



# **Jaarrapport Antwerpse monitor Stad Antwerpen**

*Rapportering editie 2013*

© Stad Antwerpen, september 2014

Bron:

Survey data Antwerpse monitor

Verwerking door:

Stad Antwerpen, Strategie en Onderzoek OS/STRO en Studiedienst Stadsobservatie

# Inhoudstabel

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Inhoudstabel .....                                              | 2  |
| Hoofdstuk 1: Situering en opzet van de Antwerpse monitor .....  | 5  |
| 1.1 Situering en context .....                                  | 5  |
| 1.2 Doelstellingen .....                                        | 6  |
| 1.3 De gegevensverzameling .....                                | 6  |
| 1.4 De onderzoeksvragen .....                                   | 7  |
| 1.4.1 Vaste indicatoren .....                                   | 7  |
| 1.4.2 Variabele indicatoren voor heel 2013 .....                | 8  |
| 1.5 Het onderzoeksmateriaal .....                               | 12 |
| 1.5.1 Respons .....                                             | 12 |
| 1.5.2 Representativiteit van de steekproeven .....              | 13 |
| 1.5.3 Weging .....                                              | 16 |
| 1.6 Analyse en rapporteringsmogelijkheden .....                 | 16 |
| 1.6.1 Standaard rapporteringen .....                            | 16 |
| 1.6.2 Thematische analyse en rapporteringen .....               | 16 |
| 1.7 Leeswijzer bij de grafieken .....                           | 17 |
| Hoofdstuk 2: Een stad om in te wonen .....                      | 18 |
| 2.1 Context .....                                               | 18 |
| 2.1.1 Uit administratieve bron .....                            | 18 |
| 2.1.2 Huisvesting .....                                         | 18 |
| 2.2 Wonen in de stad, wonen in een buurt .....                  | 21 |
| 2.2.1 Levenskwaliteit in de stad .....                          | 21 |
| 2.2.2 Verhuizen .....                                           | 26 |
| 2.2.3 Perceptie over de woonomgeving in de buurt .....          | 29 |
| 2.3 Mobiliteit .....                                            | 34 |
| 2.3.1 Verplaatsingsgedrag .....                                 | 34 |
| Hoofdstuk 3: Een stad om in te werken en te leren .....         | 37 |
| 3.1 Werk, economie, detailhandel en horeca .....                | 38 |
| 3.1.1 Winkelaanbod in de buurt .....                            | 38 |
| 3.1.2 Horecabezoek .....                                        | 39 |
| 3.1.3 Toekomstverwachtingen over de werkgelegenheid .....       | 40 |
| 3.1.4 Imago verschillende beroepen/funcities .....              | 40 |
| 3.2 Onderwijs, jeugd en kinderopvang .....                      | 42 |
| 3.2.1 Aanbod kleuter- en lager onderwijs .....                  | 42 |
| 3.2.2 Aanbod kinderopvang .....                                 | 44 |
| 3.3 Werkgeversimago stad Antwerpen .....                        | 46 |
| Hoofdstuk 4: Een bruisende stad .....                           | 46 |
| 4.1 Cultuur en sport .....                                      | 48 |
| 4.1.1 Deelname aan diverse activiteiten .....                   | 48 |
| 4.1.2 Voorzieningen voor sport en cultuur in de buurt .....     | 52 |
| 4.1.3 Antwerpen Europese Sporthoofdstad .....                   | 54 |
| 4.1.4 Voorzieningen voor jongeren en kinderen in de buurt ..... | 56 |
| 4.2 Kennis van en deelname aan evenementen .....                | 59 |
| 4.3 Kennis en bezoek Antwerpse musea .....                      | 67 |
| 4.4 Kennis en bezoek leeszalen erfgoedlocaties .....            | 69 |

|                                                                                                 |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.5 Kennis en bezoek Antwerpse concerthuizen en festivals.....                                  | 70  |
| 4.6 Frequent bezochte plaatsen tijdens de zomermaanden .....                                    | 71  |
| Hoofdstuk 5: Een veilige en propere stad .....                                                  | 72  |
| 5.1 Stads- en buurtonderhoud: een goed onderhouden publieke ruimte.....                         | 73  |
| 5.1.1 Properheid stad en straat .....                                                           | 73  |
| 5.1.2 Inspanning stadsbestuur en inwoners laatste maand met betrekking tot properheid straat .. | 75  |
| 5.2 Veiligheid.....                                                                             | 75  |
| 5.2.1 Verkeersveiligheid .....                                                                  | 76  |
| 5.2.2 Subjectief onveiligheidsgevoel, overlast en risico op slachtofferschap.....               | 81  |
| 5.3 Kennis en contact met wijkagent .....                                                       | 88  |
| 5.4 Kennis aanbod afwezigheidstoezicht van Lokale Politie Antwerpen.....                        | 89  |
| Hoofdstuk 6: Een stad voor en door iedereen                                                     |     |
| 6.1 Context.....                                                                                | 91  |
| 6.1.1 Mediagebruik .....                                                                        | 91  |
| 6.1.2 Internetgebruik en informatiezoekgedrag.....                                              | 95  |
| 6.2 Mate van geïnformeerd zijn .....                                                            | 99  |
| 6.3 Campagnes.....                                                                              | 100 |
| 6.3.1 Campagne PMD. De P van PMD staat enkel voor plastic flessen en plastic flacons.....       | 100 |
| 6.3.2 Campagne Proficiat. Dankzij u is Antwerpen Europese Sporthoofdstad 2013 .....             | 103 |
| 6.3.3 Campagne Bonaparte aan de Schelde .....                                                   | 105 |
| 6.3.4 Campagne Antwerp 10 Miles & Marathon.....                                                 | 108 |
| 6.3.5 Campagne De vernieuwde Nationalestraat mag gezien worden.....                             | 110 |
| 6.3.6 Campagne Geen Zomer zonder A.....                                                         | 113 |
| 6.3.7 Campagne Sporting A fietst! Van amuseren tot demarreren .....                             | 116 |
| 6.3.8 Campagne Merci om trager te rijden .....                                                  | 119 |
| 6.3.9 Appreciatie campagnes .....                                                               | 123 |
| 6.4 Maximale toegang tot kwaliteitsvolle gezondheidszorg op maat .....                          | 125 |
| 6.4.1 Voorzieningen voor senioren op buurniveau.....                                            | 125 |
| 6.4.2 Dienstencentra.....                                                                       | 127 |
| 6.5 Huisdierenbezit .....                                                                       | 128 |
| 6.6 Samen leven in de buurt.....                                                                | 129 |
| 6.7 Stad Antwerpen, verdraagzame stad? .....                                                    | 138 |
| 6.8 Tevredenheid over verschillende aspecten van het leven .....                                | 140 |
| Hoofdstuk 7: Een goed georganiseerde en bestuurd stad.....                                      | 142 |
| 7.1 Kennis en gebruik diensten .....                                                            | 142 |
| 7.2 Tevredenheid over het stadsbestuur.....                                                     | 143 |
| 7.3 Imago stad.....                                                                             | 145 |

## Inleiding

Wat voor ligt is het derde 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 2012.

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.

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:

- Wendy Mattheesen
- Reinhard Stoop

v.u.: Annik Bogaert, 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](http://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 tijds�pannes 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 doelstellingenboom<sup>1</sup> **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.

Beleids evaluatie 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’ genoemd<sup>2</sup>. 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

---

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

<sup>2</sup> 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”

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 bevestigd 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, fietsdiefstal)
- ervaring met problemen in uw buurt:
  - geluidsoverlast van verkeer
  - geluidsoverlast van burens, omwonenden, passanten,...
  - overlast van groepen jongeren
  - onaangepaste snelheid in het verkeer
  - lastiggevallens worden op straat
  - rommel op straat
  - bekladde muren of gebouwen (graffiti)
  - vernielingen aan straatmeubilair
  - agressief verkeersgedrag
- kennis en contact met wijkagent
- mediagebruik
- 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
- belangrijke waarden in het leven in de vorm van een gedwongen keuze tussen kenmerken
- hoe gelukkig
- socio-demografische gegevens

## 1.4.2 Variabele indicatoren voor heel 2013

Twee variabele indicatoren werden gedurende heel 2013 gemeten:

- imago stad Antwerpen als sportstad, cultuurstad, shoppingstad, culinaire stad, jeugdstad, ecologische stad, kindvriendelijke stad
- tevredenheid over verschillende aspecten van het leven (zoals woning, buurt, inkomen, gezondheid, sociale contacten,...)



#### Golf 1:

- Kennis aanbod afwezigheidstoezicht van de Lokale Politie Antwerpen
- Campagne PMD. De P van PMD staat enkel voor plastic flessen en plastic flacons
- Kennis en deelname aan activiteiten en evenementen:
  - Big Air
  - Sint intrede
  - Kunstendag voor kinderen
  - Première Winter in Antwerpen
  - Kerstmarkt
  - Spiegeltent op de Groenplaats
  - Scheldecross
  - Nieuwjaarsdrink

#### Golf 2:

- Bekendheid Antwerpen Europese Sporthoofdstad 2013
- Lidmaatschap sportclub of –vereniging
- Campagne Proficiat. Dankzij u is Antwerpen Europese Sporthoofdstad 2013
- Kennis en deelname aan activiteiten en evenementen:
  - Danspromenade
  - Michael Essien, I wanna play like you
  - Cinema Valentijn
  - De 24 uren van het Podium
  - 100% Jong, activiteiten van de jeugddienst tijdens de krokusvakantie

#### Golf 3:

- Internetgebruik
- Informatiezoekgedrag
- Perceptie over voldoende geïnformeerd over aantal thema's:
  - Vrijtijdsaanbod in de stad
  - Diensten van de stad
  - Wegenwerken in de stad
  - Rechten en plichten als bewoner van de stad
  - Beslissingen stadsbestuur
  - Beslissingen districtsbestuur
- Campagne Bonaparte aan de Schelde
- Kennis en deelname aan activiteiten en evenementen:
  - Jeugdboekenweek
  - 1<sup>ste</sup> Citta Urban Trail Run Antwerpen
  - Tentoonstelling Bonaparte aan de Schelde in het MAS
  - De invasie van Antwerpen, in het voormalig Etnografisch Museum
  - Buitenspeeldag
  - Scheldeprijs

#### Golf 4:

- Bekendheid Antwerpen Europese Sporthoofdstad 2013
- Lidmaatschap sportclub of –vereniging
- Internetgebruik
- Informatiezoekgedrag
- Perceptie over voldoende geïnformeerd over aantal thema's:
  - Vrijtijdsaanbod in de stad
  - Diensten van de stad
  - Wegenwerken in de stad
  - Rechten en plichten als bewoner van de stad
  - Beslissingen stadsbestuur
  - Beslissingen districtsbestuur

- Campagne Antwerp 10 Miles & Marathon, ook voor supporters
- Kennis en deelname aan activiteiten en evenementen:
  - Lentepoets
  - Tulpenpluk
  - Antwerp 10 Miles & Marathon
  - Internationale Jumping
  - WK Koprollen
  - Europa in je buurt
- Perceptie aantal beroepen (politie, brandweer, ambtenaar, leraar,...)

#### Golf 5:

- Bekendheid en bezoek van aantal erfgoedlocaties:
  - leeszaal Plantijn-Moretus museum
  - leeszaal en Nottebohmzaal Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience
  - FelixArchief
  - Letterenhuis
  - Rubenianum
- Internetgebruik
- Informatiezoekgedrag
- Perceptie over voldoende geïnformeerd over aantal thema's:
  - Vrijtijdsaanbod in de stad
  - Diensten van de stad
  - Wegenwerken in de stad
  - Rechten en plichten als bewoner van de stad
  - Beslissingen stadsbestuur
  - Beslissingen districtsbestuur
- Huisdierenbezit
- Campagne De vernieuwde Nationalestraat mag gezien worden
- Kennis en deelname aan activiteiten en evenementen:
  - Sinksenfoor
  - Couleur Sport
  - Toer de Nord
  - Dag van het Park
  - Burendag
  - Openingsfeest Nationalestraat
  - BorgerRio
  - Antwerp Triatlon
- Perceptie aantal beroepen (politie, brandweer, ambtenaar, leraar,...)

#### Golf 6:

- Bekendheid Antwerpen Europese Sporthoofdstad 2013
- Lidmaatschap sportclub of –vereniging
- Huisdierenbezit
- Campagne Geen Zomer zonder A
- Kennis en deelname aan activiteiten en evenementen:
  - 11 juli vieringen in de stad en de districten
  - Miracoco Architects of Air
  - Linkerwoofer
  - World Outgames
  - Antwerpen Zingt
  - Tentoonstelling Mijn Kleine Paradijs in het Middelheimmuseum
  - Museumnacht
  - Een Sporting A sportarena op verschillende pleinen in de stad

#### Golf 7:

- Frequentie van bezoek van bepaalde plaatsen tijdens de zomermaanden:
  - Park Spoor Noord
  - Stadspark
  - Middelheim/Den Brandt
  - Rivierenhof
  - Scheldekaaien
  - Sint-Annastrand
  - Gedempte Zuiderdokken
  - Het Eilandje
- Kennis project Red Star Line museum
- Campagne Sporting A fietst! Van amuseren tot demarreren
- Kennis en deelname aan activiteiten en evenementen:
  - Zomer van Antwerpen
  - Sportopia
  - Bollekesfeest
  - Cultuurmarkt
  - World Ports Classic
  - Laundry Day
  - Jazz Middelheim
  - Schaal Sels
  - Bevrijdingsfeesten in de stad en de districten
  - Antwerpen Autovrij

#### Golf 8:

- 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
  - Red Star Line museum
- Kennis en bezoek Antwerpse concerthuizen en festivals:
  - AMUZ
  - Laus Polyphonia
  - Zomer van Antwerpen
  - deSingel
  - ...
- Campagne Merci om trager te rijden
- Kennis en deelname aan activiteiten en evenementen:
  - World Outgames
  - Wereldbeker Bike Trial
  - Opening Red Star Line museum
  - Street Art festival in Luchtbal
  - WK Turnen
  - Tentoonstelling Mijn Kleine Paradijs in het Middelheimmuseum
  - Boekenbeurs

## 1.5 Het onderzoeksmateriaal

Voor het jaarrapport 2013 werken we op de gegevens die we verzamelden gedurende alle golven van 2013 van de Antwerpse monitor.

### Looptijd golven:

golf 1: 14/01/2013 – 18/02/2013

golf 2: 25/02/2013 – 01/04/2013

golf 3: 08/04/2013 – 13/05/2013

golf 4: 20/05/2013 – 24/06/2013

golf 5: 01/07/2013 – 05/08/2013

golf 6: 12/08/2013 – 16/09/2013

golf 7: 23/09/2013 – 28/10/2013

golf 8: 04/11/2013 – 23/12/2013

### 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 2013 bedraagt 21,6%. Het soort bevraging in acht genomen, is dit een vrij goed resultaat.

**Tabel 1 Overzicht responsgraad per golf**

| Periode            | Golf | Bruto | Netto | Responsegraad |
|--------------------|------|-------|-------|---------------|
| januari-februari   | 1    | 3000  | 653   | 21,8%         |
| februari-maart     | 2    | 3000  | 660   | 22,0%         |
| april-mei          | 3    | 3000  | 642   | 21,4%         |
| mei-juni           | 4    | 3000  | 649   | 21,6%         |
| juli-augustus      | 5    | 3000  | 646   | 21,5%         |
| augustus-september | 6    | 3000  | 640   | 21,3%         |
| oktober-november   | 7    | 3000  | 653   | 21,8%         |
| november-december  | 8    | 4000  | 849   | 21,2%         |
| 2013               | 1-8  | 25000 | 5392  | 21,6%         |

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 antwoorden.

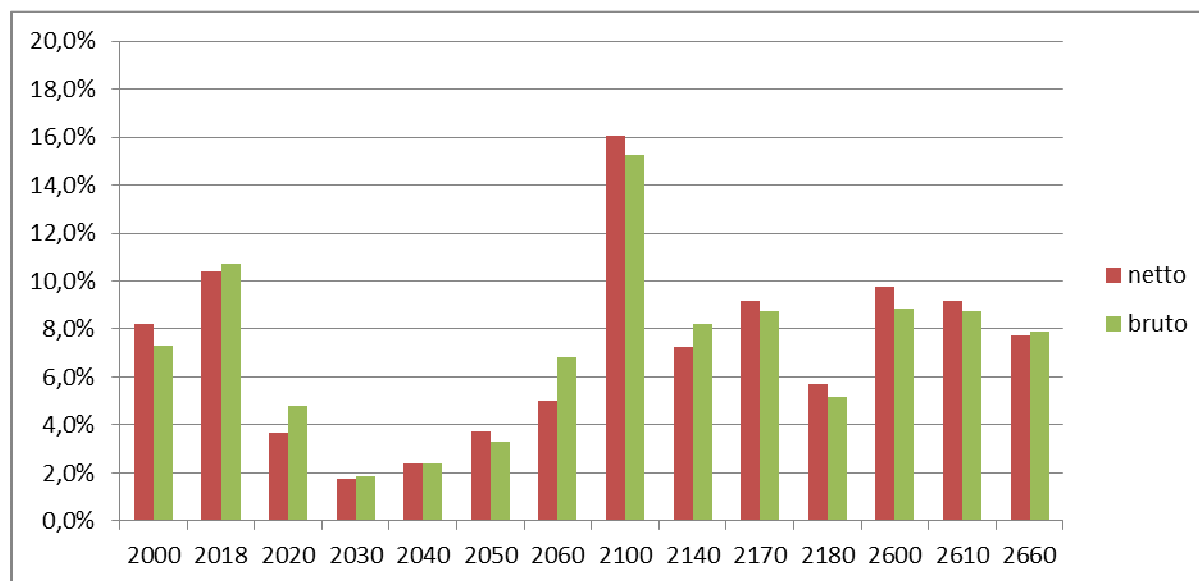
## 1.5.2 Representativiteit van de steekproeven

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.

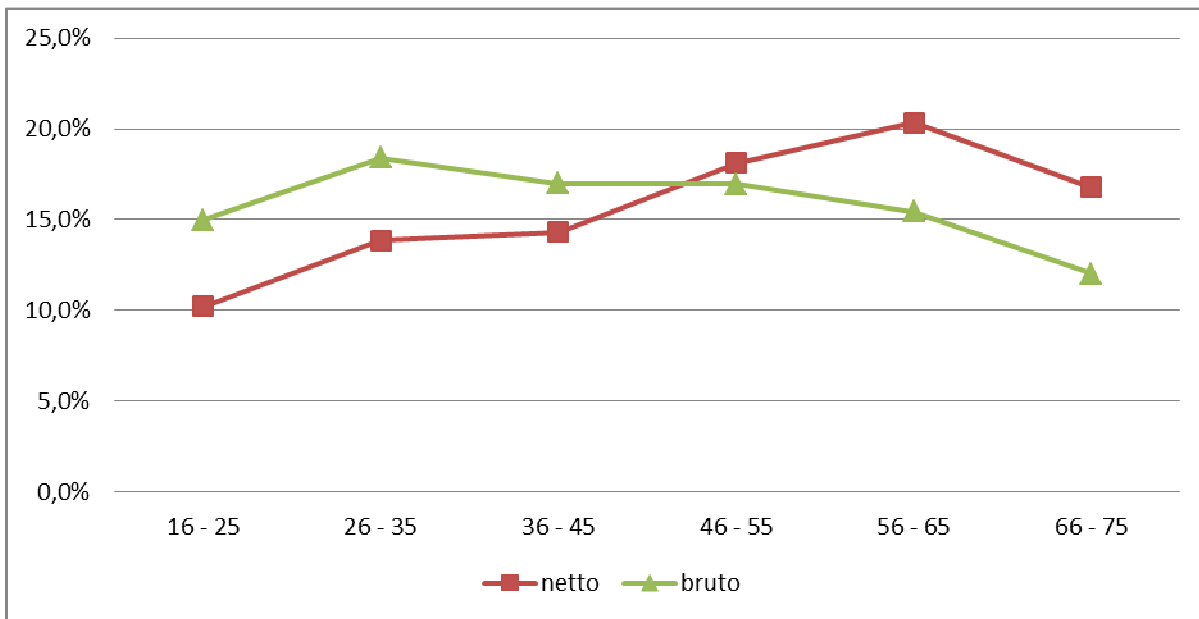
Onderstaande grafieken geven de respons weer volgens postcode, leeftijd, geslacht, etnische afkomst en duur van verblijf in Antwerpen.

**Grafiek 1** Verdeling respons per postcode, 2013



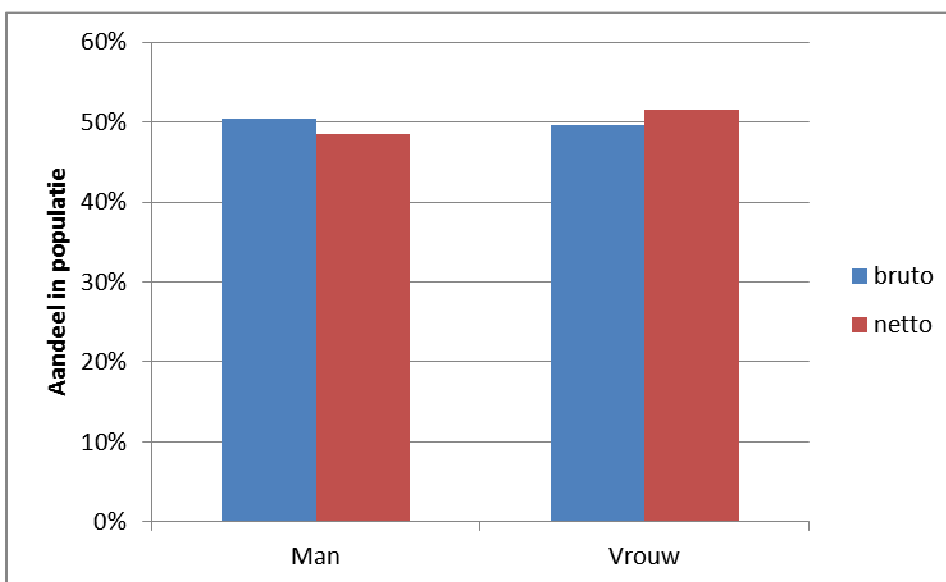
We stellen vast dat de respons vrij goed verdeeld is over de postcodes. Antwerpen Kiel en Antwerpen Noord en Zuid zijn licht ondervertegenwoordigd, Ekeren en Berchem licht oververtegenwoordigd.

**Grafiek 2 Verdeling respons volgens leeftijd, 2013**



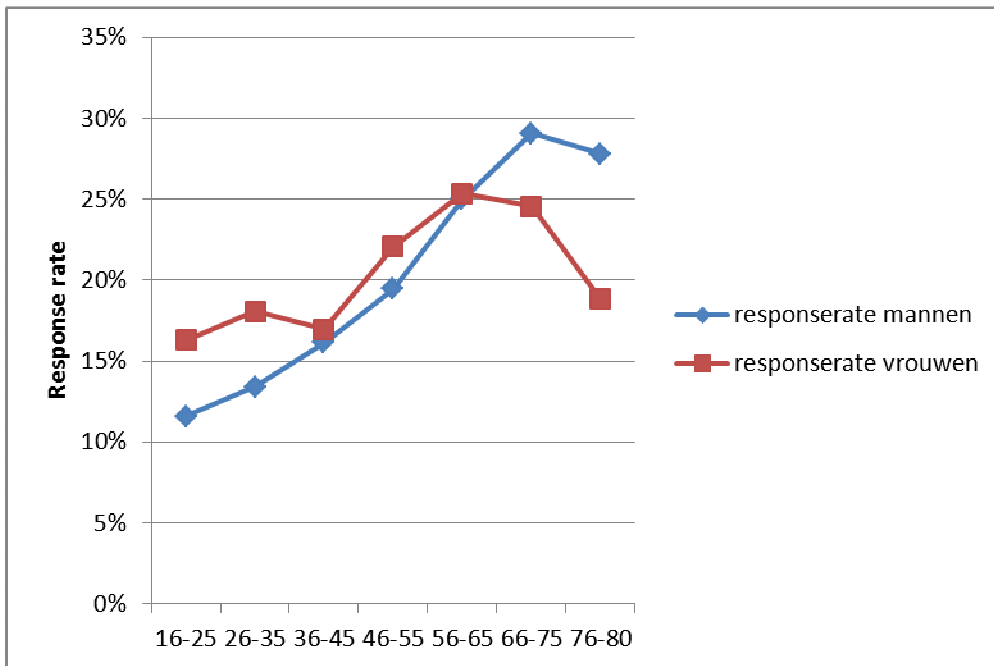
In de netto steekproef zien we net zoals vorig jaar een oververtegenwoordiging van de respondenten boven de 55 jaar. De steekproef bevat significant minder respondenten van 16 tot 45 jaar en significant meer 55-plussers. Dit leeftijdseffect is het sterkst bij autochtone Belgen.

**Grafiek 3 Verdeling respons volgens geslacht, 2013**

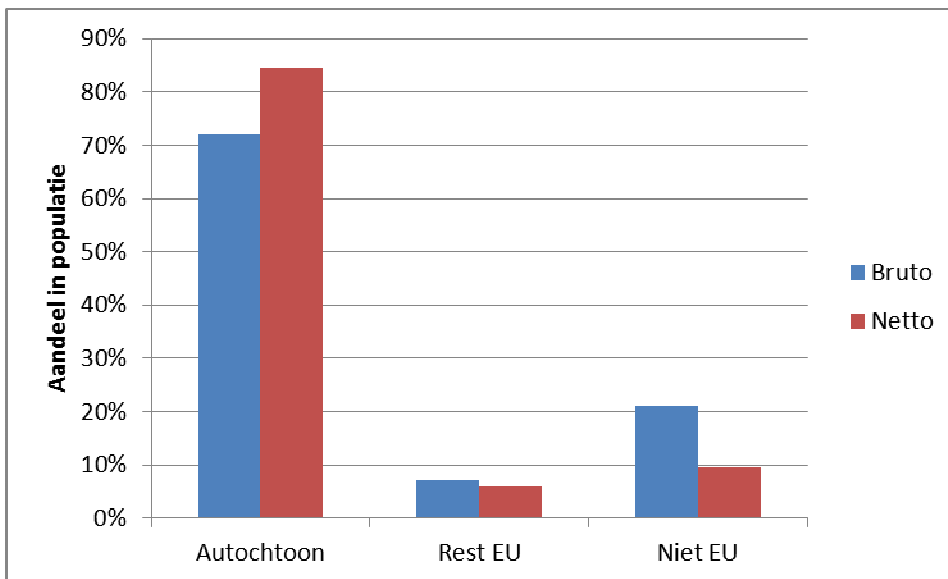


De netto steekproef bevat een lichte oververtegenwoordiging van vrouwen. Zoals te zien in onderstaande grafiek is de oververtegenwoordiging van vrouwen vooral te wijten aan het verschil bij mensen jonger dan 46 jaar. Eens 66 voorbij neemt de respons van vrouwen af, terwijl die van mannen blijft toenemen.

**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 autochtonen 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.

### **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?
- 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?



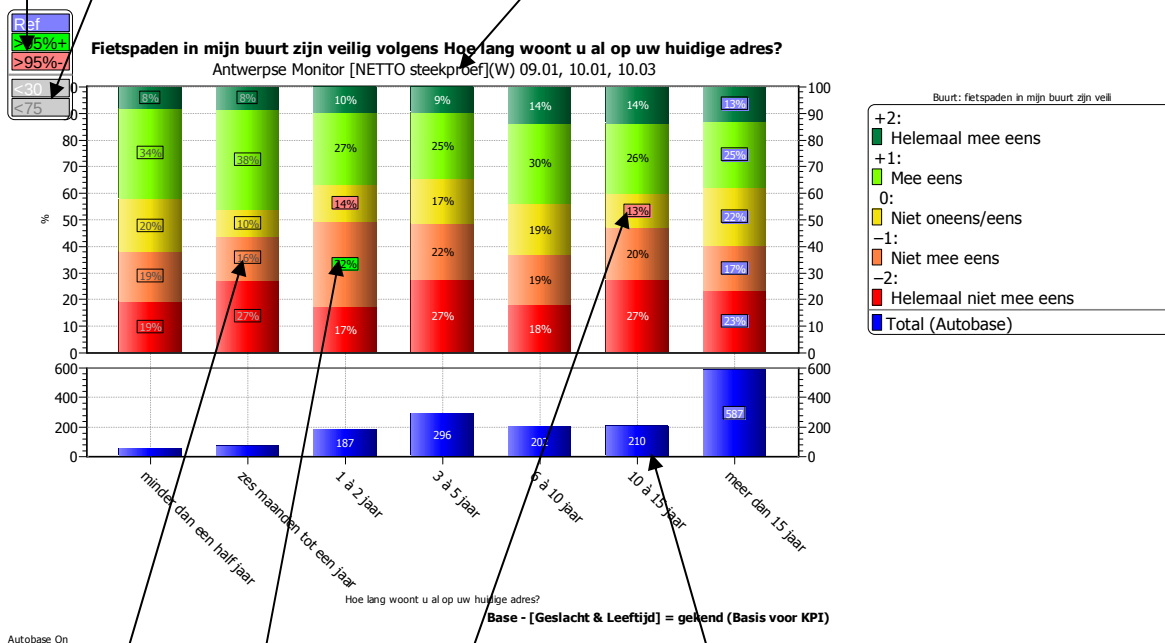
## 1.7 Leeswijzer bij de grafieken

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

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

Op de interactieve statistische website [www.buurtmonitor.antwerpen.be](http://www.buurtmonitor.antwerpen.be) vindt men de meest recente gegevens over de bevolking, verhuisbewegingen, en gegevens over wonen en ruimte.

In volgende online rapporten staat een overzicht van de belangrijkste gegevens. U kan daarbij telkens een district of wijk kiezen.

- [http://antwerpen.buurtmonitor.be/quickstep/QsReportAdvanced.aspx?report=algemeen\\_rapport\\_samenemen&geolevel=district&geoitem=3](http://antwerpen.buurtmonitor.be/quickstep/QsReportAdvanced.aspx?report=algemeen_rapport_samenemen&geolevel=district&geoitem=3)
- <http://antwerpen.buurtmonitor.be/quickstep/QsReportAdvanced.aspx?report=bevolkingsloop&geolevel=district&geoitem=3>

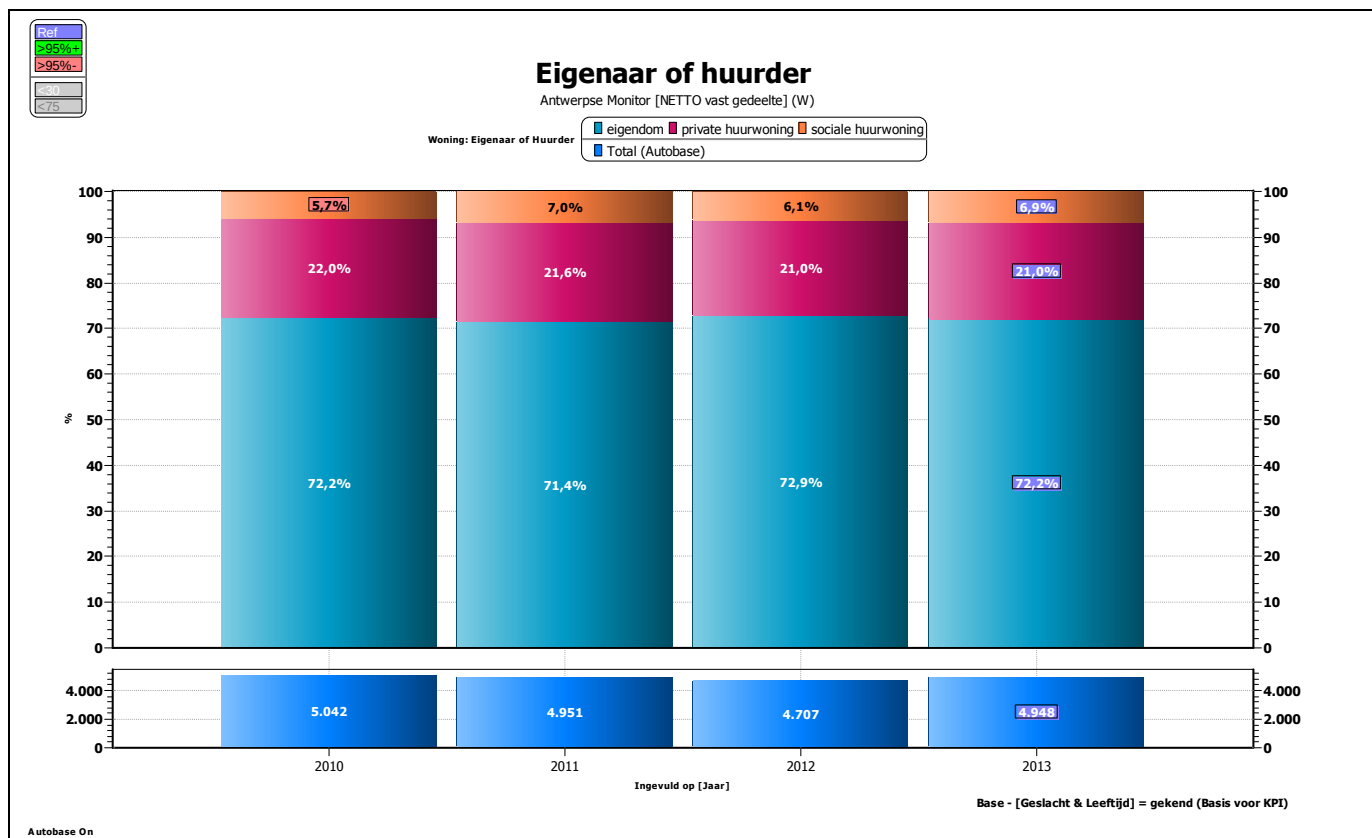
#### 2.1.2. Huisvesting

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 steevast oververtegenwoordigd. In de Stadsmonitor van 2011 was 67% van de respondenten een eigenaar.

In de Antwerpse monitor komen we in 2013 aan 72%. Het is echter niet mogelijk om te verifiëren hoe realistisch dit cijfer is.

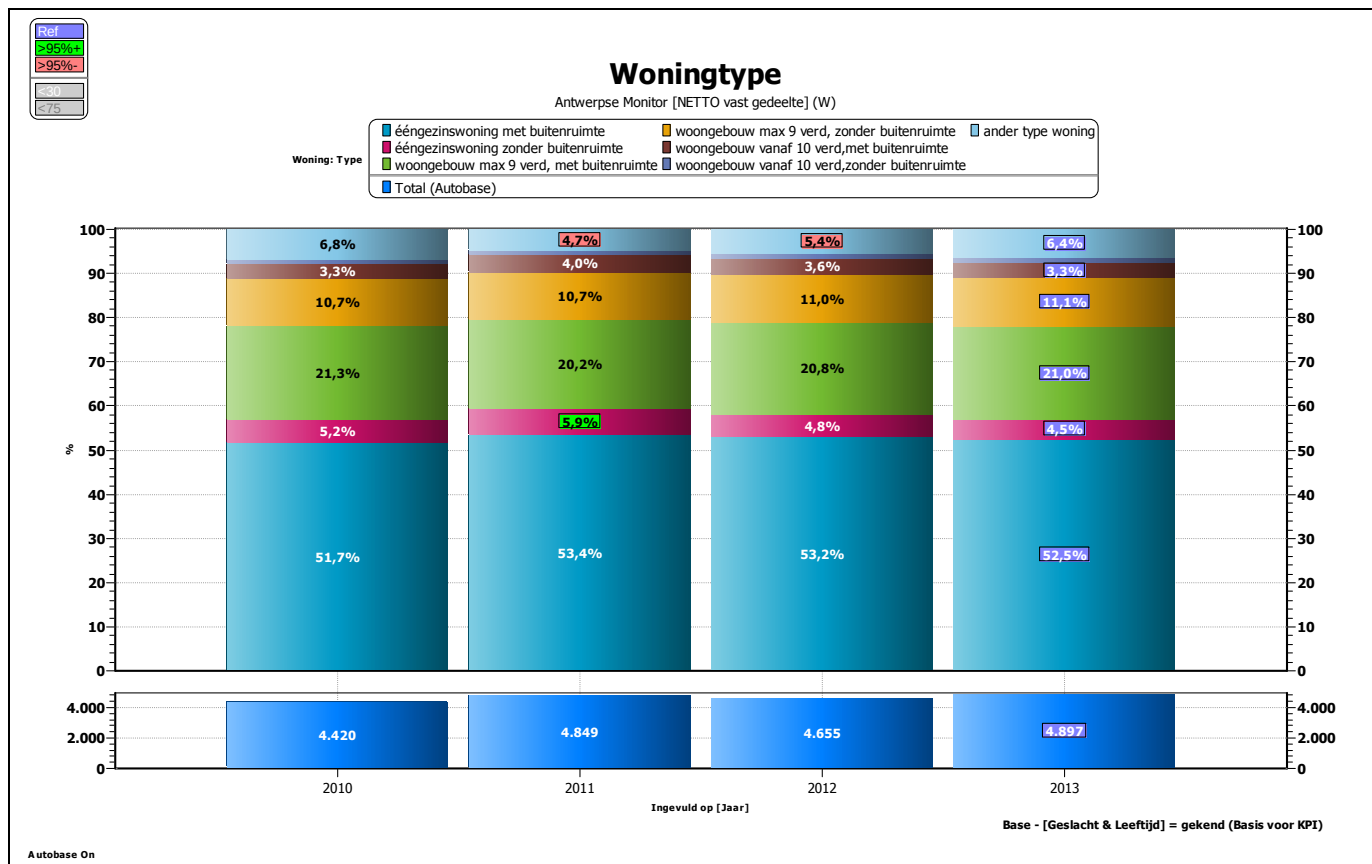
In de grafiek nemen we 2013 als referentiejaar. Dan zien we dat in 2010 significant minder sociale huurders de enquête invulden.

Grafiek 6 Aandeel respondenten volgens bewonersstatuut, 2010-2013



De helft van de respondenten woont in een eengezinswoning met buitenruimte, 4,5% in één zonder buitenruimte. Minder dan de helft van de respondenten woont in een appartementsgebouw, het merendeel in één met minder dan 10 verdiepingen.

Grafiek 7 Aandeel respondenten volgens woningtype, 2010-2013

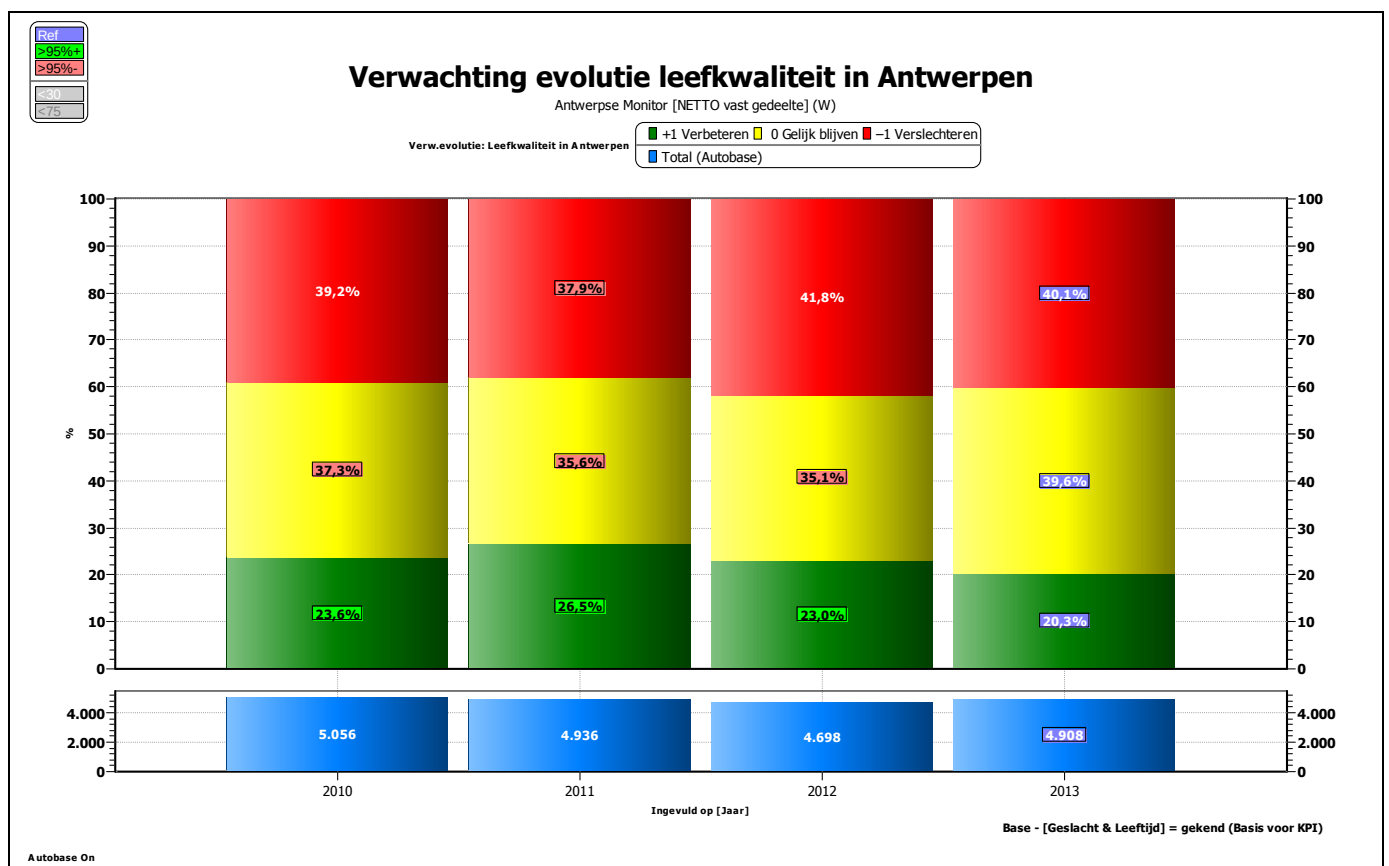


## 2.2. Wonen in de stad, wonen in een buurt

### 2.2.1. Levenskwaliteit in de stad

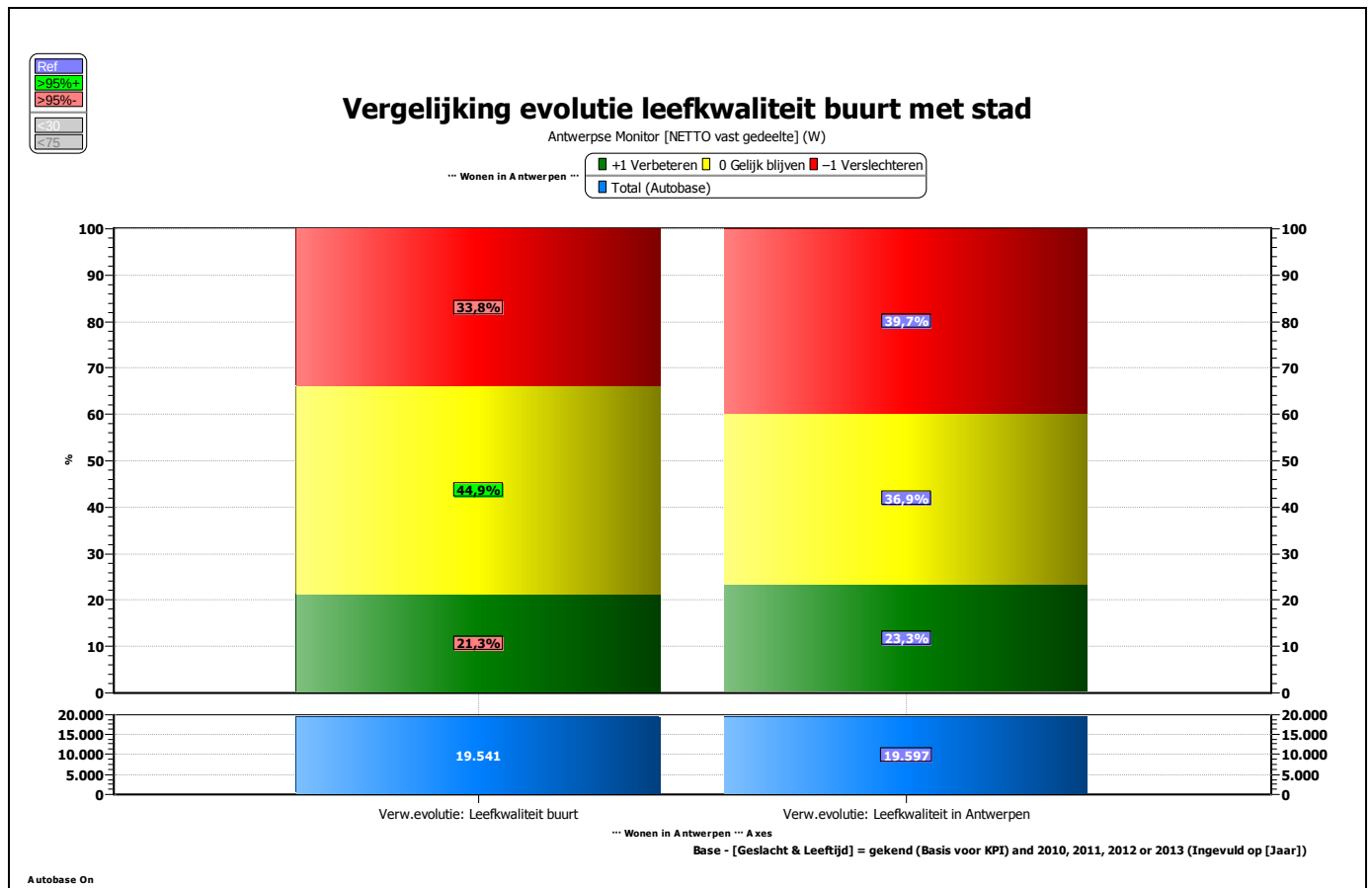
Er zijn meer respondenten die in de komende vijf jaar een verslechtering dan een verbetering van de levenskwaliteit in de stad Antwerpen verwachten: 40% tegenover 20%. Ten opzichte van de vorige jaren is er een significante daling van het aandeel respondenten dat een verbetering verwacht. In 2013 zien we een groter aandeel respondenten die verwachten dat de leefkwaliteit gelijk gaat blijven.

Grafiek 8 Aandeel respondenten volgens verwachte evolutie van de leefkwaliteit in Antwerpen, 2010-2013



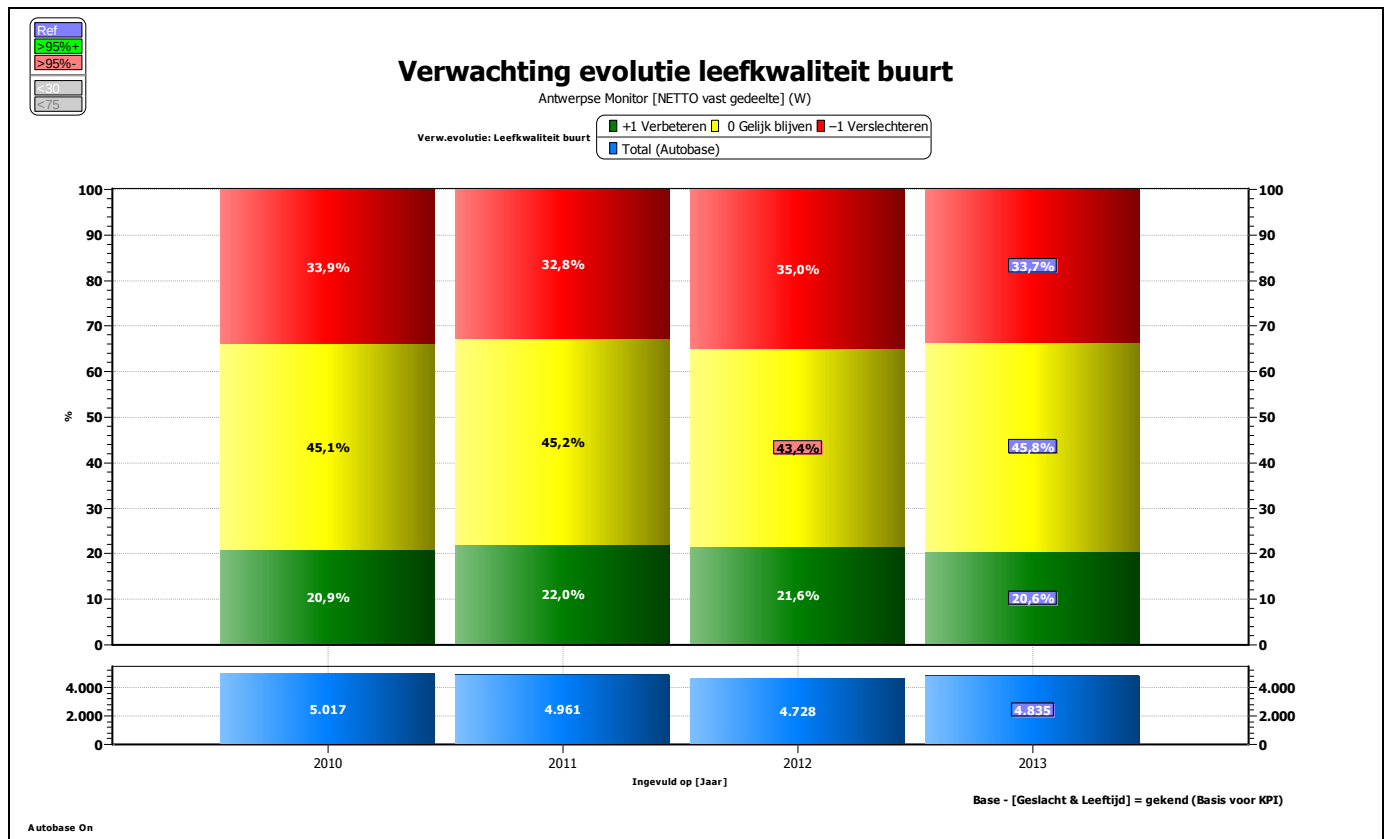
In vergelijking met de verwachting over de evolutie van de leefkwaliteit in de stad, zijn de verwachtingen over de evolutie in de buurt minder negatief (34% tegenover 39%), maar ook minder vaak positief. Bijna de helft (45%) verwacht geen verandering in zijn of haar buurt.

**Grafiek 9 Aandeel respondenten volgens verwachte evolutie van de leefkwaliteit in Antwerpen en in de buurt 2010 t/m 2013**



Bovendien zijn er op buurtniveau weinig of geen verschillen naar verwachte evolutie met de resultaten van de vorige jaren.

**Grafiek 10 Aandeel respondenten volgens verwachte evolutie van de leefkwaliteit in de buurt, 2010-2013**



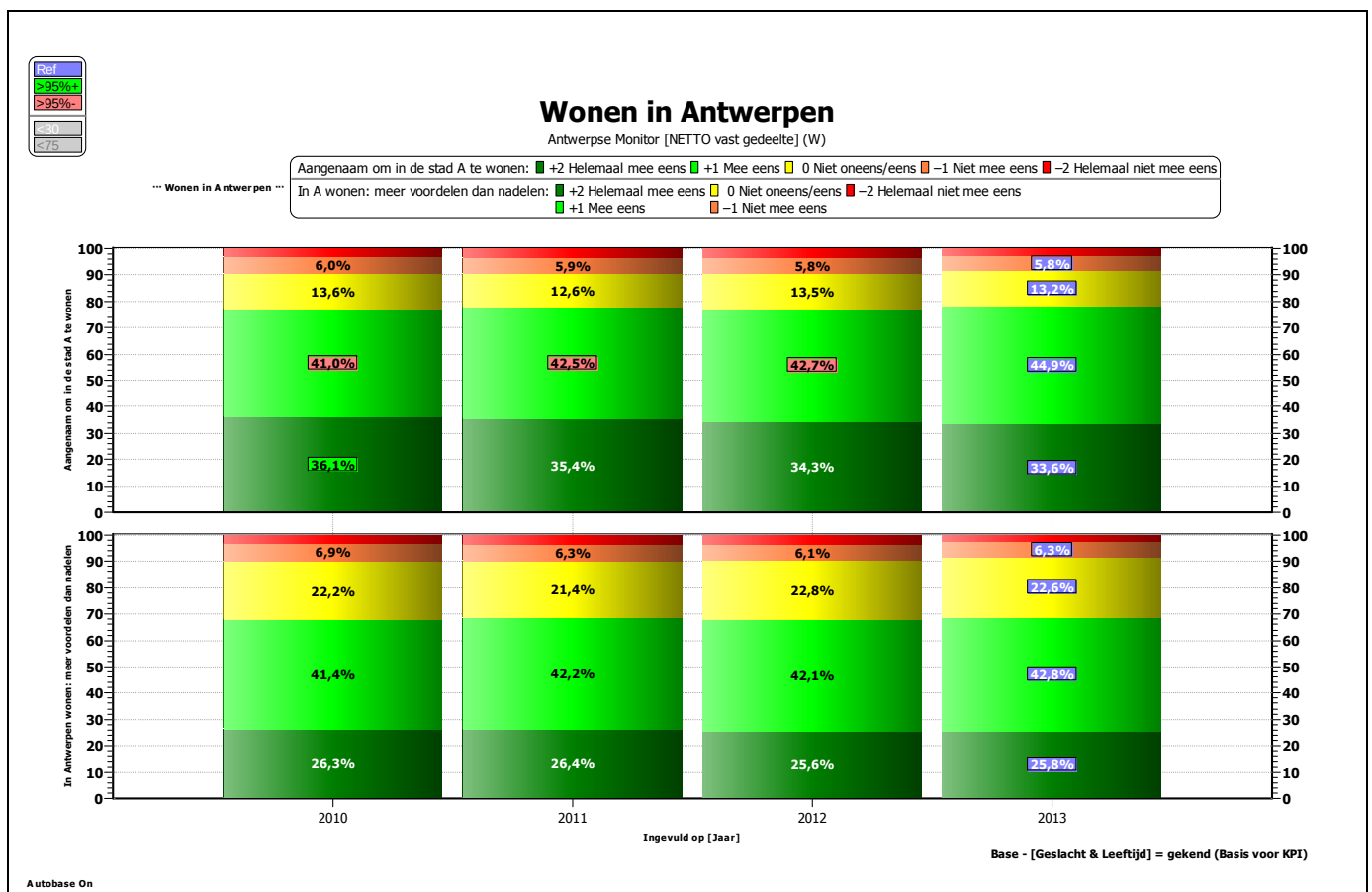
De meeste respondenten zijn eerder positief over Antwerpen als woonomgeving:

- bijna 80% 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
- 65% geeft aan echt fier te zijn op 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 de helft van de respondenten van mening dat Antwerpen een verdraagzame stad is. Het aandeel Antwerpenaren dat de stad verdraagzaam vindt, daalt ook licht van 35% in 2010 naar 32% in 2013.

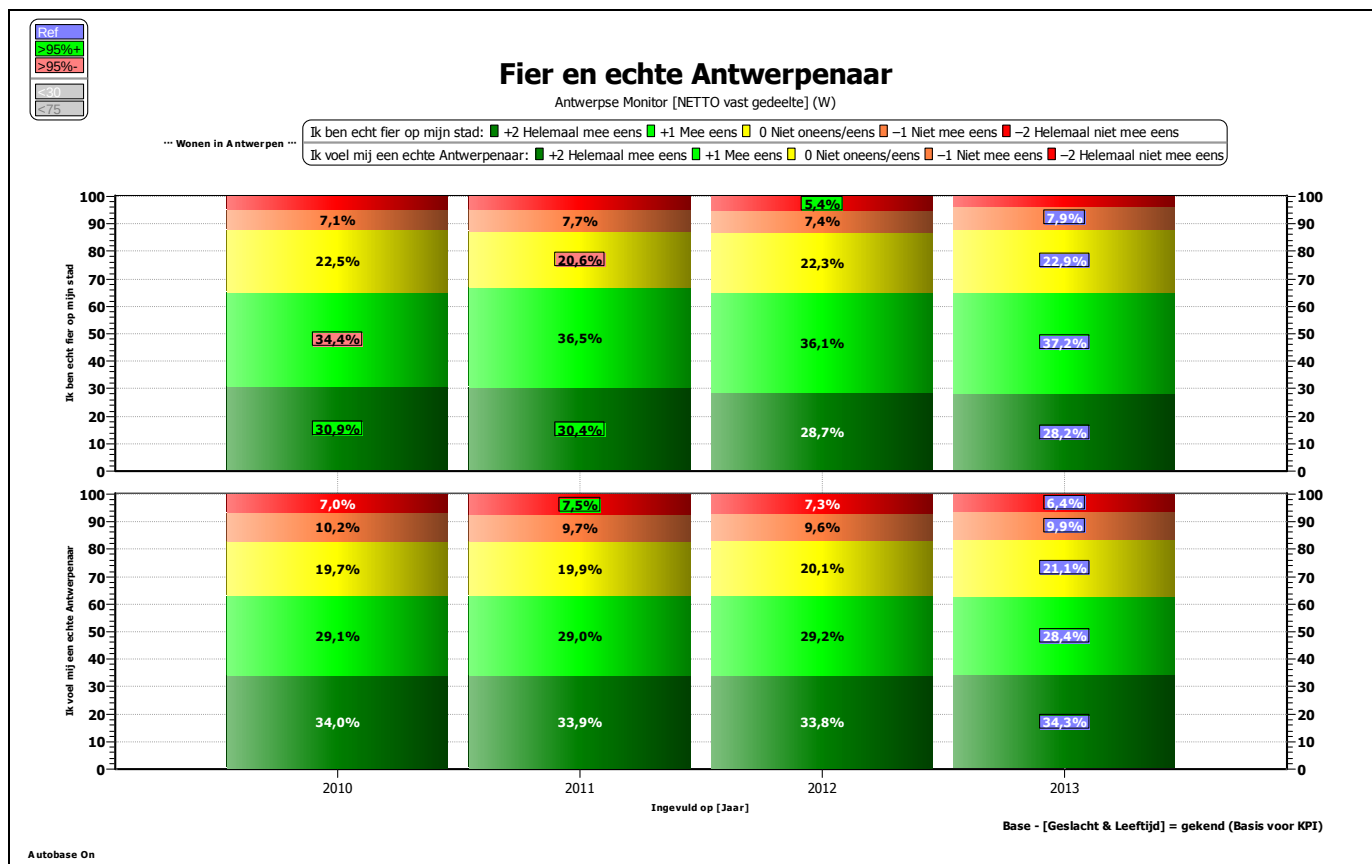
Over de jaren heen zijn er verder weinig verschuivingen.

**Grafiek 11 Mening over wonen in Antwerpen, 2010-2013**

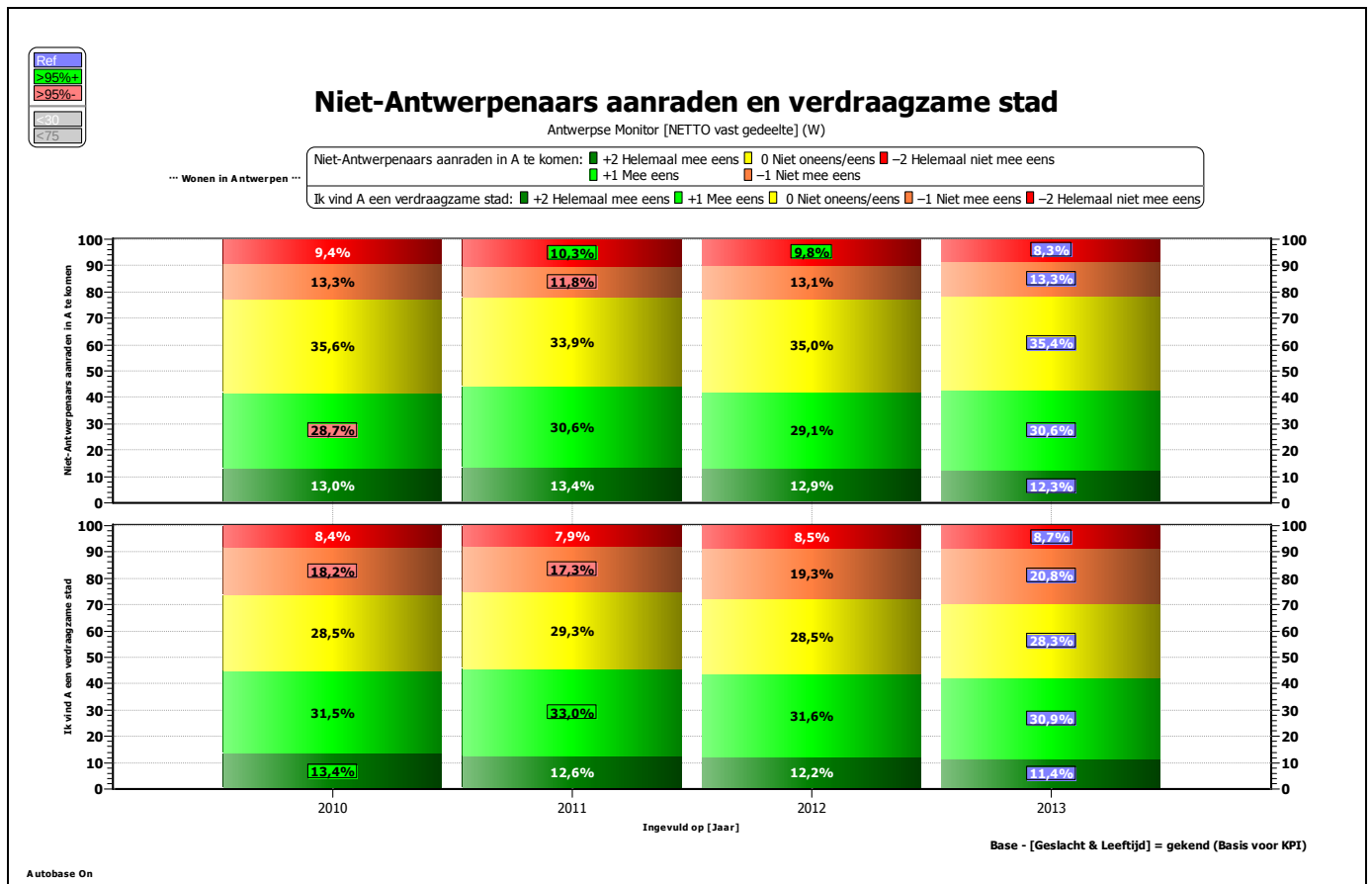




Grafiek 12: Fierheid en echte Antwerpenaar 2010-2013



**Grafiek 13 Mening over wonen in Antwerpen: niet-Antwerpenaars aanraden in Antwerpen te komen wonen + Ik vind Antwerpen een verdraagzame stad, 2010-2013**



## 2.2.2. Verhuizen

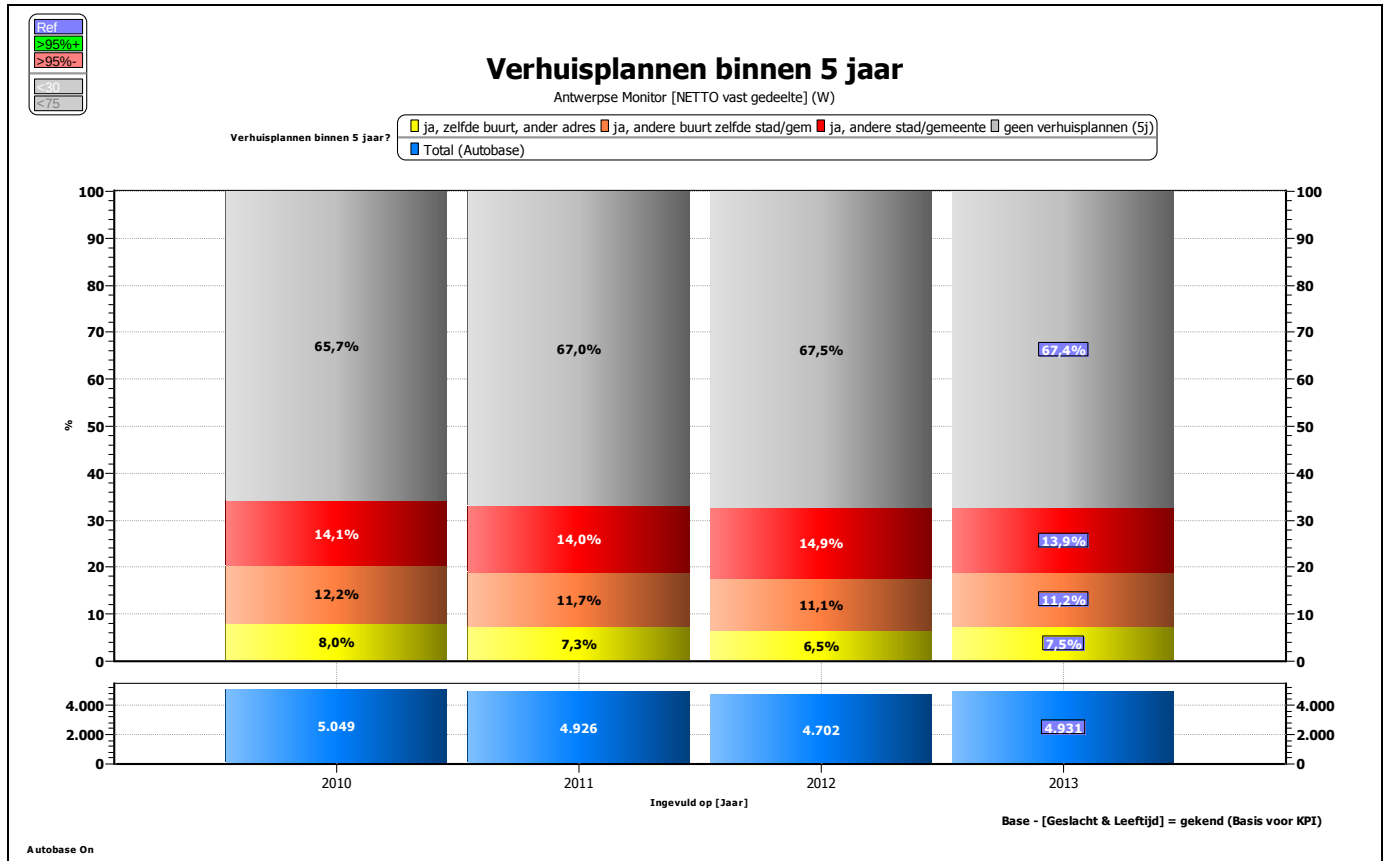
Als het gaat over effectieve verhuisbewegingen, wordt gebruik gemaakt van administratieve data. Verhuismotieven noch socio-economische achtergrond zijn beschikbaar. De Antwerpse monitor kan hier een belangrijke aanvulling zijn. Wel mag men niet uit het oog verliezen dat een geplande verhuisbeweging niet 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, 11% wil naar een andere buurt verhuizen en 7,5% wil in de huidige buurt blijven wonen. Er zijn geen noemenswaardige verschillen over de jaren heen.

Grafiek 14 Verhuisplannen komende vijf jaar, 2010-2013

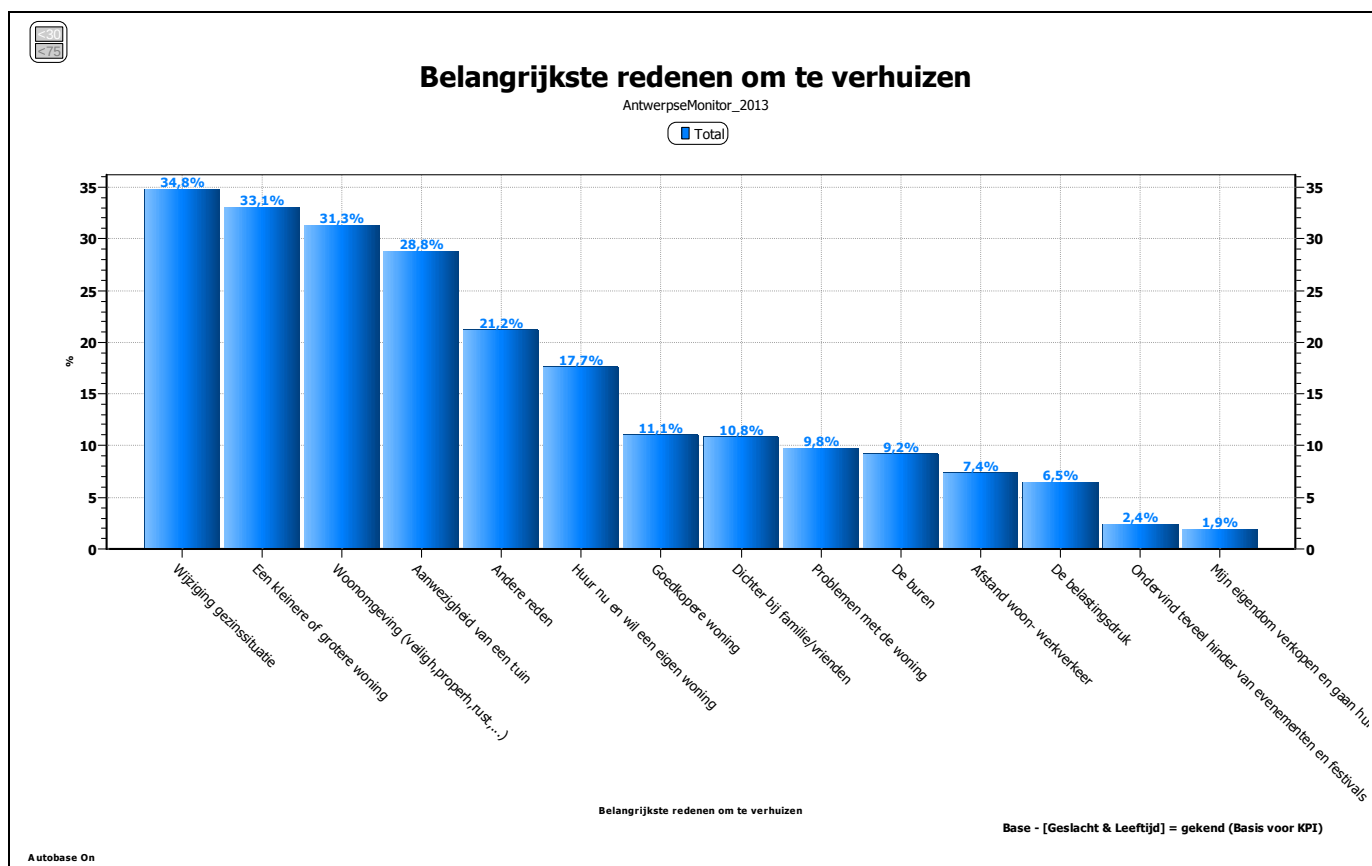


### 2.2.2.2. Verhuismotieven

De meest vermelde verhuismotivatie is een wijziging in gezinssituatie. Ook de aanwezigheid van een tuin en de nood aan een kleinere of grotere woning vormt een belangrijke motivatie om te verhuizen. De woonomgeving komt als verhuismotief op de derde plaats.

