

Aan de slag met de binnenstad

Groep 4

Jan-Willem van Zutven, Pieter Heidema & Tom Grobben



21/01/16

Inhoudsopgave

1. INLEIDING EN AANLEIDING.....	3
2. DOEL.....	3
3. ONDERZOEKSVRAAG EN DOELGROEP.....	3
4. THEORETISCH KADER	3
5. METHODE VAN ONDERZOEK	5
6. RESULTATEN ENQUÊTE.....	6
7. PERSONAS	7
8. CONCLUSIE EN AANBEVELINGEN	12
9. BRONNENLIJST	13
10. BIJLAGEN	14
BIJLAGE 10.1 BEGRIPPENLIJST	14
BIJLAGE 10.2 ENQUÊTE	15
BIJLAGE 10.3 RESULTATEN ENQUÊTE	20

1. INLEIDING EN AANLEIDING

De gemeente Wageningen geeft in haar visiedocument 'Aan de slag met de binnenstad' aan dat de binnenstad een vitale, levendige en gezellige plek moet zijn voor bewoners en bezoekers. Hiervoor dient een leidraad gevormd te worden die de gemeente kan gebruiken voor de prioritering van de inzet van overheidsmiddelen (Reesink en Van Burgsteden, 2015). De gemeente Wageningen wil dit project graag uitvoeren in nauwe samenwerking met de inwoners van Wageningen. Door bijeenkomsten te organiseren waarbij geïnteresseerde Wageningse burgers input kunnen leveren voor de toekomst van de binnenstad, heeft de gemeente Wageningen een groot aantal meningen en adviezen geïnventariseerd. Opmerkelijk is dat deze bijeenkomsten nauwelijks werden bezocht door studenten, waardoor de gemeente een nog onvolledig beeld heeft van deze doelgroep. De gemeente zou daarom graag de leefstijlen en consumptiepatronen van Wageningse studenten in kaart willen brengen.

2. DOEL

Hiertoe is een groep WUR-studenten gevraagd onderzoeksmethoden aan te leveren waar de gemeente de leefstijlen en consumptiepatronen van de Wageningse studenten mee kan analyseren. Derhalve is het doel van dit onderzoek om een methode in kaart te brengen die de gemeente kan helpen met het achterhalen van de leefstijlen en consumptiepatronen binnen deze doelgroep. Daarnaast worden er ook resultaten gegeven van de uitvoer van de methode die in dit project wordt gebruikt.

3. ONDERZOEKSVRAAG EN DOELGROEP

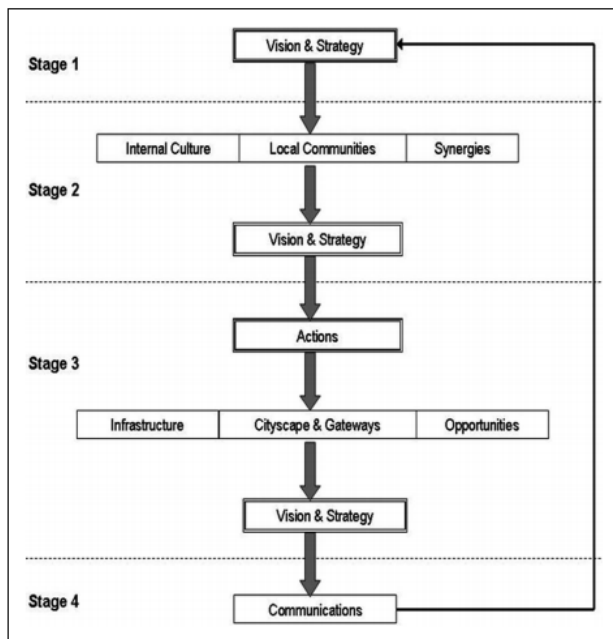
In verband met het korte tijdsbestek waarin dit onderzoek zal plaatsvinden, ligt de focus op Nederlandse WUR-studenten die in de binnenstad van Wageningen wonen. Dit is tevens ook de doelgroep. In dit onderzoek staat de volgende onderzoeksvraag centraal:

Onderzoeksvraag

Op welke manier kan gemeente Wageningen de identiteit van Nederlandse WUR-student die wonende is in de binnenstad in kaart brengen, met daarbij de focus op levensstijl en consumptie, en hoe ziet het resultaat van deze methode eruit?

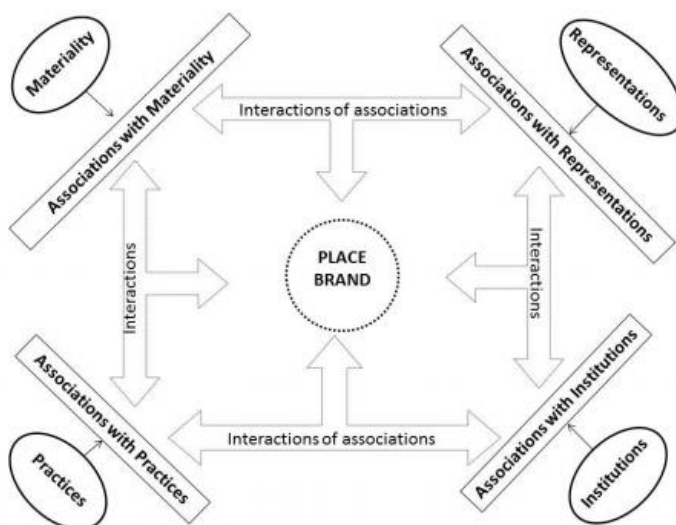
4. THEORETISCH KADER

Bovenstaande opdracht is een schakel in het proces van de ontwikkeling van een place brand voor de gemeente Wageningen. Een place brand is een soort 'merk' dat bij een bepaalde stad hoort. Met andere woorden, de onderscheidende kenmerken die worden toegewezen door een groep personen aan een stad (Pryor et. al. 2007). In het proces van de ontwikkeling van een place brand worden 4 fasen doorlopen die in figuur 1 zijn weergegeven. In de eerste stap worden de visie en strategie geformuleerd voor de bepaalde stad. In de tweede stap worden deze verder ontwikkeld en aangepast door belanghebbenden. Vervolgens wordt er een concreet actieplan opgezet dat in de laatste stap wordt gecommuniceerd naar de belanghebbenden. De visie die de gemeente Wageningen heeft opgesteld in de vorm van het visiedocument "aan de slag met de binnenstad" is stap 1. Het verslag dat momenteel voor u ligt schrijft over stap 2.



