

# Nationale P-test: resultaten op een rij

In dit document vindt u de resultaten van de P-test die P1 onder ongeveer 500 respondenten hield.

## Inhoudsopgave

Algemene gegevens .....	2
Frequenties .....	4
Dag van de week .....	9
Tijdstippen .....	17
Autogebruik .....	21
Gemiddelde bestedingen .....	23
Zondagen .....	28
Motivatie voor winkelgedrag .....	30
Tijdsbesteding .....	42
Parkeren .....	45
Parkeer- en autokosten .....	58
Stellingen .....	61
Beleving .....	68

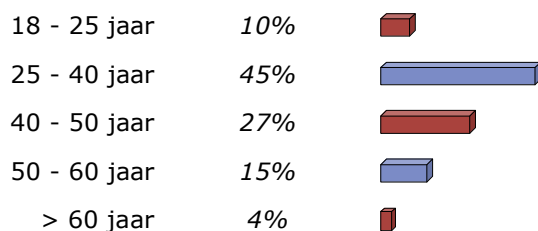
## Algemene gegevens

### Wat is uw geslacht?



69% van de respondenten is man.

### Tot welke leeftijdscategorie behoort u?

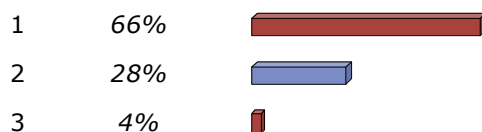


45% van de respondenten behoort tot de leeftijdscategorie 25 – 40 jaar.

### Hoe hoog is uw (gezamenlijke) netto-maandinkomen?








### Dagelijkse boodschappen?



4	2%	
5	0%	
>5	1%	











De gemiddelde groepseenheid bij het doen van de dagelijkse boodschappen is 1,4.

### Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)?

1	28%	
2	59%	
3	6%	
4	5%	
5	1%	
>5	0%	

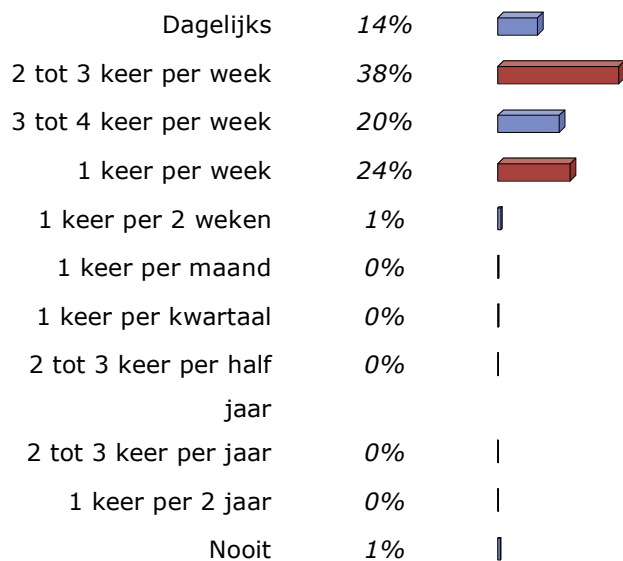
De gemiddelde groepseenheid bij het doen van de niet-dagelijkse boodschappen is 1,9.

### Uit welke provincie komt U?

Noord-Holland	29%	
Zuid-Holland	24%	
Zeeland	2%	
Limburg	3%	
Noord-Brabant	10%	
Gelderland	8%	
Utrecht	8%	
Overijssel	6%	
Flevoland	6%	
Drenthe	1%	
Groningen	3%	
Friesland	1%	

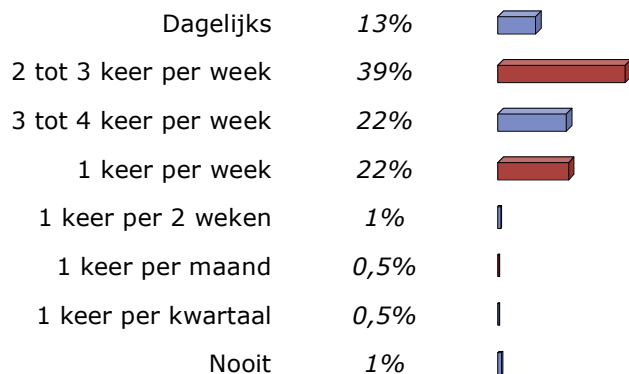
## Frequenties

### Dagelijkse boodschappen? (antwoorden man en vrouw)

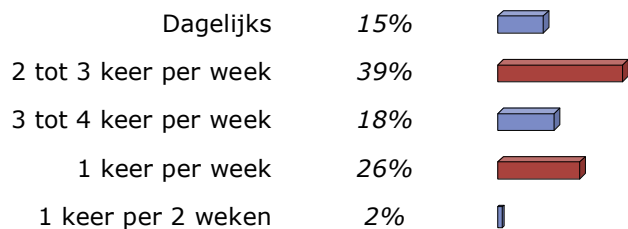


38% van de respondenten doet gemiddeld 2 à 3 keer per week de dagelijkse boodschappen.

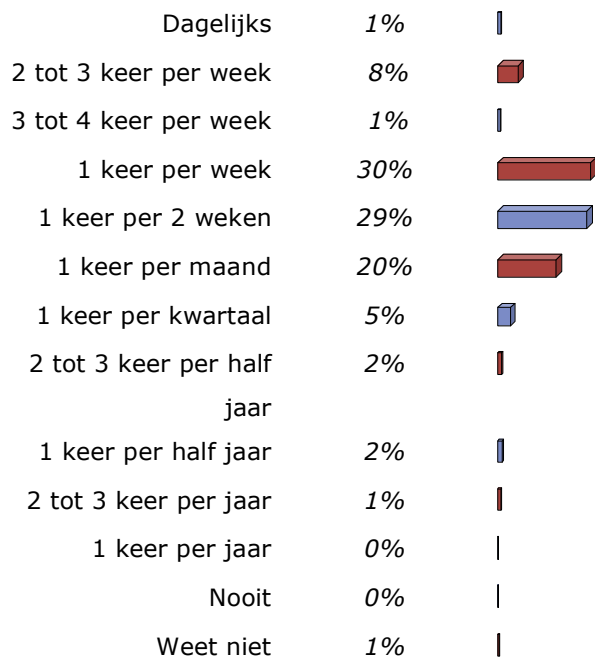
### Dagelijkse boodschappen? (resultaten mannen)



### Dagelijkse boodschappen? (resultaten vrouwen)

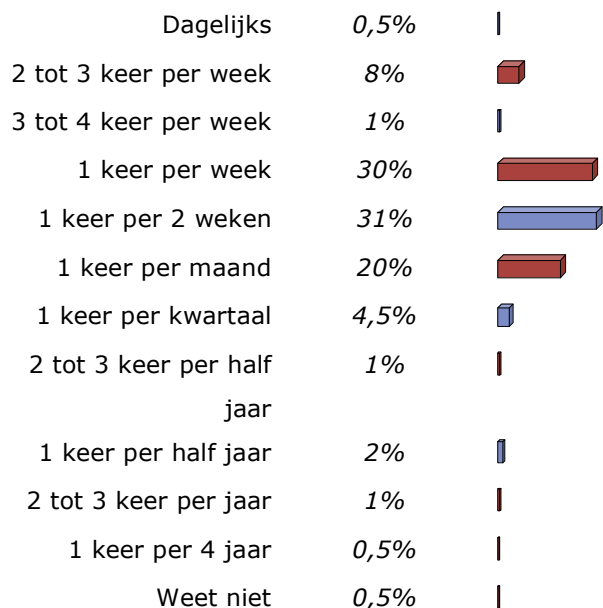


## Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)?

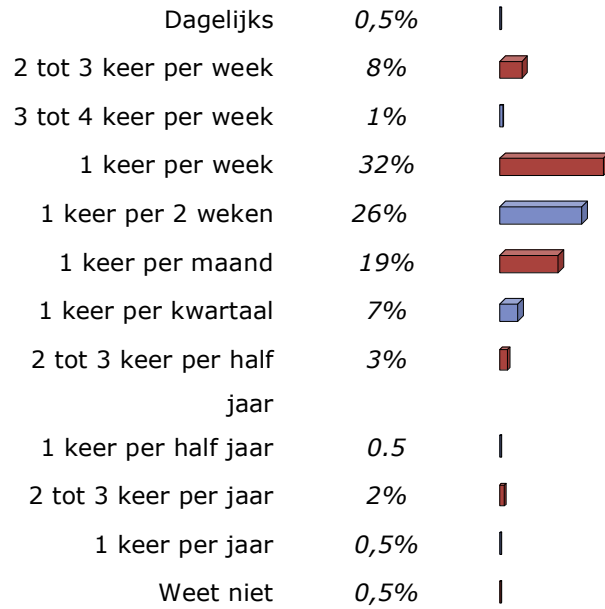


30% van de respondenten doet gemiddeld 1 keer per week niet-dagelijkse boodschappen. 29% doet dat gemiddeld 1 keer per twee weken, terwijl 20% minimaal 1 keer per maand winkelt.

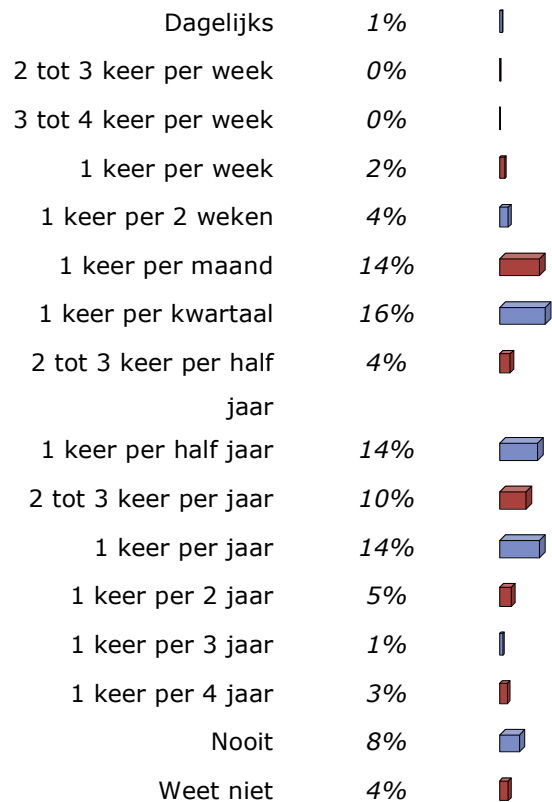
## Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)? (resultaten mannen)



## Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)? (resultaten vrouw)

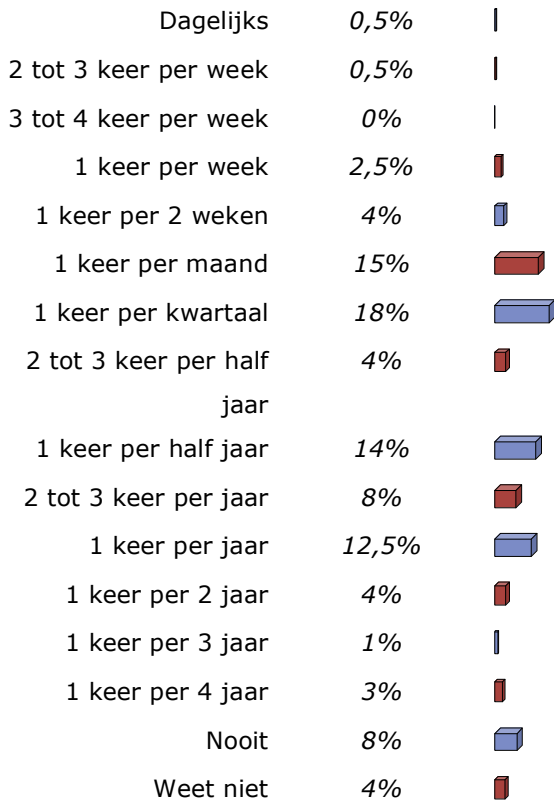


**Een woonboulevard c.q. een winkelcentra met veel woonartikelen  
(meubilair, bedden, badkamers e.d.)?**

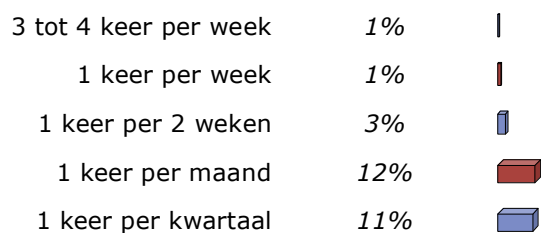











16% van de respondenten gaat 1 keer per kwartaal naar een woonboulevard. Daarnaast blijkt dat 14% van de respondenten 1 keer per maand, 1 keer per half jaar en 1 keer per jaar een woonboulevard bezoekt.

