

# **Vierdaagsefeesten 2007**

*Effectmeting Nijmeegse evenementenmonitor*



# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b><u>Samenvatting</u></b>	<b>3</b>
1.1	Eindconclusie	3
1.2	Publiekskenmerken: bezoek feesten lijkt alle records te breken	4
1.3	Feesten als evenement hoog gewaardeerd	4
1.4	Met enige voorzichtigheid: grote economische effecten	5
1.5	Feesten belangrijk voor imago Nijmegen	6
<b>2</b>	<b><u>Inleiding</u></b>	<b>7</b>
2.1	Aanleiding voor onderzoek	7
2.2	Meer over de Vierdaagsefeesten	7
2.3	Onderzoeksvragen	7
2.4	Opzet en uitvoering onderzoek	8
<b>3</b>	<b><u>Publieksprofiel</u></b>	<b>11</b>
3.1	Bereik	11
3.2	Kenmerken bezoekers	14
<b>4</b>	<b><u>Inhoudelijk profiel</u></b>	<b>16</b>
4.1	Waardering evenement	16
4.2	Kernmerken feestbezoek	16
4.3	Programmering	17
4.4	Beleving en verbeterpunten	20
4.5	Veiligheidsbeleving	21
<b>5</b>	<b><u>Economisch profiel</u></b>	<b>25</b>
5.1	Raming bestedingen	25
5.2	Effect op werkgelegenheid	28
<b>6</b>	<b><u>Toeristisch-promotioneel profiel</u></b>	<b>29</b>
6.1	Doorwerking op imago van Nijmegen	29
6.2	Nieuw en toekomstig bezoek aan Nijmegen	30
6.3	Combinatie met andere activiteiten in Nijmegen	31
<b>7</b>	<b><u>Bijlagen</u></b>	<b>32</b>
7.1	Overzicht feestweek: weerbeeld en persartikelen	32
7.2	Raming uitgelokte bestedingen	34



# 1 Samenvatting

De Nijmeegse Vierdaagsefeesten zijn een begrip. De binnenstad van Nijmegen is tijdens de feesten één groot openluchtpodium, waar de meeste optredens gratis toegankelijk zijn. Eén week met meer dan 200 artiesten, 150 terrassen en 30 muziekpodia van heel klein tot heel groot. En met onbekende, bekende, nationale en internationale artiesten. Het is volgens de organisatie het grootste gratis toegankelijke, meerdaagse festival van Europa.

In het kader van de Nijmeegse evenementenmonitor<sup>1</sup>, in opdracht van de gemeentelijke evenementencoördinator, zijn gegevens verzameld over publiek, waardering van het evenement en effecten op het gebied van stadspromotie en stedelijke economie. Daarvoor zijn precies 600 willekeurige feestbezoekers ondervraagd en zijn bezoekgegevens opgevraagd bij ACBN Evenementenbureau Nijmegen. ACBN organiseert in samenwerking met de Gemeente Nijmegen de feesten.

## 1.1 Eindconclusie

*Naar opgave van de organisatie ACBN heeft de 38<sup>e</sup> editie van de Nijmeegse Vierdaagsefeesten een recordaantal van 1,4 miljoen bezoeken<sup>2</sup> opgeleverd. Dat betekent bijna 1,1 miljoen extra bezoeken aan het stadscentrum ten opzichte van een doorsnede-week. De dinsdag en vrijdag lijken niet langer de twee typische topdagen voor bezoek te zijn: woensdag en donderdag zijn nu ook zeer drukke feestdagen. De verklaring voor de gestegen bezoekaantallen wordt gezocht in de grotere diversiteit en thematisering van de feestlocaties en de kwaliteit van het aanbod aan producties. Er zijn meerdere nieuwe locaties in gebruik genomen. Ook zijn het gemiddeld aantal bezoeken aan de feesten en het aandeel bezoeken van buiten de regio toegenomen.*

*Een grote bezoekersstroom betekent aanzienlijke economische effecten voor Nijmegen, waarbij we de gepresenteerde ramingen met de nodige voorzichtigheid moeten bekijken.*

*Het evenement als geheel is hoog gewaardeerd, waarbij Waalkade, Valkhof en Koningsplein de meest populaire podia zijn. Een grote meerderheid voelt zich veilig gedurende de feesten, wel is er een behoorlijke toename van onveiligheidsgevoelens zichtbaar. Vooral agressie, drukte en alcoholmisbruik zijn achterliggende redenen. Een kleine groep past het gedrag aan vanwege onveiligheidsgevoelens, vooral door eerder naar huis te gaan en bepaalde plaatsen te mijden.*

*De Vierdaagsefeesten hebben net als de marsen een grote toeristisch-promotionele betekenis voor Nijmegen. Denk aan kennismaken met stad en regio, een positiever stadsimago, waardering als toeristische bestemming en veel mond tot mond reclame. De feesten hebben een duidelijke bovenregionale betekenis; veel bezoekers komen uit het zuiden en oosten van ons land.*

---

<sup>1</sup> Binnen de Nijmeegse evenementenmonitor worden verschillende evenementen onderling vergelijkbaar gemaakt.

<sup>2</sup> We onderscheiden het aantal bezoeken van het aantal bezoekers; bekend is dat de feesten vaak meerdere dagen bezocht worden.

## 1.2 Publiekskenmerken: bezoek feesten lijkt alle records te breken

Naar schatting 1,4 miljoen bezoeken in 2007 betekent een recordbezoek voor de Vierdaagsefeesten. Wel is enige voorzichtigheid op zijn plaats: het betreft immers een 'educated guess' vanuit de organisatie.

---

<i>Publieksprofiel</i>	
totaal aantal bezoeken	1.400.000
aantal extra bezoeken	1.100.000
aantal extra bezoekers	320.000
geslacht	55% man
leeftijd	gemiddeld 38 jr.
opleidingsniveau	49% hoog opgeleid
etniciteit	6% allochtoon
herkomst	45% bovenregionaal: vooral Oost en Zuid Ned.
groepsgrootte	gem. 3,9 personen

---

- Gecorrigeerd voor regulier bezoek aan de Nijmeegse binnenstad (357.000 bezoeken in een vergelijkbare periode) gaat het om bijna *1,1 miljoen extra bezoeken* en zo'n *320.000 verschillende bezoekers*.
- Uitgaande van de schattingen zou het extra bezoek ten opzichte van 2001, overigens een slecht jaar vanwege het weer, met 41,5% zijn gestegen. Gaan we uit van een goed weer scenario in 2001 dan zou de stijging ruim 31% zijn.
- De verklaring voor deze veronderstelde stijging van bezoekaantallen wordt gezocht in de grotere diversiteit en thematisering van de feestlocaties en de kwaliteit van het aanbod aan producties. Er zijn bovendien meerdere nieuwe locaties in gebruik genomen. Ook zijn het gemiddeld aantal bezoeken aan de feesten en het aandeel bezoeken van buiten de regio toegenomen.
- Opvallend is dat de dinsdag en vrijdag niet meer de twee typische topdagen voor bezoek lijken te zijn; de woensdag en donderdag zijn nu ook zeer drukke feestdagen geworden.
- De meerderheid van de bezoeken is afgelegd vanuit Nijmegen en regio (totaal 55%), maar het aantal bezoeken van buiten de regio neemt verhoudingsgewijs toe. Het aandeel Nijmegenaren is wel vergelijkbaar met dat van eerdere jaren (1992/2001).
- Het aandeel buitenlandse bezoeken lag op 2%. Dat zijn zo'n 20.000 extra bezoeken. Het ging daarbij vaak om Duitsers.
- Zo'n 7% van de bezoekers was in het gezelschap van kinderen, de gemiddelde leeftijd bedroeg 38 jaar.
- Zo'n 6% van de Nederlandse bezoekers rekent zich tot de allochtonen. Door de vraagstelling is het moeilijk dit cijfer te vergelijken met bijvoorbeeld de bevolkingssamenstelling in Nijmegen of Nederland.

## 1.3 Feesten als evenement hoog gewaardeerd

- De gemiddelde bezoekerswaardering voor het evenement ligt op een 8,1. Dat ligt hoger dan eerdere jaren: een 7,8 in 2001 (slecht weer) en 7,9 in 1992 (mooi weer). Slechts 1% gaf een onvoldoende.
- Suggesties voor verbeteringen zijn desgevraagd vooral gedaan op het gebied van facilitaire voorzieningen, de terras- en bierprijzen en de programmering.
- Gemiddeld bezoeken de feestgangers tussen de 3 en 4 van de 7 feestdagen. Voor bezoekers, die meerdere dagen in de stad verblijven, ligt dat aantal nog wat hoger: gemiddeld 4 feestdagen.

<i>Inhoudelijk profiel</i>	
rapportcijfer Vierdaagsefeesten (door bezoekers)	8,1
verbeterpunten	toiletvoorzieningen, horecaprijzen, programmering, voorzieningen afval, verkeer/parkeren
favoriete podia	Waalkade, Valkhof, Koningsplein
gemiddeld aantal feestbezoeken	tussen de 3 en 4
aandeel nieuwe bezoekers feesten	18%
Overweegt herhaald bezoek feesten	93%
Aanbevelen feesten aan anderen	91%
gevoel onveiligheid	6%
locaties onveiligheidsgevoel	Waalkade, Matrixx-Hunnerberg, Molenstraat
redenen onveiligheidsgevoel	agressie, drukte, alcoholmisbruik
consequenties onveiligheidsgevoel	geen, eerder naar huis, plaatsen mijden

- Er zijn veel vaste bezoekers (82% bezocht de feesten eerder), men komt graag terug (93%) en zal anderen de feesten aanbevelen (91%).
- De Waalkade blijft de locatie die bezoekers het liefst bezoeken. Het Valkhof is net als in 2001 een goede tweede, het Koningsplein scoort bij diverse metingen ook hoog. Plein'44 zakt weg, wellicht als gevolg van programmawijzigingen.
- Vooral sfeer en gezelligheid dragen bij aan de positieve beleving, zo blijkt uit eerder onderzoek<sup>3</sup>, naast de muziek en mooi weer. In 2005 zijn verschillende wensen rond de programmering in beeld gebracht, qua muziekstijlen (meer bekende artiesten, R&B, rock), andersoortige programmering (cultuur en theater, interactie en actief bezig zijn, passief vermaak), de programmering overdag (vooral op niet-wandeldagen) en een specifiek aanbod voor de doelgroep 50+.
- Een grote meerderheid voelt zich veilig gedurende de feesten (94%). Wel zien we een toename van onveiligheidsgevoelens van 3% in 2001 naar 6% in 2007. Als men zich onveilig voelt, speelt dat vooral in de gehele binnenstad, of op de Waalkade en in het Hunnerpark. Dat zijn twee locaties waar grote mensenmassa's samenkomen. Vooral agressie, drukte en alcoholmisbruik zijn achterliggende redenen. Zo'n 3,5% van het totaal aantal bezoekers past het gedrag aan (tegen 1% in 2001), vooral door eerder naar huis te gaan en bepaalde plaatsen te mijden.

#### 1.4 Met enige voorzichtigheid: grote economische effecten

De feesten brachten met *circa* €22.000.000,- bestedingen aan de feesten (vooral aan eten en drinken) aanzienlijke economische effecten voor Nijmegen met zich mee<sup>4</sup>. Naast de feesten is in Nijmegen naar raming *circa* €6.000.000 aan extra inkomsten binnengekomen aan winkelbestedingen, overnachtingen en overige bestedingen (bijvoorbeeld parkeerkosten). Met nadruk moet worden gezegd dat het hier *indicatieve ramingen* betreft, waar diverse aannames aan ten grondslag liggen (zie paragraaf 5.1). De totaalcijfers zijn niet gecorrigeerd voor negatieve omzeteffecten door uitwijk- of uitstelgedrag van reguliere consumenten.

