

Internationale Vierdaagse Afstandsmarsen Nijmegen 2008

Effectmeting Nijmeegse evenementenmonitor

Datum: november 2008

Colofon

Gemeente Nijmegen
Afdeling Onderzoek en Statistiek
contactpersoon: Klaas Pruijsen
tel.: (024) 329 98 89
e-mailadres: onderzoek.statistiek@nijmegen.nl

Verkrijgbaar
Open Huis, Stadswinkel
Mariënborg 75
6611 PS Nijmegen
tel: (024) 329 24 08

of via www.nijmegen.nl
(onderdeel wonen & leven > onderzoek en cijfers)

Inhoudsopgave

<u>1</u>	<u>Samenvatting</u>	3
1.1	Eindconclusie	3
1.2	Aantal deelnemers neemt (weer) toe	4
1.3	Hoog gewaardeerd, betrokken wandelaars benoemen verbeterpunten	4
1.4	Economische effecten in stad én regio	5
1.5	Betekenis voor bekendheid en imago Nijmegen	5
<u>2</u>	<u>Inleiding</u>	7
2.1	Onderzoek naar de Internationale Vierdaagse Afstandsmarsen Nijmegen	7
2.2	Onderzoeksvragen	8
2.3	Opzet onderzoek	9
<u>3</u>	<u>Publieksprofiel</u>	10
3.1	Bereik	10
3.2	Kenmerken wandelaars	12
<u>4</u>	<u>Inhoudelijk profiel</u>	15
4.1	Waardering evenement	15
4.2	Kenmerken deelname Vierdaagse	16
4.3	Verbeterpunten	16
<u>5</u>	<u>Economisch profiel</u>	18
5.1	Raming bestedingen	18
5.2	Effect op werkgelegenheid	24
<u>6</u>	<u>Toeristisch-promotioneel profiel</u>	25
6.1	Doorwerking op imago van Nijmegen	25
6.2	Nieuw en toekomstig bezoek aan Nijmegen	26
6.3	Combinatie met andere activiteiten in Nijmegen	27
<u>7</u>	<u>Bijlagen</u>	28
7.1	Raming uitgelokte bestedingen	28
7.2	Berekening theoretisch werkgelegenheidseffect	30
7.3	Toelichting verbeterpunten	30

1 Samenvatting

De 'Internationale Vierdaagse Afstandsmarsen Nijmegen' zijn hét evenement van Nijmegen. Natuurlijk vanwege de lange historie en de vele tienduizenden wandelaars, maar ook door de bijbehorende Vierdaagsefeesten met in 2007 zo'n 1,1 miljoen extra bezoeken. Nadat in 2007 in het kader van de Nijmeegse evenementenmonitor¹ de Vierdaagsefeesten zijn belicht, zijn dit jaar de Vierdaagsemarsen zelf aan de orde. Gegevens zijn verzameld over de deelnemende wandelaars, waardering van het evenement en effecten op het gebied van stadspromotie en stedelijke economie. Daarvoor zijn 712 willekeurige Vierdaagsewandelaars ondervraagd en zijn statistieken opgevraagd bij organisator Stichting DE 4DAAGSE.

1.1 Eindconclusie

Aan de 92^e editie van de Vierdaagsemarsen namen ruim 38.000 wandelaars deel. Het merendeel van hen is afkomstig uit het oosten en westen van ons land. Ruim 1 van de 10 wandelaars komt uit het buitenland, wat de internationale uitstraling van het evenement nog eens onderstreept. De meeste buitenlandse wandelaars zijn afkomstig uit Duitsland en het Verenigd Koninkrijk.

Het evenement als geheel wordt door de wandelaars goed gewaardeerd. Vanuit deze waardering en een grote betrokkenheid zijn er door wandelaars diverse verbeterpunten geformuleerd.

Een hoog aantal deelnemers, en het feit dat de grote meerderheid een aantal dagen in onze regio verblijft, betekent ook aanzienlijke economische effecten. De gepresenteerde ramingen moeten we - net als in 2007 bij de effectmeting Vierdaagsefeesten - wel met de nodige voorzichtigheid bekijken. Bestedingen van publiek, verzorging en organisatie blijven buiten beschouwing.

De Vierdaagsemarsen hebben een grote toeristisch-promotionele betekenis voor Nijmegen, ook vanuit het perspectief van de deelnemende wandelaars. Bijvoorbeeld als het gaat om kennismaken met stad en regio, het stadsimago en de waardering als toeristische bestemming.

Figuur 1: Eén van de 38.000 wandelaars



Bron: iNet gemeente Nijmegen

¹ Binnen de Nijmeegse evenementenmonitor worden de effecten van evenementen onderling vergelijkbaar gemaakt.

1.2 Aantal deelnemers neemt (weer) toe

Ruim 38.000 wandelaars namen dit jaar deel aan de Vierdaagsemarsen. Daarmee lijkt weer een toename te zijn ingezet, nadat in 2007 - na de afgelasting in 2006 - het aantal gestarte wandelaars wat lager lag.

<i>Publieksprofiel</i>	
totaal aantal deelnemers (gestart)	38.432
geslacht	60% man
leeftijd	gemiddeld 40 jr.
opleidingsniveau	42% hoog opgeleid
ethniciteit	2% allochtoon
herkomst	vooral oost en west-Ned.
groepsgrootte	gemiddeld 5,9 personen

De deelnemers zijn verhoudingsgewijs veel afkomstig uit het oosten en westen van ons land, waarbij de provincies Gelderland, Noord Brabant en Noord Holland er uitspringen. Het aandeel buitenlanders is met 13% hoger dan in andere in de Evenementenmonitor beschouwde evenementen. De buitenlandse inschrijvingen komen vooral uit Duitsland en uit het Verenigd Koninkrijk.

De gemiddelde leeftijd bedroeg 40 jaar. Opvallend is het hoge aandeel mannen (60%), een duidelijke meerderheid. Een relatief klein deel rekent zichzelf tot een allochtone bevolkingsgroep: 2%. Wandelen blijkt een sociale activiteit: men neemt vooral in groepsverband deel, met een gemiddelde groepsgrootte van bijna 6 personen.

1.3 Hoog gewaardeerd, betrokken wandelaars benoemen verbeterpunten

De waardering van de marsen als totaalevenement - door de deelnemende wandelaars - is met een 8,3 als gemiddeld rapportcijfer hoog. De score is vergelijkbaar met bijvoorbeeld de waardering van de tentoonstelling Herculaneum en de Vierdaagsefeesten 2007 (8,2 en 8,1). Tevredenheidonderzoek van de Stichting DE 4DAAGSE zelf onder deelnemers leverde een vergelijkbare 8,2 op voor de Vierdaagse 2008, zowel voor het evenement als de organisatie ervan².

<i>Inhoudelijk profiel</i>	
rapportcijfer evenement (door deelnemers)	8,3
verbeterpunten	opening & start, parcoursen/facilitair, intocht
aandeel nieuwe deelnemers evenement	34%
Overweegt herhaalde deelname	66%
Aanbevelen Vierdaagsemarsen aan anderen	69%

Vanuit deze positieve grondhouding benoemde een deel van de wandelaars desgevraagd verbeterpunten rond het evenement. Uit het feit dat zij daarbij vaak ook concrete oplossingen aanreiken blijkt een grote betrokkenheid. Benoemde verbeterpunten rond opening en start liggen bijvoorbeeld bij de doorstroming bij de dagelijkse start, en ook bij de attractiviteit en duur van de Vlaggenparade. Aandachtspunten rond de wandelparcoursen zijn vaak facilitair van aard, denk aan toiletvoorzieningen langs de route, het plaatsen van afstands-aanduidingen of beperkte doorstroming op delen van de routes. Rond de intocht zijn bijvoorbeeld opmerkingen gemaakt over de doorstroming ter hoogte van de VIP-tribunes en het Keizer Karelplein en hinder door groepen.

² Bron: persbericht 2009.001, Stichting DE 4DAAGSE, 28 oktober 2008

We zien dat ruim 3 van de 10 wandelaars (34%) in 2008 voor het eerst meeliep, dat afgerond 7 van de 10 opnieuw denkt deel te nemen (66%) en dat ongeveer hetzelfde aandeel de Vierdaagsemarsen aan anderen zal aanbevelen (69%).

1.4 Economische effecten in stad én regio

De extra gegenereerde bestedingen in Nijmegen door wandelaars bedragen naar raming 5,3 miljoen in euro's. Voor de regio is dat zo'n 2,3 miljoen euro, wat het totaal van deze economische effecten op 7,6 miljoen euro brengt. Deze ramingen moeten we met de nodige voorzichtigheid bekijken en als indicatief beschouwen (zie paragraaf 5.1 en bijlage). Bestedingen van publiek, verzorging en organisatie (stichting DE 4DAAGSE en bijvoorbeeld de gemeente Nijmegen) blijven buiten beschouwing.

<i>Economisch profiel</i>	<i>Ramingen</i>
bestedingen in Nijmegen	€ 5.300.000
bestedingen in regio	€ 2.300.000
totaal bestedingen	€ 7.600.000
gemiddelde uitgaven <i>niet</i> -Nijmeegse wandelaar (totaal, incl. overnachten)	€ 225,-
gemiddelde uitgaven Nijmeegse wandelaar (totaal)	€ 94,-
% overnachters (van de <i>niet</i> -Nijmeegse wandelaars)	81%
theoretisch werkgelegenheidseffect Nijmegen	39 werkzame personen op jaarbasis

Wandelaars besteedden naar raming tijdens de wandeldagen zelf ruim 1,3 miljoen euro langs de parcoursen en op het start/finissterrein De Wedren. De horecabestedingen in Nijmegen en regio bedroegen daarnaast naar schatting 2,3 miljoen euro³, terwijl uitgaven in winkels aan food en non-food totaal zo'n 1,2 miljoen bedroegen. Verder is er aan overnachten in Nijmegen en regio ruim 2,6 miljoen besteed, en is er door de wandelaars een ton aan overige uitgaven gemeld. Het betreft indicatieve ramingen op basis van enquêtegegevens⁴. De gemiddelde uitgaven per persoon bedragen €94,- voor Nijmegenaren en €225,- voor wandelaars van buiten de stad.

De bijdrage van de marsen aan de Nijmeegse werkgelegenheid bedraagt in theorie 39 werkzame personen op jaarbasis. Dit is gebaseerd op de aangegeven bestedingen door wandelaars in winkels (non food) en horeca in Nijmegen. Ook de menskracht nodig voor de organisatie van het evenement heeft tot extra werkgelegenheid geleid, deze is echter buiten deze theoretische effectberekening gebleven.

