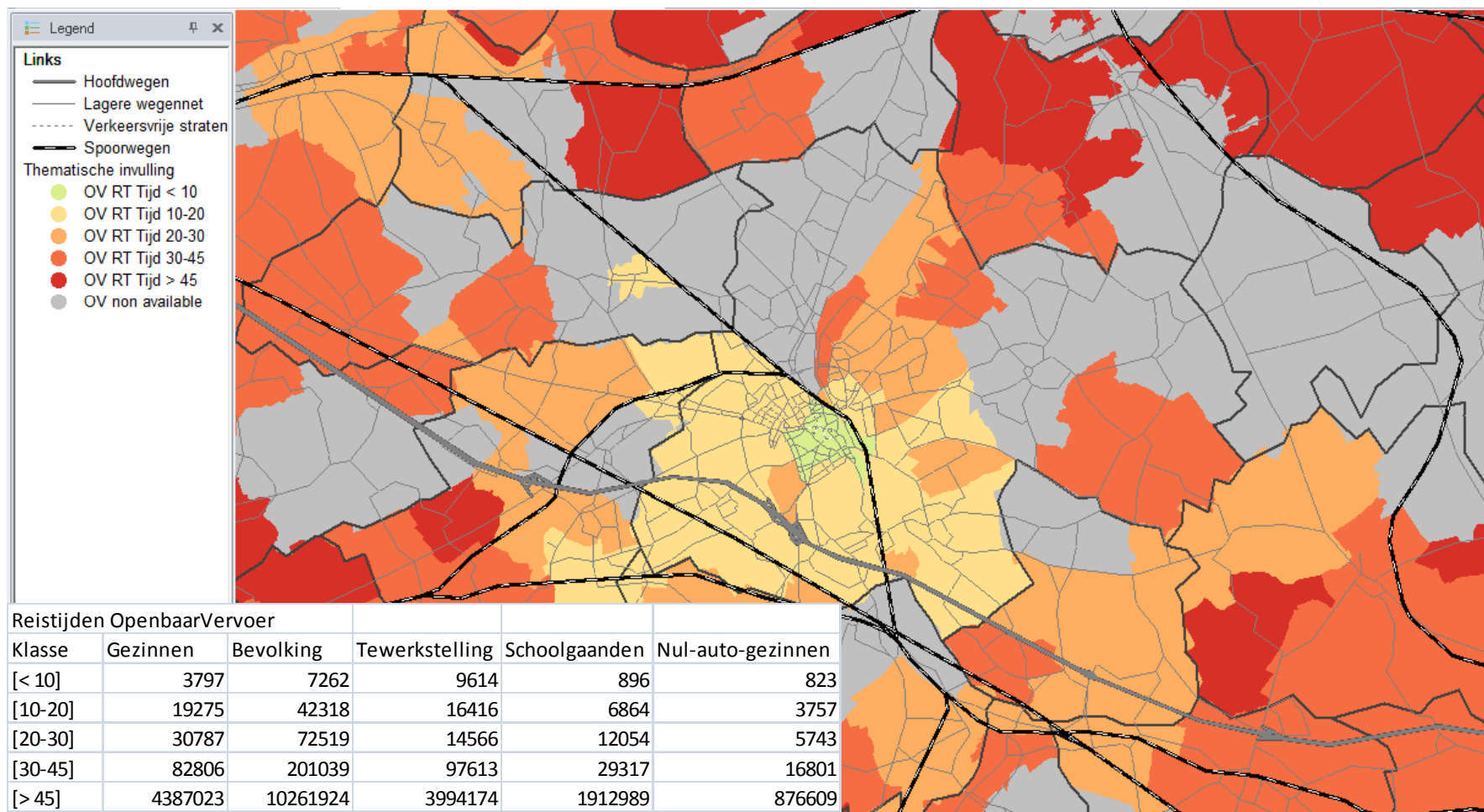
Bereikbaarheid naar centrum Aalst, werkdag 17-18

Reistijden Openbaar Vervoer



Bereikbaarheid naar centrum Aalst, zaterdag 11-12

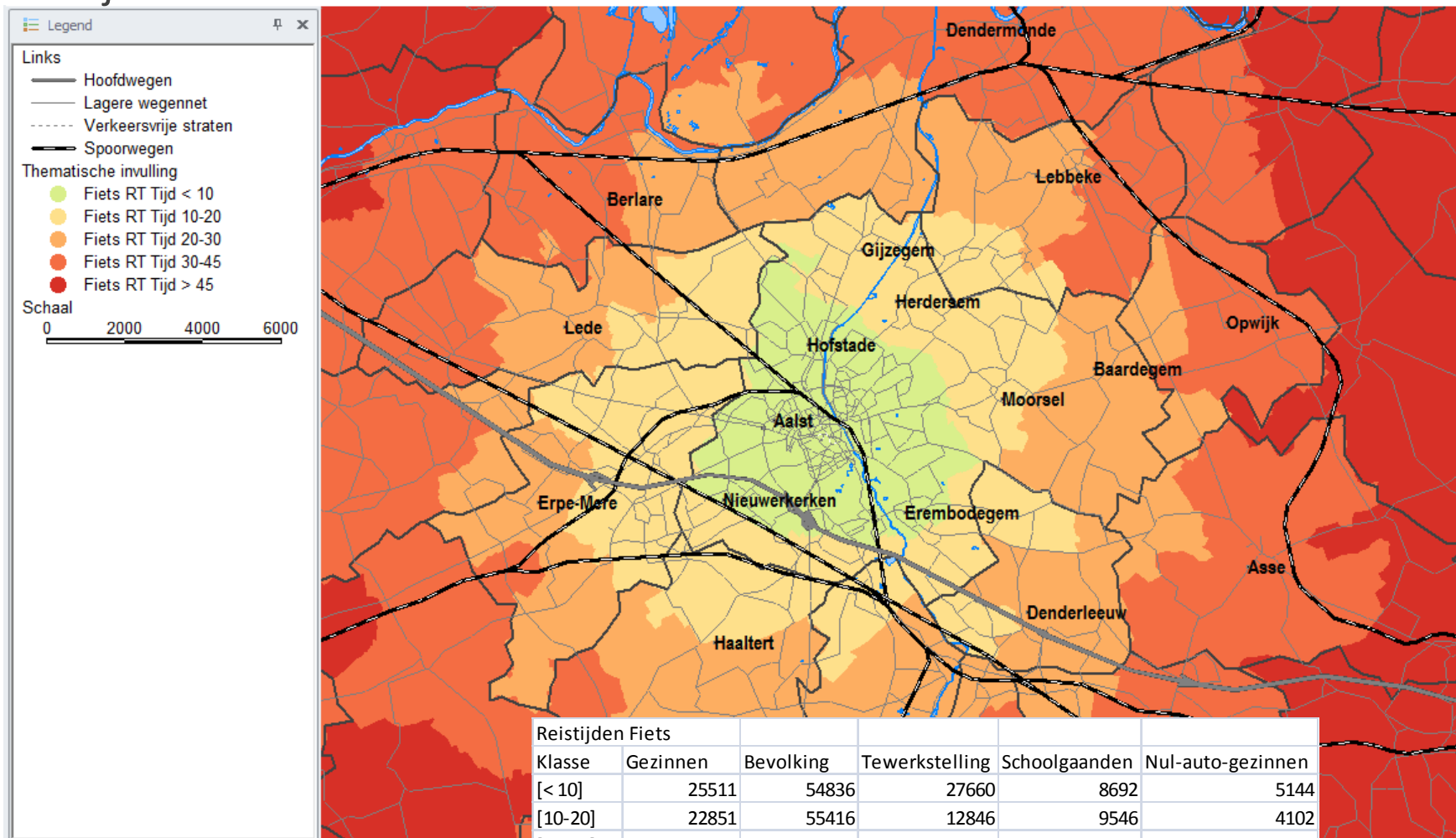
Reistijden Openbaar Vervoer

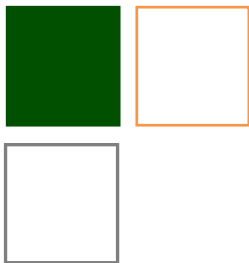


11-12, gemiddelde zaterdag

Bereikbaarheid naar centrum Aalst, algemeen

Reistijden Fiets





ANALYSE ENQUÊTE WINKELVERKEER AALST

17 mei 2013

Rapport opgemaakt door:

MINT nv, Hendrik Consciencestraat 1b, 2800 MECHELEN



COLOFON

Opdrachtgever	Unizo Vorming
	Willebroekkaai 37 – 1000 Brussel
Coördinator	Els Cools

Opdrachtnemer	MINT nv
	Hendrik Consciencestraat 1b – 2800 Mechelen
Projectmedewerkers	Tim De Roeck en Kurt Verlinden

Documenten
2013-05-17 definitieve versie
2013-04-26 draftversie

INHOUDSTAFEL

1. INLEIDING	5
2. ENQUÊTE	5
3. ENQUÊTE-ANALYSE	6
4. ENQUÊTE BINNEN AALST	7
4.1. EERSTELIJSANALYSE	7
4.1.1. PROFIEL	7
4.1.2. WEERSOMSTANDIGHEDEN	8
4.1.3. VERVOERWIJZEKEUZE	8
4.1.4. HERKOMST	9
4.1.5. MOTIEF	10
4.1.6. FREQUENTIE	11
4.1.7. VERPLAATSINGSTIJD	12
4.1.8. OPINIE	14
4.1.9. OPENBARE WERKEN	17
4.1.10. EVENEMENTEN	18
4.1.11. AANPASSEN VERVOERMIDDEL/ROUTE	19
4.2. WIE VINDT AALST BEREIKBAAR?	20
4.2.1. PROFIEL	20
4.2.2. WEERSOMSTANDIGHEDEN	22
4.2.3. VERVOERWIJZEKEUZE	22
4.2.4. HERKOMSTGEMEENTE	24
4.2.5. MOTIEF	25
4.2.6. FREQUENTIE	26
4.2.7. VERPLAATSINGSTIJD	27
4.2.8. WERKEN	28
4.3. WIE ZOU ER NOG KOMEN BIJ OPENBARE WERKEN?	29
4.3.1. VERVOERWIJZEKEUZE	29
4.3.2. HERKOMSTGEMEENTE	30
4.3.3. MOTIEF	31
4.3.4. FREQUENTIE	32
4.3.5. VERPLAATSINGSTIJD	33
4.3.6. INFORMEREN	34
4.4. WIE PAST ZICH AAN VOOR EVENEMENT OF OPENBARE WERKEN?	35
4.4.1. VERVOERWIJZEKEUZE	35
4.4.2. HERKOMSTGEMEENTE	36
4.4.3. MOTIEF	37
4.4.4. FREQUENTIE	38
4.4.5. VERPLAATSINGSTIJD	39

4.5. WIE KOMT ER MET WELK VERVOERMIDDEL NAAR AALST?	40
4.5.1. PROFIEL	40
4.5.2. WEERSOMSTANDIGHEDEN	42
4.5.3. HERKOMSTGEMEENTE	43
4.5.4. MOTIEF	45
4.5.5. FREQUENTIE	46
4.5.6. VERPLAATSINGSTIJD	47
4.5.7. EVENEMENTEN	49
4.6. WIE KOMT ER UIT DE STAD ZELF EN WIE KOMT ER VAN VERDER?	50
4.6.1. MOTIEF	51
4.6.2. FREQUENTIE	52
4.6.3. VERPLAATSINGSTIJD	53
4.6.4. EVENEMENTEN	54
4.7. WIE KOMT ER BOODSCHAPPEN DOEN, SHOPPEN, ...?	55
4.7.1. FREQUENTIE	55
4.7.2. VERPLAATSINGSTIJD	56
4.8. WIE KOMT ER DAGELIJKS NAAR AALST?	57
4.8.1. VERPLAATSINGSTIJD	57
 5. ENQUÊTE BUITEN AALST	 58
 5.1. KOMT NIET NAAR AALST	 58
5.2. KOMT WEL NAAR AALST	59
5.2.1. VERVOERWIJZEKEUZE	59
5.2.2. HERKOMST	59
5.2.3. OPINIE	60
5.2.4. OPENBARE WERKEN	62
5.2.5. EVENEMENTEN	62
5.2.6. AANPASSEN VERVOERMIDDEL/ROUTE	63
 6. CONCLUSIE	 64
 7. BIJLAGE: ENQUÊTES	 64

1. INLEIDING

Unizo werkt binnen het project 'Bereikbaarheid als troef' samen met de stad Aalst aan een piloot om verkeer en mobiliteit, en alle percepties die daar bij horen, op een correcte en wervende manier in te schakelen in de winkelbeleving. Hiertoe worden diverse analyses slim uitgezet en onderling gecombineerd. Zo bijvoorbeeld wordt de objectieve bereikbaarheid voor de modi fiets, OV en auto in kaartmateriaal weergegeven teneinde een becijferde en objectieve meting van de reistijden naar het winkelgebied te kunnen presenteren. Daarnaast wordt ook onderzocht hoe werkelijke, zowel als potentiële bezoekers de bereikbaarheid van Aalst percipiëren, en welke bedenkingen en problemen ze subjectief formuleren. Hiertoe werd een enquête uitgevoerd bij 400 bezoekers van de stad en 400 personen buiten de stad. De bevraging resulteerde in een uitgebreide dataset van waarnemingen en formuleringen. Voorliggend rapport beoogt de **analyse van deze enquêteresultaten**.

2. ENQUÊTE

In september 2012 werd in opdracht van Unizo een enquête uitgevoerd naar de perceptie van de bereikbaarheid van Aalst. Er werden **400 personen bevraagd in het centrum van Aalst en 400 personen buiten Aalst** (zie bijlage in hoofdstuk 6). In Aalst gebeurde de bevraging in het winkelhart (325 ondervraagden) en de Varkensmarkt (75). Er werden verschillende vragen gesteld over de kenmerken van de verplaatsing en over de mening met betrekking tot de bereikbaarheid. Buiten Aalst werd er bevraagd in Dendermonde, Ninove, Wetteren en Zottegem. Daar werd gevraagd of mensen wel eens gaan winkelen in Aalst en waarom wel/niet. Indien men wel gaat winkelen in Aalst werd er gevraagd naar hoe en wanneer. Alle antwoorden werden ingegeven in een excel databank. In dit rapport worden deze enquêteresultaten geanalyseerd.

3. ENQUÊTE-ANALYSE

Eerstelijnsanalyse

Hieronder gebeurt een analyse van de enquêteresultaten en dat zowel voor de bevraging binnen Aalst als de bevraging buiten Aalst. Voor de twee locaties gebeurt in eerste instantie een eenvoudige visuele weergave van de resultaten per vraag. De eerstelijnsanalyse toont **per vraag de verdeling van de antwoorden** en dat aan de hand van een taartdiagram. Er wordt dus telkens 1 variabele behandeld (univariaat). Op deze manier wordt duidelijk welke antwoorden het meest/minst voorkomen. Het geeft een beeld van de algemene bevindingen over de bereikbaarheid en de kenmerken van het bezoek. De voorstelling gebeurt zowel voor de bevraging binnen als buiten Aalst.

Tweedelijnsanalyse: bivariaat

Een belangrijke meerwaarde kan geboden worden door een **combinatie te maken van twee verschillende variabelen** (bivariaat). Aan de hand van kruistabellen kan de relatie getoond worden tussen twee vragen. Zo kan het bijvoorbeeld interessant zijn om te weten welk profiel de mensen hebben die de stad niet bereikbaar vinden en waarom men een bepaald vervoersmiddel kiest. Sommige combinaties leveren interessante vergelijkingen op, uit andere is niet meteen iets af te leiden. Deze analyse gebeurt echter enkel op de resultaten van de enquête binnen Aalst. De aantallen bij de enquête buiten Aalst worden beschouwd als te beperkt om hierop verder in te gaan.

Voor elke vergelijking worden **twee grafieken** getoond. Een eerste grafiek geeft een gestapelde kolom met de absolute aantallen. Op deze manier is duidelijk over welke aantallen er wordt gesproken. Vaak zal het immers zijn dat bij bepaalde antwoorden de aantallen veel lager liggen dan bij andere antwoorden. Het is belangrijk om dat verschil in te zien. Een tweede grafiek toont ook een gestapelde kolom, maar dan met relatieve cijfers. Op deze manier kan vergeleken worden of bepaalde kenmerken relatief gezien een groter aandeel vertegenwoordigen bij het ene dan wel bij het andere antwoord.

Tweedelijnsanalyse: multivariaat

Bij de grafieken die een vergelijking maken van twee variabelen wordt in de mate van het mogelijke nagegaan of **bepaalde deelgroepen nog een verdere verklaring** hebben. Voor bepaalde deelgroepen worden dan nog eens andere variabelen bekeken (multivariaat). Dat is echter maar beperkt mogelijk omdat de deelgroepen vaak een beperkt aantal personen bevat en het dus moeilijk relevant en significant kan zijn om er dieper op in te gaan.

4. ENQUÊTE BINNEN AALST

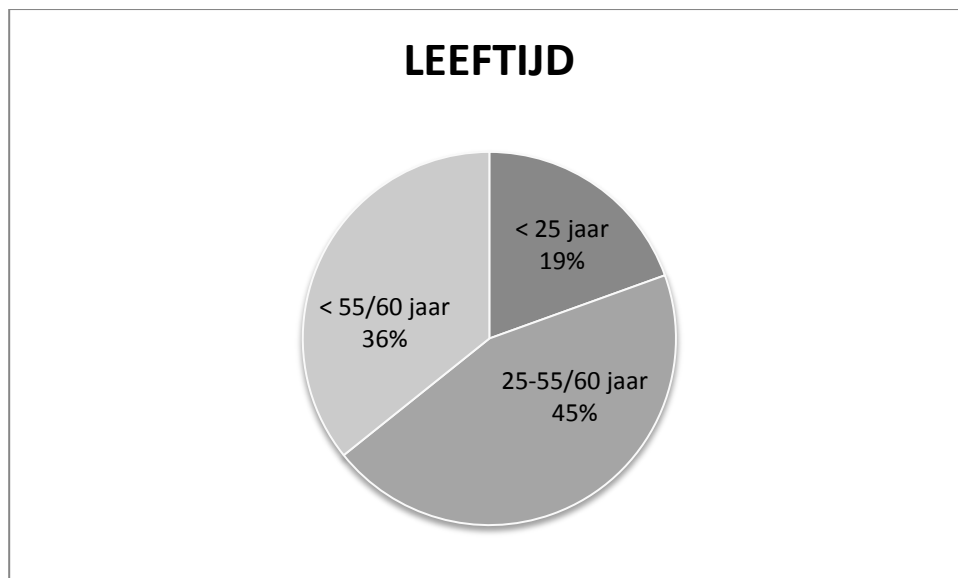
4.1. EERSTELIJSANALYSE

4.1.1. PROFIEL

Van de ondervraagden waren er 230 vrouwen en 170 mannen. Er zijn dus **net iets meer vrouwen bevraagd** dan mannen.

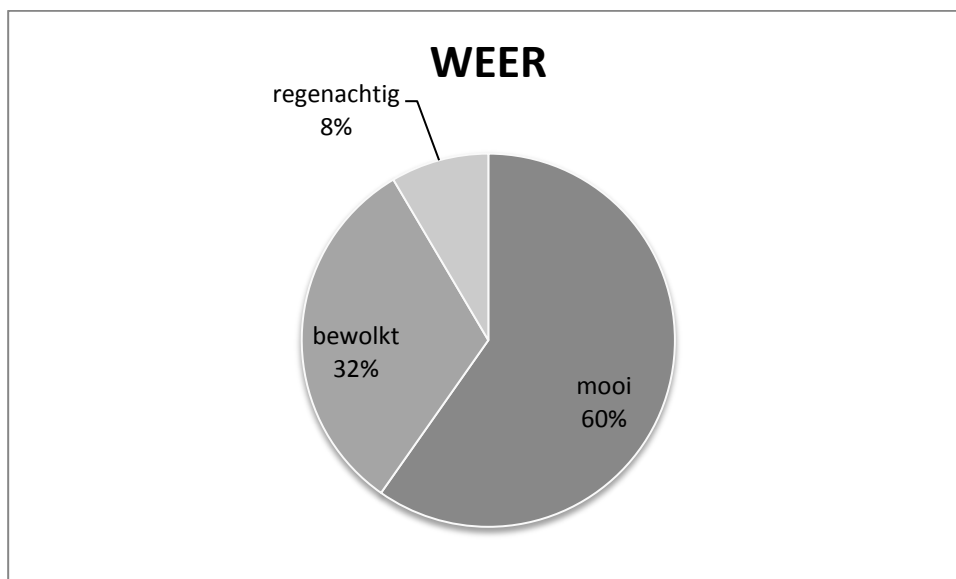


Van de ondervraagden waren er 179 tussen de 25 en de 55 à 60 jaar. 36% van de ondervraagden was ouder en slechts 19% jonger.



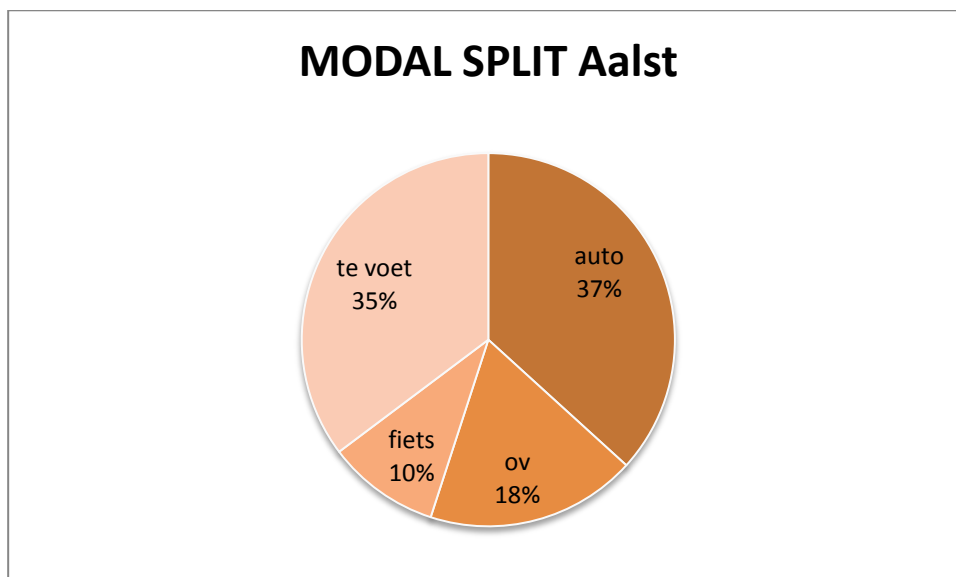
4.1.2. WEERSOMSTANDIGHEDEN

De weersomstandigheden bij de bevraging waren over het algemeen goed. Slechts bij de afname van 8% van de enquêtes was het regenachtig weer.

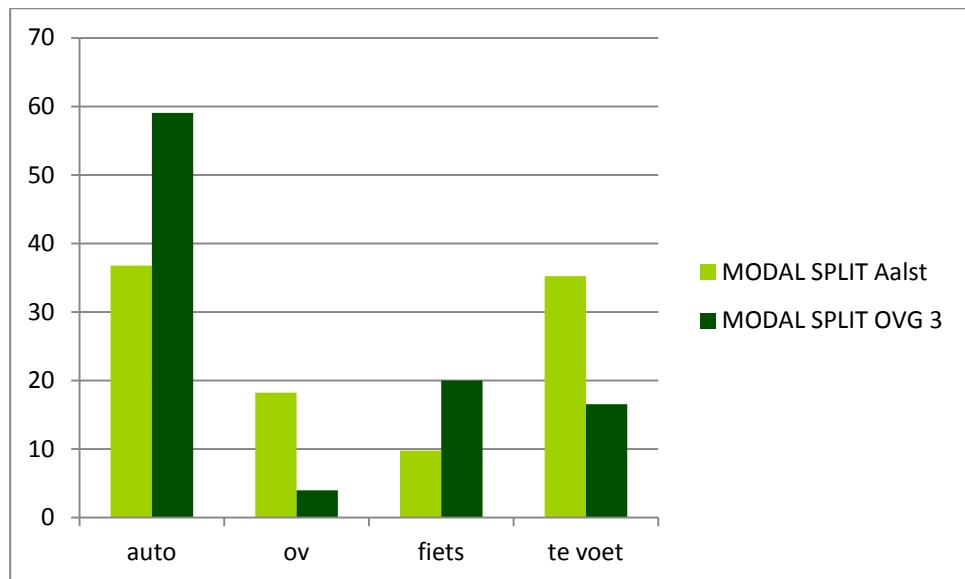


4.1.3. VERVOERWIJZEKEUZE

De meeste ondervraagden kwamen met de auto, maar dan wel op de voet gevolgd door de verplaatsingen te voet. Openbaar vervoer neemt 18% van de verplaatsingen voor zijn rekening. De fiets blijkt het minst populaire transportmiddel om te gaan winkelen in Aalst.

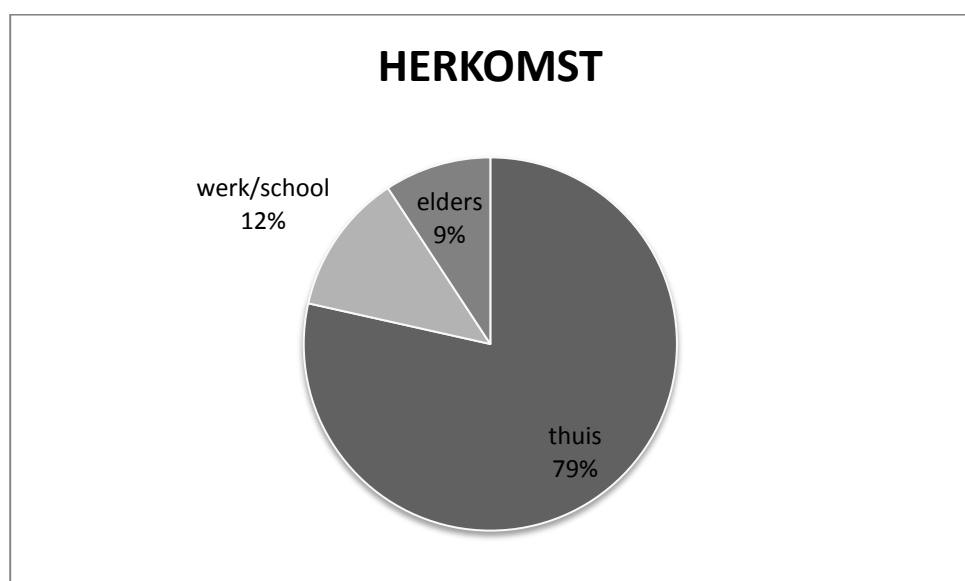


Als we de cijfers van Aalst vergelijken met de modal split van de winkelverplaatsingen uit het Onderzoek Verplaatsingsgedrag Vlaanderen (OVG 3), dan zien we een aantal duidelijke verschillen. **Te voet gaan en met het openbaar vervoer komen, zijn populairder dan bij de gemiddelde winkelverplaatsing in Vlaanderen.** De auto heeft dan weer een veel kleiner aandeel. Dat zijn duidelijk effecten van de stedelijkheid van Aalst. In contrast daarmee staat dan wel het lage fietsaandeel. Terwijl in Vlaanderen gemiddeld 20% van de winkelverplaatsingen met de fiets gebeurt, blijft dat bij de geënquêteerden in Aalst beperkt tot 10%. Er is hier dus duidelijk een **ondervertegenwoordiging van de fiets** als verplaatsingsmiddel.

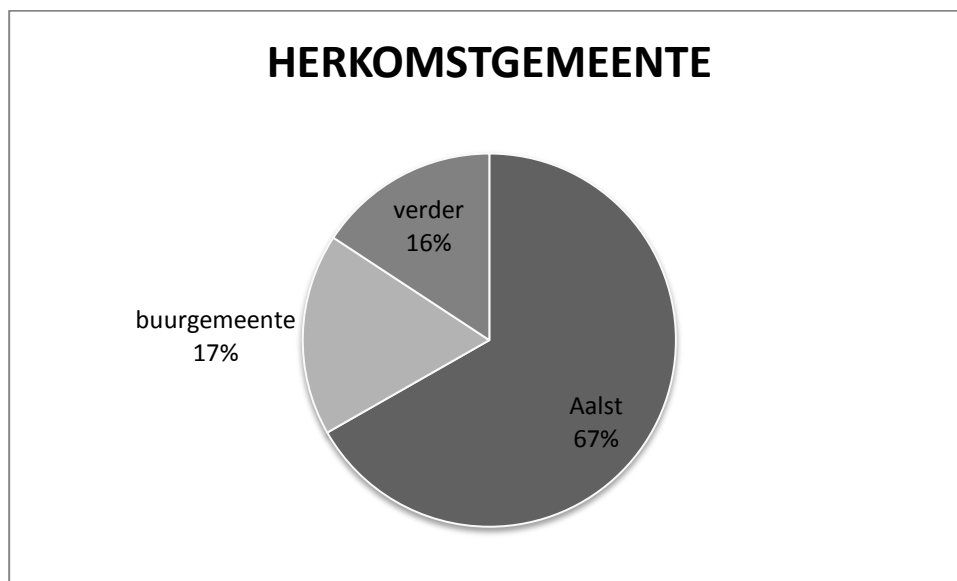


4.1.4. HERKOMST

Bij de enquête werd gevraagd van waar men komt. De overgrote meerderheid komt gewoon van **thuis**. Slechts 21% komt niet van thuis.