In 2013 werd 'ik ondervind teveel hinder van evenementen en festivals' als extra antwoordmogelijkheid toegevoegd. Voor 2,4% van de respondenten is dit effectief ook een reden om te verhuizen.

Grafiek 17 Verhuismotieven, 2013



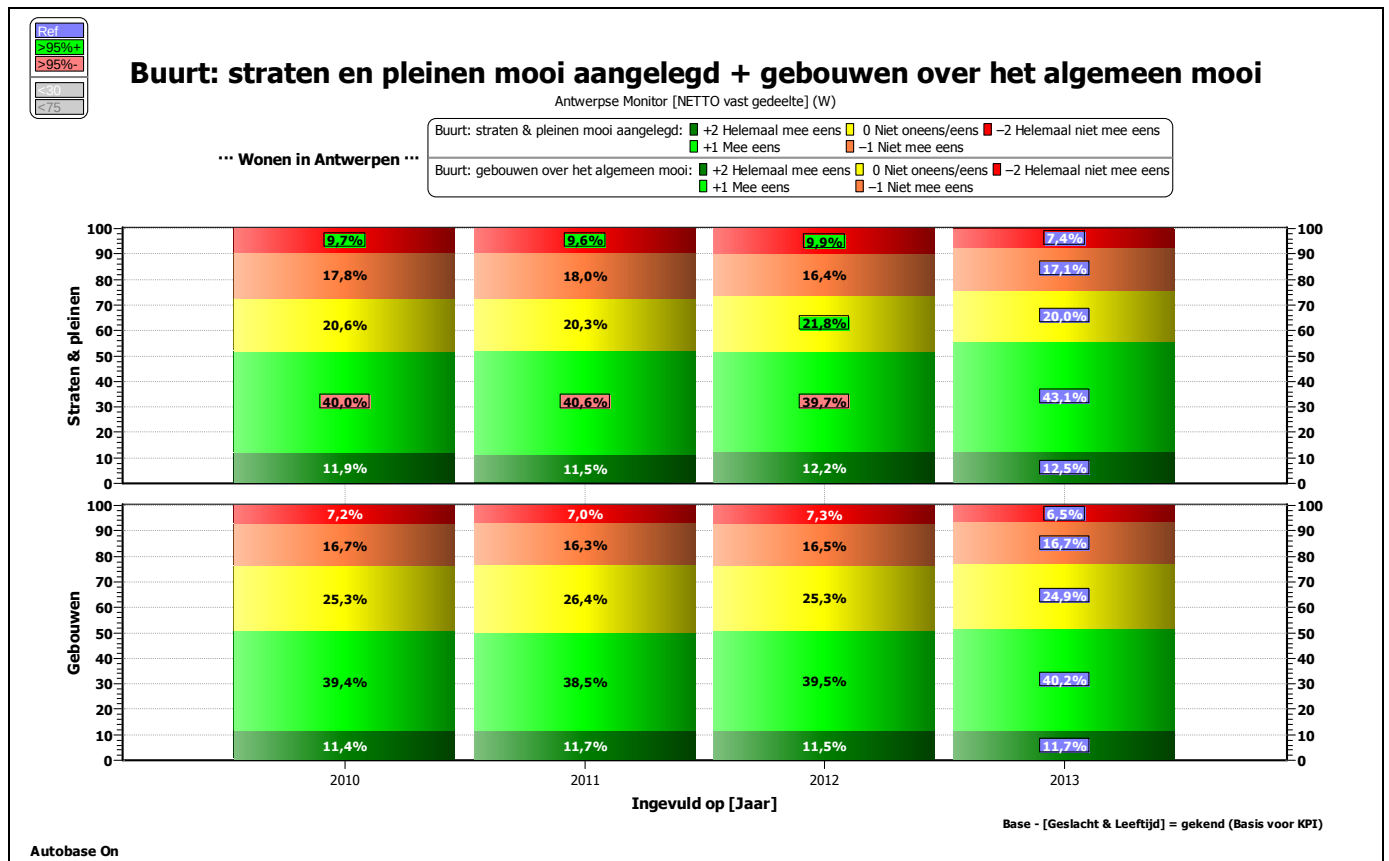
## 2.2.3. Perceptie over de woonomgeving in de buurt

### 2.2.3.1 Mooi aangelegde straten en pleinen, en mooie gebouwen

Voor wat betreft de gebouwen, zien we geen verschillen over de jaren heen.

Over straten en pleinen hebben de respondenten in 2013 een positievere mening dan de drie jaren daarvoor.

Grafiek 15 Mening over openbaar domein in de buurt, 2010-2013

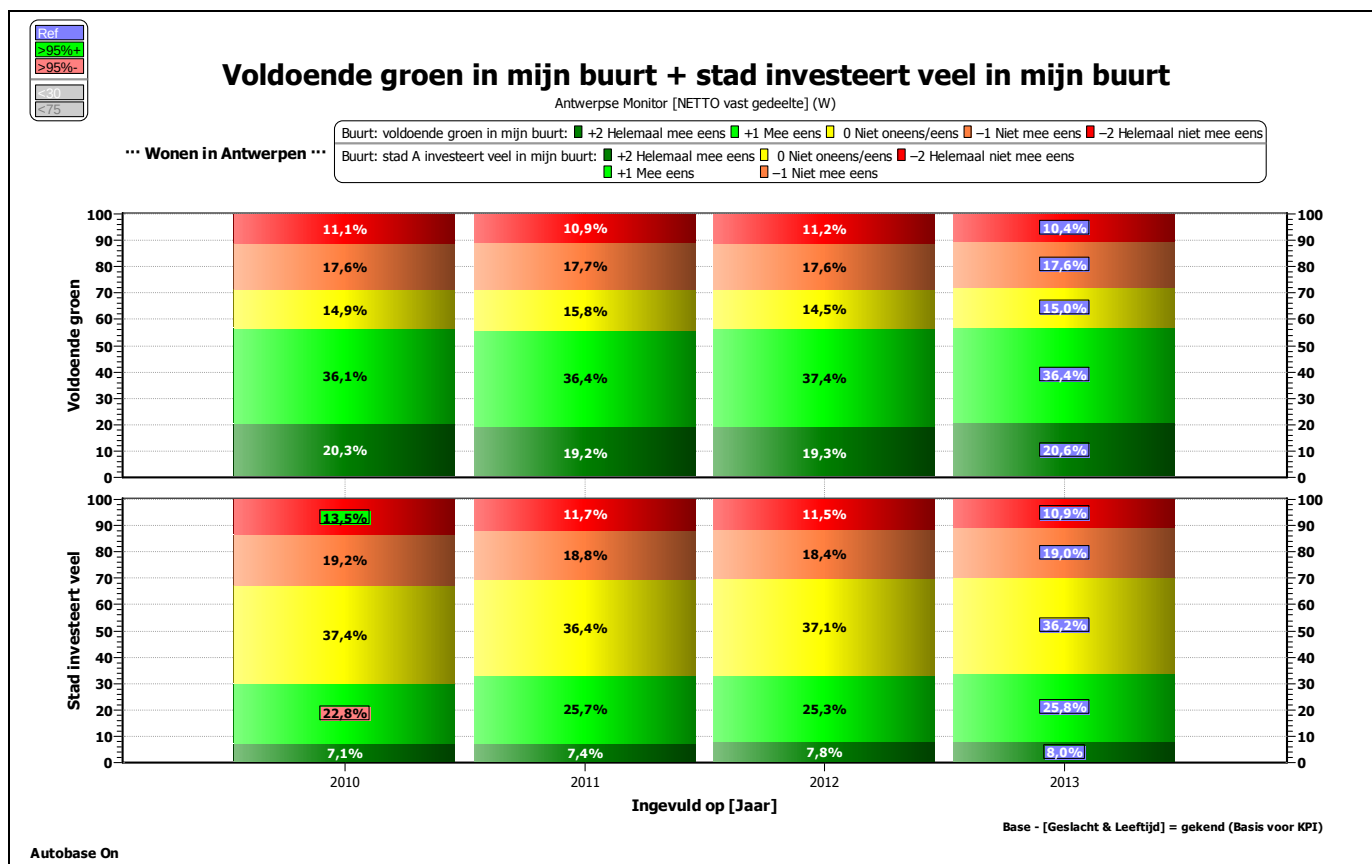


### 2.2.3.2 Groen en stad investeert veel in mijn buurt

De mening over voldoende groen varieert niet over de jaren heen: ongeveer 56% van de respondenten is het hiermee eens.

Voor wat betreft 'de stad investeert veel in mijn buurt' zien we dat de respondenten in 2010 een negatievere mening hadden dan in 2013.

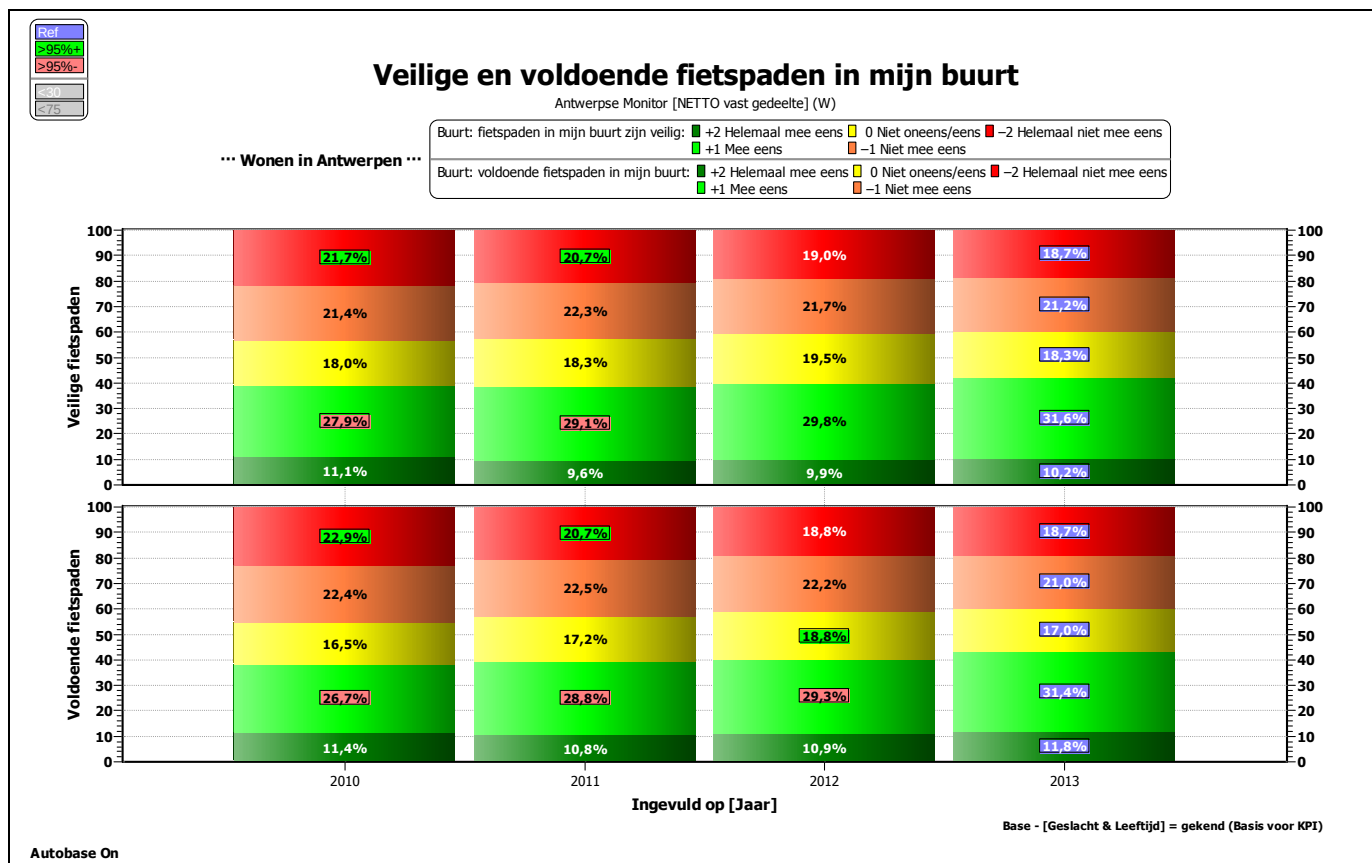
Grafiek 16: voldoende groen in mijn buurt en stad investeert veel in mijn buurt, 2010-2013



### 2.2.3.3 Voldoende en veilige fietspaden in mijn buurt

Zowel qua veilige als qua voldoende fietspaden in de buurt zien we dat in 2013 de respondenten positiever zijn dan in 2010 en 2011.

Grafiek 17: mening over fietspaden in de buurt, 2010-2013

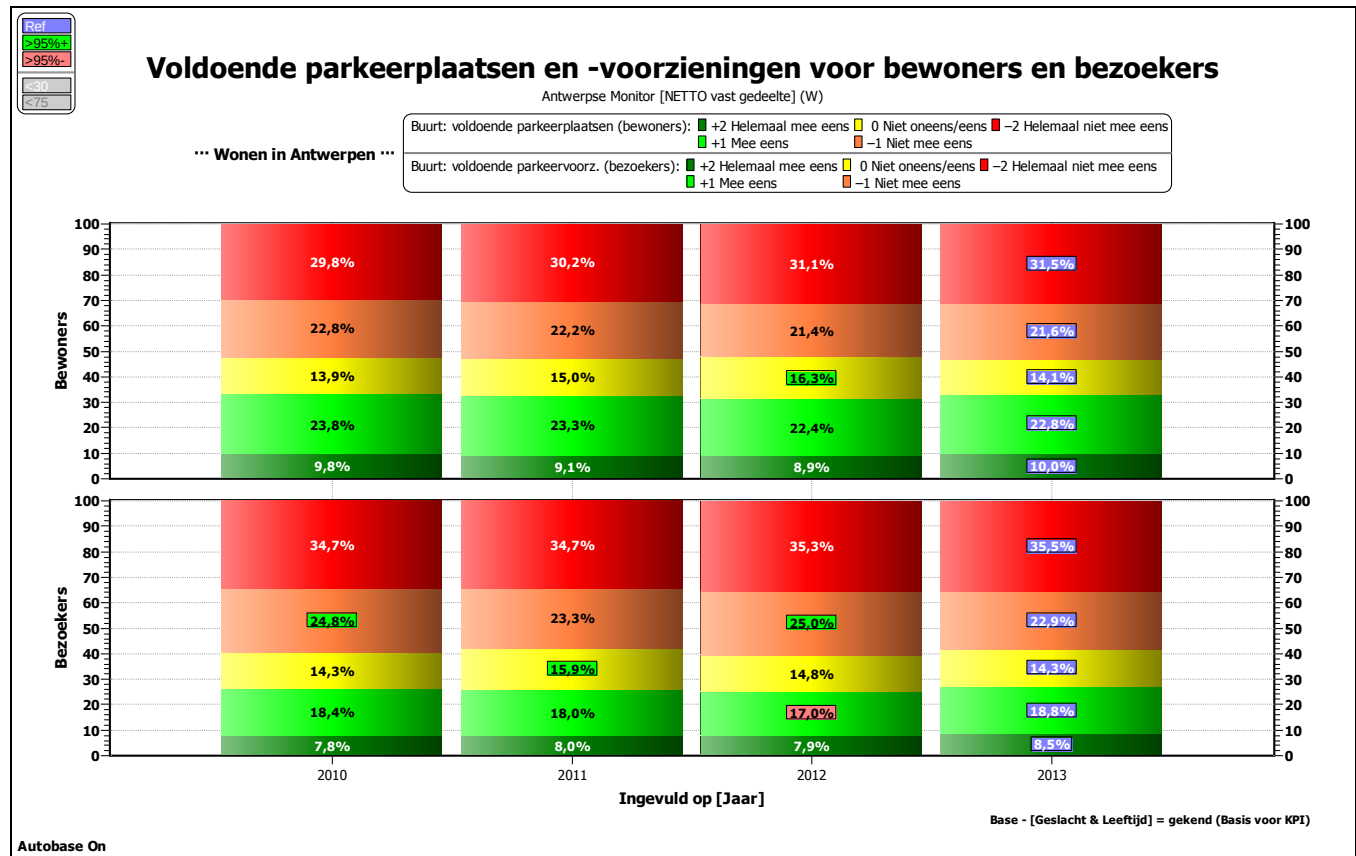


### 2.2.3.4 Parkeerplaatsen voor bewoners en parkeervoorzieningen voor bezoekers

Weinig verschil in perceptie over voldoende parkeerplaatsen voor bewoners over de jaren heen: iets meer dan 50% vindt dat er onvoldoende parkeerplaatsen zijn.

Kleine variaties in de perceptie over voldoende parkeervoorzieningen voor bezoekers zijn er wel.

Grafiek 18: parkeerplaatsen voor bewoners en bezoekers, 2010-2013

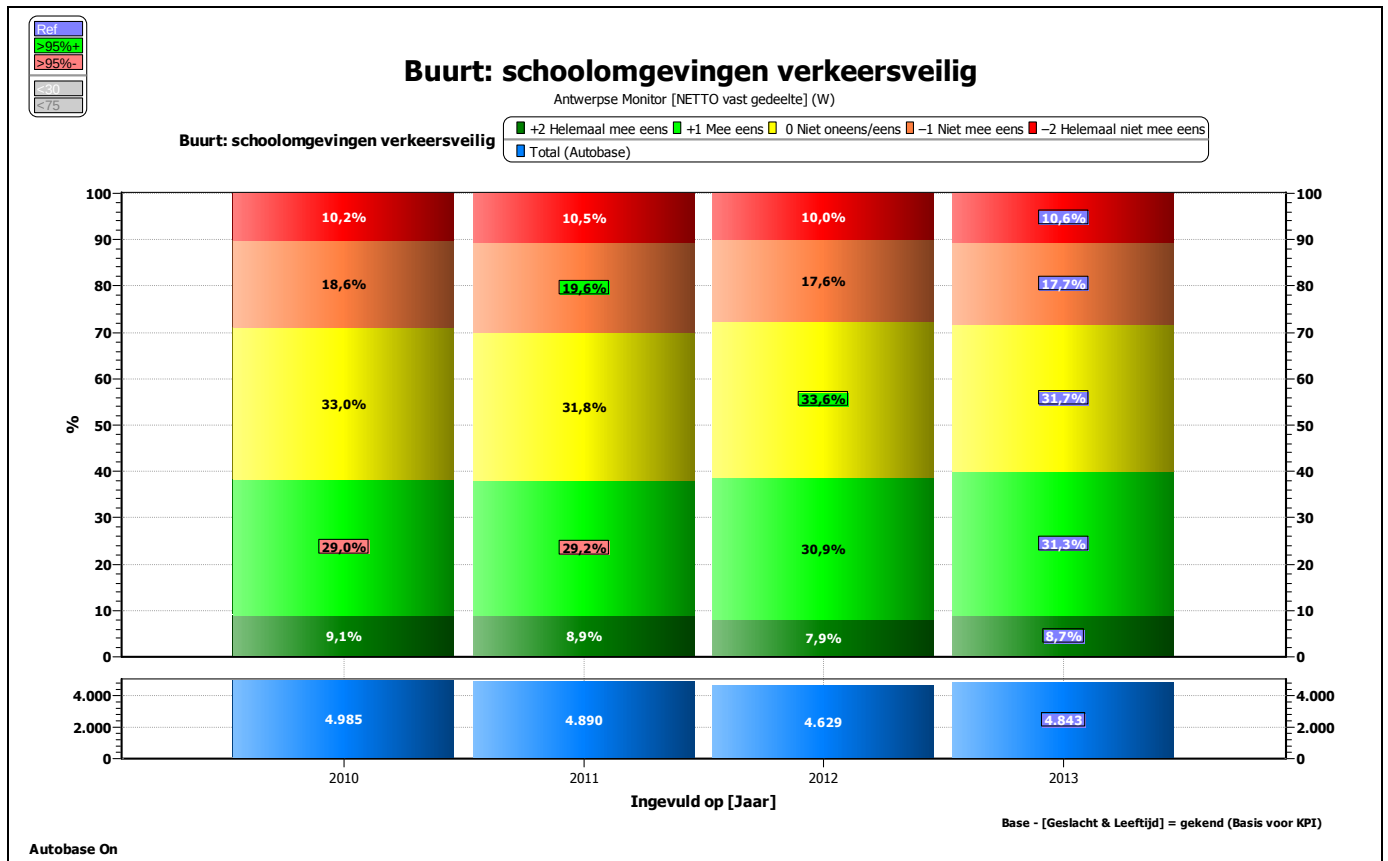




### 2.2.3.5 Verkeersveilige schoolomgevingen

In 2013 zijn er meer respondenten eens met de stelling dat de schoolomgevingen in hun buurt verkeersveilig zijn, dan in 2010 en 2011.

Grafiek 19: verkeersveilige schoolomgevingen, 2010-2013

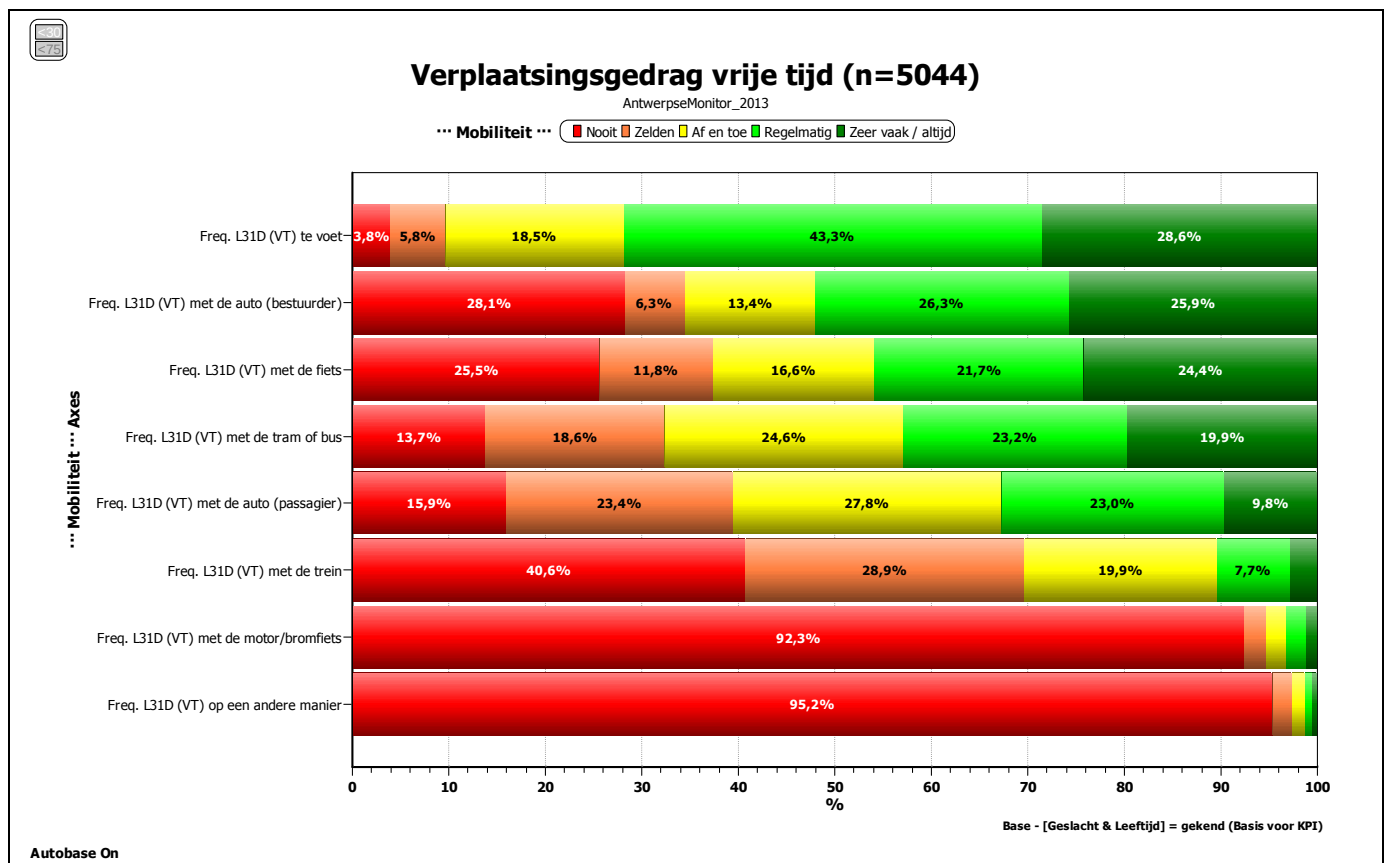


## 2.3. Mobiliteit

### 2.3.1. Verplaatsingsgedrag

In de vrije tijd verplaatst 71% zich regelmatig tot zeer vaak te voet. Daarna volgt de auto (als bestuurder), de fiets en tram/bus. Het verplaatsingsgedrag in de vrije tijd in 2013 verschilt weinig met het verplaatsingsgedrag in 2012. Wel zijn de fiets en tram/bus als vervoersmiddel van plaats verwisselt,

Grafiek 20 Verplaatsingsgedrag tijdens vrije tijd, 2013



In de volgende tabel lezen we de gemiddelden per vervoersmodus voor de verschillende jaren, en zetten het jaar 2013 opnieuw als referentie jaar zodat we het kunnen vergelijken met alle voorgaande jaren.

Opvallend is dat de frequentie van het gebruik van de fiets in 2010 en 2011 significant lager lag dan in 2013, en omgekeerd, het gebruik van tram/bus in 2010 en 2011 significant hoger lag dan in 2013. Daarnaast zien we dat in 2013 meer respondenten zich te voet verplaatsen tijdens hun vrije tijd dan de drie voorgaande jaren.

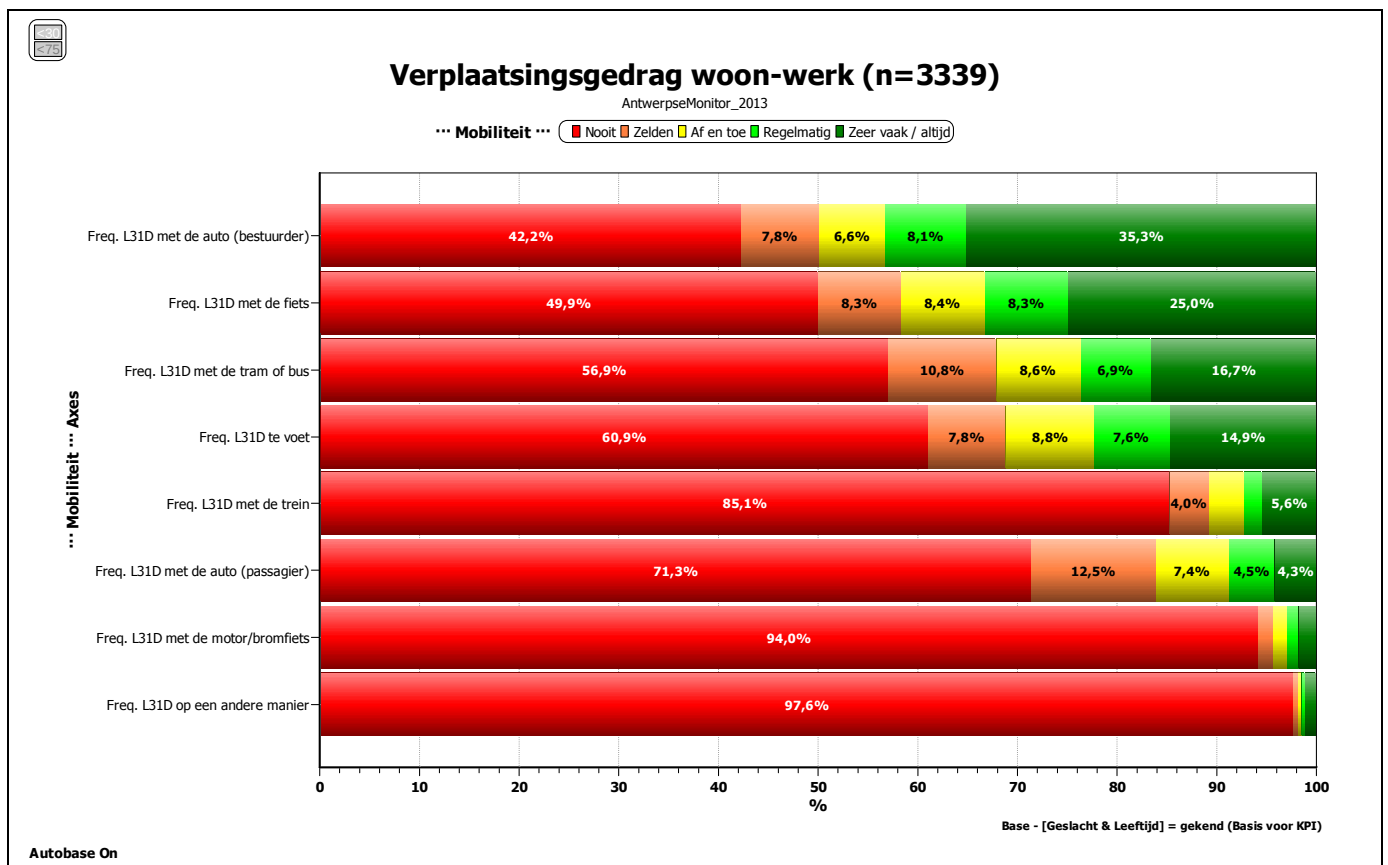
Op het gebruik van de auto zijn er geen verschillen over de jaren.

**Grafiek 21 Verplaatsingsgedrag tijdens vrije tijd, 2010-2013 (gemiddelde)**

|                    |                  | Verplaatsing laatste maand tijdens vrije tijd (gemiddelde) |              |                        |                    |              |                          |                         |                      |
|--------------------|------------------|------------------------------------------------------------|--------------|------------------------|--------------------|--------------|--------------------------|-------------------------|----------------------|
| Ingevuld op [Jaar] | Total (Autobase) | te voet                                                    | met de fiets | met de motor/bromfiets | met de tram of bus | met de trein | met de auto (bestuurder) | met de auto (passagier) | op een andere manier |
| 2010               | 2,54             | 3,83                                                       | 2,92         | 1,22                   | 3,28               | 1,99         | 3,16                     | 2,84                    | 1,09                 |
| 2011               | 2,55             | 3,82                                                       | 2,97         | 1,18                   | 3,24               | 2,04         | 3,13                     | 2,88                    | 1,11                 |
| 2012               | 2,54             | 3,83                                                       | 3,01         | 1,2                    | 3,18               | 2            | 3,1                      | 2,89                    | 1,1                  |
| 2013               | 2,56             | 3,87                                                       | 3,07         | 1,18                   | 3,17               | 2,03         | 3,15                     | 2,87                    | 1,1                  |
| Ref                | >95%+            | <95%                                                       | >95%-        |                        |                    |              |                          |                         |                      |

Om naar werk of school te gaan, staat de wagen op de eerste plaats. Opvallend is dat de meerderheid 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.

**Grafiek 22 Verplaatsingsgedrag woon/werkverkeer, 2013**



Kijken we ook hier naar de gemiddelden per jaar, met 2013 als referentiejaar, dan zien we opnieuw een aantal verschuivingen. Ten opzichte van 2010 gebruiken minder respondenten de motor/bromfiets en tram/bus in 2013, maar meer de fiets voor hun woon-werk verplaatsing. Het autogebruik blijft constant.

**Grafiek 23 Verplaatsingen woon werk, 2010-2013 (gemiddelde)**

| Verplaatsing laatste maand woon-werk |                  |         |              |                        |                    |              |                          |                         |                      |
|--------------------------------------|------------------|---------|--------------|------------------------|--------------------|--------------|--------------------------|-------------------------|----------------------|
| Ingevuld op [Jaar]                   | Total (Autobase) | te voet | met de fiets | met de motor/bromfiets | met de tram of bus | met de trein | met de auto (bestuurder) | met de auto (passagier) | op een andere manier |
| 2010                                 | 1,87             | 2,07    | 2,35         | 1,2                    | 2,25               | 1,42         | 2,95                     | 1,61                    | 1,08                 |
| 2011                                 | 1,86             | 2,1     | 2,47         | 1,13                   | 2,21               | 1,42         | 2,84                     | 1,6                     | 1,09                 |
| 2012                                 | 1,84             | 1,98    | 2,48         | 1,17                   | 2,14               | 1,4          | 2,87                     | 1,61                    | 1,07                 |
| 2013                                 | 1,85             | 2,08    | 2,5          | 1,15                   | 2,16               | 1,39         | 2,86                     | 1,58                    | 1,07                 |

|     |       |      |       |
|-----|-------|------|-------|
| Ref | >95%+ | <95% | >95%- |
|-----|-------|------|-------|

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

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](http://www.antwerpen.buurtmonitor.be).

Hieronder een overzicht van de belangrijkste online rapporten waarbij ook de mogelijkheid is om een district of wijk te kiezen:

- Rapport economie:  
<http://antwerpen.buurtmonitor.be/quickstep/QsReportAdvanced.aspx?report=economie&geolevel=district&geoitem=3>
- Rapport arbeidsmarkt:  
<http://antwerpen.buurtmonitor.be/quickstep/QsReportAdvanced.aspx?report=arbeidsmarkt&geolevel=district&geoitem=3>
- Rapport basisonderwijs:  
<http://antwerpen.buurtmonitor.be/quickstep/QsReportAdvanced.aspx?report=schoolrapport&geolevel=district&geoitem=3>
- Rapport secundair onderwijs:  
[http://antwerpen.buurtmonitor.be/quickstep/QsReportAdvanced.aspx?report=secundair&geolevel=district&geoitem=3&username=sso\\_beveiligd&password=SSObzSwing](http://antwerpen.buurtmonitor.be/quickstep/QsReportAdvanced.aspx?report=secundair&geolevel=district&geoitem=3&username=sso_beveiligd&password=SSObzSwing)

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.

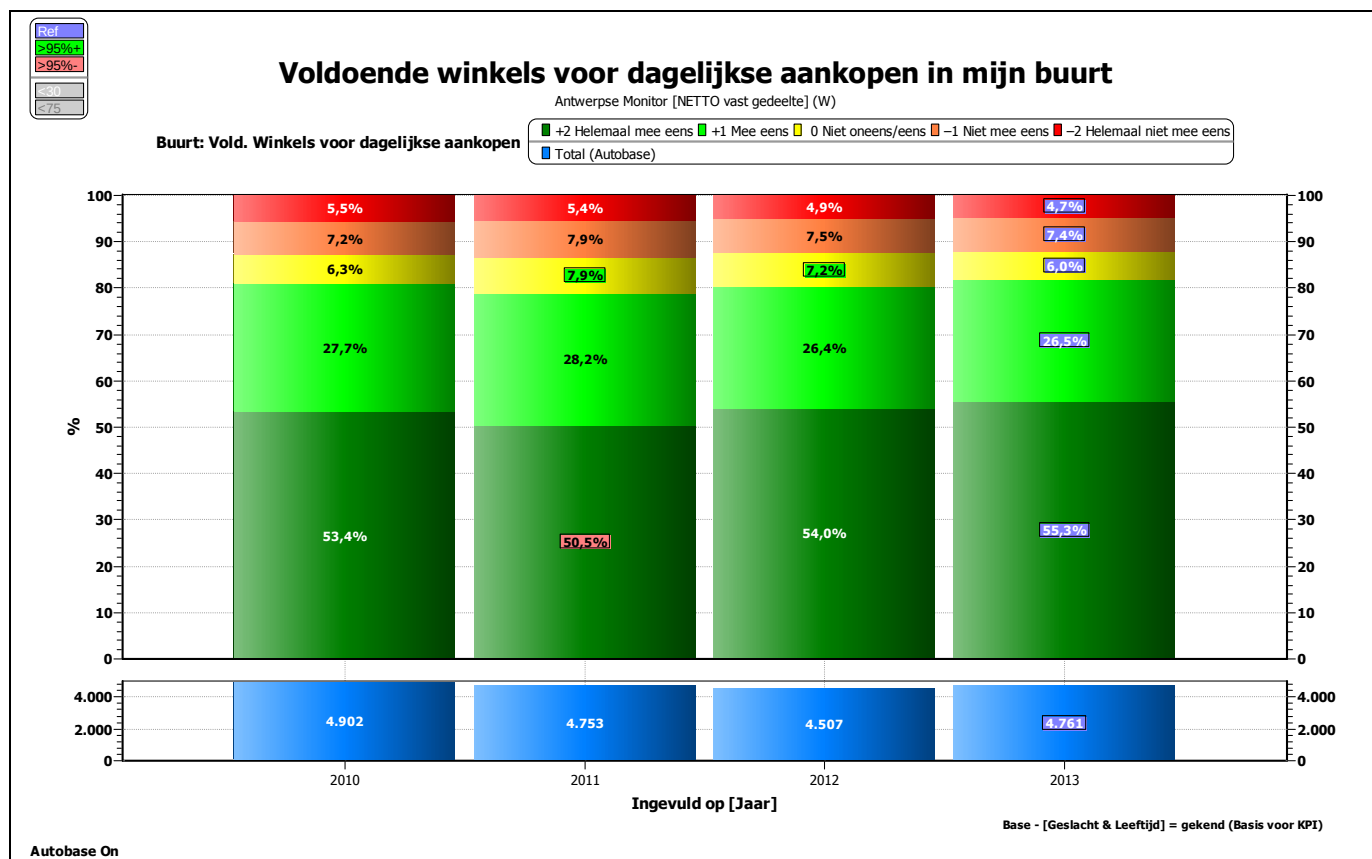
We vergelijken telkens de resultaten van de Antwerpse monitor 2013 met de resultaten van 2010, 2011 en 2012. Hierbij zijn de cijfers van het referentiejaar 2013 telkens in een blauw kader aangeduid.

### 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. We zien weinig verschil met de vorige jaren.

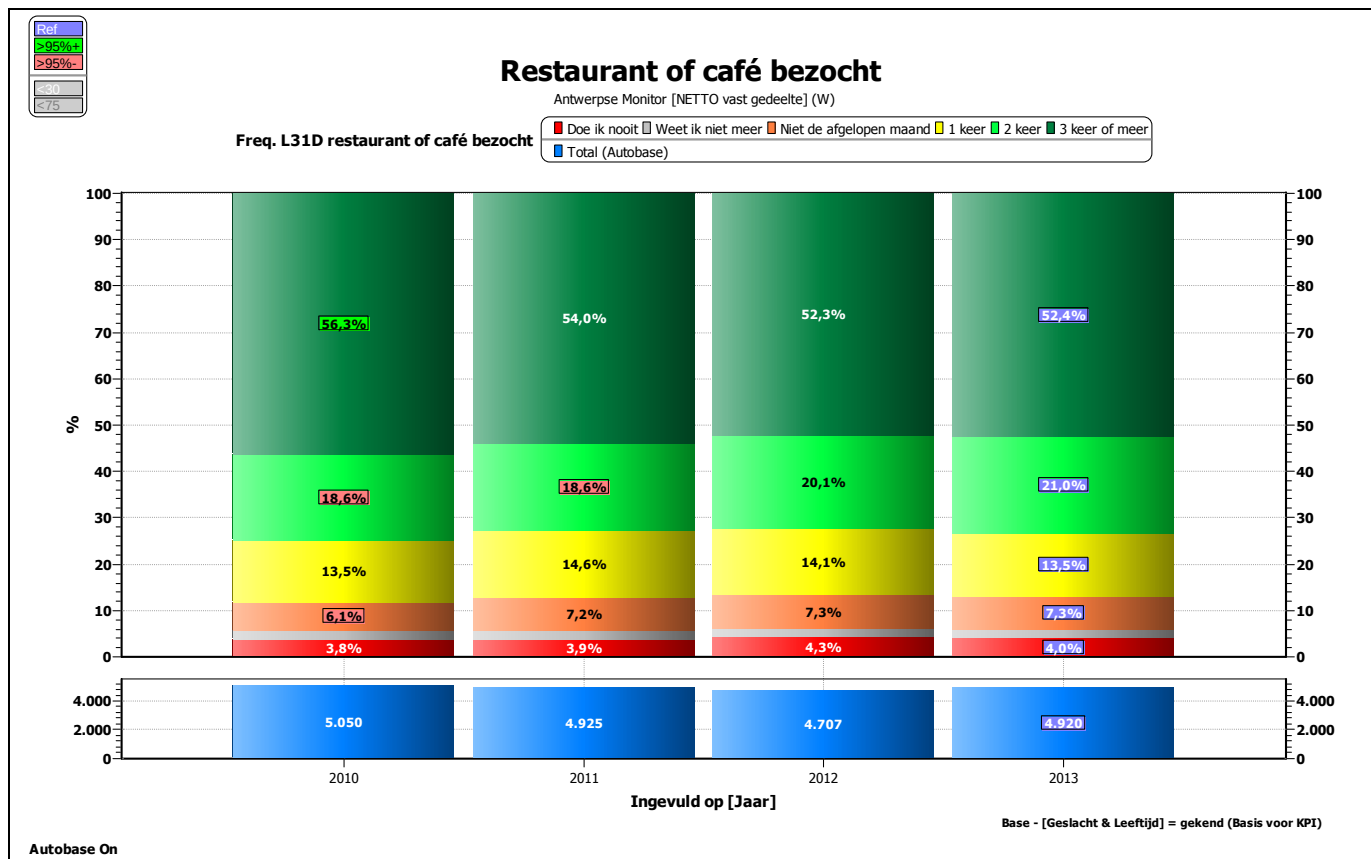
Grafiek 24 Mening over het aanbod winkels voor dagelijkse aankopen in de buurt, 2010-2013



### 3.1.2 Horecabezoek

Bijna negen op tien respondenten bezoekt minimum één maal een café of restaurant de afgelopen maand. We zien een geleidelijke daling van het aandeel respondenten dat 3 keer of meer op restaurant of café gaat, wat uitmondt in significant minder in 2013 ten opzichte van 2010.

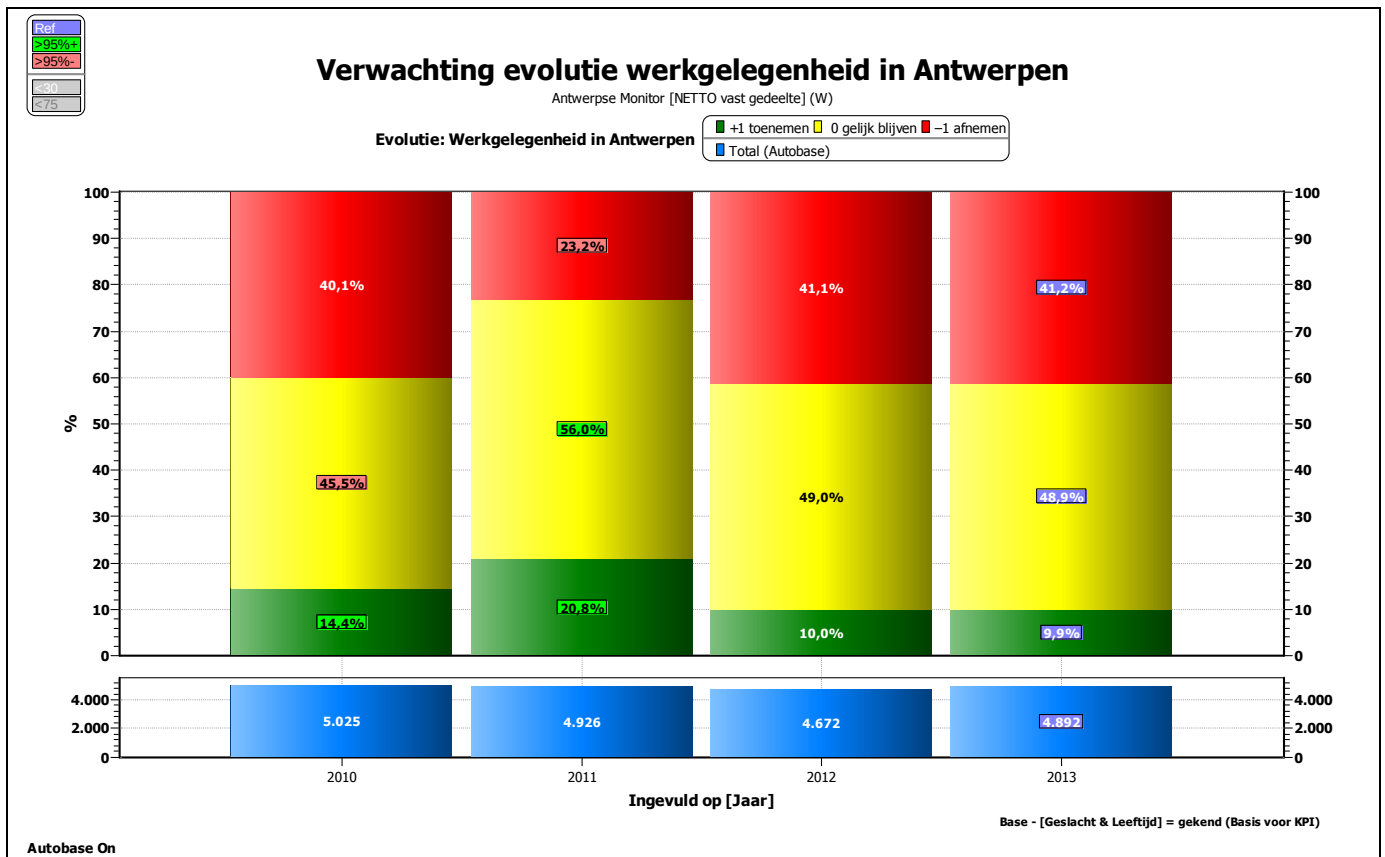
Grafiek 25 Bezoek aan restaurant of café tijdens de afgelopen maand, 2010-2013



### 3.1.3 Toekomstverwachtingen over de werkgelegenheid

We stellen vast dat de respondenten in 2011 een stuk positiever naar de toekomst keken dan in de andere jaren. Het aandeel mensen dat denkt dat de werkgelegenheid zal stijgen is in 2012 en 2013 afgenomen ten opzichte van het niveau van 2010.

Grafiek 26 Verwachting evolutie werkgelegenheid in stad Antwerpen, 2010-2013



### 3.1.4 Imago verschillende beroepen/functies

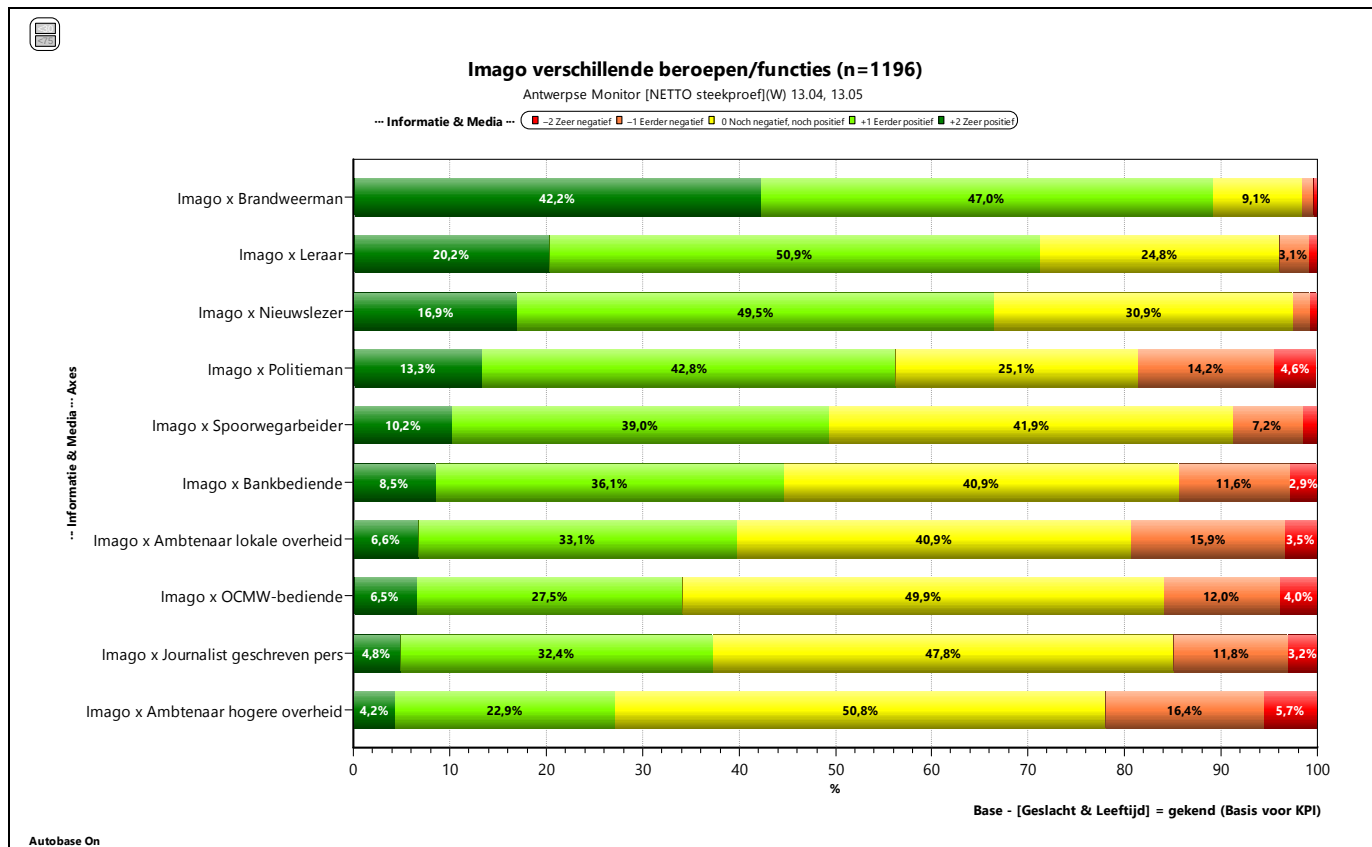
In golf 4 en 5 werd gepeild naar het imago van een aantal beroepen en functies.

De functie van brandweerman heeft duidelijk het meest positieve imago. Daarna hebben de beroepen leraar en nieuwslezer nog een zeer positief imago.

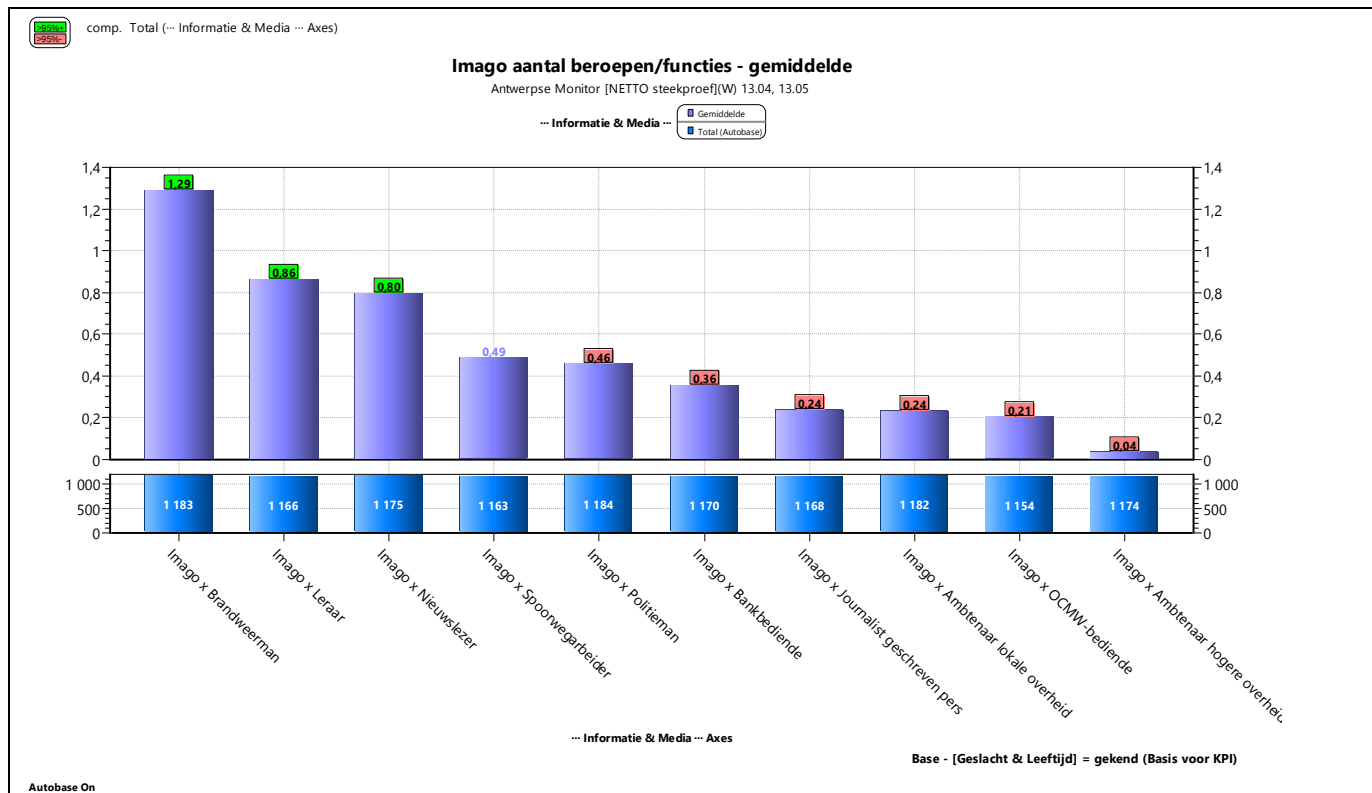
Het meest negatieve imago wordt aan de ambtenaar van een hogere overheid toebedeeld, gevolgd door de OCMW-bediende en een gedeelde plaats voor de ambtenaar van een lokale overheid en de journalist van de geschreven pers.



Grafiek 27: imago beroepen/functies



Grafiek 28: imago beroepen/functies, gemiddelde

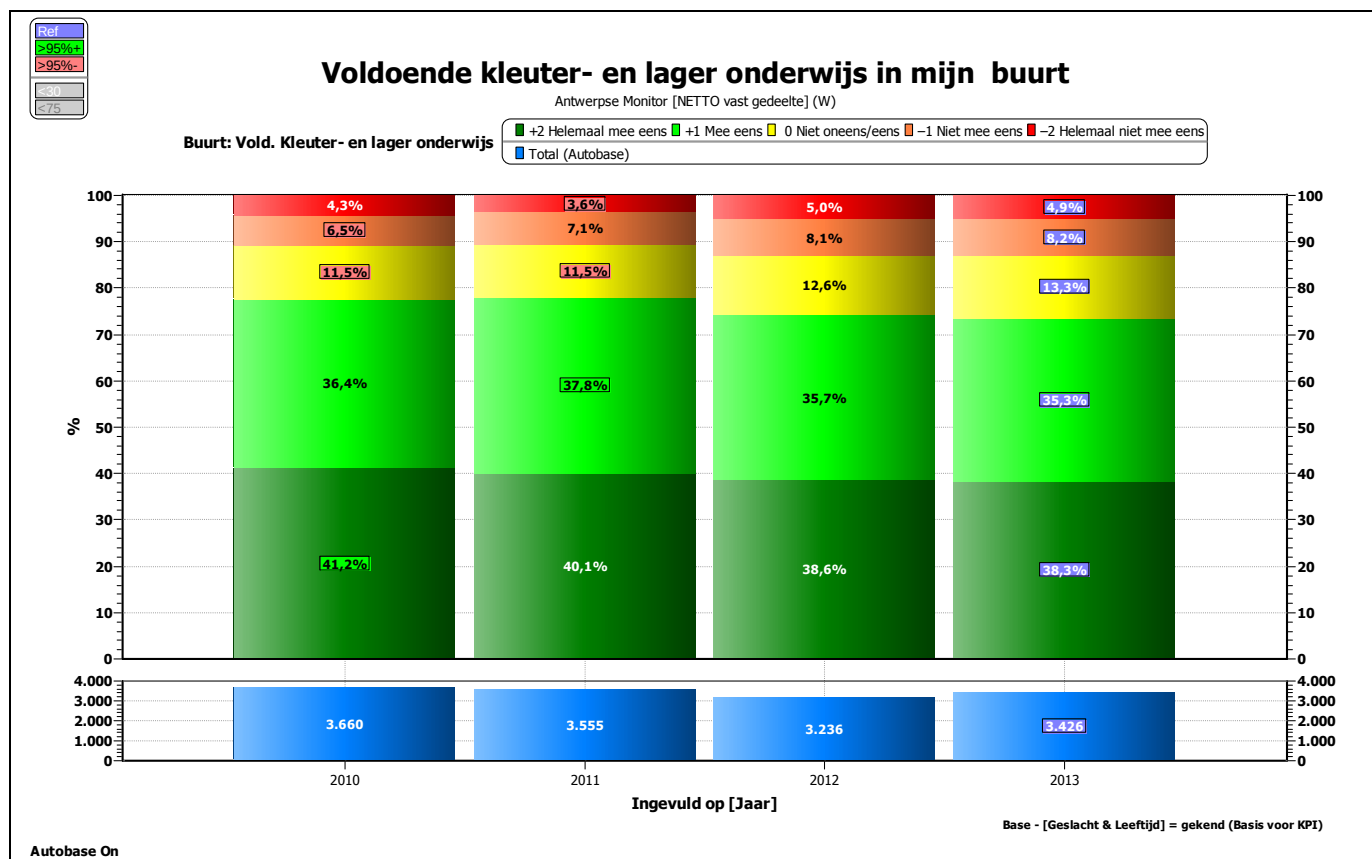


## 3.2 Onderwijs, jeugd en kinderopvang

### 3.2.1 Aanbod kleuter- en lager onderwijs

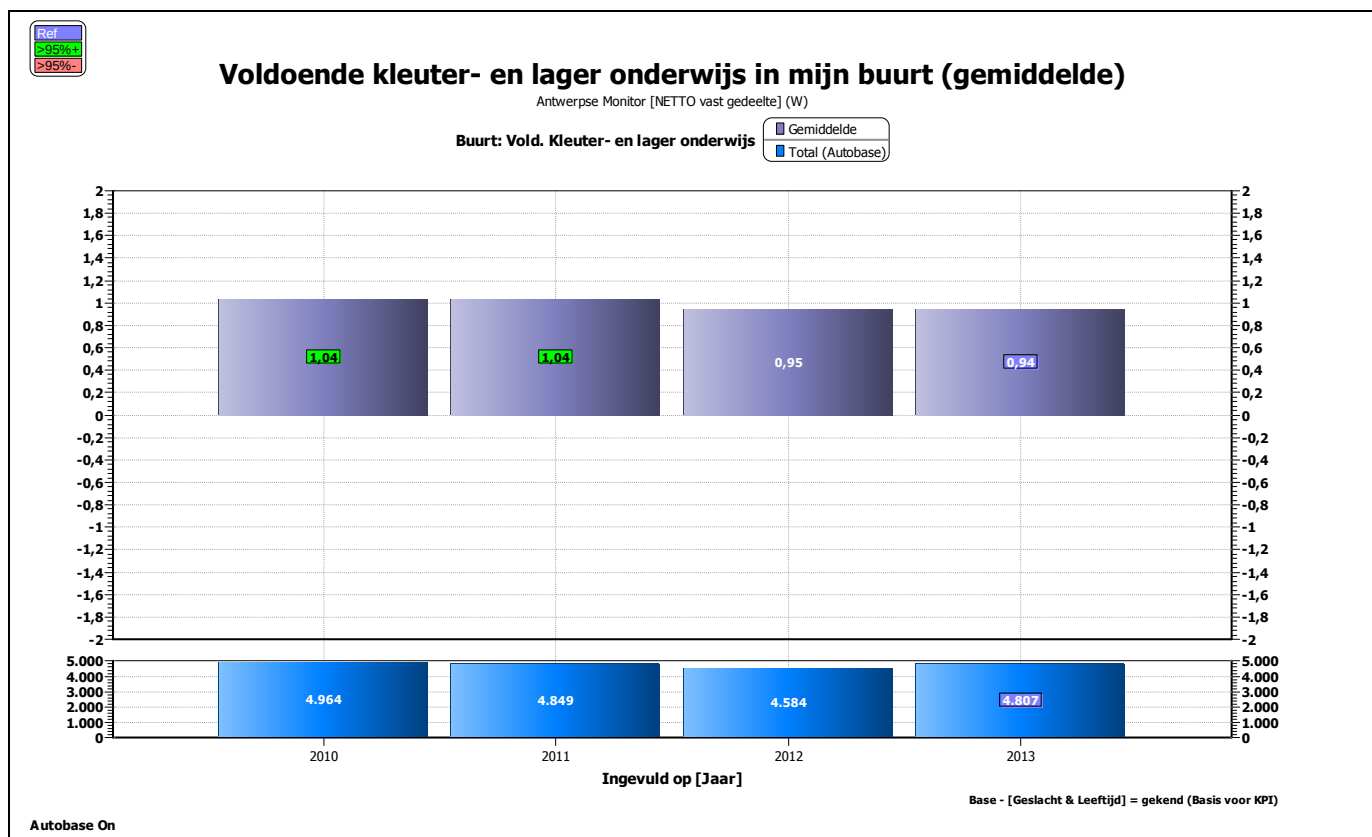
Zowel in 2010 als in 2011 is meer dan drie kwart van de respondenten tevreden over het aanbod. In 2012 en 2013 zien we wel een lagere tevredenheid.

Grafiek 29 Mening over het aanbod kleuter- en lager onderwijs in de buurt, 2010-2013



In de volgende grafiek zien we dankzij de gemiddelden, dat in 2010 en 2011 significant meer respondenten van mening waren dat er voldoende kleuter- en lager onderwijs in hun buurt aanwezig was dan in 2013.

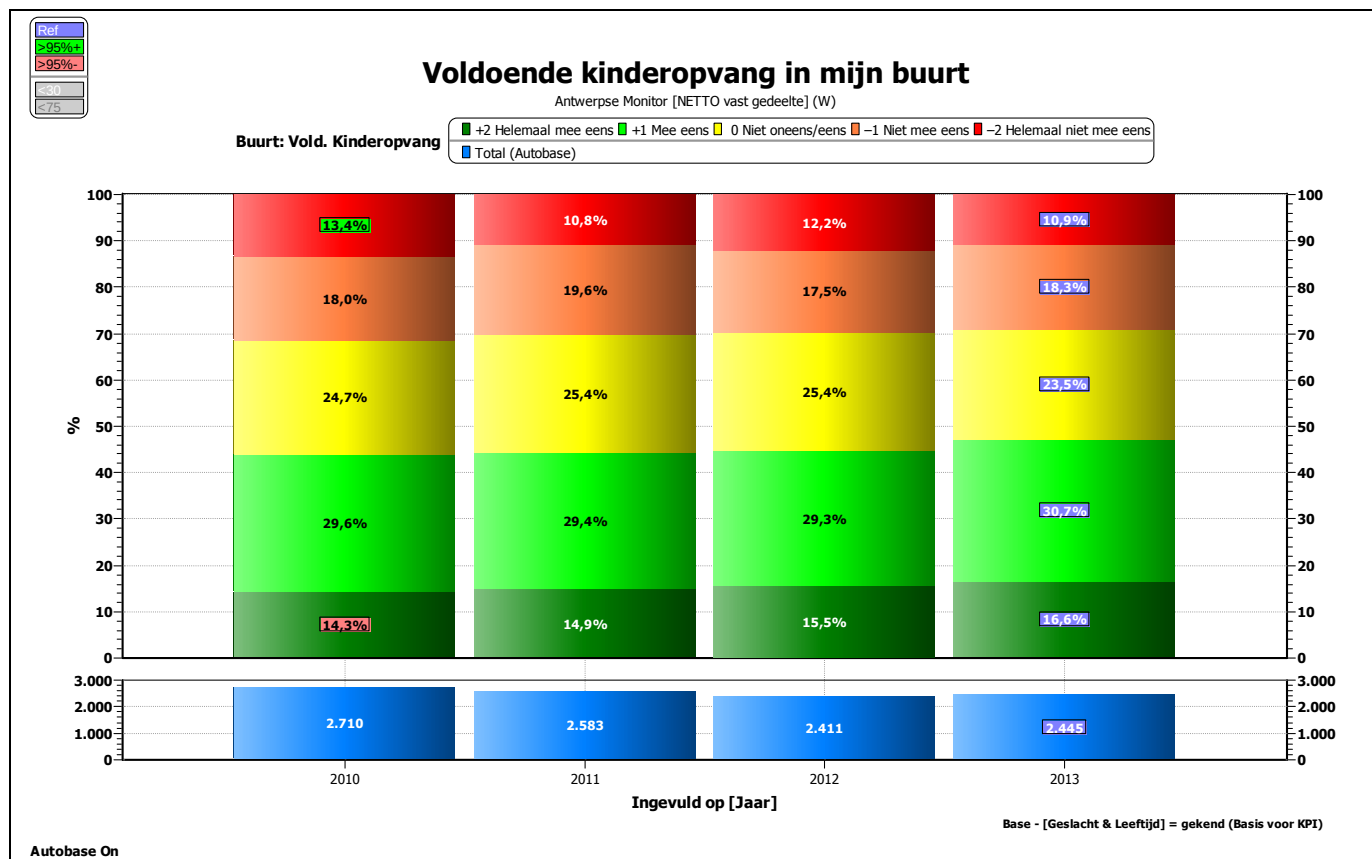
Grafiek 30: voldoende kleuter- en lager onderwijs in de buurt, gemiddelde, 2010-2013



### 3.2.2 Aanbod kinderopvang

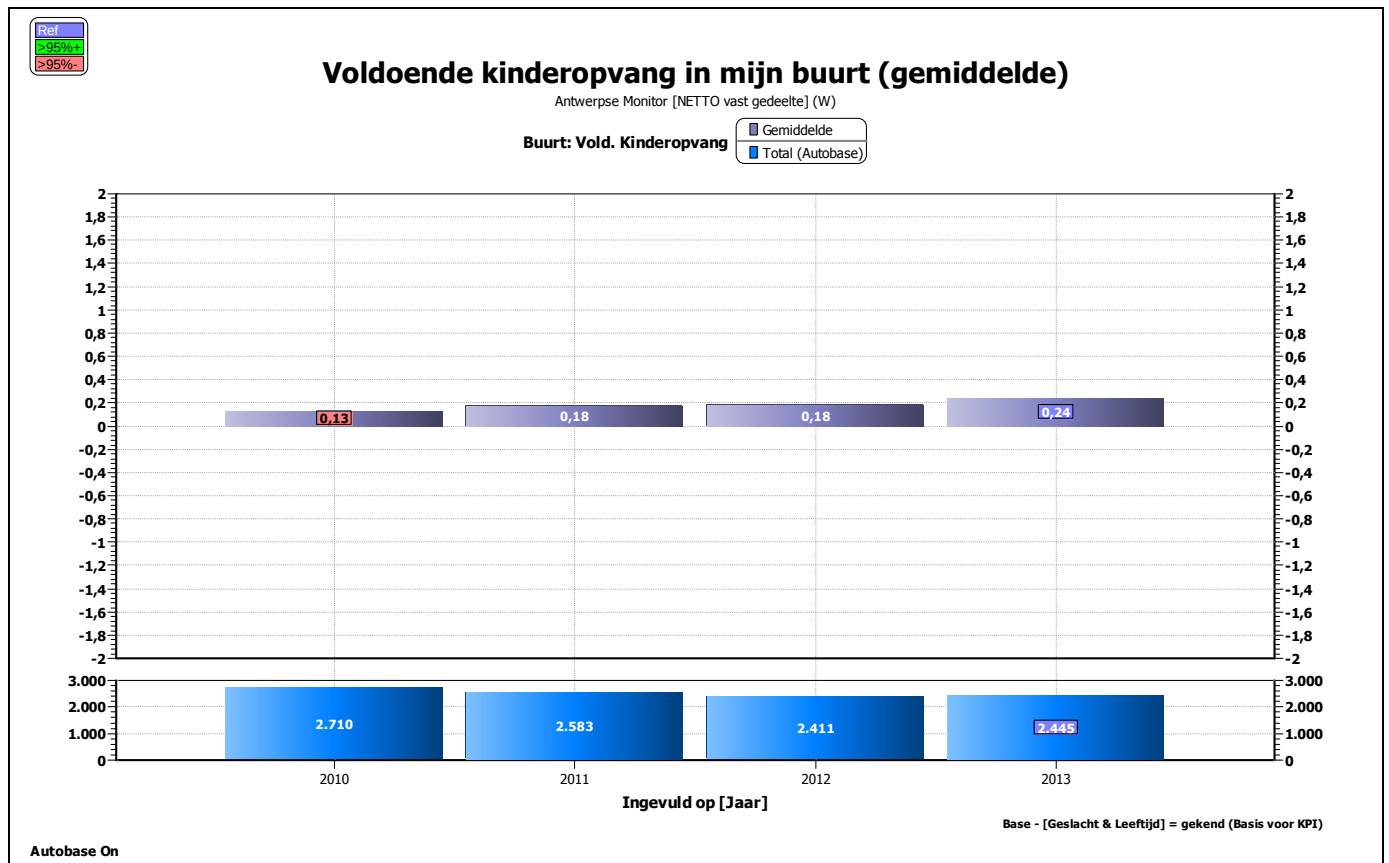
In 2013 is 47% van de respondenten tevreden over het aanbod aan kinderopvang in de buurt. Het aandeel zeer ontevreden respondenten is sinds 2010 gedaald van 13,4% naar 10,9% en in 2013.