Figuur 1: Fases "Place Branding" (Pryor et. al. 2007)

Het onderzoek naar beelden van WUR-studenten bij de binnenstad wordt theoretisch gefundeerd op het Place Brand Formation-model (Karavatzis & Kalandides, 2015). Dit model geeft de door Läßle (1991) ontwikkelde vier elementen weer die gezamenlijk een 'place brand' in de gedachten van mensen vormt. *Materiality* bevat de fysieke infrastructuur, zoals gebouwen, straten, winkels. *Practices* zijn alle activiteiten die mensen ondernemen in deze fysieke infrastructuur, zoals winkelen en uitgaan. *Institutions* behelzen wet- en regelgevende instanties, zoals het lokale gemeentebestuur. *Representations* zijn de associaties die de binnenstad oproept bij -in dit geval- WUR-studenten. De vier elementen interacteren met elkaar en vormen gezamenlijk een zogenoemde "place brand". Onderstaand is het Place Brand formation-model weergegeven (figuur 2). Bij de samenstelling van de enquêtevragen is rekening gehouden met de vier elementen uit het Place Brand Formation-model door deze in de vragen op te nemen, dan wel te integreren door de elementen te benoemen in de antwoordmogelijkheden.



Figuur 2 Place Brand formation model (Karavatzis & Kalandides, 2015)

Persona's

De levensstijlen en consumptiepatronen van de doelgroep zullen in kaart worden gebracht aan de hand van zogenaamde 'Persona's'. Persona's zijn abstracties van groepen consumenten die gemeenschappelijke kenmerken en behoeften delen (Pruitt & Adin, 2006). Deze persona's zullen beschreven worden in een verhalende vorm, hierdoor zal de persona het karakter krijgen van een levend persoon en kunnen de behoeften van de persona beter in de context gebracht worden. Dit heeft als voordeel dat het eenvoudiger wordt om de inwoners van de binnenstad te identificeren (Ma & Lerouge, 2007).

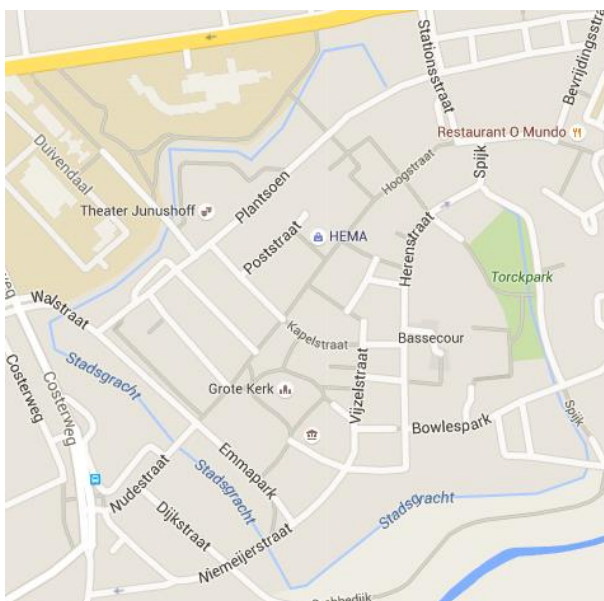
Begrippen

In dit onderzoek worden termen gebruikt zoals leefstijl, consumptiepatroon, identiteit, et cetera. Om een eenduidig kader te hanteren is in bijlage 1 een begrippenkader opgenomen met definities van de gebruikte termen.

5. METHODE VAN ONDERZOEK

De methode van onderzoek gaat de gemeente helpen met het in kaart brengen van de identiteit van de WUR-student die in de binnenstad woont. Onderstaand zal worden beschreven hoe deze methode is opgebouwd. In de eerste stap zal de doelgroep worden geanalyseerd. Middels een enquête zijn 24 WUR-studenten wonend in de binnenstad van Wageningen benaderd. Om een beeld te krijgen van verschillende levensstijlen en consumptiepatronen van de studenten is de enquête opgesteld aan de hand van een reeks vragen die gebaseerd zijn op de vier elementen van het place brand formation-model (zie theoretisch kader). Aan de hand van de uitkomsten van deze enquêtes en verdere discussies met enkele excentrieke respondenten zijn vervolgens een aantal persona's ontwikkeld die de volledige doelgroep representeert. Met de verschillende persona's die ieder een eigen levensstijl en consumptiepatroon hebben kan een duidelijk beeld worden geschept van de WUR-studenten die wonend zijn in de binnenstad van Wageningen.

Onder 'WUR-studenten die in de binnenstad van Wageningen wonen' vallen alle WUR-studenten die binnen de grenzen van de stadsgracht wonen. Zie figuur 1 voor een kaart van het centrum van Wageningen.



Figuur 3 Centrum Wageningen

6. RESULTATEN ENQUÊTE

Middels de enquête, die te vinden is in bijlage 2, zijn persoonlijke gegevens, consumentengedrag en de vrijetijdsbesteding van 23 WUR-studenten wonende in de binnenstad verkregen. Onderstaand worden de resultaten samengevat weergegeven. Voor de uitgebreide resultaten kan worden verwezen naar bijlage 3.

Persoonlijke gegevens

Het resultaat van de enquête zijn 23 respondenten. Al deze respondenten zijn WUR-studenten die wonend zijn in de binnenstad van Wageningen. 12 respondenten zijn vrouwelijk en 11 respondenten zijn mannelijk. De minimale leeftijd van de respondenten is 18 jaar en de maximale leeftijd is 24 jaar. De gemiddelde leeftijd is 21 jaar. 13 van de 23 respondenten doen een Bachelor en 10 van de 23 doen momenteel een Master opleiding. Het aantal jaar dat men in Wageningen woont varieert tussen 3 maanden en 5½ jaar.

Vrijetijdsbesteding

Onder vrije tijd wordt in het onderzoek verstaan, de tijd die je buiten je studie en werk vrij te besteden hebt.

Algemeen

Dit varieert tussen de 0 en 80 uur per week waarbij 9 respondenten aangeven 21 tot 40 uur per week aan vrije tijd te besteden hebben en 6 respondenten hebben 41 tot 60 uur vrije tijd per week te besteden. Het gros van de respondenten (16) geven aan dat zij 's-avonds de meeste vrije tijd hebben. De overige respondenten gaan vrij divers om met de vrije tijd die zij hebben. Een scala aan activiteiten die worden uitgevoerd zijn, sporten, sociale activiteiten met vrienden (koffie drinken, uitgaan, relaxen op de bank, studentenvereniging), film/serie/tv, bijbaantje en commissiewerk. Bij de vraag waarbij verschillende keuzes werden opgelegd voor het besteden van vrije tijd in de binnenstad van Wageningen komt naar voren dat horeca voor drinken, bioscoop en winkelen respectievelijk het populairst zijn. Daarnaast werd ook "naar de markt gaan" als andere vrijetijdsbesteding gegeven.

Wat wordt er in de binnenstad gemist

Door de 23 respondenten is 48 keer aangegeven dat zij dingen missen in de binnenstad van Wageningen (meerdere kiezen was mogelijk). Bij uitstek worden goedbezochte horeca- en uitgaansgelegenheden, bekende kledingzaken, ontspanning en werk- en studeerplekken het meest gemist.

