

# **Stadscentrummonitor**

2008 - 2009



# Stadscentrummonitor

2008 - 200

Datum: mei 2009

## **Colofon**

Gemeente Nijmegen

Afdeling Onderzoek en Statistiek

contactpersoon: Klaas Pruijsen

tel.: (024) 329 98 89

e-mailadres: [onderzoek.statistiek@nijmegen.nl](mailto:onderzoek.statistiek@nijmegen.nl)

Verkrijgbaar

Open Huis, Stadswinkel

Mariënborg 75

6611 PS Nijmegen

tel: (024) 329 24 08

of via [www.nijmegen.nl](http://www.nijmegen.nl)

(onderdeel wonen & leven > onderzoek en cijfers)



# Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusies	3
<b>2 Inleiding</b>	<b>6</b>
2.1 Achtergrond stadscentrummonitor	6
2.2 Gegevensbronnen	6
2.3 Indeling rapportage	6
<b>3 Economisch functioneren stadscentrum</b>	<b>7</b>
3.1 Inleiding	7
3.2 Werkgelegenheid	7
3.3 Bouwinvesteringen	9
3.4 Omzet en rendement kernsectoren	11
<b>4 Attractiewaarde stadscentrum</b>	<b>14</b>
4.1 Inleiding	14
4.2 Aanbodontwikkeling	14
4.3 Drukbeeld en parkeerafzet	16
4.4 Bezoekgedrag	18
4.5 Waarderingen	25



# Samenvatting en conclusies

## Conclusie

Het economisch functioneren van het Nijmeegse stadscentrum laat op basis van de indicatoren werkgelegenheid, bouwinvesteringen en omzet/rendement van kernsectoren in 2008 een gunstig beeld zien, vergelijkbaar met andere steden. Er is sprake van banengroei en behoorlijke investeringen in de woningmarktsector.

Ten aanzien van de attractiewaarde zijn de bezoekerswaarderingen van aanbod en sfeer stabiel tot licht gestegen. Winkelbezoek blijft dominant, maar de rol van horecavoorzieningen wordt belangrijker. Verblijfstijd, bestedingen, drukte op zaterdag en het aandeel bezoekers uit Nijmegen-Noord en van buiten onze regio zijn verder toegenomen. Het (relatieve) aandeel automobilisten is afgenomen.

Aandachtspunten zijn de enigszins teruglopende betekenis van de koopavond, het lagere bereik van Nijmegenaren uit Lindenholt en Dukenburg en de blijvende onvoldoendes in de waardering voor faciliteiten voor automobilisten. Ook lijkt er inmiddels sprake van een bovengemiddelde leegstand in het winkelgebied.

Belangrijk is het besef dat het hierboven geschetste beeld is gebaseerd op gegevens van rond de aanvang van de zogenaamde kredietcrisis. Volgens het VEDIS Detailhandels Platform zijn crisis-effecten in de retail in het voorjaar van 2009 overigens nog niet merkbaar (m.u.v. vakantie/recreatie-uitgaven en autobranche). Volgens VEDIS reageert de retail doorgaans 9 maanden later op een recessie dan andere sectoren<sup>1</sup>. In de horeca zijn in 2009 al wel sneller de gevolgen van de recessie zichtbaar geworden.

## Economisch functioneren

Zoals gezegd schetsen we aan de hand van ontwikkelingen rond banen, bouwinvesteringen, omzet- en rendementsverloop een beeld van het economisch functioneren van het Nijmeegse stadscentrum.

### Werkgelegenheid: trendmatige banengroei

Er is in de periode 2004-2008 een gestage banengroei van totaal 7% te zien in het stadscentrum. Vooral de dienstensector draagt hier aan bij.

### Investeringspiek woningbouw in 2008

Na een lage waarde in 2004 stijgt het investeringsvolume weer, waarbij 2008 piekt in aantallen bouwvergunningen en totale bouwsom. Met name grote bouwprojecten zorgen voor de groei. Het aandeel van investeringen in winkels is teruggelopen, vooral de woningsector is dominant geworden qua investeringsvolume.

### Omzet en rendement vergelijkbaar met andere steden

De omzetontwikkeling van kernsectoren detailhandel en horeca laat in 2007 een bijzonder gunstig beeld zien, cijfers voor latere jaren zijn niet langer beschikbaar. De positieve

---

<sup>1</sup> Bron: Retailtrends, drs. Jan Peter Karelse, april 2009.

ontwikkelingen in Nijmegen-Centrum wijken niet of nauwelijks af van het beeld in vergelijkbare steden.

Het percentage bedrijven met voldoende rendement geeft (op basis van cijfers voor 2007) voor Nijmegen-Centrum een neutraal tot gunstig beeld, dat vergelijkbaar is met andere steden.

## ***Attractiewaarde***

De attractiewaarde van het Nijmeegse centrum brengen we in beeld aan de hand van de ontwikkeling in het winkelaanbod, druktebeelden en de parkeerafzet, allerlei aspecten van het bezoekgedrag en tenslotte de waarderingen van centrumbezoekers voor zaken als aanbod, omgevingsfactoren en verkeersaspecten.

### **Groot en gevarieerd centrum; leegstand lijkt issue**

Het centrum van Nijmegen kent met ca. 113.000 m<sup>2</sup> WVO en ca. 515 vestigingen een relatief groot winkelvloeroppervlak, grote panden uit de wederopbouwperiode en een brede winkel-samenstelling. De betekenis van vergelijkend winkelen (mode, luxe artikelen, warenhuisaanbod) is toegenomen.

Het leegstandspercentage en de ontwikkeling in m<sup>2</sup> leegstand laten een minder gunstig beeld zien, met de aantekening dat de cijfers voor Nijmegen feitelijk onzuiver zijn (vanwege pand Draper v.d. Broek en situatie Plein '44).

### **Druktebeeld: zwaartepunt verschuift naar zaterdag**

De druktebeelden laten inmiddels verschillende ontwikkelingen zien, waarbij de koopavond qua ontwikkeling minder gunstig scoort en de zwaarwegende zaterdag inmiddels een gestage groei laat zien. Passantentellingen moeten we overigens voorzichtig interpreteren vanwege mogelijke meetfouten.

### **Parkeerafzet neemt sterk toe**

Sinds 2004 is er sprake van een behoorlijke toename in de parkeerafzet, tot boven de 4 miljoen uren in 2007 en 2008. Een gunstig beeld, met de aantekening dat de cijfers beïnvloed zijn door ontwikkelingen aan de aanbodkant (verruiming aantal betaalde parkeerplaatsen, wijzigingen tariefsystematiek).

### **Meer bezoek van buiten de regio**

Nijmegen-Centrum trok verhoudingsgewijs in 2008 meer bezoek van buiten de regio. Tegelijkertijd loopt het aandeel van de Waalsprongbewoners geleidelijk op, Dukenburg en Lindenholt lopen terug.

De vervoerswijze fluctueert nogal in de tijd. In 2008 is het aandeel bezoekers met als vervoermiddel de auto teruggelopen, het aandeel fietsers is juist wat toegenomen. Het aandeel openbaar vervoer is in 2008 de grootste categorie. Over de absolute aantallen bezoekers (bijvoorbeeld de ontwikkeling van het aantal automobilisten) zijn geen gegevens beschikbaar. Als we nader kijken naar de daling van het aandeel automobilisten dan is er de mogelijkheid dat de zgn. modal split is gewijzigd ten gunste van OV en fiets. Een andere mogelijkheid is dat het aantal auto-bezoekers is teruggelopen, maar dat is gezien parkeerafzet, ontwikkeling in rapportcijfers, drukte-index en gegevens over herkomst niet aannemelijk.

Net als eerdere jaren komen de mensen verreweg het meest om te winkelen, horecabezoek is in 2008 verhoudingsgewijs sterk toegenomen.

## **4 - Inleiding**



## **Winkelend publiek blijft langer, bestedingen blijven toenemen**

Daar waar qua bezoekfrequentie de groep wekelijkse bezoekers stabiel is (tot licht afnemend) is een trend zichtbaar waarbij de gemiddelde verblijfsduur van het winkelend publiek duidelijk langer wordt. Vooral automobilisten dragen daar aan bij. De gemiddelde verblijfsduur van het winkelend publiek bedroeg in 2008 ca. 2 uur en 3 kwartier.

Na 2004 zijn de gemiddelde bestedingen door bezoekers in winkels, horeca en op de markt behoorlijk gestegen, tot totaal ca. €53,= per persoon in 2008. Mensen geven vooral ook grotere bedragen uit.

## **Ringstraten vaker bezocht**

Wat betreft routekeuze door bezoekers heeft de Broerstraat de belangrijkste positie in Nijmegen. Qua ontwikkeling in bezoekpercentage zijn het vooral de ringstraten die aan betekenis hebben gewonnen. Met name de Van Welderenstraat, Hertogstraat en Lange Hezelstraat doen het goed in de routekeuze. Ook de Molenpoort en Augustijnenstraat laten toenames zien. De ingezette daling rond Plein '44 zet niet door.

## **Waardering aanbod en ambiance: opnieuw ruim voldoende**

De na 2004 gestegen waarderingen van het Nijmeegse stadscentrum voor aanbod en ambiance zijn stabiel gebleven. De totale waardering voor aanbod en ambiance is een 7,4. Het hoogst gewaardeerd zijn de aspecten horeca-aanbod, de kwaliteit van winkels en de algehele sfeer en gezelligheid.

## **Onvoldoendes voor autobereikbaarheid, parkeerplaatsen en parkeertarief**

De waarderingen voor verkeersaspecten zijn stabiel of nemen toe, maar liggen (traditioneel) lager dan de cijfers voor aanbod en de ambiance. Autobereikbaarheid, beschikbaarheid van parkeerplaatsen en beoordeling van het parkeertarief krijgen in 2008 hogere cijfers maar blijven onvoldoende.

## **Investeren en onderhouden**

Al met al lijken stijgingen in waarderingen van aanbod, ambiance en bereikbaarheid direct samen te hangen met investeringen in openbare ruimte en vastgoed. Dat leert de ontwikkeling in Nijmegen van de Marikenstraat, en het gereedkomen van Musiskwartier en parkeergarage Centraal in Arnhem. In beide steden volgden daarna hogere rapportcijfers. Om waarderingen vast te houden, wat in Nijmegen in de periode 2006 - 2008 is gebeurd, is een schone, hele en veilige binnenstad noodzakelijk.

## **Bezoekers zien kansen voor de toekomst**

Terugkijkend beoordelen bezoekers de ontwikkeling van ons stadscentrum als neutraal tot positief. Vooral het aanbod in de Marikenstraat en een schonere openbare ruimte dragen hier aan bij. Negatief waren het verloop in het winkelbestand en vestiging van zgn. dumpwinkels. Ook zijn problemen rond veiligheid gesignaleerd.

Vooruitkijkend verwachten bezoekers een stabiele situatie. Kansen ziet men vooral in het vernieuwen van Plein 1944 en de komst van meer en betere parkeergelegenheden. Bedreigingen zijn volgens bezoekers met name uitstel van verbouwingen en de economische crisis.

# 2 Inleiding

## 2.1 Achtergrond stadscentrummonitor

Sinds 1996 wordt tweemaaljaarlijks onderzoek gedaan naar het Nijmeegse stadscentrum. Monitoring is destijds gestart om een vinger aan de pols te houden bij belangrijke veranderingen in de binnenstad en om effecten van investeringen aan te kunnen geven. Centraal staan indicatoren rond het economisch functioneren en de attractiewaarde voor bezoekers.

De editie 2008/2009 is uitgevoerd in opdracht van de gemeente Nijmegen, afdelingen Economische Zaken (Directie Grondgebied) en Ontwikkelingsbedrijf (Directie Wijk en Stad).

Sinds 2006 is stadscentrummonitor wat beperkter van opzet, omdat de kwaliteit van de woon- en leefomgeving in beeld wordt gebracht in de Stads- en Wijkmonitor. In het najaar van 2009 wordt (opnieuw) onderzoek gedaan naar de negen Ringstraten rond het kernwinkelgebied van Nijmegen. Deze resultaten hiervan zullen apart verschijnen.

## 2.2 Gegevensbronnen

Veel gegevens komen uit enquêtes en tellingen die in het najaar van 2008 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 1027 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 verschillende 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 (2007) en de registratie van bouwvergunningen.

## 2.3 Indeling rapportage

De rapportage start met een beeld van het economisch functioneren van het Nijmeegse stadscentrum: bedrijvenprofiel en werkgelegenheid, bouwinvesteringen en omzet/rendement van kernsectoren. Daarna wordt ingegaan op de attractiewaarde van de binnenstad als bezoekdoel. Daarbinnen komen aanbodontwikkeling, druktebeelden en parkeerazet, bezoekgedrag en de waarderingen van aanbod, ambiance en verkeersaspecten aan de orde.