**Een woonboulevard c.q. een winkelcentra met veel woonartikelen (meubilair, bedden, badkamers e.d.)? (resultaten mannen)**



**Een woonboulevard c.q. een winkelcentra met veel woonartikelen (meubilair, bedden, badkamers e.d.)? (resultaten vrouwen)**

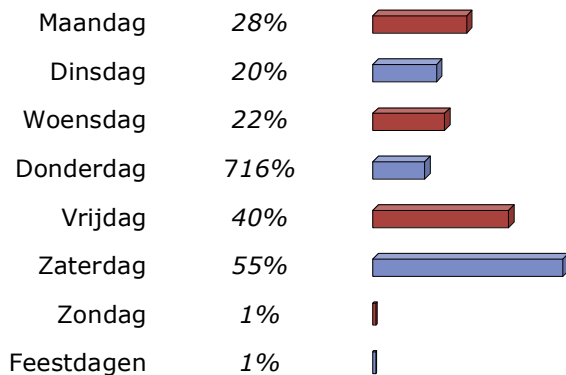


2 tot 3 keer per half jaar	4%	
1 keer per half jaar	12%	
2 tot 3 keer per jaar	13%	
1 keer per jaar	16%	
1 keer per 2 jaar	5%	
1 keer per 3 jaar	1%	
1 keer per 4 jaar	4%	
Nooit	7%	
Weet niet	2%	

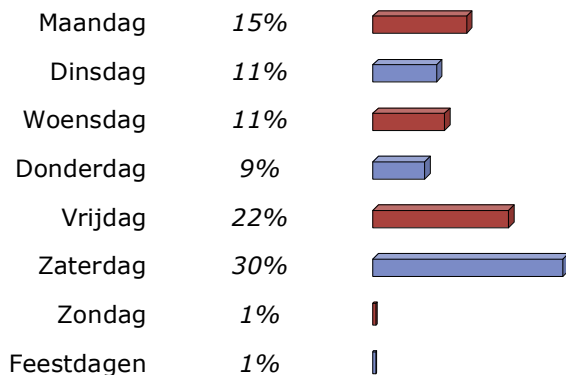


## Dag van de week

### Dagelijkse boodschappen? (meerdere antwoorden mogelijk)

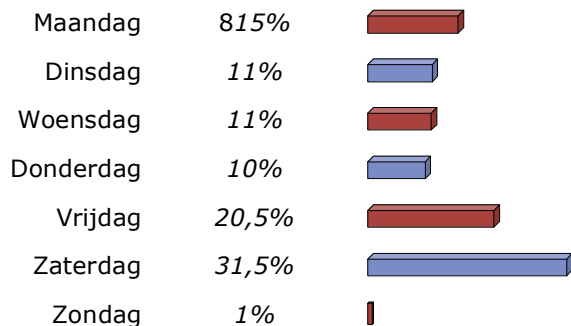


### Dagelijkse boodschappen? (herberekend naar totale waarde van 100)



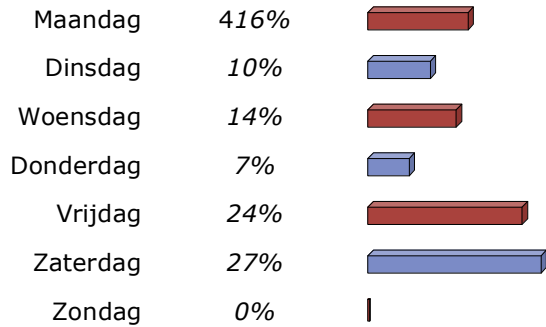
30% van de respondenten doet de dagelijkse boodschappen op zaterdag. 22% van de respondenten doet de dagelijkse boodschappen op vrijdag.

### Dagelijkse boodschappen? (resultaten mannen)



Feestdagen 1% |

**Dagelijkse boodschappen? (resultaten vrouwen)**



**Dagelijkse boodschappen?**

**Wat is uw geslacht?**

**Geslacht Vrouw Man**

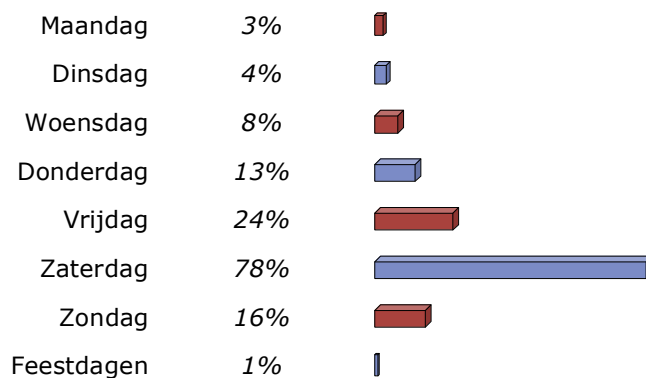
**dgn dagelijks**

	Vrouw	Man
<b>Maandag</b>	2,6%	3%
<b>Dinsdag</b>	1,3%	0,7%
<b>Woensdag</b>	1,3%	0,7%
<b>Donderdag</b>	2,6%	2,7%
<b>Vrijdag</b>	6%	2,7%
<b>Zaterdag</b>	6,6%	11,4%
<b>Zondag</b>	0	0,3%
<b>Feestdagen</b>	0	1%
<b>Dinsdag;Vrijdag</b>	6,6%	7%
<b>Vrijdag;Zaterdag</b>	15,9%	15%
<b>Donderdag;Zaterdag</b>	2%	4,3%
<b>Woensdag;Zaterdag</b>	14,6%	11%
<b>Maandag;Vrijdag</b>	9,3%	18,6%
<b>Dinsdag;Zaterdag</b>	3,3%	5%
<b>Maandag;Zaterdag</b>	7,3%	8%
<b>Dinsdag;Donderdag</b>	1,3%	3%
<b>Woensdag;Vrijdag</b>	4,6%	3,3%
<b>Maandag;Donderdag</b>	4%	3,7%

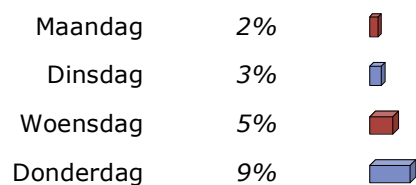
<b>Maandag;Dinsdag</b>	3,3%	2,7%
<b>Maandag;Woensdag</b>	2%	2,3%
<b>Maandag;Dinsdag;Woensdag;Donderdag;Vrijdag;Zaterdag;Zondag</b>	0,7%	0
<b>Woensdag;Donderdag</b>	0,7%	0,7%
<b>Donderdag;Vrijdag</b>	1,3%	2,3%
<b>Maandag;Dinsdag;Donderdag;Zaterdag</b>	0	0,3%
<b>Maandag;Dinsdag;Woensdag;Donderdag;Vrijdag</b>	0,7%	0
<b>Zaterdag;Zondag</b>	0	1%
<b>Maandag;Dinsdag;Woensdag;Donderdag;Vrijdag;Zaterdag</b>	0	0,3%
<b>Zaterdag;Feestdagen</b>	0	0,3%
<b>Maandag;Woensdag;Zaterdag</b>	0	0,3%
<b>Dinsdag;Woensdag</b>	2%	0,3%
<b>Maandag;Dinsdag;Woensdag;Donderdag;Vrijdag;Zaterdag;Zondag;Feestdagen</b>	0	0,3%

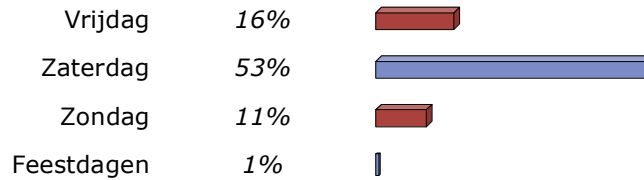
Totaal	34%	66%	100%
--------	-----	-----	------

### Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)? (meerdere antwoorden mogelijk)



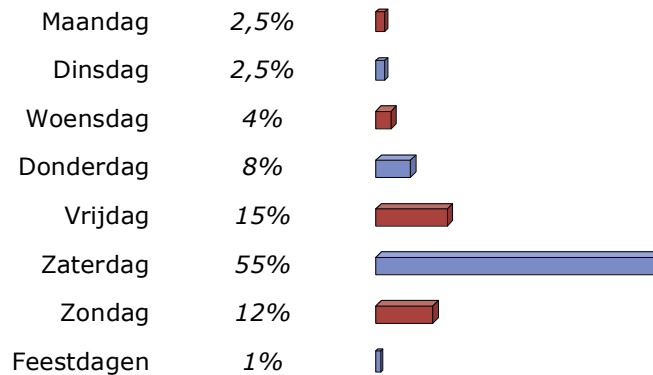
### Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)? (herberekend naar totale waarde van 100)



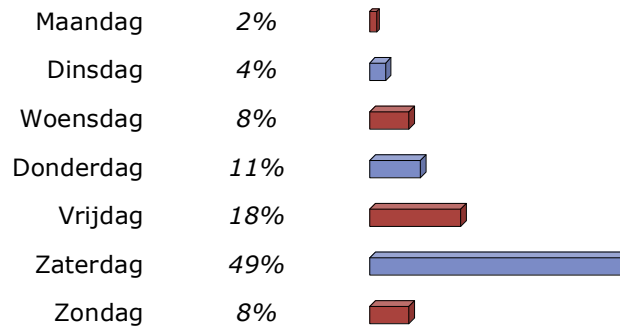


53% van de respondenten winkelt op zaterdag. 16% winkelt op vrijdag.

**Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)? (resultaten mannen)**



**Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)? (resultaten vrouwen)**



**Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)?**

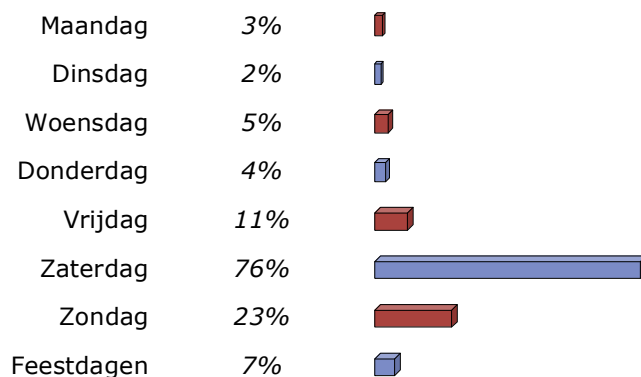
**Wat is uw geslacht?**

	Geslacht Man	Vrouw
<b>dgn nt_dagelijks</b>		
<b>Maandag</b>	1%	0
<b>Dinsdag</b>	0,7%	1,3%

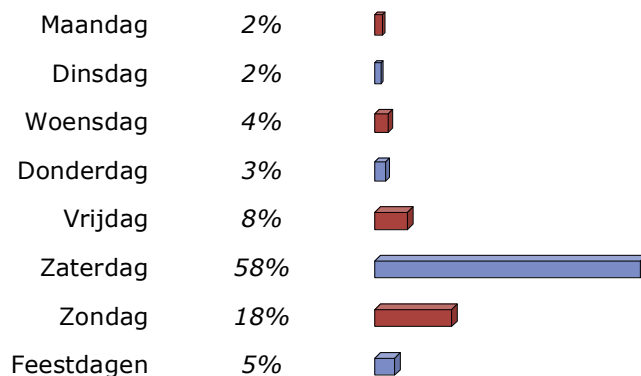
<b>Woensdag</b>	2%	4,6%
<b>Donderdag</b>	2%	2%
<b>Vrijdag</b>	5,5%	6%
<b>Zaterdag</b>	41,7%	35,1%
<b>Zondag</b>	1,7%	1,3%
<b>Feestdagen</b>	1%	0
<b>Dinsdag;Zaterdag</b>	1%	1,3%
<b>Zaterdag;Zondag</b>	14,5%	10,6%
<b>Woensdag;Zaterdag</b>	2,4%	6%
<b>Vrijdag;Zaterdag</b>	13,4%	13,2%
<b>Donderdag;Zaterdag</b>	5,9%	6,7%
<b>Donderdag;Vrijdag</b>	1%	5,3%
<b>Maandag;Donderdag</b>	0,7%	0,7%
<b>Woensdag;Vrijdag</b>	0,3%	1,3%
<b>Maandag;Zondag</b>	0	0,7%
<b>Maandag;Woensdag</b>	0,3%	0
<b>Zaterdag;Feestdagen</b>	0,7%	0
<b>Maandag;Dinsdag</b>	0,3%	0,7%
<b>Maandag;Zaterdag</b>	0,7%	0
<b>Dinsdag;Vrijdag</b>	0,7%	0,7%
<b>Donderdag;Zondag</b>	0,7%	0
<b>Vrijdag;Zondag</b>	0,3%	0
<b>Maandag;Dinsdag;Woensdag;Donderdag;Vrijdag;Zaterdag;Zondag;Feestdagen</b>	0,3%	0
<b>Woensdag;Donderdag</b>	0,3%	0
<b>Dinsdag;Donderdag</b>	0,3%	1,3%
<b>Dinsdag;Woensdag</b>	0	0,7%)
<b>Maandag;Vrijdag</b>	0	0,7%

Totaal	64%	36%	100%
--------	-----	-----	------

**Woonboulevards en/of winkelcentra met veel woonartikelen? (meerdere antwoorden mogelijk)**

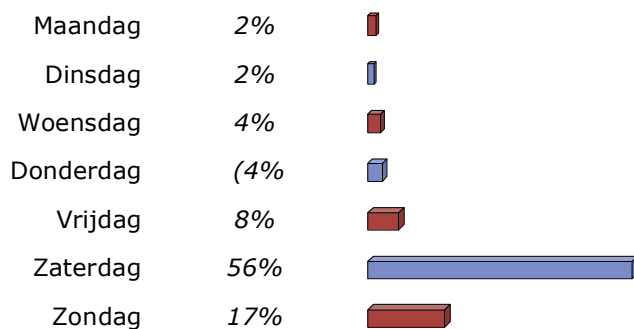


**Woonboulevards en/of winkelcentra met veel woonartikelen? (herberekend naar totale waarde van 100)**



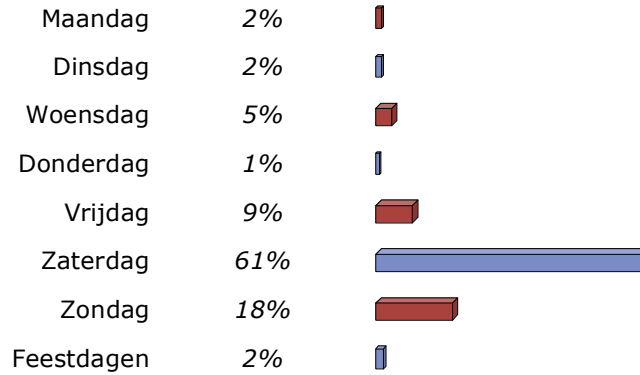
58% van de respondenten gaat op zaterdag naar een woonboulevard en/of winkelcentra met veel woonartikelen. 18% van de respondenten doet dit op zondag.

