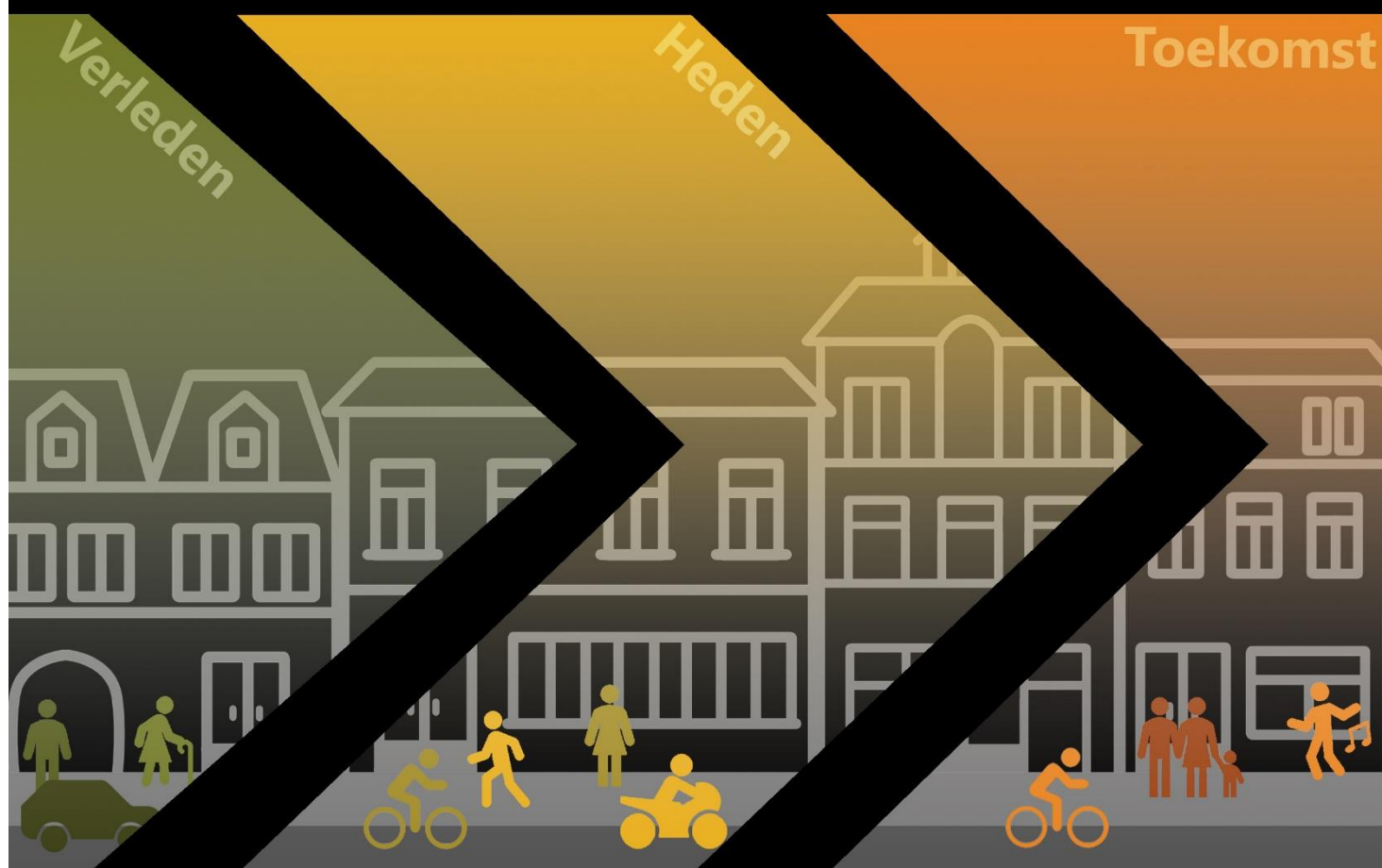


Een handvat voor de toekomstige binnenstad

Een onderzoek naar leefstijlen en diens invloed op het veranderende gebruik van een binnenstad



Jessica Rijcken
Master thesis Planologie
Radboud Universiteit Nijmegen
Januari 2020

Een handvat voor de toekomstige binnenstad

Een onderzoek naar leefstijlen en diens invloed op het veranderende gebruik van een binnenstad

Een handvat voor de toekomstige binnenstad

Een onderzoek naar leefstijlen en diens invloed op het veranderende gebruik van een binnenstad

Colofon

Dit onderzoek is uitgevoerd aan de Radboud Universiteit Nijmegen in combinatie met een afstudeerstage bij de gemeente Nijmegen.

Auteur: J.A.P.C. Rijcken

Studentnummer: S4210573

Opleiding: Radboud Universiteit Nijmegen
Faculteit der Managementwetenschappen
Master Planologie

Adres: Heyendaalseweg 141
6525 AJ Nijmegen

Begeleider: prof. dr. P.M. Ache

Tweede lezer: dr. P.J. Beckers

Organisatie: Gemeente Nijmegen

Adres: Korte Nieuwstraat 6
6511 PP Nijmegen

Datum: Nijmegen, januari 2020

Samenvatting

Binnensteden lijken tegenwoordig weer sterker onder druk te staan dan voorheen, voornamelijk veroorzaakt door de problematische aard van winkelleegstand. Met de gevolgen van winkelleegstand als aanleiding, wordt in veel steden nagedacht over wat te doen met de binnenstad. De toekomst van de binnenstad is daarmee de afgelopen jaren weer hoger op de beleidsagenda's komen te staan. Dit onderzoek biedt een handvat voor de toekomstige binnenstad op basis van binnenstadsgebruikers en hun leefstijlen door de tijd heen. De doelstelling is om uit te vinden hoe leefstijlen invloed uitoefenen op de verandering van het gebruik van een binnenstad. Dit door, middels een hoofdzakelijk kwantitatief surveyonderzoek in de binnenstad van Nijmegen, inzicht te geven in de dominerende leefstijlen van de binnenstadsgebruikers vroeger en nu. Om vervolgens van daaruit aannames te kunnen doen voor de toekomst. Dit alles met het oog op aanbevelingen welke kunnen gelden voor toekomstgerichte binnenstedelijke visies of beleidsdocumenten en ook de theorievorming omtrent leefstijlen in ruimtelijke vraagstukken. De bijbehorende centrale vraag is: Hoe beïnvloeden leefstijlen het gebruik van een Nederlandse binnenstad vroeger, nu en in de toekomst?

Ter vorming van het theoretisch kader is allereerst gekeken naar de bestaande definities en toepassingen van leefstijlen, resulterend in een operationalisatieschema van het concept. Hierin zijn in een leefstijl vijf leefgebieden benoemt, te weten; werk, gezin, wonen, consumptie en vrije tijd. Welke ieder op het niveau van attitude en gedrag zijn onderzocht. Samen met de sense of place vormen de leefstijlen de vraagkant van een binnenstad. Met aan de aanbodkant de verschillende functies van een binnenstad. Aanvullend is aan de vraagkant gekeken naar de theorie van early adopters om de voorlopers onder de binnenstadsgebruikers aan te kunnen wijzen. De binnenstad van Nijmegen geldt als onderzoeksgebied en de binnenstadsgebruikers zijn de onderzoeksgroep. Deze groep is zeer breed en onderverdeeld in bewoners, werkenden en bezoekers. Op basis van de deelvragen in tijdsperioden is de strategie bepaald. Zo is invulling gegeven aan het verleden met bureauonderzoek en expertinterviews. Het heden met behulp van surveyonderzoek en de toekomst op basis van bureauonderzoek en het combineren van de resultaten bij de eerdere tijdsperioden. Het surveyonderzoek bestaat uit een combinatie van straat en web enquêtes onder binnenstadsgebruikers en is in beschrijvend en verklarend opzicht verwerkt. Voor de vorming van een typologie van leefstijlen van binnenstadsgebruikers, is gebruik gemaakt van een aantal toetsen op samenhang (Chi-kwadraattoets, Fisher's Exact Test en Cramer's V) en een binaire logistische regressie analyse op basis van categorische variabelen. De belangrijkste bevindingen en conclusies van dit onderzoek zijn samengevat in een infographic. Essentieel om te vermelden is dat door het ontbreken van een steekproefkader en daarmee het trekken van een selecte steekproef, de resultaten enkel gelden voor de onderzoeksgroep en niet de gehele populatie. Statistische generalisatie is niet mogelijk.

Leefstijlen en de toekomst van de binnenstad ^{Nijmeegse}

Leefstijltypologie Nijmeegse binnenstadsgebruiker

De recreant, vaker:

- een man
- tussen de 25 en 45 jaar
- een hogere opleiding
- veel uren op het werk (30-40+)
- binnenstad als ontmoetingsplek
- binnenstad belangrijk voor vrije tijd

De uitgaansbezoeker, vaker:

- van jongere leeftijd (t/m 45 jaar)
- binnenstad belangrijk in horecabestedingen
- binnenstad als ontmoetingsplek
- binnenstad belangrijk voor vrije tijd

De woner, vaker:

- van jongere leeftijd (t/m 45 jaar)
- woonachtig in een huurwoning
- binnenstad belangrijk voor hobby
- geen kinderen

De onderzoeksgroep:

- 139 respondenten

De werker, vaker:

- van jongere leeftijd (t/m 45 jaar)
- een lagere opleiding
- werk als hoofdbezigheid
- binnenstad belangrijk voor werk

De boodschappenbezoeker, vaker:

- een hogere opleiding
- een eenpersoonshuishouden
- alleen in de binnenstad
- binnenstad belangrijk voor vrije tijd
- binnenstad belangrijk voor hobby

De winkelbezoeker, vaker:

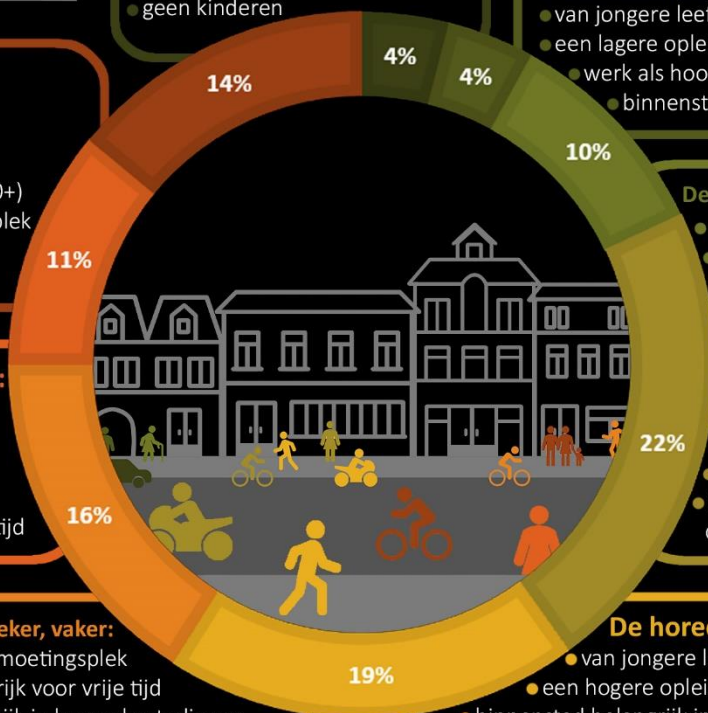
- een vrouw
- binnenstad belangrijk voor detailhandelsaankopen

De evenementbezoeker, vaker:

- binnenstad als ontmoetingsplek
- binnenstad belangrijk voor vrije tijd
- binnenstad belangrijk in horecabestedingen
- woonachtig of wens om in binnenstad te wonen

De horecabezoeker, vaker:

- van jongere leeftijd (t/m 45 jaar)
- een hogere opleiding
- binnenstad belangrijk in horecabestedingen
- binnenstad als ontmoetingsplek



Aanbevelingen voor de toekomstige Nijmeegse binnenstad

Profileren, door:

- een focus op beleving en vermaak
- de verandering van een grotendeels winkelstad naar een ontmoetingsplek
- een juiste branching van bekende filiaalbedrijven en unieke speciaalzaken
- het beter zichtbaar maken van de rijke Nijmeegse historie
- het creëren van een levendige en tegelijkertijd leefbare binnenstad
- tijdelijke initiatieven een plaats te geven voor een verassend aanbod
- meer gebruik te maken van de ligging aan de Waal(kade)
- het toevoegen van meer groen, openbare zitplekken, evenementen en activiteiten
- door te pakken op het bestaande imago; sfeervol, gezellig en gemoedelijk

Concentreren, door:

- een compactere binnenstad
- te blijven streven naar een beloopbaar gebied
- leegstaande (winkel)panden te vullen met andere functies
- naast horeca en wonen ook andere functies uit te proberen
- het najagen van een bestendige invulling voor de binnenstad
- het aanbod te ordenen in (thema)kwartieren
- ieder kwartier met een eigen identiteit gezamenlijk te promoten met de betreffende ondernemers

Organiseren, door:

- meer publiek-private organisatiekracht
- het toeleggen op een bottom-up sturing van de binnenstad
- Initiatieven van lokale partijen te gebruiken in de ruimtelijke opgaven van de binnenstad
- Een verdere samenwerking met het Huis voor de Binnenstad en de bijbehorende verdere ontwikkeling van het binnenstadfonds



Voorwoord

Beste lezer,

Voor u ligt mijn master thesis 'een handvat voor de toekomstige binnenstad'. Gericht op leefstijlen van binnenstadsgebruikers en diens invloed op het veranderende gebruik van een binnenstad in verleden, heden en toekomst. Deze thesis vormt de afronding van mijn duale masteropleiding planologie met het verdiepingsspoor vastgoed & grondmanagement. In de duale variant is het afstuderen gecombineerd met twee keer minimaal vier maanden stage in de werkpraktijk. Hierin heb ik zowel kennis mogen maken met het werken in de advieswereld als in de publieke sector.

Tijdens mijn afstudeerstage bij het team binnenstad van de gemeente Nijmegen heb ik verder vorm kunnen geven aan dit onderzoek en heb ik veel geleerd over het werken bij een gemeente. Als student planologie kijk ik met veel interesse naar de inrichting en het gebruik van de ruimtelijke omgeving. Ik vind het leuk om op allerlei domeinen met de omgeving bezig te zijn. Zo ook met een gebied als de binnenstad en de veelheid aan aanwezige functies en gebruikers.

Graag wil ik een aantal personen in het bijzonder bedanken. Als eerste mijn begeleider Peter Ache voor zijn goede feedback en nuttige tips. Daarnaast wil ik Ilse Nieskens, mijn begeleider bij de gemeente Nijmegen, bedanken voor de leerzame periode en de prettige samenwerking. Ook Bram Verhoef van de gemeente Nijmegen ben ik dankbaar voor het delen van zijn kennis in het uitvoeren van onderzoeken. Tevens wil ik alle betrokkenen bedanken voor hun medewerking aan dit onderzoek, zowel de mensen die ik heb mogen interviewen als de respondenten van de enquête. Tenslotte wil ik mijn familie en vrienden bedanken voor de support tijdens het gehele proces. Met in het bijzonder mijn zus Sabrina, die hetzelfde traject heeft doorlopen en heeft geholpen in de dataverzameling. Het schrijven van een thesis is niet altijd even makkelijk, maar ik ben trots op het eindresultaat.

Ik wens u veel leesplezier!

Jessica Rijcken

Nijmegen, januari 2020

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1 - Inleiding	8
1.1 Situatieschets	8
1.2 Probleemstelling	11
1.3 Relevantie	13
1.4 Leeswijzer	14
Hoofdstuk 2 - Theorie	15
2.1 Theoretisch kader	15
2.2 Operationalisatie	25
Hoofdstuk 3 - Methode	29
3.1 Onderzoeksgebied	29
3.2 Onderzoeksgroep	33
3.3 Onderzoeksstrategie	36
3.4 Onderzoeksmateriaal en dataverzameling	38
3.5 Betrouwbaarheid en validiteit	42
3.6 Dataverwerking	44
Hoofdstuk 4 - Analyse expertinterviews	45
4.1 Functies en werkzaamheden	45
4.2 Nijmeegse binnenstad vroeger tot en met nu	46
4.3 Nijmeegse binnenstad van de toekomst	53
Hoofdstuk 5 - Analyse enquête	55
5.1 Beschrijvende statistiek	55
5.2 Verklarende statistiek	76
Hoofdstuk 6 - Conclusies	102
6.1 Conclusie	102
6.2 Reflectie	114
6.3 Aanbevelingen	117
Literatuurlijst	119



Hoofdstuk 1

Inleiding

In dit inleidende hoofdstuk wordt een eerste beeld geschetst van het wat, waarom en hoe van dit onderzoek. Het overkoepelende thema hierbij is de toekomst van de binnenstad. Aangezien dit thema nog zeer breed geïnterpreteerd kan worden, wordt in de situatieschets meer duidelijkheid verschaft over de aanleiding en invulling van het onderwerp (1.1). Daarnaast komen onder de probleemstelling, de doel- en vraagstelling aan bod (1.2). Verder wordt de relevantie van het onderzoek, zowel vanuit maatschappelijk als wetenschappelijk oogpunt, toegelicht (1.3). Teneinde af te sluiten met een leeswijzer (1.4) voor het verdere onderzoeksrapport.

1.1 Situatieschets

Binnensteden lijken tegenwoordig weer sterker onder druk te staan dan voorheen, voornamelijk veroorzaakt door de problematische aard van (structurele) winkelleegstand. Met de gevolgen van winkelleegstand als aanleiding, wordt in veel steden meer en meer nagedacht over wat te doen met de binnenstad. De toekomst van de binnenstad is daarmee de afgelopen jaren weer hoger op de beleidsagenda's komen te staan. Volgens Buursink (1996) is het daarentegen niet nieuw dat de binnenstad als een probleemgebied gezien kan worden. De verschillende functies die de binnenstad aanbiedt hebben door de tijd heen, afwisselend en tegelijkertijd de aandacht gevraagd van onderzoekers en beleidsmakers. Denk aan de functies omtrent wonen, werken, winkelen, vermaak, monumenten en het zijn van een stedelijk visitekaartje. In deze paragraaf wordt vanuit de aanleiding en de trends en ontwikkelingen bekeken hoe de toekomst van de binnenstad te benaderen is.

1.1.1 Aanleiding

Met leegstand als aanleiding maken meer leegstaande winkelpanden dat het leegstandsprobleem voor steeds meer mensen zichtbaar wordt. Daarnaast komen via de media meer en meer mensen in aanraking met het probleem. Zo heeft het faillissement van de V&D (december 2015) veel indruk gemaakt in zowel het winkellandschap als het straatbeeld, omdat er plotsklaps een groot aantal leegstaande winkelmeters bijkwamen. Een blik op de lijst met recentere faillissementen, zoals Kijkshop, Men At Work, Intertoys, CoolCat en Op=Op Voordeelshop, laat zien hoe lastig het kan zijn om als winkel het hoofd boven water te houden. Deze problematische trend in de winkelsector is natuurlijk niet alleen in de fysieke omgeving waarneembaar, het is ook zichtbaar in de cijfers over winkelleegstand. Tot 2010 begaf het leegstandspercentage van winkels in Nederland zich onder de 6%. Echter in de jaren daarna is dit percentage snel opgelopen. In 2016 bedroeg de leegstand 10,2% van het totale vloeroppervlak binnen de detailhandel. In 2018 bevond de leegstand zich op het niveau van 2013, namelijk op 8%. De piek in 2016 is met name toe te schrijven aan het verdwijnen van de V&D, waarvan de winkelmeters gedeeltelijk weer zijn opgevuld. Desondanks kampen veel steden met een

overaanbod aan vierkante meters detailhandel. De steden met de hoogste percentages leegstand liggen vooral buiten de Randstad en aan de randen van Nederland. Denk aan de krimpgebieden in Noord-Limburg en delen van Friesland en Groningen. De ruimtelijke verschillen in het aandeel winkelleegstand zijn daarmee groot (CBS, PBL, RIVM & WUR, 2019).

Leegstand in de winkelvastgoedmarkt is niet per definitie problematisch. Een goed functionerende markt kent altijd een bepaalde mate van overcapaciteit. Het omslagpunt, waarop leegstand een probleem wordt, wordt mede bepaald door de duur ervan. Leegstand welke minder dan één jaar voortduurt, ook wel aanvangs- en frictieleegstand, is van belang voor de doorstromingsmogelijkheden binnen de markt. Hiermee wordt voorzien in de vrije verplaatsing en vestiging van winkels. Aansluitend daarop behoren winkels welke tussen de één en drie jaar leeg staan onder de categorie langdurige leegstand en vanaf drie jaar wordt er gesproken van structurele leegstand. De twee laatstgenoemden zijn geen geaccepteerde vormen van leegstand, beide hebben negatieve uitwerkingen (Keeris, 2007). In eerste instantie is het vooral problematisch voor de eigenaren van de vastgoedobjecten. In de winkelsector veelal beleggers, maar er zijn ook eigenaar-gebruikers. Deze moeten de situatie ondervangen doormiddel van eigen financiële middelen of de beleggingsportefeuille. Naast de tijdsduur zijn eveneens de grootte en de beeldbepalendheid van de leegstaande winkels van invloed op de impact die het heeft. Leegstand is een maatschappelijk probleem wanneer er negatieve effecten optreden voor de omgeving, de rest van de stad of delen daarvan. Dit is bijvoorbeeld het geval wanneer meerdere (grotere) winkels in een gebied voor langere tijd leeg staan. Er ontstaat dan het gevaar voor een neerwaartse spiraal van verloedering en verpaupering (Evers et al., 2014). Immers wanneer in achteruitgaande gebieden consumenten wegblijven, raken de nog wel aanwezige winkels uiteindelijk ook in de problemen. Daarbij is er vanuit nieuwe winkels weinig interesse zich daar te vestigen, waardoor bezoekersaantallen nog verder afnemen en het gebied verloedert.

Uit de recente leegstandscijfers blijkt een daling van de langdurige leegstand, terwijl de structurele leegstand stabiel blijft. Eén derde van de huidige winkelleegstand wordt inmiddels al als structureel aangemerkt (CBS, PBL, RIVM & WUR, 2019). Dit betekent dat winkelleegstand nog steeds een probleem is. Door de negatieve uitwerkingen op de leefbaarheid en vitaliteit van winkelgebieden, waaronder binnensteden. Veranderend consumentengedrag en nieuwe trends en ontwikkelingen, leiden tot veranderende stedelijke opgaven. In een rapport van DTNP (2014) wordt gesteld dat een blijvende afname van de behoefte aan winkels wordt verwacht. Indien er geen transformatie van de winkelvoorraad plaatsvindt, neemt de leegstand toe. De trend die zich hierbij voortzet, en welke in de afgelopen 15 jaar al is ingezet, is dat de (fysieke) winkelmarkt veranderd van een groeimarkt naar een krimpende verdringingsmarkt.

Op naar de toekomst

Gebleken is dat de winkelmarkt aan verschillende veranderingen onderhevig is. Binnensteden vormen een belangrijk winkelgebied, welke door de toenemende leegstand sterker onder druk zijn komen te staan. De vraag die tegenwoordig daarom veelvuldig wordt gesteld, is hoe binnensteden aantrekkelijk gehouden kunnen worden en voor welke doelgroep? Anders gezegd, welke factoren bepalen de attractiviteit en het gebruik van toekomstige binnensteden? De attractiviteit van binnensteden is daarmee het thema dat centraal staat in dit onderzoek. Binnensteden onderling zijn zeer verschillend en hebben ieder hun eigen kenmerken en DNA, wat de uitgangspunten divers maakt. Derhalve variëren ook de mensen welke een binnenstad bezoeken. Met name de invloeden van leefstijlen op het gebruik van binnensteden wordt in dit onderzoek nader bekeken. Kortgezegd wordt op basis van een terugblik op het verleden en een kijk naar het heden, uitspraak gedaan over de toekomstige mogelijkheden, om de attractiviteit op peil te houden of te verbeteren.

1.1.2 Trends en ontwikkelingen

Een binnenstad en diens onderliggende markten zijn onderhevig aan verschillende trends en ontwikkelingen. Denk bijvoorbeeld aan vergrijzing en extramuralisering op de woningmarkt, toename van internetaankopen op de winkelmarkt en de flexibilisering van de arbeidsmarkt. Het voert te ver de ontwikkelingen op alle markten te behandelen, vandaar dat alleen de grotere alomvattende trends voor de binnenstad worden bekeken. Een reeds benoemd maar hedendaags probleem waar vele binnensteden mee te kampen hebben, is de leegstand. Leegstand beïnvloedt in sterke mate de beleving van een winkelstraat en het gevaar voor een neerwaartse spiraal ligt op de loer. Leegstand heeft ervoor gezorgd dat gemeenten zich beter zijn gaan oriënteren op de binnenstad.

Onderliggend aan de leegstandsproblematiek zijn de veranderingen in het bezoekgedrag en het aanbod. Beide hebben de nodige ontwikkelingen doorgemaakt. Voor het bezoekgedrag geldt met name de verschuiving die gaande is naar een beleveniseconomie. De binnenstad verandert van een “place to buy” naar “place to meet”. Mensen besteden meer geld aan diensten en horeca en minder aan goederen. Hierin worden authenticiteit, duurzaamheid en beleving belangrijker. De rol van de binnenstad is meer dan alleen een winkelgebied. Naast detailhandel zijn er ook horeca, cultuur, leisure en evenementen aanwezig. Een aanbod passend bij de veranderende koopmotieven, is steeds meer toegespitst op vermaak-functies. Het aanbod van een binnenstad wordt beïnvloedt door de trends in bezoekgedrag. Vraag en aanbod kennen immers een grote verbondenheid. Met een veranderende vraag zal ook het aanbod zich aanpassen. Ontwikkelingen die hierin te herkennen zijn, zijn zowel schaalvergroting als superspecialisatie. Veelal in het kernwinkelgebied is vanuit grote ketens een toenemende vraag naar meer winkeloppervlak. Anderzijds is er, veelal in de ringstraten, sprake van superspecialisatie door het opkomen van nieuwe en kleine winkelconcepten. Beide ontwikkelingen

dienen een plaats te hebben in de binnenstad. Een andere trend aan de aanbodkant is branchevervaging. Winkels bieden een mix van branches aan, waardoor de winkelfunctie, dienstverlening en horeca meer en meer samensmelten. Voorbeelden hiervan zijn winkels met ondersteunende horeca of concepten waar dienstverlening (bv. een kapper) en een winkel in hetzelfde pand zijn gevestigd (Gemeente Nijmegen, 2015). Hetgeen blurring wordt genoemd.

Tot slot zijn er nog demografische trends, die invloed uitoefenen op alle sectoren. De komende decennia neemt de bevolking toe. De aard en snelheid hiervan verschilt per regio. Bepalend hierin zijn de toenemende vergrijzing en ontgroening en de verandering in de huishoudenssamentelling. De laatste genoemde wordt met name gekenmerkt door een stijging van het aantal eenpersoonshuishoudens en daarmee een stijgende vraag naar woningen. Ook opvallend zijn de toenemende verschillen tussen regio's en in het bijzonder stedelijke regio's en krimpregio's (Ministerie van BZK, n.d.). De behandelde trends zijn tezamen bepalend voor de toekomstige vraag en het aanbod in een binnenstad.

1.1.3 Leefstijlbenadering

In dit onderzoek gaan leefstijlen een grote rol spelen. Het gebruik van deze benadering lijkt nu nog uit de lucht te komen vallen. De prangende vraag is steeds meer hoe de toekomst van de binnenstad eruit gaat zien? Dit kan onderzocht worden door enkel experts aan het woord te laten en trends in het verleden te bekijken, maar de binnenstadsgebruikers vormen de binnenstad. Het opnemen van deze groep in het onderzoek is daarmee van groot belang. Er is immers steeds meer sprake van een vraaggestuurde markt. De daaropvolgende opgave is het betrekken van de binnenstadsgebruiker? Dit is mogelijk door mensen te enquêteren naar hun huidige bevindingen en meningen richting de toekomst. Het gevaar hiervan is dat de uitkomsten ook zo weer achterhaald zijn en wellicht weinig richting bieden. Om iets meer grip op de ontwikkelingen te krijgen, bij een specifieke stad, is het beter om de wensen van mensen te benaderen vanuit hun leefstijlen. Op die manier kan worden bekeken welke typen binnenstadsbezoekers er zijn, wat hun kenmerken zijn en welke invloed zij hebben op de verschillende functies. Leefstijlen vormen daarmee de invulling van de wijze waarop de binnenstadsgebruiker wordt benaderd.

1.2 Probleemstelling

Dit onderzoek, welke nu alleen nog kort is beschreven, zal bijdragen aan de vorming van een toekomstvisie voor een binnenstad. Deze toekomstvisie is voornamelijk raadgevend, gezien de tijd waarin veranderingen en transformaties van stadskernen onvermijdelijk zijn, voor een succesvol voortbestaan. Door de invloeden van leefstijlen op het gebruik en daarmee ook de attractiviteit van een binnenstad te achterhalen, kunnen toekomstige wensen beter worden ingeschat.

1.2.1 Doelstelling

Vanuit het winkelleegstandsprobleem wordt verder voortgebouwd op de attractiviteit en met name het gebruik van een binnenstad, in combinatie met leefstijlen. De bijbehorende doelstelling van het onderzoek luidt als volgt: *Doel van dit onderzoek is om uit te vinden hoe leefstijlen invloed uitoefenen op de verandering van het gebruik van een binnenstad. Dit door, middels een hoofdzakelijk kwantitatief surveyonderzoek in de binnenstad van Nijmegen, inzicht te geven in de dominerende leefstijlen van de binnenstadgebruikers vroeger en nu. Om vervolgens van daaruit aannames te kunnen doen voor de toekomst. Dit alles met het oog op aanbevelingen welke kunnen gelden voor toekomstgerichte binnenstedelijke visies of beleidsdocumenten en ook de theorievorming omtrent leefstijlen in ruimtelijke vraagstukken.*

1.2.2 Vraagstelling

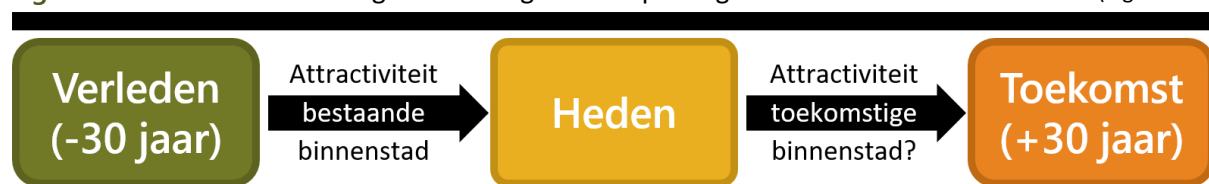
Om de zojuist geformuleerde doelstelling te behalen, is ter sturing de volgende centrale vraag opgesteld: *Hoe beïnvloeden leefstijlen het gebruik van een Nederlandse binnenstad vroeger, nu en in de toekomst?* Kenmerkend is de opdeling in drie tijdsperioden; verleden, heden en toekomst. Deze toevoeging is gekozen zodat op basis van de resultaten uit het heden en verleden, gefundeerde assumpties of voorspellingen kunnen worden gemaakt voor de toekomst. Voor iedere periode is een bijbehorende deelvraag geformuleerd:

- *Wat zijn de invloeden van vroegere leefstijlen op het gebruik van een Nederlandse binnenstad?*
- *Wat zijn de invloeden van hedendaagse leefstijlen op het gebruik van een Nederlandse binnenstad?*
- *Wat zijn de invloeden van toekomstige leefstijlen op het gebruik van een Nederlandse binnenstad?*

Deze drie vragen beantwoorden tezamen de centrale vraag. Ter verduidelijking is in figuur 1.1 de opdeling ook schematisch weergegeven. Zichtbaar is dat de tijdsperioden met 30 jaar van elkaar verschillen en dat het heden als startpunt is aangehouden. De perioden van 30 jaar zijn gebaseerd op de duur die voor één generatie (37 jaar) geldt. Anders gezegd wordt er dus ongeveer één generatie terug en één generatie vooruitgekeken. Zoals figuur 1.1 nog meer laat zien, wordt in dit onderzoek ook verondersteld dat de factoren die de attractiviteit van de bestaande binnenstad – van verleden tot heden – bepaalden, bekend zijn en daarmee dus ook het huidige gebruik van de binnenstad. Dit in tegenstelling tot de factoren die de attractiviteit van de toekomstige binnenstad bepalen, welke nog onbekend zijn. Het vraagteken symboliseert dus deels het onderzoeksdoel.

Figuur 1.1: Schematische weergave van de gekozen opdeling

Bron: (Eigen werk)



1.3 Relevantie

Zowel vanuit maatschappelijk als wetenschappelijk oogpunt wordt bekeken in hoeverre dit onderzoek relevant is en op welke wijze het een bijdrage levert aan probleemoplossingen voor binnensteden en theorievorming omtrent leefstijlen.

1.3.1 Maatschappelijke relevantie

Zoals eerder al bleek uit de situatieschets, wordt geregeld de vraag gesteld, hoe binnensteden op weg naar de toekomst aantrekkelijk gehouden kunnen worden. Wat is de juiste functiemix, welke past bij deze en nieuwe tijden? Dat dergelijke vragen gesteld worden getuigt van het bestaan van een zekere relevantie, aangezien zorgen geuit worden over het toekomstperspectief van binnensteden. De toenemende winkelleegstand en de bijkomende negatieve gevolgen, vormen op zichzelf al een maatschappelijk probleem. Een binnenstad is echter meer dan alleen een winkelgebied. Het is namelijk een 'place to buy' en een 'place to meet'. Een binnenstad wordt vaak gezien als het hart van een stad en biedt ruimte aan verschillende functies. Denk aan; wonen, werken, winkelen, toerisme, cultuur en erfgoed. Daardoor heeft een binnenstad te maken met een grote doelgroep aan mogelijke gebruikers. Het is dan ook belangrijk dat alle gebruikers zoveel mogelijk in hun wensen worden voorzien, in het geval een attractieve binnenstad voor zoveel mogelijk mensen wordt beoogd. Daarbij wordt, zoals van der Krabben (2013) concludeert, een aantrekkelijke en succesvolle binnenstad gekenmerkt door een aantrekkelijke combinatie van functies. Het bepalen van een juiste mix van functies is hierin van belang. Binnensteden zijn daarnaast eigenlijk de ultieme plekken waar leefstijlen samenkomen en tot uiting worden gebracht. Leefstijlen en de verandering ervan door de tijd heen, zijn interessant om te bekijken, gezien deze invloed hebben op de trends die plaatsvinden. Het zijn de mensen die de vraag bepalen en daarmee het aanbod beïnvloeden. Dat in dit onderzoek specifiek de invloed van leefstijlen wordt onderzocht, is relevant ter bepaling van het gebruik van de toekomstige binnenstad.

Daarnaast is er een tijd aangebroken waarin er een verschuiving plaatsvindt van ontwikkelingen in de nieuwe stad naar de bestaande stad. Niet langer wordt er vooral aandacht besteed aan gebiedsopgaven in de nieuwe stad (denk aan uitleglocaties), maar zijn er steeds meer stedelijke opgaven gericht op de bestaande stad (denk aan herstructurering en transformatie). Deze omslag wordt gezien als een reactie op de veranderingen in de demografische en economische situatie van Nederland. In bestaand stedelijk gebied zijn veel voorzieningen op loop- en fietsafstand bereikbaar (de compacte stad), wat past bij de drukke leefstijl van burgers. In toenemende mate wordt een mix van functies - in plaats van functiescheiding - gezien als de succesfactor voor goed functionerende stedelijke gebieden (Aarle et. al., 2014). Daarmee sluit dit onderzoek aan bij de comeback van de (binnen)stad, welke destijds is ingezet.

1.3.2 Wetenschappelijke relevantie

Naast het feit dat dit onderzoek in basis een praktijkgerichte insteek lijkt te kennen, gaat het indirect ook bijdragen aan theorievorming. Vanuit de literatuur over winkelleegstand zijn vele aanbevelingen voor een nieuwe toekomstige rol van binnensteden te vinden (DTNP, 2014; Erdman, 2008; Aarle et. al., 2014; Lange & Mol, 1999). Zo wordt binnen de winkelmarkt de kracht van binnensteden gezien in het ruime aanbod. Met name de ‘beleving’ en het bijbehorende recreatief winkelen worden steeds belangrijker. Dit vraagt om binnensteden met een verassend aanbod, keuze variëteit, een groot verzorgingsgebied en een prettige ambiance waarmee centra een eigen beleving bieden. Kleinere niet onderscheidende binnensteden zijn hierin kwetsbaar. Terwijl grote binnensteden met karakter goede kansen houden (DTNP, 2014). Wat betreft de winkelfunctie van binnensteden lijkt de te bewandelen weg naar de toekomst, in de literatuur, al vast te liggen.

Een binnenstad heeft, zoals toegelicht, echter meer dan alleen de functie van een winkelgebied. Vandaar dat ook andere functies die binnensteden in de toekomst kunnen verzorgen wetenschappelijk onderzocht zijn. Dit onderzoek vormt daarmee een aanvulling op de algemene- en toekomstverkenningen van het binnenstedelijk klimaat, welke reeds zijn uitgevoerd (Evers et. al., 2014; Krabben, 2013; Lange, 2005). Deze verkenningen leggen echter geen verband tussen leefstijlen en het gebruik van binnensteden. De theorievorming omtrent leefstijlen en ruimtelijke vraagstukken in het algemeen, is zelfs als karig te bestempelen. Hiermee is een hiaat in de beschikbare kennis gevonden, welke middels dit onderzoek een nadere invulling kent.

1.4 Leeswijzer

In aanvulling op de inleiding in dit eerste hoofdstuk, kent het verdere onderzoeksrapport de uitwerking ervan. De verschillende onderzoeksfases zullen ieder aan bod komen in de zes hoofdstukken die dit rapport telt. Zo gaat hoofdstuk 2 nader in op het theoretisch kader met de bijbehorende centrale concepten en de operationalisatie. Hoofdstuk 3 kent een uitvoerige beschrijving van de methodologische aanpak, zowel van de voorbereiding als de uitvoering. In hoofdstuk 4 worden de bevindingen vanuit de expertinterviews beschreven, gevolgd door de bevindingen en analyses vanuit de enquêtes in hoofdstuk 5. Tot slot vormt hoofdstuk 6 het concluderende hoofdstuk met de conclusie, reflectie en aanbevelingen.

Hoofdstuk 2 Theorie

Theorie vormt een belangrijke basis voor ieder wetenschappelijk onderzoek. In dit hoofdstuk wordt daarom de reeds beschikbare informatie geïnventariseerd ter bepaling van het theoretisch kader (2.1). Hierbinnen worden de theorieën en begrippen, welke behulpzaam zijn bij de beantwoording van de vraagstelling, apart behandeld. Naar aanleiding daarvan worden de belangrijkste concepten en verbanden geoperationaliseerd en schematisch weergegeven in een conceptueel model en operationalisatieschema (2.2).

2.1 Theoretisch kader

Om het onderzoek beter te positioneren in het wetenschappelijke veld, wordt nader gekeken naar leefstijlen en de toepassingen ervan. Het onderzoek draait immers om leefstijlen en diens invloed op het veranderende gebruik van binnensteden. Het concept leefstijlen is in het voorgaande hoofdstuk al veelvuldig benoemt, maar heeft nog een verduidelijkende definiëring en typering. Dit om het concept ook toepasbaar te maken voor de onderzoekssituatie, namelijk de gebruikers van een binnenstad. In aanvulling op leefstijlen wordt tevens gekeken naar een mogelijke toepassing van de theorie over early adopters. Vervolgens wordt het onderzoeksthema, de binnenstad, onder de loep genomen en wordt aanvullend gekeken naar de sense of place.

2.1.1 Leefstijlen

Wanneer men zoekt op leefstijlen, komt een verband met gezondheid veelvuldig naar voren. Blijkbaar is voor veel mensen het streven naar een zo gezond mogelijke manier van leven, belangrijk. Een leefstijl wordt simpelweg ook wel gedefinieerd als een manier van leven. Enkel het aspect gezondheid is niet voldoende voor een definiëring van leefstijlen, welke toegepast kan worden in dit onderzoek. Naast gezondheid zijn er namelijk nog meer aspecten die de levenswijze beïnvloeden of bepalen.

Het feit dat er hedendaags überhaupt een grote diversiteit aan leefstijlen onderscheiden kan worden, is niet altijd al vanzelfsprekend geweest. Vroeger hadden mensen namelijk veel meer een gelijksoortige levensloop. Hierdoor kon voorheen vaak nog worden volstaan met het onderverdelen van mensen op basis van traditionele sociaal-demografische kenmerken als leeftijd, geslacht, opleiding en inkomen. Die opdeling is nu in veel gevallen niet meer afdoende. Door invloeden van trends, als individualisering, zijn mensen steeds minder uniform gaan leven. Daarnaast is er meer keuzevrijheid en bepalen mensen in toenemende mate zelf hoe zij hun leven inrichten (Versantvoort & van der Laan, 1998). Hiermee is het meer voor de hand liggend geworden om de huidige samenleving niet enkel op achtergrondkenmerken onder te verdelen, maar ook op de in de samenleving voorkomende leefstijlen. Het bestuderen van leefstijlen in sociaalwetenschappelijk onderzoek is daarmee nog relatief jong. De oorsprong van het leefstijlconcept ligt bij Max Weber omstreeks 1921. Hij wordt gezien als de

grondlegger van het concept. Zo heeft Weber onder andere het onderscheid tussen klassen en standen beschreven. Een klasse is een groep personen die dezelfde economische positie inneemt en een stand is een groep personen die hetzelfde aanzien geniet en dezelfde leefstijl heeft (Ganzeboom, 1988). Na Weber hebben de consumentenonderzoeker Mitchell (1983) en de sociologen Bourdieu (1984), Sobel (1981 en 1983) en Ganzeboom (1988) bijgedragen aan de begripsvorming. In de loop der jaren is het concept toegepast in consumenten- en stratificatieonderzoek, binnen de marketing en sociologie en in ruimtelijk, demografisch en economisch onderzoek (Versantvoort & van der Laan, 1998).

Bestaande definities

Met de verschillende toepassingen bestaan er verschillen in de definiëring en operationalisatie. Door Bootsma et. al. (1993) wordt een leefstijl beschouwd als de oriëntatie van een individu op de inrichting van zijn of haar leven. Dit kan gedefinieerd worden als de relatieve waarde die een individu hecht aan de verschillende aspecten van het leven (in Versantvoort & van der Laan, 1998). Versantvoort & van der Laan (1998) voegen hier aan toe, dat de gekozen leefstijl afhankelijk is van het karakter en de achtergrond van een persoon (micro-basis) en de institutionele omgeving (macro-basis) waarin die persoon leeft. Bosch et. al. (2012) interpreteren op basis van het boek *La Distinction* van Pierre Bourdieu uit 1979, de volgende definiëring: het begrip leefstijl kan beter worden gezien als een combinatie van niet alleen economisch maar ook cultureel kapitaal. Economisch kapitaal heeft te maken met de beschikking over productiemiddelen en geld. Cultureel kapitaal met kennis, opleiding en vaardigheden. Hierin zijn gedrag, maar ook esthetische smaak, niet alleen met de economische positie verweven, maar ook met het cultureel kapitaal. Geconcludeerd wordt, wat betreft Bourdieu's werk, dat de leefstijl van het individu voor een groot deel het resultaat is van socialisatie in de samenleving, op basis van iemands (verschillende vormen van) kapitaal en niet een keuze die bewust wordt gemaakt. Bij een definiëring van het concept leefstijl dient dus rekening te worden gehouden met zowel achtergrond als omgeving, evenals het (economisch en cultureel) kapitaal van een persoon en de mate van gekozen gedragskeuzen. Hiermee is een indruk gegeven van hoe een leefstijl wordt gevormd. Maar hoe is een leefstijl te herkennen? Volgens Ganzeboom (1988), heeft Sobel dit in 1981 en 1983 beschreven. Leefstijluitingen zouden namelijk bij uitstek herkenbaar moeten zijn in het sociale verkeer, omdat zij de sociale positie van iemand communiceren. Leefstijlen zijn daarmee kenmerkende en herkenbare manieren van leven. Sobel heeft dit in eigen onderzoek toegepast door te kijken naar materiële consumptiepatronen. Welke, in zijn opinie, de beste vertegenwoordiging zijn van de beslissingen over de vormgeving, omdat deze voor anderen het duidelijkst waarneembaar zijn.

Ganzeboom (1988) heeft op basis van dit werk van Sobel (1981), maar ook het werk van Mitchell (1983) en Bourdieu (1984), een omschrijving van het concept leefstijl gevormd. Deze luidt dat een leefstijl bestaat uit een reeks van samenhangende gedragskeuzes die een sociale positie

communiceren en herkenbaar maken. Het gaat hierbij zowel om expressieve gedragsvormen als om patronen die in deze gedragsvormen optreden en die wij als stijlen benoemen. Hieraan wordt toegevoegd dat ook de achtergrond van een persoon van belang is. Deze schept namelijk mogelijkheden maar legt tegelijkertijd ook beperkingen op aan de gedragskeuzes. Iemand met een laag inkomen maakt normaliter bijvoorbeeld weinig verre reizen. Mensen hebben de neiging om hun voorkeuren aan te passen aan hetgeen mogelijk en bereikbaar is. Een leefstijl tematiseert daarmee veelal de objectief gegeven mogelijkheden en beperkingen. Om te komen tot een nauwere afbakening kijkt Ganzeboom (1988) nog verder en komt tot de uitleg dat we keuzes van leefstijlelementen kunnen verklaren als een resultante van een viertal kenmerken waarop individuen van elkaar verschillen. Deze vier kenmerken zijn; het geldbudget, het tijdbudget, cognitieve vaardigheden en statusoverwegingen. Tijd en geld bepalen het totale spectrum van mogelijke gedragskeuzes. Wat betreft de kennis en vaardigheden (het menselijk kapitaal) wordt verondersteld dat een persoon er over het algemeen meer plezier aan kan beleven, wanneer deze op dat gebied meer kennis en vaardigheden bezit. Deze drie elementen tezamen kunnen worden gezien als voorwaarden voor een gedragskeuze. Het motief tot statusverwerving en -bevestiging, vormt de kern in de keuze voor leefstijlpatronen. De inhoud van een leefstijl is afgestemd op de sociale omgeving die iemand heeft. Leefstijlen dienen om sociale contacten tot stand te brengen (en andere af te wijzen) en in sociale interacties status te verwerven of te beklemtonen. De aard van de sociale contacten zijn daarmee een sleutel tot de structuur van leefstijlen. Het sociale netwerk waarvan men deel uitmaakt dient dan ook zo goed mogelijk meegenomen te worden in dit onderzoek. Voor de definiëring van het concept leefstijl zijn er dus reeds een aantal verschillende formuleringen voor handen. Geconcludeerd kan worden, op dit punt, dat een leefstijl inderdaad meer is dan alleen een (gezonde) manier van leven. Het is een samenkomen van persoonlijke voorkeuren, gedragingen en invloeden vanuit achtergronden en sociale omgevingen. Deze worden naar buiten toe geuit, maar ook van buitenaf beïnvloed.

