Relatie mobiliteit en bestedingen

Centrum Middelharnis

platform binnenstadsmanagement

Movares adviseurs & ingenieurs

BRO

colofon

projectnaam
Relatie mobiliteit en bestedingen

datum
11 december 2023

projectnummer
P06785

opdrachtgever
Platform Binnenstadsmanagement

BRO
projectleider
RvL

projectteam i.s.m. Movares
RKo, FKi & MDu

bron kaft
Visit GO

review
FWi

Platform Binnenstadsmanagement
Bosscheweg 107
5282 WV BOXTEL
platform@binnenstadsmanagement.org
www.binnenstadsmanagement.org

Inhoudsopgave

1 Inleiding 4
1.1 Aanleiding 5
1.2 Onderzoeksverantwoording 5

2 Resultaten 6
2.1 Basisresultaten 7
2.2 Vervoersmiddel 9
2.3 Bestedingen 10
2.4 Relatie vervoersmiddel en besteding 11

1 Inleiding

In dit hoofdstuk is de aanleiding en het doel van het onderzoek beschreven. Tevens zijn de kenmerken van de steekproef weergegeven. Voor een verdere toelichting op de onderzoeksmethodiek wordt verwezen naar het hoofdrapport.

1.1 Aanleiding

De relatie tussen mobiliteit en bestedingen levert in de praktijk veel discussie op tussen ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeenten. Ondernemers willen graag meer autobezoekers en meer parkeerplaatsen, omdat autobezoekers meer zouden besteden. Gemeenten willen vaak juist minder auto's en parkeerplaatsen, om centra aantrekkelijker, groener en duurzamer te krijgen. Bovendien kosten parkeerplaatsen veel ruimte, die in een verdichtende stad schaars is en waar ook ruimte voor verblijven moet worden gerealiseerd. Om een 'eerlijke' discussie te kunnen voeren over dit onderzoek heeft het Platform Binnenstadsmanagement in samenwerking met partners BRO en Movares dit onderzoek uitgezet. Het centrum van **Middelharnis** heeft hieraan deelgenomen, samen met 18 andere centrumgebieden in Nederland.

1.2 Onderzoeksverantwoording

Aantal opgehaalde enquêtes

De resultaten van dit onderzoek zijn primair verkregen via enquêtes. Voor het centrum van **Middelharnis** zijn in totaal **517** ingevulde enquêtes opgehaald, die op verschillende manieren zijn verzameld. De resultaten zijn verzameld via face-to-face straatenquêtes, posters/flyers ter plaatse, de inzet van het (burger)panel en social media.

Figuur 1: Deelnemende centra aan het onderzoek.

2 Resultaten

In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste resultaten voor het centrum uiteengezet. Ook zijn de resultaten van andere steden zijn terug te zien zodat de eigen resultaten vergeleken kunnen worden.