**Woonboulevards en/of winkelcentra met veel woonartikelen? (resultaten mannen)**



Feestdagen 7% 

**Woonboulevards en/of winkelcentra met veel woonartikelen? (resultaten vrouwen)**



**Woonboulevards en/of winkelcentra met veel woonartikelen?**

**Wat is uw geslacht?**

	Geslacht Man	Vrouw
<b>dgn woonboulevard</b>		
<b>Maandag</b>	2%	0
<b>Dinsdag</b>	1,2%	0,7%
<b>Woensdag</b>	2,4%	2,6%
<b>Donderdag</b>	2,8%	0,7%
<b>Vrijdag</b>	3,1%	4%
<b>Zaterdag</b>	50,8%	47,7%
<b>Zondag</b>	4,3%	9,3%
<b>Feestdagen</b>	2,8%	0
<b>Zaterdag;Zondag</b>	14,6%	9,9%
<b>Donderdag;Zondag</b>	0,4%	0
<b>Maandag;Woensdag</b>	0	0,7%
<b>Zondag;Feestdagen</b>	3,1%	1,5%
<b>Vrijdag;Zaterdag</b>	5,9%	6,6%

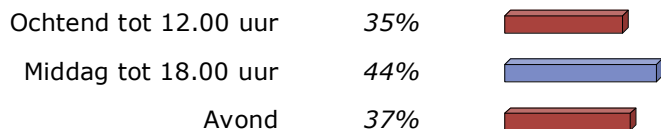
<b>Zaterdag;Feestdagen</b>	2,8%	1,5%
<b>Donderdag;Zaterdag</b>	0,8%	0,7%
<b>Maandag;Dinsdag</b>	0,4%	0,7%
<b>Woensdag;Zaterdag</b>	0,4%	1,5%
<b>Maandag;Dinsdag;Woensdag;Donderdag;Vrijdag;Zaterdag</b>	0,4%	0
<b>Woensdag;Donderdag</b>	0,8%	0
<b>Maandag;Dinsdag;Woensdag;Donderdag;Vrijdag;Zaterdag;Zondag;Feestdagen</b>	0,4%	0
<b>Woensdag;Feestdagen</b>	0,4%	0
<b>Vrijdag;Zondag</b>	0,4%	0
<b>Dinsdag;Woensdag</b>	0	0,7%
<b>Maandag;Zaterdag</b>	0	0,7%

Totaal	65,4%	34,6%	100%
--------	-------	-------	------



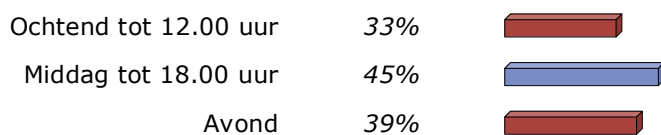
# Tijdstippen

## Dagelijkse boodschappen (tijdstip)?

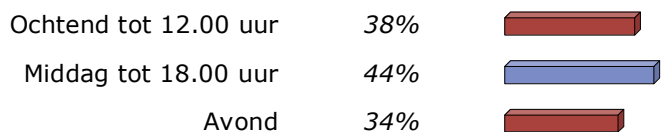


44% doet de boodschappen tussen 12.00 – 18.00 uur.

## Dagelijkse boodschappen? (resultaten mannen)



## Dagelijkse boodschappen? (resultaten vrouwen)



## Dagelijkse boodschappen?

### Wat is uw geslacht?

	Geslacht Man	Vrouw
<b>Dagdeel dagelijks</b>		
<b>Ochtend tot 12.00 uur</b>	24,4%	27,5%
<b>Middag tot 18.00 uur</b>	31,9%	31,5%
<b>Avond</b>	27,4%	25,5%
<b>Ochtend tot 12.00 uur;Avond</b>	3,4%	3,3%
<b>Middag tot 18.00 uur;Avond</b>	7,8%	4,7%

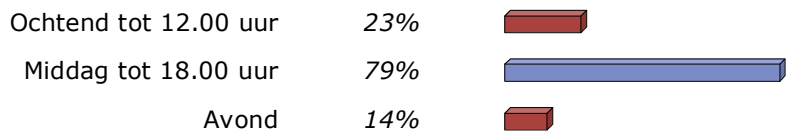
Ochtend tot 12.00 uur; Middag tot 18.00 uur

5,1%                      7,4%

uur

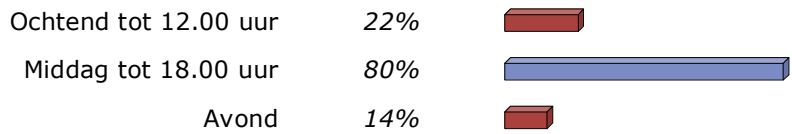
Totaal	66,4%	33,6%	100%
--------	-------	-------	------

**Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)?**

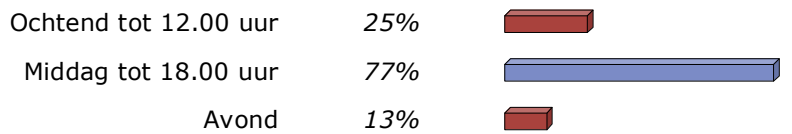


79% winkelt tussen 12.00 – 18.00 uur.

**Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)? (resultaten mannen)**



**Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)? (resultaten vrouwen)**



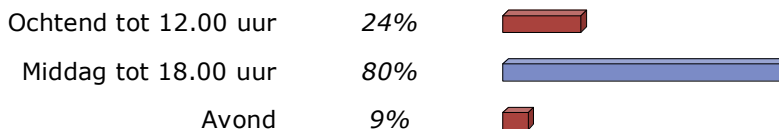
## Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)?

### Wat is uw geslacht?

	Geslacht Man	Vrouw
<b>Dagdeel nt dagelijks</b>		
<b>Ochtend tot 12.00 uur</b>	13,9%	17,4%
<b>Middag tot 18.00 uur</b>	64,6%	63,1%
<b>Avond</b>	5,9%	4%
<b>Middag tot 18.00 uur;Avond</b>	7,3%	8%
<b>Ochtend tot 12.00 uur;Middag tot 18.00 uur</b>	8%	6%
<b>Ochtend tot 12.00 uur;Avond</b>	0,3%	1,3%

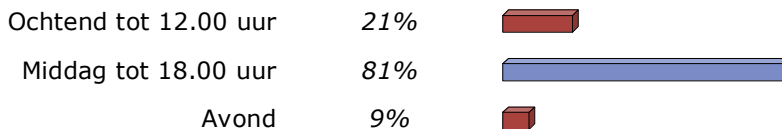
Totaal	65,9%	34,1%	100%
--------	-------	-------	------

## Woonboulevard en/of winkelcentra met veel woonartikelen?

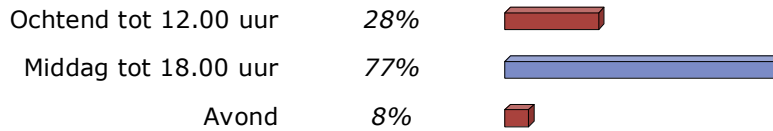


79% gaat naar een woonboulevard tussen 12.00 – 18.00 uur.

## Woonboulevard en/of winkelcentra met veel woonartikelen? (resultaten mannen)



## Woonboulevard en/of winkelcentra met veel woonartikelen? (resultaten vrouw)



**Woonboulevard en/of winkelcentra met veel woonartikelen?**

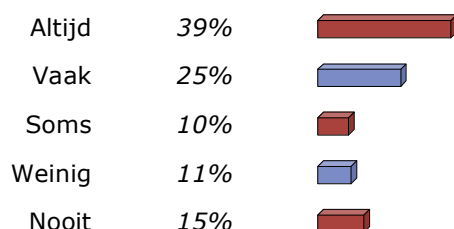
**Wat is uw geslacht?**

	<b>Geslacht Man</b>	<b>Vrouw</b>
<b>Dagdeel boulevard</b>		
<b>Ochtend tot 12.00 uur</b>	14%	20%
<b>Middag tot 18.00 uur</b>	70%	64%
<b>Avond</b>	5%	3%
<b>Ochtend tot 12.00 uur; Middag tot 18.00 uur</b>	7%	8%
<b>Middag tot 18.00 uur; Avond</b>	4%	5%

Totaal	65%	35%	100%
--------	-----	-----	------

# Autogebruik

## Dagelijkse boodschappen (autogebruik)



64% van de respondenten gebruikt vaak tot altijd de auto bij het doen van de boodschappen.

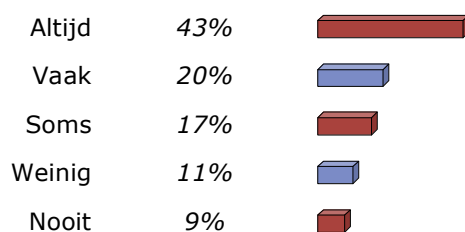
## Dagelijkse boodschappen

### Wat is uw geslacht?

	Geslacht Man	Vrouw
<b>Auto dagelijks sector</b>		
<b>Altijd</b>	39%	39%
<b>Vaak</b>	22%	31%
<b>Soms</b>	11%	9%
<b>Weinig</b>	12%	8%
<b>Nooit</b>	16%	13%

Totaal	66,6%	33,4%	100%
--------	-------	-------	------

## Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen) (autogebruik)



63% van de respondenten gebruikt vaak tot altijd de auto bij het winkelen.

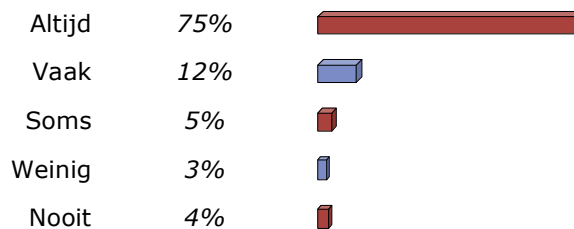
## Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)

### Wat is uw geslacht?

	Geslacht Man	Vrouw
<b>Auto nt dagelijks sector</b>		
<b>Altijd</b>	46%	35,6%
<b>Vaak</b>	18,3%	23,3%
<b>Soms</b>	15,6%	19,2%
<b>Weinig</b>	11,8%	11%
<b>Nooit</b>	8,3%	11%

Totaal	66,4%	33,6%	100%
--------	-------	-------	------

## Woonboulevard / winkelcentra met veel woonartikelen (autogebruik)



87% van de respondenten gebruikt vaak tot altijd de auto bij het bezoeken van een woonboulevard.

## Woonboulevard / winkelcentra met veel woonartikelen

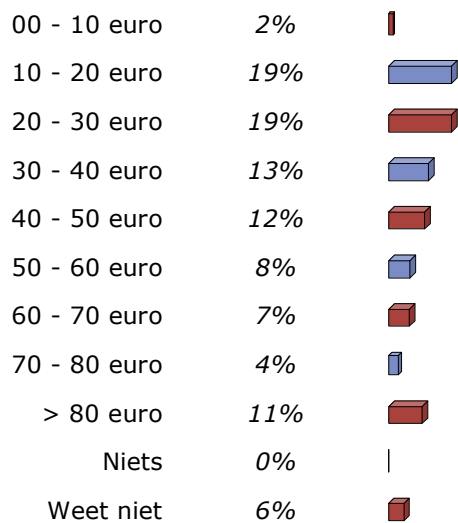
### Wat is uw geslacht?

	Geslacht Man	Vrouw
<b>Auto woonboulevard</b>		
<b>Altijd</b>	73,8%	77,2%
<b>Vaak</b>	12,7%	11,8%
<b>Soms</b>	5%	5,9%
<b>Weinig</b>	3,4%	2,9%
<b>Nooit</b>	5%	2,2%

Totaal	65,6%	34,3%	100%
--------	-------	-------	------

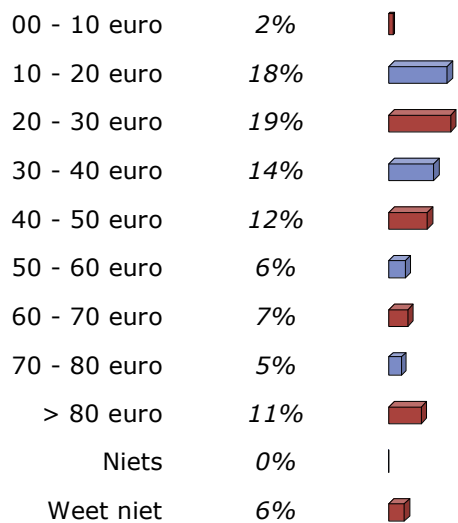
## Gemiddelde bestedingen

### Wat besteedt u gemiddeld per keer aan dagelijkse boodschappen?

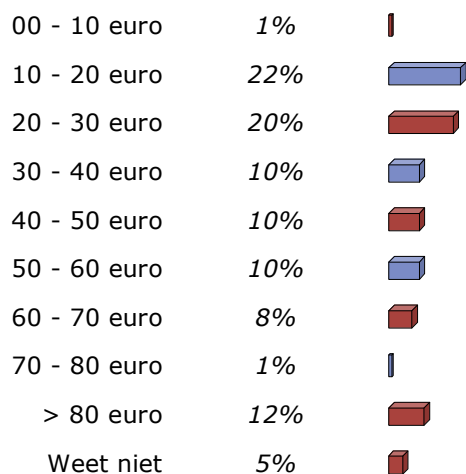


38% van de respondenten geeft aan dat zij gemiddeld per boodschap tussen de € 10,00 en € 30,00 uitgeeft.