Kanttekeningen

Het thema leefstijlen is steeds vaker in beeld bij onderzoekers en beleidsmakers, maar dit maakt nog niet dat de toepassing ervan ook geheel zonder kanttekeningen is. Iedere onderzoeksopzet heeft zo zijn voor- en nadelen, deze moeten bekend zijn en afgewogen worden bij de toepassing ervan. Een groot voordeel van de leefstijlbenadering is dat er een theoretisch onderscheid wordt gemaakt tussen achtergrondkenmerken en gedragsexpressies. Achtergrondvariabelen worden beschouwd als factoren die de keuzeruimte voor een leefstijl al dan niet beperken en gedragsexpressies worden gezien als het gevolg van een bepaalde leefstijlkeuze. Deze gedragsexpressies zijn onderling afhankelijk. Zo zijn keuzes op het werk wellicht afhankelijk van keuzes welke in het gezin worden gemaakt. Dat deze onderlinge relaties in beschouwing worden genomen maakt een leefstijlbenadering interessant.

Echter het feit dat er zoveel verschillende definities bestaan, welke elkaar deels tegenspreken, kan als een nadeel van de toepassing worden gezien. Zo bestaat er de discussie of gedrag wel of niet deel uitmaakt van een leefstijl. Men kan immers vinden dat gedrag en voorkeuren gecombineerd dienen te worden of dat het enkel gaat om een van de twee. Gedrag is volgens hen dan maar een zwakke afgeleide van wat mensen willen of de voorkeuren doen er niet toe, omdat je zoveel kan willen, maar pas in je gedrag duidelijk wordt wat belangrijk voor je is (Pinkster & Van Kempen, 2003). Voor dit onderzoek is deze discussie minder van belang, aangezien een binnenstad voor iedereen toegankelijk is en ook behoort te zijn. Daarmee kan het voor iedereen een voorkeurslocatie en/of een daadwerkelijke bezoeklocatie zijn. Hetzelfde geldt voor de functies die men in de binnenstad wil en/of kan bezoeken. Zowel gedrag als voorkeuren worden dus in dit onderzoek gecombineerd.

Een ander discussiepunt die Pinkster en Van Kempen (2003) benoemen, is de vraag om wie het gaat in leefstijlonderzoek: het individu, het huishouden of een sociale groep. Vaak wordt gekozen voor de gedragingen en voorkeuren van het individu, maar ook deze keuze is afhankelijk van het onderzoeksthema. Wanneer het bijvoorbeeld gaat om een onderzoek over de woningmarkt is het wellicht verstandiger het huishouden te beschouwen aangezien dit de actor is die actief is op de woningmarkt. Voor het voorliggende onderzoek over binnensteden, gaat het over het individu, deze bezoekt de binnenstad, al dan niet samen met anderen. Relaties of verbindingen van het individu met familie of het sociale netwerk worden wel weer als aanvullend meegenomen.

Een derde kanttekening kan geplaatst worden bij de dynamiek van leefstijlen. Leefstijlen veranderen door de tijd en zijn meestal geen statisch gegeven. Mensen doorlopen in hun leven verschillende levensfasen en maken daarin andere keuzes. Hierdoor kan iemand in verloop van tijd tot een andere leefstijl gaan behoren. Leefstijl is dus ook voor een groot deel gekoppeld aan leeftijd of levensfase. Iemand heeft andere gedragingen en voorkeuren als hij bijvoorbeeld jong is dan wanneer hij een gezin heeft en andere verantwoordelijkheden kent. Leefstijlen veranderen niet alleen door persoonlijke keuzes, ze worden ook beïnvloed door maatschappelijke, sociaal-culturele en economische veranderingen. Met andere woorden, leefstijlen zijn context gebonden. Denk bijvoorbeeld aan de hippies of het young urban professional fenomeen. Leefstijlen is een zeer veranderlijk en dynamisch begrip. Het dynamische karakter van leefstijlen is een kenmerk welke niet is uit te sluiten (Pinkster & Van Kempen, 2003). Dit onderzoek vindt plaats op een bepaald moment in de tijd, met de dan bestaande context en doet uitspraak over de leefstijlen die personen toen hadden/hebben. Eventuele veranderingen later worden dus niet opgenomen. Dit is niet te voorkomen. Echter is er wel zoveel mogelijk rekening mee gehouden, door niet meer dan één generatie vooruit te kijken en mensen van alle leeftijden (met uitzondering van kinderen) te benoemen tot onderzoeksgroep. Hiermee worden mensen in verschillende levensfasen en -stijlen betrokken.

Een laatste kanttekening wordt gevormd door het feit dat mensen aan het begin van de 21^{ste} eeuw niet zo gemakkelijk meer in hokjes zijn in te delen. Zoals eerder al aangehaald, hebben mensen een grote keuzevrijheid. Pinkster en van Kempen (2003) noemen in dit verband dat iedere poging om de keuzevariatie in leefstijlgroepen te vatten, waarschijnlijk tot mislukken is gedoemd. Het leidt volgens hen, slechts tot een oneindigheid aan hokjes waar mensen, die ook nog eens verschillende leefstijlen in zich dragen, vrijelijk tussen bewegen. Deze kanttekening is deels terecht, aangezien het ook met een typologie van leefstijlen onmogelijk is om alle mensen te vertegenwoordigen. Voor het bepalen van een toekomstige richting voor de binnenstad is het wel van belang dat er een poging wordt gedaan. Ondanks dat niet iedereen specifieke voorkeuren uiteindelijk zullen blijken, kan er toch een gerichtere aanzet worden gegeven. Een aanzet van veelvoorkomende en verschillende preferenties en gedragingen die er onder gebruikers van de binnenstad bestaan.

Bestaande leefstijltyperingen

Het resultaat van ieder leefstijlonderzoek is afhankelijk van de gebruikte typering. Het onderscheiden van verschillende typen leefstijlen kan ook op zichzelf een resultaat van een onderzoek zijn. Met de typering en/of op basis van een bestaande typologie worden uiteindelijk de conclusies getrokken. Het terrein van de leefstijlonderzoeken kent zo vele verschillende toepassingen en daarmee een grote verscheidenheid aan leefstijlmodellen. Het maken van een uitputtende lijst van deze toepassingen en modellen is, praktisch gezien, onmogelijk. Vandaar dat onderstaand enkel een aantal vergelijkbare typeringen, in onderzoeksvraag en of onderzoeksgroep, worden bekeken.

Vergelijkbaar is bijvoorbeeld het onderzoek van Boode & Lycklama (2015). Zij hebben onderzocht in hoeverre het aanbod van verblijfsrecreatie op de Veluwe aansluit op de vraag. Dit door gebruik te maken van de Leisure leefstijlen, welke zijn ontwikkeld vanuit de RECRON Innovatie Campagne. In deze campagne hebben RECRON en SmartAgent Company gezamenlijk de Recreantenatlas ontwikkelend. De typologie van leefstijlen - het BSR®-model - dat hieruit is voortgekomen geeft inzicht in het gedrag en de beleving van recreanten en toeristen op basis van psychologische en sociologische kenmerken. Zowel voor verblijfsrecreanten (toeristen) als voor dagrecreatie (recreanten) zijn verschillende belevingswerelden omschreven. Allemaal met een eigen kleur en eigen kenmerken, welke ieder staan voor een specifiek vrijetijdsprofiel. Voor toeristen variërend van; uitbundig geel, gezellig lime, rustig groen, ingetogen aqua, sportief en avontuurlijk paars, comfort en luxe blauw tot cultureel en inspirerend rood. Een vergelijkbare opdeling zou, toegepast op het thema binnenstad, ook voor dit onderzoek uitkomst kunnen bieden.

Een andere voorbeeldstudie is een onderzoek in hetzelfde onderzoekgebied, namelijk een onderzoek van de gemeente Nijmegen (2013). Middels het onderscheiden van groepen burgers op basis van burgerschapsstijlen is inzicht verkregen in de Nijmeegse leefstijlen. Dit om te kijken welke

mogelijkheden en perspectieven er ontstaan op terreinen als burgerparticipatie, communicatie, verkiezingscampagnes, wijkaanpak, beleidsontwikkeling en uitvoering en onderzoek. De mogelijkheden voor de toepassing van leefstijlonderzoek zijn zeer breed. Met behulp van leefstijlen wilde de gemeente Nijmegen in staat zijn om de maatschappelijke verschillen (opnieuw) te structureren en te begrijpen. Omdat men inziet dat waardenpatronen, sociale-culturele uitingen en psychologische achtergronden meer zeggen dan alleen verschillen in inkomen of opleiding. Voor Nijmegen zijn toen vier burgerschapstijlen ontwikkeld; de 'pragmatici', de 'verantwoordelijken', de 'buitenstaanders' en de 'plichtsgetrouwen'. Dit zijn leefstijlen welke zijn ingekocht bij adviesbureau Motivaction en welke zijn toegespitst op de relatie tussen burger en overheid. Motivaction is in de leefstijltoepassingen bekend van het mentality-model. Andere welbekende voorbeelden zijn het al genoemde BSR-model van SmartAgent, MOSAIC van Experian en het WIN-model van TNS-NIPO.

Bovenstaande toepassingen zijn twee voorbeelden van hoe leefstijlen op een kleiner schaalniveau toegepast kunnen worden. Echter meer algemeen zijn er ook uitwerkingen denkbaar. Zo maakt de gemeente Nijmegen in haar onderzoeken en verkenningen vaak gebruik van een vrij basale opdeling van de bevolking namelijk op basis van levensfase en leefstijl. Welke resulteert in een zestal consumentengroepen met ieder eigen kenmerken, te weten: inwonend en niet studerend, studenten, work & have fun, nesting & caring, fifty & fit en ouderen (Gemeente Nijmegen, 2017a).

Leefstijltyperingen zijn er dus in verschillende soorten en maten. Belangrijk voor dit onderzoek is, dat er een (eigen) typologie van leefstijlen wordt ontwikkeld, welke specifiek toegespitst is op de relatie tussen de gebruiker en de functies van de binnenstad. Hierbij worden de bovenstaande al bestaande typologieën gebruikt ter inspiratie. Uiteindelijk moet immers de link gelegd kunnen worden tussen leefstijlen en stedelijk gebied en wordt duidelijk hoe een binnenstad wat betreft de aangeboden functies kan inspelen op de verschillende bestaande leefstijlen. De aanwezigheid van bepaalde leefstijlgroepen is daarmee bepalend voor de binnenstadsfuncties welke geadviseerd gaan worden richting de toekomst. Andersom gezien, zijn de bestaande functies dan bepalend voor de leefstijlgroepen welke worden aangetrokken naar de binnenstad.

2.1.2 Early adopters

Samen met het typeren van de verschillende leefstijlen van binnenstadsgebruikers, wordt in dit onderzoek feitelijk ook gezocht naar de consumentengroepen van de toekomst. Om de toekomstige binnenstadssituatie idealiter het beste te benaderen dient de huidige groep van zogenaamde voorlopers te worden nagegaan. Een dergelijk verband is ook zichtbaar aan de aanbodkant in binnensteden, door een zogenaamd trickle-down effect. Zo lopen grote steden vaak voor in het winkelaanbod op andere steden. Dit doordat winkels veelal vanuit de grotere steden starten en van daaruit verder uitbreiden naar andere (kleinere) steden in het land. Het winkelaanbod in grote steden

kan daarmee worden gezien als voorlopend op andere steden. Dit voorspellende effect is ook te herkennen aan de vraagkant onder consumenten, in de vorm van early adopters/voorlopers.

Early Adopters is een term welke is verspreid door Rogers omstreeks 1962 in zijn difussion of innovation theory, ook wel bekend als de innovatietheorie van Rogers. Deze theorie doet uitspraken over de verspreiding van een innovatie (product of idee) door vijf stadia met bijbehorende groepen. Deze groepen zijn: innovators, early adopters, early majority, late majority en de laggards. Wanneer het model wordt uitgedrukt in de fasen die een product doorloopt, zijn het de fasen van: introductie, groei, volwassenheid, verzadiging en teruggang (Rijt & Santema, 2012). De early adopters zijn daarmee als voorlopers op de grote meerderheid, zeer interessant om in dit onderzoek te onderscheiden van de rest. In die zin, dat bekeken kan worden of zij afwijkende wensen hebben ten aanzien van de toekomstige binnenstad. Deze wensen zouden dan wellicht een betere voorspelling doen richting de toekomst. De meeste toepassingen van het model van Rogers liggen in de marketingwereld bij het in kaart brengen van de doelgroepen voor een nieuw product. Toepassingen in de ruimtelijke ordening zijn er bijvoorbeeld onder de pop-up stores en gentrificatie.

Om de early adopters te kunnen signaleren dient te worden gezocht naar de kenmerken van deze specifieke groep. In algemene zin, zijn het in de marketing de mensen die als een van de eerste een bepaalde technologie of een product oppikken. In de sociologie gaat het veel meer om diegene die een bepaalde ontwikkeling als eerste aannemen, zo ook de ontwikkeling van de toekomstige binnenstad. Hierbij zijn de volgende kenmerken te herkennen: hogere acceptatiegraad voor nieuwigheden, zijn eerder bereid om risico te nemen, bereid om meer te betalen, gevoelig voor het oppikken van nieuwe trends en onderscheiden zich graag van de grote massa. Puur in marketingtermen wordt verondersteld dat early adopters veelal beschikken over de volgende kenmerken: hoge sociale status, opinieleiders, jonger en mobieler dan de meerderheid en niet prijsgevoelig (wikimarketing, n.d.). Toegepast op de binnenstad kan worden gesproken over een groep welke graag hun mening uitdraagt naar de anderen. Met als doel de grotere massa te inspireren en in beweging te brengen richting die bepaalde gewenste binnenstad. In die zin zijn early adopters avontuurlijk ingesteld om een bepaalde plek of bepaalde functie te verkennen, op zoek naar de toegevoegde waarde. Het lastige aan de toepassing is echter ook dat early adopters op verschillende schaalniveaus in de binnenstad tot uiting komen. Zo zijn er early adopters onder de ondernemers in de stad, welke eerder innoveren. Early adopters onder de bezoekers/consumenten, welke eerder nieuwe producten aanschaffen. En early adopters onder steden onderling, welke vooruitstrevend beleid beogen. In dit onderzoek wordt gezocht naar de early adopter onder de binnenstadsgebruiker op basis van een algemene persoonlijke inschatting van mensen over zichzelf. Daarmee wordt, in alle mogelijke rollen, gezocht naar early adopters met een vooruitlopende blik.

2.1.3 Binnensteden

De leefstijlen van mensen zijn de factoren, waarmee in dit onderzoek de ontwikkeling van de binnenstad wordt benaderd. Het concept binnenstad is daarmee al frequent benoemt. Maar wat wordt er verstaan onder een binnenstad? Binnensteden zijn bijzondere en herkenbare, maar niet officieel afgebakende gebieden. Veel Nederlanders wonen in een stad met een binnenstad en die stad ontleent haar identiteit weer grotendeels aan diezelfde binnenstad. Wanneer men bijvoorbeeld denkt aan de stad Nijmegen denk je vaak als eerste aan de binnenstad van Nijmegen. Van belang voor een binnenstad zijn het leefklimaat en het voorzieningenniveau. Er zijn mensen die wonen in binnensteden, maar de binnenstad is bovenal een belangrijke bezoekplaats. Voor de woongebieden in een binnenstad geldt over het algemeen, dat ruimte en groen worden ingeruild voor de nabijheid van voorzieningen en het hoge niveau van die voorzieningen. Voor het bezoekgebied geldt dat mensen vanuit omliggende buurten en van verder afkomen op het aanbod van cultuur, winkels en bijzondere voorzieningen (Evers et al., 2014). Een binnenstad bestaat dus eigenlijk uit verschillende urbane velden. Bewoners met een belang voor het leefklimaat, bezoekers met een belang voor aantrekkelijkheid en aanbod, bedrijven met een belang voor het economische klimaat en vastgoedbeleggers met een belang in waardeontwikkeling. In de binnenstad vindt een wisselwerking plaats tussen deze verschillende velden. De structuur van de binnenstad past zich aan, aan de veranderende eisen van de verschillende gebruikers.

Benchmarks en Binnenstadmanagement

In de actualiteit is er op allerlei thema's vaak sprake van stedenvergelijkingen. Denk bijvoorbeeld aan ranglijsten van de veiligste, gelukkigste, slimste en duurste steden van Nederland. Er bestaat daarmee blijkbaar de behoefte om steden te rangschikken en met elkaar te vergelijken. In vergelijking met anderen kan immers beter worden ingeschat hoe een stad ervoor staat. Steden en ook binnensteden zijn onderling dus ook concurrenten van elkaar. Naast het bezoek van binnenstadsbewoners en inwoners van de stad zelf, wordt onderling gestreden voor het aantrekken van de overige bezoeker. Zoals Buursink (1996) het gechargeerd zegt - is met de toenemende mobiliteit – Nederland bezig te krimpen naar één samenhangend winkelgebied. Een gebied waarbinnen consumenten kooptoeisten worden, die al funshoppend van de ene naar de andere stad gaan. Eventueel ook over de landsgrens heen. Een juiste beeldvorming van de binnenstad en een goede positie ten opzichte van andere steden is daarvoor van belang, evenals een goed binnenstadsbeleid.

Binnenstadsbeleid wordt in basis bepaald door de betreffende gemeente zelf. Echter een belangrijk onderdeel is een fenomeen dat sinds eind jaren 80, begin jaren 90 vorm heeft gekregen in Nederland, namelijk centrummanagement. Centrummanagement houdt in dat de betrokken partijen de handen ineenslaan en zich gezamenlijk inspannen om de binnenstedelijke economie te versterken.

Activiteiten gericht op kwaliteitsverbetering en vernieuwing spelen hierin veelal een belangrijke rol. Uitgangspunt bij de samenwerking is dat noch een gemeente, noch een ondernemersvereniging, noch culturele en toeristische voorzieningen, onafhankelijk van elkaar het centrumgebied in al zijn facetten goed kunnen beheren en ontwikkelen. Samenwerking, overleg en coördinatie van activiteiten zijn noodzakelijk. Voor zowel projectmatige als procesmatige activiteiten (Wigman & Soet, 1996). De vele actoren in een binnenstad maken dat samenwerking nodig is om voor iedereen een zo goed mogelijke uitgangspositie te creëren. Geprobeerd wordt om de veelheid aan functies in de binnenstad samen sterk te laten zijn en indien mogelijk ook sterker dan andere steden.

Functies van een binnenstad

In dit onderzoek wordt aan de hand van leefstijlen gekeken naar de ontwikkeling van de binnenstad. Meer specifiek het gebruik van de binnenstad en daarmee de verschillende functies waarin een binnenstad voorziet. Voor het goed functioneren van de verschillende functies is het van belang dat de binnenstad een zekere mate van aantrekkelijkheid heeft om gebruikers aan te trekken. Buursink (1996) signaleert over het algemeen vier factoren die in belangrijke en wisselende mate verantwoordelijk zijn voor de aantrekkelijkheid van de binnenstad. Als eerste de aanwezigheid van een karakteristiek milieu. Dit is vaak in historisch en monumentaal opzicht, maar kan ook modern en eigentijds zijn. Deze factor maakt dat binnensteden uniek en onderscheidend zijn. De tweede factor is de concentratie van een grote verscheidenheid en een bonte mengeling van functies, bedrijven en activiteiten en openbare ruimtes als pleinen, promenades en parken. Als derde belangrijk kenmerk is er de winkelfunctie van een binnenstad en daarmee de verscheidenheid en veelsoortigheid ervan. De laatste factor is de drukte van het straatbeeld. Hoe drukker hoe gezelliger en aantrekkelijker de binnenstad op mensen over komt. De Jong (1996) voegt hier een marketingmix van de binnenstad aan toe met: winkelaanbod, horeca, cultuur en evenementen, toegankelijkheid, parkeren, veilig en schoon en openingstijden als punten. In deze mixen van factoren worden de belangrijkste functies van een binnenstad al zichtbaar. Terugkijkend in de tijd hebben Nederlandse binnensteden ook veel van de oorspronkelijke functies behouden. Denk aan de commerciële-, handels- en overheidsfuncties. Daarnaast is er later ook ruimte geboden aan nieuwe ontwikkelingen op het gebied van culturele-, symbolische- en vrijetijdsfuncties (Ashworth & Seip, 1998).

Marlet (2009) kijkt in zijn boek met een bredere blik naar de aantrekkelijkheid van steden door niet alleen stadsspecifieke factoren te bekijken, maar ook de invloed van de geografische ligging. Hierin zijn bijvoorbeeld locatietheorieën bekeken. Drie soorten steden worden uiteindelijk benoemd, namelijk een economisch succesvolle stad, een aantrekkelijke woonstad en een creatieve stad. Wat betreft de attracties van een stad wordt gesproken over: wonen, buitenrecreatie, voorzieningen, uitgaan, evenementen, winkelaanbod en esthetiek. Elke binnenstad heeft daarnaast ook een soort

kenmerkende opbouw. De stadskern is het netwerk van straten en pleinen waar zich traditioneel gezien de publieksfuncties van de stad bevinden. De publieksfuncties van een binnenstad bestaan uit detailhandel, horeca, culturele voorzieningen en allerlei vormen van vrijetijdsfuncties welke prominent aanwezig zijn. Het overige deel van de binnenstad bestaat uit straten en gebieden met overwegend een woonfunctie, werkfunctie en een deels culturele functie (Boekema et. al., 1996). Seip (1996) voegt hier aan toe dat binnensteden een multifunctioneel karakter hebben. De functies zijn met elkaar gerelateerd en kunnen elkaar dus versterken, maar ook in negatieve zin beïnvloeden. Afgeleid van de activiteiten die in een binnenstad plaatsvinden, worden de volgende functies benoemd; ontmoeten, wonen, broedplaatsen, werkgelegenheid, recreatie en winkelen (in Seip, 1998).

Op basis van deze verschillende beschouwingen over binnensteden wordt voor de verdere uitwerking in dit onderzoek, rekening gehouden met acht functies, te weten: wonen, werken, boodschappen, winkelen, horeca, evenementen, uitgaan en recreatie. De meeste van deze functies spreken voor zich en behoeven geen verdere toelichting. De verwarring kan bestaan onder uitgaan en recreatie en wellicht de samenhang daarin met horeca en winkelen. Onder uitgaan wordt verstaan het bezoeken van de binnenstad voor het uitgaansleven in met name de avonduren, zoals een discotheek, café of bioscoop. Hierin is al enig raakvlak met de horeca zichtbaar aangezien het uitgaansleven zich grotendeels in horecagelegenheden afspeelt. Toch is het onderscheid gemaakt om te toetsen of mensen specifiek een binnenstad bezoeken voor het uitgaan en/of met het doel horeca te bezoeken. Horeca is daarnaast nog veel breder van toepassing, aangezien bijvoorbeeld ook hotels, restaurants en lunchrooms ertoe behoren. Wat betreft recreatie gaat het om het bezoeken van de binnenstad ter vrijetijdsbesteding en ontspanning. Ook hier kunnen activiteiten onder vallen als het bezoeken van horeca of winkelen. Maar door het afzonderlijk benoemen van de functie recreatie wordt de bredere betekenis voorgelegd en wordt onderzocht of de binnenstad een plek is voor ontspanning. Onder recreatie vallen bijvoorbeeld het bezoeken van het Kronenburgerpark, Valkhofpark en de Waalkade.

2.1.4 Sense of place

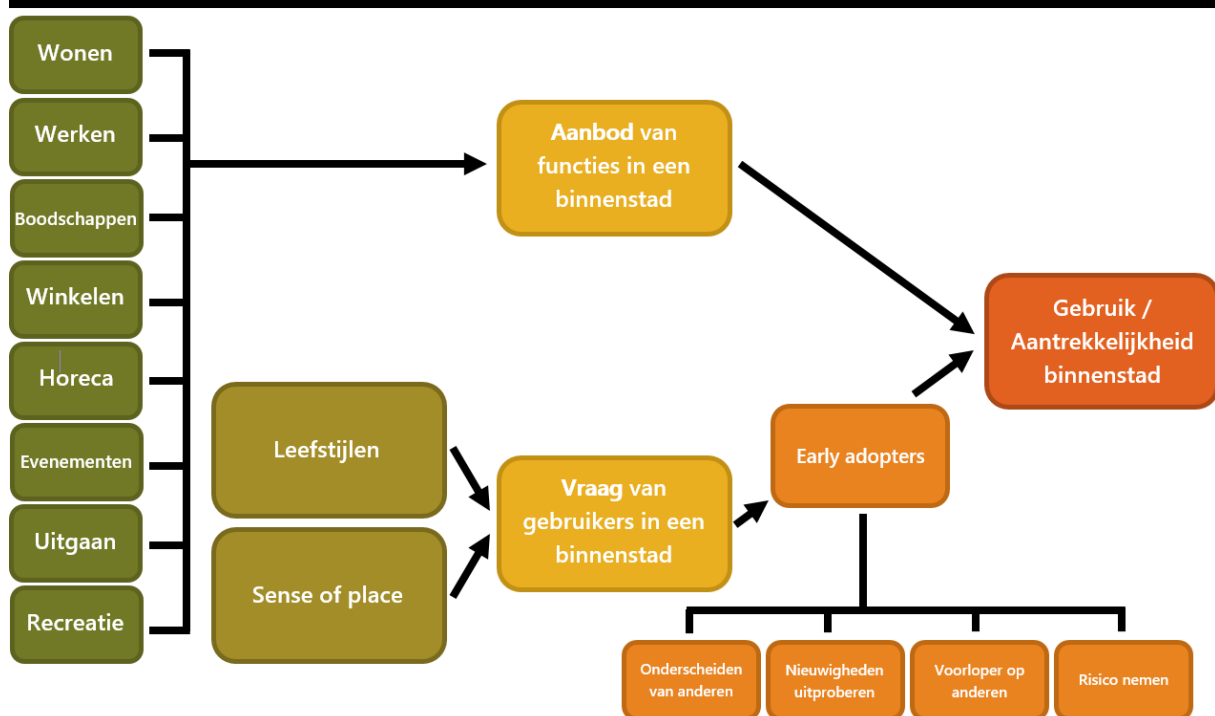
Naast het feit dat inwoners van een stad de binnenstad bezoeken om functionele redenen, bestaat er ook een zogenaamde verbondenheid of gehechtheid aan de binnenstad. Dit gevoel bij een plaats wordt ook wel de 'sense of place' genoemd. Knox & Marston (2012) definiëren 'sense of place' als de gevoelens die onder mensen worden opgeroepen, door de ervaringen en herinneringen die zij associëren met een plaats en de symboliek die zij er aan geven. Het kan echter ook verwijzen naar het karakter van een plek zoals het gezien wordt door buitenstaanders. Dit zijn dan met name de opvallende fysieke kenmerken of kenmerken van de eigen inwoners. Het gaat dan om lokale bezienswaardigheden of levenswijzen die opvallend genoeg zijn dat er een soort gemeenschappelijke betekenis ontstaat onder mensen die de plaats nog nooit hebben bezocht. Voorbeelden hiervan zijn

de centra van Londen en Parijs. Deze centra geven buitenstaanders een gevoel van herkenning met de karakteristieke monumenten en historische gebouwen en hebben daarmee een sterke 'sense of place' naar buitenstaanders toe. Ook voor binnensteden is de 'sense of place' van de lokale bevolking van belang evenals de uitstraling en het imago naar andere mogelijke bezoekers. De verbondenheid die mensen met een binnenstad hebben bepaalt immers ook hoe aantrekkelijk zij een binnenstad vinden.

2.2 Operationalisatie

Op basis van het voorgaande hoofdstuk en het geboden theoretisch kader, is een conceptueel model ontwikkeld (zie figuur 2.1). Te zien is, in basis, de wisselwerking tussen de vraag en het aanbod in een binnenstad. Het aanbod wordt gevormd door de functies en voorzieningen die een binnenstad aanbiedt. Terwijl de vraagkant wordt ingevuld door de gebruikers van een binnenstad. De vraag wordt daarbij beïnvloedt door de verschillende leefstijlen en de sense of place van gebruikers. Deze wisselwerking, waarin aan de vraagkant nog de early adopters te onderscheiden zijn, leidt uiteindelijk tot een bepaald gebruik en een bepaalde aantrekkelijkheid van een binnenstad.

Figuur 2.1: Conceptueel model met de verbanden tussen de afzonderlijk behandelde concepten



Bron: Gebaseerd op het werk van: (Versantvoort & van der Laan, 1998; Ganzeboom, 1988; Bootsma et. al., 1993; Bosch et. al., 2012; Pinkster & Van Kempen, 2003; Rijt & Santema, 2012; Evers et al., 2014; Wigman & Soet, 1996; Buursink, 1996; De Jong, 1996; Ashworth & Seip, 1998; Marlet, 2009; Boekema et. al., 1996 & Knox & Marston, 2012).

2.2.1 Operationalisering leefstijlen

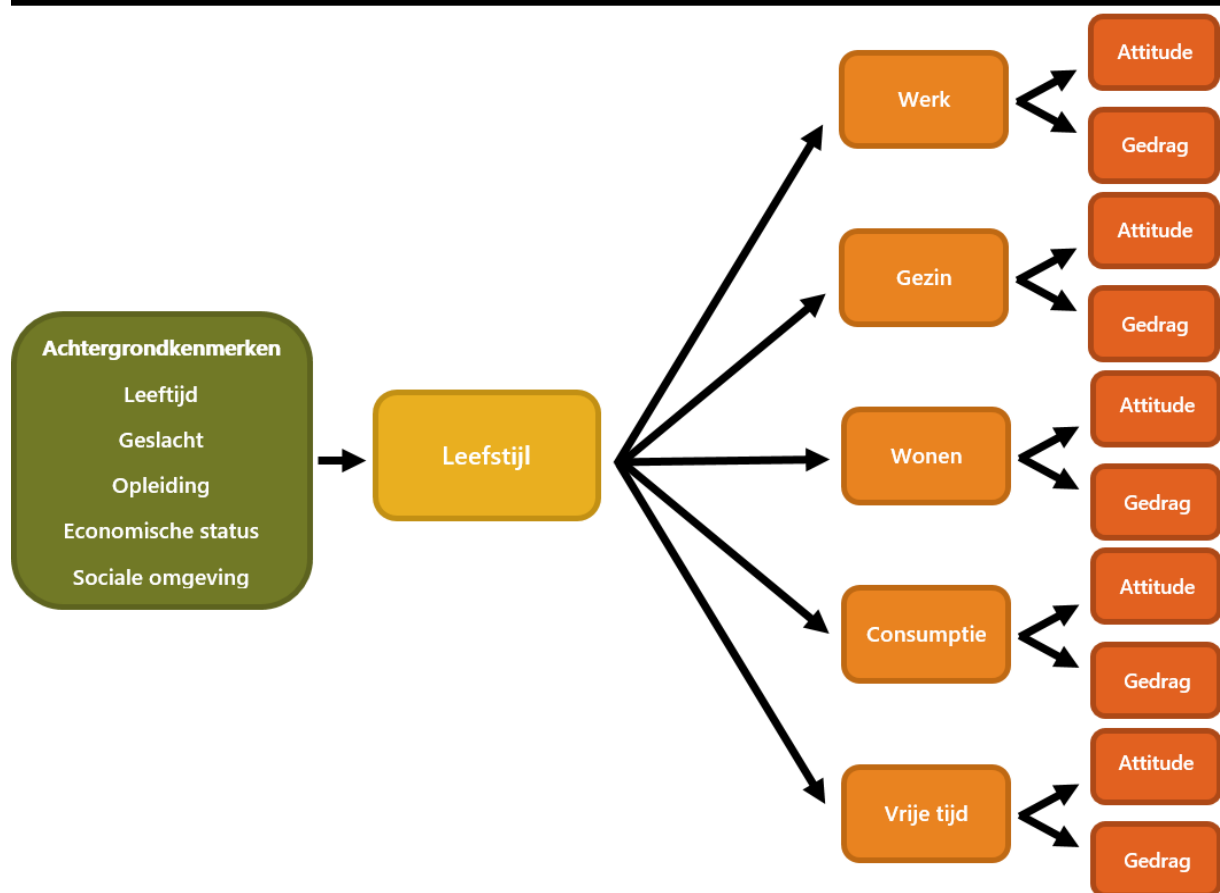
Figuur 2.1 geeft daarmee een overzichtelijke weergave van de verbanden tussen de concepten. Het aanbod en de early adopters zijn hiermee voldoende meetbaar gemaakt voor dit onderzoek. In tegenstelling tot het concept leefstijlen welke nader geoperationaliseerd moet worden. Het bestaan van verschillende modellen voor het benaderen van leefstijlen, maakt zichtbaar dat er meerdere opvattingen en invullingen mogelijk zijn. Een benadering van dit concept is daarmee niet eenduidig en gemakkelijk te maken. Verschillende keuzes dienen te worden gemaakt. Met leefstijlen wordt, zoals beschreven, het indelen van individuen aan de hand van demografische- en de sociaaleconomische positie (achtergrondkenmerken) vervangen door, of uitgebreid met, sociaal-culturele waarden. Hierin spreken Pinkster en Van Kempen (2003) van een leefstijl als 'een consistente set van preferenties (attitudes) en gedrag op de leefgebieden werk, gezin, wonen, consumptie en vrije tijd'. In dit verband worden zowel attitude als gedrag toegepast. Leefstijlen worden immers zichtbaar in de keuzes die mensen maken op de genoemde leefgebieden. Ook Bootsma et. al. (1993) spreken van dezelfde vijf oriëntatiegebieden voor het meten van de relatieve waarden die een persoon hecht aan de verschillende aspecten van het leven (in Versantvoort & van der Laan, 1998). In dit onderzoek wordt bij deze opdeling aangesloten.

Versantvoort en van der Laan (1998) veronderstellen dat er een vijftal belangrijke keuzes te maken zijn in de toepassing van het leefstijlconcept. Deze keuzes zijn gebaseerd op een vergelijking van een groot aantal reeds bestaande leefstijlonderzoeken. De eerste keuze ligt in het wel of niet opnemen van achtergrondkenmerken en leefstijlexpressies. Daarnaast moet bezien worden of leefstijl de afhankelijke of onafhankelijke variabele van het onderzoek is en is er een verschil tussen een consumptief of een productief karakter. Deze laatste houdt een keuze in voor het beschouwen van consumptieve bestedingen, gedragskenmerken of allebei. Een volgend onderscheid is, de reeds besproken, toepassing van het leefstijlconcept in statisch of dynamisch opzicht. In andere woorden de keuze tot de toepassing van leefstijlen als veranderend door de tijd. Verder moet gekozen worden of de omgeving wordt beschouwd als een institutioneel component.

Voor dit onderzoek geldt dat onderscheid wordt gemaakt tussen achtergrondkenmerken en leefstijluitingen en daarmee beide gebruikt worden om de leefstijlen te construeren. Leefstijl is in dit verband de onafhankelijke variabele, omdat wordt verondersteld dat de aanwezigheid van de verschillende leefstijlen ten grondslag ligt aan het veranderende gebruik van de binnenstad. Het proberen te verklaren van het verband tussen beiden is meer dan alleen het indelen van personen naar leefstijlen, het hoofddoel van dit onderzoek. Verder kan deze opzet worden gezien als een productief onderzoek, aangezien met name de gedragskenmerken beschouwd worden en het achterhalen van de precieze consumptieve bestedingen geen rol spelen. De keuze tussen een statische

of dynamische toepassing is moeilijk te maken. Het feit dat leefstijlen afhankelijk zijn van levensfasen wordt ingezien, evenals dat gemaakte keuzes nu, de keuzevrijheid voor een toekomstige leefstijl beïnvloeden en beperken. Een toepassing van deze veranderlijkheid in de operationalisatie zelf is echter lastig te maken. Vandaar dat hier vooral rekening mee is gehouden in de keuze van de onderzoeksgroep, wat betreft de leeftijd, en de termijnen waarnaar wordt gekeken. De invloed van het institutionele component is tweeledig. Zo beïnvloedt de eenmaal gekozen organisatorische omgeving de keuzemogelijkheden voor de toekomst en legt de regio waarin men woonachtig is beperkingen op aan de keuzevrijheid. Een aanvullende keuze die gemaakt is op basis van Bosch et. al. (2012), is dat ook de economische status en positie van het individu worden meegenomen in de achtergrondkenmerken. Het operationalisatieschema dat aansluiting vindt bij de zojuist gemaakte en toegelichte keuzes, is zichtbaar in figuur 2.2.

Figuur 2.2: Operationalisatieschema van het leefstijl-concept



Bron: Gebaseerd op het werk van: (Pinkster en Van Kempen, 2003; Versantvoort & van der Laan, 1998 & Bosch et. al., 2012).

In het operationalisatieschema is te zien dat leefstijl is opgedeeld in vijf onderscheidende leefgebieden. Dit zijn de gebieden waarop individuen de ingrijpendste keuzes maken voor de invulling van hun leven. Op het gebied van werk, gezin en wonen gaat het vaak om lange-termijn keuzes welke moeilijk

gewijzigd kunnen worden. Denk aan het afsluiten van een hypotheek of het kiezen voor gezinsuitbreiding. In de gebieden consumptie en vrije tijd gaat het over het algemeen om de minder ingrijpende keuzes. Mensen kunnen bijvoorbeeld ten alle tijden van sport of hobby veranderen. Deze keuzes zijn daarmee echter niet minder belangrijk, aangezien ze allemaal uiting geven aan een leefstijl. Over ieder leefgebied zullen respondenten vragen krijgen, toegespitst op enerzijds attitude en anderzijds gedrag. Onder attitude wordt de voorkeur van een persoon verstaan. Het gaat om de houding die respondenten op het betreffende gebied aannemen. Onder gedrag vallen de uiteindelijk gemaakte keuzes. Dit zijn de daadwerkelijke acties die de individuen in het betreffende leefgebied uitvoeren. Denk hierbij aan het werk of de hobby die de respondent heeft of het aantal kinderen. Mensen onderscheiden zich daarmee in groepen die ongeveer hetzelfde denken en doen op de verschillende leefgebieden (Bosch et. al., 2012). Aansluitend op deze gehele opdeling worden ook de achtergrondkenmerken inclusief economische situatie getoetst en komen eventuele verbindingen met het sociale netwerk in relatie tot de binnenstad aan bod. Dit om de leefstijlen beter te kunnen positioneren en omdat niet alle aspecten van een leefstijl even vrijwillig zijn. Daarnaast is in het schema de, in de werkelijkheid wel bestaande, feedbackloop tussen gedrag en attitude en leefstijl niet zichtbaar gemaakt. De dataverzameling vindt immers plaats op één moment in de tijd, waarmee de relatie tussen de gemaakte keuzes in gedrag of houding en de verbinding met leefstijl niet getoetst kunnen worden. Hiermee zijn alle behandelde en relevante concepten voor dit onderzoek meetbaar gemaakt. Over de daadwerkelijk meting wordt in het volgende hoofdstuk meer duidelijkheid verschaft.

Hoofdstuk 3 Methode

Duidelijk is nu wat er onderzocht gaat worden en met welke reden. De manier waarop is nog vrijwel onbesproken. Vandaar dat in dit derde hoofdstuk wordt ingegaan op de methodologie. Te beginnen met een inkijk in zowel het onderzoeksgebied (3.1) als de onderzoeksgroep (3.2). Daaropvolgend wordt de strategie (3.3) besproken, waarin duidelijk wordt welke aanpak is gekozen ter beantwoording van de geformuleerde vragen. Vervolgens wordt aangegeven welke precieze methode is gebruikt voor de dataverzameling en het daarvoor gebruikte onderzoeksmateriaal (3.4). Daarnaast worden de gevolgen van de gemaakte methodologische keuzes voor de betrouwbaarheid en validiteit van de te vinden resultaten, nagegaan (3.5). Dit om uiteindelijk af te sluiten met de manier van dataverwerking (3.6) als aanloop naar de hoofdstukken 4 en 5.

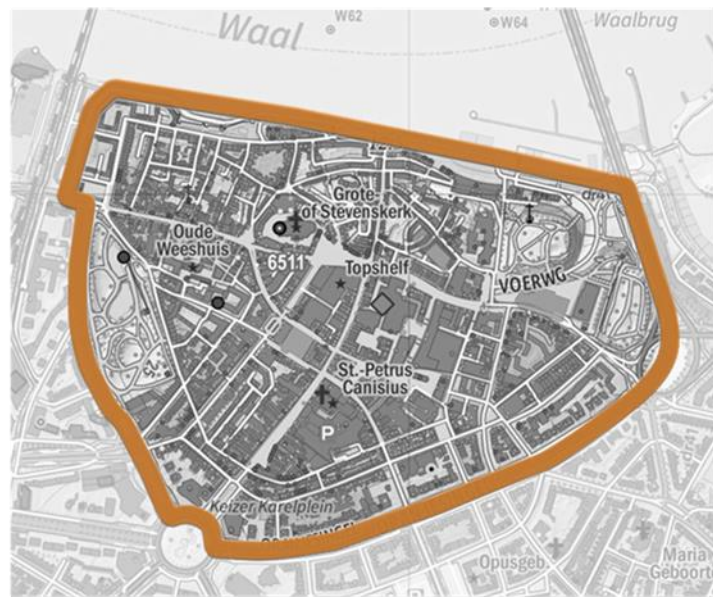
3.1 Onderzoeksgebied

Voor de uitvoering van dit onderzoek kunnen vele binnensteden tot onderzoeksgebied worden aangewezen. Dit onderzoek heeft echter plaatsgevonden als een afstudeerstage bij de gemeente Nijmegen. De binnenstad van Nijmegen is daarmee tot onderzoeksgebied verkozen. Als tiende stad van Nederland, wat betreft inwoners, is het ook een stad die gezien en bekeken mag worden. Binnen Nederland heeft Nijmegen een vrij centrale ligging. De goede bereikbaarheid vanuit heel het land en de nabijheid van de Duitse grens maken dat de stad goed vindbaar is.

3.1.1 Nijmeegse binnenstad

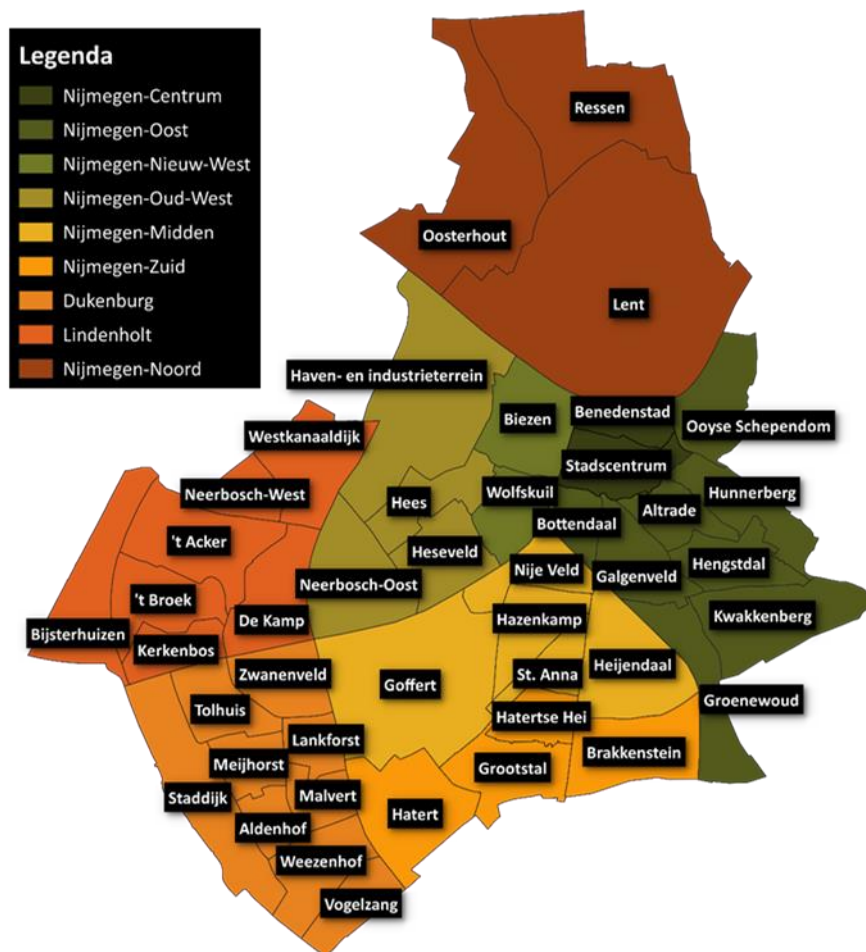
Om te beginnen kent de Nijmeegse binnenstad een relatief eenvoudige afbakening, namelijk de zone tussen de singels, het spoor en de waal (zie figuur 3.1). De binnenstad, zoals toegepast in dit onderzoek, omvat het stadsdeel Nijmegen-Centrum en bestaat uit de wijken stadscentrum en benedenstad (zie figuur 3.2). Ten opzichte van de andere stadsdelen is de binnenstad een relatief klein gebied, maar daarom zeker niet minder belangrijk. Het stadscentrum van Nijmegen is, net als andere binnensteden, opgebouwd uit een mix van wonen, horeca, evenementen, dienstverlening, retail en cultuur. De samenkomst van de verschillende functies maakt dit stadsdeel tot een ontmoetingsplek bij uitstek. Het is echter de precieze invulling van de functiemix, welke iedere binnenstad uniek maakt. Denk bijvoorbeeld in de retail aan de aanwezigheid van de bekendere winkelketens, welke zijn gevestigd in het kernwinkelgebied. Dit aanbod is onmisbaar, maar het zijn de ringstraten die de Nijmeegse detailhandel een gezicht geven. Hier is namelijk een gevarieerd aanbod van speciaalzaken gevestigd, welke enkel in Nijmegen te vinden zijn. Ook op het punt van de horeca is er een gevarieerd aanbod en zijn er talloze restaurants en eetgelegenheden, evenals uitgaansgelegenheden, cultuur en hotels. Zichtbaar in de binnenstad is dat sinds 2006 het totaal aantal (winkel) verkooppunten geleidelijk afneemt, terwijl het aantal verkooppunten voor leisure (horeca, cultuur en ontspanning) de laatste

Figuur 3.1: Afbakening en ligging van het onderzoeksgebied



Bron: (Basiskaart: topografische gemeentekaart, samenstelling door van Aalst, J.W.)

Figuur 3.2: Stadsdelen en wijken binnen de gemeente Nijmegen



Bron: (Gemaakt in QGIS)

jaren toeneemt (gemeente Nijmegen, 2019b). Eveneens duidelijk onderscheidend voor een stad zijn de evenementen die er plaatsvinden. De bekendste is de Nijmeegse Vierdaagse en de daarmee samengaanse Vierdaagsefeesten. Daarentegen is op het vlak van de dienstverlening het aanbod vaak minder specifiek. Dergelijke voorzieningen en bedrijven verschaffen een basis in een (hulp)vraag die overal grotendeels identiek is. Wat betreft de bewoning van de binnenstad wordt er gewoond boven winkels, in etagewoningen en in de benedenstad. Overkoepelend aan alle functies en uiterst kenmerkend voor Nijmegen is de aanwezige historie, met onder andere de oude stadsmuren en historische architectuur, maar ook de sporen die het bombardement ten tijde van de tweede wereldoorlog heeft achtergelaten. Nijmegen staat bekend als oudste stad van Nederland en heeft in dit kader in 2005 het 2.000-jarig bestaan van de stad gevierd. Andere typeringen zijn kennisstad en Health Valley met de aanwezigheid van kennisinstellingen en innovatieve bedrijven onder andere in de gezondheids- en technologiesector. Nijmegen is een echte studentenstad, wat merkbaar is in de demografische opbouw. Veel jonge inwoners geven de stad een kenmerkende dynamiek.