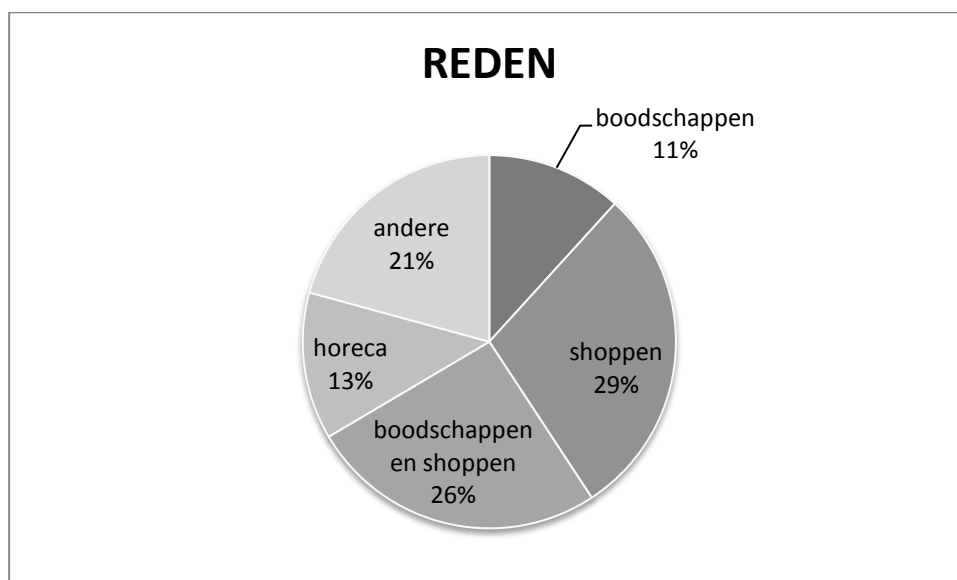


Twee derde van de ondervraagden komt uit Aalst zelf. Een derde komt van buiten Aalst, met name 17% vanuit de buurgemeenten en 16% van verder.



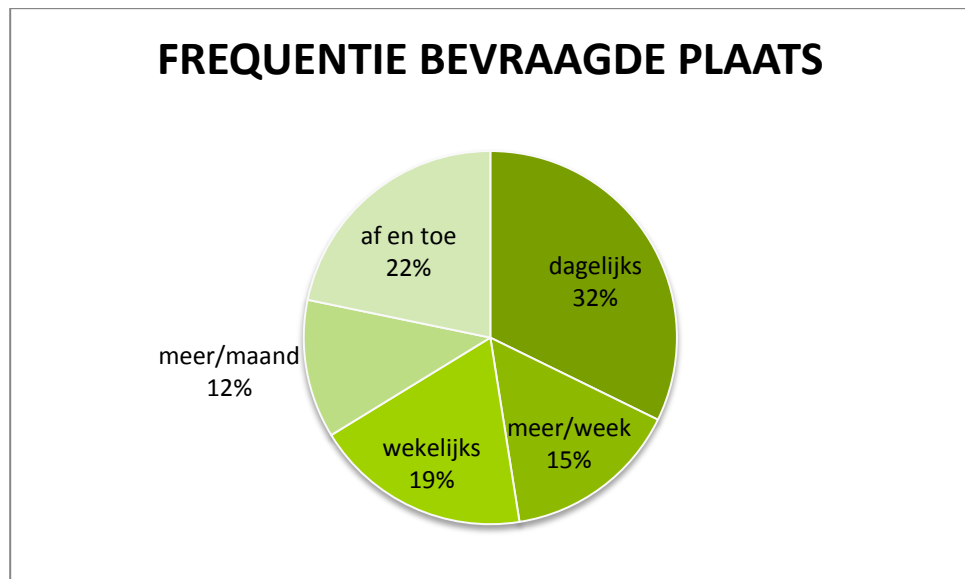
4.1.5. MOTIEF

De enquête polste naar de reden van het bezoek aan Aalst. Kwam men voor de dagelijkse boodschappen, om uitgebreider te shoppen of voor een horecabezoek? Of waren er andere redenen? **Twee derde** van de ondervraagden kwam naar Aalst om te **shoppen en/of om boodschappen** te doen. Het is belangrijk om in het achterhoofd te houden dat dus niet alle ondervraagden kwamen winkelen.



4.1.6. FREQUENTIE

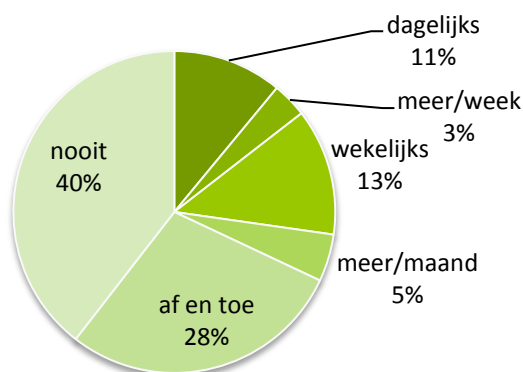
Zoals gezegd werden er op twee plaatsen binnen Aalst enquêtes afgenomen. Passanten werden bevraagd in het winkelhart en op de Varkensmarkt. In het winkelhart werden 325 personen bevraagd en op de Varkensmarkt 75. In eerste instantie werd gevraagd hoe vaak zij de plek van bevraging aandoen. Een derde van de ondervraagden komt er dagelijks. **Twee derde zien we hier minstens elke week.** Relatief gezien zijn er bij de ondervraagden in het winkelhart meer personen die frequenter komen dan bij de ondervraagden op de Varkensmarkt.



In tweede instantie werd gevraagd of ook de andere plek waar in Aalst de enquête werd afgenomen, hetzij het winkelhart dan wel de Varkensmarkt, frequent bezocht wordt. Voor twee derde van de ondervraagden is dat nooit of nauwelijks het geval. Het is dus niet zo dat automatisch de twee plaatsen in het centrum worden aangedaan. Voor de meerderheid van de ondervraagden is er dus niet meteen een samenhang tussen de twee plaatsen.

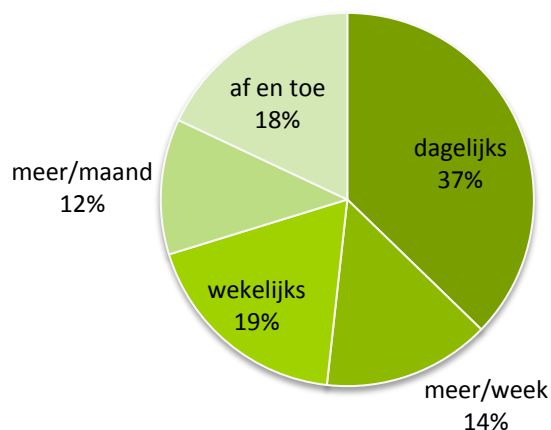
Toch is er een verschil tussen wie in het winkelhart werd bevraagd en wie op de Varkensmarkt werd bevraagd. Van de 325 ondervraagden in het winkelhart geven er 239 aan dat ze nooit of nauwelijks de Varkensmarkt aandoen. Dat is 74%. Van de 75 ondervraagden op de Varkensmarkt geven er 33 aan nooit het winkelhart aan te doen. Dat is 44%. Het is op zich logisch dat er meer mensen buiten het winkelhart toch ook vaak het winkelhart aandoen dan omgekeerd.

FREQUENTIE ANDERE ENQUETEPLAATS



Als beide vragen worden gebundeld krijgen we een beeld van hoe vaak de bevroagden het centrum van Aalst aandoen. Het resultaat verandert niet zeer veel ten opzichte van de vraag hoe vaak de plaats van de enquête wordt aangedaan. **Bijna drie vierde (70%) van de ondervraagden komt op frequente basis naar het centrum van Aalst.** Het is dit resultaat dat voor wat betreft de frequentie, verder gebruikt zal worden bij de vergelijking met de andere variabelen.

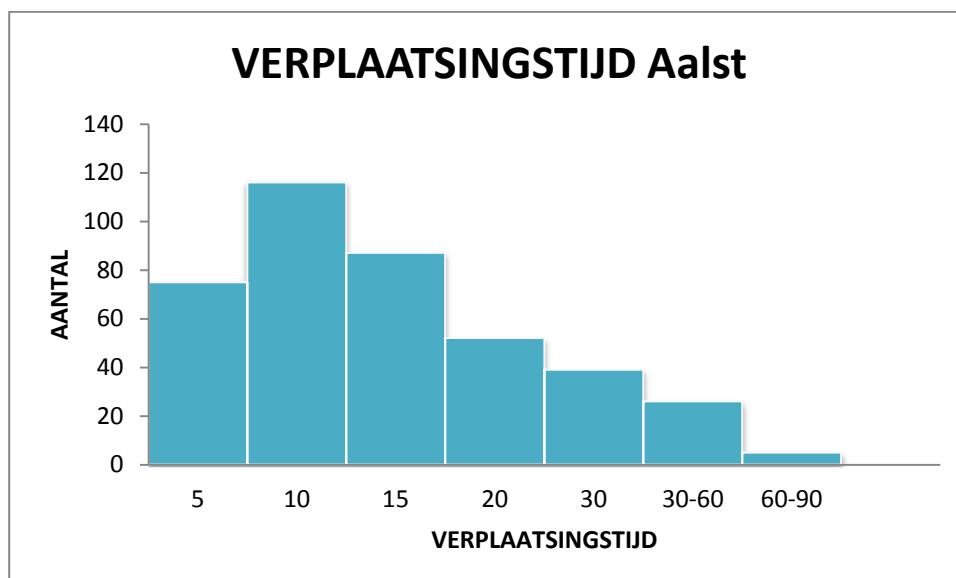
FREQUENTIE CENTRUM



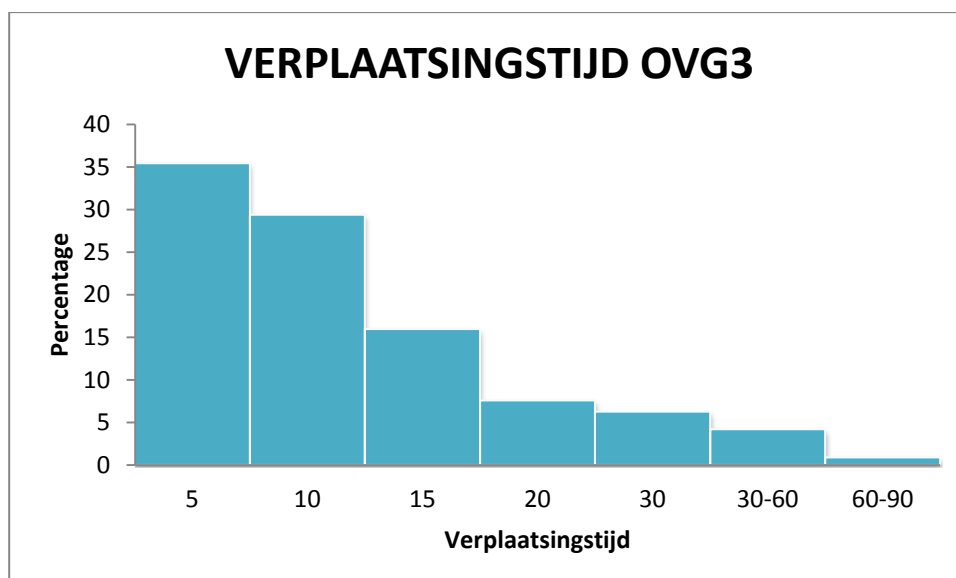
4.1.7. VERPLAATSINGSTIJD

Bij de enquête werd gevraagd naar de tijd die er werd gespendeerd aan de verplaatsing naar het Aalstse centrum. **Bijna de helft van de ondervraagden gaf aan minder dan 10 minuten te doen op weg naar het centrum.** Er zijn wel minder personen die aangeven dat zijn verplaatsingstijd maximum 5 minuten duurde dan het aantal die aangeven dat het 10 minuten duurde. Het is dan ook belangrijk te beseffen dat het hier gaat over de ingeschatte tijd en niet de reële tijd. Men heeft immers vaak de neiging de verplaatsingstijd iets hoger in te schatten dan de tijd die er werkelijk gespendeerd werd.

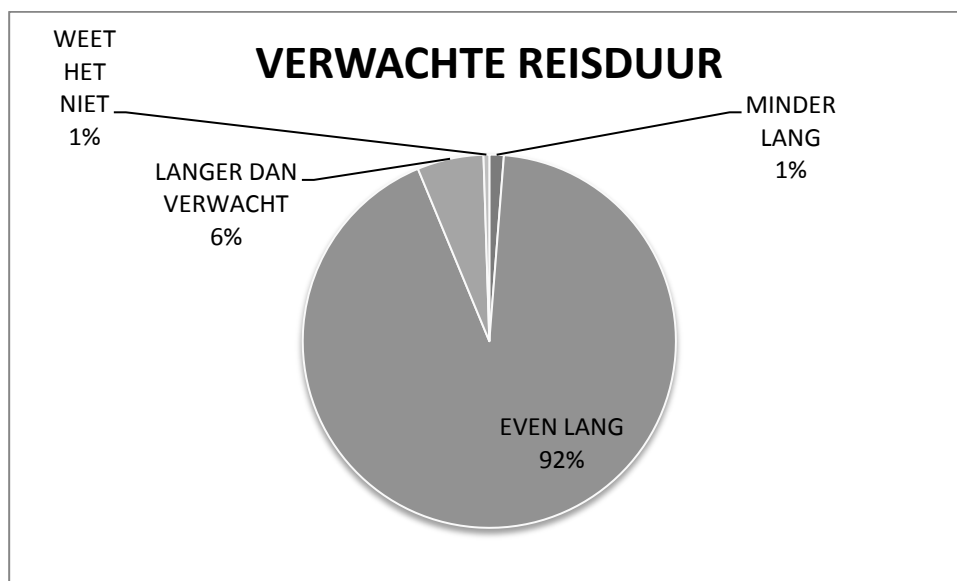
Er zijn slechts 5 personen die langer dan een uur onderweg waren naar Aalst. Bij de verdere verdieping van de analyse worden zij niet meer meegenomen omdat hun aantal veel te laag is voor een zinnige uitspraak.



De aangegeven verplaatsingstijd door de geënquêteerden kan vergeleken worden met de verplaatsingstijd van de winkelverplaatsingen uit het Onderzoek Verplaatsingsgedrag Vlaanderen (OVG 3). Wat opvalt is dat de ingeschatte verplaatsingstijd van de ondervraagden in Aalst over het algemeen **langer is dan de verplaatsingstijd in het OVG**. In het OVG is bijna drie vierde van de verplaatsingen korter dan 10 minuten, terwijl dat bij de ondervraagden in Aalst beperkt blijft tot net onder de helft. Verplaatsingen die langer duren komen relatief gezien meer voor in Aalst. Op zich een vreemd effect voor de stedelijke omgeving van het Aalstse winkelcentrum. Er moet echter een kanttekening gemaakt worden dat hier een vergelijking wordt gemaakt tussen een ingeschatte tijd en een reële verplaatsingstijd. Zoals voordien aangehaald heeft men de neiging om de tijd langer in te schatten dan dat hij in realiteit was. De aangegeven tijden in Aalst zullen dus waarschijnlijk ietwat een overschatting weergeven.

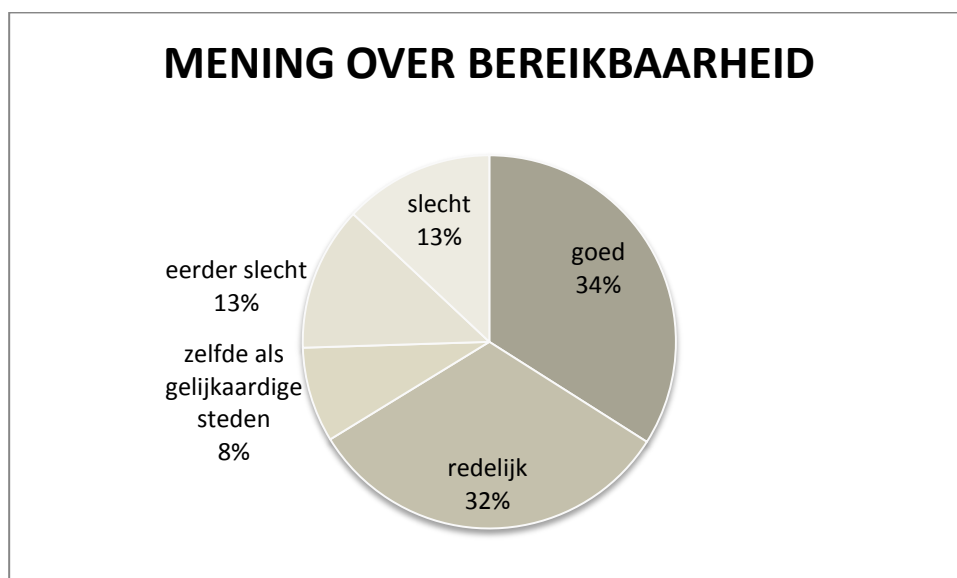


Er werd ook gevraagd of de verplaatsingstijd overeenkwam met de verwachting. Dat blijkt bij 92% van de ondervraagden het geval. **Slechts 6%** (23 personen) geeft aan dat de **reisduur langer duurde dan hij verwacht** had.



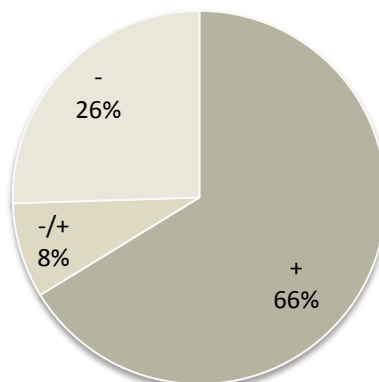
4.1.8. *OPINIE*

Bij de enquête werd gevraagd naar wat het winkelend publiek vindt over de bereikbaarheid van Aalst. Een derde vindt die goed en nog eens een derde vindt die redelijk goed. Er is slechts 13% (52 personen) die de bereikbaarheid van Aalst slecht vinden en nog eens 13% (50 personen) die de bereikbaarheid eerder slecht vinden. 8% van de ondervraagden (33 personen) zegt dat de bereikbaarheid van Aalst overeenkomt met die van gelijkaardige steden.



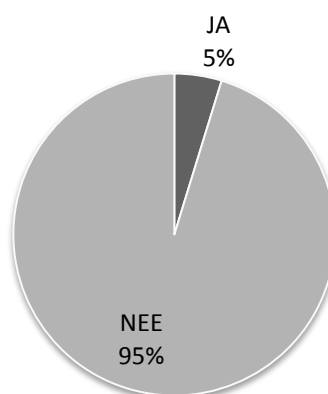
De resultaten van de beoordeling van de bereikbaarheid van het Aalstse centrum kunnen ietwat vereenvoudigd worden. Zij die de bereikbaarheid goed of redelijk vinden zijn positief, zij die de bereikbaarheid slecht of eerder slecht beoordelen zijn negatief. We groeperen die antwoorden dan. Dan wordt duidelijk dat **twee derde van de ondervraagden positief is over de bereikbaarheid** van Aalst. Slechts een vierde heeft een negatief beeld van de Aalstse bereikbaarheid.

MENING OVER BEREIKBAARHEID



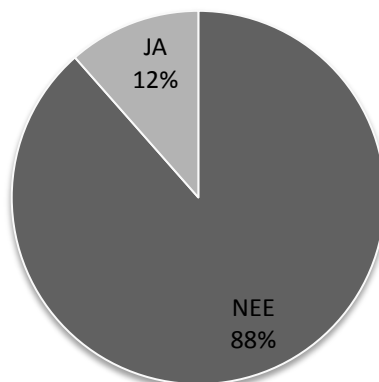
De enquête vroeg mensen of zij zich **informerden voordat ze zich verplaatsen** naar het centrum. Blijkbaar doet slechts **5% of 19 personen** dat. De aangeboden informatie over de bereikbaarheid van Aalst werd dus zo goed als niet geraadpleegd door de ondervraagden.

VOORAF INFORMEREN OVER BEREIKBAARHEID



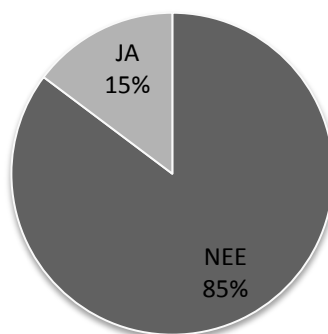
Terwijl er slechts 5% van de ondervraagden vooraf de bereikbaarheidsinformatie raadpleegt, **vraagt** er toch **12% naar bijkomende informatie**. Het gaat om 46 ondervraagden. Informatie over de bereikbaarheid van Aalst die deze mensen aangeven dat hen zou helpen of dat ze missen gaat voornamelijk over omleidingen, parkeren en openbaar vervoer. Het zal natuurlijk moeilijk zijn om de informatie over te brengen als er slechts 5% de informatie raadpleegt.

VRAAG NAAR BIJKOMENDE INFO



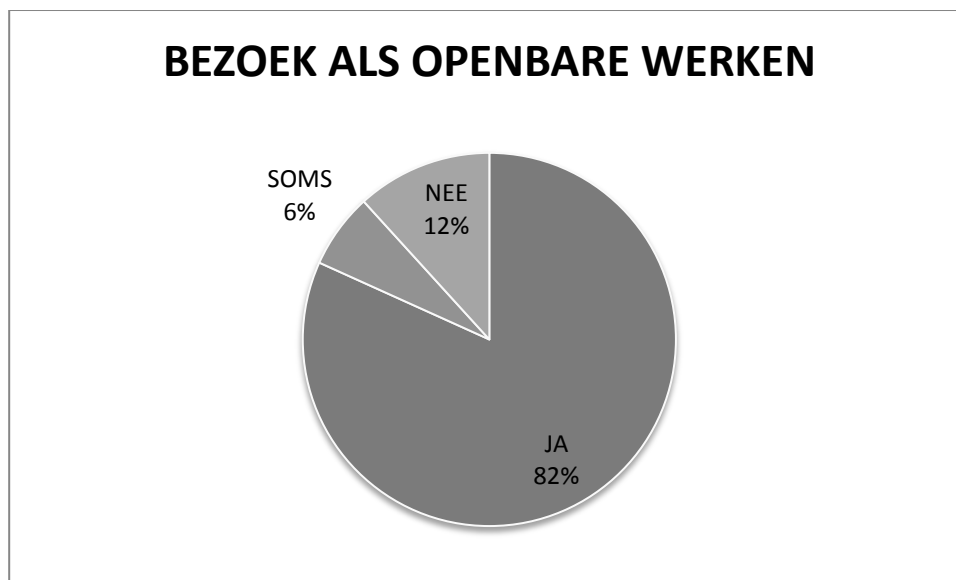
Nog net iets meer, namelijk **15% (59 personen)**, geeft een aantal suggesties over hoe hij **de informatie aangereikt wil krijgen**. Mogelijk zijn er nieuwe informatiekanalen (bv. een app) die ervoor kunnen zorgen dat toch meer dan 5% van de ondervraagden zich vooraf informeert over de bereikbaarheid van het Aalstse centrum. Nochtans zijn de aangegeven informatiekanalen waarmee de ondervraagden de informatie liefst aangereikt krijgen zeer divers: e-mail, internet, (info)borden, radio, parkeergeleidingssysteem, ...

VRAAG NAAR BIJKOMENDE INFORMATIEKANALEN



4.1.9. OPENBARE WERKEN

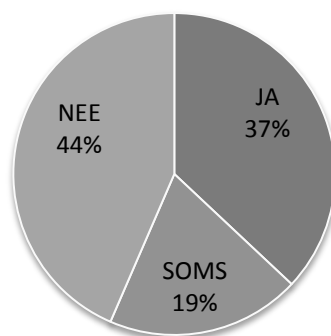
De overgrote meerderheid van de bevroagden laat zijn bezoek niet afhangen van eventuele openbare werken. **Slechts 12% geeft aan niet te komen als er openbare werken aan de gang zijn op zijn route.** Maar liefst 82% laat zijn bezoek daar niet van afhangen. Voor 6% is het al dan niet komen naar Aalst afhankelijk van de aard en de plaats van de werken.



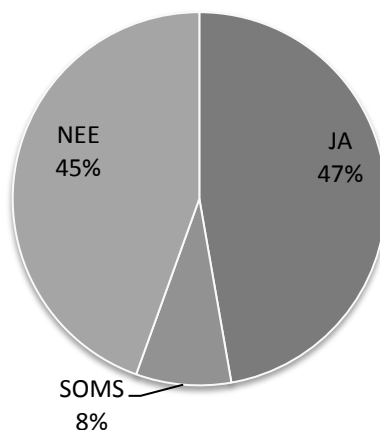
4.1.10. *EVENEMENTEN*

De enquête vroeg ook of men Aalst ook bezoekt voor regelmatig terugkerende of speciale evenementen. Regelmatig terugkerende evenementen zijn bijvoorbeeld de zaterdagmarkt. Speciale evenementen zijn bijvoorbeeld de Winterfoor en het Criterium. De **antwoorden hierop zijn verdeeld**. Velen komen wel bij terugkerende of speciale evenementen, maar ongeveer evenveel komen niet. Er zijn meer ondervraagden die komen naar speciale evenementen dan naar regelmatig terugkerende evenementen. Deze resultaten zijn moeilijk in relatie te brengen met andere variabelen en zullen in het vervolg dus minder aan bod komen.

BEZOEK REGELMATIG TERUGKERENDE EVENEMENTEN

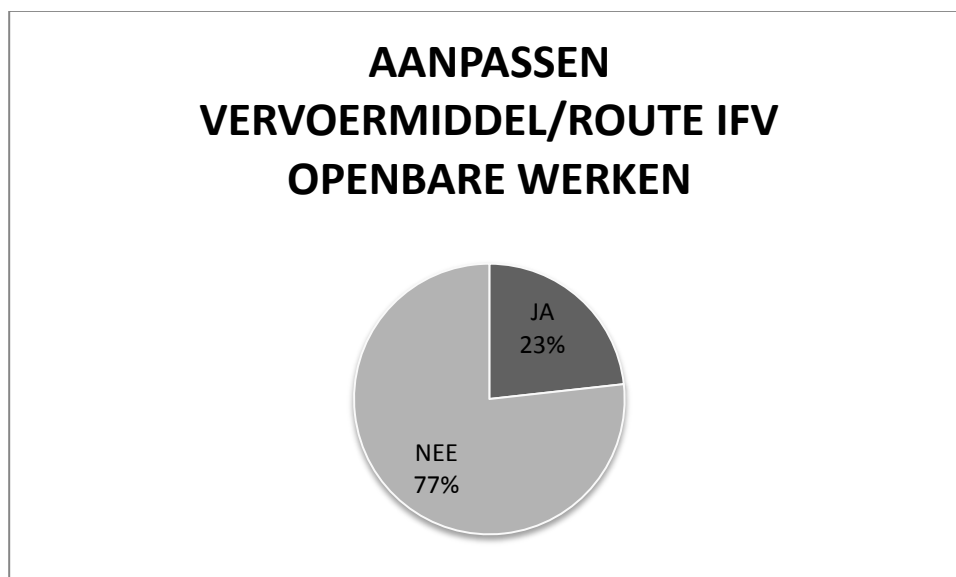


BEZOEK SPECIALE EVENEMENTEN



4.1.11. AANPASSEN VERVOERMIDDEL/ROUTE

Er werd ook gevraagd of men zijn route, dan wel zijn vervoermiddel aanpast wanneer men naar een evenement komt of wanneer er werken aan de gang zijn. **Meer dan drie vierde van de ondervraagden geeft aan zijn vervoermiddel of route niet aan te passen in functie van een evenement of openbare werken.**

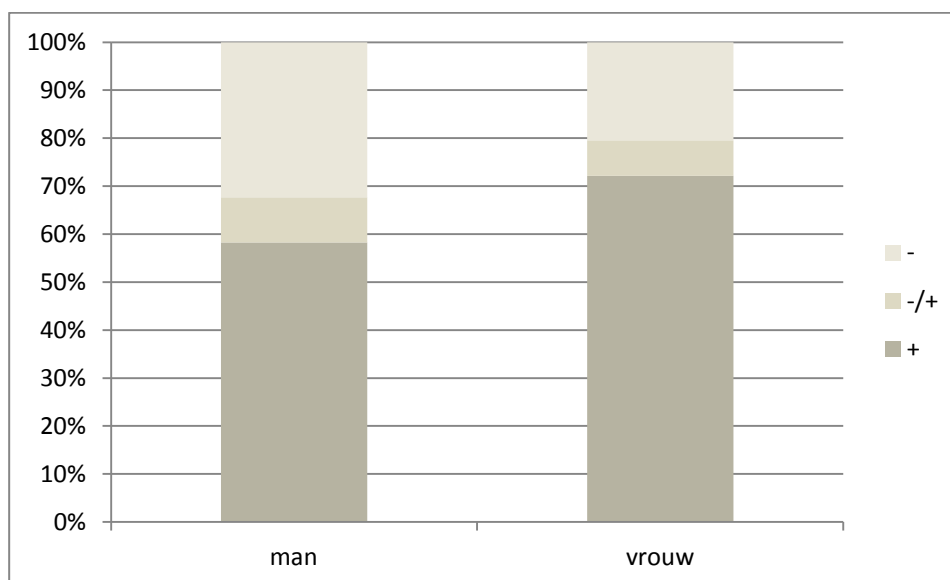


4.2. WIE VINDT AALST BEREIKBAAR?

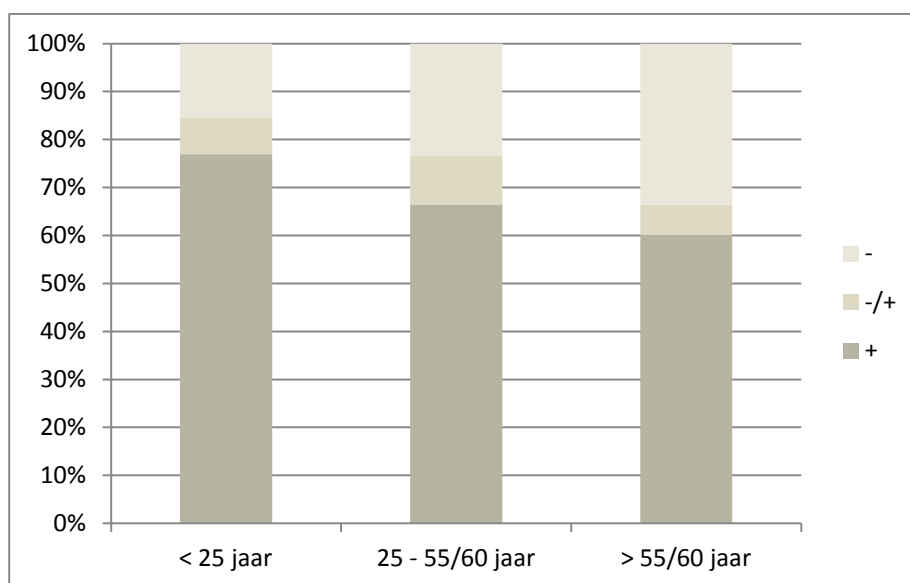
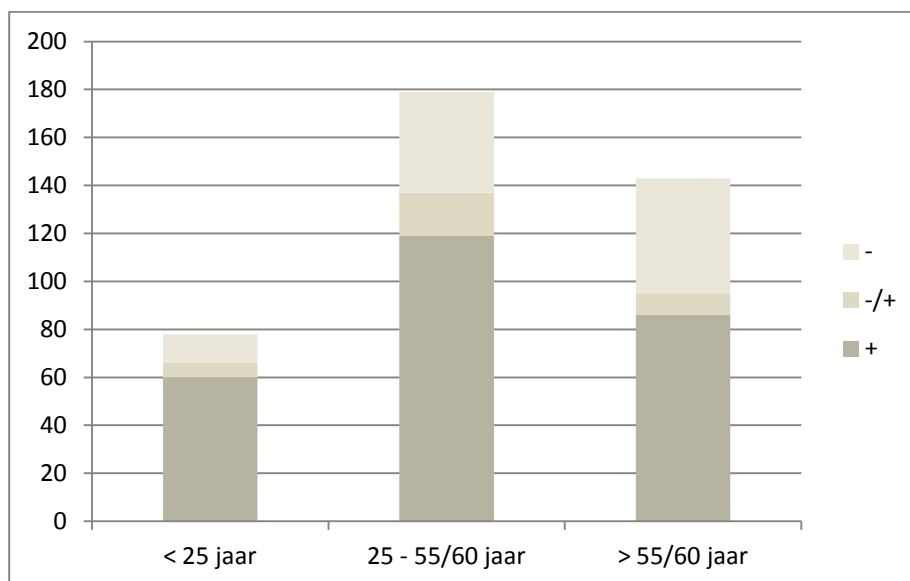
Na het overlopen van de resultaten per gestelde vraag uit de enquête, is het de bedoeling om te kijken wat de **verbanden** zijn tussen de verschillende vragen. In eerste instantie vergelijken we de mening van de ondervraagde bezoekers met de andere gestelde vragen. Drie vierde van de onvervraagden was positief over de bereikbaarheid van Aalst. Een vierde had hier een negatief beeld over. Door deze resultaten te vergelijken met de antwoorden op de andere vragen, trachten we te achterhalen wie eerder positief is over de bereikbaarheid van Aalst en wie eerder negatief.

