Stadscentrummonitor

2016-2017

Datum: februari 2017

Gemeente Nijmegen
Onderzoek en Statistiek
contactpersoon: Sjoerd Dikkerboom
tel.: 024-329 2291 / 024-329 98 89 (O&S)
e-mailadres: onderzoek.statistiek@nijmegen.nl

www.nijmegen.nl (onderdeel gemeente > onderzoek en cijfers)

Stadscentrummonitor

2016-2017

Inhoudsopgave

Samenvatting		**3**
1.	**Inleiding**	**5**
2.	**Maatschappelijke trends**	**6**
3.	**Winkelaanbod**	**7**
4.	**Branchering**	**12**
5.	**Druktebeeld en Segmentatie**	**13**
6.	**Werkgelegenheid**	**15**
7.	**Bouwinvesteringen**	**17**
8.	**Bezoek, bezoekers en bezoekgedrag**	**19**
9.	**Waardering voor de binnenstad**	**29**
10.	**Beleving van de binnenstad**	**33**
11.	**Onderzoeken binnenstad**	**36**
Bijlagen		**38**

Samenvatting

Volgens bezoekers is de Nijmeegse binnenstad een aantrekkelijke bestemming met een hoge belevingswaarde. Bezoekers waarderen de binnenstad met het rapportcijfer 7,5, hetzelfde cijfer als in de vorige Stadscentrummonitor. De scores voor aspecten van het aanbod, de ambience en de bereikbaarheid zijn over het algemeen hoog en blijven stabiel in vergelijking met vorig jaar. Ook zijn bezoekers positief over de toekomst van het Nijmeegse stadscentrum. Over de economische situatie van de binnenstad laat de Stadscentrum monitorStadscentrummonitor 2016-2017 niet alleen maar een positief beeld zien. Enerzijds is de werkgelegenheid het laatste jaar gegroeid, weten de bezoekers de randen van het stadscentrum beter te vinden, is het totaal aantal parkeeruren licht gestegen en is het leegstandspercentage gedaald. Anderzijds lijken de bezoekersaantallen voor het gehele stadscentrum te dalen en is de werkgelegenheid nog relatief laag in vergelijking met 2012. In deze cijfers blijven de effecten van de faillissementen van enkele grote detailhandelsconcerns(onder andere V&D) duidelijk zichtbaar.

Sinds 1996 wordt de Stadscentrummonitor iedere twee jaar uitgevoerd om ontwikkelingen in de attractiewaarde en economische positie van de binnenstad te kunnen volgen. In deze editie 2016-2017 worden aan de hand van verschillende indicatoren uit statistieken en eigen veldwerk uitspraken gedaan over de Nijmeegse binnenstad.

De slechtere economische periode van de afgelopen jaren heeft een directe invloed gehad op de winkelstraat. Het Nijmeegse stadscentrum zit nog in een overgangsproces na het faillissement van V&D en de overname en doorstart van een aantal andere grote detailhandelsondernemingen. Het winkelaanbod in aantal vierkante meters is gedaald, maar een groot deel zal in de komende jaren na verbouwingen weer in gebruik worden genomen. Daarbij is er een duidelijke verschuiving tussen vergelijkend winkelen (V&D was als warenhuis ingedeeld in mode en luxe goederen en warenhuizen) naar doelgericht aankopen (Topshelf, nog opgevat als aanbieder van sportartikelen). Het aantal verkooppunten in de Leisuresector (waaronder horeca) blijft stijgen.

In 2016 bezochten gemiddeld 226.400 bezoekers per week de Nijmeegse binnenstad, is de schatting van Locatus. Dit is een lager bezoekersaantal in vergelijking met eerdere jaren. Wel weten de bezoekers de randen van het winkelgebied beter te vinden, daar is het aantal getelde bezoekers gestegen. Daarnaast is het totale aantal parkeeruren in de Nijmeegse binnenstad licht gestegen sinds 2015. Hiermee laten de verschillende gegevens geen eenduidig beeld zien over het bezoek aan de Nijmeegse binnenstad.

Er is op dit moment relatief weinig leegstand in de Nijmeegse binnenstad. Daarbij staan de meeste leegstaande panden nog maar korte tijd leeg. Dit komt onder andere door verschillende verbouwingen en de relatief snelle invulling van het grootste deel van het voormalig V&D pand. Ook in vergelijking met andere steden is het leegstandspercentage in Nijmegen relatief laag. Naar verwachting zullen de verschillen in de komende jaren weer kleiner worden wanneer ook in de andere steden de door V&D achtergelaten ruimtes ingevuld zal worden.

Het aantal banen in het stadscentrum stijgt het laatste jaar weer, van circa 13.325 naar 13.564. Deze opleving volgt na een periode van dalende werkgelegenheid. Vooral in de detailhandel en dienstverlenende sector in het kernwinkelgebied is de werkgelegenheid de afgelopen jaren gedaald. De arbeidsmarkt in het stadscentrum is nog niet uit de dip, maar een verder herstel wordt verwacht. Ondanks de onrust in de detailhandel en dienstverlenende sector, blijft de werkgelegenheid in de horeca sector stijgen. Hiermee is in 2016 de werkgelegenheid in de horecasector in het stadscentrum van Nijmegen voor het eerst groter dan de werkgelegenheid in de detailhandel.

Het totaal aan bouwinvesteringen in het Nijmeegse stadscentrum bedroeg 8,6 miljoen in 2015 en 7,6 miljoen in 2016. De grootste investeringen in deze jaren zijn de start van de bouw van het centrum voor natuur en

cultuurhistorie 'De Bastei' in 2015 en de verbouwing van het voormalig V&D pand in 2016. In de horecasector wordt ieder jaar opnieuw in geïnvesteerd zonder grote uitschieters.

Van de 991 passanten die we aantroffen in het stadscentrum behoorden de meeste tot de consumentengroepen fifty & fit (25%, koopkrachtigen van 50 jaar of ouder, zonder thuiswonende kinderen), nesting & caring (23%, huishoudens met kinderen) en work & have fun (22%, werkende koopkrachtigen zonder kinderen). De grootste groep passanten komt uit Nijmegen zelf. In vergelijking met de vorige meting is het aandeel van de bezoekers uit het buitenland licht aan het groeien. De verhoudingen tussen bezoekers afkomstig uit Nijmegen, de regio en de rest van Nederland blijft ongeveer gelijk. De auto (31% van de bezoekers) en de fiets (25%) blijven populaire vervoersmiddellen voor het bezoek aan de binnenstad. In vergelijking met eerdere metingen lijken de bezoeken aan het Nijmeegse winkelgebied iets korter en de uitgaven iets minder te zijn.

De Nijmeegste binnenstad krijgt met een 7,5 een ruime voldoende van bezoekers. Dit is hetzelfde rapportcijfer als vorig jaar. Het horeca-aanbod (7,8), de bereikbaarheid met de fiets (7,7) en de bereikbaarheid met het openbaar vervoer (7,6) worden daarbij het beste beoordeeld. De waarderingen van bezoekers voor het aanbod in de binnenstad zijn grotendeels gelijk gebleven in vergelijking met de vorige meting. Alleen de waardering voor het evenementenaanbod is gestegen van een 7,3 in 2014 naar een 7,5 in 2016.

De ambience van de Nijmeegse binnenstad blijft hoog gewaardeerd worden. De rapportcijfers voor de sfeer (7,5), veiligheid (7,5) en netheid (7,2) in de binnenstad zijn allen ruim voldoende. De waardering voor de groen in de binnenstad is gestegen van een 6,0 naar een 6,3. Ook de waarderingen van bezoekers voor de bereikbaarheid van de Nijmeegse binnenstad blijven op goed niveau. Vooral de bereikbaarheid van het stadscentrum per fiets (7,7) en per openbaar vervoer worden uitstekend gewaardeerd. De beoordeling voor de parkeertarieven blijft nog altijd onvoldoende, ondanks de flink hogere waardering (van een 4,7 in 2014 naar een 5,2 in 2016).

Bezoekers zijn positief over hoe zij de Nijmeegse binnenstad beleven. Kenmerken als 'levendig' en 'een plek met een eigen karakter' horen volgens hen duidelijk bij het stadscentrum. Ongeveer een derde van de ondervraagde bezoekers vindt dat de leegstaande winkels in de binnenstad storend aanwezig. Leegstand blijft daarmee een aandachtspunt om de ervaring van bezoekers te verbeteren. De gebieden aan de rand van het stadscentrum horen in de belevingswereld van bezoekers niet vanzelfsprekend bij de binnenstad. Dit geldt vooral voor de Waalkade. Ongeveer 50% van de bezoekers gaf aan dat dit gebied voor hun gevoel niet bij het stadscentrum hoort. Een bezoek aan het Valkhofkwartier hoort volgens een kleiner deel van de bezoekers niet direct bij een bezoek aan het stadscentrum.

Volgens het koopstromenonderzoek van I&O research blijven de binnensteden van Nijmegen en Arnhem de grootste aankooplocaties in de regio. De uitkomsten van dat onderzoek over de herkomst van bezoekers en de waardering voor verschillende aspecten van de Nijmeegse binnenstad komen in grote lijnen overeen met de bevindingen in deze Stadscentrummonitor. In het Nijmeegse stadscentrum dalen de bestedingen door de opkomst van internetwinkelen en de sluiting van de V&D. De uitkomsten van het koopstromenonderzoek over de herkomst van bezoekers en de waardering voor verschillende aspecten van de Nijmeegse binnenstad komen in grote lijnen overeen met de bevindingen in deze Stadscentrummonitor.

1. Inleiding

De Stadscentrummonitor wordt sinds 1996 tweejaarlijks uitgevoerd om belangrijke ontwikkelingen in het Nijmeegse stadscentrum te kunnen volgen en de effecten van investeringen te kunnen benoemen. Hiervoor worden de trends van verschillende indicatoren rond het economisch functioneren en de aantrekkelijkheid voor bezoekers in kaart gebracht[1].

De statistieken

De statistieken die gebruikt worden om ontwikkelingen en beleidseffecten te bestuderen lopen door tot en met januari 2017. Om bezoekersaantallen, druktestromen en loopstromen in kaart te brengen worden parkeerafzetcijfers (gemeente Nijmegen) en passantentellingen (Locatus) gebruikt. Ontwikkelingen en investeringen in het aanbod in de binnenstad worden onderzocht door middel van tellingen (Locatus) en de afgegeven bouwvergunningen (gemeente Nijmegen). Daarnaast wordt via een jaarlijks onderzoek van de provincie Gelderland (PWE Gelderland) de aard en omvang van de werkgelegenheid in de binnenstad gevolgd.

Het veldwerk

Op dezelfde manier als in eerdere metingen zijn aan bezoekers in de binnenstad vragen gesteld over het bezoek zelf en de waardering voor verschillende aspecten van de binnenstad. Op zes plekken in de binnenstad zijn op verschillende doordeweekse dagen (overdag), zaterdagen (overdag) en koopavonden van 29 oktober tot 19 november 2016 in totaal 991 enquêtes afgenomen.

[1] Het ondernemersklimaat in de binnenstad wordt in beeld gebracht in de Monitor Vestigingsklimaat, de kwaliteit van de woon- en leefomgeving is terug te vinden in de Wijkmonitor.

2. Maatschappelijke trends

Het winkelaanbod, de leegstand en andere ontwikkelingen in de Nijmeegse binnenstad staan niet los van sociaal-maatschappelijke en economische ontwikkelingen. Dit hoofdstuk bevat geen compleet overzicht van alle trends en gebeurtenissen, maar een korte schets van een aantal ontwikkelingen die belangrijk zijn voor de Nijmeegse binnenstad en de individuele ondernemers.

De Nijmeegse bevolking zal de komende jaren geleidelijk aan groeien en vergrijzen. De afgelopen 10 jaar is de Nijmeegse bevolking met ongeveer 12.500 inwoners gegroeid. Tegelijkertijd zijn er ongeveer 4.100 Nijmegenaren van 50 tot 65 jaar bijgekomen en ongeveer 4.700 in de groep 65 jaar of ouder. Deze leeftijdsgroepen maken door de groei een steeds groter deel uit van de Nijmeegse bevolking (Gemeente Nijmegen, 2016). De komende jaren zal het inwoneraantal blijven groeien, waarbij de sterkste toename wordt verwacht in de groep van 70 tot 80 jaar oud (gemeente Nijmegen, 2016). Voor de hele regio Arnhem-Nijmegen wordt verwacht dat in 2030 ongeveer 20 tot 25 procent van de inwoners 65 jaar of ouder zal zijn (CBS en PBL, 2016). Deze (toekomstige) ouderen hebben over het algemeen relatief veel te besteden maar zijn minder mobiel en meer gericht op verzorging, service en comfort (Inretail, 2013).

Nijmegen is daarnaast ook een groeiende studentenstad. De afgelopen 10 jaar is de groep inwoners met een leeftijd tussen de 20 en 29 jaar inwoners sterk gegroeid (+7.100). Deze toename van de groep jongvolwassenen in de stad hangt sterk samen met de stijging van het aantal studenten in Nijmegen (gemeente Nijmegen, 2016). Of deze sterke ontwikkeling ook in de nabije toekomst doorzet is niet zeker. Dit hangt af van factoren als de betaalbaarheid en aantrekkelijkheid van het hoger onderwijs in de stad.

Internetwinkelen zit nog steeds in de lift. In relatief korte tijd is een deel van de omzet van consumenten verschoven van de winkels naar internet (Economisch Bureau ING, 2014). De verwachting is dat in de nabije toekomst het aandeel online aankopen zal blijven stijgen. De opkomst van internet als aankoopplaats betekent voor binnensteden dat de ervaring steeds belangrijker wordt om bezoekers te trekken. Het gaat dan om anderen te ontmoeten, te recreëren, ontspannen en het stimuleren van de zintuigen (Platform 31, 2014). Van 'place to buy' naar 'place to meet'.

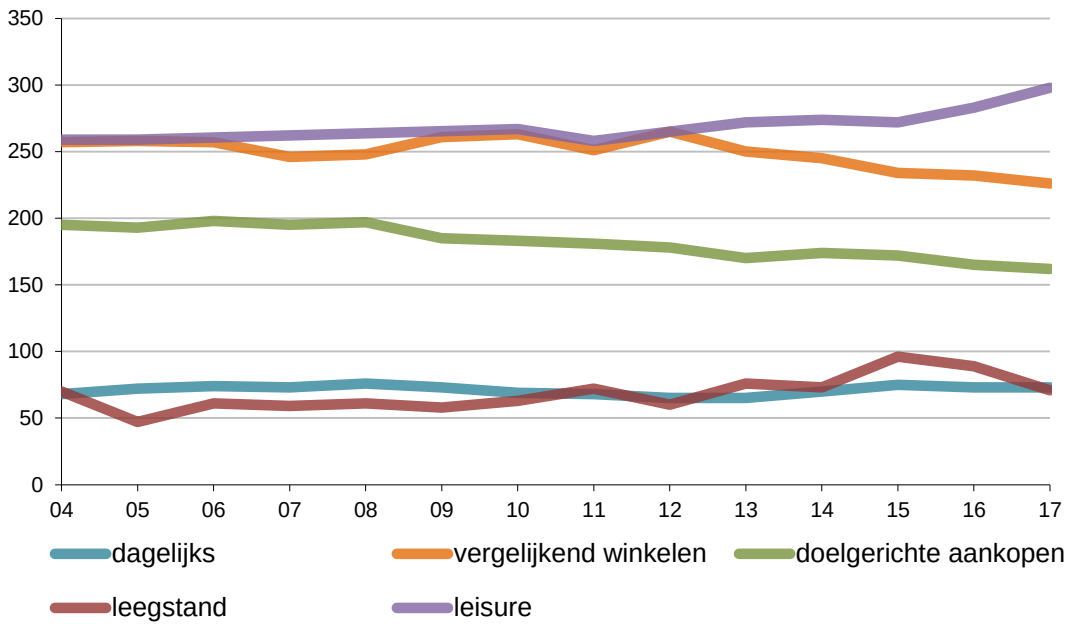
De economische situatie in Nederland verbetert langzaamaan. Hiervoor zijn verschillende aanwijzingen. Onder andere het Bruto Binnenlands Product (BBP) stijgt weer. Het BBP is een belangrijke graadmeter voor de omvang van de Nederlandse economie. Het BBP is 2,4% gegroeid tussen het derde kwartaal 2015 en derde kwartaal 2016 (CBS, 2016). De verwachting voor het BBP voor de regio Arnhem-Nijmegen is dat in 2017 met ongeveer 2,2 procent zal stijgen (economisch bureau ING, 2016). Landelijk wordt de komende jaren een groei van ongeveer 2 procent per jaar verwacht (De Nederlandsche Bank, 2016). Daarnaast is het consumentenvertrouwen het afgelopen jaar verbeterd en ligt dat nu op het hoogste niveau sinds 2007. Ook is de huizenmarkt in Nijmegen aan het herstellen van de crisis. Er zijn meer transacties en de huizenprijzen zijn gestegen de afgelopen jaren (gemeente Nijmegen, 2016).

