

Klanttevredenheidsonderzoeken 2017, 2018, 2019

Zwembaden Leiden



Inhoudsopgave

Inleiding	blz. 3
Samenvatting	blz. 3
Zwembadbezoek	blz. 4
Waardering zwembadbezoek	blz. 6
Reclames en acties zwembaden	blz. 6
Ervaring faciliteiten	blz. 7
Zwemles	blz. 8
Activiteitsaanbod	blz. 10
Het zwembad aanbevelen?	blz. 10
Manieren om meer bezoekers te trekken	blz. 11

Inleiding

In het voorjaar van 2017 is een klanttevredenheidsonderzoek gestart onder de bezoekers van de Leidse zwembaden. In de zwembaden zijn gedurende de maanden april, mei en juni bezoekers van de drie Leidse zwembaden uitgenodigd om mee te doen aan een onderzoek. Het onderzoek is gedaan omdat er een nieuwe campagne (Leids water) van start ging en betrof dus een nulmeting.

De Leidse zwembaden hebben als doelstelling om in drie jaar tijd ca. 10% groei van het aantal bezoekers te realiseren. Van 380.000 naar 420.000 bezoeken per jaar. Daarnaast wordt een hogere waardering door de bezoeker nagestreefd. De waardering wordt gemeten met klanttevredenheidsonderzoeken.

Inmiddels is er een tweede en derde onderzoek gedaan om te kijken of de bezoekers de Leidse zwembaden meer waarderen dan voor de start van de campagne. De tweede enquête in 2018 is door 133 personen ingevuld, de derde in 2019 door 167 bezoekers. Bij het eerste onderzoek waren dat er 135. Mensen hadden op twee manieren de mogelijkheid om deel te nemen: na een zwembadbezoek werd hen verzocht een papieren vragenlijst in te vullen en deze achter te laten en via de website kon de vragenlijst digitaal worden ingevuld. In alle onderzoeken zijn grotendeels dezelfde vragen gesteld, zodat vergelijking tussen de drie onderzoeken mogelijk is.

De respondenten hebben bij een aantal onderwerpen de kans gekregen een toelichting te geven. Deze reacties zijn in een afzonderlijke bijlage opgenomen.

Samenvatting

Drie jaar achtereenvolgend is op vrijwel dezelfde manier de klanttevredenheid van de bezoekers van de Leidse zwembaden gemeten. Omdat het geen representatieve steekproef is geweest kunnen we geen uitspraken doen over bv. toe- of afname van het aantal bezoekers, dat was ook niet het doel van het onderzoek. We weten wel dat de respondenten veelal frequente bezoekers zijn.

Het doel was om de klanttevredenheid op een aantal aspecten te meten en om tips op te halen hoe de zwembaden nog aantrekkelijker kunnen worden voor de bezoekers. En dat is goed gelukt.

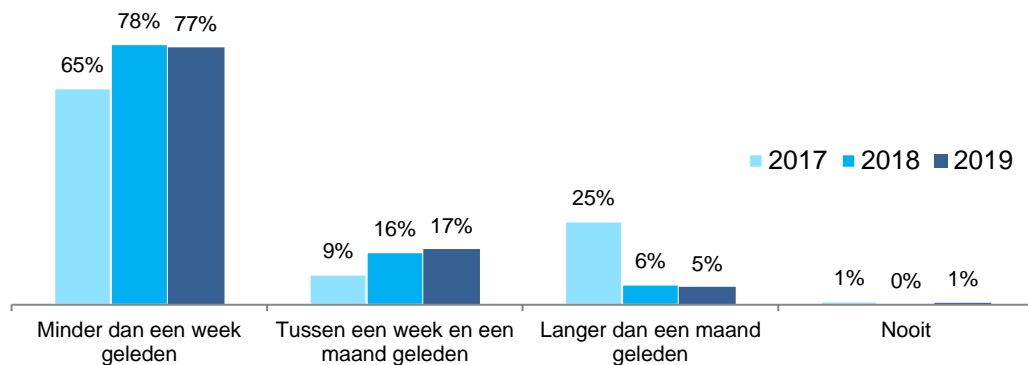
Een paar opvallende uitkomsten van onze respondenten:

- Baantjes trekken is verreweg de meest beoefende activiteit.
- De Leidse zwembaden samen krijgen gemiddeld een 7,7 (in 2018 en 2017 een 7,5). De Vliet kreeg met een 8,3 de hoogste beoordeling.
- Ruim 4 op de tien bezoekers heeft wel eens gebruik gemaakt van een kortingsactie; ongeveer evenveel respondenten kennen dit fenomeen niet. De bekendheid lijkt iets afgenomen t.o.v. 2018.
- Gevraagd naar een manier om meer bezoekers naar het zwembad te krijgen zegt bijna de helft een kortingsactie, gevolgd door ruimere openingstijden.
- De respondenten hebben het zwembad op verschillende aspecten beoordeeld. Het personeel wordt het best gewaardeerd, ook hoe schoon het zwembad is scoort goed. Over horeca en het activiteitenaanbod hebben logischerwijs relatief veel mensen geen mening. Wel blijkt dat de respondenten het activiteitenaanbod hoger zijn gaan waarderen. De kleedhokjes, maar vooral de openingstijden worden minder goed gewaardeerd.
- Het aantal respondenten dat iets kan zeggen over zwemlessen bedroeg 60. Dat is te weinig om betrouwbare uitspraken te doen. Toch kunnen we wel stellen dat de kwaliteit van de zwemlessen (twee derde is tevreden) hoger is dan de informatievoorziening hierover (44% tevreden). De tevredenheid lijkt wel wat hoger dan voorheen.
- De tevredenheid over het activiteitenaanbod is, in elk geval onder de respondenten, vergroot. Steeds minder mensen geven aan iets te missen in het aanbod.
- Driekwart van de bezoekers zou het bad zeker aanbevelen bij anderen, bijna niemand zegt hierop dat niet te doen. De rest doet dat misschien.

Zwembadbezoek

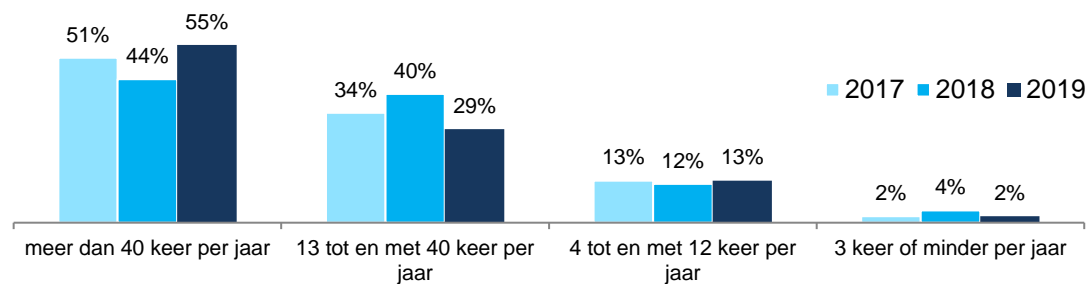
Als eerste is gevraagd hoe lang geleden men voor het laatst een zwembad heeft bezocht (het bezoek waarop men aan het onderzoek meedeed niet meegerekend). 77% van de respondenten in 2019 heeft minder dan een week geleden een zwembad bezocht, ongeveer gelijk aan 2018. In 2017 was dat 65%. Voor 5% was het laatste bezoek meer dan een maand geleden, in 2016 gold dat nog voor een kwart van de respondenten.

Figuur 1: Wanneer heeft u voor het laatst een zwembad in Leiden bezocht?

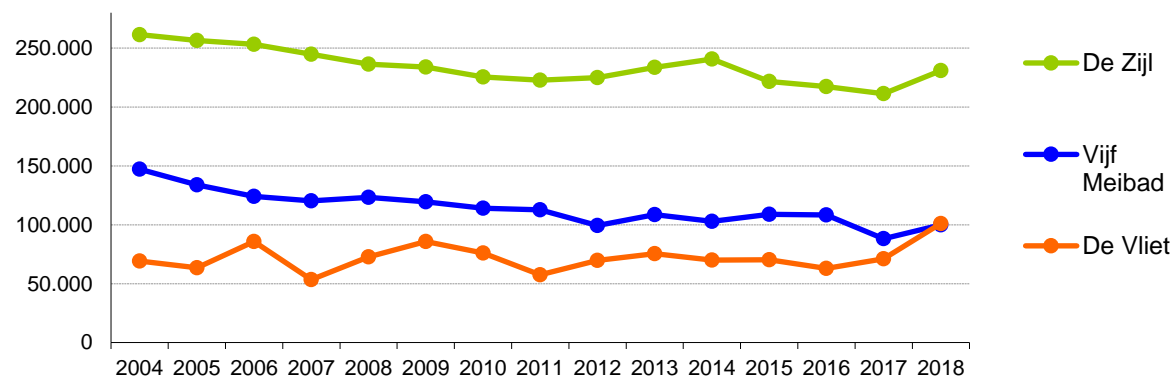


In 2019 bezocht 55% van de respondenten meer dan 40 keer per jaar een Leids zwembad. Dit is meer dan vorig jaar. Omdat dit geen representatieve steekproef betreft zegt dit niet direct iets over het aantal bezoekers, daarvoor hebben we immers de bezoekersaantallen. Zwembad De Zijl had in 2018 ca. 231.000 bezoekers, beide andere baden ca. 100.000. Het zegt wel iets over de groep respondenten: zijn het frequente zwemmers of niet?