4.2.1. PROFIEL

De enquête vroeg aan 400 bezoekers van Aalst of ze het centrum bereikbaar vinden. Als we de opinie van de ondervraagden vergelijken met hun profiel, dan blijken **vrouwen en jongeren positiever over de bereikbaarheid**. Meer dan 70% van de ondervraagde vrouwen is positief over de Aalstse bereikbaarheid. Bij de ondervraagde mannen is dat net onder de 60%. Bij de mannen is net meer dan 30% negatief, terwijl dat bij de vrouwen slechts net meer dan 20% is.

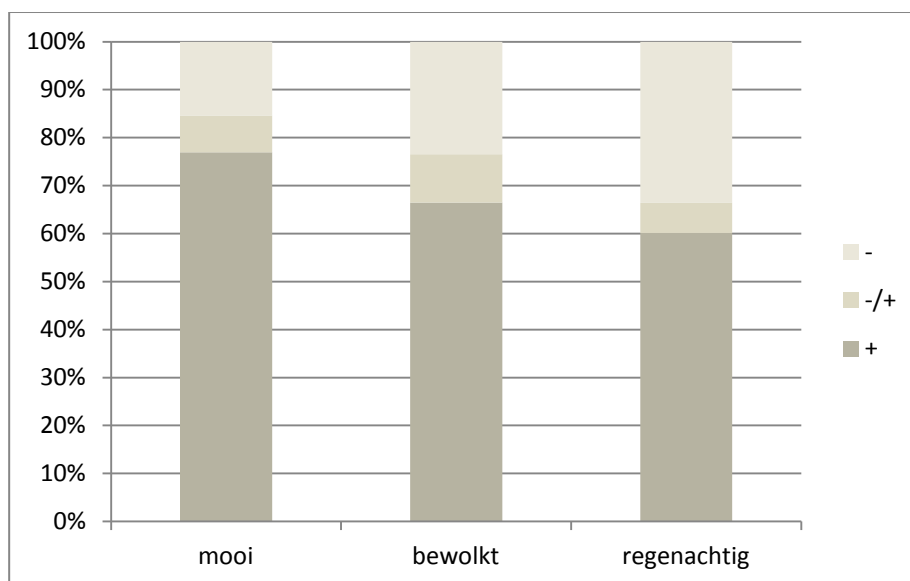
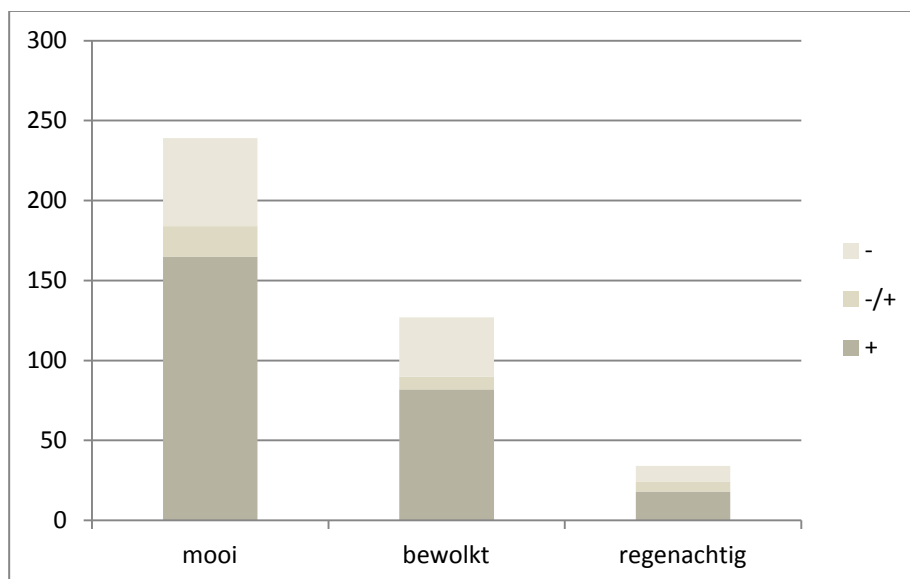


De mening over de bereikbaarheid hangt blijkbaar ook samen met de leeftijd. **Hoe jonger, hoe positiever.** Van de ondervraagde jongeren was meer dan drie vierde positief over de bereikbaarheid. Bij de ouderen is dat nog slechts 60%.



4.2.2. WEERSOMSTANDIGHEDEN

Het is algemeen bekend dat mensen negatiever zijn bij slecht weer dan bij mooi weer. Ook bij deze bevraging komt dat naar boven. Bij mooi weer waren er ook relatief gezien meer ondervraagden positief over de Aalstse bereikbaarheid. Maar ook bij regenachtig weer waren nog 18 van de 34 (60%) ondervraagden positief.

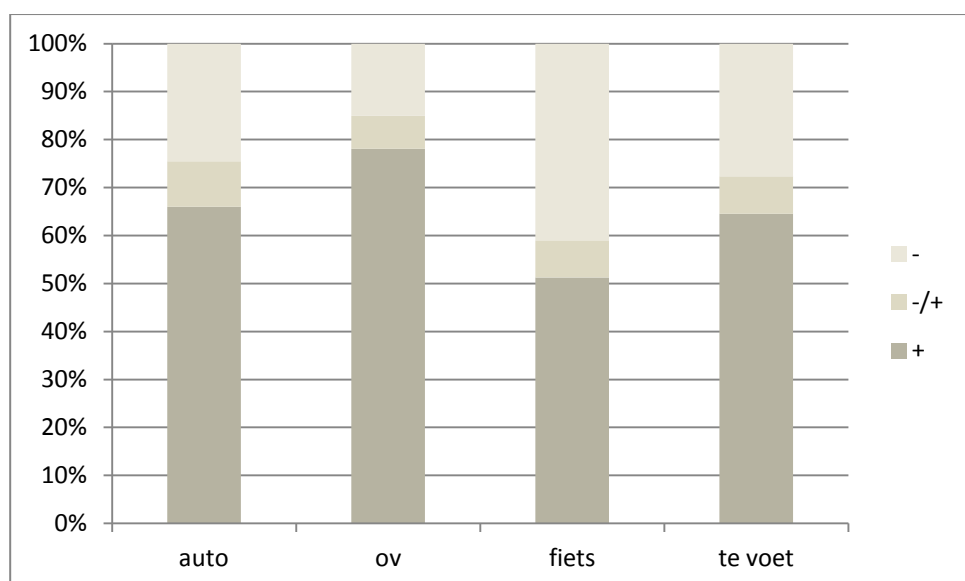
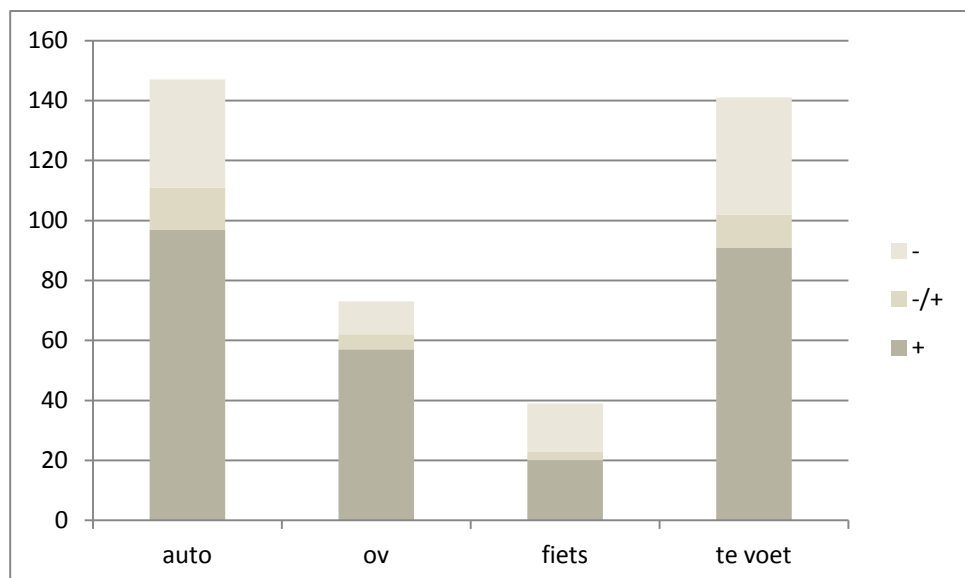


4.2.3. VERVOERWIJZEKEUZE

De enquête vroeg aan 400 bezoekers van Aalst of ze het centrum bereikbaar vinden. Als we de opinie van de ondervraagden vergelijken met de manier waarop ze gekomen zijn, dan blijkt er toch een verschil te zijn. **Personen die met de fiets naar het centrum waren gekomen, zijn het minst tevreden over de bereikbaarheid.** Slechts de helft van de fietsers is positief over de Aalstse bereikbaarheid. De fiets is ook al het transportmiddel dat het minste werd gebruikt om naar het centrum te komen en in vergelijking met het OVG een duidelijke ondervertegenwoordiging van dit vervoersmiddel. De

fietsbereikbaarheid van Aalst verdient aldus de nodige aandacht. Er waren 16 fietsgebruikers negatief over de bereikbaarheid.

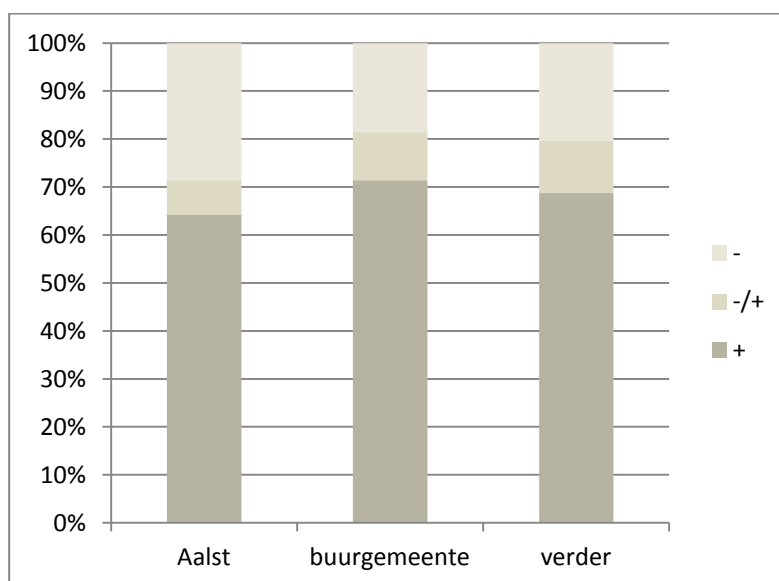
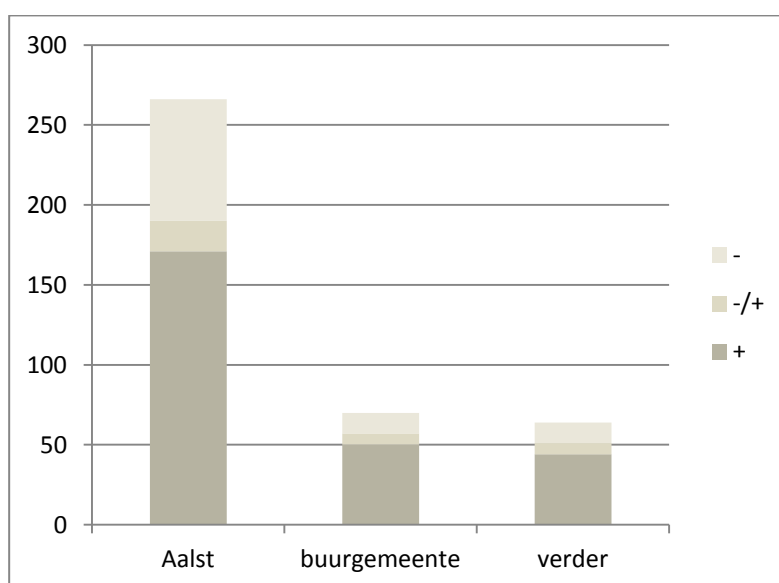
Van de mensen die te voet of met de auto naar Aalst komen is de ongeveer twee derde positief over de bereikbaarheid. Het zijn ook de twee vervoerwijzekeuzen die het meest voorkomen om naar het centrum van Aalst te komen. Er zijn **36 automobilisten negatief** over de bereikbaarheid van Aalst. Bij hen zijn er een aantal kenmerken die afwijken van het globale beeld. Geen van deze bezoekers kwam voor een horeca-bezoek. Een vierde van hen deed er langer over dan ze verwacht hadden. Een derde geeft aan nog informatie over de bereikbaarheid te missen en hoe ze die aangereikt willen krijgen. Er was wel slechts 1 persoon die zich vooraf informeerde over de bereikbaarheid. **39 personen die te voet kwamen, zijn negatief** over de bereikbaarheid van Aalst. Ook in deze groep was er slechts 1 persoon die zich vooraf informeerde over de bereikbaarheid. Voor het overige zijn er geen kenmerken die verschillen dan van het algemene beeld van de ondervraagde die te voet naar het Aalstse centrum komt.



Relatief gezien waren de gebruikers van het **openbaar vervoer het meest positief** over de bereikbaarheid van het centrum in Aalst. Er zijn slechts 11 ov-gebruikers die de bereikbaarheid negatief beoordelen.

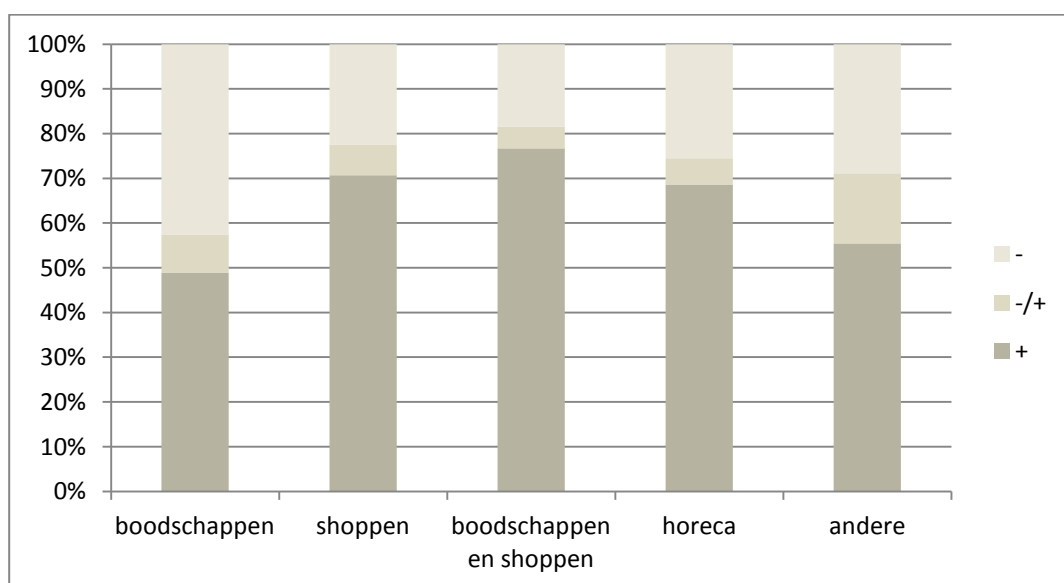
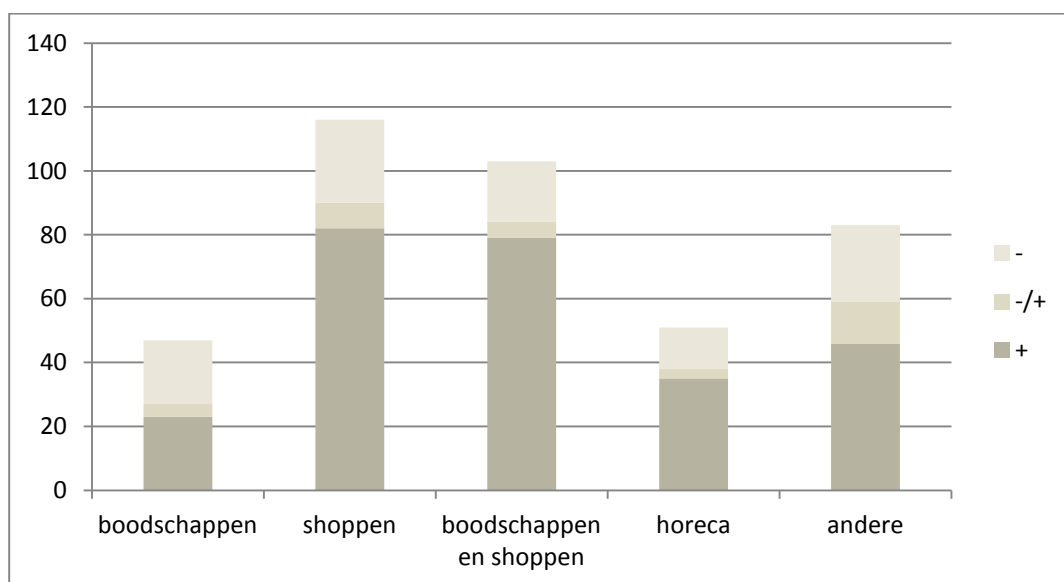
4.2.4. HERKOMSTGEMEENTE

Veruit de meeste geënquêteerden komen uit Aalst zelf. Het aantal Aalstenaars dat de bereikbaarheid positief beoordeeld ligt net iets lager dan het aantal personen van buiten Aalst met een positieve perceptie van de bereikbaarheid. Het verschil is echter minimaal. **Relatief gezien zijn er wel iets meer Aalstenaars die een negatief beeld hebben van de bereikbaarheid dan niet-Aalstenaars.** Het gaat om 77 ondervraagden of bijna 30% van de Aalstse ondervraagden. Deze groep heeft geen kenmerken die afwijken van het globale beeld op basis van de enquête.



4.2.5. MOTIEF

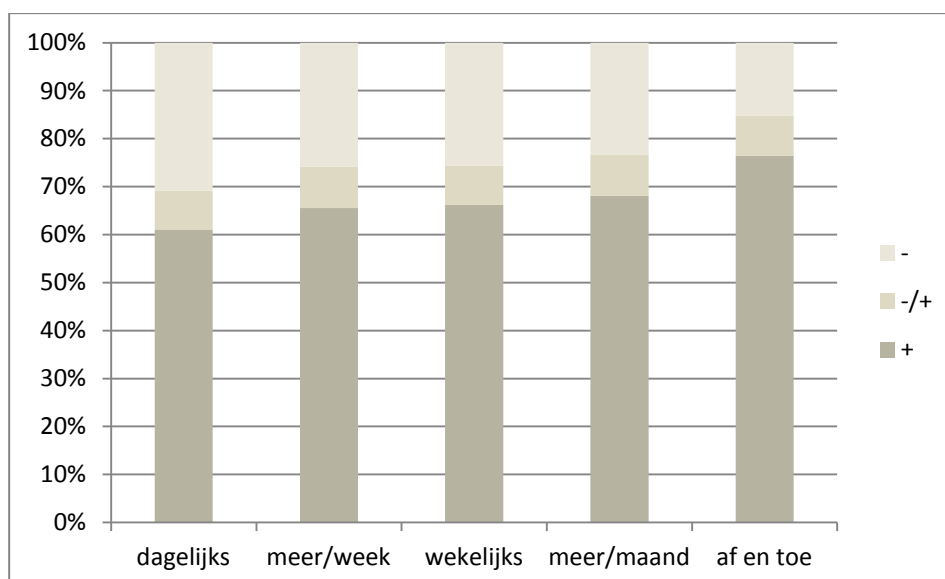
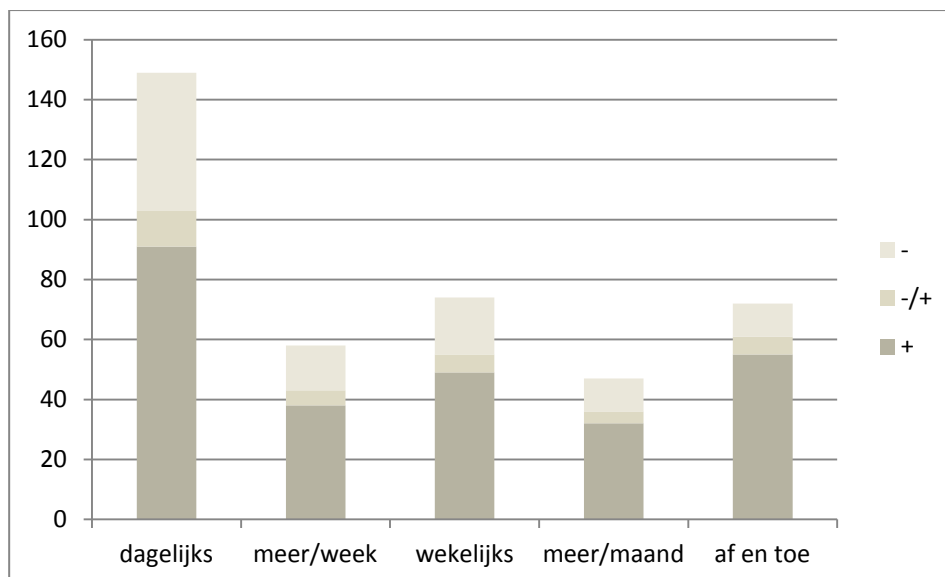
Bij de enquête werd gevraagd naar de reden van het bezoek van het Aalstse centrum. Tussen dat motief en de perceptie van de bereikbaarheid is er moeilijk een verband te leggen. De ondervraagden die **boodschappen kwamen doen zijn relatief gezien het minst positief en het meest negatief**. De ondervraagden die boodschappen kwamen doen maar daarenboven ook komen shoppen zijn dan weer het meest positief en het minst negatief. Bij hen zou echter gezegd kunnen worden dat het boodschappen doen een onderdeel is van het shoppen. De ondervraagde die zich dan beperkt tot enkel boodschappen doen, is dus het meest negatief over de bereikbaarheid. In principe zou er een relatie gelegd kunnen worden met de frequentie van het bezoek. Het is echter niet zo dat binnen deze groep degene die boodschappen komt doen duidelijk frequenter komt dan degene die ook nog komt shoppen. De frequentie van het bezoek wordt behandeld in het volgende onderdeel.



4.2.6. FREQUENTIE

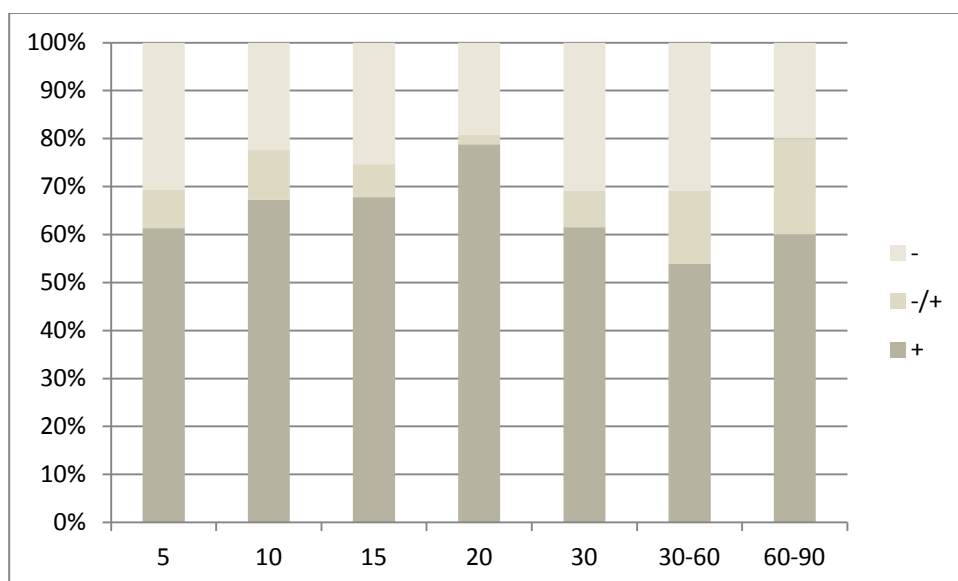
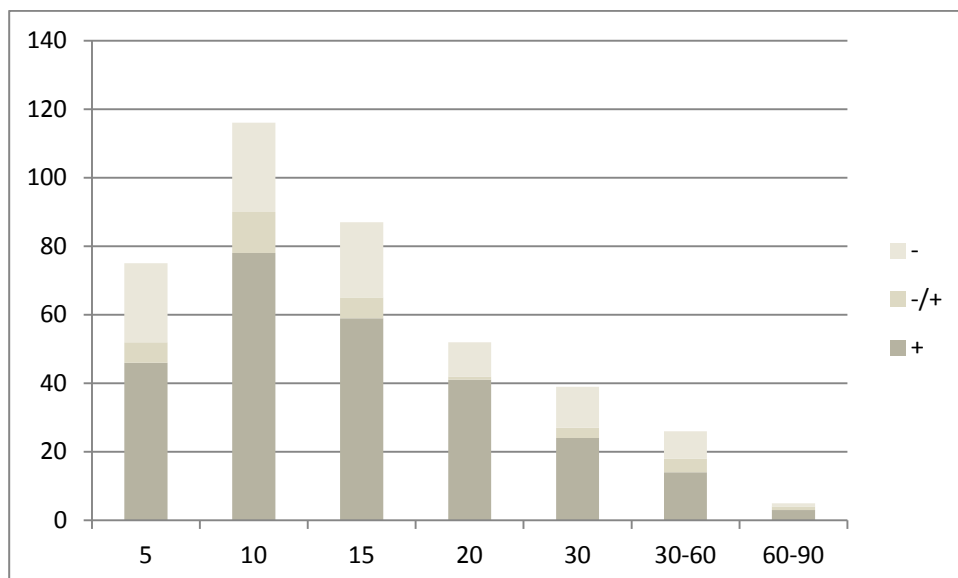
De overgrote meerderheid van de ondervraagden komt op frequente basis naar Aalst. Over het algemeen is binnen elke groep een meerderheid positief over de bereikbaarheid van Aalst. Het aandeel met een positief beeld van de bereikbaarheid neemt echter af met de frequentie. **Hoe vaker men komt, hoe minder positief men is over de bereikbaarheid.** Van de ondervraagden die dagelijks komen is slechts ongeveer 60% positief, van de ondervraagden die af en toe komen is dat ongeveer 75%.

Er zijn 41 ondervraagden die dagelijks naar Aalst komen maar toch ontevreden zijn over de bereikbaarheid. Drie vierde van deze ondervraagden komt uit Aalst zelf. Er zijn dan ook veel mensen bij die te voet kwamen. Het aandeel van de mensen die te voet en met de fiets kwamen is bij deze ondervraagden groter dan het algemene beeld, terwijl het aandeel van de ov- en autogebruikers lager ligt dan het algemene beeld. Ten opzichte van het algemene verkregen beeld valt ook op dat de helft van de dagelijkse gebruikers die ontevreden zijn over de bereikbaarheid, ook naar regelmatig terugkerende evenementen komen.

