

Resultaten peiling bezoekers Goffertbad

Definitief rapport 31 mei 2022.

Vastgoed, Sport en Accommodaties, gemeente Nijmegen.

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	1
Inleiding en doel	2
Methode.....	2
Resultaten vragenlijst bezoekers.....	3
Resultaten vragenlijst medewerkers en vrijwilligers	8
SWOT-analyse Goffertbad	9
Reactie Sportfondsenbad Nijmegen	10

Inleiding en doel

Het Goffertbad is een geliefd buitenbad in Nijmegen dat al sinds 1952 open is en – mede op basis van de motie Eeuwig is ook echt eeuwig – ‘voor altijd open’ zal zijn. In verband met de nadere uitwerking van de toekomstvisie voor het bad wilde de gemeente Nijmegen, vanuit de rol van eigenaar, graag weten hoe bezoekers het Goffertbad ervaren. Er is een peiling uitgezet onder de bezoekers, om zo meer te weten te komen over wat bezoekers als positief zien aan het bad en wat zij zien als verbeterpunten. Ook zijn vragen gesteld over hoe vaak bijvoorbeeld het bad door bezoekers gebruikt wordt en van welke voorzieningen zij gebruik maken.

De resultaten uit de vragenlijst worden gebruikt om het Goffertbad verder te ontwikkelen, zodat er ook in de toekomst nog prettig gezwommen kan worden. De antwoorden uit de vragenlijst zijn anoniem verwerkt en worden vertrouwelijk behandeld.

Methode

De peiling bestond uit een aantal onderdelen:

- vragenlijst bezoekers, verspreid via verschillende kanalen (zie de alinea hieronder).
- vragenlijst medewerkers Goffertbad en vrijwilligers Goffertbad (Vrienden van Goffert).
- test op toegankelijkheid (onder meer voor rolstoelgangers), via een rondgang met twee medewerkers van het Zelfregiecentrum Nijmegen.
- gesprek met zwem- en waterpolovereniging Hydrofiel.

Verspreiding vragenlijst bezoekers

De vragenlijst is uitgezet via verschillende kanalen. Ten eerste bij de abonneementhouders van Sportfondsenbad Nijmegen die hebben aangegeven open te staan voor vragenlijsten. Andere abonneementhouders konden niet benaderd worden in verband met de Algemene Verordening Gegevensbescherming. Daarnaast is de vragenlijst via de besturen ook verspreid onder leden van de volgende verenigingen: zwem- en waterpolovereniging Hydrofiel, zwemmers van het Radboud Sport Centrum, Zwemvereniging Aqua Novio, Duikteam de Bevers, Triathlonvereniging Cerberus en GSN de Spetters. Ook is de vragenlijst doorgestuurd aan de Seniorenraad en de Regenboograad (zij vulden de vragenlijst op persoonlijke titel in) en verspreid onder jongeren van het Rijks College, een middelbare school die naast het Goffertbad ligt.

Van belang is te noemen dat de vragenlijst is uitgezet onder de mensen die het Goffertbad kennen en er gebruik van maken. De mening van mensen die – om wat voor reden dan ook – niet in het Goffertbad komen, is niet terug te lezen in het rapport.

Verwerken data

De vragenlijsten bestonden grofweg uit twee type vragen: open vragen en gesloten vragen.

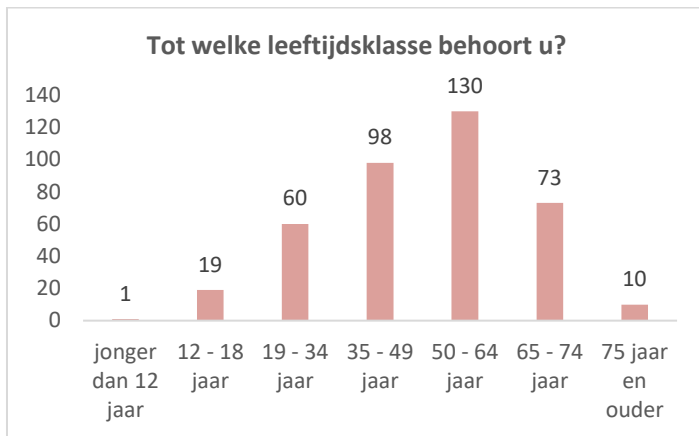
Bij de gesloten vragen konden de deelnemers antwoorden door een of meer van de voorgeschreven opties aan te vinken, bijvoorbeeld tot welke leeftijdscategorie zij behoorden. Deze gesloten vragen zijn geanalyseerd door het optellen van het aantal deelnemers dat het antwoord aanvinkte of door het berekenen van de gemiddelden van de antwoorden (zoals de waardering per voorziening, waarbij een cijfer van 1-10 gegeven kon worden). Omdat deelnemers vaak meerdere antwoorden konden aanvinken, zijn er opgeteld vaak meer antwoorden dan het totaal aantal deelnemers dat de vragenlijst invulde (398).