Binnensteden hebben dus ieder zo hun eigen kwaliteiten en uitdagingen. Belangrijk is om in de smaak te vallen bij de bezoekers, ondernemers en inwoners. Dit lijkt in Nijmegen goed te lukken, gezien de algemene waardering van bezoekers voor de Nijmeegse binnenstad in 2018 een 7,7 noteerde. De binnenstad wordt op een positieve manier beleefd en gekarakteriseerd als een levendige plek met een eigen karakter. Ook onder de Nijmegenaren vind 69% in 2017 dat Nijmegen een aantrekkelijke binnenstad heeft. Wanneer wordt gekeken naar het imago van Nijmegen onder Nederlanders zijn de belangrijkste componenten; de Vierdaagse, de ligging aan de rivier, de opleidingsmogelijkheden en het historische karakter (Gemeente Nijmegen, 2019a).

3.1.2 Nijmeegse historie

Als oudste stad van Nederland, kent Nijmegen een rijke historie. Voor dit onderzoek is het daarentegen niet van belang al te ver terug te kijken. Een uitgebreide beschouwing van de Nijmeegse geschiedenis komt dan ook niet aan bod. Voor het bepalen van de invloeden van vroegere leefstijlen, is reeds in hoofdstuk 1 beschreven, dat ongeveer 30 jaar wordt teruggekeken. Echter bij het bepalen van de vroegere binnenstadssituatie in Nijmegen, ontkom je er niet aan te beginnen bij het bombardement van 22 februari 1944. Amerikaanse bommenwerpers hebben toen hun bommen laten vallen op het standscentrum en de stationsbuurt. 800 mensen vonden die dag dood en honderden raakten gewond. Ook de materiële schade was enorm, de Nijmeegse binnenstad is sinds die dag voorgoed veranderd. Tevens met en na de bevrijding door de geallieerden in september 1944, is er nog meer schade te betreuren geweest (Roodenburg, n.d.).

Na de verwoestingen brak er een tijd van wederopbouw aan. Het toen ontwikkelde plan is het startpunt geweest op weg naar de binnenstad zoals deze nu is. De twee beoogde uitgangspunten

waren enerzijds het herbouwen van het oude middeleeuwse centrum en anderzijds het moderniseren van de stad, op met name verkeersgebied. Cityvorming was hierbij belangrijk, met minder woningen en meer bedrijvigheid in de vorm van centrumfuncties. In het centrum werd alleen nog wonen boven winkels toegestaan, straten zijn rechtgetrokken, toegevoegd en/of verbreed, een nieuw centrumplein is gecreëerd en een aantal historische bouwwerken zijn hersteld evenals dat nieuwe moderne gebouwen zijn toegevoegd (Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed [RCE], 2016). Zoals Roodenburg (n.d.) het beschrijft moest Nijmegen een overzichtelijke en moderne stad worden. Gekenmerkt door brede gecombineerde winkel- en verkeersstraten, waarmee de centrumfuncties goed bereikbaar zijn voor toeleveranciers en consumenten. De auto en het openbaar vervoer kregen zeggend ruim baan, met een bebouwing bestaande uit gesloten blokken en binnenin bevoorradingserven. De wederopbouw is niet vlot verlopen, pas in september 1956 is de voltooiing plechtig gevierd. Ondanks dat er toen nog volop werd gebouwd en de stad nog verschillende open plekken telde. De grote gebouwen van de sociale dienst en het politiebureau aan het Mariënborg werden pas in de jaren '60 gebouwd en de bebouwing in het stationsgebied was zelfs pas rond 1980 helemaal voltooid. De benedenstad werd slechts gedeeltelijk bij de herbouwplannen betrokken. Veel panden werden gesloopt, maar er kwam op parkeerplaatsen na, lange tijd niks voor in de plaats. In 1972 is uiteindelijk besloten dat de benedenstad zijn woonfunctie zou behouden.

Ontwikkelingen na de wederopbouw

Passend bij de naoorlogse opvattingen over cityvorming is de Nijmeegse binnenstad destijds opnieuw vormgegeven. Hoe de wederopbouw heeft uitgepakt is nu achteraf goed te beoordelen. Zo geeft Roodenburg (n.d.) aan dat niet alle beoogde effecten zijn bereikt en sommige ideeën al snel weer achterhaald waren. De verbreding van de straten heeft in sommige gevallen namelijk geleid tot sfeerverlies en het Mariënborg en de Doddendaal zijn toen nooit een volwaardig onderdeel van het centrum geworden. Daarnaast werd eind jaren 60 het verkeer in de binnenstad al weer als hinderlijk ervaren en veranderde het wonen boven winkels. In de jaren '50 was het nog gebruikelijk dat de winkelier boven zijn winkel woonde. Met de toenemende filialisering werden steeds meer bovenwoningen als magazijn in gebruik genomen. Dit had een negatieve uitwerking op de levendigheid en de sociale controle in de binnenstad. Niet voor niks is de gemeente op termijn weer begonnen met het stimuleren van wonen boven winkels. Tevens werd eind jaren '60 de Broerstraat als eerste winkelstraat weer afgesloten voor verkeer. Later volgden ook andere winkelstraten en in 1996 werd bijna de gehele binnenstad door middel van 'roadbarriers' weer afgesloten voor auto's. In de jaren 1998-2000 is er met de aanleg van de Moenen- en Marikenstraat en de herstructurering van het Mariënborg, geprobeerd de vooroorlogse intimiteit in het centrum terug te brengen. De eerder genoemde gebouwen van de sociale dienst en de politie hebben toen weer plaats moeten maken voor

een cultureel kwartier met onder andere een nieuwe bibliotheek, LUX en een gemeentearchief. Andere veranderingen gedurende de afgelopen decennia zijn het opknappen van de ringstraten, het vernieuwen van Plein 1944 met ook een nieuwe ondergrondse fietsenstalling, evenals een nieuwe parkeergarage onder de van Schaeck Mathonsingel, de bouw van De Bastei als centrum voor natuur en cultuurhistorie en de aanleg van extra groen (Gemeente Nijmegen, 2019a). Ondanks de nodige veranderingen nadien, is de wederopbouw in Nijmegen wel duurzaam gebleken. Althans dit is wat de RCE concludeert over Nijmegen als een van de best bewaard gebleven voorbeelden van de wederopbouw. Denk hierbij aan de brede straten, maar nog herkenbaarder de vele gerestaureerde bouwwerken welke nu ingezet worden als identiteitsdragers van de stad (vb. Sint-Stevenstoren en het stadhuis). Deze gebouwen staan nog steeds samen met toentertijd nieuwe en moderne winkeltypologieën (vb. het woonwinkelhuis en het warenhuis). Alles met een kenmerkende pandsgewijze opzet van gesloten bouwblokken en een rijk palet aan materialen (RCE, 2016). Iedere binnenstad heeft zo eigen kenmerken en een eigen geschiedenis.

3.2 Onderzoeksgroep

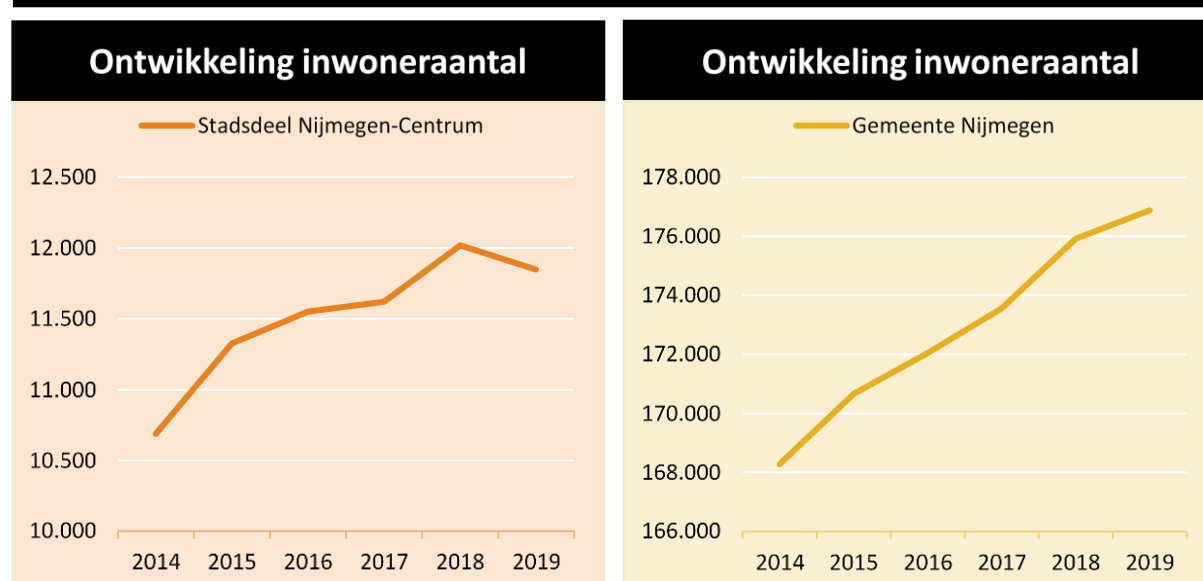
De focus van dit onderzoek ligt dus op de Nijmeegse binnenstad, maar beperkt zich niet tot enkel dat gebied. Kijkend naar de onderzoeksgroep dient het bereik breder gezien te worden. Gebruikers van de binnenstad zijn immers ook afkomstig vanuit andere stadsdelen, steden, provincies of zelfs landen. Daarnaast voorziet de binnenstad in een verscheidenheid aan functies en daarmee een diversiteit aan gebruikers. Globaal gezien kan onderscheid worden gemaakt in drie vormen van gebruik, namelijk; mensen die wonen in de binnenstad, mensen die er werken en mensen die de binnenstad bezoeken. Gebruikers kunnen hierin één, twee of alle drie de rollen aannemen. Men kan immers zowel in de binnenstad wonen en werken als de binnenstad in de vrije tijd bezoeken. Met de Nijmeegse binnenstad als onderzoeksgebied, is het goed een kenschets te geven van wie er wonen en werken en welke mensen in de binnenstad komen. Vanuit een bevolkings- en bezoekersanalyse kan immers deels het vraagpotentieel worden beschreven.

3.2.1 Bewoners

De gemeente Nijmegen kent een inwoneraantal welke in de afgelopen jaren is uitgegroeid tot 176.881 inwoners in 2019. De ontwikkeling van het inwoneraantal toont een stijgende lijn. Specifiek voor Nijmegen-Centrum is het inwoneraantal 11.847. Na jaren van een stijging van inwoners in dit stadsdeel, is er begin dit jaar een kleine daling te zien (zie figuur 3.3). Kijkend naar de relatieve leeftijdsopbouw van de verschillende regio's in figuur 3.4, zien we dat de opbouw van de provincie Gelderland en het COROP-gebied Arnhem-Nijmegen in lijn liggen met de opbouw van Nederland. Op deze niveaus zijn er dus weinig grote verschillen te vermelden. Gemeente Nijmegen en nog duidelijker

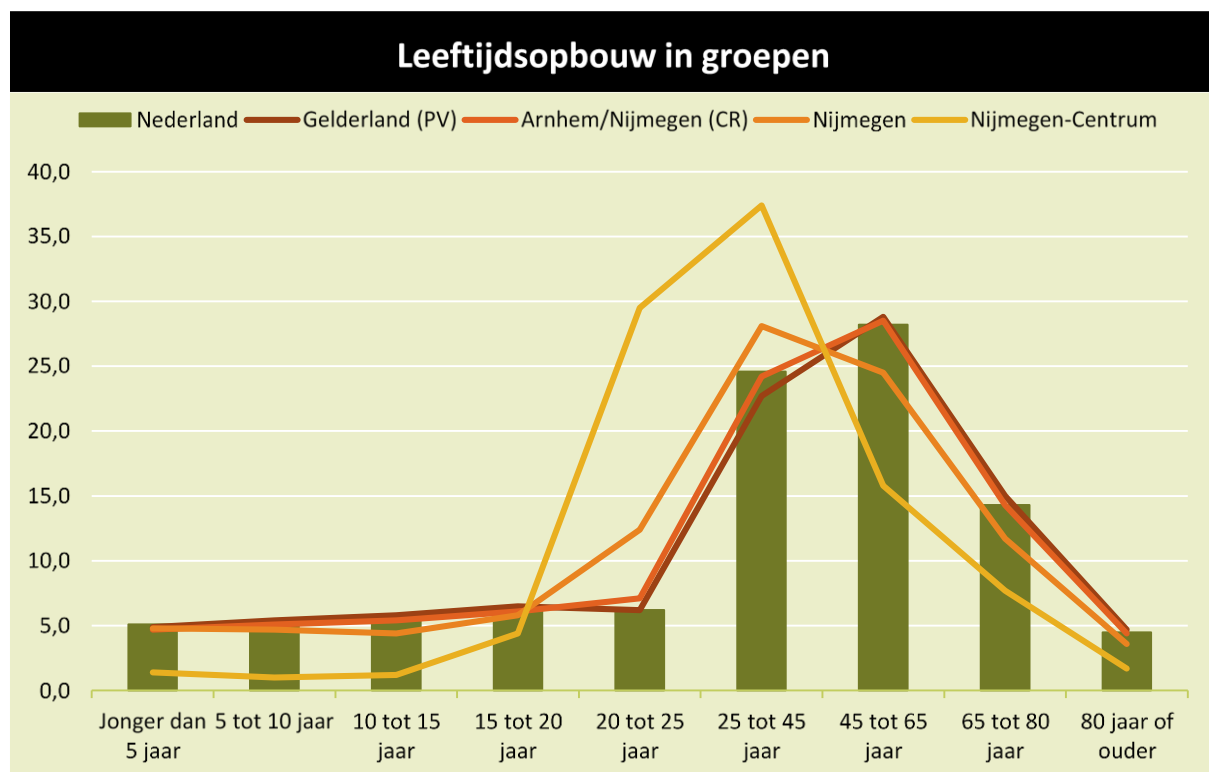
op een lager schaalniveau het stadsdeel Nijmegen-Centrum hebben daarentegen wel een andere samenstelling. Onder de Nijmeegse inwoners, is een piek te onderscheiden in het aandeel 20 tot 25-jarigen en 25 tot 45-jarigen. Nijmegen heeft dus veel jonge inwoners, wat kenmerkend is voor een studentenstad. In Nijmegen-Centrum zijn deze uitschieters relatief gezien nog groter. Het huidige centrum is daarmee een populair woongebied voor jonge inwoners en studenten en minder populair onder gezinnen met kinderen en inwoners van 45 jaar en ouder. Passend bij een kennisstad is ook een laag geboortecijfer. De (jonge) vrouwen in de stad zijn namelijk veelal bezig met een opleiding of zijn net aan hun carrière begonnen en krijgen relatief weinig kinderen. Logisch in dit verband is ook de bestaande Nijmeegse huishoudenssamenstelling, met het eenpersoonshuishouden als meest voorkomend. In Nijmegen-Centrum woont in 2018 56% van de huishoudens alleen en 33% woont samen. Wanneer het gaat om de woningen waarin deze centrumbewoners woonachtig zijn, is het overgrote deel van 89% hoogbouw ten opzichte van 11% laagbouw. 34% is woonachtig in corporatiehuurwoningen, 35% in particuliere huurwoningen en 31% in een koopwoning (Gemeente Nijmegen, 2019a). Veel hoogbouw is ook niet verwonderlijk in een centrumgebied met vele in te passen functies en tegelijkertijd een klein te bebouwen oppervlak.

Figuur 3.3: Ontwikkeling inwoneraantal stadsdeel Nijmegen-Centrum en gemeente Nijmegen



Bron: (Gemeente Nijmegen, 2019)

Figuur 3.4: Relatieve leeftijdsopbouw in groepen van Nederland vergeleken met provincie Gelderland, COROP-gebied Arnhem-Nijmegen, gemeente Nijmegen en stadsdeel Nijmegen-Centrum op 1 januari 2018



Bron: (CBS Statline en Gemeente Nijmegen, 2019)

3.2.2 Bezoekers

Naast de bewoners heeft een binnenstad ook te maken met bezoekers. Voor bewoners kan veel informatie verkregen worden vanuit de gemeentelijke basisadministratie, dit geldt niet voor bezoekersaantallen en -kenmerken. Voor de bezoekers is een recente inventarisatie door de gemeente Nijmegen te vinden in de stadscentrum monitor 2018-2019. Binnen deze monitor, welke vanaf 1996 tweejaarlijks wordt opgesteld, worden verschillende aspecten bekeken. Zo worden bezoekers bevraagd op hun sociaal-demografische kenmerken, vervoerswijze, bezoekdoel, bezoekfrequentie, verblijfsduur, besteding, en waardering en beleving van de binnenstad.

De bezoekersaantallen in 2018, zijnde indicatief op basis van tellingen van Locatus, bedroegen gemiddeld 210.000 bezoekers per week tijdens de traditionele winkeluren. Vanaf 2010 is er een dalende trend waarneembaar in de geschatte aantallen. In deze schatting is het horecabezoek buiten winkeltijden niet opgenomen, waarmee de huidige groeiende functie (horeca) van de binnenstad deels buiten beschouwing wordt gelaten. De resultaten van de stadscentrummonitor zijn grotendeels gebaseerd op 1160 enquêtes. De meeste van deze bezoekers (25%) behoort tot de groep van fifty & fit, beschreven als actieve koopkrachtige senioren. Minder voorkomend zijn de groepen van studenten (23%), work & have fun (alleenstaanden en stellen zonder kinderen) (19%), nesting & caring

(huishoudens met kinderen) (19%), ouderen (11%) en inwonend en niet studerend (4%). In vergelijking met de potentiële bezoekers, blijkt een ondervertegenwoordiging van de groep nesting & caring. Gezinnen met kinderen zijn dus relatief weinig aanwezig in de binnenstad en oriënteren zich wellicht op andere aankoopplaatsen of het internet. Verreweg de meeste passanten (60%) zijn afkomstig uit Nijmegen zelf, 17% uit de regio, 19% uit de rest van Nederland en 3% uit het buitenland. De verdeling van de vervoersmiddelen waarmee de bezoekers komen is redelijk gelijk. 28% komt met de fiets, 27% met de auto, 26% met het openbaar vervoer en 19% komt te voet. Het merendeel van deze mensen (51%) komt met het bezoekdoel om te winkelen, 38% komt om te recreëren en 10% komt voor een functioneel bezoek. Sinds 2000 is er een lichte maar constante stijging in het recreëren, welke vooral ten koste gaat van winkelen als doel. Tot slot bezoekt meer dan 60% van de passanten het stadscentrum ten minste wekelijks (Gemeente Nijmegen, 2019b).

3.2.3 Werkenden

Als derde te onderscheiden groep zijn er de mensen die werken in de binnenstad. Vanuit de stadscentrummonitor is op te maken dat het stadsdeel Nijmegen-Centrum (incl. Benedenstad, stationsomgeving en een deel van het singelgebied) één van de grootste stedelijke werklocaties van Nijmegen is met circa 15.000 banen in 2018. In vergelijking met 2016 is er een stijging waarneembaar van bijna 500 banen. Deze werkgelegenheid is verspreid over verschillende sectoren, te weten detailhandel, horeca, commerciële diensten en overige diensten. Met name binnen de horeca is het aantal banen toegenomen. De werkgelegenheid in de horeca is vanaf 2016 groter dan in de detailhandelssector (Gemeente Nijmegen, 2019b). Over het algemeen kan gesteld worden dat mensen die werken in de binnenstad veelal ook een bezoeker zijn van de binnenstad. Denk bijvoorbeeld aan de mogelijkheid dat mensen in de pauze een rondje gaan lopen en wellicht een aantal winkels bezoeken of ergens gaan lunchen.

3.3 Onderzoeksstrategie

Bij de bepaling van de onderzoeksstrategie, zijn de onderzoeksgroep en het -gebied van invloed op de keuzes die gemaakt dienen te worden in de sturende dimensies. Zoals Verschuren en Doorewaard (2007) omschrijven is de keuze voor een bepaalde strategie afhankelijk van een aantal kernbeslissingen. Kernbeslissingen waar ook een aantal andere beslissingen uit voortvloeien. De drie kernbeslissingen zijn; breedte of diepgang, een kwantitatieve of een kwalitatieve insteek en een literatuuronderzoek of een empirisch onderzoek. Samengaand met het maken van deze keuzes, dient ook de filosofie te worden besproken. Toegelicht moet worden wat zowel de uitgangspunten van het onderzoek als die van mij als onderzoeker zijn. Een zogenoemd paradigma wordt door Saunders et. al. (2015) gedefinieerd als 'het fundamentele wereldbeeld dat ten grondslag ligt aan het onderzoek en

dat hier richting aan geeft'. Binnen een paradigma valt niet enkel de keuze van een onderzoeksmethode, maar ook de ontologische en epistemologische houding. Dit onderzoek is gepositioneerd binnen het pragmatische paradigma, wat in feite niet echt een paradigma is. Het pragmatisme vormt een derde weg tussen de positivistische/empirische benadering en de constructivistische/fenomenologische benadering. Binnen het pragmatisch relativisme telt wat 'werkt'. Niet het paradigma of de methode zijn leidend, maar de onderzoeksvraag (Boer, 2006). De aard van de onderzoeksvraag bepaalt dus welke onderzoekfilosofie van toepassing is. Met de hoofdvraag; hoe beïnvloeden leefstijlen het gebruik van een Nederlandse binnenstad vroeger, nu en in de toekomst, is evenzeer sprake van een deductieve als van een inductieve aanpak. Theorie en praktijk worden met elkaar verbonden. Zo worden de bestaande theorieën getoetst, op basis van de hypothesen over de invloeden van de gevonden variabelen en de opgestelde operationalisatie. Tegelijkertijd wordt nieuwe theoretische kennis ontwikkeld met het doen van interviews, om de bredere context van het onderzoek in beeld te krijgen. Met een combinatie van zowel een kwantitatieve als een kwalitatieve benadering is hier sprake van een mixed methods-onderzoek. Een toepassing van beide voorziet in een grotere steekproefgrootte, evenals een verduidelijking van de context. De vraagstelling vraagt immers om informatie met frequentie (het identificeren van leefstijlen) en betekenis (het benaderen van de invloeden in drie tijdsvlakken). Met een dergelijke aanpak worden op de eerder geformuleerde kernbeslissingen dus geen duidelijke keuzes gemaakt. In dit onderzoek wordt breedte en diepgang beoogd, is er een kwantitatieve en een kwalitatieve insteek en is er sprake van literatuur- en empirisch onderzoek. Er is niet één duidelijke strategie te benoemen, maar een combinatie. Een combinatie met aan de basis een surveyonderzoek onder binnenstadsgebruikers, op zoek naar statistische samenhangen, ondersteund met aanvullende gegevens vanuit interviews met experts en literatuur.

3.3.1 Toekomstverkenning

Met het mixed-methods onderzoek gaat, aan de hand van leefstijlen, informatie verkregen worden over de vroegere en huidige attractiviteit van de binnenstad. Door beide te combineren en te verwerken met een aantal vragen over de toekomst wordt geprobeerd een toekomstverkenning te maken voor de Nijmeegse binnenstad over 30 jaar. Het maken van een toekomstverkenning is echter altijd onzeker en waardegebonden. Zo zeggen de Roo en Voogd (2007) dat niet alleen de situatie betrokken moet worden die op termijn kan worden aangetroffen, maar ook de omstandigheden die tot de toekomstige situatie kunnen leiden. Zoals interne en externe ontwikkelingen en het gevoerde beleid. Over veel eigenschappen van de toekomstige maatschappelijke structuur kunnen al met grote zekerheid uitspraken worden gedaan. Zo is een deel van de toekomstige binnenstadsgebruikers nu al aanwezig en staat ook het merendeel van de toekomstig gebouwde omgeving nu al vast. De grootste

bron van onzekerheid is de mens zelf en met name de door de mens te nemen beslissingen. Een toekomstverkenning is daarmee in zekere zin een verkenning van mogelijke en/of potentiële beslissingen en kan nooit beperkt blijven tot een simpele doortrekking van trends. In dit geval wordt daarom, naast het waarnemen van trends, nog meer gekeken naar de leefstijlen van binnenstadsgebruikers. Hiermee worden automatisch al de invloeden van keuzes en beslissingen meegenomen. Binnen de scenariomethode omvat een toekomstverkenning drie componenten, te weten een beschrijving van; de uitgangssituatie, de mogelijke gebeurtenissen en de mogelijke toekomstige situaties. In dit onderzoek wordt op basis van een projectief scenario naar de toekomst van de binnenstad gekeken. Dit wil zeggen dat de toekomstverwachting wordt opgebouwd via een logische redenering vanuit de huidige situatie. Dit in tegenstelling tot een prospectief scenario waar vanuit een aantal 'gewenste' toekomstige situaties, voor iedere situatie een logisch ontwikkelingspad naar het heden wordt geformuleerd.

3.4 Onderzoeksmateriaal en dataverzameling

Het onderzoeksobject van deze studie is de (Nijmeegse) binnenstad. Nauwkeuriger gezegd gaat het om de leefstijlen van binnenstadsgebruikers en diens invloed op het gebruik van de binnenstadsfuncties. Vanuit het onderzoeksobject kan nagedacht worden over de best bruikbare onderzoeksmaterialen. In de beginfase van het onderzoek zijn vooral media en literatuur de belangrijkste bronnen van informatieverzameling, met name voor het inlezen en verkennen van het onderzoeksthema. Daarnaast zijn ook bij het operationaliseren van de doel- en vraagstelling, media en literatuur noodzakelijk in de te maken vertaalslag van theorie naar empirie. Het voordeel aan het gebruik van media is de grote te behalen informatiedichtheid in een relatief korte tijd. Al moet wel steeds goed gekeken worden naar de informatiebron en de bruikbaarheid voor het onderzoek. Het voordeel aan het gebruik van literatuur is dat je niet zelf van voor af aan hoeft te beginnen. Vaak zijn er door andere wetenschappers al inzichten verworven die ook (deels) van toepassing zijn op je eigen onderzoek. De precieze onderzoeksmaterialen die zijn gebruikt, al dan niet in elektronische vorm, zijn; artikelen in kranten en tijdschriften, boeken, onderzoeken, rapporten en websites. Bovendien zijn ook personen een 'materiaal' in dit onderzoek, zowel als objecten van analyse (databron) als bronnen van informatie (kennisbron). In de tweede fase van het onderzoek heeft namelijk de eigen dataverzameling centraal gestaan. Personen komen hierin terug als respondent, omdat zij informatie over zichzelf verschaffen middels een vragenlijst. Daarnaast fungeren personen ook als deskundigen, omdat met een expertinterview een aantal mensen is bevroegd naar hun kennis over de binnenstad.

Voor een juiste toepassing van de verschillende onderzoeksmaterialen is per deelvraag bekeken welke bronnen de beste mogelijke informatie en data opleveren (zie figuur 3.5). De onderzoeksvragen zijn immers leidend. Door het gebruik van verschillende databronnen en

dataverzamelmethode, ook wel triangulatie, kent het onderzoek een grotere geldigheid. Deelvraag 1, over de invloeden van vroegere leefstijlen, wordt beantwoord met behulp van bureauonderzoek en expertinterviews. Het verleden ligt achter ons en is daarmee minder zinvol om te toetsen onder de huidige gebruikers. In een surveyonderzoek, met beperkte ruimte voor vragen, is het nuttiger te focussen op vragen over het huidige gebruik en de wensen voor de toekomst. Actuele kennis en data over binnenstadsgebruik zijn immers moeilijker te verkrijgen dan informatie inzake het verleden. Vandaar dat voor het verleden wordt teruggegrepen naar bureauonderzoek en de kennis van experts. Deelvraag 2, over de invloeden van hedendaagse leefstijlen, wordt onderzocht middels een surveyonderzoek. Eigen empirisch onderzoek is noodzakelijk voor het samenstellen van een brede leefstijltypering onder Nijmeegse binnenstadsgebruikers in combinatie met het actuele binnenstadsgebruik. In de enquête zijn ook prospectieve vragen verwerkt als extra data voor deelvraag 3. Deelvraag 3, over de invloeden van toekomstige leefstijlen, wordt beantwoord met de resultaten van de voorgaande twee deelvragen. Aangevuld met een deel bureauonderzoek in het achterhalen van de context en trends richting de toekomst.

Figuur 3.5: Methoden van dataverzameling per deelvraag

Deelvragen	Dataverzameling voornamelijk middels:
Deelvraag 1: invloeden van vroegere leefstijlen	Bureauonderzoek & expertinterviews
Deelvraag 2: invloeden van hedendaagse leefstijlen	Surveyonderzoek (enquête)
Deelvraag 3: invloeden van toekomstige leefstijlen	Bureauonderzoek & het combineren van de resultaten bij de eerdere tijdsperiodes

Bron: (Eigen onderzoek)

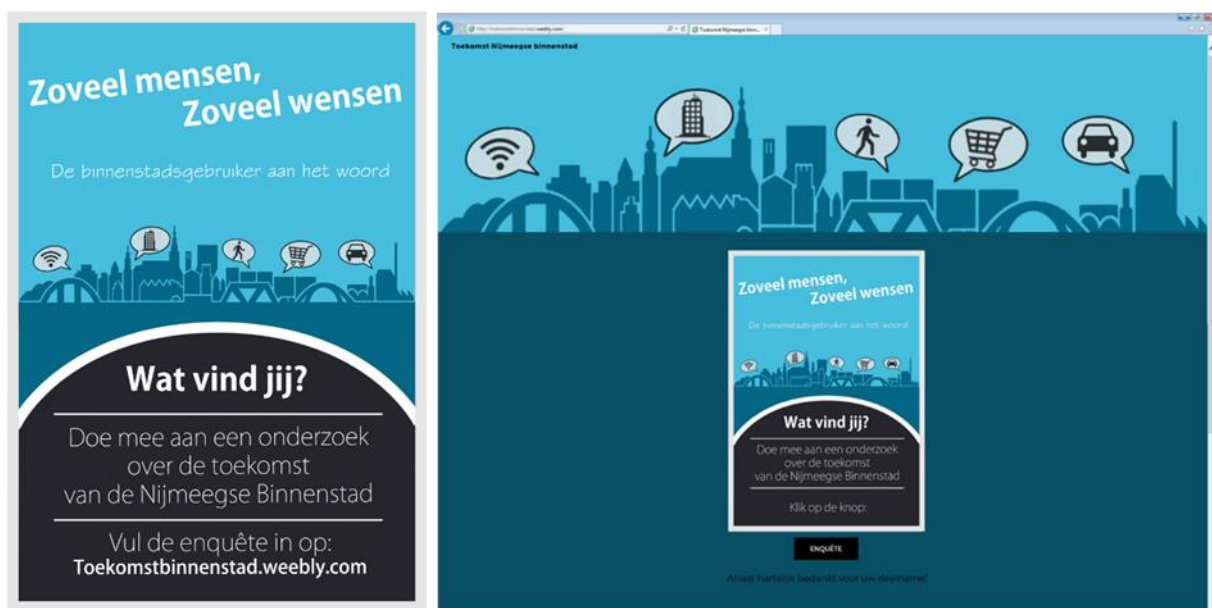
3.4.1 Surveyonderzoek

In een surveyonderzoek wordt een overzicht van een verschijnsel gegeven door onder een groot aantal onderzoekseenheden gegevens te verzamelen over een groot aantal kenmerken of variabelen (Korzilius, 2008). In dit onderzoek worden gegevens verzameld onder binnenstadsgebruikers over hun leefstijlkenmerken en binnenstadsgebruik. Onder deze mensen is, zoals eerder toegelicht, onderscheid gemaakt in drie groepen; bewoners, werkenden en bezoekers. De onderzoeksgroep staat daarmee vast, maar hoe deze groep benaderd gaat worden met een vragenlijst nog niet. Ondanks de verschillen tussen de drie groepen, is er één duidelijke overeenkomst. Alle drie maken zij gebruik van de binnenstad en zijn daar dus ook aan te treffen. Voor het surveyonderzoek is het afnemen van face to face enquêtes in de binnenstad de meest voor de hand liggende methode. Er is immers geen registratie of database voor de gehele groep, maar enkel voor de bewoners. Via de gemeentelijke registratie zouden zo uitnodigingsbrieven voor een enquête verstuurd kunnen worden naar de inwoners van de binnenstad. Buiten de kans op veel non-respons, is het ook niet nuttig om een oververtegenwoordiging van bewoners te creëren ten opzichte van de andere twee groepen. Vandaar dat is gekozen voor een

face to face enquête waarbij alle drie de groepen benaderd kunnen worden. Verwacht wordt dat, bij het aanspreken, het onderzoek op voldoende interesse kan rekenen. Indien mensen überhaupt bereid zijn medewerking te verlenen aan een onderzoek. Over het algemeen zijn mensen geïnteresseerd in ontwikkelingen in de stad en praten en denken graag mee over de toekomst van die stad. Daarnaast is de vragenlijst ook verspreid in de vorm van een internet-enquête, gemaakt in het programma 'Qualtrics'. Dit om de mensen die op het moment van aanspreken geen tijd hadden, maar wel mee wilden doen, hiervoor de kans te geven. Deze mensen hebben een flyer meegekregen en konden de enquête op een eigen moment thuis invullen via het op de flyer vermelde internetadres (zie figuur 3.6). Het afnemen van de vragenlijst heeft plaatsgevonden op zes dagen verspreid over vier weken in maart 2017. De dagen en tijdstippen van enquêteren zijn zowel doordeweeks als in het weekend en variërend van tussen 10:00 tot 16:00 uur. Gemiddeld is per dag 5 uur geënquêteerd op verschillende plekken in de binnenstad. Zo is afgewisseld tussen pleinen en bekendere straten. Op twee dagen heeft het afnemen van de enquêtes plaatsgevonden door twee personen. Deze andere persoon is voorafgaand goed ingelicht over de vragenlijst en de mogelijke toelichtingen die respondenten konden vragen. Dit zodat iedere respondent een eenduidige uitleg van het onderzoek en de begrippen heeft gekregen. Uiteindelijk zijn middels deze weg 139 respondenten verkregen voor dit onderzoek.

Bij de enquêtering was er de beschikking over een afgedrukte vragenlijst en een antwoordblad. Samen met de respondent zijn de vragen en toelichtingen gelezen en is steeds door de enquêteur het antwoordblad ingevuld. Een uitdraai van de enquête, inclusief de routing, is opgenomen in bijlage 4. Begonnen is met een introductie van de onderzoeker en het onderzoek. Daarna is, middels een kaart, duidelijk gemaakt welk gebied wordt bedoelt met de binnenstad. Vervolgens zijn er een aantal vragen gesteld over het binnenstadsgebruik en de leefstijl in het algemeen. Deze laatste vragen diende voor het vaststellen van de early adopters onder de respondenten. Aansluitend zijn de vijf leefstijl-categorieën ieder afzonderlijk behandeld en is afgesloten met vragen over de huidige en toekomstige binnenstad en de persoonlijke kenmerken van de respondent. De enquête is wellicht aan de lange kant, wat mogelijk mensen kan afschrikken. In werkelijkheid viel dit mee, aangezien niemand (ook niet online) vroegtijdig is gestopt en het samen invullen op straat vlot verliep.

Figuur 3.6: Flyer (links) en screenshot van webpagina behorende bij online enquête (rechts)



Bron: (Eigen werk)

3.4.2 Expertinterviews

Het doel van de expertinterviews, is voornamelijk het verkrijgen van informatie over de ontwikkeling van de binnenstad in het verleden tot het heden. Hiervoor hebben in december 2016 een viertal interviews plaatsgevonden met vijf personen. Als eerste met Bram Verhoef van de afdeling onderzoek en statistiek van de gemeente Nijmegen. Hij is al jaren medeverantwoordelijk voor de stadsmonitor en kijkt vanuit een andere hoek naar de ontwikkeling van de binnenstad. Het tweede interview heeft plaatsgevonden met Ilse Nieskens en Ben van Gelder van team binnenstad van de gemeente Nijmegen. Zij zijn dagelijks met zaken omtrent de binnenstad bezig en beschikken over veel kennis en contacten. Als derde is Maarten Mulder, binnenstadsmanager bij het Huis voor de binnenstad geïnterviewd. Het Huis voor de binnenstad is een bundeling van een viertal belangenorganisaties op de thema's: ondernemers, horeca, cultuur en eigenaren commercieel vastgoed. Tot slot heeft een interview plaatsgevonden met Paul Goedknecht, wie al lange tijd stedenbouwkundige is bij de gemeente Nijmegen. Hij heeft veel kennis van de ontwikkelingen welke in en rond de binnenstad hebben plaatsgevonden. Voor de interviews is gebruik gemaakt van een interviewguide en een semigestructureerde opzet. In ieder interview is als leidraad de lijn uit de guide aangehouden, maar was er ook ruimte voor eventuele toelichtingen of aanvullende verhalen vanuit de expert of het doorvragen of vragen om opheldering vanuit de interviewer.

De interviewguide, het codeerschema en de gecodeerde interviewtranscripties zijn opgenomen in de bijlagen 1 t/m 3. Ieder interview is begonnen met de vraag of het gesprek mocht worden opgenomen. Daarna volgde een introductie op het onderzoek en een uiteenzetting van de

onderwerpen die in het gesprek aan bod kwamen. Vervolgens is gevraagd naar de precieze rol binnen de organisatie en de werkzaamheden welke worden uitgevoerd met betrekking tot de binnenstad. Gevolgd door vragen over het verleden van de binnenstad, gezien het beleid, de fysieke ontwikkelingen in het aanbod en de ontwikkelingen in de vraag. Daarna is gesproken over de verwachtingen voor de Nijmeegse binnenstad richting de toekomst, waarna het interview is afgesloten. De interviews afzonderlijk hebben ieder tussen de 45 minuten en 1 uur geduurd en zijn omgezet in een transcript welke is gecodeerd.

3.5 Betrouwbaarheid en validiteit

Voor een goede voorbereiding en uitvoering van een onderzoek, moet het voldoen aan een aantal kwaliteitseisen. Validiteit en betrouwbaarheid zijn hierin twee belangrijke kwaliteitsaspecten. Zoals Korzilius (2008) het beschrijft gaat betrouwbaarheid over het aanwezig zijn van toevallig gemaakte fouten. Bij een betrouwbaar onderzoek is de gehanteerde aanpak en zijn de gevonden resultaten onafhankelijk van het moment waarop het onderzoek is verricht, van de onderzoeker die het uitvoert en van het gebruikte meetinstrument. De vraag is dus in welke mate een herhaling van meting hetzelfde resultaat oplevert. Validiteit of geldigheid gaat over het meten wat je beoogt te meten zonder de aanwezigheid van systematische fouten. Hiervoor moet nagegaan worden of er beschrijvingen en verklaringen van de werkelijkheid worden gegeven.

3.5.1 Dataverzameling

Bij het opstellen van een vragenlijst is het van belang dat alle aspecten van een begrip goed worden gemeten (inhoudsvaliditeit). Het gaat hier dus in feite om de vraag of er op de juiste wijze is geoperationaliseerd. In het voorgaande hoofdstuk is aan de hand van theorie en literatuur een begrippenkader opgesteld. Dit kader en de operationalisatie vormen de basis van de vragenlijst. De verschillende leefgebieden zijn ook de gehanteerde thema's in de enquête. Van belang is dat de vragenlijst zo wordt geconstrueerd dat de kans op foutieve informatie zo klein mogelijk is. Om niet te ingewikkeld van start te gaan, is begonnen met vragen naar het binnenstadsgebruik. Ieder nieuw thema is vervolgens ingeleid met een introductie. De antwoordcategorieën en de soorten vragen (open en gesloten) zijn afwisselend toegepast, maar geprobeerd is om bepaalde vragen op verschillende onderwerpen steeds te herhalen. Hiermee wordt vergelijking mogelijk gemaakt en verloopt het invullen soepeler omdat respondenten weten wat te antwoorden. Daarnaast zorgen open vragen voor meer nuancering en kan de respondent nog dingen toevoegen, die naar eigen idee, het vermelden waard zijn. Aangezien een dergelijk onderzoek nog niet eerder is toegepast op binnensteden, zijn er vanuit de literatuur weinig gegevens over samenhangen welke aangetroffen

zouden kunnen worden. Hiermee is de begripsvaliditeit moeilijk meetbaar. In hoofdstuk 5 wordt desondanks gekeken naar de verwachtingen per thema in het kader van de representativiteit.

3.5.2 Steekproef

Een belangrijk aspect voor zowel de validiteit als de betrouwbaarheid is de grootte van de steekproef. Hoe groter het aantal onderzoekseenheden, hoe groter is de betrouwbaarheid. Dit onderzoek telt 139 respondenten, maar daarmee zijn de resultaten nog niet generaliseerbaar (externe validiteit). Met het ontbreken van een steekproefkader, oftewel een database aan binnenstadsgebruikers, is het niet mogelijk om de totale groep vast te stellen. Hiermee is het trekken van een aselechte steekproef, waarin iedere binnenstadsgebruiker evenveel kans heeft om gekozen te worden, uitgesloten. Bij een selecte steekproef gelden de resultaten niet voor de gehele populatie. Zo zijn ook de uitkomsten van dit onderzoek alleen van toepassing op de 139 respondenten. Dit betekent ook dat er in de analyse, in hoofdstuk 5, eigenlijk geen significante samenhangen kunnen worden waargenomen. Aangezien de uitkomsten niet significant zijn voor de totale populatie, maar enkel voor de steekproef. Desondanks wordt voor het gemak wel met de term significantie gewerkt. Statistische generalisatie naar alle (Nijmeegse) gebruikers van de binnenstad is dus niet mogelijk, maar analytische generalisatie wel. De te maken typologie van leefstijlen, toegepast op binnenstadsfuncties, kan bijvoorbeeld ook in andere binnensteden worden getoetst. Hierdoor kunnen de bevindingen in dit onderzoek (deels) bevestigd of ontkent worden. Het onderzoek levert dus een bijdrage aan de theorievorming. Enkel een statistische significantie heeft immers geen zeggingskracht zonder een theoretische significantie.

Het type steekproef dat in dit onderzoek is toegepast kan het beste worden omschreven als een gemakssteekproef (Saunders et. al., 2015). De selectie van de steekproef heeft plaatsgevonden op basis van beschikbaarheid, aangezien je afhankelijk bent van de mensen die aanwezig zijn. Nadelen van een dergelijke steekproef is de gevoeligheid voor vertekening en invloeden waarop je geen controle hebt. In verschillende binnenstadstraten zijn passanten aangesproken. Om de systematische selectiefout te beperken is geprobeerd een zo divers mogelijke groep, op de zichtbare kenmerken van geslacht, leeftijd en afkomst, te benaderen. Echter als bijvoorbeeld het aandeel vrouwen in de onderzoeksgroep hoger ligt, kan dit alleen al drie dingen betekenen. Er is bij de dataverzameling onbewust een voorkeur geweest voor het aanspreken van vrouwen, vrouwen waren bereidwilliger om medewerking te verlenen of er waren ook daadwerkelijk meer vrouwen aanwezig in de binnenstad. De precieze reden is lastig te achterhalen. Met een dergelijke steekproef is het moeilijk om een diepgaand beeld van de realiteit te geven. Daarnaast hebben mensen met een korte verblijfstijd in de binnenstad of mensen die de grotere straten niet bezoeken een kleinere tot geen trefkans in dit onderzoek. Evenals de gebruikers die de binnenstad helemaal niet (meer) bezoeken. Dit in tegenstelling tot de mensen met een lange verblijfsduur, die juist een hogere trefkans hebben.

Hetzelfde geldt voor het uitgaansleven of buitenlandse toeristen. De dataverzameling heeft enkel overdag en in het Nederlands plaatsgevonden, waarmee de mensen die de binnenstad alleen in de avonduren gebruiken of Engels spreken, niet aangesproken konden worden. De verzamelde data kent dus een aantal beperkingen en aanmerkingen welke ieder invloed uitoefenen op de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek.

3.6 Dataverwerking

In aanloop naar de komende hoofdstukken wordt nu alvast een kleine inzage gegeven in de wijze van dataverwerking. Voor de verwerking van de interviews zijn de gesproken opnames uitschreven en gecodeerd en is een bijbehorend codeerschema opgesteld. Bij het coderen zijn de fragmenten die belangrijke informatie bevatten ten aanzien van de gestelde vragen en/of het onderzoeksdoel gemarkeerd en voorzien van een code. Vanuit de gegeven codes en de clusters uit de interviewgide, zijn de antwoorden van de vijf experts met elkaar gecombineerd en vergeleken. De verdere uitwerking en toelichting op de interviews is te vinden in hoofdstuk 4.

Voor het surveyonderzoek zijn de antwoorden van de straat-enquête ingevoerd in een SPSS-databestand en samengevoegd met de antwoorden van de online-enquête vanuit Qualtrics. De verzamelde data is vervolgens op twee manieren verwerkt, namelijk in beschrijvend en in verklarend opzicht. In de beschrijvende statistiek komt ieder thema aan bod en is, waar functioneel, de respondentengroep vergeleken met (Nijmeegse) gemiddelden. Hetgeen nodig is om de mate van representativiteit vast te stellen. Vervolgens is onder de verklarende statistiek getracht te komen tot een typologie van leefstijlen. Waarbij verbanden zijn gezocht tussen het gebruik van de binnenstad en de bevraagde leefstijlkenmerken. Ook zijn de wensen en verwachtingen van early adopters vergeleken met die van de andere respondenten. De hierbij gebruikte testen zijn een aantal toetsen op samenhang (Chi-kwadraattoets, Fisher's Exact Test en Cramer's V) en een binaire logistische regressie analyse op basis van categorische variabelen. In de testen is steeds gekeken naar het verklaren van één vorm van binnenstadsgebruik doormiddel van de geselecteerde samenhangende leefstijlkenmerken. Meer over de precieze toepassing en uitvoering staat beschreven in hoofdstuk 5.

Hoofdstuk 4 **Analyse expertinterviews**

Vanuit het voorgaande hoofdstuk is duidelijk geworden dat er een viertal interviews hebben plaatsgevonden met vijf experts. Deze interviews worden in dit hoofdstuk geanalyseerd op basis van de clusters uit de interviewgids en de aan de transcripties gegeven codering. Dit betekent dat het allereerst gaat over de functies en werkzaamheden van de experts (4.1). Vervolgens wordt gekeken naar de door hen gedane uitspraken over de Nijmeegse binnenstad van vroeger tot en met nu (4.2) en de Nijmeegse binnenstad van de toekomst (4.3). Opgemerkt moet worden dat de interviews hebben plaatsgevonden in december 2016. De gedane uitspraken van de experts moeten dus ook uitgelicht worden tegen de kennis van toen. De uiteindelijke verwerking van de data heeft later plaatsgevonden. Waar nodig zijn de uitspraken in dit hoofdstuk dan ook aangevuld of verhelderd met de meer actuele ontwikkelingen, maar zijn de antwoorden van de experts te alle tijden het uitgangspunt.

4.1 Functies en werkzaamheden

Zoals in hoofdstuk 3 is beschreven zijn vier van de vijf experts werkzaam bij de gemeente Nijmegen. Ieder van de geïnterviewde heeft echter eigen ervaringen en een eigen kijk op de binnenstad, vanuit de verschillende functies en werkzaamheden die zij uitvoeren. Zo is Bram Verhoef al sinds 1985 werkzaam bij de gemeente Nijmegen, onder andere in zijn huidige rol als senior onderzoeker bij bureau onderzoek en statistiek. Grotendeels is Bram Verhoef bezig met onderzoeksvragen omtrent de stadseconomie, de woningmarkt en voor een klein deel ook mobiliteit. Vanuit deze taken is Bram al vele jaren betrokken bij de ontwikkeling van de stadsmonitor, waar de stad Nijmegen op verschillende niveaus, thema's en programma's nader wordt bekeken.

