



**commissie vrije tijd, publiekszaken en pensioenen  
(VPP)**

Openbare dossierstukken van de vergadering van 10 oktober  
2022

---

In deze bundel kan u de voor openbaarmaking vatbare dossierstukken bij de volgende mededelingen vinden:

**e) Uitgebreid bezoekersonderzoek Blaarmeersen (presentatie - met bijlage voor de raadsleden)**

e) Uitgebreid bezoekersonderzoek Blaarmeersen (presentatie - met bijlage voor de raadsleden)

**Openbare bijlage(n)**

- 20221010\_DO\_VPP\_presentatie\_Blaarmeersen - Belevingsonderzoek.pdf

# BLAARMEEERSEN

## Belevingsonderzoek Presentatie

September 2022

GAME CHANGERS



# INHOUD

- 1. ACHTERGROND & DOELSTELLINGEN**
- 2. RESULTATEN**
  - 2.1 Bezoekersprofiel
  - 2.2 Evaluatie van domein in het algemeen
  - 2.3 Evaluatie van de strandzone vandaag
  - 2.4 Onveiligheidsgevoel
  - 2.5 Afbakening & toegangscontrole
  - 2.6 Evaluatie prijs
- 3. CONCLUSIES**

# ACHTERGROND & DOELSTELLINGEN

# 1

# ACHTERGROND & ONDERZOEKSDOELSTELLINGEN



## ACHTERGROND

- De toegangscontrole en omheining van de strandzone wordt op de Blaarmeersen doorgevoerd omwille van eerdere ervaringen en als test.
- Het doel van de toegangscontrole en omheining is om het veiligheidsgevoel van de gebruikers en personeel te verhogen.
- Dit dossier vraagt een voorzichtige aanpak: zowel vanuit de burgers als het beleid wordt er met veel aandacht naar gekeken.



## ONDERZOEKSDOELSTELLINGEN

Het belevingsonderzoek moet in staat zijn om inzicht te scheppen in:

- De houding van bezoekers t.a.v. de beslissing tot afsluiting
- Een idee te geven van de huidige (on)veiligheidsbeleving

# DATACOLLECTIEMETHODE

De datacollectie voor dit onderzoek combineerde twee methodes. Hieronder lichtten we elk van deze methodes toe.

Datacollectie **via QR op affiche** op het terrein

- Dit liet bezoekers toe om spontaan de vragenlijst in te vullen.
- Er werden, verspreid over het domein, affiches voorzien met informatie over het doel van het onderzoek en een QR-Code die de gebruikers toelaat om gemakkelijk toegang te krijgen tot de vragenlijst.



Datacollectie **via enquêtes op de strandzone**

- De sfeerbeheerders namen tijdens de periode van het onderzoek enquêtes af als onderdeel van hun takenpakket.
- Ipsos heeft een briefing en training gegeven aan de verantwoordelijken.



# METHODOLOGIE

## STEEKPROEFOMSCHRIJVING

---



Bezoekers van de strandzone

## STEEKPROEFGROOTTE

---



N = 726

Via QR-code: N = 215

Via sfeerbeheerders: N = 511

## VELDWERKPERIODE

---



01/07/2022 – 31/08/2022

## GEMIDDELDE DUUR

---



8' minuten

# BEPERKINGEN VAN HET ONDERZOEK

Dit onderzoek heeft gezien de opzet enkele beperkingen. Hier dient rekening mee gehouden te worden bij de interpretatie van de cijfers en de acties die gebaseerd zullen worden op dit onderzoek.

- **Representativiteit:** Er bestaan geen officiële referentiecijfers van het bezoekersprofiel van de Blaarmeersen. Daarom kunnen we niet garanderen dat de steekproef in dit onderzoek, ook de effectieve populatie weerspiegelt. Dit maakt de generalisatie van de cijfers moeilijk.
- **Datacollectie**
  - **via QR-codes:** Dit is een open systeem van dataverzameling. Dat wil zeggen dat mensen potentieel meerdere keren de enquête konden invullen.
  - **via sfeerbeheerders:** De enquêtes werden afgenomen door de sfeerbeheerders op aansturing van Farys. Hierdoor heeft Ipsos geen volledige controle over de datacollectie.

## Hoe kan dit onderzoek dan wel gebruikt worden?

De cijfers in dit onderzoek zijn een indicator van de ervaringen van echte bezoekers van de strandzone in de maanden juli en augustus. Het rapport geeft hiermee een indicatie van de beleving van de bezoekers.

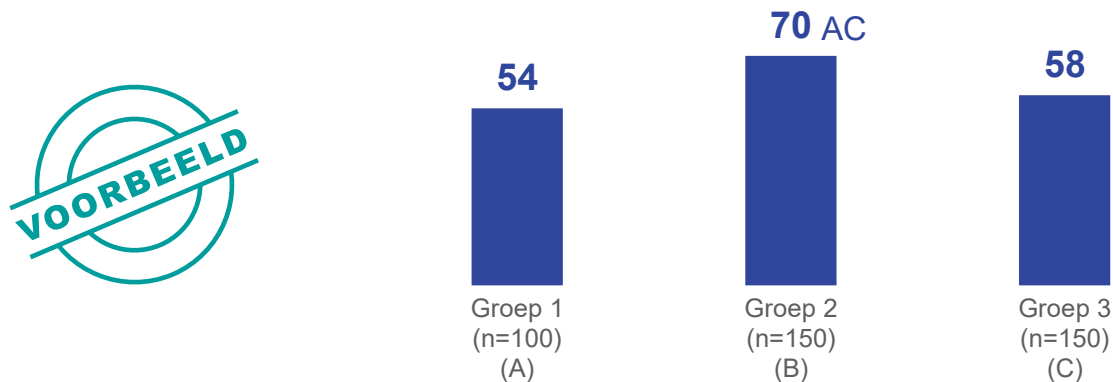
## HOE DE RESULTATEN LEZEN

Alle gerapporteerde resultaten zijn **percentages (%)**, tenzij anders aangeduid.

**Kleine steekproefgroottes**, d.w.z.  $n < 30$ , worden aangeduid met een asterisk (\*).

Significante verschillen zijn steeds getest via een significantietoets op 95% betrouwbaarheidsniveau.

- Significante verschillen tussen groepen worden aangeduid met A, B, C, ...
  - Verschillen worden altijd aangeduid bij het **hoogste resultaat** in de vergelijking.
  - Bijvoorbeeld: de aanduiding AC bij groep 2 duidt op een significant verschil tussen 70% (B) en 54% (A), en tussen 70% (B) en 58% (C).



# RESULTATEN

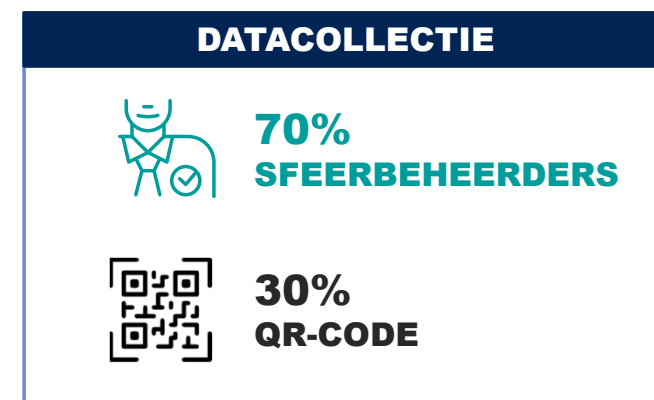
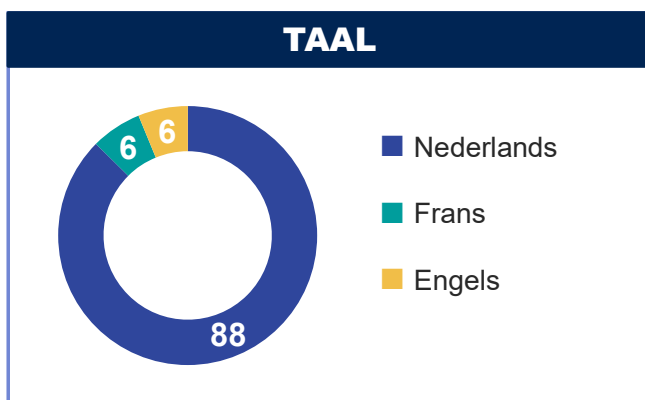
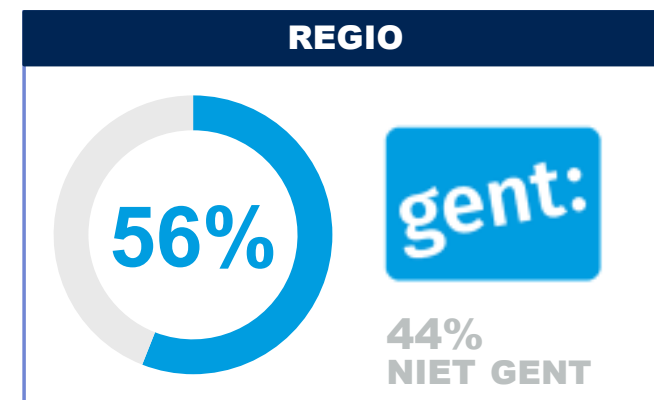
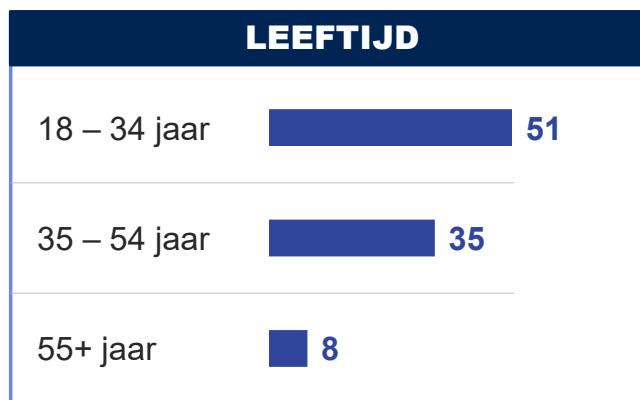
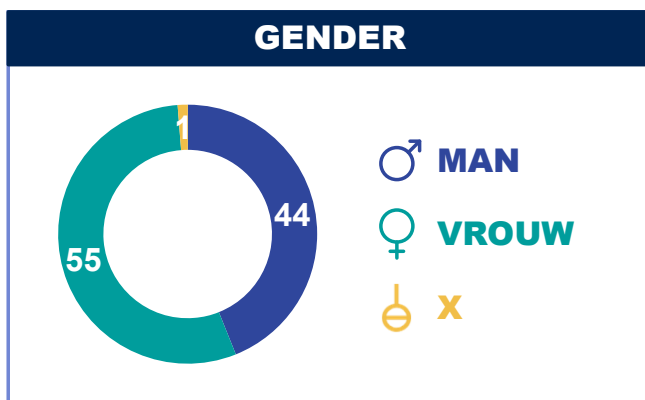
# 2

# BEZOEKERS PROFIEL

# 2.1

## 2. Resultaten

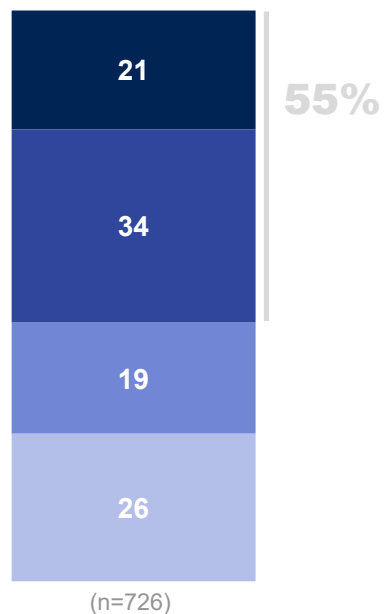
# PROFIEL DEELNEMERS



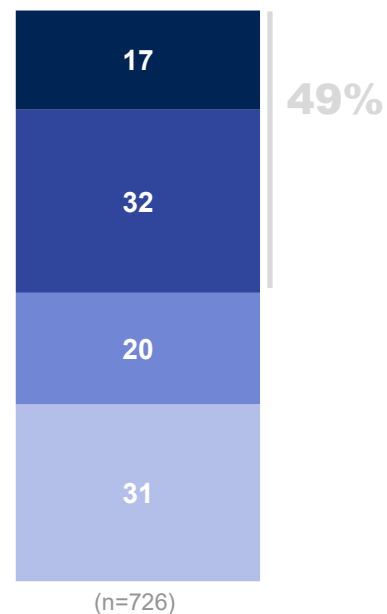
## BEZOEK FREQUENTIE

De steekproef bestaat ruwweg uit 1 op 2 regelmatige bezoekers (min. 1 keer om de 2 maand) en een derde uit bezoekers die voor het eerst kwamen.

### VOLLEDIG DOMEIN



### STRANDZONE

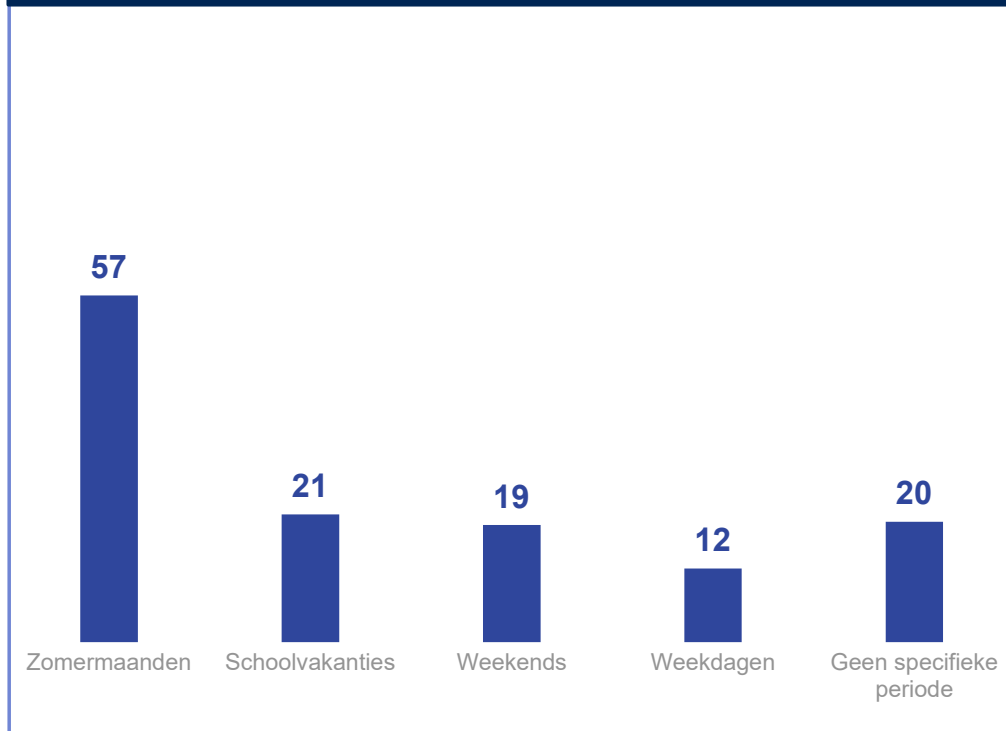


- Vaak (wekelijks of vaker)
- Regelmatig (min. om 2 maand)
- Minder vaak
- Eerste bezoek (dit jaar)

## BEZOEK BLAARMEERSEN

Bezoekers komen vooral in de zomermaanden en omwille van de te verwachte activiteiten.

### WANNEER

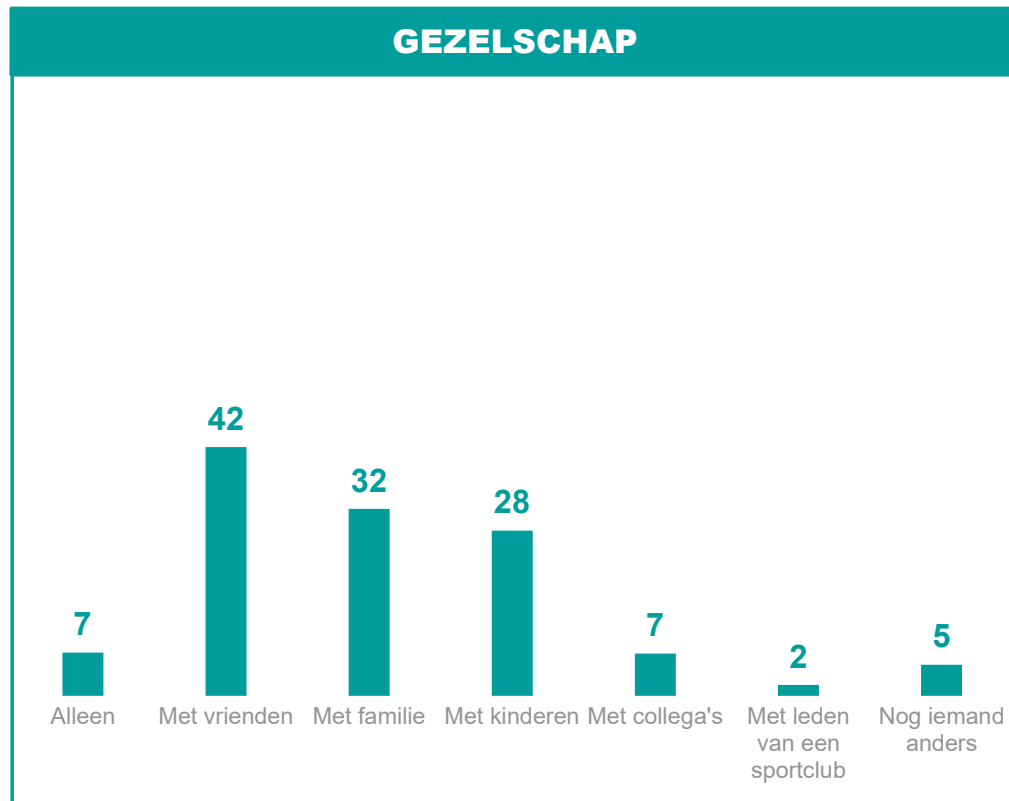


### WAAROM



## BEZOEK STRANDZONE

De overgrote meerderheid bezoekt de strandzone in gezelschap.