Bij de open vragen kon men zelf een antwoord intypen. Een voorbeeld van een open vraag is: *wat vindt u positief of prettig aan het Goffertbad? Noem maximaal 3 zaken. Zet daarbij bovenaan wat voor u het belangrijkste is.* De antwoorden op deze vragen zijn geclusterd in verschillende thema's, waarbij per thema werd geteld hoe vaak deze voorkwamen. Voorbeelden van deze thema's zijn 'buitenbad, fijn om buiten te sporten' en 'banen zwemmen'. Regelmatig waren antwoorden bij meerdere thema's in te delen, zoals 'Banen zwemmen in buitenlucht'. Er is gekozen om deze antwoorden aan beide thema's toe te rekenen. Hierdoor zijn er ook bij de open vragen opgeteld meer antwoorden dan het totaal aantal deelnemers.

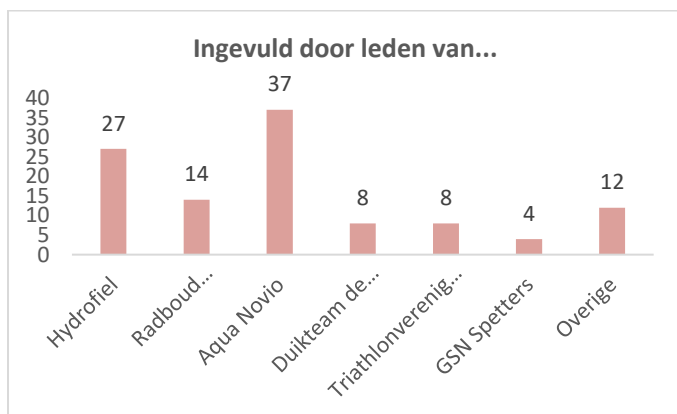
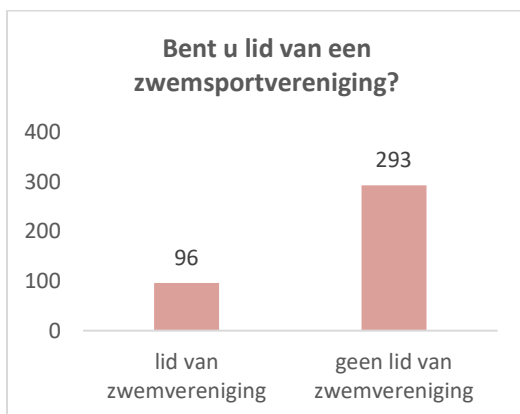
Resultaten vragenlijst bezoekers

Beschrijving van de deelnemers

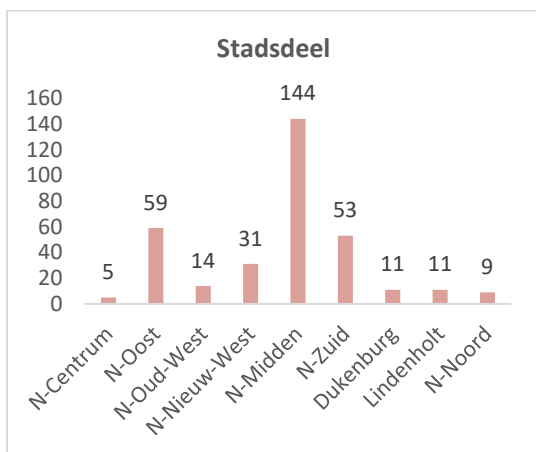
Aantal deelnemers: 398. Niet alle deelnemers vulden alle vragen in, waardoor de aantallen in de onderstaande figuren optellen tot aantal lager dan 398.