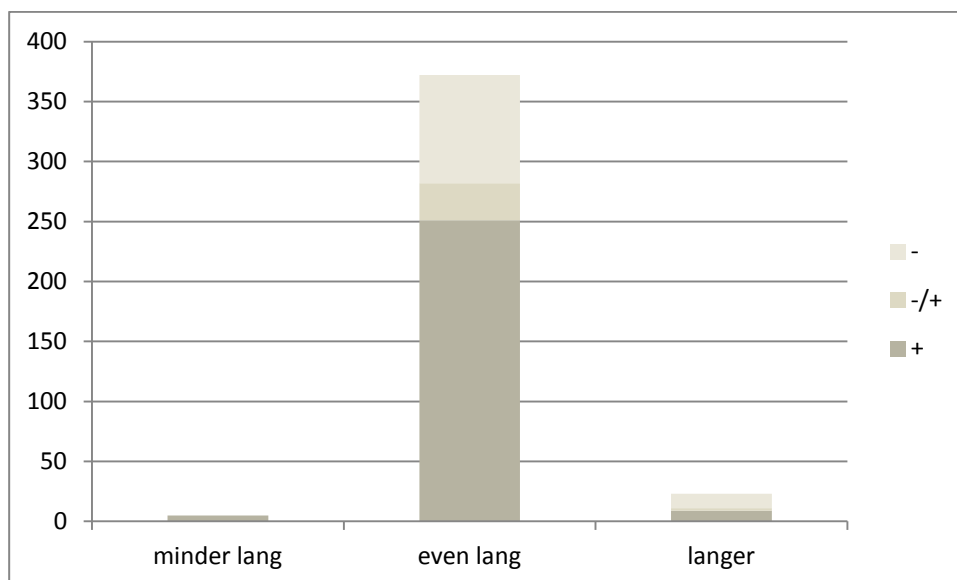


4.2.7. VERPLAATSINGSTIJD

Een vergelijking tussen de verplaatsingstijd en de mening over de bereikbaarheid levert **geen duidelijk verband** op. Het is niet zo dat mensen die langer onderweg waren duidelijk negatiever of positiever zijn over de bereikbaarheid.

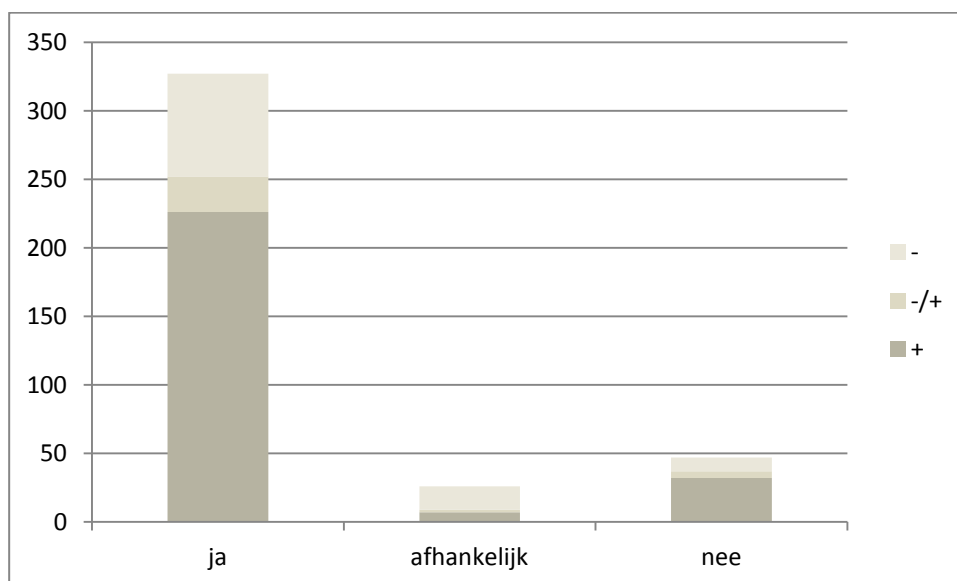


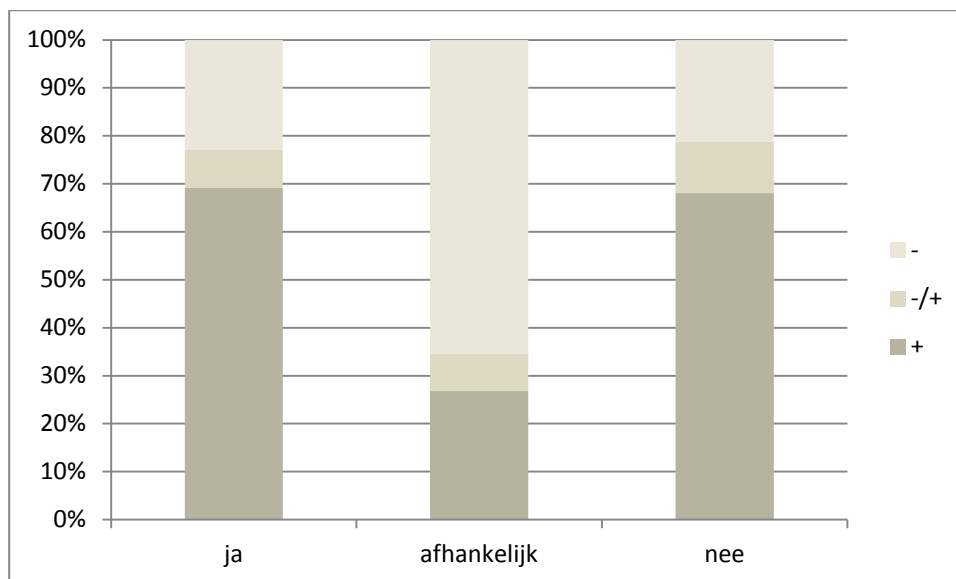
Zo goed als iedereen heeft over zijn verplaatsing even lang gedaan als vooraf gedacht. **Van de 23 personen die er langer over deden is vanzelfsprekend een groter aandeel negatief** over de bereikbaarheid van Aalst. Het gaat om 12 van de 23 ondervraagden. 9 zijn toch nog positief.



4.2.8. WERKEN

De overgrote meerderheid van de ondervraagden komen ook als er openbare werken zijn naar de stad. Slechts 47 ondervraagden geven aan dan niet te komen. Toch blijken beide profielen nagenoeg even positief over de bereikbaarheid van Aalst. **Het zijn voornamelijk de 26 mensen die aangeven dat ze al dan niet komen afhankelijk van welke werken en waar ze plaatsvinden, die veel negatiever zijn over de bereikbaarheid.** Er zijn 17 personen die negatief staan tegenover de bereikbaarheid van Aalst. Slechts de helft daarvan komt uit Aalst zelf. De meerderheid kwam met de auto. Twee personen informeren zich alvorens zich te verplaatsen.



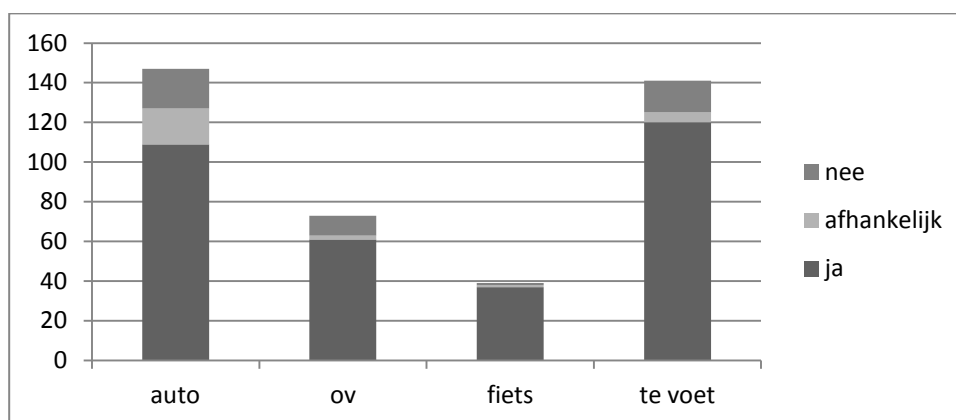


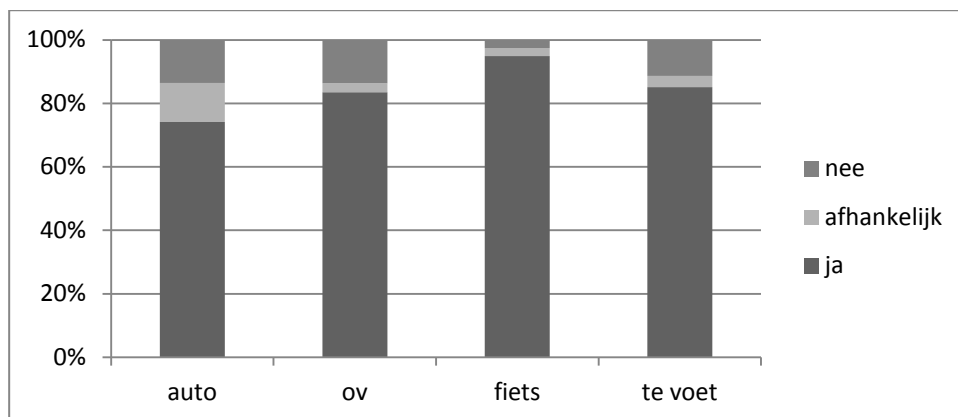
4.3. WIE ZOU ER NOG KOMEN BIJ OPENBARE WERKEN?

Een **grote meerderheid van de ondervraagden geeft aan ook bij openbare werken naar Aalst te komen**. Er zijn er 26 die aangeven dat het afhankelijk is van de plaats en aard van de werken en 47 geven aan niet te komen. Uit het voorgaande weten we al dat de ondervraagden die niet zouden komen, niet negatiever staan tegenover de bereikbaarheid dan zij die wel zouden komen. Diegenen die hun komst laten afhangen van de aard en plaats van het werk, hadden wel een negatiever beeld van de bereikbaarheid. Ondanks de lage aantallen gaan we hieronder na of er nog verschillen optreden (bivariaat). De lage aantallen maken het wel minder zinvol om na een eerste vergelijking, nog dieper in te gaan op andere variabelen (multivariaat).

4.3.1. VERVOERWIJZEKEUZE

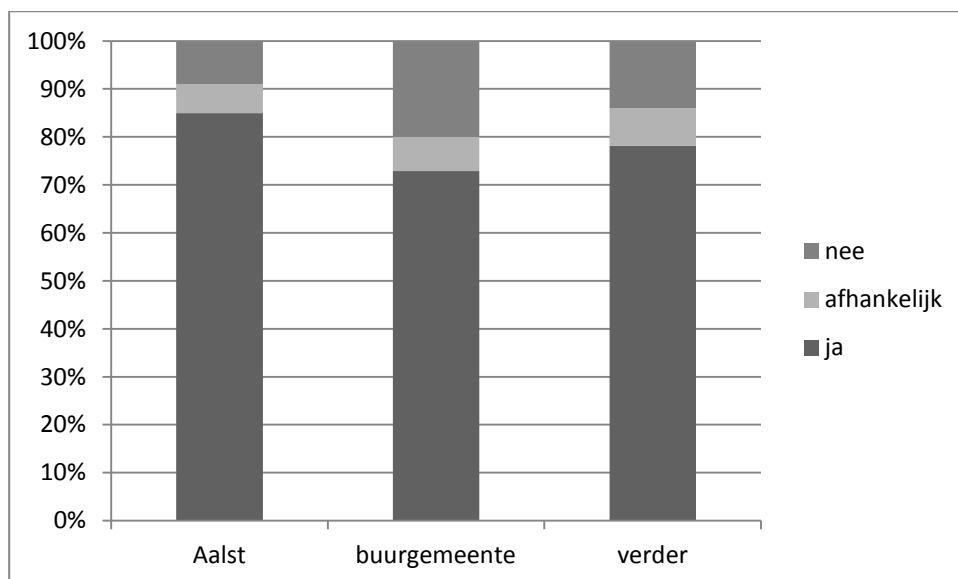
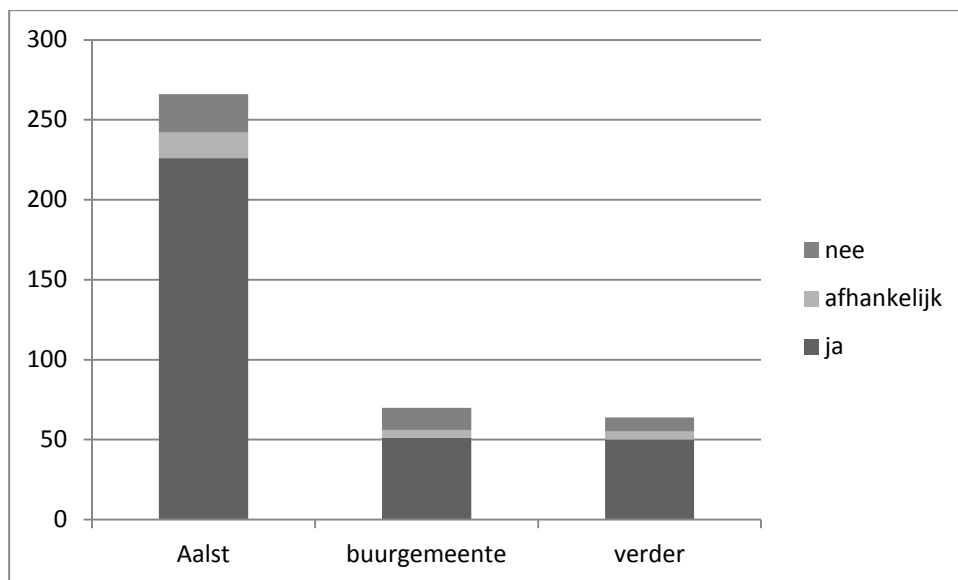
Van de bevraagde personen geven relatief gezien nog minder fietsers aan dat ze niet zouden komen naar het centrum als gevolg van openbare werken.





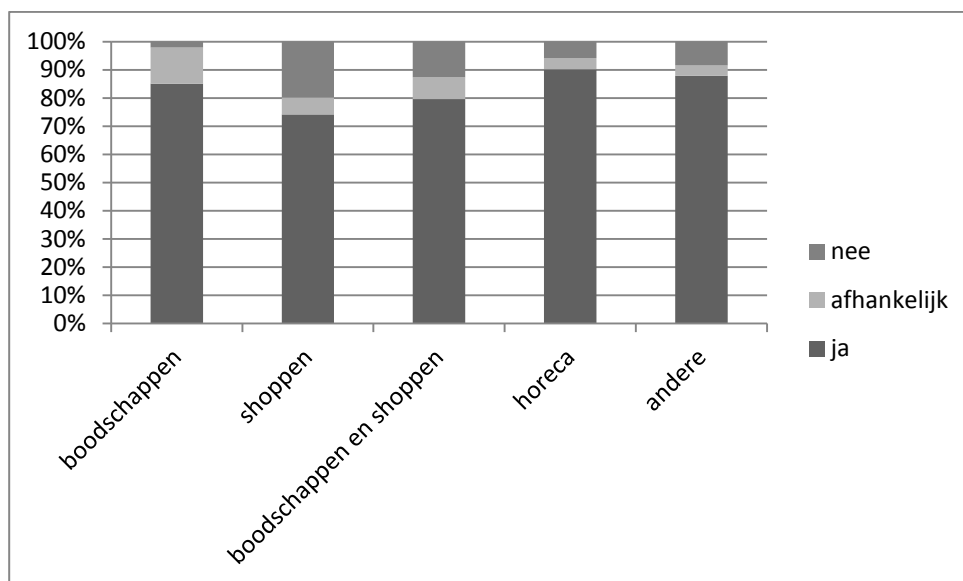
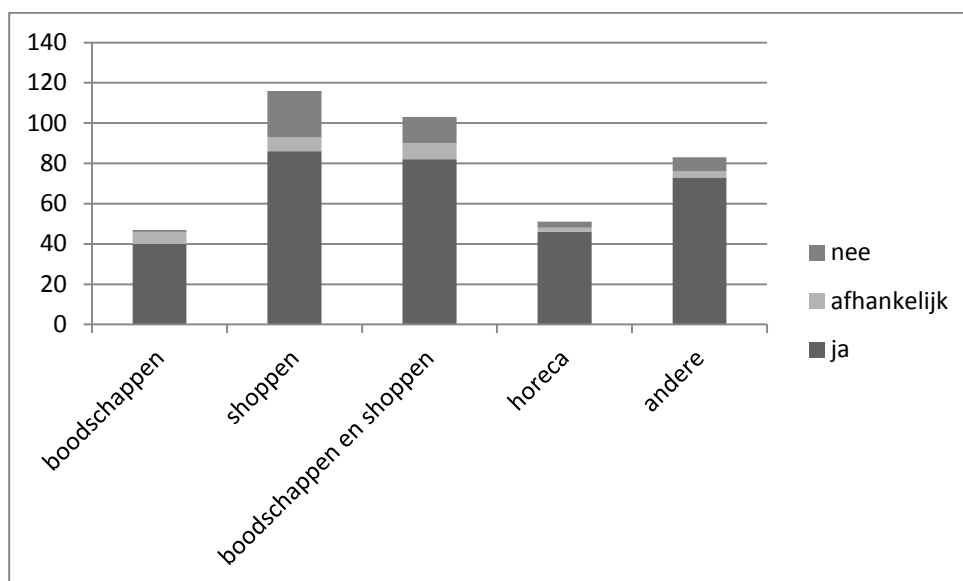
4.3.2. HERKOMSTGEMEENTE

Bij diegenen die niet zouden komen zijn er relatief gezien minder Aalstenaars en meer mensen afkomstig uit de buurgemeenten.



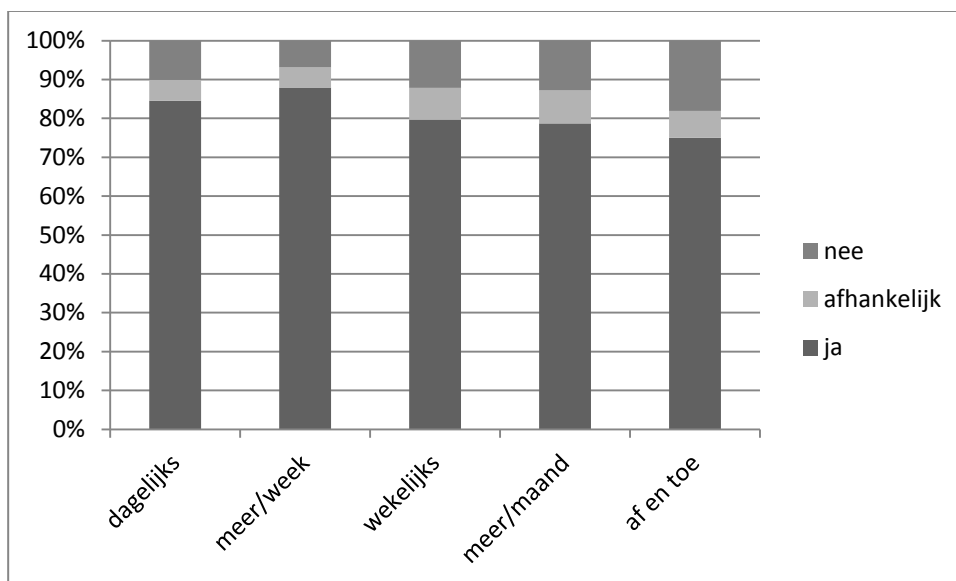
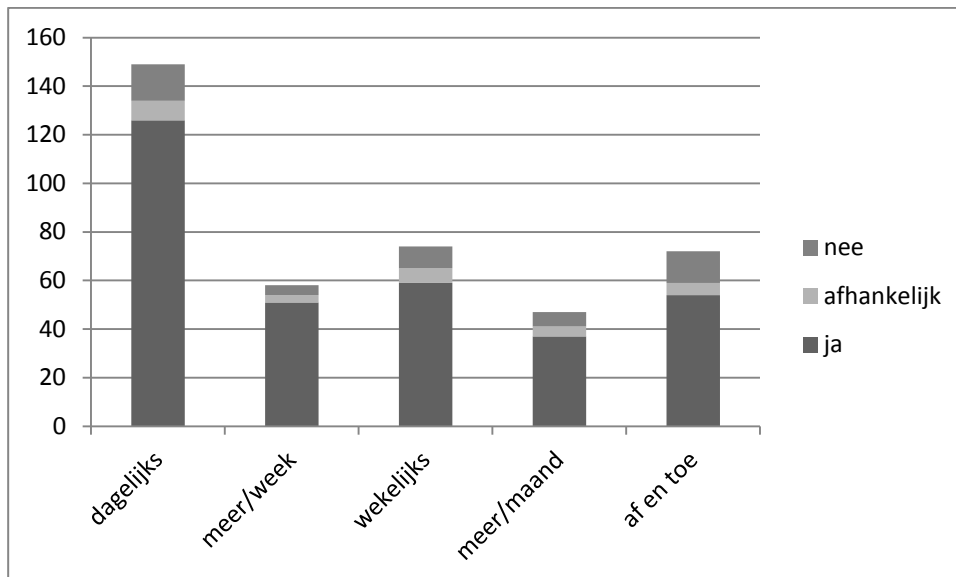
4.3.3. MOTIEF

Van diegenen die aangeven dat ze niet zouden komen bij werken in het centrum, kwam de helft shoppen en een vierde shoppen en boodschappen doen.



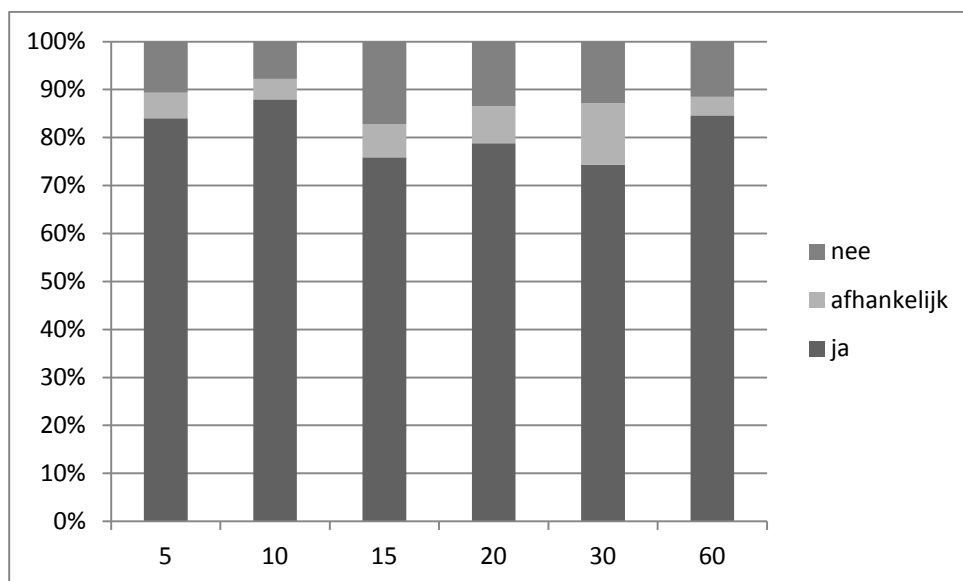
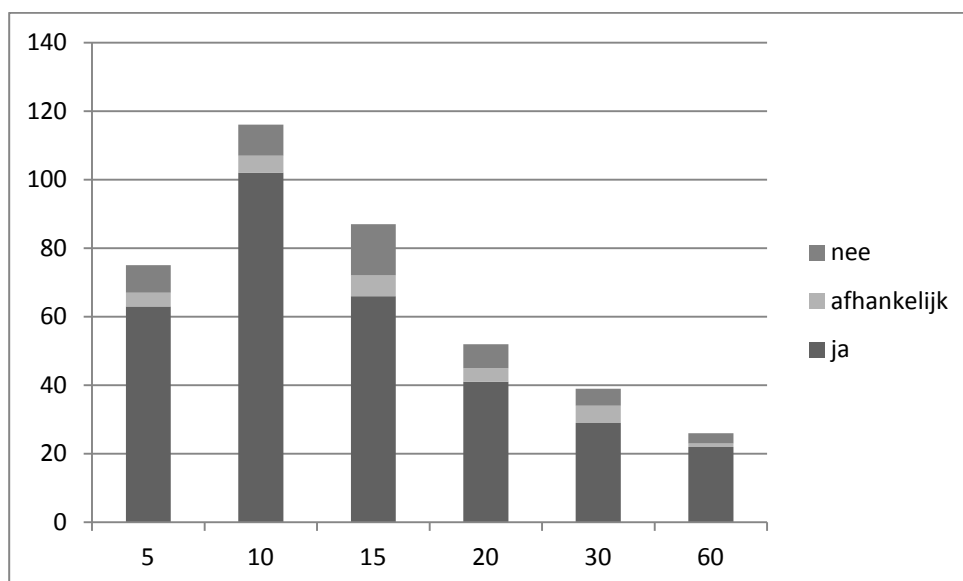
4.3.4. FREQUENTIE

De aantallen schommelen slechts tussen 4 en 15 personen die niet zouden komen in relatie tot de frequentie. Toch lijkt er een tendens te zijn dat het aandeel groter is bij mensen die minder frequent Aalst aandoen.



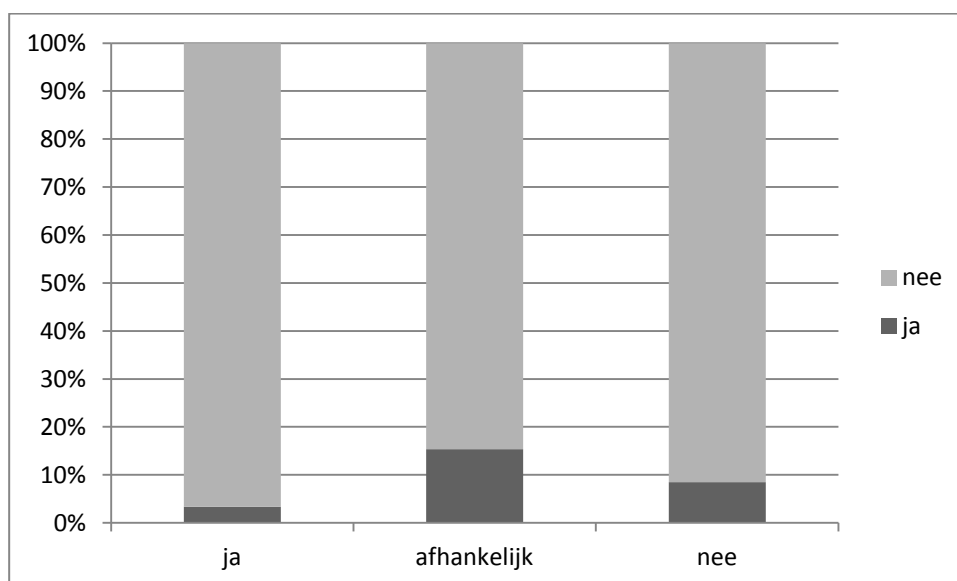
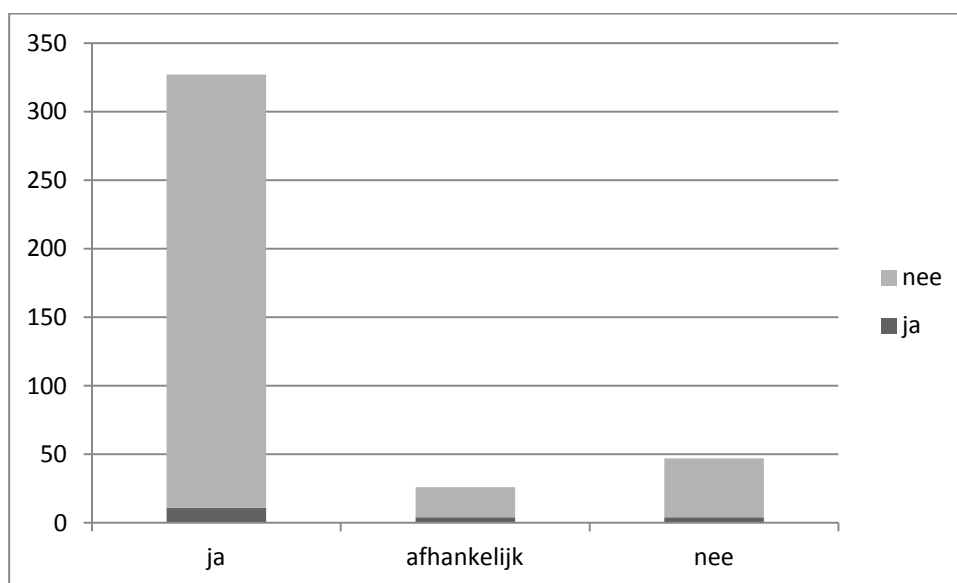
4.3.5. VERPLAATSINGSTIJD

Bij de ondervraagden is er geen verband tussen de verplaatsingstijd en het al dan niet komen bij openbare werken.



4.3.6. INFORMEREN

Een belangrijke bedenking bij het aangeven van de ondervraagden of ze al dan niet zouden komen bij openbare werken in het centrum, kan gemaakt worden door een combinatie met de vraag of zij zich vooraf informeren over de bereikbaarheid. Er waren immers slechts 19 ondervraagden (5%) die aangaven zich te informeren (over bijvoorbeeld werkzaamheden) alvorens de verplaatsing te maken. Het is dan ook te verwachten dat het vooral deze mensen zijn die dan niet zouden komen bij werkzaamheden. Dat blijkt echter niet zozeer het geval. **Van de 19 ondervraagden die zich vooraf informeren komen er 11 ook bij werken**, 4 afhankelijk van de werken en 4 niet. De overige personen – namelijk 22 ondervraagden die aangaven dat ze al dan niet komen naargelang de aard en de plaats van de werken, en 43 ondervraagden die aangaven niet te komen bij openbare werken – zouden zich vooraf niet informeren.