# 3 Economisch functioneren stadscentrum

## 3.1 Inleiding

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

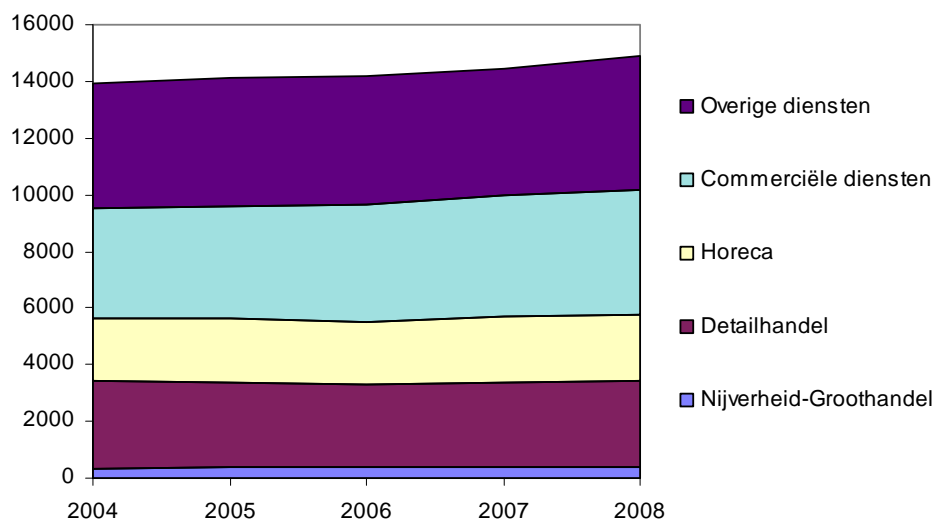
Belangrijk is het besef dat het hieronder geschetste beeld is gebaseerd op cijfers en meetwaarden van voor de zogenaamde kredietcrisis. Het VEDIS Detailhandels Platform zegt overigens dat de effecten hiervan in het voorjaar van 2009 in de retail nog niet merkbaar zijn (m.u.v. vakantie/recreatie-uitgaven en autobranche). Volgens hen reageert de retail doorgaans 9 maanden later op een recessie dan andere sectoren<sup>2</sup>. In de horeca zijn in 2009 al wel sneller de gevolgen van de recessie zichtbaar geworden.

## 3.2 Werkgelegenheid

Het aantal banen in het centrum is een belangrijke indicator. Samen met Heijendaal en Winkelsteeg behoort het stadscentrum tot de grote stedelijke werklocaties in Nijmegen, met in 2008 zo'n 14.900 banen<sup>3</sup>.

### Ontwikkeling aantal banen

Figuur 1: ontwikkeling aantal banen naar sector



Bron: PWE-Gelderland

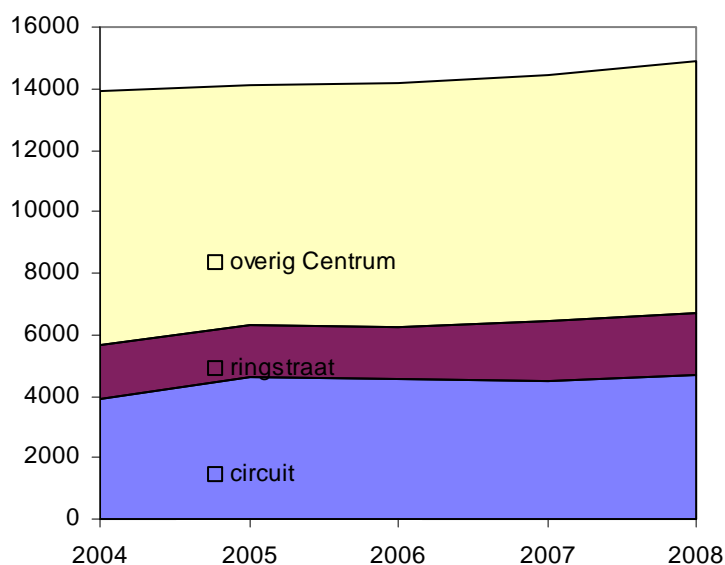
<sup>2</sup> Bron: Retailtrends, drs. Jan Peter Karelse, april 2009.

<sup>3</sup> Bron: PWE-Gelderland 2008.

We zien een groei van 1.000 banen in de laatste 10 jaar, waarvan 750 in de periode sinds 2006. Deze groei vindt voor ca. 250 banen in detailhandel en horeca plaats en voor bijna 400 in de zakelijke dienstverlening.

In absolute zin is de dienstensector dominant, waarbinnen in 2008 ruim 4.700 banen in de sector 'overige diensten' (waaronder delen van de gemeente Nijmegen) en nog eens bijna 4.450 banen in de 'commerciële diensten' (bijvoorbeeld financiële dienstverlening). De detailhandel voorziet in ruim 3.000 banen, gevolgd door de horeca met ruim 2.300 banen.

**Figuur 2: Ontwikkeling aantal banen naar deelgebied**



**Bron: PWE-Gelderland**

Het aantal banen binnen het deelgebied 'circuit' (het kernwinkelgebied) is constant tot licht stijgend (tot bijna 4.700 banen in 2008). In 2004/2005 zagen we een duidelijk effect door de verplaatsing van gemeentelijke diensten van het stationsgebied (gebouw Metterswane in "overig Centrum") naar het Stadhuis (binnen het winkelcircuit). Ook daarna is een groot deel van de dynamiek toe te schrijven aan banenontwikkelingen bij de gemeente Nijmegen. De ringstraten kennen na 2006 een toename van bijna 300 banen tot ca. 2000 in het jaar 2008. Hierbij spelen enerzijds fluctuaties in banen bij callcentra een rol, maar opvallend is ook de banengroei bij restaurants en (grotere) café's in de ringstraten. Het overige centrum voorziet in zo'n 8.200 banen, een totaal dat na 2004 daalde, maar daarna weer bijna op het niveau van dat jaar is teruggekomen.

### Indicator werkgelegenheid

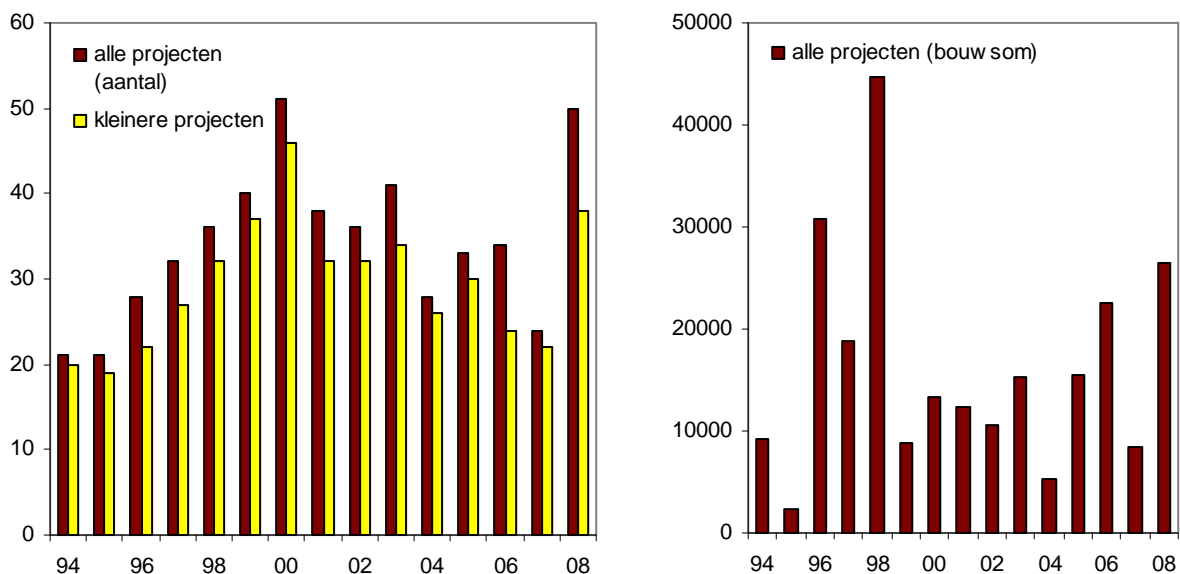
Samenvattend: er is in de periode 2004-2008 een gestage banengroei van totaal 7% te zien in het stadscentrum. Vooral de dienstensector draagt hier aan bij.

### 3.3 Bouwinvesteringen

Op basis van verleende bouwvergunningen kijken we naar investeringen in wat grotere bouwprojecten in Nijmegen-Centrum (vanaf €22.689). De ervaring wijst uit dat dit nog een onderschatting is van de werkelijke investeringen aan gebouwen en inrichting van gebouwen. Investerings in de openbare ruimte blijven grotendeels buiten beschouwing.

#### Ontwikkeling bouwinvesteringen

**Figuur 3: Totaal aantal bouwvergunningen (links) en bouwsommen (x 1000 euro, rechts). Betreft bouwsommen uit vergunningaanvragen vanaf €22.689, kleinere projecten tot €450.000.**



**Bron: Gemeente Nijmegen, afdeling Bouwen en Wonen**

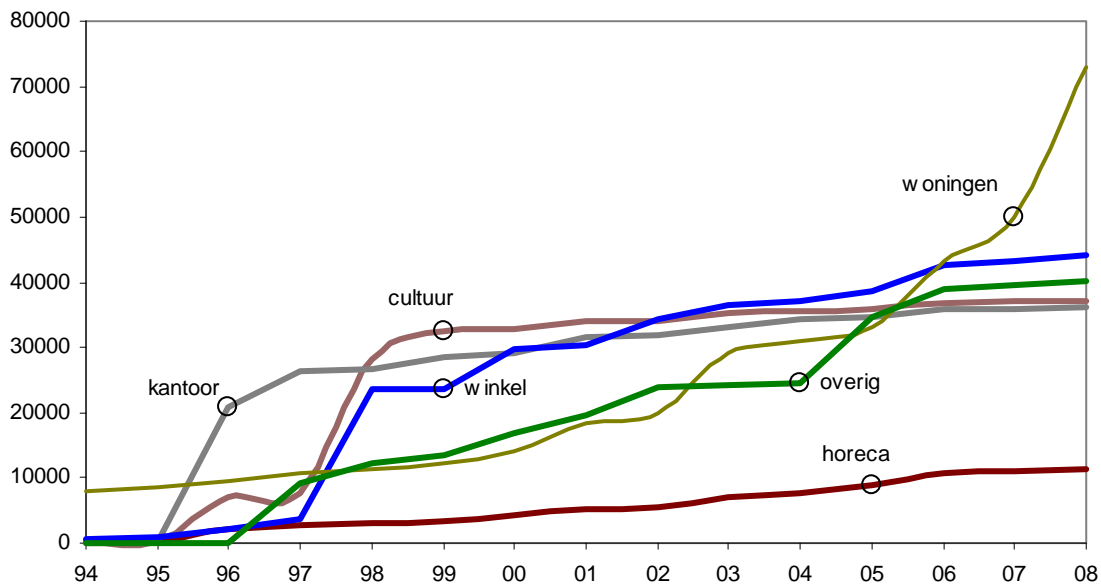
Vanuit de jaren '90 naar de eeuwwisseling toe is een behoorlijke stijging van het aantal bouwprojecten te zien, vooral vanwege diverse uitvoeringsprojecten rond het plan Centrum 2000. Na 2000 loopt het aantal investeringen en de bouwsom wat terug. Na een dieptepunt in 2004 stijgt het investeringsvolume weer, waarbij 2008 piekt naar 50 bouwvergunningen (verspreid over het gehele stadscentrum), waarvan 12 projecten boven de €450.000,-.

Het investeringsvolume kende een uitzonderlijke waarde in 1996-1998, en vertoont daarnaast ook een behoorlijke stijging naar de jaren 2006 en 2008 (22 en 26 miljoen euro). Met name grote bouwprojecten (> 454.000 euro) zorgen voor de groei.

In 2000 bedroegen de winkelinvesterings nog 45% van het totaal. Dit is teruggelopen naar een relatief aandeel van 4% in 2008, na de woningsector de 2<sup>e</sup> categorie.1

Voor de woningsector is namelijk dominant geworden qua investeringsvolume. In de deze eeuw zien we een behoorlijke toename, met piekwaarden van 79% van het totaal in 2007 en 87% in 2008. Grote projecten in dit verband zijn de Hessenberg (2007 en 2008), investeringen in de Molenstraat (2007 vernieuwen winkelpand tot woonwinkelpand, 2008 verbouw kantoor tot appartementen) en appartementencomplexen aan Waalkade en Parkweg (beiden 2008).

**Figuur 4** Cumulatieve bouwinvesteringen stadsdeel Nijmegen-Centrum naar sector 1994-2008, x 1000 euro excl. BTW



**Bron:** Gemeente Nijmegen, Afdeling Bouwen en Wonen

Wat betreft investeringssector is zichtbaar dat de kantoor- en culturele investeringen vooral eind jaren negentig plaatsvonden (grijze en bruine lijnen). Ook de investeringen in winkels (blauwe lijn) piekten eind jaren negentig, maar groeiden ook daarna nog redelijk door. Trendmatige groei zien we in de horeca en de groep overig (m.n. investeringen in verkeersvoorzieningen).