Weekenden

Elke respondent blijft minimaal 1 keer per maand in het weekend in Wageningen. Nooit blijven studenten 4 keer per maand in het weekend in Wageningen. De belangrijkste redenen om in het weekend naar huis toe te gaan zijn familie, vrienden en omdat er in het weekend niets te doen is in de binnenstad. De respondenten zien dan ook graag dat er meer feestjes en activiteiten worden georganiseerd.

Studentenvereniging

Vrijetijdsbesteding wordt ook opgevuld door lid te zijn van een studentenvereniging. 13 van de 19 respondenten die deze vraag hebben ingevuld is lid van een studentenvereniging. Deze 13 respondenten geven aan nooit, 1 keer, 2 keer of 3 keer per week hierheen te gaan. Dit is afhankelijk van of de student een Bachelor of Masteropleiding doet.

Sporten

Er wordt een evenredig aantal keer (0 tot 4 keer per week) gesport door de respondenten. 3 respondenten sporten 0 keer per week, 15 respondenten sporten 1, 2 of 3 keer per week en 1 student sport 4 keer per week. De meest voorkomende sporten zijn hardlopen, fitness en voetbal.

Consumptiepatronen

Gezien een normale week worden verschillende winkels en horecagelegenheden (exclusief supermarkten) bezocht in de binnenstad. De winkels en horeca die het meest worden bezocht zijn de Hema, Action, Kruidvat en Bagels & Beans. Er worden bekende kledingwinkels gemist in het aanbod, suggesties bestaan uit de H&M, Zara, Mango en Pull&Bear. Gezien het winkelaanbod niet voldoet voor de respondenten wordt er al snel een beroep gedaan op grotere steden die goed bereikbaar zijn zoals Arnhem, Utrecht. Ook online shoppen wordt als alternatief gekozen.

7. PERSONAS

Bovenstaande resultaten geven een duidelijk beeld weer hoe de algemene WUR-student die wonende is in de binnenstad van Wageningen hun vrije tijd besteden en hoe hun consumptiepatronen eruit zien. Om excentrieke persona's te ontdekken is daarnaast ook naar de respondent als individu gekeken. Door te kijken naar excentrieke levensstijlen zijn vervolgens de persona's ontwikkeld die kunnen worden gezien als abstractie van een grotere groep. Deze zijn hieronder weergegeven aan de hand van een persona format.

- Persona 1: De vrouwelijke Master student die lid is van een studentenvereniging en al 5,5 jaar in de binnenstad van Wageningen woont.
- Persona 2: De mannelijke Bachelor student die lid is van een studentenvereniging en 1 jaar in de binnenstad van Wageningen woont.
- Persona 3: De mannelijke Master student die geen lid is van een studentenvereniging en 2 jaar in de binnenstad van Wageningen woont.
- Persona 4: De vrouwelijke Bachelor student die geen lid is van een studentenvereniging en dit jaar in de binnenstad van Wageningen is komen wonen.

Op de volgende pagina zijn de persona's weergegeven in een format dat de WUR-student specifieker beschrijft.



NAAM

ANNE

LEEFTIJD

23

GESLACHT

VROUW

AANTAL JAAR IN WAGENINGEN

6 JAAR

MASTER / BACHELOR

MASTER

OPLEIDING

LEVENSMIDDELENTECNOLOGIE

STUDENTENVERENIGING

JA, KSV

HOBBY'S

SPORTEN

SPORT

UNIEHOCKEY, FITNESS EN TENNIS

BIJBAAN

BALIMEDEWERKER BONGERD



VRIJETIJSBESTEDING

ANNE IS BEZIG MET HET AFRONDEN VAN HAAR MASTERSTUDIE. OOK AL IS ANNE ERG DRUK MET HET SCHRIJVEN VAN HAAR THESIS, HET LUKT HAAR WEL OM 'S AVONDS TIJD VRIJ TE MAKEN OM LEUKE ACTIVITEITEN VERRICHTEN. EEN SPORTIEVE MEID ZOALS ANNE IS, VINDT HET GEWELDIG OM TUSSEN HET LEREN DOOR TE SPORTEN. ANNE IS DAARBIJ ERG TEVREDEN OVER HET AANTAL SPORTEN DIE ZE KAN BEOEFENEN. DAARINTEGEN MIST ZE SOMS WEL WAT ACTIVITEITEN DIE WORDEN GEORGANISEERD IN WAGENINGEN. ZE VINDT HET NAMELIJK EEN TIKKELTJE ZAAI IN DE BINNENSTAD VAN WAGENINGEN. VOORAL NU ANNE OUDER WORDT EN PRAKTISCH NOOIT MEER NAAR HAAR STUDENTENVERENIGING GAAT. ANNE VINDT NAMELIJK DAT ZE DAAR TE OUD VOOR IS EN GAAT DAAROM LIEVER NAAR EEN CAFE ZOALS DE ZAAIER OF DE VLAAMSCHE REUS. ANNE BLIJFT REGELMATIG IN WAGENINGEN TIJDENS HET WEEKEND. DE REDEN OM IN WAGENINGEN TE BLIJVEN IS HAAR WERK. INDIEN ZE ANDER WERK ZOU HEBBEN, ZOU ANNE MINDER VAAK IN WAGENINGEN BLIJVEN. ZE ZOU WAGENINGEN DAN VAKER VERLATEN OMDAT ZE VINDT DAT ER TE WEINIG MENSEN IN WAGENINGEN ZIJN TIJDENS HET WEEKEND.



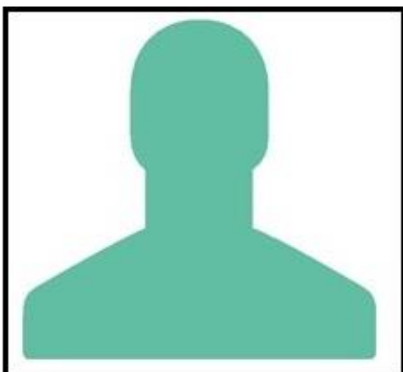
CONSUMPTIEPATROON

ANNE VINDT NAAST SPORTEN, WINKELN OOK EEN ERG LEUKE ACTIVITEIT OM TE DOEN. WANNEER ZE IN WAGENINGEN GAAT WINKELN BEZOECT ZE VAAK DE HEMA, ETOS, KRUIDVAT EN DE ACTION. MAAR ZE ZOU GRAAG MEER WINKELS ZIEN IN WAGENINGEN. WANNEER ER EEN XENOS, H&M, ZARA EN/OF EEN PULL&BEAR ZOU KOMEN, DAN ZOU ANNE ERG BLIJ WORDEN. DIT SCHEELT HAAR DAN VEEL REISTIJ, OMDAT ZE VOOR DEZE WINKELS VAAK NAAR ARNHEM OF UTRECHT GAAT.