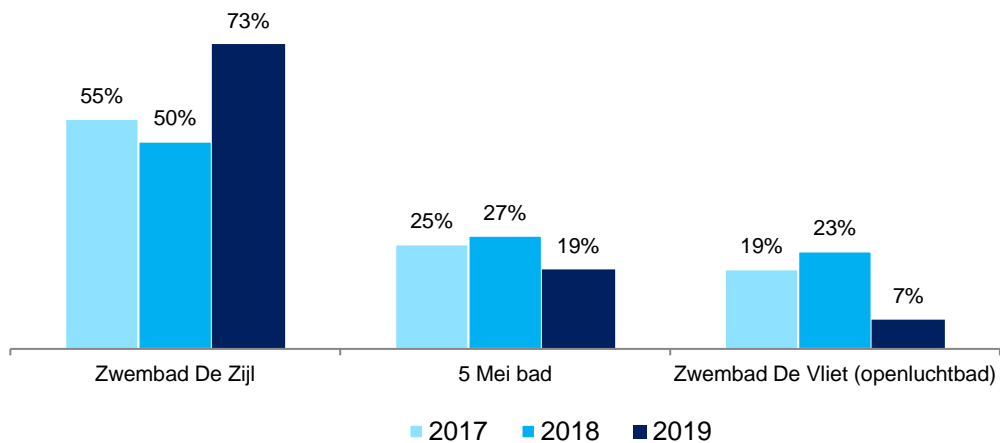
Figuur 2: Hoe vaak per jaar bezoekt u gemiddeld een zwembad? (excl. op vakantie)



Figuur 3: Aantal zwembadbezoekers, 2004 - 2018

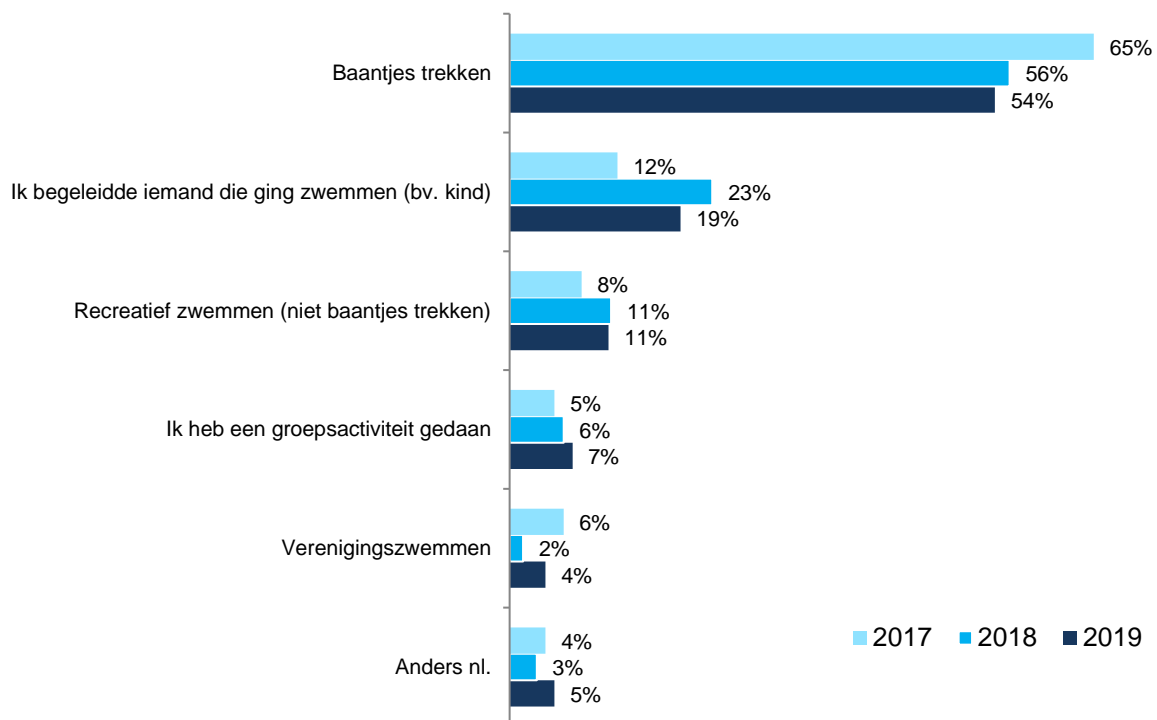


Figuur 4: Welk zwembad in Leiden heeft u voor het laatst bezocht?



De meeste deelnemers kwamen naar het zwembad om baantjes te trekken, gevolgd door 'iemand begeleiden (bijvoorbeeld een kind)' en 'recreatief zwemmen'.

Figuur 5: Wat was de reden van uw laatste bezoek?