Faillissementen van grotere winkelketens hebben voor behoorlijk wat opschudding gezorgd en waren of zijn nog steeds direct zichtbaar in de winkelstraat. Zo zijn Unlimited Sports Group (van Perry Sport, Aktiesport), Macintosh (Scapino, Invito, Manfield, Dolcis) en V&D de afgelopen jaren failliet gegaan. Zij vertegenwoordigden samen een groot deel van de bestedingen en het winkelaanbod in de Nijmeegse binnenstad. In heel Nederland hadden deze detailhandelsreuzen in totaal ongeveer 950 miljoen omzet (Economisch Bureau ING, 2016). Daarnaast is het V&D pand in Nijmegen één van de grootste winkelpanden in de binnenstad. De V&D had een winkelvloeroppervlak van ruim 13.000 vierkante meter, meer dan 10% van het totale winkelvloeroppervlak van de binnenstad van Nijmegen (Locatus, 2017). Gelukkig is er voor het V&D pand een andere invulling gevonden en zijn (onderdelen van) de failliete concerns door andere Retail partijen overgenomen. Hierdoor lijkt de directe invloed van deze ontwikkelingen op de winkelstraten vooral van tijdelijke aard.

3. Winkelaanbod

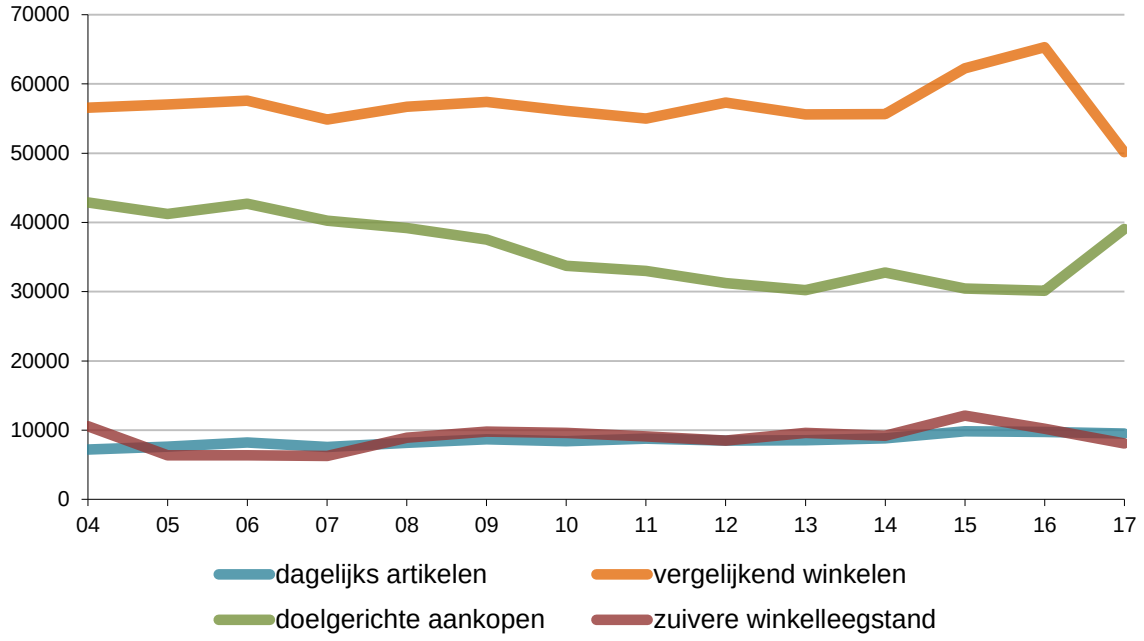
In het Nijmeegse stadscentrum staan relatief grote panden uit de wederopbouwperiode en de winkelsamenstelling is ten opzichte van andere binnensteden vrij breed en gevarieerd. Langer dan in andere binnensteden bleef een behoorlijk deel van het aanbod gericht op doelgerichte aankopen (bijvoorbeeld woninginrichting, elektro). Vanaf ca. 1990 daalde ook in Nijmegen het oppervlak aan doelgerichte aankopen flink. Meestal betrof dit verdwenen meubelzaken, die grotendeels zijn verbouwd tot woningen. Het centrale winkelaanbod beslaat in januari 2017 ruim 98.728 m² winkelvloeroppervlak (excl. leegstand) en circa 480 vestigingen. Sinds 2009 neemt het totaal aantal (winkel) verkooppunten geleidelijk aan af in de gehele Nijmeegse binnenstad. Daarentegen neemt het aantal verkooppunten voor leisure (horeca, cultuur en ontspanning) de laatste jaren duidelijk toe.

Figuur 1: Aantal verkooppunten in de Nijmeegse binnenstad (in januari van ieder jaar)



Bron: Locatus, bewerking O&S Nijmegen.

Figuur 2: Het winkelvloeroppervlak in m² in de Nijmeegse binnenstad (in januari van ieder jaar)



Bron: Locatus, bewerking O&S Nijmegen.

Er is een duidelijke verschuiving zichtbaar tussen 2016 en 2017. Het failliet gaan van de V&D heeft voor een duidelijke daling in het aantal vierkante meters doelgerichte aankopen gezorgd. Een groot deel van het pand dat door de V&D werd achtergelaten is overgenomen door Topshelf, die wordt toegerekend tot het doelgericht winkelen (sportartikelen). Hierdoor is ook het aantal vierkante meters winkelvloeroppervlak (WVO) in de doelgerichte aankopen sterk gestegen. Het aanbod in WVO voor dagelijkse artikelen (food, drogisterijartikelen) zet in de laatste twee jaar de licht stijgende trend voort

Het totale aantal vierkante meter WVO is tussen 2016 en 2017 met ongeveer 8500 m² afgenomen. Voor een groot deel kan deze daling worden toegeschreven aan het maar deels in gebruik nemen van het voormalige V&D-pand. Hoewel de winkel van Topshelf een groot deel van het pand beslaat is er op het meetmoment nog een verbouwing gaande voor het overige deel van het pand. Dit deel van het pand wordt niet meegerekend in de cijfers over winkelvloeroppervlak. De verwachting is dat het resterende gedeelte van het voormalige V&D-pand in de loop van 2017 in gebruik wordt genomen waardoor het aantal vierkante meters WVO volgend jaar weer hoger zal liggen.

Figuur 3: Zuivere leegstand[2] in winkeloppervlak en winkelunits (in januari van ieder jaar)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
in winkelunits	61	58	63	72	60	76	73	96	89	71
in oppervlakte (m^2)	8900	9800	9600	9100	8500	9600	9200	12100	10200	8100
Percentage	7,9%	8,6%	8,9%	8,6%	8,1%	9,2%	8,6%	10,6%	8,8%	7,6%

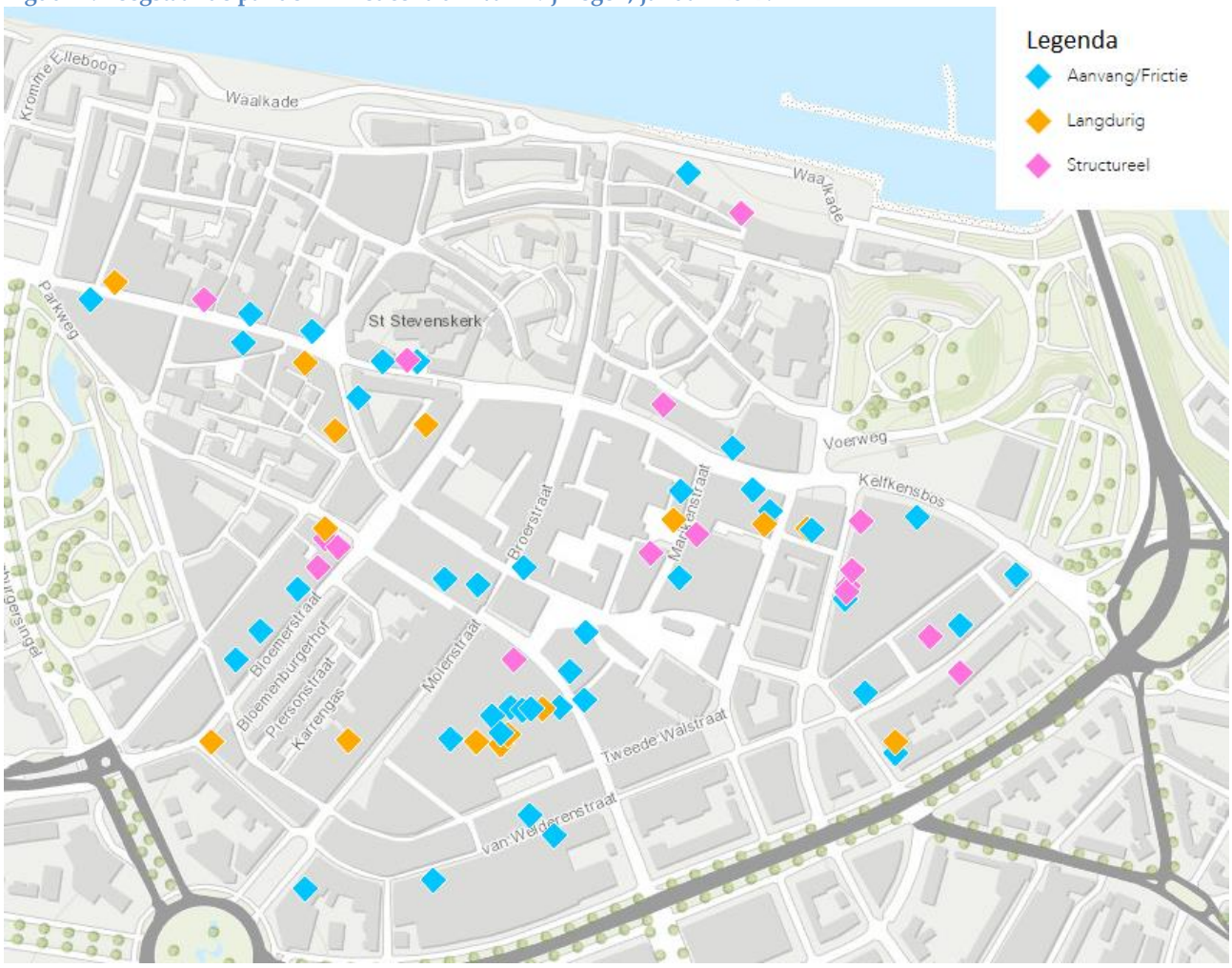
Bron: Locatus, bewerking O&S Nijmegen.

In januari 2017 stonden 71 van de bijna 1000 units in detailhandel, horeca, dienstverlening et cetera (de zogenaamde verkooppunten) leeg. De oppervlakte aan zuivere detailhandelsleegstand was met 8.100 m^2 op dat moment 7,6%. Bij 56% van deze winkelunits is sprake van frictieleegstand, deze panden waren tot voor kort nog in gebruik. Het leegstandspercentage is duidelijk gedaald in vergelijking met eerdere jaren en is daarmee op het laagste punt sinds 10 jaar.

[2] De leegstand die dataleverancier Locatus in winkelgebieden inventariseert, omvat niet alleen detailhandelsleegstand, maar ook leegstand in horeca en consumentgerichte dienstverlening. Deze inventarisatie is niet continu en afhankelijk van toevalligheden. Voor de bepaling van de zuivere detailhandelsleegstand schrijft Locatus een correctie voor die voor Nijmegen-Centrum resulteert in 7,6% zuivere detailhandelsleegstand. Zonder de correctie zou de 'bruto leegstand' 10,9% bedragen (zie ook notitie: 'Leegstand: wat verstaan we daar nu onder?', Locatus, 2015).

Over het algemeen is er meer leegstand aanwezig in de ringstraten en buiten de binnenstadskern dan in de binnenstadskern ('circuit'). Daarnaast valt op dat er in de Molenpoortpassage relatief veel (frictie) leegstand voorkomt. Een klein aantal panden behelst een groot deel van de leegstand in oppervlakte. Deze panden zullen waarschijnlijk voor een deel of helemaal verkleuren naar andere functies. Een voorbeeld van een dergelijk leegstaand gebouw is het pand op de hoek van Doddendaal en de Bloemerstraat.

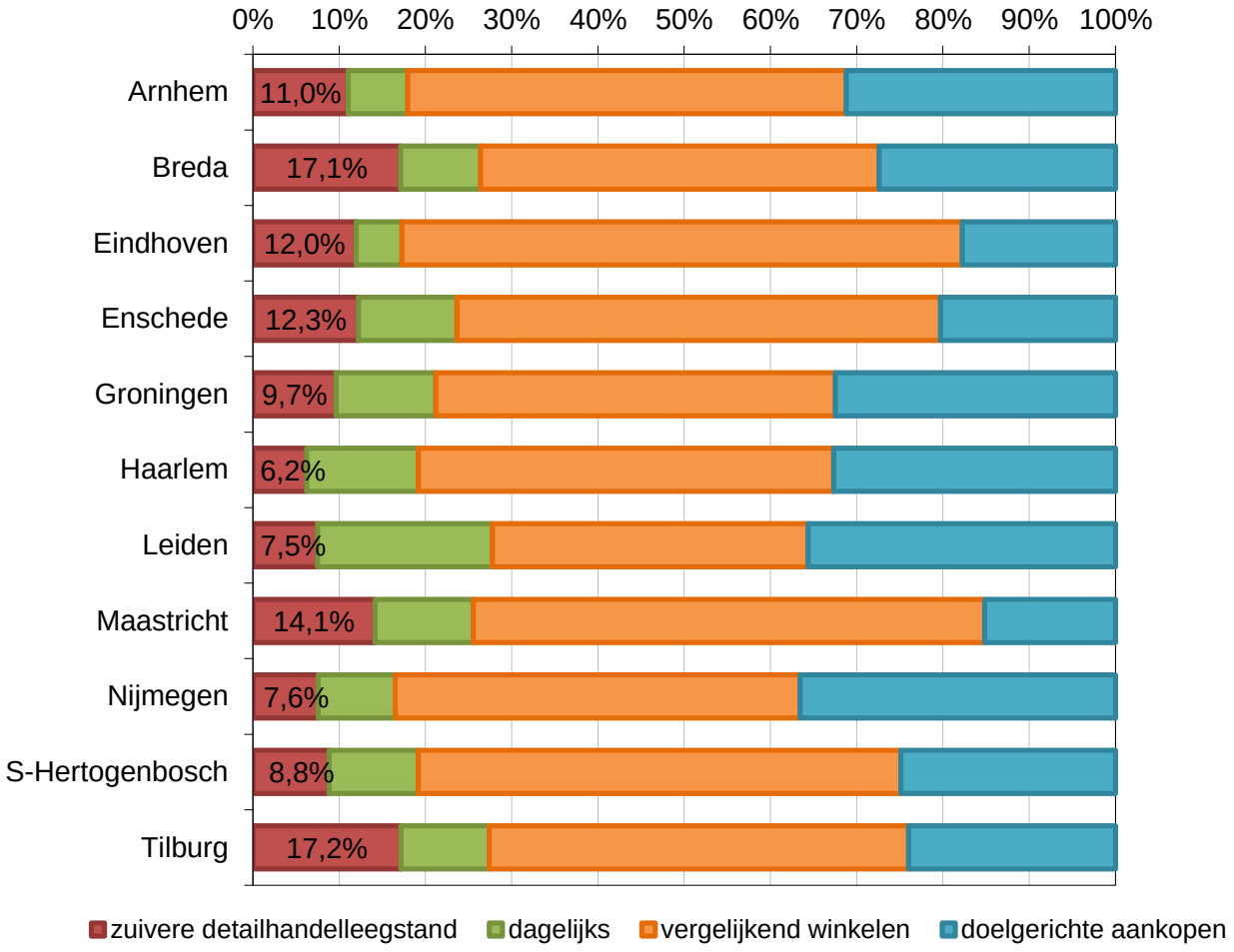
Figuur 4: Leegstaande panden in het centrum van Nijmegen, januari 2017.



