

Vestigingsklimaat van Zeeland en Vlissingen | Nulmeting

Lieke van Duist

Femke Konings

B6221

8 mei 2020

Achtergrond	3
Methode en opzet	4
Conclusies en aanbevelingen	5
Samenvatting	6
Overige resultaten	11
Bijlage	41

In opdracht van de speciaal adviseur verkenning compensatie Zeeland (Bernard Wientjes), heeft Motivaction International B.V. een onderzoek uitgevoerd naar het vestigingsklimaat van Zeeland in het algemeen en Vlissingen in het bijzonder.

De speciaal adviseur Bernard Wientjes heeft de gezamenlijke opdracht van het Rijk, de provincie Zeeland, de gemeente Vlissingen en het waterschap Scheldestromen als speciaal adviseur om advies uit te brengen over compensatiemogelijkheden voor Zeeland en Vlissingen wanneer de marinierskazerne niet naar Vlissingen komt. Eén van de onderdelen van de opdracht betreft het onderzoeken van de mogelijkheden om het beeld van het vestigingsklimaat in Zeeland in het algemeen, en Vlissingen in het bijzonder, dat ernstig geschaad is door het niet doorgaan van de verhuizing van de Marinierskazerne, te versterken. Daarbij gaat het voornamelijk om het vergroten van de aantrekkingskracht voor jonge mensen om te wonen, werken en leven. De effecten van structuurversterkende maatregelen op het daadwerkelijke vestigingsklimaat en op het beeld van dat mensen hebben van het vestigingsklimaat zijn beide belangrijke graadmeters voor het succes van het compensatiepakket.

Ten behoeve van het advies over het compensatiepakket – om daarmee bij te dragen aan een gerichte inzet op het verbeteren van het beeld van het vestigingsklimaat – is het van belang dat hierover solide gegevens worden verzameld middels een nulmeting.

De doelstelling van het onderzoek is tweeledig:

- 1) Inzicht geven in het imago van Zeeland als regio en Vlissingen als gemeente om te leven, wonen, studeren en werken.
- 2) Inzicht in de elementen die van belang zijn om het beeld van het vestigingsklimaat te verbeteren.

Het onderzoek geeft (onder andere) antwoord op de volgende vragen:

- ✓ Hoe kijken Nederlanders aan tegen Zeeland als regio en Vlissingen als gemeente als het gaat om:
 - Bereikbaarheid
 - Onderwijs en kennis
 - Loopbaankansen
 - Duurzaamheid
 - Stedelijkheid
 - Leefomgeving
 - Vrijetijdsaanbod
 - Cultuur
- ✓ Wat is het belang van bovengenoemde aspecten voor het vestigingsklimaat van Zeeland als regio en Vlissingen als gemeente?
- ✓ In hoeverre hebben jongeren, young professionals en jonge gezinnen een ander beeld van Zeeland als regio en Vlissingen als gemeente dan de overige beroepsbevolking (45 tot 65 jaar) en 65-plussers?
- ✓ Wat voor type structuurversterkende maatregelen zouden een positief effect hebben op het beeld van het vestigingsklimaat in Zeeland en Vlissingen?

Methode en opzet

Het onderzoek is online uitgevoerd onder respondenten van het Stempunt-panel van Motivaction. De steekproef is representatief voor Nederlanders tussen 16 en 75 jaar oud op basis van leeftijd, geslacht, opleiding, regio en waardeoriëntatie.

Het onderzoek is uitgevoerd tussen 24 april en 29 april 2020. Er hebben er 2.134 mensen deelgenomen aan de enquête.

Binnen deze representatieve steekproef onderscheiden we vijf subgroepen:

- Jongeren: 16 t/m 24-jarigen → n=284
- Young professionals*: 25- tot 45-jarigen, HBO of hoger opgeleid, werkend, met of zonder kinderen → n=213
- Ouders met jonge kinderen*: 25- tot 45-jarigen met één of meerdere kinderen tot 12 jaar, alle opleidingsniveaus → n=265
- Overige beroepsbevolking: 45- tot 65-jarigen, werkzaam/werkzoekend → n=487
- 65-plussers: 65- t/m 75-jarigen → n=322

Leeswijzer

De resultaten worden primair weergegeven voor de jongere doelgroepen (jongeren en young professionals/jonge gezinnen), en waar relevant afgezet tegen de bevindingen voor de overige, secundaire doelgroepen. Significante en relevante verschillen worden beschreven in de tekst.

***Young professionals en ouders met jonge kinderen** komen op leeftijdscriteria overeen, daarnaast kunnen ouders met jonge kinderen ook hoger opgeleid zijn en kunnen young professionals ook (jonge) kinderen hebben. Hierdoor is er sprake van overlap tussen beide doelgroepen. Zie de [achtergrond](#) voor meer informatie. Ondanks deze overlap hebben we ervoor gekozen deze twee groepen apart te rapporteren. De belangrijkste reden hiervoor is dat hun houding ten aanzien van de provincie Zeeland en gemeente Vlissingen verschilt.

Conclusies

In deze conclusies gaan we in op de primaire doelgroepen (jongeren, young professionals en ouders van jonger kinderen). In de [samenvatting](#) worden de resultaten op *totaalniveau* beschreven.

Promoot de fijne leefomgeving | De belangrijkste pull-factoren van Zeeland zijn de natuur, het Zeeuwse landschap en de rust. Ook de recreatiemogelijkheden en het vrijetijdsaanbod zijn aspecten die hoog worden gewaardeerd. Zeeland doet er goed aan om deze sterke punten (nog meer) onder de aandacht te brengen omdat het aspecten zijn die het voor Nederlanders aantrekkelijk maken om zich in Zeeland te vestigen.

Investeer in goede bereikbaarheid | De bereikbaarheid van de provincie wordt als belangrijk verbeterpunt gezien, met name voor young professionals. Betere (OV-) verbindingen zowel binnen de provincie als met de rest van Nederland zal Zeeland aantrekkelijker maken om te wonen en werken.

Promoot interessante baankansen en creëer werkgelegenheid | Een gebrek aan (interessante) banen is een belangrijke reden dat mensen wegtrekken uit de provincie, en voor velen is het een belangrijk vestigingscriterium. Opvallend is dat veel mensen geen idee hebben of er interessante baankansen voor hen zijn in Zeeland. Daarom is het van belang om hier als provincie aandacht aan te besteden. Ofwel door de banen die er zijn te promoten of door meer interessante banen te creëren. Dit kan Zeeland met name voor young professionals interessanter maken om zich te vestigen.

Creëer en promoot opleidingsmogelijkheden | Jongeren en ouders met jonge kinderen hechten relatief meer belang aan goed onderwijs in de (directe) woonomgeving. Door te zorgen voor voldoende opleidingsmogelijkheden en deze meer onder de aandacht te brengen bij deze specifieke doelgroepen, kan Zeeland zich op een positieve manier profileren. Daarnaast geven jongeren vaker als verbeterpunt aan dat er meer aandacht uit mag naar innovatie en technologie. Zeeland kan hier op in spelen door baankansen en opleidingsmogelijkheden bij grote/innovatieve bedrijven extra onder hun aandacht te brengen.

Breng woningaanbod onder de aandacht | In veel plaatsen in Nederland is een tekort aan (betaalbare) woningen. Het woningaanbod in Zeeland wordt hoog gewaardeerd wat de streek aantrekkelijker maakt voor woningzoekenden. Hier ligt een kans om jongeren en young professionals aan te trekken voor wie het vaak moeilijk is om überhaupt woonruimte te vinden, laat staan betaalbare woonruimte.

Zeeland het meest aantrekkelijk voor 65-plussers | Met name 65-plussers vinden de provincie interessant om zich te vestigen. Zij hebben het beste beeld bij Zeeland en zouden er vaker willen wonen en werken. Dit kan op lange termijn problematisch zijn als de aantrekkingskracht onder jongere doelgroepen niet groter wordt.

An aerial photograph of a coastal city, likely Scheveningen in The Hague, Netherlands. The image shows a wide sandy beach in the foreground, a promenade with a railing, and a row of buildings along the coast. A prominent tall, cylindrical tower is visible among the buildings. The sky is clear and blue. A semi-transparent green banner is overlaid across the middle of the image, containing the text 'Samenvatting'.

Samenvatting



Samenvatting | Zeeland

In deze samenvatting worden de resultaten op *totaalniveau* beschreven.

Beeld van de provincie is overwegend positief | Het beeld dan Nederlanders hebben bij de provincie Zeeland is overwegend positief (67% positief of zeer positief). Een kwart van de Nederlanders heeft geen uitgesproken beeld bij de provincie. Gemiddeld beoordeeld men Zeeland met een rapportcijfer 6,8. Met name de recreatiemogelijkheden, de fijne leefomgeving en het vrijetijdsaanbod worden hoog gewaardeerd. De werkgelegenheid, mate van stedelijkheid en de bereikbaarheid van de provincie worden het laagst beoordeeld.

Een fijne leefomgeving is het meest van belang in de provincie Zeeland |

Aspecten die men het meest belangrijk vindt zijn een fijne leefomgeving, voldoende woningaanbod en een goede bereikbaarheid. Hoewel de leefomgeving hoog wordt beoordeeld (7,5) scoort Zeeland relatief minder goed op het woningaanbod (6,9) en de bereikbaarheid (6,3). Bereikbaarheid wordt ook als belangrijkste verbeterpunt aangedragen, net als werkgelegenheid. Hier liggen kansen om de provincie aantrekkelijker te maken voor zowel inwoners als andere Nederlanders.

Zeeland is aantrekkelijk maar biedt onvoldoende interessante banen | De helft van de Nederlanders ziet Zeeland als een prettige provincie om in op te groeien. 21% zou graag in Zeeland willen wonen en werken. Voor 31% biedt de provincie echter onvoldoende interessante baankansen. Ruim de helft geeft daarbij aan helemaal geen beeld, of geen *duidelijk* beeld, te hebben bij de baankansen die de provincie biedt.

Het strand is de belangrijkste reden om Zeeland te bezoeken | Er zijn maar weinig Nederlanders die frequent een bezoek brengen aan Zeeland voor privé- of werkdoeleinden. De meesten komen er minder dan één keer per jaar. Het strand is de belangrijkste reden om de provincie te bezoeken. Men komt er graag om op vakantie te gaan of familie/vrienden te bezoeken.

Belangrijkste reden om naar Zeeland te verhuizen is de natuur en de rust |

Van de Zeeuwen overweegt 11% op dit moment om te verhuizen naar een andere provincie. Van hen geeft 41% dit nog nooit te hebben overwogen. Van degenen die niet in Zeeland wonen geeft 19% aan in toekomst (misschien) naar Zeeland te verhuizen. De belangrijkste pull-factor is hierin de natuur, het Zeeuwse landschap en de rust. Verder zijn de vrijetijds- en recreatiemogelijkheden en het woningaanbod aspecten om Zeeland te overwegen.

- **Een relatie en werk(gelegenheid) zijn de belangrijkste redenen om uit de provincie weg te trekken |** 4% van de Nederlanders heeft ooit in Zeeland gewoond maar woont er nu niet meer. Voor hen was de belangrijkste reden om te vertrekken dat zijzelf en/of de partner buiten de provincie werkte of dat er onvoldoende baankansen waren voor henzelf en/of de partner. Andere redenen zijn bijvoorbeeld studie/stage, dat men kinderen liever ergens anders willen laten opgroeien of familie die buiten de provincie woont.

Samenvatting | Vlissingen

Beeld van de gemeente is positief maar ook vaak niet ingevuld | Het beeld dat Nederlanders hebben bij de gemeente Vlissingen is positief (43% (zeer) positief). Er is echter een aanzienlijk deel dat geen uitgesproken beeld heeft bij de gemeente (35%) en staat hier neutraal tegenover. Gemiddeld beoordeelt men Vlissingen met een 6,7, net als bij de provincie worden met name de recreatiemogelijkheden, de fijne leefomgeving en het vrijetijdsaanbod hoog gewaardeerd. En ook in Vlissingen wordt de werkgelegenheid, de mate van stedelijkheid en bereikbaarheid het laagst beoordeeld.

In de gemeente Vlissingen is een fijne leefomgeving het meest van belang | Aspecten die men het meest belangrijk vindt in de gemeente is een fijne leefomgeving, voldoende woningaanbod en een goede bereikbaarheid. Hoewel de leefomgeving hoog wordt beoordeeld (7,2) scoort de gemeente relatief minder goed op het woningaanbod (6,7) en de bereikbaarheid (6,5). Bereikbaarheid wordt ook als belangrijkste verbeterpunt aangedragen, gevolgd door werkgelegenheid, mate van stedelijkheid en woningaanbod. Hier liggen kansen om de gemeente aantrekkelijker te maken voor zowel inwoners als Nederlanders die buiten Vlissingen wonen.



Samenvatting | doelgroepen

Jongeren | Vergeleken met de andere doelgroepen hebben jongeren een minder positief beeld van zowel Zeeland (55% vs. 67% (zeer) positief) als Vlissingen (32% vs. 43% (zeer) positief). Zij beoordelen Zeeland gemiddeld ook met een lager rapportcijfer (6,4 vs. 6,8). En ze zouden er ook minder graag wonen en werken (16% vs. 21% in de totale bevolking). Jongeren zijn daarentegen wel positiever over de baankansen die Zeeland te bieden heeft (45% vs. 21% (zeer) eens) het is onduidelijk wat voor soort kansen zij voor zichzelf zien, het kans zijn dat ze vooral denken aan bijbanen/seizoenswerk.