Grafiek 31 Mening over het aanbod kinderopvang in de buurt, 2010-2013



Wanneer we naar de gemiddelden per jaar kijken, dan zien we dat in 2013 significant meer respondenten vinden dat er voldoende kinderopvang is in hun buurt ten opzichte van 2010.

Grafiek 32: voldoende kinderopvang in de buurt, gemiddelde, 2010-2013



### 3.3 Werkgeversimago stad Antwerpen

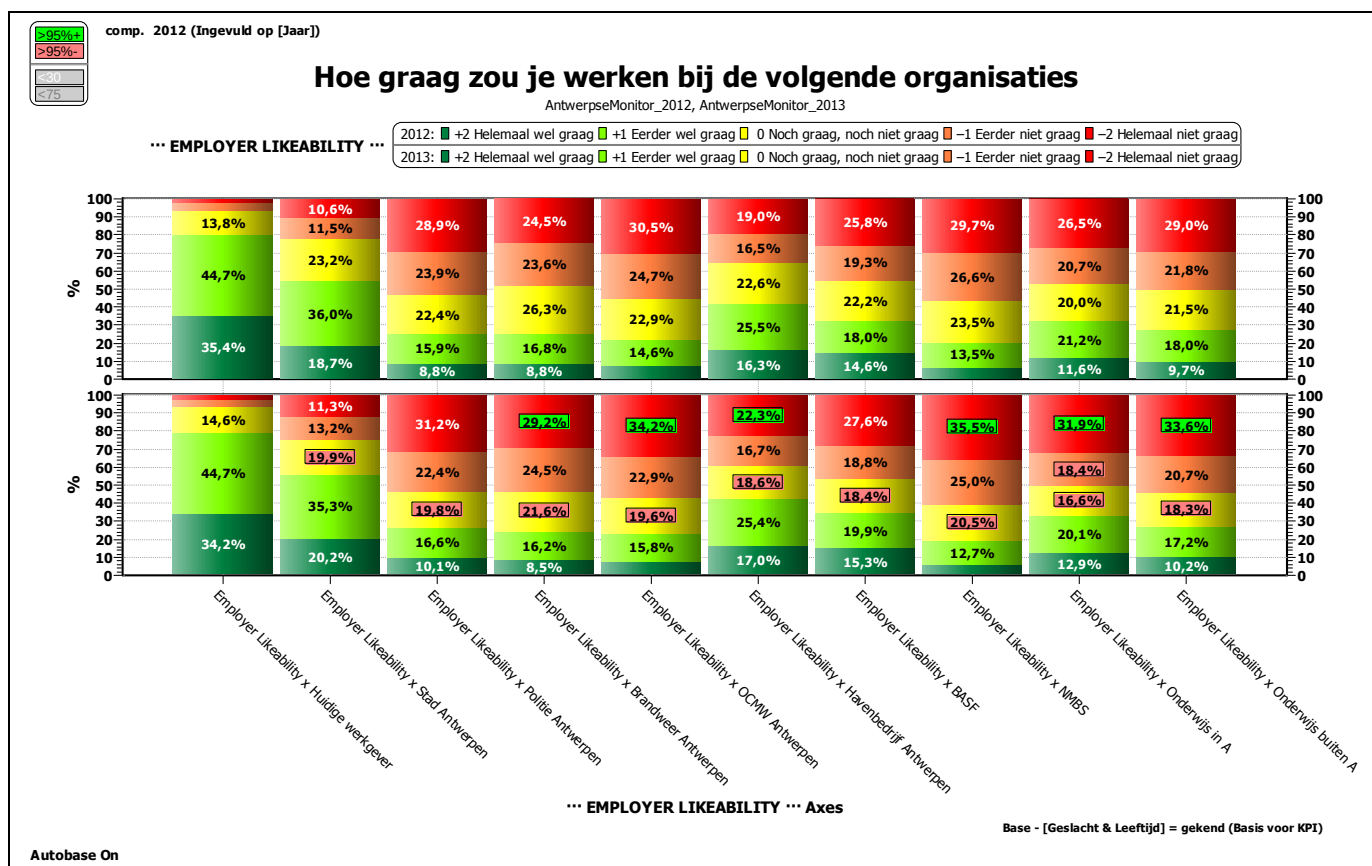
In 2012 en 2013 peilden we via de Antwerpse monitor naar de aantrekkelijkheid van de stad Antwerpen als potentiële werkgever.

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

Vervolgens werd aan de respondenten die werken of studeren, 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.

Opvallend is dat de stad Antwerpen, na 'huidige werkgever', op kop staat. Qua aantrekkelijkheid scoort de stad Antwerpen weinig verschillend in 2013 ten opzichte van 2012, we zien dat de meningen meer gepolariseerd zijn in 2013 omdat significant minder respondenten neutraal antwoorden.

Grafiek 33: Werkgeversimago (zonder 'daar werk ik al' en 'kan ik niet beoordelen')



Een aantal andere werkgevers gaan er in 2013 op achteruit ten opzichte van 2012. Zo zouden significant meer respondenten in 2013 'helemaal niet graag' werken bij Brandweer Antwerpen, OCMW Antwerpen, Havenbedrijf Antwerpen, NMBS en als leerkracht in het onderwijs (zowel binnen als buiten de stad Antwerpen).

## **Hoofdstuk 4: Een bruisende stad**

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 2013 met de resultaten van 2010, 2011 en 2012. De cijfers van het referentiejaar 2013 zijn telkens in een blauw kader aangeduid.

## 4.1 Cultuur en sport

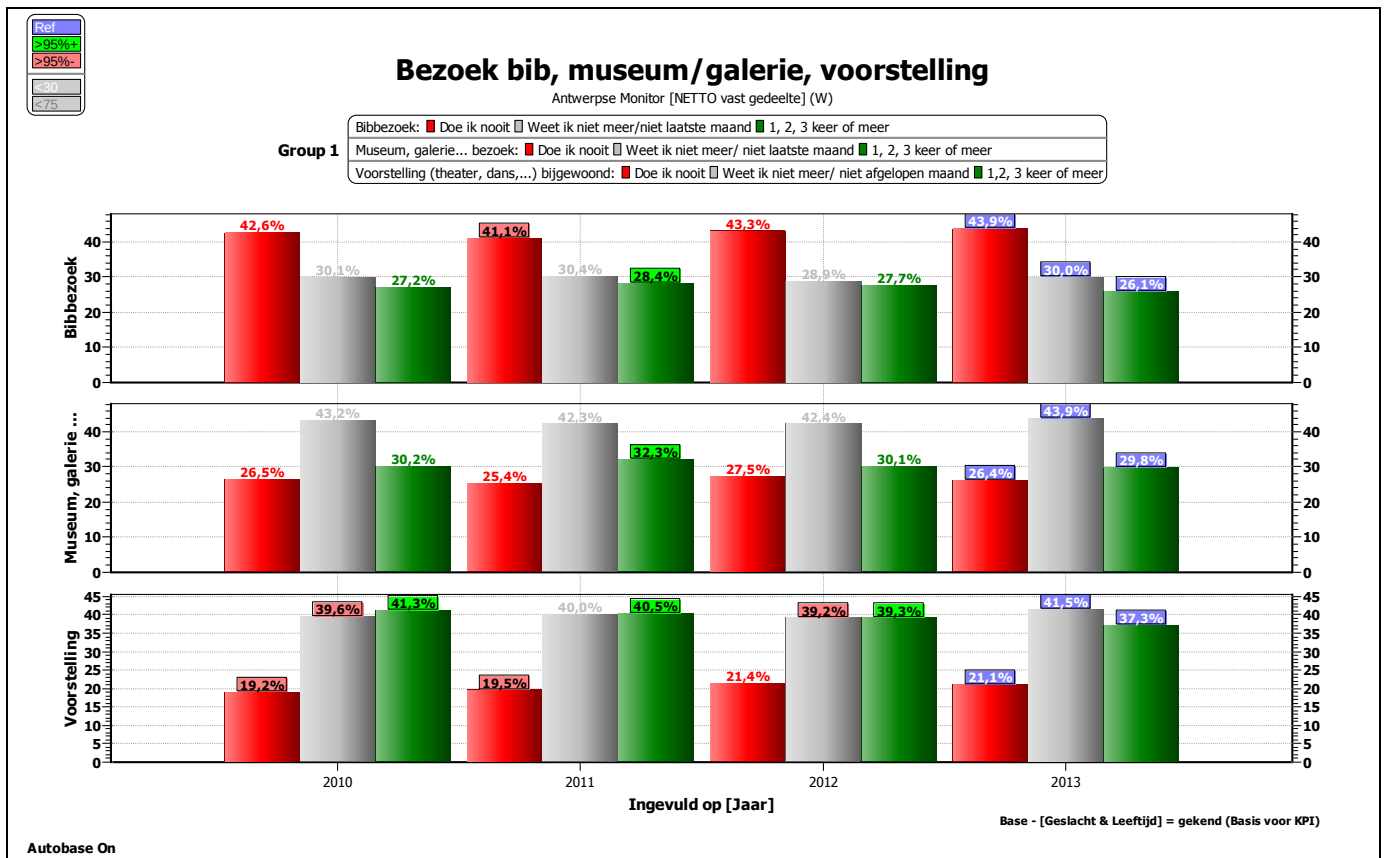
### 4.1.1 Deelname aan diverse activiteiten

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.

In de onderstaande grafiek geven we de frequentie weer van bezoek van bibliotheek, museum of galerie en het bijwonen van voorstellingen (theater, dans,...) over de vier jaren weer.

Qua bibliotheekbezoek waren er in 2011 significant meer respondenten die minstens 1 keer de afgelopen maand naar de bib gingen dan in 2013. Hetzelfde resultaat zien we bij museum, galerie bezoek. Opvallend is dat in 2013 significant minder respondenten minstens 1 keer een voorstelling bijwoonden, dan in de drie voorgaande jaren.

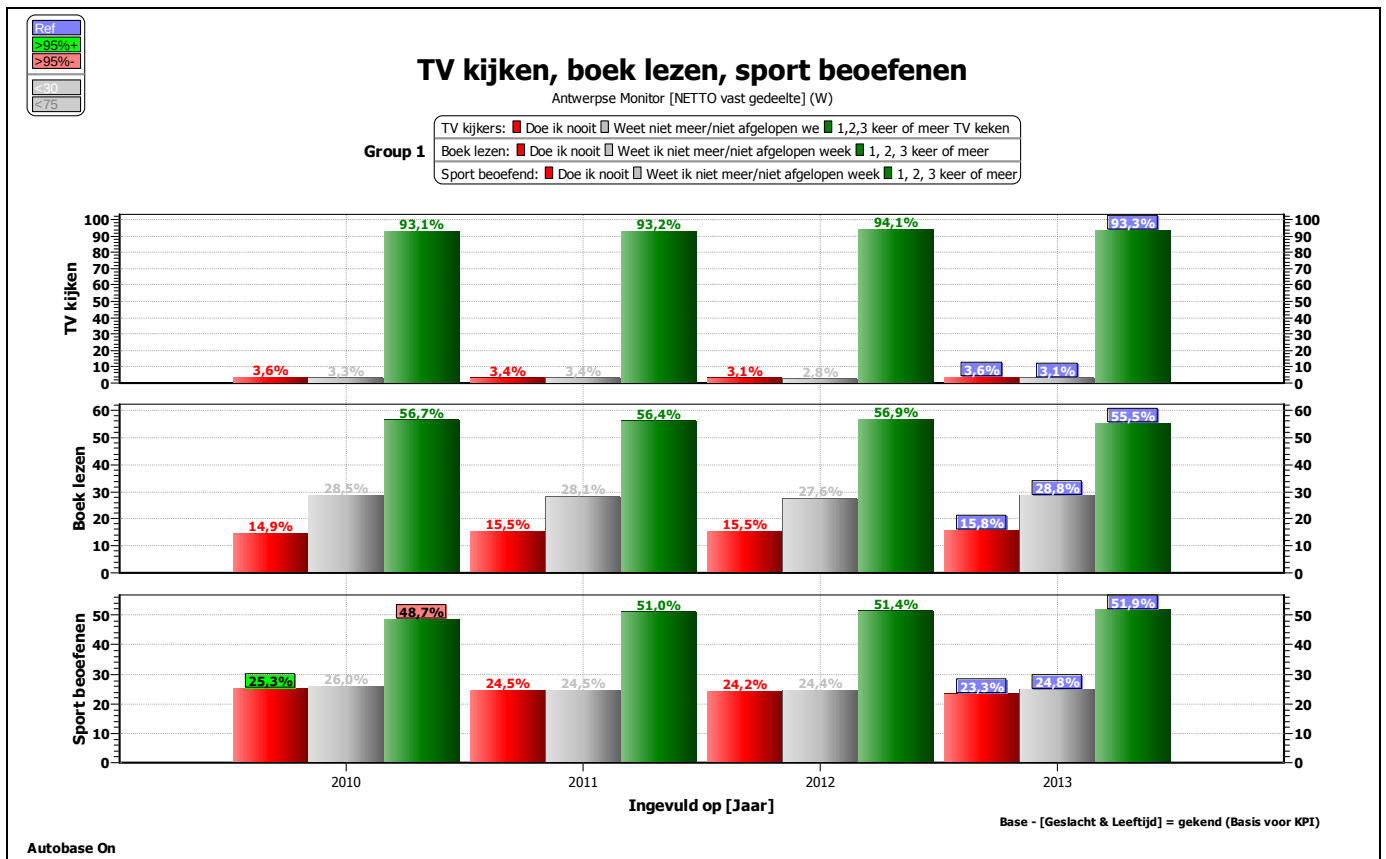
Grafiek 34 Frequentie laatste maand bib, museum/galerie bezocht en voorstelling bijgewoond, 2010-2013



Verder zijn er voor parkbezoek en bezoek speelruimte geen significante verschillen, uitgezonderd bij bezoek speelruimte waar in 2011 significant meer respondenten minstens 1 keer een speelruimte bezochten dan in 2013 (grafiek niet toegevoegd).



Grafiek 35 Frequentie van afgelopen week TV gekeken, boek gelezen, sport beoefend, 2010-2013

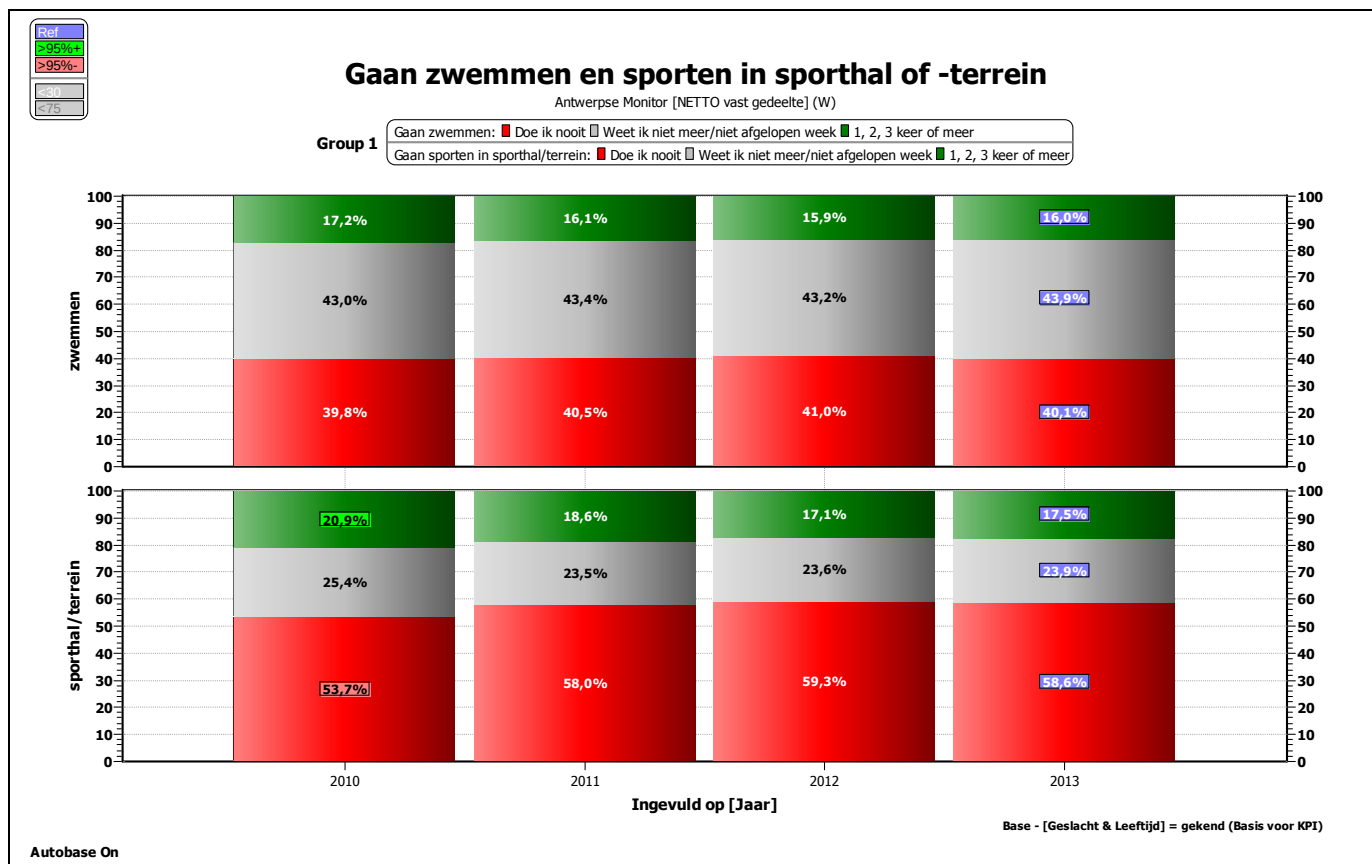


Wat betreft het lezen van een boek, sport beoefenen, gaan zwemmen, sporten in een sporthal/terrein en televisie kijken wordt de frequentie de afgelopen zeven dagen bevraagd.

Wat betreft TV kijken en in een boek lezen verandert er niets met de vorige jaren. Wel zien we dat er in 2010 significant meer nooit-sporters waren dan in 2013.

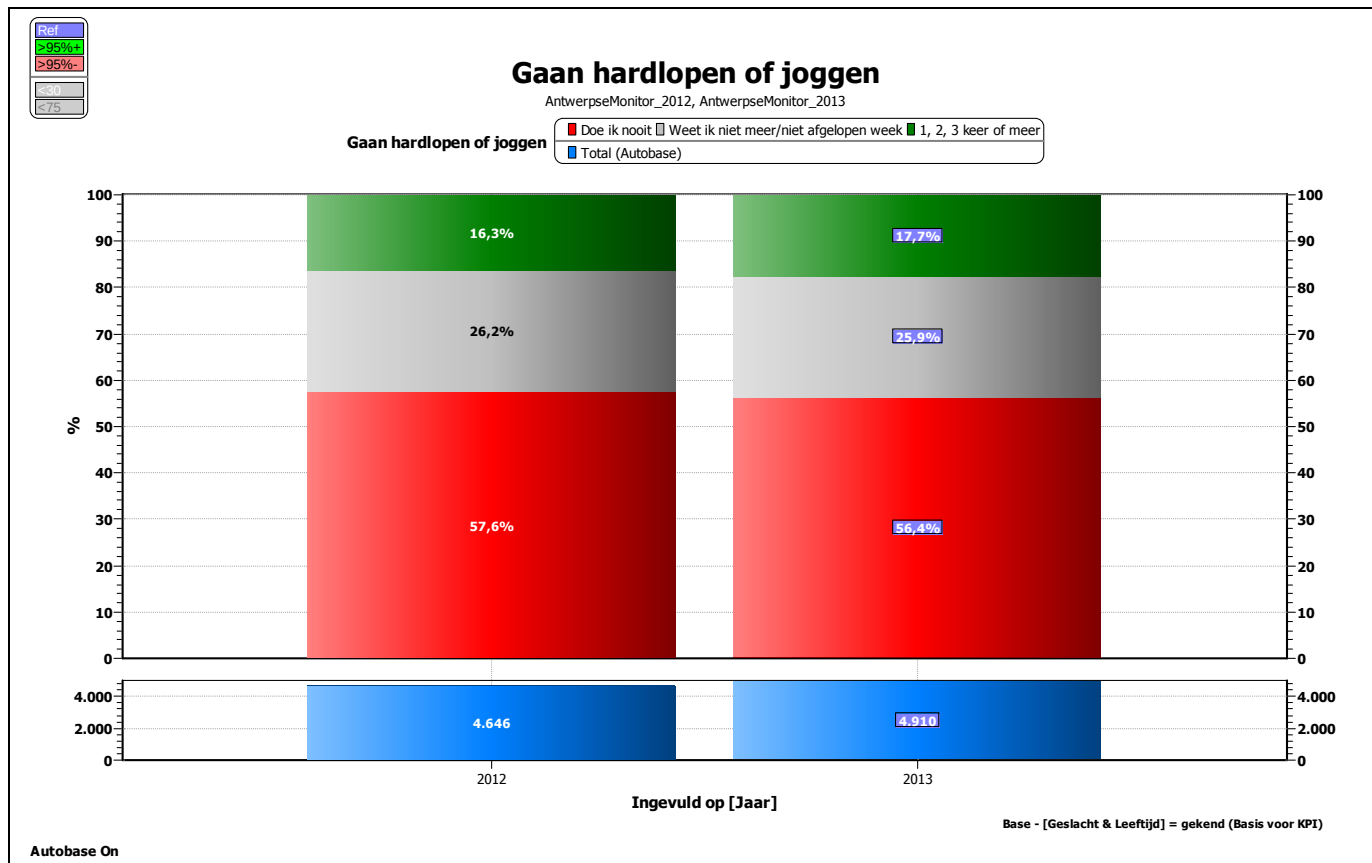
Gaan zwemmen is vrij stabiel. Sporten in een sporthal of sportterrein is ook vrij stabiel, enkel in 2010 gingen significant meer respondenten minstens 1 keer per week sporten in een sporthal of –terrein.

Grafiek 36: frequentie gaan zwemmen en sporten in sporthal/terrein, 2010-2013



In de volgende grafiek zien we dat er geen verschil is qua hardlopen of joggen de afgelopen week tussen 2012 en 2013.

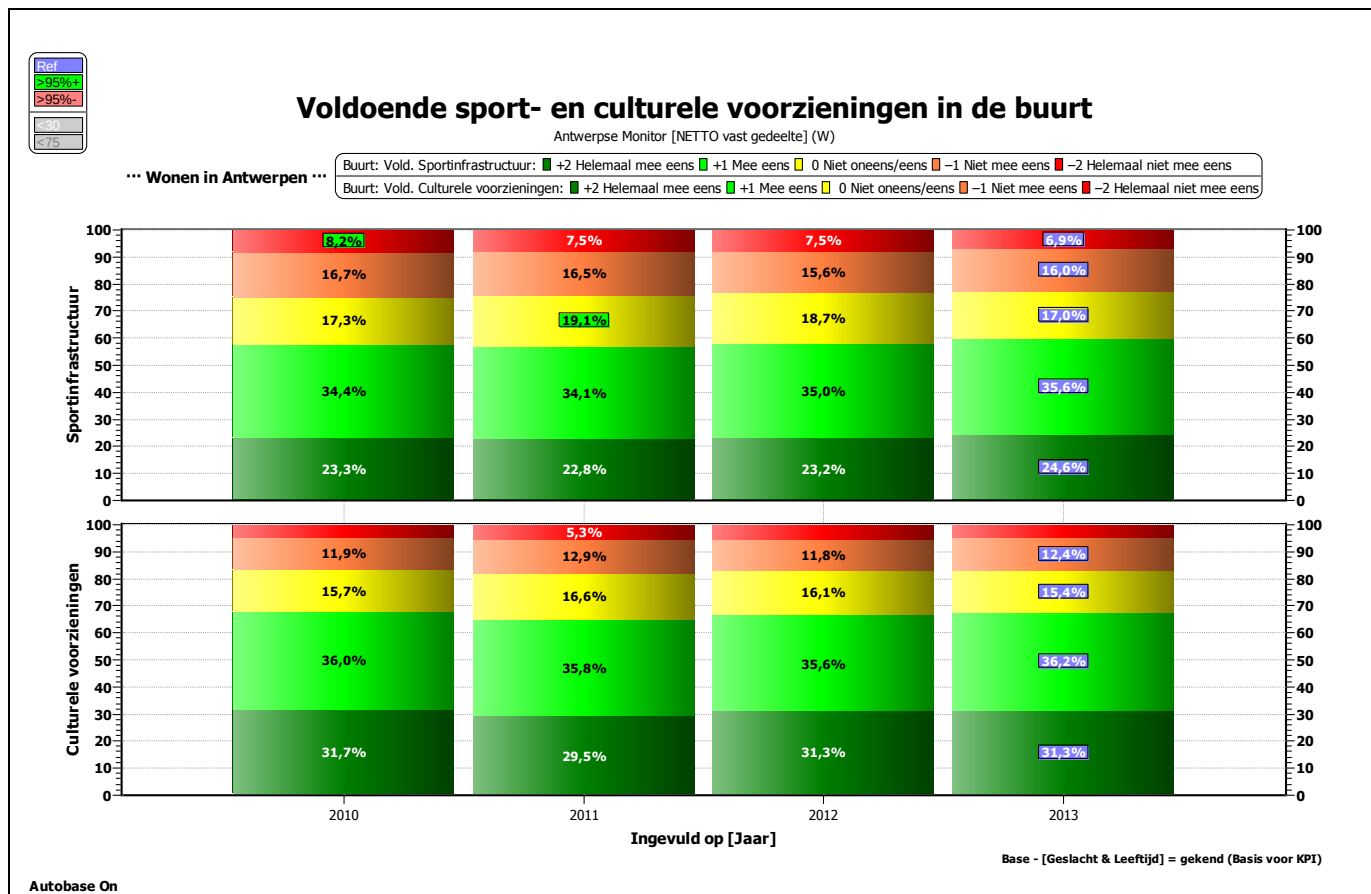
Grafiek 37: frequentie gaan hardlopen of joggen afgelopen week, 2012-2013



## 4.1.2 Voorzieningen voor sport en cultuur in de buurt

Uit de volgende grafiek blijkt dat respondenten meer tevreden zijn over het aanbod culturele voorzieningen dan over het aanbod sportinfrastructuur in hun buurt. Een kleine 60% van de respondenten oordeelt dat er voldoende sportvoorzieningen in de buurt zijn. Voor culturele voorzieningen is dit aandeel hoger (rond 67%). Er verandert weinig over de afgelopen 4 jaren.

Grafiek 38 Voldoende sport- en culturele voorzieningen in de buurt, 2010-2013 (zonder kan ik niet beoordelen)

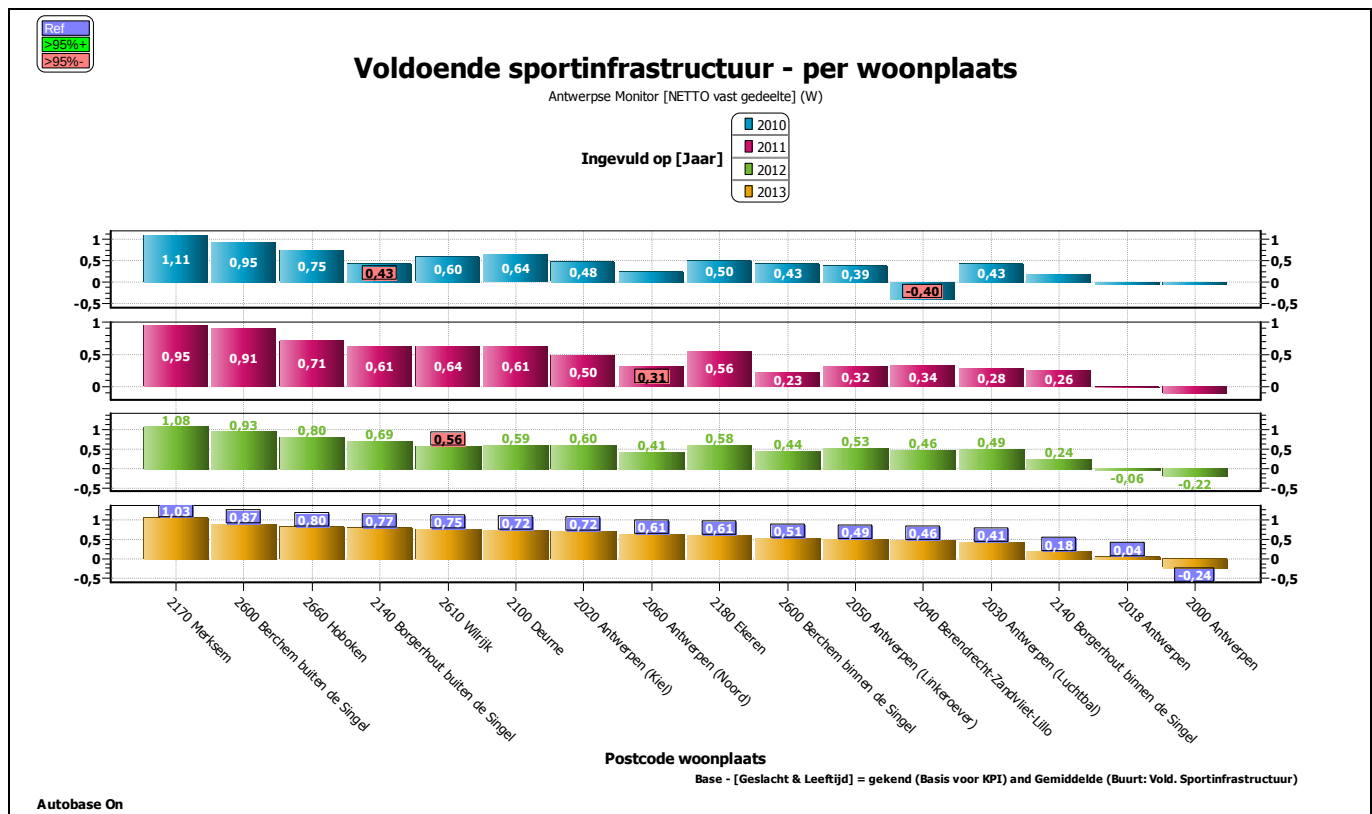


Wanneer de postcode van de woonplaats in rekening wordt gebracht, zien we duidelijke verschillen. We geven de gemiddelde scores per postcode en rangschikken ze aflopend volgens de score voor 2013. Die varieert tussen 2 (*helemaal mee eens*) en -2 (*helemaal niet mee eens*).

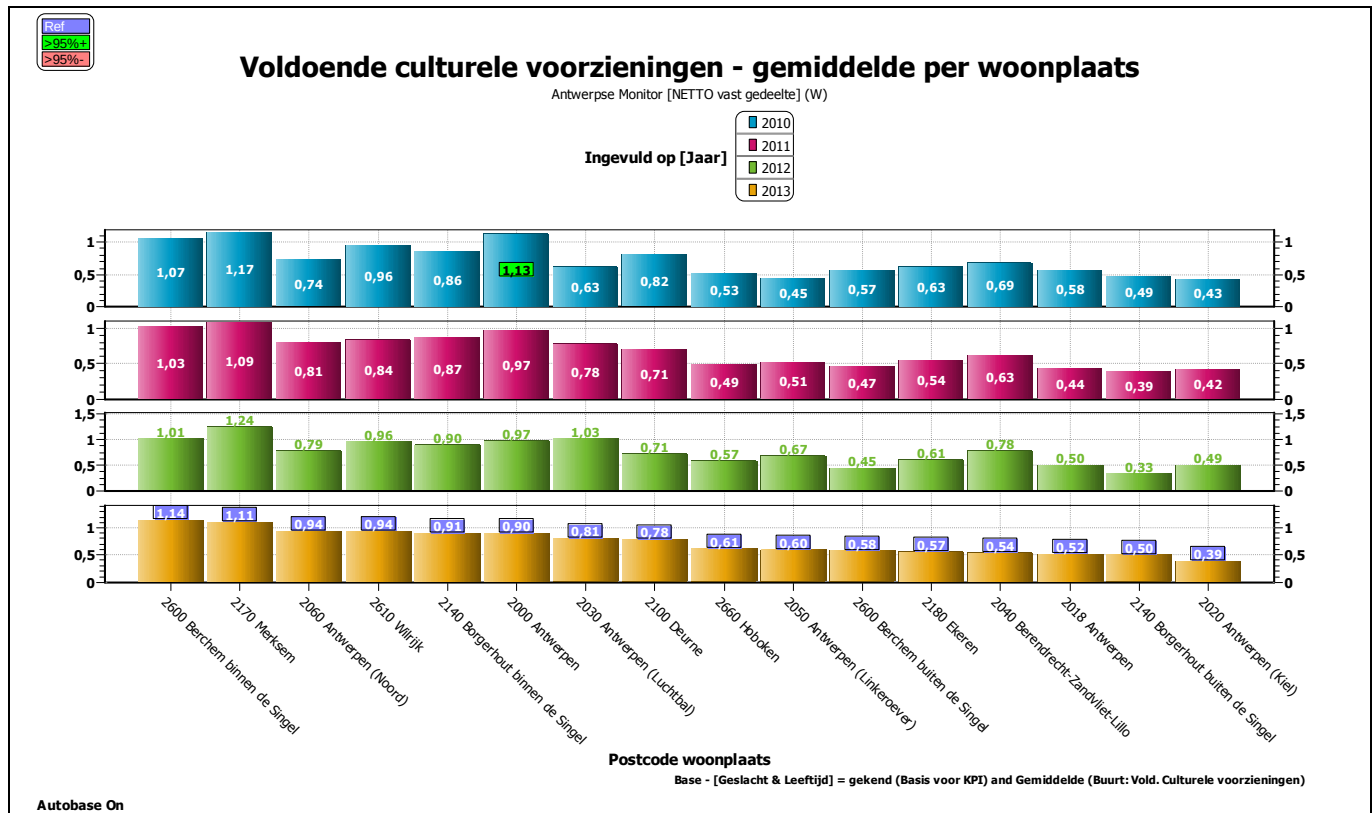
Het is duidelijk dat de postcodes binnen de Singel en het district Berendrecht-Zandvliet-Lillo het aanbod sportinfrastructuur significant slechter scoren dan de postcodes buiten de Singel. De respondenten van Berendrecht-Zandvliet-Lillo antwoordden gemiddeld sinds 2011. Dit kan verklaard worden door de bouw van een sporthal. De negatieve gemiddelde score van -0,40 evolueert er naar een positieve score van 0,46. Naast Berendrecht-Zandvliet-Lillo maken Borgerhout buiten de Singel en Wilrijk de meest positieve evolutie door. Ook in Antwerpen-Noord zien we een positieve evolutie.

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. Het enige significante verschil in 2013 zien we in 2000 Antwerpen: significant minder tevreden ten opzichte van 2010.

Grafiek 39 Voldoende sportinfrastructuur volgens woonplaats, gemiddelde score 2010 -2013



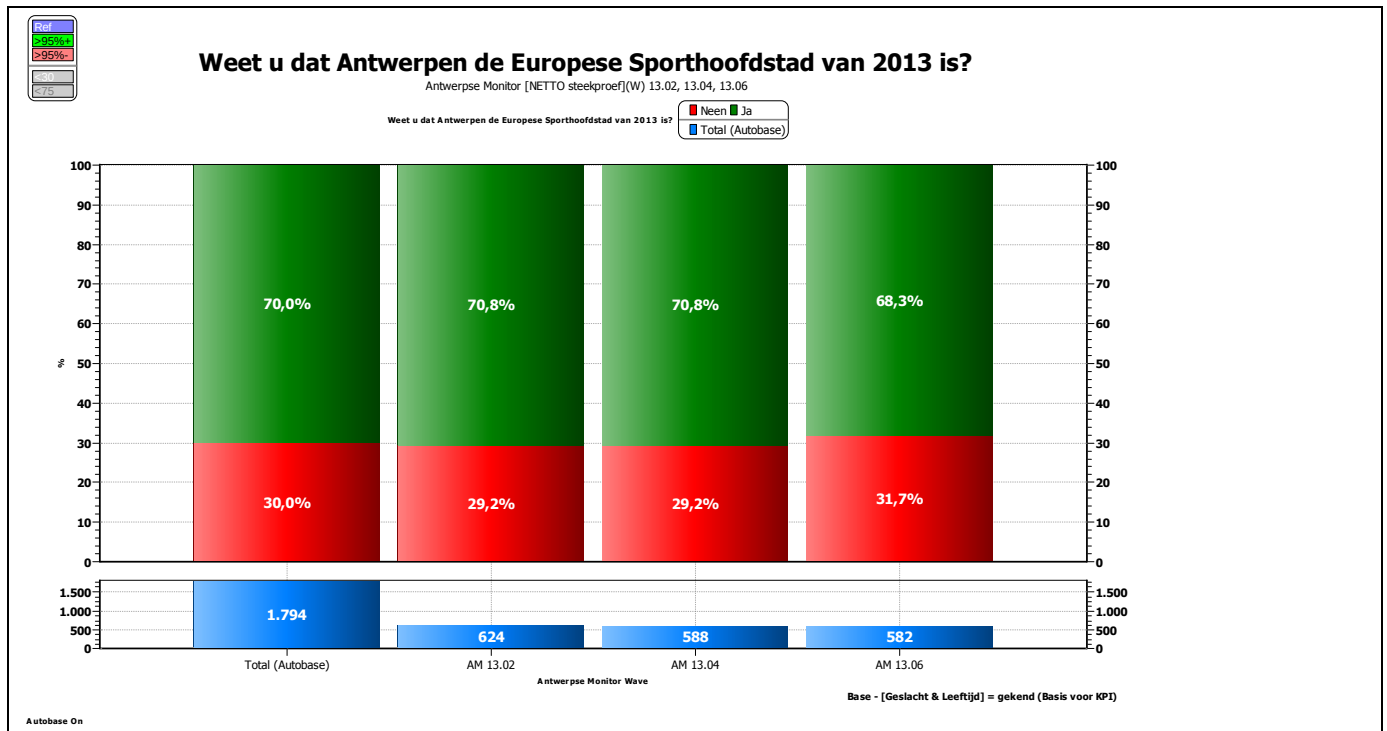
Grafiek 40 Voldoende culturele voorzieningen volgens woonplaats, gemiddelde score 2010-2013



### 4.1.3 Antwerpen Europese Sporthoofdstad

In een aantal golven werd onderzocht hoeveel Antwerpenaren wisten dat Antwerpen Europese Sporthoofdstad 2013 was. 70% van de respondenten wist dit. We zien geen verschillen tussen de verschillende meetmomenten.

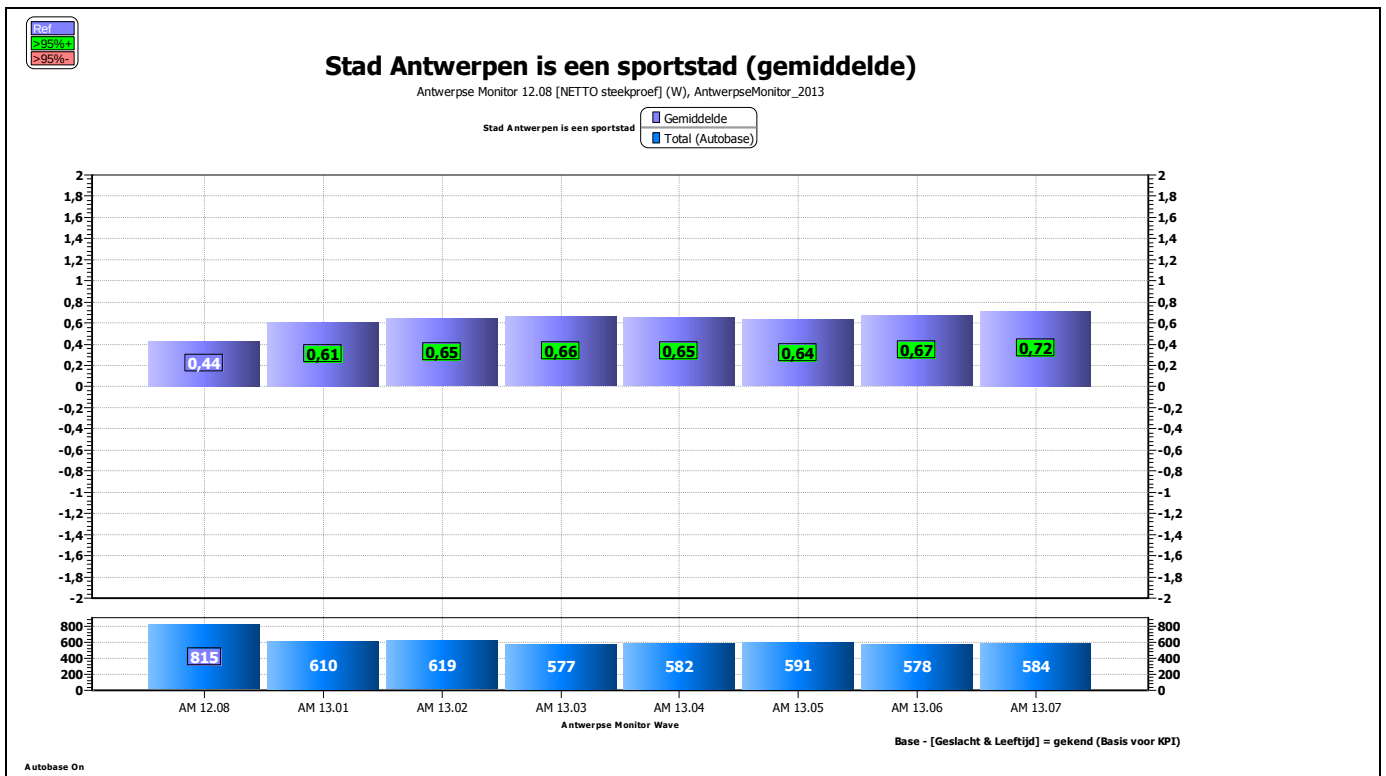
Grafiek 41: kennis Antwerpen Europese Sporthoofdstad 2013



De volgende grafiek geeft het gemiddelde weer op de vraag of Antwerpen een sportstad is.

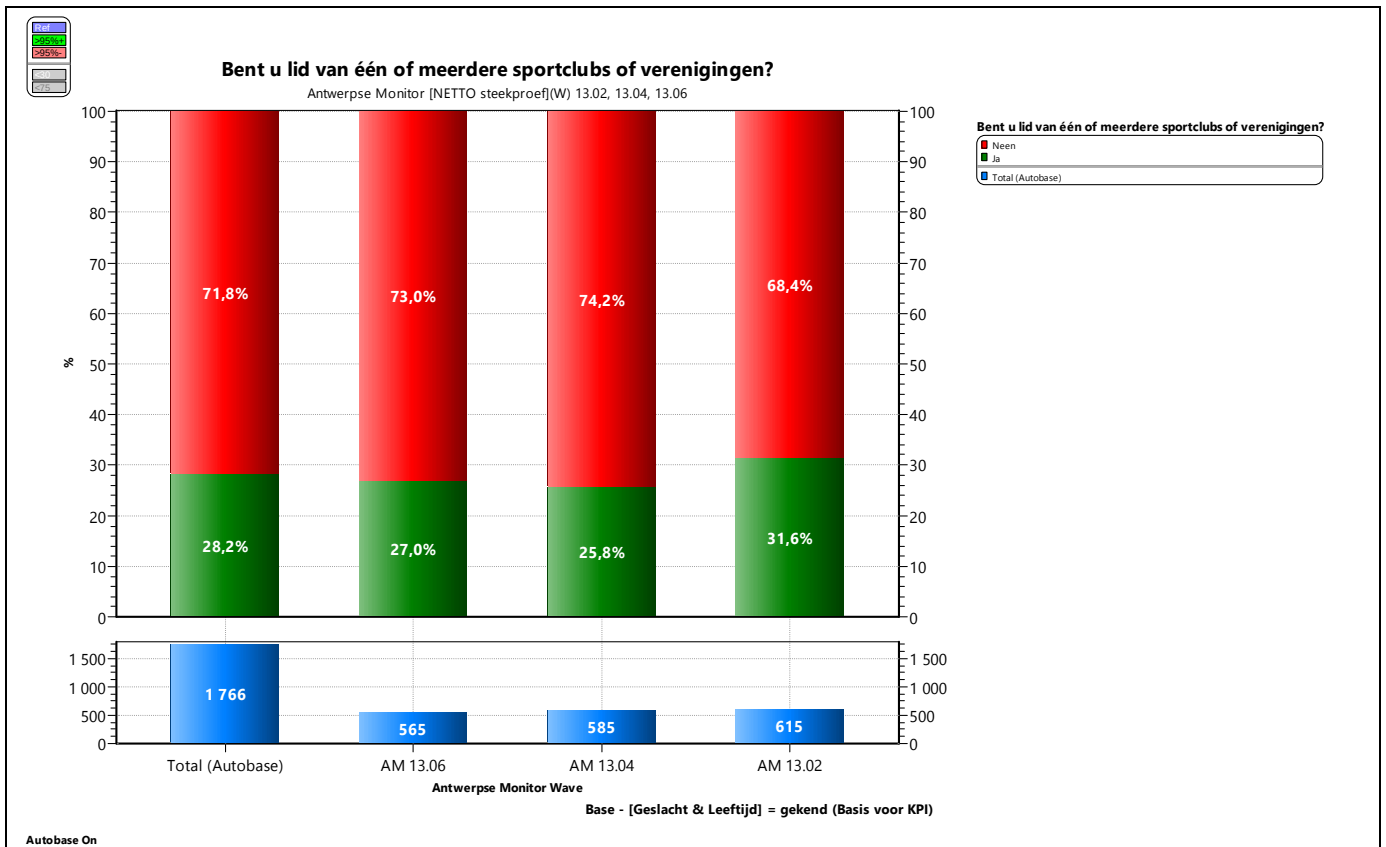
In de laatste golf van 2012 werd de vraag al opgenomen als nulmeting voordat Antwerpen Europese Sporthoofdstad was en voordat die campagne startte. We zien dat in 2013 de gemiddelde score voor Antwerpen als sportstad significant hoger ligt dan tijdens de nulmeting in 2012.

Grafiek 42: Antwerpen sportstad – gemiddelde per golf



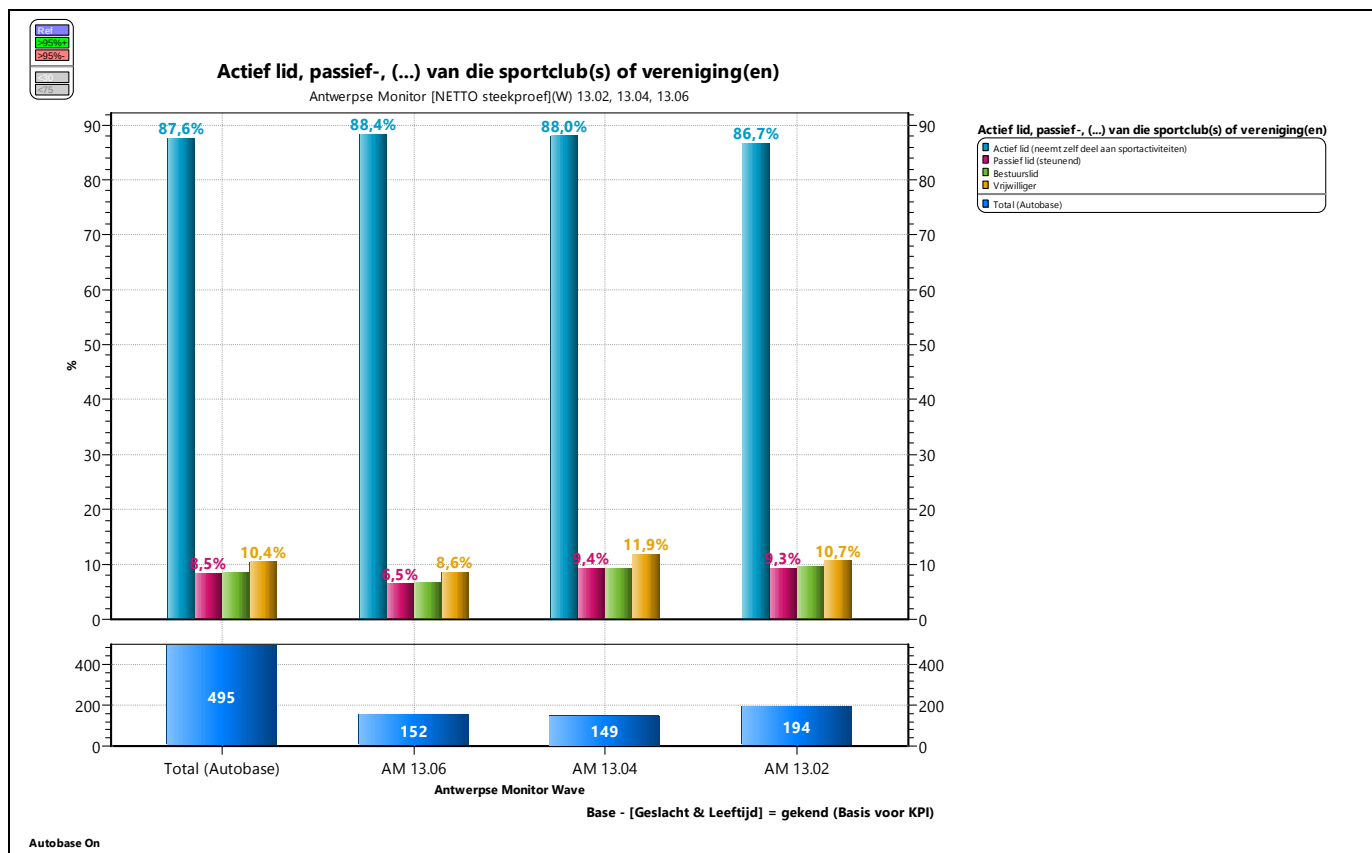
Ongeveer 30% van de respondenten is lid van één of meerdere sportclubs of verenigingen.

Grafiek 43: lidmaatschap sportclubs of verenigingen



Ongeveer 88% van de leden van sportclubs is actief lid van die club of vereniging.

**Grafiek 44: actief, passief lid, bestuurslid of vrijwilliger**

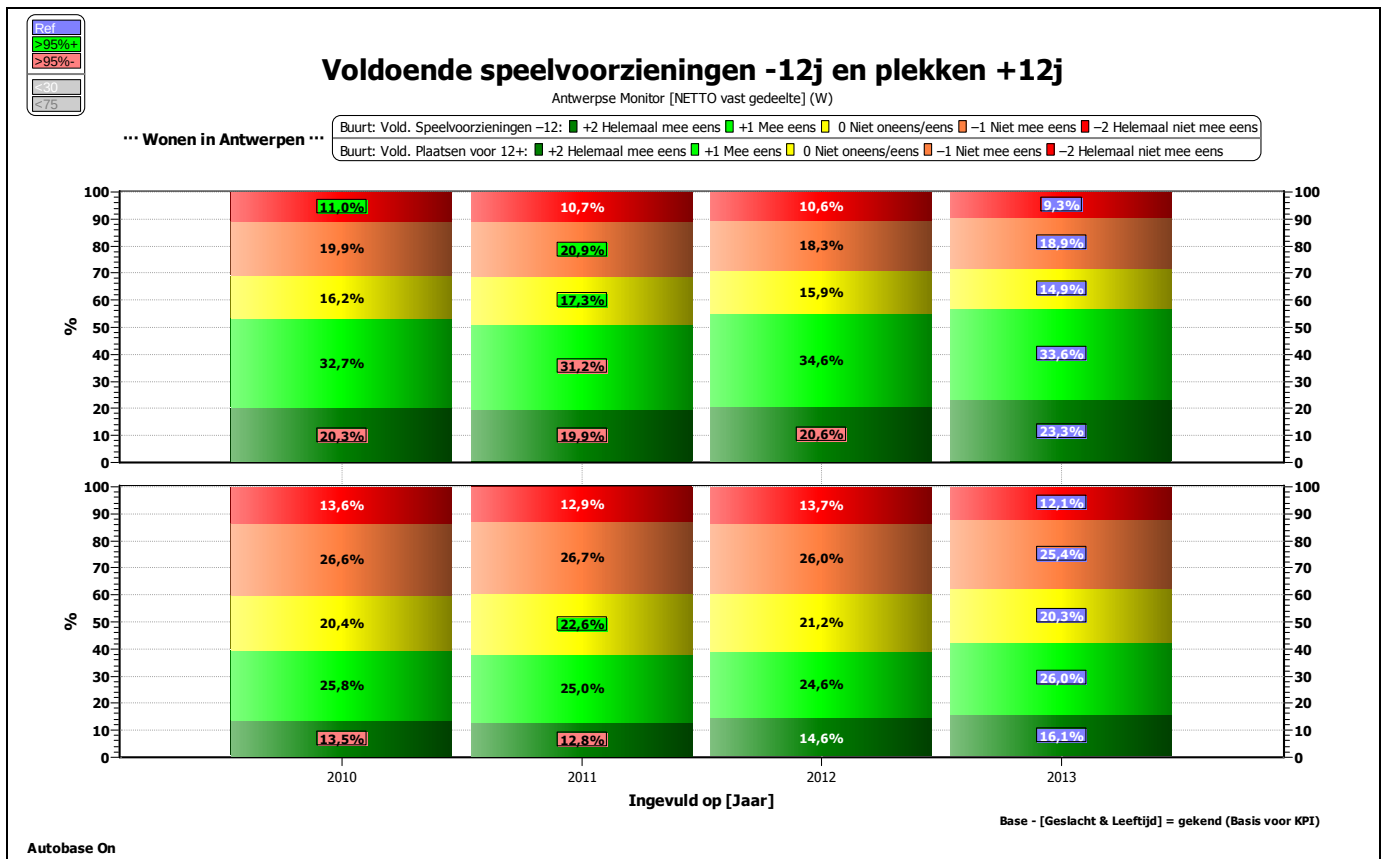


#### 4.1.4 Voorzieningen voor jongeren en kinderen in de buurt

Het aanbod voorzieningen voor min 12-jarigen wordt positiever geapprecieerd dan dat voor de plus 12-jarigen. Wel zien we een positieve evolutie: in 2013 vinden meer respondenten dat er voldoende speelvoorzieningen zijn voor min 12-jarigen dan de 3 voorgaande jaren. Ook voor plekken voor plus 12-jarigen merken we een lichte positieve evolutie.



**Grafiek 45: Appreciatie van het aanbod voorzieningen voor min- en plus 12-jarigen in de buurt, 2010-2013 (zonder kan ik niet beoordelen)**



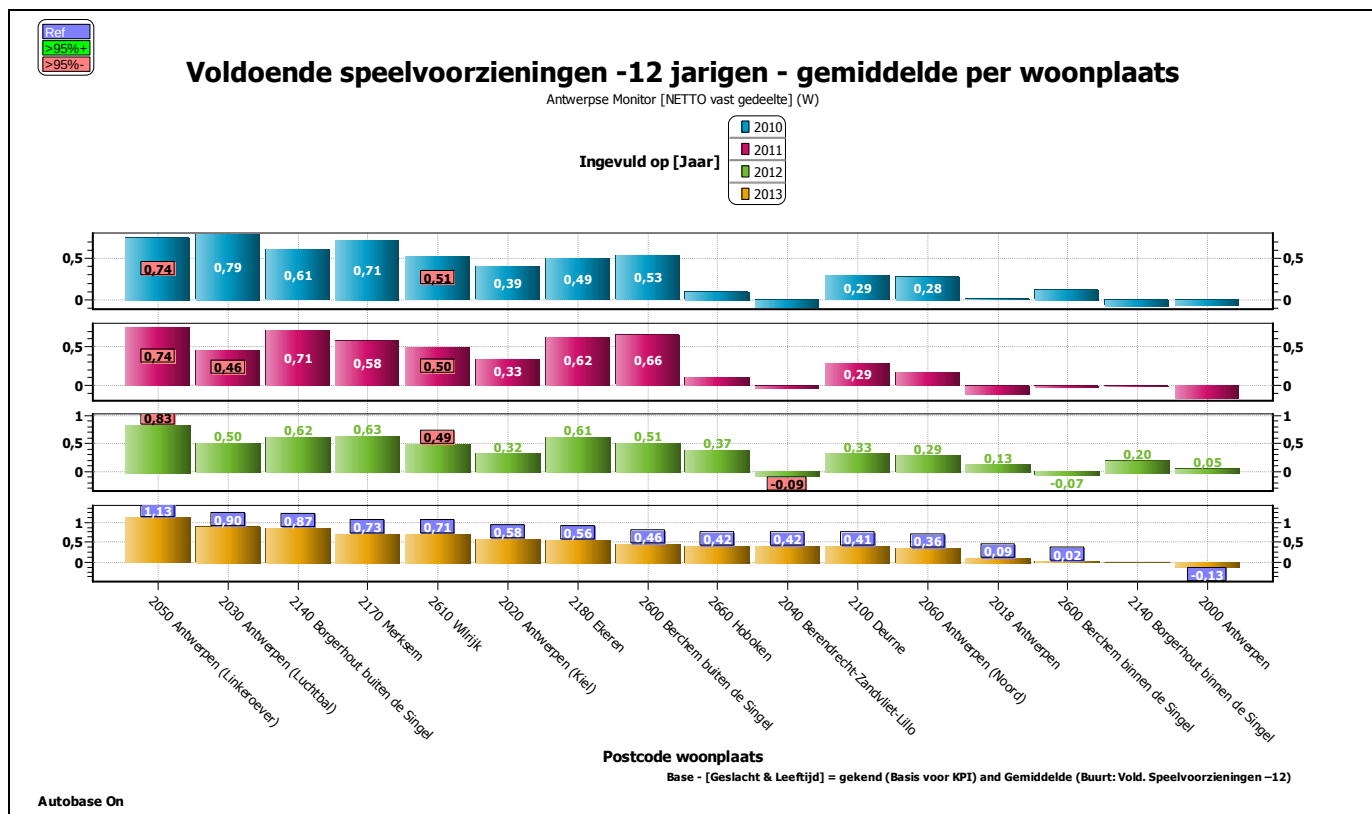
Wanneer de postcode van de woonplaats in rekening wordt gebracht, zien we duidelijke verschillen. We geven de gemiddelde scores per postcode en rangschikken ze aflopend volgens de score in 2013. Die varieert tussen 2 (*helemaal mee eens*) en -2 (*helemaal niet mee eens*).

De waardering van het aanbod van voorzieningen voor plus 12-jarigen is erg laag, zelfs licht negatief. Er is ook een duidelijk effect van woonplaats.

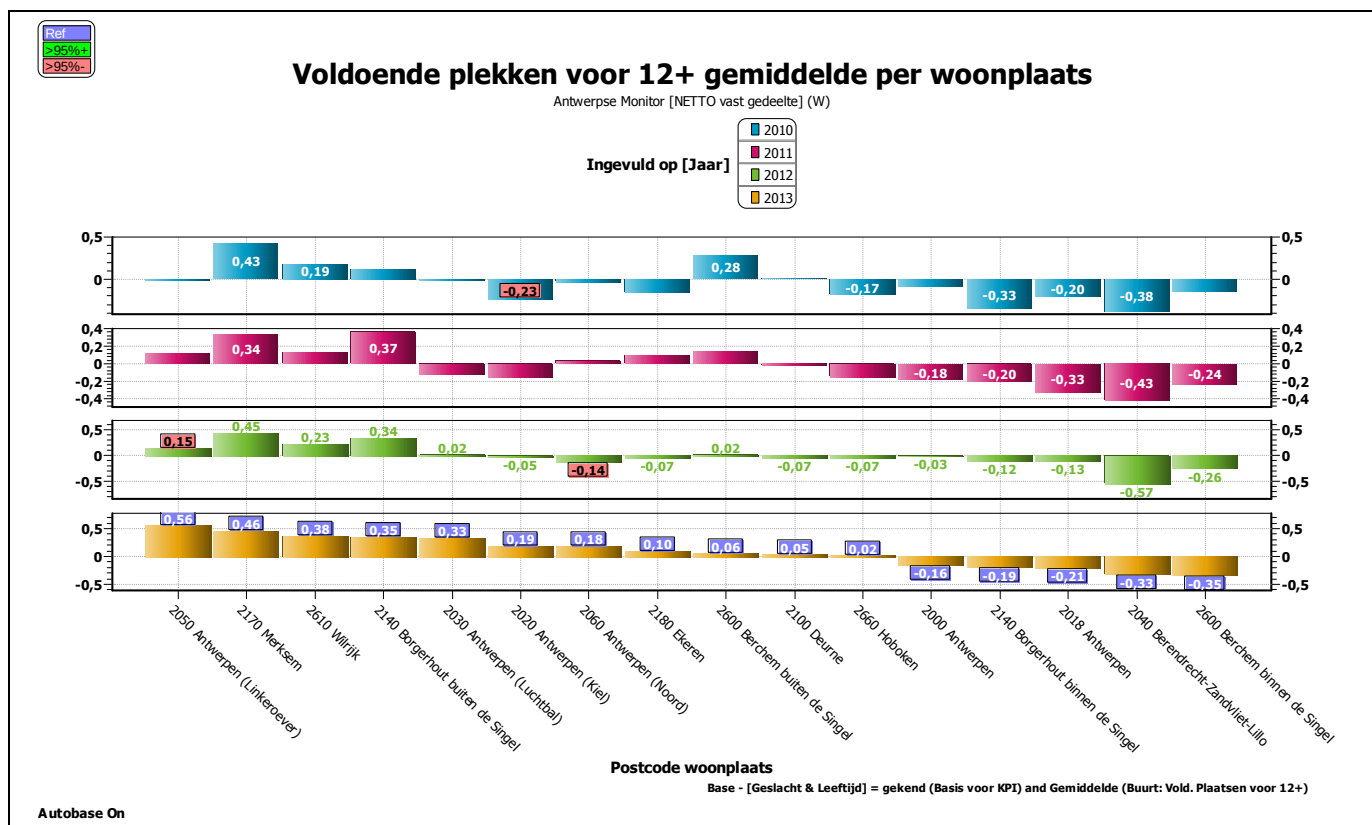
Qua voldoende speelvoorzieningen voor min 12-jarigen zien we positieve evoluties in Linkeroever en Wilrijk t.o.v. de 3 voorgaande jaren, en in Berendrecht-Zandvliet-Lillo t.o.v. 2012.

Wat betreft de plekken voor plus 12-jarigen zien we in Linkeroever en Antwerpen-Noord een positieve evolutie in 2013 t.o.v. 2012.

Grafiek 46: Voldoende voorzieningen voor min 12-jarigen gemiddelde per woonplaats, 2010-2013



Grafiek 47: Voldoende plekken voor +12-jarigen, gemiddelde per woonplaats, 2010-2013

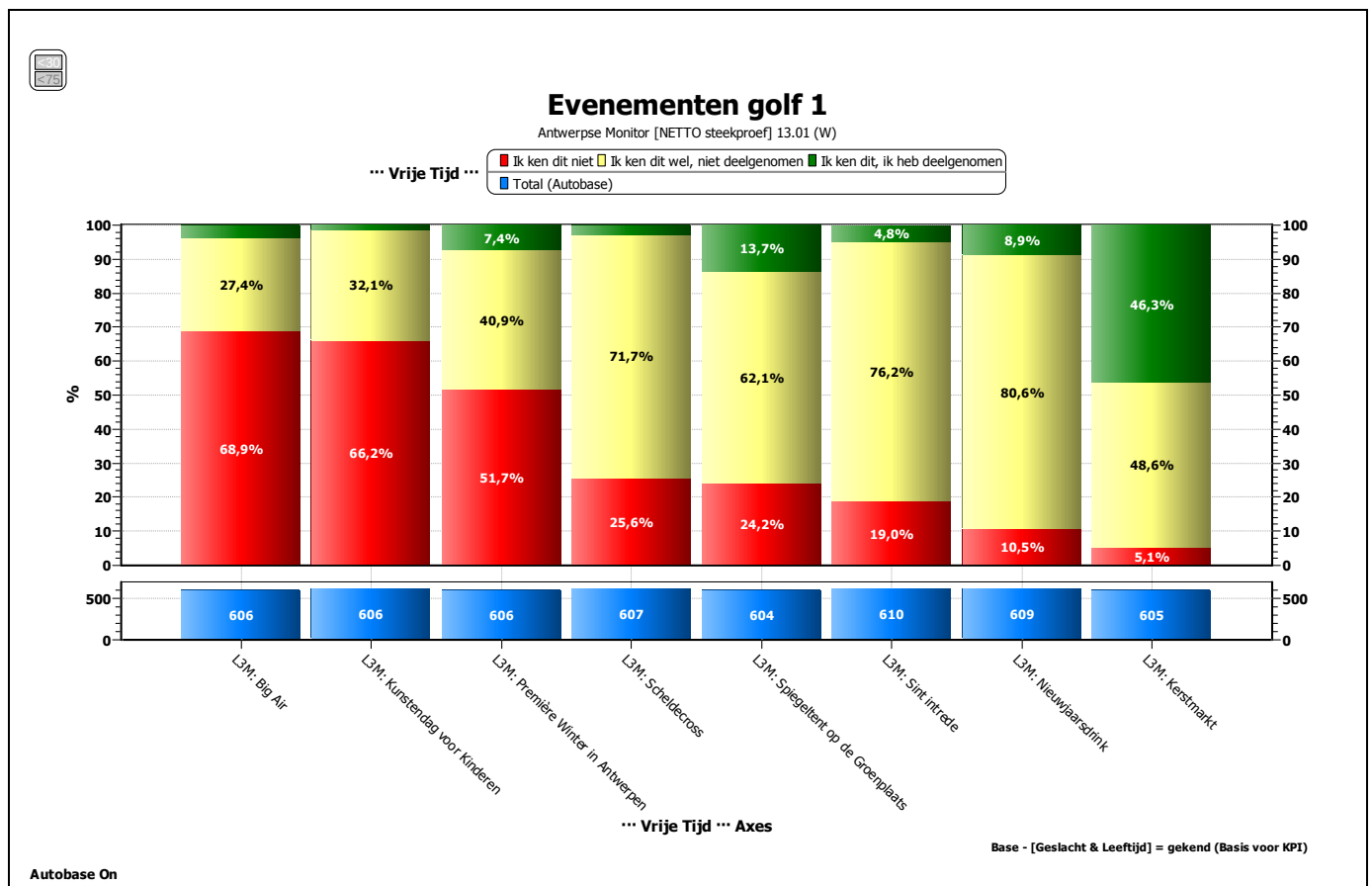


## 4.2 Kennis van en deelname aan evenementen

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.

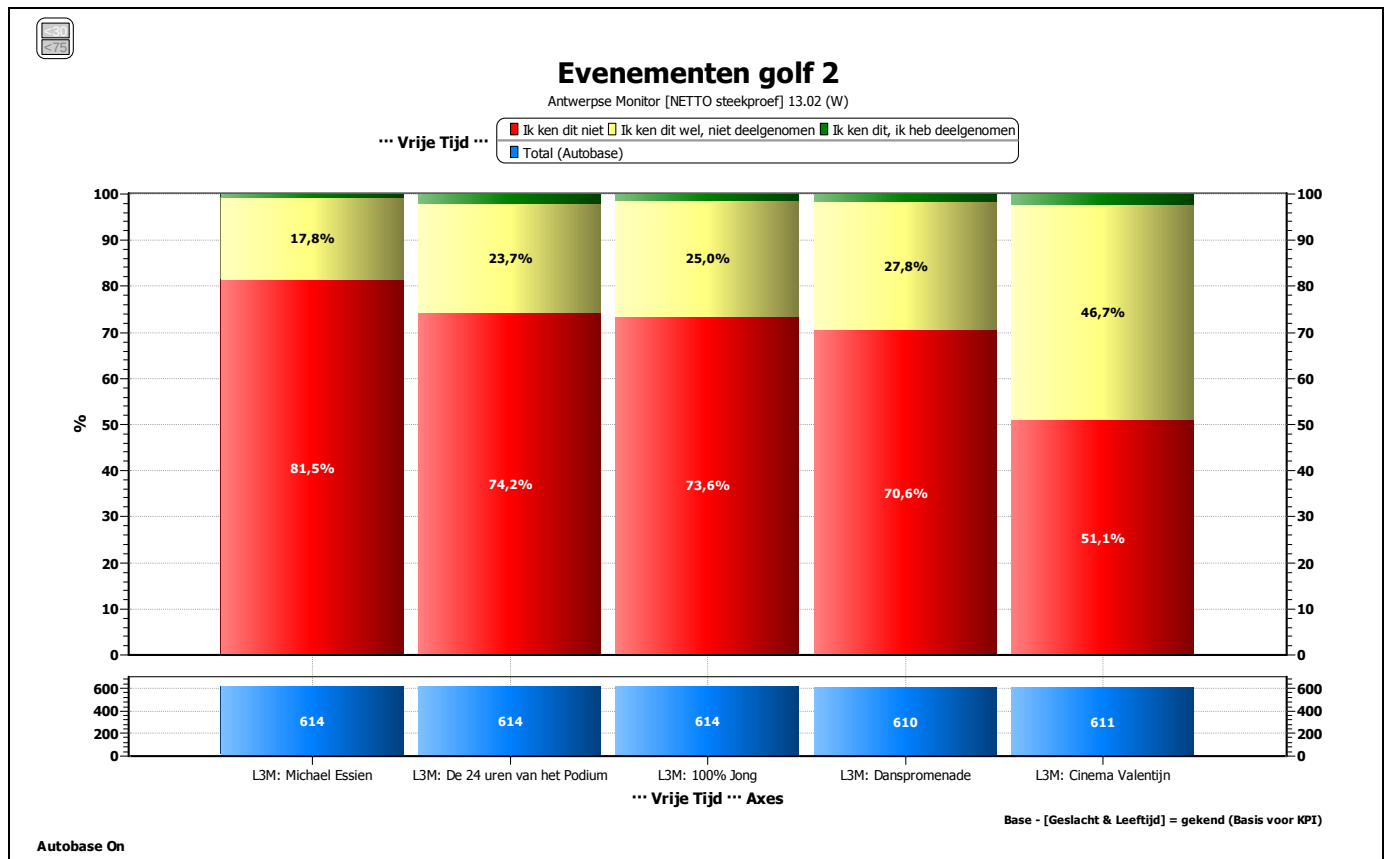
In golf 1 was de Kerstmarkt het meest gekende en bezochte evenement. Qua bezoek staat de Spiegeltent op de Groenplaats op de tweede plaats, gevolgd door de Nieuwjaarsdrink (dat het tweede best gekende evenement is). Het minst gekende evenement was Big Air.

