

Relatie mobiliteit en bestedingen

Centrum Nijmegen

platform binnenstadsmanagement

Movares adviseurs & ingenieurs

BRO

colofon

projectnaam
Relatie mobiliteit en bestedingen

datum
8 december 2023

projectnummer
P06785

opdrachtgever
Platform Binnenstadsmanagement

BRO
projectleider
RvL

projectteam i.s.m. Movares
RKo, FKi & MDu

bron kaft
Into Nijmegen

review
FWi

Platform Binnenstadsmanagement
Bosscheweg 107
5282 WV BOXTEL
platform@binnenstadsmanagement.org
www.binnenstadsmanagement.org

Inhoudsopgave

1 Inleiding 4
1.1 Aanleiding 5
1.2 Onderzoeksverantwoording 5

2 Resultaten 6
2.1 Basisresultaten 7
2.2 Vervoersmiddel 9
2.3 Bestedingen 10
2.4 Relatie vervoersmiddel en besteding 11

1 Inleiding

In dit hoofdstuk is de aanleiding en het doel van het onderzoek beschreven. Tevens zijn de kenmerken van de steekproef weergegeven. Voor een verdere toelichting op de onderzoeksmethodiek wordt verwezen naar het hoofdrapport.



1.1 Aanleiding

De relatie tussen mobiliteit en bestedingen levert in de praktijk veel discussie op tussen ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeenten. Ondernemers willen graag meer autobezoekers en meer parkeerplaatsen, omdat autobezoekers meer zouden besteden. Gemeenten willen vaak juist minder auto's en parkeerplaatsen, om centra aantrekkelijker, groener en duurzamer te krijgen. Bovendien kosten parkeerplaatsen veel ruimte, die in een verdichtende stad schaars is en waar ook ruimte voor verblijven moet worden gerealiseerd. Om een 'eerlijke' discussie te kunnen voeren over dit onderzoek heeft het Platform Binnenstadsmanagement in samenwerking met partners BRO en Movares dit onderzoek uitgezet. Het centrum van **Nijmegen** heeft hieraan deelgenomen, samen met 18 andere centrumgebieden in Nederland.

1.2 Onderzoeksverantwoording

Aantal opgehaalde enquêtes

De resultaten van dit onderzoek zijn primair verkregen via enquêtes. Voor het centrum van **Nijmegen** zijn in totaal **445** ingevulde enquêtes opgehaald, die op verschillende manieren zijn verzameld. De basis is verzameld via face-to-face straatenquêtes en posters/flyers ter plaatse.

Representativiteit en betrouwbaarheid

De representativiteit van de steekproef is op meerdere manieren geborgd. De straatenquête is hiervoor de basis, aangezien hier op verschillende dagen, over een langere periode (oktober) op meerdere plekken in het centrum is geënquêteerd.



Figuur 1: Deelnemende centra aan het onderzoek.

2 Resultaten

In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste resultaten voor het centrum uiteengezet. Ook zijn de resultaten van andere steden zijn terug te zien zodat de eigen resultaten vergeleken kunnen worden.



2.1 Basisresultaten

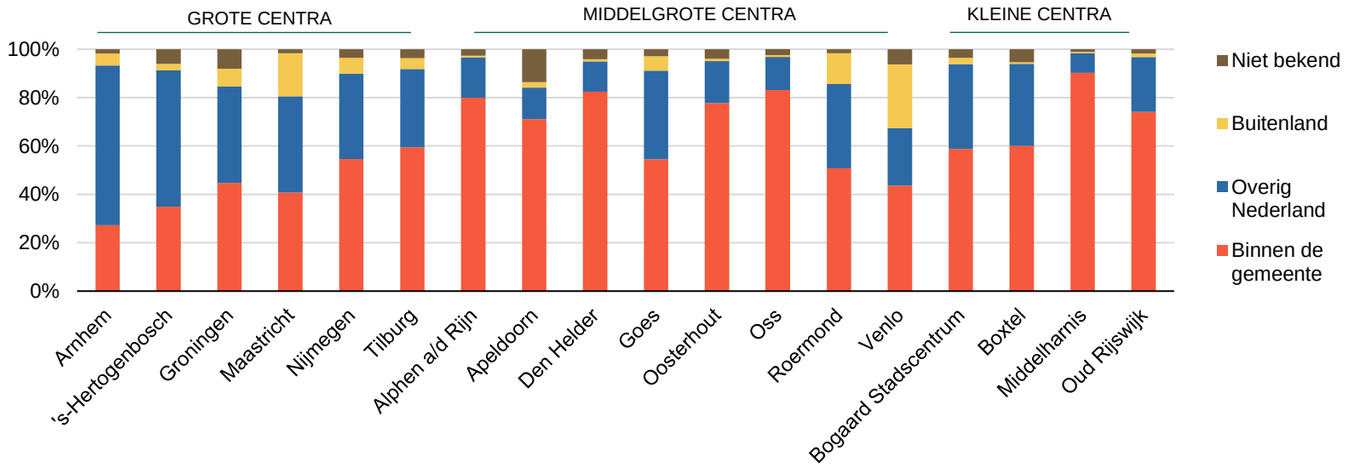
Waar komen bezoekers vandaan?