Voor jongeren is het belangrijk dat Zeeland een fijne leefomgeving biedt, dat er voldoende woningen, openbare voorzieningen, recreatiemogelijkheden zijn en vrijetijdsbesteding is. Op deze aspecten beoordelen zij de provincie ook relatief hoog. Aspecten die zij ook belangrijk vinden maar waarop zij Zeeland minder goed beoordelen zijn werkgelegenheid, bereikbaarheid en onderwijs. Jongeren zien het onderwijs ook vaker als één van de belangrijkste verbeterpunten voor de provincie. Volgens hen zou ook vaker de mate van innovativiteit en stedelijkheid moeten worden verbeterd. Dat geldt ook voor de gemeente Vlissingen. Daarnaast noemen jongeren relatief vaker het cultuuraanbod als belangrijk verbeterpunt voor de gemeente Vlissingen.

Young professionals | Hoewel young professionals en ouders van jonge kinderen deels overlappen qua leeftijd hebben we ervoor gekozen deze twee groepen apart te rapporteren. De belangrijkste reden hiervoor is dat hun houding ten aanzien van de provincie Zeeland en gemeente Vlissingen verschilt. Net als jongeren hebben young professionals namelijk een minder positief beeld van beide regio's (Zeeland (60% vs. 67% (zeer) positief) | Vlissingen (34% vs. 43% (zeer) positief). Zij beoordelen beide regio's gemiddeld ook met een lager cijfer (Zeeland 6,2 vs. 6,8 | Vlissingen 6,1 vs. 6,7). Daarbij lijkt het young professionals relatief minder prettig om in de provincie Zeeland op te groeien (46% vs. 50% (zeer) eens)

Voor young professionals is het het meest van belang dat Zeeland een fijne leefomgeving biedt, dat er voldoende woningen en recreatiemogelijkheden zijn en voldoende vrijetijdsaanbod is. Op deze aspecten beoordelen zij de provincie ook relatief hoog. Aspecten die zij ook belangrijk vinden maar waarop zij Zeeland minder goed beoordelen zijn werkgelegenheid, bereikbaarheid, openbare voorzieningen en onderwijs. Young professionals zien de werkgelegenheid en bereikbaarheid ook vaker als belangrijkste verbeterpunten voor de provincie.

Samenvatting | doelgroepen

Ouders van jonge kinderen | Het beeld dat ouders van jonge kinderen hebben van de provincie Zeeland en de gemeente Vlissingen wijkt niet af van het gemiddelde beeld in Nederland en is overwegend positief.

Het is voor ouders belangrijk dat Zeeland een fijne leefomgeving biedt, dat er voldoende woningen en recreatiemogelijkheden zijn en vrijetijdsaanbod is. Op deze aspecten beoordelen zijn de provincie ook relatief hoog. Aspecten die zij ook belangrijk vinden maar waarop zij Zeeland minder goed beoordelen zijn werkgelegenheid, bereikbaarheid, openbare voorzieningen en onderwijs. Ten aanzien van Vlissingen zien ouders de leefomgeving en het onderwijs vaker als belangrijke verbeterpunten.

65-plussers | Vergeleken met de andere doelgroepen hebben 65-plussers een positiever beeld van zowel Zeeland (77% vs. 67% (zeer) positief) als Vlissingen (57% vs. 43% (zeer) positief). Zij beoordelen beide regio's ook met een hoger cijfer (Zeeland 7,3 vs. 6,8 | Vlissingen 7,1 vs. 6,7).

Vergeleken met andere groepen hechten zij meer waarde aan cultuur. 65-plussers noemen vaker de leefomgeving, recreatiemogelijkheden en openbare voorzieningen als belangrijkste verbeterpunten voor de provincie. Dat laatste wordt door hen ook vaker als belangrijk verbeterpunt voor de gemeente Vlissingen gezien.



Beeld provincie Zeeland

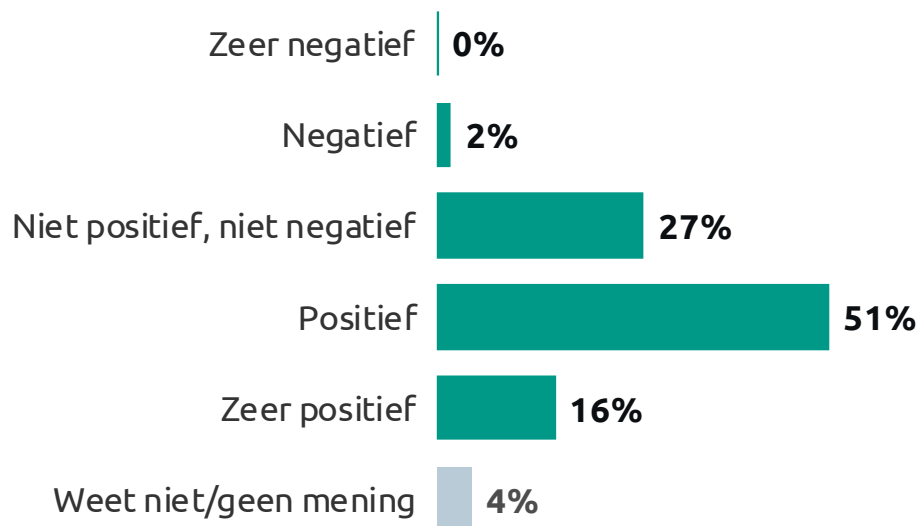


67% heeft een (zeer) positief beeld bij Zeeland

Het beeld dan men heeft bij de provincie is overwegend positief (67%). Ruim een kwart heeft geen uitgesproken beeld (niet positie en niet negatief).

- Jongeren en Young professionals hebben een minder positief beeld van Zeeland (respectievelijk is 55% en 60% (zeer) positief).
- 65-plussers zijn juist vaker (zeer) positief (77%).

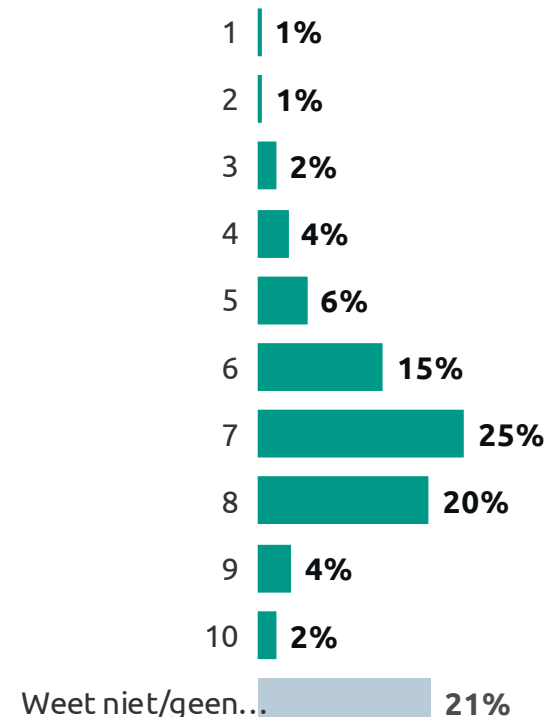
Als je denkt aan het beeld dat je hebt van de provincie Zeeland, is dat beeld dan positief of negatief? (Basis - Bekend met Zeeland, n=2.029)



Zeeland wordt gemiddeld met een 6,8 beoordeeld.

- Jongeren en Young professionals beoordelen de provincie met een lager cijfer (respectievelijk een 6,4 en een 6,2).
- 65-plussers geven gemiddeld een hoger cijfer (7,3).

Welk rapportcijfer geef je de provincie Zeeland in het geheel als regio om te leven, wonen, studeren en werken? (Basis - Bekend met Zeeland, n=2.029)

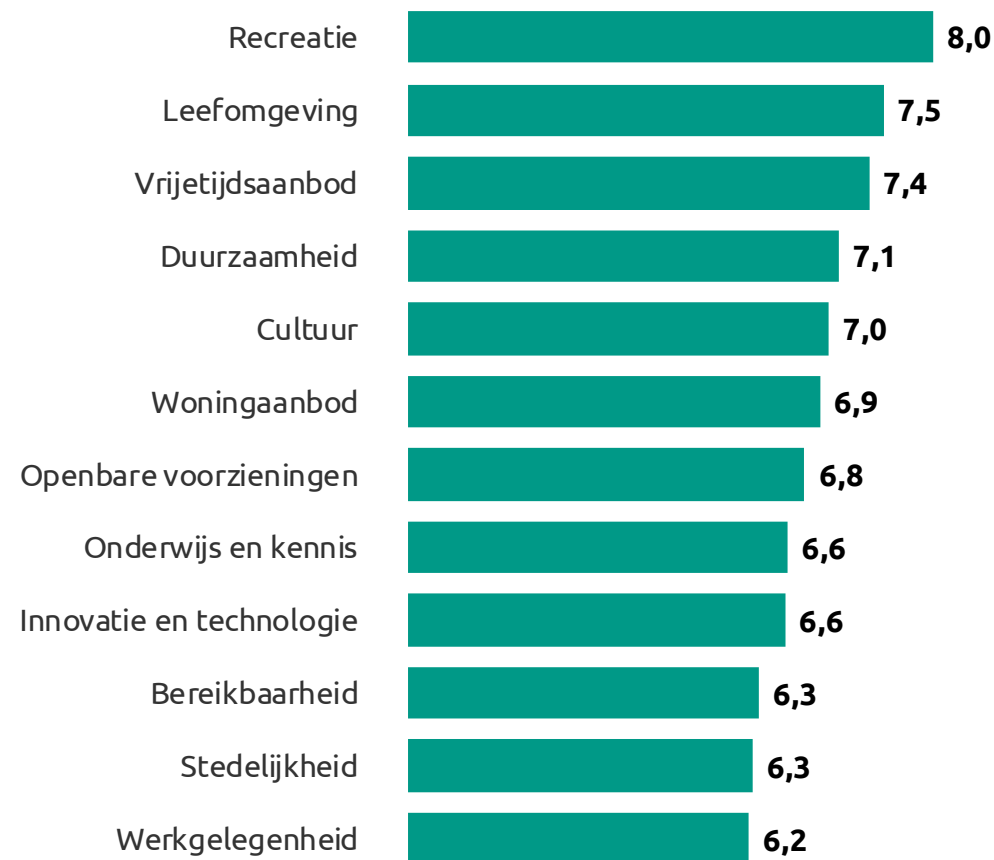


Uit referentiecijfers in het bezit van Motivaction blijkt dat een beoordeling met een 6,8 voor een provincie gemiddeld is. In een onderzoek gedaan in 2017 scoorde alleen de provincie Friesland hoger. De provincies Drenthe, Zuid- en Noord-Holland en Limburg scoorde lager dan een 6,8. De beoordelingen van de provincies lagen tussen de 6,2 en 7,4.

Zeeland het hoogst beoordeeld op haar recreatiemogelijkheden. Men hecht de meeste waarde aan een fijne leefomgeving

Zeeland wordt het best beoordeeld op de aspecten recreatie, leefomgeving en vrijetijdsaanbod. De werkgelegenheid, stedelijkheid en bereikbaarheid worden het laagst beoordeeld.

Belang versus beoordeling aspecten provincie Zeeland
(Belang; 7-puntschaal, 1=zeer onbelangrijk, 7= zeer belangrijk. Beoordeling; rapportcijfer 1 t/m 10)



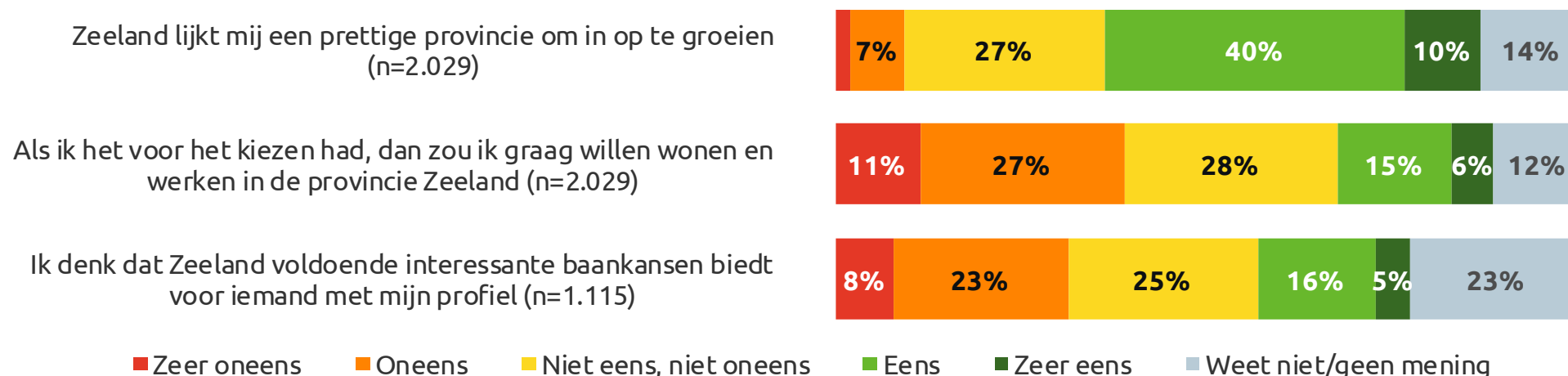
■ Welk rapportcijfer geef je de provincie Zeeland als het gaat om de volgende aspecten? (n=2.029)

Zeeland is aantrekkelijk om op te groeien maar biedt onvoldoende interessante baankansen

De helft van de Nederlanders ziet Zeeland als een prettige provincie om in op te groeien. 21% zou graag in Zeeland willen wonen en werken, 38% wil dat niet. Voor 31% biedt de provincie onvoldoende interessante baankansen. Een kwart heeft geen duidelijk beeld bij de mate waarin de provincie interessante banen te bieden heeft, en nog eens een kwart beantwoordt deze vraag met 'weet ik niet'.