WAT WORDT GEMIST IN DE BINNENSTAD

- GROTER AANBOD VAN KLEDINGWINKELS
- EEN STUDIEPLAATS IN DE BINNENSTAD
- MEER EVENEMENTEN/ACTIVEITEN (ZOALS MUZIEKFESTIVALS)
- MEER STUDENTEN



NAAM

JANTJE

LEEFTIJD

20

GESLACHT

MAN

AANTAL JAAR IN WAGENINGEN	1 JAAR
MASTER / BACHELOR	BACHELOR
OPLEIDING	BEDRIJFS- EN CONSUMENTENWETENSCHAPPEN
STUDENTENVERENIGING	JA, CERES
HOBBY'S	SPORTEN, VRIENDEN, TV KIJKEN EN ACTEREN
SPORT	HARDLOPEN EN VOETBAL
BIJBAAN	GEEN



VRIJTIJDSBESTEDING

JANTJE HEEFT ALS EERSTE JAAR BACHELORSTUDENT, ZONDER BIJBAAN, IN EEN NORMALE WEEK ONGEVEER TUSSEN 41 EN 60 UUR VRIJ TE BESTEDEN. DEZE VRIJE TIJD BESTEED JANTJE GRAAG AAN SPORTEN, TV KIJKEN, ACTEREN EN EEN BIERTJE DRINKEN MET VRIENDEN. OMDAT JANTJE LID IS VAN DE TONEELGROEP VAN CERES EN DAARNAAST OOK GRAAG ZIJN BIERTJES DRINKT OP CERS, IS HIJ VAAK OP DE VERENIGING TE VINDEN. OMDAT BIER DRINKEN OVER HET ALGEMEEN VEEL ENERGIE KOST, MOET JANTJE WEL VAAK WEL BIJSLAPEN IN DE OCHTEND. DE MIDDAG IS DAAROM HET JUISTE MOMENT OM WAT TIJD AAN DE STUDIE TE SPENDEREN. INDIEN JANTJE NIET OP CERES TE VINDEN IS, KIJKT HIJ GRAAG EEN FILM IN DE BIOSCOOP OF NEEMT HIJ DEEL AAN EEN GEORGANISEERDE PUBQUIZ MET ZIJN HUISGENOTEN. IN HET WEEKEND GAAT JANTJE GRAAG NAAR THUISTHUIS. HIJ VINDT HET BELANGRIJK DAT HIJ ZIJN FAMILIE WEKELIJKS ZIET. AF EN TOE MAAKT HIJ EEN UITZONDERING EN HIJ BLIJFT HIJ IN WAGENINGEN. VAAK BETEKENT DIT DAT ER EEN ACTIVITEIT IN WAGENING WORDT GEORGANISEERD (VAAK DOOR VRIENDEN) WAAR HIJ BIJ WIL ZIJN.



CONSUMPTIEPATROON

JANTJE IS GEBOREN EN GETOGEN IN AMERSFOORT EN AANGEZIEN HIJ NOG VAAK NAAR THUISTHUIS GAAT IN HET WEEKEND, KOOPT HIJ LIEVER KLEDING IN AMERSFOORT. JANTJE VINDT NAMELIJK DAT HET AANBOD VAN WINKELS IN AMERSFOORT BETER IS DAN IN WAGENINGEN. WANNEER JANTJE IN WAGENINGEN IS, VERWEND HIJ ZICHZELF WEL GRAAG EN GAAT HIJ GRAAG NAAR EEN SPECIAALZAAK ZOALS DE BAKKER OF DE SLAGER. KWALITEIT VINDT HIJ BELANGRIJKER DAN KWANTITEIT.

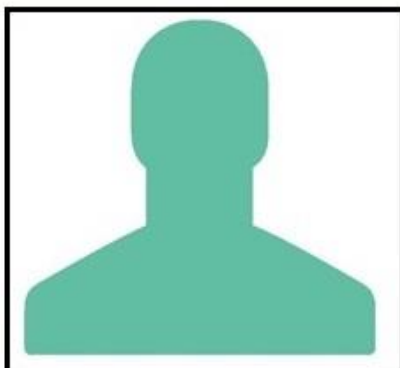


WAT WORDT GEMIST IN DE BINNENSTAD

- PLEKKEN WAAR JE HEEN KUNT MET VRIENDEN EN ACTIVITEITEN KUNT DOEN
- LEUKE UITGAANSGELEGENHEDEN
- GROTER AANBOD VAN KLEDINGWINKELS



PERSOONLIJKE GEGEVENS



NAAM

KEES

LEEFTIJD

24

GESLACHT

MAN



ACHTERGRONDINFORMATIE

AANTAL JAAR IN WAGENINGEN	2 JAAR
MASTER / BACHELOR	MASTER
OPLEIDING	MANAGEMENT ECONOMICS & CONSUMER STUDIES
STUDENTENVERENIGING	NEE
HOBBY'S	SPORTEN, VRIENDEN, AIESEC
SPORT	HARDLOPEN, VOETBAL
BIJBAAN	SCHRIJVEN ONDERNEMERSPLANNEN



VRIJETIJDSEBESTEDING

KEES HEEFT IN EEN NORMALE WEEK ONGEVEER TUSSEN DE 21 EN 40 UUR VRIJ TE BESTEDEN. DOOR ZIJN STUDIE HEEFT KEES VOORAL 'S-AVONDS VRIJE TIJD. DEZE VULT HIJ OP MET ZIJN HOBBY'S, BIJBAANTJE EN AIESEC. HET BIJBAANTJE EN AIESEC KAN HIJ THUIS UITVOEREN VANACHTER ZIJN BUREAU MAAR HIJ ZOU HET FIJN VINDEN OM DIT TE DOEN IN EEN MEER SOCIALERE OMGEVING ZOALS EEN LOUNGE, KOFFIEBARRETJE OF BIBLIOTHEEK IN DE BINNENSTAD. DAARNAAST GAAT HIJ OOK GRAAG EEN BIERTJE DRINKEN MET WAT VRIENDEN, DAN KOMT HIJ VAAK TERECHT BIJ ÉÉN VAN DE STUDENTENVERENIGINGEN DIE WAGENINGEN BIJDT OMDAT IN DE KROEGEN IN DE BINNENSTAD TE HEEL WEINIG TE BELEVEN VALT. IN HET WEEKEND GAAT KEES BIJNA ALTIJD NAAR HUIS. EEN REDE HIERVOOR IS DAT HIJ DAN ZIJN FAMILIE EN VRIENDEN KAN ZIEN. DAARNAAST WORDT HIJ OOK NIET OVERTUIGD DOOR WAGENINGEN OM IN HET WEEKEND TE BLIJVEN, ER IS IN HET WEEKEND VRIJWEL NOOIT IETS TE DOEN.