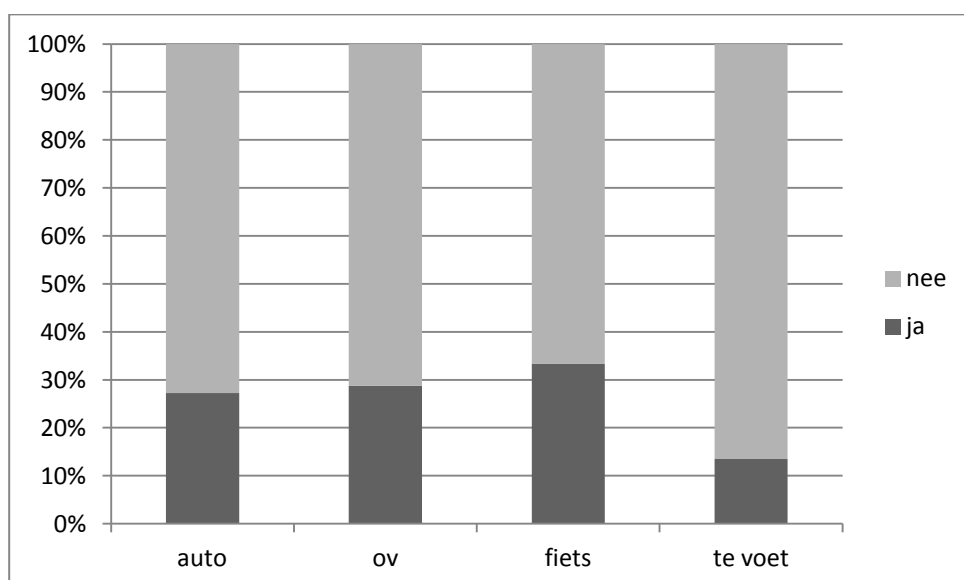
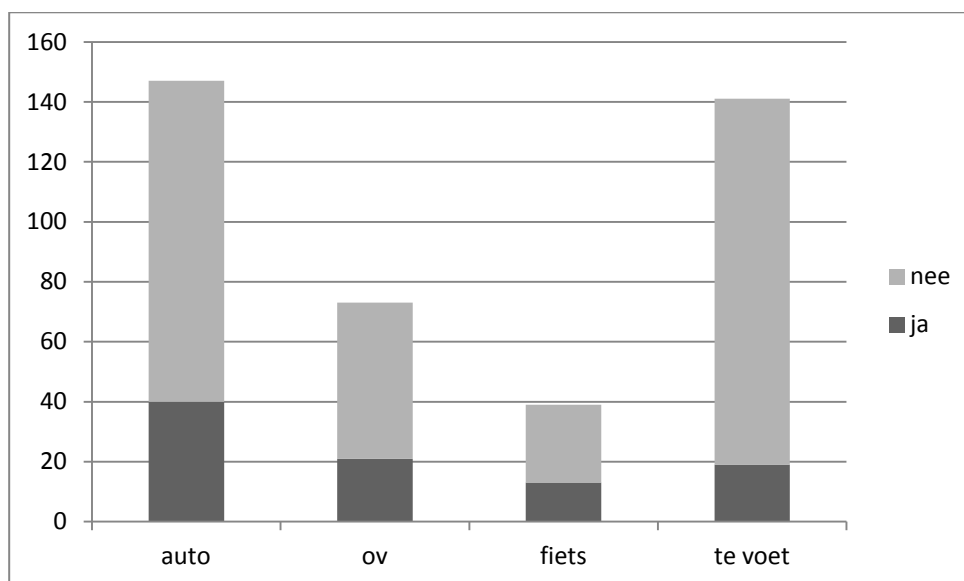


4.4. WIE PAST ZICH AAN VOOR EVENEMENT OF OPENBARE WERKEN?

23% van de ondervraagden gaf aan zijn **vervoermiddel of route aan te passen bij evenementen of werken**.

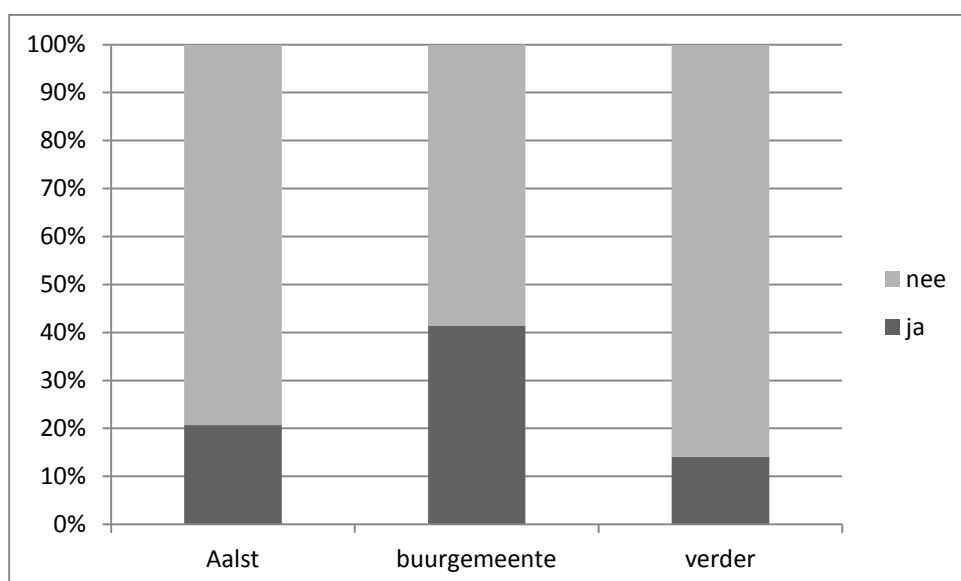
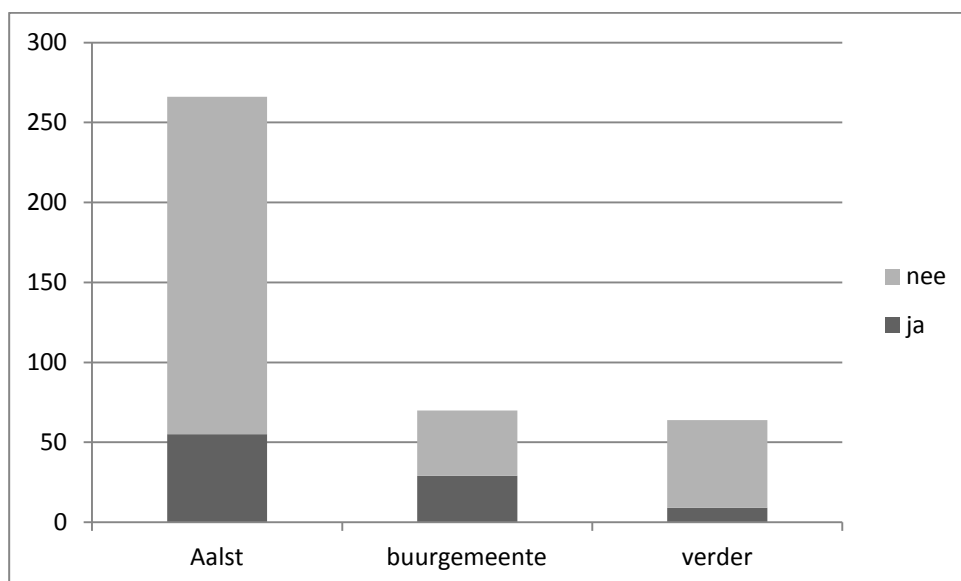
4.4.1. VERVOERWIJZEKEUZE

Relatief gezien **passen de voetgangers zich het minst aan**. Blijkbaar hebben evenementen of werken een veel kleinere impact op het vervoermiddel of de route van mensen die te voet kwamen. Van de mensen die te voet kwamen past slechts 13% zijn vervoermiddel of route aan bij evenementen of werken. Alle andere vervoermiddelen hebben relatief gezien een iets hoger aandeel dan in de algemene enquêteresultaten.



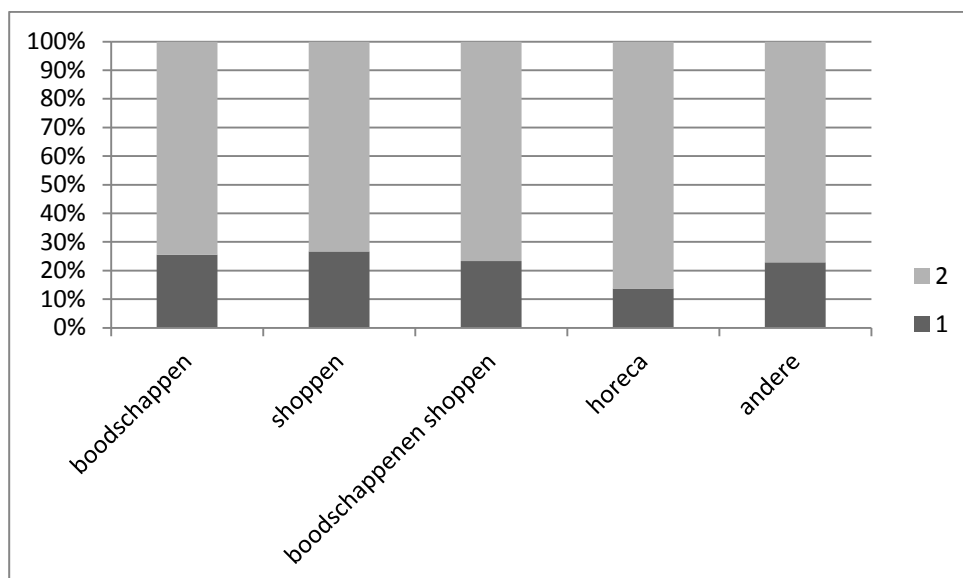
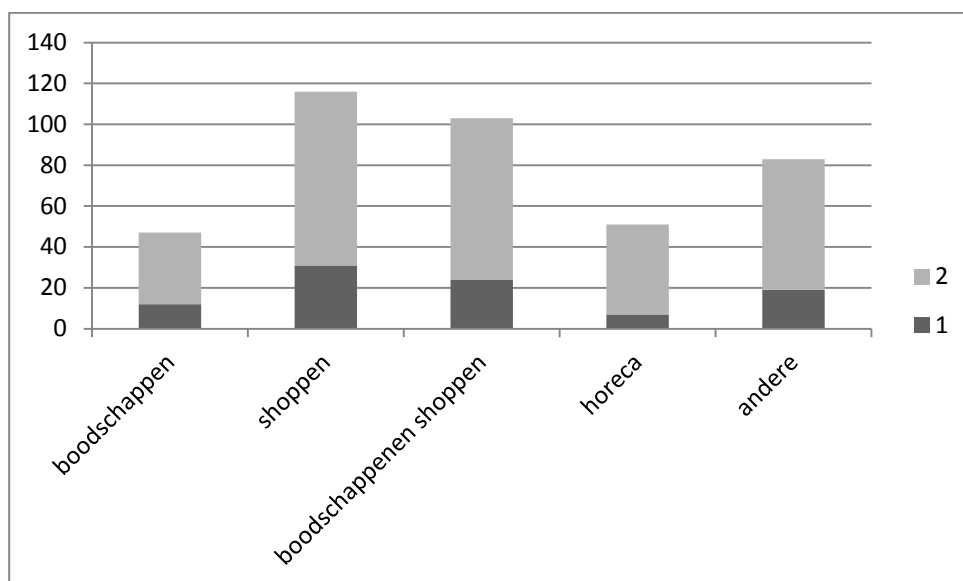
4.4.2. HERKOMSTGEMEENTE

Relatief gezien zijn het voornamelijk de ondervraagden afkomstig uit de buurgemeenten die zich aanpassen.



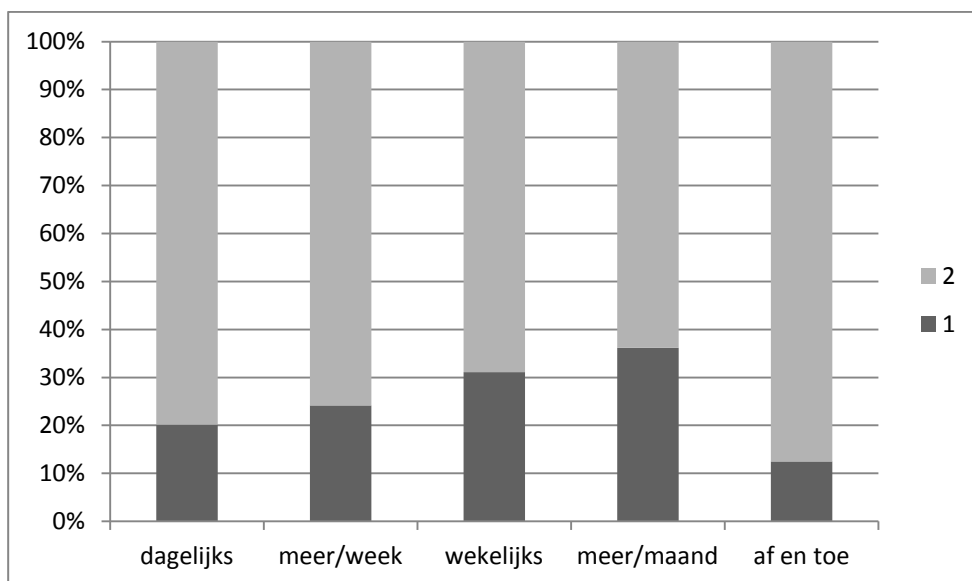
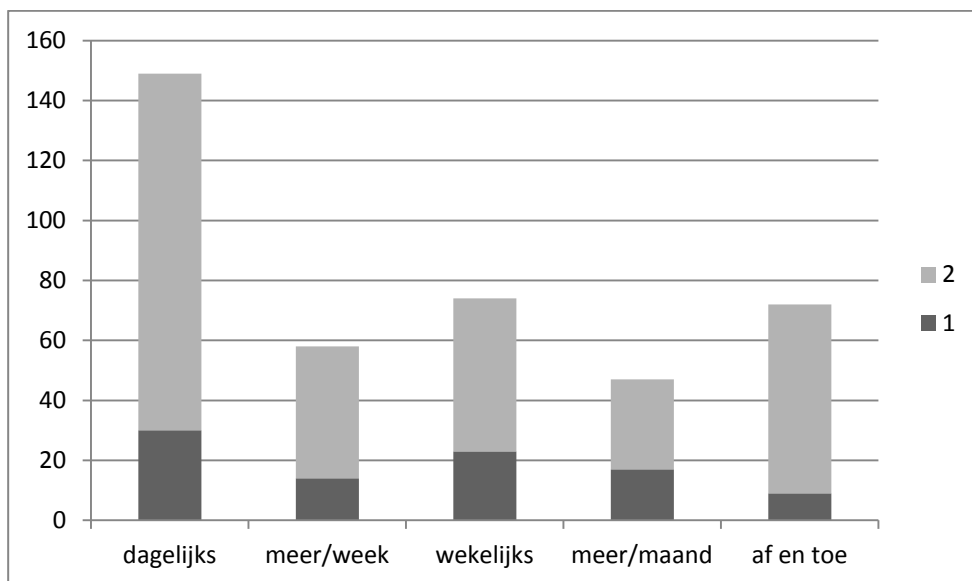
4.4.3. MOTIEF

Voor wat betreft de relatie tussen het aanpassen van de vervoerwijzekeuze of de route werd **geen duidelijk verband** gevonden met het motief van de verplaatsing.



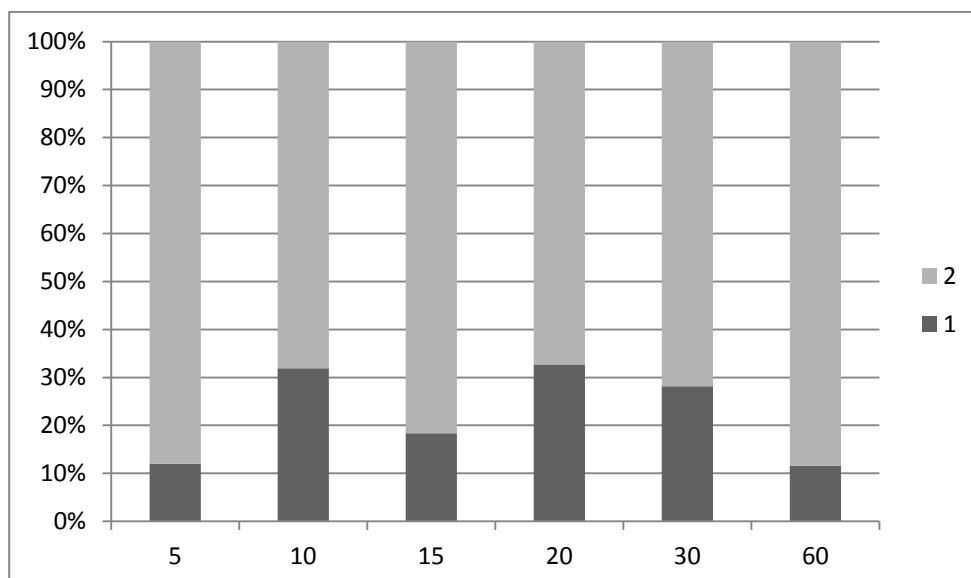
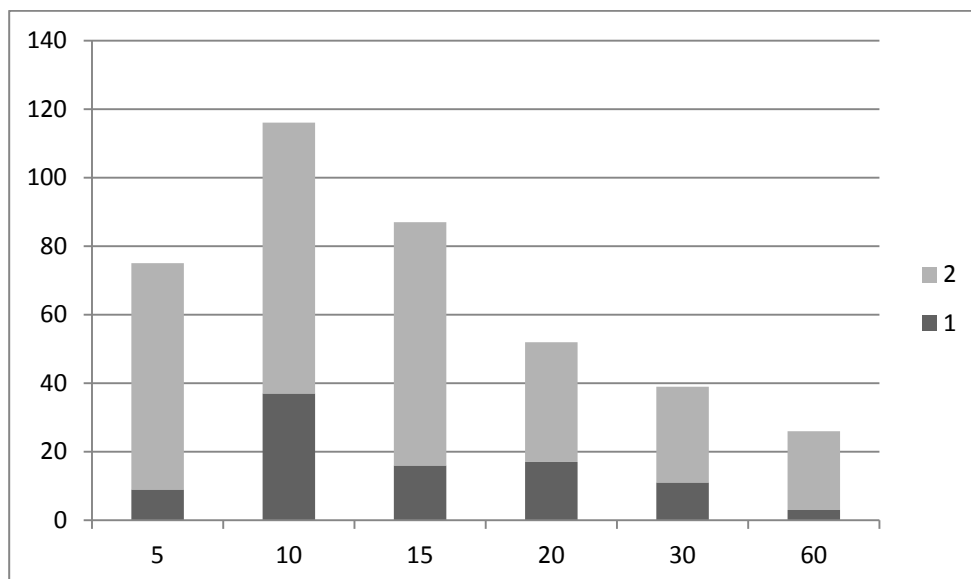
4.4.4. FREQUENTIE

Hoe frequenter men Aalst bezoekt, hoe minder men zijn route of vervoermiddel zou aanpassen. Toch zijn het de **sporadische bezoekers die zich het minst aanpassen.**



4.4.5. VERPLAATSINGSTIJD

Voor wat betreft de relatie tussen het aanpassen van de vervoerwijzekeuze of de route werd **geen duidelijk verband** gevonden met de verplaatsingstijd.

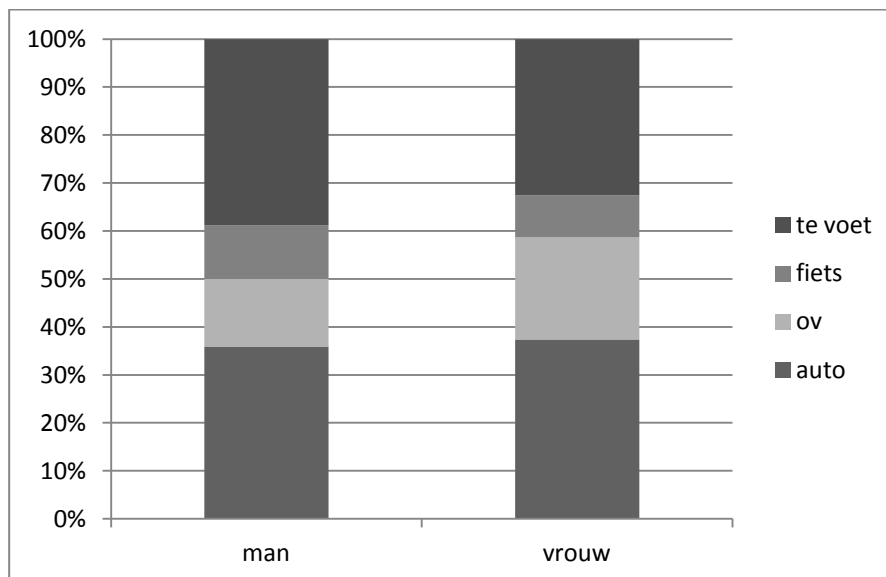


4.5. WIE KOMT ER MET WELK VERVOERMIDDEL NAAR AALST?

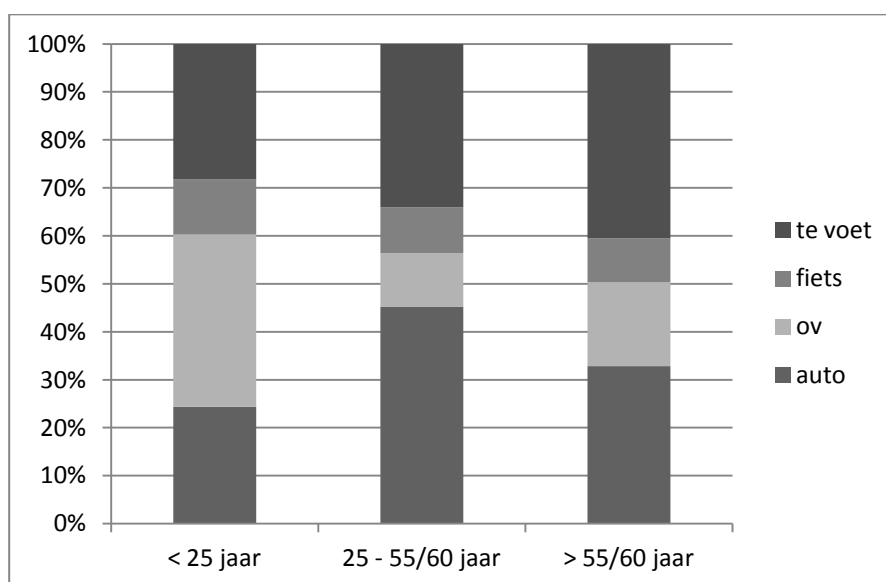
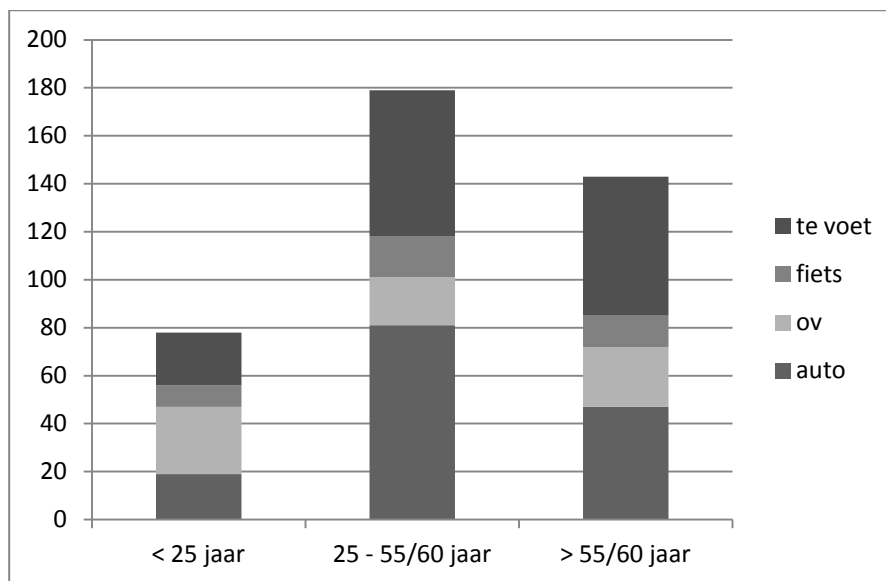
Uit het voorgaande bleek al dat de ondervraagde bezoeker van het Aalstse centrum voornamelijk te voet of met de auto kwam. Het zijn de fietsers die het minst positief zijn over de bereikbaarheid van het centrum. Bij de voetgangers zijn er relatief gezien de minste mensen die hun vervoermiddel of route aanpassen in functie van een evenement of openbare werken. In dit onderdeel leggen we nog bijkomende **verbanden tussen de vervoerwijzekeuze en de andere vragen** uit de enquête.

4.5.1. PROFIEL

Wat betreft de vervoerwijzekeuze blijkt er bij de ondervraagden geen groot verschil te zijn tussen de mannen en de vrouwen. Wel was **bij de ondervraagde vrouwen het aandeel dat met het openbaar vervoer kwam groter** dan bij de mannen en het aandeel dat te voet kwam kleiner.

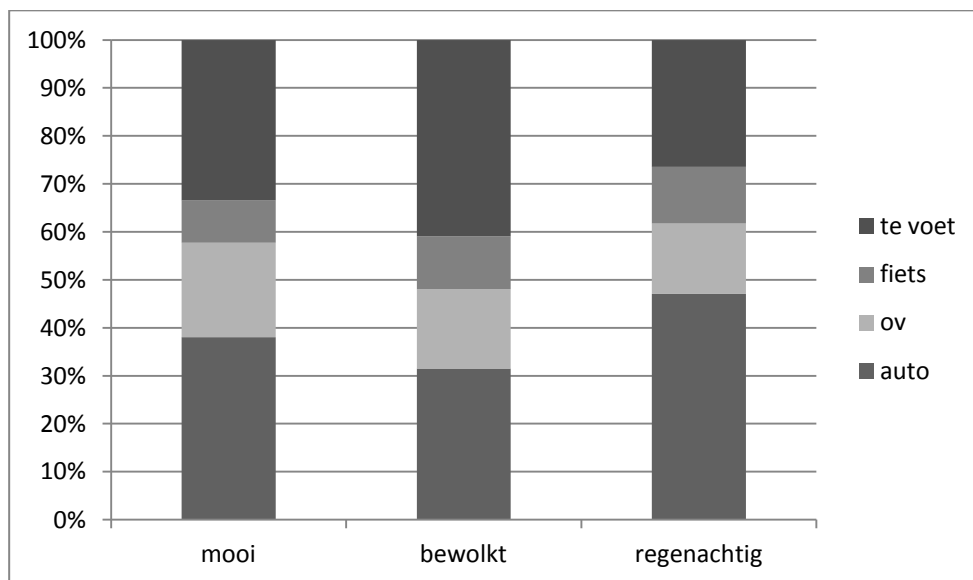
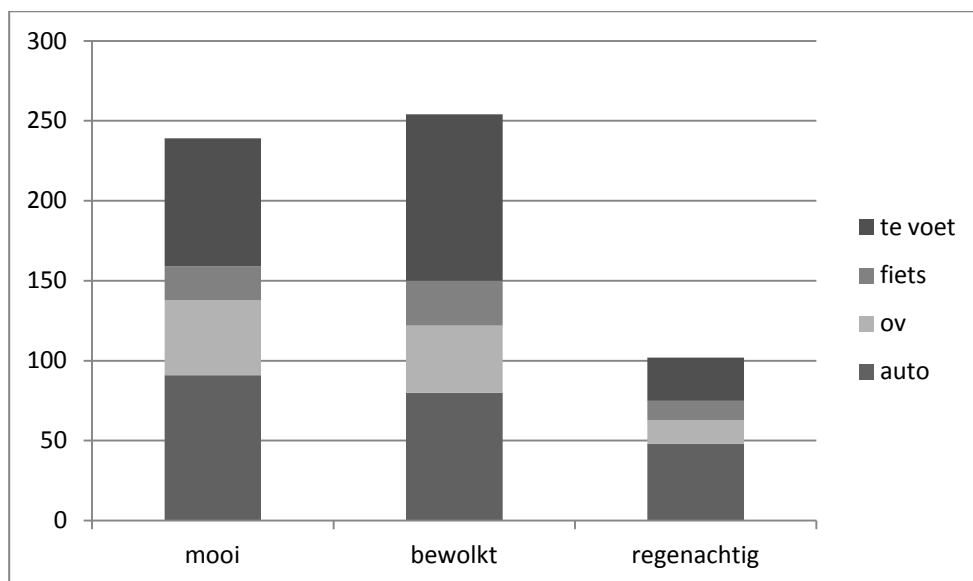


Bij de leeftijdscategorieën zitten er wel grote verschillen in de vervoerwijzekeuze. Het autogebruik ligt veruit het laagste in de leeftijdscategorie onder de 25 jaar. Daar zit natuurlijk een hele groep bij die nog niet zelf met de auto mogen rijden. Vandaag de dag verschijnen er echter ook berichten dat jongeren minder en minder belang hechten aan een eigen auto. Bij de ondervraagden in de leeftijdscategorie tussen 25 en 55 à 60 jaar was het autogebruik het grootst, maar ook daar betreft het minder dan de helft van de verplaatsingen. Bij de jongeren valt het hoge aandeel openbaar vervoer op. Dat vervoersmiddel vertoont ongeveer het omgekeerde beeld dan dat van de auto. Het **aandeel dat te voet komt blijkt te stijgen met de leeftijd.**



4.5.2. WEERSOMSTANDIGHEDEN

Er wordt vaak aangenomen dat de weersomstandigheden een sterk beïnvloedende factor zijn waarop mensen zich baseren om hun vervoersmiddel te kiezen. Ook bij deze bevraging blijkt het aandeel ondervraagden dat met de auto kwam, groter bij regenachtig weer. Het aandeel ondervraagden dat te voet kwam is aanzienlijk lager en ook het openbaar vervoer werd iets minder gebruikt. De fiets daarentegen werd relatief gezien meer gebruikt bij regenachtig weer. Op zich een eigenaardig beeld, maar mogelijk zijn er mensen die normaal te voet gaan, die zich bij regenachtig weer sneller even verplaatsen met de fiets en zo minder lang de regen moeten trotseren.

