

Goffertconcerten 2017

Effectmeting Nijmeegse evenementenmonitor

Colofon

Gemeente Nijmegen

Onderzoek en Statistiek

Contactpersoon: Marieke Selten

Tel.: (024) 329 9889

e-mailadres: onderzoek.statistiek@nijmegen.nl

Inhoud

Samenvatting en conclusies.....	4
Inleiding.....	6
Doel onderzoek en onderzoeksvragen.....	6
Onderzoeksopzet.....	6
Rapportage.....	7
Publieksprofiel.....	8
Herkomst concertbezoekers.....	8
Kenmerken concertbezoekers.....	8
Inhoudelijk profiel.....	10
Waardering voor de concerten.....	10
Waardering voor het Goffertpark als concertlocatie.....	10
Economisch profiel.....	12
Economische impact Robbie Williams.....	12
Economische impact Guns n' Roses.....	13
Toeristisch-promotioneel profiel.....	14
Nieuwe bezoekers; doorwerking op imago en toekomstig bezoek.....	14
Combinatie met andere activiteiten in Nijmegen.....	14
Media-aandacht voor de concerten.....	14

Samenvatting en conclusies

In de zomer van 2017 vonden in het Goffertpark twee grote concerten plaats; Robbie Williams (op 4 juli) en Guns n' Roses (op 12 juli). Rond allebei de concerten is een effectmeting uitgevoerd om in beeld te krijgen wat de evenementen betekenen voor de stad in inhoudelijk, economisch en toeristisch-promotioneel opzicht. Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van gegevens van organisator Mojo Concerts en bezoekersenquêtes. Voor het concert van Robbie Williams gaat het om ruim 2600 enquêtes, voor het concert van Guns n' Roses om ruim 4000.

Eindconclusie

De twee Goffertconcerten van 2017 – ieder goed voor zo'n 65.000 bezoekers – trokken allebei zo'n 30.000 mensen naar de stad die er nog nooit (of een enkele keer) waren geweest. De concerten hadden overeenkomstig dat veel hoogopgeleide bezoekers werden aangetrokken. Op andere punten verschilde het publiek; op Robbie Williams kwamen veel meer vrouwen af, terwijl Guns n' Roses vaker door mannen werd bezocht.

Het publiek beoordeelde de evenementen, inclusief de organisatie daar omheen, met een ruime voldoende. Als belangrijkste verbeterpunt is geweest op de verkeersdoorstroming rond de Goffert, met name na afloop van het concert. De waardering voor het Goffertpark als concertlocatie is groot, het meest onder bezoekers uit Nijmegen en omgeving maar zeker ook onder bezoekers uit andere provincies.

De concerten gingen gepaard met de nodige bestedingen (van organisatie en bezoekers) in de stad. Bij Robbie Williams ging het naar raming om 1,3 miljoen euro, bij Guns n' Roses was de economische impact zo'n 1 miljoen euro. Een aanzienlijk deel van de economische impact is afkomstig van overnachtingen en 'extra' dagen die men in Nijmegen verblijft. Bij beide concerten bleef namelijk ruim 10% van het publiek overnachten. Maar ook door de organisatie, aan eten en drinken en in winkels is veel uitgegeven. Een derde (bezoekers Robbie Williams) tot een kwart (bezoekers Guns n' Roses) combineert het concertbezoek dan ook met andere activiteiten in de stad; meestal een bezoek aan een restaurant of café. Met name door het publiek van Robbie Williams is daarnaast gewinkeld, waardoor de economische impact rond dit concert hoger uitvalt dan het concert van Guns n' Roses. Met name onder (niet-frequente) bezoekers die het concertbezoek combineren met andere activiteiten in Nijmegen heeft het evenementbezoek een promotioneel effect; zij zijn veel vaker van plan om Nijmegen vaker te bezoeken (45%). In de hele groep van niet-frequente bezoekers (max. 2 keer per jaar in Nijmegen) is dit ongeveer een derde. Het gaat dan per concert om ongeveer 15.000 mensen die het voornemen hebben om vaker naar Nijmegen te komen.

Per onderzoeksvraag volgen hieronder de belangrijkste bevindingen:

1) Wat voor bezoekers komen op de concerten af?

Gekeken naar waar bezoekers vandaan komen, geldt voor beide concerten dat het publiek afkomstig was uit heel Nederland. Onder de bezoekers van Robbie Williams lag – sterker dan bij het publiek van Guns n' Roses – het zwaartepunt rond Nijmegen. Het aandeel buitenlandse bezoekers was beperkt (2 tot 3,5%). De bezoekers van beide concerten hadden overeenkomstig dat hoogopgeleiden oververtegenwoordigd waren. Wat betreft leeftijd was het publiek van Guns n' Roses wat jonger (gemiddeld 37 jaar) dan dat van Robbie Williams (gemiddeld 40 jaar). Ook kwamen op Robbie Williams veel meer vrouwen af (80%), terwijl bij Guns n' Roses mannen beter vertegenwoordigd waren (65%).