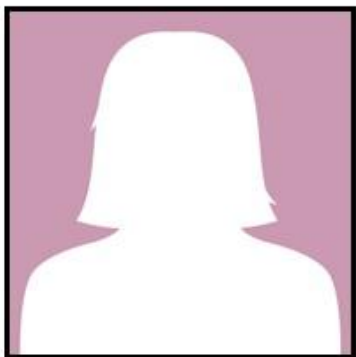
CONSUMPTIEPATROON

WINKELN IS NIET DE GROOTSTE HOBBY VAN KEES. HIJ KOMT DAN VAAK OOK NIET VERDER DAN DE HEMA, ACTION EN KRUIDVAT. SOMS HEEFT HIJ WEL WAT KLEREN NODIG MAAR DEZE HAALT HIJ DAN NIET IN WAGENINGEN. HIJ BESTELT DE KLEREN ONLINE OF GAAT NAAR EEN STAD WAAR MEER KLEDINGZAKEN TE VINDEN ZIJN DIE HEM IN DE SMAAK VALLEN.



WAT WORDT GEMIST IN DE BINNENSTAD

- LOUNGEPLEK WAAR JE RUSTIG KUNT WERKEN / STUDEREN EN WAAR OOK ANDERE STUDENTEN HEEN GAAN.
- BEKENDERE EN BETAALBARE KLEDINGWINKELS ZOALS MANGO, ZARA.
- LEUKE UITGAANSGELEGENHEDEN DIE OOK DAADWERKELIJK DRUK BEZOCHT WORDEN (IN HET WEEKEND).
- PLEKKER WAAR JE RUSTIG KUNT CHILLEN MET VRIENDEN EN ACTIVITEITEN KUNT DOEN, DENK AAN EEN BOWLINGBAAN O.I.D.



NAAM

LOESJE

LEEFTIJD

19

GESLACHT

VROUW

AANTAL JAAR IN WAGENINGEN 1 JAAR

MASTER / BACHELOR BACHELOR

OPLEIDING DIERWETENSCHAPPEN

STUDENTENVERENIGING NEE

HOBBY'S WINKELN, KOKEN EN AFSPREKEN MET VRIENDEN

SPORT FITNESS

BIJBAAN KLEDINGWINKEL MEDEWERKSTER



VRIJETIJSBESTEDING

LOESJE IS EEN EERSTE JAAR BACHELORSTUDENT, DIE IN EEN NORMALE WEEK TUSSEN DE 41 EN 60 UUR VRIJE TIJD TE BESTEDEN HEEFT. LOESJE NEEMT DE STUDIE ERG SERIEUS EN BESTEED OVER HET ALGEMEEN DE OCHTEND EN MIDDAG AAN HAAR STUDIE. HIERDOOR IS ZE IN STAAT OM ELKE AVOND VRIJ TE HOUDEN VOOR ANDER ACTIVITEITEN DAN STUDEREN. IN HAAR VRIJE TIJD GAAT ZE GRAAG MET VRIENDINNEN OF HAAR VRIENDJE EEN KOPJE KOFFIE OF EEN WIJNTJE DRINKEN IN DE BINNENSTAD. LOESJE MOET SOMS WEL STRENG ZIJN OP HAAR VRIENDJE, AANGEZIEN HIJ NIET GRAAG NAAR WAGENINGEN KOMT. HET KOST IN VERHOUDING VEEL TIJD VOOR HAAR VRIENDJE OM NAAR WAGENINGEN TE KOMEN VANUIT DEVENTER. DESONDANKS HET REIZEN HEEFT LOESJE HET WEL NAAR HAAR ZIN IN DE GEZELLIGE BINNENSTAD WAGENINGEN MET HAAR VRIENDJE. OP VRIJDAG AVOND GAAT LOESJE REGELMATIG NAAR THUISTHUIS OM TE WERKEN EEN KLEDINGWINKEL, WAAR LOESJE AL VAN KLEINS AF AAN WERKT. LOESJE VINDT HET EEN ERG LEUK BAANTJE. LOESJE HAD ALLEEN LIEVER IN WAGENINGEN WILLEN WERKEN, DIT SCHEELT LOESJE VEEL REISTIJD.



CONSUMPTIEPATROON

LOESJE HOUDT ERG VAN SHOPPEN EN BEZOEKT WEKELIJKS ALLE KLEDINGWINKELS IN WAGENINGEN. DESONDANKS LOESJE REGELMATIG ELKE KLEDINGWINKEL BEZOEKT, HOUDT ZE WEL EXTRA GELD OVER SINDE ZE IN WAGENINGEN WOONT. DIT KOMT OMDAT WAGENINGEN NIET GESCHIKT IS OM HAAR DURE HOBBY UIT TE VOEREN. MET HET BEPERKT AANTAL WINKELS IS ZE VAAK BINNEN EEN UUR AL UITGEWINKELD. VAAK COMPENSEERT ZE DIT IN HET WEEKEND WANNEER ZE VRIENDINNEN OPZOEKT IN ANDERE STEDEN.



WAT WORDT GEMIST IN DE BINNENSTAD

- PLEKKEN WAAR JE HEEN KUNT MET VRIENDEN EN ACTIVITEITEN KUNT DOEN
- GROTER AANBOD VAN KLEDINGWINKELS
- EEN STUDIEPLAATS IN DE BINNENSTAD
- EEN TREINSTATION OF EEN BETERE VERBINDING MET DE BINNENSTAD VAN WAGENINGEN

8. CONCLUSIE EN AANBEVELINGEN

Het Place Brand Formation model, waar dit onderzoek op gebaseerd is, biedt een wetenschappelijke basis voor verder onderzoek onder inwoners van Wageningen. De enquêtevragen, gesprekken en persona's zijn samengesteld op basis van dit model. Gezien de resultaten blijkt dat het gebruik van dit model in de praktijk een handvat biedt in de samenstelling van persona's.

Het gebruik van persona's in combinatie met het bovengenoemde model blijkt geschikt te zijn om de identiteit van de doelgroep in kaart te brengen met de focus op vrijetijdsbesteding en consumptiepatronen. De 24 respondenten zijn onder te verdelen in vier persona's die elk een afspiegeling zijn van een deel van de doelgroep. Dit helpt de gemeente Wageningen om een inzicht in de identiteit van de doelgroep te krijgen. Tevens kan deze methode van onderzoek voor de gemeente Wageningen een richtlijn vormen voor toekomstig onderzoek.