- De gemiddelde bestedingen per persoon aan de feesten zitten tussen de €23,- en €26,- per dag. Bij ééndagse bezoekers zijn de overige bestedingen (uitgaven naast de feesten) beduidend hoger dan bij de andere groepen: zo'n €14,- per dag.

<sup>3</sup> Bezoekersonderzoek 2005, K. Davelaar, RUN, september 2005

<sup>4</sup> Raming op basis van publieksenquête. Berekening: zie paragraaf 7.2

<i>Economisch profiel</i>	<i>Ramingen</i>
bestedingen aan Vierdaagsefeesten	€ 22.000.000
overige bestedingen in Nijmegen	€ 6.000.000
totaal bestedingen	€ 28.000.000
gemiddelde uitgaven <i>ééndaagse bezoeker aan Nijmegen</i> per dag	
- aan Vierdaagsefeesten	€ 26,-
- overig in Nijmegen	€ 14,-
gemiddelde uitgaven <i>meerdaagse bezoeker aan Nijmegen</i> per dag	
- aan Vierdaagsefeesten	€ 23,-
- overig in Nijmegen (excl. overnachting)	€ 6,-
gemiddelde uitgaven <i>Nijmeegse bezoeker</i> per dag	
- aan Vierdaagsefeesten.	€ 24,-
- overig in Nijmegen (excl. uitgaven winkels)	€ 2,-
theoretisch werkgelegenheidseffect	niet berekend (zie par.5.2)

- Zo'n 42% van de bezoekers van buiten de stad verblijft meerdere dagen in Nijmegen en omgeving. Hieronder zullen ook veel Vierdaagselopers zijn. Veel overnachtingen vinden plaats bij vrienden/familie of Nijmeegse gasthuishoudens.
- Omdat een deel van de bezoekers Nijmegen vaker wil bezoeken en anderen wil aanraden om ook naar deze stad te gaan (zie volgende paragraaf) zijn er ook *voor de langere termijn* extra bestedingen te verwachten.

## 1.5 Feesten belangrijk voor imago Nijmegen

<i>Toeristisch-promotioneel profiel</i>	
Aandeel bezoekers van buiten de stad en regio	45%
Aandeel nieuwe bezoekers Nijmegen	5%
Imago Nijmegen	29% positiever beeld, 69% ongewijzigd
rapportcijfer Nijmegen toeristische trekpleister	7,6
Overweegt herhaald bezoek Nijmegen	75%
Aanbevelen Nijmegen familie/bekenden	86%
vervolgactiviteiten in Nijmegen	73%, vooral horecabezoek, winkelen en bezoek fam./vrienden

De feesten hebben effect op het *imago van Nijmegen* onder bezoekers:

- Voor zover bezoekers een andere kijk op Nijmegen hebben gekregen, hebben ze een positiever beeld van Nijmegen gekregen (29% positiever beeld, 69% ongewijzigd);
- De stad krijgt een ruime voldoende (7,6) als toeristische trekpleister;
- Zo'n 5% van het publiek van buiten de stad is voor het eerst in Nijmegen.
- Van de nieuwe en minder frequente bezoekers van buiten de stad geeft driekwart aan Nijmegen vaker te willen bezoeken, nog eens 14% komt misschien terug.
- Van de bezoekers van buiten de stad denkt 86% familie, vrienden of bekenden te gaan aanraden om ook een keer naar Nijmegen te gaan. Verder denkt 7% dat misschien te gaan doen, onder meer afhankelijk van wat er in Nijmegen te doen is.
- Driekwart van de bezoekers onderneemt ook andere activiteiten in de stad, vooral horecabezoek, winkelen of marktbezoek en bezoek aan familie of vrienden.
- Wat het evenement betekent voor het imago van Nijmegen en de naamsbekendheid bij de niet-bezoekers is niet gemeten.



## 2 Inleiding

### 2.1 Aanleiding voor onderzoek

De Nijmeegse Vierdaagsefeesten zijn een begrip. Volgens de organisatie gaat het om het grootste gratis toegankelijke, meerdaagse festival van Europa. Formeel heet dit volksculturele evenement 'de Hypotheekvisie Vierdaagsefeesten Nijmegen'. In het kader van de Nijmeegse evenementenmonitor<sup>5</sup> zijn gegevens verzameld over publiek, waardering van het evenement en effecten op het gebied van stads promotie en stadseconomie.

### 2.2 Meer over de Vierdaagsefeesten

De 38e Nijmeegse Vierdaagsefeesten vonden in 2007 plaats van zaterdag 14 juli t/m vrijdag 20 juli, onder het motto "Meet Friends, Have fun, Enjoy the Music". Dit gebeurde ter gelegenheid van de Nijmeegse Vierdaagse Afstandsmarsen. De binnenstad van Nijmegen is tijdens de feesten een groot openluchtpodium, waar de meeste optredens gratis toegankelijk zijn. Met meer dan 200 artiesten, 150 terrassen en 30 muziekpodia. En met onbekende, bekende, nationale, internationale artiesten, zoals Frank Boeijen, Krezip, Van Velzen, I.O.S., De Sjonnies, Beef, Moke, Gare du Nord, etc. De organisatie is in handen van het ACBN Evenementenbureau Nijmegen in samenwerking met de Gemeente Nijmegen. In paragraaf 7.1 zijn per dag het weerbeeld en enige persartikelen weergegeven. Dit om een impressie van de editie 2007 te geven.

### 2.3 Onderzoeksvragen

De Vierdaagsefeesten zijn al eerder onderwerp geweest van studie. Recentelijk is in opdracht van de Stichting Actief Comité Binnenstad Nijmegen onderzoek verricht onder bezoekers van de Vierdaagsefeesten 2005<sup>6</sup>. Daarbij zijn naast bezoekerskenmerken behoeften en waardering op het gebied van facilitaire en praktische invulling van de feesten, zoals programma-informatie en veiligheidsmaatregelen, in beeld gebracht. Ook is uitgebreid ingegaan op wensen en behoeften m.b.t. de programmering. Dit betekent dat in tegenstelling tot eerder gemeentelijk Vierdaagsefeestenonderzoek, O&S verrichtte in 1992 en 2001 publieksonderzoek, er nu niet is gevraagd naar behoefte en waardering op het gebied van de programmering. De focus ligt nu op het profiel van de feesten als totaalevenement. Tussen de gemeente Nijmegen en de Stichting ACBN is in 2000 een convenant afgesloten, waarin doelstellingen zijn opgenomen<sup>7</sup>:

1. Het organiseren van een toegankelijk muzikaal volksfeest van formaat. Gastvrij, toegankelijk, internationaal, uitbundig, Bourgondisch en vernieuwend karakter, aansluitend en passend bij de stad Nijmegen. Het profiel moet hoogwaardig, kwalitatief en toonaangevend zijn en aantrekkelijk voor alle bevolkingsgroepen.

2. De organisatie van de Vierdaagsefeesten streeft naar een publiek bereik van maximaal 1,2 miljoen bezoekers gedurende de hele feestperiode. In het kader van

---

<sup>5</sup> Binnen de Nijmeegse evenementenmonitor worden verschillende evenementen onderling vergelijkbaar gemaakt.

<sup>6</sup> Bezoekersonderzoek 2005, K. Davelaar, RUN, september 2005

<sup>7</sup> Convenant Vierdaagsefeesten 2004 - 2008

veiligheid en om de kwaliteit van de feesten te waarborgen worden er grenzen aan de groei gesteld.

3. Partijen doen er alles aan om de feesten zo veilig mogelijk te laten verlopen. De eerste prioriteit hierbij is nadrukkelijk het waarborgen van veiligheid voor het publiek.

Doel van het onderzoek is om in dit verband inzicht te krijgen in meerdere kenmerken van de Vierdaagsefeesten. Naast bereik en waardering worden ook de economische - en promotionele spin-off in beeld gebracht:

1. het publieksprofiel (incl. bezoekersaantallen);
2. inhoudelijk profiel (incl. de waardering van het evenement);
3. het economisch profiel;
4. het toeristisch-promotioneel profiel.

Gezien de bijzondere aandacht die het aspect veiligheid heeft voor zowel organisatie als gemeente Nijmegen zal bovendien naar de veiligheidsbeleving worden gevraagd. Daarnaast maakt het onderzoek door een gestandaardiseerde meetmethode te gebruiken een vergelijking mogelijk tussen diverse evenementen in Nijmegen.

#### *Publieksprofiel*

Het publieksprofiel laat het aantal bezoeken en aantal extra bezoeken (na aftrek van normaal bezoek aan het stadscentrum) zien. Daarnaast geeft het een specifiek beeld van de feestbezoeker: denk aan herkomst, geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, etniciteit en groepsgrootte. Kenmerken van het publieksprofiel zijn o.a. van belang voor inzicht in de economische effecten en de promotionele meerwaarde.

#### *Inhoudelijk profiel*

Het inhoudelijk profiel van het evenement omvat o.a. de waardering in een rapportcijfer en een top vijf van verbeterpunten volgens de bezoekers. Daarnaast is er ruimte voor de waardering van evenementspecifieke zaken, in dit geval de veiligheidsbeleving.

#### *Economisch profiel*

De kern van het economisch profiel bestaat uit de bestedingen en het theoretische werkgelegenheidseffect. Om deze te kunnen ramen zijn o.m. het extra aantal bezoeken en bestedingen in Nijmegen door enkeldaagse en meerdaagse bezoekers van buiten de stad van belang.

#### *Toeristisch-promotioneel profiel*

Het toeristisch-promotioneel profiel gaat in op de betekenis van het evenement voor de stad Nijmegen. We proberen inzicht te krijgen in het belang van de feesten voor het toerisme in Nijmegen en het imago van de stad.

## **2.4 Opzet en uitvoering onderzoek**

Voor het verzamelen van de benodigde gegevens over de bezoekers zijn *mondelijke enquêtes* afgenomen bij een *aselect gekozen groep bezoekers*, gedurende het bezoek aan de feesten. Daarnaast zijn *bezoekersaantallen opgevraagd* bij de organisatoren ACBN Evenementenbureau Nijmegen.

### *Steekproef*

Met de afgenomen 600 vragenlijsten zijn de resultaten voldoende betrouwbaar en nauwkeurig. Geprobeerd is om een zo representatief mogelijke groep bezoekers te benaderen door op alle feestdagen te enquêteren. Voor gevonden percentages m.b.t. de hele onderzoekspopulatie (alle bezoekers) geldt met 95% zekerheid dat deze maximaal 4% afwijken van de percentages in werkelijkheid.

### *Locaties, verdeling over onderzoeksdagen en enquêtetijdstip*

Er dient een evenredige spreiding van trefkans van potentiële respondenten in tijd (feestweek) en ruimte (het stadscentrum) te worden bereikt. Het benaderen van respondenten vond daarom plaats op 10 belangrijke routes tussen de zogenaamde vermaakcentra. Dat is ook bij eerdere onderzoeken de beste strategie gebleken.

1. begin Molenstraat
2. kop Molenstraat (pleintje bij Bakker Bart)
3. Plein '44
4. Mariënborg (omgeving Lux)
5. Marikenstraat
6. Grote Markt/Burchtstraat
7. kop Grotestraat (bovenaan)
8. Kelfkensbos
9. Hertogstraat
10. Waalkade
11. trappen tussen Waalkade en Valkhof

Op basis van tellingen van het aantal bezoeken aan de feesten per dag uit 2001 en 1992 is een bepaalde verdeling aangehouden ten aanzien van aantal vragenlijsten per dag. Zo is rekening gehouden met drukke en minder drukke dagen. In afwijking van eerdere jaren is het enquêteren beperkt tot het tijdvak 20.00 uur - 24.00 uur. Dan draaien de feesten op volle toeren, en kan men beter aangeven wat de precieze bestedingen zullen zijn.