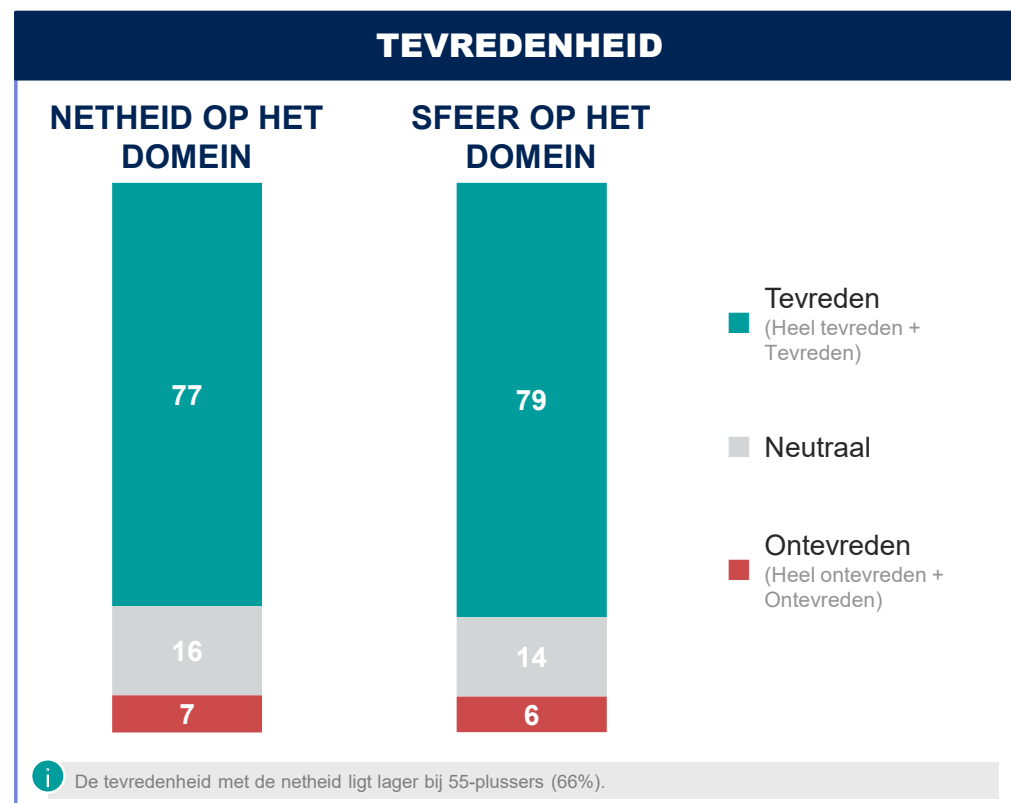
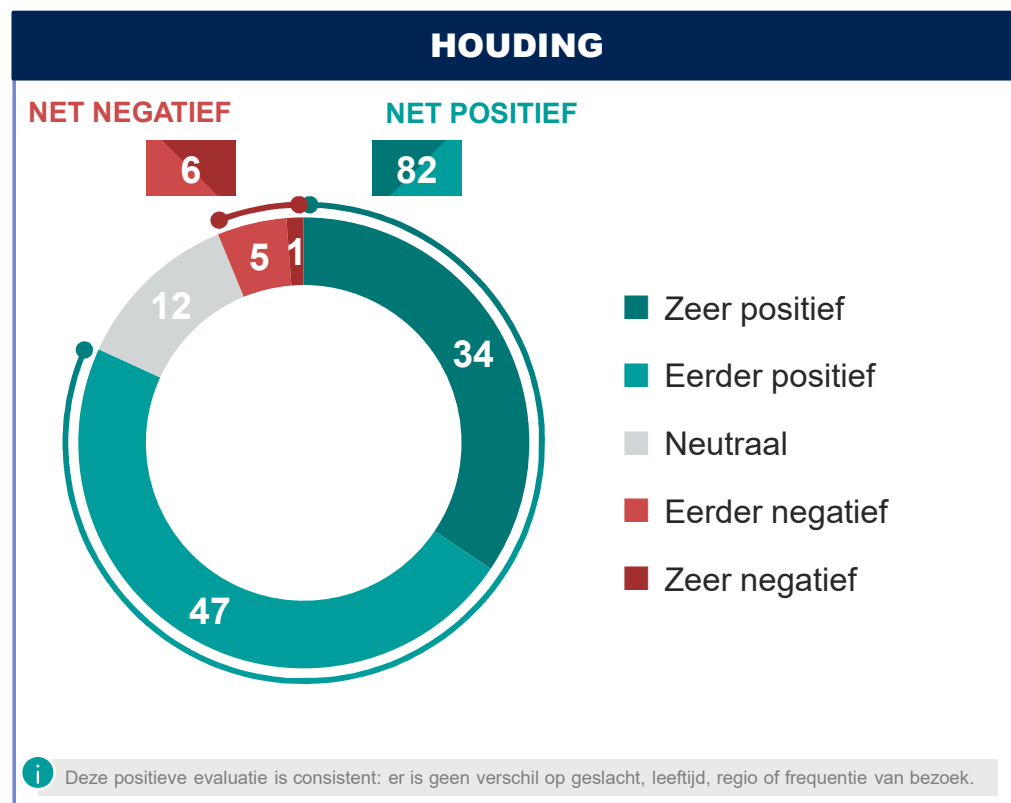
# EVALUATIE VAN DOMEIN IN HET ALGEMEEN

# 2.2

## 2. Resultaten

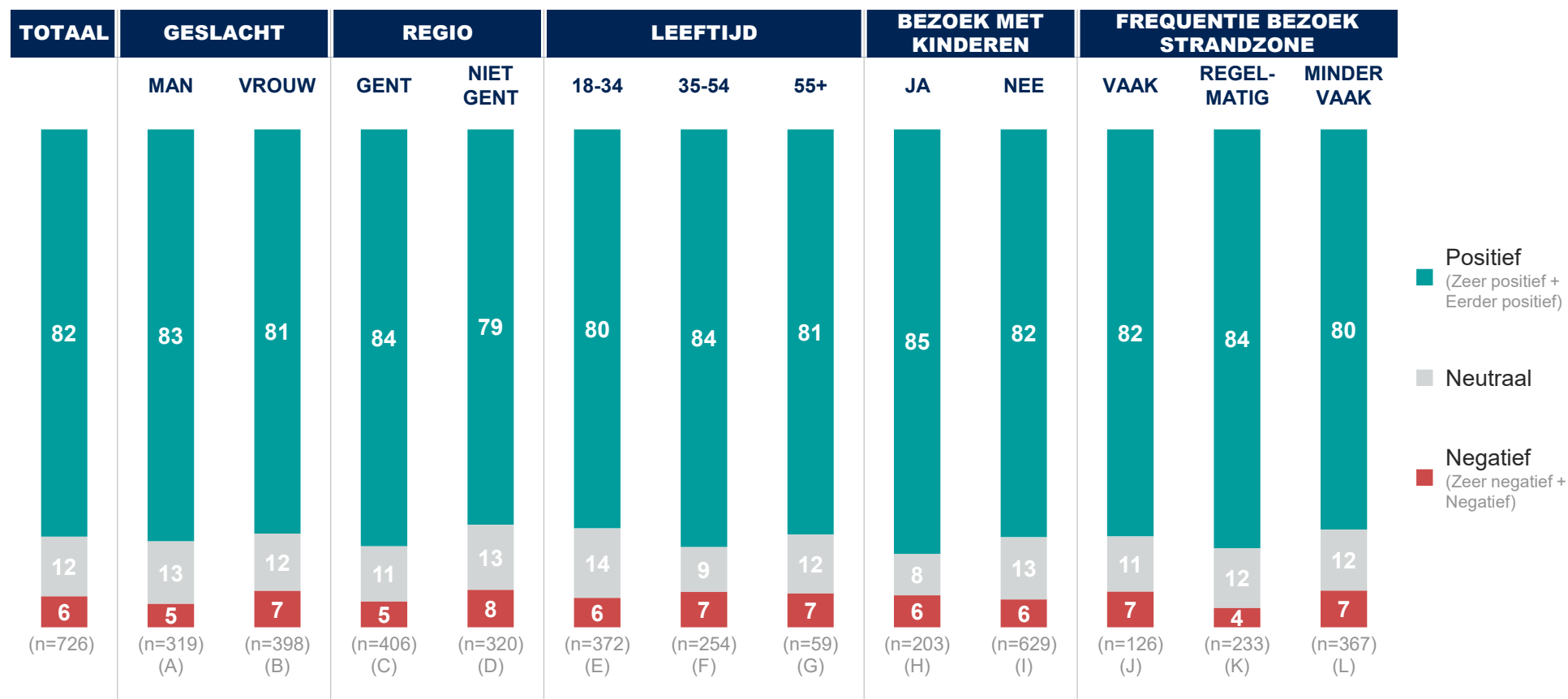
## EVALUATIE DOMEIN IN HET ALGEMEEN

De overgrote meerderheid heeft een positieve houding t.a.v. het domein. Ook op het vlak van netheid en sfeer geeft 8 op 10 aan tevreden te zijn.



## EVALUATIE DOMEIN IN HET ALGEMEEN

De positieve evaluatie is consistent: er is geen verschil op geslacht, leeftijd, regio of frequentie van bezoek.



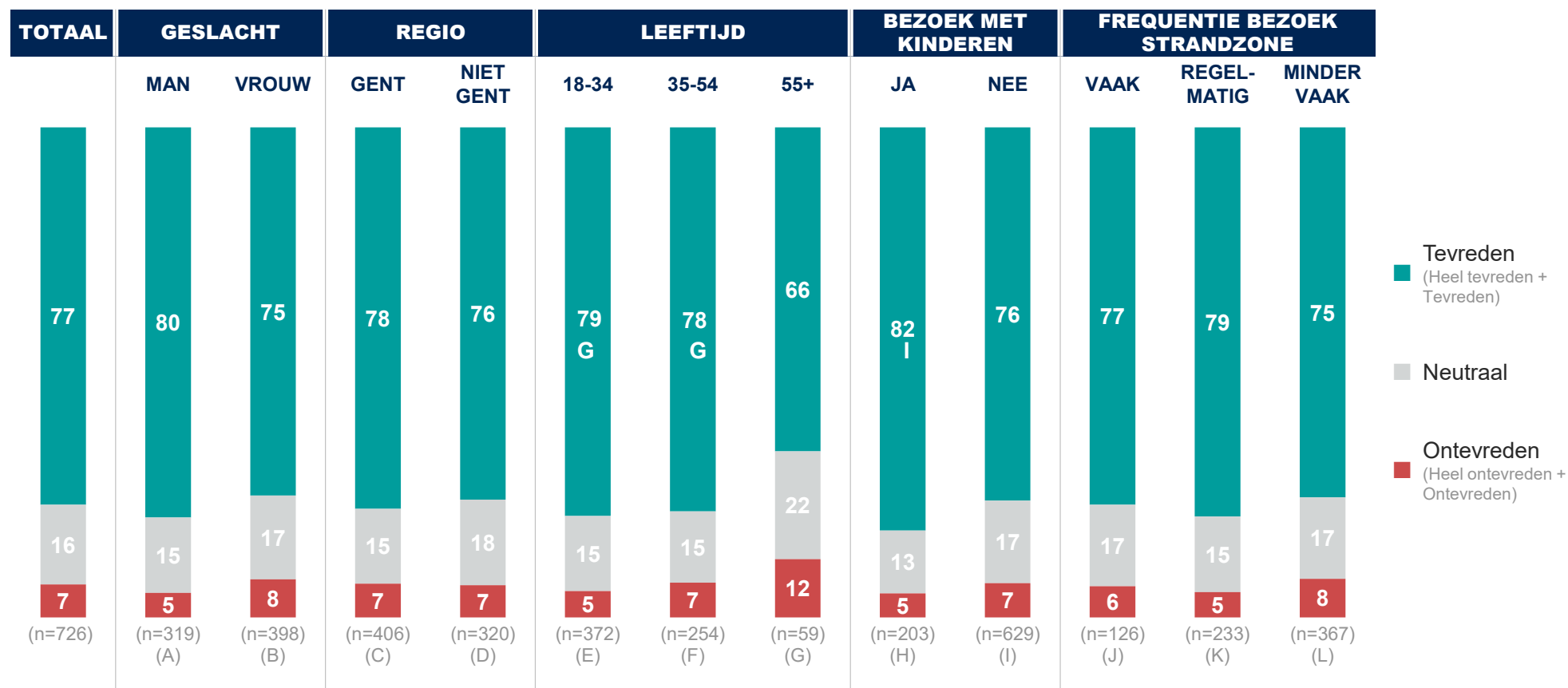
**Positief**  
(Zeer positief + Eerder positief)

**Neutraal**

**Negatief**  
(Zeer negatief + Negatief)

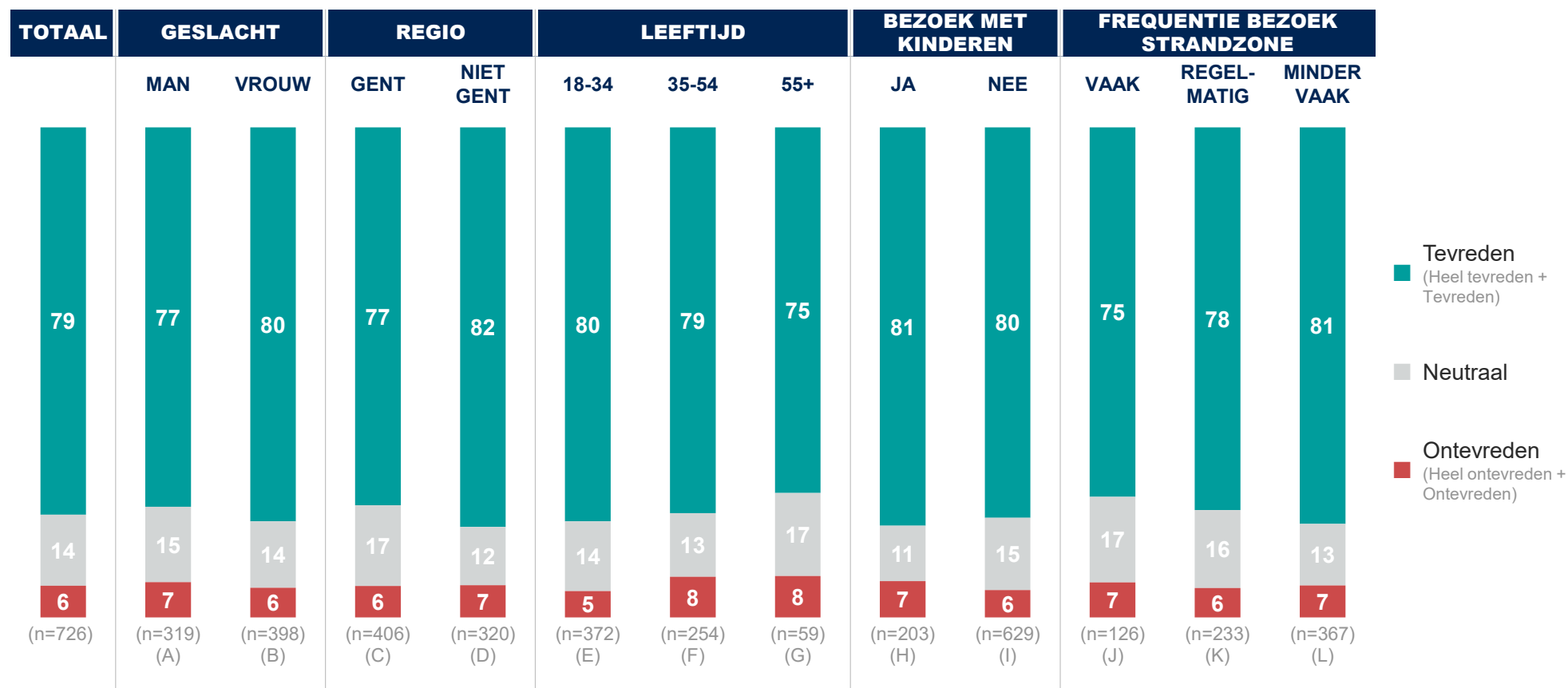
## TEVREDENHEID DOMEIN IN HET ALGEMEEN – NETHEID OP HET DOMEIN

De tevredenheid met de netheid ligt lager bij 55-plussers (66% vs. 77% in het algemeen).