### Woonfunctie belangrijker

Zoals we al zagen zijn de woninginvesteringen de grootste investeringscategorie, de aanvankelijk trendmatige groei is na 2002 duidelijk aan het versnellen. Al in eerdere stadscentrummonitoren is gesteld dat de positie van de binnenstad als woongebied belangrijker is geworden. Van minder dan 6.000 inwoners rond 1980 bracht de herbouw van de Benedenstad het stadsdeeltotaal op 8.500 rond 1990. Sindsdien groeien vooral andere delen van het centrum, waardoor het bevolkingsaantal in 2009 boven de 9.500 inwoners is uitgekomen.

Het stadscentrum is dus ook een belangrijk woongebied. Met name vanaf 2006 is de woningvoorraad flink toegenomen (+6%, +236 woningen), een vrij bijzondere situatie in bestaand stedelijk gebied. Op dit moment (voorjaar 2009) zijn er ruim 200 woningen in aanbouw (Molenpoort 31 studio's, Hessenberg 177 woningen waarvan 61 in 2009 in de verkoop). Daarnaast is er uiteraard de aanpalende ontwikkeling in de naburige wijk Biezen waar inmiddels 160 woningen zijn gerealiseerd aan de Waalhaven. In de toekomst wordt in deze omgeving een voortgaande groei voorzien (Koers West).

### Indicator bouwinvesteringen

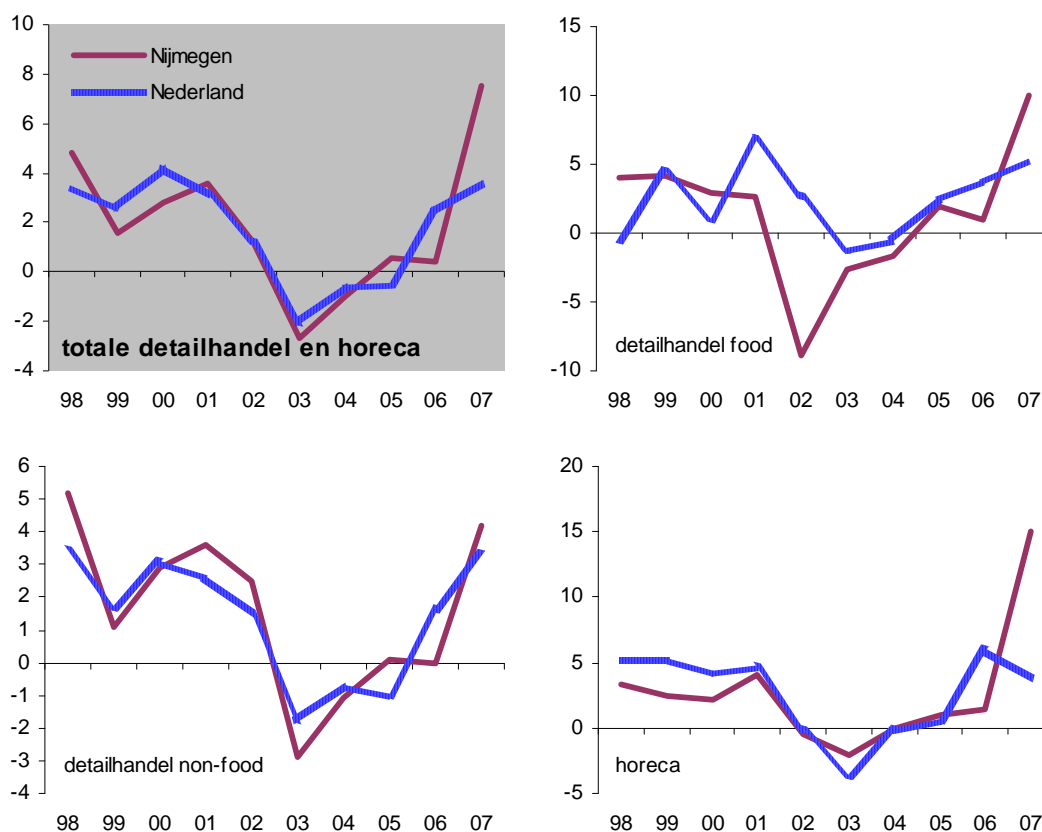
Samenvattend: na een lage waarde in 2004 stijgt het investeringsvolume weer, waarbij 2008 piekt in aantallen bouwvergunningen en totale bouwsom. Met name grote bouwprojecten zorgen voor de groei. Het aandeel van investeringen in winkels is teruggelopen, vooral de woningsector is dominant geworden qua investeringsvolume.

### 3.4 Omzet en rendement kernsectoren

Aan de hand van de omzetontwikkeling van bestaande bedrijven en ook de beoordeling van het rendement krijgen we een beeld van het economisch functioneren van de kernsectoren detailhandel en horeca t/m 2007<sup>4</sup>.

#### Omzetontwikkeling

**Figuur 5: Omzetontwikkeling (% groei per jaar), kernsectoren Nijmegen-Centrum vergeleken met 13 centra van middelgrote steden, 1998-2007<sup>5</sup>**



**Bron: Kamer van Koophandel Centraal Gelderland, bewerking O&S-Nijmegen. Data betreffende de omzetontwikkeling is beschikbaar tot en met 2007.**

De omzetontwikkeling van bestaande bedrijven in de horeca en detailhandel in de Nijmeegse binnenstad volgt in grote lijnen het landelijke beeld (Nijmegen onttrekt zich niet aan landelijke trends), met een bijzondere stijging van het % groei na 2006.

<sup>4</sup> Betreft laatste resultaten van de enquête regionale bedrijfsontwikkeling (ERBO) van de Kamer van Koophandel. Op verzoek van de gemeente Nijmegen zijn alle ondernemingen in horeca en detailhandel in de binnenstad middels een steekproefverdigting benaderd. Deze ERBO-enquete is na 2007 vervangen door de landelijke Conjunctuurenquete Nederland (COEN), waarin dit soort lokaal maatwerk niet meer mogelijk is.

<sup>5</sup> Betreft: Arnhem, Alkmaar, Amersfoort, Apeldoorn, Breda, Den Bosch, Enschede, Haarlem, Heerlen, Leeuwarden, Maastricht, Tilburg, Zwolle; In de subtabel 'detailhandel food' kunnen lage aantallen leiden tot (te) grote fluctuaties.

Deze zeer gunstige omzetontwikkeling in 2007 in Nijmegen-Centrum komt voor rekening van de 3 kernsectoren non-food, food en horeca. Met name de laatste twee sectoren vertonen een bovengemiddelde ontwikkeling t.o.v. andere middelgrote steden

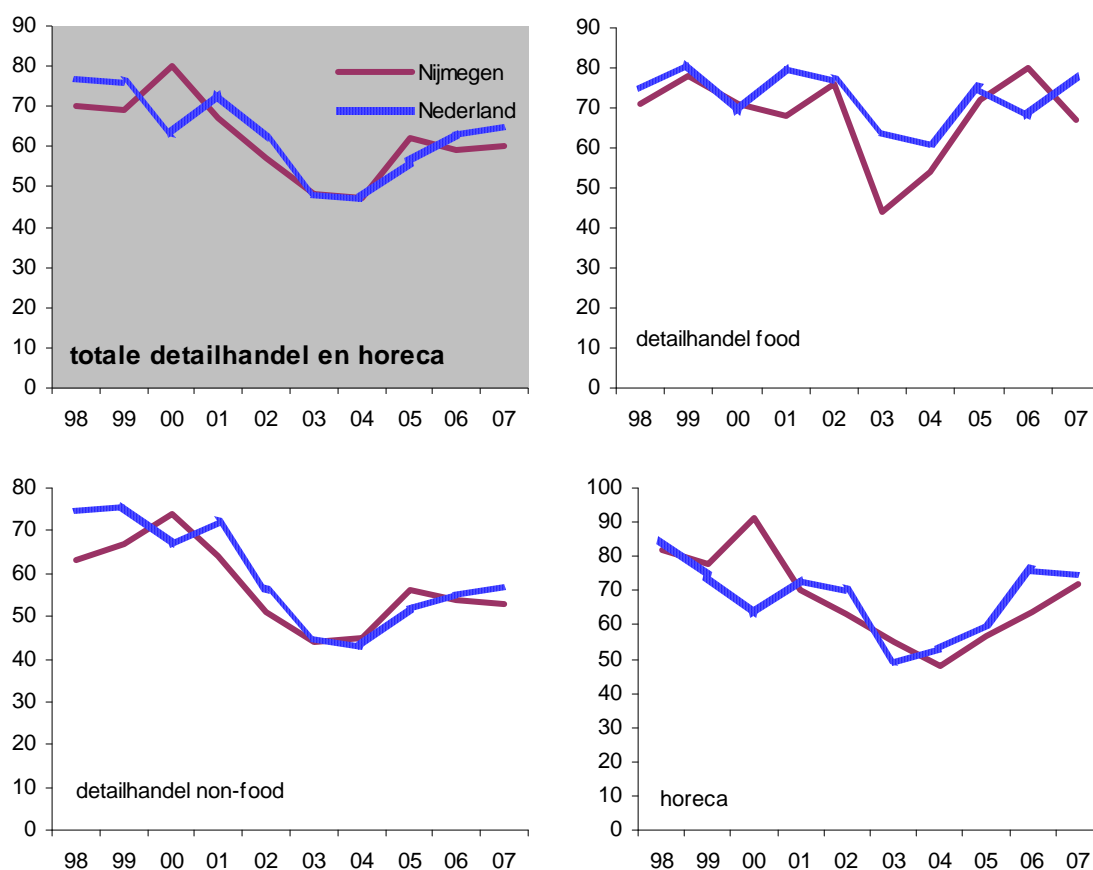
### Indicator omzet

Samenvattend: de omzetontwikkeling van kernsectoren laat in 2007 een bijzonder gunstig beeld zien, cijfers voor latere jaren zijn niet langer beschikbaar. De positieve ontwikkelingen in Nijmegen-Centrum wijken niet of nauwelijks af van het beeld in vergelijkbare steden.

### Rendement

Na omzet kijken we naar het percentage bedrijven met voldoende rendement.

**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, bewerking O&S-Nijmegen**

Ook wat betreft de beoordeling van het eigen rendement door detailhandels- en horecabedrijven volgt Nijmegen-Centrum het beeld van de andere vergeleken binnensteden. De ontwikkeling is positief, vanuit een dal in 2003 en 2004. Wel liggen de scores voor Nijmegen en voor de referentiecentra nog altijd onder de piekwaarden uit 2000 en 2001.



Opmerkelijk is de daling in 2007 van de rendementsbeoordeling door 'detailhandel food'-bedrijven. Mogelijk leiden lage respondent aantallen tot (te) grote fluctuaties.

In de 'detailhandel non-food' beweegt het aantal bedrijven met voldoende rendement zich tussen de 50% en 60%, waarbij het voorzichtige beeld ontstaat dat Nijmegen wat achterblijft in ontwikkeling.

De sector Horeca tenslotte vertoont steeds gunstiger rendementsbeoordelingen door de bedrijven zelf, waarbij Nijmegen sterk(er) groeit.

### **Indicator rendement**

Samenvattend: het percentage bedrijven met voldoende rendement geeft (op basis van cijfers voor 2007) voor Nijmegen-Centrum een neutraal tot gunstig beeld, dat vergelijkbaar is met andere steden.

# 4 Attractiewaarde stadscentrum

## 4.1 Inleiding

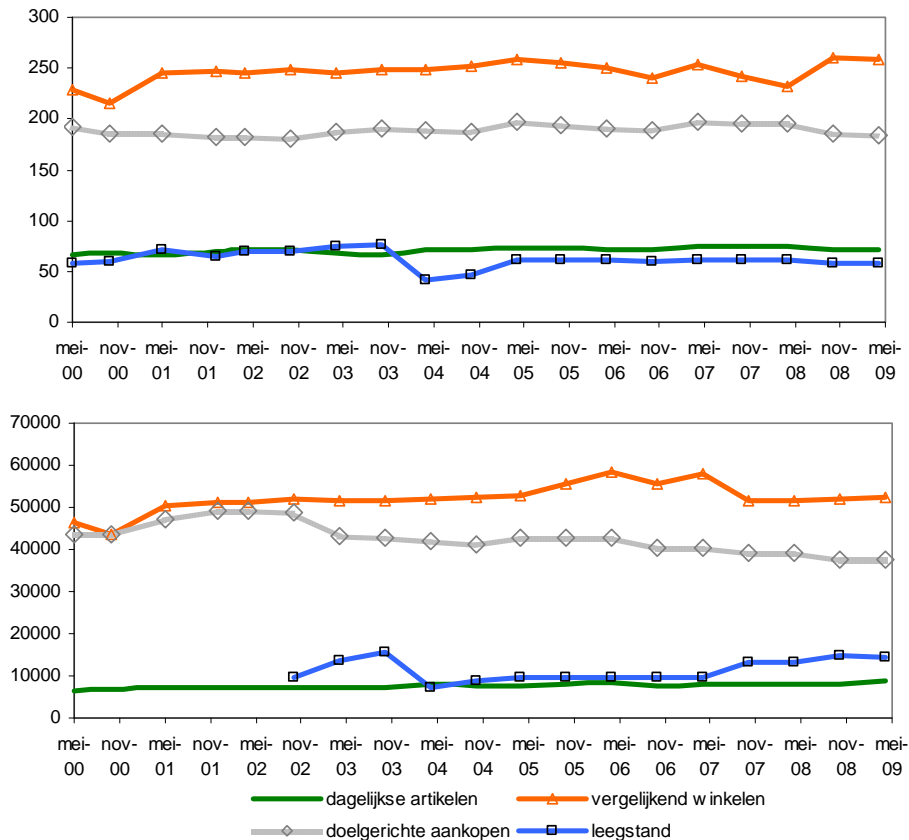
Het Nijmeegse stadscentrum is een belangrijke drager van de identiteit en geschiedenis van de stad, vormt de top van het regionale winkel- en uitgaansaanbod, is een knoop in de verkeersstructuur en ook het belangrijkste bezoekdoel in de regio.