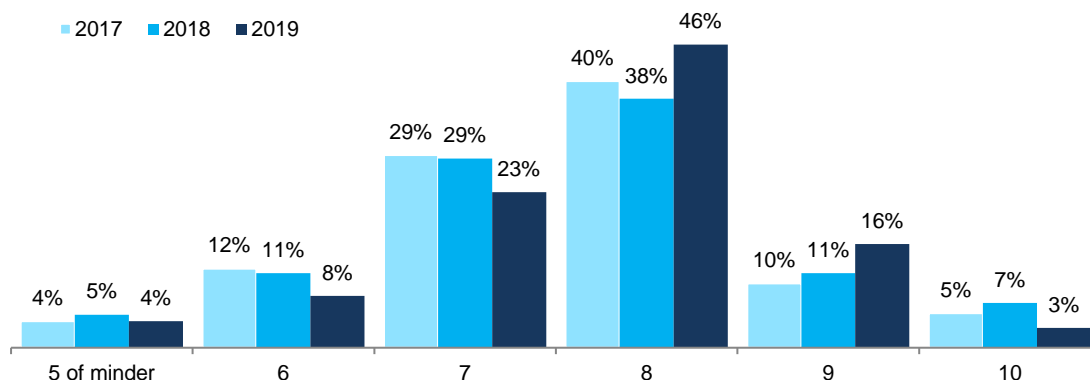


Waardering zwembadbezoek

Aan de bezoekers is gevraagd of ze een rapportcijfer wilden geven voor hun meest recente zwembadbezoek. Gemiddeld was het rapportcijfer een 7,7. In beide voorgaande jaren was het een 7,5. Zwembad De Vliet kreeg de hoogste cijfers: gemiddeld een 8,3, evenals in 2018. Voor zwembad De Zijl is dit een 7,7 (was een 7,3) en voor het Vijf Meibad een 7,3 (was een 7,1).

In de grafiek is goed te zien dat meer mensen een 8 of 9 gaven dan voorgaande jaren, en minder mensen gaven een 6 of 7. In alle jaren gaven de meeste respondenten als rapportcijfer een 8, gevolgd door een 7.

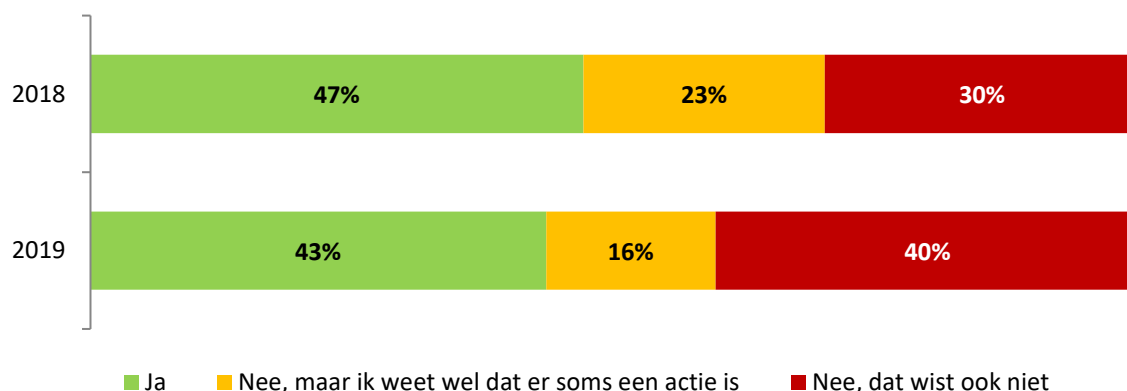
Figuur 6: Kunt u een rapportcijfer geven voor dit meest recente zwembadbezoek?



Reclames en acties zwembaden

De gemeente heeft reclame gemaakt voor de zwembaden en er zijn (kortings-)acties geweest. Er is gevraagd naar het bekend zijn met acties en de reclamecampagne en het gebruik maken van acties. 43% van de respondenten heeft wel eens gebruik gemaakt van een actie van het zwembad. 30% was niet bekend met de acties. Vergeleken met vorig jaar is de bekendheid van de kortingsacties gedaald.

Figuur 7: Heeft u wel eens gebruik gemaakt van een actie van het zwembad waarbij u bv. een korting kreeg op een toegangskaartje, badenkaart of activiteit?



Een meerderheid (53%) van de respondenten kende de reclamecampagne van de gemeente voor de zwembaden. Een derde van hen gaf aan op de hoogte te zijn van de slogan ('ik zwem vandaag'). In feite wist de

heeft van hen de juiste slogan. Anderen zeiden bv. 'Leids water' (ook een term die gebruikt wordt door de Leidse zwembaden) of 'Leiden zwemt'.

De reclame en/of actie heeft 13% van de respondenten zeker er toe gebracht (een keer vaker) te gaan zwemmen, 12% denkt dat het heeft meegespeeld. Voor driekwart heeft dit dus niet meegespeeld.