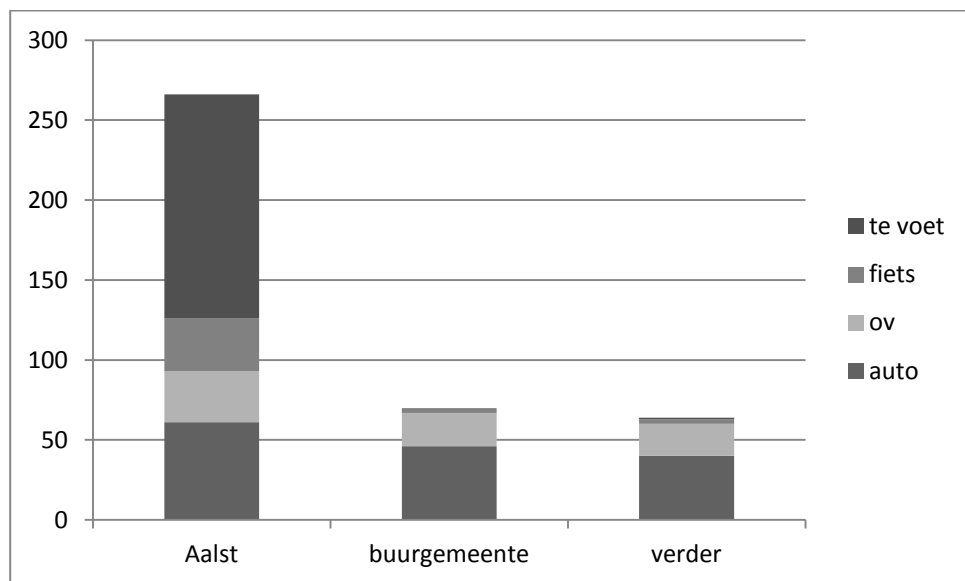


4.5.3. HERKOMSTGEMEENTE

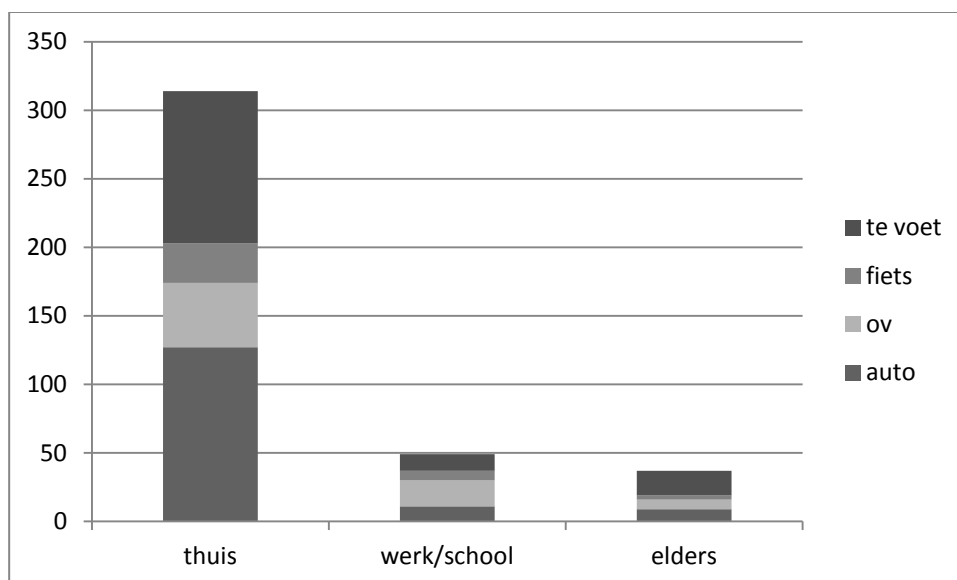
De meerderheid van de ondervraagden kwam uit Aalst. En de **Aalstenaar komt voornamelijk te voet naar het centrum**. Zij zijn dezelfde mening toegedaan over de bereikbaarheid van Aalst als het geheel van de ondervraagden: twee derde is positief en een vierde is negatief. De Aalstenaar die te voet komt, komt zeer frequent. De helft van de Aalstenaars die te voet naar het centrum komen, komt er elke dag. Slechts een minderheid komt hier niet elke week.

Van buiten Aalst komt er niemand te voet. Men komt dan in hoofdzaak met de auto of met het openbaar vervoer. Er blijkt maar weinig verschil in modale keuze tussen de buurgemeenten en verder. Hier zou echter verwacht mogen worden dat vanuit de buurgemeenten meer mensen met de fiets zouden komen. Deze keuze voor de **fiets is hier dus ondervertegenwoordigd**.

De **automobilisten komen zowel vanuit Aalst, de buurgemeenten als van verder**. In absolute aantallen waren er bij de ondervraagden ongeveer evenveel vanuit elke categorie. De ondervraagde automobilisten uit Aalst hebben minder interesse in de horeca. Voor het overige komen er geen specifieke kenmerken naar boven.

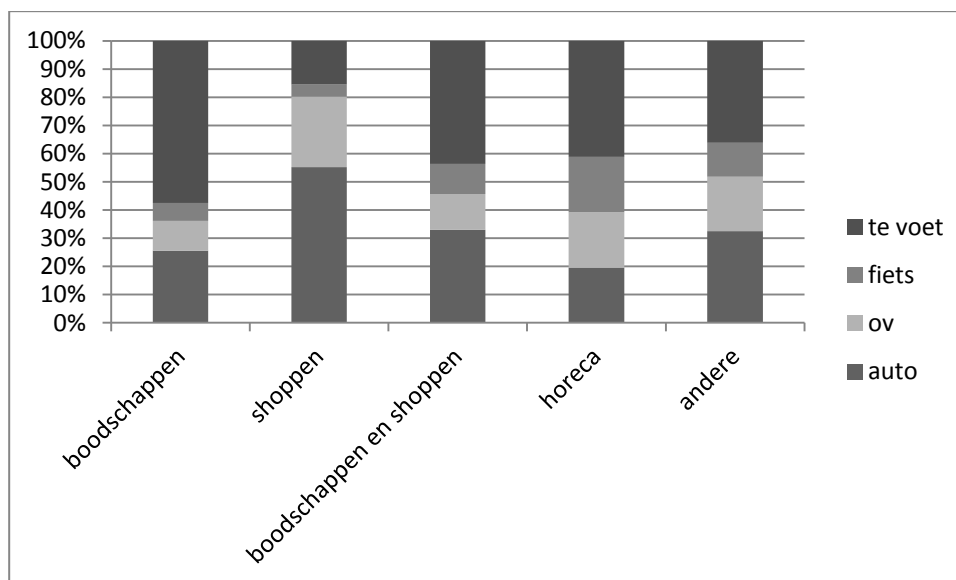
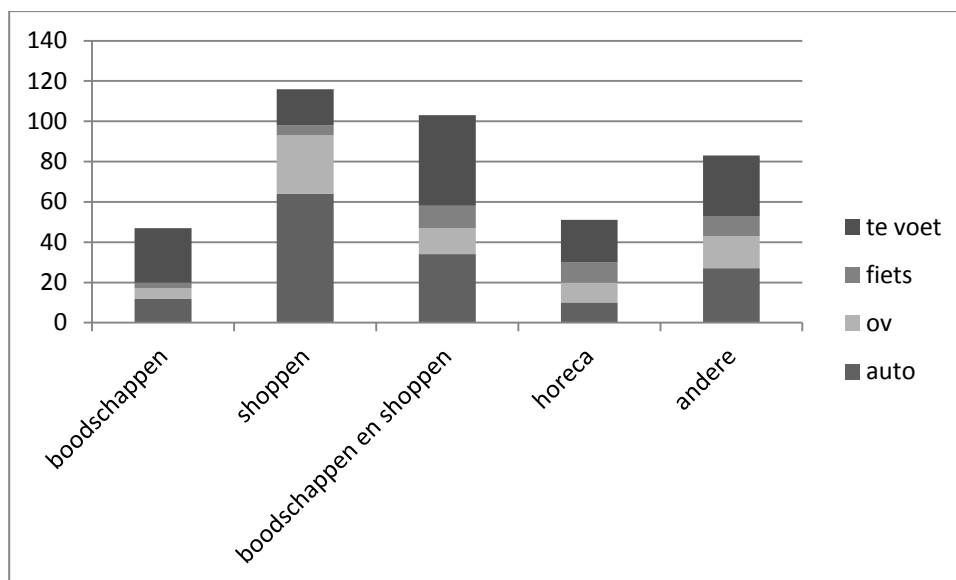


De meeste ondervraagden kwamen van thuis. Toch kwamen er ook van het werk of van school (49 ondervraagden) en van elders (37 ondervraagden). **Bij zij die van het werk of van school komen valt op dat het aandeel openbaar vervoer groter is** dan bij diegenen die van thuis of elders komen. Het gaat weliswaar om een beperkte groep. Bij zij die van elders komen valt op dat bijna de helft te voet kwam. Het gaat weliswaar om uiterst kleine aantallen.



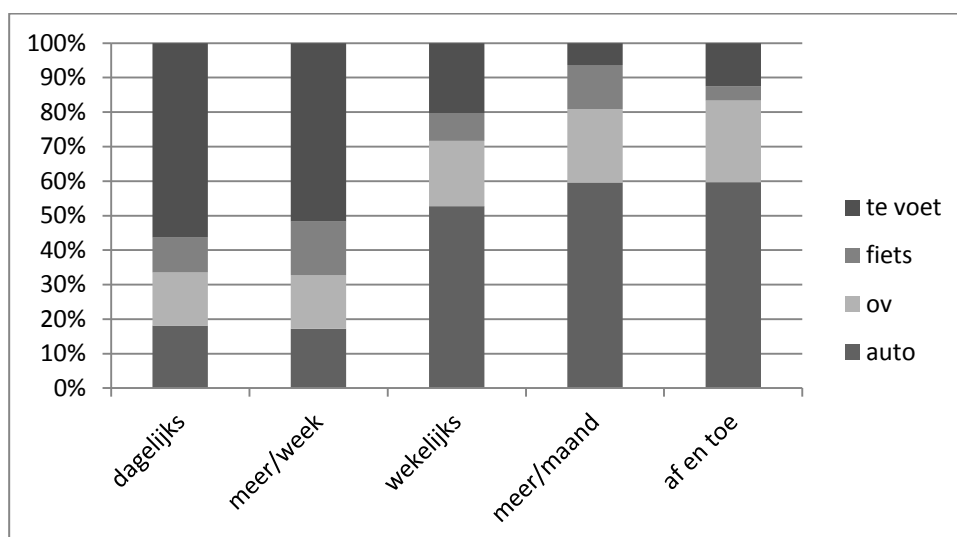
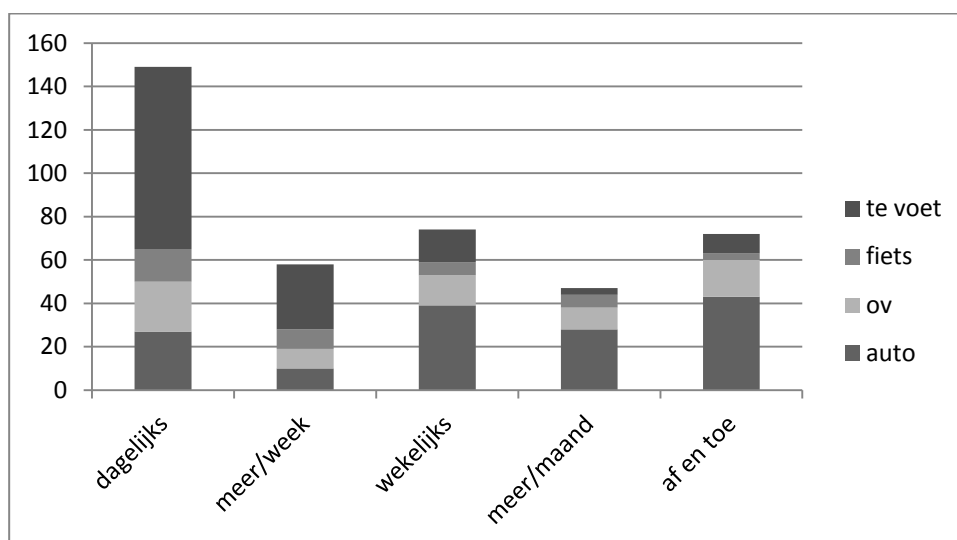
4.5.4. MOTIEF

Een vergelijking tussen de vervoerswijzekeuze en de reden van het bezoek toont aan dat alle redenen goed zijn om met gelijk welk transportmiddel te komen. Shoppers komen blijkbaar wel voornamelijk met de auto. Mensen die **boodschappen** komen doen en dat eventueel combineren met shoppen, komen **voornamelijk te voet**. Het aandeel ov-gebruikers is het grootst bij de shoppers. Gelet op de spreiding van deze resultaten en de daardoor mindere relevantie, wordt er niet dieper ingegaan op een bepaald profiel.



4.5.5. FREQUENTIE

Uit de vergelijking van de frequentie van het bezoek aan Aalst met de modale verdeling blijkt dat **hoe frequenter men het centrum bezoekt, hoe duurzamer men zich er naar verplaatst**. De groep dagelijkse bezoekers die te voet naar het centrum komen is veruit het grootst. Het gaat om 21% van de ondervraagden (84), allen komende uit Aalst. Er zitten minder shoppers bij dan in het globale beeld en ze komen vaker naar regelmatig terugkerende en speciale evenementen. Ze passen hun route minder makkelijk aan in functie van evenementen of werken. Zij hebben geen specifieke reden aangegeven voor hun bezoek. Zowel boodschappen doen, shoppen, horeca als andere komen ongeveer even vaak voor. Zij hebben ook geen andere mening over de bereikbaarheid dan het geheel van de ondervraagden. Dat wil zeggen dat twee derde positief is en een vierde negatief over de bereikbaarheid van het Aalstse centrum.

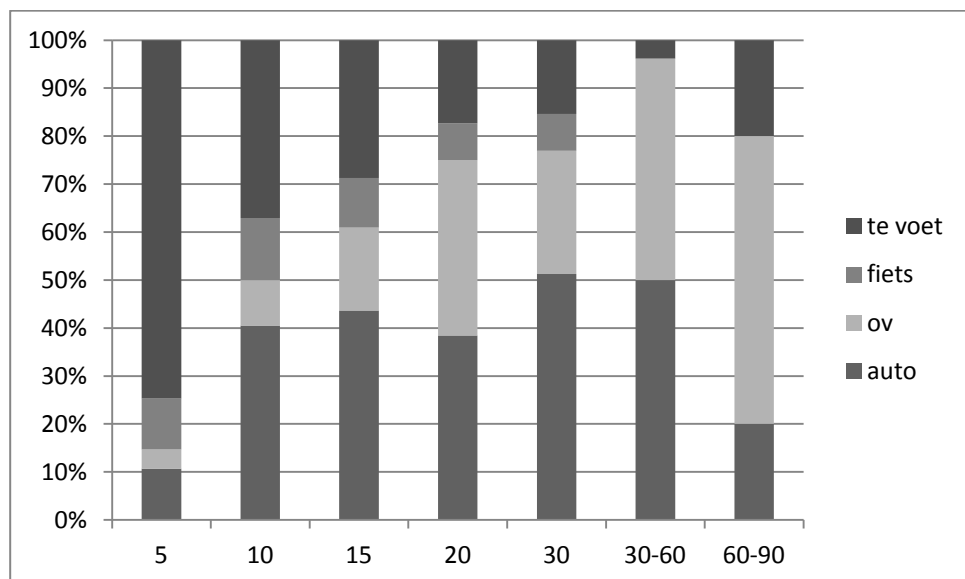
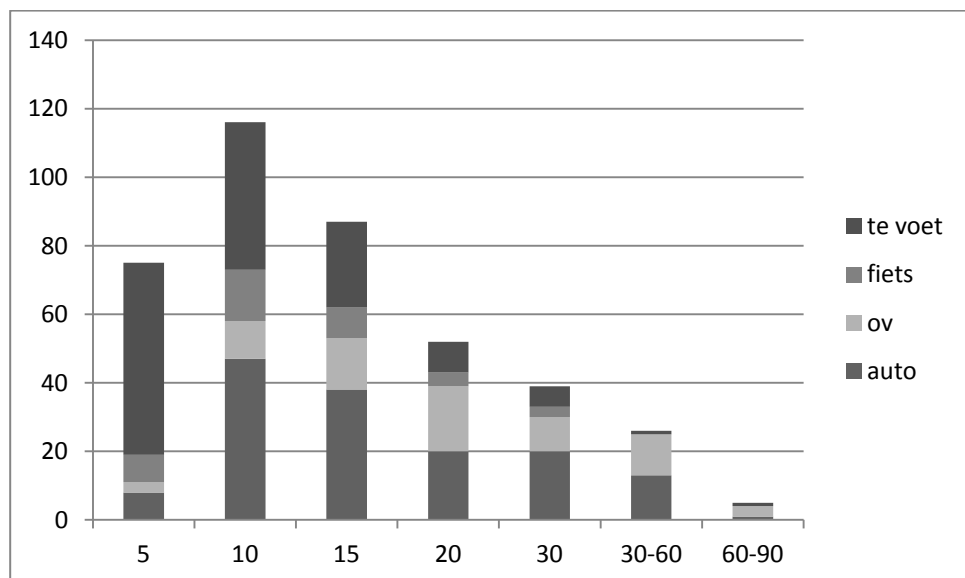


Vanaf dat de **bezoeker slechts wekelijks (of minder frequent) naar Aalst komt, neemt de auto de helft van de verplaatsingen voor zijn rekening**. Die verplaatsing vertrekt voor een derde in Aalst zelf, voor een derde in de buurgemeenten en nog een derde komt van verder. Meer dan de helft van deze personen komt shoppen. Twee derde komt niet naar regelmatig terugkerende evenementen en meer dan de helft niet naar speciale

evenementen. Van de automobilisten die op minder frequente basis naar Aalst komen, zijn er ten opzichte van het algemene beeld van de enquête, meer positief en minder negatief!

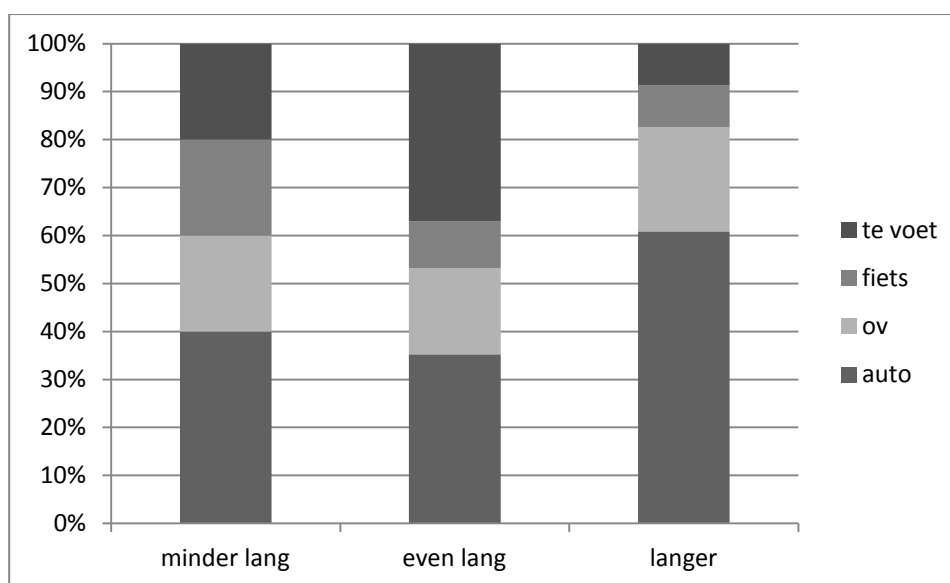
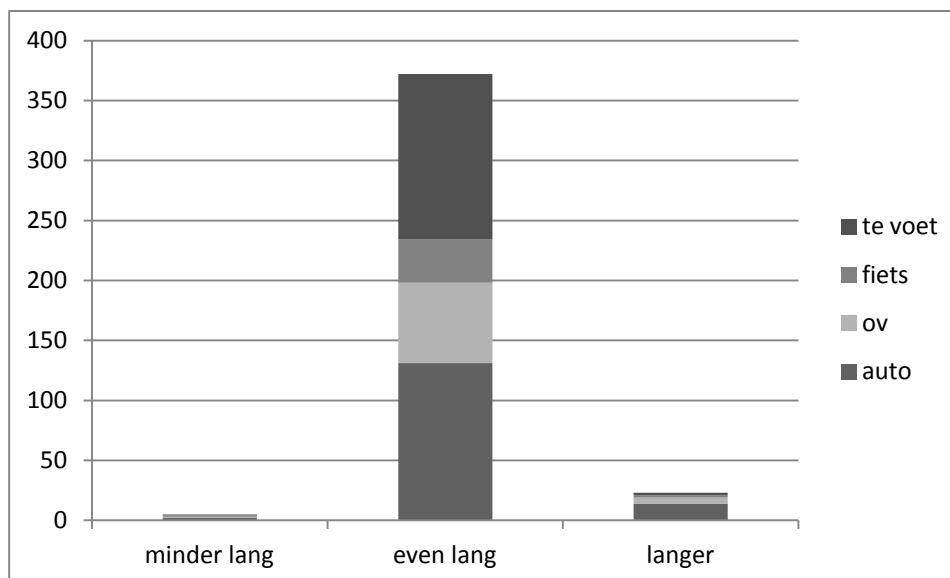
4.5.6. VERPLAATSINGSTIJD

Een vergelijking van de vervoerwijzekeuze met de duur van de verplaatsing toont het vanzelfsprekende effect dat het te voet gaan en met de fiets komen voornamelijk vertegenwoordigd zijn bij de kortere verplaatsingen en minder bij de langere verplaatsingen. **De grootste groep zijn opnieuw de ondervraagden die te voet komen en dat in slechts 5 minuten.** De tweede grootste groep zijn de automobilisten die er 10 minuten over deden en vervolgens de ondervraagden die te voet kwamen en er ook 10 minuten over deden. Het openbaar vervoer heeft een opvallend ruimer aandeel bij de verplaatsingen van 20 minuten, maar wel met lage aantallen. De ondervraagden die er langer dan een uur deden over hun verplaatsing zijn een niet significante groep.



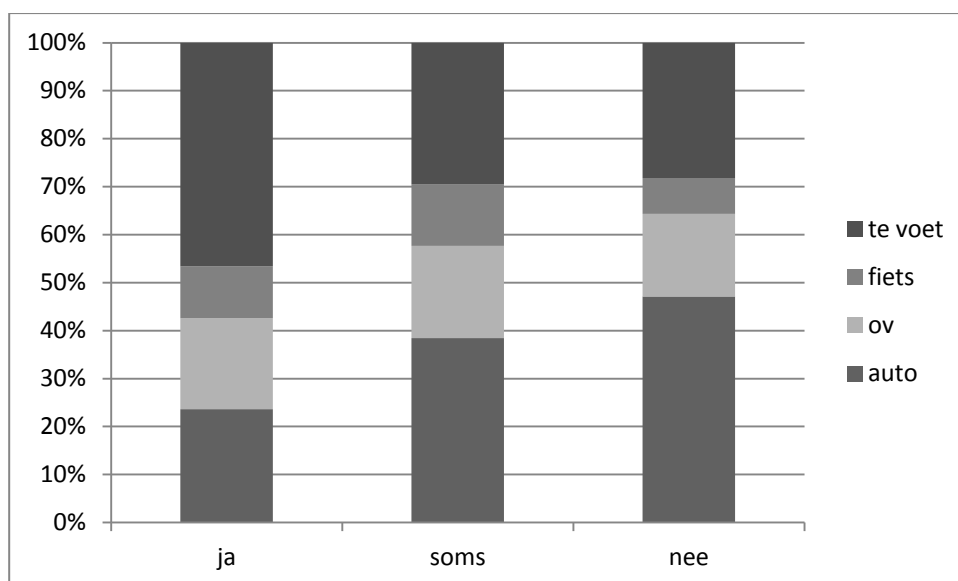
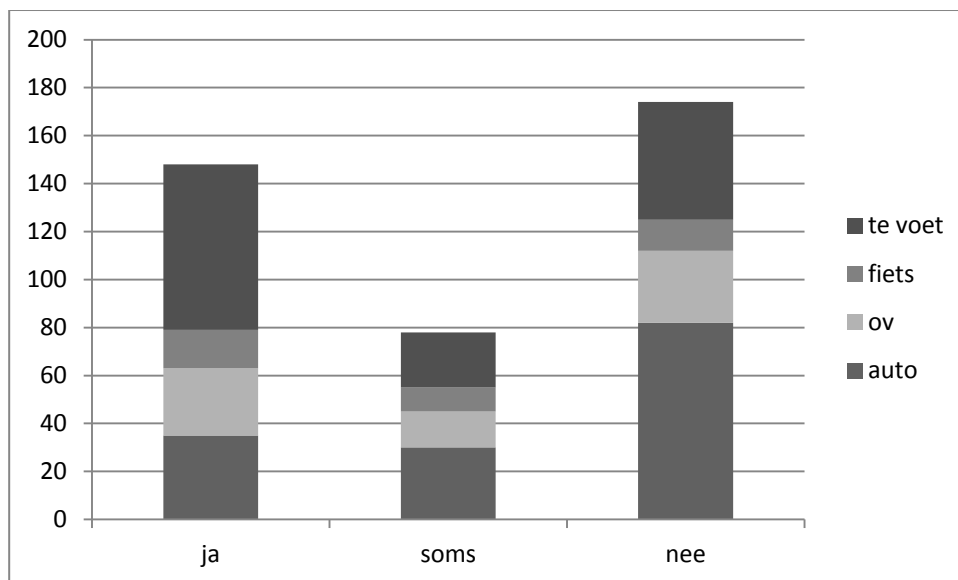
De voetgangers en fietsers maken bijna uitsluitend verplaatsingen die minder lang duren. De ov-gebruikers zijn met te weinig om de aantallen per tijdsblok te bekijken. Bij de automobilisten kan wel een onderscheid gemaakt worden tussen zij die er langer over doen en zij die snel in het centrum zijn. Bij deze verplaatsingswijze zijn echter geen variabelen die onderscheidend zijn tussen de verplaatsingen met een korte of een lange tijdspanne.

De overgrote meerderheid van de ondervraagde gaf aan dat zijn verplaatsingstijd even lang duurde als gedacht. Er waren er slechts 5 die sneller op hun bestemming waren en 23 die er langer over deden dan verwacht. **De meeste ondervraagden die hun reistijd hadden onderschat waren met de auto (14).** 5 waren er met het openbaar vervoer, 2 met de fiets en 2 met de auto. Van de 14 automobilisten die er langer over hun verplaatsing deden dan verwacht, waren er 9 negatief over de bereikbaarheid van Aalst. Niemand van hen kwam om uitsluitend boodschappen te doen en er kwamen er slechts 5 uit Aalst.

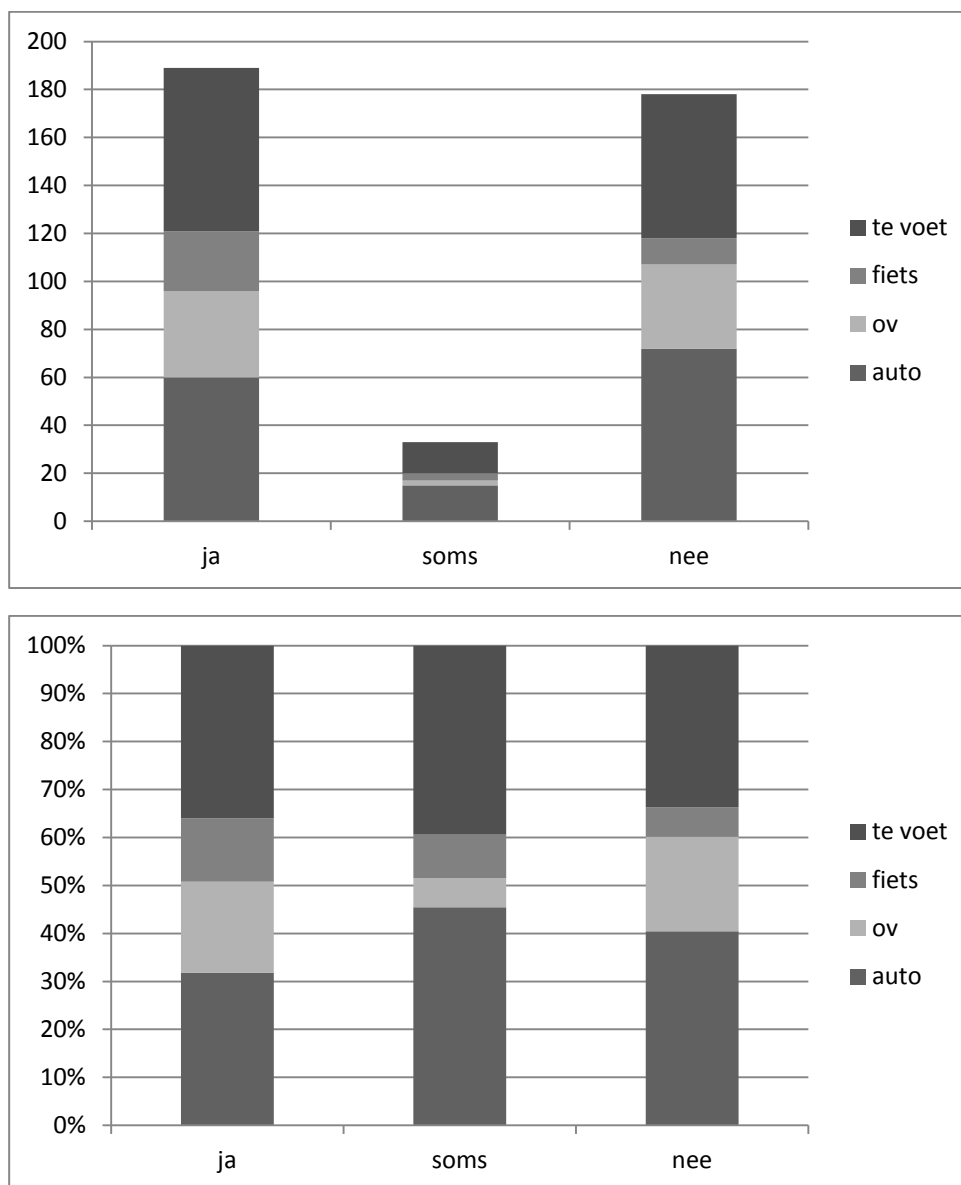


4.5.7. *EVENEMENTEN*

Bij de enquête werd gevraagd of men ook naar Aalst komt voor regelmatig terugkerende of speciale evenementen. In beide variabelen is er niet bepaald een tendens. Naar de regelmatig terugkerende evenementen komt 37% wel en 44% niet. Bij de personen die aangeven wel te komen, kwam bijna de helft te voet. Van de personen die aangeven niet te komen, kwam bijna de helft met de auto.



