

Interviewundersøgelse i Faaborg

Analyse af borgernes brug af Faaborgs
butikker og strøgområde

November 2008





COWI A/S

**Thulebakken 34
9000 Aalborg**

**Telefon 99 36 77 00
Telefax 99 36 77 01
www.cowi.dk**

Interview i Faaborg

Analyse af borgernes brug af Faaborgs
butikker og strøgområde

November 2008

Indholdsfortegnelse

1	Telefoninterview i Faaborg	2
1.1	Mål	2
1.2	Metode	2
2	Resultat af telefoninterview	5

1 Telefoninterview i Faaborg

1.1 Mål

Med henblik på at få et indblik i, hvordan borgerne bruger midtbyen i Faaborg er der udført en række telefoninterview. Målet er at få indblik i, hvor ofte midtbyen besøges, hvilke butikker der besøges, samt hvilke andre byer borgerne benytter til dagligvare- og udvalgsvarerindkøb. Herudover er målet, at få indblik i om borgerne er tilfredse med Faaborg midtbys tilbud, og om der er mangler, som kan imødekommes, så Faaborg midtby bliver mere attraktiv.

1.2 Metode

Det var planen, at indsamle informationerne om Faaborg-borgernes brug af byen via feltinterviews, men efter et par forsøg viste det sig at være meget vanskeligt at få folk i tale. Det blev forsøgt at gennemføre interviews på parkeringspladser umiddelbart før hjemturen fra bymidten, så de interviewede havde deres bytur i frisk erindring, men det viste sig, at kun meget få ville afsætte tid til et interview. Tilbuddet om at deltage i et interview blev afvist med mangel på tid. Folk skulle skynde sig at hente børn, hjem og lave mad osv.

I stedet for blev det valgt at gennemføre telefoninterviews. Det blev også overvejet at uddele spørgeskemaer, der f.eks. deles ud på parkeringspladser (under vinduesviskeren), men det blev vurderet, at også det ville give lav svarprocent, og at det vil være en stor fordel med direkte dialog med respondenterne for at kunne sikre at spørgsmålene bliver korrekt opfattet.

De kvantitative besvarelser kan bruges til at afspejle nogle tendenser, ved f.eks. at spørge hvor ofte besøges, eller hvilke steder der blev besøgt. De kvalitative besvarelser kan uddybe borgernes opfattelse af byen og baggrunden for at bruge byen til bestemte aktiviteter. Den kvantitative del af interviewet giver et indblik i forholdene som de er nu, mens den kvalitative del, kan skabe ny viden om eksempelvis de muligheder, respondenterne ser - altså mere fremadrettede besvarelser.

Målgruppen for interviewene er de lokale i Faaborg, som forventes at benytte sig af Faaborg bymidtes tilbud. Efter opkaldet til husstanden spørges der til den person, der står for husstandens indkøb. Telefonnumre er rekvireret via "De gule sider".

Også telefoninterviewanalysen viste sig at være ret vanskelig at gennemføre. I alt 260 telefonnumre blev udtrukket gennem "De gule sider". 38 personer gennemførte interview. Resten blev enten ikke truffet hjemme eller ønskede ikke at deltage.

Spørgsmål

På baggrund af ovenstående mål og metode, er følgende spørgsmål udarbejdet til besvarelse gennem telefoninterview.