Waar in dit onderzoek wordt gefocust op de lifestyle in de vorm van vrijetijdsbesteding en consumptiepatronen kunnen er ook andere aandachtspunten worden gekozen. Daarnaast kunnen de vier persona's die zijn ontwikkeld worden gebruikt om een identiteit voor de binnenstad van Wageningen te achterhalen. Dieper ingaand op de gevonden persona's zijn verschillende interessante bevindingen gedaan. Zo blijkt, dat er in de huidige situatie niet voldoende goedbezochte horeca- en uitgaansgelegenheden worden aangeboden en dat er te weinig activiteiten worden georganiseerd om de WUR-studenten wonende in de binnenstad enthousiast te maken. In het weekend gaan de studenten hierdoor vaak richting hun geboorteplaats omdat er te weinig te doen is in Wageningen. Onder de activiteiten die worden aangeboden valt ook het winkelaanbod van Wageningen. De respondenten geven aan dat er te weinig bekende kledingzaken aanwezig zijn om te gaan winkelen in de binnenstad waardoor alternatieve steden of internet worden gekozen. Verder is meerdere malen aangegeven dat een trendy werk- en studeerplek in de binnenstad ontbreekt waar studenten overdag en 's-avonds bij elkaar kunnen komen zoals de Spot (Orion).

Punten van aandacht

De samenstelling van de inwoners van Wageningen en hun wensen is geen statisch gegeven, maar is dynamisch; de wensen van de huidige inwoners kunnen over vijf jaar zomaar anders zijn. Het is daarom goed om periodiek de mening van inwoners te inventariseren rondom thema's als de binnenstad. Permanente vestiging van een 'binnenstadwinkel' (zoals op dit moment in de Hoogstraat) is daar een goed voorbeeld van. Daarnaast is een punt van aandacht dat, gezien de korte tijdsspanne van dit onderzoek en het feit dat er naar één onderzoeksmethode is gekeken, een vervolgonderzoek naar de meest optimale onderzoeksmethode voor deze doelgroep gewenst is.

9. BRONNENLIJST

Young-Eisendrath, P., & Dawson, T. (2008). *The Cmbridge Companion to Jung*. Cambridge University.

Van der Horst, H. (Componist). (2016). *Leisure*. Wageningen.

Ashmore, R. D. (2001). *Social identity, intergroup conflict, and conflict reduction*. . Oxford University Press.

Grunert, K., & Grunert, S. (1995). *International journal of research in marketing*.

Kavaratzis, M., & Kalandides, A. (2015). Environment and Planning A. In *Rethinking the place brand: the interactive formation of place brands and the role of participatory place branding* (p. 14).

Ma, J., & Le Rouge, C. (2007). *Introducing user profiles and personas into information systems development*. AIS: Americas Conference on information system.

Pruitt, J., & Adlin, T. (2006). *The Persona lifecycle: Keeping people in mind throughout product design*. San Fransisco: Morgan Kafmann.

Reesink, R., & Burgsteden, M. (2015). *Aan de slag met de binnenstad*. Wageningen: Gemeente Wageningen.

10. BIJLAGEN

BIJLAGE 10.1 BEGRIPPENLIJST

Vrije tijd

In sociologische termen is vrije tijd de tijd die niemand anders kan claimen, volgens de normen en waarden die gelden in de sociale omgeving van een persoon en die past bij de sociale rol van die persoon. (Lecture 3, Hilje van der Horst, 7 januari 2016)

Sociale identiteit

De manier waarop mensen zichzelf (en anderen) categoriseren als leden van sociale groepen, hoe ze zichzelf identificeren met bepaalde sociale groepen, en de neiging die mensen hebben zichzelf op te trekken door lidmaatschap van de sociale groep waar men lid van is als meer begerenswaardig te zien dan lidmaatschap van een andere sociale groep (Tajfel, 1982; Turner, 1987; Myers, 1999)

Levensstijl

De manier waarop een persoon zijn/haar leven inricht en gedraagt op basis van persoonlijke waarden. In psychologische termen een systeem van cognitieve structuren dat situatie-specifieke percepties linkt aan cognitieve categorieën en uiteindelijk naar persoonlijke waarden (Grunert & Grunert, 1995).

Consumptiepatroon (persona)

De frequentie, hoeveelheid van en wijze waarop goederen en diensten worden afgenomen en gebruikt (door de betreffende persona).

BIJLAGE 10.2 ENQUÊTE

Wat is je naam?

Wat is je leeftijd?

16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30

Leeftijd

A horizontal slider control with a red circular marker at the beginning, indicating the selected age value.

Ben je Bachelor of Master -student?

Bachelor

Master

Hoeveel jaar woon je al in Wageningen?

Hoeveel uren hebt u ongeveer per week vrij te besteden?

(Onder VRIJE TIJD wordt verstaan, de tijd die je buiten je studie en werk vrij te besteden hebt)

0 tot 20

21 tot 40

41 tot 60

61 tot 80

81 tot 100

Meer dan 100

Op welk moment beschikt u gemiddeld over de meeste vrije tijd?

's Ochtends

's Middags

's Avonds

Verschilt vaak per week

Wat zijn activiteiten die u uitvoert in uw vrije tijd? (meerdere activiteiten mogelijk)

Waar besteed jij je vrije tijd aan in het centrum van Wageningen?

Horeca, voor voedsel

Horeca, voor drinken

Kroegsporten zoals darten en poolen

Pubquiz

Winkelen

Bioscoop

Bibliotheek

Anders namelijk...

Op welke gebieden mis je nog aanbod in de binnenstad van Wageningen?

Horeca en Uitgaan

Werk- en studeerplekken

Ontspanning

Kledingzaken

Speciaalzaken

Anders

Het aanbod is voldoende in de binnenstad van Wageningen

Gezien de vorige vraag, wat mis je nog in de binnenstad?

Hoeveel weekenden per maand ben je over het algemeen in Wageningen?

0 van de 4

1 van de 4

2 van de 4

3 van de 4

4 van de 4

Wat zijn uw redenen om het weekend niet in Wageningen door te brengen?

Wat zou er in de binnenstad aangepast moeten worden om u vaker in Wageningen te laten blijven tijdens het weekend? Hoe en waarom?

Wat zijn je hobby's?

Zit je bij een studentenvereniging?

Ja

Nee

Hoe vaak per week ben je op de vereniging?

Nooit

1 keer per week

2 keer per week

3 keer per week

4 keer per week

5 keer per week of vaker

Hoe vaak sport je per week?(minimaal 30 minuten fysieke inspanning)

0 keer

1 keer

2 keer

3 keer

4 keer of vaker

Welke sport(en) beoefen je?

Gezien een normale week, welke winkels (exclusief supermarkt) bezoek je zoal in de binnenstad van Wageningen?

Wat mis je in het winkelaanbod? (exclusief supermarkten)

Indien het winkelaanbod in Wageningen niet voldoet, wat zijn voor u de alternatieven?

