

# **BEDRIJVENPEILING NIJMEGEN 1997**

**gegevens en waarderingen Nijmeegse  
bedrijven en instellingen over:**

- **huisvesting en bedrijfsomgeving**
- **Nijmegen als vestigingsplaats**
- **uitbreidings- en verhuisplannen**
- **kontakten met de gemeente**
- **vervoer en milieu**
- **arbeidsmarkt**
- **imago en beleid van Nijmegen**

**April 1998**

# Gemeente Nijmegen

## INHOUDSOPGAVE

1. ACHTERGROND EN OPZET VAN HET ONDERZOEK	1
1.1 Waarom een bedrijvenpeiling?	1
1.2 De opzet van de bedrijvenpeiling	1
1.3 Opzet rapportage	2
2. EEN SCHETS VAN DE NIJMEEGSE BEDRIJVIGHEID	5
2.1 Wat voor bedrijven en instellingen zijn er in Nijmegen gevestigd?	5
2.2 Enkele nadere typering	7
3. DE WAARDERING VAN DE BEDRIJFSOMGEVING	11
3.1 Belang en waardering van bedrijfsomgevingskenmerken	11
3.2 Aanpakprioriteiten bedrijfsomgeving	13
3.3 Enkele bevindingen op wijkniveau	15
3.4 Totaaloordeel bedrijfsomgeving	17
3.5 Konklusies m.b.t. de waardering van de bedrijfsomgeving	18
4. VESTIGINGSPERIODEN EN -MOTIEVEN	19
4.1 Vestigingsperioden	19
4.2 Waarom heeft men Nijmegen als vestigingsplaats gekozen?	19
4.3 Waarom heeft men binnen Nijmegen de huidige lokatie gekozen?	21
4.4. Medewerking van de gemeente	22
5. PLANNEN	23
5.1 Aanwezigheid plannen	23
5.2 Motieven en wensen bij uitbreidings- en verhuisplannen	25
5.3 Problemen bij de planvorming	26
6. KONTAKTEN EN DIENSTVERLENING GEMEENTE	29
6.1 Omvang en aard kontakten	29
6.2 Waardering kontakten	30
7. HERKOMST EN VERVOER	33
7.1 Herkomst en vervoerwijze werknemers	33
7.2 Vervoersplannen	34
8. RELATIE MET MILIEUWETGEVING	35
8.1 Betrokkenheid en gevolgen milieuwetgeving	35
8.2 Stimulansen toepassing milieumaatregelen	35
9. ERVARINGEN OP DE DE ARBEIDSMARKT	37
9.1 Werving personeel	37
9.2 Ervaringen instanties en regelingen op de arbeidsmarkt	38
10. IMAGO EN BELEID VAN NIJMEGEN	41
10.1 Nijmegen als vestigingsplaats	41
10.2 Beoordeling gemeentelijke projecten	44
10.3 Prioriteiten voor het gemeentebestuur	45
11. ONDERZOEKSRESULTATEN NIJMEGEN-NOORD	47
11.1 Samenstelling bedrijvigheid	47
11.2 Waardering bedrijfsomgeving	48
11.3 Plannen	50
11.4 Oordeel Nijmegen als vestigingsplaats en Nijmeegse projecten	50
11.5 De mening over de overgang van Lent naar Nijmegen	51

12. VERGELIJKINGEN TUSSEN ARNHEM EN NIJMEGEN	55
12.1 Inleiding	55
12.2 Samenstelling bedrijvigheid	55
12.3 Waardering bedrijfsomgeving	57
12.4 Plannen	58
12.5 Kontakten en dienstverlening gemeente	59
12.6 Milieu	60
12.7 Arbeidsmarkt	60
12.8 Imago en beleid stad	62

## **BEDRIJVENPEILING NIJMEGEN 1997: SAMENVATTING EN CONCLUSIES**

<b>I. Inleiding</b>	<b>65</b>
<b>II. Samenvatting</b>	<b>65</b>
<b>III. Conclusies</b>	<b>77</b>

## **BIJLAGEN**

Bijlage 1 Steekproeftrekking en resultaten veldwerk	81
Bijlage 2 Samenstelling Begeleidingscommissie	83
Bijlage 3 Brief bij enquête, enquêteformulier en aanvullende vragen Lent	85

# 1. ACHTERGROND EN OPZET VAN HET ONDERZOEK

## 1.1 WAAROM EEN BEDRIJVENPEILING?

Door steeds meer gemeenten in Nederland wordt bevolkingsonderzoek gedaan om te peilen wat er leeft onder de burgers. In Nijmegen kennen we de Stadspeilingen 1993 en 1996.

Vanuit de afdeling EZ van de dienst REO is de wens geuit om een dergelijk onderzoek ook te houden onder de Nijmeegse bedrijven en instellingen. Daarom is in Nijmegen in het najaar van 1997 voor het eerst een *Bedrijvenpeiling* gehouden.

Het doel van de peiling is: duidelijk maken wat er leeft onder de Nijmeegse bedrijven en instellingen. Hoe ervaren ze de manier waarop de gemeente omgaat met zaken die voor hen van belang zijn?

Liggen de accenten in het beleid goed of moeten ze juist verlegd worden? Zijn er omstandigheden en belangen waarvoor de gemeente meer oog zou moeten hebben? Kortom: wat zou de gemeente nog meer, anders of beter kunnen doen om bij te dragen tot een goed economisch klimaat in de stad?

De resultaten van het onderzoek leveren belangrijke bouwstenen voor het economisch beleid in de komende periode, m.n. waar het gaat om de zorg voor het produktiemilieu en de communicatie met bedrijven en instellingen. De onderzoeksinformatie is ook van belang voor het kunnen bereiken van specifieke gemeentelijke doelstellingen, bijv. op het gebied van werkgelegenheid, bestrijding van (langdurige) werkloosheid en mobiliteit.

In meerdere opzichten past het onderzoek daarom ook binnen de monitoring van stedelijke processen die nodig is voor een goede uitvoering van het Grote Steden Beleid.

Uitgegaan wordt van een periodieke uitvoering van de bedrijvenenquête (bijv. om de 3 à 4 jaar).

## 1.2 DE OPZET VAN DE BEDRIJVENPEILING

De bedrijvenpeiling is uitgevoerd als een schriftelijke enquête, waarvoor een steekproef is getrokken uit de volle breedte van bedrijven en instellingen. Een groot aantal bedrijven en instellingen, ongeveer 3200, uit alle branches en maatschappelijke sectoren en variërend van zeer groot tot zeer klein, is in de maanden september en oktober 1997 aangeschreven. Dat is ruim 45% van het totaal aantal dat bekend is in het NYMOS (het Nijmeegse Maatschappelijke Objectensysteem, het bedrijvenregister van de gemeente Nijmegen).

Een groot aantal bedrijven en instellingen heeft medewerking verleend aan het onderzoek. De uiteindelijke netto-respons bedroeg bijna 60%.

De toelichting op de steekproeftrekking en de verantwoording van de veldwerkresultaten zijn opgenomen in bijlage 1.

Voor alle duidelijkheid: naast de commerciële sectoren vallen ook de overheids- en onderwijsinstellingen en de overige niet-commerciële instellingen onder bedrijvigheid. Waar in deze rapportage dus wordt gesproken over "bedrijven", moet worden verstaan "*bedrijven en instellingen*".

In navolging van de Stadspeilingen onder de burgers kent de bedrijvenpeiling een meerledige vraagstelling. De onderwerpen die in deze eerste peiling aan de orde zijn gekomen zijn o.a. de volgende (het enquêteformulier is opgenomen in bijlage 3):

- de waardering van de bedrijfsomgeving
- uitbreidings- en verhuisplannen
- imago en beleid van de gemeente Nijmegen
- de dienstverlening van de gemeente Nijmegen
- vervoer en milieu
- arbeidsmarkt

Ook de bedrijven in het gebied Nijmegen-Noord zijn aangeschreven. Het gaat om ongeveer 70 bedrijven uit Oosterhout en Ressen, gevestigd op die stukken grondgebied die in het kader van de Waalsprong in 1996 en 1997 als eerste zijn toegevoegd aan Nijmegen. Daarnaast gaat het om ruim

200 bedrijven en instellingen uit Lent, die begin 1998 voor dit onderzoek zijn benaderd, meteen na de overgang van Lent per 1 januari 1998 naar Nijmegen.

De bedrijven uit Ressen, Oosterhout en Lent zijn in deze rapportage, ongeacht hun activiteit of grootte, als één (geografische) groep beschouwd. Omdat het in vergelijking met de totale Nijmeegse bedrijvigheid nog om een kleine groep gaat, worden de resultaten in een afzonderlijk hoofdstuk beschreven, overigens zoveel mogelijk in vergelijking met de totale Nijmeegse cijfers (hfdst. 11).

Deze eerste bedrijvenpeiling is opgezet en uitgevoerd door de gemeentelijke afdeling Sociaal Economisch Onderzoek. Voor wat betreft het veldwerk en de verwerking van de enquêteresultaten is dit gebeurd in samenwerking met het bureau Planwerk.

Het onderzoek is voorts ondersteund door bedrijvenorganisaties, waaronder de Kamer van Koophandel, de Industriële Kring en de Stichting Centrum Management Nijmegen. Deze organisaties waren ook vertegenwoordigd in de begeleidingscommissie die bij dit onderzoek werkzaam is geweest (voor samenstelling daarvan zie bijlage 2).

Tenslotte is de samenwerking met de gemeente Arnhem van belang. Hier is in dezelfde periode dezelfde bedrijvenpeiling gehouden. In deze rapportage is een apart hoofdstuk opgenomen (hfdst. 12) waarin Nijmeegse resultaten worden vergeleken met Arnhemse.

### 1.3 OPZET RAPPORTAGE

In deze rapportage is gekozen voor een beschrijving op hoofdlijnen: wat voor conclusies kunnen met het oog op toekomstige beleidsvoering worden getrokken en welke onderdelen van de Nijmeegse bedrijvigheid springen daarbij meer of minder in het oog?

Daarnaast zal het datamateriaal beschikbaar blijven voor analyses op maat t.b.v. de beantwoording van meer specifieke (beleids)vragen.

- ⇒ Eerst wordt in *hoofdstuk 2* het onderzoeksveld in beeld gebracht. Waar hebben we het over, als we spreken over de Nijmeegse bedrijvigheid?
- ⇒ Gemeenten hebben in principe geen bemoeienis met de productie of bedrijfsvoering van bedrijven en instellingen, maar wel met de omgeving waarbinnen die plaats vinden. Daarom staat in *hoofdstuk 3* het produktiemilieu c.q. de bedrijfsomgeving centraal. Hoe beoordelen bedrijven en instellingen hun vestigingsplaats? Wat zijn de grote knelpunten en wat zou de gemeente eraan kunnen of moeten doen?
- ⇒ Een categorie bedrijven die extra relevant is i.v.m. deze vraagstelling zijn de bedrijven die zich recent (de laatste 5 jaar) in Nijmegen hebben gevestigd. Waarom kozen zij specifiek voor Nijmegen en voor hun lokatie binnen Nijmegen? Dit is de centrale vraag in *hoofdstuk 4*.
- ⇒ Al dan niet afhankelijk van de waardering van hun bedrijfsomgeving kunnen bedrijven plannen hebben, bijv. om uit te breiden of te verhuizen. Deze plannen en mogelijke knelpunten hierbij komen aan de orde in *hoofdstuk 5*.
- ⇒ Veel bedrijven en instellingen hebben in meer of mindere mate contacten met ambtenaren van de gemeente en zijn afhankelijk van hun dienstverlening. Hoe vaak er sprake is van contacten en hoe de dienstverlening wordt gewaardeerd wordt beschreven in *hoofdstuk 6*.
- ⇒ In de enquête zijn korte vragenblokken gewijd aan de thema's vervoer en milieu. De antwoorden op de (oriënterende) vragen worden behandeld in de *hoofdstukken 7 en 8*.
- ⇒ In *hoofdstuk 9* wordt op twee manieren ingegaan op de arbeidsmarkt: personeelswerving en knelpunten hierbij in het algemeen (wat zijn de ervaringen in de diverse sectoren?) en daarnaast de ervaringen met specifieke instanties en regelingen om (langdurig) werklozen in het arbeidsproces in te schakelen.
- ⇒ Het laatste thema in de enquête betreft het imago en beleid van de gemeente Nijmegen. De meningen daarover (sterke en zwakke punten) worden beschreven in *hoofdstuk 10*.

⇒ In *hoofdstuk 11* wordt verslag gedaan van de resultaten van Nijmegen-Noord (Lent, Oosterhout, Ressen).

⇒ Zoals eerder aangegeven worden in *hoofdstuk 12* enkele vergelijkingen getrokken met de onderzoeksbevindingen in Arnhem.

Tenslotte bevindt zich achterin het rapport een *afzonderlijk leesbare samenvatting* met daarin de voornaamste bevindingen uit deze rapportage, afgesloten met een aantal *konklusies*.

## 2. EEN SCHETS VAN DE NIJMEEGSE BEDRIJVIGHEID

### 2.1 WAT VOOR BEDRIJVEN EN INSTELLINGEN ZIJN ER IN NIJMEGEN GEVESTIGD?

In de tabellen 2.1 en 2.2. en de figuren 2.1 t/m 2.5. wordt de Nijmeegse bedrijvigheid in beeld gebracht. Hierbij is gebruik gemaakt van een aantal typologieën, nl. naar bedrijfssector, grootte en gebied. De typologieën zullen ook verder in het verslag worden gehanteerd.

De toegepaste gebiedstypologie is te zien op de kaart op de volgende bladzijde. In de typologie worden, afgezien van Nijmegen-Noord, 5 soorten gebieden onderscheiden.

Het *Centrum* omvat het Stadscentrum en de Benedenstad. De *Woongebieden Oud* zijn de voor een belangrijk deel vooroorlogse gebieden in Oud-Oost en Oud-West. De *Woongebieden Nieuw* zijn de nieuwere woonwijken, d.w.z. de direkt naoorlogse 50-er en 60er jaren wijken en de stadsuitbreidingen uit de 70er en 80er jaren, Dukenburg en Lindenholt. Onder de *Bedrijfsterreinen* worden vijf gebieden onderscheiden, allen gelegen aan de (noord)westkant van Nijmegen.

Naast deze vier, qua bedrijvigheid relatief homogene, gebieden is een vijfde, meer heterogeen gebiedstype onderscheiden, nl. de *gemengde gebieden*. Gemeenschappelijk binnen dit gebiedstype is, dat de betreffende wijken in hun totaliteit noch als een echte woonwijk, noch als een echt bedrijventerrein zijn te beschouwen. Maar gegeven dit criterium lopen de karakteristieken van deze wijken nogal uiteen. Zo heeft de wijk Biezen een sterke woonfunctie, maar deze is op veel plaatsen gemengd met werkfuncties. De wijk Goffert is een konglomeraat van (kleine) woongebiedjes, stukken bedrijventerrein en recreatiegebied. Heyendaal heeft aan de noordkant enkele (nieuwe) woongebieden, maar wordt verdere gedomineerd door de Universiteit en het Radboudziekenhuis. Zwanenveld heeft een woonfunctie, maar deze wordt gekombineerd met de functie als Stadsdeelcentrum.

Tabel 2.1 Overzicht aantallen vestigingen naar bedrijfssector en lokatie binnen Nijmegen (op basis van enquête, opgehoogd naar totale populatie)

bedrijfssector	Centrum	woonwijken Oud	woonwijken nieuw	gemengde gebieden	bedrijven- terreinen	Nijm.- Noord	totaal
productie-reparatie	50	110	100	50	120	50	480
bouw	<10	70	120	20	40	20	280
groothandel-transport	60	60	90	60	160	60	480
detailhandel	440	290	160	140	20	30	1080
horeca	210	120	80	10	<10	10	440
bank-verzek.-zakel.dienstverl.	200	260	270	120	50	40	930
overheid	30	10	<10	<10	<10	<10	50
onderwijs	10	80	70	30	10	<10	210
gezondheidszorg	20	160	90	20	<10	<10	300
sociale dienstverlening *	100	240	170	40	20	<10	570
overige dienstverlening **	50	60	70	20	<10	10	230
<b>totaal</b>	<b>1160</b>	<b>1460</b>	<b>1220</b>	<b>520</b>	<b>440</b>	<b>250</b>	<b>5040</b>

\* Voorbeelden van bedrijven en instellingen in de sociale dienstverlening zijn kinderopvang, parochies, sportaccomodaties, danscentra, ideële instellingen, wijkcentra en diverse soorten commerciële bureaus (tekstbureaus, productie, etc.)

\*\* Voorbeelden van overige dienstverlening zijn: kappers, diverse dienstverlening m.b.t. lichaamsverzorging, schoonmaakbedrijven, fotografen.

De aantallen in de tabellen 2.1 en 2.2. zijn ontleend aan de enquête en vanuit de steekproef opgehoogd naar de totale populatie. De onderzoeksresultaten worden verder beschreven aan de hand van deze opgehoogde aantallen (voor de 250 bedrijven uit Nijmegen-Noord gebeurt dit apart in hoofdstuk 11).

*Kaart Gebiedstypologie bedrijvigheid Nijmegen*



Tabel 2.2 Overzicht aantallen werknemers naar bedrijfssector en lokatie binnen Nijmegen  
(op basis van enquête, opgehoofd naar totale populatie)

bedrijfssector	Centrum	woonwijken Oud	woonwijken nieuw	gemengde gebieden	bedrijven- terreinen	Nijm.- Noord	totaal
productie-reparatie	150	1500	450	9650	4200	500	16000
bouw	<100	350	950	450	1150	150	3000
groothandel-transport	1900	250	500	800	3100	350	6900
detailhandel	2300	1850	1050	1250	200	<100	6700
horeca	1700	350	350	<100	100	<100	2700
bank-verzek.-zakel.dienstverl.	1900	2050	600	850	2900	200	8500
overheid	3500	750	100	250	300	-	4900
onderwijs	250	2300	1800	6350	250	<50	10900
gezondheidszorg	<100	2300	400	8450	<100	<100	11400
sociale dienstverlening *	1000	2500	2100	900	350	<100	6900
overige dienstverlening **	150	150	400	100	<100	<50	900
<b>totaal</b>	<b>13000</b>	<b>14300</b>	<b>8600</b>	<b>29150</b>	<b>12650</b>	<b>1550</b>	<b>79300</b>

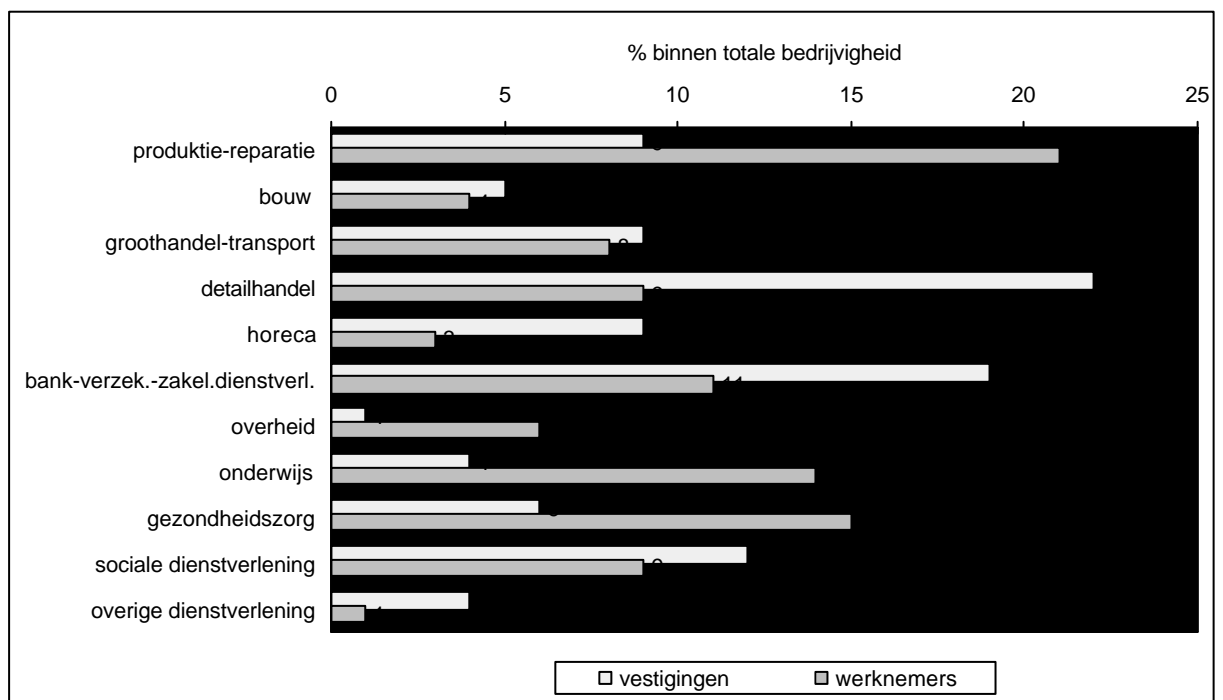
## 2.2 ENKELE NADERE TYPERINGEN

Op basis van de tabel en de figuren zijn enkele typering te geven van de Nijmeegse bedrijvigheid:

### Totale bedrijvigheid

- In Nijmegen (excl. Nijmegen-Noord) bevinden zich ongeveer 4800 vestigingen van bedrijven en instellingen. Hierbinnen zijn zo'n 78.000 mensen werkzaam, waarvan 11 à 12.000 in een parttimebaan van minder dan 15 uur. Deze aantallen zijn berekend op basis van de enquête-resultaten, maar liggen in de buurt van de aantallen uit de statistieken (m.n. die op basis van de Provinciale Werkgelegenheidsenquête).

Figuur 2.1 Verdeling bedrijven en instellingen naar sectoren



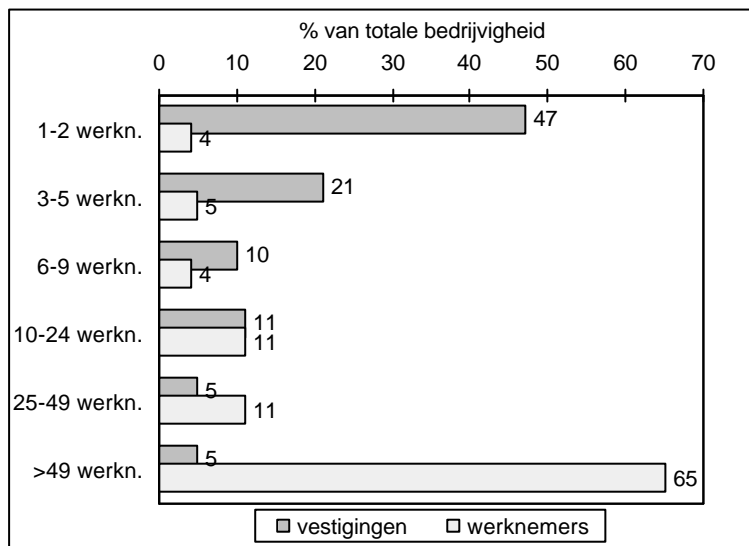
### Verdeling naar bedrijfssectoren

- Als het gaat om de aantallen vestigingen zijn de detailhandel en de zakelijke dienstverlening (incl. banken en verzekering) de grootste economische sectoren. Kijk je naar het aantal werknemers, dan is de sector productie-reparatie het belangrijkste, gevolgd door onderwijs en gezondheidszorg (fig. 2.1.).

### De grootte van de bedrijven

- De kleine bedrijven (met 1 en 2 werknemers) maken bijna de helft uit van de Nijmeegse bedrijvigheid, maar in termen van werkgelegenheid gaat het slechts om 4% (figuur 2.2). Andersom beslaan de grote bedrijven (meer dan 49 werknemers) 5% van het aantal vestigingen (ruim 200), maar deze zijn goed voor zo'n 65% van de werkgelegenheid. Een aanzienlijk deel hiervan nemen de Universiteit, de beide ziekenhuizen en Philips voor hun rekening (circa 17.000).

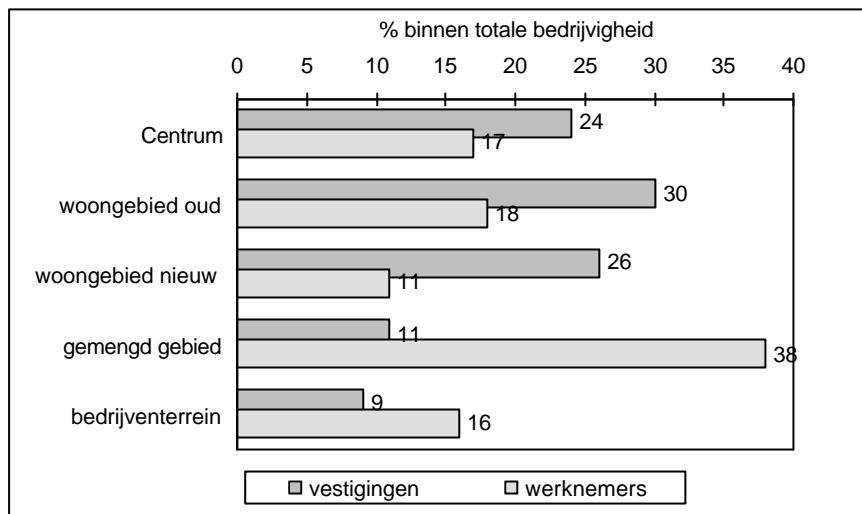
Figuur 2.2 Verdeling bedrijven en instellingen naar grootte



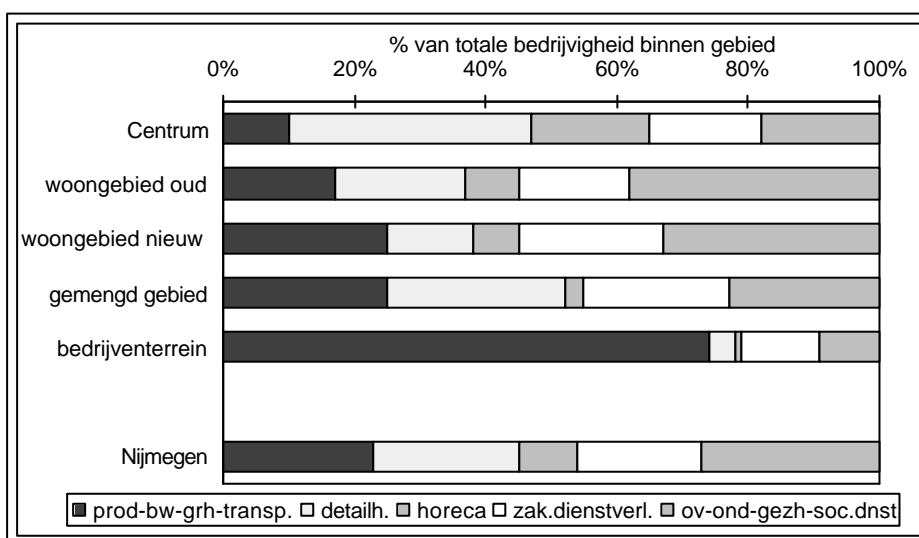
### De spreiding over de stad

- In het Centrum is een kwart van de Nijmeegse bedrijvigheid gevestigd. In arbeidsplaatsen uitgedrukt is het aandeel lager (17%, figuur 2.3).
- Meer dan de helft van de bedrijven en ondernemingen is gevestigd in woonwijken. Hun aandeel in de werkgelegenheid is geringer: 30%.
- In de gemengde gebieden en op de bedrijventerreinen bevinden zich minder vestigingen, maar het aandeel in de werkgelegenheid is veel substantiëler: 17% op de bedrijventerreinen en maar liefst 36% in de gemengde gebieden (vooral vanwege de zojuist genoemde grotere instellingen en bedrijven in de wijken Heyendaal en Goffert).
- In figuur 2.4 zijn de 11 onderscheiden bedrijfssectoren nader gegroepeerd. Duidelijk blijkt de sterke positie van de detailhandel in het Centrum. In de woongebieden zijn onderwijs, gezondheidszorg en sociale dienstverlening relatief sterk vertegenwoordigd. In de gemengde gebieden valt het relatief grote aantal vestigingen in de detailhandel en zakelijke dienstverlening op. Op de bedrijfsterrinen bestaat 75% van de bedrijvigheid uit vestigingen in de productie, bouw en met name groothandel+transportvestigingen (resp. 28, 10 en 37%).

Figuur 2.3. Verdeling bedrijven en instellingen naar gebieden



Figuur 2.4. Verdeling vestigingen per gebied naar sectoren

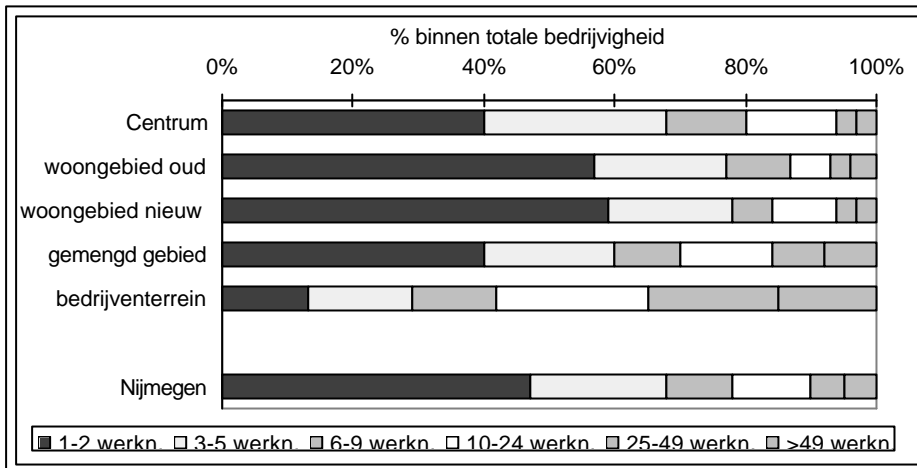


- Deze spreiding naar soort bedrijvigheid weerspiegelt zich deels ook in de omvang van de vestigingen per gebied (figuur 2.5). Bijna 70% van de een- en tweepersoonsbedrijven bevindt zich in de woongebieden. De grotere en grootste bedrijven zijn het sterkst vertegenwoordigd op de bedrijventerreinen.

#### Hoofd- en nevenvestigingen

- Bij ruim 20% van de vestigingen betreft het nevenvestigingen en bij 10% om hoofdvestigingen (met nevenvestiging(en) elders). Tweederde is dus een zelfstandige vestiging zonder nevenvestiging. Het aandeel nevenvestigingen is het grootst in het Centrum (24%), de Bedrijventerreinen (25%) en vooral de gemengde gebieden (35%). Van de nevenvestigingen heeft de helft de hoofdvesting in Nijmegen (36%) of de regio (14%), en de helft in de rest van Nederland of het buitenland (4%).

Figuur 2.5. Verdeling vestigingen per gebied naar grootte



- Het grote aandeel zelfstandige vestigingen in de Nijmeegse bedrijvigheid komt vooral voor rekening van de kleine bedrijven: meer dan 55% van de zelfstandige vestigingen in Nijmegen zijn 1- en 2-persoonsbedrijven (in totaal bijna 2000).  
Naar bedrijfssector bezien is het aandeel nevenvestigingen het grootst in de groothandel-transport, detailhandel, overheid en onderwijs en de sociale dienstverlening.

### Huisvesting

- Veel bedrijven en instellingen zijn gevestigd in kantoorpanden (14%), produktiehallen of werkplaatsen (13%, vaak in combinatie met een kantoorgedeelte) en winkels (22%). Opvallend is het grote aandeel vestigingen in woningen (34%).
- Per gebied zijn er uiteraard flinke verschillen. In het Centrum bedraagt het percentage winkels meer dan 40. Op de bedrijventerreinen gaat het in twee derde van de gevallen om fabriekshallen en werkplaatsen. In de woongebieden bestaat 45% van de bedrijven uit vestigingen in woningen
- Ruim de helft van de bedrijfspanden (54%) betreft huurpanden. Ver boven dit gemiddelde is het aandeel huurpanden in het Centrum (77%) en de horecasector (83%). Kategorieën waar het bedrijf of de instelling vaker dan gemiddeld eigenaar is van het pand zijn de productie-reparatie, bouw en groothandel-transport, het onderwijs en de gezondheidszorg, maar ook de bedrijven met meer dan 25 werknemers (50 tot ruim 60%).

### 3. DE WAARDERING VAN DE BEDRIJFSOMGEVING

#### 3.1 BELANG EN WAARDERING VAN BEDRIJFSOMGEVINGSKENMERKEN

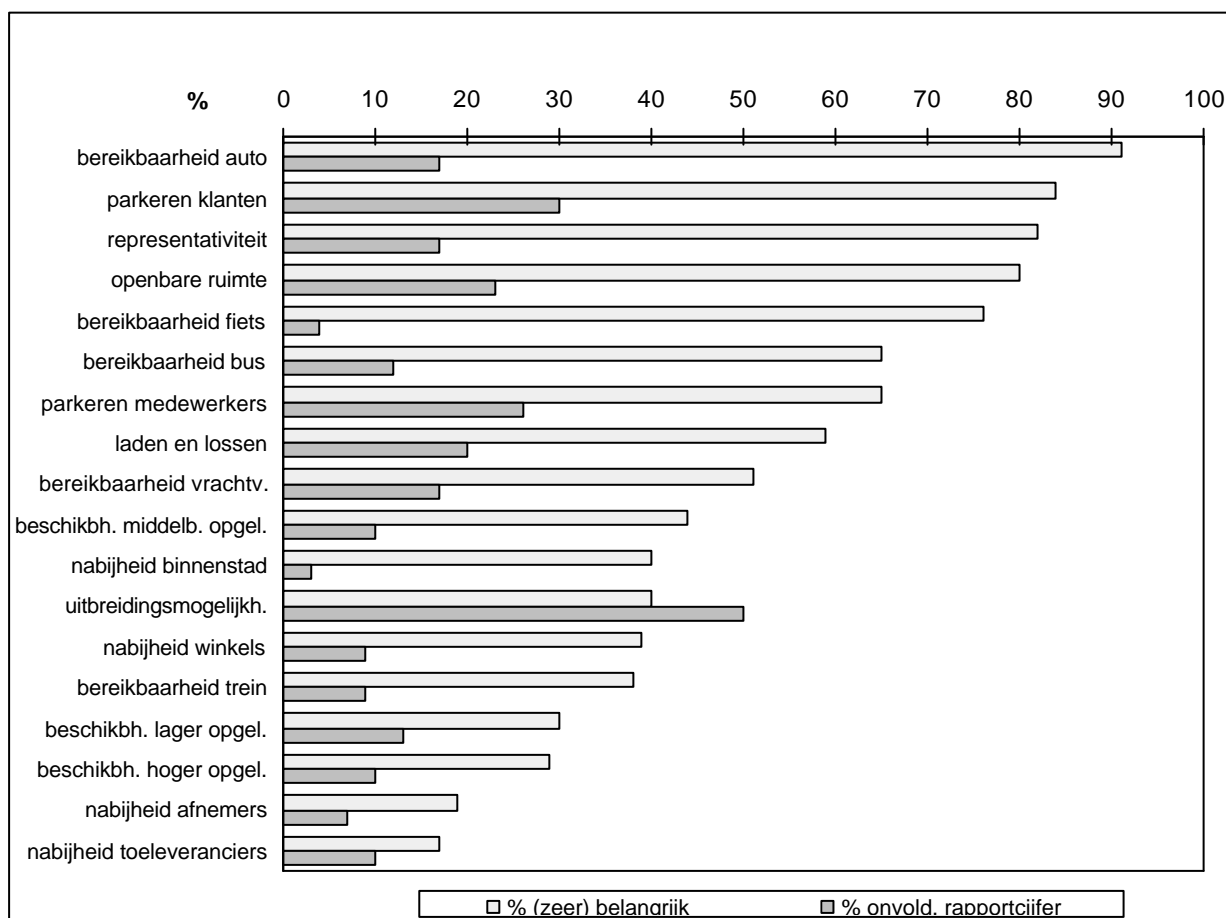
Aan alle geënquêteerde bedrijven zijn 18 aspecten van de bedrijfsomgeving voorgelegd. Per aspect moest worden aangegeven of men het voor het eigen bedrijf een *zeer belangrijk*, *belangrijk* of *niet belangrijk* aspect vond. Vervolgens moest voor de aspecten die men belangrijk of zeer belangrijk vond een rapportcijfer worden gegeven ter waardering van de huidige situatie.