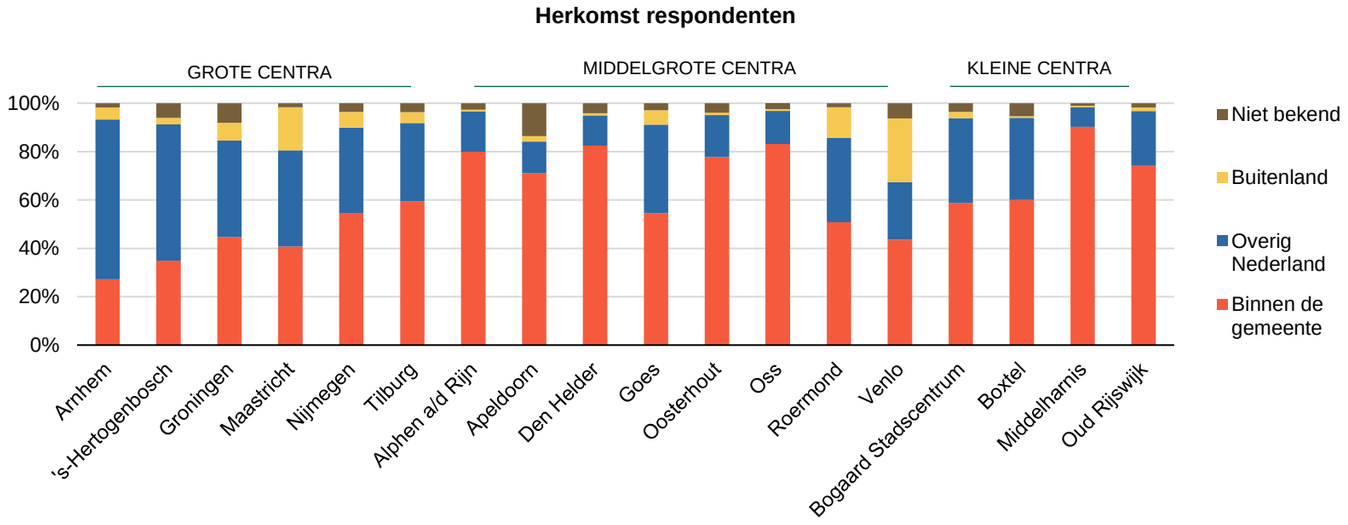
2.1 Basisresultaten

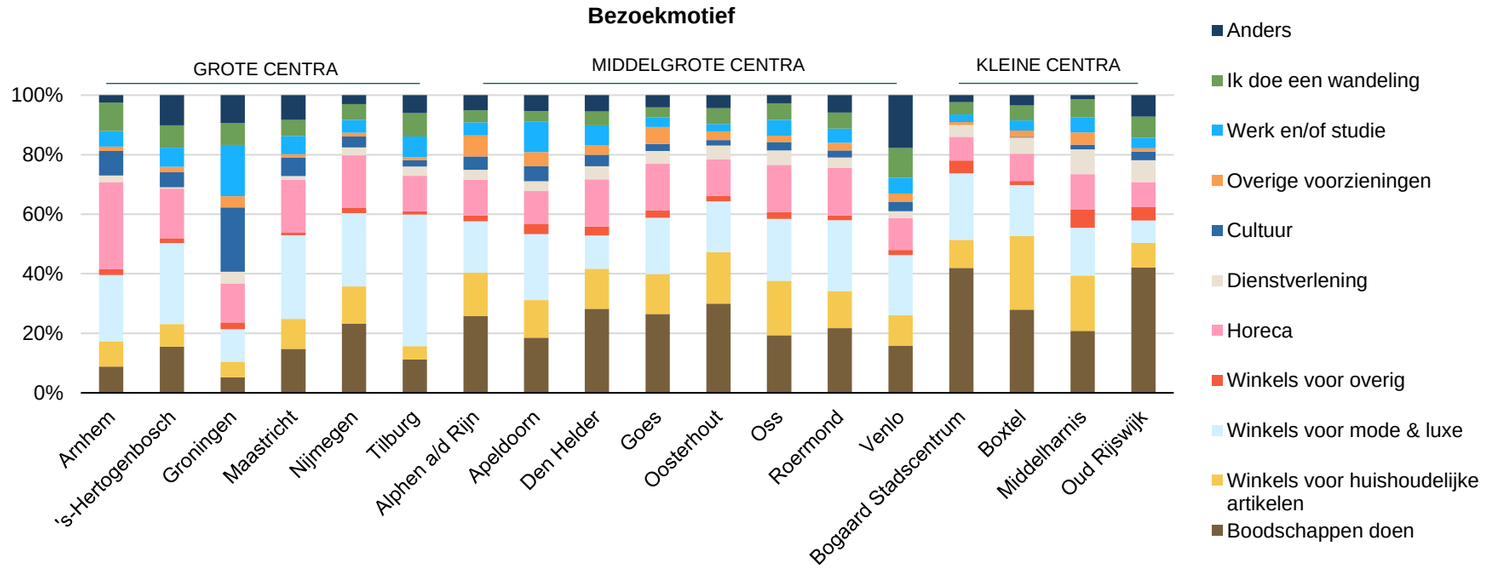
Waar komen bezoekers vandaan?

