

# **Stadscentrummonitor Nijmegen**

*Meting 2006/2007*

Gemeente Nijmegen,  
afd. Onderzoek en Statistiek  
mei 2007

**2006/  
2007**

# Stadscentrummonitor

UITGAVE

Onderzoek en Statistiek, Gemeente Nijmegen  
mei 2007

OPDRACHTGEVER

Directie Grondgebied  
Afdeling Economische Zaken  
tel: 024 329 26 07

VERKRIJGBAAR

Stadswinkel, Open Huis  
Mariënborg 75

6511 PS Nijmegen  
Tel: 024-329 36 46

en

[www2.nijmegen.nl/wonen/onderzoekencijfers/economie/Stadscentrum](http://www2.nijmegen.nl/wonen/onderzoekencijfers/economie/Stadscentrum)

INFORMATIE

Onderzoek en Statistiek, Gemeente Nijmegen  
dhr. A. Verhoef tel: 024- 329 27 26

E-mail: [onderzoek.statistiek@nijmegen.nl](mailto:onderzoek.statistiek@nijmegen.nl)



# Inhoudsopgave

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>Inleiding</b>                            | <b>3</b>  |
| 1.1      | Tien jaar stadscentrummonitor               | 3         |
| 1.2      | Gegevensbronnen                             | 3         |
| 1.3      | Indeling rapportage                         | 3         |
| <b>2</b> | <b>Economisch functioneren</b>              | <b>5</b>  |
| 2.1      | Inleiding                                   | 5         |
| 2.2      | Bedrijvenprofiel en werkgelegenheid         | 5         |
| 2.3      | Investeringen                               | 6         |
| 2.4      | Economisch functioneren van de kernsectoren | 8         |
| <b>3</b> | <b>Het Centrum als bezoekdoel</b>           | <b>11</b> |
| 3.1      | Inleiding                                   | 11        |
| 3.2      | Aanbodontwikkeling                          | 11        |
| 3.3      | Bezoekniveaus                               | 13        |
| 3.3.1    | Drukbeeld op straat                         | 13        |
| 3.3.2    | Indicatie parkeerafzet                      | 13        |
| 3.4      | Bezoekgedrag                                | 14        |
| 3.4.1    | Inleiding                                   | 14        |
| 3.4.2    | Herkomst                                    | 14        |
| 3.4.3    | Vervoerswijze                               | 15        |
| 3.4.4    | Bezoekdoel                                  | 15        |
| 3.4.5    | Bezoekfrequentie en verblijfsduur           | 16        |
| 3.4.6    | Bestedingen                                 | 17        |
| 3.4.7    | Routekeuze                                  | 18        |
| 3.5      | Waarderingen                                | 19        |
| 3.5.1    | Waardering aanbod en ambiance               | 19        |
| 3.5.2    | Waardering verkeersaspecten                 | 21        |
| 3.6      | Gaat de binnenstad vooruit of achteruit?    | 22        |
| <b>4</b> | <b>Samenvatting en conclusie</b>            | <b>25</b> |

# 1 Inleiding

## 1.1 Tien jaar stadscentrummonitor

Sinds 1996 wordt tweejaarlijks onderzoek gedaan naar het Nijmeegse stadscentrum. Eerst onder de titel "Monitor Centrum 2000", later als "Stadscentrummonitor Nijmegen".

De monitor is destijds gestart om een vinger aan de pols te houden bij belangrijke (voorgenomen) veranderingen in de binnenstad en om naar externe subsidiegevers de effecten van investeringen aan te kunnen geven.

Deze editie 2006/2007 van de monitor is uitgevoerd in opdracht van de afdeling Economische Zaken van de Directie Grondgebied en het Ontwikkelingsbedrijf van de Directie Wijk en Stad.

De monitor is wat beperkter van opzet dan de voorgaande omdat voor het volgen van de kwaliteit van de woon- en leefomgeving volstaan wordt met de nog te verschijnen Stads- en Wijkmonitor 2007.

Tussen oktober 2006 en mei 2007 is er ook onderzoek gedaan in de negen Ringstraten rond het kernwinkelgebied van Nijmegen. Deze resultaten hiervan zullen binnenkort apart verschijnen.

## 1.2 Gegevensbronnen

Veel gegevens komen uit enquêtes en tellingen die in het najaar van 2006 in de kern van de binnenstad zijn gehouden. Op drie donderdagen en drie zaterdagmiddagen tussen de herfstvakantie en de intocht van Sinterklaas zijn in totaal 1040 enquêtes afgenomen. Tegelijkertijd zijn druktebeelden gemeten door middel van voetgangerstellingen. Deze tellingen en enquêtes geven een indruk van de omvang en samenstelling van de bezoekersstroom in de belangrijkste winkelstraten van de stad. Daarnaast worden ook zoals gebruikelijk andere beschikbare statistieken gebruikt om ontwikkelingen en beleidseffecten te traceren. Bronnen zijn: parkeerazetcijfers, inventarisaties van het winkelaanbod, werkgelegenheidsgegevens, een steekproefverdichting van de Enquête Regionale Bedrijfsontwikkeling van de Kamer van Koophandel en de registratie van bouwvergunningen.

## 1.3 Indeling rapportage

De rapportage start met het totaalbeeld van het economisch functioneren van het Nijmeegse stadscentrum. Daarna wordt ingegaan op de binnenstad als bezoekdoel. Daarbinnen komen aanbodontwikkeling, bezoekniveaus, bezoekgedrag en de waarderingen aan de orde. In het laatste concluderende hoofdstuk worden de belangrijkste uitkomsten nog eens op een rij gezet.

## 2 Economisch functioneren

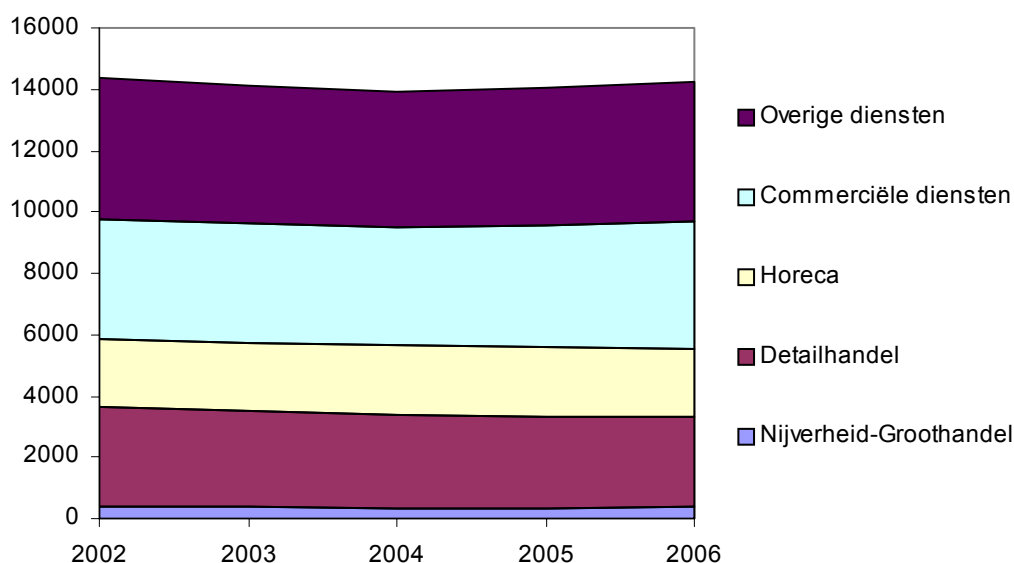
### 2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk staat de binnenstadseconomie centraal. Eerst komen de banengroei en de ontwikkeling van de bouwinvesteringen aan bod. Vervolgens wordt ingezoomd op het omzet- en rendementsverloop in de kernsectoren detailhandel en horeca aan de orde. Deze worden afgezet tegen het beeld in vergelijkbare binnensteden in Nederland.

### 2.2 Bedrijvenprofiel en werkgelegenheid

Het stadsdeel Nijmegen-Centrum is na Heijendaal de tweede werklocatie van de stad in aantal banen (14250). Over de gehele periode 2002-2006 gerekend is er per saldo geen sprake van groei. Binnen die periode neemt tot aan 2004 het aantal banen af met 450. Met het aantrekken van de economie na 2004, laat ook het centrum weer een groei zien (+ 350 banen).

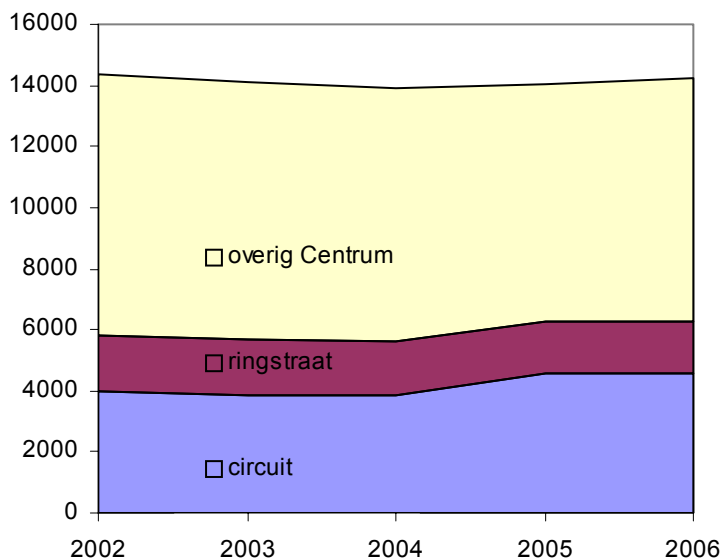
Groei is er alleen in de commerciële diensten. Overige diensten en horeca zijn stabiel. Detailhandel ziet het aantal banen met ca. 7,5% teruglopen in deze qua consumentenbestedingen moeilijke periode.



Figuur 1 banengroei 2002-2006, naar sector; bron: PWE-Gelderland

Naar deelgebied zien we een redelijk omvangrijke verschuiving door de verplaatsing van gemeentelijke diensten van het stationsgebied (gebouw Metterswane in "overig Centrum") naar het Stadhuis (binnen het gebied waar zich het winkelcircuit bevindt).