Grafiek 48: evenementen golf 1



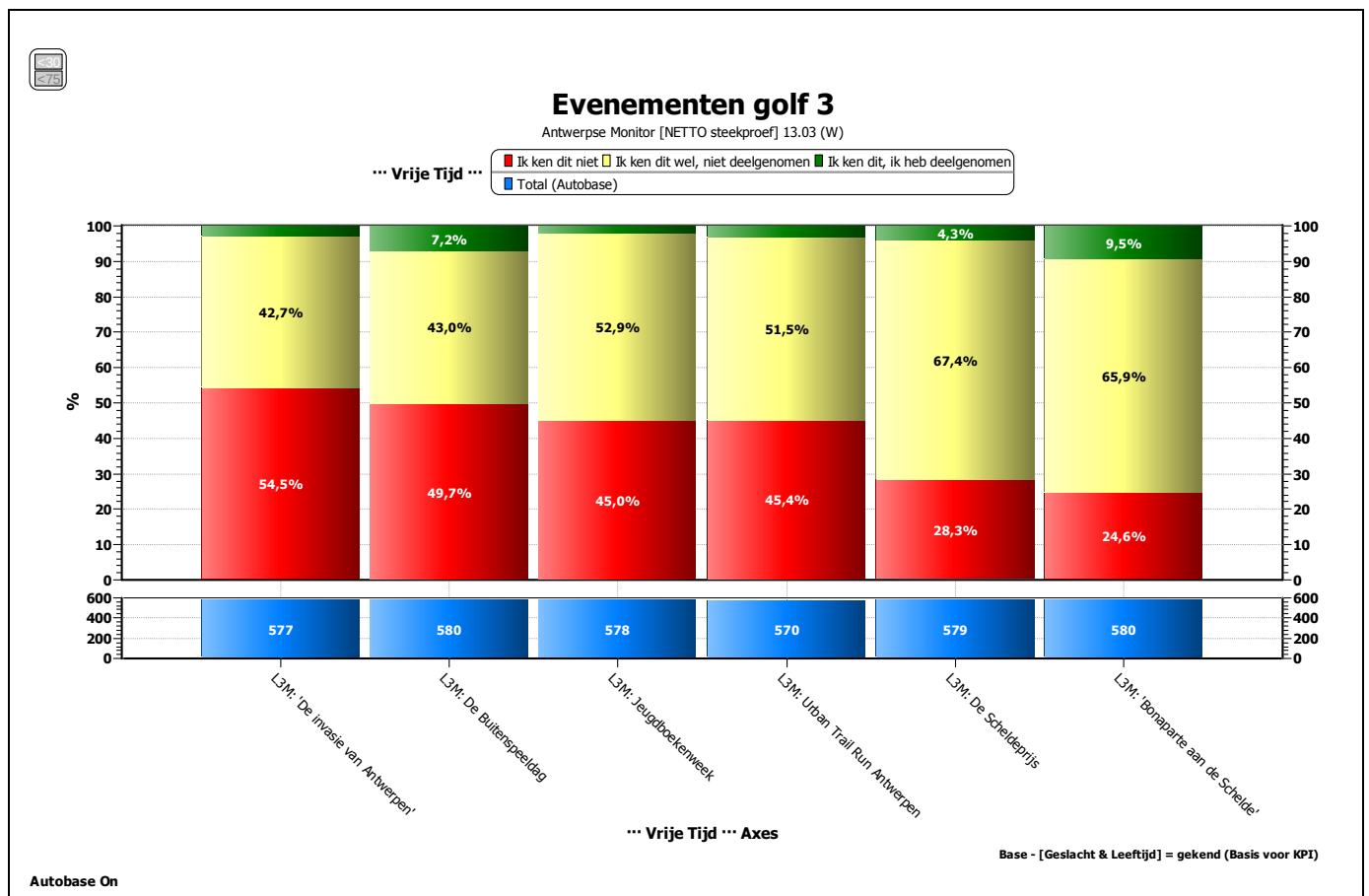
De kennis van en deelname aan evenementen in golf 2 is laag. Het meest gekend is Cinema Valentijn. Michael Essien is het minst gekende evenement.

**Grafiek 49: evenementen golf 2**



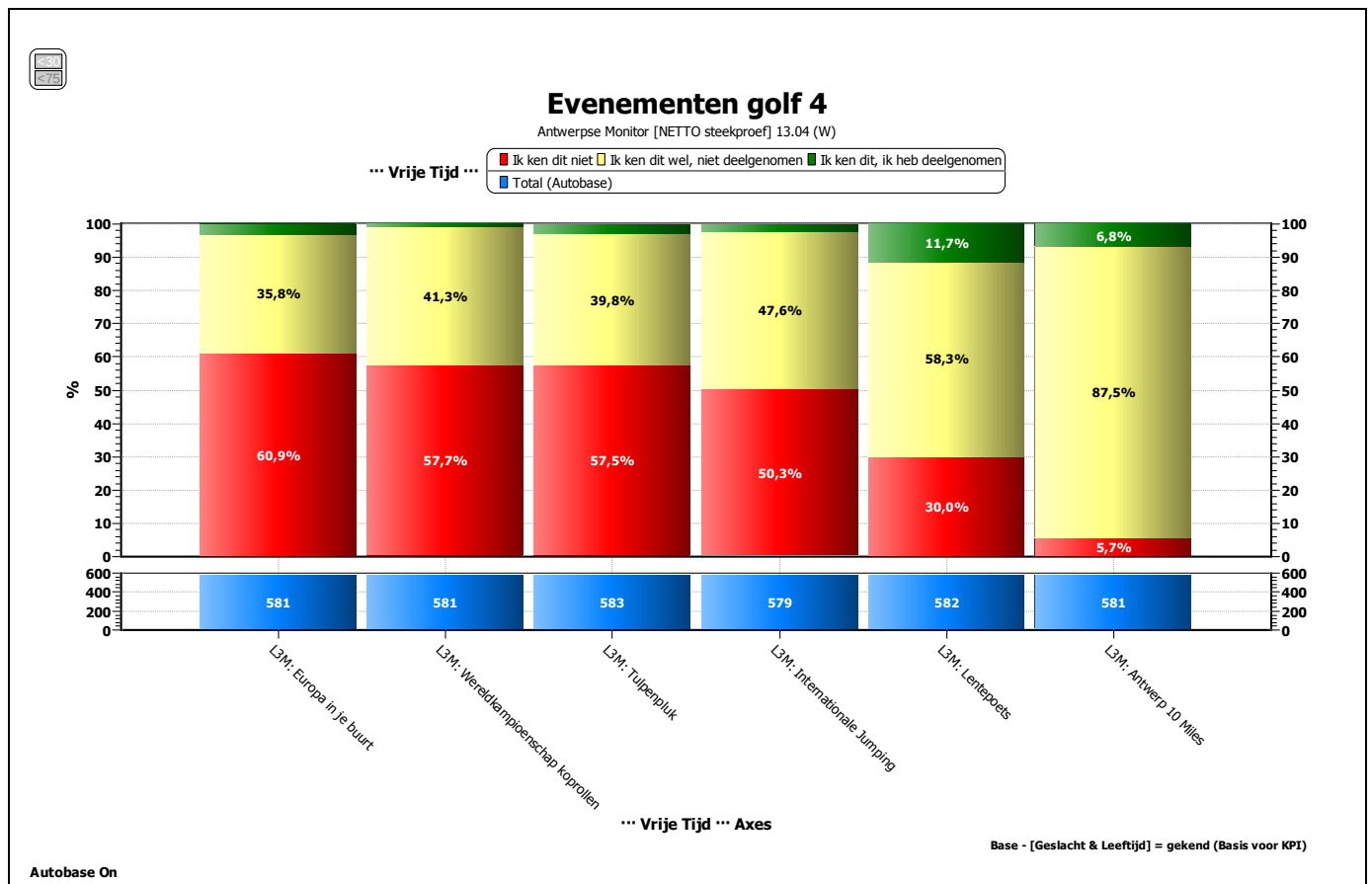
In golf 3 is de tentoonstelling Bonaparte aan de Schelde het meest gekende en meest bezochte. De Buitenspeeldag is de tweede meest bezochte activiteit. ‘De Invasie van Antwerpen’ is het minst gekende uit deze reeks.

Grafiek 50: evenementen golf 3



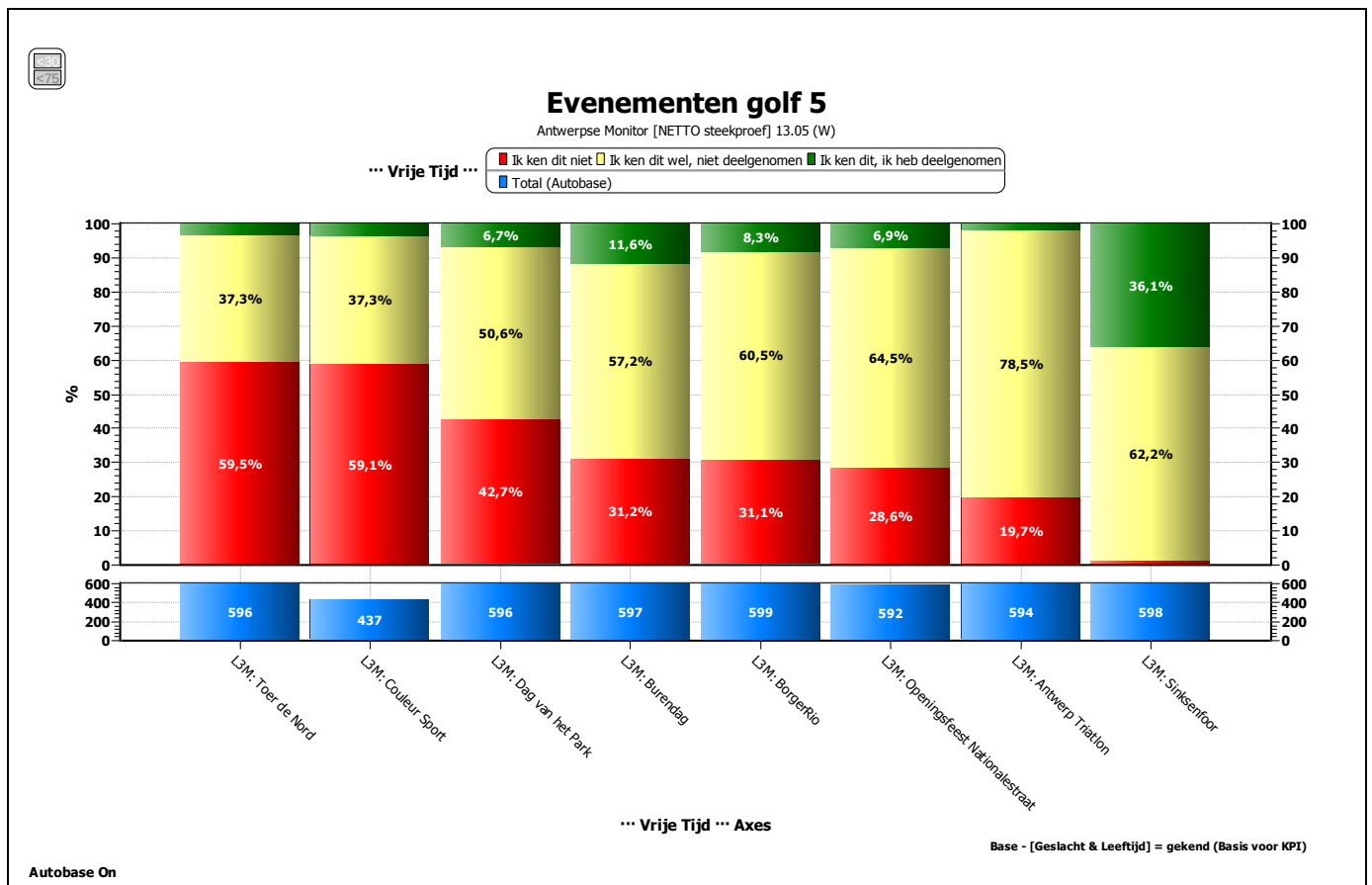
De Antwerp 10 Miles staat op kop qua kennis: zo goed als alle Antwerpenaren kennen dit sportevenement. Hoewel de Lentepoets minder gekend is (maar toch nog gekend door 70% van de respondenten), is het wel de activiteit waar het meest aan deelgenomen is. Het minst gekend is 'Europa in je buurt'.

Grafiek 51: evenementen golf 4



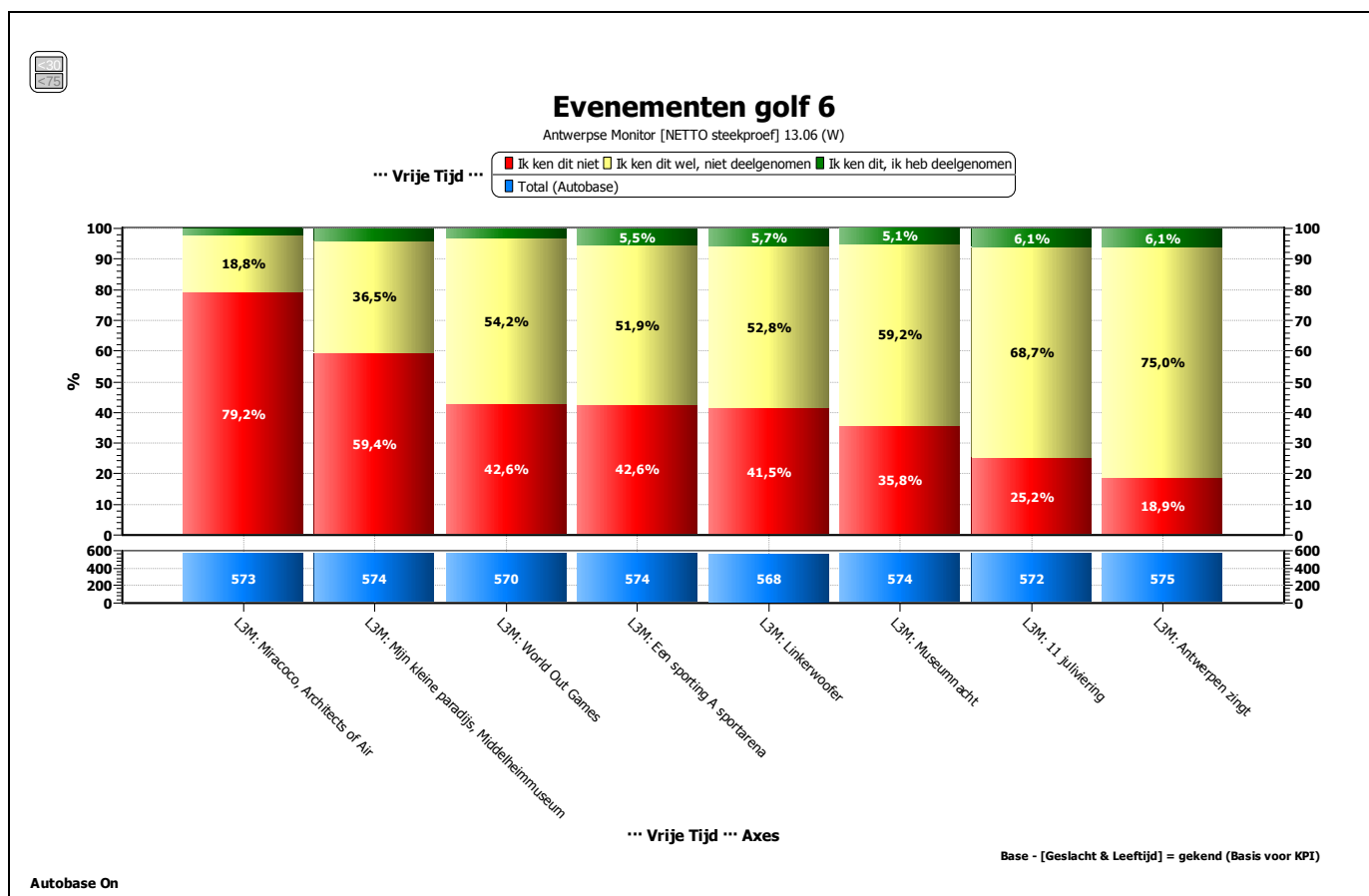
In golf 5 is de Sinksenfoor het populairste: gekend door zo goed als iedereen en liefst 36% nam deel. Minst gekende evenementen zijn Toer de Nord en Couleur Sport.

Grafiek 52: evenementen golf 5



Antwerpen zingt is het meest gekende. Samen met de 11 juliviering, is Antwerpen Zingt het meest bezochte evenement. Het minst gekend was Miracoco, Architects of Air.

Grafiek 53: evenementen golf 6





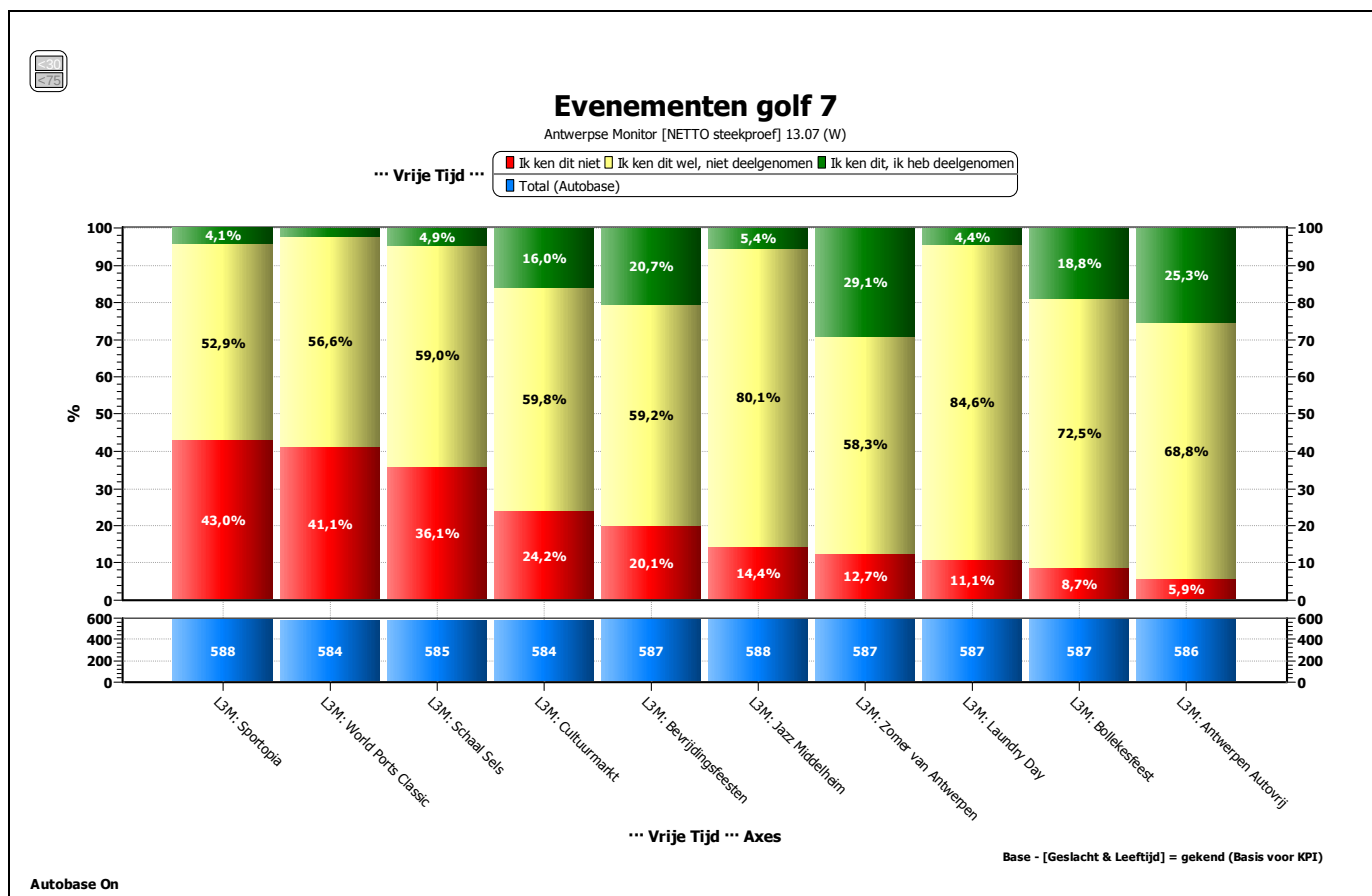
De evenementen in golf 7 zijn vrij goed bekend en bezocht.

Qua bezoek is dit de top 5:

- Zomer van Antwerpen,
- Antwerpen Autovrij,
- Bevrijdingsfeesten in de stad en de districten,
- Bollekesfeest,
- Cultuurmarkt.

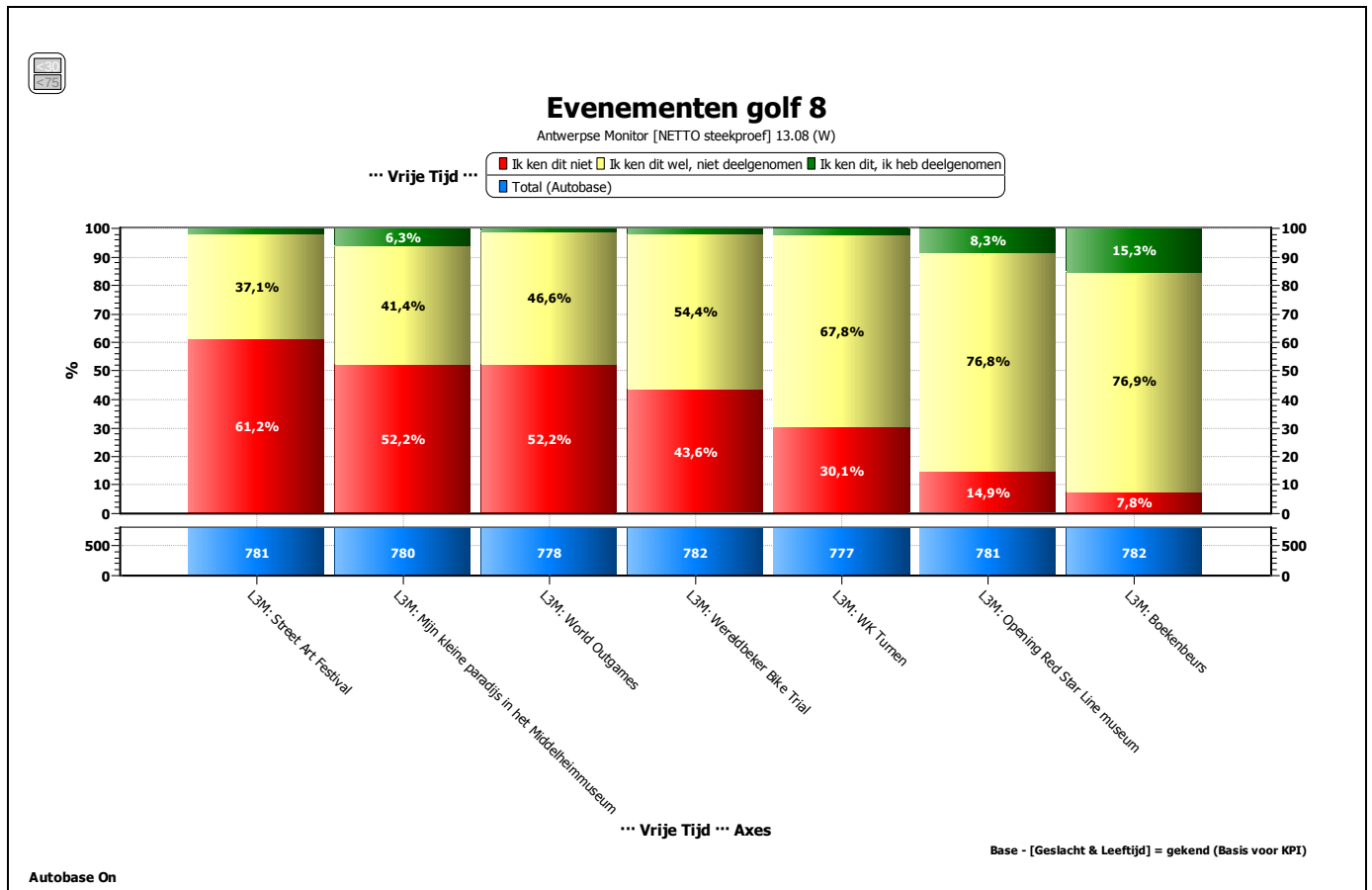
Meest gekend zijn: Antwerpen Autovrij, Bollekesfeest, Laundry Day en Zomer Van Antwerpen.

Grafiek 54: evenementen golf 7



Het meest gekende en meest bezochte evenement uit golf 8 de Boekenbeurs, op de voet gevolgd door de opening van het Red Star Line museum. Het WK Turnen is gekend door 70% van de respondenten en is daarmee het derde meest gekende evenement. Het minst gekend is het Street Art Festival.

Grafiek 55: evenementen golf 8



## 4.3 Kennis en bezoek Antwerpse musea

In de laatste golf van 2013 werd een vraag opgenomen naar de kennis en de frequentie van bezoek van Antwerpse musea tijdens het afgelopen jaar. Ook vorige jaren werd deze vraag opgenomen. In 2013 werd het Red Star Line museum aan de vraag toegevoegd.

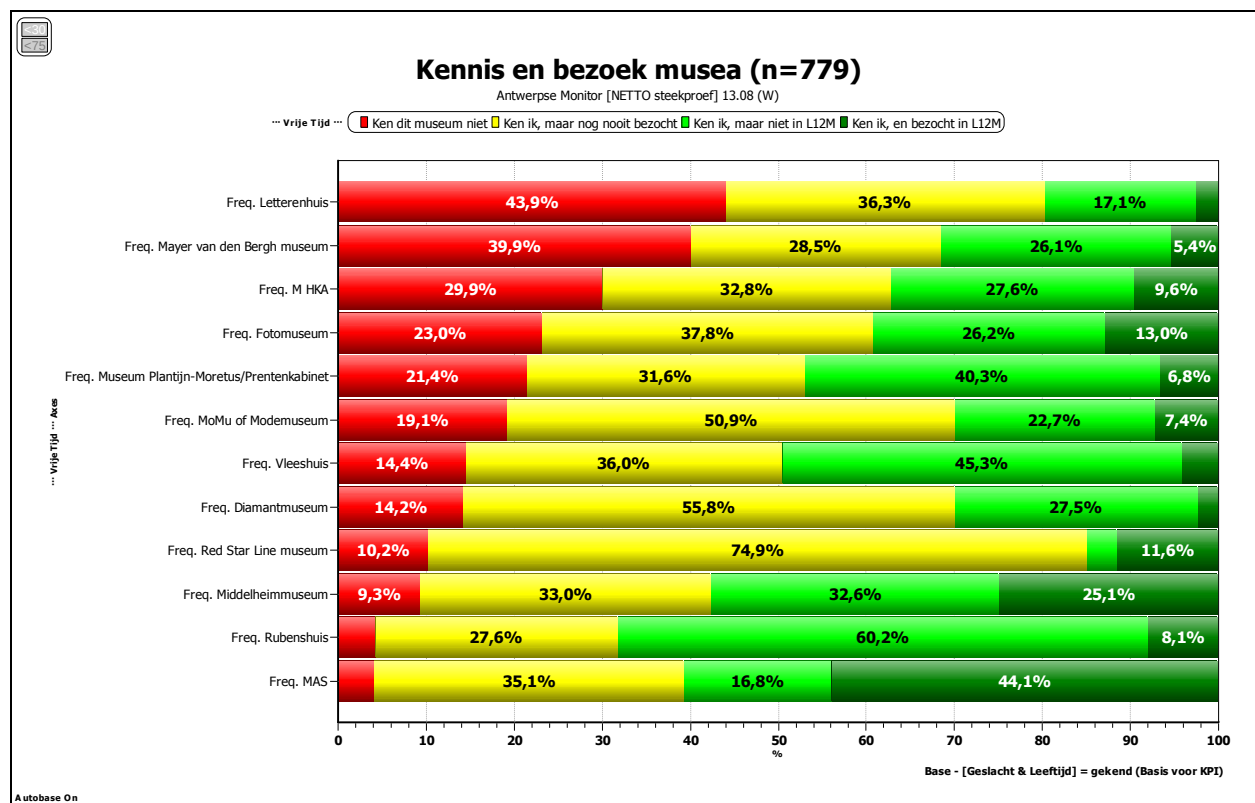
### Kennis musea

Het MAS en het Rubenshuis staan op een gedeelde eerste plaats. Het Middelheimmuseum staat op de tweede plaats, met kort daarna het Red Star Line museum dat als nieuw geopende museum de derde plaats verovert. Het minst gekende museum is het Letterenhuis.

### Bezoek musea laatste jaar

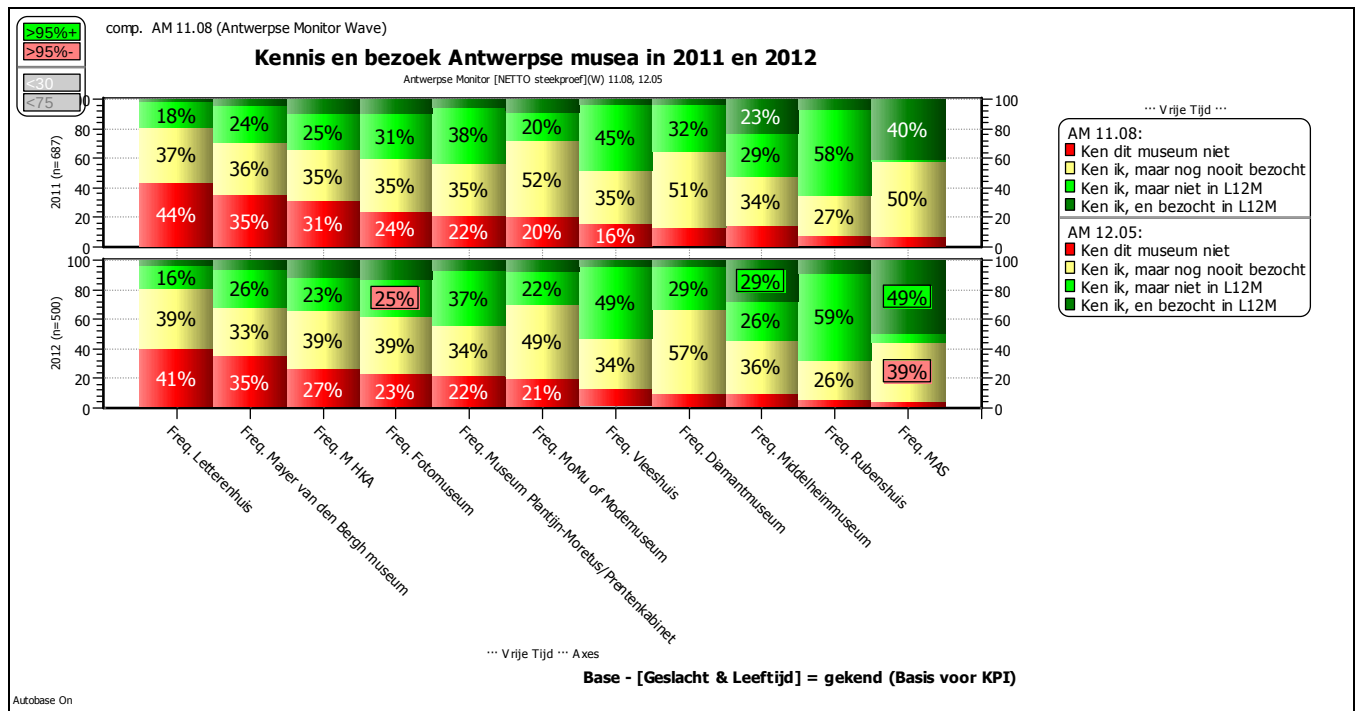
De musea die het laatste jaar het meest bezocht werden, zijn: het MAS, het Middelheimmuseum en het Fotomuseum. Het Red Star Line komt op de 4<sup>de</sup> plaats, met kort daarna het M HKA.

Grafiek 56: kennis en bezoek musea, 2013



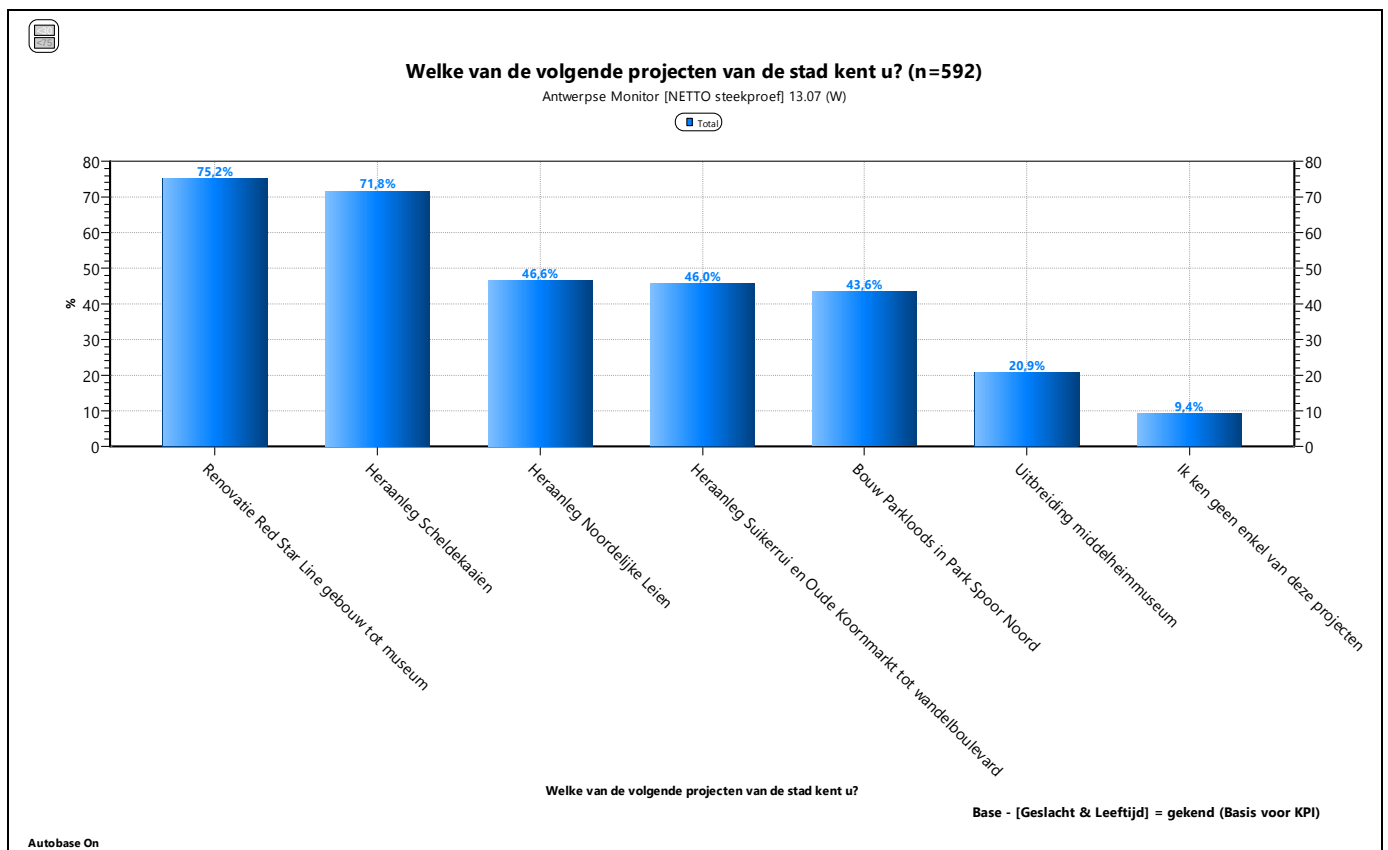
In de volgende grafiek staan de resultaten op kennis en bezoek musea voor 2011 en 2012 (zonder Red Star Line museum). We zien weinig verschil over de jaren heen.

**Grafiek 57: kennis en bezoek Antwerpse musea in 2011 en 2012**



Om na te gaan in welke mate de Antwerpenaar op de hoogte is van de renovatie van het Red Star Line gebouw tot museum, werd de volgende vraag gesteld.

**Grafiek 58: kennis projecten van de stad – renovatie Red Star Line**



Maar liefst 75% van de respondenten heeft aangegeven de renovatie van het Red Star Line gebouw tot museum te kennen. In 2012 gaf 56,2% van de respondenten aan dit project te kennen.

## 4.4 Kennis en bezoek leeszalen erfgoedlocaties

In golf 5 werd een vraag opgenomen om de bekendheid en het bezoek van een aantal leeszalen van erfgoedlocaties te onderzoeken.

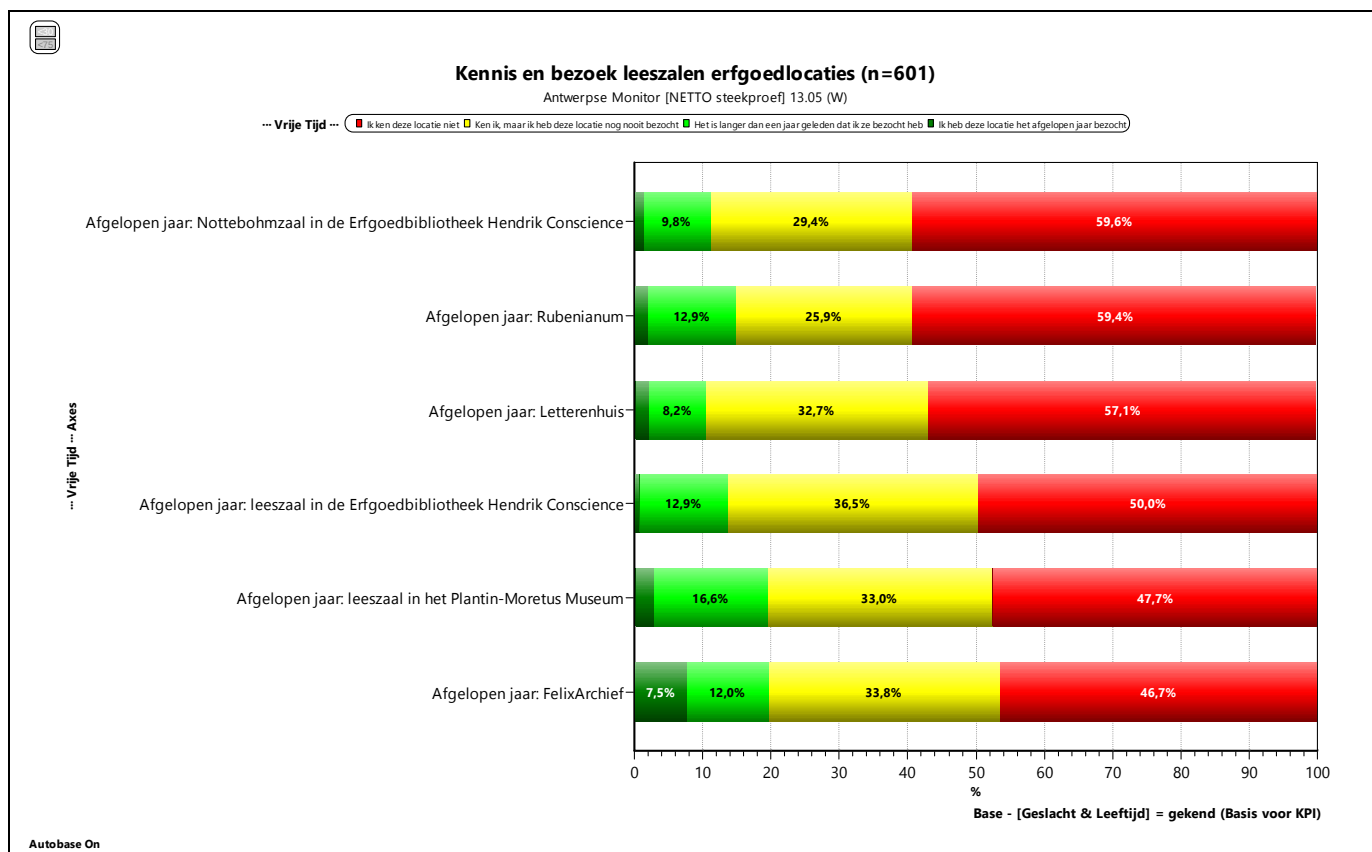
Minst gekend zijn (57 tot 60% kent dit niet):

- Nottebohmzaal in de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience
- Rubenianum
- Letterenhuis

Iets beter gekend zijn (46 tot 50% kent dit niet):

- Felixarchief
- Leeszaal in Plantin-Moretus museum
- Leeszaal in de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience

Grafiek 59: kennis en bezoek leeszalen erfgoedlocaties



## 4.5 Kennis en bezoek Antwerpse concertthuizen en festivals

In golf 8 werd de vraag gesteld naar kennis en bezoek van een aantal Antwerpse concertthuizen en festivals.

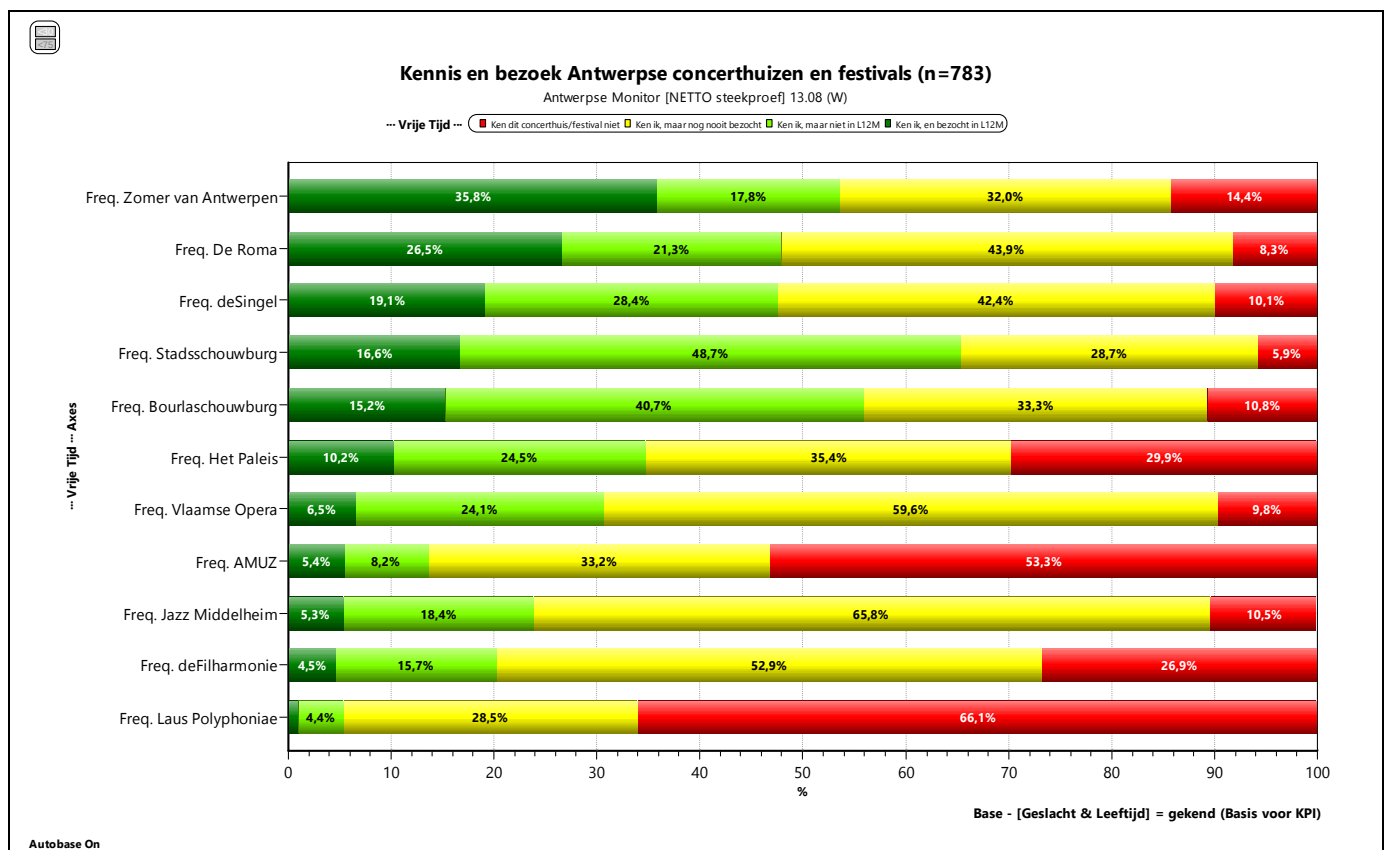
Meest gekend zijn:

- Stadsschouwburg (94%)
- De Roma (92%)
- deSingel (90%)
- Jazz Middelheim (89,5%)
- Bourslaschouwburg (89%)

Meest afgelopen jaar bezocht zijn:

- Zomer van Antwerpen (36%)
- De Roma (26,5%)
- deSingel (19%)
- Stadsschouwburg (16,6%)
- Bourslaschouwburg (15%)

Grafiek 60: kennis en bezoek Antwerpse concertthuizen en festivals



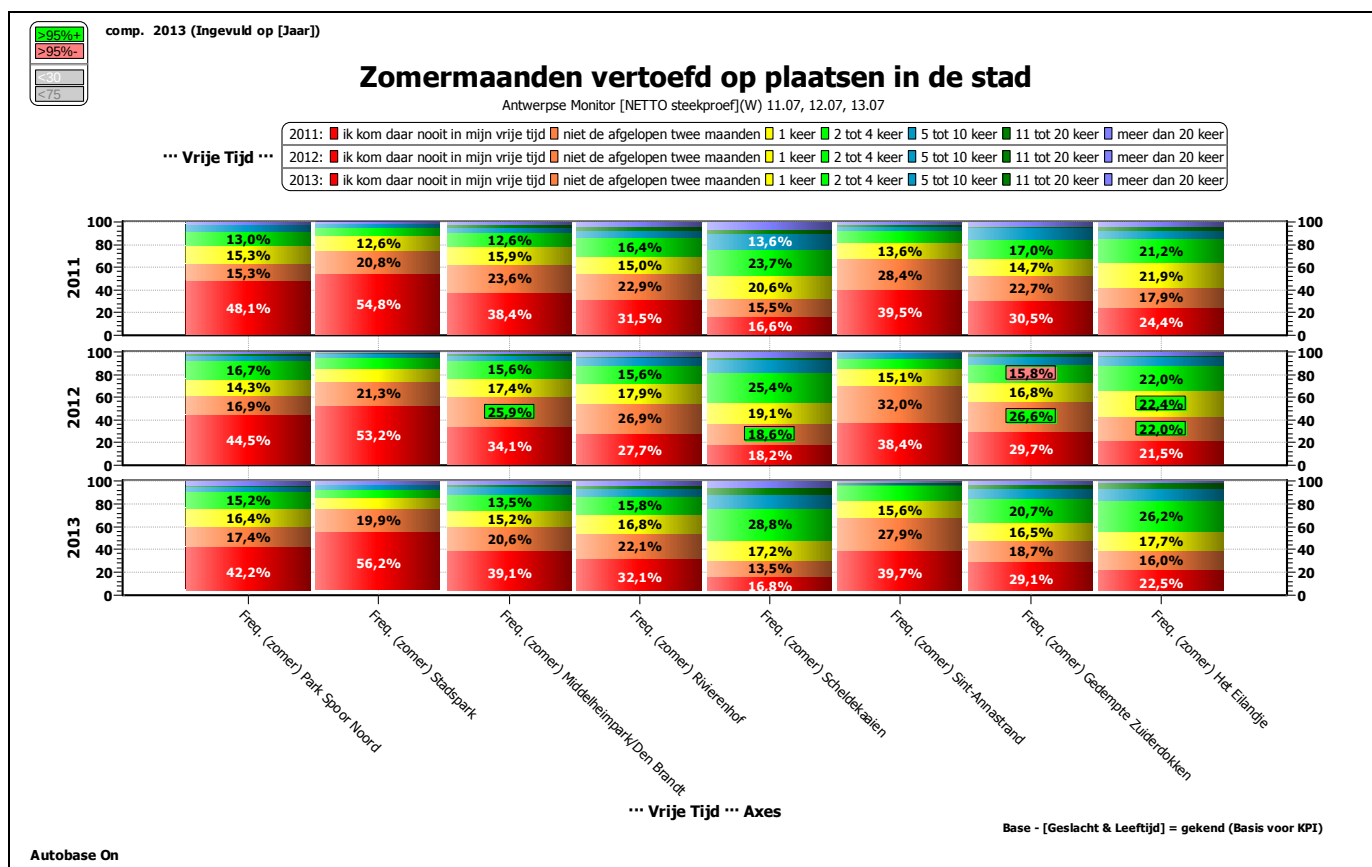
## 4.6 Frequent bezochte plaatsen tijdens de zomermaanden

In golven 7 van 2011, 2012 en 2013 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 meer dan 50% van de respondenten zegt nooit in het Stadspark te komen voor zijn vrije tijd tijdens de zomermaanden, en 42% komt nooit in Park Spoor Noord. Kleine verschillen in 2013 (referentiejaar) met jaren ervoor zien we op het Eilandje, de Gedempte Zuiderdokken, de Scheldekaaien en Middelheimpark.

Grafiek 61: bezoek plaatsen in Antwerpen tijdens zomermaanden, 2011- 2013



## Hoofdstuk 5: Een veilige en propere stad

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 2013 met de resultaten van 2010, 2011 en 2012. De cijfers van het referentiejaar 2013 zijn alleen in een blauw kader aangeduid wanneer er in de grafiek slechts de evolutie van één variabele wordt weergegeven.

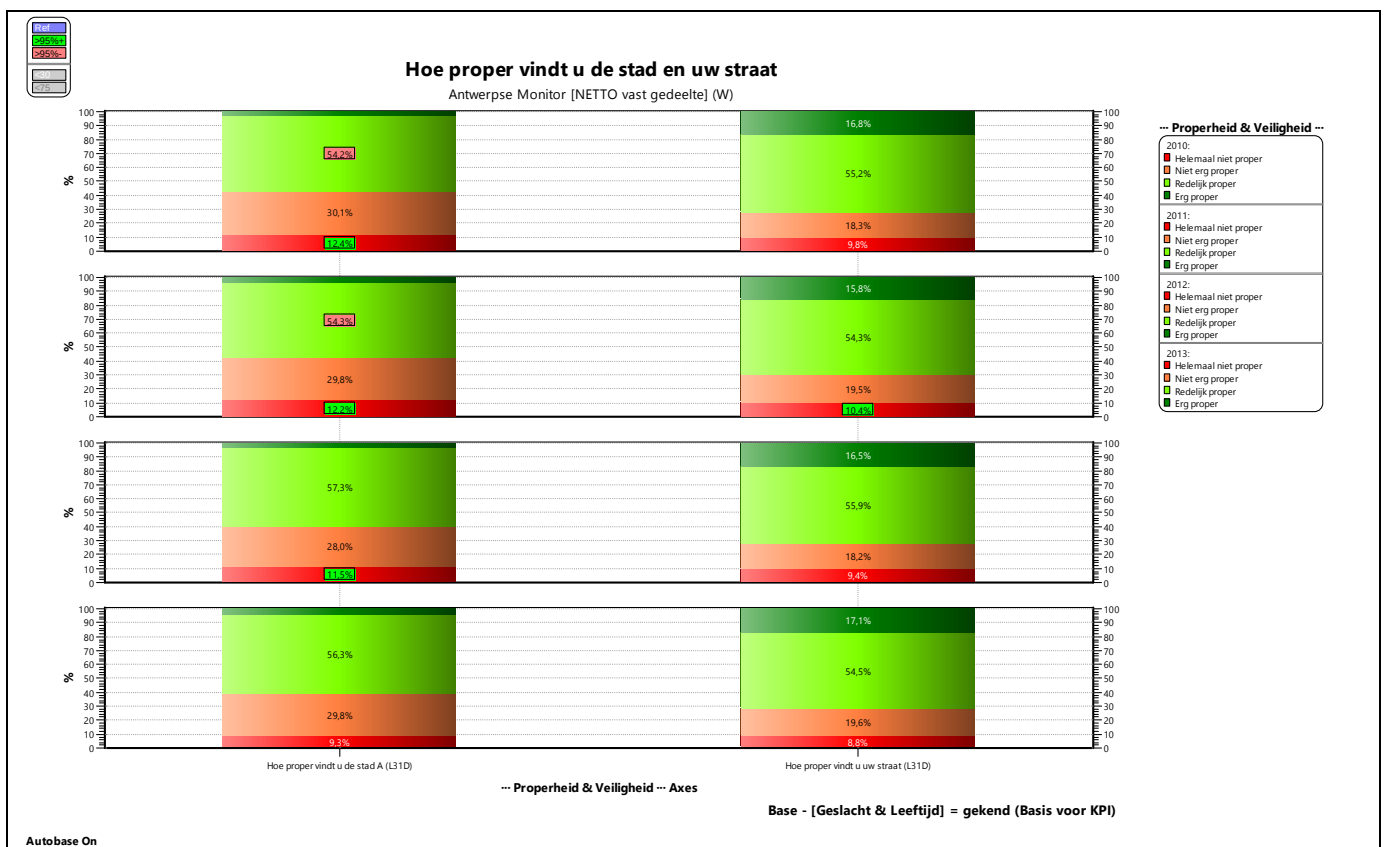


## 5.1 Stads- en buurtonderhoud: een goed onderhouden publieke ruimte

### 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. 72%), maar ze staan iets minder positief tegenover de properheid van de stad (ca. 60%). In 2010 vond slechts 57% van de respondenten de stad proper, dus er is wat betreft mening over propere stad een kleine verbetering merkbaar. We zien dat – in vergelijking met 2013 – de jaren ervoor significant meer mensen de stad helemaal niet proper vonden.

Grafiek 62 Mening over properheid stad en straat, 2010-2013



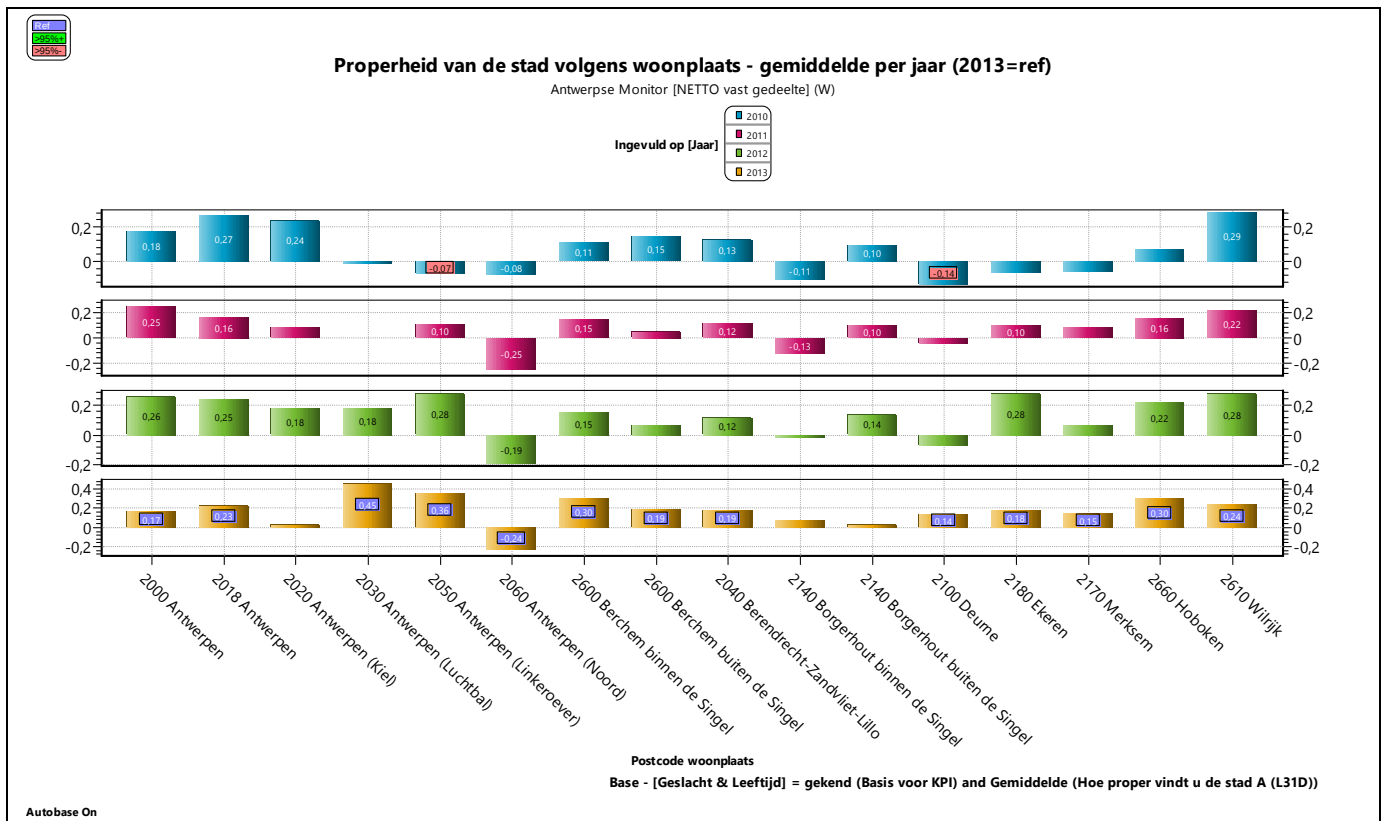
Wanneer de postcode van de woonplaats in rekening wordt gebracht, zien we duidelijke verschillen. We geven de gemiddelde scores per postcode en rangschikken ze aflopend volgens de score. Die varieert tussen -2 (*helemaal niet proper*) en 2 (*erg proper*).

Wat de mening over de properheid van de stad betreft, stellen we vast dat de gemiddelde score in 2013 (0,17) significant gestegen is ten opzichte van 2010 (0,06) en 2011 (0,08).

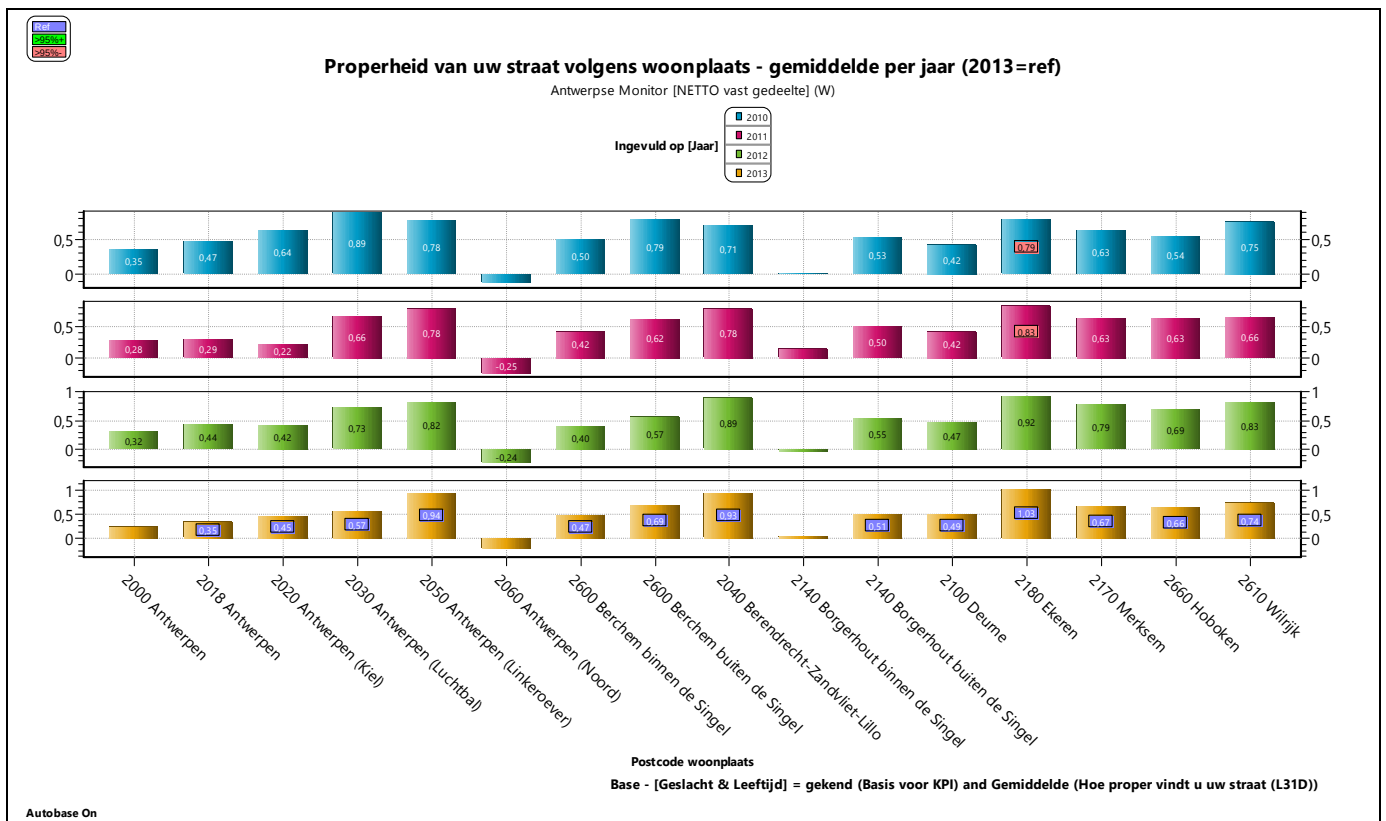
In de volgende grafiek zien we dat in Deurne en Antwerpen (Linkeroever) er een significante verbetering is.

Qua properheid van de straat zien we weinig verschil. Enkel in Ekeren is er een significante verbetering in 2013 ten opzichte van 2010 en 2011.

Grafiek 63 Mening over properheid stad volgens woonplaats, 2010-2013



Grafiek 64 Mening over properheid straat volgens woonplaats, 2010- 2013

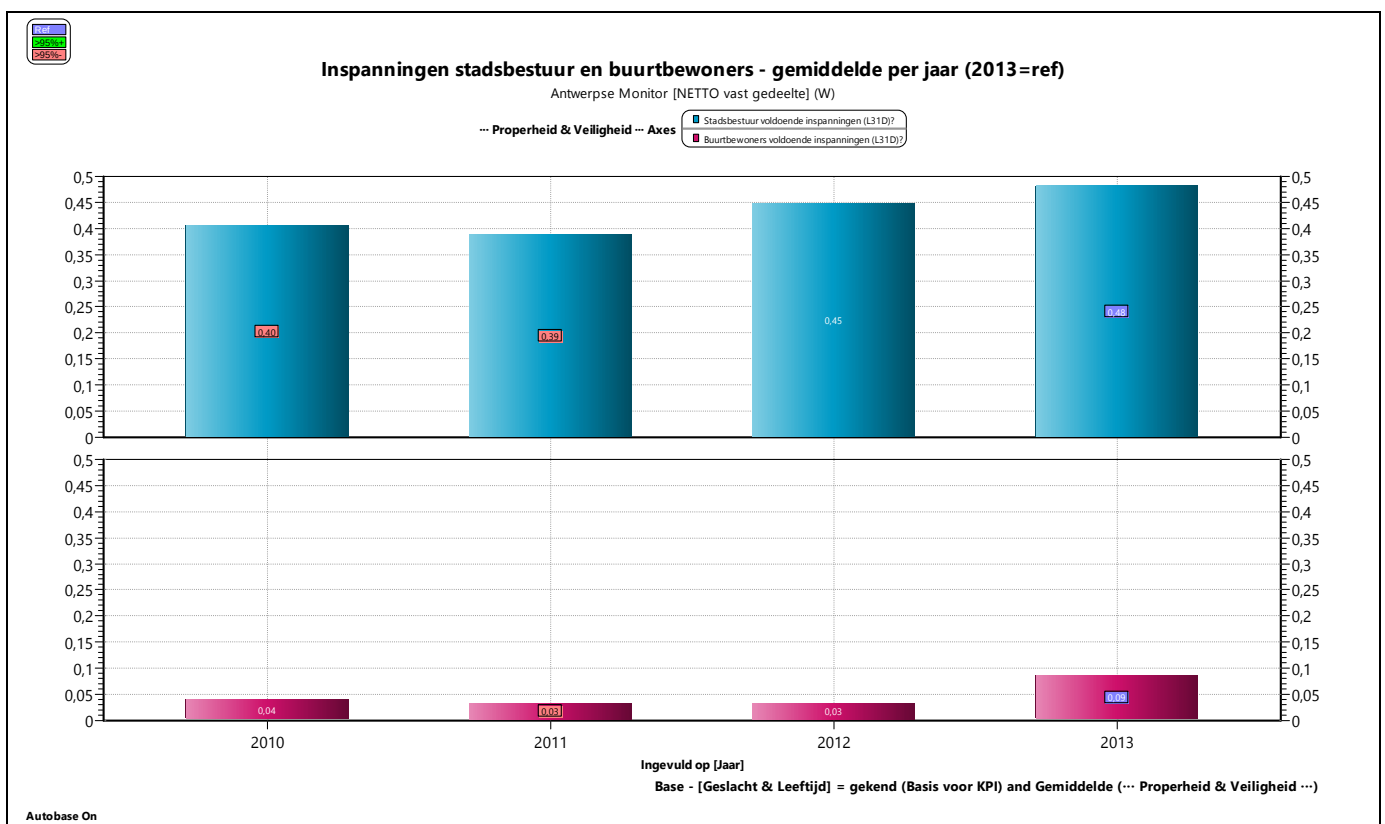


### 5.1.2 Inspanning stadsbestuur en inwoners laatste maand met betrekking tot properheid straat

In 2013 is 70% van de respondenten positief over de inspanning van het stadsbestuur voor de properheid van de straten. Over de inspanningen van de buurtbewoners is slechts 56% positief. Deze percentages blijven redelijk stabiel over de verschillende jaren heen.

De gemiddelde tevredenheid over de inspanningen van het stadsbestuur ligt dus heel wat hoger dan die over de inspanningen van de buurtbewoners. We zien zelfs een significante stijging van de gemiddelde tevredenheid over de inspanningen van het stadsbestuur in 2013 t.o.v. 2010 en 2011.

Grafiek 65 Voldoende inspanning stadsbestuur en buurtbewoners voor propere straten, gemiddelde, 2010- 2013



## 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. Vanaf 2011 werd de vraag in twee delen opgesplitst: geluidsoverlast door het verkeer en geluidsoverlast door de burens.

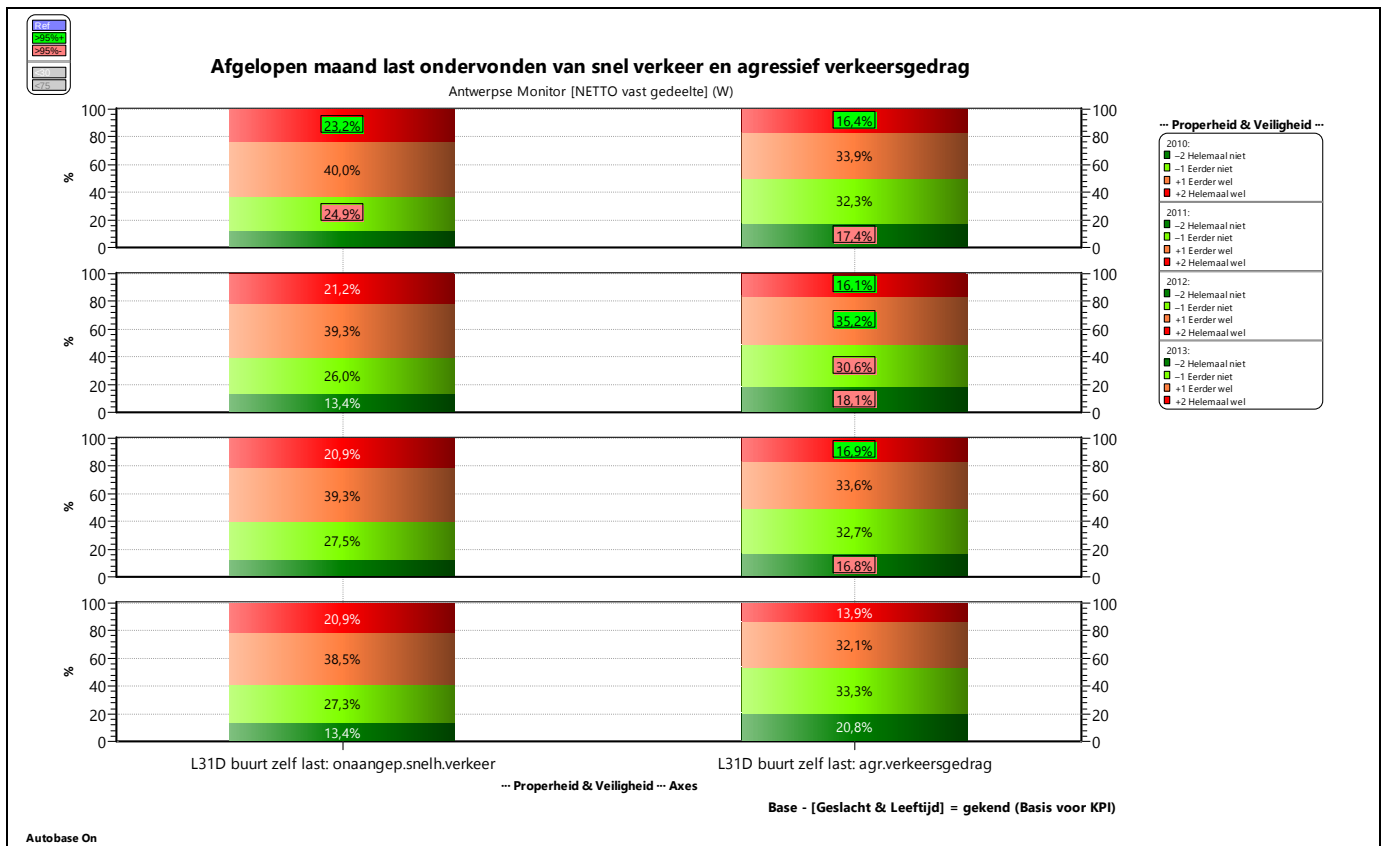
## 5.2.1 Verkeersveiligheid

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: bijna 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.

