

Toerisme

Nijmegen heeft mede dankzij de Vierdaagse een grote naamsbekendheid en de stad heeft een uitstekend toeristisch imago. Een sfeervolle en gastrijke stad in een mooie omgeving. De binnenstad, evenementen en de horeca zijn de sterkste troeven. Zwakker is het beeld in (dag)attracties. Het aantal overnachtingen in Nijmeegse hotels is flink gegroeid, met name in het toeristische segment. Na een dip tussen 2007 en 2009, zit de stijging in het aantal overnachtingen er in de laatste twee jaar weer in, maar wel minder sterk dan tot aan 2007 werd gemeten. Het lokale hotelaanbod is bescheiden van omvang en is de laatste 10 jaar niet meegegroeid. Positief is wel de diversiteit die met de sterke groei van de Bed & Breakfast-sector nog verder toeneemt.

I. TOERISME IS VAN BELANG

6.100 banen

Volgens een becijfering uit 2011 werd in Nijmegen in 2009 229 miljoen euro besteed door toeristen en "dagjesmensen". Daarmee realiseerde de stad ruim 3.000 FTE werkgelegenheid, 28% van de totale toeristische bestedingen en werkgelegenheid in de regio Arnhem-Nijmegen. In de becijfering door ZKA zouden de toeristische bestedingen in Nijmegen tussen 2005 en 2009 met 34% zijn gegroeid¹, ruim meer dan de 25% groei in de regio Arnhem-Nijmegen als geheel.

Verreweg het grootste deel (79%) van de bestedingen in onze regio betreft dagtoerisme, waarvan het recreatieve winkelen ook weer het hoofdbestanddeel vormt. We zien dan ook dat meer dan de helft van de regionale toeristische bestedingen in 2009 in de detailhandel terecht komt, met een grote rol voor de binnensteden van Arnhem en Nijmegen. Naast winkelen is Nijmegen sterk in evenementen, rondvaarten en "routegebonden buitenrecreatie" (wandelen, fietsen e.d.).

Het gebied rond Nijmegen gooit door een goede mix van accommodaties de hoogste ogen in verblijfsrecreatieve bestedingen.

Werkgelegenheid recreatie en toerisme Nijmegen, 2007-2011

	2007	2008	2009	2010	2011
recreatie en toerisme	5.760	6.000	5.940	5.820	6.100
totaal banen	97.410	99.350	98.410	97.420	99.060
aandeel recreatie en toerisme	5,9%	6,0%	6,0%	6,0%	6,2%

Illustratie 1: Werkgelegenheid recreatie en toerisme in procenten van de totale werkgelegenheid, Nijmegen, 2007-2011

Bron: PWE Gelderland 2011 / Bewerking Bureau Economisch Onderzoek Provincie Gelderland

De met toerisme samenhangende werkgelegenheid beloopt in Nijmegen 6.100 banen (full- en parttime), ruim 6% van het totaal. Dat meer dan de bouw, de vervoerssector of de overheid. Het aantal banen neemt tussen 2008 en 2010 af, om daarna weer flink te stijgen. Het belang van de sector groeit.

¹ Excl. Recreatief winkelen en routegebonden recreatie

II. POSITIEF TOERISTISCH IMAGO

4^e plaats in toeristisch imago

Nijmegen heeft duidelijk een positief toeristisch imago². Van 18 vergeleken steden deelt Nijmegen de vierde plaats qua overall toeristisch imago met Groningen, achter Den Bosch, Amsterdam en Maastricht. Belangrijke troeven voor Nijmegen zijn de verwachtingen t.a.v. de sfeer van de stad, evenementen en popodia. 78% van de ondervraagden heeft een positief tot zeer positief beeld bij Nijmegen, onder bezoekers van de stad is dat zelfs 95%. Slechts één op de vijf mensen heeft geen beeld van Nijmegen.

Nijmegen: Vierdaagsestad

Het belang van de Vierdaagse als eerste associatie bij Nijmegen is groot. In 2002 werd dat door eenderde genoemd, in 2006 (mogelijk samenhangend met de afgelasting van de Vierdaagsemarsen) zelfs door de helft. In 2010 is het wederom eenderde. Andere associaties zijn gezelligheid/uitgaan/winkelen, de Waal en studentenstad.

Sterk in horeca en evenementen

De verwachtingen over Nijmegen zijn onder de Nederlanders het hoogst gespannen als het gaat om het horeca-aanbod en evenementen. Wat betreft theaters, schouwburgen en winkelaanbod zijn de verwachtingen minder hooggespannen. Niettemin is winkelen wel de meestgenoemde (65%) passende activiteit bij een bezoek aan de stad. Uit eten gaan en wandelen en fietsen staan op plek twee en drie als meest passende activiteit bij een bezoek aan Nijmegen.