- Hvornår besøgte du sidst Faaborg by i forbindelse med et ærinde i butik, bibliotek, læge, tandlæge, kommunekontor, idrætshallerne o.lign. (ikke arbejde)?
- Hvordan kom du ind til dit ærinde i byen (bil, bus, cykel, gang)?
- Hvor valgte du at parkere din bil?
- Hvilke butikker og andre af byens faciliteter besøgte du på turen (butikker, bibliotek, kommunekontor, læge, idrætshallerne osv.)?
- Hvad besøgte du først, og hvad fulgte bagefter (dem der kan huske det)?
- Gik du rundt til alle stederne eller flyttede du bil/cykel undervejs (f.eks. parkering ved Føtex, hvorefter bilen flyttes til bymidten)?
- Var der uplanlagte/spontane besøg i butikker mv., som du ikke havde planlagt hjemmefra? Hvilke besøg drejede det sig om?
- Hvor mange penge brugte du de forskellige steder?
- Hvor tit handler du dagligvarer i Faaborg? 1 gang om måneden eller sjældnere, 1 gang på 14 dage, 1 gang om ugen, 2 gange om ugen, 3 eller flere gange om ugen?
- Hvor handler du oftest dagligvarer i Faaborg? Andre dagligvarebutikker der ofte benyttes?
- Hvor tit kombinerer du dagligvareindkøb i SuperBrugsen med besøg i gågaden? Næsten hver gang, af og til, sjældent, aldrig?
- Hvor tit kombinerer du dagligvareindkøb i Føtex med besøg i gågaden? Næsten hver gang, af og til, sjældent, aldrig?

- Hvor tit handler du i gågaden? 1 gang om måneden eller sjældnere, 1 gang på 14 dage, 1 gang om ugen, 2 gange om ugen, 3 eller flere gange om ugen?
- Hvor tit handler du i andre byer end Faaborg? 1 gang om måneden eller sjældnere, 1 gang på 14 dage, 1-2 gange eller mere end 2 gange i måneden?
- Hvad er den væsentligste årsag, når du vælger ikke at handle i gågaden i Faaborg?
- Hvad kan gøre Faaborg mere attraktiv for dig?
- Hvad er din alder?

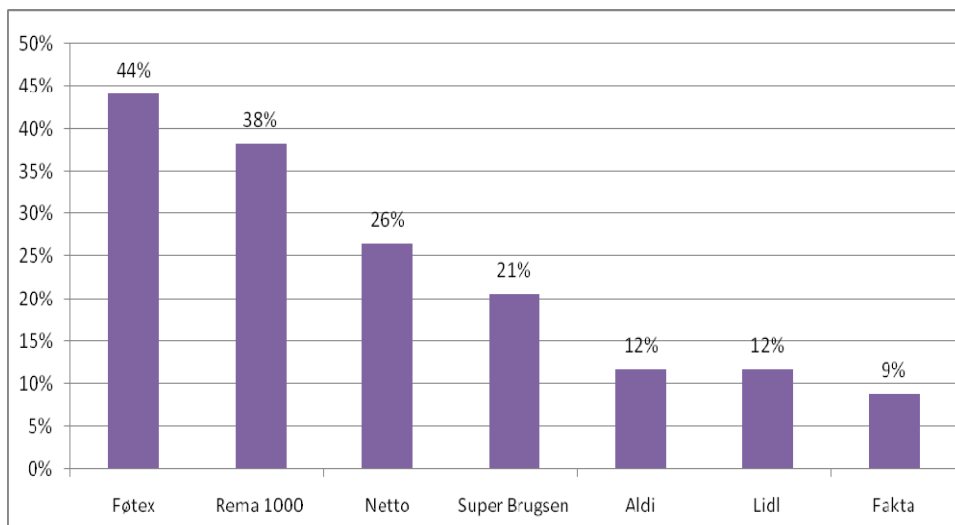
2 Resultat af telefoninterview

Gennemsnitsalderen på de interviewede er 53 år. Det er umiddelbart en høj gennemsnitsalder. Der er flere forklaringer. Interviewene blev gennemført i perioden fra 12 til 17 på hverdage. Mange yngre har været på arbejde i perioden, men det er også erfaringer, at mange yngre og især børnefamilier ikke ønskede at tage sig tid til at medvirke i undersøgelsen. Herudover er der sikkert en tendens til at den ansvarlige i for indkøb er en af de ældre i husstanden, og det er vurderingen at især de lidt ældre ønskede at afsætte tid til at medvirke.