2) Hoe worden de concerten gewaardeerd?

Beide concerten krijgen een hoog gemiddeld rapportcijfer van de bezoekers (8,7 voor Robbie Williams, 8,8 voor Guns n' Roses). Als het gaat om de waardering voor het evenement als geheel – dus inclusief zaken als organisatie en voorprogramma – valt het rapportcijfer ruim een volledig punt lager uit (7,3 voor Robbie Williams, 7,6 voor Guns n' Roses). Het meest genoemde verbeterpunt rond de organisatie is de verkeersdoorstroming na afloop van het concert. Opvallend is dat dit veel vaker werd genoemd door de bezoekers van Robbie Williams.

Naar de waardering voor het Goffertpark als concertterrein is gevraagd door de bezoekers voor te leggen waar zij hopen dat een volgend concert van hun gading wordt georganiseerd. 45% noemde de Goffert als gewenste of één van de gewenste locaties. Het meest genoemde alternatief voor het Goffertpark is de Ziggo Dome. Opvallend is dat niet alleen Nijmegenaren en mensen uit de regio positief zijn over de Goffert als concertlocatie; ook van de bezoekers uit andere provincies geeft een aanzienlijk aandeel bij een volgend concert de voorkeur aan de Goffert als concertlocatie (variërend van 25 tot 50%).

3) Wat is de economische impact van de concerten voor de stad?

De organisatie en bezoekers van het concert van Robbie Williams hebben de stad naar raming 1,3 miljoen euro aan extra bestedingen opgeleverd. Bij Guns n' Roses was dat 1 miljoen euro. Een groot deel van dat bedrag bestaat uit uitgaven die bezoekers deden aan overnachtingen en de extra dagen die zij in Nijmegen verbleven. Bij beide concerten bleef namelijk een aanzienlijk deel van de bezoekers overnachten; zo'n 10%. Overigens verbleef meer dan de helft van de meerdaagse bezoekers niet in Nijmegen maar in de regio, waardoor de economische impact van de concerten verder reikt dan alleen Nijmegen. Verder is veel geld uitgegeven aan eten en drinken, door de organisatie (inhuur van medewerkers, vergoedingen aan de gemeente) en in winkels (met name door bezoekers van Robbie Williams).

4) Wat is de toeristisch-promotionele impact van de concerten?

Bij beide concerten bestond het (niet-Nijmeegse) publiek voor ongeveer de helft uit bezoekers die nog nooit of een enkele keer in Nijmegen waren geweest. Dat betekent dat allebei de concerten zo'n 30.000 'nieuwe' bezoekers naar de stad trokken. Als het gaat om het opnieuw bezoeken van Nijmegen door nieuwe en minder frequente bezoekers (max. twee keer per jaar) is bijna een derde dat van plan, 60% wist het nog niet. Men is sterker geneigd tot herhaalbezoek wanneer het concertbezoek werd gecombineerd met andere activiteiten in Nijmegen (47%).

Van alle (niet-Nijmeegse) bezoekers gaat een kwart tot een derde rond het concert nog wat doen in de stad; meestal bezoekt men een restaurant of café. Meerdaagse bezoekers ondernamen veel vaker nog iets in de stad; 60% tot twee derde.

Tot slot konden beide concerten rekenen op de nodige media-aandacht, waarmee de toeristisch-promotionele impact van de concerten verder strekt dan alleen de bezoekers. Voor Robbie Williams laat de media-aandacht zich vertalen tot een pr-waarde (het bedrag dat een bericht waard is als advertentie) van 1.1 miljoen euro. Voor Guns n' Roses gaat het om €700.000.

Inleiding

In de zomer van 2017 vonden in het Goffertpark twee grote concerten plaats; Robbie Williams (op 4 juli) en Guns n' Roses (op 12 juli). Beide concerten boden plaats aan 65.000 bezoekers en waren uitverkocht. Om in beeld te krijgen wat zulke evenementen betekenen voor de stad, is rond allebei de concerten een effectmeting uitgevoerd. De laatste gemeentelijke onderzoeken naar evenementen in de Goffert zijn gedaan in 2008 en 2009. In beide gevallen ging het om eendagsfestivals, niet om concerten.

Doel onderzoek en onderzoeksvragen

Het onderzoek moet inzicht geven in de betekenis van grote concerten in de Goffert voor de stad, in inhoudelijk, economisch en promotioneel opzicht¹. Hieruit volgen de volgende onderzoeksvragen:

1) Wat voor bezoekers komen op de concerten af?

We schetsen een beeld van de bezoekers als het gaat om persoonskenmerken (herkomst, leeftijd, geslacht, opleidingsniveau) en in wat voor samenstelling men het concert heeft bezocht. Inzicht in dit soort kenmerken vormt ook de basis voor het interpreteren van de uitkomsten op de andere onderzoeksvragen.

2) Hoe worden de concerten gewaardeerd?

Hierbij gaat het met name om de tevredenheid van bezoekers met de organisatie rond het evenementen en eventuele verbeterpunten. In het bijzonder zijn we geïnteresseerd in de waardering van de bezoekers voor het Goffertpark als concertterrein.