Gezellig en gastvrij

Het beeld van Nijmegen is gezellig, historisch, sfeervol en vriendelijk. In een *gastrijheidsonderzoek* onder de 21 grootste steden haalt Nijmegen de 5^e plaats. De hoogste scores waren er voor het horeca- en vrijetijdsaanbod en vriendelijkheid en veiligheid. De laagste scores hangen samen met bereikbaarheid en parkeren en de werkzaamheden in de stad. De stad is in de ogen van de Nederlanders aantrekkelijk voor een dagbezoek (54%), of juist een dagdeel of een kort weekend (beide 22%). Wat kleinere groepen

² Rapport Nijmegen; LAGroup, 27 juli 2010

denken meer aan een langer bezoek (lang weekend en nog langer).

III. BEZOEKDOELEN

Zeer zwak in permanente attracties, zeer sterk in evenementen

Nijmegen heeft met de Vierdaagse het grootste evenement van Nederland in handen (Vierdaagsemarsen en Vierdaagsefeesten). In attracties (attractieparken, dierentuinen en musea e.d.) is Nijmegen zelfs niet vertegenwoordigd in de top 50.

Evenementen

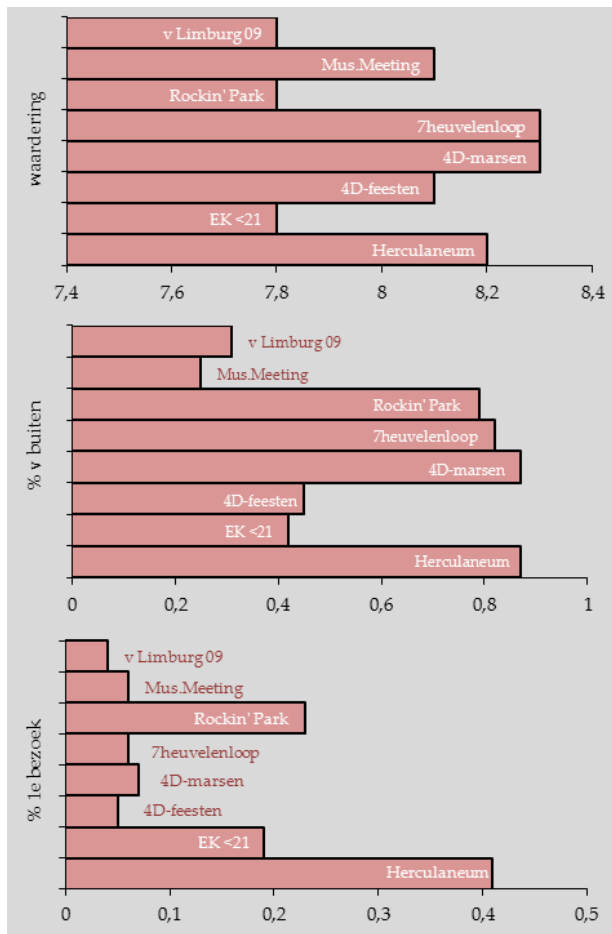
Na de viering van het 2000-jarig bestaan van Nijmegen in 2005 is het evenementenaanbod behoorlijk op peil gebleven. Van 2007 tot 2009 zijn in het kader van de Evenementenmonitor verschillende evenementen gemeten en vergelijkbaar (en dus ook afweegbaar) gemaakt.

De Herculaneumtentoonstelling trok een recordaantal bezoekers (circa 121.000) en zorgde voor naar schatting 3,5 miljoen euro aan extra uitgaven in het museum en de stad; 87% van de bezoekers kwam van buiten de regio. En met een gemiddeld rapportcijfer van 8,2 was de gemiddelde waardering hoog. Voor relatief veel bezoekers was het een eerste kennismaking met de stad.

Het EK-voetbal voor spelers onder de 21 jaar in juni 2007 trok circa 24.000 toeschouwers, die dit evenement gemiddeld met een 7,8 waardeerden; 42% kwam van buiten de regio. Voor dit evenement zijn de uitgelokte bestedingen geraamd op 780.000 euro.

De Vierdaagsefeesten staan bovenaan als het gaat om de geraamde extra uitgaven in de stad: 28 miljoen euro. De aantrekkingskracht op mensen van buiten de regio bleek in vergelijking met 2001 wat te zijn toegenomen; deze editie kwam 45% van de bezoekers van buiten de regio. In vergelijking met 1992 en 2001 is de bezoekerswaardering nog iets hoger geworden (8,1).