Over alle onderzochte vestigingen van de hele stad bezien worden verkeersaspecten (bereikbaarheid, parkeren) en de kwaliteit van de openbare ruimte (wegen, straatinterieur, groen, visuele kwaliteit, overzichtelijkheid, ontbreken afval en beschadigingen) als de belangrijkste kenmerken van de bedrijfsomgeving gezien. Het belang van de bereikbaarheid per fiets blijft daarbij niet ver achter.

In figuur 3.1 is dit goed te zien. Hierin zijn de omgevingskenmerken gerangschikt naar het belang dat er door de Nijmeegse bedrijven en instellingen aan wordt gehecht. De bereikbaarheid per auto en de parkeermogelijkheden voor klanten scoren daarbij net iets hoger dan representativiteit en de kwaliteit van de openbare ruimte. Het aandeel bedrijven en instellingen dat deze kenmerken een hoog gewicht toekent loopt op tot 80 à 90%.

Daarnaast is aangegeven welk aandeel van de bedrijven die een aspect (zeer) belangrijk vinden voor de huidige situatie een onvoldoende gaven. Veel van de belangrijk gevonden

*Figuur 3.1 Belang omgevingsaspecten + waardering bedrijven die het aspect belangrijk vinden\**



\* Voorbeeld bij het lezen van de figuur: ruim 90% van de bedrijven vindt de bereikbaarheid per auto voor het eigen bedrijf

(zeer) belangrijk; van deze groep waardeert 17% de huidige situatie met een rapportcijfer lager dan een 6. Omgevingsaspecten scoren daarbij relatief ongunstig. Het sterkst geldt dit voor het aspect parkeermogelijkheden voor klanten. Stedelijk gezien kent (zo'n 30%) van alle bedrijven die parkeermogelijkheden een (zeer) belangrijk aspect van de bedrijfsomgeving vinden een onvoldoende toe (d.w.z. een rapportcijfer dat lager is dan 6). Maar ook de andere verkeersaspecten en de representativiteit en kwaliteit van de openbare ruimte krijgen verhoudingsgewijs vaak een onvoldoende (zo'n 20 tot 25%).

Het meest opvallend is de ontevredenheid met de uitbreidingsmogelijkheden. Voor bijna 40% van de bedrijven gaat het hierbij om een belangrijk of zeer belangrijk punt en meer dan de helft van deze bedrijven vindt de mogelijkheden onvoldoende.

Tabel 3.1. *Kategorieën met bovengemiddelde ontevredenheid op omgevingskenmerken\**

	<b>bedrijfssectoren</b>	<b>grootteklassen</b>	<b>gebieden</b>
bereikbaarheid auto	>> detailhandel >> horeca		>> centrum
parkeren klanten	>> horeca >> detailhandel > onderwijs	> 3-5 > 6-9	>> centrum
representativiteit	> detailhandel > horeca > onderwijs	> 3-5	>> centrum > bedrijventerreinen
openbare ruimte	>> detailhandel > horeca > onderwijs	> 3-5	>> centrum > bedrijventerreinen
bereikbaarheid fiets			
bereikbaarheid bus	>> grooth.-transport > prod.-reparatie > gezondheidszorg	> 25-49 > >49	>> bedrijventerreinen
parkeren medewerkers	>> detailhandel >> horeca > onderwijs > overige dienstv.	> 6-9 > 10-24	>> centrum >> gemengde gebieden
laden en lossen	>> horeca		>> centrum
bereikbaarheid vrachtv.	> horeca > prod.-reparatie > detailhandel	> 6-9	>> centrum
beschbh. middelb. opgel.	>prod.-reparatie	> 25-49	> bedrijventerreinen
nabijheid binnenstad			
uitbreidingsmogelijkh.	>> onderwijs	> 6-9 > 10-24 > 25-49	>> bedrijventerreinen > centrum
nabijheid winkels	> detailhandel		> gemengde gebieden
bereikbaarheid trein	> onderwijs		> bedrijventerreinen
beschikbh. lager opgel.	> bouw > prod.-rep. > grooth.-transp.	> 25-49 > >49	> bedrijventerreinen
beschikbh. hoger opgel.	> onderwijs	> 25-49	
nabijheid afnemers			
nabijheid toeleveranciers			

\*>> sterk bovengemiddeld; > enigszins bovengemiddeld

Voor wat betreft de overige kenmerken uit de figuur geldt, dat het percentage ontevreden bedrijven geringer is. Dat hoeft niet te betekenen, dat er geen serieuze problemen bestaan. In eerste instantie kan dit blijken uit een nadere analyse van het belang en de tevredenheid per gebied, grootteklasse en bedrijfssector. Daarbij kan ook tot uiting komen, dat de zojuist geconstateerde grotere ontevredenheid over verkeer en openbare ruimte in bepaalde categorieën of gebieden sterker is dan in andere.

Enkele specifieke zaken die er uitspringen bij deze analyse zijn de volgende (zie ook tabel 3.1.):

- In het algemeen is de ontevredenheid over omgevingskenmerken het grootst in het Centrum van de stad, en in samenhang daarmee vooral bij de detailhandel en horeca. Dit geldt in feite voor alle vier genoemde aspecten waaraan, op stedelijke schaal, het meeste belang aan wordt toegekend: de bereikbaarheid per auto, de parkeermogelijkheden voor klanten, en de representativiteit en kwaliteit van de omgeving.
- Andere categorieën die op deze vier kenmerken negatiever scores zijn m.n. de onderwijsinstellingen en de vestigingen op de bedrijventerreinen.
- Ook enkele andere verkeersaspecten (parkeren medewerkers, bereikbaarheid vrachtverkeer, laden en lossen) blijken vooral voor de bedrijven in het centrum een probleem te vormen.
- De waardering voor de bereikbaarheid per bus valt voor bepaalde sectoren (groothandel-transport, productie-reparatie, gezondheidszorg) en voor de bedrijventerreinen minder goed uit.
- Iets meer dan gemiddeld zijn de grotere bedrijven en bedrijven op bedrijventerreinen ontevreden over de mogelijkheden middelbaar en lager opgeleid personeel te vinden.
- Het gevoelde tekort aan uitbreidingsmogelijkheden is breed verspreid, maar springt er in het onderwijs en op de bedrijventerreinen ietwat sterker uit.

## **3.2 AANPAKPRIORITEITEN BEDRIJFSOMGEVING**

### **Toegevoegde omgevingskenmerken**

Tot nu toe is in dit hoofdstuk ingegaan op het belang en de beoordeling die de Nijmeegse bedrijven en instellingen toekennen aan een aantal in het enquêteformulier voorgelegde omgevingskenmerken. De geënquêteerde vestigingen konden ook zelf omgevingskenmerken toevoegen en daar een rapportcijfer aan toekennen.

Dit is door een kleine minderheid van de respondenten daadwerkelijk gedaan (8%).

Het aspect dat het meest daarbij is opgevoerd is criminaliteit en vandalisme (nl. een vijfde van de bedrijven die een aspect toevoegden).

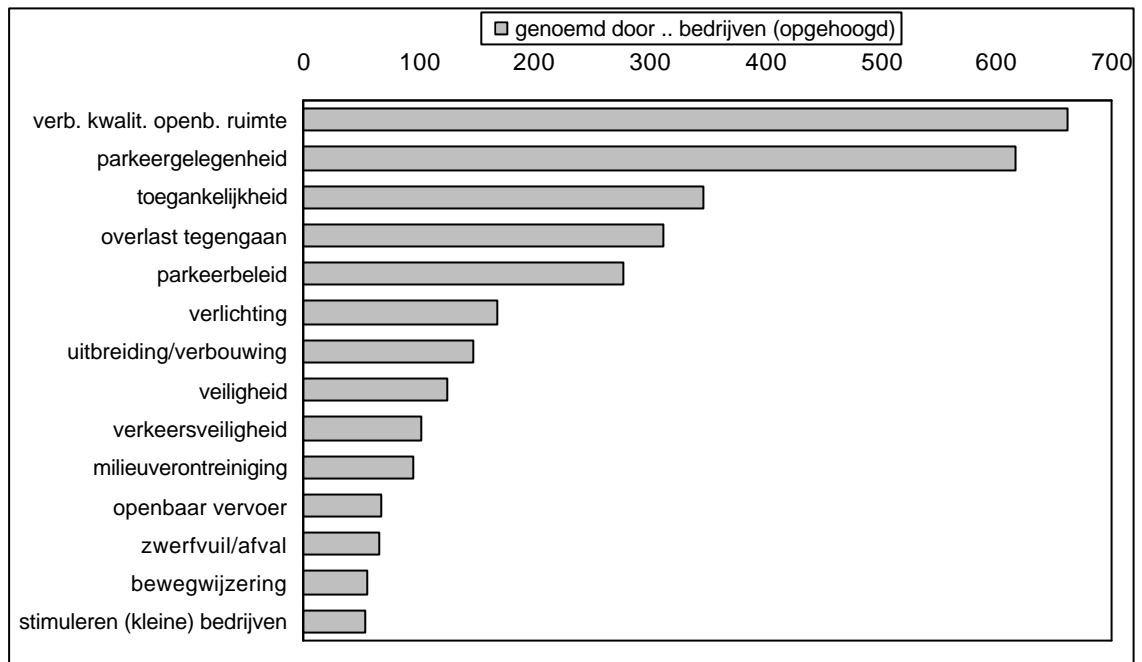
Andere aspecten die relatief vaak werden toegevoegd waren: het parkeerbeleid, bereikbaarheid in het algemeen en een prettige en afwisselende buurt.

### **Aspecten in de bedrijfsomgeving die door de gemeente met prioriteit aangepakt moeten worden**

Daarnaast was er een tweede, aanvullende manier om een mening te geven over concrete zaken uit de bedrijfsomgeving. De bedrijven konden namelijk aangeven of er zaken in de bedrijfsomgeving speelden die de gemeente met voorrang zou moeten aanpakken. Door meer dan de helft van alle bedrijven in Nijmegen (circa 54%) is van deze mogelijkheid gebruik gemaakt; door de bedrijven in het Centrum voor meer dan 70%.

In figuur 3.2. is te zien welke maatregelen het vaakst zijn genoemd. Ook nu zijn het weer de verkeers- en openbare ruimte aspecten die overheersen, gevolgd door aspecten van veiligheid en overlast. Voorts zijn ook verlichting, uitbreidings/verbouwmogelijkheden en milieuverontreiniging veel genoemde prioriteiten.

Figuur 3.2. Aan te pakken zaken door gemeente



Van de belangrijkste zaken in de bedrijfsomgeving die de gemeente zou moeten aanpakken worden hieronder als voorbeeld enkele items genoemd, zoals die door respondenten zijn aangedragen.

- **Openbare ruimte**

Bij de gemeentelijke aanpak van de openbare ruimte wordt gedacht aan het verbeteren van het aanzicht van de straat, het verbeteren van allure en uitstraling (bijv. van de winkels en winkelgebieden), het schoonhouden van de bedrijfsomgeving en het tegengaan van verloedering. Ook komen meer onderhoudstechnische zaken aan de orde, zoals het onderhoud en egaliseren van trottoirs, het verbeteren van de bestrating, het uitbreiden van stallingsmogelijkheden voor fietsen, etc. Regelmatig worden daarbij concrete straten genoemd (een voorbeeld van een vaker genoemde straat waar de onderhoudssituatie verbeterd moet worden is de Ambachtsweg).

- **Verkeersaspecten**

Bij verkeer worden uiteenlopende thema's genoemd zoals: overlast vanwege drukte, verkeersveiligheid (hard rijden, onveilige situaties), fietsroutes, bereikbaarheid (Centrum, bedrijventerreinen), doorstroming/filevorming, verkeersregulering, al dan niet afsluiting van het Centrum, ontsluiting bedrijventerreinen, verbetering bewegwijzering, enz.

Dit soort punten wordt relatief vaak genoemd voor lokaties in de woongebieden (Oud-West) en bedrijventerreinen in de westelijke stadsdelen.

Bij parkeren gaat het om parkeergelegenheid, parkeerbeleid, parkeertarieven, parkeervergunningen, parkeeroverlast, parkeergarages, parkeermeters, etc. in allerlei vormen en nuances, op uiteenlopende lokaties en in relatie tot diverse groepen (werknemers, patiënten, gehandicapten, zakenrelaties).

- **Veiligheid en criminaliteit**

Een thema dat ook vaak naar voren wordt gebracht als een taak voor de gemeente is de bestrijding van overlast en onveiligheid, zowel in het centrum als in de oude en nieuwe woongebieden, en in iets mindere mate de bedrijventerreinen en gemengde gebieden. Naast algemene bewoordingen (bevorderen veiligheid, tegengaan criminaliteit en overlast) worden hierbij meer specifieke veiligheidsitems en bijbehorende lokaties genoemd (bijv. overlast door jongeren, nadelige effecten



hangplekken, effecten drugsgebruik, junks in parkeergarages, urineren op straat, vormen van vandalisme, vormen van criminaliteit op industrieterreinen, overlast andere bedrijven).

### **Gemeentelijke aanpakprioriteiten bedrijfsomgeving naar bedrijfssectoren en gebieden**

Enkele opvallende zaken die naar voren komen wanneer de bovengenoemde aanpakprioriteiten worden beschouwd per bedrijfssektor of gebiedstype zijn:

- Nogal wat nadruk op toegankelijkheid, verkeersveiligheid, openbaar vervoer en kwaliteit van de openbare ruimte wordt gelegd vanuit de ondernemingen op de bedrijventerreinen.
- Voor voldoende parkeergelegenheid wordt niet alleen aandacht gevraagd vanuit het Centrum, maar ook vanuit de oude woonwijken (terwijl de waardering voor de huidige parkeersituatie daar gemiddeld niet negatiever was).
- De bedrijven in het Centrum en in de gemengde gebieden (Heyendaal, Goffert) benoemen het parkeerthema veelal via een wens tot aanscherping/bijstelling van het parkeerbeleid.
- Behalve in het centrum wordt ook in de woonwijken (m.n. de nieuwere, maar ook de oudere) aandacht gevraagd voor de kwaliteit van de openbare ruimte. Naar verhouding veel bedrijven en instellingen in deze gebieden dringen aan op aanpak door de gemeente, terwijl dit nog niet echt doorklonk in negatieve waarderings van de huidige situatie op dit punt. Voorts brengen relatief veel bouwbedrijven en instellingen in de gezondheidszorg dit punt naar voren.

In het onderzoek zijn door de respondenten veel (kwalitatieve) opmerkingen gemaakt, veelal ook in relatie tot specifieke detailonderwerpen en gericht op specifieke lokaties (hinder van een bepaald bedrijf, een verkeersonveilige situatie op een bepaalde plek, ruimtelijke problemen in bepaalde gebieden of blokken).

Het onderzoeksmateriaal kan bij het zoeken en aanpakken van dergelijke knelpunten op kleinere schaal worden ingezet. In de volgende paragraaf gebeurt dit indicatief op een lager geografisch niveau, nl. dat van de wijk.

### **3.3 ENKELE BEVINDINGEN OP WIJKNIVEAU**

Elk van de 5 onderscheiden gebiedstypen bestaat uit een aantal (statistische) wijken. Een volledige analyse op wijkniveau is vanwege de beperkte aantallen enquêtes per wijk statistisch niet betrouwbaar. Niettemin kunnen op basis van een combinatie van enquêteresultaten wel enkele indicaties worden gegeven:

#### **Centrum**

Het betreft eigenlijk twee wijken: het (eigenlijke) stadscentrum en de Benedenstad, ingeklemd tussen centrum en Waal. In het algemeen is het totaaloordeel over de bedrijfsomgeving in het stadscentrum wat negatiever dan dat van de (ruim 100) bedrijven in de Benedenstad. Daarbij worden m.n. de parkeermogelijkheden voor medewerkers en de kwaliteit van de openbare ruimte nog het vaakst negatief beoordeeld.

In vergelijking tot het Stadscentrum worden in de Benedenstad de toegankelijkheid voor de auto, de parkeermogelijkheden voor klanten en de uitbreidingsmogelijkheden enigszins negatiever ingeschat.

#### **Oude woongebieden**

Van de 11 wijken in de oude woongebieden springen over de hele linie gezien er twee wijken uit met een negatiever oordeel over de bedrijfsomgeving, nl. Bottendaal in het stadsdeel Oud-Oost en Wolfskuil in Oud-West.

Met name heeft deze ontevredenheid te maken met het gebrek aan representativiteit en kwaliteit van de openbare ruimte en met te beperkte uitbreidingsmogelijkheden.

Daarnaast speelt in Bottendaal de parkeerproblematiek een negatieve rol, evenals in enkele andere wijken van Oud-Oost, m.n. Altrade en Hunnerberg, en in mindere mate ook Galgenveld.

Verschillende andere wijken geven op uiteenlopende punten ook aanpakprioriteiten aan, zoals Willemskwartier, Hengstdal, St. Anna en Hazenkamp, veelal te maken hebbend met verkeers- en parkeerproblematiek, en soms ook andere zaken, zoals milieuverontreiniging (Wolfskuil).

### **Nieuwe woongebieden**

Binnen dit gebiedstype zijn de verschillen in waardering van de bedrijfsomgeving niet enorm. In enkele van de 16 wijken in dit gebiedstype worden de representativiteit en kwaliteit van de openbare ruimte iets minder gewaardeerd dan gemiddeld in dit gebied. Dit geldt voor Heseveld, Lankforst, Malvert en de Ackerbuurten in Lindenholt. In andere wijken zijn iets meer bedrijven die gewag maken van parkeerproblematiek (Hatertse Hei, Hatert, Heseveld).

Op de vragen naar de totale tevredenheid en naar de aanpakprioriteiten voor de gemeente geven ook wel andere wijken op uiteenlopende punten blijk van iets lagere waarderingen.

### **Gemengde Gebieden**

In hoofdstuk 2 is de bijzondere samenstelling van dit gebiedstype reeds uiteengezet. Naast een drietal heel kleine wijken met een eigen karakter (Ooysche Schependom, Vogelenzang en Staddijk), met in totaal slechts enkele tientallen bedrijven, zijn in dit gebiedstype 4 grotere wijken onderscheiden:

- Goffert (met daarbinnen o.a. het bedrijventerrein Winkelsteeg en het Canisius Wilhelmina Ziekenhuis);
- Heyendaal (met daarbinnen de Universiteitsvestigingen en het Radboud Ziekenhuis);
- Biezen, een oude woonwijk (volkswijk), in sterke mate gemengd met werkfuncties;
- Zwanenveld, een woonwijk in het zeventiger jaren stadsdeel Dukenburg, met daarbinnen het Stadsdeelcentrum (waaronder winkelcentrum) Dukenburg.

In de ogen van de bedrijven en instellingen zijn het Biezen en Zwanenveld die qua bedrijfsomgeving het vaakst knelpunten opleveren. In het algemeen worden vanuit deze twee wijken de meeste prioriteiten voor gemeentelijke aanpak aangegeven.

In Zwanenveld betreft het in hoge mate de parkeerproblematiek. Voor de parkeermogelijkheden voor klanten wordt even vaak een onvoldoende gegeven als in het Stadscentrum, voor de parkeermogelijkheden voor medewerkers zelfs vaker.

In de wijk Biezen is de totale tevredenheid met de bedrijfsomgeving geringer. Dit ligt aan meerdere factoren. O.a. wordt door nogal wat bedrijven een negatief oordeel gegeven over de kwaliteit van de openbare ruimte.

### **Bedrijventerreinen**

Binnen deze gebiedskategorie bevinden zich naast de relatief kleine wijk Neerbosch-West en het aan het begin van zijn ontwikkeling staande bedrijventerrein Bijsterhuizen 3 grotere bedrijvengebieden: het Haven- en Industrierrein en Westkanaaldijk (met relatief "zware" bedrijvigheid) en de wijk 't Bos (met daarop het nieuwere bedrijventerrein Kerkenbosch voor lichtere industrie en kantoorfuncties).

Wat betreft de representativiteit en kwaliteit van de openbare ruimte wordt het Haven- en Industrierrein door nogal wat hier gevestigde bedrijven negatief beoordeeld. De tevredenheid over de totale bedrijfsomgeving in dit gebied is evenzo geringer. Ook zijn er bedrijven die vinden dat er iets aan de verkeersveiligheid moet worden gedaan.

Maar ook vanuit de andere twee onderscheiden bedrijventerreinen worden aanpakprioriteiten voor de bedrijfsomgeving genoemd.

Vanuit Westkanaaldijk gaat het daarbij om verbetering van de bereikbaarheid per bus en de kwaliteit van de openbare ruimte.

Voor diverse bedrijven in Kerkenbosch zou de toegankelijkheid voor auto's moeten worden verbeterd. Tevens zijn er bedrijven die aandringen op maatregelen t.a.v. verlichting, de bereikbaarheid per bus en de kwaliteit van de openbare ruimte.

### 3.4 TOTAALoordeel BEDRIJFSOMGEVING

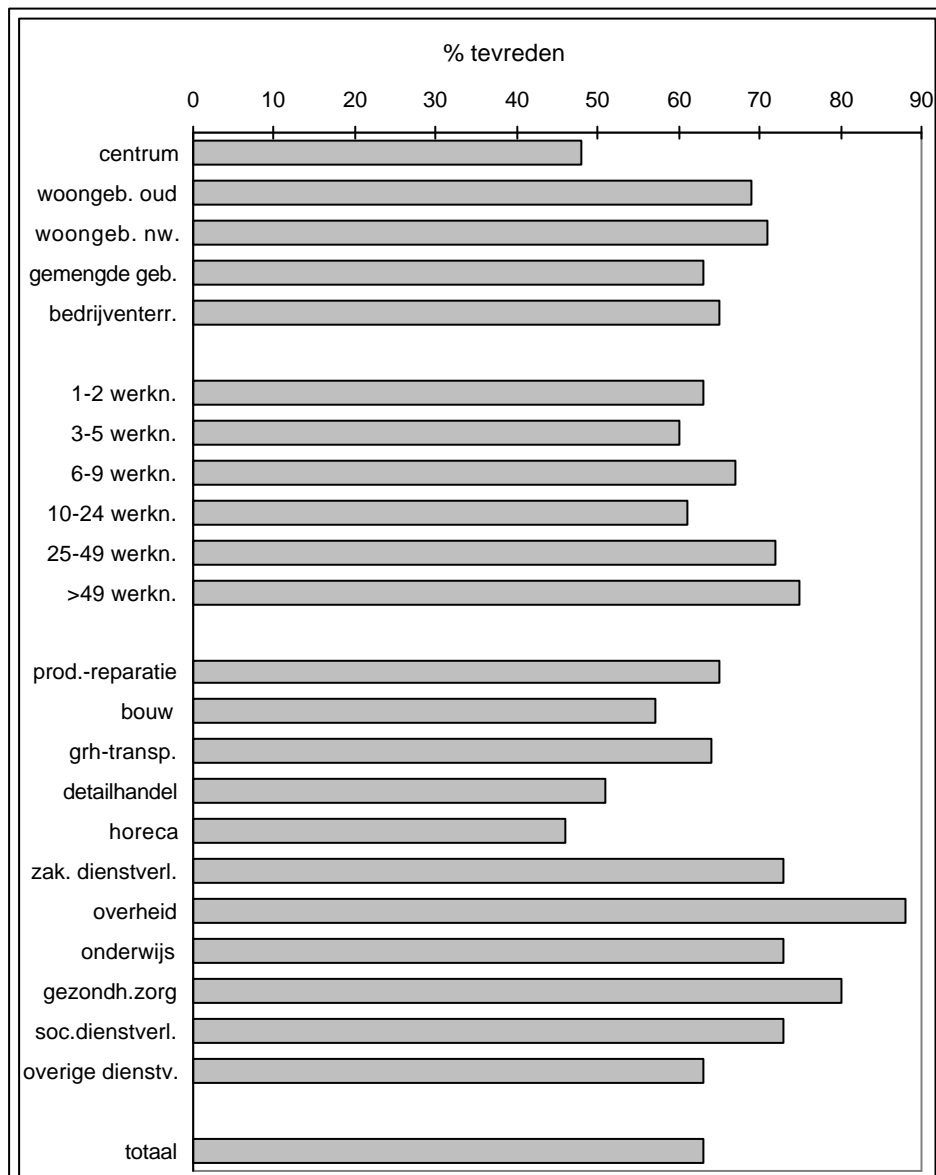
Tot nu toe is vooral ingegaan op afzonderlijke kenmerken van de bedrijfsomgeving. In de enquête is ook gevraagd een totaaloordeel (*Bent u, alles bij elkaar genomen, tevreden met de directe omgeving van uw bedrijf?*).

Ondanks de onvoldoendes die eerder gegeven zijn op afzonderlijke aspecten en de genoemde zaken waar de gemeente zich (meer) op zou moeten richten, blijkt een ruime meerderheid tevreden of zeer tevreden te zijn met de directe omgeving van het bedrijf (63%, fig. 3.4).

Het wekt geen verbazing, dat dit voor de bedrijven in het Centrum aanmerkelijk lager ligt (48%).

Van de andere kant vallen de hoge tevredenheidsscores op van de bedrijven in de woongebieden, de grote bedrijven en de bedrijven en instellingen in de sectoren dienstverlening, overheid, onderwijs en gezondheidszorg.

Figuur 3.3 Totaalwaardering bedrijfsomgeving



### **3.5 KONKLUSIES M.B.T. DE WAARDERING VAN DE BEDRIJFSOMGEVING:**

- Autobereikbaarheid, parkeren en de kwaliteit/representativiteit van de openbare ruimte vormen, met name in het stadscentrum, de thema's die én het belangrijkste worden gevonden én de meeste ontevredenheid teweeg brengen.
- Voor de bedrijven en instellingen waarvoor uitbreidingsmogelijkheden van belang zijn is de relatieve ontevredenheid echter nog groter. In hoofdstuk 5 (*Plannen*) wordt hier verder op ingegaan.
- Uit de open vragen blijkt, dat ook voor thema's als overlast, veiligheid, criminaliteit en vandalisme veel aandacht wordt gevraagd.
- Voor bepaalde categorieën en gebieden spelen specifieke aandachtspunten, bijv. m.b.t. de beschikbaarheid van personeel en de bereikbaarheid per bus.
- De algemene tevredenheid in Nijmegen met de bedrijfsomgeving is, gegeven de voornoemde ontevredenheden, vrij hoog (63%), m.u.v. het centrum dat hierbij aanzienlijk achter blijft (48%).

## 4. VESTIGINGSPERIODEN EN -MOTIEVEN

### 4.1 VESTIGINGSPERIODEN

Het overzicht over de vestigingsperioden van de Nijmeegse bedrijven en instellingen geeft een indruk van dynamiek. Een belangrijk deel van de huidige vestigingen zit namelijk nog maar vrij recent op het huidige adres: 16% heeft zich gevestigd in de jaren 1996 en 1997, nog eens zo'n 22% in de vier jaar daaraan voorafgaand. Minder dan een kwart zat er al voor 1981.

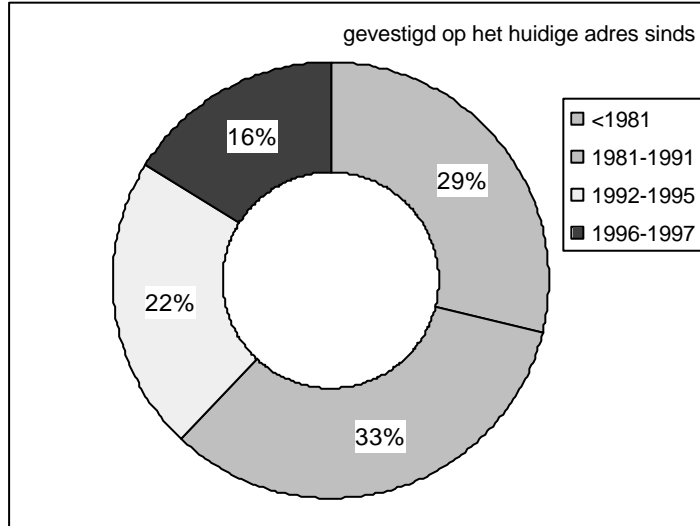
In figuur 4.2. is te zien, dat zich met name onder de kleinste bedrijven en op de bedrijventerreinen veel recente vestigingen bevinden. Naar sector gaat het vooral om de bouw, groothandel-transport en de zakelijke dienstverlening.

Al bij al hebben zich dus zo'n 1800 bedrijven en instellingen vanaf 1992 gevestigd op de huidige plaats. Aan deze recente vestigingen zijn vragen voorgelegd over de achtergrond (startend of bestaand bedrijf) en naar de redenen waarom men koos voor Nijmegen én voor de huidige lokatie binnen Nijmegen. Ook is gevraagd naar de medewerking van de gemeente bij de vestiging.

Bij meer dan de helft van die vestigingen sinds 1992 gaat het om tevoren reeds elders bestaande bedrijven of instellingen. Het sterkst geldt dit voor de bedrijventerreinen, waar slechts 22% van de recente vestigingen een echt nieuw, startend bedrijf was.

Van de circa 800 "echte" starters sinds 1992 bestaat driekwart uit 1- en 2-persoonsbedrijven.

*Figuur 4.1 Vestigingsperiode Nijmeegse bedrijven en instellingen*

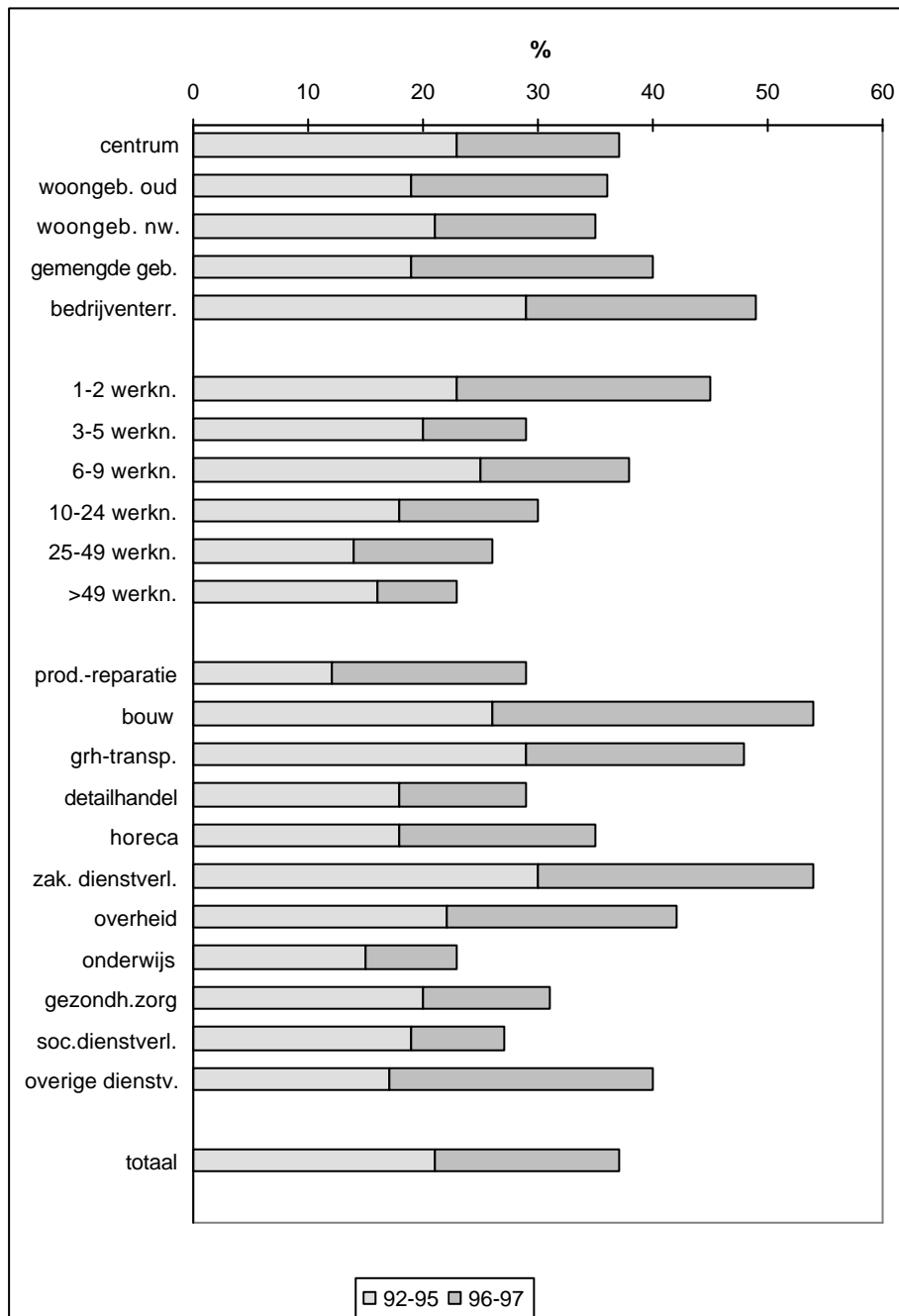


### 4.2 WAAROM HEEFT MEN NIJMEGEN ALS VESTIGINGSPLAATS GEKOZEN?

Ongeveer driekwart van de recente vestigingen had specifieke redenen om Nijmegen als vestigingsplaats te kiezen. Voor de bedrijven in het centrum en m.n. de grotere vestigingen en vestigingen op de bedrijventerreinen geldt dit nog vaker.

Het belangrijkste vestigingsmotief is de aanwezigheid van een geschikte/gunstige lokatie, genoemd door 43% van de bedrijven met specifieke vestigingsmotieven voor Nijmegen (figuur

Figuur 4.2. Aandeel recente vestigingen(1992-1997) per deelcategorie



4.3.). Dit motief is bovengemiddeld genoemd door de vestigingen op de bedrijventerreinen en in de gemengde gebieden en door vestigingen in de groothandel-transport, detailhandel en horeca, maar ook die in onderwijs en gezondheidszorg.