In dit hoofdstuk komt een aantal indicatoren aan de orde rond de attractiewaarde van het Nijmeegse centrum: de ontwikkeling in het winkelaanbod, druktebeelden en de parkeerafzet, allerlei aspecten van het bezoekgedrag en tenslotte de waarderingen van centrumbezoekers voor zaken als aanbod, omgevingsfactoren en verkeersaspecten.

## 4.2 Aanbodontwikkeling

Nijmegen kent met ca. 113.000 m<sup>2</sup> WVO (en ca. 515 vestigingen) een relatief groot winkelvloeroppervlak, na Maastricht en Arnhem de 3<sup>e</sup> positie bij steden van 100.000 tot 175.000 inwoners. Dit hangt onder meer samen met de relatief grote panden uit de wederopbouwperiode en met de brede en gevarieerde winkelsamenstelling, waarbij nog altijd een behoorlijk deel van het aanbod is gericht op doelgerichte aankopen (bijvoorbeeld witgoed).

**Figuur 7: Ontwikkeling winkelgebied Centrum-Nijmegen 2000-2009, in aantal winkels (boven) en winkelvloeroppervlak (onder)**



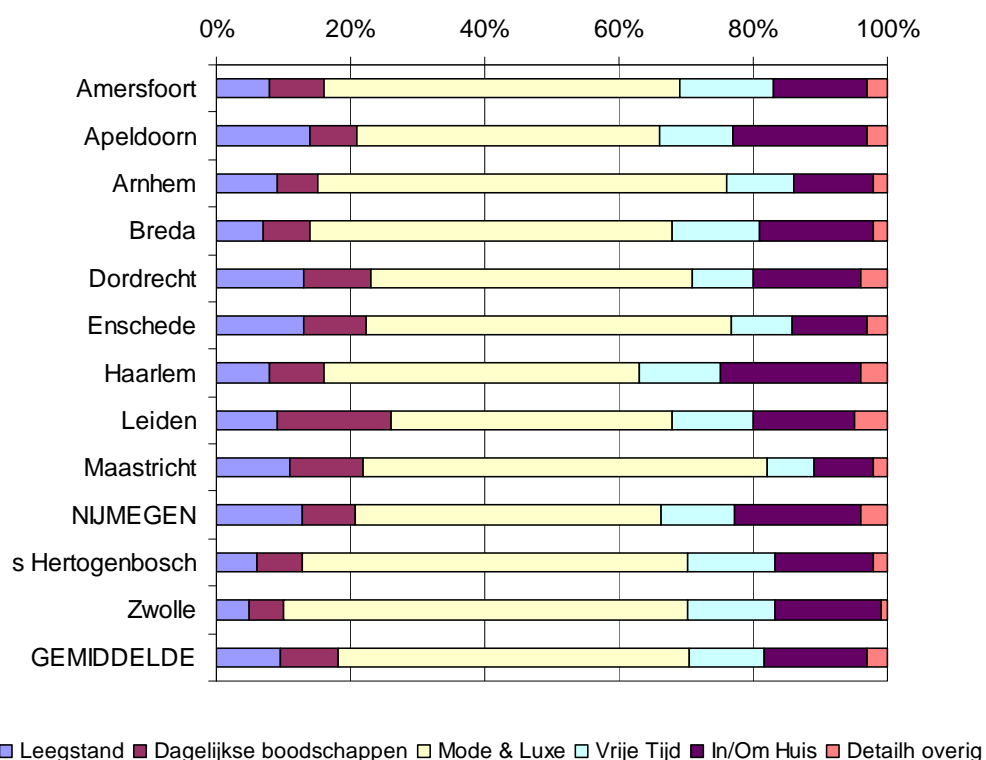
Bron: Locatus, bewerking O&S Nijmegen.

De totaalomvang van het winkelareaal (in aantal vestigingen en m2) kent sinds het jaar 2000 enige schommelingen, waarschijnlijk ook mede afhankelijk van toevalligheden bij de metingen. Het eindsaldo van 2009 ligt uiteindelijk iets hoger dan in het begin van de eeuw.

De in de vorige stadscentrummonitor gesignaleerde daling van het aanbod t.b.v. doelgericht aankopen (bijvoorbeeld woninginrichting, Electro, sportartikelen) lijkt zich verder door te zetten. De betekenis van vergelijkend winkelen (mode, luxe artikelen, warenhuisaanbod) is in Nijmegen groter geworden, hoewel de groei uit 2005-2006-2007 in m2 zich niet lijkt te hebben voortgezet. Het aanbod in dagelijkse artikelen (food, drogisterijartikelen) is in het Nijmeegse centrum traditioneel stabiel, maar juist in 2009 is door de nieuwvestiging van een supermarkt duidelijk uitgebreid.

Het aantal leegstaande winkelpanden geeft na 2005 een stabiel beeld, met een lichte daling naar 2009. Dit terwijl de leegstand in omvang (m2 winkelvloeroppervlak) na 2007 lijkt te zijn toegenomen; met de aantekening dat de cijfers voor Nijmegen feitelijk onzuiver zijn. Hieronder meer informatie over de relatieve positie van Nijmegen als het gaat om winkelaanbod en leegstand in het centrale winkelgebied.

**Figuur 8: Winkelaanbod en leegstand in centrale winkelgebieden van steden van 100.000-175.000 inwoners, in % van totaal winkelvloeroppervlak**



**Bron: Locatus, bewerking O&S-Nijmegen, peildatum 31 maart 2009**

Nijmegen scoort qua leegstand samen met enkele andere middelgrote (binnen)steden duidelijk hoger dan het specifieke gemiddelde van 10% van totale winkelvloeroppervlak. In de cijfers van Locatus van maart 2009 is 13% van het winkelaanbod in ons centrum als leegstaand aangemerkt. Daarbij dienen wel enige relativerende opmerkingen te worden gemaakt:

- het pand van Draper van de Broek (ruim 3.400 m<sup>2</sup>) is ten onrechte als leegstaand aangemerkt, feitelijk is dit in herontwikkeling waarbij de m<sup>2</sup> niet als winkelruimte worden aangeboden.
- rond Plein 1944 hangt een deel van de leegstand nog altijd samen met de (ver)nieuwbouwplannen die daar spelen.

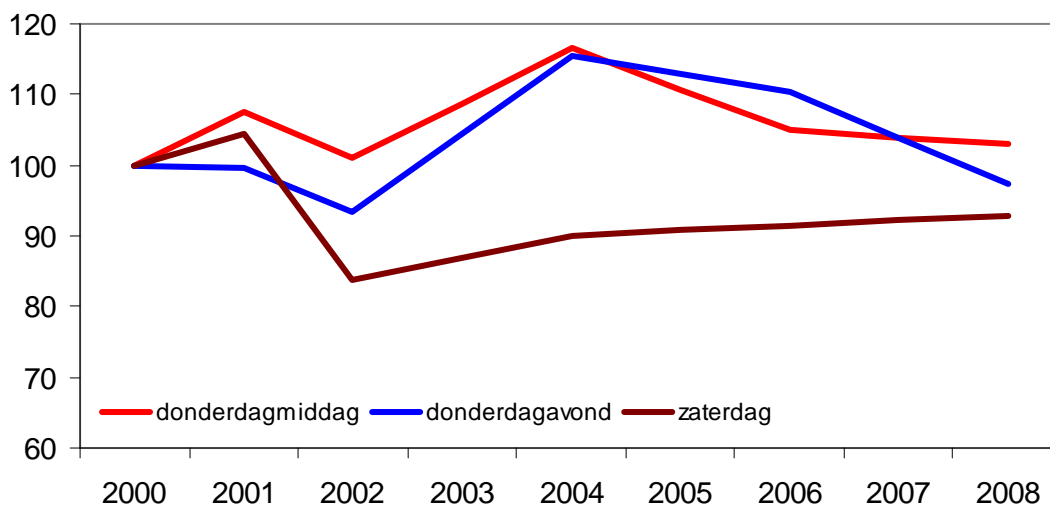
### Indicator leegstand

Samenvattend: het leegstandspercentage en de ontwikkeling in m<sup>2</sup> leegstand laten een minder gunstig beeld zien, met de aantekening dat de cijfers voor Nijmegen feitelijk onzuiver zijn.

## 4.3 Druktebeeld en parkeerafzet

### Druktebeelden

Figuur 9: Druktebeeld in de centrale winkelstraten 2000-2008, index 2000=100



**Bron: voetgangerstelling gemeente Nijmegen 2008**

Het aantal passanten dat in de winkelkern verblijft varieert sterk van dag tot dag. Ondanks de gespreide meting gedurende 6 dagen per jaar moeten verschillen van jaar tot jaar met voorzichtigheid worden geïnterpreteerd.

Druktebeeld donderdagmiddag: vanuit 2000 een toename van de drukte in de winkelkern tot en met 2004 (met een zekere vertekening, omdat een deel van de herfstvakantie in de telperiode viel), daarna een licht dalende trend. In 2007 en 2008 liggen de druktebeelden respectievelijk 4 en 3 indexpunten hoger dan in het jaar 2000.

Druktebeeld donderdagavond: na een aanvankelijke terugloop begin deze eeuw is ook de donderdagavond qua drukte naar 2004 opgelopen. Hier treedt na 2006 een daling in van het aantal passanten, tot in 2008 net onder het niveau van 2000<sup>6</sup>.

Druktebeeld zaterdag: in de periode na 2000 liggen de meetresultaten aanvankelijk behoorlijk lager, waarna een gestage toename van het aantal passanten is gemeten. Weliswaar nog altijd

<sup>6</sup> Met de aantekening van mogelijke weersinvloeden: het was op de 3 meetavonden in 2008 regenachtig en soms koud.

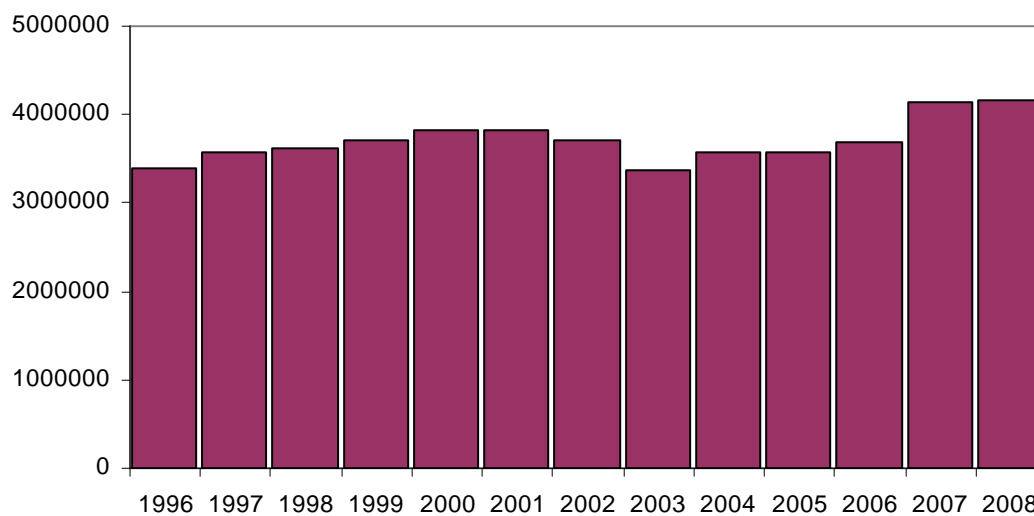
onder het indexniveau van het jaar 2000. Overigens is de zaterdag als geheel ongeveer een factor 4 drukker dan de donderdagmiddag of avond, iets dat niet uit de figuur blijkt (deze laat slechts de ontwikkeling zien).

### Indicator druktebeeld

Samenvattend: het druktebeeld laat een gemengde ontwikkeling zien, waarbij de doordeweekse donderdag en vooral de koopavond qua ontwikkeling minder gunstig scoren en de zwaarwegende zaterdag inmiddels een gestage groei laat zien.