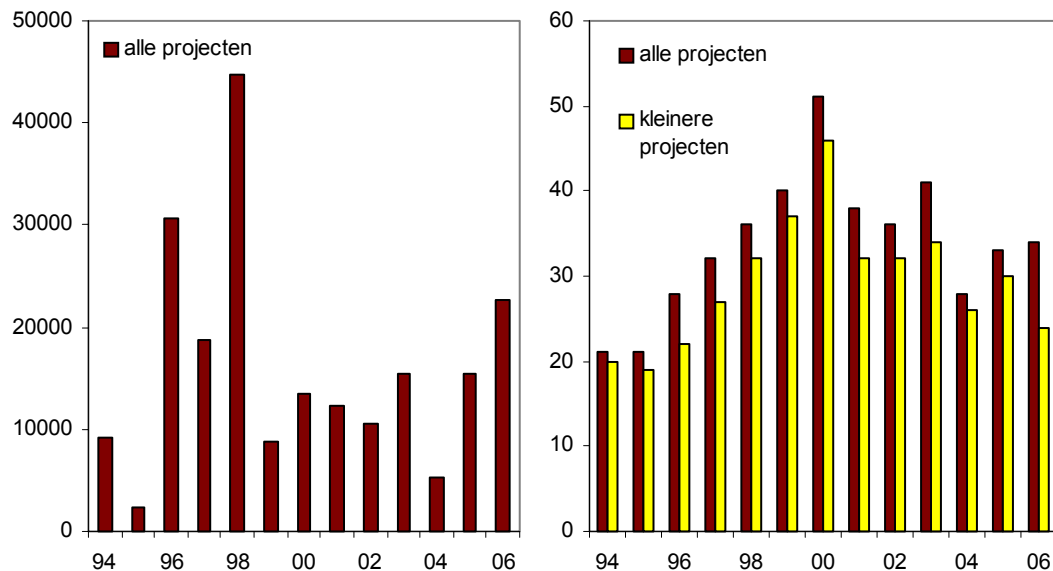
De detailhandel loopt zowel in de winkelkern als in de ringstraten terug in aantal banen. In de ringstraten ontwikkelt zich de horeca positief, binnen het winkelcircuit zien we het aantal banen in de commerciële diensten sterk groeien. Achtergrond hiervan is de groei in callcenterbanen, een fors gegroeide activiteit in het Centrum als geheel (bijv. BSC Cendris, MyCall, ABN-AMRO). In de ringstraten loopt het aantal banen in de commerciële diensten juist wat terug.



Figuur 2 banengroei 2002-2006, naar deelgebied; bron: PWE-Gelderland

## 2.3 Investerings

In de afgelopen 10 jaar is er volgens de gegevens van verleende bouwvergunningen van de afdeling Bouwen en Wonen voor ca. 200 miljoen euro geïnvesteerd in wat grotere bouwprojecten in het stadsdeel Nijmegen-Centrum. De ervaring wijst uit dat dit nog een onderschatting is van de werkelijke investeringen aan gebouwen en inrichting van gebouwen. Daarnaast blijven investeringen in de openbare ruimte grotendeels buiten beschouwing.

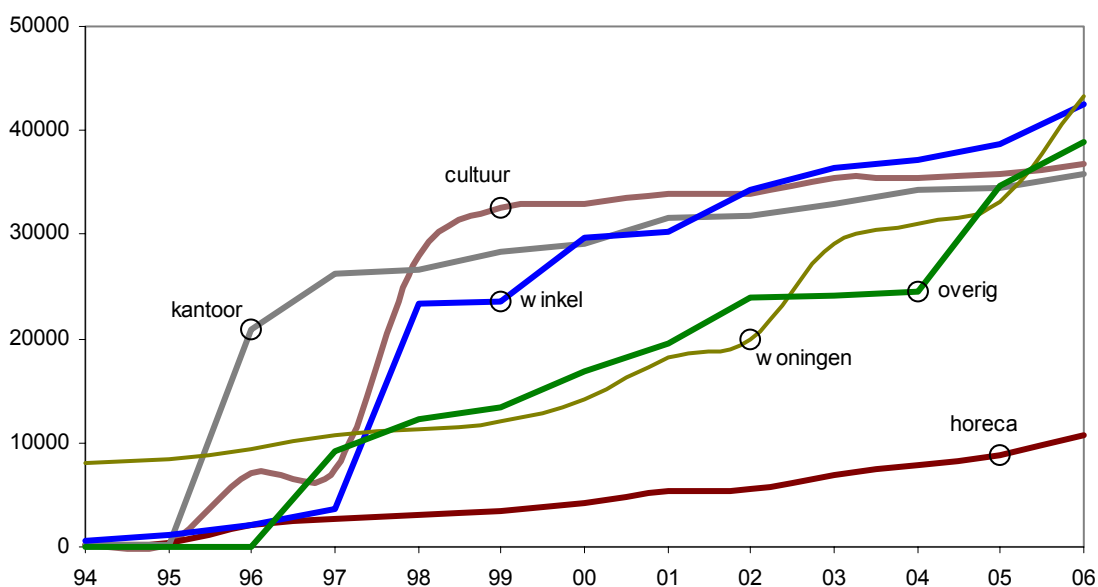


Figuur 3 Bouwsom verleende bouwvergunningen (links) x 1000 Euro  
verloop van het totaal aantal bouwprojecten en projecten onder 450.000 euro (rechts)

In de tweede helft van de jaren negentig drukken de uitvoeringsprojecten rond het plan Centrum 2000 een zwaar stempel. Na 2000 loopt het aantal investeringen en de bouwsom wat terug. Na een dieptepunt in 2004 loopt het investeringsvolume weer op. Het zijn met name de grote bouwprojecten (> 454.000 euro/1 mln. gulden) zijn die zorgen voor de groei.

Wat betreft investeringssector is zichtbaar dat de kantoor- en culturele investeringen vooral eind jaren negentig plaatsvinden. Na 2000 komt daar niet veel meer bij. Ook de investeringen in winkels pieken eind jaren negentig, maar groeien ook daarna nog redelijk door. Trendmatige groei zien we in de horeca, woninginvesteringen en de groep overig (m.n. investeringen in verkeersvoorzieningen).

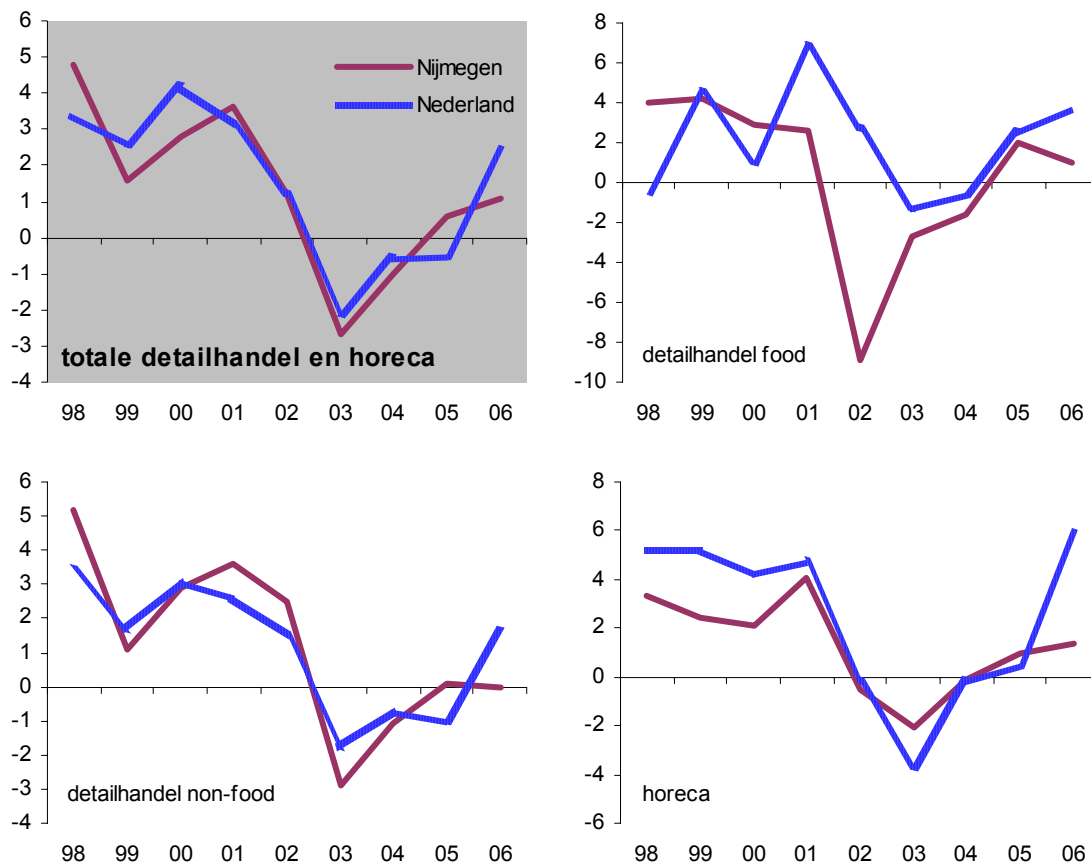
Uiteindelijk zijn de woninginvesteringen de grootste investeringscategorie. Dit hangt samen met de versterkte positie van de binnenstad als woongebied. Van minder dan 6000 inwoners rond 1980 bracht de herbouw van de wijk Benedenstad het stadsdeeltotaal op 8500 rond 1990. Sindsdien groeit vooral de wijk Stadscentrum, waardoor het bevolkingsaantal in het gehele stadsdeel Nijmegen-Centrum (wijken Stadscentrum en Benedenstad) inmiddels boven de 9300 inwoners is uitgekomen.



Figuur 4 Cumulatieve bouwinvesteringen stadsdeel Nijmegen-Centrum naar sector 1994-2006, x 1000 euro excl BTW  
Bron: Afd, Bouwen en Wonen, Directie Grondgebied

## 2.4 Economisch functioneren van de kernsectoren

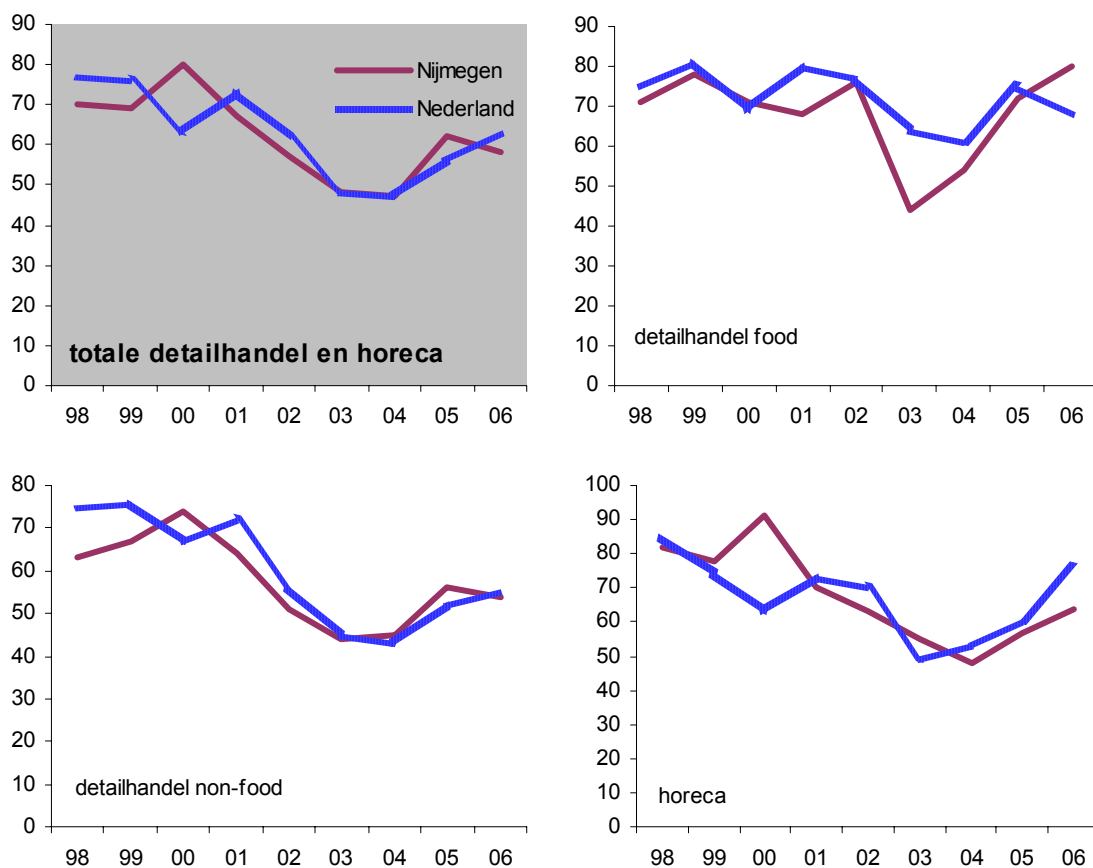
De omzetontwikkeling van bestaande bedrijven in de horeca en detailhandel in de Nijmeegse binnenstad volgt in grote lijnen het landelijke beeld. Eind jaren negentig zien we extreem hoge groei die na 2001 omslaat in uiteindelijk een krimp. Na 2003 herstelt zich de omzetontwikkeling. Hoewel de onderliggende aantallen klein zijn en de resultaten daardoor met onzekerheden omgeven zijn, lijkt het alsof de horeca in Nijmegen wat minder conjunctuurgevoelig is dan in andere steden.



