

't Stad
is van
iedereen.



Antwerpse monitor Jaarrapport 2011



Jaarrapport Antwerpse monitor Stad Antwerpen

Rapportering editie 2011

© Stad Antwerpen, mei 2012

Bron:

Survey data Antwerpse monitor

Verwerking door:

Stad Antwerpen, studiedienst stadsobservatie en marketing & communicatie

Inhoudstabel

Inhoudstabel	3
Inleiding	5
Hoofdstuk 1: Situering en opzet van de Antwerpse monitor	6
1.1 Situering en context	6
1.2 Doelstellingen	7
1.3 De gegevensverzameling	7
1.4 De onderzoeksvragen	8
1.4.1 Vaste indicatoren	8
1.4.2 Variabele indicatoren voor heel 2011	10
1.5 Het onderzoeksmateriaal	15
1.5.1 Respons	16
1.5.2 Representativiteit van de steekproeven	16
1.5.3 Weging	20
1.6 Analyse en rapporteringsmogelijkheden	21
1.6.1 Standaard rapporteringen	21
1.6.2 Thematische analyse en rapporteringen	21
1.6.3 Evoluties op langere termijn	21
1.6.4 Geografische verfijning en segmentering	21
1.7 Leeswijzer bij de grafieken	22
Hoofdstuk 2: Een stad om in te wonen	23
2.1 Context	24
2.1.1 Uit administratieve bron	24
2.1.2 Huisvesting	26
2.2 Wonen in de stad, wonen in een buurt	28
2.2.1 Levenskwaliteit in de stad	28
2.2.2 Verhuizen	34
2.2.3 De staat van de stad	42
2.2.4 Wonen in en rond hoogbouw	43
2.3 Mobiliteit	46
2.3.1 Verplaatsingsgedrag	46
2.3.2 Schoolomgeving, fietspaden, openbaar vervoer en parkeerplaatsen	49
2.3.3 Tevredenheid over aanbod voorzieningen op stedelijk niveau	52
Hoofdstuk 3: Een stad om in te werken en te leren	54
3.1 Werk, economie, detailhandel en horeca	55
3.1.1 Winkelaanbod in de buurt	55
3.1.2 Toekomstverwachtingen over de werkgelegenheid	58
3.2 Onderwijs, jeugd en kinderopvang	59
3.2.1 Aanbod kleuter- en lageronderwijs	59
3.2.2 Aanbod kinderopvang	60
3.3 Employer branding stad Antwerpen	60
Hoofdstuk 4: Een bruisende stad	63
4.1 Vrije tijd	64
4.2 Cultuur en sport	65
4.2.1 Deelname aan diverse activiteiten	65
4.2.2 Voorzieningen voor sport en cultuur in de buurt	73

4.2.3	Geïnformeerd over sport en cultuur	76
4.2.5	Voorzieningen voor jongeren en kinderen in de buurt	77
4.3	Kennis van en deelname aan evenementen	79
4.4	Kennis en bezoek Antwerpse musea	83
4.5	Frequent bezochte plaatsen tijdens de zomermaanden	84
	Hoofdstuk 5: Een veilige en propere stad	86
5.1	Stads- en buurtonderhoud: een goed onderhouden publieke ruimte	87
5.1.1	Properheid stad en straat	87
5.1.2	Inspanning stadsbestuur en inwoners laatste maand met betrekking tot properheid straat ..	89
5.2	Veiligheid	89
5.2.1	Verkeersveiligheid	89
5.2.2	Subjectief onveiligheidsgevoel, overlast en risico op slachtofferschap	93
5.4	Kennis en contact met wijkagent	99
5.5	Evaluatie van de dienstverlening van Lokale Politie Antwerpen	101
	Hoofdstuk 6: Een stad voor en door iedereen	107
6.1	Context	108
6.1.1	Mediagebruik	108
6.2	Mate van geïnformeerd zijn	110
6.3	Campagnes	112
6.3.1	Campagne Music for Life	112
6.3.2	Campagne Cinema Valentijn	115
6.3.3	Campagne Club Centraal, startfeest AEYC	116
6.3.4	Campagne De Blauwe Lijn	118
6.3.5	Campagne Antwerpen is 100% jong, ook deze zomer (AEYC)	119
6.3.6	Campagne Deze zomer is 't op de Kaaien te doen	121
6.3.7	Campagne Merci om trager te rijden	123
6.3.8	Campagne 't Stad, we werken eraan	126
6.3.9	Appreciatie campagnes	127
6.4	Maximale toegang tot kwaliteitsvolle gezondheidszorg op maat	130
6.4.1	Voorzieningen voor senioren op buurtniveau	130
6.4.2	Dienstencentra	131
6.5	<i>Samen leven in de buurt</i>	133
6.6	Stad Antwerpen, verdraagzame stad?	139
	Hoofdstuk 7: Een goed georganiseerde en bestuurde stad	141
7.1	Kennis en gebruik diensten	141
7.2	Tevredenheid over het stadsbestuur	143

Inleiding

Wat voor ligt is het tweede volledige jaarrapport van de Antwerpse monitor. Hierin geven we een overzicht van al het materiaal dat we verzamelden op basis van de Antwerpse monitor in 2011.

Het is een volledig rapport in de zin dat alle vragen die we aan de Antwerpenaren stelden in dit rapport aan bod komen. Het is geen uitputtend of exhaustief rapport in die zin dat onder andere meer uitgebreide analyses en segmentatie oefeningen die we deden niet in dit rapport zijn opgenomen.

We willen de lezer dan ook verwijzen naar:

- Wijk-atlas Antwerpse monitor 2011: bundelt de resultaten *in geografisch perspectief* in de vorm van kaarten. Deze wijkatlas maakt deel van dit jaarrapport maar wordt in een afzonderlijke bundel gerapporteerd.
- Quick-scan kwartaal rapport: dit rapport bundelt de resultaten *in tijdsperspectief* in de vorm van grafieken op kwartaalniveau (kwartaal 1 2011 tot en met kwartaal 1 2012)
- Marktinzichten uit de Antwerpse monitor: dit rapport bundelt een aantal concrete *uitgediepte analyses en segmentaties* die op basis van de gegevens bekomen zijn.

In juli 2009 besliste het college van burgemeester en schepenen om de Antwerpse monitor in te zetten als onderzoeksinstrument. Deze Antwerpse monitor maakt het mogelijk om de strategische doelstellingen van het stadsbestuur permanent op te volgen en te bewaken. De Antwerpse monitor maakt het ook mogelijk om te rapporteren, wat met dit document voor de tweede keer gebeurt.

De Antwerpse monitor is tot stand gekomen door een samenwerking van de stedelijke diensten met een aantal gespecialiseerde externe bedrijven:

- ontwerp van het onderzoek: stad Antwerpen, BZ/studiedienst stadsobservatie en MC/cel marktonderzoek, uitgewerkt met het onderzoeksbureau Made4it uit Oudenaarde
- vragenlijst: stad Antwerpen, BZ/studiedienst stadsobservatie en MC/cel marktonderzoek, Made4it.
- professor emeritus Jaak Billiet en prof. dr. Marc Swyngedouw van de K.U.Leuven gaven kritische feedback op de ontwerp-vragenlijst en onderzoeksdesign.
- veldwerk:
 - coördinatie: MC/cel marktonderzoek
 - lay-out en drukwerk: MC/ontwikkeling
 - programmeren online vragenlijst: MC/cel marktonderzoek, BZ/studiedienst stadsobservatie, onder begeleiding van Made4it
 - invoeren antwoorden papieren vragenlijsten: onderzoeksbureau M.A.S., (Market Analysis & Synthesis) uit Leuven
- datacleaning: Made4it
- analyses en rapportering: BZ/studiedienst stadsobservatie en MC/cel marktonderzoek

Auteurs:

- Brenda Casteleyn
- Jerry Ruys
- Joost Schoupe
- Maja Debacker
- Reinhard Stoop
- Sara Vertommen
- Wendy Mattheesen

v.u.: Ils Neuts, Grote Markt 1, 2000 Antwerpen

Hoofdstuk 1: Situering en opzet van de Antwerpse monitor

1.1 *Situering en context*

In het kader van de strategische doelstellingen werden tal van indicatoren vastgelegd om de acties die door de stadsdiensten worden ondernomen op te volgen en te bewaken. Deze indicatoren nemen deels de vorm aan van feitelijke ‘harde’ cijfers die door de diensten zelf geregistreerd kunnen worden. De studiedienst ontsluit interne en externe bronnen waarover gerapporteerd wordt en uitgebreid online gepubliceerd op www.antwerpen.buurtmonitor.be.

Voor beleidsdomeinen zoals onderwijs en werkgelegenheid zijn er reeds tal van gegevens voorhanden, zodat vragen naar bijkomende informatie daar minder nodig zijn. We hoeven bijvoorbeeld geen enquête meer af te nemen om het aantal werklozen te kennen of de schoolachterstand van leerlingen in Antwerpse scholen.

Naast deze ‘harde’ cijfers zijn er indicatoren gedefinieerd als ‘zachte’ cijfers. Het betreft hier kennis, meningen of gedrag die we niet via registraties kunnen achterhalen, maar waarvoor we de doelgroep zelf moeten bevragen, zoals bijvoorbeeld de tevredenheid over het aanbod aan sportvoorzieningen of de mening over properheid van de stad. Onderzoek is nodig om inzichten te verwerven in de behoeften en noden van Antwerpenaren om hierop beleidsmatig te kunnen inspelen.

Sinds de oprichting van de cel marktonderzoek medio 2007 en de beslissing van het management op 19 juni 2008 om alle onderzoeksvragen via deze cel te laten passeren, kwamen we tot de vaststelling dat er zeer veel vraag is naar stadsbreed onderzoek van ‘zachte’ indicatoren. Deze vraag komt in grote mate van beleidsdomeinen zoals sport en cultuurparticipatie, waarvoor niet steeds harde cijfers geregistreerd worden of waarvan registraties partieel en/of onvolledig zijn. Het gaat telkens over onderzoeken die uitgezet moesten worden naar een steekproef van inwoners van de stad Antwerpen en waarvoor de capaciteit noch budgetten voorhanden waren, waardoor geen onderzoek kon worden uitgevoerd.

Bovendien is er ook de behoefte om na te gaan hoe bepaalde indicatoren zich na verloop van tijd ontwikkelen en wat de impact van bepaalde acties hierop is. Op basis van de specifieke onderzoeken die in het verleden reeds gebeurden, kan dit niet. Enerzijds omdat de tijdspannes tussen verschillende metingen te groot zijn, en trendbreuken daarom moeilijk te identificeren zijn. Anderzijds omdat kleine verschillen in vraagstelling of methodologie elke vergelijking al onmogelijk maken.

Om op deze vragen een antwoord te kunnen bieden, ontwikkelde de cel marktonderzoek samen met de Studiedienst Stadsobservatie een nieuw concept voor onderzoek: de Antwerpse monitor. Op 17 juli 2009 keurde het college van burgemeester en schepenen deze nieuwe onderzoeksmethode goed.

1.2 Doelstellingen

Vijf doelstellingen van de Antwerpse monitor wijzen op het belang van dit instrument voor het beleid:

- Dankzij de Antwerpse monitor kunnen de omgevingsindicatoren voor de doelstellingenboom¹ **op een planmatige en gestructureerde wijze onderzocht en gerapporteerd** worden. In het kader van de strategische cyclus worden deze indicatoren ieder kwartaal gerapporteerd.
- De resultaten van monitoring via de Antwerpse monitor kunnen gebruikt worden om **ontwikkelingen** (trends en evoluties) te beschrijven en om gegevens voor nieuw beleid te vergaren.
- De Antwerpse monitor zullen de stadsdiensten helpen om zicht te krijgen op de **effecten van het stedelijke beleid** en handelen en op de kwaliteit van de stadsomgeving en dienstverlening in de beleving van de inwoners.
- Omdat we op permanente basis monitoren, kunnen we effecten nagaan van onvoorziene gebeurtenissen en van het invoeren van nieuwe beleidsmaatregelen op de **perceptie van de inwoners**.
- Dergelijke werkwijze is om de volgende redenen **kostenbesparend**:
 - de kosten van standaardvragen en achtergrondkenmerken worden gedeeld;
 - indien niet meer diepgaande informatie vereist is, hoeft geen groots onderzoek opgezet te worden om een representatieve steekproef te verkrijgen;
 - het grootste deel van het onderzoek kan in eigen beheer gebeuren.

Beleidsevaluatie is geen doelstelling van de Antwerpse monitor. Immers, veel andere omgevingsfactoren spelen hierbij ook een rol. Het gaat bij monitoring dus eerder om het beschrijven van ontwikkelingen, dan wel om evaluatie. Evalueren is het beoordelen van ontwikkelingen, bijvoorbeeld vanuit het criterium van effectiviteit. Monitors kunnen wel gegevens leveren die het startpunt kunnen zijn van oordeelsvorming.

1.3 De gegevensverzameling

Uit vorige onderzoeken hebben we geleerd dat schriftelijke enquêtes een hogere respons opleveren, wat de representativiteit verhoogt.

Elke week krijgt een willekeurige selectie van 500 Antwerpenaars tussen 16 tot 80 jaar een schriftelijke vragenlijst in zijn brievenbus. De steekproef wordt elke week op maandag toevallig getrokken uit het bevolkingsregister. Omdat we willen vermijden dat eenzelfde inwoner in de periode van één jaar verschillende keren bevraagd wordt, werken we met een steekproef zonder teruglegging. Deze vorm van steekproeftrekking wordt een 'rolling sample design' of in het Nederlands een 'rollend panel' genoemd².

¹ Doelstellingenboom of piramide van doelstellingen bevat alle doelstellingen: strategisch/tactisch/facilitair, nagestreefd en operationeel.

² A "rolling sample" design jointly selects k non-overlapping probability samples (panels), each of which constitutes $1/F$ of the entire population. One panel is interviewed each time period until all the sample has been interviewed after k periods. Depending on the precision requirements, a single panel of $1/F$ may be sufficient to provide good estimates for the population as a whole, and possibly for some large domains. For smaller domains or for greater precision for large domains, cumulations of different numbers of consecutive panels can be used, up to k/F of the population. A rolling sample design with $k=F$ is called a "rolling census". For a monthly rolling sample, it is natural to have F be a multiple of twelve, and natural cumulations are quarterly, semi-annual, annual, and multiple years.

Uit: Charles H. Alexander; Proceedings of Statistics Canada Symposium 2001; "Still Rolling: Leslie Kish's "Rolling Samples" and the American Community Survey"

In de loop van één jaar krijgen op deze manier zowat 24.000 Antwerpenaren de Antwerpse monitor in de brievenbus. Als we al deze mensen in de toekomst blijven uitsluiten voor nieuwe steekproeven, zal de steekproef vertekend worden. Recente inwijkelingen zouden meer kans hebben om bevraagd te worden dan mensen die reeds langer in de stad wonen. Om dit te vermijden, zorgen we ervoor dat wie meer dan een jaar geleden uitgenodigd werd, opnieuw kan geselecteerd worden. We voorkomen dus dat mensen te kort op elkaar de vragenlijst moeten beantwoorden. Tegelijkertijd zorgen we ervoor dat de steekproef representatief blijft voor de gehele Antwerpse bevolking.

Deze methode heeft als voordeel dat enerzijds over de tijd vergeleken kan worden. Het wekelijks uitsturen van de vragenlijst laat toe om trendbreuken op een exact moment te kunnen traceren. Anderzijds kan de respons over een langere periode gecumuleerd worden om meer valide uitspraken te doen over kleinere doelgroepen (bijvoorbeeld jongeren, huurders in hoogbouw) of om geografische opdelingen te maken.

De respondenten hebben de mogelijkheid om de papieren vragenlijst gratis via een retourenveloppe naar het onderzoeksbureau M.A.S. in Leuven te sturen. Dat bureau voert de antwoorden in via het online instrument van de stad Antwerpen.

Mensen die liever online via het internet de vragenlijst invullen, kunnen dit via een rechtstreekse link (met persoonlijke code) die op hun enquêteformulier vermeld is.

Eén versie van de vragenlijst – ‘golf’ – wordt gedurende zes weken uitgestuurd. Na die zes weken worden de variabele vragen aangepast. Na verloop van één jaar zullen ongeveer 8 à 9 golven verstuurd zijn. Het variabele deel laat toe om ad-hoc beleid- en onderzoeksvragen voor een korte periode aan een zeer lage meerkost te onderzoeken.

1.4 De onderzoeksvragen

Het bestuursakkoord en de doelstellingenboom vormden de basis om de onderzoeksvragen scherp te stellen. Via het managementteam werd een oproep gedaan tot het doorgeven van indicatoren voor de Antwerpse monitor.

De voorwaarden om als indicator in de Antwerpse monitor opgenomen te worden, zijn:

- de gegevens zijn niet te achterhalen via registraties, uit de bevolkingsdata of uit andere kennisbronnen zoals bijvoorbeeld ander onderzoek;
- het onderwerp richt zich tot alle inwoners van de stad Antwerpen van 16 tot 80 jaar;
- de verwachte basis (aantal respondenten) voor het onderwerp is voldoende groot;
- de onderzoeksvraag kan via één of maximum twee vragen bevraagd worden.

De projectbureaus en de kabinetten konden feedback geven op de voorgestelde indicatoren. Alle indicatoren werden door de studiedienst en de cel marktonderzoek kritisch onderworpen aan een screening op de bovenstaande voorwaarden.

Zo kwam een vragenlijst van ongeveer 50 vragen tot stand. De vragenlijst bestaat uit 80% vaste en 20% variabele vragen (ad hoc vragen of variabele items binnen vaste vraagsjablonen).

1.4.1 Vaste indicatoren

- perceptie over wonen in Antwerpen (aangenaam wonen, meer voordelen, fier, zich Antwerpenaar voelen, verdraagzame stad)
- perceptie over wonen in uw buurt (sociale contact, aangenaam, participatie aan buurtleven)
- perceptie over voldoende aanbod in uw buurt aan:

- kinderopvang
- speelvoorzieningen voor kinderen tot 12 jaar
- plekken voor jongeren vanaf 12 jaar
- kleuter- en lager onderwijs
- voorziening voor senioren vanaf 55 jaar
- sportinfrastructuur
- winkels voor dagelijkse aankopen
- culturele voorzieningen
- openbaar vervoer
- perceptie over buurt als woonomgeving
 - straten en pleinen
 - gebouwen
 - voldoende groen
 - veel investeringen
 - veilige fietspaden
 - voldoende fietspaden
 - verkeersveilige schoolomgevingen
 - voldoende parkeerplaatsen voor bewoners
 - voldoende parkeervoorzieningen voor bezoekers
- verwachting inzake verbetering/verslechtering van de leefkwaliteit op buurtniveau en op stadsniveau
- verwachtingen inzake stijging/daling werkgelegenheid
- vrijetijdsbesteding, sport- en cultuurparticipatie
- bezit en gebruik van een A-kaart
- verplaatsingsgedrag
- perceptie netheid stad Antwerpen en eigen straat
- perceptie inspanningen buurtbewoners en stadsbestuur voor propere straten
- (on)veiligheidsgevoelens
- risico-inschatting op slachtofferschap:
 - verkeersongeval (auto, fiets, brommer, ...)
 - lastig gevallen worden op straat
 - woninginbraak
 - diefstal op straat (zakkenrollen, auto-inbraak, fietsendiefstal)
- ervaring met problemen in uw buurt:
 - geluidsoverlast
 - overlast van groepen jongeren
 - onaangepaste snelheid in het verkeer
 - lastiggevallen worden op straat
 - rommel op straat
 - bekladde muren of gebouwen (graffiti)
 - vernielingen aan straatmeubilair
 - agressief verkeersgedrag
- kennis en contact met wijkagent
- mediagebruik
- voldoende geïnformeerd over:
 - activiteiten in de stad inzake cultuur
 - activiteiten in de stad inzake sport
 - de voorzieningen in de stad
 - de beslissingen van het stadsbestuur
 - masterplan 2020

- tevredenheid stadsbestuur Antwerpen
- kennis en gebruik van generieke diensten
 - stedelijke infolijn
 - Blauwe Lijn
 - Sluikstortlijn
 - ombudsvrouw
 - telefonisch opvragen van documenten
 - elektronisch opvragen van documenten
- verhuisintenties en –redenen
- type woning, eigenaar/huurder
- socio-demografische gegevens

1.4.2 Variabele indicatoren voor heel 2011

Golf 1

- perceptie over voldoende aanbod in de stad aan:
 - restaurants en eetcafés
 - uitgaansgelegenheden
 - openbare computerruimtes
 - shopping- en winkelvoorzieningen
 - culturele voorzieningen
 - sportinfrastructuur
 - verschillende onderwijsrichtingen
- hoe kan wonen in een hoogbouw aangenaam gemaakt worden?
- hoe kan wonen rond een hoogbouw aangenaam gemaakt worden?
- imago stad Antwerpen in de vorm van gedwongen keuze tussen kenmerken
- perceptie Antwerpse jongeren (12 tot 18j) in de vorm van een gedwongen keuze tussen kenmerken
- participatie aan activiteiten en evenementen de afgelopen 3 maanden
 - lichtparade op 11 december
 - ijspiste op het Steenplein
 - kerstmarkt
 - BK veldrijden op 9 januari
 - nieuwjaarsdrink op de grote markt
 - koopzondagen
 - tentoonstelling Anselm Kiefer in KMSK
 - winterwandelingen met poppenspel
- voldoende geïnformeerd over nieuwe ingrepen en plannen in de stad
- campagne Music For Life: herinnering en appreciatie campagnebeeld, effectiviteit mediaplan en impact op gedrag
- zou je wonen in een hoogbouw overwegen

Golf 2

- perceptie over voldoende aanbod in de stad aan:
 - restaurants en eetcafés
 - uitgaansgelegenheden
 - openbare computerruimtes

- shopping- en winkelvoorzieningen
- culturele voorzieningen
- sportinfrastructuur
- verschillende onderwijsrichtingen
- zorgvoorzieningen voor senioren
- imago stad Antwerpen in de vorm van gedwongen keuze tussen kenmerken
- perceptie Antwerpse 55-plussers in de vorm van een gedwongen keuze tussen kenmerken
- hoeveel keer laatste maand een dienstencentrum bezocht?
- participatie aan activiteiten en evenementen de afgelopen 3 maanden:
 - kerstboomverbranding op Linkeroever
 - Stripplein op het De Coninckplein
 - opening van het MAS
 - Chinees Nieuwjaar in de Chinese wijk
 - Fed Cup in het Sportpaleis
 - Cinema Valentijn op het Theaterplein
- voldoende geïnformeerd over nieuwe ingrepen en plannen in de stad
- voldoende geïnformeerd over voorzieningen voor 55-plussers
 - activiteiten van de dienstencentra
 - aanbod aan thuisdiensten
 - aanbod aan serviceflats
 - aanbod aan woonzorgcentra
- campagne ‘Cinema Valentijn’: herinnering en appreciatie campagnebeeld, effectiviteit mediaplan en impact op gedrag

Golf 3

- imago stad Antwerpen in de vorm van gedwongen keuze tussen kenmerken
- perceptie Antwerpse jongeren (12 tot 18j) in de vorm van een gedwongen keuze tussen kenmerken
- hoeveel keer laatste maand een dienstencentrum bezocht?
- hoeveel keer laatste week gaan hardlopen of joggen?
- participatie aan activiteiten en evenementen de afgelopen 3 maanden:
 - “Ik vrijwillig” in de Zoo
 - liefhebber cultuurmaand
 - Club Centraal: startfeest AEYC
 - verjaardagsfeest 20 jaar ombudsdienst in het Felixpakhuis
 - Anselm Kiefer expo in KMSK
 - Scheldeprijs
- appreciatie en evaluatie van werk/werking/klantgerichtheid van Lokale Politie
- bereikbaarheid van lokale politie
- voldoende geïnformeerd over de dienstverlening van de Lokale Politie Antwerpen
- campagne Club Centraal, startfeest van AEYC: herinnering en appreciatie campagnebeeld, effectiviteit mediaplan en impact op gedrag
- belangrijke waarden in het leven in de vorm van een gedwongen keuze tussen kenmerken

Golf 4

- imago stad Antwerpen in de vorm van gedwongen keuze tussen kenmerken
- perceptie Antwerpse jongvolwassenen (26 tot 35j) in de vorm van een gedwongen keuze tussen kenmerken
- hoeveel keer laatste maand een dienstencentrum bezocht?
- hoeveel keer laatste week gaan hardlopen of joggen?

- participatie aan activiteiten en evenementen de afgelopen 3 maanden:
 - Antwerp 10 miles en marathon
 - Liefhebber Kunstenfestival
 - Opsinjoren Lentepoets
 - Erfgoeddag Armoe Troef
 - Opening MAS
 - Youth Fashion Day
 - Speelfest in Boelaerpark
 - Pianomarathon met Strip- en Boekenplein
- appreciatie en evaluatie van werk/werking/klantgerichtheid van Lokale Politie
- bereikbaarheid van lokale politie
- voldoende geïnformeerd over de dienstverlening van de Lokale Politie Antwerpen
- campagne De Blauwe Lijn: herinnering en appreciatie campagnebeeld, effectiviteit mediaplan en impact op gedrag
- belangrijke waarden in het leven in de vorm van een gedwongen keuze tussen kenmerken

Golf 5

- imago stad Antwerpen in de vorm van gedwongen keuze tussen kenmerken
- perceptie Antwerpse jongeren (12 tot 18j) in de vorm van een gedwongen keuze tussen kenmerken
- hoeveel keer laatste maand een dienstencentrum bezocht?
- hoeveel keer laatste week gaan hardlopen of joggen?
- participatie aan activiteiten en evenementen de afgelopen 3 maanden:
 - Tour du Nord
 - Dag van het Park
 - strip- en boekenplein op het De Coninckplein
 - Jommekeswandeling
 - tentoonstelling van Erwin Wurm in Middelheimpark
 - Oorsmeer op het Steenplein
 - Vlaamse havendag
 - BorgerRio
- campagne 'Antwerpen is 100% jong, ook deze zomer' (AEYC): herinnering en appreciatie campagnebeeld, effectiviteit mediaplan en impact op gedrag
- perceptie van een aantal beroepen
- perceptie van de Stad Antwerpen als werkgever
- kennis van Opsinjoren
- kennis en deelname aan activiteiten
 - Lentepoets
 - Burendag
 - Speelstraten
 - Buurtcontract
 - Cultuurstraat
 - Winterfeest
- belangrijke waarden in het leven in de vorm van een gedwongen keuze tussen kenmerken

Golf 6

- imago stad Antwerpen in de vorm van gedwongen keuze tussen kenmerken
- perceptie Antwerpse jongvolwassenen (18 tot 26j) in de vorm van een gedwongen keuze tussen kenmerken
- hoeveel keer laatste maand een dienstencentrum bezocht?

- hoeveel keer laatste week gaan hardlopen of joggen?
- participatie aan activiteiten en evenementen de afgelopen 3 maanden:
 - Zomer van Antwerpen
 - 11-juliviering
 - Fiesta Europa op de Groenplaats
 - Museumnacht
 - Antwerp Iron Man
 - Antwerpen Zingt
 - Sportsbeach aan de Waagnatie
- campagne Onze Kaaien: herinnering en appreciatie campagnebeeld, effectiviteit mediaplan en impact op gedrag
- perceptie van een aantal beroepen
- perceptie van de Stad Antwerpen als werkgever
- kennis van Opsinjoren
- kennis en deelname aan activiteiten
 - Lentepoets
 - Burendag
 - Speelstraten
 - Buurtcontract
 - Cultuurstraat
 - Winterfeest
- belangrijke waarden in het leven in de vorm van een gedwongen keuze tussen kenmerken
- hoe graag werk je bij je huidige werkgever
- hoe graag zou je werken bij:
 - Stad Antwerpen
 - Politie Antwerpen
 - Brandweer Antwerpen
 - OCMW Antwerpen
 - Havenbedrijf Antwerpen
 - BASF
 - NMBS

Golf 7:

- imago stad Antwerpen: maximum drie voorkeuren uit een lijst kiezen
- perceptie Antwerpse volwassenen van 36 tot 45 jaar in de vorm van een gedwongen keuze tussen kenmerken
- hoeveel keer laatste maand een dienstencentrum bezocht?
- hoeveel keer laatste week gaan hardlopen of joggen?
- participatie aan activiteiten en evenementen de afgelopen 3 maanden:
 - Jazz Middelheim
 - Tour de Force
 - Bollekesfeest met Antwerpen Proeft
 - Schaal Sels
 - Cultuurmarkt Vlaanderen
 - de bevrijdingsfeesten in de stad en de districten
 - open monumentendag
 - Antwerp Street Kicks
 - Muzieklabyrinth in het Steen
 - Antwerpen Autovrij
 - Antwerpen Sport

- frequentie van bezoek van bepaalde plaatsen tijdens de zomermaanden:
 - Park Spoor Noord
 - Stadspark
 - Middelheim/Den Brandt
 - Rivierenhof
 - Scheldekaaien
 - Sint-Annastrand
 - Gedempte Zuiderdokken
 - Het Eilandje
- campagne verkeersveiligheid 'Merci om trager te rijden': herinnering en appreciatie campagnebeeld, effectiviteit mediaplan en impact op gedrag
- perceptie van een aantal beroepen
- perceptie van de Stad Antwerpen als werkgever
- kennis van Opsinjoren
- kennis en deelname/organisatie van activiteiten
 - Lentepoets
 - Burendag
 - Speelstraten Opsinjoren
 - Winterfeest Opsinjoren
- belangrijke waarden in het leven in de vorm van een gedwongen keuze tussen kenmerken
- hoe graag werk je bij je huidige werkgever
- hoe graag zou je werken bij:
 - Stad Antwerpen
 - Politie Antwerpen
 - Brandweer Antwerpen
 - OCMW Antwerpen
 - Havenbedrijf Antwerpen
 - BASF
 - NMBS

Golf 8:

- hoe vaak laatste maand aankopen in
 - Buurtwinkels
 - de wekelijkse markt
 - nachtwinkels
 - supermarkt
- imago stad Antwerpen: maximum drie voorkeuren uit een lijst kiezen
- perceptie Antwerpse volwassenen van 46 tot 55 jaar in de vorm van een gedwongen keuze tussen kenmerken
- hoeveel keer laatste maand een dienstencentrum bezocht?
- hoeveel keer laatste week gaan hardlopen of joggen?
- participatie aan activiteiten en evenementen de afgelopen 3 maanden:
 - Studay op de Gedempte Zuiderdokken
 - de dag van de architectuur
 - Antwerp Race
 - Jobbeurs in de Waagnatie
 - EcoHuisFeest
 - MAS(ked)
 - de boekenbeurs
- kennis en frequentie van museumbezoek het laatste jaar:

- Middelheimmuseum
- MAS
- MHKA
- Modemuseum
- Rubenshuis
- Mayer Van den Bergh museum
- Museum Plantijn-Moretus
- Letterhuis
- Fotomuseum
- Diamantmuseum
- Vleeshuis
- voldoende geïnformeerd over nieuwe ingrepen en plannen in de stad
- voldoende geïnformeerd over de werven van grote bouw- en renovatiewerken
- campagne ‘ ’t stad, we werken eraan’: herinnering en appreciatie campagnebeeld, effectiviteit mediaplan en impact op gedrag
- perceptie van een aantal beroepen
- perceptie van de Stad Antwerpen als werkgever
- kennis van Opsinjoren
- kennis en deelname/organisatie van activiteiten
 - Lentepoets
 - Burendag
 - Speelstraten Opsinjoren
 - Winterfeest Opsinjoren
- kennis stedelijke woonkantoren
- belangrijke waarden in het leven in de vorm van een gedwongen keuze tussen kenmerken
- hoe graag werk je bij je huidige werkgever
- hoe graag zou je werken bij:
 - Stad Antwerpen
 - Politie Antwerpen
 - Brandweer Antwerpen
 - OCMW Antwerpen
 - Havenbedrijf Antwerpen
 - BASF
 - NMBS

1.5 *Het onderzoeksmateriaal*

Voor het jaarrapport 2011 werken we op de gegevens die we verzamelden gedurende alle golven van 2011 van de Antwerpse monitor.

Looptijd golven:

golf 1: 10/01/2011 – 14/02/2011

golf 2: 21/02/2011 – 28/03/2011

golf 3: 04/04/2011 – 09/05/2011

golf 4: 16/05/2011 – 20/06/2011

golf 5: 27/06/2011 – 01/08/2011

golf 6: 08/08/2011 – 12/09/2011

golf 7: 19/09/2011 – 24/10/2011

golf 8: 31/10/2011 – 19/12/2011

1.5.1 Respons

De respons of responsgraad (responsratio) is de verhouding van het aantal respondenten dat de vragenlijst invulde (netto steekproef) tegenover het aantal respondenten dat werd aangeschreven (bruto steekproef).

De nuttige respons bevat alleen de geldige enquêtes, dit wil zeggen:

- geslacht en leeftijd werden ingevuld;
- dubbels zijn verwijderd (controle via unieke codes).

De gemiddelde respons over het jaar 2011 bedraagt 22%. Het soort bevraging in acht genomen, is dit een vrij goed resultaat.

Tabel 1 Overzicht responsgraad per golf

	Golf	Bruto	Netto	Responsegraad
1-2/2011	1	3.000	711	23,7%
2-3/2011	2	3.000	616	20,5%
4-5/2011	3	3.000	686	22,9%
5-6/2011	4	3.000	725	24,2%
7-8/2011	5	3.000	657	21,9%
8-9/2011	6	3.000	613	20,4%
10-11/2011	7	3.000	590	19,7%
11-12/2011	8	4.000	750	25,0%
Jaar 2011	1-8	25.000	5.348	22,3%

Uiteraard kunnen nog verdere maatregelen genomen worden om deze responsgraad te verbeteren. Het onderzoeksdesign waarbij we met een ‘rolling sample design’ werken, maakt dat de praktische uitvoering van het sturen van herinneringsbrieven een vrij complexe opvolging vergt van respondenten die nog niet antwoordden.

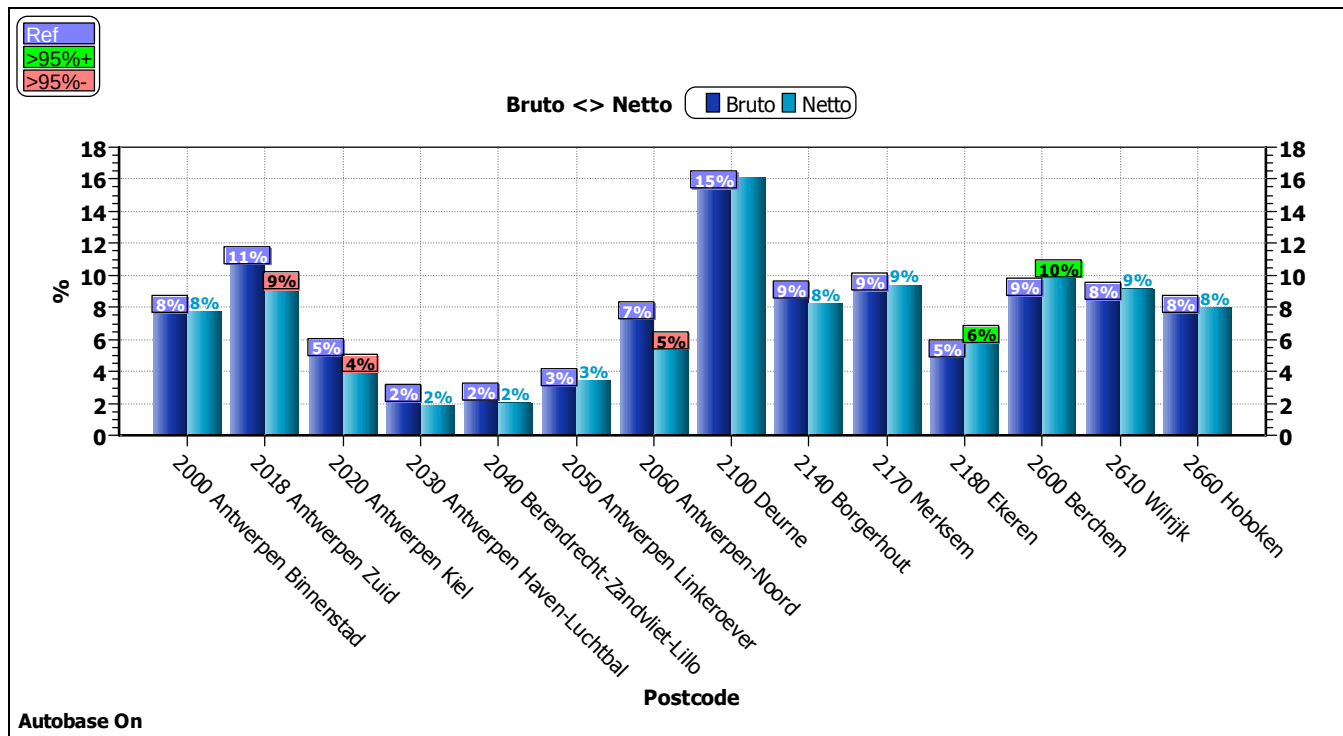
1.5.2 Representativiteit van de steekproeven

Omdat we de bruto steekproef toevallig trekken uit het bevolkingsregister, mogen we stellen dat deze representatief is voor de bevolking van Antwerpen van 16 tot 80 jaar.

Opdat de netto steekproef representatief zou zijn, mogen de verhoudingen in de netto steekproef niet significant afwijken van de verhoudingen in de bruto steekproef.

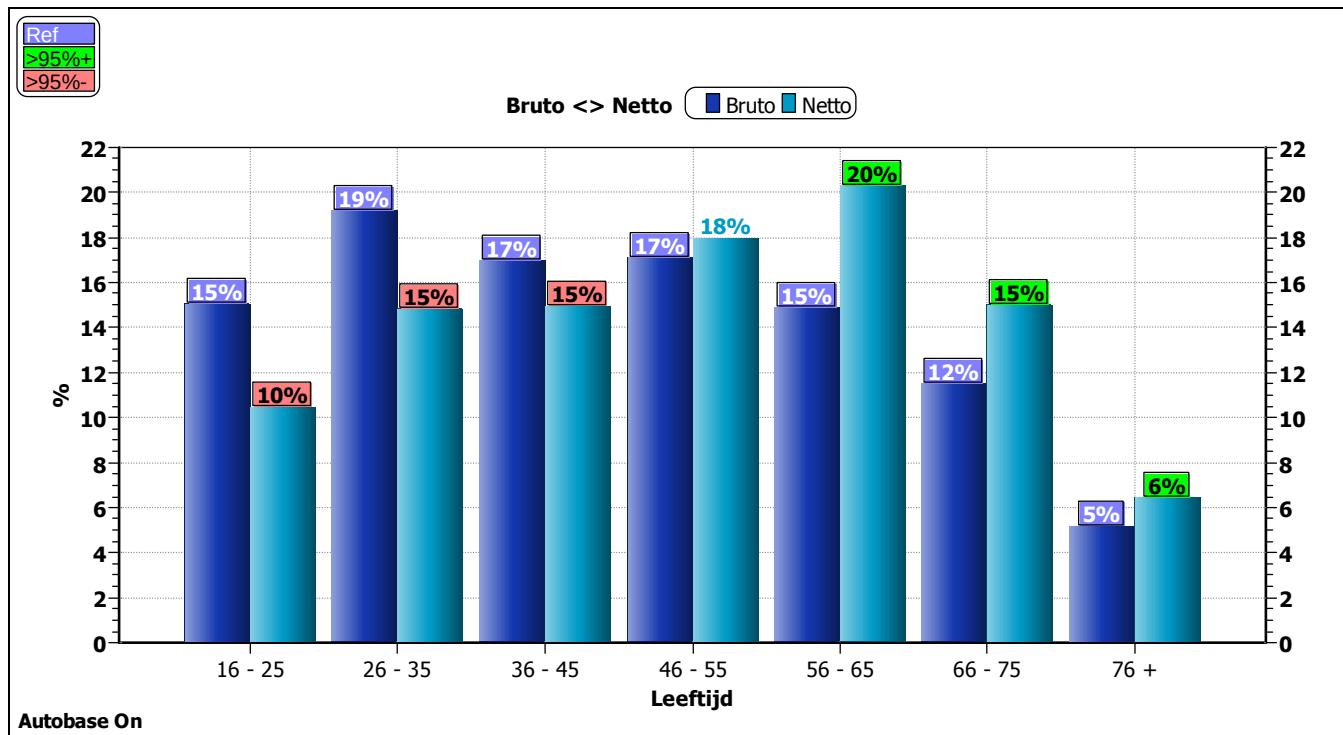
Onderstaande grafieken geven de respons weer volgens postcode, leeftijd, geslacht, etnische afkomst en duur van verblijf in Antwerpen.

Grafiek 1 Verdeling respons per postcode, 2011



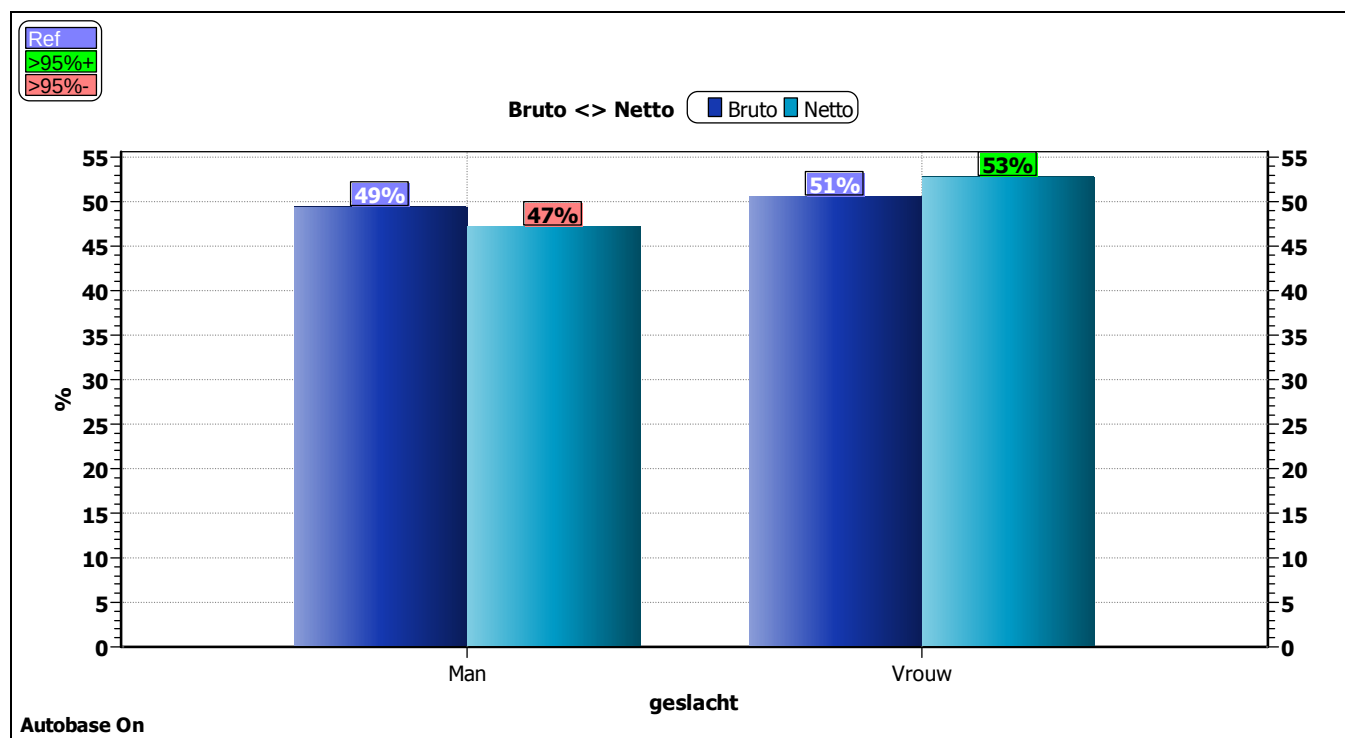
We stellen vast dat de respons vrij goed verdeeld is over de postcodes. Antwerpen Kiel en Antwerpen Noord en Zuid zijn licht ondervertegenwoordigd, Ekeren en Berchem licht oververtegenwoordigd.

Grafiek 2 Verdeling respons volgens leeftijd, 2011



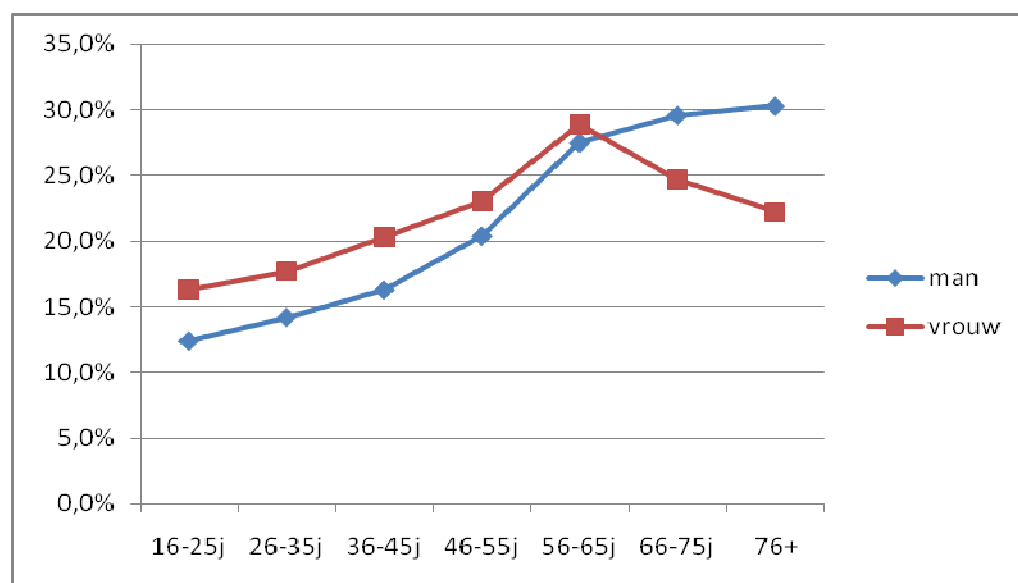
In de netto steekproef zien we net zoals vorig jaar een oververtegenwoordiging van de respondenten boven de 55 jaar. De steekproef bevat significant minder respondenten van 16 tot 45 jaar en significant meer 55-plussers. Dit leeftijdseffect is het sterkst bij autochtone Belgen.

Grafiek 3 Verdeling respons volgens geslacht, 2011

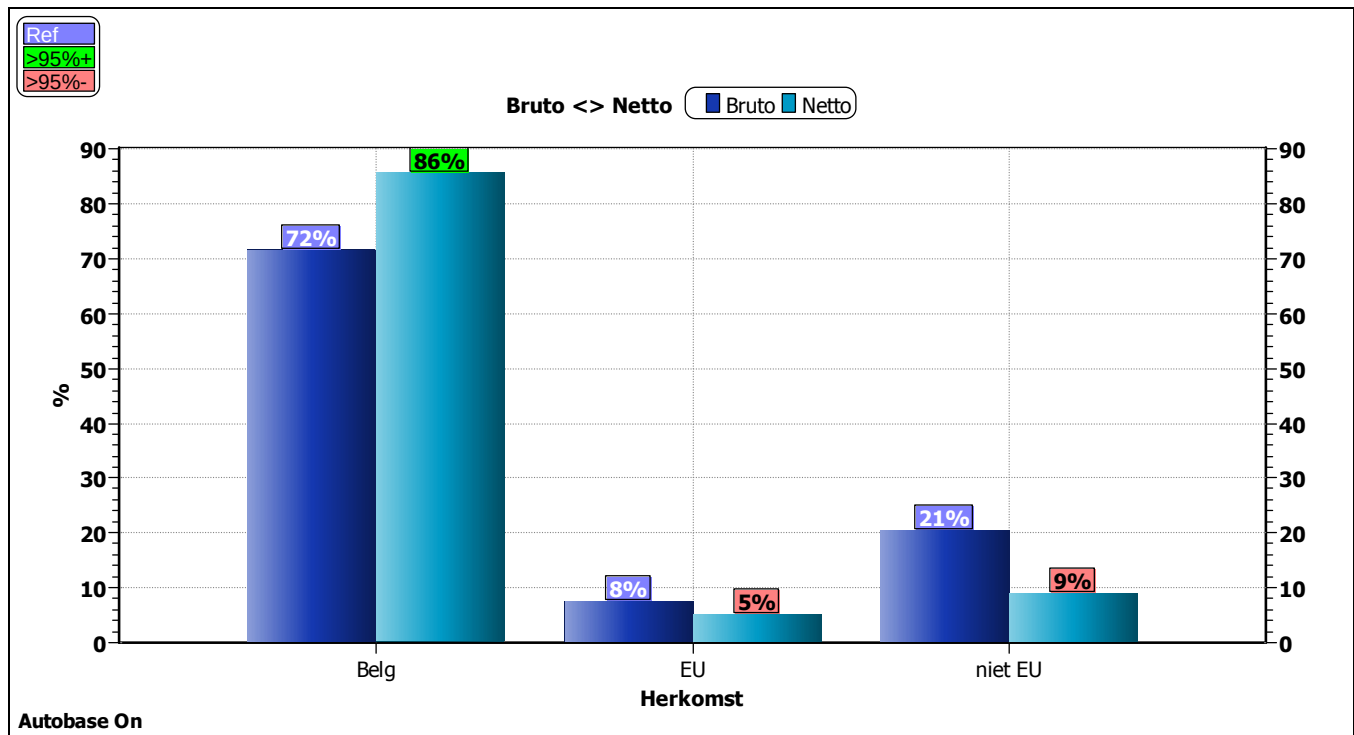


De netto steekproef bevat een lichte oververtegenwoordiging van vrouwen. Zoals te zien in onderstaande grafiek is de oververtegenwoordiging van vrouwen vooral te wijten aan het verschil bij mensen jonger dan 46 jaar. Eens 66 voorbij neemt de respons van vrouwen af, terwijl die van mannen blijft toenemen.

Grafiek 4 Netto respons volgens leeftijd en geslacht

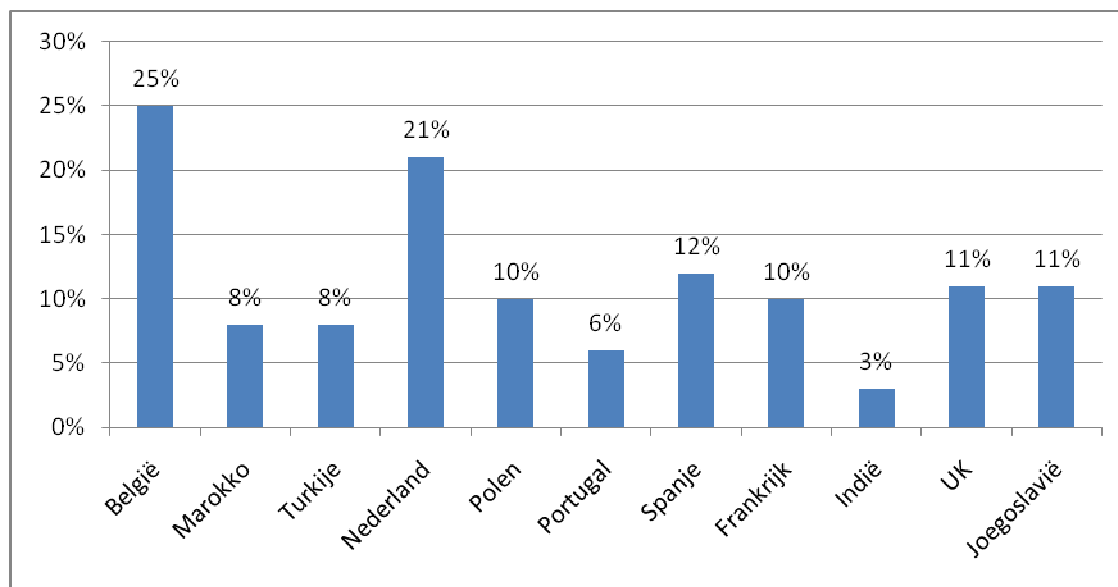


Grafiek 5 Verdeling respons volgens etnische groep



We stellen vast dat in de netto steekproef significant meer Belgen vertegenwoordigd zijn. Dit is voor een deel toe te schrijven aan de methode: een schriftelijke vragenlijst die enkel in het Nederlands verspreid wordt. Inwoners met een EU en vooral diegene met een niet-EU herkomst zijn ondervertegenwoordigd.

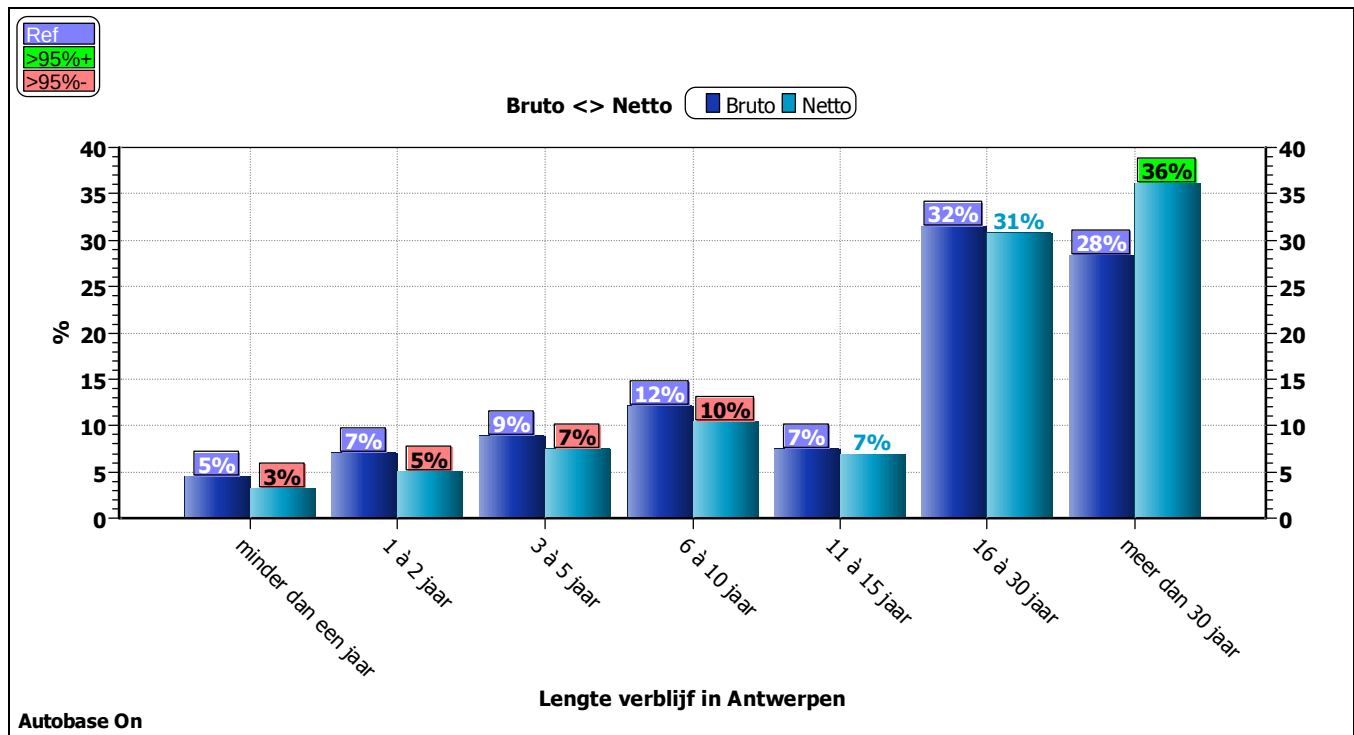
Grafiek 6 Verdeling respons van de tien grootste etnische groepen in Antwerpen



Voor de tien meest voorkomende herkomstsnationaliteiten wordt de responsgraad (*response rate*) weergegeven. De laagste respons zien we bij inwoners met Indische en Portugese roots gevolgd door Marokkanen en Turken. Bij Nederlanders zien we een respons van één op vijf.

In vergelijking met vorig jaar ligt de respons bij Portugezen en inwoners afkomstig uit de UK lager. In 2010 tekenden we respectievelijk 12% en 17% op voor deze groepen.

Grafiek 7 Verdeling respons volgens lengte van verblijf in Antwerpen



Respondenten die langer dan 30 jaar in de stad wonen, zijn oververtegenwoordigd en diegene die minder dan 10 jaar in de stad wonen zijn licht ondervertegenwoordigd.

De conclusie hier is dat voornamelijk jongeren en alloctonen ondervertegenwoordigd zijn in de respons.

Conclusies respons:

- geen duidelijk effect van woonplaats
- hoger bij autochtonen
- bij korte verblijfsduur minder respons
- mannen: alsmaar meer respons bij ouder worden
- vrouwen: hoogste respons op middelbare leeftijd

1.5.3 Weging

Om de afwijkingen die we in de netto steekproef zagen, te corrigeren, hebben we de resultaten gewogen. Dit betekent dat de resultaten worden herberekend naar de geldende verhoudingen in de populatie van geslacht en leeftijd. In de resultaten krijgen daardoor de antwoorden van jongeren en ouderen, mannen en vrouwen hetzelfde gewicht als in de Antwerpse populatie.

Tegelijk betekent dit ook dat de jongste categorieën die wel meewerken aan de enquête met een factor 1,7 worden herberekend. De betrouwbaarheid en validiteit van de resultaten voor deze jongere respondenten zijn dan minder groot dan die van de oudere respondenten.

1.6. Analyse en rapporteringsmogelijkheden

Het onderzoeksdesign van de Antwerpse monitor stelt ons in staat om op verschillende manieren met het gegevensmateriaal om te gaan. Verschillende soorten rapporten worden opgeleverd.

1.6.1. Standaard rapporteringen

- Standaardrapport per kwartaal in functie van de kwartaalrapportering (vast en variabel) van de strategische cyclus.
- Evolutierapport korte termijn of geïntegreerd in de golf of kwartaalrapportering (enkel op de vaste set indicatoren).

1.6.2. Thematische analyse en rapporteringen

Op basis van het verzamelde materiaal worden verdere beleids- en onderzoeksvragen beantwoord worden. Enkele voorbeelden:

- Wat is het profiel van regelmatige bibliotheekbezoekers?
- Voelen lezers van De Nieuwe Antwerpenaar zich beter geïnformeerd?
- Evolueert het gebruik van de fiets voor woon-werk verkeer al naargelang de seizoenen en bij welke bevolkingsgroepen situeert zich dat?
- In welke mate hangt de tevredenheid over bepaalde beleidsdomeinen samen met die van andere beleidsdomeinen en door welke factoren wordt dit beïnvloedt?
- Wat is het verband tussen de effectieve aanwezigheid van fietspaden (zoals we die fysiek in kaart brengen) en de mate waarin men vindt dat er voldoende fietspaden zijn, en in welke mate speelt het feit dat men zelf de fiets gebruikt voor werk en vrije tijd daarin een rol.

Een eerste bundeling van enkele thematische analyses zal te vinden zijn in een rapport ‘Marktinzichten uit de Antwerpse monitor 2011’. (publicatie in de loop van september door MC)

1.6.3. Evoluties op langere termijn

Op basis van het materiaal dat in de loop van 2010 wordt verzameld, wordt een zicht gekregen op de effecten van het stedelijke beleid en op mening van de bevolking over de kwaliteit van de stadsomgeving en dienstverlening. We willen daarbij mogelijke invloeden nagaan van onvoorziene gebeurtenissen en van het invoeren van nieuwe beleidsmaatregelen op de perceptie van de inwoners.

Een eerste rapport waarbij de 4 kwartalen en het eerste kwartaal voor de vaste vragenset naast elkaar geplaatst wordt werd reeds opgeleverd dit rapport is de “Quick-scan kwartaal 1” .

1.6.4. Geografische verfijning en segmentering.

Op basis van het materiaal dat in de loop van 2011 verzameld wordt, is het mogelijk om de resultaten geografisch fijner in te delen. We maakten een ‘Wijk atlas van de Antwerpse monitor’. Deze wijkatlas vormt het derde deel of een addendum van dit jaarrapport.

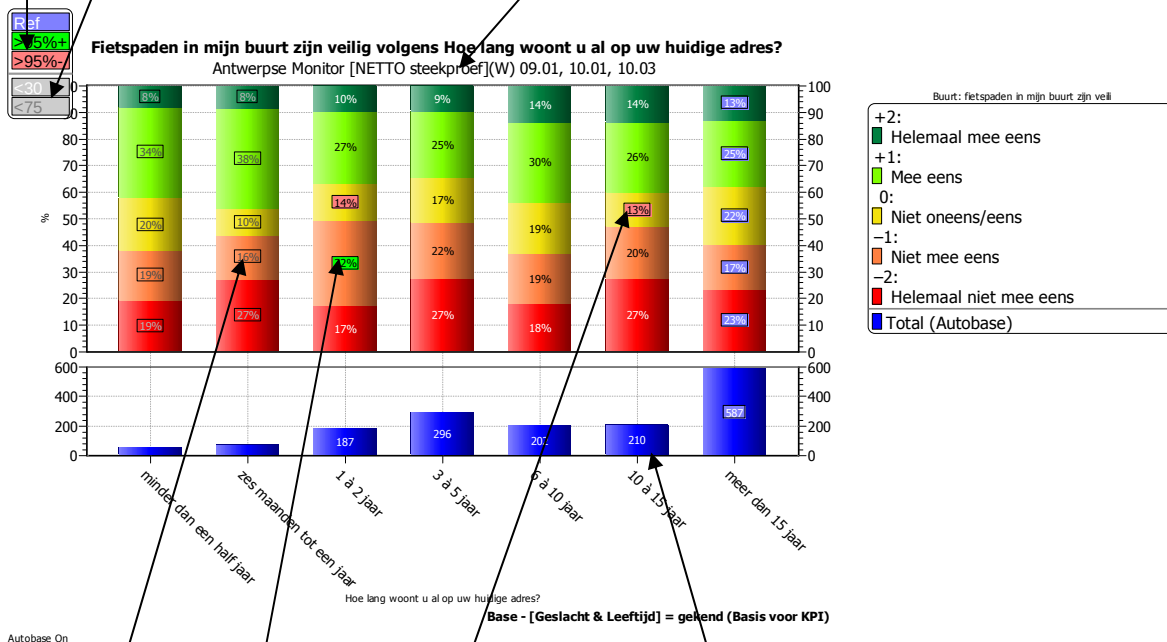
1.7 Leeswijzer bij de grafieken

Dit blok verwijst naar de significante verschillen tussen scores. De basis waarmee vergeleken wordt, staat steeds in het blauw aangegeven. Wanneer er geen percentages in blauw staan, dan betekent dit dat er vergeleken wordt met de gehele groep.

Wanneer een cijfer in het groen is aangeduid, betekent het dat dit percentage met een betrouwbaarheid van 95%, significant groter is dan de referentiegroep. Wanneer een cijfer in rood aangeduid is, betekent het dat betreffend cijfer significant kleiner is dan in de referentiegroep. De kleur kan dus niet geïnterpreteerd worden in de betekenis van 'goed of slecht'.

Cijfers worden in grijs weergegeven als de basis voor berekening te klein wordt (kleiner dan 75). Deze cijfers zijn immers niet voldoende betrouwbaar voor zinvolle interpretatie. Wordt de basis kleiner dan 30, dan worden de resulterende percentages helemaal niet weergegeven.

Hier wordt beschreven over welke respondenten het gaat. Netto betekent dat het gaat over mensen van wie we antwoorden kregen. 10.03 staat voor de derde golf. De (W) betekent dat er gewerkt wordt op een gewogen steekproef. In de meeste grafieken zal dit nu 'VAST' zijn, dit komt erop neer dat voor deze grafiek al de beschikbare gegevens werden opgenomen.



In de meeste gevallen wordt onder de grafiek met percentages, een kleine grafiek toegevoegd met de aantallen waarop deze berekening gebeurde. In dit geval zijn er bijvoorbeeld 210 mensen die 10 à 15 jaar op hun huidige adres wonen.

Een rood aangeduid cijfer, want het percentage "niet oneens/eens" is significant kleiner bij de groep die 10 tot 15 jaar op zijn huidige adres woont, dan bij de groep die er langer dan 15 jaar woont.

Dit cijfer staat in een groen blok, omdat het significant groter is dan dezelfde categorie bij de mensen die al meer dan 15 jaar op hun huidige adres wonen.

Dit cijfer wordt in grijs weergegeven, omdat de basis voor berekening kleiner is dan 75.

Hoofdstuk 2: Een stad om in te wonen

Gekoppelde strategische doelstellingen:

- SW03: De stad zet een geïntegreerd en getoetst milieubeleid in om te werken aan een betere leefomgeving in de stad.
- SW05: De opmaak en toepassingen van reglementen met een ruimtelijke, architecturale en/of economische finaliteit verloopt op een duidelijke, samenhangende en zo eenvoudig mogelijke manier.
- SW06: Antwerpen is een bereikende, bereikbare, toegankelijke, verkeersveilige en verkeersleefbare stad.
- SW22: Ten bate van alle Antwerpenaren willen we het gebruikscomfort en de kwaliteit van straten, pleinen en parken door middel van een doelgerichte aanpak van inrichting en onderhoud op een vooraf bepaald niveau brengen en houden.
- FDSW01: Samen bouwen aan een aantrekkelijke stad.
- STAN01: De stad ontwikkelt een duurzame ruimtelijke structuur, aantrekkelijk en leefbaar voor haar bewoners en bezoekers.
- SL01: Meer mensen vinden een kwaliteitsvolle woning naar wens in Antwerpen.
- SL02: De stad garandeert iedereen een kwaliteitsvolle leefomgeving.
- SB06: De stad garandeert iedereen een goed onderhouden publieke ruimte.
- MC02: Door zich te profileren als een sterk merk streeft de stad naar een maximale positieve beeldvorming over Antwerpen als de meest aantrekkelijke leefomgeving voor wie er woont, werkt of op bezoek komt.
- GAPA01: Parkeerbeleid als hefboom voor een duurzaam mobiliteitsbeleid.
- TDPO07: Alle nieuwbouw en renovaties van het stedelijke patrimonium houden rekening met duurzaamheids-, milieu en energiecriteriën en met het waardevolle karakter van het patrimonium.
- FDSL01: Maximaal inzetten op diversiteit in alle aspecten van de bedrijfsvoering.

In dit tweede hoofdstuk bekijken we de thema's wonen en verhuizen, de mening over de leefkwaliteit in de stad en de eigen buurt. Ook mobiliteit en de verkeersveiligheid komen aan bod.

2.1. Context

2.1.1. Uit administratieve bron

Bijna drie op vier inwoners, heeft niet altijd in Antwerpen gewoond. Migratie is vooral een zaak van jongvolwassenen: 34% van de Antwerpse inwoners was tussen 18 en 33 jaar bij aankomst in de stad. In vergelijking met vorig jaar is er wel een stijging van het aantal inwoners die op 'leeftijd' naar Antwerpen komt.

Tabel 2 Aantal en aandeel bewoners volgens leeftijdsgroep, 2011

	aantal	%
geboorte	126.048	24,90%
minderjarige	71.113	14,05%
18 tot 33 jaar	170.328	33,65%
34 tot 65 jaar	132.495	26,17%
65+	6.241	1,23%
Ingeschreven bevolking	506.225	100,00%

Bron: Stad Antwerpen, districts- en loketwerking

Verhuisbewegingen brengen grotere aantallen mensen in beweging dan een verhuissaldo doet vermoeden. Sinds 2006 kwamen 16.044 meer mensen in de stad aan dan dat er vertrokken. Dat neemt niet weg dat in diezelfde periode maar liefst 488.779 verhuisbewegingen werden geregistreerd in de stad. Een kleine helft daarvan waren verhuisbewegingen binnen de stad, maar er waren ook bijna 130.000 mensen die de stad verlieten, en ongeveer 140.000 mensen die zich in de stad vestigden.

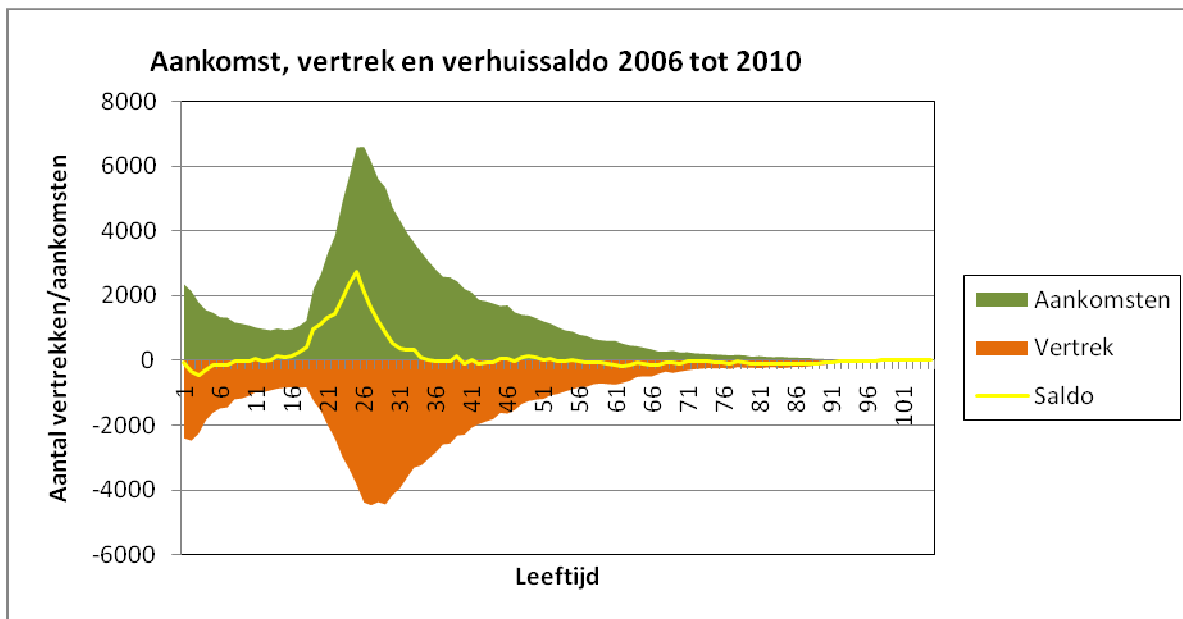
Tabel 3 Aantal verhuisbewegingen per type, 2006-2010

	Verhuisbewegingen 2006 - 2010
Saldo	16.044
In	143.258
Uit	127.214
Binnen	218.307
Totaal verhuisbewegingen	488.779

Bron: Stad Antwerpen, districts- en loketwerking

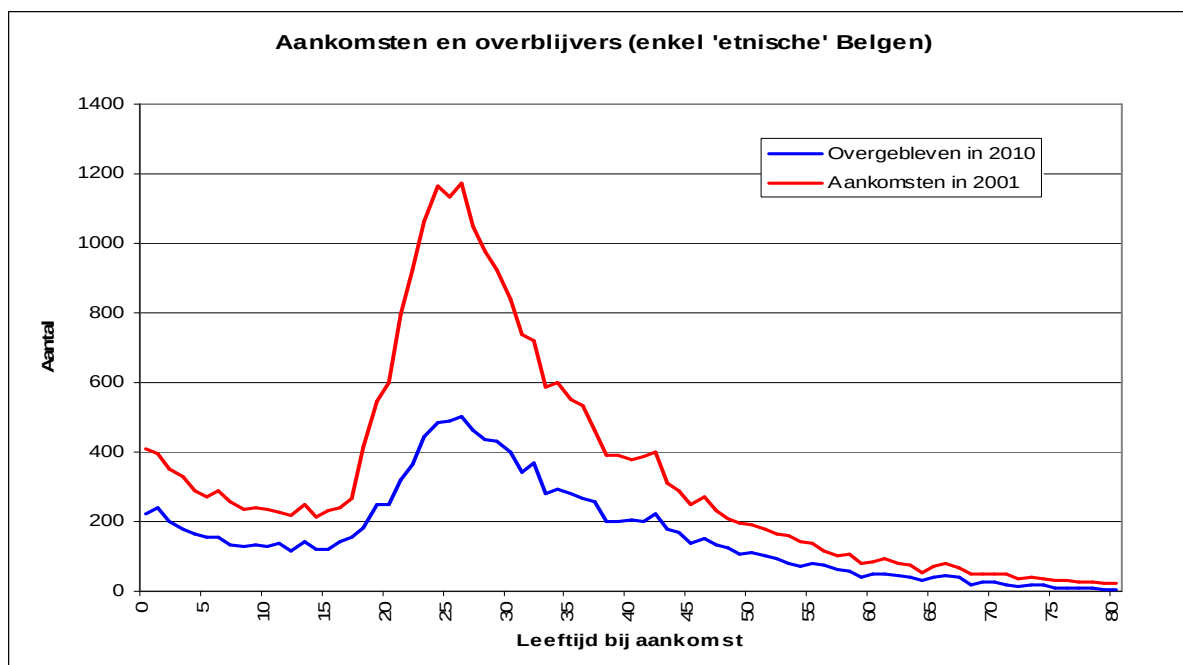
Verhuizen is vooral een zaak van jongeren: zowel in- als uitstroom wordt gedomineerd door jongvolwassenen. Er stromen relatief weinig kleine kinderen in. Het saldo voor deze groep is dan ook negatief. Bij de twintigers is het saldo echter sterk positief.

Grafiek 8 Aantal verhuissbewegingen en het verhuissaldo tussen 2006 en 2010



In het geval van de autochtone Belgen wordt nogal eens gesproken van stadsvlucht door gezinnen. De idee is dat jonge twintigers de stad alleen binnenkomen, maar van zodra zij een gezin vormen de stad terug verlaten. Onderstaande grafiek kan dit enigszins nuanceren. De rode lijn geeft aan hoeveel autochtone Belgen naar de stad migreerden in 2001. De blauwe lijn geeft aan hoeveel van hen ondertussen nog in de stad wonen. Hoewel het duidelijk is dat zeer veel jonge mensen de stad ondertussen verlieten, maken zij toch nog steeds het grootste deel uit.

Grafiek 9 Aantal aankomsten in stad Antwerpen en overblijvers bij de autochtone bevolking



Verhuissbewegingen verklaren het grootste deel van de bevolkingsgroei sinds het begin van de huidige legislatuur – een groei met in totaal 16.044 inwoners. Dit impliceert dat wonen in Antwerpen voor de

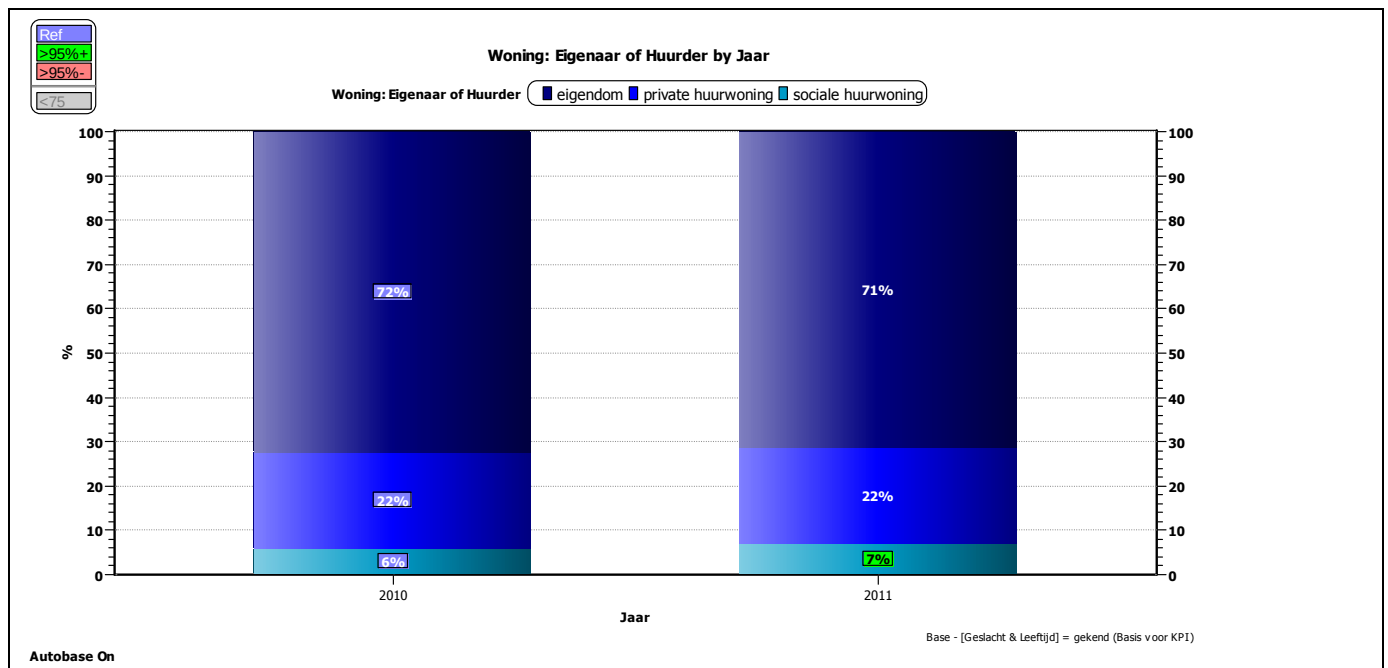
meeste mensen een keuze is. Het is daarom belangrijk te weten wat de motivaties zijn van mensen tot het maken van hun woonkeuzes.

2.1.2. Huisvesting

Het is niet mogelijk om exacte cijfers over het aandeel huurders in de stad te geven. Een goede raming was de volkstelling, maar deze is alweer van 2001 geleden. Daaruit bleek dat zo'n 47% van de inwoners huurde (privé of sociaal). Bij enquêtes zijn de eigenaars stevast oververtegenwoordigd. In de Stadsmonitor van 2011 was 67% van de respondenten een eigenaar.

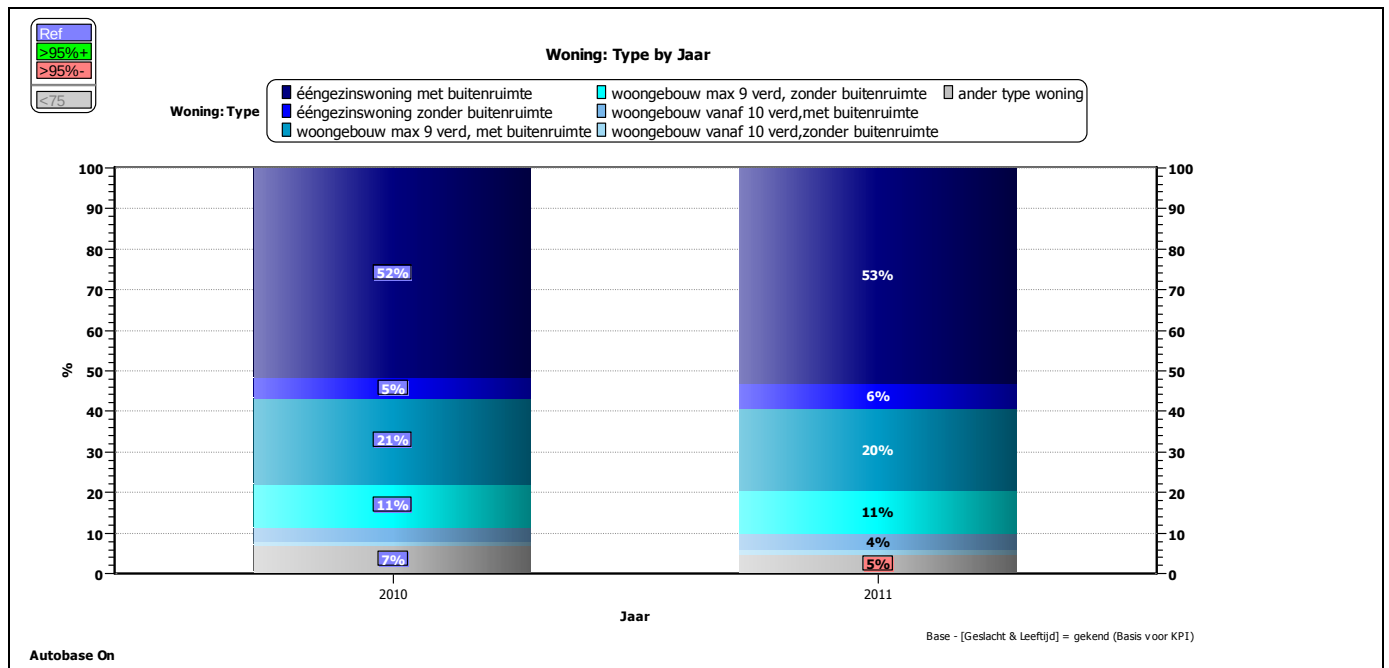
In de Antwerpse monitor komen we aan 71%. Het is echter niet mogelijk om te verifiëren hoe realistisch dit cijfer is.

Grafiek 10 Aandeel respondenten volgens bewonersstatuut, 2010 en 2011



De helft van de respondenten woont in een eengezinswoning met buitenruimte, 6% in één zonder buitenruimte. Minder dan de helft van de respondenten woont in een appartementsgebouw, het merendeel in één met minder dan 10 verdiepingen. In vergelijking met 2010 zijn er nauwelijks verschillen.