Af de adspurgte har 66 procent anvendt bilen som transportmiddel ind til Faaborg, mens omkring 35 procent er gående eller cyklende ind til bymidten. Der tegner sig et billede af, at hvis man besøger butikker udenfor den inderste bymidte, flytter man bilen mellem destinationerne - det gælder bl.a. Jem og fix, Netto og butikkerne i og omkring Herregårdscentret. Hvorimod ærinder i bymidten klares ved, at man går fra butik til butik.

Størstedelen af respondenterne, som ankom til Faaborg i bil, valgte at parkere i området omkring SuperBrugsen og mellemgade. Det drejer sig om 60 procent, mens de resterende fordelte sig på parkeringsarealer ved havnen, degnetorvet, den Voigtske gård, Herregårdscentret, torvet og ved Helios. Det indikerer, at de fastboende i Faaborg-området oplever at området omkring mellemgade og Super Brugsen er det mest centrale udgangspunkt, når bymidten besøges.

Nedenstående graf illustrerer, hvilke butikker der er respondenternes foretrukne indkøbssteder, når der skal handles dagligvarer.

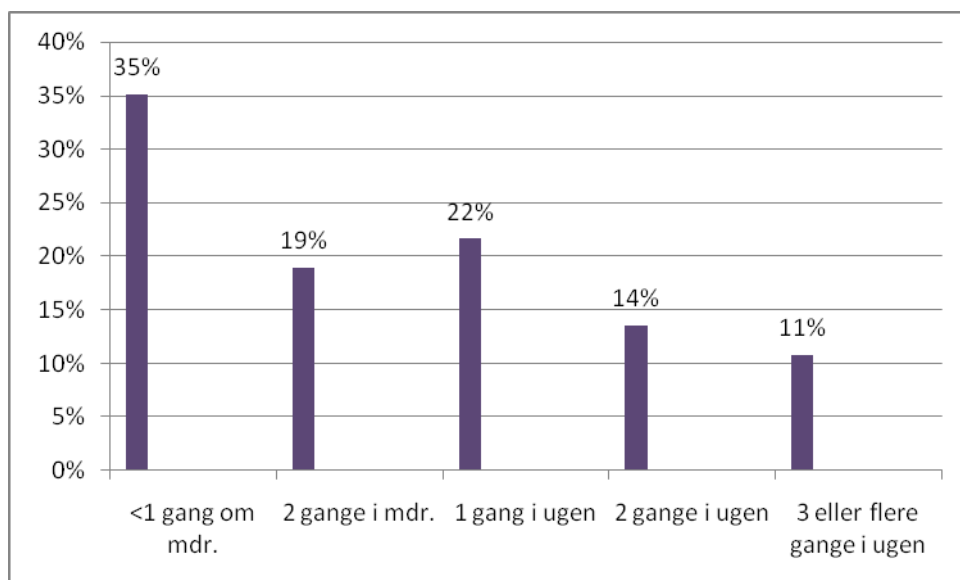


Figur 1: Angiver fordelingen af, hvor de adspurgte foretrækker at handle

Halvdelen af de adspurgte, har nævnt to butikker som de primære handlesteder i Faaborg, af den grund er den samlede procentsats over besøgte butikker over 100 procent. Det fremgår af resultaterne, at Føtex, Rema 1000 og Netto er meget besøgte butikker. Føtex, der er flyttet ud af bymidten fra en beliggenhed ved siden af SuperBrugsen, har mere end dobbelt så mange besøg som SuperBrugsen. Også Netto er flyttet ud af bymidten, mens Rema 1000, Aldi, Lidl og Fakta er etableret på deres nuværende beliggenheder uden for bymidten. Kun SuperBrugsen er lokaliseret i bymidteområdet, og besøgene i SuperBrugsen omfatter kun 12 procent af alle ture til dagligvarebutikker, eller sagt omvendt så placeres 88 procent af alle daglivareindkøbsture i butikker uden for bymidteområdet. Tallene indikerer sammen med informationerne om, at en indkøbstur til en butik uden for bymidten betragtes som en tur for sig selv, at bymidten har mistet en betydelig kundetilstrømning og et betydeligt afledt salg i udvalgs varebutikkerne.