1.5 Betekenis voor bekendheid en imago Nijmegen

Bijna 9 van de 10 wandelaars kwam van buiten Nijmegen. Dat is natuurlijk goed voor de bekendheid van de stad. Een klein deel van hen (7%) bezocht Nijmegen voor het eerst; dat zijn ruim 2.700 personen. Nog eens zo'n 8.200 wandelaars bezochten onze stad hooguit 2 keer eerder. Voor zover men een andere kijk op Nijmegen heeft gekregen is dit bij velen een positiever beeld.

³ Op dit punt is er sprake van een zekere overlapping met bestedingen die in 2007 zijn geraamd rond de Vierdaagsefeesten. Vierdaagsewandelaars zijn immers - in zekere mate - ook vaak bezoekers van de Vierdaagsefeesten.

⁴ In de bijlage zijn de berekeningen vermeld.

Toeristisch-promotioneel profiel

Aandeel bezoekers van buiten de stad	87%
Aandeel nieuwe bezoekers Nijmegen	7%
Imago Nijmegen	51% positiever beeld, 49% ongewijzigd
rapportcijfer Nijmegen toeristische trekpleister	7,5
Overweegt herhaald bezoek Nijmegen ⁵	51%
Aanbevelen Nijmegen familie/bekenden ⁶	48%
vervolgactiviteiten in Nijmegen	28%, vooral horecabezoek, bezoek Vierdaagsefeesten en winkelen

Gemiddeld waarden de niet-Nijmeegse Vierdaagsewandelaars onze stad als toeristische trekpleister met een 7,5, een ruime voldoende. Buitenlandse deelnemers gaven gemiddeld een hoger cijfer (7,7).

Nieuwe en minder frequente deelnemers geven aan Nijmegen in meerderheid vaker te gaan bezoeken (51%). Van de personen van buiten de stad denkt 48% familie, vrienden of bekenden te gaan aanraden om ook een keer naar Nijmegen te gaan.

Een bezoek aan een evenement kan ertoe leiden dat men de stad Nijmegen beter leert kennen, zeker wanneer men dat bezoek met andere activiteiten in de stad combineert. Een relatief groot aandeel van 72% van de niet-Nijmegenaren koos er voor ook andere dingen in de stad te ondernemen. De meest genoemde activiteiten zijn (in aflopende mate van belang): horecabezoek, bezoek aan de Vierdaagsefeesten en winkelen.

⁵ nieuwe en minder frequente bezoekers van buiten Nijmegen.

⁶ bezoekers van buiten Nijmegen.

2 Inleiding

2.1 Onderzoek naar de Internationale Vierdaagse Afstandsmarsen Nijmegen

In het kader van de Nijmeegse evenementenmonitor worden bij meerdere evenementen per jaar gegevens verzameld over publiek, waardering van het evenement en effecten op het gebied van stadspromotie en stadseconomie. In het gemeentelijk onderzoeksprogramma 2008 is in dit verband een onderzoek naar de effecten van de Internationale Vierdaagse Afstandsmarsen Nijmegen opgenomen.

Internationale Vierdaagse Afstandsmarsen Nijmegen 2008

De 92e editie van de Nijmeegse Vierdaagse Afstandsmarsen vond plaats in de derde week van juli: van 15 tot en met 18 juli 2008. De Vierdaagse is hét evenement van Nijmegen. Natuurlijk vanwege de vele tienduizenden wandelaars en toeschouwers. Maar zeker ook vanwege de bijbehorende Vierdaagsefeesten met in 2007 zo'n 1,1 miljoen extra bezoeken aan de Nijmeegse binnenstad.

In 2008 nam de organisatie, de stichting DE VIERDAAGSE, een aantal maatregelen gericht op het verhogen van het serviceniveau voor deelnemers.

Men mikte op circa 41.000 wandelaars, om zo meer ruimte aan de deelnemers te bieden, zowel op de parcoursen als op het start- en finishterrein. Het maximum aantal inschrijvingen is teruggebracht van 49.000 naar 45.000. De ervaring leert dat uiteindelijk circa 4.000 ingeschrevenen helemaal niet komen opdagen. Uiteindelijk zijn ruim 38.400 wandelaars gestart.

Een ander aandachtspunt was de wat gewijzigde opzet van de Vlaggenparade - de officiële openingsceremonie in het Goffertstadion - tezamen met ruimere mogelijkheden tot aanmelding voor de wandelaars. Samen met de organisator van de Vierdaagsefeesten - ACBN - en de gemeente Nijmegen is de Vierdaagse nu op de zondagavond geopend. Men beoogde meer wandelaars de officiële opening van de Vierdaagse en de feesten te kunnen laten meemaken.

De maatregel om de aanmeldbureaus al op zondagmiddag open te stellen heeft hier ook mee te maken. Concentratie van de aanmelding van wandelaars op maandag leverde in het verleden veel verkeerscongestie op in en rond Nijmegen. De aanmeldmogelijkheid op zondagmiddag was bedoeld die drukte te spreiden en lange wachttijden voor de bureaus voorkomen.

Met de mogelijkheid voor ouders of andere verzorgers om deelnemers van 12 tot en met 15 jaar te begeleiden tijdens de Vierdaagse hoopte de organisatie meer jongeren te kunnen verwelkomen in het deelnemersveld. Begeleiders hoeven dan niet de voor hun leeftijd reglementaire afstand te lopen.

Enige historie⁷

De wandelmarsen zijn begin 20e eeuw ontstaan als militaire sportdagen. De deelnemers marcheerden sinds 1909 in vier dagen vanuit verschillende locaties naar het ongeveer 160 kilometer verderop gelegen eindpunt. Pas vanaf 1925 bleef de Vierdaagse definitief in Nijmegen.

⁷ Bronnen: www.4daagse.nl en www.nijmegen.nl

De overheid - Koningin Wilhelmina - waardeert de geleverde prestaties door 'de erkenning van het Ereteken voor betoonde marsvaardigheid': het Vierdaagsekruis. In 1919 doet de eerste vrouw mee, en vanaf 1928 lopen ook buitenlandse delegaties de mars. Sinds de jaren '70 wordt de mars vergezeld van het grootste gratis meerdaagse openluchtevenement van Nederland: de Vierdaagsefeesten. Beide evenementen staan al enkele jaren aan de top van de Nationale Evenemententop 100.

In 2004 is voor het eerst een inschrijflimiet voor de Vierdaagse vastgesteld. Het maximaal aantal inschrijvingen van 47.000 werd destijds binnen 6 weken bereikt. Leidde de inschrijflimiet in 2005 nog tot een loting, in 2006 was dat niet nodig omdat het aantal inschrijvingen onder de limiet bleef. Dat jaar echter zag de marsleiding zich genoodzaakt de wandeltocht na een dag af te gelasten.

Figuur 2: aankomst op de Via Gladiola



Bron: iNet Gemeente Nijmegen

Meer informatie op de officiële website van de Vierdaagse-organisatie: www.4daagse.nl.

2.2 Onderzoeksvragen

Doel van het onderzoek, een effectmeting, is om inzicht te krijgen in meerdere kenmerken van een dergelijk grootschalig evenement. Dit keer vanuit het perspectief van de deelnemende wandelaar. Naast bereik en waardering worden ook de economische - en promotionele spin-off in beeld gebracht:

1. het publieksprofiel;
2. inhoudelijk profiel;
3. het economisch profiel;
4. het toeristisch/promotioneel profiel.

Het onderzoek maakt door gebruik van een gestandaardiseerde meetmethode een vergelijking mogelijk tussen diverse evenementen in Nijmegen. De uitkomsten zullen o.m. gebruikt worden bij de besluitvorming rondom toekomstige evenementen.

Publieksprofiel

Het publieksprofiel laat het aantal deelnemers aan het evenement zien. Daarnaast geeft het een specifiek beeld van de wandelaar: denk aan herkomst, geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, etniciteit en groepsgrootte. Kenmerken van het publieksprofiel zijn tevens van belang voor inzicht in de economische effecten en de promotionele meerwaarde.

Inhoudelijk profiel

Het inhoudelijk profiel van het evenement omvat de waardering in een rapportcijfer en daarnaast verbeterpunten die door wandelaars zijn aangegeven.

Economisch profiel

Het economisch profiel omvat de 'uitgelokte', extra gegenereerde bestedingen en het theoretische werkgelegenheidseffect. De uitgelokte bestedingen betreffen een raming van extra bestedingen in Nijmegen en omgeving door wandelaars die zonder de marsen niet gedaan zouden zijn. Deze zijn onder meer gebaseerd op uitgaven op de parcoursen en op het start/finissterrein, aan winkelen en aan horecabezoek. Het theoretische werkgelegenheidseffect is de extra omzet gedeeld door de omzet per arbeidskracht in de betreffende branche - horeca, detailhandel, et cetera -. Theoretisch, omdat de extra omzet uiteraard niet direct leidt tot meer banen.

Toeristisch/promotioneel profiel

Het promotioneel profiel gaat in op de betekenis van het evenement voor de stad Nijmegen. Met het in beeld brengen van de promotionele meerwaarde bij de wandelaars proberen we inzicht te krijgen in het belang van de marsen voor het toerisme in Nijmegen en het imago van de stad. Daarbij worden bijvoorbeeld vragen gesteld over mogelijke andere activiteiten in Nijmegen, herhalingsbezoek en het mogelijk aanraden van stad of evenement aan anderen.

2.3 Opzet onderzoek

Voor het verzamelen van de benodigde gegevens over de wandelaars is gekozen voor het opvragen van deelnemersaantallen bij de organisator - Stichting DE 4DAAGSE - in combinatie met het achteraf online afnemen van enquêtes bij een aselekt gekozen groep deelnemers aan het evenement.

Steekproef, locaties en enquêtetijdstip

Om voldoende betrouwbare en nauwkeurige resultaten te krijgen zijn 712 enquêtes in het onderzoek betrokken. Voor gevonden percentages met betrekking tot de hele onderzoekspopulatie - alle 38.400 gestarte wandelaars - geldt met 95% zekerheid dat deze maximaal 3,6% afwijken van de percentages in werkelijkheid.

Het willekeurig werven van respondenten op het start/finissterrein De Wedren heeft bijgedragen aan de betrouwbaarheid, en was gezien de steekproefomvang praktisch gezien ook aan te bevelen. De toestemming en medewerking van de organisatie is daarbij gevraagd.

3 Publieksprofiel

Het publieksprofiel laat het aantal deelnemers aan het evenement zien. Daarnaast geeft het een specifiek beeld van de wandelaar: denk aan herkomst of leeftijd.