### *Keuze van respondenten*

Uiteraard is geprobeerd om een representatieve groep respondenten te ondervragen. Vanwege de grote aantallen passanten tijdens de feesten is daarbij om praktische redenen niet gekozen voor een getalsmatige aanpak (bijvoorbeeld "benader elke 20<sup>e</sup> bezoeker"), maar voor het aanspreken van willekeurige bezoekers. De enquêteurs zijn voorbereid op het met behulp van vertaalde vragenlijsten ondervragen van buitenlandse bezoekers.



## 3 Publiekprofiel

Het publiekprofiel laat het aantal bezoeken aan de feesten zien. Daarnaast geeft het een specifiek beeld van de feestganger: denk aan herkomst of leeftijd.

### 3.1 Bereik

#### *Bezoek Vierdaagsefeesten 2007 lijkt alle records te breken*

In tegenstelling tot eerdere jaren (tellingen 2001 en 1992) is het totale centrumbezoek tijdens de Vierdaagsefeesten nu geraamd door de organisator ACBN Evenementenbureau Nijmegen. Met een schatting van totaal ruim 1,4 miljoen bezoeken lijken alle records gebroken. Referentie voor deze raming zijn de bezoekcijfers van 2001, waar een gemeentelijke meting (steekproefsgewijze kordontelling) aan ten grondslag ligt. Ook zijn de specifieke programmering en het weerbeeld per dag in de raming betrokken. Zoals eerder gezegd zijn in paragraaf 7.1 weerbeeld en persartikelen weergegeven. Gecorrigeerd voor regulier bezoek aan de Nijmeegse binnenstad (357.000 bezoeken in een doorsnee week) gaat het dan om *bijna 1.1 miljoen extra bezoeken*. Wel is het op zijn plaats voorzichtigheid te brachten: het betreft immers een 'educated guess' met allerlei onzekerheden.

Figuur 1: Raming aantal bezoeken<sup>8</sup> stadscentrum tijdens Vierdaagsefeesten 2007<sup>9</sup>

<i>periode</i>	<i>aantal bezoeken</i>	
zaterdag 14 juli	overdag	35.000
	avond	150.000
zondag 15 juli	overdag	40.000
	avond	125.000
maandag 16 juli	overdag	40.000
	avond	100.000
dinsdag 17 juli	overdag	20.000
	avond	200.000
woensdag 18 juli	overdag	20.000
	avond	220.000
donderdag 19 juli	overdag	20.000
	avond	220.000
vrijdag 20 juli	overdag	25.000
	avond	225.000
<b><i>totaal 2007</i></b>	overdag	200.000
	avond	1.240.000
	<b>totaal</b>	<b>1.440.000</b>

Bron: Evenementenbureau ACBN Nijmegen, juli 2007

<sup>8</sup> We onderscheiden het aantal bezoeken van het aantal bezoekers; er bestaat immers de mogelijkheid dat de feesten meerdere dagen worden bezocht.

<sup>9</sup> Betreft ramingen door ACBN Evenementenbureau Nijmegen. Cijfers zijn inclusief bezoeken door centrumbewoners. Als referentie zijn gemeentelijke bezoektellingen uit 2001 gebruikt.

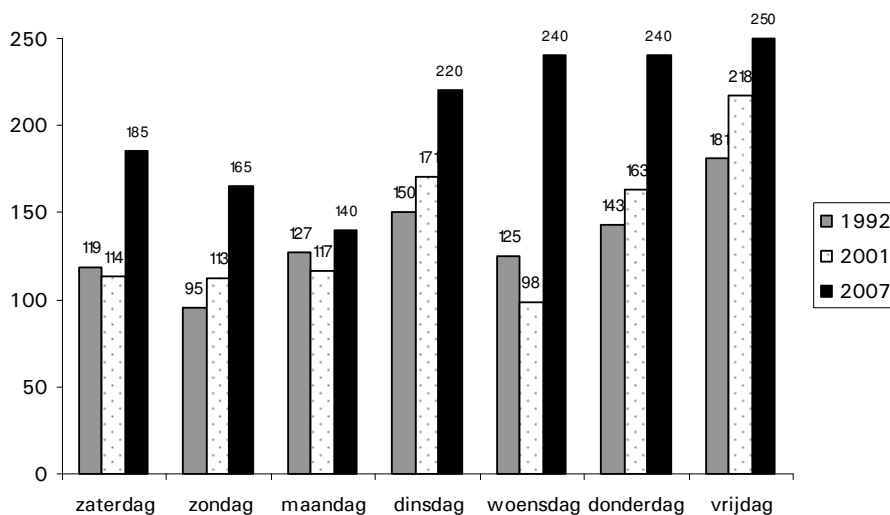
### Meerdere verklaringen voor recordbezoek

Desgevraagd laat ACBN weten de verklaring van deze veronderstelde stijging van bezoekaantallen te zoeken in de grotere diversiteit en thematisering van de feestlocaties en de kwaliteit van het aanbod aan producties (t.o.v. 2001). Ook geeft men aan dat er meerdere nieuwe locaties ('vermaakcentra') in gebruik zijn genomen: Hunnerpark, Labyrint, het Mariënburgpleintje, Joris Ivensplein, waalstrand, Waalpark (Voerweg), Eerste Walstraat, Tweede Walstraat en Kelfkensbos. Verder zal uit dit rapport blijken dat er 2 topavonden qua bezoek zijn bijgekomen en dat het gemiddeld aantal bezoeken aan de feesten en het aandeel bezoeken van buiten de regio zijn toegenomen.

### Woensdag en donderdag nu ook topdagen

Opvallend is dat de dinsdag en vrijdag niet meer de twee typische topdagen voor bezoek lijken te zijn. De volgende figuur laat zien dat de woensdag en donderdag zeer drukke feestdagen zijn geworden.

Figuur 2: Bezoekaantallen stadscentrum tijdens Vierdaagsefeesten (x 1000, totalen per dag, inclusief regulier bezoek, centrumbewoners en kinderen)<sup>10</sup>



Bron: 1992 en 2001 tellingen gemeente Nijmegen, 2007 schatting ACBN Evenementenbureau Nijmegen

### Feesten genereren bijna 1,1 miljoen extra bezoeken

Het is zoals gezegd gebruikelijk een correctie toe te passen op de totale bezoekcijfers door het regulier centrumbezoek, in 2007 zo'n 357.000<sup>11</sup> bezoeken per week, er op in mindering te brengen.

<sup>10</sup> Bron 1992 en 2001: tellingen gemeente Nijmegen. Bron 2007: raming ACBN Evenementenbureau Nijmegen

<sup>11</sup> Het cijfer voor regulier bezoek is gebaseerd op kordontellingen uit 1998, aangevuld met een correctiefactor. Deze correctiefactor volgt uit een jaarlijkse meting van druktebeelden in het Nijmeegse kernwinkelgebied.

Figuur 3: Extra bezoek stadscentrum vanwege Vierdaagsefeesten 1992-2001-2007

	1992	2001	2007
totaal bezoek stadscentrum	1.020.000	995.000	1.440.000
aandeel centrumbewoners <sup>12</sup>	100.000	80.000	nb.
aandeel andere bezoeksdoelen	220.000	230.000	nb.
regulier bezoek zat. - vrijd.	360.000	360.000	357.000
<b>totaal extra bezoek Vierdaagsefeesten</b>	<b>800.000<sup>13</sup></b>	<b>765.000<sup>14</sup></b>	<b>1.083.000</b>

We zien dan dat het extra bezoek ten opzichte van 2001, overigens een slecht jaar vanwege het weer, met 41,5% zou zijn gestegen. Gaan we uit van een goedweerscenario in 2001 (met 825.000 bezoeken) dan zou de stijging ruim 31% zijn.

*Aantal verschillende bezoekers en bezoekfrequentie nemen toe*

Eerder is het verschil aangegeven tussen bezoeken en bezoekers. Met behulp van de gemiddelde bezoekfrequentie (bijna 3,5 bezoeken in 2007) berekenen we het aantal verschillende bezoekers. Ongeveer 320.000 mensen bezochten dit jaar de feesten.

Figuur 4: Aantal verschillende bezoekers en bezoekfrequentie

	1992	2001	2007
totaal extra bezoek stadscentrum	800.000	765.000	1.100.000
gemiddelde bezoekfrequentie	2,70	2,66	3,45
<b>aantal verschillende bezoekers</b>	<b>300.000</b>	<b>290.000</b>	<b>320.000</b>

*Meer bezoeken van buiten de regio (herkomst)*

De publieksenquête laat zien dat ca. 45% van de bezoekers van buiten de regio komt, dat is hoger dan in 2001 (35%) en 1992 (37%). Nijmegen en de buurgemeenten nemen zo'n 55% van het totaal aantal bezoekers voor rekening. Het aandeel Nijmegenaren is vergelijkbaar met dat van eerdere jaren (1992 en 2001: 40%).

Figuur 5: Herkomst van bezoekers Vierdaagsefeesten 2007.

	% bezoekers
Nijmegen	42%
buurgemeenten	13%
rest Oost Nederland	18%
Oost Nederland (Gelderland incl. Nijmegen en buurgemeenten, Overijssel, Flevoland)	73%
West-Nederland (Zuid-Holland, Noord-Holland, Utrecht)	9%
Zuid-Nederland (Zeeland, Noord-Brabant, Limburg)	14%
Noord-Nederland (Groningen, Drenthe, Friesland)	2%
buitenland	2%
<b>totaal</b>	<b>100%</b>

<sup>12</sup> centrumbewoners, inkomend bezoek na 00.00 uur en busreizigers

<sup>13</sup> totaal bezoek stadscentrum minus aandeel andere bezoeksdoelen

<sup>14</sup> De feestweek van 2001 werd beïnvloed door slecht weer. Een schatting van het totaal aantal Vierdaagsefeestenbezoekers in 2001 in geval van constant goed weer komt uit op ca. 825.000 bezoeken.

Wel hebben de Vierdaagsefeesten vooral betekenis voor mensen uit Oost- en Zuid-Nederland. Het aandeel buitenlandse bezoekers bedraagt 2%. Vooral het aantal bezoekers uit Duitsland daarbinnen is opvallend, maar er hebben ook mensen uit België, Italië, Zweden en de Verenigde Staten aan het onderzoek deel genomen.

#### *Bezoek aan feesten groepsgebeuren (groeps grootte)*

De gemiddelde groeps grootte bedroeg 4 personen, volwassenen en kinderen tezamen. Bijna 7% van de ondervraagde bezoekers was in gezelschap van gemiddeld bijna 2 kinderen. Dat is vergelijkbaar met 2001.

### 3.2 Kenmerken bezoekers

#### *Net wat meer mannelijke bezoekers (geslacht)*

Iets meer dan de helft van de bezoekers was van het mannelijk geslacht (55%).

#### *Vooral middengroepen, weinig kinderen ondervraagd (leeftijd)*

De leeftijdsgroep 27 t/m 49 jaar was het sterkst vertegenwoordigd (bijna de helft). De gemiddelde leeftijd van de bezoekers lag op 38 jaar. De jongste geënquêteerde was 15 jaar oud, de oudste 78. Er zijn in dit onderzoek niet veel kinderen betrokken.

Ruim 1% van de deelnemers aan het onderzoek was onder de 18 jaar, minder dan een 0,5% onder de 16 jaar. Bekend is echter dat de feesten vooral in de middag veel kinderen aantrekken.

Figuur 6: Leeftijd van bezoekers van de Vierdaagsefeesten 2007 in klassen

	<i>% bezoekers</i>
tot 27jr	30%
27-49 jr	46%
50-64jr	19%
65 +	5%
<b><i>totaal</i></b>	<b><i>100%</i></b>

#### *Bijna de helft hoog opgeleid (opleidingsniveau)*

Kijken we naar het opleidingsniveau, dan valt op dat bijna de helft van de bezoekers met een afgeronde opleiding aan de feesten hoog opgeleid is. Een onbekend deel volgt nog onderwijs.