In 2010-2012 hadden significant meer mensen last van agressief verkeersgedrag dan in 2013.

**Grafiek 66 Ondervonden last van verkeersoverlast in de buurt tijdens afgelopen maand, 2010- 2013**

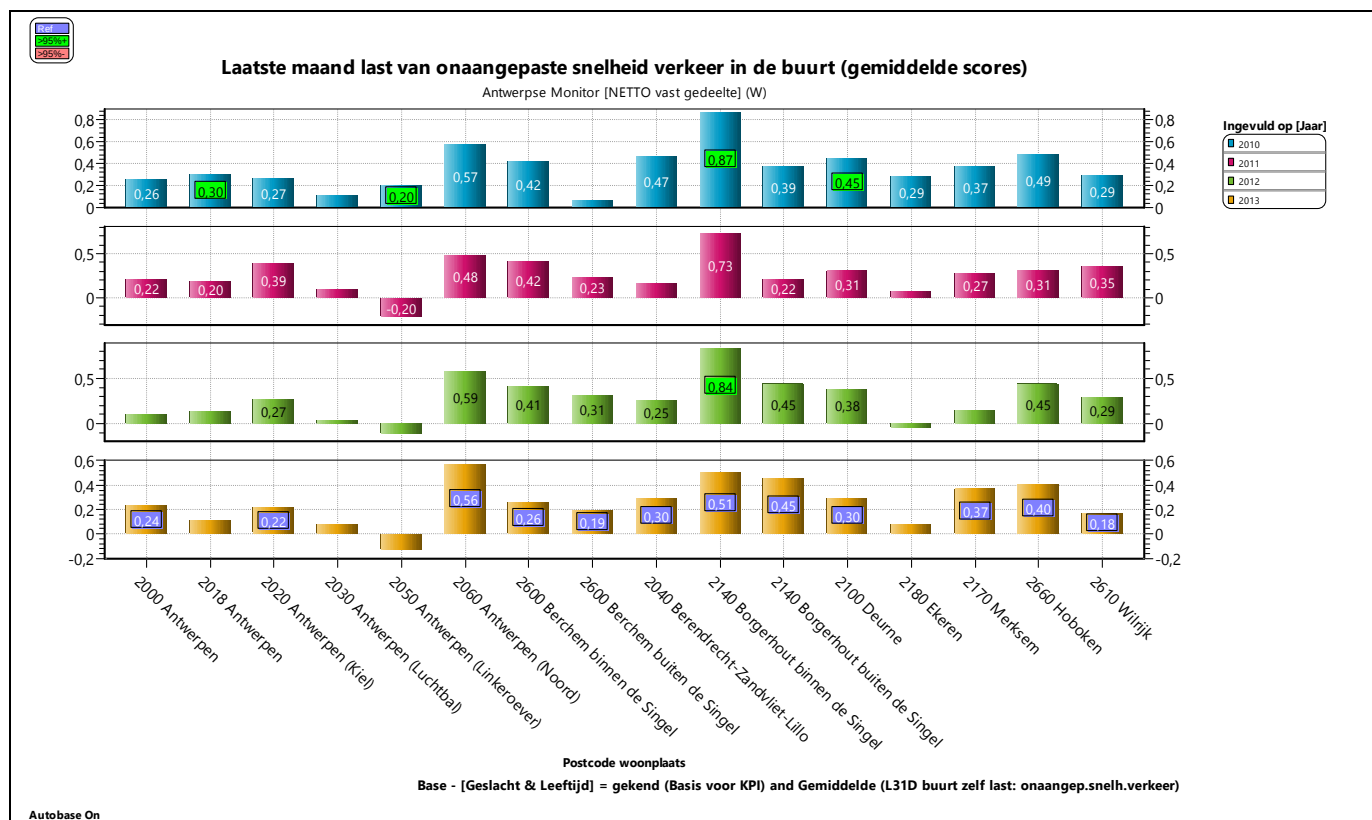


De ervaren overlast van onaangepaste snelheid in het verkeer in de buurt is in 2013 met een gemiddelde score van 0,26 significant lager dan in 2010.

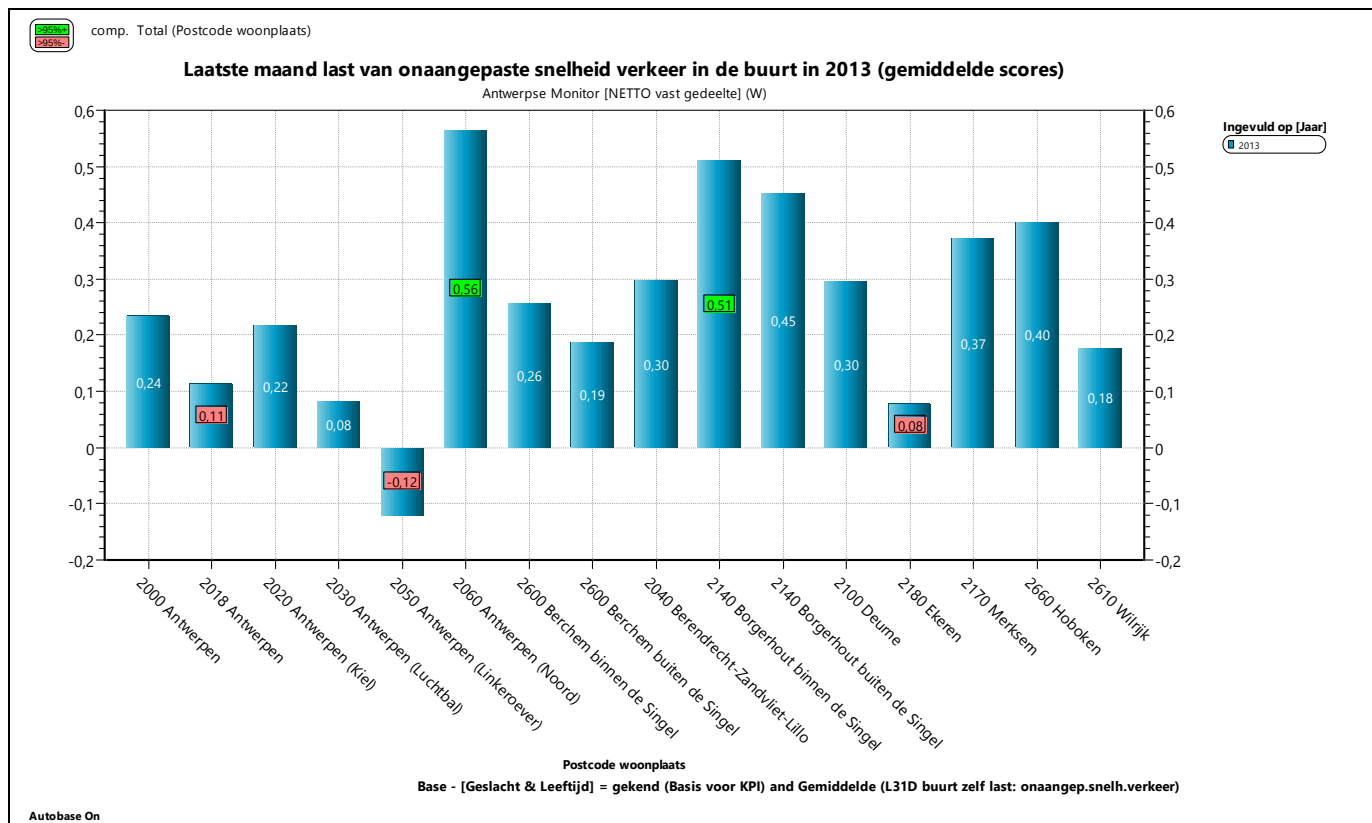
In 2013 wordt er in Borgerhout binnen de Singel significant minder last ervaren van verkeerssnelheid dan in 2012. In vergelijking met 2010 is de situatie ook nog verbeterd in 2018 Antwerpen, Linkeroever en Deurne.

In 2013 zien we dat mensen in Antwerpen Noord en Borgerhout binnen de Singel significant meer last hebben van onaangepaste snelheid in hun buurt; in Ekeren, Linkeroever en 2018 Antwerpen heeft men significant minder last.

Grafiek 67 Ondervonden last van onaangepaste snelheid verkeer in de buurt, 2010- 2013

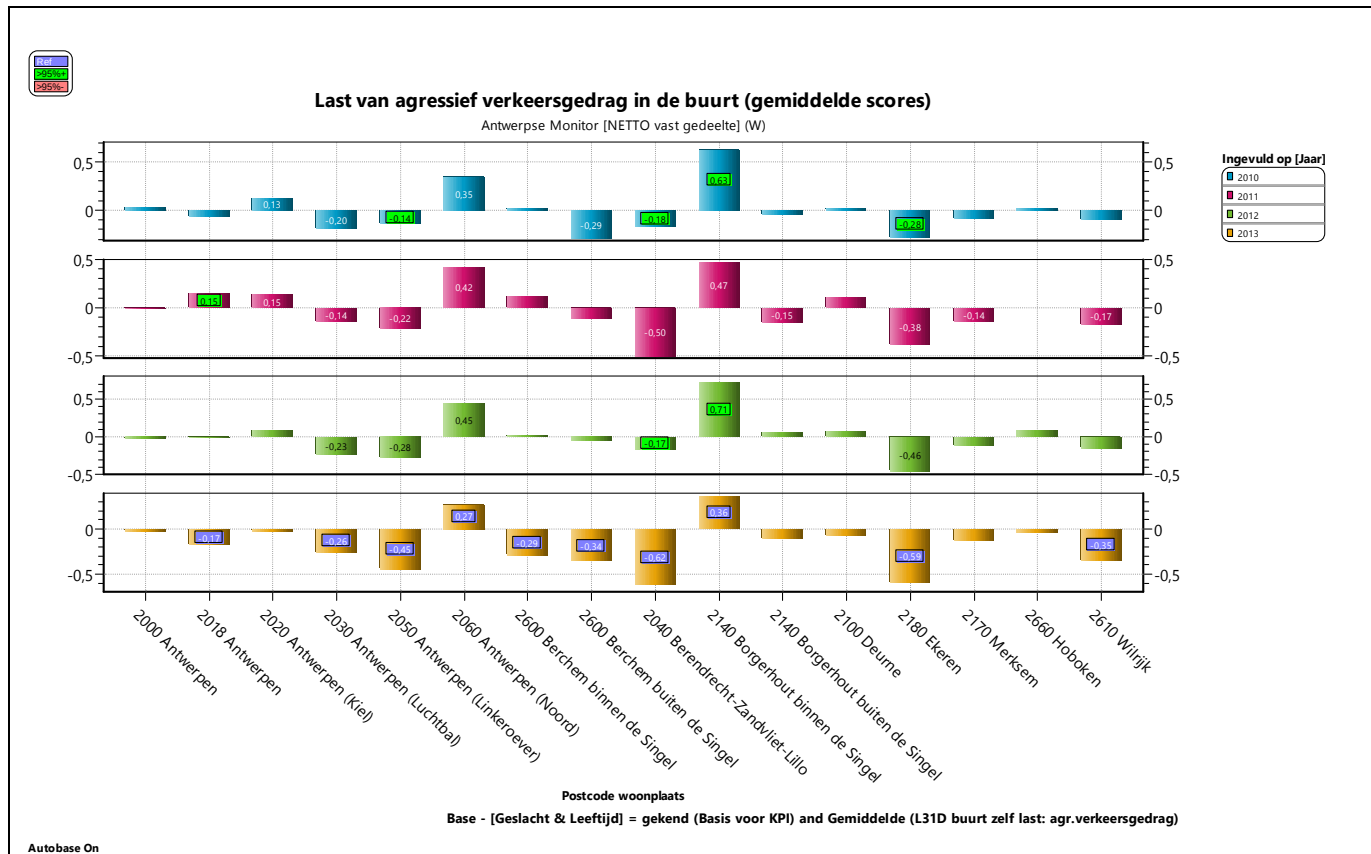


Grafiek 68 Ondervonden last van onaangepaste snelheid verkeer in de buurt, gemiddelde scores 2013



De overlast van agressief verkeersgedrag is algemeen significant lager in 2013 (-0,15) dan de drie voorafgaande jaren (0,01). In de volgende grafiek zien we dat in verschillende postcodes de overlast significant hoger was dan in 2013, zo in 2018 Antwerpen, Linkeroever, Berendrecht-Zandvliet-Lillo, Borgerhout binnen de Singel en Ekeren.

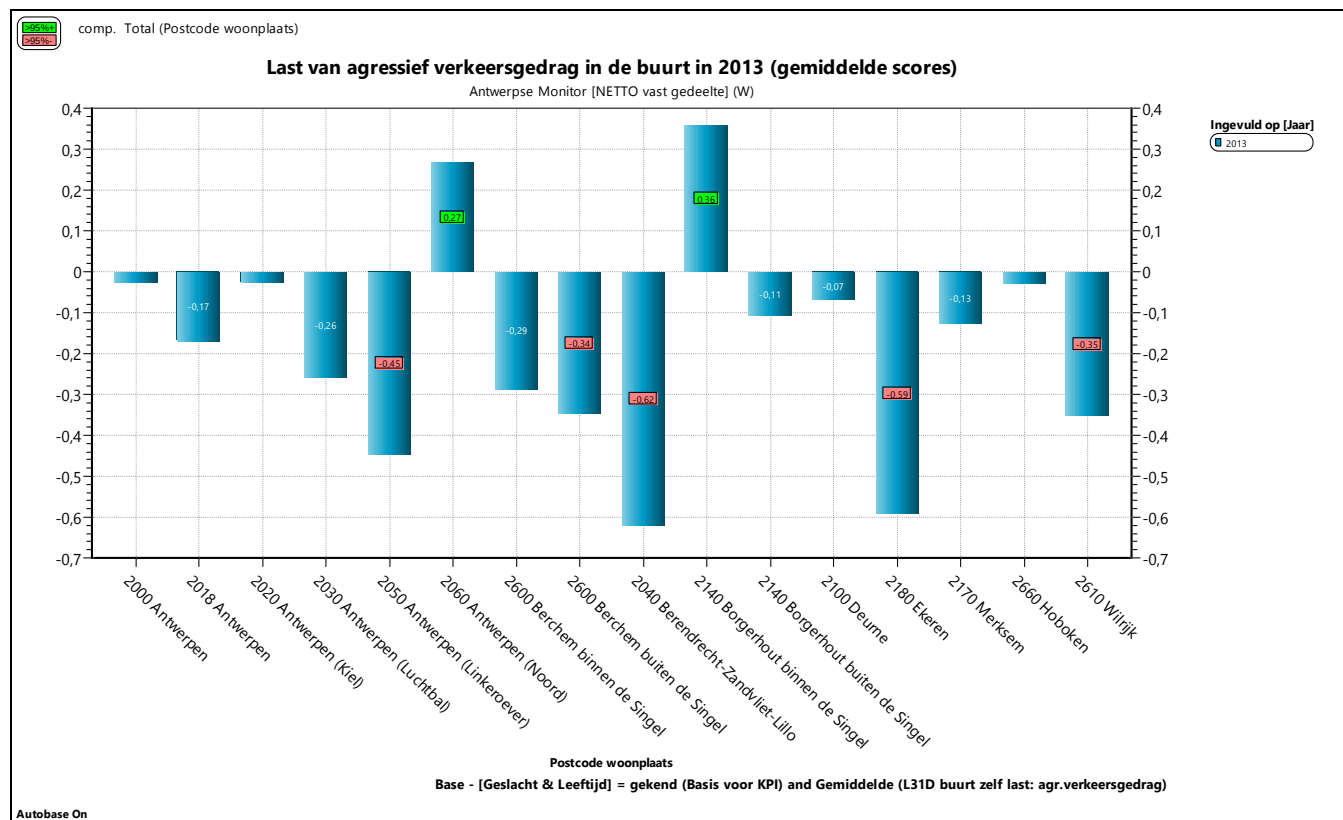
Grafiek 69 Ondervonden last van agressief verkeersgedrag in de buurt, 2010-2013



De volgende grafiek geeft de gemiddelde score van laatste maand last van agressief gedrag in verkeer in de buurt weer per woonplaats.

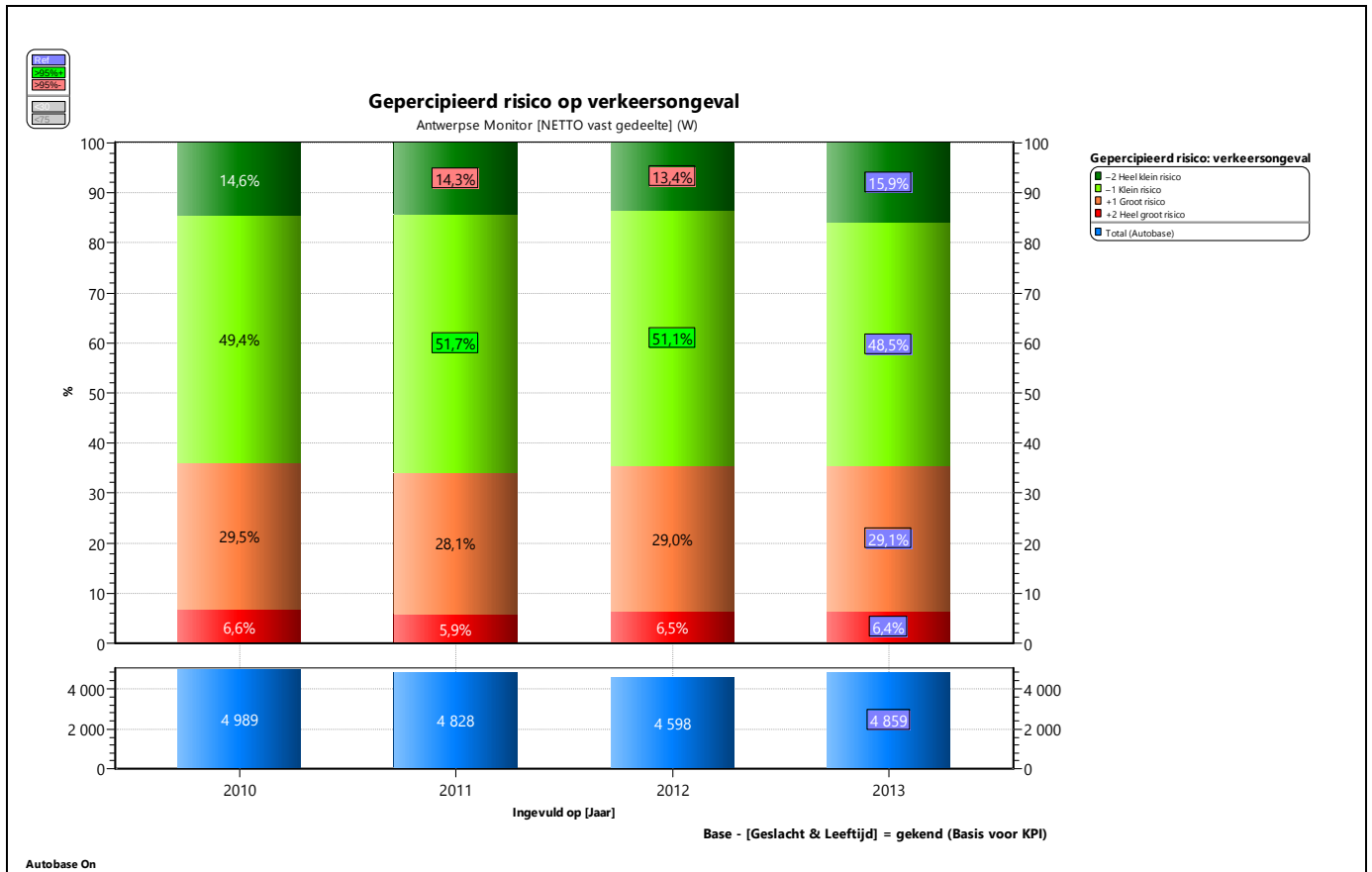
We zien duidelijk in welke gebieden agressief verkeersgedrag een probleem is, namelijk in Antwerpen Noord en Borgerhout binnen de Singel.

**Grafiek 70: Ondervonden last van agressief verkeersgedrag in de buurt, gemiddelde per postcode, 2013**



Het gepercipieerd risico om slachtoffer te zijn van een verkeersongeval bedraagt om en bij de 35%. De verschuiving die we waarnemen, is een verschuiving van klein risico naar heel kleine risico op een verkeersongeval in 2013 t.o.v. 2011 en 2012.

**Grafiek 71 Gepercipieerd risico op een verkeersongeval, 2010-2013**



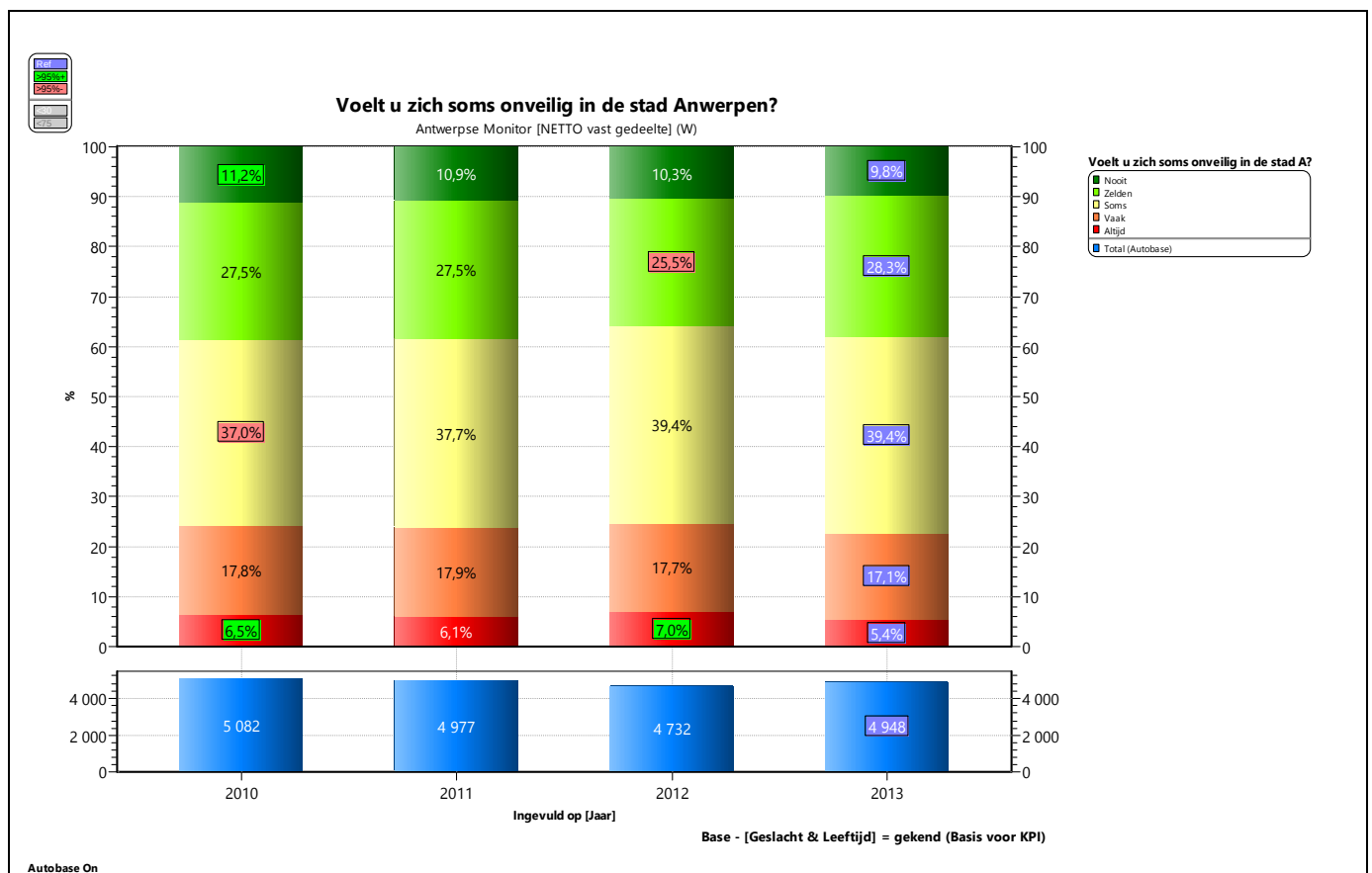


## 5.2.2 Subjectief onveiligheidsgevoel, overlast en risico op slachtofferschap.

### 5.2.2.1 Onveiligheidsgevoel

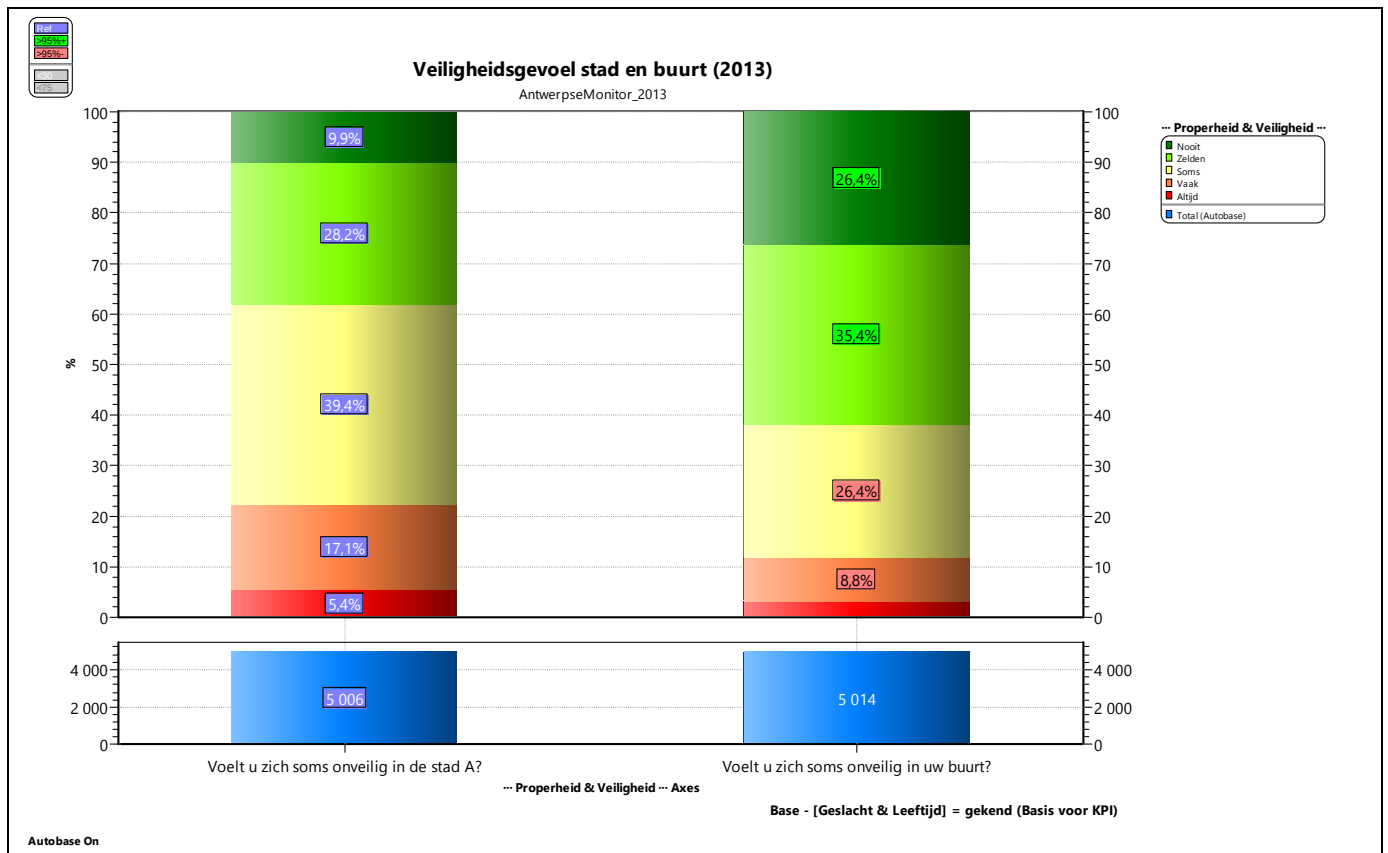
Iets minder dan één op vier van de respondenten voelt zich vaak tot altijd onveilig in Antwerpen. In 2010 en 2012 waren er significant meer respondenten dan in 2013 die zich altijd onveilig voelen in de stad Antwerpen.

Grafiek 72 Onveiligheidsgevoel in de stad, 2010-2013



In 2013 werd de vraag over veiligheidsgevoel in de buurt toegevoegd. In de volgende grafiek zien we dat mensen zich veel veiliger voelen in hun buurt dan in de stad Antwerpen. 62% voelt zich zelden tot nooit onveilig in zijn eigen buurt tegenover een kleine 40% dat zich zelden of nooit onveilig voelt in de stad Antwerpen.

Grafiek 73: Veiligheidsgevoel stad en buurt, 2013



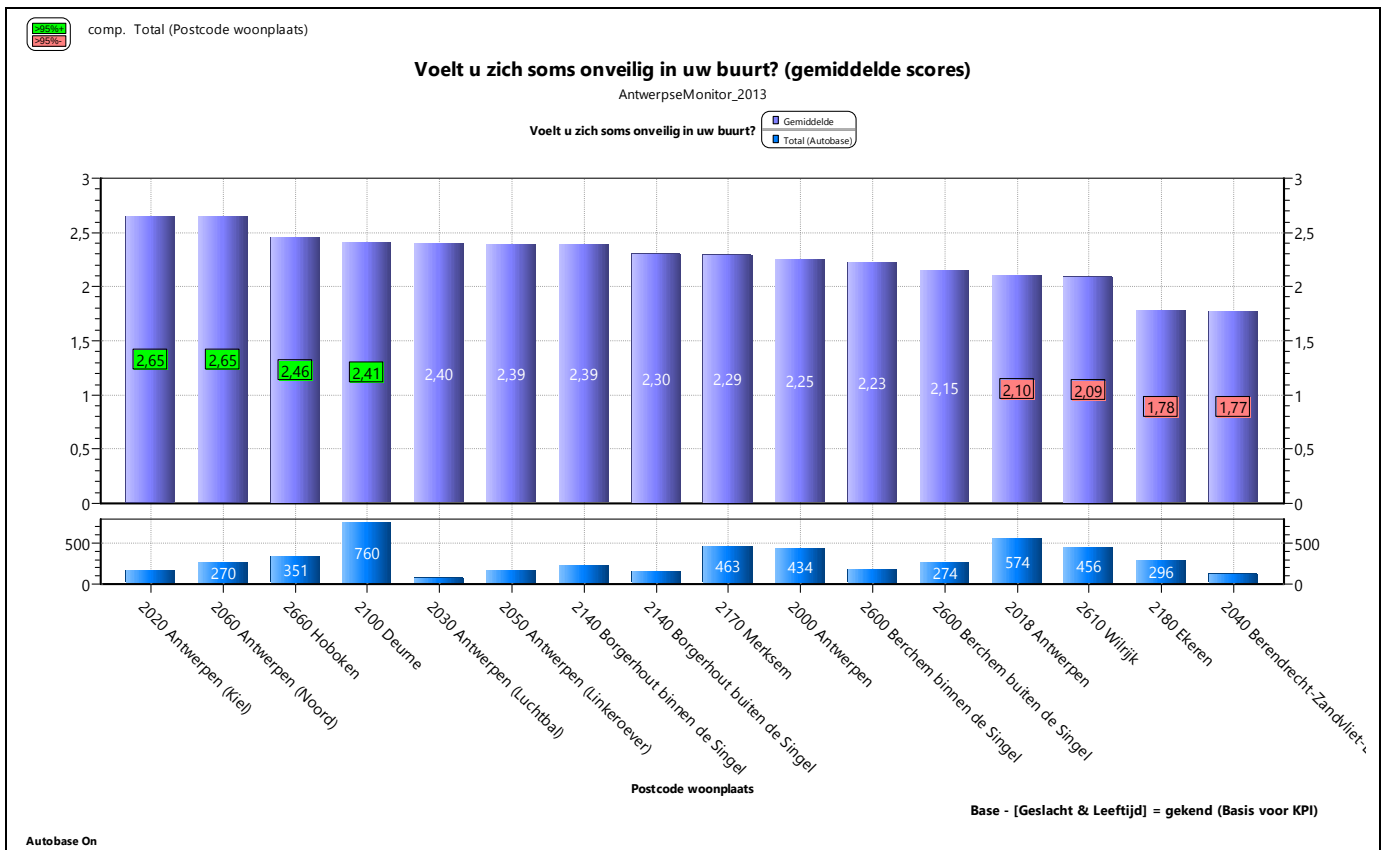
Wanneer we het (on)veiligheidsgevoel in de eigen buurt bekijken per postcode, dan zijn de gebieden waar respondenten zich het veiligste voelen:

- Berendrecht-Zandvliet-Lillo
- Ekeren
- Wilrijk
- 2018 Antwerpen

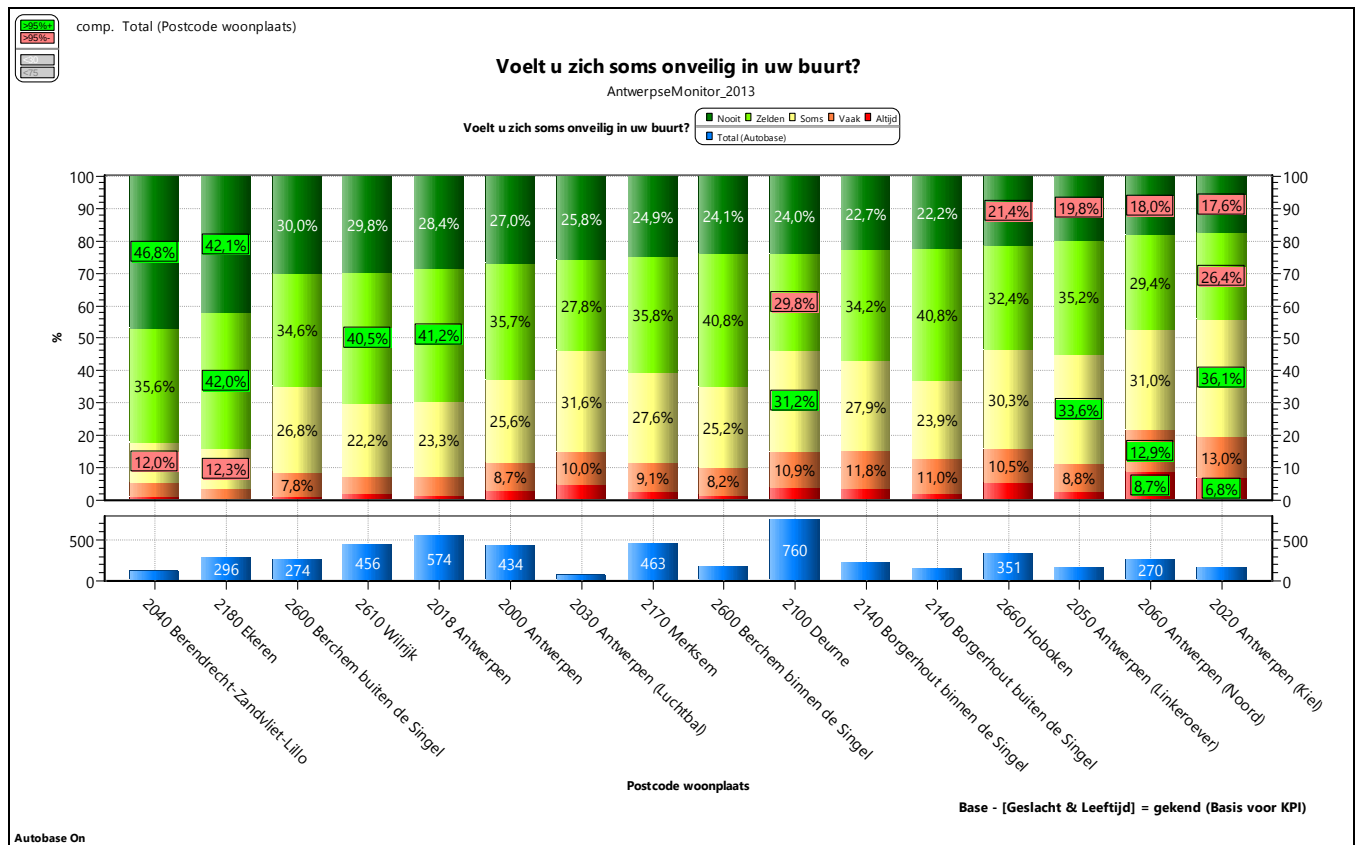
en waar men zich het meeste onveilig voelt:

- Antwerpen Noord
- Antwerpen Kiel
- Hoboken
- Deurne

**Grafiek 74: onveiligheidsgevoel in de buurt, gemiddelde scores per postcode, 2013**



**Grafiek 75: onveiligheidsgevoel in de buurt per postcode, 2013**

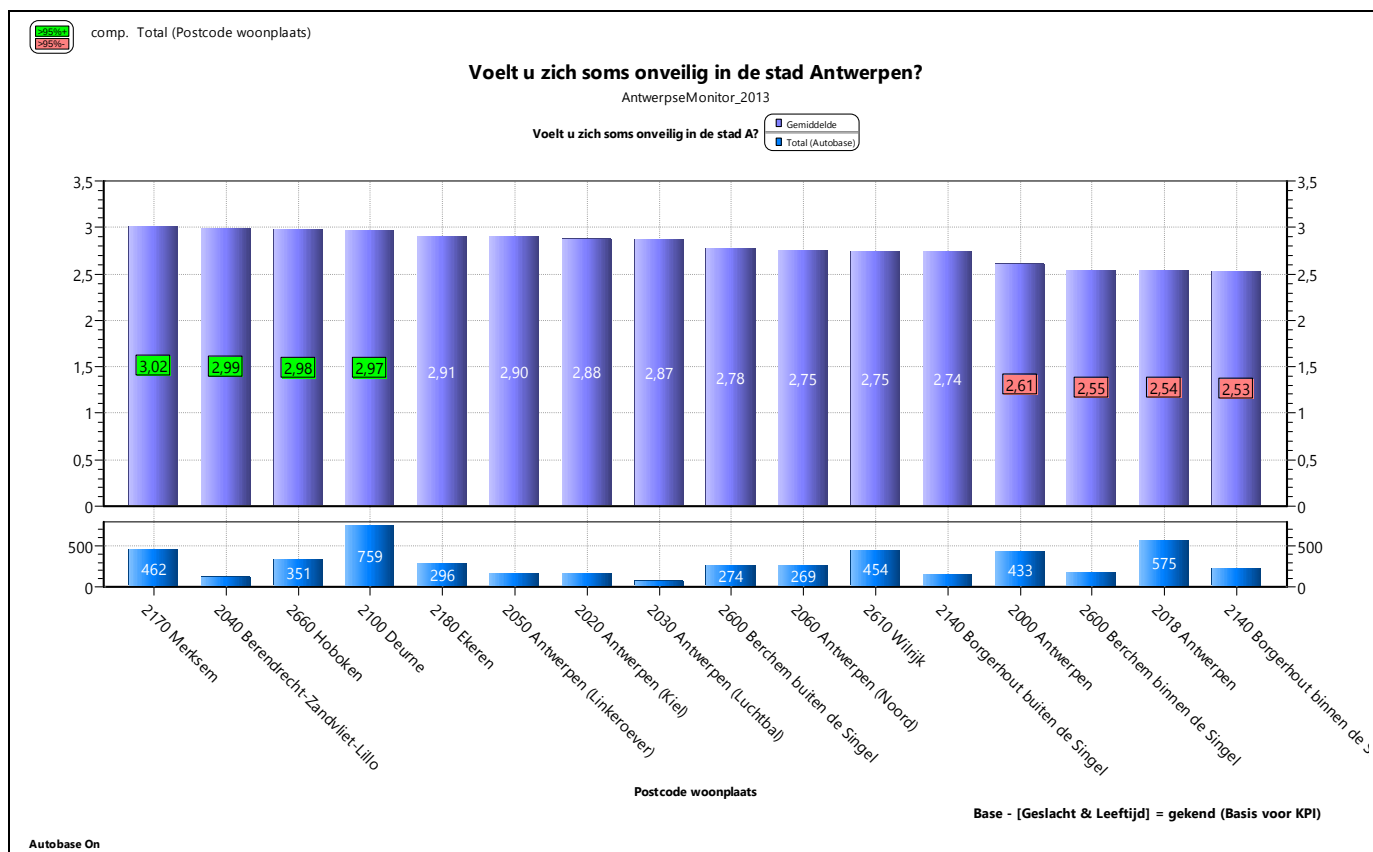


Mensen die zich onveilig voelen in de stad Antwerpen wonen vooral in

- Merksem
- Berendrecht-Zandvliet-Lillo
- Hoboken
- Deurne

en minder in 2000 Antwerpen, Berchem binnen de Singel, 2018 Antwerpen en Borgerhout binnen de Singel.

**Grafiek 76: onveiligheidsgevoel in de stad Antwerpen, gemiddelde scores per postcode, 2013**

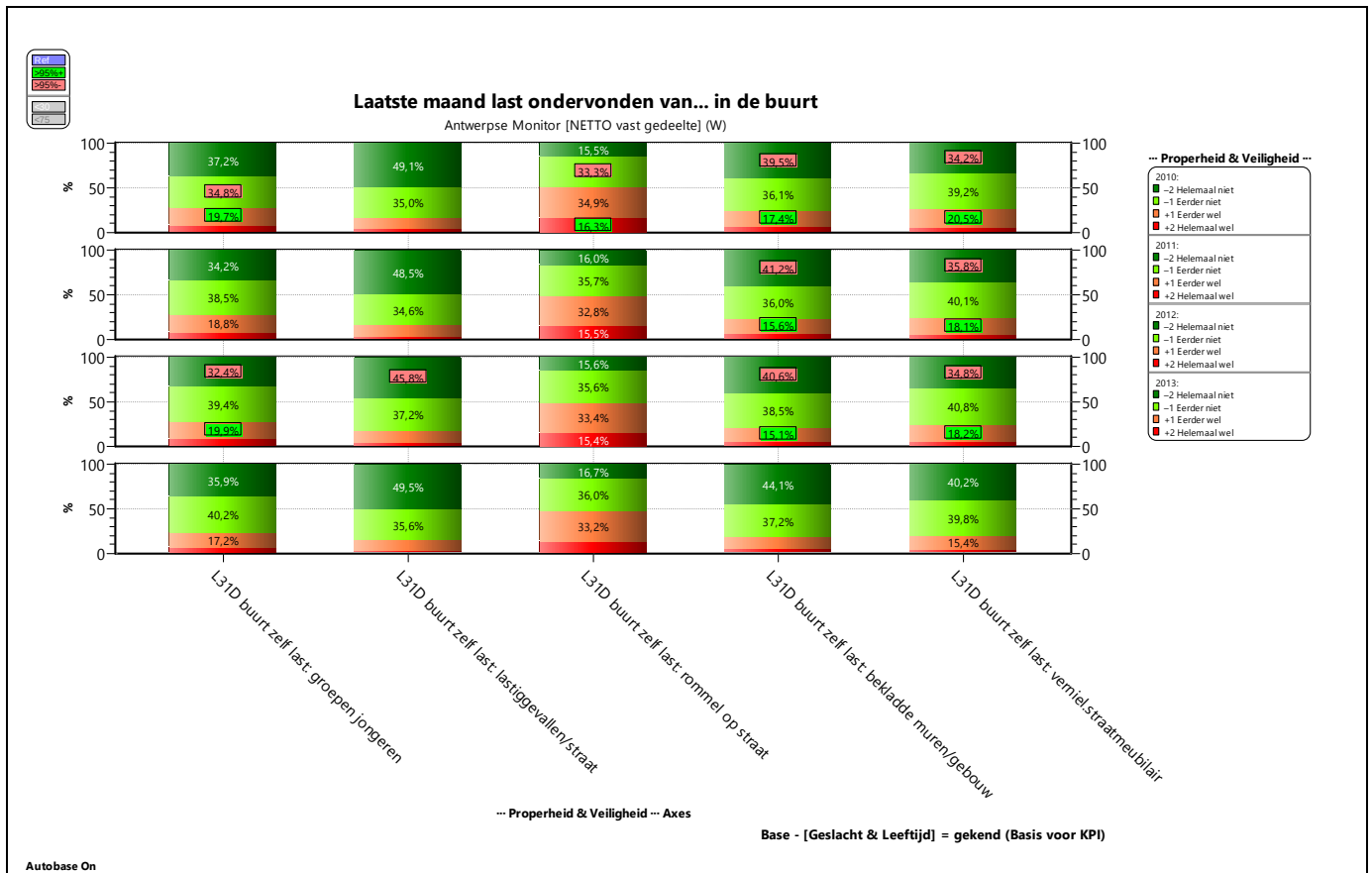


## Overlast

De helft van de respondenten heeft in de maand die vooraf ging aan de bevraging last gehad van rommel op straat. 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 dat significant meer respondenten er last van hadden in 2010, 2011 en 2012 t.o.v. 2013.

Tenslotte meldt 15% effectief te zijn lastiggevalen op straat de laatste maand en 25% heeft last gehad van groepen jongeren.

Grafiek 77 Ondervonden overlast in de buurt tijdens afgelopen maand, 2010-2013

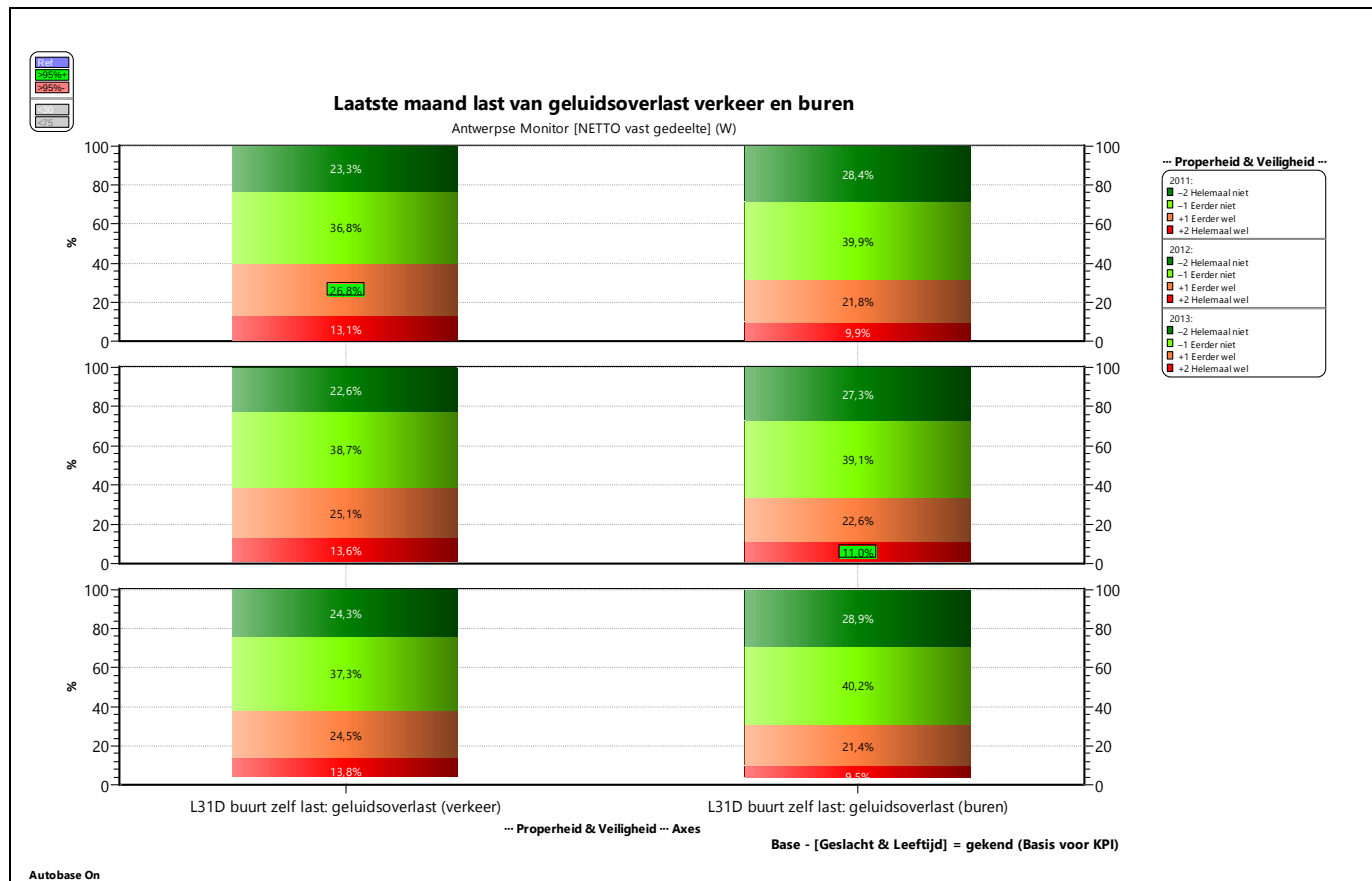


Wat betreft geluidsoverlast in de buurt zien we het volgende.

Omdat de vraag over geluidsoverlast vanaf 2011 werd opgesplitst in geluidsoverlast van verkeer en geluidsoverlast van burenen, omwonenden, passanten, wordt 2010 niet meer opgenomen in de analyse.

We zien dat bewoners meer last hebben van geluidsoverlast van verkeer dan van burenen e.d. Verder zien we weinig evolutie over de jaren.

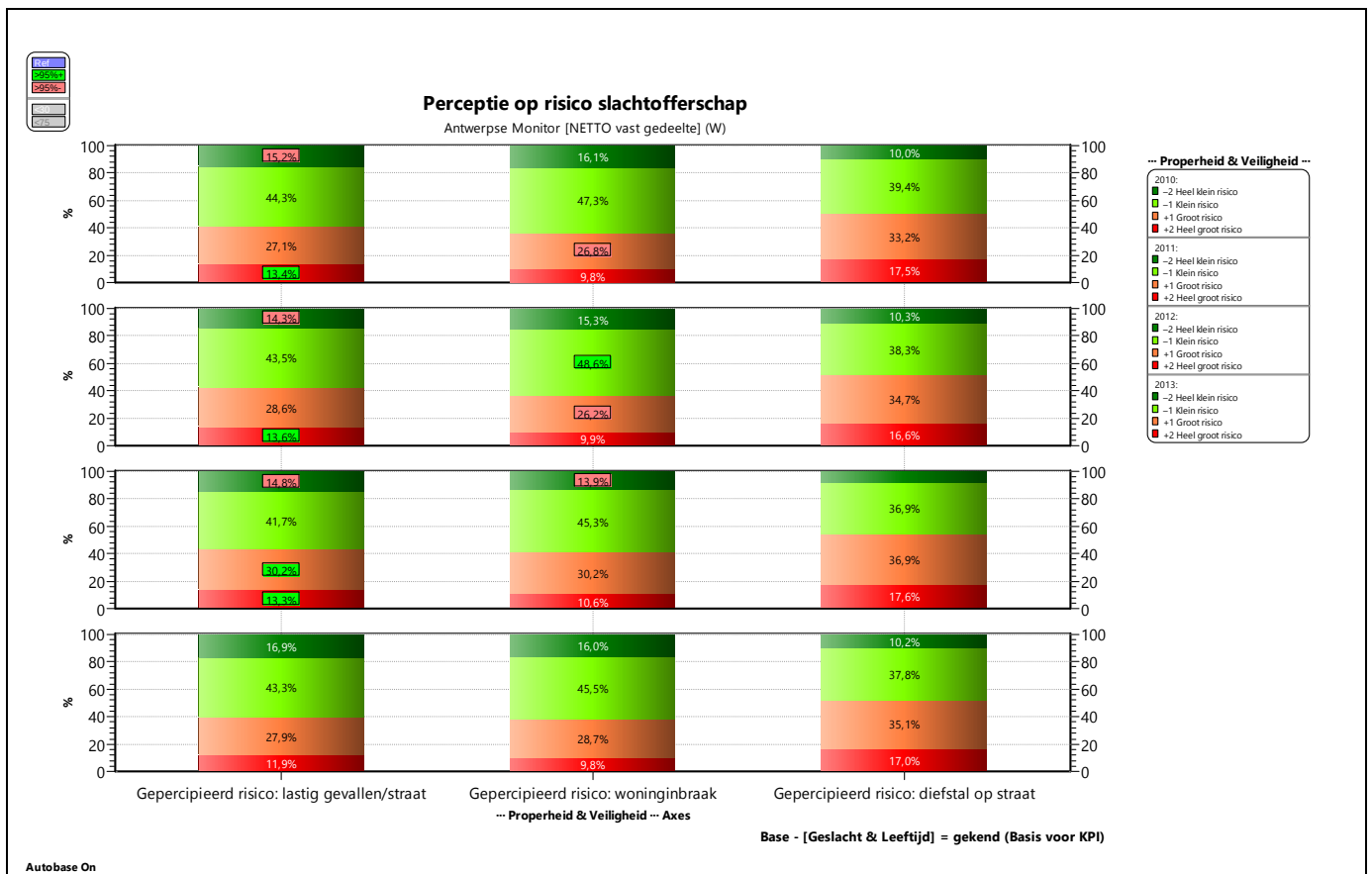
**Grafiek 78 Ondervonden geluidsoverlast in de buurt tijdens afgelopen maand, 2011-2013**



### 5.2.2.2 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. We zien hier geen evolutie over de jaren. De perceptie om lastig gevallen worden op straat scoort in 2013 significant beter dan de drie voorgaande jaren.

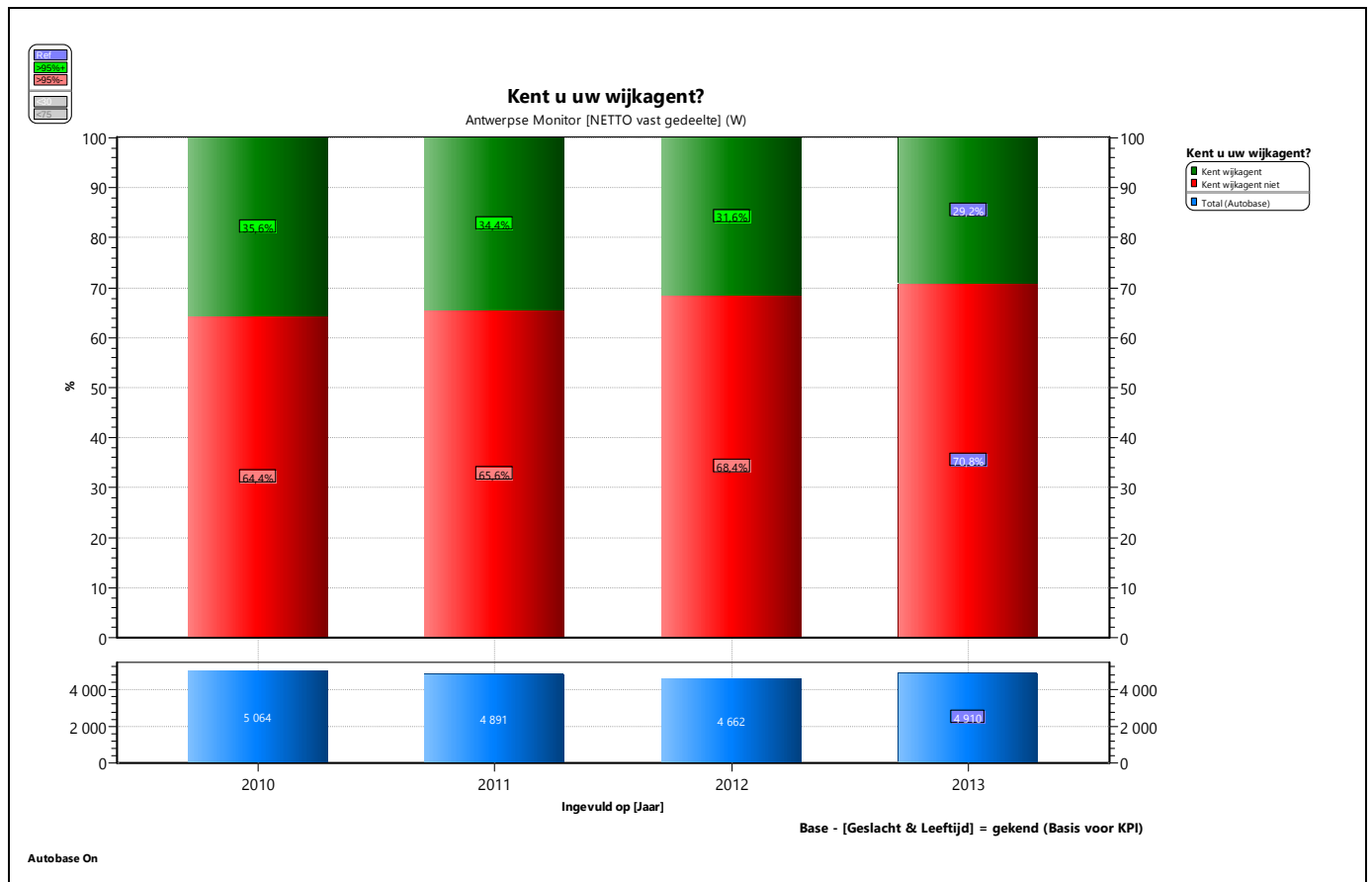
**Grafiek 79 Gepercipieerd risico op slachtofferschap inzake ‘lastiggefallen worden op straat’, ‘woninginbraak’ en ‘diefstal op straat’, 2010-2013**



## 5.3 Kennis en contact met wijkagent

De kennis van de wijkagent is gezakt van 35,6% in 2010 naar 29,2% in 2013.

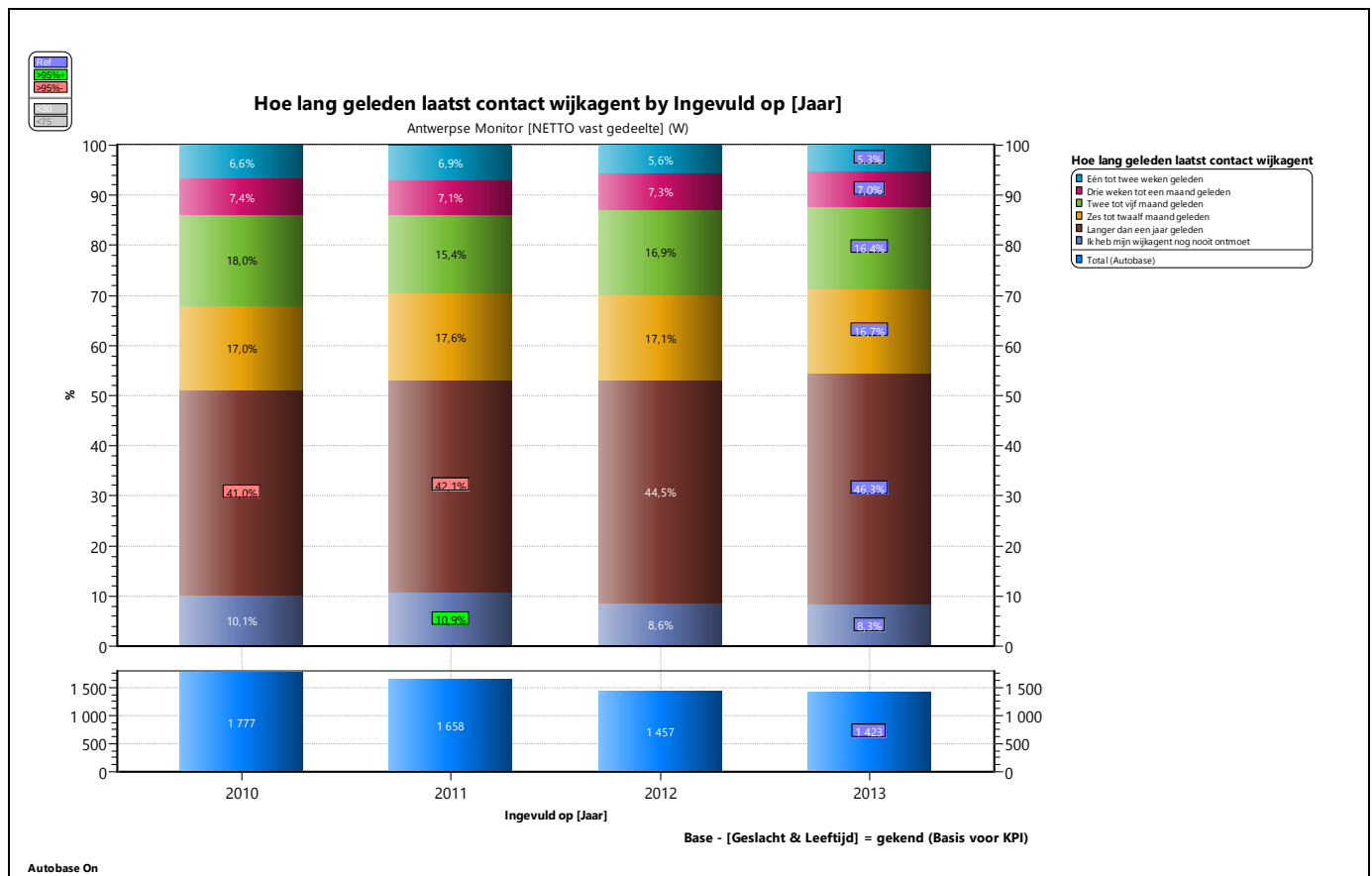
Grafiek 80 Kennis van de wijkagent, 2010-2013





Van diegenen die de wijkagent kennen, heeft nog geen 30% er minder dan een half jaar geleden contact mee gehad (tegenover 32% in 2010).

**Grafiek 81 Hoe lang geleden laatste contact met de wijkagent, 2010-2013**

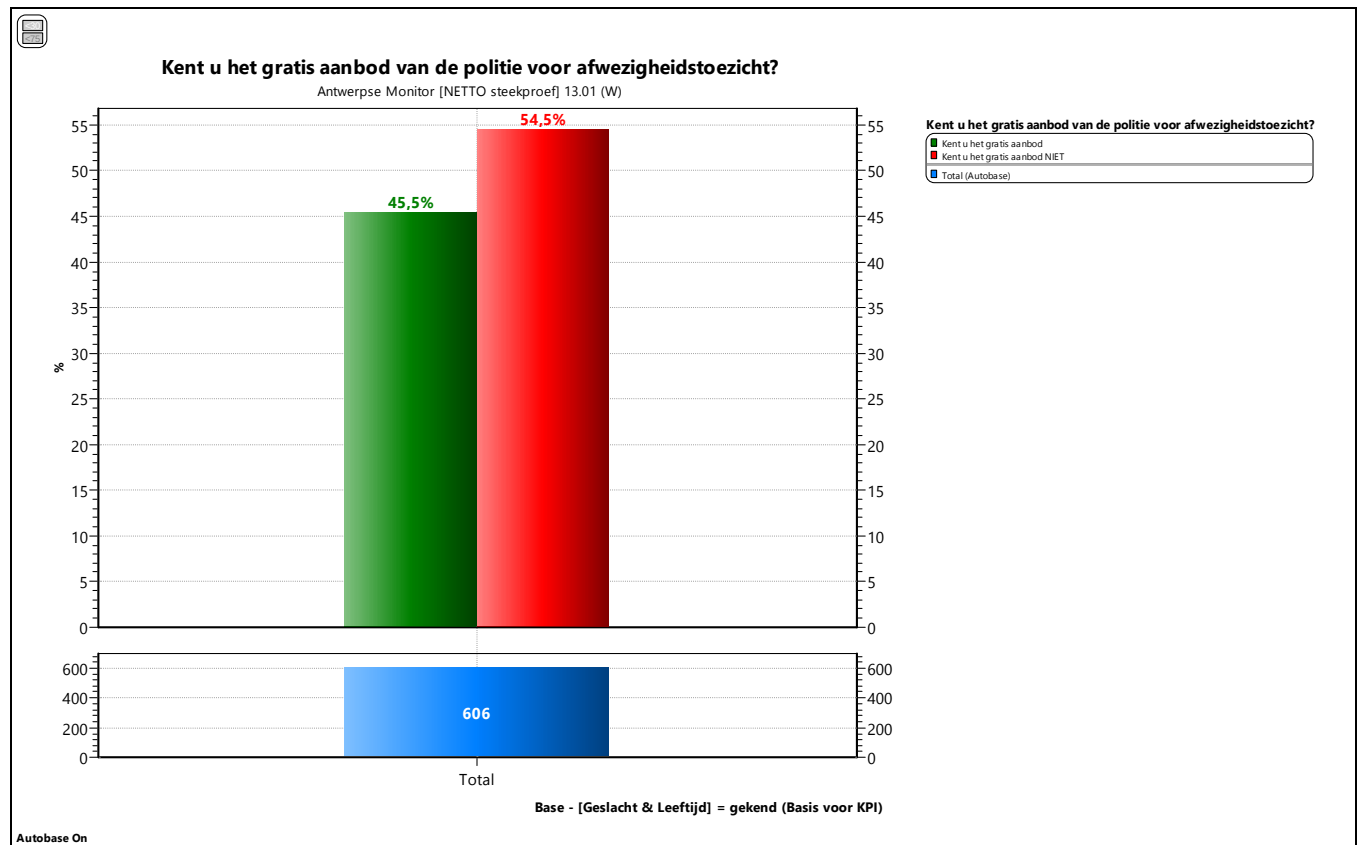


## 5.4 Kennis aanbod afwezigheidstoezicht van Lokale Politie Antwerpen

In golf 1 werd de vraag gesteld of men het aanbod van afwezigheidstoezicht van Lokale Politie Antwerpen kent.

45,5% van de respondenten kent het aanbod van afwezigheidstoezicht.

**Grafiek 82: kennis afwezigheidstoezicht politie**



## **Hoofdstuk 6: Een stad voor en door iedereen**

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 2013 met de resultaten van 2010, 2011 en 2012. De cijfers van het referentiejaar 2013 zijn alleen in een blauw kader aangeduid wanneer er in de grafiek slechts de evolutie van één variabele wordt weergegeven.