Verder is gesproken met Ilse Nieskens en Ben van Gelder, gezamenlijk vormen zij team binnenstad, binnen de afdeling economische zaken van de gemeente Nijmegen. Ilse Nieskens is senior adviseur economische zaken op de beleidsvelden horeca, toerisme en detailhandel. In deze functie houdt zij zich onder andere bezig met het adviseren van de wethouder en het voorbereiden en maken van beleidsstukken over de binnenstad. Ilse geeft daarmee vooral invulling aan de beleidsmatige kant van de werkzaamheden. De meer publieke kant wordt ingevuld door Ben van Gelder. Ben is werkzaam als senior adviseur economische zaken en tevens als accountmanager binnenstad. In deze functie onderhoudt hij naar eigen zeggen "contacten met de binnenstad in de breedste zin des woord". Dit houdt in dat hij contact heeft met zowel de verenigde stakeholders als met individuele ondernemers. Ook is Ben actief op het vlak van toerisme in samenwerking met de collega's van citymarketing.

Daarnaast is gesproken met Paul Goedknegt, wie al ruim 25 jaar werkzaam is als stedenbouwkundige bij de gemeente Nijmegen. Binnen deze functie is hij eigenlijk continue bezig met het monitoren van de stadsplattegrond en zo ook het binnenstadsgebied. De ultieme taak van een

stedenbouwkundige is zoals Paul het zegt 'het slechten van barrières in de stad'. Dit komt neer op het constant bekijken in hoeverre de stadsplattegrond nog toekomstbestendig is, aan de hand van de politieke opgaves. Vanuit de geldende programma's wordt bekeken welke updates mogelijk zijn om de binnenstad aantrekkelijk te houden.

De vijfde expert is de enige welke niet werkt binnen de gemeente Nijmegen, maar er desalniettemin nauw mee samenwerkt. Maarten Mulder is namelijk binnenstadsmanager bij het Huis voor de Binnenstad (HvdB). Het HvdB is een aparte stichting die in 2010 is opgericht door vier belangenorganisaties, namelijk Vereniging centrumondernemers Nijmegen (VCON), Koninklijke Horeca Nederland afd. Groot Nijmegen (KHN), Cultuur Netwerk Nijmegen (CNN) en Vereniging eigenaren commercieel Vastgoed (VCV). Deze partijen zijn een strategische samenwerking aangegaan, welke in hoofdlijnen is gericht op een gezamenlijke marketing voor de binnenstad en daarvandaan ook alles wat te maken heeft met het economisch functioneren van de binnenstad. De rol van Maarten als binnenstadsmanager is met name die van verbinder. Hij vertegenwoordigt de actoren en voert taken uit met als doel de binnenstadseconomie van Nijmegen te stimuleren.

Het Huis voor de Binnenstad is daarmee voor de gemeente een belangrijke actor in de ontwikkelingen evenals de individueel benoemde verenigingen welke samenwerken binnen het HvdB. Andere actoren zijn ondernemers, bewoners, vastgoedpartijen, kennisinstellingen en clusters binnen de gemeente zelf. Het is daarmee een samengaan van zowel interne als externe stakeholders omtrent de binnenstad, waarmee constant afgewogen moet worden of men op de juiste weg zit. Naast deze actoren, zijn er voor de gemeente Nijmegen nog een aantal samenwerkingen omtrent binnensteden. Zo is er de samenwerking met andere gemeenten in de vorm van het G40-stedennetwerk. De G40 (voorheen G32) is een netwerk van 40 (middel)grote steden in ons land, die elkaar ondersteunen en kennis uitwisselen over stedelijke vraagstukken. In de themagroep Vitale Binnensteden, waarin Nijmegen de voorzittersrol heeft, worden actuele thema's zoals blurring en de aanpak van leegstand geagendeerd. Daarnaast is er de samenwerking met de gemeente Arnhem en de provincie Gelderland. Ook is er de deelname aan een innovatieprogramma Binnensteden van de Toekomst van de RU in samenwerking met provincies en kennisinstellingen. Dit praktijkprogramma is gericht op het identificeren, analyseren en aanpakken van concrete vraagstukken over de toekomst van binnensteden. Retail-, ruimtelijke- en vastgoedopgaven staan centraal (Gemeente Nijmegen, 2017b).

4.2 Nijmeegse binnenstad vroeger tot en met nu

Met de experts is gesproken over de vroegere Nijmeegse binnenstad, hierin zijn drie deelonderwerpen te onderscheiden welke apart worden behandeld. Als eerste het vroegere beleid waarmee de binnenstad is geworden tot wat het nu is. Vervolgens meer specifiek de fysieke ontwikkelingen in het aanbod en als laatste de verandering van de gebruikers en daarmee dus de vraagkant van de markt.

4.2.1 Beleid

Het belang van de binnenstad als gebied en de aandacht ervoor, is met name weer gaan spelen rond 1987. Bram Verhoef beschrijft hierover dat het structuurplan van de binnenstad uit 1976 destijds eigenlijk geheel was uitgevoerd en daarmee was afgerond. Enkel een parkeergarage nabij Plein 1944 is niet doorgedaan. Met de afronding van het structuurplan kon verder nagedacht gaan worden over nieuwe plannen voor de binnenstad. Midden jaren 80 stond de binnenstad er slecht voor. Oplopend door de tijd hebben op hoofdlijnen plaatsgevonden: een evaluatie van het structuurplan, een winkelonderzoek binnenstad (1989) en het plan Centrum2000 (1990). Met name de laatste heeft grote veranderingen in de binnenstad teweeggebracht.

Centrum2000

De dragers van het plan Centrum2000 waren: het verbeteren van de circuitvorming (klaverdriemodel), een uitbreiding van het winkelgebied en het cultureel kwartier voor gefuseerde en geconcentreerde culturele functies. Met de verbetering van de circuitvorming zijn rondlopmogelijkheden in de binnenstad mogelijk gemaakt. Dit mede door de uitbreiding van het winkelgebied. Met opkomende winkelketens in de drukste winkelstraten raakte het lokale- en kwaliteitsaanbod in de knel. Deze winkels konden moeilijk locaties vinden op een redelijke winkelstand, net buiten de A1-gebieden. Door de circuitvorming en uitbreiding, werd vestiging in de binnenstad uiteindelijk interessanter. De drukte in de kern werd over een groter gebied verspreid. Doormiddel van ruimte te maken is dus geprobeerd het kwaliteitsaanbod in de binnenstad te handhaven. Parallel aan deze ontwikkelingen was de meer culturele ingreep, met de vorming van een cultureel kwartier bij de Mariënborg. Het idee hiervoor is begonnen met de nieuwbouw van het politiebureau naast het station. Daarmee kwam ruimte beschikbaar voor de vestiging van een bibliotheek op de locatie van het voormalige politiebureau. Van daaruit is toen het idee ontstaan de culturele functies te concentreren en is het huidige LUX gevormd vanuit Cine Mariënborg en O24, welke bij elkaar zijn gevoegd. Daarnaast is ook het huidige Valkhofmuseum op het Kelfkensbos destijds gevormd uit de samenvoeging van de Commanderie van Sint-Jan en Museum Kam. Andere maatregelen uit Centrum2000 waren er met betrekking tot het parkeren en dan specifiek het weghalen van parkeerplekken uit de centrale straten. Deze plekken zijn verschoven naar ondergronds parkeren aan de buitenkant van het stadscentrum.

Centrum2000 blijkt daarmee een belangrijke pijler in de (recente) geschiedenis van de binnenstad. Zoals Maarten Mulder het beschrijft was het plan een cruciaal omslagmoment in positieve zin. De toen gemaakte veranderingen zijn immers bepalend geweest voor de opbouw van de binnenstad zoals deze nu is. Bram Verhoef voegt daar aan toe dat de vorming van een dergelijk plan een langdurig proces is. Van een in het begin schetsmatige onderbouwing en beschrijving van de noodzaak in 1980 is uiteindelijk in 1990 het plan gelanceerd. 10 jaar later in 2000 werd Centrum2000

ook daadwerkelijk opgeleverd. Gedurende die tijd krijg je dan nog te maken met recessiegolven, waar je over heen moet kijken. Centrum2000 is uiteindelijk opgeleverd in een tijd dat het weer economisch goed ging. Van het verleden kijkend naar de toekomst wordt door alle experts beaamd dat de hardware van de binnenstad nu grotendeels is opgebouwd (o.a. met Centrum2000 en de oplevering van Plein 1944). De grote bouwplekken in de binnenstad zijn weg en in de toekomst zal het dan ook voornamelijk gaan over de software van de binnenstad en het bijwerken ervan. Denk aan citymarketing of een veranderende invulling. Kortweg zijn dit alle aspecten waar aan gesleuteld kan worden, zonder dat er direct grote ruimtelijke ingrepen nodig zijn.

Desondanks is aan de rand van het stadscentrum inmiddels een ingreep uitgevoerd, namelijk de herinrichting van de oostelijke Waalkade. In ruil voor parkeerplekken is de Waalkade groener geworden. Daarnaast zijn er ook al lange termijn plannen, onder de noemer Vlaams Kwartier, voor het aanpakken van winkelpassage Molenpoort. In deze plannen zal het parkeerdak (deels) verdwijnen, waardoor de overdekte winkelpassage plaats maakt voor open straatjes met winkels en daarboven woningen. Ook opgenomen in de gebiedsvisie is het aanpakken van Vlaamse gas en omgeving, het vervangen van de voormalige stadswinkel en de parkeergarage in de Mariënborg met appartementen, woningen en stadsparkjes. De gemeente moet hiervoor de samenwerking aangaan met de verschillende eigenaren. Op de korte termijn staat al vast dat er in de Eilbrachtstraat een parkje van circa 200 m² wordt aangelegd (Gemeente Nijmegen, 2019c). Er wordt door de gemeente Nijmegen dus al weer volop nagedacht over verschillende toekomstige ruimtelijke ingrepen. Uit de voorgenomen visie blijkt dat nieuwe huizen en voorzieningen, meer groen en minder parkeermogelijkheden in het directe centrum, de binnenstad aantrekkelijker moeten gaan maken.

Huidig beleid

Kijkend naar het meer actuele binnenstadsbeleid en de huidige ontwikkelingen, zijn er een aantal beleidslijnen van belang. Ilse Nieskens en Ben van Gelder zijn ook veelal bij de ontwikkeling van dit beleid betrokken (geweest). Denk aan het economisch offensief binnenstad, een actieplan van 2012 tot 2015, waarin 1.8 miljoen euro is ingezet op diverse projecten in de binnenstad. Deze lijn is voortgezet in de huidige visie: de binnenstad van de toekomst, waarin wordt gekeken naar de aangewezen aandachtsgebieden van de binnenstad en de ontwikkelkansen voor de ringstraten. Eind juni 2017 is deze 14-punten aanpak geëvalueerd. Aan de hand van de evaluatie is het programma van de binnenstad bijgesteld en versterkt in een transformatieaanpak voor 2017-2018. In deze aanpak zijn verschillende punten opgenomen, variërend van: het versterken van aanbod en ambiance, het trekken van meer bezoekers, meer werkgelegenheid, een verbeterd investeringsklimaat, vermindering van de leegstand en meer innovatie en collectiviteit in de binnenstad (Gemeente Nijmegen, 2017b). Daarnaast gelden er voor de binnenstad verschillende meer specifieke beleidslijnen. Bijvoorbeeld voor

de horeca een terrassennota en een beleidslijn voor lichte horeca of voor het verblijfstoerisme een beleidslijn voor hotels. De veelzijdigheid in de binnenstad maakt ook dat er een veelzijdigheid is aan beleid. Meer recent is daarin de ontwikkeling van het plan rondom het verkeer in de binnenstad van Nijmegen, onder de noemer: Binnenstad, ruimte voor iedereen. Maar ook, zoals Paul Goedknegt dat beschrijft de ontwikkeling van de verschillende kwartieren en een toenemende aandacht voor vergroening. Mede over deze punten wordt in de volgende paragraaf meer duidelijkheid verschaft.

Wat betreft de mening van de experts over het beleid, is uit de antwoorden op te maken dat zij positief gestemd zijn. Het gaat goed met de binnenstad van Nijmegen en daarmee is ook het beleid succesvol. Al is zoals Ilse het beschrijft het feit dat binnensteden weer steeds sterker worden ook een autonome ontwikkeling. De overheid hoeft het niet allemaal zelf te doen en te sturen. Ook Maarten vertelde hierover dat de participatie van middenstanders enorm belangrijk is. Een gezamenlijke aanpak heeft de voorkeur, zowel in het ontwikkelproces als in financiële zin: “Wie mede betaald, mede bepaalt”. Hier moet een middenweg in gevonden worden. Mensen hoeven niet financieel zwaar belast te worden, maar ergens aan meebetalen brengt ook een mate van commitment aan het plan met zich mee. Nu al wordt steeds vaker met een gezamenlijke aanpak het beleid gevormd, iedere belanghebbende krijgt immers de kans mee te denken. Dat een gemeente niet overal grip op heeft, blijkt ook uit de transformatieaanpak. Omschreven wordt namelijk dat het succes van de binnenstad deels bepaald wordt door macro-economische ontwikkelingen, waar men geen vat op heeft. Nijmegen wordt gezien als een groeistad, welke ook geconfronteerd wordt met negatieve, vaak landelijke ontwikkelingen. Voorbeelden hiervan zijn de verkoop via internet, wankel winkelketens en het omvallen van de V&D (Gemeente Nijmegen, 2017b).

4.2.2 Fysieke ontwikkelingen

Veelal vanuit het gevormde beleid vinden de daadwerkelijke fysieke ontwikkelingen plaats. Zoals gezegd stond de binnenstad, midden jaren '80, er slecht voor. Als het net is gebouwd is het allemaal nieuw en interessant, maar dat effect is helaas niet oneindig. Wat daar ook nog bijkwam, vertelt Bram, was dat Nijmegen als stad qua inwoneraantal stilstond en eigenlijk achteruitliep en er een hele zware economische recessie was tweede helft jaren '70 / eerste helft jaren '80. Het ging echt slecht met de stad, de binnenstad was zagezegd versleten. Met daarbij de opkomst van winkelketens, ontstond er een druk op de centrale winkelstraat en werden lokale speciaalzaken naar buiten gedrukt. In die tijd ontstond het idee dat er iets moest gaan gebeuren, wat de opmaat vormde voor, het al eerder aangehaalde Centrum2000, met vele ook fysieke aanpassingen aan de binnenstad.

Golfbewegingen

Een binnenstad voorziet in verschillende functies, welke door de tijd heen in aanbod veranderen. Ter illustratie, in de huidige binnenstad zijn nauwelijks echte woninginrichtingswinkels te vinden, dit was vroeger wel anders. Zo besloeg het pand van Tilders meubelen maar liefst zeven verdiepingen. Tot de opening van de woonboulevard in 1995 en de trek van dergelijke winkels, naar bijvoorbeeld het bedrijventerrein in Wijchen, waren er nog grootschalige woonwinkels in het stadscentrum. Het verdwijnen van ongeveer 18.000 m² aan woonwinkels uit de binnenstad is dan ook een grote beweging geweest, aldus Bram. Nu zien we dit type aanbod echter langzaam weer toenemen. Denk aan de recente tijdelijke terugkeer (juli 2017) van Zen In The City, in een deel van het voormalige V&D-pand.

Daarnaast is er een trend waarneembaar van schaalvergroting, waarin minder winkels een even groot oppervlak van invulling voorzien. Ilse zegt hierover dat er tegelijkertijd ook een tendens is dat de winkelmeters gaan afnemen. Ook hier zijn dus duidelijk golfbewegingen te onderscheiden. Hetzelfde geldt voor het wonen in de binnenstad. Vroeger was het vaak zo dat een geheel pand een winkelfunctie had, dus over meerdere verdiepingen was verdeeld. Hier is verandering in gekomen met de verdiepingvloeren die wonen werden en dan enkel een commerciële plint met detailhandel of horeca. Dit is volgens alle experts een goede ontwikkeling geweest, omdat je zo altijd reuring houdt in het centrum, ondanks dat de winkels of de horeca gesloten zijn.

Woonfunctie

De woonfunctie is door de jaren heen sterk in belang toegenomen, maar niet enkel door de herbouw van de benedenstad. Het aantal bewoners in de binnenstad is van zo'n 800 mensen op het dieptepunt, gegroeid naar ongeveer 9.000 inwoners in het stadscentrum nu. In plaats van vooral marginale bewoning en kamerbewoning vroeger zijn er in het stadscentrum nu steeds meer zelfstandige appartementen en huizen met een parkeergarage eronder. Vaak worden lagere gebouwen vervangen voor hoogbouw en er is het reeds benoemde wonen boven winkels. Deze ontwikkeling maakt, volgens Bram, dat het wonen in de binnenstad ook voor hogere-inkomensgroepen weer interessant is. Daarmee is het ook een grote investeringscategorie in het binnenstadsvastgoed. Zoals Ilse aangeeft zijn er ook golfbewegingen in de woonfunctie, van wonen de stad uit, naar nu het wonen de binnenstad weer in. Maarten voegt hieraan toe dat mensen weer dicht bij de voorzieningen willen zitten, zonder per se een auto nodig te hebben. Een toename in het wonen brengt echter ook een spanningsveld met de bewoners met zich mee. Een bruisende binnenstad met veel evenementen is namelijk leuk maar er moet wel een goede afstemming zijn omtrent woonbeleving met de bewoners.

Ontwikkeling functiemix

De binnenstad heeft verschillende periodes gekend, van herbouw na de oorlog, tot een uitbouwfase met een verdubbeling van het oppervlakte. Daarna was er een stagnatieperiode veroorzaakt door bijvoorbeeld de opening van de Bijenkorf in Arnhem en Winkelcentrum Dukenburg. Daarbij was er ook nog de concurrentie van andere sub-centra als Wijchen, Groesbeek en Beuningen. Vanaf 1990 was er weer sprake van een bloeiperiode door de komst van VINEX-locaties. De huidige periode is volgens Bram vooral een tijd waarin de horeca flink uitbouwt en het centrum zich steeds verder specialiseert op het vergelijkend winkelen. Ilse en Ben zeggen hierover dat de functiemix zich zal gaan aansluiten bij de ontwikkeling van een place to buy naar een place to meet. Dit betekent meer horeca, meer beleven en meer cultuur ook in de vorm van evenementen. Daarnaast gaat ook ambacht een functie van de binnenstad worden. Dit, aangezien men in de Bloemerstraat bezig is creatieve bedrijfjes te huisvesten, die het product op locatie zowel maken als verkopen. Ook zal volgens Maarten Mulder cultuur van belang blijven, met evenementen belangrijker dan gebouwde cultuur. Maarten ziet een trend van festivalisering, aangezien mensen steeds meer de behoefte lijken te hebben aan tijdelijkheid en steeds nieuwe dingen om te bezoeken. Hiermee neemt echter wel de druk op de openbare ruimte toe. Daarnaast voorziet Maarten een ontwikkeling in kantoorruimtes, ontmoetingsruimtes en flexplekken waar ZZP'ers aan de slag kunnen. Dit zal op verschillende plekken invulling krijgen, maar zeker ook in de binnenstad. Paul ziet met name een toename in het wonen en is blij met het speciaal aanbod in retail en horeca, aangezien dat een onderscheidend vermogen geeft ten opzichte van andere steden. De ringstraten zijn de afgelopen jaren ook erg gekoesterd.

Met een functieverandering van voorheen vooral een winkelgebied naar nu een ontmoetingsfunctie, ziet Maarten dat de binnenstad concurrerend wordt met heel veel andere activiteiten (ook buiten het stadscentrum). Maarten is van mening dat er beter afgestemd zou moeten worden. Men moet niet op andere plekken in Nijmegen te veel concurrerende functies toestaan. Zoals Bram het verwoord is een binnenstad eigenlijk de identiteitsdrager van een stad welke mee ademt met de rest van de stad. Dus als de rest van de stad het goed doet en groeit, dan doet de binnenstad dat eigenlijk ook. Paul geeft verder nog aan dat je je niet tegen trends moet verzetten, je moet er op in kunnen spelen. De stad Nijmegen is al 2000 jaar oud en kan tegen een stootje. Belangrijk is om het robuuste raamwerk te koesteren, aangezien de structuur ontzettend kenmerkend is. Denk aan de singels, het assenkruis en de Waal. Het gebied is heel helder leesbaar. De invulling daar kan naar gekeken worden, maar dus wel, in lijn met Maarten, in relatie tot de rest van Nijmegen.

Vastgoedeigendommen

Kijkend naar de vastgoedeigendommen, was de Nijmeegse binnenstad vroeger vooral het domein van de particuliere eigenaar. Geërfde panden maakte dat er sprake was van veelal versnipperd eigendom.

Daar is deels verandering in gekomen met de uitvoering van de grote projecten als de Mariënborg en de Molenpoort. Deze projecten gingen gepaard met een grotere invloed van professionele partijen, zoals lokale vastgoedontwikkelaars en beleggers. Deze situatie wordt door de experts gezien als een voordeel, aangezien deze partijen al vele goede dingen gedaan hebben en net als de gemeente een zo aantrekkelijk mogelijke binnenstad voor ogen hebben. Echter wordt het feit dat er in de binnenstad ook nog steeds veel kleine eigenaren zijn, ook als typisch Nijmeegs gezien.

4.2.3 Verandering gebruikers

Naast de fysieke omgeving zijn ook de binnenstadsgebruikers veranderd. Een veranderend aanbod wijst immers ook op een gewijzigde vraag en vice versa. Vroeger toen de binnenstad nog echt een dominantie had als aankoopplaats, kon je er ook bijna alles kopen. Later is dit richting de huidige binnenstad wat meer gefilterd. Een voorbeeld die Bram hierbij noemt is het doe-het-zelf aanbod. Kleine kanttekening is dat hier met de komst van mini-bouwmarkt Praxis City (juni 2018), in het voormalige Kijkshop-pand, ook weer verandering in is gekomen. Echter als op een bepaald moment sommige dingen er niet meer zijn, wordt ook het bezoek meer uitgefilterd. Een duidelijke groep die dan minder in de binnenstad vertegenwoordigd is, is de groep Nesting & Caring, bestaande uit meerpersoonshuishoudens met vaak jonge kinderen. Deze mensen doen veelal hun aankopen via internet en in sub-centra of wijkcentra. Meer in het algemeen onderscheiden Ilse en Ben dat aan de vraagzijde; de consument het leuker vindt om te consumeren buiten de deur, de bezoeker mobieler is geworden en daarmee van verder kan komen en de consument kritischer is geworden in vergelijking met een aantal jaren geleden. Met name deze laatste factor zorgt ervoor dat alles goed op orde moet zijn bijvoorbeeld met betrekking tot het parkeren.

Invloed Internet

Internet is een bedreiging voor de binnenstad. Al is er onder de experts het geloof dat mensen altijd zullen blijven komen om producten te zien en te vergelijken en om de binnenstad te beleven. Maarten voegt hier voor de ondernemerskant aan toe dat spelers die zich vooral richten op gemak en aanbod het moeilijk hebben. Dit omdat zij ten opzichte van het internet niet onderscheidend genoeg meer zijn. Voor een binnenstad geldt volgens Maarten, dat het gaat om het totaalpakket van het winkelen met sfeer in combinatie met horeca, cultuur en authenticiteit. Outletcentra zijn volgens hem het voorbeeld van een ideale binnenstad. Mensen kunnen de auto op een parkeerterrein gratis of goedkoop parkeren en moeten daarvandaan een stukje overbruggen om in het outletcentrum te komen. Eenmaal aangekomen komen ze dan in een centrum waar ze autovrij kunnen genieten van het winkelen, het lopen, de terrasjes, etc. De mindset van de bezoeker is heel belangrijk, als mensen het niet willen

gebeurt het niet. Met internet als aankoopkanaal, is het ook makkelijker voor de consument zijn of haar wensen af te dwingen en is het van groot belang voor winkels daar nog beter op in te spelen.

4.3 Nijmeegse binnenstad van de toekomst

Met een kijk op het verleden en de huidige stand van zaken is de experts ook gevraagd naar hun verwachtingen ten aanzien van de toekomst. Verbeterpunten welke door de experts genoemd worden zijn zeer divers. Zo vindt men dat de stad veel evenementen heeft, maar dagattracties mist. Ook de sfeer van de musea wordt als mager gezien ten opzichte van andere steden. Nijmegen is een stad welke een bepaalde sfeer in de aanbidding heeft. Het uitdragen daarvan is lastig. De stad staat bekend als oudste stad van Nederland, maar deze historische laag zou volgens de experts wel beter zichtbaar moeten worden in alle facetten van het verhaal. Een plan die de gemeente Nijmegen hiervoor heeft is het inrichten van de Lange Hezelstraat ('oudste winkelstraat') als museumstraat. Dit is uitvoerbaar door de aanwezigheid van de monumentale panden en de mogelijkheid om objecten, verkregen uit archeologisch onderzoek, zichtbaar te maken in vitrines. Verder is er nog het voornemen om de cultuurhistorische objecten door de stad met elkaar te verbinden door een verlicht groen lint (Gemeente Nijmegen, 2017b). Ook het aantrekken van toeristen kan hiervan meeprofiteren.

4.3.1 Toekomstverwachting

Zoals al eerder gezegd, zal het volgens de experts in de toekomst vooral gaan om de software. Of zoals Bram het mooi verwoordt "het schaven aan dingen". Men is klaar met de grote stukken steen van het beeldhouwwerk af te halen en is toe aan het schaven en polijsten. De markt vraagt niet meer om grote uitbreidingen, maar meer om verschuivingen binnen het bestaande. Bram verwacht dat Nijmegen een internationalere stad zal worden. Alleen al onder de studenten gaat het aantal buitenlandse studenten flink toenemen en ook het toerisme zal internationaler worden. Daarnaast verwacht hij bij de detailhandel dat vooral het speciale over zal blijven. Bijvoorbeeld dat er in de stad nog maar één winkel is waar je sigaren kunt kopen. In een verzorgingsgebied met 300.000 tot 400.000 mensen is het ook mogelijk om iets bijzonders te doen en dat zal blijven. Maarten vindt het feit dat er in Nijmegen-Noord woningen toegevoegd kunnen worden, laat zien dat er een groeipotentie is. Dit kan een belangrijke succesfactor zijn. Paul ziet de kansen van de binnenstad met name ook in interactie met het omliggende gebied. In relatie met bijvoorbeeld het station, de Waal, het eiland, en de Ooijpolder. Ilse en Ben geven aan dat de focus moet liggen op de ontmoetingsfunctie, met een belangrijke rol voor de horeca. Onder het mom van het ontmoeten, het eten, de pleintjes, het verblijven en het struinen.

Binnen al deze opties en mogelijkheden, is er in de keuzes omtrent de binnenstad een soort 25-jaars cyclus merkbaar. Gebouwen hebben een bepaalde houdbaarheid waarna slijtage (zichtbaar) begint toe te slaan en er om een beslissing wordt gevraagd. De keuze kan dan zijn het doorzetten van

het huidige gebruik of er iets anders mee gaan doen. Een soortgelijk proces was destijds zichtbaar bij de Waalkade, welke door veel mensen als verouderd werd aangemerkt. Voorbeeldsteden die door de experts worden genoemd zijn: Den Haag voor het detailhandelsbeleid, Den Bosch met de Jeroen Bosch voorstelling/expositie en de van zichzelf mooie binnenstad, Maastricht om de zichtbare historie, Eindhoven welke zichzelf onderscheidend heeft gemaakt en eigenlijk alle grote steden als Amsterdam en Utrecht. Maar al met al zijn er ook steden die naar Nijmegen kijken. Want ook Nijmegen doet het niet slecht als het gaat om de binnenstad.

Hoofdstuk 5 Analyse enquête

Nadat in de vorige hoofdstukken de invulling en uitvoering van het onderzoek aan bod zijn geweest, is het nu tijd voor de resultaten van de dataverzameling en -analyse van de enquête. Deze analyse vindt plaats in twee onderdelen. Allereerst de beschrijvende statistiek waarin een algemeen beeld van de respondentengroep wordt gegeven, evenals de kenmerken en patronen binnen de verschillende binnenstadthema's (5.1). De respondentengroep wordt daarin afgezet tegen (Nijmeegse) gemiddelden, om de mate van representativiteit te bepalen. Vervolgens wordt doormiddel van verklarende statistiek getracht de uitkomsten nader te interpreteren en te komen tot een aanzet voor de leefstijltypologie (5.2). Hierin worden verbanden gezocht en waar mogelijk aangetoond tussen leefstijlkenmerken en de functies van een binnenstad.

5.1 Beschrijvende statistiek

In hoofdstuk 3 is reeds beschreven middels welke methoden de kwantitatieve data zijn verzameld. Hierin was het voor binnenstadsgebruikers mogelijk om via de straat-enquête medewerking te verlenen of indien men aangaf geen tijd te hebben, de enquête online in te vullen. Al snel bleek dat de online enquête, met het uitdelen van de flyers, niet zo effectief bleek als gewenst. Bij thuiskomst heeft het merendeel van de geïnteresseerde personen, alleen zij hebben een flyer meegekregen, toch geen medewerking aan het onderzoek verleent. Na het uitdelen van in totaal ruim 90 flyers, hebben 29 mensen de vragenlijst online ingevuld. Dit is een respons van circa 32% op enkel de uitgedeelde flyers. Het afnemen van de straat-enquêtes was daarmee de leidende methode in de daadwerkelijke dataverzameling, met 110 enquêtes welke mondeling zijn afgenomen. Dit heeft in totaliteit geresulteerd in een aantal van 139 respondenten voor dit onderzoek, welke hieronder nader beschreven worden op basis van de gegeven antwoorden.

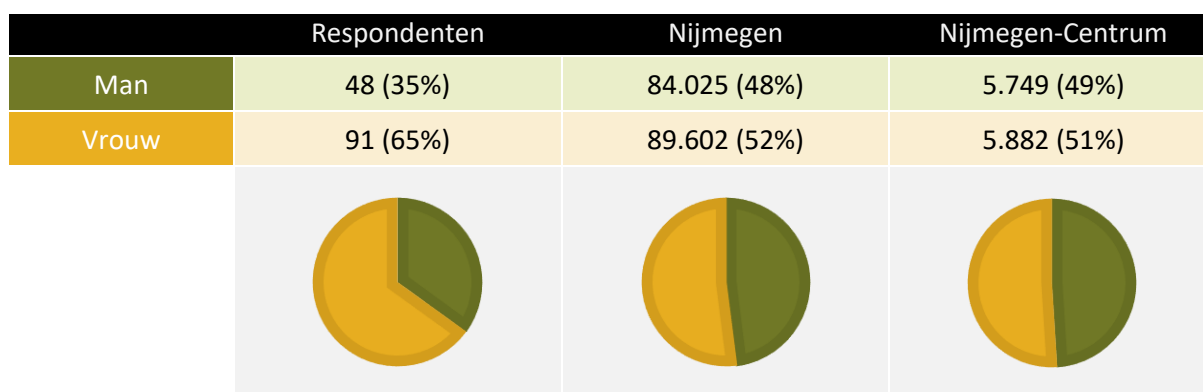
5.1.1 Persoonlijke kenmerken

In de enquête zijn verschillende vragen gesteld ten aanzien van de persoonlijke kenmerken van de respondent. Hierin is onderscheid gemaakt in de variabelen geslacht, leeftijd, opleiding, inkomen en woonplaats. Kijkend naar de representativiteit van de respondenten ten aanzien van de binnenstadsgebruiker in het algemeen, is dit lastig aan te geven. Zoals gezegd kunnen binnenstadsgebruikers iedereen zijn en daarmee ook mensen uit andere steden dan Nijmegen of andere landen. Er bestaan dus in basis geen statistieken waarmee één-op-één vergeleken kan worden of de verdelingen van de respondenten representatief zijn. Om echter toch de representativiteit zo goed mogelijk te benaderen wordt in dit hoofdstuk de onderzoeksgroep een aantal keren vergeleken met de beschikbare cijfers van Nijmegen en wordt op basis daarvan de inschatting gemaakt.

Geslacht

Te beginnen bij geslacht. In de onderzoeksgroep vormen de vrouwen de ruime meerderheid. Tegenover 91 vrouwen, hebben 48 mannen deelgenomen aan de enquête. Dit komt neer op 35% mannen ten opzichte van 65% vrouwen. Gezien de cijfers van Nijmegen en het stadsdeel Nijmegen-Centrum, is deze verdeling lichtelijk scheef te noemen. In deze vergelijkingsgroepen is namelijk in grotere mate sprake van een gelijke verdeling (50/50). Vrouwen zijn hiermee oververtegenwoordigd in dit onderzoek, zoals zichtbaar in figuur 5.1.

Figuur 5.1: Indeling naar geslacht per onderzoeksgroep, gemeente en stadsdeel

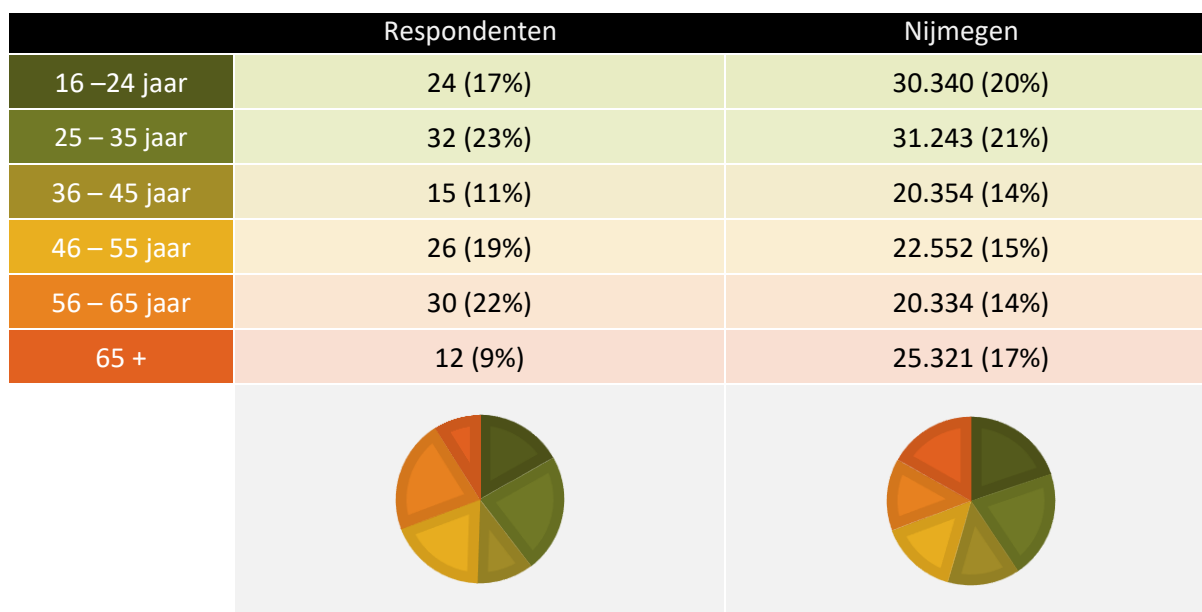


Bron: Eigen onderzoek & Gemeentelijke basisadministratie, gemeente Nijmegen 2017

Leeftijd

De richtlijn die is aangehouden ten tijde van de enquêtering, was dat iedereen die ongeveer 18 jaar of ouder leek aangesproken mocht worden. Aangezien het inschatten van leeftijden niet altijd even makkelijk is, zijn in de vergelijkingscijfers van de gemeente Nijmegen personen van 16 jaar en ouder meegenomen. Hiermee is de categorie 'jonger dan 25 jaar' in de enquête dus vergeleken met mensen van 16 tot 24 jaar in de gemeente Nijmegen. Op basis van de vergelijking kan vastgesteld worden dat de meeste mensen in beide groepen (23% en 21%) behoren tot de categorie van 25 tot 35 jaar. De beide cirkeldiagrammen (figuur 5.2), met daarin ook de verdeling van de oudere groepen (groene vlakken) en de jongere groepen (oranje vlakken), tonen een redelijk gelijk beeld. De verschillen liggen met name in de categorieën van 56 tot 65 jaar en die van ouder dan 65 jaar. Een mogelijke verklaring voor dit onderscheid is dat de binnenstad niet voor elke leeftijdsgroep even interessant is. Zo komen mensen met (kleine) kinderen en bejaarden veelal minder in binnensteden. Verder is het kenmerkend voor Nijmegen, als studentenstad, dat er een piek is rond de leeftijd van 20 jaar. Ook in de respondentengroep lijkt deze groep goed vertegenwoordigd. Met betrekking tot de representativiteit kan geconcludeerd worden dat met name de groep van 56 tot 65 jaar is over- en de groep van 65 jaar en ouder is ondervertegenwoordigd in de steekproef.

Figuur 5.2: Indeling naar leeftijdsklasse per onderzoeksgroep en inwoners gemeente Nijmegen

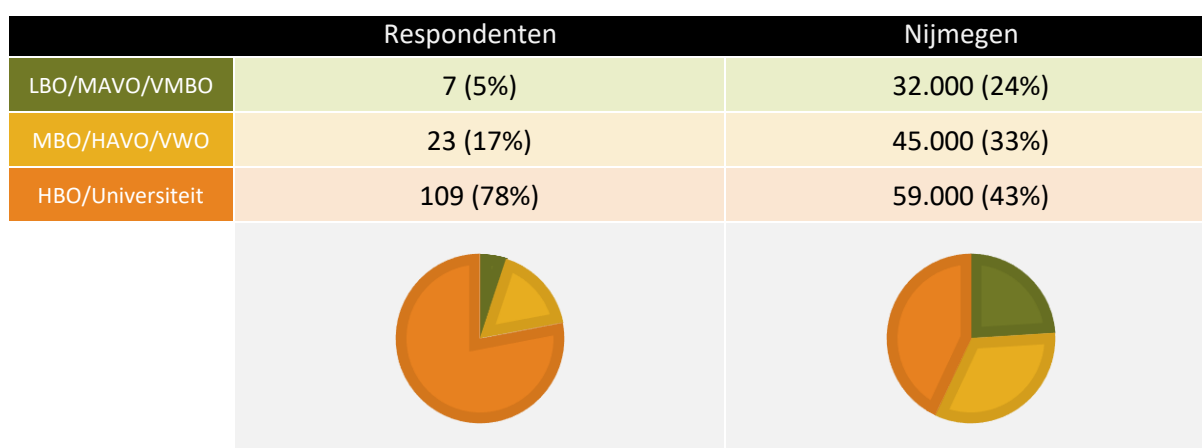


Bron: Eigen onderzoek & CBS Statline 2018

Opleiding

In figuur 5.3, is duidelijk zichtbaar dat de overgrote meerderheid van de respondenten in dit onderzoek hoog opgeleid is. 78% heeft namelijk een HBO of universitaire opleiding genoten of is er mee bezig. Nijmegen is dan ook een studentenstad. Minder voorkomend zijn MBO/HAVO/VWO (17%) en LBO/MAVO/VMBO (5%). De vergelijkingscijfers van het CBS, van de gemeente Nijmegen, gaan over de beroeps- en niet-beroepsbevolking en hiermee over personen van 15 tot 75 jaar. De door het CBS gehanteerde opdeling in laag-, middelbaar- en hoog onderwijs is redelijk passend met de opdeling uit de enquête. Eén onderscheid is dat de eerste categorie bij het CBS ook het basisonderwijs bevat, dit was in de enquête een aparte antwoordmogelijkheid (welke niet is ingevuld door respondenten). Ondanks deze extra groep, kan vastgesteld worden dat de onderzoeksgroep op het thema opleiding niet bepaald representatief te noemen is voor de Nijmeegse inwoners. De groep van hoog opgeleide mensen is oververtegenwoordigd vergeleken met de mensen met een middelbare- en lage opleiding. Wellicht is voor hoog opgeleiden of studenten de binnenstad aantrekkelijker en zijn zij in grotere getale aanwezig. Daarnaast kan het ook een oorzaak zijn, dat hoogopgeleide mensen misschien bereidwilliger zijn om medewerking te verlenen aan een onderzoek.

Figuur 5.3: Indeling naar opleiding per onderzoeksgroep en inwoners gemeente Nijmegen

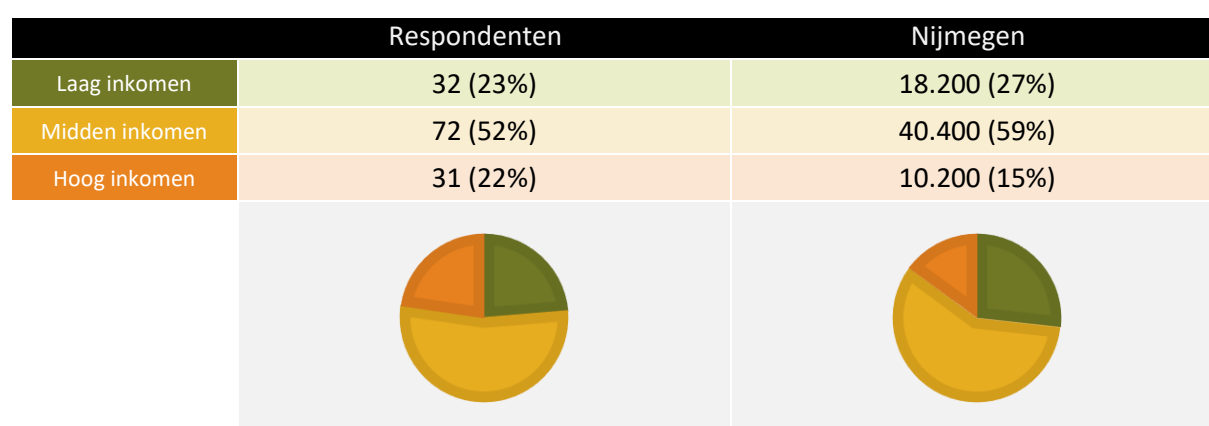


Bron: Eigen onderzoek & CBS Statline 2017

Inkomen

Mensen vinden het, over het algemeen, niet fijn als gevraagd wordt naar hun inkomen. Daarnaast zijn dergelijke precieze getallen ook niet noodzakelijk voor dit onderzoek. Vandaar dat aan de respondent gevraagd is hoe hij/zij de inkomenssituatie van het huishouden typeert, in de antwoordcategorieën laag, midden en hoog inkomen. Het was dus aan de respondent zelf om een inschatting en definitie te maken van de drie groepen en de eigen positie van het huishouden daarin. Uit de verdeling, zichtbaar in figuur 5.4, blijkt dat een ruime meerderheid van 52% zijn/haar huishouden indeelt in het midden. Ongeveer gelijk verdeeld zijn de huishoudens met een laag (23%) en hoog (22%) inkomen. Vier mensen wilden overigens geen antwoord geven op de vraag. Ondanks dat deze resultaten berusten op een eigen inschatting van de persoon en het daarmee lastig is de representativiteit te beoordelen, wordt toch de vergelijking gemaakt met de huishoudens van de gemeente Nijmegen. De gegevens van het CBS gaan over het totaal van particuliere huishoudens met inkomen, exclusief studenten- en institutionele huishoudens. De vergelijking met de respondentengroep is daarmee niet geheel gelijk, gezien ook studenten zijn geënquêteerd. Daarnaast hanteert het CBS 10 decielgroepen van inkomen, welke voor de vergelijking zijn omgezet in de drie categorieën. Uit de cijfers valt op te maken dat ook in de gemeente Nijmegen de middengroep domineert. Naast dit puur vergelijkende beeld worden hier verder geen uitspraken gedaan over de onder- of oververtegenwoordiging van groepen. De cijfers berusten hiervoor te veel op eigen interpretatie wat betreft categorisering.

Figuur 5.4: Indeling naar inkomen per huishouden respondent en huishoudens gemeente Nijmegen



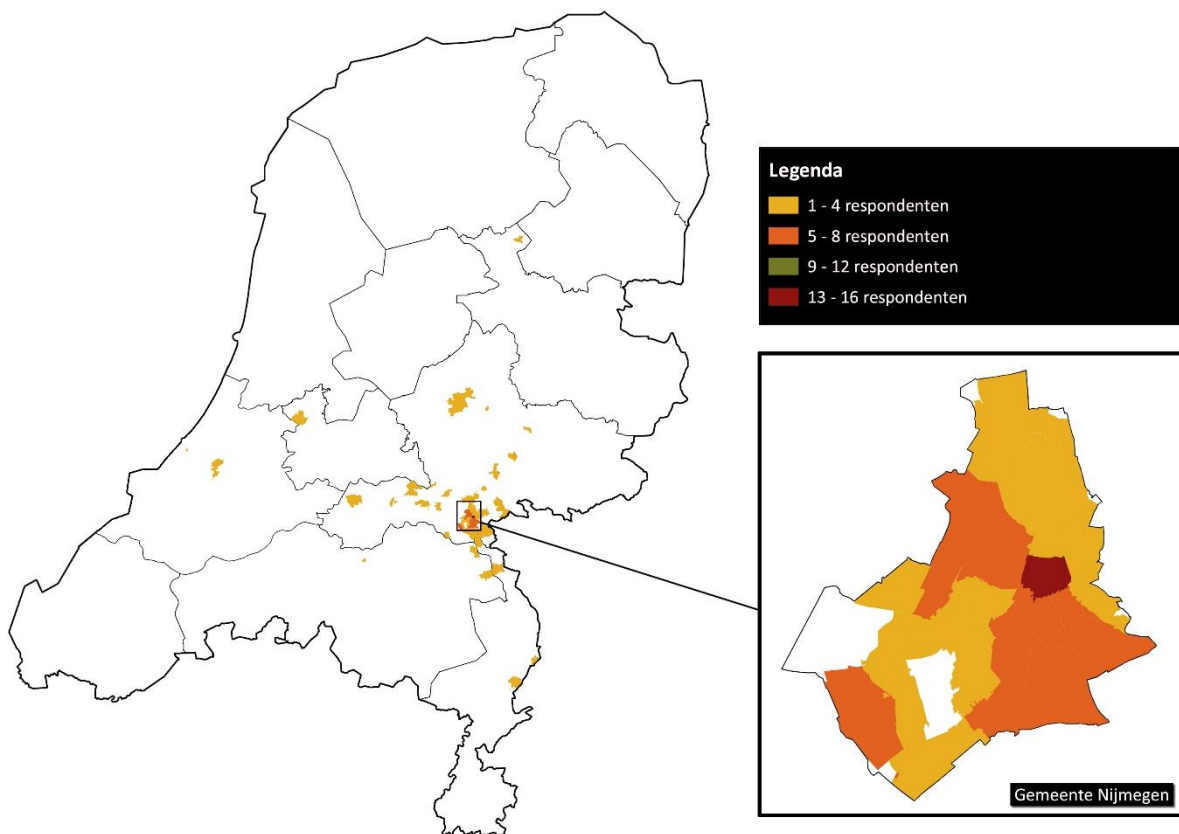
Bron: Eigen onderzoek & CBS Statline 2006

Woonplaats

Ter afsluiting van de persoonlijke kenmerken is iedere geënquêteerde gevraagd naar diens postcode. Met daarbij de toezegging dat deze gegevens enkel gebruikt worden voor het maken van een kaart, heeft bijna de gehele onderzoeksgroep (op twee mensen na) antwoord gegeven. Op basis van de 4-cijferige postcodegebieden is, in figuur 5.5, inzicht verschaft in de woonplaatsen van de respondenten. Van de 137 respondenten waren er 96 afkomstig uit Nijmegen. Op de ingezoomde weergave van de gemeente Nijmegen wordt duidelijk dat de meeste Nijmegenaren in het onderzoek woonachtig zijn in het stadscentrum, gevolgd door de wijken omliggend aan het stadscentrum. Op een groep van 137 personen zijn dus bijna alle postcodegebieden in Nijmegen, in meer of mindere mate, vertegenwoordigd. Hieruit blijkt het belang en de reikwijdte van een binnenstad voor de inwoners van het stadscentrum zelf, maar ook voor de inwoners van de gehele stad. Echter kunnen geen specifieke uitspraken gedaan worden over het belang van de binnenstad voor specifieke wijken, hiervoor is de onderzoeksgroep te klein en er is geen sprake van een aselechte steekproef.