Bron: Locatus, 2017

Met de recente toevoeging van Topshelf bevat het Nijmeegse winkelbestand relatief veel aanbod in het doelgericht winkelen in vergelijking met de groep vergelijkingssteden (januari 2017). Het dagelijks aanbod is in het centrale winkelgebied van Eindhoven en Arnhem relatief klein en in Leiden relatief groot. Het vergelijkend winkelen beslaat meer dan 60% van het winkelaanbod in Eindhoven. De centrale winkelgebieden van Leiden en Nijmegen (bevatten relatief meer winkels voor doelgerichte aankopen. In Maastricht en Eindhoven is het aanbod van doelgerichte aankopen relatief klein. De leegstand ligt in Nijmegen duidelijk onder het gemiddelde. Alleen Leiden en Haarlem hebben een lager leegstandspercentage. Breda en Tilburg hebben een duidelijk hoger leegstandspercentage. De verschillen tussen steden zijn groot, maar deze cijfers blijven een momentopname in een langer ombouwproces waarbij steden in verschillende fasen van dit proces zitten.

Figuur 5: Winkelaanbod en zuivere leegstand in centrale winkelgebieden van steden (120.000-225.000 inwoners), januari 2017.



Bron: Locatus, bewerking O&S Nijmegen.

4. Branchering

In de branchering van Nederlandse winkelsteden is er enerzijds sprake van brancheverваging en anderzijds van brancheverruiming. Steeds meer winkels bieden naast hun 'eigen' assortiment brancheproducten ook producten uit andere branches aan waardoor scheidslijnen tussen branches vervagen. Brancheverruiming speelt bijvoorbeeld bij warenhuizen die verschillende diensten gaan aanbieden of bakkerijen die een horecagedeelte in de winkel hebben. Soms gaat dit door middel van een shop-in-shop principe waardoor ondernemers bij elkaar in de winkel zitten en directer van elkaars aanwezigheid kunnen profiteren. Recenter zijn de concept stores of "mood stores" waarbij producten en diensten die qua sfeer bij elkaar passen worden aangeboden. Een dergelijke verbreding van het aanbod trekt over het algemeen meer klanten en heeft een omzet-verhogende werking.

Figuur 6: Brancheverdeling in het kernwinkelgebied van Nijmegen, op straatniveau.

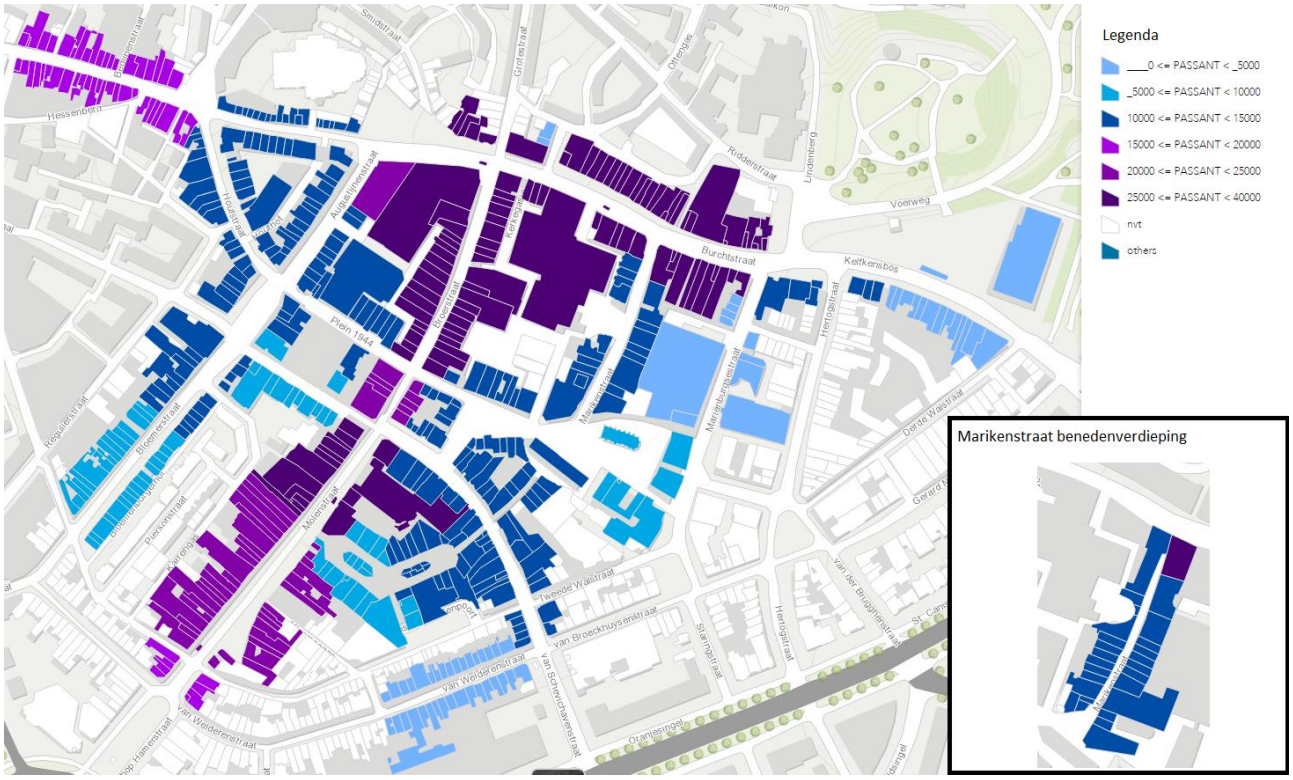
Bron: Locatus, 2016.

In Nijmegen valt op dat de verschillende branchegroepen een zekere mate van ruimtelijke ordening kennen. Zo treffen we mode en luxe artikelen (oranje op de kaart) vooral in de winkelkern aan. Leisure (waaronder horecavoorzieningen, geel op de kaart) zien we geconcentreerd aan de uiteinden van het winkelgebied en in de horeca-accentgebieden. Winkels die dagelijkse artikelen aanbieden liggen verspreid door het winkelgebied heen.

5. Druktebeeld en Segmentatie

Het bestaan van zogenaamde A1, A2, B en C-locaties hangt samen met het aantal passanten ter plaatse. Bij een A1-locatie bedraagt het aantal passanten 75% tot 100% van de drukste plaats. Dit zijn de locaties in het Nijmeegse stadscentrum die het gunstigst liggen in de routing. Voor A2, B en C-locaties zijn respectievelijk 50% tot 75%, 25% tot 50% en 10% tot 25% van het hoogst getelde aantal passanten de grenswaarden. A2-locaties zitten wat meer aan de rand van het stadshart, maar profiteren wel mee van de klantenrouting in het centrum. Ze liggen vaak in de buurt van parkeerplaatsen. B-locaties zijn vaak wat beter te bereiken met het openbaar vervoer en de auto. Dat geldt ook voor C-locaties, waar duidelijk minder passanten komen. Winkels op deze locaties hebben vaak meer mogelijkheden voor de klant om te parkeren in de buurt.

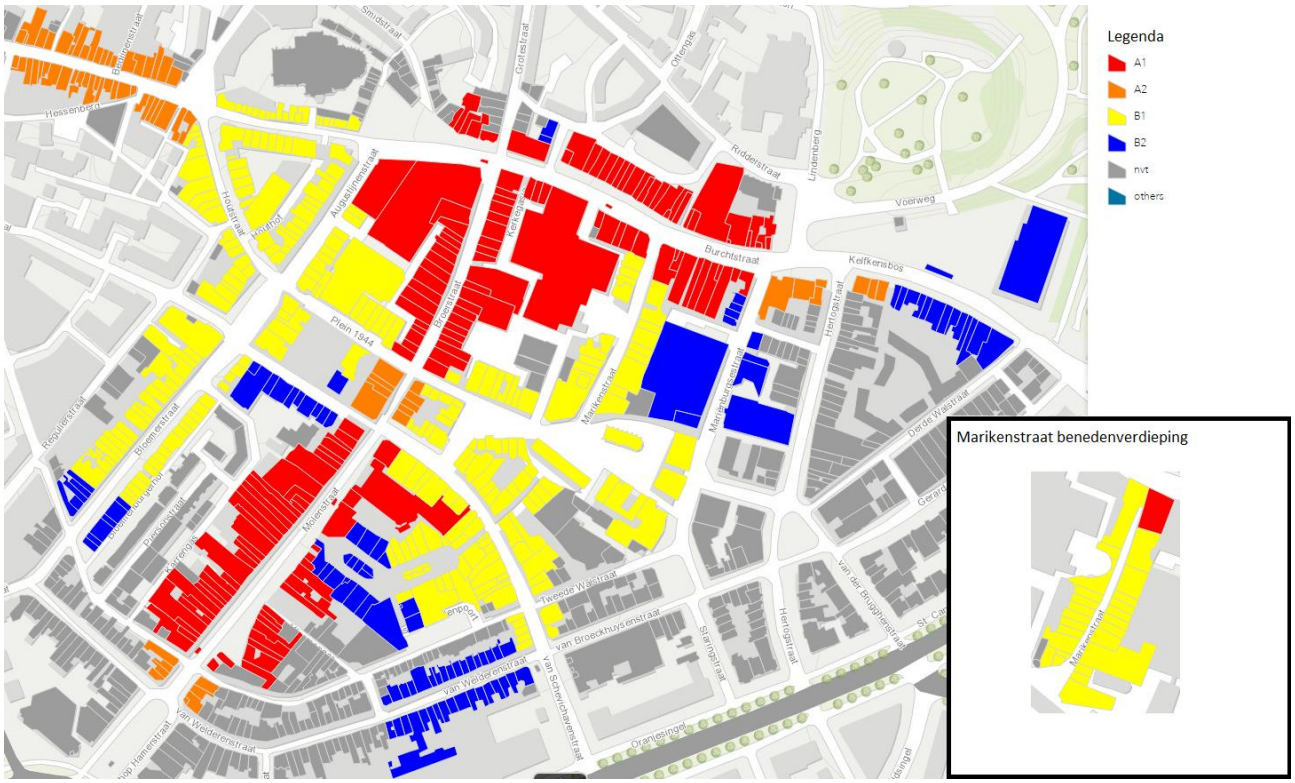
Figuur 7: Verdeling van het aantal passanten het kernwinkelgebied van Nijmegen (zie legenda).



Bron: Locatus, 2016.

In bovenstaande kaarten (figuur 7) is te zien in welke gebieden van het kernwinkelgebied de meeste passanten komen. De Molenstraat, Broerstraat en Burchtstraat en de Grote Markt kennen de meeste passanten in de binnenstad, maar het aantal getelde passanten in deze straten neemt iets af. In de straten aan de rand van het winkelgebeid worden minder passanten geteld, maar over het algemeen neemt het aantal passanten op deze punten iets toe. De verdeling van passanten is vergelijkbaar met de verdeling in 2014 (zie ook Stadscentrummonitor 2014-2015), maar de verschillen tussen de drukste en minst drukke punten in het stadscentrum zijn minder groot, de binnenstad is gelijkmatiger doorbloed, als het ware.

Figuur 8: Locatiesegmentatie in het kernwinkelgebied van Nijmegen, op straatniveau.



Bron: Locatus, 2016.

De drukste winkelstraten zijn als A1 segment aangemerkt (rood) en duidelijk zichtbaar in de kaart. Het segment waarin winkelstraten zich bevinden wordt bepaald op basis van het verschil met het aantal passanten op het drukste punt in het stadscentrum (de Broerstraat). Door de afname in het aantal passanten op de drukste punten en de toename in getelde passanten aan de randen van het winkelgebied en de zijn een aantal straten aan de rand van het winkelgebied een segment omhoog gegaan in vergelijking met 2014. Zo zijn er geen winkelstraten meer in het 'C-segment'. Dit lijkt te duiden op veranderende looproutes en bezoekersstromen. Een overzicht van de belangrijkste veranderingen:

Figuur 9: Overzicht van straten met de belangrijkste segment veranderingen Nijmeegse binnenstad.

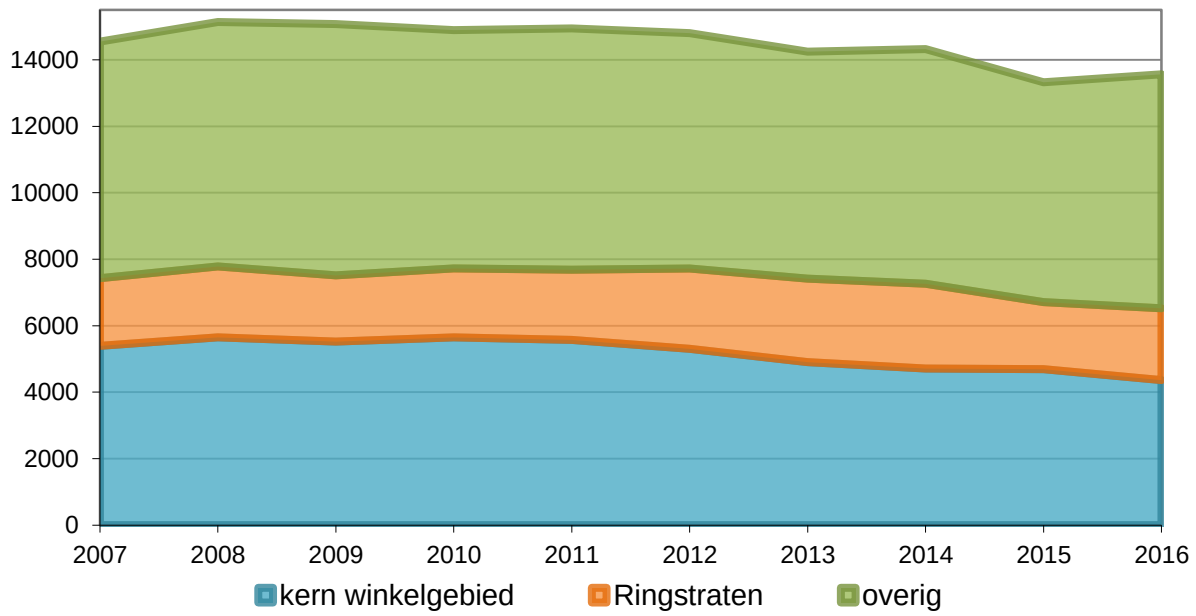
Straat	2014	2016
Bloemerstraat	B2	B1
Kelfkensbos (oostelijk deel)	C	B2
Kelfkensbos (westelijk deel)	B2	B1
Lange Hezelstraat (Oostelijk deel)	B1	A2
Marienburg	B2	B1
Marienburgsestraat	C	B2
Molenstraat, (zuidelijk deel)	B1	A1
Plein 1944 (zuidelijk deel)	C	B2
Van Welderenstraat	C	B2

6. Werkgelegenheid

Het aantal banen in het centrum is een belangrijke economische indicator voor het Nijmeegse stadscentrum. Daarbij vormt het stadsdeel Nijmegen-Centrum (incl. Benedenstad, stationsomgeving en een deel van het singelgebied) één van de grootste stedelijke werklocaties van Nijmegen met circa 13.564 banen in 2016.