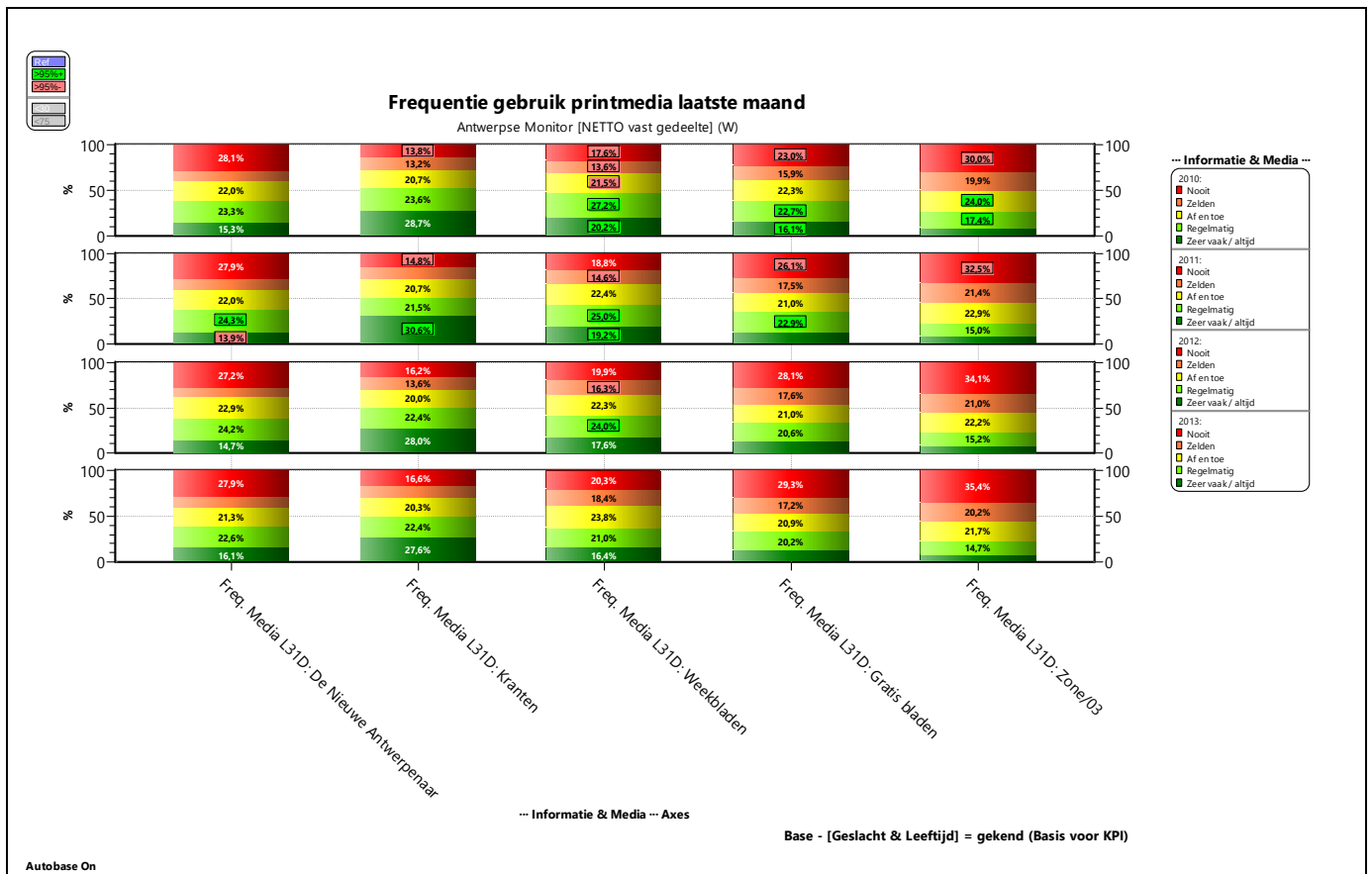
### **6.1 Context**

#### **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.

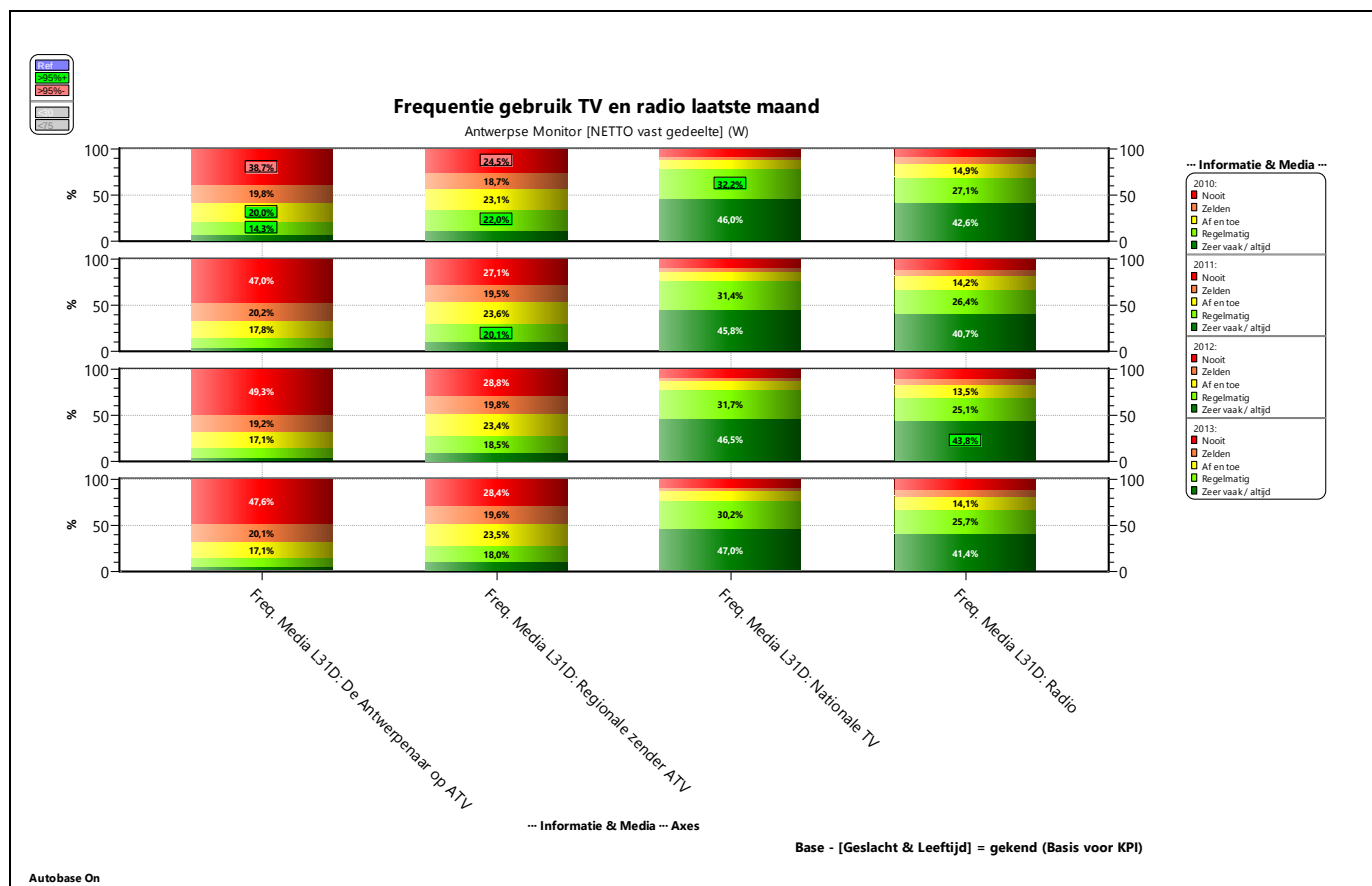
Onderstaande grafieken geven het mediagebruik in de laatste maand weer. We vergelijken opnieuw de resultaten van het jaar 2013 met 2010, 2011 en 2012. Van de geprinte media worden kranten, weekbladen en De Nieuwe Antwerpenaar het vaakst geconsulteerd. Weekbladen kennen wel een achteruitgang van regelmatige en veelvuldige lezers. Ook zien we dat het aandeel mensen dat nooit gratis bladen of de Zone/03 consulteert, stijgt in 2012 en 2013.

Grafiek 83 Gebruik van geprinte media tijdens de afgelopen maand, 2010- 2013



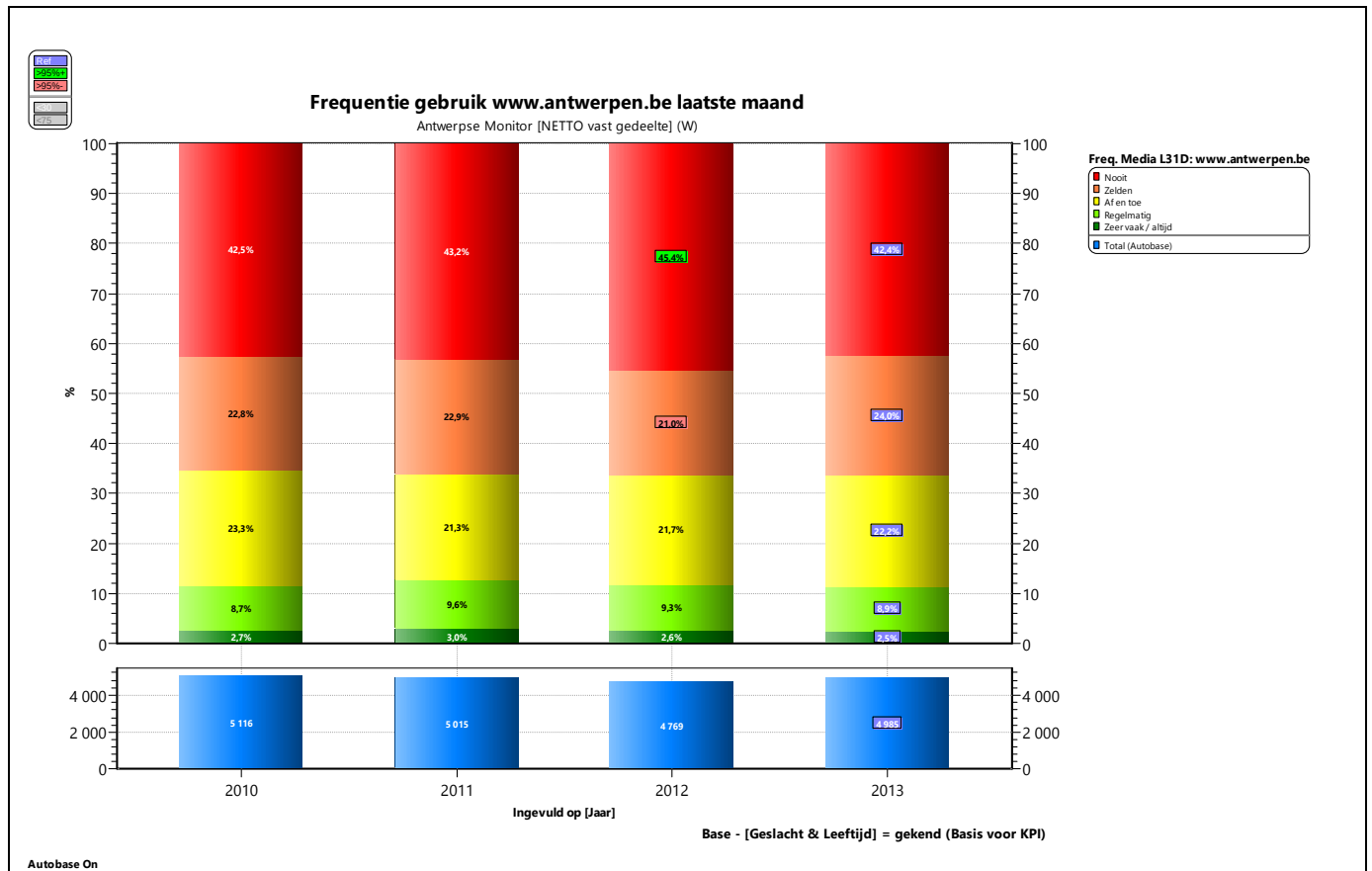
Nationale TV en radio worden het meest frequent gebruikt. We moeten wel opmerken dat De Nieuwe Antwerpenaar op ATV slechts op twee momenten in de tijdspanne van één week uitgezonden wordt. Terwijl de populariteit van de nationale TV en radio gelijk blijven tussen 2010 en 2011, merken we dat het aandeel mensen dat nooit naar ATV kijkt in 2011 en 2012 een beetje gestegen is (van 25% in 2010 naar 27% in 2011, 29% in 2012 en 28,5% in 2013). De Nieuwe Antwerpenaar op ATV kende echter een veel grotere daling van populariteit. In 2010 gaf 39% van de respondenten aan hier nooit naar te kijken en in 2011-2013 ligt dit percentage rond de 48%.

Grafiek 84 Gebruik van radio en TV tijdens de afgelopen maand, 2010-2013



De frequentie van gebruik van [www.antwerpen.be](http://www.antwerpen.be) varieert weinig over de jaren heen. In 2012 zagen we significant meer respondenten die de website nooit gebruiken.

Grafiek 85 Gebruik [www.antwerpen.be](http://www.antwerpen.be) tijdens de afgelopen maand, 2010-2013

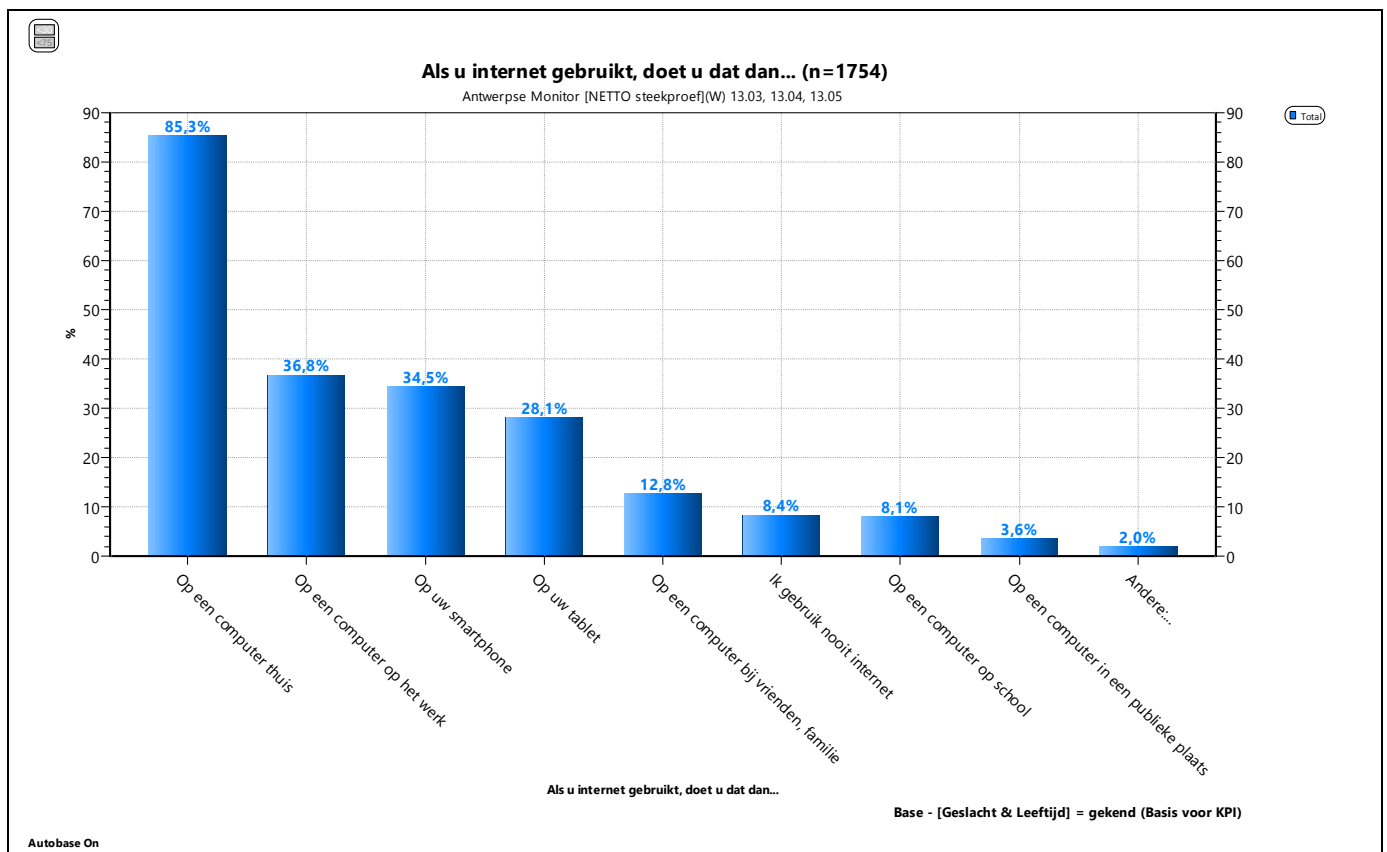


## 6.1.2 Internetgebruik en informatiezoekgedrag

In de golven 3, 4 en 5 werd nagegaan wat de voornaamste bezigheden zijn van de Antwerpenaars op internet en hoe zij specifieke informatie opzoeken.

Ongeveer 8,5% van de respondenten gebruikt nooit internet. Van wie internet gebruikt, doet 85,3% dit op een computer thuis, 36,8% op een computer op het werk, 34,5% op zijn smartphone en 28% op zijn tablet (meerkeuze mogelijk).

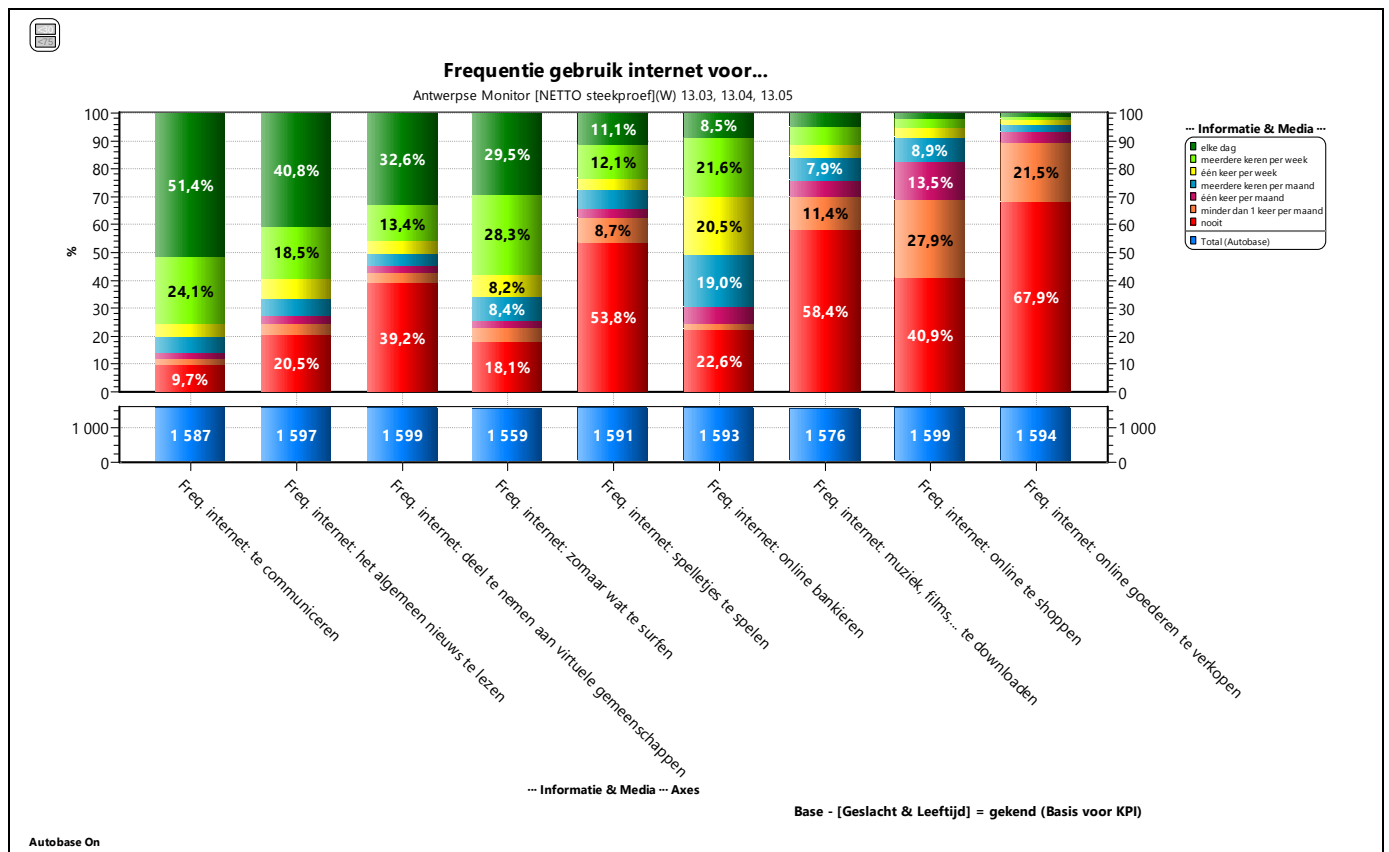
**Grafiek 86: modaliteiten internetgebruik**



Het internet wordt het vaakst gebruikt om:

- te communiceren
- het algemeen nieuws te lezen
- zomaar wat te surfen
- deel te nemen aan virtuele gemeenschappen

**Grafiek 87: frequentie gebruik internet**



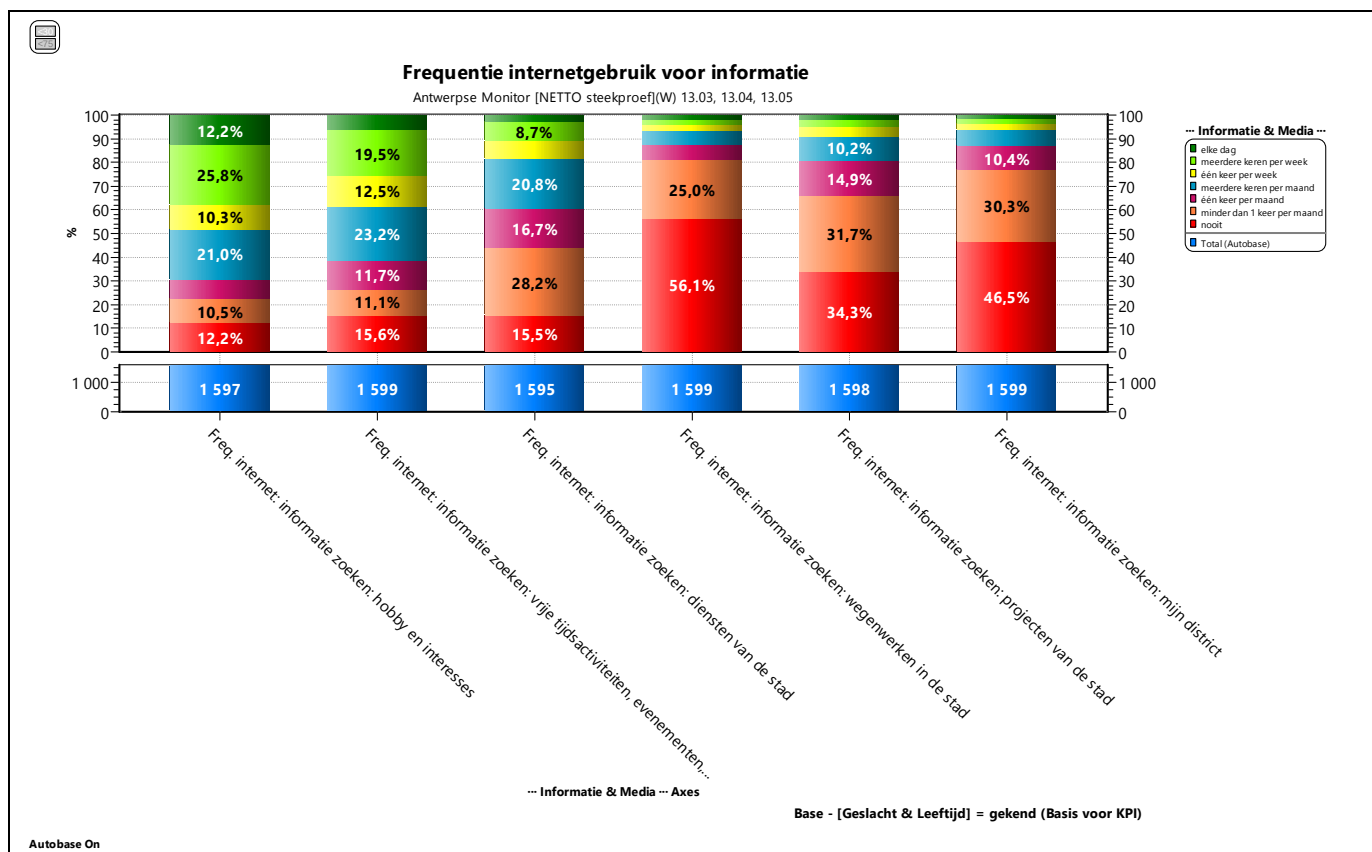
Wat internetgebruik voor het opzoeken van informatie betreft, zien we dat de informatie die het meest frequent via internet wordt opgezocht, is:

- informatie over hobby en interesses
- informatie over vrijetijdsactiviteiten, evenementen
- diensten van de stad

Meer dan de helft van de respondenten zoekt nooit informatie over wegenwerken op via internet en iets minder dan de helft zoekt nooit informatie over zijn district op via internet.



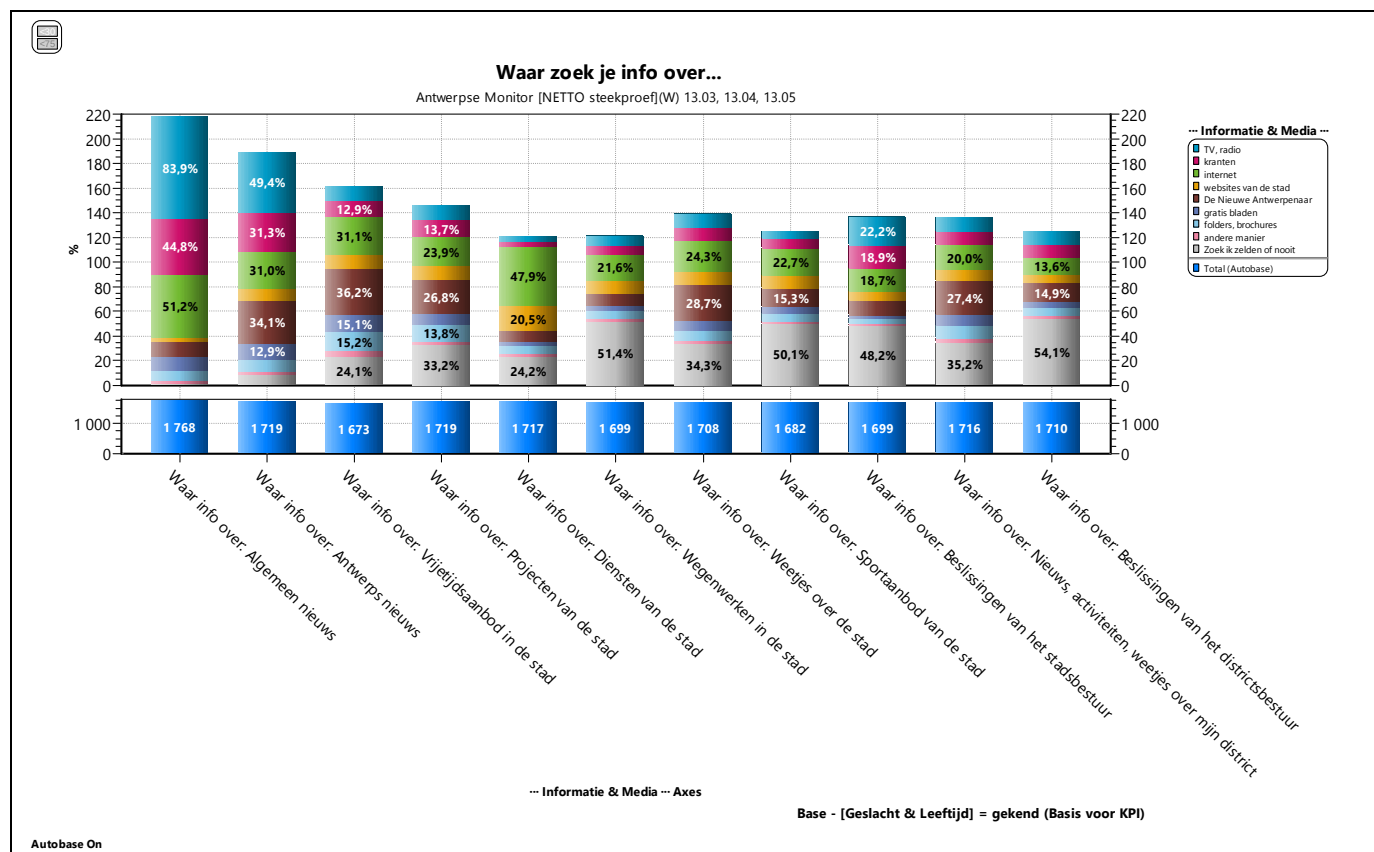
**Grafiek 88: frequentie internetgebruik voor informatie**



Wanneer we kijken naar waar mensen informatie opzoeken over specifieke onderwerpen, dan zien we:

- respondenten gaan het meeste op zoek naar algemeen nieuws, dan naar Antwerps nieuws en vervolgens naar informatie over het vrijetijdsaanbod in de stad;
- naar heel wat soorten informatie gaan respondenten niet zelf actief naar op zoek, zoals bijvoorbeeld: beslissingen stads- en districtsbestuur, wegenwerken, sportaanbod en nieuws, activiteiten en weetjes over stad en/of district;
- algemeen nieuws wordt in de eerste plaats gezocht op radio en TV, dan internet en vervolgens in kranten;
- Antwerps nieuws zoekt men eerst op radio en TV, dan in De Nieuwe Antwerpenaar en vervolgens in kranten en op internet;
- naast Antwerps nieuws, worden vrijetijdsaanbod in de stad, nieuws/activiteiten/weetjes over stad en district, info over projecten van de stad en beslissingen stads- en districtsbestuur in de eerste plaats in De Nieuwe Antwerpenaar en vervolgens op internet.

Grafiek 89: informatiezoekgedrag

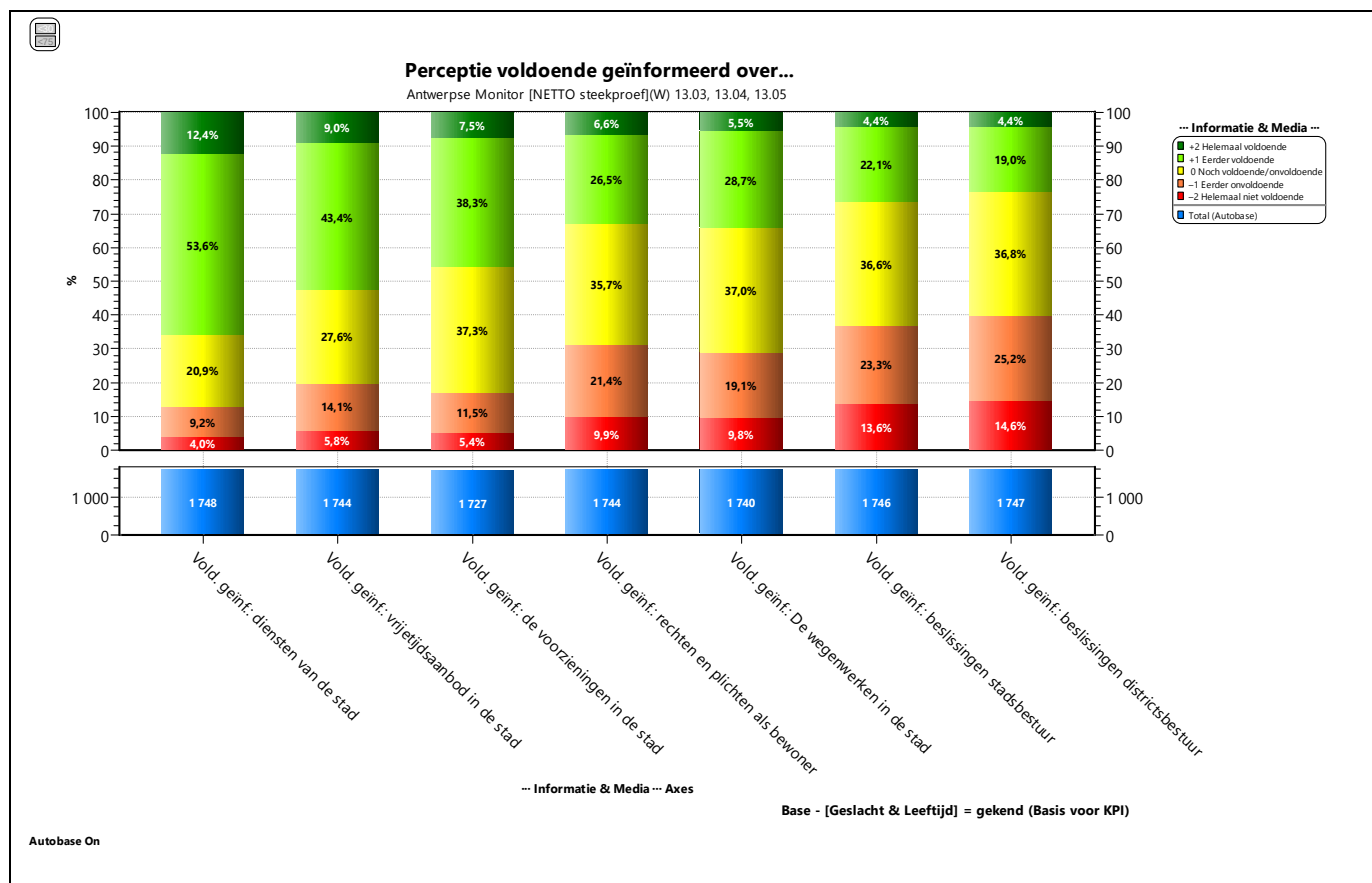


## 6.2 Mate van geïnformeerd zijn

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

In 2013 werd deze vraag gedurende drie golven gemeten.

**Grafiek 90 Mening over de mate van geïnformeerd worden over verschillende thema's, golf 3, 4 en 5 van 2013**



De respondenten voelen zich het meest voldoende geïnformeerd over de diensten van de stad, gevolgd door het vrijetijdsaanbod en de voorzieningen in de stad. Het minst geïnformeerd voelen zij zich over beslissingen van het stads- en districtsbestuur.

## 6.3 Campagnes

Tijdens 2013 werden de volgende campagnes gemeten via de Antwerpse monitor:

- Golf 1: PMD. De P van PMD staat enkel voor plastic flessen en plastic flacons
- Golf 2: Proficiat. Dankzij u is Antwerpen Europese Sporthoofdstad 2013
- Golf 3: Bonaparte aan de Schelde
- Golf 4: Antwerp 10 Miles & Marathon
- Golf 5: De vernieuwde Nationalestraat mag gezien worden
- Golf 6: Geen Zomer zonder A
- Golf 7: Sporting A fietst! Van amuseren tot demarreren
- Golf 8: Merci om trager te rijden

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 PMD. De P van PMD staat enkel voor plastic flessen en plastic flacons

Deze campagne bestond uit drie beelden, en werd door 42,5% van de respondenten (n=518) opgemerkt.

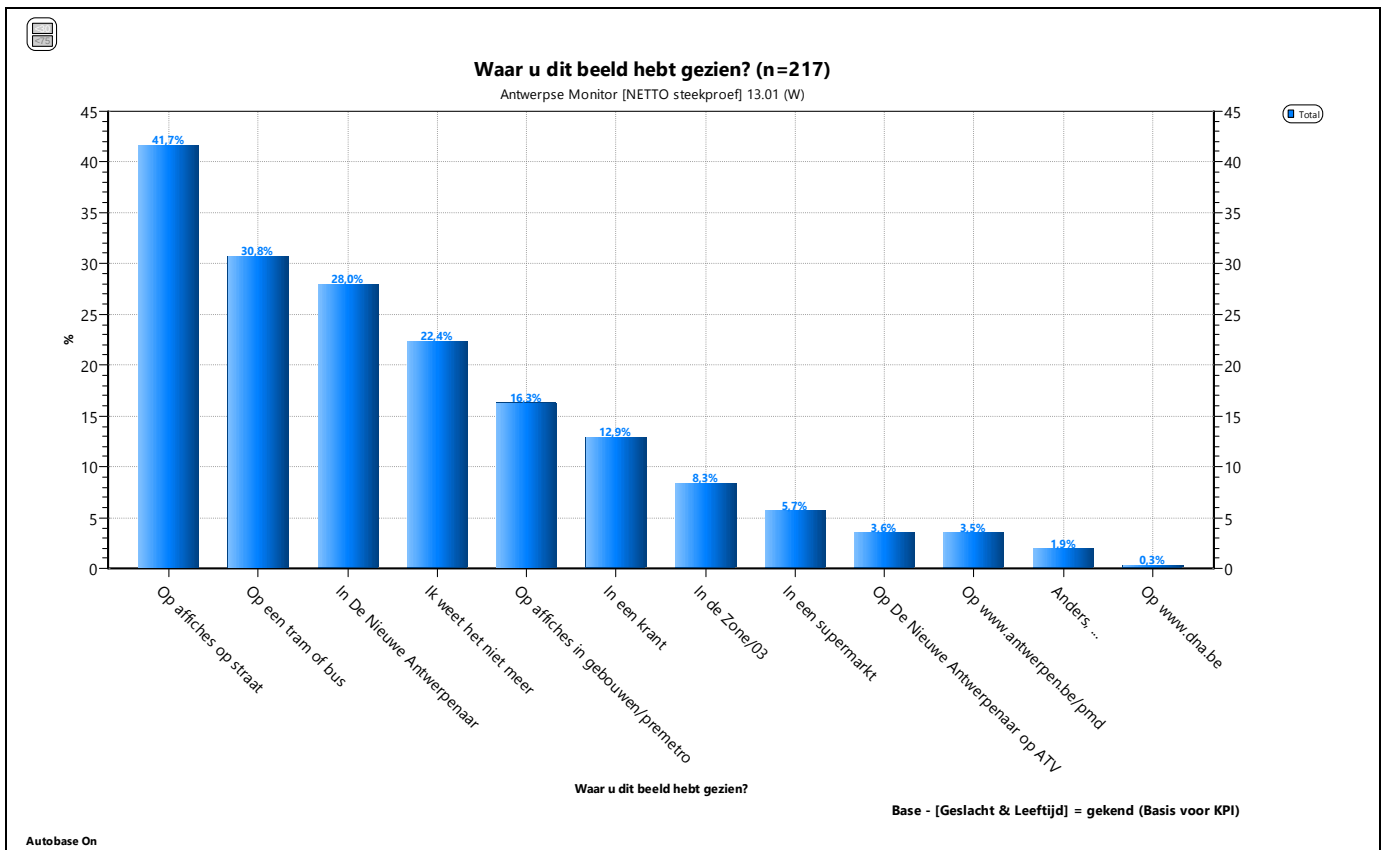


Vervolgens werd gevraagd waar mensen de campagne hebben gezien.

De meeste respondenten zagen ze:

- Op affiches op straat (41,7%);
- op tram/ bus (30%);
- De Nieuwe Antwerpenaar (28%);
- Ik weet het niet meer (22,4%);
- Op affiches in gebouwen/premetro (16%).

**Grafiek 91: Waar campagne PMD gezien**



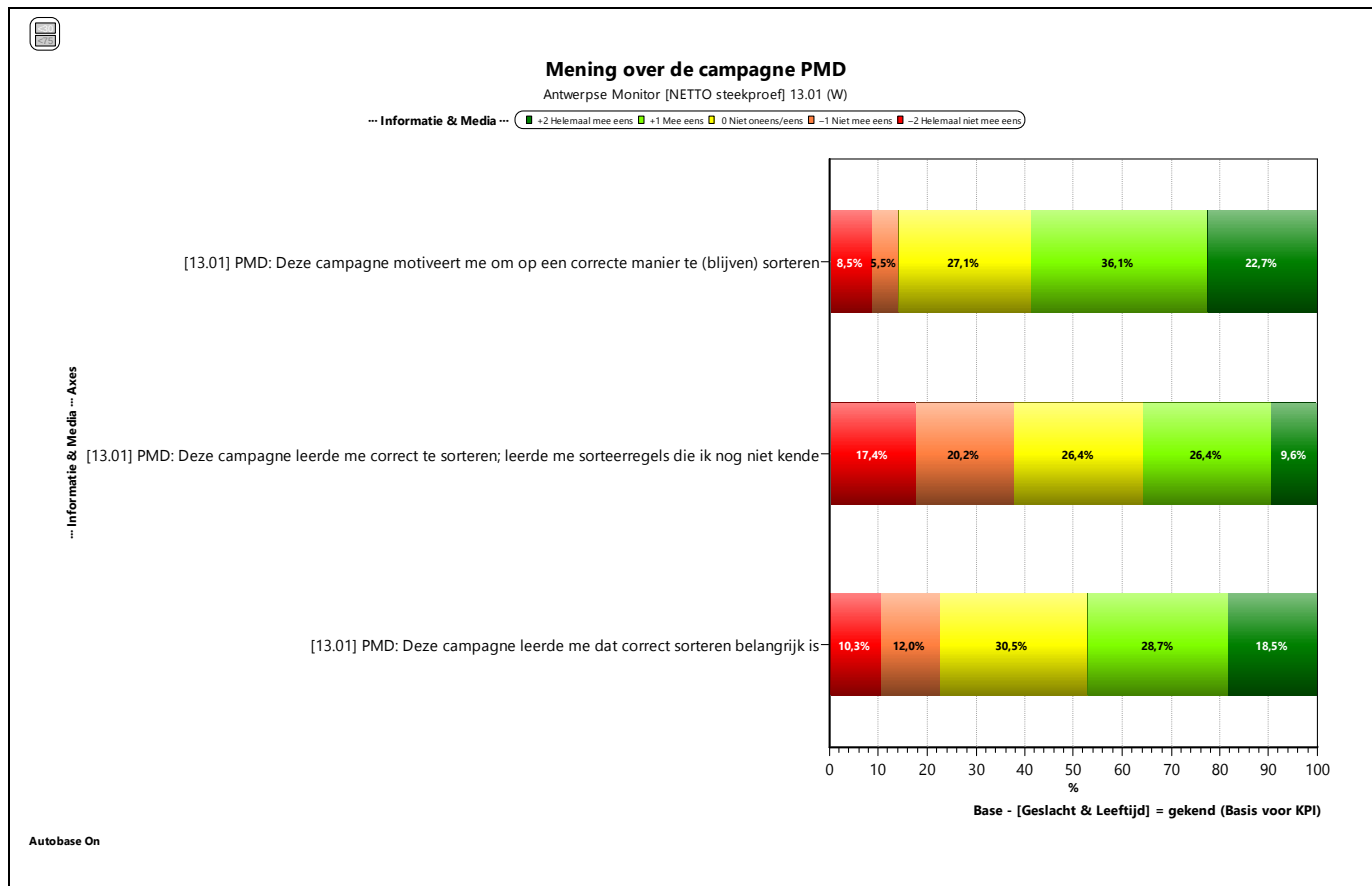
Wat is de mening van de respondenten over deze campagne? Dit werd gemeten aan de hand van 3 stellingen:

Deze campagne...

- motiveert me om op een correcte manier te (blijven) sorteren
- leerde me correct te sorteren; leerde me sorteerregels die ik nog niet kende
- leerde me dat correct sorteren belangrijk is

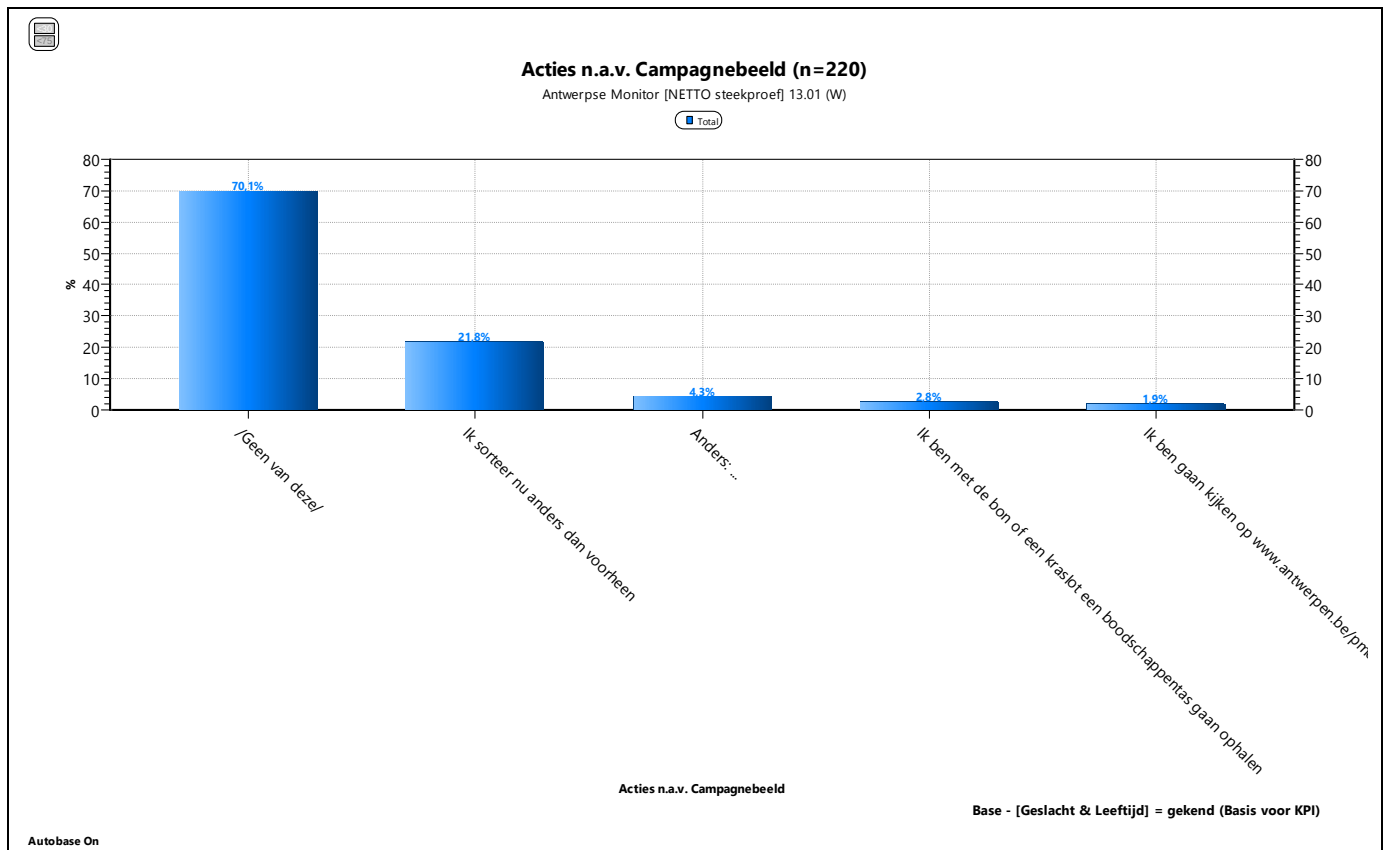
Uit de volgende grafiek blijkt dat bijna 60% van de respondenten zegt dat de campagne hen motiveert om op een correcte manier te (blijven) sorteren. Over 'deze campagne leerde me correct sorteren' zijn de meningen echter verdeeld.

## Grafiek 92: mening over de campagne



Op de vraag welke acties werden ondernomen n.a.v. de campagne, gaf 70% aan niets te hebben gedaan. Ongeveer 22% zegt nu anders te sorteren dan voorheen.

Grafiek 93: acties n.a.v. campagne PMD



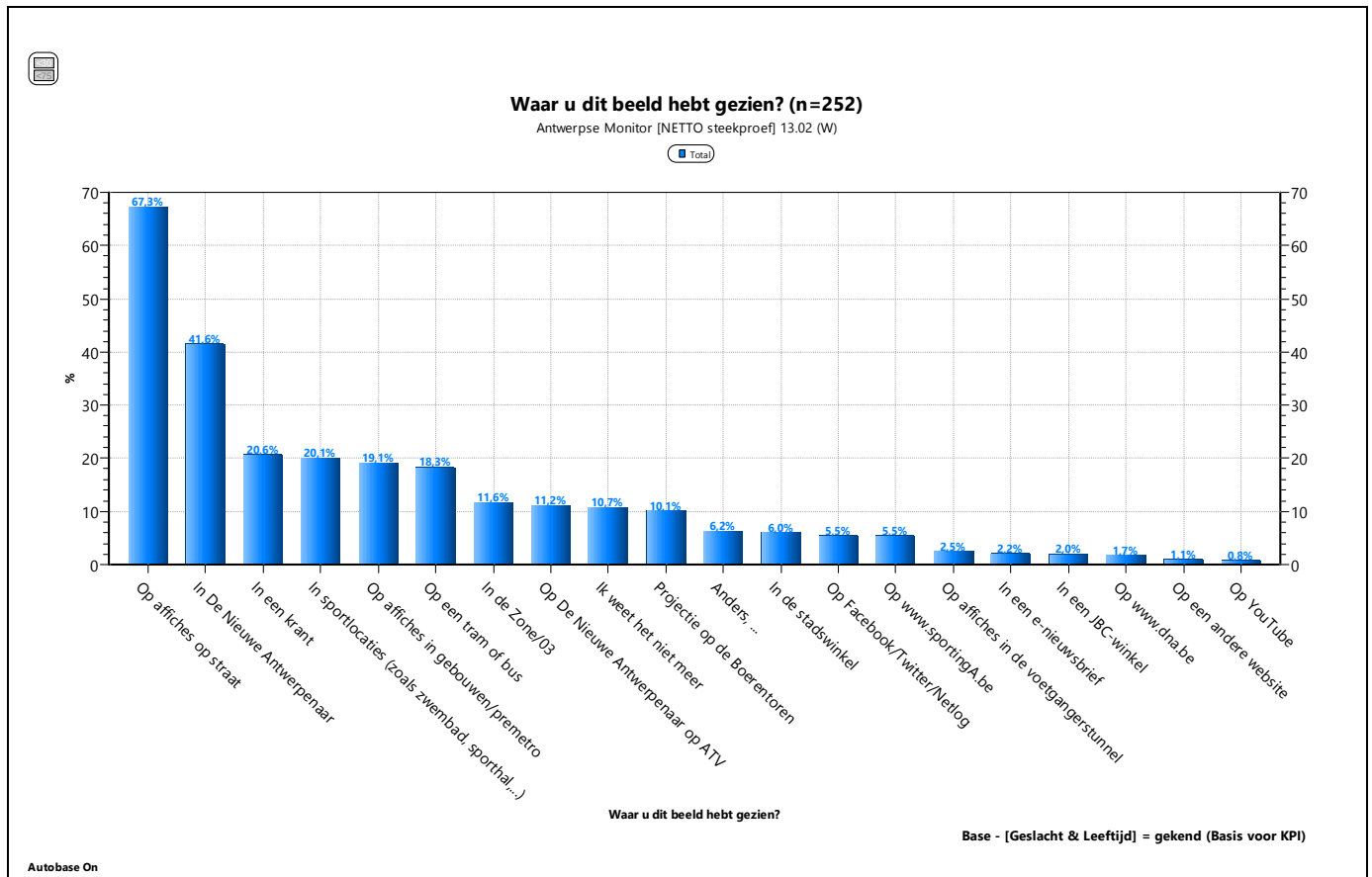
### 6.3.2 Campagne Proficiat. Dankzij u is Antwerpen Europese Sporthoofdstad 2013

De campagne werd door 56,6% van de respondenten opgemerkt.



Het beeld werd in de eerste plaats herkend van de affiches op straat (67%), gevolgd door De Nieuwe Antwerpenaar (42%), in een krant (21%) en in een sportlocatie (20%).

**Grafiek 94: waar beeld gezien**



Acties die naar aanleiding van de campagne werden ondernomen, waren (n=339):

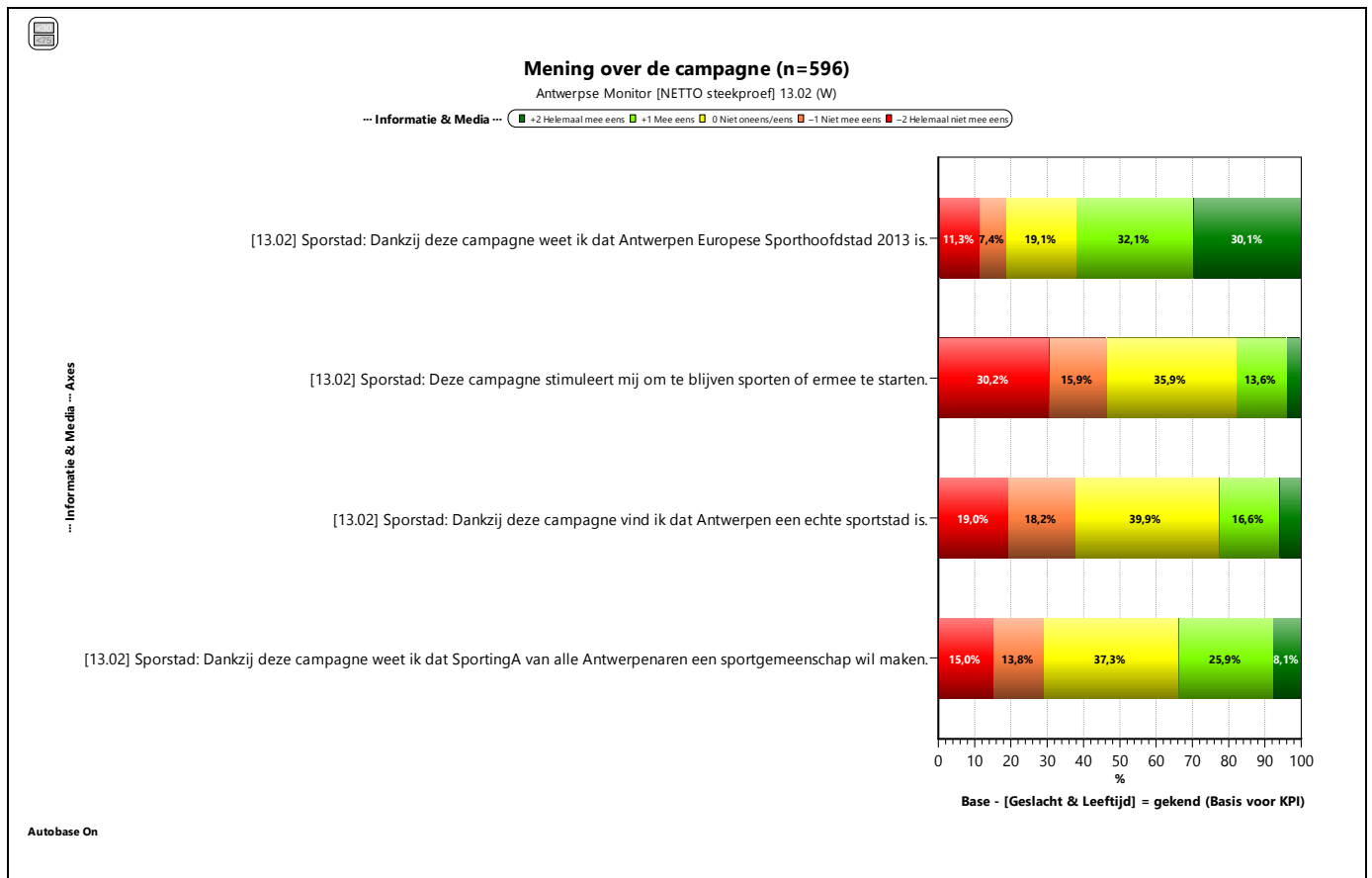
- 10% heeft de speciale editie Sporting A van De Nieuwe Antwerpenaar gelezen,
- 6,2% heeft een activiteit van Antwerpen Europese Sporthoofdstad bijgewoond of is dat van plan,
- 3% is gaan kijken op [www.sportingA.be](http://www.sportingA.be),
- 2,4% deed 'iets anders';
- 82% geen van deze.

Daarnaast peilden we via een aantal stellingen nog naar de mening over de campagne. De campagne scoort het beste op de stelling 'dankzij deze campagne weet ik dat Antwerpen Europese Sporthoofdstad 2013 is'. 62% is het hiermee eens.

Slechts weinig respondenten vinden dat de campagne stimuleert om te sporten.



## Grafiek 95: mening over de campagne



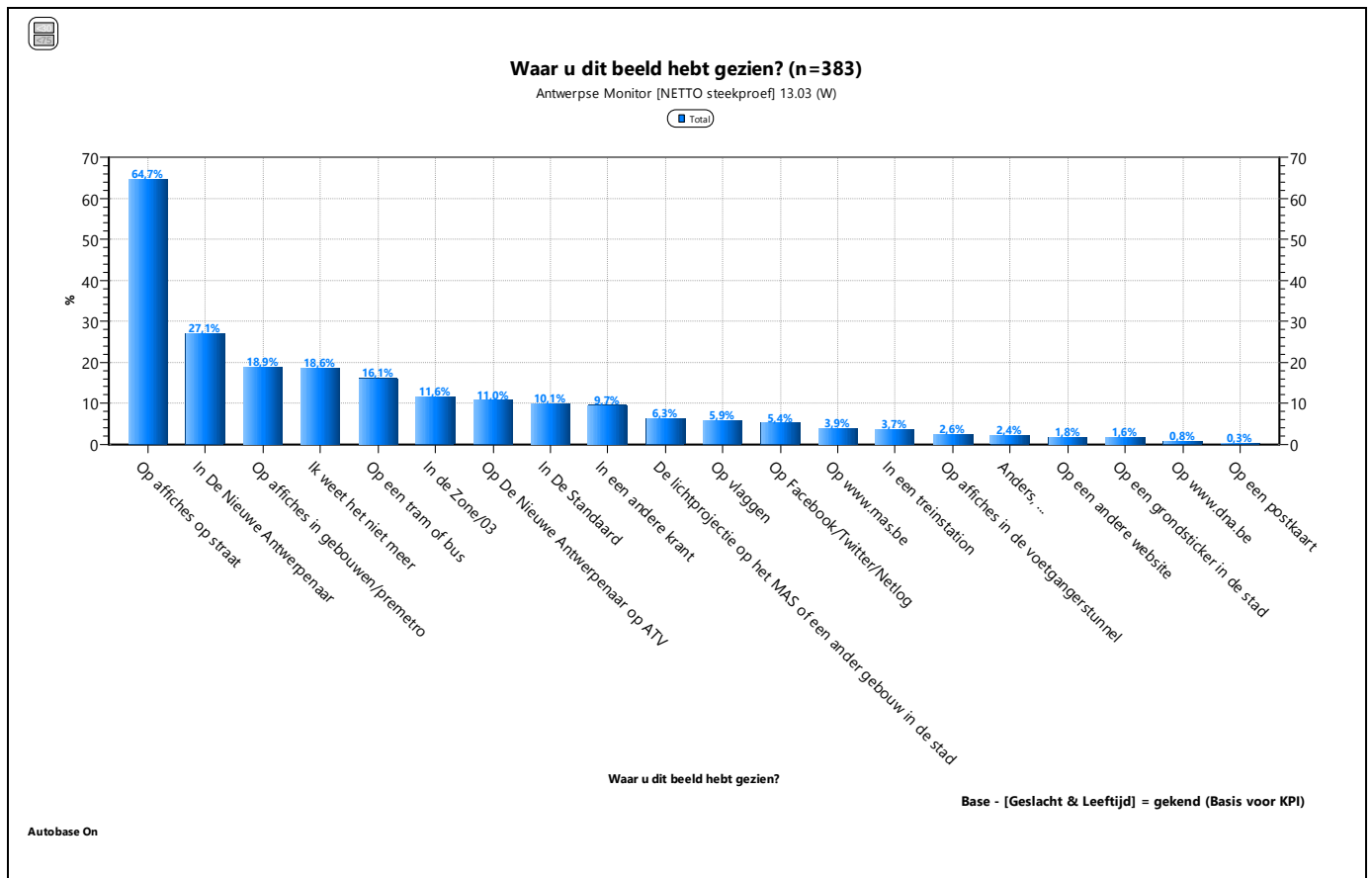
### 6.3.3 Campagne Bonaparte aan de Schelde



Deze campagne werd opgemerkt door 68,4% van de respondenten.

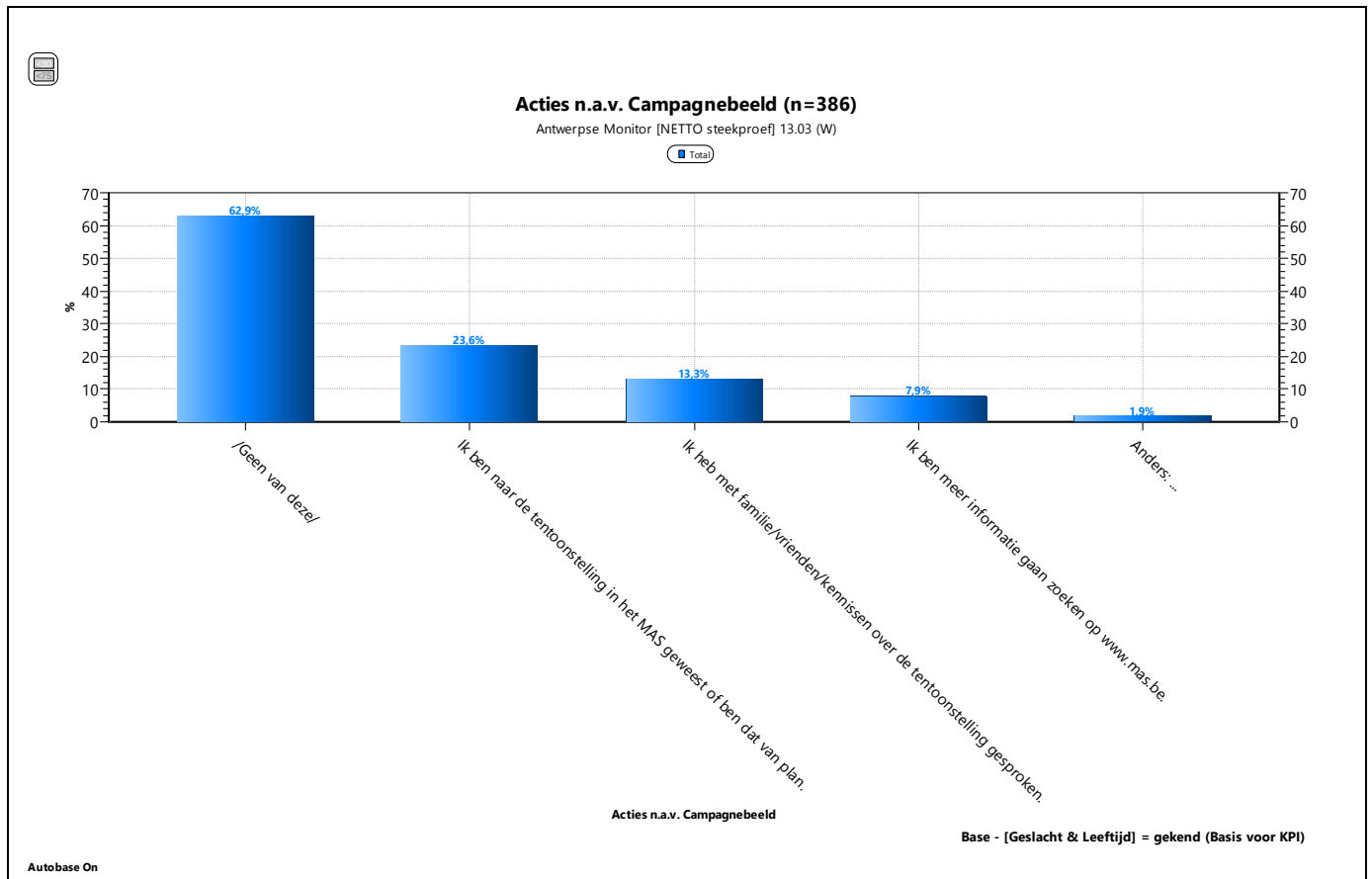
Daarvan had 65% het beeld op affiches op straat gezien, 27% in De Nieuwe Antwerpenaar. Bijna 20% zag het op affiches in gebouwen en 19% weet niet meer waar.

Grafiek 96: waar beeld gezien



Van diegenen die de campagne gezien hebben, is 24% naar de tentoonstelling geweest of is dit van plan. Bijna 14% heeft met vrienden of familie over de tentoonstelling gesproken. Ongeveer 8% is meer informatie gaan opzoeken op [www.mas.be](http://www.mas.be). 62% van de respondenten zegt geen actie ondernomen te hebben.

Grafiek 97: acties n.a.v. campagne Blauwe Lijn



De mening over de campagne werd gemeten aan de hand van de volgende stellingen:

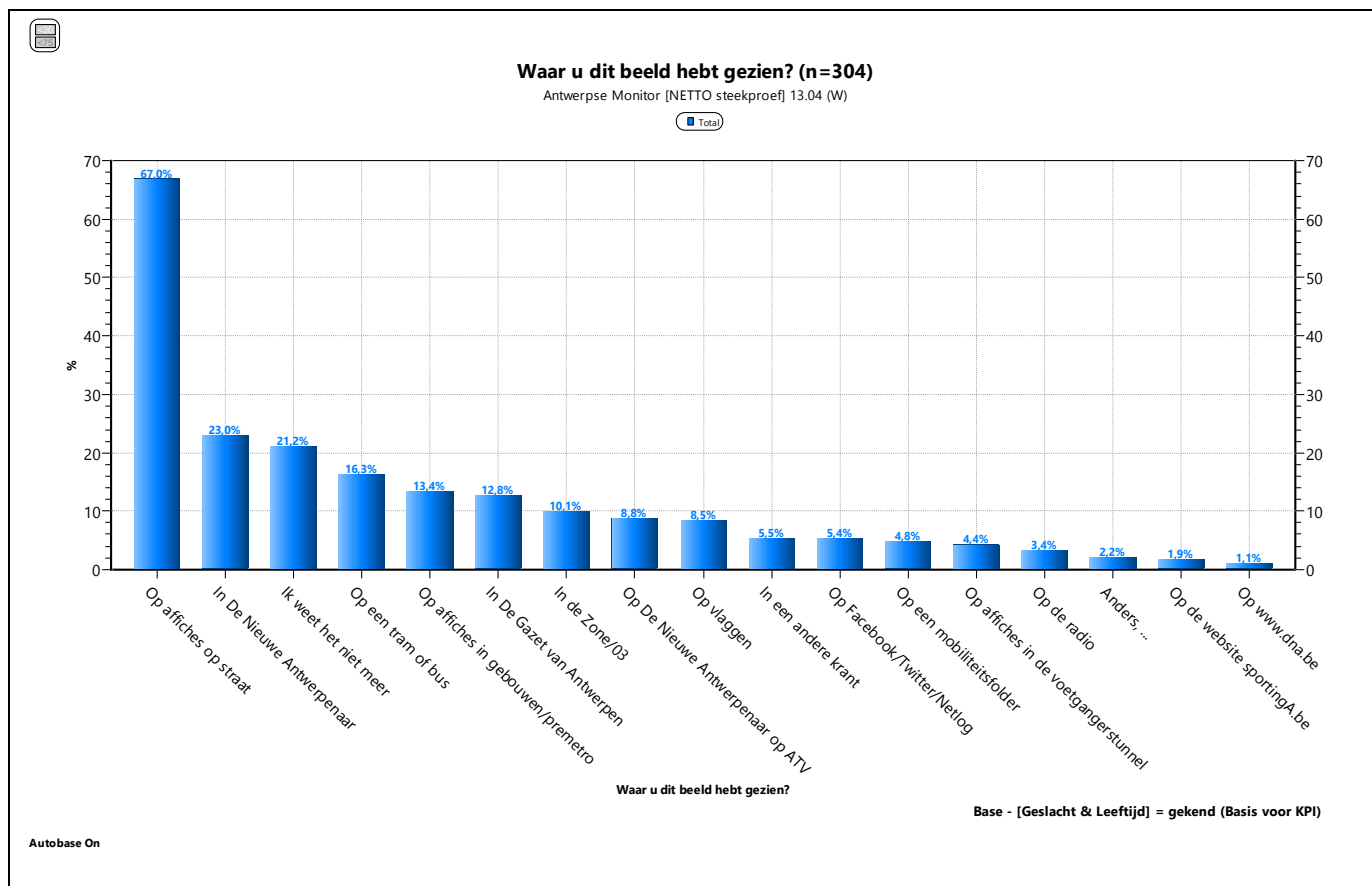
- Dankzij deze campagne weet ik dat er in het MAS de tentoonstelling over Bonaparte en de stad Antwerpen loopt: ongeveer 72%
- Deze campagne zet aan om naar de tentoonstelling over Bonaparte in het MAS te gaan: bijna 50%.

### 6.3.4 Campagne Antwerp 10 Miles & Marathon



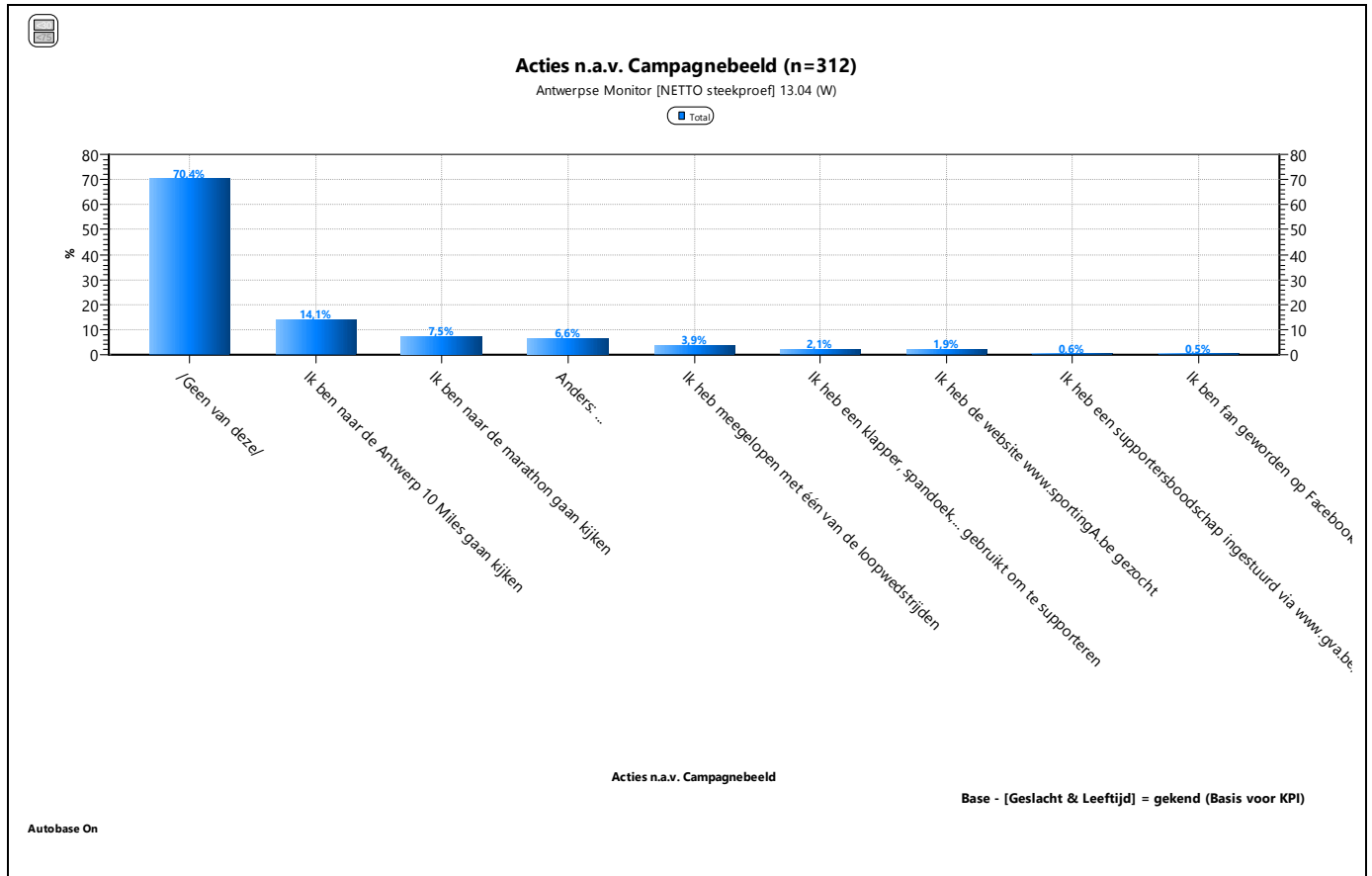
54% van de respondenten herinnert zich het beeld gezien te hebben. 67% zag ze op straat, 23% in De Nieuwe Antwerpenaar en 21% herinnert het zich niet meer waar.