Dat de reikwijdte van de binnenstad niet stopt bij de gemeentegrenzen is zichtbaar geworden door de 41 respondenten welke uit andere plaatsen in Nederland afkomstig zijn. Ieder ingevuld postcodegebied buiten Nijmegen, kent een gele kleur op de kaart. Daarmee zijn slechts maximaal 4 respondenten afkomstig uit deze plaatsen. Uit de onderzoeksgegevens zijn dan ook niet één of meer duidelijke herkomstplekken te onderscheiden. Wat wel opgemerkt kan worden is dat de meeste respondenten afkomstig zijn uit plaatsen in de provincie Gelderland. De andere voorkomende provincies zijn; Zuid-Holland, Utrecht, Noord-Brabant, Limburg en Overijssel. Wat betreft de reikwijdte op nationale schaal zijn de verst gelegen plaatsen waar respondenten van afkomstig zijn; Den Haag, Steenwijk en Pijnacker op respectievelijk 110, 107 en 99 kilometer afstand hemelsbreed. Wanneer we alle afstanden van de respondenten buiten Nijmegen optellen komen we op een gemiddelde afstand van 27 kilometer hemelsbreed. Wat ongeveer de afstand is van Nijmegen tot Oss of Ede.

Figuur 5.5: Verdeling respondententen naar woonplaats per 4-cijferig postcodegebied

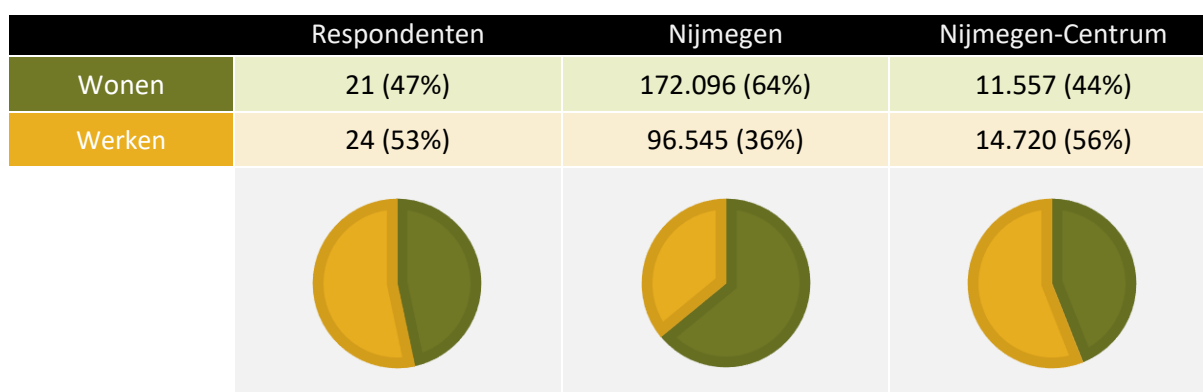


Bron: Eigen onderzoek (gemaakt in QGIS)

5.1.2 Binnenstadsgebruik

Onder het thema binnenstadsgebruik is aan de onderzoeksgroep een viertal vragen voorgelegd. Allereerst een vraag betreffende het type binnenstadsgebruikers, oftewel het onderscheid in wonen, werken en bezoeken of een combinatie van deze. In de respondentengroep is veruit het grootste deel enkel een bezoeker van de binnenstad (72%), 11% is er woonachtig, 13% werkt er en 4% woont en werkt in de binnenstad. Om deze informatie meer betekenis te geven, is het verband tussen de hoeveelheid arbeidsplaatsen ten opzichte van het aantal inwoners, nader bekeken. Deze verhoudingen voor wonen en werken in de gemeente Nijmegen en het stadsdeel Nijmegen-Centrum zijn zichtbaar in figuur 5.6. Kijkend naar de verdeling van de respondenten is deze redelijk gelijkend met die van Nijmegen-Centrum. Het onderzoek is daarmee representatief, wanneer het gaat om de verhouding tussen wonen en werken. Minder gelijkend zijn de verdelingen van Nijmegen en Nijmegen-Centrum. De verhoudingen maken het functievoorschil tussen een gehele stad en een binnenstad duidelijk zichtbaar. In een binnenstad is de woonfunctie niet perse een hoofdfunctie. Wonen is slechts één van de facetten naast vele andere. Denk aan arbeidsplaatsen in de horeca, detailhandel en dienstverlening. Het is daarmee niet gek dat er in het stadscentrum meer arbeidsplaatsen zijn dan inwoners.

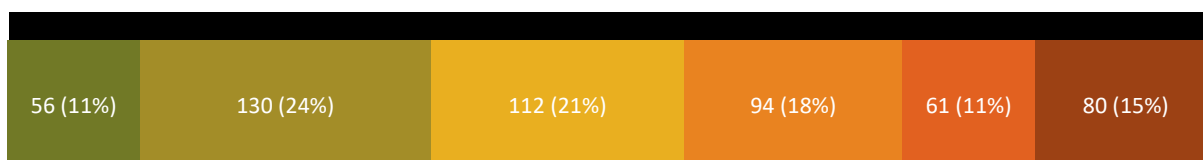
Figuur 5.6: Indeling naar 2 typen van binnenstadsgebruik per onderzoeksgroep, gemeente en stadsdeel



Bron: Eigen onderzoek, Gemeentelijke basisadministratie, gemeente Nijmegen 2016 & Provinciale Werkgelegenheidsenquête, Provincie Gelderland 2016

Naast het mogelijk wonen en werken in een binnenstad, zijn er meer redenen om te gaan. In de enquête is getracht inzicht te verkrijgen in de verschillende motieven. Figuur 5.7 maakt deze zichtbaar. Het kunnen bezoeken van winkels, horeca en evenementen is voor veel mensen de belangrijkste reden om naar de Nijmeegse binnenstad te komen. Iets minder vaak genoemde beweegredenen zijn recreatie/ontspanning, uitgaan en het doen van boodschappen. Buiten deze zes categorieën zijn er ook een aantal aanvullingen vanuit de onderzoeksgroep. Ook het bezoeken van familie en vrienden, de markt en het doen van vrijwilligerswerk, zijn redenen om de binnenstad een bezoek te brengen. Deze antwoorden zijn specifiek gevraagd voor de binnenstad van Nijmegen, maar is een dergelijke verdeling ook voor andere steden van toepassing?

Figuur 5.7: Verdeling van de bezoekredenen aan de Nijmeegse binnenstad (zonder wonen en werken)



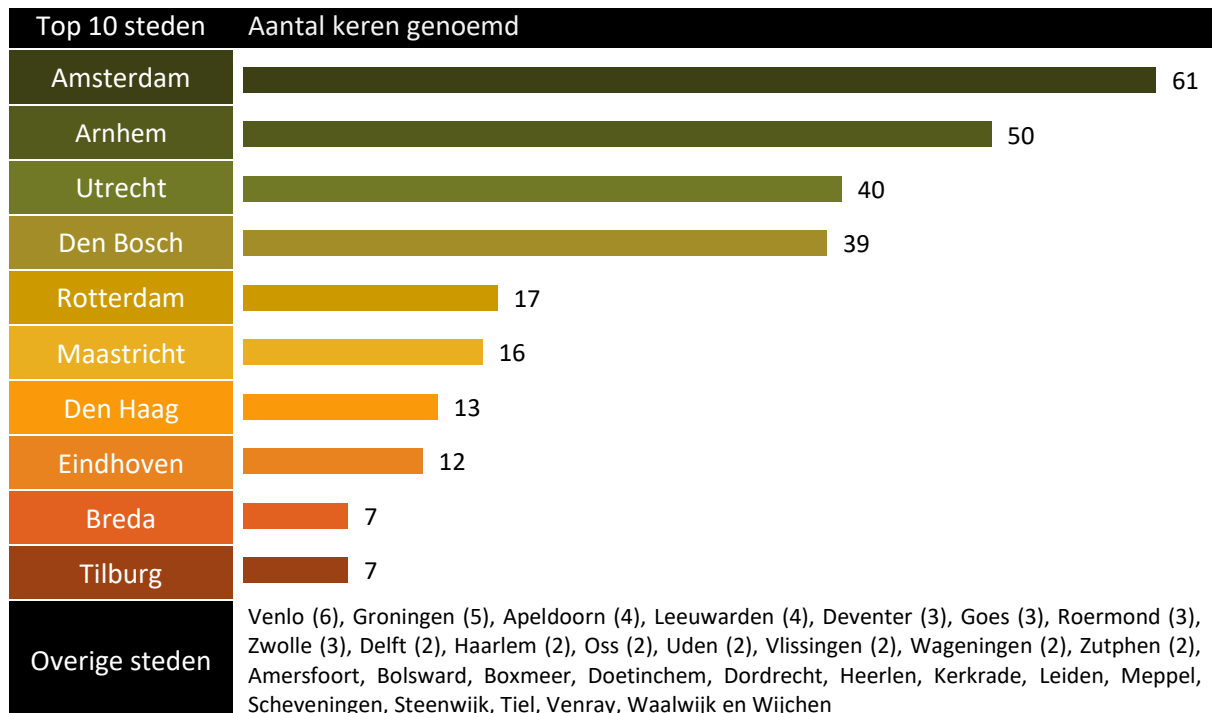
Bron: Eigen onderzoek

- Ik doe er mijn boodschappen
- Ik winkel er
- Ik bezoek horecagelegenheden
- Ik bezoek evenementen
- Ik beleef er het uitgaansleven
- Ik kom er ter recreatie/ontspanning

Allereerst is dan de vraag welke andere binnensteden de respondenten, meer dan eens per jaar, bezoeken. Hier werden vaak hele rijtjes aan steden opgesomd, welke zijn geïnventariseerd in figuur 5.8. In deze figuur is een duidelijke top 4 zichtbaar van binnensteden welke populair zijn binnen de onderzoeksgroep. Naast Amsterdam en Utrecht, zijn dus ook de meer naburige binnensteden van Arnhem en Den Bosch aantrekkelijk voor meerdere bezoeken per jaar. Buiten deze Nederlandse binnensteden, zijn er ook een aantal buitenlandse steden genoemd. Deze liggen allemaal in de

buurlanden. Het Duitse Kleef (Kleve) is met 4 benoemingen het populairst. Andere genoemde steden zijn; Antwerpen (2), Gent, Berlijn, Düsseldorf en Birmingham.

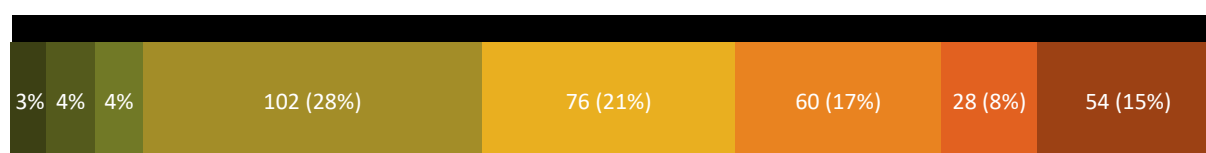
Figuur 5.8: Genoemde Nederlandse binnensteden welke de respondenten meer dan eens per jaar bezoeken



Bron: Eigen onderzoek

Nu we weten welke steden er nog meer bezocht worden, is het interessant om de bezoekredenen voor deze steden te bekijken en te vergelijken met die van Nijmegen. De grafiek (figuur 5.9) toont de verdeling inclusief wonen en werken als redenen. In vergelijking met figuur 5.7 voor Nijmegen, waar wonen en werken niet zijn opgenomen, verschilt dit maximaal twee procent. De invloeden van het wonen en werken zijn dus miniem. Net als bij Nijmegen zijn opnieuw het winkelen en het bezoeken van horeca en evenementen de belangrijkste motieven. De verdeling komt daarmee dus grotendeels overeen, behalve dat het doen van boodschappen in andere steden nauwelijks een rol speelt. Dit is deels verklaarbaar door het feit dat mensen doorgaans geen tripjes naar andere steden maken voor het doen van boodschappen. Dit doe je meestal in de buurt van je woonplaats. Wanneer de enquête dus in een andere stad had plaatsgevonden, was het boodschappen doen in Nijmegen hoogstwaarschijnlijk ook lager uitgevallen. Andere redenen die ruim 30 respondenten gaven zijn voornamelijk weer het bezoeken van en het afspreken met familie en vrienden, en in mindere mate er studeren, voor werkbezoek of voor een ziekenhuis. Voor de onderzoeksgroep heeft Nijmegen dus in vergelijking met andere steden een soortgelijk gebruikspatroon van de belangrijkste functies.

Figuur 5.9: Verdeling van de bezoekredenen aan de andere genoemde binnensteden (met wonen en werken)



Bron: Eigen onderzoek

- Ik woon er
- Ik doe er mijn boodschappen
- Ik werk er
- Ik winkel er
- Ik bezoek horecagelegenheden
- Ik bezoek evenementen
- Ik beleef er het uitgaansleven
- Ik kom er ter recreatie/ontspanning

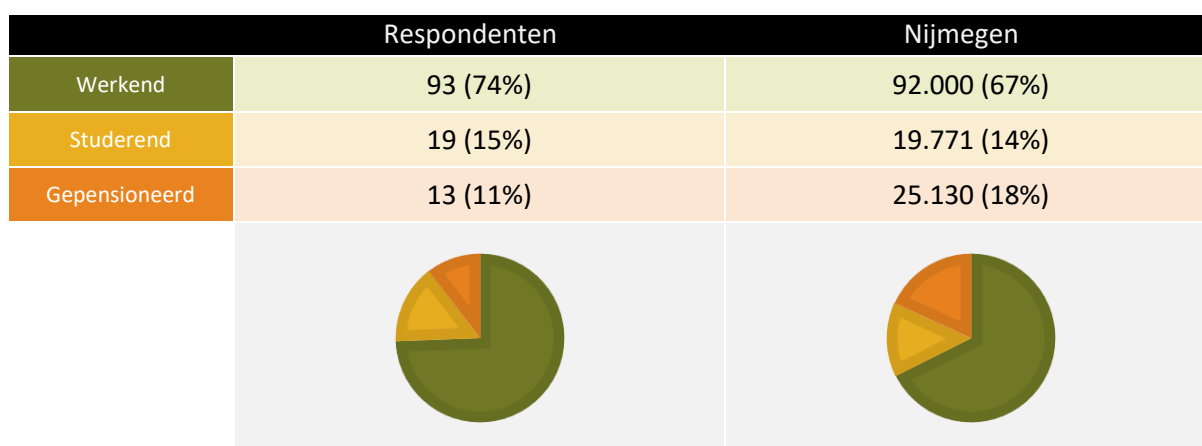
5.1.3 Leefstijl – Algemeen

Om te kijken of de respondenten behoren tot de groep van early adopters zijn een viertal stellingen voorgelegd. Onderwerpen van deze vragen waren; jezelf wel of niet onderscheiden van andere mensen, als eerste nieuwe dingen uitproberen, het zijn van een voorloper en de bereidheid tot het nemen van risico. Voor het doel van dit onderdeel, het achterhalen van early adopters, gaat het dus om de vier antwoorden per respondent samen en of deze overwegend bevestigend of ontkennend zijn. De antwoorden op ieder van de stellingen op zich, zijn om deze reden dus niet veelzeggend. De respondenten zijn als early adopter aangewezen als zij op minstens drie van de vier stellingen bevestigend hebben geantwoord. Het gaat dan om de antwoorden ‘helemaal mee eens’ of ‘mee eens’. In aantallen betekent dit dat van de 139 respondenten in dit onderzoek er 19 als early adopter zijn geclassificeerd. Dit is een kleine groep, wat passend is, aangezien het aandeel early adopters in de theorie 13,5% van het totaal bedraagt. De 19 respondenten vormen samen 13,7% van de onderzoeksgroep en zijn daarmee representatief volgens de theorie. In de volgende paragraaf (5.2.2) gaat de nadere verwerking aan bod komen. Hierin is met name gekeken of de early adopters een vooruitziende gezamenlijk gedeelde visie hebben op de toekomst van de binnenstad.

5.1.4 Leefstijl – Werk (of studie)

In de eerste specifieke leefstijlcategorie zijn vragen voorgelegd omtrent het werk of de studie van de respondent. Binnen de onderzoeksgroep is de hoofdbezigheid van het overgrote deel werken (67%), 14% studeert en 10% is gepensioneerd. In de categorie anders (9%) zijn voornamelijk antwoorden gegeven als werkloos (arbeidsongeschikt), huisvrouw/-man en vrijwilligerswerk. In figuur 5.10 is de verdeling van de onderzoeksgroep zichtbaar naast die van Nijmegen. De cijfers over Nijmegen betreffen de werkende Nijmeegse beroepsbevolking, totaal hbo- en wo-studenten en het aantal AOW-uitkeringen. De percentages van beide groepen zijn berekend in verhouding van de drie categorieën tot elkaar en dus niet in verhouding tot de totale onderzoeksgroep of het totale inwonertal. Zichtbaar wordt in de figuur dat de verdelingen redelijk gelijkend zijn. De werkenden zijn iets over- en de gepensioneerden iets ondervertegenwoordigd.

Figuur 5.10: Indeling naar hoofdbezigheid overdag per onderzoeksgroep en inwoners gemeente Nijmegen



Bron: Eigen onderzoek & CBS Statline 2017

Werkend

Aan de respondenten is vervolgens gevraagd wat hun beroep is of was of welke studie zij volgen. Van de mensen die eerder hebben aangegeven te werken in de binnenstad, zijn de beroepen nauwkeuriger bekeken. Op deze manier kan iets meer inzicht verkregen worden over welke branches zoal vertegenwoordigd zijn in de binnenstad. De opgenoemde beroepen variëren in de drie te verwachten segmenten, namelijk detailhandel (vb. verkoopmedewerkers en broodbakker), horeca (vb. restauranteigenaar) en de (zakelijke) dienstverlening (vb. gemeenteambtenaren, financieel adviseur en makelaar). Verder is een aantal respondenten eigen ondernemer of freelancer (vb. tekstschrijver).

Naast de beroepen van alleen de mensen die werken in de binnenstad, is de rol van de Nijmeegse binnenstad in de beroepsmatige werkzaamheden voor alle werkenden bekeken. Voor het overgrote deel van deze respondenten blijkt de invloed klein te zijn. Meer dan de helft (61%) brengt nooit tot één keer per half jaar een bezoek aan de binnenstad voor het werk. 19% komt er dagelijks en het overige deel komt er minstens één keer per maand (10%) of één keer per week (10%). Dezelfde waarneming geldt voor de rol van de binnenstad als pauzeplek. 67% van de werkende respondenten pauzeert nooit in de binnenstad. Wanneer mensen wel pauzeren in de binnenstad is het vooral om ergens te lunchen of om een wandeling te maken. Bovenstaande uitkomsten worden nog eens bevestigd doordat 60% van de werkenden aangeeft de binnenstad (zeer) onbelangrijk te vinden voor activiteiten op gebied van het werk. Voor 29% is de binnenstad (zeer) belangrijk en 11% is neutraal. Deze cijfers willen overigens niet zeggen dat de binnenstad geen belangrijke werkplek is, want dat is het wel. Zoals eerder zichtbaar gemaakt in figuur 5.6, voorziet de binnenstad in veel arbeidsplaatsen. Voor 67% van de mensen werkzaam in de binnenstad is de binnenstad ook belangrijk voor hun werkzaamheden. De respondenten voor wie de binnenstad dus niet belangrijk is in hun werkzaamheden zijn veelal ook niet werkzaam in de binnenstad.

Studerend

Kijkend naar de 19 studenten onder de respondenten, is een brede groep van studierichtingen aangesproken. Denk aan studies als de lerarenopleiding, biochemie, geneeskunde en small business en retail management. Van deze groep brengt het overgrote deel van 68% nooit een bezoek aan de binnenstad voor de studie. 21% doet dit één keer per maand en 5% gaat één keer per week of één keer per half jaar. Als pauzegebied is de Nijmeegse binnenstad iets meer in trek, al pauzeert 58% er nooit. Redenen hiervoor zijn dat de campus voor een (korte) pauze te ver van de binnenstad vandaan is en een aantal respondenten in een andere stad studeert. De studenten die wel in de stad gaan pauzeren doen dit meestal door te gaan lunchen of te winkelen, een enkeling maakt een wandeling. Alles bij elkaar is het dus niet verwonderlijk dat 79% van de studenten respondenten aangeeft de binnenstad (zeer) onbelangrijk te vinden voor de studieactiviteiten, 5% is neutraal en voor 16% is de binnenstad (zeer) belangrijk voor de studie. Puur voor de studieactiviteiten speelt de Nijmeegse binnenstad dus een kleine rol voor de studenten-respondenten.

Gepensioneerd

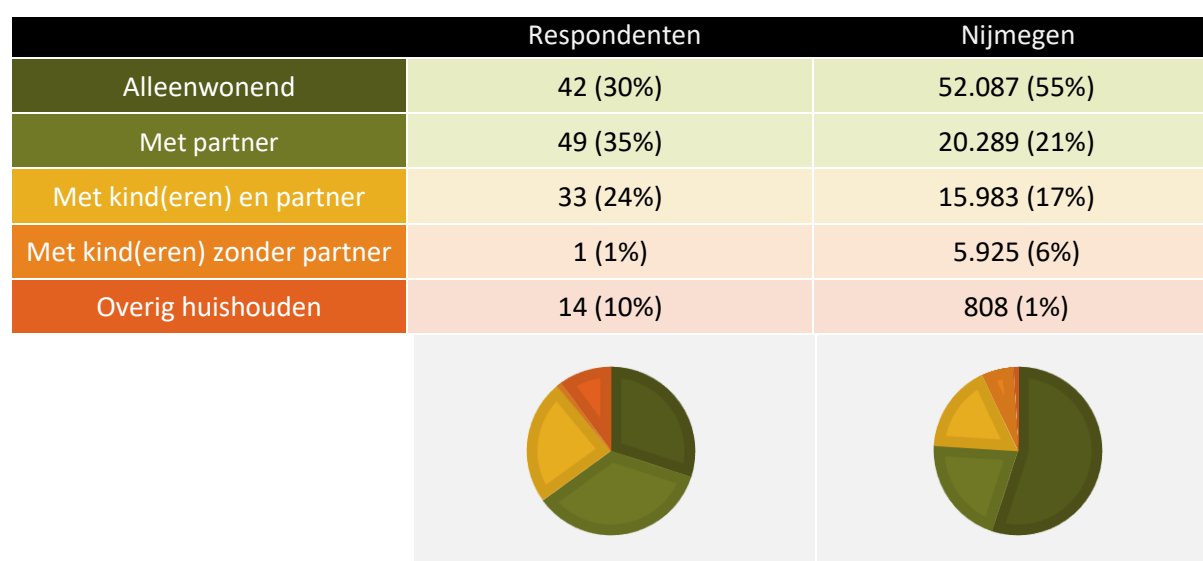
Ondanks dat gepensioneerden het studeren en werken achter zich hebben gelaten, zijn ook aan deze mensen de vragen in dit thema voorgelegd, alleen ditmaal omtrent hun vroegere beroep. Op deze manier kan, in beperkte mate, bekeken worden of de binnenstad voor werkenden vroeger van meer of minder belang was. Ook onder de gepensioneerden is een grote verscheidenheid aan voormalige beroepen. Denk aan een advocaat, medewerkers in de zorg, huisarts, leraren en onderwijzers, ondernemers en een kantoormanager. Binnen de groep van gepensioneerden bracht 71% nooit tot één keer per half jaar een bezoek aan de binnenstad voor het werk. Dit percentage ligt dus hoger dan de 61% bij de werkenden, waardoor de invloed van de binnenstad kleiner was. 14% kwam er dagelijks en 7% kwam er één keer per maand voor het werk. Omtrent het pauzeren, pauzeerde 64% van de gepensioneerden vroeger nooit in de binnenstad. De mensen die dat wel deden gingen er lunchen, winkelen of een wandeling maken. Gezien de bovenstaande antwoorden is de verwachting dat het merendeel de binnenstad voor het voormalige werk als onbelangrijk heeft bestempeld. Dit blijkt ook zo te zijn, aangezien 50% van de gepensioneerden de binnenstad (zeer) onbelangrijk vindt voor de voormalige werkactiviteiten en 43% neutraal gestemd heeft. Slechts één persoon (7%) heeft aangegeven dat de binnenstad belangrijk was. Ook voor deze cijfers geldt dat het meespeelt waar de respondenten werkzaam waren. Hoe dichterbij de binnenstad, hoe hoger waarschijnlijk het belang is. Daarnaast is een groep van 13 gepensioneerden eigenlijk te klein om te vergelijken met een groep van 93 werkenden, maar is dit toch gedaan om een indruk te kunnen geven.

5.1.5 Leefstijl – Gezin

Onder het thema gezin is een eerste kenmerk de huishoudenssamenstelling van de respondenten. Hierin woont de grootste groep met een partner (35%) of alleen (30%). In het kader van de representativiteit is ook op dit onderdeel de onderzoeksgroep vergeleken met de inwoners van de gemeente Nijmegen (zie figuur 5.11). De aansluiting met de cijfers van het CBS is niet geheel kloppend. In de onderzoeksgroep zijn namelijk negen respondenten welke hebben aangegeven thuis te wonen bij hun ouders. Bij het CBS hoort deze groep onder één van de twee categorieën met kind(eren). De betreffende respondenten zijn echter niet te her categoriseren omdat niet bekend is of zij bij één ouder of bij beide ouders inwonen. Dit verschil van 6% (9 respondenten) moet dus in acht genomen worden bij de vergelijking van de beide groepen. Het meest opmerkelijke in de figuur is dat de groep van alleenwonenden is ondervertegenwoordigd in dit onderzoek. Dit is opvallend omdat in Nijmegen-Centrum juist veel éénpersoonshuishoudens wonen in tegenstelling tot gezinnen. Het wonen in de binnenstad is over het algemeen namelijk meer geliefd onder alleen- of samenwonenden. Voor gezinnen is de binnenstad, vergeleken met andere woongebieden, vaak minder interessant. Wanneer we in de onderzoeksgroep alleen de mensen die woonachtig zijn in de binnenstad nader bekijken (21 respondenten), zien we deze voorkeur duidelijk terug. 38% van deze mensen woont alleen en 43% woont met een partner. Slechts 1 respondent (5%) woont er met partner en kind(eren).

Verder ingaand op de huishoudens is de onderzoeksgroep gevraagd hoeveel kinderen zij hebben. Het overgrote deel van de respondenten (52%) heeft geen kinderen. 12% heeft één kind, 21% heeft twee kinderen en 16% van de respondenten heeft drie of meer kinderen. De 67 mensen met kinderen is vervolgens gevraagd hoe belangrijk de binnenstad is voor henzelf en hoe belangrijk de binnenstad is voor henzelf en de kinderen samen. Het merendeel (67%) geeft aan de binnenstad (zeer) belangrijk te vinden voor hen en de kinderen, 19% is neutraal en 13% geeft (zeer) onbelangrijk aan. Voor alleen zichzelf zijn de antwoorden iets anders verdeeld, met 82% (zeer) belangrijk, 10% neutraal en maar 8% geeft (zeer) onbelangrijk aan. Ouders vinden dus in grotere mate de binnenstad belangrijker voor zichzelf dan voor samen met de kinderen. Voor gezinnen met jonge kinderen is het bezoeken van de binnenstad vaak ook minder aantrekkelijk in tegenstelling tot bijvoorbeeld een winkelcentrum. Redenen hiervoor zijn de grotere loopafstanden tussen winkels, het duurder parkeren en dat het in de stad vaak drukker is. Het feit dat toch 67% van de ouders de binnenstad (zeer) belangrijk vindt voor de kinderen, kan verklaard worden doordat het in veel gevallen ging om ouders die een inschatting maakte voor hun oudere (uitwonende) kinderen.

Figuur 5.11: Indeling naar huishoudenssamenstelling per onderzoeksgroep en inwoners gemeente Nijmegen



Bron: Eigen onderzoek & CBS Statline 2017

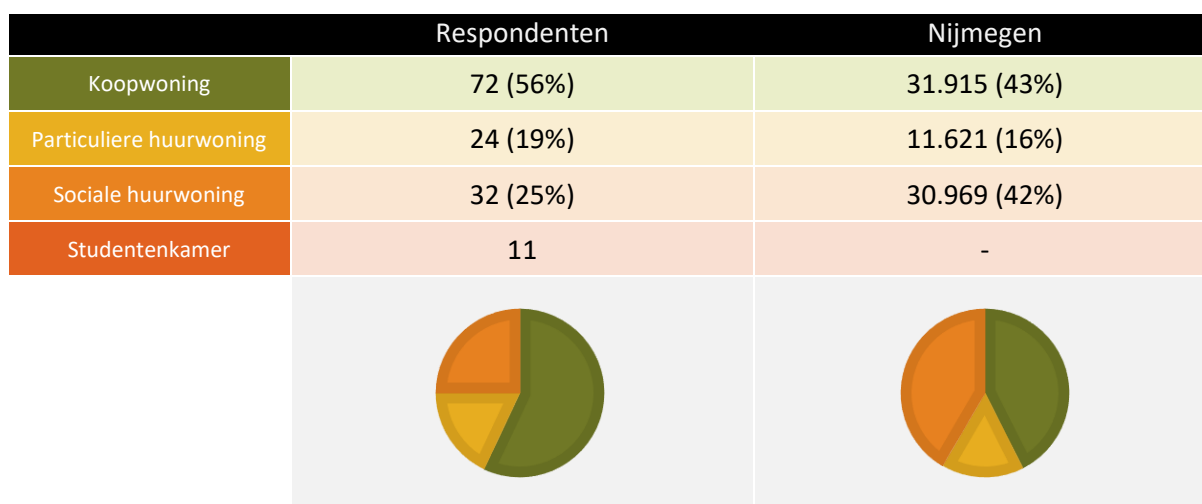
5.1.6 Leefstijl – Wonen

In het leefstijldeel wonen is gevraagd naar de woonsituatie van de respondenten. Meer dan de helft (52%) is de eigenaar van een koopwoning, 23% beschikt over een sociale huurwoning, 17% over een particuliere huurwoning en 8% woont in een studentenkamer. Van de 21 respondenten woonachtig in de binnenstad beschikt het merendeel (62%) over een particuliere huurwoning, 19% over een sociale huurwoning en 14% over een studentenkamer. Slechts één respondent (5%) heeft een koopwoning. Huurwoningen samen met een deel studentenkamers lijken daarmee de hoofdwoonvormen van de Nijmeegse binnenstad. De mensen woonachtig in de binnenstad vallen voornamelijk binnen de leeftijdscategorie van 25 tot 35 jaar (38%). Deze leeftijdsgroep wordt over het algemeen gevormd door de starters binnen de woningmarkt. Dit gegeven sluit ook aan bij de eerdere constatering dat er weinig gezinnen woonachtig zijn in het stadscentrum. Onder studenten en pas afgestudeerden is het geboortecijfer in relatieve zin lager dan onder andere groepen.

Daarnaast zijn ook binnen dit thema de onderzoekscijfers vergeleken met de cijfers van Nijmegen (zie figuur 5.12). De cijfers van het CBS voor geheel Nijmegen zijn gebaseerd op het aantal bewoonde woningen. Bij de huurwoningen is onderscheid gemaakt tussen particuliere huur en sociale huur. Dit strikte onderscheid maakt het CBS in haar cijfers niet, omdat dan gekeken dient te worden naar de hoogte van de huurprijs. De cijfers van het CBS gaan om de woningen in eigendom van een woningcorporatie en woningen in eigendom van overige verhuurders. Daarnaast zijn de studentenkamers niet meegenomen in het cirkeldiagram aangezien hier geen duidelijk vergelijkend cijfermateriaal van voorhanden is. Wanneer we dan kijken naar de verhouding van koop- en huurwoningen, geldt voor Nijmegen een verdeling van 43% koop tegenover 57% huur. In geheel Nijmegen is het aantal huurwoningen dus hoger dan het aantal koopwoningen. Voor de

onderzoeksgroep bedraagt de verhouding 56% koop tegenover 44% huur. In de onderzoeksgroep is het aantal koopwoningen dus hoger dan het aantal huurwoningen. Specifieker is in de figuur te zien dat dit vooral komt door een ondervertegenwoordiging van respondenten in sociale huurwoningen. Dit betekent echter niet meteen dat mensen woonachtig in een sociale huurwoning minder vaak een bezoek aan de binnenstad brengen. Voor dergelijke conclusies is nader onderzoek noodzakelijk.

Figuur 5.12: Indeling naar woonsituatie per onderzoeksgroep en inwoners gemeente Nijmegen



Bron: Eigen onderzoek & CBS Statline 2017

Wat betreft de Nijmeegse binnenstad als woongebied vindt een overgrote meerderheid (83%) het (zeer) belangrijk dat er in de binnenstad überhaupt ruimte is om te wonen. 12% is neutraal en slechts 5% vindt het (zeer) onbelangrijk. Redenen die mensen geven is dat het aanbod aan woningen immers voorziet in een vraag ernaar, mensen willen er wonen. Daarnaast zorgt de bewoning voor een bepaalde mate van levendigheid en een gevoel van veiligheid in de binnenstad, ook wanneer de winkels en horeca gesloten zijn. Van de mensen die nog niet woonachtig zijn in de binnenstad van Nijmegen ziet 21% het er wonen nog wel zitten, de meerderheid 59% vindt het niks en 16% twijfelt. De 21 respondenten die al wel wonen in de binnenstad zijn, op één na, allemaal tevreden. Het wonen in de binnenstad bevalt hen (heel) goed. Dit lijkt verklaarbaar door het feit dat het gaan wonen in een binnenstad een zeer bewuste keuze is waarbij de voors en tegens des te meer worden afgewogen. Mensen die bijvoorbeeld de drukte niet zien zitten gaan er niet wonen en kunnen daarmee ook niet ontevreden zijn. Of men kan het fijn vinden dat veel voorzieningen dichtbij zijn op loopafstand, maar moet zich er bij neerleggen dat het parkeren een opgave is. Daarnaast wordt in het binnenstadbeleid vaak ook het belang van de binnenstadsbewoner meegewogen.

5.1.7 Leefstijl – Consumptie

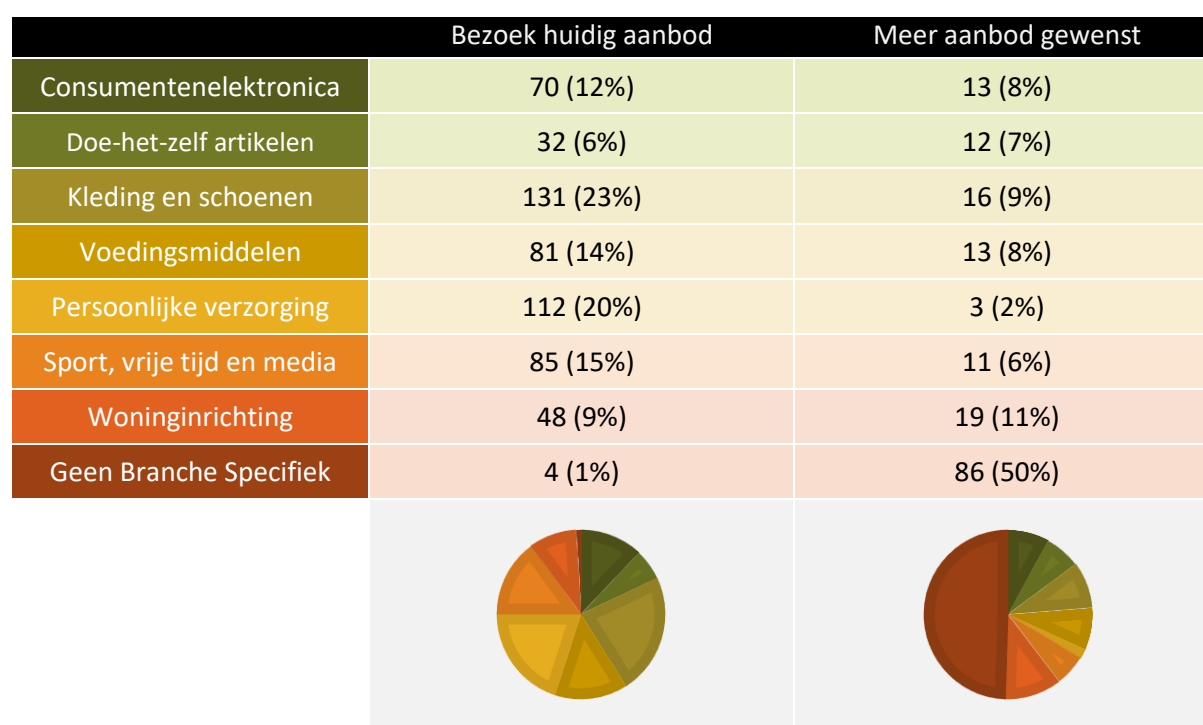
Op het gebied van consumptie is de respondent bevraagd over aankopen of bestedingen in drie belangrijke branches van een binnenstad, te weten detailhandel, horeca en dienstverlening. Naast de vraag over het wel of niet bezoeken van het huidige aanbod, is ook gevraagd naar waar men meer aanbod van wenst. Dit laatste met als doel om meer inzicht te verkrijgen in de wensen van mensen voor de toekomst. Met de eerste vraag kan immers de populariteit van het huidige aanbod al gepeild worden. Daargelaten dat niet gevraagd is hoe vaak mensen de betreffende voorzieningen bezoeken.

Detailhandel

Ingaand op de detailhandel, figuur 5.13, blijkt dat bijna iedere respondent (131 van de 139) aankopen doet in kleding en schoenenwinkels in de binnenstad van Nijmegen. Het aanbod aan winkels in deze branche is dan ook relatief groot. Wat dat betreft is het dus logisch dat mensen hiervoor de binnenstad bezoeken, er is immers veel keuze. Bijkomend wensen 16 respondenten meer kleding- en schoenenwinkels. In mindere mate maar ook nog steeds populair zijn de winkels voor persoonlijke verzorging (112), sport, vrije tijd en media (85), voedingsmiddelen (81) en consumentenelektronica (70). Voor het aankopen van doe-het-zelf artikelen en woninginrichting bestaat weinig vraag in de binnenstad, deels in wisselwerking met een relatief laag aanbod in deze branches. Weinig vraag betekent immers weinig aanbod en doordat er weinig aanbod is brengen ook weinig mensen een bezoek voor deze winkels. Wanneer we kijken naar de toekomstige wensen ten aanzien van deze branches zien we dat 12 mensen meer doe-het-zelf zaken wensen en 19 meer woonwinkels. Daarmee bestaat er dus nog een zekere vraag voor dergelijke winkels in de onderzoeksgroep. Al moet opgemerkt worden dat deze dataverzameling heeft plaatsgevonden alvorens de recentere vestiging van een aantal woonwinkels (vb. All About Living) en de Praxis City.

Wanneer we nader kijken naar welke winkelbranches Nijmegen nog mist of tekort komt. Is het merendeel van de respondenten tevreden met het huidige aanbod en wenst eigenlijk niks nieuws of extra op het vlak van detailhandel. Van de mensen die wel meer aanbod wensen is dit vooral in de hoek van de reeds behandelde woninginrichting, kleding en schoenen en doe-het-zelf, maar ook in de consumentenelektronica en voedingsmiddelen. Wat betreft de woninginrichting, doe-het-zelf en consumentenelektronica bestaat de wens vanuit een tekort aan aanbod. Terwijl het bij de kleding, schoenen en voedingsmiddelen vooral gaat om de vraag naar een ander segment, goedkopere of duurdere winkels. denk bijvoorbeeld aan kleding- en schoenenwinkels voor grotere maten. Op de vraag hoe belangrijk de binnenstad is voor detailhandelsaankopen, beantwoordt het merendeel (76%) met (zeer) belangrijk. Naast aankopen op internet en in andere winkelgebieden wordt de Nijmeegse binnenstad dus nog als belangrijk gezien. 15% antwoord met neutraal en 9% vindt de binnenstad niet belangrijk voor de genoemde branches.

Figuur 5.13: Aankopen detailhandelsbranches huidige en wensen voor toekomst per aantallen respondenten



Bron: Eigen onderzoek

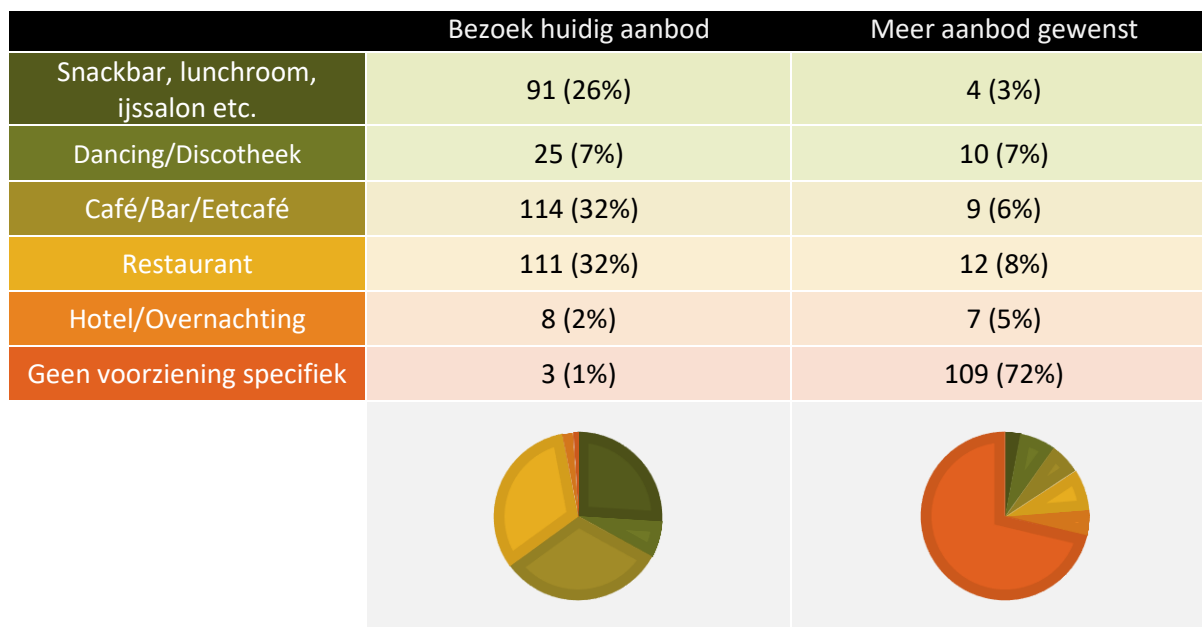
Horeca

Aangaande de horeca, zichtbaar in figuur 5.14, zijn ook zowel de bezoeken als de wensen getoetst. De grootste groepen van respectievelijk 114 en 111 respondenten blijken in de Nijmeegse binnenstad cafés, bars of eetcafés en restaurants te bezoeken. De snackbars, lunchrooms en ijsalons krijgen bezoek van 91 mensen in de onderzoeksgroep. Daarmee zijn zaken voor het nuttigen van eten en drinken populair. Niet voor niets is het aandeel van dergelijke horeca ook zo hoog en komen er nog steeds nieuwe zaken bij. Deze cijfers sluiten ook aan bij de huidige trend voor binnensteden, namelijk de verandering van een 'place to buy' naar een 'place to meet'. Er is meer vraag naar plekken met een ontmoetingsfunctie. De andere onderdelen binnen de horeca lijken minder populair onder de onderzoeksgroep. 25 respondenten bezoeken wel eens een dancing of discotheek en slechts 8 respondenten overnacht wel eens in de Nijmeegse binnenstad. Het lage aantal voor overnachtingen is verklaarbaar, doordat veel van de respondenten immers woonachtig zijn in Nijmegen of omgeving. Verder zijn internationale toeristen niet bevraagd, gezien de enquête in het Nederlands is afgenomen.

Wat betreft de wensen voor de toekomst, geldt voor de horeca dat een meerderheid (72%) tevreden is met het huidige aanbod in Nijmegen. Onder het andere deel van de respondenten bestaat de meeste vraag naar meer en/of andersoortige restaurants (12) of een nieuwe dancing/discotheek (10). Bij deze laatste met als aanmerking dat het een discotheek moet zijn voor mensen rond de 30-35 jaar. Zij vinden dat de huidige discotheken te veel gefocust zijn op studenten. Op de vraag hoe belangrijk de Nijmeegse binnenstad is voor horecabestedingen, beantwoord 78% met (zeer)

belangrijk, 16% is neutraal en 6% met (zeer) onbelangrijk. Veel mensen in dit onderzoek komen dus naar de binnenstad voor de horeca en vinden het ook belangrijk dat het in de binnenstad te vinden is. Passend bij de belevingsfunctie van het centrum. Daarnaast heeft deze branche ook minder concurrentie van internet, dan bijvoorbeeld de detailhandel.

Figuur 5.14: Huidige bestedingen horeca en wensen voor toekomst per aantallen respondenten



Bron: Eigen onderzoek

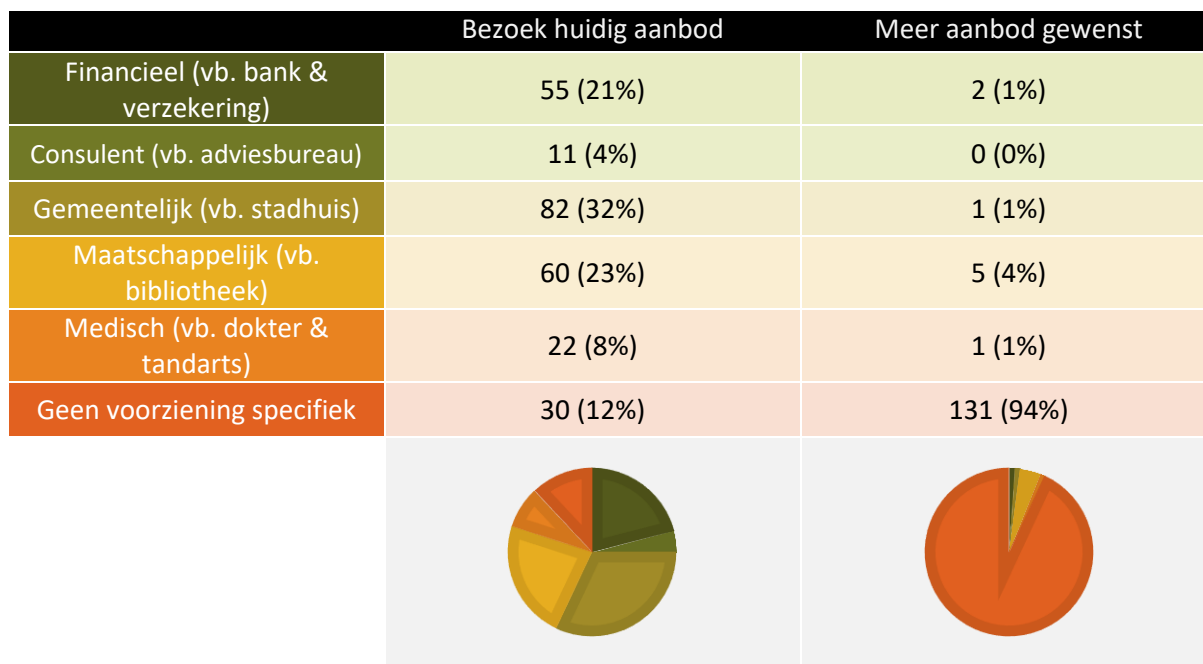
Dienstverlening

De laatst bekeken branche binnen het thema consumptie is dienstverlening, zie hiervoor figuur 5.15. De meeste respondenten (82) bezoeken wel eens de Nijmeegse gemeentelijke instanties, voor bijvoorbeeld het aanvragen of vernieuwen van persoonsdocumenten. Veel van deze bezoeken zijn vaak verplicht/noodzakelijk om bepaalde zaken te kunnen regelen. Dat deze diensten in de binnenstad gevestigd zijn, maakt ook dat ze met verschillende transportmodaliteiten goed bereikbaar zijn. Daarnaast worden ook de voorzieningen in de maatschappelijke- (60) en financiële dienstverlening (55) relatief vaak bezocht. Consulanten en medische dienstverlening zijn minder populair, ook omdat deze geregeld net buiten de in dit onderzoek gestelde grenzen van de binnenstad liggen. Bij de dienstverlening speelt de omvang van het aanbod een iets minder grote rol in het krijgen van veel bezoek, het gaat immers vooral om de noodzaak van mensen om er heen te gaan.