Het totaal aantal banen in de Nijmegen-Centrum is tussen 2015 en 2016 licht gestegen, van circa 13.325 naar 13.564. Vooral rondom het centrum (buiten het kernwinkelgebied en de ringstraten) is er een opleving in de werkgelegenheid (+425 banen naar circa 7.040 banen in 2016). Deze lichte stijging volgt na een periode van dalende werkgelegenheid. In de periode 2012-2015 daalde de werkgelegenheid in het gehele Nijmeegse stadscentrum met circa 1.480 banen. In het kernwinkelgebied en in de ringstraten is de dalende werkgelegenheid het meest zichtbaar, ook nog de laatste jaren. Tussen 2014 en 2016 nam het aantal banen in het kernwinkelgebied af met circa 942, van 5.305 naar 4.363[3]. Deze daling wordt onder andere veroorzaakt door het faillissement van V&D. In dezelfde periode daalde het aantal banen in de ringstraten naar 2.161 banen (-390). Het aantal banen in de overige gebieden in het stadscentrum was vrijwel constant in dezelfde periode (7.060 banen in 2014 naar 7.040 banen in 2016).

Figuur 10: Ontwikkeling aantal banen in het stadscentrum naar deelgebied.

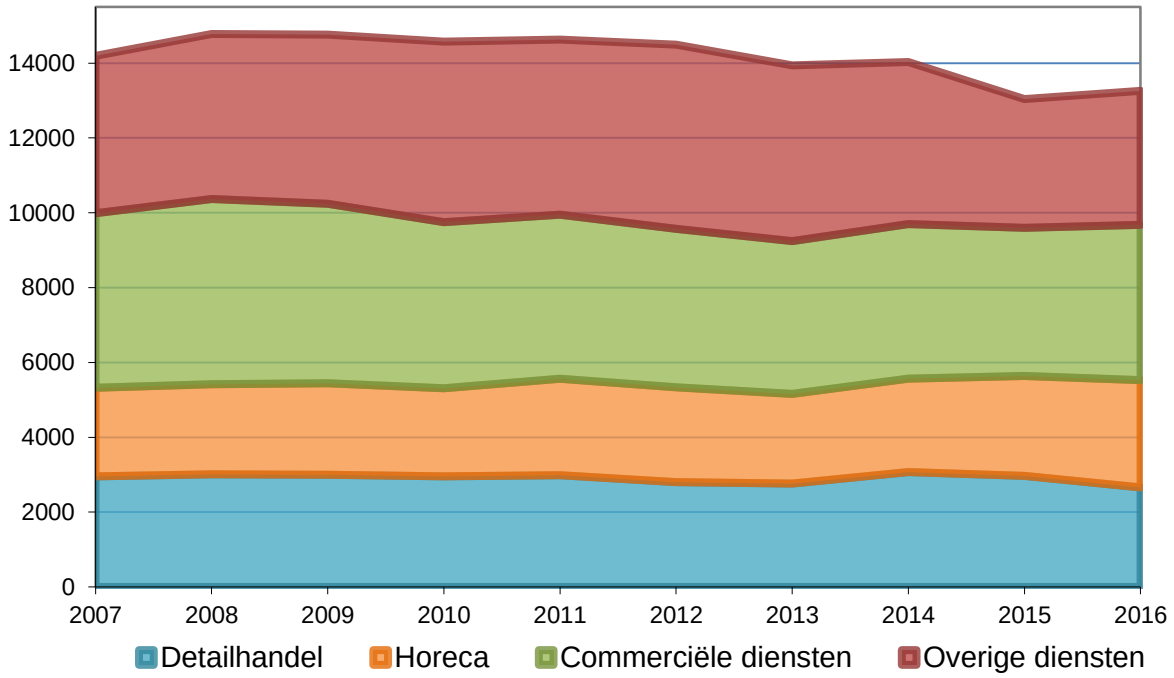


Bron: PWE-Gelderland.

[3] Een groot deel van het voormalig V&D pand is overgenomen door Topshelf. Zij zijn nog niet vertegenwoordigd in de statistieken. Hierdoor wordt waarschijnlijk de werkgelegenheid in het kernwinkelgebied en in de sector detailhandel onderschat.

Wanneer de banen opgesplitst worden naar sectoren valt op dat vooral binnen de horeca het aantal banen gestegen is. In de periode 2014-2016 zijn er in de horecasector circa 371 banen bijgekomen. Hiermee is de werkgelegenheid in de horeca voor het eerst groter als in de sector detailhandel. In detailhandel sector is het aantal banen 410 gedaald naar circa 2.661 banen in 2016. Wel wordt verwacht dat het aantal arbeidsplaatsen in de detailhandel de komende jaren iets zal stijgen[4]. Binnen de sectoren nijverheid (+12 naar 306 banen) en commerciële dienstverlening (+18 naar 4.149 banen) zien we in dezelfde periode een lichte groei in het aantal banen. In de overige dienstverlening is de werkgelegenheid gedaald met 750 banen naar circa 3.581 banen in 2016.

Figuur 11: Ontwikkelingen in aantal banen in het stadscentrum naar sector.



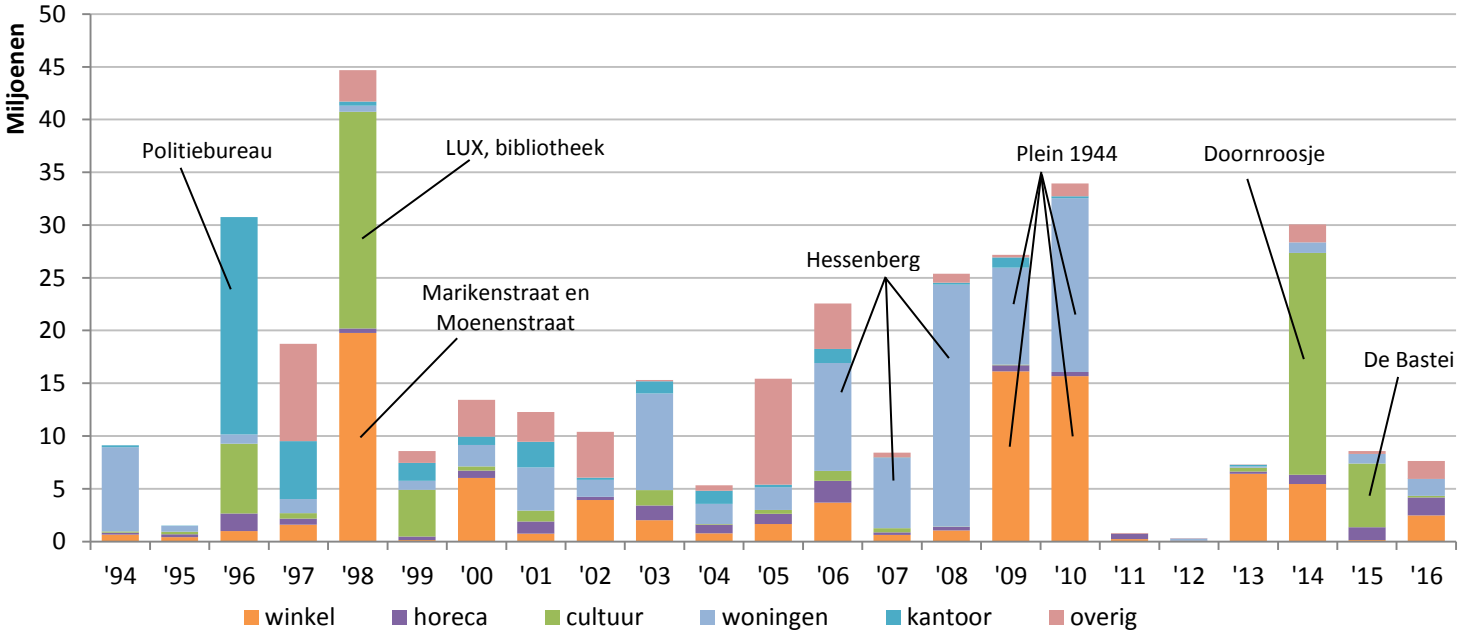
Bron: PWE-Gelderland.

[4] Een groot deel van het voormalig V&D pand is overgenomen door Topshelf. Zij zijn nog niet vertegenwoordigd in de statistieken. Hierdoor wordt waarschijnlijk de werkgelegenheid in het kernwinkelgebied en in de sector detailhandel onderschat.

7. Bouwinvesteringen

Op basis van de registratie van afgegegeven bouwvergunningen van de gemeente Nijmegen kijken we naar de bouwinvesteringen in het stadscentrum (vanaf €22.689). De ervaring wijst uit dat dit een onderschatting blijft van de werkelijke investering in het stadscentrum. Investeringen in de openbare ruimte blijven grotendeels buiten beschouwing.

Figuur 12: Bouwinvesteringen per jaar, per categorie met toonaangevende bouwprojecten.

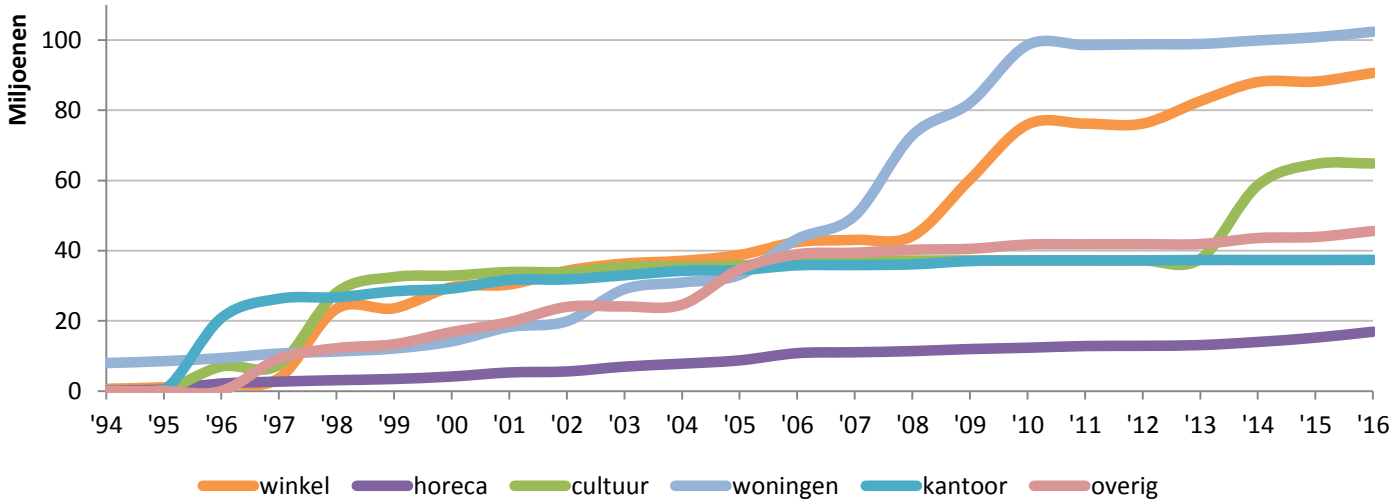


Bron: Gemeente Nijmegen, 2017.

De totale bouwinvesteringen bedroegen ongeveer 8,6 miljoen in 2015 en 7,6 miljoen in 2016. In deze jaren zijn de bouwinvesteringen lager dan in 2014 en ongeveer op hetzelfde niveau als in 2013. Opvallend is dat er in 2015 vrijwel geen investeringen in winkelpanden zijn gedaan. Met de start van de bouw van het centrum voor natuur en cultuurhistorie 'de Bastei', is er een grote investering gedaan in de cultuursector van Nijmegen. In beide jaren lopen de investeringen in horecagelegenheden gestaag door. In 2016 is verder vooral de verbouwing van het voormalig V&D pand zichtbaar als investering in winkelpanden. Ook de andere grote bouwprojecten uitgevoerd vanaf 1994 zijn in het bovenstaande figuur duidelijk terug te vinden[5].

[5] Belangrijke bouwprojecten met de categorie waarin zij vallen zijn: 1996: bouw politiebureau (kantoor); 1997: bouw fietsenkelder onder stationsplein (overig); 1998: (start) bouw bibliotheek, LUX (cultuur), aanleg Moenen en Marikenstraat (winkel); 2006-2008: (start) bouw Hessenberg (woning); 2009-2010: (start) nieuwbouw plein 1944 (winkel en woning); 2014: bouw/ oplevering nieuwbouw Doornroosje (cultuur).

Figuur 13: Cumulatieve bouwinvesteringen per jaar, per categorie.



Bron: Gemeente Nijmegen, 2017.

In het Nijmeegse stadscentrum vonden investeringen in kantoren vooral eind jaren negentig plaats (blauwe lijn). De laatste jaren blijft men investeren in winkelpanden (oranje lijn) na grote pieken eind jaren negentig, en opnieuw na 2008 met de nieuwbouw aan Plein 1944. Trendmatige groei zien we in de horeca, waar ieder jaar opnieuw in kleinere delen wordt geïnvesteerd. In woningen werden vooral tussen 2005 en 2010 forse bouwsommen geïnvesteerd. Sindsdien zijn de grotere woningbouwprojecten (net) buiten het stadscentrum (o.a. de Handelskade, Waalfront en Stationsgebied), maar de positie van de binnenstad als woongebied blijft zeer belangrijk.

De laatste drie jaar ligt het aantal afgegeven bouwverguningen in het Nijmeegse stadscentrum rond de 20 projecten. Dit is een duidelijke opleving van het aantal investeringen in vergelijking met de drie jaar ervoor.