- 90% van de bezoekers aan het centrum van Middelharnis zijn bewoners uit de eigen gemeente. Het overige deel van de bezoekers komt van buiten de gemeente.
- Wanneer specifiek naar de woonplaats Middelharnis (+ Sommelsdijk) wordt gekeken komt 56% van de bezoekers uit de woonplaats Middelharnis. Bezoekers van buiten de woonplaats komen vooral uit de direct omgeving: Nieuw-Tonge, Dirksland, Herkingen, Stellendam, Ouddorp en Oud-Tonge.

Waarom komen bezoekers naar het centrum?

- Het merendeel van de bezoekers aan het centrum van Middelharnis bezocht het centrum voor de (dagelijkse) boodschappen (21%). Ook het bezoeken van winkels voor huishoudelijke artikelen (19%) en mode & luxe (16%) en zijn belangrijke bezoekmotieven. Het centrum van Middelharnis heeft hiermee een divers bezoekmotief en zoals blijkt uit de herkomst een belangrijke functie voor de plaatsen in de omgeving.

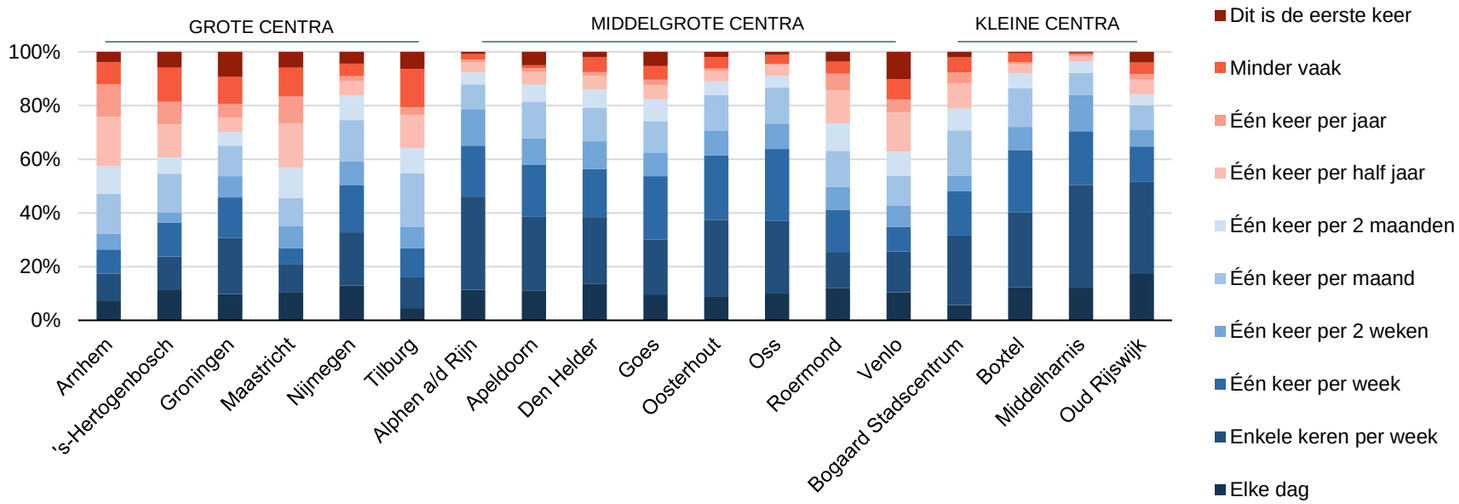




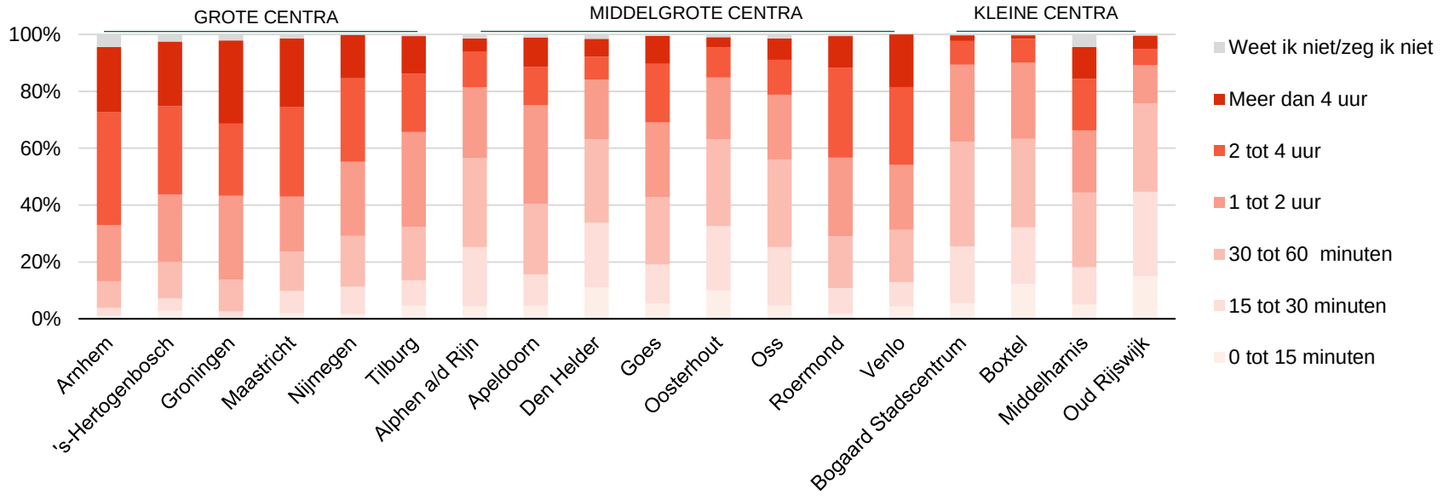
Hoe vaak komen bezoekers? En hoe lang verblijven bezoekers?

- De bezoekfrequentie ligt voor het centrum van Middelharnis ligt hoog. Mensen komen relatief vaak. De verblijfstijd in Middelharnis ligt beduidend hoger dan in de andere kleinere centra. De langere verblijfstijd sluit aan bij de bezoekmotieven. Boodschappen doen is in mindere mate een bezoekmotief dan in vergelijkbare centra.

Bezoekfrequentie



Verblijfstijd



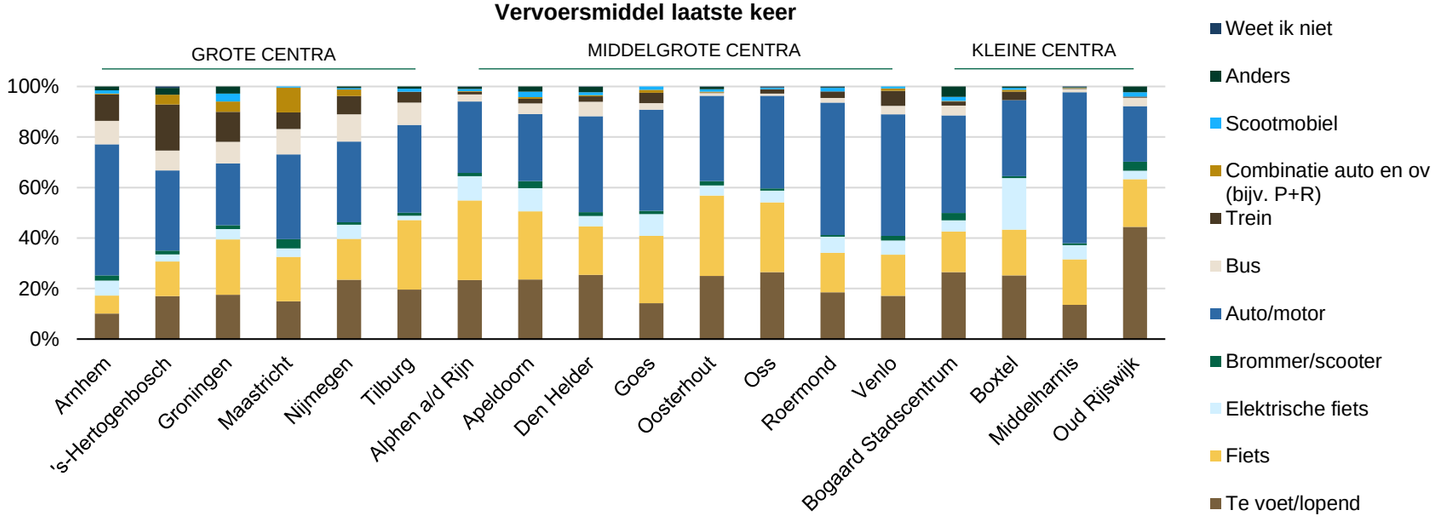
2.2 Vervoersmiddel

Met welk vervoersmiddel komen bezoekers?