3) Wat is de economische impact van de concerten voor de stad?

Welke uitgaven worden gedaan vanwege de evenementen die neerslaan in de stad? Hierbij is zowel gekeken naar de bestedingen van deelnemers als naar de uitgaven van de organisatie.

4) Wat is de toeristisch-promotionele impact van de concerten?

Welk effect hebben heeft het concertbezoek op het imago van Nijmegen en het bezoeken van de stad in de toekomst? Het gaat hierbij met name om het effect op de bezoekers, maar er is ook gekeken naar de media-aandacht die de concerten opleveren voor de stad.

Onderzoeksopzet

Het onderzoek is uitgevoerd volgens een vaste werkwijze die bureau Onderzoek en Statistiek van de gemeente Nijmegen hanteert bij evenementenonderzoek. Het gaat om een geheel van vragen en uitgangspunten die worden gehanteerd, zodat effectmetingen van evenementen onderling goed vergelijkbaar zijn.

De basis voor het onderzoek vormen enerzijds gegevens zoals geleverd door organisator Mojo Concerts (met name als het gaat om uitgaven die door de organisatie zijn gedaan), anderzijds wordt gebruik gemaakt van bezoekersenquêtes. Deze enquêtes zijn verzameld met een mailing die door Mojo Concerts is uitgezet onder de kaartkopers. Dit heeft 2618 enquêtes van bezoekers van Robbie Williams opgeleverd, en 4002 van bezoekers van Guns n' Roses. Dat er meer enquêtes zijn van het publiek van Guns n' Roses komt omdat deze bezoekers een mail hebben gekregen die enkel uitnodigde tot deelname. Dit naar aanleiding van de ervaringen rond het concert van Robbie Williams, waarbij de uitnodiging voor de enquête in een algemene mail was verwerkt. Het aantal enquêtes bij beide concerten is groot, maar het gaat alleen om mensen die zelf kaartjes hebben gekocht. De verwachting is niet dat dit leidt tot vertekeningen die niet door de methode worden ondervangen.

¹ Eventuele overlast die inwoners van de concerten ondervinden blijft in dit onderzoek buiten beschouwing. In het onderzoek 'Peiling digitaal stadspanel over evenementenjaar 2016' wordt een algemeen beeld gegeven van overlast die inwoners ervaren bij evenementen (in de Goffert).

Rapportage

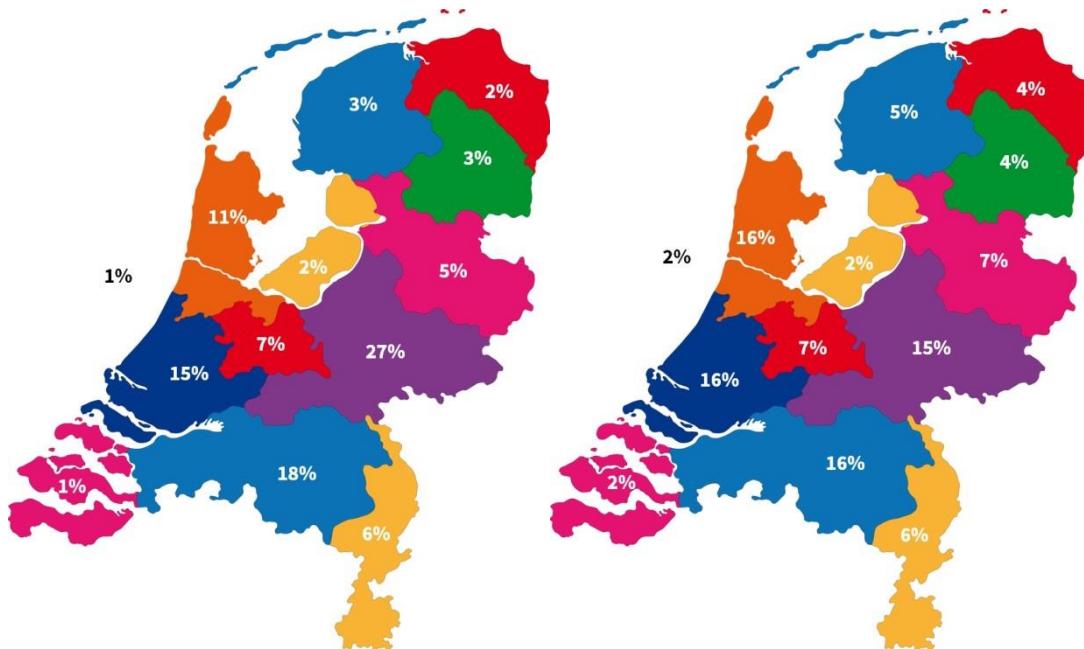
Deze rapportage is al volgt opgebouwd. Hoofdstuk 3 (blz. 7) bespreekt wat voor publiek de concerten trokken. In hoofdstuk 4 (blz. 10) komt de waardering voor de concerten en het Goffertpark als concertterrein aan bod. In hoofdstuk 5 (blz. 12) wordt geraamd hoeveel door de concerten extra in de stad is uitgegeven. Tot slot bespreekt hoofdstuk 6 (blz. 14) in hoeverre de stad erin slaagt om zich te profileren onder (nieuwe) bezoekers; verandert het beeld dat mensen van Nijmegen hebben en zijn zij van plan de stad vaker te bezoeken? In hoofdstuk 6 wordt ook besproken hoeveel media-aandacht de concerten Nijmegen hebben opgeleverd.

