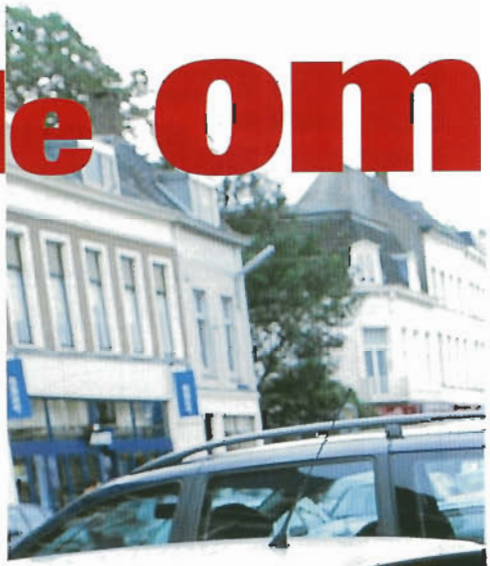
Winkelomzetten fietser en automobilist berekend

Een fietser is o goed voor de om

zie second opinion

Bart Christiaens, afstudeerder NHTV, nu werkzaam bij SOAB
Ineke Spapé, SOAB



Sjoerd van der Hucht

Winkeliers in binnensteden zijn vaak fel tegen autobeperkende maatregelen uit angst voor dalende omzetten. Een fietser besteedt nu eenmaal minder dan een automobilist, zo is de veronderstelling. Is dat terecht?

Over de relatie van verkeer en winkels in binnensteden is in Nederland al het een en ander onderzocht. Bekend is dat de auto het meest gebruikte vervoermiddel naar de binnenstad is.
Ten aanzien van ruimtelijke ordening en winkels is bekend dat het voor steden belangrijk is om te investeren in de kwaliteit van het stadshart. Bij de keuze van de consument voor een bepaald winkelgebied, spelen kwaliteitsaspecten namelijk de grootste rol, boven bijvoorbeeld parkeertarieven. Bereikbaarheidsaspecten blijken daarbij minder van belang te zijn, zolang de bereikbaarheid maar niet beneden een bepaalde kwaliteitsgrens (lees: hele slechte bereikbaarheid) komt. Wel moeten maatregelen die de autobereikbaarheid van de binnenstad verminderen gecompenseerd worden met maatregelen die de kwaliteit van de binnenstad ten goede komen. Het bekende verhaal dus dat push- en pull-maatregelen elkaar versterken.
Consumenten kunnen op drie manieren reageren op ruimtelijke en verkeerskundige ingrepen [1]:

- (vaker) een andere vervoerwijze kiezen,
- grotere loopafstanden of hogere kosten accepteren,
- het ruimtelijk kooppatroon wijzigen.

De kwaliteit van de maatregelen zal onder andere bepalend zijn voor de manier waarop de consument reageert, met andere woorden of de gevolgen van de maatregelen positief of negatief zijn voor de winkelomzetten en het winkelbezoek in binnensteden. Daarnaast speelt nog een aantal andere factoren een rol, zoals het percentage regiobezoek, concurrerende binnensteden, imago binnenstad, modal-split en diverse consumentenaspecten.
Om een goede inschatting te kunnen maken van de gevolgen van maatregelen zou een stad dergelijke factoren voor zichzelf op een rijtje moeten zetten in een soort profielschets (zie schema).
Als gemeenten niet alleen vooraf een inschatting wil hebben van de gevolgen van fietsstimulerende en autobeperkende maatregelen, maar ook daadwerkelijk de gevolgen wil meten, dan is het belangrijk dat er meer gedaan wordt aan monitoring. De profielschets kan daarbij een hulpmiddel zijn, omdat deze verder reikt dan alleen de relatie 'omzetgegevens - maatregel - omzetgegevens' en meer factoren meeneemt die van invloed zijn op de winkelomzetten.
Verder is het belangrijk dat een gemeente niet alleen kijkt naar de gevolgen op korte termijn. Die kunnen nogal heftig zijn door een schokeffect. Op de lange termijn zullen de effecten van bijvoorbeeld verhoging van het parkeertarief zich uiteindelijk kunnen herstellen en stabiliseren.

Vervoerwijze en bestedingen • In dit artikel concentreren we ons op de relatie tus-

ok zet

sen vervoerwijze en omzet. Om een beeld te kunnen krijgen van de gebruikte vervoermiddelen van de consumenten naar de binnenstad, de omzetten van de winkeliers in de binnenstad en de relatie tussen beiden, kunnen de volgende twee methoden worden gebruikt:

- de consumentenenquête, waarbij diegene van een huishouden die de meeste boodschappen doet mondeling (meestal telefonisch) wordt gevraagd naar de gebruikelijke vervoerwijzekeuze en het gebruikelijke besteed bedrag;
- de passantenenquête, waarbij de consument op straat wordt gevraagd naar de feitelijke vervoerwijze en het feitelijk besteed bedrag op die onderzoeksdag.