3.1 Bereik

Vooraf is het goed om aan te geven dat er een onderscheid is te maken tussen het aantal inschrijvingen voor de Vierdaagse, het aantal aangemelde wandelaars - die zich op zondag of maandag in Nijmegen aanmelden en hun startkaart afhalen - en het aantal daadwerkelijk gestarte wandelaars. De door de Stichting DE 4DAAGSE verstrekte statistieken zijn meestal op basis van het aantal aangemelde personen.

Inmiddels weer toename in aantal deelnemers Vierdaagse

Naar opgave van organisator Stichting DE 4DAAGSE schreven 43.450 wandelaars zich in voor de Vierdaagsemarsen 2008, waarvan er 38.432 daadwerkelijk zijn gestart en 34.962 zijn gefinisht. Dat brengt het *totale deelnemersaantal* op *38.432 wandelaars*.

Figuur 3: Verloop Vierdaagsemarsen 2008

	<i>Aantal wandelaars</i>
Inschrijvingen	43.450
Aangemeld op zondag en maandag	39.128
Vierdaagse gestart	38.432
1e dag uitgevallen	438
1e dag uitgelopen	37.994
2e dag niet gestart/ uitgevallen	1.610
2e dag uitgelopen	36.384
3e dag niet gestart/ uitgevallen	1.157
3e dag uitgelopen	35.227
4e dag niet gestart/ uitgevallen	265
Vierdaagse uitgelopen	34.962

Bron: www.4daagse.nl

Het aantal gestarte wandelaars was in de jaren negentig redelijk stabiel, en is begin deze eeuw behoorlijk gestegen tot bijna 45.000 personen (2003 en 2004). Na de afgelasting in 2006 vanwege extreme weersomstandigheden lag het aantal gestarte wandelaars in 2007 wat lager. In 2008 lijkt echter weer een toename te zijn ingezet.

In Figuur 4 zijn ook de uitvalpercentages vanaf 1992 te zien. Het gemiddeld uitvalpercentage over deze periode - exclusief de afgelasting in 2006 - bedraagt 9,8%. De afgelopen 2 jaren is daar duidelijk onder gebleven (9,3% in 2007, 9,0% in 2008).

Figuur 4: Tijdreeks deelname Vierdaagsemarsen

<i>Jaar</i>	<i>Inschrijvingen</i>	<i>Gestart</i>	<i>Uitgelopen</i>	<i>Uitval %</i>
2008	43.450	38.432	34.962	9,0%
2007	42.270	37.505	34.019	9,3%
2006	44.015	43.141	afgelasting	afgelasting
2005	47.500 (limiet)	43.206	38.225	11,5%
2004	47.000 (limiet)	44.638	39.711	11,0%
2003	47.004	44.812	40.706	9,2%
2002	46.303	44.188	40.207	10,5%
2001	40.219	38.409	34.434	10,4%
2000	42.646	40.790	36.377	10,8%
1999	38.316	36.772	33.094	10%
1998	37.691	36.070	32.705	9,3%
1997	38.030	36.723	33.008	10,1%
1996	36.871	35.328	31.961	9,5%
1995		33.605		9,5%
1994		33.114		8,6%
1993		35.101		7,8%
1992		36.321		10%

Bron: cijfers www.4daagse.nl

Vierdaagse blijft van (inter)nationale betekenis

Dat de Vierdaagsemarsen een (inter)nationaal deelnemersveld hebben is bekend. Gegevens over de editie 2008 laten dit nog eens zien. Een groot aandeel van de aangemelde wandelaars (31%) is uit het oosten van ons land afkomstig. Een behoorlijk aandeel daarbinnen is afkomstig uit Nijmegen, bijna 13% van het totaal⁸.

Figuur 5: Herkomst van aangemelde deelnemers Vierdaagsemarsen 2008

	<i>Deelnemers %</i>
Oost Nederland (Gelderland, Overijssel, Flevoland)	31%
West-Nederland (Zuid-Holland, Noord-Holland, Utrecht)	28%
Zuid-Nederland (Zeeland, Noord-Brabant, Limburg)	23%
Noord-Nederland (Groningen, Drenthe, Friesland)	5%
buitenland	13%
<i>totaal</i>	<i>100%</i>

Bron: Stichting DE 4DAAGSE

Figuur 6: Nederlandse aangemelde deelnemers per provincie (N=34.178)

<i>Provincie</i>	<i>Aangemeld</i>	<i>Uitgevallen</i>	<i>Gefinisht</i>	<i>Uitgevallen %</i>
Drenthe	673	83	590	12,33%
Flevoland	472	60	412	12,71%
Friesland	698	82	616	11,75%
Gelderland	9.767	1.339	8.428	13,71%
Groningen	572	69	503	12,06%
Limburg	1.954	216	1.738	11,05%
Noord-Brabant	6.628	708	5.920	10,68%
Noord-Holland	3.404	323	3.081	9,49%

Bron: Stichting DE 4DAAGSE

⁸ Berekend op basis van het percentage Nijmeegse inschrijvingen en het percentage Nijmegenaren dat zich niet aanmeldde, cijfers Stichting DE 4DAAGSE

Maar het evenement trekt ook veel wandelaars uit het westen en zuiden van het land: 28% van alle bezoekers kwam uit Zuid-Holland, Noord-Holland en Utrecht, 23% uit Zeeland, Noord-Brabant of Limburg.

Het aandeel buitenlanders is met 13% hoger dan in andere in de Evenementenmonitor beschouwde evenementen. De buitenlandse inschrijvingen komen vooral uit Duitsland en uit het Verenigd Koninkrijk. Ook de Scandinavische landen Denemarken, Noorwegen en Zweden zijn goed vertegenwoordigd.

Figuur 7: Aantal aangemelde wandelaars naar land van herkomst⁹

<i>Land van herkomst</i>	<i>Aangemelde wandelaars</i>	<i>Aangemelde wandelaars %</i>
Nederland	34.178	86,2%
Duitsland	1.404	3,5%
Verenigd Koninkrijk	1.387	3,5%
Denemarken	583	1,5%
Noorwegen	470	1,2%
Zweden	321	0,8%
Zwitserland	306	0,8%
Canada	209	0,5%
België	190	0,5%
Verenigde Staten	120	0,3%
Frankrijk	107	0,3%
Israël	66	0,2%
Japan	56	0,1%

Bron: Stichting DE 4DAAGSE

3.2 Kenmerken wandelaars

Veel wandelaars van mannelijk geslacht

Uit cijfers van de organisatie - over het aantal op zondag en maandag aangemelde wandelaars - blijkt dat 60% van de deelnemers van het mannelijke en 40% van het vrouwelijke geslacht is. Een behoorlijke meerderheid van mannen dus.

Figuur 8: Mannen en vrouwen per afstand (aangemeld)

<i>Afstand</i>	<i>Aangemeld</i>		<i>Uitgevallen</i>		<i>Uitgevallen %</i>	
	Man	Vrouw	Man	Vrouw	Man	Vrouw
30 km	4.067	2.843	277	216	6,81%	7,60%
40 km	10.710	11.911	748	1.373	6,98%	11,53%
50 km	8.549	1.048	1.361	191	15,92%	18,23%
totaal	23.326	15.802	2.386	1.780	10,23%	11,26%
<i>totaal</i>	39.128		4.166		10,65%	

Bron: Stichting DE 4DAAGSE

⁹ In totaal zijn er aanmeldingen uit 60 landen gemeld, deze zijn omwille van het overzicht niet allemaal opgenomen in de tabel

Veel 50+ers onder Vierdaagselopers

Ook blijkt dat wandelaars in de leeftijdsklasse 50 t/m 64 jaar het meest waren vertegenwoordigd (36%). De leeftijdscategorie 27 t/m 29 jaar is daarnaast sterk aanwezig (34%). De gemiddelde leeftijd van deelnemers aan de enquête lag op 40 jaar. De jongste geënquêteerde was 12 jaar oud, de oudste 74.

Figuur 9: Leeftijd in klassen, en resultaten van aangemelde deelnemers Vierdaagsemarsen 2008

<i>Leeftijd</i>	<i>Aangemeld</i>	<i>Aangemeld %</i>	<i>Uitgevallen</i>	<i>Gefinist</i>	<i>Uitgevallen %</i>
t/m 18 jaar	1.986	5%	200	1.786	10,07%
19-26 jaar	4.489	11%	847	3.642	18,87%
27-49 jaar	13.120	34%	1.760	11.360	13,41%
50-64 jaar	13.999	36%	985	13.014	7,04%
65 jaar en ouder	5.534	14%	374	5.160	6,76%
<i>totaal</i>	39.128	100%	4.166	34.962	

Bron: Stichting DE 4DAAGSE

Uit de enquête is af te leiden dat een kleine 6% van de deelnemers wandelt in het gezelschap van kinderen. Het gaat dan om gemiddeld tussen de 2 en de 3 jonge lopers of loopsters per gezelschap.

Opleidingsniveau: relatief veel mbo-niveau

Kijken we naar het opleidingsniveau, dan valt op dat bijna de helft van de wandelaars op mbo-havo of vwo-niveau is opgeleid. Vergeleken met andere evenementen in Nijmegen is deze 'middengroep' met 47% vrij hoog. Een groot deel van de wandelaars, 37% van het totaal, geeft aan op mbo-niveau te zijn opgeleid.

Figuur 10: Opleidingsniveau van deelnemers Vierdaagsemarsen 2008 in klassen (afgeronde opleiding)

	<i>Deelnemers %</i>
Laag (lo, lbo, mavo, vmbo, so)	11%
Midden (mbo, havo, vwo)	47%
Hoog (hbo, universitair)	42%
<i>totaal</i>	100%

Bron: enquête Evenementenmonitor

Meestal wandelen in groepsverband

Hiervoor merkten wij op dat 6 van de 100 wandelaars in het gezelschap van kinderen loopt. Uit de enquêtegegevens blijkt überhaupt dat de meerderheid in groepsverband de Vierdaagse wandelt. En daarmee bedoelen we niet een groep van 38.000 personen, zoals één grapjas invulde. De grootste groep wandelt met z'n tweeën (28%), maar ook gezelschappen van 3 personen (14%) en 4 personen (11%) komen veel voor. Ruim 12% gaf aan alleen te lopen. De grootste groep die binnen het onderzoek is aangegeven bestaat uit 56 personen. Gemiddeld bedraagt de groepsgrootte 5,9 personen.

Veel debutanten: 1 van de 3

Uit cijfers van de organisatie blijkt dat ruim 13.230 van de 39.128 aangemelde wandelaars in 2008 voor het eerst deelnam, dat is een kleine 34%. Traditioneel is de uitval onder debutanten hoger dan gemiddeld.