Richting de toekomst is een overgrote groep van 131 respondenten het er over eens dat er eigenlijk geen nieuw of meer aanbod voor dienstverlening in Nijmegen nodig is. Kortgezegd is wat ze zoeken ook te vinden. Wanneer we kijken hoe belangrijk de Nijmeegse binnenstad is voor de dienstverlening, antwoord 41% met (zeer) belangrijk, 31% neutraal en 28% met (zeer) onbelangrijk. Mensen vinden het feit dat dienstverlenende instanties/voorzieningen in een binnenstad aanwezig zijn

een soort vanzelfsprekendheid en zijn er daarom niet heel erg mee bezig. Met het aanbod van detailhandel en horeca voelen zij zich meer betrokken. Daarnaast zijn in sub centra en andere wijken ook veel van de voorzieningen terug te vinden, waardoor mensen het niet altijd in de binnenstad hoeven te zoeken.

Figuur 5.15: Huidig bezoek dienstverlening en wensen voor toekomst per aantallen respondenten

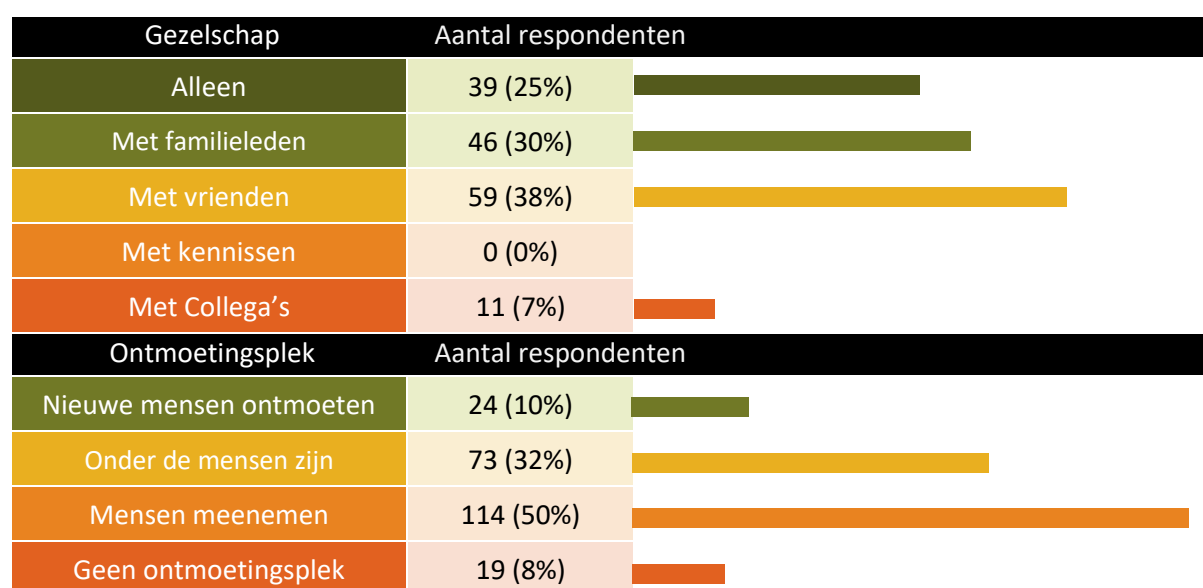


Bron: Eigen onderzoek

5.1.8 Leefstijl – Vrije Tijd

Op sociaal vlak is binnen de categorie vrije tijd gevraagd naar het gezelschap waarmee de respondent de laatste keer de Nijmeegse binnenstad heeft bezocht (figuur 5.16). 59 respondenten hebben de binnenstad toen bezocht met vrienden, 46 met familieleden en 11 met collega's. 39 mensen hebben alleen een bezoek gebracht. Een vijftal mensen heeft, via de online enquête, zowel 'alleen' ingevuld als met anderen. Waarschijnlijk hebben zij over het hoofd gezien dat enkel naar het laatste bezoek aan de binnenstad werd gevraagd. Buiten deze kleine afwijking, gaan veel mensen dus vaak samen met anderen. Daaruit blijkt deels dat de Nijmeegse binnenstad een belangrijke ontmoetingsfunctie heeft. Op welke manier dit het geval is, is ook aan de onderzoeksgroep voorgelegd. Hierin zien we dat de meeste mensen de Nijmeegse binnenstad zien als een plek om familie, vrienden en/of bezoek mee naar toe te nemen of om onder de mensen te zijn. Slechts 19 respondenten hebben aangegeven de binnenstad niet als een ontmoetingsplek te beschouwen.

Figuur 5.16: Indeling naar gezelschap laatste bezoek en naar manieren van ontmoetingsplek per aantallen respondenten



Bron: Eigen onderzoek

Kijkend naar de vrijetijdsbesteding van de respondenten zijn veel verschillende hobby's voorbijgekomen. Variërend van allerlei soorten sporten tot muziek, films, lezen, dieren, creatief bezig zijn en afspreken met bekenden. Gevraagd is hoe belangrijk de Nijmeegse binnenstad is voor de besteding van de vrije tijd in het algemeen, 60% vindt de binnenstad hierin (zeer) belangrijk. 22% is neutraal en 18% heeft (zeer) onbelangrijk geantwoord. Op de vraag hoe belangrijk de Nijmeegse binnenstad is ter uitvoering van hun hobby, valt de verdeling anders uit. Voor nog maar 29% is de binnenstad (zeer) belangrijk, 22% is neutraal en 49% heeft (zeer) onbelangrijk geantwoord. Nu is dit natuurlijk per hobby verschillend. Hobby's waarin de binnenstad belangrijk wordt gevonden door de respondenten zijn: wandelen, sporten, afspreken met vrienden, fotograferen, winkelen en naar de film gaan. De binnenstad hoeft daarin niet perse een rol van betekenis te vormen in de daadwerkelijke uitvoering van de hobby, maar kan bijvoorbeeld ook belangrijk zijn voor het halen van benodigdheden. Duidelijk is dat een groot deel van de onderzoeksgroep het bezoeken van de binnenstad wel als een vorm van vrijetijdsbesteding ziet, maar dat zij hun hobby's grotendeels ergens anders uitvoeren.

5.1.9 Huidige en toekomstige binnenstad

Ten aanzien van de meningen over de huidige en toekomstige binnenstad zijn er een aantal open vragen voorgelegd. Zo konden de respondenten zich uitspreken over de sterktes, zwaktes en kansen van de Nijmeegse binnenstad. De resultaten op deze vragen zijn samengevat in figuur 5.17.

Sterktes

Ingaand op de sterke punten zijn er twee duidelijke koplopers te onderscheiden. Zo beschrijven veel mensen de Nijmeegse binnenstad als sfeervol met veel gezelligheid en gemoedelijkheid. Ook over het aanbod zijn de respondenten positief gestemd, in die zin dat er voldoende en divers aanbod is. Een

tiential respondentent noemde in het bijzonder het aantrekkelijke speciaal aanbod in de Hezelstraat. Andere sterke kenmerken zijn de historische uitstraling, het feit dat de binnenstad een compact en beloopbaar gebied is en dat er voldoende leuke horecazaken en terrassen zijn. Onder een mooie vormgeving gaven mensen aan dat bepaalde stukken goed zijn opgeknapt of dat zij de vermenging van oud en nieuw mooi vinden.

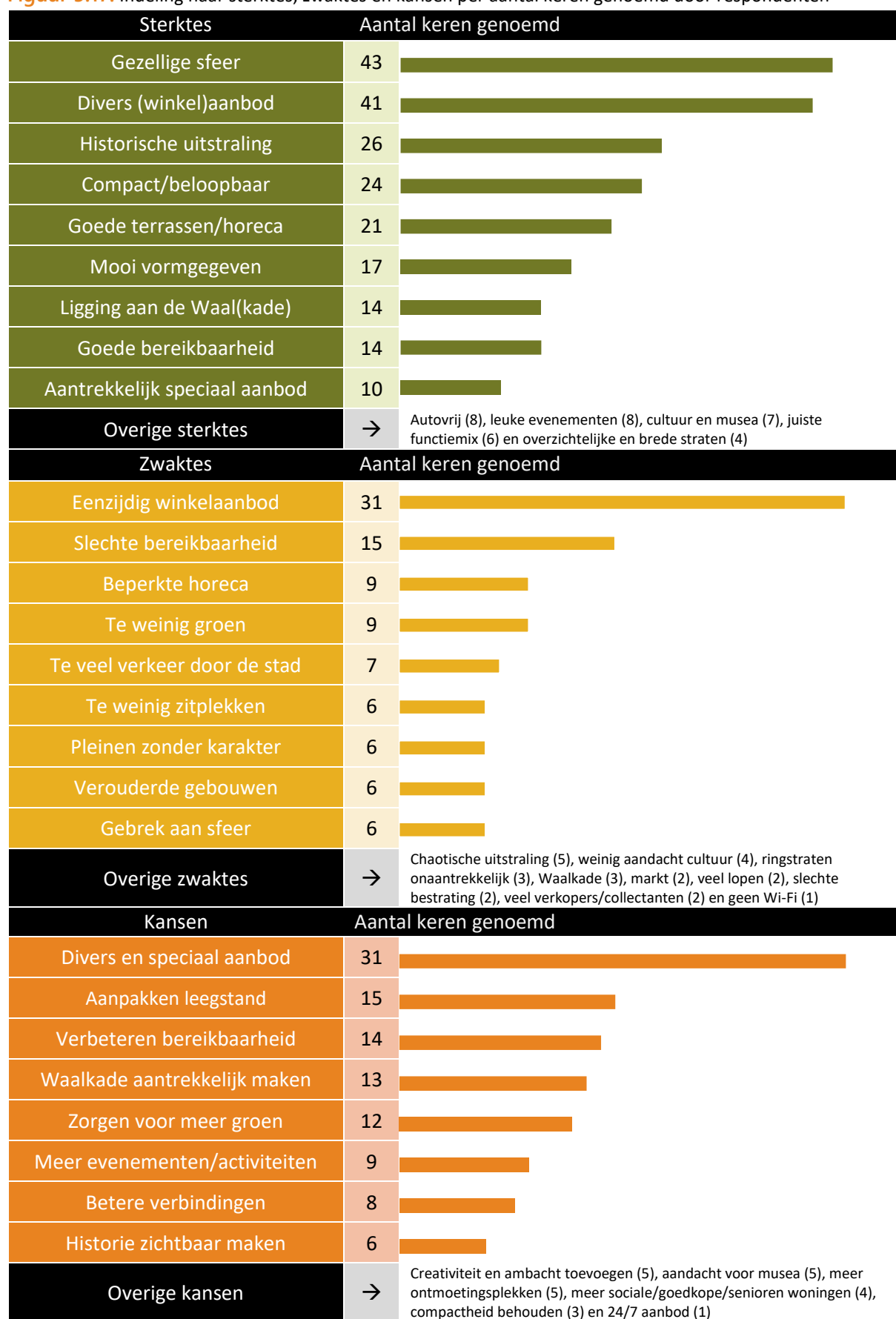
Zwaktes

Naast de goede punten zijn er natuurlijk ook punten waar de Nijmeegse binnenstad minder in uitblinkt. Zo zijn er 31 mensen die het aanbod als te eenzijdig bestempelen. Zij missen vooral specifieke branches of winkels in het duurdere of juist goedkopere segment. Onder een slechte bereikbaarheid zijn zwaktes als, te duur parkeren, te weinig stallingen of parkeerplekken en rolstoeltoegankelijkheid samengevat. Wat betreft de horeca vindt een kleine groep dat het aanbod gevarieerder kan, omdat zij vrezen voor een teveel van hetzelfde. Daarnaast vindt een enkeling dat er te weinig groen en zitplekken zijn en dat er best minder verkeer (vooral bussen) door de stad mag. De bussen welke voorheen nog door de hoofdstraten reden, worden nu (na de dataverzameling) al omgeleid via de Waalkade.

Kansen

Deels vertalen deze zwaktes zich ook in kansen voor de stad. Immers waar mensen niet tevreden zijn, ligt er ruimte voor verbetering. Vaak verliep het benoemen van zwaktes en kansen een beetje in elkaar over, waardoor er vergelijkbare punten zijn opgenoemd. Ondanks de grote tevredenheid over het aanbod, zien de meeste mensen juist kansen op dit vlak. Zo willen zij graag dat er meer speciale winkels en kleine winkeliers zich in Nijmegen vestigen, onder het mom van kleine boetiekjes en leuke snuffelwinkels. Ook tijdelijke initiatieven worden benoemd als vernieuwingen die het aanbod interessant houden. Naast de vraag naar kleinschaligheid is er ook een groep die juist het grootschalige van een warenhuis mist of een goedkope supermarkt wenst. Met deze suggesties voor het aanbod liggen er dus kansen op het aanpakken van de leegstand. Veel mensen ervaren de aanblik van leegstaande panden als zeer vervelend en doelen op transformatie, renovatie en tijdelijke initiatieven. Op het punt van bereikbaarheid liggen de kansen in het vergroten van de voorzieningen en het betaalbaarder maken van parkeren. Mensen willen ook een betere verbinding tussen de weg, het water en het spoor. Zo is er verbetering mogelijk in de verbinding van de stad met de Waalkade en met het station. Verder is er vraag naar meer groen, openbare zitplekken en evenementen en activiteiten. Hoe dan ook, waar de een het gezellig vindt kan een ander het juist als ongezellig ervaren. Zoveel mensen zoveel wensen en meningen. Desondanks kan gezegd worden dat de respondenten eigenlijk best te spreken zijn over de staat van de Nijmeegse binnenstad. Er zijn meer positieve dan negatieve punten genoemd, maar blijft er altijd ruimte voor verbetering.

Figuur 5.17: Indeling naar sterktes, zwaktes en kansen per aantal keren genoemd door respondenten

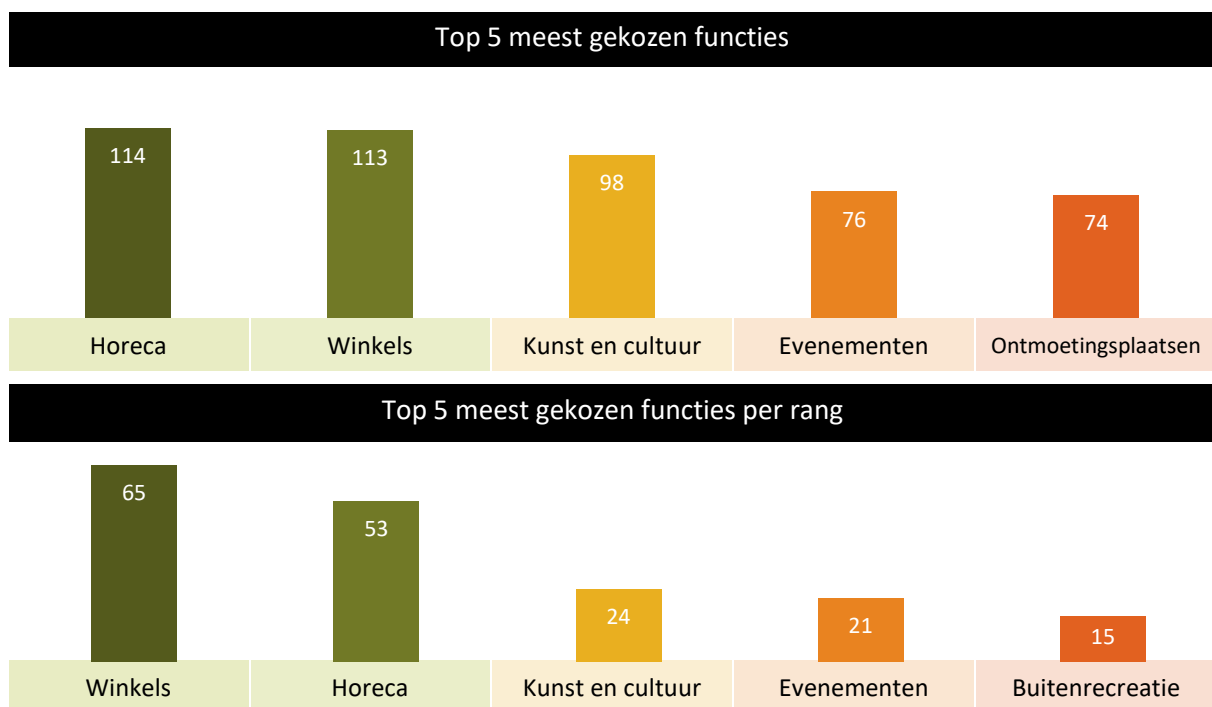


Bron: Eigen onderzoek

Top vijf

Tot slot is de respondenten gevraagd een top vijf te maken van functies voor hun ideale toekomstige Nijmeegse binnenstad. Er kon hierbij worden gekozen uit elf functies. De top vijf van de meest gekozen functies is zichtbaar in figuur 5.18. Daarnaast is ook gekeken naar welke functie per rang het vaakst is genoemd, om de gewenste rangorde in beeld te krijgen (zie ook figuur 5.18). Op plek vijf waren in de tweede ranking eigenlijk evenementen (28x) en kunst & cultuur (23x) populairder. Aangezien de twee genoemde functies al op plek 3 en 4 zijn vertegenwoordigd, is het de derde keus op plek vijf geworden. Met beide rijtjes kan een goed beeld worden gevormd van welke functies de respondenten graag terug zien in de binnenstad. De zes genoemde functies zijn populair. Minder geliefd, wanneer mensen maar uit vijf functies mogen kiezen, zijn; broedplaatsen (50x), woonlocaties (44x), ambachtsbedrijven (33x), Sport- en recreatievoorzieningen (19x) en kantoorlocaties (5x).

Figuur 5.18: Top 5 meest gekozen functies en meest gekozen functies per rang



Bron: Eigen onderzoek

5.2 Verklarende statistiek

De binnenstad is een plek waar vele gebruiker samenkomen. In dit onderzoek is tot doel gesteld een overkoepelende typering te maken. Een typering op basis van leefstijlen, specifiek toegepast op de binnenstad en de onderzoeksgroep. In deze paragraaf wordt een eerste aanzet gegeven op weg naar een typologie welke in het volgende hoofdstuk preciezer wordt geformuleerd. Daarnaast gaat geanalyseerd worden of de wensen en verwachtingen van early adopters onderscheidend zijn van de andere respondenten. Het codeboek en de SPSS output zijn opgenomen in bijlage 5 en 6.

5.2.1 Leefstijltypering binnenstad

Als uitgangspunt bij het opstellen van de leefstijltypering, zijn verbanden gezocht tussen het gebruik van de binnenstad en de bevroegde leefstijlkenmerken. In figuur 5.19 zijn alle toegepaste variabelen, samen met hun codering overzichtelijk weergegeven. De eerste acht variabelen, ook wel de functies van een binnenstad, gelden als de afhankelijke variabelen van de modellen. De overige 24 variabelen vormen per leefstijlcategorie de onafhankelijke variabelen. Tussen de afhankelijke en onafhankelijke variabelen is ieder mogelijk verband afzonderlijk getest, wat geresulteerd heeft in 192 geteste verbanden. Per verband is een toets op samenhang uitgevoerd en per afhankelijke variabele een binaire logistische regressie. Zoals zichtbaar in de figuur, heeft bij een aantal variabelen een hercodering plaatsgevonden (zichtbaar onder kolom 2). Dit was bij de betreffende variabelen noodzakelijk ter uitvoering van de toets op samenhang. In bijlage 6 wordt in meer detail beschreven hoe de categorieën precies zijn samengevoegd.

Bij de toets op samenhang is wanneer mogelijk, gebruik gemaakt van de Chi-kwadraattoets. Hiermee kan onderzocht worden of tussen twee categorische variabelen in een kruistabel al dan niet een statistisch significant verband bestaat. De waarde van de Chi-kwadraat zegt daarentegen niks over de sterkte van het verband. Om wel iets over de sterkte te kunnen zeggen is gekeken naar de associatiemaat Cramer's V. Bij deze maat geldt dat er bij 0 geen verband is en dat er bij 1 sprake is van een perfect verband. Soms is het aflezen van de Chi-kwadraattoets echter niet mogelijk, gezien er voor de uitvoer aan een aantal voorwaarden moet worden voldaan. In de gevallen dat de verwachte waarde van één of meer cellen (meer dan 20% van de totale cellen) minder dan 5 bedraagt of de minimale verwachte waarde minder dan 1 is, is gekeken naar Fisher's Exact Test. Deze test is wel nauwkeurig met lage verwachte aantallen en kan in SPSS uitgevoerd worden bij een 2x2 kruistabel. Vandaar ook dat bij de hercodering de variabelen zijn omgevormd tot dichotome variabelen.

Voor de verdere toetsing van de verbanden is gebruik gemaakt van een binaire logistische regressie op basis van categorische variabelen. Waarin steeds is gekeken naar het verklaren van één vorm van binnenstadsgebruik doormiddel van de geselecteerde samenhangende leefstijlkenmerken. Met logistische regressie wordt berekend hoe groot de kans is op één van de twee categorieën van een dichotome variabele, op basis van onafhankelijke variabelen. Aan de hand van kansen en kansverhoudingen wordt het verband tussen de variabelen bepaald. Het geschatte model wordt vergeleken met een model met alleen een constante. Indien anders vermeld zijn in de analyse steeds de eerste versies van de variabelen in de modellen toegepast (kolom 1, figuur 5.19), ter behoud van informatie. De logistische regressie analyse is dus uitgevoerd om te bepalen of de modellen met de samenhangende variabelen een betere verklaringskracht bieden en een goede model fit hebben. Hiervoor is met name gekeken naar de; classificatie tabellen voor de percentages van de goed

ingedeelde cases, de Omnibus-test voor de significantie van het model en de kwaliteit van het model volgens de Nagelkerke R Square (waarden tussen 0 en 1). Om aan de voorwaarden van de logistische regressie te voldoen zijn vooraf eerst alle modellen getest op multicollineariteit (Tolerance en VIF). Er zijn geen onafhankelijke variabelen in de modellen gevonden die (ongeveer) hetzelfde meten. Per functie zullen nu de uitkomsten van de twee toetsen besproken worden.

Figuur 5.19: Overzicht van variabelen en codering welke zijn aangemaakt ter uitvoering van de verklarende analyses

Variabele naam	Kolom 1	Kolom 2
Wonen	1 = Wel wonen 2 = Niet wonen	-
Werken	1 = Wel werken 2 = Niet werken	-
Boodschappen	1 = Wel boodschappen 2 = Niet boodschappen	-
Winkelen	1 = Wel winkelen 2 = Niet winkelen	-
Horeca	1 = Wel horeca 2 = Niet horeca	-
Evenementen	1 = Wel evenementen 2 = Niet evenementen	-
Uitgaan	1 = Wel uitgaan 2 = Niet uitgaan	-
Recreatie	1 = Wel recreatie 2 = Niet recreatie	-
Kenmerken_Geslacht	1 = Man 2 = Vrouw	-
Kenmerken_Leeftijd	1 = Jonger dan 25 jaar 2 = 25 – 35 jaar 3 = 36 – 45 jaar 4 = 46 – 55 jaar 5 = 56 – 65 jaar 6 = Ouder dan 65 jaar	1 = Jong 2 = Oud
Kenmerken_Opleiding	1 = LBO/ MAVO/ VMBO 2 = MBO / HAVO/ VWO 3 = HBO / Universiteit	1 = Laag opgeleid 2 = Hoog opgeleid
Kenmerken_Inkomen	1 = Laag inkomen 2 = Midden inkomen 3 = Hoog inkomen 4 = Ik wil dit niet zeggen	1 = Laag inkomen 2 = hoog inkomen
Werk_Hoofdbezigheid	1 = Werkend 2 = Studerend 3 = Gepensioneerd 4 = Overig	1 = Werkend 2 = Niet werkend
Werk_Bezoek	1 = Nooit / Zelden 2 = Soms 3 = Regelmatig / Bijna altijd 4 = Overig	1 = Zelden 2 = Vaker
Werk_Pauze	1 = Wel pauzeren 2 = Niet pauzeren 3 = Overig	1 = Wel pauzeren 2 = Niet pauzeren
Werk_Duur	1 = Weinig 2 = Middelmatig 3 = Veel 4 = Overig	1 = Veel 2 = Weinig
Werk_Belang	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = Neutraal 3 = (zeer) Belangrijk 4 = Overig	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = (zeer) Belangrijk

Gezin_Samenstelling	1 = Alleenwonend 2 = Met partner 3 = Met kind(eren) en partner 4 = Met kind(eren) zonder partner 5 = Overige huishoudens	1 = Eenpersoons 2 = Meerpersoons
Gezin_Kinderen	1 = Wel kinderen 2 = Niet kinderen	-
Gezin_Belang_Zichzelf.en.Kind	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = Neutraal 3 = (zeer) Belangrijk 4 = Geen kinderen	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = (zeer) Belangrijk
Gezin_Belang_Zichzelf	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = Neutraal 3 = (zeer) Belangrijk 4 = Geen kinderen	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = (zeer) Belangrijk
Wonen_Soort_Woning	1 = Koopwoning 2 = Particuliere huurwoning 3 = Sociale huurwoning 4 = Studentenkamer	1 = Koop 2 = Huur
Wonen_Binnenstad	1 = Ja / Ik woon er al 2 = Nee 3 = Misschien	1 = Wel 2 = Niet
Wonen_Belang	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = Neutraal 3 = (zeer) Belangrijk	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = (zeer) Belangrijk
Consumptie_Belang_Detailhandel	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = Neutraal 3 = (zeer) Belangrijk	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = (zeer) Belangrijk
Consumptie_Belang_Horeca	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = Neutraal 3 = (zeer) Belangrijk	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = (zeer) Belangrijk
Consumptie_Belang_Diensten	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = Neutraal 3 = (zeer) Belangrijk	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = (zeer) Belangrijk
Vrije_Tijd_Gezelschap	1 = Alleen 2 = Met familie / vrienden / collega's	-
Vrije_Tijd_Ontmoetingsplek	1 = Wel ontmoetingsplek 2 = Niet ontmoetingsplek	-
Vrije_Tijd_Duur	1 = Weinig 2 = Middelmatig 3 = Veel	1 = Veel 2 = Weinig
Vrije_Tijd_Belang_Vrijetijd	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = Neutraal 3 = (zeer) Belangrijk	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = (zeer) Belangrijk
Vrije_Tijd_Belang_Hobby	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = Neutraal 3 = (zeer) Belangrijk	1 = (zeer) Onbelangrijk 2 = (zeer) Belangrijk

Bron: Eigen onderzoek

Wonen - Samenhang

Onder wonen zijn 5 verbanden als statistisch significant getoetst met 95% betrouwbaarheid (zie figuur 5.20). Een verband is significant als de overschrijdingskans kleiner of gelijk is aan het gekozen significantieniveau (0,05). Dit betekent dus dat de resultaten op deze verklarende variabelen samenhangen met de afhankelijke variabele en daarmee invloed hebben op het wel of niet wonen in de binnenstad. Per verklarende variabele worden de sterkte en richting nader bekeken.

Figuur 5.20: Statistisch significante verbanden bij toetsing op samenhang met de afhankelijke variabele wonen

Wonen	Waarde	Vrijheidsgraden	Significantie (tweezijdig)	Cramer's V
Kenmerken_Leeftijd2	4,099	1	0,043	0,172
Gezin_Kinderen	8,421	1	0,004	0,246
Wonen_Soort_Woning2	21,920	1	0,000	0,397
Wonen_Binnenstad	50,012	2	0,000	0,600
Vrije_Tijd_Belang_Hobby	10,223	2	0,006	0,271

Bron: Eigen onderzoek

Kenmerken_Leeftijd2

Het verband met de Leeftijd van de respondent duidt met een Cramer's V van 0,172 op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.21), leert ons dat respondenten die wel woonachtig zijn in de binnenstad vaker van jongere leeftijd zijn (jonger dan 25 tot en met 45 jaar) en vice versa.

Figuur 5.21: Kruistabel Wonen*Kenmerken_Leeftijd2

Kenmerken_Leeftijd2	Wonen		Totaal
	Wel wonen	Niet wonen	
Jonge leeftijd	21%	79%	100%
Oude leeftijd	9%	91%	100%
Totaal	15%	85%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Gezin_Kinderen

Het verband met het wel of niet hebben van kinderen duidt met een Cramer's V van 0,246 op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.22), leert ons dat respondenten die wel woonachtig zijn in de binnenstad vaker geen kinderen hebben en vice versa.

Figuur 5.22: Kruistabel Wonen*Gezin_Kinderen

Gezin_Kinderen	Wonen		Totaal
	Wel wonen	Niet wonen	
Wel kinderen	6%	94%	100%
Niet kinderen	24%	76%	100%
Totaal	15%	85%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Wonen_Soort_Woning2

Het verband met de soort woning duidt met een Cramer's V van 0,397 op een matig sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.23), leert ons dat respondenten die wel woonachtig zijn in de binnenstad vaker woonachtig zijn in een huurwoning en vice versa.

Figuur 5.23: Kruistabel Wonen* Wonen_Soort_Woning2

Wonen_Soort_Woning2	Wonen		Totaal
	Wel wonen	Niet wonen	
Koopwoning	1%	99%	100%
Huurwoning	30%	70%	100%
Totaal	15%	85%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Wonen_Binnenstad

Het verband met het willen wonen in de binnenstad duidt met een Cramer's V van 0,600 op een sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.24), leert ons dat dit logisch is met de gebruikte categorisering. Respondenten die wel woonachtig zijn in de binnenstad behoren namelijk allemaal tot dezelfde categorie in tegenstelling tot de mensen die er niet wonen.

Figuur 5.24: Kruistabel Wonen* Wonen_Binnenstad

Wonen_Binnenstad	Wonen		Totaal
	Wel wonen	Niet wonen	
Ja / Ik woon er al	46%	54%	100%
Nee	0%	100%	100%
Misschien	0%	100%	100%
Totaal	15%	85%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Vrije_Tijd_Belang_Hobby

Het verband met het belang voor de hobby duidt met een Cramer's V van 0,271 op een matig sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.25), leert ons dat respondenten die wel woonachtig zijn in de binnenstad vaker de binnenstad belangrijker vinden ter uitvoering van hun hobby en vice versa.

Figuur 5.25: Kruistabel Wonen* Vrije_Tijd_Belang_Hobby

Vrije_Tijd_Belang_Hobby	Wonen		Totaal
	Wel wonen	Niet wonen	
(zeer) Onbelangrijk	7%	93%	100%
Neutraal	13%	87%	100%
(zeer) Belangrijk	30%	70%	100%
Totaal	15%	85%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Wonen – Logistische regressie

Het logistische regressie model voor de afhankelijke variabele wonen, is opgebouwd uit de 5 significante onafhankelijke variabelen. Echter in dit geval wordt Wonen_Binnenstad niet meegenomen. Er is namelijk sprake van een ‘Quasi-complete’ scheiding, doordat niet alle mogelijke combinaties van de data zijn geobserveerd (lege cellen). De data is zogezegd in onbalans, aangezien alle mensen die wel wonen in de binnenstad behoren tot dezelfde categorie: ja / ik woon er al. Een dergelijke perfecte voorspelling levert geen zinvolle conclusies op. Het toetsen op samenhang met deze variabele is dan met name zinvol in combinatie met de andere functies. Vandaar dat het regressie model behorende bij wonen nog maar 4 onafhankelijke variabelen bevat.

In het ‘kale’ model, waarin nog geen parameters zijn opgenomen, wordt 84,9% van de cases goed ingedeeld. Uit de Omnibus-toets blijkt, dat het logistische model significant verschilt (0,000) van het ‘kale’ model. 57,1% van de respondenten die wonen in de binnenstad en 95,8% van de mensen die er niet wonen worden goed voorspeld. In totaliteit betekent dit dat het nieuwe model 89,9% van de cases goed voorspeld en daarmee zorgt voor een verbetering van 5% ten opzichte van het ‘kale’ model. Daarnaast duidt een Nagelkerke R^2 van 0,594 op een redelijk sterke samenhang.

Werken - Samenhang

Onder werken zijn 6 verbanden als statistisch significant getoetst met 95% betrouwbaarheid (zie figuur 5.26). Een verband is significant als de overschrijdingskans kleiner of gelijk is aan het gekozen significantieniveau (0,05). Dit betekent dus dat de resultaten op deze verklarende variabelen samenhangen met de afhankelijke variabele en daarmee invloed hebben op het wel of niet werken in de binnenstad. Per verklarende variabele worden de sterkte en richting nader bekeken.

Figuur 5.26: Statistisch significante verbanden bij toetsing op samenhang met de afhankelijke variabele werken

Werken	Waarde	Vrijheidsgraden	Significantie (tweezijdig)	Cramer's V
Kenmerken_Leeftijd2	4,530	1	0,033	0,181
Kenmerken_Opleiding2	6,914	1	0,009	0,223
Werk_Hoofdbezigheid2	5,556	1	0,018	0,200
Werk_Bezoek2	24,996	1	0,000	0,424
Werk_Pauze	43,554	2	0,000	0,560
Werk_Belang2	29,618	1	0,000	0,521

Bron: Eigen onderzoek

Kenmerken_Leeftijd2

Het verband met de Leeftijd van de respondent duidt met een Cramer's V van 0,181 op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.27), leert ons dat respondenten die wel werken in de binnenstad vaker van jongere leeftijd zijn (jonger dan 25 tot en met 45 jaar) en vice versa.

Figuur 5.27: Kruistabel Werken*Kenmerken_Leeftijd2

Kenmerken_Leeftijd2	Werken		Totaal
	Wel werken	Niet werken	
Jonge leeftijd	24%	76%	100%
Oude leeftijd	10%	90%	100%
Totaal	17%	83%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Kenmerken_Opleiding2

Het verband met de opleiding van de respondent duidt met een Cramer's V van 0,223 op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.28), leert ons dat respondenten die wel werken in de binnenstad vaker een lagere opleiding hebben (LBO / MAVO / VMBO en MBO / HAVO / VWO) en vice versa.

Figuur 5.28: Kruistabel Werken*Kenmerken_Opleiding2

Kenmerken_Opleiding2	Werken		Totaal
	Wel werken	Niet werken	
Lage opleiding	33%	67%	100%
Hoge opleiding	13%	87%	100%
Totaal	17%	83%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Werk_Hoofdbezigheid2

Het verband met de hoofdbezigheid van de respondent duidt met een Cramer's V van 0,200 op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.29), leert ons dat respondenten die wel werken in de binnenstad vaker hun werk als hoofdbezigheid hebben t.o.v. studeren of pensioen en vice versa.

Figuur 5.29: Kruistabel Werken* Werk_Hoofdbezigheid2

Werk_Hoofdbezigheid2	Werken		Totaal
	Wel werken	Niet werken	
Werkend	23%	77%	100%
Niet Werkend	6%*	94%	100%
Totaal	17%	83%	100%

*Deze respondenten studeren en hebben een bijbaan in de binnenstad. Hierdoor zijn zij bij hoofdbezigheid onderverdeeld bij niet werkend en werken zij wel in de binnenstad via hun bijbaan.

Bron: Eigen onderzoek

Werk_Bezoek2

Het verband met werk/studie bezoeken duidt met een Cramer's V van 0,424 op een matig sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.30), leert ons dat respondenten die wel werken in de binnenstad vaker een bezoek aan de binnenstad brengen voor hun (voormalige) werk of voor hun studie en vice versa.

Figuur 5.30: Kruistabel Werken* Werk_Bezoek2

Werk_Bezoek2	Werken		Totaal
	Wel werken	Niet werken	
Zelden	4%	96%	100%
Vaker	36%	64%	100%
Totaal	17%	83%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Werk_Pauze

Het verband met het wel of niet pauzeren in de binnenstad duidt met een Cramer's V van 0,560 op een sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.31), leert ons logischerwijs dat respondenten die wel werken in de binnenstad ook vaker pauzeren in de binnenstad en vice versa.

Figuur 5.31: Kruistabel Werken* Werk_Pauze

Werk_Pauze	Werken		Totaal
	Wel werken	Niet werken	
Wel Pauzeren	49%	51%	100%
Niet Pauzeren	4%	96%	100%
Overig	0%	100%	100%
Totaal	17%	83%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Werk_Belang2

Het verband met het belang voor het werk/studie duidt met een Cramer's V van 0,521 op een sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.32), leert ons logischerwijs dat respondenten die wel werken in de binnenstad, de binnenstad ook belangrijker vinden voor hun werk/studie en vice versa.

Figuur 5.32: Kruistabel Werken* Werk_Belang2

Werk_Belang2	Werken		Totaal
	Wel werken	Niet werken	
(zeer) Onbelangrijk	8%	92%	100%
(zeer) Belangrijk	55%	45%	100%
Totaal	21%	79%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Werken – Logistische regressie

Het logistische regressie model voor de afhankelijke variabele werken, is opgebouwd uit de 6 significante onafhankelijke variabelen. In dit geval zijn de her gecodeerde variabelen (kolom 2, figuur 5.18) gebruikt. Aangezien testen met de originele variabelen teveel redundanties opleveren. In het 'kale' model, waarin nog geen parameters zijn opgenomen, wordt 78,9% van de cases goed ingedeeld. Uit de Omnibus-toets blijkt, dat het logistische model significant verschilt (0,000) van het 'kale' model. 65,2% van de respondenten die werken in de binnenstad en 96,5% van de mensen die er niet werken worden goed voorspeld. In totaliteit betekent dit dat het nieuwe model 89,9% van de cases goed voorspeld en daarmee zorgt voor een verbetering van 11% ten opzichte van het 'kale' model. Daarnaast duidt een Nagelkerke R^2 van 0,691 op een redelijk sterke samenhang.

Boodschappen - Samenhang

Onder boodschappen zijn 5 verbanden als statistisch significant getoetst met 95% betrouwbaarheid (zie figuur 5.33). Een verband is significant als de overschrijdingskans kleiner of gelijk is aan het gekozen significantieniveau (0,05). Dit betekent dus dat de resultaten op deze verklarende variabelen samenhangen met de afhankelijke variabele en daarmee invloed hebben op het wel of niet boodschappen doen in de binnenstad. Per verklarende variabele worden sterkte en richting bekeken.

Figuur 5.33: Statistisch significante verbanden bij toetsing op samenhang met de afhankelijke variabele boodschappen

Boodschappen	Waarde	Vrijheidsgraden	Significantie (tweezijdig)	Cramer's V
Kenmerken_Opleiding2	8,873	1	0,003	0,253
Gezin_Samenstelling2	5,241	1	0,022	0,194
Vrije_Tijd_Gezelschap	4,708	1	0,030	0,184
Vrije_Tijd_Belang_Vrijetijd	12,996	2	0,002	0,306
Vrije_Tijd_Belang_Hobby	7,459	2	0,024	0,232

Bron: Eigen onderzoek

Kenmerken_Opleiding2

Het verband met de opleiding van de respondent duidt met een Cramer's V van 0,253 op een matig sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.34), leert ons dat respondenten die wel boodschappen doen in de binnenstad vaker een hoge opleiding hebben (HBO / Universiteit) en vice versa.

Figuur 5.34: Kruistabel Boodschappen*Kenmerken_Opleiding2

Kenmerken_Opleiding2	Boodschappen		Totaal
	Wel boodschappen	Niet boodschappen	
Lage opleiding	17%	83%	100%
Hoge opleiding	47%	53%	100%
Totaal	40%	60%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Gezin_Samenstelling2

Het verband met de huishoudenssamenstelling van de respondent duidt met een Cramer's V van 0,194 op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.35), leert ons dat respondenten die wel boodschappen doen in de binnenstad vaker een eenpersoonshuishouden vormen en vice versa.

Figuur 5.35: Kruistabel Boodschappen* Gezin_Samenstelling2

Gezin_Samenstelling2	Boodschappen		Totaal
	Wel boodschappen	Niet boodschappen	
Eenpersoons	55%	45%	100%
Meerpersoons	34%	66%	100%
Totaal	40%	60%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Vrije_Tijd_Gezelschap

Het verband met het gezelschap van de respondent duidt met een Cramer's V van 0,184 op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.36), leert ons dat respondenten die wel boodschappen doen in de binnenstad vaker bij hun laatste bezoek alleen zijn gegaan en vice versa.

Figuur 5.36: Kruistabel Boodschappen* Vrije_Tijd_Gezelschap

Vrije_Tijd_Gezelschap	Boodschappen		Totaal
	Wel boodschappen	Niet boodschappen	
Alleen	56%	44%	100%
Met familie / vrienden / collega's	35%	65%	100%
Totaal	40%	60%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Vrije_Tijd_Belang_Vrijetijd

Het verband met het belang voor de vrije tijd duidt met een Cramer's V van 0,306 op een matig sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.37), leert ons dat respondenten die wel boodschappen doen in de binnenstad vaker de binnenstad belangrijker vinden voor hun vrije tijd en vice versa.

Figuur 5.37: Kruistabel Boodschappen* Vrije_Tijd_Belang_Vrijetijd

Vrije_Tijd_Belang_Vrijetijd	Boodschappen		Totaal
	Wel boodschappen	Niet boodschappen	
(zeer) Onbelangrijk	24%	76%	100%
Neutraal	20%	80%	100%
(zeer) Belangrijk	52%	48%	100%
Totaal	40%	60%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Vrije_Tijd_Belang_Hobby

Het verband met het belang voor de hobby duidt met een Cramer's V van 0,232 op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.38), leert ons dat respondenten die wel boodschappen doen in de binnenstad vaker de binnenstad belangrijker vinden voor hun hobby en vice versa.

Figuur 5.38: Kruistabel Boodschappen* Vrije_Tijd_Belang_Hobby

Vrije_Tijd_Belang_Hobby	Boodschappen		Totaal
	Wel boodschappen	Niet boodschappen	
(zeer) Onbelangrijk	31%	69%	100%
Neutraal	39%	61%	100%
(zeer) Belangrijk	58%	42%	100%
Totaal	40%	60%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Boodschappen – Logistische regressie

Het logistische regressie model voor de afhankelijke variabele boodschappen, is opgebouwd uit de 5 significante onafhankelijke variabelen. In het 'kale' model, waarin nog geen parameters zijn opgenomen, wordt 59,7% van de cases goed ingedeeld. Uit de Omnibus-toets blijkt, dat het logistische model significant verschilt (0,001) van het 'kale' model. 58,9% van de respondenten die boodschappen doen in de binnenstad en 78,3% van de mensen die er niet boodschappen doen worden goed voorspeld. In totaliteit betekent dit dat het nieuwe model 70,5% van de cases goed voorspeld en daarmee zorgt voor een verbetering van 10,8% ten opzichte van het 'kale' model. Daarnaast duidt een Nagelkerke R^2 van 0,283 op een redelijk zwakke samenhang.

Winkelen - Samenhang

Onder winkelen zijn 2 verbanden als statistisch significant getoetst met 95% betrouwbaarheid (zie figuur 5.39). Een verband is significant als de overschrijdingskans kleiner of gelijk is aan het gekozen significantieniveau (0,05). Dit betekent dus dat de resultaten op deze verklarende variabelen samenhangen met de afhankelijke variabele en daarmee invloed hebben op het wel of niet winkelen in de binnenstad. Per verklarende variabele worden de sterkte en richting nader bekeken.

Figuur 5.39: Statistisch significante verbanden bij toetsing op samenhang met de afhankelijke variabele winkelen

Winkelen	Waarde	Vrijheidsgraden	Significantie	Cramer's V
Kenmerken_Geslacht*	-	-	0,045 (eenzijdig)	0,178
Consumptie_Belang_Detailhandel2*	-	-	0,029 (tweezijdig)	0,255

Bron: Eigen onderzoek

* Fisher's Exact Test

Kenmerken_Geslacht

Het verband met het geslacht van de respondent duidt met een Cramer's V van 0,178 op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.40), leert ons dat respondenten die wel winkelen in de binnenstad vaker van het vrouwelijke geslacht zijn en vice versa.

Figuur 5.40: Kruistabel Winkelen*Kenmerken_Geslacht

Kenmerken_Geslacht	Winkelen		Totaal
	Wel winkelen	Niet winkelen	
Man	88%	12%	100%
Vrouw	97%	3%	100%
Totaal	94%	6%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Consumptie_Belang_Detailhandel2

Het verband met het belang van de detailhandel duidt met een Cramer's V van 0,255 op een matig sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.41), leert ons dat respondenten die wel winkelen in de binnenstad vaker de binnenstad belangrijker vinden voor detailhandelsaankopen en vice versa.

Figuur 5.41: Kruistabel Winkelen* Consumptie_Belang_Detailhandel2

Consumptie_Belang_Detailhandel2	Winkelen		Totaal
	Wel winkelen	Niet winkelen	
(zeer) Onbelangrijk	77%	23%	100%
(zeer) Belangrijk	96%	4%	100%
Totaal	94%	6%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Winkelen – Logistische regressie

Het logistische regressie model voor de afhankelijke variabele winkelen, is opgebouwd uit de 2 significante onafhankelijke variabelen. In het 'kale' model, waarin nog geen parameters zijn opgenomen, wordt 93,5% van de cases goed ingedeeld. Uit de Omnibus-toets blijkt, dat het logistische model significant verschilt (0,028) van het 'kale' model. 100% van de respondenten die winkelen in de binnenstad en 0% van de mensen die er niet winkelen worden goed voorspeld. In totaliteit betekent dit dat het nieuwe model 93,5% van de cases goed voorspeld en daarmee zorgt voor geen verbetering van het 'kale' model. Daarnaast duidt een Nagelkerke R^2 van 0,166 op een redelijk zwakke samenhang.

Horeca - Samenhang

Onder horeca zijn 4 verbanden als statistisch significant getoetst met 95% betrouwbaarheid (zie figuur 5.42). Een verband is significant als de overschrijdingskans kleiner of gelijk is aan het gekozen

significantieniveau (0,05). Dit betekent dus dat de resultaten op deze verklarende variabelen samenhangen met de afhankelijke variabele en daarmee invloed hebben op het wel of niet bezoeken van horeca in de binnenstad. Per verklarende variabele worden de sterkte en richting nader bekeken.