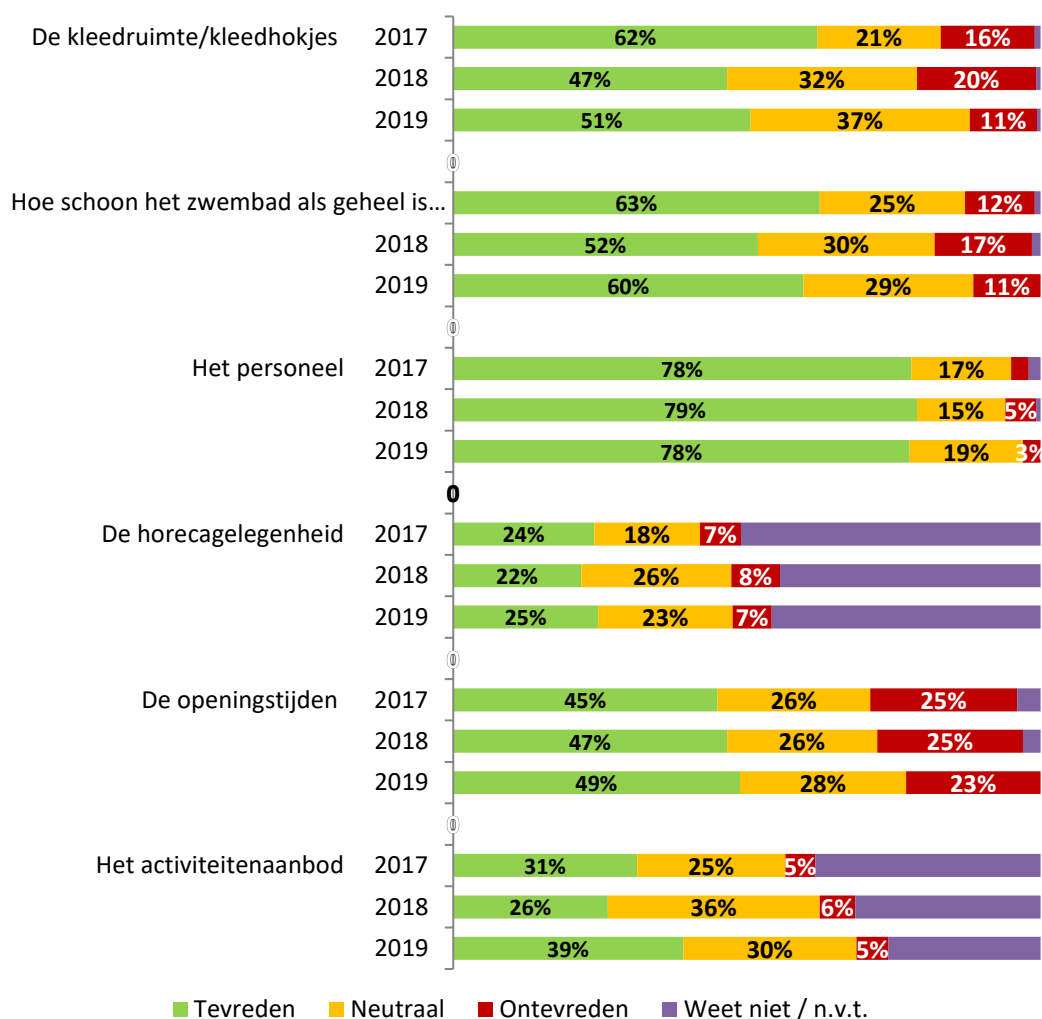
Ervaring faciliteiten

Van alle aspecten is men het meest tevreden over het personeel: (78%). Over de kleedruimten en de openingstijden was in 2019 rond de 50% tevreden. De tevredenheid met hoe schoon het zwembad is, is het afgelopen jaar gestegen tot 60%.

Over het activiteitenaanbod en horecagelegenheid hebben veel mensen geen mening (paars), en ook zijn veel mensen daar neutraal over. Van degenen die er wel een mening over hebben zijn beduidend meer positief dan negatief. De waardering van het activiteitenaanbod is het afgelopen jaar flink gestegen.

Het antwoord 'ontevreden' werd het vaakst gegeven bij de openingstijden, in beide jaren was 25% van de respondenten daarover niet tevreden.

Figuur 8: Ervaring faciliteiten



Veel respondenten hebben een toelichting gegeven op het door hen ingevulde antwoord. Hieronder eerst de mensen die ergens niet tevreden over waren:

Kleedruimtes (19 reacties):

O.a. graag wat grotere hokjes voor een gezin, meer haken en schoner.

Hoe schoon het is (18 reacties):

aantal keren over de wc's, haren in het wedstrijdbad, aan het eind van de dag viezer dan in de ochtend.