Figuur 11: Overzicht debutanten per afstand

Afstand	Aangemeld	Uitgevallen op				Uitval	Uitval %	Finish totaal
		Dinsdag	Woensdag	Donderdag	Vrijdag			
30 km	1.202	23	40	16	4	83	6,91%	1.119
40 km	8.373	227	524	313	83	1.147	13,70%	7.226
50 km	3.655	246	574	231	46	1.097	30,01%	2.558
totaal	13.230	496	1.138	560	133	2.327	17,59%	10.903

Bron: Stichting DE 4DAAGSE

Ruim 4000 militaire deelnemers

Gedurende de 92e editie van de Nijmeegse Vierdaagse liepen ruim 4.100 militairen mee, bijna allemaal de 40 kilometer.

Figuur 12: Resultaten militaire deelnemers

Afstand	Gestart	Uitgelopen	Uitval	Uitval %
30 km	0	0	0	n.v.t.
40 km	4.117	3.777	340	8,26%
50 km	17	16	1	5,88%
totaal	4.134	3.793	341	8,25%

Bron: Stichting DE 4DAAGSE

Deelname allochtonen beperkt

Afgerond 2% van de Nederlandse wandelaars rekent zich tot een andere bevolkingsgroep dan 'Nederlanders', tegen bijvoorbeeld zo'n 3,5% bij de tentoonstelling Herculaneum in Museum het Valkhof (2006/2007) en 6% bij de Vierdaagsefeesten 2007 (bron: enquête Evenementenmonitor). Dit cijfer vergelijken met bijvoorbeeld de bevolkingssamenstelling in Nederland is door de vraagstelling lastig. Niet alle personen, die volgens de CBS-definitie¹⁰ feitelijk tot de allochtonen behoren, zullen zichzelf namelijk tot de niet-Nederlanders rekenen.

¹⁰ 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 onder meer de totaalwaardering in een rapportcijfer en verbeterpunten die door wandelaars zijn aangegeven.

4.1 Waardering evenement

Marsen 2008 krijgen hoge waardering

Aan de wandelaars is gevraagd om een rapportcijfer voor het totaal van de Vierdaagsemarsen 2008 te geven. Het ging dus niet om de waardering van bepaalde onderdelen, maar om een totaalbeeld van het evenement. Gemiddeld gaven de wandelaars een *8,3 als rapportcijfer*, een goede waardering. Veel deelnemers gaven een 8 of een 9. Bijna 1% gaf een onvoldoende. De waardering van het evenement met een 8,3 ligt hoger dan bij eerdere evenementenmonitor-metingen bij Rockin'Park (7,8), de Vierdaagsefeesten 2007 (8,1), het EK-voetbal onder 21jr. (7,8) en de tentoonstelling Herculaneum (8,2).

Tevredenheidonderzoek van de Stichting DE 4DAAGSE zelf onder deelnemers leverde een vergelijkbare 8,2 op voor de Vierdaagse 2008, zowel voor het evenement als de organisatie ervan¹¹.

Figuur 13: Wandelen is kennelijk niet altijd een serieuze zaak ...



Bron: iNet Gemeente Nijmegen

¹¹ Bron: persbericht 2009.001, Stichting DE 4DAAGSE, 28 oktober 2008

4.2 Kenmerken deelname Vierdaagse

Veel ervaren wandelaars, men doet graag opnieuw mee

Uit gegevens van de organisatie blijkt dat ruim 13.000 wandelaars in 2008 voor het eerst deelnamen aan de Vierdaagse. Dat betekent een eerste deelname door 34% van de op zondag of maandag aangemelde wandelaars, 66% van deze groep heeft reeds eerder meegelopen.

Figuur 14: Overzicht debutanten per afstand

Afstand	Aangemeld	Uitgevallen op				Uitval	Uitval %	Finish totaal
		Dinsdag	Woensdag	Donderdag	Vrijdag			
30 km	1.202	23	40	16	4	83	6,91%	1.119
40 km	8.373	227	524	313	83	1.147	13,70%	7.226
50 km	3.655	246	574	231	46	1.097	30,01%	2.558
totaal	13.230	496	1.138	560	133	2.327	17,59%	10.903

Bron: Stichting DE 4DAAGSE

Zo'n 4% van alle wandelaars denkt niet nogmaals de Vierdaagse te lopen, 4% weet het niet, 27% denkt misschien opnieuw deel te nemen en 66% zegt volmondig ja (bron: enquête Evenementenmonitor). Dat betekent dat 2 op de 3 wandelaars graag opnieuw deelneemt.

Een groot deel (69%) denkt anderen aan te gaan raden ook deel te nemen aan de marsen, 23% misschien, 5% denkt van niet (bron: enquête Evenementenmonitor). Hieruit spreekt een duidelijke waardering voor het wandelevenement, en tevens voor van de kwaliteit van de organisatie die is neergezet.

4.3 Verbeterpunten

Betrokken wandelaars benoemen verbeterpunten rond start, parcours en intocht

Zoals we hebben kunnen zien zijn de marsen 2008 bijzonder positief gewaardeerd door de deelnemers. Vanuit dat perspectief dienen we te kijken naar de in deze paragraaf gepresenteerde aandachtspunten. Zo'n 42% van de ondervraagde wandelaars noemde desgevraagd geen verbeterpunten voor de Vierdaagsemarsen. Ruim 58% heeft wél suggesties, vooral op het gebied van de opening en start, de parcoursen en de intocht. Uit het feit dat men naast het benoemen van kritiekpunten ook vaak concrete suggesties doet, blijkt een duidelijke betrokkenheid van de deelnemers bij het evenement Vierdaagse.

Vooraf kunnen we melden dat het eerder genoemde tevredenheidsonderzoek van de Stichting DE 4DAAGSE ook kritiek- en verbeterpunten opleverde vanuit het perspectief van de wandelaars¹². Het ging vooral om:

1. het aantal toiletten langs de parcoursen;
2. consumptieprijzen op het start/finishterrein De Wedren;
3. communicatie via internet en email.

¹² Bron: persbericht 2009.001, Stichting DE 4DAAGSE, 28 oktober 2008

Door de organisatie is in dit verband aangegeven dat zij zullen onderzoeken hoe de consumptieprijzen van de Vierdaagse zich verhouden tot de prijslijsten bij andere grote (sport)evenementen. Ook wordt bekeken of er onderweg meer toiletten kunnen worden geplaatst. Ook zal de organisatie het internet intensiever gaan gebruiken bij communicatie met deelnemers en andere belangstellenden.

De enquête Evenementenmonitor leverde de volgende, door wandelaars spontaan genoemde verbeterpunten op. Van de deelnemers aan het onderzoek benoemden 412 personen in totaal ongeveer 500 verbeterpunten. In de bijlage zijn de genoemde zaken nader toegelicht.

Figuur 15: Verbeterpunten in relatie Vierdaagsemarsen 2008 (spontaan genoemd)

Opening en start	<ul style="list-style-type: none">-Doorstroming start (55 keer genoemd)-Opening: vlaggenparade (10x)-Voordringen start (5x)
Parcoursen	<ul style="list-style-type: none">-Toiletvoorzieningen langs de route (47 keer genoemd)-Plaats afstandaanduidingen (20x)-Bepaalde doorstroming op delen parcours (19x)-Wachttijden EHBO (12x)-Route over Waalkade ongezellig (11x)-Aanduiding splitsingen 30, 40 en 50 km beter aangeven (10x)-Verbieden paraplu's (10x)
Intocht	<ul style="list-style-type: none">-Doorstroming intocht ter hoogte van VIP-tribunes/Kkplein/Oranjesingel (37 keer genoemd)-Hinder door groepen militairen of andere groepen (16x)-Uitbreiden dranghekken St. Annastraat, versmalling door publiek (10x)

Bron: enquête Evenementenmonitor

5 Economisch profiel

De kern van het economisch profiel bestaat uit de door het evenement gegenereerde, "uitgelokte" bestedingen en het theoretische werkgelegenheidseffect. Om deze te kunnen ramen zijn de bestedingen door wandelaars in Nijmegen en omgeving bekeken. Bestedingen van publiek - bijvoorbeeld familie en bekenden -, verzorging en organisatie blijven buiten beschouwing. In een eerdere gemeentelijke effectmeting zijn de economische effecten van de Vierdaagsefeesten voor Nijmegen in beeld gebracht.

5.1 Raming bestedingen

Naar raming 5,3 miljoen aan bestedingen in Nijmegen

Op basis van resultaten uit de enquête onder wandelaars zijn de volgende ramingen opgesteld. Met nadruk moet worden gezegd dat het hier *indicatieve ramingen* betreft, waar enige aannames aan ten grondslag liggen. De ramingen komen tot stand door de gemiddelde uitgaven van Nijmeegse en niet-Nijmeegse wandelaars - verkregen uit een steekproef van 712 personen - te vermenigvuldigen met de aantallen deelnemers uit deze groepen. Daarbij is gecorrigeerd voor het aandeel jeugdige wandelaars¹³. Bekend is dat de marsen ook veel toeschouwers trekken, vooral bij de doorkomst in omliggende plaatsen en tijdens de intocht op vrijdag. Deze blijven hier buiten beschouwing.

Zoals we zullen zien is de economische spin-off van de marsen voor Nijmegen en regio aanzienlijk, met behoorlijke gemiddelde uitgaven van wandelaars aan bijvoorbeeld overnachtingen en horeca. In paragraaf 7.2 (bijlage) staat een volledig overzicht van de berekening van de raming van *de uitgelokte bestedingen in Nijmegen en de regio*. Deze zijn geraamd op totaal zo'n 7,6 miljoen euro, waarvan 5,3 miljoen euro in Nijmegen.

Figuur 16: Raming bestedingen door wandelaars Vierdaagsemarsen 2008 (af rondingen)¹⁴.

<i>Bestedingen (raming)</i>	<i>In Nijmegen</i>	<i>Omgeving Nijmegen</i>	<i>Totaal</i>
Parcoursen en startterrein	€ 970.000,-	€ 380.000,-	€ 1.350.000,-
Horeca (buiten parcoursen)	€ 1.700.000,-	€ 570.000,-	€ 2.300.000,-
Winkels (food & nonfood)	€ 940.000,-	€ 270.000,-	€ 1.200.000,-
Overnachtingen	€ 1.600.000,-	€ 1.000.000,-	€ 2.650.000,-
Overig (o.a. parkeren)	€ 70.000,-	€ 30.000,-	€ 100.000,-
<i>Totale extra bestedingen</i>	€ 5.300.000,-	€ 2.300.000,-	€ 7.600.000,-

Bron: enquête Evenementenmonitor, berekening O&S Nijmegen

De uitgelokte bestedingen *in Nijmegen* bedragen dus naar raming 5,3 miljoen euro:

- 970 duizend euro op parcoursen en startterrein, denk aan straatverkoop van voedingsmiddelen en dranken, souvenirs en uitgaven op start/finishterrein De Wedren;
- zo'n 1,7 miljoen euro aan horecabestedingen buiten de parcoursen, denk aan uitgaven in cafés en restaurants in Nijmegen. Op dit punt is er sprake van een zekere overlapping met bestedingen die in 2007 zijn geraamd rond de Vierdaagsefeesten.