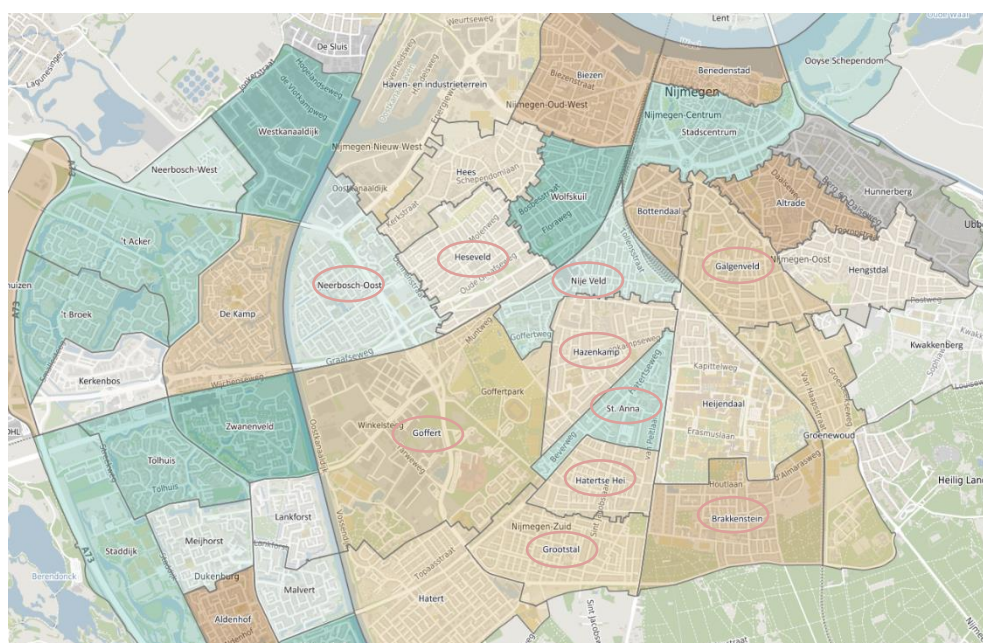
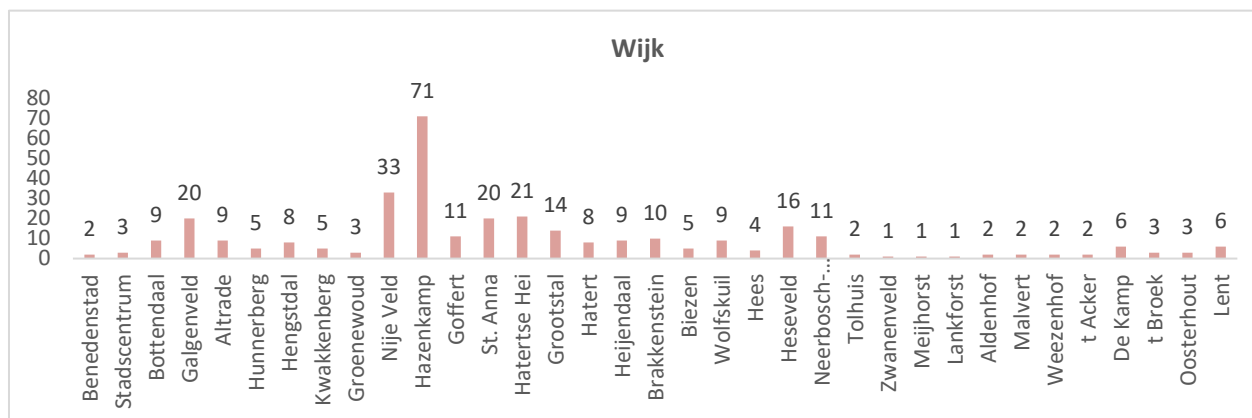


De vragenlijst is het meest ingevuld door bezoekers in de leeftijdscategorie 50-64 jaar, gevolgd door de leeftijdscategorieën 19-34 jaar, 35-49 jaar en 65-74 jaar. De vragenlijst is relatief weinig ingevuld door bezoekers van jonger dan 12 jaar, 12-18-jarigen en 75 jaar en ouder.



Ongeveer een kwart van de deelnemers is lid van een zwemvereniging (met name van Aqua Novio en Hydrofiel).