- Jongeren en young professionals zouden minder graag wonen en werken in Zeeland (respectievelijk 16% en 19% (zeer) eens). 65-plussers willen dit juist vaker wel (23% (zeer) eens).
- Nederlanders die tot de overige beroepsbevolking behoren denken vaker dat er onvoldoende interessante baankansen zijn (16% (zeer) eens). Jongeren denken dit juist vaker wel (45% (zeer) eens).

In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen?



Zeeland | Bereikbaarheid en werkgelegenheid worden genoemd als belangrijkste verbeterpunten

De belangrijkste verbeterpunten voor Zeeland zijn de bereikbaarheid en werkgelegenheid.

Verschillen tussen doelgroepen:

Jongeren (n=277)

- Noemen **vaker**: stedelijkheid (24%), onderwijs (14%) en innovatie en technologie (13%) als verbeterpunten.
- Noemen **minder vaak**: werkgelegenheid (9%), openbare voorzieningen (2%), leefomgeving (1%).

Young professionals (n=213)

- Noemen **vaker**: bereikbaarheid (34%) en werkgelegenheid (31%).
- Noemen **minder vaak**: woningaanbod (3%) en recreatie (2%).

Ouders van jonge kinderen (n=258)

- Noemen **minder vaak** innovatie en technologie (2%).

Overige beroepsbevolking (n=487)

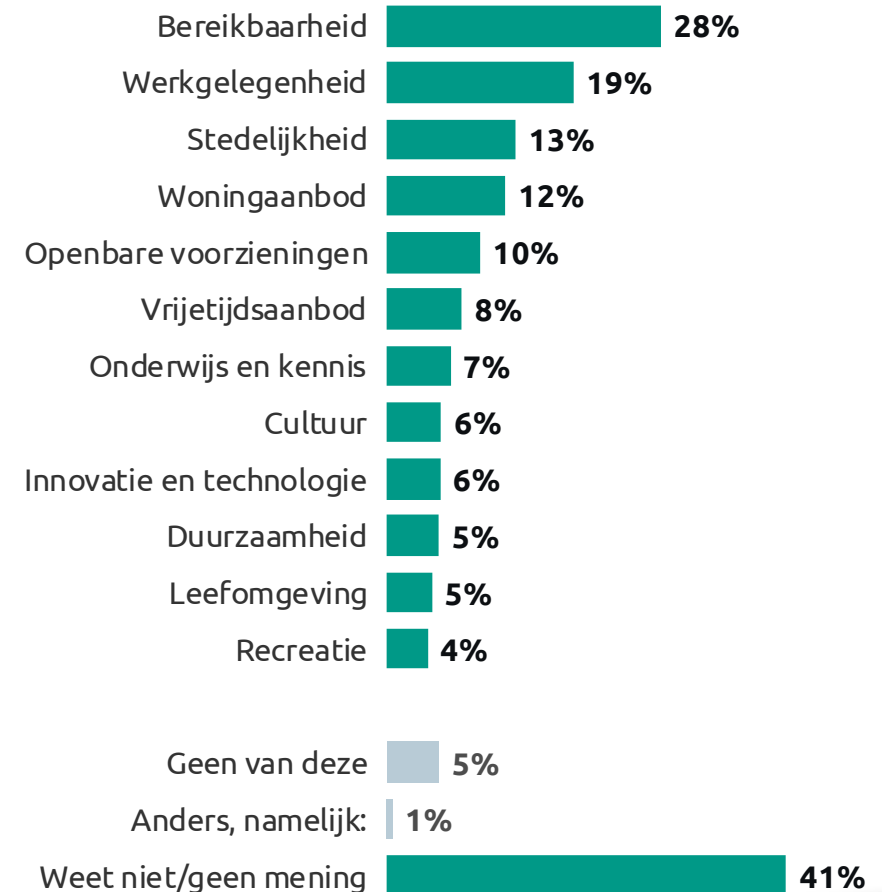
- Noemen **vaker** werkgelegenheid (26%).
- Noemen **minder vaak**: stedelijkheid (10%), onderwijs en kennis (5%) en innovatie en technologie (4%).

65-plussers (n=321)

- Noemen **vaker**: openbare voorzieningen (15%), leefomgeving (7%) en recreatie (6%).
- Noemen **minder vaak** stedelijkheid (7%).

Op welke aspecten zou de provincie Zeeland zich volgens jou nog verder moeten verbeteren?

(Basis - Bekend met Zeeland, n=2.029)





Beeld gemeente Vlissingen

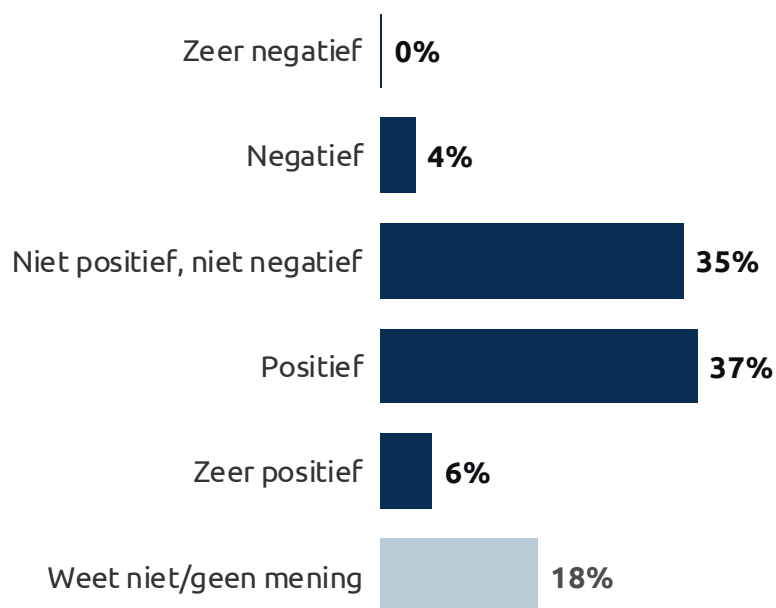


43% heeft een (zeer) positief beeld bij Vlissingen

Het beeld dat men heeft van Vlissingen is overwegend positief (43%). Ruim een derde heeft geen uitgesproken beeld van de gemeente.

- Jongeren en Young professionals hebben een minder positief beeld van Vlissingen (respectievelijk is 32% en 34% (zeer) positief).
- 65-plussers zijn juist vaker (zeer) positief (57%).

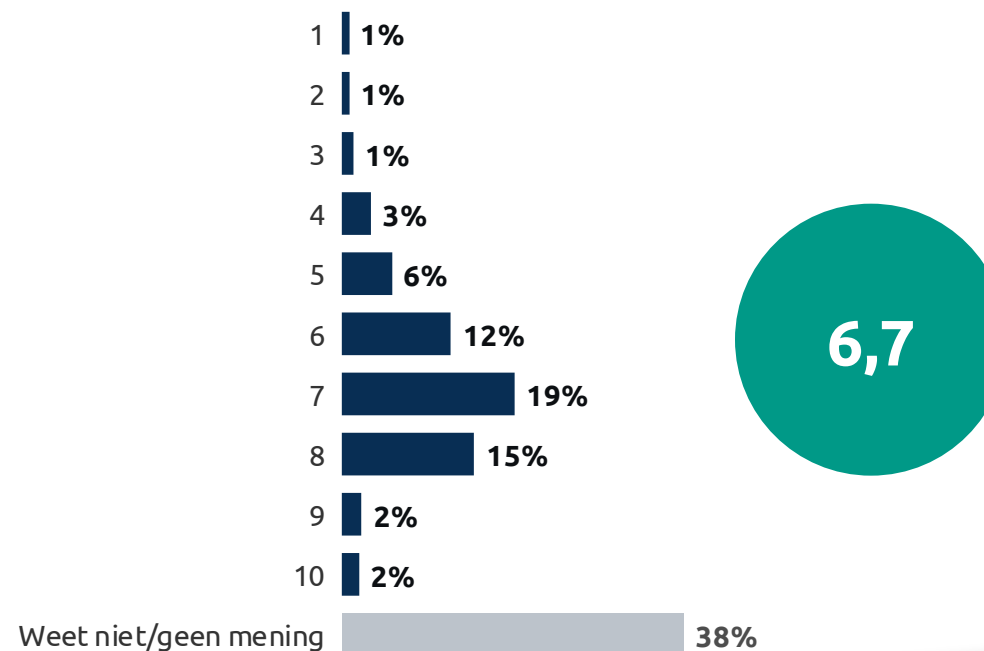
Als je denkt aan het beeld dat je hebt van de gemeente Vlissingen, is dat beeld dan positief of negatief? (Basis - Bekend met Vlissingen, n=2.001)



Vlissingen wordt gemiddeld met een 6,7 beoordeeld. 38% wist geen beoordeling te geven.

- Young professionals beoordelen de gemeente met een lager cijfer (6,1).
- 65-plussers geven vaker een hoger cijfer (7,1).

Welk rapportcijfer geef je de gemeente Vlissingen in het geheel als regio om te leven, wonen, studeren en werken?
(Basis - Bekend met Vlissingen, n=2.001)



Vlissingen hoogst beoordeeld op recreatiemogelijkheden. Men vindt een fijne leefomgeving het meest belangrijk

Vlissingen wordt het hoogst beoordeeld op de recreatiemogelijkheden, de fijne leefomgeving en het vrijetijdsaanbod. De werkgelegenheid, stedelijkheid en bereikbaarheid worden het laagst beoordeeld.



■ Welk rapportcijfer geef je de gemeente Vlissingen als het gaat om de volgende aspecten?

Vlissingen | Belangrijkste verbeterpunten zijn bereikbaarheid en werkgelegenheid

Belangrijkste verbeterpunten voor Vlissingen zijn de bereikbaarheid, werkgelegenheid, stedelijkheid en het woningaanbod.

Verschillen tussen doelgroepen:

Jongeren (n=263)

- Noemen **vaker**: stedelijkheid (15%), cultuur (13%) en innovatie en technologie (9%).
- Noemen **minder vaak**: openbare voorzieningen (4%), leefomgeving (4%).

Young professionals (n=210)

- Noemen **vaker** onderwijs (10%).

Ouders van jonge kinderen (n=256)

- Noemen **vaker**: leefomgeving (10%) en onderwijs en kennis (8%)
- Noemen **minder vaak** cultuur (2%).

Overige beroepsbevolking (n=485)

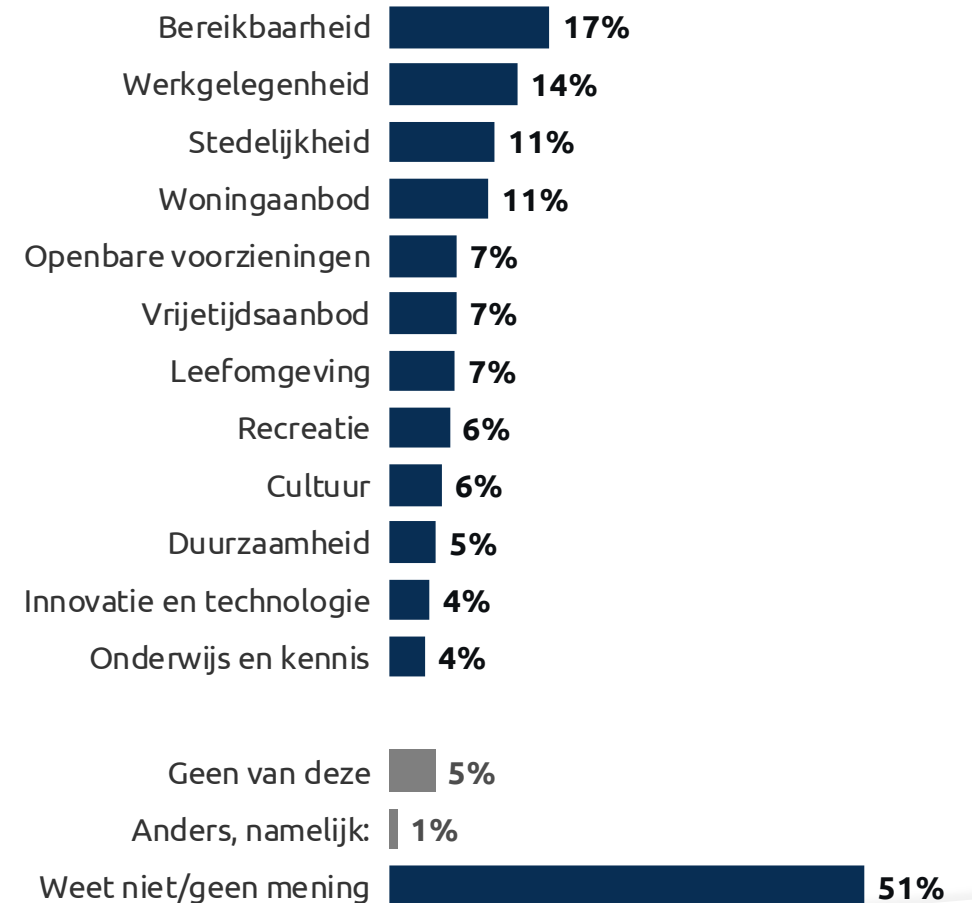
- Antwoorden **vaker** met 'weet ik niet/geen mening' (53%)
- Noemen **minder vaak** onderwijs en kennis (3%)

65-plussers (n=318)

- Noemen **vaker** openbare voorzieningen (10%).
- Noemen **minder vaak** werkgelegenheid (11%).

Op welke aspecten zou de gemeente Vlissingen zich volgens jou nog verder moeten verbeteren?