Grafiek 98: waar beeld gezien



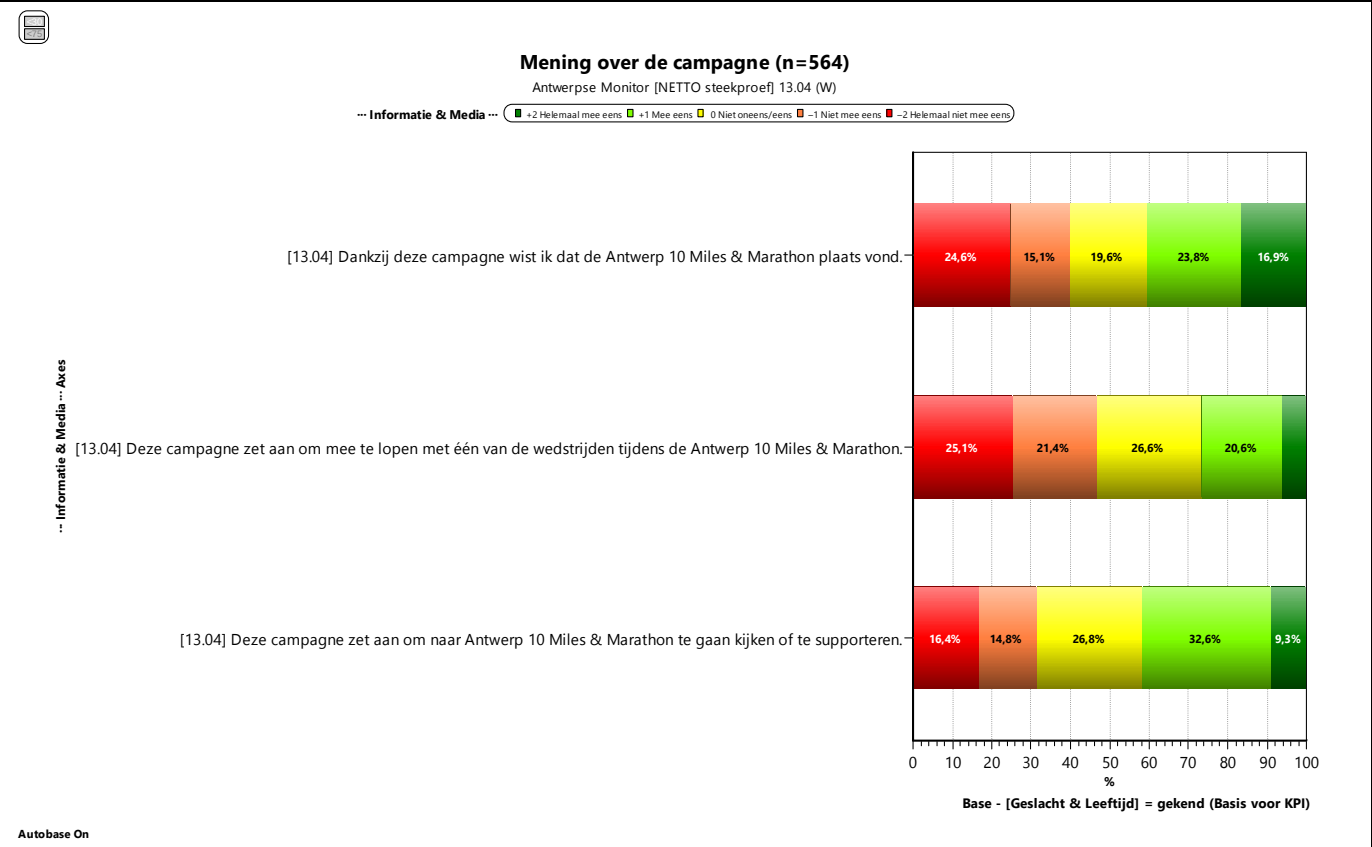
14% is naar de Antwerp 10 Miles gaan kijken en 7,5% is naar de Marathon gaan kijken. 70% heeft geen actie ondernomen.

**Grafiek 99: Acties naar aanleiding van de campagne**



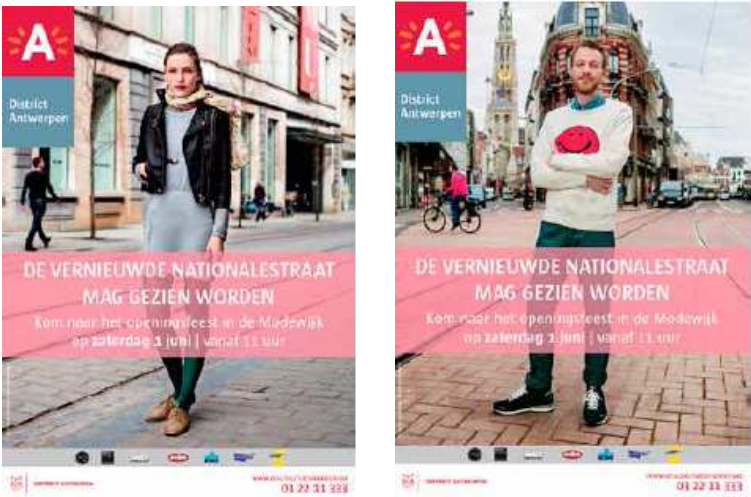
Uit de volgende grafiek blijkt dat een 40% van de respondenten dankzij deze campagne wist dat de Antwerp 10 Miles & Marathon plaatsvond. Verder blijkt uit de antwoorden dat de campagne eerder aanzet om te gaan kijken dan om deel te nemen.

Grafiek 100: Mening over de campagne



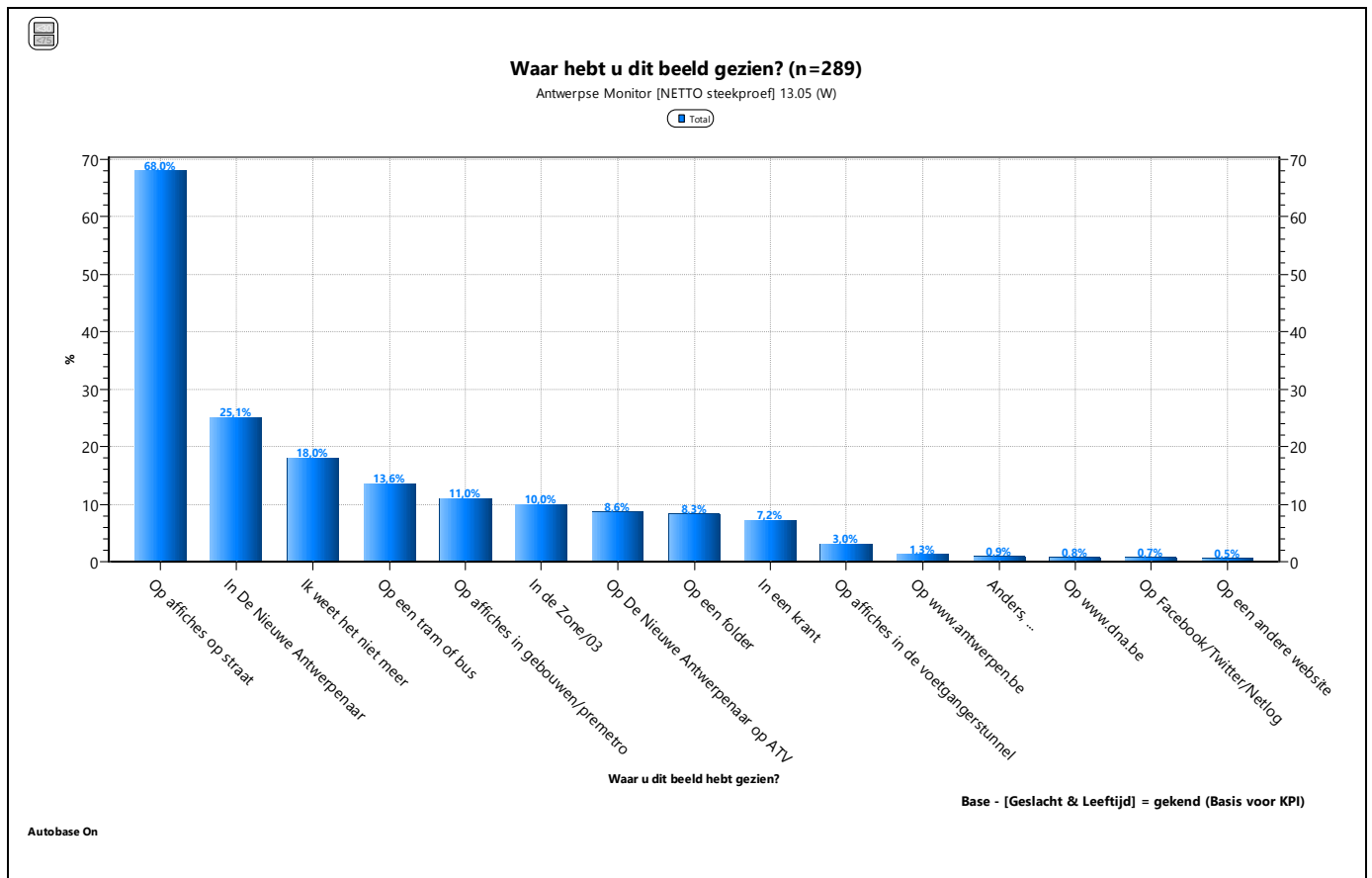
6.3.5 Campagne De vernieuwde Nationalestraat mag gezien worden

Deze campagne bestond uit twee beelden.



54,3% van de respondenten zag de campagne. Het beeld met de vrouw is het meest gezien.

**Grafiek 101: waar beelden gezien**

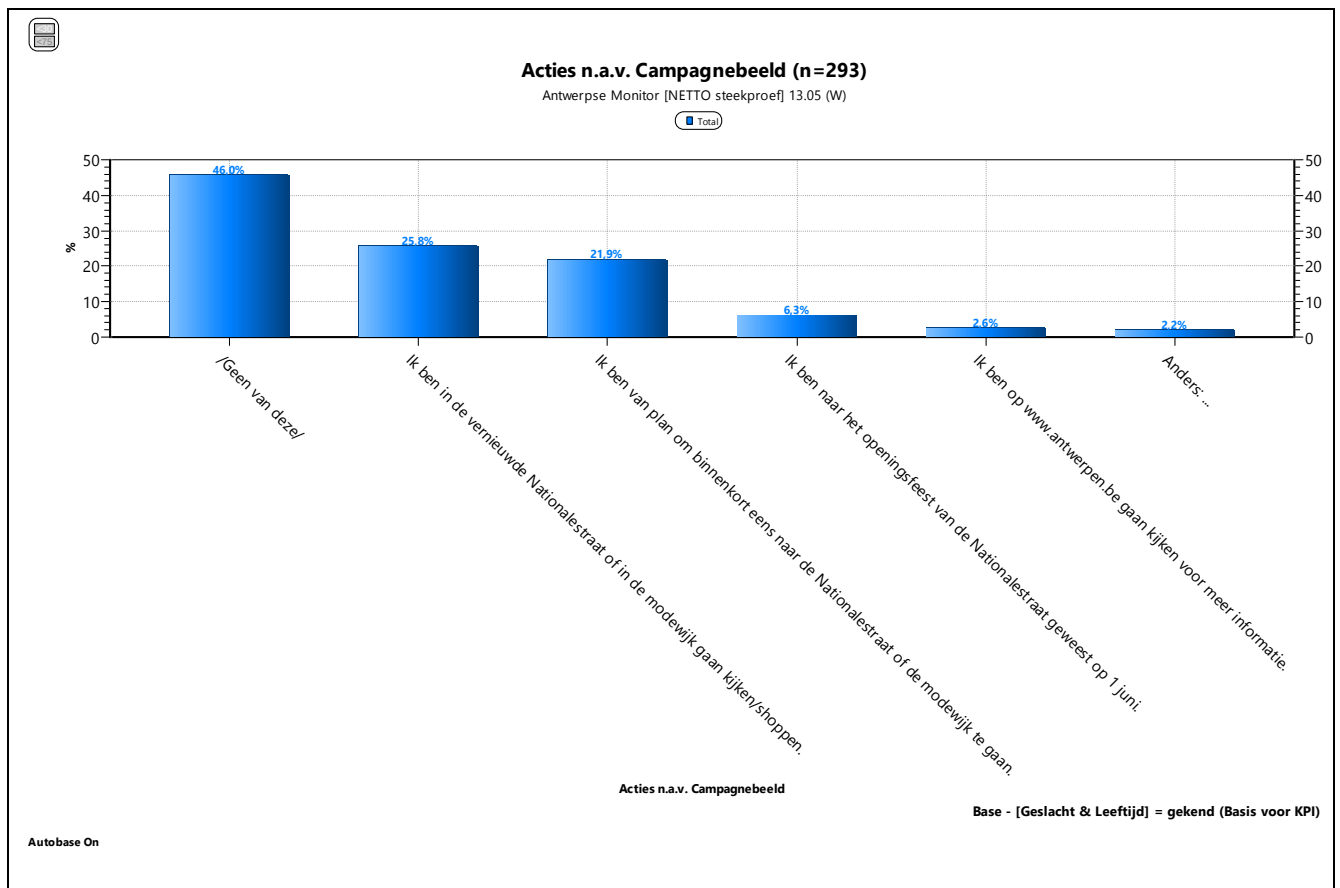


Opnieuw staan de affiches op straat op kop qua plaats waar de beelden werden gezien: 68%. 25% zag de campagne in De Nieuwe Antwerpenaar en 18% weet niet meer waar.

Naar aanleiding van deze campagne:

- is 26% van plan in de vernieuwde Nationalestraat of in de modewijk gaan kijken/shoppen;
- is 22% van plan om binnenkort eens naar de Nationalestraat of de modewijk te gaan;
- zegt 6% naar het openingsfeest van de Nationalestraat te zijn geweest op 1 juni;
- zegt 46% niets gedaan te hebben.

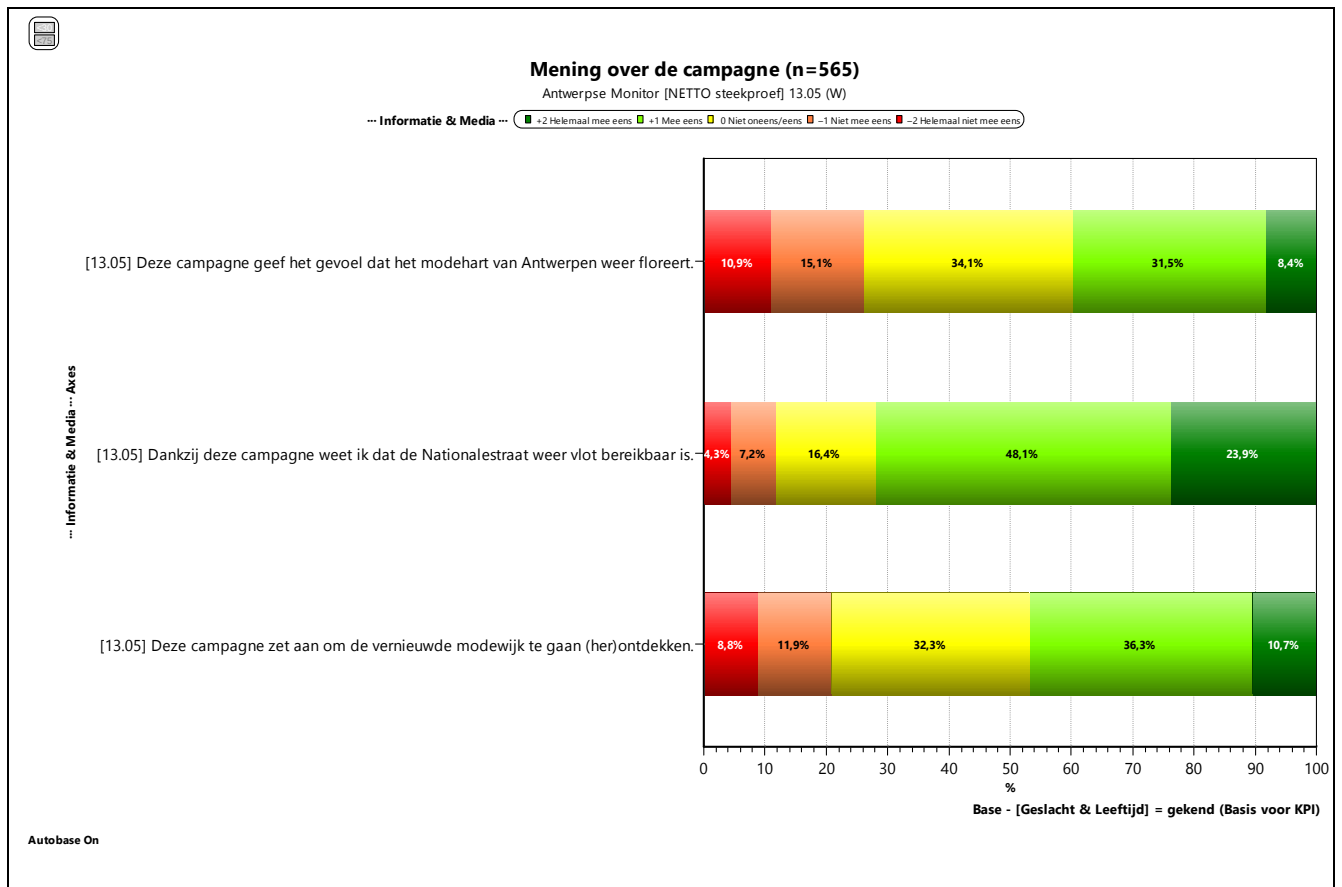
Grafiek 102: Acties n.a.v. campagne



In de volgende grafiek zien we de mening van respondenten over de campagne. De campagne scoort duidelijk het best op kennis: 72% zegt dankzij deze campagne te weten dat de Nationalestraat weer vlot bereikbaar is. Over de stelling ‘deze campagne geeft het gevoel dat het modehart van Antwerpen weer floreert’ zijn de mening verdeeld. En minder dan 50% vindt dat de campagne aanzet om de vernieuwde modewijk te gaan (her)ontdekken.



Grafiek 103: Mening over de campagne



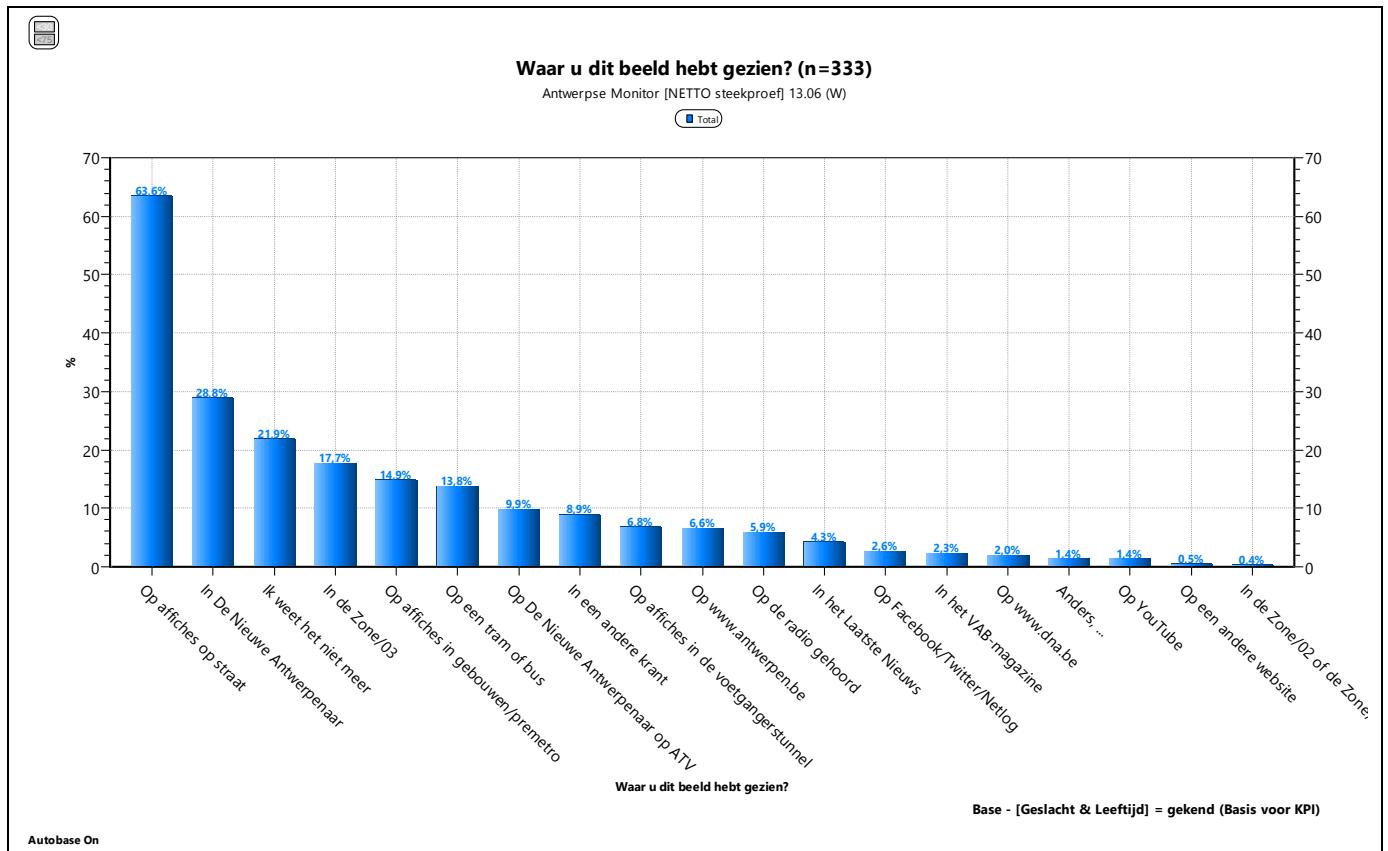
### 6.3.6 Campagne Geen Zomer zonder A

59% van de respondenten zag het campagnebeeld.

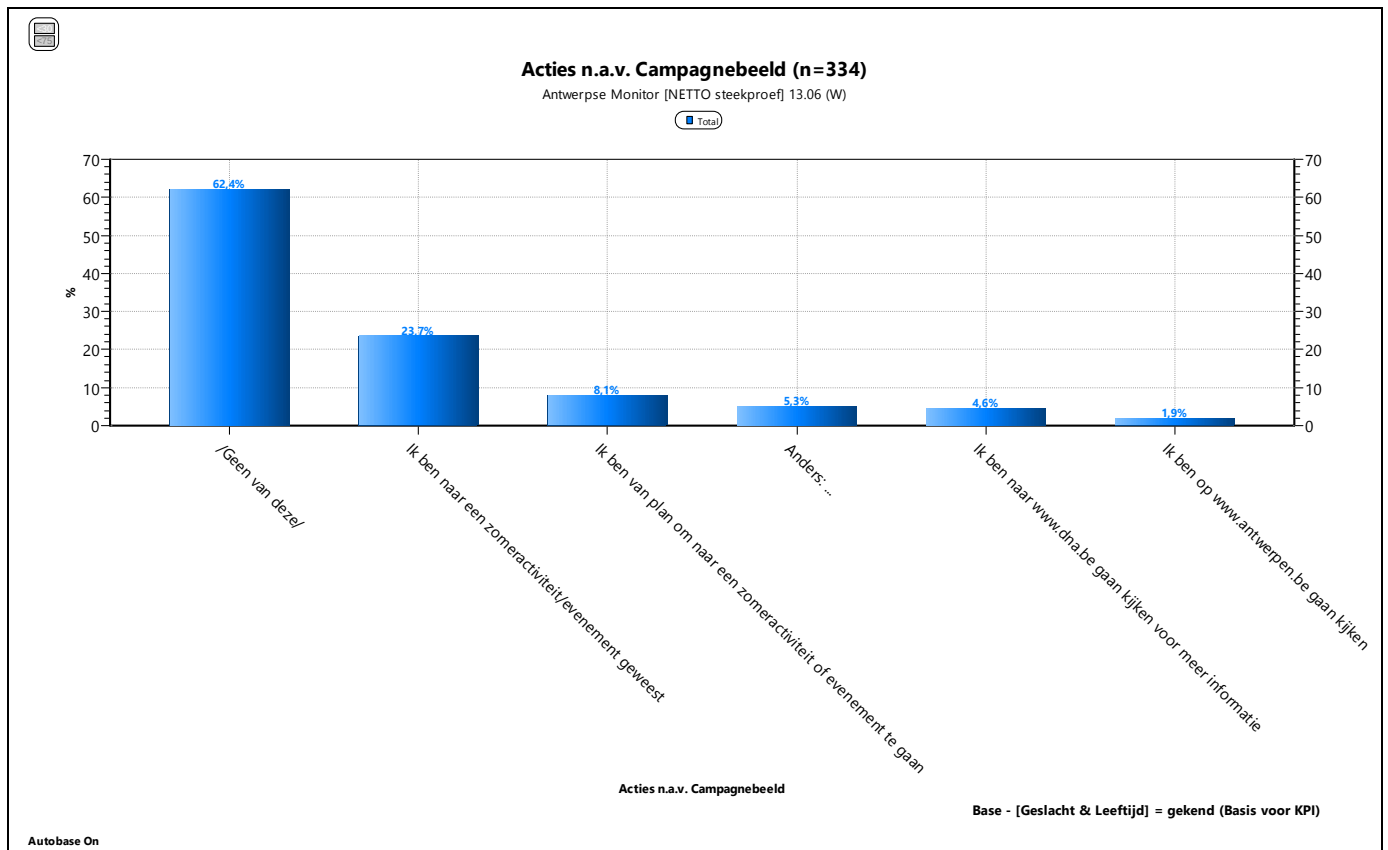


De campagne werd het meest opgemerkt op de affiches op straat en in De Nieuwe Antwerpenaar.

Grafiek 104: waar beeld gezien



Grafiek 105: acties n.a.v. de campagne

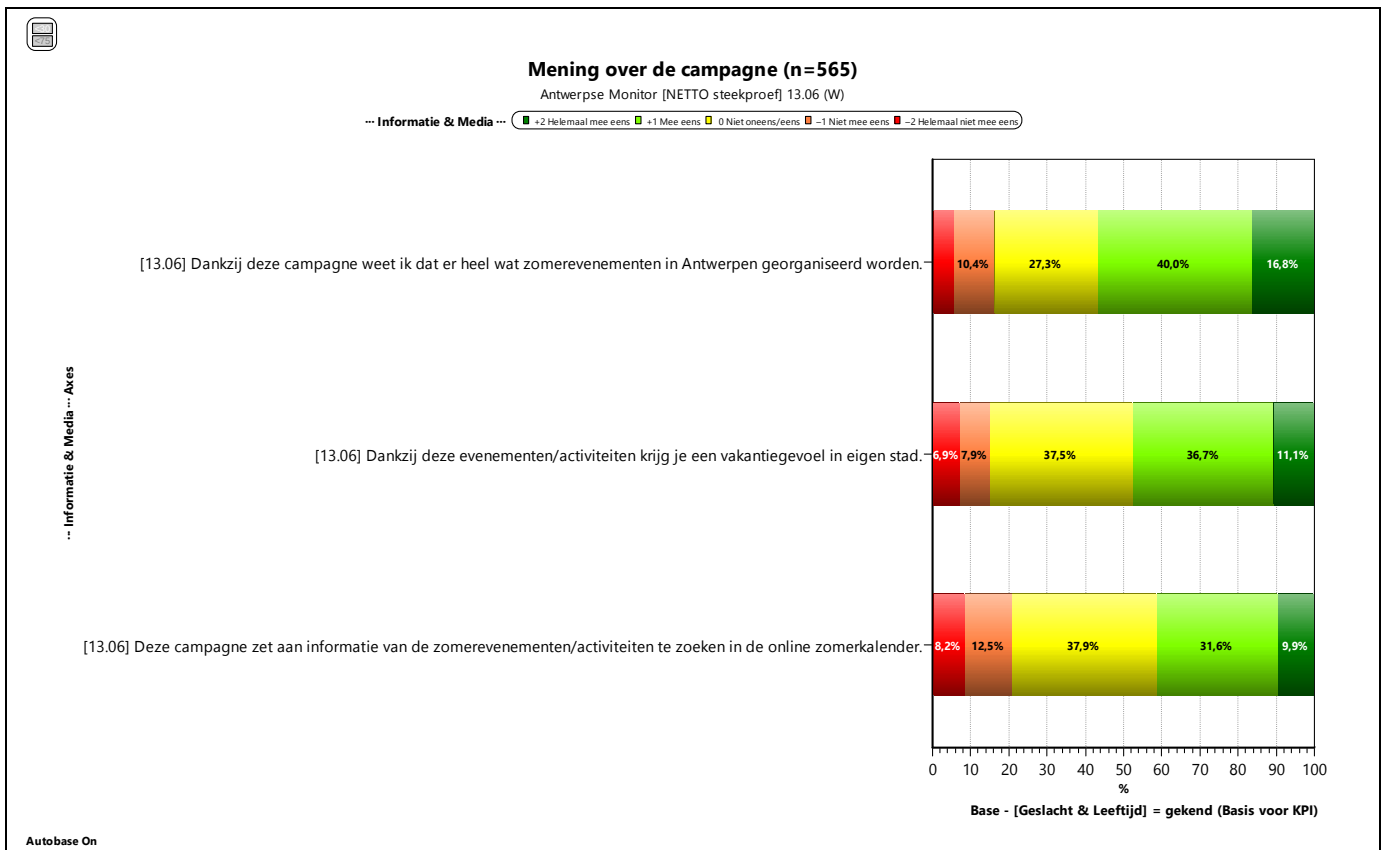


Ongeveer 62% van de respondenten ondernam geen van de opgesomde acties. 24% ging naar een zomeractiviteit of evenement in Antwerpen.

De campagne scoort het beste op kennis: 57% zegt dankzij deze campagne te weten dat er heel wat zomerevenementen in Antwerpen georganiseerd worden.

Met de stelling 'dankzij deze activiteiten/evenementen krijg je een vakantiegevoel in eigen stad' is 47% het eens en 40% is het eens met de stelling dat de campagne aanzet om informatie op te zoeken over de zomeractiviteiten/evenementen in de online zomerkalender.

## Grafiek 106: mening over de campagne



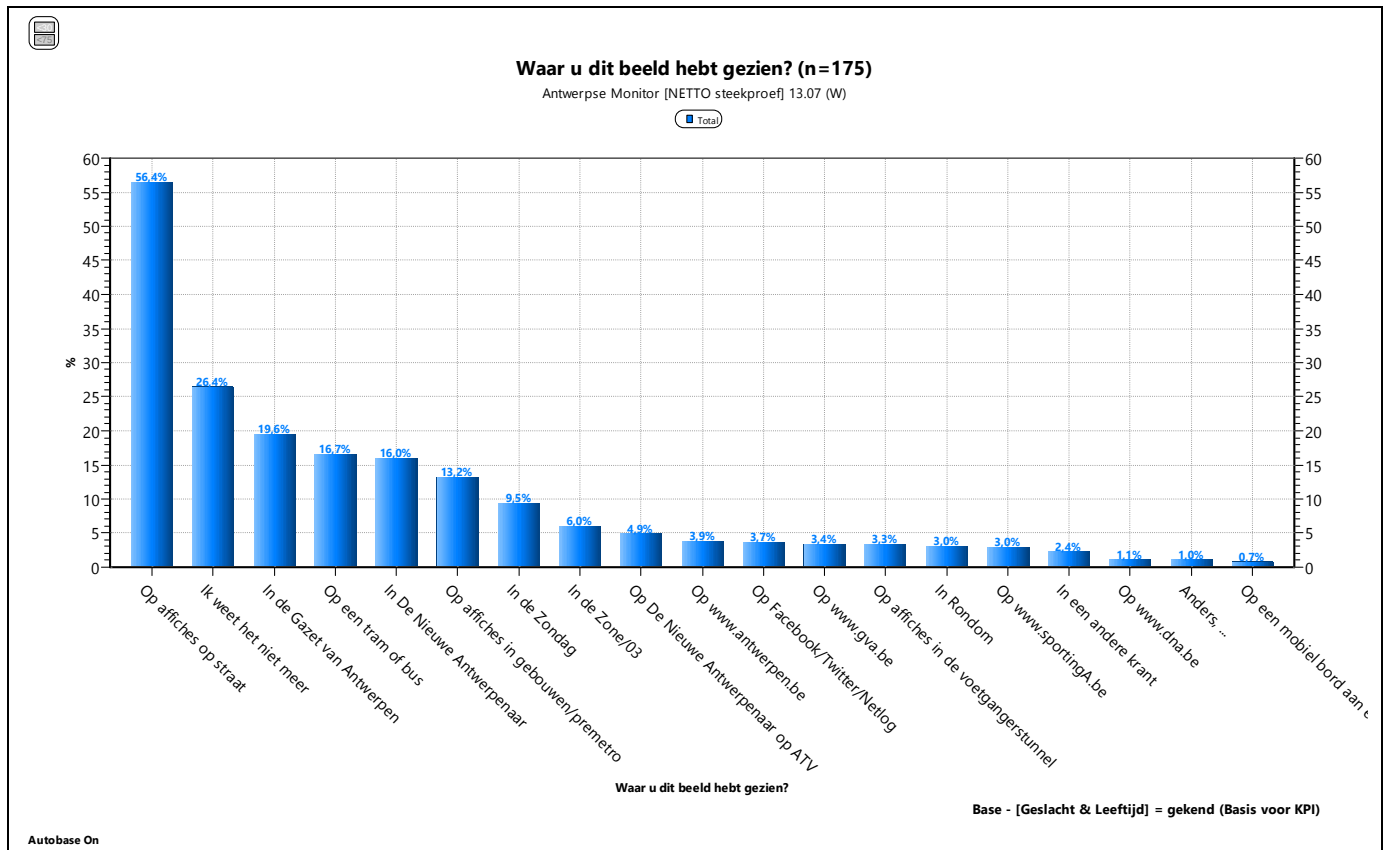
## 6.3.7 Campagne Sporting A fietst! Van amuseren tot demarreren



32,6% van de respondenten heeft dit campagnebeeld gezien.

Ze werd in de eerste plaats gezien op affiches op straat (56%). 26% weet niet meer waar en 19% zag het in de Gazet van Antwerpen. Nog eens 16,7% zag het op tram/bus en 16% in De Nieuwe Antwerpenaar.

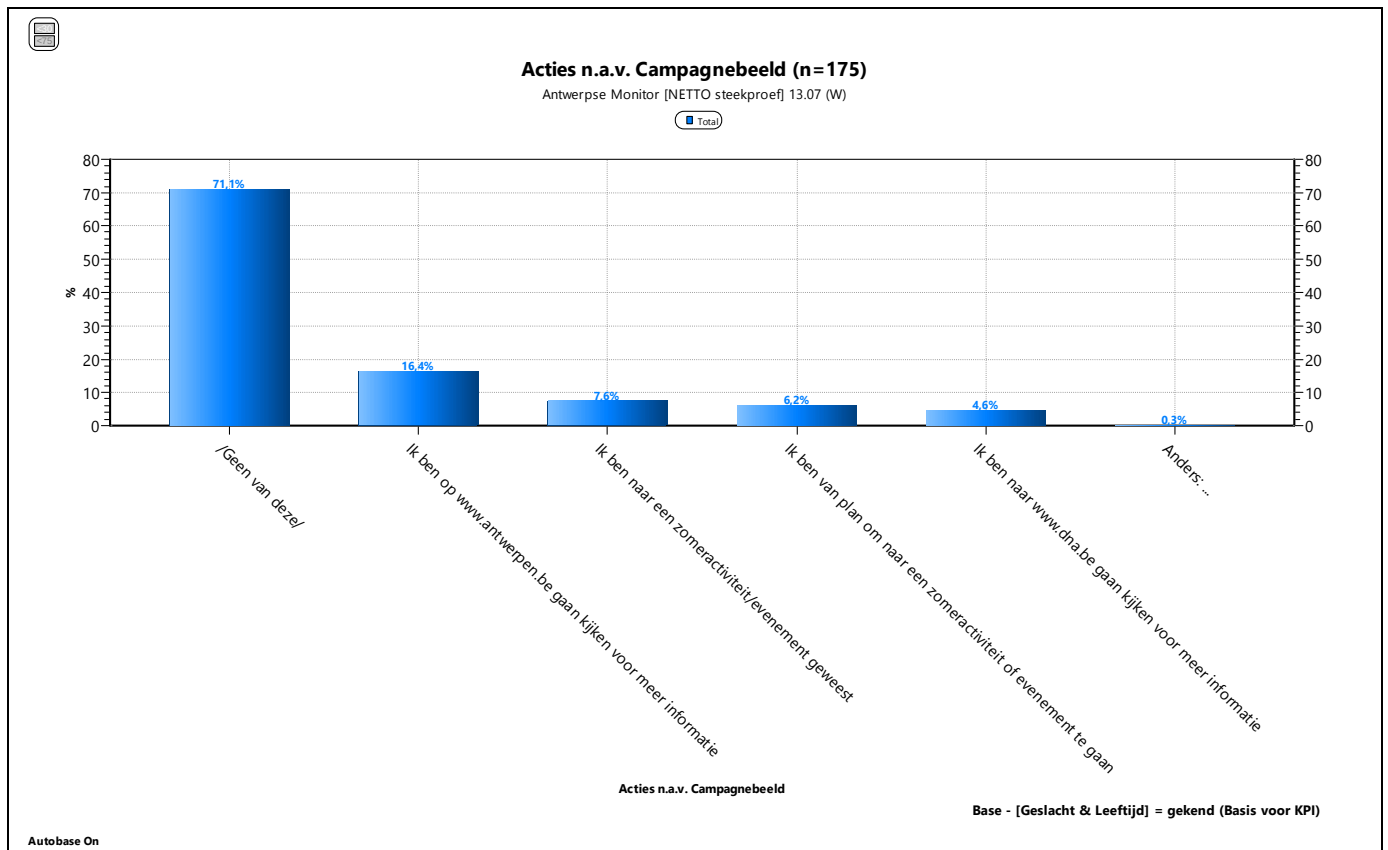
Grafiek 107: waar beeld gezien



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

- 16,4% is op de [www.antwerpen.be](http://www.antwerpen.be) gaan kijken voor meer informatie
- 7,6% is naar een zomeractiviteit/evenement geweest
- 6% is nog van plan om naar een zomeractiviteit/evenement te gaan
- 4,6% is naar [www.dna.be](http://www.dna.be) gaan kijken voor meer informatie
- 71% deed niets n.a.v. deze campagne

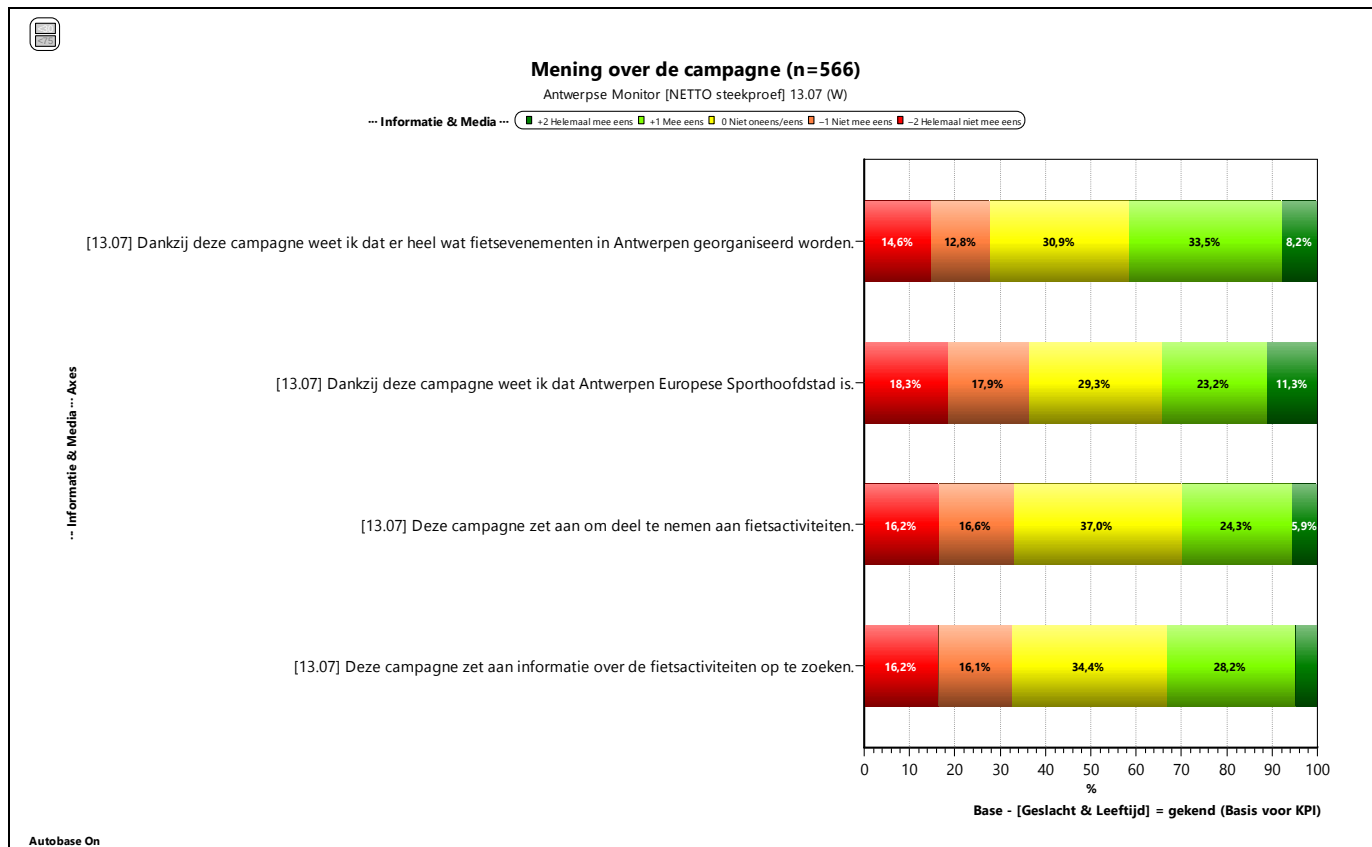
Grafiek 108: acties n.a.v. de campagne



De meningen over de volgende stellingen zijn sterk verdeeld:

- Dankzij deze campagne weet ik dat er heel wat fietsevenementen in Antwerpen georganiseerd worden.
- Dankzij deze campagne weet ik dat Antwerpen Europese Sporthoofdstad is.
- Deze campagne zet aan om deel te nemen aan fietsactiviteiten.
- Deze campagne zet aan om informatie over fietsactiviteiten op te zoeken.

Grafiek 109: mening over de campagne

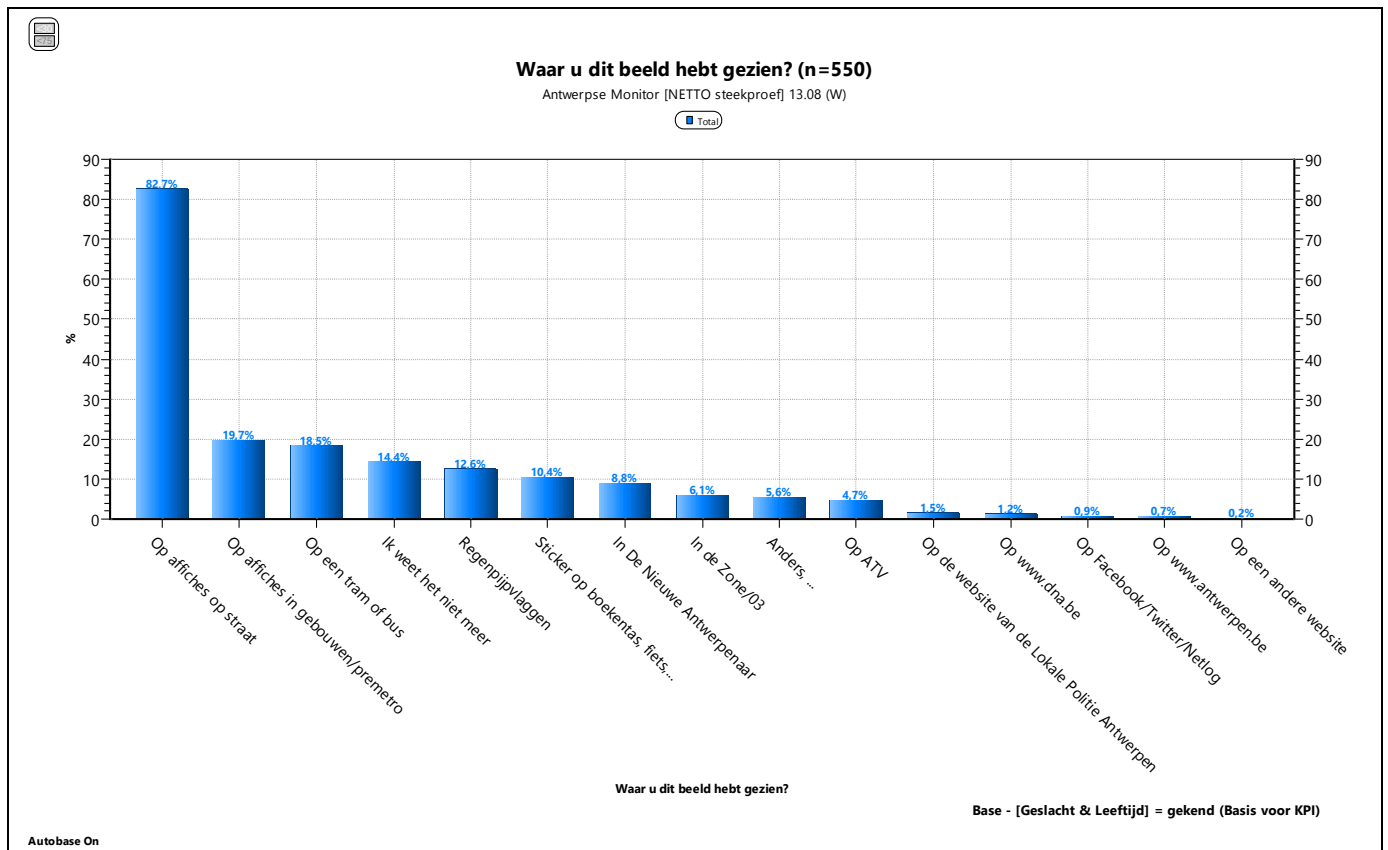


### 6.3.8 Campagne Merci om trager te rijden

De campagne bestond uit verschillende beelden. 71% heeft de campagne opgemerkt.



Grafiek 110: waar campagne gezien



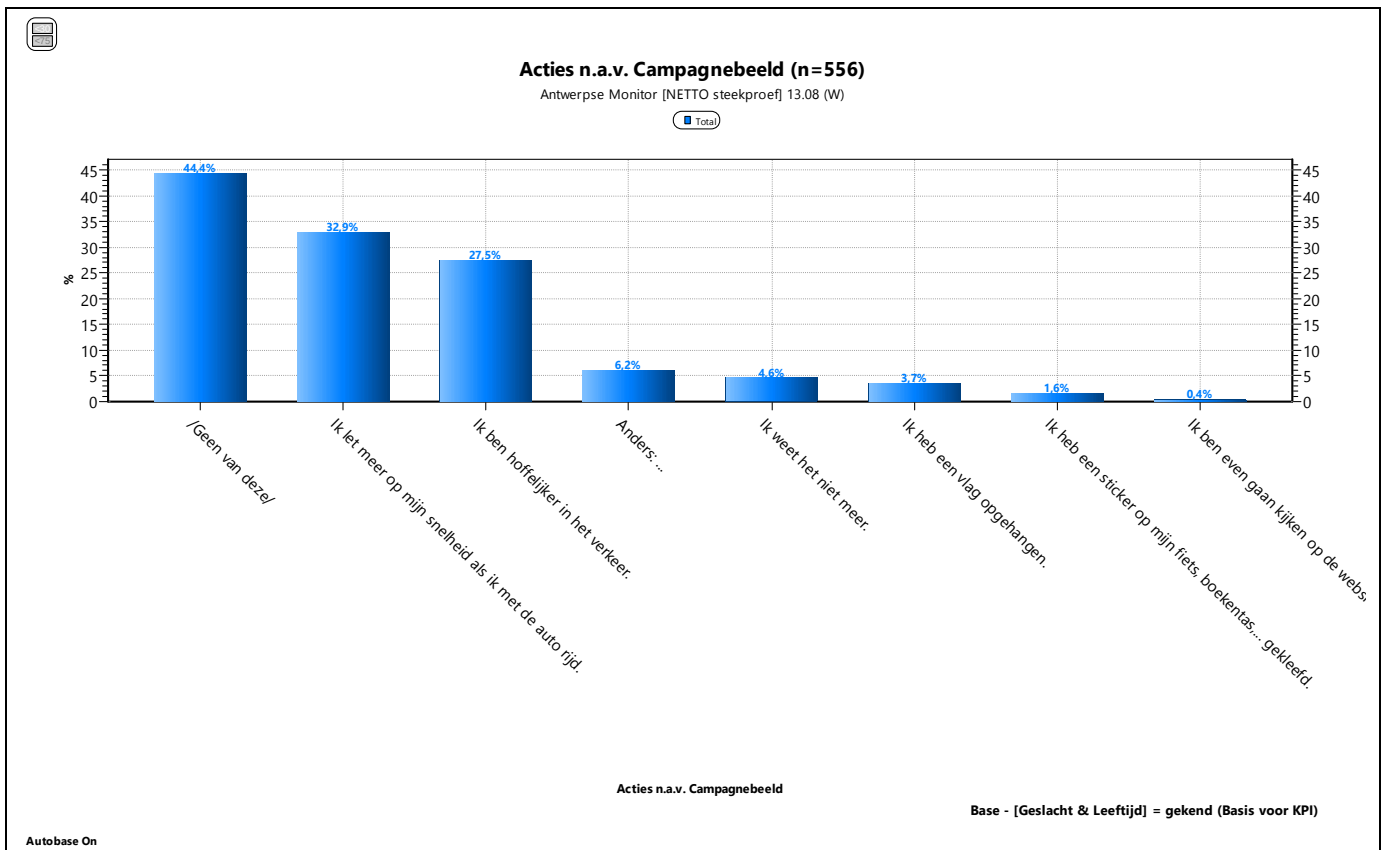
Zoals de meeste campagnes die we tot nu toe gemeten hebben, werd ook deze campagne het meeste opgemerkt op de affiches op straat. Op twee scoren de beelden op affiches in gebouwen.

Even de scores op een rij:

- 82,7% affiches op straat
- 19,7% affiches in gebouwen/premetro
- 18,5% op tram/bus
- 14,4% weet niet meer waar
- 12,6% zag de regenpijpvlaggen
- 10,4% zag de sticker op boekentas, fiets,...
- 9,8% in De Nieuwe Antwerpenaar



Grafiek 111: acties n.a.v. de campagne



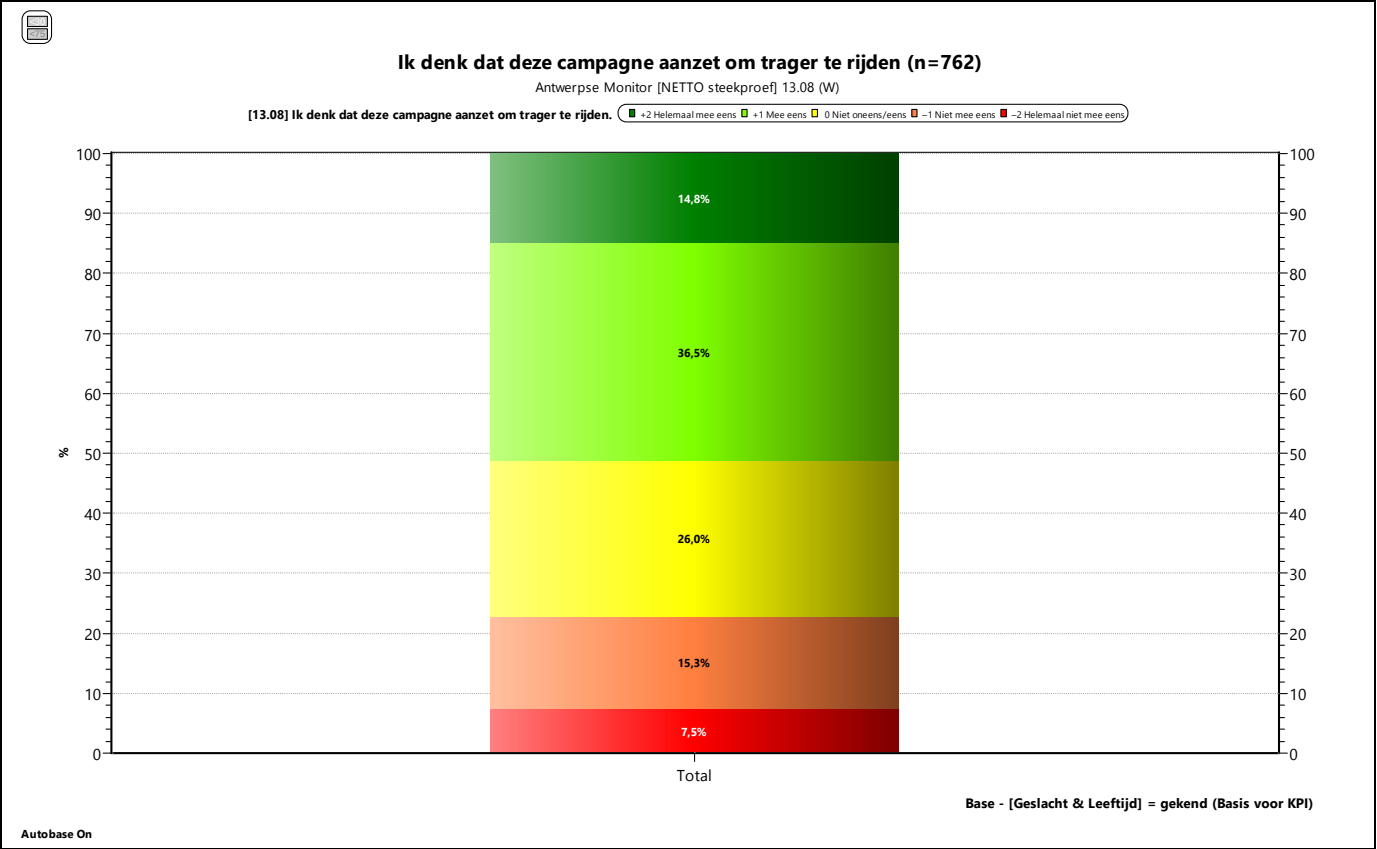
Aan de respondenten die de campagne gezien hebben, vragen we ook welke acties ze hebben ondernomen naar aanleiding van de campagne.

Dit zijn de resultaten:

- 33% zegt meer te letten op zijn snelheid als hij met de auto rijdt;
- 27% zegt hoffelijker te zijn in het verkeer;
- 44% heeft geen van de opgesomde acties ondernomen.

Verder vindt iets meer dan 50% van de respondenten dat de campagne aanzet om trager te rijden. 23% vindt dit niet.

Grafiek 112: mening over de campagne



### 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 niveaus<sup>3</sup>:

- 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.

---

<sup>3</sup> Gevalideerd in het Gouden Gluon onderzoek van 1998 en 1999.

|                                    | cognitief |             | affectief    |           | conatief |        |
|------------------------------------|-----------|-------------|--------------|-----------|----------|--------|
|                                    | duidelijk | informatief | goed gemaakt | origineel | nuttig   | zinnig |
| <b>Totaal</b>                      | 0,69      | 0,59        | 0,59         | 0,40      | 0,54     | 0,56   |
| <b>PMD</b>                         | 0,85      | 0,90        | 0,67         | 0,45      | 0,85     | 0,79   |
| <b>Proficiat! AESH 2013</b>        | 0,56      | 0,35        | 0,36         | 0,21      | 0,29     | 0,32   |
| <b>Bonaparte a/d Schelde</b>       | 0,79      | 0,68        | 0,80         | 0,70      | 0,52     | 0,57   |
| <b>10 Miles</b>                    | 0,75      | 0,65        | 0,69         | 0,54      | 0,54     | 0,56   |
| <b>Nationalestraat</b>             | 0,70      | 0,60        | 0,42         | 0,01      | 0,32     | 0,28   |
| <b>Zomer</b>                       | 0,67      | 0,63        | 0,56         | 0,20      | 0,61     | 0,60   |
| <b>Van amuseren tot demarreren</b> | 0,27      | 0,28        | 0,36         | 0,36      | 0,26     | 0,31   |
| <b>Merci om trager te rijden</b>   | 0,89      | 0,63        | 0,80         | 0,65      | 0,85     | 0,90   |

De campagne die op bijna alle niveaus hoger scoort dan gemiddeld is Merci om trager te rijden. Ook de campagne over PMD scoort op alles behalve goed gemaakt en origineel hoger dan gemiddeld.

En campagne die over de hele lijn lager scoort dan gemiddeld is de Proficiat campagne over Antwerpen Europese Sporthoofdstad. Ook de campagne De vernieuwde Nationalestraat en Sporting A fietst! Van amuseren tot demarreren, scoren op veel items lager dan gemiddeld.

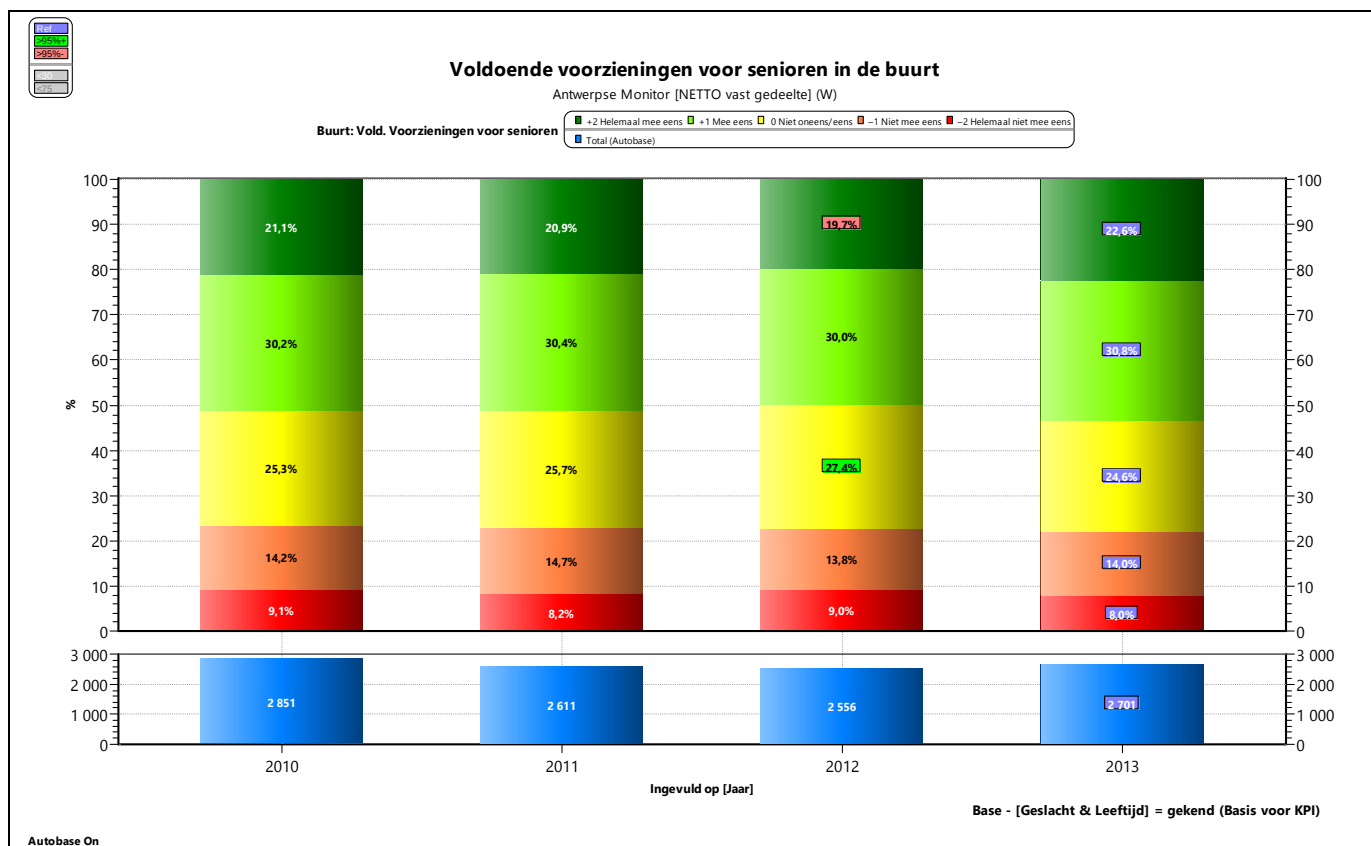
Uiteraard is het vooral belangrijk om een goede score te behalen om dat niveau dat men via de campagne wilde bereiken. Als de doelstelling van een campagne is: de Antwerpenaar informeren, dan is een goede score op het cognitieve niveau belangrijk.

## 6.4 Maximale toegang tot kwaliteitsvolle gezondheidszorg op maat

### 6.4.1 Voorzieningen voor senioren op buurtniveau

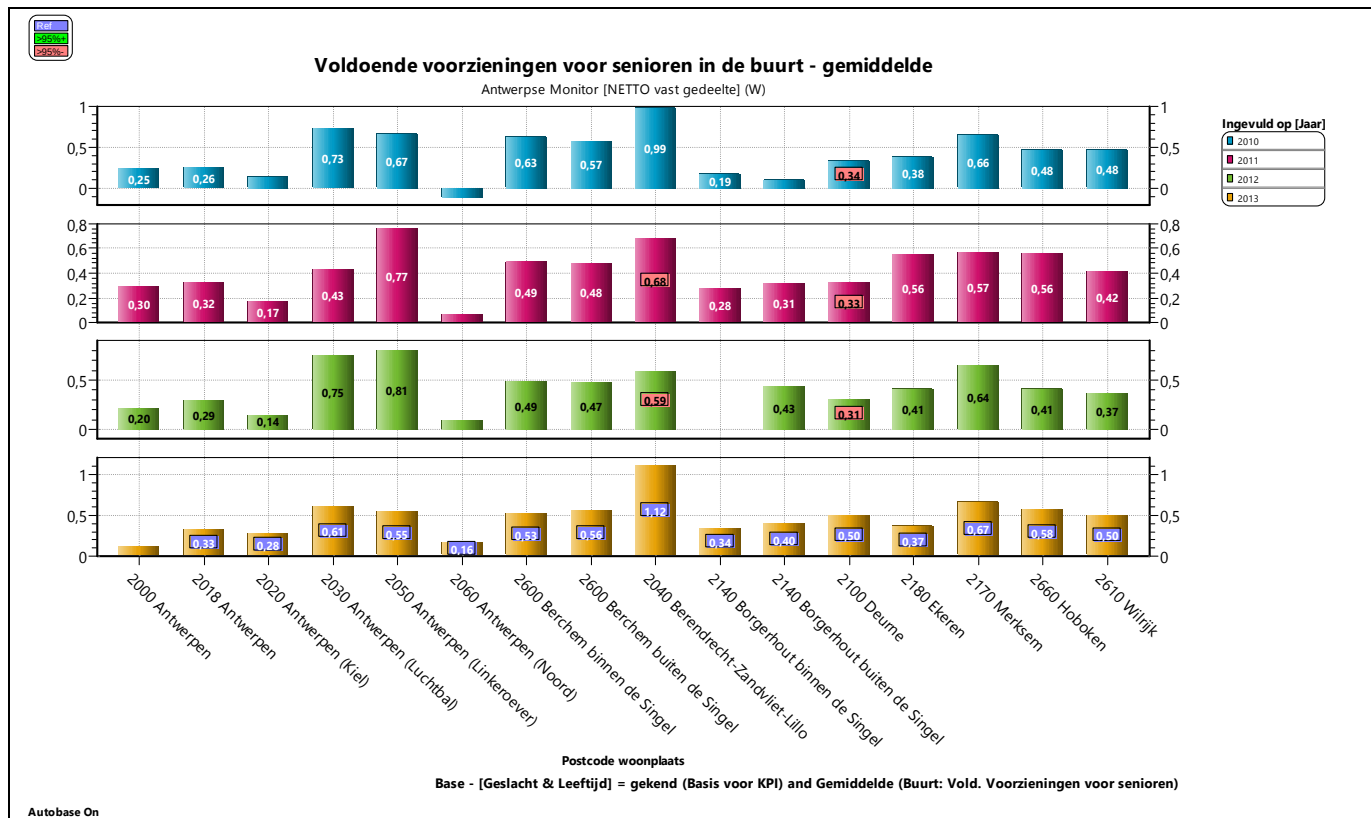
Indien enkel de respondenten met een mening in beschouwing worden genomen, is de helft van de respondenten tevreden met het aanbod voor senioren, één op vier is niet tevreden. We merken zo goed als geen verschillen over de jaren heen.

Grafiek 113 Aanbod voorzieningen voor senioren in de buurt, 2010-2013



De volgende grafiek geeft de verschillen weer tussen de postcodes in de stad Antwerpen (gemiddelden). We zien dat in Berendrecht-Zandvliet-Lillo en in Deurne de gemiddelde tevredenheid over voldoende voorzieningen voor senioren significant hoger is in 2013 dan de jaren ervoor.

**Grafiek 114 Aanbod van voorzieningen voor senioren in de buurt volgens woonplaats, 2010-2013, gemiddelde**

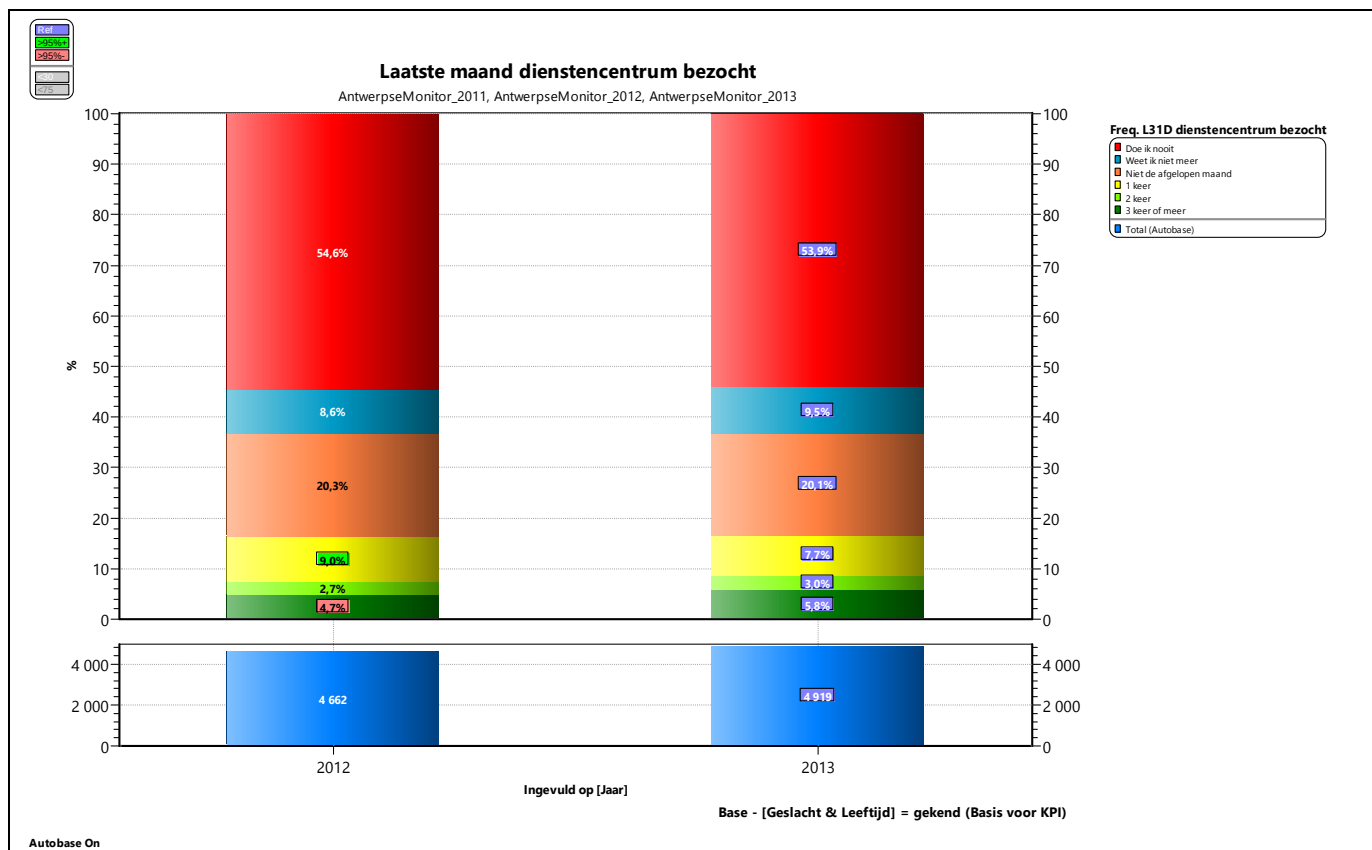


## 6.4.2 Dienstencentra

Het bezoek van een dienstencentrum werd in een latere fase aan de monitor toegevoegd als vast item bij de vrijetijdsbesteding de laatste maand.

We zien dat iets meer dan de helft van de respondenten nooit een dienstencentrum bezoekt. Ongeveer 17% geeft aan de afgelopen maand minstens één keer een dienstencentrum bezocht te hebben. Vergeleken met 2012 is het aandeel mensen dat 3 keer of meer een dienstencentrum bezocht, gestegen.