Figuur 14: Totaal aantal bouwvergunningen per jaar, uitgesplitst naar kleinere (tussen €22689 en €454.000) en grotere projecten (boven €454.000)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
kleinere projecten	22	38	27	28	8	5	10	17	15	14
grote projecten	2	12	3	6	0	0	2	4	3	6
totaal	24	50	30	34	8	5	12	21	18	20

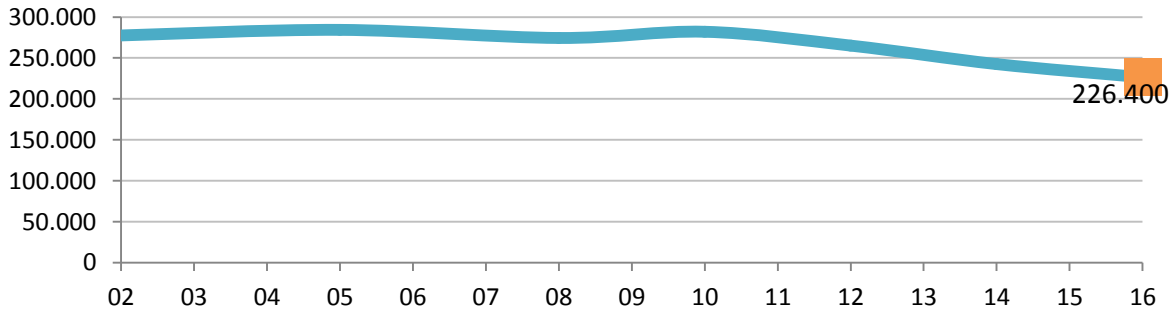
Bron: Gemeente Nijmegen, 2017.

8. Bezoek, bezoekers en bezoekgedrag

Bezoek

Op basis van eigen tellingen kan Locatus een indicatie geven van het gemiddelde weekbezoek aan de Nijmeegse binnenstad tijdens de traditionele winkeluren[6]. In 2016 bezochten gemiddeld 226.400 bezoekers per week de Nijmeegse binnenstad. Deze schattingen zijn gebaseerd op het bezoekniveau van de drukste punten in het centrum. De drukste punten in het Nijmeegse stadscentrum zijn minder druk waardoor er vanaf 2010 een dalende trend in de geschatte bezoekersaantallen waarneembaar is. Het lijkt er wel op dat de passanten zich meer spreiden over het winkelgebied. In 2016 is de gemiddelde penetratiegraad[7] gestegen naar 33 procent in vergelijking met 27 procent in 2014. De penetratiegraad wordt berekend op basis van de getelde passantenaantallen per straat.

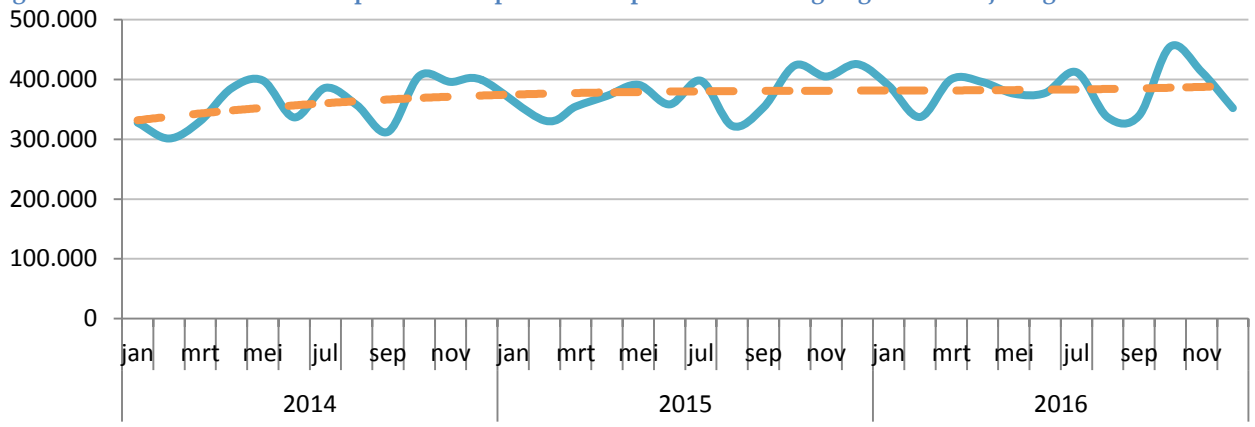
Figuur 15: Ontwikkelingen in het (geschatte) aantal bezoekers per week voor de Nijmeegse binnenstad.



Bron: Locatus, 2016.

Het totaal aantal betaalde parkeeruren in en rondom het stadscentrum kan ook een goede indicator zijn voor het bezoekniveau aan de binnenstad. Het totale aantal parkeeruren in de Nijmeegse binnenstad is licht gestegen sinds 2015 rekening houdend met seizoenschommelingen. In 2014 steeg het aantal parkeeruren harder. Dit heeft waarschijnlijk nog te maken met het invoeren van het betaald parkeren in de avond waardoor er meer uren geregistreerd worden (ingroei). De daling in het weekbezoek zoals Locatus die raamt, is hierin niet terug te vinden en kan hiermee iets genuanceerd worden.

Figuur 16: Totaal aantal betaalde parkeeruren per maand op straat en in de garages in de Nijmeegse binnenstad.



[6] Locatus maakt een schatting op basis van één teldag en transactiegegevens waar zij over beschikken. Op de teldag wordt van 10:00 tot 17:00 uur geteld, bezoek buiten die uren blijft buiten beschouwing. Uiteindelijk bepalen de vier drukste telpunten het gemiddeld weekbezoek van het stadscentrum. Het meten van het bezoekniveau van de binnenstad is sterk in ontwikkeling (ook bij Locatus). Verschillende partijen zijn op dit moment telmethoden aan het ontwikkelen en vernieuwen, bijvoorbeeld continu tellingen via Wi-Fi.

[7] De penetratiegraad geeft aan hoe goed bepaalde delen in het winkelgebied worden bezocht in vergelijking met het drukste punt.

Bezoekers

Aan bezoekers van de binnenstad zijn verschillende vragen voorgelegd over henzelf, het bezoek en de waardering van verschillende aspecten van de Nijmeegse binnenstad. Door de opzet van het onderzoek kunnen de resultaten afwijken van het werkelijke totale binnenstadsbezoek. Mensen met een erg korte verblijfstijd en mensen die de kern van de binnenstad niet bezoeken tijdens de veldwerkperiode hebben een kleinere trefkans respectievelijk geen trefkans in het onderzoek. Passanten met een lange verblijfsduur hebben juist een hogere trefkans. Door de tijden waarop de enquêteurs in de stad aanwezig waren is de trefkans voor het uitgaanspubliek en publiek voor de culturele instellingen ook een stuk kleiner. De wijze van benaderen is echter wel constant in vergelijking met eerdere jaren, waardoor ontwikkelingen gevolgd kunnen worden.

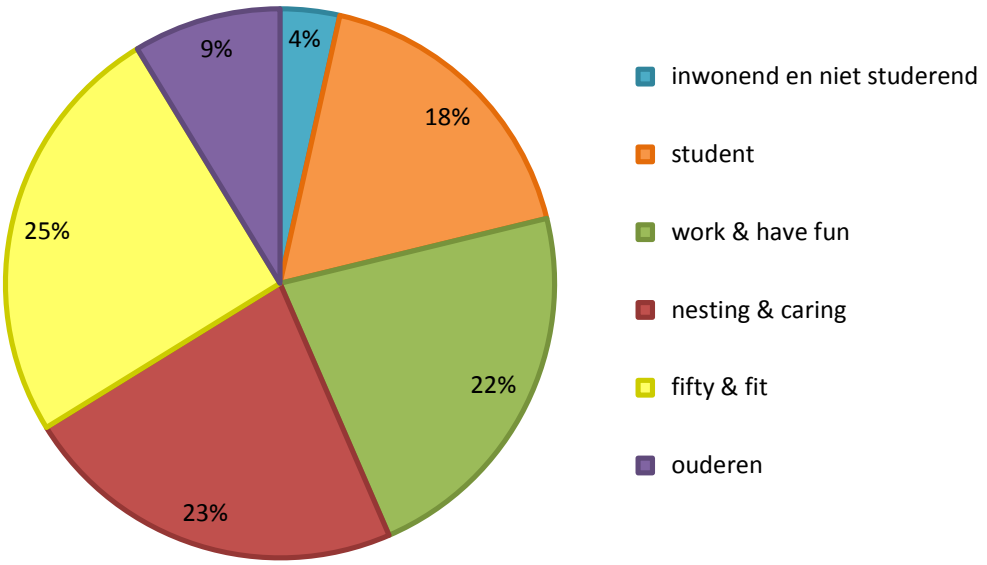
Consumentengroepen

Net als in 2014 worden 6 consumentengroepen onderscheiden verdeeld op basis van levensfase en leefstijl.

- **Inwonend en niet studerend**: jong, koopkrachtig (deels door de afwezigheid van woonlasten).
- **Studenten**: jong, minder koopkrachtig, sterker cultureel georienteerd.
- **Work & have fun**: alleenstaanden en stellen zonder kinderen, relatief veel vrije tijd, koopkrachtig.
- **Nesting & caring**: huishoudens met kinderen, beperkte tijd en mogelijkheden, doelbewust en efficient.
- **Fifty & fit**: actieve koopkrachtige senioren, veel vrije tijd, levensgenieters, 'the silver generation'.
- **Ouderen**: veel vrije tijd, door hogere leeftijd en lichamelijke beperkingen soms minder mobiel.

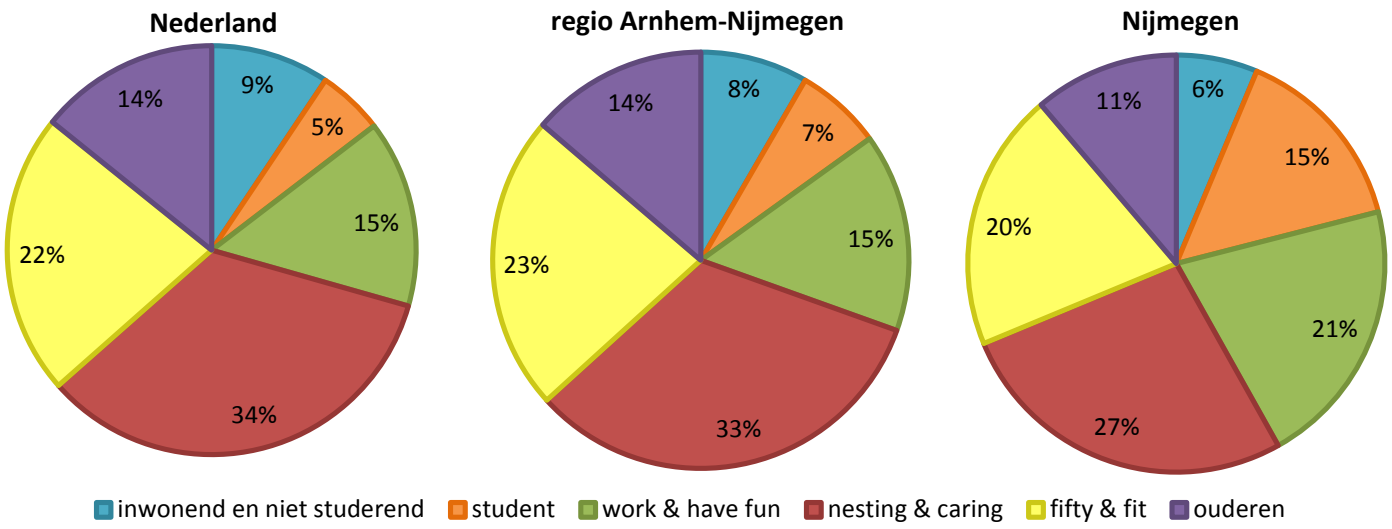
Van de passanten die we aantroffen in het stadscentrum behoorden de meeste tot de categorie fifty & fit (25%), nesting & caring (23%) en work & have fun (22%). In vergelijking met de meting van 2014 zijn er meer passanten uit de groep nesting & caring aangetroffen (van 11% naar 23%) en minder passanten uit de groep work & have fun (van 28% naar 22%).

Figuur 17: Passanten tegengekomen in het stadscentrum van Nijmegen onderverdeeld in consumentengroepen.



Vergeleken met de potentiële bezoekers valt op dat de studenten en 'work & have fun' iets zijn oververtegenwoordigd in de aangetroffen passanten. Passanten binnen het segment 'nesting & caring' zijn ondervertegenwoordigd. Afgaande op deze getallen ligt er binnen deze groep potentie om meer bezoekers naar de Nijmeegse binnenstad te trekken.

Figuur 18: Bevolking van Nederland, regio Nijmegen en de stad Nijmegen onderverdeeld in consumentengroepen.



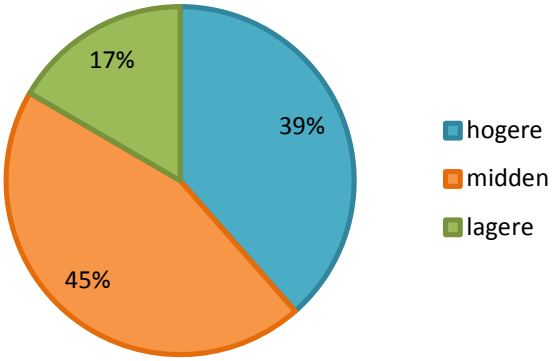
Een vergelijkbaar beeld kwam in eerdere metingen naar voren, waar de ondervertegenwoordiging van de consumentengroep 'nesting & caring' duidelijk terugkwam in de resultaten. Uit vergelijkbare onderzoeken in Enschede[8] en in Utrecht[9] komt eenzelfde beeld naar voren. Gezinnen met kinderen zijn relatief weinig aanwezig in de binnensteden.

[8] Binnenstad in beweging, Binnenstadsmonitor Enschede 2012-2013; I&O research, 2013.
[9] Stadscentrummonitor Utrecht; Extenzio, 2009.

Sociale klassen

Aan de passanten zijn vragen gesteld over hun opleiding, inkomen en eigen woningbezit. Op basis van de gegeven antwoorden zijn zij in verschillende welstandsklassen ingedeeld.

Figuur 19: Passanten onderverdeeld in welstandsklassen.

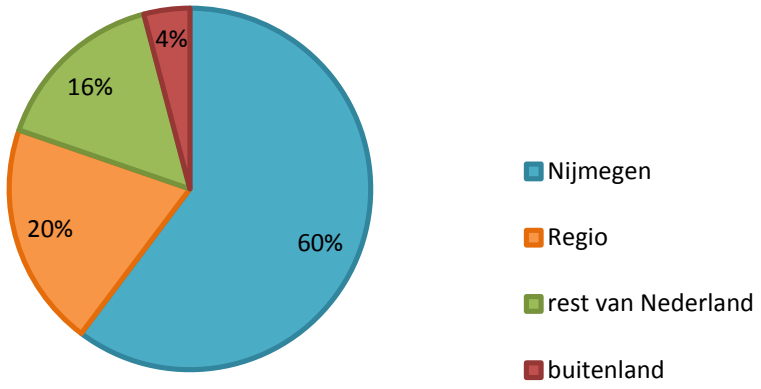


Het grootste deel van de passanten is afkomstig uit de middenklasse. Een bijna even groot deel komt uit de hogere klasse. In vergelijking met de meting van 2014 zijn er meer passanten uit de hogere klasse in het stadscentrum aangetroffen ten koste van mensen uit de lagere en middenklasse.

Herkomst

De herkomst van de bezoekers is een indicator van het verzorgingsgebied van de binnenstad en de populariteit als toeristische bestemming.

Figuur 20: Waar woont u?