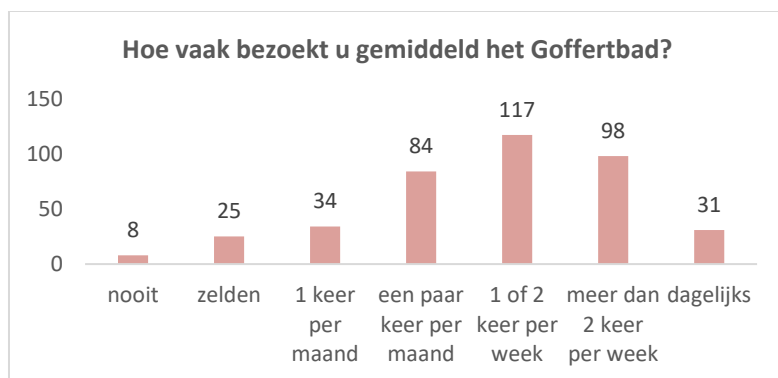




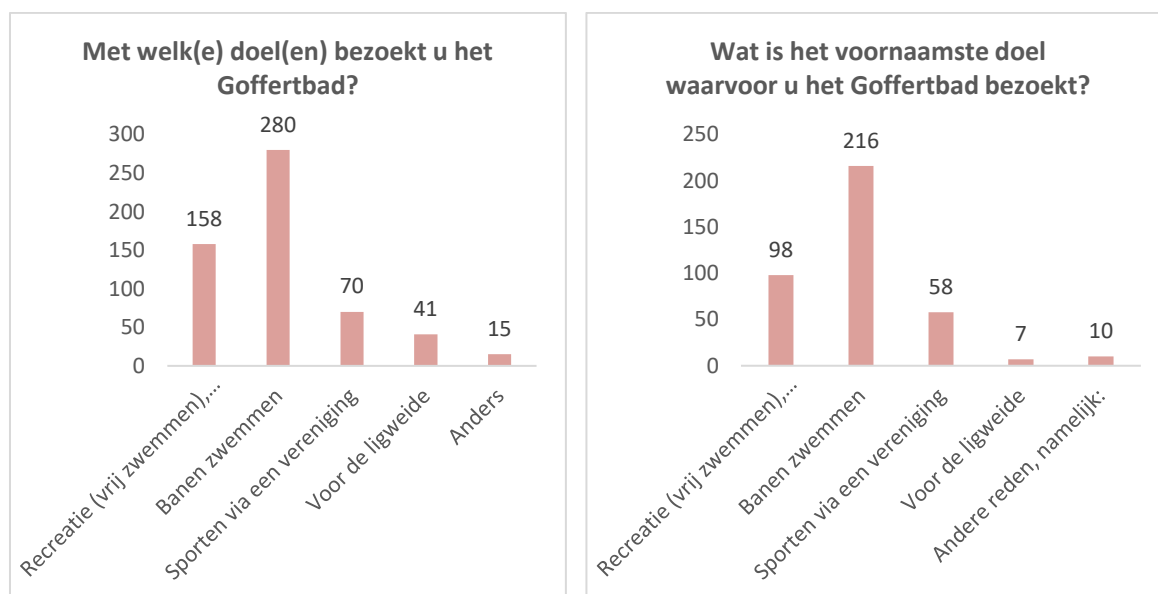
≥ 10 deelnemers

De vragenlijst is het meest ingevuld door inwoners uit de stadsdelen Nijmegen-Midden (met name de wijken Hazenkamp, Nije Veld en St. Anna), Nijmegen-Oost (met name de wijk Galgenveld), Nijmegen-Nieuw-West (met name Heseveld, Neerbosch-Oost en Goffert net wat minder) en Nijmegen-Zuid (met name uit de Haterse Hei; verder vrijwel gelijk verdeeld over de wijken Grootstal, Hatert, Brakkenstein). Dit zijn allemaal wijken rondom het Goffertbad.

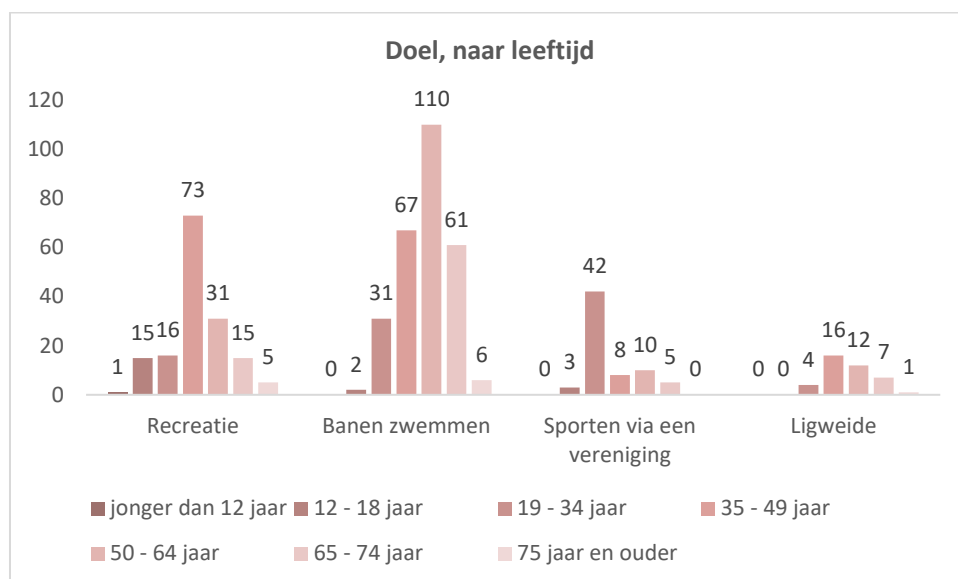
Antwoorden op gesloten vragen over het Goffertbad