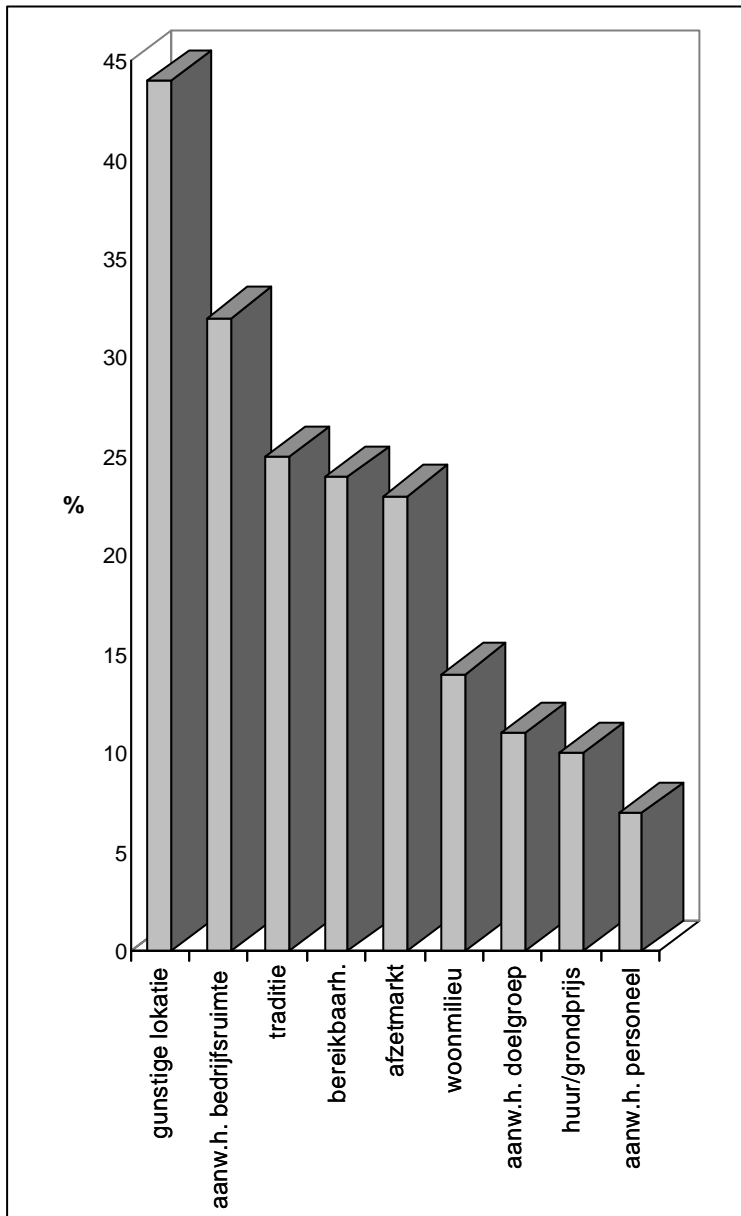
Het tweede belangrijkste vestigingsmotief voor Nijmegen is de aanwezigheid van geschikte bedrijfsruimte (m.n. in het centrum en op de bedrijventerreinen).

Andere belangrijke motieven zijn:

- traditie (gemiddeld het sterkst in het centrum en, opvallend, ook bij grotere bedrijven en op de bedrijventerreinen);
- een gunstige afzetmarkt (m.n. genoemd door productie-reparatie en horeca);

- een goede bereikbaarheid (vaak genoemd in het onderwijs); dit motief hangt vermoedelijk nauw samen met het zojuist als belangrijkste genoemde motief (de geschikte/gunstige lokatie van Nijmegen);
- het woonmilieu (m.n. genoemd door bedrijven in de woon- en gemengde gebieden);
- en tenslotte in mindere mate de aanwezigheid van doel- en klantengroepen in Nijmegen, een gunstige huur- en grondprijs, privé-omstandigheden en de beschikbaarheid van personeel.

*Figuur 4.3 Specifieke vestigingsmotieven om zich in Nijmegen te vestigen (genoemd door ..% van de bedrijven met motieven)*



#### **4.3 WAAROM HEEFT MEN BINNEN NIJMEGEN DE HUIDIGE LOKATIE GEKOZEN?**

Ook voor de huidige lokatie binnen Nijmegen had een groot deel van de recente vestigingen een of meerdere specifieke motieven, zij het in aanzienlijk mindere mate dan bij de op Nijmegen gerichte motieven (47 tegen 73%). Relatief het sterkst spelen dergelijke motieven bij de bedrijven op de

bedrijventerreinen, de middelgrote en grote bedrijven en de bedrijven in de sfeer van productie-reparatie, groothandel-transport, onderwijs en gezondheidszorg.

In het algemeen worden drie soorten motieven het vaakst genoemd:

- de aanwezigheid van voldoende ruimte, al dan niet genoemd in combinatie met een redelijke huur;
- bereikbaarheid en centrale ligging;
- omgevingsfactoren; representativiteit; mooie ligging.

#### **4.4 MEDEWERKING VAN DE GEMEENTE**

Ongeveer een derde van de recent gevestigde bedrijven heeft bij de vestiging op het nieuwe adres de medewerking nodig gehad van de gemeente. Een minderheid daarvan (ruim 20%) zegt die medewerking onvoldoende gekregen te hebben. Opgehoofd tot de totale bedrijvenpopulatie spreek je dan over ongeveer 135 bedrijven en instellingen. Hierbinnen zijn de groothandels- en transportbedrijven relatief sterk vertegenwoordigd. De knelpunten hebben vooral betrekking op laksheid en lange procedures van de kant van de gemeente, te strikte regeltoepassing en soms ook tegenwerking.



## 5. PLANNEN

### 5.1 AANWEZIGHEID PLANNEN

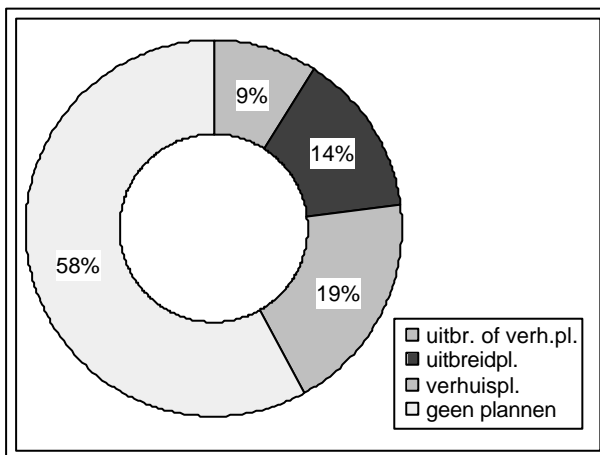
#### Uitbreiding, verhuizing, inkrimping

Zoals dynamiek sprak uit de omvang van de recente vestigingen, zo spreekt ook dynamiek uit de antwoorden die bedrijven hebben gegeven over de plannen die men heeft om de komende drie jaar uit te breiden, te verhuizen, in te krimpen of andere investeringen te doen.

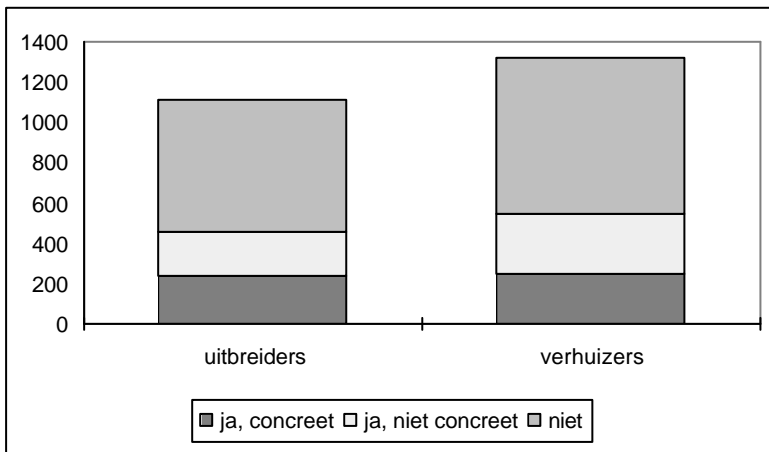
Tel je de bedrijven die uitbreidings- en/of verhuisplannen hebben bij elkaar op, dan kom je op 42%. Bij 9% zijn beide opties aan de orde, bij 14% gaat het om uitbreiding, bij 19% om verhuizing. Bij een aanzienlijk deel (35 tot 40%) van deze groep gaat het om *zekere* plannen. Bij de overige 60 tot 65% zijn de plannen niet zeker (men heeft *misschien* plannen). Dit laatste strookt met het gegeven, dat nog slechts een minderheid van de bedrijven mét plannen (zo'n 20%), bezig is met concrete voorbereidingen en nog eens zo'n 20% met vagere voorbereidingen (fig. 5.2). M.a.w. 60% wil (misschien) wel iets, maar doet er nu nog niets aan.

Het aantal bedrijven en instellingen binnen de totale populatie dat verwacht de komende 3 jaar in te krimpen is zeer bescheiden (2% zeker, 3% misschien).

Figuur 5.1 Aanwezigheid uitbreidings- en/of verhuisplannen



Figuur 5.2 Bezig met voorbereidingen uitvoering plannen?\*



\* Schatting aantallen; de bedrijven die verhuizen én uitbreiden als optie hebben genoemd, komen voor in beide kolommen.

## Verwachtingen ontwikkeling aantal arbeidsplaatsen

In tabel 5.1 is de aanwezigheid van plannen (*zeker + misschien*) verder uitgesplitst naar categorieën en gebieden. Ook is in beeld gebracht welk percentage van de bedrijven verwacht, dat het aantal arbeidsplaatsen in de vestiging de komende drie jaar zal toenemen. Over het geheel genomen is dat bij 24% van de bedrijven het geval (circa 1150 bedrijven) en kan een kwart daar nog niets van zeggen.

Begrijpelijkerwijs verwachten bedrijven met plannen vaker een stijging van het aantal arbeidsplaatsen: bij de bedrijven met (ruimtelijke) uitbreidingsplannen is dit bij meer dan 45% het geval, terwijl het voor 25 tot 30% nog onduidelijk is. Van de bedrijven met verhuisplannen verwacht bijna een derde, dat het aantal arbeidsplaatsen de komende drie jaar zal groeien, terwijl ook hier een kwart nog geen antwoord kan geven.

In de helft van de gevallen wordt de verwachte werkgelegenheidstoename geschat op 1 of 2 vaste arbeidskrachten (vooral bij de bedrijven met 5 of minder werknemers; m.n. in de detailhandel, horeca en zakelijke dienstverlening), bij ruim een derde op 3 tot 10 (m.n. bij de middelgrote en grote bedrijven en de bedrijven op de bedrijventerreinen).

Van de bedrijven die een toename aan arbeidskrachten aangeven, verwacht ongeveer een derde (ook) een toename aan tijdelijke arbeidskrachten (veelal 1 of 2).

Tabel 5.1 Dynamiek: aanwezigheid plannen en verwachtingen toename arbeidsplaatsen (bij ..%)

	uitbreid.pl.	verhuispl.	toename arbpl.
centrum	24	36	24
woongeb. oud	22	25	23
woongeb. nw.	22	21	19
gemengde geb.	21	24	19
bedrijventerr.	37	35	47
1-2 werkn.	17	24	15
3-5 werkn.	23	31	23
6-9 werkn.	28	30	37
10-24 werkn.	30	33	41
25-49 werkn.	35	33	35
>49 werkn.	45	26	38
prod.-reparatie	38	29	24
bouw	24	19	31
grh-transp.	21	35	31
detailhandel	23	27	19
horeca	27	23	12
zak. dienstverl.	19	31	34
overheid	29	45	24
onderwijs	36	30	40
gezondh.zorg	14	17	12
soc.dienstverl.	21	32	19
overige dienstv.	11	21	27
totaal	23	28	24

Bij elkaar kunnen de verwachte toenames geraamd worden op zo'n 5000 vaste arbeidsplaatsen, grofweg 1000 in het Centrum, 2000 in de woongebieden en 2000 in de gemengde gebieden en op de bedrijventerreinen. Voorts komt van die 5000 arbeidsplaatsen 80% voor rekening van de

middelgrote en grote bedrijven (vanaf 10 werknemers). De bedrijfssector met de grootste verwachte stijging is de zakelijke dienstverlening (circa 1300).

Het aantal tijdelijke arbeidsplaatsen stijgt op grond van de uitgesproken verwachtingen de komende drie jaar met ongeveer 1800.

Het verlies aan arbeidsplaatsen door inkriming blijft sterk achter bij de genoemde toename-aantallen (vast + tijdelijk in totaal ongeveer 800).

Een verwachte toename van arbeidsplaatsen betekent niet, dat deze in alle gevallen in de praktijk gemakkelijk te vervullen zullen zijn. In hoofdstuk 9 (Ervaringen op de arbeidsmarkt) komt dit punt verder aan bod.

### **Plannen en verwachtingen uitgespitst**

In tabel 5.1 vallen verder de volgende zaken op:

- Naar verhouding veel voornemens tot uitbreiding of verhuizing bij de vestigingen op de bedrijventerreinen. Bijna de helft van de bedrijven hier verwacht de komende 3 jaar een uitbreiding van het aantal arbeidsplaatsen.
- Relatief veel verhuisplannen bij bedrijven in het centrum.
- Naarmate de bedrijven groter zijn neemt het aandeel met uitbreidingsplannen toe. Verhuisplannen doen zich het sterkst voor bij de kleinere en middelgrote bedrijven (van 3 tot 50 werknemers).
- Naar sector bezien zijn uitbreidings- en verhuizingsvoornemens breed gespreid. De meeste planactiviteit is aanwezig in de produktie-reparatie (uitbreiding en verhuizing), de groothandel-transport (verhuizing), de zakelijke en sociale dienstverlening en de overheid (verhuizing) en het onderwijs (uitbreiding en verhuizing).
- De vestigingen in de zakelijke dienstverlening en het onderwijs verwachten het vaakst een toename van het aantal arbeidskrachten.

## **5.2 MOTIEVEN EN WENSEN BIJ UITBREIDINGS- EN VERHUISPLANNEN**

### **Verhuismotieven**

De belangrijkste verhuisreden voor bedrijven met verhuisplannen is, dat het huidige pand te klein is. Deze reden wordt door bijna 60% van deze groep genoemd. Op de bedrijventerreinen geldt dit motief gemiddeld nog iets sterker.

De tweede en derde reden zijn de slechte kwaliteit van het pand (30%, vooral genoemd in de nieuwe woongebieden en de gemengde gebieden) en de slechte parkeersituatie (24%). Dit laatste motief speelt eigenlijk alleen in sterke mate een rol in het centrum (daar genoemd door een kleine 40% van de bedrijven met verhuisplannen) en in de oude woongebieden (26%). In samenhang hiermee is het ook de slechte bereikbaarheid die in deze twee gebieden relatief vaak wordt genoemd (33% van de verhuisgeneigde bedrijven in het centrum en 13% in de oude woongebieden).

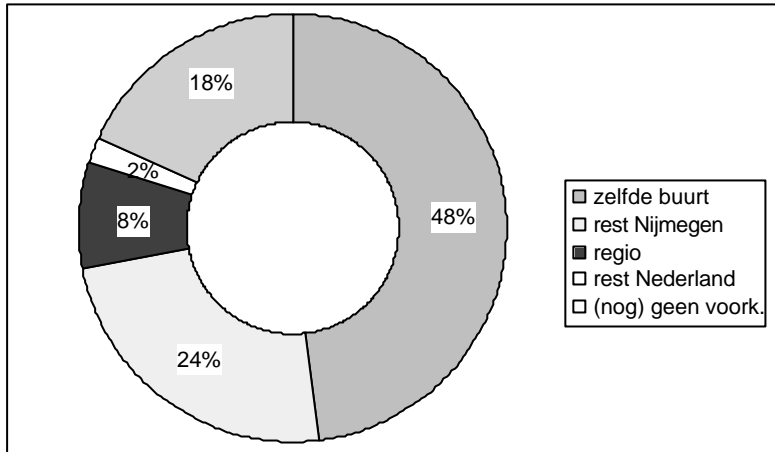
### **Verhuiswensen: lokatie**

Een zeer ruime meerderheid van de bedrijven en instellingen met verhuisplannen wenst in Nijmegen te blijven (72%), tweederde daarvan zelfs het liefst in de huidige buurt. Minder dan 10% heeft een voorkeur om de stad te verlaten en (m.n.) de regio op te zoeken. Bijna 20% heeft geen voorkeur uitgesproken.

Vanuit de bedrijventerreinen en de bedrijven in de groothandel-transport is de regionale oriëntatie van verhuisgeneigde bedrijven wat groter (20 tot 25%).

De verhuisgeneigde bedrijven die het sterkst de voorkeur hebben om in de eigen buurt te blijven zijn de bedrijven in de gemengde gebieden (59%) en de bedrijven in het Centrum (54%).

*Figuur 5.3 Lokatievoorkeuren bedrijven met verhuisplannen*



### Wensen m.b.t. vastgoed en oppervlakte

In de enquête is aan de bedrijven met verhuisplannen gevraagd naar het type pand dat men op het oog heeft. Het vaakst genoemd werden kantoorpand (26%) en winkelpand (21%), gevolgd door fabriekshallen/werkplaatsen (12%) en panden met een bedrijfs- én woonfunctie (9%).

Andere typen panden die gewenst worden zijn schoolgebouw (7%) en panden waarin kantoor- en fabrieksfuncties naast elkaar kunnen worden uitgeoefend (5%).

Een derde van de verhuiscapabele bedrijven heeft voorkeur voor een bestaand pand, een zesde voor nieuwbouw. Voor de helft zijn beide mogelijk. Vooral de grotere bedrijven in de sfeer van productie-reparatie, bouw en groothandel-transport zijn op zoek naar nieuwbouw.

Over het totaal genomen heeft een kwart een voorkeur voor een huurpand, en iets meer dan een kwart voor een koop pand. Ook nu maakt het voor bijna de helft niet veel uit.

Bijna de helft van de bedrijven met zekere of minder zekere verhuisplannen deed opgave van het aantal m<sup>2</sup> dat wordt gewenst. In meerderheid blijkt het te gaan om minstens 200 vierkante meter. Van de bedrijven met *zekere* verhuisplannen binnen drie jaar heeft ongeveer 2/3 een indicatie gegeven. De totalisering hiervan komt uit in de orde van 275.000 m<sup>2</sup>. Dit aantal is min of meer gelijkmatig verdeeld over de vijf onderscheiden gebiedstypen. In Centrum en de woongebieden gaat het in totaal om ongeveer 200 bedrijven, met een gemiddelde behoefte aan 600 tot 800 m<sup>2</sup>. In de gemengde gebieden en op de bedrijventerreinen betreft het 100 bedrijven met een gemiddelde ruimtebehoefte van 1200 tot 1500 m<sup>2</sup>.

M.b.t. de omvang van de uitbreidingsbehoefte (door iets minder dan de helft aangegeven) is er meer spreiding tussen de behoeften tot 200m<sup>2</sup> en de behoeften boven die omvang.

Totalisering van de gewenste uitbreidingsruimte bij bedrijven met zekere uitbreidingsplannen leidt tot circa 140.000 m<sup>2</sup>. In vierkante meters uitgedrukt is de uitbreidingsbehoefte het sterkst op de bedrijventerreinen (54.000 m<sup>2</sup>), in de oude woongebieden (40.000 m<sup>2</sup>) en in de nieuwe woongebieden (30.000 m<sup>2</sup>).

### 5.3 PROBLEMEN BIJ DE PLANVORMING

Van de bedrijven die hebben gezegd (konkreet of minder konkreet) bezig te zijn met verhuisplannen geeft tweederde aan daarbij problemen te ondervinden. Het sterkst speelt dit bij de kleinere bedrijven. Enerzijds gaat het daarbij om het gebrek aan lokaties c.q. te weinig beschikbare ruimte, anderzijds om financiële problemen. Een klein aantal noemt het verkrijgen van vergunningen, bestemmingsplanperikelen of het gebrek aan voldoende medewerking van de overheid als obstakel. Hetzelfde beeld is te schetsen t.a.v. de problemen die bedrijven met uitbreidingsplannen ondervinden. Ook daar zegt tweederde van de groep die voorbereidingen aan het treffen is

problemen te ondervinden. Naast het gebrek aan ruimte en financiële mogelijkheden worden problemen m.b.t. vergunningen, procedures, bestemmingsplannen en medewerking van de gemeente wat vaker genoemd.

De aanwezigheid van problemen bij de voorbereiding van uitbreidings- en verhuisplannen lijkt te sporen met een ander gegeven uit de enquête. Aan alle bedrijven en instellingen is gevraagd of men de laatste drie jaar uitbreidings-, verhuis- of andere plannen had, maar daar van af heeft moeten zien. Circa 11% heeft hier positief op geantwoord (opgehoogd komt dit neer op ruim 500 bedrijven). Naar gebieden en deeltcategorieën zijn hierbij de verschillen niet zo groot.

De plannen waarvan is afgezien betreffen verhuizing en (in iets minder mate) uitbreiding. De belangrijkste reden waarom van de plannen moest worden afgezien is van financiële aard (te hoge kosten, genoemd in 35% van de gevallen). Maar ook het ontbreken van (voldoende) medewerking van de gemeente en het niet beschikbaar zijn van lokatie en/of pand werden nogal eens naar voren gebracht (16 tot 19%).

## 6. KONTAKTEN EN DIENSTVERLENING GEMEENTE

### 6.1 OMVANG EN AARD KONTAKTEN

Veel bedrijven en instellingen hebben contacten met de gemeente, bijv. i.v.m. de uitvoering van plannen, om informatie te vragen over vestigings-, uitbreidings- en verbouwingmogelijkheden, i.v.m. bestemmingsplannen, etc. De gemeente vervult hierbij meerdere rollen en heeft zowel dienstverlenende als toetsende en sanctionerende functies.

In de peiling is aan de bedrijven gevraagd over welke onderwerpen men contact heeft met de gemeente en hoe men deze contacten waardeert, m.n. als het gaat om bereikbaarheid van de gemeentelijke organisatie, wijze van behandeling en resultaat.

Een kleine 60% van alle bedrijven en instellingen in Nijmegen heeft ooit contact gehad met de gemeente. Voor driekwart daarvan vond het laatste contact korter dan een jaar geleden plaats. Doorgerekend naar de totale populatie gaat het hierbij om zo'n 2000 bedrijven en instellingen. Het percentage dat nooit contact heeft met de gemeente ligt het hoogst bij de 1- en 2-persoonsbedrijven, de bouw, de zakelijke dienstverlening en de gezondheidszorg. Daarentegen nemen de contacten toe naarmate de bedrijven groter zijn (75 tot 80% bij de bedrijven met 10 en meer werknemers). Het aandeel bedrijven met contacten is ook groter in enkele gebieden (centrum, bedrijventerreinen) en sectoren (productie-reparatie, horeca, onderwijs).

Tabel 6.1. Aandeel(%) bedrijven dat contact heeft gehad met gemeente

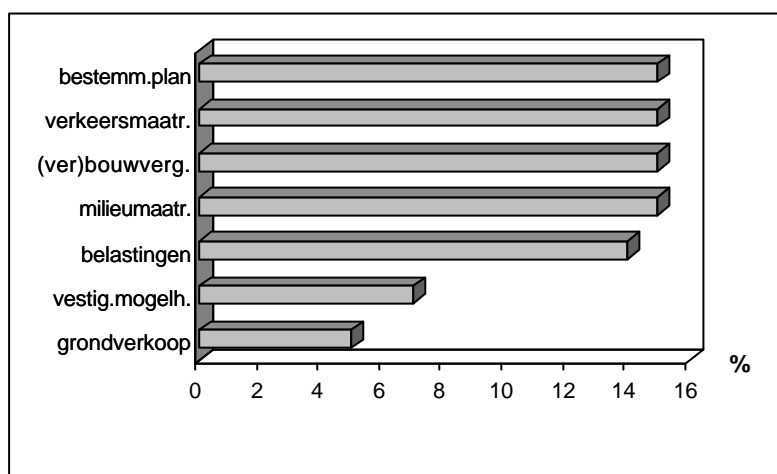
	laatste jaar	ooit
centrum	53	63
woongeb. oud	41	57
woongeb. nw.	40	50
gemengde geb.	46	55
bedrijventerr.	58	70
1-2 werkn.	33	44
3-5 werkn.	45	64
6-9 werkn.	57	68
10-24 werkn.	67	75
25-49 werkn.	66	79
>49 werkn.	81	78
prod.-reparatie	49	71
bouw	51	53
grh-transp.	50	60
detailhandel	44	58
horeca	60	73
zak. dienstverl.	36	44
overheid	nvt	nvt
onderwijs	59	69
gezondh.zorg	35	52
soc.dienstverl.	54	65
overige dienstv.	27	42
totaal (%)	46	58
(abs.)	2200	2750

Bij de vraag naar contacten korter dan een jaar geleden zijn 7 onderwerpen voorgelegd (*Heeft uw bedrijf de afgelopen 12 maanden met de gemeente contact gehad m.b.t. de volgende punten?*). Tevens kon men onderwerpen toevoegen.

Een vijftal onderwerpen voert tezamen de boventoon: bestemmingsplannen, verkeersmaatregelen, (ver)bouwvergunningen, belastingen en milieuzaken. Bij elk van deze onderwerpen heeft het laatste jaar ongeveer 15% van de respondenten contact gehad. Maar ook rondom vestigingsmogelijkheden en grondverkoop hadden flinke aantallen bedrijven contact.

Een beperkter aantal bedrijven heeft diverse onderwerpen toegevoegd. Genoemd werden o.a.: renovatie, parkeerbeleid, vergunningen, reclame, specifieke panden/gebouwen, subsidie/financiering en in mindere mate groenvoorzieningen, veiligheid en criminaliteit, verblijfsvergunningen, Centrum 2000, openbare ruimte, markt, toerisme en trottoirs.

Figuur 6.1 Contacten laatste jaar specifieke onderwerpen (genoemd door ..%)



## 6.2 WAARDERING KONTAKTEN

In de enquête is vervolgens doorgevraagd naar de waardering van het laatste contact. Op drie punten kon men rechtstreeks tevredenheid of ontevredenheid uitspreken: het resultaat van het contact, de behandeling bij het laatste contact en de telefonische bereikbaarheid van de afdeling waar men moest zijn. In figuur 6.2. is te zien, dat de percentages bedrijven die een positief of neutraal antwoord gaven elkaar op deze drie punten niet zo veel ontlopen. De wijze van behandeling scoort met 48% tevredenen nog het best. Binnen de totale populatie zijn het voorts de grote bedrijven en instellingen van onderwijs en gezondheidszorg van waaruit verhoudingsgewijs veel tevreden reacties gegeven zijn.

Kijk je naar het percentage ontevredenen, dan is dat t.a.v. het resultaat van het contact vrij groot (23%, hetgeen na ophoging neerkomt op ruim 600 bedrijven), aanzienlijk groter dan het aandeel ontevredenen m.b.t. de behandelwijze (13%, ruim 350 bedrijven) en de telefonische bereikbaarheid (9%, ongeveer 250). Bij dit laatste moet echter worden opgemerkt, dat een groot aandeel op dit punt geen duidelijk antwoord kon geven.

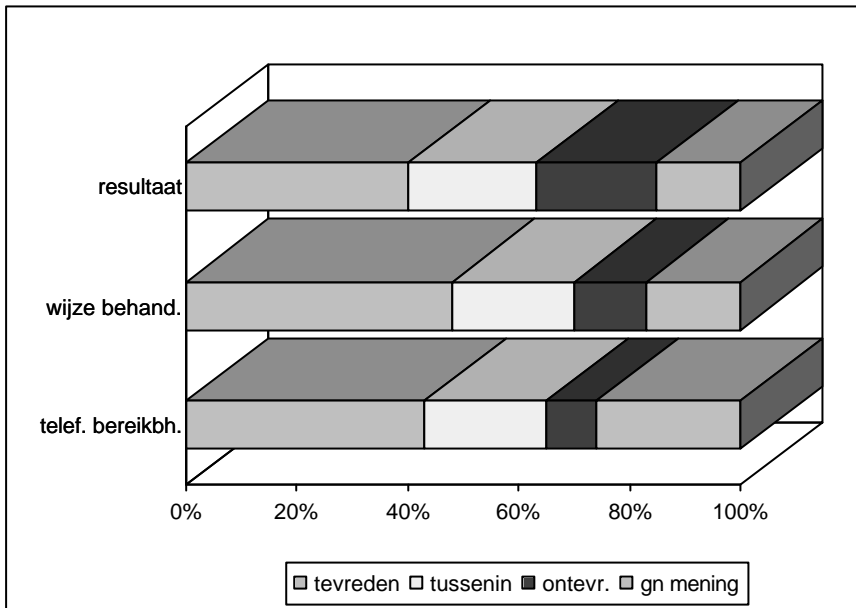
De ontevredenheid over de drie punten komt in alle gebieden en categorieën voor.

M.b.t. de ontevredenheid over het resultaat scoren de bouw- en groothandels- en transportbedrijven ongunstiger, m.b.t. de behandeling de kleinere bedrijven.

Verder is de ontevredenheid over de telefonische bereikbaarheid naar verhouding wat sterker bij de bouw- en horecabedrijven.

De ontevredenheid over alle drie punten is voorts voor een groot deel in verband te brengen met vier soorten contacten: het vaakst met (klachten over) verkeersaspecten, vervolgens met contacten over bestemmingsplannen, (ver)bouwvergunningen en belastingen (OZB, taxaties).

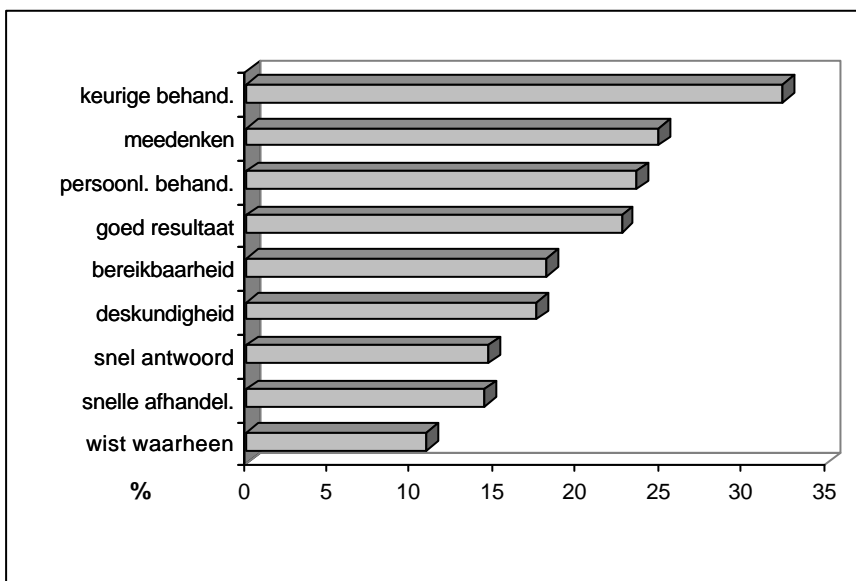
Figuur 6.2 Tevredenheid en ontevredenheid over gemeentelijke contacten



Aan alle bedrijven is gevraagd aangaande het laatste contact dat men had de punten te specificeren waarover men ontevreden was. Dit is gevraagd aan alle bedrijven, dus zowel de bedrijven die over het geheel genomen tevreden waren over het laatste contact als de bedrijven die dat niet waren. Zo'n 40% van het totaal aantal bedrijven in Nijmegen (1900 bedrijven) noemden een of meerdere positieve punten, ruim 1300 (29%) een of meer negatieve punten. Hieronder wordt in de figuur 6.3. en 6.4. duidelijk op wat voor punten de gemeente-ambtenaren bij de betreffende bedrijven positief scoren en op wat voor punten zij dat juist niet doen:

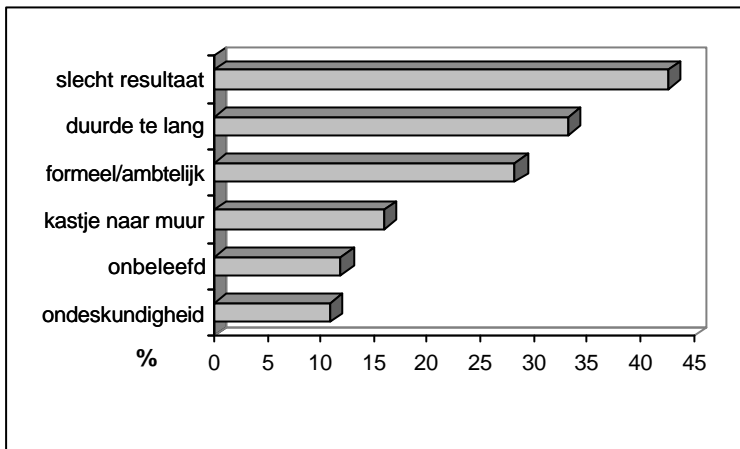
- Keurige behandeling, meedenken, persoonlijke behandeling en bereiken wat men wilde zijn de positieve noemers, gevolgd door persoonlijke bereikbaarheid, deskundigheid, snelle afhandeling en snel antwoord.

Figuur 6.3 Teverdenheidsaspecten, genoemd door ..% van de 1900 bedrijven (na ophoging) die een of meerdere positieve punten noemden





Figuur 6.4 Ontevredenheidsaspecten, genoemd door..% van de 1350 bedrijven (na ophoging) die een of meerdere negatieve punten noemden



- De aanleiding voor ontevredenheid ligt, zoals zojuist al bleek, vaak bij het resultaat. Daarna komen factoren die met de wijze van werken te maken hebben: het duurde te lang, te formele of ambtelijke opstelling en in mindere mate gedragsaspecten als van het kastje naar de muur sturen, onbeleefdheid of ondeskundigheid.

In de enquête konden bedrijven en instellingen met gemeentelijke contacten gebruik maken van de mogelijkheid om een of meerdere suggesties te geven over de gemeentelijke dienstverlening. Bijna 30% heeft dat gedaan, met het volgende resultaat:

- Klantvriendelijkheid/meedenken en snelheid/efficiëntie zijn de vaakst genoemde suggesties.
- Enkele thema's die minder vaak, maar toch steeds door enkele tientallen respondenten naar voren werden gebracht waren: verbetering telefonische bereikbaarheid, betere samenwerking gemeentelijke diensten, centraal aanspreekpunt, meer aandacht voor het bedrijfsleven en zorgen dat ambtenaren beter benaderbaar en opener zijn.

