

De bewoners van dit pand.

**Lelystad**  
11 maart 2014

**onderwerp**  
Resultaten imago-onderzoek

No. 14-018

Geachte heer / mevrouw,

In december 2013 heeft een stagiair van City Marketing Lelystad (CML) met bemoeienis van de gemeente Lelystad onderzoek gedaan naar de (stads)beleving en (woon)tevredenheid binnen Lelystad c.q. Warande. Voor Warande is gekozen omdat daar de grootste opgave van de stad ligt om de komende jaren de gewenste en noodzakelijke groei te realiseren. In de afgelopen jaren hebben gemeente en CML in samenwerking met ontwikkelaars/makelaars zich ingespannen om Warande te promoten en zijn ook nieuwe inwoners (inmiddels 315 opgeleverde woningen) er komen wonen.

Een onderzoek onder inwoners van Warande zou moeten uitwijzen:

- in hoeverre mensen zich op basis van de gedane marketinginspanningen hebben gevestigd;
- op basis waarvan mensen een keuze voor Lelystad c.q. voor Warande hebben gemaakt (=effectmeting van ingezette communicatiemiddelen);
- of in de opinie van de bewoners de gedane (woon)beloften ook zijn waargemaakt;
- wat het huidige en gewenste imago van Lelystad / Warande onder inwoners van Warande is.

De antwoorden op de vragen uit het onderzoek moeten helpen bij wat de gemeente en CML kunnen doen om het imago van de stad in het algemeen en van Warande in het bijzonder bij de huidige bewoners in stand te houden danwel te verbeteren. Oftewel: welke lessen kunnen worden geleerd teneinde toekomstige marketinginspanningen effect te laten hebben op de groei van Lelystad: het aantrekken van nieuwe inwoners naar Lelystad/Warande.

## **Resultaten**

Recent is het onderzoek afgerond. De resultaten delen wij graag met de bewoners van Warande. Samengevat komt op hoofdlijnen het volgende beeld naar voren:

- 1.** Het grootste deel van de ondervraagden is tevreden na vestiging in Lelystad. De helft is gehecht of zelfs zeer gehecht aan Lelystad. Er is niet echt sprake van een specifieke gehechtheid aan de woonwijk Warande.
- 2.** Bijna alle respondenten zijn bekend met de campagnebeelden van Lelystad (Onze Huismus, Ons Parkeerprobleem, Onze Wildernis, Onze Hangjongeren, etc.). Iets meer dan de helft van de respondenten vindt dat de campagnebeelden ook overeenstemmen met hun beeld over Lelystad.
- 3.** Het meest voorkomende communicatiemiddel dat een belangrijke rol heeft gespeeld bij de keuze voor Lelystad is het internet. Voor de woonwijk Warande hebben internet, brochures en advertenties een belangrijke rol gespeeld om te verhuizen naar de woonwijk Warande. Bijna driekwart van de ondervraagden vond de geboden informatie over de woonwijk Warande goed, zeer goed of uitstekend. Internet, sociale media, krant en nieuwsbrief zijn de belangrijkste communicatiemiddelen om bewoners uit de woonwijk Warande te informeren over stedelijke en maatschappelijke ontwikkelingen, ontwikkelingen uit eigen woonwijk en ontwikkelingen uit eigen straat.
- 4.** Gemeente Lelystad en de makelaars / projectontwikkelaars moeten meer aan 'after sales' doen om de bewoners van de woonwijk Warande tevreden te stellen.

5. Lelystad kan het huidige imago verbeteren door op stedelijk niveau meer te doen op het gebied van uitgaan, evenementen en het stadshart. Wat goed tot zeer goed scoort is de bereikbaarheid, de aanwezigheid van BataviaStad en vooral de natuur.

6. De bewoners van Warande zien graag dat de wegen in hun wijk worden verbeterd en afgemaakt. Daarnaast vinden ze dat er in de woonwijk veel afval ligt. De respondenten zien liever tijdelijke natuur in plaats van een lege vlakte waar voorlopig nog niet aan wordt gebouwd.

**Download op website**

Het volledige rapport kunt u nalezen op de website [www.lelystad.nl/warande](http://www.lelystad.nl/warande). Voor de gemeente zijn de resultaten aanleiding om de bewoners van Warande binnenkort uit te nodigen voor een bijpraatsessie. Vanwege de komende verkiezingen en aansluitend de coalitiebesprekingen over de vorming van een nieuw college, zal een dergelijke bijeenkomst zo spoedig mogelijk daarna worden ingepland. Het streven is om dit in ieder geval voor 1 mei aanstaande te laten plaatsvinden.

Wij hopen u hiermee vooralsnog voldoende te hebben geïnformeerd en zien uit naar een nadere ontmoeting in de aangekondigde bijpraatsessie.

Met vriendelijke groet,

Het college van de gemeente Lelystad  
Namens deze,

De directie van City Marketing Lelystad,

Ellen de Jong,

Tony Merkelbach

Projectmanager Warande,  
Ingenieursbureau en Projectmanagement