## TEVREDENHEID DOMEIN IN HET ALGEMEEN – SFEER OP HET DOMEIN

Geen significante verschillen tussen de doelgroepen.



■ **Tevreden**  
 (Heel tevreden + Tevreden)  
■ **Neutraal**  
■ **Ontevreden**  
 (Heel ontevreden + Ontevreden)

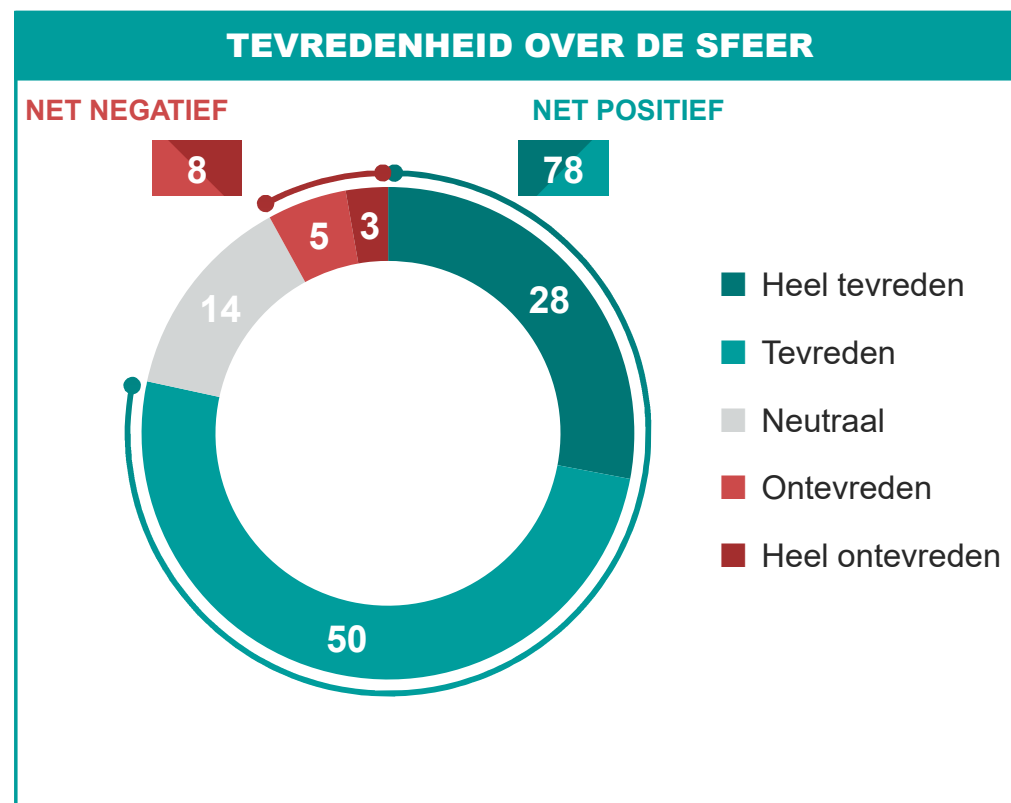
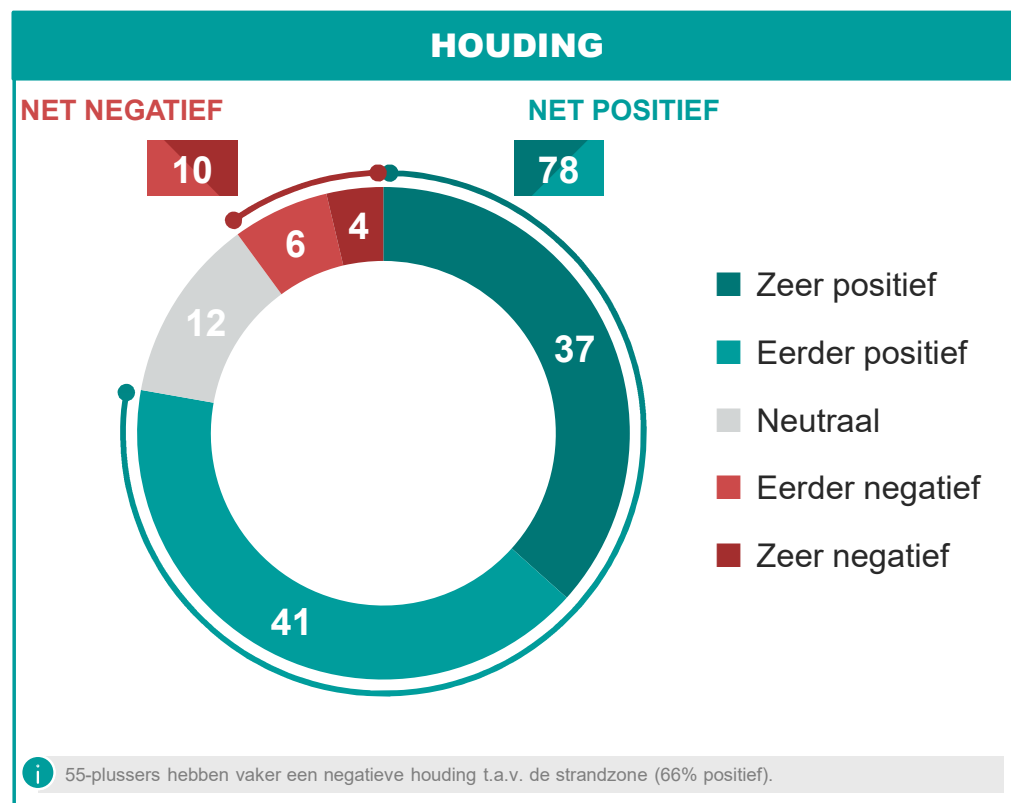
# EVALUATIE VAN DE STRANDZONE VANDAAG

# 2.3

## 2. Resultaten

## EVALUATIE STRANDZONE VANDAAG

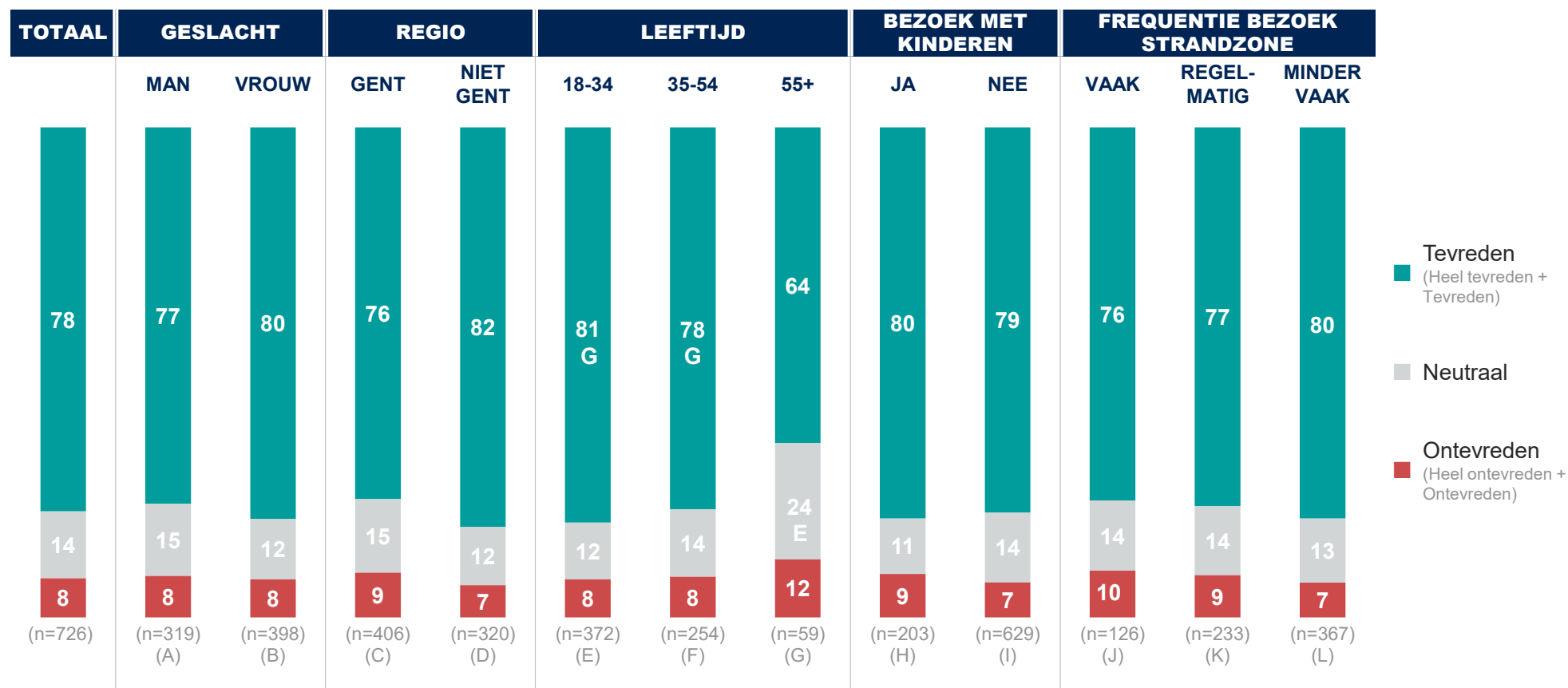
Net als bij het domein in het algemeen, is de overgrote meerderheid (8 op 10) positief over zijn/haar ervaringen in de strandzone. Toch geeft 1 op 10 bezoekers aan een eerder of zeer negatieve ervaring te hebben gehad.





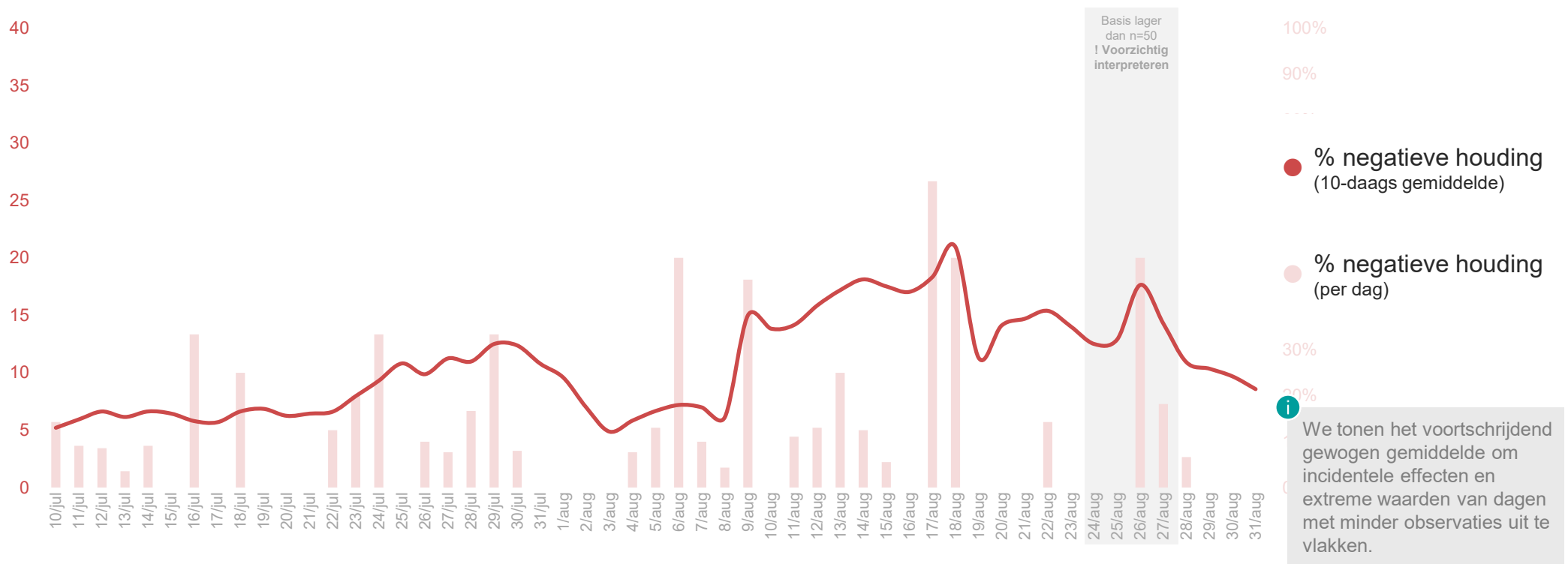
## SFEER STRANDZONE VANDAAG

Opnieuw wijken de 55-plussers (licht) af van de andere doelgroepen: zij zijn minder tevreden over de sfeer.