(Basis - Bekend met Vlissingen, n=2.001)



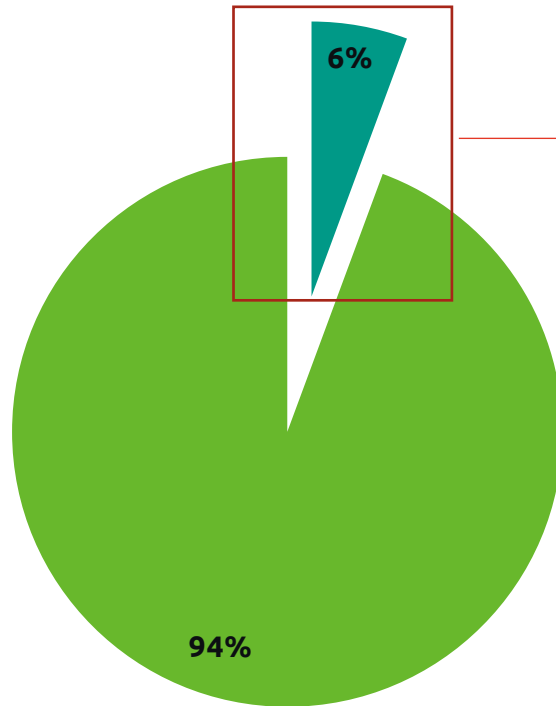
A scenic view of a beach at sunset. The sun is low on the horizon, casting a golden glow over the ocean and the sky. A path of sand leads down from the foreground towards the water, flanked by wooden posts and wire. The foreground is covered in tall, golden grasses. A green semi-transparent overlay covers the lower half of the image, with the text "Verhuisbereidheid en motieven" written in white.

Verhuisbereidheid en motieven

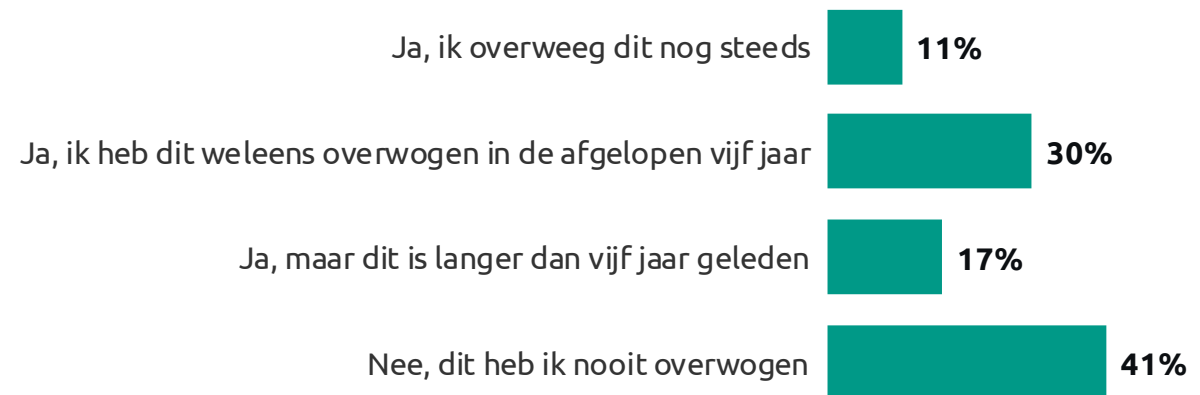


11% overweegt op dit moment om te verhuizen, 41% overwoog nog nooit de provincie te verlaten

Woon je in de provincie Zeeland?
(Basis - allen, n=2.048)



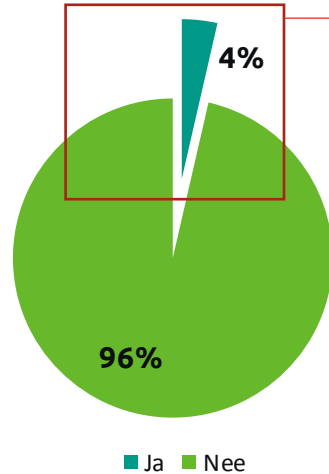
Heb je ooit overwogen om ergens anders te gaan wonen dan in de provincie Zeeland?
(Basis - Woont in Zeeland, n=114)



Een relatie en werk(gelegenheid) zijn de belangrijkste redenen om uit de provincie te trekken

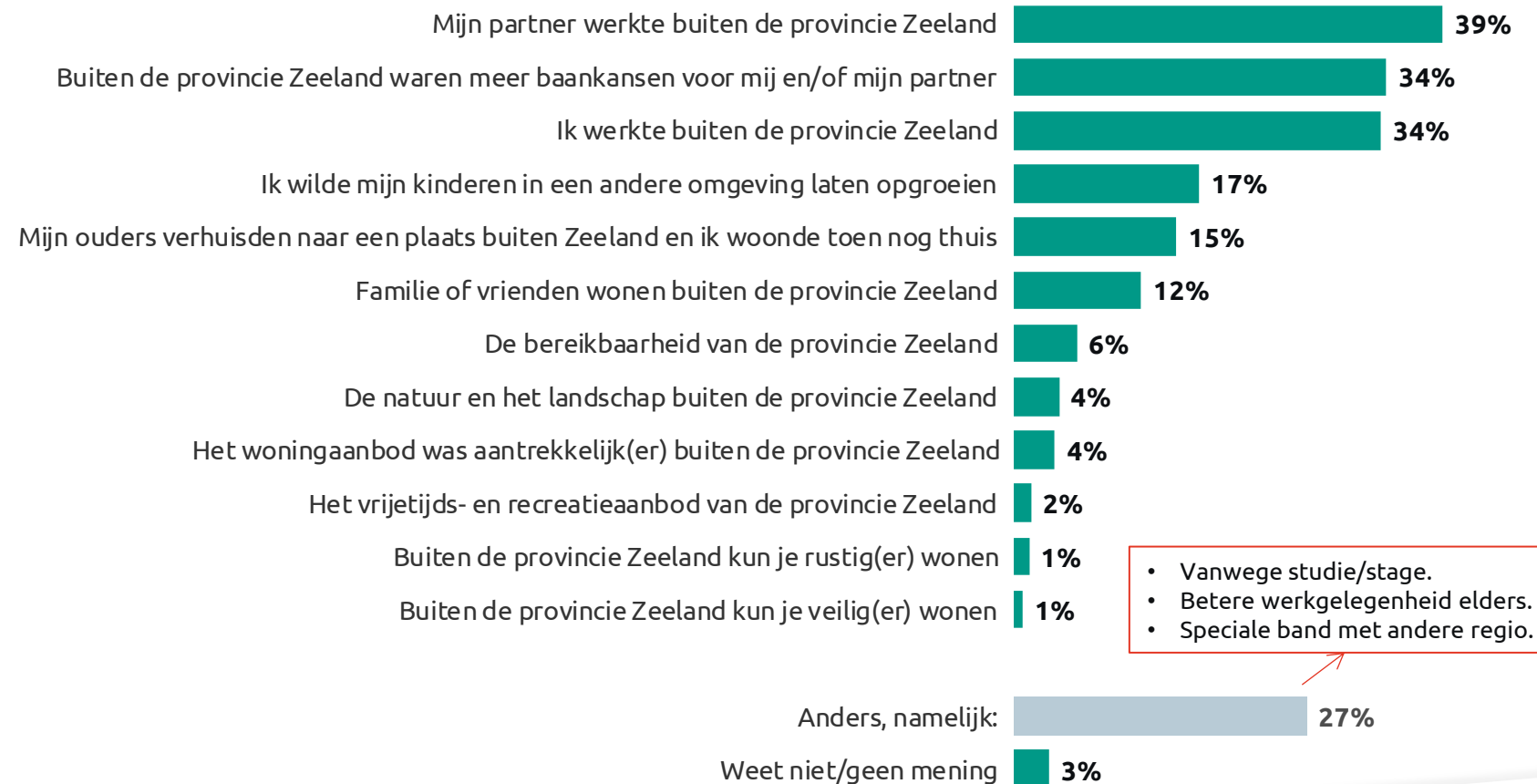
Heb je in het verleden in de provincie Zeeland gewoond?

(Basis - Bekend met Zeeland, woont er niet, n=1.915)



Wat waren voor jou redenen om ergens anders te gaan wonen dan in de provincie Zeeland?

(Basis - woonde in Zeeland, n=61)

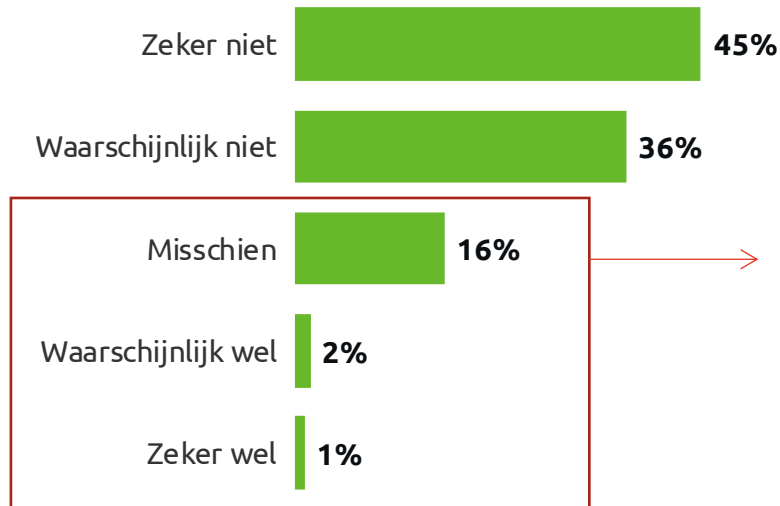


- Vanwege studie/stage.
- Betere werkgelegenheid elders.
- Speciale band met andere regio.

Belangrijkste reden om naar Zeeland te verhuizen is de natuur en de rust

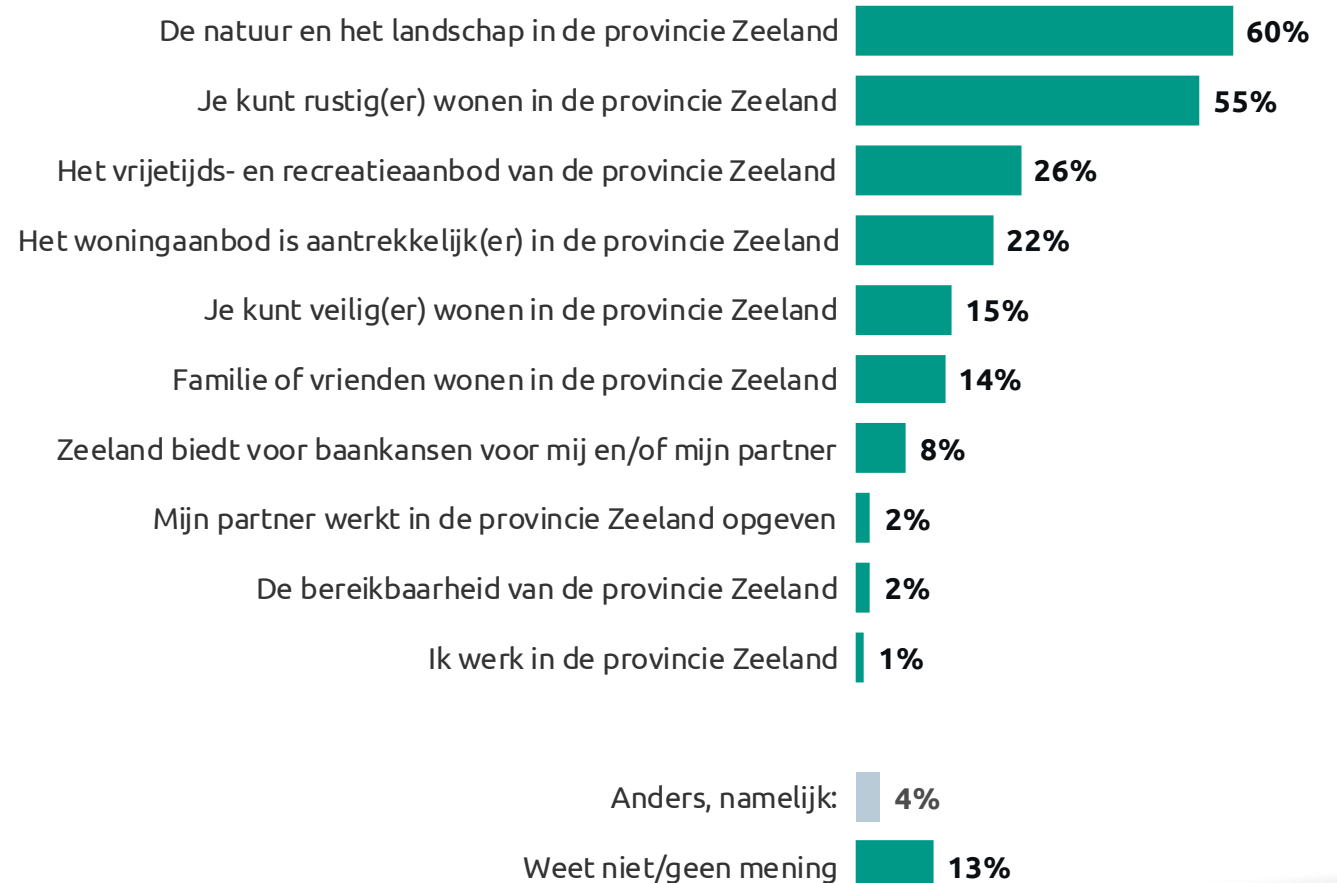
Zou je overwegen om in de toekomst naar de provincie Zeeland te verhuizen?