- De auto is verreweg het meest gebruikte vervoersmiddel voor een bezoek aan het centrum van Middelharnis (41%) gevolgd door de (elektrische) fiets (24%). Ook komt 14% van de bezoekers te voet. Overige vervoersmiddelen worden veel minder vaak gebruikt.
- Opgemerkt moet worden dat bezoekers van buiten de eigen woonplaats veel meer auto gebruiken (86%) voor een bezoek aan het centrum van Middelharnis dan bezoekers uit de eigen woonplaats (35%).
- Bezoekers die het centrum van Middelharnis te voet/lopend bezoeken komen vaker het centrum dan bezoekers die met de fiets of auto/motor komen. Hiermee is echter nog niet gezegd dat fietsers ook daadwerkelijk elke keer iets besteden.

Binnen de woonplaats
Voor de analyse is onderscheid gemaakt tussen inwoners afkomstig uit de woonplaats (Middelharnis + Sommelsdijk) en inwoners die afkomstig zijn van buiten de woonplaats Middelharnis + Sommelsdijk (elders).

Vervoersmiddel laatste keer



Vervoersmiddel naar herkomst centrum Middelharnis

	Totaal	Binnen de woonplaats	Buiten de woonplaats
Te voet/lopend	14%	25%	2%
Fiets	18%	32%	3%
Elektrische fiets	6%	7%	4%
Brommer/scooter	1%	1%	1%
Auto/motor	60%	35%	86%
Bus	1%	0%	3%
Trein	0%	0%	0%
Combinatie auto en OV	0%	0%	0%
Scootmobiel	0%	0%	0%
Anders	0%	0%	0%

Bezoekfrequentie naar modaliteit centrum Middelharnis

Bezoekfrequentie	Te voet/lopend*	Fiets*	Auto/motor
Elke dag	27%	12%	10%
Enkele keren per week	51%	58%	29%
Één keer per week	14%	20%	20%
Één keer per 2 weken	7%	5%	17%
Één keer per maand	0%	4%	11%
Één keer per 2 maanden	0%	0%	7%
Één keer per half jaar	0%	0%	3%
Één keer per jaar	0%	0%	1%
Minder vaak	0%	0%	1%
Dit is de eerste keer	0%	0%	0%