- 55% van de bezoekers aan het centrum van Nijmegen zijn bewoners uit de eigen gemeente. Het overige deel van de bezoekers komt van buiten. Het hoge aandeel bezoekers van buiten de eigen gemeente benadrukt het grote verzorgingsgebied van het centrum van Nijmegen
- Bezoekers die van buiten de eigen gemeente komen wonen onder andere in de omliggende kleinere plaatsen zoals Beuningen, Wijchen en Gennep.
- Bezoekers uit het buitenland komen vooral uit Duitsland en dan met name uit de nabijgelegen plaats Kranenburg.

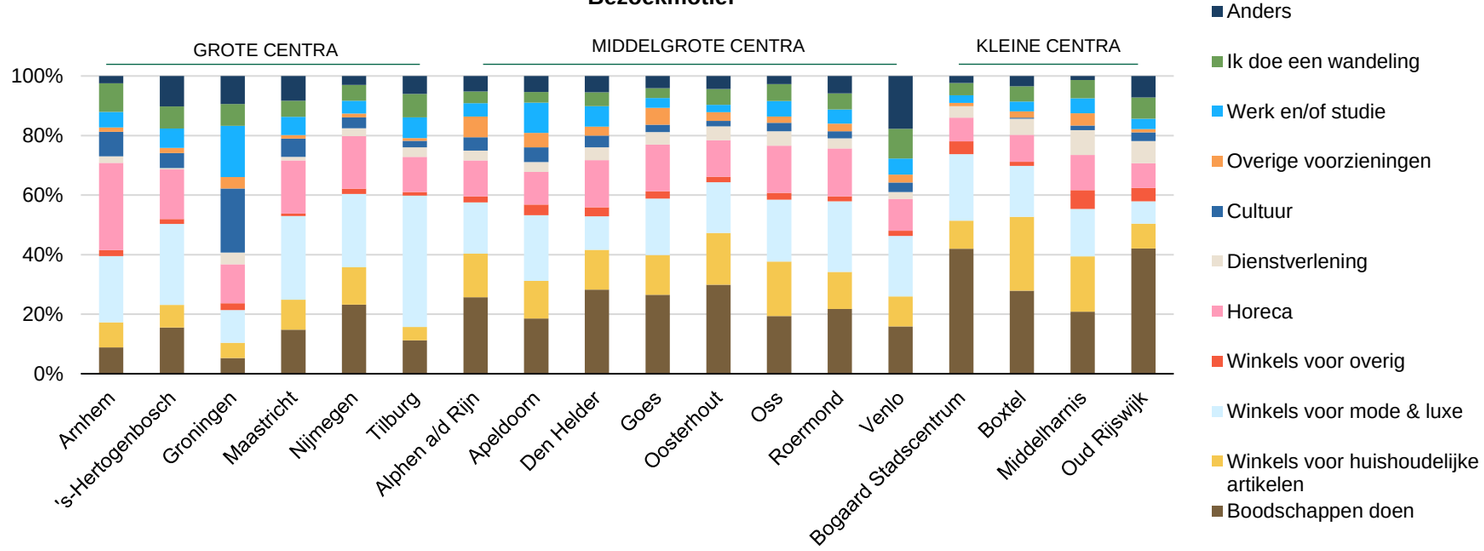
Waarom komen bezoekers naar het centrum?