De Vierdaagsemarsen en de Zevenheuvelenloop scoren zeer goed op waardering en het percentage mensen van buiten de stad, maar het gaat wel om mensen die heel vaak al eerder in de stad zijn geweest. Bij Rockin' Park zien we juist dat veel mensen voor het eerst met Nijmegen hebben kennisgemaakt. De Music Meeting en het Gebroeders van Limburg festival scoren wat lager als aanleiding voor mensen van buiten om de stad al dan niet voor het eerst te bezoeken. Het laatste festival zorgt wel voor substantiële extra bestedingen in de stad (ca. 1 miljoen euro).



Illustratie 2: waardering evenementen, aandeel bezoekers van buiten regio en aandeel nieuwe bezoekers

Bron: metingen in kader van Evenementenmonitor, 2007-2009, O&S

Ook de culturele podia trekken mensen van buiten de stad. Bij Lux en het Lindenbergtheater gaat het om ca. eenderde, bij Doornroosje, Vereniging en Stadsschouwburg om iets meer dan de helft.

Attracties

Als het gaat om grote dagattracties heeft Nijmegen zoals gezegd veel minder te bieden. Zeker wanneer we dat vergelijken met Arnhem, dat juist erg hoog scoort (Burgers Zoo, Nederlands Openluchtmuseum).

Het Holland Casino wordt in de statistieken niet als dagattractie gezien, maar met 339.000 bezoekers in 2010 is het wel de vrijetijdsvoorziening met het grootste bezoekersaantal. Dit bezoekersaantal is sinds 2008 wel met een kwart afgenomen (was 449.000). Deze daling is sterker dan gemiddeld over alle vestigingen van Holland Casino (-20%).

Gemiddeld genomen trekt Museum Het Valkhof 80.000-100.000 bezoekers per jaar (2010: 80.000).

Maar bijzondere tentoonstellingen als Herculaneum en de Gebroeders van Limburg kunnen dat niveau flink opschroeven (159.000 in 2007).

Het belangrijkste bezoekdoel van Nijmegen en omgeving is echter de binnenstad. Wekelijks vinden naar schatting ca. 300.000 bezoeken plaats aan de

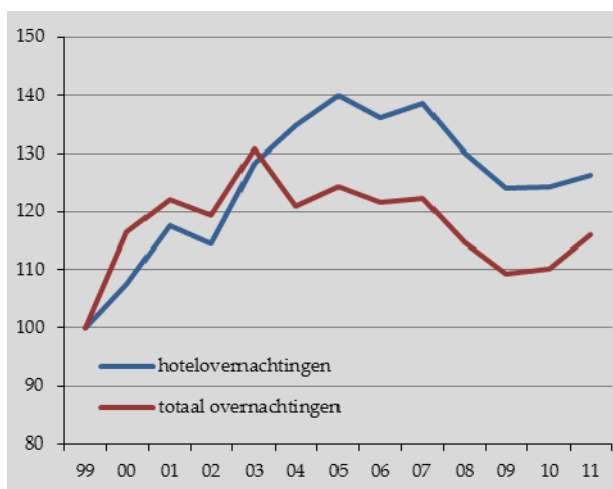
binnenstad in brede zin (inclusief bewoners, werkenden en doorgaand verkeer). Na een afname van het binnenstadbezoek rond 2002 is er sprake van een herstel met goede uitslagen in 2007 en 2008. Nadien neemt het bezoekeniveau wat af en stabiliseert op dat niveau. Langere tijd nam het aandeel bezoekers vanuit de eigen regio af ten gunste van vooral bezoek van buiten de regio. In de meting 2010 stopt die trend: er zijn op dat moment weer wat meer bezoekers uit de regio ten koste van het bovenregionale aandeel. Het algemene oordeel over de binnenstad is al sinds 2006 constant (7,4). Minpunten in de binnenstad zijn wel de negatieve oordelen over autobereikbaarheid (6-), parkeerruimte (5,5) en -tarieven (4+). Waarschijnlijk door de bouwwerkzaamheden op Plein 1944 krijgt de waardering voor het fietsenstallen een flinke knauw in 2010 (van 6,6 naar 5,9).

IV. VERBLIJVEN IN NIJMEGEN

Kentering in hotelbezoek

Ondanks de opheffing van de stadscamping de Kwakkenberg eind 2003, is het totaal aan overnachtingen sinds 1999 flink gestegen. In hotelovernachtingen is de toename tot aan het feestjaar 2005 (Nijmegen 2000) zelfs 40%.

Nadien zakt het aantal overnachtingen terug. Deze daling versterkt zich in 2007 door de sluiting van een kleiner hotel en aansluitend de effecten van de recessie. Waarschijnlijk zijn door het laatste vooral de zakelijke overnachtingen geraakt. Na 2008 groeit het aantal overnachtingen weer in de gegevens van de toeristenbelasting. Zowel hotels als de speciale evenementenkampeerterreinen laten een groei zien.