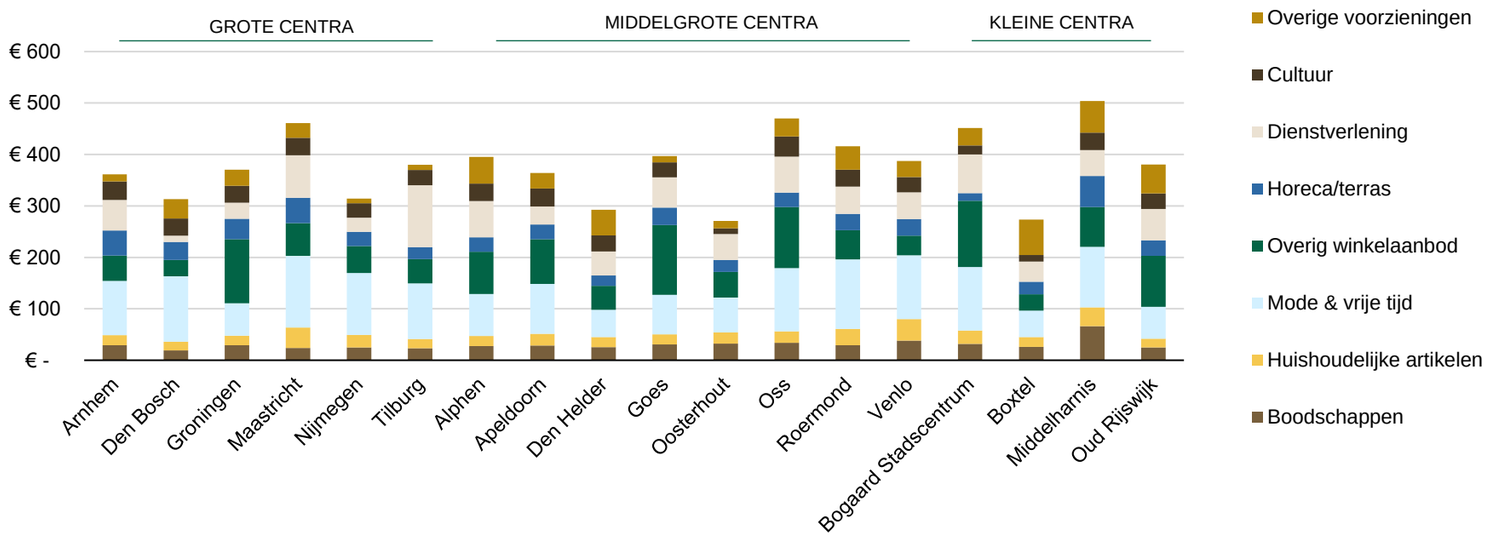
* Geeft een indicatie, aantal waarnemingen ligt onder de 210.
Te voet/lopend N = 70, Fiets N = 93.

2.3 Bestedingen

Wat en waar besteden bezoekers?

- De grafiek hiernaast geeft inzicht in de gemiddelde besteding over het laatste bezoek. Voor het centrum van Middelharnis is de gemiddelde besteding aan het overige winkelaanbod (€ 82) en mode & vrije tijd (€ 81) het hoogst.
- Wanneer een uitsplitsing gemaakt wordt naar herkomst is zichtbaar dat er een duidelijk verschil zit in de bestedingen van bezoekers afkomstig uit de eigen woonplaats en de bezoekers van buiten de woonplaats. De gemiddelde besteding van bezoekers afkomstig van buiten de woonplaats besteden gemiddeld meer met name aan mode & vrije tijd. Bezoekers afkomstig uit de eigen woonplaats besteden gemiddeld € 73, bezoekers van buiten de eigen woonplaats besteden gemiddeld € 111.
- Ook is de gemiddelde besteding afgezet tegen de bezoekfrequentie. In veel andere centra is zichtbaar dat naarmate de bezoekfrequentie afneemt de gemiddelde besteding toeneemt. Dit is niet het geval in Middelharnis, een duidelijk patroon ontbreekt.

Gemiddelde besteding op basis van het laatste bezoek



Gemiddelde besteding verdeeld naar herkomst

	Totaal	Binnen de woonplaats	Buiten de woonplaats
Boodschappen	€ 55	€ 58	€ 51
Mode & vrije tijd	€ 62	€ 55	€ 70
Horeca/terras	€ 28	€ 29	€ 28

* Wijkt af van de grafiek hierboven doordat in de grafiek alleen de resultaten van het veldwerk ter plekke zijn meegenomen zodat dit een zuiverder beeld geeft van de bezoeker.

Gemiddelde besteding per bezoekfrequentie

Bezoekfrequentie	Boodschappen	Mode & vrije tijd	Horeca/terras
Elke dag	€ 97	-	€ 35
Enkele keren per week	€ 63	€ 59	€ 34
Één keer per week	€ 49	€ 41	€ 20
Één keer per 2 weken	€ 37	€ 60	€ 28
Één keer per maand	€ 33	€ 56	€ 21

2.4 Relatie vervoersmiddel en besteding

Wat is de gemiddelde besteding per vervoersmiddel verdeeld naar branche?