10 procent af de adspurgte kunne ikke nævne en eller to primære handlesteder, årsagen hertil er, at de adspurgte besøger flere dagligvarebutikker, når de handler, alt efter hvor der var tilbud på de varer de skulle bruge. Bag mønstret ligger, at Faaborg har dagligvarebutikker at vælge mellem, og det viser at en del Faaborgborgere gerne vil bruge tid på at besøge de forskellige butikker, med henblik på at få de bedste tilbud – et mønster der med sandsynligheds skyldes de relativt korte afstande mellem butikkerne, når indkøb sker i bil.

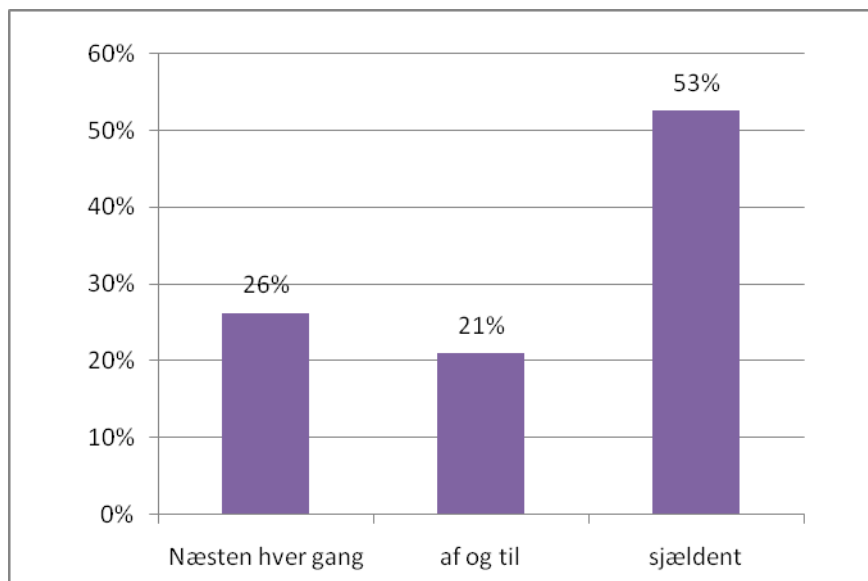
Respondenterne blev spurgt hvor ofte de besøger strøgeområdet i Faaborg.



Figur 2: Angiver hvor ofte der handles i bymidten blandt de adspurgte

Undersøgelsen viser, at strøgområdet besøges sjældent, når man tager Faaborgs beskudne størrelse og bymidstens centrale beliggenhed i betragtning. Som det mest markante enkeltresultat besøger 35 % af de adspurgte strøgområdet 1 gang eller mindre om måneden, og yderligere ca. 20 % besøger strøgområdet 2 gange om måneden. Lidt under halvdelen af de adspurgte besøger strøgområdet mindst en gang om ugen. At bymidten besøges forholdsvist sjældent kan sandsynligvis forklares med, at størstedelen af dagligvarebutikkerne ligger uden for bymidteområdet, og at de arbejdspladser, rådhus, museer og bymidstens øvrige attraktioner ikke er tilstrækkelige til at trække de store andele af borgere ind til bymidten.

For at vurdere om de store dagligvarebutikkers beliggenhed medfører et afledte besøg i bymidten, blev der stillet spørgsmål om, hvor ofte de adspurgte besøgte strøgområdet i forbindelse med et besøg i SuperBrugsen, der ligger tæt integreret med strøgområdet, og Føtex, der ligger ca. 750 m. fra starten af strøgområdet..

