

Analyse Evaluatie Jaarwisseling 2025/2026

Algemeen

De enquête is 191 keer ingevuld.

Leeftijdscategorie:

- 36–55 jaar: 40,8% (78)
- 56 jaar of ouder: 38,7% (74)
- 19–35 jaar: 19,9% (38)
- 18 jaar of jonger: 0,5% (1)

Wijk:

- Zeist-West: 33,0% (63)
- Zeist-Centrum: 27,7% (53)
- Zeist-Oost: 15,7% (30)
- Zeist-Noord: 14,7% (28)
- Den Dolder: 3,1% (6)
- Overig (niet woonachtig in Zeist): 2,6% (5)
- Huis ter Heide: 2,1% (4)
- Austerlitz: 0,5% (1)
- Bosch en Duin: 0,5% (1)

Leeftijd \ Deel	Zeist-West	Zeist-Centrum	Zeist-Oost	Zeist-Noord	Den Dolder	Huis ter Heide	Overig (niet in Zeist)	Austerlitz	Bosch en Duin
18 -	0	0	0	1	0	0	0	0	0
19–35	12	8	7	10	1	0	0	0	0
36–55	36	20	8	8	2	0	4	0	0
56 +	15	25	15	9	3	4	1	1	1

Snelle observaties:

- Zeist-West is de grootste groep in de steekproef (63 totaal), vooral 36–55 jaar (36).
- Zeist-Centrum heeft relatief veel 56+ (25).
- De kleinere kernen (Huis ter Heide, Austerlitz, Bosch en Duin) zitten volledig / hoofdzakelijk in de 56+ categorie in deze data.

Evenement

Het sentiment over het centrale evenement is afgeleid uit twee soorten signalen:

“Waarom wel/niet?”, “Waarom niet gegaan?”, “Opmerkingen”

- Overwegend positief: 34 (37,0%)
- Overwegend negatief: 18 (19,6%)
- Gemengd: 3 (3,3%)
- Onbepaald (geen duidelijke waarderingstaal, wel event genoemd): 37 (40,2%)

Interpretatie: in de expliciet event-gerelateerde tekst is het positieve sentiment groter dan het negatieve (37% vs 19,6%). Een flinke groep noemt het evenement wel, maar zonder duidelijke emotionele waardering (40,2% “onbepaald”).

Positief (voorbeelden):

- *“...hartstikke mooi en heel mooi opgezet...”*
- *“...een super show voor kinderen...”*

Negatief (voorbeelden):

- Kritiek op uitvoering/ervaring (bijv. verstaanbaarheid/variantie): *“...geluid... slecht te verstaan...”*
- Veiligheidsgevoel als reden om niet te gaan: *“...niet veilig... veel illegaal vuurwerk... onveilig...”*

“Steun voor het evenement” (kwantitatief)

De vraag: “Zou u willen dat er de komende jaren weer één centraal evenement komt met een vuurwerk- en lasershow?” geeft een helder draagvlak-signaal:

- Ja: 149 (78,0% van N=191)
- Nee: 42 (22,0% van N=191)

Dit wijst erop dat, los van details, het idee/aanbod van een centraal evenement breed wordt gesteund.

Wél / Niet een centrale show organiseren

- Ja, graag een centrale show: 78,0% (149 respondenten)
- Nee, liever geen centrale show: 22,0% (42 respondenten)

Bijna alle bezoekers van dit jaar willen dat de centrale show wordt voortgezet (≈99%). Ook onder niet-bezoekers is meerderheid vóór (≈65%), maar het aandeel tegenstanders is hier groter (35%) dan bij bezoekers. Dit past bij het beeld: de show wordt gewaardeerd door aanwezigen, terwijl twijfels van niet-bezoekers vaker samenhangen met randvoorwaarden als veiligheid/geluid/bereikbaarheid/tijdstip.

Jaarwisseling

Gemiddelde score

3,21 (N = 191 respondenten)

- 1: 40
- 2: 24
- 3: 26
- 4: 57
- 5: 44

Een gemiddelde van 3,21 betekent: licht positief tot neutraal, met een duidelijke kanteling richting tevreden (mediaan = 4), ondanks een substantiële groep met lage scores (1–2).