- Bezoekers die met de auto / motor het centrum van Middelharnis bezoeken besteden per bezoek gemiddeld (€ 29) iets meer dan bezoekers die te voet (€ 25) of met de fiets (€ 24) komen.
- Zichtbaar is dat er met name een verschil zit in de mode & vrije tijd bestedingen. Een bezoeker die te voet komt besteed gemiddeld € 53 en een bezoeker die met de auto / motor komt besteed gemiddeld € 74.

Komen mensen altijd met hetzelfde vervoersmiddel?

- Van bezoekers die hebben aangegeven meerdere keren in de maand september het centrum van Middelharnis bezocht te hebben, is bekend welk vervoersmiddel ze per bezoek gebruikt hebben. Het percentage zegt iets over in welke mate men loyaal is aan het vervoersmiddel.
- Wat opvalt is dat het loyaliteitspercentages van auto / motor bezoekers hoog is (86%). Bezoekers die het centrum van Middelharnis meerdere keren met de auto bezoeken doen dit vaak opnieuw met de auto. Ook hier speelt waarschijnlijk het grote aandeel bezoekers van buiten de eigen woonplaats een grote rol. De afstand die men moet afleggen is doorgaans een stuk groter en ook het makkelijk meenemen van aankopen speelt een belangrijke rol. Bezoekers die te voet of met de fiets het centrum van Middelharnis bezoeken wisselen beduidend vaker van vervoermiddel.

Gemiddelde besteding per vervoersmiddel Middelharnis centrum

	Gemiddelde besteding Totaal	Gemiddelde besteding Boodschappen	Gemiddelde besteding Mode & vrije tijd	Gemiddelde besteding Horeca/terras
Te voet/lopend	€ 25	€ 54	€ 53	€ 21
Fiets	€ 24	€ 46	€ 38	€ 26
Auto/motor	€ 29	€ 59	€ 74	€ 32

Loyaliteit aan vervoersmiddel Middelharnis centrum

Te voet/lopend	71%
Fiets	67%
Auto/motor	86%

Gemiddelde bezoekfrequentie september Middelharnis centrum

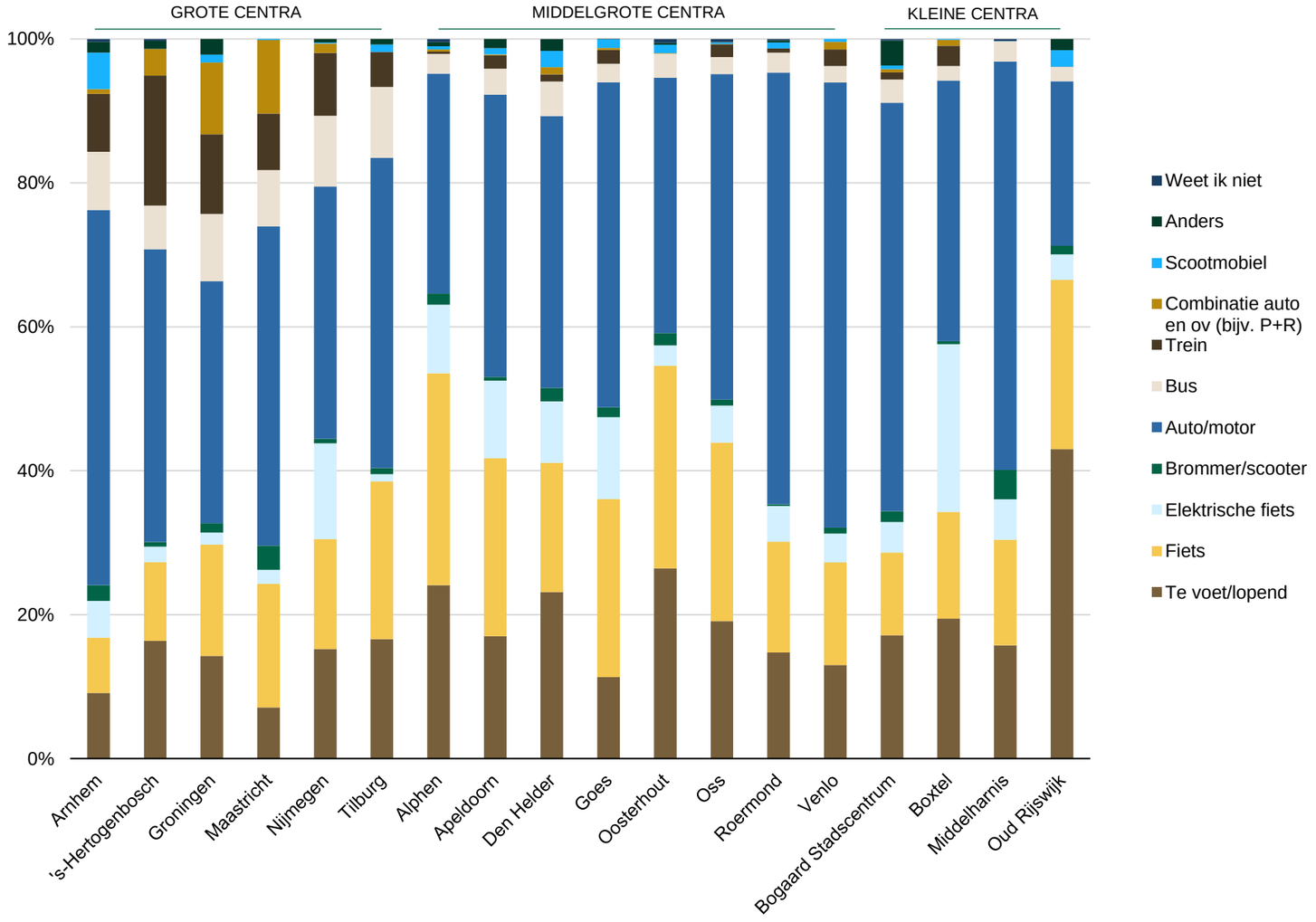
Te voet/lopend	8x
Fiets	7x
Auto/motor	5x