Figuur 5 Omzetontwikkeling (% groei per jaar), kernsectoren Nijmegen-Centrum vergeleken met 13 centra van middelgrote steden, 1998-2006 (NB in detailhandel food en horeca: lage aantallen --> fluctuaties)  
Bron: Kamer van Koophandel Centraal Gelderland, bew. O&S-Nijmegen

Ook wat betreft de beoordeling van het rendement van detailhandels- en horecabedrijven volgt Nijmegen-Centrum het beeld van de andere vergeleken binnensteden. Dat betekent overigens wel een forse ontwikkeling. Rond 2000 beoordeelde rond 80% van de ondernemers het rendement als voldoende. Dat percentage gaat flink onderuit naar minder dan 50% in 2003 en 2004. In 2005 herstelt de rendementsbeoordeling flink, m.n. in deze stad. In Nijmegen zet deze ontwikkeling zich in de (grote) sector detailhandel non food in 2006 niet voort. Uiteindelijk ligt het percentage bedrijven met voldoende rendement hier in 2006 met 58% wat onder het gemiddelde van 63% in de vergeleken centra van middelgrote steden. Ook het vertrouwen in de toekomst ligt bij de winkeliers en horecamensen in de Nijmeegse binnenstad iets lager dan in de andere binnensteden (47% verwacht meer omzet in 2007 tegen 56% in de gemiddelde binnenstad).





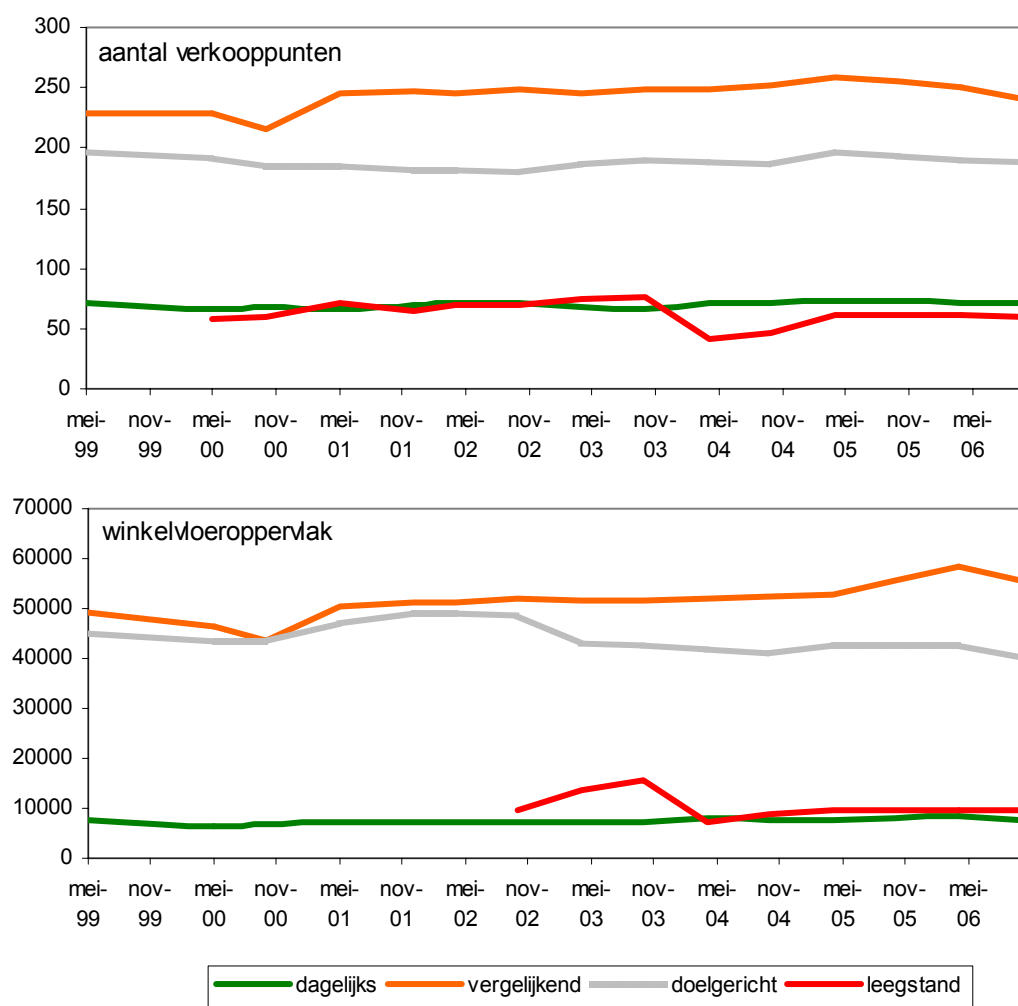
Figuur 6 Percentage bedrijven met voldoende rendement, kernsectoren Nijmegen-Centrum vergeleken met 13 centra van middelgrote steden, 1998-2006  
Bron: Kamer van Koophandel Centraal Gelderland, bew. O&S-Nijmegen

## 3 Het Centrum als bezoekdoel

### 3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk komt de essentie van het stadscentrum aan bod. Een plek die de identiteit en geschiedenis van de stad draagt, de top vormt van het regionale winkel- en uitgaansaanbod, een knoop in de verkeersstructuur en het belangrijkste bezoekdoel in de regio. In dit hoofdstuk komen een aantal indicatoren aan de orde die deze essentie proberen te meten: de winkelaanbodontwikkeling, het bezoekeniveau, het bezoekgedrag en de waarderingen van de bezoekers voor wat de binnenstad te bieden heeft.

### 3.2 Aanbodontwikkeling



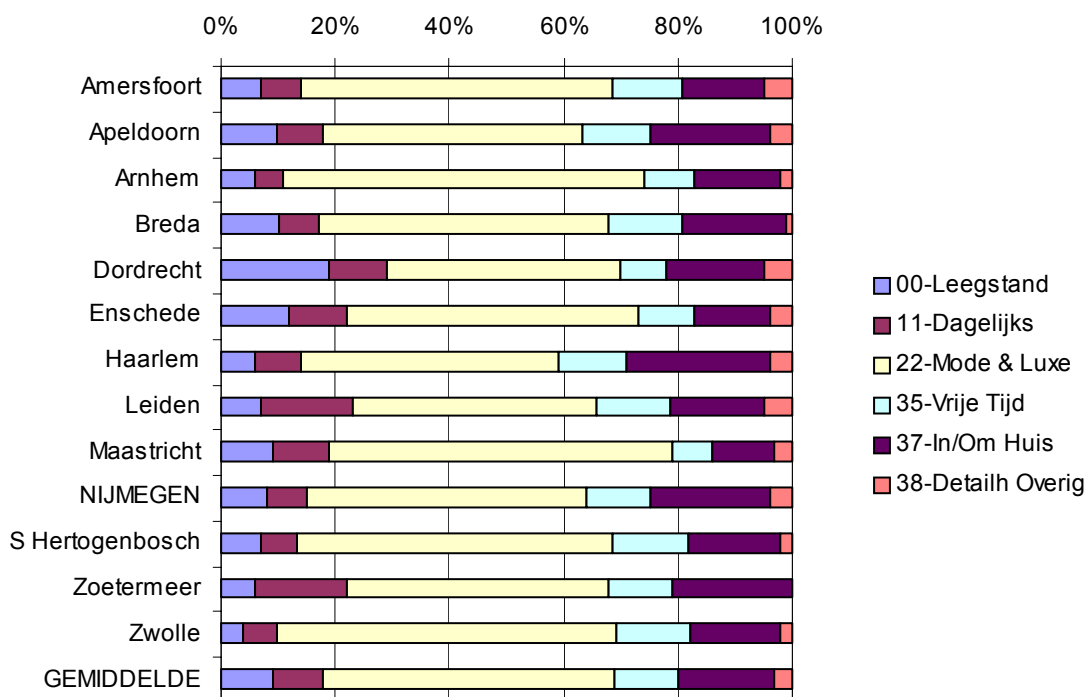
Figuur 7 Ontwikkeling winkelaanbod winkelgebied Centrum-Nijmegen 1999-2006, in aantal winkels (boven) en winkelvloeroppervlak (onder)

Bron: Locatus, bew. O&S-Nijmegen

Het winkelgebied Nijmegen-Centrum telt ruim 500 winkels met 116.000 m<sup>2</sup> winkeloppervlak. Het gebied specialiseert zich de afgelopen jaren sterker als aankoopplaats voor vergelijkend winkelen (mode, luxe artikelen en warenhuisaanbod). Dat gaat met name ten koste van het doelgerichte aankopen (o.m. woninginrichting, elektro, sportartikelen). Het dagelijkse aanbod (food, drogisterijartikelen) blijft stabiel tot licht groeiend.

Belangrijke impulsen voor de groei van het vergelijkend winkelen het zijn de oplevering van Marikenstraat en de gerenoveerde Molenpoortpassage geweest. Ook de omzetting van het oude Tilderspad van meubelzaak (doelgerichte aankopen) naar m.n. kleding en schoenenaanbod (vergelijkend winkelen) is merkbaar rond 2003. Deze omzetting is ook korte tijd zichtbaar in de leegstandsgroei in de loop van 2003. Daarna zakt de leegstand terug tot een stabiel niveau van ca. 8-9% van het oppervlak. In deze daling speelt ook de herontwikkeling van de (door langdurige leegstand geplaagde) voormalige Mariëburgpassage tot de huidige Moenenstraat een rol.