## 7. HERKOMST EN VERVOER

### 7.1 HERKOMST EN VERVOERWIJZE WERKNEMERS

Aan alle bedrijven en instellingen in de enquête is gevraagd een (geschatte) opgave te doen van de herkomst en vervoerwijze van de werknemers. De meeste respondenten hebben de betreffende vragen beantwoord, zij het dat dit voor de middelgrote en grotere vestigingen vaak bestaat uit globale schattingen. De resultaten uit dit hoofdstuk moeten derhalve indicatief worden gehanteerd.

In bijna alle Nijmeegse bedrijven en instellingen (93%) werken Nijmegenaren, maar in bijna de helft werken ook een of meerdere inwoners uit de regio (d.w.z. tot circa 15 km in de omtrek van Nijmegen). Van de bedrijven op de bedrijventerreinen en de bedrijven met 6 of meer werknemers heeft 80 tot 100% een of meer regionale inwoners in dienst.

Ook vanuit de rest van Gelderland werken nogal wat mensen in Nijmeegse bedrijven (bij 20% van de bedrijven, op de bedrijventerreinen bij 45%, en bij 70% van de bedrijven met 50 of meer werknemers). Voor wat betreft het aandeel werknemers van buiten de provincie liggen deze percentages maar weinig lager.

In tabel 7.1 is op basis van de enquêtegegevens een schatting gemaakt van verdeling naar aantallen werknemers. Hieruit blijkt, dat van de 78000 arbeidsplaatsen in Nijmegen iets meer dan de helft vervuld wordt door mensen uit Nijmegen, een derde vanuit de regio en een zesde van buiten de regio. In de woongebieden (vooral de nieuwere) is het aandeel Nijmegenaren groter. Het aandeel werknemers uit de regio is groter op de bedrijventerreinen (40%). En tenslotte geldt zowel voor de gemengde gebieden als de bedrijventerreinen, dat het percentage werknemers van buiten de regio (20%) aanzienlijk groter is dan in de andere gebieden (9 tot 13%).

Tabel 7.1 Verdeling aantallen werknemers naae woonplaats en vervoerwijze per gebiedstype

	centrum	woon-oud	woon-nieuw	gemengd	bedrijvent.	totaal (rel)	totaal (abs)
<b>herkomst</b>							
uit Nijmegen	52	59	66	47	40	51	40000
uit regio	35	32	24	33	40	33	26000
uit rest Gelderland	9	6	6	11	12	9	7000
uit rest Nederland	4	3	6	9	8	7	5000
<b>vervoerwijze</b>							
per auto	46	52	59	47	77	54	42000
per openb.vervoer	18	10	6	17	8	13	10000
per fiets	27	32	23	33	15	28	22000
te voet	9	6	12	3	0	5	4000
<b>totaal (100%=)</b>	13000	14500	8500	29000	13000		78000

In tabel 7.1 staan eveneens de geraamde aantallen werknemers naar vervoerwijze vermeld. Ruim de helft van de werknemers komt (in de regel) met de auto naar het werk, ruim een kwart met de fiets en 13% met het openbaar vervoer. 5% tenslotte komt te voet.

Op de bedrijventerreinen is het aandeel automobilisten aanzienlijk groter (77%) dan gemiddeld. Van het openbaar vervoer wordt bovengemiddeld (17-18%) gebruik gemaakt door de werknemers in het Centrum en in de gemengde gebieden.

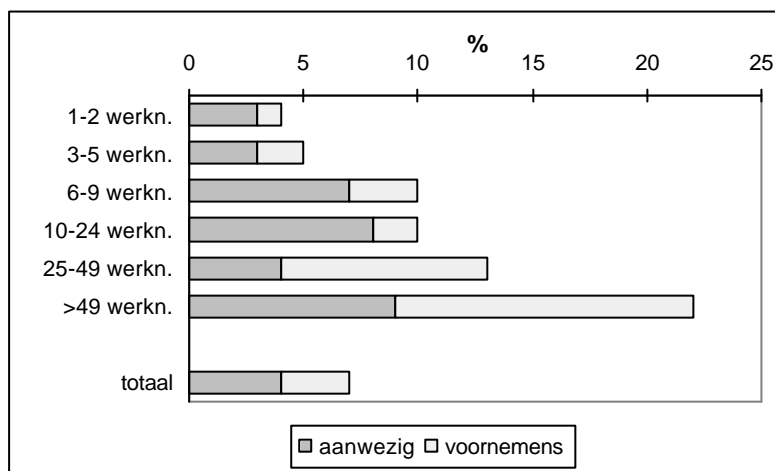
## 7.2 VERVOERSPLANNEN

Aan de bedrijven en instellingen in het onderzoek zijn ook enkele vragen voorgelegd m.b.t. de aanpak van het woon-werkverkeer (*Heeft het bedrijf een vervoersplan om het woon-werkverkeer te verbeteren of voornemens daartoe? Heeft het bedrijf interesse in een gezamenlijke aanpak met andere bedrijven in de omgeving?*).

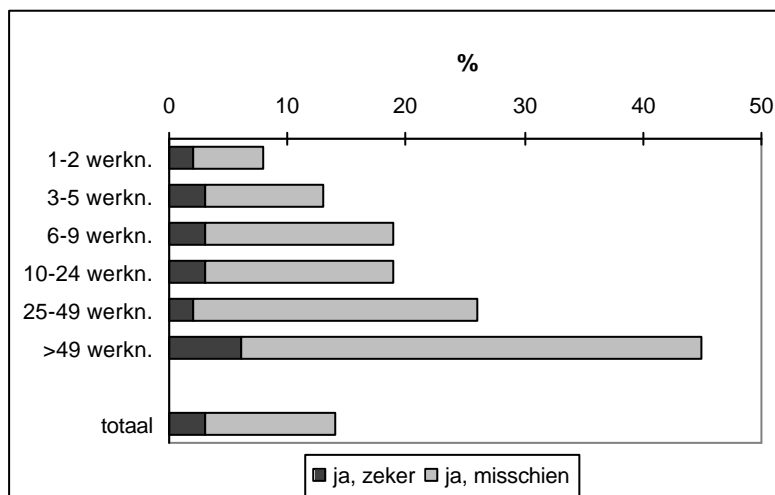
Slechts kleine percentages bedrijven hebben dergelijke vervoersplannen (4%) of voornemens daartoe (3%). In figuur 7.1 is te zien, dat deze percentages bij de grotere bedrijven toenemen (tot resp. 9 en 13% bij de categorie vanaf 50 werknemers).

Het aandeel geïnteresseerden in een gezamenlijke aanpak om het woon/werkverkeer te regelen met andere bedrijven in de omgeving is evenzo bescheiden (3% zeker, 11% misschien). Bij de middelgrote en grote bedrijven is het percentage misschien-geïnteresseerden echter aanzienlijk groter (20 tot 40%).

Figuur 7.1 Vervoersplannen woon-werkverkeer per grootteklasse



Figuur 7.2 Interesse gezamenlijke aanpak woon-werkverkeer per grootteklasse



## 8. RELATIE MET MILIEUWETGEVING

### 8.1 BETROKKENHEID EN GEVOLGEN MILIEUWETGEVING

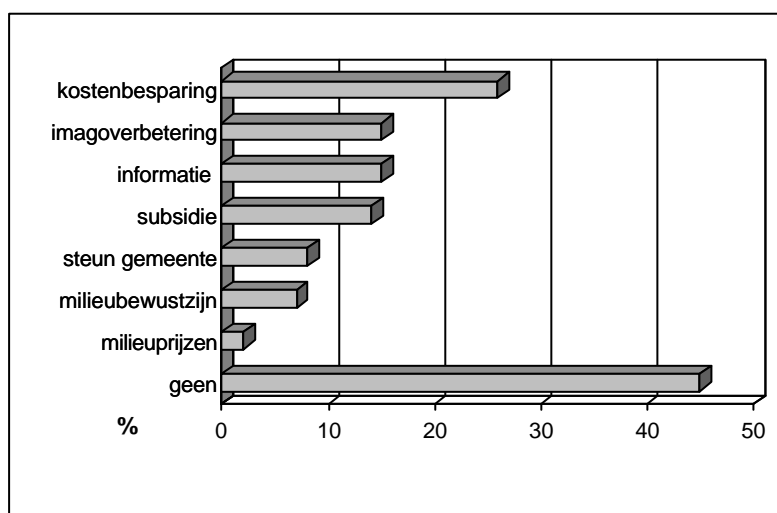
Aan alle bedrijven en instellingen in Nijmegen is in de enquête gevraagd of men de komende jaren (verder) te maken zal krijgen met maatregelen en/of investeringen ten gevolge van de milieuwetgeving. Ongeveer een kwart heeft hier bevestigend op geantwoord. Bij de bedrijven op de bedrijventerreinen, bij de middelgrote en grote bedrijven en de productie-reparatie en horeca sector ligt dit percentage aanzienlijk hoger (40 tot 50%). Ook in de bouw en de groothandel-transport verwacht een groter dan gemiddeld deel met milieuwetgeving te maken te krijgen (35%). De items waar het bij deze betrokkenheid om gaat zijn in (volgorde van de frequentie waarin ze zijn genoemd):

- afvalscheiding/afvalpreventie (genoemd door 52% van de de bedrijven die verdere maatregelen verwachten)
- energiebesparing (32%);
- interne milieuzorg (31%);
- milieuvergunningen (26%);
- geluidsisolatie (12%);
- bodemonderzoek/sanering (7%);
- emissiepreventie (4%).

Ruim 40% van de bedrijven die met (verdere) milieumaatregelen te maken krijgt, verwacht hiervan geen noemenswaardige gevolgen voor het bedrijf.

Ruim een derde evenwel (bij benadering zo'n 400 bedrijven) verwacht financiële knelpunten. Andere effecten die worden verwacht zijn energiebesparing (20%), imagoverbetering (14%) en financiële voordelen (9%). 5% verwacht (mede) i.v.m. de milieumaatregelen de bedrijfsuitvoering op de huidige lokatie te moeten stoppen.

*Figuur 8.1 Stimulansen voor het toepassen van milieumaatregelen (genoemd door ..%)*



### 8.2 STIMULANSEN TOEPASSING MILIEUMAATREGELLEN

Aan alle bedrijven en instellingen is gevraagd of men voor het eigen bedrijf stimulansen zag om milieumaatregelen te nemen. Zo'n 45% van de bedrijven zag geen stimulansen, ruim de helft (55%)

heeft een of meer van de aangegeven mogelijkheden aangekruist of er zelf een toegevoegd. Bedrijfsmatige motieven (kostenbesparing, imagoverbetering, subsidiëring) worden het vaakst genoemd, maar daarnaast ook (gemeentelijke) overheidsmaatregelen, zoals goede informatievoorziening, en ondersteuning.

Bij bedrijven op de bedrijventerreinen en de middelgrote en grote bedrijven zijn de aanleiding en bereidheid om mee te denken over de toepassing van milieumaatregelen groter dan gemiddeld. Zo'n 60 tot meer dan 70% van deze bedrijven is vatbaar voor stimulansen op milieugebied. Naar sector bekeken zijn het de productie-reparatie en horeca, maar daarnaast ook de bouw, die vaker dan gemiddeld (65 tot 70%) een of meerdere stimulansen op hun bedrijf van toepassing vinden.

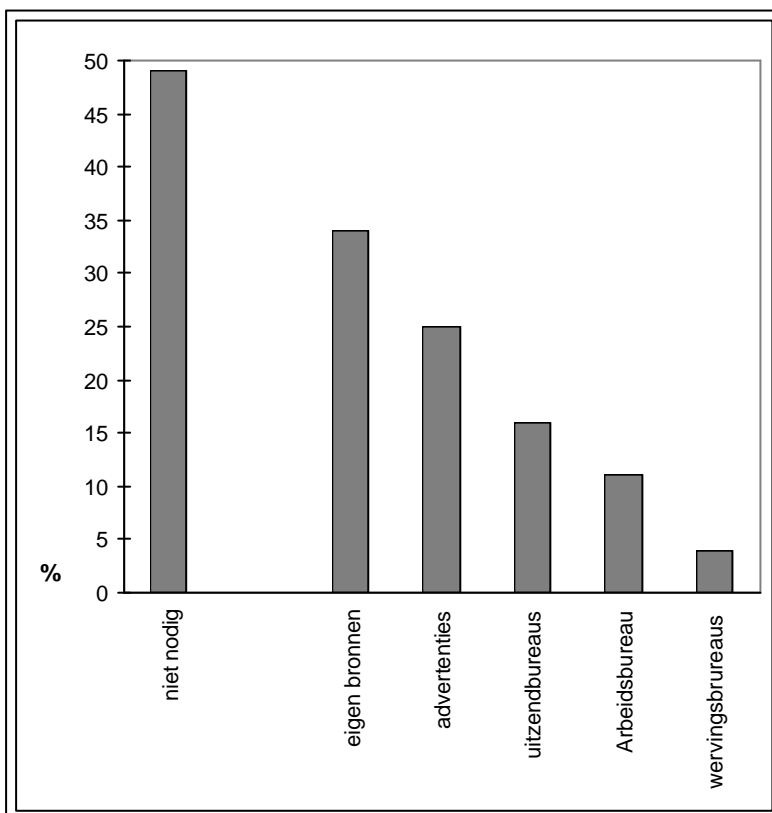
## 9. ERVARINGEN OP DE DE ARBEIDSMARKT

### 9.1 WERVING PERSONEEL

Ruim de helft van de bedrijven heeft te maken met (methoden van) personeelswerving. Voor veel van de kleinste bedrijven (driekwart van de een- en tweepersoonsbedrijven) is dit niet aan de orde (nauwelijks of geen sprake van personeelwisseling of -uitbreiding).

Bij personeelswerving worden de eigen bronnen en gegevens het vaakst geraadpleegd. Een derde van de bedrijven die aan personeelswerving doen passen dit toe. Adverteren, hoofdzakelijk in regionale dagbladen, is de methode die daarna het vaakst wordt gehanteerd (25%), gevolgd door uitzendbureaus (16%), het arbeidsbureau (11%) en wervingsbureaus (4%).

*Figuur 9.1. Toegepaste methoden van personeelswerving (genoemd door ..%)*



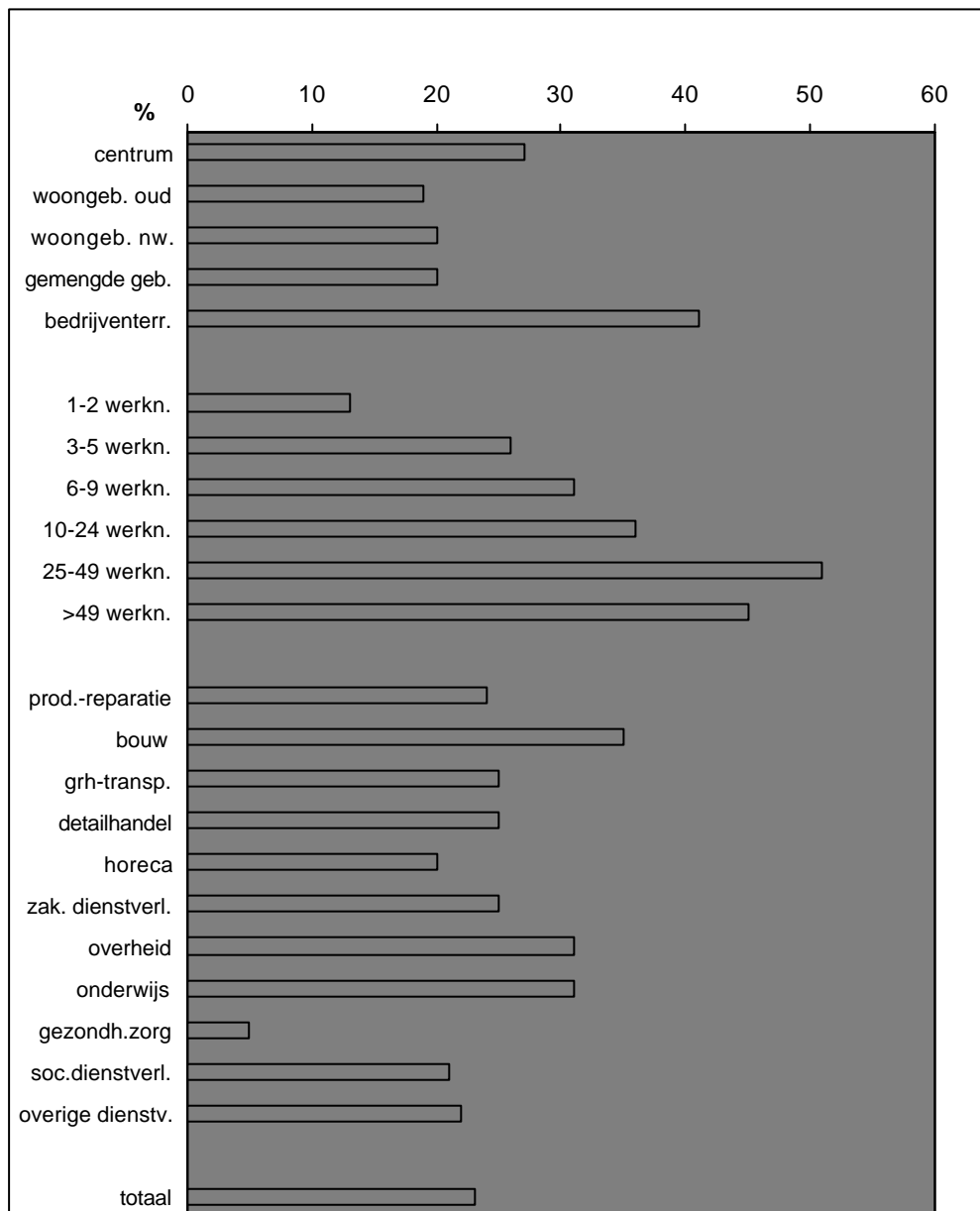
Een flink deel van de bedrijven (circa 23%) zegt in het algemeen problemen tegen te komen bij het vinden van geschikt personeel (tabel 9.1). Voor de middelgrote en grote bedrijven en op de bedrijventerreinen geldt dit zelfs voor 40 tot 50%.

De sectoren die gemiddeld iets vaker problemen hebben zijn de bouw, de overheid en het onderwijs (figuur 9.2).

Bij de helft van de bedrijven met dergelijke problemen gaat het om het vinden van personeel met voldoende kennis en ervaring, maar bij ruim een derde (ook) om voldoende gemotiveerd personeel.

De gegevens in figuur 9.2 zijn niet gewogen naar grootte van de bedrijven. Wanneer binnen een sector relatief weinig vestigingen aangeven problemen te ondervinden, kan er dus toch sprake zijn van een flink absoluut probleem. Met name geldt dit voor de gezondheidszorg, waarbinnen vele kleine vestigingen (bijv. huisartsen) geen problemen ondervinden, maar enkele grote (ziekenhuis)vestigingen wel.

*Figuur 9.2 Percentage bedrijven dat problemen ondervindt bij vinden geschikt personeel*



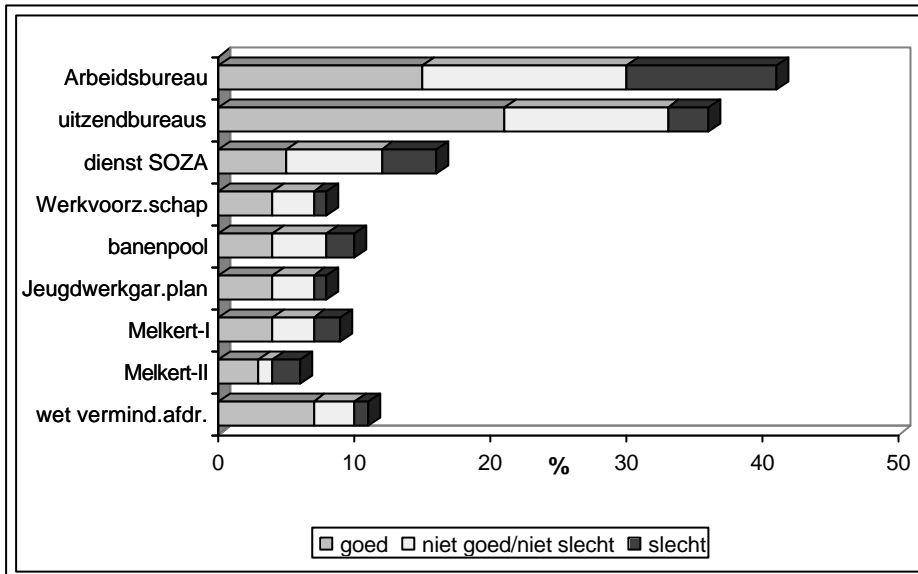
In de enquête is doorgevraagd of er *specifieke functies* waren, waarvoor het moeilijk was geschikt personeel te vinden. Hierop reageerde ook een flinke groep, nl. 18% van de respondenten (na ophoging zo'n 800 tot 900 bedrijven). Behalve de zojuist genoemde categorieën (bouw, overheid, onderwijs), scoorden hierbij ook de productie-reparatie-bedrijven relatief hoog. De genoemde functies leveren een breed spectrum op. Functies die binnen dit brede spectrum nogal eens werden genoemd zijn: verkopers/commerciële functies, technische beroepen, medische/verplegende/verzorgende functies, en functies in horeca en onderwijs.

## 9.2 ERVARINGEN INSTANTIES EN REGULINGEN OP DE ARBEIDSMARKT

In de enquête is ook gevraagd naar de ervaringen m.b.t. een aantal instanties en reguleringen op het gebied van de arbeidsmarkt. In Figuur 9.3 is te zien, dat over het geheel genomen de meeste ervaring bestaat met het Arbeidsbureau en de uitzendbureaus. (30 tot 40% van de bedrijven, m.n. de middelgrote en grote). M.b.t. de overige instanties en reguleringen hebben slechts zo'n 5 tot 15% van de bedrijven ervaring.

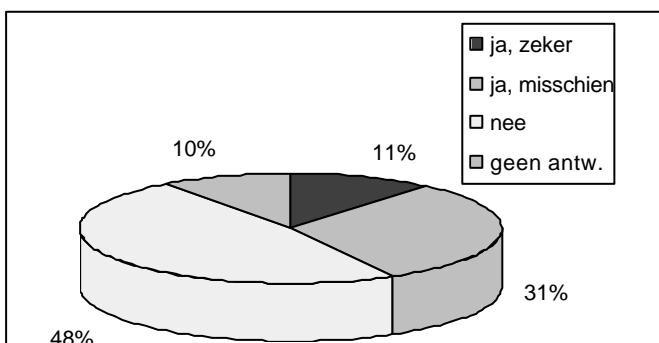
Duidelijk is te zien, dat het aandeel minder goede ervaringen bij uitzendbureaus aanmerkelijk minder is dan bij het Arbeidsbureau en de overige instanties en regelingen.

*Figuur 9.3 Omvang en waardering ervaringen instanties en regelingen arbeidsmarkt (genoemd door ..% van alle bedrijven)*



Zojuist is gekonstateerd, dat een flink aandeel bedrijven moeite heeft met het vinden van personeel. Een onderwerp met een tegengestelde problematiek, dat hier (gedeeltelijk) mee in verband kan worden gebracht is het zoeken naar oplossingen voor de (langdurige) werkloosheid. Op de vraag of het bedrijf extra moeite zou willen doen om (langdurig) werklozen via de hierboven bedoelde instanties en regelingen in te schakelen, antwoordde een kleine minderheid (11%) stellig positief (*ja, zeker*). Bijna een derde was positief, maar onder voorbehoud (*ja, misschien*). Bijna de helft was afwijzend. De grotere bedrijven (vanaf 6 werknemers) en overheid en onderwijs zijn gemiddeld aanzienlijk positiever. De totale groep (*zeker + misschien*) die extra moeite zou willen doen, loopt in deze categorieën op tot 55 à 65%, en zelfs 75% in de bedrijven met 50 of meer werknemers.

*Figuur 9.4 Bereidheid inschakeling extra (langdurig) werklozen*



Inmiddels zijn enkele van de in dit hoofdstuk genoemde regelingen (Melkert II, Banenpool en JWG) gestroomlijnd en samengevoegd binnen een nieuwe regeling, de WIW (Wet Inschakeling Werkzoekenden). De Melkert-I regeling valt per 1 januari 1998 onder de regeling Extra Werkgelegenheid Langdurig Werkzoekenden (EVLW).



## 10. IMAGO EN BELEID VAN NIJMEGEN

### 10.1 NIJMEGEN ALS VESTIGINGSPLAATS

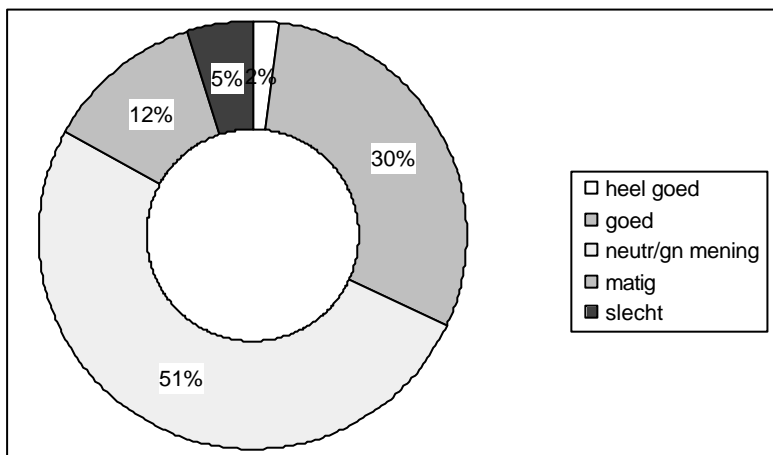
Aan alle bedrijven en instellingen in de steekproef is gevraagd een mening te geven over de kwaliteiten van Nijmegen als vestigingsplaats.

Een derde gaf het oordeel "goed" of (in heel beperkte mate) "heel goed". De helft gaf een neutraal oordeel of heeft geen oordeel gegeven. Bij een niet onaanzienlijke groep (16%) was het oordeel matig of slecht.

In figuur 10.2 is te zien, dat het vooral de bedrijven in het centrum en (daarmee verband) houdend detailhandel en deels ook horeca zijn die gemiddeld kritischer oordelen.

Hetzelfde geldt voor de bouw en deels ook de groothandel en transport. De grotere bedrijven en de sectoren dienstverlening en onderwijs en scoren verhoudingsgewijs beter.

Figuur 10.1 Mening over Nijmegen als vestigingsplaats



Behalve een algemeen oordeel is gevraagd naar specifieke sterke en zwakke punten (*Vindt u, dat de stad Nijmegen specifieke sterke/zwakke punten heeft voor het bedrijfsleven?*).

Slechts een bescheiden minderheid (25%) heeft positieve punten genoemd. Opgehoogd naar de totale populatie gaat het om ongeveer 1200 vestigingen.

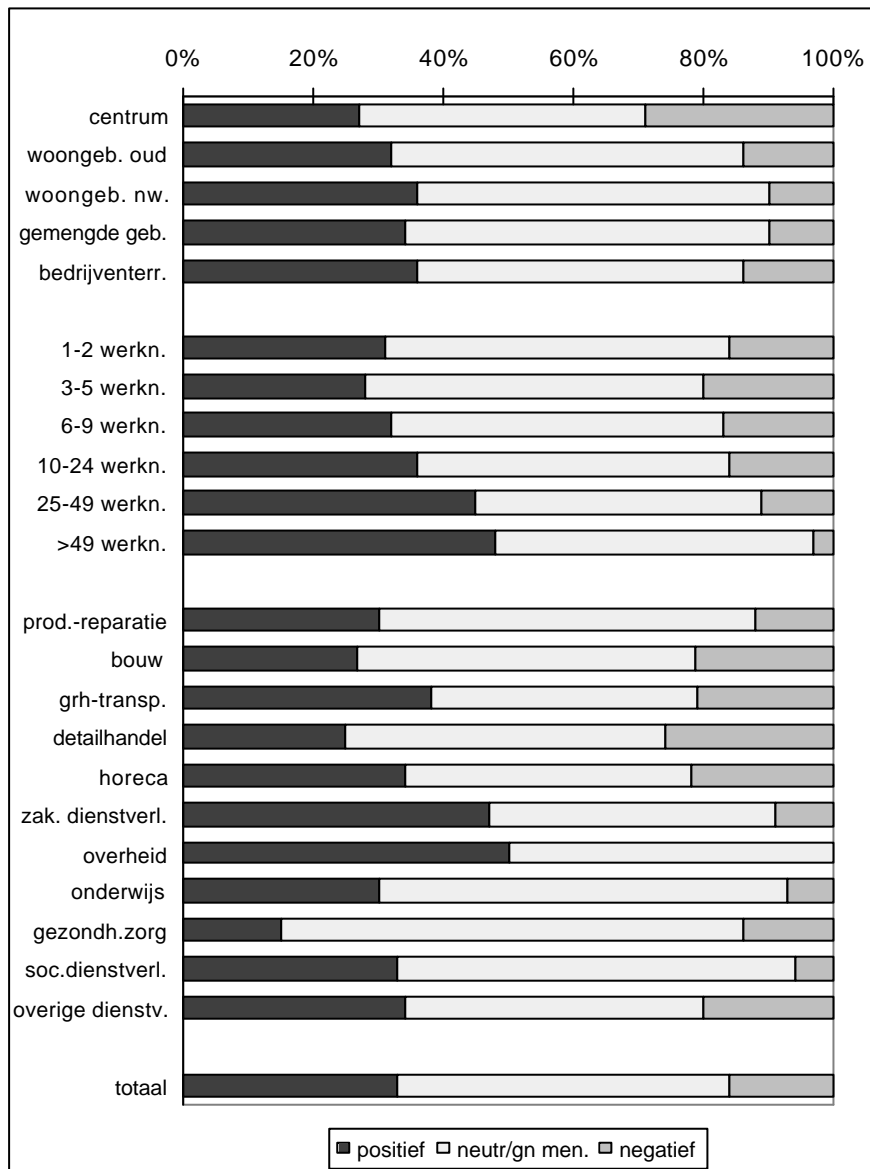
De gunstige, centrale ligging van de stad steekt daarbij met kop en schouders uit boven de andere positieve punten die zijn genoemd (figuur 10.3). De aanwezigheid van de KUN en andere opleidingen is een goede tweede. Andere punten die regelmatig zijn genoemd hebben te maken met de omgevingskenmerken van de stad en met de economische context (aanwezigheid bedrijvigheid, afzetmarkt).

Het aandeel bedrijven dat negatieve punten noemde was groter (35%, in werkelijkheid neerkomend op ruim 1600 bedrijven). Met name gebeurde dit door de bedrijven in het centrum (meer dan de helft van de bedrijven aldaar) en naar verhouding ook iets vaker door de kleinere bedrijven.

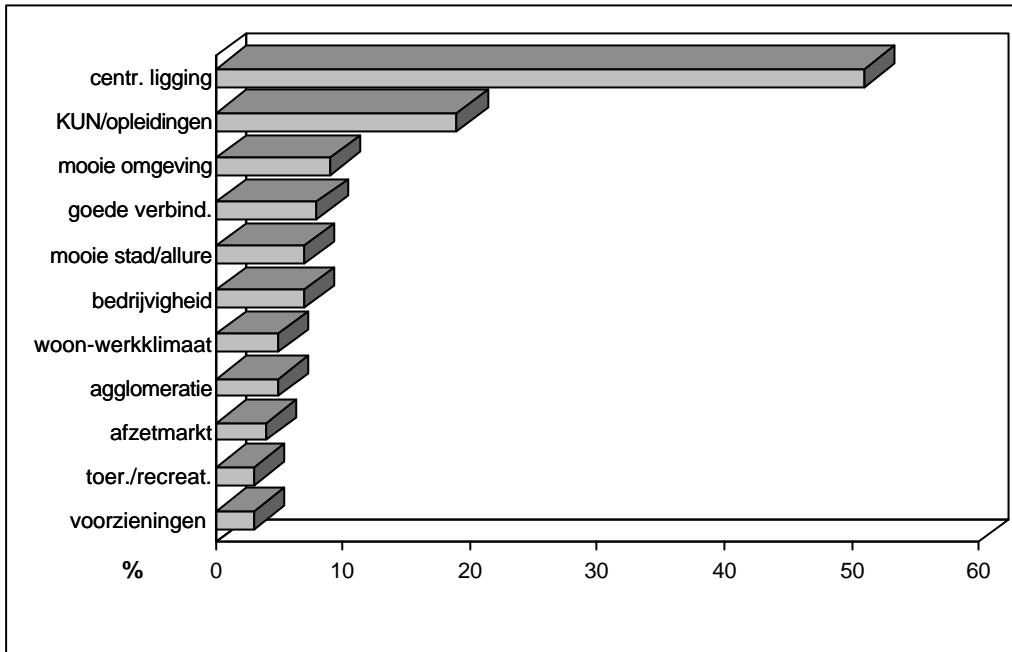
Bereikbaarheid en parkeersituatie blijken ook nu het frequentst te worden genoemd (figuur 10.4), gevolgd door enkele punten die te maken hebben met het gemeentelijk beleid (beleid algemeen en te weinig aandacht voor het bedrijfsleven).

De frequentst genoemde zwakke punten, bereikbaarheid en parkeersituatie, worden weliswaar relatief het sterkst vanuit het Centrum aangedragen, maar daarnaast ook vanuit de andere stadsdelen.