### Wat besteedt u gemiddeld per keer aan dagelijkse boodschappen? (resultaten mannen)



**Wat besteedt u gemiddeld per keer aan dagelijkse boodschappen? (resultaten vrouwen)**



**Wat besteedt u gemiddeld per keer aan dagelijkse boodschappen?**

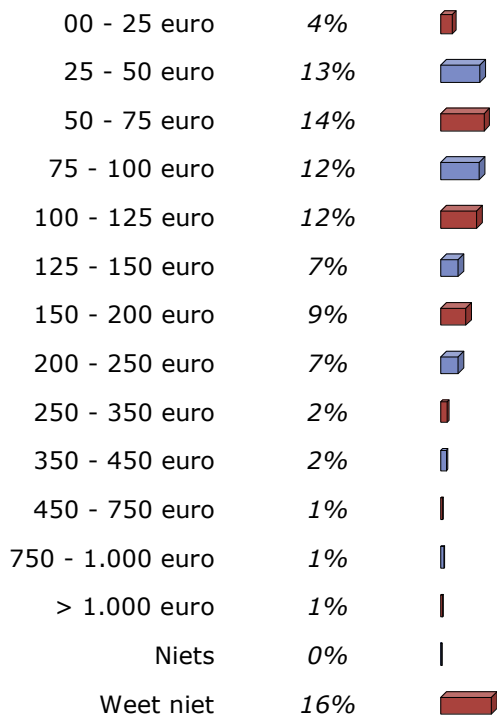
**Wat is uw geslacht?**

	<b>Geslacht Vrouw</b>	<b>Man</b>
<b>Besteding dagelijkse sector</b>		
<b>00 - 10 euro</b>	1,4%	1,7%
<b>10 - 20 euro</b>	21,8%	18%
<b>20 - 30 euro</b>	19,7%	19%
<b>30 - 40 euro</b>	10,2%	14,2%
<b>40 - 50 euro</b>	10,2%	12,5%
<b>50 - 60 euro</b>	10,2%	6,2%
<b>60 - 70 euro</b>	8,2%	6,9%
<b>70 - 80 euro</b>	1,4%	4,8%
<b>&gt; 80 euro</b>	11,6%	10,7%
<b>Niets</b>	0	0
<b>Weet niet</b>	5,4%	5,9%

Totaal	33,7%	66,3%	100%
--------	-------	-------	------

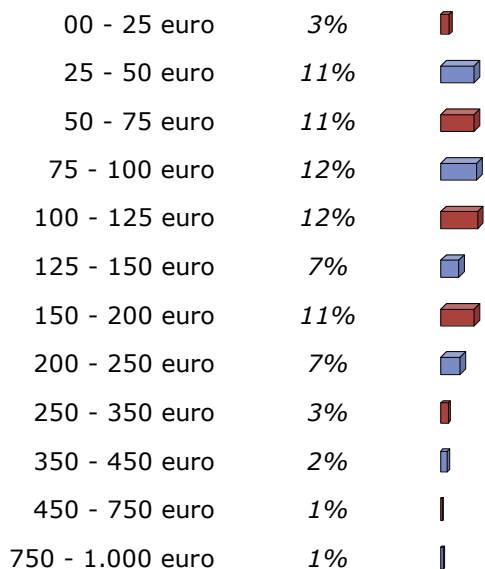



**Wat besteedt u gemiddeld per keer aan niet dagelijkse boodschappen?  
(winkelen/funshoppen)**












27% geeft gemiddeld per keer tussen de € 25,00 en € 75,00 uit bij het winkelen. 24% geeft gemiddeld tussen de € 75,00 en € 125,00 uit.

**Wat besteedt u gemiddeld per keer aan niet dagelijkse boodschappen?  
(winkelen/funshoppen) (resultaten mannen)**



> 1.000 euro	1%	
Niets	1%	
Weet niet	18%	

**Wat besteedt u gemiddeld per keer aan niet dagelijkse boodschappen?  
(winkelen/funshoppen) (resultaten vrouwen)**

00 - 25 euro	7%	
25 - 50 euro	16%	
50 - 75 euro	19%	
75 - 100 euro	14%	
100 - 125 euro	11%	
125 - 150 euro	6%	
150 - 200 euro	4%	
200 - 250 euro	6%	
250 - 350 euro	1%	
350 - 450 euro	1%	
450 - 750 euro	1%	
750 - 1.000 euro	1%	
Weet niet	12%	

**Wat besteedt u gemiddeld per keer aan niet dagelijkse boodschappen?  
(winkelen/funshoppen)**

**Wat is uw geslacht?**

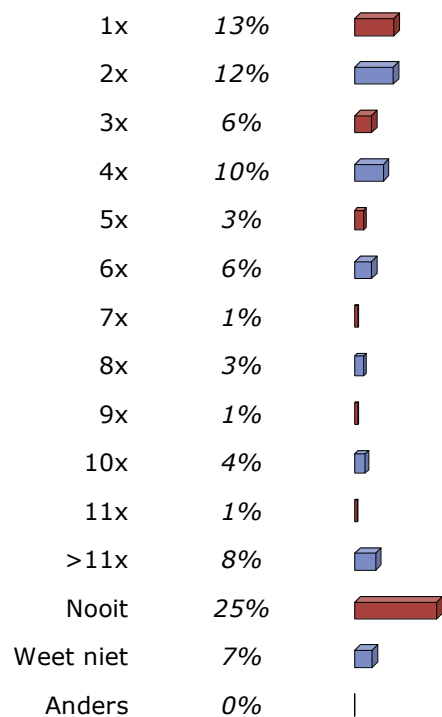
	<b>Geslacht Man</b>	<b>Vrouw</b>
<b>Besteding nt dagelijkse sector_1</b>		
<b>00 - 25 euro</b>	3,2%	6,9%
<b>25 - 50 euro</b>	11%	15,9%
<b>50 - 75 euro</b>	11%	19,3%
<b>75 - 100 euro</b>	11,7%	13,8%
<b>100 - 125 euro</b>	12%	11%
<b>125 - 150 euro</b>	6,7%	6,2%
<b>150 - 200 euro</b>	11%	4,1%
<b>200 - 250 euro</b>	7%	5,5%

<b>250 - 350 euro</b>	2,8%	1,4%
<b>350 - 450 euro</b>	2,5%	1,4%
<b>450 - 750 euro</b>	0,7%	0,7%
<b>750 - 1.000 euro</b>	1%	1,4%
<b>&gt; 1.000 euro</b>	1%	0
<b>Niets</b>	0,7%	0
<b>Weet niet</b>	17,7%	12,4%

Totaal	266,1%	33,8%	100%
--------	--------	-------	------

## Zondagen

**Hoe vaak per jaar doet u op zondag uw dagelijkse of niet-dagelijkse boodschappen of bezoekt u woonwinkels of een woonboulevard?**



25% van de respondenten doet nooit op zondag boodschappen, noch winkelt of bezoekt een woonboulevard.

**Hoe vaak per jaar doet u op zondag uw dagelijkse of niet-dagelijkse boodschappen of bezoekt u woonwinkels of een woonboulevard?**

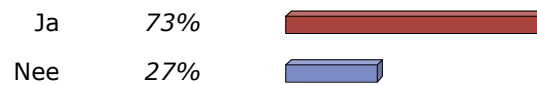
**Wat is uw geslacht?**

	Geslacht Man	Vrouw
<b>freq. zondagen</b>		
<b>1x</b>	11,4%	15,2%
<b>2x</b>	12%	13,1%
<b>3x</b>	7,1%	4,8%
<b>4x</b>	8,9%	11%
<b>5x</b>	2,5%	4,8%
<b>6x</b>	6,4%	6,2%

<b>7x</b>	1,4%	0,7%
<b>8x</b>	3,4%	2,8%
<b>9x</b>	1%	1,4%)
<b>10x</b>	3,4%	4,8%
<b>11x</b>	0,7%	1,4%
<b>&gt;11x</b>	7,8%	6,9%
<b>Nooit</b>	26,7%	20,7%
<b>Weet niet</b>	6,8%	6,2%

Totaal	66%	34%	100%
--------	-----	-----	------

### Bent u tevreden met het aantal zondagsopenstellingen per jaar?



73% van de respondenten is tevreden met het aantal zondagsopenstellingen per jaar.

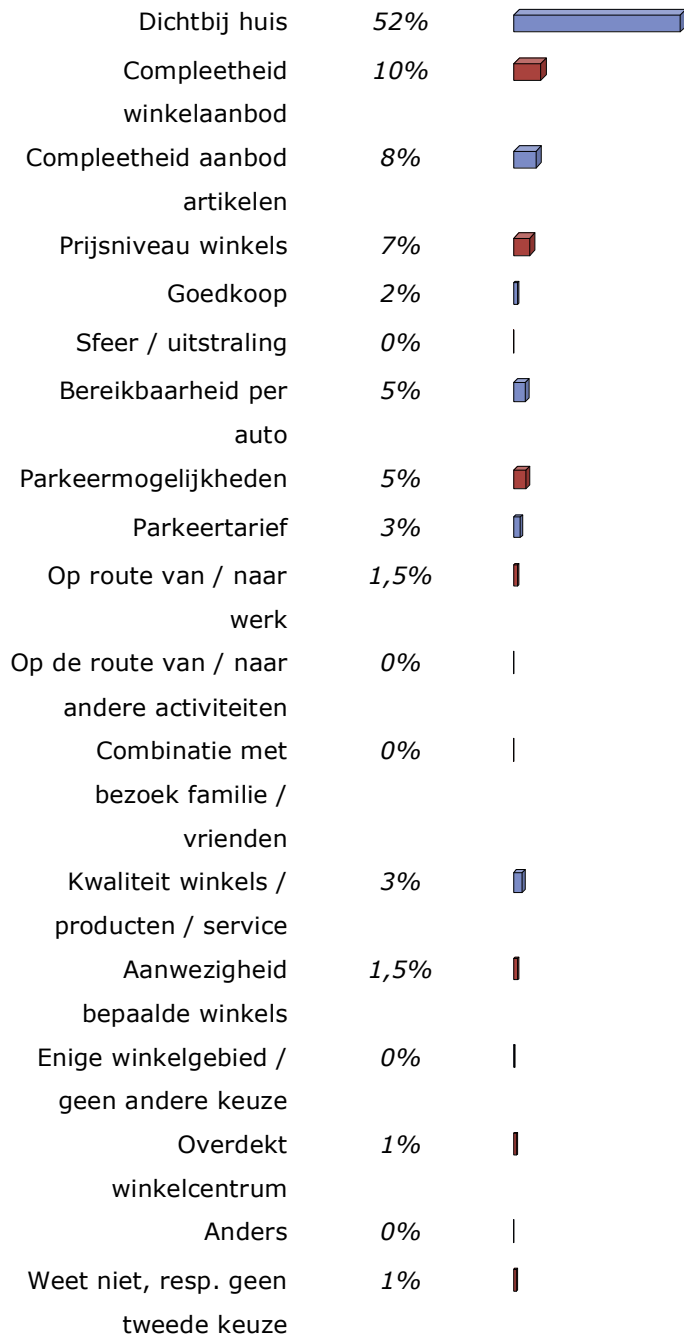
# Motivatie voor winkelgedrag

## Dagelijkse boodschappen? (eerste motief)

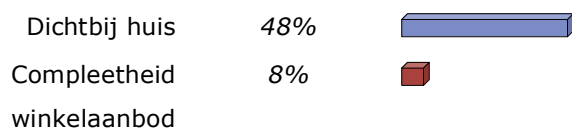


Het belangrijkste eerste motief bij het doen van boodschappen is "dichtbij huis" (51%). Daarnaast vindt 9% compleetheid van het winkelaanbod, en 8% compleetheid van de artikelen in de assortimenten en het prijsniveau van winkels belangrijk als eerste motief.