Publieksprofiel

In dit hoofdstuk wordt een beeld geschetst van het publiek van beide evenementen. Waar komen de concertgangers vandaan, welke persoonskenmerken hebben zij en met wie bezoeken zij de concerten?

Herkomst concertbezoekers

Figuur 1 laat zien waar de bezoekers van Robbie Williams (linkerfiguur) en Guns n' Roses (rechterfiguur) vandaan komen. Het publiek was afkomstig uit heel Nederland. Vooral bij de bezoekers van Robbie Williams lag het zwaartepunt rond Nijmegen; zo'n 15% van het publiek woont in Nijmegen of de regio rond de stad. Onder de bezoekers van Guns n' Roses is dat ruim 5%. Bij beide concerten lijkt het aandeel buitenlandse bezoekers op basis van enquêtering klein, maar hierbij moet worden bedacht dat enquêtering in het Nederlands geen ideale methode is om dit vast te stellen. De organisatie laat weten dat het aandeel buitenlandse bezoekers bij Robbie Williams 2% bedroeg, bij Guns n' Roses 3,5%.



Figuur 1 Herkomst van het publiek van Robbie Williams (links) en Guns n' Roses (rechts)

Kenmerken concertbezoekers

In onderstaande tabel zijn de persoonskenmerken te zien van de bezoekers van beide concerten. Bij Robbie Williams waren veel meer vrouwen (80%) dan mannen (20%), terwijl dit bij Guns n' Roses omgekeerd was (65% mannen tegen 35% vrouwen). Gekeken naar leeftijd valt op dat bij Guns n' Roses bezoekers onder de 40 wat beter vertegenwoordigd waren (59%) dan bij het concert van Robbie Williams (47%). Als het gaat om opleidingsniveau is het beeld in beide groepen bezoekers vergelijkbaar; de meerderheid van het publiek is hoogopgeleid (bijna 6 op de 10), waarmee hoogopgeleiden oververtegenwoordigd zijn. Ongeveer een derde is middelbaar opgeleid en zo'n 10% heeft basisschool/vmbo/mbo1 als hoogste opleiding.

Tot slot ligt de gemiddelde groepsgrootte waarin men de concerten bezoekt tussen de 3 en 4 personen. Ongeveer 5% van de bezoekers geeft aan kinderen in zijn of haar gezelschap te hebben.

Geslacht		Leeftijd		Opleiding	
Bezoekers Robbie Williams					
vrouw	80%	t/m 29	17%	basisschool, vmbo, mbo1	8%
		30-39	30%	mbo 2/3/4, havo, vwo	34%
man	20%	40-49	35%	hbo, wo	57%
		50+	18%	anders	1%
Bezoekers Guns n' Roses					
vrouw	35%	t/m 29	24%	basisschool, vmbo, mbo1	9%
		30-39	35%	mbo 2/3/4, havo, vwo	31%
man	65%	40-49	29%	hbo, wo	59%
		50+	13%	anders	2%

Figuur 2 Persoonskenmerken van de bezoekers van Robbie Williams en Guns n' Roses

Inhoudelijk profiel

In dit hoofdstuk wordt allereerst de waardering voor het optreden en de organisatie rond het evenement besproken. Vervolgens komt het oordeel voor het Goffertpark als concertterrein aan bod. Daarbij worden de meningen van de bezoekers van Robbie Williams en Guns n' Roses gezamenlijk besproken, omdat het beeld vergelijkbaar is.

Waardering voor de concerten

Het concert van Robbie Williams is door de bezoekers gewaardeerd met een 8,7. Wanneer de bezoekers wordt gevraagd naar hun waardering voor het hele evenement - dus inclusief voorprogramma, voorzieningen en organisatie - is het cijfer lager; een 7,3. Door te kijken naar de verbeterpunten die bezoekers hebben genoemd wordt duidelijk waar ruimte is voor verbetering. De belangrijkste verbeterpunten die het publiek van Robbie Williams benoemden:

- De bereikbaarheid rond het Goffertpark. Met name na het concert hebben bezoekers hiermee problemen ervaren. Het ging zowel om het moeizaam verlaten van de parkeerterreinen als het bereiken van de snelweg.
- De drukte in het Goffertpark. Dit speelde met name bij het verlaten van het park, wanneer veel mensen in dezelfde richting lopen. Sommige bezoekers vroegen zich af of de veiligheid afdoende was. Rond veiligheid merkten verschillende bezoekers ook op dat zij zich onprettig hadden gevoeld door een vliegtuigje dat tijdens het concert boven de Goffert vloog.
- Over het systeem van parkeerplaatsen en pendelbussen maakten bezoekers ongeveer even vaak positieve opmerkingen als negatieve. Punt van ontevredenheid was meestal de bewegwijzering en/of informatievoorziening.
- Tot slot is de mogelijkheid om een opmerking te maken veelvuldig gebruikt om de organisatie te complimenteren.