(Basis - Bekend met Zeeland, woont er niet, n=1.915)



Waarom zou je overwegen naar de provincie Zeeland te verhuizen?

(Basis - woont niet in Zeeland, wil er (misschien) wel heenverhuizen, n=334)





Bezoekgedrag

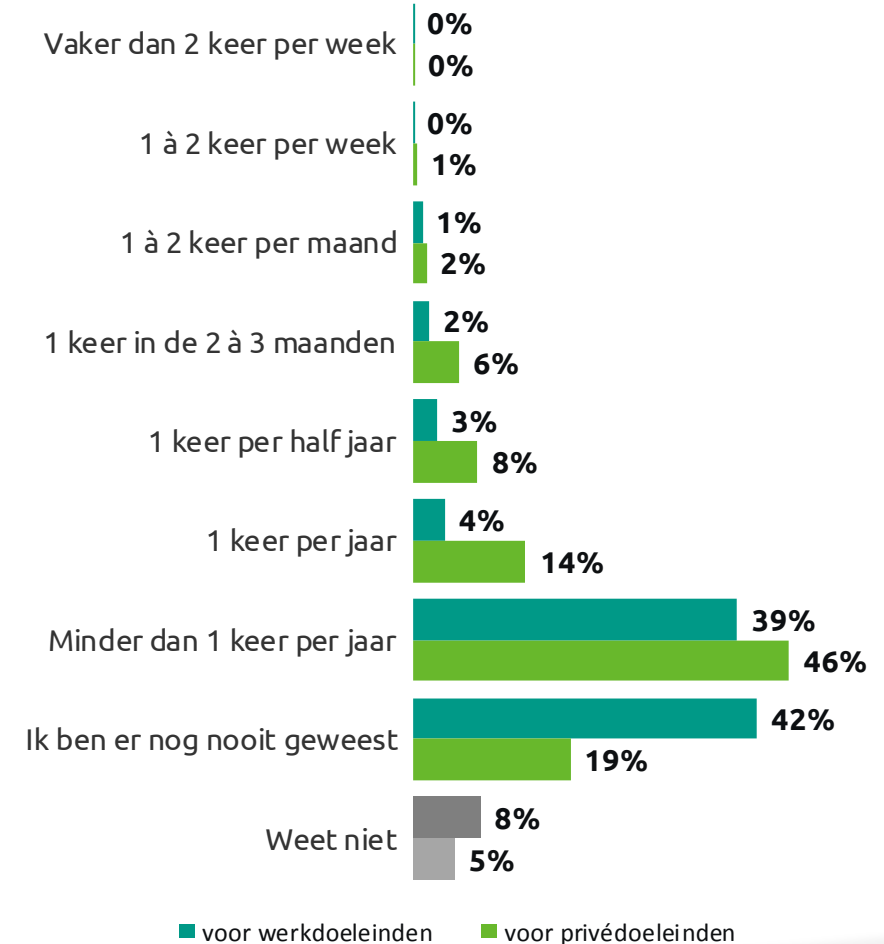


Weinig Nederlanders brengen frequent een bezoek aan Zeeland voor privé- of werkdoeleinden

Er zijn maar weinig Nederlanders die frequent een bezoek brengen aan Zeeland voor privé- of werkdoeleinden. De meesten komen er eens per jaar of minder.

- Jongeren en young professionals geven vaker aan nog nooit voor werkdoeleinden een bezoek te hebben gebracht aan Zeeland (respectievelijk 65% en 62%). Ouders met jonge kinderen komen frequenter in Zeeland 16% komt en eens per jaar of vaker. Nederlanders in de overige beroepsbevolking en 65-plussers komen relatief vaker minder dan eens per jaar (respectievelijk 47% en 49%).
- Young professionals komen relatief vaker voor privédoeleinden naar Zeeland, 36% komt eens per jaar of vaker. Jongeren zijn vaker nog nooit voor privédoeleinden naar Zeeland gegaan (27%).

Hoe vaak breng je gemiddeld een bezoek aan de provincie Zeeland (Is bekend met Zeeland maar woont er niet, n=1.915)

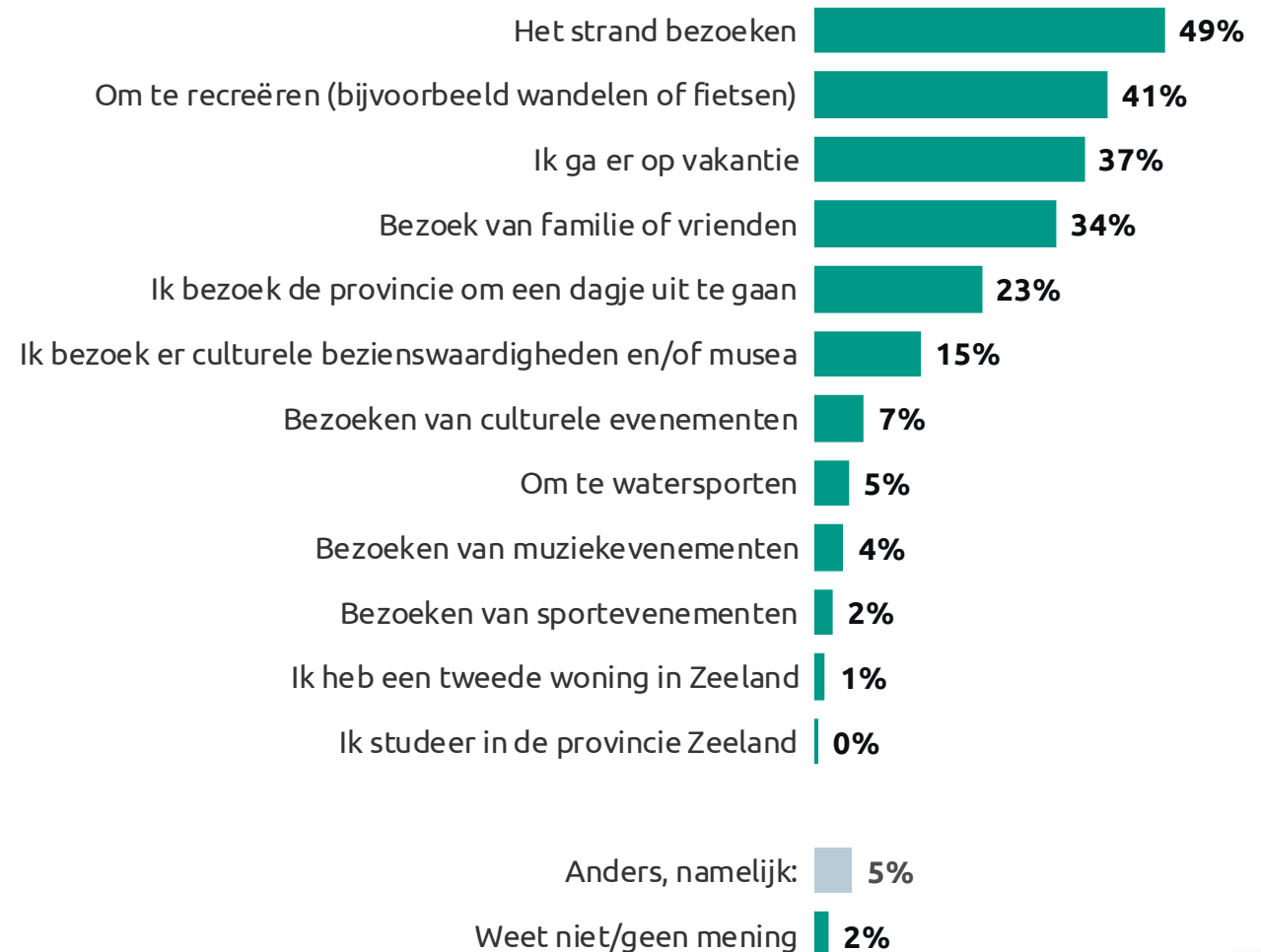


Het Zeeuwse strand is de grootste trekpleister

Het strand is de belangrijkste reden om Zeeland te bezoeken. Daarnaast komt men graag om op andere manieren te recreëren, op vakantie te gaan of familie/vrienden te bezoeken.

- Jongeren komen vaker om een muziekevenement te bezoeken (12%), om te studeren (3%) of omdat de familie een tweede woning heeft in Zeeland (7%).
- Young professionals komen vaker om te watersporten (10%) of om familie en vrienden te bezoeken (44%).
- De overige beroepsbevolking komt vaker voor het strand (56%) en om op andere manieren te recreëren (48%).
- 65-Plussers komen vaker voor de cultuur (22%).

Wat zijn voor jou de voornaamste redenen om de provincie Zeeland te bezoeken?
(Basis - Bekend met Zeeland, woont er niet, bezoekt Zeeland privé, n=573)

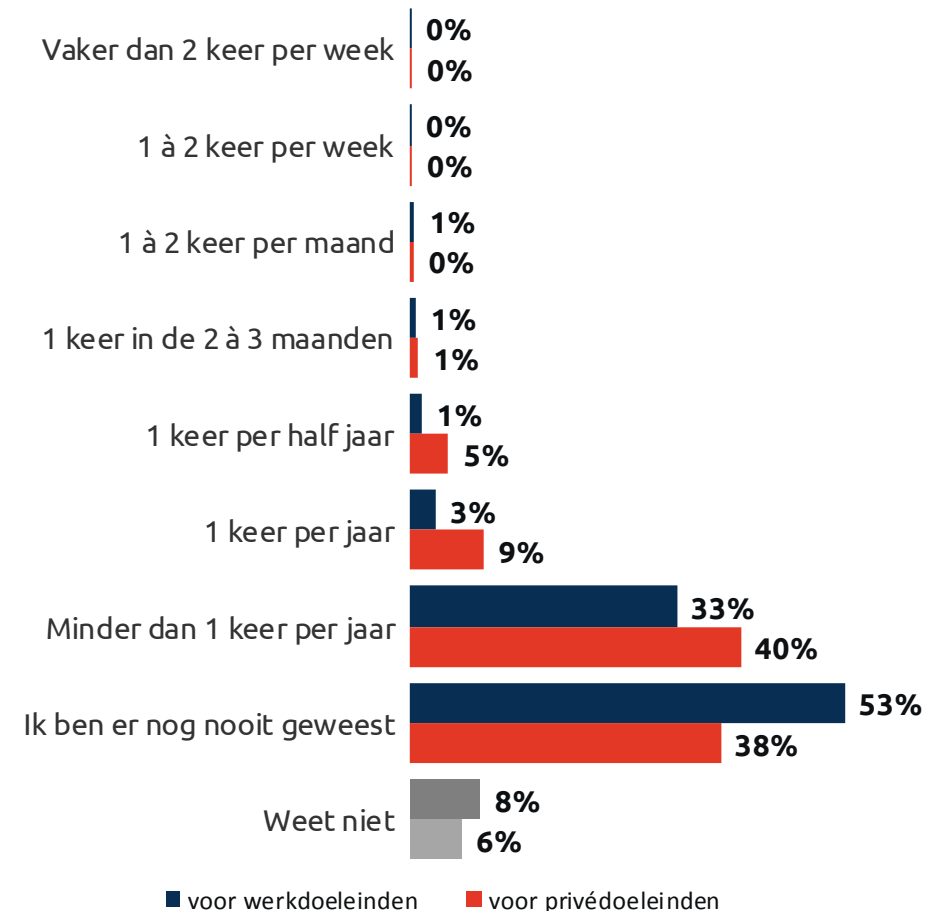


Weinig Nederlanders brengen frequent een bezoek aan Vlissingen voor privé- of werkdoeleinden

Er zijn maar weinig Nederlanders die frequent een bezoek brengen aan Vlissingen voor privé- of werkdoeleinden. De meesten komen er eens per jaar of minder. 38% van de Nederlanders is nog nooit voor privédoeleinden in Vlissingen geweest, 53% niet voor werkdoeleinden.

- Jongeren en young professionals geven vaker aan nog nooit voor werkdoeleinden een bezoek te hebben gebracht aan Vlissingen. De jongeren die wel komen, komen frequenter, 11% komt en eens per jaar of vaker.
- Jongeren en young professionals geven ook vaker aan nog nooit voor privédoeleinden een bezoek te hebben gebracht aan Vlissingen (respectievelijk 49% en 43%).

Hoe vaak breng je gemiddeld een bezoek aan de gemeente Vlissingen (Is bekend met Vlissingen maar woont er niet, n=1.896)





Zeeland | Prioriteiten per doelgroep



Leeswijzer prioriteitenmatrix

Op de volgende pagina's tonen we achtereenvolgens de prioriteitenmatrixen van de verschillende doelgroepen.

In een matrix wordt de beoordeling van de regio op verschillende aspecten, afgezet tegen het belang dat men eraan hecht als inwoner of bij een verhuizing.