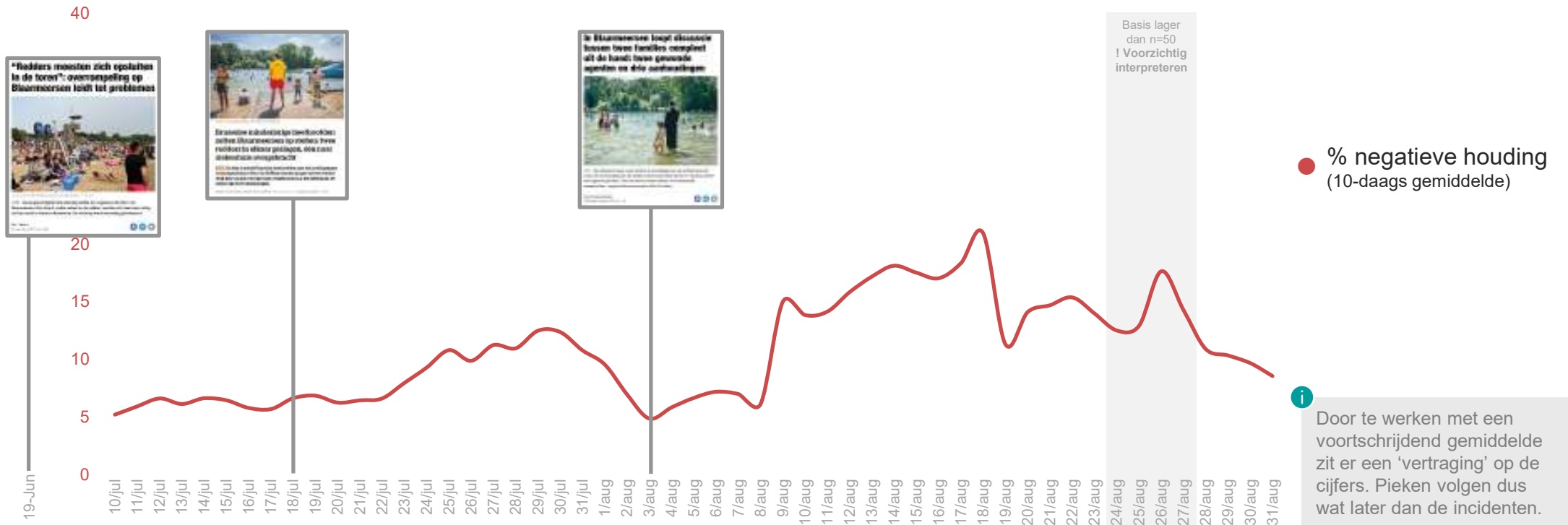
## HOUDING STRANDZONE - EVOLUTIE

### Houding t.a.v. de strandzone fluctueert.



# HOUDING STRANDZONE - EVOLUTIE

## Incidenten lijken een negatievere houding tot gevolg te hebben

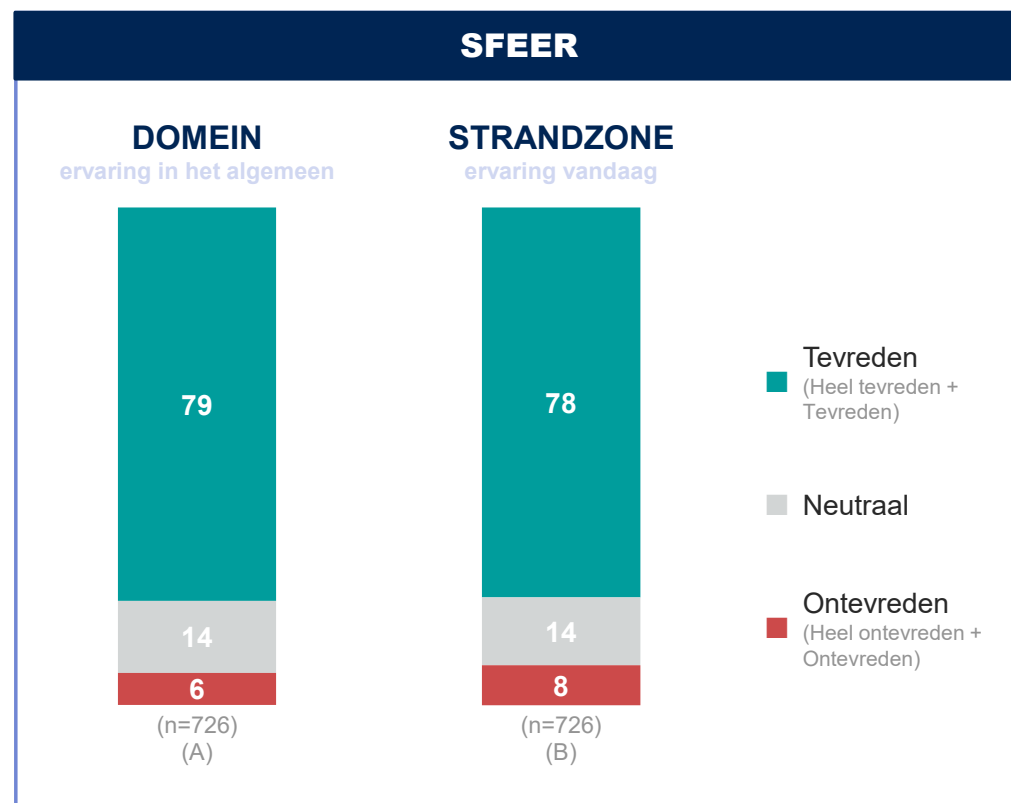
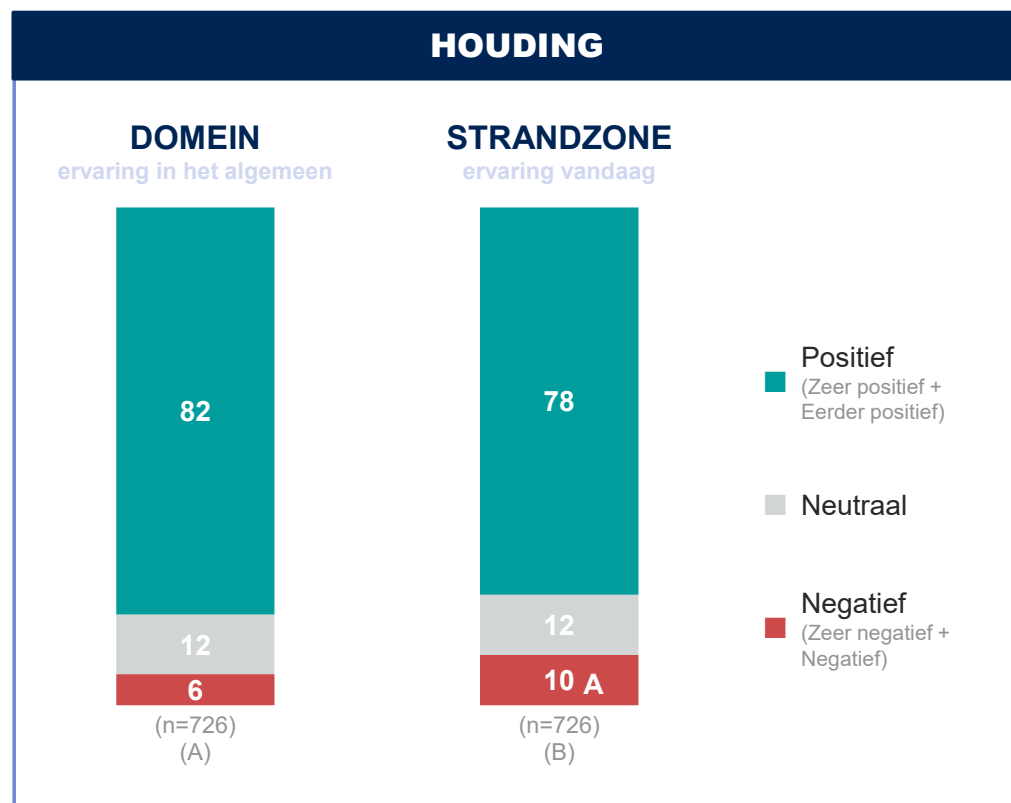


An aerial photograph of a sports complex. In the foreground, there are several green soccer fields with white markings. To the right, there is a baseball field with a red running track around it. The complex is surrounded by trees and a parking lot is visible on the right side. A blue diagonal overlay covers the left side of the image, containing the title text.

# Vergelijking tussen de algemene en specifieke ervaring

## DOMEIN VS. STRANDZONE

In de strandzone is de groep bezoekers met een negatieve ervaring groter (10% vs. 6% op het domein in het algemeen).



# ONVEILIGHEIDS GEVOEL

# 2.4

## 2. Resultaten

## ONVEILIGHEIDSGEVOEL

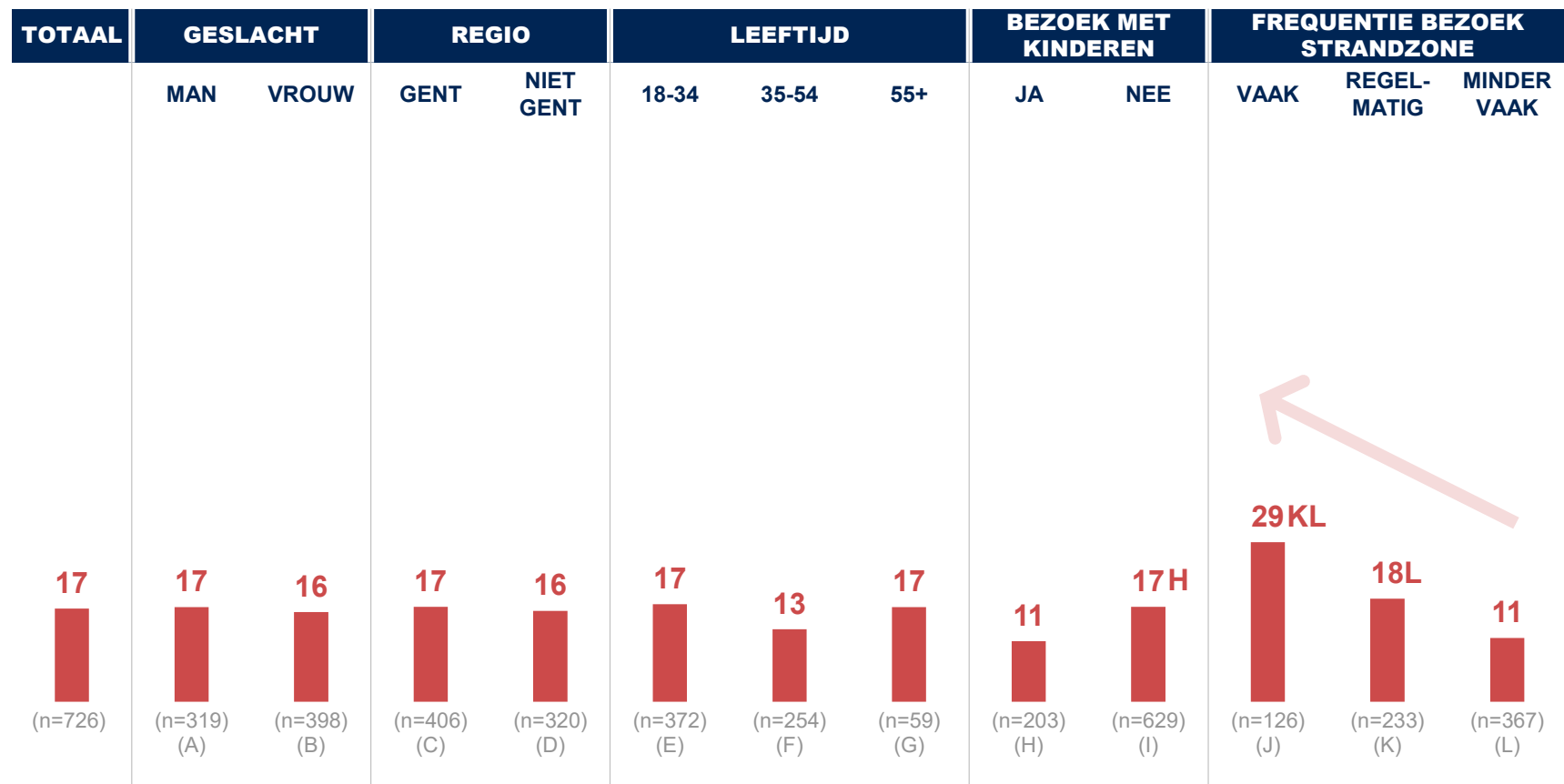
17%

Heeft zich al eens  
onveilig gevoeld in de  
omheinde strandzone  
met toegangscontrole

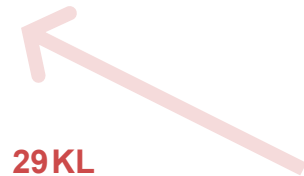
- Hierbij merken we **vrijwel geen verschillen** op **tussen doelgroepen** (zoals leeftijd, geslacht, regio, ...).
- We stellen wel vast het aandeel dat zich onveilig voelt **stijgt naarmate de bezoekfrequentie toeneemt**. Bij zeer frequente bezoekers is het 29%.
- Deze groep van 17% ervaart **vooral overlast van lastiggevallen (zien) worden en vechtpartijen**.

## SFEER STRANDZONE

Het onveiligheidsgevoel stijgt met de frequentie van bezoek. Wat gezien de incidentrijke zomer te verwachten was: hoe meer men komt hoe groter de kans dat men een van de incidenten meemaakte.

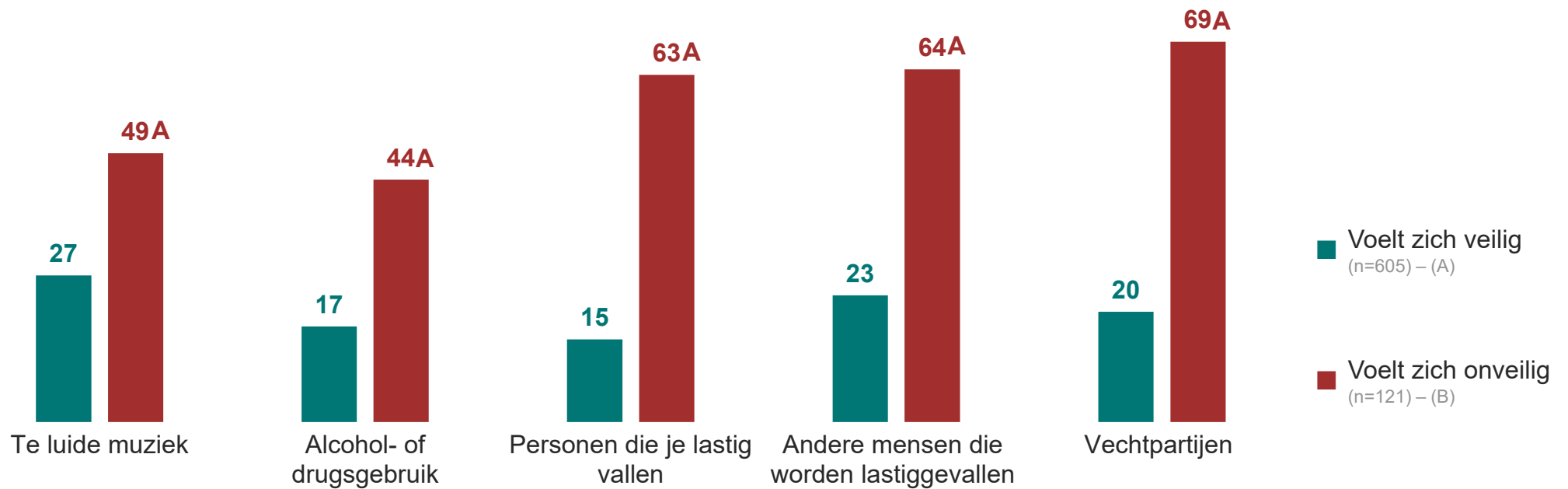


■ % dat zich al eens onveilig heeft gevoeld in de omheinde strandzone met toegangscontrole



## OVERLAST – GESPLITST OP ONVEILIGHEIDSGEVOEL

Bezoekers die zich onveilig voelden hadden vooral overlast van vechtpartijen en lastig gevallen worden (van zichzelf of anderen).



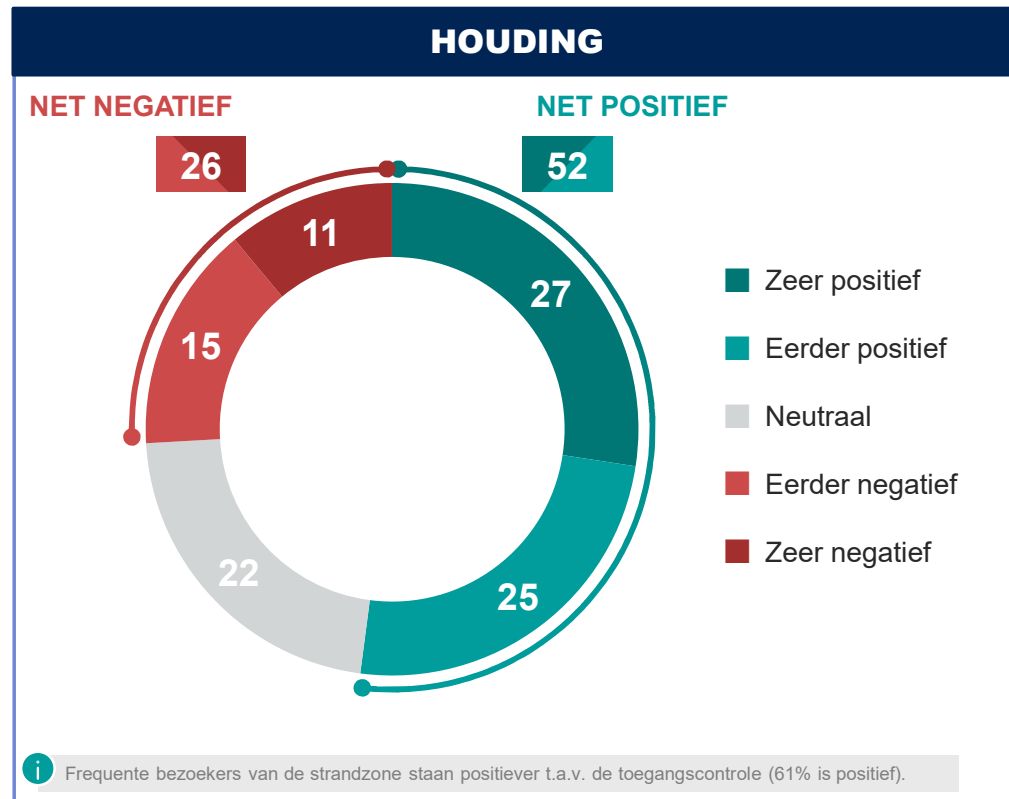
# AFBAKENING & TOEGANGSCONTROLE

# 2.5

## 2. Resultaten

## AFBAKENING & TOEGANGSCONTROLE

Geen consensus: De helft van de bezoekers staat positief t.a.v. de toegangscontrole & afbakening. Een kwart neemt een negatieve houding aan.



De bezoekers geven een genuanceerde evaluatie:

### IN HET VOORDEEL SPEELT DAT ...

het rustiger (59%) is geworden.

het netter (51%) is geworden.

48% zich veiliger voelt.