### Parkeerafzet

**Figuur 10: Indicatie van het aantal afgezette parkeeruren in en rond het stadscentrum**



**Bron: Gemeente Nijmegen, afdeling Openbare Ruimte; betreft alleen parkeerlocaties in beheer Gemeente Nijmegen**

In de parkeerafzet in uren was aanvankelijk na 2001 trendbreuk zichtbaar. De stabiele groei na 1996 werd gevolgd door een daling in de afzet. Sinds 2004 echter is er sprake van een behoorlijke toename in de afzet, tot boven de 4 miljoen uren in 2007 en 2008. De stijging dient wel van enige achtergronden voorzien te worden:

- zowel binnen als buiten de singels zijn wijzigingen in het parkeeraanbod doorgevoerd. Zo zijn in 2007 zowel vergunningplaatsen als betaalde plaatsen toegevoegd, bijvoorbeeld in de omgeving Barbarossastraat.
- Ook zijn in 2008 ca. 500 parkeerplaatsen omgezet van exclusief gebruik door vergunninghouders naar medegebruik t.b.v. bezoekersparkeren (o.a. Parkweg, omgeving Hezelstraatgarage, Joris Ivensplein).
- Het opheffen van de Hezelstraatgarage verminderde begin 2008 het aanbod bezoekersparkeren met ca. 200 plaatsen, het nabijgelegen parkeerterrein De Oude Stad (capaciteit circa 400 plaatsen) blijft hier buiten beschouwing (geen afzetgegevens beschikbaar).

## Indicator parkeerafzet

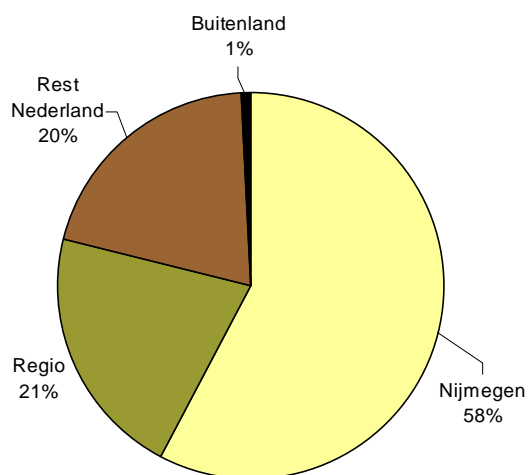
Samenvattend: de parkeerafzet laat een gunstig beeld zien, met de aantekening dat de cijfers ook beïnvloed zijn door ontwikkelingen aan de aanbodkant.

### 4.4 Bezoekgedrag

In de paragrafen 4.4 en 4.5 worden gegevens uit een passantenenquête uit het najaar van 2008 gepresenteerd<sup>7</sup>.

#### Herkomst

Figuur 11: Herkomst van de bezoekers in 2008



Nijmegen-Centrum trok verhoudingsgewijs in 2008 meer bezoek van buiten de regio, uit overig Nederland (in 2008 20% van de bezoekers, versus 17% in 2006 en 14% in 2004). Binnen het Nijmeegse bezoek loopt het aandeel van de Waalsprongbewoners geleidelijk op. De optelling van Dukenburg en Lindenholt is in 2008 wat teruggelopen in %.

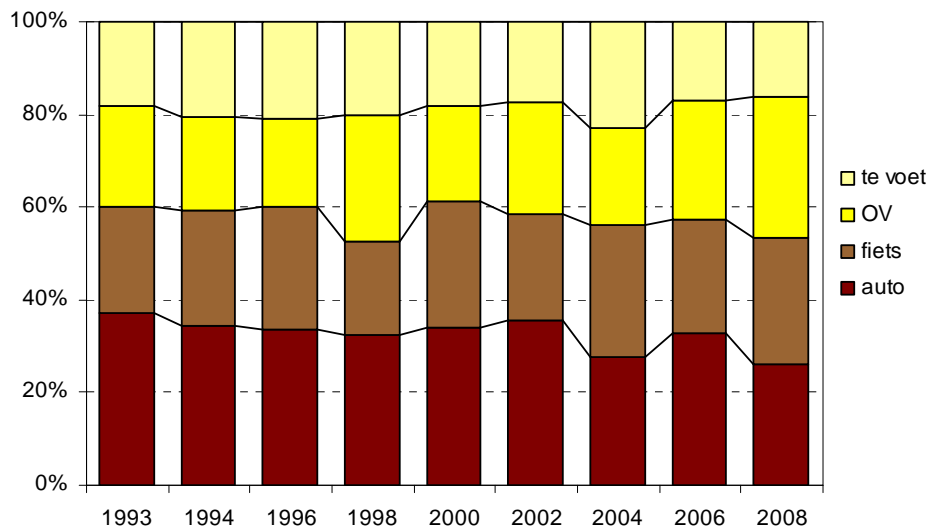
Figuur 12: Herkomst binnenstadsbezoekers in %; ontwikkeling in de tijd

	1993		1998		2004		2006		2008	
<b>Nijmegen totaal</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>
Nijmegen Oost		47		46		49		42		42
Nijmegen Zuid		23		22		20		21		23
Nijmegen West		16		17		19		16		17
Dukenburg/Lindenholt		14		10		9		14		12
Waalsprong				2		4		5		6
<b>Regio totaal</b>	<b>27</b>		<b>26</b>		<b>23</b>		<b>25</b>		<b>21</b>	
<b>Overig Nederland</b>	<b>13</b>		<b>11</b>		<b>14</b>		<b>17</b>		<b>20</b>	
<b>Buitenland</b>	<b>1</b>		<b>1</b>		<b>1</b>		<b>1</b>		<b>1</b>	

<sup>7</sup> Deze enquête (1027 respondenten) 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

## Vervoerswijze

Figuur 13: Vervoermiddelgebruik bij het bezoek aan de binnenstad



In de vorige monitor (2006) zagen we een wat lager aandeel van de korte afstandsvervoermiddelen: fiets en te voet liepen wat terug, auto en OV scoorden hoger. In 2008 is echter het aandeel bezoekers met als vervoermiddel de auto teruggelopen naar 26% (2006: 33%), het aandeel fietsers is juist wat toegenomen naar afgerond 28% (2006: 25%). Het aandeel openbaar vervoer is in 2008 de grootste categorie, met 30% (2006: 21%). Te voet kwam zo'n 16% (incl. motor- en scootrijders, 2006: 17%).

Cijfers omtrent absolute aantallen bezoekers, bijvoorbeeld over een mogelijke teruggang van het aantal automobilisten, zijn niet beschikbaar.

Als we nader kijken naar de daling van het aandeel automobilisten in de passantenstroom dan is er de mogelijkheid dat de zgn. modal split is gewijzigd ten faveure van OV en fiets. Een andere mogelijkheid is dat het aantal auto-bezoekers is teruggelopen, maar daarvoor zijn geen verdere aanwijzingen:

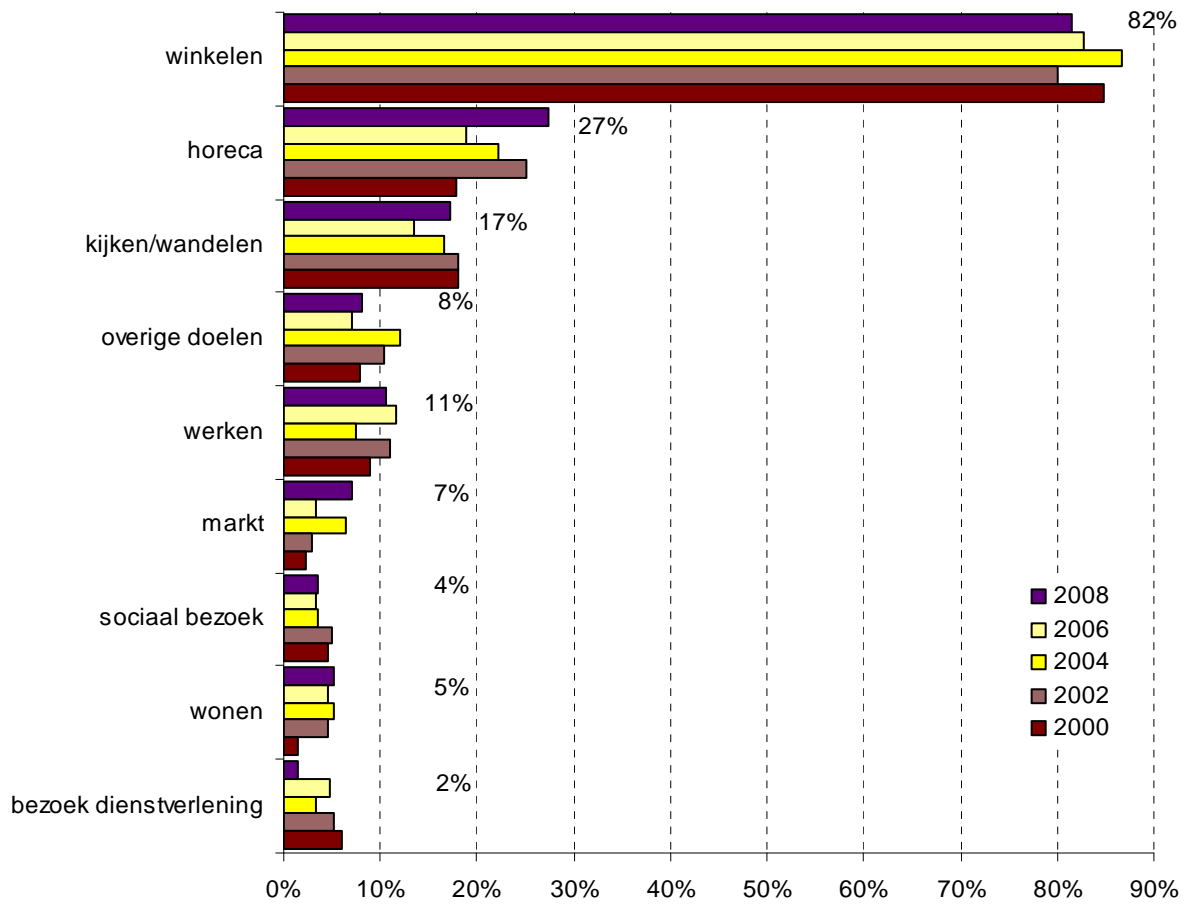
- de parkeerafzet is behoorlijk gestegen (nog excl. de parkeervoorziening De Oude Stad);
- zoals we nog zullen zien zijn rapportcijfers voor autobereikbaarheid en samenhangende zaken nog altijd onder de 6, maar stabiel tot licht stijgend;
- de drukte-index laat per saldo geen grote teruggang zien in 2008.
- bekend is dat de auto vaker gebruikt wordt voor minder frequent en langduriger bezoek aan stadscentra, juist het aandeel bezoekers van buiten de regio (dat vaak een dergelijk bezoekgedrag vertoont) is gestegen, zo ook de gemiddelde verblijfstijd.

---

eerdere jaren, waardoor ontwikkelingen gevolgd kunnen worden. De enquêtes zijn gehouden gedurende drie donderdagen (middag en avond) en drie zaterdagdagen in de herfst van 2008 en herwogen naar weekbezoek (excl. koopzondagen).

## Bezoekdoel

Figuur 14: bezoekdoelen (spontaan en na doorvragen genoemd); ontwikkeling in tijd (meer antwoorden mogelijk, dus totalen > 100%)

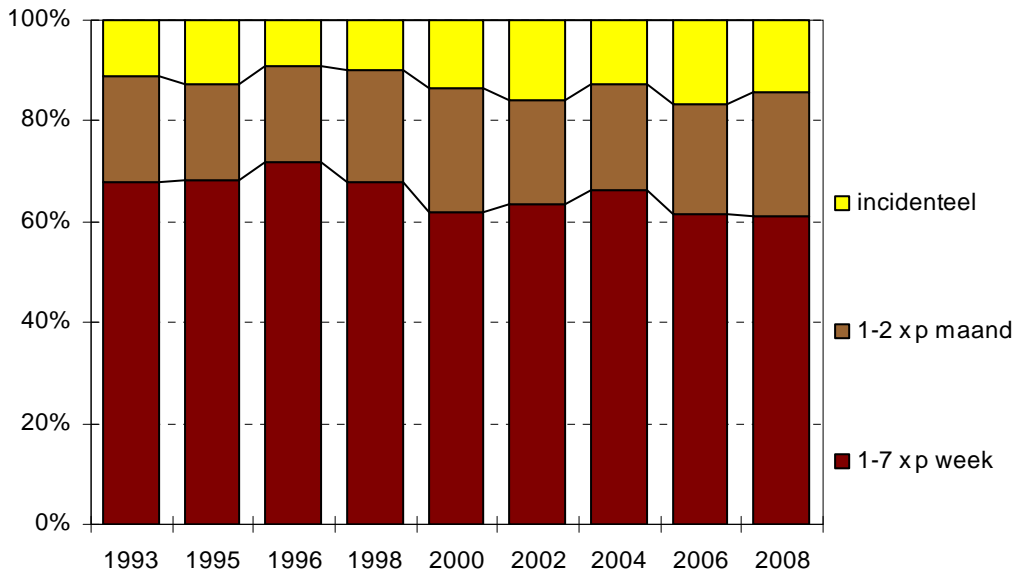


Net als eerdere jaren komen de mensen verreweg het meest om te winkelen: door ruim 8 van de 10 bezoekers genoemd. Horecabezoek is in 2008 verhoudingsgewijs sterk toegenomen.