Figuur 7: Opleidingsniveau van bezoekers van de Vierdaagsefeesten 2007 in klassen

	<i>% bezoekers</i>
Laag (lo, lbo, mavo, so)	12%
Midden (mbo, havo, vwo)	40%
Hoog (hbo, universitair)	49%
<b><i>totaal</i></b>	<b><i>100%</i></b>



*Bereik allochtonenvoor het eerst gemeten (ethniciteit)*

Ruim 6% rekt zich tot een andere bevolkingsgroep dan 'Nederlanders', tegen bijvoorbeeld zo'n 3,5% bij de tentoonstelling Herculaneum in Museum het Valkhof (2006/2007). Dit cijfer vergelijken met bijvoorbeeld de bevolkingssamenstelling in Nijmegen of Nederland is door de vraagstelling moeilijk. Niet alle personen, die volgens de CBS-definitie<sup>15</sup> feitelijk tot de allochtonen behoren, zullen zichzelf namelijk tot de niet-Nederlanders rekenen (wat is gevraagd in dit onderzoek).

---

<sup>15</sup> Volgens de CBS-definitie behoren personen, van wie één van beide ouders uit een ander land komt, tot de allochtonen.

## 4 Inhoudelijk profiel

Het inhoudelijk profiel van het evenement omvat de waardering in een rapportcijfer, een top vijf van verbeterpunten volgens de bezoekers, favoriete podia etc. Aan het "Bezoekersonderzoek 2005", dat in september 2005 vanuit de Radboud Universiteit Nijmegen verscheen, zijn resultaten vermeld op het gebied van programmering, uitstraling en beleving van de feestweek. Daarnaast is er ruimte voor het aspect veiligheid.

### 4.1 Waardering evenement

#### *Vierdaagsefeesten 2007 hoog gewaardeerd*

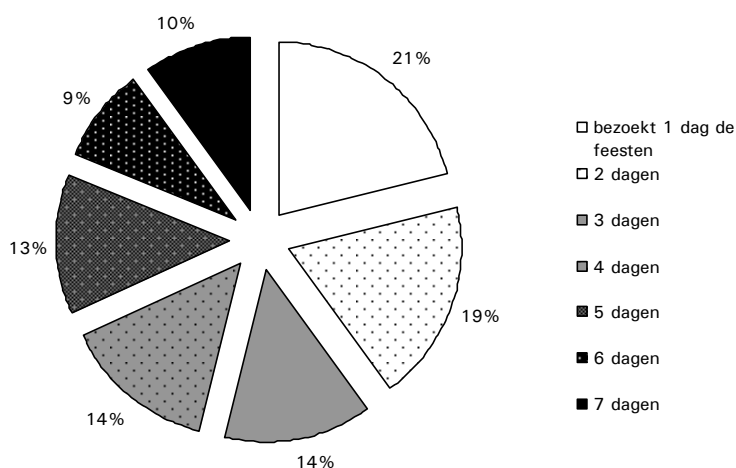
Aan de bezoekers is gevraagd om een rapportcijfer voor het totaal van de feesten te geven. Het ging dus voor alle duidelijkheid niet om de waardering van de betreffende feestmiddag/avond of locatie maar om het totaalbeeld. Gemiddeld gaf het publiek een *8,1*. Het mooie, warme weer speelt daarbij zeker een rol. De meeste bezoekers gaven een 7 of een 8. Slechts 1% gaf een onvoldoende. Het gemiddeld rapportcijfer ligt wat hoger dan in eerdere jaren: 7,8 in 2001 (slecht weer) en 7,9 in 1992 (mooi weer).

### 4.2 Kernmerken feestbezoek

#### *Gemiddeld 3 tot 4x naar de Vierdaagsefeesten*

Gemiddeld bezoeken de feestgangers in 2007 tussen de 3 en 4 van de 7 feestdagen. Het aantal bezoeken stijgt dus t.o.v. 1992 en 2001, toen de gemiddelden tussen de 2 en de 3 bezoeken lagen. Voor bezoekers die meerdere dagen in de stad verblijven ligt de bezoekfrequentie nog wat hoger: gemiddeld 4 feestdagen.

Figuur 8: Aantal bezochte feestdagen Vierdaagsefeesten 2007



De nadruk ligt voor de totale groep op een bezoek van 1 of 2 dagen (respectievelijk 21% en 18% van de bezoekers), maar toch een behoorlijk aandeel bezoekt 6 of 7 feestdagen (9% en 11%). In vergelijking met eerdere jaren (1992/2001) lijkt het aantal bezoekdagen dus behoorlijk toegenomen. Het verschil zit met name in het aantal dat de feesten één dag bezoekt: dat is in 2007 met ruim 20% veel lager dan in eerdere jaren (ruim 40%).

*Veel vaste bezoekers, men komt graag terug, en zal anderen de feesten aanbevelen.*

Er zijn veel mensen die reeds eerder de Vierdaagsefeesten bezochten, zo'n 82%. Een kleine 18% bezocht de feesten in 2007 voor het eerst.

Denkt men feesten komende jaren vaker te bezoeken? Een grote meerderheid van 93% zegt hier volmondig ja op, een kleine 5% zal misschien terugkeren. Ruim 1% denkt van niet, afgerond 1% weet het niet.

Een zeer groot deel (91%) denkt anderen aan te gaan raden naar feesten te gaan, 5% misschien, 3% denkt van niet, 1% weet dit niet.

### 4.3 Programmering

In deze paragraaf worden diverse programmeringsaspecten van de Vierdaagsefeesten belicht, mede op basis van onderzoek uit 2005 dat is verricht in opdracht van de ACBN-organisatie<sup>16</sup>.

*Favoriete podia: Plein '44 zakt weg*

Net als eerdere jaren is gevraagd welke plekken of delen van de binnenstad men het liefst bezoekt tijdens de Vierdaagsefeesten. Bijna een kwart (23%) geeft aan geen favoriete locatie te hebben. In 2007 blijft de Waalkade de meest populaire locatie (36% van de antwoorden, de geïnterviewden mochten meerdere antwoorden geven), gevolgd door het Valkhof (21%) en Koningsplein (20%).

Figuur 9: Favoriete locaties in de periode 1992 - 2007

	1992	2001	2005	2007
1.	Waalkade	Waalkade	Waalkade	Waalkade
2.	Koningsplein	Koningsplein / Valkhof	Plein '44	Valkhof
3.	Plein '44		Koningsplein	Koningsplein
4.	Grote Markt / Valkhof	Plein '44	Grote Markt	Grote Markt
5.		Grote Markt	Valkhof	Matrixx 'Hunnerpark'
6.	Molenstraat	Molenstraat	Kelfkensbos	Plein '44

Gegevens 2005: Bezoekersonderzoek 2005, K. Davelaar, RUN, september 2005. Overige gegevens: gemeente Nijmegen 1992, 2001, 2007.

In 2007 deden zich ten opzichte van voorgaande onderzoeksjaren enkele verschuivingen voor. Zoals gezegd bleef de Waalkade met afstand het meest populair, het Valkhof heeft echter nu opnieuw de 2<sup>e</sup> plaats ingenomen, net als in 2001. Plein '44 zakt behoorlijk weg, wellicht doordat hier door de organisatie is 'terug-

<sup>16</sup> Bezoekersonderzoek 2005, K. Davelaar, RUN, september 2005

geprogrammeerd<sup>17</sup>. De Molenstraat is uit de top zes gevallen (8% van de geven antwoorden). Daarentegen neemt het Hunnerpark als nieuwe locatie van de Matrixx de vijfde plaats in en behoudt de Grote Markt haar positie.

Tussen verschillende leeftijdscategorieën zijn ook verschillen aan te geven.

Figuur 10: Favoriete locatie per leeftijdscategorie in 2007 en 2005

<i>t/m 25 jaar</i>	<i>2005</i>	<i>2007</i>
1.	Waalkade	Waalkade
2.	Matrixx 'Under the bridge'	Valkhof
3.	Koningsplein	Matrixx 'Hunnerpark'
4.	Plein '44	Koningsplein
5.	Valkhof	Molenstraat
6.	Kelfkensbos	Grote markt

<i>26 t/m 45 jaar</i>	<i>2005</i>	<i>2007</i>
1.	Waalkade	Waalkade
2.	Koningsplein	Valkhof
3.	Plein '44	Koningsplein
4.	Valkhof	Grote Markt
5.	Grote Markt	Plein '44
6.	Kelfkensbos	Matrixx 'Hunnerpark'

<i>46 jaar en ouder</i>	<i>2005</i>	<i>2007</i>
1.	Waalkade	Waalkade
2.	Plein '44	Grote Markt
3.	Grote Markt	Koningsplein
4.	Koningsplein	Valkhof
5.	Kelfkensbos	Plein '44
6.	Valkhof	Molenstraat

Gegevens 2005: Bezoekersonderzoek 2005, K. Davelaar, RUN, september 2005

Na de Waalkade, door alle leeftijdsgroepen het meest genoemd, zijn voor de jongeren vooral het Valkhof en Matrixx-Hunnerpark aantrekkelijk. De middengroep noemt ook Waalkade, Valkhof en Koningsplein. De oudere doelgroep noemt vooral de Grote Markt en Koningsplein. De Matrixx 'Hunnerpark' komt verrassenderwijs niet alleen bij de leeftijdscategorie onder de 26 jaar voor.

#### *Habana aan de Waal 2007*

Tijdens de Vierdaagsefeesten in 2005 is voor het eerst de oversteek gemaakt naar de Lentse kant van de Waal, het Waalstrand. Habana aan de Waal is dit jaar met behulp van een publiekmeting<sup>18</sup> kort geëvalueerd. Bezoekers waarderen Habana aan de Waal en het Waalstrand. Vooral de rustige sfeer en culturele en internationale ambiance is aansprekend. Ook spreekt men van een 'ander publiek' en van gezondheid en buitenleven. De programmering met jazz, stille disco en theater is hoog gewaardeerd, maar wordt ook wat eenzijdig gevonden. Het specifieke horeca-aanbod is door bezoekers als bijzonder - maar ook duur ervaren. De meerderheid is met de speciale

<sup>17</sup> ACBN heeft aangegeven dat vooruitlopend op de toekomstige verkleining van de oppervlakte van het plein het programma alvast is ingekrompen.

<sup>18</sup> Habana aan de Waal 2007, evaluatie (Quick Scan) - Gemeente Nijmegen - September 2007

pont naar het Waalstrand gevaren, en is hier behoorlijk tevreden over. Wel vindt men ook deze service (te) prijzig.

### Muziekstijlen

De doelstelling van de feesten om voor ieder wat wils te bieden vertaalt zich in de diversiteit van de (muzikale) programmering, waarbij ieder podium zijn eigen uitstraling heeft en doelgroep trekt. Ondanks de veelheid aan bands en muziekstijlen miste in 2005 bijna één op de drie bezoekers (32%) een bepaald genre.

Figuur 11: Meest gemiste muziekstijlen in 2005

	Muziekstijl
1.	Bekende artiest
2.	R&B
3.	Rock
4.	Nederlandstalig
5.	Salsa/ Latin
6.	Jazz (oude stijl, modern, dixieland)
7.	Klassiek
8.	Hiphop
9.	Oude muziek (60', 70', 80'er jaren)
10.	Dweilorkesten

Gegevens: Bezoekersonderzoek 2005, K. Davelaar, RUN, september 2005

Men gaf vooral aan bekende artiesten te missen. Tegelijkertijd had 71% begrip voor het feit dat bepaalde bekende artiesten niet meer worden geprogrammeerd tijdens de Vierdaagsefeesten vanuit veiligheidsoverwegingen. Geheel nieuw in de 2005-lijst, in vergelijking met 2001, waren rock, urban en klassieke muziek. Na alle gegeven antwoorden teruggebracht te hebben naar zes categorieën kwam men in 2005 tot de volgende verdeling.