- Winkels voor mode & luxe (44%) en boodschappen doen (41%) zijn de belangrijkste bezoekmotieven voor bezoekers van het centrum van Nijmegen.
- Als de bezoekmotieven van Nijmegen vergeleken worden met de resultaten van de andere grote centra die hebben deelgenomen aan het onderzoek dan ligt het aandeel boodschappen doen beduidend hoger.

Herkomst respondenten

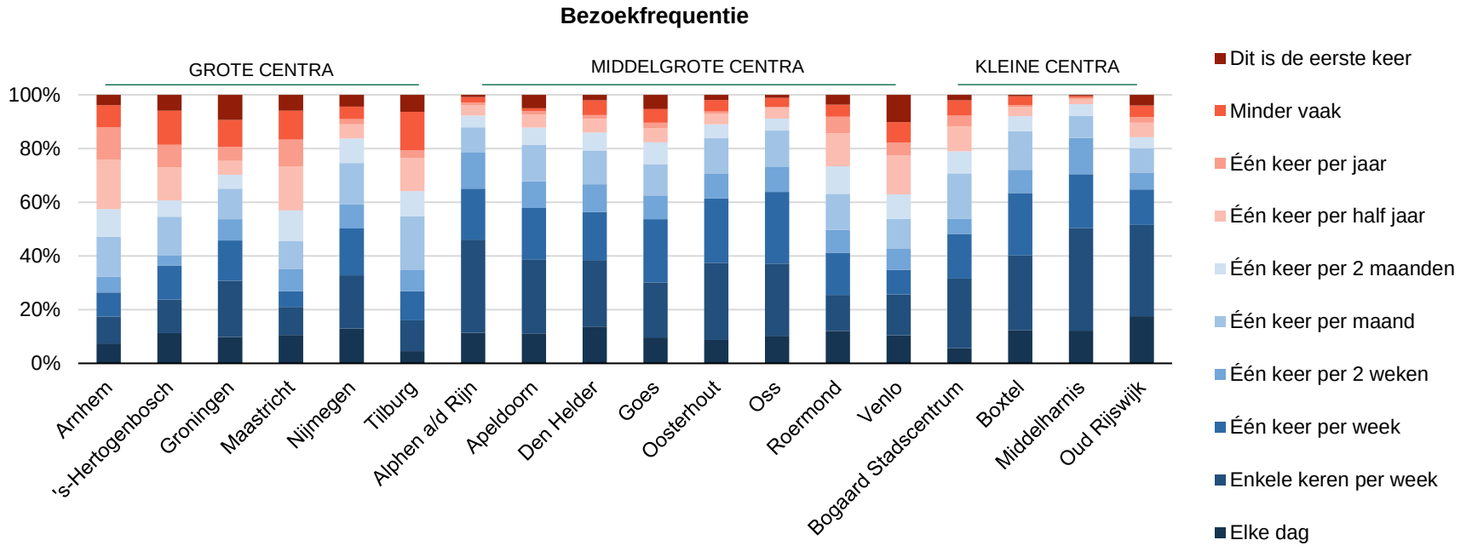


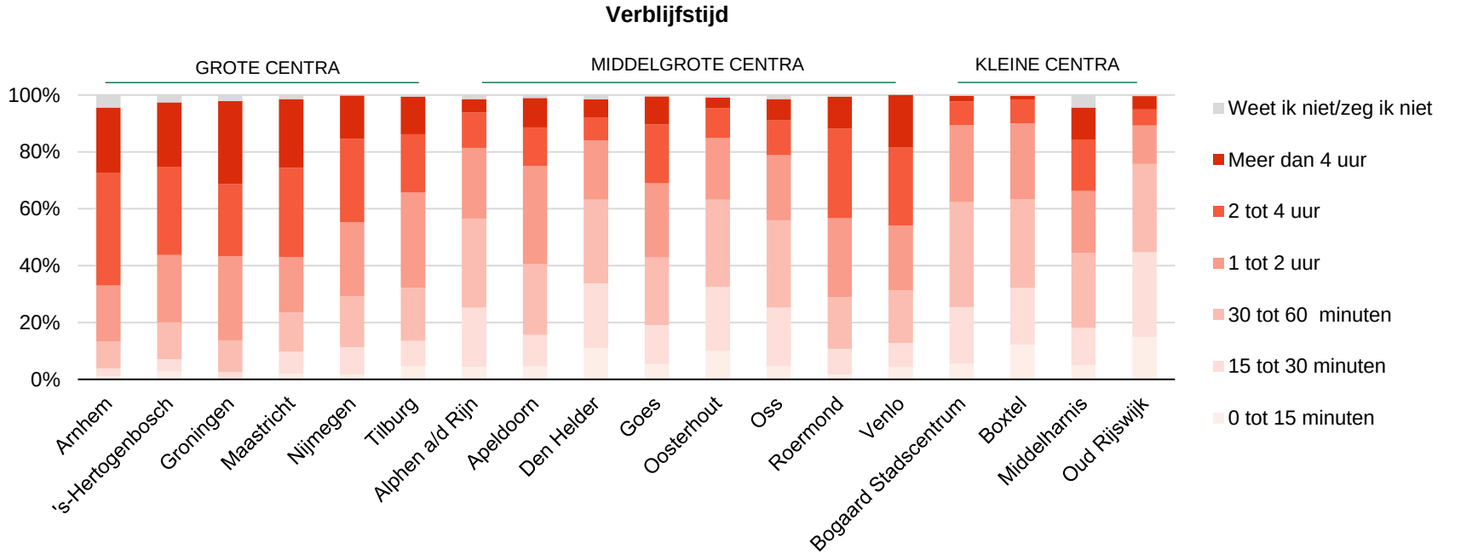
Bezoekmotief



Hoe vaak komen bezoekers? En hoe lang verblijven bezoekers?

- De bezoekfrequentie ligt voor het centrum van Nijmegen relatief laag. Mensen komen minder vaak, maar verblijven