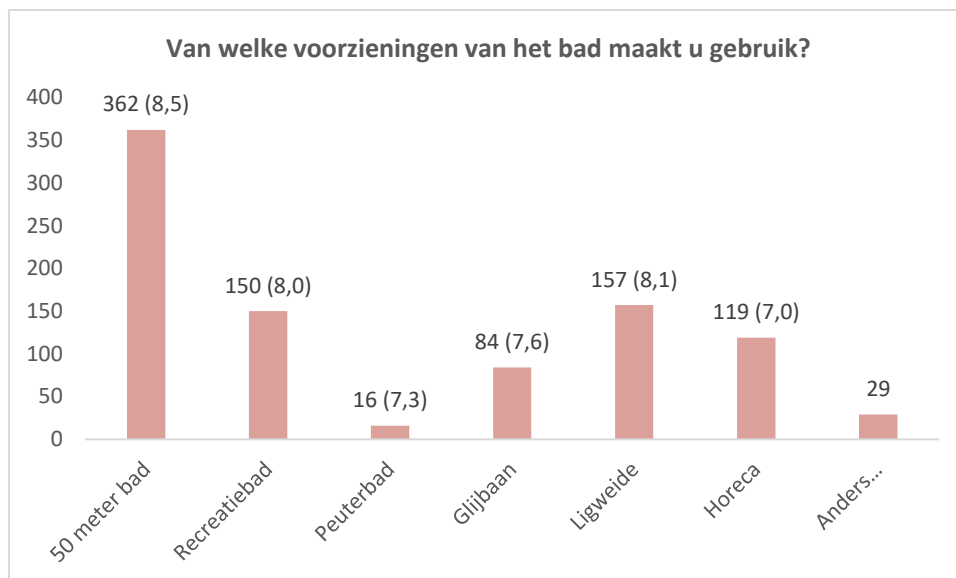
Aan deelnemers werd gevraagd aan te geven hoe vaak zij het Goffertbad bezoeken, gemiddeld over de maanden dat het Goffertbad open is. De meeste bezoekers komen 1 à 2 keer per week, gevolgd door meer dan 2 keer per week en 'een paar keer per maand'. Onder de redenen om niet te komen (8 deelnemers) zaten geen meer genoemde redenen die op een patroon wijzen.



Bezoekers konden meerdere redenen aangeven waarvoor zij het Goffertbad bezoeken en daarbij aangeven wat voor hen de belangrijkste reden was. Veruit de meeste bezoekers geven aan te komen voor het banen zwemmen, gevolgd door recreatie (vrij zwemmen; als dagje uit) en sporten via een vereniging.



Ingezoomd op leeftijd, is er verschil te zien tussen de leeftijden met welke doel zij naar het bad komen. Recreatie is het meest genoemde doel voor deelnemers in de leeftijd van 35-49 jaar. Banen zwemmen is bij deelnemers van 50-64 jaar het meeste genoemd, gevolgd door bezoekers van 35-49 jaar en 65-74 jaar. Sporten via een vereniging wordt het meest gedaan door deelnemers van 19-34 jaar. De ligweide is als reden aangewezen door voornamelijk deelnemers van 35-49 jaar en ouderen.