Grafiek 11 Aandeel respondenten volgens woningtype, 2010 en 2011

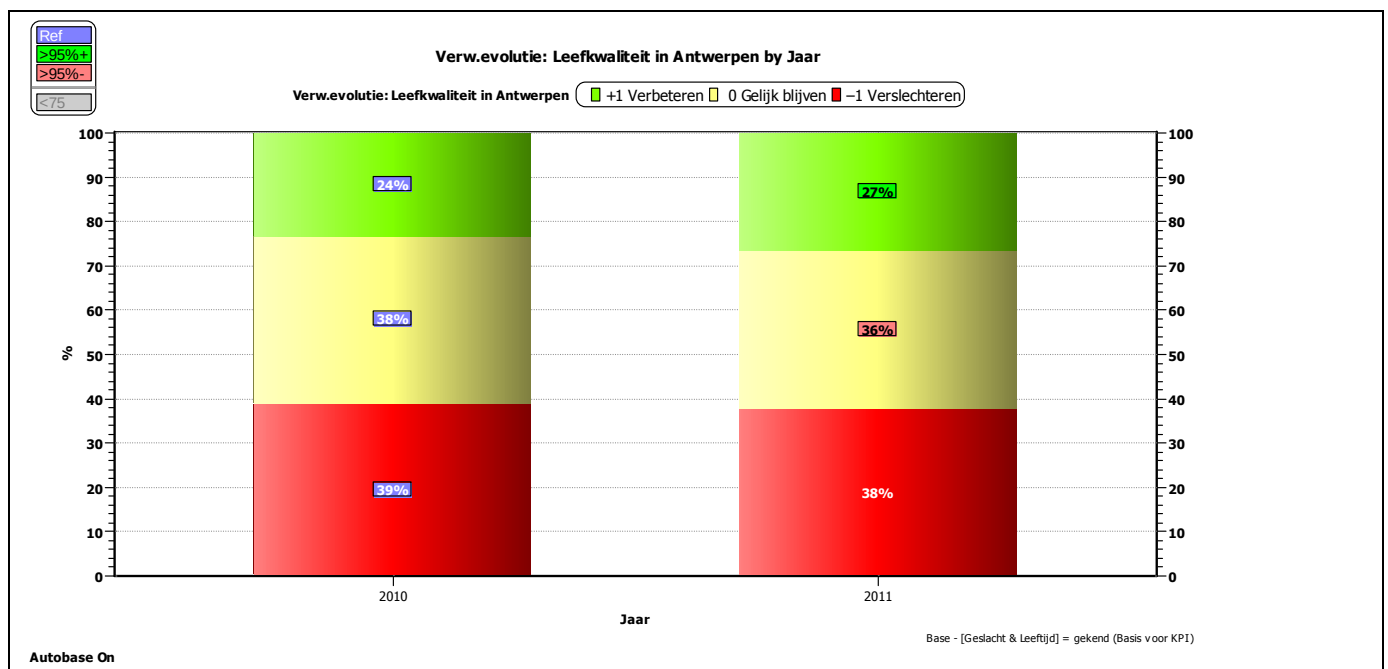


2.2. Wonen in de stad, wonen in een buurt

2.2.1. Levenskwaliteit in de stad

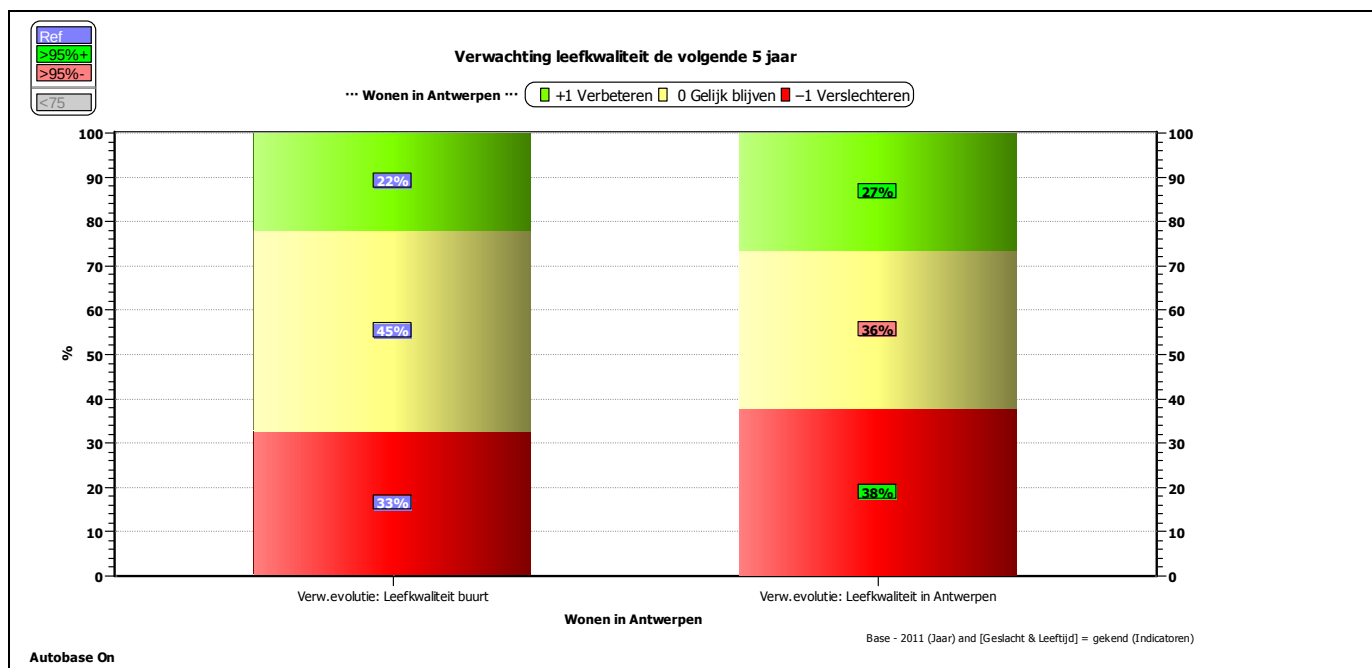
Er zijn meer respondenten die in de komende vijf jaar een verslechtering dan een verbetering van de levenskwaliteit in de stad Antwerpen verwachten: 38% tegenover 27%. Ten opzichte van 2010 is er wel een significante stijging van het aandeel positieve's.

Grafiek 12 Aandeel respondenten volgens verwachte evolutie van de leefkwaliteit in Antwerpen, 2010 en 2011

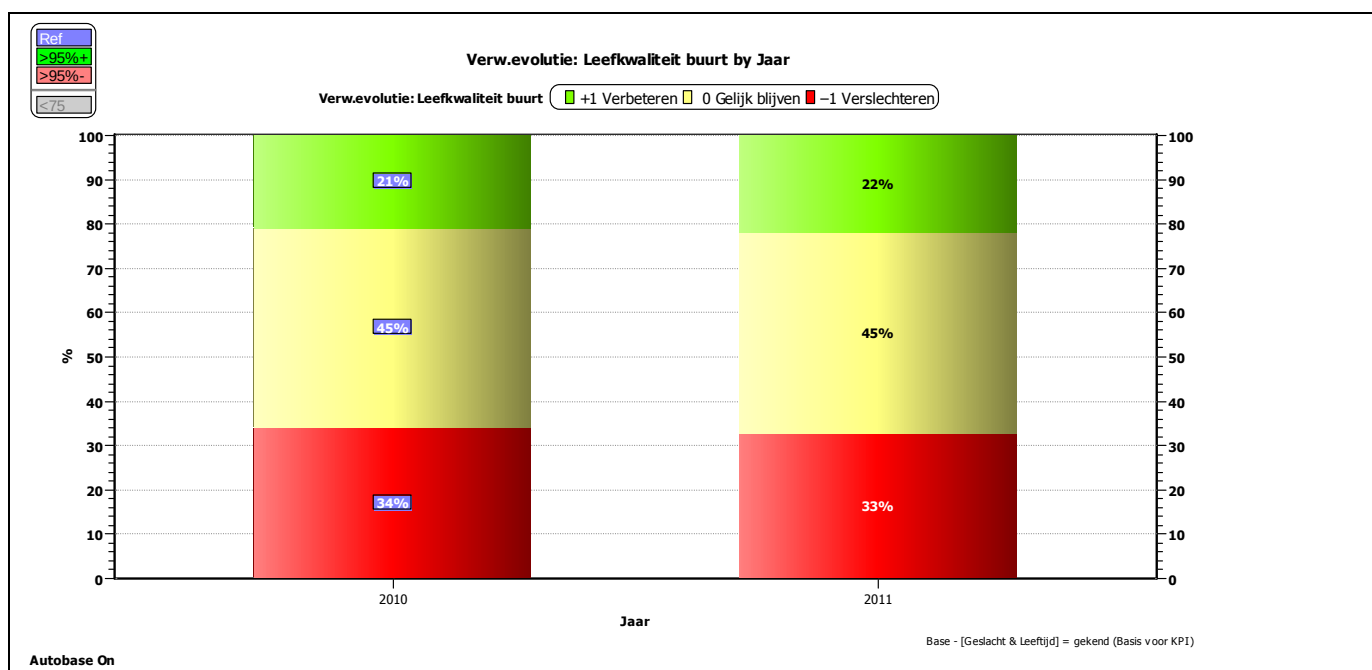


Over de buurt zijn de respondenten minder vaak negatief (33% tegenover 38%), maar ook minder vaak positief. Bijna de helft (45%) verwacht geen verandering in zijn of haar buurt. Bovendien zijn er ook geen verschillen met de resultaten van 2010.

Grafiek 13 Aandeel respondenten volgens verwachte evolutie van de leefkwaliteit in Antwerpen en in de buurt, 2010 en 2011



Grafiek 14 Aandeel respondenten volgens verwachte evolutie van de leefkwaliteit in de buurt, 2010 en 2011



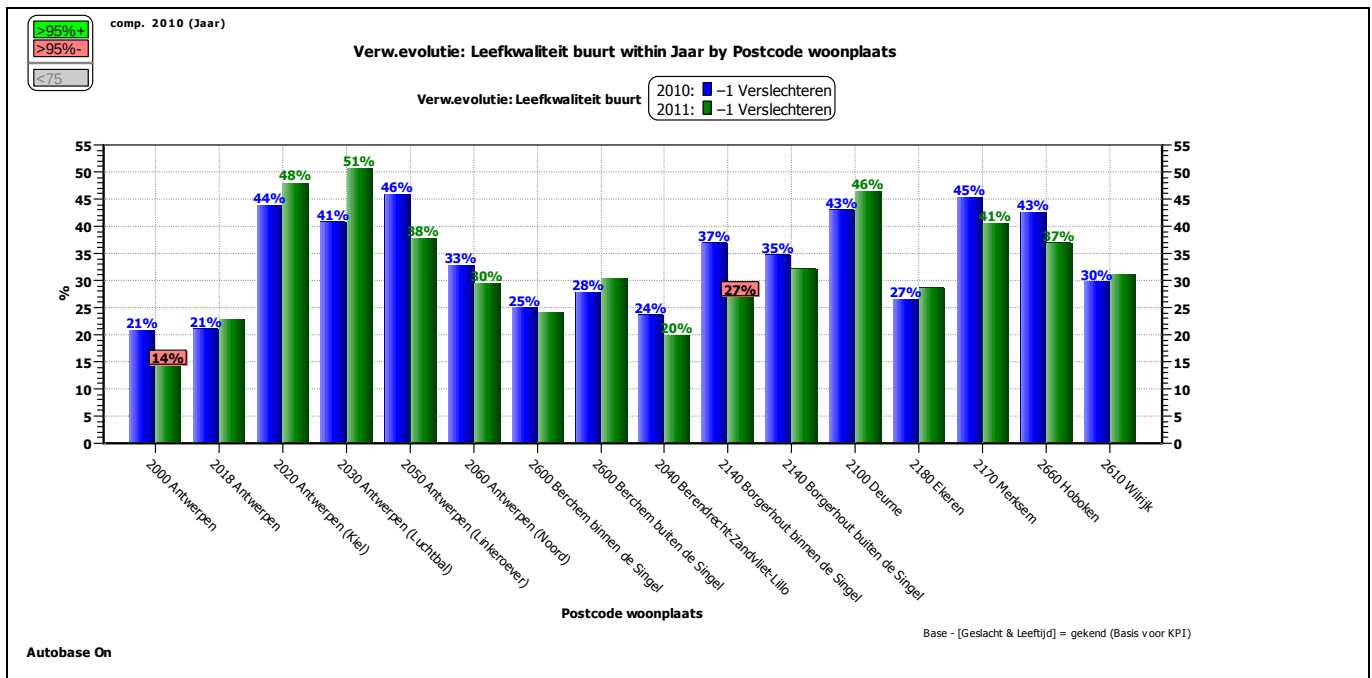
Naar postcode

Kijken we naar het aandeel respondenten dat vindt dat zijn of haar buurt de komende vijf jaar gaat verslechteren per postcode, dan vinden we significant meer mensen met een negatieve verwachting in :

- Antwerpen –Kiel
- Antwerpen –Luchtbal
- Deurne
- Merksem

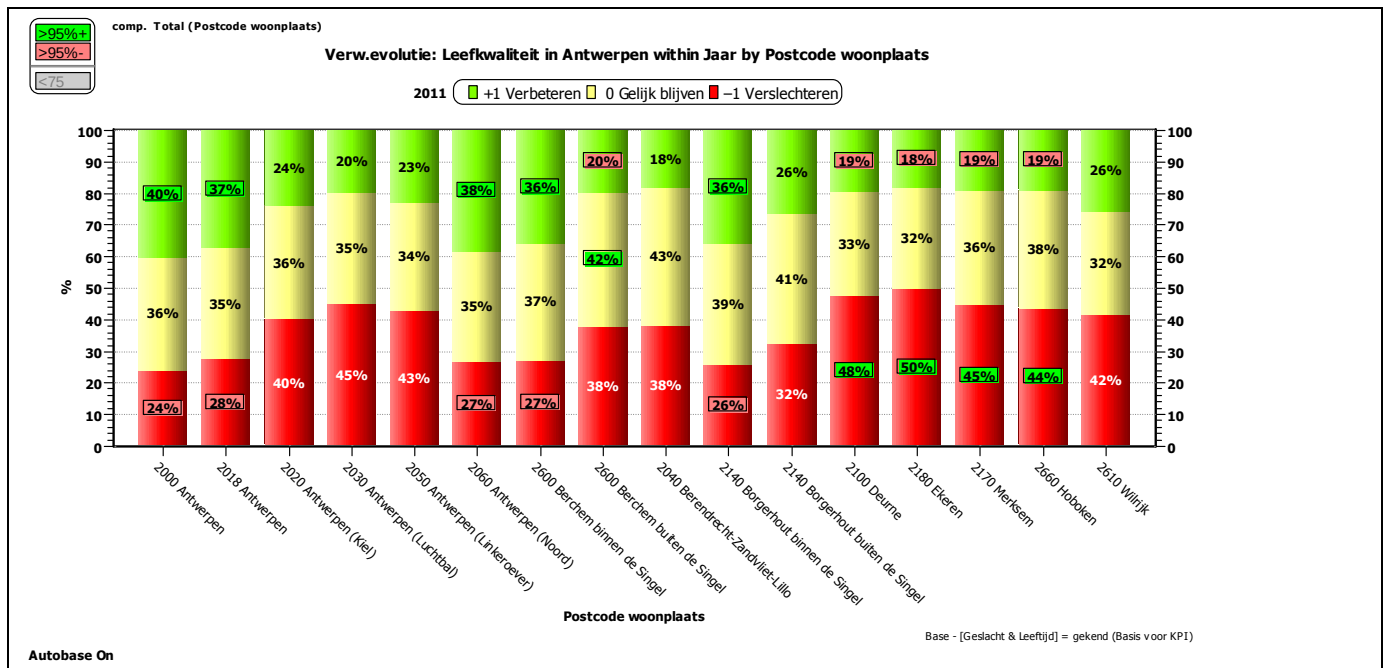
Ten opzichte van 2010 daalt het aandeel negativo's in Borgerhout intra muros en in Antwerpen-Centrum.

Grafiek 15 Aandeel respondenten volgens verwachte evolutie van de leefkwaliteit in de buurt, volgens woonplaats



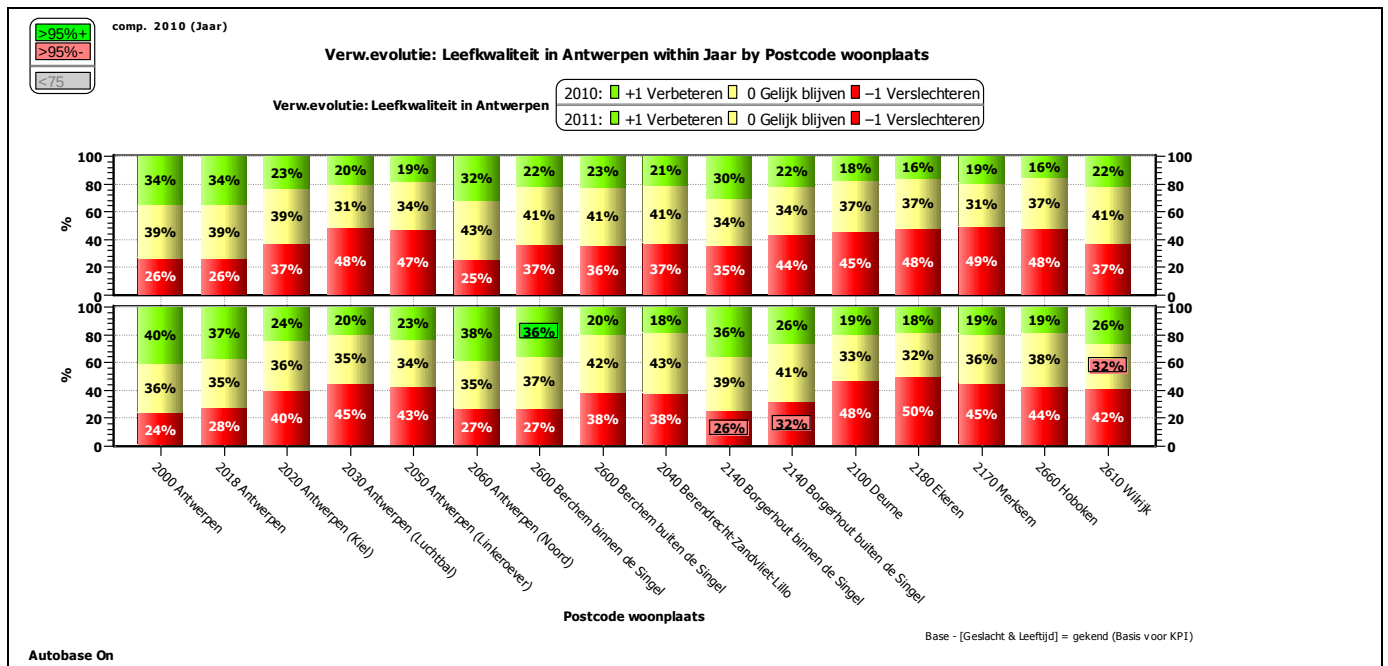
Wanneer het gaat over de verwachtingen van de leefkwaliteit in de stad Antwerpen, dan vinden we significant meer mensen die denken dat het de komende vijf jaar zal verslechteren in Deurne, Ekeren, Merksem en Hoboken. In de zones binnen de Singel ziet men de toekomst van leefkwaliteit in de stad iets rooskleuriger.

Grafiek 16 Aandeel respondenten volgens verwachte evolutie van de leefkwaliteit in Antwerpen, volgens woonplaats



Ten opzichte van 2010 daalt het aandeel negativo's significant in Borgerhout, zowel binnen als buiten de Singel en stijgt het percentage Berchemenaars dat een verbetering verwacht.

Grafiek 17 Aandeel respondenten volgens verwachte evolutie van de leefkwaliteit in Antwerpen, volgens woonplaats, 2010 en 2011



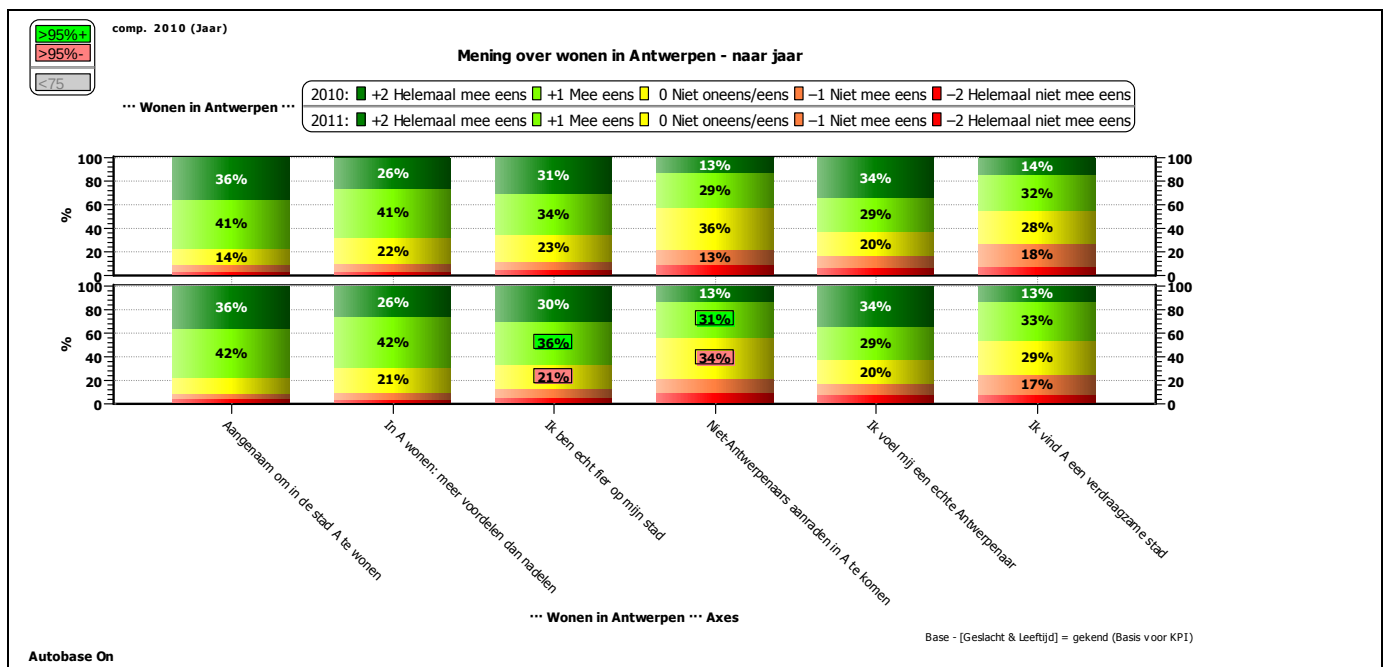
De meeste respondenten zijn eerder positief over Antwerpen als woonomgeving:

- 78% van hen is het eens of helemaal eens met de stelling 'het is aangenaam om in Antwerpen te wonen'
- 68% vindt dat het meer voor - dan nadelen heeft om in de stad Antwerpen te wonen
- 66% geeft aan echt fier te zijn op de zijn stad
- 63% geeft aan zich een 'echte Antwerpenaar te voelen'

Niettemin zou slechts vier op tien respondenten anderen aanraden om in Antwerpen te komen wonen. Daarnaast is ook minder dan helft van de respondenten van mening dat Antwerpen een verdraagzame stad is.

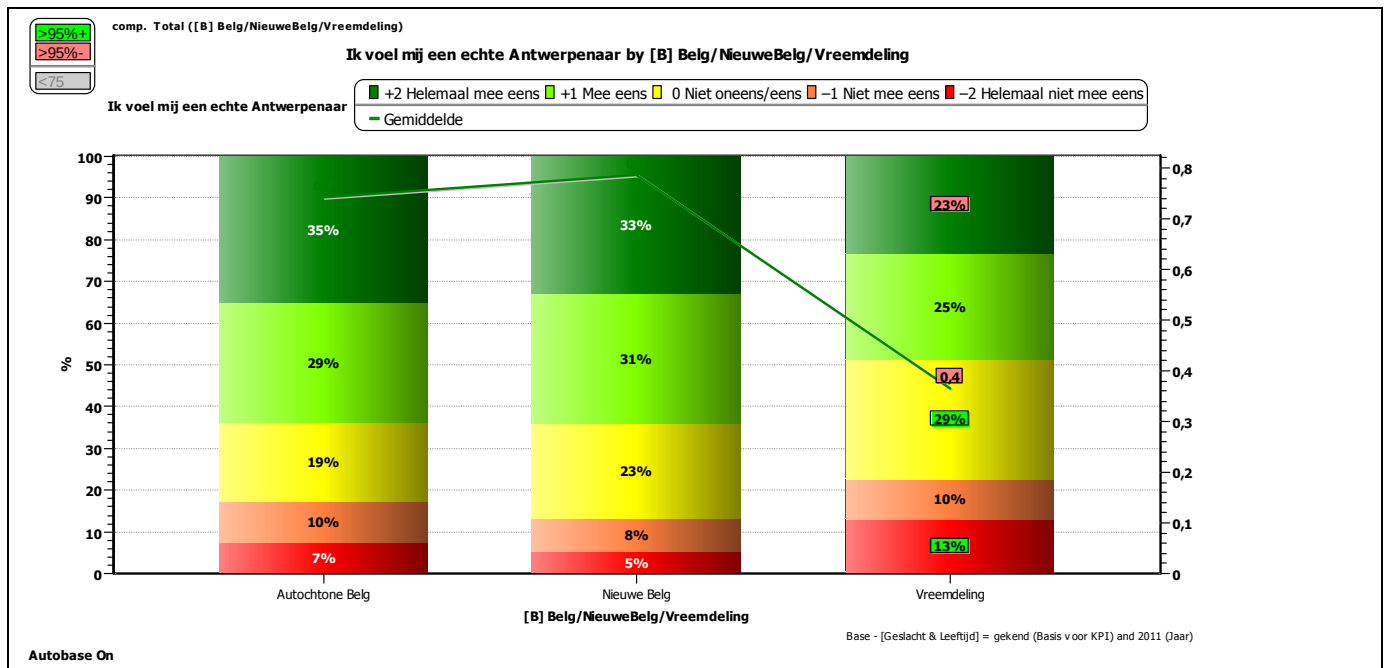
Ten opzichte van 2010 zijn er weinig verschuivingen. Er is wel een significante stijging van het aandeel respondenten dat het eens is met de stelling 'ik ben fier op mijn stad'. Daarnaast stijgt ook het aandeel respondenten dat anderen zou aanraden om in Antwerpen te komen wonen.

Grafiek 18 Mening over wonen in Antwerpen, 2010 en 2011

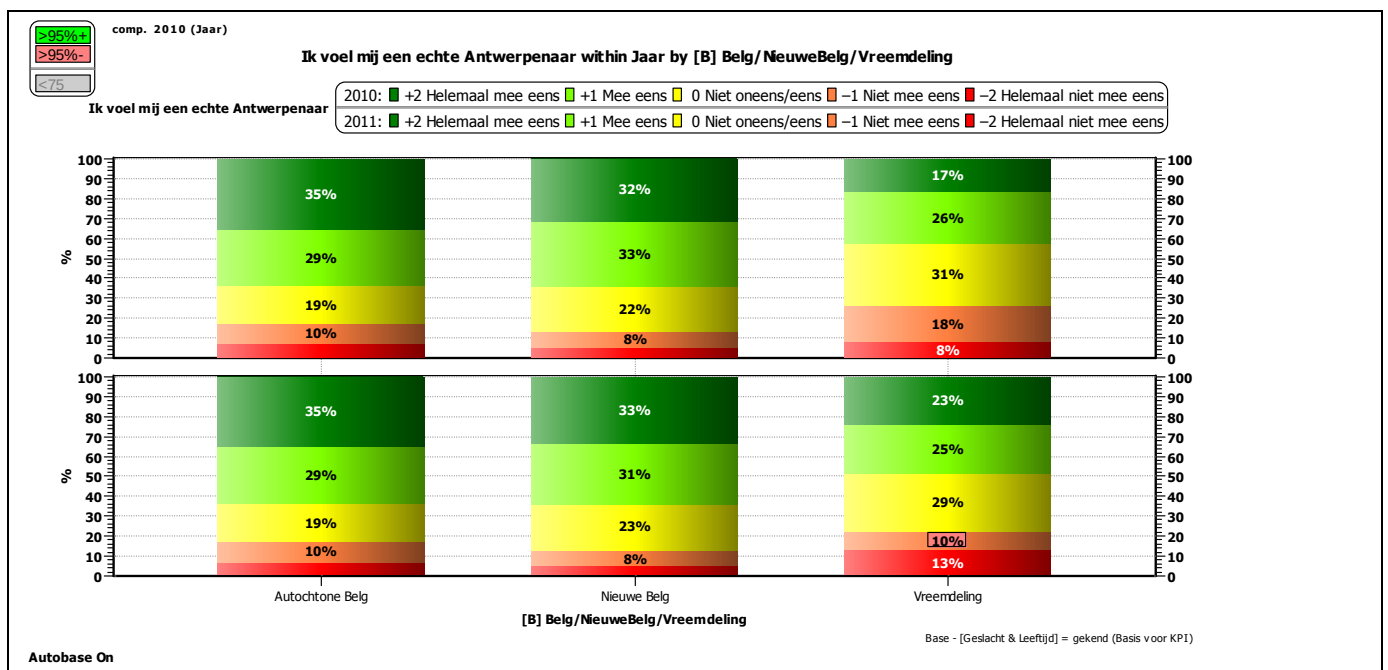


Opvallend is dat er geen verschil is tussen autochtone Belgen en nieuwe Belgen over het zich Antwerpenaar voelen. Vreemdelingen daarentegen voelen zich significant minder een echte Antwerpenaar. In vergelijking met 2010 valt op dat het aandeel vreemdelingen dat zich geen echte Antwerpenaar voelt weliswaar licht daalt, maar dat er binnen deze groep wel een verschuiving is van 'niet eens' naar 'helemaal niet eens'.

Grafiek 19 Ik voel mij een echte Antwerpenaar, volgens herkomst



Grafiek 20 Ik voel mij een echte Antwerpenaar, volgens herkomst, 2010 en 2011



2.2.2. Verhuizen

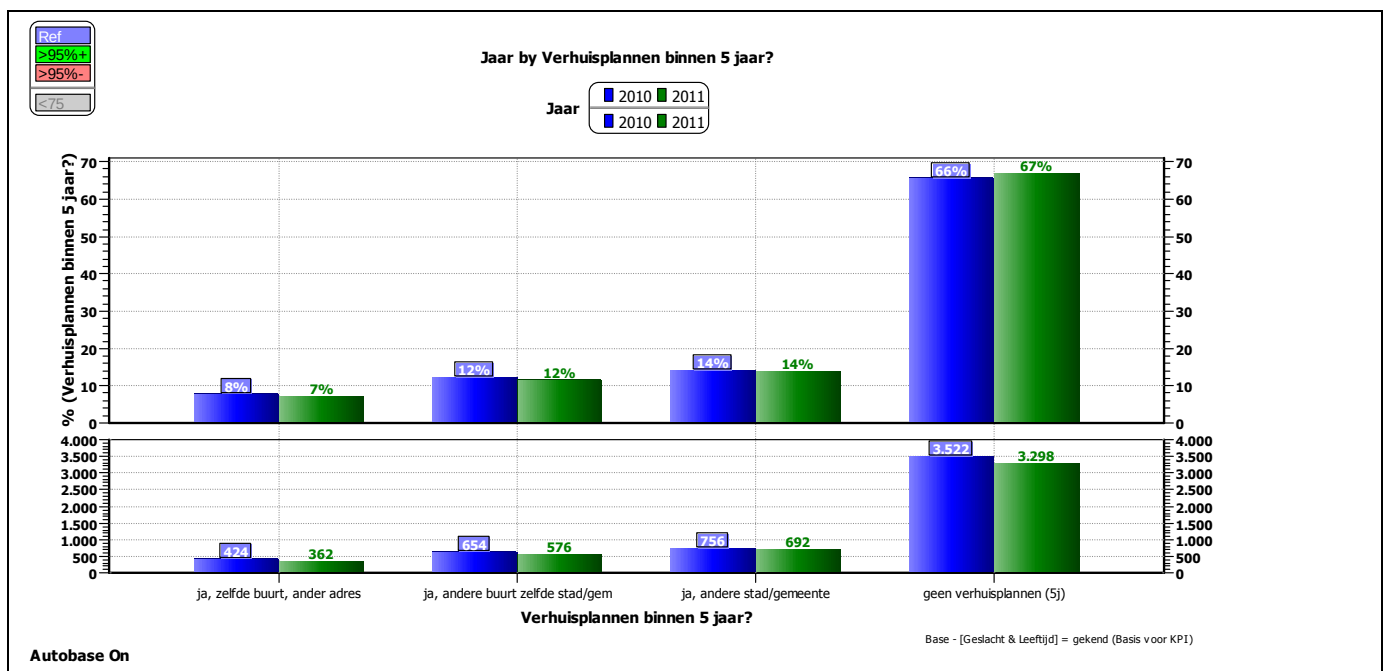
Als het gaat over effectieve verhuisbewegingen, wordt gebruik gemaakt van administratieve data. Verhuismotieven noch socio-economische achtergrond zijn beschikbaar. De Antwerpse monitor kan hier een belangrijke aanvulling zijn. Wel mag men niet uit het oog verliezen dat een geplande verhuisbeweging niet steeds tot een effectieve verhuis leidt.

We weten bijzonder weinig over wie de stad binnenkomt. Ook hier kan de Antwerpse monitor een hulp zijn. Aangezien we weten hoe lang de respondenten in de stad wonen, kunnen we vergelijkingen maken tussen recente inwijkelingen en mensen die al lang in de stad wonen.

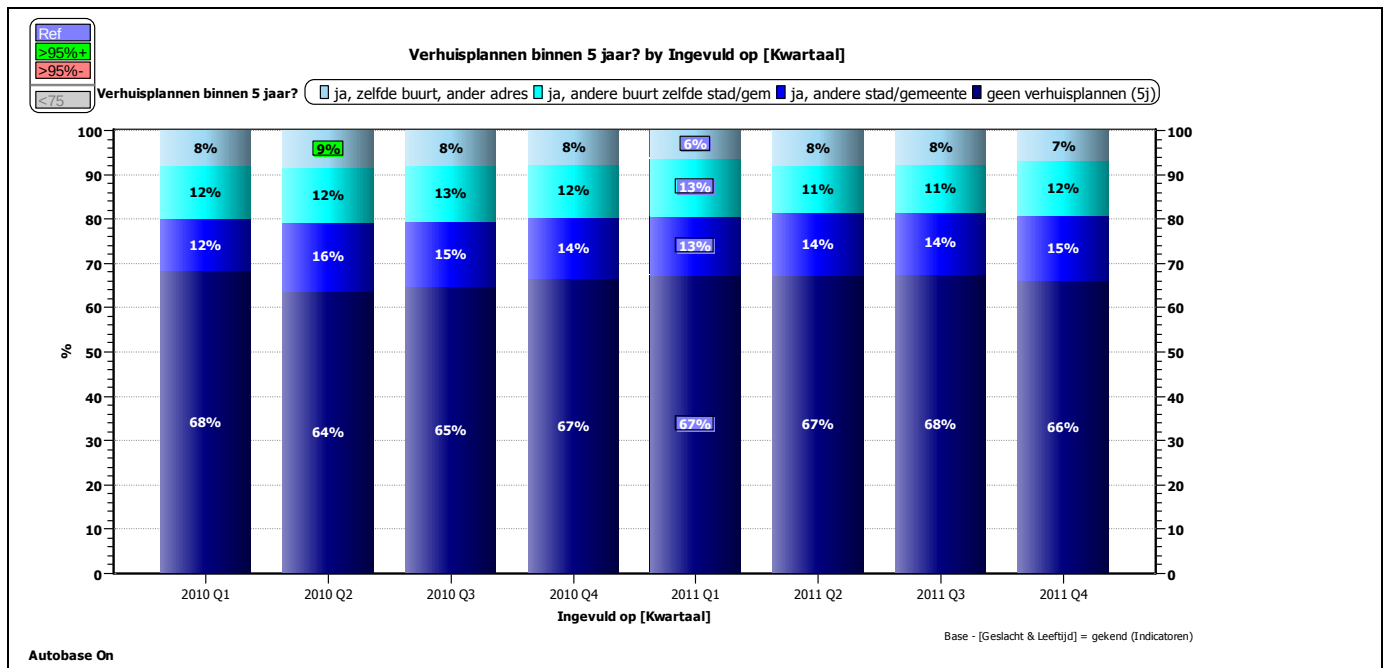
2.2.2.1. Verhuisplannen

Eén op drie respondenten verwacht binnen de vijf jaar te verhuizen. Slechts 14% verwacht de stad te verlaten, 12% wil naar een andere buurt verhuizen en 7% wil in de huidige buurt blijven wonen. Er zijn geen noemenswaardige verschillen ten opzichte van 2010. De verhuisintentie blijkt ook zeer stabiel te zijn over de verschillende kwartalen heen.

Grafiek 21 Verhuisplannen komende vijf jaar, 2010 en 2011



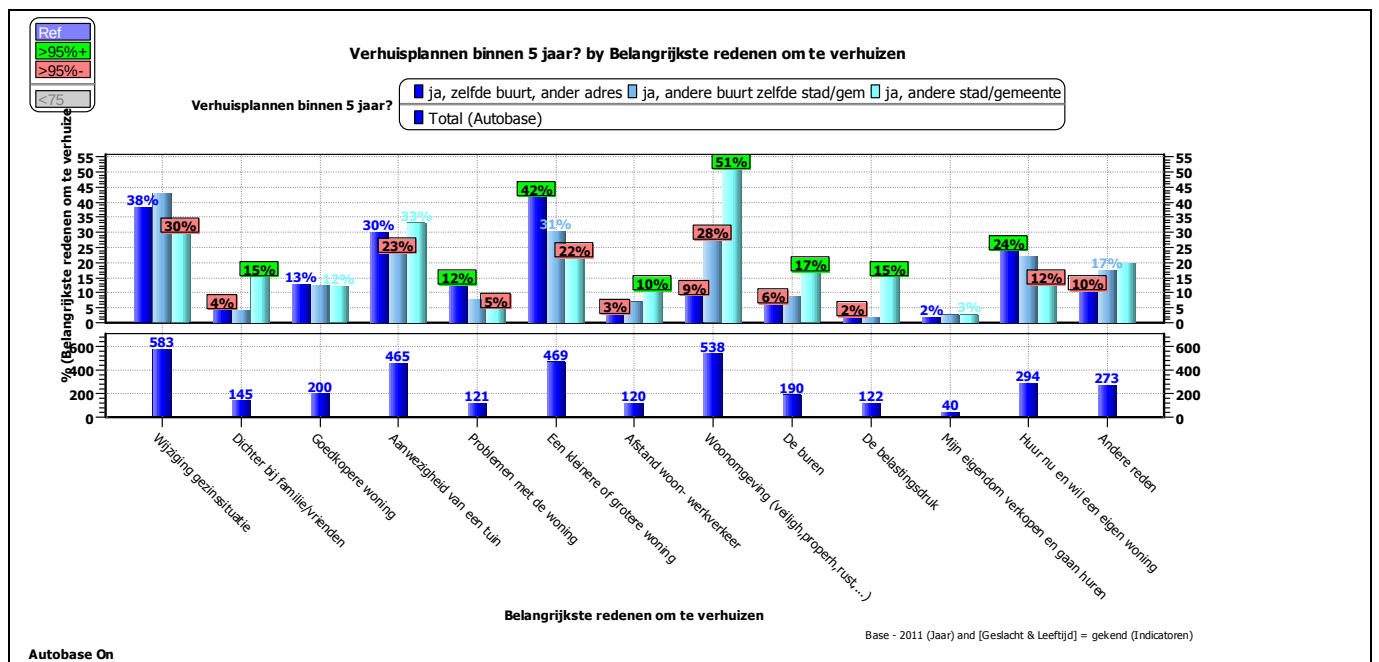
Grafiek 22 Verhuisplannen komende vijf jaar, per kwartaal 2010 en 2011



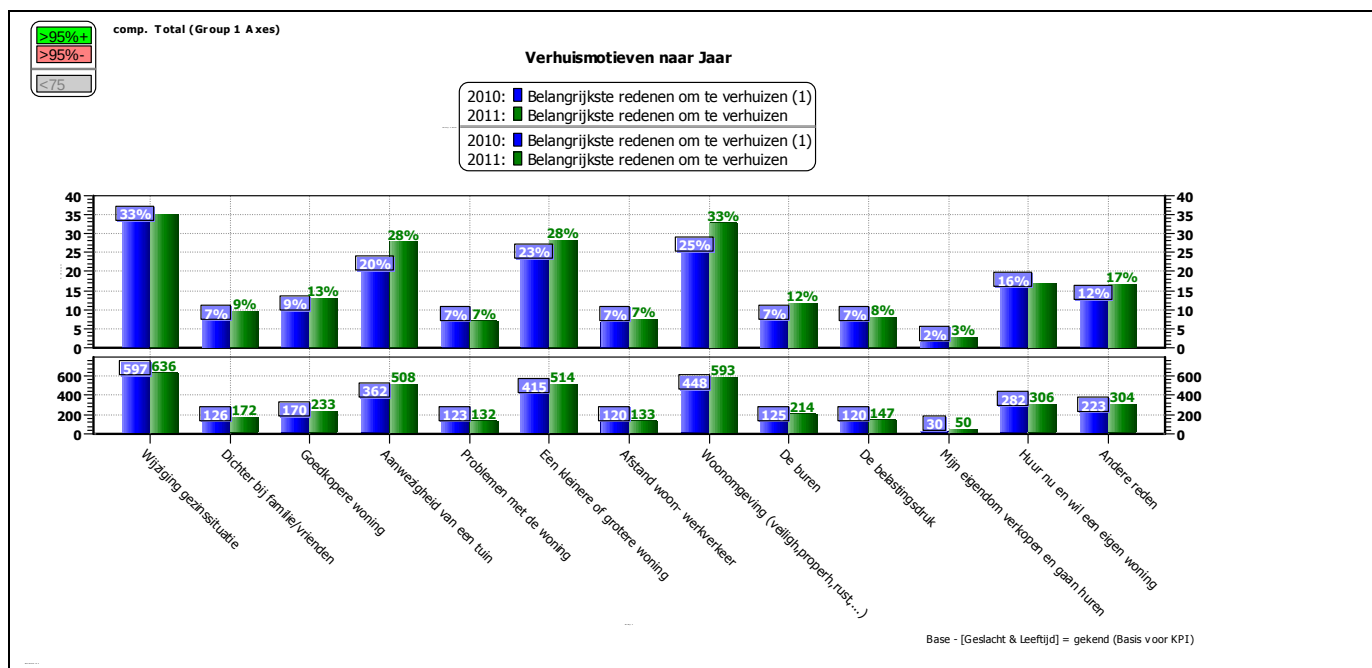
2.2.2.2. Verhuismotieven

De meest vermelde verhuismotivatatie is een wijziging in gezinssituatie. Op de tweede plaats komt de woonomgeving. Ook de nood aan een kleinere of grotere woning vormt een belangrijke motivatie om te verhuizen. Niet toevallig vormt de woonomgeving vooral een belangrijker verhuismotief bij wie aangeeft de stad te willen verlaten. Wie daarentegen wil verhuizen naar een grotere of kleinere woning, zoekt een nieuwe woonst vaker in de eigen buurt. Tot slot valt nog op dat de motieven 'dichter bij familie/vrienden wonen', 'de burens' en de 'belastingdruk' bij stadsverlaters vaker vermeld worden als redenen om te verhuizen. Er zijn geen echte verschillen ten opzichte van de resultaten in 2010.

Grafiek 23 Verhuismotieven



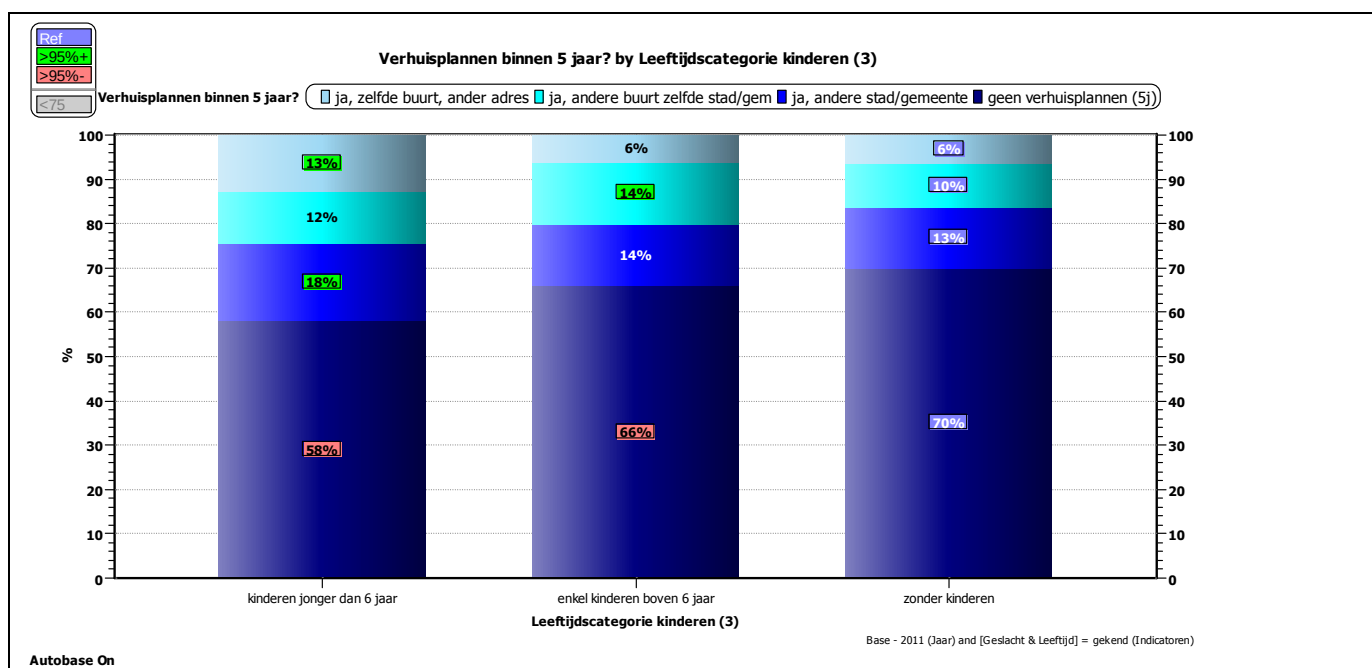
Grafiek 24 Verhuismotieven, 2010 en 2011



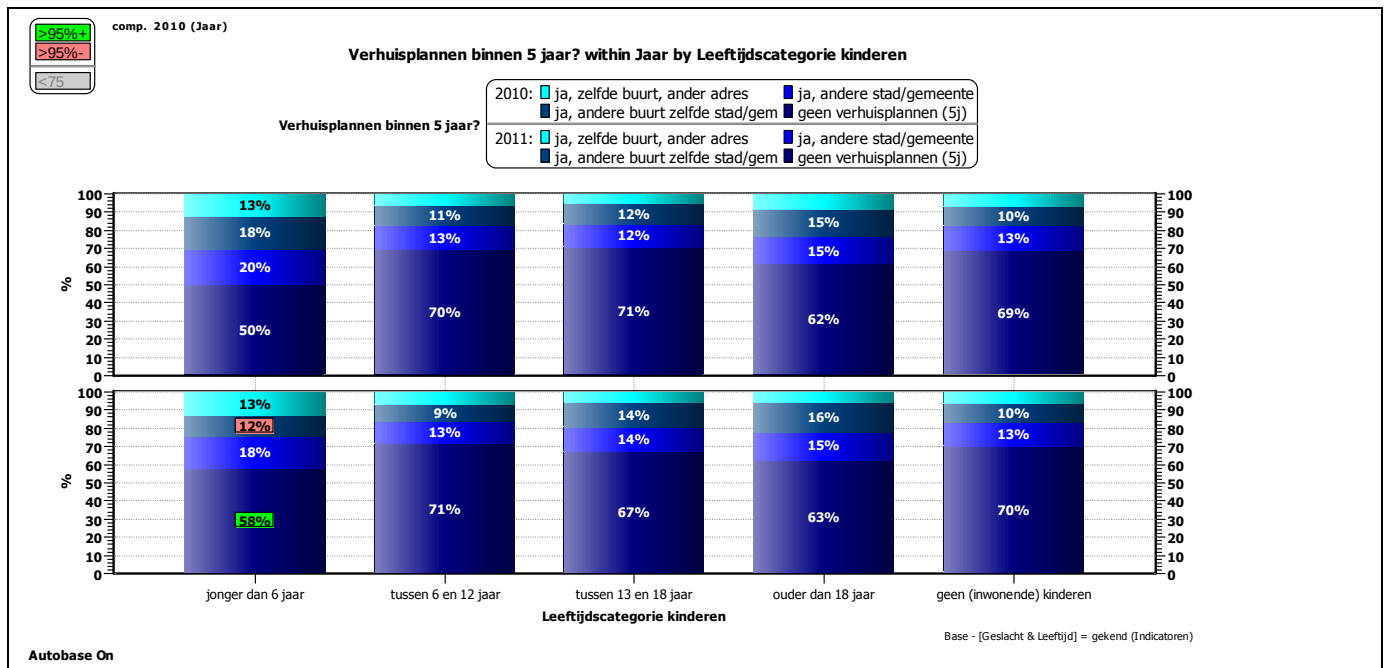
2.2.2.2. Gezinnen met jonge kinderen

Uitgesplitst naar leeftijd van de kinderen blijkt duidelijk dat respondenten met jonge kinderen het meest geneigd zijn om te verhuizen. Gezinnen met kinderen jonger dan 6 jaar zijn ook meer dan de andere respondenten geneigd om binnen de eigen buurt te verhuizen, en geven daarnaast ook significant vaker aan dat ze buiten de stad willen gaan wonen. Mensen zonder kinderen zijn het minst geneigd om te verhuizen. In vergelijking met 2010 zijn gezinnen met jonge kinderen minder bereid om naar een andere buurt te verhuizen.

Grafiek 25 Verhuisplannen volgens leeftijd kinderen in het gezin

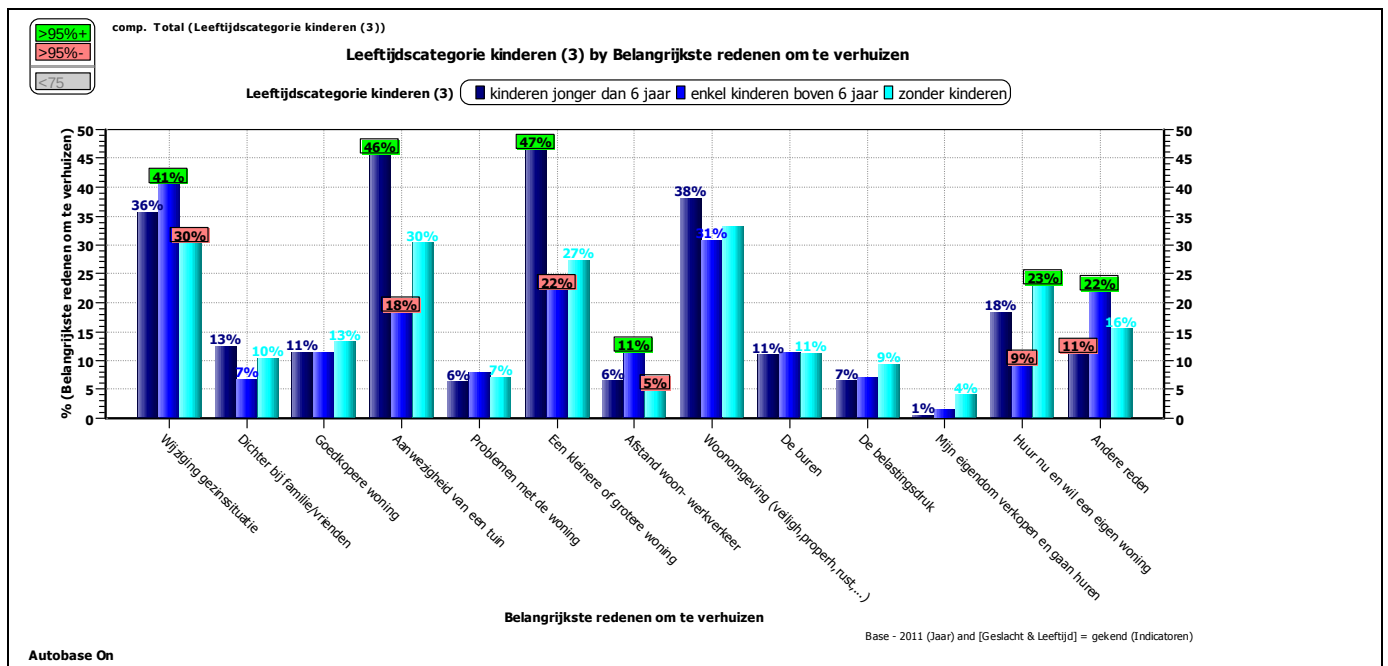


Grafiek 26 Verhuisplannen volgens leeftijd kinderen in het gezin, 2010 en 2011



In onderstaande grafiek worden verhuismotieven van respondenten met kinderen vergeleken met deze van respondenten zonder inwonende kinderen. Eigenschappen van de woning, zoals de grootte van de woning en de aanwezigheid van een tuin zijn duidelijk belangrijker voor de ouders van kleine kinderen. Ook de woonomgeving wordt iets vaker genoemd, maar dit is niet significant meer dan gemiddeld. Voor respondenten zonder kinderen, vormt het aankopen van een eigendom significant vaker een reden om te verhuizen.

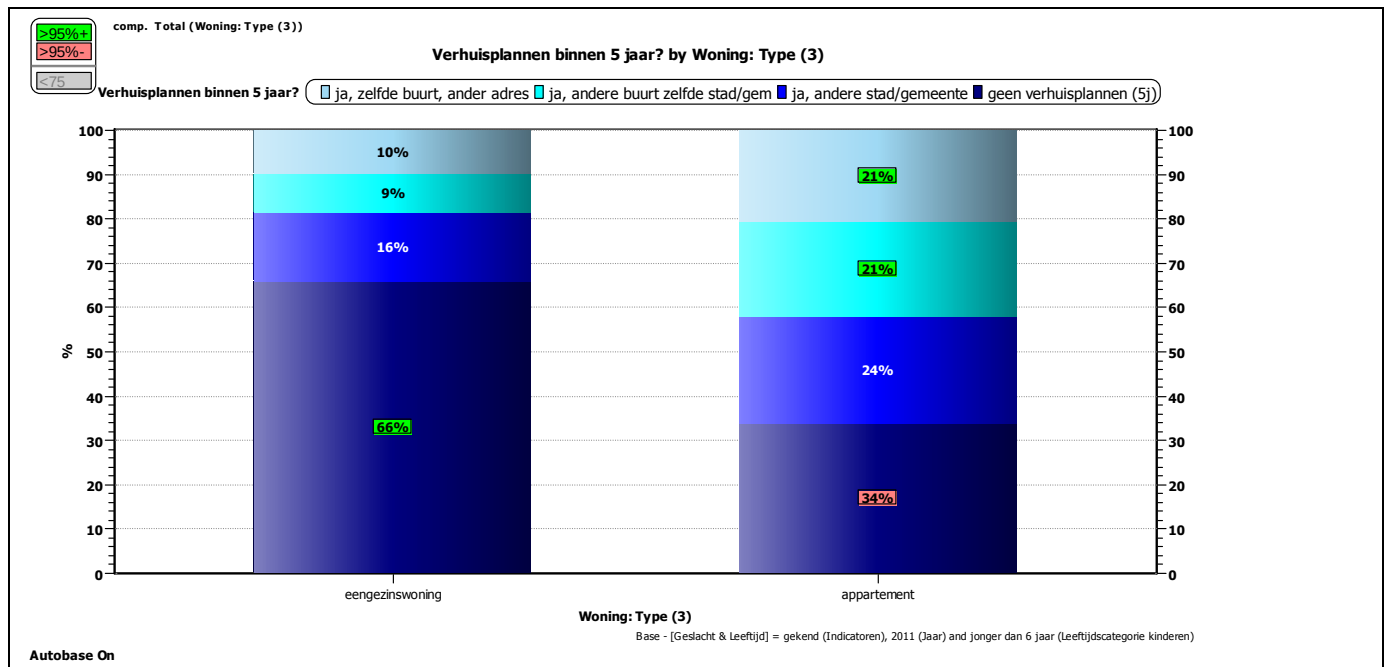
Grafiek 27 Verhuismotieven volgens belangrijkheid en leeftijd kinderen in het gezin



De veranderde woonbehoefte eens er kinderen zijn, lijkt dus aan de basis te liggen van veel verhuisbewegingen. In de onderstaande grafiek worden enkel respondenten met kinderen jonger dan 6 jaar weergegeven. Het is duidelijk dat zij vaker verhuisplannen hebben wanneer ze niet in een

ééngezinswoning wonen; 66% van wie in een ééngezinswoning verblijft, heeft geen verhuisplannen, tegen slechts 34% van wie in een meergezinswoning verblijft. Ook in de gehele populatie zijn er meer verhuisplannen bij wie in een meergezinswoning woont, maar het verschil is veel minder groot. Nog opvallend is dat de respondenten met verhuisplannen en jonge kinderen in meergezinswoningen vooral uitkijken naar een woning in de stad.

Grafiek 28 Verhuisplannen volgens woningtype



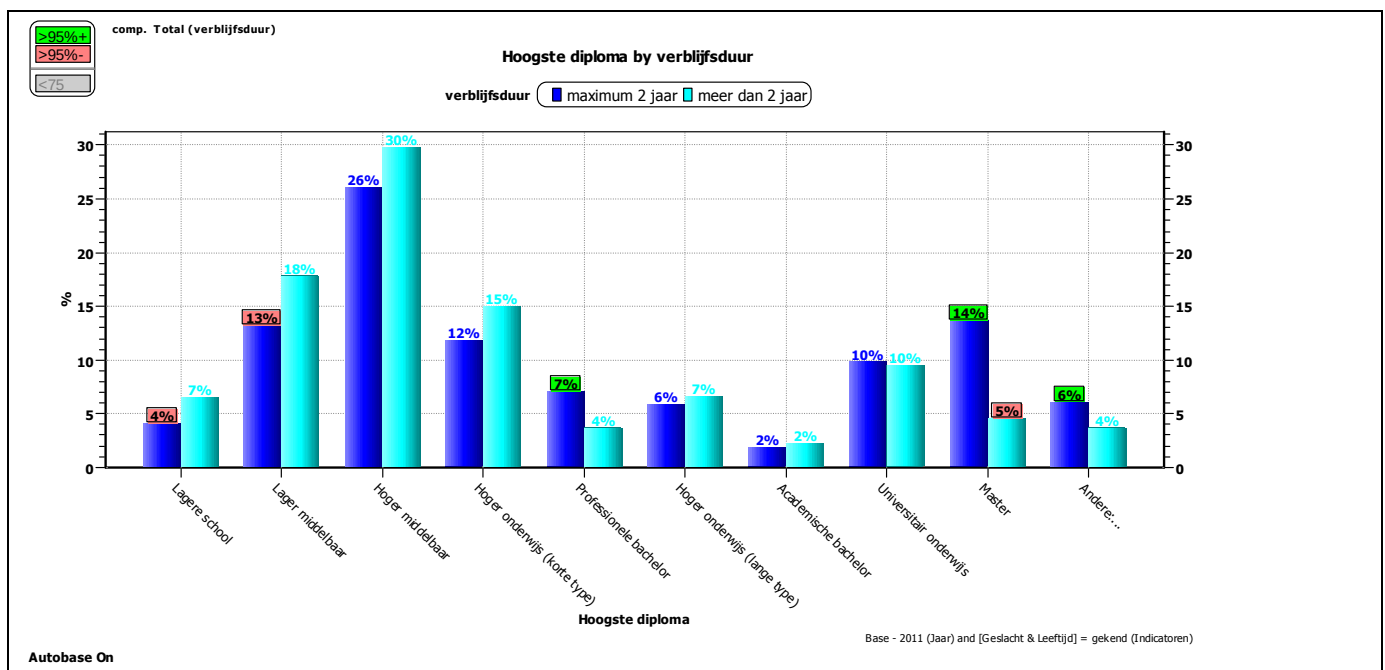
2.2.2.3. Socio-demografische profiel van in- en uitstroom

Met behulp van administratieve data kunnen we achterhalen wat het *demografisch* profiel is van nieuwkomers en vertrekkers. We kunnen de leeftijd van stadsverlaters achterhalen, hoe lang ze al in de stad woonden, het type gezin op het moment van vertrek, de herkomstnationaliteit enzovoort. Hiervoor verwijzen we graag naar de rapporten van de Studiedienst Stadsobservatie. Deze databanken kunnen evenwel niet gekoppeld worden aan sociale kenmerken zoals opleidingsniveau of tewerkstelling. Analyses op basis van de Antwerpse monitor kunnen hier enig soelaas bieden. De aantallen zijn nog te klein voor bepaalde diepgaande analyses, maar enkele patronen zijn zo sterk, dat deze al robuust aan te tonen zijn.

Uit een recent onderzoek naar de instroom van Belgen naar Antwerpen bleek dat deze gemiddeld hoger opgeleid zijn dan de mensen die betrokken waren bij een verhuisbeweging binnen de stad (Rapport Verhuismotieven, MC en BZ/SSO). Op basis van de Antwerpse monitor kunnen we dit veralgemenen naar de hele Antwerpse bevolking.

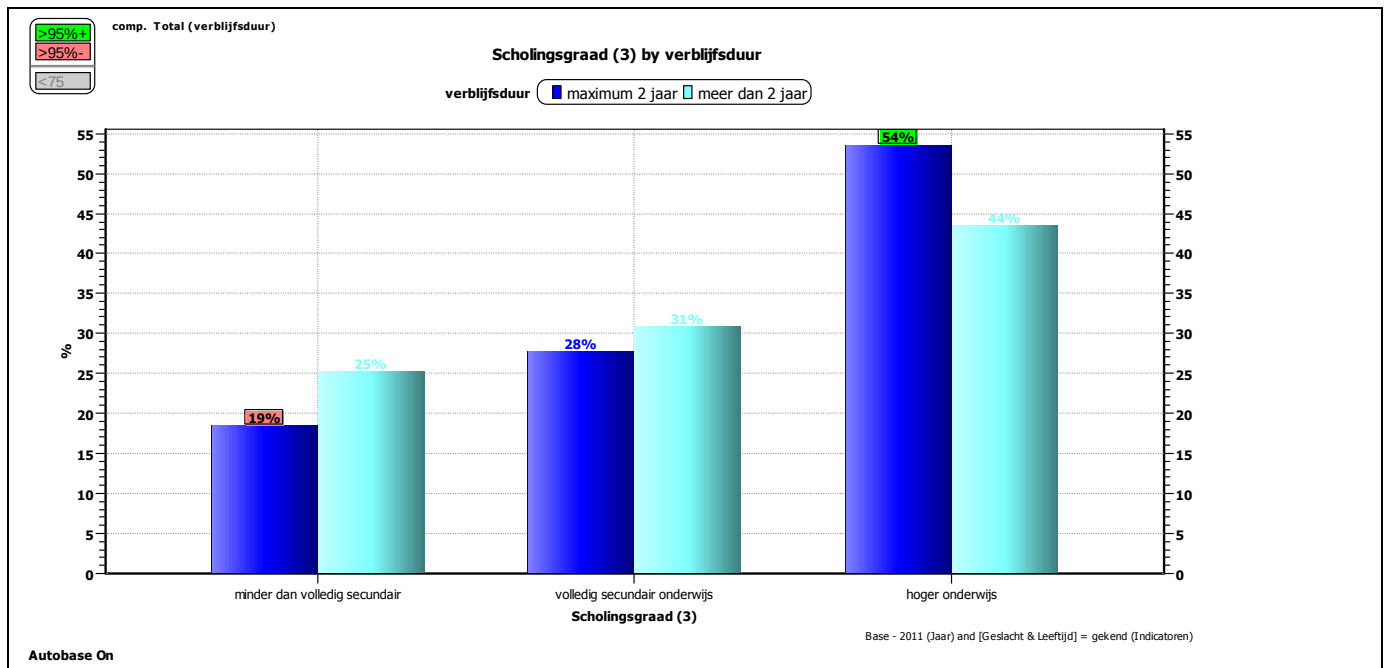
In onderstaande tabel wordt de bevolking opgedeeld naar verblijfsduur. We vergelijken de respondenten die minder dan twee jaar in de stad wonen, met diegene die langer dan twee jaar resideren in Antwerpen. Bij die nieuwkomers is er een duidelijk kleiner aandeel respondenten met een heel laag opleidingsniveau en een significant hoger aandeel bachelor- en masterdiploma's. Dit zijn relatief 'nieuwe' diploma's wat impliceert dat het vooral om jonge mensen gaat. De vraag is of nieuwkomers nog steeds hoger opgeleid zijn dan de gemiddelde Antwerpenaar, wanneer leeftijd in rekening wordt gebracht.

Grafiek 29 Verblijfsduur volgens opleidingsniveau

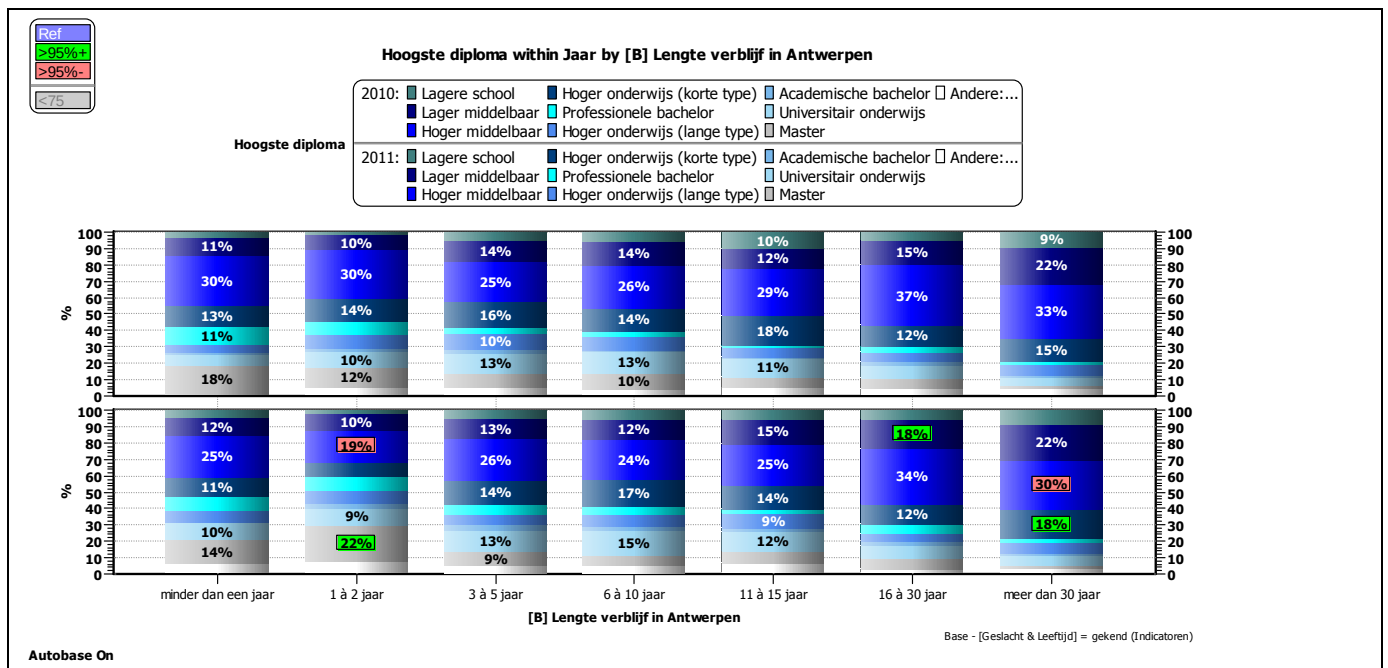


Alvorens deze vraag te beantwoorden nog een vereenvoudigde grafiek. We zien dat bij de nieuwkomers 54% hoger onderwijs heeft genoten, tegen slechts 44% van de mensen die hier al langer dan 2 jaar wonen. Slechts 19% heeft minder dan een volledige secundaire opleiding, terwijl dit voor de rest van de bevolking 25% is. In vergelijking met 2010 valt op dat er bij de respondenten die 1 tot 2 jaar in de stad verblijven, opvallend meer een masterdiploma op zak hebben (22% versus 12%).

Grafiek 30 Verblijfsduur volgens scholingsgraad

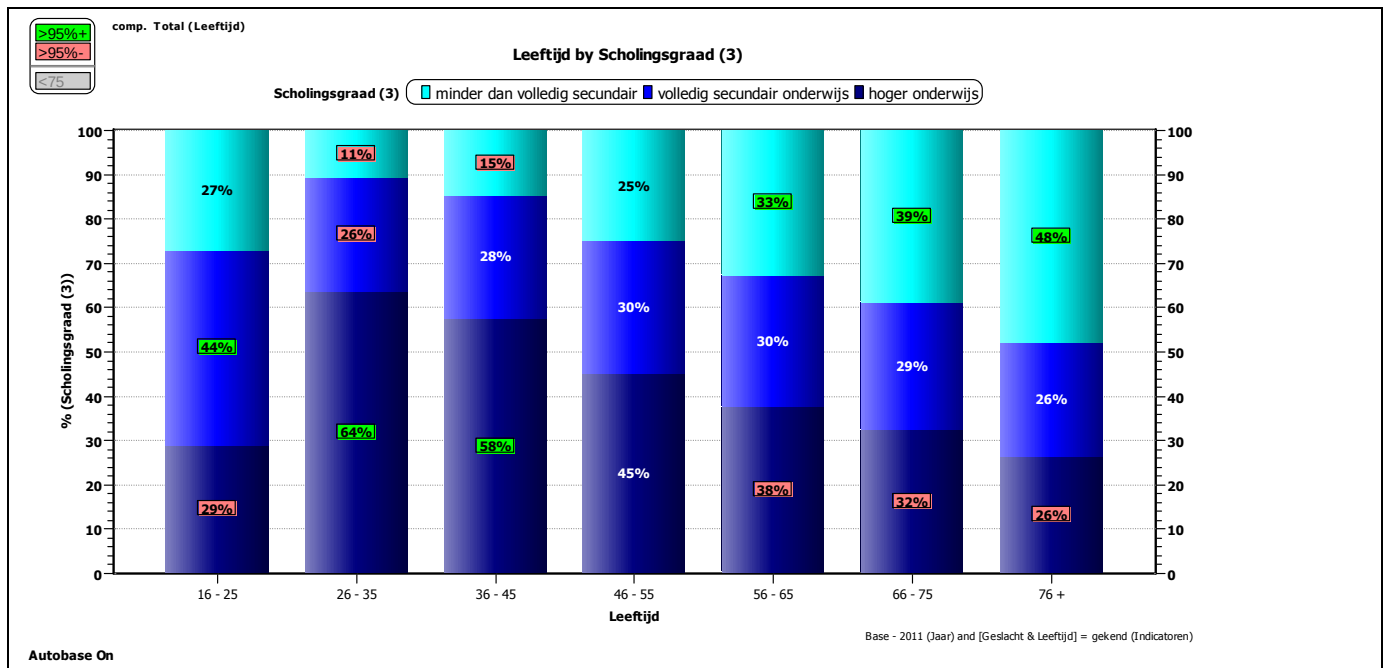


Grafiek 31 Verblijfsduur volgens opleidingsniveau, 2010 en 2011



Het verband tussen leeftijd en diploma maakt dat we voorzichtig moeten zijn met dit soort analyses. Ter illustratie wordt het opleidingsniveau per leeftijd hieronder weergegeven. Het aandeel hogeschoolden neemt sterk af met de leeftijd, terwijl het aandeel kortgeschoolden toeneemt. Het aandeel secundair geschoolden is redelijk constant over de leeftijdsgroepen. De jongste groep vormt hierop een uitzondering, wellicht omdat een groot deel van hen nog in het hoger onderwijs school loopt.

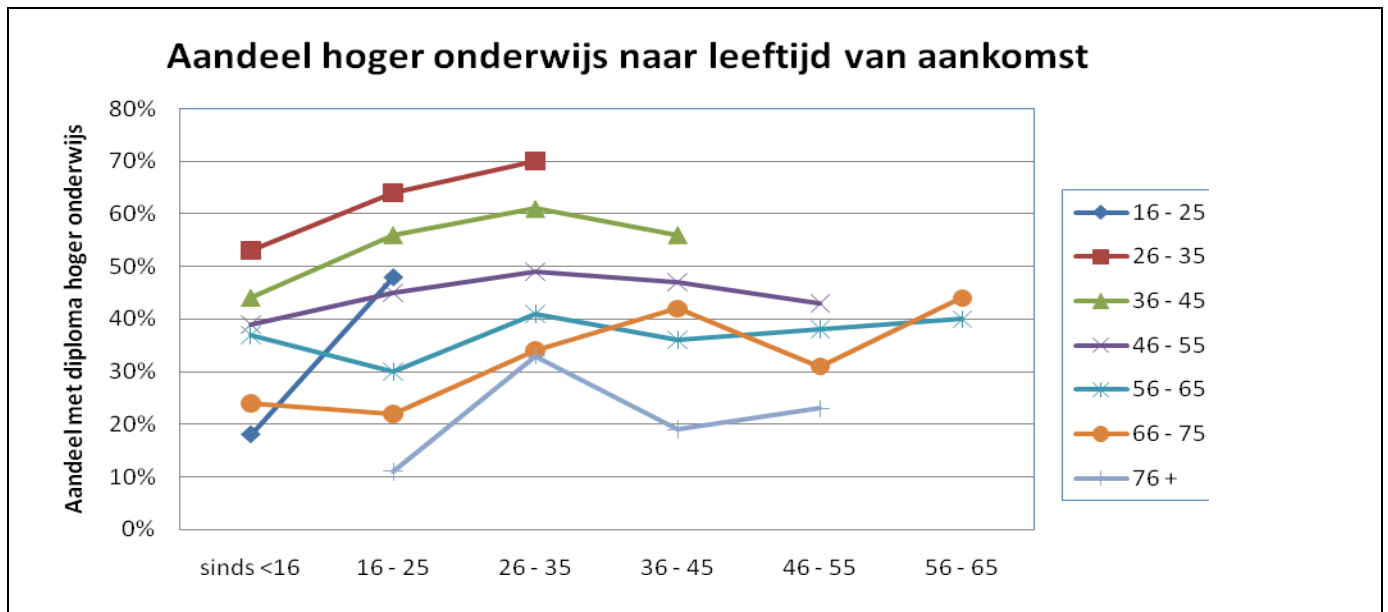
Grafiek 32 Scholingsgraad volgens leeftijd



Er ontstaat een duidelijk patroon als we het aandeel mensen met hoger onderwijs bekijken volgens hun huidige leeftijd en hun leeftijd van aankomst. Om dit te illustreren geven we hieronder het aandeel hooggeschoolden weer per leeftijdsgroep. Op de X-as staat de leeftijd waarop ze in de stad aankwamen.

Mensen tot en met 55 jaar hebben meer kans om hoger onderwijs genoten te hebben naargelang hun leeftijd bij aankomst dicht bij 26 tot 35 jaar ligt. De meeste mensen die naar de stad verhuizen doen dat op deze leeftijd. De vaststelling betekent dus wellicht dat het huidige patroon, waarbij opvallend veel jonge mensen met een hoog diploma naar de stad komen, al veel langer bestaat. Dat maakt dat de kans klein is dat dit snel zal veranderen of een kwestie van een tijdelijk fenomeen zou zijn. Bij de mensen ouder dan 56 jaar is er een minder eenduidig verband.

Grafiek 33 Aandeel hooggeschoolden volgens leeftijd van aankomst

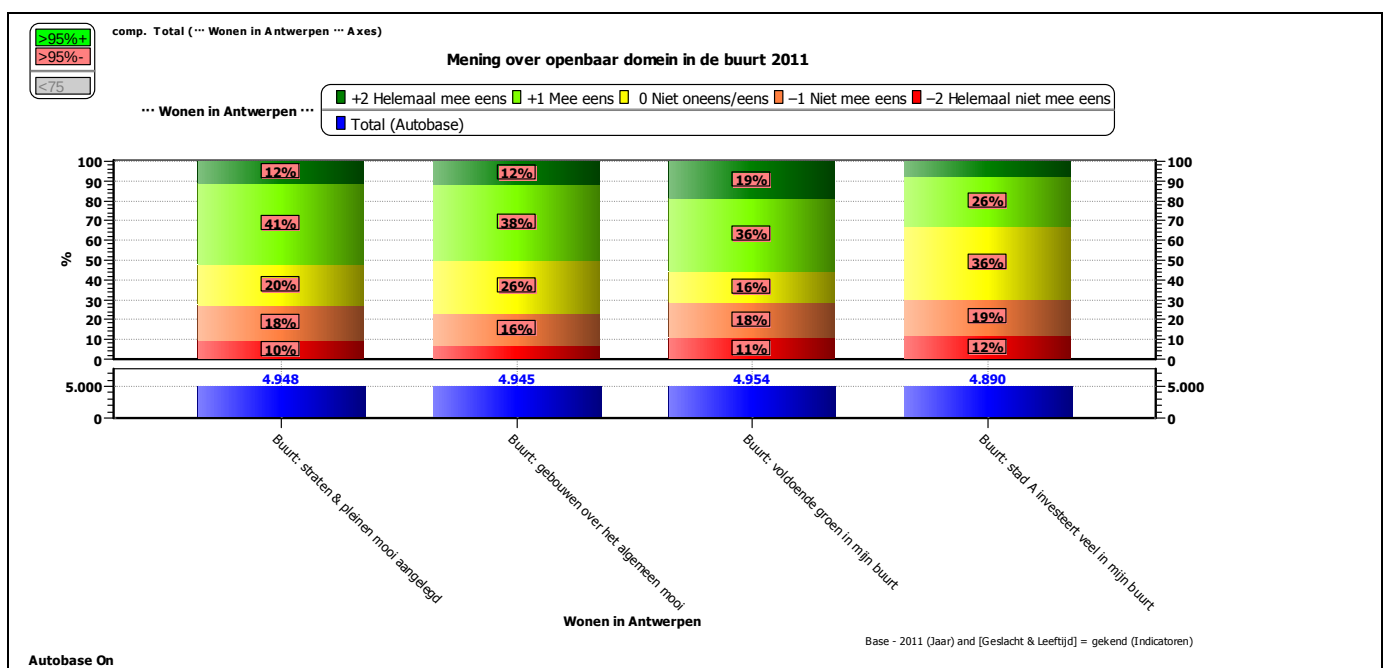


2.2.3. De staat van de stad

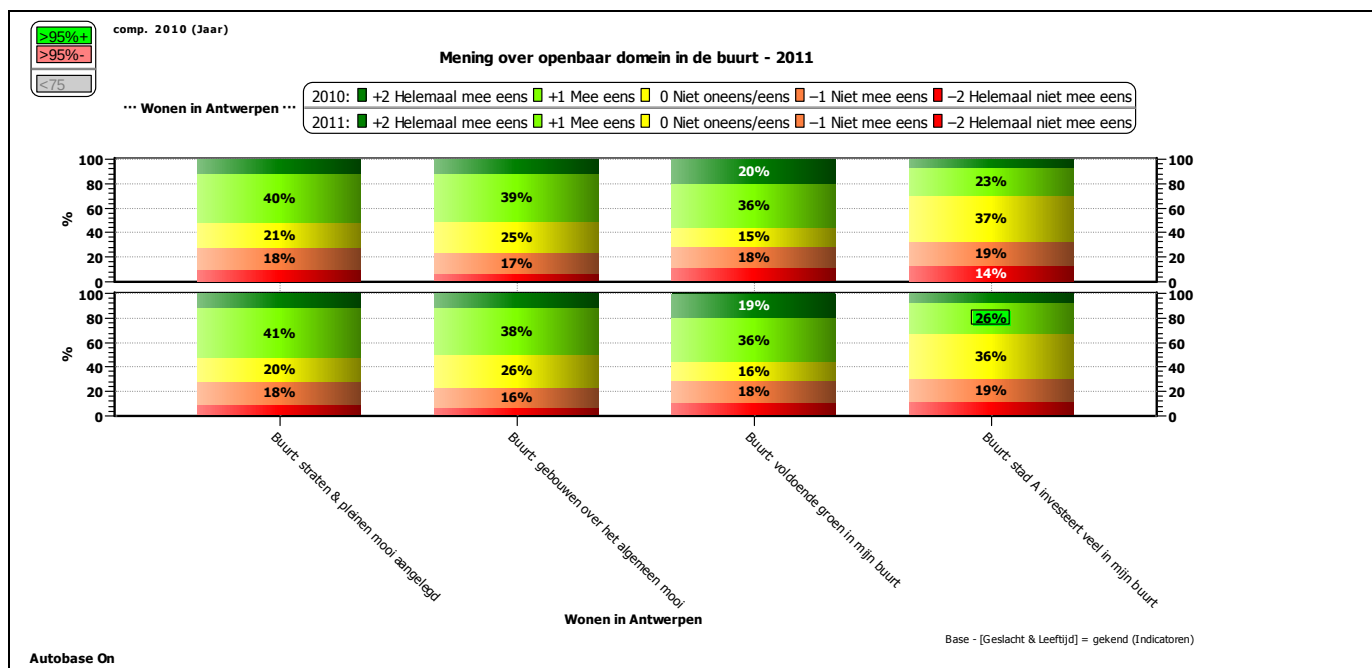
2.2.3.1. Openbaar domein in de buurt

Minstens de helft van de respondenten is het eens of helemaal eens met de stellingen dat de straten en pleinen in de buurt mooi aangelegd zijn, de gebouwen over het algemeen mooi zijn en dat er voldoende groen in de buurt is. Opvallend is dat groen het beste scoort van deze drie. Minder goed scoren de investeringen in de buurt. Hierover is slechts drie op tien respondenten positief. Ten opzichte van 2010 is het aandeel respondenten dat positief is over de investeringen in de stad wel licht gestegen.