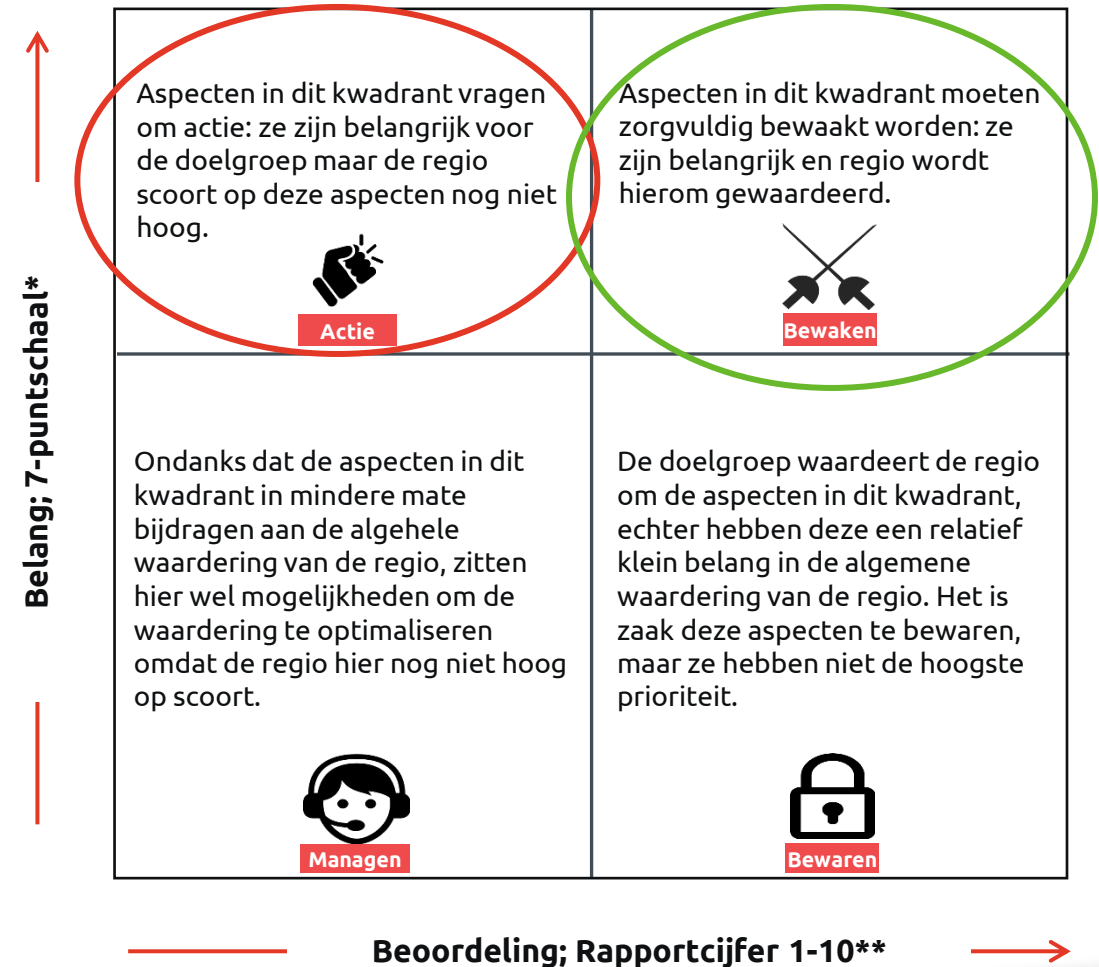
Horizontaal is de beoordeling weergegeven en verticaal het belang.

- Verticale lijn in het vlak: gemiddelde belang dat men hecht aan de aspecten in de regio
- Horizontale lijn in het vlak: gemiddelde beoordeling van de aspecten in de regio

De kwadranten die ontstaan geven aan welke factoren relatief meer of minder prioriteit vereisen.

Groen omcirkelde aspecten zijn de pull-factoren van de regio.

Rood omcirkelde aspecten zijn belangrijke verbeterpunten.



Zeeland | Jongeren vinden een fijne leefomgeving en werkgelegenheid het meest belangrijk

- Voor jongeren zijn de werkgelegenheid, de bereikbaarheid en het onderwijs aanbod **actiepunten**. Dat wil zeggen: jongeren hechten hier een bovengemiddeld belang aan bij een verhuizing, beoordelen de Provincie hier relatief laag op.
- De punten om te **bewaken** voor jongeren zijn de leefomgeving, het woningaanbod en de mogelijkheden om te recreëren en de vrije tijd door te brengen in de tijd van jongeren. Dit zijn de pull-factoren voor jongeren.

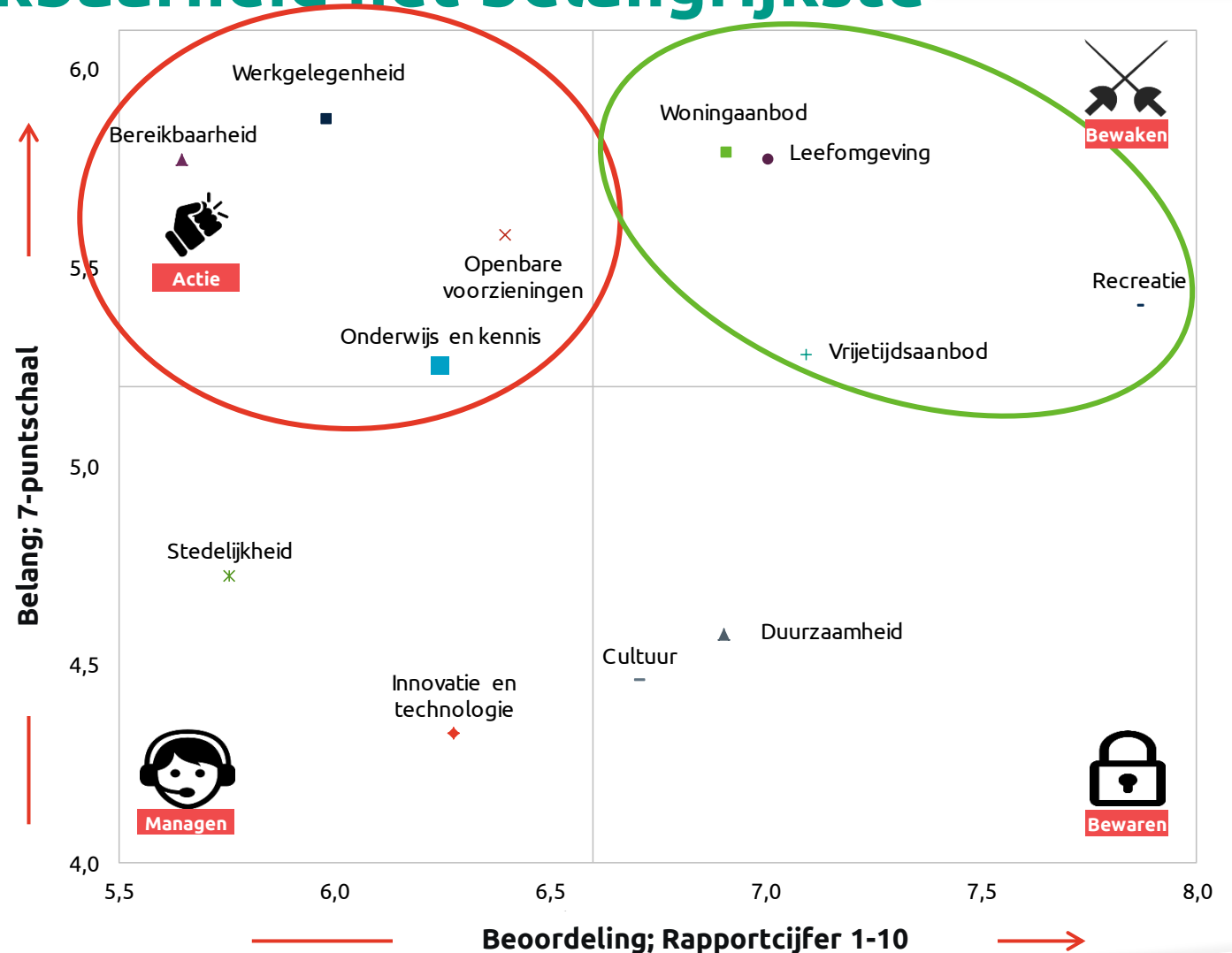


*Belang: Hoe belangrijk zijn deze aspecten voor jou als inwoner/bij een verhuizing?

**Beoordeling: Welk rapportcijfer geef je de provincie Zeeland als het gaat om de volgende aspecten?

Zeeland | Voor young professionals is werkgelegenheid en bereikbaarheid het belangrijkste

- Voor young professionals zijn bereikbaarheid, werkgelegenheid, openbare voorzieningen en onderwijs en kennis **actiepunten**. Dat wil zeggen: zij hechten hier een bovengemiddeld belang aan bij een verhuizing en beoordelen de provincie hier relatief laag op.
- De punten om te **bewaken** voor young professionals zijn de leefomgeving, het woningaanbod en de mogelijkheden om te recreëren en de vrije tijd door te brengen. Dit zijn de pull-factoren voor young professionals.



Zeeland | Ouders met jonge kinderen vinden onderwijs en een fijne leefomgeving het meest van belang

- Voor ouders zijn bereikbaarheid, werkgelegenheid, openbare voorzieningen en onderwijs en kennis **actiepunten**. Zij hechten hier een bovengemiddeld belang aan bij een verhuizing en beoordelen de provincie hier relatief laag op.
- De punten om te **bewaken** zijn de leefomgeving, het woningaanbod en de mogelijkheden om te recreëren en de vrije tijd door te brengen. Dit zijn de pull-factoren voor ouders met jonge kinderen.



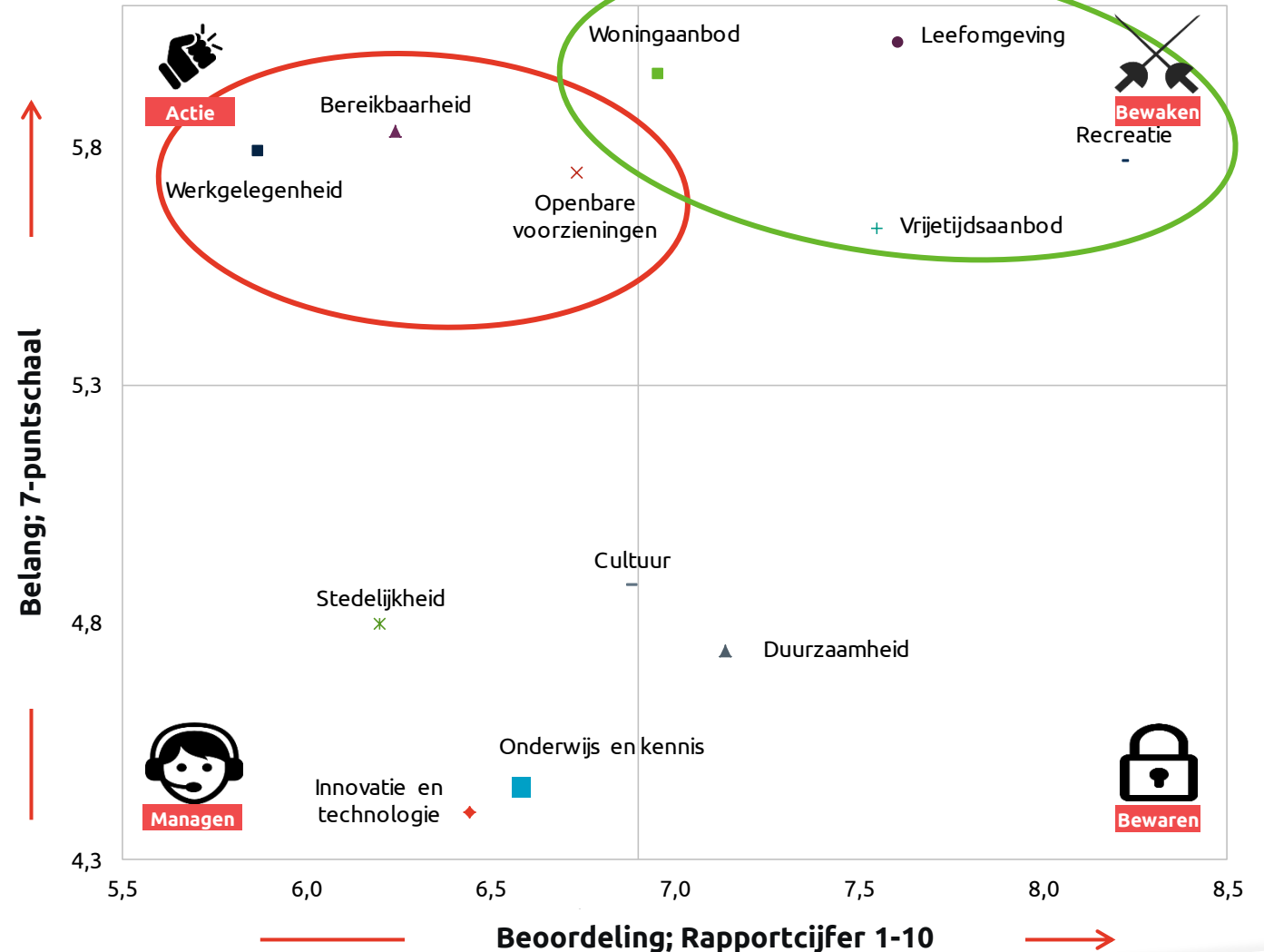
Zeeland | 65-plussers hechten de meeste waarde aan een goede leefomgeving en recreatiemogelijkheden

- Voor 65-plussers zijn bereikbaarheid, woningaanbod en openbare voorzieningen **actiepunten**. Zij hechten hier een bovengemiddeld belang aan bij een verhuizing en beoordelen de provincie hier relatief laag op.
- De punten om te **bewaken** zijn de leefomgeving, het cultuuraanbod en de mogelijkheden om te recreëren en de vrije tijd door te brengen. Dit zijn de pull-factoren voor 65-plussers.



Zeeland | De overige beroepsbevolking hecht de meeste waarde aan een fijne leefomgeving

- Voor de overige beroepsbevolking zijn bereikbaarheid, werkgelegenheid en openbare voorzieningen **actiepunten**. Zij hechten hier een bovengemiddeld belang aan bij een verhuizing en beoordelen de provincie hier relatief laag op.
- De punten om te **bewaken** zijn de leefomgeving, het woningaanbod en de mogelijkheden om te recreëren en de vrije tijd door te brengen. Dit zijn de pull-factoren voor de overige beroepsbevolking.