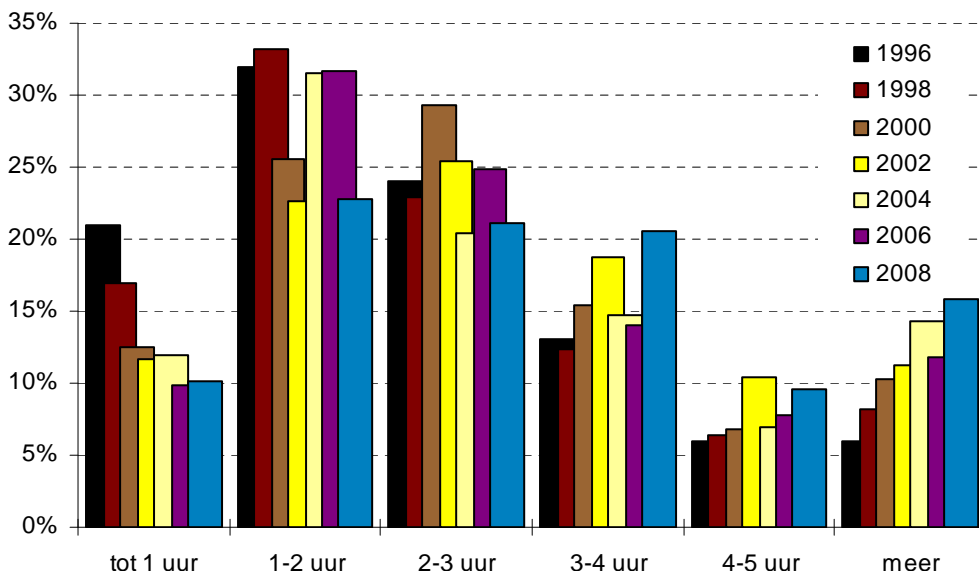
## Bezoekfrequentie en verblijfsduur

Figuur 15: Bezoekfrequentie



Zo'n 61% bezoekt het centrum 1 tot 7 x per week. In de passantenstroom is het aandeel mensen met deze hoge bezoekfrequenties in de periode 2000-2004 gestegen en vervolgens teruggedaald. Het aandeel bezoekers dat 1 tot 2 keer per maand naar het centrum komt kent een contrair beeld: is in 2008 verder toegenomen tot het niveau uit het jaar 2000 van ca. 25%.

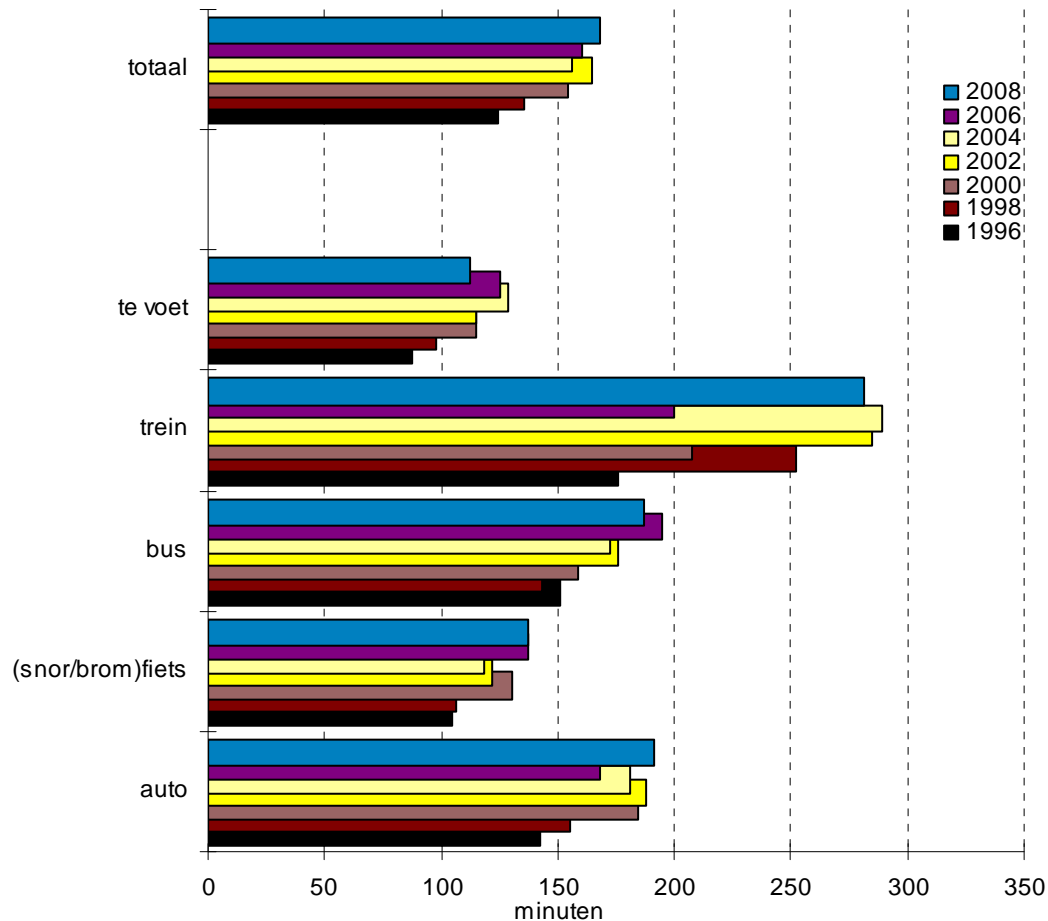
Figuur 16: Verblijfsduur van bezoekers met winkelen als hoofd- of nevendoel



De gemiddelde verblijfsduur van het winkelend publiek bedroeg in 2008 ca. 2 uur en 3 kwartier. Er is nog altijd een trend zichtbaar waarbij de verblijfsduur duidelijk verlengt. Weliswaar verblijft de grootste groep bezoekers met winkelen als hoofd- of nevendoel nog altijd tussen de 1 en 2 uur

in het centrum, maar de categorieën 3-4 uur, 4-5 uur en meer uren worden steeds groter. De gemiddelde verblijfsduur steeg van 124 minuten in 1996 tot 168 minuten in 2008.

**Figuur 17: Verblijfsduur van bezoekers met een winkelmotief, naar vervoerswijze**



Naar vervoerswijze zien we dat de verblijfsduur van automobilisten na 2002 aanvankelijk terugliep, maar in 2008 volgt een trendbreuk naar een gemiddelde van boven de 3 uur verblijfstijd. De overige vervoersvormen laten een licht teruglopende verblijfsduur zien, met uitzondering van de vervoerswijze fiets waar de gemiddelde verblijfstijd constant blijft op ca. 2 uur en 1 kwartier<sup>8</sup>.

### Indicator bezoekfrequentie en verblijfsduur

Samenvattend: daar waar qua bezoekfrequentie de groep wekelijkse bezoekers stabiel is (tot licht afnemend) is een trend zichtbaar waarbij de gemiddelde verblijfsduur van het winkelend publiek duidelijk langer wordt. Vooral automobilisten dragen daar aan bij.

<sup>8</sup> trein geeft i.v.m. lage respondent aantallen een minder betrouwbaar beeld.

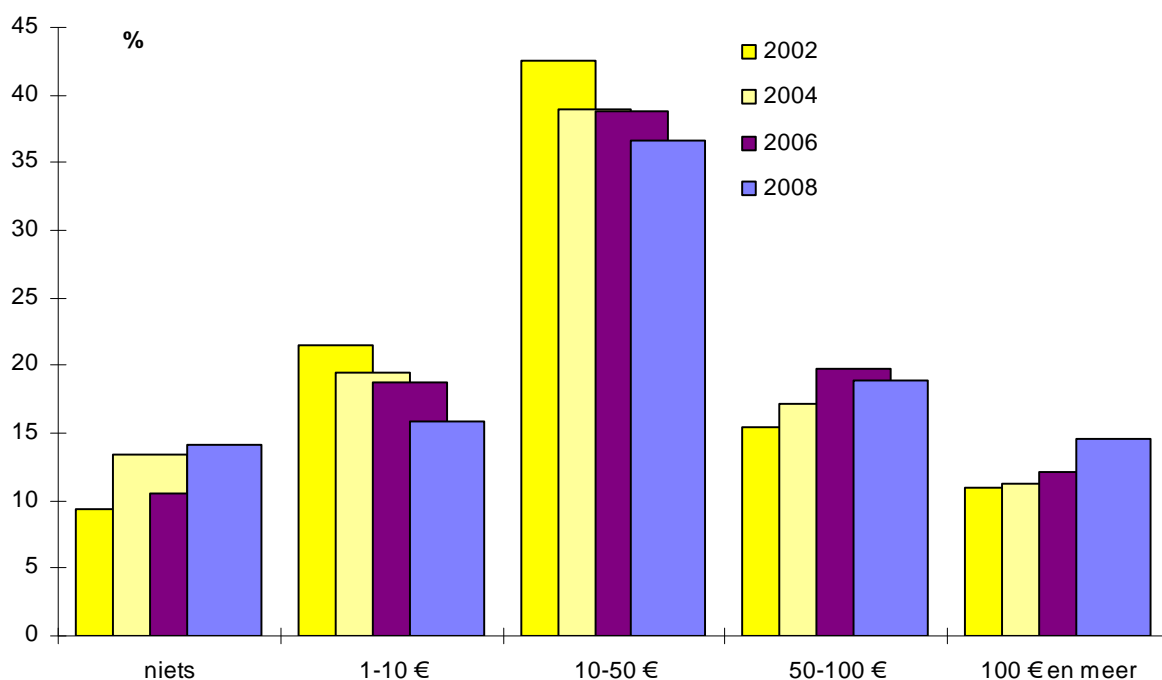
## Bestedingen

Figuur 18: Bestedingen van bezoekers 2002-2008, betreft totaal van winkel-, horeca- en marktbestedingen per persoon<sup>9</sup>

	mediaan	gem. uitgave
2002	€ 25,00	€ 42,80
2004	€ 23,00	€ 42,70
2006	€ 30,00	€ 49,70
2008	€ 30,00	€ 53,14

De bestedingen per bezoeker groeien nog altijd. In 2008 liggen de bestedingen in het centrum met gemiddeld ruim 53 euro behoorlijk hoger dan de 43 euro in 2002. Met name de lagere bestedingscategorieën zijn over de afgelopen jaren flink gedaald, in 2008 zijn vooral ook meer bedragen boven de 100 euro uitgegeven. De mediaan geeft het bedrag aan waar de helft van de mensen boven of onder zit. Dit bedrag is in 2008 met 30 euro gelijk aan 2006.

Figuur 19: Bestedingen van bezoekers 2002-2008 in klassen, betreft totaal van winkel-, horeca- en marktbestedingen per persoon



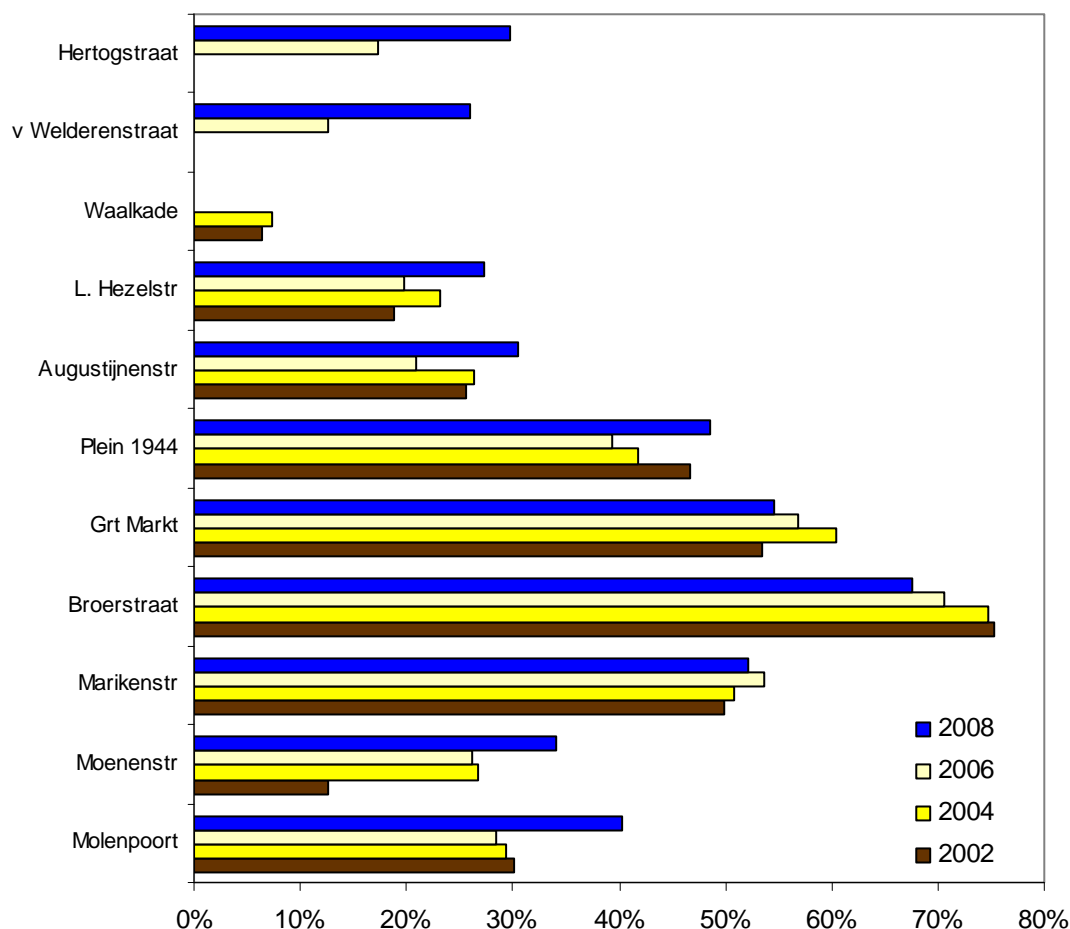
## Indicator bestedingen

Samenvattend: na 2004 zijn de gemiddelde totaalbestedingen door bezoekers in winkels, horeca en op de markt behoorlijk gestegen tot ca. €53,= per persoon in 2008. Mensen geven vooral ook grotere bedragen uit in Nijmegen-Centrum.