Grafiek 34 Mening over openbaar domein in de buurt



Grafiek 35 Mening over openbaar domein in de buurt, 2010 en 2011



2.2.4 Wonen in en rond hoogbouw

In de eerste golf van 2011 werden een aantal vragen over wonen in en rond hoogbouw opgenomen.

De vraagstelling werd als volgt geformuleerd:

- Wat zijn voor u de drie belangrijkste aandachtspunten om het wonen in een hoogbouw flat/appartement aangenaam te maken? Met hoogbouw bedoelen we gebouw met 10 of meer verdiepingen. Duid maximum drie antwoorden aan.
- Wat zijn voor u de drie belangrijkste aandachtspunten om het wonen rond een hoogbouw flat/appartement aangenaam te maken? Met hoogbouw bedoelen we gebouw met 10 of meer verdiepingen. Duid maximum drie antwoorden aan.

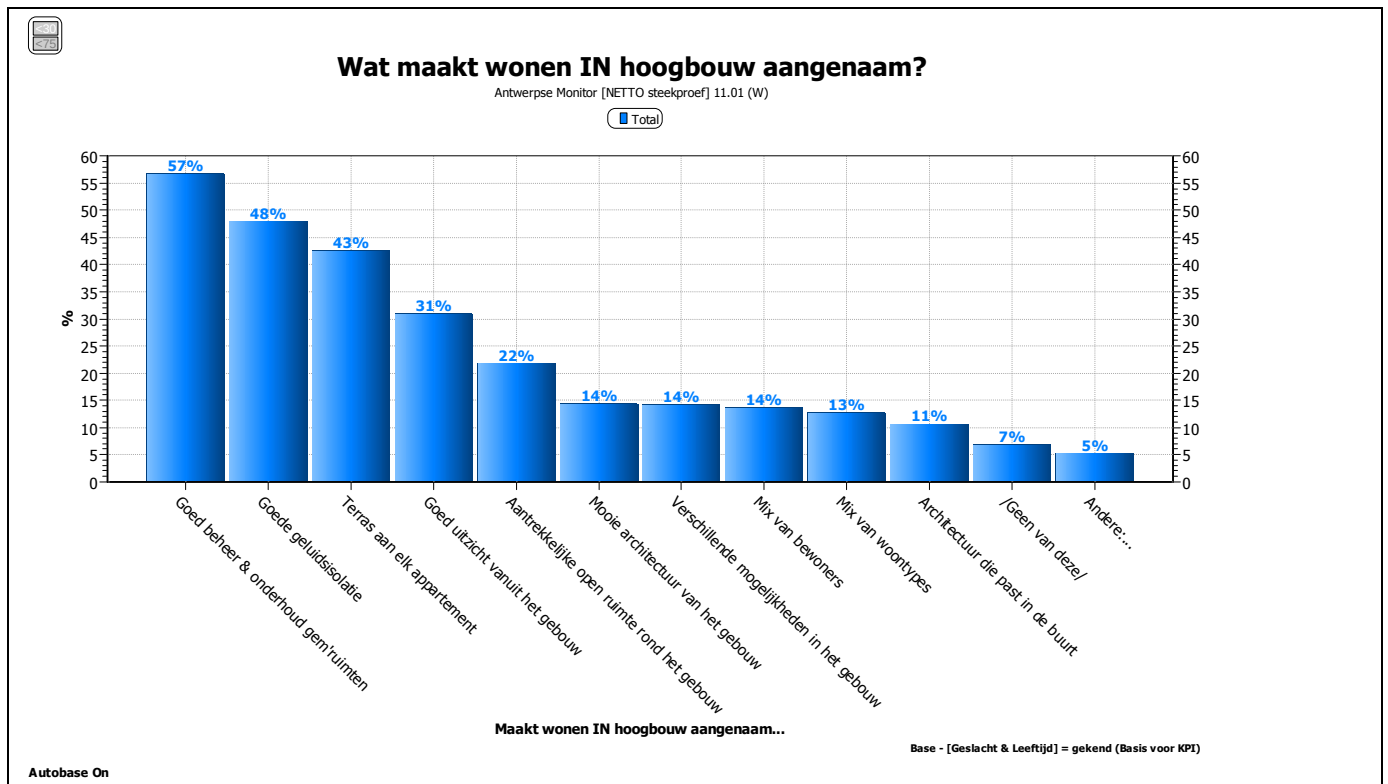
Voor wat betreft het wonen in hoogbouw, zijn de drie belangrijkste aandachtspunten:

- goed beheer en onderhoud van de gemeenschappelijke ruimten (57%);
- goede geluidsisolatie (48%);
- terras aan elk appartement (43%).

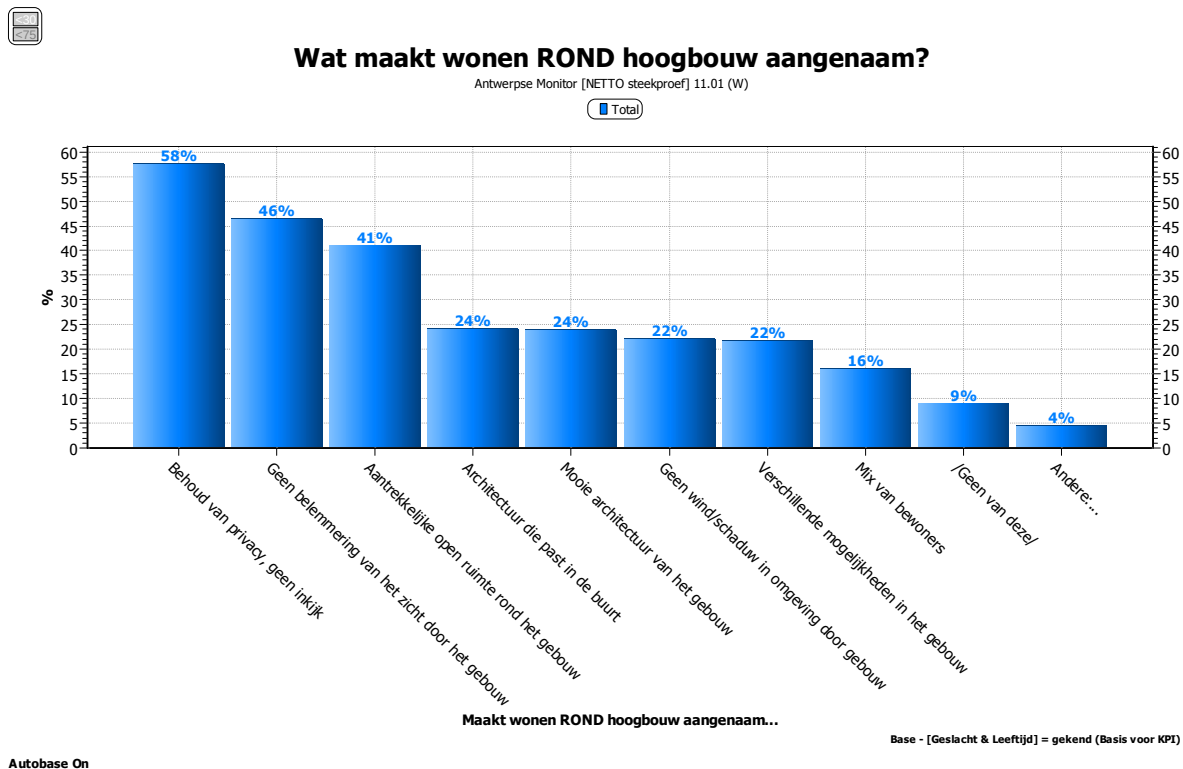
Voor wat betreft het wonen rond hoogbouw, is dit:

- behoud van privacy, geen inkijk (58%);
- geen belemmering van het zicht door het gebouw (46%);
- aantrekkelijke open ruimte rond het gebouw (41%).

Grafiek 36: wat maakt wonen in hoogbouw aangenaam (n=644)



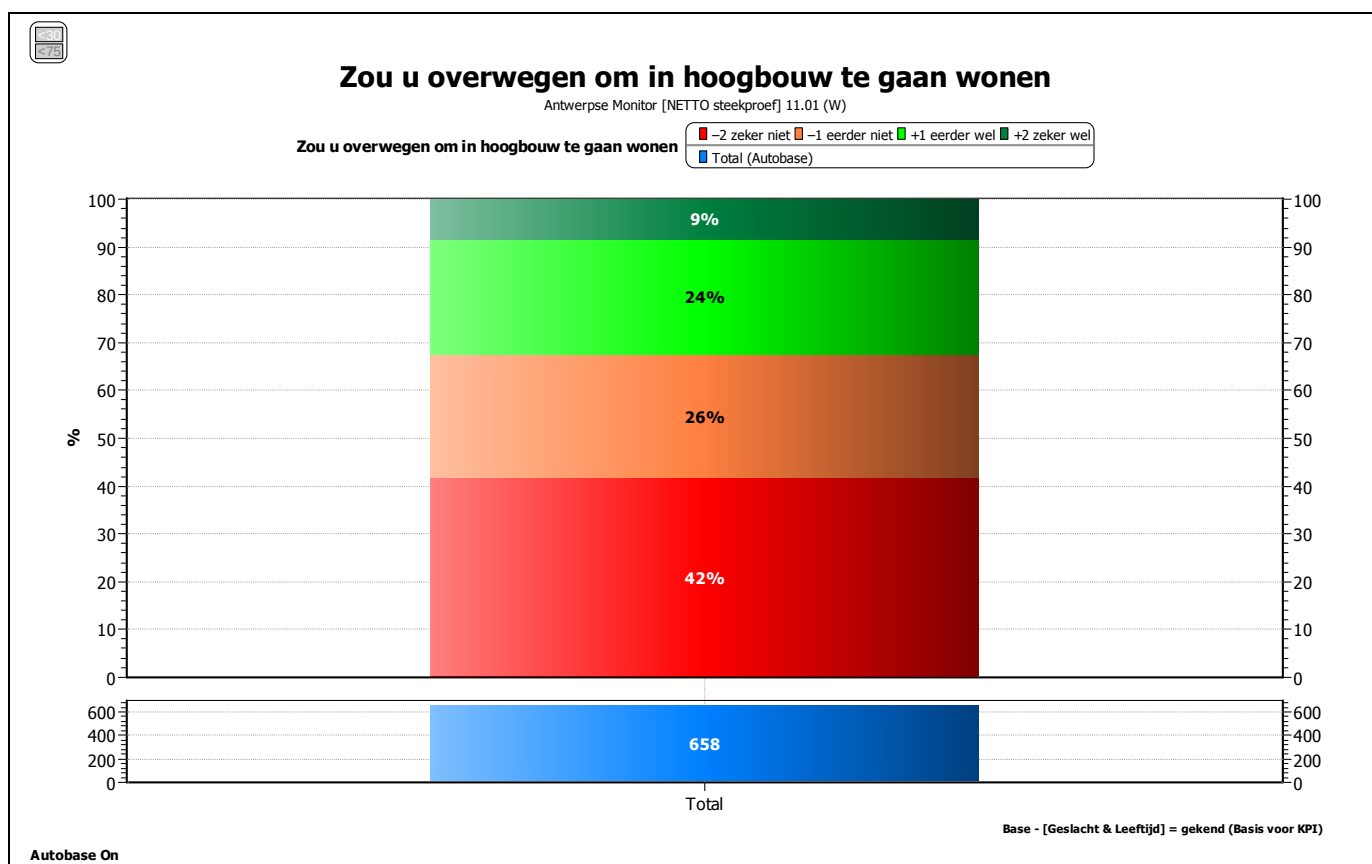
Grafiek 37: wat maakt wonen rond hoogbouw aangenaam (n=641)



Daarnaast peilden we ook naar de mate waarin mensen zouden overwegen om in hoogbouw te gaan wonen: mocht u ooit verhuizen, zou u dan overwegen om in een hoogbouw flat/appartement te wonen?

In onderstaande grafiek zien we dat bijna 70% van de respondenten die niet zou overwegen, 42% zelfs zeker niet. Analyses van de profielen van wie dit wel of niet zou overwegen werden gemaakt voor het ad hoc rapport hoogbouw en kunnen opgevraagd worden.

Grafiek 38: zou u overwegen om in hoogbouw te gaan wonen?

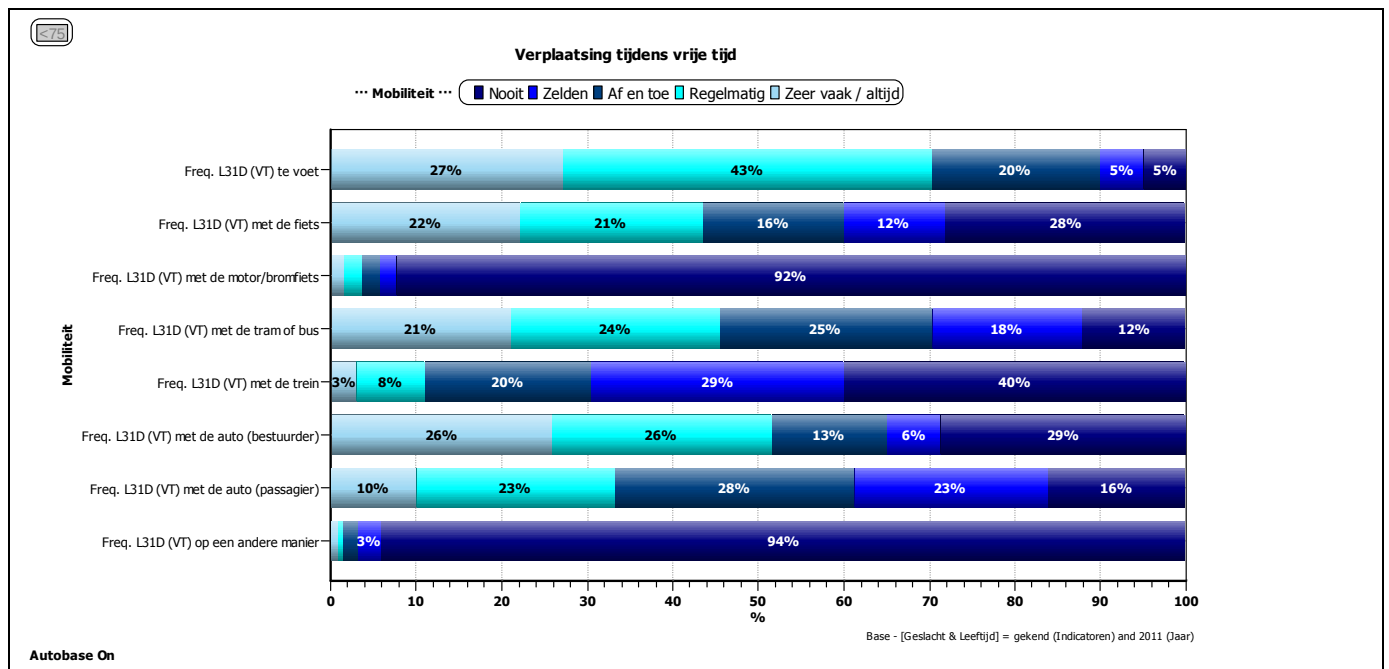


2.3. Mobiliteit

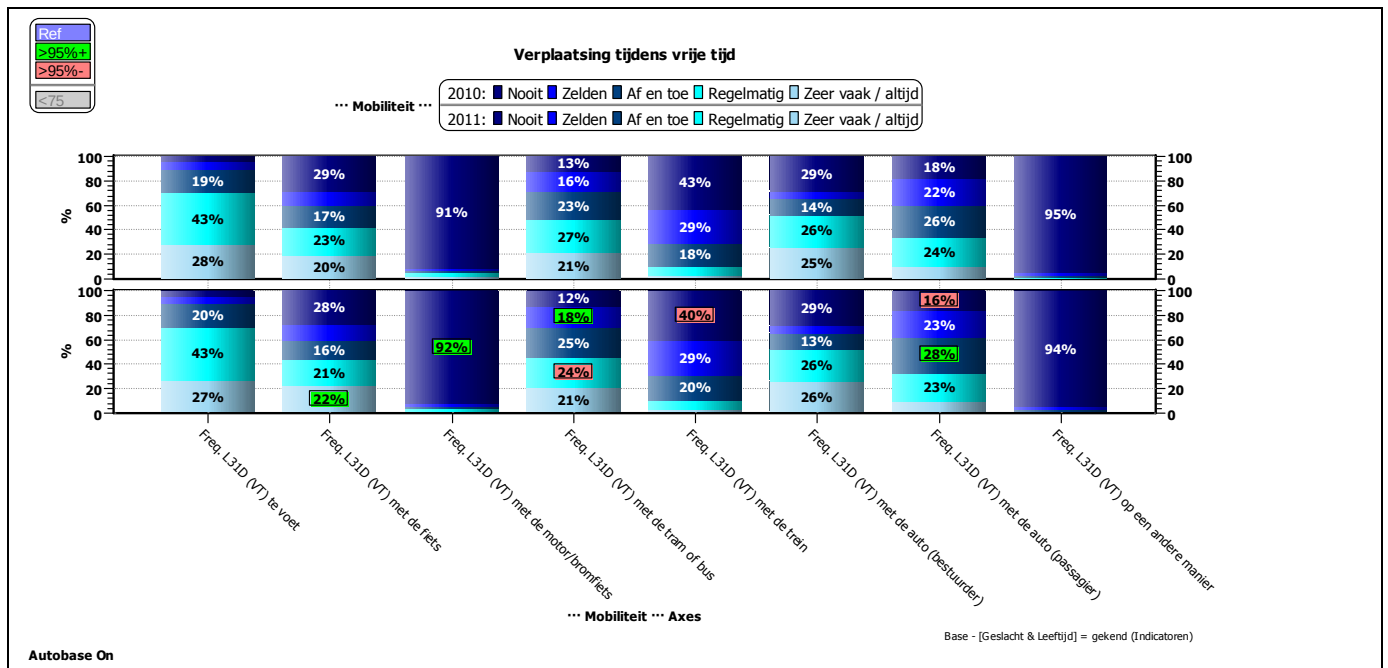
2.3.1. Verplaatsingsgedrag

In de vrije tijd verplaatst 70% zich regelmatig tot zeer vaak te voet. Daarna volgt de auto, tram of bus en de fiets. Het verplaatsingsgedrag in de vrije tijd in 2011 verschilt weinig met het verplaatsingsgedrag in 2010. Het aandeel respondenten dat af en toe als passagier meerijdt en dat zeer vaak de fiets neemt, stijgt; het percentage dat regelmatig tram of bus neemt, daalt.

Grafiek 39 Verplaatsingsgedrag tijdens vrije tijd

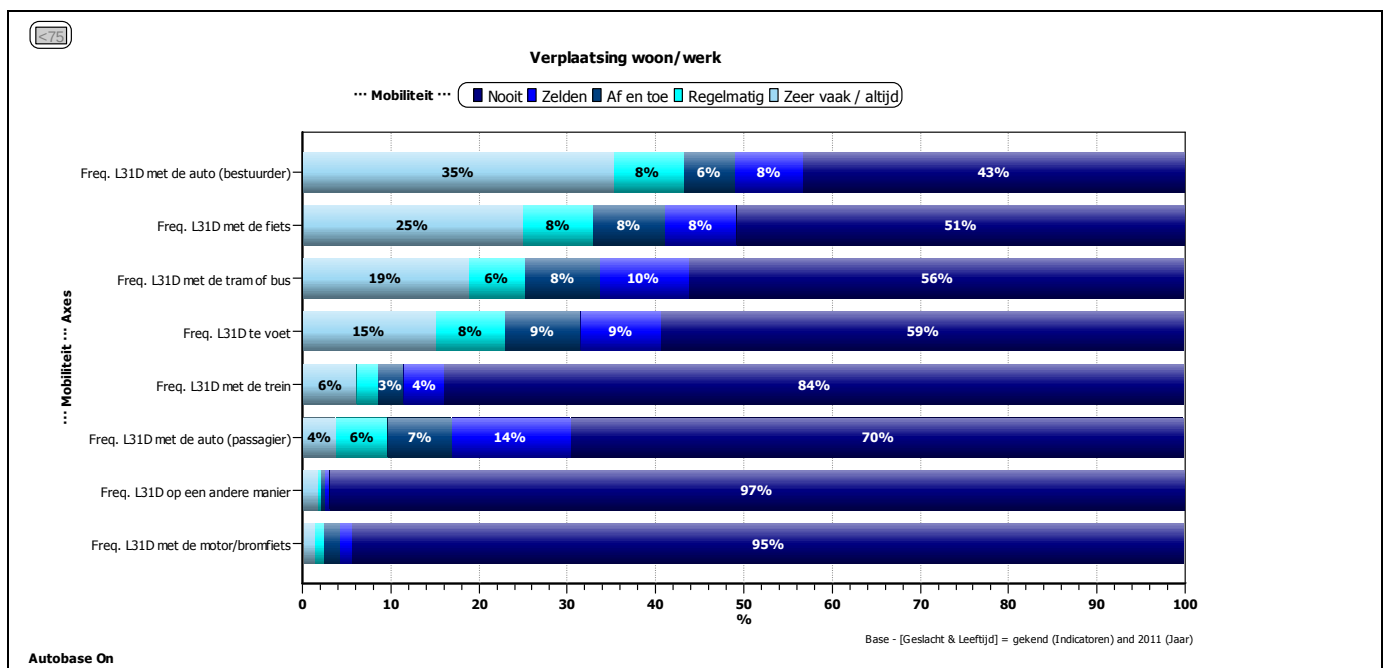


Grafiek 40 Verplaatsingsgedrag tijdens vrije tijd, 2010 en 2011



Om naar werk of school te gaan, staat de wagen op de eerste plaats. Opvallend is dat bijna de helft van de respondenten die de wagen neemt, dit meestal of altijd doet. Zij die zich duurzaam verplaatsen, wisselen vaker van modaliteit. Er zijn opvallend weinig respondenten die met de trein naar het werk gaan. De verschillen met 2010 zijn zeer klein. Net zoals bij de verplaatsingen in de vrije tijd, is er een daling van het aandeel respondenten dat regelmatig tram of bus neemt en een stijging van het aandeel respondenten dat bijna altijd met de fiets gaat. Mogelijk gaat het om een kleine verschuiving in het verplaatsingsgedrag van regelmatige fietsers die regelmatig tram of bus nemen naar fietsers die bijna altijd met de fiets gaan.

Grafiek 41 Verplaatsingsgedrag woon/werkverkeer

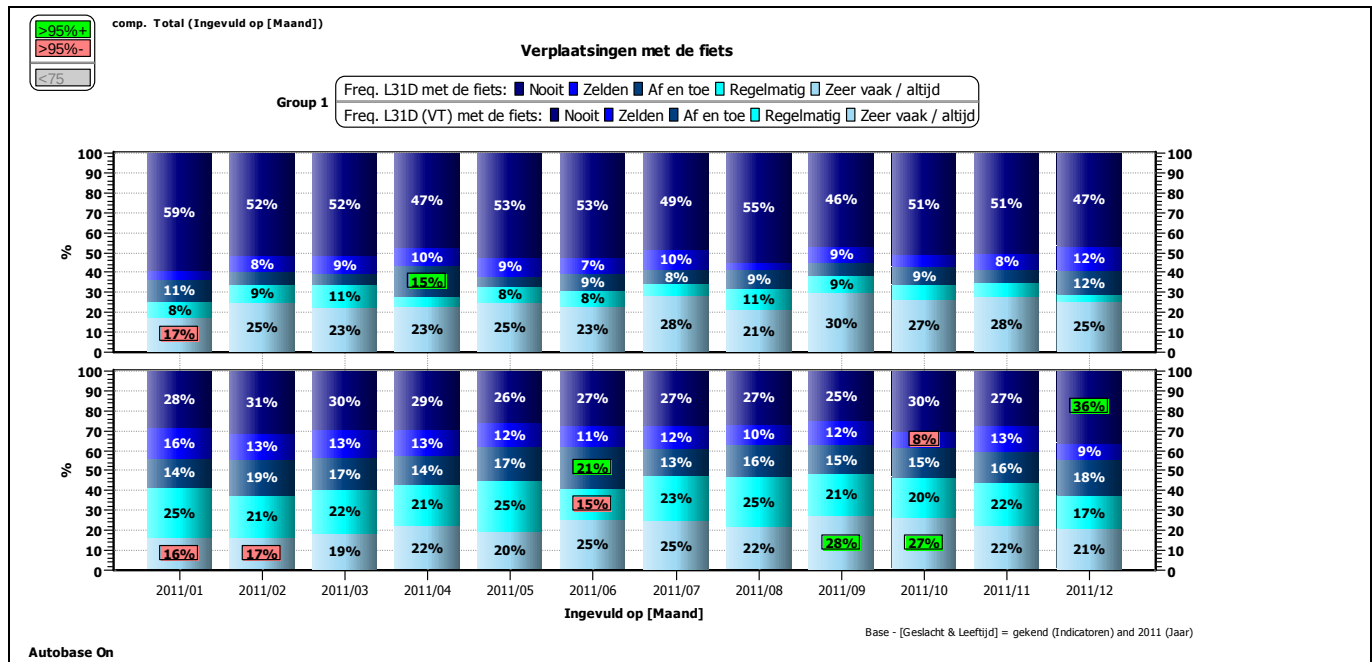


Zoals blijkt uit de onderstaande grafiek zijn verplaatsingen met de fiets in de vrije tijd eerder seizoensgebonden:

- in de wintermaanden wordt de fiets significant minder gebruikt;
- tijdens de maanden september en oktober zijn er opvallend meer respondenten die zeer vaak tot altijd de fiets nemen.

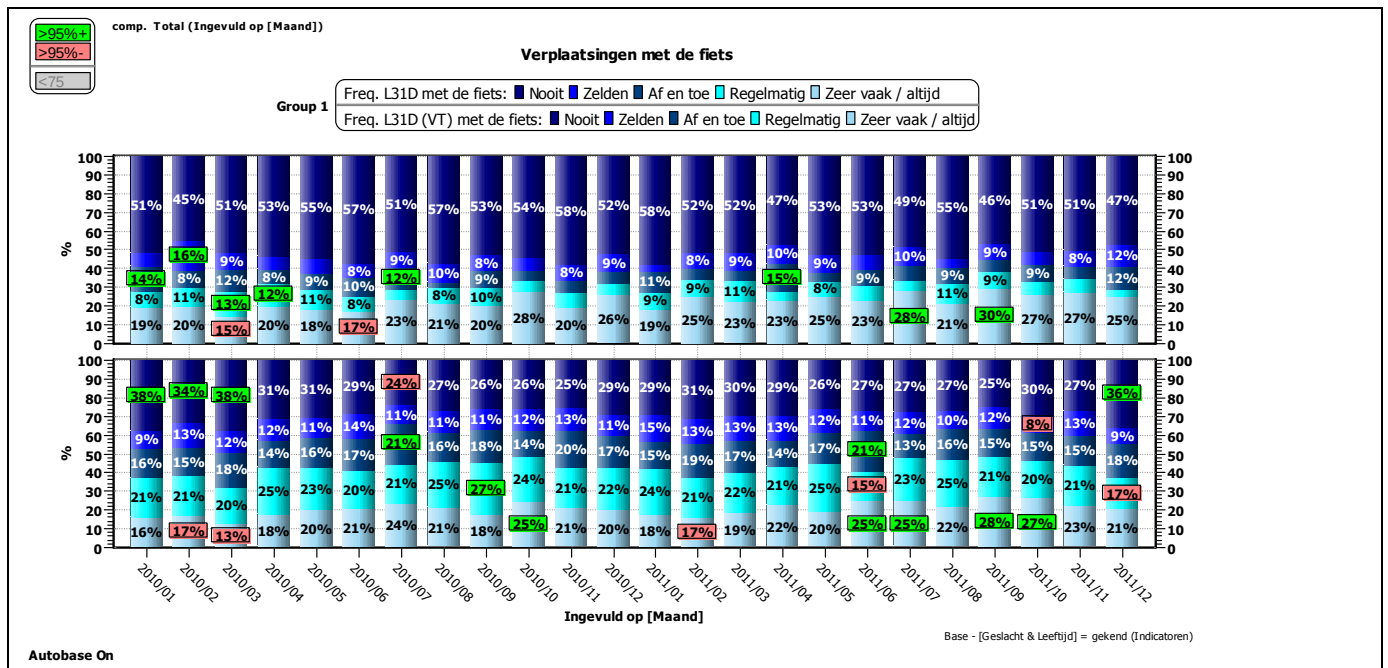
Voor de verplaatsingen in het kader van woon/werkverkeer is dit seizoenseffect veel minder sterk aanwezig. Enkel in de maand januari is er een significant kleiner aandeel respondenten dat bijna altijd met de fiets naar het werk of de school gaat.

Grafiek 42 Verplaatsingen met de fiets, 2011 per maand



Zowel in 2010 als in 2011 is er een seizoenseffect op de verplaatsingen met de fiets in de vrije tijd. Verplaatsingen in het kader van woon/werkverkeer zijn iets minder onderhevig aan seizoenseffecten. Niettemin zijn er ook verschillen tussen 2010 en 2011. Zo ligt het aandeel respondenten dat nooit de fiets gebruikt voor vrije tijdsverplaatsingen tijdens de maand december in 2011 een stuk hoger dan in 2010, wat kan verklaard worden door de hevige sneeuwval in december 2011. Dit wijst er op dat vooral fietsen in de vrije tijd sterk samenhangt met de mate waarin het goed of slecht weer is.

Grafiek 43 Verplaatsingen met de fiets, 2010 en 2011 per maand

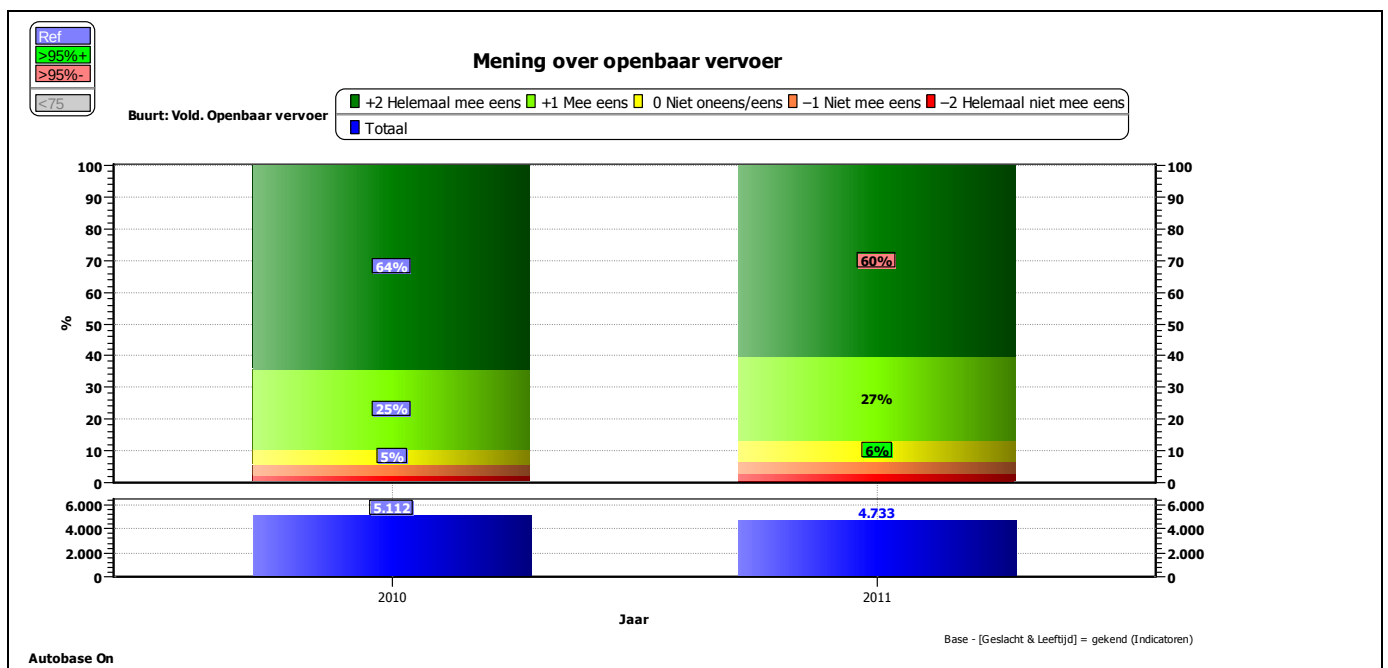


2.3.2. Schoolomgeving, fietspaden, openbaar vervoer en parkeerplaatsen

2.3.2.1. Openbaar vervoer

De meeste respondenten zijn zeer positief over het aanbod openbaar vervoer, met 60% die helemaal akkoord is met de stelling en nog eens 27% die het er 'mee eens' is.

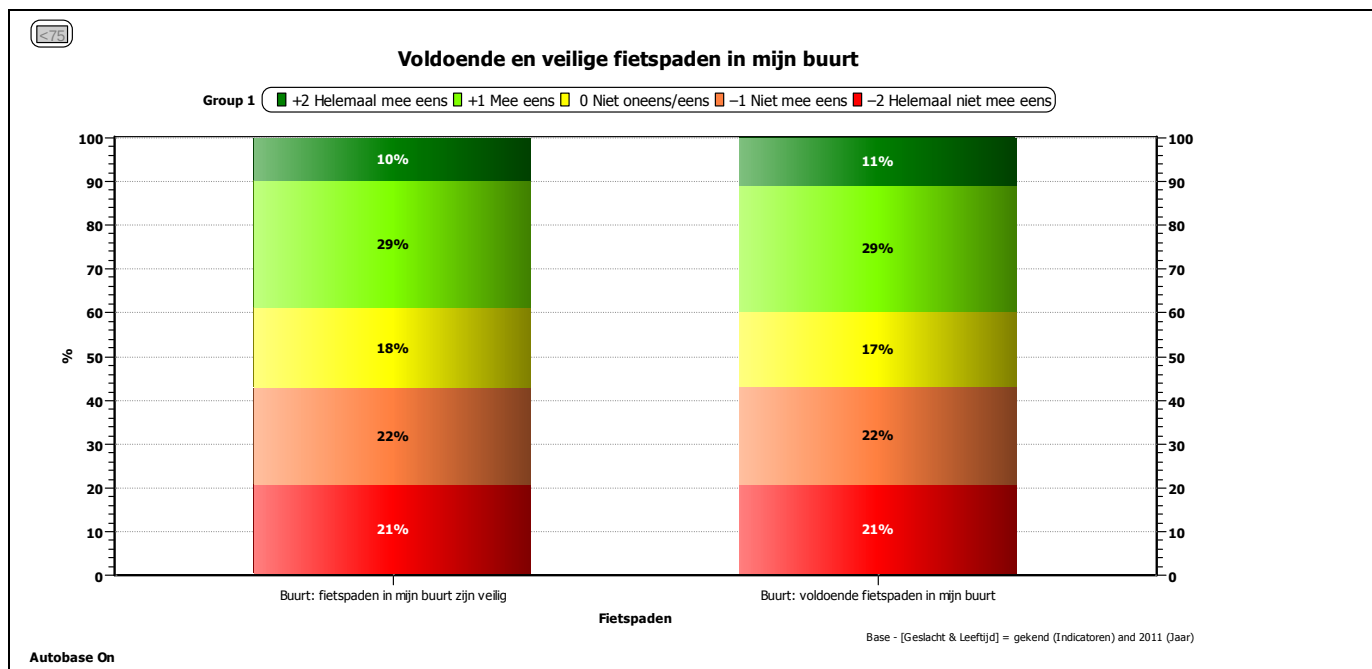
Grafiek 44 Mening over openbaar vervoer, 2010 en 2011



2.3.2.2. Fietspaden en veiligheid

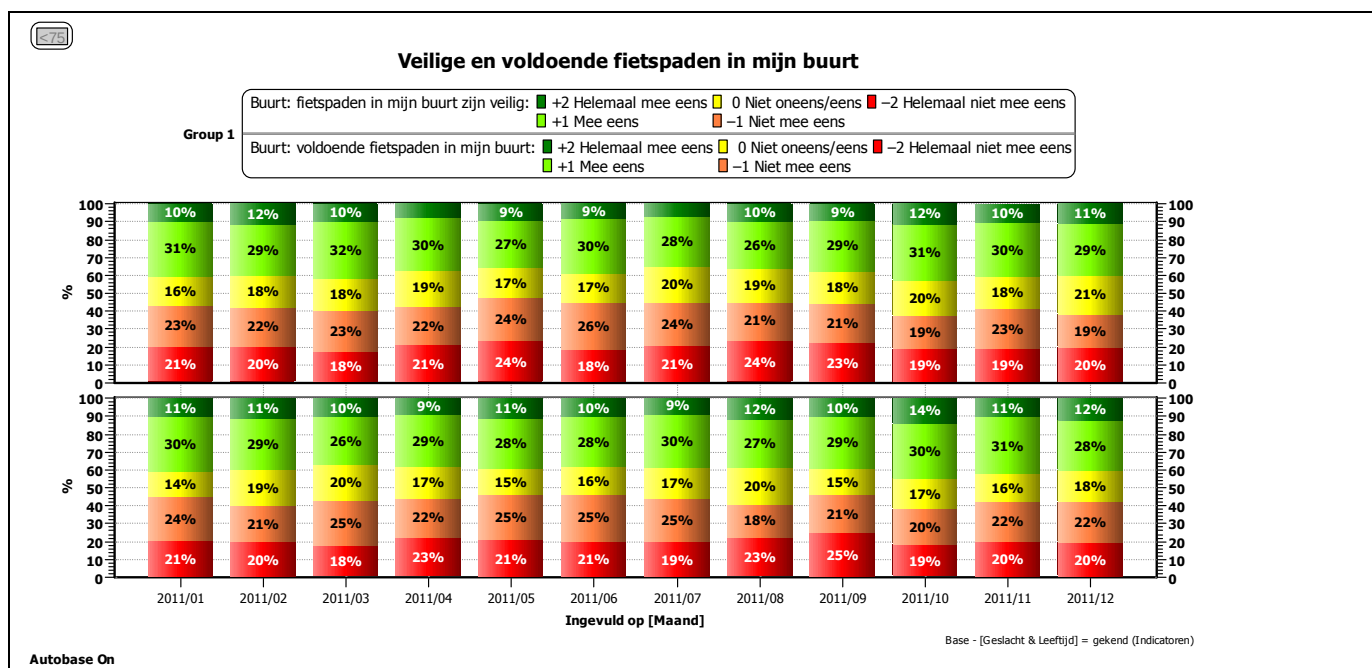
Over de fietspaden in de buurt zijn de respondenten veel minder positief. Slechts 38% van de mensen is het eens met de stelling dat er voldoende fietspaden in de buurt zijn. Zowat hetzelfde percentage vindt de fietspaden in zijn of haar buurt veilig. Omgekeerd vindt 43% de fietspaden in de buurt niet veilig, en vindt 43% het aanbod ontoereikend.

Grafiek 45 Mening over aanbod en veiligheid fietspaden in de buurt



In de volgende grafiek gaan we na of de appreciatie van de fietspaden in de loop van het jaar gewijzigd is. In grote lijnen zijn de verdelingen relatief constant.

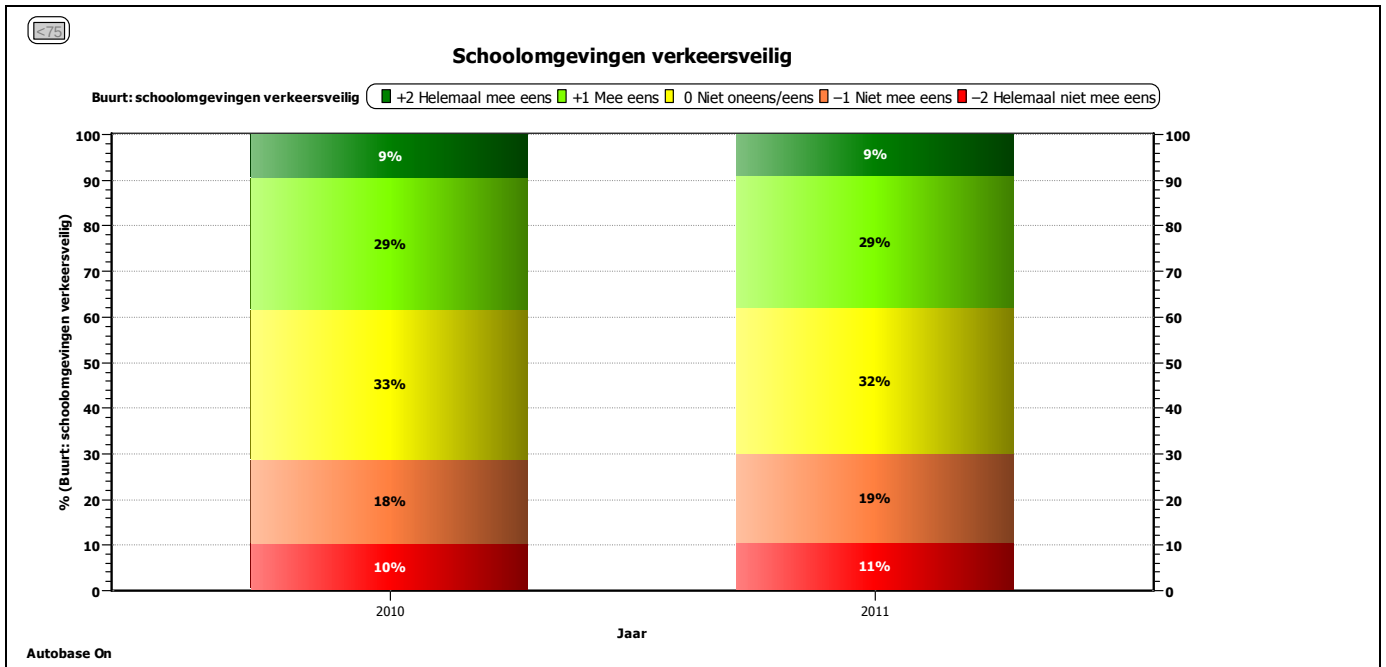
Grafiek 46 Mening over hoeveelheid en veiligheid fietspaden in de buurt, 2011 per maand



2.3.2.3. Veilige schoolomgevingen

Bijna één op drie respondenten vindt de schoolomgevingen in de buurt niet verkeersveilig.

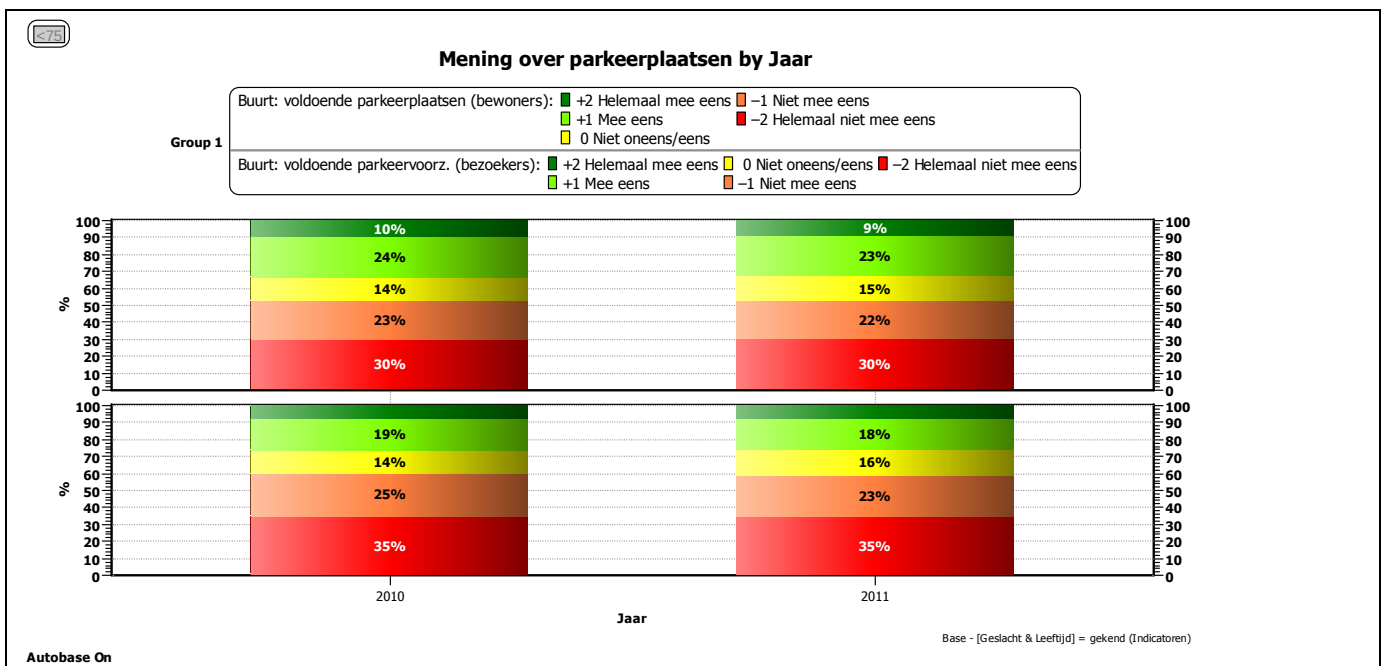
Grafiek 47 Mening over verkeersveiligheid schoolomgeving, 2010 en 2011



2.3.2.4. Parkeerplaats

Meer dan de helft van de respondenten (52%) is het niet eens met de stelling dat er voldoende parkeerplaatsen voor bewoners zijn in hun buurt. Over de parkeervoorzieningen voor bezoekers loopt dit aandeel op tot bijna 60%.

Grafiek 48 Mening over parkeerplaatsen voor bewoners en bezoekers, 2010 en 2011



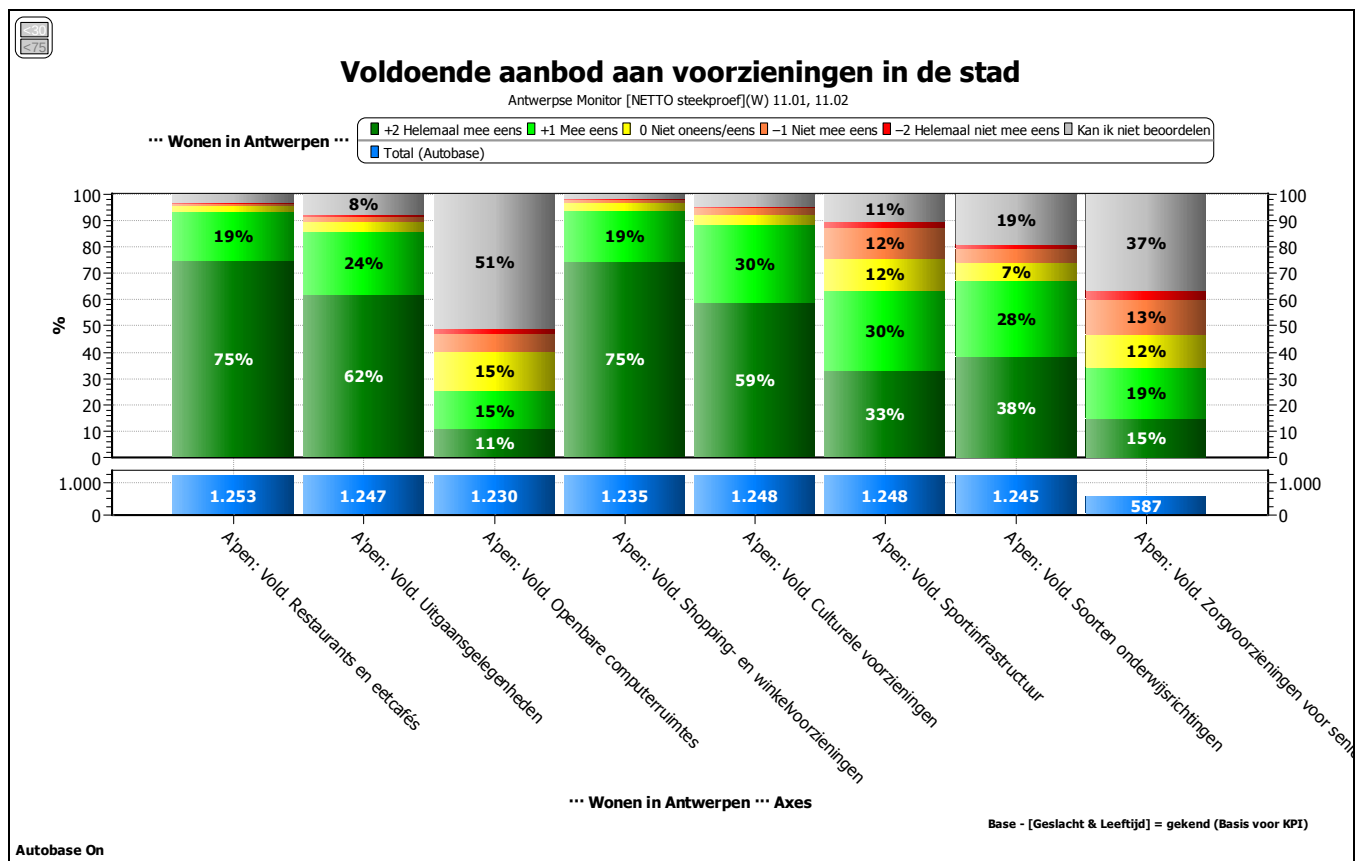
2.3.3 Tevredenheid over aanbod voorzieningen op stedelijk niveau

Tijdens golf 1 en golf 2 werd een ad hoc vraag over het aanbod aan voorzieningen op stedelijk niveau bevestigd.

In de volgende grafiek zien we dat voor een aantal voorzieningen een grote groep respondenten aangeeft het aanbod niet te kunnen beoordelen:

- 51% kan niet beoordelen of er voldoende openbare computerruimtes zijn;
- 37% spreekt zich niet uit over het aanbod aan zorgvoorzieningen voor senioren;
- 19% kan het aanbod aan verschillende soorten onderwijsrichtingen niet beoordelen;
- en 8% weet niet of er voldoende uitgaansgelegenheden zijn.

Grafiek 49: voldoende aanbod aan voorzieningen in de stad – met ‘kan ik niet beoordelen’

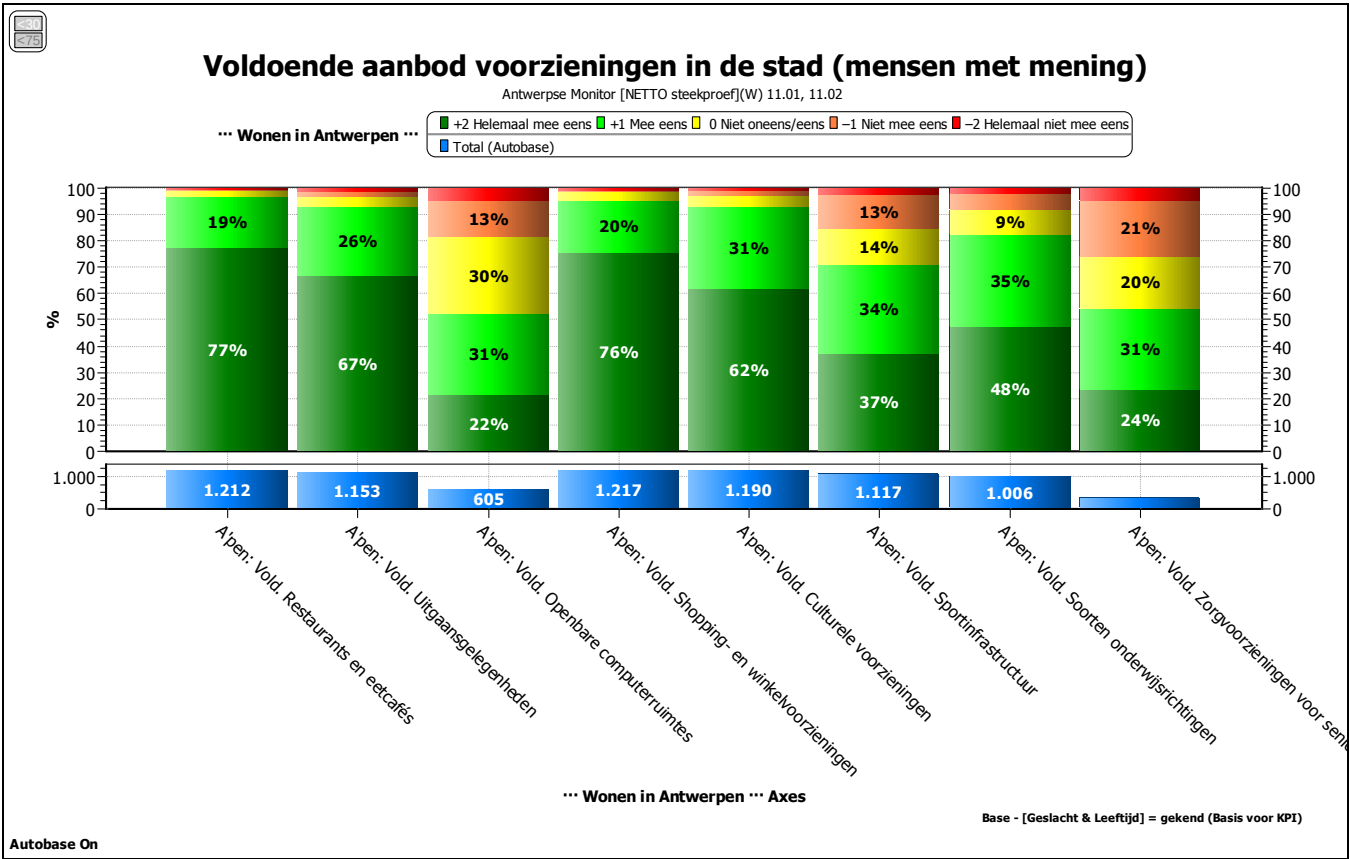


Wanneer we de grafiek bekijken van de respondenten met een mening, dan zien we dat de respondenten het meest tevreden zijn over het aanbod aan eetcafés en restaurants en aan shopping- en winkelveorzieningen, op de voet gevolgd door uitgaansgelegenheden en culturele voorzieningen.

Opvallend is dat zowat 80% van de respondenten vindt dat er voldoende soorten onderwijsrichtingen in de stad Antwerpen zijn. Ongeveer 70% vindt dat er voldoende sportinfrastructuur aanwezig is.

Het minst zijn respondenten tevreden over het aanbod aan openbare computerruimtes en aan zorgvoorzieningen voor senioren.

Grafiek 50: voldoende aanbod voorzieningen in de stad (mensen met mening)



Hoofdstuk 3: Een stad om in te werken en te leren

Gekoppelde strategische doelstellingen:

- ACT07: De stad Antwerpen neemt de regie op van kinderopvang op haar grondgebied.
- ACT17: Elke Antwerpenaar heeft recht op kwaliteitsvolle en toegankelijke kinderopvang voor en na de schooluren en tijdens alle vakanties.
- ACT21: De stad optimaliseert de afstemming van de huidige en toekomstige vraag naar arbeidskrachten op de talenten van haar burgers.
- ACT23: Antwerpen versterkt de stedelijke economie.
- KOP08: Elke Antwerpenaar heeft recht op kwaliteitsvolle en toegankelijke kinderopvang.
- SO01: Maximale ontplooiingskansen voor iedere lerende binnen het Stedelijk Onderwijs Antwerpen.

Over de thema's werk, economie en onderwijs wordt er op regelmatige basis omgevingsinformatie en indicatoren gepubliceerd. Deze worden ook uitgebreid opgenomen op www.antwerpen.buurtmonitor.be. Hier geven we nog enkele indicatoren van de Antwerpse monitor weer, die de reeds bestaande indicatoren verder aanvullen: het aanbod aan winkels voor dagelijkse aankopen, de frequentie waarmee mensen een restaurant en café bezoeken en de verwachting van mensen over de toekomstige werkgelegenheid in Antwerpen. Daarnaast beschrijven we ook de mening over het aanbod kleuter- en lager onderwijs en kinderopvang.

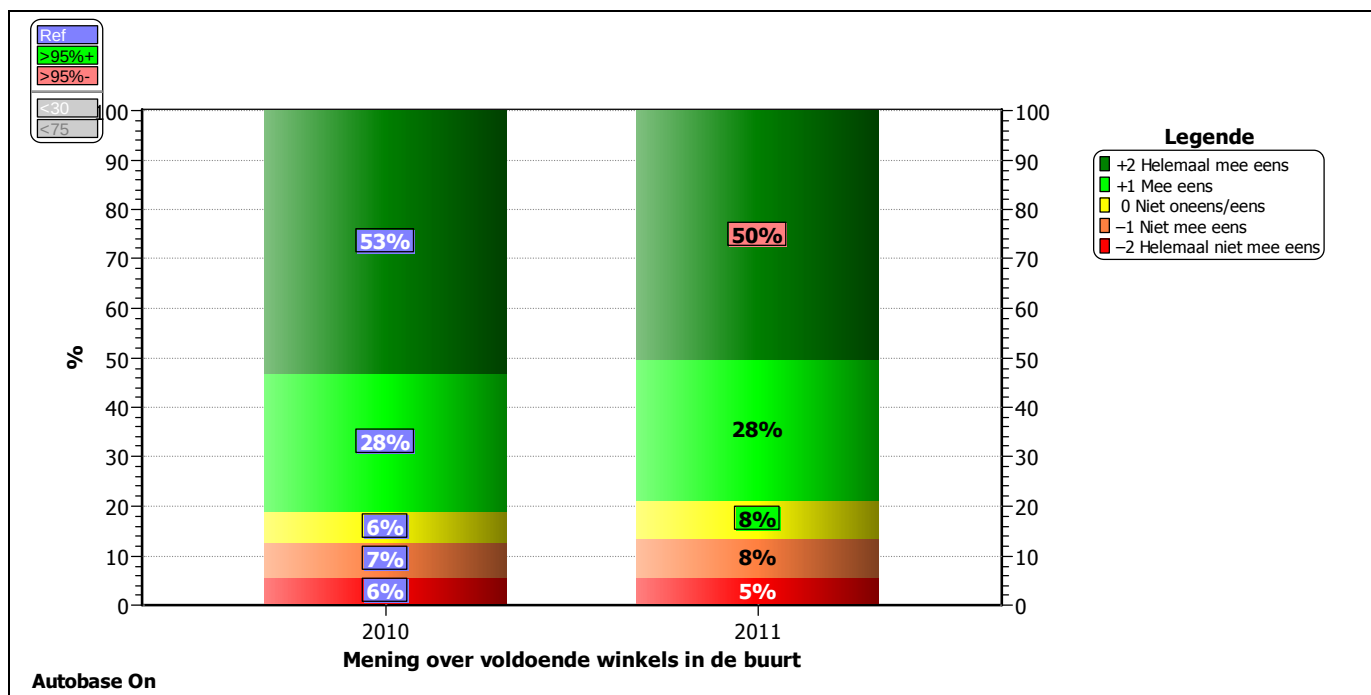
We vergelijken telkens de resultaten van de Antwerpse monitor 2010 met de resultaten van 2011. Hierbij zijn de cijfers van het referentiejaar 2010 telkens in een blauw kader aangeduid.

3.1 Werk, economie, detailhandel en horeca

3.1.1 Winkelaanbod in de buurt

Ongeveer 80% van de respondenten vindt dat er voldoende winkels zijn voor dagelijkse aankopen in de buurt. In 2011 zijn er iets minder respondenten dan in 2010 die het hiermee helemaal eens zijn. De respondenten zonder uitgesproken mening hierover zijn licht toegenomen. Slechts één op acht is niet tevreden over het aanbod.

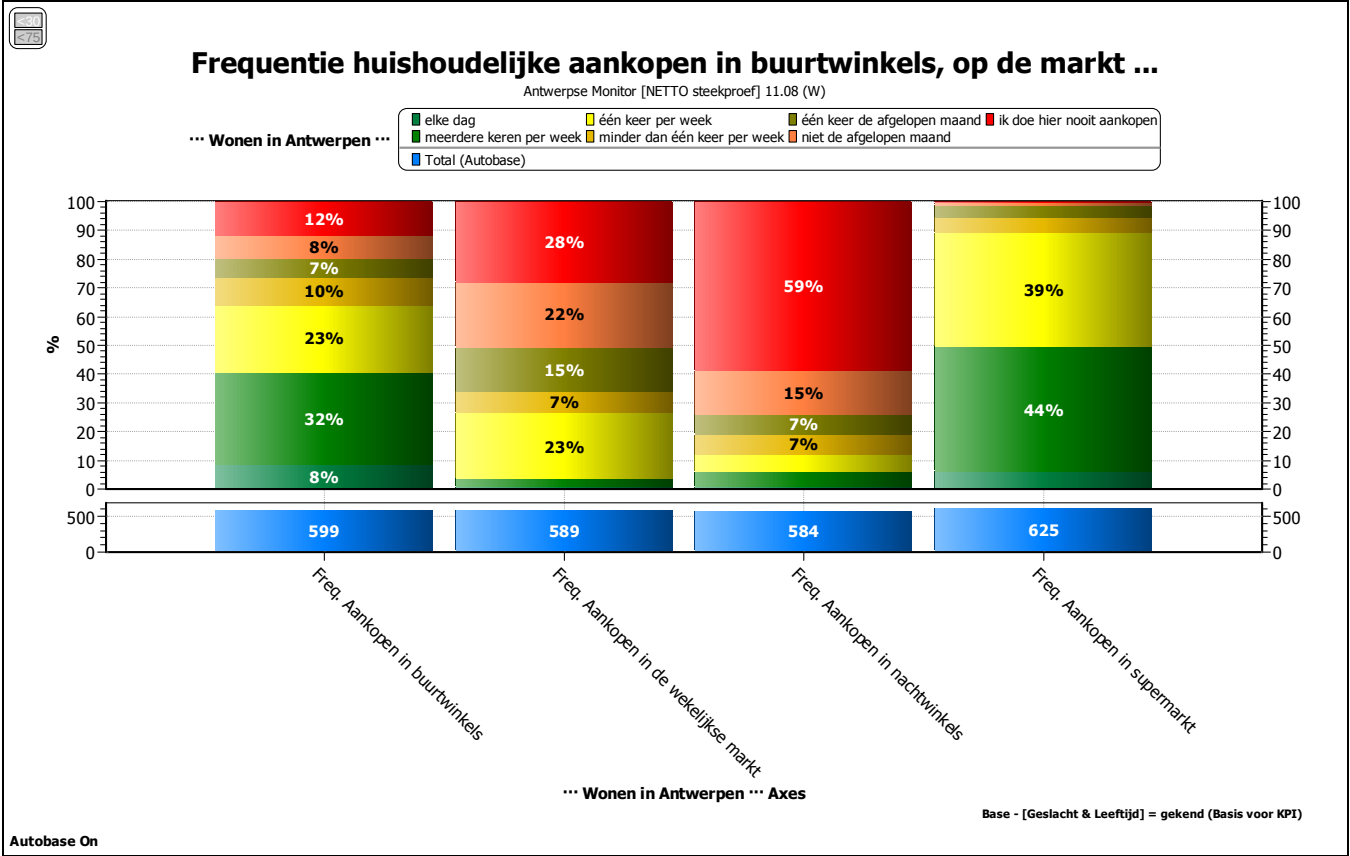
Grafiek 51 Mening over het aanbod winkels voor dagelijkse aankopen in de buurt, 2010 en 2011



Om zicht te krijgen in welke mate Antwerpenaars hun huishoudelijke aankopen in buurtwinkels en op de lokale markt doen, werd in golf 8 een vraag hierover opgenomen. Het meest komen mensen in supermarkten, het minst in nachtwinkels. Een 12% komt nooit in een buurtwinkel voor zijn huishoudelijke aankopen, 28% nooit op de lokale markt.

Verdere analyses hiervan werden in het ad hoc rapport opgeleverd.

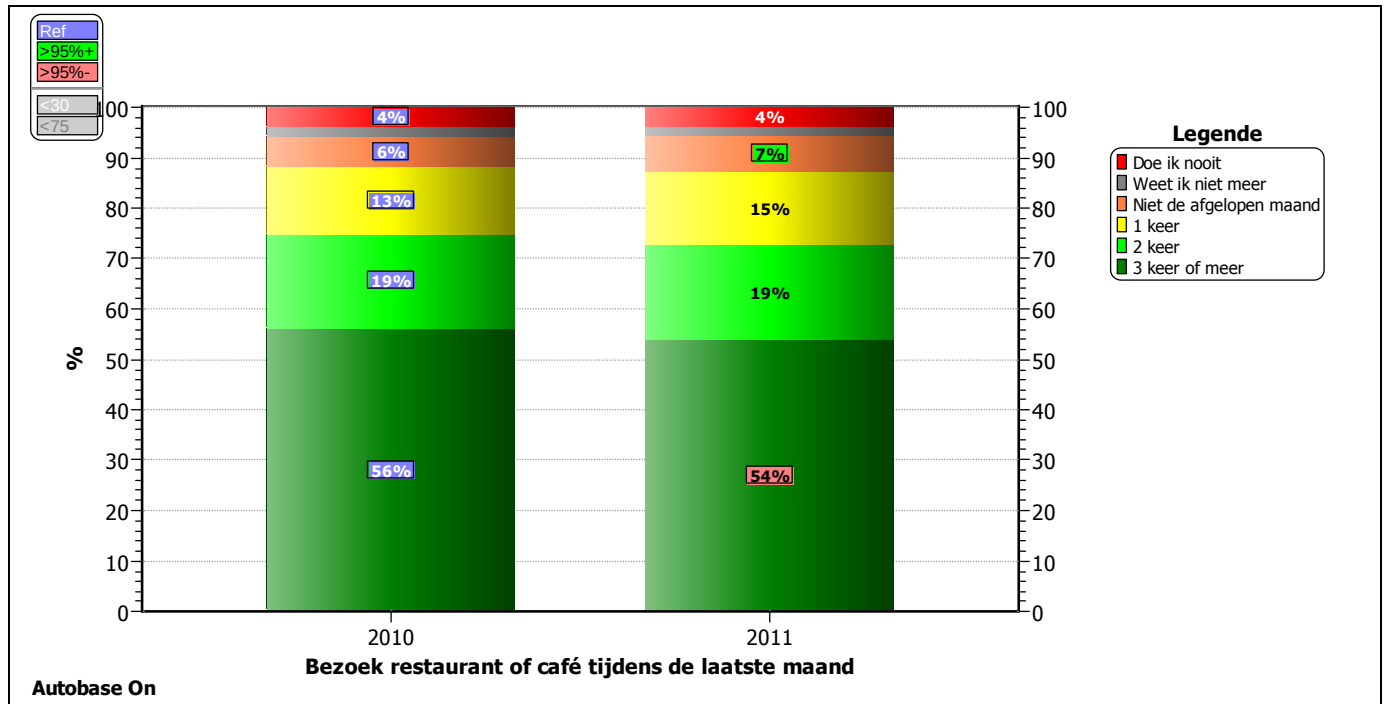
Grafiek 52: frequentie huishoudelijke aankopen in buurtwinkels, de markt, e.a.



Horecabezoek

Zowel in 2010 als in 2011 bezocht bijna negen op tien respondenten minimum één maal een café of restaurant de afgelopen maand. We zien een lichte daling van het aandeel respondenten dat meer frequent op restaurant of café gaat (minimum 3 keer per week).

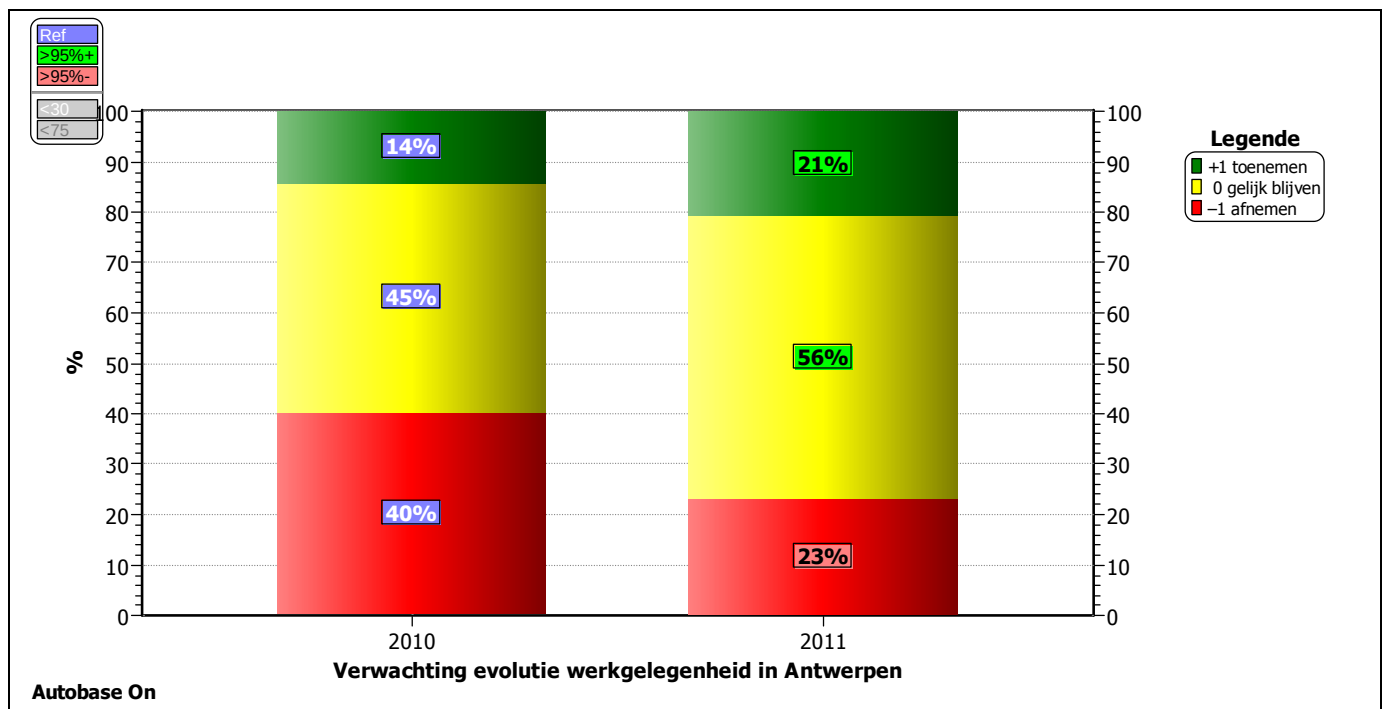
Grafiek 53 Bezoek aan restaurant of café tijdens de afgelopen maand, 2010 en 2011



3.1.2 Toekomstverwachtingen over de werkgelegenheid

We stellen vast dat de respondenten in 2011 een stuk positiever naar de toekomst kijken. Meer dan één op vijf van de respondenten in 2011 verwacht een toename van de werkgelegenheid. Dit is de helft meer dan het jaar voordien. Het aandeel respondenten dat verwacht dat de werkgelegenheid in Antwerpen zal krimpen is t.o.v. 2010 bijna gehalveerd.

Grafiek 54 Verwachting evolutie werkgelegenheid in stad Antwerpen, 2010 en 2011

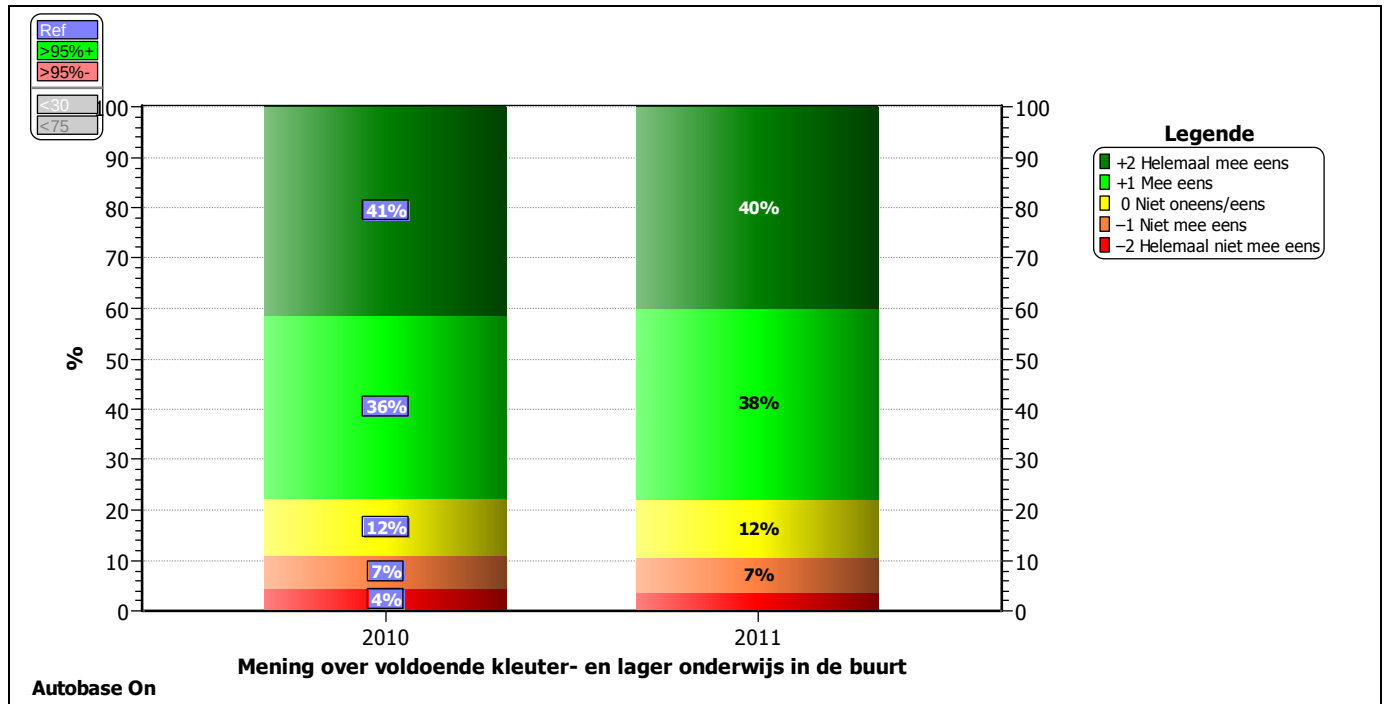


3.2 Onderwijs, jeugd en kinderopvang

3.2.1 Aanbod kleuter- en lageronderwijs

Zowel in 2010 als in 2011 is meer dan drie kwart van de respondenten tevreden over het aanbod.

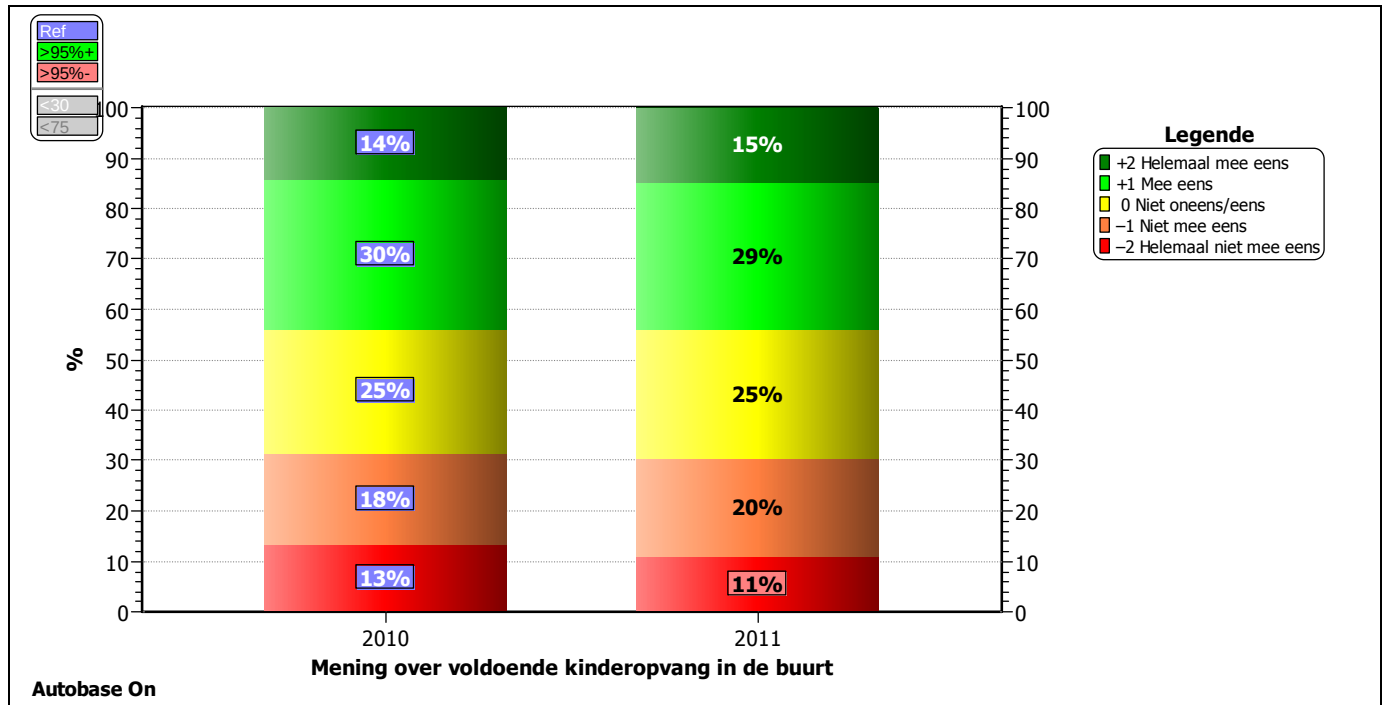
Grafiek 55 Mening over het aanbod kleuter- en lager onderwijs in de buurt, 2010 en 2011



3.2.2 Aanbod kinderopvang

Ongeveer 45% van de respondenten is tevreden over het aanbod kinderopvang. Het aandeel zeer ontevreden respondenten is gedaald van 13% naar 11%.

Grafiek 56 Mening over het aanbod kinderopvang in de buurt, 2010 en 2011



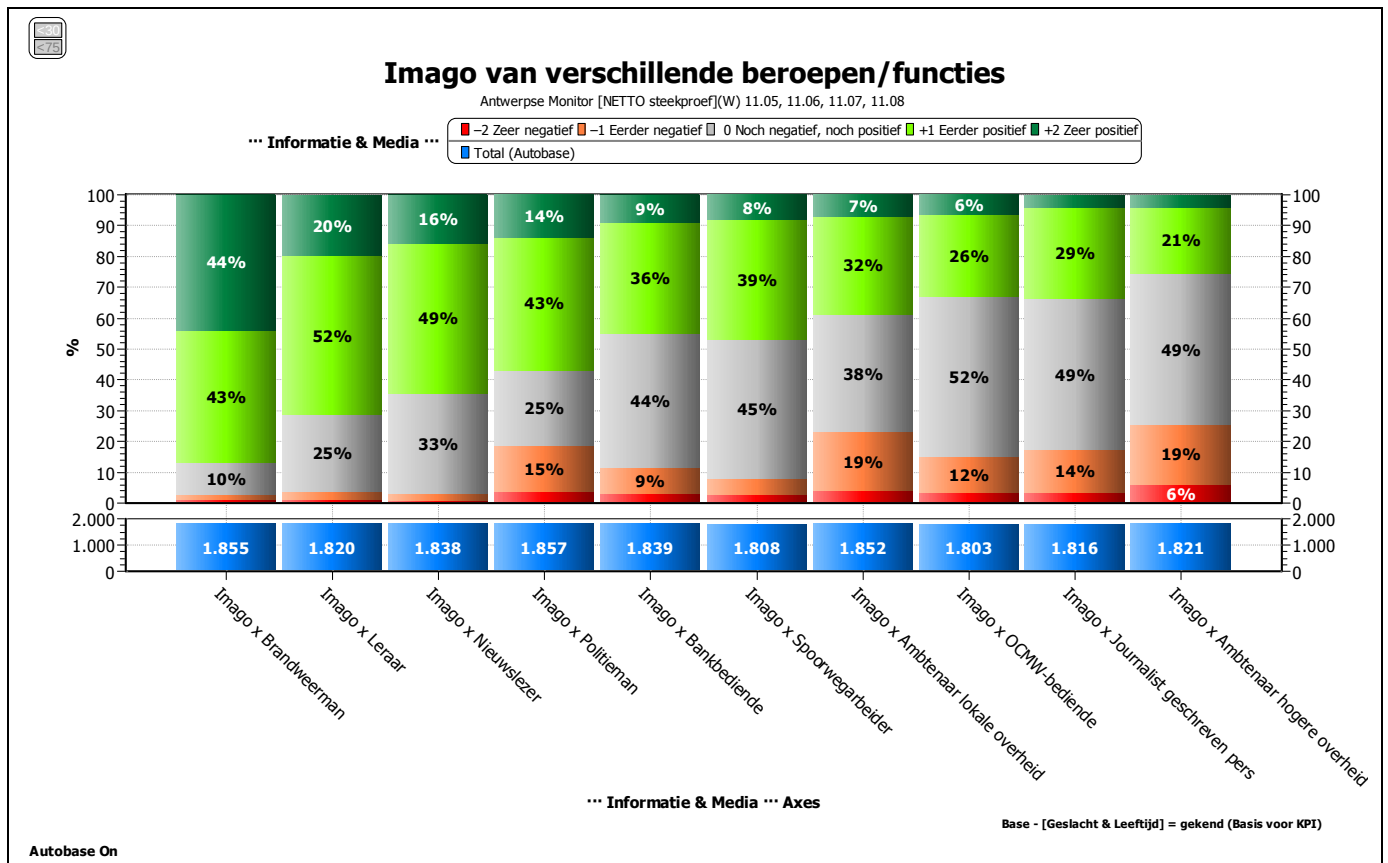
3.3 Employer branding stad Antwerpen

Vanaf golf 5 werden een aantal vragen in de Antwerpse monitor opgenomen om de employer branding van de stad Antwerpen te meten. We gaan na hoe de Antwerpenaren staan ten opzichte van ambtenaren en andere functies, hoe ze de stad Antwerpen als werkgever percipiëren en in welke mate zij het zouden overwegen om bij de stad Antwerpen en andere werkgevers te gaan werken.