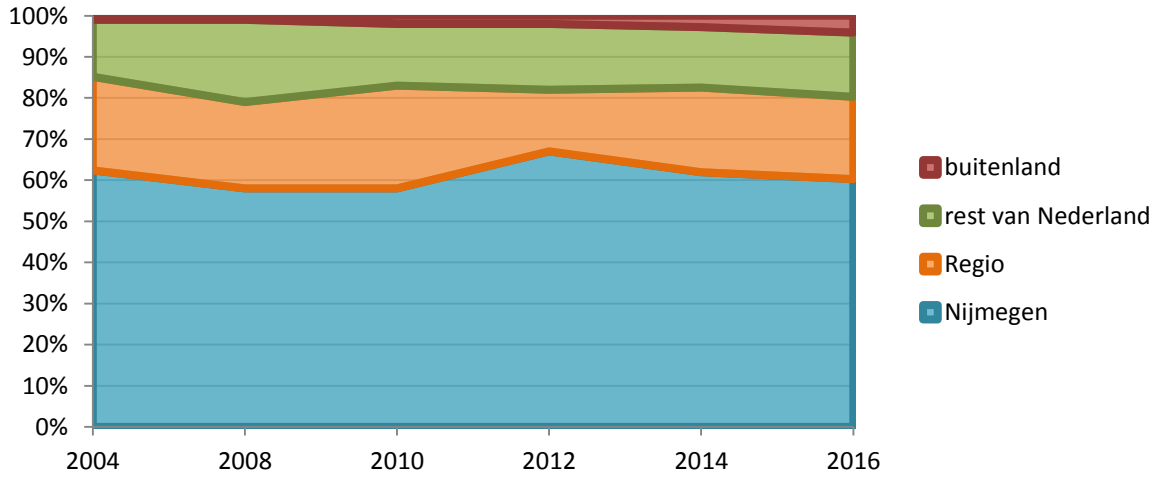


Logischerwijs zijn de meeste bezoekers van de binnenstad afkomstig uit Nijmegen zelf. Bezoekers uit Nijmegen zijn vaker uit de groep 'work and have fun' afkomstig en minder vaak uit de groep 'nesting & caring' in vergelijking met bezoekers uit de regio en de rest van Nederland. Uit Nijmegen en de regio komen ook vaker ouderen dan uit de rest van Nederland.

Daarnaast zijn bezoekers uit Nijmegen vaker uit de lagere en hogere welstandsklassen afkomstig. Bezoekers uit de regio en overig Nederland komen vaker uit de middenklasse.

In 2016 zijn de verhoudingen tussen de bezoekers uit Nijmegen, de regio, de rest van Nederland en buitenlandse bezoekers nagenoeg gelijk in vergelijking met eerdere jaren. Langer terugkijkend lijkt het aantal bezoekers uit het buitenland steeds iets toe te nemen. Het blijft lastig bezoekers te benaderen (en te enquêteren) die de Nederlandse taal niet machtig zijn waardoor het bezoek uit het buitenland in deze cijfers mogelijk wordt onderschat.

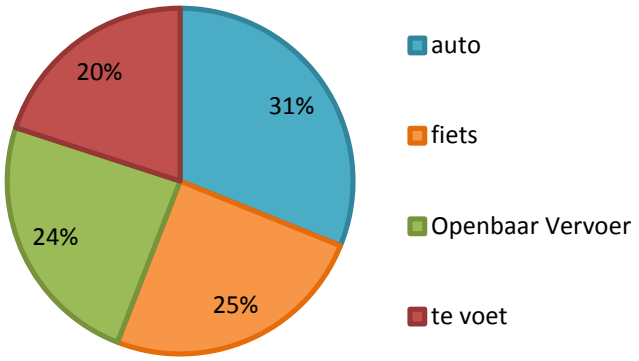
Figuur 21: Herkomst van passanten door de jaren heen.



Bezoekgedrag

Vervoerswijze

Figuur 22: Met welk vervoersmiddel bent u naar de binnenstad gekomen?

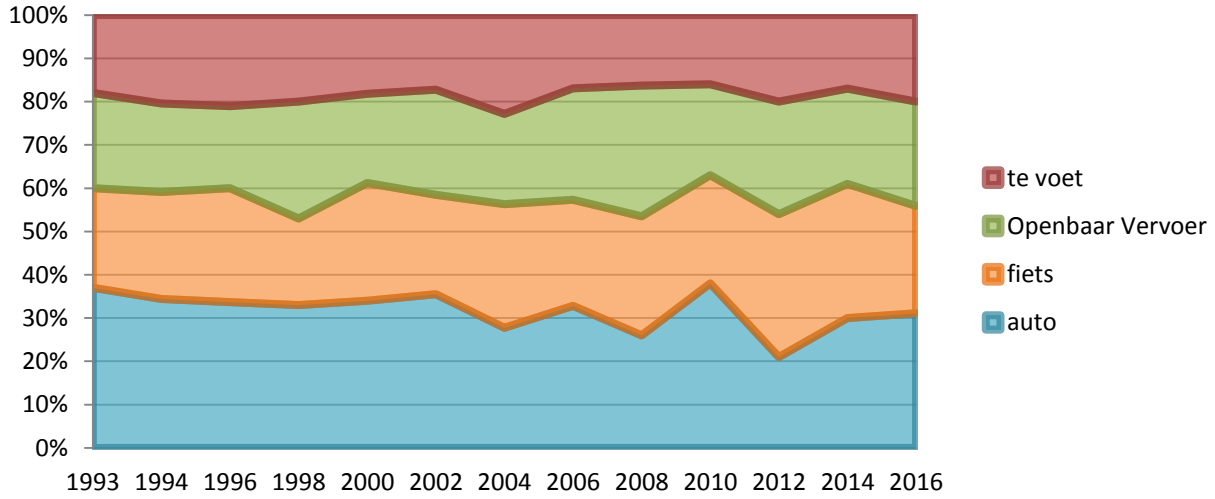


De meeste bezoekers geven aan met de auto te komen. Bijna evenveel mensen bezochten de binnenstad met de fiets of met het openbaar vervoer.

Kijkend naar de verschillende consumentengroepen verkiezen inwonend en niet studerend en nesting & caring meer de auto dan andere groepen. 'Fifty & Fit' en studenten kiezen relatief vaak de fiets. Inwonende, niet studerendeden, studenten en ouderen kiezen ook relatief vaak het openbaar vervoer.

De fiets is bij alle klassen een populaire optie. Verder maakt de lagere klasse meer gebruik van het openbaar vervoer terwijl de hogere en middenklasse eerder voor de auto kiezen.

Figuur 23: Vervoersmiddel van de bezoekers door de jaren heen.



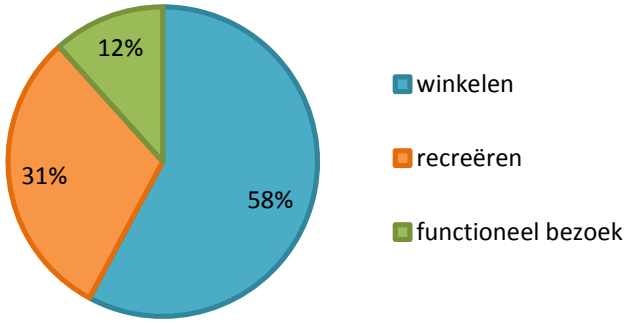
In vergelijking met 2014 kozen in 2016 meer bezoekers voor de benenwagen of het openbaar vervoer in plaats van de fiets. Daarnaast gaven in 2016 iets meer bezoekers de voorkeur voor de auto als vervoersmiddel (van 30% naar 31%, een miniem verschil).

Op langere termijn winnen de fiets (23% naar 25%), het openbaar vervoer (22% naar 24%)en de mensen die te voet (22% naar 24%) naar de binnenstad gaan iets terrein op de de keuze voor de auto (37% naar 31%) om naar de binnenstad te gaan.

Bezoekdoel

Tijdens het onderzoek is aan passanten gevraagd wat de voornaamste doelen van het bezoek aan de Nijmeegse binnenstad waren. De mogelijke bezoekdoelen zijn opgedeeld in drie categorieën, winkelen, recreëren en functioneel bezoek. Onder winkelen valt ook het marktbezoek. Onder recreëren vallen diegenen die aangaven dat een bezoek aan de horeca of gewoon het kijken en wandelen één van de hoofddoelen van het bezoek was. Onder functioneel bezoek vallen ook de passanten die aangaven op weg te zijn naar huis of naar het werk of van een specifieke dienst gebruik te maken.

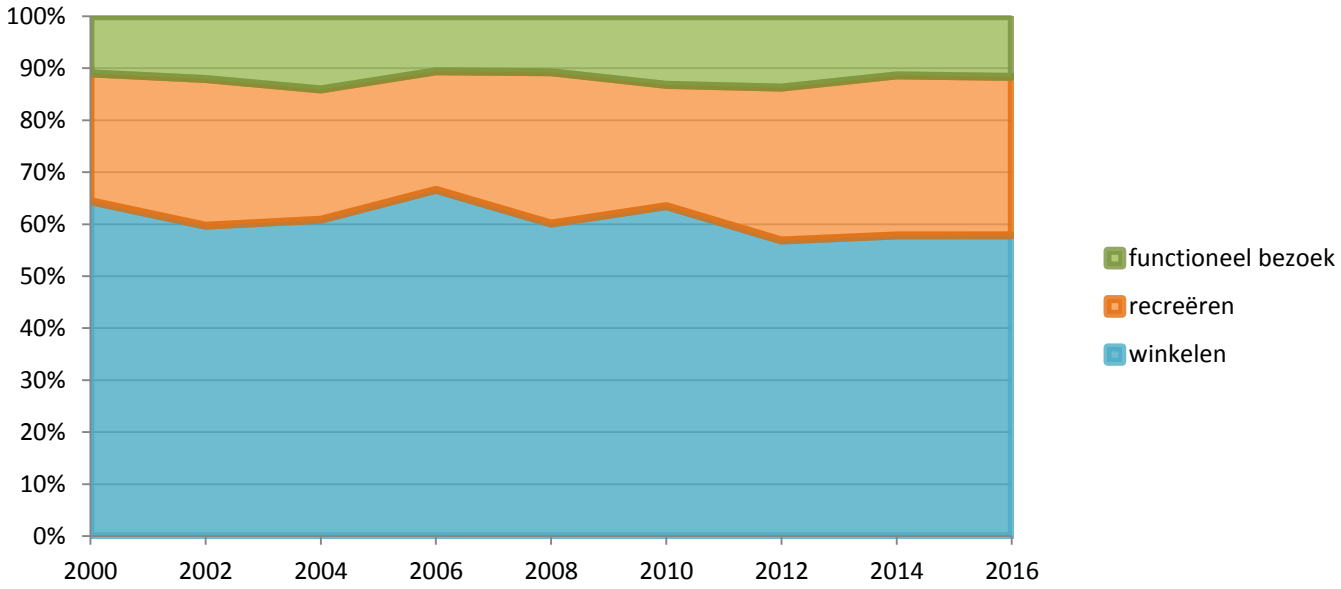
Figuur 24: Met welk doel bezoekt u de binnenstad?



Het meest genoemde hoofddoel is winkelen in 58% van de antwoorden kwam dit terug. Recreatief bezoek aan de binnenstad komt in bijna één derde van de antwoorden terug als hoofddoel van de passanten. Hiermee komt in 2016 hetzelfde beeld over bezoekdoelen naar voren als in 2014.

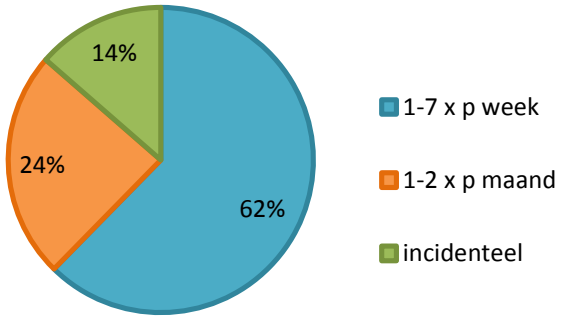
Sinds 2000 is er een lichte stijging van het percentage passanten dat recreëren als bezoekdoel aangeeft. Deze stijging gaat vooral ten koste van het winkelen als doel. Functioneel bezoek blijft tussen de 10 en 14% door de jaren heen vrij stabiel. Deze ontwikkelingen liggen in lijn met de eerder beschreven transformatie van binnensteden naar 'place to meet', maar het zijn geen sterke verschuivingen.

Figuur 25: Bezoekdoelen van passanten door de jaren heen.



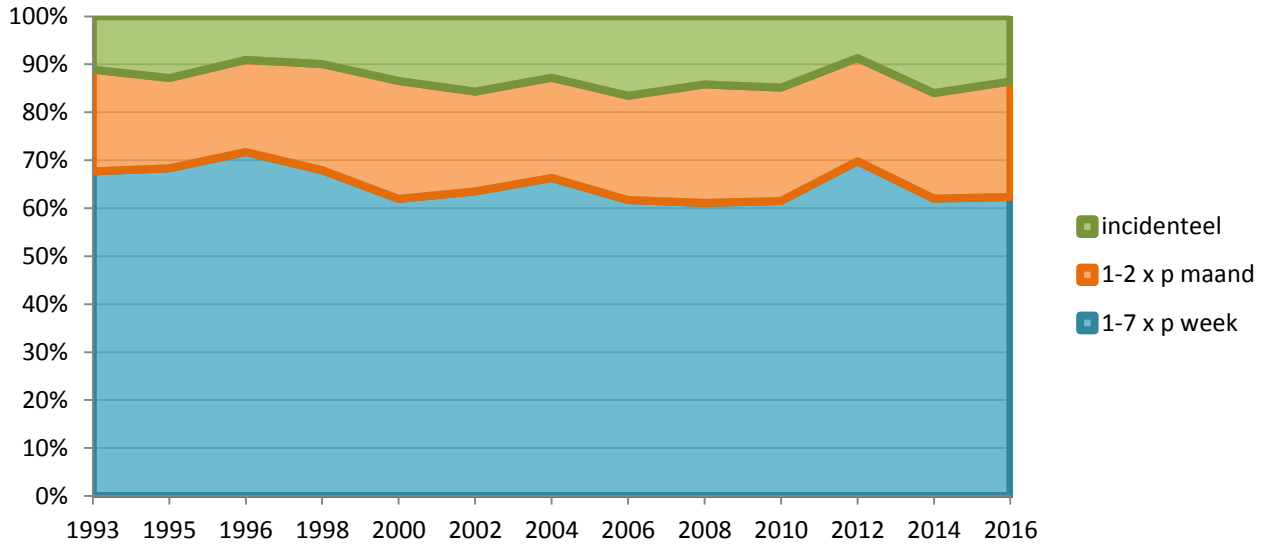
Bezoeksfrequentie

Figuur 26 Hoe vaak bezoekt u de binnenstad van Nijmegen?



Meer dan 60% van de passanten bezoekt het stadscentrum van Nijmegen ten minste wekelijks.

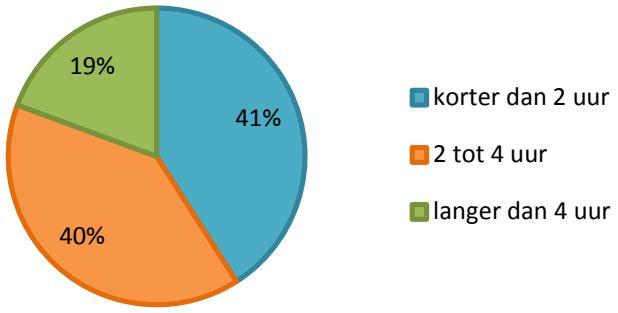
Figuur 27: Bezoekfrequentie door de jaren heen.



Sinds 1993 is het aandeel incidentele bezoekers iets gestegen en het aandeel frequente bezoekers iets gedaald. In 2016 zijn de verhoudingen tussen frequente en minder frequente bezoekers nagenoeg gelijk gebleven in vergelijking met 2014.