Figuur 12: Meest gemiste categorieën muziek in 2005

	Categorie	Muziekstijl / genre
1.	Populair/ feest	bekende artiest, top 40, jaren 60, 70 en 80, Nederlandstalig
2.	Urban'	R & B, hiphop, rap, salsa/ Latin, reggae
3.	Rustig/ klassiek	jazz, klassiek, sing a song
4.	Alternatief/ festival	rock, blues, gothic, punk, ska, metal
5.	Overig	multicultureel, doedelzak, straatmuzikanten
6.	Danske	trance, techno, house, hardcore

Gegevens: Bezoekersonderzoek 2005, K. Davelaar, RUN, september 2005

### Aanvullende programmawensen naast muziek

Enige opvallende uitkomst uit 2005<sup>19</sup> op het gebied van publiekswensen:

- Bijna driekwart van de bezoekers (72,5%) geeft aan *straattheater* van belang te vinden. In totaal zou 23% van alle bezoekers meer straattheater willen, 44% vindt het aanbod nu voldoende.
- Er is een zekere vraag naar andersoortige programmering naast de muzikale invulling. Aangedragen programma-ideeën zitten in de sfeer van *cultuur en theater*

<sup>19</sup> Bezoekersonderzoek 2005, K. Davelaar, RUN, september 2005

(bijv. cabaret), *interactie en actief bezig zijn* (workshops, competities, spelen etc.) en *passief vermaak* (demonstraties, straattheater of –muziek, openluchtbioscoop).

- Bezoekers vinden de *programming overdag* belangrijk (66%), bij bezoekers met kinderen is dat een nog grotere groep. Het gaat vooral om de niet-wandeldagen: de zaterdag, zondag en maandag. Op die dagen vindt één op de vier respondenten dat er te weinig activiteiten overdag plaatsvinden. Naast optredens van artiesten zijn kinderactiviteiten, (straat-)theatervoorstellingen, muziek bij terrassen, winkelen en verkoopstandjes als gewenste activiteit genoemd.
- De *doelgroep 50-plus* stelt specifieke activiteiten op prijs. Kenmerken waar bij het ontwikkelen van activiteiten voor deze doelgroep rekening mee moet worden gehouden zijn de populariteit van de Grote Markt, gezelschap van partner, rust en ontspanningsplekken, terrasbezoek, rondje lopen en straattheater, vermaak en entertainment.

#### 4.4 Beleving en verbeterpunten

In 2005<sup>20</sup> zijn op het gebied van uitstraling en beleving van de feestweek een aantal interessante zaken op een rij gezet.

##### *Vooraf sfeer en gezelligheid dragen bij aan beleving*

In beeld is destijds gebracht wat voor de bezoekers van de feesten daadwerkelijk van belang is voor een optimale beleving van de feesten. De top drie van voorkeur is voor iedereen gelijk<sup>21</sup>:

1. sfeer en gezelligheid (16%)
2. muziek (12%)
3. mooi weer (11%)

Echter, daarna verschillen de voorkeuren per leeftijd. Bezoekers t/m 25 jaar prefereren feest vieren, dansen, vrienden ontmoeten. De groep tussen 26 en 46 jaar gaat het vooral om eten & drinken, feest vieren en mensen kijken. En mensen boven de 46 jaar kiezen voor een rondje lopen, terrassen en vermaak.

##### *Verbeterpunten vooral facilitair van aard*

Bijna de helft van de bezoekers noemt in 2007 geen verbeterpunten voor de feesten in Nijmegen. Desgevraagd deed bijna 51 % wel suggesties, vooral op het gebied van bepaalde faciliteiten en de muziekprogramming.

Figuur 13: Top 5 verbeterpunten Vierdaagsefeesten 2007

	<i>Categorie verbeterpunt</i>
1.	Toiletvoorzieningen
2.	Horecaprijzen
3.	Programming
4.	Voorzieningen afval
5.	Verkeer / parkeren

<sup>20</sup> Bezoekersonderzoek 2005, K. Davelaar, RUN, september 2005

<sup>21</sup> Bezoekersonderzoek 2005, K. Davelaar, RUN, september 2005

Men vraagt in eerste instantie om meer publieke toiletvoorzieningen. Daarnaast is opgemerkt dat toiletten gratis behoren te zijn. Ook vind men de voorzieningen onvoldoende schoon. Als tweede zijn de bierprijzen en terrasprizen in de ogen van veel bezoekers te hoog. Qua programmering mist men vooral het showelement en meer grote artiesten. Ook vraagt men om meer en grotere afvalbakken in de openbare ruimte. De bestaande voorzieningen moeten vaker geleegd worden. Tenslotte is vaak aangegeven dat het verkeer slecht geregeld is, ook is het parkeren als moeizaam ervaren.

Enige citaten uit reacties van bezoekers:

- *"meer openbare toiletten", "meer klike's"*
- *"het muziekaanbod is alleen voor de massa"*
- *"de prijzen moeten omlaag"*
- *"overdag is er niks te doen, hoewel in het boekje dat is verspreid van alles staat"*
- *"de Matrixx moet naar een andere locatie, want past niet in het culturele hart"*
- *"geen verdere groei, meer uitheemse activiteiten"*

Ter vergelijking, in 2005 zijn in het eerder genoemde RUN-onderzoek door bezoekers de volgende "storende elementen" genoemd (in willekeurige volgorde):

- Commercie en dan met name sponsortoevoeging in de naam;
- Drukke, massaliteit;
- Agressieve/ dronken bezoekers;
- Hoogte van de horecaprijzen en dan met name de drankprijzen
- Afval en troep op straat.

Rond het thema horecaprijzen is in de rapportage 2005 opgemerkt dat thuis indrinken en zelf drank meenemen zal kunnen toenemen.

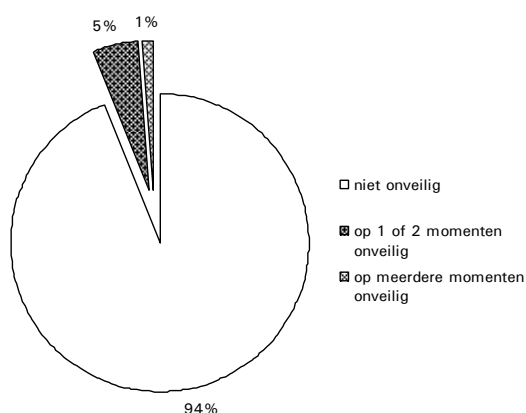
## 4.5 Veiligheidsbeleving

Dit jaar is specifieke aandacht besteed aan de veiligheidsbeleving door bezoekers.

*Overgrote meerderheid voelt zich veilig, wel toename onveiligheidsgevoel*

Allereerst is gevraagd of er gedurende de Vierdaagsefeesten momenten waren dat men zich niet veilig voelde in de binnenstad.

Figuur 14: Onveiligheidsgevoelens tijdens Vierdaagsefeesten



Een kleine 94% voelt zich niet onveilig. Zo'n 6% geeft aan dat er momenten zijn waarop men zich persoonlijk niet geheel veilig voelt. In totaal een kleine 1% maakt deze momenten meerdere malen in de feestweek mee. Deze percentages liggen duidelijk hoger dan in 2001, toen zo'n 3% zich enige malen onveilig voelde.

#### *Onveiligheidsgevoel vooral op drukke locaties*

Als men zich onveilig voelt (6% van de bezoekers), geeft men vooral aan zich in de gehele binnenstad onveilig te voelen, of op de Waalkade en in het Hunnerpark. Dat zijn twee locaties waar relatief grote mensenmassa's samenkomen. In 2001 is ook het antwoord 'overall' het meest gegeven. Destijds waren er geen specifieke plekken die er uitsprongen.

Figuur 15: Locaties waar men zich onveilig voelt

	<i>Categorie</i>	<i>% totaal aantal bezoekers</i>
1.	overall, gehele binnenstad	1,6%
2.	Waalkade	0,9%
3.	Matrixx-'Hunnerpark'	0,9%
4.	Molenstraat	0,4%
5.	Vlaamse gas	0,4%

De meeste bezoekers, die zich onveilig voelen ervaren dat buiten op straat of op een terras (78% van de antwoorden), binnen in een horecagelegenheid (16%) of zowel binnen als buiten (5%).

#### *Vooral agressie, drukte en alcoholmisbruik zorgen voor gevoel onveiligheid*

De meest genoemde redenen van onveiligheidsgevoelens zijn overlast van agressieve personen, de drukte op bepaalde plaatsen (met bijvoorbeeld doorstromingsproblemen) en dronken personen. In 2001 was de beantwoording vergelijkbaar.

Figuur 16: Belangrijkste redenen gevoel onveiligheid

	<i>reden gevoel onveiligheid</i>	<i>% totaal aantal bezoekers</i>
1.	agressieve personen	3,6%
2.	drukke	1,1%
3.	dronken personen	0,8%
4.	grimmige sfeer	0,3%
5.	angst voor beroving/zakkenrollen/diefstal	0,2%
6.	angst voor brand	0,2%
7.	de eigen leeftijd	0,2%

Ter vergelijking, in 2005 hadden bezoekers met betrekking tot het gevoel van veiligheid, of een gebrek daaraan, twee grote ergernissen<sup>22</sup>. Enerzijds dronken en stoned publiek en anderzijds aantasting van sfeer en het gevoel van veiligheid door geweld, ruzies, samenscholingen, asociale mensen, agressie, vernieling of zakkenrollers.

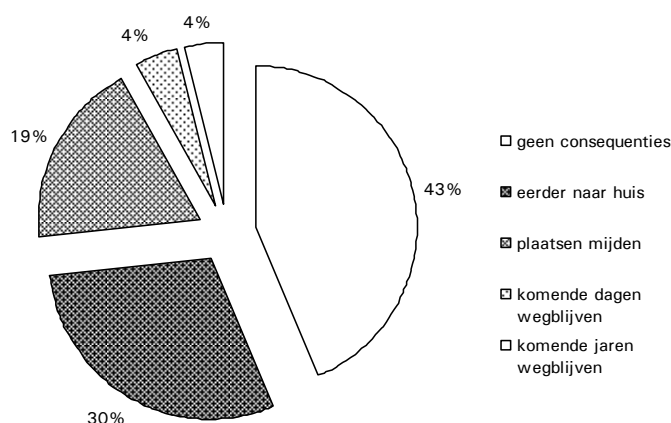
<sup>22</sup> Bezoekersonderzoek 2005, K. Davelaar, RUN, september 2005



### *Tussen 3 en 4% verbindt consequenties aan gevoel onveiligheid*

Gevoelens van onveiligheid kunnen een reden zijn om plaatsen verder te mijden, om eerder naar huis te gaan of om bijvoorbeeld de komende dagen of jaren niet meer naar de feesten te gaan.

Figuur 17: Consequenties gevoel onveiligheid (in % van de 6% bezoekers met onveiligheidsgevoelens)



Ruim 3,5% van het totaal aantal bezoekers (ruim de helft van de bezoekers die onveiligheidsgevoelens hebben aangegeven) verbindt daaraan consequenties. In 2001 betrof het nog 1% van het totaal aantal bezoekers. Een derde deel van deze kleine groep geeft aan eerder naar huis te gaan (kleine 2% van het totaal), bijna één op de vijf blijft bewust weg van bepaalde locaties (ruim 1% van het totaal). En tenslotte zijn er kleine aandelen bezoekers die aangegeven de komende dagen of jaren weg te blijven.

### *Tevredenheid over veiligheidsmaatregelen<sup>23</sup>*

In het reeds vaker aangehaalde RUN-onderzoek uit 2005 is ook ingegaan op het aspect veiligheid<sup>24</sup>. "Tijdens de Vierdaagsefeesten worden vele zichtbare en onzichtbare maatregelen genomen om de veiligheid van grote bezoekersaantallen te waarborgen. Lichtkranten, politie-surveillances, brandwerend materieel en een glasverbod op het terras zijn enkele middelen die ingezet worden. De bezoekers waren in 2005 zeer tevreden over de veiligheidsmaatregelen". In 2005 had 84% van de bezoekers het idee dat er voldoende veiligheidsmaatregelen getroffen worden. Bij zeven op de honderd mensen bestond wel behoefte aan meer veiligheidsmaatregelen; zij vinden veiligheid belangrijk en zijn van mening dat onvoldoende maatregelen getroffen zijn.