BIJLAGE 10.3 RESULTATEN ENQUÊTE

2. Wat is je leeftijd?

#	Answer	Min Value	Max Value	Average Value	Standard Deviation	Responses
1	Leeftijd	18.00	30.00	21.65	2.62	23

3. Ben je Bachelor of Master -student?

#	Answer	Response	%
1	Bachelor	13	57%
2	Master	10	43%
	Total	23	100%

Statistic	Value
Min Value	1
Max Value	2
Mean	1.43
Variance	0.26
Standard Deviation	0.51
Total Responses	23

4. Hoeveel jaar woon je al in Wageningen?

Text Response
2
5
2
5.5
1,5 jaar
4
1,5
4,5
3 maanden
3
1.5
1,5
1
3.5
2.5
2
3.5
3.5
2
2
1
2
1

Statistic	Value
Total Responses	23

5. Hoeveel uren hebt u ongeveer per week vrij te besteden?(Onder VRIJE TIJD wordt verstaan, de tijd die je buiten je studie en werk vrij te besteden hebt)

#	Answer	Response	%
1	0 tot 20	3	16%
2	21 tot 40	9	47%
3	41 tot 60	6	32%
4	61 tot 80	1	5%
5	81 tot 100	0	0%
6	Meer dan 100	0	0%
	Total	19	100%

Statistic	Value
Min Value	1
Max Value	4
Mean	2.26
Variance	0.65
Standard Deviation	0.81
Total Responses	19

6. Op welk moment beschikt u gemiddeld over de meeste vrije tijd?

#	Answer	Response	%
1	's Ochtends	0	0%
2	's Middags	2	11%
3	's Avonds	16	84%
4	Verschilt vaak per week	3	16%

Statistic	Value
Min Value	2
Max Value	4
Total Responses	19

7. Wat zijn activiteiten die u uitvoert in uw vrije tijd? (meerdere activiteiten mogelijk)

Text Response
Sporten, vrienden, films/series kijken
Bier drinken, stukje lopen, koffie drinken
Studentenvereniging
Drankje doen, chillen op de bank
Sporten, Eten, Vrienden, Film avondjes
Commissiewerk, uitgaan, studentenvereniging, huisactiviteiten, bijbaantje
Hockey, horeca
Sporten, Studentenvereniging (Bier drinken), Gastcolleges volgen, Films (Movie-W, Heerenstraat Theater).
studentenvereniging, vriendin, thuis chillen
AIESEC, bijles geven, commissie Biologica en opleidingscommissie, vluchteling helpen met Nederlands, ouders af en toe eens bezoeken.
uiteenlopend
naar Studentenvereniging, Bijbaantje, ouders opzoeken, weekendjes met vrienden
Series kijken, wat drinken op het terras, bij mijn studentenvereniging zijn, AIESEC
Koffie drinken, slapen
Sporten, winkelen, drankjes doen, afspreken met vrienden
Sport, drankje doen met vrienden, film kijken
AIESEC, sport, filmkijken met vrienden
sporten, chillen, tv kijken
vrienden, film kijken en koken

Statistic	Value
Total Responses	19

8. Waar besteed jij je vrije tijd aan in het centrum van Wageningen?

#	Answer	Response	%
1	Horeca, voor voedsel	6	32%
2	Horeca, voor drinken	15	79%
3	Kroegsporten zoals darten en poolen	2	11%
4	Pubquiz	5	26%
5	Winkelen	9	47%
6	Bioscoop	11	58%
7	Bibliotheek	0	0%
8	Anders namelijk...	4	21%

Anders namelijk...
Studentenvereniging sporten
Naar de Markt gaan!!

Statistic	Value
Min Value	1
Max Value	8
Total Responses	19

9. Op welke gebieden mis je nog aanbod in de binnenstad van Wageningen?

#	Answer	Response	%
1	Horeca en Uitgaan	15	79%
2	Werk- en studeerplekken	7	37%
3	Ontspanning	7	37%
4	Kledingzaken	15	79%
5	Speciaalzaken	3	16%
6	Anders	1	5%
7	Het aanbod is voldoende in de binnenstad van Wageningen	1	5%

Statistic	Value
Min Value	1
Max Value	7
Total Responses	19

10. Gezien de vorige vraag, wat mis je nog in de binnenstad?

Text Response
Lounge
Studeerruimte en meer kledingwinkels
Leuke winkels en levendige uitgaansgelegenheden
Kledingwinkels
Een studentencafé waar maaltijden hoogstens 4,50 kosten (daghap) en drankjes max 1 euro. Gerund door en voor studenten, met muziek.
Een studeerplek zou zeer gewaardeerd worden
grootschalerige winkels, hippe tenten in het centrum(starbucks, macdonalds etc.)
Een discotheek ofzo
Een treinstation, genoeg kroegen die langer open zijn, fatsoenlijke winkels
Echt een leuke club om uit te gaan en waar je kan dansen ipv meer de kroegjes die er nu zijn.
meer leuke winkels, plek waar je goed kunt stappen
Kledingwinkels
Een leuke club, activiteiten in het weekend
Niet specifiek, maar mag van alles wel iets meer zijn ofzo
Grotere winkelketen (H&M bijvoorbeeld), Meer uitgaansgelegenheden buiten verenigingen
Meer keuze qua kledingzaken en een plek waar gestudeerd kan worden in het centrum. Thuis is het vaak te druk om te studeren

Statistic	Value
Total Responses	16

11. Hoeveel weekenden per maand ben je over het algemeen in Wageningen?

#	Answer	Response	%
1	0 van de 4	0	0%
2	2 van de 4	8	42%
3	3 van de 4	5	26%
4	4 van de 4	0	0%
5	1 van de 4	6	32%
	Total	19	100%

Statistic	Value
Min Value	2
Max Value	5
Mean	3.21
Variance	1.73
Standard Deviation	1.32
Total Responses	19

12. Wat zijn uw redenen om het weekend niet in Wageningen door te brengen?

Text Response
Familie, Vrienden
Andere mensen bezoeken
Niet echt iets te doen
Weinig te doen, saai
Bezoek bij mijn ouders, of bij vrienden.
Geen activiteiten
Mensen opzoeken in andere steden
Bezoek ouders, werk in Utrecht, geen disco's open op vrijdag/zaterdag.
gezelligheid thuisthuis, dode bedoening: geen clubs of iets dergelijks
Als ik in Wageningen niets te doen heb, als ik in mijn oude omgeving een verjaardag ofzo heb
heb geen zin om ver te reizen en bovendien is dit nu mijn woonplaats
Ouders opzoeken of een activiteit van mijn bestuur & met vriendinnen.
Familie in een andere stad
Andere verplichtingen of familie
Vrienden, werk, studie
Weekend weg, naar ouders
Vrienden/Ouders in Breda
familie
Weinig mensen blijven en thuis heb ik nog vrienden

Statistic	Value
Total Responses	19

13. Wat zou er in de binnenstad aangepast moeten worden om u vaker in Wageningen te laten blijven tijdens het weekend? Hoe en waarom?