Figuur 5.42: Statistisch significante verbanden bij toetsing op samenhang met de afhankelijke variabele horeca

Horeca	Waarde	Vrijheidsgraden	Significantie (tweezijdig)	Cramer's V
Kenmerken_Leeftijd2	8,484	1	0,004	0,247
Kenmerken_Opleiding2	4,729	1	0,030	0,184
Consumptie_Belang_Horeca2*	-	-	0,019	0,260
Vrije_Tijd_Ontmoetingsplek*	-	-	0,049	0,190

Bron: Eigen onderzoek

* Fisher's Exact Test

Kenmerken_Leeftijd2

Het verband met de Leeftijd van de respondent duidt met een Cramer's V van 0,247 op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.43), leert ons dat respondenten die wel horeca bezoeken in de binnenstad vaker van jongere leeftijd zijn (jonger dan 25 tot en met 45 jaar) en vice versa.

Figuur 5.43: Kruistabel Horeca*Kenmerken_Leeftijd2

Kenmerken_Leeftijd2	Horeca		Totaal
	Wel horeca	Niet horeca	
Jonge leeftijd	90%	10%	100%
Oude leeftijd	71%	29%	100%
Totaal	81%	19%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Kenmerken_Opleiding2

Het verband met de opleiding van de respondent duidt met een Cramer's V van 0,184 op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.44), leert ons dat respondenten die wel horeca bezoeken in de binnenstad vaker een hogere opleiding hebben (HBO / Universiteit) en vice versa.

Figuur 5.44: Kruistabel Horeca*Kenmerken_Opleiding2

Kenmerken_Opleiding2	Horeca		Totaal
	Wel Horeca	Niet Horeca	
Lage opleiding	67%	33%	100%
Hoge opleiding	84%	16%	100%
Totaal	81%	19%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Consumptie_Belang_Horeca2

Het verband met het belang van de horeca duidt met een Cramer's V van 0,260 op een matig sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.45), leert ons dat respondenten die wel horeca bezoeken in de binnenstad vaker de binnenstad belangrijker vinden voor die bestedingen en vice versa.

Figuur 5.45: Kruistabel Horeca* Consumptie_Belang_Horeca2

Consumptie_Belang_Horeca2	Horeca		Totaal
	Wel horeca	Niet horeca	
(zeer) Onbelangrijk	50%	50%	100%
(zeer) Belangrijk	87%	13%	100%
Totaal	85%	15%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Vrije_Tijd_Ontmoetingsplek

Het verband met het zijn van een ontmoetingsplek duidt met een Cramer's V van 0,190 op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.46), leert ons dat respondenten die wel horeca bezoeken in de binnenstad vaker de binnenstad als een ontmoetingsplek zien en vice versa.

Figuur 5.46: Kruistabel Horeca* Vrije_Tijd_Ontmoetingsplek

Vrije_Tijd_Ontmoetingsplek	Horeca		Totaal
	Wel horeca	Niet horeca	
Wel ontmoetingsplek	84%	16%	100%
Niet ontmoetingsplek	61%	39%	100%
Totaal	81%	19%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Horeca – Logistische regressie

Het logistische regressie model voor de afhankelijke variabele horeca, is opgebouwd uit de 4 significante onafhankelijke variabelen. In het 'kale' model, waarin nog geen parameters zijn opgenomen, wordt 80,6% van de cases goed ingedeeld. Uit de Omnibus-toets blijkt, dat het logistische model significant verschilt (0,001) van het 'kale' model. 94,6% van de respondenten die horeca bezoeken in de binnenstad en 25,9% van de mensen die er geen horeca bezoeken worden goed voorspeld. In totaliteit betekent dit dat het nieuwe model 81,3% van de cases goed voorspeld en daarmee zorgt voor een verbetering van 0,7% ten opzichte van het 'kale' model. Daarnaast duidt een Nagelkerke R^2 van 0,299 op een redelijk zwakke samenhang.

Evenementen - Samenhang

Onder evenementen zijn 4 verbanden als statistisch significant getoetst met 95% betrouwbaarheid (zie figuur 5.47). Een verband is significant als de overschrijdingskans kleiner of gelijk is aan het gekozen

significantieniveau (0,05). Dit betekent dus dat de resultaten op deze verklarende variabelen samenhangen met de afhankelijke variabele en daarmee invloed hebben op het wel of niet bezoeken van evenementen in de binnenstad. Per verklarende variabele worden sterkte en richting bekeken.

Figuur 5.47: Statistisch significante verbanden bij toetsing op samenhang met de afhankelijke variabele evenementen

Evenementen	Waarde	Vrijheidsgraden	Significantie (tweezijdig)	Cramer's V
Wonen_Binnenstad	6,498	2	0,039	0,216
Consumptie_Belang_Horeca	10,534	2	0,005	0,275
Vrije_Tijd_Ontmoetingsplek	11,107	1	0,001	0,283
Vrije_Tijd_Belang_Vrijetijd	15,085	2	0,001	0,329

Bron: Eigen onderzoek

Wonen_Binnenstad

Het verband met het willen wonen in de binnenstad duidt met een Cramer's V van 0,216 op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.48), leert ons dat respondenten die wel evenementen bezoeken in de binnenstad vaker ook in de binnenstad willen wonen of er al wonen en vice versa.

Figuur 5.48: Kruistabel Evenementen* Wonen_Binnenstad

Wonen_Binnenstad	Evenementen		Totaal
	Wel evenementen	Niet evenementen	
Ja / Ik woon er al	80%	20%	100%
Nee	58%	42%	100%
Misschien	71%	29%	100%
Totaal	68%	32%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Consumptie_Belang_Horeca

Het verband met het belang van de horeca duidt met een Cramer's V van 0,275 op een matig sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.49), leert ons dat respondenten die wel evenementen bezoeken vaker ook de binnenstad belangrijker vinden voor hun horecabestedingen en vice versa.

Figuur 5.49: Kruistabel Evenementen* Consumptie_Belang_Horeca

Consumptie_Belang_Horeca	Evenementen		Totaal
	Wel evenementen	Niet evenementen	
(zeer) Onbelangrijk	50%	50%	100%
Neutraal	41%	59%	100%
(zeer) Belangrijk	74%	26%	100%
Totaal	68%	32%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Vrije_Tijd_Ontmoetingsplek

Het verband met het zijn van een ontmoetingsplek duidt met een Cramer's V van 0,283 op een matig sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.50), leert ons dat respondenten die wel evenementen bezoeken vaker ook de binnenstad als een ontmoetingsplek zien en vice versa.

Figuur 5.50: Kruistabel Evenementen* Vrije_Tijd_Ontmoetingsplek

Vrije_Tijd_Ontmoetingsplek	Evenementen		Totaal
	Wel evenementen	Niet evenementen	
Wel ontmoetingsplek	73%	27%	100%
Niet ontmoetingsplek	33%	67%	100%
Totaal	68%	32%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Vrije_Tijd_Belang_Vrijetijd

Het verband met het belang voor de vrije tijd duidt met een Cramer's V van 0,329 op een matig sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.51), leert ons dat respondenten die wel evenementen bezoeken in de binnenstad vaker de binnenstad belangrijker vinden voor hun vrije tijd en vice versa.

Figuur 5.51: Kruistabel Evenementen* Vrije_Tijd_Belang_Vrijetijd

Vrije_Tijd_Belang_Vrijetijd	Evenementen		Totaal
	Wel evenementen	Niet evenementen	
(zeer) Onbelangrijk	36%	64%	100%
Neutraal	67%	33%	100%
(zeer) Belangrijk	77%	23%	100%
Totaal	68%	32%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Evenementen – Logistische regressie

Het logistische regressie model voor de afhankelijke variabele evenementen, is opgebouwd uit de 4 significante onafhankelijke variabelen. In het 'kale' model, waarin nog geen parameters zijn opgenomen, wordt 67,6% van de cases goed ingedeeld. Uit de Omnibus-toets blijkt, dat het logistische model significant verschilt (0,000) van het 'kale' model. 87,2% van de respondenten die evenementen bezoeken in de binnenstad en 44,4% van de mensen die er geen evenementen bezoeken worden goed voorspeld. In totaliteit betekent dit dat het nieuwe model 73,4% van de cases goed voorspeld en daarmee zorgt voor een verbetering van 5,8% ten opzichte van het 'kale' model. Daarnaast duidt een Nagelkerke R^2 van 0,245 op een redelijk zwakke samenhang.

Uitgaan - Samenhang

Onder uitgaan zijn 4 verbanden als statistisch significant getoetst met 95% betrouwbaarheid (zie figuur 5.52). Een verband is significant als de overschrijdingskans kleiner of gelijk is aan het gekozen significantieniveau (0,05). Dit betekent dus dat de resultaten op deze verklarende variabelen samenhangen met de afhankelijke variabele en daarmee invloed hebben op het wel of niet uitgaan in de binnenstad. Per verklarende variabele worden de sterkte en richting nader bekeken.

Figuur 5.52: Statistisch significante verbanden bij toetsing op samenhang met de afhankelijke variabele uitgaan

Uitgaan	Waarde	Vrijheidsgraden	Significantie	Cramer's V
Kenmerken_Leeftijd	16,066	5	0,007 (tweezijdig)	0,340
Consumptie_Belang_Horeca2*	-	-	0,036 (eenzijdig)	0,196
Vrije_Tijd_Ontmoetingsplek	6,221	1	0,013 (tweezijdig)	0,212
Vrije_Tijd_Belang_Vrijetijd	13,107	2	0,001 (tweezijdig)	0,307

Bron: Eigen onderzoek

* Fisher's Exact Test

Kenmerken_Leeftijd

Het verband met de Leeftijd van de respondent duidt met een Cramer's V van 0,340 op een matig sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.53), leert ons dat respondenten die wel uitgaan in de binnenstad vaker van jongere leeftijd zijn (jonger dan 25 tot en met 45 jaar) en vice versa.

Figuur 5.53: Kruistabel Uitgaan*Kenmerken_Leeftijd

Kenmerken_Leeftijd	Uitgaan		Totaal
	Wel uitgaan	Niet uitgaan	
Jonger dan 25 jaar	50%	50%	100%
25 – 35 jaar	69%	31%	100%
36 – 45 jaar	53%	47%	100%
46 – 55 jaar	27%	73%	100%
56 – 65 jaar	30%	70%	100%
Ouder dan 65 jaar	25%	75%	100%
Totaal	44%	56%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Consumptie_Belang_Horeca2

Het verband met het belang van de horeca duidt met een Cramer's V van 0,196 op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.54), leert ons dat respondenten die wel uitgaan vaker ook de binnenstad belangrijker vinden voor het doen van hun horecabestedingen en vice versa.

Figuur 5.54: Kruistabel Uitgaan* Consumptie_Belang_Horeca2

Consumptie_Belang_Horeca2	Uitgaan		Totaal
	Wel uitgaan	Niet uitgaan	
(zeer) Onbelangrijk	13%	87%	100%
(zeer) Belangrijk	51%	49%	100%
Totaal	49%	51%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Vrije_Tijd_Ontmoetingsplek

Het verband met het zijn van een ontmoetingsplek duidt met een Cramer's V van 0,212 op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.55), leert ons dat respondenten die wel uitgaan in de binnenstad vaker ook de binnenstad als een ontmoetingsplek zien en vice versa.

Figuur 5.55: Kruistabel Uitgaan* Vrije_Tijd_Ontmoetingsplek

Vrije_Tijd_Ontmoetingsplek	Uitgaan		Totaal
	Wel uitgaan	Niet uitgaan	
Wel ontmoetingsplek	48%	52%	100%
Niet ontmoetingsplek	17%	83%	100%
Totaal	44%	56%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Vrije_Tijd_Belang_Vrijetijd

Het verband met het belang voor de vrije tijd duidt met een Cramer's V van 0,307 op een matig sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.56), leert ons dat respondenten die wel uitgaan in de binnenstad vaker de binnenstad belangrijker vinden ter besteding van hun vrije tijd en vice versa.

Figuur 5.56: Kruistabel Uitgaan* Vrije_Tijd_Belang_Vrijetijd

Vrije_Tijd_Belang_Vrijetijd	Uitgaan		Totaal
	Wel uitgaan	Niet uitgaan	
(zeer) Onbelangrijk	20%	80%	100%
Neutraal	30%	70%	100%
(zeer) Belangrijk	56%	44%	100%
Totaal	44%	56%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Uitgaan – Logistische regressie

Het logistische regressie model voor de afhankelijke variabele uitgaan, is opgebouwd uit de 4 significante onafhankelijke variabelen. In het 'kale' model, waarin nog geen parameters zijn opgenomen, wordt 56,1% van de cases goed ingedeeld. Uit de Omnibus-toets blijkt, dat het logistische

model significant verschilt (0,000) van het 'kale' model. 55,7% van de respondenten die uitgaan in de binnenstad en 79,5% van de mensen die er niet uitgaan worden goed voorspeld. In totaliteit betekent dit dat het nieuwe model 69,1% van de cases goed voorspeld en daarmee zorgt voor een verbetering van 13% ten opzichte van het 'kale' model. Daarnaast duidt een Nagelkerke R^2 van 0,300 op een redelijk zwakke samenhang.

Recreatie - Samenhang

Onder recreatie zijn 6 verbanden als statistisch significant getoetst met 95% betrouwbaarheid (zie figuur 5.57). Een verband is significant als de overschrijdingskans kleiner of gelijk is aan het gekozen significantieniveau (0,05). Dit betekent dus dat de resultaten op deze verklarende variabelen samenhangen met de afhankelijke variabele en daarmee invloed hebben op het wel of niet recreëren in de binnenstad. Per verklarende variabele worden de sterkte en richting nader bekeken.

Figuur 5.57: Statistisch significante verbanden bij toetsing op samenhang met de afhankelijke variabele recreatie

Recreatie	Waarde	Vrijheidsgraden	Significantie (tweezijdig)	Cramer's V
Kenmerken_Geslacht	5,292	1	0,021	0,195
Kenmerken_Leeftijd	11,190	5	0,048	0,284
Kenmerken_Opleiding2	11,890	1	0,001	0,292
Werk_Duur	9,363	3	0,025	0,260
Vrije_Tijd_Ontmoetingsplek	4,965	1	0,026	0,189
Vrije_Tijd_Belang_Vrijetijd	11,480	2	0,003	0,287

Bron: Eigen onderzoek

Kenmerken_Geslacht

Het verband met het geslacht van de respondent duidt met een Cramer's V van 0,195 op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.58), leert ons dat respondenten die wel recreëren in de binnenstad vaker van het mannelijke geslacht zijn en vice versa.

Figuur 5.58: Kruistabel Recreatie*Kenmerken_Geslacht

Kenmerken_Geslacht	Recreatie		Totaal
	Wel recreatie	Niet recreatie	
Man	71%	29%	100%
Vrouw	51%	49%	100%
Totaal	58%	42%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Kenmerken_Leeftijd

Het verband met de Leeftijd van de respondent duidt met een Cramer's V van 0,284 op een matig sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.59), leert ons dat respondenten die wel recreëren in de binnenstad vaker tussen de 25 en 45 jaar oud zijn en vice versa.

Figuur 5.59: Kruistabel Recreatie*Kenmerken_Leeftijd

Kenmerken_Leeftijd	Recreatie		Totaal
	Wel recreatie	Niet recreatie	
Jonger dan 25 jaar	46%	54%	100%
25 – 35 jaar	78%	22%	100%
36 – 45 jaar	67%	33%	100%
46 – 55 jaar	58%	42%	100%
56 – 65 jaar	40%	60%	100%
Ouder dan 65 jaar	58%	42%	100%
Totaal	58%	42%	100%

Bron: Eigen onderzoek**Kenmerken_Opleiding2**

Het verband met de opleiding van de respondent duidt met een Cramer's V van 0,292 op een matig sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.60), leert ons dat respondenten die wel recreëren in de binnenstad vaker een hogere opleiding hebben (HBO / Universiteit) en vice versa.

Figuur 5.60: Kruistabel Recreatie*Kenmerken_Opleiding2

Kenmerken_Opleiding2	Recreatie		Totaal
	Wel recreatie	Niet recreatie	
Lage opleiding	30%	70%	100%
Hoge opleiding	65%	35%	100%
Totaal	58%	42%	100%

Bron: Eigen onderzoek**Werk_Duur**

Het verband met hoeveel de respondent werkt duidt met een Cramer's V van 0,260 op een matig sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.61), leert ons dat respondenten die wel recreëren in de binnenstad vaker veel uren maken op het werk (30 – 40+ uur / bijbaan: 20 – 30 uur) en vice versa.

Figuur 5.61: Kruistabel Recreatie* Werk_Duur

Werk_Duur	Recreatie		Totaal
	Wel recreatie	Niet recreatie	
Weinig	46%	54%	100%
Middelmatig	50%	50%	100%
Veel	69%	31%	100%
Overig	36%	64%	100%
Totaal	58%	42%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Vrije_Tijd_Ontmoetingsplek

Het verband met het zijn van een ontmoetingsplek duidt met een Cramer's V van 0,189 op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.62), leert ons dat respondenten die wel recreëren in de binnenstad vaker ook de binnenstad als een ontmoetingsplek zien en vice versa.

Figuur 5.62: Kruistabel Recreatie* Vrije_Tijd_Ontmoetingsplek

Vrije_Tijd_Ontmoetingsplek	Recreatie		Totaal
	Wel recreatie	Niet recreatie	
Wel ontmoetingsplek	61%	39%	100%
Niet ontmoetingsplek	33%	67%	100%
Totaal	58%	42%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Vrije_Tijd_Belang_Vrijetijd

Het verband met het belang voor de vrije tijd duidt met een Cramer's V van 0,287 op een matig sterke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.63), leert ons dat respondenten die wel recreëren in de binnenstad vaker de binnenstad belangrijker vinden ter besteding van hun vrije tijd en vice versa.

Figuur 5.63: Kruistabel Recreatie* Vrije_Tijd_Belang_Vrijetijd

Vrije_Tijd_Belang_Vrijetijd	Recreatie		Totaal
	Wel recreatie	Niet recreatie	
(zeer) Onbelangrijk	40%	60%	100%
Neutraal	40%	60%	100%
(zeer) Belangrijk	69%	31%	100%
Totaal	58%	42%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Recreatie – Logistische regressie

Het logistische regressie model voor de afhankelijke variabele recreatie, is opgebouwd uit de 6 significante onafhankelijke variabelen. In het 'kale' model, waarin nog geen parameters zijn opgenomen, wordt 57,6% van de cases goed ingedeeld. Uit de Omnibus-toets blijkt, dat het logistische model significant verschilt (0,000) van het 'kale' model. 80% van de respondenten die recreëren in de binnenstad en 61% van de mensen die er niet recreëren worden goed voorspeld. In totaliteit betekent dit dat het nieuwe model 71,9% van de cases goed voorspeld en daarmee zorgt voor een verbetering van 14,3% ten opzichte van het 'kale' model. Daarnaast duidt een Nagelkerke R^2 van 0,354 op een redelijk zwakke samenhang.

5.2.2 Early adopters

De voorlopers op de massa, oftewel de early adopters onder de respondenten zijn gekwalificeerd op basis van hun antwoorden op vier stellingen. Zoals toegelicht in paragraaf 5.1.3 moeten zij minstens drie van de vier stellingen bevestigend hebben beantwoord. Dit hebben 19 respondenten gedaan, waarmee zij de groep van early adopters in dit onderzoek zijn. Gekeken wordt of deze groep een gezamenlijk gedeelde visie heeft op de toekomst van de binnenstad, mede gebaseerd op hun huidige gebruik. Alvorens we hiernaar kijken, volgt eerst een korte karakteristiek van de selectie. Zo bestaat de groep uit 11 vrouwen en 8 mannen en iedere leeftijdscategorie is vertegenwoordigd. Het merendeel (8 respondenten) is tussen de 25 en 35 jaar oud. 16 van de 19 early adopters beschikken daarnaast over een HBO- of universitaire opleiding. De inkomenssituatie van de betreffende huishoudens is bijna gelijkmatig verdeeld in lage, midden en hoge inkomens (7, 6, 6). In het dagelijkse bestaan heeft de grootste groep een werkzaam leven (10), in een meerpersoonshuishouden (13), als ouder van één of meer kinderen (10) en is woonachtig in een koopwoning (9). De early adopters in dit onderzoek zijn wat betreft persoonskenmerken en leefsituatie dus zeer divers. Of de groep in hun toekomstige wensen wat meer eensgezind is moet blijken.

Kenmerkend voor early adopters is dat zij eerder een product, dienst of technologie beginnen te gebruiken, voordat het grote publiek dat doet. Wellicht geldt dit ook voor de manier waarop zij gebruik maken van een binnenstad, omdat zij dan in het gebruik voorlopen op de rest. Middels een Chi-kwadraattoets (of Fisher's Exact Test) is onderzocht of er een statistisch significant verband bestaat, tussen het wel of niet zijn van een early adopter als afhankelijke variabele en de acht functies van een binnenstad als onafhankelijke variabelen. Van de acht geteste mogelijke samenhangen blijkt alleen het verband met winkelen statistisch significant (0,021) te zijn. Een bijbehorende Cramer's V van 0,236 duidt op een zwakke samenhang. Een blik op de kruistabel (figuur 5.64), leert ons dat wel early adopters vaker niet winkelen in de binnenstad en vice versa. Wanneer dit een voorbode is op de toekomst, zal de winkelfunctie van een binnenstad in belang gaan afnemen of wellicht een andere vorm gaan aannemen.

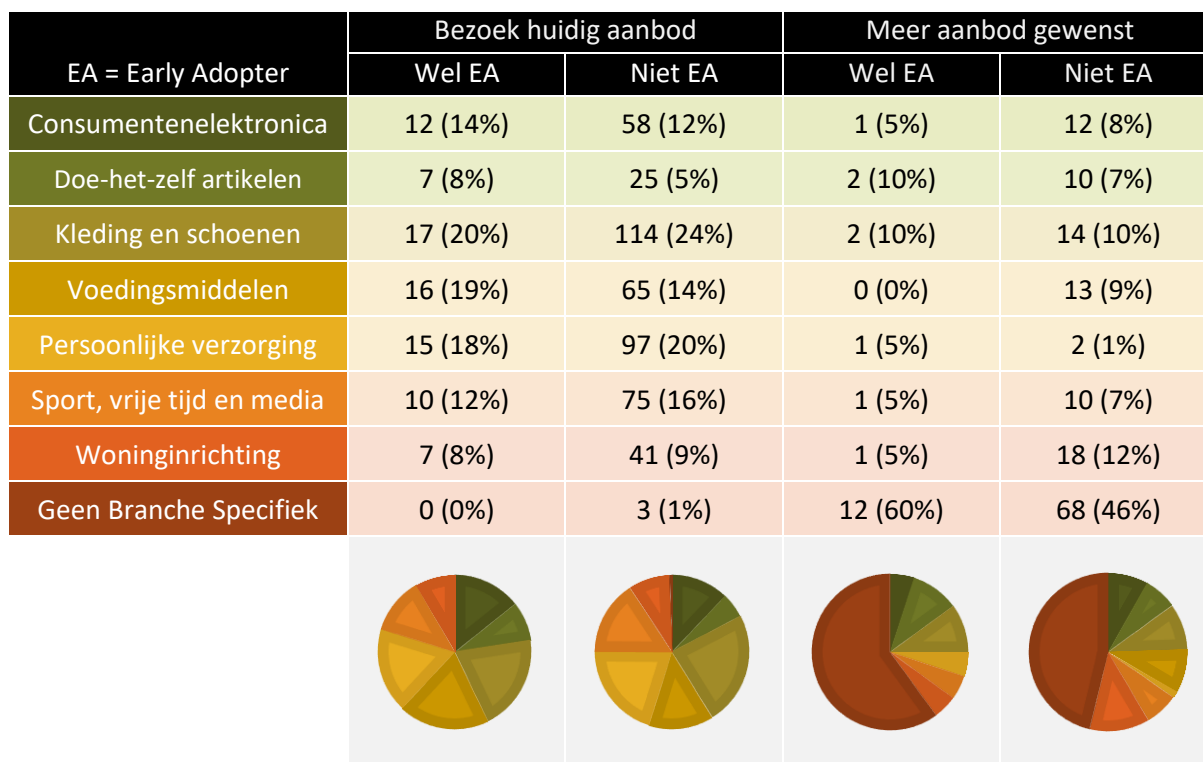
Figuur 5.64: Kruistabel Early_Adopter_3* Winkelen

Winkelen	Early_Adopter_3		Totaal
	Wel Early Adopter	Niet Early Adopter	
Wel winkelen	12%	88%	100%
Niet winkelen	44%	56%	100%
Totaal	14%	86%	100%

Bron: Eigen onderzoek

Naast het huidige gebruik per functie, zijn aan de respondenten vragen voorgelegd over de branches die bezocht worden en welke branches meer gewenst zijn. De algemene beschrijving bij deze vragen is reeds aan bod geweest. In dit geval worden de antwoorden gecombineerd met het wel of niet zijn van een early adopter. Winkelen in de binnenstad blijkt bij early adopters significant minder in trek te zijn. De vraag is dan of bepaalde branches hier een onderbouwing voor bieden, de opdeling per branche is zichtbaar in figuur 5.65. De verschillen tussen wel en niet early adopters lijken niet bijzonder groot te zijn. Voedingsmiddelenwinkels worden in vergelijking vaker door early adopters bezocht en kleding- en schoenenwinkels en winkels voor sport, vrije tijd en media zijn populairder onder de niet early adopters. De vraag naar meer aanbod in de toekomst, is ook groter onder de niet early adopters. Hieruit blijkt dat het merendeel van de voorlopers het huidige aanbod voldoende vindt, misschien ook omdat zij er dus minder gebruik van maken. De verzamelde data geeft geen informatie over hoe vaak men de branches bezoekt, maar enkel of het wel of niet bezocht wordt

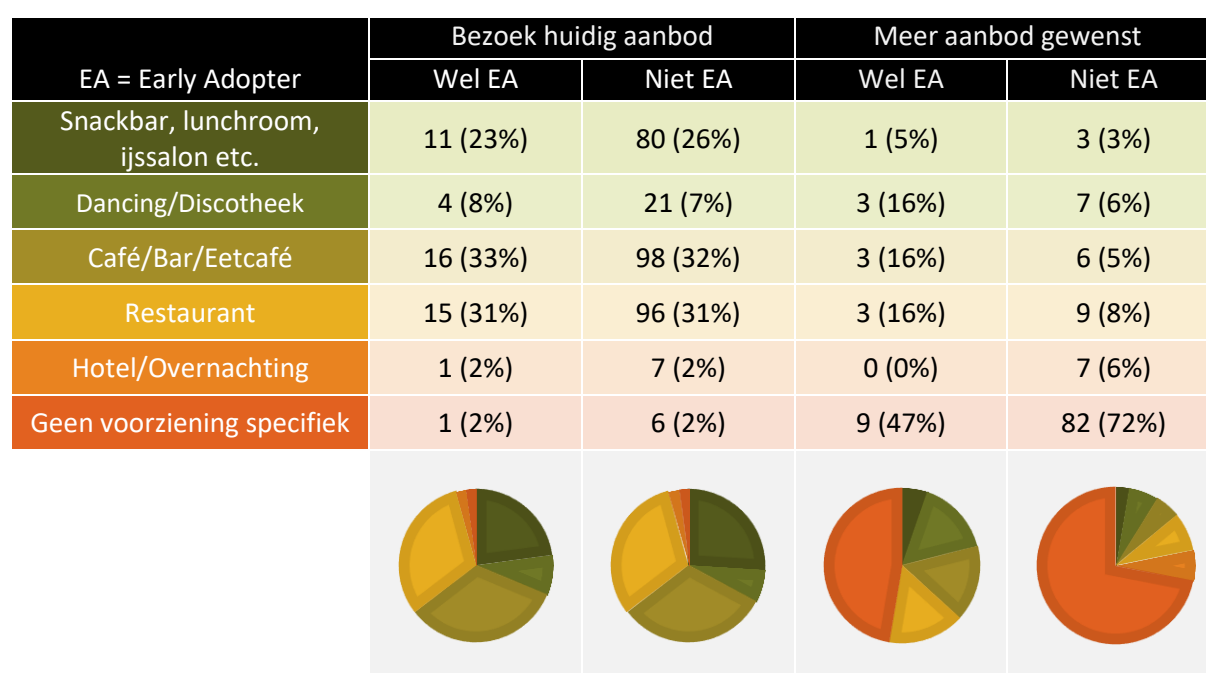
Figuur 5.65: Aankopen detailhandelsbranches huidig en wensen voor toekomst per wel en niet early adopters



Bron: Eigen onderzoek

Waar we bij detailhandel al weinig verschillen konden vinden, geldt dit ook voor de sectoren binnen de horeca (zie figuur 5.66). De bezoeken aan de huidige horecazaken, zijn nagenoeg gelijk. Enkel in de wensen voor meer aanbod zijn enkele afwijkingen waarneembaar. Zo zijn de niet early adopters er in een ruime meerderheid (72%) over eens dat er voldoende horeca aanbod is. De wel early adopters zijn hier meer verdeeld over en zien nog ruimte voor zaken in de categorieën; dancing/discotheek, café/bar/eetcafé en restaurant.

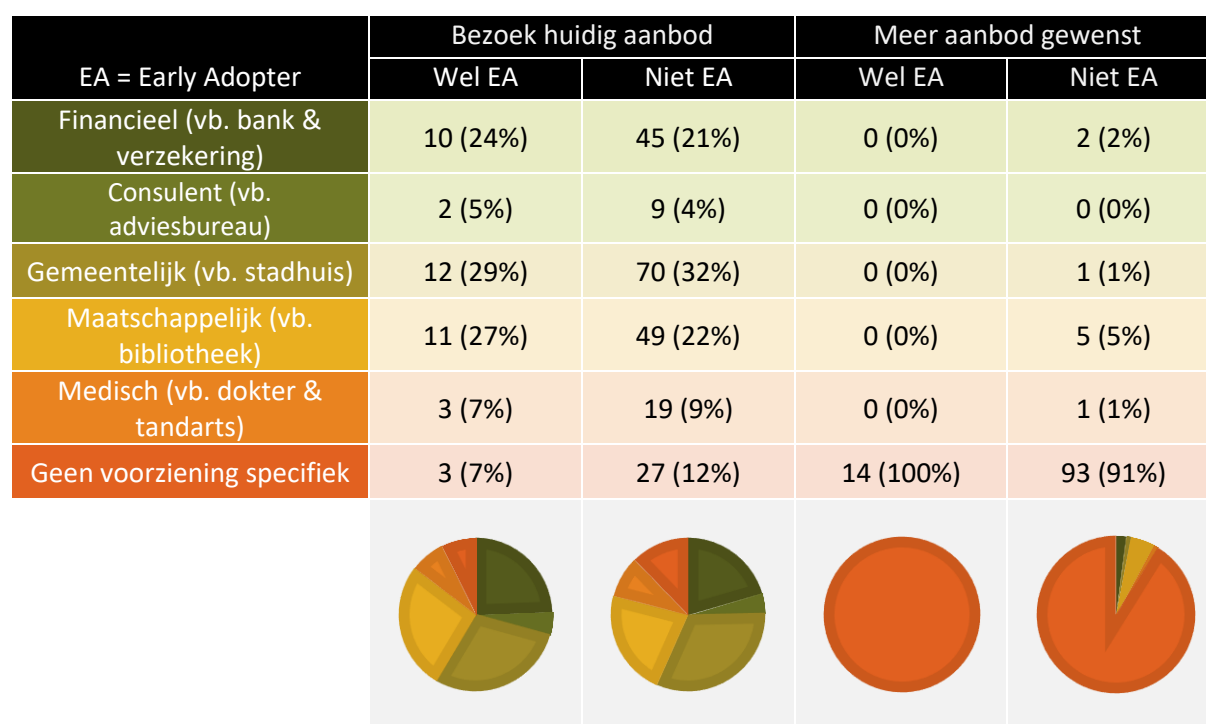
Figuur 5.66: Huidige bestedingen horeca en wensen voor toekomst per wel en niet early adopters



Bron: Eigen onderzoek

Eveneens zijn er ook op het vlak van dienstverlening, maar kleine verschillen zichtbaar (zie figuur 5.67). In de huidige bezoeken valt vooral op dat de maatschappelijke dienstverlening vaker bezocht wordt door de wel early adopters. Kijkend naar het aanbod voor de toekomst zijn de voorlopers heel duidelijk. Geen van hen wenst meer dienstverlening, evenals veel niet early adopters.

Figuur 5.67: Huidig bezoek dienstverlening en wensen voor toekomst per wel en niet early adopters



Bron: Eigen onderzoek

Tot nu toe hebben de geteste verbanden en de gemaakte vergelijkingen een relatief kleine inbreng gegeven voor toekomstvoorspellingen en -aanbevelingen. Een laatste poging tot vergelijking tussen de voorlopers en de massa kan gemaakt worden met de top 5 aan functies die respondenten hebben opgesteld, denkend aan hun ideale toekomstige Nijmeegse binnenstad. De top 5 van meest gekozen functies door de early adopters is: 1. horecavoorzieningen (17x), 2. winkelveorzieningen (13x) en kunst en cultuur (13x), 3. evenementen (12x), 4. ontmoetingsplaatsen/vermaak (9x) en broedplaatsen (9x) en 5. buitenrecreatie (6x), ambachtsbedrijven (6x) en sport- en recreatievoorzieningen (6x). De early adopters zijn dermate verdeeld dat op sommige plaatsen dubbele of driedubbele klasseringen gelden. Echter vormen de eerste 5 genoemde functies (dus t/m plek 4) ook de top 5 van alle respondenten. Wanneer we kijken welke functies per rang het vaakst benoemd zijn, ontstaat de volgende top 5: 1. winkelveorzieningen (6x), 2. horecavoorzieningen (7x), 3. kunst en cultuur (4x), 4. evenementen (6x) en 5. ambachtsbedrijven (2x) en sport- en recreatievoorzieningen (2x). Vergeleken met de top 5 van alle respondenten zijn de plekken 1 t/m 4 hetzelfde ingevuld. Enkel plek 5 kent een andere functie met ambacht en sport en recreatie in tegenstelling tot buitenrecreatie. Al met al blijkt dat onder de groep van voorlopers er maar weinig sprake is van eensgezindheid in gebruiken en wensen. De groep kent een grote diversiteit op de bekeken vlakken en geeft daarmee weinig duidelijke aanknopingspunten richting een toekomstvisie voor de binnenstad. Gelukkig is de aanpak met early adopters dan ook niet het enige onderdeel in een aanbeveling richting de toekomst.

Hoofdstuk 6 **Conclusies**

Alle stappen van het onderzoek zijn doorlopen. Hiermee is het tijd om terug te koppelen naar het begin, door antwoord te geven op de daar geformuleerde hoofd- en deelvragen. De informatie uit de eerdere hoofdstukken wordt hiervoor samengebracht tot de conclusie (6.1). Vervolgens is er een reflectie op het voorliggende onderzoek (6.2). Tot slot wordt afgesloten met de aanbevelingen ten aanzien van de Nijmeegse binnenstad en voor mogelijk vervolgonderzoek (6.3).

6.1 Conclusie

Dit onderzoek is begonnen met de hoofdvraag: hoe beïnvloeden leefstijlen het gebruik van een Nederlandse binnenstad vroeger, nu en in de toekomst? Het moment is aangebroken om deze vraag, op basis van de verzamelde gegevens, te beantwoorden. Dit gaat plaatsvinden aan de hand van de onderliggende drie deelvragen, welke ieder zijn toegespitst op één van de drie tijdsperioden. De deelvragen luiden als volgt: wat zijn de invloeden van 1) vroegere, 2) hedendaagse en 3) toekomstige leefstijlen op het gebruik van een Nederlandse binnenstad? Te beginnen met de invloeden van de vroegere leefstijlen. Er wordt immers op basis van een terugblik naar het verleden en een kijk op het heden, uitspraak gedaan over de toekomstige mogelijkheden voor de Nijmeegse binnenstad.

6.1.1 Verleden

Voor informatie in het kader van de vroegere leefstijlen is literatuur geraadpleegd en is gesproken met experts. De Nijmeegse binnenstad heeft in vergelijking met 30 jaar geleden de nodige veranderingen doorgemaakt. Ondanks dat de grootste aanpassingen in de recentere historie van de stad al eerder plaatsvonden met het bombardement en de daaropvolgende wederopbouw vanaf 1944. Heeft de verdere ontwikkeling van de binnenstad niet stilgestaan. Diverse plekken in de binnenstad zijn gemoderniseerd. Zoals de experts beamen vonden de belangrijkste veranderingen van de afgelopen 30 jaar plaats onder het Centrum2000 plan (1990). Verschillende krantenberichten van destijds beschrijven dat het aan de vooravond van een nieuw millennium zaak was voor veel steden hun binnenstad te renoveren. De neergang van Nijmegen als winkelstad, met een verlies aan aantrekkingskracht, teruglopend bezoek en onder druk staande omzetten, moest worden gekeerd. Nijmegen kende veel filiaalaanbod en weinig speciaals, waardoor de concurrentie van andere steden, maar ook dorpswinkels, extra goed merkbaar was (Dinther, 1999). Onder het Centrum2000 plan zijn verschillende projecten uitgevoerd, denk aan het Valkhofmuseum en het cultureel kwartier. De ontwikkelingen rond de Mariënborg zijn het meest beschreven en met name de aanleg van een nieuwe winkelstraat in het hart van de stad. De Marikenstraat, welke op 15 september 2000 officieel is geopend, is een straat met 2 verdiepingen voor winkels en vanaf de 1^{ste} etage woningen. De nieuw gecreëerde doorgang maakte het voor het eerst mogelijk een rondje te lopen, in plaats van dezelfde

weg weer terug te moeten. Met het toevoegen van de Moenenstraat in 2003 in het verlengde van de Marikenstraat is het circuit nog groter geworden. Architectenbureau Soeters en Van Eldonk uit Amsterdam ontwierp het plan voor de Marikenstraat. Uit een gesprek van van Dinther (1999) met de architect Sjoerd Soeters blijkt de motivatie van de architect. Zo zei Soeters destijds dat de toekomst van de stad ligt in het verleden, in de knusheid van oude binnensteden. De opwaardering van binnensteden moet gezien worden als een contrabeweging van de vereenzaamde moderne mens. Intimiteit is daarin het sleutelwoord, met een binnenstad waar je elkaar ontmoet. Soeters zou daarmee het liefste zowel meer als kleinere pleinen maken en de winkelstraten smaller. Dit in tegenstelling tot de maatstaven van de jaren vijftig en zestig, waar de auto nog voorrang had.

Golfbewegingen

Hetgeen gewenst is veranderd. Van ruim baan voor de auto naar smalle straten en pleinen. Het is maar een voorbeeld van de veranderingen welke in de loop der tijd te herkennen zijn. Net als in de mode, waar kleding van vroeger weer terugkomt, zijn dergelijke golfbewegingen ook in de stadsplanning zichtbaar. Een goed voorbeeld is de grootschalige verhuizing vanaf de jaren 90 van woonwinkels vanuit de binnenstad naar de woonboulevards. Recent zien we dit type aanbod langzaam terugkeren. Hetzelfde geldt voor het wonen en het winkelvloeroppervlak, van winkels met meerdere verdiepingen naar winkels (of horeca) met daarboven woningen. Mede daardoor van woningen de stad uit, naar nu het wonen de binnenstad weer in. Lange tijd was er in de winkelsector sprake van schaalvergroting. Het aantal vierkante meter per winkel in Nederland is de afgelopen decennia fors toegenomen, van minder dan 50 vierkante meter per winkel in 1968 naar 300 vierkante meter in 2018. Hiermee is het oppervlakte in vijftig jaar tijd verzesvoudigt (CBS, PBL, RIVM & WUR, 2019). Deze ontwikkeling heeft voor een groot deel te maken met de ketenvorming/filialisering als een belangrijke trend uit het recente verleden. Tegelijkertijd zien we volgens de experts ook een tendens in afnemende winkelmeters. Denk aan kleine speciaalzaken of ambachtelijke winkeltjes. Trends blijven zich daarmee afwisselen en komen ook weer terug. Waar eerder, onder andere met het Centrum2000 plan, uitbreiding van de binnenstad gewenst was. Is er nu in steden, met veel leegstand, meer sprake van het compacter maken van de binnenstad. Beïnvloedt door de schommelingen in de conjunctuur. Waarin periodes dat het goed gaat en uitbreiding wordt beoogd worden afgewisseld met slechtere tijden en dingen worden ingeperkt. We kunnen daarmee stellen dat wat vroeger de opinie was, na een periode van afwezigheid, weer de trend kan worden. De visies van het verleden kunnen dan maar zo weer (deels) de visies van de toekomst zijn. Maar wat was de binnenstadvisie van het verleden?

Hiërarchie

De multifunctionaliteit is de meerwaarde van de binnenstad. Zoals van Dam (1998) beschrijft over de binnenstad van toentertijd, vormde het winkelen de economische basis waarop de andere activiteiten

konden plaatsvinden. Gebaseerd op een vergelijking van Baldock (1994) met de 'quality of life'. Wordt aangenomen dat de behoeften van mensen een hiërarchie vertonen. Waarin eerst aan de basisbehoeften moet worden voldaan, alvorens nieuwe behoeften in beeld komen, telkens om de kwaliteit van leven te verbeteren. Dit principe heeft Baldock toegepast op de binnenstadsbezoeker (zie figuur 6.1). De uitwerking is geen wetmatigheid voor iedere bezoeker, maar het maakt bijvoorbeeld wel duidelijk dat het verbeteren van de fysieke omgeving weinig zin heeft als er niet eerst voldoende winkelaanbod is (in van Dam, 1998). Het bieden van voldoende (winkel)aanbod staat dus voorop. Ook de experts bevestigen dat vroeger de binnenstad nog echt een dominantie had als aankoopplaats, je kon er bijna alles kopen. Als dan een bepaald aanbod verdwijnt wordt ook de bezoekersgroep uitgefilterd. In de loop der tijd heeft een verschuiving plaatsgevonden van de binnenstad als een echt winkelhart naar een binnenstad met een uitgebreidere functiemix. Dit wijst al op een ander soort binnenstadsgebruiker en wellicht veranderende leefstijlen. De wijziging van het aanbod gaat immers samen met een gewijzigde vraag en vice versa. Uit de verzamelde informatie valt op te maken dat de mensen vroeger veel meer gebonden waren aan de binnenstad en diens winkels. Denk aan de huidige invloeden van internetaankopen en de toenemende mobiliteit. Nederland kan, in tegenstelling tot vroeger, als één grote winkellocatie worden gezien. Daarmee lijkt het of de mensen vroeger meer trouw waren aan bepaalde winkels of winkellocaties. Daarnaast was de consument ook nog minder kritisch en geïnformeerd. Hedendaags kan men via allerlei kanalen informatie verzamelen, prijzen vergelijken en meningen uitwisselen. Deze wijze van leven leidde tot een vroegere binnenstad welke gekenmerkt wordt door een uitgebreid winkelaanbod en een focus op modernisering.

Figuur 6.1: Behoeftehiërarchie van de binnenstadsbezoeker



Bron: (Baldock, 1994 in van Dam, 1998).

6.1.2 Heden

Een bezoek aan de binnenstad heeft in vergelijking met vroeger duidelijk een andere invulling gekregen. Zaken waarvoor men eerst nog naar de binnenstad moest, kunnen nu ook veelal online worden geregeld. Denk aan bankieren, winkelen, documenten aanvragen of kletsen met vrienden. Desondanks heeft de binnenstad nog steeds bestaansrecht, hetzij in een andere vorm. De binnenstad is nu meer dan ooit een ontmoetingsplaats. Naast het winkelen, is de horecafunctie sterk in aandeel aan het toenemen. De afgelopen 10 jaar zijn er ongeveer 50 vestigingen in Nijmegen bijgekomen naar 280 vestigingen in totaal. Het gaat hierbij vooral om lichte horeca, denk aan lunchrooms, ijssalons en snackbars en een toename in de fastfoodsector. Daarnaast hebben veel cafés plaatsgemaakt voor café-restaurants en zijn er verschillende mengvormen van detailhandel, horeca en dienstverlening (blurring) (Gemeente Nijmegen, 2019d). Het begrip ‘naar de stad gaan’ heeft vele betekenissen. Mensen gaan er heen om; te wonen, te werken, boodschappen te doen, te winkelen, horeca te bezoeken, evenementen af te gaan, voor het uitgaan en om te recreëren. In dit onderzoek is tot doel gesteld een leefstijltypering te maken van de verschillende bezoekers en hun bezoekdoel.

Leefstijltypering

Voor de typering zijn verbanden gezocht tussen het gebruik van de binnenstad en de bevroegde leefstijlkenmerken. Na het testen van 192 verbanden op samenhang en het per afhankelijke variabele uitvoeren van een binaire logistische regressie, is het mogelijk meer duidelijkheid te geven. De gevormde typologie bestaat uit acht groepen, welke ieder afzonderlijk met de bijbehorende kenmerken onderstaand worden beschreven. De percentages staan voor het aantal respondenten dat de betreffende functie gebruikt in de binnenstad ten opzichte van het totaal aantal gebruikte functies.

4%							
Woner							
Bij ‘de woner’ zijn vier verbanden statistisch significant gebleken en vormen daarmee de typering. ‘De woner’ is vaker van <u>jongere leeftijd</u> (jonger dan 25 t/m 45 jaar), heeft vaker <u>geen kinderen</u>, is vaker woonachtig in een <u>huurwoning</u> en vindt de binnenstad vaker belangrijk ter uitvoering van de <u>hobby</u>. Niet geheel verassend is leeftijd en het hebben van kinderen van invloed. Eerder was al aangegeven dat de binnenstad niet voor iedere leeftijd even interessant is. Zo werd verondersteld, maar is dus ook deels gebleken, dat mensen met (kleine) kinderen en bejaarden minder in de binnenstad komen en er minder vaak wonen. Dat het wonen in de binnenstad vaak samengaat met het hebben van een huurwoning, sluit aan bij het feit dat er in Nijmegen-centrum meer huurwoningen dan koopwoningen zijn. Meer onverwachts is het gegeven dat de hobby van de respondent een duidelijke invloed heeft op de keuze zich er te vestigen. De genoemde hobby’s in combinatie met de binnenstad zijn: wandelen, sporten, afspreken met vrienden, fotograferen, winkelen en naar de film gaan.							

4%

Werker

Bij 'de werker' zijn zes verbanden statistisch significant gebleken en vormen daarmee de typering. 'De werker' is vaker van jongere leeftijd (jonger dan 25 t/m 45 jaar), heeft vaker een lagere opleiding (LBO / MAVO / VMBO en MBO / HAVO / VWO), heeft vaker werk als hoofdbezigheid, brengt vaker een bezoek aan de binnenstad voor (voormalig) werk of studie, pauzeert vaker in de binnenstad en vindt de binnenstad vaker belangrijk voor werk of studie. Dat leeftijd en opleiding invloed hebben wordt waarschijnlijk veroorzaakt door de hoge aantallen arbeidsplaatsen in de horeca- en detailhandelssector in de binnenstad. Dergelijk werk heeft over het algemeen minder hoge opleidingseisen en wordt veelal verricht door jongere mensen. 'De werkers' hebben hun werk ook vaker als hoofdbezigheid, en zijn dus niet meer aan het studeren. Logisch zijn de verbanden met de overige werk-gerelateerde leefstijlindicatoren.