In vergelijking met andere middelgrote steden (100000-175000 inwoners) is de leegstand in Nijmegen centrum een fractie lager (8% tegen 9% gemiddeld). Ook is zichtbaar dat Nijmegen, ondanks de hiervoor geconstateerde groei in het vergelijkend winkelen ten koste van doelgerichte aankopen, nog steeds relatief weinig gespecialiseerd is in het typisch binnenstedelijke vergelijkend winkelen (mode, luxe artikelen en warenhuizen). Na Haarlem geldt Nijmegen als de meest breed samengestelde binnensteden qua branchering in een CBS onderzoek.



Figuur 8 Winkelaanbod en leegstand vergeleken, centrale winkelgebieden van steden van 100000-175000 inwoners, in % van totaal winkelvloeroppervlak  
Bron: Locatus, bew. O&S-Nijmegen

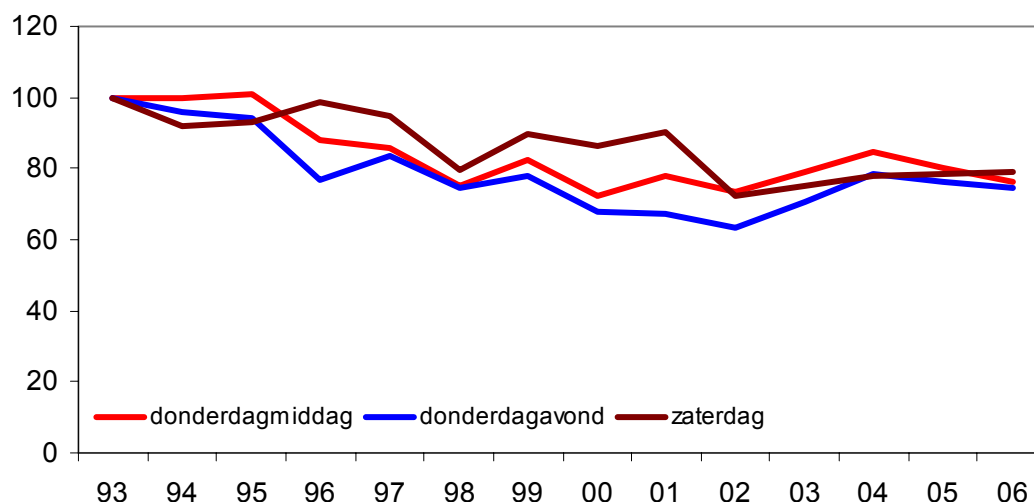
Naar deelgebied bezien is de leegstand<sup>1</sup> in het centrale winkelcircuit het laagst met 6% van het winkelvloeroppervlak. In de zgn. ringstraten net rond de kern ligt de leegstand op 11%, in de overige straten is de leegstand 20% van het winkeloppervlak. Binnen het centrale winkelcircuit is de leegstand sterk geconcentreerd rond Plein 1944 (35% leegstand van het winkeloppervlak), een gebied waar binnenkort naar verwachting nieuwbouwplannen zullen worden uitgevoerd. De Ziekerstraat, de Augustijnenstraat en de Passage Molenpoort kennen leegstandspercentages tussen 10 en 20%.

In de Ringstraten scoren 5 van de 9 straten een leegstand tussen 10 en 20%. Echte extremen boven 20% komen niet voor, de overige straten scoren 10% of lager.

<sup>1</sup> Opnamedatum mei 2006

### 3.3 Bezoekniveaus

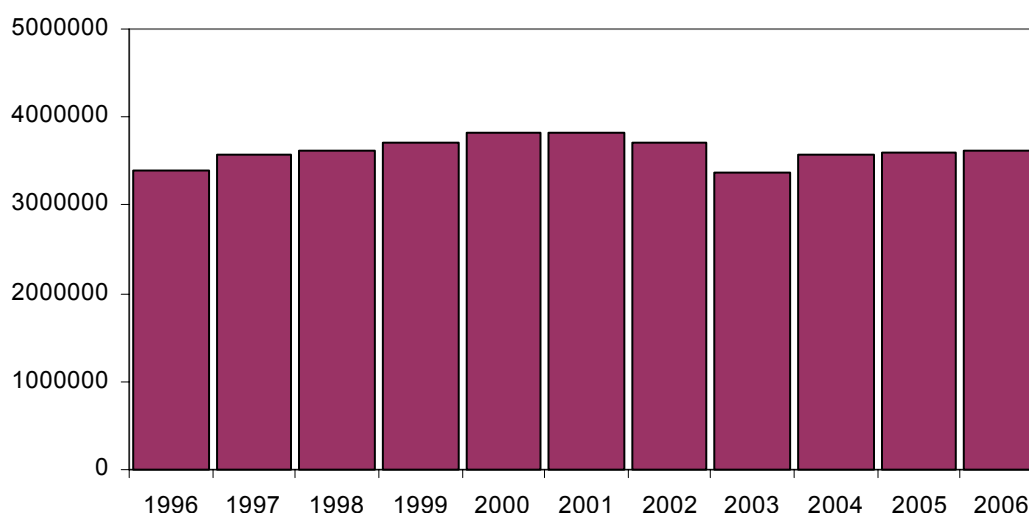
#### 3.3.1 Drukbeeld op straat



Figuur 9 Drukbeeld in de centrale winkelstraten 1993-2006, index 1993 = 100

Het aantal passanten wat in de winkelkern rondloopt varieert sterk van dag tot dag. Ondanks de spreiding in zes meetdagen per jaar moeten verschillen van jaar tot jaar met voorzichtigheid worden geïnterpreteerd. Niettemin is wel duidelijk dat het drukbeeld in de loop van de jaren wat terugloopt. In 2006 zien we dat de donderdag ten opzichte van de hoge score van 2004 (met een stukje herfstvakantie in de veldwerkperiode) weer iets inlevert. De zaterdag blijft zich ook in 2006 herstellen van de scherpe terugval na 2001. Grosso modo lijkt er wel een licht herstel op te treden van bezoekeniveaus na 2002.

#### 3.3.2 Indicatie parkeerafzet



Figuur 10 Indicatie van het aantal afgezette parkeeruren in en rond het stadscentrum, bron: afd. Openbare Ruimte DGG/DSB; betreft alleen parkeerlocaties in beheer bij de Gemeente Nijmegen

In de parkeerafzet (dus het aantal afgenomen parkeeruren, niet de geldomzet!) is na 2001 een trendbreuk zichtbaar. Van de stabiele groei sinds 1996, gaat de afzet in

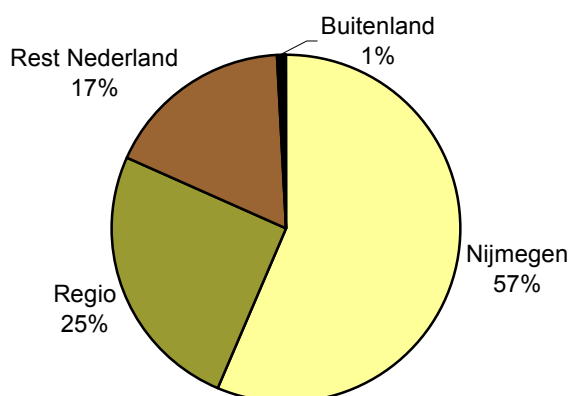
2002 licht naar beneden en in 2003 een stapje forser. Daarna trekt de afzet in 2004 weer aan. Hoewel het lastig is de afzet na 2004 te bepalen, lijkt het erop dat deze om en nabij stabiel is gebleven (feitelijke schatting laat een lichte groei zien). Het wegvallen van de St. Josephhof als parkeerlocatie (ca. 4% van de parkeeruren) is o.a. gecompenseerd door hogere afzetten in de garages Kelfkensbos en Mariënborg.

### 3.4 Bezoekgedrag

#### 3.4.1 Inleiding

In deze paragraaf worden gegevens uit de passantenenquête gepresenteerd. Deze enquête (1040 stuks) is gehouden op zes punten in de kern van het winkelgebied. Dit betekent dat de resultaten af kunnen wijken van het werkelijke totale binnenstadsbezoek doordat mensen met een erg korte verblijfstijd en mensen die de kern van de binnenstad niet bezoeken, een kleinere trefkans resp. geen trefkans hebben in het onderzoek. Mensen met een lange verblijfsduur hebben juist een hogere trefkans. De wijze van benaderen is echter wel constant in vergelijking met eerdere jaren, waardoor ontwikkelingen gevolgd kunnen worden. De enquêtes zijn gehouden gedurende drie donderdagen (middag en avond) en drie zaterdagdagen in de herfst van 2006 en herwogen naar weekbezoek (excl. koopzondagen).

#### 3.4.2 Herkomst



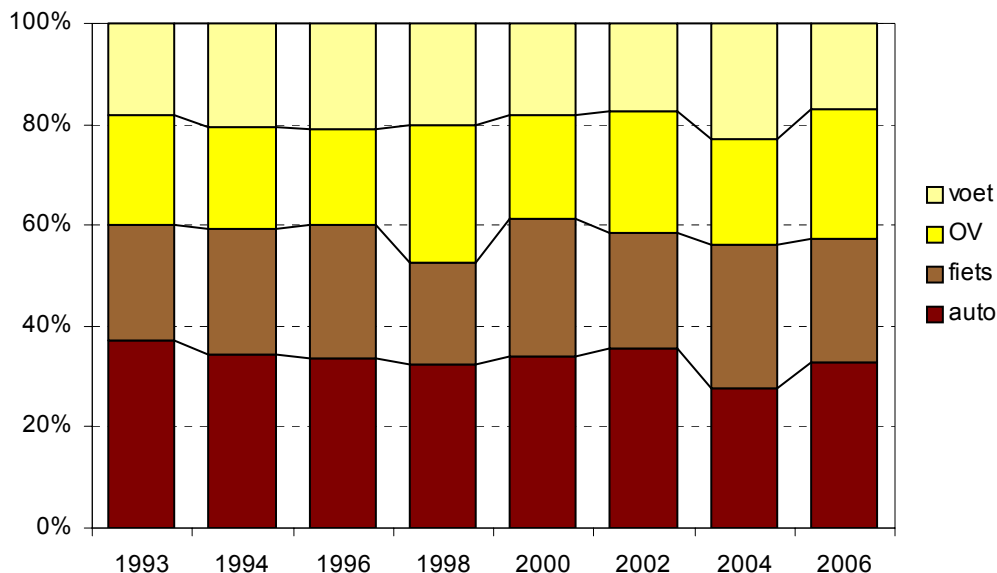
Figuur 11 Herkomst van de bezoekers in 2006

|                         | 1993      |      | 1998      |      | 2004      |      | 2006      |      |
|-------------------------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|
| <b>Nijmegen totaal</b>  | <b>59</b> | 100% | <b>63</b> | 100% | <b>63</b> | 100% | <b>57</b> | 100% |
| Nijmegen Oost           |           | 47   |           | 46   |           | 49   |           | 42   |
| Nijmegen Zuid           |           | 23   |           | 22   |           | 20   |           | 21   |
| Nijmegen West           |           | 16   |           | 17   |           | 19   |           | 16   |
| Dukenburg/Lindenholt    |           | 14   |           | 10   |           | 9    |           | 9    |
| Waalsprong              |           |      |           | 2    |           | 4    |           | 5    |
| <b>Regio totaal</b>     | <b>27</b> |      | <b>26</b> |      | <b>23</b> |      | <b>25</b> |      |
| <b>Overig Nederland</b> | <b>13</b> |      | <b>11</b> |      | <b>14</b> |      | <b>17</b> |      |
| <b>Buitenland</b>       | <b>1</b>  |      | <b>1</b>  |      | <b>1</b>  |      | <b>1</b>  |      |

Tabel 1 Herkomst binnenstadsbezoekers in %; ontwikkeling in de tijd

Met 57% in 2006 is het aandeel van de Nijmegenaren in de passantenstroom wat teruggelopen. De stad trok daarentegen meer bezoek uit de regio en overig Nederland. Binnen het Nijmeegse bezoek loopt het aandeel van de Waalsprongbewoners geleidelijk op ten koste van de onmiddellijk aan de binnenstad grenzende stadsdelen.