Aan de deelnemers werd ook gevraagd een cijfer te geven voor de mate waarop ze de voorziening waardeerden. Er kon gescoord worden op een schaal van 1 tot 10, waarbij '1' stond voor *zeer negatief* en '10' stond voor *zeer positief*. Het cijfer tussen haakjes in bovenstaande tabel geeft het gemiddelde cijfer per voorziening aan. Het gemiddelde rapportcijfer is het hoogst voor het 50 meter bad (8,5), gevolgd door de ligweide (8,1) en het recreatiebad (8,0). En het gemiddelde rapportcijfer is het laagst – maar nog wel ruim voldoende – voor de horeca (7,0). Bij de meeste voorzieningen werd door de meeste deelnemers rondom het gemiddelde cijfer gescoord. Dit betekent dat de deelnemers in zekere mate dezelfde mening deelden over de voorziening. Alleen bij het peuterbad lagen de antwoorden relatief ver uit elkaar. Aangezien hier slechts 16 mensen een cijfer voor hebben gegeven, is dit cijfer slechts een indicatie. Bij 'anders...' kon aangegeven worden waar het om ging. Genoemde antwoorden waren: duikplank, bankjes, (ligbed op het) dakterras, douches, toiletten, omkleedhokjes en fietsenstalling. Voor deze antwoorden hebben we te weinig rapportcijfers om hier een betekenisvol gemiddelde uit te trekken. In de antwoorden op open vragen is meer informatie hierover gegeven.

Er is ook ingezoomd op de waardering van bezoekers die aangesloten zijn bij een zwemsportvereniging. Zij waardeerden de voorzieningen ook positief, maar gemiddeld een half tot heel punt lager dan de overige bezoekers.

Antwoorden op open vragen over het Goffertbad

Er waren veel verschillende antwoorden. De antwoorden die door minstens 5% van de deelnemers werden genoemd zijn daarom hieronder genoteerd. Allereerst zijn de resultaten per antwoordmogelijkheid genoteerd, zodat te zien is wat deelnemers het belangrijkste vonden. Vervolgens zijn de regelmatig genoemde thema's van de drie antwoordmogelijkheden bij elkaar opgeteld, zodat te zien is welke antwoorden in totaal het meest genoemd zijn. Ook hierbij zijn de thema's genoemd die in totaal door minstens 5% van de deelnemers werden benoemd.

Wat vindt u positief of prettig aan het Goffertbad? Noem maximaal 3 zaken. Zet daarbij bovenaan wat voor u het belangrijkste is.

Eerste antwoord		
Buitenbad, fijn om buiten te sporten.	123	30-40%
Goede ligging (in het Goffertpark)/dichtbij bij huis.	65	10-20%
50 meter buitenbad.	50	10-20%
Ruim opgezet in een mooie groene omgeving, rust.	44	10-20%
Geen antwoord	25	5-10%

Tweede antwoord		
Goede ligging (in het Goffertpark)/dichtbij bij huis.	69	10-20%

Ruim opgezet in een mooie groene omgeving, rust.	57	10-20%
<i>Geen antwoord</i>	51	10-20%
50 meter bad.	32	5-10%
Ontspannen sfeer, gezelligheid, vakantiegevoel/vrij zijn.	27	5-10%
Buitenbad, fijn om buiten te sporten.	26	5-10%

Derde antwoord		
<i>Geen antwoord</i>	137	30-40%
Goede ligging (in het Goffertpark)/dichtbij huis.	51	10-20%
Ontspannen sfeer, gezelligheid, vakantiegevoel/vrij zijn.	27	5-10%
Ruime ligweide.	27	5-10%
Ruim opgezet in een mooie groene omgeving, rust.	22	5-10%
Prettig personeel.	20	5-10%

Opgeteld		
Goede ligging (in het Goffertpark)/dichtbij huis.	185	46%
Buitenbad, fijn om buiten te sporten.	156	39%
Ruim opgezet in een mooie groene omgeving, rust.	123	31%
50 meter buitenbad.	98	25%
Ontspannen sfeer, gezelligheid, vakantiegevoel/vrij zijn.	72	18%
Ruime ligweide.	50	13%
Groot, mooi en fijn bad.	39	10%
Prettig personeel.	38	10%
Sociaal en familiair: gezellige mensen en vrienden ontmoeten.	29	7%
Toegankelijk voor iedereen: verschillende baden, voor verschillende leeftijden.	28	7%
Schoon/netjes.	28	7%
Banen zwemmen.	27	7%
Ruime openingstijden, gaan wanneer je wilt.	21	5%

Meer dan 90% van de respondenten heeft een of meer positieve punten genoemd. Zoals hierboven te lezen is, zijn de goede ligging/dichtbij huis, het feit dat het een (50 meter) buitenbad is, dat ruim opgezet is in een mooie groene omgeving de belangrijkste positieve punten voor deelnemers. Daarnaast is ook de sfeer een belangrijke reden om het bad te bezoeken.

Zijn er dingen die u mist aan het Goffertbad, of anders zou willen zien? Zo ja, waar gaat het dan om? Zet daarbij bovenaan wat voor u het belangrijkste is.