<sup>9</sup> Betreft gemiddelden excl. de 10 hoogste uitkomsten, de mediaan betreft het bedrag waar 50% van alle uitkomsten boven en onder zitten.

## Routekeuze

Figuur 20: Indicatie van de routekeuze; betreft het percentage mensen in het centrale winkelgebied dat de betreffende straten heeft bezocht, 2002-2008



Wat betreft routekeuze door bezoekers valt op dat de Broerstraat nog altijd de belangrijkste positie inneemt in Nijmegen (door 68% bezocht), gevolgd door de Grote Markt (55%), Marikenstraat (52%), Plein '44 (49%) en de Molenpoortpassage (40%). Het patroon van het kernwinkelgebied blijft duidelijk zichtbaar.

Qua ontwikkeling zijn het echter wel vooral de ringstraten die aan betekenis hebben gewonnen als het gaat om het bezoekpercentage. Met name de Van Welderenstraat (+13%), Hertogstraat (+13%) en Lange Hezelstraat (+7%) doen het goed in de routekeuze.

Ook de Molenpoort (+11%) en Augustijnenstraat (+9%) laten toenames zien. De ingezette daling rond Plein '44 zet niet door, wellicht speelt de strategische ligging van het busstation (in combinatie met de toegenomen betekenis van het aantal OV-bezoekers) hierbij een rol.

Al met al zien we een grotere (ver)spreiding van passanten over het gehele stadscentrum, een soort 'verevening'.

## 4.5 Waarderingen

### Waardering aanbod en ambiance

Figuur 21: Waardering aanbod en ambiance

	Nijmegen							Arnhem						
	96	98	00	02	04	06	08	96	98	00	02	04	06	08
<b>algemeen oordeel</b>	6,9	7,1	7,3	7,2	7,2	7,4	7,4	7,4	7,3	7,2	7,0	6,9	7,2	7,6
<b>cultureel aanbod</b>	6,8	7,0	7,1	7,1	7,2	7,2	7,2	6,8	6,8	6,6	6,5	6,8	6,9	7,3
<b>horeca-aanbod</b>	7,5	7,5	7,5	7,3	7,5	7,5	7,6	7,9	7,7	7,6	7,3	7,3	7,4	7,7
<b>variëteit winkels</b>	6,7	6,8	6,9	6,9	6,9	7,1	7,1	7,3	7,3	7,0	7,0	6,9	7,1	7,4
<b>kwaliteit winkels</b>	6,8	7,0	7,2	7,2	7,2	7,3	7,3	7,5	7,5	7,3	7,3	7,1	7,3	7,7
<b>serviceniveau wink/hor</b>						7,1	7,1	-	-	-	6,7	-	-	-
<b>evenementenaanbod</b>						7,0	7,2	-	-	-	-	-	-	-
<b>sfeer/gezelligheid</b>	6,8	6,9	7,1	7,1	7,3	7,4	7,3	7,4	7,2	7,1	7,0	6,9	7,1	7,5
<b>veiligheid</b>	6,6	6,7	6,9	6,8	7,1	7,2	7,2	6,9	6,7	6,8	6,5	6,5	7,0	7,2
<b>netheid</b>	6,3	6,7	6,7	6,8	6,8	7,0	7,1	6,5	6,3	6,4	6,0	6,1	6,4	6,8
<b>inrichting</b>	6,2	6,5	6,9	6,8	6,9	6,9	6,8	7,1	6,9	6,8	6,6	6,5	7,0	7,2
<b>groen in binnenstad</b>						5,9	6,0	-	-	-	-	-	-	-

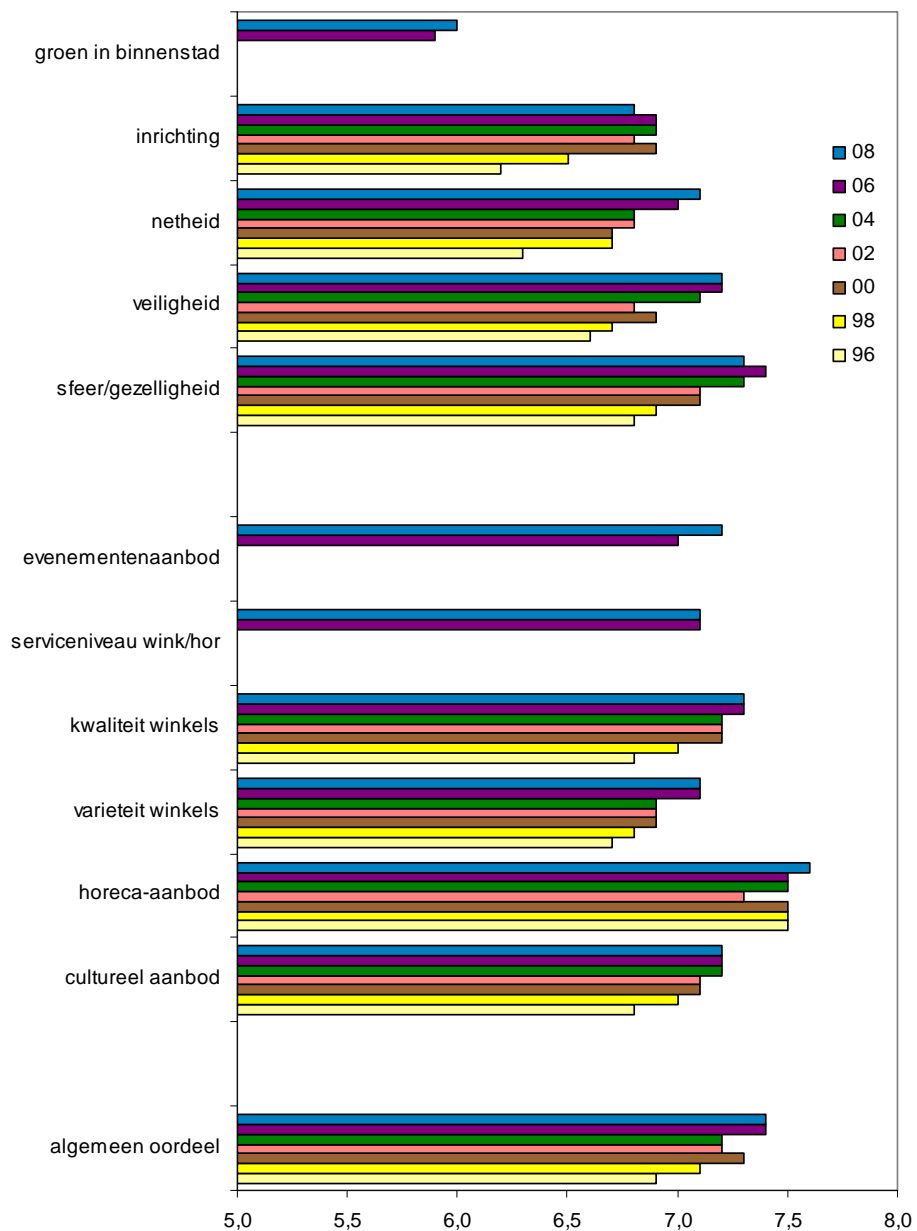
De na 2004 gestegen waarderingen van het Nijmeegse stadscentrum zijn stabiel gebleven. Het hoogst gewaardeerd zijn de aspecten horeca-aanbod, de kwaliteit van winkels en de algehele sfeer en gezelligheid. 'Groen in de binnenstad' krijgt inmiddels een voldoende.

Het algemene oordeel is geen rekenkundig gemiddelde van alle scores, maar een antwoord dat door de mensen op straat is gegeven. Met een 7,4 als rapportcijfer krijgt ons stadscentrum een waardering tussen ruim voldoende en goed.

Al geruime tijd worden gelijke waarderingsvragen ook in de nabijgelegen Arnhemse binnenstad gesteld. 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. Waarschijnlijk door het gereedkomen van het Musiskwartier doorbreekt Arnhem deze trend. Ook is het effect van de verkiezing van Arnhem als beste binnenstad van Nederland wellicht merkbaar, waardoor Arnhemers zich meer bewust zijn geworden van de kwaliteit van hun binnenstad, en trots zijn op het stadscentrum. Op alle aspecten zien we grotere of minder grote verbeteringen in de scores van de Arnhemse binnenstad, waarbij de waarderingen in de breedte inmiddels wat hoger liggen dan in Nijmegen. Uitzondering hierop is het aspect netheid.

Al met al lijken stijgingen in waarderingen van aanbod en ambiance direct samen te hangen met investeringen in openbare ruimte en vastgoed. Dat leert de recente geschiedenis in Nijmegen rond de Marikenstraat en het gereed komen van het Musiskwartier in Arnhem. Om waarderingen vast te houden, wat in Nijmegen in de periode 2006 - 2008 is gebeurd, is naast zaken als publiciteit en marketing een schone, hele en veilige binnenstad noodzakelijk.

Figuur 22: Tijdreeks van enkele waarderingscores, Nijmegen 1996-2008



Desgevraagd heeft de bezoeker van de Nijmeegse binnenstad diverse wensen op het gebied van winkelaanbod, horeca en evenementen.

Figuur 23: Gemiste winkels

	% van de gegeven antwoorden
Bijenkorf of luxe warenhuis	25
Kleine, exclusieve winkels, design	24
Zara	13
Media Markt	8

Woninginrichting	5
Slagerijen	5

Ruim 1 van de 5 mist bepaalde winkels in Nijmegen, waarbij opvalt dat vooral een Bijenkorf-vestiging (of ander luxe warenhuis) en kleinere, exclusieve winkels (waaronder designerkleding) worden gemist. Hieruit spreekt in feite de wens tot een sterkere specialisatie en grotere exclusiviteit van het aanbod in onze stad.

**Figuur 24: Gemiste horeca**

	% van de gegeven antwoorden
KFC (kip-fastfood)	22
Café's voor oudere doelgroep	14
Grand Café	15
vegetarische of biologische eetgelegenheden	8
Starbucks	6
specifieke buitenlandse restaurants (bijv. Marokaans)	5

Tien procent mist bepaalde horeca. Het meest genoemd is een specifieke fast-foodketen, gevolgd door gemist caféaanbod gericht op specifieke doelgroepen (café voor oudere doelgroep, niet gericht op jongeren en/of studenten, Grand Café). Ook noemen mensen bepaalde formules zoals vegetarisch/biologisch eten, een internationale koffieketen en meer variatie in buitenlands eten.

**Figuur 25: Gemiste evenementen**

	% van de gegeven antwoorden
Muziek algemeen	46
Daarnaast:	
Optredens specifieke artiesten	15
Concerten klassiek	7
straattheater, straatmuziek	9
Koninginnedag	8
Sportevenementen	6

Het aantal bezoekers dat bepaalde evenementen mist in ons stadscentrum is gedaald naar 5% (in 2006 nog zo'n 10%). Daarbij zijn er heel duidelijk specifieke wensen te onderkennen. Het meest genoemd is gemist muziekaanbod, waaronder specifieke artiesten en klassieke concerten. Ook

straattheater, een steviger viering van Koninginnedag en sportevenementen staan op de wensenlijst van bezoekers aan het stadscentrum.

### Indicator waardering aanbod en ambiance

Samenvattend: de na 2004 gestegen waarderingen van het Nijmeegse stadscentrum voor aanbod en ambiance zijn vastgehouden. Het hoogst gewaardeerd zijn de aspecten horeca-aanbod, de kwaliteit van winkels en de algehele sfeer en gezelligheid. De waarderingen voor dit soort aspecten liggen voor de Arnhemse binnenstad inmiddels hoger dan in Nijmegen.

### Waardering verkeersaspecten

De waarderingen voor verkeersaspecten nemen toe (of blijven gelijk), maar liggen (traditioneel) lager dan de cijfers voor het aanbod en de ambiance. Uitzonderingen hierop zijn de rapportcijfers voor bereikbaarheid per fiets en openbaar vervoer, deze zijn inmiddels tussen 'ruim voldoende' en 'goed'.