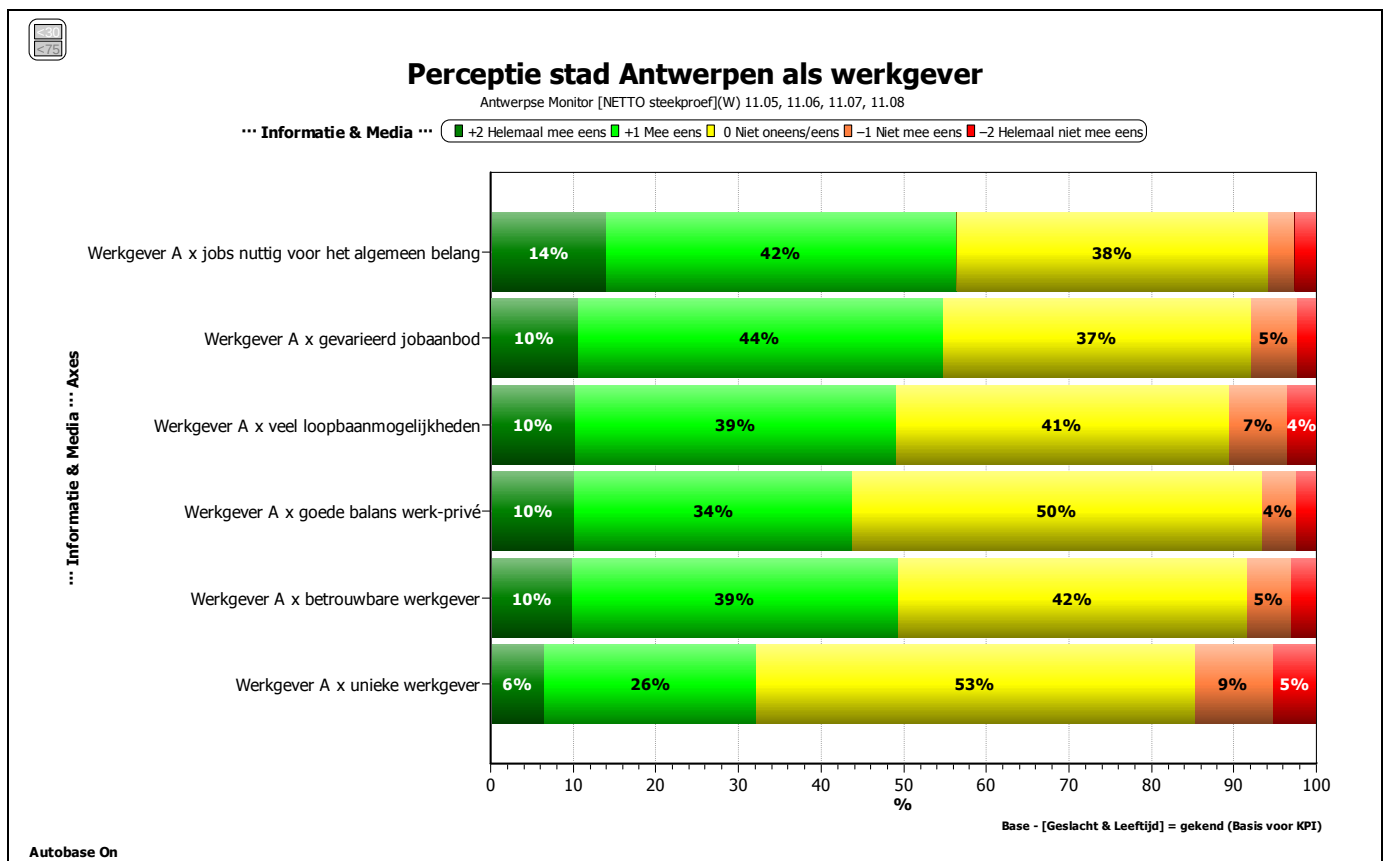
Opvallend is de hoge score voor de brandweer: bijna 90% van de respondenten heeft een positief beeld over dit beroep. Op de tweede plaats staat het lerarenberoep, gevolgd door de nieuwslezer. Over ambtenaren van de lokale overheid hebben meer respondenten een positiever beeld dan over OCMW-bedienden, journalisten van de geschreven pers en ambtenaren van een hogere overheid (dit beroep haalt de slechtste scores). Daartegenover staat dat ambtenaren op beide niveaus een ongeveer even groot aandeel respondenten hebben met een negatief beeld over dit beroep.

De stad Antwerpen wordt in de eerste plaats gepercipieerd met jobs die nuttig zijn voor het algemeen belang en met een gevarieerd jobaanbod. De eigenschap 'unieke werkgever' wordt het minst met de stad Antwerpen geassocieerd.

Grafiek 57: imago verschillende beroepen



Grafiek 58: perceptie stad Antwerpen als werkgever (n=2220)



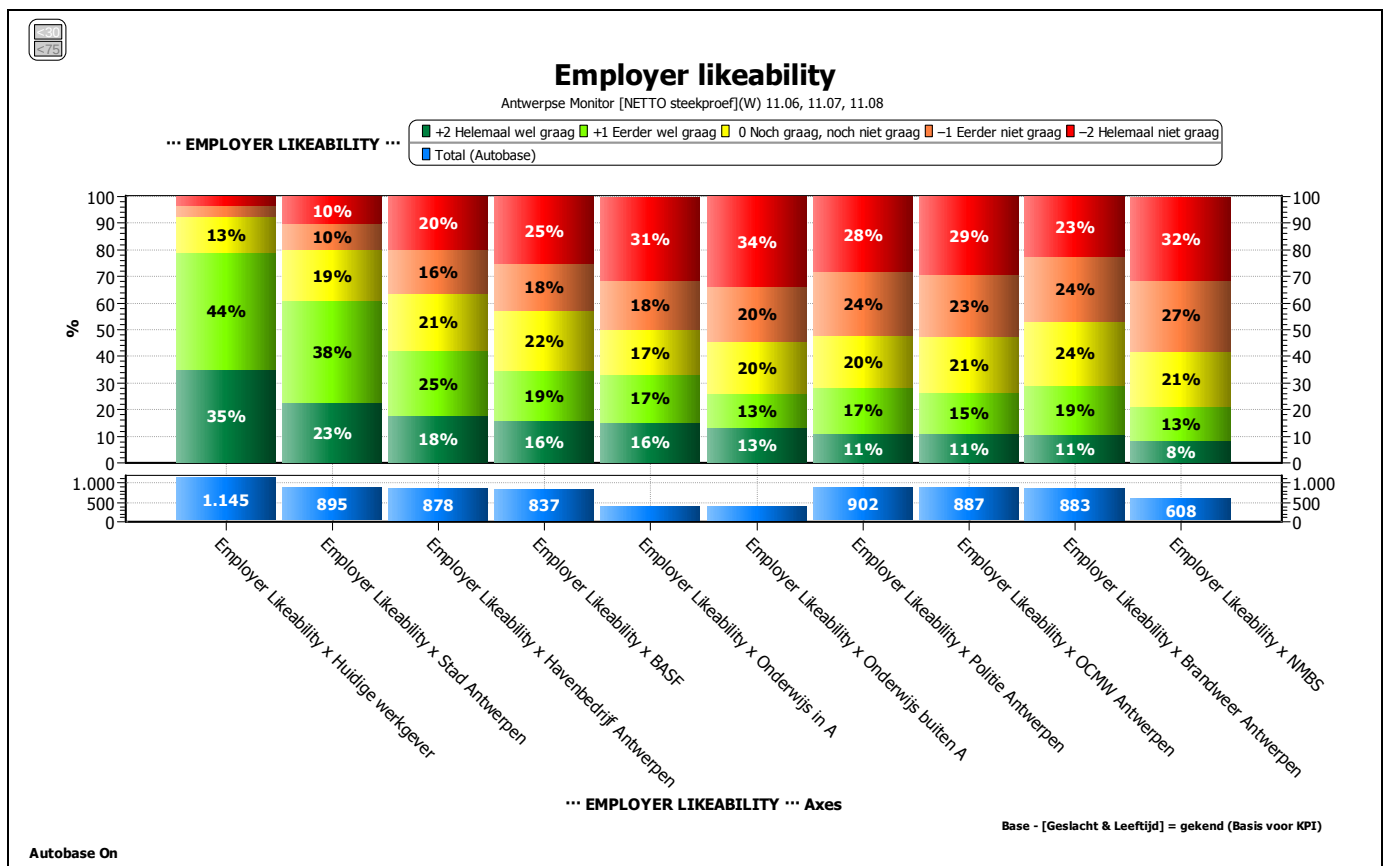
Aan de mensen die werken, werd gevraagd hoe graag ze bij hun huidige werkgever werken: 87% werkt er graag.

Aan respondenten die werken of studeren, werd de vraag gesteld hoe graag ze zouden willen werken voor een aantal organisaties. In de grafiek werden enkel de mensen met mening en die niet in de betreffende organisatie werken, opgenomen. Omdat onderwijs (leraar buiten de stad en in de stad Antwerpen) pas vanaf golf 8 mee opgenomen in de lijst organisaties, is het aantal respondenten kleiner.

Opvallend is dat stad Antwerpen, na 'huidige werkgever', op kop staat. Hoewel brandweer het meest positieve imago had, is het blijkbaar een minder aantrekkelijke potentiële werkgever.

Verdere analyses worden uitgewerkt in 2012.

Grafiek 59: employer likeability (zonder 'daar werk ik al' en 'kan ik niet beoordelen')



Hoofdstuk 4: Een bruisende stad

Gekoppelde strategische doelstellingen:

- CS01: In Antwerpen plaatsen we de sportinfrastructuur op de Europese kaart.
- CS02: Antwerpen houdt van sport en iedereen wordt aangezet om het zelf te doen.
- CS03: Cultuur in Antwerpen is – een recht – van iedereen: iedere Antwerpenaar heeft toegang tot actuele kennis-, informatie-, ontmoetings-, en culturele voorzieningen met bijzondere aandacht voor dienstverlening op maat.
- CS04: Cultuur in Antwerpen is – een recht – van iedereen: er is een nog betere toegankelijkheid, communicatie en spreiding van culturele activiteiten over de hele stad.
- CS06: Toegankelijk maken van cultureel erfgoed, musea en monumenten voor een groot en divers publiek – bewoners en bezoekers.
- CS10: Antwerpen, kinder- en jongerenmetropool. Kinderen, tieners en jongeren hebben voldoende ruimte in de stad.
- CS11: Antwerpen is een kinder- en jongerenmetropool. Meer kinderen, tieners en jongeren nemen deel aan vrijetijdsactiviteiten, afgestemd op hun noden en behoeften.
- CS12: Antwerpen is een kinder- en jongerenmetropool. Kinderen, tieners en jongeren hebben voldoende ruimte in de stad.
- CS15: Kinderen en jongeren in Antwerpen zijn meer bezig met cultuur en sport.
- MC02: Door zich te profileren als een sterk merk streeft de stad naar een maximale positieve beeldvorming over Antwerpen als de meest aantrekkelijke leefomgeving voor wie er woont, werkt of op bezoek komt.

In dit hoofdstuk analyseren we de vrijetijdsbesteding van de respondenten. We hebben het over de participatie aan het buurtleven en appreciatie van een aantal voorzieningen voor vrijetijdsbesteding, zoals sportinfrastructuur en culturele voorzieningen. Ook besteden we aandacht aan het aanbod van voorzieningen voor kinderen en jongeren.

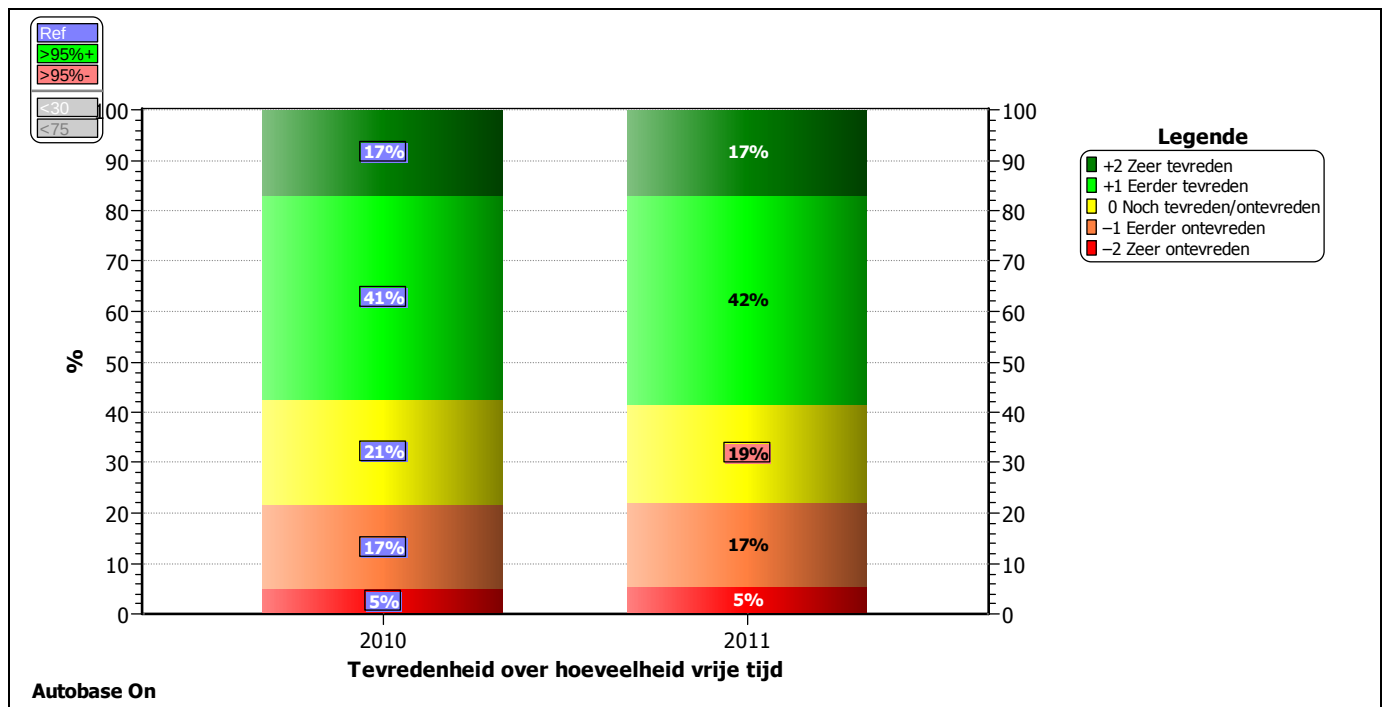
We vergelijken telkens de resultaten van de Antwerpse monitor 2010 met de resultaten van 2011. De cijfers van het referentiejaar 2010 zijn alleen in een blauw kader aangeduid wanneer er in de grafiek slechts de evolutie van één variabele wordt weergegeven.

4.1 Vrije tijd

In de volgende grafiek wordt weergegeven hoe tevreden respondenten zijn met hun vrije tijd. Vrije tijd wordt gedefinieerd als de tijd los van werk, school, huishoudelijke taken, zorg voor kinderen en/of ouderen en nachtrust.

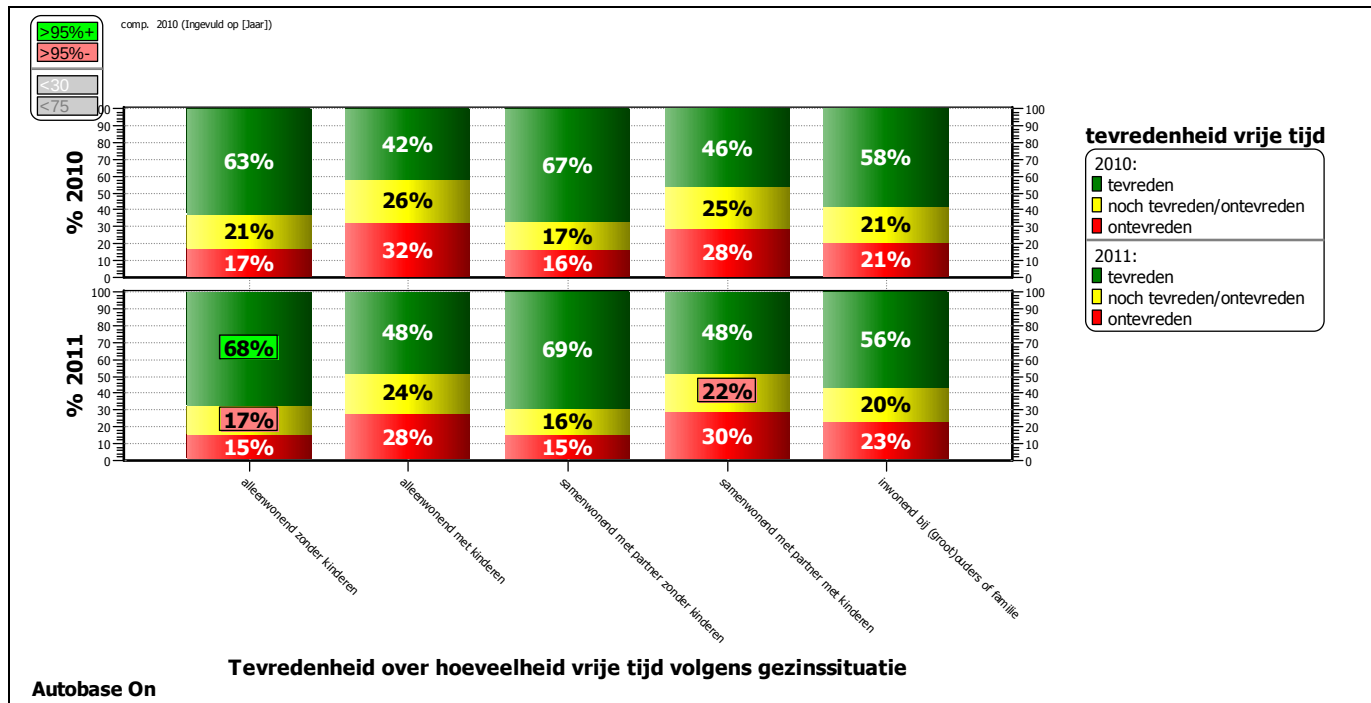
In 2011 is bijna 60% van de respondenten tevreden (42%) of zeer tevreden (17%) met de hoeveelheid vrije tijd. Ongeveer 5 % is zeer ontevreden en 17 % is eerder ontevreden.

Grafiek 60 Mate van tevredenheid over hoeveelheid vrije tijd, 2010 en 2011



De gezinssituatie heeft een impact op de appreciatie van de hoeveelheid vrije tijd. Respondenten met kinderen zijn significant minder tevreden dan diegene zonder kinderen. De toename van het aandeel tevreden is alleen significant bij de alleenstaande respondenten. Hier steeg het aandeel tevreden respondenten van 63% naar 68%.

Grafiek 61 Mate van tevredenheid over hoeveelheid vrije tijd volgens gezinssituatie, 2010 en 2011



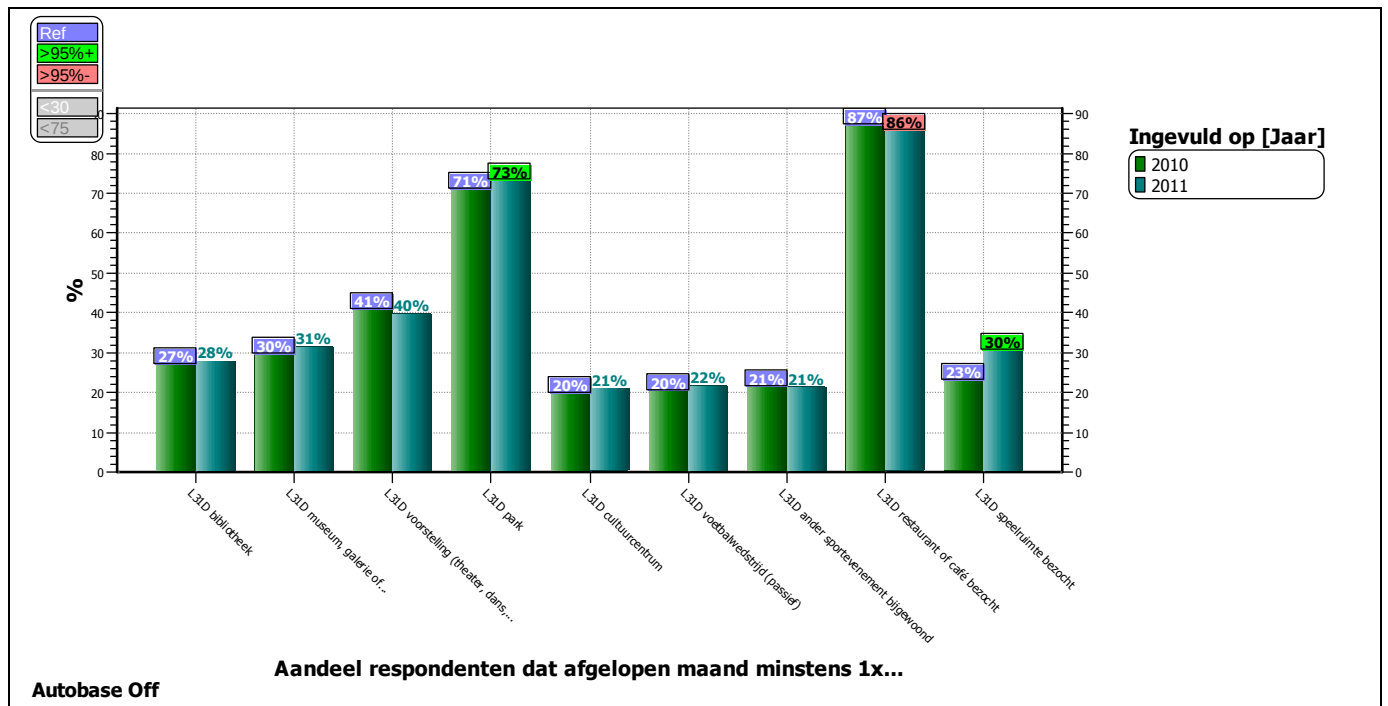
4.2 Cultuur en sport

4.2.1 Deelname aan diverse activiteiten

Wat zijn de populaire bezigheden tijdens de vrije tijd? Voor sommige onderdelen werd gevraagd hoe vaak men de afgelopen maand (of dertig dagen) deelnam, voor andere werd gepeild naar de deelname tijdens de afgelopen zeven dagen.

Het meest opvallende significante verschil tussen 2010 en 2011 is het toegenomen aandeel respondenten dat aangeeft de voorbije maand minstens één keer een speelruimte te hebben bezocht. Drie op tien respondenten heeft een speelruimte bezocht, terwijl dit aandeel in 2010 maar 23% bedroeg.

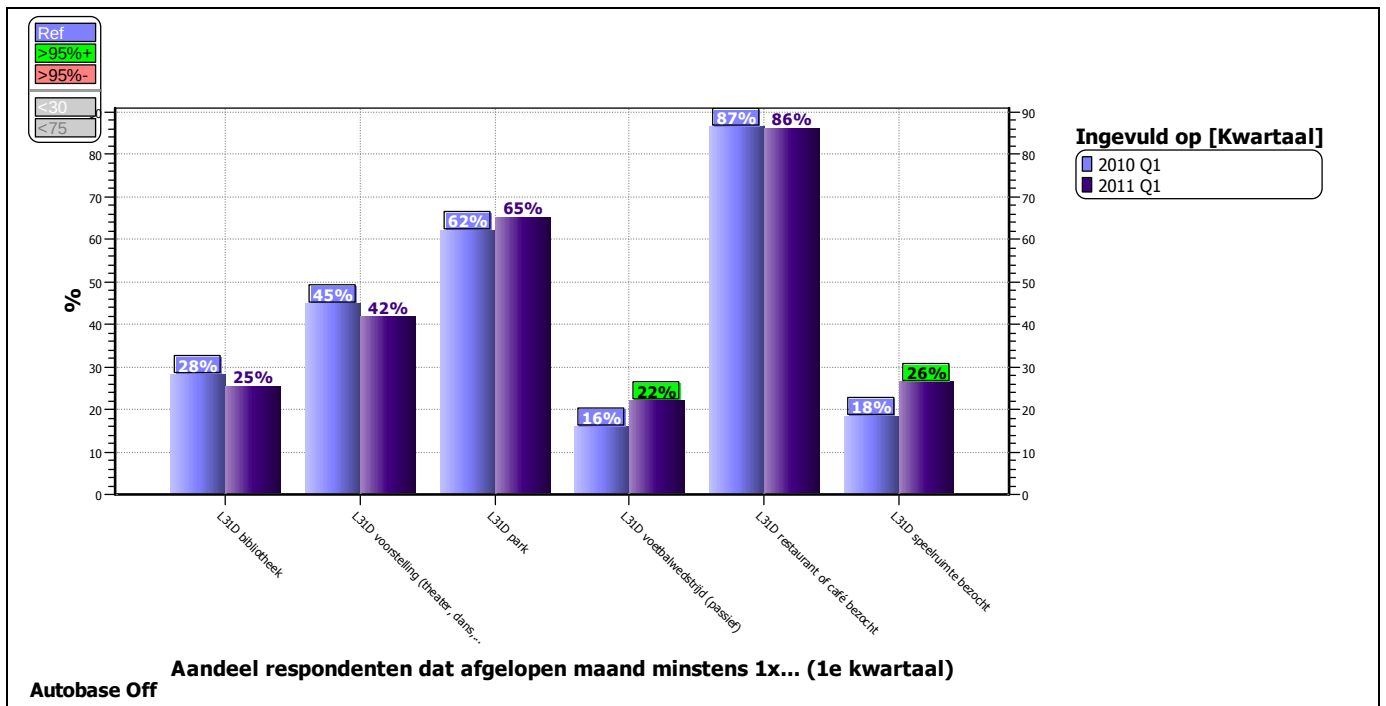
Grafiek 62 Frequentie van vrijetijdsbesteding (minstens 1 keer tijdens de afgelopen maand), 2010 en 2011



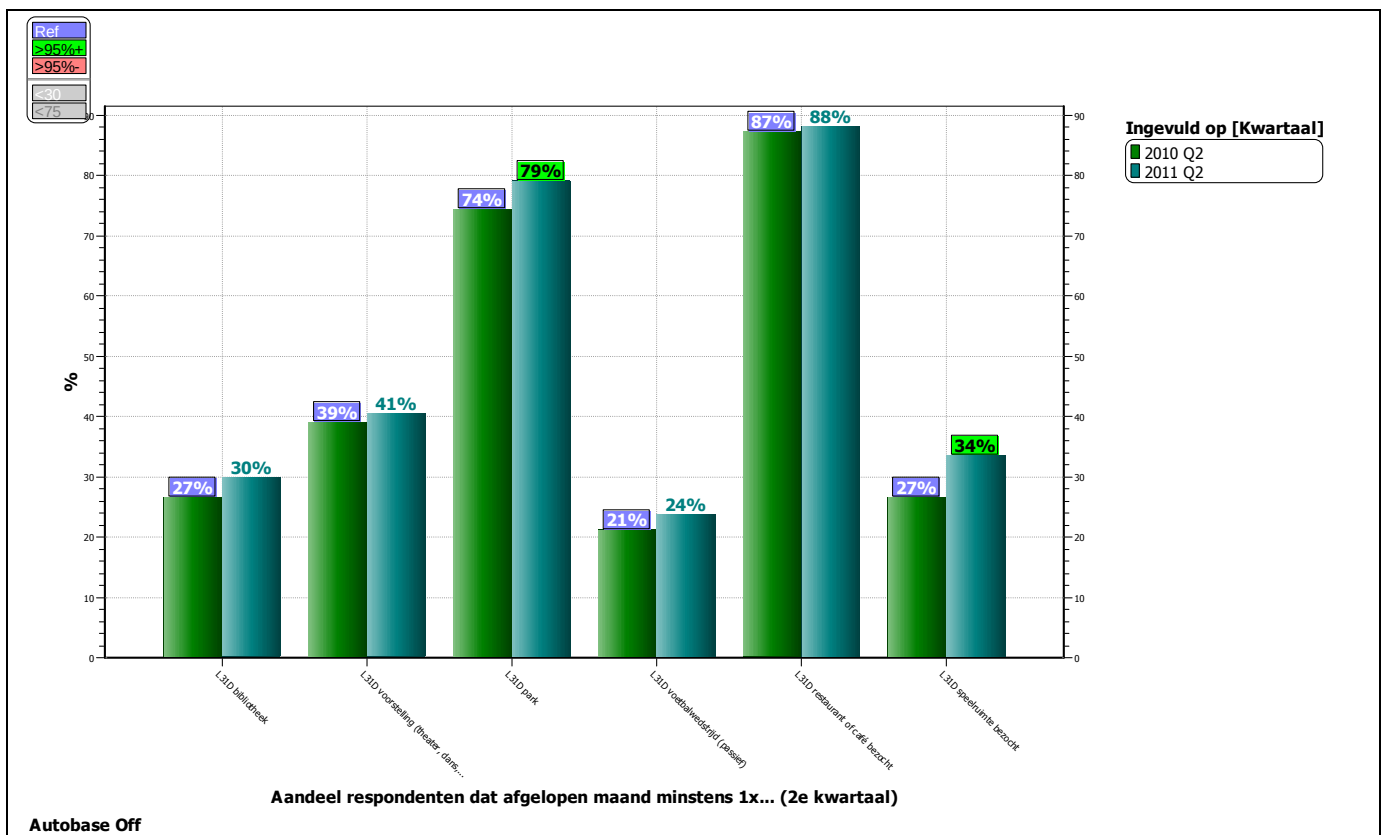
Significante verschillen tussen de kwartalen bleken voor volgende activiteiten: bibliotheekbezoek, dans- of theatervoorstelling, parkbezoek, bijwonen voetbalwedstrijd, restaurant- of cafébezoek en bezoek speelruimte.

In elk kwartaal van het jaar 2011 bezochten meer respondenten een speelruimte dan in hetzelfde kwartaal het jaar voordien. Tijdens de zomermaanden (3^e kwartaal) van 2011 bezochten respondenten zowel parken, restaurants/café's als voetbalwedstrijden minder vaak dan tijdens dezelfde periode in 2010. Parken waren in 2011 tijdens het voor- en het najaar populairder dan het jaar voordien. Restaurants en café's bleken iets minder populair in de tweede jaarhelft van 2011. Dit geldt ook voor theatervoorstellingen e.d. voor wat betreft het laatste kwartaal.

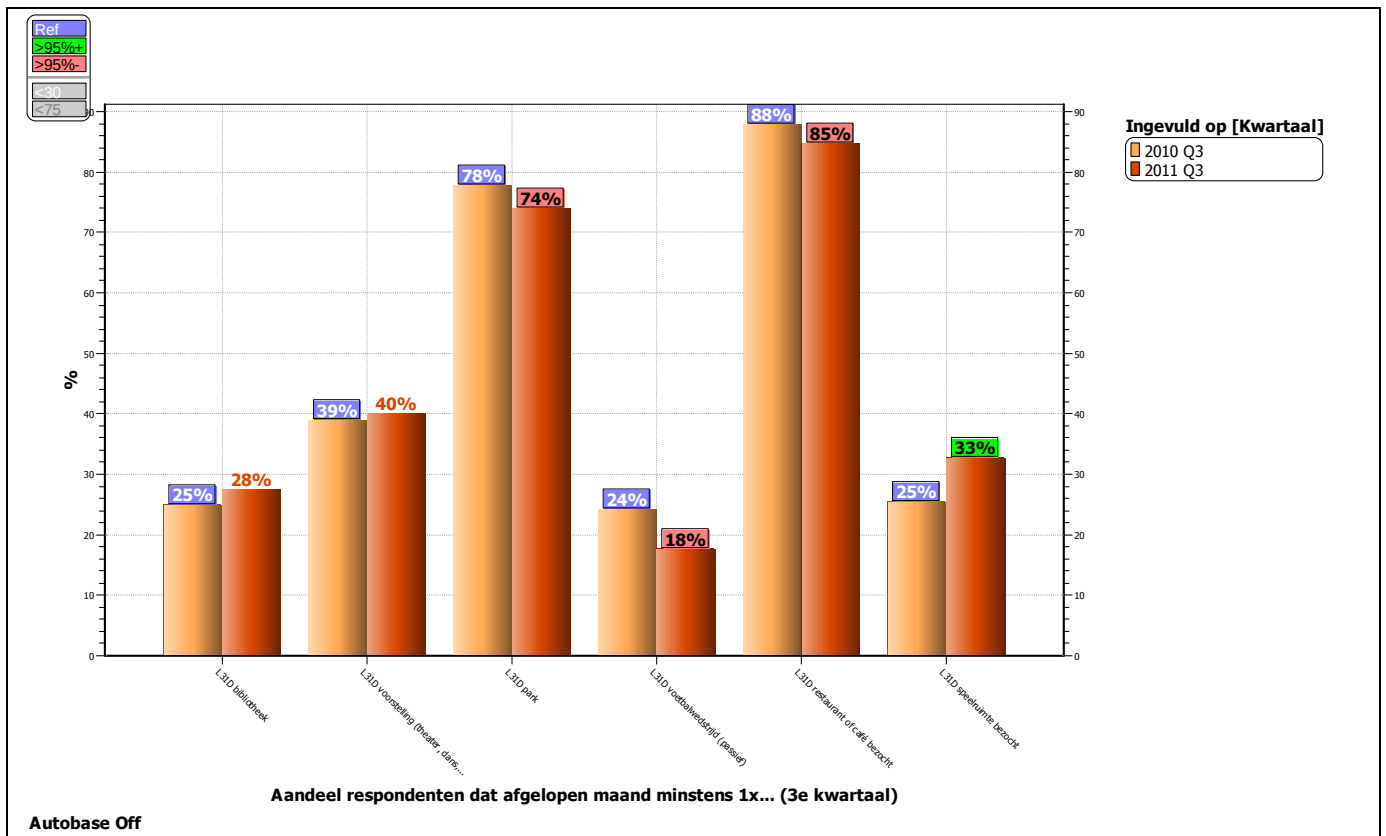
Grafiek 63 Frequentie van vrijetijdsbesteding (minstens 1 keer tijdens de afgelopen maand), 1^e kwartaal 2010 en 2011



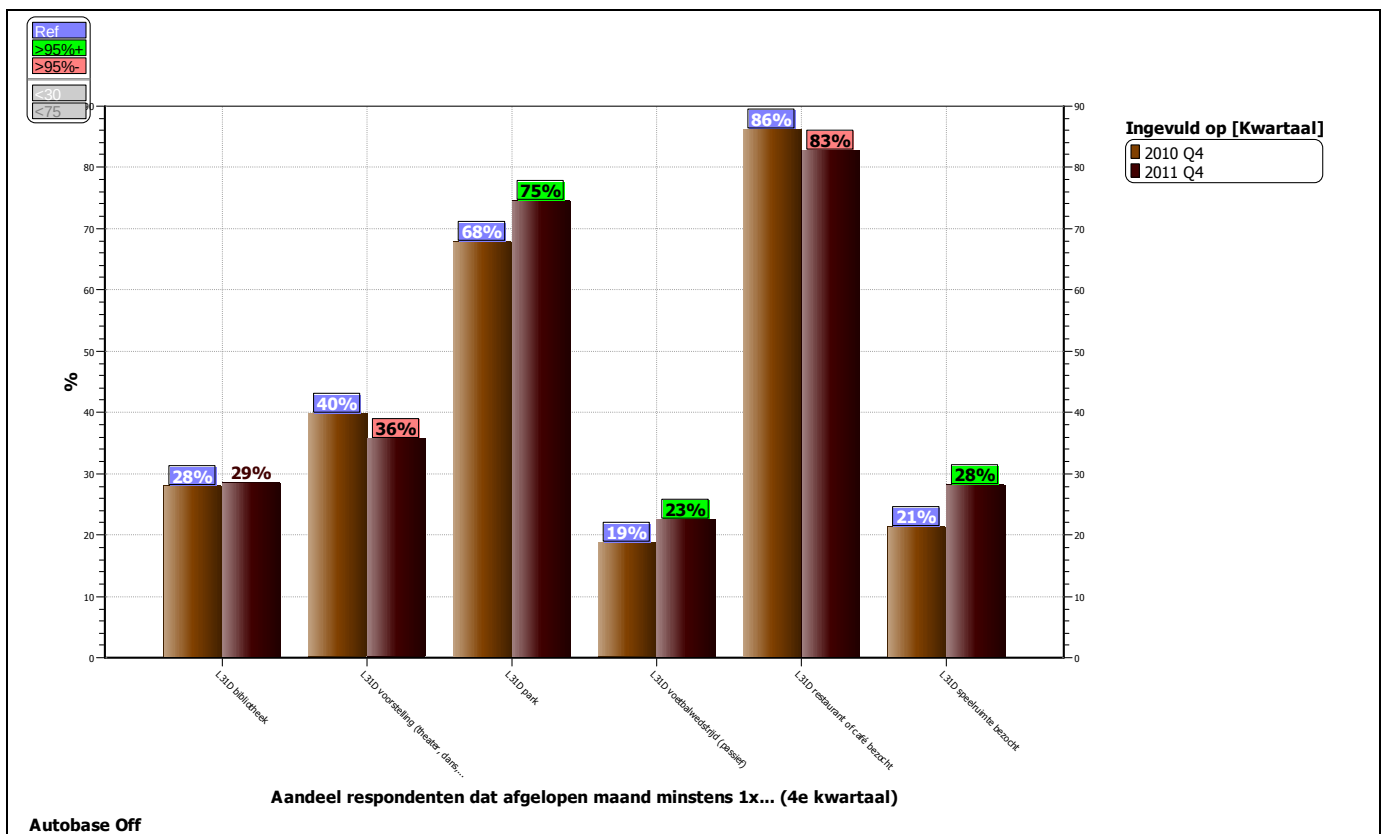
Grafiek 64 Frequentie van vrijetijdsbesteding tijdens de afgelopen maand, 2^e kwartaal 2010 en 2011



Grafiek 65 Frequentie van vrijetijdsbesteding tijdens de afgelopen maand, 3^e kwartaal 2010 en 2011



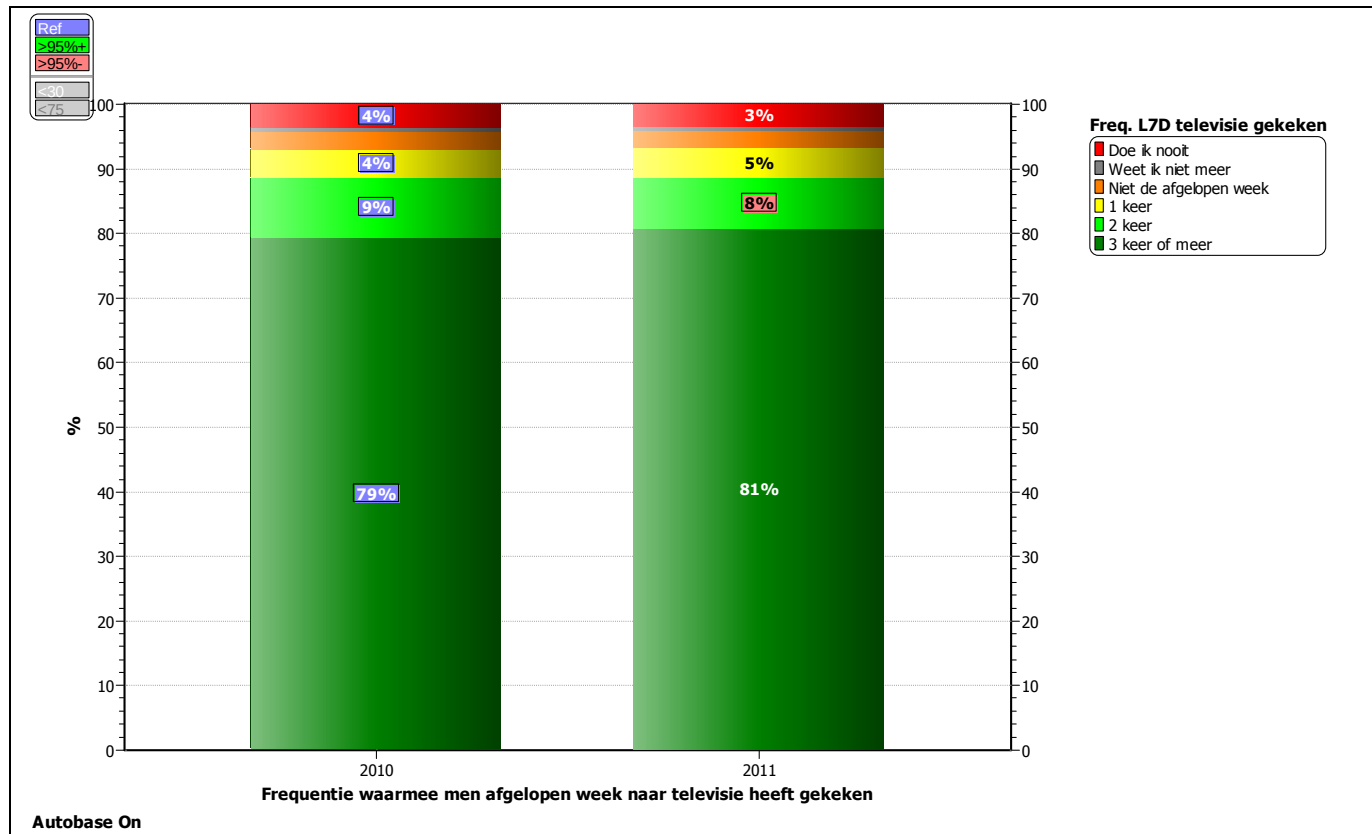
Grafiek 66 Frequentie van vrijetijdsbesteding tijdens de afgelopen maand, 4^e kwartaal 2010 en 2011



Wat betreft het lezen van een boek, sport beoefenen, gaan zwemmen, sporten in een sporthal/terrein en televisie kijken wordt de frequentie de afgelopen zeven dagen bevraagd.

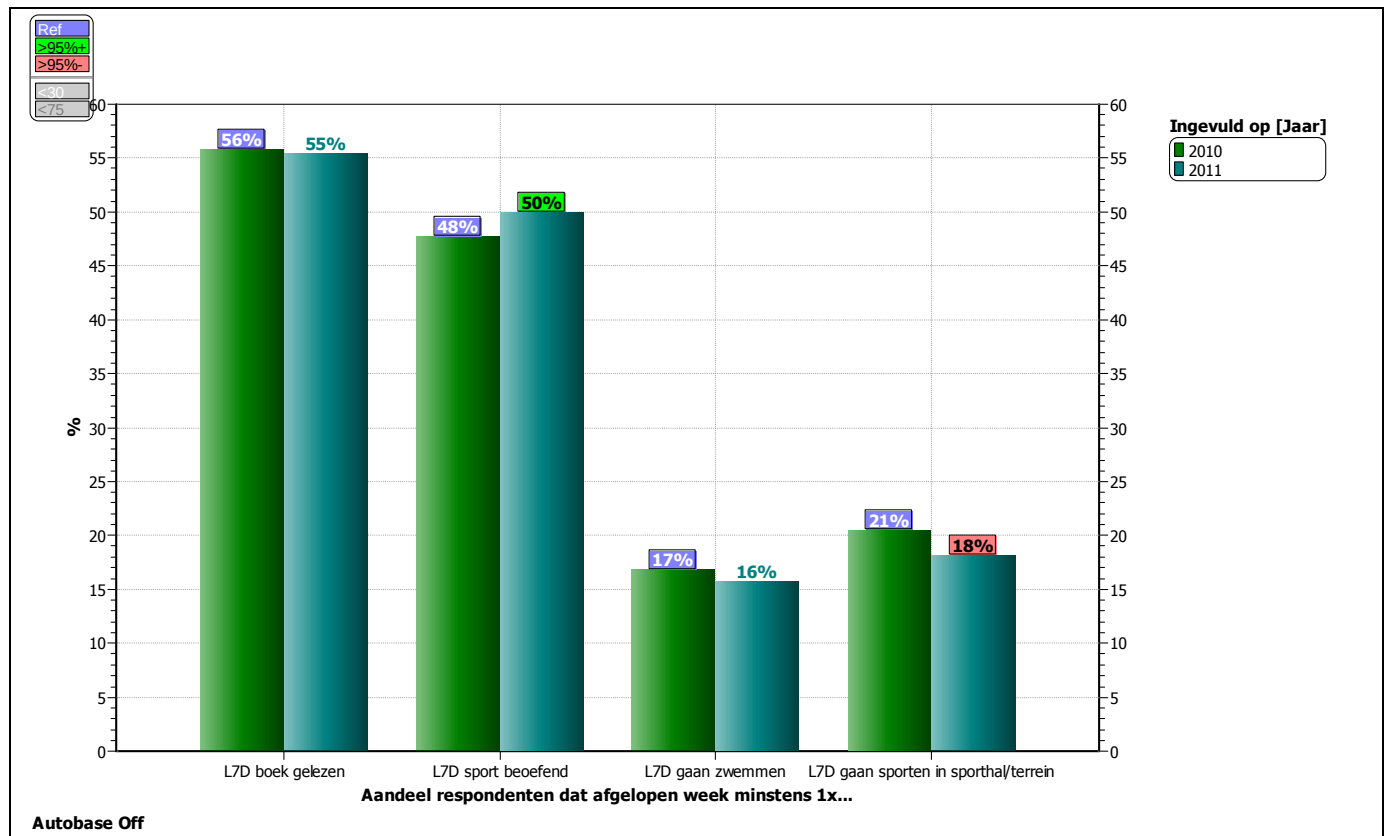
Acht op tien respondenten kijkt minstens drie keer per week televisie.

Grafiek 67 Frequentie van televisie kijken tijdens de afgelopen week, 2010 en 2011



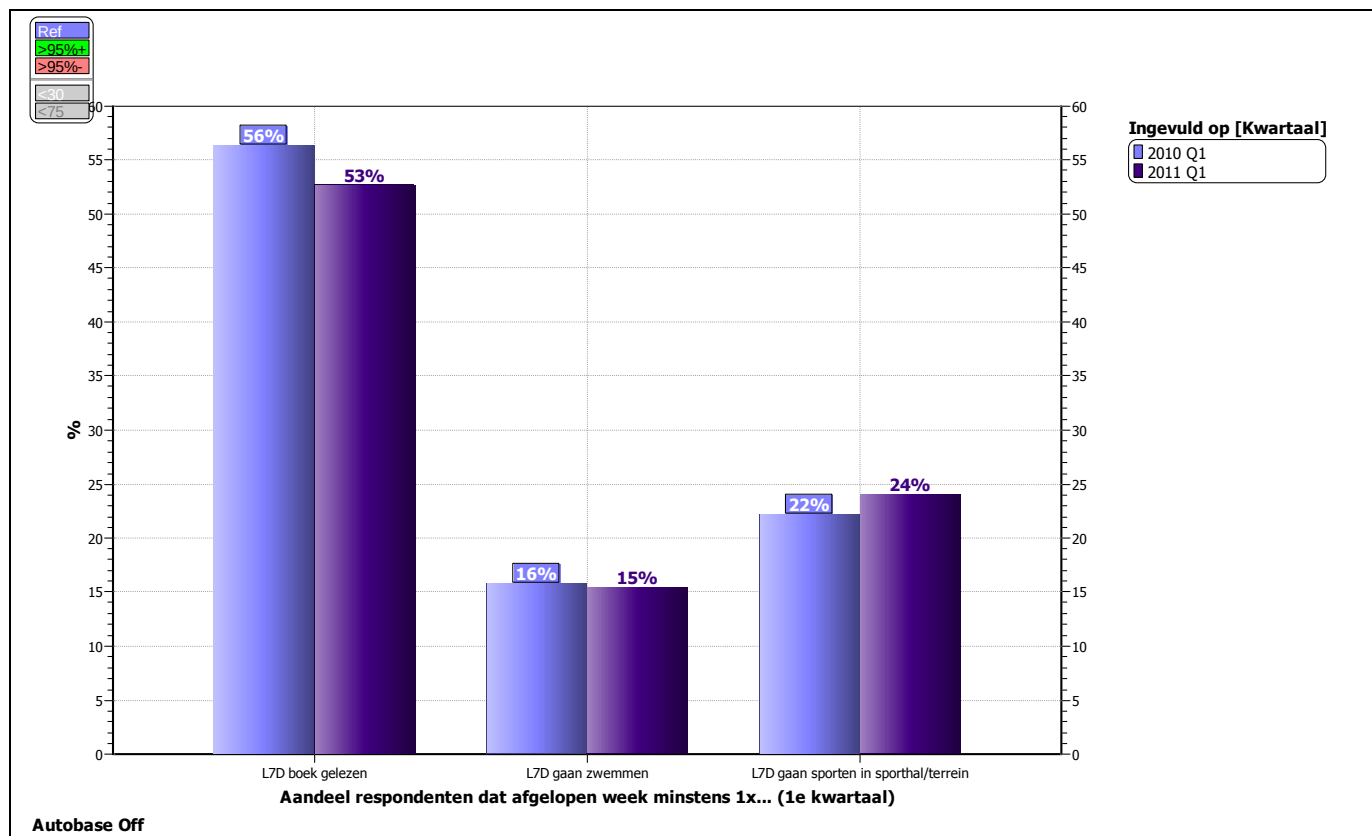
Naast televisie kijken, is de populairste bezigheid het lezen van een boek. Dit blijft zo in 2011. De enige vorm van vrijetijdsbesteding die zichtbaar is afgenomen, is sportbeoefening in een sporthal of op een sportterrein. Sport beoefenen in het algemeen is dan weer licht toegenomen.

Grafiek 68 Frequentie van vrijetijdsbesteding tijdens de afgelopen week, 2010 en 2011

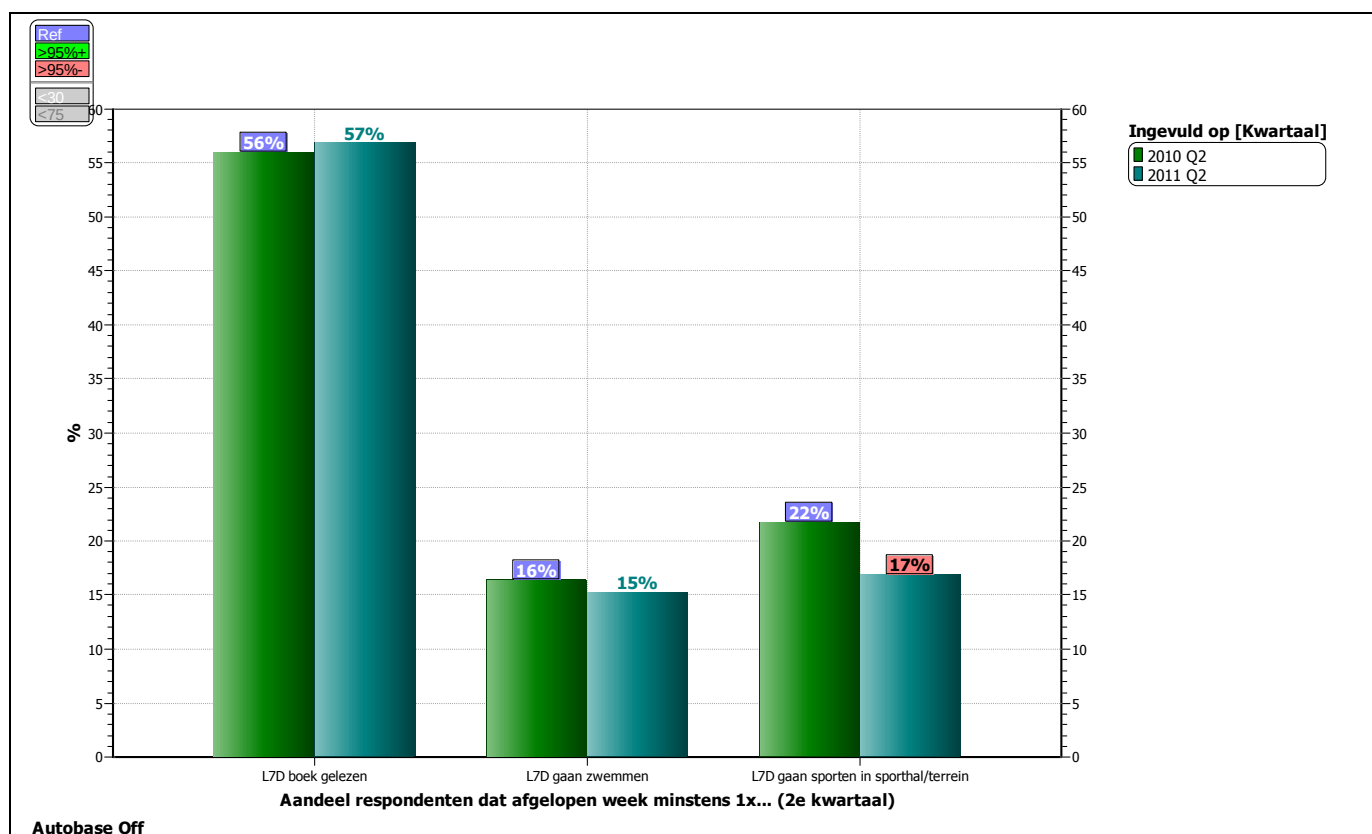


Voor het tweede en derde kwartaal neemt het aandeel respondenten dat minstens één maal per week indoor of op een terrein sport af ten opzichte van 2010.

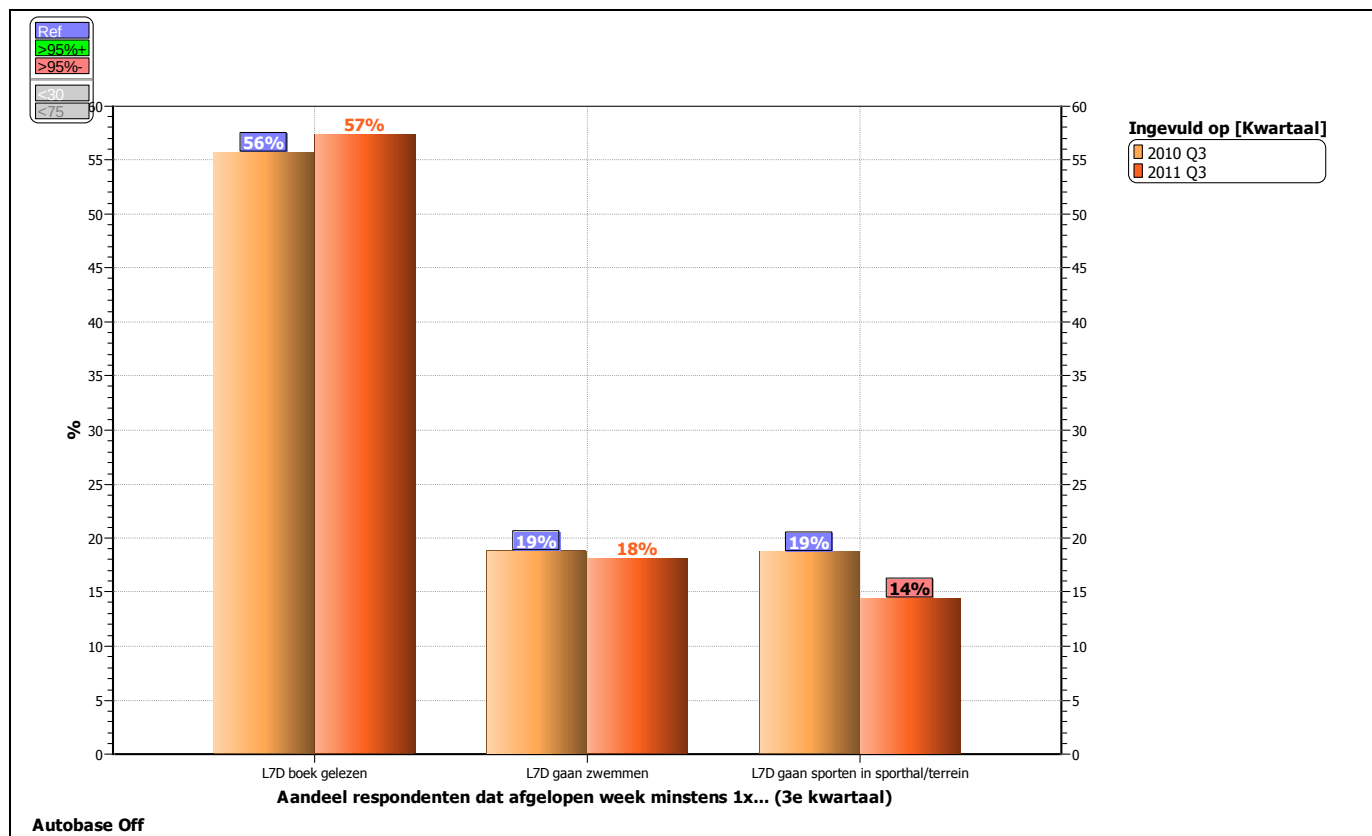
Grafiek 69 Frequentie van vrijetijdsbesteding tijdens de afgelopen week, 1^e kwartaal 2010 en 2011



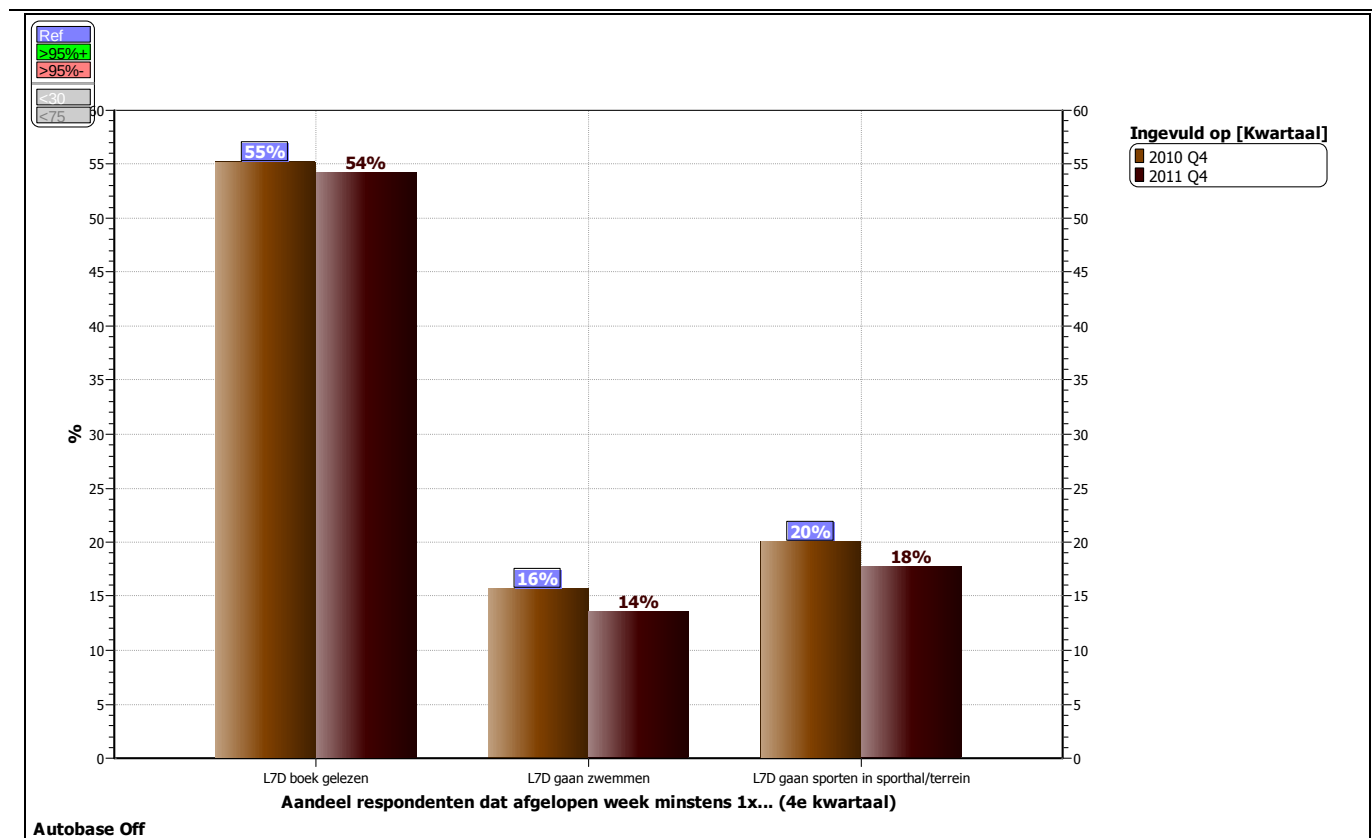
Grafiek 70 Frequentie van vrijetijdsbesteding tijdens de afgelopen week, 2^e kwartaal 2010 en 2011



Grafiek 71 Frequentie van vrijetijdsbesteding tijdens de afgelopen week, 3^e kwartaal 2010 en 2011

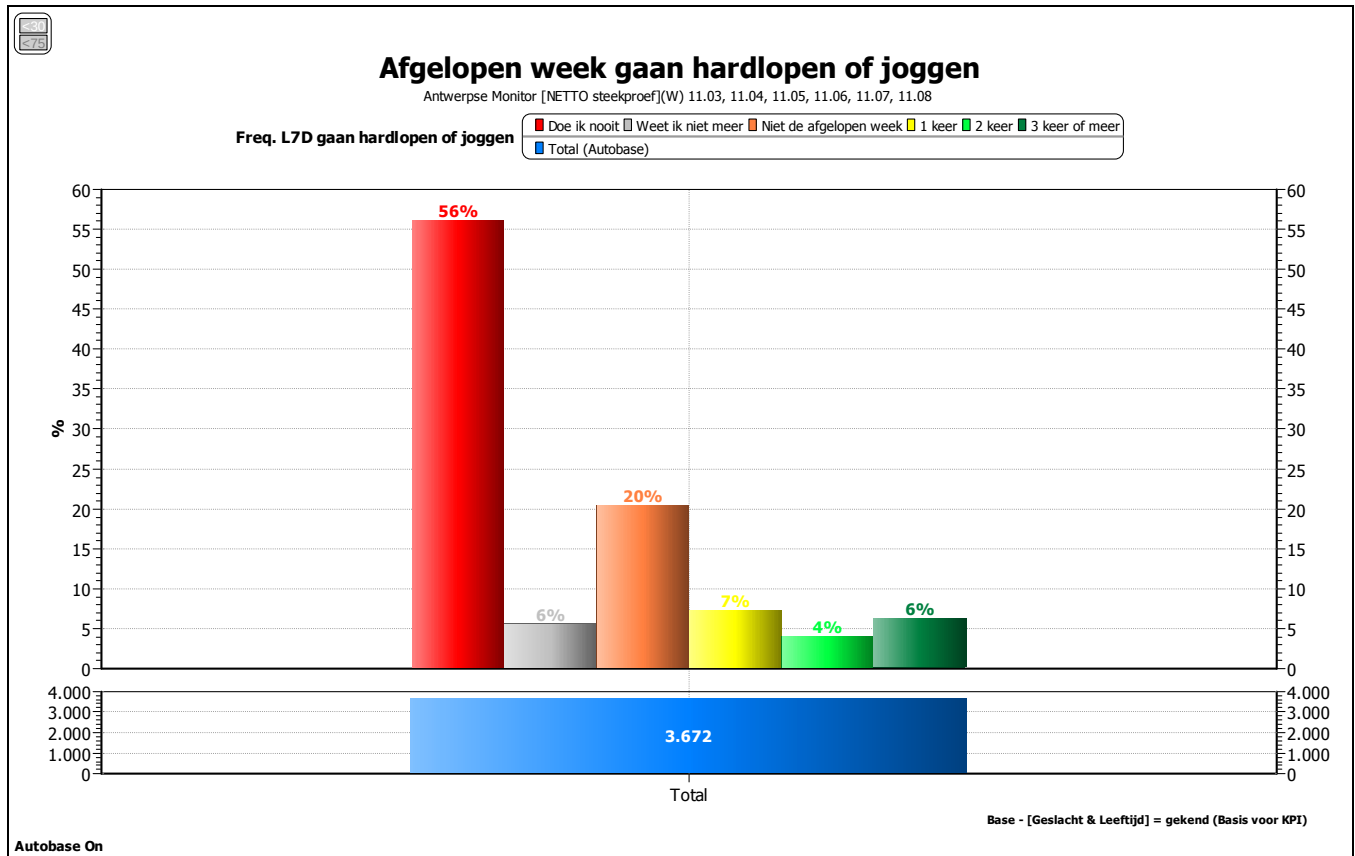


Grafiek 72 Frequentie van vrijetijdsbesteding tijdens de afgelopen week, 4^e kwartaal 2010 en 2011



Vanaf golf 3 werd een extra item aan de vrijetijdsbestedingen van de afgelopen week toegevoegd, namelijk hardlopen/joggen.

Iets meer dan de helft van de respondenten gaat nooit hardlopen of joggen; 17% ging de afgelopen week minstens één keer lopen.

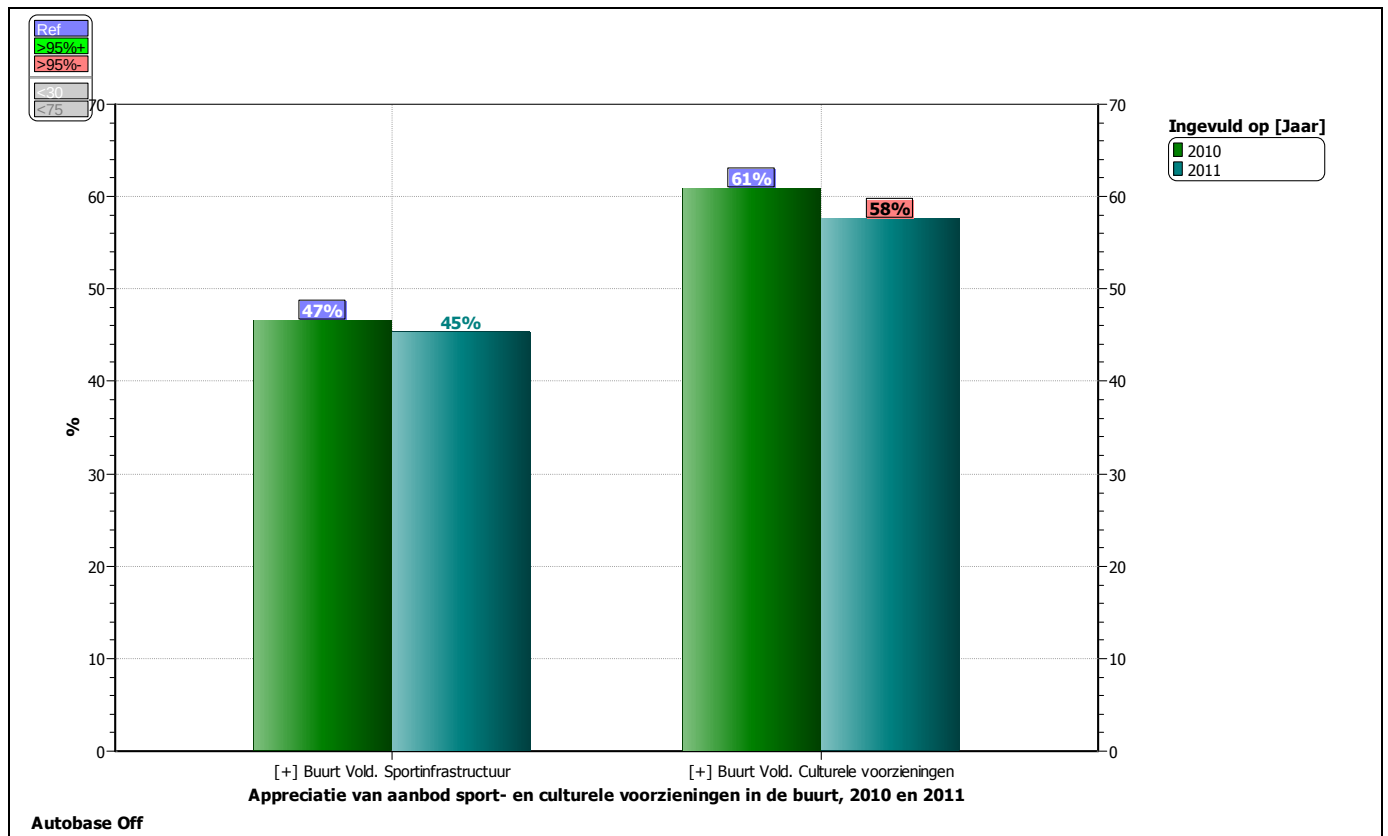


Grafiek 73: frequentie hardlopen of joggen

4.2.2 Voorzieningen voor sport en cultuur in de buurt

Uit volgende grafiek blijkt dat respondenten meer tevreden zijn over het aanbod culturele voorzieningen dan over het aanbod sportinfrastructuur in hun buurt. Iets minder dan de helft van de respondenten oordeelt dat er voldoende sportvoorzieningen in de buurt zijn. Voor culturele voorzieningen is dit aandeel hoger (ca. zes op tien). Zowel voor het sport- als het cultureel aanbod zien we een lichte daling in de appreciatie.

Grafiek 74 Appreciatie van het aanbod sport- en culturele voorzieningen in de buurt, 2010 en 2011

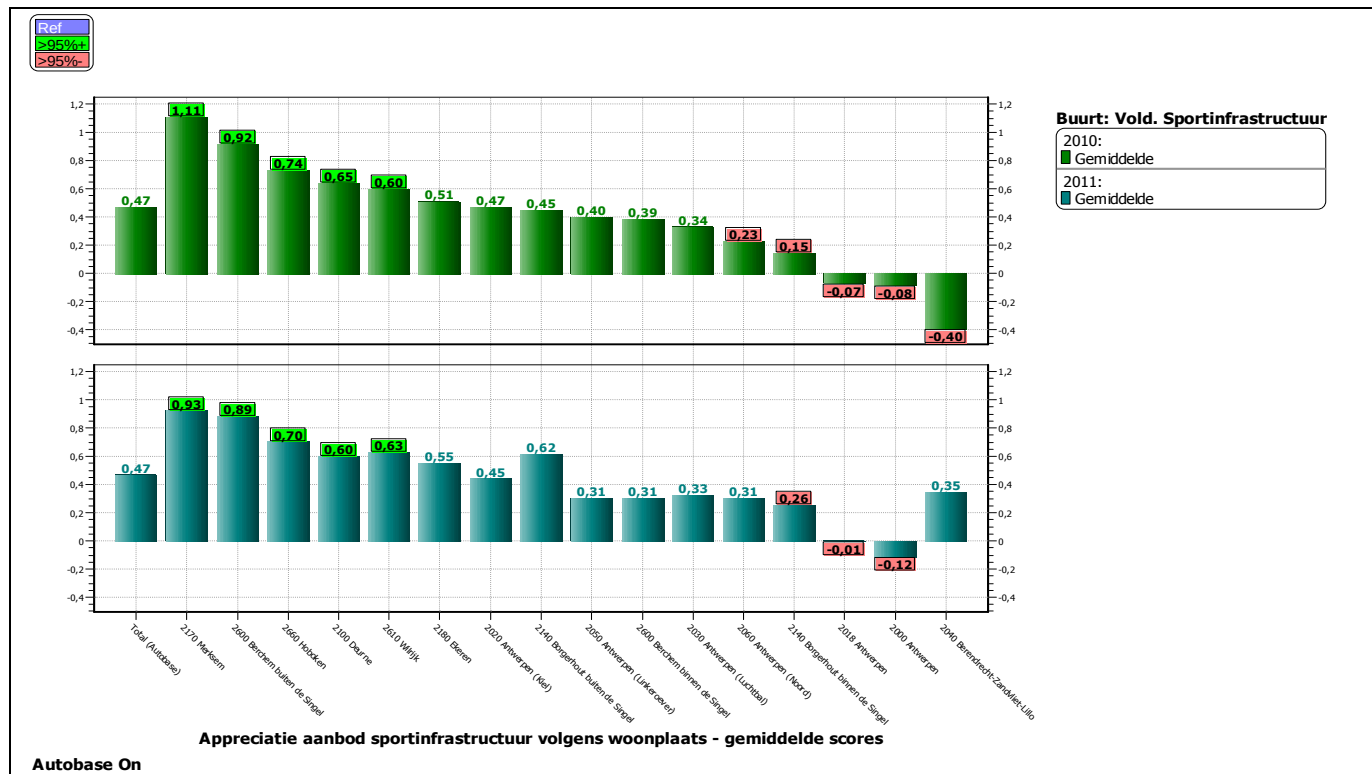


Wanneer de postcode van de woonplaats in rekening wordt gebracht, zien we duidelijke verschillen. We geven de gemiddelde scores per postcode en rangschikken ze aflopend volgens de score. Die varieert tussen -2 (*helemaal mee eens*) en 2 (*helemaal niet mee eens*).

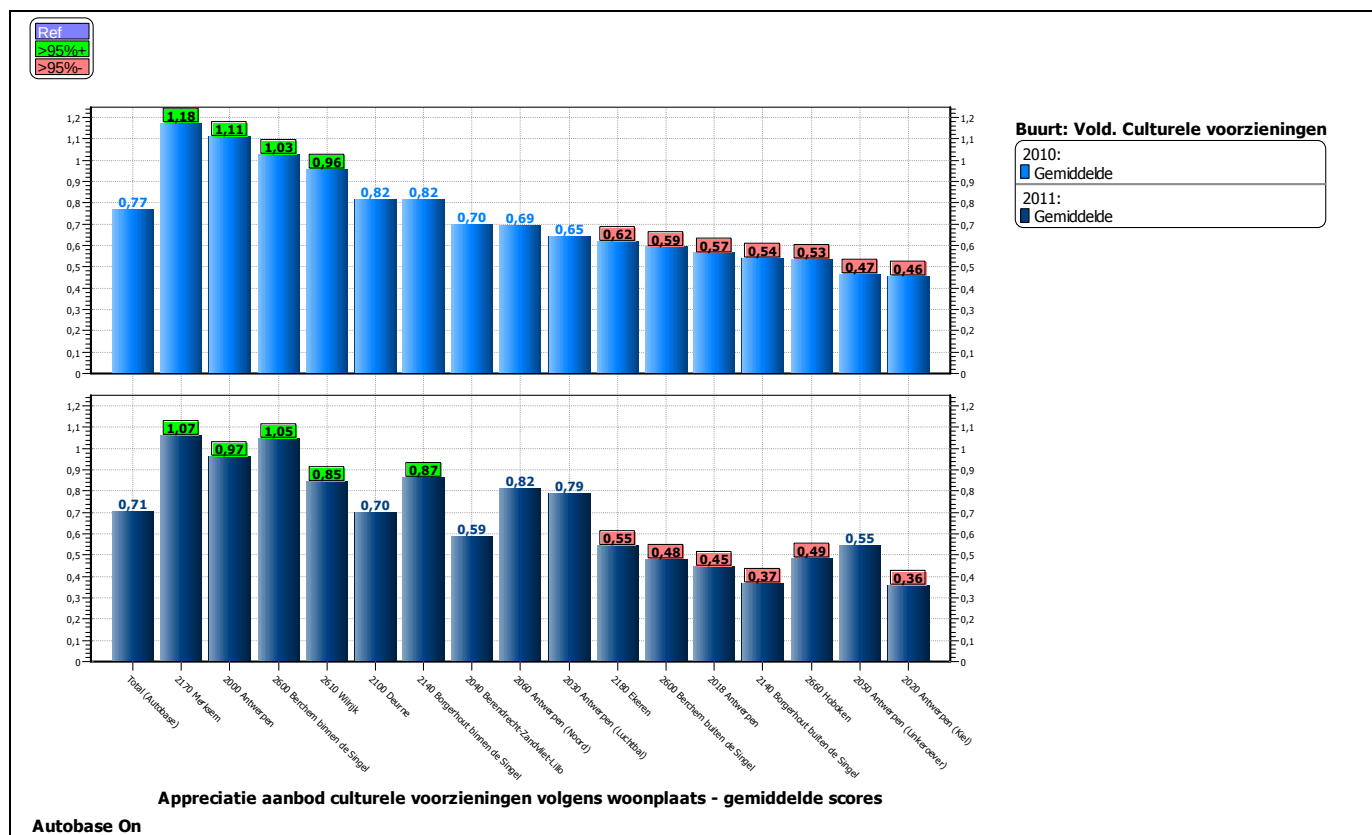
Het is duidelijk dat de postcodes binnen de Singel en het district Berendrecht-Zandvliet-Lillo het aanbod sportinfrastructuur significant slechter appreciëren dan de postcodes buiten de Singel. De respondenten van Berendrecht-Zandvliet-Lillo antwoordden gemiddeld wel veel positiever in 2011. Dit kan verklaard worden door de bouw van een sporthal. De negatieve gemiddelde score van -0,40 evolueert er naar een positieve score van 0,35. In de postcodes 2000 en 2018 blijven de negatieve gemiddelde scores. Naast Berendrecht-Zandvliet-Lillo maakt Borgerhout buiten de Singel de meest positieve evolutie door tussen 2010 en 2011.

Bij de culturele voorzieningen liggen de gemiddelde scores hoger en zien we een ander plaatje naar postcode: de zones binnen de Singel zijn significant meer tevreden. Dit geldt ook voor de districten Merksem en Wilrijk. Voor het overige zijn de gebieden buiten de Singel doorgaans minder tevreden. Van de gebieden die ongunstig afwijken van het gemiddelde van stad Antwerpen zien we dat alleen Linkeroever in 2011 positief evolueert. Ook de gunstige evolutie van Antwerpen Noord en Luchtbal is zichtbaar. Opvallend is ook dat het district Merksem voor sport én cultuur de hoogste gemiddelde waarden optekent, zowel in 2010 als in 2011.