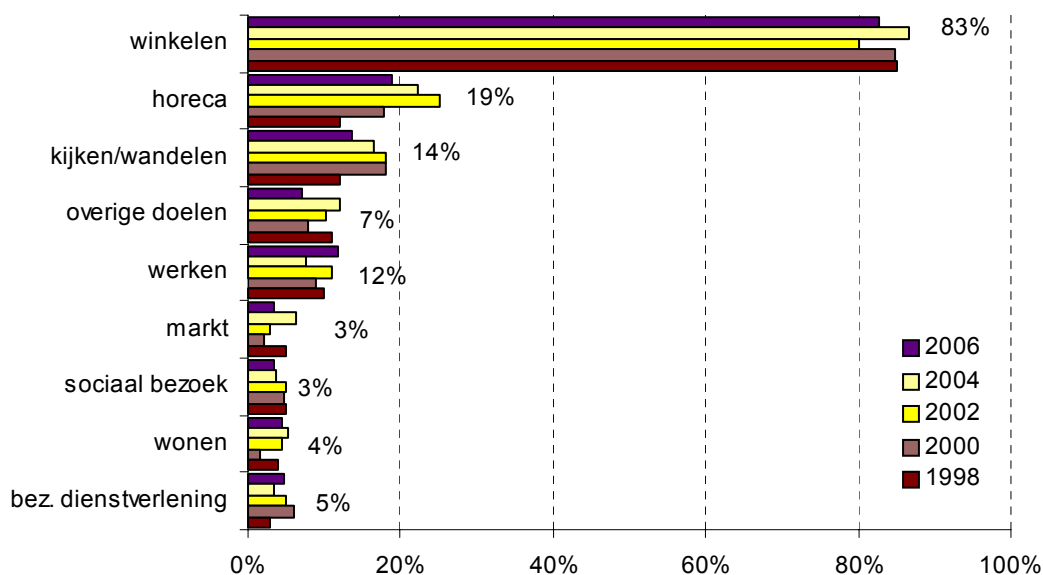
### 3.4.3 Vervoerswijze



Figuur 12 Vervoermiddelgebruik bij het bezoek aan de binnenstad

De herkomst van verder weg vertaalt zich ook in een wat lager aandeel van de korte afstandsvervoermiddelen. Fiets en te voet lopen wat terug, auto en OV scoren hoger.

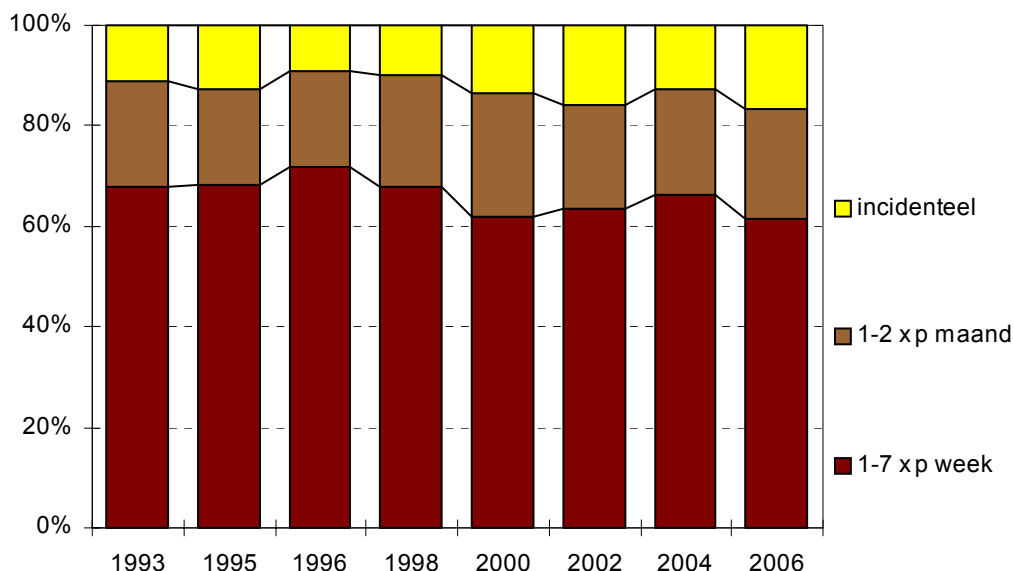
### 3.4.4 Bezoekdoel



Figuur 13 bezoekdoelen (spontaan en na doorvragen genoemd); ontwikkeling in tijd (meer antwoorden mogelijk, dus totalen > 100%)

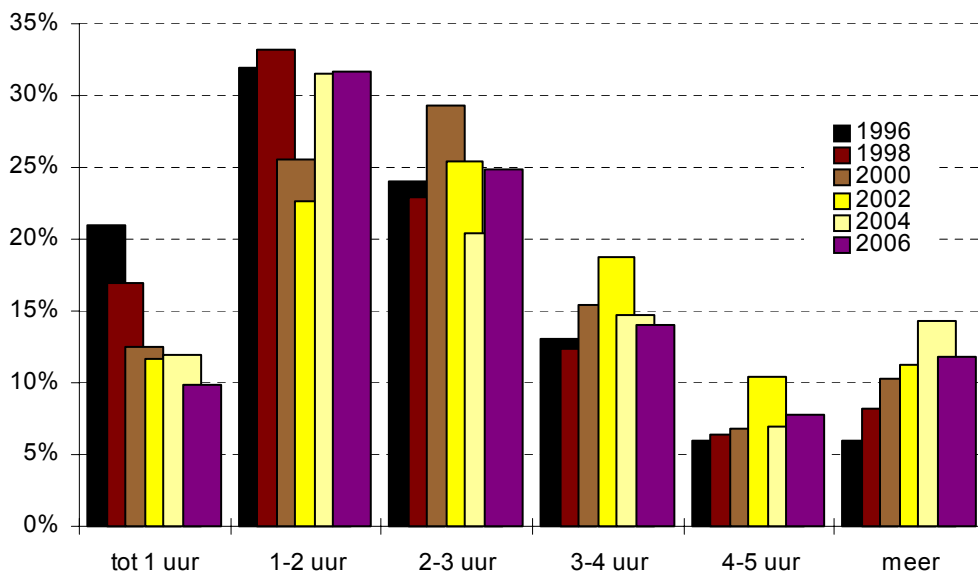
Net als voorgaande jaren komen de mensen verreweg het meest om te winkelen. Horecabezoek en toeristisch bezoek lijken ten opzichte van een top in 2002 wat terug te lopen als reden voor een binnenstadsbezoek.

### 3.4.5 Bezoekfrequentie en verblijfsduur



Figuur 14 Bezoekfrequentie

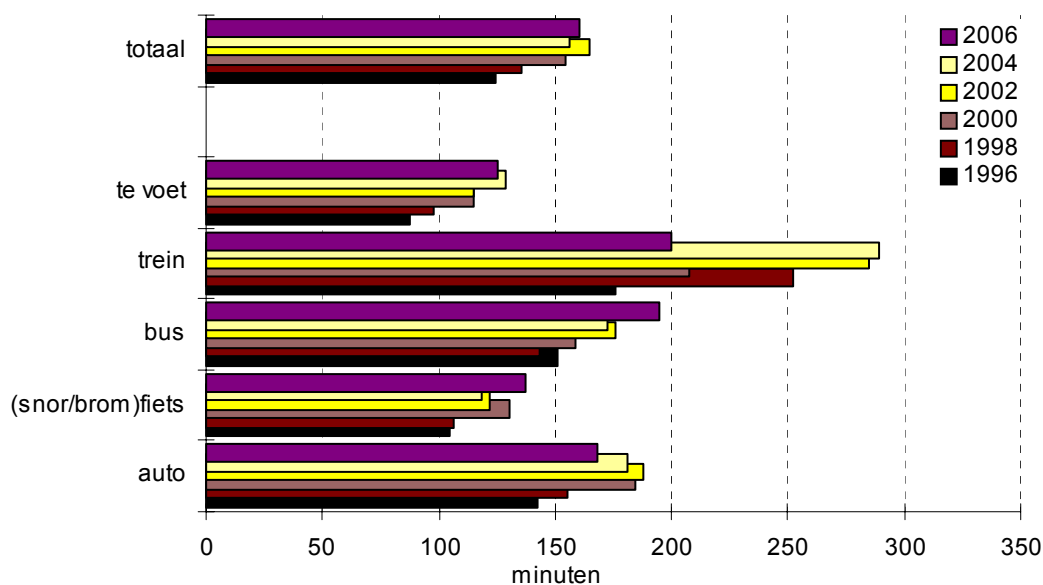
In de passantenstroom is het aandeel van mensen met zeer hoge bezoekfrequenties gedaald. Dit past in een langjarige trend.



Figuur 15 Verblijfsduur van bezoekers met winkelen als hoofd- of neven doel

Eveneens in lijn met dit beeld is de ontwikkeling van de gemiddelde verblijfsduur. Gemiddeld genomen nam van 1996 tot 2002 de verblijfsduur met ca. 5 minuten per jaar toe. In 2004 was een trendbreuk zichtbaar met een 10 minuten kortere verblijfsduur t.o.v. 2002. In 2006 zien we dat de gemiddelde verblijfstijd weer ca. 5 minuten langer is dan in 2004.

Naar vervoerswijze zien we dat na 2002 de verblijfsduur van automobilisten terugloopt, terwijl de overige vervoersvormen een oplopende verblijfsduur laten zien (trein geeft i.v.m. lage aantallen een onbetrouwbaar beeld).