<sup>23</sup> In het RUN-onderzoek zijn na 22.00 uur geen enquêtes afgenomen, waarschijnlijk neemt na dit tijdstip de behoefte aan veiligheidsmaatregelen toe. Daardoor zijn deze resultaten mogelijk vertekend.

<sup>24</sup> Bezoekersonderzoek 2005, K. Davelaar, RUN, september 2005



## 5 Economisch profiel

De kern van het economisch profiel bestaat uit de vanwege het evenement gegenereerde ("uitgelokte") bestedingen en het theoretische werkgelegenheidseffect. Om deze te kunnen ramen zijn vooral de bestedingen in Nijmegen door ééndaagse en meerdaagse bezoekers van buiten de stad en van de Nijmeegse bezoekers van belang.

### 5.1 Raming bestedingen

*Totaal 28 miljoen aan bestedingen*<sup>25</sup>

Op basis van resultaten uit de publieksenquête en kengetallen zijn de volgende ramingen opgesteld. Met nadruk moet worden gezegd dat het hier *indicatieve ramingen* betreft, waar diverse aannames aan ten grondslag liggen<sup>26</sup>.

Figuur 18: Raming uitgelokte bestedingen door de Vierdaagsefeesten 2007.

	<i>bestedingen in euro's</i>
Uitgelokte bestedingen <i>aan</i> Vierdaagsefeesten	€ 22.000.000,-
Overige uitgelokte bestedingen in Nijmegen (winkels, overnachtingen en overig)	€ 6.000.000,- <sup>27</sup>
<b><i>Totaal uitgelokte bestedingen</i></b>	<b>€ 28.000.000,-</b>

In paragraaf 7.2 (bijlage) staat een volledig overzicht van de berekening van de raming van *totale bestedingen in Nijmegen*<sup>28</sup> door de Vierdaagsefeesten 2007.

Deze zijn geraamd op totaal 28 miljoen euro. Daarvan is 22 miljoen aan de feesten zelf uitgegeven (voornamelijk horecabestedingen) en 6 miljoen aan de feesten gerelateerde winkelbestedingen en overige bestedingen. Enige aanvullende opmerkingen:

- *Aanvullende horecabestedingen* (bijvoorbeeld uit eten gaan voorafgaand aan het feestbezoek) zijn niet apart in beeld gebracht, zij maken (een onbekend) deel uit van de totale bestedingen aan de feesten die door de ondervraagde bezoekers zijn aangegeven.
- Belangrijk is het ook te beseffen dat er *ook negatieve omzeteffecten* optreden, zo zullen bepaalde bestedingen in het stadscentrum aan duurzame artikelen (bijvoorbeeld witgoed, elektronica) en luxe producten (bijvoorbeeld sieraden) elders plaatsvinden of worden uitgesteld. Bepaalde consumenten blijven tijdens de Vierdaagsefeesten weg uit het drukke stadscentrum. Deze negatieve effecten zijn niet in beeld gebracht. De winkelbestedingen door Nijmeegse feestbezoekers zijn in de bovenstaande totalen buiten beschouwing gelaten, omdat deze veelal niet door de feesten gegenereerd zijn.

<sup>25</sup> Betreft bestedingen door bezoekers. Uitgaven van ondernemers, organisatiekosten e.d. blijven buiten beschouwing.

<sup>26</sup> De geraamde bezoekersaantallen hebben een sterke invloed op berekening. Bezoekers moeten hun bestedingen gedeeltelijk inschatten; er is vanuit gegaan dat ze niet alle genoemde bestedingen daadwerkelijk uitgeven. Voor extreme uitgaven en het zgn. overdrijvingeffect is gecorrigeerd. Kinderen vertonen afwijkend consumentengedrag (correctiefactor). Negatieve omzeteffecten (zie par. 7.2) in het stadscentrum zijn buiten beschouwing gelaten.

<sup>27</sup> Excl. winkelbestedingen door Nijmegenaren. Het totaalcijfer is niet gecorrigeerd voor negatieve omzeteffecten door uitwijk- of uitstelgedrag van reguliere consumenten.

<sup>28</sup> Met 'uitgelokt' bedoelen we gegenereerd als gevolg van het evenement.

*Gemiddelde uitgaven aan de feesten tussen €23,- en €26,- p.p.p.d.<sup>29</sup>*

Aan bezoekers is gevraagd een schatting te maken van uitgaven die zijn gerelateerd aan hun feestbezoek. Specifiek is gevraagd naar bestedingen aan de Vierdaagsefeesten zelf (vooral horecabestedingen), en winkel- en overige bestedingen rond de feesten.

Figuur 19: Gemiddelde uitgaven bezoekers Vierdaagsefeesten 2007 per dag<sup>30</sup>.

	<i>bestedingen in euro's per dag</i>
Gemiddelde uitgaven <i>ééndaagse bezoeker aan Nijmegen</i> per dag	
- aan Vierdaagsefeesten	€ 26,-
- in Nijmegen in winkels (aansluitend)	€ 10,-
- in Nijmegen overig	€ 4,-
Gemiddelde uitgaven <i>meerdaagse bezoeker aan Nijmegen</i> per dag	
- aan Vierdaagsefeesten	€ 23,-
- in Nijmegen in winkels (aansluitend)	€ 4,-
- in Nijmegen overig	€ 2,-
- overnachtingen	€ 5,-
Gemiddelde uitgaven <i>Nijmeegse bezoeker</i> per dag	
- aan Vierdaagsefeesten	€ 24,-
- in Nijmegen in winkels (aansluitend)	€ 4,-
- in Nijmegen overig	€ 2,-

De gemiddelde bestedingen per persoon per dag aan de feesten zijn voor verschillende groepen bezoekers vergelijkbaar. Deze variëren tussen de €23,- en €26,- per dag. In 2001 lagen de gemiddelde uitgaven per persoon op 38 gulden (ruim 17 euro), dat betekent een stijging van ca. 35%. Dat ligt behoorlijk boven de lijn van de stijging met 19% van de prijsindex van horecabestedingen in de periode 2001-2006.

De gemiddelde aanvullende bestedingen in Nijmegen door de ééndaagse bezoekers liggen met zo'n €14,- per dag (winkels en overig) beduidend hoger dan bij de andere groepen.

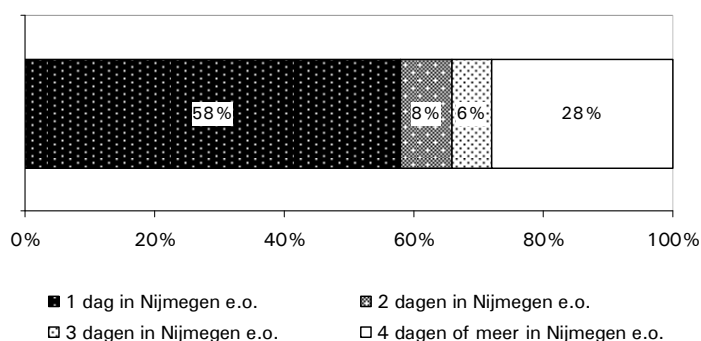
*Veel overnachtingen bij vrienden/familie of Nijmeegse gasthuishoudens*

Vanuit de publieksenquête zien we dat een behoorlijk deel van de bezoekers van buiten de stad meerdere dagen in Nijmegen en omgeving verblijft, zo'n 42%. Hieronder zullen naar verwachting ook veel Vierdaagselopers zijn.

<sup>29</sup> P.p.p.d: per persoon per dag.

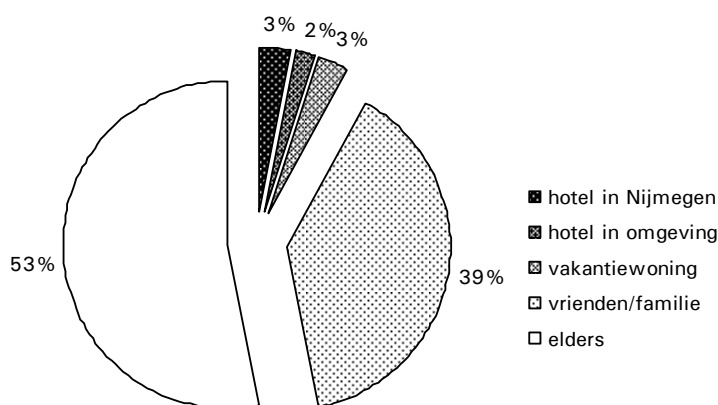
<sup>30</sup> Betreft overzicht exclusief horeca-uitgaven buiten de feesten.

Figuur 20: Verblijfsduur in de stad Nijmegen (bezoekers van buiten Nijmegen)



Zoals de bovenstaande figuur laat zien verblijven veel 'meerdaagse bezoekers' vier dagen of meer in de regio Nijmegen.

Figuur 21: Overnachtingwijze meerdaagse bezoekers aan Nijmegen



Meestal overnachtten zij op niet-commerciële wijze bij familie en vrienden, of elders. Onder deze laatste groep (53% elders) zullen veel Vierdaagselopers zijn die (al dan niet betaald) bij Nijmeegse huishoudens zijn ingekwartierd. Een klein deel koos voor een hotel in Nijmegen (3%) of in de directe omgeving (2%) of verbleef in een vakantiehuisje (3%).

#### *Nijmeegse hotelcapaciteit volledig benut*

Bekend is dat de Nijmeegse hotelcapaciteit gedurende de Vierdaagsefeesten en Vierdaagsemarsen volledig is benut. In 2007 telt Nijmegen 414 hotelkamers en 50 bed&breakfast-kamers. Alle bezoekers die aangaven in Nijmeegse hotels te overnachten verbleven vier of meer overnachtingen in de stad, een relatief hoog aantal. Dat zou zo'n 1670 overnachtingen in Nijmegen vanwege de Vierdaagsefeesten betekenen, als we uitgaan van de *aanname* dat 90% van de capaciteit door feestbezoekers is bezet. In de

berekening van extra bestedingen voor accommodatie gaan we uit van een bedrag van €105,- als gemiddelde hotelkamerprijs in Nijmegen en €50,- voor B&B-accommodaties.

#### *Economische effecten zeker ook op langere termijn*

Niet alleen de Vierdaagsefeesten genereren bestedingen, maar ook *voor de langere termijn* zijn er extra bestedingen te verwachten. Zo is in de volgende paragraaf beschreven dat een deel van de bezoekers aan de feesten nog niet eerder in Nijmegen is geweest. Een meerderheid daarvan geeft aan naar Nijmegen te willen terugkeren. En van alle bezoekers van buiten Nijmegen wil een meerderheid familie, vrienden en bekenden gaan aanraden om ook eens naar deze stad te gaan. Deze bestedingseffecten kunnen we niet schatten

## **5.2 Effect op werkgelegenheid**

#### *Werkgelegenheidseffect niet berekend*

Binnen de Nijmeegse evenementenmonitor wordt berekend wat de extra bestedingen in theorie voor de lokale werkgelegenheid zouden kunnen betekenen. In het geval van de Vierdaagsefeesten is de situatie in Nijmegen zo specifiek dat hier van wordt afgezien:

- de gemiddelde omzet per Fte in de horeca (een belangrijke rekenfactor) is tijdens de feesten veel hoger dan gemiddeld, maar blijft onbekend;
- er zijn te veel aannames nodig over het aantal gewerkte uren van vast en tijdelijk personeel;
- de onzekerheid rond de geraamde bestedingseffecten (28 miljoen euro) is groter dan bij andere evenement-onderzoeken omdat het voor respondenten veel moeilijker is om de totaaluitgaven in te schatten (respondenten is gevraagd wat ze uitgegeven hebben en wat ze nog denken te gaan uitgeven).