Eerste antwoord		
<i>Geen verbeterpunt</i>	123	30-40%
Ruimere openingstijden: vroeger en later open, meer open in het weekend, meer maanden open. Flexibiliteit op basis van weer.	70	10-20%
Warmer water (in het voorseizoen).	42	10-20%
Verbetering sanitair, met name vernieuwing en grotere gelegenheid voor omkleden en douchen.	25	5-10%

Tweede antwoord		
<i>Geen verbeterpunt</i>	238	50-60%
Ruimere openingstijden: vroeger en later open, meer open in het weekend, meer maanden open. Flexibiliteit op basis van weer.	28	5-10%
Verbetering sanitair, met name vernieuwing en grotere gelegenheid voor omkleden en douchen.	27	5-10%

Derde antwoord		
Geen verbeterpunt	238	50-60%

Opgeteld		
Ruimere openingstijden: vroeger en later open, meer open in het weekend, meer maanden open. Flexibiliteit op basis van weer.	105	26%
Verbetering sanitair, met name vernieuwing en grotere gelegenheid voor omkleden en douchen.	58	15%
Warmer water (in het voorseizoen).	54	14%
Vernieuwing horeca: ander/gezonder aanbod, betere koffie, uitbreiding terras en uitbreiding openingstijden.	29	7%
Meer/nieuwe bankjes en (verhuur) ligstoelen.	21	5%
Vaker schoonmaken sanitair en kleedhokken.	19	5%
Oplossing voor wachtrijen bij drukte, zoals makkelijke toegang voor abonnementhouders/vaste gasten.	18	5%

Door 31% van de deelnemers werd geen verbeterpunt genoemd. Het meest genoemde verbeterpunt is een verruiming van de openingstijden, gevolgd door verbetering van het sanitair en de temperatuur van het water. Ook vernieuwing horeca, meer zit- en liggelegenheden, vaker schoonmaken van sanitair en kleedhokken en een oplossing voor de wachtrijen bij drukte werden vaker genoemd.

Wilt u nog wat anders kwijt?

Bij deze vraag kwamen zeer diverse antwoorden. Veelal in lijn met de eerdergenoemde positieve punten en verbeterpunten. Een opvallend punt was dat door ongeveer 1/8 van de deelnemers werd benoemd dat zij vonden dat het Goffertbad moet blijven bestaan, ondanks dat in de inleiding van de vragenlijst is benoemd dat het Goffertbad, mede op basis van de motie Eeuwig is ook echt eeuwig – ‘voor altijd open’ zal zijn. Vaak gaven deelnemers nog een toelichting, zoals ‘ben ermee opgegroeid, kom er al sinds...’, ‘het is een uniek buitenbad’ en ‘behoudt het bad in een goede conditie’. Meerdere deelnemers gaven aan blij te zijn dat het bad openblijft. Verder werd door meerderen benoemd dat zij hoopten dat het bad zou blijven zoals het nu is (‘niks veranderen’, ‘maakt het niet te vol’ en ‘maak het geen pretpark’). Maar ook waren er geluiden over dat het bad wel aan vernieuwing en modernisering toe is (bijvoorbeeld ‘het Goffertbad is iets te veel in de jaren ‘70 blijven hangen. Enige modernisering zou aan te bevelen zijn’). Een deel van de tips is meegenomen in de SWOT-analyse op de volgende pagina.

Resultaten vragenlijst medewerkers en vrijwilligers

Er is een losse vragenlijst verstuurd naar medewerkers van het Sportfondsenbad Nijmegen en de vrijwilligersgroep ‘Vrienden van Goffert’. Deze vragenlijst was vergelijkbaar met de vragenlijst aan de bezoekers, maar is specifiek verstuurd om zo ook een blik vanuit de werkfuncties te krijgen. De vragenlijst is ingevuld door 15 vrijwilligers en door 0 medewerkers van Sportfondsenbad Nijmegen.

De positieve punten en verbeterpunten die in deze vragenlijst naar voren kwamen waren in lijn met de door bezoekers genoemde punten. De gemiddelden voor de voorziening (hoe denkt u dat bezoekers van het Goffertbad de volgende voorzieningen waarderen op een schaal van 1-10 (waarbij 1 zeer negatief en 10 zeer positief)) lagen hoger dan bij de bezoekers zelf. Het 50 meter bad kreeg een 9,4, het recreatiebad een 9,1, het peuterbad een 9, de glijbaan een 8,8, de ligweide een 9 en de horeca een 7,7. Daarnaast gaven de vrijwilligers aan blij te zijn met het zwembad en/of blij te zijn met hun bijdrage aan het bad.