Het personeel (5 reacties): Verschillend


Horeca (10 reacties): Verschillend

Openingstijden (38 reacties):

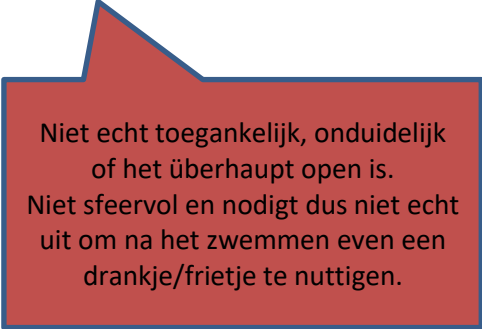
Verschillend, maar wat vaak terugkomt: voor werkenden lastig om baantjes te zwemmen na werktijd

Activiteitsaanbod (9 reacties):

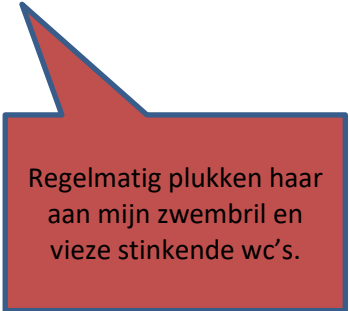
4 mensen zeggen hier dat ze meer banen willen zwemmen, sommigen hebben zelfs last van een activiteit omdat dan maar een deel beschikbaar is voor banen zwemmen. Bijna niemand noemt een concrete activiteit die ze missen.



Weinig mogelijkheden voor banen-zwemmen in avonden en weekend.

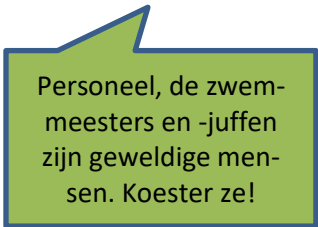


Niet echt toegankelijk, onduidelijk of het überhaupt open is. Niet sfeervol en nodigt dus niet echt uit om na het zwemmen even een drankje/frietje te nuttigen.

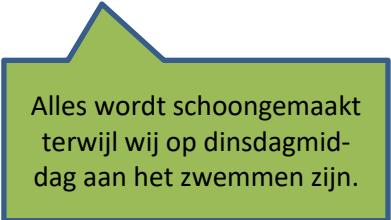


Regelmatig plukken haar aan mijn zwembril en vieze stinkende wc's.

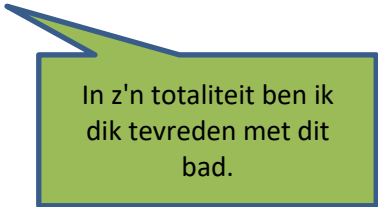
Bijna evenveel mensen vulden juist iets in waar ze tevreden over waren.



Personeel, de zwemmeesters en -juffen zijn geweldige mensen. Koester ze!



Alles wordt schoongemaakt terwijl wij op dinsdagmiddag aan het zwemmen zijn.



In z'n totaliteit ben ik dik tevreden met dit bad.