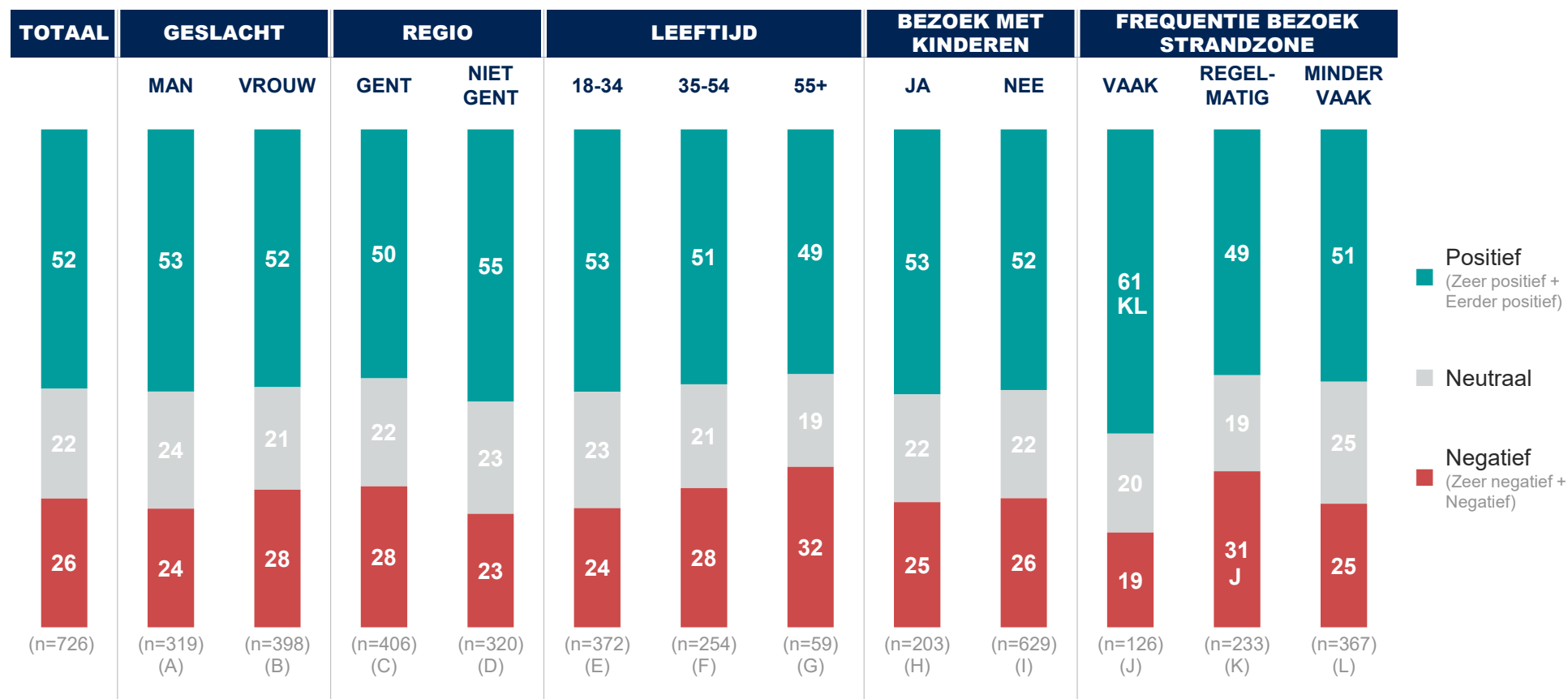
### IN HET NADEEL SPEELT DAT ...

64% vindt dat door de omheining niet iedereen gebruik kan maken van de strandzone.

47% voelt zich in zijn/haar vrijheid beperkt.

## HOUDING AFBAKENING & TOEGANGSCONTROLE

Frequente bezoekers van de strandzone zijn vaker positief t.a.v. de toegangscontrole (in vergelijking met minder frequente bezoekers).



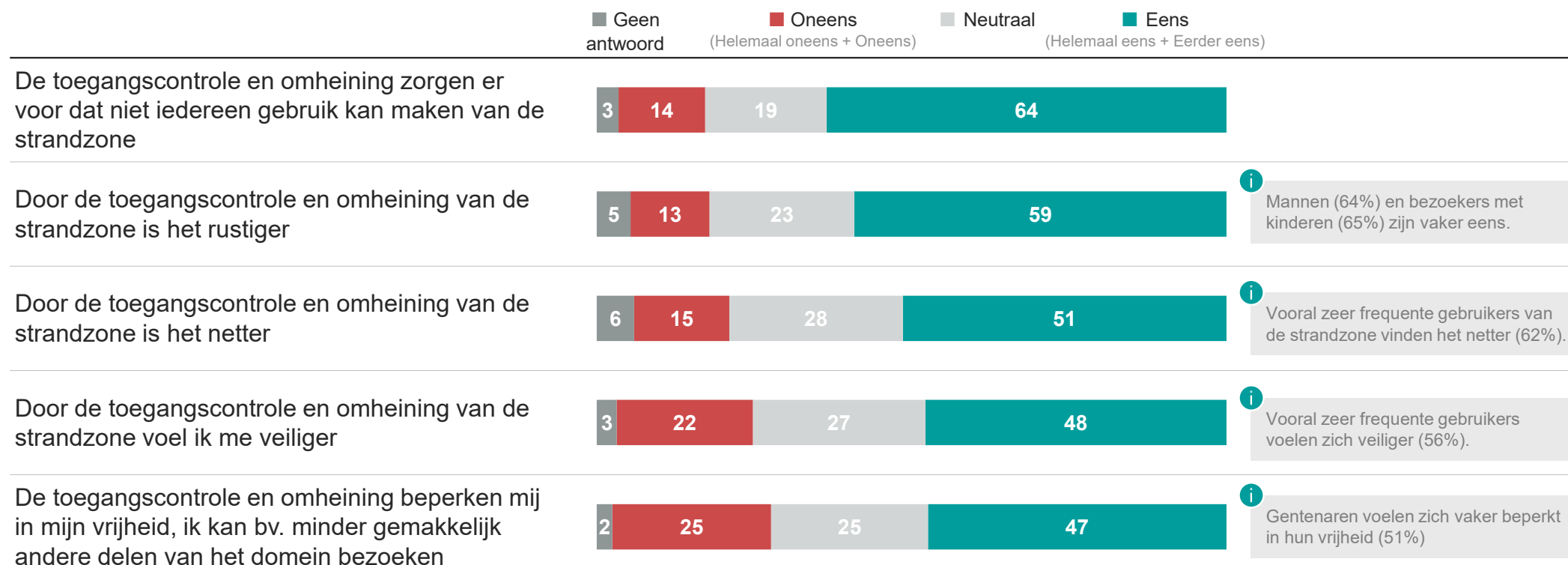
**Positief**  
(Zeer positief + Eerder positief)

**Neutraal**

**Negatief**  
(Zeer negatief + Negatief)

## STELLINGEN

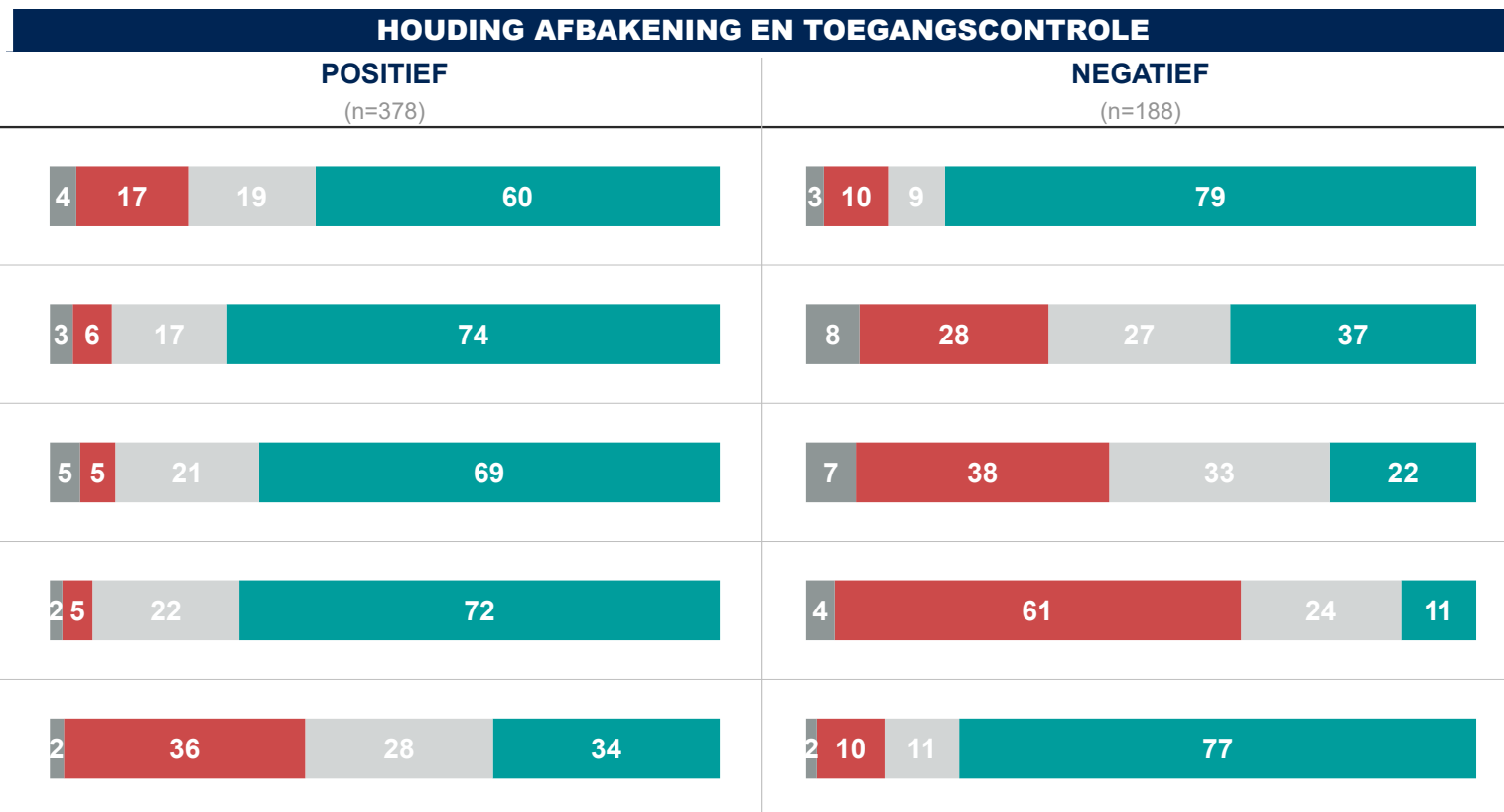
De afbakening beperkt het vrij gebruik (64%), maar zorgt ook voor velen voor een rustigere (59%), nettere (51%) en veiligere (48%) strandzone.



## STELLINGEN

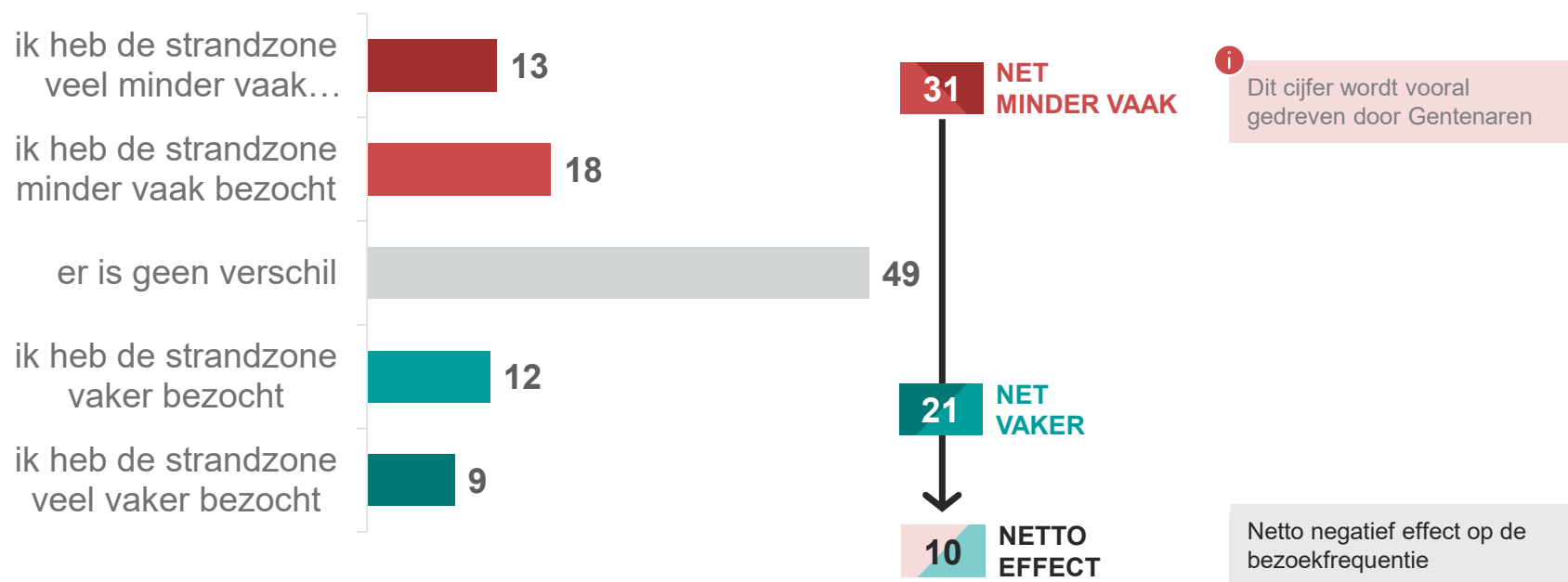
Ook bezoekers die positief staan t.a.v. de afbakeningen geven aan dat dit limiterend kan werken. Aan de andere kant geeft ook 4 op 10 bezoekers met een negatieve houding dat het rustiger is.

- Geen antwoord
- Oneens (bottom 2)
- Neutral
- Eens (top 2)



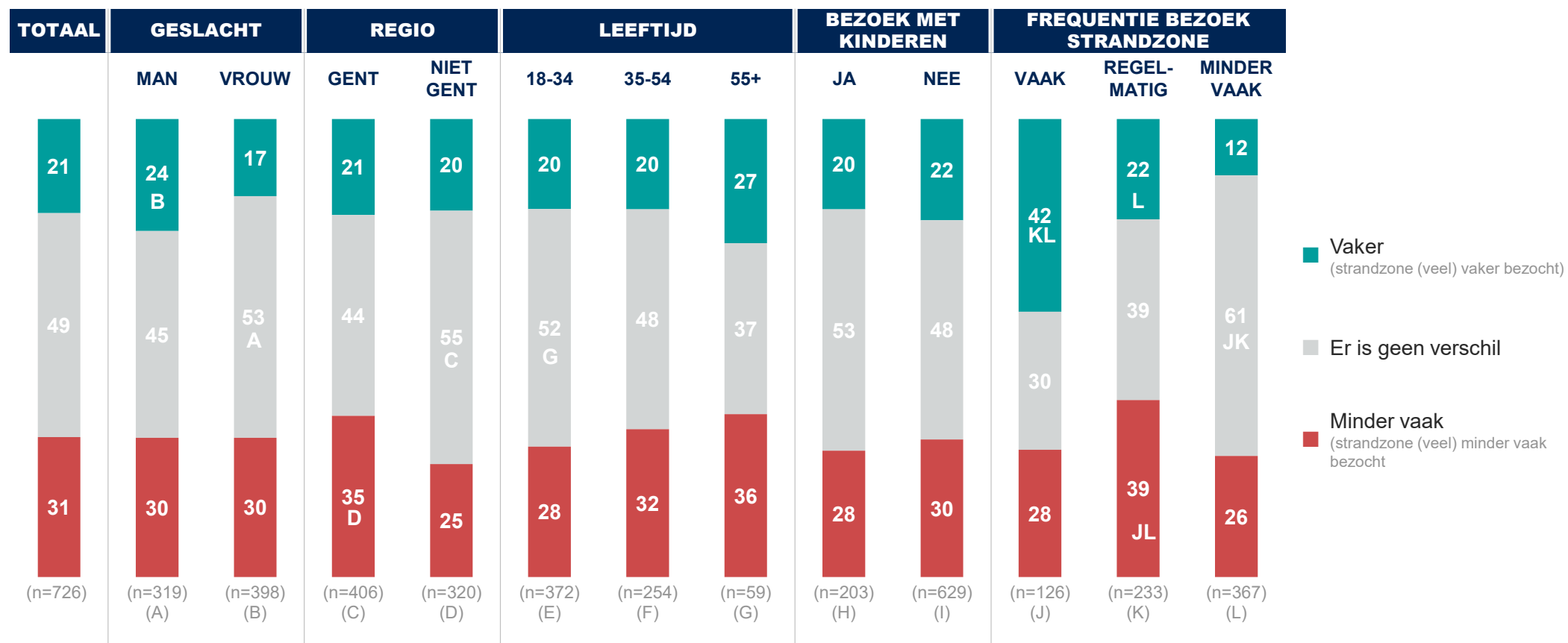
## IMPACT AFBAKENING & TOEGANGSCONTROLE OP BEZOEK

De afbakening had een netto negatief effect op de bezoek frequentie. Maar voor 1 op 2 maakt het geen verschil.