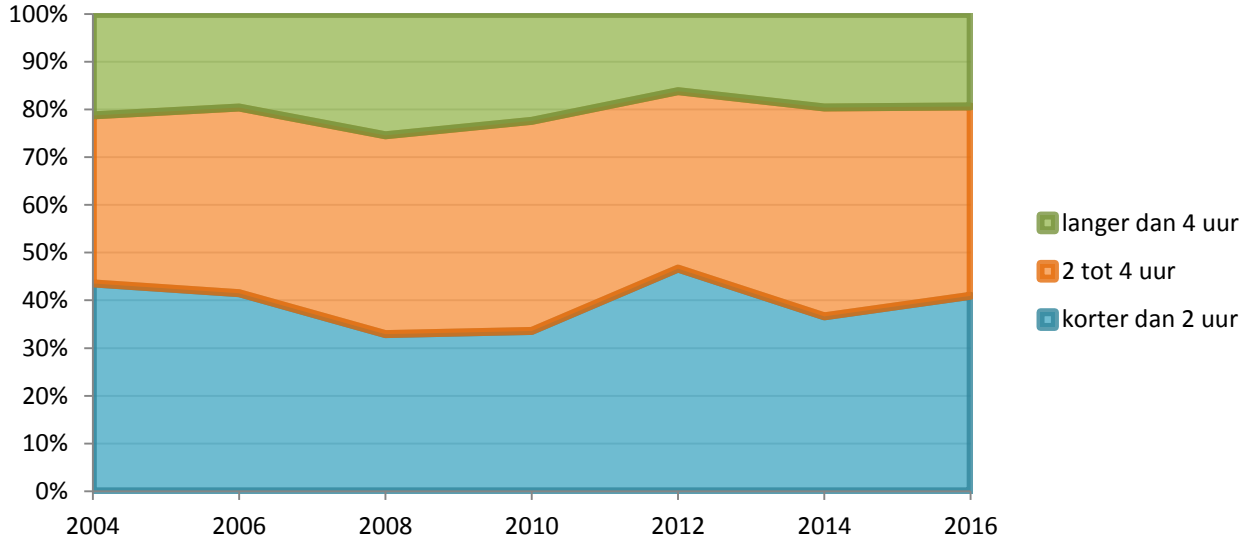
Verblijfstijd

Figuur 28: Hoe lang denkt u in totaal in de binnenstad te verblijven?



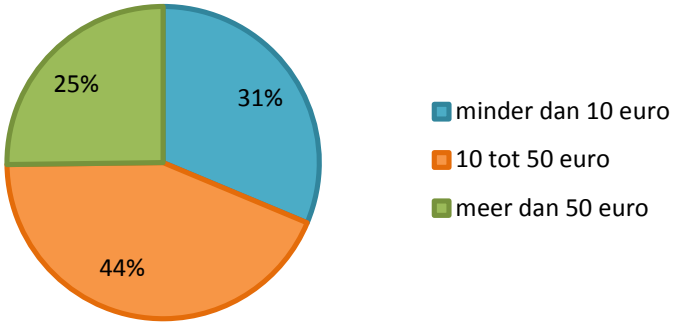
Het grootste deel van het winkelend publiek verblijft korter dan 2 uur of tussen de 2 en 4 uur in de binnenstad.

Figuur 29: Verblijfstijd van bezoekers door de jaren heen.



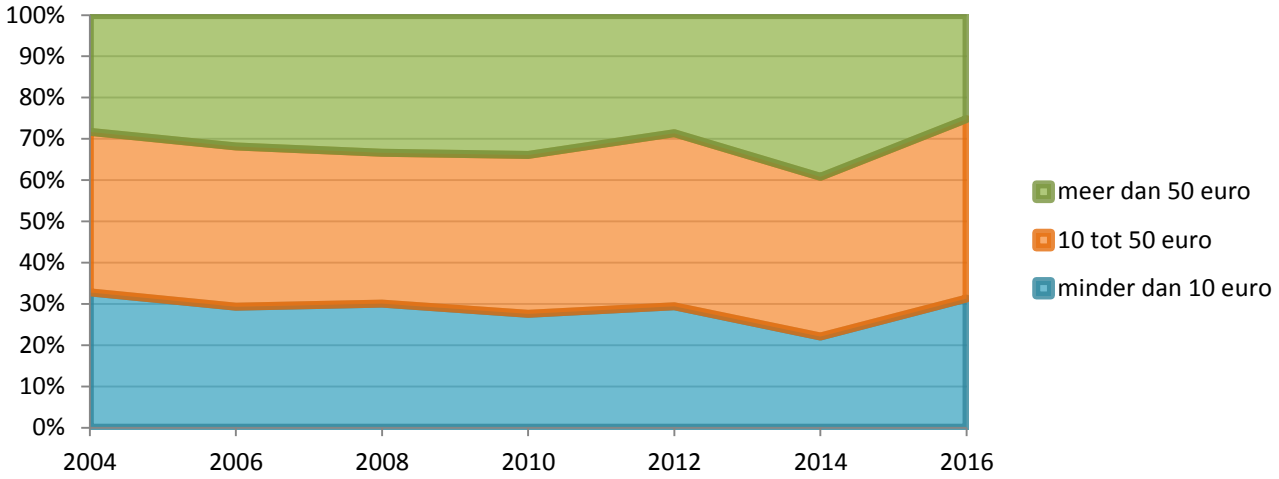
In vergelijking met 2014 zijn er in 2016 iets meer mensen die aangeven minder dan 2 uur in de binnenstad te verblijven. Hiermee is over langere tijd bezien het beeld van de verblijfstijd in 2016 vergelijkbaar met de verblijfstijd in 2004.

Figuur 30: Wat denkt u in totaal uit te geven in dit bezoek aan de binnenstad?



De grootste groep passanten geeft aan 10 tot 50 euro uit te geven bij hun bezoek aan de binnenstad. Een kleiner deel van de bezoekers heeft aangegeven minder dan 10 euro uit te geven bij het bezoek.

Figuur 31: De uitgaven van bezoekers door de jaren heen.



In 2016 lijken ondervraagde bezoekers minder uit te geven dan in 2014. Het aandeel bezoekers dat minder dan 10 euro uitgeeft steeg en het percentage bezoekers dat aangeeft meer dan 50 euro te besteden steeg. Hiermee lijkt het de situatie in 2016 wat betreft de uitgaven van bezoekers sterk op de situatie van 2004.

9. Waardering voor de binnenstad

Sinds 1996 wordt aan bezoekers gevraagd een waardering te geven voor de Nijmeegse binnenstad in het algemeen, en voor 16 deelaspecten. Deze rapportcijfers geven daardoor niet alleen een goede indicatie hoe het stadscentrum ervoor staat volgens de bezoekers, maar ook over de ontwikkelingen in de loop van de jaren op de verschillende deelgebieden.

Het aanbod

Figuur 32: Algemene waardering voor de Nijmeegse binnenstad en de waardering van het aanbod door passanten[10].

	2014	2016	trend v/a 1996
Nijmeegse binnenstad	7,5	7,5	
cultureel aanbod	7,3	7,2	
horeca-aanbod	7,7	7,8	
varieteit winkels	7,2	7,1	
kwaliteit winkels	7,4	7,3	
evenementenaanbod	7,3	7,5	

Met een 7,5 krijgt het stadscentrum van Nijmegen opnieuw een ruime voldoende van bezoekers. Daarnaast wordt vooral het horeca aanbod met een 7,8 goed gewaardeerd. In vergelijking met 2014 is alleen de waardering voor het evenementenaanbod duidelijk gestegen, de cijfers voor de overige deelasptecten zijn binnen één tiende marge gebleven. Verder terugkijkend zijn de algemene waardering voor de Nijmeegse binnenstad en de verschillende waarderingen voor de deelaspecten geleidelijk gestegen.

[10] Evenementenaanbod wordt sinds 2006 gemeten.

De ambiance

Figuur 33: Waardering van de ambiance van de Nijmeegse binnenstad door passanten[11].

	2014	2016	trend v/a 1996
sfeer/gezelligheid	7,6	7,5	
veiligheid	7,4	7,5	
netheid	7,2	7,2	
inrichting	6,9	7,0	
groen in binnenstad	6,0	6,3	

De waardering voor de verschillende onderdelen van de ambiance van de binnenstad is in 2016 voldoende tot ruim voldoende. Met een 6,3 voor het groen in de binnenstad blijft dit aspect in waardering achter op de andere. In vergelijking met 2014 is het rapportcijfer voor het groen wel het duidelijkst gestegen met 0,3 punt. De laatste jaren is de hoge waardering voor de verschillende deelaspecten vastgehouden.Verder terugkijkend zien we vooral tussen 2008 en 2012 een dip in de waardering voor de verschillende aspecten van de ambiance[12]. Vooral het verbouwen van Plein 1944 zorgde voor de nodige overlast voor bezoekers van de binnenstad. Met het afronden van de bouwprojecten steeg ook de waardering voor de ambiance en zit deze voor de verschillende aspecten weer op hetzelfde niveau of hoger dan voor de aanvang.

[11] Naar een rapportcijfer voor het groen in de binnenstad wordt pas sinds 2006 gevraagd.
[12] Zie ook figuur 34 op bladzijde 32.

De bereikbaarheid

	2014	2016	trend v/a 1996
bereikbaarheid fiets	7,8	7,7	
fietsstalling	7,3	7,2	
bereikbaarheid OV	7,6	7,6	
bereikbaarheid auto	6,9	6,9	
parkeerplaatsen	6,7	6,8	
parkeertarief	4,7	5,2	

De verschillende aspecten van de bereikbaarheid van de binnenstad worden voldoende tot goed beoordeeld door bezoekers. Enkel de parkeertarieven krijgen met een 5,2 een onvoldoende. Dit rapportcijfer is wel het sterkst gestegen, plus 0,5 rapportpunt. De andere waarderingen blijven met een marge van 0,1 punt nagenoeg gelijk in vergelijking met 2014. Een goed resultaat want in 2014 zijn de verschillende rapportcijfers sterk verbeterd in vergelijking met eerdere jaren. Met het afronden van Plein 1944 heeft het stadscentrum een grote bewaakte fietsenstalling erbij gekregen en met het afronden van de nieuwe stadsbrug 'De Oversteek' is het stadscentrum beter bereikbaar geworden per auto. Daarnaast is er op de van Schaeck Mathonsingel, voor het centraal station een grote autoparkeergarage gebouwd. Al met al investeringen die (nog steeds) doorklinken in de waardering van bezoekers voor de bereikbaarheid van het Nijmeegse stadscentrum.

Totaalbeeld

Alle cijfers op een rij geven een positief beeld van de ontwikkelingen in de waardering voor de Nijmeegse binnenstad de afgelopen jaren. In het algemeen oordeel en op de meeste deelaspecten scoort het Nijmeegse stadscentrum in 2016 even hoog als in 2014. De waardering voor de parkeertarieven, het groen in de binnenstad en het evenementenaanbod zijn duidelijk gestegen.

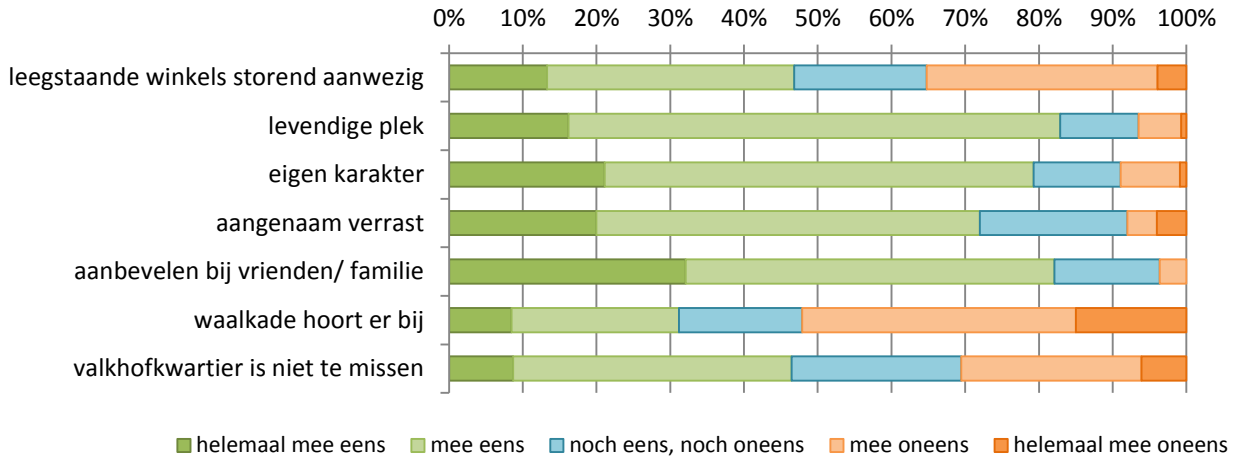
Figuur 34: Totaaloverzicht van de waarderingen van bezoekers sinds 1996.

	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	**2016**
algemeen oordeel	6,9	7,1	7,3	7,2	7,2	7,4	7,4	7,4	7,4	7,5	**7,5**
cultureel aanbod	6,8	7,0	7,1	7,1	7,2	7,2	7,2	7,3	7,3	7,3	**7,2**
horeca-aanbod	7,5	7,5	7,5	7,3	7,5	7,5	7,6	7,5	7,6	7,7	**7,8**
variëteit winkels	6,7	6,8	6,9	6,9	6,9	7,1	7,1	7,1	7,1	7,2	**7,1**
kwaliteit winkels	6,8	7,0	7,2	7,2	7,2	7,3	7,3	7,4	7,4	7,4	**7,3**
evenementenaanbod						7,0	7,2	7,3	7,3	7,3	**7,5**
	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	**2016**
sfeer/gezelligheid	6,8	6,9	7,1	7,1	7,3	7,4	7,3	7,4	7,4	7,6	**7,5**
veiligheid	6,6	6,7	6,9	6,8	7,1	7,2	7,2	7,1	7,1	7,4	**7,5**
netheid	6,3	6,7	6,7	6,8	6,8	7,0	7,1	6,8	7,0	7,2	**7,2**
inrichting	6,2	6,5	6,9	6,8	6,9	6,9	6,8	6,7	6,6	6,9	**7,0**
groen in binnenstad						5,9	6,0	5,7	5,6	6,0	**6,3**
	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	**2016**
bereikbaarheid fiets	7,5	7,1	7,2	7,4	7,5	7,5	7,5	7,4	7,7	7,8	**7,7**
fietsstalling	6,2	5,6	6,0	6,3	6,4	6,6	6,6	5,9	6,1	7,3	**7,2**
bereikbaarheid OV	7,2	7,3	7,2	7,2	7,4	7,4	7,5	7,2	7,5	7,6	**7,6**
bereikbaarheid auto	5,1	5,6	5,7	5,9	5,7	5,4	5,7	5,9	6,0	6,9	**6,9**
parkeerplaatsen	4,9	5,7	5,8	5,7	5,5	5,2	5,3	5,4	5,7	6,7	**6,8**
parkeertarief	4,4	5,0	5,3	4,4	4,1	4,0	4,2	4,2	3,9	4,7	**5,2**

10. Beleving van de binnenstad

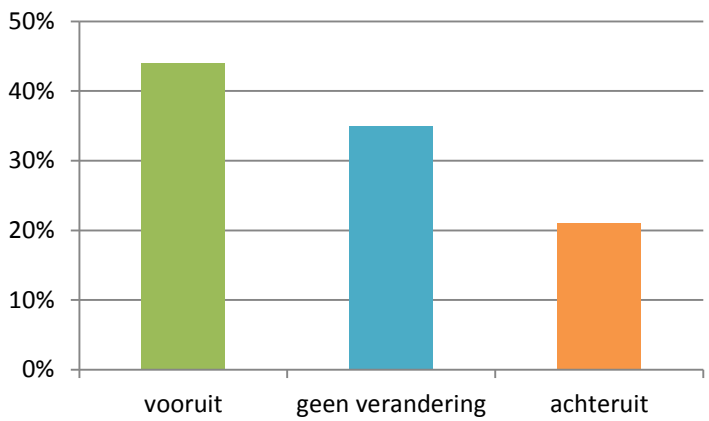
Om het hoofd te bieden aan de opkomst van het internetwinkelen richten steeds meer binnenstadscentra zich op de belevingswaarde van de omgeving. Niet de mogelijkheid tot aankoop, maar de ervaring eromheen staat in toenemende mate centraal. Van 'place to buy' naar 'place to meet'. Om de belevingswaarde van het Nijmeegse stadscentrum te peilen is er aan passanten een aantal stellingen voorgelegd.