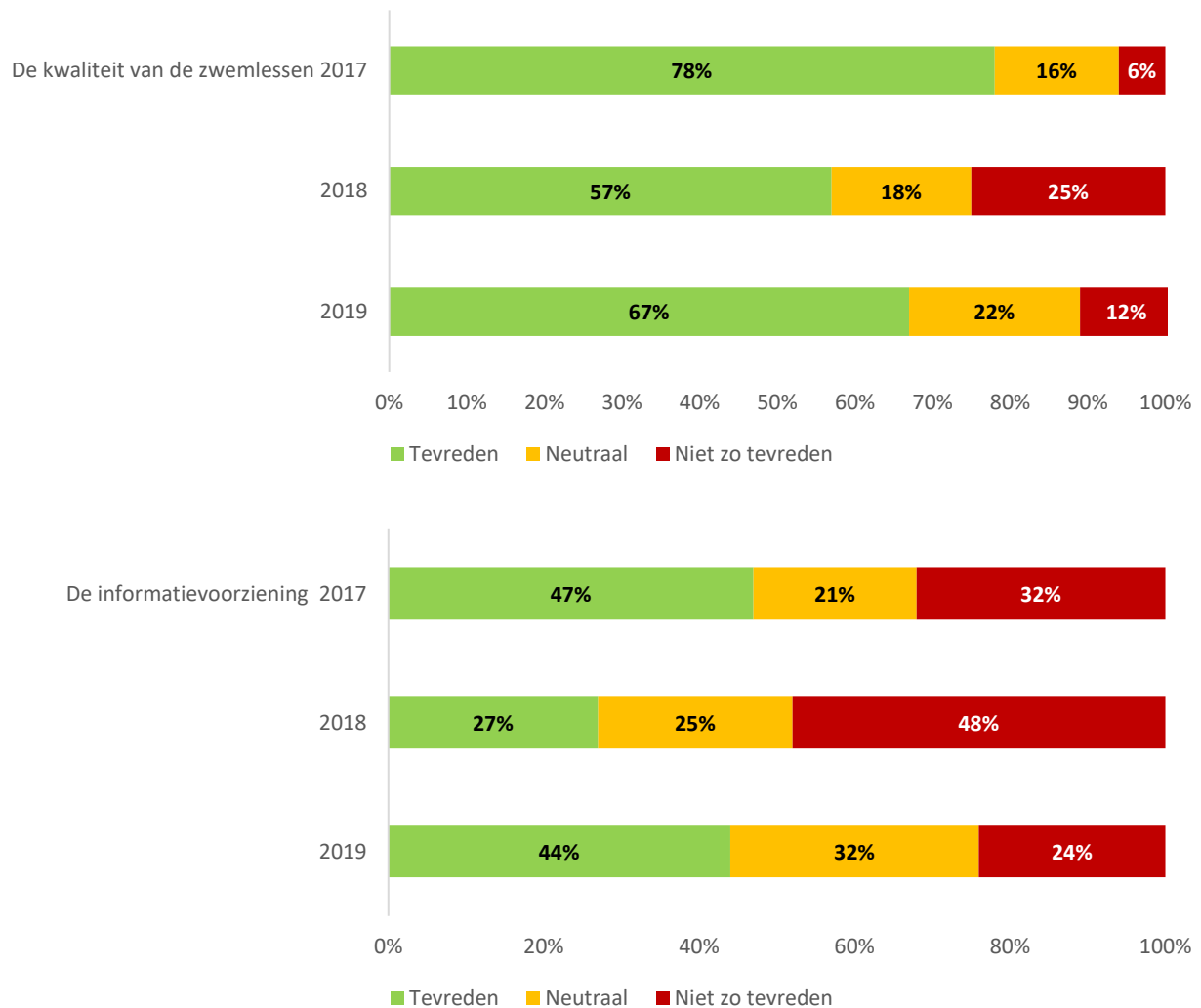
Zwemles

In 2019 had 34% van de deelnemers aan de enquête te maken gehad met zwemlessen voor het Zwem-ABC in een Leids zwembad, in 2017 gold dat voor 22% van de deelnemers, in 2018 voor 30%.

Er is gevraagd naar de tevredenheid over de kwaliteit van de zwemlessen. In 2019 hebben 60 personen een oordeel ingevuld. Twee derde van hen is tevreden, 12% niet zo tevreden. Het aantal respondenten is eigenlijk te weinig om in percentages te rapporteren en dit zou een verklaring kunnen zijn voor de schommelingen door de jaren heen.

Ook is gevraagd naar de tevredenheid over de informatievoorziening rondom de zwemlessen. Hierover hebben in 2019 62 personen een oordeel ingevuld. Een kwart is hierover niet zo tevreden, de rest tevreden of neutraal.

Figuur 9: Kwaliteit en informatievoorziening van de zwemlessen

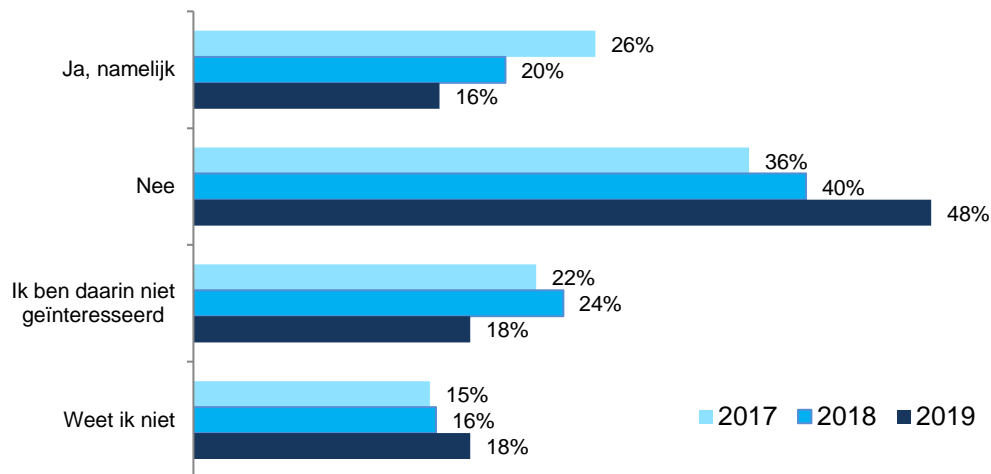


In het tweede onderzoek is ook gevraagd of men een toelichting wilde geven indien men over de kwaliteit en/of de informatievoorziening niet tevreden was. 32 respondenten hebben dat gedaan. Er zijn bijna geen klachten met betrekking tot de kwaliteit; bijna alle opmerkingen gaan over de informatievoorziening, o.a. over de voortgang, die wordt gemist. Maar ook algemene informatie over de indeling van de lessen enz. Sommigen geven aan dat ze zelf achter informatie aan moesten of het van andere ouders moesten horen.