Ook het optreden van Guns n' Roses wordt gewaardeerd met een hoog cijfer, namelijk een 8,8. Het evenement als geheel krijgt een 7,6. Daarbij benoemde het publiek de volgende verbeterpunten:

- Sommige voorzieningen op het terrein. Meest genoemd is het podium, dat niet op iedere plek in het park even goed zichtbaar was. Daarnaast wordt de beschikbaarheid van drinkstands en wc's genoemd.
- De doorstroming rond het Goffertpark, met name na afloop van het concert. Dit wordt echter veel minder genoemd dan door de bezoekers van Robbie Williams (evenals opmerkingen over drukte in de Goffert).
- Opmerkingen over het systeem van parkeerplaatsen en pendelbussen waren ongeveer even vaak positief als negatief. Negatieve opmerkingen gaan meestal over de bewegwijzering en/of informatievoorziening.
- Veel bezoekers gebruiken de mogelijkheid om een opmerking te maken om hun tevredenheid uit te spreken over de organisatie.

Waardering voor het Goffertpark als concertlocatie

Hoe denken bezoekers over het Goffertpark als concertterrein? Om hier zicht op te krijgen is bezoekers gevraagd naar welke locatie hun voorkeur uitgaat bij de volgende artiest van hun gading. Zo'n 30% zei het liefst naar de Goffert te gaan en 15% noemde het Goffertpark als één van de locaties die de voorkeur hebben. Als concertlocatie die meedingt is de Ziggo Dome het vaakst genoemd, op afstand gevolgd door het Malieveld, de Arena en het Gelredome. Verder zijn festivalterreinen - met name Megaland - vaak genoemd. Ongeveer 15% zou een volgend concert liever op een andere locatie bezoeken. Onder deze bezoekers is de Ziggo Dome wederom het meest

populair (159 keer), gevolgd door de Arena (103 keer). Ruim een derde had geen duidelijke voorkeur voor een concertlocatie.

Logischerwijs is de Goffert het meest populair als concertlocatie onder bezoekers uit Nijmegen of omgeving. 80% tot 90% van de Nijmeegse bezoekers noemde de Goffert als eerste voorkeur, of één van de locaties waar de voorkeur naar uitgaat. Onder bezoekers uit de regio was dat ruim twee derde. Voor bezoekers die verder weg wonen is dit 40% à 50%. Het Goffertpark is het minst populair onder bezoekers uit Noord-Holland, Zuid-Holland en Zeeland; van hen noemde een kwart tot een derde het park als gewenste of een van de gewenste concertlocaties.

Verder is gekeken hoe de waardering voor de Goffert als concertterrein varieert tussen meer of minder ervaren concertgangers. Van de bezoekers voor wie dit het eerste grote concertbezoek was, gaf bijna 50% de voorkeur aan de Goffert bij een volgend concert. Onder de meer doorgewinterde concertbezoeker heeft het Goffertpark wat meer concurrentie; van de bezoekers die meerdere keren per jaar een groot concert bezoeken noemde 40% de Goffert als gewenste of een van de gewenste locaties. Deze concertgangers kiezen vaker voor een andere locatie dan het Goffertpark; een vijfde tot een kwart. Onder de 'beginnende' concertbezoekers ligt dit rond de 5%.

Economisch profiel

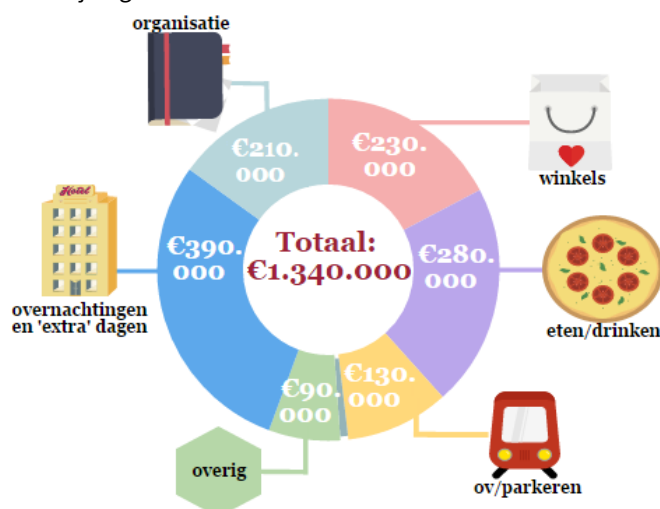
In dit hoofdstuk komt de economische impact van de concerten aan bod. Deze is opgebouwd uit de bestedingen door de organisatie en de bestedingen van de bezoekers. Daarbij worden de gemiddelde bestedingen van de bezoekers² – verkregen uit de enquêteresultaten – vermenigvuldigd met het bezoekersaantal. Niet alle uitgaven worden meegenomen; van Nijmegenaren blijven de bestedingen in winkels achterwege, vanuit de aanname dat zij deze ook zonder de concerten in Nijmegen hadden gedaan. Ook bestedingen door minderjarige concertgangers blijven buiten beschouwing, omdat er vanuit wordt gegaan dat zij weinig uitgeven. Aan de berekening liggen dus enkele veronderstellingen ten grondslag. Ook wordt geen rekening gehouden met eventuele ‘verdringing’ van regulier publiek in de binnenstad door de concerten. De economische impact van de concerten – in beide gevallen ruim €1.000.000 - moet daarom worden gezien als een indicatieve raming. Hoe dit bedrag is opgebouwd wordt per concert toegelicht in onderstaande paragrafen.