doorgaans langer. Dit is een indicatie dat het centrum vooral voor het recreatieve bezoek bezocht. Dit kan worden ondersteund door de bevinding dat het bezoeken van winkels voor mode & luxe (44%) en de horeca (31%) vaak genoemd worden als bezoekmotief.
- Vergeleken met de andere grote centra uit het onderzoek ligt de bezoekfrequentie in Nijmegen een stuk lager. Mogelijk speelt hier mee dat het aandeel bezoekers uit de eigen gemeente net iets hoger ligt dan in de andere grote centra. Deze groep verblijft doorgaans iets korter.



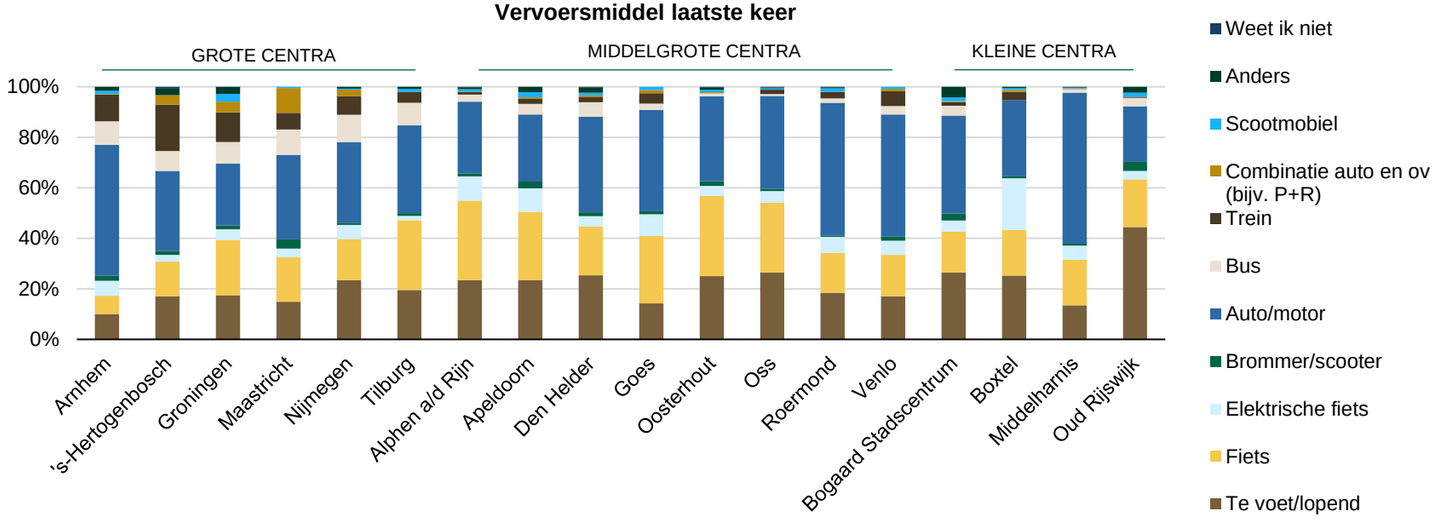


2.2 Vervoersmiddel

Met welk vervoersmiddel komen bezoekers?