Grafiek 75 Appreciatie van het aanbod sportinfrastructuur volgens woonplaats, gemiddelde score 2010 en 2011



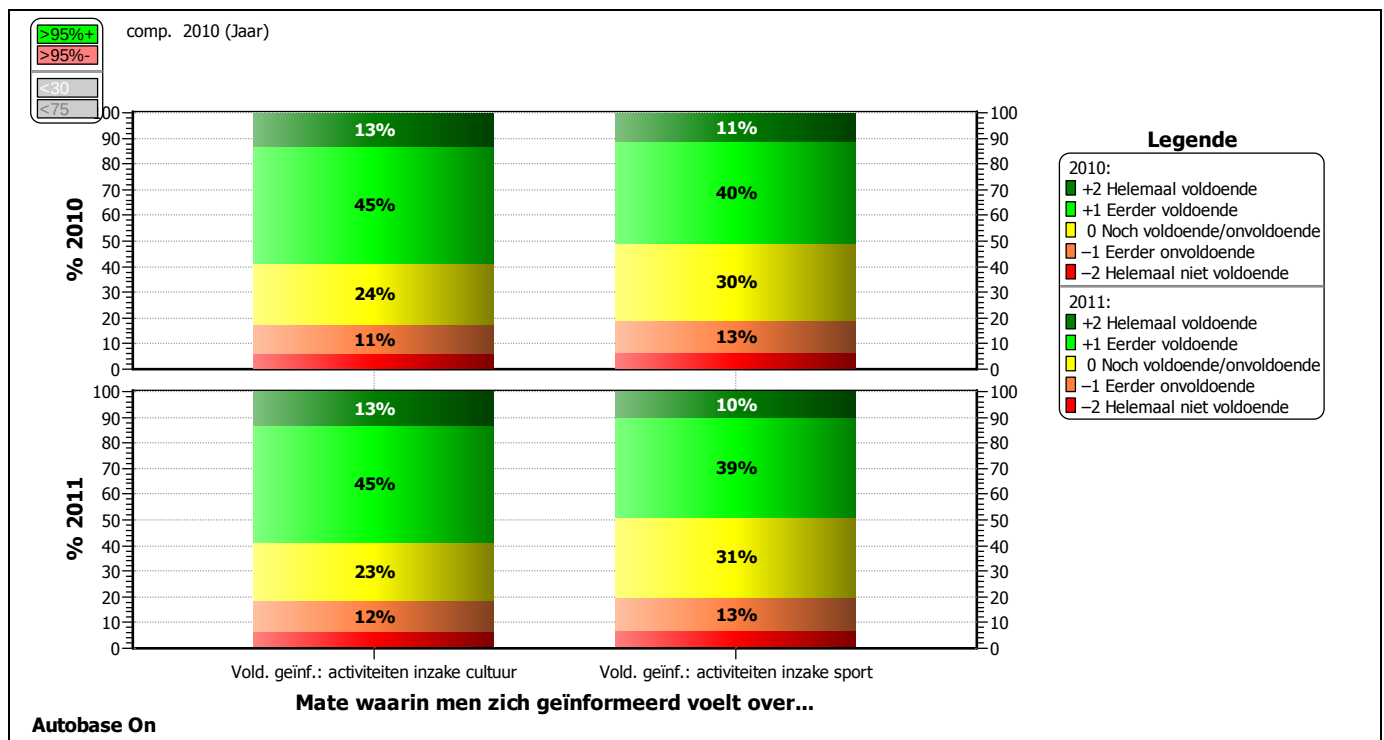
Grafiek 76 Appreciatie van het aanbod culturele voorzieningen volgens woonplaats, gemiddelde score 2010 en 2011



4.2.3 Geïnformeerd over sport en cultuur

Bijna zes op tien respondenten voelt zich voldoende geïnformeerd over cultuur. Ook het aandeel respondenten dat zich voldoende geïnformeerd voelt over sportactiviteiten is nagenoeg stabiel en schommelt rond 50%. Ongeveer één op vijf voelt zich onvoldoende geïnformeerd.

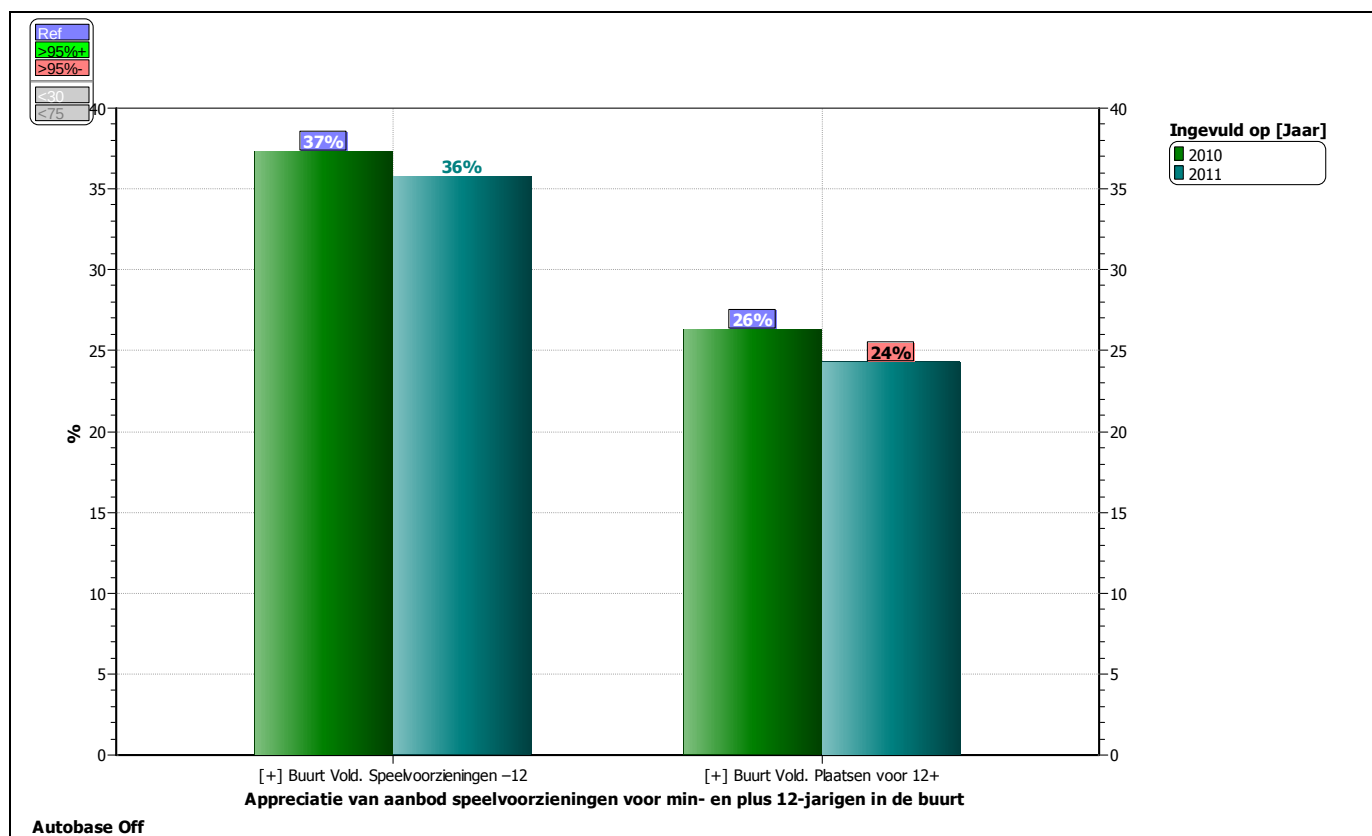
Grafiek 77 Mate waarin men zich voldoende geïnformeerd voelt over activiteiten inzake cultuur en sport, 2010 en 2011



4.2.5 Voorzieningen voor jongeren en kinderen in de buurt

Een groot aandeel respondenten – significant vaker 65-plussers - geeft te kennen dit onderwerp niet te kunnen beoordelen. Het aanbod voorzieningen voor min 12-jarigen wordt positiever geapprecieerd dan dat voor de plus 12-jarigen. We merken nog een daling van 2 procentpunten bij de waardering van het aanbod aan speelvoorzieningen voor de plus 12-jarigen.

Grafiek 78 Appreciatie van het aanbod voorzieningen voor min- en plus 12-jarigen in de buurt, 2010 en 2011

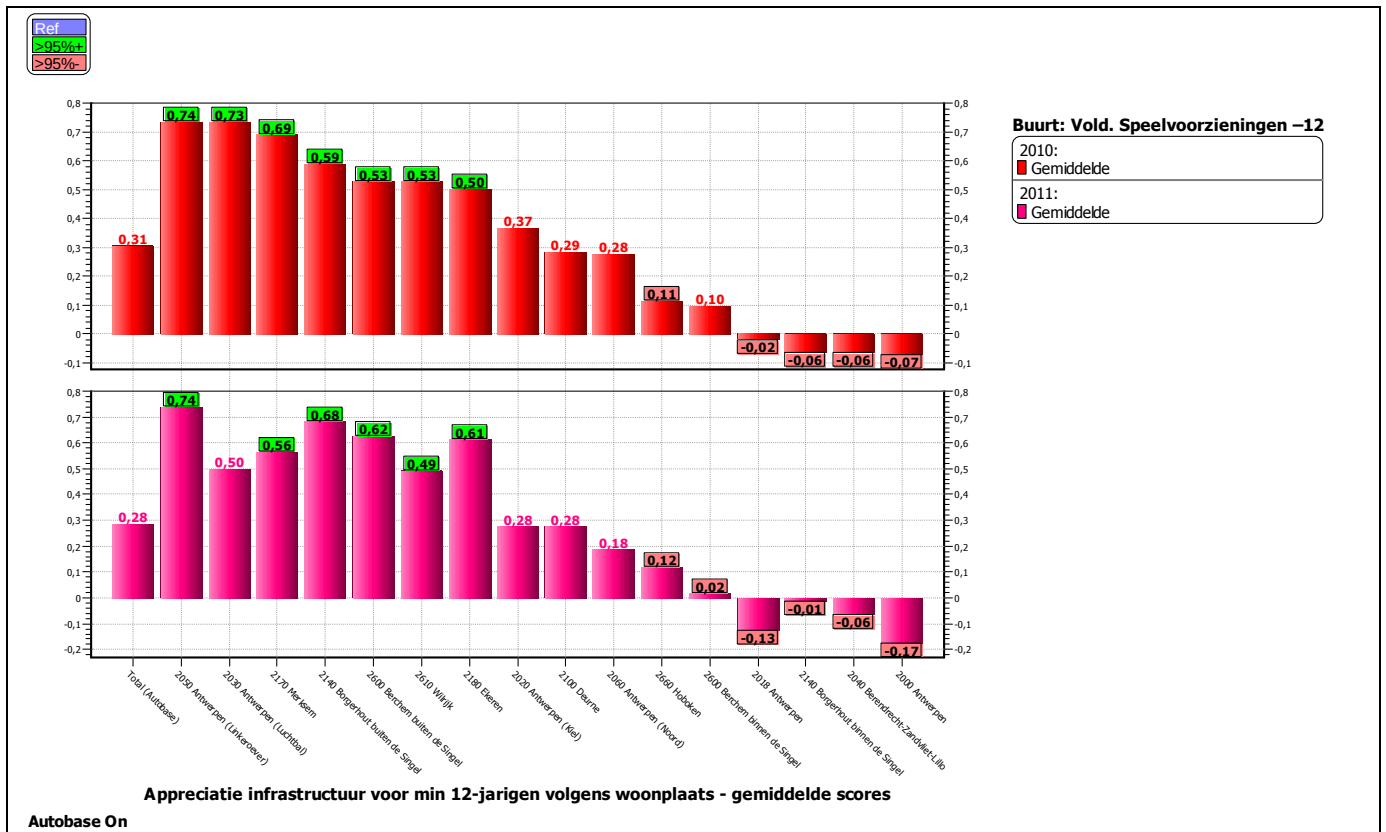


Wanneer de postcode van de woonplaats in rekening wordt gebracht, zien we duidelijke verschillen. We geven de gemiddelde scores per postcode en rangschikken ze aflopend volgens de score. Die varieert tussen -2 (*helemaal mee eens*) en 2 (*helemaal niet mee eens*).

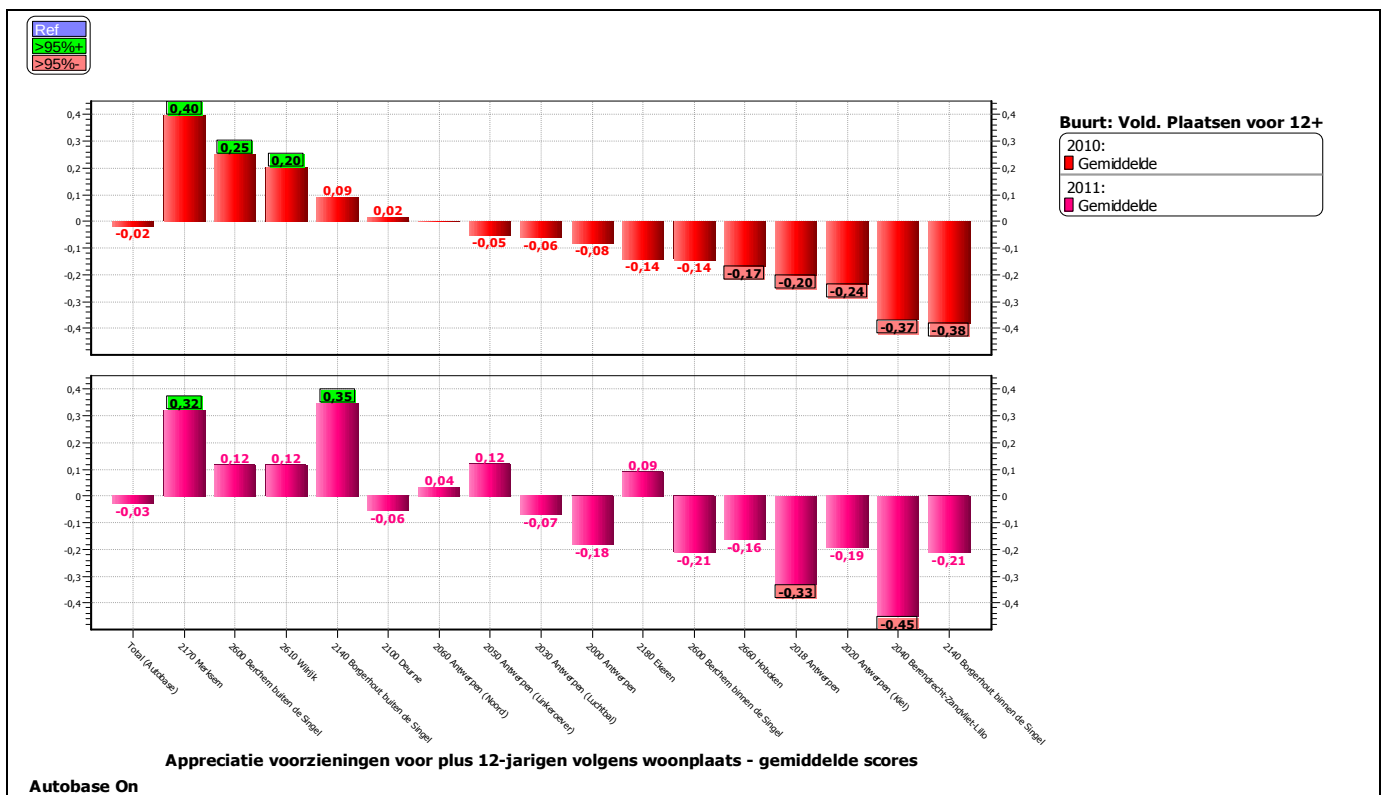
Eerst en vooral merken we op dat de waardering van het aanbod van voorzieningen voor plus 12-jarigen erg laag is, zelfs licht negatief. Er is ook een duidelijk effect van woonplaats. Respondenten die in de rand wonen, zijn over het algemeen meer tevreden. Het district Wilrijk scoort in beide grafieken significant hoger. Voor Berendrecht-Zandvliet-Lillo en de postcode 2018 tekenen we opvallend lagere scores op bij beide soorten voorzieningen en dit zowel in 2010 als in 2011. Ook Hoboken en Kiel scoren vooral slecht voor wat betreft voorzieningen voor plus 12-jarigen. Bij de min 12-jarigen scoren postcode 2000, Berchem en Borgerhout binnen de Singel slechter.

Respondenten van de Luchtbal appreciëren het aanbod voorzieningen voor min 12-jarigen opvallend slechter dan in 2010. In Borgerhout buiten de Singel en Merksem wordt het aanbod ruimte voor plus 12-jarigen positiever geëvalueerd dan het voorgaande jaar. Ook Borgerhout binnen de Singel, Ekeren en Linkeroever tekenen betere scores op. Postcode 2018 en Berendrecht-Zandvliet-Lillo kennen in 2011 een ernstige daling van hun gemiddelde score.

Grafiek 79 Appreciatie van de infrastructuur voor min 12-jarigen volgens woonplaats, gemiddelde score 2010 en 2011



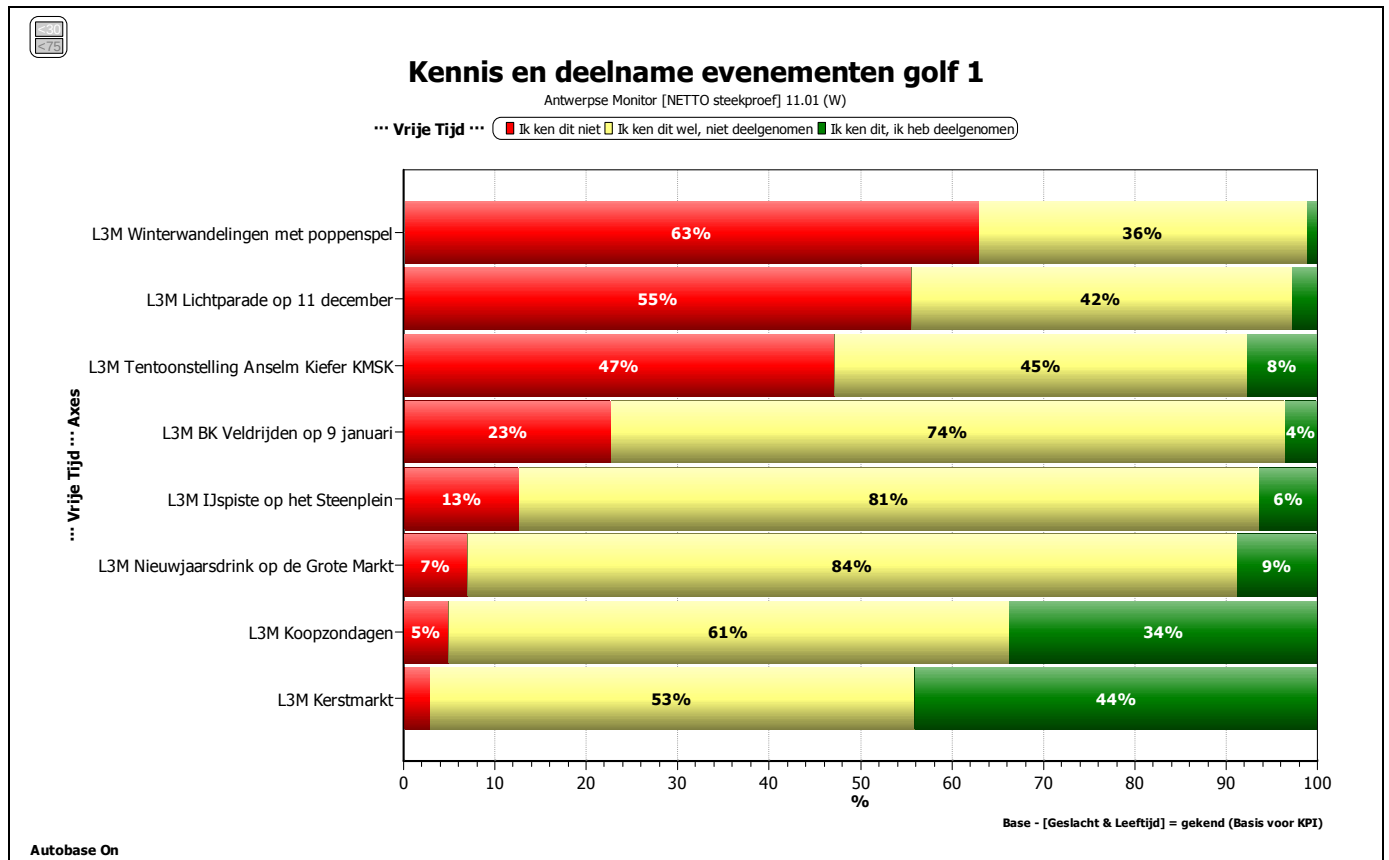
Grafiek 80 Appreciatie van de voorzieningen voor plus 12-jarigen volgens woonplaats, gemiddelde score 2010 en 2011



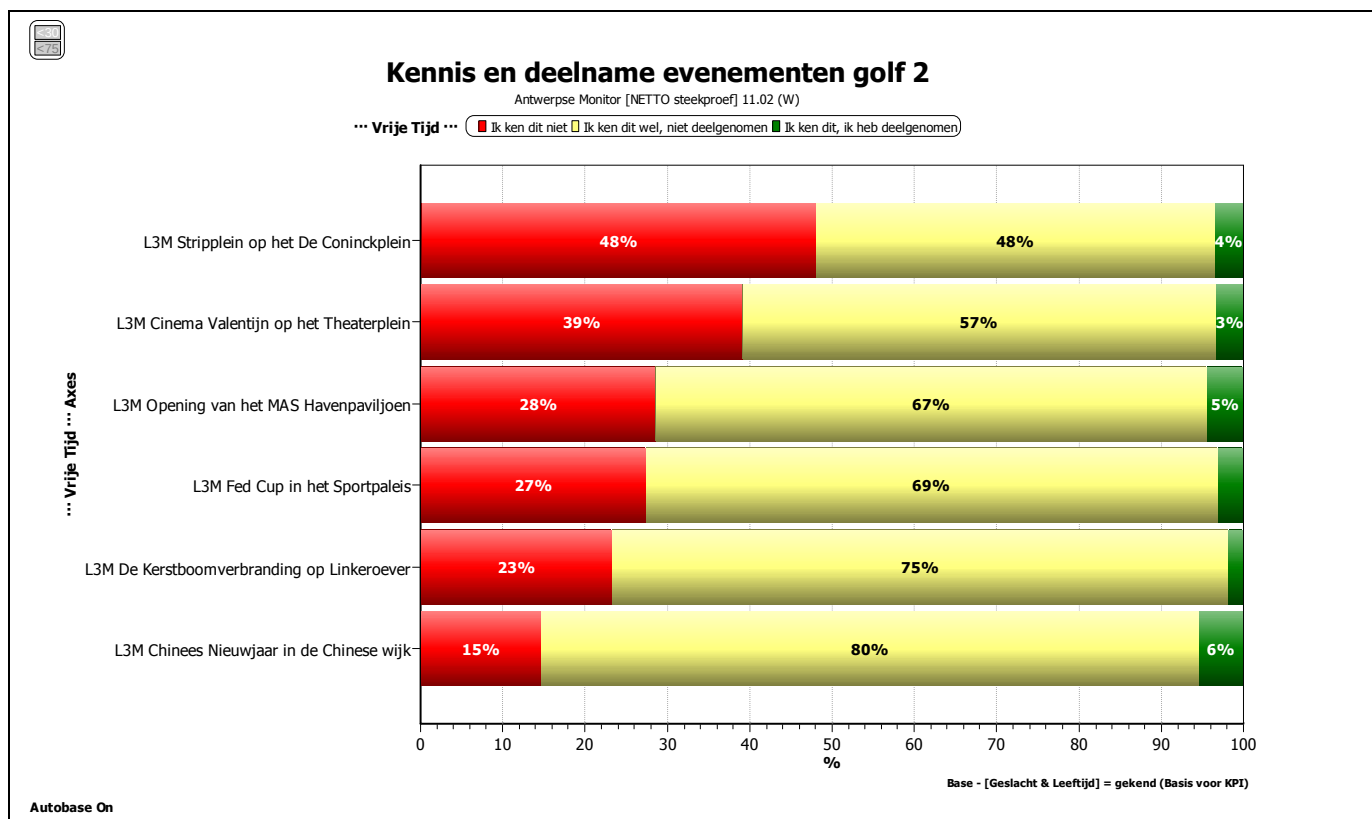
4.3 Kennis van en deelname aan evenementen

Per golf wordt gepeild naar de mate waarin Antwerpenaren bepaalde evenementen of activiteiten kennen en bezoeken/deelnemen. Hierna volgt een lijst van grafieken waarin dit per golf wordt weergegeven.

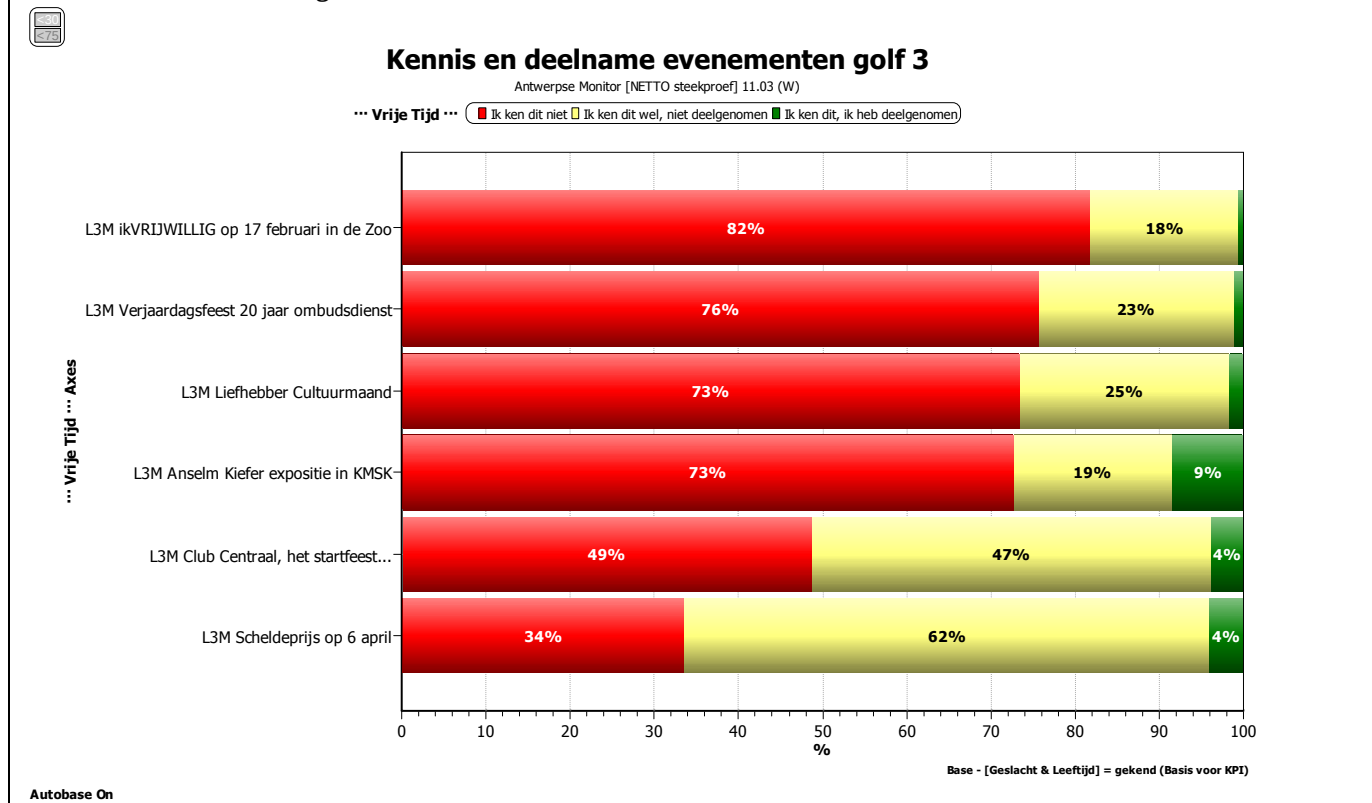
Grafiek 81: evenementen golf 1



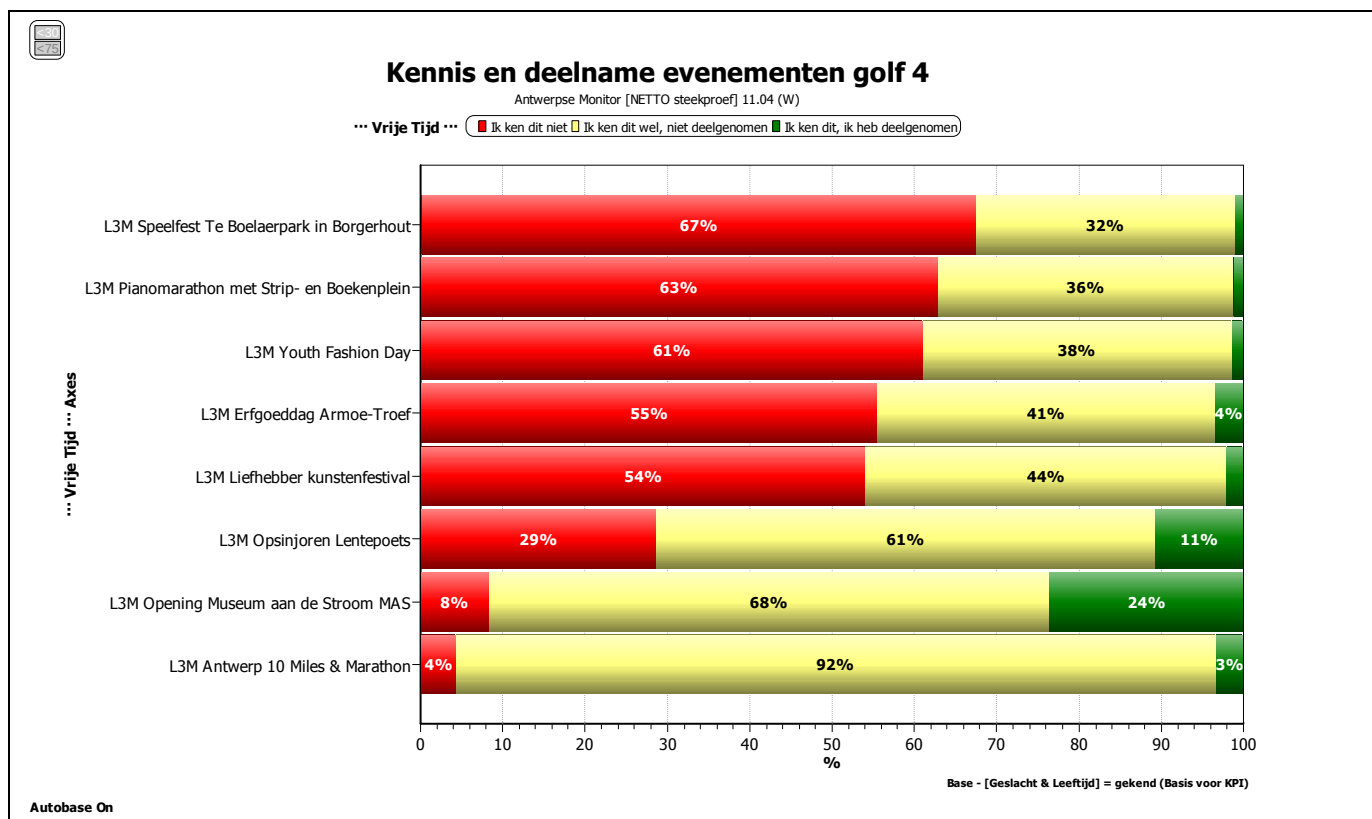
Grafiek 82: evenementen golf 2



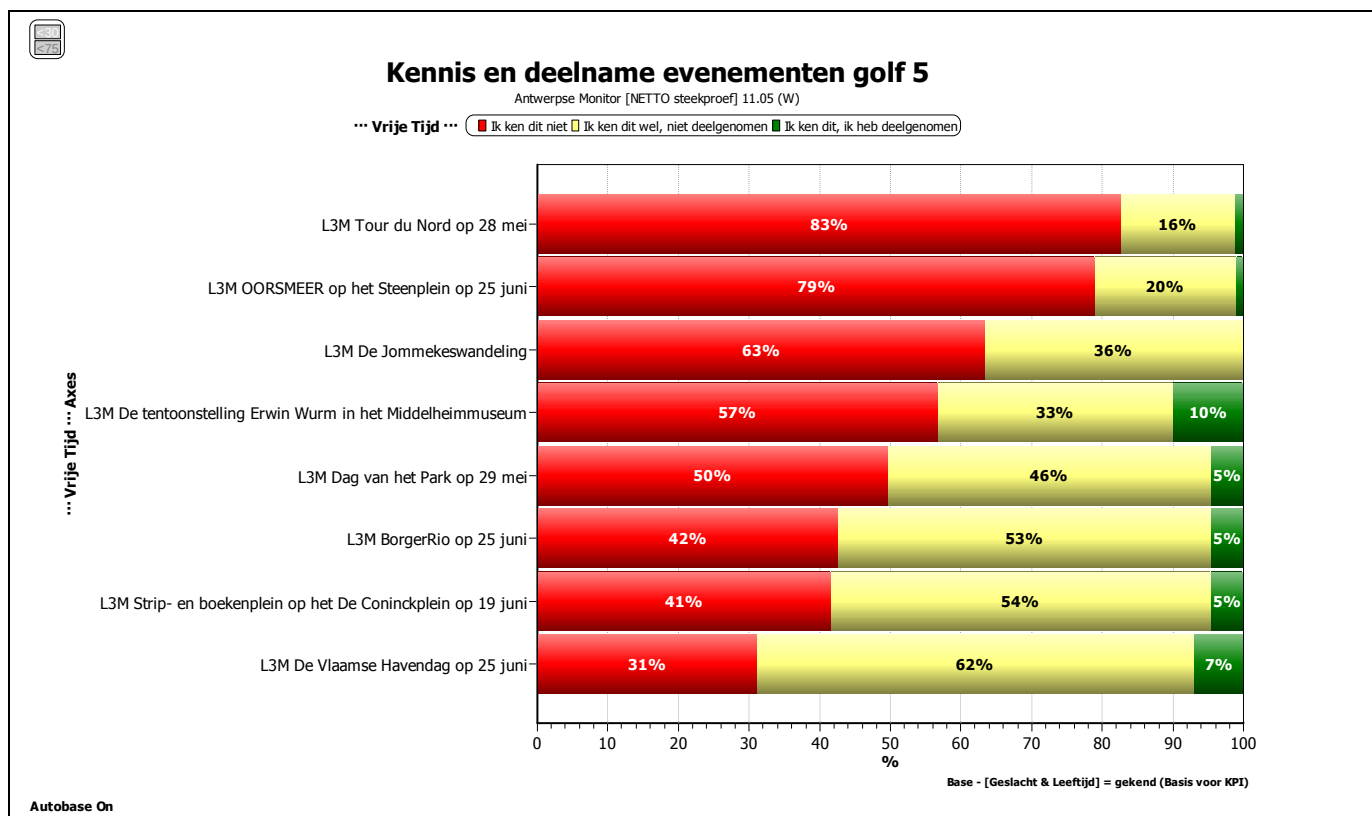
Grafiek 83: evenementen golf 3



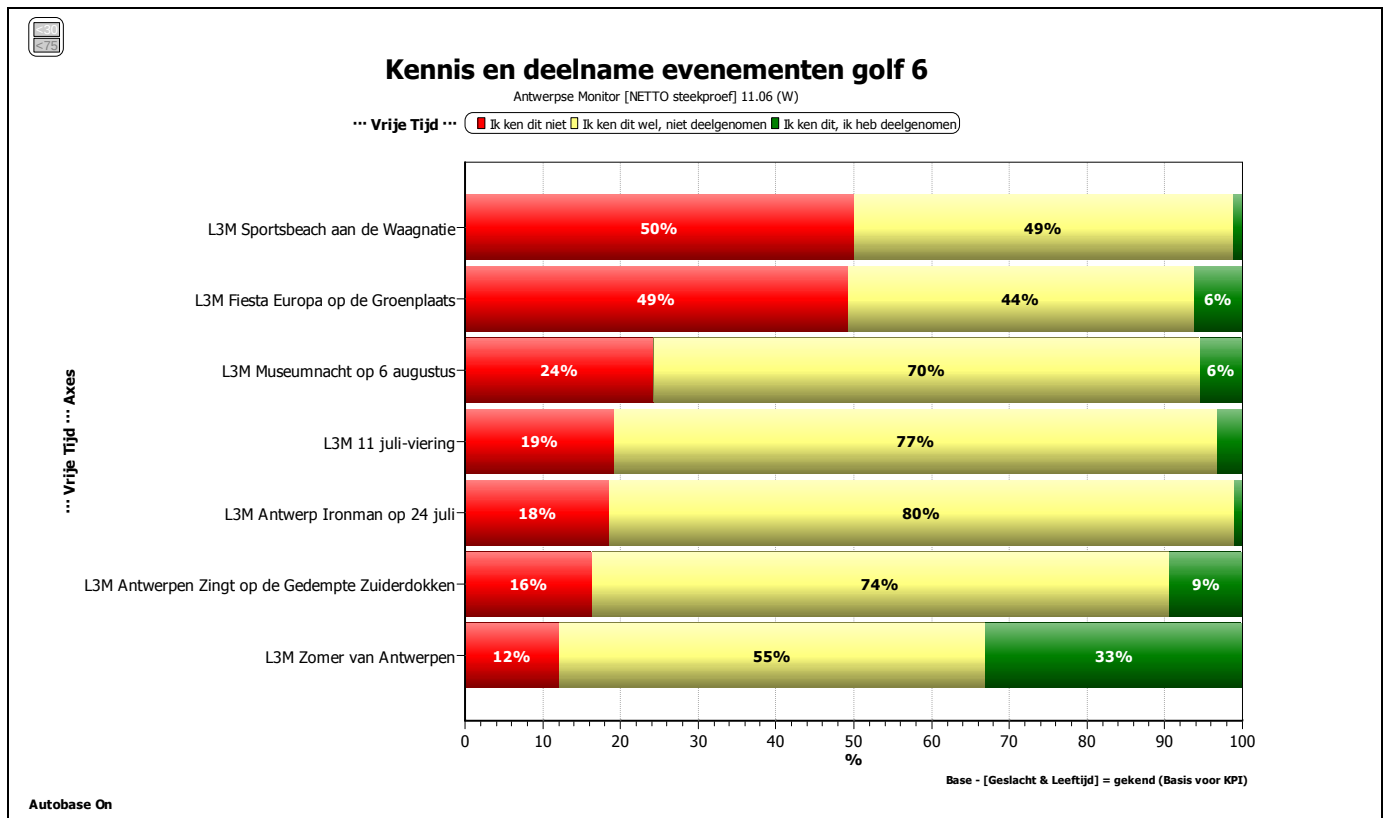
Grafiek 84: evenementen golf 4



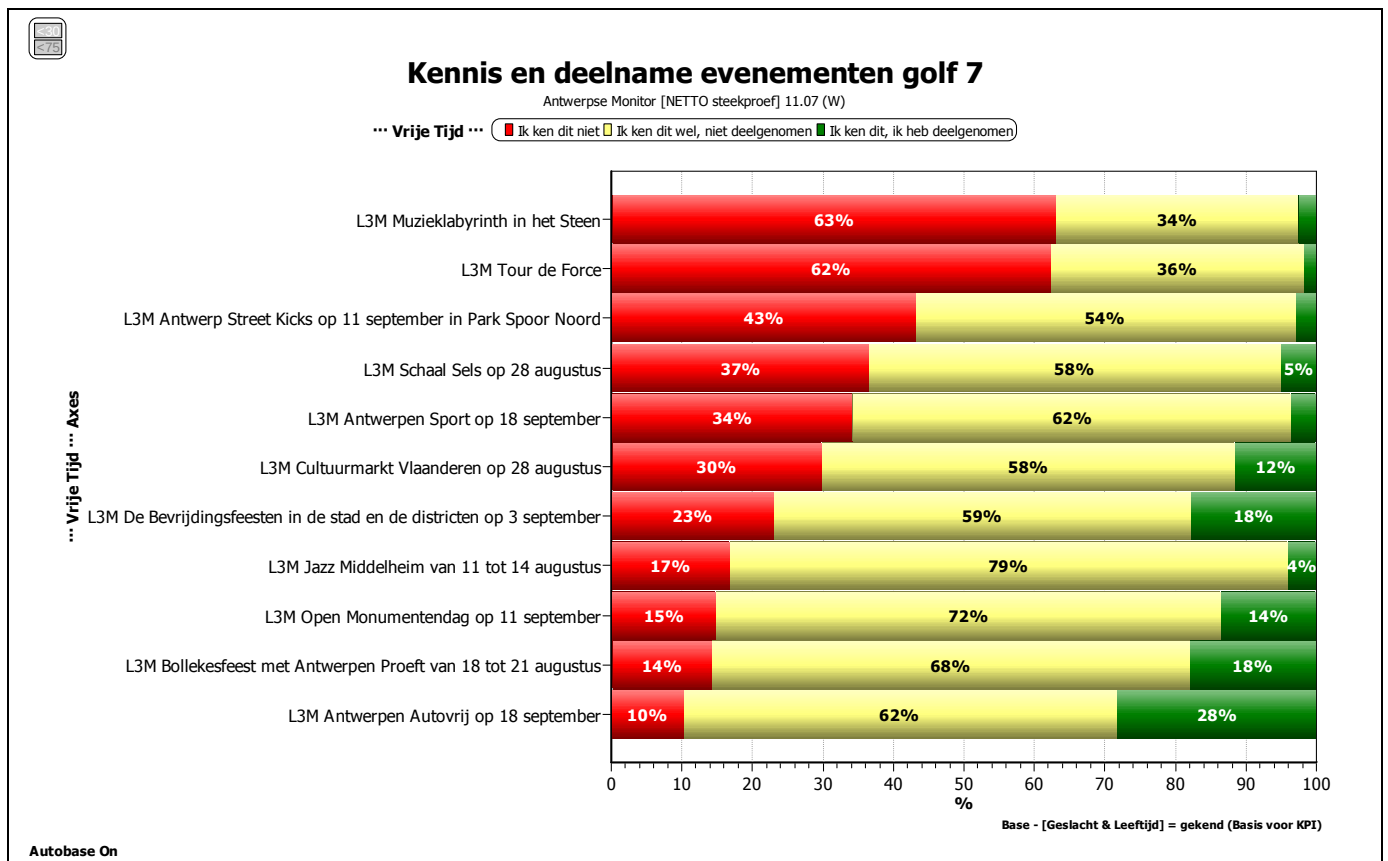
Grafiek 85: evenementen golf 5



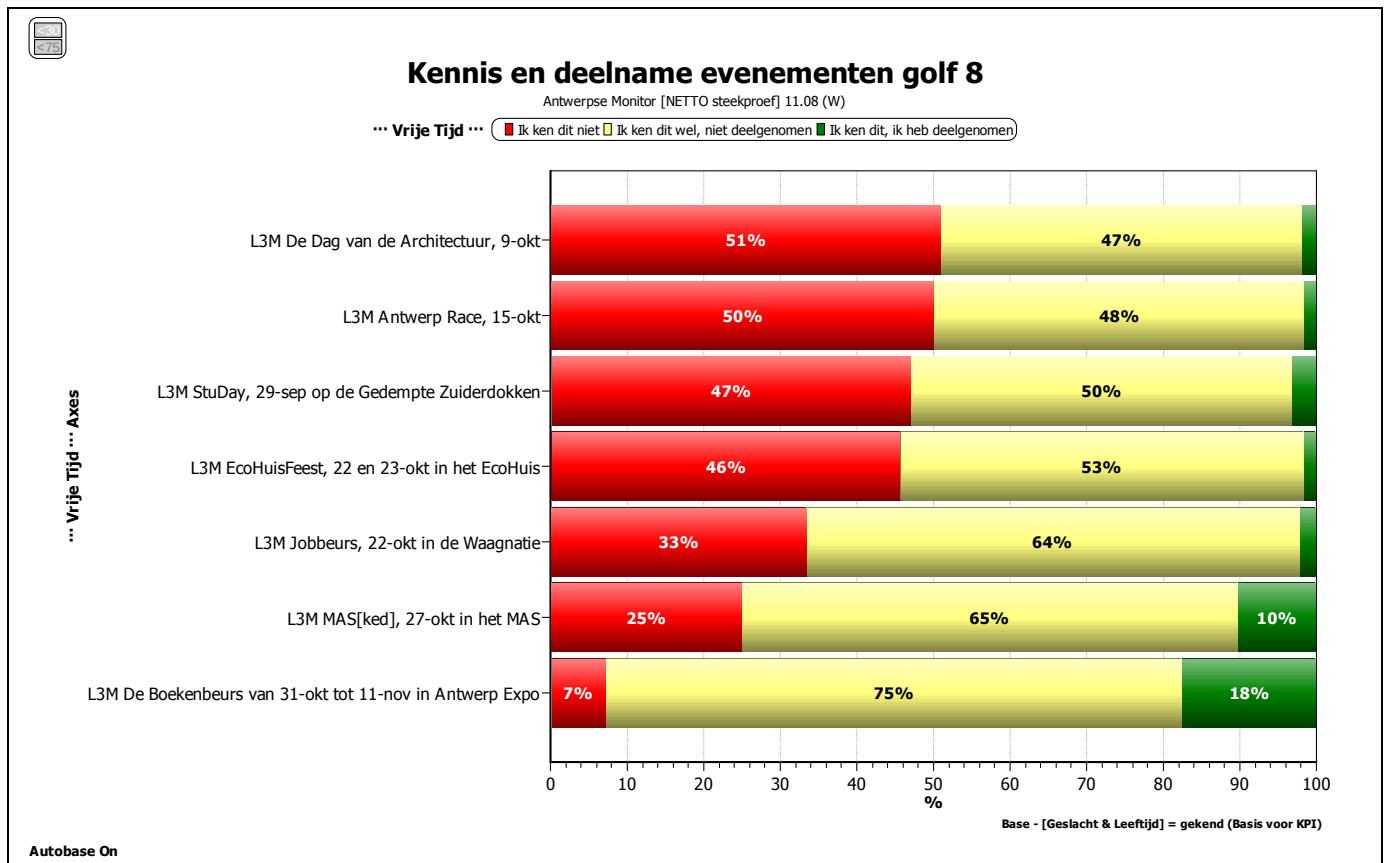
Grafiek 86: evenementen golf 6



Grafiek 87: evenementen golf 7



Grafiek 88: evenementen golf 8



4.4 Kennis en bezoek Antwerpse musea

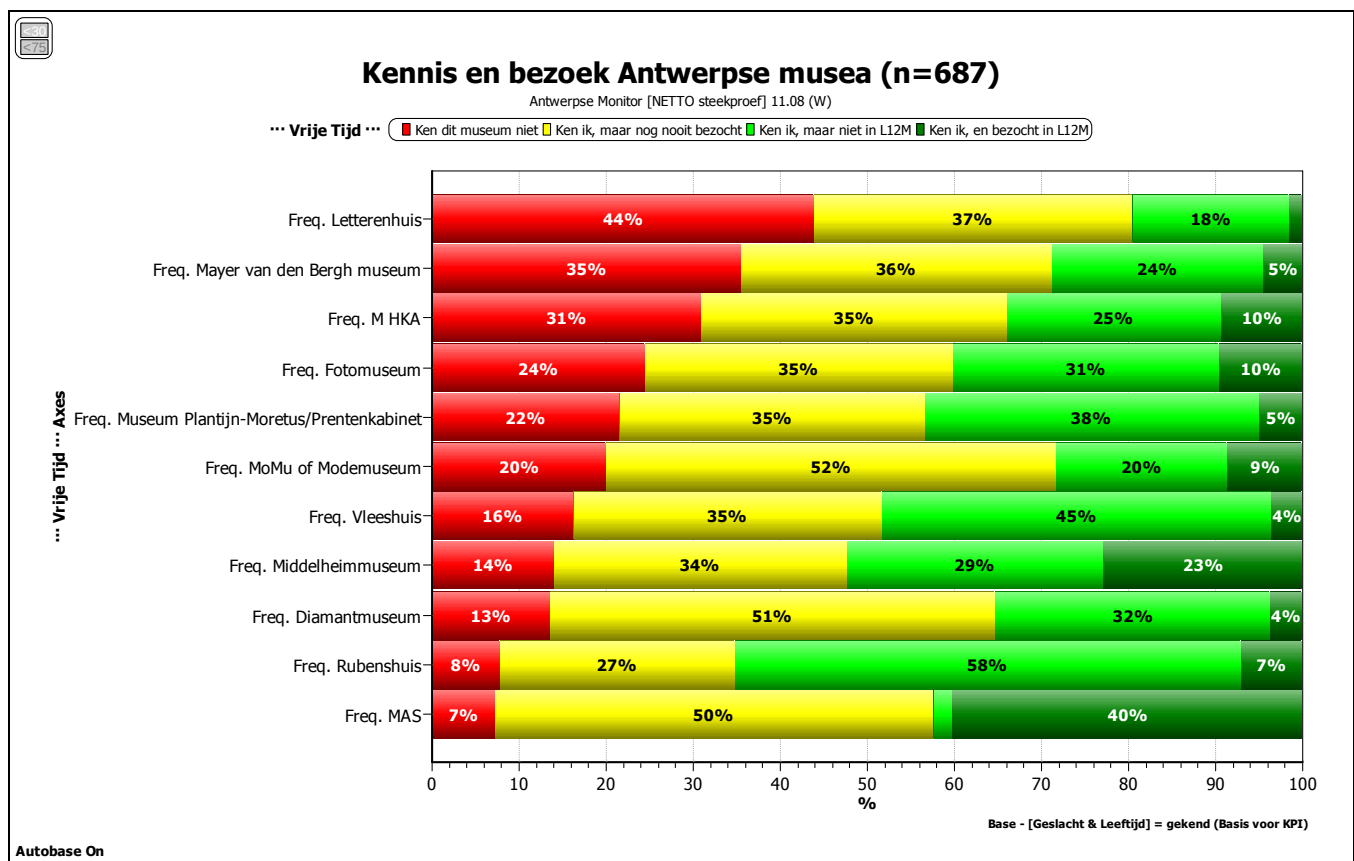
In de laatste golf van 2012 werd een vraag opgenomen naar de kennis en de frequentie van bezoek van 13 Antwerpse musea tijdens het afgelopen jaar.

Het MAS mag dan wel het recentste museum zijn, het is het meest gekende. Slechts 7% van de respondenten zegt het MAS niet te kennen, op de voet gevolgd door het Rubenshuis (door 8% niet gekend). Wel opvallend is dat 40% van de respondenten het MAS het afgelopen jaar reeds bezocht. Het Rubenshuis heeft het grootste aandeel respondenten dat het museum wel eens bezocht (langer dan 12 maanden geleden).

Op een tweede gedeelde plaats staan het Middelheimmuseum en het Diamantmuseum. Qua bezoek het afgelopen jaar scoort het Middelheimmuseum met 23% ook zeer goed, na het MAS.

Het minst gekende museum is het Letterenhuis (44% niet gekend), gevolgd door het Mayer van den Bergh museum (35% niet gekend). Opvallend zijn eigenlijk ook de vrij lage scores qua bekendheid voor het M HKA (31% niet gekend) en het Museum Plantijn-Moretus (22%).

Grafiek 89: kennis en bezoek Antwerpse musea



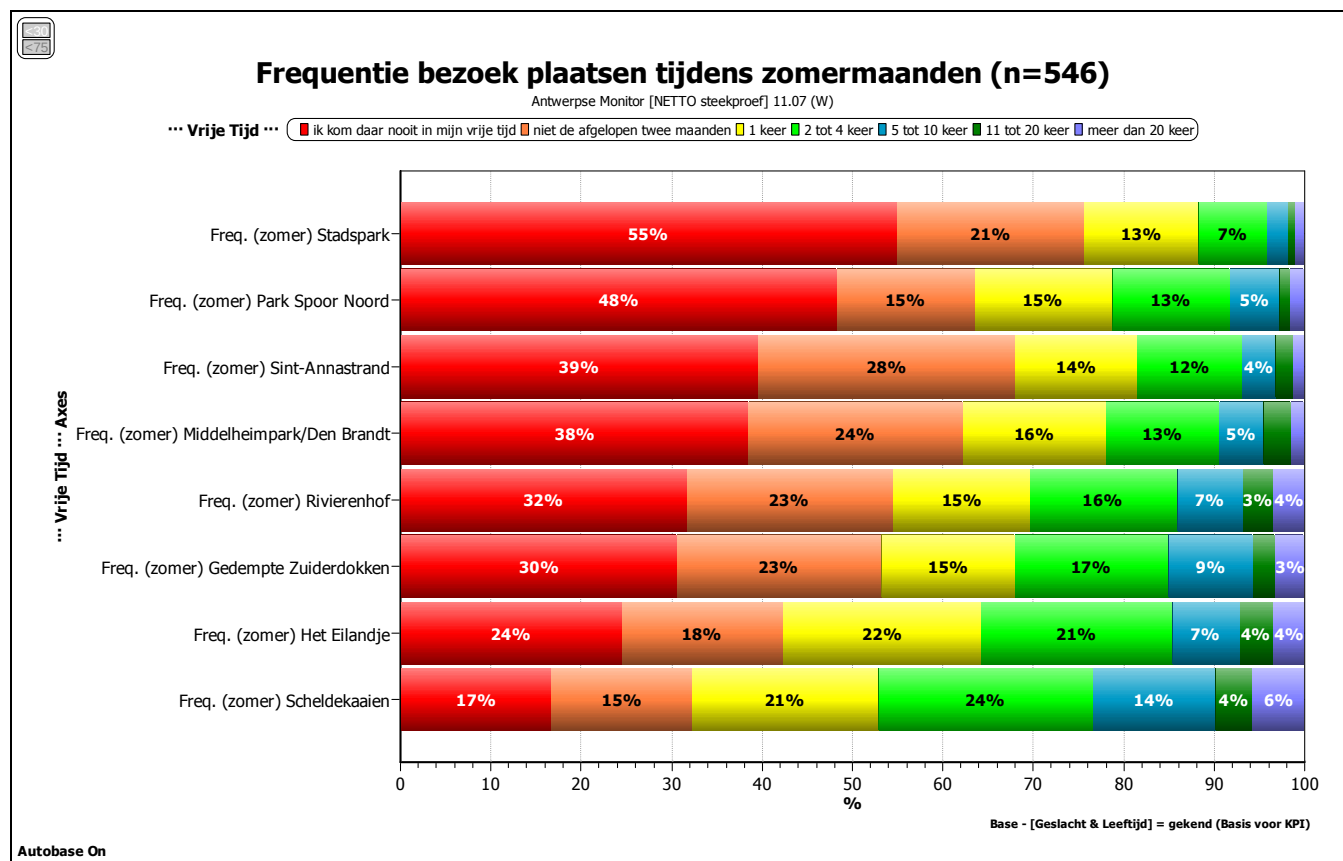
4.5 Frequent bezochte plaatsen tijdens de zomermaanden

In golf 7 werd gepeild naar hoe frequent Antwerpenaren op bepaalde plaatsen in Antwerpen vertoeven om hun vrije tijd tijdens de zomermaanden door te brengen.

De 'place to be' tijdens de zomer blijken de Scheldekaaien te zijn. Het Eilandje, de Gedempte Zuiderdokken en het Rivierenhof blijken de volgende populaire plaatsen te zijn.

Opvallend is dat 55% van de respondenten zegt nooit in het Stadspark te komen voor zijn vrije tijd, en 48% komt nooit in Park Spoor Noord.

Grafiek 90: bezoek plaatsen in Antwerpen tijdens zomermaanden



Hoofdstuk 5: Een veilige en propere stad

Gekoppelde strategische doelstellingen:

- *SB06: De stad garandeert iedereen een goed onderhouden publieke ruimte.*
- *LP01: De kwaliteit van de dringende politie-interventie blijft behouden en daar waar nodig verbeterd.*
- *LP03: De politie gebruikt ten volle haar mogelijkheden om positieve contacten te leggen.*
- *BW01: De schade ten gevolge van brand en ongeval wordt tot een minimum beperkt.*
- *BW02: Een actieve en doelgroepgerichte communicatie- en informatiestrategie verbetert de brandpreventie.*
- *BW03: De implementatie van de brandweershervorming leidt tot een effectievere, efficiëntere en transparantere werking van de brandweerdienst.*

Dit deel geeft de evolutie weer over de mate waarin de stad Antwerpen als een propere en veilige stad ervaren wordt door haar bewoners. We lezen ook hoeveel mensen hun wijkagent kennen en er contact mee hebben.

Voor wat betreft het thema veiligheid beperken we ons in de Antwerpse monitor tot vijf vragen:

- Gebeurt het dat u zich onveilig voelt in de stad Antwerpen?
- Hoe groot is volgens u het risico dat u in Antwerpen het volgende jaar slachtoffer wordt van een verkeersongeval, lastig gevallen worden op straat, een woningbraak en diefstal op straat?
- Duid voor een aantal problemen aan in welke mate u er de afgelopen maand zelf last van hebt ondervonden in uw buurt.
- Kent u uw wijkagent?
- Hoe lang geleden hebt u voor het laatst contact gehad met uw wijkagent?
- Kennis en gebruik van de blauwe lijn.

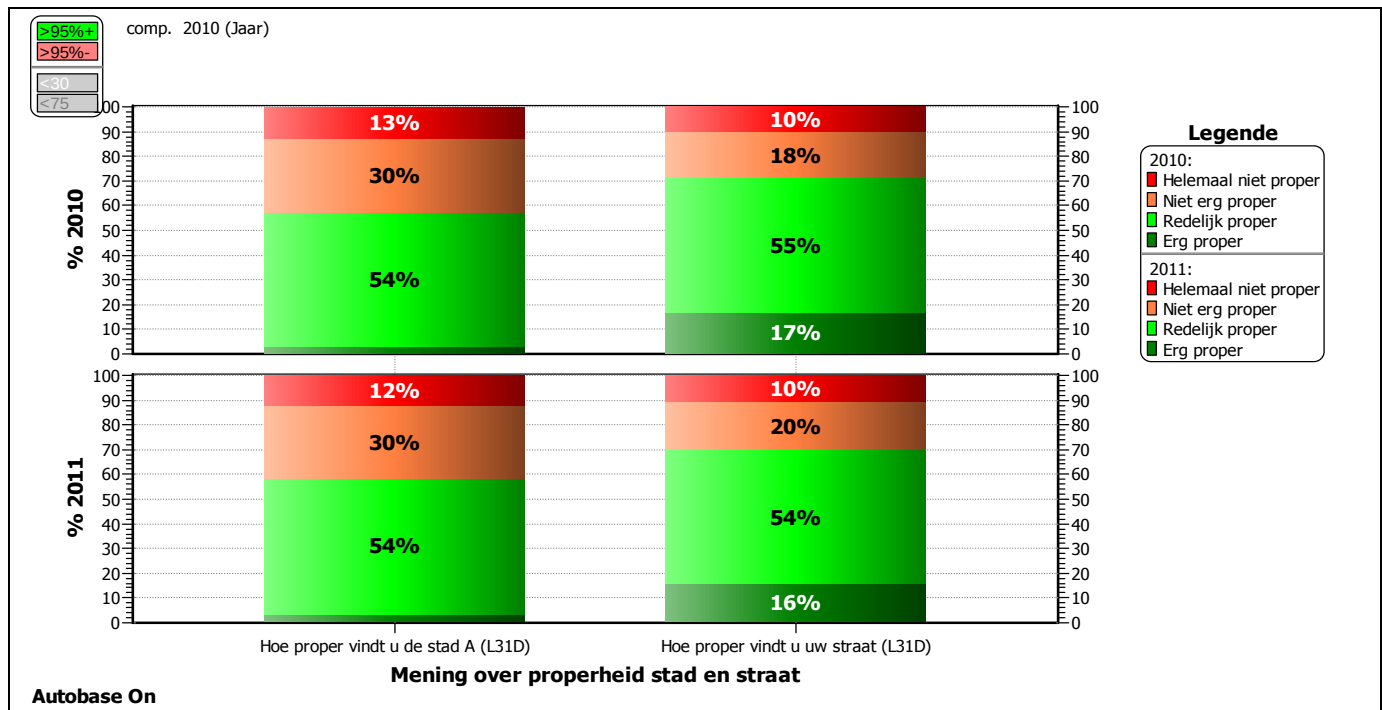
We vergelijken telkens de resultaten van de Antwerpse monitor 2010 met de resultaten van 2011. De cijfers van het referentiejaar 2010 zijn alleen in een blauw kader aangeduid wanneer er in de grafiek slechts de evolutie van één variabele wordt weergegeven.

5.1 Stads- en buurtonderhoud: een goed onderhouden publieke ruimte

5.1.1 Properheid stad en straat

Elke golf stellen we de vraag hoe proper de respondenten de stad en hun straat vinden tijdens de laatste maand. De volgende grafiek toont aan dat mensen hun eigen straat meestal redelijk of erg proper vinden (ca. 70%), maar ze staan iets minder positief tegenover de properheid van de stad (ca. 57%). We zien geen evolutie in de tijd.

Grafiek 91 Mening over properheid stad en straat, 2010 en 2011

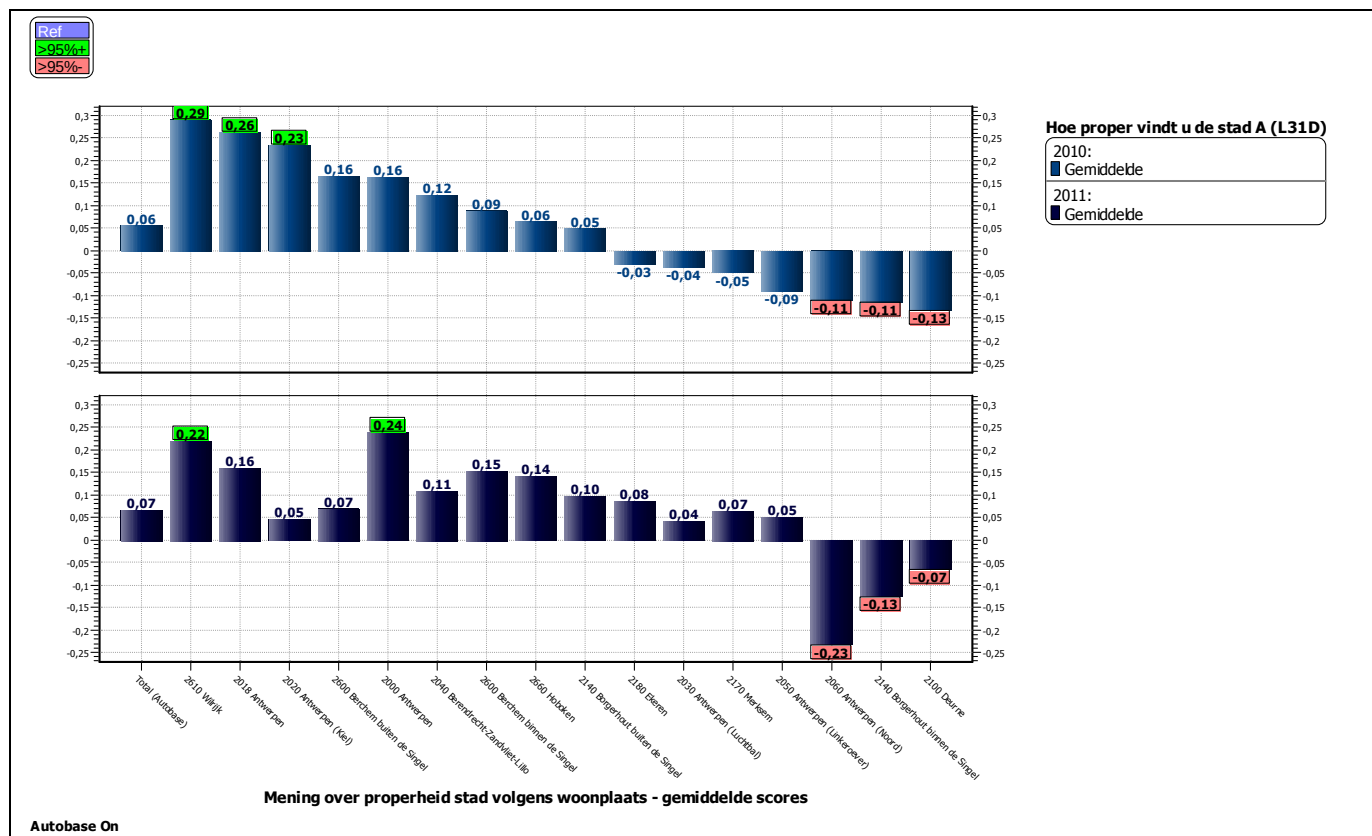


Wanneer de postcode van de woonplaats in rekening wordt gebracht, zien we duidelijke verschillen. We geven de gemiddelde scores per postcode en rangschikken ze aflopend volgens de score. Die varieert tussen -2 (*helemaal niet proper*) en 2 (*erg proper*).

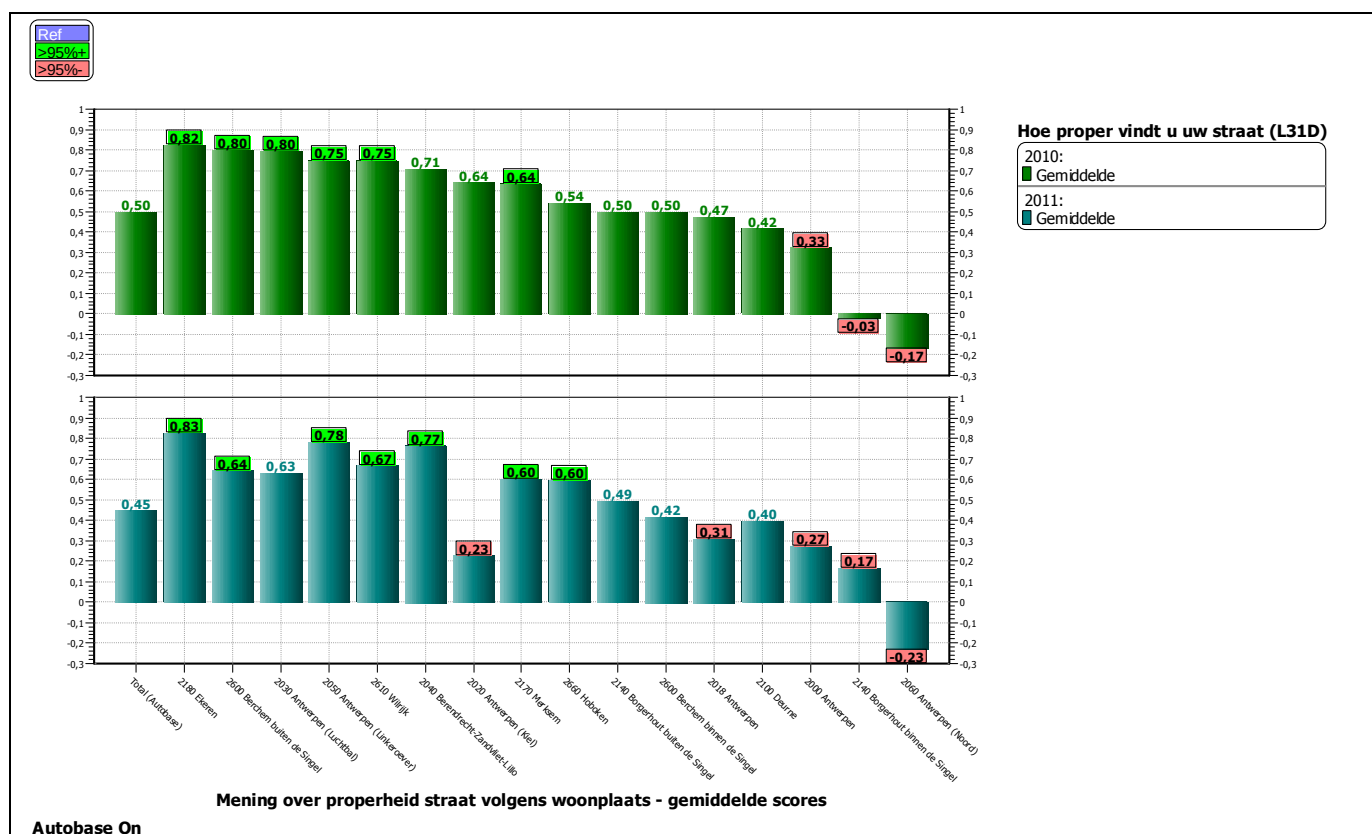
Terwijl in 2010 de respondenten in Wilrijk, 2018 Antwerpen en Kiel de stad significant properder vonden dan gemiddeld, zien we dat in 2011 dit alleen nog het geval is voor Wilrijk en 2000 Antwerpen. In Deurne, Borgerhout binnen de Singel en Antwerpen Noord vindt men de stad minder proper. Vooral de ongunstige evolutie van de gemiddelde score in Antwerpen Noord springt in het oog.

Betreffende de properheid van de eigen straat zien we bij de respondenten van Luchtbal een negatieve evolutie. De respondenten van Hoboken voegen zich in 2011 bij diegenen die significant positievere scores. In 2011 vinden de mensen hun straat significant minder proper dan in 2000 en 2018 Antwerpen, Antwerpen Kiel, Borgerhout binnen de Singel en Antwerpen Noord. Antwerpen Noord onderscheidt zich van de rest door haar negatieve gemiddelde score. Opvallend is ook de erg sterke daling tussen 2010 en 2011 bij de respondenten van Antwerpen Kiel en 2018 Antwerpen.

Grafiek 92 Mening over properheid stad volgens woonplaats, 2010 en 2011



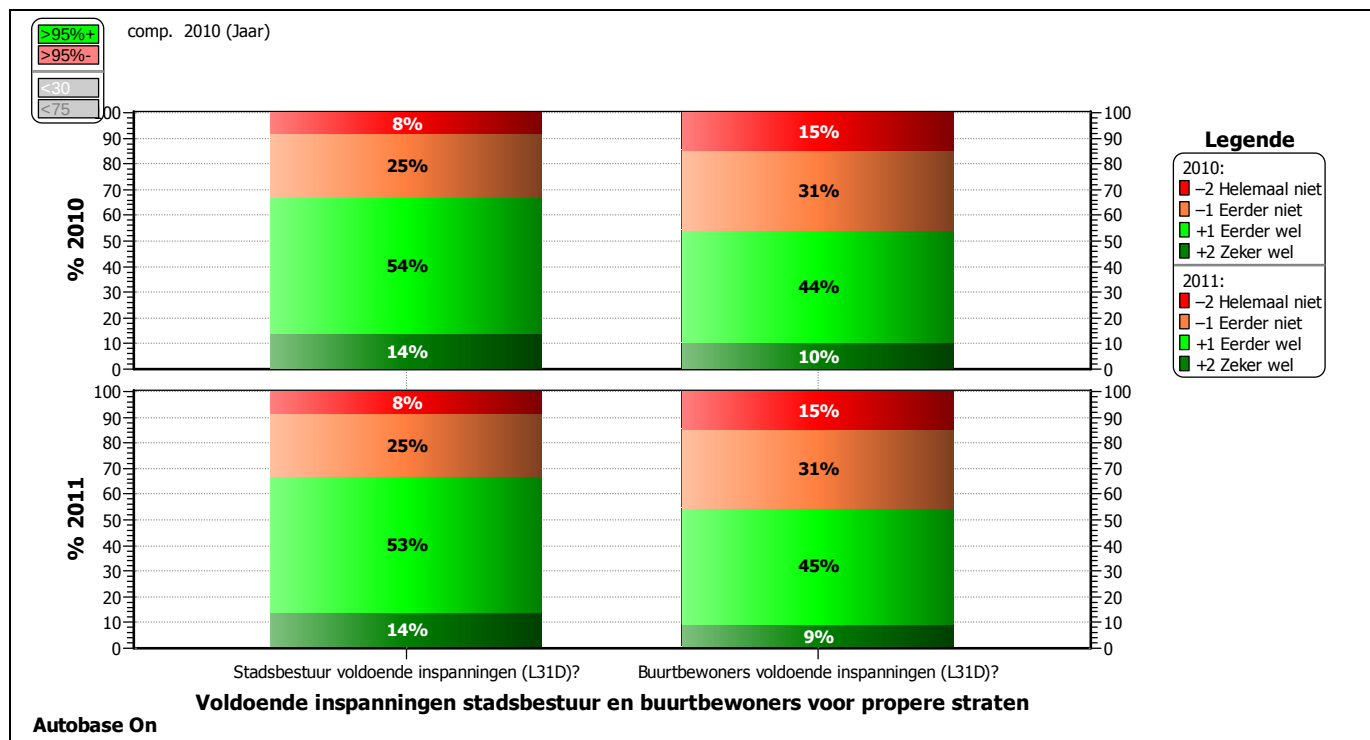
Grafiek 93 Mening over properheid straat volgens woonplaats, 2010 en 2011



5.1.2 Inspanning stadsbestuur en inwoners laatste maand met betrekking tot properheid straat

Bijna 70% van de respondenten is positief over de inspanning van het stadsbestuur voor de properheid van de straten. Over de inspanningen van de buurtbewoners is slechts 54% positief. Deze percentages blijven stabiel over beide jaren heen.

Grafiek 94 Voldoende inspanning stadsbestuur en buurtbewoners voor propere straten, 2010 en 2011



5.2 Veiligheid

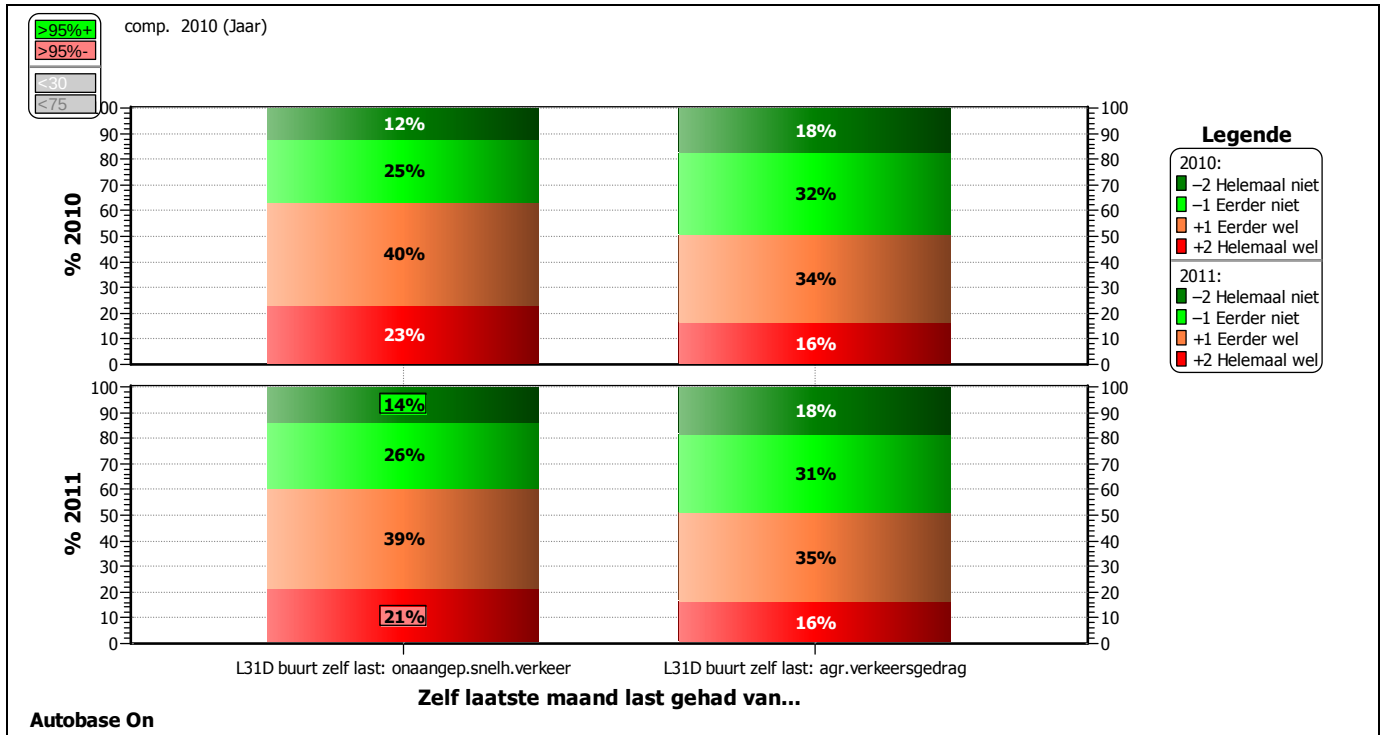
We vatten het thema veiligheid in dit rapport ruim op. We behandelen verkeersveiligheid, het ondervinden van overlast, de perceptie i.v.m. het risico op slachtofferschap, het contact met de wijkagent en het algemene onveiligheidsgevoel. Overlast vatten we in zeer ruime betekenis op: overlast veroorzaakt in het verkeer, overlast door schending van de integriteit van het individu en overlast door schending van private of publieke eigendom. Geluidsoverlast als thema is in de vergelijking tussen 2010 en 2011 niet opgenomen. In 2010 werd de respondenten gevraagd naar de geluidsoverlast die ze hebben ondervonden in het algemeen. In 2011 werd de vraag in twee delen opgesplitst: geluidsoverlast door het verkeer en geluidsoverlast door de burens.

5.2.1 Verkeersveiligheid

Voor de contextuele bespreking van het thema mobiliteit van de Antwerpse monitor verwijzen we naar het hoofdstuk wonen in dit rapport.

Onaangepaste snelheid van het verkeer in de straat en agressief gedrag in het verkeer zijn de belangrijkste items uit de lijst van buurtproblemen: 60% van de respondenten meent de laatste maand last te hebben gehad van onaangepaste snelheid van het verkeer en de helft zegt geconfronteerd te zijn geweest met agressief verkeersgedrag.

Grafiek 95 Ondervonden last van verkeersoverlast in de buurt tijdens afgelopen maand, 2010 en 2011

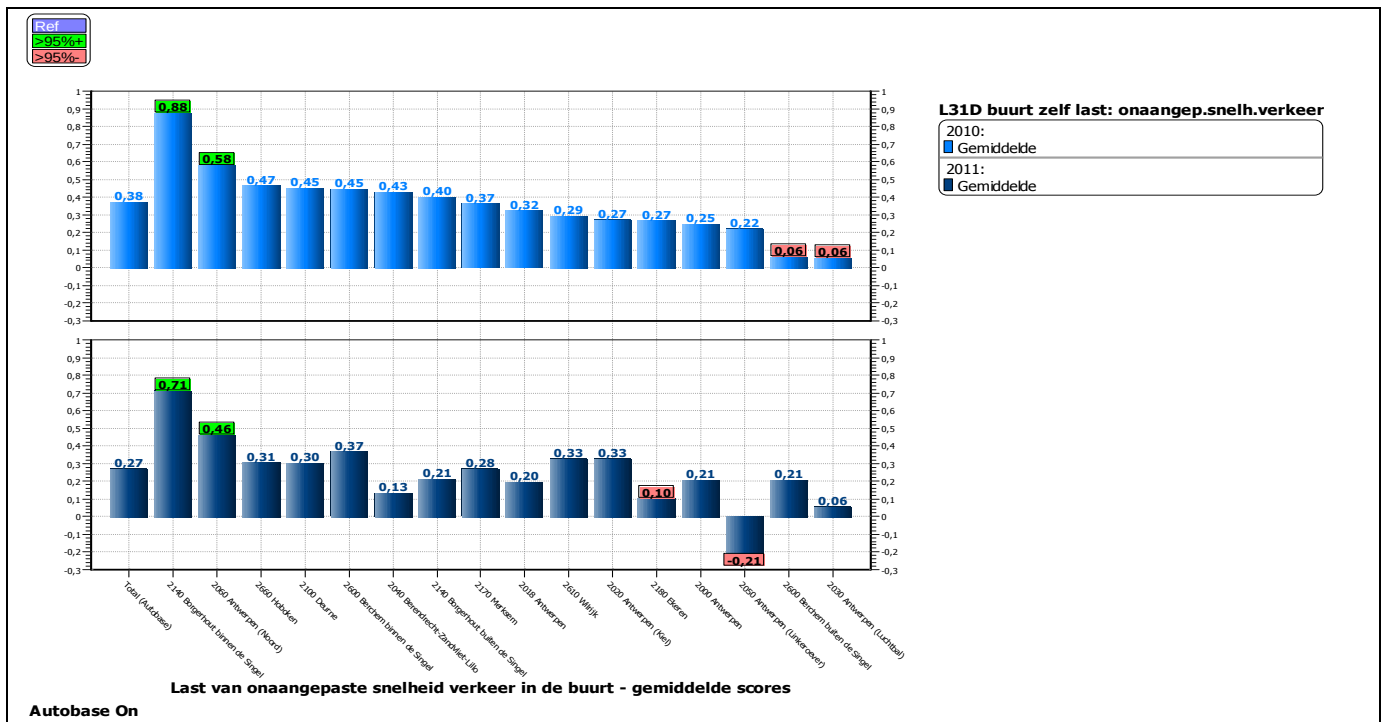


De ervaren overlast van verkeer (snelheid en agressie) is significant hoger voor Antwerpen Noord en Oud-Borgerhout.