## 6 Toeristisch-promotioneel profiel

We proberen inzicht te krijgen in het belang voor het toerisme in Nijmegen en het imago van de stad. Aan het publiek zijn o.m. vragen gesteld over een mogelijk gewijzigd beeld van de stad en eventuele vervolgactiviteiten in Nijmegen. Ook is gevraagd naar herhalingsbezoek aan Nijmegen in de toekomst, en het mogelijk aanraden van stad of Vierdaagsefeesten aan anderen.

### 6.1 Doorwerking op imago van Nijmegen

Het bezoek aan de feesten in combinatie met andere activiteiten in Nijmegen kan leiden tot een ander beeld van de stad. Daarom is aan de bezoekers van buiten Nijmegen gevraagd: *"Hebben de Vierdaagsefeesten en wat u verder tijdens uw huidige bezoek aan Nijmegen gezien heeft uw kijk op Nijmegen veranderd? Indien ja, heeft u nu een positiever of negatiever beeld van Nijmegen?"*

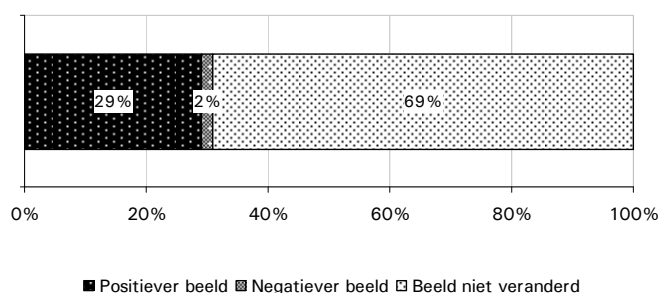
#### *500.000 extra bezoeken van buiten regio Nijmegen*

Als een evenement veel extra bezoekers van verder weg weet te trekken, is dat goed voor de bekendheid van de stad. Ongeveer 45% van de ca. 1,1 miljoen extra feestbezoeken<sup>31</sup> kwam van buiten Nijmegen en de buurgemeenten, bijna 500.000 extra bezoeken. Een aandeel van ruim 2% van het totaal (ca. 22.000 extra bezoeken) kwam uit het buitenland, zoals eerder gezegd vaak uit Duitsland.

#### *Effect op imago Nijmegen, stad als toeristische trekpleister gewaardeerd*

Voor zover de bezoekers een andere kijk op Nijmegen hebben gekregen, heeft men een positiever beeld van Nijmegen gekregen. Bij 29% is het positiever geworden en bij 2% negatiever. Bij 69% is het beeld niet veranderd.

Figuur 22: Kijken de feestbezoekers van buiten Nijmegen nu anders tegen Nijmegen aan?



Ook is gevraagd of men een *rapportcijfer voor Nijmegen als toeristische trekpleister* wilde geven. Gemiddeld waarden de niet-Nijmeegse bezoekers onze stad met een 7,6, een ruime voldoende. Bijna 3% gaf een onvoldoende, de meeste bezoekers gaven

<sup>31</sup> 1,4 miljoen bezoeken minus 357.000 reguliere bezoeken.

een 7 of een 8. De buitenlandse bezoekers gaven gemiddeld een iets lager cijfer (7,3), net als bezoekers die nog niet eerder in Nijmegen waren (7,4).

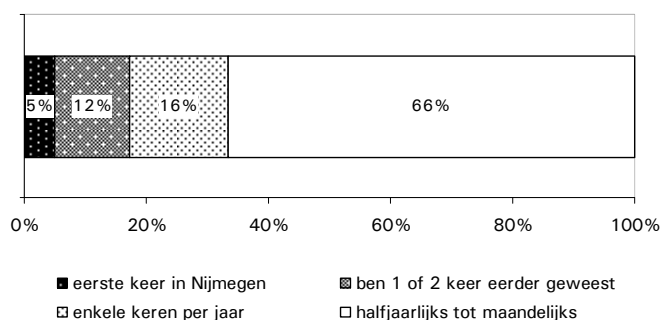
## 6.2 Nieuw en toekomstig bezoek aan Nijmegen

In hoeverre leidt de feestweek er toe dat er mensen naar Nijmegen komen, die deze stad nog niet kennen of die de stad nog maar weinig bezocht hebben?

### *Klein deel bezoekers voor het eerst in Nijmegen*

De onderstaande figuur laat zien dat 5% van de bezoekers van buiten de stad nog niet eerder in Nijmegen was geweest; dat zijn circa 30.000 personen<sup>32</sup>. Het percentage ligt behoorlijk lager dan in eerdere jaren (2001: 9%, 1992: 11%). Het overgrote deel (66%) behoort tot de reguliere bezoekers met een halfjaarlijkse tot maandelijks bezoekfrequentie.

Figuur 23: In hoeverre zijn bezoekers van buiten de stad al eerder in Nijmegen geweest?



Relatief veel nieuwe stadsbezoekers kwamen uit Oost Nederland en dan van buiten de regio Nijmegen.

### *Groot deel bezoekers komt terug*

De waardering van ervaringen en activiteiten in Nijmegen kan op verschillende manieren doorwerken. Het kan bijvoorbeeld zijn dat bezoekers, die voorheen nooit of weinig in Nijmegen kwamen, de stad vaker willen gaan bezoeken. En het kan zijn dat bezoekers hun familie, vrienden en kennissen gaan aanraden om ook eens naar Nijmegen te gaan.

Figuur 24: Willen de feestbezoekers van buiten Nijmegen deze stad vaker gaan bezoeken? Het betreft nieuwe en minder frequente bezoekers: zij bezochten Nijmegen nooit of tot 2 keer eerder.

	<i>herhaald bezoek Nijmegen</i>
ja	75%
misschien	14%
nee	5%
weet niet	5%
<b>totaal</b>	<b>100%</b>

<sup>32</sup> Berekend op basis van een totaal aantal van 600.000 niet-Nijmeegse extra bezoekers.



Van de 'nieuwe' bezoekers van buiten de stad geeft ruim 75% aan Nijmegen vaker te willen gaan bezoeken.

Figuur 25: Denken bezoekers van buiten Nijmegen dat ze familie, vrienden en bekenden gaan aanraden ook een keer naar Nijmegen te gaan?

	<i>Nijmegen aanbevelen</i>
ja	86%
misschien / afhankelijk van wat er te doen is	7%
nee	4%
weet niet	3%
<b><i>totaal</i></b>	<b><i>100%</i></b>

Van de bezoekers van buiten de stad denkt 86% familie, vrienden of bekenden te gaan aanraden om ook een keer naar Nijmegen te gaan. Verder denkt 7% dit misschien te gaan doen, onder meer afhankelijk van wat er in Nijmegen te doen is.

### 6.3 Combinatie met andere activiteiten in Nijmegen

Een bezoek aan de feesten kan ertoe leiden dat men de stad Nijmegen beter leert kennen, zeker wanneer men dat bezoek met andere activiteiten in de stad combineert.

#### *Horecabezoek ook rond de feesten populair*

Van de bezoekers van buiten de stad heeft 73% aangegeven dat men het bezoek met één of enkele andere activiteiten in Nijmegen gecombineerd heeft.

De meest genoemde activiteiten zijn (in aflopende mate van belang):

1. horecabezoek, uit eten, uitgaan;
2. winkelen, marktbezoek;
3. bezoek familie, vrienden, bekenden;
4. wandelen in de stad, stad bekijken;
5. de Vierdaagsemarsen;
6. werk.

## 7 Bijlagen

### 7.1 Overzicht feestweek: weerbeeld en persartikelen

#### *Zaterdag 14 juli*

Weerbeeld: overdag met circa 30 graden Celsius droog en warm. Warme, droge zomeravond met ca. 22 graden Celsius.

Uit persbericht organisatie ACBN:

#### *GEWELDIGE OPENING*

*Nijmegen, 15 juli 2007 De eerste dag van de Hypotheek Visie Vierdaagsefeesten is een feit! De organisatie spreekt van een geweldige en goed bezochte openingsavond. Zo'n 150.000 bezoekers trokken de binnenstad van Nijmegen in.*

De Gelderlander:

#### *WAALKADE 'VOL' BIJ BOEIJEN*

*NIJMEGEN - Tienduizenden mensen hebben zaterdagavond bij prachtig weer de Vierdaagsefeesten in gang gezet. Vooral local hero Frank Boeijen bleek de grote attractie. De politie moest een deel van de bezoekers van zijn gratis concert op de Waalkade terugsturen omdat zich rond het podium van de Nijmeegse zanger al een enorme mensenmassa had gevormd. Boeijen had er ook zin in en zong bijna al zijn grote successen. Elders in het centrum was het extreem druk op het Koningsplein en het Valkhof bij respectievelijk de coverband K-Town en verschillende electro-optredens. Zomers relaxed daarentegen was de sfeer op het Waalstrand waar Sven Ratzke en de jazzformatie Bite the Gnatze optraden.*

#### *Zondag 15 juli*

Weerbeeld: overdag warm, zeer warme avond waarbij temperatuur langzaam zakte van 30 graden naar 25 graden Celsius. Droog.

De Gelderlander:

#### *VLIEGENDE START VIERDAAGSEFEESTEN*

*NIJMEGEN - De Vierdaagsefeesten hebben afgelopen weekeinde een vliegende start beleefd. Nooit eerder was het zó druk op de eerste avond van de feesten. Het organiserende ACBN schat dat er zaterdag zo'n 150.000 mensen in de stad waren. "Een droomstart", stelt Wim Smids, ACBN-directeur. " Een mooi, zinderend begin. We zijn gelukkige mensen." De Waalkade en het Hunnerpark stroomden rond half twaalf zo vol met mensen, dat via lichtkranten feestvierders werd geadviseerd die plekken te mijden. " Maar het was vooral gezellig druk. Bij het optreden van Frank Boeijen was de Waalkade vol, maar dat mag ook. Het was het type publiek dat dicht op elkaar kan staan."*

*De feesten kwamen zaterdagavond ook al vroeg op gang. Volgens Smids was de drukste eerste feestdag ooit te danken aan een samenloop van omstandigheden. "Het was het eerste weekend met mooi weer na een periode met veel regen. Dan hebben de mensen zin om de deur uit te gaan. En we hadden een heel leuk programma. Daarbij denk ik dat de kwaliteit van de Vierdaagsefeesten zich steeds meer vertaald in een aantrekkingskracht. Mensen weten zo onderhand wel dat het hier leuk is."*

*Ook zondag puilden de stad bij tijd en wijle uit, ondanks de broeierige warmte. En was het al vroeg in de middag druk. Voor de komende dagen durft Smids geen voorspelling te doen, maar naar het zich laat aanzien wordt het 'ideaal feestweer'. "Dinsdag wordt een spannende dag, omdat we dan het vuurwerk hebben. Het is te hopen dat we door onweer niet al spontaan vuurwerk krijgen." Volgens Godfried Verstegen, organisator van De Affaire in en rond het Valkhofpark en Habana op het Waalstrand aan de overkant, was de aftrap ook 'zeer positief' te noemen. "Qua omzet was het bij ons vergelijkbaar met vorig jaar. Maar de sfeer was echt heel erg goed." Het Waalstrandje, waar je met een pontje heen kunt, trok nog weinig publiek. "Maar dat is ook zo bedoeld. Het is een vluchthaven uit de drukte. Al verwacht ik wel dat het ook daar in de loop van de week een stuk drukker wordt." Het publiek zal de komende dagen wel beter duidelijk gemaakt worden hoe het strand te bereiken is.*

### *maandag 16 juli*

Weerbeeld: overdag droog en met ca. 38 graden C. zeer warm. 's Avonds omslag naar koeler weer, enige kleine buien.