### Dagelijkse boodschappen? (eerste motief) (resultaten mannen)

















### Dagelijkse boodschappen? (eerste motief) (resultaten vrouwen)



Compleetheid aanbod artikelen	6%	
Prijsniveau winkels	8%	
Goedkoop	6%	
Sfeer / uitstraling	0%	
Bereikbaarheid per auto	8%	
Parkeermogelijkheden	5%	
Parkeertarief	0%	
Op route van / naar werk	2%	
Op de route van / naar andere activiteiten	1%	
Combinatie met bezoek familie / vrienden	0%	
Kwaliteit winkels / producten / service	0%	
Aanwezigheid bepaalde winkels	3%	
Enige winkelgebied / geen andere keuze	0%	
Overdekt winkelcentrum	0%	
Anders	0%	
Weet niet, resp. geen tweede keuze	0%	

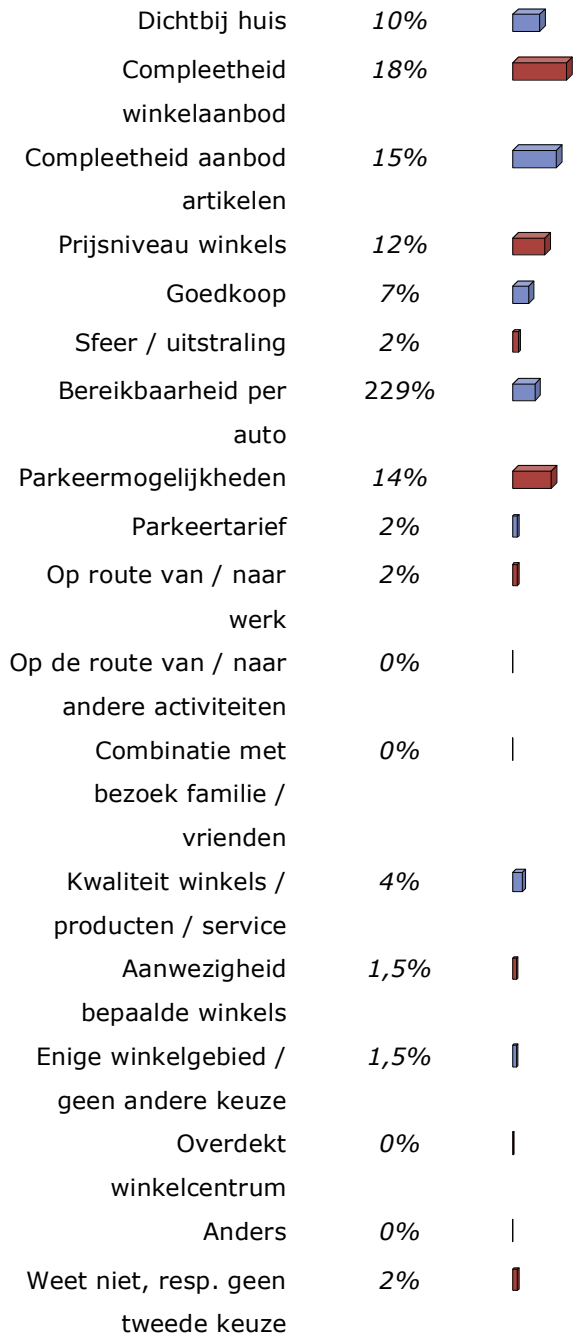


## Dagelijkse boodschappen? (tweede motief)

Dichtbij huis	12%	
Compleetheid winkelaanbod	17%	
Compleetheid aanbod artikelen	15%	
Prijsniveau winkels	12%	
Goedkoop	6%	
Sfeer / uitstraling	2%	
Bereikbaarheid per auto	9%	
Parkeermogelijkheden	15%	
Parkeertarief	2%	
Op route van / naar werk	3%	
Op de route van / naar andere activiteiten	0%	
Combinatie met bezoek familie / vrienden	0%	
Kwaliteit winkels / producten / service	3%	
Aanwezigheid bepaalde winkels	2%	
Enige winkelgebied / geen andere keuze	1%	
Overdekt winkelcentrum	0%	
Anders	0%	
Weet niet, resp. geen tweede keuze	2%	

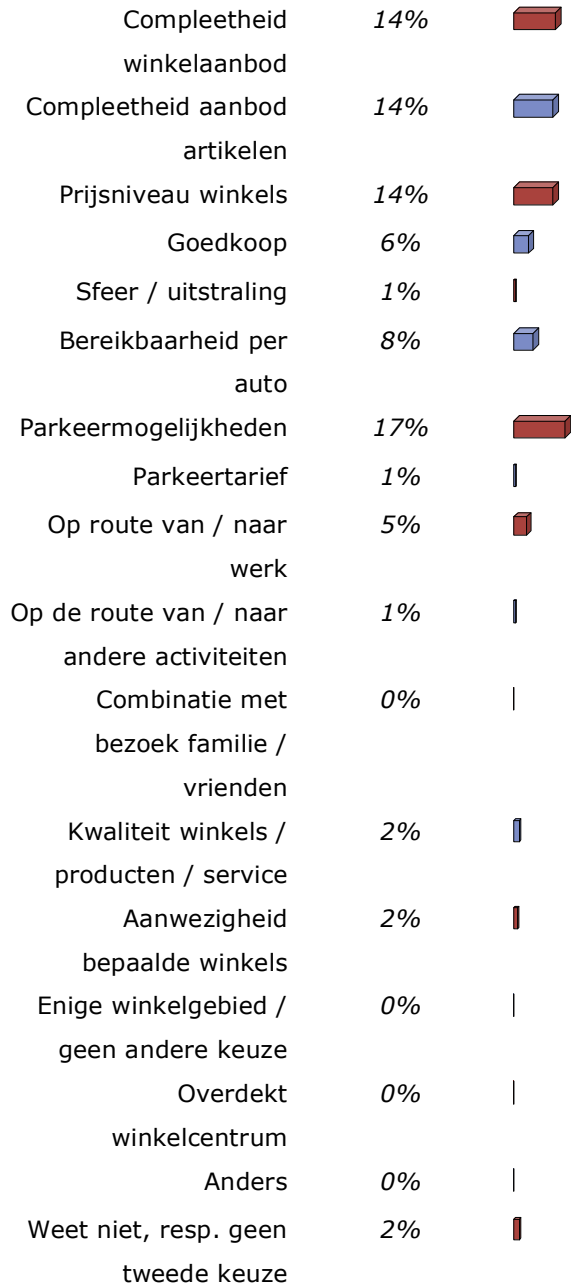
Belangrijke tweede motieven zijn bij het doen van de boodschappen in 17% van de gevallen de compleetheid van het winkelaanbod. Voor 15% zijn de parkeermogelijkheden en de compleetheid van de artikelen in het assortiment motieven.

**Dagelijkse boodschappen? (tweede motief) (resultaten mannen)**



**Dagelijkse boodschappen? (tweede motief) (resultaten vrouwen)**










### Niet-dagelijkse boodschappen? (winkelen/funshoppen)... (eerste motief)



Prijsniveau winkels	2%	▮
Goedkoop	2%	▮
Sfeer / uitstraling	10%	▮
Bereikbaarheid per auto	5%	▮
Parkeermogelijkheden	5%	▮
Parkeertarief	2%	▮
Op route van / naar werk	1%	▮
Op de route van / naar andere activiteiten	0%	
Combinatie met bezoek familie / vrienden	0%	
Kwaliteit winkels / producten / service	5%	▮
Aanwezigheid bepaalde winkels	8%	▮
Enige winkelgebied / geen andere keuze	0%	
Overdekt winkelcentrum	0%	
Anders	1%	▮
Weet niet, resp. geen tweede keuze	2%	▮



Het belangrijkste eerste motief bij het winkelen is compleetheid van het winkelaanbod (33%). Daarnaast worden dichtbij huis (13%) en compleetheid van de artikelen in de assortimenten en sfeer/uitstraling genoemd (beiden 10%).

**Niet-dagelijkse boodschappen? (winkelen/funshoppen)... (eerste motief) (resultaten mannen)**

Dichtbij huis	12%	
Compleetheid winkelaanbod	29%	
Compleetheid aanbod artikelen	9%	
Prijsniveau winkels	1,5%	
Goedkoop	1,5%	
Sfeer / uitstraling	12%	
Bereikbaarheid per auto	6%	
Parkeermogelijkheden	6%	
Parkeertarief	2%	
Op route van / naar werk	0%	
Op de route van / naar andere activiteiten	0%	
Combinatie met bezoek familie / vrienden	0%	
Kwaliteit winkels / producten / service	7%	
Aanwezigheid bepaalde winkels	9%	
Enige winkelgebied /	1%	














geen andere keuze		
Overdekt winkelcentrum	0%	
Anders	1,5%	
Weet niet, resp. geen tweede keuze	1,5%	

**Niet-dagelijkse boodschappen? (winkelen/funshoppen)... (eerste motief) (resultaten vrouwen)**

Dichtbij huis	16%	
Compleetheid winkelaanbod	39%	
Compleetheid aanbod artikelen	11%	
Prijsniveau winkels	2%	
Goedkoop	3%	
Sfeer / uitstraling	7,5%	
Bereikbaarheid per auto	4%	
Parkeermogelijkheden	5%	
Parkeertarief	0,5%	
Op route van / naar werk	2%	
Op de route van / naar andere activiteiten	0%	
Combinatie met bezoek familie / vrienden	0%	
Kwaliteit winkels / producten / service	2%	
Aanwezigheid bepaalde winkels	7%	
Enige winkelgebied / geen andere keuze	0%	
Overdekt winkelcentrum	0,5%	
Anders	0%	


Weet niet, resp. geen  
tweede keuze 0,5% |

### Niet-dagelijkse boodschappen? (winkelen/funshoppen)... (tweede motief)

Dichtbij huis	5%	
Compleetheid winkelaanbod	16%	
Compleetheid aanbod artikelen	9%	
Prijsniveau winkels	5%	
Goedkoop	0%	
Sfeer / uitstraling	13%	
Bereikbaarheid per auto	13%	
Parkeermogelijkheden	12%	
Parkeertarief	3%	
Op route van / naar werk	2%	
Op de route van / naar andere activiteiten	1%	
Combinatie met bezoek familie / vrienden	0%	
Kwaliteit winkels / producten / service	5%	
Aanwezigheid bepaalde winkels	8%	
Enige winkelgebied / geen andere keuze	0%	
Overdekt winkelcentrum	2%	
Anders	0%	
Weet niet, resp. geen tweede keuze	5%	















Belangrijke tweede motieven bij het winkelen zijn de compleetheit van het winkelaanbod (16%), de sfeer en uitstraling en bereikbaarheid per auto (13%) en de parkeermogelijkheden (12%).

**Niet-dagelijkse boodschappen? (winkelen/funshoppen)... (tweede motief) (resultaten mannen)**

Dichtbij huis	5%	
Compleetheit winkelaanbod	17%	
Compleetheit aanbod artikelen	9%	
Prijsniveau winkels	5%	
Goedkoop	0%	
Sfeer / uitstraling	12%	
Bereikbaarheid per auto	15%	
Parkeermogelijkheden	10%	
Parkeertarief	3%	
Op route van / naar werk	1%	
Op de route van / naar andere activiteiten	2%	
Combinatie met bezoek familie / vrienden	0%	
Kwaliteit winkels / producten / service	6%	
Aanwezigheid bepaalde winkels	7%	
Enige winkelgebied / geen andere keuze	0%	
Overdekt winkelcentrum	1%	
Anders	1%	
Weet niet, resp. geen tweede keuze	6%	

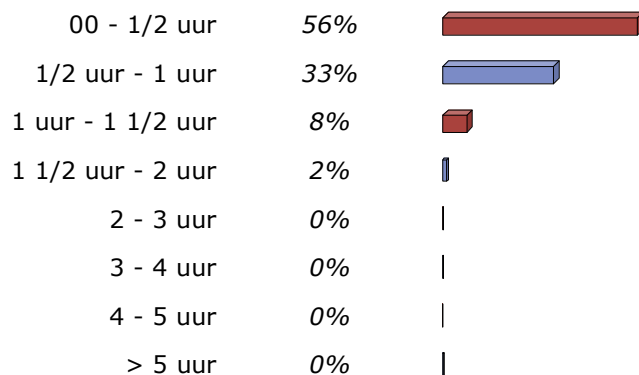


**Niet-dagelijkse boodschappen? (winkelen/funshoppen)... (tweede motief) (resultaten vrouwen)**

Dichtbij huis	5%	
Compleetheid winkelaanbod	17%	
Compleetheid aanbod artikelen	9%	
Prijsniveau winkels	5%	
Goedkoop	0%	
Sfeer / uitstraling	13,5%	
Bereikbaarheid per auto	9,5%	
Parkeermogelijkheden	14%	
Parkeertarief	2%)	
Op route van / naar werk	1%	
Op de route van / naar andere activiteiten	1%	
Combinatie met bezoek familie / vrienden	1%	
Kwaliteit winkels / producten / service	4%	
Aanwezigheid bepaalde winkels	10%	
Enige winkelgebied / geen andere keuze	1%	
Overdekt winkelcentrum	3%	
Anders	0%	
Weet niet, resp. geen tweede keuze	4%	

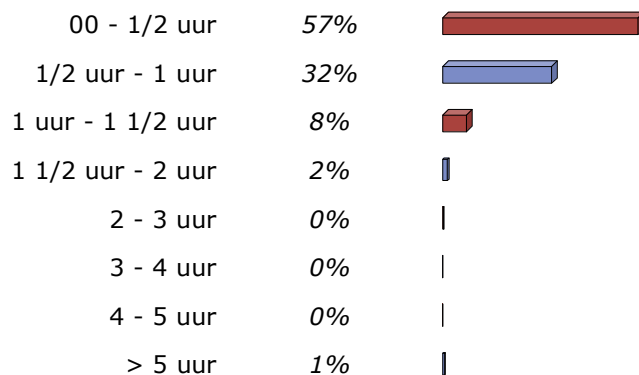
# Tijdsbesteding

## Dagelijkse boodschappen?

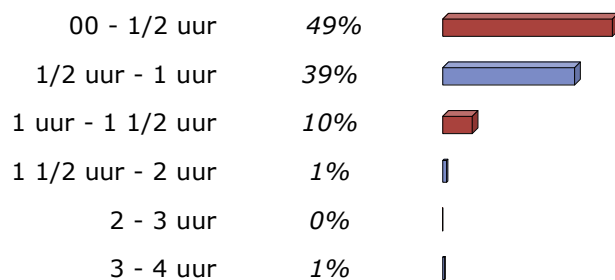


56% van de respondenten geeft aan tussen de 0 – 30 minuten te doen over de boodschappen, terwijl 33% aangeeft hier 0 – 60 minuten over te doen.