Economische impact Robbie Williams

In Figuur 3 is te zien wat de economische impact was van het concert van Robbie Williams op de stad. In het midden van de figuur is te zien dat de totale economische impact ruim 1,3 miljoen euro bedroeg. De figuur laat ook zien waaruit dit bedrag is opgebouwd. De overnachtingen en ‘extra’ dagen die overnachters rond het concert in Nijmegen doorbrengen, leverden het meeste op (€390.000). Een aanzienlijk deel van de concertbezoekers bleef dan ook overnachten; ruim 10%. Iets minder dan de helft doet dat in Nijmegen, de rest verblijft in de regio (enkele bezoekers gaven aan dat zij geen slaapplek meer in Nijmegen konden krijgen). Het gaat om zo’n 3000 bezoekers, die meestal één keer overnachten in de stad. Van hen verbleef ongeveer een kwart bij familie of bekenden, de rest overnachtte in een hotel, Bed en Breakfast of Airbnb.

Daarnaast wordt veel uitgegeven aan eten en drinken (€280.000), in winkels (€230.000) en door de organisatie (€210.000). Bij bestedingen door de organisatie gaat het onder meer om het verblijf van de medewerkers, inhuur van personeel op het concertterrein en vergoedingen aan de gemeente. Aan attracties en recreatie (het donkergrijze plakje in de figuur) is een bescheiden bedrag van €10.000 uitgegeven.

Een aantal bestedingen zijn niet in de figuur opgenomen omdat deze niet neerslaan in de stad. Allereerst gaat het om de uitgaven die binnen het concertterrein zijn gedaan (zo’n €1,7 miljoen). Ook de overnachtingsbestedingen van bezoekers die buiten de stad overnachtten (zo’n €180.000) zijn geen onderdeel van de economische impact voor Nijmegen.



Figuur 3 Concert Robbie Williams; economische impact op Nijmegen

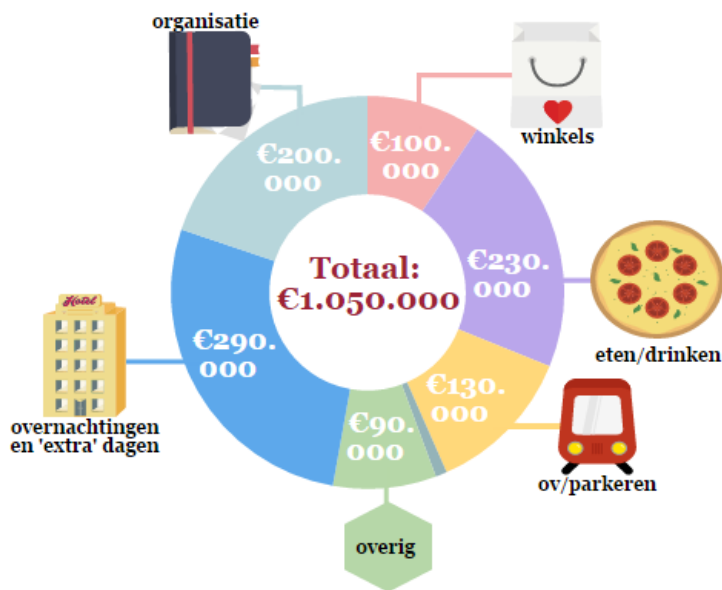
² Hierbij is uitgegaan van bestedingen per persoon door te vragen voor hoeveel personen men uitgaven doet.

Economische impact Guns n' Roses

Figuur 4 laat zien wat de economische impact op de stad was van het concert van Guns n' Roses. De totale impact is met ruim 1 miljoen euro wat lager dan die van het concert van Robbie Williams. Een groot deel van de economische impact is afkomstig van overnachtingen en 'extra' dagen die overnachters in Nijmegen verbleven (€290.000). Ruim een tiende van de bezoekers bleef rond het concert overnachten, waarvan zo'n 40% in Nijmegen. Dat zijn een kleine 3000 bezoekers, die meestal één keer overnachtten. Van hen verbleef ongeveer een kwart bij familie of bekenden, de rest overnachtte in een hotel, Bed en Breakfast of Airbnb.