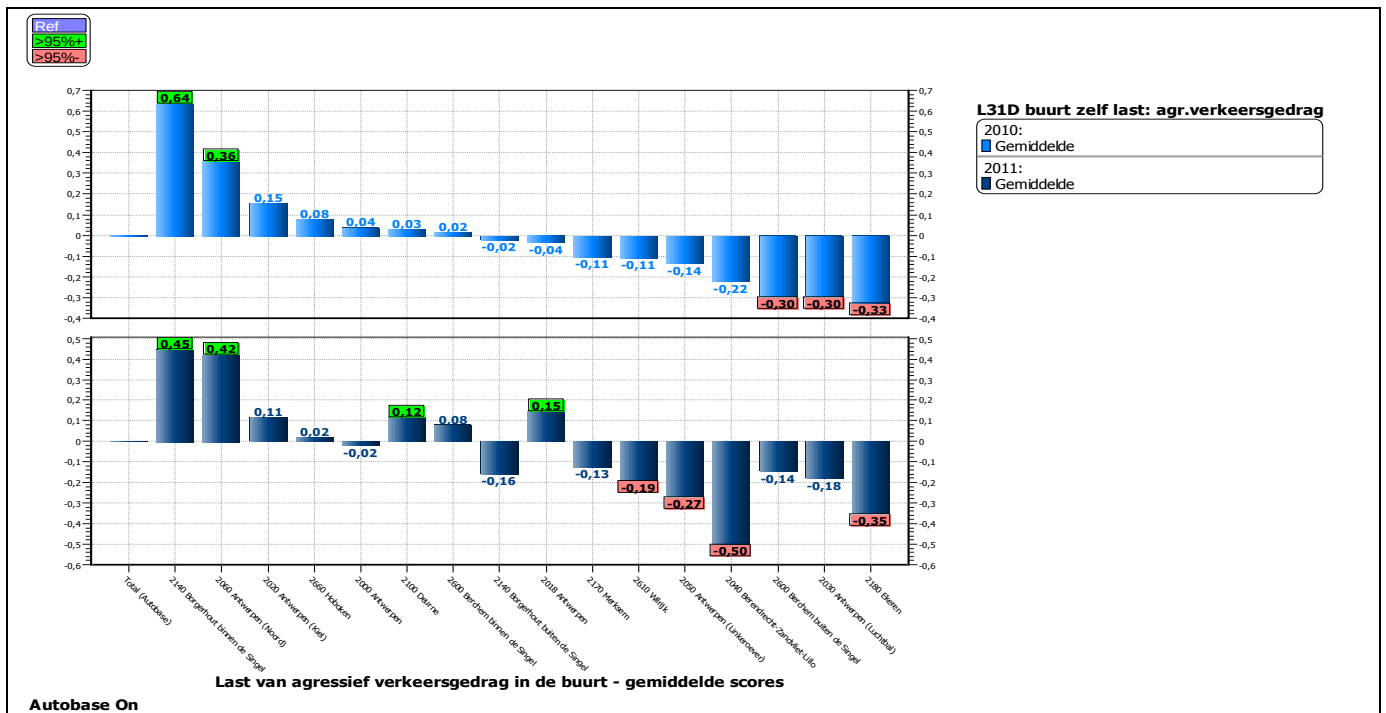
Beide wijken blijven slechter scoren dan gemiddeld in 2011, wanneer het gaat over onaangepaste snelheid. Enkele wijken kennen een gunstige evolutie: Linkeroever en Ekeren scoren beter dan gemiddeld. Ook 2018 Antwerpen en Berendrecht-Zandvliet-Lillo kennen een positieve evolutie.

In 2011 scoren ook Deurne en 2018 Antwerpen slechter dan gemiddeld voor wat betreft agressief verkeersgedrag. De districten Ekeren, Berendrecht-Zandvliet-Lillo, Wilrijk en Linkeroever scoren beter. Luchtbal en Berchem buiten de Singel behalen nog steeds relatief goede scores maar kennen toch een negatieve evolutie.

Grafiek 96 Ondervonden last van onaangepaste snelheid verkeer in de buurt, 2010 en 2011

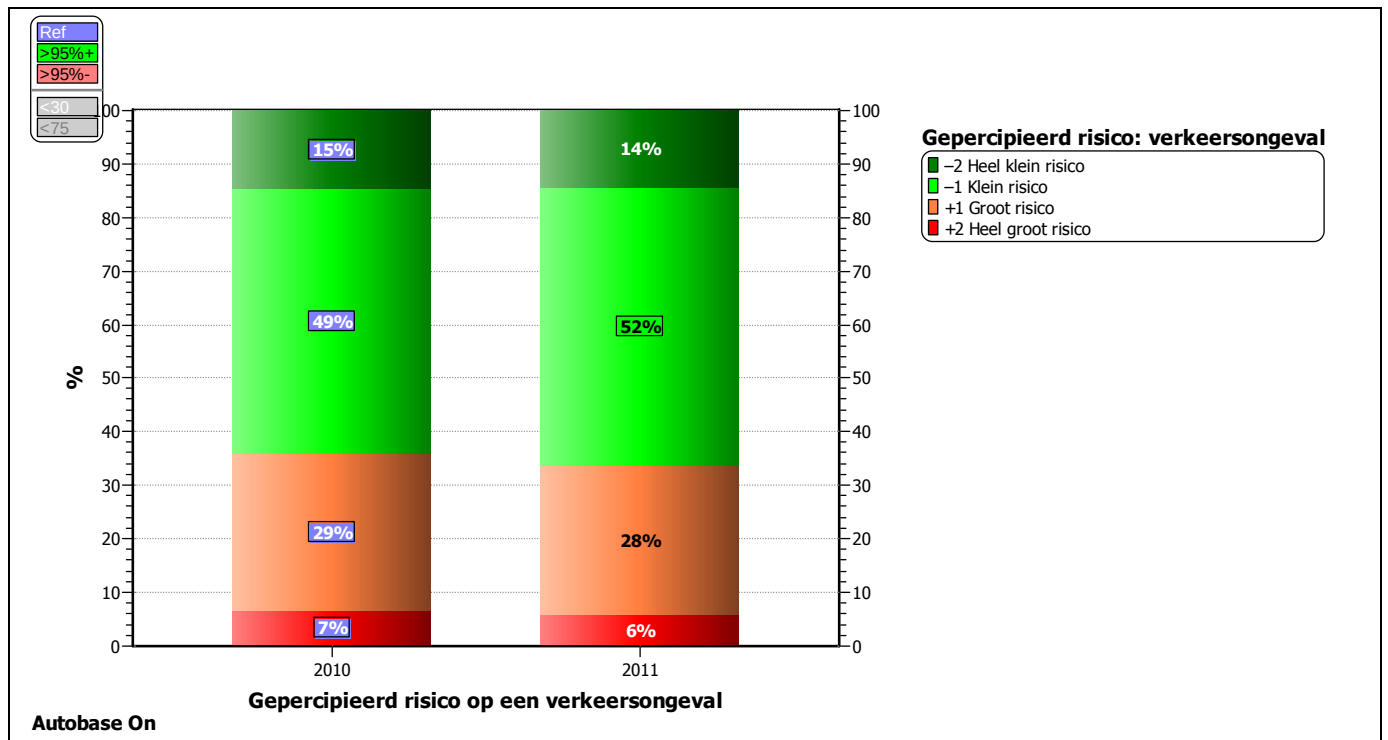


Grafiek 97 Ondervonden last van agressief verkeersgedrag in de buurt, 2010 en 2011



Het gepercipieerd risico om slachtoffer te zijn van een verkeersongeval bedraagt om en bij de 35%.

Grafiek 98 Gepercipieerd risico op een verkeersongeval, 2010 en 2011



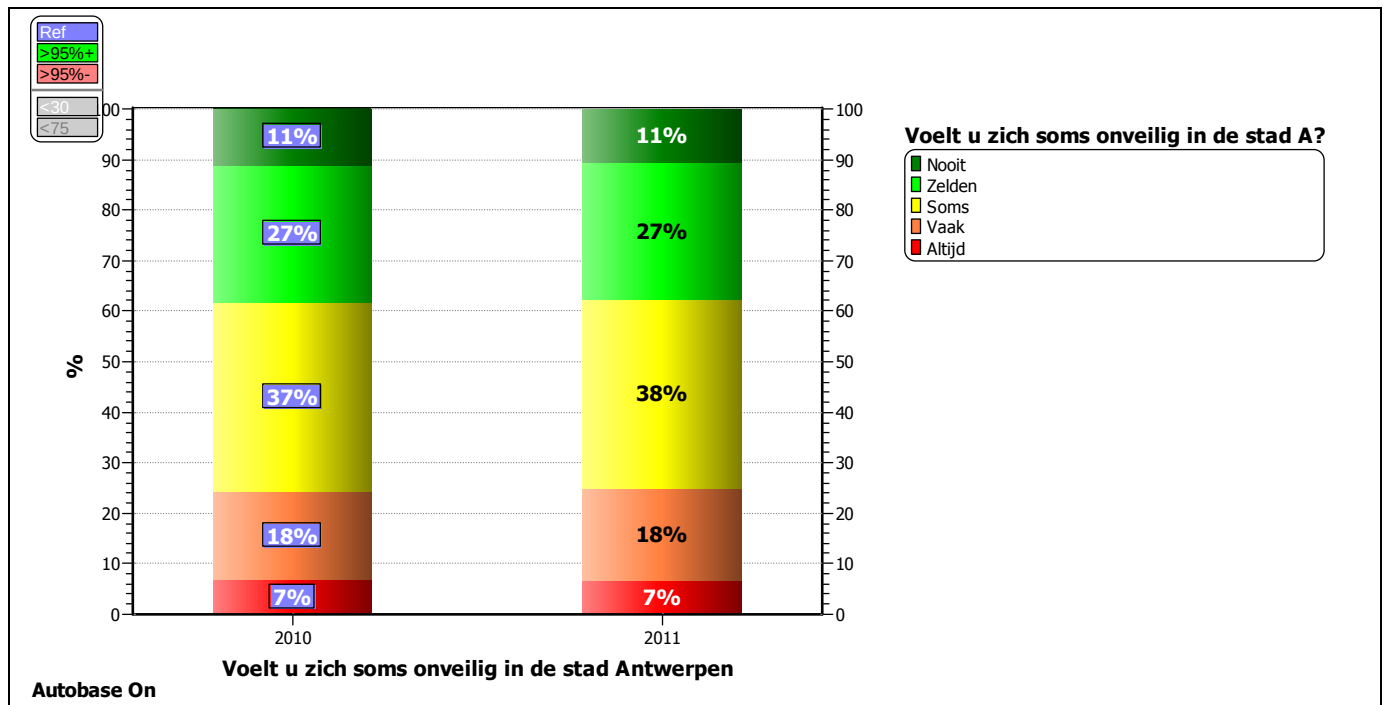
De veiligheid van de fietspaden en de schoolomgeving werd reeds beschreven in hoofdstuk 2 – Een stad om in te wonen.

5.2.2 Subjectief onveiligheidsgevoel, overlast en risico op slachtofferschap.

5.2.2.1 Onveiligheidsgevoel

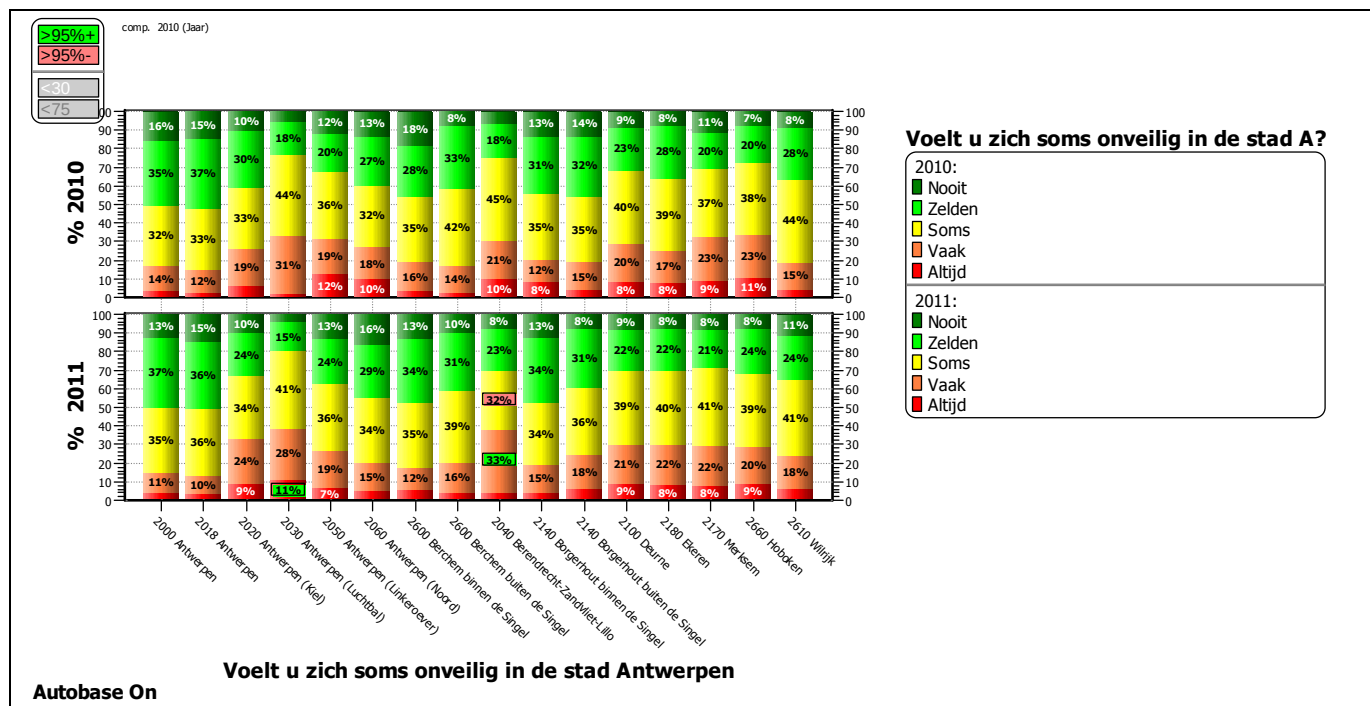
Eén op vier van de respondenten voelt zich vaak tot altijd onveilig in Antwerpen. Dit percentage blijft over de twee jaren heen stabiel.

Grafiek 99 Onveiligheidsgevoel in de stad, 2010 en 2011



Geografisch zijn er sterke verschillen met betrekking tot het subjectieve onveiligheidsgevoel. In 2011 zien we dat de respondenten van Luchtbal, Antwerpen Kiel en Berendrecht-Zandvliet-Lillo het vaakst aangeven dat zij zich vaak of altijd onveilig voelen. Berendrecht-Zandvliet-Lillo combineert dit evenwel met een zichtbare positieve evolutie van het aandeel mensen dat zich zelden of nooit onveilig voelt. Toch geeft hier maar liefst één op drie van de respondenten aan zich vaak onveilig te voelen. De evolutie van het aandeel mensen dat zich altijd onveilig voelt is opmerkelijk in Luchtbal (11% in 2011).

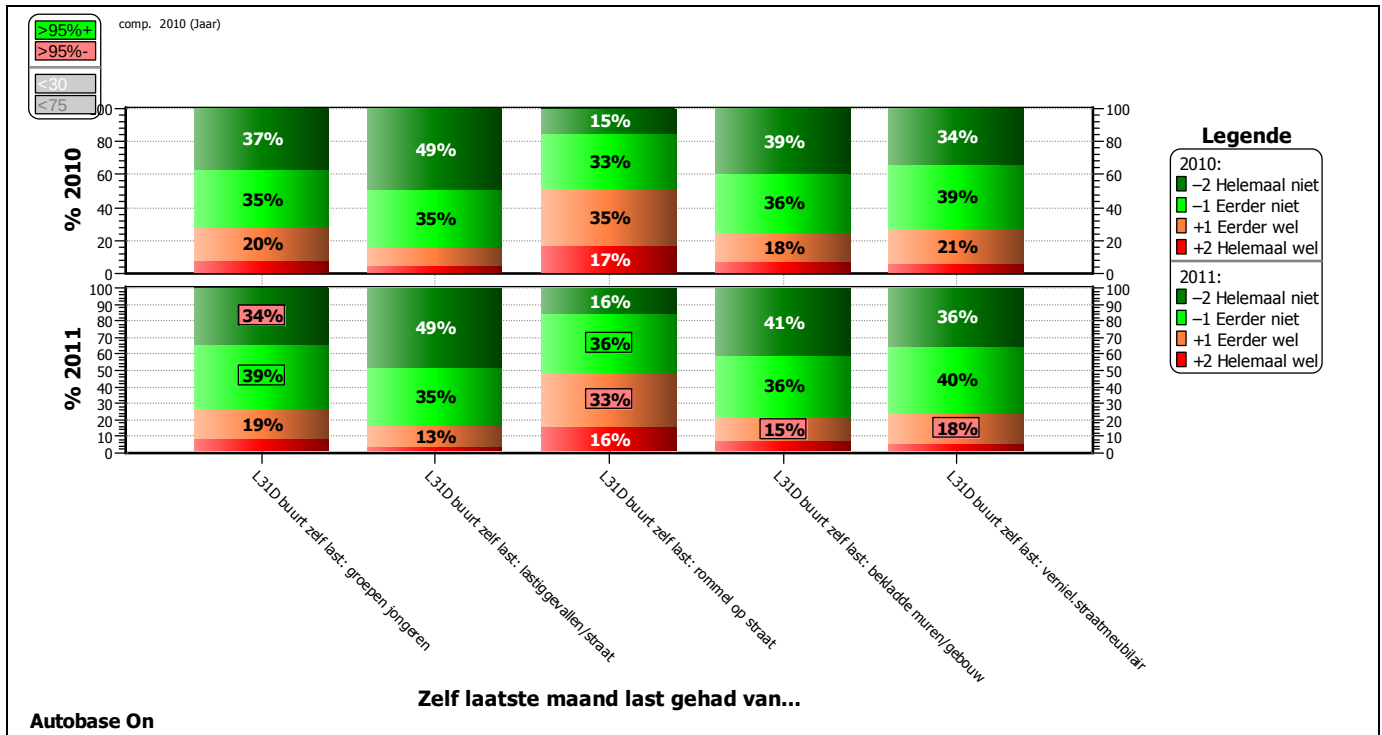
Grafiek 100 Onveiligheidsgevoel in stad volgens woonplaats, 2010 en 2011



5.2.2.2 Overlast

De helft van de respondenten heeft in de maand die vooraf ging aan de bevraging last gehad van rommel op straat. We merken wel dat het aandeel mensen dat eerder geen last had van rommel op straat in 2011 is toegenomen. Van aspecten van vandalisme in de buurt zoals vernieling van straatmeubilair en graffiti heeft ongeveer 25% van de respondenten last. We merken bij beide buurtproblemen een lichte afname (3%) van het aandeel respondenten dat er eerder wel last van heeft gehad ten opzichte van 2010. Tenslotte meldt 16% effectief te zijn lastiggevalen op straat de laatste maand en 27% heeft last gehad van groepen jongeren.

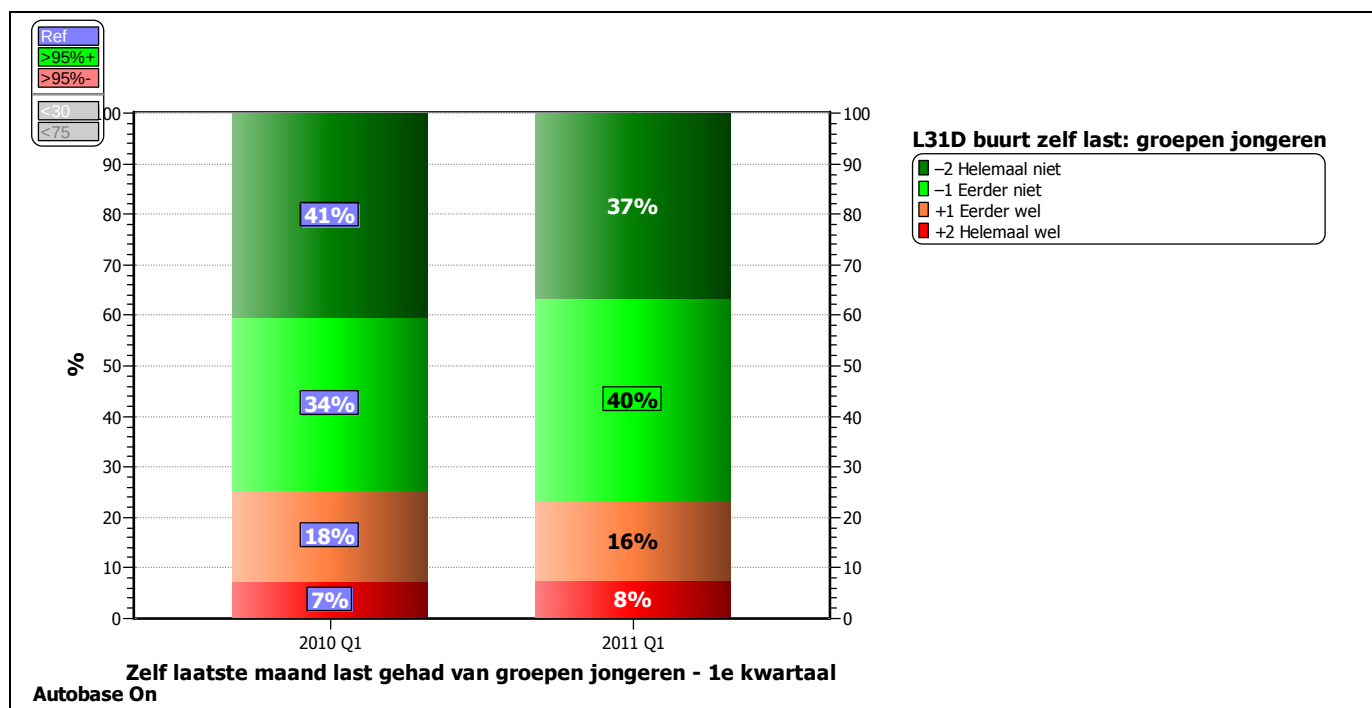
Grafiek 101 Ondervonden overlast in de buurt tijdens afgelopen maand, 2010 en 2011



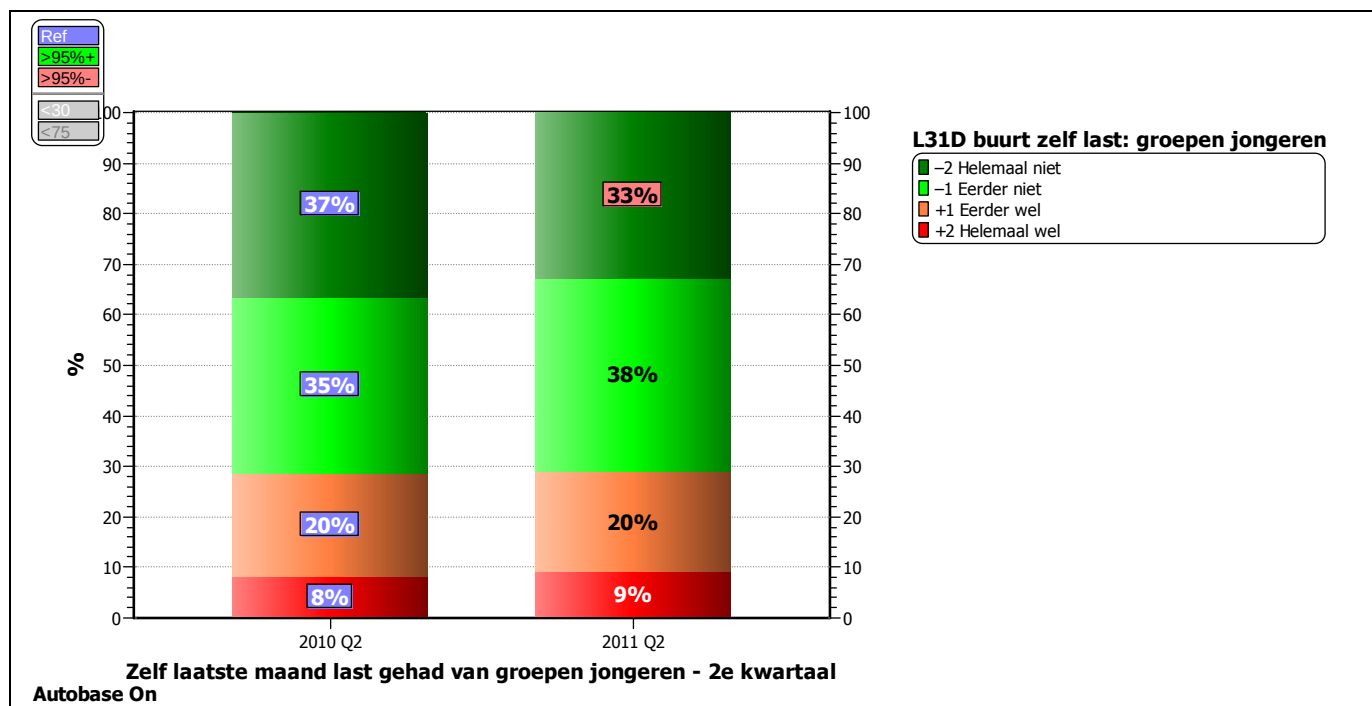
Qua evolutie zien we enkel voor geluidsoverlast en last van jongeren een verschil tussen de kwartalen. Dit wijst ons inziens op een seizoenseffect waarbij er in het voorjaar en zomer meer mensen buiten zijn, er meer activiteit is op het openbaar domein en dergelijke meer. Daarom vergelijken we voor het thema 'last van groepen jongeren' de verschillende kwartalen tussen 2010 en 2011 in een aparte grafiek. Dit kunnen we echter niet doen voor wat betreft geluidsoverlast, gezien de wijziging van vraagstelling in 2011.

Behalve voor wat betreft het tweede kwartaal zien we dat er in 2011 globaal genomen een zeer lichte afname is van het aandeel respondenten dat overlast heeft ondervonden van groepen jongeren in de buurt. Hier zien we ook dat specifiek het aandeel respondenten dat helemaal geen last heeft gehad significant is afgenomen t.o.v. 2010.

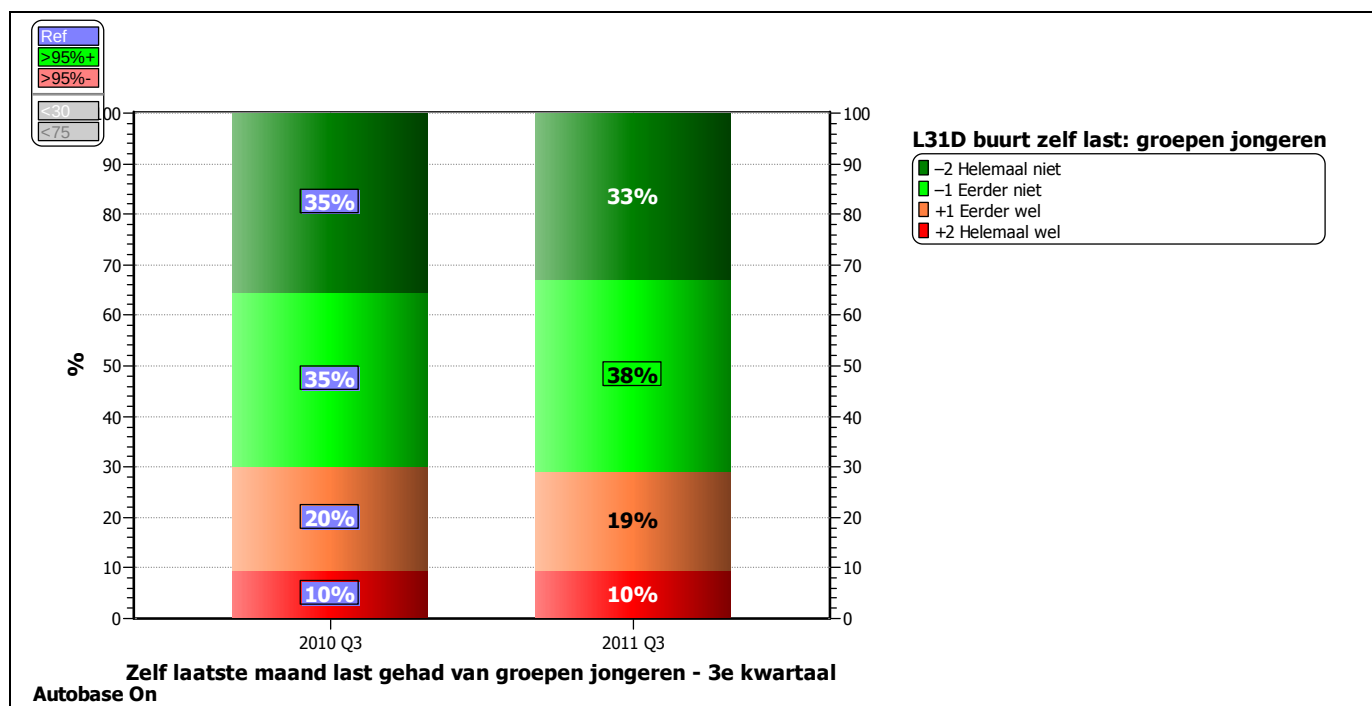
Grafiek 102 Ondervonden overlast van groepen jongeren in de buurt tijdens afgelopen maand, 1^e kwartaal 2010 en 2011



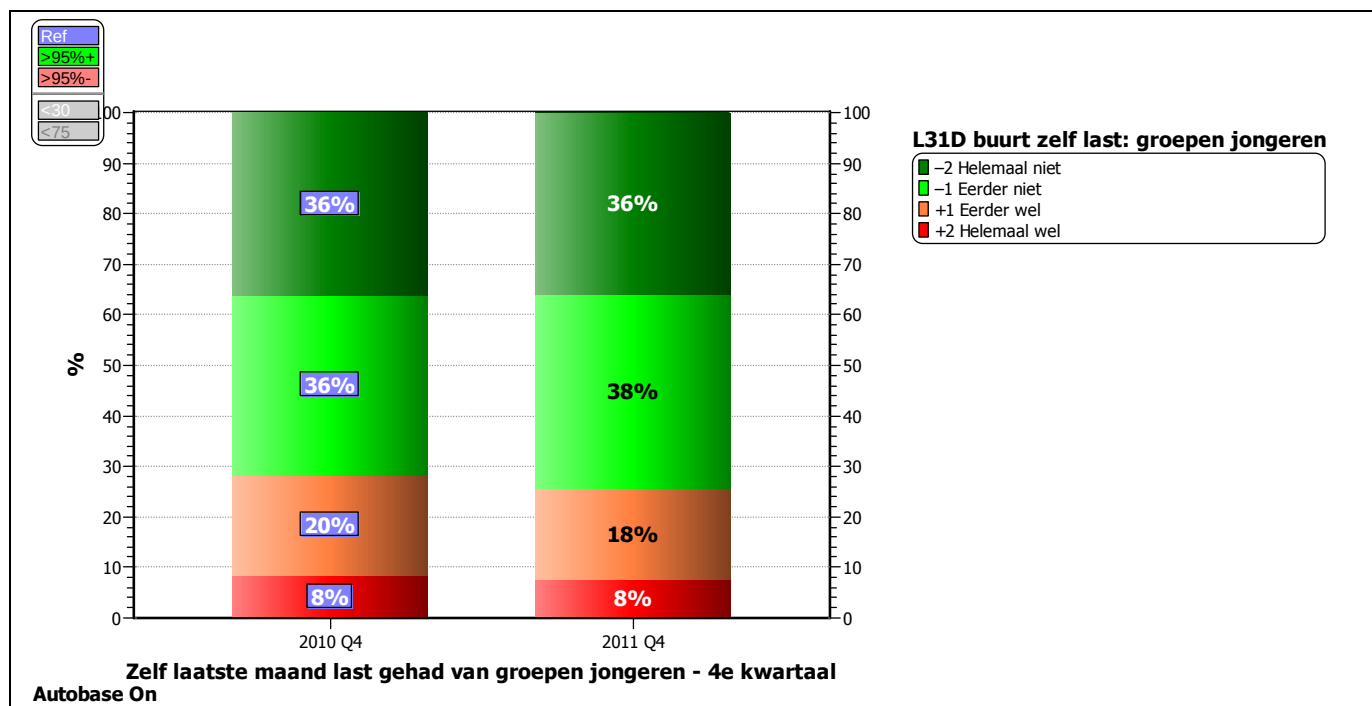
Grafiek 103 Ondervonden overlast van groepen jongeren in de buurt tijdens afgelopen maand, 2^e kwartaal 2010 en 2011



Grafiek 104 Ondervonden overlast van groepen jongeren in de buurt tijdens afgelopen maand, 3^e kwartaal 2010 en 2011

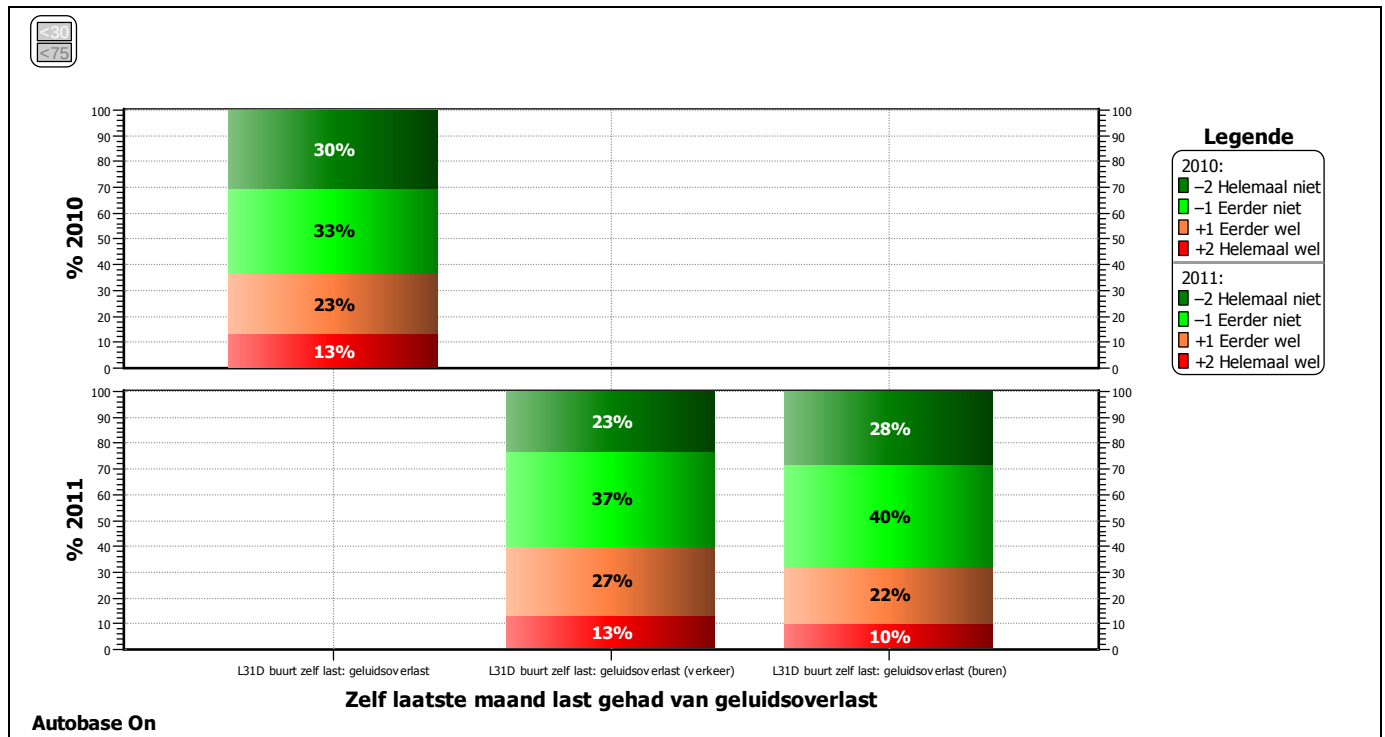


Grafiek 105 Ondervonden overlast van groepen jongeren in de buurt tijdens afgelopen maand, 4^e kwartaal 2010 en 2011



In 2010 had 36% van de respondenten geluidsoverlast ondervonden. In 2011 zien we dat precies 4 op 10 van de respondenten geluidsoverlast heeft gehad van het verkeer en 32% last heeft gehad van luidruchtige burens.

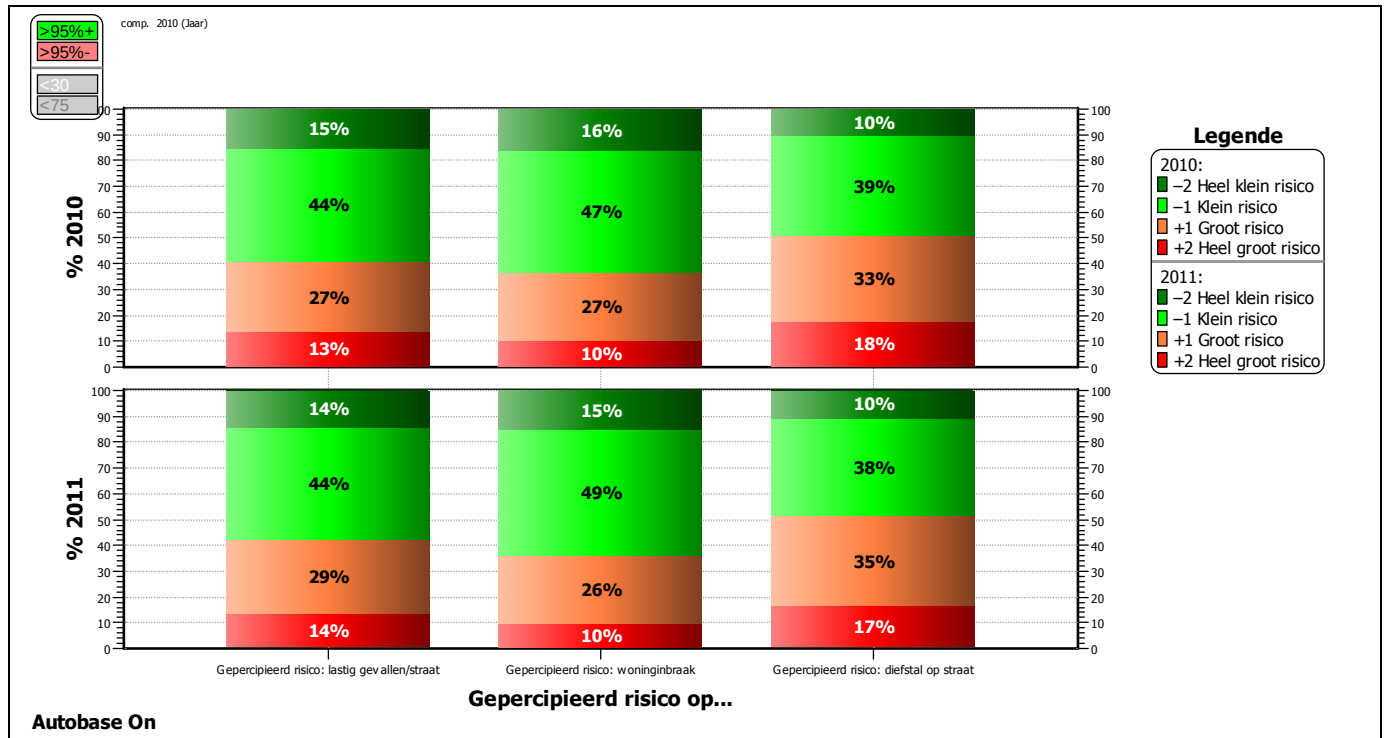
Grafiek 106 Ondervonden geluidsoverlast in de buurt tijdens afgelopen maand, 2010 en 2011



5.2.2.3 Risicoperceptie op slachtofferschap

De risicoperceptie om slachtoffer te worden van een diefstal op straat het volgende jaar in Antwerpen is bijzonder hoog en bedraagt ruim 50% van de respondenten. Lastig gevallen worden op straat wordt door 43% als een groot tot heel groot risico ingeschat en woninginbraak door 36%.

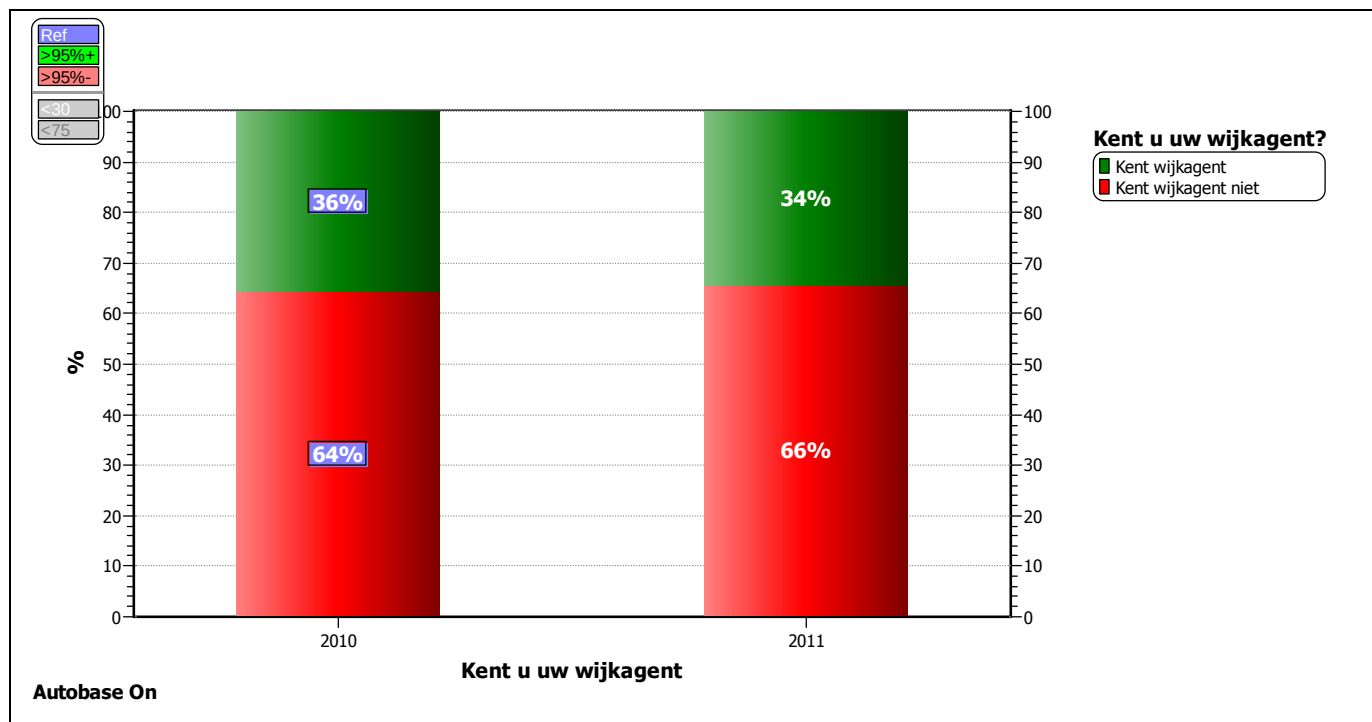
Grafiek 107 Gepercipieerd risico op slachtofferschap inzake ‘lastiggevallen worden op straat’, ‘woninginbraak’ en ‘diefstal op straat’, 2010 en 2011



5.4 Kennis en contact met wijkagent

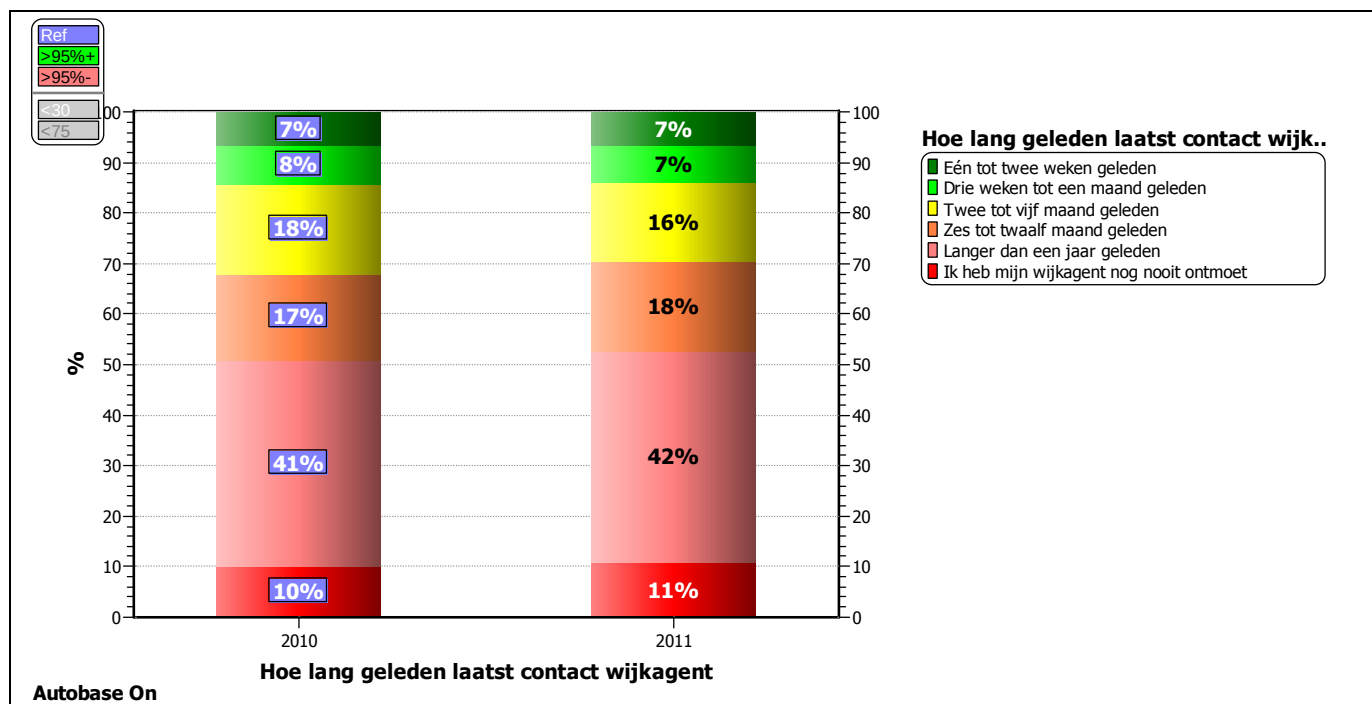
34% van de Antwerpenaren kent de wijkagent. De lichte daling van dit aandeel t.o.v. 2010 is niet significant.

Grafiek 108 Kennis van de wijkagent, 2010 en 2011



Van diegenen die de wijkagent kennen, heeft 30% minder dan een half jaar geleden er contact mee gehad (tegenover 33% in 2010).

Grafiek 109 Hoe lang geleden laatste contact met de wijkagent, 2010 en 2011

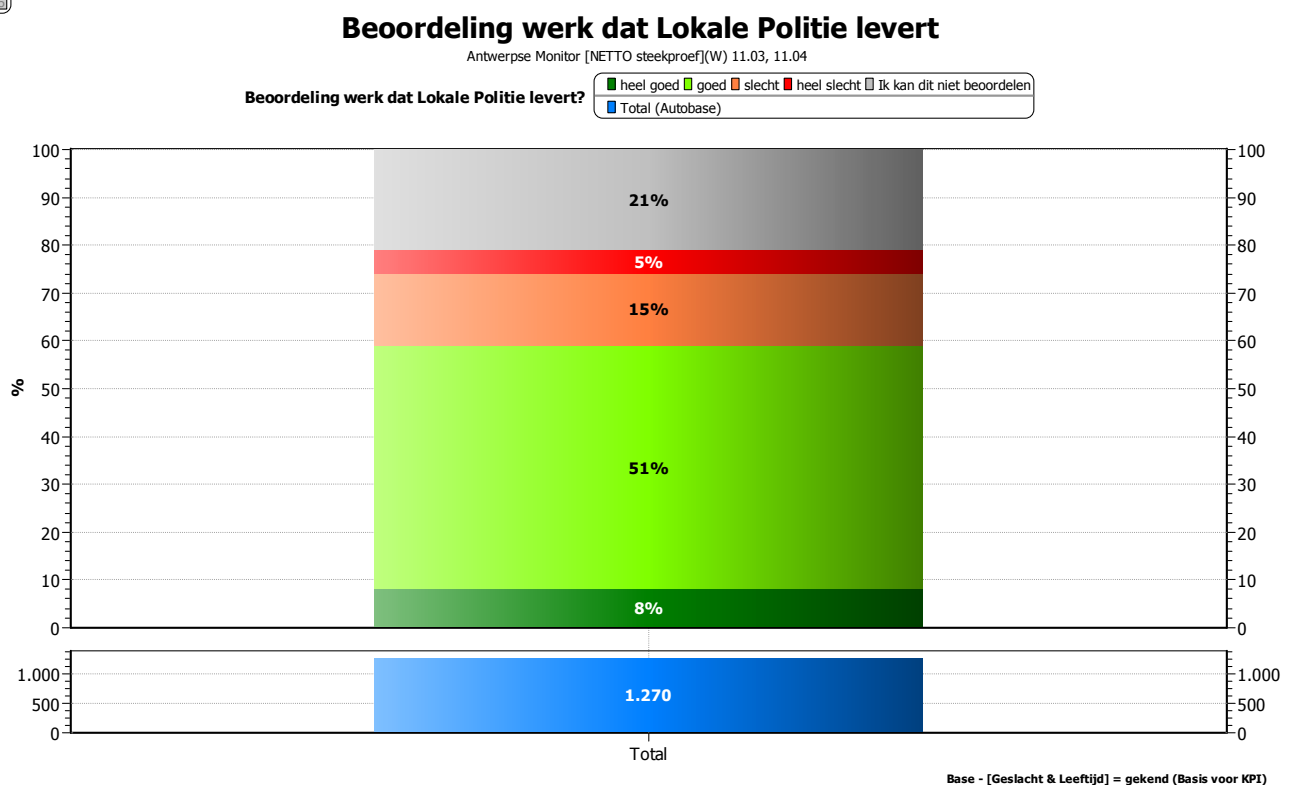


5.5 Evaluatie van de dienstverlening van Lokale Politie Antwerpen

Tijdens golf 3 en 4 van 2011 werden een aantal vragen opgenomen om te peilen naar de appreciatie en perceptie van de dienstverlening van Lokale Politie Antwerpen.

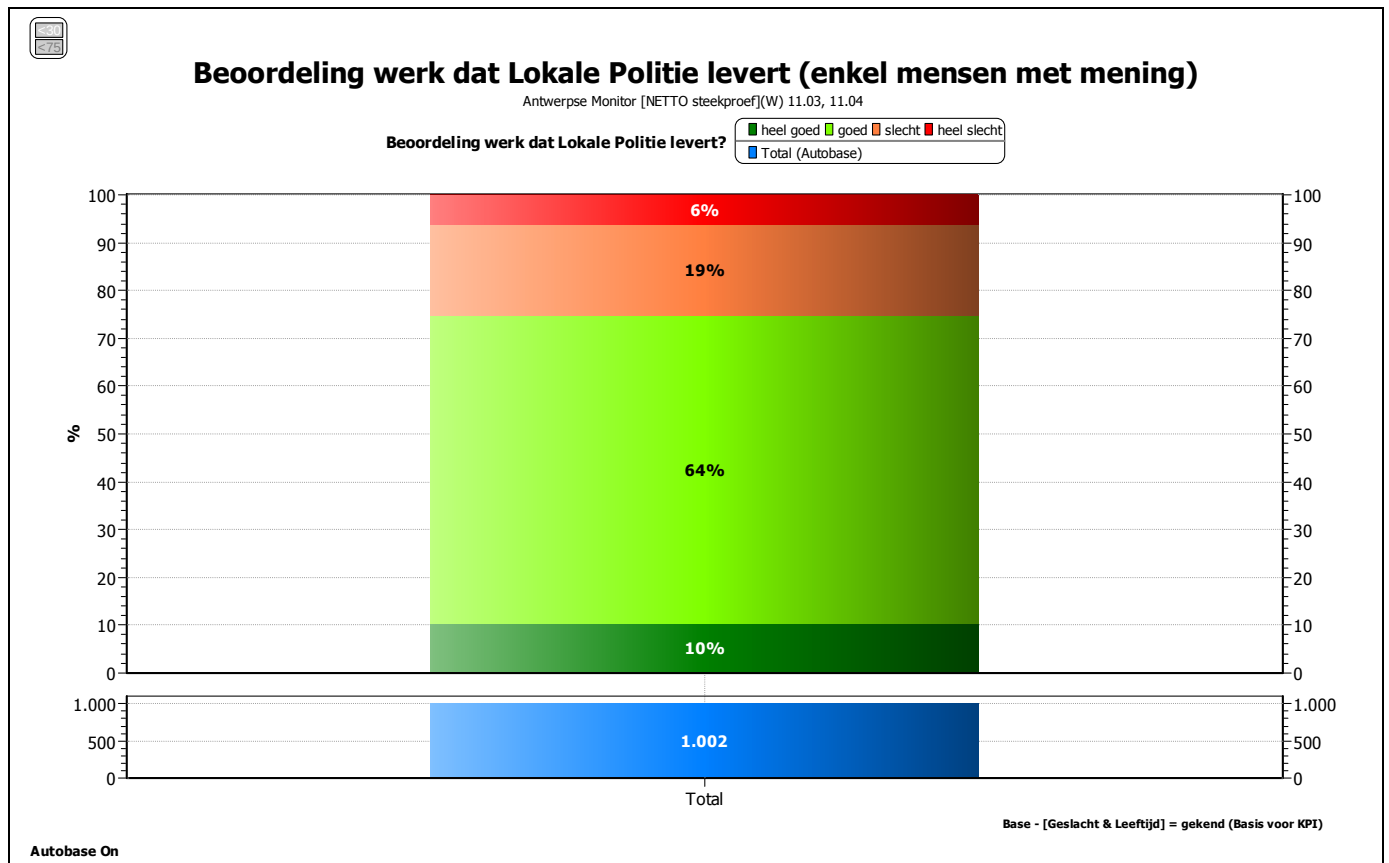
Op de vraag hoe goed men het werk vindt dat de Lokale Politie doorgaans levert, zegt 21% van de respondenten dit niet te kunnen beoordelen. Wanneer we enkel kijken naar de mensen met een mening, dan zien we dat 75% oordeelt dat de politie goed werk goed levert, versus 25% dat het niet goed vindt.

Grafiek 110: algemene beoordeling werk politie



Autobase On

Grafiek 111: algemene beoordeling werk politie (mensen met mening)



Vervolgens peilden we naar het belang van een aantal taken van Lokale Politie. Het is niet echt opmerkelijk dat alle opgesomde taken belangrijk geacht worden door de meerderheid van de respondenten. Toch kunnen we zeggen dat op kop staat ‘inbraken en diefstallen ophelderen’, op de voet gevolgd door ‘iedereen op gelijke voet behandelen’.

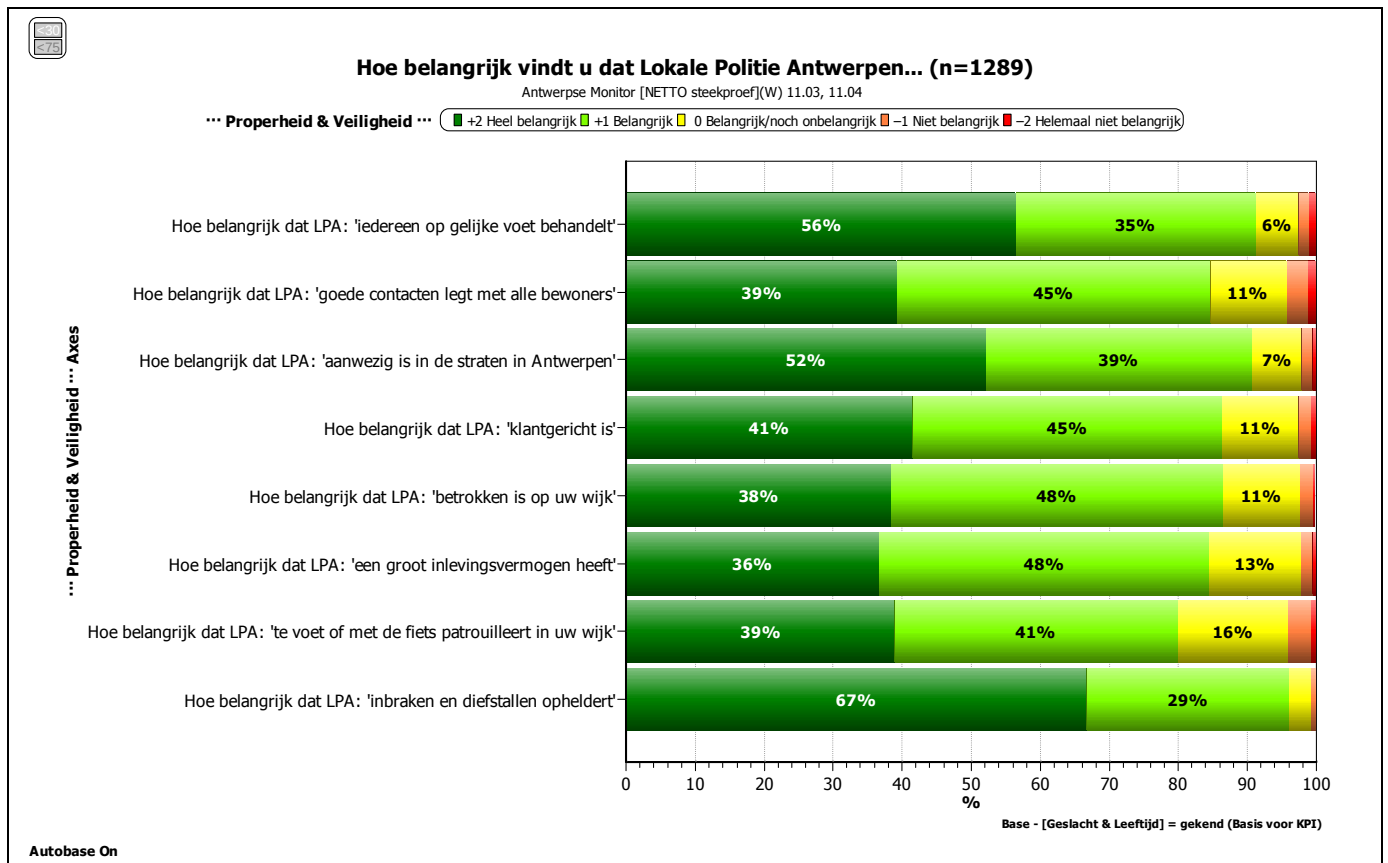
Kijken we naar de mening over hoe goed mensen vinden dat Lokale Politie Antwerpen deze taken uitvoert, dan zien we dat de meningen zeer verdeeld zijn. Aan de hand van de gemiddelden kunnen we stellen dat Lokale Politie Antwerpen volgens de respondenten het beste werk levert voor wat betreft:

- iedereen op gelijke voet behandelen;
- klantgericht zijn;
- aanwezig zijn in de straten in Antwerpen.

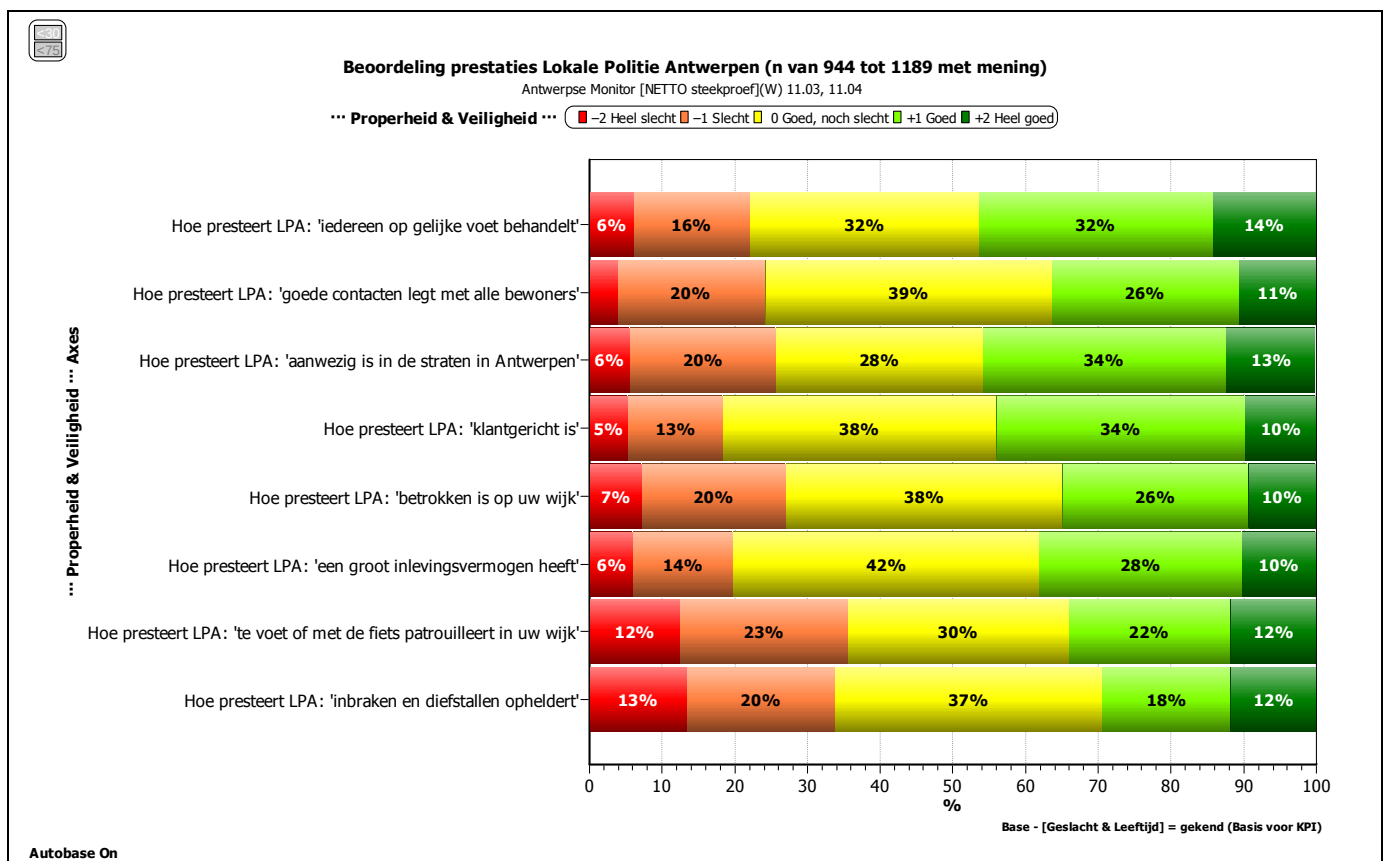
Minder goed worden beoordeeld (scoren onder nul):

- inbraken en diefstallen ophelderen;
- te voet en met de fiets patrouilleren in mijn wijk.

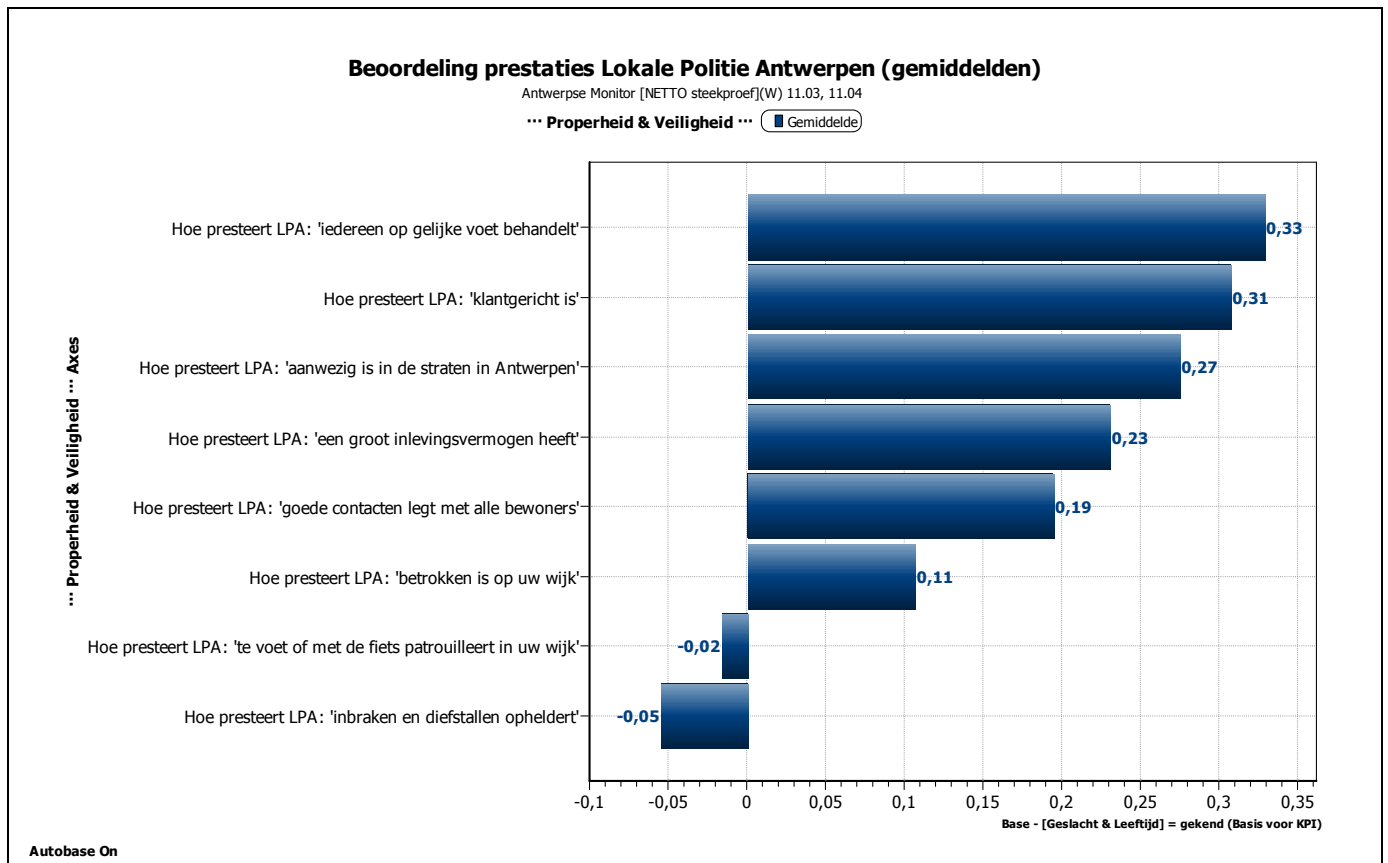
Grafiek 112: belang taken Lokale Politie Antwerpen



Grafiek 113: beoordeling prestaties politie (mensen met mening)

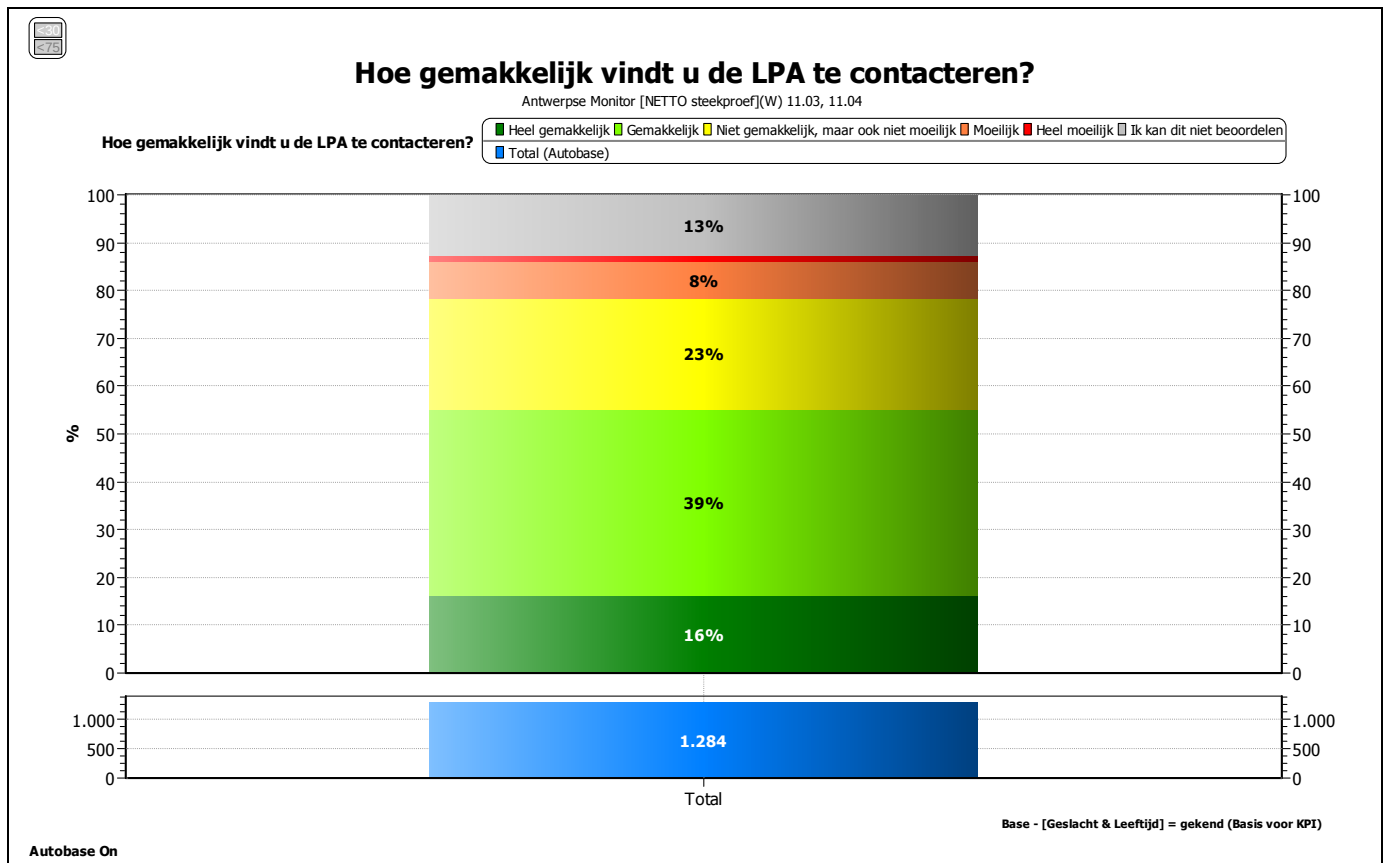


Grafiek 114: beoordeling prestaties politie: gemiddelden

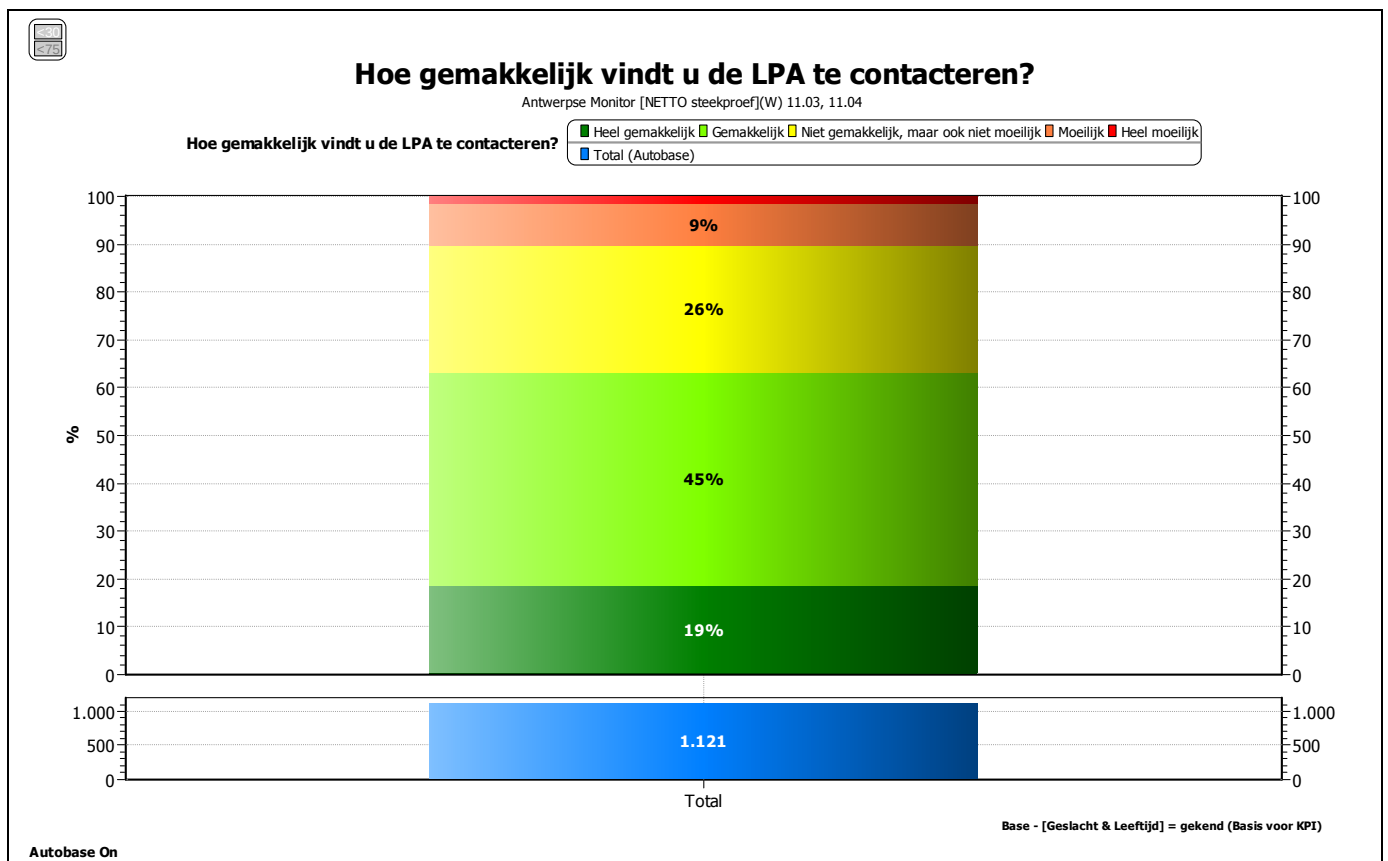


Ten slotte werd gevraagd naar hoe gemakkelijk men de Lokale Politie Antwerpen te contacteren vindt. Opnieuw zien we dat een deel respondenten die niet kan beoordelen (13%). Wanneer we enkel kijken naar de mensen met een mening, dan vindt 64% van de respondenten dat de Lokale Politie Antwerpen gemakkelijk te contacteren is, 26% heeft geen mening en 10% vindt de politie moeilijk te contacteren.

Grafiek 115: contacteerbaarheid lokale politie



Grafiek 116: contacteerbaarheid lokale politie (mensen met mening)

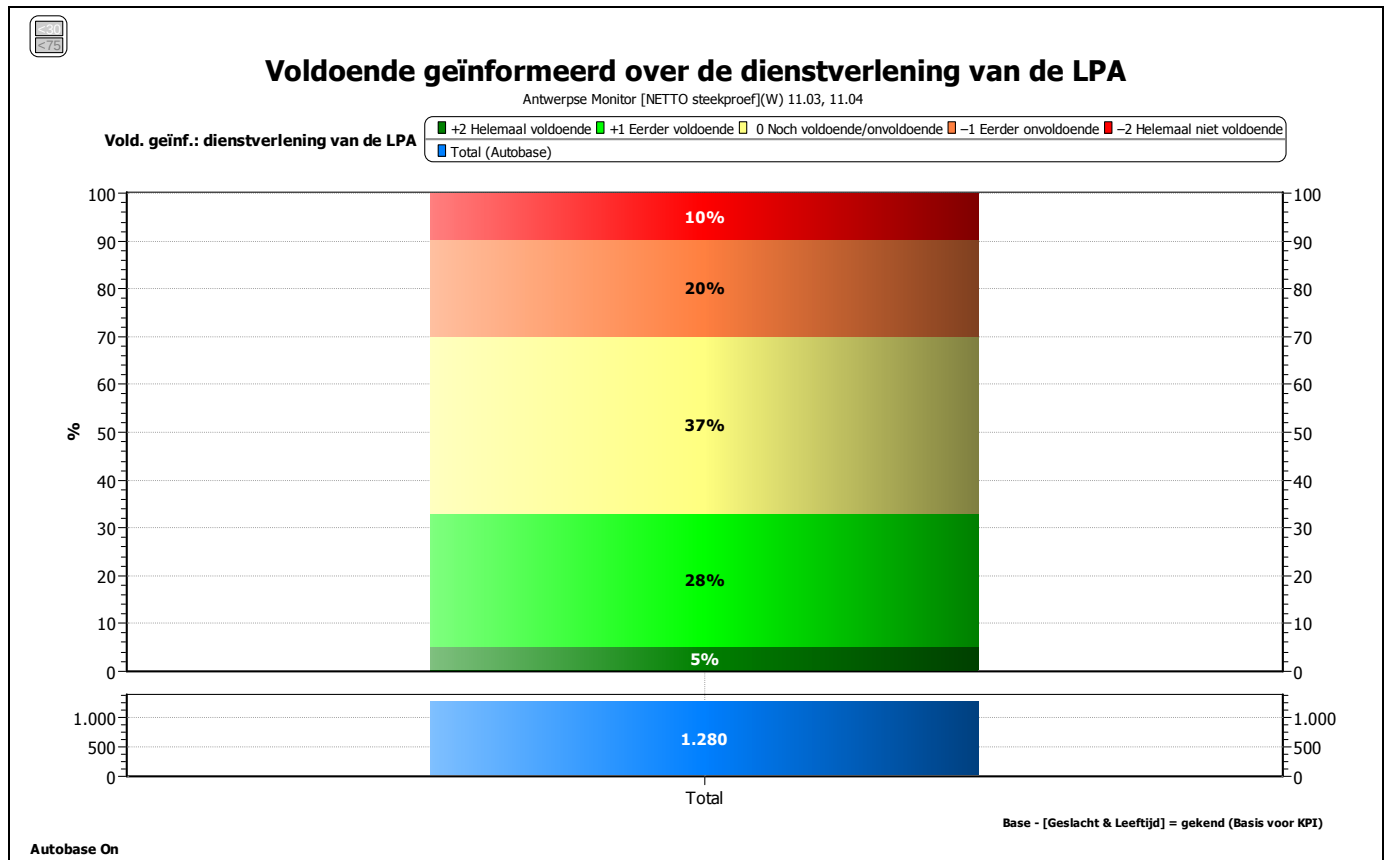


Tijdens deze twee golven werd ook nagegaan in welke mate Antwerpenaars zich voldoende geïnformeerd voelen over de dienstverlening van Lokale Politie Antwerpen.

De meningen zijn ook hier zeer verdeeld:

- 33% voelt zich voldoende geïnformeerd;
- 37% heeft geen uitgesproken mening;
- en 30% voelt zich onvoldoende geïnformeerd.

Grafiek 117: voldoende geïnformeerd over dienstverlening politie



Hoofdstuk 6: Een stad voor en door iedereen

Gekoppelde strategische doelstellingen:

- *MC02: Door zich te profileren als een sterk merk streeft de stad naar een maximale positieve beeldvorming over Antwerpen als de meest aantrekkelijke leefomgeving voor wie er woont, werkt of op bezoek komt.*
- *LSB01: Iedere Antwerpenaar krijgt maximale kansen en stimuli tot toegang naar kwaliteitsvolle gezondheidszorg op maat.*
- *CS02: Antwerpen houdt van sport en iedereen wordt aangezet om het zelf te doen.*
- *SL02: De stad garandeert iedereen een kwaliteitsvolle leefomgeving.*
- *SL03: Iedere Antwerpenaar leert een bekwame stadsburger te zijn.*
- *SL04: Iedere Antwerpenaar kan zijn eigen levensbeschouwing in optimale omstandigheden beleven met respect voor andere Antwerpenaren.*
- *SL06: Harmonieus samenleven in Antwerpen betekent evenwicht tussen dier, mens en omgeving, met respect voor ieders welzijn.*
- *FDSW01: Samen bouwen aan een aantrekkelijke stad.*

In dit hoofdstuk bundelen we o.a. enkele onderwerpen die verwijzen naar de mate waarin burgers zich informeren, geïnformeerd worden en hun betrokkenheid op buurt en stad.

We vergelijken telkens de resultaten van de Antwerpse monitor 2010 met de resultaten van 2011. De cijfers van het referentiejaar 2010 zijn alleen in een blauw kader aangeduid wanneer er in de grafiek slechts de evolutie van één variabele wordt weergegeven.

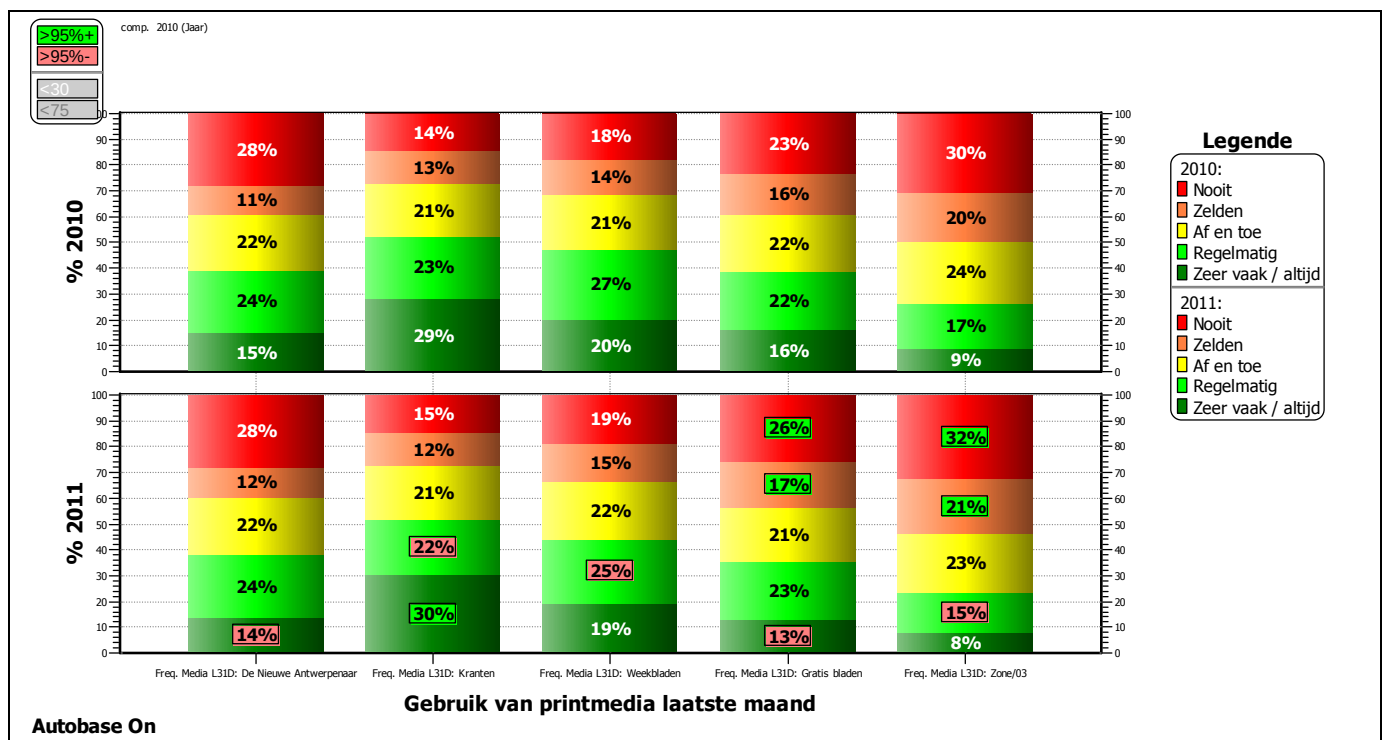
6.1 Context

6.1.1 Mediagebruik

Belangrijke contextinformatie bij dit deel van het rapport is het mediagebruik van de Antwerpenaar. In de Antwerpse monitor vragen we naar de frequentie van gebruik van een aantal media gedurende de laatste maand.