Activiteitenaanbod

De vraag of er iets gemist wordt in het activiteitenaanbod wordt in 2018 door 20% van de respondenten met 'ja' beantwoord. In 2017 was dat 26%. We zien dat er steeds minder mensen iets missen in het aanbod. In 2019 noemden 26 mensen iets wat ze misten: extra mogelijkheden baantjes zwemmen, borstcrawl, snorkelen/duiken, sauna en bootcamp.

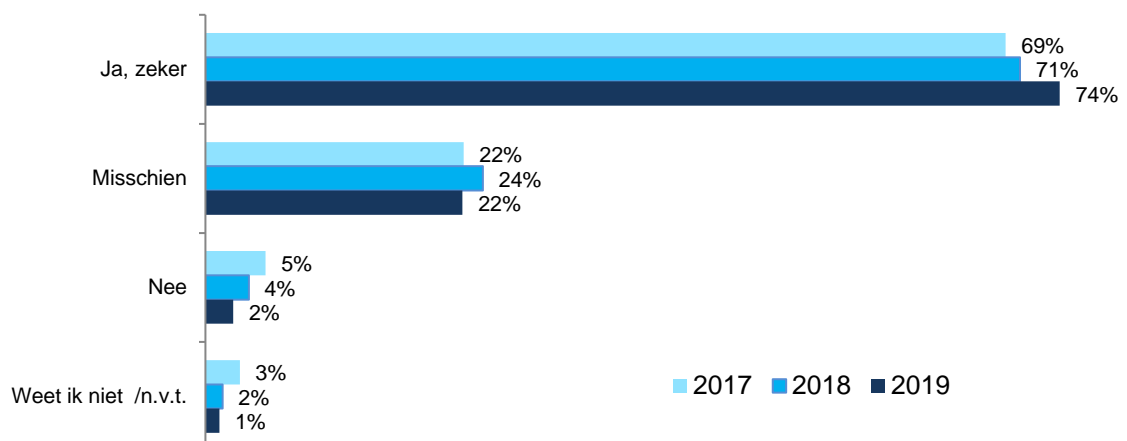
Figuur 10: Mist u iets specifieks in het activiteitenaanbod van de Leidse zwembaden?



Het zwembad aanbevelen?

Gevraagd is of men het zwembad waar men het laatst was, zou aanbevelen aan iemand. Driekwart (74%) van de ondervraagden zou het zwembad zeker aanbevelen. 2% van de ondervraagden zou dit niet doen. Dit lijkt een lichte verbetering t.o.v. eerdere jaren.

Figuur 11: Zou u het zwembad waar u het laatst was aanbevelen aan iemand?

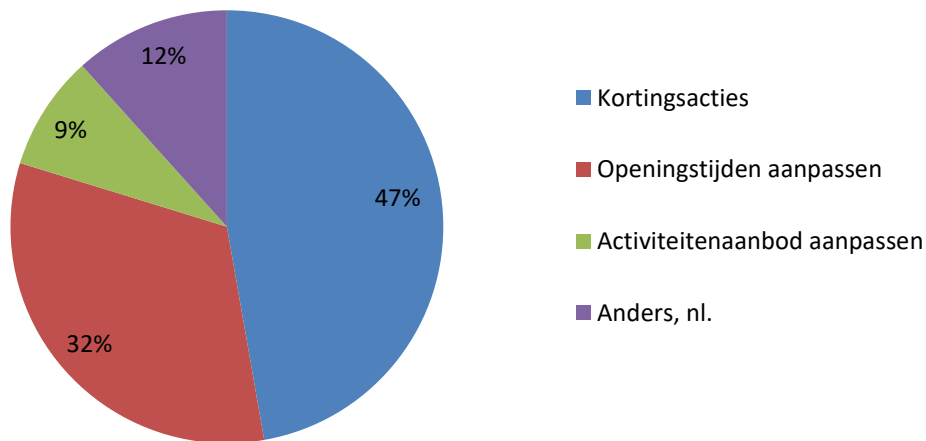


Er is de respondenten gevraagd wat ze een sterk punt van het zwembad vinden en wat een zwak punt. Beide vragen zijn door meer dan 100 mensen beantwoord. Deze staan in een afzonderlijke bijlage.

Manieren om meer bezoekers te trekken

In het tweede klanttevredenheidsonderzoek is gevraagd wat volgens de respondent het meest effectief is om meer bezoekers naar het zwembad te trekken. De meeste mensen kozen daarbij voor kortingsacties, gevolgd door het aanpassen van de openingstijden. Dit is vergelijkbaar met vorig jaar.

Figuur 12: Wat is volgens u het meest effectief om meer bezoekers naar het zwembad te trekken? (1 antwoord mogelijk)



Tot slot konden de deelnemers aangeven wat ze een sterk punt en wat een zwak punt van de zwembaden vinden. Ook konden ze desgewenst nog iets anders kwijt over de zwembaden. Deze open reacties staan in een afzonderlijke bijlage.