10%

Boodschappenbezoeker

Bij 'de boodschappenbezoeker' zijn vijf verbanden statistisch significant gebleken en vormen daarmee de typering. 'De boodschappenbezoeker' heeft vaker een hogere opleiding (HBO/Universiteit), behoort vaker tot een eenpersoonshuishouden, heeft vaker de binnenstad de laatste keer alleen bezocht, vindt de binnenstad vaker belangrijk ter besteding van de vrije tijd en het uitvoeren van de hobby. Dat opleiding van invloed is kan wellicht verklaart worden door het aanwezige supermarktaanbod en dan met name het ontbreken van discounters als Aldi en Lidl. Daarnaast kan het zijn dat de bewoners van de binnenstad over het algemeen een hogere opleiding hebben, ondanks dat dit verband niet significant is gebleken in dit onderzoek. Voor het doen van boodschappen kiezen mensen toch vaak een supermarkt dicht bij huis. Hetzelfde geldt voor de huishoudenssamenstelling. In het centrum van Nijmegen zijn meer éénpersoonshuishoudens woonachtig. De mensen die boodschappen doen in de binnenstad komen dan ook vaker alleen en behoren tot een dergelijk huishouden. Dat 'de Boodschappenbezoeker' wellicht vaker in (de buurt van) de binnenstad woont verklaart het belang van deze plek voor de vrije tijd en de hobby. Veel mensen uit de onderzoeksgroep zien het bezoeken van de binnenstad immers wel als een vorm van vrijetijdsbesteding, maar voeren hun hobby's grotendeels ergens anders uit. Dit geldt, zoals eerder gebleken, niet voor de 'woner'. De verschillende kenmerken tezamen, wekken de suggestie, dat de 'boodschappenbezoeker' vaker woonachtig is in of in de buurt van de binnenstad.

22%

Winkelbezoeker

Bij 'de Winkelbezoeker' zijn twee verbanden statistisch significant gebleken en vormen daarmee de typering. 'De winkelbezoeker' is vaker een **vrouw** en vindt de binnenstad vaker belangrijk voor de **detailhandelsaankopen**. Er zijn daarmee relatief weinig echte significante verbanden gevonden. Buiten het feit dat er in de onderzoeksgroep, meer vrouwen behoren tot het winkelend publiek, kan 'de winkelbezoeker' eigenlijk nog steeds iedereen zijn. Aan deze groep, zijn op basis van dit onderzoek, immers weinig kenmerken toe te kennen. Het nieuwe model met de twee gevonden verbanden, verklaart ook niks meer dan het kale model. Voor 94% van de respondenten is het winkelen een bezoekreden, waarmee op acht mensen na, eigenlijk iedereen winkelt in de binnenstad. De groep van winkelbezoekers kent daarmee een grote diversiteit. Bijna iedereen koopt wel eens iets in de binnenstad. Vandaar dat er wellicht echt verschil gemaakt kan worden (in mogelijk vervolgonderzoek), wanneer enkel de mensen die vaak of veel in het jaar in de binnenstad winkelen, tot de groep worden gerekend. In dit verband is het dan nu al interessant om te zien dat 'de winkelbezoeker' de binnenstad significant vaker belangrijk vindt in de totale detailhandelsaankopen. Deze mensen hechten dus een groot belang aan de binnenstad als winkelplek in vergelijking met andere locaties of online winkelen.

19%

Horecabezoeker

Bij 'de horecabezoeker' zijn vier verbanden statistisch significant gebleken en vormen daarmee de typering. 'De horecabezoeker' is vaker van **jongere leeftijd** (jonger dan 25 t/m 45 jaar), heeft vaker een **hogere opleiding** (HBO/Universiteit), vindt de binnenstad vaker belangrijk in de totale **horecabestedingen** en ziet de binnenstad vaker als een **ontmoetingsplek**. Voor een studentenstad als Nijmegen is het niet verwonderlijk dat 'de horecabezoeker' vaker jong en hoog opgeleid is. Met name de zaken voor het nuttigen van eten en drinken zijn populair. 'De horecabezoeker' lijkt ook graag af te spreken met anderen, gezien zij vaker de binnenstad als een ontmoetingsplek zien. Dit sluit aan bij de huidige verandering van een 'place to buy' naar een 'place to meet', waarbinnen het aandeel horecaken flink is toegenomen. De horeca vervult daarmee een grote rol binnen het ontmoeten en de belevingsfunctie, maar ook binnen de horecabestedingen van 'de horecabezoeker'.

16%

Evenementbezoeker

Bij 'de evenementbezoeker' zijn vier verbanden statistisch significant gebleken en vormen daarmee de typering. 'De evenementbezoeker' wil vaker in de **binnenstad wonen** of is er al woonachtig, vindt de binnenstad vaker belangrijk in de totale **horecabestedingen**, ziet de binnenstad vaker als een **ontmoetingsplek** en vindt de binnenstad vaker belangrijk ter besteding van de **vrije tijd**. In Nijmegen

zijn jaarlijks vele evenementen. Naast het plezier dat mensen hier aan beleven, kunnen events ook overlast veroorzaken voor omwonenden. Handig is het dan om te zien dat deze bezoekers ook diegene zijn, die graag in de binnenstad willen wonen of er al wonen. Het bezoeken van een evenement gaat vaak samen met het nuttigen van eten of drinken in de horeca, het afspreken met vrienden of bekenden en het ontmoeten van nieuwe mensen. Het is daarmee niet verassend dat juist deze kenmerken waarneembaar zijn. De samenkomst van de kenmerken lijkt er zelfs op te wijzen dat de 'evenementbezoeker' een frequent bezoeker is. Niet voor niks is de binnenstad belangrijk in de invulling van de vrije tijd.

11%

Uitgaansbezoeker

Bij 'de uitgaansbezoeker' zijn vier verbanden statistisch significant gebleken en vormen daarmee de typering. 'De uitgaansbezoeker' is vaker van **jongere leeftijd** (jonger dan 25 t/m 45 jaar), vindt de binnenstad vaker belangrijk in de totale **horecabestedingen**, ziet de binnenstad vaker als een **ontmoetingsplek** en vindt de binnenstad vaker belangrijk ter besteding van de **vrije tijd**. Wat als eerste opvalt is dat 'de uitgaansbezoeker' in kenmerken grotendeels overeenkomt met 'de evenementbezoeker'. De respondenten die uitgaan zijn enkel vaker jonger en willen niet significant vaker wonen in de binnenstad. Het uitgaan is in de respondentengroep onder jongeren dus populairder, waar het bezoeken van evenementen populair is onder alle leeftijden. Ook hier is wellicht de grote groep studenten in Nijmegen een verklaring. De binnenstad voorziet in verschillende uitgaanslocaties, waarmee het ook logisch is dat dit type bezoeker de binnenstad belangrijk vindt in de totale horecabestedingen. Men ontmoet er nieuwe mensen of spreekt af met bekenden waarmee de binnenstad, ook in het uitgaansleven, een heuse ontmoetingsplaats is. Dat ook 'de uitgaansbezoeker' waarschijnlijk een regelmatig terugkomende bezoeker is blijkt ook uit het belang dat wordt gehecht aan de binnenstad ter besteding van de vrije tijd.

14%

Recreant

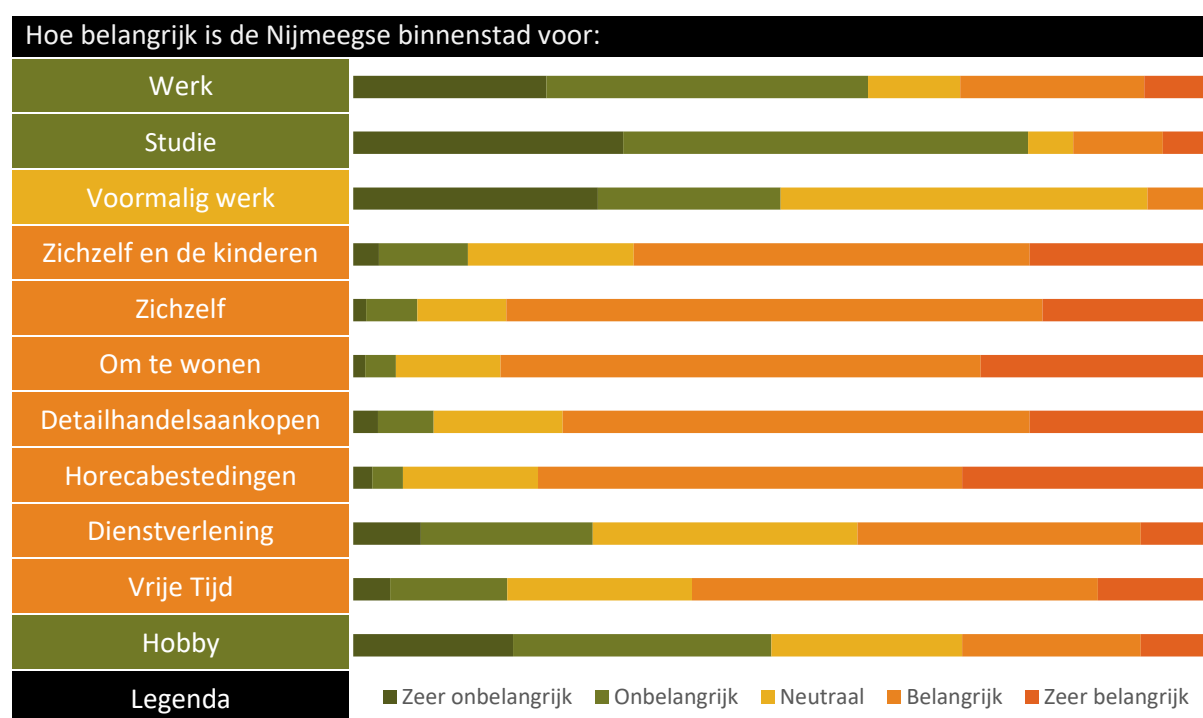
Bij 'de recreant' zijn zes verbanden statistisch significant gebleken en vormen daarmee de typering. 'De recreant' is vaker een **man**, is vaker tussen de **25 en 45 jaar** oud, heeft vaker een **hogere opleiding** (HBO/Universiteit), maakt vaker **veel uren op het werk** (30-40+ uur/bijbaan: 20-30 uur), ziet de binnenstad vaker als een **ontmoetingsplek** en vindt de binnenstad vaker belangrijk ter besteding van de **vrije tijd**. Dit type gebruiker komt in de binnenstad ter recreatie en ontspanning en waarschijnlijk om stoom af te blazen van het werk. Het begrip recreatie is een ruim begrip, waarmee het ook onduidelijk is hoe iedere respondent deze functie heeft opgevat. Onder ontspanning behoren immers ook winkelen en het bezoeken van horecazaken. Het recreëren gebeurt in de vrije tijd en waarschijnlijk

ook samen met anderen (ontmoetingsplek). Aangaande de bevindingen omtrent geslacht, leeftijd en opleiding, is het geven van mogelijke verklaringen moeilijk. Duidelijk is enkel dat de respondenten met deze kenmerken vaker hun activiteiten in de binnenstad bestempelen als recreatie.

Leefstijlaspecten

Een andere indicator in dit onderzoek voor de invloeden van leefstijlen op de hedendaagse binnenstad, zijn de in de enquête steeds herhaalde 'hoe belangrijk is'-vragen. Deze vragen zijn per leefstijlaspect aan bod gekomen en vormen tezamen een goede impressie van het belang van de binnenstad voor de onderzoeksgroep. In figuur 6.2 zijn de gecombineerde antwoorden zichtbaar gemaakt. Duidelijk waarneembaar is dat binnen het leefstijlaspect werk (of studie) de binnenstad het minst belangrijk is. Op de aspecten; gezin, wonen, consumptie en vrije tijd kan de binnenstad als belangrijk worden aangewezen. Op het vlak van hobby's zijn respondenten verdeeld, maar vindt het merendeel de binnenstad onbelangrijk. Hedendaags speelt dus voor het overgrote deel van de respondenten en diens leefstijlen de binnenstad een belangrijke rol in hun leven. Dit lijkt daarmee een goed uitgangspunt voor de verdere toekomst.

Figuur 6.2: Gecombineerde antwoorden respondenten op alle 'hoe belangrijk is'-vragen op een gestapelde 100%-schaal



Bron: Eigen onderzoek

Early Adopters

Aanvullend is aandacht besteed aan het aanwijzen van de early adopters binnen de onderzoeksgroep. Dit met de redenering dat de 19 geselecteerde respondenten wellicht voorlopen op de rest met de manier waarop zij gebruik maken van de binnenstad. Significant is de bevinding dat de early adopters

vaker niet winkelen in de binnenstad. Dit gegeven kan een voorbode zijn op een verdere verandering of afname van de winkelfunctie. Uitgesplitst naar detailhandelsbranches zijn er geen duidelijke verschillen waargenomen tussen de wel en niet early adopters. De early adopters hebben enkel een minder grote vraag naar meer aanbod in de toekomst, wellicht omdat zij er nu al minder gebruik van maken en uitwijken naar andere aankoopplaatsen (online en/of offline). Op het vlak van de horeca zien de voorlopers nog ruimte voor zaken in de categorieën; dancing/discotheek, café/bar/eetcafé en restaurant. Wat betreft de dienstverlening zijn geen duidelijke verschillen waargenomen. Alles bij elkaar is er weinig sprake van eensgezindheid in gebruiken en wensen onder de early adopters. Wellicht is de huidige groep te klein van omvang om duidelijke aanknopingspunten richting de toekomst te kunnen vinden.

6.1.3 Toekomst

De early adopters boden geen duidelijk handvat in het komen tot aanbevelingen voor de toekomst. Uit de eigen aanpak van de gemeente Nijmegen (2017b) voor de toekomst van de binnenstad blijkt een duidelijke focus op het bieden van meer beleving. De binnenstad moet meer dan ooit een ontmoetingsplek worden. Zo is voor de horeca de afgelopen tijd, ook beleidsmatig, al meer ruimte mogelijk gemaakt. Denk aan het toestaan van ondersteunende horeca en ruimere regels voor lichte horeca-concepten in delen van de binnenstad. Daarnaast zal ook de rijke culturele geschiedenis van Nijmegen beter zichtbaar worden. Zo moet de Lange Hezelstraat, als oudste winkelstraat van Nederland, ingericht worden als museumstraat en gaan cultuurhistorische objecten door de stad met elkaar worden verbonden doormiddel van een verlicht groen lint. Ook ziet de gemeente kansen in het aantrekken van ouderen en gezinnen met kinderen. De binnenstad moet daarmee aantrekkelijk worden voor alle doelgroepen. Binnen het eerder aangehaalde G40-stedennetwerk, waar Nijmegen deel van uitmaakt, worden drie punten benoemd in de aanpak naar vitale binnensteden. Als eerste de focus op beleving en vermaak (profiëren), samen met een compactere binnenstad (concentreren) en meer publiek-private organisatiekracht (organiseren) (Stedennetwerk G40, 2019). De voorliggende onderzoeksresultaten sluiten aan bij de beoogde aanpak van de gemeente Nijmegen en de G40. De driedeling in profiëren, concentreren en organiseren bieden tezamen een geschikte kapstok om de bevindingen voor de toekomst, voortkomend uit dit onderzoek, aan op te hangen.

Profiëren

Profiëren doormiddel van een focus op beleving en vermaak. Dit als één van de aspecten in het aandacht vestigen op alles wat de Nijmeegse binnenstad te bieden heeft. Volgens de Jong (1996) zijn er duidelijk twee groepen met behoeften. Zo zijn er de bewoners en werkenden met meer dagelijkse aankopen en activiteiten en is er voor de bezoekers een regiofunctie met bijvoorbeeld het funshoppen. Het gaat hierin om de verschillende functies van de binnenstad, die tezamen iets aanbieden wat in de

directe omgeving van de bezoeker niet te vinden is. In het komen tot een juiste functiemix voor de toekomst voor beide groepen zijn er verschillende instrumenten die ingezet kunnen worden. Een zwak instrument zoals duur parkeren kan in de mix worden gecompenseerd met een zeer sterk instrument als een uniek aanbod. De aantrekkelijkheid van de binnenstad bestaat volgens de Jong uit een mengeling van de volgende instrumenten: winkelaanbod, horeca, 'cultuur' en evenementen, toegankelijkheid, parkeren, veilig en schoon en openingstijden.

Veel van deze aspecten spreken voor zich. Specifiek toegepast op Nijmegen lijken de respondenten tevreden met de huidige staat van de binnenstad. Deze wordt door hen omschreven als sfeervol, gezellig en gemoedelijk. Het heeft een historische uitstraling, is compact en beloopbaar en heeft een mooie ligging aan de Waal(kade). Op het vlak van het aanbod, is een groot deel van de onderzoeksgroep van mening dat er een voldoende en divers aanbod is. Tegelijkertijd is de meest benoemde zwakte een te eenzijdig winkelaanbod. Kijkend naar het niveau van de huidige detailhandel, zijn 86 respondenten tevreden. Wanneer het gaat om de toekomstige detailhandelsvraag, wil men meer winkels in de categorieën; doe-het-zelf, wonen en consumentenelektronica. Daarnaast is er vraag naar andere segmenten of prijsstellingen van winkels in kleding, schoenen en voedingsmiddelen. Zowel kleinschalige speciaalwinkels als grootschalige warenhuizen worden gewenst. Er moet hierin een juiste branchering zijn van groot en klein en van filiaalbedrijven en uniekere speciaalzaken. Daarnaast kunnen ook tijdelijke initiatieven een invulling zijn, om het winkel- of horeca aanbod verrassend te houden. Betreffende het huidige aanbod aan horeca zijn 109 respondenten tevreden. Vraag is er vooral naar meer en/of andersoortige restaurants en een nieuwe dancing/discotheek. Steeds meer mensen zien het bezoeken van horeca als een nieuw doel of een leuke afwisseling tijdens bijvoorbeeld het winkelen. Over de dienstverlening zijn 131 respondenten tevreden met het aanbod. Er is enkel een kleine vraag naar meer voorzieningen in de maatschappelijke dienstverlening.

Nijmegen scoort goed wanneer het gaat om cultuur en evenementen. Denk aan de aanwezige historie, welke beter zichtbaar moet gaan worden, samen met de verschillende musea, pleinen en evenementen. Dit maakt de Nijmeegse binnenstad authentiek en geeft verschillende doelgroepen een reden tot bezoek. Kansen liggen er volgens de onderzoeksgroep nog wel in het toevoegen van meer groen en openbare zitplekken (anders dan terrassen) evenals het organiseren van meer evenementen en activiteiten. Verder is er sprake van een goede toegankelijkheid wanneer men de binnenstad kan bezoeken zonder veel barrières tegen te komen. Hierbij gaat het dus om een goede bereikbaarheid met alle verschillende modaliteiten maar bijvoorbeeld ook om de toegankelijkheid voor rolstoelen. Het instrument parkeren sluit hier op aan. Er moeten immers voldoende bereikbare, veilige en betaalbare parkeerplaatsen en stallingen beschikbaar zijn. Volgens de respondenten liggen hier voor Nijmegen kansen in het vergroten van de voorzieningen en het betaalbaarder maken van parkeren.

Mensen willen ook een betere verbinding tussen de weg, het water en het spoor. Oftewel de verbinding van de stad met de Waalkade en het station. De instrumenten veilig, schoon en openingstijden spreken voor zich, maar zijn weinig ter sprake gebracht. In de door de onderzoeksgroep gevormde rangordes, zijn de bij beleving passende functies populair. Te weten; winkels, horeca, kunst en cultuur, evenementen, ontmoetingsplaatsen en buitenrecreatie. Broedplaatsen, woonlocaties en ambachtsbedrijven zijn ieder nog door meer dan 30 respondenten benoemd. Duidelijk minder populair wanneer men maar uit vijf functies mag kiezen zijn sport- en recreatievoorzieningen en kantoorlocaties. Het implementeren van aanpassingen, resulteert echter vaak in verschillende dilemma's. De keuzes op ieder vlak moeten daarmee goed overdacht worden. Afwegingen voortkomend uit dit onderzoek zijn bijvoorbeeld: een levendige binnenstad voor bezoekers versus een leefbare binnenstad voor bewoners. Fiets en auto parkeren dicht bij winkels versus parkeren verder weg, meer groen en openbare zitplekken versus meer horeca terrassen en meer OV-voorzieningen in de binnenstad versus meer rust en ruimtelijke kwaliteit.

Concentreren

Een compactere binnenstad door het aanbod te concentreren. Zoals van der Krabben (2013) eerder al beschreef, maar ook in dit onderzoek is gebleken, gaat de behoefte aan winkelruimte in de toekomst verder afnemen. Leegstaande (winkel)panden, toenemende concurrentie en andere functies die in populariteit toenemen maken dit zichtbaar. Het winkelgebied, als onderdeel van de binnenstad, wordt daardoor compacter. Dit biedt ruimte voor andere functies, die baat hebben bij een centrale locatie in de stad. Naast de voor de hand liggende functies als horeca en woningen, ziet van der Krabben ook ruimte voor andere functies als; zorgfuncties, onderwijsvoorzieningen, kantoorruimte, bedrijfsmatige functies en recreatieve- en sportvoorzieningen. In de Nijmeegse binnenstad is er ook ruimte voor andere functies in de leegstaande panden en de omliggende straten. Veel leegstaande panden vinden nu een nieuwe invulling in de horeca. De sterk toenemende horeca heeft daarmee deels al de winkelfunctie vervangen. Dit is logisch met de toenemende vraag naar horecavoorzieningen, maar overaanbod ligt op de loer. Zoals Koninklijke Horeca Nederland (KHN), afgelopen maart heeft gewaarschuwd: "Te vaak wordt horeca door gemeenten gezien als wondermiddel voor een leegstaand winkelpand of als snelle bijverdienste voor teruglopende detailhandelsomzetten. Het gevolg is dat er in sommige binnensteden een *overkill* aan horeca ontstaat. Dit leidt niet tot sterkere, maar juist tot zwakkere binnensteden. Want de totale omzet van die stad moet door meer horecaondernemers worden verdeeld. Mensen gaan immers niet twee keer lunchen of uit eten op één dag. Het is dan ook wachten op de volgende economische tegenwind om de gaten in de winkelstraat weer te zien ontstaan." (KHN, 2019). Het is daarmee belangrijk dat de binnenstad een bestendige invulling krijgt, gelet op de mogelijke investeringen voor beheer, transformatie en herontwikkeling. Naast het aanbod

aan horecazaken, welke prima aansluiten bij de profilering op ontmoeting, beleving en vermaak. Is er ook een duidelijk belang in een sterke woonfunctie. Alle verschillende bezoekers leveren een bijdrage aan de economie van de binnenstad, maar het belangrijkste is een stabiele binnenstedelijke bevolking. Bewoning versterkt immers het draagvlak voor voorzieningen en geeft een verblijfsreden buiten de openingstijden. Zeker met het huidige woningtekort is woningbouw haalbaar, ook in de binnenstad.

Aangaande de verwachtingen van de geïnterviewde experts gaat het in eerste instantie ook over de toename van de horeca. Bovendien denkt men dat de functiemix zich gaat aansluiten bij datgene wat past bij een ontmoetingsplaats. Dit betekent naast meer horeca, ook meer beleving en cultuur. Deze laatste vaker in de vorm van evenementen dan gebouwde cultuur. Met een verwachte trend van festivalisering blijkt er sowieso meer behoefte aan tijdelijkheid en steeds nieuwe dingen om te bezoeken. De binnenstad moet daarmee het decor worden van vermaak, met bijvoorbeeld verschillende vormen van openbare opvoeringen, pleinen, terrasjes, boulevards, festivals en markten. De interactie met het omliggende gebied mag hierin niet ontbreken. Nijmegen heeft een goede uitgangspositie met de Waal, het eiland en de Ooijpolder. Minder sterk is het ontbreken van echte dagattracties en de magere sfeer van musea ten opzichte van andere steden. Daarnaast zou meer speciaal aanbod in de retail en de horeca een versterking betekenen voor het onderscheidend vermogen. In een verzorgingsgebied van 300 tot 400 duizend mensen is het mogelijk om iets bijzonders te doen. Zo ook met het implementeren van andere functies, denk aan flexplekken voor ZZP'ers, sportvoorzieningen (binnen en buiten), werkplekken voor onderwijs of ruimtes waarin mensen een tijdelijke winkel of kraam kunnen inrichten.

Eveneens kan onder het concentreren van het aanbod, naast het compacter maken van de binnenstad, ook gedacht worden aan het ordenen er van. Doelend op het sorteren van het aanbod op branche of thema. In Nijmegen krijgt dit steeds meer vorm in verschillende kwartieren. Denk aan het cultureel kwartier bij de Mariënburg met onder andere een bibliotheek en LUX. Verder wordt ook ambacht een functie. De Bloemerstraat wordt het ambachtswartier waarin de keten van productie, verkoop en nazorg wordt geëtaleerd. Dit kwartier moet het podium zijn voor nieuwe producten en concepten en moet huisvesting bieden aan creatieve bedrijfjes zoals deze nu in het Honigcomplex aanwezig zijn. Geheel aansluitend bij trends als 3D-printen, waarin mensen weer dingen zelf willen produceren. In de Hertogstraat wordt ingezet op een culinair kwartier met een mengvorm tussen horeca, detailhandel, ambacht en leisure. Dit moet er voor zorgen dat de straat veranderd van een grotendeelse doorgaansroute in een verblijfstraat. Door naast deze kwartieren de gehele Nijmeegse binnenstad op te delen, kan ieder gebied een eigen identiteit gegeven worden. Goed voor de aantrekkelijkheid kan dan ieder gebied tezamen met de aanwezige ondernemers worden gepromoot.

Organiseren

Een georganiseerde binnenstad doormiddel van meer publiek-private organisatiekracht. De overheid is op veel beleidsthema's al lang niet meer de sterk sturende partij van voorheen. Zoals de experts ook stellen hoeft de overheid het tegenwoordig niet allemaal zelf te doen. Participatie van belanghebbenden, vaak in georganiseerde vorm, is enorm belangrijk wanneer een bottom-up sturing wordt beoogd. Hierin is het bijvoorbeeld mogelijk voor lokale ondernemers, projectontwikkelaars of vastgoedeigenaren om initiatief te nemen in het aanpakken van ruimtelijke opgaven in de binnenstad. Dit kan zowel in het ontwikkelproces als in financiële zin. Het meebepalen en meebetalen moeten daarin goed zijn verdeeld. Wanneer mensen ergens aan meebetalen brengt dit immers ook een mate van commitment aan het plan met zich mee. Zonder al te zware financiële belasting kan een plan dan al breder worden gedragen onder de belanghebbenden, welke elk hun eigen kosten-batenanalyse maken. Voor bedrijven geldt dan dat elke investering terugverdiend moet worden. Daarmee komen meestal de maatschappelijke doelen, de kwaliteit van de openbare ruimte (schoon, heel en veilig) en up-to-date verlichting voor 'rekening van het gemeen'. De grootste uitdaging tussen de gemeente en de andere actoren is om op zoek te gaan naar elkaars toegevoegde waarde. Lokaal besturen wordt steeds meer het activeren van elkaars verantwoordelijkheden (Krabben, 2013).

In Nijmegen werken veel actoren samen binnen het Huis voor de Binnenstad. Deze stichting heeft tot doel het realiseren van meer bezoek aan de binnenstad en een gunstig klimaat voor ondernemers. Sinds 2019 is vanuit deze samenwerking het binnenstadfonds opgericht, om gezamenlijke activiteiten ook gezamenlijk te bekostigen. Dit geschiedt via een door de gemeente opgelegde verplichte heffing (reclamebelasting) gekoppeld aan de WOZ-waarde van het pand van de ondernemer. Op deze wijze draagt iedere ondernemer middels een eerlijke verdeling bij aan het fonds en wordt door de verplichte deelname freerider-gedrag voorkomen. Een voorbeeld van een activiteit welke voortkomt uit het fonds is het versieren van de gehele binnenstad met kerstverlichting. Onder andere door het bestaan van Huis voor de Binnenstad kent Nijmegen al een goed georganiseerde manier van werken, welke de betrokken actoren de ruimte geeft voor publiek-private organisatiekracht. Richting de toekomst lijkt Nijmegen op dit vlak al op de goede weg te zijn.

6.2 Reflectie

Nu de uitkomsten duidelijk zijn en de bijbehorende conclusies zijn getrokken. Is het tijd om kort te reflecteren op het onderzoek, diens beperkingen en de in het proces gemaakte keuzes. Dit zal plaatsvinden in twee delen, namelijk een theoretische en een methodologische reflectie.

6.2.1 Theoretische reflectie

De rol van leefstijlen in dit onderzoek is groot, het is immers de wijze waarop de onderzoeksgroep is benaderd, om de uitkomsten meer richtinggevend en houdbaar te laten zijn. Het toepassen van leefstijlen in een onderzoek heeft zijn voor- en nadelen, zoals beschreven in hoofdstuk 2. Nu het onderzoek daadwerkelijk is uitgevoerd, kan bekeken worden in hoeverre de kanttekeningen van leefstijlen invloed hebben gehad op de interpretatie van de data. Zo is de discussie beschreven of gedrag en voorkeuren gecombineerd dienen te worden of dat het enkel gaat om een van de twee. In dit onderzoek is geprobeerd beide te combineren. Er is gevraagd naar het gedrag, maar ook naar de mening over het belang van de binnenstad in de vijf leefgebieden. Zowel de vragen over attitude als gedrag zijn opgenomen in de gemaakte typering. De combinatie heeft de typering mijns inziens versterkt, omdat deze nu op twee manieren toegepast kan worden. Namelijk dat op basis van de gebruikers een inschatting gemaakt kan worden van welke functies gewenst zijn, maar ook dat op basis van het aanbod gekeken kan worden welke leefstijlgroepen aangetrokken kunnen worden.

Vervolgens ging het om de vraag, om wie het gaat in leefstijlonderzoek. In dit geval vooral om de gedragingen en voorkeuren van het individu. Al is wel geprobeerd het sociale netwerk aanvullend mee te nemen. Dit had achteraf diepgaander in de vragen verwerkt kunnen worden. Zeker gezien in de theorie de aard van sociale contacten wordt genoemd als een sleutel tot de structuur van leefstijlen. Leefstijlen zijn afgestemd op de sociale omgeving van mensen en bieden een motief tot statusverwerving en -bevestiging. Met een risico op een te lange vragenlijst, hadden er dus vragen toegevoegd kunnen worden om de familie en vriendengroepen van de respondenten beter in kaart te brengen. Denk aan omschrijvingen van het sociale netwerk en de gedeelde activiteiten en meningen.

Verder zijn er de nadelen dat leefstijlen een dynamisch karakter hebben en dat de mensen tegenwoordig moeilijk in hokjes in te delen zijn. Deze nadelen leggen weinig beperkingen op aan de data zelf, maar vooral aan de houdbaarheid van de resultaten. Het onderzoek heeft plaatsgevonden op één bepaald moment in de tijd, met de toen bestaande context en doet uitspraak over de leefstijlen die personen toen hadden. Eventuele veranderingen zijn daarin niet te volgen. De gekozen aanpak, waarin niet meer dan één generatie vooruit wordt gekeken en mensen van alle leeftijden (met uitzondering van kinderen) zijn geënquêteerd, heeft goed gewerkt. Een brede groep in verschillende levensfasen simuleert immers deels de verandering die mensen in hun leven doormaken. Daarnaast is het nooit mogelijk om in een leefstijltypologie iedereen te vertegenwoordigen of juist in te delen op basis van de kenmerken. Dit kan dan ook nooit het doel zijn, zeker niet wanneer de resultaten enkel van toepassing zijn op de onderzoeksgroep.

Early adopters

Als extra invalshoek is in dit onderzoek gezocht naar de early adopters onder de respondenten. Ondanks dat de groep in omvang representatief is volgens de theorie, namelijk 13,5% van het totaal, is er weinig sprake van eensgezindheid in gebruiken en wensen. De manier waarop de early adopters zijn geselecteerd, lijkt daarmee goed te zijn uitgepakt. Op basis van een algemene persoonlijke inschatting van mensen over zichzelf, is in alle mogelijke rollen, gezocht naar de respondenten met een vooruitlopende blik. Daarentegen is met een groep van maar 19 mensen het zoeken naar significante verbanden lastig gebleken. Wanneer de totale respondentengroep redelijk klein is, is ook het aandeel early adopters aan de kleine kant. Het is daarmee aan te raden dat bij een onderzoek naar early adopters een grote onderzoeksgroep wordt nagestreefd.

6.2.2 Methodologische reflectie

De verzamelde data, kent zoals reeds beschreven in hoofdstuk 3, een aantal beperkingen en aanmerkingen welke invloed hebben op de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek. Een belangrijke beperking is dat de resultaten niet generaliseerbaar zijn tot alle binnenstadsgebruikers. Door het ontbreken van een steekproefkader is het trekken van een aselechte steekproef immers geen mogelijkheid. Ondanks dat dit een grote limitatie is van het onderzoek, heb ik geen idee hoe dit voorkomen had kunnen worden, indien alle binnenstadsgebruikers worden meegenomen. In het geval enkel binnenstadsbewoners worden geraadpleegd is er wel een gemeentelijke registratie welke als steekproefkader kan dienen. Voor de vraagstelling van dit onderzoek is de inbreng van enkel de bewoners niet toereikend, waarmee een selecte steekproef de enige optie was.

Doordat de selectie van de steekproef heeft plaatsgevonden op basis van beschikbaarheid (gemakssteekproef), zijn er groepen welke minder kans hadden op deelname aan het onderzoek. Dit zijn; de mensen met een korte verblijfstijd in de binnenstad, de mensen die de grotere straten niet bezoeken of zelfs de binnenstad helemaal niet (meer) bezoeken, de mensen die de binnenstad s 'avonds en s 'nachts bezoeken (uitgaansleven) en de buitenlandse toeristen. Dit kan grotendeels voorkomen worden als het onderzoek grootschaliger wordt opgezet. Dan moet het enquêteren plaatsvinden op meer dagen en door meerdere personen, in de gehele binnenstad en ook op andere plaatsen in Nijmegen, in de avonden en ook in het Engels. Logischerwijs was dit met de beschikbare tijd en middelen niet mogelijk, maar is er bij de verwerking van de data bewust omgegaan met de beperkingen. In mogelijk vervolgonderzoek op dit thema kan hier rekening mee worden gehouden.

Daarnaast is tijdens het enquêteren opgevallen dat niet iedere respondent de benoemde functies eenduidig heeft toegepast. Dit heeft invloed op de validiteit van het onderzoek, aangezien dan niet wordt gemeten, wat men wilt meten. In dit onderzoek is de binnenstad onderverdeeld in acht functies. De meeste functies spreken voor zich, maar de verwarring was er vooral omtrent uitgaan en

recreatie. Verschillende respondenten hebben bijvoorbeeld het bezoeken van een bioscoop ofwel toebedeeld aan de functie uitgaan of aan recreatie. Hiermee zijn de geboden antwoordmogelijkheden op dit punt niet wederzijds uitsluitend gebleken. Het was aan de respondent zelf om een indicatie te geven van hoe hij/zij het bezoek typeert. Zo kan een cafébezoek in de avonduren ook vallen onder zowel de functie uitgaan als horeca. Voor een hogere validiteit had dit beter afgebakend moeten zijn.

6.3 Aanbevelingen

In de doelstelling van dit onderzoek zijn aanbevelingen beoogd die kunnen gelden voor toekomstgerichte binnenstedelijke visies, beleidsdocumenten en theorievorming omtrent leefstijlen in ruimtelijke vraagstukken. Zoals nu bekend hebben de resultaten maar een beperkte geldigheid, desondanks kunnen er nog steeds lessen worden getrokken.

6.3.1 Leefstijltypologie

Dit onderzoek heeft geresulteerd in een verkenning van de toepassing van leefstijlen in de ontwikkeling van een binnenstad. Voor de echte toepassing is het aan te raden een grotere onderzoeksgroep te raadplegen en wellicht het onderzoek uit te voeren in verschillende steden. Dit kan interessante data opleveren omtrent de verschillen in de opbouw van steden en het aanwijzen van de algemeen geldende kenmerken voor de verschillende typen binnenstadsgebruikers. Vervolgonderzoek betekent daarmee een nuancering van de typering. Uiteindelijk kan dan aan de hand van de typologie beter richting gegeven worden aan de manier waarop functies kunnen worden uitgebouwd omdat het een inschatting geeft van de vraag. Daarnaast geeft het duiding aan de wijze waarop een bestaande binnenstad is opgebouwd en kan op basis van het aanbod gekeken worden welke leefstijlgroepen gericht kunnen worden aangetrokken.

6.3.2 Vervolgonderzoek

Bovendien zijn er op basis van dit werk ook andere suggesties te geven voor verder onderzoek. Zo heeft de binnenstad in verloop van tijd zoveel meer redenen voor een bezoek gekregen, dan enkel en alleen het winkelen. Dit biedt, samen met de bestaande leegstand, ruimte voor andere functies die baat hebben bij een centrale locatie in de binnenstad. In dit kader is gepleit voor het toelaten van andere functies, zoals; sport, zorg, onderwijs en werkplekken. Daartegenover staat dat er nog weinig bekend is over de behoefte aan dergelijke functies. Vervolgonderzoek is dus mogelijk naar het daadwerkelijke animo voor deze functies in de binnenstad.

Tevens is er vervolgonderzoek mogelijk vanuit een meer kwalitatieve insteek, zoals het maken van stadswandelingen met binnenstadsgebruikers. Hiermee kan preciezer in kaart worden gebracht op welke wijze de binnenstad wordt gebruikt en kan informatie verkregen worden over hetgeen de

gebruiker belangrijk vindt in de bezochte functies en wat mist. Ook kan diepgaander bepaalt worden welke aspecten in de binnenstad indruk maken en waar verbetering mogelijk is.

6.3.3 Slotsom

Dit brengt ons tot de slotsom dat de effecten van leefstijlen er altijd zijn. Het is ook niet de vraag of leefstijlen invloed uitoefenen maar eerder op welke wijze. Door de verschillende tijdsperioden heen is de beïnvloeding niet veranderd. Het zijn de leefstijlen zelf, en de mate en wijze waarop mensen deze uitdragen, welke veranderen. De manieren waarop mensen leven en willen leven hebben ieder hun eigen uitwerkingen op de binnenstad. Immers zoveel mensen, zoveel wensen. Een binnenstad waarin een veelheid aan functies wordt gemengd en waarin ontmoeting wordt gezien als de bindende factor lijkt daarmee het meest toekomstbestendig. Evenals een binnenstad waar aanpassing mogelijk is en ook wordt gestimuleerd. Een binnenstad is zodoende nooit af en zal altijd aan veranderingen onderhevig blijven. Een goed functionerende toekomstige binnenstad is daarmee een dynamische binnenstad, met een focus op beleving en vermaak en een steeds verassend en veranderend aanbod. Een geconcentreerde binnenstad, met een rijk aanbod binnen aantrekkelijke clusters. En een binnenstad werkend op basis van publiek-private samenwerkingen, waarin alle partijen de mogelijkheden hebben ideeën te bewerkstelligen. Alles tezamen is dit een handvat voor de toekomstige binnenstad.

Literatuurlijst

- Aarle, S., van, Bardoel, J., Blommensteijn, W., Heijmans, T., Raatgever, A., Romijn, R., & Weltevreden, J. (2014). *Winkelgebied van de toekomst, bouwstenen voor publiek-private samenwerking*. Den Haag: Platform31.
- Ashworth, G.J. & Seip, M.M. (1998). *Binnensteden onder de loep*. In Seip, M.M. & Ashworth, G.J. (eds.). *Binnensteden: Analyse van gebruik en beheer*. Alphen aan den Rijn: Samsom, 9-15.
- Boekema, F., Buursink, J. & Wiel, J., van de (1996). *Inleiding*. In Boekema, F., Buursink, J., & Wiel, J., van de (eds.) *Het behoud van de binnenstad als winkelhart*. Assen: van Gorcum, 1-7.
- Boer, F., de (2006). *Mixed Methods: een nieuwe methodologische benadering*. Kwalon, 32(11), 2.
- Boode, S. & Lycklama, T. (2015). *Verblijfsrecreatie op de Veluwe: onderzoek naar het perspectief voor de sector*. Driesbergen-Rijsenburg: Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd.
- Bosch, E. M., Sleutjes, B. W. H., & Ouwehand, A. L. (2012). *Stijl van leven, stijl van bouwen: Branding en leefstijlen in gebiedsontwikkeling*. Rotterdam: Platform Corpovenista.
- Buursink, J. (1996). *De betrekkelijkheid van de aantrekkelijkheid van de binnenstad als koopcentrum*. In Boekema, F., Buursink, J. & Wiel, J., van de (eds.) *Het behoud van de binnenstad als winkelhart*. Assen: van Gorcum, 33-48.
- CBS, PBL, RIVM & WUR (2019). *Leegstand van winkels, 2004-2018*. Geraadpleegd via <https://www.clo.nl/indicatoren/nl2151-leegstand-winkels>.
- Dam, M.G., van (1998). *Branchering in stadscentra: een straatgerichte aanpak via overleg en huur of koop*. In Seip, M.M. & Ashworth, G.J. (eds.). *Binnensteden: Analyse van gebruik en beheer*. Alphen aan den Rijn: Samsom, 27-39.
- Dinther, M., van (1999, 24 april). Grote plannen tussen Rijn en Waal. *De Volkskrant*. Geraadpleegd via <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/grote-plannen-tussen-rijn-en-waal~b8f2b782/?referer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>.
- DTNP (2014). *Dynamiek door beleid: Hoe de overheid de winkelstructuur vitaal houdt*. Nijmegen: DTNP.
- Erdman, P.H. (2008). *Op zoek naar beleving. Onderzoek naar een belevingsconcept voor winkelgebieden*. Amsterdam: School of Real Estate.
- Evers, D., Tennekes, J., & Dongen, F. van (2014). *De bestendige binnenstad: Een verkenning van de leegstand, het leefklimaat, het voorzieningenniveau, het vestigingsklimaat en de economische structuur van de Nederlandse binnenstad*. Den Haag: PBL.
- Ganzeboom, H. (1988). *Leefstijlen in Nederland: een verkennende studie*. Alphen aan den Rijn: Samsom.
- Gemeente Nijmegen (2013). *Nieuw en actueel inzicht in Nijmeegse leefstijlen: Burgerschapstijlen in Nijmegen*.
- Gemeente Nijmegen (2015). *Binnenstad van de toekomst: Visie op transformatie en aanpak leegstand*.
- Gemeente Nijmegen (2017a). *Stadscentrummonitor 2016 – 2017*.
- Gemeente Nijmegen (2017b). *Binnenstad van de toekomst: Transformatieaanpak Binnenstad 2017-2018*.
- Gemeente Nijmegen (2019a). *Stads- En Wijkmonitor 2019*.
- Gemeente Nijmegen (2019b). *Stadscentrum Monitor 2018-2019*.
- Gemeente Nijmegen (2019c). *Ontwikkeling Centrum*. Geraadpleegd via <http://www.nijmegen.nl/over-de-gemeente/dossiers/dossier-ontwikkeling-centrum/>.
- Gemeente Nijmegen (2019d). *Horeca-onderzoek in de binnenstad*.
- Jong, J. de (1996). *Winkels kunnen zonder een binnenstad*. In Boekema, F., Buursink, J., & Wiel, J., van de (eds.). *Het behoud van de binnenstad als winkelhart*. Assen: van Gorcum, 49-55.

-
- Keeris, W. (2007). *Gelaagdheid in leegstand*. In T. van der Voordt (eds.) *Transformatie van kantoorgebouwen: Thema's, actoren, instrumenten en projecten*. Rotterdam: Uitgeverij 010, 204-211.
 - KHN (2019). *Oproep KHN voor Provinciale Statenverkiezingen: voorkom wildgroei en overaanbod horeca*. Geraadpleegd via <https://www.khn.nl/nieuws/oproep-khn-voor-provinciale-statenverkiezingen-voorkom-wildgroei-en-overaanbod-horeca>.
 - Knox, P.L. & Marston, S.A. (2012). *Human Geography. Places and religions in global context*. UpperSaddle River. New Jersey: Pearson Education, Inc.
 - Korzilius, H. (2008). *De kern van survey-onderzoek*. Tweede druk. Assen: Uitgeverij van Gorcum.
 - Krabben, E., van der (2013). *Toekomst binnensteden: dynamiek en ontwikkelingsstrategieën*. Nijmegen: Radboud Universiteit.
 - Lange, M., de (2005) *Op weg naar een aantrekkelijke binnenstad? Een onderzoek naar de strategische keuze van projecten voor binnenstadsmanagement*. Nijmegen: Masterthesis, Radboud Universiteit.
 - Lange, R. B., de & Mol, A. C. (1999). *Omgevingskwaliteit van de binnenstad, waardering voor de winkelomgeving: de aantrekkingskracht van binnenstedelijk vastgoed*. Delft: Delft University Press.
 - Marlet, G. & Berg, N., van den (2009). *De aantrekkelijke stad: moderne locatietheorieën en de aantrekkingskracht van Nederlandse steden*. Nijmegen: VOC uitgevers.
 - Ministerie van BZK (n.d.). *Kennisbank Openbaar Bestuur*. Trends en ontwikkelingen. Geraadpleegd via <http://kennisopenbaarbestuur.nl/thema/trends-en-ontwikkelingen/>.
 - Pinkster, F. & Kempen, R., van (2003). *Vraagtekens bij leefstijlen*. Geraadpleegd via http://www.nul20.nl/issue7/1vd_2.
 - Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed (2016). *Nijmegen binnenstad. Toonbeeld van de wederopbouw*. Amersfoort: Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed.
 - Rijt, J., van de & Santema, S. C. (2012). The best value approach in the Netherlands: A reflection on past, present and future. *Journal for the Advancement of Performance Information and Value*, 4 (2).
 - Roo, G., de & Voogd, J. H. (2007). *Methodologie van planning: over processen ter beïnvloeding van de fysieke leefomgeving*. Bussum: Coutinho.
 - Roodenburg, H. (n.d.). *Stichting Noviomagus.nl. Wederopbouwarchitectuur*. Geraadpleegd via <https://www.noviomagus.nl/Specials/Wob/Def/WOB.htm>.
 - Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A., Booij, M., Borggreve, A., Booy, A., & Beltman, S. (2015). *Methoden en technieken van onderzoek: 7e editie*. Amsterdam: Pearson Benelux.
 - Seip, M.M. (1998). *De rol van musea in binnensteden*. In Seip, M.M. & Ashworth, G.J. (eds.). *Binnensteden: Analyse van gebruik en beheer*. Alphen aan den Rijn: Samsom, 41-51.
 - Stedennetwerk G40 (2019). *Kennisdossier Vitale binnensteden*. Geraadpleegd via <https://www.g40stedennetwerk.nl/kennisdossier/kennisdossier-vitale-binnensteden>.
 - Versantvoort, M. & Laan, L., van der (1998). *Analyse en voorspelling van het regionale arbeidsaanbod in een leefstijl-perspectief*. In Dijk, J., van & Boekema, F. (eds.). *Innovatie in Bedrijf en Regio*. Assen: van Gorcum, 151 - 171.
 - Verschuren, P. & Doorewaard, H. (2007). *Het ontwerpen van een onderzoek: Vierde druk*. Den Haag: uitgeverij Lemma.
 - Wigman, F. & Soet, J., de (1996). *Vastgoedeigenaren ontbrekende partij bij centrummanagement: kader voor samenwerking*. In Boekema, F., Buursink, J. & Wiel, J., van de (eds.). *Het behoud van de binnenstad als winkelhart*. Assen: van Gorcum, 115-125.
 - Wikimarketing (n.d.). *Marketingomgeving*. Geraadpleegd via <http://www.wikimarketing.nl/subject/52/3-marketingomgeving/3.8-markt-neemt-nieuw-product-op>.
-