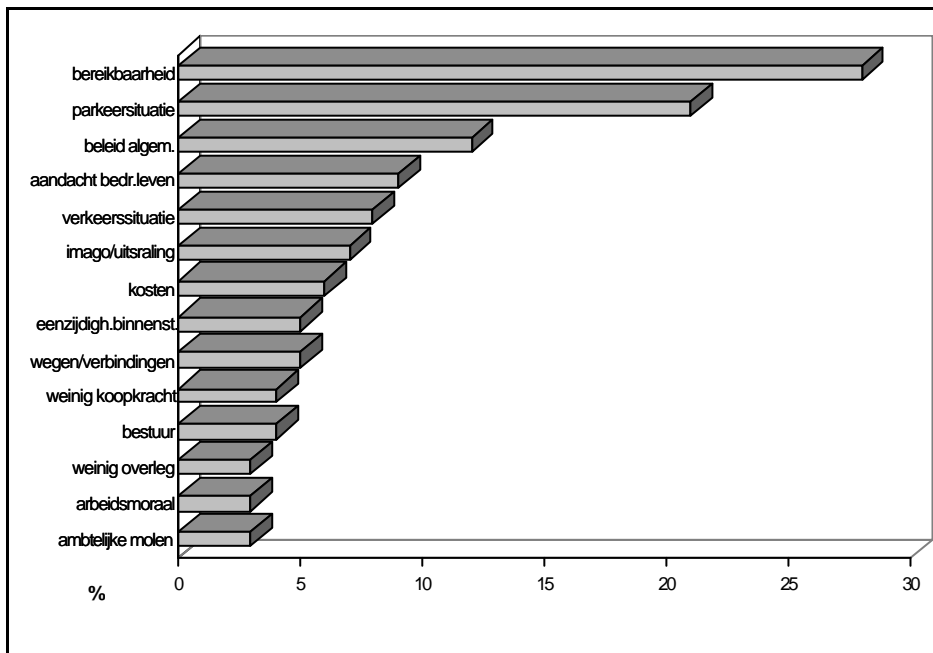
Figuur 10.2 Mening over Nijmegen als vestigingsplaats per gebied en categorie



*Figuur 10.3 Sterke punten Nijmegen genoemd door ..% van de 1200 bedrijven (na ophoging) die sterke punten hebben genoemd*



*Figuur 10.4 Zwakke punten Nijmegen, genoemd door ..% van de 1600 bedrijven (na ophoging) die zwakke punten hebben genoemd*

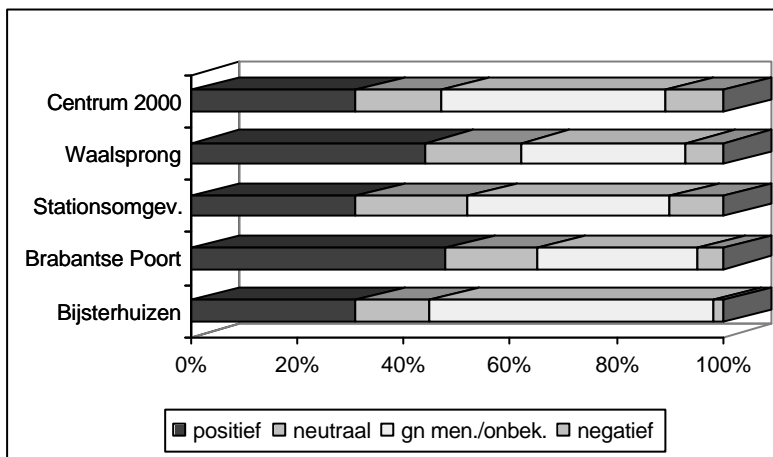


## 10.2 BEOORDELING GEMEENTELIJKE PROJECTEN

Aan de bedrijven en instellingen zijn voorts vijf gemeentelijke projecten ter beoordeling voorgelegd (*Zou u van de onderstaande projecten van de gemeente Nijmegen willen aangeven wat u ervan vindt?*).

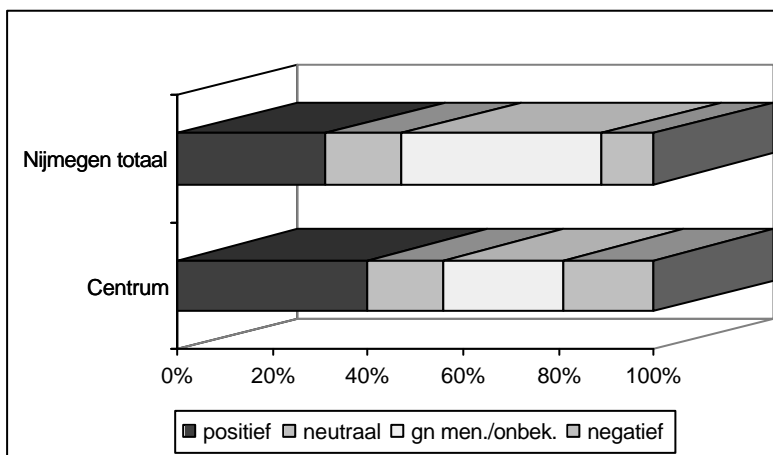
Bij elk van de vijf projecten blijkt een aanzienlijke groep daar geen of geen expliciet oordeel over te hebben (figuur 10.5). Niettemin komen met name de Brabantse Poort en in iets minder mate de Waalsprong er goed vanaf: 44 tot 48% vindt het een goed plan, slechts 4 tot 7% ziet er niet veel in. Maar ook m.b.t. Centrum 2000, de plannen voor de stationsomgeving en m.n. ook het bedrijventerrein Bijsterhuizen zijn de voorstanders veel groter in aantal dan de tegenstanders.

Figuur 10.5 Oordeel Nijmeegse bedrijven en instellingen over gemeentelijke projecten



M.b.t. Centrum 2000 is opvallend, dat van de bedrijven in het centrum zowel het aandeel voorstanders als tegenstanders ongeveer 10% hoger is dan gemiddeld. De bedrijven op de bedrijventerreinen en de grotere bedrijven zijn bovengemiddeld positief over vooral de Brabantse Poort, maar ook Bijsterhuizen.

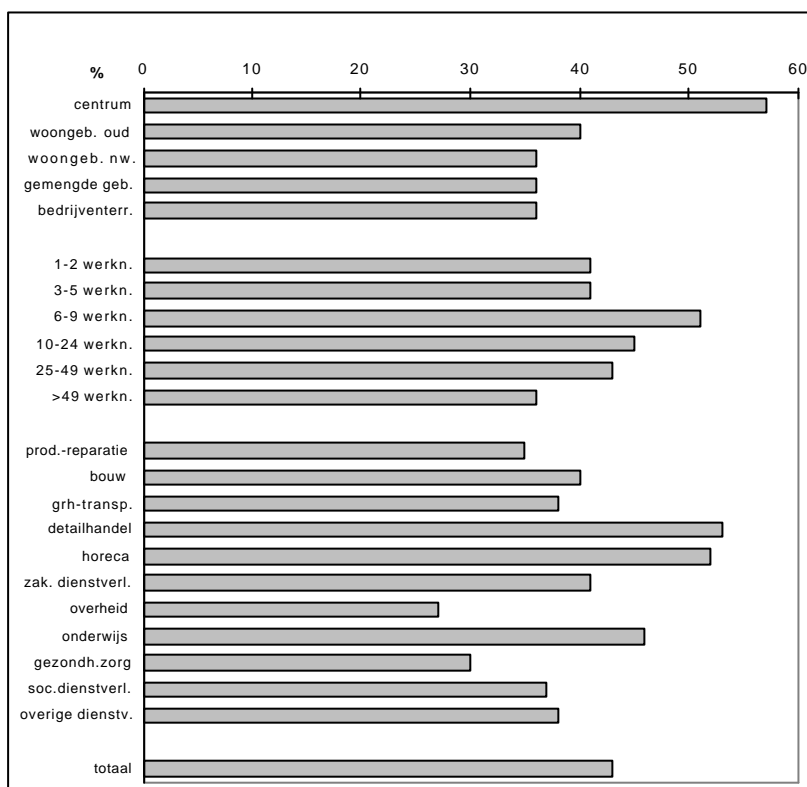
Figuur 10.6 Vergelijking oordeel Centrum 2000 Nijmeegse bedrijven - Centrumbedrijven



### 10.3 PRIORITEITEN VOOR HET GEMEENTEBESTUUR

Tenslotte is aan alle bedrijven de mogelijkheid geboden om onderwerpen met prioriteit aan te reiken aan het gemeentebestuur. Een groot deel (43%, na ophoging 2000 bedrijven) heeft hiervan gebruik gemaakt; het sterkst nog de (horeca- en detailhandel)bedrijven in het centrum (fig. 10.7).

Figuur 10.7 Aandeel bedrijven dat beleidsprioriteiten aangeeft



Bereikbaarheid en parkeren vormen ook nu de hoofdthema's, evenwel op korte afstand gevolgd door de aanpak van criminaliteit (fig. 10.8).

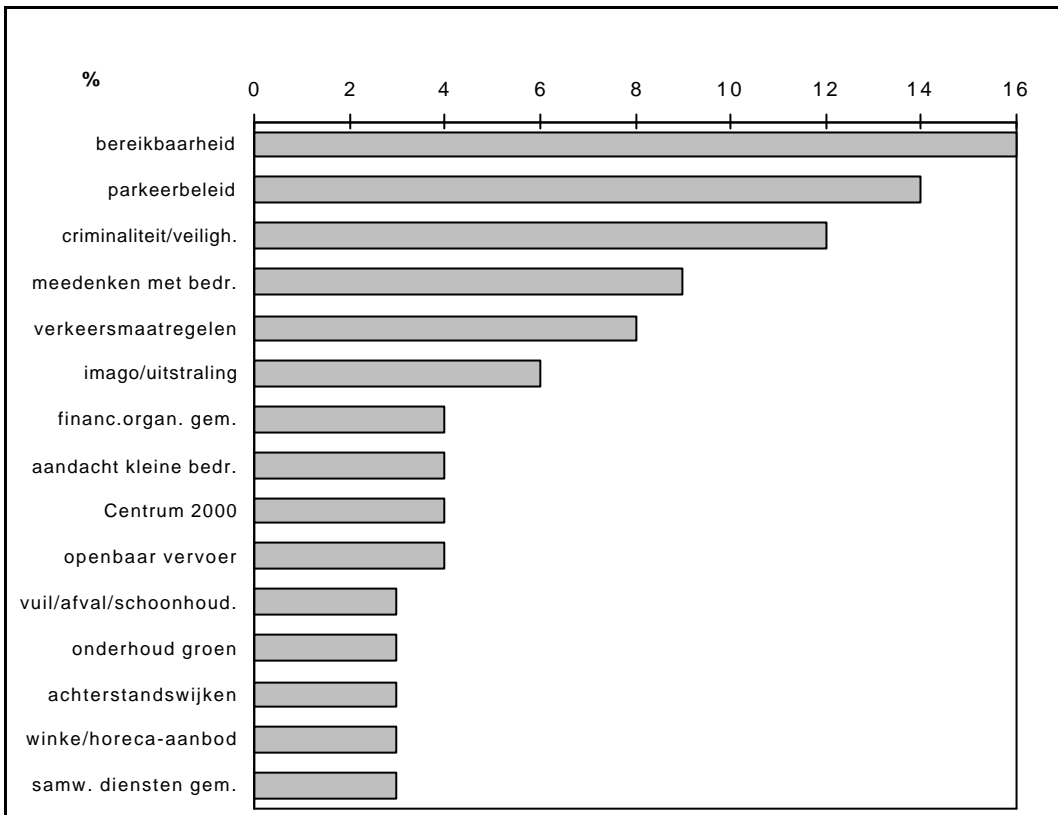
Op de vierde plaats wordt bepleit om meer mee te denken met het bedrijfsleven. Ook meer specifieke verkeersmaatregelen en het verbeteren van imago en uitstraling worden relatief vaak gesuggereerd. Tenslotte komt via verschillende aspecten (groen, vuil/afval/schoonhouden, Centrum 2000 en ook imago/uitstraling) de zorg voor de kwaliteit van de openbare ruimte als belangrijk onderwerp naar voren.

Het ligt in de lijn van eerdere bevindingen, dat het juist de bedrijven uit het centrum zijn die de eerste twee prioriteiten, bereikbaarheid en parkeren, naar voren brengen. Per saldo zijn deze twee prioriteiten door 1 op de 7 à 8 van de geënquêteerde centrumbedrijven genoemd. Door bedrijven in de stad zijn ze ook genoemd, maar in mindere mate (1 op de 25 bedrijven, figuur 10.9).

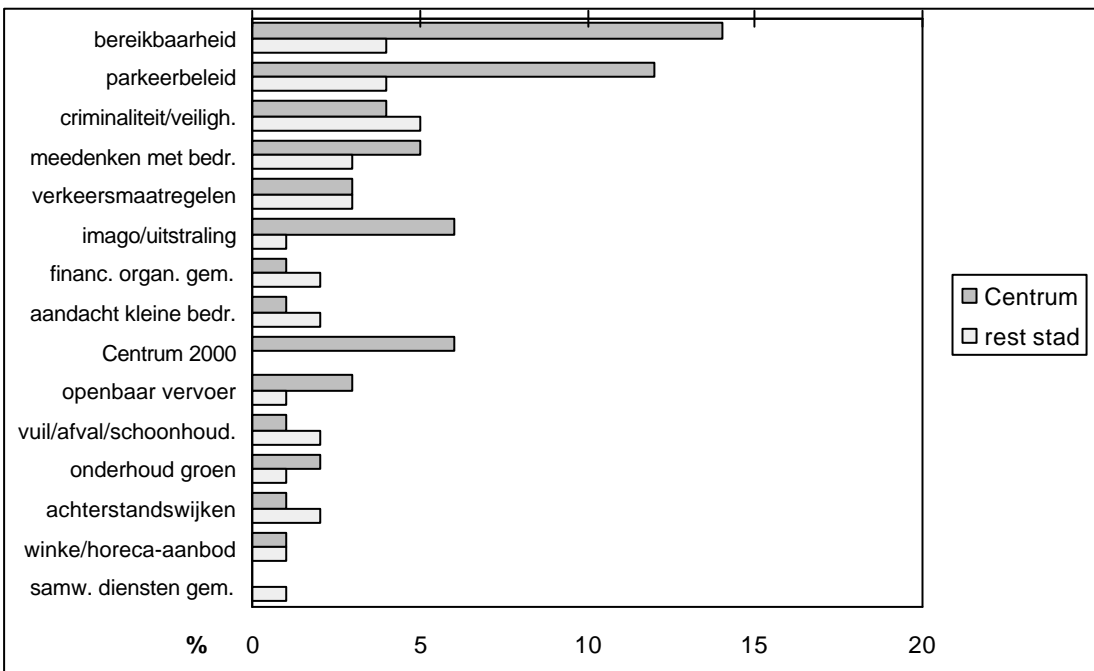
Ook de thema's imago/uitstraling en Centrum 2000 worden door bedrijven uit het centrum veel vaker als beleidsprioriteit aangegeven dan door de bedrijven uit de rest van de stad.

De overige thema's, waaronder ook veiligheid en criminaliteit, worden in gelijke mate door bedrijven uit het centrum en de rest van de stad genoemd.

*Figuur 10.8 Bestuurlijke prioriteiten, genoemd door ..% van de 2000 bedrijven (na ophoging) die prioriteiten genoemd hebben*



*Figuur 10.9 Vergelijking prioriteiten bedrijven Centrum en rest van de stad (naar voren gebracht door ..% van de geënquêteerde bedrijven)*



## 11. ONDERZOEKSRESULTATEN NIJMEGEN-NOORD

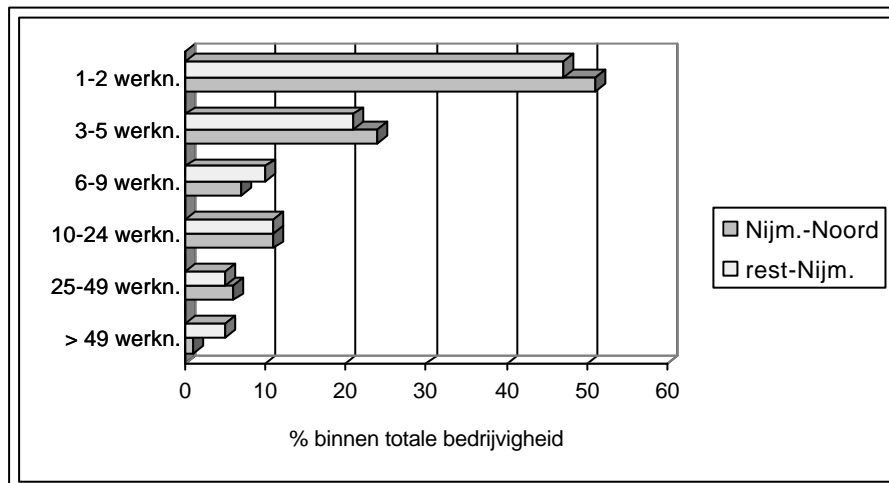
### 11.1 SAMENSTELLING BEDRIJVIGHEID

#### Aantallen en grootte

Het aantal bedrijven en instellingen in Nijmegen-Noord (Lent, Ressen en Oosterhout) bedraagt ongeveer 250. Circa 80% daarvan bevindt zich in Lent. Het aantal arbeidsplaatsen komt uit op zo'n 1500. De verhouding bevolking - arbeidsplaatsen is daarmee hetzelfde als in de rest van Nijmegen (d.w.z. Nijmegen ten zuiden van de Waal): 2:1.

Ook naar bedrijfsomvang is er veel gelijkens met de opbouw van de bedrijvigheid in Nijmegen: driekwart van de vestigingen omvat 1 t/m 5 arbeidsplaatsen (figuur 11.1).

Figuur 11.1 Omvang bedrijven Nijmegen-Noord en rest Nijmegen



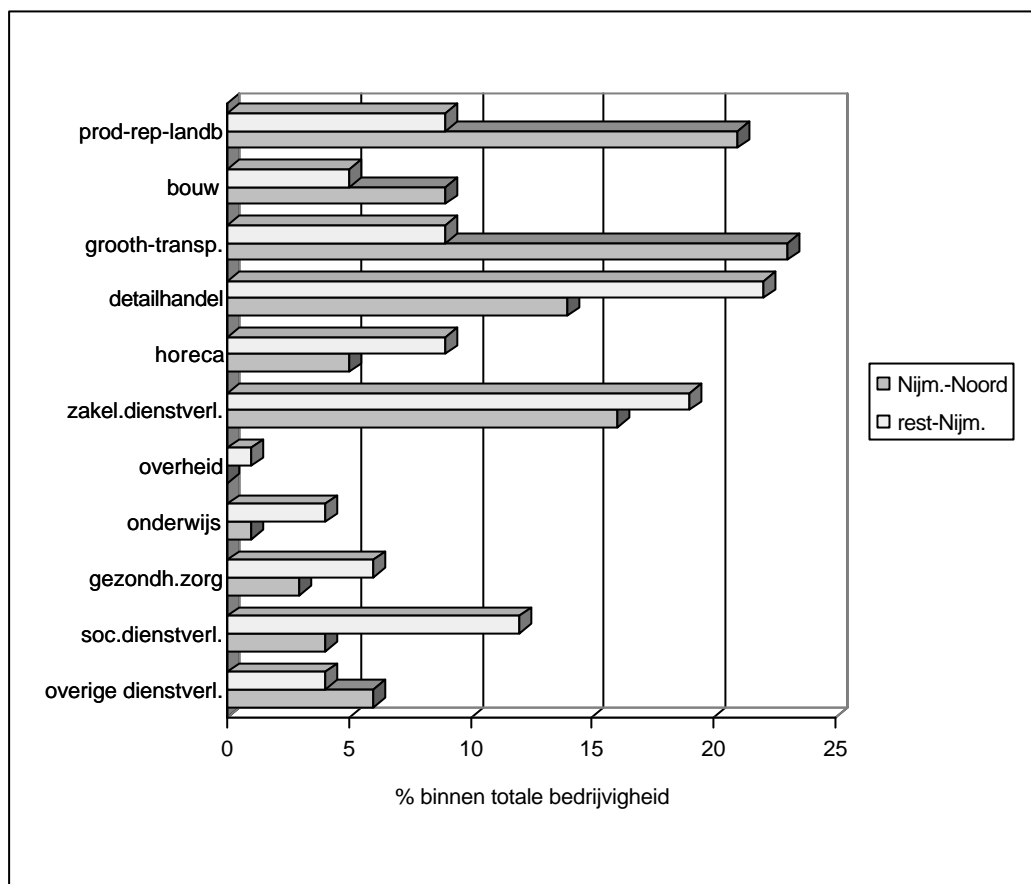
#### Bedrijfssectoren

Naar bedrijfssector zijn de verschillen wel groot: veel meer bedrijven in de productie-reparatiesector (met daarbinnen de land- en tuinbouw) en in de groothandel-transport; minder daarentegen in de detailhandel, horeca, het onderwijs, de gezondheidszorg en de sociale dienstverlening (figuur 11.2).

Andere verschillen zijn het lagere aandeel nevenvestigingen in Nijmegen-Noord (7% tegen 21% in Nijmegen) en het veel vaker voorkomen van fabriekshallen/werkplaatsen en kassen/tuincentra. Kantoorgebouwen en winkels zijn er naar verhouding veel minder. Wel is ook in Nijmegen-Noord het aandeel vestigingen in woonpanden zeer aanzienlijk (37%).

In Nijmegen was het aandeel vestigingen van 1992 of later 37%. In Nijmegen-Noord is dit met 32% niet veel lager. Het aandeel vestigingen van voor 1981 is wel wat hoger (38%, tegen 28% in Nijmegen).

Figuur 11.2 Samenstelling bedrijvigheid naar sectoren Nijmegen-Noord en rest Nijmegen



## 11.2 WAARDERING BEDRIJFSOMGEVING

### Omgevingskenmerken

Aan de ondernemers in Nijmegen-Noord zijn ter beoordeling dezelfde 18 kenmerken van de bedrijfsomgeving voorgelegd als in Nijmegen. In tabel 11.1 is te zien, dat ook door de bedrijven en instellingen in Nijmegen-Noord autobereikbaarheid en parkeren voor klanten als de belangrijkste twee aspecten worden gezien. Het aandeel ontevreden in Nijmegen-Noord op deze twee punten echter is met resp. 6 en 10% slechts 1/3 van dat in Nijmegen.

Opvallend is voorts, dat ook het derde en vierde belangrijkste kenmerk (kwaliteit openbare ruimte en representativiteit) overeenkomen met de Nijmeegse nummers 4 en 3 en vooral dat het aandeel ontevreden ook in Nijmegen-Noord vrij aanzienlijk is (21 en 17%).

Aan enkele aspecten in relatie tot vrachtverkeer (bereikbaarheid, laden en lossen, nabijheid toeleveranciers) wordt door meer bedrijven dan in Nijmegen belang gehecht. De mate van ontevredenheid is overigens kleiner.

Tenslotte is vermeldenswaard, dat ook in Nijmegen-Noord een flink deel (33%) van de bedrijven die uitbreiding een belangrijk thema vinden de mogelijkheden daartoe als onvoldoende beschouwen.



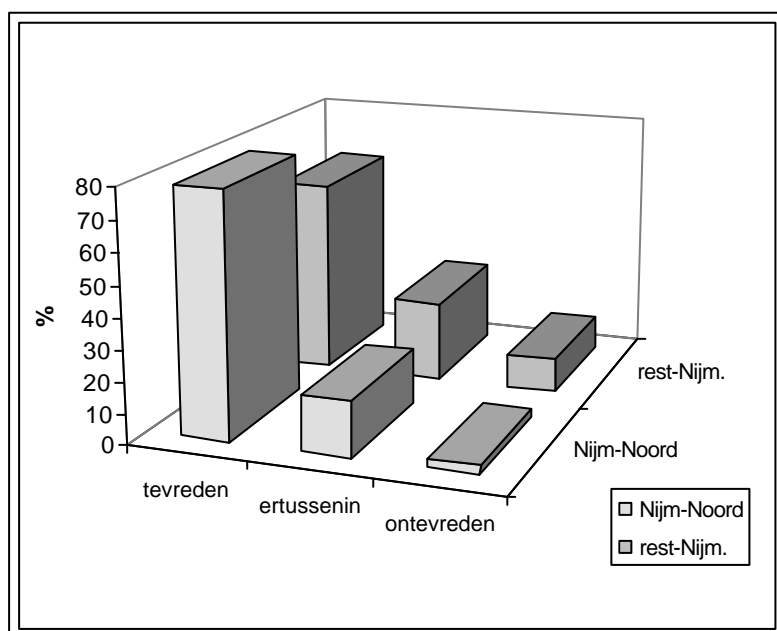
Tabel 11.1 Waardering omgevingskenmerken bedrijven Nijmegen-Noord en rest Nijmegen

	% (zeer) belr. rest-Nijmegen	% (zeer) belr. Nijm-Noord	% <6 rapp.cijf. rest Nijmegen	% <6 rapp.c. Nijm-Noord
bereikbaarheid auto	91	91	17	6
parkeren klanten	84	83	30	10
representativiteit	82	70	17	17
openbare ruimte	80	75	23	21
bereikbaarheid fiets	76	61	4	4
bereikbaarheid bus	65	36	12	21
parkeren medewerkers	65	62	26	4
laden en lossen	59	69	20	5
bereikbaarheid vrachtv.	51	65	17	7
beschikbh. middelb. opgel.	44	38	10	6
nabijheid binnenstad	40	20	3	4
uitbreidingsmogelijkh.	40	47	50	33
nabijheid winkels	39	25	9	27
bereikbaarheid trein	38	15	9	70
beschikbh. lager opgel.	30	33	13	8
beschikbh. hoger opgel.	29	19	10	0
nabijheid afnemers	19	25	7	16
nabijheid toeleveranciers	17	31	10	11

### Aanpakprioriteiten en totaaloordeel

Ook in Nijmegen-Noord hebben veel respondenten (45%, tegen 54% in Nijmegen) de mogelijkheid aangegrepen om onderwerpen aan te geven die de gemeente met prioriteit zou moeten aanpakken als het gaat om de bedrijfsomgeving. In de meeste gevallen betreft het

Figuur 11.3 Algehele tevredenheid bedrijfsomgeving Nijmegen-Noord en rest Nijmegen



verkeersaspecten (met name verbeteren toegankelijkheid, maar ook verbeteren van de parkeergelegenheid en de verkeersveiligheid). Daarnaast werd verbetering van de kwaliteit van de openbare ruimte nogal eens genoemd.

Al met al is de totale tevredenheid over de bedrijfsomgeving in Nijmegen-Noord wat groter dan in Nijmegen (79 tegen 63% tevreden).

### 11.3 PLANNEN

#### Dynamiek: uitbreidings- en verhuisplannen

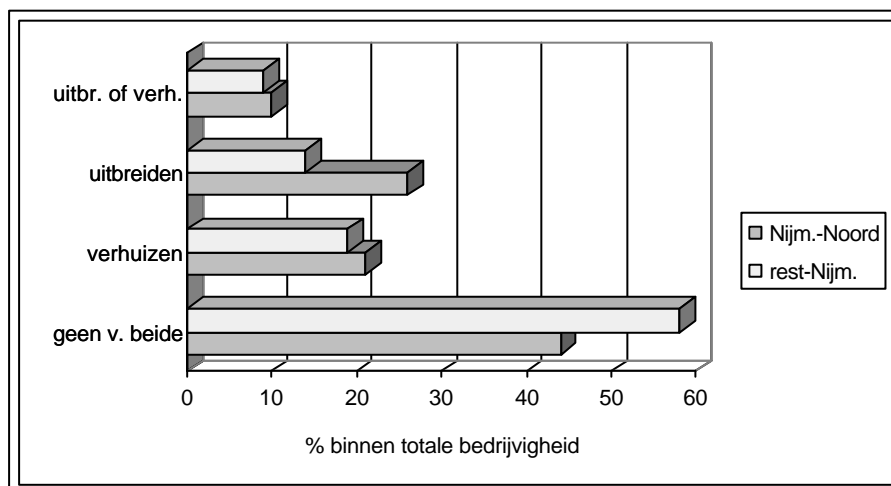
In de voorgaande "Nijmeegse" hoofdstukken is op verschillende plaatsen gewezen op flinke dynamiek in de bedrijvigheid. Voor de bedrijven in Nijmegen-Noord is dit nog sterker aan de orde. Meer dan 55% heeft plannen om te verhuizen of uit te breiden, hetgeen 10% hoger is dan in Nijmegen. In figuur 11.4 is te zien, dat uitbreiding het vaakst wordt overwogen (26%) en vervolgens verhuizing (21%), terwijl 10% beide opties open houdt.

Onder de groep plannenmakers is het aandeel bedrijven met "zekere"voornemens (in relatie tot de "vagere plannen") ook iets groter dan in Nijmegen.

Bij de motieven van de bedrijven met verhuisplannen (na ophoging moet je denken aan zo'n 75 bedrijven) spelen de te beperkte omvang en de slechte kwaliteit van het huidige pand de belangrijkste rol. Voor een kleiner aantal (ruim 10) is de slechte bereikbaarheid een motief, voor een zelfde aantal is de mogelijkheid tot verkoop/verhuur van het pand een motief.

Ruim de helft van de bedrijven met verhuisplannen in Nijmegen-Noord wil het liefst in dezelfde buurt gehuisvest blijven, 7% is op zoek naar een andere lokatie binnen Nijmegen en 18% naar een andere lokatie binnen de regio.

Figuur 11.4 Verhuis- en uitbreidingsplannen Nijmegen-Noord en rest Nijmegen



### 11.4 OORDEEL NIJMEGEN ALS VESTIGINGSPLAATS EN NIJMEEGSE PROJECTEN

Het oordeel over Nijmegen als vestigingsplaats bij de bedrijven in Nijmegen-Noord is minder uitgesproken (twee derde geeft geen antwoord of heeft een neutraal oordeel), maar komt verder grotendeels overeen met dat van de overige Nijmeegse bedrijven als het gaat om de verhouding positief - negatief (ruim 20% positief en 10% negatief).

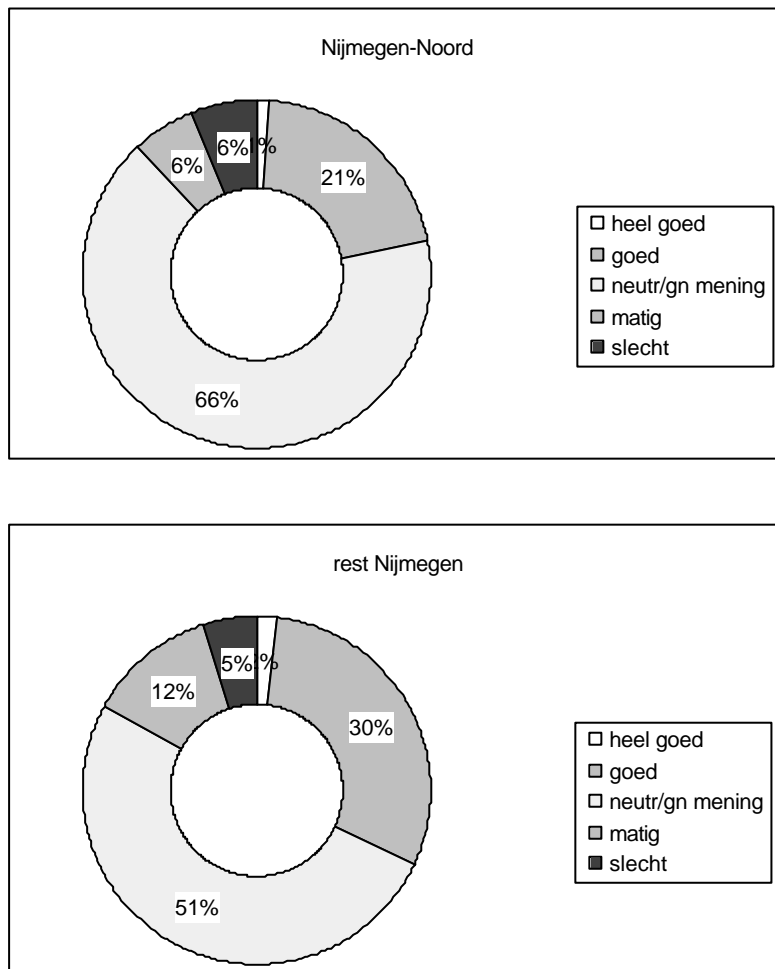
Een kleine 20% van de bedrijven heeft sterke punten aangegeven en daarbij vooral de centrale ligging van de stad genoemd. Net als in Nijmegen noemde een derde zwakke punten. Aanzienlijk veel vaker dan in Nijmegen worden hierbij de bereikbaarheid en verkeerssituatie genoemd.

Aan de bedrijven uit Nijmegen-Noord is ook het oordeel gevraagd over de vijf Nijmeegse projecten. Evenals bij het oordeel over Nijmegen als vestigingsplaats is het resultaat minder expliciet. Dat geldt zowel voor Centrum 2000 en de plannen voor de Stationsomgeving als voor de Brabantse Poort en Bijsterhuizen.

Het aandeel dat geen mening geeft is aanzienlijk groter dan bij de bedrijven uit de rest van Nijmegen (steeds zo'n 50 tot meer dan 60%). Degenen die wel een oordeel geven zijn over het algemeen positief of neutraal.

Voor wat betreft de Waalsprong is het oordeel een aanzienlijk stuk explicieter en ook negatiever dan bij de Nijmeegse bedrijven (Zie figuur 11.6): 32% vindt het een slecht plan (tegen 7% in Nijmegen).

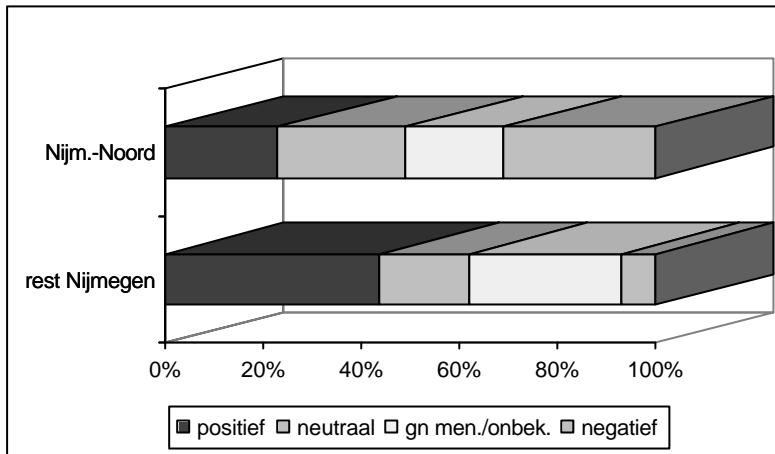
*Figuur 11.5 Oordeel Nijmegen als vestigingsplaats Nijmegen-Noord en rest Nijmegen*



## 11.5 DE MENING OVER DE OVERGANG VAN LENT NAAR NIJMEGEN

In hoofdstuk 1 is aangegeven, dat de bedrijven en instellingen in Lent in tweede instantie aan het onderzoek zijn toegevoegd. De vragenformulieren zijn pas eind januari verzonden. Gebruik is gemaakt van de mogelijkheid om de Lentse vestigingen enkele extra vragen te stellen over de overgang van Lent naar Nijmegen.

*Figuur 11.6 Oordeel over Waalsprong Nijmegen-Noord en rest Nijmegen*



Allereerst is gevraagd naar voor- en nadelen van die overgang (*Lent is overgegaan naar de gemeente Nijmegen. Levert dat voor uw eigen bedrijf voordelen/nadelen op?*)

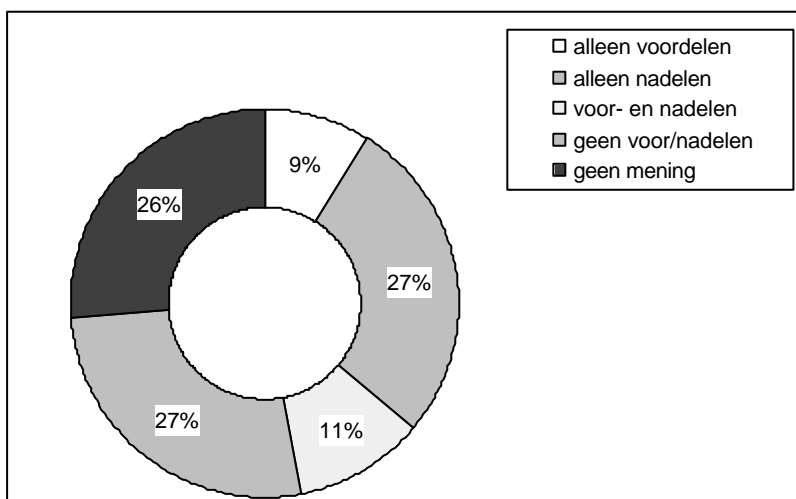
Voor ruim de helft van de bedrijven lijkt de balans naar geen van beide kanten door te slaan (figuur 11.7): ruim een kwart ziet noch voor- noch nadelen voor het eigen bedrijf en een ander kwart wist geen antwoord te geven.