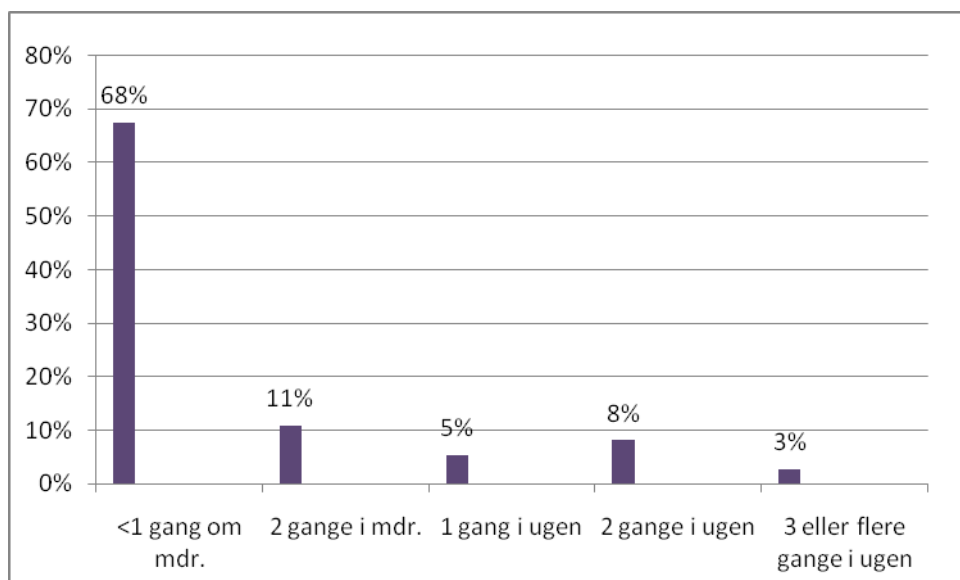


Figur 3: Angiver hvor ofte et besøg i Super Brugsen kombineres med et besøg i resten af strøgeområdet af de adspurgte

Analysen viser, at knap halvdelen af de personer, der handler i SuperBrugsen, næsten hver gang eller af og til kombinerer et besøg i SuperBrugsen med et besøg i resten af strøgeområdet. Mere end en fjerdedel svarer faktisk, at et besøg i SuperBrugsen næsten hver gang medfører et besøg i resten af strøgeområdet. For Føtex var resultatet, at ingen af de adspurgte kombinerede et besøg i Føtex med et besøg i bymidten.

Spørgsmålene om hvilke butikker, der er blevet besøgt i strøgeområdet kunne de fleste interviewede svare på, men rækkefølgen, der skulle illustrere indhold og sammenhæng i en "bytur", kunne kun de færreste svare på. Der er derfor ikke nogle holdbare data at analysere på.

Nedenstående viser svarene på spørgsmålene om hvilket omfang, der handles i andre byer end i Faaborg.



Figur 4: Angiver hvor ofte der handles i andre byer end Faaborg.

Analysen viste, at Faaborg-borgerne hovedsageligt handler lokalt i Faaborg – det gælder sig både dagligvarer og udvalgsvarer.. Knap 70 % tager således på indkøb mindre end 1 gang om måneden i andre byer end Faaborg. Det markante resultat kan være påvirket af, at gennemsnitsalderen på de adspurgte er forholdsvis høj.

Når indkøbsturen går til en anden by skyldes det i flere tilfælde, at der handles dagligvarer i forbindelse med arbejde i en anden by, og flere svarer, at når der skal købes tøj og andre udvalgsvarer, benyttes Svendborg og Odense – Rosengårdscentret i Odense blev nævnt af flere af de adspurgte.

Respondenterne blev spurgt om, hvad der kunne gøre Faaborg mere attraktiv. Flere af de adspurgte, gav udtryk for, at de er godt tilfredse med Faaborg by som den er, men flere kommer med forslag til forbedringer i forhold til bylivet i gågaden.

Flere mente at gågaden er uinteressant, og at både butiksudbuddet og vareudvalget er mangelfuldt. Overordnet er der et ønske om at skabe mere liv – bedre butiks- og kulturudbud. Af mere konkrete forbedringer blev der opfordret til at butikkernes åbningstider bliver ensartede, og at bilerne fjernes fra strøgområdet hele året. Kunsthåndværkere og specialforretninger omtales positivt, og der opfordres til, at der udvikles mere på det område.

På grund af den lave svarprocent og de forholdsvis få svar skal analysens resultater selvfølgelig tages med forbehold.