¹³ Jongeren vertonen een afwijkend consumentengedrag.

¹⁴ Door afrondingsverschillen kunnen afwijkingen in de totalen voorkomen. Alle getoonde ramingen zijn afgerond. In paragraaf 7.2 (bijlage) staat een volledig overzicht van de berekening.

Vierdaagsewandelaars zijn immers - in zekere mate - ook vaak bezoekers van de Vierdaagsefeesten.;

- Naar raming 940 duizend euro aan winkelbestedingen, denk aan aankoop van kleding in het Nijmeegse stadscentrum, maar ook aan dagelijkse boodschappen in supermarkt of speciaalzaak;
- Zo'n 1,6 miljoen euro aan overnachtingkosten in Nijmegen, bij bijvoorbeeld gastgezinnen, hotels of tijdelijk gehuurde woonruimten;
- ongeveer 70.000 euro aan overige bestedingen door wandelaars, waaronder parkeerkosten.

Ook zijn er - buiten beschouwing gebleven - economische effecten te verwachten vanuit de organisatie van een dergelijk grootschalig wandelevenement - Stichting DE 4DAAGSE, gemeente Nijmegen - en natuurlijk het publiek en verzorgers bij doortochten en intocht.

Figuur 17: Bijzonder publiek bij de intocht 2008



Bron: iNet Gemeente Nijmegen

Verschillen uitgaven Nijmeegse- en niet-Nijmeegse wandelaars

Aan de betrokken wandelaars is direct na afloop van de marsen gevraagd een opgave te doen van uitgaven, die zijn gerelateerd aan hun bezoek aan de regio Nijmegen vanwege de Vierdaagse. Specifiek is gevraagd naar bestedingen op het start- en finishterrein en langs de dagparcoursen, en daarnaast naar eventuele overnachtingkosten, horeca-, winkel- en overige bestedingen.

Figuur 18: Gemiddelde uitgaven deelnemers Vierdaagsemarsen 2008 - gehele verblijfsperiode -.

	<i>bestedingen in euro's (afgerond)</i>
Gemiddelde uitgaven <i>wandelaar van buiten Nijmegen</i>	
- op parcoursen en startterrein	€ 37,-
- horeca	€ 63,-
- in winkels non-food	€ 16,-
- in winkels food	€ 22,-
- overig (o.a. parkeren)	€ 3,-
- overnachtingen	€ 83,-
Gemiddelde uitgaven <i>Nijmeegse wandelaar</i>	
- op parcoursen en startterrein	€ 34,-
- horeca	€ 60,-
- overig (o.a. parkeren)	€ 1,-

Bron: enquête Evenementenmonitor

De *economische effecten voor Nijmegen en regio* zijn naar raming gemiddeld €94,- per Nijmeegse deelnemer en €225,- per wandelaar uit overig Nederland of buitenland (gehele verblijfsperiode, inclusief overnachten)¹⁵. Inschrijvingskosten e.d. zijn niet in deze gemiddelden opgenomen.

Figuur 19: Locatie van uitgaven deelnemers Vierdaagsemarsen 2008 - naar verhouding, afgerond -

	<i>vooral in Nijmegen</i>	<i>vooral omgeving Nijmegen</i>	<i>combinatie</i>
- op parcoursen en startterrein	57%	14%	29%
- horeca	65%	14%	21%
- in winkels food/non-food	72%	16%	12%
- overig (o.a. parkeren)	58%	15%	27%
- overnachtingen	60%	37%	3%

Bron: enquête Evenementenmonitor

Voor het eerst is binnen de evenementenmonitor ook gevraagd naar de voornaamste locatie van bestedingen. Dit om een gevoel te krijgen bij de verhoudingen qua economische impact tussen centrumgemeente Nijmegen en omliggende regio.

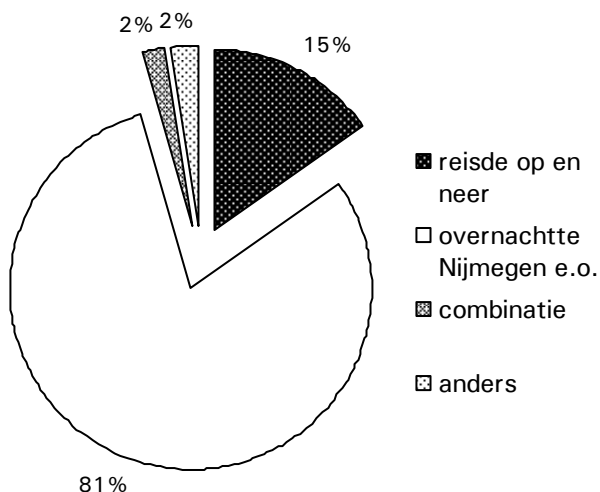
Dat (de grootste) delen van de dagparcoursen buiten Nijmegen zijn gelegen zien we beperkt terug in de verhouding in uitgaven op parcoursen en start/finissterrein. Wat natuurlijk meespeelt is dat start/finissterrein De Wedren zich inmiddels in commerciële zin behoorlijk heeft ontwikkeld, met onder meer verkoop van souvenirs, (wandel)kleding en horeca. Opvallend is verder dat de regio verhoudingsgewijs behoorlijk meeprofiteert in de zin van horeca- en winkelbestedingen. Overnachtingen worden relatief veel (direct) buiten Nijmegen geboekt. Zo zijn er diverse speciale Vierdaagsecampings rond de stad ingericht. Bovendien is de hotelmarkt zodanig opgebouwd dat een groot deel van het aanbod zich net buiten de gemeentegrenzen van Nijmegen bevindt.

¹⁵ De in figuur 18 gepresenteerde gemiddelden zijn afrondingen. Daardoor verschillen de totalen in geringe mate met de hier gepresenteerde cijfers.

Grootste deel wandelaars overnacht in (regio) Nijmegen

Vanuit de enquête zien we dat 8 van de 10 wandelaars van buiten Nijmegen overnacht in Nijmegen en directe omgeving. Ter indicatie, dat zijn circa 27.600 personen. Een minderheid van 15% van de wandelaars reist dagelijks op en neer.

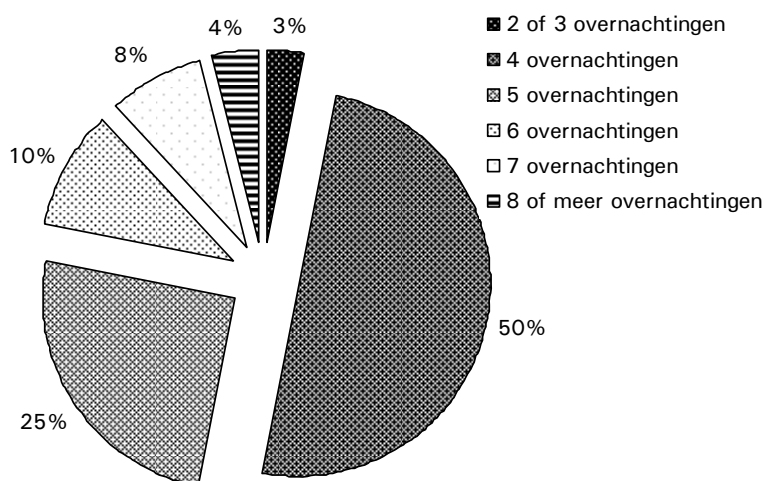
Figuur 20: overnachten of op-en-neer-reizen (% wandelaars van buiten Nijmegen)



Bron: enquête Evenementenmonitor

Het gemiddeld aantal overnachtingen bedraagt daarbij bijna 5 nachten. Uit figuur 21 blijkt dat de helft van de overnachters 4 nachten verblijft en een kwart 5 nachten.

Figuur 21: Verblijfsduur overnachters in Nijmegen e.o.

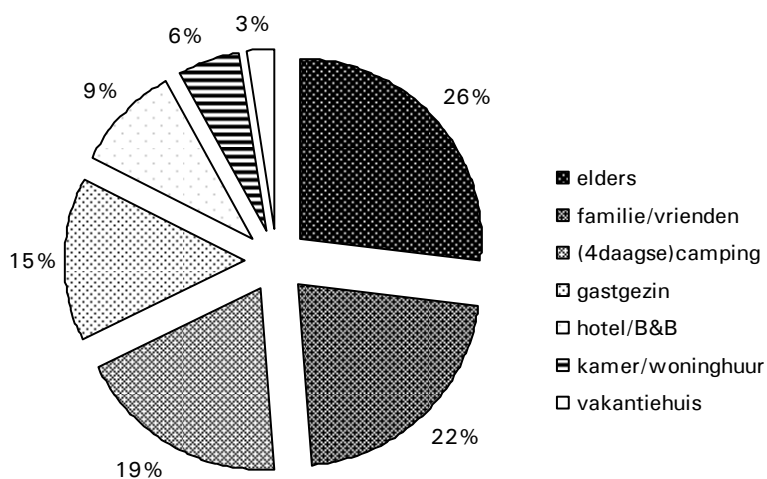


Bron: enquête Evenementenmonitor

Meestal overnachtte men op niet-commerciële wijze bij familie en vrienden: 22% van de ca. 27.600 verblijvende wandelaars. Een deel van de overnachters koos voor een

(vierdaagse)camping (19%) of gastgezin (15%). De hotels en B&B's zijn tijdens de Vierdaagse volbezet, zo'n 9% van de ondervraagde overnachtende wandelaars geeft aan gebruik te maken van deze categorie. Ook zijn er andere overnachtingwijzen gevonden, zoals het kortstondig huren van zelfstandige woonruimte - bijvoorbeeld studentenkamers -. De grootste groep - ruim een kwart - geeft aan 'elders' te verblijven, een niet nader te specificeren categorie.