De groep die alleen nadelen ziet is drie keer zo groot dan de groep met alleen voordelen (27 tegen 9%). Ruim 10% vindt er zowel voor- als nadelen aan zitten.

Bijna alle bedrijven die voordelen zagen, noemden een hogere omzet als positieve ontwikkeling. Andere voordelen werden in zeer geringe mate genoemd.

Bij de bedrijven die nadelen noemen (bij elkaar gaat het na ophoging om circa 80 bedrijven) springen er drie aspecten uit: hogere gemeentelijke lasten (genoemd door 42% van deze groep), langere reistijden/slechtere bereikbaarheid (42%) en de dreiging van bedrijfsverplaatsing inclusief alle onzekerheden die daar mee samenhangen (27%).

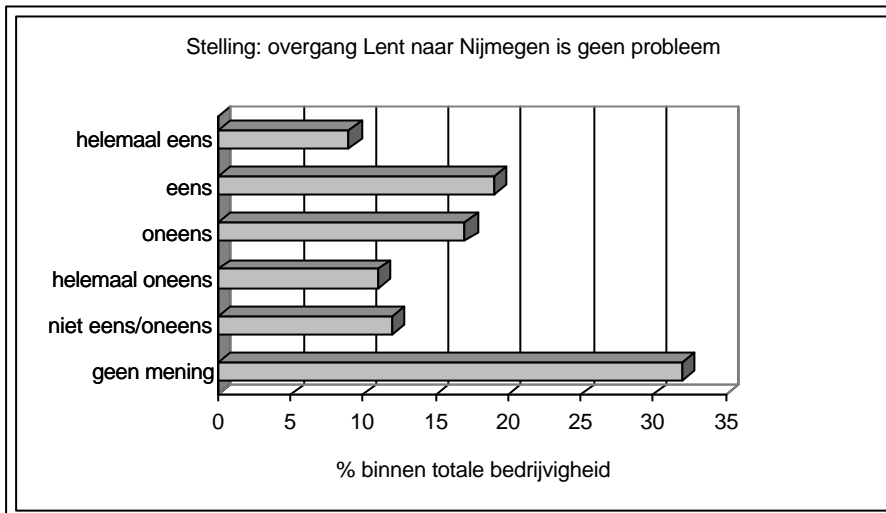
*Figuur 11.7 Oordeel Lentse ondernemers over gevolgen voor eigen bedrijf van overgang naar Nijmegen*



Vervolgens is aan de Lentse bedrijven de volgende stelling voorgelegd: *Voor de bedrijven en instellingen in Lent is het geen probleem, dat Lent nu bij Nijmegen hoort.*

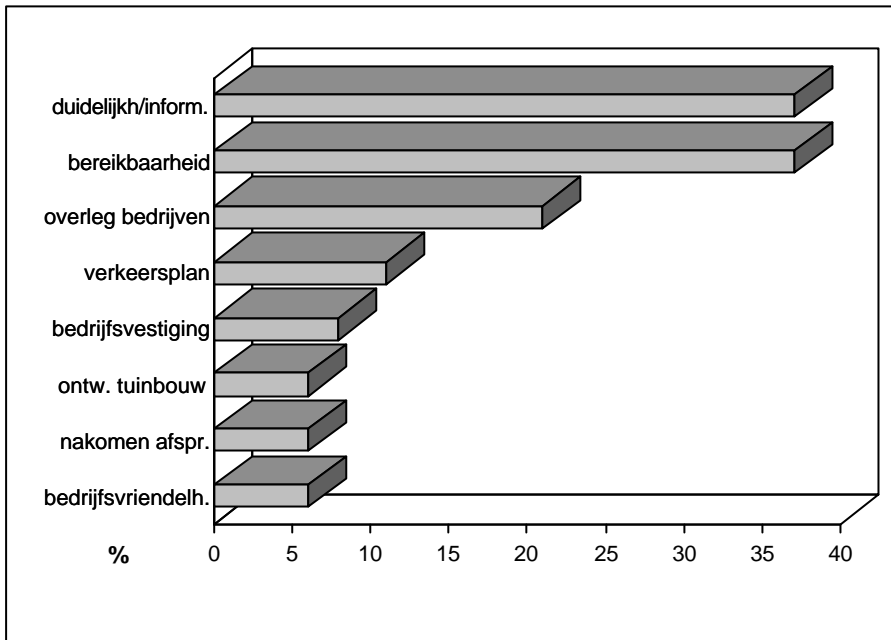
De antwoorden geven een evenwicht te zien: het percentage respondenten dat met de stelling instemt is nagenoeg even groot als het percentage dat dat niet doet (elk 28%). Ruim 40% van de respondenten is het noch eens noch oneens met deze stelling of heeft er geen mening over.

*Figuur 11.8 Oordeel Lentse ondernemers over stelling Lent als onderdeel van Nijmegen*



Tenslotte is gevraagd of men onderwerpen kon noemen *waaraan het Nijmeegse gemeentebestuur meer prioriteit moet geven als het gaat om de relatie met de bedrijven en instellingen in Lent.* Een meerderheid (57%) heeft van deze mogelijkheid gebruik gemaakt. In figuur 11.9 is te zien, dat het vooral gaat om twee beleidsaspecten: het verschaffen van meer duidelijkheid en informatie over plannen en de toekomst en het bewaken van de bereikbaarheid. Op de derde plaats komt de zorg voor een goed overleg met Lentse bedrijven

*Figuur 11.9 Beleidsprioriteiten m.b.t. de relatie met Lent (genoemd door ..% van de bedrijven die prioriteiten genoemd hebben)*



## 12. VERGELIJKINGEN TUSSEN ARNHEM EN NIJMEGEN

### 12.1 INLEIDING

Gelijktijdig met de Nijmeegse bedrijvenpeiling is er in Arnhem een bedrijvenpeiling gehouden. Al bij de voorbereiding is er nauw samengewerkt tussen de onderzoeksafdelingen van beide gemeenten. Dit heeft ertoe geleid, dat exact dezelfde vragenlijst is gehanteerd. Voorts bevat ook de Arnhemse rapportage een hoofdstuk waarin een vergelijking wordt getrokken tussen de Arnhemse en Nijmeegse resultaten. Gegeven een andere lay out en enkele minieme verschillen in de gehanteerde getallen komen de hoofdlijnen en konklusies uit de Arnhemse rapportage geheel overeen met die uit dit hoofdstuk.

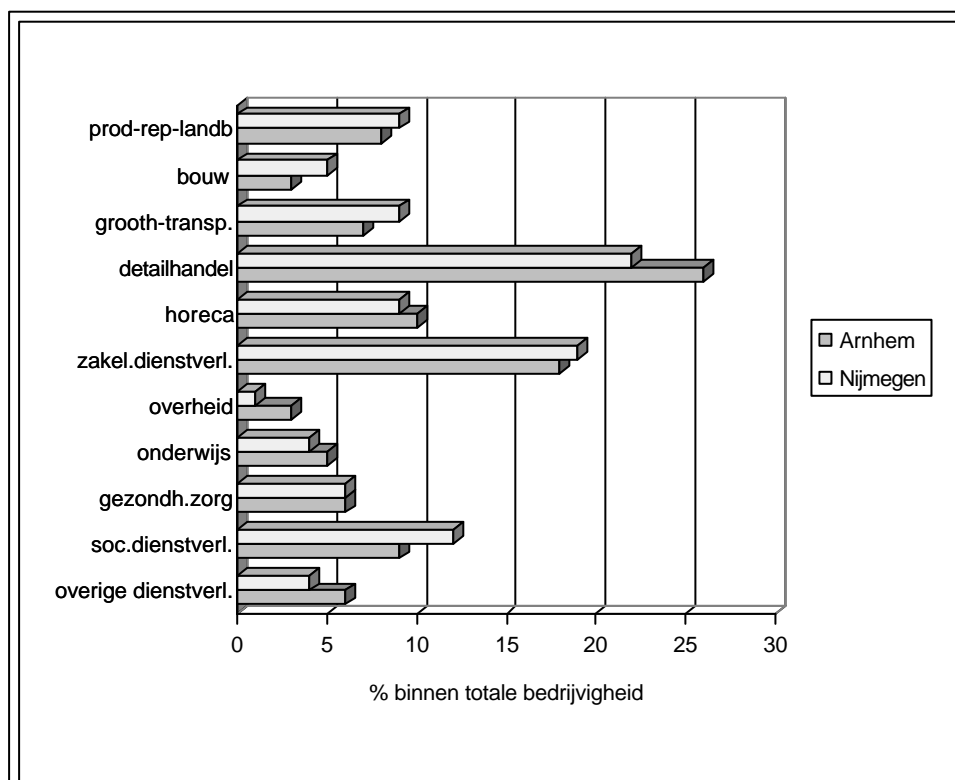
### 12.2 SAMENSTELLING BEDRIJVIGHEID

Voor Arnhem konden dezelfde berekeningen worden gemaakt over de samenstelling van de bedrijvigheid als in Nijmegen. Ook nu gaat het om schattingen op basis van enquêteresultaten, waarbij, ook in de vergelijking met bestaande statistieken, met (beperkte) marges rekening moet worden gehouden.

Het aantal vestigingen binnen de Arnhemse gemeentegrenzen is iets lager dan in Nijmegen (4.600 tegen 4.800), hetzelfde geldt voor het aantal werknemers (76.500 tegen 77.800, full time + part time).

Wanneer je kijkt naar de verdeling van vestigingen naar sectoren, zie je dat deze slechts op enkele punten uiteenloopt in beide steden. In Arnhem is met name het aantal bedrijven in de detailhandelssector wat groter, in Nijmegen de sociale dienstverlening (figuur 12.1).

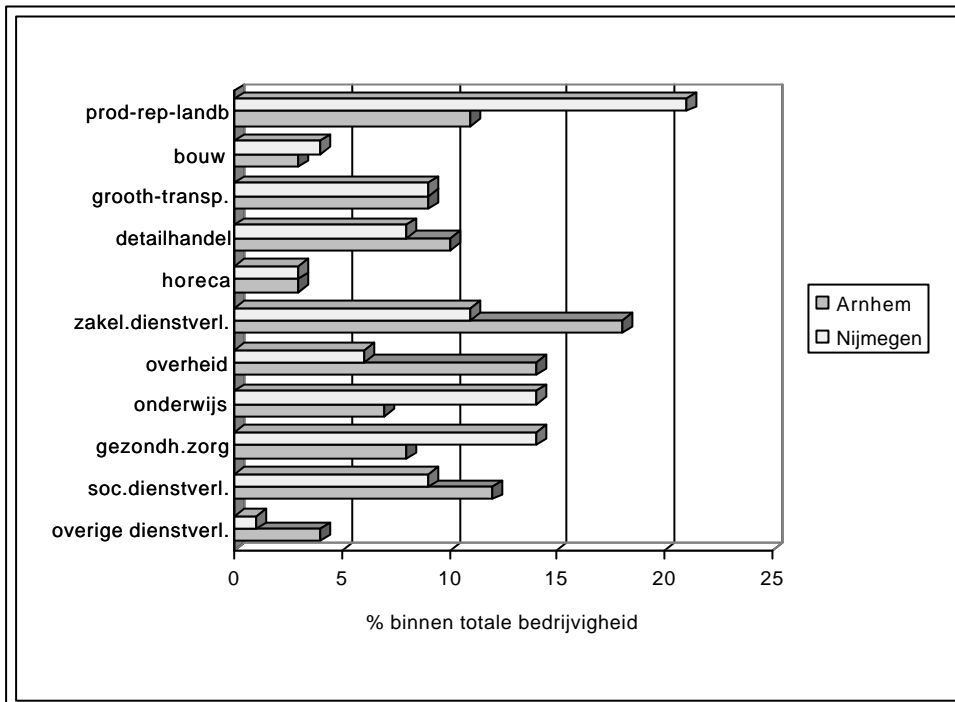
Figuur 12.1 Vergelijking verdeling vestigingen in Arnhem en Nijmegen naar sector



De verdeling van de werknemersaantallen leidt wel tot aanzienlijke verschillen (figuur 12.2): in Nijmegen zijn veel meer mensen werkzaam in de productie-reparatie-sector, het onderwijs en de gezondheidszorg. Gedrieën omvatten ze in Arnhem circa 20.000 werknemers tegen 38.000 in Nijmegen, waaronder die van enkele "mega"-bedrijven en instellingen, nl. de KUN, de ziekenhuizen en Philips.

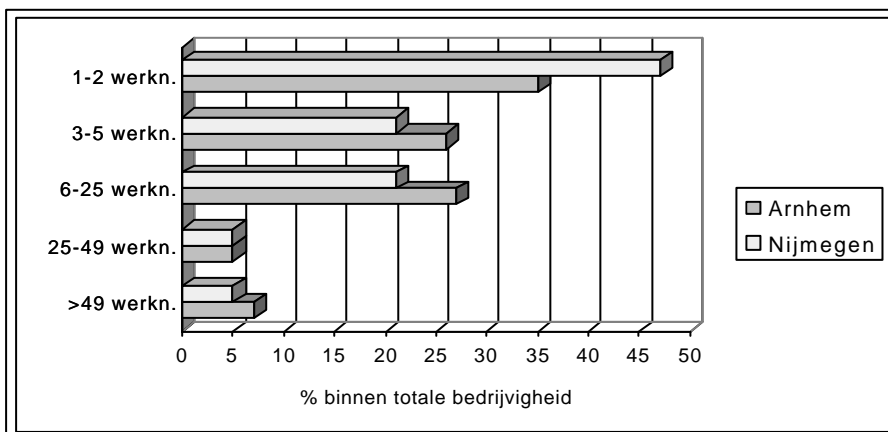
In Arnhem daarentegen zijn vooral de zakelijke dienstverlening en de overheid in totaliteit veel grotere werkgevers (samen 25.000 werknemers tegen 13.000 in Nijmegen). Ook deze verschillen worden voornamelijk veroorzaakt door enkele grote bedrijven, zoals de Provincie, de Postbank en Arcadis.

Figuur 12.2 Vergelijking verdeling werknemers in Arnhem en Nijmegen naar sector



Naar grootteklasse gezien is er ook sprake van verschil: in Nijmegen is het aandeel 1- en 2-persoonsbedrijven aanzienlijk groter dan in Arnhem, nl. 47 tegen 35%. Bijgevolg is het aandeel bedrijven in de grootteklassen vanaf 3 werknemers in Arnhem steeds iets groter dan in Nijmegen (figuur 12.3). Dat in Nijmegen desondanks het totaal aantal arbeidsplaatsen iets groter is, komt doordat de zojuist genoemde Nijmeegse "mega"-bedrijven sterker doortellen dan in Arnhem.

Figuur 12.3 Vergelijking verdeling vestigingen in Arnhem en Nijmegen naar grootteklassen





De ruimtelijke verdelingen van de vestigingen en werknemersaantallen in beide steden laten zich niet meteen vergelijken. De concentraties in het Stadscentrum komen sterk overeen (ongeveer 25% van het totaal aantal vestigingen en zo'n 17 tot 18% van de werkgelegenheid).

De aantallen vestigingen en werknemers op bedrijventerreinen zijn in Arnhem voorts wat groter dan in Nijmegen: in Arnhem 11% van de bedrijven en 20% van de werkgelegenheid, in Nijmegen resp. 9 en 16%. De laatste vergelijking gaat echter enigszins mank, omdat binnen de in Nijmegen onderscheiden gemengde gebieden een gedeelte het karakter heeft van een bedrijfsterrein.

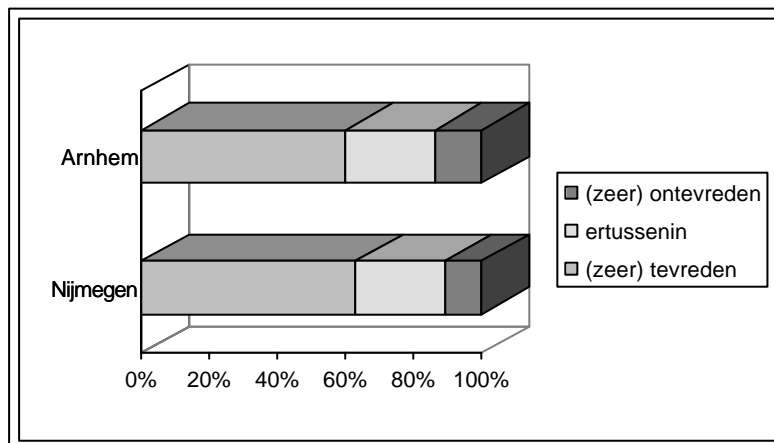
Het aandeel nevenvestigingen is in Arnhem en Nijmegen gelijk (20%). Een verschil is dat de hoofdvestigingen van de Arnhemse nevenvestigingen zich vaker buiten de regio bevinden (ruim 60%) dan bij de Nijmeegse nevenvestigingen (50%).

In Nijmegen is het aandeel vestigingen dat gehuisvest is in een huurpand iets lager dan in Arnhem (ca. 55 tegen 60%).

### 12.3 WAARDERING BEDRIJFSOMGEVING

Het percentage bedrijven dat (zeer) tevreden is met de omgeving van het bedrijf is in Arnhem en Nijmegen nagenoeg even groot (61 tegen 63%). Het aandeel ontevreden vestigingen is in Arnhem wat groter dan in Nijmegen (15 tegen 11%, figuur 12.4).

*Figuur 12.4 Vergelijking totaaloordeel bedrijfsomgeving Arnhem-Nijmegen*



Op dezelfde manier als in Nijmegen is in Arnhem per omgevingsaspect gevraagd naar het belang en de tevredenheid. De resultaten zijn verzameld in tabel 12.1.

De twee eerste kolommen geven het belang aan dat in resp. Nijmegen en Arnhem aan de omgevingskenmerken wordt gehecht. Opmerkelijk is, dat de 5 aspecten die de Nijmeegse bedrijven en instellingen het belangrijkste vinden exact hetzelfde zijn als die in Arnhem: de bereikbaarheid per auto, het parkeren voor klanten, de representativiteit en de kwaliteit van de openbare ruimte en de bereikbaarheid voor fietsers. 80 tot meer dan 90% van de respondenten vindt deze kenmerken in relatie tot het eigen bedrijf belangrijk of zeer belangrijk.

Ook verder zijn er veel overeenkomsten in (de rangordering van) het belang dat aan de verschillende aspecten wordt gehecht. In Arnhem echter krijgen de nabijheid tot winkels en de bereikbaarheid per trein meer gewicht.

Het beeld van de tevredenheidsscores wijst uit, dat de bereikbaarheid en parkeermogelijkheden in Arnhem vaker negatief worden gewaardeerd dan in Nijmegen. Het aandeel onvoldoendes m.b.t. de bereikbaarheid per auto ligt 12% hoger (29 tegen 17%). Bij de parkeermogelijkheden voor klanten is het verschil 7% (37 tegen 30% onvoldoendes). In beide steden komen de negatieve scores vooral vanuit de bedrijven in het centrum, waarbij de waardering door de Arnhemse centrumbedrijven zich ongunstig verhoudt tot die van de Nijmeegse: in het centrum van Arnhem geeft 62% een

onvoldoende voor de bereikbaarheid per auto, in Nijmegen 37%; voor de parkeermogelijkheden voor klanten zijn deze percentages resp. 68 en 50%.

Ook van belang zijn de verschillen t.a.v. andere verkeersaspecten, zoals de bereikbaarheid en laad- en losmogelijkheden voor vrachtverkeer (over de hele stad gezien 13% meer onvoldoendes in Arnhem dan in Nijmegen) en de bereikbaarheid per trein (in Nijmegen 9% onvoldoendes, in Arnhem 14%).

Een factor overigens die iets of wat van betekenis kan zijn voor de waardering van de verkeersaspecten door de Arnhemse bedrijven is, dat ten tijde van het enquêteveldwerk o.a. in het centrum van de stad diverse (weg)werkzaamheden in volle gang waren.

Het percentage ontevreden over de representativiteit en kwaliteit van de openbare ruimte is in beide steden nagenoeg gelijk (circa 20%).

En hetzelfde geldt voor de waardering van de uitbreidingsmogelijkheden. Zowel in Arnhem als in Nijmegen vindt maar liefst 50% van de bedrijven waarvoor uitbreiding een relevant onderwerp is, dat de mogelijkheden daartoe tekort schieten.

*Tabel 12.1 Waardering omgevingskenmerken bedrijven Nijmegen en Arnhem*

	% (zeer) belr. Nijmegen	% (zeer) belr. Arnhem	% <6 rapp.cijfer Nijmegen	% <6 rapp.cijfer Arnhem
bereikbaarheid auto	91	93	17	28
parkeren klanten	84	90	30	37
representativiteit	82	87	17	17
openbare ruimte	80	86	23	24
bereikbaarheid fiets	76	75	4	5
bereikbaarheid bus	65	70	12	12
parkeren medewerkers	65	73	26	31
laden en lossen	59	65	20	33
bereikbaarheid vrachtv.	51	54	17	30
beschikbh. middelb. opgel.	44	54	10	8
nabijheid binnenstad	40	48	3	5
uitbreidingsmogelijkh.	40	39	50	54
nabijheid winkels	39	48	9	11
bereikbaarheid trein	38	48	9	14
beschikbh. lager opgel.	30	32	13	8
beschikbh. hoger opgel.	29	32	10	9
nabijheid afnemers	19	19	7	9
nabijheid toeleveranciers	17	17	10	8

## 12.4 PLANNEN

De in Nijmegen geconstateerde (potentiële) dynamiek is ook in Arnhem aanwezig. Evenals in Nijmegen heeft een kwart van de bedrijven en instellingen hier uitbreidingsplannen en een derde verhuisplannen. In beide steden zijn voor veel bedrijven deze plannen overigens nog vaag.

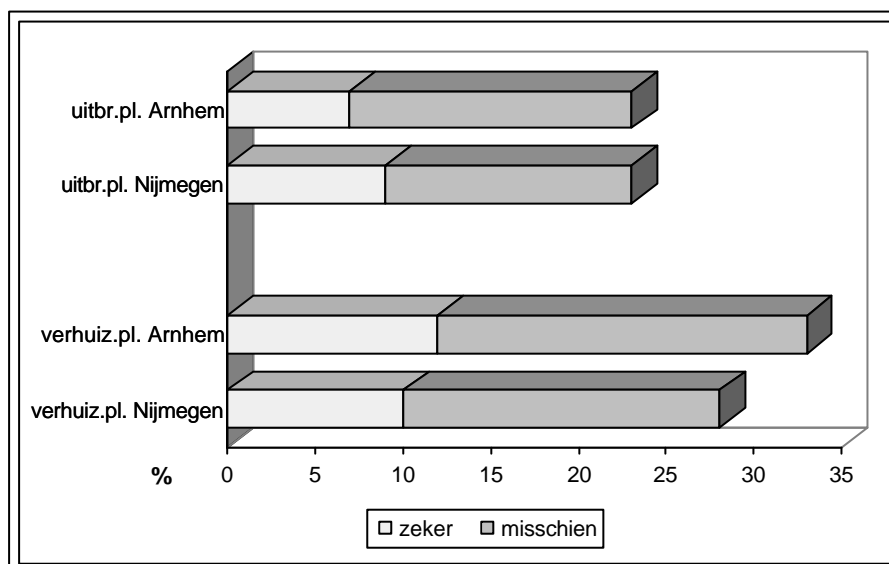
Een andere overeenkomst is, dat relatief veel bedrijven in de zakelijke dienstverlening, veel onderwijsinstellingen en bedrijven op de bedrijventerreinen uitbreidingsplannen hebben. In Nijmegen gaat het hierbij niet alleen, zoals in Arnhem, om de bedrijven boven 50 werknemers, maar ook in de categorieën tussen 3 en 50 werknemers.

In Arnhem lijken de verhuisactiviteiten het sterkst aanwezig te zijn bij grote en middelgrote bedrijven (meer dan 25 werknemers), in Nijmegen vooral bij de kleinere en middelgrote bedrijven (tot 50 werknemers).

In beide steden hebben naar verhouding veel bedrijven in het Stadscentrum verhuisplannen. Verder is de krapte van het huidige pand zowel in Arnhem als in Nijmegen het belangrijkste verhuismotief (50% van de verhuisgeneigde bedrijven in Arnhem, 60% in Nijmegen). Ook de slechte kwaliteit van het huidige pand is in beide steden een belangrijk motief (ongeveer 30%). Verhuismotieven die in Arnhem vaker genoemd worden dan in Nijmegen zijn parkeergelegenheid en bereikbaarheid (resp. 33 en 24% tegen Nijmegen 24 en 17%).

Nagenoeg eenzelfde percentage van de verhuisgeneigde bedrijven spreekt als voorkeur uit binnen de stadsgrenzen te blijven (73% in Arnhem, 72% Nijmegen). In Arnhem is de regionale voorkeur iets groter (11 tegen 8%).

Figuur 12.5 Uitbreidings- en verhuisplannen Arnhem en Nijmegen



## 12.5 KONTAKTEN EN DIENSTVERLENING GEMEENTE

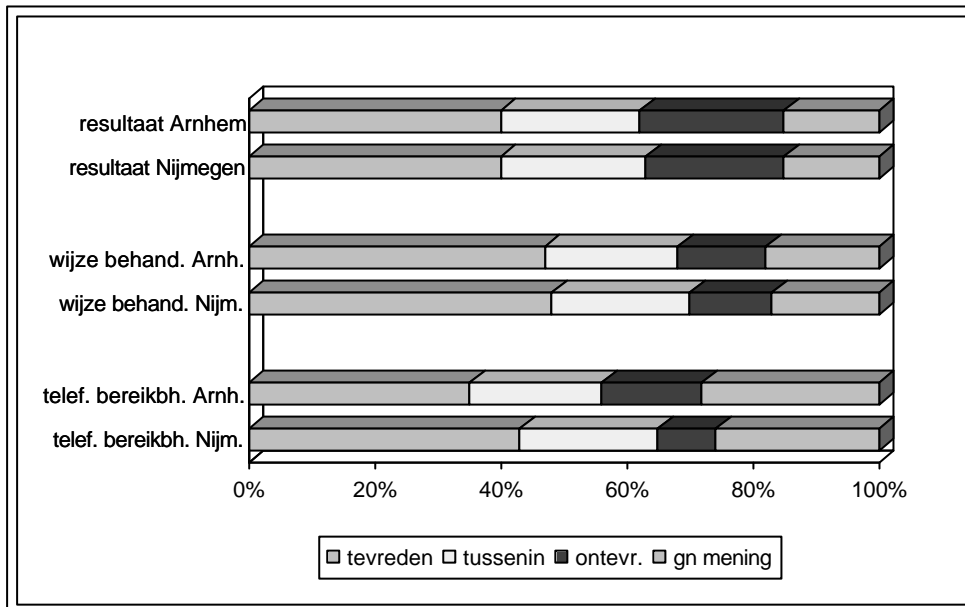
Het percentage bedrijven dat het laatste jaar contact heeft gehad met de gemeente ligt in Arnhem en Nijmegen net onder de 50. In beide steden worden vijf typen onderwerpen daarbij het vaakst naar voren gebracht: verkeersmaatregelen, bestemmingsplannen, milieuzaken, (ver)bouwvergunningen en belastingen. M.b.t. elk van deze onderwerpen heeft zo'n 15% (in Arnhem 15 tot 20%) van de bedrijven en instellingen de laatste 12 maanden contact gehad met gemeentelijke afdelingen.

Wat betreft de tevredenheid over de gemeentelijke dienstverlening vertonen Arnhem en Nijmegen een vergelijkbaar patroon. In figuur 12.6 wordt een beeld gegeven van de waardering van het laatste contact dat het bedrijf met de gemeente had:

- Het aantal bedrijven en instellingen dat niet (echt) tevreden is over drie genoemde aspecten van dienstverlening vormt in beide steden een grote groep (40 tot 50%).

- Binnen dit totaalbeeld steekt de waardering van het resultaat van het contact (ruim 20% ontevreden) in beide steden enigszins negatief af ten opzichte van de waardering van de wijze van behandeling (15% ontevreden) en de telefonische bereikbaarheid (10-15%).
- In Arnhem bestaat iets meer ontevredenheid over de telefonische bereikbaarheid dan in Nijmegen.

Figuur 12.6 Tevredenheid gemeentelijke contacten Arnhem en Nijmegen



## 12.6 MILIEU

Zowel in Arnhem als in Nijmegen heeft een kwart van de respondenten aangegeven de komende jaren met (verdere) milieumaatregelen te maken te krijgen. Het sterkst geldt dat in beide steden voor de grotere bedrijven en het thema dat hierbij het vaakst wordt genoemd is afvalscheiding c.q. afvalpreventie, genoemd door 50 tot 60% van de bedrijven die verdere maatregelen verwachten. Ook het percentage bedrijven van deze groep dat gevolgen ondervindt van deze milieumaatregelen is hetzelfde (circa 60). Financiële knelpunten worden het vaakst genoemd, maar ook enkele positieve gevolgen, zoals energiebesparing en imagoverbetering.

Het aandeel bedrijven dat stimulansen voelt om milieumaatregelen te nemen is in Arnhem en Nijmegen allebei circa 55%. Kostenbesparing is in beide gevallen het belangrijkste motief, op enige afstand gevolgd door goede informatie, subsidie en imagoverbetering.

## 12.7 ARBEIDSMARKT

Het aandeel bedrijven dat de komende drie jaar een toename verwacht van het aantal arbeidsplaatsen bedraagt in Arnhem én Nijmegen ongeveer 25%. Vooral de middelgrote en (in Nijmegen ook) de grote bedrijven en de bedrijven op bedrijventerreinen verwachten toenames. In Nijmegen is het percentage met groeiverwachtingen wat groter in de zakelijke dienstverlening, het onderwijs, de groothandel-transport en de bouw.

In Arnhem gaat het in relatief wat sterkere mate om de zakelijke dienstverlening en de groothandel-transport, gevolgd door de productie-reparatie-sector, de bouw en de sociale dienstverlening.

In grote lijnen is de mate waarin bedrijven en instellingen in Arnhem en Nijmegen in het algemeen problemen ondervinden bij het vinden van geschikt personeel hetzelfde. Een kwart ondervindt

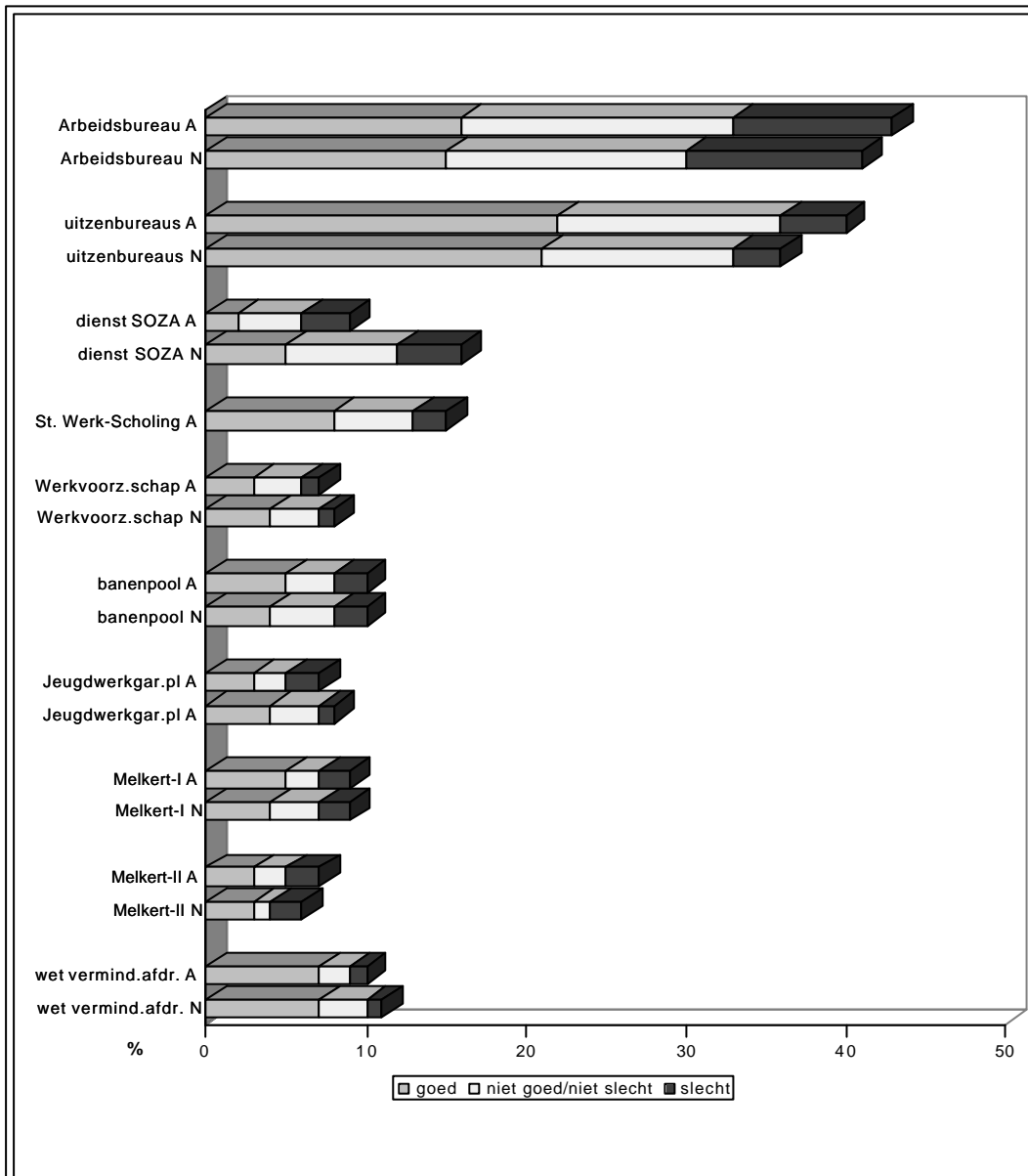
dergelijke problemen, waarbij het vooral gaat om ervaring en kennis en in tweede instantie ook om motivatie.

Kijk je naar problemen m.b.t. het vinden van mensen voor specifieke functies, dan heeft in beide steden circa 20% met problemen te maken. Zowel in Arnhem als in Nijmegen worden daarbij verkopers/commerciële functies, horecapersoneel en technische beroepen genoemd. In Arnhem worden voorts vaak managers/leidinggevenden en functies in de automatisering naar voren gebracht, in Nijmegen medische/verplegende/verzorgende functies en onderwijsfuncties.

In beide steden heeft een aanzienlijk deel van de bedrijven te maken met het Arbeidsbureau (Arnhem bijna 45%, Nijmegen ruim 40%) of uitzendbureaus (Arnhem 40%, Nijmegen 36%). Met de overige instellingen en regelingen op het gebied van de arbeidsmarkt (Dienst Sociale Zaken of in het kader daarvan werkende stichtingen, Melkertbanen, etc.) heeft steeds zo'n 5 tot 15% van de bedrijven te maken.