SWOT-analyse Goffertbad

De SWOT-analyse is een overzicht van de Strengths (sterkten), Weaknesses (zwakten), Opportunities (kansen) en Threats (bedreigingen) voor het Goffertbad. Deze analyse is gebaseerd op de veelgenoemde resultaten van de vragenlijsten. Daarnaast is deze aangevuld met tips van bezoekers. Deze tips zijn niet altijd door meer dan 5% van de deelnemers genoemd, maar zijn toch opgenomen omdat er een verbeterkans in zit.

Sterkten

- geliefd bad onder de huidige bezoekers.
- een bad met veel geschiedenis en nostalgie.
- goede ligging, fijne voorziening in/rondom de wijk.
- een groot buitenbad, zowel voor recreatie als voor sportbeoefening en gezondheid.
- het bad is ruim opgezet en is mooi groen.
- het is een ontmoetingsplek met voor velen een prettige sfeer.

Zwakten

- de openingstijden: er is behoefte aan ruimere openingstijden.
- het (te) koude zwemwater, vooral in het begin van het seizoen.
- (op drukke momenten) te weinig en niet altijd schoon sanitair.
- verouderde horeca.
- ophoping bij drukte.

Kansen

- organiseren activiteiten, zoals aquarobics of zwemlessen.
- sporttoestellen, zoals calisthenics of een klimband (boven het water).
- meer online klantcontact: verbetering website en communicatie via verschillende media.
- beter onderhoud van het gehele zwembad en modernisering faciliteiten.
- makkelijkere entree tot de baden zelf voor bezoekers met een beperking.
- meer schaduwplekken/parasols.
- meer zitgelegenheden (om te huren).
- meer afschutting voor spullen bij regen.
- een goede klok bij het 50 meter bad.
- combinatie abonnementen voor meerdere zwembaden.
- grotere fietsenstalling.

Bedreigingen

- de groep vaste gasten wordt (volgens een aantal deelnemers) steeds ouder: meer werken aan klantenbinding en het werven van nieuwe, jonge zwemmers.
- entreprijs: betaalbaar houden voor iedereen.
- niet iedereen ervaart het bad als sociaal. Er zijn ook geluiden van een grimmige sfeer en pesterijen.

Reactie Sportfondsenbad Nijmegen

1. Verslag toegankelijkheid.

Het plaatsen van een bad lift (met een douchestoel) aan de badrand, gaat in praktijk wel betekenen dat de minder valide bezoeker altijd met een begeleider zal moeten komen.

Zeker op drukke dagen kan hiervoor geen personeelslid van haar/zijn toezichthoudende taken worden afgehaald.

2. Resultaten Peiling

- Dat de meeste bezoekers komen voor banenzwemmen is niet zo verwonderlijk. De groep vaste volwassen abonneementhouders, die regelmatig het bad bezoeken, komen inderdaad voor banenzwemmen. Een vaste groep (oudere) bezoekers blijft ongeacht de weersomstandigheden dagelijks komen (tussen de 50 en 100) om hun baantjes te trekken
- Het buitenbad heeft in onze visie een specifieke functie. Ruim 23 jaar ervaring in de exploitatie van het Goffertbad leert ons dat dit buitenbad zeer druk bezocht wordt bij fantastisch zomerweer, terwijl het bezoek thuis blijft bij bewolkt weer en regen. Gemiddeld kent iedere zomer zo'n 10 dagen met top weer (echte boven de 24/25 °C) en daardoor hoge bezoekers aantallen. De belangrijkste bron van inkomsten van het Goffertbad is het recreatief zwemmen (losse tickets, meerbaden kaarten en gezinsabonnementen.
- Er hebben geen medewerkers gereageerd op het verzoek de enquête in te vullen, omdat we ieder jaar een andere samenstelling hebben met wisselende vast en nieuwe medewerkers uit de andere baden. Er is nimmer sprake van een vast team dat het bad door en door kent.

3. SWOT analyse.

- Het organiseren van andere activiteiten zoals aquarobic is in het verleden uitgetest, maar na 4 bijeenkomsten waarbij maximaal 3 deelnemers per keer deelnamen, is gebleken dat deze activiteit echt een binnen zwembad activiteit is. Dit is ook niet te vergelijken met aquarobic in een vakantie resort. Daar is het altijd warm en speelt vakantie gevoel/ vakantie gedrag een belangrijke rol.