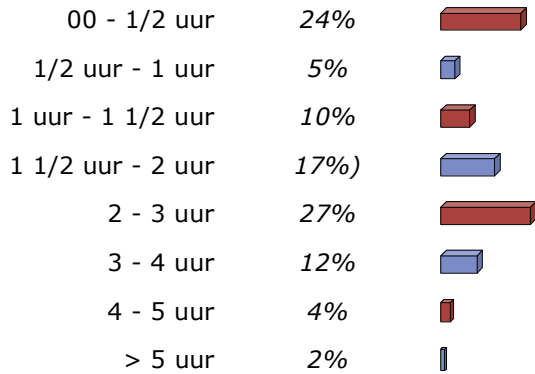
## Dagelijkse boodschappen? (resultaten mannen)



## Dagelijkse boodschappen? (resultaten vrouwen)



### Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)?



29% van de respondenten winkelt tussen de 0 – 60 minuten, terwijl 27% tussen de 1 à 2 uur en 2 à 3 uur winkelt.

### Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)? (resultaten mannen)



### Niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)? (resultaten vrouwen)



### Woonboulevard / winkelcentra met veel woonartikelen?

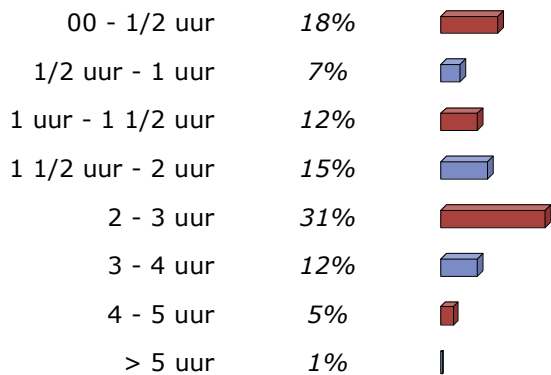


29% van de respondenten bezoekt een woonboulevard tussen de 0 – 60 minuten en tussen de 1 à 2 uur. 27% bezoekt een woonboulevard tussen de 2 à 3 uur.

### Woonboulevard / winkelcentra met veel woonartikelen? (resultaten mannen)

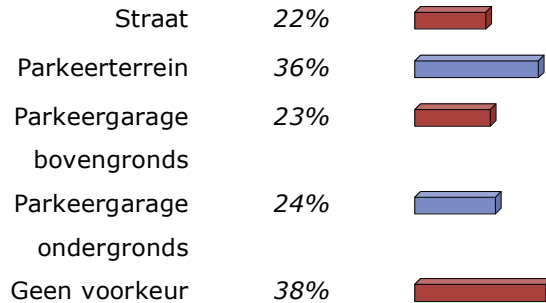


### Woonboulevard / winkelcentra met veel woonartikelen? (resultaten vrouwen)

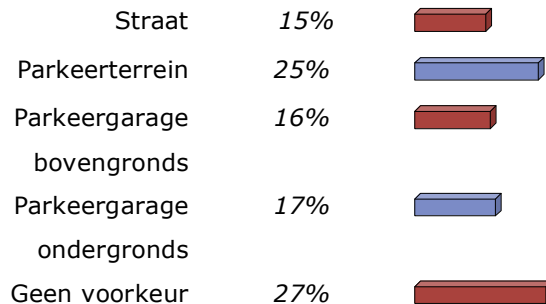


## Parkeren

**Waar parkeert u uw auto het liefste als u gaat winkelen of boodschappen gaat doen? U kunt meerdere antwoorden geven.**



**Waar parkeert u uw auto het liefste als u gaat winkelen of boodschappen gaat doen? U kunt meerdere antwoorden geven. (herleid naar score=100)**



33% van de respondenten parkeert de auto het liefst in een parkeergarage (ondergronds of bovengronds). 27% heeft geen voorkeur en 25% parkeert het liefste op een parkeerterrein.

**Welke parkeervakken hebben uw voorkeur? U kunt meerdere antwoorden geven.**

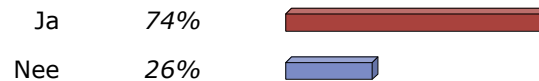


**Welke parkeervakken hebben uw voorkeur? U kunt meerdere antwoorden geven. (herleid naar score=100)**



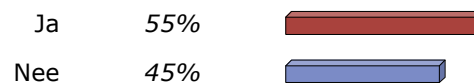
39% van de respondenten parkeert zijn of haar auto het liefste schuin op de weg of rijbaan, in een hoek van 70 graden. 33% maakt het niet uit hoe de parkeervakken gesitueerd zijn.

**In steeds meer gemeenten in Nederland zijn er dynamische Parkeer Verwijs Systemen (PVS). Zij geven aan waar parkeergarages zijn en of er nog parkeerplaatsen vrij zijn. Laat u zich bij een eerste bezoek aan een gemeente door zo'n systeem leiden?**



74% van de respondenten laat zich bij een eerste bezoek aan een gemeente, stad of winkelgebied leiden door een aanwezig PVS.

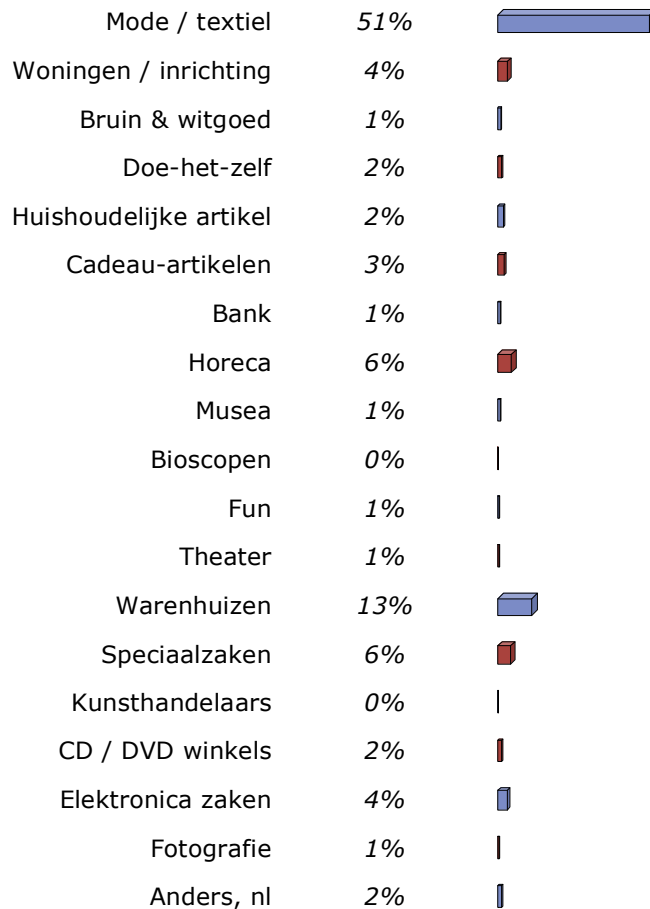
**Laat u zich bij een vervolgbezoek door het Parkeer Verwijs Systeem (PVS) leiden?**



55% van de respondenten laat zich bij een vervolgbezoek ook nog leiden door het PVS.

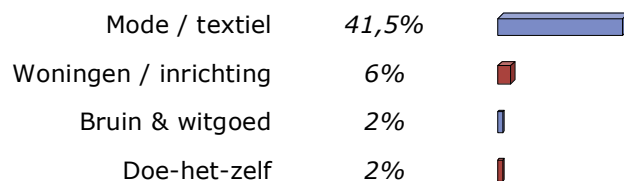
**Welke voorzieningen moeten minimaal aanwezig zijn wilt u een gemeente of winkelcentrum bezoeken voor niet-dagelijkse boodschappen. (winkelen/funshoppen) bezoeken? Geef maximaal 3 publiektrekkers aan.**

**Eerste voorkeur**



51% van de respondenten geeft aan dat in een winkelcentrum minimaal mode of textiel aanwezig moet zijn. 13% kiest voor de minimale aanwezigheid van warenhuizen.

**Eerste voorkeur (resultaten mannen)**



Huishoudelijke artikel	2%	
Cadeau-artikelen	4%	
Bank	1%	
Horeca	7,5%	
Musea	2%	
Bioscopen	0%	
Fun	1%	
Theater	1%	
Warenhuizen	13%	
Speciaalzaken	17%	
Kunsthandelaars	10%	
CD / DVD winkels	2%	
Elektronica zaken	6%	
Fotografie	1%	
Anders, nl	1%	

#### Eerste voorkeur (resultaten vrouwen)

Mode / textiel	68%	
Woningen / inrichting	2%	
Bruin & witgoed	0%	
Doe-het-zelf	1%	
Huishoudelijke artikel	4%	
Cadeau-artikelen	1%	
Bank	1%	
Horeca	2,5%	
Musea	0%	
Bioscopen	0%	
Fun	0%	
Theater	0%	
Warenhuizen	13%	
Speciaalzaken	4%	
Kunsthandelaars	0%	
CD / DVD winkels	0%	
Elektronica zaken	1%	



Fotografie	0%	
Anders, nl	2,5%	▮









### **Tweede voorkeur**

Mode / textiel	12%	▮
Woningen / inrichting	14%	▮
Bruin & witgoed	3%	▮
Doe-het-zelf	3%	▮
Huishoudelijke artikel	10%	▮
Cadeau-artikelen	12%	▮
Bank	1%	
Horeca	8%	▮
Musea	3%	▮
Bioscopen	2%	▮
Fun	3%	▮
Theater	1%	▮
Warenhuizen	12%	▮
Speciaalzaken	6%	▮
Kunsthandelaars	1%	
CD / DVD winkels	3%	▮
Elektronica zaken	5%	▮
Fotografie	0%	
Anders, nl	1%	▮










Tweede voorkeur van de respondenten qua branchering is: woningen/inrichting 14%; mode en textiel, cadeau-artikelen en warenhuizen 12%; huishoudelijke artikelen 10%.

### **Tweede voorkeur (resultaten mannen)**




















Mode / textiel	10%	▮
Woningen / inrichting	13%	▮
Bruin & witgoed	4%	▮
Doe-het-zelf	3%	▮
Huishoudelijke artikel	10%	▮
Cadeau-artikelen	7%	▮

Bank	0,5%	
Horeca	8%	
Musea	3,5%	
Bioscopen	1%	
Fun	3%	
Theater	2%	
Warenhuizen	12,5%	
Speciaalzaken	8%	
Kunsthandelaars	1%	
CD / DVD winkels	4%	
Elektronica zaken	8%	
Fotografie	0,5%	
Anders, nl	1%	

#### **Tweede voorkeur (resultaten vrouwen)**

Mode / textiel	16%	
Woningen / inrichting	16%	
Bruin & witgoed	2%	
Doe-het-zelf	2%	
Huishoudelijke artikel	9%	
Cadeau-artikelen	21%	
Bank	2%	
Horeca	10%	
Musea	1%	
Bioscopen	3%	
Fun	1%	
Theater	0%	
Warenhuizen	10%	
Speciaalzaken	2%	
Kunsthandelaars	0%	
CD / DVD winkels	1%	
Elektronica zaken	2%	
Fotografie	0%	
Anders, nl	2%	













## Derde voorkeur

Mode / textiel	7%	
Woningen / inrichting	5%	
Bruin & witgoed	1%	
Doe-het-zelf	5%	
Huishoudelijke artikel	8%	
Cadeau-artikelen	12%	
Bank	3%	
Horeca	16%	
Musea	1%	
Bioscopen	4%	
Fun	2%	
Theater	1%	
Warenhuizen	12%	
Speciaalzaken	10%	
Kunsthandelaars	0%	
CD / DVD winkels	3%	
Elektronica zaken	7%	
Fotografie	1%	
Anders, nl	2%	





















Belangrijke derde voorkeur bij de branchering is: horeca 16%; cadeau-artikelen en warenhuizen 12% en speciaalzaken 10%.

## Derde voorkeur (resultaten mannen)

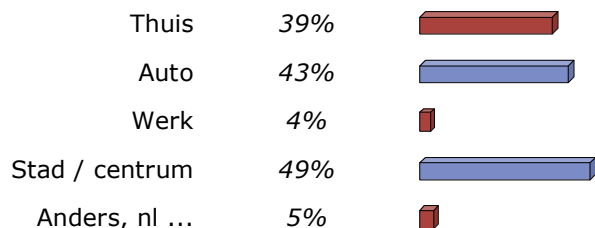
Mode / textiel	7%	
Woningen / inrichting	5%	
Bruin & witgoed	2%	
Doe-het-zelf	6%	
Huishoudelijke artikel	7%	
Cadeau-artikelen	10%	
Bank	3%	

Horeca	15%	
Musea	2%	
Bioscopen	4%	
Fun	2%	
Theater	2%	
Warenhuizen	9%	
Speciaalzaken	9%	
Kunsthandelaars	0,5%	
CD / DVD winkels	4%	
Elektronica zaken	10%	
Fotografie	1%	
Anders, nl	1,5%	

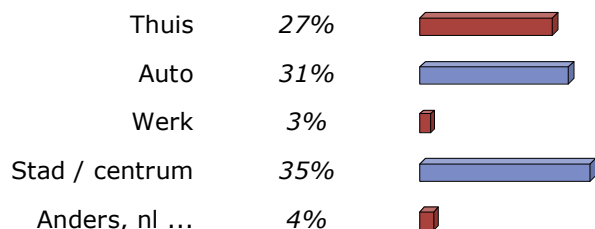
### Derde voorkeur (resultaten vrouwen)

Geen mening	18%	
Mode / textiel	6%	
Woningen / inrichting	4%	
Bruin & witgoed	0%	
Doe-het-zelf	4%	
Huishoudelijke artikel	7%	
Cadeau-artikelen	12%	
Bank	1%	
Horeca	15%	
Musea	0%	
Bioscopen	3%	
Fun	1%	
Theater	0%	
Warenhuizen	14%	
Speciaalzaken	10%	
Kunsthandelaars	0%	
CD / DVD winkels	1%	
Elektronica zaken	1%	
Fotografie	0%	
Anders, nl	1%	

### Waar bepaalt u uw parkeerlocatie? U kunt meerdere antwoorden geven.



### Waar bepaalt u uw parkeerlocatie? U kunt meerdere antwoorden geven. (herleid tot score=100)



35% van de respondenten bepaalt zodra ze in de stad zijn aangekomen waar de auto wordt geparkeerd.