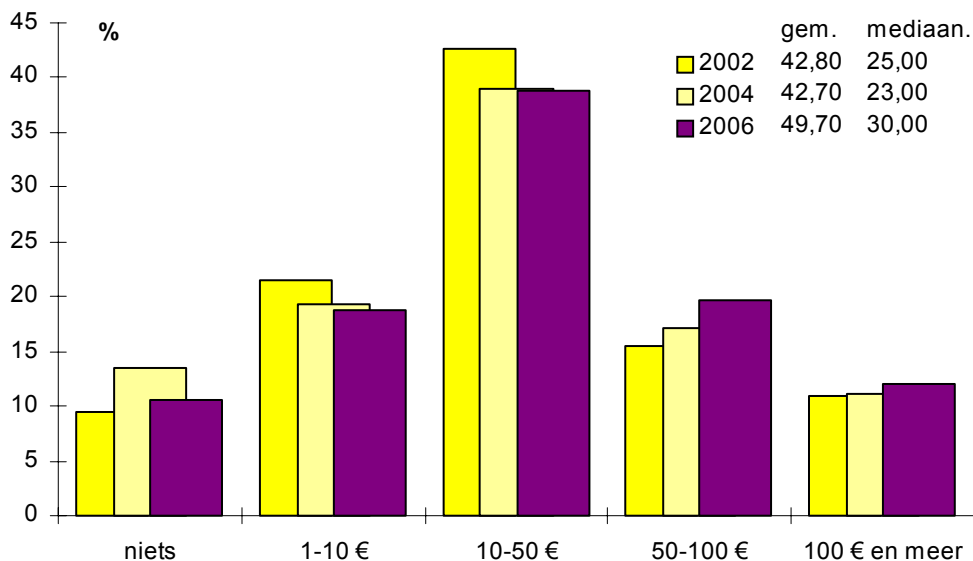
Figuur 16 Verblijfsduur van bezoekers met een winkelmotief, naar vervoerswijze

### 3.4.6 Bestedingen

De bestedingen per bezoeker groeien<sup>2</sup>. In 2006 liggen de bestedingen met bijna 50 euro fors hoger dan de 43 euro in 2004. Dit door een combinatie van hogere bestedingen bij gemiddeld een kleinere omvang van het bezoekende gezelschap. Met name de laagste bestedingscategorie is over de afgelopen jaren flink gedaald. In 2006 lag ook het aandeel van de mensen zonder bestedingen lager. De mediaan geeft het bedrag aan waar de helft van de mensen boven of onder zit. Ook dit bedrag laat een flinke stijging zien in 2006 ten opzichte van 2004.

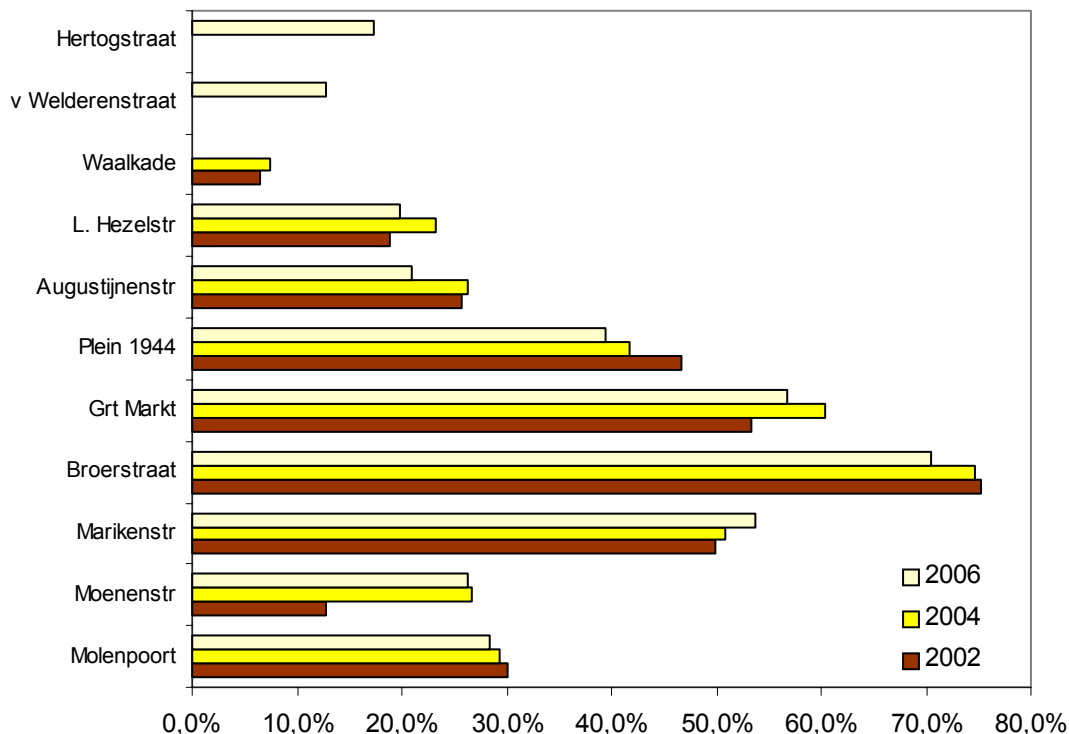
<sup>2</sup> In de berekening van het gemiddelde zijn de 10 enquêtes met de hoogste bestedingen buiten beschouwing gelaten i.v.m. hun grote invloed op het gemiddelde. In 2006 is de vraagstelling vereenvoudigd naar totale winkelbestedingen, eerder was het een optelling van drie artikelgroepen.





Figuur 17 Bestedingen van bezoekers 2002-2006, betreft totaal van winkel-, horeca- en marktbestedingen per persoon; gemiddelden excl. de 10 hoogste uitkomsten, de mediaan betreft het bedrag waar 50% van alle uitkomsten boven en onder zitten.

### 3.4.7 Routekeuze



Figuur 18 Indicatie van de routekeuze; betreft het percentage mensen in het centrale winkelgebied dat de betreffende straten heeft bezocht, 2002-2006

Wat betreft de routekeuze valt op dat het westelijke deel van het winkelgebied minder sterk bezocht wordt. Met name Plein 1944 en Augustijnenstraat, maar ook de

Broerstraat laten dalen zien in het % mensen dat aangeeft daar te hebben gelopen. In hetzelfde deelgebied laat de Grote Markt wel een betere aansluiting zien. In het Oostelijk deel van de binnenstad doet de Marikenstraat het beter met een stijging en de Moenenstraat die het sterk gestegen niveau van na de opening vasthoudt. De Molenpoortpassage als "derde blad" van het "klaverdrie" van het centrale winkelgebied laat een voortgaande lichte daling zien in de aansluiting op de passantenstroom. Naar aanleiding van de "doorsteek" van de Moenenstraat naar de Marikenstraat door het Arsenaal, is aan de passanten gevraagd of men het rondjes kunnen lopen in het winkelcircuit waardeert en of dit invloed heeft gehad op de routekeuze. Maar liefst 84% vindt dat een verbetering en voor tweederde van de mensen heeft dit invloed gehad op de routekeuze in het winkelgebied.

### 3.5 Waarderingen

#### 3.5.1 Waardering aanbod en ambiance

De passanten in de Nijmeegse binnenstad beoordelen de Nijmeegse binnenstad grosso modo wat gunstiger dan in 2004. Met name de omgevingsfactoren netheid, veiligheid en sfeer/gezelligheid laten een continuering van de positieve trend van de afgelopen 10 jaar zien. Het algemene oordeel is geen rekenkundig gemiddelde van alle scores, maar een antwoord dat door de mensen op straat gegeven wordt. Deze samenvattende score lijkt sterk op het oordeel over sfeer/gezelligheid. In 2006 betekent dit voor beide een kleine stijging t.o.v. 2004.

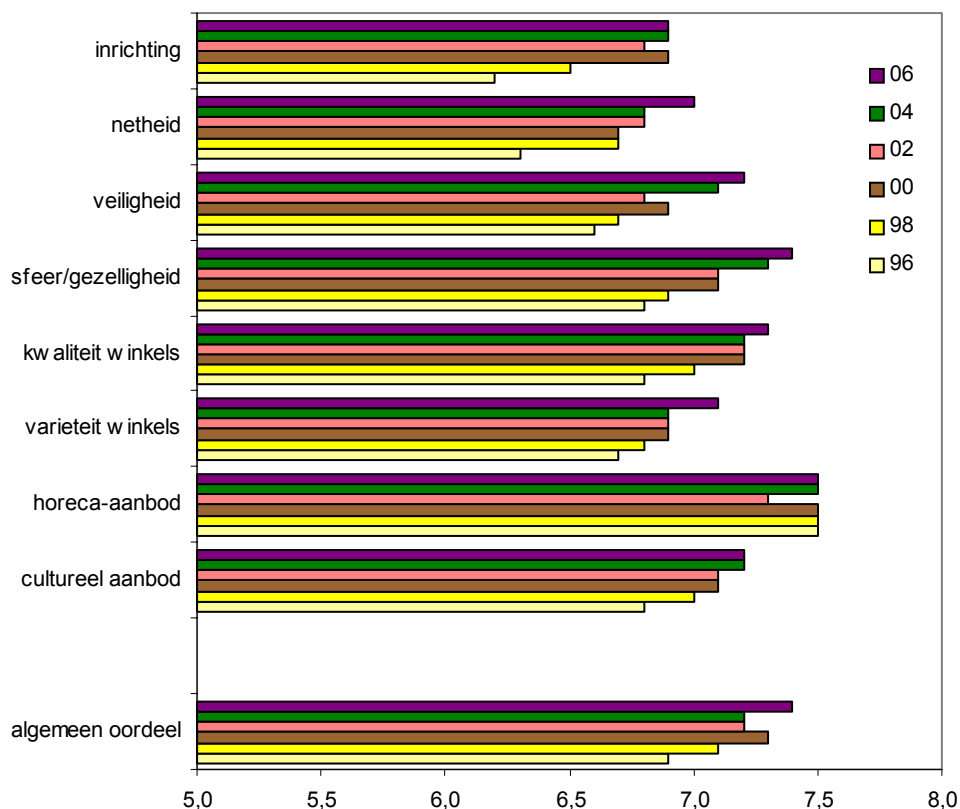
Wat betreft het aanbod zien we een lichte stijging van de waardering van het winkelaanbod. Horeca en cultureel aanbod blijven stabiel.

In 2006 is voor het eerst gevraagd naar waardering van het groen in de binnenstad. Deze score steekt met 5,9 negatief af tegen de overige scores. Er is ook voor het eerst een oordeel gevraagd over het evenementenaanbod in de binnenstad en het serviceniveau in winkels en horeca. Deze halen beide een ruim voldoende.