## IMPACT AFBAKENING & TOEGANGSCONTROLE OP BEZOEK

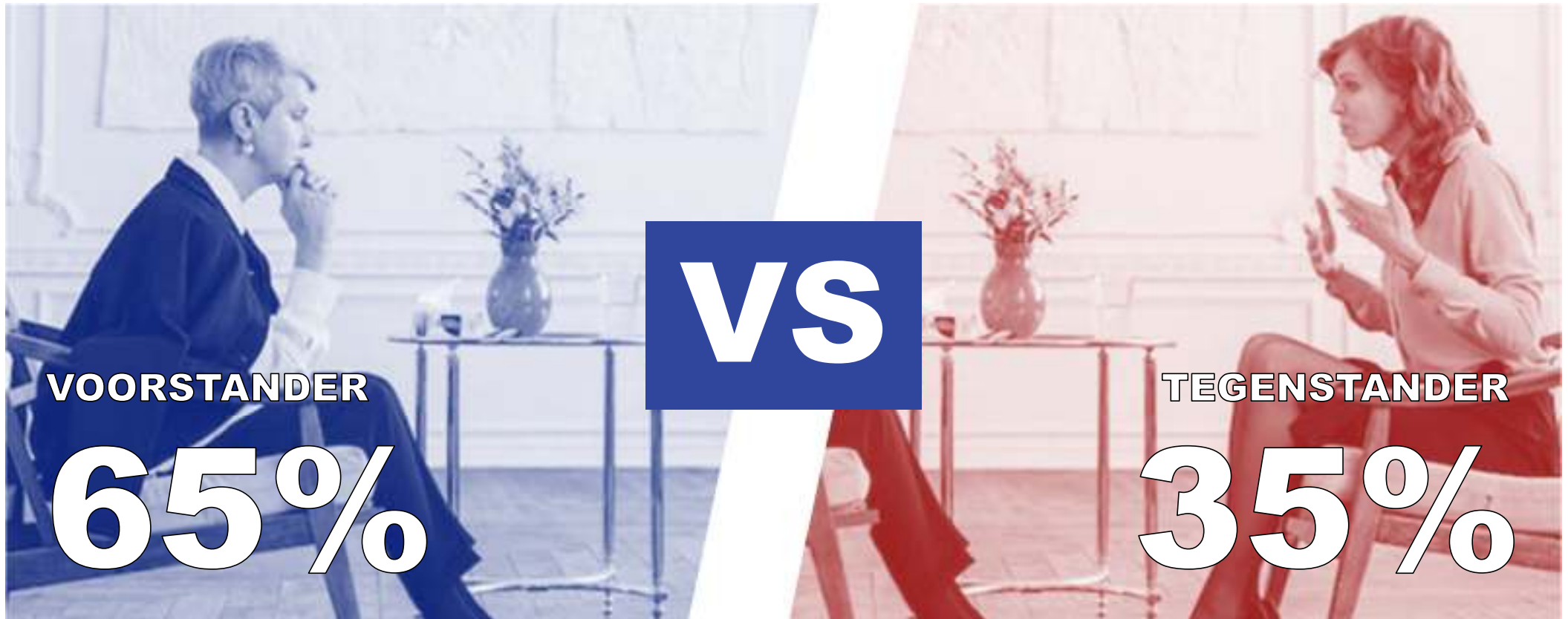
Bezoekers die zeer frequent de strandzone bezoeken geven aan vaker te komen door de toegangscontrole. Gentenaren daarentegen geven aan minder vaak bezocht te hebben.



- Vaker  
(strandzone (veel) vaker bezocht)
- Er is geen verschil
- Minder vaak  
(strandzone (veel) minder vaak bezocht)

## VOORSTANDER OF TEGENSTANDER?

Als bezoekers 'gedwongen' werden om te kiezen, nam het aandeel voorstanders toe.



# VOORSTANDER OF TEGENSTANDER?

## Quotes



“ Ik stoorde me regelmatig aan luide muziek, mensen die met hun balspel te dichtbij kwamen,... nu is het rustiger en is er een aparte plaats voor balsport enzo. Veel beter, zeker met kleine kinderen.

“ Veel veiliger voor de kinderen en aangenamer voor de ouders

“ Door de omheining en toegangscontrole is de kans minder groot dat er reischoppers of ruziezoekers binnen kunnen komen binnen dit stuk van de blaarmeersen en is het op deze manier rustiger op het domein.

“ Het voelt beter georganiseerd, alles wordt goed in het oog gehouden

“ Door de omheining kan er betere controle uitgevoerd worden, waardoor de veiligheid en de gezellige sfeer meer gewaarborgd kunnen worden.

# VOORSTANDER OF TEGENSTANDER?

## Quotes

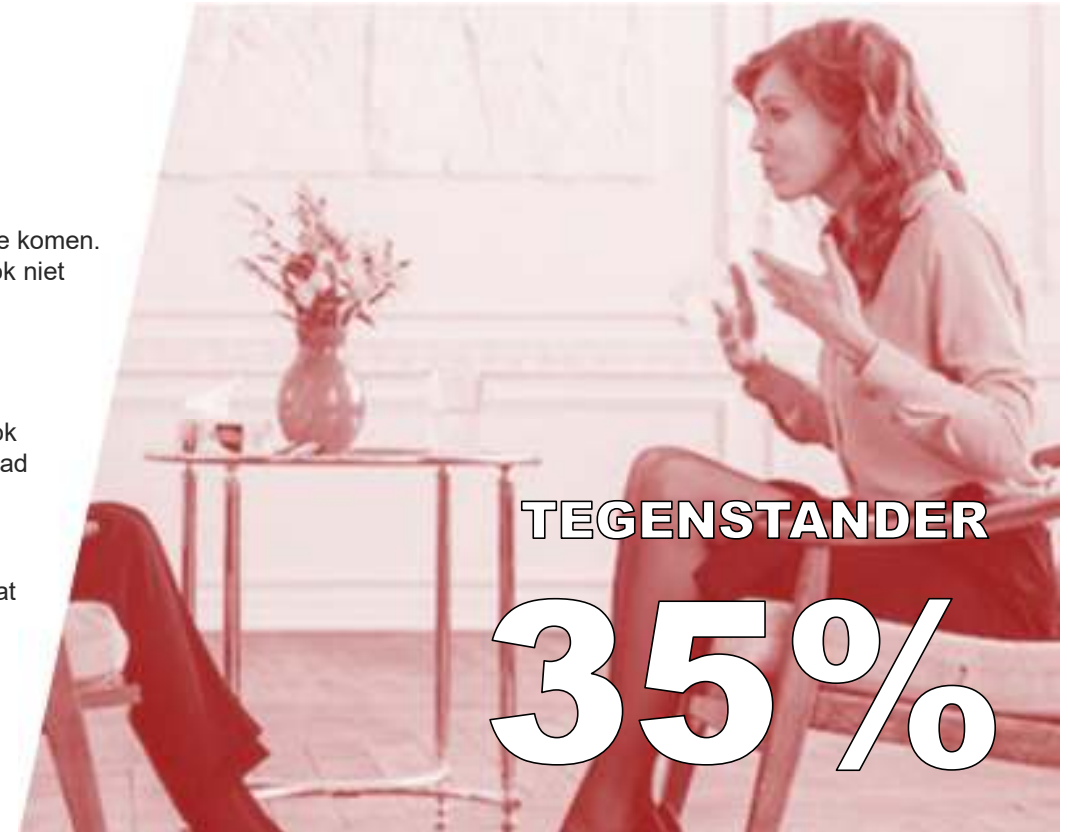
“ Jammer dat dit zo moet gebeuren, kom naar hier om plezier te maken. Jammer dat Gentenaars de dupe zijn van Brusselse amokmakers

“ Het verhoogt de drempel voor mensen om te komen. Qua privacy is je identiteitskaart scannen ook niet ideaal.

“ Natuur in de stad, open zwemwater zou vrij toegankelijk moeten zijn. Ook voor zij die niet over de juiste documentatie beschikken, net buiten de stad wonen etc...

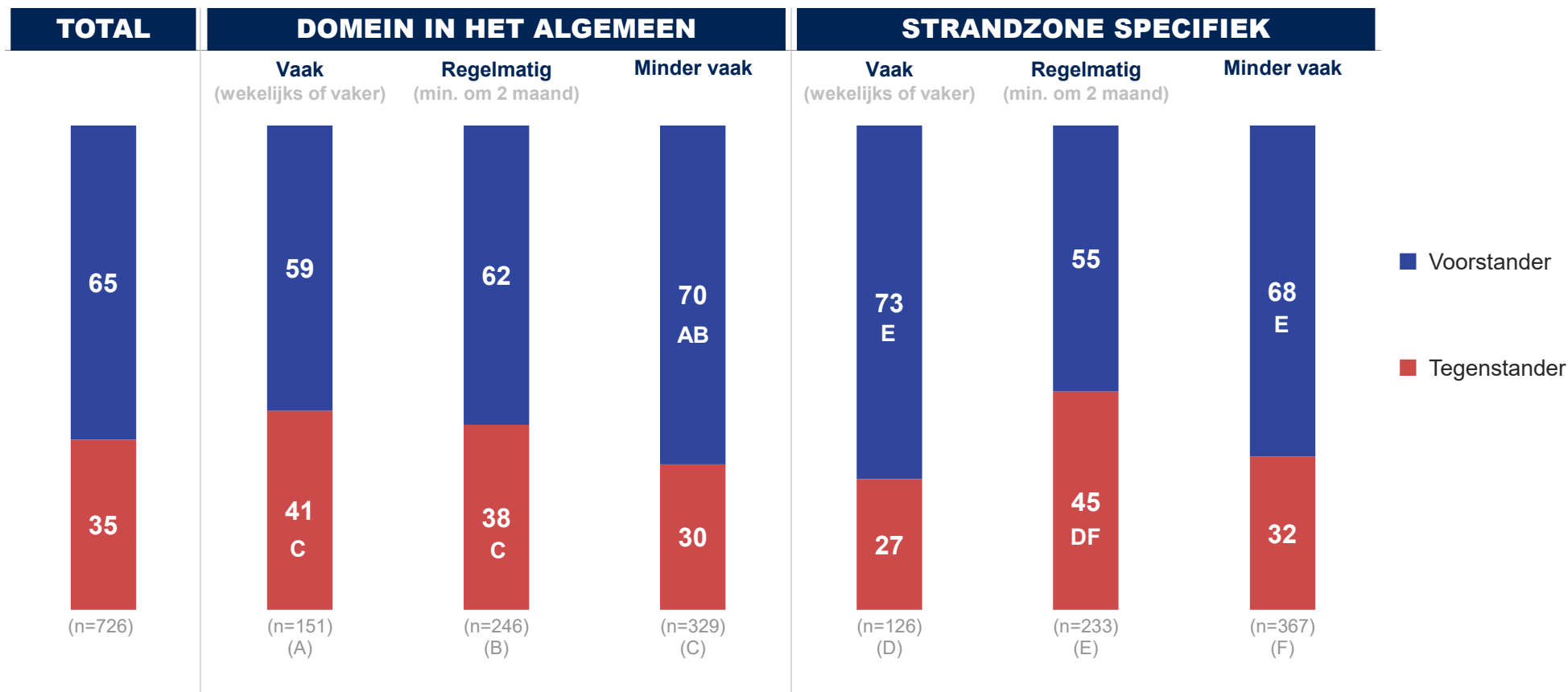
“ Zorgt voor een gevoel van structurele controle, dat wringt.

“ Dit is niet de weg die we als maatschappij moeten inslaan. Let wel: ik ben geen extreme tegenstander. Bij het eventueel weghalen dienen er andere regels te gelden om overlast te vermijden. Maar dit hek gaat wat ten koste van het vrije, toelaatbare karakter van een natuurgebied.



## VOORSTANDER OF TEGENSTANDER?

De proportie tegenstanders is groter bij diegene die zeer frequent het domein in het algemeen bezoeken. Terwijl de proportie voorstanders groter is bij diegenen die zeer frequent de strandzone bezoeken.



# EVALUATIE PRIJS

# 2.6

## 2. Resultaten

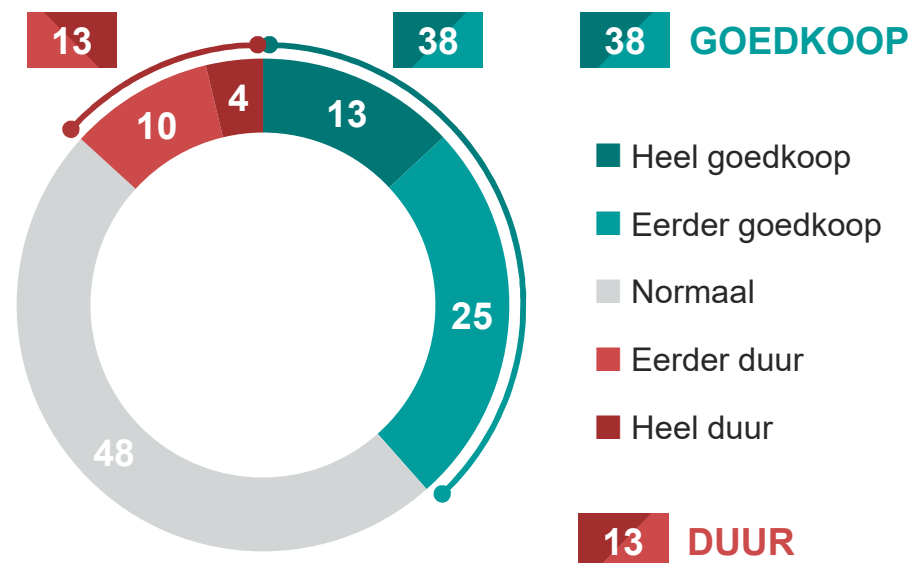
## EVALUATIE PRIJS

Bijna 9 op 10 bezoekers vinden de toegangsprijs normaal of zelfs goedkoop.

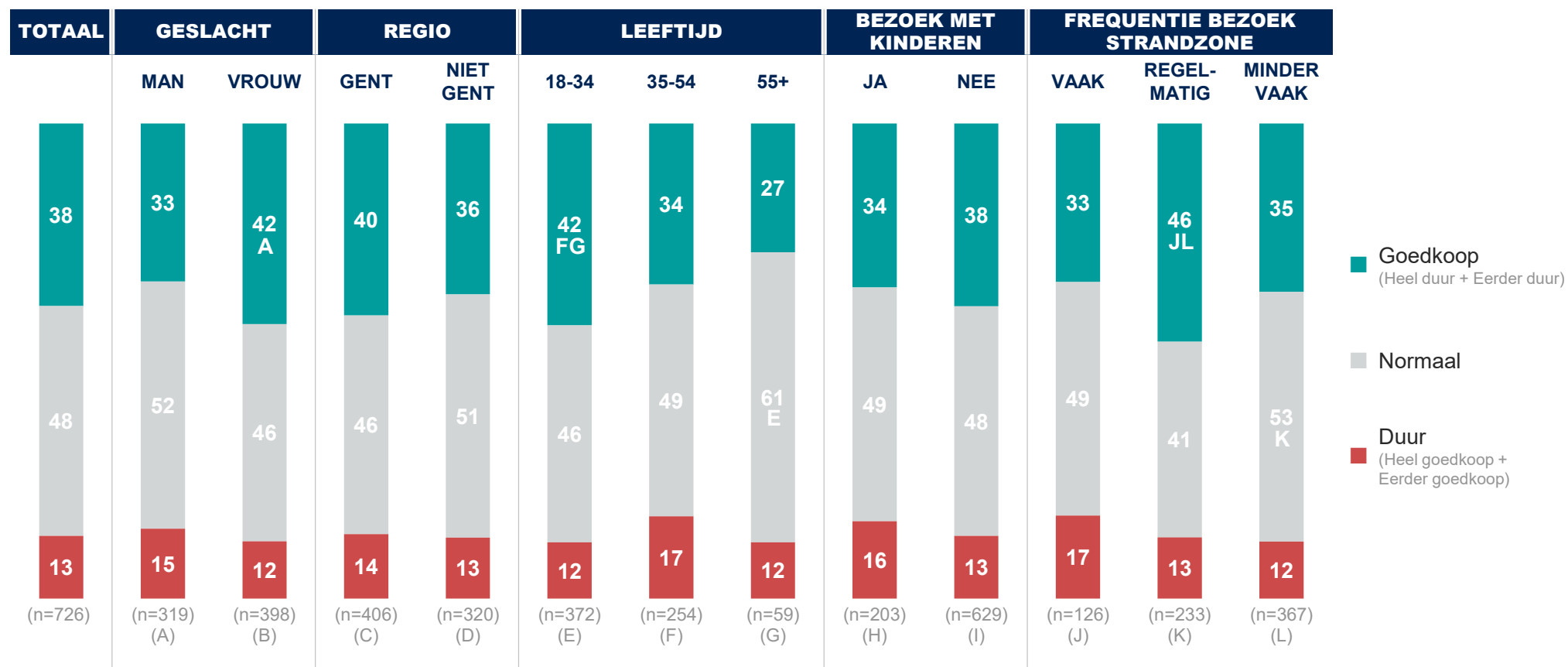


### Toelichting voor bezoekers:

*De strandzone is tijdens de zomer gratis voor Gentenaars en iedereen onder de 12 jaar. Voor niet-Gentenaars vanaf 12 jaar is ze betalend. Een dagticket kost 4 euro, een abonnement voor 1 persoon kost 20 euro voor een volledig seizoen en een gezinsabonnement voor 4 personen kost 60 euro voor een volledig seizoen (per extra persoon betaal je 8 euro).*



# EVALUATIE PRIJS



Basis: Totale steekproef (n=726)  
 Vraag: Q3.16 Wat vind je van deze prijzen?

# CONCLUSIES

# 3

# CONCLUSIES

---

1

## HET DOMEIN IN HET ALGEMEEN

De overgrote meerderheid van de ondervraagden is positief ten aanzien van de Blaarmeersen. Dit zowel over het domein het algemeen (82%) als over de netheid (77%) en sfeer (79%). Daartegenover staat 6% die aangeeft dat ze een negatief gevoel hebben.

---

2

## DE STRANDZONE SPECIFIEK

Net als bij het domein in het algemeen, is de meerderheid (78%) positief over zijn/haar ervaringen in de strandzone vandaag. Het aantal bezoekers met een negatief gevoel over de strandzone (10%) ligt wel hoger dan bij het domein in het algemeen (6%). Dat de incidenten van de afgelopen zomer zich concentreerden op de strandzone zal daar niet vreemd aan zijn.