Campagne gezien

- Ja: 36,1% (69 van 191)
- Nee: 63,9% (122 van 191)

Campagne herhalen

- Ja: 59,2% (113 respondenten)
- Nee: 40,8% (78 respondenten)

Er is een meerderheid vóór herhaling van de campagne, maar het verschil is niet heel groot (ongeveer 6 op 10 voor, 4 op 10 tegen). Dat past bij het eerdere beeld:

- Relatief beperkt bereik (slechts 36% heeft de campagne gezien),
- Maar bij degenen die een mening hebben, redelijk draagvlak om door te gaan – vaak met opmerkingen over zichtbaarheid, herhaling en aanscherping.

Argumenten vóór herhalen

Voorstanders zien de campagne als een noodzakelijk middel om bewustwording te vergroten over regels, veiligheid en alternatieven voor vuurwerk. Zij geven aan dat zulke boodschappen herhaald moeten worden voordat ze echt beklijven en dat de campagne kan bijdragen aan gedragsverandering, zeker richting een (gedeeltelijk) vuurwerk vrije jaarwisseling. Daarnaast wordt de campagne vaak gezien als een aanvulling op handhaving: niet voldoende op zichzelf, maar wel een belangrijk onderdeel van het geheel. Opvallend is dat ook mensen die de campagne niet (goed) hebben gezien, juist daarom pleiten voor herhaling met meer zichtbaarheid.

Argumenten tegen herhalen

Tegenstanders twijfelen vooral aan het effect van de campagne. Zij vinden dat campagnes vooral de 'brave burgers' bereiken, terwijl de mensen die overlast veroorzaken zich er niets van aantrekken. Hierdoor wordt de campagne door hen ervaren als ineffectief en soms zelfs als zonde van het geld, dat volgens hen beter kan worden ingezet voor handhaving. Daarnaast geven sommige respondenten aan dat herhaling overbodig is in het licht van een mogelijk landelijk vuurwerkverbod, of dat de campagne te belerend of te abstract overkomt zolang handhaving en zichtbare consequenties ontbreken.

Wist u dat...

Wist u dat u op één locatie in Zeist vuurwerk kon kopen?

- Ja: 39,8% (76)
- Nee: 60,2% (115)

Wist u dat het afsteken van knalvuurwerk verboden is?

- Ja: 70,2% (134)
- Nee: 29,8% (57)

Wist u dat u overlast van vuurwerk kunt melden via 0900-8844?

- Ja: 42,9% (82)
- Nee: 57,1% (109)

Wist u dat vuurwerk afsteken alleen mag op 31 december van 18.00 uur tot 2.00 uur 's nachts?

- Ja: 85,3% (163)
- Nee: 14,7% (28)

Wist u dat u op de website van de gemeente (zeist.nl/oudennieuw) informatie over het centrale evenement met vuurwerk- en lasershow kon vinden?

- Ja: 58,1% (111)
- Nee: 41,9% (80)

Wist u dat u op de website van de gemeente (zeist.nl/jaarwisseling) informatie over de jaarwisseling kon vinden?

- Ja: 54,5% (104)
- Nee: 45,5% (87)

Wist u dat u vorig jaar (2025) subsidie kon krijgen om een buurtactiviteit te organiseren?

- Ja: 45,0% (86)
- Nee: 55,0% (105)

Wist u dat de gemeente op 31 december bij Slot Zeist een centraal evenement met vuurwerk- en lasershow organiseerde? En dat u daarbij kon zijn?

- Bekend (via een kanaal): 88,5% (169)
- Niet bekend: 11,5% (22)

Kanalen % binnen de groep die het wél wist (n=169). Belangrijk: sommige respondenten noemden meerdere kanalen. Daardoor komen de percentages samen boven de 100% uit.

- Social media: 79 ⇒ 46,7%
- Nieuwsbode: 67 ⇒ 39,6%
- Via via: 45 ⇒ 26,6%
- Borden in het centrum: 41 ⇒ 24,3%
- Website van de gemeente: 41 ⇒ 24,3%
- Andere manier: 13 ⇒ 7,7%