Vlissingen | Prioriteiten per doelgroep

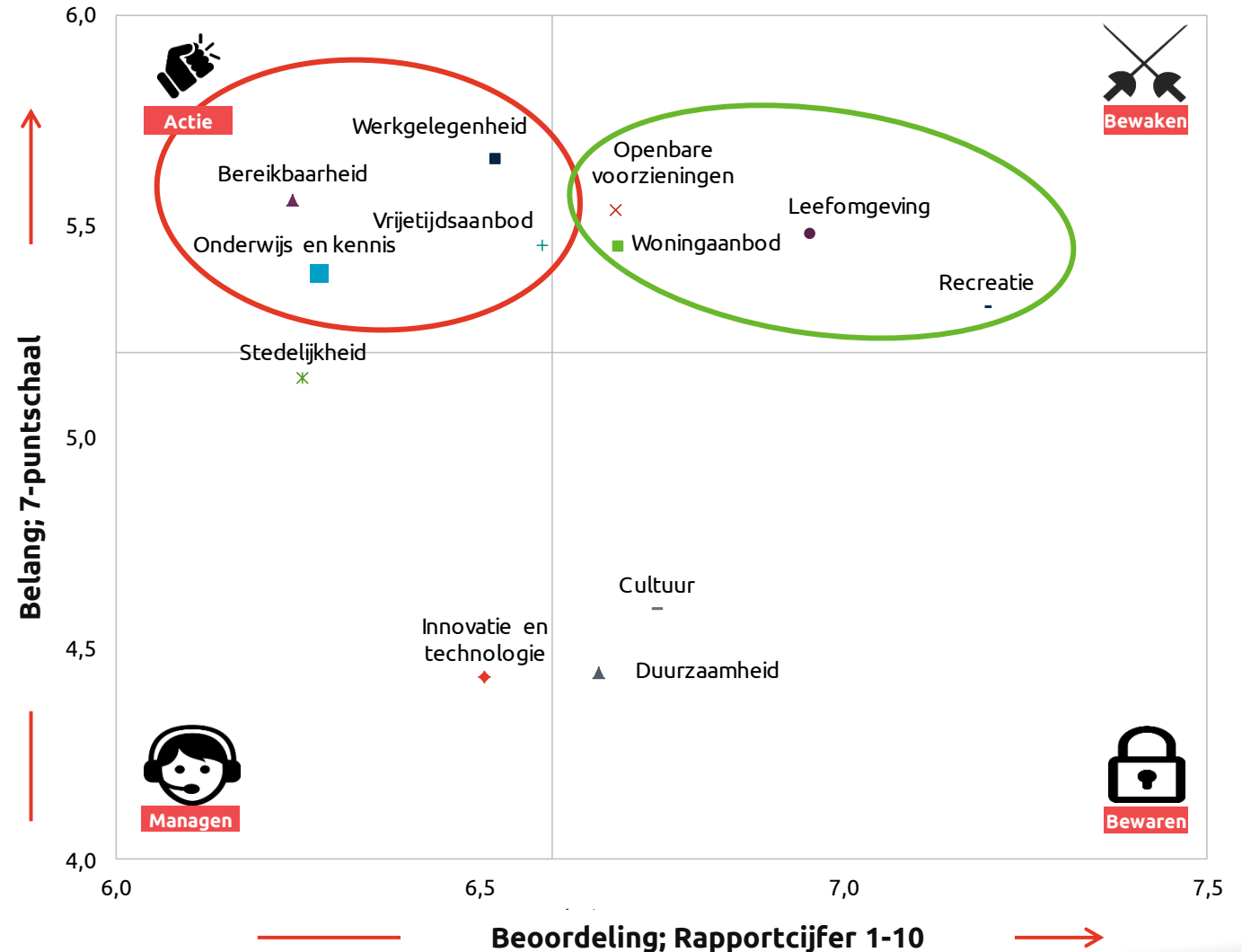


Vlissingen | Jongeren vinden werkgelegenheid het meest van belang

- Voor jongeren zijn de werkgelegenheid, de bereikbaarheid, het vrijetijds- en onderwijsaanbod **actiepunten**. Dat wil zeggen: jongeren hechten hier een bovengemiddeld belang aan bij een verhuizing, beoordelen de gemeente hier relatief laag op.
- De punten om te **bewaken** voor jongeren zijn de leefomgeving, het woningaanbod en de mogelijkheden om te recreëren en de openbare voorzieningen. Dit zijn de pull-factoren voor jongeren.
- Cultuur en duurzaamheid zijn voor jongeren minder van belang.

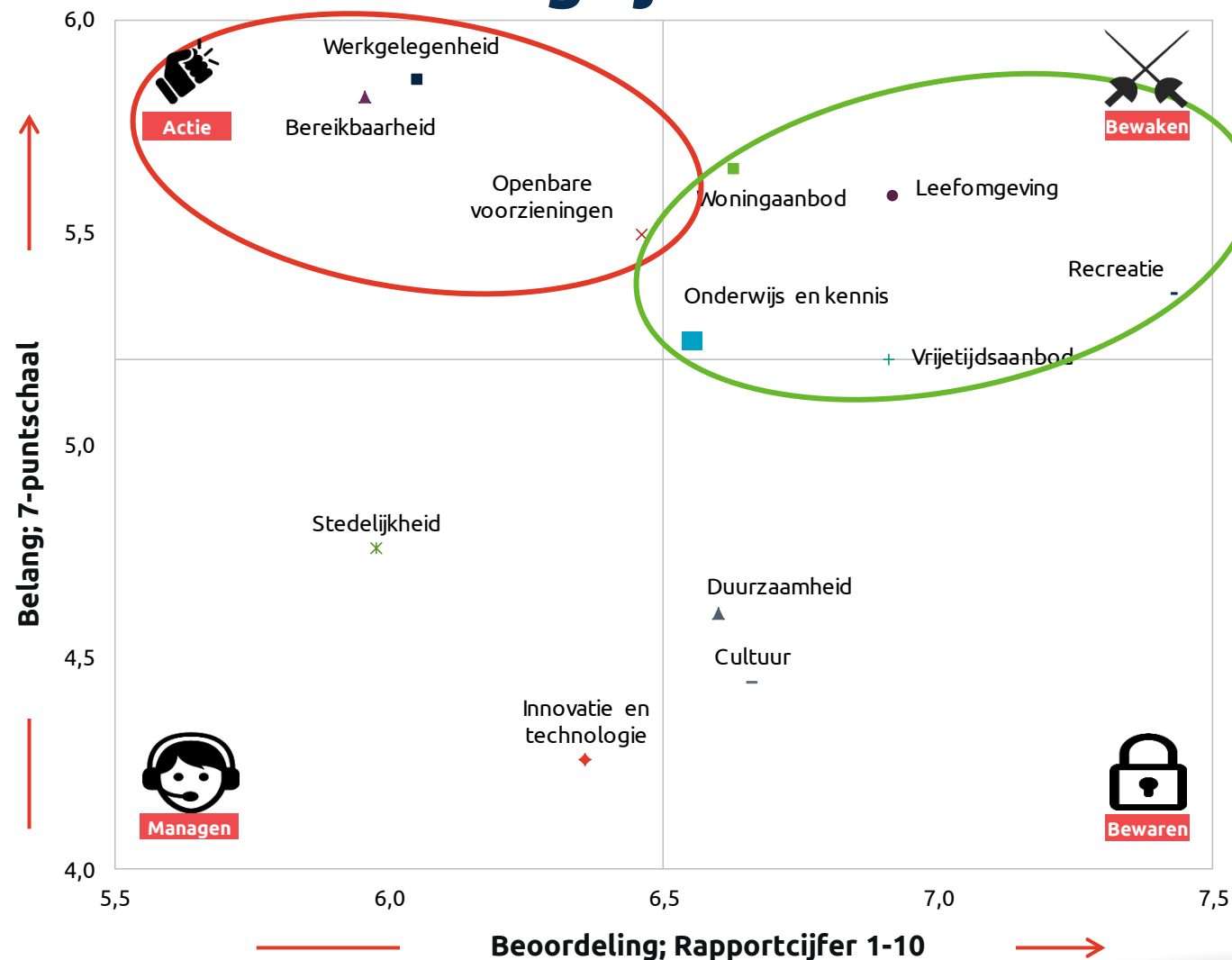
*Belang: Hoe belangrijk zijn deze aspecten voor jou als inwoner/bij een verhuizing?

**Beoordeling: Welk rapportcijfer geef je de gemeente Vlissingen als het gaat om de volgende aspecten?



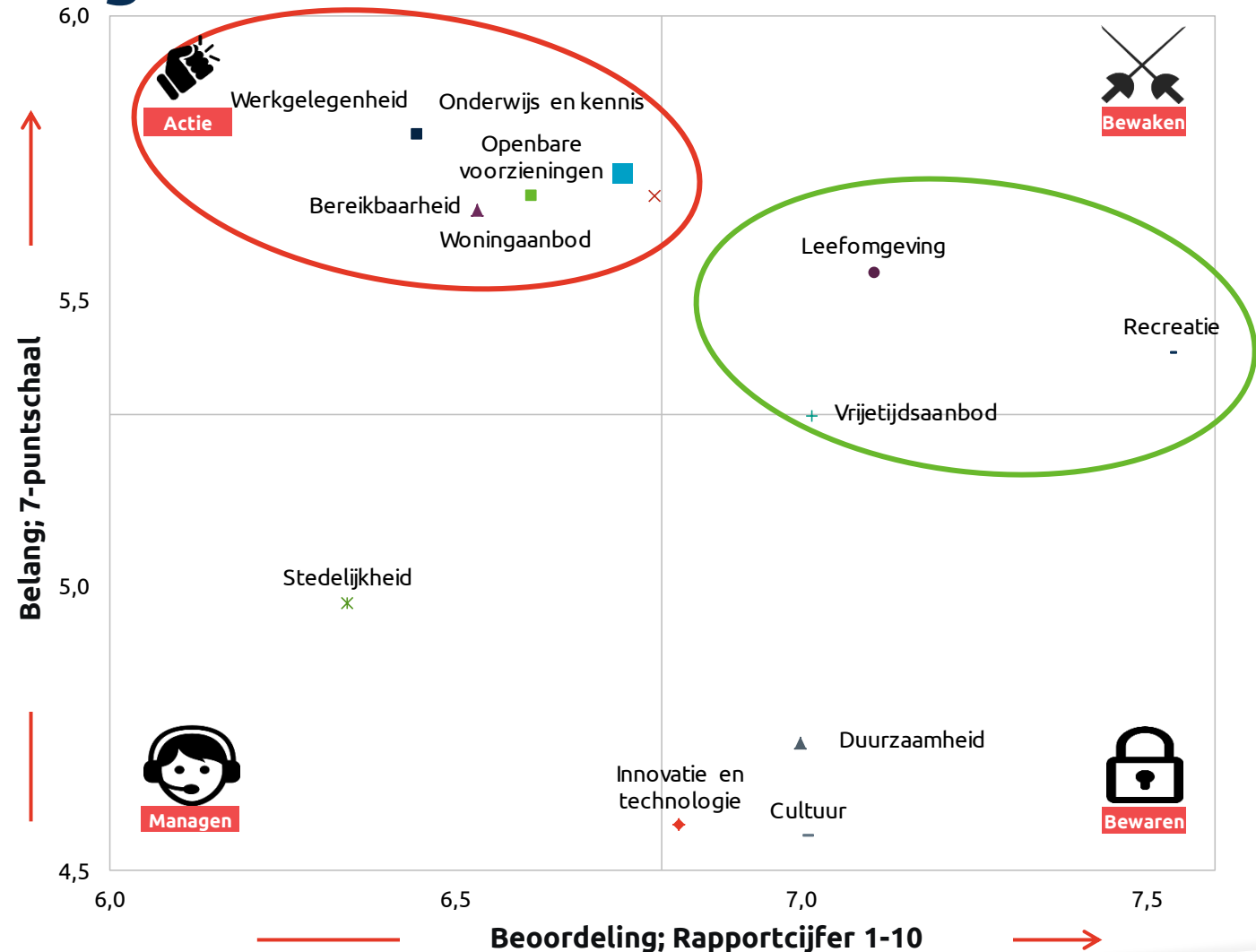
Vlissingen | Young professionals vinden werkgelegenheid en bereikbaarheid belangrijk

- Voor young professionals zijn bereikbaarheid, werkgelegenheid en openbare voorzieningen **actiepunten**. Dat wil zeggen: zij hechten hier een bovengemiddeld belang aan bij een verhuizing en beoordelen de gemeente hier relatief slecht op.
- De punten om te **bewaken** voor young professionals zijn de leefomgeving, het woningaanbod en de mogelijkheden om te recreëren en het vrijetijds- en onderwijsaanbod. Dit zijn de pull-factoren voor young professionals.