Traditioneel worden dezelfde vragen als in Nijmegen ook in de Arnhemse binnenstad gevraagd. De laatste jaren zagen we enige erosie van de waarderingen in Arnhem door het geleidelijk wegebben van de effecten van de grote investeringen die in de eerste helft van de jaren negentig gepleegd zijn. Door het gereedkomen van het Musiskwartier doorbreekt de Arnhemse waardering deze trend. Op alle aspecten zien we grotere of minder grote verbeteringen in de scores van de Arnhemse binnenstad.

|                        | Nijmegen |     |     |     |     |     | Arnhem |     |     |     |     |     |
|------------------------|----------|-----|-----|-----|-----|-----|--------|-----|-----|-----|-----|-----|
|                        | 96       | 98  | 00  | 02  | 04  | 06  | 96     | 98  | 00  | 02  | 04  | 06  |
| algemeen oordeel       | 6,9      | 7,1 | 7,3 | 7,2 | 7,2 | 7,4 | 7,4    | 7,3 | 7,2 | 7,0 | 6,9 | 7,2 |
| cultureel aanbod       | 6,8      | 7,0 | 7,1 | 7,1 | 7,2 | 7,2 | 6,8    | 6,8 | 6,6 | 6,5 | 6,8 | 6,9 |
| horeca-aanbod          | 7,5      | 7,5 | 7,5 | 7,3 | 7,5 | 7,5 | 7,9    | 7,7 | 7,6 | 7,3 | 7,3 | 7,4 |
| variëteit winkels      | 6,7      | 6,8 | 6,9 | 6,9 | 6,9 | 7,1 | 7,3    | 7,3 | 7,0 | 7,0 | 6,9 | 7,1 |
| kwaliteit winkels      | 6,8      | 7,0 | 7,2 | 7,2 | 7,2 | 7,3 | 7,5    | 7,5 | 7,3 | 7,3 | 7,1 | 7,3 |
| serviceniveau wink/hor | -        | -   | -   | -   | -   | 7,1 | -      | -   | -   | 6,7 | -   | -   |
| evenementenaanbod      | -        | -   | -   | -   | -   | 7,0 | -      | -   | -   | -   | -   | -   |
| sfeer/gezelligheid     | 6,8      | 6,9 | 7,1 | 7,1 | 7,3 | 7,4 | 7,4    | 7,2 | 7,1 | 7,0 | 6,9 | 7,1 |
| veiligheid             | 6,6      | 6,7 | 6,9 | 6,8 | 7,1 | 7,2 | 6,9    | 6,7 | 6,8 | 6,5 | 6,5 | 7,0 |
| netheid                | 6,3      | 6,7 | 6,7 | 6,8 | 6,8 | 7,0 | 6,5    | 6,3 | 6,4 | 6,0 | 6,1 | 6,4 |
| inrichting             | 6,2      | 6,5 | 6,9 | 6,8 | 6,9 | 6,9 | 7,1    | 6,9 | 6,8 | 6,6 | 6,5 | 7,0 |
| groen in binnenstad    | -        | -   | -   | -   | -   | 5,9 | -      | -   | -   | -   | -   | -   |

Tabel 2 Oordeel over aspecten van de binnenstad van Nijmegen en Arnhem, 1996-2006



Figuur 19 Tijdsreeks van enkele waarderingscores, Nijmegen 1996-2006

In het algemene oordeel blijft het oordeel van de Nijmeegse binnenstadsbezoekers echter positiever. Het lijkt erop dat met name het aspect sfeer/gezelligheid hierin een grote rol speelt. Juist op dit aspect scoort de Nijmeegse binnenstad de laatste jaren wat beter dan Arnhem.

Opvallend is ook dit jaar weer de vergelijkbare scores van de kwaliteit van het winkelaanbod in beide steden, ondanks de sterkere specialisatie en grotere exclusiviteit van het Arnhemse aanbod.

Toch heeft ook de bezoeker aan de Nijmeegse binnenstad nog wel wensen. Ongeveer een kwart mist bepaalde winkels, waarbij opvalt dat daar juist vaak winkels genoemd worden die in Arnhem wel voorkomen. De Mediamarkt wordt wel genoemd, maar deze groep beperkt zich tot enkele procenten van de gegeven antwoorden/mensen.

| <b>gemiste winkels</b>                     | % van de gegeven antwoorden | % van de mensen die winkels missen |
|--|-----------------------------|------------------------------------|
| Bijenkorf                                  | 21                          | 32                                 |
| Kleine speciaalzaken of exclusieve winkels | 19                          | 28                                 |
| Zara                                       | 13                          | 19                                 |
| Mango                                      | 8                           | 12                                 |

Tien procent mist bepaalde horeca. Het meest genoemd zijn danszaken, gevolgd door mee variatie in buitenlands eten en aansprekende cafés. Daarnaast zijn er vrij veel verschillende suggesties voor aanbod gericht op specifieke doelgroepen en noemen mensen formules die (nog) niet in Nijmegen zitten of zaten.

| <b>gemiste horeca</b>   | % van de gegeven antwoorden | % van de mensen die horeca mist |
|---|-----------------------------|---------------------------------|
| dansgelegenheden, discoth., clubs   | 22                          | 24                              |
| Meer buitenlands eten, meer variatie, internationaal                                  | 15                          | 16                              |
| Grand Café, sfeervolle cafés, lounge café   | 10                          | 11                              |
| aanbod voor doelgroepen (lesbisch/homo, 50+, 30+, kindvriendelijk, vegetarisch, jazz) | 20                          | 21                              |
| diverse specifiek bij naam genoemde formules  | 17                          | 22                              |

Mensen die bepaalde evenementen missen omvatten ook zo'n 10% van de bezoekers. Daarbij zijn er heel duidelijk specifieke wensen te onderkennen. Maar liefst de helft van die groep mist muziek op straat, muziekfeesten, festivals en concerten. Nog eens een kwart heeft behoefte aan bredere cultuuruitingen, w.o. theater en cabaret.

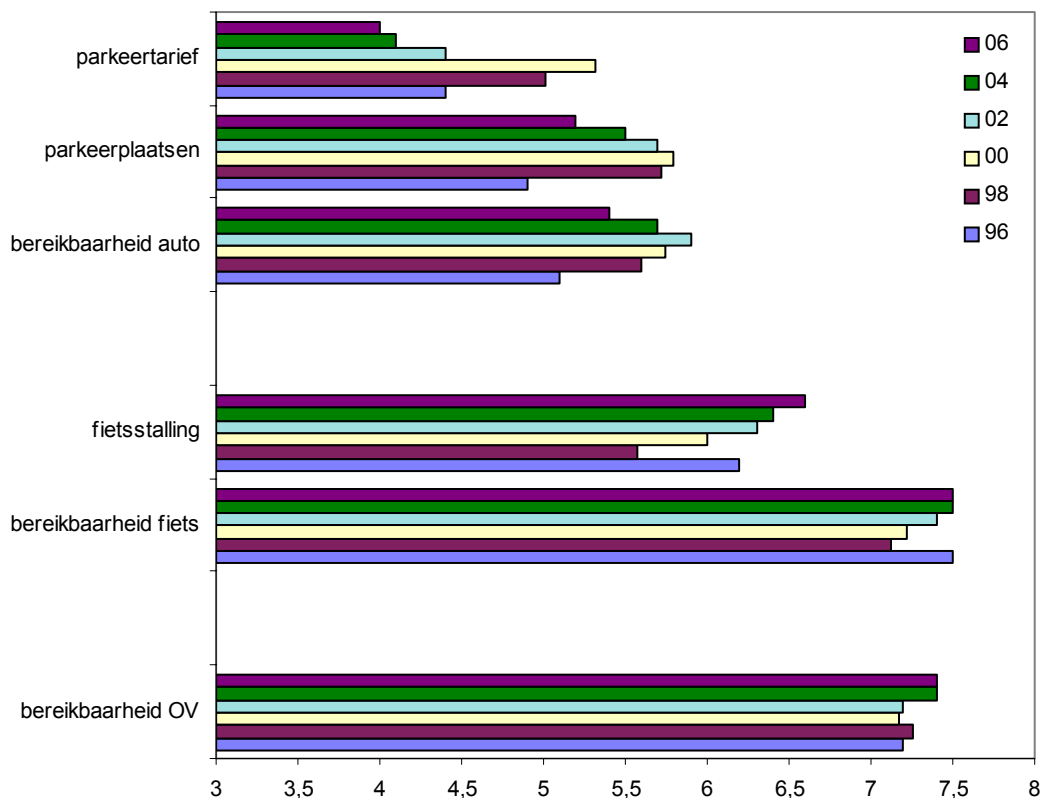
| <b>gemiste evenementen</b>                            | % van de gegeven antwoorden | % van de mensen dat evenementen mist |
|---|-----------------------------|--------------------------------------|
| muziek op straat, muziekfeesten, festivals, concerten | 46                          | 50                                   |
| Meer cultuur, kunst, theater, cabaret, opera          | 22                          | 24                                   |

### 3.5.2 Waardering verkeersaspecten

Wat betreft de waardering voor verkeersaspecten is het beeld duidelijk anders dan voor het aanbod en de ambiance. In 2006 zien we over vrijwel de hele linie grote verbeteringen in de bereikbaarheidskenmerken van de Arnhemse binnenstad. Ook laat de tabel zien dat de Nijmeegse scores alle lager liggen dan in Arnhem.

|                      | Nijmegen |     |     |     |     |     | Arnhem |     |     |     |     |     |
|----------------------|----------|-----|-----|-----|-----|-----|--------|-----|-----|-----|-----|-----|
|                      | 96       | 98  | 00  | 02  | 04  | 06  | 96     | 98  | 00  | 02  | 04  | 06  |
| bereikbaarheid OV    | 7,2      | 7,3 | 7,2 | 7,2 | 7,4 | 7,4 | 7,4    | 7,4 | 7,5 | 7,2 | 7,3 | 7,6 |
| bereikbaarheid fiets | 7,5      | 7,1 | 7,2 | 7,4 | 7,5 | 7,5 | 7,7    | 7,5 | 7,7 | 7,7 | 7,4 | 7,9 |
| fietsstalling        | 6,2      | 5,6 | 6,0 | 6,3 | 6,4 | 6,6 | 6,1    | 6,1 | 5,9 | 6,4 | 6,3 | 7,1 |
| bereikbaarheid auto  | 5,1      | 5,6 | 5,7 | 5,9 | 5,7 | 5,4 | 5,6    | 4,9 | 5,4 | 5,5 | 4,9 | 5,6 |
| parkeerplaatsen      | 4,9      | 5,7 | 5,8 | 5,7 | 5,5 | 5,2 | 4,8    | 5,0 | 5,2 | 5,6 | 5,5 | 6,1 |
| parkeertarief        | 4,4      | 5,0 | 5,3 | 4,4 | 4,1 | 4,0 | 4,6    | 4,9 | 4,2 | 4,4 | 4,2 | 4,3 |

Tabel 3 Oordeel over verkeersaspecten van de binnenstad van Nijmegen en Arnhem



Figuur 20 Tijdreeks van enkele waarderingsscores voor verkeersaspecten, Nijmegen 1996-2006

In Nijmegen zien we een continuering van de goede scores voor de bereikbaarheid per OV en fiets. Bij de fietsstallingsmogelijkheden is sprake van een doorgaande verbetering sinds het dieptepunt van 1998.

Wat betreft autobereikbaarheid, beschikbaarheid van parkeerplaatsen en de beoordeling van het parkeertarief is het beeld minder gunstig. We zien het herstel in de waardering van de bereikbaarheid tot aan 2002 niet verder doorzetten. Mogelijk spelen in 2006 de werkzaamheden in de Hertogstraat (opgebroken) ook mee in de score. Deze straat is een "draaischijf" in de verdeling van het autoverkeer naar de belangrijkste parkeerlocaties in het Oosten van de binnenstad. Ook het vervallen van parkeerplaatsen op de Jozefhof (het laatste grotere parkeerveld binnen de Singels) kan een rol spelen in de waardering van de beschikbaarheid van parkeerplaatsen in 2006.