- De auto is het meest gebruikte vervoersmiddel voor een bezoek aan het centrum van Nijmegen (32%) gevolgd door de bezoekers d ie te voet / lopend komen (23%). Verder komt 22% van de bezoekers met de (elektrische) fiets, 11% met de bus en 7% met de trein. Ondanks de nabijheid van het station is het aandeel bezoekers die met de trein het centrum van Nijmegen bezoekt beperkt.
- Opgemerkt moet worden dat bezoekers van buiten de eigen gemeente in veel hogere mate de auto gebruiken (48%) dan bezoekers van buiten de eigen woonplaats (16%). De bezoeker uit de eigen gemeente komt vaker met de (elektrische) fiets of lopend.
- Bezoekers die het centrum van Nijmegen te voet/lopend of met de fiets bezoeken komen vaker het centrum dan bezoekers die met de auto / motor komen. Hiermee is echter nog niet gezegd dat voetgangers en fietsers ook daadwerkelijk elke keer iets besteden.

Vervoersmiddel laatste keer



Vervoersmiddel naar herkomst Nijmegen centrum

	Totaal	Binnen de gemeente	Buiten de gemeente*
Te voet/lopend	23%	38%	5%
Fiets	16%	22%	9%
Elektrische fiets	6%	5%	7%
Brommer/scooter	1%	1%	1%
Auto/motor	32%	16%	48%
Bus	11%	13%	9%
Trein	7%	1%	17%
Combinatie auto en OV	3%	1%	5%
Scootmobiel	0%	1%	0%
Anders	1%	1%	0%

* Geeft een indicatie, aantal waarnemingen ligt onder de 210.

Buiten de gemeente N = 151.

Bezoekfrequentie naar modaliteit Nijmegen centrum

Bezoekfrequentie	Te voet/lopend*	Fiets*	Auto/motor*
Elke dag	37%	13%	4%
Enkele keren per week	33%	29%	7%
Één keer per week	16%	23%	16%
Één keer per 2 weken	4%	16%	11%
Één keer per maand	6%	9%	19%
Één keer per 2 maanden	0%	6%	13%
Één keer per half jaar	1%	1%	10%
Één keer per jaar	0%	1%	4%
Minder vaak	2%	1%	6%
Dit is de eerste keer	1%	0%	10%

* Geeft een indicatie, aantal waarnemingen ligt onder de 210.