### Waar bepaalt u uw parkeerlocatie? U kunt meerdere antwoorden geven.

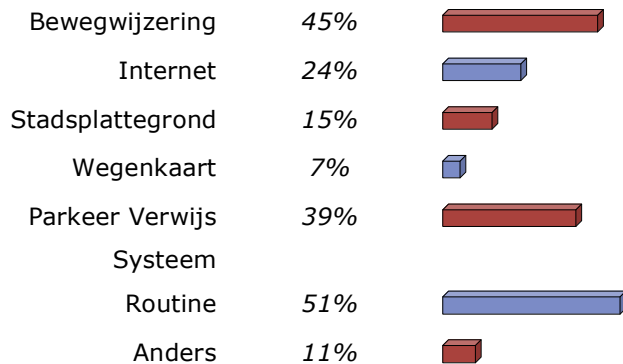
#### Wat is uw geslacht?

	Geslacht Man	Vrouw
<b>Waar Bepaalt parkeerlocatie</b>		
<b>Thuis</b>	16,3%	17%
<b>Auto</b>	18,8%	19,3%
<b>Werk</b>	0,8%	0
<b>Stad / centrum</b>	23,7%	31,1%
<b>Anders, nl ...</b>	5,3%	3%
<b>Auto;Stad / centrum</b>	9,8%	9,6%
<b>Thuis;Stad / centrum</b>	6,5%	4,4%
<b>Thuis;Auto</b>	8,2%	8,1%
<b>Thuis;Auto;Stad / centrum</b>	4,9%	5,2%
<b>Thuis;Werk</b>	2%	0
<b>Thuis;Auto;Werk;Stad / centrum</b>	1,2%	0

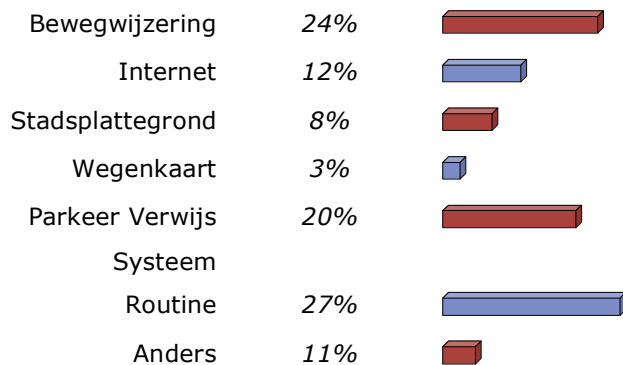
<b>Auto;Werk;Stad / centrum</b>	0,4%	0
<b>Werk;Stad / centrum</b>	0,8%	0
<b>Thuis;Werk;Stad / centrum</b>	0	2,2%
<b>Thuis;Anders, nl ...</b>	0,4%	0
<b>Auto;Anders, nl ...</b>	0,4%	0
<b>Thuis;Auto;Stad / centrum;Anders, nl</b>	0,4%	0
...		

Totaal	64,5%	35,5%	100%
--------	-------	-------	------

**Hoe bepaalt u uw route naar de parkeerlocatie? U kunt meerdere antwoorden geven.**



**Hoe bepaalt u uw route naar de parkeerlocatie? U kunt meerdere antwoorden geven. (herleid tot score=100)**



44% van de respondenten bepaalt de route met behulp van een PVS of bewegwijzering. Andere belangrijke factor is routine (27%).

**Hoe bepaalt u uw route naar de parkeerlocatie? U kunt meerdere antwoorden geven**

**Wat is uw geslacht?**

	<b>Geslacht Man</b>	<b>Vrouw</b>
<b>Hoe bepaalt</b>		
<b>Bewegwijzering</b>	9%	8,8%
<b>Internet</b>	14%	5,1%
<b>Stadsplattegrond</b>	3,2%	1,5%
<b>Wegenkaart</b>	0,8%	0,7%
<b>Parkeer Verwijs Systeem</b>	2,5%	7,3%
<b>Routine</b>	17,6%	19%
<b>Anders</b>	6,6%	3%
<b>Bewegwijzering;Internet</b>	1,2%	1,5%
<b>Internet;Wegenkaart</b>	0,4%	0,7%
<b>Parkeer Verwijs Systeem;Routine</b>	4%	5,1%
<b>Bewegwijzering;Parkeer Verwijs Systeem</b>	6,1%	10,9%
<b>Bewegwijzering;Wegenkaart;Parkeer Verwijs Systeem;Routine</b>	0,4%	0
<b>Bewegwijzering;Parkeer Verwijs Systeem;Routine</b>	7,4%	3%
<b>Bewegwijzering;Routine</b>	4%	7,3%
<b>Internet;Parkeer Verwijs Systeem</b>	1,2%	1,5%
<b>Bewegwijzering;Internet;Parkeer Verwijs Systeem</b>	1,6%	1,5%
<b>Internet;Stadsplattegrond;Wegenkaart;Parkeer Verwijs Systeem;Routine</b>	0,4%	0,7%
<b>Internet;Parkeer Verwijs Systeem;Routine</b>	2,5%	1,5%
<b>Bewegwijzering;Internet;Stadsplattegrond</b>	0,8%	1,5%
<b>Internet;Routine</b>	1,6%	3%
<b>Bewegwijzering;Stadsplattegrond;Routine</b>	1,2%	3%
<b>Stadsplattegrond;Routine</b>	0,8%)	1,5%
<b>Bewegwijzering;Stadsplattegrond;Parkeer Verwijs Systeem;Routine</b>	0,4%	0,7%
<b>Internet;Stadsplattegrond</b>	1,2%	1,5%
<b>Bewegwijzering;Internet;Parkeer Verwijs Systeem;Routine;Anders</b>	0,4%	0

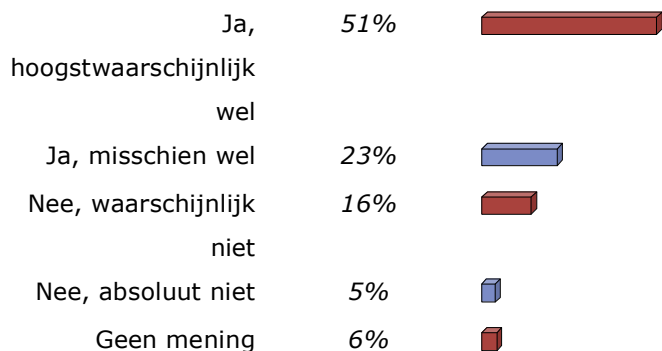
<b>Bewegwijzering;Internet;Stadsplattegrond;Parkeer Verwijs Systeem;Routine</b>	0,8%	0
<b>Bewegwijzering;Internet;Stadsplattegrond;Routine</b>	0,8%	0,7%
<b>Bewegwijzering;Internet;Routine</b>	0,8%	1,5%
<b>Internet;Wegenkaart;Parkeer Verwijs Systeem;Routine</b>	0,8%	0
<b>Bewegwijzering;Parkeer Verwijs Systeem;Anders</b>	2%	0
<b>Bewegwijzering;Parkeer Verwijs Systeem;Routine;Anders</b>	0,8%	0
<b>Bewegwijzering;Internet;Stadsplattegrond;Parkeer Verwijs Systeem</b>	0,4%	0
<b>Stadsplattegrond;Parkeer Verwijs Systeem</b>	1,6%	0,7%
<b>Internet;Anders</b>	0,4%	0,7%
<b>Internet;Stadsplattegrond;Parkeer Verwijs Systeem;Routine</b>	0,4%	0
<b>Internet;Stadsplattegrond;Wegenkaart;Parkeer Verwijs Systeem</b>	0,4%	0
<b>Wegenkaart;Parkeer Verwijs Systeem</b>	0,4%	0
<b>Routine;Anders</b>	1,2%	0,7%
<b>Stadsplattegrond;Parkeer Verwijs Systeem;Routine</b>	0,8%	0
<b>Bewegwijzering;Routine;Anders</b>	0,4%)	1,5%
<b>Bewegwijzering;Internet;Parkeer Verwijs Systeem;Routine</b>	1,2%	1,5%
<b>Bewegwijzering;Internet;Wegenkaart;Parkeer Verwijs Systeem</b>	0,4%	0
<b>Bewegwijzering;Internet;Stadsplattegrond;Wegenkaart</b>	0,4%	0
<b>Bewegwijzering;Stadsplattegrond;Parkeer Verwijs Systeem</b>	0,8%	0,7%
<b>Wegenkaart;Routine</b>	0,8%	0
<b>Parkeer Verwijs Systeem;Anders</b>	1,2%	0
<b>Bewegwijzering;Stadsplattegrond</b>	0,4%	0
<b>Bewegwijzering;Anders</b>	0,4%	0
<b>Bewegwijzering;Internet;Wegenkaart;Parkeer Verwijs Systeem;Routine</b>	0,4%	0,7%
<b>Bewegwijzering;Wegenkaart;Routine</b>	0,4%	0
<b>Bewegwijzering;Stadsplattegrond;Wegenkaart;Parkeer Verwijs Systeem</b>	0,4%	0
<b>Bewegwijzering;Internet;Stadsplattegrond;Wegenkaart;Routine</b>	0,4%	0
<b>Stadsplattegrond;Wegenkaart;Parkeer Verwijs Systeem</b>	0	0,7%
<b>Bewegwijzering;Stadsplattegrond;Wegenkaart</b>	0,4%	0
<b>Bewegwijzering;Stadsplattegrond;Wegenkaart;Routine</b>	0,4%	0



**Bewegwijzering;Internet;Stadsplattegrond;Wegenkaart;Parkeer Verwijs Systeem** 0 0,7%

Totaal	64%	36%	100%
--------	-----	-----	------

**Bezoekt u vaker een parkeerlocatie, als u volledige of gedeeltelijke tegemoetkoming krijgt van de parkeerkosten?**



51% van de respondenten geeft aan dat zij de volgende keer zouden terugkomen, als de parkeerkosten volledig of gedeeltelijk worden vergoed.

**Bezoekt u vaker een parkeerlocatie, als u volledige of gedeeltelijke tegemoetkoming krijgt van de parkeerkosten?**

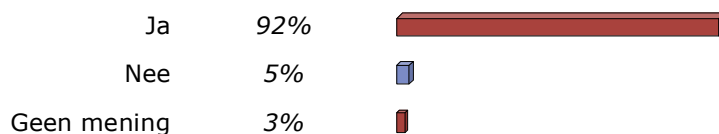
**Wat is uw geslacht?**

	Geslacht Man	Vrouw
<b>waardekaart</b>		
<b>Ja, hoogstwaarschijnlijk wel</b>	42,6%	65,7%
<b>Ja, misschien wel</b>	25,3%	18,2%
<b>Nee, waarschijnlijk niet</b>	18,9%	9,5%
<b>Nee, absoluut niet</b>	6,8%	2,2%
<b>Geen mening</b>	6,4%	4,4%

Totaal	64,5%	35,5%	100%
--------	-------	-------	------

## Parkeer- en autokosten

**Denkt u dat de parkeertarieven de komende vijf jaar zullen blijven stijgen?**



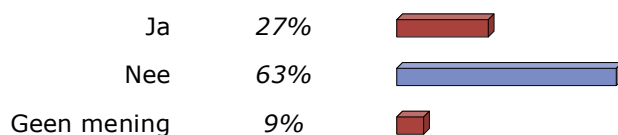
92% van de respondenten denkt dat de parkeerkosten de komende jaren zullen blijven stijgen.

**Denkt u dat de parkeertarieven de komende vijf jaar zullen blijven stijgen?  
Wat is uw geslacht?**

	Geslacht Man	Vrouw
<b>ja/nee p-tarief</b>		
<b>Ja</b>	90,8%	94,9%
<b>Nee</b>	6,4%	1,5%
<b>Geen mening</b>	2,8%	3,6%

Totaal	64,5%	35,5%	100%
--------	-------	-------	------

**Denkt u dat u door het invoeren van rekeningrijden minder snel uw auto zal gebruiken voor het doen van de niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)?**



63% van de respondenten geeft aan dat rekeningrijden *geen* invloed zal hebben op het gebruik van de auto bij het winkelen.