Naast overnachtingen is veel uitgegeven aan eten en drinken (€230.000) en door de organisatie (€200.000), aan zaken als verblijf voor medewerkers, inhuur van personeel tijdens het concert en vergoedingen aan de gemeente. Opvallend is dat door de bezoekers van Guns 'n Roses veel minder is uitgegeven in winkels (€100.000) dan door de bezoekers van Robbie Williams, die ruim het dubbele uitgaven (€230.000). Attracties en recreatie (het donkergrijze plakje in de figuur) hadden een relatief bescheiden opbrengst van €10.000.

Bestedingen die niet neerslaan in de stad zijn niet in de figuur opgenomen. Het gaat allereerst om de uitgaven die binnen het concertterrein zijn gedaan (zo'n €2,4 miljoen, meer dan de €1,7 miljoen door de bezoekers van Robbie Williams). Ook de overnachtingsbestedingen van bezoekers die buiten Nijmegen overnachtten (zo'n €190.000) zijn geen onderdeel van de economische impact voor de stad.



Figuur 4 Concert Guns 'n Roses; economische impact op Nijmegen

Toeristisch-promotioneel profiel

Dit hoofdstuk gaat over het toeristisch-promotioneel effect van de Goffertconcerten. In de eerste paragraaf wordt besproken hoeveel nieuwe bezoekers door de concerten naar Nijmegen komen en hoe zij over de stad denken. In de tweede paragraaf wordt beschreven of bezoekers ook andere activiteiten in Nijmegen ondernemen. In de derde paragraaf komt de media-aandacht voor de concerten aan bod.

Nieuwe bezoekers; doorwerking op imago en toekomstig bezoek

Aan de bezoekers van de concerten is gevraagd hoe vaak zij in Nijmegen komen. Bij beide concerten valt op dat een grote groep bezoekers Nijmegen nog nooit of een enkele keer heeft bezocht. Bij het publiek van Robbie Williams ging het om bijna de helft van de (niet-Nijmeegse) bezoekers. Dat zijn bijna 28.000 mensen. Onder de bezoekers van Guns n' Roses was het zelfs 54%, wat neerkomt op 31.000 'nieuwe' bezoekers.

De bezoekers die niet vaker dan 1 à 2 keer per jaar in Nijmegen komen, is gevraagd of het concertbezoek hun beeld van de stad heeft veranderd. De bezoekers van Robbie Williams en Guns n' Roses antwoordden hierop vergelijkbaar: van ongeveer 60% is het beeld onveranderd. Zo'n 30% is positiever naar de stad gaan kijken en ongeveer een tiende heeft een negatiever beeld gekregen.

Dezelfde groep bezoekers is gevraagd of zij van plan zijn om Nijmegen vaker te gaan bezoeken. Ook hier antwoordde het publiek van beide concerten vergelijkbaar; bijna een derde gaf aan vaker naar de stad te komen. Zo'n 60% twijfelt en iets meer dan 5% was niet voornemens om Nijmegen vaker te bezoeken. Daarbij valt op dat mensen die rond het concert wat in de stad zijn gaan doen (bijvoorbeeld uit eten of winkelen) veel vaker van plan zijn om nog eens terug te komen (45%) dan mensen die niks in de stad hebben ondernomen (25%).

Combinatie met andere activiteiten in Nijmegen

Ondernemen bezoekers van buiten Nijmegen rond het concert ook andere activiteiten in de stad en wat gaan zij dan doen? Dat is te zien in Figuur 5. Het publiek van Robbie Williams ging wat vaker nog wat in de stad doen (ongeveer een derde) dan de bezoekers van Guns n' Roses (ongeveer een kwart). Daarbij valt met name op dat de bezoekers van Robbie Williams vaker gingen winkelen dan het publiek van Guns n' Roses (12% tegen 6%), in overeenstemming met het grotere bedrag dat het publiek van Robbie Williams in winkels spendeerde. Door het publiek van beide concerten is horecabezoek (uit eten, terrasje, uitgaan) de meest genoemde reden om nog de stad in te gaan (21% rond Robbie Williams, 17% van Guns n' Roses).