Wederom scoren Arnhem en Nijmegen niet afwijkend, als het gaat om de waardering van deze contacten: een kwart van de bedrijven, die ervaringen hebben met het Arbeidsbureau, noemt deze ervaringen slecht. Ook m.b.t. de contacten met de Sociale Dienst zijn er nogal wat ontevreden bedrijven, in Arnhem naar verhouding meer dan in Nijmegen (meer dan 30% tegen 20% van de groep met contacten). De uitzendbureaus scoren in beide steden beter (10% ontevreden).

*Figuur 12.7. Aandeel bedrijven in Arnhem en Nijmegen met ervaringen t.a.v. instanties en regelingen arbeidsmarkt Arnhem en Nijmegen*



Zoals gezegd heeft een beperkte minderheid van de bedrijven ervaring met de inschakeling van langdurig werklozen en moeilijk plaatsbaren. Desondanks is in beide steden een veel groter aandeel bereid extra moeite te doen om mensen uit deze groepen in te schakelen. In Arnhem zegt 11% dit "zeker" te willen doen en 38% "misschien", in Nijmegen resp. 11 en 31%. In beide steden zijn het de grotere bedrijven, overheid en onderwijs die het beste scores.

## 12.8 IMAGO EN BELEID STAD

### Vestigingsfactoren

In Nijmegen bestaat 37% van de bedrijven uit vestigingen sinds 1992. In Arnhem is dit aandeel maar iets kleiner (33%).

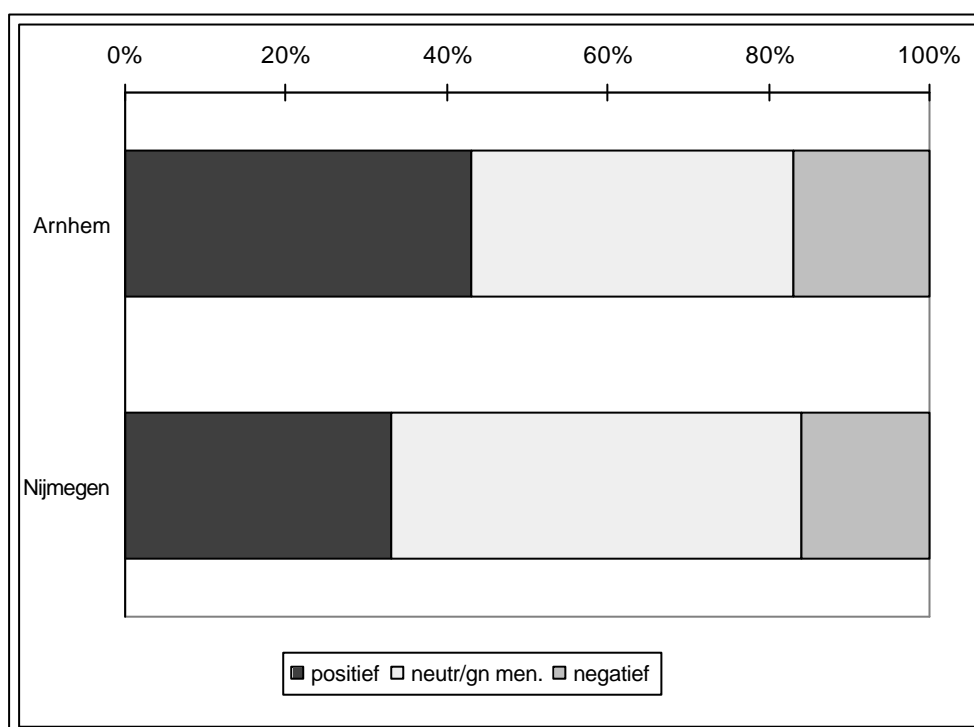
Bij de Nijmeegse vestigingsfactoren valt op, dat de aanwezigheid van een gunstige lokatie door een heel groot deel (43%) wordt genoemd als vestigingsfactor. In Arnhem wordt dit gedaan door 33% van de recente bedrijven. De aanwezigheid van geschikte bedrijfsruimte is verder in beide steden een even belangrijk vestigingsmotief (33%).

Opvallend is tenslotte, dat in Arnhem traditie (het van oudsher gevestigd zijn in Arnhem) een belangrijker motief is dan in Nijmegen (34 tegen 25%).

## Kwaliteiten Arnhem en Nijmegen als vestigingsplaats

In beide steden zijn voorts aan alle bedrijven en instellingen vragen gesteld over de kwaliteiten van Arnhem en Nijmegen als vestigingsplaats in het algemeen. Uit figuur 12.8 komt naar voren, dat het beeld voor Arnhem er gunstiger uitziet. Weliswaar is het aantal negatieve reacties een fractie groter dan in Nijmegen (17 tegen 16%), maar daarentegen is het aandeel positieve reacties aanzienlijk groter (43 tegen 33%). In Nijmegen is het aandeel bedrijven met een neutraal oordeel of zonder oordeel veel groter (51 tegen 37%). Het grote aandeel bedrijven zonder expliciete mening in Nijmegen is in grote lijnen te vinden bij alle sectoren, grootteklassen en gebiedstypen.

Figuur 12.8 Mening over Arnhem en Nijmegen als vestigingsplaats



Zowel in Arnhem als in Nijmegen valt de zakelijke dienstverlening op met een relatief positief oordeel. In Nijmegen geldt dit voorts voor de grote bedrijven, in Arnhem voor de sector sociale dienstverlening.

Tot de categorieën met een relatief ongunstig oordeel behoort in Arnhem m.n. de detailhandel, en in Nijmegen evenzo de detailhandel, maar daarnaast ook de bouw.

## Sterke en zwakke punten

De respondenten is vervolgens doorgevraagd naar *sterke en zwakke punten* van de stad. In de lijn van het voorgaande heeft in Arnhem een hoger percentage bedrijven positieve punten genoemd dan in Nijmegen (36 tegen 25%). Wat wel overeenkomt is het kenmerk dat het vaakst wordt genoemd en de mate waarin dat is gebeurd: in beide steden steekt het aspect *centrale ligging* met kop en schouders uit boven de andere genoemde punten. In Nijmegen werd dit thema naar voren gebracht door 50% van de bedrijven die positieve punten noemden, in Arnhem zelfs door ruim 60%.

Het tweede aspect dat in Nijmegen redelijk scoorde was de aanwezigheid van de KUN en de andere opleidingen (genoemd door 19% van de groep met positieve punten). 5 tot 10% scoorden in beide steden enkele andere sterke punten, zoals de omgevingskwaliteit van de stad (allure) en de omgeving (natuur), de bedrijvigheid en de regionale functie.

Opvallend is, dat het aandeel bedrijven dat negatieve punten noemde ook groter is dan in Nijmegen (45 tegen 35%). In alle twee de steden zijn door de betreffende groep de onderwerpen *bereikbaarheid* en *parkeren* het vaakst genoemd, zij het in Arnhem in sterkere mate: resp. door 42 en 27% genoemd, tegen 28 en 21% in Nijmegen.

Thema's die in Nijmegen voorts nogal eens al negatieve punten werden genoemd zijn: het beleid in het algemeen, de aandacht voor het bedrijfsleven, imago/uitstraling, de eenzijdigheid van de binnenstad en de kosten (gemeentelijke heffingen, etc.).

Voor wat betreft Arnhem kunnen worden genoemd: het werken aan te veel projecten tegelijk, bedrijfsonvriendelijkheid en evenzo de kosten.

### **Prioriteiten voor het gemeentelijk beleid**

De bedrijven en instellingen konden aan het eind van de vragenlijst prioriteiten voor het gemeentelijk beleid naar voren brengen. De resulterende patronen zijn vergelijkbaar.

In beide steden werden verkeers- en bereikbaarheidsaspecten het vaakst genoemd, gevolgd door de aanpak van de openbare ruimte (onderhoud, aankleding stadscentrum) en de problematiek van veiligheid en criminaliteit.

Ook het communicatieve aspect (meedenken met en stimuleren van bedrijven, aandacht voor kleine bedrijven) is zowel in Arnhem als in Nijmegen een belangrijke prioriteit.



# I. Inleiding

## Doel van het onderzoek

De gemeente Nijmegen laat regelmatig Stadspeilingen uitvoeren bij de burgers. Voor het eerst is nu ook een dergelijke peiling onder de bedrijven in Nijmegen uitgevoerd, in opdracht van afdeling Economische Zaken van de dienst Ruimtelijke en Economische Ontwikkeling.

Het doel was om informatie te krijgen over wat leeft er onder de bedrijven en instellingen.

De gegevens uit het onderzoek zullen worden ingezet bij de uitwerking van het economisch beleid, het Grote Stedenbeleid en t.z.t. het Stadsplan. De peiling zal periodiek, in principe om de 3 à 4 jaar, worden uitgevoerd.

Voor alle duidelijkheid: het onderzoek betreft bedrijven én instellingen (overheid, onderwijs, zorg, etc.); waar wordt gesproken over bedrijven, moet worden verstaan *bedrijven en instellingen*.

## Enkele gegevens over de uitvoering van het onderzoek

- Het onderzoek is ondersteund en begeleid door bedrijvenorganisaties, waaronder de Kamer van Koophandel, de Industriële Kring en de Stichting Centrum Management Nijmegen.
- In dezelfde periode is in Arnhem een identieke Bedrijvenpeiling gehouden.
- In Nijmegen zijn in het najaar van 1997 ruim 3200 vestigingen schriftelijk benaderd met een vragenformulier, waaronder 250 bedrijven in het nieuwe stadsdeel Nijmegen-Noord. Hierbinnen zijn de bedrijven uit Lent pas in januari/februari 1998 benaderd.
- De medewerking van de bedrijven en instellingen was goed. Na aftrek van niet meer bestaande vestigingen werd een netto respons van bijna 60% behaald.

## Opbouw samenvatting

Net als in het rapport worden de onderzoeksbevindingen in deze samenvatting themagewijs behandeld (par. II.1 t/m II.9). De paragrafen II.10 en II.11 omvatten resp. de bevindingen voor Nijmegen-Noord en een vergelijking tussen de Arnhemse en Nijmeegse resultaten.

In par. III wordt tenslotte een aantal conclusies getrokken.

# II. Samenvatting

## II.1. Een schets van de Nijmeegse bedrijvigheid

In Nijmegen (excl. Nijmegen-Noord) bevinden zich ongeveer 4800 vestigingen van bedrijven en instellingen met daarbinnen circa 78.000 werknemers (waaronder 11 à 12.000 part-timers). In Nijmegen-Noord bevinden zich ongeveer 250 bedrijven met in totaal zo'n 1500 werknemers. De onderzoeksbevindingen worden verder beschreven voor Nijmegen exclusief Nijmegen-Noord. Dit stadsdeel wordt apart behandeld in par. II.10.

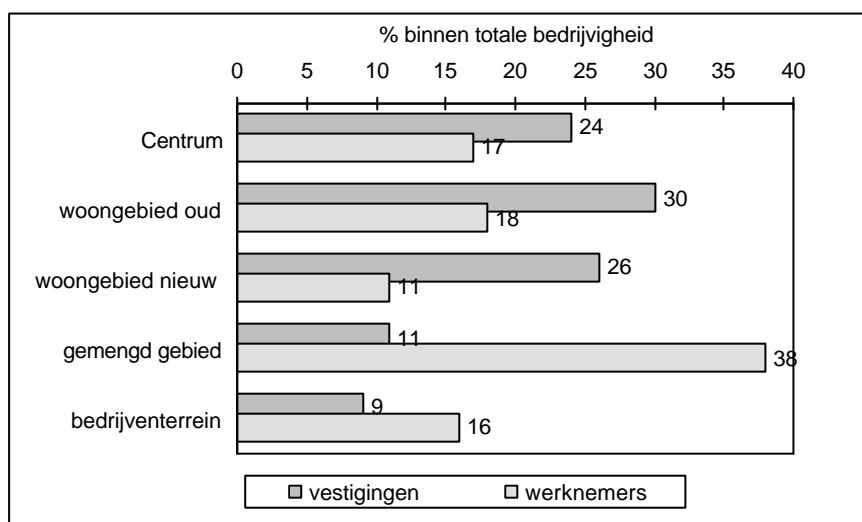
### Enkele typering:

- Naar aantallen vestigingen zijn in Nijmegen de detailhandel en de zakelijke dienstverlening de grootste economische sectoren. Naar aantallen werknemers zijn dat de sector productie-reparatie, gevolgd door onderwijs en gezondheidszorg.
- De kleine bedrijven (met 1 en 2 werknemers) maken bijna de helft uit van de Nijmeegse bedrijvigheid, maar hun aandeel in de werkgelegenheid bedraagt slechts 4%.
- Daarentegen beslaan de grote bedrijven (meer dan 49 werknemers) 5% van het aantal vestigingen (ruim 200), maar zorgen ze voor zo'n 65% van de werkgelegenheid.
- In het Centrum is een kwart van de Nijmeegse bedrijvigheid gevestigd. In arbeidsplaatsen uitgedrukt is het aandeel lager (17%). Meer dan de helft van de bedrijven en ondernemingen is gevestigd in woonwijken. Hun aandeel in de werkgelegenheid is geringer: 30%.

*Kaart I Gebiedstypologie bedrijvigheid Nijmegen*

- De gemengde gebieden zijn wijken waarbinnen wonen en/of diverse bedrijfsfuncties in elkaars nabijheid voorkomen, zoals in de wijken Goffert, Heijendaal en Zwanenveld. De gemengde gebieden en de bedrijventerreinen (Westkanaaldijk, Haven- en Industrierrein, Kerkenbosch) beslaan samen 20% van het totaal aantal vestigingen in Nijmegen, maar het aandeel in de werkgelegenheid is veel omvangrijker: in totaal 53%, waarvan 17% op de bedrijventerreinen en maar liefst 36% in de gemengde gebieden (vooral vanwege de Universiteit, de Ziekenhuizen en de vestiging van Philips).
- Veel Nijmeegse bedrijven en instellingen zijn gevestigd in kantoorpanden (14%), productiehallen of werkplaatsen (13%, vaak in combinatie met een kantoorgedeelte) en winkels (22%). Opvallend is het grote aandeel vestigingen in woningen (34%). Begrijpelijk is dat percentage in de woongebieden hoger (45%).

*Figuur 1 Verdeling bedrijven en instellingen naar gebieden*



## II.2 De waardering van de bedrijfsomgeving

### Afzonderlijke aspecten van de bedrijfsomgeving

Aan alle bedrijven zijn 18 aspecten van de bedrijfsomgeving voorgelegd (zie ook het enquêteformulier in bijlage 2). In het algemeen worden door de Nijmeegse bedrijven de verkeeraspecten (bereikbaarheid, parkeren) en de kwaliteit van de openbare ruimte als de belangrijkste kenmerken van de bedrijfsomgeving gezien. Het belang van de bereikbaarheid per fiets blijft niet ver achter.

Ook is gevraagd welk rapportcijfer men geeft voor die belangrijke kenmerken. Dan blijkt, dat het oordeel over de huidige situatie relatief ongunstig is. Het sterkst geldt dit voor het aspect parkeermogelijkheden voor klanten (30% onvoldoendes). Maar ook de andere verkeersaspecten en de representativiteit en kwaliteit van de openbare ruimte krijgen verhoudingsgewijs vaak een onvoldoende (zo'n 20 tot 25%).

Opvallend is de ontevredenheid over de uitbreidingsmogelijkheden. Voor bijna 40% van de bedrijven is dit een (zeer) belangrijk punt en meer dan de helft van deze bedrijven vindt de mogelijkheden onvoldoende.

Enkele specifieke zaken die er uitspringen wanneer de waarderingen worden bekeken per categorie of gebied zijn de volgende:

- In het algemeen is de ontevredenheid over omgevingskenmerken (bereikbaarheid, parkeren, kwaliteit openbare ruimte) het grootst in het Centrum van de stad, en in samenhang daarmee vooral bij de detailhandel en horeca.
- Andere sectoren die op deze kenmerken negatiever scoren zijn m.n. de onderwijsinstellingen en de vestigingen op de bedrijventerreinen.
- De waardering voor de bereikbaarheid per bus valt voor bepaalde sectoren (groothandel-transport, productie-reparatie, gezondheidszorg) en voor de bedrijventerreinen minder goed uit.

### Totaaloordeel

Aan het einde van het betreffende vragenblok is aan alle bedrijven en instellingen ook gevraagd een totaaloordeel te geven: *Bent u, alles bij elkaar genomen, tevreden met de directe omgeving van uw bedrijf?*

Ondanks de bovengenoemde punten van kritiek blijkt een ruime meerderheid tevreden of zeer tevreden te zijn met de directe omgeving van het bedrijf (63%). Voor de bedrijven in het Centrum ligt dit percentage aanmerkelijk lager (48).

Van de andere kant vallen de hoge tevredenheidsscores op van de bedrijven in de woongebieden, de grote bedrijven en de bedrijven en instellingen in de sectoren dienstverlening, overheid, onderwijs en gezondheidszorg.

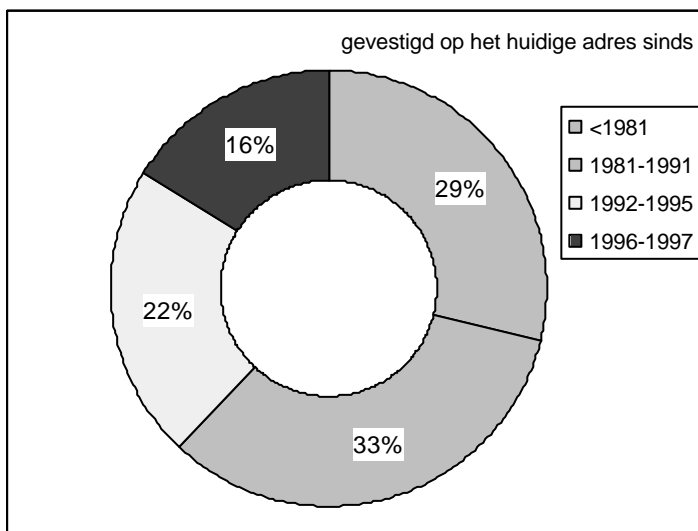
## II.3 Vestigingsperioden en -motieven

### Vestigingsmotieven

Aan alle bedrijven die sinds 1992 in Nijmegen gevestigd zijn (38% van het totaal) is gevraagd naar vestigingsmotieven. Het belangrijkste motief bleek de aanwezigheid van een geschikte/gunstige lokatie, het tweede belangrijkste de aanwezigheid van geschikte bedrijfsruimte (m.n. in het centrum en op de bedrijventerreinen). Andere belangrijke motieven zijn o.a. traditie, een gunstige afzetmarkt en de kwaliteit van het woonmilieu.

Ongeveer een derde van de recent gevestigde bedrijven heeft bij de vestiging op het nieuwe adres de medewerking nodig gehad van de gemeente. Een minderheid daarvan (ruim 20%) zegt die medewerking onvoldoende gekregen te hebben.

*Figuur II Vestigingsperiode Nijmeegse bedrijven en instellingen*



## II.4 Plannen

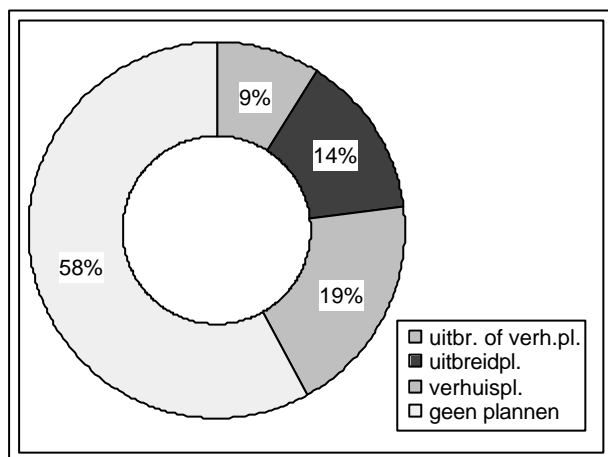
### **Uitbreidingsplannen, verhuisplannen, inkrimmingsplannen**

Tel je de bedrijven die uitbreidings- en/of verhuisplannen hebben bij elkaar op, dan kom je op 42%. Bij een aanzienlijk deel (35 tot 40%) van deze groep gaat het om *zekere* plannen. Bij de overige 60 tot 65% zijn de plannen niet zeker (men heeft *misschien* plannen).

Naar verhouding veel voornemens tot uitbreiding of verhuizing bestaan er bij de vestigingen op de bedrijventerreinen en in het centrum, bij de middelgrote en grote bedrijven en bij meerdere bedrijfssectoren.

Het aantal bedrijven en instellingen binnen de totale populatie dat verwacht de komende 3 jaar in te krimpen is zeer bescheiden (2% zeker, 3% misschien).

*Figuur III Aanwezigheid uitbreidings- en/of verhuisplannen*



### **Verwachtingen toename arbeidsplaatsen**

Over het geheel genomen verwacht 24% (circa 1150 bedrijven) de komende drie jaar een toename van het aantal arbeidsplaatsen. Bij elkaar kunnen de verwachte toenames geraamd worden op zo'n 5000 vaste arbeidsplaatsen, grofweg 1000 in het Centrum, 2000 in de woongebieden en 2000 in de gemengde gebieden en op de bedrijventerreinen. Voorts komt van die 5000 arbeidsplaatsen 80% voor rekening van de middelgrote en grote bedrijven. De bedrijfssector met de grootste verwachte stijging is de zakelijke dienstverlening.

Het aantal tijdelijke arbeidsplaatsen stijgt op grond van de uitgesproken verwachtingen de komende drie jaar met ongeveer 1800.

Het verlies aan arbeidsplaatsen door inkrimming blijft sterk achter bij de genoemde stijgingsaantallen (vast + tijdelijk in totaal ongeveer 800).

### **Verhuisredenen**

De belangrijkste reden voor bedrijven met verhuisplannen is, dat het huidige pand te klein is. Deze reden wordt door bijna 60% van deze groep genoemd. Op de bedrijventerreinen geldt dit motief gemiddeld nog iets sterker. De tweede en derde reden zijn de slechte kwaliteit van het pand (vooral genoemd in de nieuwe woongebieden en de gemengde gebieden) en de slechte parkeersituatie/bereikbaarheid (m.n. in het centrum en de oude woongebieden).

### **Lokatievoorkeuren**

Een zeer ruime meerderheid van de bedrijven en instellingen met verhuisplannen wenst in Nijmegen te blijven (72%, tweederde daarvan het liefst in de huidige buurt). Minder dan 10% heeft een voorkeur om de stad te verlaten en (m.n.) de regio op te zoeken.

Vanuit de bedrijventerreinen en de bedrijven in de groothandel-transport is de regionale verhuisoriëntatie wat groter (20 tot 25%).

De verhuisgeneigde bedrijven die het sterkst de voorkeur hebben om in de eigen buurt te blijven zijn de bedrijven in de gemengde gebieden (59%) en de bedrijven in het Centrum (54%).

### **Aantal m2 bedrijfsruimte**

Bijna de helft van de bedrijven met verhuisplannen deed opgave van het aantal m2 bedrijfsruimte (bedrijfsvloeroppervlak) dat wordt gewenst. De totalisering van de opgaven van de bedrijven met *zekere* plannen komt uit in de orde van 275.000 m2. Dit aantal is min of meer gelijkmatig verdeeld over de vijf onderscheiden gebiedstypen.

Totalisering van de gewenste uitbreidingsruimte bij bedrijven met zekere uitbreidingsplannen leidt tot circa 140.000 m2. In vierkante meters uitgedrukt is de uitbreidingsbehoefte het sterkst op de bedrijventerreinen (54.000 m2), in de oude woongebieden (40.000 m2) en in de nieuwe woongebieden (30.000 m2).

### Problemen bij uitbreiding en verhuizing

Van de bedrijven die hebben gezegd (konkreet of minder konkreet) bezig te zijn met uitbreidings- of verhuisplannen geeft tweederde aan daarbij problemen te ondervinden. Het sterkst speelt dit bij de kleinere bedrijven. Enerzijds gaat het daarbij om het gebrek aan lokaties c.q. te weinig beschikbare ruimte, anderzijds om financiële problemen. Een kleiner aantal noemt het verkrijgen van vergunningen, bestemmingsplanperikelen of het gebrek aan voldoende medewerking van de overheid als obstakel.

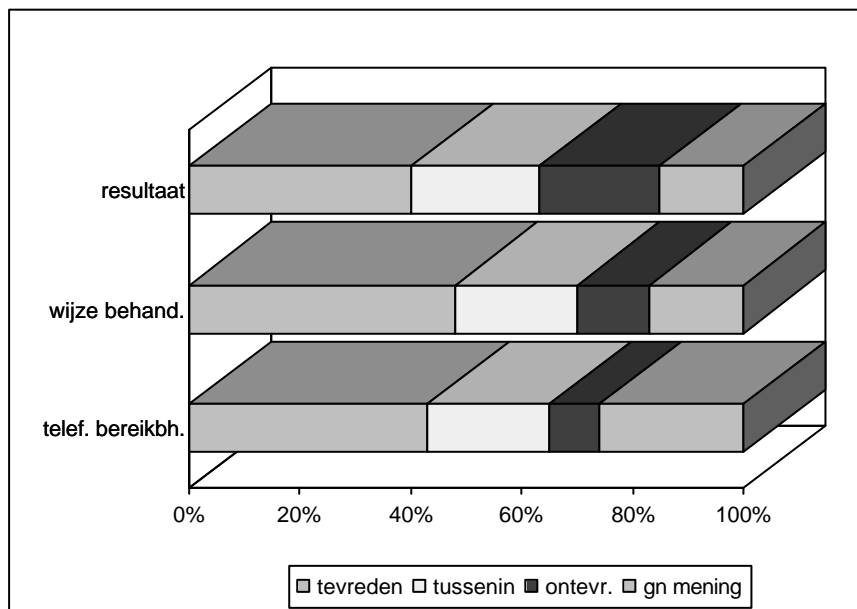
## II.5 Kontakten en dienstverlening gemeente

### Omvang en aard kontakten

Een kleine 60% van alle bedrijven en instellingen in Nijmegen heeft ooit contact gehad met de gemeente. Voor driekwart daarvan vond het laatste contact korter dan een jaar geleden plaats. Doorgerekend naar de totale populatie gaat het hierbij om zo'n 2000 bedrijven en instellingen. De kontakten nemen toe naarmate de bedrijven groter zijn,

Bij de kontakten voert een vijftal onderwerpen tesamen de boventoon: bestemmingsplannen, verkeersmaatregelen, (ver)bouwvergunningen, belastingen en milieuzaken. Bij elk van deze onderwerpen heeft het laatste jaar ongeveer 15% van de respondenten contact gehad.

*Figuur IV Tevredenheid en ontevredenheid over gemeentelijke kontakten*



### Waardering

In de enquête is doorgevraagd naar de waardering van het laatste contact. Op drie punten kon men rechtstreeks tevredenheid of ontevredenheid uitspreken: het resultaat van het contact, de behandeling bij het laatste contact en de telefonische bereikbaarheid van de afdeling waar men moest zijn.

Kijk je naar het percentage ontevreden, dan is dat t.a.v. het resultaat van het contact vrij groot (23% ofwel ruim 600 bedrijven). Dit is aanzienlijk groter dan het aandeel ontevreden m.b.t. de behandelwijze (13%, ruim 350 bedrijven) en de telefonische bereikbaarheid (9%, ongeveer 250). Bij dit laatste moet echter worden opgemerkt, dat een groot aandeel op dit punt geen duidelijk antwoord kon geven.

De ontevredenheid m.b.t. het laatste contact komt in alle gebieden en categorieën voor en is voor een groot deel in verband te brengen met vier soorten contacten: het vaakst met (klachten over) verkeersaspecten, vervolgens met contacten over bestemmingsplannen, (ver)bouwvergunningen en belastingen (OZB, taxaties).

#### **Tevredenheids- en ontevredenheidsaspecten**

De volgende voorbeelden zijn te geven van punten m.b.t. het laatste contact die vaak als positief zijn genoemd: "keurige behandeling", "meedenken", "persoonlijke behandeling" en "bereiken wat men wilde", gevolgd door "persoonlijke bereikbaarheid", "deskundigheid", "snelle afhandeling" en "snel antwoord".

De aanleiding voor ontevredenheid ligt, zoals al bleek, vaak bij het resultaat. Daarna komen factoren die met de wijze van werken te maken hebben: "het duurde te lang", "te formele of ambtelijke opstelling" en in mindere mate gedragsaspecten als "van het kastje naar de muur sturen", "onbeleefdheid" of "ondeskundigheid".

## **II.6 Herkomst en vervoer**

Van de 78.000 arbeidsplaatsen in Nijmegen wordt iets meer dan de helft vervuld door mensen uit Nijmegen, een derde vanuit de regio en een zesde van buiten de regio.

Ruim de helft van de werknemers komt (in de regel) met de auto naar het werk, ruim een kwart met de fiets en 13% met het openbaar vervoer; 5% tenslotte komt te voet.

Op de bedrijventerreinen is het aandeel automobilisten aanzienlijk groter dan gemiddeld (77%). Van het openbaar vervoer wordt bovengemiddeld (17-18%) gebruik gemaakt door de werknemers in het Centrum en in de gemengde gebieden.

#### **Vervoersplannen**

Ook zijn enkele vragen voorgelegd m.b.t. de aanpak van het woon-werkverkeer via vervoersplannen. Slechts kleine percentages bedrijven hebben dergelijke vervoersplannen (4%) of voornemens daartoe (3%). Het aandeel geïnteresseerden in een gezamenlijke aanpak om het woon/werkverkeer te regelen met andere bedrijven in de omgeving is evenzo bescheiden (3% zeker, 11% misschien). Bij de middelgrote en grote bedrijven is het percentage misschien-geïnteresseerden echter aanzienlijk groter (20 tot 40%).

## **II.7 Relatie met milieuwetgeving**

Aan alle bedrijven en instellingen in Nijmegen is in de enquête gevraagd of men de komende jaren (verder) te maken zal krijgen met maatregelen en/of investeringen ten gevolge van de milieuwetgeving. Ongeveer een kwart heeft hier bevestigend op geantwoord. De aspecten van deze betrokkenheid hebben vooral te maken met afvalscheiding/afvalpreventie, gevolgd door energiebesparing, interne milieuzorg en milieuvergunningen. In mindere mate worden ook zaken aangegeven als: geluidsisolatie, bodemonderzoek/sanering en emissiepreventie.

#### **Gevolgen**

Ruim een derde van deze groep (bij benadering zo'n 400 bedrijven) verwacht financiële knelpunten. 5% (over de totale populatie bezien circa 50 bedrijven) verwacht (mede) i.v.m. de milieumaatregelen de bedrijfsuitvoering op de huidige lokatie te moeten stoppen. Positieve effecten die worden verwacht zijn energiebesparing (20%), imagoverbetering (14%) en financiële voordelen (9%).

Aan alle bedrijven en instellingen is gevraagd of men voor het eigen bedrijf stimulansen zag om milieumaatregelen te nemen. 45% van de bedrijven zag geen stimulansen, ruim de helft (55%) wel. Die stimulansen zijn vaak bedrijfsmatige motieven (kostenbesparing, imagoverbetering, subsidiëring).

## II.8 Ervaringen op de arbeidsmarkt

Ruim de helft van de bedrijven, vooral de middelgrote en grote, heeft te maken met (methoden van) personeelswerving. Het vaakst worden hierbij eigen bronnen en gegevens geraadpleegd (een derde van de bedrijven die aan personeelswerving doen). Adverteren, hoofdzakelijk in regionale dagbladen, is de methode die daarna het vaakst wordt gehanteerd (25%), gevolgd door uitzendbureaus (16%), het arbeidsbureau (11%) en wervingsbureaus (4%).

### Problemen bij het vinden van personeel

Een flink deel van de bedrijven (circa 23%) zegt in het algemeen problemen tegen te komen bij het vinden van geschikt personeel. Voor de middelgrote en grote bedrijven en op de bedrijventerreinen geldt dit voor 40 tot 50%. In de enquête is doorgevraagd of er *specifieke functies* waren, waarvoor het moeilijk was geschikt personeel te vinden. Hierop reageerde ook een flinke groep, nl. 18% van de respondenten (na ophoging zo'n 800 tot 900 bedrijven). Functies die nogal eens werden genoemd zijn: medische/verplegende/verzorgende functies, technische beroepen, verkopers/commerciële functies en functies in horeca en onderwijs.

### Ervaringen met instanties en regelingen

In de enquête is ook gevraagd naar de ervaringen m.b.t. een aantal instanties en regelingen op het gebied van de arbeidsmarkt. De meeste ervaring bestaat met het Arbeidsbureau en de uitzendbureaus. (30 tot 40% van de bedrijven, m.n. de middelgrote en grote). M.b.t. de overige instanties en regelingen (dienst SOZA, banenpool, Melkert I en II, etc.) hebben zo'n 5 tot 15% van de bedrijven ervaring. Het aandeel minder goede ervaringen bij uitzendbureaus is aanmerkelijk lager dan bij het Arbeidsbureau en de overige instanties en regelingen (\*).

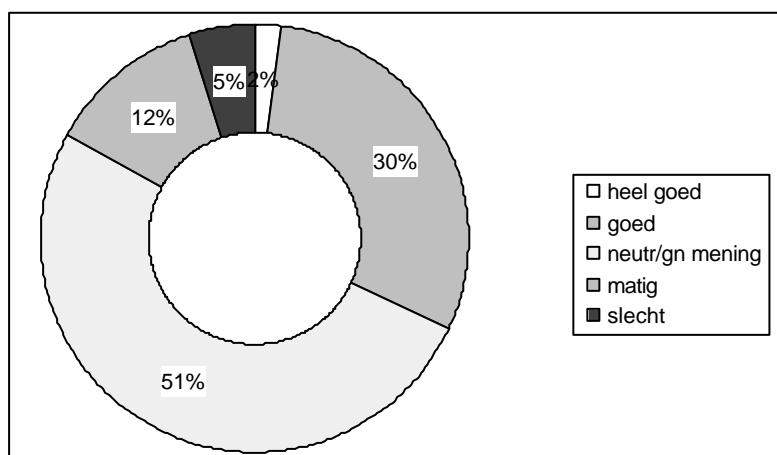
Op de vraag of het bedrijf extra moeite zou willen doen om (langdurig) werklozen via de bedoelde instanties en regelingen in te schakelen, antwoordde een kleine minderheid (11%) stellig positief (*ja, zeker*). Bijna een derde was positief, maar onder voorbehoud (*ja, misschien*). Bijna de helft was afwijzend. De grotere bedrijven (vanaf 6 werknemers) en overheid en onderwijs zijn gemiddeld aanzienlijk positiever.