#### De Gelderlander:

##### *OPVALLEND RUSTIG BIJ Vierdaagsefeesten*

*NIJMEGEN - Bij de Vierdaagsefeesten in Nijmegen is het maandagavond opvallend rustig gebleven. Dat meldt de politie. In tegenstelling tot zaterdag- en zondagavond was er bij alle podia in de stad nog ruimte. De maandagavond is altijd minder druk, omdat in het Goffertstadion de officiële opening van de Vierdaagse wordt gehouden. Tijdens deze vlaggenparade zijn onder meer de vlaggen gehesen van de 63 nationaliteiten die dit jaar meelopen. De organisatie denkt ook dat de dreiging van slecht weer mensen heeft weerhouden de stad in te gaan.*

### *Dinsdag 17 juli*

Weerbeeld: overdag droog en zonnig, avond droog en rustig weer met ca. 18-20 graden Celsius. Na 0.00 uur een regenbui.

#### TVGelderland.nl:

##### *TOPDRUKTE VUURWERKSHOW WAALKADE*

*NIJMEGEN - Het vuurwerk boven de Waal heeft dinsdagavond voor topdrukke gezorgd op de Waalkade in Nijmegen. De jaarlijkse vuurwerkshow geldt als één van de grote publiekstrekkingen tijdens de Vierdaagsefeesten. Volgens de politie stond het op de Waalkade flink vol. De drukte was vergelijkbaar met zaterdagavond. Problemen hebben zich volgens de politie tijdens de vuurwerkshow niet voorgedaan.*

#### De Gelderlander:

##### *CENTRUM NIJMEGEN PUILT UIT*

*NIJMEGEN (ANP) - Het centrum van Nijmegen puilt vrijwel elke middag en avond uit van de mensen. De Vierdaagsefeesten zijn qua bezoekersaantallen nooit eerder zo succesvol geweest, denkt de organisatie. Een oorzaak is het aanhoudend mooie weer. Dinsdagavond waren naar schatting meer dan 200.000 bezoekers in de stad. Woensdag zal het opnieuw vroeg in de middag al bomvol zijn in het Nijmeegse centrum. Dan loopt het wandellegioen van de Vierdaagse over de Waalkade.*

*Voor het eerst komen de wandelaars niet meer door de nauwe straten van de binnenstad. De doorkomst op woensdag was uitgedroogd tot een straatfeest voor homoseksuelen. Dat trok zoveel bezoekers naar Nijmegen dat de veiligheid van de wandelaars in het gedrang kwam. Ook ontstonden grote opstoppingen op het parcours. Bovendien klaagden sommige groepen lopers over uiterlijk en gedrag van feestvierders.*

#### De Gelderlander:

##### *DROOMVUURWERK*

*NIJMEGEN - Het traditionele Vierdaagsevuurwerk 'Waal in Vlammen' heeft gisteravond tienduizenden bezoekers getrokken. Rond kwart voor elf begon het magistrale spektakel dat volgens de kenners tot de allerbeste in Europa mag worden gerekend.*

*Het traditionele Vierdaagsevuurwerk 'Waal in Vlammen' heeft dinsdagavond tienduizenden bezoekers getrokken. Rond kwart voor elf begon het magistrale spektakel dat volgens de kenners tot de allerbeste in Europa mag worden gerekend.*

*De toeloop naar het vuurwerk leidde gisteravond tot extra drukte rond het centrum. De Enschedese firma Dream Fireworks was met achttien medewerkers vijf dagen bezig geweest aan de voorbereiding van de 24 minuten durende show. Hoogtepunt - en zelden in Nederland te zien - waren de zogeheten 'stijgende kronen', een wiel van zilver vuur dat opsteeg. Volgens directeur Frits Pen van het Enschedese vuurwerkbedrijf kostte alleen al de bekabeling van dit ene effect een uur werk. Voor de liefhebber: in totaal werd gisteren tweeduizend kilo vuurwerk de lucht in geschoten en ontploften drieduizend bommen.*

### *Woensdag 18 juli*

Weerbeeld: zonnige, winderige dag, ca. 24 graden, droge zomeravond met ca. 20 graden Celsius.

TV Gelderland:

"erg drukke avond, m.n. band Krezip trok erg veel toeschouwers."

*Donderdag 19 juli*

Weerbeeld: vooravond wat druppels. Avond rustig weer, droog en circa 20 graden.

*Vrijdag 20 juli*

Weerbeeld: tussen 14.00 en 16.00 uur zware onweersbuien in Nijmegen, daarna droog. In de vooravond kort lichte regen, rest avond bewolkt maar droog.

De Gelderlander:

*TEVREDENHEID ALOM OVER FEESTEN*

*Maandag, 23 juli 2007 - NIJMEGEN - Horeca-exploitanten maar ook het organiserende Actief Comité Binnenstad Nijmegen (ACBN) én de politie zijn opgetogen over het verloop van de Vierdaagsefeesten. Vooral de drankverkopende horeca heeft een uitstekende week achter de rug met hoge bezoekersaantallen en flinke omzetten. De regen van de laatste dag heeft de restauranthouders parten gespeeld. Omdat de regen tot aan de vooravond aanhield, gingen weinig mensen buiten eten.*

*Volgens Wim Smids van het ACBN kwamen er tijdens de feesten meer bezoekers dan ooit naar Nijmegen. Hij houdt het op 1,3 tot 1,5 miljoen bezoekers. Vooral de optredens van Frank Boeijen en Krezip zorgden voor een enorme toeloop. "De sfeer was geweldig. Ik zag louter lachende gezichten"*

Nieuwsdienst ANP:

*NIJMEGEN (ANP) - De Vierdaagsefeesten in Nijmegen hebben de afgelopen week in totaal 1,3 tot 1,5 miljoen mensen naar de Waalstad getrokken. Dat is een recordaantal, stelde de organisatie zaterdag.*

*De feesten begonnen zaterdag 14 juli en eindigden vrijdag 20 juli. De feesten zorgden vrijwel iedere avond voor topdrukte in het centrum van Nijmegen. Vooral de optredens van Frank Boeijen en Krezip zorgden voor een enorme toeloop. De politie gebruikte steeds lichtkranten om de mensenmassa's in goede banen te leiden. In totaal verrichtte de politie tijdens de feesten 93 aanhoudingen voor diverse vergrijpen. De feestgangers maakten er wel een behoorlijke bende van. In zeven dagen tijd leverden de Vierdaagsefeesten 800 ton afval op, aldus de organisatie.*

## 7.2 Raming uitgelokte bestedingen

Deze tabel bevat de berekening van de bestedingseffecten voor Nijmegen:

Data		Bron / toelichting
totaal aantal bezoeken	1.440.000	ACBN
regulier binnenstadsbezoek op weekbasis	357.000	binnenstadsmonitor 2007
correctie aandeel kinderen	172.339	enquête, 1.440.000 x 6,8% met kinderen x 1,76 gem. aantal kinderen
totaal extra bezoek (rekenbasis)	910.661	1.440.000 - 357.000 - 172.339
aantal extra meerdaagse bezoeken	219.469	910.661 x 24,1% (enquête)
aantal extra bezoeken uit Nijmegen	390.673	910.661 x 42,9% (enquête)
aantal extra enkeldaagse bezoeken	300.518	910.661 x 33,0% (enquête)
gem. daguitgaven meerdaagse bezoeker aan feesten:	€23,42	enquête, teruggerekend naar dagbesteding, gecorrigeerd
gem. daguitgaven meerdaags winkels aansluitend aan feesten	€3,81	enquête
gem. meerdaags hotel/acc per dag:	€5,29	enquête
gem. overige uitgaven meerdaags per dag	€1,71	enquête
gem. uitgaven enkeldaagse bezoeker aan feesten	€25,56	enquête, gecorrigeerd
gem. uitgaven enkeldaags winkels voor en na bezoek feesten	€9,85	enquête

gem. overige uitgaven enkeldaags	€4,31	enquête
gem. uitgaven Nijmegenaren aan feesten	€23,53	enquête, gecorrigeerd
gem. uitgaven Nijmegenaren winkels aansluitend aan feesten	€4,41	enquête
gem. overige uitgaven Nijmegenaren	€1,59	enquête
<b>Berekening</b>		
<b>bestedingen door MEERdaagse bezoekers Nijmegen</b>		
Berekening hotelbestedingen obv capaciteit	€165.492	(414 kamers x €105) + (50 B&B-kamers x €50) x gem. aantal overnachtingen (>4) x 90%
bestedingen aan feesten	€5.139.379	219.469 meerdaagse bezoeken x € 23,42
bestedingen in winkels	€836.797	219.469 x €3,81
overige bestedingen	€375.911	219.469 x €1,71
<i>totale bestedingen meerdaagse bezoekers</i>	<i>€6.517.579</i>	
<b>bestedingen door ENKELdaagse bezoekers Nijmegen</b>		
bestedingen aan feesten	€7.681.242	300.518 enkeldaagse bezoeken x €25,56
bestedingen in winkels	€2.960.103	300.518 x €9,85
overige bestedingen	€1.295.233	300.518 x €4,31
<i>totale bestedingen enkeldaagse bezoekers</i>	<i>€11.936.578</i>	
<b>bestedingen door Nijmeegse bezoekers</b>		
bestedingen aan feesten	€9.191.570	390.673 Nijmeegse bezoeken x €23,53
overige bestedingen	€621.171	390.673 x €1,59
<i>totale bestedingen Nijmeegse bezoekers</i>	<i>€9.812.741</i>	
<b>Raming totale bestedingen aan de feesten</b>	<b>€22.012.191</b>	berekening O&S
<b>Raming totale bestedingen naast de feesten in Nijmegen</b>	<b>€6.089.215</b>	berekening O&S, excl. horecabestedingen buiten feesten
* winkels	*€3.796.900	
* overig	*€2.292.315	
<b>Totale bestedingen</b>	<b>€28.101.406</b>	

Enige opmerkingen:

- Een correctie op extreme uitgaven heeft plaatsgevonden in de berekening van gemiddelde uitgaven: deze zijn buiten de berekening gehouden. Ook voor kinderen (geven geen/minder geld uit, overnachten minder etc.) is gecorrigeerd.
- Aanvullende horecabestedingen (bijvoorbeeld uit eten gaan voorafgaand aan het feestbezoek) zijn niet apart in beeld gebracht, zij maken (een onbekend) deel uit van de totale bestedingen aan de feesten die door de ondervraagde bezoekers zijn aangegeven.
- Bekend is dat respondenten hun uitgaven feitelijk te hoog inschatten. Zo nemen respondenten in kleine gezelschappen vaak ook uitgaven t.b.v. hun partner of medebezoeker mee in de beantwoording. Een correctie vanwege dit overdrijvingeffect is als volgt toegepast: van de gemiddelde bestedingen aan de feesten is 75% in de berekening meegenomen. Vergelijkbare correcties zijn ook bij de onderzoeken in 1992 en 2001 toegepast.
- In tegenstelling tot eerdere berekeningen binnen de Nijmeegse evenementenmonitor zijn bestedingen aan hotelovernachtingen niet berekend vanuit de enquête. Uitgegaan is van een volledige capaciteitsbezetting in Nijmegen, waarbij 90% wordt toegerekend aan de Vierdaagsefeesten.

- Belangrijk is het ook te beseffen dat er ook negatieve omzeteffecten optreden. Zo zullen bepaalde bestedingen in het stadscentrum aan duurzame artikelen (bijvoorbeeld witgoed, elektronica) en luxe producten (bijvoorbeeld sieraden) elders plaatsvinden of worden uitgesteld. Bepaalde consumenten blijven tijdens de Vierdaagsefeesten weg uit het drukke stadscentrum. Deze negatieve effecten zijn niet in beeld gebracht. De winkelbestedingen door Nijmeegse feestbezoekers zijn in de bovenstaande totalen buiten beschouwing gelaten.