---

3

## ONVEILIGHEIDSGEVOEL

17% van de bezoekers liet weten dat hij/zij zich al eens onveilig heeft gevoeld op de strandzone. Hierbij stellen we geen verschillen vast tussen leeftijdsgroepen, geslacht of Gentenaren en niet-Gentenaren.

Het is wel zo dat het aandeel dat zich onveilig voelt stijgt naarmate de bezoekfrequentie toeneemt (hoe vaker men komt hoe groter de kans dat men een incident meemaakt). Van de bezoekers die wekelijks of vaker naar de strandzone komen heeft 29% zich wel eens onveilig gevoeld.

Diegenen die zich soms onveilig voelden ervoeren vooral overlast doordat zichzelf of anderen werden lastiggevallen of door vechtpartijen.

---

# CONCLUSIES

---

## AFBAKENING & TOEGANGSCONTROLE

4

De afbakening en toegangscontrole lokt verschillende maar genuanceerde meningen uit: 52% staat er positief tegenover, 26% negatief en 22% neemt een neutrale houding aan.

In het voordeel van de toegangscontrole & afbakening speelt dat bezoekers het rustiger (59%), netter (51%) en veiliger (48%) vinden. Daar tegenover staat dat men vindt dat door de omheining niet iedereen gebruik kan maken van de voorzieningen (64%) en men zich beperkt voelt in zijn/haar vrijheid (48%).

Indien we bezoekers 'dwingen' om een standpunt in te nemen (slechts 2 keuzes: voor of tegen) neigt de balans naar de voorstanders (65% vs. 35% tegenstanders).

5

## TOEGANGSPRIJS

De overgrote meerderheid vindt de prijszetting normaal (48%) of goedkoop (38%). Slechts 13% vindt het te duur.

# APPENDIX

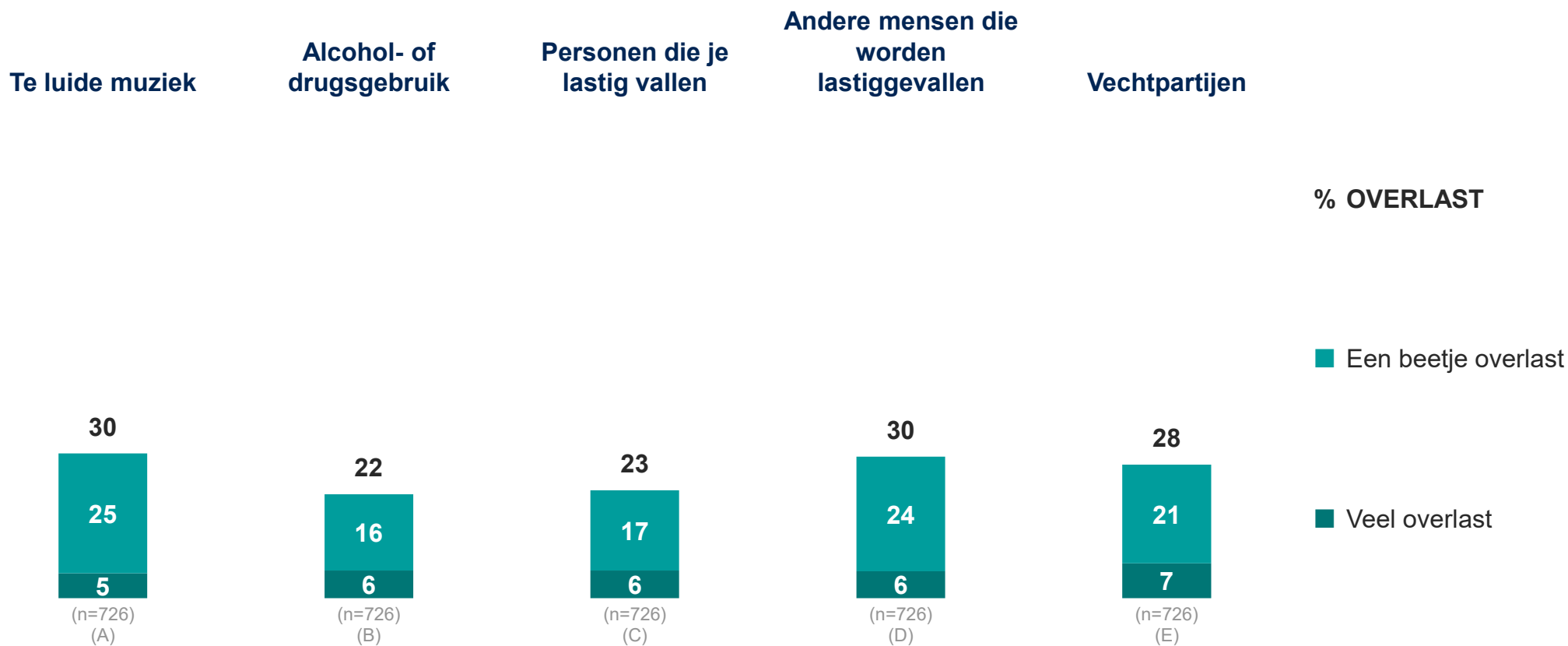
# 4

# OVERLAST

# 4.1

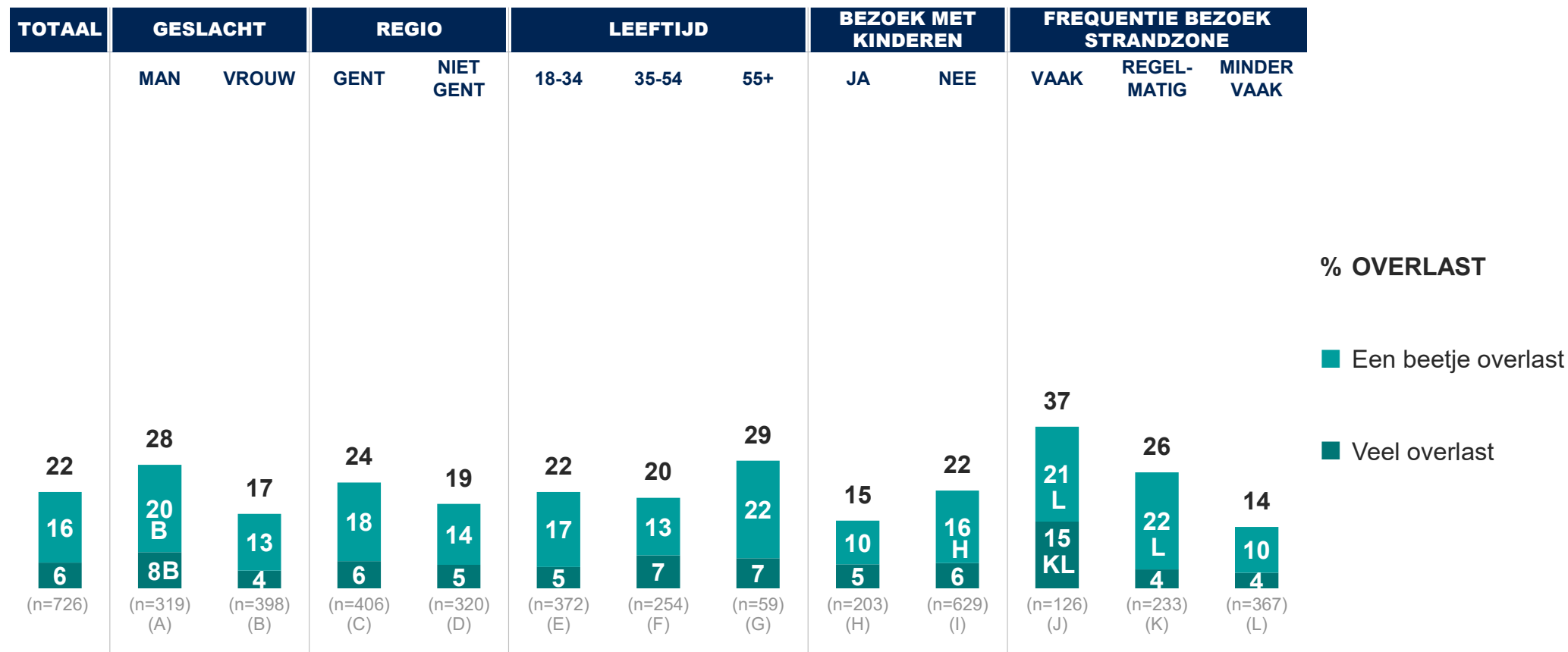
## 4. Appendix

# OVERLAST - OVERZICHT





# OVERLAST – ALCOHOL- OF DRUGSGEBRUIK



% OVERLAST

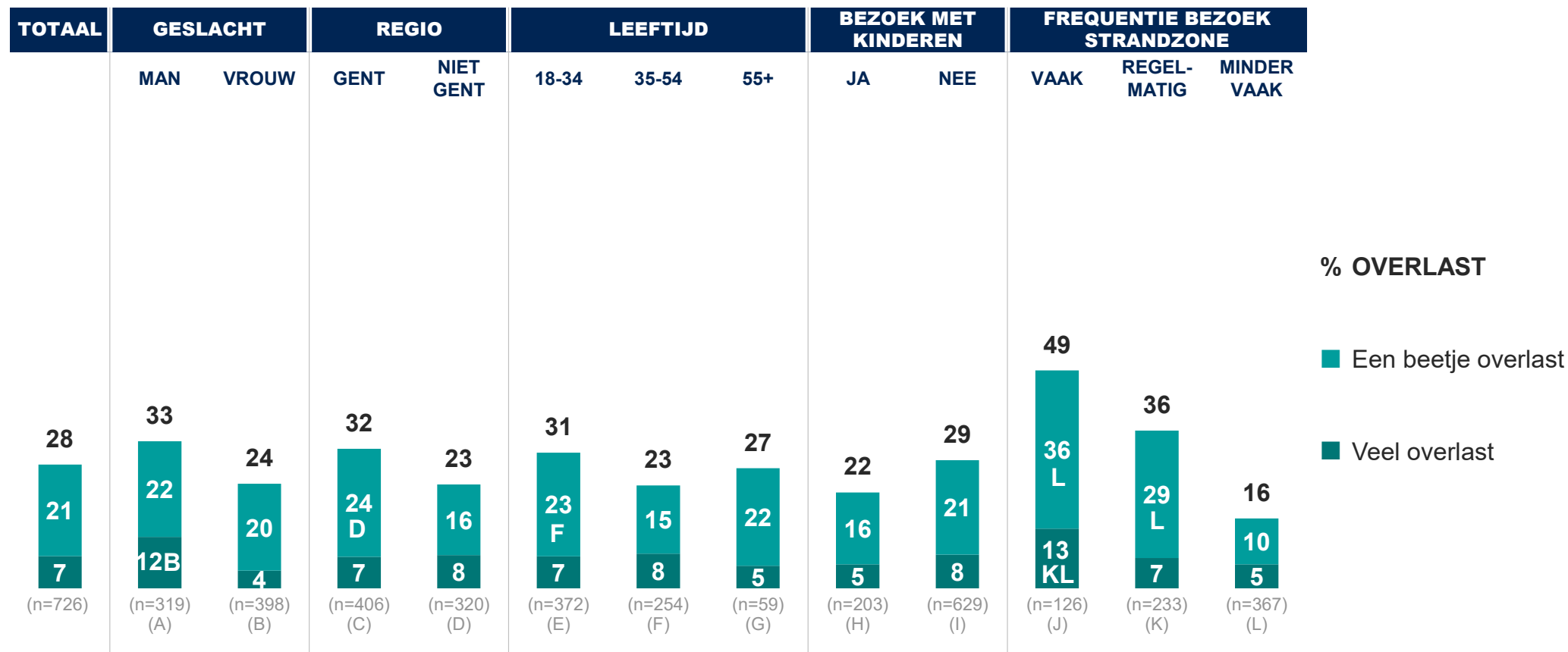
■ Een beetje overlast

■ Veel overlast





# OVERLAST – VECHTPARTIJEN



% OVERLAST

- Een beetje overlast
- Veel overlast

Basis: Totale steekproef (n=726)  
 Vraag: Q3.8 In welke mate ervaar je zelf veel, een beetje of geen overlast van volgende situaties in de omheinde strandzone met toegangscontrole?

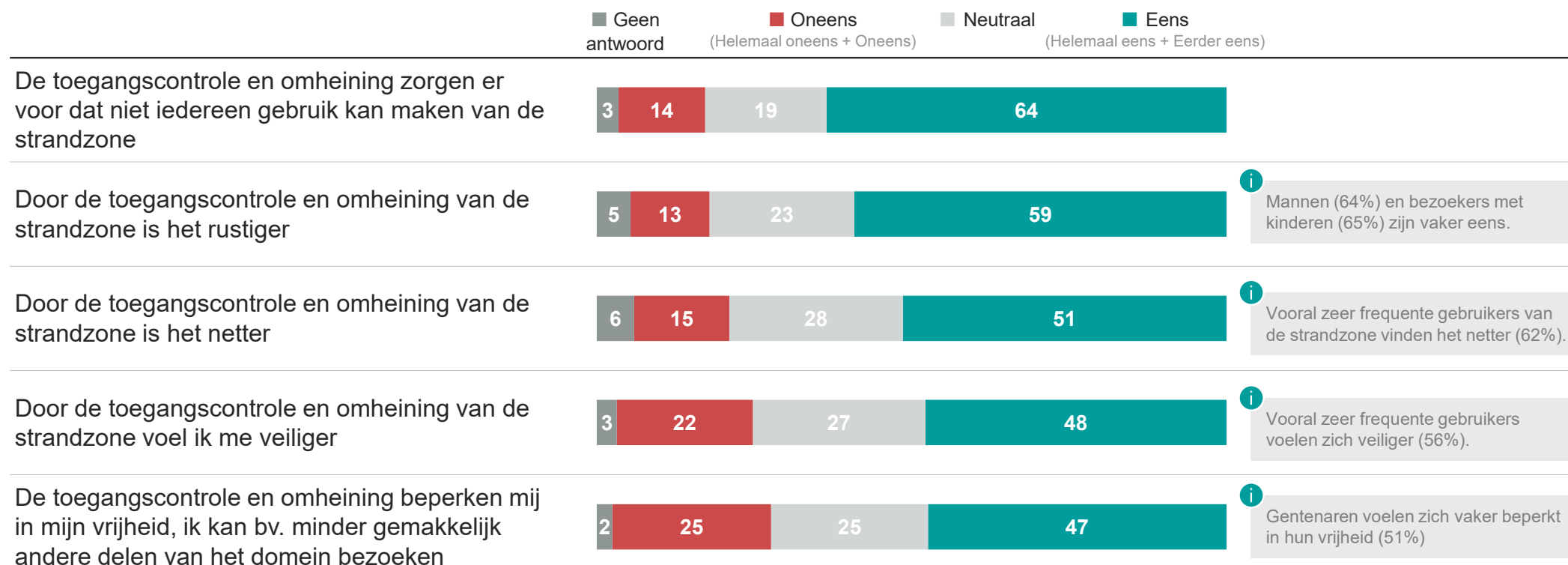
# STELLINGEN TOEGANGSCONTROLE & AFBAKENING

# 4.2

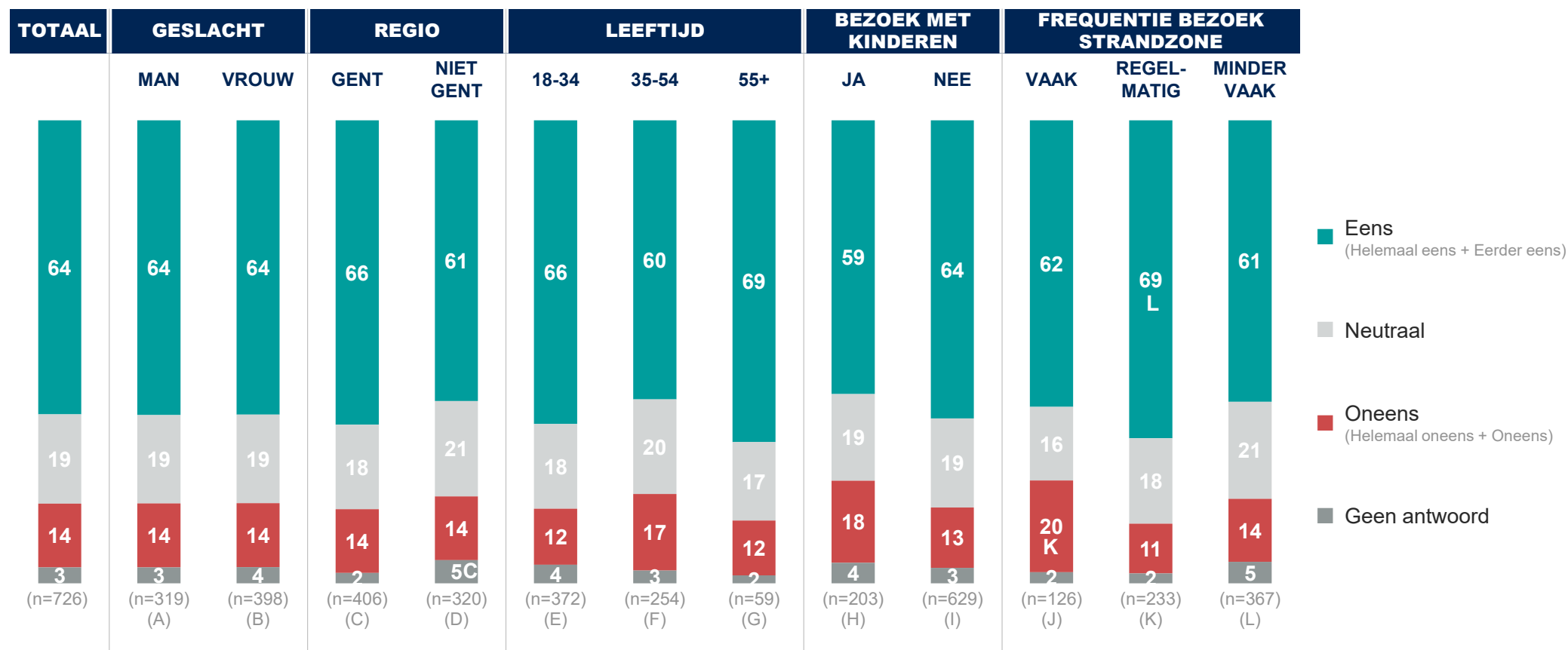
## 4. Appendix

## STELLINGEN

De afbakening beperkt het gebruik (64%), maar zorgt ook voor velen voor een rustigere (59%), nettere (51%) en veiligere (48%) strandzone.