**Grafiek 115: Laatste maand dienstencentrum bezocht in 2012 en 2013**



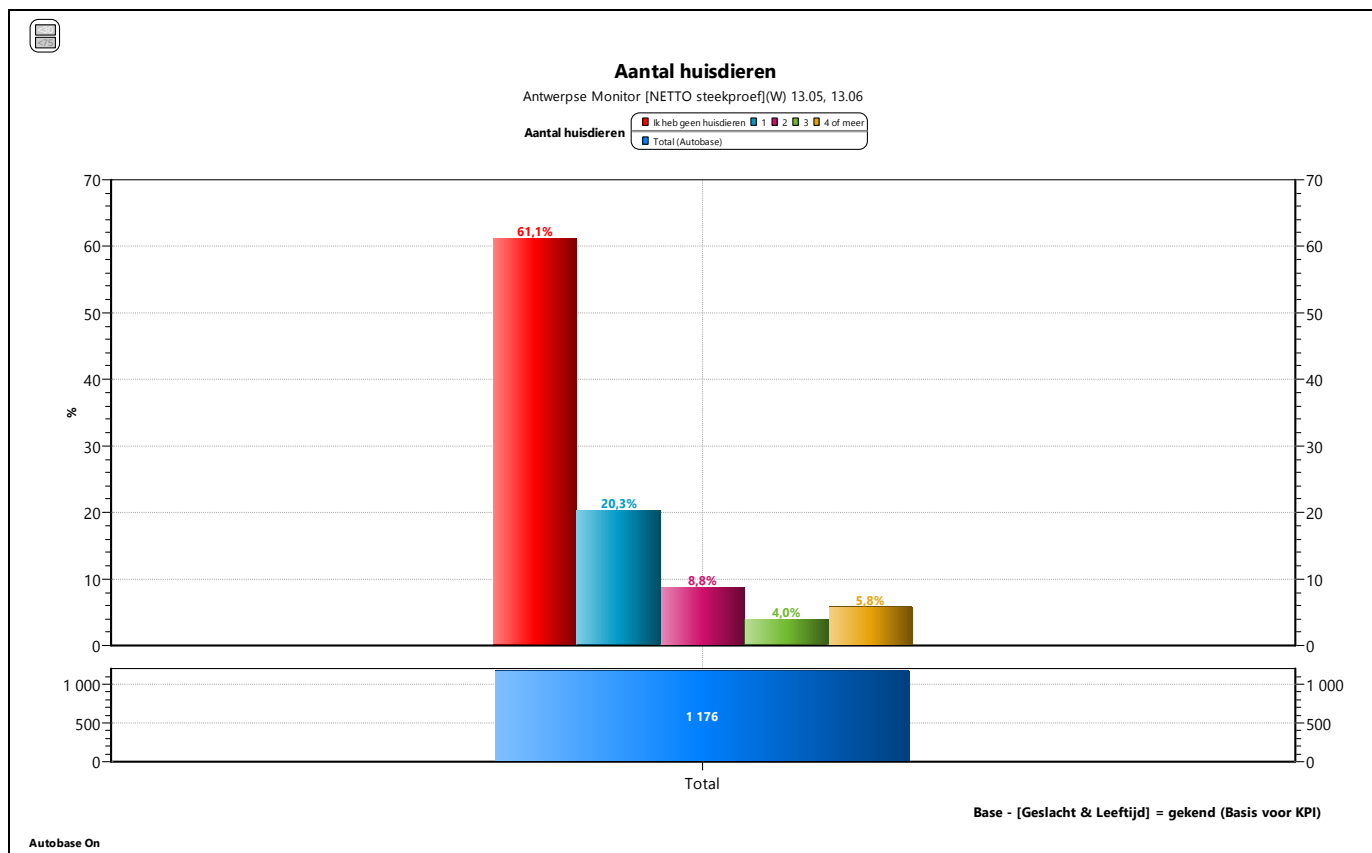
## 6.5 Huisdierenbezit

In golf 5 en 6 werd het huisdierenbezit bevraagd.

- 61% van de respondenten bezit geen huisdieren;
- 20% bezit 1 huisdier;
- 8,8% bezit 2 huisdieren;
- en bijna 10% bezit 3 of meer huisdieren.

Deze cijfers lopen ongeveer gelijk aan de resultaten van dezelfde vraag in 2010.

**Grafiek 116: huisdierenbezit**



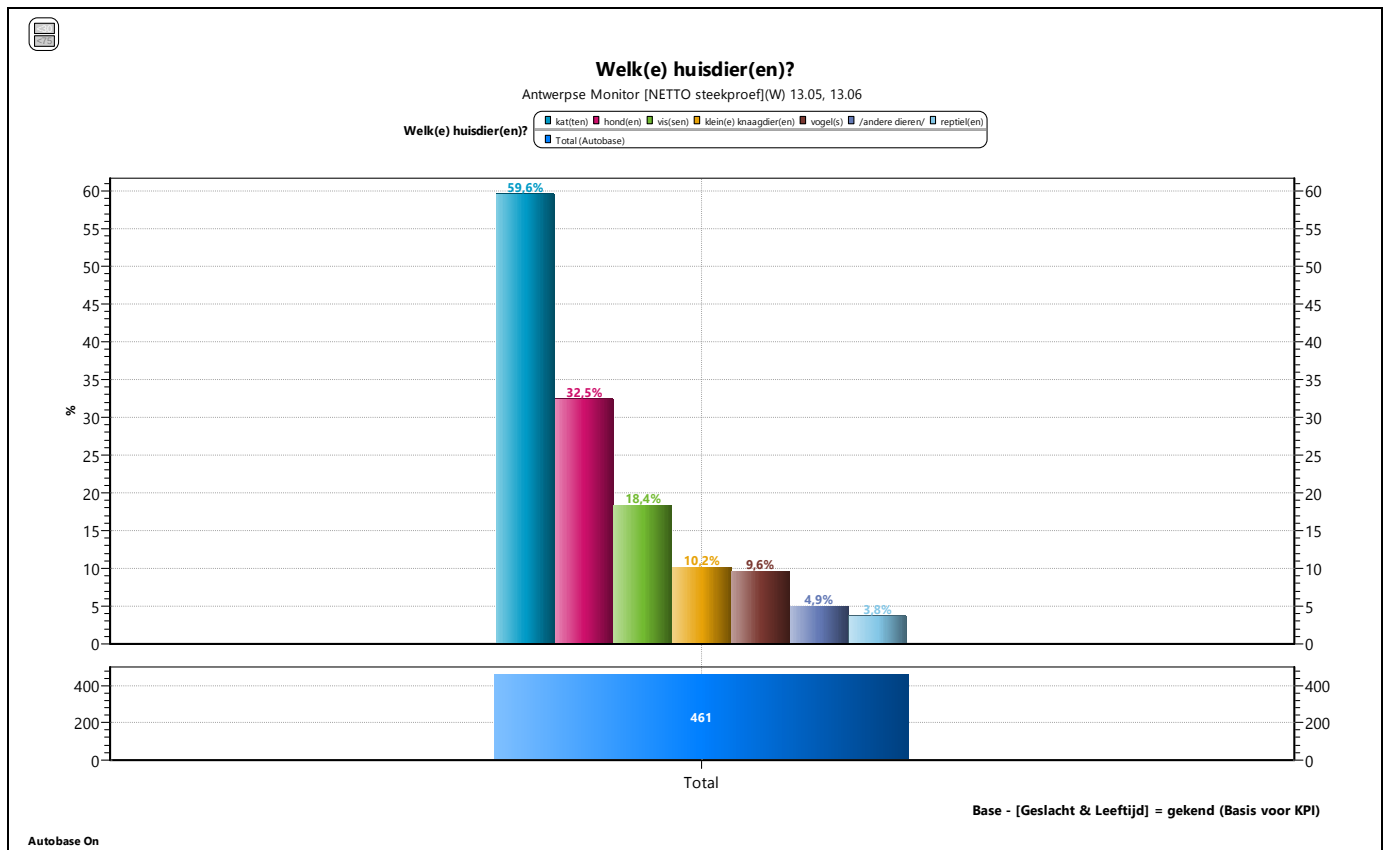
Daarnaast werd gepeild naar het soort huisdieren.

Katten zijn het populairste huisdier in de stad (60% van de huisdierenbezitters heeft één of meerdere katten), gevolgd door honden (32,5%) en vissen (18,4%).

In 2010 zagen we ongeveer eenzelfde verdeling. Enkel het percentage kattenbezitters is in 2013 gestegen t.o.v. 2010.



**Grafiek 117: soort huisdieren**



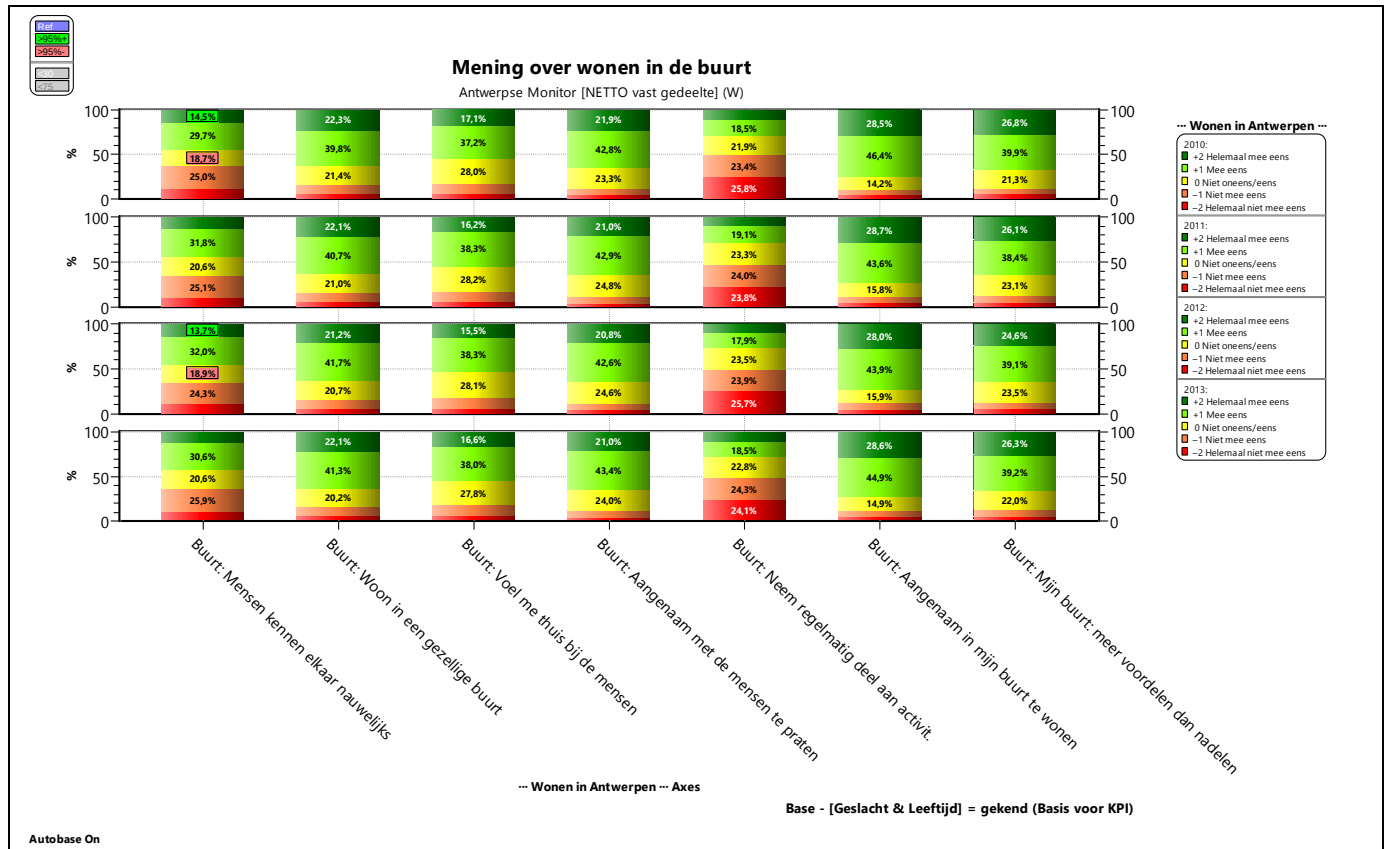
## 6.6 Samen leven in de buurt

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.

In 2013:

- 64,3% vindt het aangenaam om met de mensen in zijn buurt te praten, ongeveer 12% is het daar niet mee eens;
- 63,4% woont in een gezellige buurt, versus ongeveer 16% dat dit niet zo ervaart;
- 54,6% voelt zich thuis bij de mensen in zijn buurt, 17,6% niet;
- 73,5% vindt het aangenaam wonen in zijn buurt, 11,7% vindt dat niet;
- 65,5% vindt dat in zijn buurt wonen meer voordelen heeft dan nadelen, 12,5% is het daar niet mee eens;
- 28,7% neemt regelmatig deel aan activiteiten in zijn buurt, 48,4% niet;
- 36,6% is het niet eens met de stelling ‘mensen in mijn buurt kennen elkaar nauwelijks’, 42,9% is het hier wel mee eens.

Grafiek 118: Mening over wonen in de buurt, 2010-2013



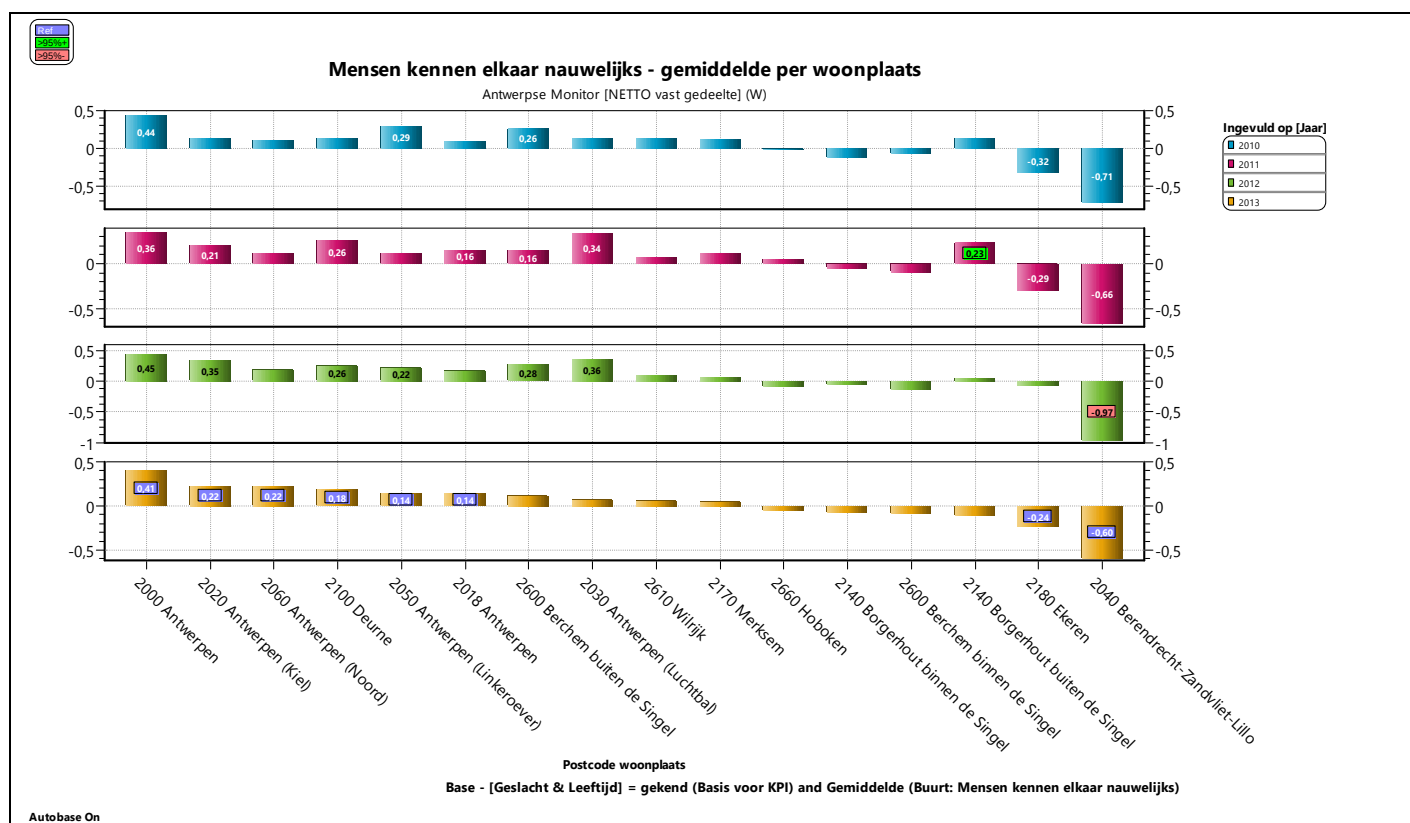
Op dit vlak merken we zo goed als geen verschillen tussen de verschillende jaren, zoals blijkt uit volgende grafiek. Enkel over de stelling ‘mensen in mijn buurt kennen elkaar nauwelijks’ zien we een verschuiving in de positieve zin.

Daarnaast zien we dat participatie aan het buurtleven relatief laag blijft: bijna de helft van de respondenten neemt niet regelmatig deel aan activiteiten in zijn buurt.

Wanneer we de items uit bovenstaande grafiek apart per postcode bekijken, dan zien we wel een aantal evoluties in bepaalde woonplaatsen.

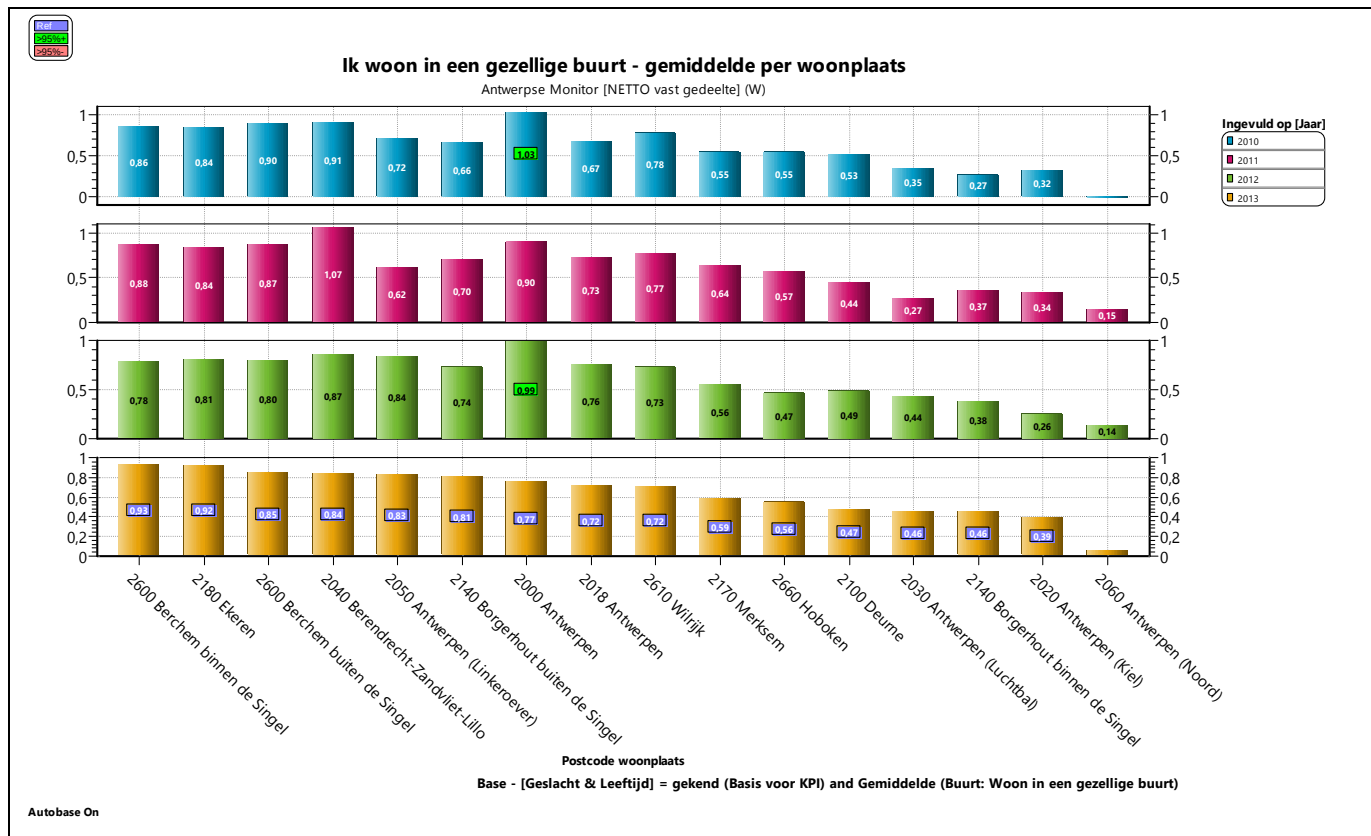
In onderstaande grafiek bekijken we het gemiddelde per woonplaats op de stelling ‘mensen in mijn buurt kennen elkaar nauwelijks’. We zien weinig verschillen over de jaren heen. Enkel in Berendrecht-Zandvliet-Lillo zien we dat het gemiddelde in 2012 significant lager was dan in 2013, wat eigenlijk betekent dat de score negatiever is (omwille van negatief geformuleerde stelling).

**Grafiek 119 Mensen kennen elkaar nauwelijks in de buurt, volgens woonplaats, 2010-2013 (gemiddelde scores)**



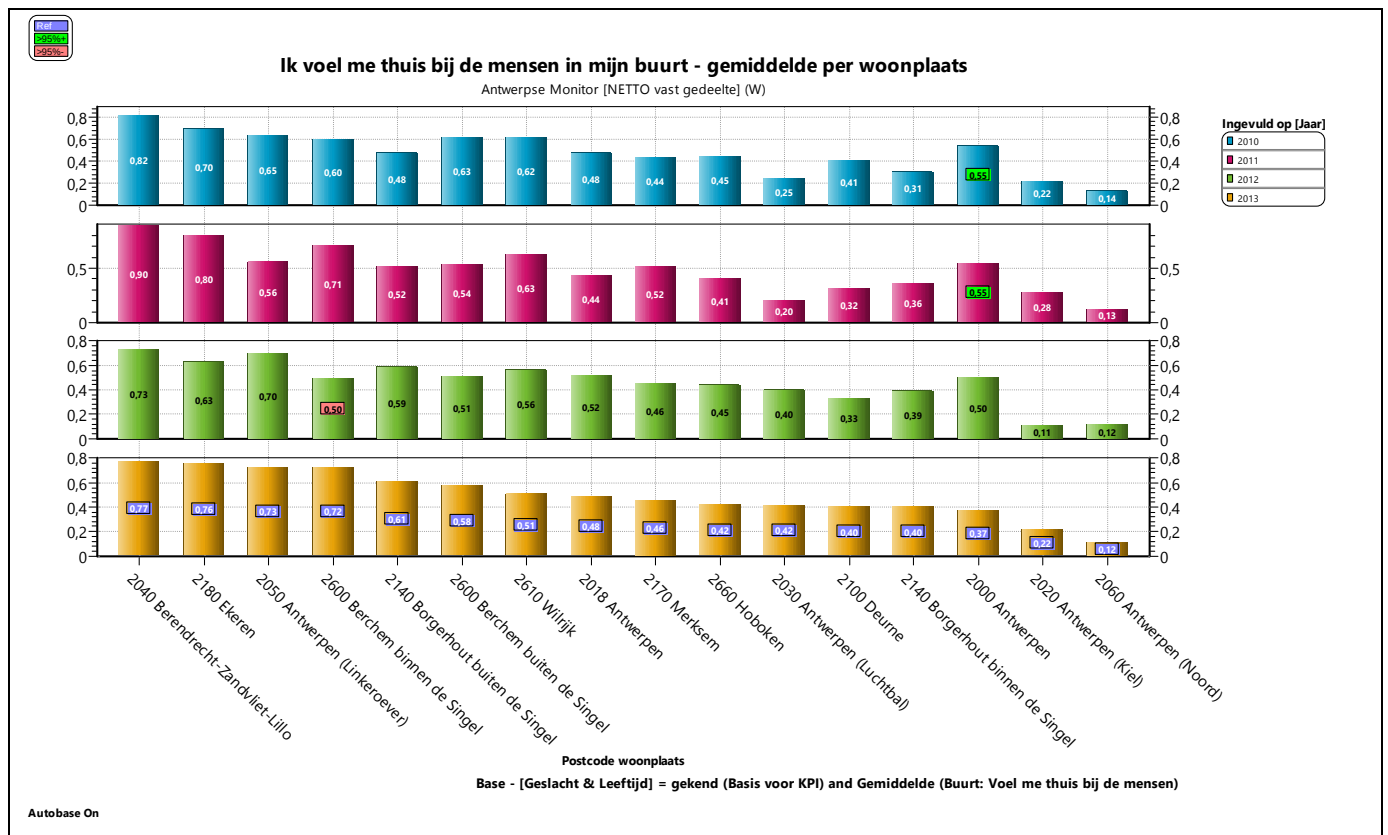
Ook voor de stelling 'ik woon in een gezellige buurt' zien we over de jaren weinig evolutie. Enkel in 2000 Antwerpen is de perceptie over wonen in een gezellige buurt, significant lager in 2013 t.o.v. 2012 en 2010.

**Grafiek 120 Ik woon in een gezellige buurt, gemiddelde volgens woonplaats, 2010-2013**



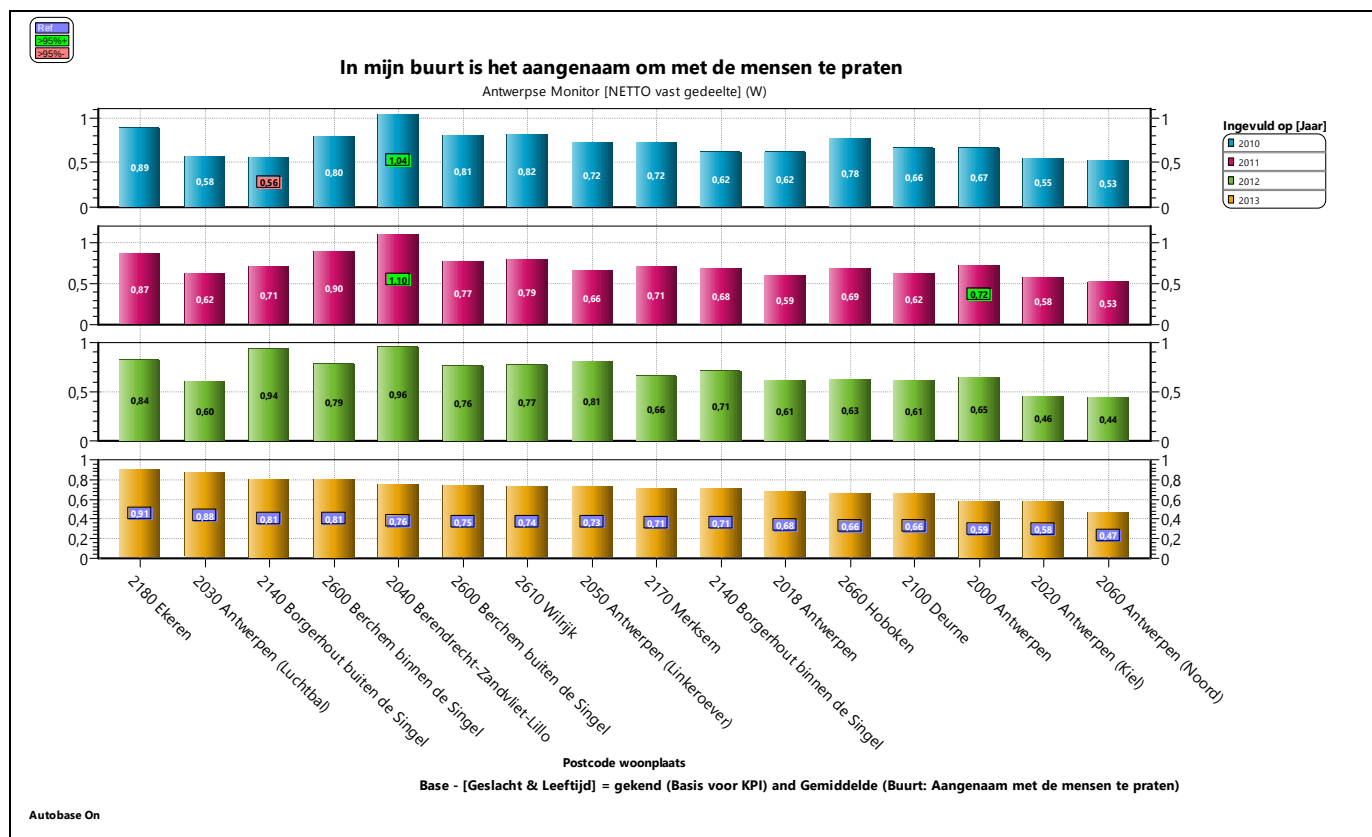
Voor wat betreft het 'zich thuis voelen bij de mensen' zien we dat in Berchem binnen de Singel de score in 2013 significant hoger is dan in 2012. Opnieuw zien we in 2000 Antwerpen een lagere score in 2013.

**Grafiek 121 Ik voel me thuis bij de mensen, gemiddelde volgens woonplaats, 2010-2013**



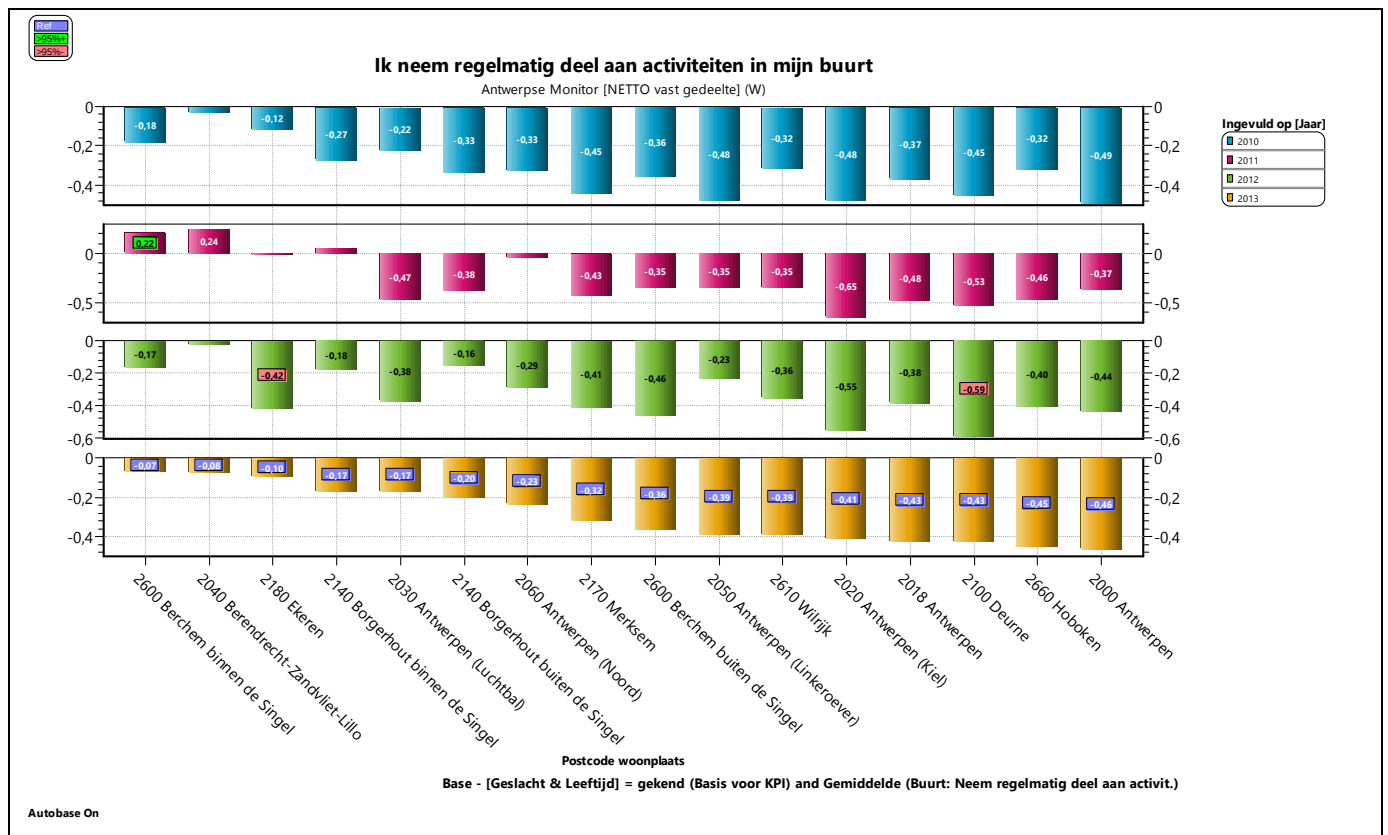
In Berendrecht-Zandvliet-Lillo zien we een dalende score op 'het is aangenaam om met de mensen te praten in de buurt'. Ook in 2000 Antwerpen zien we een achteruitgang.

Grafiek 122 Aangenaam om met de mensen te praten in de buurt, gemiddelde volgens woonplaats, 2010-2013



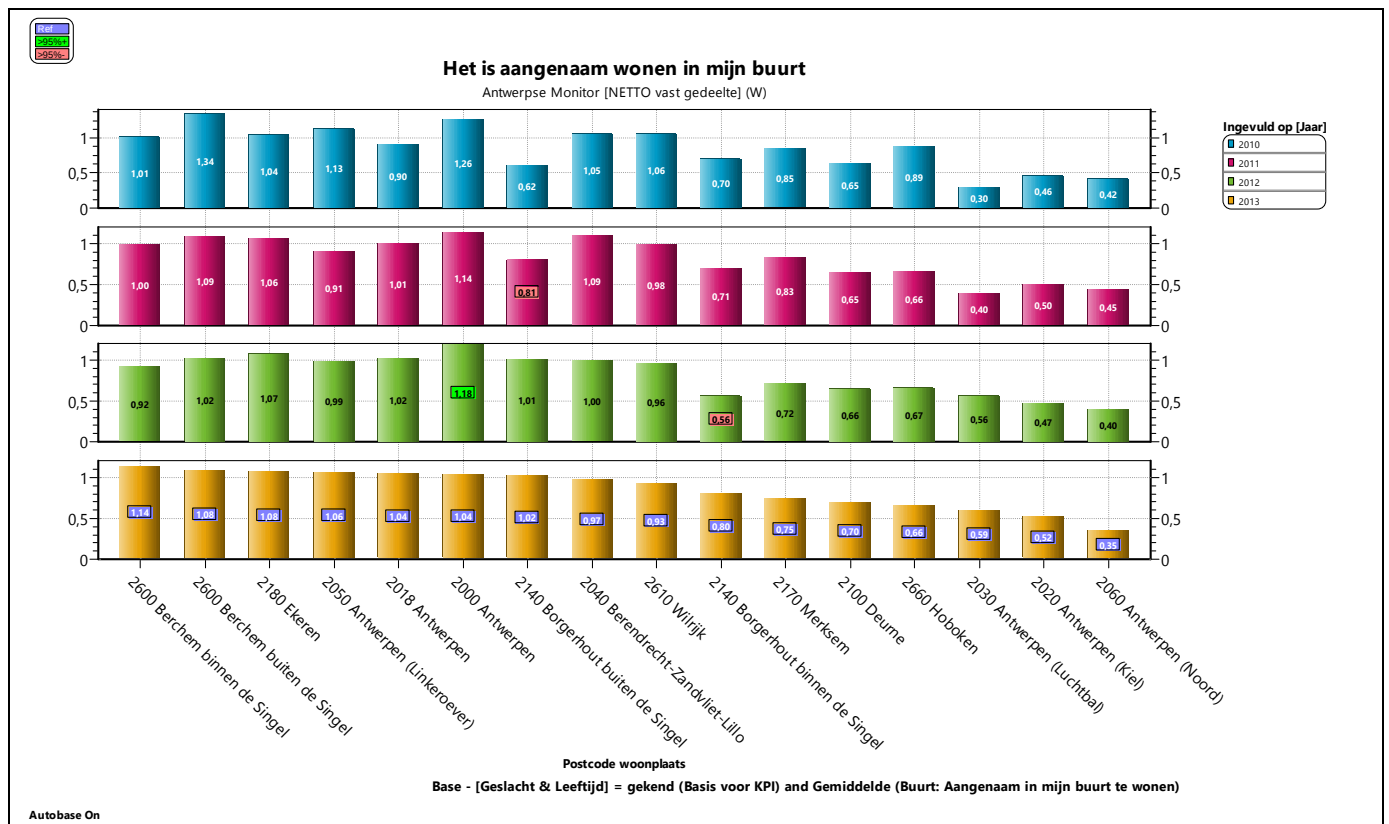
De participatiegraad in Berchem binnen de Singel is gedaald in vergelijking met 2011. In Ekeren ligt de participatiegraad hoger in 2013 dan in 2012 en in Deurne ook.

Grafiek 123 Neem regelmatig deel aan activiteiten in de buurt, volgens woonplaats, 2010-2013



Op de stelling 'aangenaam wonen in mijn buurt' zien we een lagere score in 2000 Antwerpen in 2013 t.o.v. 2012. In Borgerhout binnen de Singel zien we een hogere score in 2013 t.o.v. 2012.

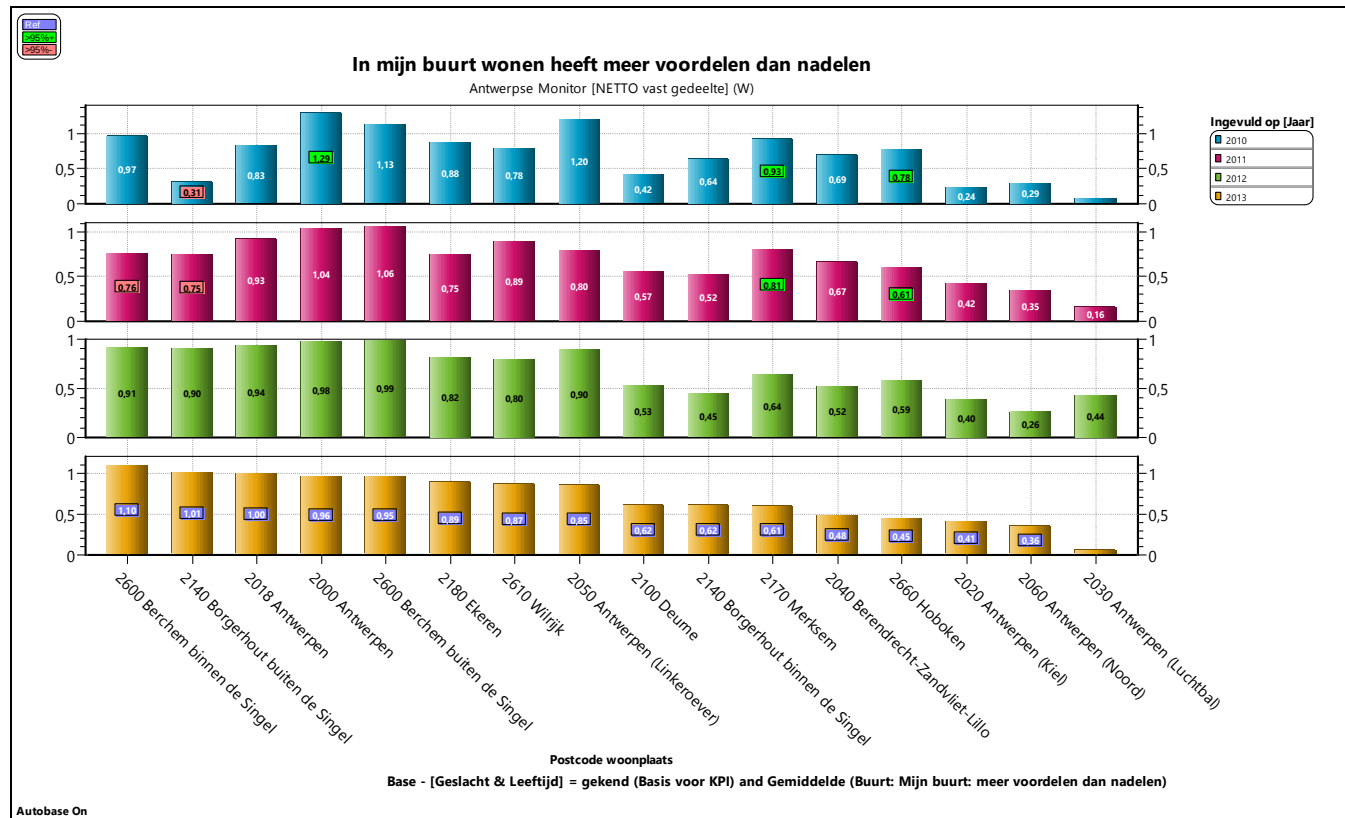
Grafiek 124: aangenaam wonen in mijn buurt, gemiddelde per woonplaats, 2010-2013





Wanneer we kijken naar de gemiddelde score op de stelling ‘in mijn buurt wonen heeft meer voordelen dan nadelen, dan zien we een betere score in Berchem binnen de Singel en Borgerhout buiten de Singel in 2013 t.o.v. 2010 en 2011. In 2000 Antwerpen, 2170 Merksem en 2660 Hoboken zien we een daling van deze score.

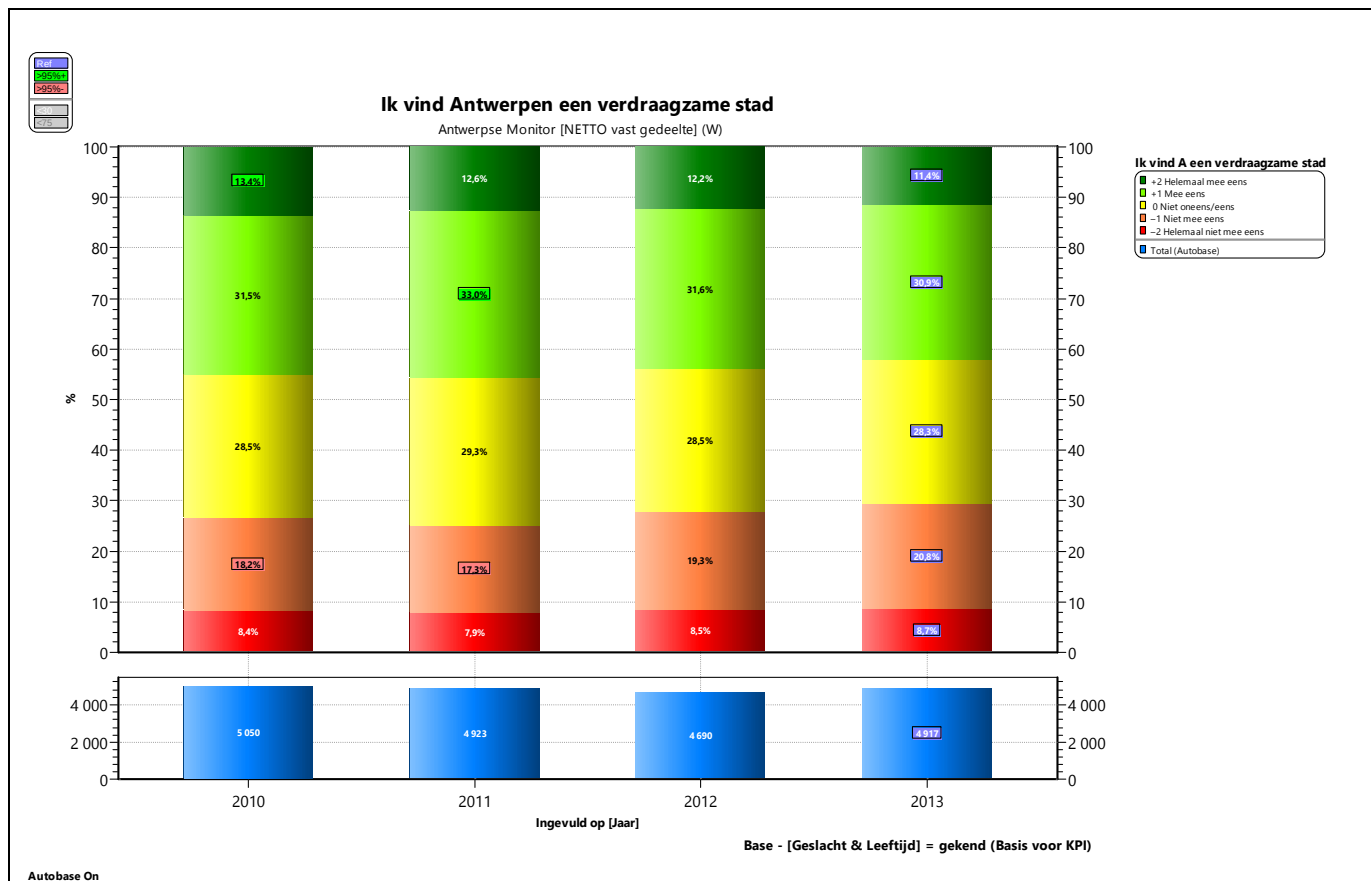
Grafiek 125: in mijn buurt wonen heeft meer voordelen dan nadelen, gemiddelde per woonplaats, 2010-2013



## 6.7 Stad Antwerpen, verdraagzame stad?

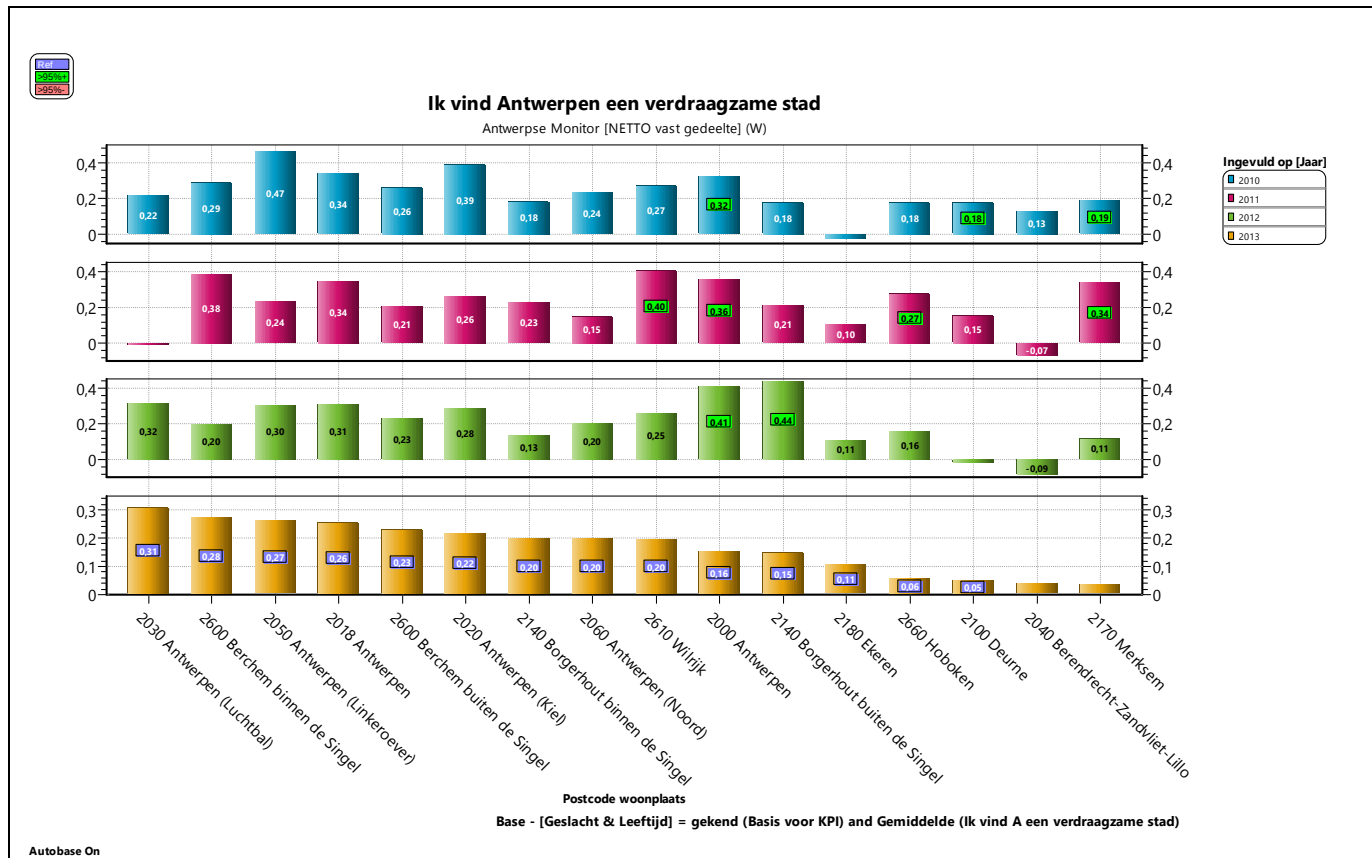
Ongeveer één op vier respondenten vindt Antwerpen geen verdraagzame stad, 46% vindt dit wel. Bijna drie op tien heeft een neutrale mening. We zien een lichte daling van respondenten die het hiermee eens zijn over de jaren heen.

Grafiek 126: Ik vind Antwerpen een verdraagzame stad, 2010-2013



In de volgende grafiek bekijken we de gemiddelde score per woonplaats op deze stelling. We nemen opnieuw 2013 als referentie. We stellen dan vast dat in Wilrijk, 2000 Antwerpen, 2140 Borgerhout buiten de Singel, Hoboken Deurne en Merksem de gemiddelde score op dit item in 2013 lager ligt dan ervoor.

**Grafiek 127: Ik vind Antwerpen een verdraagzame stad, gemiddelde per woonplaats, 2010-2013**

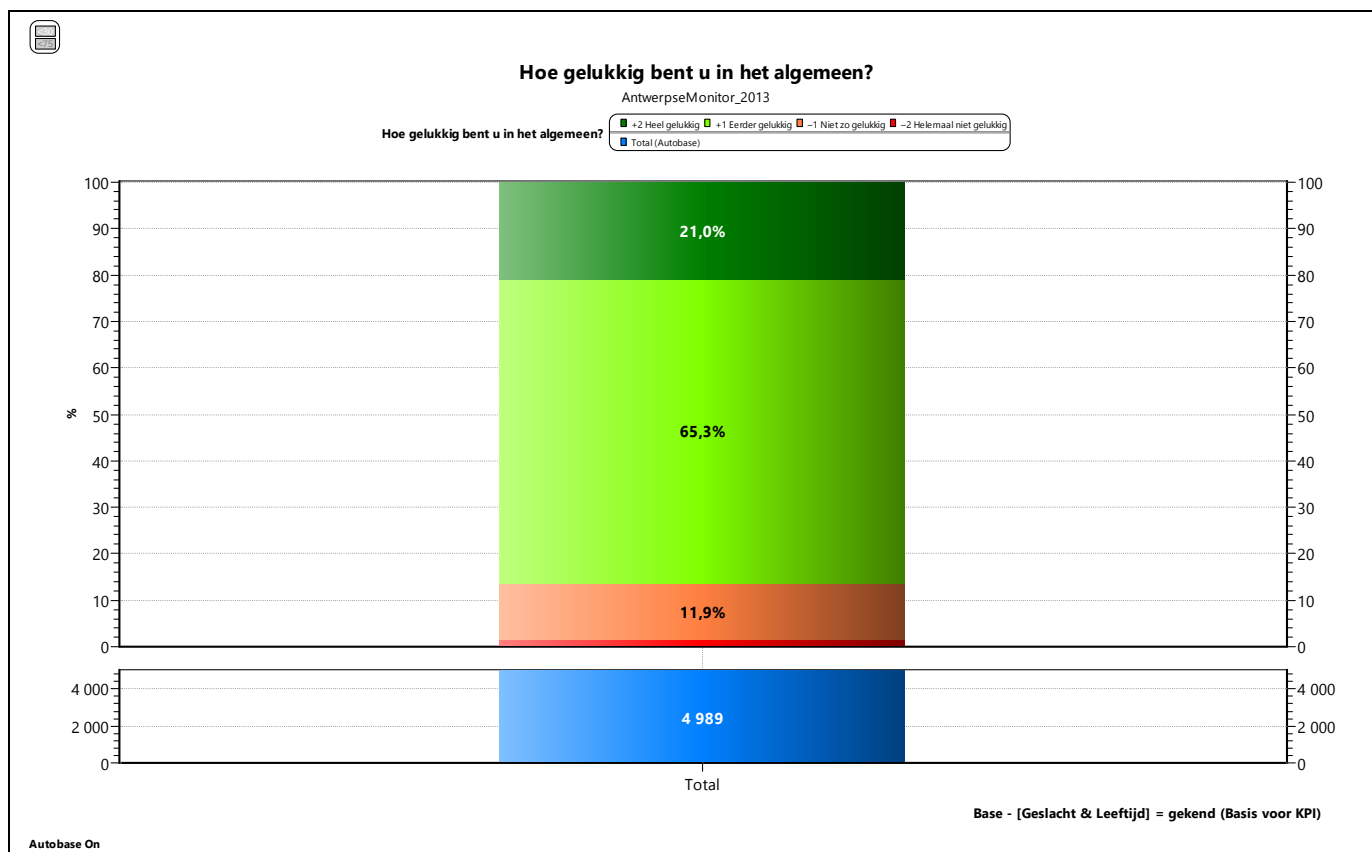


## 6.8 Tevredenheid over verschillende aspecten van het leven

In 2013 werd een vraag opgenomen naar hoe gelukkig de Antwerpenaar is over het algemeen en naar hoe tevreden hij is over verschillende aspecten van zijn leven.

86% van de Antwerpenaren zegt gelukkig te zijn.

Grafiek 128: hoe gelukkig in het algemeen

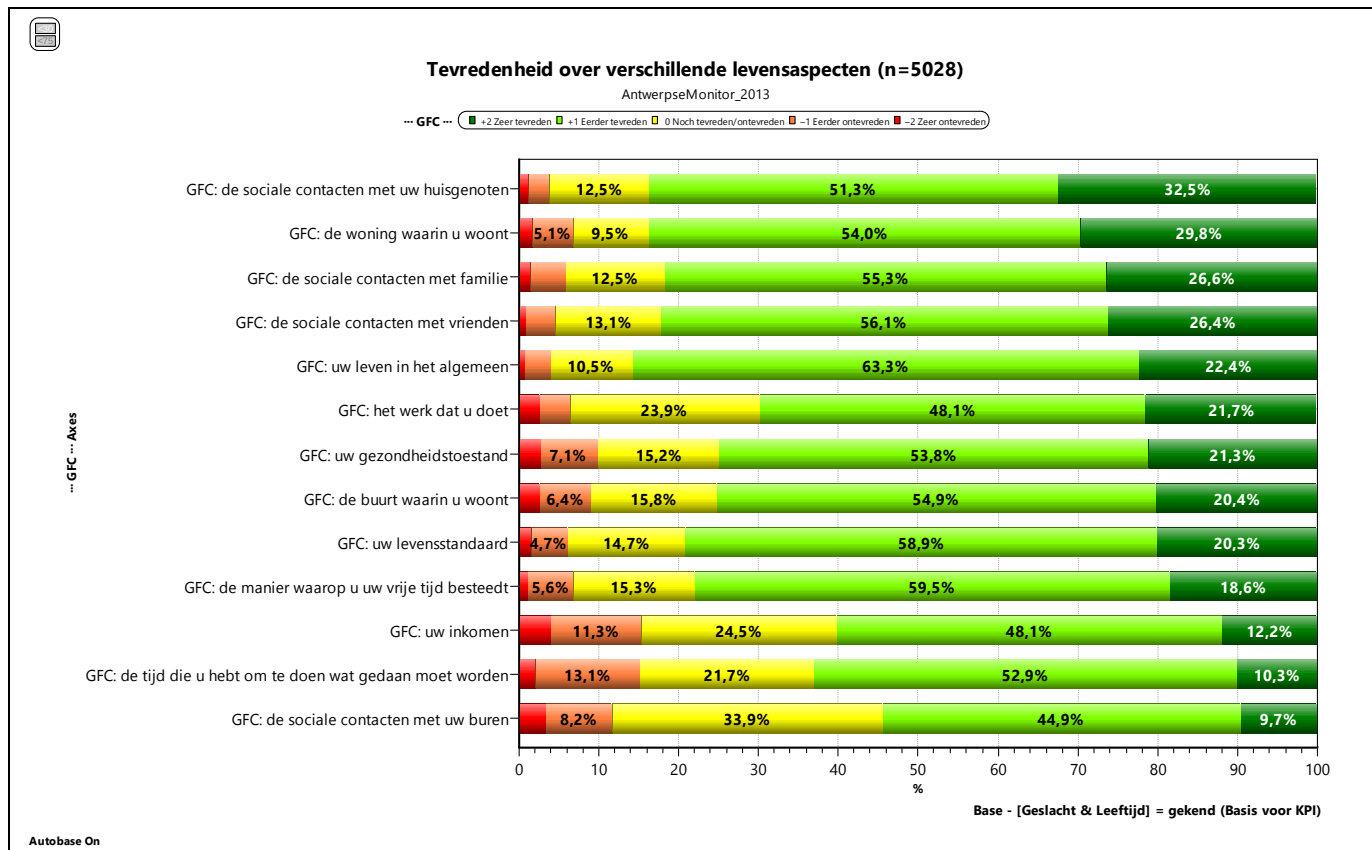


Het meest tevreden zijn de respondenten over de sociale contacten met huisgenoten en met familie.

Ook over de woning waarin men woont, zijn de meesten tevreden.

Het minst tevreden is men over sociale contacten met burens, zijn inkomen en de tijd die men heeft om te doen wat gedaan moet worden.

**Grafiek 129: tevredenheid over verschillende levensaspecten**



## 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.

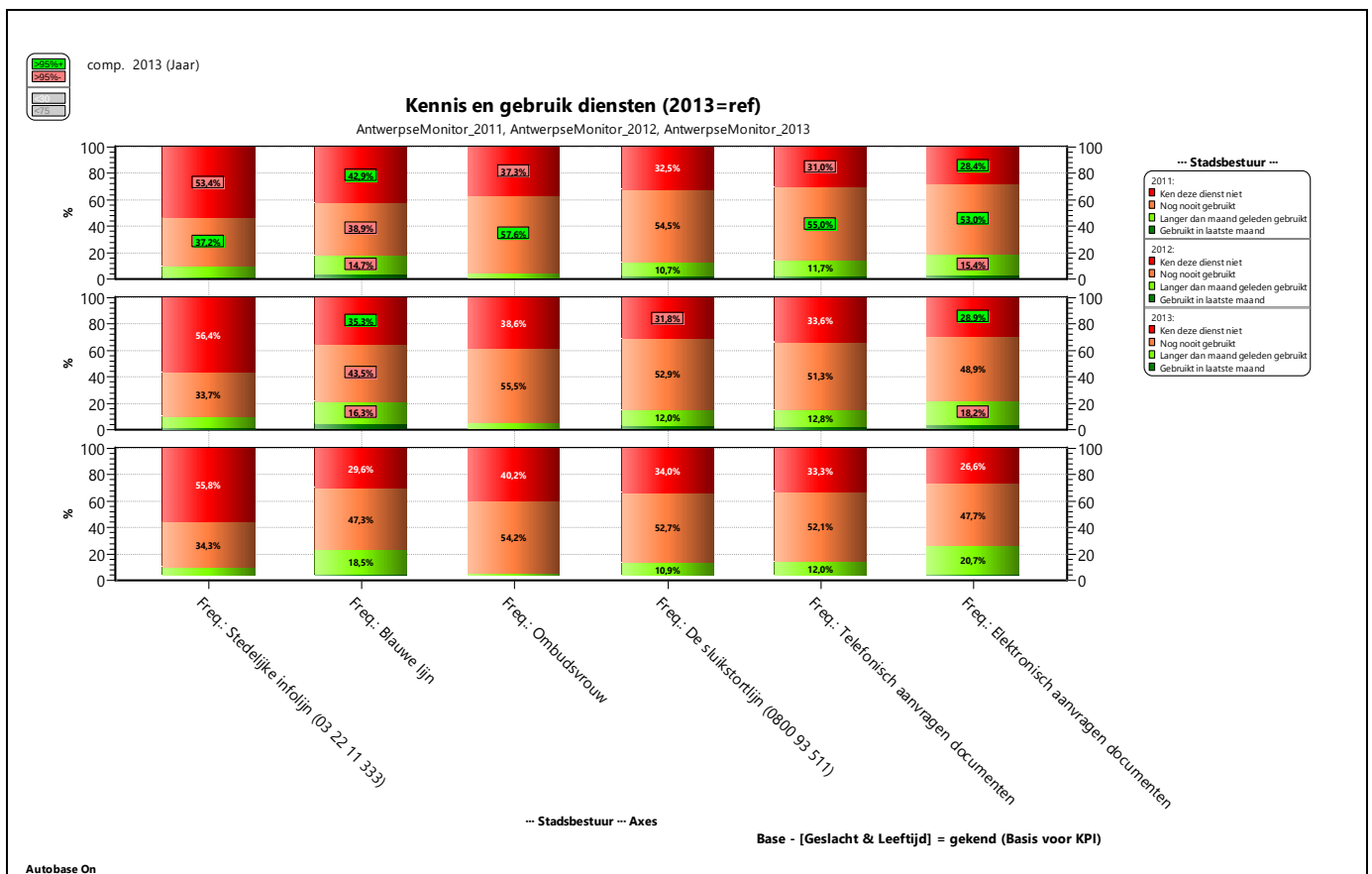
Hier kijken we tot slot nog naar de kennis en het gebruik van enkele algemene vormen van stedelijke dienstverlening en de waardering van het stadsbestuur in het algemeen.

### 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.

We zien dat in 2013 de kennis van de Blauwe Lijn en van het e-loket hoger ligt dan in 2011 en 2012. Het e-loket en de Blauwe Lijn zijn in 2013 ook meer gebruikt dan in 2012.

Grafiek 130 Kennis en gebruik diensten tijdens de afgelopen maand, 2011-2013

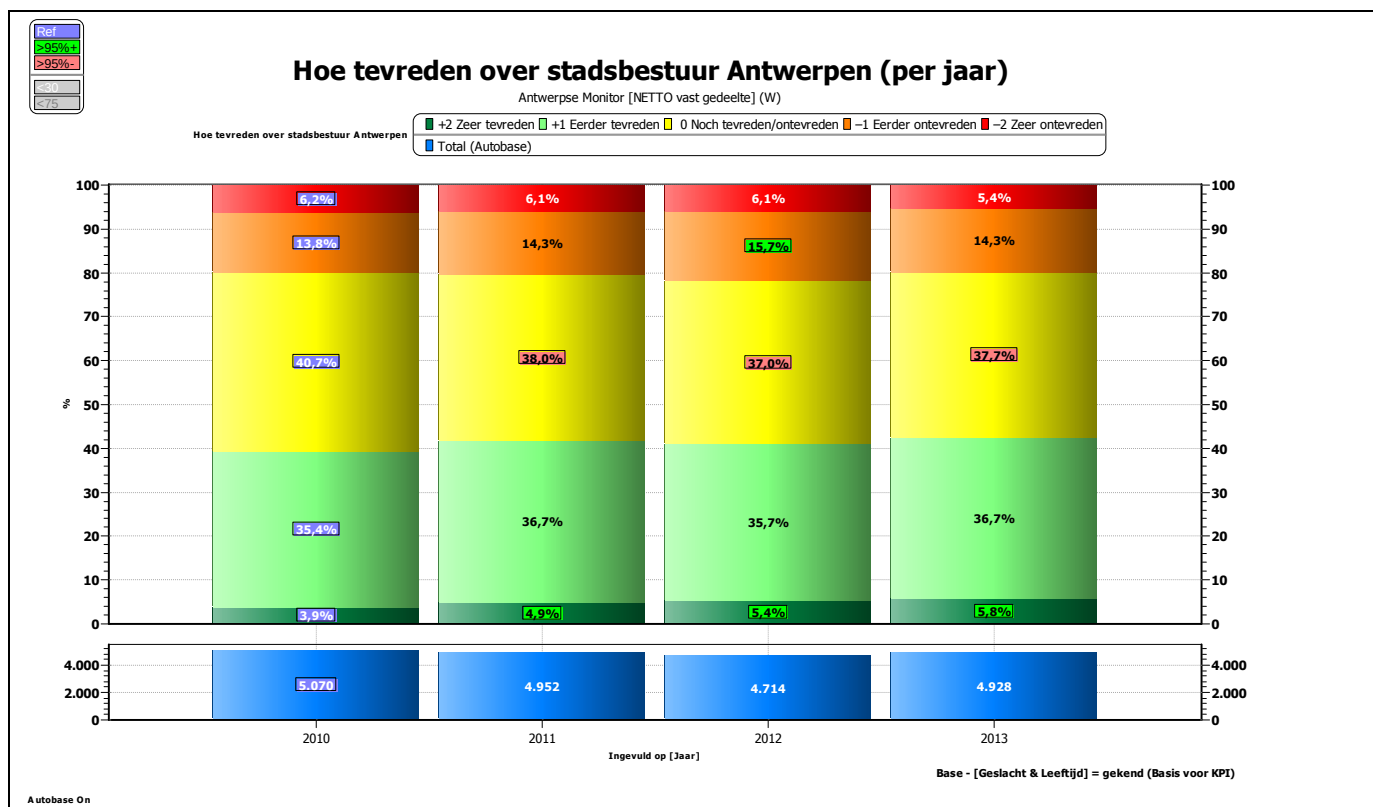


## 7.2 Tevredenheid over het stadsbestuur

Hoe tevreden zijn de Antwerpenaren over het stadsbestuur?

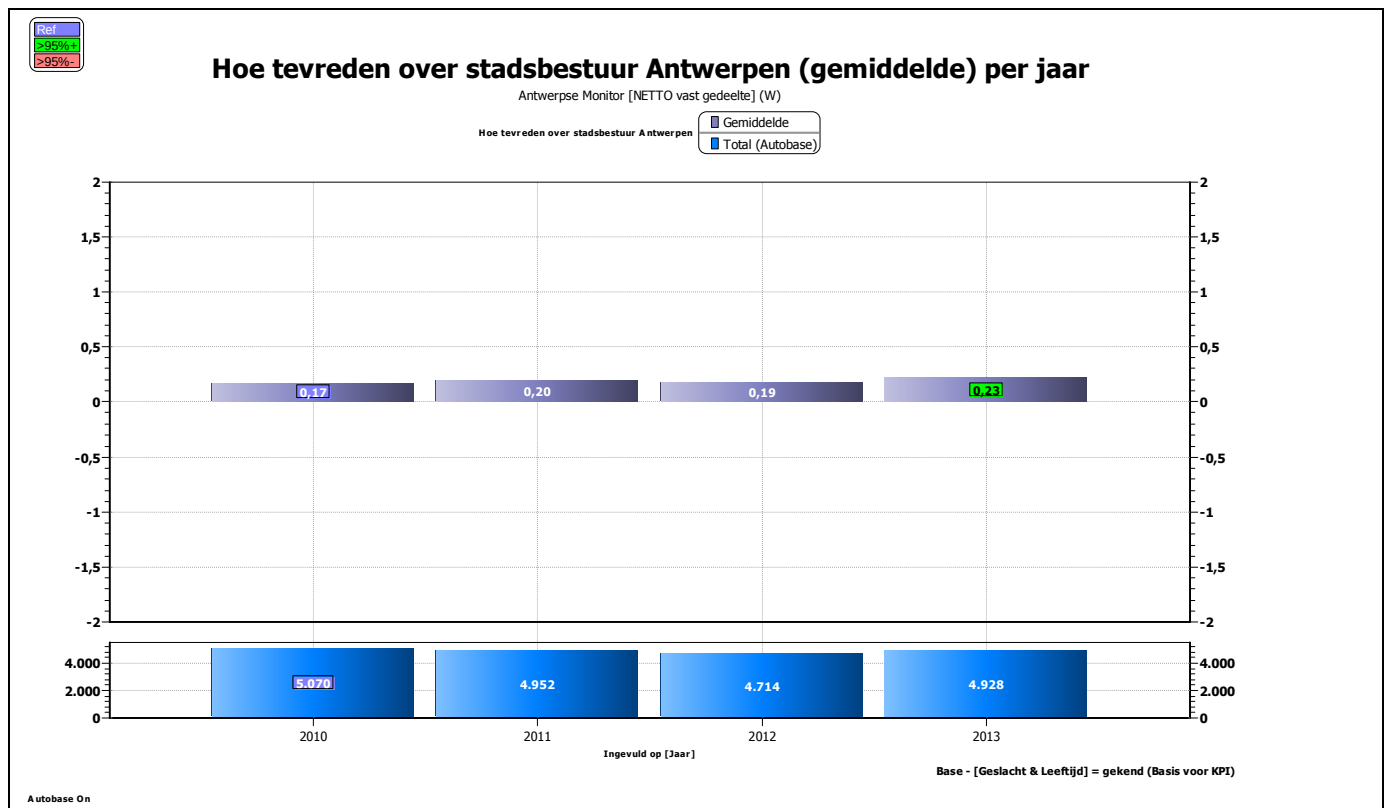
T.o.v. 2010 waren er in 2011, 2012 en 2013 significant meer respondenten zeer tevreden over het stadsbestuur. In 2012 zien we ook significant meer eerder ontevreden.

Grafiek 131 Mate van tevredenheid over het stadsbestuur Antwerpen, 2010-2013



Kijken we naar de gemiddelde tevredenheid over de jaren heen, dan krijgen we het volgende beeld:  
In 2013 ligt de gemiddelde tevredenheid over het stadsbestuur significant hoger dan in 2010.

Grafiek 132: tevredenheid stadsbestuur, gemiddelde per jaar





## 7.3 Imago stad

Deze vraag werd heel 2013 gesteld.

De imago-parameters die het beste bij de stad Antwerpen passen, zijn:

- Shoppingstad
- Cultuurstad
- Modestad
- Culinaire stad
- Studentenstad

Ecologische stad, kindvriendelijke stad en gezinsstad worden het minst met de stad Antwerpen geassocieerd.

Grafiek 133: imago stad Antwerpen