Naar de speciale evenementen komt 47% wel en 45% niet. Ook hier is het aandeel autogebruikers kleiner bij diegenen die wel naar speciale evenementen komen, dan bij diegenen die niet gaan.



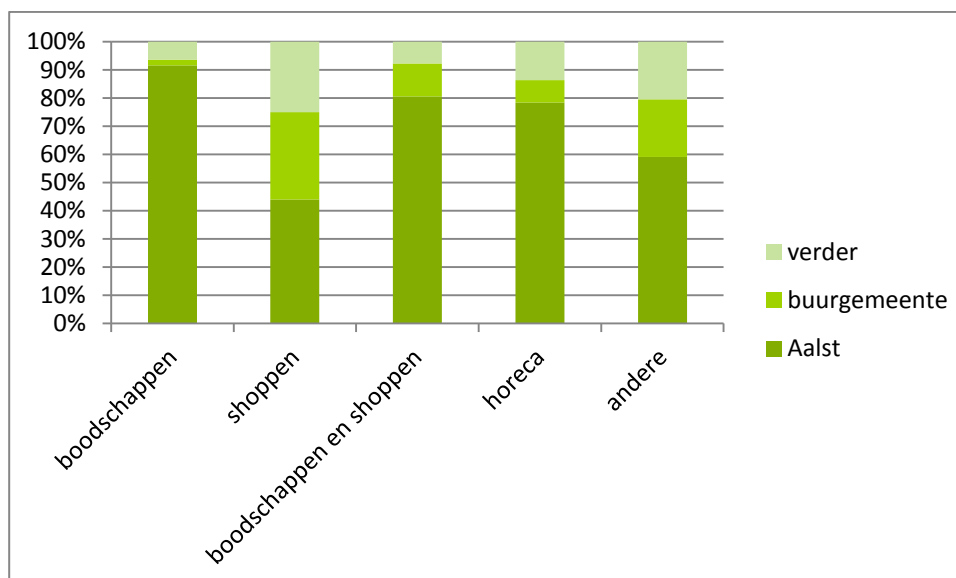
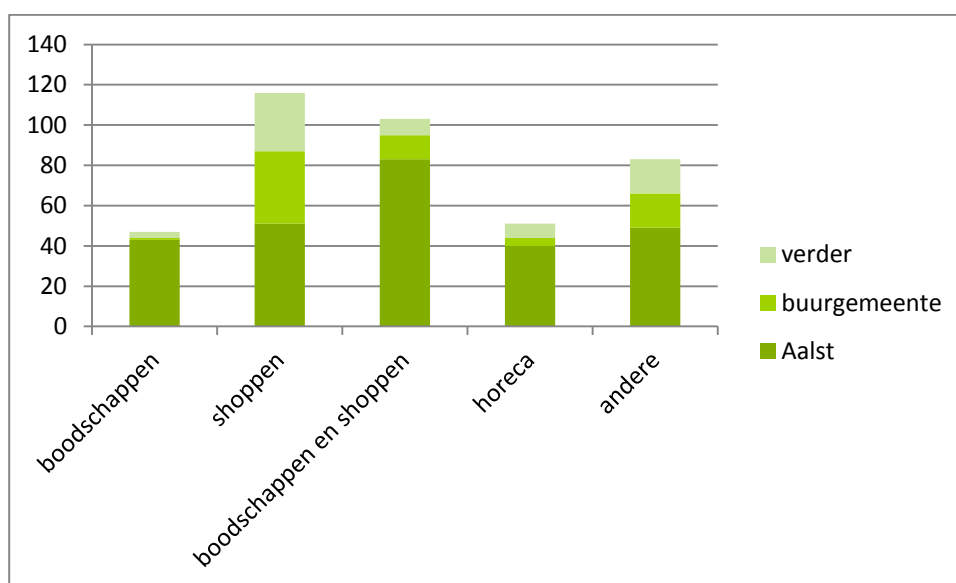
4.6. WIE KOMT ER UIT DE STAD ZELF EN WIE KOMT ER VAN VERDER?

Uit het voorgaande bleek al dat drie vierde van de geënquêteerde passanten uit Aalst zelf komt. Zij waren negatiever over de bereikbaarheid van hun stad dan niet-Aalstenaren. Relatief gezien zouden de mensen uit de buurgemeenten het meeste afzien van hun verplaatsing bij werkzaamheden en/of hun vervoerwijzekeuze of route aanpassen bij een evenement of openbare werken. De ondervraagden uit Aalst komen voornamelijk te voet. Hieronder wordt ingegaan op een aantal zaken die ook nog **een relatie hebben met de herkomst van de ondervraagde**.

4.6.1. MOTIEF

Een vergelijking van de herkomst van de ondervraagden met het motief van hun komst toont aan dat het bijna uitsluitend Aalstenaars zijn die in het centrum hun dagelijkse boodschappen komen doen. Ook de horeca en de combinatie van boodschappen doen en shoppen wordt **grotendeels door Aalstenaars zelf** gedaan.

Meer dan drie vierde van de ondervraagde Aalstenaars komt minstens elke week. Enkel voor de shoppers is dat net iets minder. Van de ondervraagde Aalstenaars die voor andere redenen naar het centrum komen, komt maar liefst twee derde dagelijks. De bevroagde Aalstenaar die komt shoppen doet gemiddeld iets langer over zijn verplaatsing dan de Aalstenaar die voor een andere reden komt. De ondervraagde Aalstenaar die voor andere redenen komt spendeert gemiddeld het minste tijd aan zijn verplaatsing.



Wat betreft de mening over de bereikbaarheid valt op dat voor bijna alle motieven het merendeel van de Aalstenaars positief is. **Van de ondervraagde Aalstenaars die**

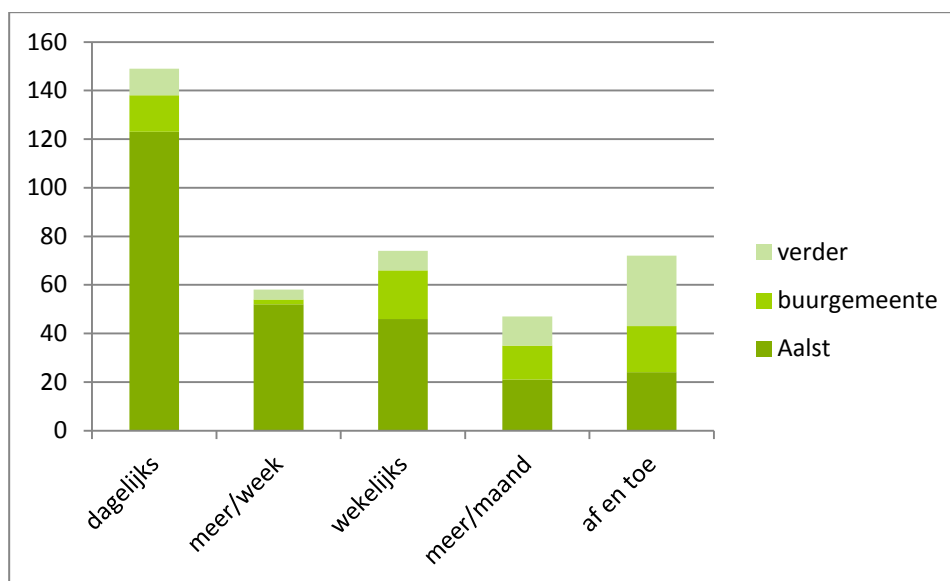
boodschappen kwamen doen was echter net niet de helft positief en bijna de helft negatief over de bereikbaarheid van het centrum.

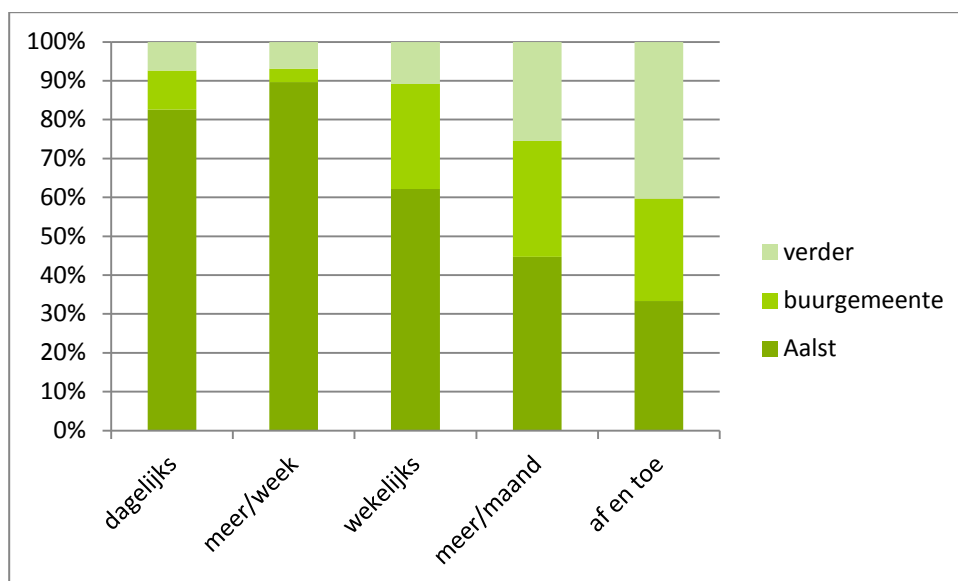
Enkel om te shoppen komt de meerderheid van buiten Aalst. Het gaat om 36 ondervraagden uit de buurgemeenten en 29 van verder. De helft komt maar af en toe naar Aalst. 15 personen (23%) geven aan niet te komen bij openbare werken in de stad. Een kwart van de shoppers van buiten Aalst komt met het openbaar vervoer, drie kwart met de auto. Zij zijn trouwens positiever over de bereikbaarheid van Aalst dan het gemiddelde van de enquête. Slechts 13% is negatief over de bereikbaarheid van het centrum, terwijl dat 26% is voor de gehele enquête. 50 van de 65 ondervraagde shoppers komende van buiten Aalst zijn positief over de Aalstse bereikbaarheid (77%).

4.6.2. FREQUENTIE

Een vergelijking van de herkomst van de ondervraagden met de frequentie van het bezoek toont aan dat **Aalstenaars het centrum frequenter aandoen dan mensen van buiten de stad**. Op zich een logische zaak. Als men van verder moet komen, zal men minder frequent komen. De Aalstenaar die dagelijks naar het centrum komt werd het vaakst tegengekomen voor het afnemen van een enquête. Bij de regelmatige bezoekers is trouwens telkens de overgrote meerderheid afkomstig uit Aalst. Bij de bezoekers die slechts een paar keer per maand komen is er een gelijke verdeling tussen Aalstenaars en mensen die van buiten Aalst komen. De bezoekers die slechts sporadisch komen, kwamen voornamelijk van buiten Aalst.

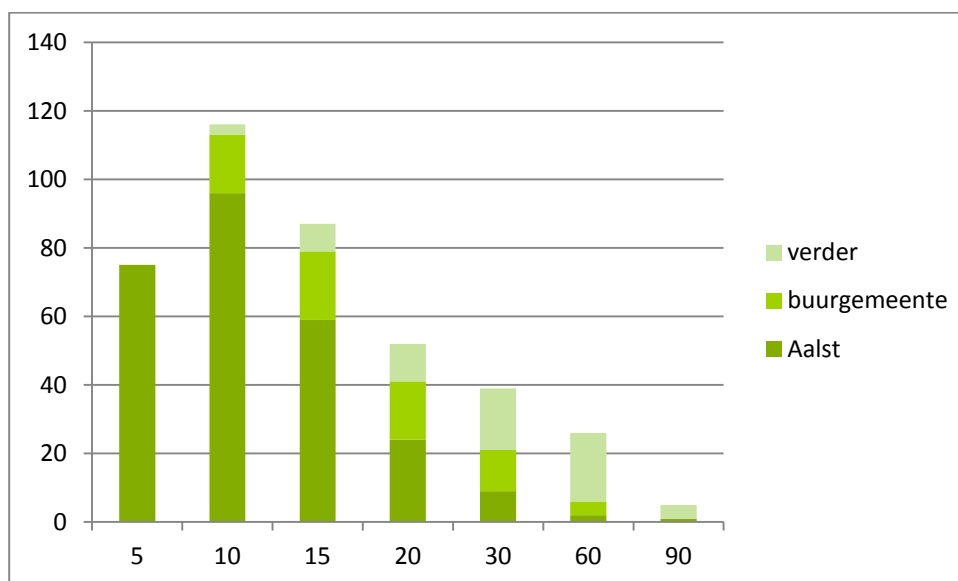
De meest frequente bezoekers van het centrum komen uit Aalst zelf. Twee derde onder hen komt te voet. De sporadische bezoeker komt voornamelijk van buiten Aalst (48 ondervraagden). Onder hen komen er 11 (23%) met het openbaar vervoer en 37 met de auto (77%). Er zijn er trouwens maar 5 met een negatief beeld van de bereikbaarheid van Aalst. 39 (81%) staat positief tegenover de Aalstse bereikbaarheid.





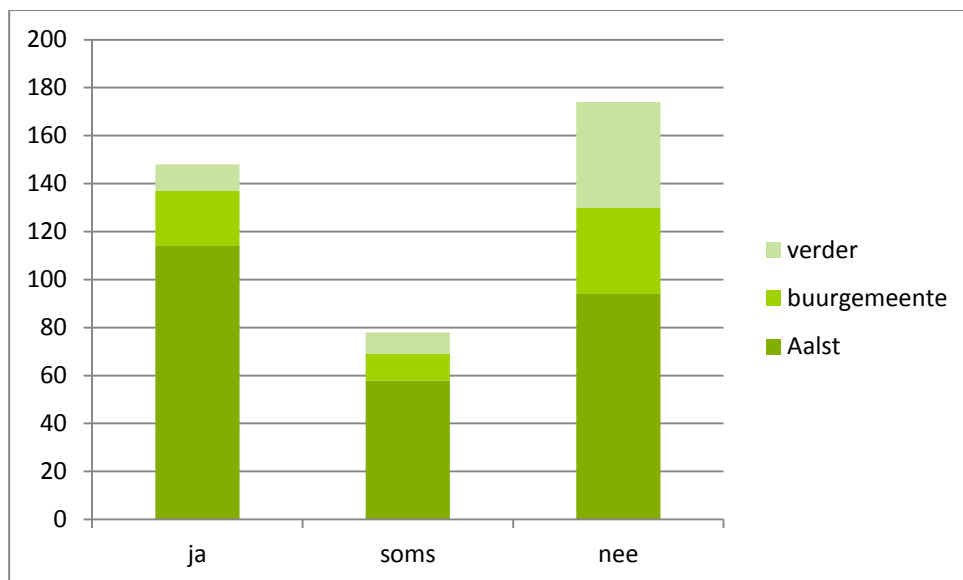
4.6.3. VERPLAATSINGSTIJD

Van buiten Aalst geraak je niet op 5 minuten in het centrum. Een logisch gevolg van de te overbruggen afstand. **Het aandeel Aalstenaars neemt vanzelfsprekend af met de tijd die de verplaatsing in beslag nam.**

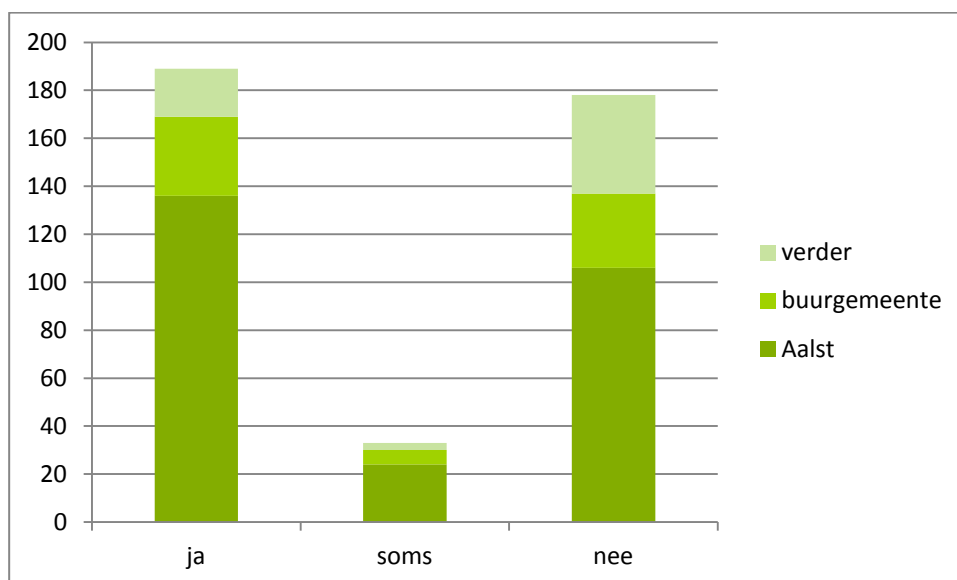


4.6.4. *EVENEMENTEN*

Bij de enquête werd gevraagd of men ook naar Aalst komt voor regelmatig terugkerende of speciale evenementen. In beide variabelen is er niet bepaald een tendens. Naar de regelmatig terugkerende evenementen komt 37% wel en 44% niet. **Bij degene die aangeven wel te komen zijn er meer Aalstenaars dan bij diegenen die aangeven niet te komen.** Voor de niet-Aalstenaars is dat net omgekeerd.



Hetzelfde effect voor Aalstenaars en niet-Aalstenaars zien we bij de speciale evenementen.

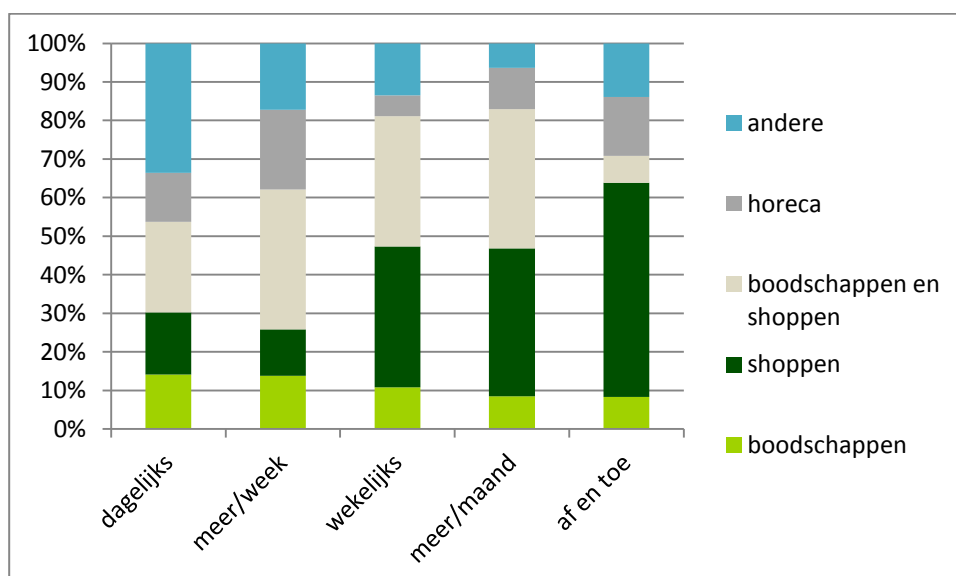
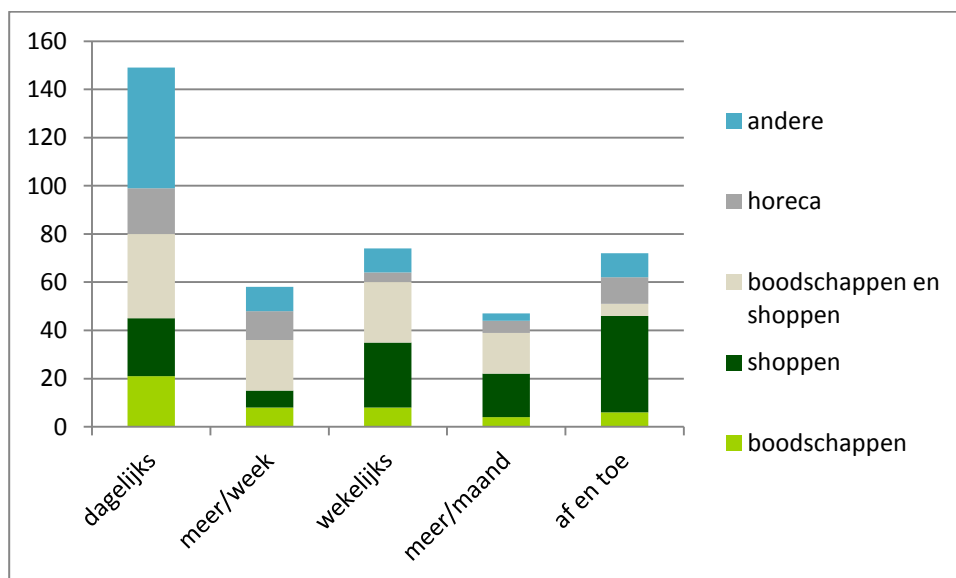


4.7. WIE KOMT ER BOODSCHAPPEN DOEN, SHOPPEN, ...?

Uit het voorgaande bleek al dat het shoppen en het shoppen in combinatie met boodschappen doen meer dan de helft van de motieven behelst voor de ondervraagden om naar Aalst te komen. Hoewel in zeer lage aantallen, zijn het wel vooral mensen die komen shoppen die zouden afzien van hun verplaatsing bij werkzaamheden in het centrum. Shoppers kwamen ook voornamelijk met de auto. Wat de herkomst betreft zijn het de Aalstenaars die boodschappen komen doen en is er bij de shoppers net een meerderheid van niet-Aalstenaren. Hieronder wordt ingegaan op een aantal zaken die ook nog een **relatie hebben met de reden van het bezoek**.

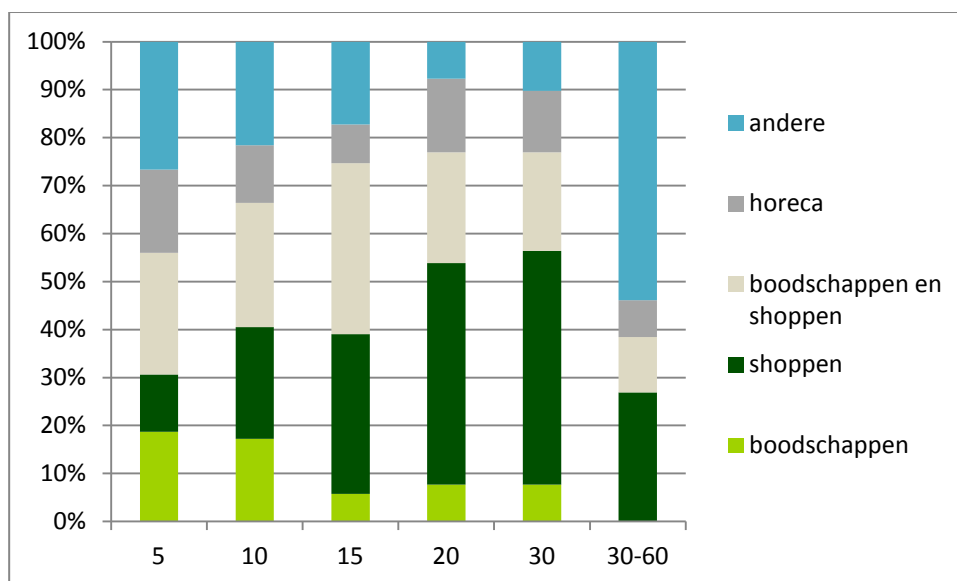
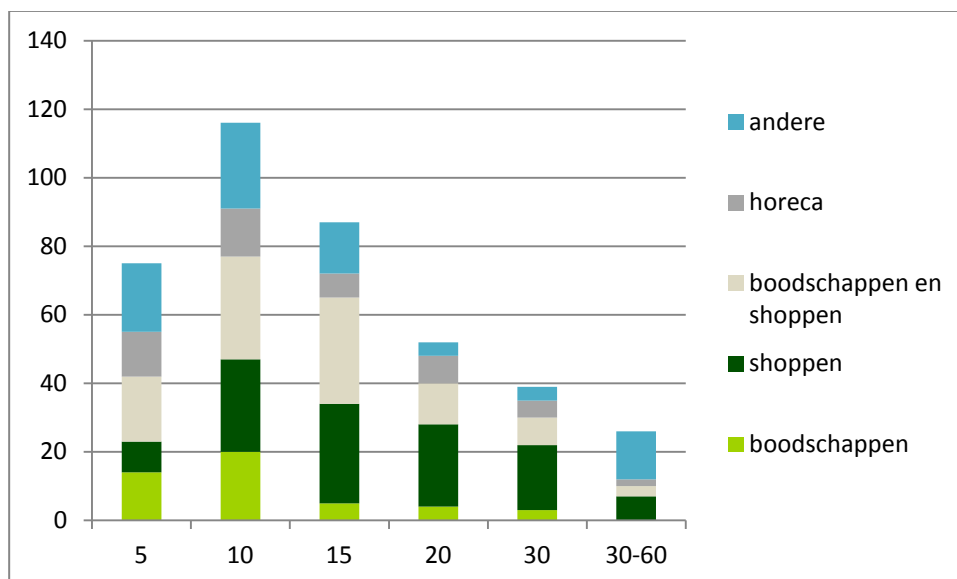
4.7.1. FREQUENTIE

Alle motieven zijn goed om Aalst op een verschillende frequentie aan te doen. Wel zien we dat de dagelijkse bezoeker meer voor andere redenen komt dan winkelen of horeca. De bezoeker die slechts sporadisch komt, doet dat meer om te shoppen. De aantallen binnen elke groep zijn klein.



4.7.2. VERPLAATSINGSTIJD

Wat de relatie betreft tussen de verplaatsingstijd en het motief is een logische conclusie dat men **om te komen shoppen makkelijker een iets langere verplaatsingstijd** duldt dan voor andere motieven. Langer dan een half uur onderweg zijn naar Aalst heeft meestal een ander motief. De gegevens boven het uur zijn irrelevant wegens

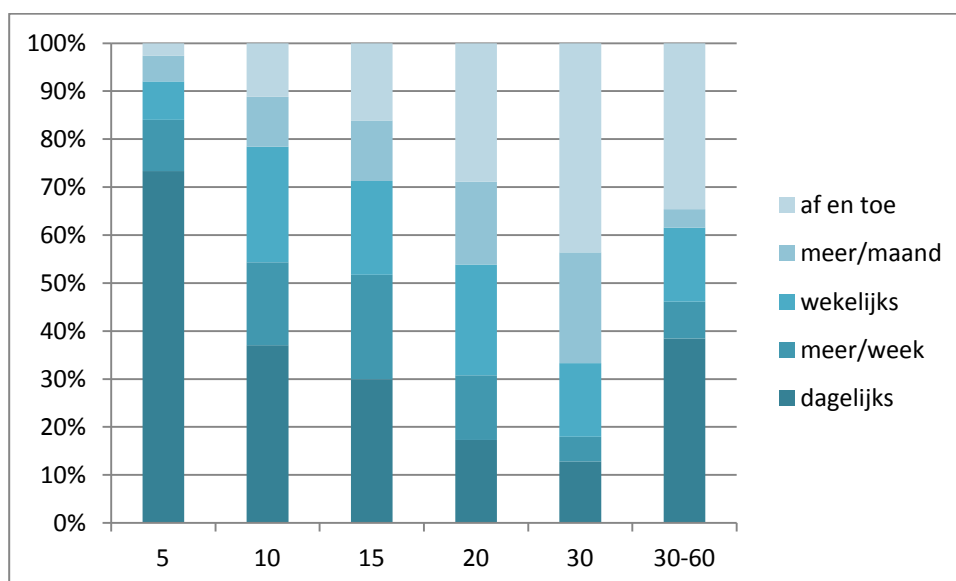
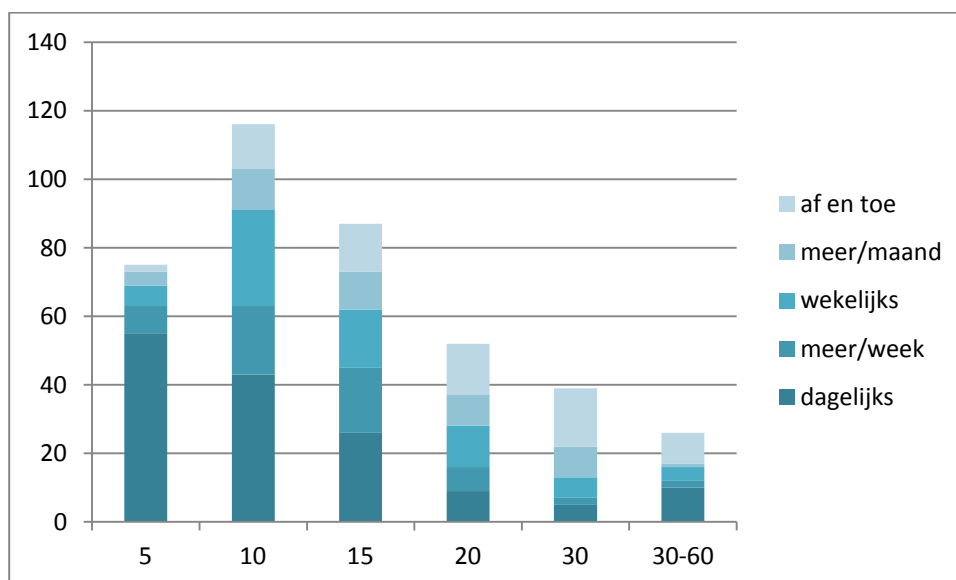


4.8. WIE KOMT ER DAGELIJKS NAAR AALST?

Uit het voorgaande bleek al dat een derde van de ondervraagden dagelijks naar Aalst komt en twee derde minstens wekelijks. Hoe frequenter men Aalst bezoekt, hoe minder positief men is over de bereikbaarheid, maar hoe duurzamer men zich verplaatst. De kans is ook veel groter dat de bezoeker van Aalst zelf afkomstig is. Hieronder wordt nog ingegaan op de relatie tussen de herkomst van de ondervraagde en zijn verplaatsingstijd.