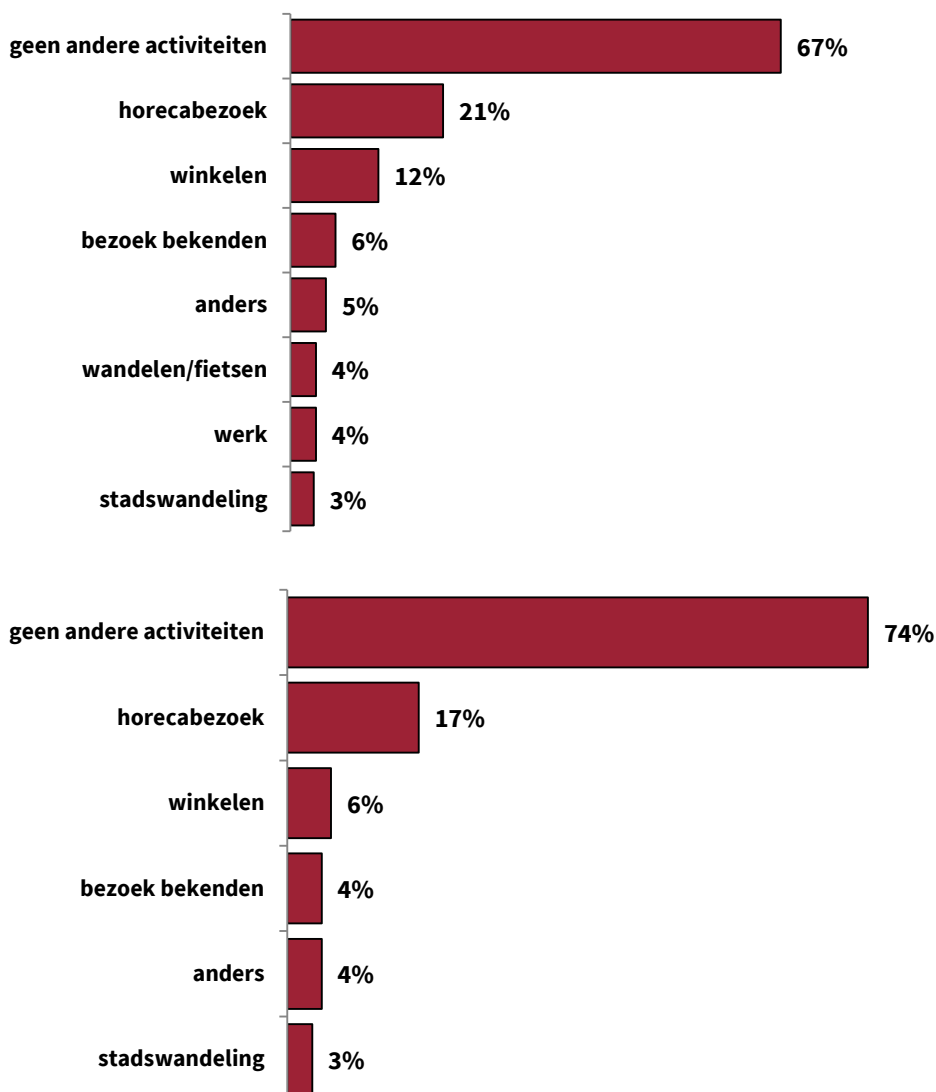
Bezoekers die rond het concert in Nijmegen (of omgeving) overnachtten combineerden het concertbezoek veel vaker met andere activiteiten. Bij de bezoekers van Robbie Williams was dat twee derde. Bijna de helft van de overnachtende bezoekers ging naar een restaurant of café, een derde ging winkelen. Ook het maken van een stadswandeling (12%) en wandelen/fietsen in en rond Nijmegen (14%) zijn regelmatig genoemd. Van de meerdaagse bezoekers van Guns n' Roses ging ongeveer 60% nog wat doen in de stad; 40% bracht een bezoek aan een restaurant of café, 14% ging winkelen en 10% maakte een stadswandeling.

Media-aandacht voor de concerten

Doordat grote evenementen als de Goffertconcerten op de nodige media-aandacht kunnen rekenen, reikt het toeristisch-promotioneel effect verder dan alleen de bezoekers van de concerten. Daarom is de publiciteit die de concerten Nijmegen hebben opgeleverd in beeld gebracht door Clipit Media Monitoring. Clipit heeft de berichtgeving over de concerten waarin Nijmegen is genoemd, in de volle breedte gemonitord; op sociale/online media, radio/tv en printmedia.

Over het concert van Robbie Williams in Nijmegen zijn, in de periode tussen 13 juni en 13 juli, ruim 4000 berichten verstuurd, met name op de dag van het concert (4 juli) en de dag daarna. De meeste berichten zijn verspreid op sociale media, namelijk Twitter, Instagram, Facebook en YouTube. Ook is gekeken naar de pr-waarde; het bedrag dat een bericht waard is als het een advertentie was geweest. Dit wordt (onder meer) bepaald door zaken als het bereik en het sentiment van een bericht. De totale pr-waarde van de berichtgeving rond Robbie Williams bedroeg ruim €1.100.000.

Voor Guns n' Roses (in Nijmegen) is gemonitord tussen 21 juni en 21 juli. Net als bij de media-aandacht voor het concert van Robbie Williams verschenen verreweg de meeste berichten op sociale media (Twitter, Instagram, YouTube en Facebook), met name op de dag van het concert (12 juli) en daags daarna. De totale berichtenstroom was wat kleiner dan rond Robbie Williams in Nijmegen, namelijk een kleine 3800 berichten. De pr-waarde van ruim €700.000 was daarmee ook wat lager.



Figuur 5 Activiteiten die bezoekers rond het concert in Nijmegen ondernamen: publiek Robbie Williams (boven) en Guns n' Roses (onder)