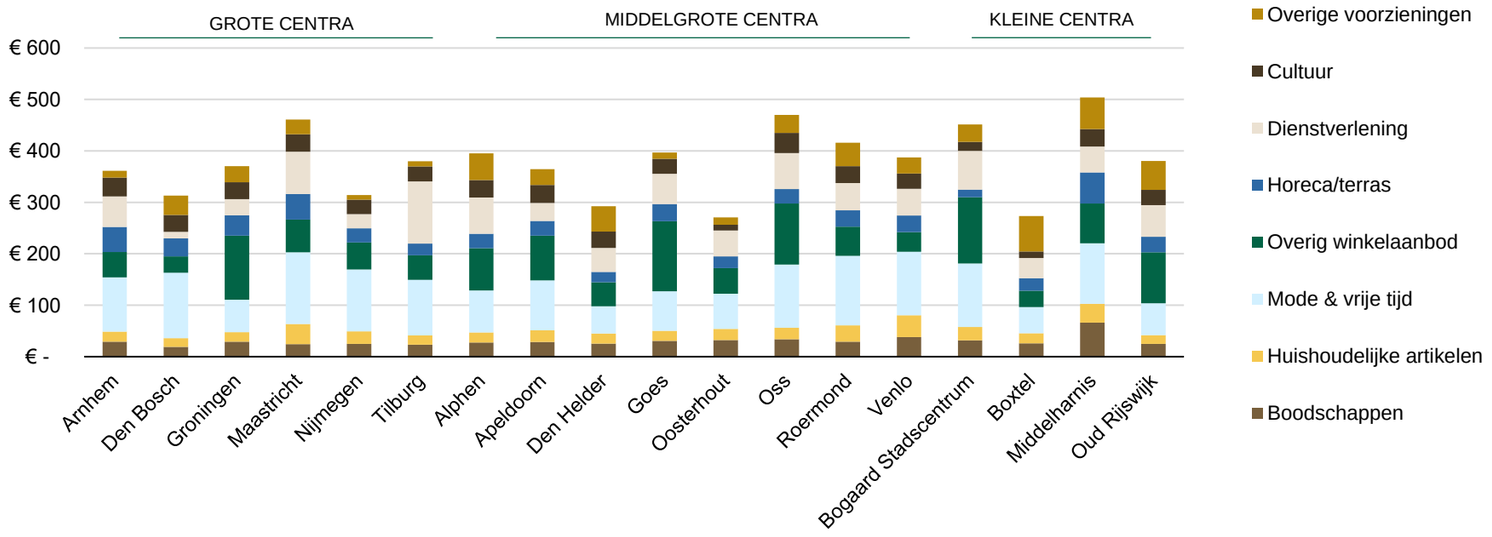
Te voet/lopend N = 100, Fiets N = 69, Auto/motor N = 136.

2.3 Bestedingen

Wat en waar besteden bezoekers?

- De grafiek hiernaast geeft inzicht in de gemiddelde besteding over het laatste bezoek. Voor het centrum van Nijmegen is de gemiddelde besteding aan mode & vrije tijd (€ 121) het hoogst.
- Wanneer een uitsplitsing gemaakt wordt naar herkomst is zichtbaar dat er een duidelijk verschil zit in de bestedingen van bezoekers afkomstig uit de eigen gemeente en de bezoekers van buiten de gemeente. Bezoekers afkomstig van buiten de gemeente besteden gemiddeld meer aan met name mode & vrije tijd. Bezoekers afkomstig uit de eigen woonplaats besteden gemiddeld € 96, bezoekers van buiten de eigen woonplaats besteden gemiddeld € 143.
- Indien we de gemiddelde besteding van de drie sectoren (boodschappen, mode & vrije tijd en horeca / terras) afzetten tegen de bezoekfrequentie valt op dat de gemiddelde besteding toeneemt bij bezoekers die minder frequent naar het centrum van Nijmegen komen. Als men dan het centrum van Nijmegen bezoekt besteden ze meer.

Gemiddelde besteding op basis van het laatste bezoek



Gemiddelde besteding verdeeld naar herkomst

	Totaal	Binnen de gemeente*	Buiten de gemeente*
Boodschappen	€ 25	€ 23	€ 25
Mode & vrije tijd	€ 121	€ 96	€ 143
Horeca/terras	€ 28	€ 22	€ 30

* Geeft een indicatie. Het aantal waarnemingen ligt onder de 210.
Binnen de woonplaats: Boodschappen N = 140, Mode & vrije tijd N = 71, Horeca/terras N = 84.
Buiten de woonplaats: Boodschappen N = 70, Mode & vrije tijd N = 90, Horeca/terras N = 95.

Gemiddelde besteding per bezoekfrequentie

Bezoekfrequentie	Boodschappen	Mode & vrije tijd*	Horeca/terras*
Elke dag	€ 18	€ 65	€ 13
Enkele keren per week	€ 27	€ 79	€ 27
Één keer per week	€ 27	€ 47	€ 18
Één keer per 2 weken	€ 36	€ 91	€ 21
Één keer per maand	€ 23	€ 164	€ 22

* Geeft een indicatie. Het aantal waarnemingen ligt onder de 210.
Boodschappen N = 184, Mode & vrije tijd N = 115, Horeca/terras N = 128.

2.4 Relatie vervoersmiddel en besteding

Wat is de gemiddelde besteding per vervoersmiddel verdeeld naar branche?