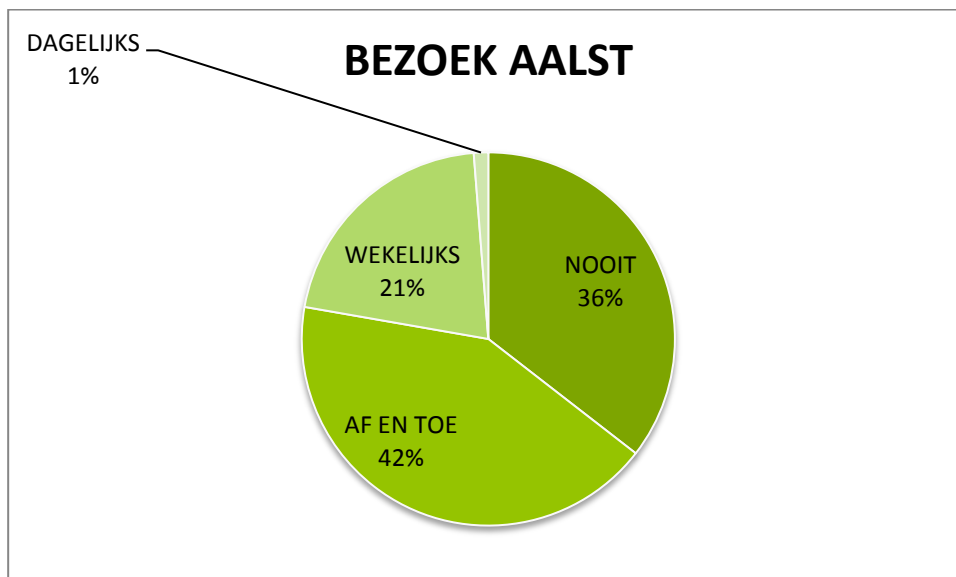
4.8.1. VERPLAATSIJGSTIJD

Er blijkt een logisch verband tussen de verplaatsingstijd en de frequentie van het bezoek. **Hoe korter de verplaatsingstijd, hoe vaker men komt.** Wanneer men langer dan een half uur onderweg is wordt dat beeld toch vertekend door een veel groter aandeel aan dagelijkse verplaatsingen. Het gaat om 10 ondervraagden. Zij komen echter voor andere redenen dan voor winkelen of horeca met uitzondering van 1 persoon, die wel voor de horeca zou komen.



5. ENQUÊTE BUITEN AALST

De bevraging buiten Aalst gebeurde in Dendermonde, Ninove, Wetteren en Zottegem. Op elke locatie werden 100 mensen bevroagd. In totaal werd er dus aan 400 mensen gevraagd of ze wel eens gaan winkelen in Aalst. Dat blijkt voor 142 personen (36%) nooit het geval. 169 personen (42%) bezoeken Aalst slechts sporadisch. Aan deze personen werd slechts 1 bijkomende vraag gesteld. Dat wordt hieronder behandeld in 5.1.



5.1. KOMT NIET NAAR AALST

Aan de geënquêteerden die nooit of slechts gaan winkelen in Aalst werd gevraagd of dat de bereikbaarheid van Aalst een reden was om niet naar Aalst te gaan. Voor 85% van de ondervraagden bleek dat niet het geval. Slechts 15% gaf wel een reden op die te maken heeft met bereikbaarheid. Parkeerproblemen werden daarbij het meest als excuus gebruikt.

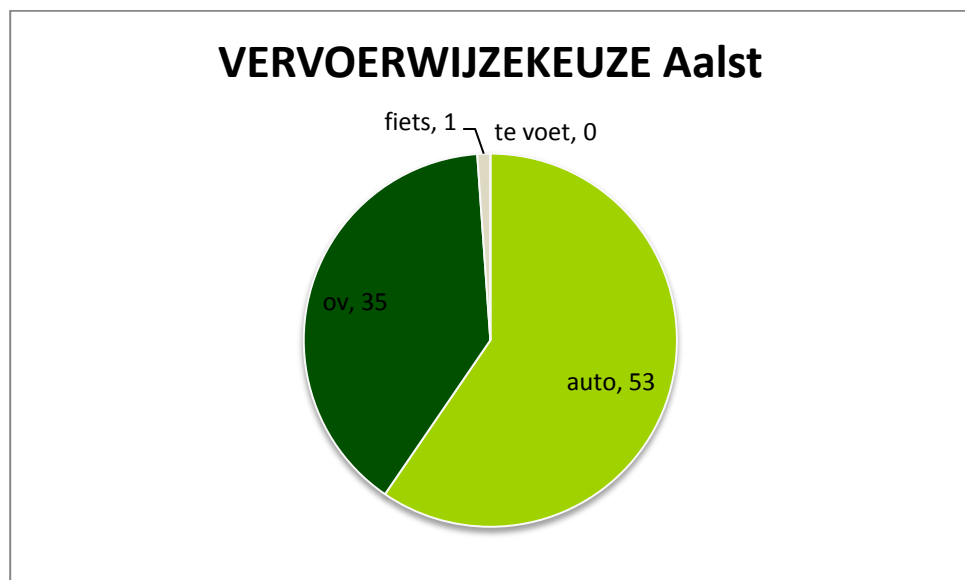


5.2. KOMT WEL NAAR AALST

De overige **89 personen** gaan regelmatig winkelen in Aalst. De meerderheid daarvan (59 personen) werd bevraagd in Ninove. Aan hen werden meer vragen gesteld. Het gaat echter om zulk een beperkte groep, dat de representativiteit in vraag gesteld kan worden. Er zal daarom enkel ingegaan worden op de eerstelijnsanalyse.

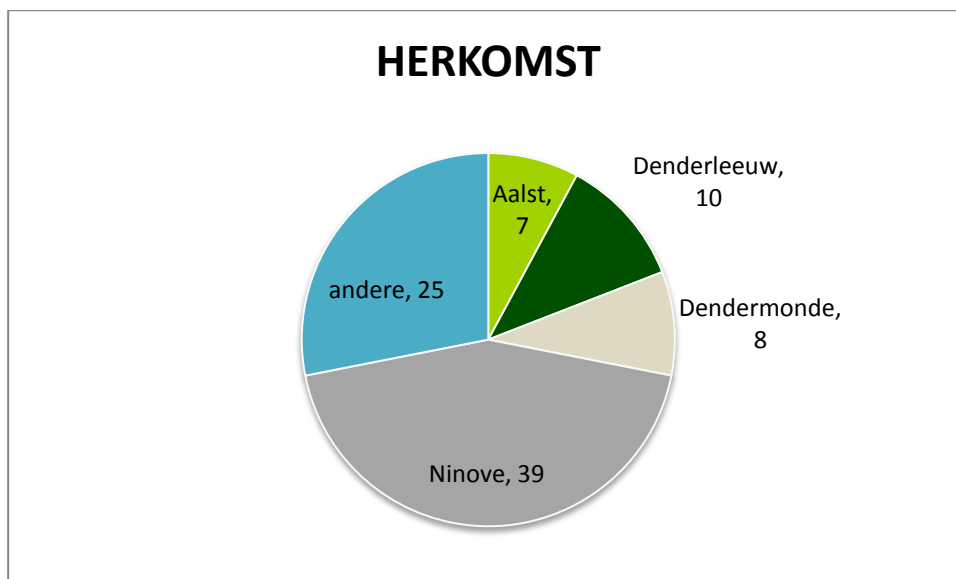
5.2.1. VERVOERWIJZEKEUZE

Van de 89 ondervraagden die regelmatig in Aalst gaan winkelen gaat er slechts 1 met de fiets en niemand te voet. Er gaan er 35 met het openbaar vervoer, maar de overgrote meerderheid (53 personen) gaan met de auto. Deze modale verdeling ziet er helemaal anders uit dan die van de ondervraagden binnen Aalst. Het is evident dat wanneer men van verder komt, men minder te voet of met de fiets zal komen. Toch is de fiets ook hier ondervertegenwoordigd. De auto neemt hier een veel groter aandeel in dan bij de ondervraagden in Aalst. Het is vrij evident dat mensen van buiten Aalst meer met de auto en het openbaar vervoer komen, dan mensen vanuit Aalst zelf. Uit de enquête binnen Aalst bleek trouwens dat de meerderheid van Aalst zelf komt.



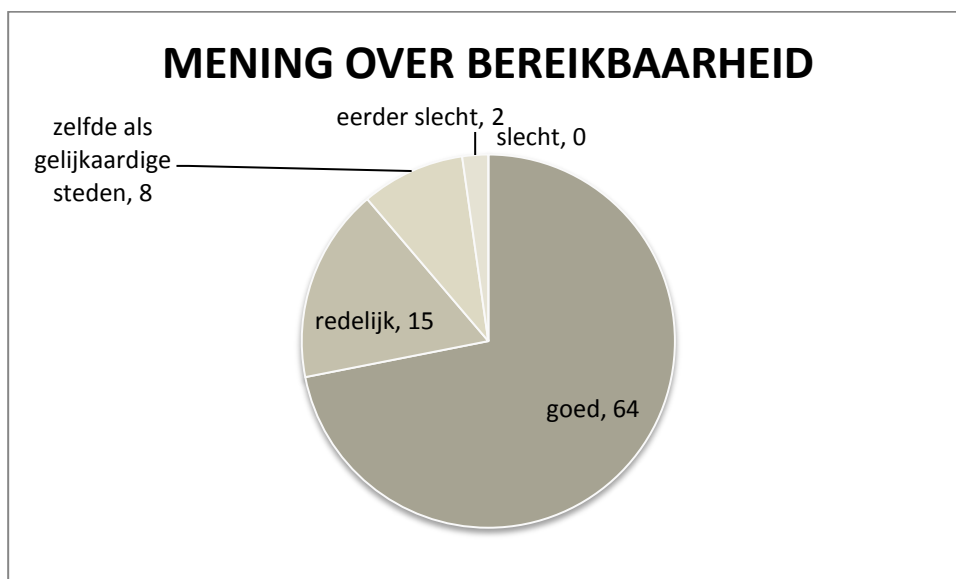
5.2.2. HERKOMST

39 ondervraagden die regelmatig in Aalst gaan winkelen komen uit Ninove.



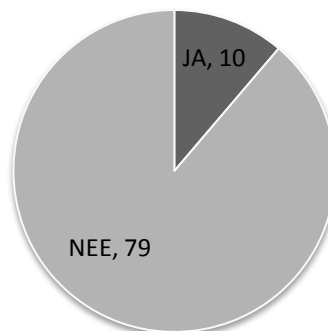
5.2.3. *OPINIE*

Bij de 89 personen die regelmatig in Aalst gaan winkelen waren er slechts 2 negatief over de bereikbaarheid van de stad. De ondervraagden buiten Aalst hadden dus een positiever beeld over de bereikbaarheid van Aalst dan de ondervraagden in het centrum zelf.



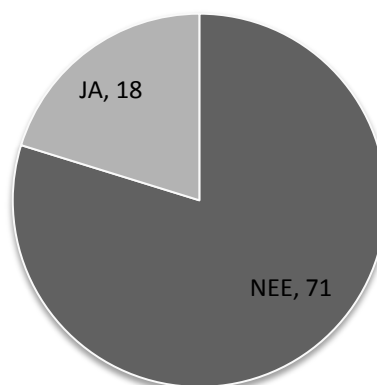
Net zoals bij de ondervraagden binnen Aalst, blijkt slechts een uiterst beperkt aantal personen zich vooraf te informeren over de bereikbaarheid. Toch gaat het hier om een net iets groter aandeel. Het lijkt immers ook logisch dat men zich beter informeert wanneer men van verder komt.

VOORAF INFORMEREN OVER BEREIKBAARHEID

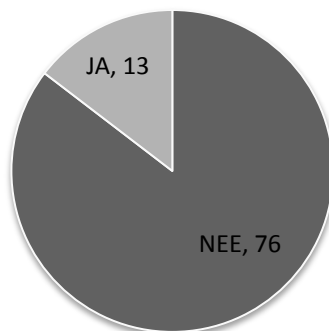


Bij de 89 ondervraagden buiten Aalst die regelmatig komen winkelen in Aalst, is er een minderheid die nog bijkomende informatie of informatiekanalen aangeeft. Dat is gelijkaardig met de ondervraagden in de stad.

VRAAG NAAR BIJKOMENDE INFO



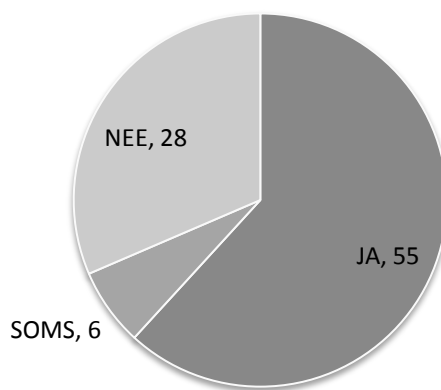
VRAAG NAAR BIJKOMENDE INFORMATIEKANALEN



5.2.4. *OPENBARE WERKEN*

Aan de 89 personen die regelmatig in Aalst gaan winkelen werd gevraagd wat ze doen bij werken op hun route naar Aalst. Er zijn er 28 die aangeven dat ze bij openbare werken Aalst niet bezoeken. De meerderheid bezoekt Aalst wel gewoon.

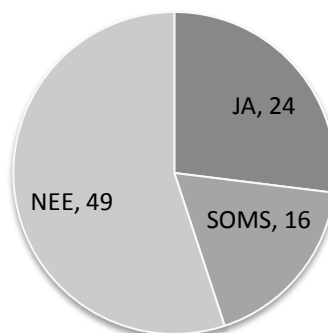
BEZOEK ALS OPENBARE WERKEN



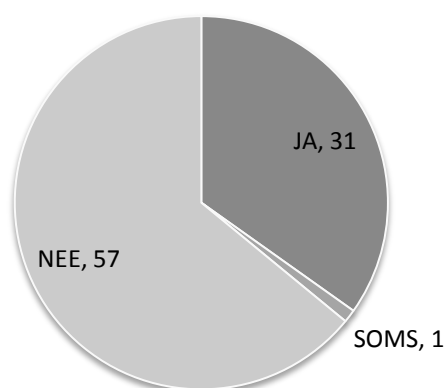
5.2.5. *EVENEMENTEN*

Aan de geënquêteerden die regelmatig gaan winkelen in Aalst werd gevraagd of ze ook bij evenementen naar Aalst gaan. Het merendeel geeft aan dat ze noch bij regelmatige, noch bij speciale evenementen Aalst bezoeken. Er zijn er wel meer die Aalst bezoeken bij speciale evenementen dan bij regelmatig terugkerende evenementen. Het aandeel van de personen die Aalst niet bezoeken bij evenementen is beduidend groter bij de ondervraagden buiten Aalst dan bij de ondervraagden binnen Aalst.

BEZOEK REGELMATIG TERUGKERENDE EVENEMENTEN



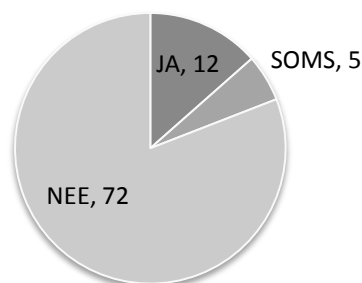
BEZOEK SPECIALE EVENEMENTEN



5.2.6. AANPASSEN VERVOERMIDDEL/ROUTE

Daarnaast werd er ook gevraagd of de route dan wel het vervoermiddel wordt aangepast bij werken of evenementen op de route. Voor de overgrote meerderheid (72 personen) is dat niet het geval.

AANPASSEN VERVOERMIDDEL/ROUTE IFV EVENEMENT OF WERKEN



6. CONCLUSIE

In deze nota werd een enquête met betrekking tot de winkelverplaatsingen naar Aalst geanalyseerd. 400 personen werden bevraagd in het centrum van Aalst en 400 in de centra van nabijge steden. Bij deze laatste groep komt meer dan drie vierde nooit of bijna nooit naar Aalst. Maar dat heeft voor bijna niemand te maken met de bereikbaarheid. Van zij die wel naar Aalst komen, is ook de overgrote meerderheid positief over de Aalstse bereikbaarheid. De meeste ondervraagden komen met de auto, de overigen met het openbaar vervoer.

Bij de enquête in Aalst werden heel wat vragen gesteld omtrent de verplaatsing naar het stadscentrum. De belangrijkste verplaatsingswijzen zijn de auto en te voet. De fiets is sterk ondervertegenwoordigd. Twee derde van de ondervraagden:

- komt uit Aalst zelf
- kwam voor boodschappen en/of shoppen
- komt minstens elke week
- is positief over de bereikbaarheid van Aalst

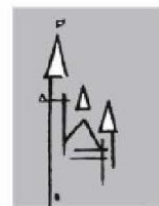
De personen die het minst positief zijn over de bereikbaarheid van Aalst zijn de fietsers, en komen frequenter naar Aalst. Wat betreft de vervoerwijzekeuze zijn het vooral jongeren die met het openbaar vervoer komen en ouderen die te voet komen. Bij regenachtig weer kwamen er relatief gezien minder ondervraagden te voet en meer met de auto, maar toch ook meer met de fiets. De meeste bezoekers komen uit Aalst en zij komen meestal te voet. Van buiten Aalst komt men meestal met de auto.

7. BIJLAGE: ENQUÊTES



VERSTERKT ONDERNEMERS

STAD AALST



DENDEREND



met steun van het
Agentschap Ondernemen

Mevrouw, Mijnheer,

Wij onderzoeken, in opdracht van UNIZO en de stad Aalst*, wat mensen vinden van de bereikbaarheid van het Winkelhart/de Varkensmarkt. Wij willen graag weten hoe (met de auto, fiets, OV..) mensen naar Aalst komen, en of dat allemaal vlot gaat of waar er verbeteringen mogelijk zijn.

Mogen wij 5 minuutjes van uw tijd om enkele vragen te beantwoorden ?

Hartelijk dank !

* Project "Bereikbaarheid als troef" – in kader van oproep Ondernemingsvriendelijke Gemeente van de Vlaamse Overheid (Agentschap Ondernemen) – uitgevoerd door UNIZO in samenwerking met Stad Aalst.

VERSIE AALST

1. Hoe vaak bezoekt u het Winkelhart/de Varkensmarkt ? (afhankelijk van plaats afname enquête)

1 ☐ dagelijks
2 ☐ meerdere keren per week
3 ☐ wekelijks
4 ☐ meerdere keren per maand
5 ☐ af en toe

2. Gaat u ook wel eens naar het Winkelhart/de Varkensmarkt ? (afhankelijk van plaats afname enquête)

1 ☐ dagelijks
2 ☐ meerdere keren per week
3 ☐ wekelijks
4 ☐ meerdere keren per maand
5 ☐ af en toe
6 ☐ nooit

3. Waarvoor komt u het meest naar hier ? (slechts 1 antwoord mogelijk)

1 ☐ dagelijkse boodschappen doen
2 ☐ shoppen
3 ☐ tegelijk boodschappen doen en shoppen
4 ☐ voor een horeca-bezoek
5 ☐ om andere redenen

4. A Komt u ook tijdens regelmatig terugkerende evenementen (zoals de zaterdagmarkt) naar het Winkelhart ?

1 ☐ ja
2 ☐ soms
waarom ?
3 ☐ neen, absoluut niet

B Komt u ook tijdens speciale evenementen zoals de Winterfoor, Criterium naar het Winkelhart ?

1 ☐ ja
2 ☐ soms
Waarom?
3 ☐ neen, absoluut niet

C Komt u ook als er openbare werken in de stad zijn naar het Winkelhart ?

1 ☐ ja
2 ☐ afhankelijk van welke werken en waar
Geef een voorbeeld?
3 ☐ neen, absoluut niet

5. A Van waar bent u nu vertrokken om naar hier te komen ?

1 ☐ van thuis
2 ☐ van werk/school
3 ☐ van elders

B Vertrekplaats:

gemeente/deelgemeente

indien in Aalst of deelgemeente: welke straat :

6. Hoe komt u meestal naar het Winkelhart/de Varkensmarkt? (slechts 1 keuze)

1 ☐ met de auto
- Waar parkeert u uw wagen meestal ?
- Waarom daar ?
2 ☐ met het openbaar vervoer
- Waar stapt u meestal af ?
3 ☐ met de (brom)fiets
- Waar stalt u uw (brom)fiets meestal ?
Of ☐ ik neem mijn fiets mee aan de hand
4 ☐ te voet
5 ☐ heel afwisselend, afhankelijk van o.a. weer

7. Neemt u een ander vervoermiddel of een andere route dan gewoonlijk als u naar markt, kermis... komt, of als er op uw route openbare werken zijn ?

1 ☐ ja
welk ?
2 ☐ neen

8. A Hoe lang heeft u erover gedaan vanaf uw vertrek tot u hier was ?

.... min.

B - Is dit

1 ☐ minder lang dan u had gedacht ?
2 ☐ even lang als u had gedacht ?
3 ☐ langer dan u had gedacht ? -
indien langer: Wat was de reden? Hoe lang verwacht ?
4 ☐ weet het niet

9. Vindt u Aalst over het algemeen

1 ☐ goed bereikbaar
2 ☐ redelijk goed bereikbaar
3 ☐ niet beter of slechter bereikbaar dan andere gelijkaardige steden
4 ☐ eerder slecht bereikbaar
5 ☐ slecht bereikbaar

10. Informeert u zich voor u naar het Winkelhart/de Varkensmarkt komt over de bereikbaarheid (bv. over files, vrije parkeerplaatsen, werken, evenementen)

1 ☐ ja
indien ja hoe?
2 ☐ neen

11 A Welke informatie over de bereikbaarheid van Aalst zou u helpen/mist u nog ?

--

B En hoe krijgt u die liefst aangereikt ?

Bv. app over bereikbaarheid, info over vrije parkeerplaatsen, infoborden langs de weg, informatie over openbare werken.

--

12 Heeft u nog suggesties om Aalst beter bereikbaar te maken ? Wat zou u veranderen ?

--

Profiel van de bevroagde
- **Geslacht**

1 ☐ man
2 ☐ vrouw

- **Leeftijdscategorie**

1 ☐ – 25 jaar
2 ☐ 25-55/60 jaar
3 ☐ + 55/60 jaar

Plaats en tijdstip van de bevraging

Bevraging Aalst

Waar? 1. ☐ Winkelhart
Straat
2 ☐ Varkensmarkt

Dag : 1 ☐ Maandag
2 ☐ Dinsdag
3 ☐ Woensdag
4 ☐ Donderdag
5 ☐ Vrijdag
6 ☐ Zaterdag

Datum / 09 / 2012	Uur :
Weersomstandigheden	



VERSTERKT ONDERNEMERS

STAD AALST



DENDEREND



met steun van het
Agentschap Ondernemen

Mevrouw, Mijnheer,

Wij onderzoeken, in opdracht van UNIZO en de stad Aalst*, wat mensen vinden van de bereikbaarheid van het Winkelhart/de Varkensmarkt in Aalst. Wij willen graag weten of het al dan niet gaan winkelen in Aalst te maken heeft met de bereikbaarheid van de stad.

Mogen wij 5 minuutjes van uw tijd om enkele vragen te beantwoorden ?

Hartelijk dank !

* Project "Bereikbaarheid als troef" – in kader van oproep Ondernemingsvriendelijke Gemeente van de Vlaamse Overheid (Agentschap Ondernemen) – uitgevoerd door UNIZO in samenwerking met Stad Aalst.

VERSIE BUITEN AALST

1. Gaat u wel eens winkelen in Aalst ?

1 ☐ neen, nooit (ga naar vraag 2)
2 ☐ af en toe (ga naar vraag 2)
3 ☐ (bijna) wekelijks (ga naar vraag 3)
4 ☐ (bijna) dagelijks (ga naar vraag 3)

2. Heeft dit te maken met de bereikbaarheid van Aalst ?

1 ☐ neen
2 ☐ ja, namelijk...

3. Vindt u Aalst over het algemeen

1 ☐ goed bereikbaar
2 ☐ redelijk goed bereikbaar
3 ☐ niet beter of slechter bereikbaar dan andere gelijkaardige steden
4 ☐ eerder slecht bereikbaar
5 ☐ slecht bereikbaar

(einde van de bevraging voor wie op vraag 1 "neen, nooit" of "af en toe" antwoordde)

4. Hoe gaat u **meestal** naar Aalst?

1 ☐ met de auto
- Waar parkeert u uw wagen dan meestal ?
- Waarom daar ?

2 ☐ met het openbaar vervoer
- Waar stapt u dan meestal af ?

3 ☐ met de (brom)fiets
- Waar stalt u uw(brom)fiets dan meestal?
Of ☐ ik neem mijn (brom)fiets mee aan de hand

5. Van waar vertrekt u als u in Aalst gaat winkelen ?

gemeente/deelgemeente :

6. Hoe lang doet u er **meestal** over vanaf uw vertrek tot in het Winkelhart van Aalst ?

A ☐ in de week buiten de spitsuren min.

- Is dit

1 ☐ langer dan u normaal vindt ?
2 ☐ even lang dan u normaal vindt?
3 ☐ minder lang dan u normaal vindt?
4 ☐ weet het niet

- Hoe lang vindt u “normaal” ?

..... minuten

B ☐ in de week tijdens de spitsuren.... min.

- Is dit

1 ☐ langer dan u normaal vindt ?
2 ☐ even lang dan u normaal vindt?
3 ☐ minder lang dan u normaal vindt?
4 ☐ weet het niet

- Hoe lang vindt u “normaal” ?

..... minuten

C ☐ op zaterdag min.

- Is dit

1 ☐ langer dan u normaal vindt ?
2 ☐ even lang dan u normaal vindt?
3 ☐ minder lang dan u normaal vindt?
4 ☐ weet het niet

- Hoe lang vindt u “normaal” ?

--

..... minuten

7. **A - Gaat u ook bij regelmatig terugkerende evenementen (zoals de zaterdagmarkt) in Aalst winkelen?**

1 ☐ ja
2 ☐ soms
Waarom ?
3 ☐ neen, absoluut niet

B - Gaat u bij grote evenementen zoals carnaval en winterfoor in Aalst winkelen ?

1 ☐ ja
2 ☐ soms
Waarom ?
3 ☐ neen, absoluut niet

C - Gaat u ook als er openbare werken aan de gang zijn in Aalst winkelen ?

1 ☐ ja
2 ☐ soms
Waarom ?
3 ☐ neen, absoluut niet

D- Neemt u een ander vervoermiddel of een andere route dan gewoonlijk als u naar markt, kermis... gaat, of als er op uw route openbare werken zijn ?

1 ☐ ja
Waarom? Hoe ?)
2 ☐ soms
Waarom? Hoe ?)

3 ☐ neen, absoluut niet

8. Informeert u zich voor u naar Aalst gaat over de bereikbaarheid (bv. over files, vrije parkeerplaatsen, werken, evenementen)

1 ☐ ja

Hoe?

2 ☐ neen

9. **A Welke informatie over de bereikbaarheid van Aalst zou u helpen/mist u nog?**

B En hoe krijgt u die liefst aangereikt?

Bv. app over bereikbaarheid, info over vrije parkeerplaatsen, infoborden langs de weg, informatie over openbare werken..

Profiel van de bevroagde

- Geslacht

1 ☐ man

2 ☐ vrouw

- Leeftijdscategorie

1 ☐ – 25 jaar

2 ☐ 25-55/60 jaar

3 ☐ + 55/60 jaar

Bevraging

Waar? 1. ☐ Dendermonde
2. ☐ Ninove
3. ☐ Wetteren
4. ☐ Zottegem

Dag : 1 ☐ Maandag
2 ☐ Dinsdag
3 ☐ Woensdag
4 ☐ Donderdag
5 ☐ Vrijdag
6 ☐ Zaterdag

Datum / 09 / 2012	Uur :
Weersomstandigheden	