Illustratie 3: overnachtingen in Nijmeegse hotels en totaal; indexcijfer 1999=100

Bron: registratie toeristenbelasting, bewerking O&S

Wat verder terugkijkend zien we dat sinds 1996 (Hotelmarktonderzoek van 1997) het aantal overnachtingen op de Nijmeegse hotelmarkt is gestegen van 100.000 naar 141.000 in 2011). Vooral op de toeristische markt heeft de stad een flinke sprong vooruit gemaakt.

Weinig hotelcapaciteit, groeiende diversiteit

De Nijmeegse hotelmarkt anno 2011 bestaat uit 15 bedrijven met in totaal 816 bedden.

Naar verhouding blijft het Nijmeegse hotelaanbod erg klein, deels ook door hotelaanbod direct voorbij de gemeentegrens. Van de 25 grootste gemeenten scoort Nijmegen de 23^e plaats wat betreft het aantal bedden per 10.000 inwoners. Alleen Tilburg en Zoetermeer scoren nog zwakker. Door een daling van het aantal bedden in de registratie van het Bedrijfschap en de stijging van het inwonertal is Nijmegen in deze rangordening sinds 2006 vijf plaatsen gezakt.

rangorde	1	5	10	15	20	25
1996						
2001						
2006						
2011						

Illustratie 1: hotelbedden per 10.000 inwoners; rangorde van Nijmegen binnen de 25 grootste gemeenten

Bron: Bedrijfschap Horeca en Catering

Een sterk punt van het hotelaanbod is de grote diversiteit (schaal, locatie, sfeer, setting e.d.). Qua formele classificatie bevindt het aanbod zich echter hoofdzakelijk in het middensegment (3- en 4-sterren). Gemiddeld zijn de hotels niet erg groot. Ondanks de flinke stijging van het aantal overnachtingen is de hotelcapaciteit tussen 1999 en 2011 niet meegegroeid, maar eerder gekrompen. Op de markt heeft wel vervanging plaatsgevonden: twee hotels verdwenen en een nieuw hotel opende haar deuren aan de Waalkade. Ook zijn op dit moment plannen in ontwikkeling om te komen tot uitbreiding van het hotelaanbod in de stad.

Een specifiek onderdeel van de markt - de Bed & Breakfast-sector - is sterk in opkomst. Op meer dan 50 locaties in de stad worden dergelijke logiesmogelijkheden aangeboden.

In de omgeving van Nijmegen is het hotelaanbod van oudsher geconcentreerd in het groene gebied aan de zuidoostzijde van de stad. De omgeving, binnen een straal van 15 kilometer, heeft bijna een dubbel zo groot aanbod van hotelbedden (1.550) als Nijmegen zelf.

Kansen in de cruisevaart

De laatste jaren leggen circa 450 cruiseschepen en 100 dagschepen per jaar in Nijmegen aan. Deze brengen circa 70.000 passagiers naar Nijmegen. De passagiers zijn vooral Duitsers, maar in het voorjaar ("de bollentijd") ook veel Amerikanen en Australiërs. 85% is ouder dan 55 jaar.

Na 2003 vertoont zowel het aantal aanleggende cruiseschepen als het aantal passagiers een forse groei. De verwachting is dat deze markt in de toekomst met 5-7% per jaar zal doorgroeien, ook gedragen door de toenemende vergrijzing.

Op dit moment profiteert Nijmegen nog beperkt van deze bezoekersgroep. Er liggen kansen voor verbetering in de bestaande situatie en voor groei in de toekomst.

Bronnen

- Provincie Gelderland, Bureau Economisch Onderzoek: Maak kennis met de vrijetijdseconomie in Gelderland
- Provinciale Werkgelegenheidsenquête Gelderland, 2011
- LAGroup: Toeristisch Imago Onderzoek, 2010
- Van Spronsen en Partners, Meest Gastvrije Stad 2011; oktober 2011
- Respons Top 100 Evenementen Monitor 2012

- Respons/NBTC: Ranglijst Top 50 dagattracties, 2011
- Gemeente Nijmegen, afd. O&S, diverse Evenementenmonitorrapportages
- Holland Casino, Jaarverslag
- RBT-KAN: Toeristisch-recreatieve monitor Regio Arnhem Nijmegen 2010
- Gemeente Nijmegen, registratie toeristenbelasting
- Gemeente Nijmegen, Hotelmarktonderzoek 2007
- Bedrijfschap Horeca, Feiten en cijfers op
- Cruisevaart Nijmegen, verkenning en effectmeting, afd. O&S, Stephanie Paridaen, oktober 2011
- www.kenniscentrumhoreca.nl
- www.bedandbreakfastnijmegen.nl