## II.9 Imago en beleid van Nijmegen

### Kwaliteiten Nijmegen als vestigingsplaats

Aan alle bedrijven en instellingen in de steekproef is gevraagd een mening te geven over de kwaliteiten van Nijmegen als vestigingsplaats. Een derde gaf het oordeel goed of (in heel

Figuur V Mening over Nijmegen als vestigingsplaats



(\*) Deze regelingen zijn in 1998 gestroomlijnd en samengebracht in nieuwe regelingen, zie ook hfdst. 9).



beperkte mate) heel goed. De helft gaf een neutraal oordeel of heeft geen oordeel gegeven. Bij een niet onaanzienlijke groep (16%) was het oordeel matig of slecht. Vooral de bedrijven in het Centrum en daarmee verband houdend detailhandel en deels ook horeca oordelen gemiddeld kritischer, evenals de bedrijven in de bouw en deels ook de groothandel en transport.

Bij de genoemde positieve punten steekt de gunstige, centrale ligging van de stad met kop en schouders uit boven de andere positieve punten. De aanwezigheid van de KUN en andere opleidingen is een goede tweede.

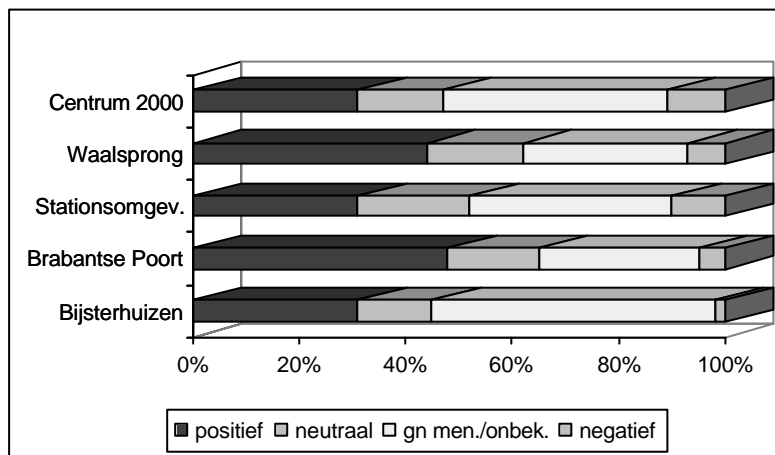
Onder de negatieve punten zijn bereikbaarheid en parkeersituatie het frequentst genoemd, gevolgd door enkele punten die te maken hebben met het gemeentelijk beleid (negatief oordeel over het beleid in het algemeen en te weinig aandacht voor het bedrijfsleven).

### Oordeel over gemeentelijke projecten

Aan de bedrijven en instellingen zijn voorts vijf gemeentelijke projecten ter beoordeling voorgelegd. Met name de Brabantse Poort en in iets minder mate de Waalsprong scoren positief: 44 tot 48% vindt het goede plannen, slechts 4 tot 7% ziet er niet veel in. De resterende groep heeft een neutraal oordeel of geen mening.

Ook m.b.t. de drie andere projecten die zijn voorgelegd, Centrum 2000, de plannen voor de stationsomgeving en m.n. ook het bedrijventerrein Bijsterhuizen, zijn de voorstanders veel groter in aantal dan de tegenstanders.

Figuur VI Oordeel over gemeentelijke projecten



### Prioriteiten voor het gemeentebestuur

Aan alle bedrijven zijn in de enquête d.m.v. "open vragen" extra mogelijkheden geboden om onderwerpen met prioriteit aan te reiken aan het gemeentebestuur, zowel wat betreft de verbetering van de (eigen) bedrijfsomgeving als het gemeentelijk beleid in het algemeen.

Bereikbaarheid, parkeren en andere verkeersaspecten (drukke, onveiligheid, ontsluiting, etc.) vormen samen met aspecten van de openbare ruimte (allure, aanzicht, onderhoud, groen, vuil/afval/schoonhouden, verlichting, Centrum 2000 en ook imago/uitstraling)) de hoofdthema's.

Op niet zo grote afstand worden deze thema's gevolgd door de aanpak van criminaliteit en andere aspecten van veiligheid en overlast (o.a. in verband met jongeren, drugs en vandalisme).

Voorts wordt bepleit, dat het gemeentebestuur meer meedenkt met het bedrijfsleven en zijn ook het bieden van uitbreidings- en verbouwmogelijkheden en de aanpak van milieuverontreiniging veel genoemde prioriteiten.

## II.10 Onderzoeksresultaten Nijmegen-Noord

### Typering bedrijvigheid

Het aantal bedrijven en instellingen in Nijmegen-Noord (Lent, Ressen en Oosterhout) bedraagt ongeveer 250. Circa 80% daarvan bevindt zich in Lent. Het aantal arbeidsplaatsen komt uit op zo'n

1500. Naar bedrijfssector zijn de verschillen met de rest van Nijmegen groot: veel meer bedrijven in de productie-reparatiesector (met daarbinnen de land- en tuinbouw) en in de groothandel-transport.

### Waardering bedrijfsomgeving

Over het geheel genomen is de totale tevredenheid over de bedrijfsomgeving in Nijmegen-Noord wat groter dan in Nijmegen (79 tegen 63% tevredenen). Maar ook in Nijmegen-Noord hebben veel respondenten (45%, tegen 54% in Nijmegen) de mogelijkheid aangegrepen om onderwerpen aan te geven die de gemeente met prioriteit zou moeten aanpakken als het gaat om de bedrijfsomgeving. In de meeste gevallen betreft het verkeersaspecten (met name verbeteren toegankelijkheid, maar ook verbeteren van de parkeergelegenheid en de verkeersveiligheid). Daarnaast werd verbetering van de kwaliteit van de openbare ruimte nogal eens genoemd.

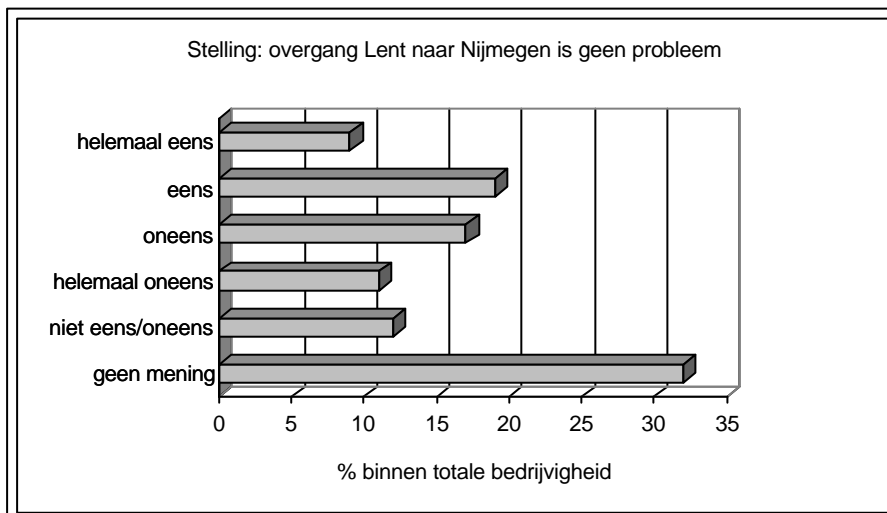
### Plannen

Ook in Nijmegen-Noord is sprake van veel dynamiek. Meer dan 55% heeft (zekere of vagere) plannen om te verhuizen of uit te breiden, hetgeen 10% hoger is dan in Nijmegen.

### Oordeel Waalsprong

Aan de bedrijven uit Nijmegen-Noord is ook het oordeel gevraagd over de vijf Nijmeegse projecten, waaronder de Waalsprong. Het oordeel hierover is explicieter en ook negatiever dan bij de Nijmeegse bedrijven: 23% is positief, 45% is neutraal of heeft geen mening en 32% vindt het een matig of slecht plan (tegen 7% in Nijmegen).

*Figuur VII Oordeel Lentse ondernemers over stelling Lent als onderdeel van Nijmegen*



Aan de Lentse vestigingen hebben we enkele extra vragen gesteld over de overgang van Lent naar Nijmegen.

Allereerst ging het om de voor- en nadelen van die overgang voor het eigen bedrijf. Ruim een kwart ziet alleen nadelen, bijna 10% alleen voordelen en nog eens 10% ziet zowel voor- als nadelen. De rest van de respondenten (ruim 50%) had geen mening of kon geen voor- of nadelen aangeven. Bijna alle bedrijven die voordelen zagen, noemden een hogere omzet als positieve ontwikkeling. Bij de bedrijven die nadelen noemen springen er drie aspecten uit: hogere gemeentelijke lasten, langere reistijden/slechtere bereikbaarheid en de dreiging van bedrijfsverplaatsing.

Met de stelling *Voor de bedrijven en instellingen in Lent is het geen probleem, dat Lent nu bij Nijmegen hoort* was 28% het eens en 28% oneens. Ruim 40% van de respondenten heeft een neutraal oordeel of heeft er geen mening over.

Doorgevraagd is naar zaken waaraan het Nijmeegse gemeentebestuur meer prioriteit zou moeten geven als het gaat om de relatie met de bedrijven en instellingen in Lent. Volgens de respondenten zijn dat: het verschaffen van meer duidelijkheid en informatie over plannen en de toekomst en het bewaken van de bereikbaarheid. Op de derde plaats komt de zorg voor een goed overleg met Lentse bedrijven

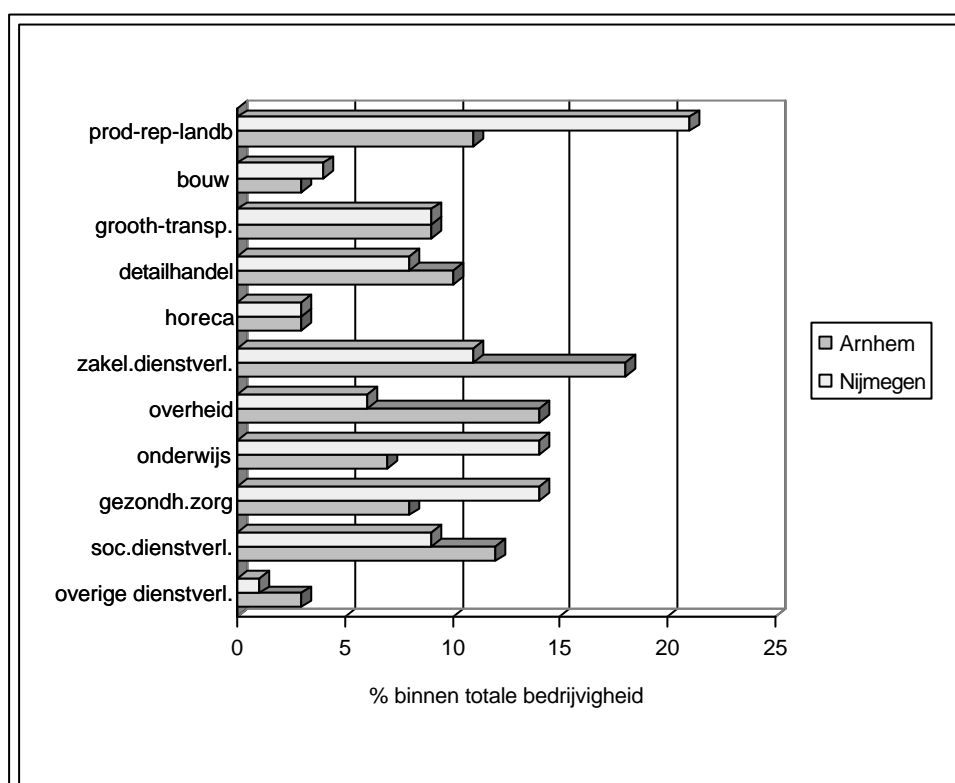
## II.11 Vergelijkingen tussen Arnhem en Nijmegen

### Structuur bedrijvigheid

Het aantal vestigingen binnen de Arnhemse gemeentegrenzen is iets lager dan in Nijmegen (4.600 tegen 4.800), hetzelfde geldt voor het aantal werknemers (76.500 tegen 77.800, full time + part time). In Arnhem is met name het aantal bedrijven in de detailhandelssector wat groter, in Nijmegen de sociale dienstverlening.

De verdeling van de werknemersaantallen laat grotere verschillen zien: in Nijmegen zijn veel meer mensen werkzaam in de productie-reparatie-sector, het onderwijs en de gezondheidszorg (gedrieën tezamen 38.000 werknemers tegen minder dan 20.000 in Arnhem). In Arnhem daarentegen zijn de zakelijke dienstverlening en de overheid in totaliteit veel grotere werkgevers (samen 25.000 werknemers tegen 13.000 in Nijmegen).

*Figuur VIII Vergelijking verdeling werknemers in Arnhem en Nijmegen naar sector*



### Waardering bedrijfsomgeving

Het percentage bedrijven dat (zeer) tevreden is met de omgeving van het bedrijf is in Arnhem en Nijmegen nagenoeg even groot (61 tegen 63%). Het aandeel ontevreden vestigingen is in Arnhem wat groter dan in Nijmegen.

Opmerkelijk is, dat de 5 aspecten die de Nijmeegse bedrijven en instellingen het belangrijkste vinden exact hetzelfde zijn als die in Arnhem: de bereikbaarheid per auto, het parkeren voor klanten, de representativiteit en kwaliteit van de openbare ruimte en de bereikbaarheid voor fietsers. 80 tot meer dan 90% van de respondenten vindt deze kenmerken in relatie tot het eigen bedrijf belangrijk of zeer belangrijk.

Het beeld van de tevredenheidsscores wijst uit, dat de bereikbaarheid en parkeermogelijkheden in Arnhem vaker negatief worden gewaardeerd dan in Nijmegen. In beide steden komen de negatieve scores vooral vanuit de bedrijven in het centrum, waarbij de waardering door de Arnhemse centrumbedrijven aanzienlijk negatiever is dan de waardering van de Nijmeegse bedrijven.

Het percentage ontevreden over de representativiteit en kwaliteit van de openbare ruimte is in beide steden nagenoeg gelijk.

En hetzelfde geldt voor de waardering van de uitbreidingsmogelijkheden. Zowel in Arnhem als in Nijmegen vindt maar liefst 50% van de bedrijven waarvoor uitbreiding een relevant onderwerp is, dat de mogelijkheden daartoe tekort schieten.

#### **Dynamiek**

De in Nijmegen geconstateerde (potentiële) dynamiek is ook in Arnhem aanwezig. Evenals in Nijmegen heeft een kwart van de bedrijven en instellingen hier uitbreidingsplannen en een derde verhuisplannen. In beide steden zijn voor veel bedrijven deze plannen overigens nog vaag. Het aandeel bedrijven dat de komende drie jaar een toename verwacht van het aantal arbeidsplaatsen bedraagt in Arnhem én Nijmegen ongeveer 25%.

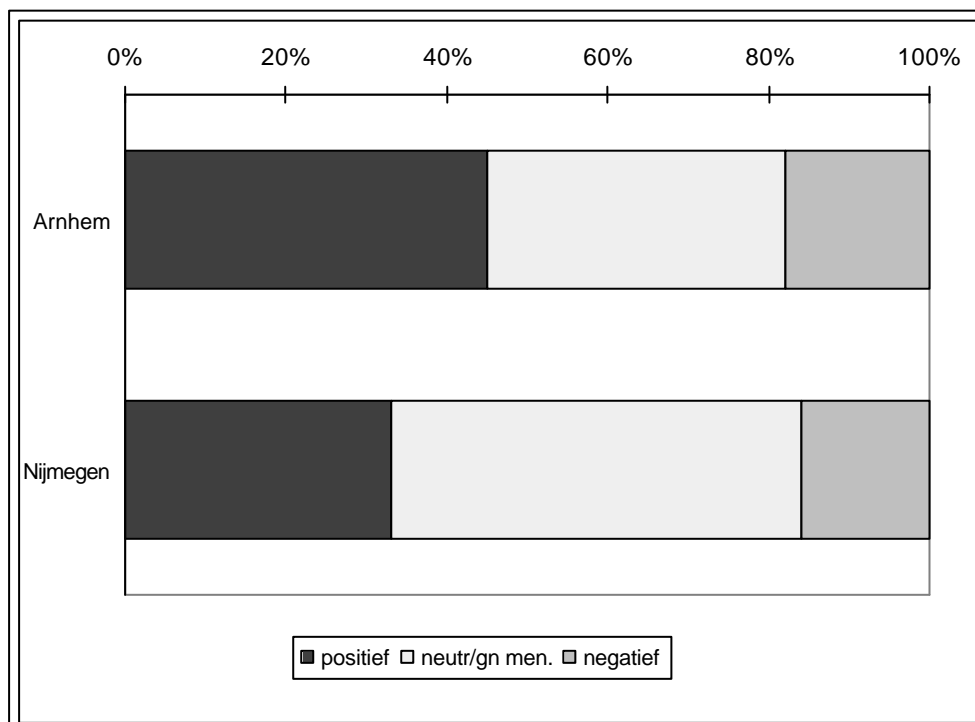
#### **Gemeentelijke dienstverlening**

Wat betreft de tevredenheid over de gemeentelijke dienstverlening vertonen Arnhem en Nijmegen een vergelijkbaar patroon. Wel bestaat in Arnhem iets meer ontevredenheid over de telefonische bereikbaarheid dan in Nijmegen.

#### **De kwaliteiten van Arnhem en Nijmegen als vestigingsplaats**

In beide steden zijn vragen gesteld over de kwaliteiten van Arnhem en Nijmegen als vestigingsplaats in het algemeen. Het beeld voor Arnhem ziet er gunstiger uit (figuur IX). Weliswaar is het aandeel negatieve reacties ongeveer even groot als in Nijmegen (18 tegen 16%), maar daarentegen is het aandeel positieve reacties aanzienlijk groter (45 tegen 33%). In Nijmegen is het aandeel bedrijven met een neutraal oordeel of zonder oordeel veel groter (51 tegen 37%).

*Figuur IX Mening over Arnhem en Nijmegen als vestigingsplaats*



### **III. Konklusies**

## 1. Diversiteit Nijmeegse bedrijvigheid

Kenmerkend voor de economische structuur van Nijmegen is de veelsoortigheid (ook de beleidsaandacht moet dus veelsoortig zijn):

- De verdeling naar grootte: de helft van de Nijmeegse vestigingen bestaat uit 1- en 2-persoonsbedrijven, maar die zijn goed voor slechts 4% van de stedelijke werkgelegenheid. Daarentegen heeft 5% van de bedrijven 50 of meer werknemers, maar die zorgen tezamen voor twee derde van het aantal arbeidsplaatsen in Nijmegen.
- Het overwicht van de kwartaire sector: onderwijs, gezondheidszorg, overheid, zakelijke en sociale dienstverlening beslaan tezamen 55% van de werkgelegenheid. Niettemin zijn ook de overige sectoren betekenisvol: 21% van de werkgelegenheid bevindt zich in de productie-reparatie en 22% van het aantal vestigingen in de detailhandel.
- De geografische spreiding van de werkgelegenheid over de stad. De vijf onderscheiden gebiedstypen leveren alle een omvangrijk aandeel aan de Nijmeegse bedrijvigheid: zowel het centrum, de gemengde gebieden en de bedrijventerreinen als de oude en de nieuwe woongebieden. Het aandeel van Nijmegen-Noord is met 250 bedrijven en 1500 arbeidsplaatsen nog bescheiden, maar zal de komende 20 jaren een ontwikkeling gaan doormaken tot naar schatting 750 à 1000 bedrijven (inclusief kleine bedrijven aan huis) en 10 tot 15000 arbeidsplaatsen.

## 2. Dynamiek

De onderzoeksresultaten laten een grote mate van dynamiek in de Nijmeegse bedrijvigheid zien: veel recente vestigingen, veel plannen, flinke verwachtingen toename arbeidsplaatsen.

Overigens zijn dit soort ontwikkelingen zeker geen puur Nijmeegse verschijnselen. De landelijke economische opleving heeft hier uiteraard sterk de hand in en uit de Arnhemse Bedrijvenpeiling blijkt dat er ook in Arnhem sprake van is.

Deze dynamiek brengt een aantal *aandachtspunten* met zich mee, die ook worden gevoed door andere bevindingen uit de Bedrijvenpeiling:

- De zorg voor voldoende *medewerking vanuit de gemeente*; een beperkt deel van de recent gevestigde bedrijven heeft onvoldoende medewerking gehad van de gemeente. Verder wordt de dienstverlening in de contacten met het bedrijfsleven over de hele linie wellicht niet als negatief beoordeeld, maar liggen er wel degelijk aangrijpingspunten tot verbetering.
- De wenselijkheid *om in te springen op arbeidsmarkt- en scholingsproblematiek*. Bijna een kwart van de bedrijven kampt op enigerlei manier met problemen om geschikt personeel te vinden. Ook landelijk zijn er tekenen, dat de werkloosheidsproblematiek die jarenlang de arbeidsmarkt domineerde afgelost wordt door het probleem van de krapte op de arbeidsmarkt.
- Tegelijkertijd de aandacht voor de *hardnekkige, langdurige werkloosheid*. Een aanzienlijk deel van de Nijmeegse bedrijven en instellingen (circa 40%) is in principe niet afkerig om extra moeite te doen om (m.b.v. regelingen en subsidies) langdurig werklozen en moeilijk plaatsbaren te helpen. Een belangrijk deel van de hardnekkige werkloosheid is geconcentreerd in een aantal aanpak- en attentiegebieden, zoals die zijn worden onderscheiden in de gemeentelijke Integrale StadsdeelAanpak (ISA). De analyses die zijn uitgevoerd in het kader van de zelfanalyse Grote Stedenbeleid laten zien, dat juist deze wijken en buurten veel minder profiteren van de economische verbetering. Recent zijn vanuit de dienst SOZA n.a.v. de zelfanalyse GSB ook al activiteiten opgestart rondom wijkgewijze arbeidsbemiddeling.
- De omvangrijke verhuis- en uitbreidingsbehoefte betekent ook een flinke opgave voor het *ruimtelijk beleid*. De meeste bedrijven willen in Nijmegen blijven, en binnen Nijmegen het liefst in de huidige buurt. Hiermee is een grote extra ruimtebehoefte gemoeid.

Veel bedrijven hebben uitgesproken, dat hun plannen belemmerd (dreigen te) worden door een gebrek aan ruimtelijke mogelijkheden.

Uit de cijfers kan worden opgemaakt, dat de ruimtebehoefte zich niet exclusief op bepaalde lokaties manifesteert, maar een stadsbreed gegeven is.

### 3. Pluspunten en minpunten in de bedrijfsomgeving

- Het thema dat op basis van de scores het meest pregnant naar voren komt is de *verkeersproblematiek* in brede zin, zowel in positieve als negatieve zin. De bereikbaarheid van Nijmegen, d.w.z. de gunstige (verkeers)ligging t.o.v. andere gebieden wordt (overigens net als in Arnhem) met afstand als sterkste punt van Nijmegen genoemd. Tegelijkertijd worden de bereikbaarheid van en parkeermogelijkheden in het Centrum en in mindere mate ook de oude woongebieden (het aan het stadscentrum grenzende gedeelte van Oud-Oost) als grote problemen naar voren gebracht.
- Ook m.b.t. de *openbare ruimte*, in brede zin, is sprake van een tweezijdig beeld. Nogal wat bedrijven hebben bij de sterke punten van Nijmegen de woon- en omgevingskwaliteit genoemd (allure, natuur, woonmilieu). In meer specifieke zin wordt echter veel kritiek gespuid m.b.t. de kwaliteit van de openbare ruimte. In eerste instantie komen hierbij vaak het stadscentrum en de bedrijventerreinen in beeld. Uit het doorvragen naar aanpakprioriteiten voor de gemeente blijkt, dat ook veel bedrijven in de oudere en nieuwere woongebieden vragen om meer zorg voor handhaving en verbetering van de kwaliteit van de openbare ruimte op en rondom hun lokatie.
- Een ander punt waar veel bedrijven aandacht voor vragen is *veiligheid* (criminaliteit, overlast, etc.). Dit thema is niet apart voorgelegd in de enquête, maar in de open vragen hebben veel bedrijven en instellingen het naar voren gebracht. Naar verhouding gebeurde dit het meest door bedrijven in het Centrum en de woongebieden, maar ook vaak door vestigingen op de bedrijventerreinen.
- Door veel bedrijven en instellingen zijn serieuze minpunten naar voren gebracht. Dit belet niet, dat een ruime meerderheid (63%) tevreden of zeer tevreden is met de *bedrijfsomgeving in totaliteit* en slechts een klein percentage (minder dan 10) ontevreden.

### 4. Communicatie gemeente - bedrijfsleven

- Zo'n 50 tot 60% van de bedrijven die contact hebben gehad met de gemeente heeft een positief oordeel over de *wijze van behandeling, het resultaat en de telefonische bereikbaarheid*. 20 tot 30% is noch positief, noch negatief. Dat wil zeggen, dat 10 tot ruim 20% negatieve ervaringen heeft. Ondanks een overwegend positief of neutraal oordeel bestaat m.b.t. een aanzienlijk deel van de contacten met bedrijven aanleiding om verder te kijken waar verbeteringen mogelijk zijn. T.a.v. de tevredenheid over het resultaat moet natuurlijk worden beseft, dat een resultaat ook bij een volsterkt korrekte en deskundige behandeling voor een bedrijf negatief kan uitpakken (bijv. bij het verlenen van vergunningen of bij belastingaanslagen).
- Verder hebben flinke aantallen bedrijven in de open vragen aandacht gevraagd voor andere aspecten: het beleid in het algemeen, de (te geringe) aandacht voor het bedrijfsleven en voor zaken die het bedrijfsleven aangaan, meedenken met bedrijven en de aandacht voor kleine bedrijven.
- In het algemeen is het opvallend, dat veel bedrijven een neutraal antwoord of geen antwoord geven op vragen over de kwaliteiten van Nijmegen als vestigingsplaats, op vragen naar sterke en zwakke punten van de stad en het oordeel over de stedelijke projecten. In hoeverre dit ligt aan het tekort schieten van het uitdragen van gemeentelijk beleid of aan een gebrek aan interesse en betrokkenheid bij de bedrijven is niet zomaar te zeggen.

- De antwoorden van de bedrijven in Lent reiken aandachtspunten aan voor beleid. Een grote groep van deze bedrijven (globaal 40 tot 50%) blijkt neutraal te staan tegenover de Waalsprong. Van de resterende groep is het aandeel dat een negatief oordeel heeft over de Waalsprong en de gevolgen daarvan ongeveer drie keer groter dan dat van de positief gestemden. Dit gegeven is op zich een punt van aandacht voor (communicatief) beleid. Daarnaast heeft 57% van de Lentse bedrijven onderwerpen genoemd waaraan het Nijmeegse gemeentebestuur meer prioriteit moet geven als het gaat om de relatie met de bedrijven en instellingen in Lent. Naast het thema bereikbaarheid werden hierbij het geven van duidelijkheid en informatie en het voeren van overleg met Lentse bedrijven het vaakst genoemd.
- Opvallend is, dat de aanwezigheid van de KUN/onderwijsinstellingen als tweede sterkste punt van Nijmegen uit de bus is gekomen. Dit heeft naar alle waarschijnlijkheid te maken met de arbeidsmarkt (beschikbaarheid hoger opgeleiden) en deels ook met meer bedrijfsmatige relaties. Met de KUN en de overige opleidingen bestaan al diverse overlegvormen en afstemmingen. Niettemin lijkt de vraag aan de orde of de relatie bedrijfsleven - onderwijs in stadseconomisch opzicht meer op kan leveren (verbetering inzichten en overleg, uitbuiten potenties).

## **5. Milieu en vervoer**

Ten slotte enkele konstateringen m.b.t. twee specifieke thema's:

- Milieu is en zal een belangrijk thema in relatie tot economie blijven. Een aanzienlijk deel (een kwart) van de Nijmeegse (en ook Arnhemse) bedrijven verwacht de komende jaren (verder) te maken te krijgen met milieumaatregelen.
- De enquête biedt aangrijpingspunten in het kader van het vervoersbeleid. Bijna de helft van de 78.000 werknemers in Nijmegen komt van buiten de stad. Een groot deel van hen, maar ook veel Nijmegenaren gaan per auto naar het werk. In totaal gaat ruim de helft van alle werknemers met de auto, ruim een kwart per fiets en 13% met het openbaar vervoer. Vooralsnog heeft een bescheiden percentage van de bedrijven op dit moment een vervoersplan of zo'n plan in voorbereiding (7%), maar het aandeel bedrijven dat geïnteresseerd is in een gezamenlijke aanpak om het woon/werkverkeer te regelen met andere bedrijven in de omgeving is, hoewel een minderheid, wel wat groter (oplopend tot 20 à 40% bij de grotere bedrijven).

## **BIJLAGE 1 :**

### **STEEKPROEFTREKKING EN RESULTATEN VELDWERK**

#### **Steekproeftrekking**

Een van de doelstellingen van het onderzoek was om de diversiteit van bedrijven en instellingen tot zijn recht te laten komen, zowel naar activiteit als naar grootte en ligging. In de analyse van de onderzoeksgegevens moest het mogelijk zijn afzonderlijke categorieën bedrijven en instellingen te bekijken.

Het totale Nijmeegse bedrijvenbestand is derhalve op basis van bedrijfssector (hoofdgroepen SBI), ligging (binnen of buiten het Centrum) en grootte (5 of minder versus meer dan 5 werknemers) in groepen c.q. steekproefcategorieën verdeeld. Ook werden aparte groepen gemaakt voor de bedrijven in Nijmegen-Noord en de bedrijven, waarvan de arbeidsplaatsen in het bedrijvenbestand onbekend waren.

Aldus ontstonden 31 groepen/steekproefcategorieën. Per groep is gesteld, dat er uitspraken gedaan zouden moeten worden met minimaal 90% betrouwbaarheid en maximaal 10% onnauwkeurigheid. Verder moest rekening worden gehouden met te verwachten non-respons.

Om de gewenste aantallen enquêtes binnen te kunnen halen is de steekproeftrekking voor de verschillende categorieën als volgt uitgevoerd:

- De groepen bestaande uit bedrijven met meer dan 5 werknemers zijn integraal in de steekproef opgenomen.
- Hetzelfde geldt voor de groepen uit Nijmegen-Noord (het aantal bedrijven daarbinnen was relatief beperkt).
- Van de overige groepen is een fractie getrokken, variërend van 20 tot 75%.

Het steekproefbestand bestond uiteindelijk uit 3.361 bedrijven (op een populatie van 6.668).

#### **Uitvoering veldwerk**

Als voorbereiding op de verzending van de enquête zijn alle grote bedrijven (vanaf 50 werknemers) en een aantal filiaalbedrijven gebeld. Doel hiervan was om ervoor te zorgen (via kontaktpersonen), dat de enquête op de juiste plaats in het bedrijf zou aankomen en snel en doelmatig zou kunnen worden beantwoord. De overige bedrijven zijn in eerste instantie alleen schriftelijk benaderd (brief + enquêteformulier).

De bedrijven die na drie weken niet hadden gereageerd, zijn vervolgens opnieuw benaderd, niet schriftelijk, maar telefonisch.

De aldus gekozen werkwijze is mede gebaseerd op een proefenquête die in het voorjaar van 1997 is uitgevoerd.

De ervaringen tijdens het veldwerk waren uiteenlopend (zie ook de tabel):

- Veel bedrijven bleken anders georganiseerd te zijn dan bekend was in het bedrijvenregister, of opgeheven of verplaatst. Nogal wat bedrijven bleken bovendien telefonisch onbereikbaar.
- Een flink aandeel bedrijven zegde alsnog toe om mee te doen (veelal na toezending van een nieuw formulier), maar heeft het formulier uiteindelijk toch niet teruggestuurd.
- Een beperkt gedeelte gaf bij die tweede, telefonische benadering aan geen medewerking te willen verlenen.
- Meer dan 500 bedrijven uit de oorspronkelijke steekproef reageerden wel na de telefonische rappel.

Het eerstgenoemde punt wijst uit, dat een deel van de bedrijven eigenlijk niet in de steekproef (en dus ook het bedrijvenbestand) had moeten voorkomen (ruim 300), omdat daarvan tijdens het veldwerk gebleken is, dat ze niet meer als zodanig bestaan.



En hetzelfde geldt waarschijnlijk ook voor het grootste deel van de bedrijven die na herhaaldelijke pogingen telefonisch onbereikbaar bleven. Aangenomen mag worden, dat in de meeste van die gevallen er geen sprake is van bedrijfsvoering.

Alles bij elkaar zijn er op de totale steekproef ingevulde enquêteformulieren terug ontvangen van 1617 bedrijven en instellingen. Dat is een (bruto) respons van 48%.

Met aftrek van de niet meer bestaande en onbereikbare bedrijven bedraagt de netto steekproef 2709 en komt het netto responspercentage uit op 59,5.

Tussen de steekproefcategorieën bestaan hierbij wel enige verschillen; de percentages schommelen tussen 50 en 70%. Alleen de horeca en een deel van de zakelijke dienstverlening blijft net onder de 50%. De (kleinere) detailhandel komt er maar net boven.

*Tabel Overzicht respons*

	<b>bruto: op basis van totale steekproef</b>		<b>netto: op basis van steekproef zonder opgeheven en onbereikbare bedrijven</b>	
respons na telefonische benadering	221	6,6	221	8,0
respons na schriftelijke benadering	892	26,5	892	32,9
respons na telef. rappel op schr.benad.	504	15,0	504	18,6
weigering	155	4,6	155	5,7
non-respons	941	27,9	941	34,7
bedrijf bestaat niet meer als zodanig	330	9,8		
bedrijf telefonisch onbereikbaar	324	9,6		
<b>totaal</b>	<b>3367</b>	<b>100</b>	<b>2713</b>	<b>100</b>

## **BIJLAGE 2**

### **SAMENSTELLING BEGELEIDINGSCOMMISSIE**

Mw. E. Bakker, Stichting Centrummanagement Nijmegen

Dhr. C.J.A. Schäfer, Industriële Kring voor Nijmegen en omgeving

Dhr. H. Elands/dhr. J. Raayman, Kamer van Koophandel en Fabrieken voor Centraal-Gelderland

Mw. J. Nieuwenstein, Gemeente Arnhem, Afdeling Informatie en Burgeronderzoek

Dhr. F. Clappers, Gemeente Nijmegen, Afdeling Economische Zaken

Mw. C. Derks, Gemeente Nijmegen, Afdeling Economische Zaken

Dhr. B. Schattenberg, Gemeente Nijmegen, Dienst Sociale Zaken

Dhr. A. van Straaten, Gemeente Nijmegen, Dienst Educatie en Welzijn

## **BIJLAGE 3**

**BRIEF BIJ ENQUETE**

+

**ENQUETEFORMULIER**

+

**AANVULLENDE VRAGEN LENT**

**Colofon:**

Uitgave Gemeente Nijmegen  
Onderzoek en rapportage: afd. Sociaal Economisch Onderzoek  
Rapporteur: K. Goderie

Rapportage te bestellen bij Open Huis gemeente Nijmegen, tel. 024-3292408

## **SAMENVATTING EN CONCLUSIES**

# **BIJLAGEN**