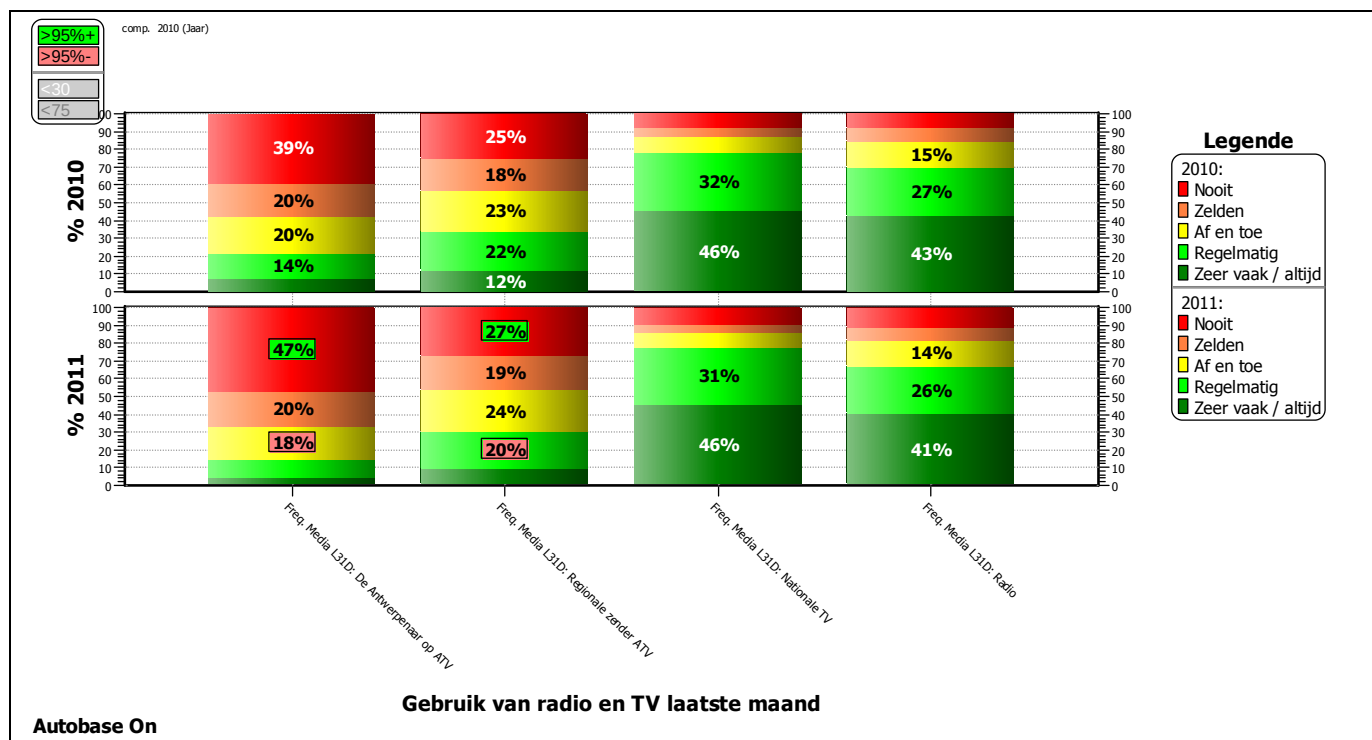
Onderstaande grafieken geven het mediagebruik in de laatste maand weer. We vergelijken opnieuw de resultaten van het jaar 2010 en 2011. Van de geprinte media worden kranten en weekbladen het vaakst geconsulteerd. Weekbladen kennen wel een lichte achteruitgang van regelmatige en veelvuldige lezers. Ook zien we dat het aandeel mensen dat zelden of nooit gratis bladen of de Zone/03 consulteert, lichtjes toeneemt in 2011.

Grafiek 118 Gebruik van geprinte media tijdens de afgelopen maand, 2010 en 2011



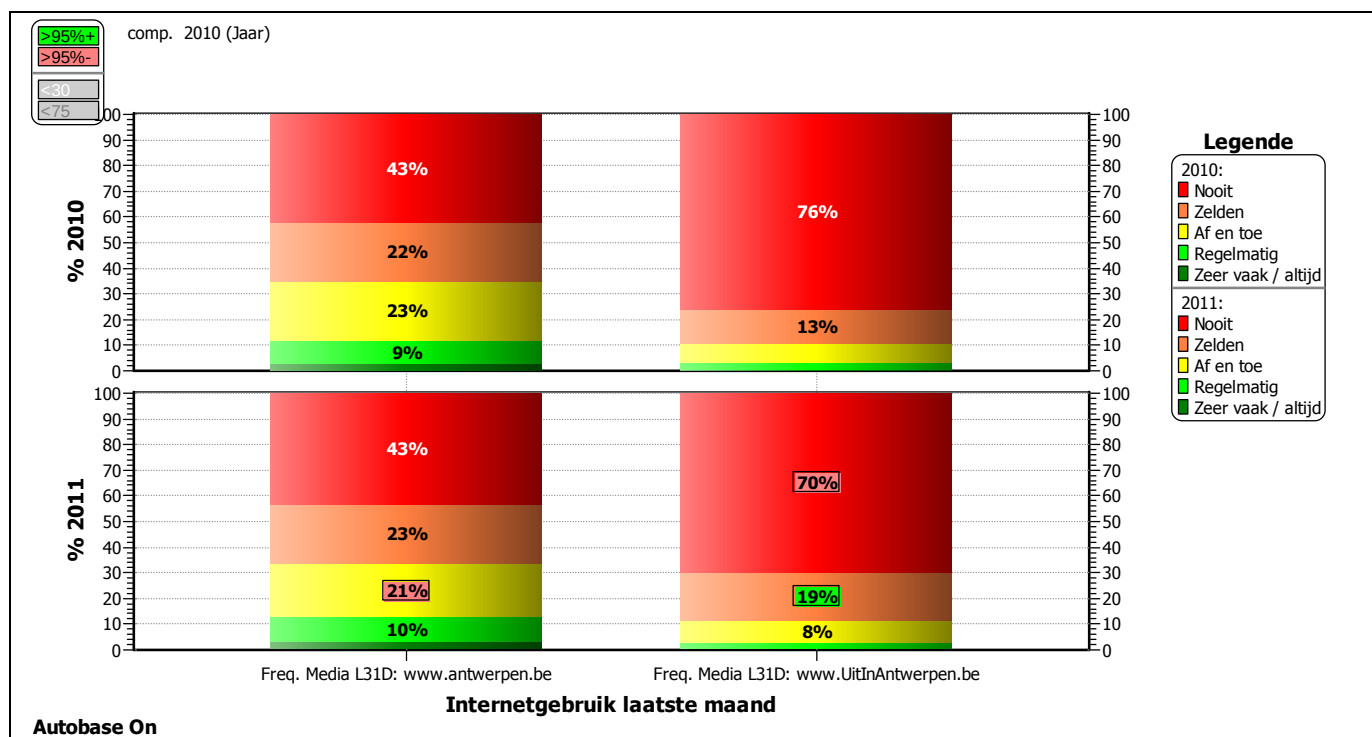
Nationale TV en radio worden het meest frequent gebruikt. We moeten wel opmerken dat De Nieuwe Antwerpenaar op ATV slechts op twee momenten in de tijdspanne van één week uitgezonden wordt. Terwijl de populariteit van de nationale TV en radio gelijk blijven tussen 2010 en 2011, merken we dat het aandeel mensen dat nooit naar ATV kijkt in 2011 een beetje gestegen is (van 25% naar 27%). De Nieuwe Antwerpenaar op ATV kende echter een veel grotere daling van populariteit. In 2011 gaf 47% van de respondenten aan hier nooit naar te kijken.

Grafiek 119 Gebruik van radio en TV tijdens de afgelopen maand, 2010 en 2011



Internet thuis en op het werk en gebruik van sociale netwerksites kunnen we niet vergelijken tussen 2010 en 2011 vanwege een verschillende vraagstelling inzake frequentie. Net zoals in 2010 wordt in 2011 door meer respondenten de algemene website van stad Antwerpen bezocht dan UitInAntwerpen. Het aandeel respondenten dat echter nooit UitInAntwerpen bezocht, is wel afgenomen.

Grafiek 120 Internetgebruik tijdens de afgelopen maand, 2010 en 2011

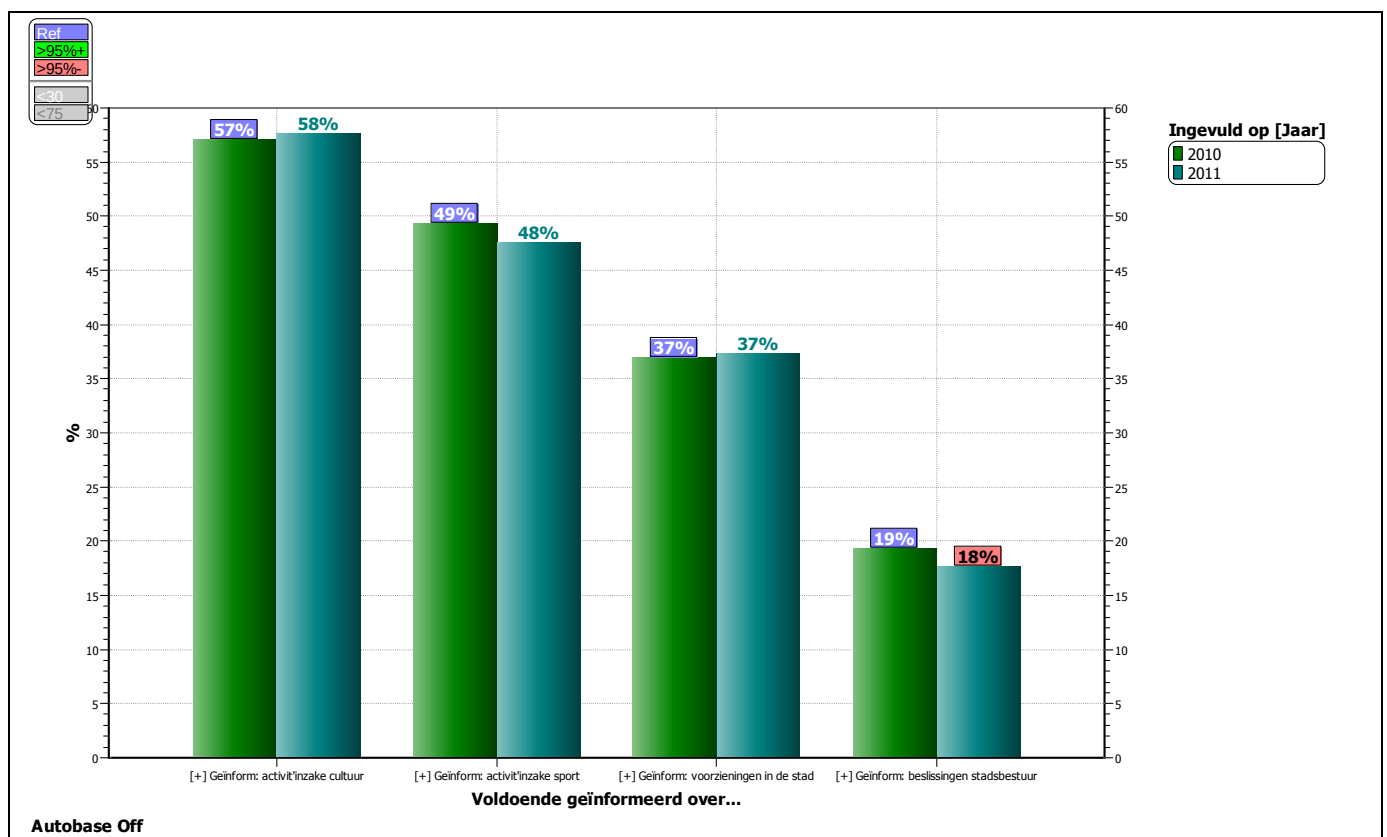


6.2 Mate van geïnformeerd zijn

In welke mate voelen de Antwerpenaars zich voldoende geïnformeerd over verschillende beleidsdomeinen?

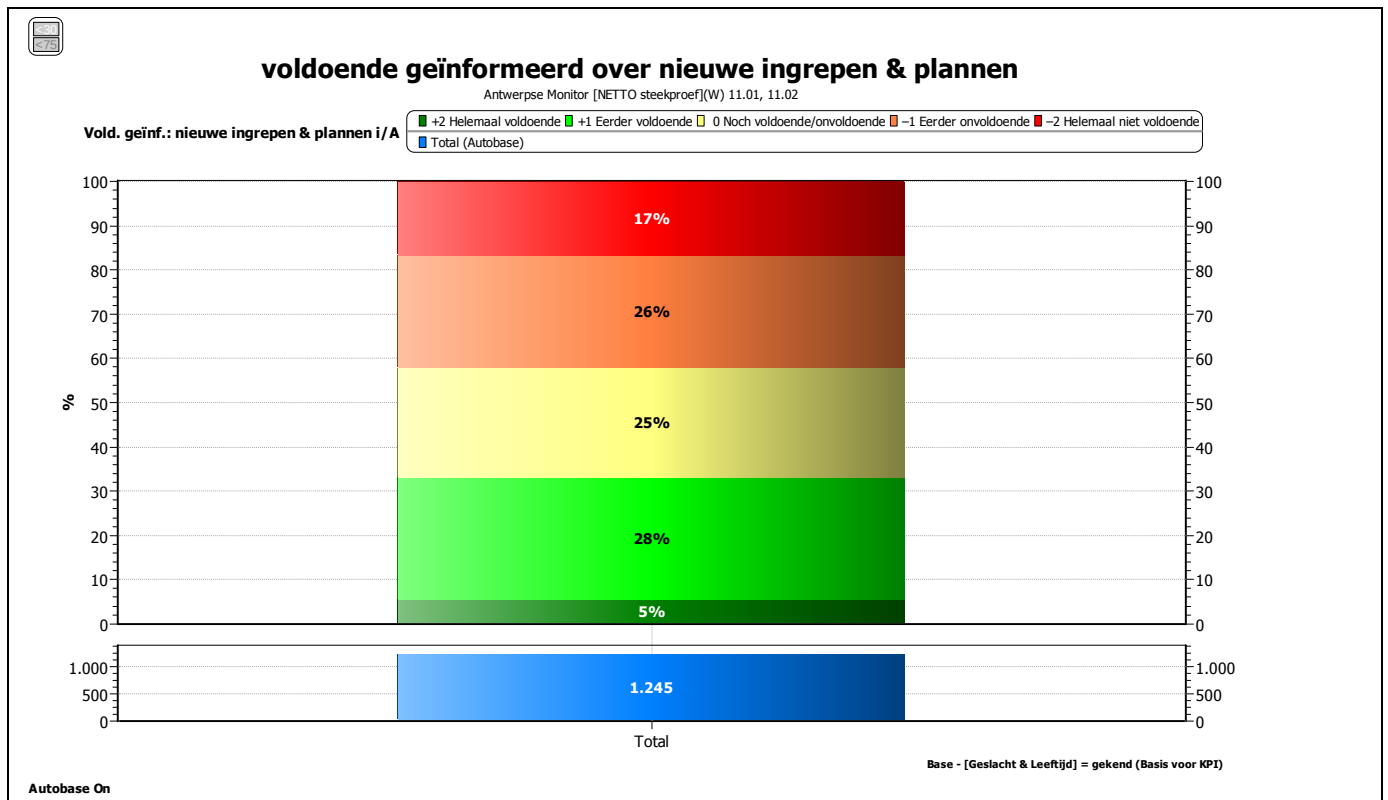
De respondenten voelen zich het meest geïnformeerd over activiteiten op het gebied van cultuur (58%) en sport (48%). Minder dan 4 op 10 respondenten meent voldoende op de hoogte te worden gebracht over de voorzieningen in de stad. Over de beslissingen van het stadsbestuur voelt een kleine 20% van de respondenten zich voldoende geïnformeerd, de helft van de respondenten is hierover niet tevreden. Alleen de lichte daling bij het laatste thema is significant.

Grafiek 121 Mening over de mate van geïnformeerd worden over sport- en culturele activiteiten, voorzieningen en bestuursbeslissingen, 2010 en 2011



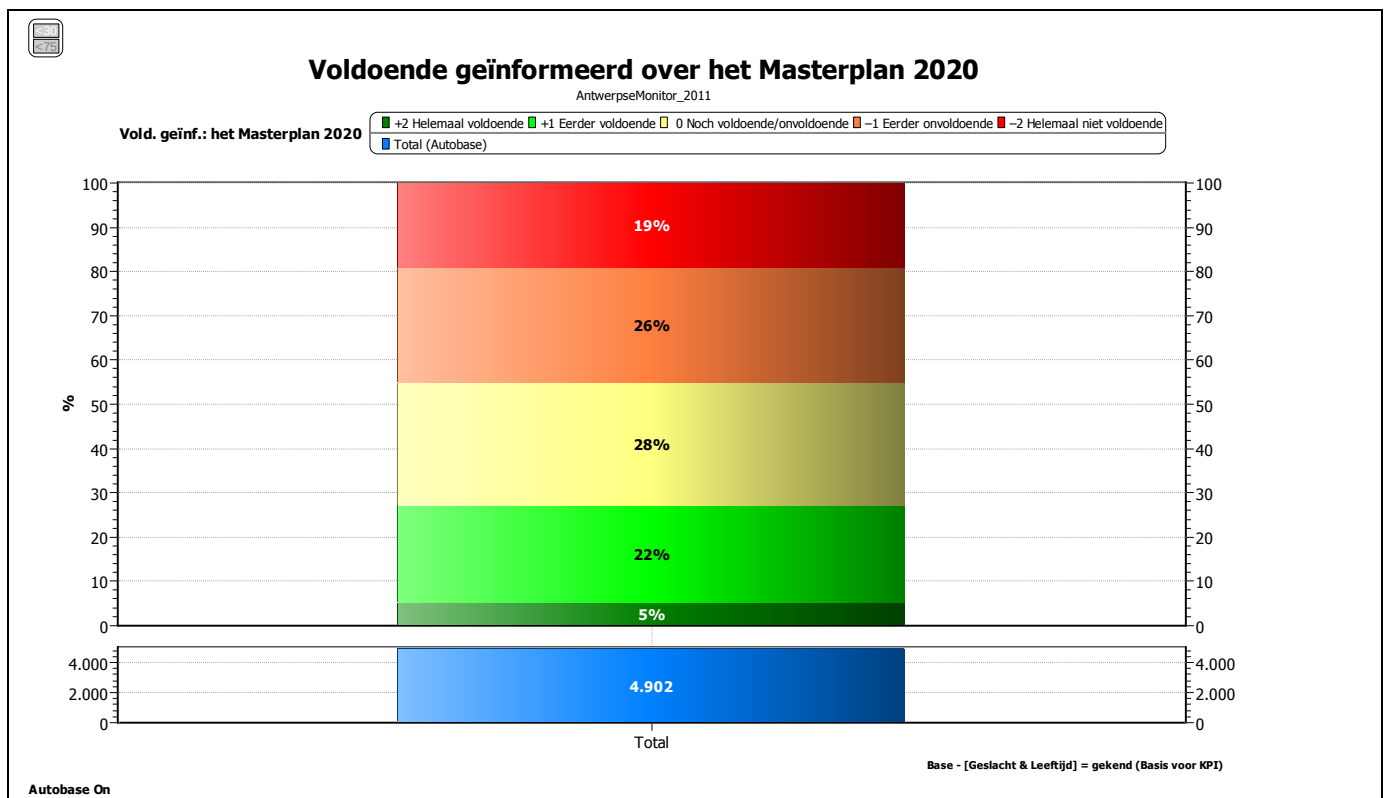
In golf 1 en 2 peilden we naar de mate van geïnformeerd zijn over nieuwe ingrepen en plannen in de stad. Slechts 33% vindt dit voldoende, 25% spreekt zich niet uit en 42% vindt dit onvoldoende.

Grafiek 122: voldoende geïnformeerd over nieuwe ingrepen en plannen



Sinds begin 2011 peilen we ook naar het zich geïnformeerd voelen over het Masterplan 2020. Ook hier zien we niet zo'n beste resultaten en zien we een gelijkaardige verdeling van de meningen als hierboven.

Grafiek 123: voldoende geïnformeerd over Masterplan 2020



6.3 Campagnes

Tijdens 2011 werden de volgende campagnes gemeten via de Antwerpse monitor:

- Golf 1: Music for Life
- Golf 2: Cinema Valentijn
- Golf 3: Club Centraal, startfeest AEYC
- Golf 4: De Blauwe Lijn
- Golf 5: Antwerpen is 100% jong, ook deze zomer (AEYC)
- Golf 6: Onze Kaaien
- Golf 7: Merci om trager te rijden
- Golf 8: 't Stad, we werken eraan

In het jaarrapport geven we per campagne weer hoeveel respondenten het beeld hebben opgemerkt, waar ze de campagne hebben gezien en wat ze naar aanleiding van de campagne gedaan hebben. We sluiten dit deel af met een vergelijking van de appreciatie (likeability) van deze acht campagnes.

6.3.1 Campagne Music for Life

Deze campagne bestond uit vijf verschillende beelden.



verjaardagskalender



kunstwerkjes



rosse centjes

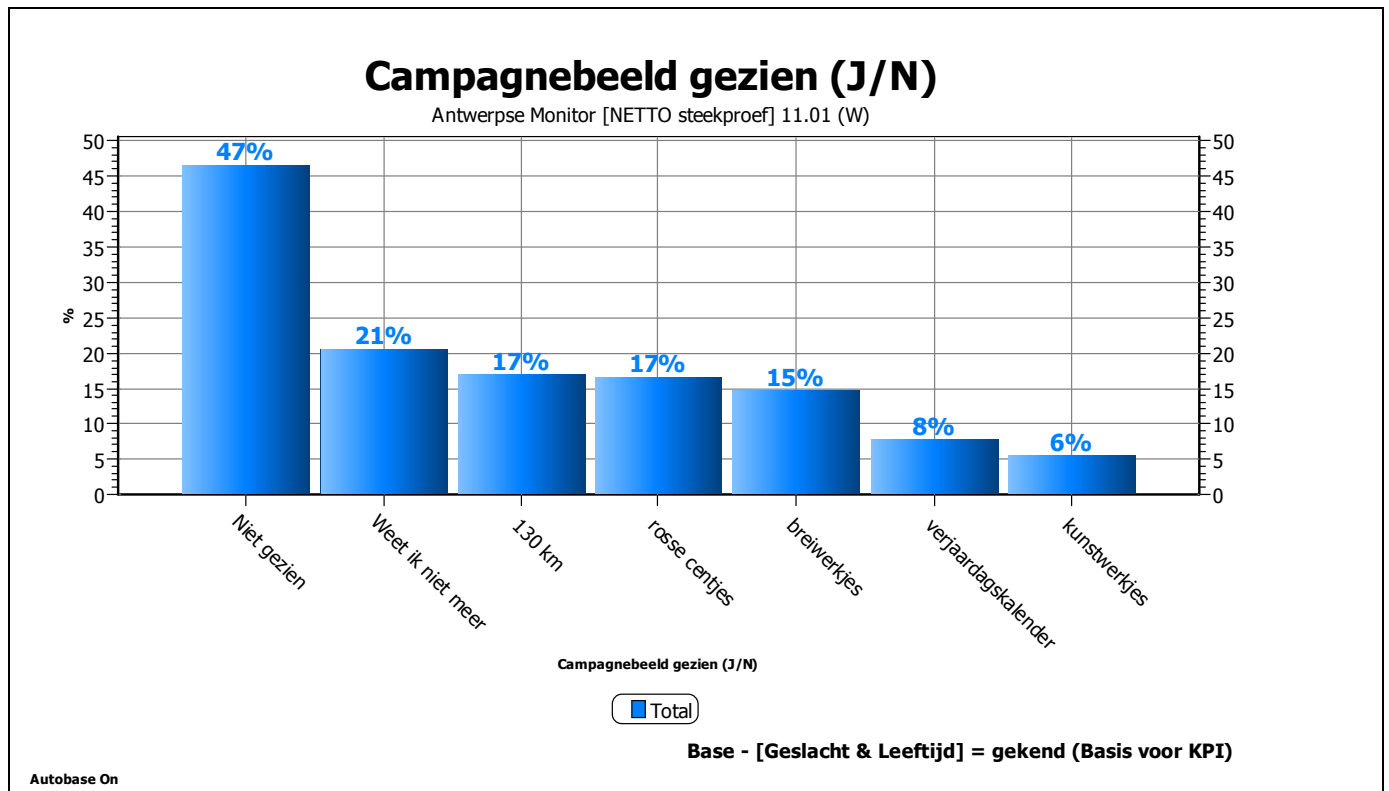


130 km



breiwerkjes

Grafiek 124: herkenning campagnebeeld Music for Life (n=627)



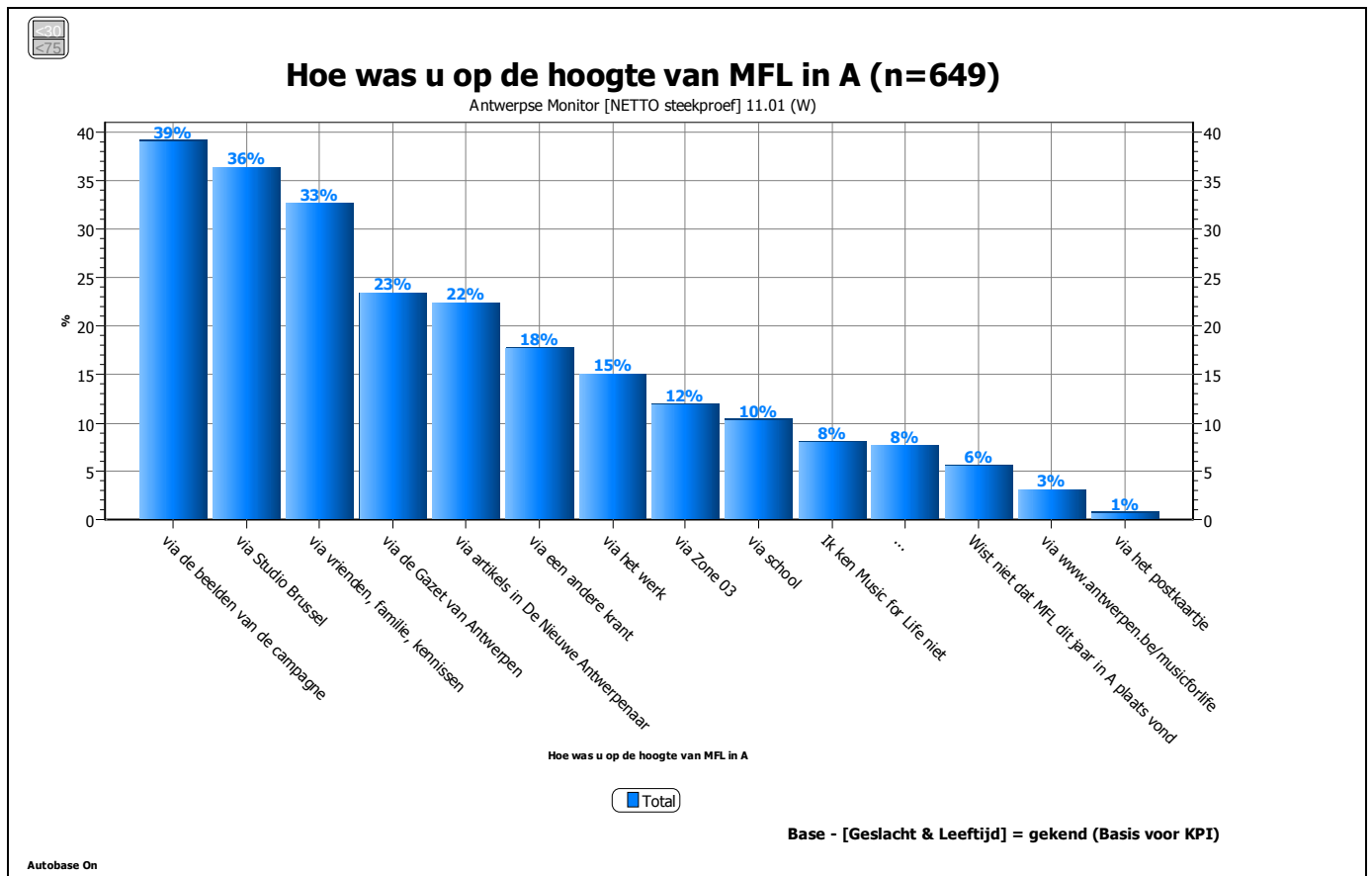
In totaal heeft 32% van de respondenten één of meerdere beelden van de campagne Music for Life gezien.

Vervolgens werd gevraagd hoe mensen op de hoogte waren van Music for Life.

De meeste respondenten waren op de hoogte dankzij:

- de campagnebeelden (39%);
- Studio Brussel (36%);
- vrienden, familie, kennissen (33%);
- de Gazet van Antwerpen (23%);
- De Nieuwe Antwerpenaar (22%).

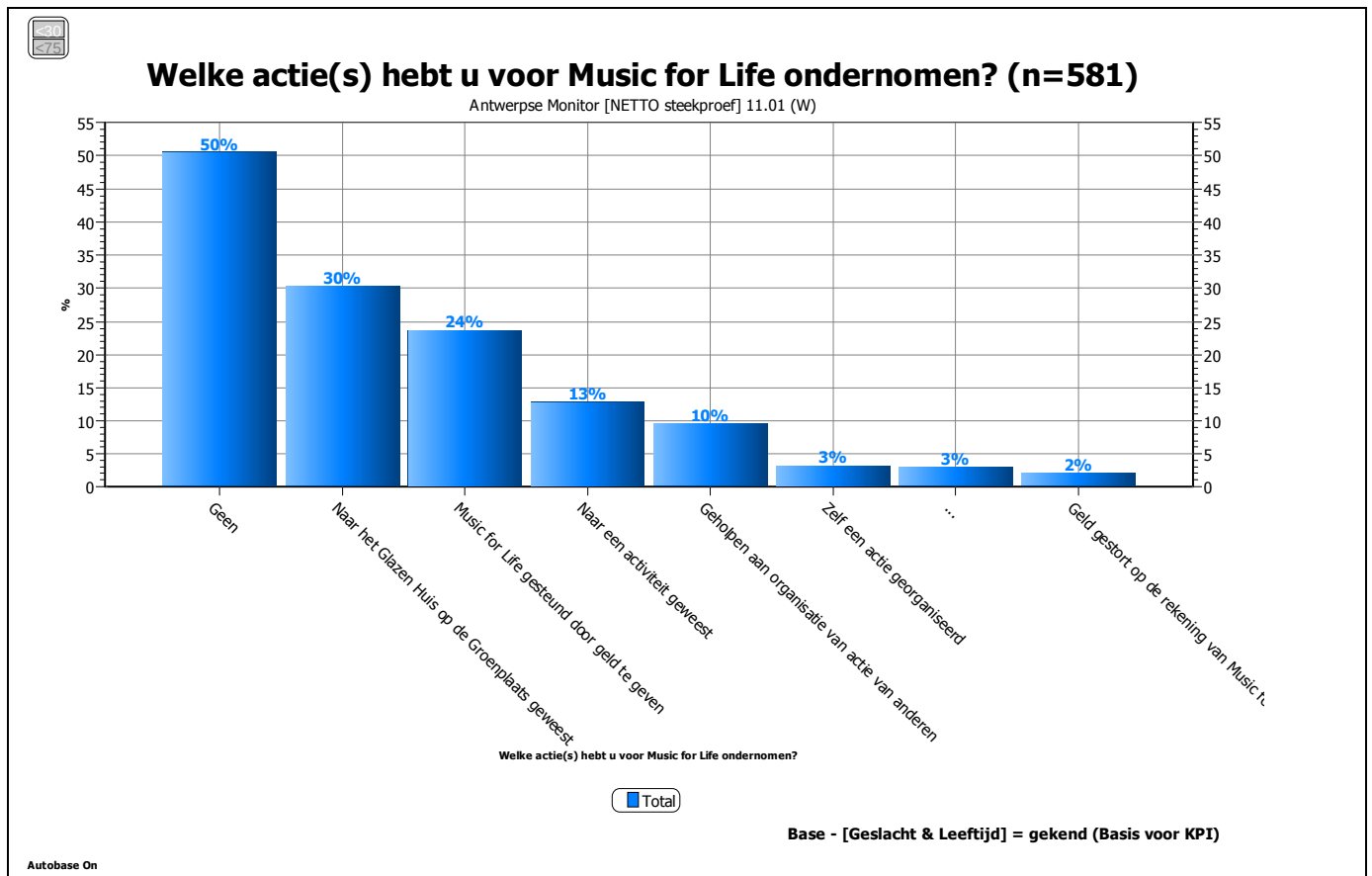
Grafiek 125: hoe op de hoogte van Music for Life



Hebben Antwerpenaren veel acties ondernomen voor Music for Life?

De helft van de respondenten heeft geen actie ondernomen; 30% is naar het Glazen Huis op de Groenplaats geweest; 24% heeft Music for Life gesteund door geld te geven; 13% is naar een activiteit van Music for Life geweest en 10% heeft geholpen aan activiteiten georganiseerd door anderen ten voordele van Music for Life.

Grafiek 126: acties voor Music for Life



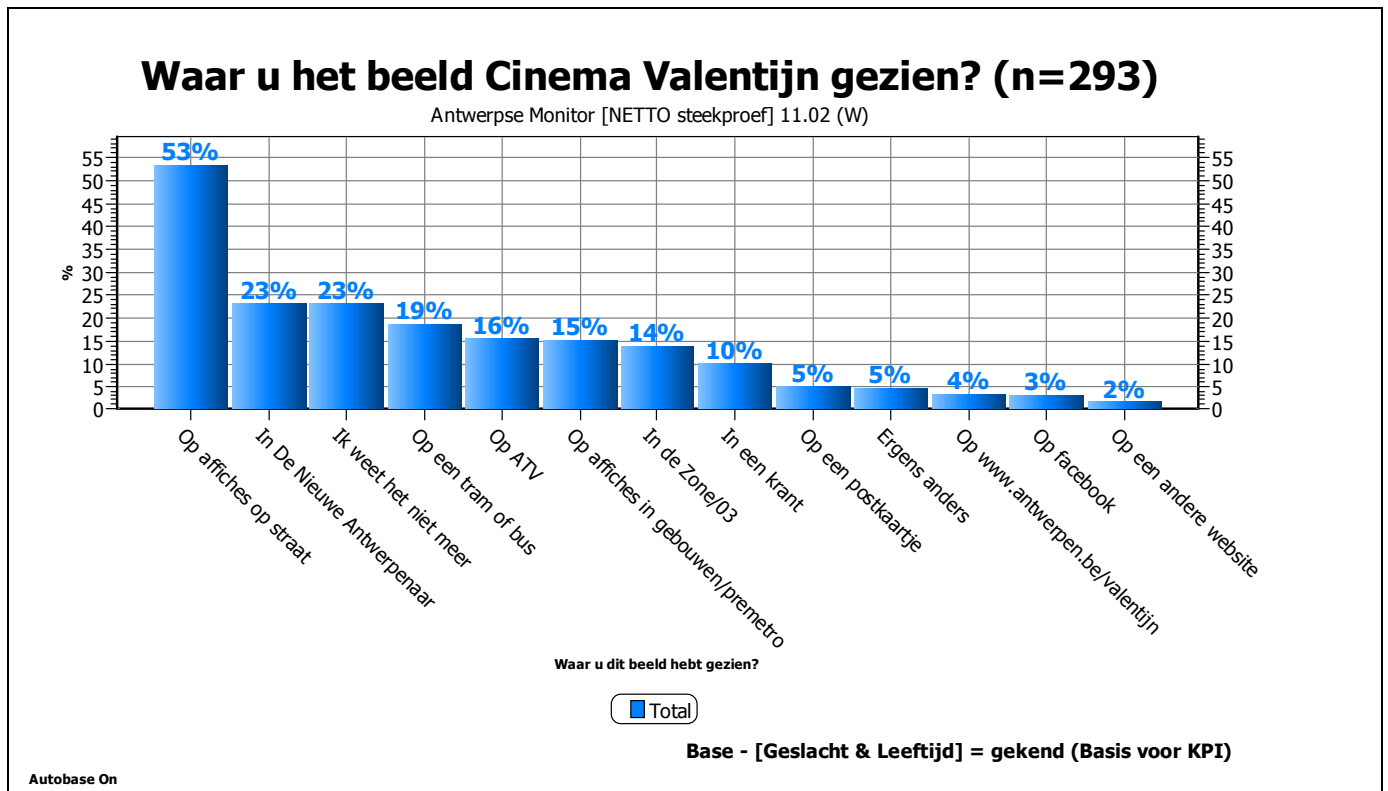
6.3.2 Campagne Cinema Valentijn

De campagne Cinema Valentijn werd door 44% van de respondenten opgemerkt.



Het beeld werd in de eerste plaats herkend van de affiches op straat (53%), gevolgd door De Nieuwe Antwerpenaar (23%) en tram/bus (23%). 23% weet niet meer waar hij het beeld gezien heeft.

Grafiek 127: waar beeld Cinema Valentijn gezien



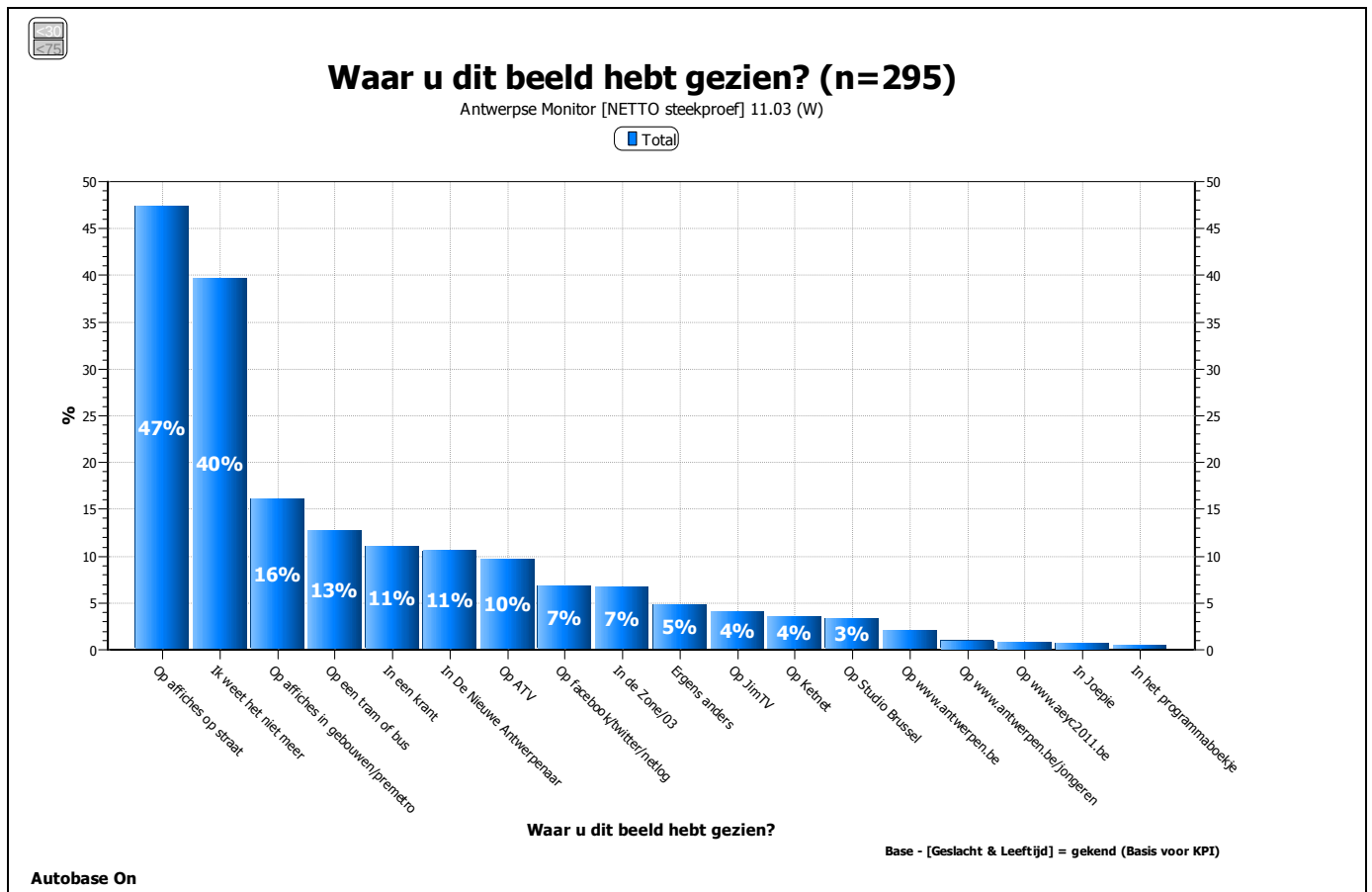
6.3.3 Campagne Club Centraal, startfeest AEYC



Het beeld werd door 33% van de respondenten herkend.

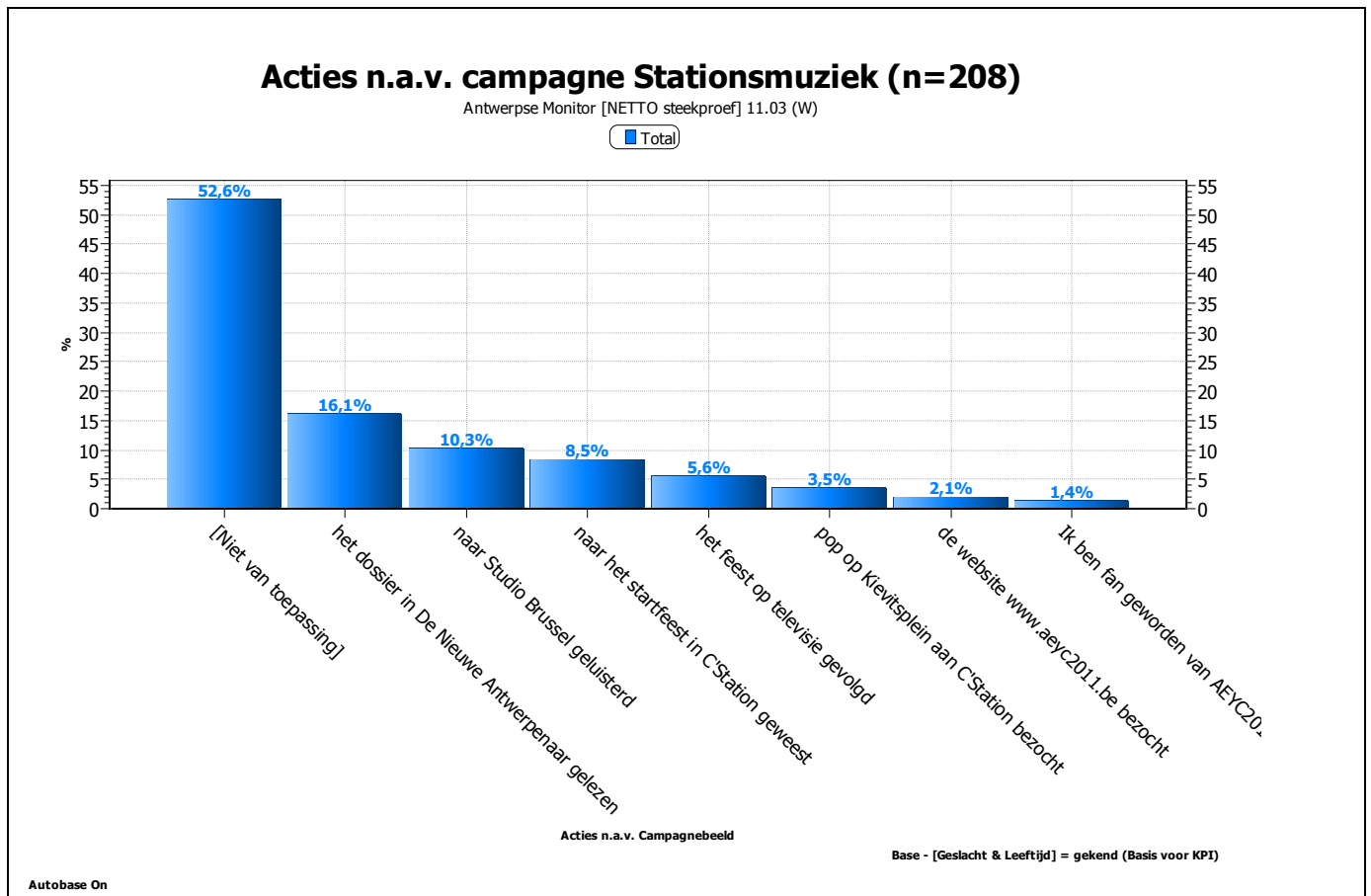
Van diegenen die het beeld herkend hebben, heeft 47% het op affiches op straat gezien. 40% weet niet meer van waar hij het beeld kent. Een 16% zag het op affiches in gebouwen.

Grafiek 128: waar beeld Club Centraal gezien



Iets meer dan 50% van de respondenten ondernam geen specifieke actie naar aanleiding van deze campagne. Een 16% heeft het artikel in De Nieuwe Antwerpenaar over AEYC gelezen; 10% heeft naar Studio Brussel geluisterd en 8,5% is naar het startfeest van Antwerpen Jongerenhoofdstad in het Centraal Station geweest.

Grafiek 129: acties n.a.v. campagne Club Centraal



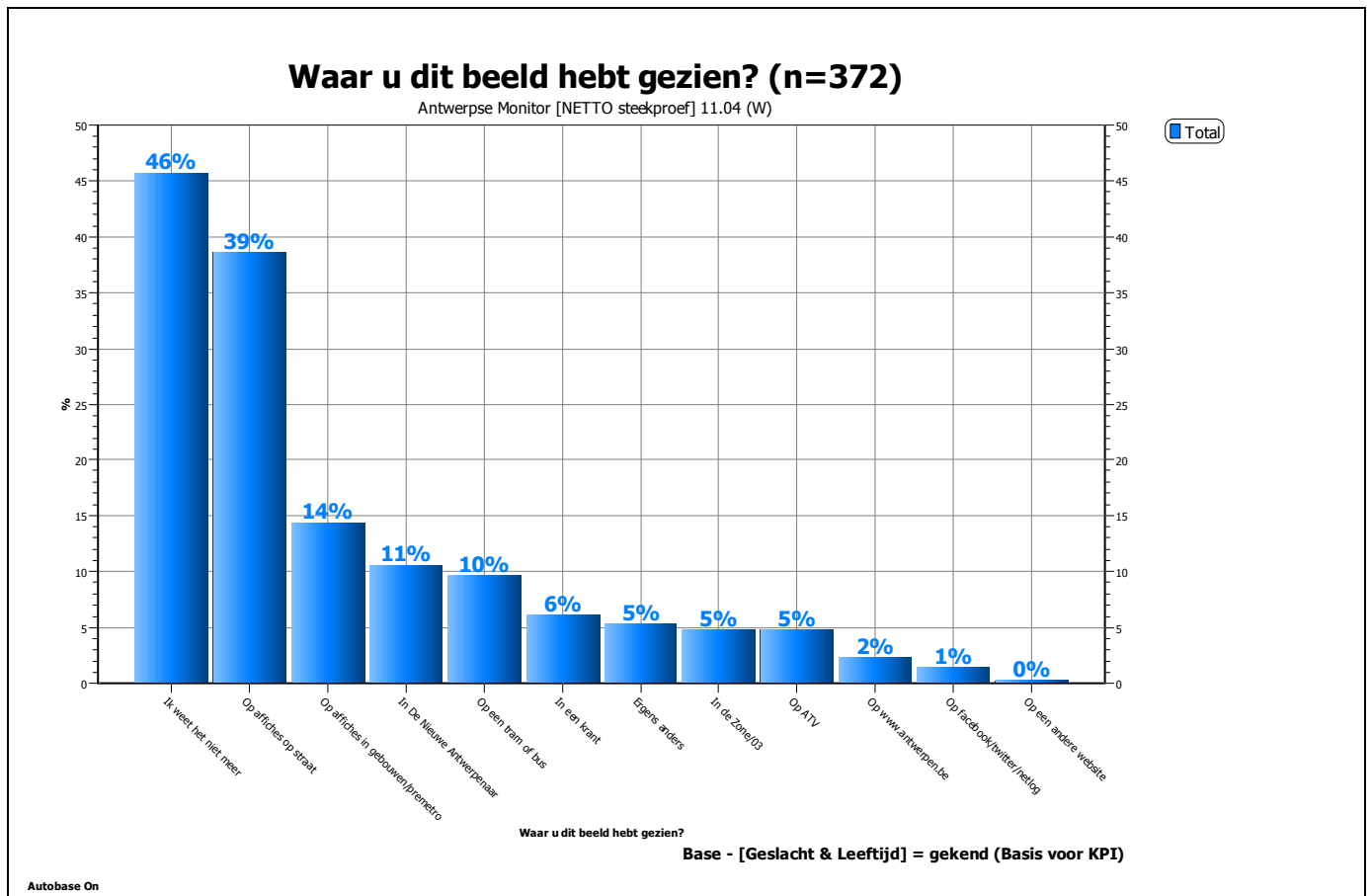
6.3.4 Campagne De Blauwe Lijn

De campagne bestond uit vier verschillende beelden.



33% van de respondenten herinnert zich één of meer van deze beelden gezien te hebben. 46% herinnert zich niet meer waar hij het beeld gezien heeft. 39% zag de campagne op affiches op straat, 14% op affiches in gebouwen/premetro en 11% in De Nieuwe Antwerpenaar.

Grafiek 130: waar beeld Blauwe Lijn gezien



6.3.5 Campagne Antwerpen is 100% jong, ook deze zomer (AEYC)

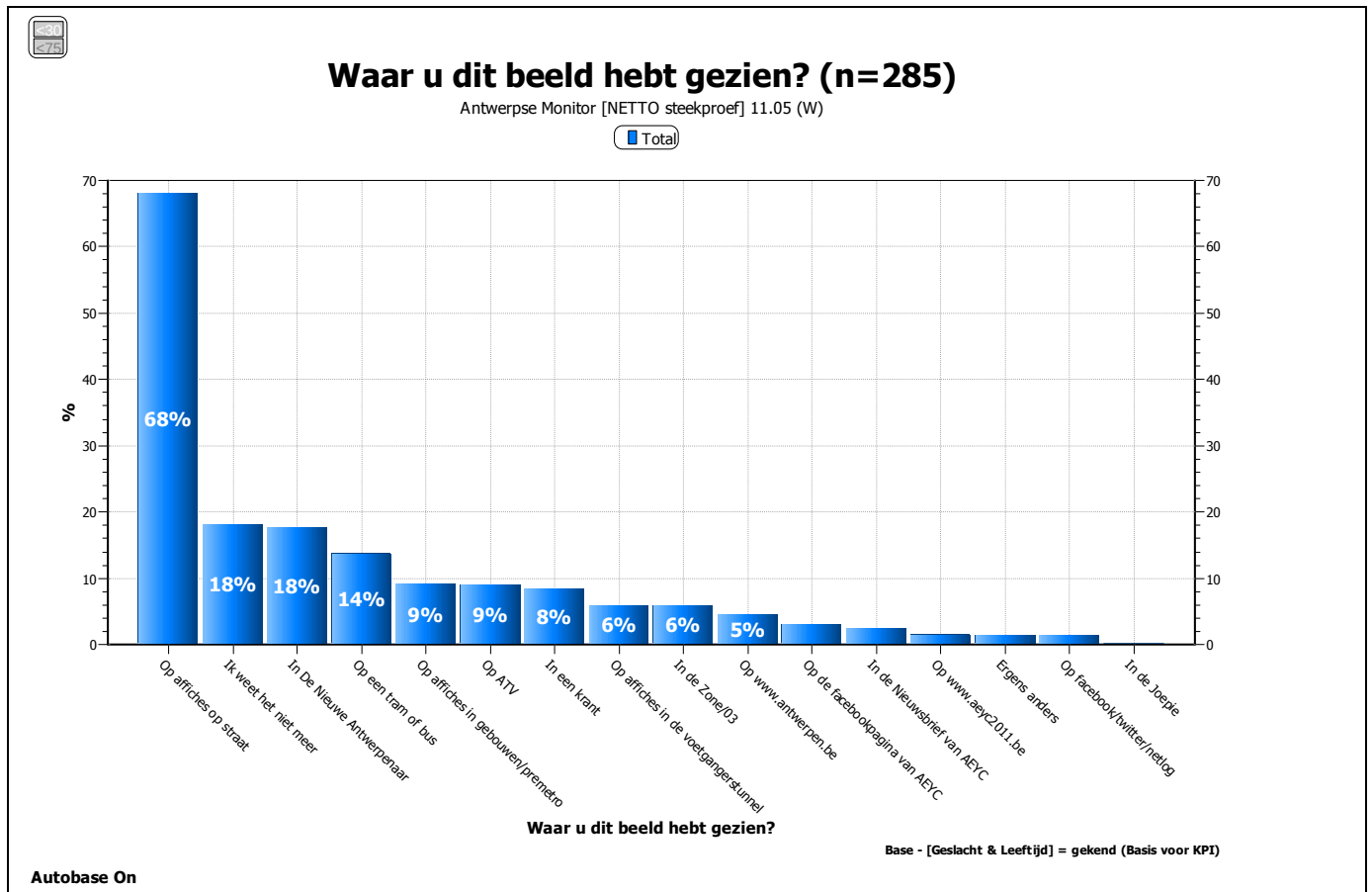
Ook deze campagne bestond uit verschillende beelden.



42% van de respondenten zag één of twee van de beelden. Vooral het beeld met de oudere man is het meest gezien (36% t.o.v. 27% dat het beeld met de jongere zag).

Opnieuw staan de affiches op straat op kop qua plaats waar de beelden werden gezien: 68%. 18% weet niet meer waar hij de beelden zag, 18% in De Nieuwe Antwerpenaar en 14% op een tram of bus.

Grafiek 131: waar beeld Antwerpen is 100% jong gezien



Dankzij deze campagne:

- weet 40% dat Antwerpen Jongerenhoofdstad is (gelijk verdeeld over de leeftijden);
- vindt 39% dat er voor jongeren meer te doen is (meer bij 16-25 jarigen, minder bij 46-65 jarigen);
- zegt 21% een positiever beeld te hebben over jongeren (meer bij 16-25 jarigen en bij 66+), 50% is neutraal over deze stelling.

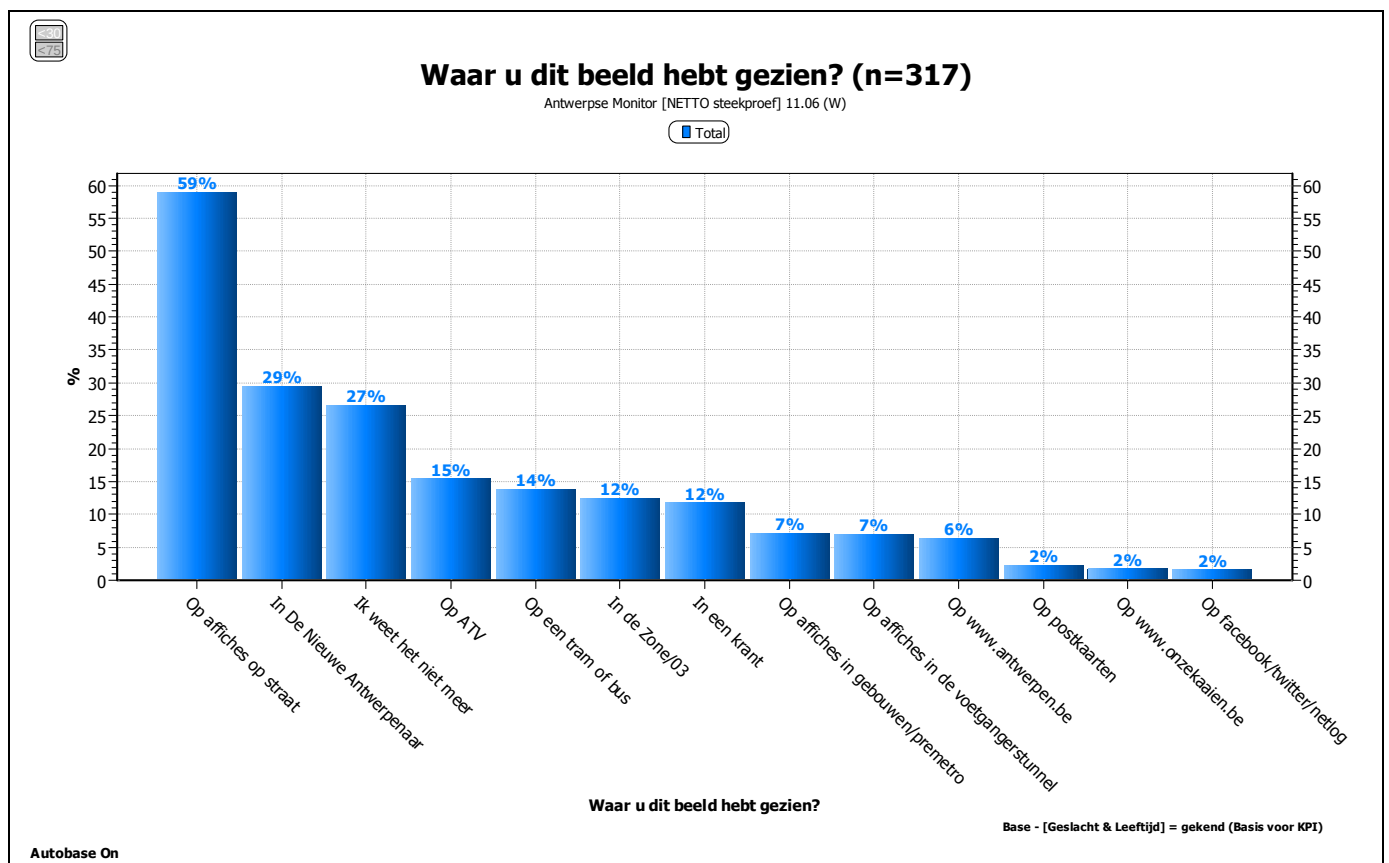
6.3.6 Campagne Deze zomer is 't op de Kaaien te doen

50% van de respondenten zag het campagnebeeld.

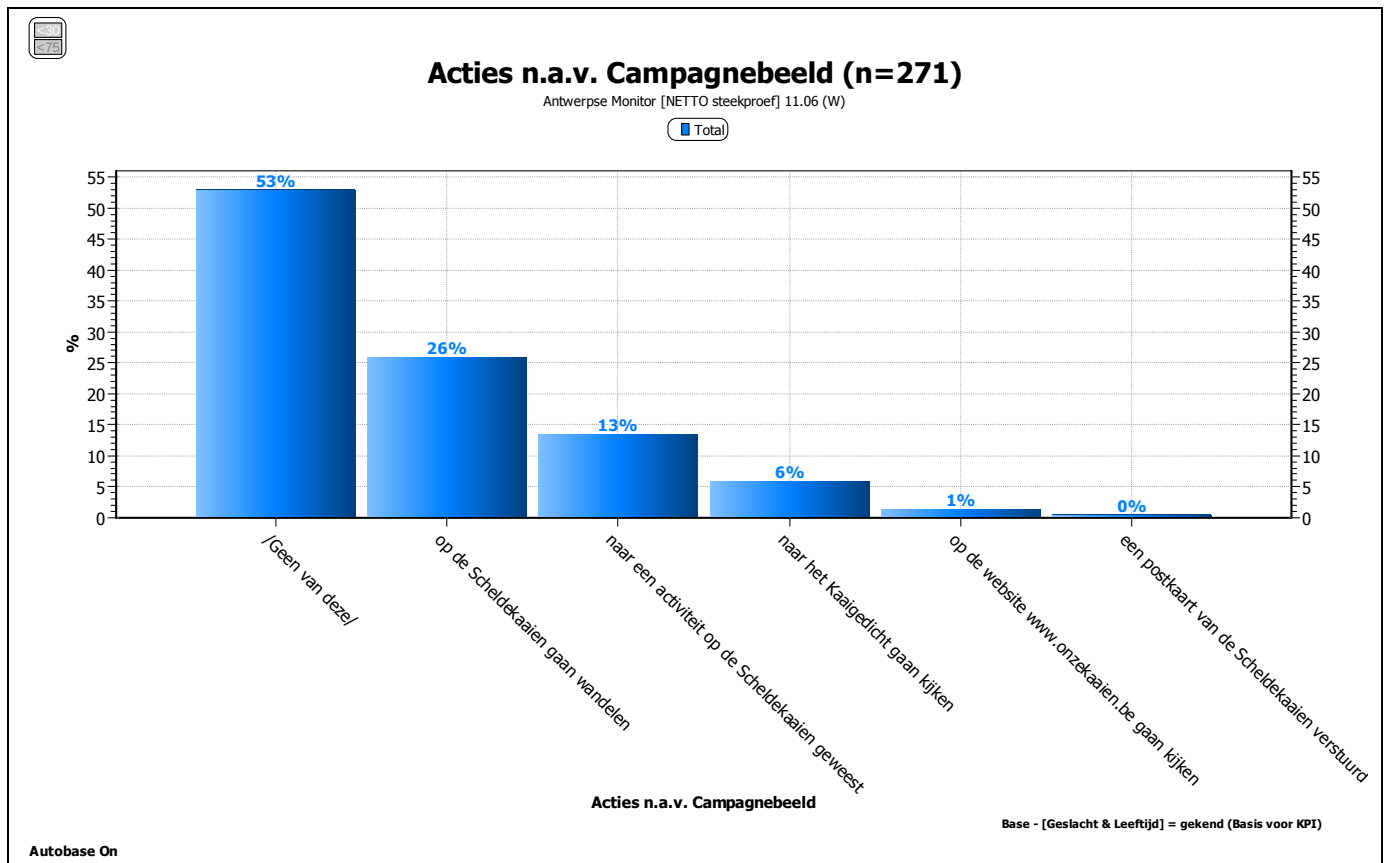


De campagne werd het meest opgemerkt op de affiches op straat en in De Nieuwe Antwerpenaar.

Grafiek 132: waar beeld Kaaien gezien



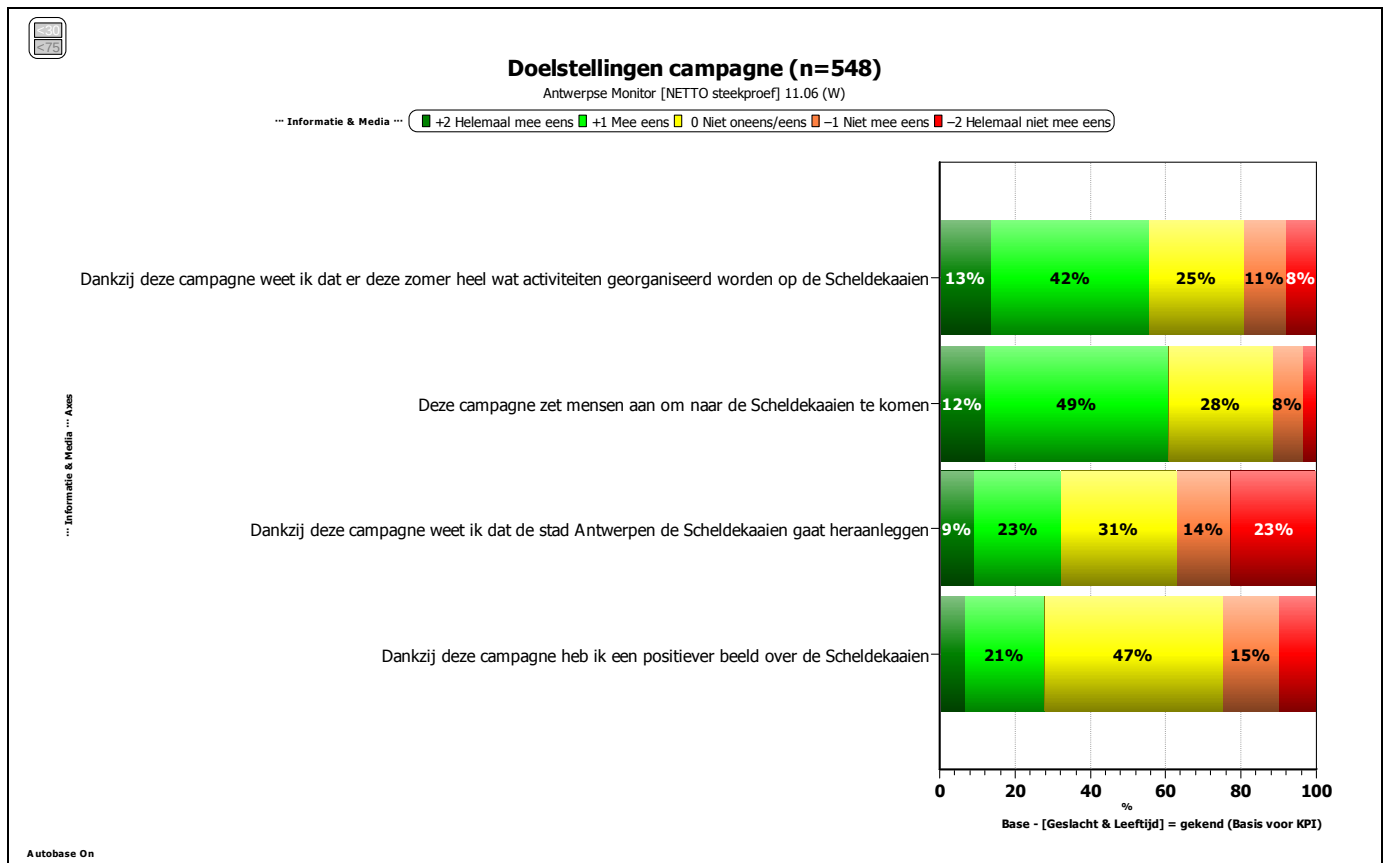
Grafiek 133: acties n.a.v. campagne Kaaien



Ongeveer de helft van de respondenten ondernam geen van de opgesomde acties. 26% ging naar aanleiding van de campagne op de Scheldekaaien wandelen en 13% is naar een activiteit op de Scheldekaaien geweest; 6% is naar het Kaaigedicht gaan kijken.

De respondenten zijn het meeste eens met de stelling 'de campagne zet aan om naar de Scheldekaaien te komen', gevolgd door 'dankzij deze campagne weet ik dat er deze zomer heel wat activiteiten georganiseerd worden op de Scheldekaaien'. Over de stelling of de campagne een positiever beeld geeft over de Scheldekaaien zijn de meningen het sterkst verdeeld.

Grafiek 134: doelstellingen campagne Kaaien

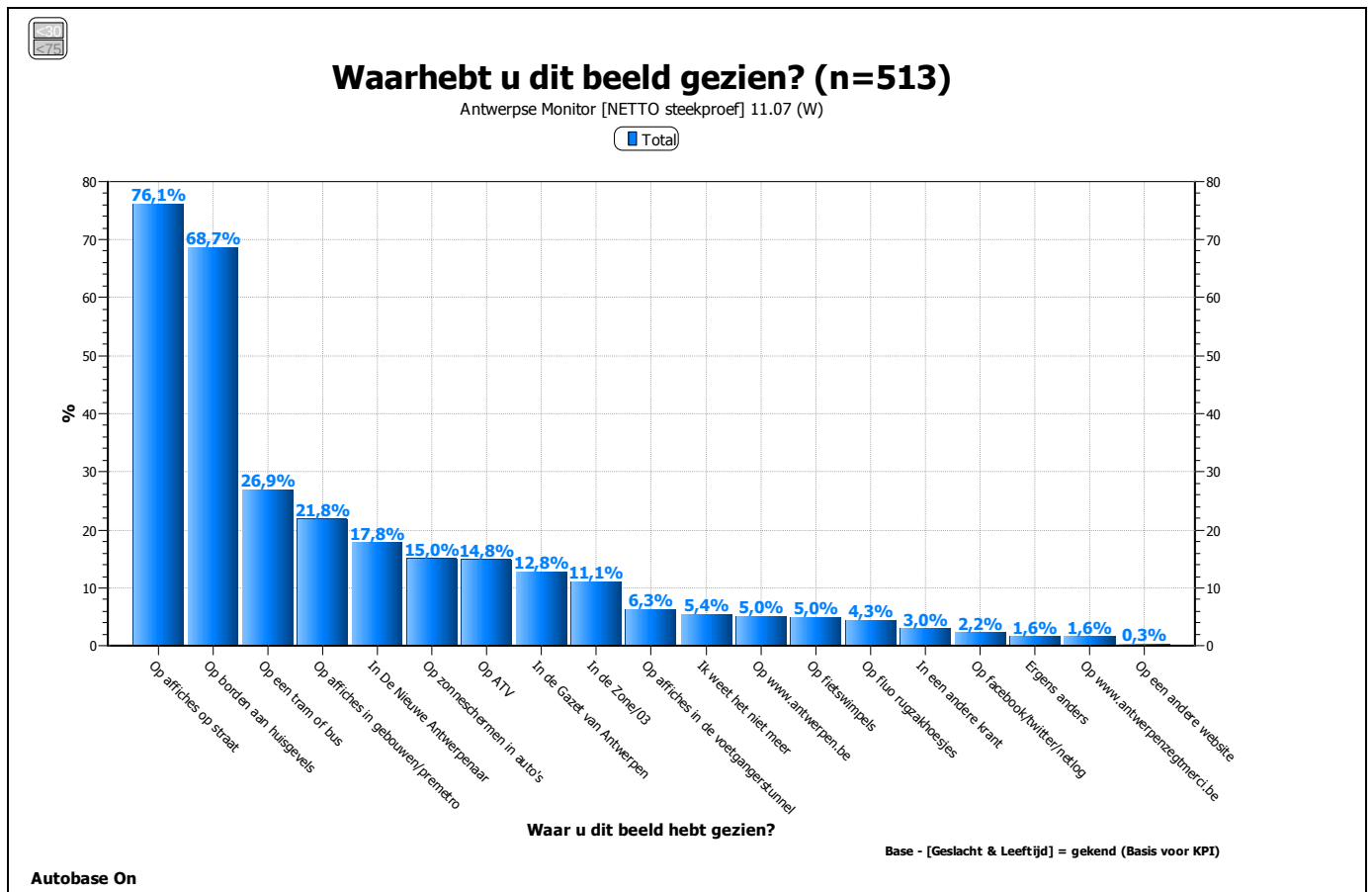


6.3.7 Campagne Merci om trager te rijden

In 2011 werd deze campagne door 92,5% van de respondenten opgemerkt. In 2010 haalde deze campagne een topscore met 98% dat het gezien had. Het verschil tussen de twee campagnes is klein, maar significant.



Grafiek 135: waar beeld Merci om trager te rijden gezien

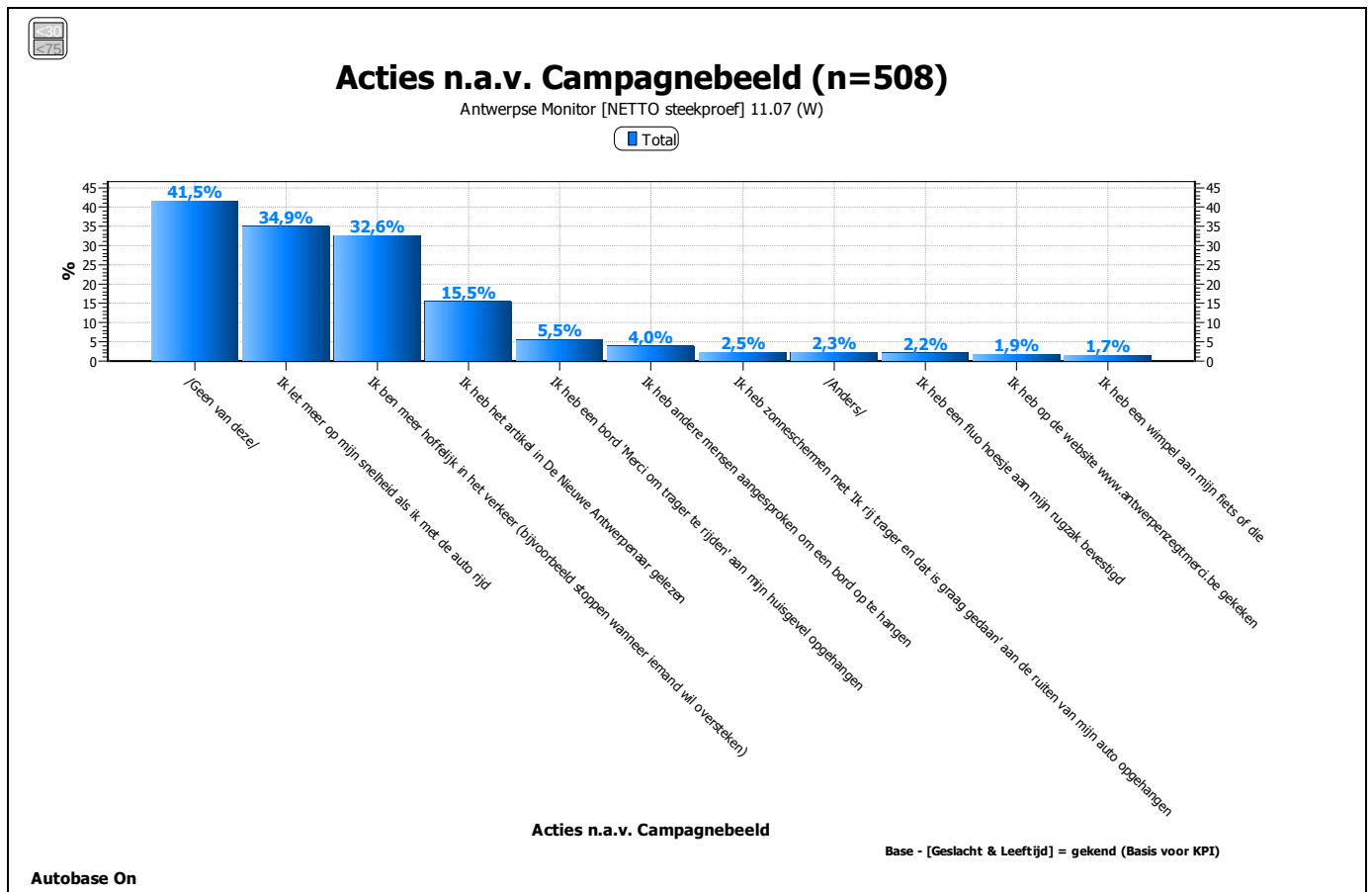


De affiches op straat, de borden aan huisgevels en de beelden op tram of bus scoorden best. Toch ook 15% van de respondenten merkte de zonneschermen in auto's op. De fietswimpels en fluo rugzakhoesjes werden minder gezien (5% en 4,3%).

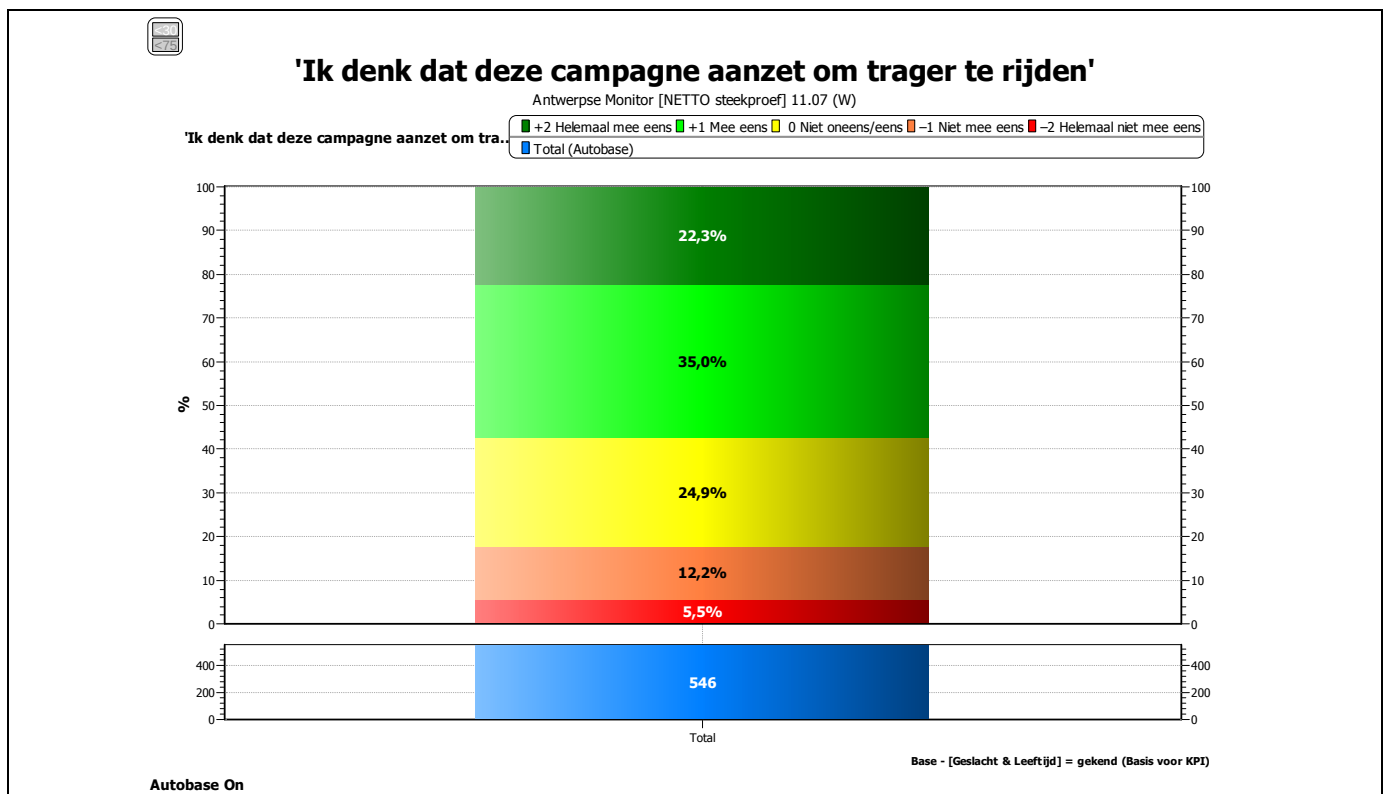
Welke acties hebben respondenten ondernomen n.a.v. de campagne?

Ongeveer 40% ondernam geen van de opgesomde acties. Een derde zegt meer op zijn snelheid te letten en meer hoffelijk te zijn in het verkeer.