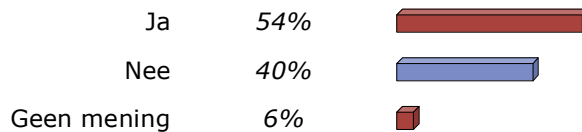
**Denkt u, dat u door het invoeren van rekening rijden minder snel uw auto zal nemen voor het doen van de niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)?**

**Wat is uw geslacht?**

	<b>Geslacht Man</b>	<b>Vrouw</b>
<b>rekening rijden</b>		
<b>Ja</b>	25,2%	31,4%
<b>Nee</b>	67,5%	56,2%
<b>Geen mening</b>	7,3%	12,4%

Totaal	64,2%	35,8%	100%
--------	-------	-------	------

**In een gemeente wordt tolheffing ingevoerd. Heeft dit invloed op uw gebruik van de auto bij het doen van de niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)?**



54% geeft aan dat tolheffing wel invloed zal hebben op het gebruik van de auto bij het winkelen.

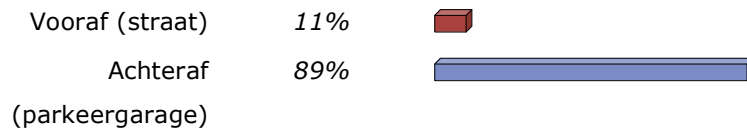
**In een gemeente wordt tolheffing ingevoerd. Heeft dit invloed op uw gebruik van de auto bij het doen van de niet-dagelijkse boodschappen (winkelen/funshoppen)?**

**Wat is uw geslacht?**

	<b>Geslacht Man</b>	<b>Vrouw</b>
<b>Tol</b>		
<b>Ja</b>	54,9%	51,8%
<b>Nee</b>	40,6%	38,7%
<b>Geen mening</b>	4,5%	9,5%

Totaal	64%	36%	100%
--------	-----	-----	------

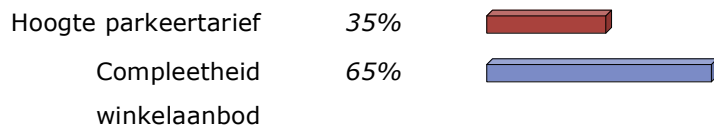
### Op welke wijze betaalt u het liefste voor parkeren?



89% van de respondenten prefereert achteraf betalen.

# Stellingen

## Stelling 1

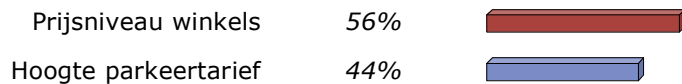


Compleetheid van het winkelaanbod blijkt belangrijker dan de hoogte van het parkeertarief.

	Geslacht Vrouw	Man
<b>stelling 1</b>		
<b>Hoogte parkeertarief</b>	41,3%	31,6%
<b>Compleetheid winkelaanbod</b>	58,7%	68,4%

Totaal	36,3%	63,7%	100%
--------	-------	-------	------

## Stelling 2

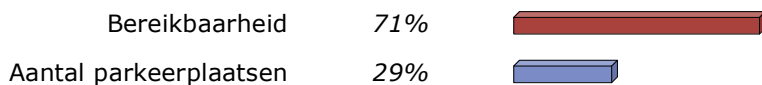


Het prijsniveau van de winkels is belangrijker dan de hoogte van het parkeertarief.

	Geslacht Man	Vrouw
<b>stelling 2</b>		
<b>Prijsniveau winkels</b>	59,7%	48,9%
<b>Hoogte parkeertarief</b>	40,3%	51,1%

Totaal	63,5%	36,5%	100%
--------	-------	-------	------

### Stelling 3

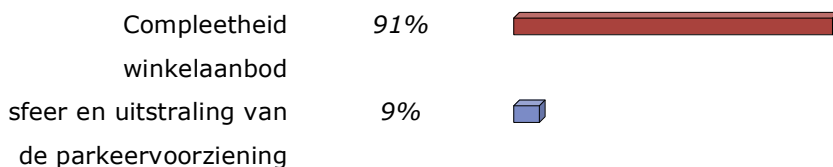


Bereikbaarheid is voor de respondenten belangrijker dan het aantal beschikbare parkeerplaatsen.

	Geslacht Man	Vrouw
<b>stelling 3</b>		
<b>Bereikbaarheid</b>	72%	68,7%
<b>Aantal parkeerplaatsen</b>	28%	31,3%

Totaal	63,4%	36,6%	100%
--------	-------	-------	------

### Stelling 4

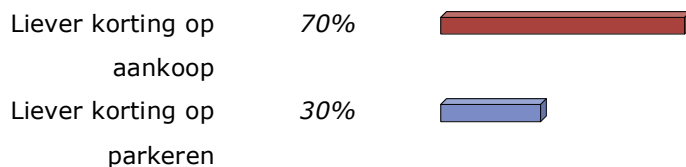


Compleetheid winkelaanbod is belangrijker dan sfeer / uitstraling van de parkeervoorziening.

	Geslacht Man	Vrouw
<b>stelling 4</b>		
<b>Compleetheid winkelaanbod</b>	90,9%	91,7%
<b>sfeer en uitstraling van de parkeervoorziening</b>	9,1%	8,3%

Totaal	63,5%	36,5%	100%
--------	-------	-------	------

## Stelling 5

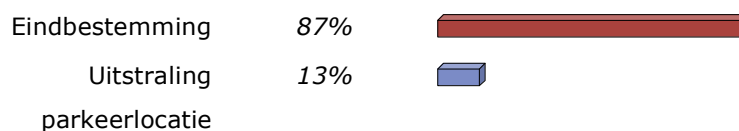


Korting op aankoop wordt hoger gewaardeerd dan korting op parkeren.

	Geslacht Man	Vrouw
<b>Stelling 5</b>		
<b>Liever korting op aankoop</b>	77,8%	57,5%
<b>Liever korting op parkeren</b>	22,2%	42,5%

Totaal	63%	37%	100%
--------	-----	-----	------

## Stelling 6

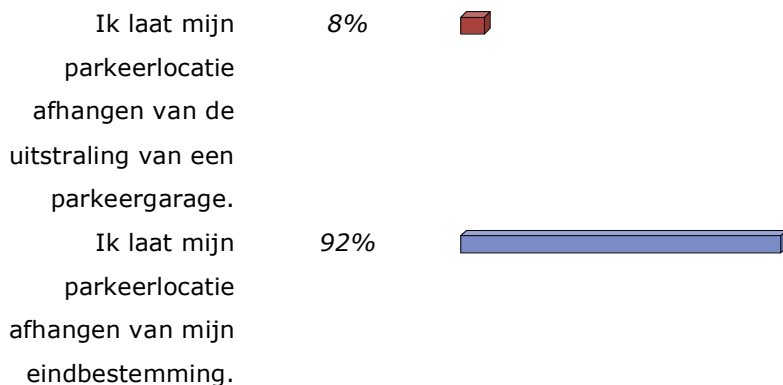


De eindbestemming is bij de keuze voor een parkeerplek belangrijker voor de respondenten dan de uitstraling van de parkeerlocatie.

	Geslacht Man	Vrouw
<b>Stelling 6</b>		
<b>Eindbestemming</b>	86,1%	87,5%
<b>Uitstraling parkeerlocatie</b>	13,9%	12,5%

Totaal	63,5%	36,5%	100%
--------	-------	-------	------

## Stelling 7



Het overgrote merendeel van de respondenten (92%) laat de keuze voor een parkeerlocatie afhangen van de eindbestemming.

	Geslacht Vrouw	Man
<b>stelling 7</b>		
<b>Ik laat mijn parkeerlocatie afhangen van de uitstraling van een parkeergarage.</b>	7,9%	8,6%
<b>Ik laat mijn parkeerlocatie afhangen van mijn eindbestemming.</b>	92,1%	91,4%

Totaal	36,6%	63,4%	100%
--------	-------	-------	------

## Stelling 8





	Geslacht Man	Vrouw
<b>stelling 8</b>		
<b>Ik ben bereid 500 meter extra te lopen, als ik iets op mijn parkeerkosten kan besparen.</b>	48,4%	56,3%
<b>Ik parkeer liever zo dicht mogelijk bij mijn eindbestemming.</b>	51,6%	43,7%

Totaal	63,3%	36,7%	100%
--------	-------	-------	------

### Stelling 9

Als ik een keer een goede parkeerplek weet, parkeer ik daar de volgende keer het liefst weer.	95%	
Ik laat me elke keer weer leiden door het Parkeer Verwijs System.	5%	

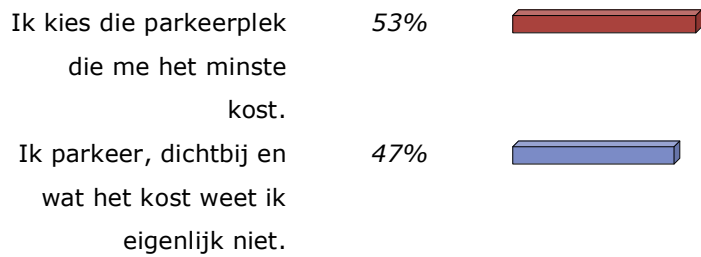
Een goede parkeerplek verleidt de automobilist tot herhaaldgedrag: hij of zij zal vaker op deze plek gaan staan.

	Geslacht Man	Vrouw
<b>stelling 9</b>		
<b>Als ik een keer een goede parkeerplek weet, parkeer ik daar de volgende keer het liefst weer.</b>	94%	96,9%

**Ik laat me elke keer weer leiden door het Parkeer Verwijs Systeem.** 6% 3,1%

Totaal	63,1%	36,9%	100%
--------	-------	-------	------

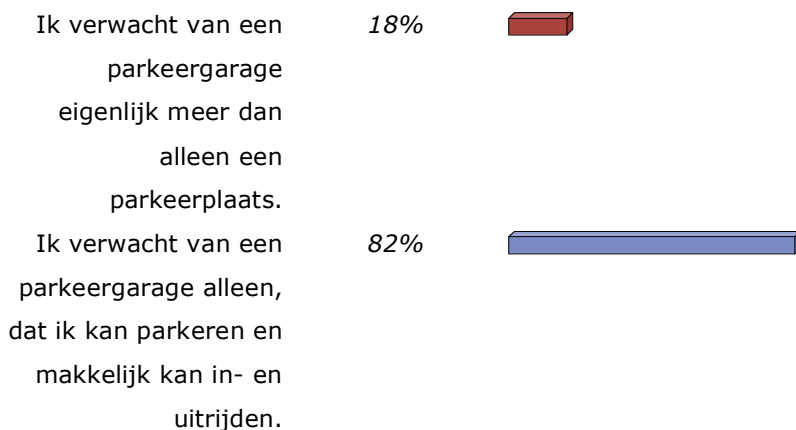
**Stelling 10**



	Geslacht Man	Vrouw
<b>stelling 10</b>		
<b>Ik kies die parkeerplek die me het minste kost.</b>	52,8%	53,6%
<b>Ik parkeer, dichtbij en wat het kost weet ik eigenlijk niet.</b>	47,2%	46,4%

Totaal	63,6%	36,4%	100%
--------	-------	-------	------

## Stelling 11



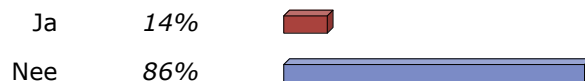
Parkeergemak is voor de respondenten belangrijker dan aanvullende dienstverlening in de parkeergarage.

	Geslacht Vrouw	Man
<b>Stelling 11</b>		
<b>Ik verwacht van een parkeergarage eigenlijk meer dan alleen een parkeerplaats.</b>	18,5%	17,7%
<b>Ik verwacht van een parkeergarage alleen, dat ik kan parkeren en makkelijk kan in- en uitrijden.</b>	81,5%	82,3%

Totaal	36,6%	63,4%	100%
--------	-------	-------	------

## Beleving

### Vindt u het eng om in een parkeergarage te parkeren?



86% van de respondenten vindt het **niet** eng om in een parkeergarage te parkeren.

### Vindt u het eng om in een parkeergarage te parkeren?

#### Wat is uw geslacht?

	Geslacht Man	Vrouw
<b>Eng</b>		
<b>Ja</b>	19	30
<b>Nee</b>	206	98

Totaal	63,7%	36,3%	100%
--------	-------	-------	------

### Stelling 1: Ik parkeer liever in een parkeergarage die bemand is



77% van de respondenten parkeert het liefste in een bemande parkeergarage.

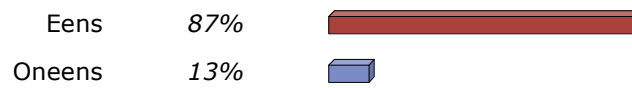
### Ik parkeer liever in een parkeergarage die bemand is.

#### Wat is uw geslacht?

	Geslacht Man	Vrouw
<b>StellingEinde 1</b>		
<b>Eens</b>	74,6%	82%
<b>Oneens</b>	25,4%	18%

Totaal	63,6%	36,4%	100%
--------	-------	-------	------

**Stelling 2: Cameratoezicht in een parkeergarage verhoogt mijn veiligheidsgevoel.**



87% van de respondenten vindt dat cameratoezicht het veiligheidsgevoel verhoogt.

**Camera toezicht in een parkeergarage verhoogt mijn veiligheidsgevoel.**

**Wat is uw geslacht?**

	<b>Geslacht Man</b>	<b>Vrouw</b>
<b>StellingEinde 2</b>		
<b>Eens</b>	86%	89%
<b>Oneens</b>	14%	11%

Totaal	63,3%	36,7%	100%
--------	-------	-------	------