Text Response
Meer en leukere activiteiten zoals feestjes.
meer activiteiten schilderen, muziek oftewel cultureel
Meer activiteiten
Meer feesten, activiteiten in de stad, muziek
Bijna iedereen gaat naar huis, dus de binnenstad is uitgestorven. Als er meer studenten bleven zou het gezelliger zijn.
Meer muziek, meer eetcafés die hip zijn ipv de standaard kroegen aan de markt.
Meer mensen moeten in Wageningen blijven. Teveel mensen vertrekken tijdens het weekend. Ik mis af en toe leuke activiteiten/ evenementen
Studentencafé met daghap voor €5/6, moderne/hippe discotheek.
minder krotterigheid en leegstand, betere verbinding met andere steden, meer activiteiten
Ik ga eigenlijk vrij weinig uit, dus ik maak al niet echt gebruik van het aanbod dat er is. Misschien is het voor mij dus best prima
festivals, en een grotere binnenstad waar wat te beleven is
Niets, als ik niets anders op de planning heb blijf ik al hier.
meer activiteiten 's avonds voor jongeren
Meer activiteiten
Meer winkels, meer activiteiten
Leuk uitgaan, dan nodig je vrienden van andere steden toch sneller uit in plaats van daarheen te gaan
Winkels open op zondag
weet ik niet
Meer activiteiten zodat meer mensen blijven

Statistic	Value
Total Responses	19

14. Wat zijn je hobby's?

Text Response
Voetbal, uitgaan, hardlopen, films kijken.
Bass gitaar spelen
koken, zeilen, winkelen, feesten
Sporten
Eten, drinken, Sporten, vrienden, lezen
Muziek, fotografie
hockey, zeilen, snowboarden en met vrienden chillen
Films/Documentaires kijken, Uitgaan, Lezen, AIESEC,
voetbal, films kijken
Sporten, iets nuttigs doen, mezelf ontwikkelen, lezen, gamen
leuke dingen doen met vrienden
Muziek maken, uitgaan
voetballen, wat drinken, lezen
Afspreken met vriendinnen
Sporten, leuke dingen doen met vrienden
Sport, film kijken,
Hockey, lezen, snowboarden, piano spelen
sporten
Shoppen, afspreken met vrienden en koken

Statistic	Value
Total Responses	19

15. Zit je bij een studentenvereniging?

#	Answer	Response	%
1	Ja	13	68%
2	Nee	6	32%
	Total	19	100%

Statistic	Value
Min Value	1
Max Value	2
Mean	1.32
Variance	0.23
Standard Deviation	0.48
Total Responses	19

16. Hoe vaak per week ben je op de vereniging?

#	Answer	Response	%
1	Nooit	1	8%
2	1 keer per week	3	23%
3	2 keer per week	3	23%
4	3 keer per week	6	46%
5	4 keer per week	0	0%
6	5 keer per week of vaker	0	0%
	Total	13	100%

Statistic	Value
Min Value	1
Max Value	4
Mean	3.08
Variance	1.08
Standard Deviation	1.04
Total Responses	13

17. Hoe vaak sport je per week?(minimaal 30 minuten fysieke inspanning)

#	Answer	Response	%
1	0 keer	3	16%
2	1 keer	5	26%
3	2 keer	4	21%
4	3 keer	6	32%
5	4 keer of vaker	1	5%
	Total	19	100%

Statistic	Value
Min Value	1
Max Value	5
Mean	2.84
Variance	1.47
Standard Deviation	1.21
Total Responses	19

18. Welke sport(en) beoefen je?

Text Response
Hardlopen en voetbal
hardlopen
Unihockey, fitness
Hardlopen en spinnen
hockey
Hardlopen, Surfen, Fitness, Tennis
hardlopen, voetbal
(zaal)voetbal, fietsen (mtb), hardlopen, dansen (stiekem op m'n kamer of juist in 't weekend:p)
hardlopen
Cursussen van de Bongers, met name power dumbell
voetbal, squash, hardlopen
Fitness, hardlopen, power dumpell
Hardlopen, fitnessdingen
fitness (in de zomer ook hockey)
hardlopen, voetbal
fitness

Statistic	Value
Total Responses	16

19. Gezien een normale week, welke winkels (exclusief supermarkt) bezoek je zoal in de binnenstad van Wageningen?

Text Response
Jack-jones, scapino, lidl, hema
Hema en action
Hema, action, kruidvat
Hema, Etos, Kruidvat, Action
Hema, Etos, Bagel en beans, le perron
Blokker
Action, Hema en de kaasspeciaal zaak
Woudenberg, Bagels&Beans, Hema, Blokker, Coffeeshop,
allerlei winkelketens als ik bijv. (sport)kleding, huishoudelijke dingen, cadeautjes, fietsonderdelen etc. nodig heb
action, hema,
Open32, Hema, Etos
hema, Al Diwan, vero moda, hunkemoller
Hema, Action
-
Hema of kruidvat, evt een kledingwinkel
HEMA, snoepwinkeltje, action
bakker
Hema

Statistic	Value
Total Responses	18

20. Wat mis je in het winkelaanbod? (exclusief supermarkten)

Text Response
Goede kledingwinkels
kleding, H en M. Even wat makkelijke kleding
Zara, h&m, mango etc. & Xenos
Xenos, H&M, Zara, Pull&Bear
Gezelligere tentjes zoals le perron maakt de binnenstad gezelliger
Speciaalzaakjes, grote winkels zoals een bijenkorf
Misschien een H en M
Kringloopwinkel, Electronica winkel,
Niks, veel dingen bestel ik online (electronica bijv.)
H&M, V&D, McDonalds
Wat leukere kledingzaken bv een maison scots, anne van toor, dept winkel etc.
meer kledingwinkels voor vrouwen
kledingzaken
Kledingzaken, leuke sneupwinkeltjes
mango of zara
De wat minder reguliere winkels
kledingwinkels
Een ruimer aanbod in kledingzaken

Statistic	Value
Total Responses	18

21. Indien het winkelaanbod in Wageningen niet voldoet, wat zijn voor u de alternatieven?

Text Response
Meer diversiteit en bekendere (kledingmerken), ook winkels waar je kunt chillen met een bakkie pleur.
Andere steden
Arnhem en Utrecht
Utrecht, Arnhem
Amsterdam maar Arnhem is een stuk dichterbij
Utrecht
Online shoppen of bij mijn ouders in Enschede
Ruimere openingstijden voor de kringloopwinkel, bestellen op Internet, Utrecht, Arnhem.
internet, andere steden
hiervoor zijn geen alternatieven. Ik ga naar deze winkels omdat ik de landelijke kwaliteit ken
zie vorige vraag
Arnhem
Thuishuis in Zwolle winkelen
Meer kleding zaken in de binnenstad, meer kleine leuke winkeltjes om te bezoeken
In Breda winkelen
amersfoort
Arnhem is de dichtstbijzijnde

Statistic	Value
Total Responses	17