Grafiek 136: acties n.a.v. campagne Merci om trager te rijden



Grafiek 137: doelstelling campagne Merci om trager te rijden



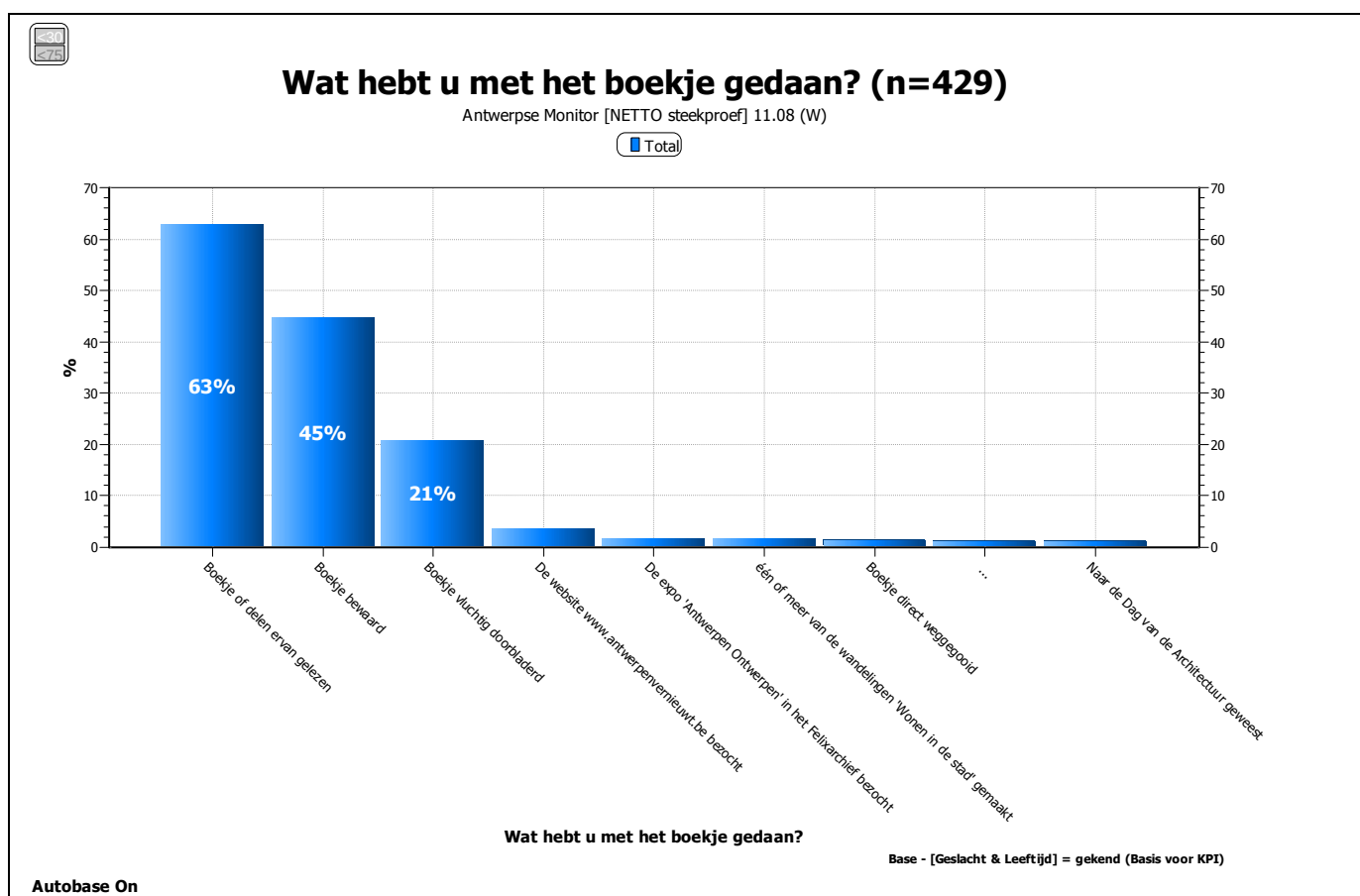
Iets meer dan de helft van de respondenten is het ermee eens dat deze campagne aanzet om trager te rijden. Bijna 20% denkt van niet.

6.3.8 Campagne 't Stad, we werken eraan

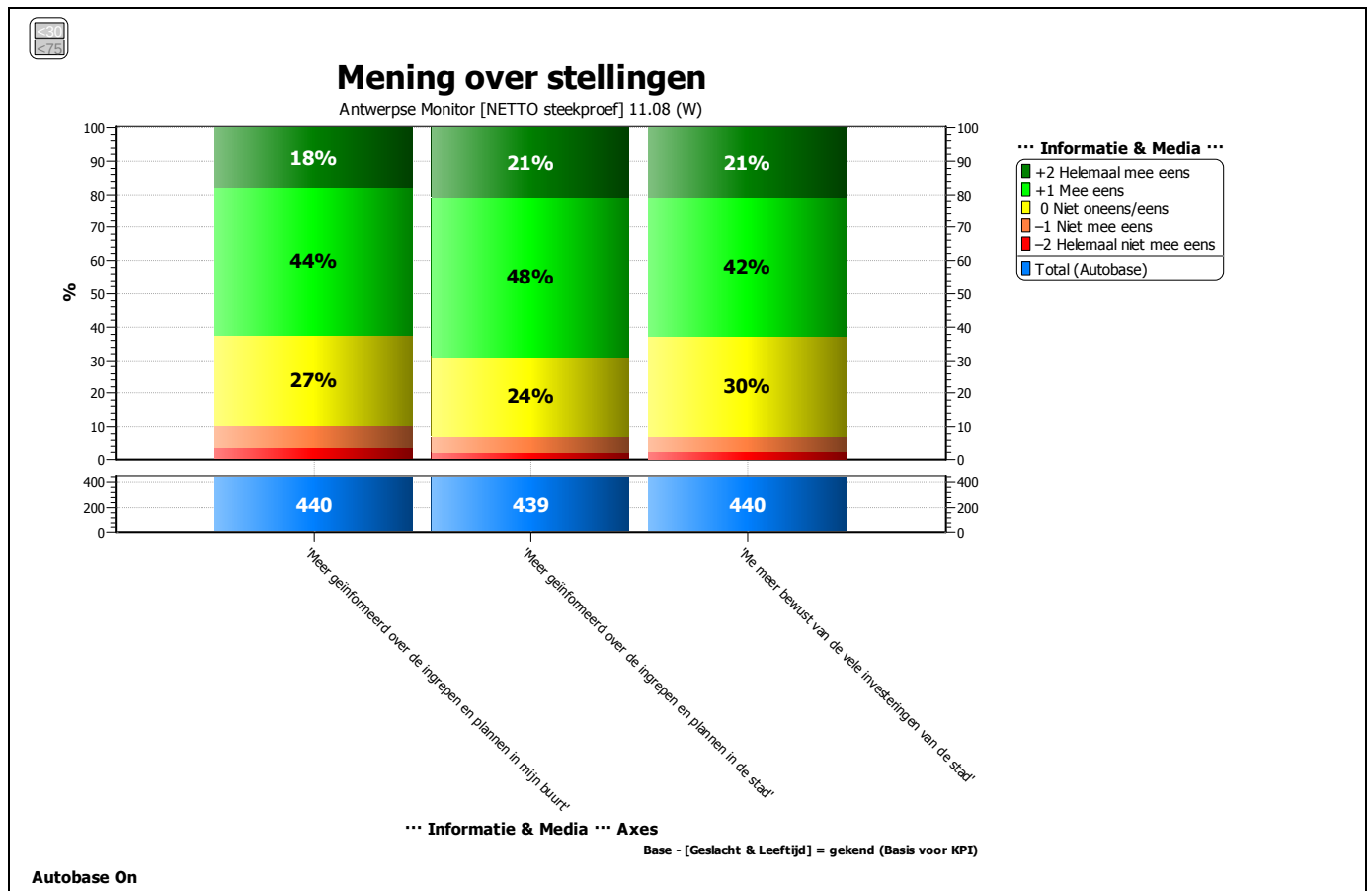


64% van de respondenten heeft het boekje opgemerkt. Daarvan heeft 63% het boekje of delen ervan gelezen; 45% heeft het bewaard en 21% vluchtig doorbladerd.

Grafiek 138: wat met boekje 't Stad we werken eraan gedaan



Grafiek 139: doelstellingen 't Stad we werken eraan



Een 70% vindt dat hij dankzij dit boekje meer geïnformeerd is over de ingrepen en plannen in de stad. Ongeveer 60% vindt zich meer geïnformeerd over de ingrepen en plannen in zijn buurt, en is zich dankzij het boekje meer bewust van de vele investeringen van de stad.

6.3.9 Appreciatie campagnes

Van alle campagnes meten we de 'likeability' of de mate waarin de respondenten de campagne appreciëren, wat de attitude van de respondent is tegenover de campagne.

Waarom meten we dit?

Marketingcommunicatie vertrekt vanuit de theorie van de hiërarchie van de effecten. Hierover bestaan verschillende modellen: AIDA, AIDCA, AETA, ACCA,...

Bij de hiërarchie van de effecten wordt aangenomen dat zaken in een bepaalde volgorde gebeuren.

Volgens deze modellen doorlopen de klanten of consumenten drie fasen: een cognitieve, affectieve en conatieve of gedragsmatige fase (denken – voelen – doen).

In de cognitieve fase gaan klanten nadenken, wat leidt tot bekendheid met en kennis over het merk, de dienst of het product. In de affectieve fase komt er een gevoelsmatige respons en wordt er een bepaalde attitude gevormd. De gedragsmatige fase verwijst naar het ondernemen van een bepaalde actie.

Dit proces meten we aan de hand van zes items die een indicatie geven van de score van de campagne of communicatie uiting op elk van deze drie niveaus³:

³ Gevalideerd in het Gouden Gluon onderzoek van 1998 en 1999.

- cognitief: duidelijk en informatief ;
- affectief: origineel en goed gemaakt;
- conatief of gedragsmatig: nuttig en zinvol.

Per campagne kunnen we dus zeggen in welke mate ze scoort op elk van deze drie niveaus en door de gemiddelde scores te vergelijken, kunnen we de campagnes ten opzichte van elkaar benchmarken.

De volgende tabel geeft het overzicht van de gemiddelde scores per campagne weer op elk van de items en niveaus. We geven hier alle campagnes die tot nu toe via de Antwerpse monitor werden gemeten. In het blauw is het gemiddelde van alle campagnes. Een rood cijfer scoort significant lager dan dit gemiddelde, een groen cijfer significant hoger. Een cijfer in zwart wijkt niet significant af van het gemiddelde.

	cognitief		affectief		gedragsmatig	
	duidelijk	informatief	goed gemaakt	origineel	nuttig	zinvol
Totaal (gemiddelde)	0,68	0,57	0,69	0,46	0,49	0,52
Energietoer 2009	0,35	0,49	0,52	0,43	0,66	0,72
Nieuwjaarsdrink 2010	0,89	0,75	0,82	0,52	0,49	0,54
Lopen 2010	0,76	0,53	0,63	0,17	0,57	0,65
Scheldekaaien 2010	0,43	0,33	0,55	0,18	0,34	0,36
Vooruit MAS! 2010	0,42	0,36	0,58	0,46	0,20	0,27
Tall Ships Races 2010	0,81	0,67	0,95	0,66	0,42	0,53
Bollekesfeest 2010	0,63	0,53	0,77	0,51	0,28	0,39
Merci om trager te rijden 2010	1,21	0,88	0,89	0,74	0,81	0,80
Cinema Valentijn 2011	0,64	0,59	0,52	0,19	0,25	0,28
Startfeest AEYC 2011	0,35	0,43	0,38	0,22	0,33	0,38
Blauwe Lijn 2011	0,71	0,66	0,55	0,34	0,72	0,66
100% Jong 2011	0,22	0,09	0,44	0,46	0,12	0,14
Kaaen 2011	0,52	0,42	0,62	0,43	0,47	0,48
Merci om trager te rijden 2011	1,27	0,97	1,05	0,99	0,99	0,97
't Stad, we werken eraan 2011	0,94	0,98	0,99	0,69	0,89	0,86

De campagnes die op alle niveaus hoger scoren dan gemiddeld, zijn:

- Merci om trager te rijden 2010 en 2011
- 't Stad, we werken eraan

Campagnes die over de hele lijn lager scoren dan gemiddeld zijn:

- Scheldekaaien 2010
- Club Centraal, Startfeest AEYC 2011 (bij deze campagne kan dit wellicht verklaard worden doordat deze campagne op een specifieke doelgroep gericht was, jongeren, terwijl deze beoordeeld werd door respondenten van 16 tot 80 jaar).

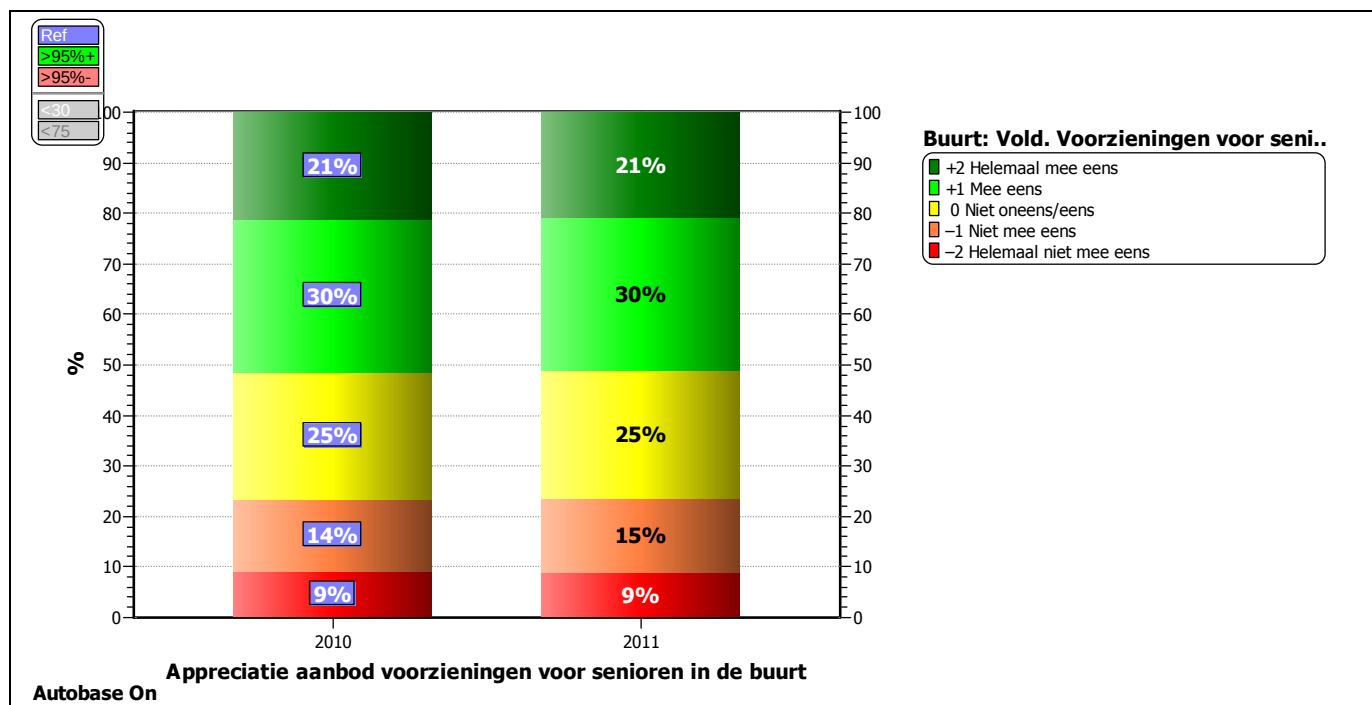
Uiteraard is het vooral belangrijk om een goede score te behalen om dat niveau dat men via de campagne wilde bereiken. Als de doelstelling van een campagne is: de Antwerpenaar informeren, dan is een goede score op het cognitieve niveau belangrijk.

6.4 Maximale toegang tot kwaliteitsvolle gezondheidszorg op maat

6.4.1 Voorzieningen voor senioren op buurtniveau

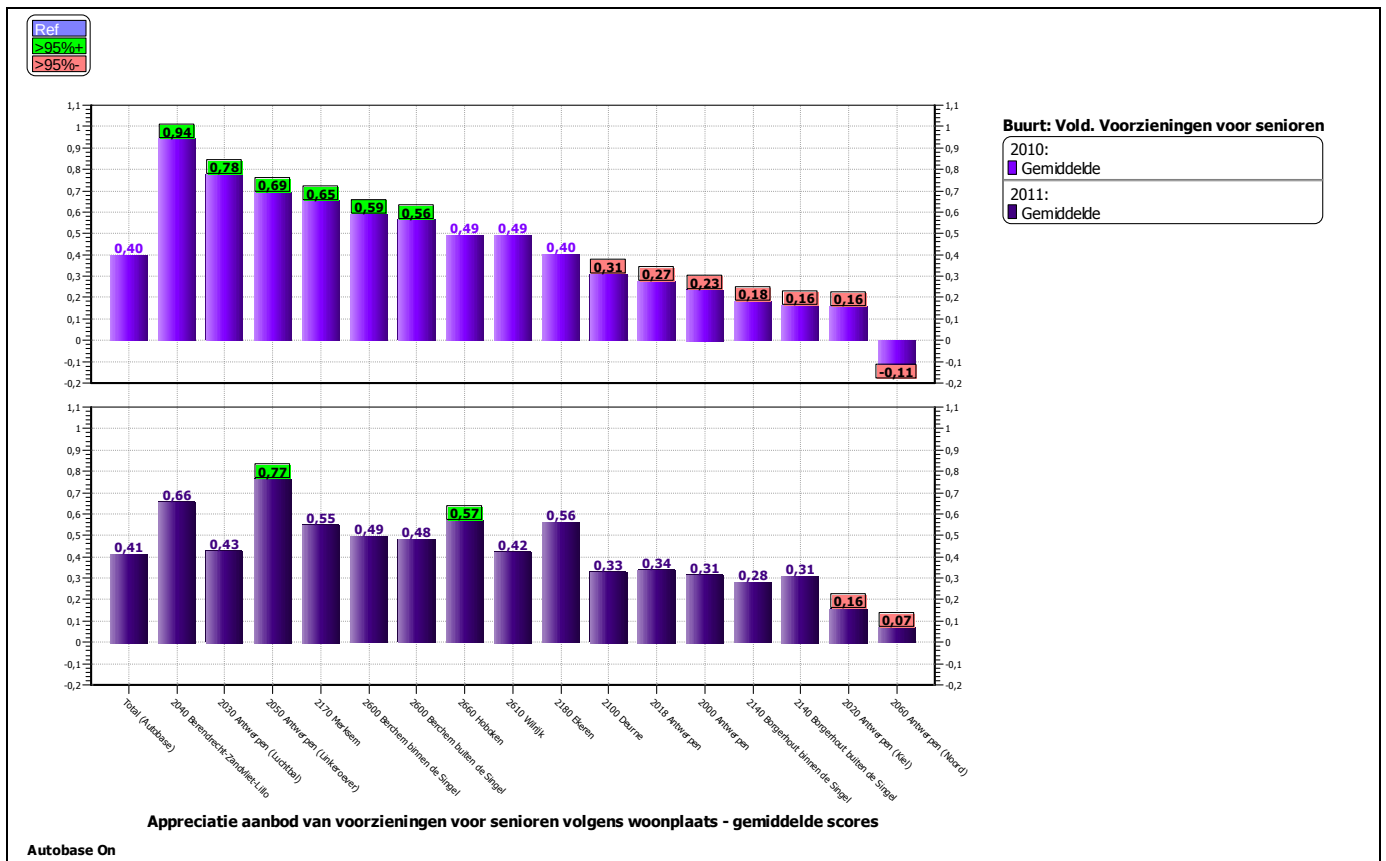
Indien enkel de respondenten met een mening in beschouwing worden genomen, is de helft van de respondenten tevreden met het aanbod voor senioren, één op vier is niet tevreden. We merken geen verschillen tussen het jaar 2010 en 2011.

Grafiek 140 Appreciatie aanbod van voorzieningen voor senioren in de buurt, 2010 en 2011



De volgende grafiek geeft de verschillen weer tussen de postcodes in de stad Antwerpen. In Antwerpen Noord en op het Kiel zijn de respondenten significant minder tevreden over het aanbod aan voorzieningen voor senioren. We zien een positieve evolutie in 2011 bij de respondenten van Borgerhout en 2000 en 2018 Antwerpen. Dankzij een positieve evolutie in de appreciatie van het aanbod bij de respondenten van Hoboken en Linkeroever blijken zij in 2011 significant meer tevreden. Berendrecht-Zandvliet-Lillo en Luchtbal kennen de meest opvallende daling in gemiddelde tevredenheid t.o.v. 2010.

Grafiek 141 Appreciatie aanbod van voorzieningen voor senioren in de buurt volgens woonplaats, 2010 en 2011



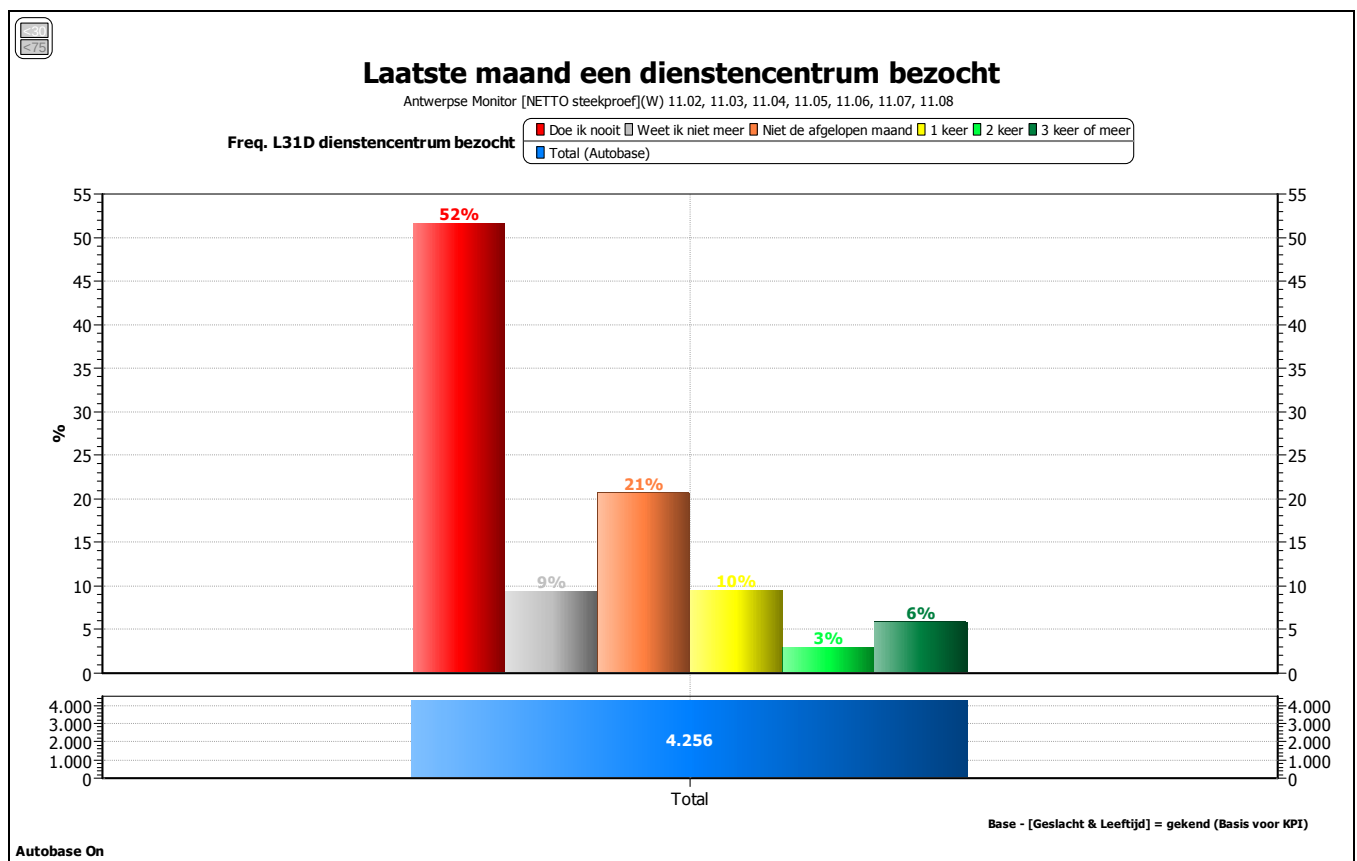
6.4.2 Dienstencentra

Vanaf de tweede golf van 2011 werd een item toegevoegd i.v.m. de vrijetijdsbesteding de laatste maand, namelijk het bezoek van een dienstencentrum.

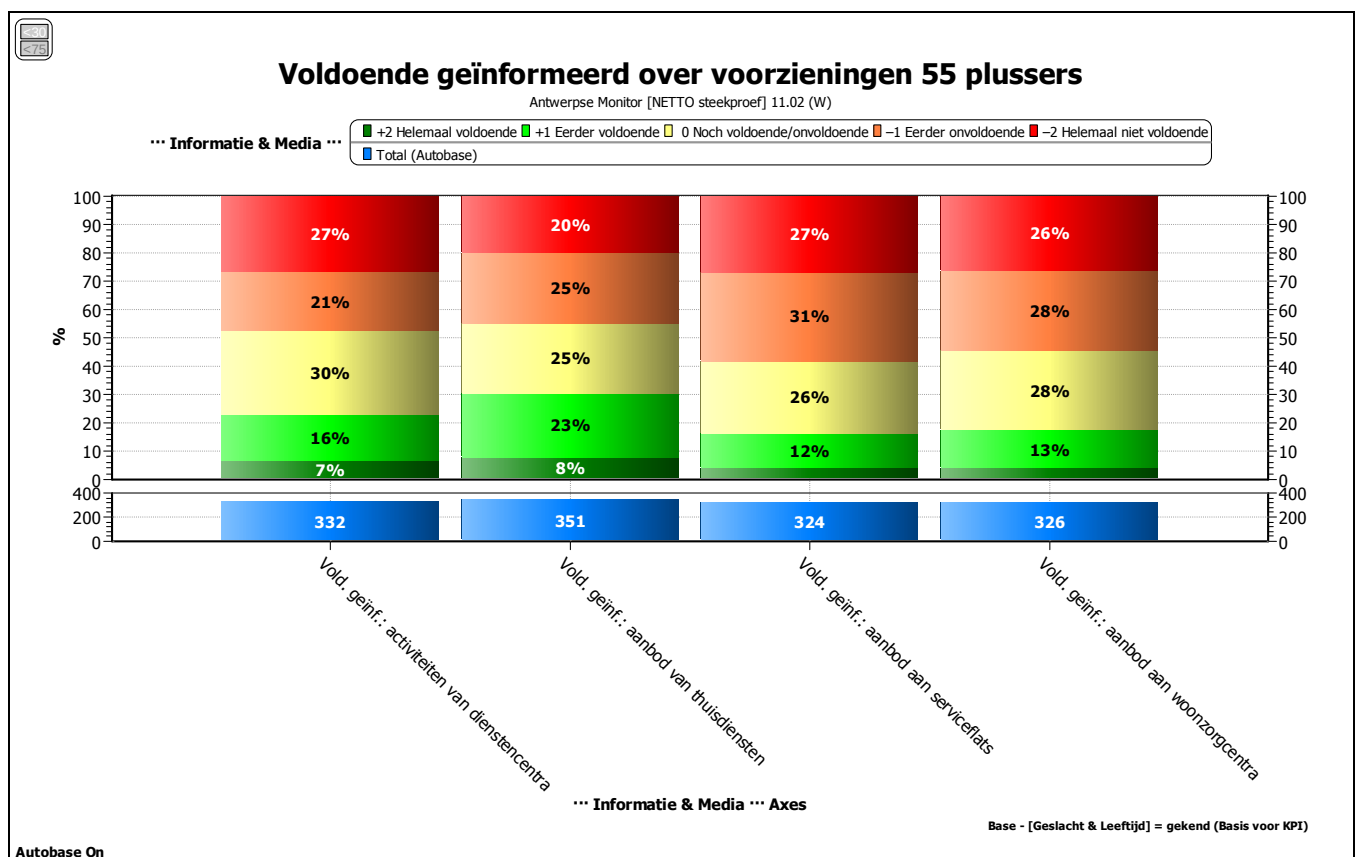
We zien dat de helft van de respondenten nooit een dienstencentrum bezoekt. Ongeveer 19% geeft aan de afgelopen maand minstens één keer een dienstencentrum bezocht te hebben.

In golf 2 werd ook gepeild naar de mate waarin respondenten zich geïnformeerd voelen over een aantal voorzieningen voor 55 plussers. Tussen de 45% en de 58% van de respondenten voelt zich onvoldoende geïnformeerd over de vier items, namelijk activiteiten van dienstencentra, aanbod van thuisdiensten, aanbod van serviceflats en aanbod aan woonzorgcentra. Uiteraard zijn hier verschillen merkbaar naargelang de leeftijd (analyses beschikbaar in ad hoc rapport Dienstencentra).

Grafiek 142: Laatste maand dienstencentrum bezocht



Grafiek 143: voldoende geïnformeerd over voorzieningen voor 55 plussers



6.5 Samen leven in de buurt

In welke mate zijn respondenten het eens met uitspraken over het samen leven in hun buurt? Uit de volgende grafiek lezen we dat een meerderheid positief staat tegenover het wonen in zijn buurt:

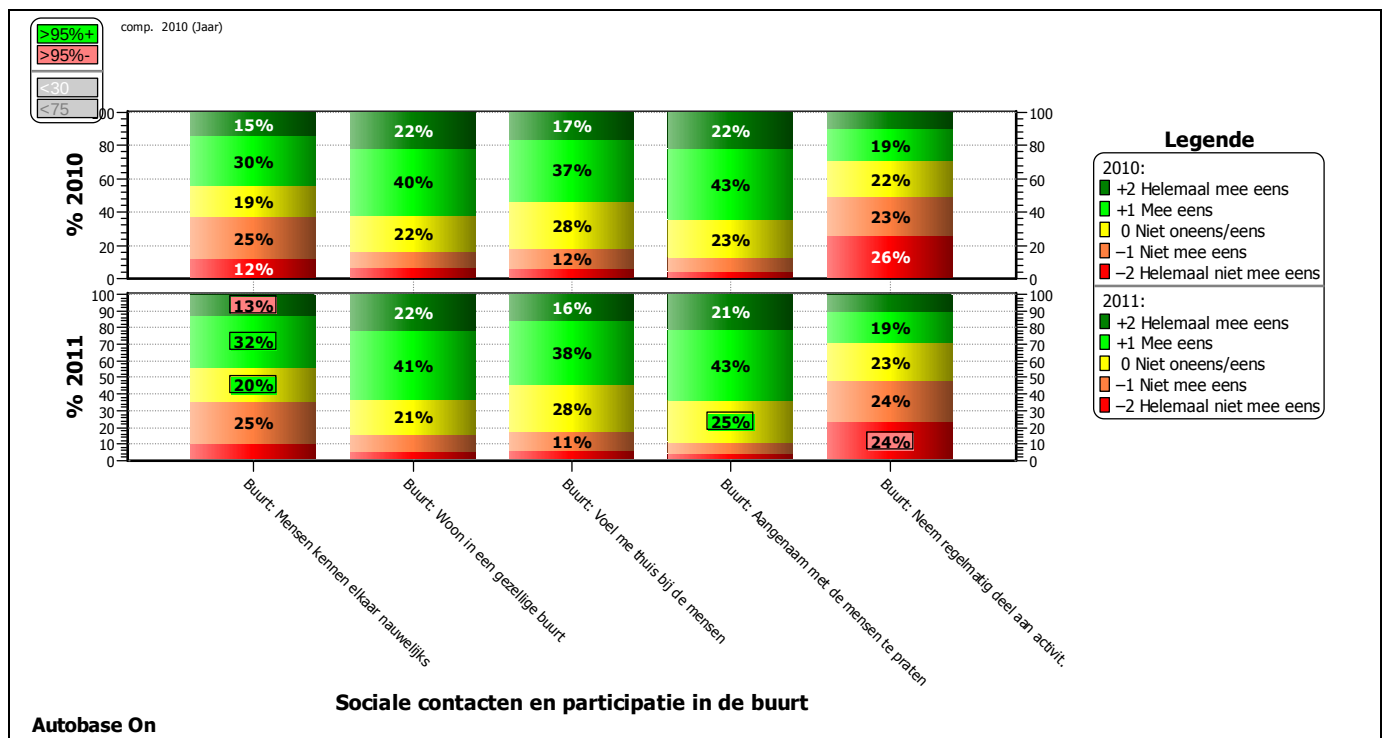
- 64% vindt het aangenaam om met de mensen in zijn buurt te praten, ongeveer 11% is het daar niet mee eens;
- 63% woont in een gezellige buurt, versus ongeveer 17% dat dit niet zo ervaart;
- 54% voelt zich thuis bij de mensen in zijn buurt, 18% niet.

Op dit vlak merken we geen verschillen tussen beide jaren.

45% van de respondenten is van mening dat mensen elkaar nauwelijks kennen, 35% gaat niet akkoord met deze uitspraak. Het aandeel respondenten dat het hiermee helemaal mee eens is, is in 2011 verminderd met 2 procentpunten ten voordele van diegenen die het eens zijn.

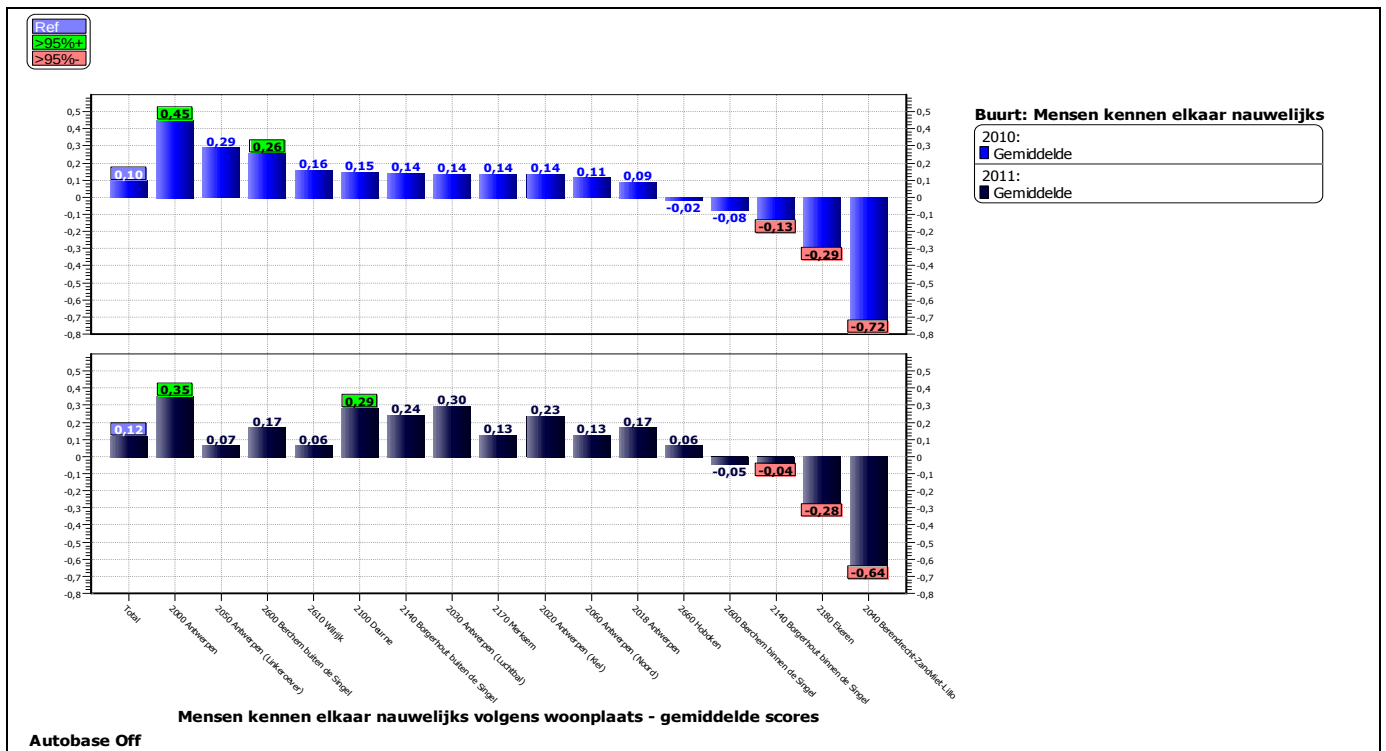
Participatie aan het buurtleven blijft relatief laag: de helft van de respondenten neemt niet regelmatig deel aan activiteiten in zijn buurt. Wel is het aandeel mensen dat helemaal niet participeert, licht afgenomen.

Grafiek 144 Sociale contacten en participatie in de buurt, 2010 en 2011



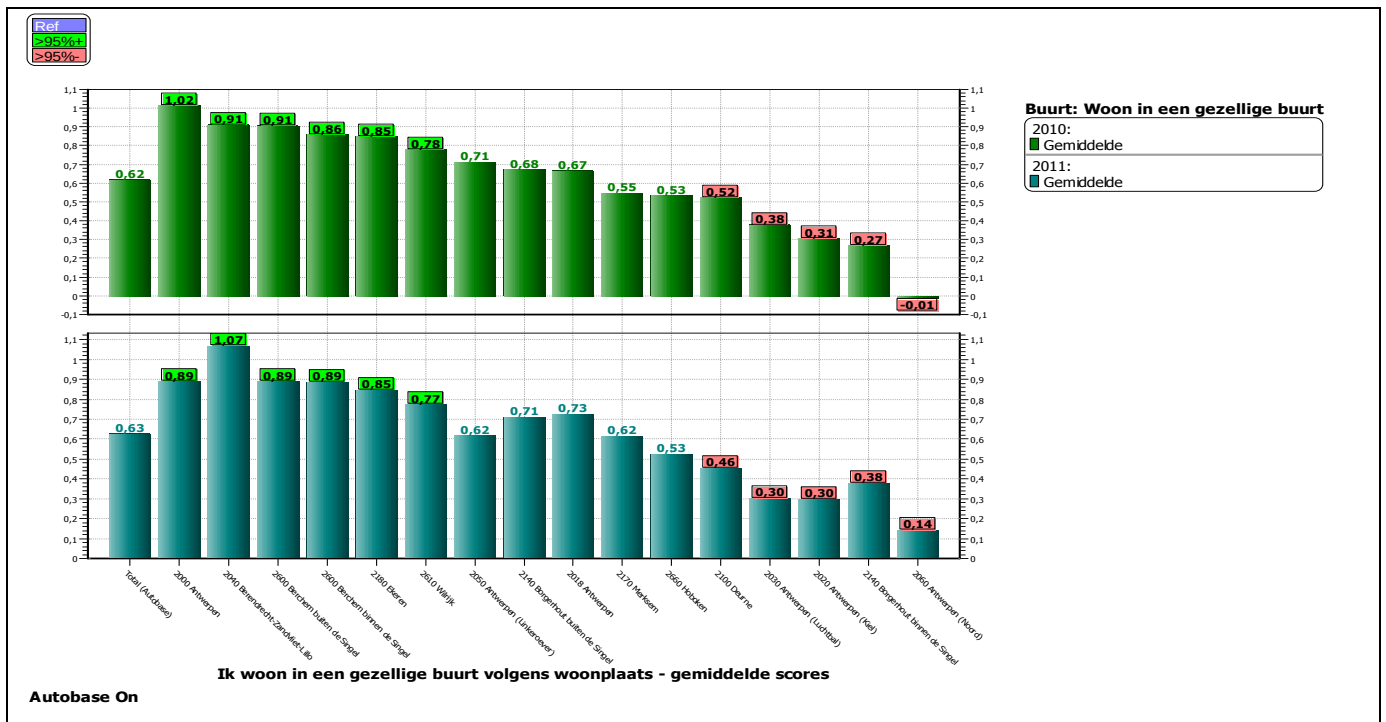
Wanneer we de items uit bovenstaande grafiek apart per postcode bekijken, dan zien we wel wat evoluties. Eerst kijken we naar de mening van de respondenten over de mate waarin mensen elkaar kennen in de buurt. De gemiddelde score blijft iets boven 0, wat erop wijst dat net iets meer respondenten van oordeel zijn dat mensen elkaar nauwelijks kennen dan omgekeerd. Respondenten van de binnenstad (2000 Antwerpen) vinden het vaakst dat mensen elkaar nauwelijks kennen. Het district Deurne evolueert hier duidelijk in negatieve zin. De uiterste randdistricten Berendrecht-Zandvliet-Lillo en Ekeren behalen ook in 2011 nog altijd het beste resultaat. Ook de respondenten van Berchem en Borgerhout binnen de Singel vinden relatief vaak dat mensen elkaar wel kennen.

Grafiek 145 Mensen kennen elkaar nauwelijks in de buurt, volgens woonplaats, 2010 en 2011



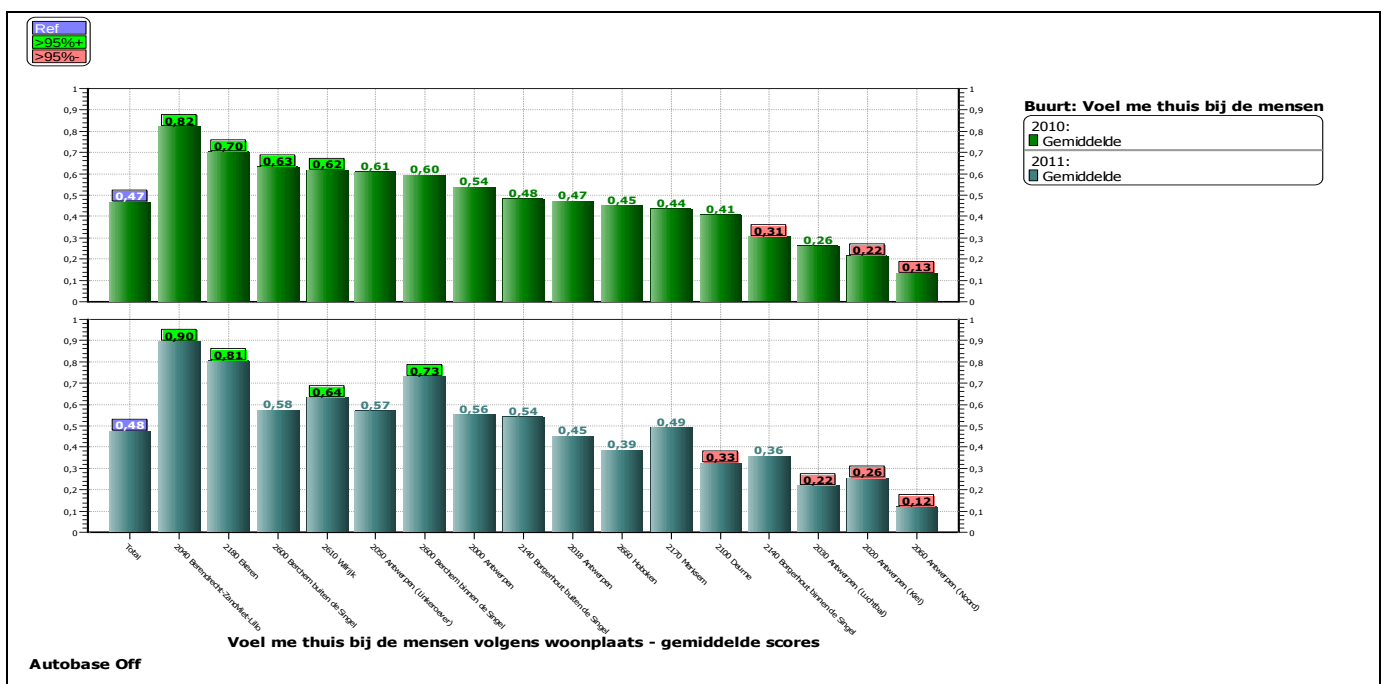
Wat betreft de mening over de gezelligheid van de buurt zien we maar weinig evolutie tussen 2010 en 2011. De respondenten van Berendrecht-Zandvliet-Lillo oordelen het vaakst positief over de gezelligheid en steken 2000 Antwerpen voorbij. Samen met de respondenten uit de districten Berchem, Ekeren en Wilrijk vinden zij significant vaker dat het gezellig wonen is in hun buurt. Antwerpen Noord blijft met voorspong de minst gezellige buurt om te wonen, gevolgd door Antwerpen Kiel en Luchtbal. Borgerhout binnen de Singel gaat er licht op vooruit, maar behoudt een lage score. Het district Deurne sluit de rij van gebieden met een significant lagere score.

Grafiek 146 Ik woon in een gezellige buurt, volgens woonplaats, 2010 en 2011



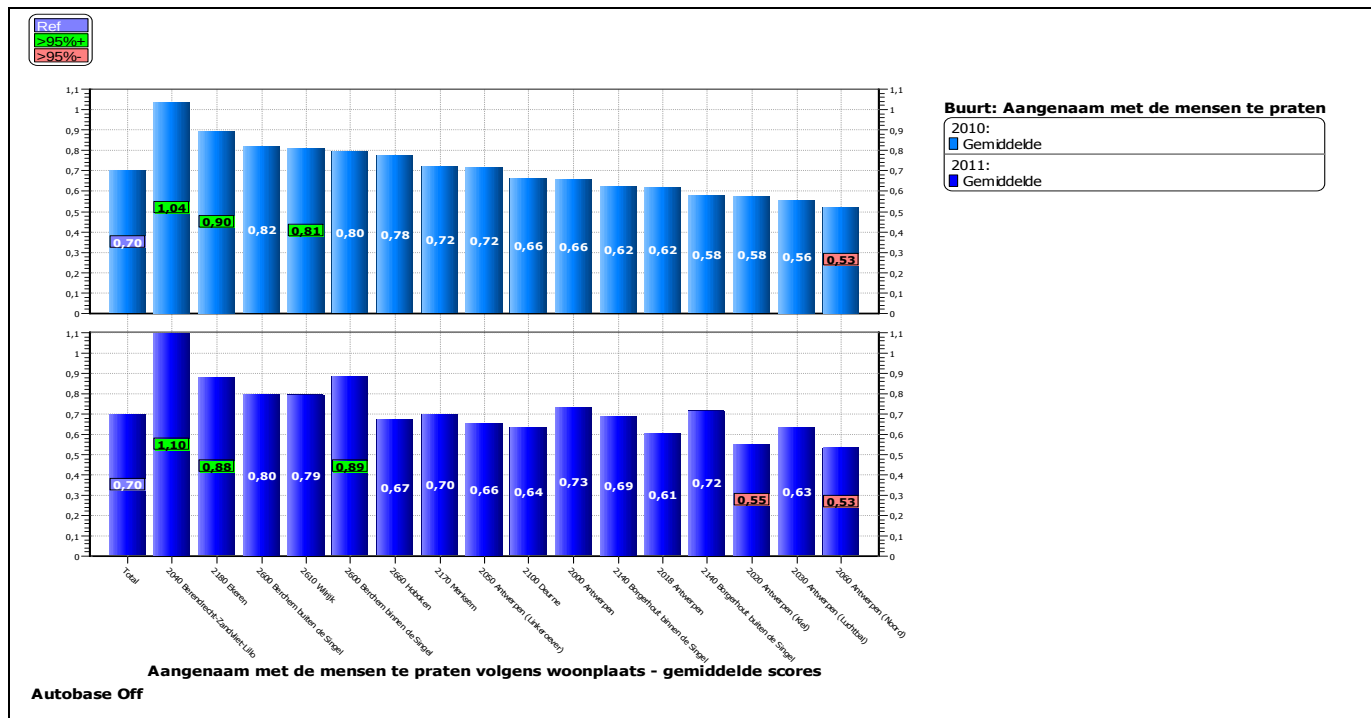
Voor wat betreft het ‘zich thuis voelen bij de mensen’ behouden de districten Berendrecht-Zandvliet-Lillo, Ekeren en Wilrijk in 2011 hun gunstige positie. Berchem binnen de Singel kent een positieve evolutie en scoort significant beter dan gemiddeld in 2011. Opnieuw scoort Antwerpen Noord het minst goed, gevolgd door Antwerpen Luchtbal en Kiel. In tegenstelling tot 2010 behaalt Deurne ditmaal ook een significant lagere score, terwijl Borgerhout binnen de Singel er licht op vooruitgaat.

Grafiek 147 Ik voel me thuis bij de mensen, volgens woonplaats, 2010 en 2011



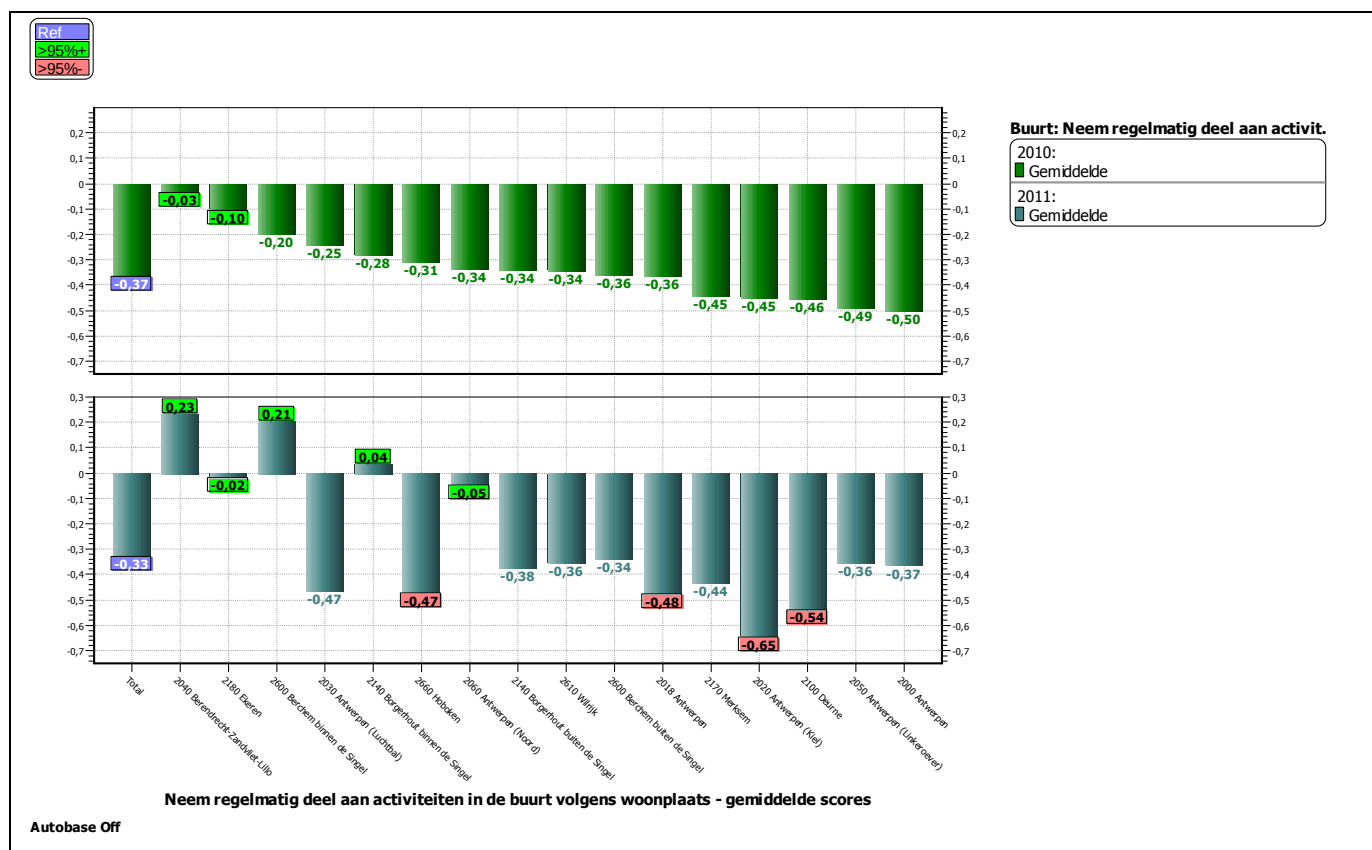
De gemiddelde score blijft over beide jaren precies gelijk. Dit wordt ook weerspiegeld in de afzonderlijke scores per postcode. Alleen zien we een positieve evolutie bij de respondenten van Berchem binnen de Singel en een negatieve evolutie in 2018 Antwerpen en Kiel.

Grafiek 148 Aangenaam om met de mensen te praten in de buurt, volgens woonplaats, 2010 en 2011



De participatiegraad van de respondenten kent daarentegen wel een evolutie t.o.v. 2010. Opvallend is dat er in 2010 een drietal gebieden een positieve gemiddelde score laten optekenen. Bergerhout binnen de Singel maar vooral Berchem binnen de Singel en Berendrecht-Zandvliet-Lillo wijken significant positief af van het gemiddelde. Terwijl de respondenten van 2000 Antwerpen en Linkeroever vaker aangeven regelmatig aan activiteiten in de buurt deel te nemen, zien we dat dit in Deurne en Antwerpen Kiel net niet het geval is. Ook de respondenten van 2018 Antwerpen namen minder vaak aan activiteiten deel in 2011. Een laatste opvallende vaststelling: erg positieve evolutie in Antwerpen Noord.

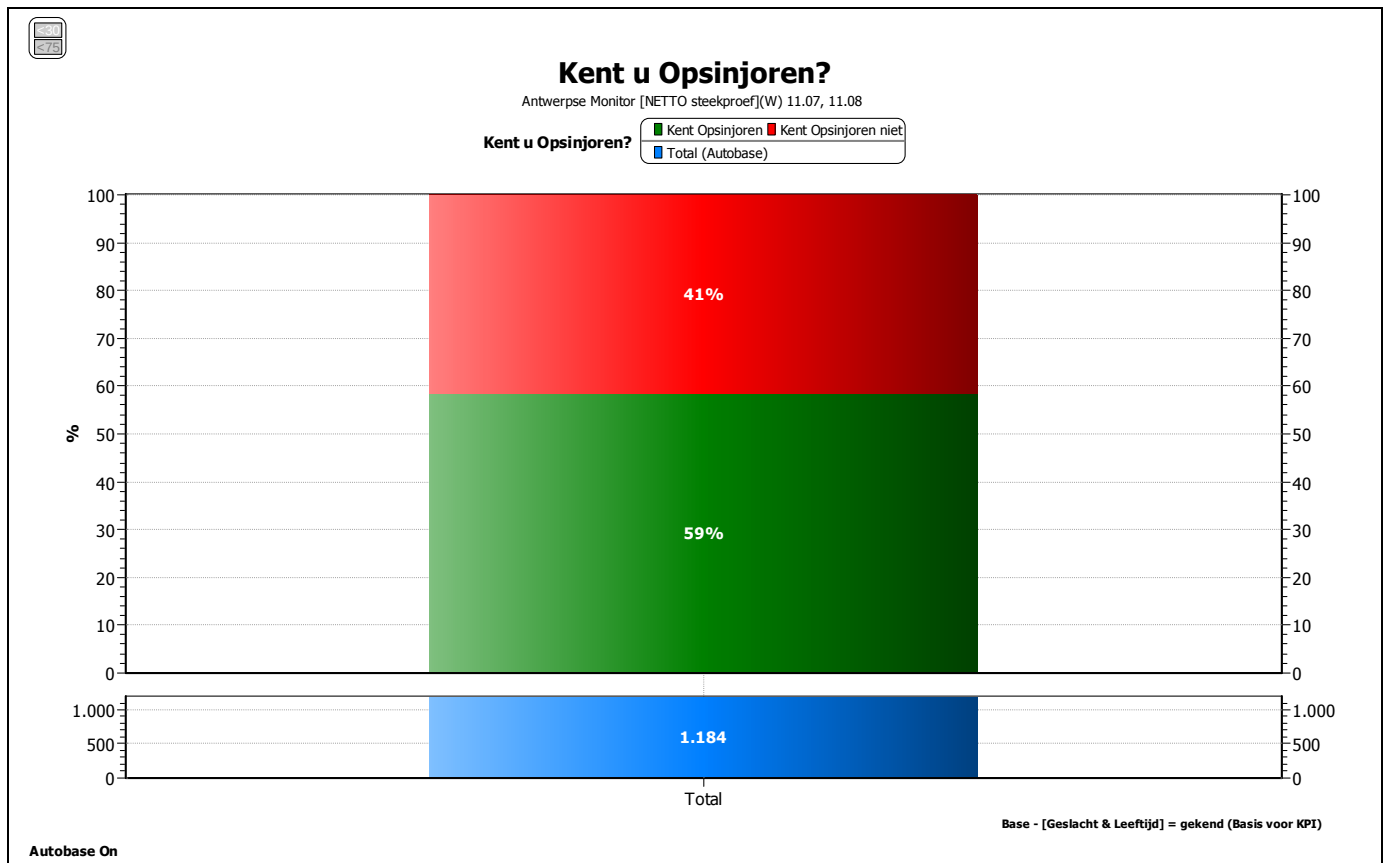
Grafiek 149 Neem regelmatig deel aan activiteiten in de buurt, volgens woonplaats, 2010 en 2011



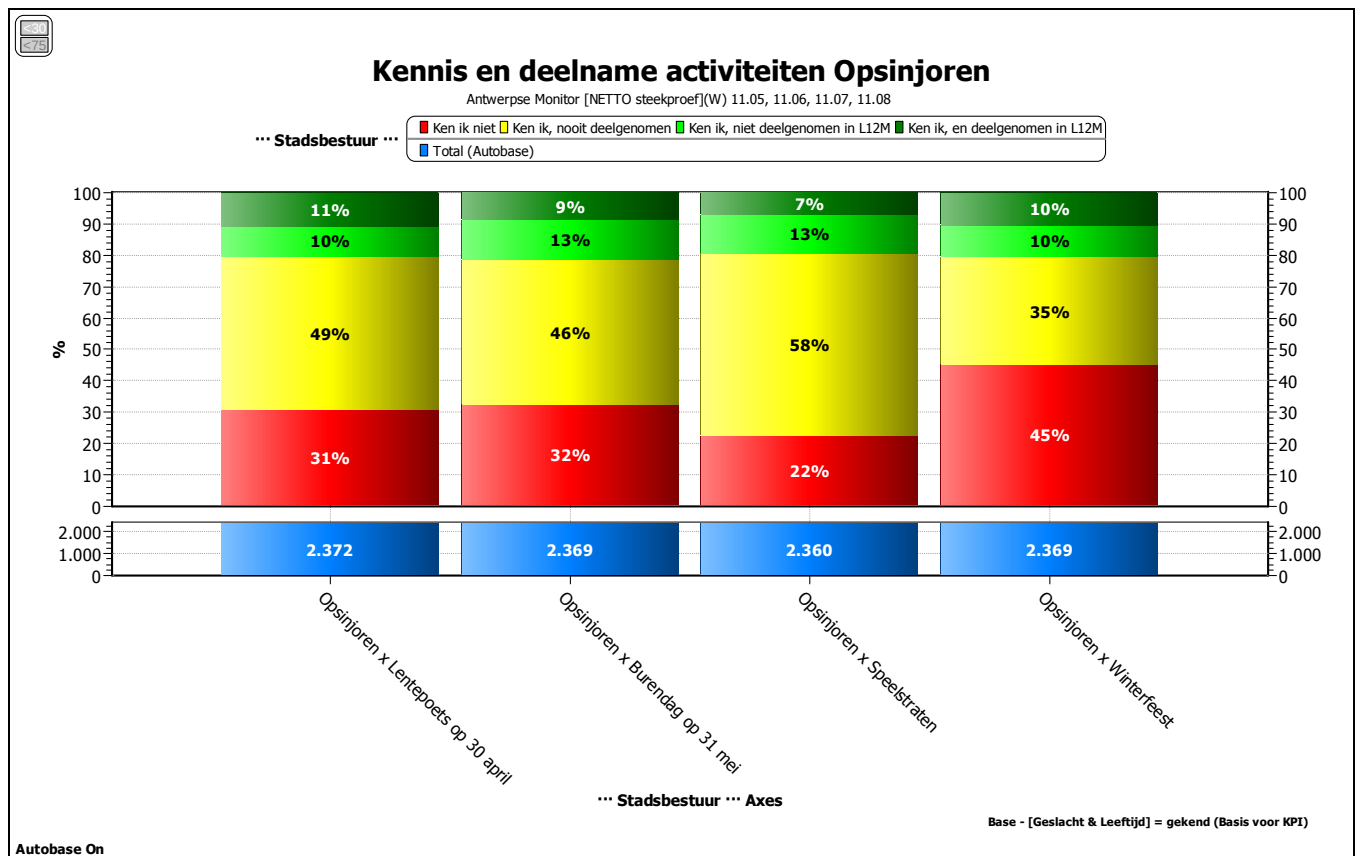
In golf 7 en 8 werd de vraag naar kennis van Opsinoren opgenomen (geholpen via toelichting en logo van Opsinoren). Hieruit blijkt dat 60% van de respondenten Opsinoren kent.

Ongeveer een derde van de respondenten kent de Lentepoets en de Burendag. De meest gekende activiteiten zijn de Speelstraten (slechts 22% kent dit niet). Winterfeest is minder gekend (45% kent dit niet). Verder zien we dat deelname aan de vier evenementen ongeveer gelijk is.

Grafiek 150: kennis Opsinjoren



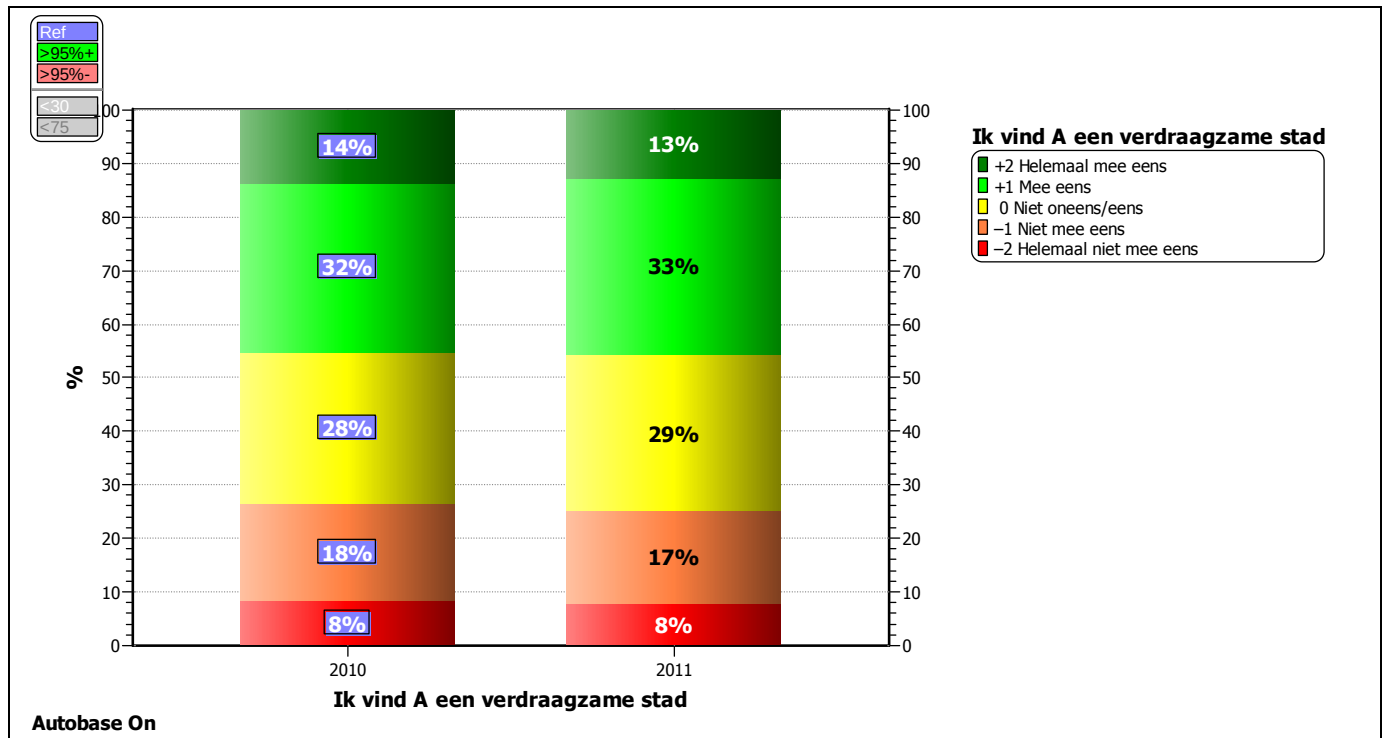
Grafiek 151: kennis en deelname activiteiten Opsinjoren



6.6 Stad Antwerpen, verdraagzame stad?

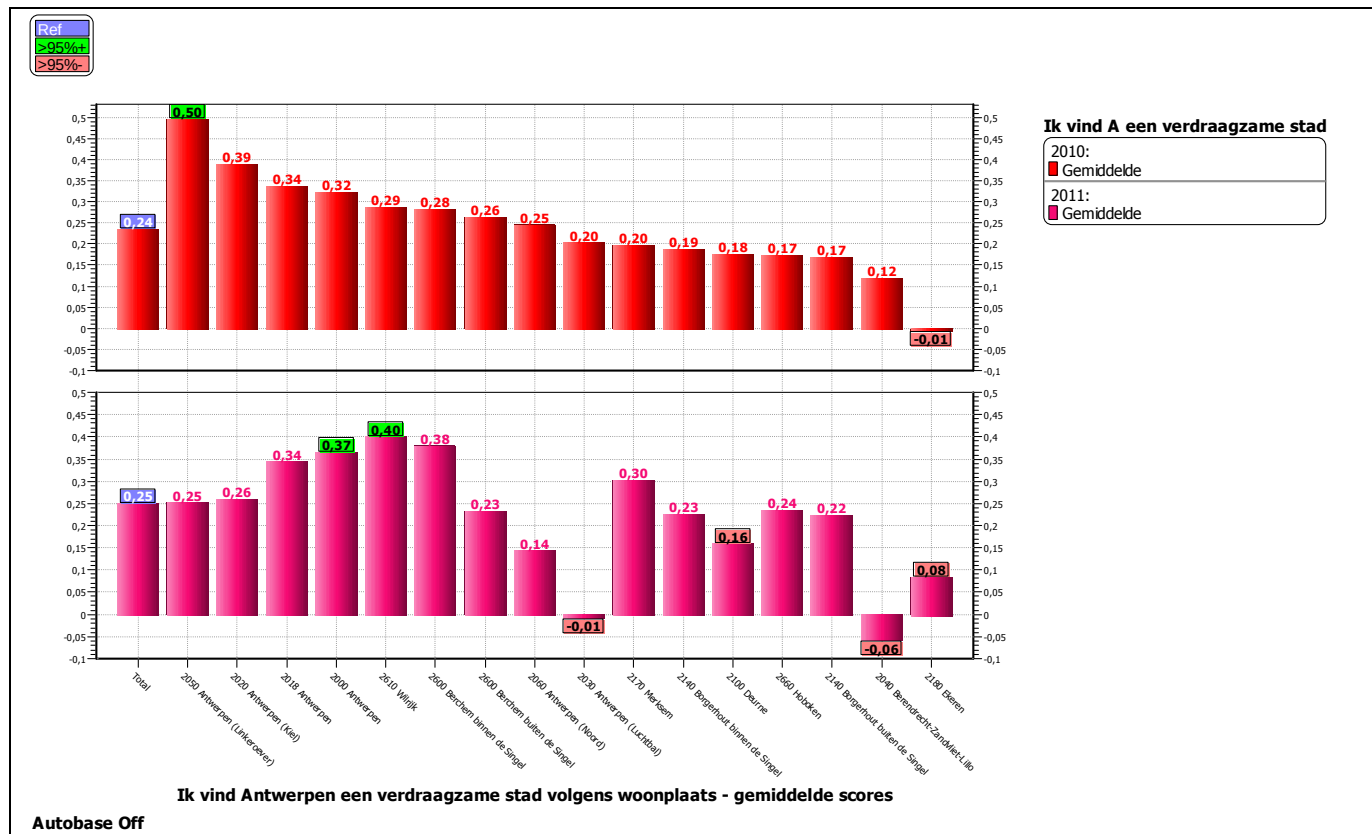
Ongeveer één op vier respondenten vindt Antwerpen geen verdraagzame stad, 46% vindt dit wel. Bijna drie op tien heeft een neutrale mening. We zien geen evolutie over beide jaren heen.

Grafiek 152 Ik vind Antwerpen een verdraagzame stad, 2010 en 2011



Terwijl in 2010 alleen de Ekerse respondenten Antwerpen significant vaker geen verdraagzame stad vinden, is dat in 2011 ook het geval voor de respondenten van Luchtbal, Deurne en Berendrecht-Zandvliet-Lillo. De respondenten van 2000 Antwerpen en Wilrijk hebben opvallend minder problemen met onverdraagzaamheid. Terwijl de respondenten van Linkeroever in 2010 veruit het vaakst de stad verdraagzaam vonden, is dat in 2011 gedaald tot op het Antwerpse gemiddelde.

Grafiek 153 Ik vind Antwerpen een verdraagzame stad, volgens woonplaats, 2010 en 2011



Hoofdstuk 7: Een goed georganiseerde en bestuurd stad

Gekoppelde strategische doelstellingen:

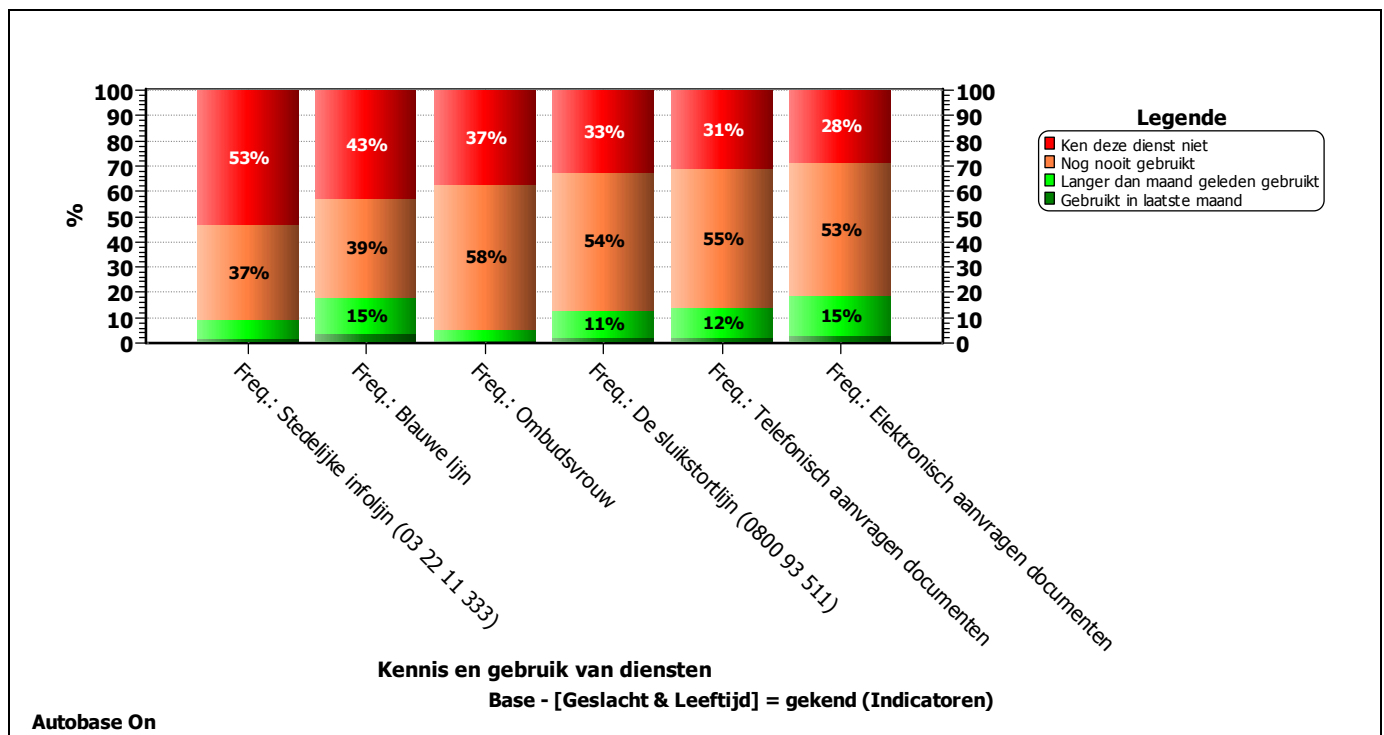
- MC02: door zich te profileren als een sterk merk streeft de stad naar een maximale positieve beeldvorming over Antwerpen als de meest aantrekkelijke leefomgeving voor wie er woont, werkt of op bezoek komt.
- DL01: de stad en het OCMW garanderen een kwaliteitsvolle, klantvriendelijke dienstverlening op maat van en dicht bij iedere burger via één geïntegreerd dienstverleningsnetwerk en in samenwerking met derden.

Hier kijken we tot slot nog naar de kennis en het gebruik van enkele algemene vormen van stedelijke dienstverlening en de waardering van het stadsbestuur in het algemeen.

7.1 Kennis en gebruik diensten

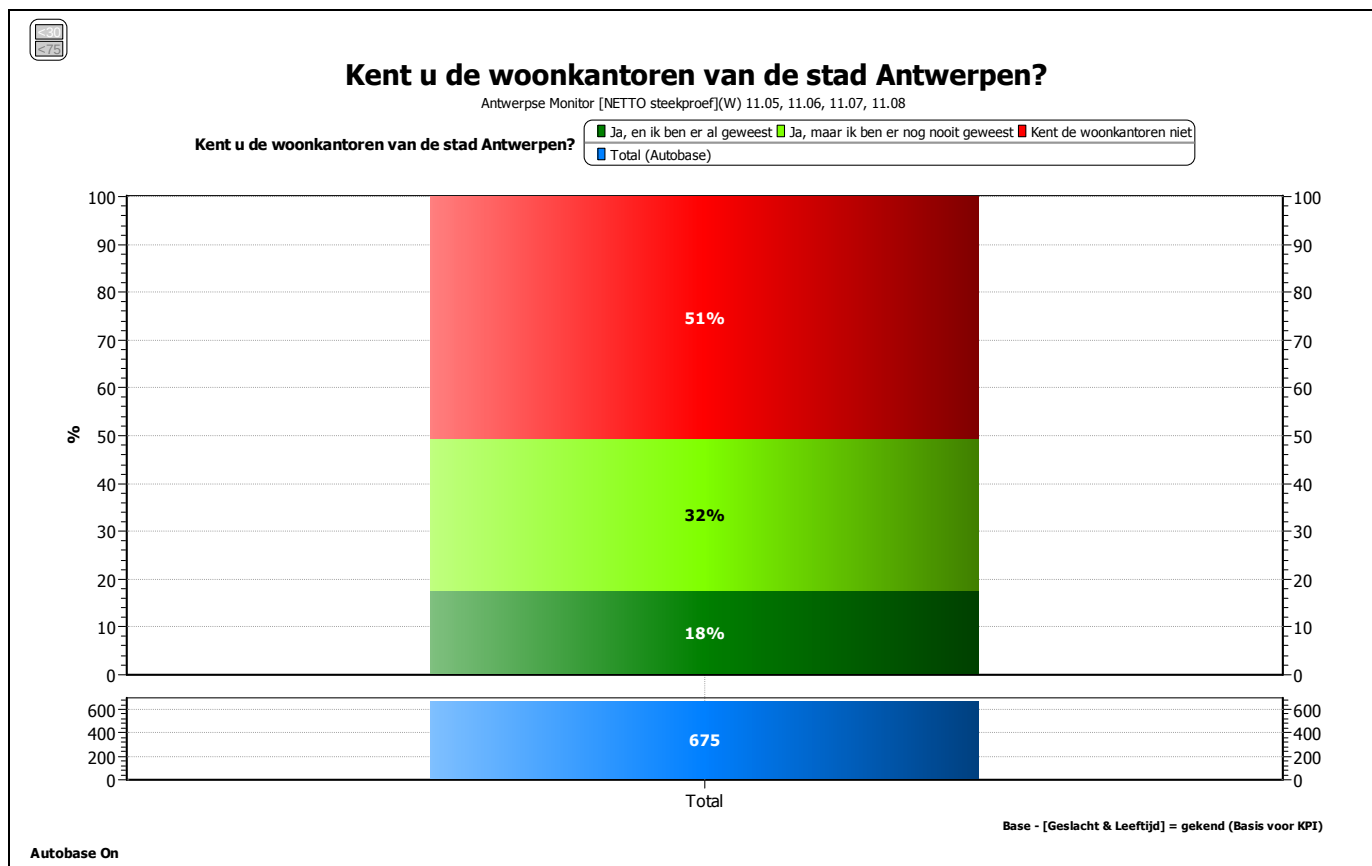
Van de vijf permanent bevroegde diensten zijn het telefonisch en elektronisch loket het meest gekend. Het minst gekend is nog altijd de stedelijke infolijn: 53% kent deze niet. Er wordt geen vergelijking gemaakt met 2010 omdat er een aanpassing gebeurde van de antwoordcategorieën. In 2011 veranderde de tweede categorie van 'nog nooit gebruikt' naar 'ken ik, maar nog nooit gebruikt'.

Grafiek 154 Kennis en gebruik diensten tijdens de afgelopen maand, 2011



Tijdens golf 8 van 2012 peilden we via de Antwerpse monitor of Antwerpenaren de Antwerpse woonkantoren kennen. We vermeldden bij de vraag dat mensen in een woonkantoor terecht kunnen met vragen over wonen, verbouwingen en premies. Ongeveer de helft van de respondenten kent de woonkantoren en 18% is er al eens geweest.

Grafiek 155: kennis stedelijke woonkantoren

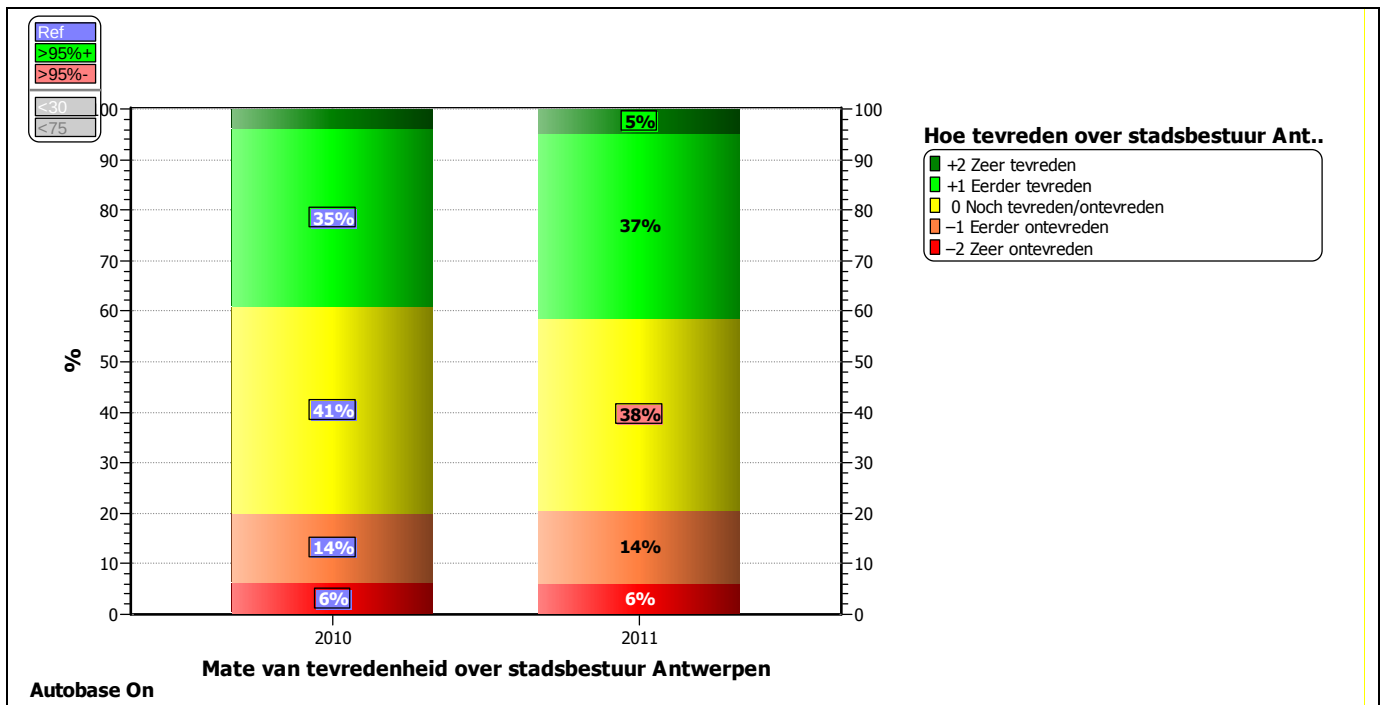


7.2 Tevredenheid over het stadsbestuur

Hoe tevreden zijn de Antwerpenaren over het stadsbestuur?

In 2011 is in totaal 42% van de respondenten tevreden over het stadsbestuur, 20% is ontevreden en 38% spreekt zich hier niet echt over uit. Dit is een zichtbare vooruitgang t.o.v. 2010. Het aantal zeer tevreden steeg van 4% naar 5%.

Grafiek 156 Mate van tevredenheid over het stadsbestuur Antwerpen, 2010 en 2011



Erg opvallend is de positieve evolutie tussen 2010 en 2011 bij de respondenten van Borgerhout binnen de Singel en Berchem binnen de Singel. Beide scoren significant beter dan gemiddeld. Ook 2000 Antwerpen scoort beter dan gemiddeld, terwijl Antwerpen Noord significant lager scoort in 2011. De respondenten van 2018 Antwerpen, Berchem en Borgerhout buiten de Singel zijn minder vaak tevreden dan in 2010 maar voor 2018 Antwerpen zien we ook in 2011 nog steeds een significante hogere score. Het district Ekeren blijft significant lager scoren.

Grafiek 157 Mate van tevredenheid over het stadsbestuur Antwerpen, volgens woonplaats, 2010 en 2011