**Figuur 26: Oordeel over verkeersaspecten van de stadscentra van Nijmegen en Arnhem**

	Nijmegen							Arnhem						
	96	98	00	02	04	06	08	96	98	00	02	04	06	08
bereikbaarheid OV	7,2	7,3	7,2	7,2	7,4	7,4	7,5	7,4	7,4	7,5	7,2	7,3	7,6	7,8
bereikbaarheid fiets	7,5	7,1	7,2	7,4	7,5	7,5	7,5	7,7	7,5	7,7	7,7	7,4	7,9	8,2
fietsstalling	6,2	5,6	6,0	6,3	6,4	6,6	6,6	6,1	6,1	5,9	6,4	6,3	7,1	7,8
bereikbaarheid auto	5,1	5,6	5,7	5,9	5,7	5,4	5,7	5,6	4,9	5,4	5,5	4,9	5,6	5,9
parkeerplaatsen	4,9	5,7	5,8	5,7	5,5	5,2	5,3	4,8	5,0	5,2	5,6	5,5	6,1	6,4
parkeertarief	4,4	5,0	5,3	4,4	4,1	4,0	4,2	4,6	4,9	4,2	4,4	4,2	4,3	4,7

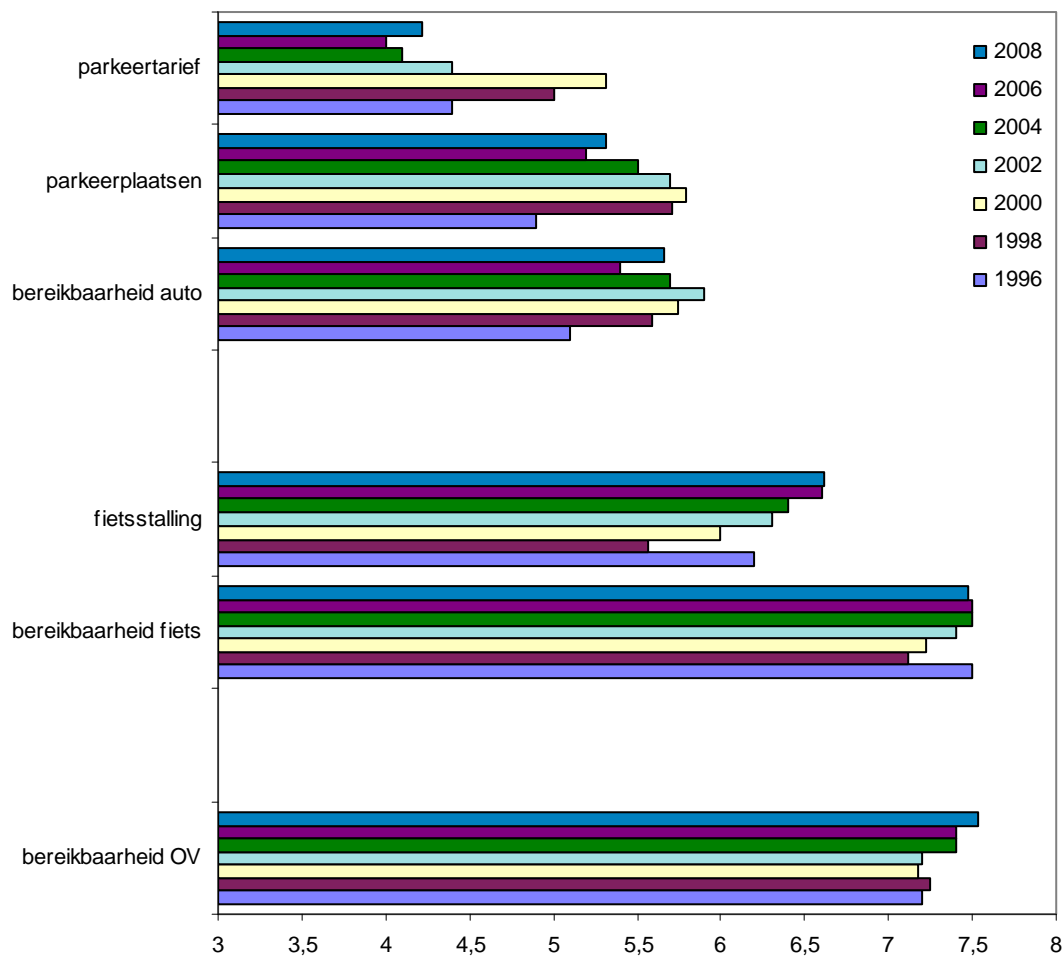
Wat betreft autobereikbaarheid, beschikbaarheid van parkeerplaatsen en de beoordeling van het parkeertarief is het beeld minder gunstig, ondanks gestegen waarderingen. Deze rapportcijfers blijven onder de 6.

Sinds 2006 zien we over vrijwel de hele linie grote verbeteringen in de waardering van bereikbaarheidskenmerken van de Arnhemse binnenstad. Waarschijnlijk is er hierbij een verband met de opening van parkeergarage Centraal met 1.050 parkeerplaatsen. Wellicht speelt ook de beëindiging van hinder door allerlei werkzaamheden in het openbaar gebied een rol.

Ook laat de tabel zien dat de Nijmeegse scores lager liggen dan de Arnhemse. Met name het verschil in score voor fietsenstallingen (Nijmegen 6,6 versus Arnhem 7,8) is opmerkelijk. Net als Nijmegen beschikt Arnhem inmiddels ook over twee gratis, bewaakte stallingen aan de randen van het winkelgebied. De uitbreidingen hiervan in het najaar van 2008 worden in Arnhem gewaardeerd. Eén op de vijf (20%) passanten komt in Arnhem met de (brom)fiets naar de binnenstad, in Nijmegen is het aandeel fietsers (afgerond) 28%.



**Figuur 27: Tijdreeks van enkele waarderingscores voor verkeersaspecten, Nijmegen 1996-2008**



### Ervaringen 'shared space' verkeer

Ter aanvulling op de waardering van verkeersaspecten zijn dit jaar enige vragen gesteld rond het delen van de openbare ruimte door verschillende verkeerssoorten. Aan passanten is in dit verband gevraagd in hoeverre zij problemen hebben met:

- het fietsen in (drukke) winkelstraten;
- de routing van bussen door het winkelgebied.

**Figuur 28: Ervaringen 'shared space' verkeer**

	<i>fietsen in winkelstraat</i>	<i>bussen in winkelstraat</i>
groot probleem	11%	9%
enigszins	12%	8%
alleen bij drukte	14%	9%
geen probleem	39%	46%
juist goede zaak	17%	21%
weet niet/geen mening	6%	6%

Opvallend is dat een grote groep het fietsen in (drukke) winkelstraten en ook het routeren van bussen in het winkelgebied niet als een probleem ziet of dit juist een goede zaak vind. Zo'n 14 % (fietsen) en 9% (bussen) geven de nuance dat de mate van drukte een rol speelt.

### Bekendheid initiatieven verkeer

Daarnaast is aan passanten gevraagd in hoeverre zij bekend zijn met - en/of gebruik gemaakt hebben van een aantal nieuwe ontwikkelingen in relatie tot de bereikbaarheid van het stadscentrum:

- gratis busvervoer voor 65+ers;
- P+R-voorziening de Waalsprinter
- doordeweeks goedkoper parkeren;
- toename van fietsklemmen in de openbare ruimte.

**Figuur 29: Bekendheid met verkeersinitiatieven, deel 1.**

	<i>gratis bus 65+</i>	<i>P+R waalsprinter</i>
nu gebruikt	11 %	1 %
van gehoord/gemerkt	55 %	73 %
onbekend	20 %	20 %
weet niet/geen mening	15 %	6 %

Zowel het gratis busvervoer voor ouderen als het functioneren van de voorziening voor parkeren op afstand zijn inmiddels al behoorlijk bekend onder passanten. Ruim 1 van de 10 ondervraagden maakt zelfs gebruik van gratis busvervoer.

**Figuur 30 Bekendheid met verkeersinitiatieven, deel 2**

	<i>goedkoper parkeren</i>	<i>meer fietsklemmen</i>
van gehoord/gemerkt	17%	42%
onbekend	71%	49%
weet niet/geen mening	12%	9%

Het aangepaste parkeertarief gedurende weekdays en het bijplaatsen van fietsklemmen in de openbare ruimte zijn bij grote groepen nog onbekend gebleven.

### Indicator waardering verkeersaspecten

Samenvattend: de waarderingen voor verkeersaspecten zijn stabiel of nemen toe, maar liggen (traditioneel) lager dan de cijfers voor aanbod en de ambiance. Autobereikbaarheid, beschikbaarheid van parkeerplaatsen en beoordeling van het parkeertarief krijgen hogere cijfers maar blijven onvoldoende. Sinds 2006 zien we duidelijk hogere waarderingen van bereikbaarheidskenmerken van de Arnhemse binnenstad. De Nijmeegse scores liggen allen lager dan de Arnhemse.

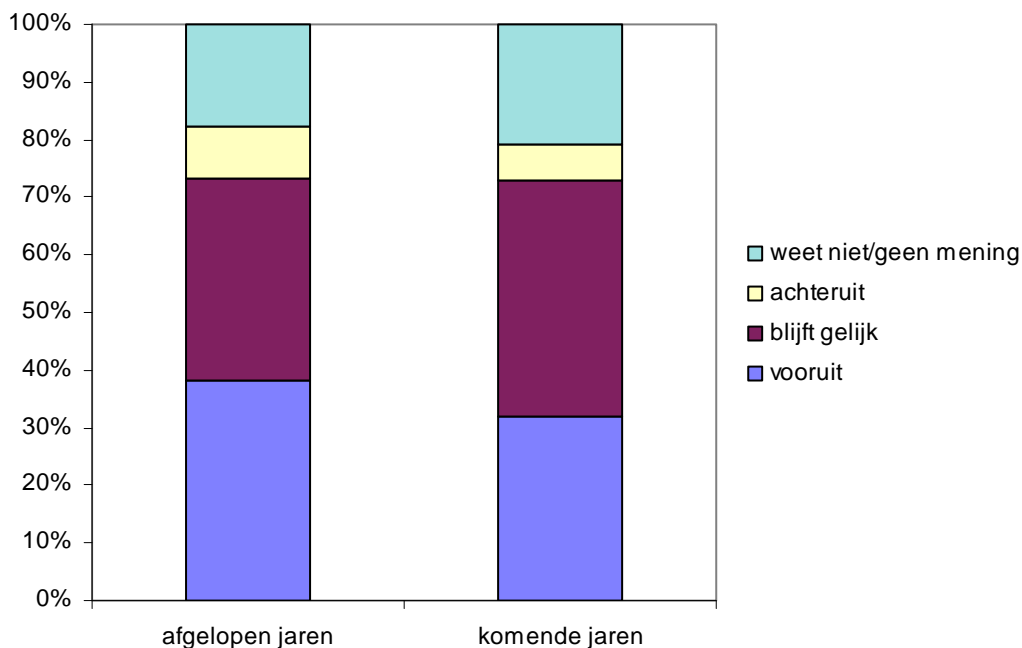
## Beeld vooruitgang / achteruitgang stadscentrum als geheel

Resumerend is gevraagd hoe de binnenstadsbezoeker aankijkt tegen de ontwikkeling van het Nijmeegse stadscentrum de laatste jaren (voor- of achteruit gegaan). Ook zijn de verwachtingen voor de komende jaren gepeild.

De ontwikkeling de afgelopen jaren wordt gemiddeld genomen als neutraal tot positief gezien. Zo'n 38% zag vooruitgang (in 2006 nog 53%), 35% gelijk (2006: 28%) en 9% signaleert achteruitgang (2006: 8%). De dominante motivatie voor vooruitgang de afgelopen jaren is het aanbod in de Marikenstraat en andere nieuwe winkelstraten. Ook vindt een deel van de groep die vooruitgang bespeurde het centrum schoner en opgeruimder. Als reden voor achteruitgang de afgelopen jaren zijn vooral genoemd het verloop in het winkelbestand en vestiging van zgn. dumpwinkels. Ook zijn problemen rond veiligheid, criminaliteit en hangjongeren gesignaleerd.

De komende jaren verwachten weinigen een achteruitgang (6% versus 5% in 2006). Zij noemen met name uitstel van verbouwingen en de economische crisis als achtergronden. De grootste groep (40% versus 43% in 2006) verwacht een stabiele situatie. Voor de 32% (35% in 2006) die een vooruitgang in de toekomst verwacht zijn het vernieuwen van Plein 1944 en de uitbreiding van het voorzieningenaanbod op die locatie verreweg de belangrijkste motivaties. Ook de komst van meer en betere parkeergelegenheden draagt bij aan de positieve verwachtingen.

**Figuur 31: Oordeel over de ontwikkeling van het Nijmeegse stadscentrum afgelopen jaren en komende jaren**



### Indicator ontwikkeling stadscentrum

Samenvattend: terugkijkend beoordelen bezoekers de ontwikkeling van ons stadscentrum als neutraal tot positief. Vooral het aanbod in de Marikenstraat en een schonere openbare ruimte

dragen hier aan bij. Negatief waren het verloop in het winkelbestand en vestiging van zgn. dumpwinkels. Ook zijn problemen rond veiligheid, criminaliteit en hangjongeren gesignaleerd. Vooruitkijkend verwachten bezoekers een stabiele situatie. Kansen geven vooral het vernieuwen van Plein 1944 en de komst van meer en betere parkeergelegenheden. Bedreigingen zijn volgens hen met name uitstel van verbouwingen en de economische crisis.