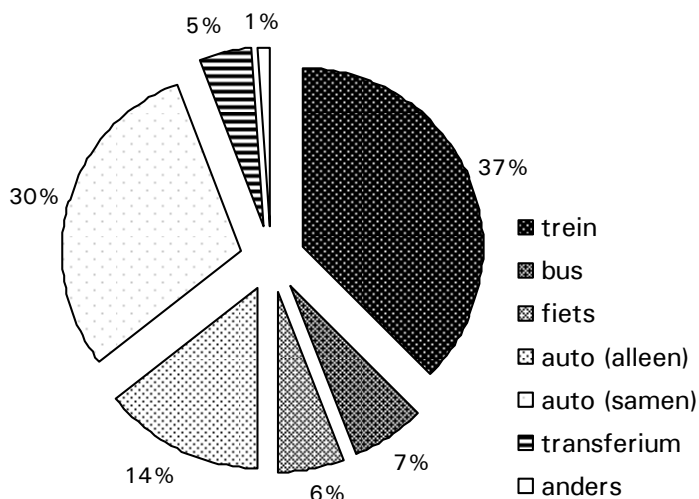
Figuur 22: Overnachtingwijze



Bron: enquête Evenementenmonitor

Eerder zagen we dat 15% van de wandelaars van buiten Nijmegen in de enquête aangaf dagelijks op en neer te reizen om de dagafstanden te lopen. Ter indicatie, dat zijn circa 5.100 personen. Bijna de helft daarvan (49%) komt met de auto: 14% zit alleen in de auto, 30% is samenrijdend en 5% maakt gebruik van de transferia Lent-Noord (4%) en Jonkerbosch (1%). Ook de trein is goed vertegenwoordigd met 37% van de reizenden.

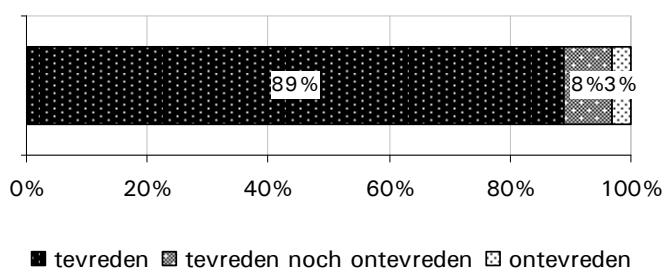
Figuur 23: Transportwijze op en neer reizende wandelaars



Bron: enquête Evenementenmonitor

Ondanks de grote druk op het verkeerssysteem in en om Nijmegen tijdens de Vierdaagse is er grote tevredenheid over het vervoer: bijna 9 van de 10 geeft aan tevreden te zijn. Het is door lage respondent aantallen niet mogelijk uitspraken te doen over de tevredenheid over de verschillende vervoerswijzen.

Figuur 24: Tevredenheid op en neer reizigers over transportwijze



Bron: enquête Evenementenmonitor

Economische effecten zeker ook op langere termijn

De wandelaars genereren dus directe 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 wandelaars nog niet eerder in Nijmegen is geweest. Een meerderheid daarvan geeft aan naar Nijmegen te willen terugkeren. En van alle wandelaars van buiten Nijmegen wil een meerderheid familie, vrienden en bekenden gaan aanraden om ook eens naar deze stad te gaan. Deze bestedingseffecten zijn niet in beeld gebracht.

5.2 Effect op werkgelegenheid

Marsen leveren theoretisch werkgelegenheidseffect op

Er is berekend wat de 2,1 miljoen aan extra bestedingen in *Nijmeegse* horeca en in *Nijmeegse* winkels (non-food) *in theorie* voor de lokale werkgelegenheid kunnen betekenen. Dat is gedaan op basis van CBS-cijfers uit 2007 over de gemiddelde omzet per Fte¹⁶ in verschillende horecagelegenheden - restaurants, cafés, cafetaria - en in kleding- en schoenenwinkels. Geraamd is hoeveel extra personen vanwege deze uitgaven van wandelaars aan het werk zouden kunnen zijn geweest. Of anders gezegd: de theoretische bijdrage van het evenement aan de werkgelegenheid in Nijmegen.

Het theoretisch werkgelegenheidseffect bedraagt *op jaarbasis* 2,5 Fte (3,6 werkzame personen) voor winkels en 23,7 Fte (35,5 werkzame personen) voor horeca. Op jaarbasis kunnen in Nijmegen, door de uitgaven van Vierdaagsewandelaars in onze stad, omgerekend 39 extra werkzame personen - met gemiddeld een dienstverband van 66% - aan het werk zijn in winkels en horeca.

Let wel: de praktijk is uiteraard anders. Werknemers in horecagelegenheden en winkels zullen het wellicht drukker gehad hebben of personeel zal gevraagd zijn om meer uren te werken.

Ook de menskracht nodig voor de organisatie van het evenement heeft tot extra werkgelegenheid geleid. Deze aantallen zijn niet in de theoretische berekening meegenomen.

In paragraaf 7.2 (bijlage) staat een overzicht van de berekening.

¹⁶ Fte: Fulltime-Equivalent, aanduiding voor volledige baan

6 Toeristisch-promotioneel profiel

We proberen tenslotte inzicht te krijgen in het belang van de marsen voor het toerisme in Nijmegen en het imago van de stad. Aan de wandelaars 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 Vierdaagse aan anderen.

6.1 Doorwerking op imago van Nijmegen

Het deelnemen aan de Vierdaagse, in combinatie met andere activiteiten in Nijmegen, kan leiden tot een ander beeld van de stad bij deelnemers van buiten Nijmegen.

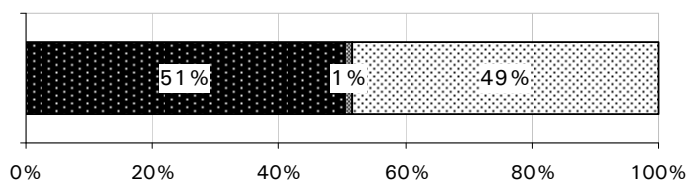
Zo'n 34.000 wandelaars van buiten de stad op bezoek

Als een evenement veel extra deelnemers van verder weg weet te trekken, is dat goed voor de bekendheid van de stad. Ongeveer 87% van de ruim 39.000 aangemelde wandelaars kwam van buiten Nijmegen, zo'n 34.000 bezoekers. Een aandeel van 13% van het totaal, ca. 5.000 wandelaars, kwam uit het buitenland. Bekend is natuurlijk dat de Vierdaagsemarsen naast wandelaars ook veel toeschouwers trekken, vooral tijdens de intocht op vrijdag. Deze blijven hier buiten beschouwing.

Effect op imago Nijmegen, stad als toeristische trekpleister gewaardeerd

Voor zover de niet-Nijmeegse wandelaars een andere kijk op de stad hebben gekregen, heeft men een positiever beeld van Nijmegen gekregen. Bij 51% is het positiever geworden en bij 1% negatiever. Bij 49% is het beeld niet veranderd.

Figuur 25: Kijken de wandelaars van buiten Nijmegen nu anders tegen Nijmegen aan?



■ positiever beeld ■ negatiever beeld ■ beeld niet veranderd

Bron: enquête Evenementenmonitor

Ook is gevraagd of men een *rapporcijfer voor Nijmegen als toeristische trekpleister* wilde geven. Gemiddeld waarden de niet-Nijmeegse deelnemers aan de Vierdaagse onze stad met een 7,5, tussen ruim voldoende en goed. Zo'n 1% gaf een onvoldoende, de meeste wandelaars gaven een 7 of een 8. De buitenlandse wandelaars gaven gemiddeld een hoger cijfer (7,7), wandelaars die nog niet eerder in Nijmegen waren gemiddeld een wat lager rapportcijfer (7,3).

6.2 Nieuw en toekomstig bezoek aan Nijmegen

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

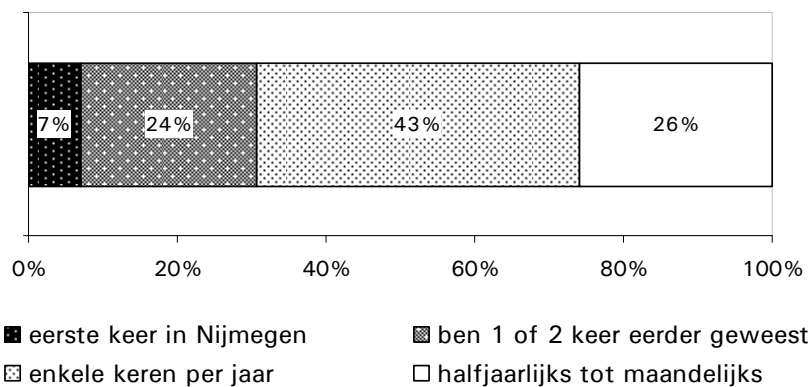
Veel debutanten: 1 van de 3

Uit cijfers van de organisatie blijkt dat ruim 13.230 van de 39.128 aangemelde wandelaars voor het eerst deelnamen, dat is een kleine 34%.

Veel nieuwe bezoekende wandelaars voor Nijmegen

De onderstaande figuur laat zien dat 7% van de wandelaars van buiten de stad nog niet eerder in Nijmegen was geweest; dat zijn circa 2.700 personen¹⁷. Nog eens ongeveer 8.200 personen (24%) bezochten onze stad één of twee keer eerder. Daarmee trekken de Vierdaagsemarsen veel nieuwe bezoekers naar Nijmegen.

Figuur 26: In hoeverre zijn wandelaars van buiten de stad al eerder in Nijmegen geweest?



Bron: enquête Evenementenmonitor

Relatief veel nieuwe stadsbezoekers kwamen uit West Nederland en uit het zuiden van ons land.

Groot deel wandelaars komt terug

De waardering van ervaringen en activiteiten in Nijmegen kan op verschillende manieren doorwerken. Het kan bijvoorbeeld zijn dat nieuwe of relatief nieuwe bezoekende wandelaars de stad vaker willen gaan bezoeken. Ook is interessant of wandelaars hun familie, vrienden en kennissen gaan aanraden om ook eens naar Nijmegen te gaan.

¹⁷ Berekend op basis van een totaal aantal van 34.143 aangemelde wandelaars van buiten Nijmegen.

Figuur 27: Willen de wandelaars 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	51%
misschien	42%
nee	3%
weet niet	5%
totaal	100%

Bron: enquête Evenementenmonitor

Van de nieuwe en minder frequente bezoekers van buiten de stad geeft ruim helft (51%) aan Nijmegen vaker te willen gaan bezoeken. Nog eens 42% heeft dit nog in overweging.

Figuur 28: Denken wandelaars van buiten Nijmegen dat ze familie, vrienden en bekenden gaan aanraden ook een keer naar Nijmegen te gaan?