Figuur 35: Antwoorden van passanten op stellingen over het Nijmeegse stadscentrum.



Over het algemeen is de belevingswaarde van de Nijmeegse binnenstad vrij goed. Op de meeste stellingen wordt overwegend positief gereageerd; minder dan 10% reageert negatief. Uitzonderingen hierop zijn de stellingen over of leegstand storend aanwezig is en de stellingen over de specifiek deelgebieden van de binnenstad, de Waalkade en het Valkhofkwartier. Uit de antwoorden op deze stellingen blijkt dat het tegengaan van leegstand belangrijk is om de belevingswaarde van de binnenstad op peil te houden. Een derde van de bezoekers stoort zich aan de aanwezige leegstande panden. De verschillende deelgebieden zijn volgens een groot aantal bezoekers niet direct onderdeel van een bezoek aan de binnenstad. Het valkhofkwartier is volgens ongeveer 30% van de bezoekers geen noodzakelijke stop voor een bezoek aan de binnenstad. Ook geeft ongeveer de helft van de bezoekers aan dat de Waalkade niet echt bij de binnenstad hoort. Een verklaring hiervoor kan zijn dat beide deelgebieden aan de rand van de Nijmeegse binnenstad gelegen zijn met als extra *drempel* voor de Waalkade het grote hoogteverschil met de rest van de binnenstad.

Figuur 36: Vindt u het stadscentrum er de *afgelopen* jaren er op vooruit of achteruit gegaan?

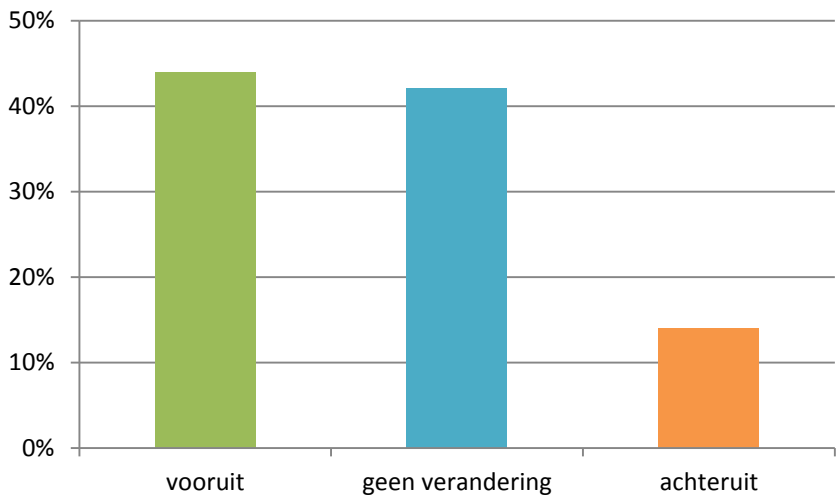


Meer dan 40% van de bezoekers en stadspanelleden vindt dat het stadscentrum er op vooruit is gegaan de afgelopen jaren. Ongeveer 20% van de bezoekers constateert een achteruitgang. Dit beeld is ongeveer gelijk aan het beeld dat naar voren kwam in de Stadscentrummonitor van 2014.

Desgevraagd wordt door passanten nog altijd vaak Plein 1944 aangehaald als reden voor een verbetering de afgelopen jaren. De herbestrating en het voltooien van de inrichting wordt vaak genoemd. Daarnaast wordt de vernieuwing in het winkelaanbod vaker genoemd. Toename van de leegstand en een verschraling in het winkelaanbod worden veelal genoemd als onderbouwing van bezoekers die een achteruitgang van het stadscentrum constateren.

Figuur 37: Woordenwolken bij de vraag waarom passanten eenvooruitgang of achteruitgang van het stadscentrum constateren. Links groen, woordenwolk bij geconstateerde vooruitgang. Rechts, rood woordenwolk bij achteruitgang.

Figuur 38: Denkt u dat het stadscentrum er de *komende* jaren er op vooruit of achteruit gaat?



Passanten zijn positief over de toekomst van het stadscentrum van Nijmegen. Het deel van de respondenten dat een vooruitgang verwacht in de komende jaren is duidelijk groter dan het percentage dat verwacht dat het stadscentrum er de komende jaren op achteruit gaat. Een duidelijk positievere toekomstverwachting van bezoekers in vergelijking met 2 jaar geleden.

De positieve antwoorden zijn vooral gericht op het vertrouwen dat de economie aantrekt en het winkelaanbod (verder) verbeterd. Diegenen die een negatieve ontwikkeling verwachten, geven aan dat de toenemende leegstand en concurrentie met het internetwinkelen het stadscentrum geen goed zal doen de komende jaren.

Figuur 39: Woordenwolken bij de vraag waarom passanten eenvooruitgang of achteruitgang van het stadscentrum verwachten. Links groen, woordenwolk bij verwachtte vooruitgang. Rechts, rood woordenwolk bij achteruitgang.

11. Andere onderzoeken binnenstad

Koopstromenonderzoek 2016

In 2016 is door I&O research het koopstromenonderzoek regio Arnhem-Nijmegen uitgevoerd. Het koopstromenonderzoek geeft een actueel beeld van het functioneren van het Nijmeegse stadscentrum en de relatieve kracht van het stadscentrum in de regio Arnhem-Nijmegen. Bewoners van de deelnemende en omliggende regios wordt naar de bestedingen (economisch functioneren) en de beleving (kwalitatief functioneren) van de laatste aankooplocatie gevraagd. Zie het rapport 'KOPEN@REGIO ARNHEM-NIJMEGEN, Koopstromenonderzoek regio Arnhem-Nijmegen 2016, I&O research 2016' voor verdere beschrijving van de onderzoeksopzet. I&O research heeft ook een lokaal rapport uitgebracht voor Nijmegen (KOPEN IN NIJMEGEN Koopstromenonderzoek regio Arnhem-Nijmegen 2016, I&O research 2016). De uitkomsten van beide rapporten komen grotendeels overeen met de resultaten van de Stadscentrummonitor. Hier volgt een samenvatting van de belangrijkste resultaten.

Er is sprake van schaalvergroting in alle sectoren van de detailhandel. Dit past bij de landelijke trend: consumenten wensen een breed en diep assortiment, winkeliers passen zich hier op aan. De dagelijkse sector en vrije tijd sector zijn qua totaal winkelvloeroppervlak het sterkst gegroeid. De recente komst van Topshelf verklaart de groei in de vrijetijd sector.

In de regio Arnhem-Nijmegen zijn vanzelfsprekend de stadscentra van Arnhem en Nijmegen de grootste aankooplocaties van de regio. Hierbij wordt in het stadscentrum van Arnhem iets meer besteed dan in het stadscentrum van Nijmegen. In vergelijking met 2006 heeft het stadscentrum van Nijmegen in 2016 ongeveer een derde minder bestedingen in. Deze afname in bestedingen komt onder andere door de opkomst van internetwinkelen en de sluiting van V&D.

Het grootste deel van van de detailhandelsbestedingen (88 procent) in de dagelijkse sector van Nijmegenaren blijft binnen Nijmegen. Buiten Nijmegen wordt er door Nijmegenaren het meest besteed in Overbetuwe en Duitsland (Kranenburg en Kleve opgeteld). Andersom komen vooral inwoners uit de gemeenten Berg en Dal en Kleve hun dagelijkse boodschappen doen in Nijmegen.

In de niet-dagelijkse sector blijft 67 procent van de bestedingen van Nijmegenaren binnen Nijmegen: 14 procent gaat via internet. De bestedingen in regiogemeenten worden voor een groot deel gedaan in Duiven (IKEA). Voor inwoners van bijna alle Nijmeegse stadsdelen is het stadscentrum het belangrijkste winkelgebied voor niet dagelijkse artikelen. Alleen in Dukenburg en Lindenholt is winkelcentrum Dukenburg op dit gebied belangrijker.

Andersom wordt ruim de helft (52 procent) van de niet-dagelijkse bestedingen in het centrum van Nijmegen door Nijmegenaren gedaan. Vanuit de regio komt ongeveer 32 procent van de bestedingen, vooral uit Berg en Dal, Beuningen en Wijchen. De rest de bestedingen komt uit Nederland (11 procent) en Duitsland (4 procent). Op koopzondagen is de Nijmeegse binnenstad de populairste bezoeklocatie van Nijmegenaren.

De Nijmeegse binnenstad krijgt ook goede waarderingscijfers (totaaloordeel een 7,7). Hierbij krijgen het horeca-aanbod en de bereikbaarheid van de binnenstad goede rapportcijfers. De parkeermogelijkheden voor de auto worden iets kritischer, maar steeds beter beoordeeld. Deze resultaten komen in grote lijnen overeen met de waarderingen van bezoekers in deze Stadscentrummonitor.

Weerbaarheidsanalyse 2015

In 2015 heeft het onderzoeksbureau BRO in samenwerking met gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren een weerbaarheidsanalyse voor de Nijmeegse binnenstad uitgevoerd. Dit onderzoek had tot doel tot een strategie en aan te pakken prioriteiten te komen voor de Nijmeegse binnenstad en verschillende deelgebieden.

De Nijmeegse binnenstad is onderscheidend met een 'jong' en 'eigenzinnig' karakter naast het normale winkelaanbod. Bijzonder is de wisselwerking tussen detailhandel, horeca, dienstverlening, ambacht en cultuur, binnen een deels fraai monumentaal decor. Het kernwinkelgebied heeft grotendeels bekende winkelketens ('herkenning'), waar de aanloop- en randstraten verrassende en eigenzinnige ondernemers huisvesten. Deze randstraten zijn vaak wel kwetsbaar voor de opkomst van internetwinkelen en toenemende leegstand. Juist daarom moeten heldere keuzes worden gemaakt in welke deelgebieden op termijn nog vestiging van winkels wordt gestimuleerd.

Nijmegen heeft van oudsher veel horeca in de binnenstad. Maar vooral de 'traditionele' horeca aan de Waalkade staat onder zware economische druk door veranderend uitgaansgedrag, afnemende bestedingen, stijgende kosten en nieuwe wet- en regelgeving. Transformatie van een deel van een deel van het horecavastgoed in een andere functie lijkt hier onontkoombaar, in combinatie met een ingrijpende herinrichting van de Waalkade.

Publieksonderzoek Nijmeegse Podia

Eind 2015 heeft de gemeente samen met de gesubsidieerde podia[13] in Nijmegen vragenlijsten afgenomen bij bezoekers. Deze podia liggen allen in en rondom het centrale winkelgebied en vormen een belangrijk deel van het cultuuraanbod in het Nijmeegse stadscentrum. De cultuursector speelt ook een belangrijke rol in de binnenstad als 'place to meet'. Het onderzoek geeft een beeld van de samenstelling van het publiek, het aanbod, accommodatie en de service en de bestedingen van bezoekers in de stad.

Bij LUX, de Stadsschouwburg, De Vereeniging en Doornroosje is het aantal bezoekers en/of de gemiddelde zaalbezetting toegenomen. Daarbij zijn ook de uitgaven in de stad door bezoekers van podia fors gestegen in vergelijking met eerdere publieksonderzoeken (naar schatting 7,9 miljoen euro in vergelijking met 5,1 miljoen euro in 2011 en 6,5 miljoen euro in 2007). Hierbij is vooral het publiek van het nieuwe Doornroosje meer gaan uitgeven in het centrum van de stad. Meer dan de helft van de bestedingen in de stad door podiabezoekers wordt gedaan door bezoekers afkomstig van buiten de stad (naar schatting 4,4 miljoen).

Een ruime meerderheid van de bezoekers is tevreden over de kwaliteit, diversiteit en omvang van het aanbod. Onder de respondenten zijn bijna geen ontevreden respondenten. Daarnaast zijn de effecten van verbouwingen en nieuwbouw zichtbaar in de waarderingen en het bezoekersprofiel van Doornroosje en De Vereeniging. Het percentage 'zeer tevreden' bezoekers is duidelijk gestegen in vergelijking met eerdere publieksonderzoeken. Doornroosje trekt daarnaast een breder publiek in vergelijking met eerdere jaren. De Stadssschouwburg weet het best lager en middelbaar opgeleiden aan te trekken. Over het algemeen zijn het relatief veel hoger opgeleiden die de podia bezoeken.

[13] De gesubsidieerde podia waar het onderzoek is gehouden zijn: 1. De Vereeniging 2.Stadsschouwburg 3.LUX 4.Doornroosje 5. Merleyn 6. Lindenberg theater.

Bijlagen

Literatuur

CBS. (2016). *Bbp groeit met 0,8 procent in derde kwartaal 2016.* https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/51/bbp-groeit-met-0-8-procent-in-derde-kwartaal-2016

CBS en PBL. (2016). *Regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2016–2040*. https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2016/37/pbl-cbs-regionale-prognose-2016-2040

De Nederlandsche Bank. (2016). *Economische Ontwikkelingen en Vooruitzichten: juni 2016, nummer 11.* https://www.dnb.nl/binaries/EOV_voorjaar_2016_v3_tcm46-342092.pdf

Gemeente Nijmegen. (2016). *Gemeentelijke Basisadministratie.*

Gemeente Nijmegen. (2016). *Stads en Wijkmonitor*. http://swm.nijmegen.nl/

I&O research. (2016). *KOPEN@REGIO ARNHEM-NIJMEGEN, Koopstromenonderzoek regio Arnhem-Nijmegen 2016*. Enschede: I&O research.

I&O research. (2016). *KOPEN IN NIJMEGEN: Deelrapport gemeente Nijmegen, Koopstromenonderzoek regio Arnhem-Nijmegen 2016*. Enschede: I&O research.

ING Economisch Bureau. (2014). *Winkelgebied 2025: Breken met het verleden*. https://www.ing.nl/media/ING_winkelgebied_2025_breken_met_het_verleden_tcm162-43195.pdf

ING Economisch Bureau. (2014). *Winkelgebied 2025: Samen in beweging*. https://www.ing.nl/media/ING_winkelgebied_2025_samen_in_beweging_tcm162-43174.pdf

ING Economisch Bureau. (2016). *Bovengemiddelde groei in de regio Arnhem-Nijmegen.* https://www.ing.nl/zakelijk/kennis-over-de-economie/uw-regio/vooruitzichten-regios/regios/arnhem-nijmegen.html

ING Economisch Bureau. (2016). *Winnaars en verliezers in de winkelstraat.* https://www.ing.nl/media/ING_Winnaars-en-verliezers-in-de-winkelstraat-april-2016_tcm162-103355.pdf

Inretail. (2013). *Shopping 2020: De nieuwe winkelstraat*. https://www.shoppingtomorrow.nl/images/8/85/De_Nieuwe_Winkelstraat_Rapport.pdf

Platform 31. (2014). *Winkelgebied van de toekomst*. http://www.detailhandel.nl/images/pdf/Winkelgebied_vd_toekomst_volledig_lowres_website_2.pdf