- In de tabel hiernaast is de gemiddelde besteding per vervoersmiddel weergegeven. Opvallend is dat de bezoekers die met de fiets het centrum van Nijmegen bezoeken gemiddeld het meest besteden (€ 63). Het verschil met de auto is klein. Het inzicht dat de gemiddelde besteding van auto / motor bezoekers lager ligt kan ook veroorzaakt worden doordat naast het recreatief winkelen ook boodschappen doen een belangrijk bezoekmotief is. Hier ligt de gemiddelde besteding doorgaans lager dan bij mode & vrije tijd.
- In de gemiddelde besteding voor boodschappen doen is een duidelijk verschil zichtbaar tussen de verschillende vervoersmiddelen. Bezoekers die met de auto het centrum van Nijmegen bezoeken besteden gemiddeld meer aan boodschappen (€ 29) dan bezoekers die te voet / lopend (€ 21) of met de fiets (€ 27) komen. In het onderzoek is ook gevraagd naar de reden voor een bepaald vervoersmiddel. Hieruit blijkt dat het makkelijk meenemen van spullen en reistijd / afstand hierin bepalend zijn.

Komen mensen altijd met hetzelfde vervoersmiddel?

- Van bezoekers die meerdere keren in de maand september het centrum van Nijmegen bezocht hebben, is bekend welk vervoersmiddel ze per bezoek gebruikt hebben. Het percentage zegt iets over in welke mate men loyaal is aan het vervoersmiddel.
- In algemene zin kan gesteld worden dat mensen redelijk loyaal zijn aan één vervoersmiddel. Als mensen eenmaal kiezen voor een specifiek vervoersmiddel, wordt dit vervoersmiddel in de meeste gevallen ook bij andere bezoeken gebruikt.
- Opvallend is dat bezoekers die met de auto / motor (83%) loyaler zijn dan bezoekers die met de fiets (81%) komen. Wellicht speelt mee dat in een stad als Nijmegen er meer alternatieve vervoersmiddel keuzes zijn (zoals bus, trein en P+R) en er daardoor meer gewisseld wordt.

Gemiddelde besteding per vervoersmiddel Nijmegen centrum

	Gemiddelde besteding Totaal	Gemiddelde besteding Boodschappen	Gemiddelde besteding Mode & vrije tijd	Gemiddelde besteding Horeca/terras
Te voet/lopend	€ 28	€ 21	€ 55	€ 15
Fiets	€ 63	€ 27	-	-
Auto/motor	€ 52	€ 29	€ 115	€ 38
Bus	€ 35	-	-	-