	<i>Nijmegen aanbevelen</i>
ja	48%
misschien / afhankelijk van wat er te doen is	47%
nee	3%
weet niet	2%
totaal	100%

Bron: enquête Evenementenmonitor

Van de deelnemers van buiten de stad geeft bijna de helft (48%) aan familie, vrienden of bekenden te gaan aanraden om ook een keer naar Nijmegen te gaan. Verder denkt 47% dit misschien te gaan doen, onder meer afhankelijk van wat er in Nijmegen te doen is - bijvoorbeeld een bijzondere activiteit -.

6.3 Combinatie met andere activiteiten in Nijmegen

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

Veel wandelaars bezoeken Vierdaagsefeesten

Van de wandelaars van buiten de stad heeft 72% aangegeven dat men het bezoek met één of enkele andere activiteiten in Nijmegen gecombineerd heeft. Dit ondanks het intensieve karakter van de Vierdaagsemarsen, met de vroege start en behoorlijke fysieke inspanningen. De meest genoemde activiteiten zijn, in aflopende mate van belang:

1. horecabezoek, uit eten, uitgaan (55% van de niet-Nijmeegse wandelaars);
2. bezoek 4daagsefeesten (44%);
3. winkelen (22%);
4. stad en gebouwen bekijken (14%);
5. bezoek familie, vrienden, bekenden (12%).

Opvallend is dat ruim 4 van de 10 wandelaars van buiten de stad de feesten in het Nijmeegse stadscentrum bezoekt. Ter indicatie: dat zou om ca. 15.000 personen gaan¹⁸. Zoals eerder aangegeven ontstaat daardoor een zekere overlapping met bestedingen die in 2007 zijn geraamd rond de Vierdaagsefeesten.

¹⁸ Berekend op basis van een totaal aantal van 34.143 aangemelde wandelaars van buiten Nijmegen.

7 Bijlagen

7.1 Raming uitgelokte bestedingen

Deze tabellen bevatten de berekening van de bestedingseffecten (vanwege de wandelaars) voor Nijmegen en de achterliggende gegevens:

Data		Bron / toelichting
totaal aantal gestarte wandelaars 2008	38.432	Stichting DE 4DAAGSE
rekenbasis (correctie jeugdigen)	36.510	38.432 - 5% onder 18 jaar
% Nijmeegse wandelaars	12,94%	Stichting DE 4DAAGSE
% niet-Nijmeegse wandelaars (overnachters + op&neer-reizigers)	87,06%	Stichting DE 4DAAGSE
rekenbasis Nijmeegse wandelaars	4.724	36.510 x 12,94%
rekenbasis niet-Nijmeegse wandelaars	31.786	36.510 x 87,06%
gem. totaaluitgaven niet-Nijmeegse wandelaars op parcoursen en startterrein	€ 37,41	enquête Evenementenmonitor
gem. totaaluitgaven niet-Nijmeegse wandelaars winkels (o.a. kleding)	€ 16,27	enquête Evenementenmonitor
gem. totaaluitgaven niet-Nijmeegse wandelaars horeca buiten parcoursen	€ 63,33	enquête Evenementenmonitor
gem. totaaluitgaven niet-Nijmeegse wandelaars dagelijkse boodschappen	€ 21,84	enquête Evenementenmonitor
gem. totaaluitgaven niet-Nijmeegse wandelaars overnachtingen	€ 83,34	enquête Evenementenmonitor
gem. totaaluitgaven overige uitgaven niet-Nijmeegse wandelaars	€ 2,96	enquête Evenementenmonitor
<i>totale gemiddelde uitgaven niet-Nijmeegse wandelaars</i>	<i>€ 225,15</i>	
gem. uitgaven Nijmeegse wandelaars op parcoursen en startterrein	€ 33,55	enquête Evenementenmonitor
gem. uitgaven Nijmeegse wandelaars horeca	€ 60,12	enquête Evenementenmonitor
gem. overige uitgaven Nijmeegse wandelaars	€ 0,76	enquête Evenementenmonitor
<i>totale gemiddelde uitgaven Nijmeegse wandelaars</i>	<i>€ 94,43</i>	
verhouding bestedingen op parcoursen en startterrein -in Nijmegen	71,8%	enquête Evenementenmonitor
-omgeving Nijmegen	28,2%	
verhouding bestedingen horeca (buiten parcoursen) -in Nijmegen	75,25%	enquête Evenementenmonitor
-omgeving Nijmegen	24,75%	
verhouding bestedingen winkels (excl. Nijmegenaren) -in Nijmegen	77,6%	enquête Evenementenmonitor
-omgeving Nijmegen	22,4%	
verhouding bestedingen overnachtingen -in Nijmegen	61,25%	enquête Evenementenmonitor
-omgeving Nijmegen	38,75%	
verhouding bestedingen overig/parkeren -in Nijmegen	71,95%	enquête Evenementenmonitor
-omgeving Nijmegen	28,05%	

Berekening		Bron / toelichting
bestedingen door niet-Nijmeegse wandelaars		
bestedingen overnachtingen (hotels, B&B, campings)	€ 2.649.041	31.786 x € 83,34
bestedingen op parcoursen en startterrein	€ 1.189.113	31.786 x € 37,41
bestedingen in winkels (food en nonfood)	€ 1.211.363	31.786 x (€ 16,27+ 21,84)
bestedingen in horeca buiten parcoursen	€ 2.013.004	31.786 x € 63,33
overige bestedingen (o.a. parkeren)	€ 94.086	31.786 x € 2,96
<i>totale bestedingen niet-Nijmeegse wandelaars</i>	<i>€ 7.156.608</i>	
bestedingen door Nijmeegse wandelaars		
bestedingen op parcoursen en startterrein	€ 158.505	4.724 x € 33,55
bestedingen in horeca buiten parcours	€ 284.034	4.724 x € 60,12
overige bestedingen	€ 3.591	4.724 x € 0,76
<i>totale bestedingen Nijmeegse wandelaars</i>	<i>€ 446.129</i>	
Extra bestedingen op parcoursen en startterrein		
-in Nijmegen	€ 1.347.618	
-omgeving Nijmegen	€ 967.590	€ 1.347.618 x 71,8%
	€ 380.028	€ 1.347.618 x 28,2%
Extra bestedingen horeca (buiten parcoursen)¹⁹		
-in Nijmegen	€ 2.297.038	
-omgeving Nijmegen	€ 1.728.521	€ 2.297.038 x 75,25%
	€ 568.517	€ 2.297.038 x 24,75%
Extra bestedingen winkels (food & nonfood, excl. Nijmegenaren)		
-in Nijmegen	€ 1.211.363	
-omgeving Nijmegen	€ 940.017	€ 1.211.363 x 77,6%
	€ 271.345	€ 1.211.363 x 22,4%
Extra bestedingen overnachtingen		
-in Nijmegen	€ 2.649.041	
-omgeving Nijmegen	€ 1.622.538	€ 2.649.041 x 61,25%
	€ 1.026.504	€ 2.649.041 x 38,75%
Extra bestedingen overig/parkeren		
-in Nijmegen	€ 97.677	
-omgeving Nijmegen	€ 70.279	€ 97.677 x 71,95%
	€ 27.398	€ 97.677 x 28,05%
Totale extra bestedingen in Nijmegen	€ 5.328.945	
Totale extra bestedingen omgeving Nijmegen	€ 2.273.792	
Totale extra bestedingen	€ 7.602.737	

¹⁹ Op dit punt is er sprake van een zekere overlapping met bestedingen die in 2007 zijn geraamd rond de Vierdaagsefeesten. Vierdaagsewandelaars zijn immers - in zekere mate - ook vaak bezoekers van de Vierdaagsefeesten.

7.2 Berekening theoretisch werkgelegenheidseffect

theoretische potentiële extra werkgelegenheid	in Nijmegen	
extra winkelbestedingen (non food)	€ 389.161	berekening O&S
extra horecabestedingen	€ 1.728.521	berekening O&S
gemiddelde omzet per FTE in winkels (kleding, mode, schoenen, incl. BTW)	€ 155.500	CBS statline, 2007
extra FTE's in winkels	2,50	extra winkelbestedingen gedeeld door omzet per Fte
gemiddelde omzet per FTE in horeca (restaurants, cafetaria, cafés, incl. BTW)	€ 73.000	CBS statline, 2007
extra FTE's in horeca	23,68	extra horecabestedingen gedeeld door omzet per Fte
extra werkzame personen in winkels	3,63	1 Fte in winkels in non-food artikelen staat voor 1,45 werkzame personen, CBS 2005
extra werkzame personen in horeca	35,52	1 Fte in horeca staat voor 1,5 werkzame personen, CBS 2005
theoretisch aantal extra werkzame personen voor 1 jaar in de stad	39,15	3,63 + 35,52

Opmerkingen:

- bovenstaande berekening geeft aan wat de uitgaven van Vierdaagsewandelaars in theorie zou kunnen betekenen voor de werkgelegenheid in Nijmegen. Dit om een indicatie te geven van de economische effecten. In werkelijkheid zal deze extra omzet niet worden gebruikt om extra personeel aan te nemen. Wel wordt zo de theoretische bijdrage van het evenement aan de werkgelegenheid in Nijmegen inzichtelijk.
- Ook de menskracht nodig voor de organisatie van het evenement heeft tot extra werkgelegenheid geleid. Deze aantallen zijn niet in de theoretische berekening meegenomen.

7.3 Toelichting verbeterpunten

Zoals we hebben kunnen zien zijn de marsen 2008 bijzonder positief gewaardeerd door de deelnemers. Vanuit dat perspectief dienen we te kijken naar de hier toegelichte aandachtspunten. Zo'n 42% van de ondervraagde wandelaars noemde desgevraagd geen verbeterpunten voor de Vierdaagsemarsen. Ruim 58% heeft wél suggesties, vooral op het gebied van de opening en start, de parcoursen en de intocht. Het gaat daarbij bijvoorbeeld om organisatorische zaken of aspecten die samenhangen met de sfeer. Van de deelnemers aan het onderzoek benoemden 412 personen in totaal ongeveer 500 verbeterpunten. Uit het feit dat men naast het benoemen van kritiekpunten ook vaak hele concrete suggesties doet, blijkt een duidelijke betrokkenheid van de deelnemers bij het evenement Vierdaagse.

Meedenken over de start, kritiek op de Vlaggenparade

Rond de opening en de start van de marsen zijn binnen de enquête t.b.v. de evenementenmonitor diverse verbeterpunten genoemd. Vooral als het gaat om een vlotte startprocedure en de organisatie van de zogenaamde Vlaggenparade.