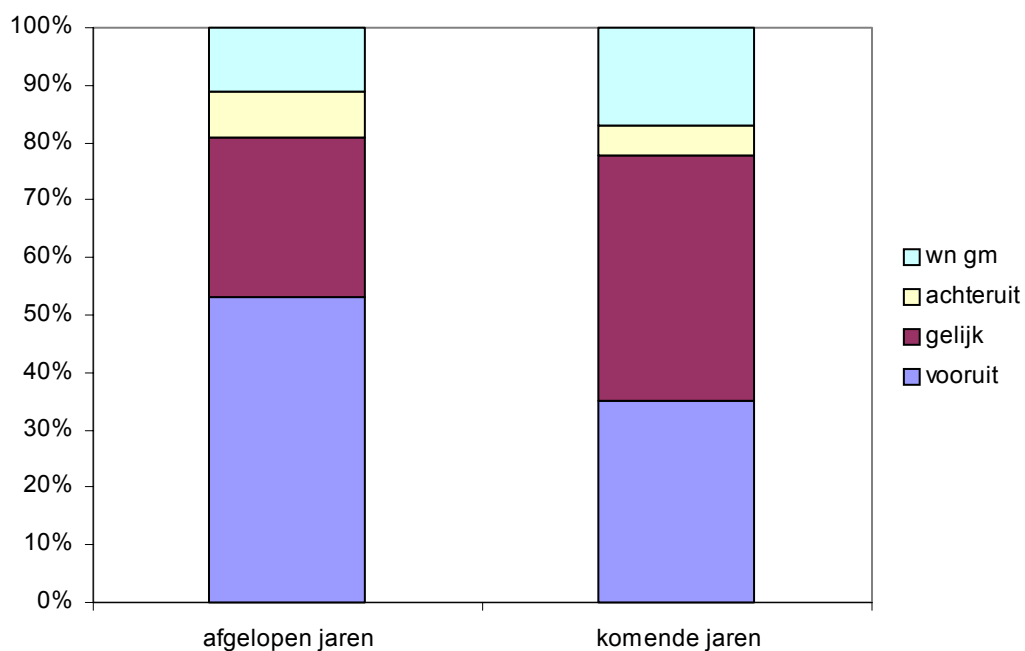
Het parkeertarief is rond 2002 sterk verhoogd. Dit heeft geleid tot een flink lagere waardering. Na een soortgelijke verhoging in 1994 zagen we in de jaren daarop een herstel van de beoordelingen. In 2006 is van een echte kentering in de waardering van de parkeertarieven echter nog geen sprake.

### 3.6 Gaat de binnenstad vooruit of achteruit?

Resumerend is gevraagd of de binnenstadsbezoekers vinden dat de Nijmeegse binnenstad er de laatste jaren op voor- of achteruit is gegaan, en wat de verwachtingen zijn voor de komende jaren. De afgelopen jaren wordt de ontwikkeling gemiddeld genomen positief gezien. 53% zag vooruitgang, 8% achteruitgang. De dominante motivatie voor de vooruitgang zijn de vernieuwde en verbouwde straten en gebouwen (w.o. Marikenstraat en Lux).

De komende jaren verwachten zeer weinigen een achteruitgang (5%). De grootste groep (43%) verwacht een stabiele situatie. Voor de 35% die wel een vooruitgang verwacht, is het (verder) verbouwen en opknappen van straten en gebouwen,

bijvoorbeeld op en rond Plein 1944 verreweg de belangrijkste motivatie (tweederde van degenen die een reden noemen).



Figuur 21 Oordeel over de ontwikkeling van de Nijmeegse binnenstad. afgelopen jaren en komende jaren

Dat er ruimte is voor verbetering op Plein 1944 blijkt uit onderstaande waarderingen. Hierin komt duidelijk de versleten indruk van met name de gebouwen en de pleininrichting naar voren. Het winkelaanbod wordt wat beter gewaardeerd, maar blijft ook ruim beneden het gemiddelde van het Stadscentrum als geheel.

| aspect             | Plein 1944 | Stadscentrum totaal |
|--------------------|------------|---------------------|
| algemeen oordeel   | 5,5        | 7,4                 |
| kwaliteit winkels  | 5,8        | 7,1                 |
| uiterlijk gebouwen | 5,2        | niet zo gevraagd    |
| inrichting         | 5,4        | 6,9                 |

## 4 Samenvatting en conclusie

### *Herstellende binnenstadseconomie*

De Nijmeegse binnenstad heeft na een dieptepunt rond 2003/2004 de weg omhoog weer hervonden. De banenontwikkeling herstelt zich nadien. De investering laten eerst in 2005 een aarzelend, maar in 2006 een breder gedragen herstel zien. Omzetgroei bij winkels en horecabedrijven en het percentage bedrijven met voldoende rendement volgen in grote lijnen het landelijke beeld en laten een duidelijk herstel zien na een scherp afgetekend dieptepunt in 2003.

### *Breed winkelaanbod, groei in vergelijkend winkelen*

Het winkelgebied Nijmegen-Centrum kent in vergelijking met andere binnensteden een brede branchering. Toch is de trend gericht op specialisatie op het vergelijkend winkelen in de branchegroep mode-luxe artikelen-warenhuizen ten koste van doelgerichte aankopen m.n. in de sfeer van wonen.

### *Leegstandsbeeld gemiddeld*

De leegstand ligt ongeveer op een vergelijkbaar niveau als het gemiddelde van de centra van de steden van dezelfde omvang. Wel zien we forse leegstand in de periferie van het winkelgebied en op en rond Plein 1944, waar plannen in voorbereiding zijn.

### *Meer bezoek*

Het bezoekniveau laat in 2006 een voortgaand herstel zien van het bezoek op de zaterdag. Het donderdagbezoek was in 2004 al flink gestegen. In 2006 doet dat een stapje terug, maar blijft wel boven het dieptepunt van 2002. In de parkeerafzet zien we een vergelijkbaar beeld: een omslag na 2001, een dieptepunt in 2003, een herstel in 2004 en daarna een stabilisatie/lichte groei.

### *Bezoekers komen van verder weg en geven meer uit*

De bezoekers komen in 2006 gemiddeld van wat verder weg, gebruiken wat sterker de auto en het OV, bezoeken de binnenstad wat minder vaak, blijven weer wat langer dan in 2004 en geven ook meer uit. Al met al geen ongunstige indicaties. De trend naar sterker recreatief binnenstadsbezoek die tot aan 2002 zichtbaar was aan een stijging van de bezoekmotieven "kijken en wandelen" en "horecabezoek", zet na 2002 niet door.

### *Circuitvorming gewaardeerd, Oosten wint wat, Westen levert iets in.*

Binnen de Nijmeegse binnenstad zijn grote ingrepen verricht om de circuitvorming te verbeteren. Het blijkt dat 84% deze rondloopmogelijkheden een verbetering vindt en dat bij tweederde van de mensen dit invloed heeft gehad op de routekeuze. Binnen het winkelgebied laat het Oostelijk deel een verbeterende doorbloeding zien (meer mensen geven aan daar gelopen te hebben). Het westelijke deel levert wat in (mn Plein 1944 en Augustijnenstraat).

### *Waardering wat hoger*

De waardering voor wat de binnenstad te bieden heeft ligt in 2006 wat hoger dan in 2004. Vooral de omgevingsfactoren netheid, veiligheid en sfeer/gezelligheid zetten de positieve trend van de afgelopen jaren voort. De scores in Arnhem laten een sterkere vooruitgang zien en daarmee een trendbreuk met het verleden. De betere scores op sfeer, veiligheid en netheid zorgen uiteindelijk nog voor een iets betere totaalscore van Nijmegen.

### *Wat mist de bezoeker?*

Desondanks valt er nog wat te wensen. Een kwart van de mensen mist bepaalde winkels (m.n. Bijenkorf, kleine/exclusieve winkels, Zara, Mango), tien procent mist horeca-aanbod (dansen, meer buitenlands eten, Grand Cafés) en 10% mist evenementen, vooral in de sfeer van muziek en theater.

### *Lage waardering faciliteiten voor de auto*

De waardering voor verkeersaspecten laat goede of verbeterende scores zien voor fiets en OV. De waardering voor faciliteiten voor de auto staat echter onder druk, mogelijk mede door de tijdelijke werkzaamheden in de Hertogstraat en het verdwijnen van de parkeerplaatsen op de St. Josephhof. Van een herstel in de waardering voor de parkeertarieven is nog geen sprake.

In vergelijking met Arnhem scoren alle verkeersaspecten in Nijmegen in 2006 lager. Dit komt mede door de flinke vooruitgang die Arnhem heeft geboekt op een groot aantal kenmerken.

### *Totaalbeeld positief*

Het totaalbeeld is desondanks positief: 53% ziet vooruitgang in de afgelopen jaren, 8% teruggang. Ook voor de toekomst is de groep die vooruitgang verwacht zeven maal groter dan de groep die het somber inziet. De belangrijkste basis voor het vooruitgangsgeloof zijn de vernieuwingsprojecten waaronder Plein 1944. Gelet op de magere waarderingsscores van dat gebied, is er daar nog veel ruimte voor verbetering.

### *Conclusie*

De Nijmeegse binnenstad staat er in 2006 beter voor dan bij de meting in 2004. Ondanks dat er geen grote projecten zijn opgeleverd, zien we de waardering wat stijgen. Met name de omgevingsfactoren in de sfeer van schoon, heel en veilig en de sfeer/gezelligheid zetten de positieve trend van de laatste tien jaar door.

Er valt echter ook nog wat te winnen:

- de autobereikbaarheid en het parkeren zijn getuige de lage waardering *dissatifiers* in de Nijmeegse binnenstad. Op deze punten zijn plannen in ontwikkeling om oplossingen te kunnen bieden (Stadsbrug, parkeergarages van Schaeck Mathonsingel en Hezelpoort).
- Plein 1944 en omgeving steekt in waarderingen en in het leegstandsbeeld schril af met de rest van de binnenstad. In dit gebied is de komende tijd een omvangrijke vernieuwing voorzien.



De binnenstadsbezoekers hebben er vertrouwen in dat de Nijmeegse binnenstad door de aanpak van Plein 1944 vooruit zal gaan. Hoewel het vertrouwen in de toekomst bij de ondernemers iets achter lijkt te blijven bij hun collega's in andere binnensteden, zijn ook hier de vooruitzichten gunstig. De omzet groeit weer, de bestedingen nemen toe, bouwinvesteringen vertonen een breed gedragen groei.

In 2006 is te zien dat ook zonder majeure nieuwe projecten door zorg voor beheer, veiligheid en sfeer een hogere waardering gerealiseerd kan worden. Met een nieuwe impuls in de westelijke binnenstad is er uitzicht op verdere verbetering.