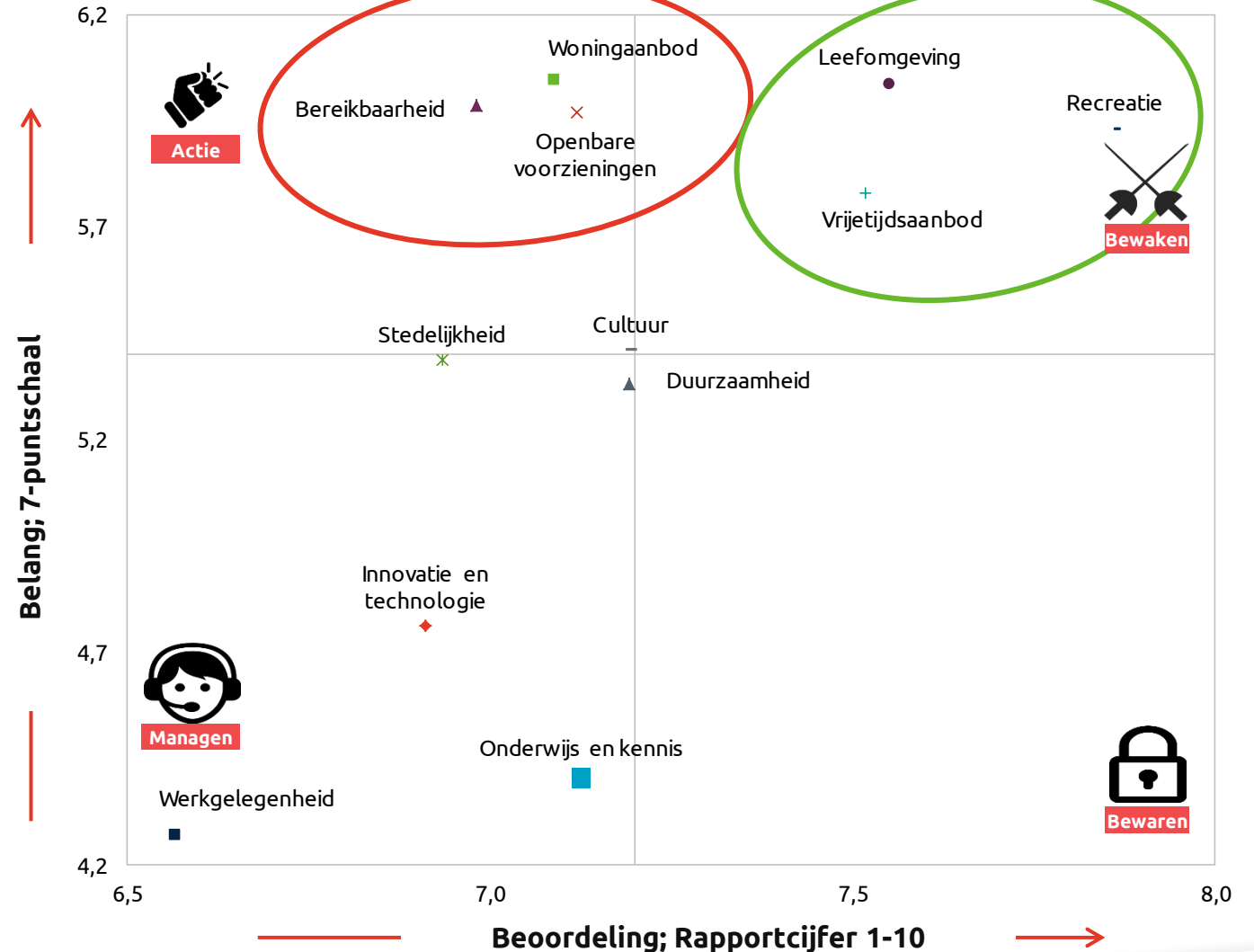
Vlissingen | Ouders met jonge kinderen hechten de meeste waarde aan werkgelegenheid

- Voor ouders zijn bereikbaarheid, werkgelegenheid, openbare voorzieningen en onderwijs en kennis en woningaanbod **actiepunten**. Zij hechten hier een bovengemiddeld belang aan bij een verhuizing en beoordelen de gemeente hier relatief laag op.
- De punten om te **bewaken** zijn de leefomgeving en de mogelijkheden om te recreëren en de vrije tijd door te brengen. Dit zijn de pull-factoren voor ouders met jonge kinderen.



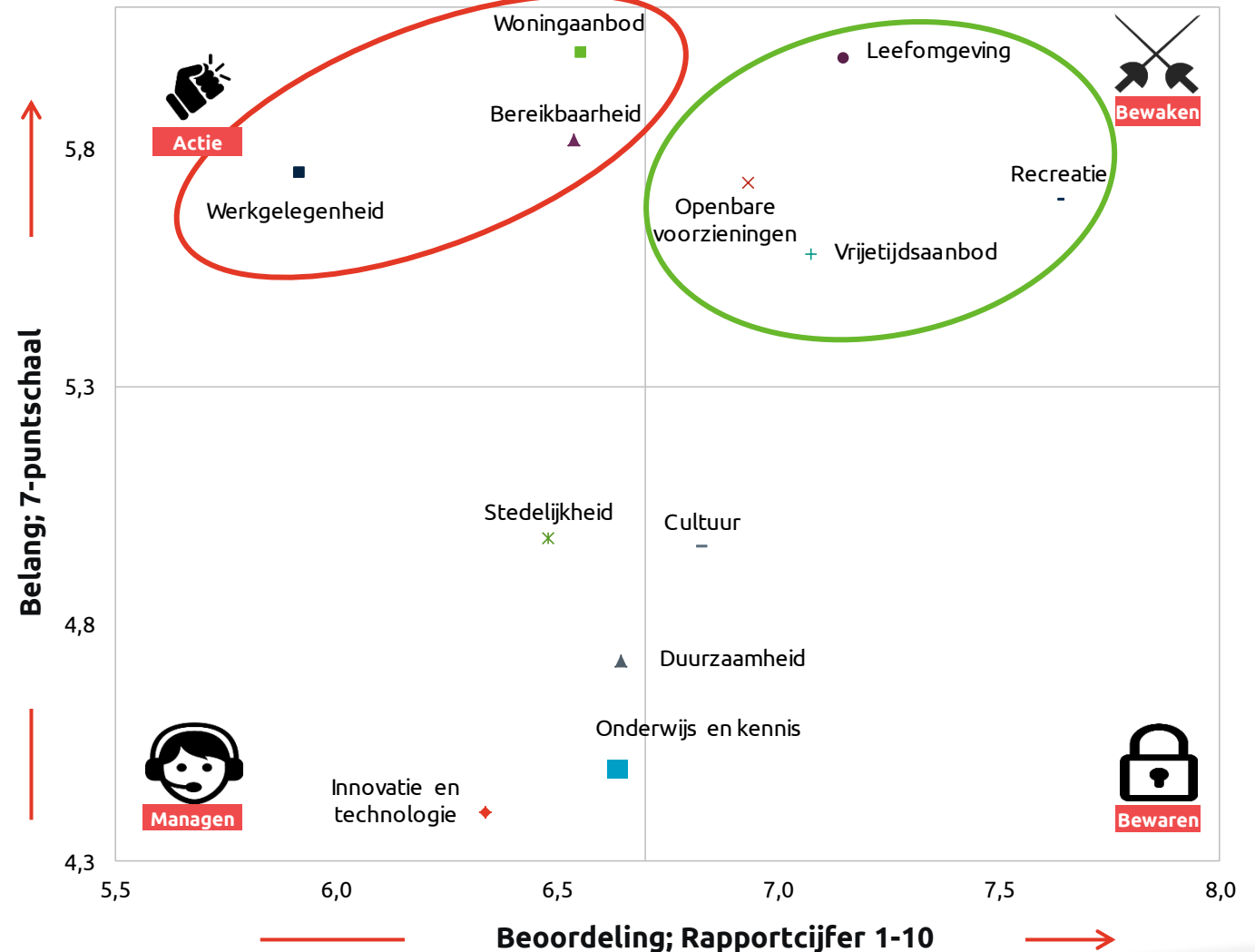
Vlissingen | 65-plussers hechten de meeste waarde aan voldoende woningaanbod en een fijne leefomgeving

- Voor 65-plussers zijn bereikbaarheid, woningaanbod en openbare voorzieningen **actiepunten**. Zij hechten hier een bovengemiddeld belang aan bij een verhuizing en beoordelen de gemeente hier relatief laag op.
- De punten om te **bewaken** zijn de leefomgeving en de mogelijkheden om te recreëren en de vrije tijd door te brengen. Dit zijn de pull-factoren voor 65-plussers.



Vlissingen | De overige beroepsbevolking hecht de meeste waarde aan voldoende woningaanbod

- Voor de overige beroepsbevolking zijn bereikbaarheid, werkgelegenheid en het woningaanbod **actiepunten**. Zij hechten hier een bovengemiddeld belang aan bij een verhuizing en beoordelen de gemeente hier relatief laag op.
- De punten om te **bewaken** zijn de leefomgeving, de openbare voorzieningen en de mogelijkheden om te recreëren en de vrije tijd door te brengen. Dit zijn de pull-factoren voor de overige beroepsbevolking.





Bijlagen



Achtergrond variabelen

Geslacht	Jongeren	Young professionals	Ouders van jonge gezinnen	Overige beroepsbevolking	65-plussers
Man	36%	56%	51%	60%	58%
Vrouw	64%	44%	49%	40%	42%
Leeftijd	Jongeren	Young professionals	Ouders van jonge gezinnen	Overige beroepsbevolking	65-plussers
16 t/m 24	100%	0%	0%	0%	0%
25 t/m 34	0%	52%	43%	0%	0%
35 t/m 44	0%	48%	57%	0%	0%
45 t/m 54	0%	0%	0%	61%	0%
55 t/m 64	0%	0%	0%	39%	0%
65 t/m 75	0%	0%	0%	0%	100%
Opleiding	Jongeren	Young professionals	Ouders van jonge gezinnen	Overige beroepsbevolking	65-plussers
Hoog	10%	100%	35%	30%	19%
Midden	69%	0%	57%	50%	41%
Laag	21%	0%	8%	20%	39%
Inkomen	Jongeren	Young professionals	Ouders van jonge gezinnen	Overige beroepsbevolking	65-plussers
Beneden modaal	21%	15%	19%	22%	43%
Modaal	6%	15%	13%	13%	12%
Boven modaal	10%	46%	33%	39%	22%
Onbekend	63%	24%	35%	26%	22%
Totaal Ondervraagden	n = 284	n = 213	n = 265	n = 487	n = 322
Wat is het meest op jou van toepassing?	Jongeren	Young professionals	Ouders van jonge gezinnen	Overige beroepsbevolking	65-plussers
Ik werk	27%	100%	88%	90%	6%
Ik studeer/ga naar school	71%	0%	1%	0%	0%
Ik werk niet (meer)	2%	0%	11%	10%	94%
Totaal Ondervraagden	n = 284	n = 213	n = 265	n = 487	n = 322
Totaal Ongewogen	n = 98	n = 170	n = 170	n = 585	n = 594

Groen = de groep scoort relatief *hoger* dan de andere doelgroepen

Rood = de groep scoort relatief *lager* dan de andere doelgroepen

Bijlage

Onderzoekstechnische informatie - kwantitatief

Veldwerkperiode

Het veldwerk is uitgevoerd in de periode 24 -29 april 2020.

Methode respondentselectie

- Uit het StemPunt-panel van Motivaction

Incentives

De respondenten hebben als dank voor deelname aan het onderzoek punten voor het StemPunt spaarprogramma ontvangen

Weging

- De onderzoeksdata zijn gewogen (zie ook bijlage gewogen en ongewogen data), daarbij fungeerde het Mentality-ijkbestand als herwegingskader. Dit ijkbestand is wat betreft sociodemografische gegevens gewogen naar de Gouden Standaard van het CBS

Bewaartermijn primaire onderzoeksbestanden

Digitaal beschikbare primaire onderzoeksbestanden worden tenminste 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard. Beeld- en geluidsopnames op cd en niet digitaal beschikbare schriftelijke primaire bestanden zoals ingevulde vragenlijsten, worden tot 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard.

Overige onderzoekstechnische informatie

Overige onderzoekstechnische informatie en een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst is op aanvraag beschikbaar voor de opdrachtgever.

Bijlage | Ongewogen en gewogen data

Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	n	%	n	%
Leeftijd				
16 t/m 24	98	4,8	284	13,9
25 t/m 34	173	8,4	332	16,2
35 t/m 44	259	12,6	351	17,2
45 t/m 54	392	19,1	408	19,9
55 t/m 64	532	26,0	351	17,1
65 t/m 75	594	29,0	322	15,7
Opleidingsniveau				
Hoog (wo/hbo)	636	31,1	516	25,2
Middel (havo/vwo/mbo/mavo)	1072	52,3	1066	52,1
Laag (ibo/basisschool/geen opleiding)	340	16,6	466	22,8
Geslacht				
Mannen	956	46,7	1012	49,4
Vrouwen	1092	53,3	1036	50,6

Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	n	%	n	%
Regio				
3 grote gemeenten	186	9,1	243	11,9
West	632	30,9	609	29,7
Noord	222	10,8	205	10,0
Oost	430	21,0	423	20,6
Zuid	507	24,8	488	23,8
Randgemeenten	71	3,5	80	3,9
Mentality				
Moderne burgerij	465	22,7	457	22,3
Opwaarts mobielen	260	12,7	309	15,1
Postmaterialisten	250	12,2	189	9,2
Nieuwe conservatieven	181	8,8	168	8,2
Traditionele burgerij	218	10,6	246	12,0
Kosmopolieten	306	14,9	260	12,7
Postmoderne hedonisten	234	11,4	221	10,8
Gemaksgeoriënteerden	134	6,5	197	9,6

Wij verminderen onze footprint



Motivaction
is ISO 14001-
gecertificeerd



Motivaction
gebruikt
energiezuinige
auto's



Motivaction
gebruikt groene
stroom



Motivaction
gebruikt uitsluitend
papier met een FSC-
label

Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage - anders dan integrale publicatie - is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International B.V.

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

Motivaction International B.V.

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl

www.motivaction.nl

Weet wat mensen drijft.

motivaction
insights and strategy