Loyaliteit aan vervoersmiddel Nijmegen centrum

Te voet/lopend	85%
Fiets	81%
Auto/motor	83%
Bus	82%

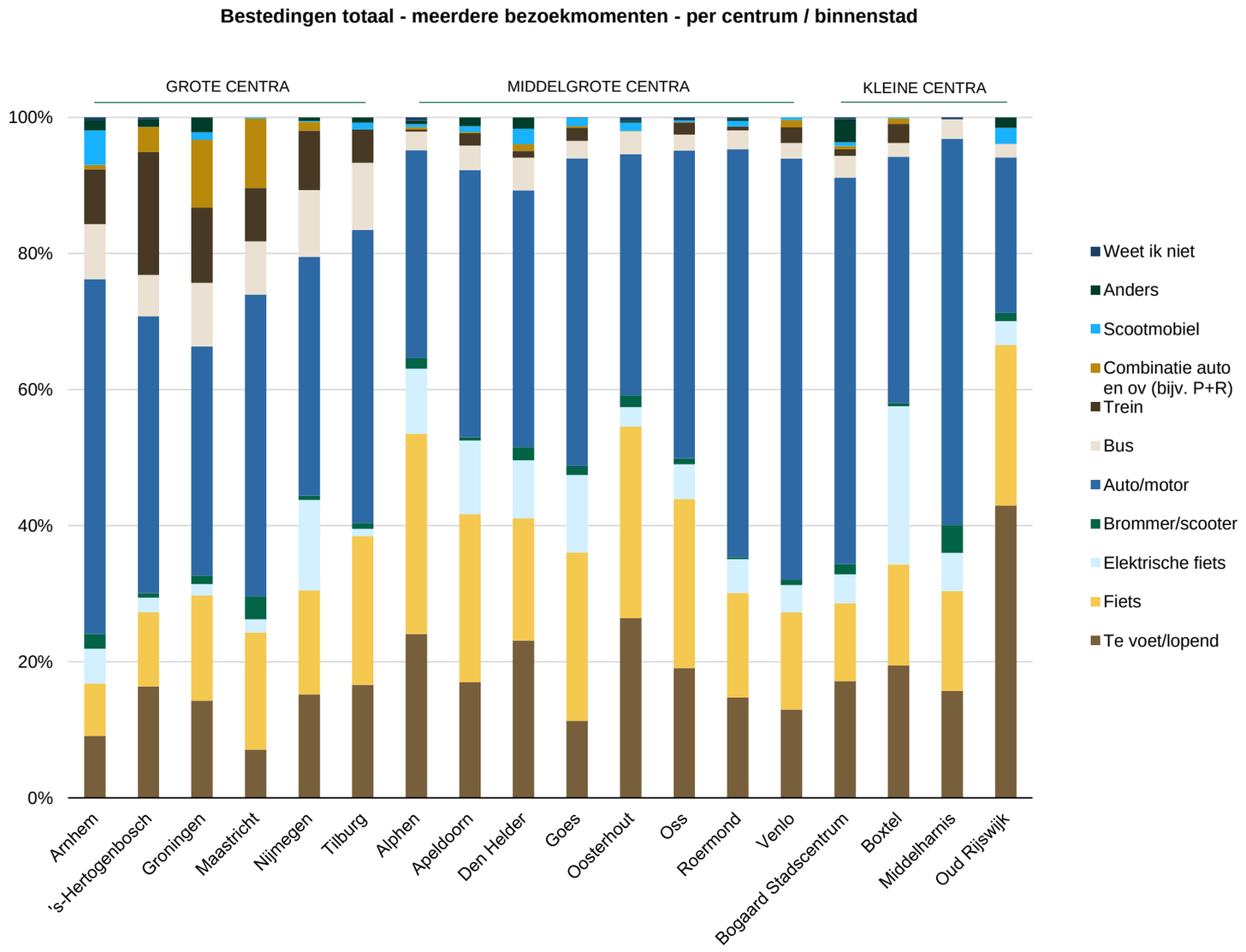
Gemiddelde bezoekfrequentie september Nijmegen centrum

Te voet/lopend	9x
Fiets	6x
Auto/motor	5x
Bus	6x

Welk aandeel hebben de verschillende vervoersmiddelen in de totale besteding?

Bezoekers die meerdere keren in de maand september een bezoek hebben gebracht aan het centrum van Nijmegen hebben ook per bezoek aangegeven met welk vervoersmiddel ze kwamen en hoeveel ze besteed hebben. Dit tot maximaal vier bezoeken in het verleden, naast ‘vandaag’. Hierdoor weten we redelijk nauwkeurig een inschatting te maken van de totale bestedingen, rekening houdend met de bezoekfrequentie. Wel neemt de betrouwbaarheid van het bestedingsbedrag af naarmate bezoeken meer in het verleden liggen. Om die reden kijken we niet verder dan vier bezoeken in het verleden.

- In het hoofdrapport is aangetoond dat indien je rekening houdt met meerdere bezoekmomenten de bestedingen van voetgangers en fietsers in de totale bestedingen belangrijker worden. Tegelijkertijd worden in deze weging naar bezoekfrequentie de bestedingen van bezoekers die met de auto komen minder.
- Nadat rekening gehouden is met de bezoekfrequentie zijn bezoekers die te voet of met de (elektrische) fiets het centrum van Nijmegen bezoeken goed voor 43% van de totale bestedingen. Desalniettemin blijft de auto ook belangrijk voor de totale bestedingen (35%).
- Op basis van de eerdere resultaten werd duidelijk dat een groot deel van de bezoekers afkomstig is van buiten de eigen gemeente. Deze bezoekers komen doorgaans minder vaak en komen voornamelijk met de auto. De gemiddelde besteding die bezoekers met de auto doen ligt lager dan de gemiddelde besteding van een fietser of voetganger. De fietser en voetgangers komen vaker, doordat het verschil in de gemiddelde besteding met de auto een stuk kleiner is neemt het belang van de fiets en voetganger in de totale bestedingen toe.



platform binnenstads management

Movares adviseurs & ingenieurs

BRO