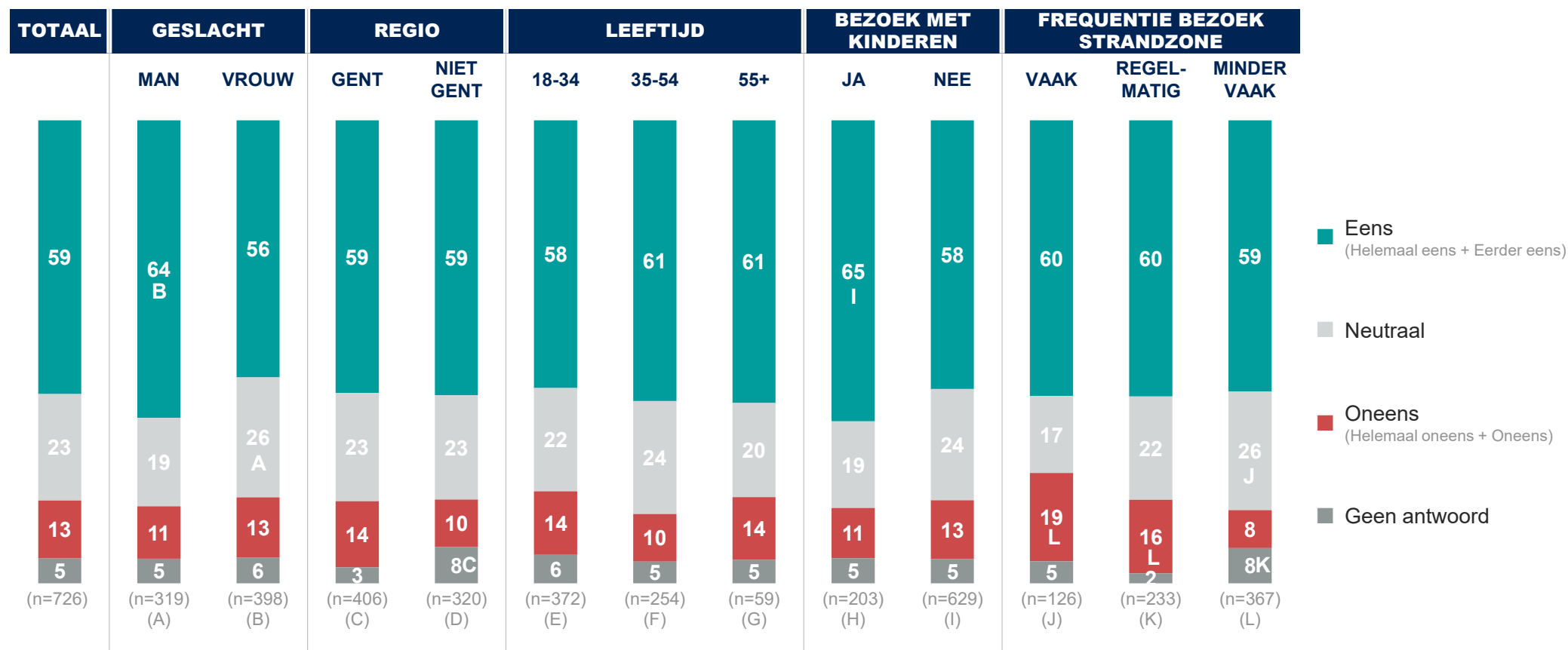


## STELLINGEN – DE TOEGANGSCONTROLE EN OMHEINING ZORGEN ER VOOR DAT NIET IEDEREEN GEBRUIK KAN MAKEN VAN DE STRANDZONE



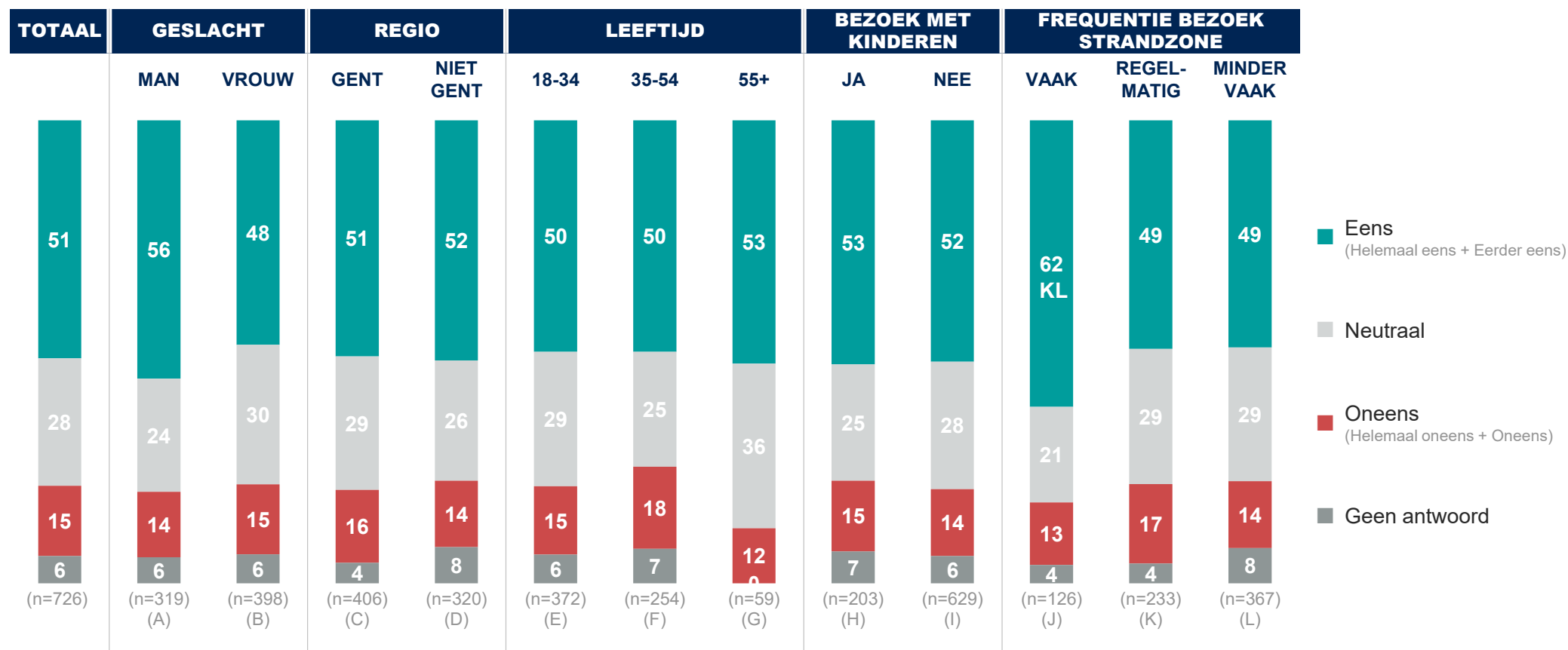
## STELLINGEN – DOOR DE TOEGANGSCONTROLE EN OMHEINING VAN DE STRANDZONE IS HET RUSTIGER

Mannen en bezoekers met kinderen zijn het vaker eens dat er meer rust is door de toegangscontrole.



## STELLINGEN – DOOR DE TOEGANGSCONTROLE EN OMHEINING VAN DE STRANDZONE IS HET NETTER

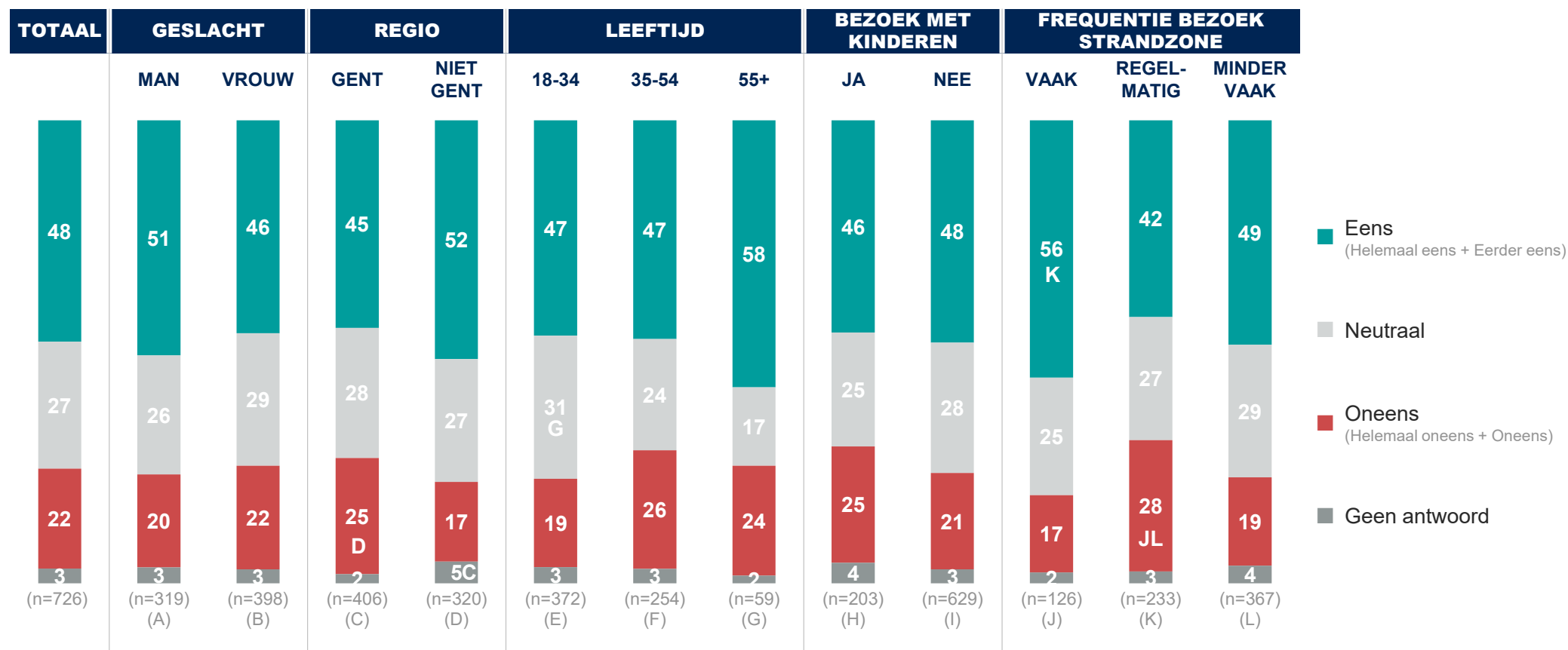
Vooral zeer frequente gebruikers zijn akkoord dat door de toegangscontrole de strandzone netter is.



- Eens  
(Helemaal eens + Eerder eens)
- Neutraal
- Oneens  
(Helemaal oneens + Oneens)
- Geen antwoord

# STELLINGEN – DOOR DE TOEGANGSCONTROLE EN OMHEINING VAN DE STRANDZONE VOEL IK ME VEILIGER

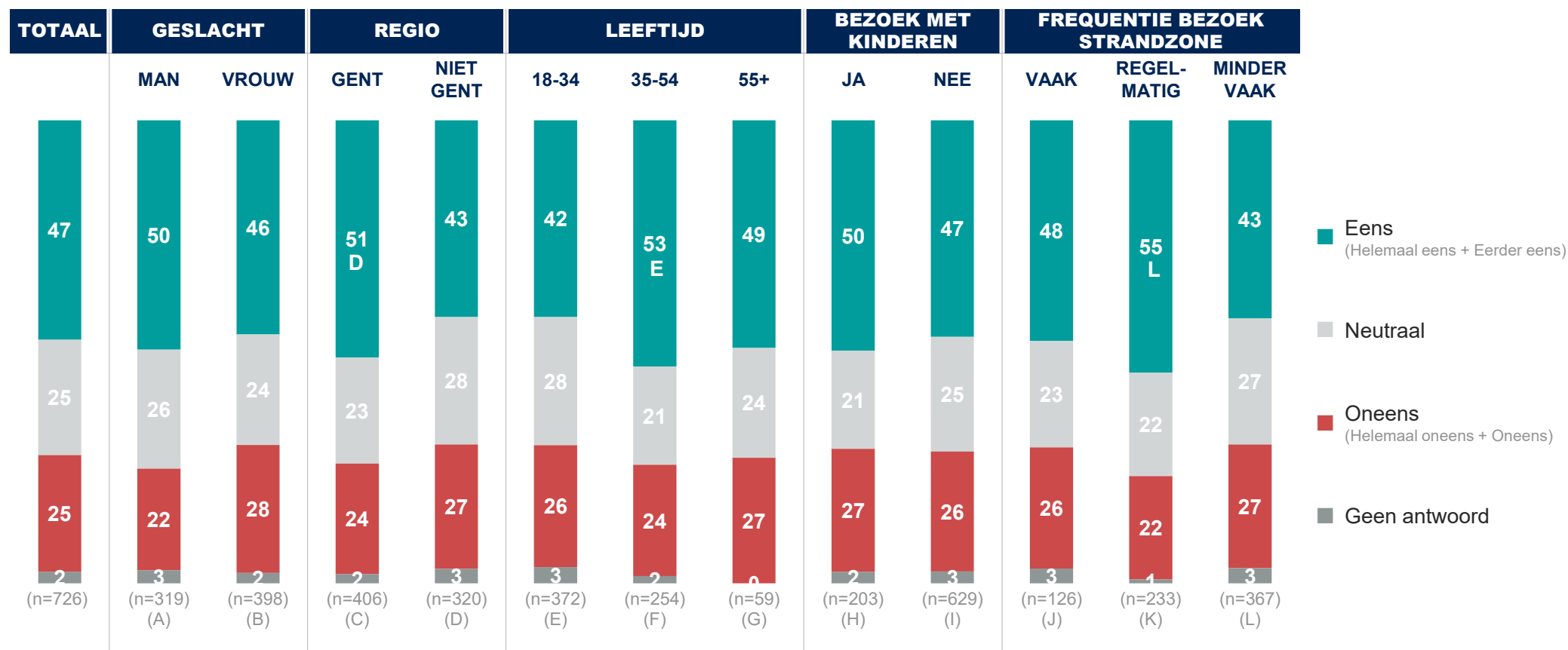
Vooraf zeer frequente gebruikers voelen zich veiliger.



Basis: Totale steekproef (n=726)  
 Vraag: Q3.12 Nu gaan we je enkele uitspraken voorleggen over de strandzone. Geef aan in hoeverre je het eens of oneens bent.

## STELLINGEN – DE TOEGANGSCONTROLE EN OMHEINING BEPERKEN MIJ IN MIJN VRIJHEID

Gentenaren en regelmatige bezoekers voelen zich vaker beperkt in hun vrijheid door de omheining. Ze kunnen minder gemakkelijk de andere delen van het domein bezoeken.



**THANK  
YOU!**

**GAME CHANGERS**



© 2022 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

**BE  
SURE.  
MOVE  
FASTER.**

**GAME CHANGERS**



# ABOUT IPSOS

---

Ipsos is the third largest market research company in the world, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. Our 75 business solutions are based on primary data coming from our surveys, social media monitoring, and qualitative or observational techniques.

“Game Changers” – our tagline – summarizes our ambition to help our 5,000 clients to navigate more easily in our deeply changing world.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA,  
Bloomberg IPS:FP  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

# GAME CHANGERS

---

In our world of rapid change, the need for reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth:  
**You act better when you are sure.**