Figuur 29: Verbeterpunten t.a.v. opening en start Vierdaagsemarsen 2008

	<i>Opening en start</i>
1.	Doorstroming start (55 keer genoemd)
2.	Opening: vlaggenparade (10x)
3.	Voordringen start (5x)

Bron: enquête Evenementenmonitor

Kennelijk wordt de doorstroming van de start in de vroege ochtend als probleem ervaren (totaal 55x genoemd), men vraagt er om *“de start sneller te laten verlopen”;* *“de start blijft lang wachten en dringen”*. In dit verband zijn er verschillende suggesties gedaan, met name rond het verruimen van starttijden (10x genoemd), het inzetten van electronica en chip-systeem (9x) en het uitbreiden van de hoeveelheid ingezet personeel (4x). Daarnaast is ook gevraagd naar mogelijkheden tot gezamenlijk starten op dezelfde starttijd (10x) en het al bij inschrijving kunnen aangeven van een gewenste starttijd (4x).

Over het verruimen van starttijden is onder meer aangegeven: *“Starttijden mogen best wat later voor alle afstanden, dan ook meer mogelijkheden voor bezoekers en dorpen langs de kant. En als looper kun je dan ook 1 of 2 avonden genieten van de feesten in Nijmegen.”*

Ook het bij alle wandelaars toepassen van een chip, bijvoorbeeld aan de schoenveters, t.b.v. start, controles en finish is gesuggereerd als oplossing. Eén van de deelnemers aan het onderzoek verwoordde dit als volgt: *“Allemaal met chip lopen bevordert de doorstroom bij de start en de controlepunten.”*

Over de mogelijkheid tot toekennen van dezelfde starttijd: *“Dat wanneer je samen met iemand loopt je ook samen kunt inschrijven, zodat je dezelfde starttijd hebt. Het ruilen blijkt in praktijk niet zo makkelijk te gaan als men denkt/zegt”*. *“Graag dezelfde starttijd voor groepjes die samen lopen, die ook gezamenlijk de hele vierdaagse optrekken, dus ook samen reizen met de auto.”*

En over het aangeven van de starttijd bij inschrijven: *“Twee starttijden bij de 40 km is goed en zorgt voor een spreiding van de drukte. Ik start graag vroeg en merk dat het systeem van ruilen niet werkt.”* *“Er zijn ook mensen die graag laat starten. Misschien kan bij inschrijving al de vraag worden gesteld welke tijd men wenst.”*

Een ander thema is de opening van de Vierdaagsemarsen in de vorm van de zogenaamde Vlaggenparade. Sinds 1951 wordt deze deelnemersontvangst met een parade van de nationale vlaggen van de participanten in Stadion De Goffert gehouden. In de beleving van de wandelaars die in dit verband verbeterpunten benoemden duurde de ceremonie in 2008 (te) lang, waren er te weinig kaarten voor wandelaars beschikbaar en is er nog zeker winst te behalen in de professionaliteit van de organisatie. Zo is bijvoorbeeld aangegeven: *“Verbeterpunt: de Vlaggenparade! Slechte organisatie; te weinig toegangskaarten beschikbaar en als deelnemer aan de vlaggenparade kan ik ook meedelen dat er te weinig aandacht wordt gegeven aan de individuele wandelaar cq. groep.”* *“Vlaggenparade viel zwaar en zwaar tegen; het duurde allemaal veel te lang, muziek was oorverdovend hard, het koor was gewoonweg niet te verstaan, dat was werkelijk een aanfluiting en ten opzichte van de koordeelnemers zelf beledigend.”* *“Kortere vlaggenparade. Meer kaarten voor de deelnemers aan de 4daagse voor de vlaggenparade”*.

Een derde thema is het voordringen door mede-wandelaars bij de start. Hier zijn vooral suggesties gedaan om dit verder tegen te gaan: *“Bij de start de hekken wat verder het plein opzetten, aangezien er altijd wandelaars zijn die voordringen - vooral ouderen! - en diegene die al een tijdje staan gewoon opzij zetten, terwijl ze net aan komen lopen. Dit betreft ook het afstempelen.”* *“Hogere en langere dranghekken bij start i.v.m. voordringen”*

Diverse verbeterpunten op en rond de parcoursen

Naast suggesties rond start en opening zijn er ook veel verbeterpunten genoemd die in relatie staan met de vier dagparcoursen. Vooral als het gaat om een tekort aan toiletvoorzieningen (47 keer genoemd), de wens tot het plaatsen van afstandsaanduidingen langs de routes (20x), het oplossen van doorstromingsproblemen op delen van het parcours (19x) en ook de grote wachttijden EHBO (12x).

Figuur 30: Verbeterpunten in relatie tot parcoursen Vierdaagsemarsen 2008

	<i>Parcoursen</i>
1.	Toiletvoorzieningen langs de route (47 keer genoemd)
2.	Plaats afstandaanduidingen (20x)
3.	Beperkte doorstroming op delen parcours (19x)
4.	Wachttijden EHBO (12x)
5.	Route over Waalkade ongezellig (11x)
6.	Aanduiding splitsingen 30, 40 en 50 km beter aangeven (10x)
7.	Verbieden paraplu's (10x)

Bron: enquête Evenementenmonitor

Ook ten aanzien van de genoemde verbeterpunten rond de parcoursen geven we enige citaten ter verduidelijking.

Toiletvoorzieningen langs de route: "Meer - schone - toiletvoorzieningen voor vrouwen". "Meer toiletgroepen en aangeven wanneer ze zijn, dat gebeurt niet altijd met name in de 50 km extra lus niet."

Wens tot aanbrengen van afstandsaanduidingen: "Graag iedere 5 km een bordje hoe ver het nog is. Dit zou misinformatie en onzekerheid daarover voorkomen!"

Doorstromingsproblemen:

"Drukte op de routes: sommige stukken zijn erg smal in verhouding tot het aantal lopers dat er tegelijk overheen moet."

"Op sommige punten zijn bredere doorgangen nodig, zeker waar de 30,40 & 50 bij elkaar lopen."

"Parkoers ruimer vrijhouden voor de lopers - vooral in doorkomstplaatsen en tijdens de intocht - evt met dranghekken." "Zorgen voor betere doorstroming op drukke trajecten - bijv. waar de langzamere 30km lopers erbij komen - ."

Verbeterpunten rond EHBO: "Meer EHBO langs de route, vooral met warm weer". "Wachtrijen voor EHBO". "EHBO ook s' morgens bij de start".

De nieuwe routing over Waalkade, versus i.d. Betouwstraat:

"De 2e dag niet over de stille saaie Waalkade, maar door de roze straat met eventueel een alternatief door een straat parallel aan de roze straat. Nu moeten er extra kilometers gemaakt worden op een toch al zware dag, laat dit dan leuk eindigen en niet stil."

"De sfeer op de waalkade tijdens roze woensdag. De vorige route was te druk, maar nu is de hele sfeer voor de lopers op de Waalkade helemaal weg. Dit is erg jammer. "Intocht dag 2 was voordat er geswitcht werd naar de Waalkade veel mooier."

Het beter aangeven van routeaanduidingen bij splitsingen van de 30-, 40- en 50 kilometeroutes is ook gevraagd: *"Splitsingen van afstanden nog beter aangeven"*

Zo ook het verbieden van paraplu's tijdens het lopen:

"Dat de mensen niet met een paraplu mogen lopen, dit is hinderlijk en gevaarlijk. Dat militairen en andere groepen max. met zijn tweeën naast elkaar mogen lopen en misschien een afspraak dat ze links of rechts lopen, ik heb dit jaar de groepen als hinderlijk ervaren." "Verbiedt paraplu's! Het is echt niet leuk, je wordt continu geprikt en geslagen, per ongeluk, maar het is waardeloos lopen. Iedereen aan de poncho! Het is namelijk geen modeshow..."

Tenslotte zijn er naast opmerkingen rond start en parcoursen ook diverse verbeterpunten naar voren gekomen die te maken hebben met de intocht. Ook hier doen wandelaars vanuit hun betrokkenheid bij het evenement allerlei suggesties.

Figuur 31: Verbeterpunten in relatie tot intocht Vierdaagsemarsen 2008

	<i>intocht Via Gladiola</i>
1.	Doorstroming intocht ter hoogte van VIP-tribunes/Kkplein/Oranjesingel (37 keer genoemd)
2.	Hinder door groepen militairen of andere groepen (16x)
3.	Uitbreiden dranghekken St. Annastraat, versmalling door publiek (10x)

Bron: enquête Evenementenmonitor

Uit bovenstaande figuur blijkt dat vooral de doorstroming van de intocht ter hoogte van VIP-tribunes aan de Sint Annastraat, het Keizer Karelplein en de Oranjesingel door een aantal mensen als problematisch is ervaren. Enige citaten:

"De finish van de vierde dag vanaf het keizer karelplein. Door de drukte beleef je hier geen plezier aan omdat de straten te smal zijn. De groepen moeten er eerder af na het defileerpunt."

"Het defilé op de laatste dag van de militairen bij het Keizer Karel plein beter structureren. M.i. middels dranghekken, er ontstond zeker 30 minuten oponthoud, wat cruciaal kan zijn voor de latere lopers die na 1630u Nijmegen binnenlopen." "Binnenkomst na het keizerkarelplein, doorgang is te smal."

Ook meldden burgerwandelaars hinder van groepen militairen of andere groepen:

"De intocht laatste dag verloopt mede door groeten militairen en buitenlandse delegaties chaoties. Andere wandelaars worden bijna onder de voet gelopen."

"Militairen dienen zich aan de regels te houden, alleen links van het parcours te lopen."

"Op de Via Gladiola veel last en dominant gedrag ondervonden van politiekorpsen. Men loopt in colonnes van 4 rijen dik. Het "gewone" wandelvolk heeft geen ruimte, wordt opzij geduwd of stagneert enorm. Iedereen is moe en heeft dezelfde prestatie geleverd."

Het in grote getale aanwezige publiek langs de Sint Annastraat - de Via Gladiola - blijft niet op de stoepen, maar dringt soms hinderlijk op. Sommige wandelaars vragen om uitbreiden van dranghekken langs St. Annastraat vanwege de versmalling door het publiek:

"Geen toeschouwers OP het parcours - aanmoediging is geweldig, maar niet wanneer de weg meer dan gehalveerd wordt doordat men op de weg staat -". "In de Via Gladiola de afzetting van de weg nog verder uit te breiden richting Malden."

Ter afsluiting nog twee ultieme wensen van deelnemers:

"Garandeerd mooi weer - kan bij de Olympische Spelen ook! -."

"Zangbundels uitdelen, er mag meer gezongen worden! En het vierdaagslied in het boekje, dat moet iedereen kennen - ik ken het ook niet helaas -."