Welk aandeel hebben de verschillende vervoersmiddelen in de totale besteding?

Bezoekers die meerdere keren in de maand september een bezoek hebben gebracht aan het centrum van Middelharnis ook per bezoek aangegeven met welk vervoersmiddel ze kwamen en hoeveel ze besteed hebben. Dit tot maximaal vier bezoeken in het verleden, naast ‘vandaag’. Hierdoor weten we redelijk nauwkeurig een inschatting te maken van de totale bestedingen, rekening houdend met de bezoekfrequentie. Wel neemt de betrouwbaarheid van het bestedingsbedrag af naarmate bezoeken meer in het verleden liggen. Om die reden kijken we niet verder dan vier bezoeken in het verleden.

- In het hoofdrapport is aangetoond dat indien je rekening houdt met meerdere bezoekmomenten de bestedingen van voetgangers en fietsers in de totale bestedingen belangrijker worden. Tegelijkertijd worden in deze weging naar bezoekfrequentie de bestedingen van bezoekers die met de auto komen minder.
- Nadat rekening gehouden is met de bezoekfrequentie zijn bezoekers die te met de auto het centrum van Middelharnis bezoeken goed voor 57% van de totale bestedingen. Hiermee blijft de auto veruit het belangrijkste vervoersmiddel. De voetganger en (elektrische) fiets is goed voor 37% van de totale bestedingen.
- De resultaten zijn goed te verklaren. Middelharnis trekt veel bezoekers van buiten de eigen woonplaats. Deze bezoekers komen voornamelijk met de auto omdat de afstand verreweg te groot is en men makkelijker aankopen kan meenemen. Auto bezoekers komen wel minder frequent dan voetgangers en fietsers, maar de gemiddelde besteding (met name bij mode & vrije tijd) ligt iets hoger. Het verschil in de totale gemiddelde besteding tussen fietsers, voetgangers en autobezoekers is beperkt. Ook is de loyaliteit aan de auto hoog. Als men met de auto komt, komt men ook andere keren met de auto. Fietsers en voetgangers komen voornamelijk uit de eigen gemeente, komen vaker, maar besteden iets minder dan autobezoekers.

Bestedingen totaal - meerdere bezoekmomenten - per centrum / binnenstad



platform binnenstads management

Movares
adviseurs & ingenieurs

BRO