Over het algemeen wordt de passantenenquête als beste methode beschouwd, omdat deze factoren als weersomstandigheden, aard van de aankopen, combinatiebezoeken, en dergelijke het beste meeneemt. Deze factoren zijn weer in relatie te brengen met de bezoekfrequentie, modalsplit, percentage regiobezoek en bestedingen. Verder weten mensen vaak beter wat ze op een bepaalde dag hebben uitgegeven, dan wat ze gemiddeld of gebruikelijk uitgeven.

De onderzoeken moeten uitgevoerd worden op piekmomenten zoals de zaterdag en de koopavond. Maar ook is het van belang te bepalen wanneer er sprake is van een 'normale' weekdag, om ook dan onderzoek te doen dat kan dienen als referentie naast de piekmomenten.

Omzetberekening • Momenteel wordt de omzet per vervoerwijze berekend door het percentage bezoeken met vervoerwijze A te vermenigvuldigen met het gemiddeld besteed bedrag per vervoerwijze A. Een voorbeeld staat uitgewerkt in tabel 1.

Vraag is of dit wel de juiste benadering is, want het verschil in bezoekfrequentie tussen de auto en de fietser wordt niet expliciet meegenomen. Het antwoord op deze vraag ligt besloten in het volgende voorbeeld: gedurende een hele week worden alle bezoekers van de binnenstad geteld en gevraagd naar hun uitgaven en hun vervoermiddel. Als een automobilist 1x in de week naar de stad gaat, dan zal deze 1x worden geënquêteerd. Een fietser daarentegen die 2x in de week naar de stad gaat, wordt 2x geënquêteerd. Deze fietsers wordt ook 2x als zijnde een fietser geregistreerd.

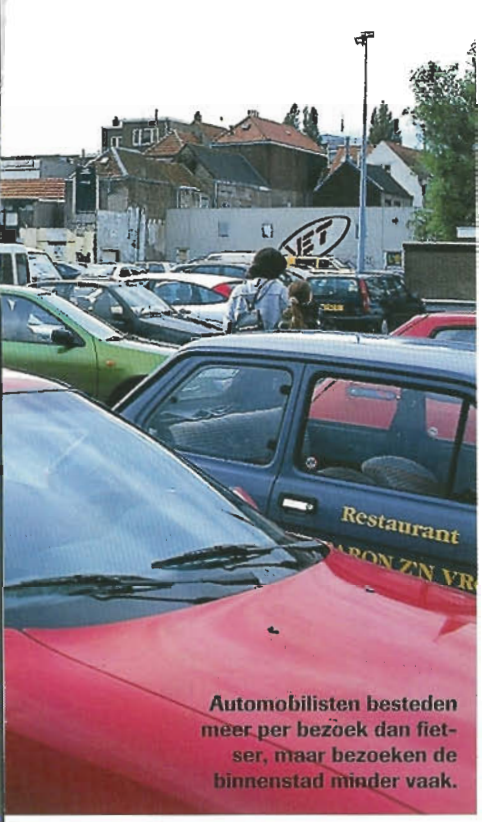
Conclusie: het aantal fietsers in personen is in het voorbeeld 300 met een frequentie van 2x in de week en het aantal fietsbezoeken is 600. Het aantal automobilisten in personen is 400 met een frequentie van 1x

in de week en het aantal autobezoeken is dus ook 400.
Op basis van de bovenstaande benadering wordt de bezoekfrequentie bij een statistisch goed onderzoek dus automatisch meegenomen in aantallen fietsbezoeken en autobezoeken.
In het kader van een afstudeerproject is een andere methode ontwikkeld om te bezien of het opnemen van de variabele 'bezoekfrequentie' tot een ander/beter resultaat zou leiden.
Met de gegevens uit tabel 1 is een fictief maatregelenpakket uitgewerkt, dat leidt tot een verlies van 150 automobilisten. Dit leidt tot de volgende conclusies.
Aangezien de weekomzet van een automobilist 100 gulden is (1 bezoek met een besteding van 100 gulden) is het totale weekverlies 150 x 100 = 15 000 gulden (zie tabel 1 en 2).
Een fietser heeft een weekomzet van 2 x 40 = 80 gulden. Dit betekent dat er per week 15000/80 = 187,5 extra fietsers in personen naar de stad moeten komen om het totale weekverlies te compenseren (dit zijn dus 375 extra fietsbezoeken per week).
Om draagvlak te creëren onder winkeliers voor dit maatregelenpakket zou er dus aangetoond moeten worden dat het maatregelenpakket niet alleen leidt tot het verlies van 150 automobilisten, maar ook voor 187,5 extra fietsers 'in personen'.
Vervolgens is deze berekening ook doorgerekend op de gebruikelijke methode uit tabel 1.
Ook hier blijkt de berekening correct: er zullen namelijk 375 extra fietsbezoeken moeten plaatsvinden om het verlies van 150 autobezoeken te compenseren (tabel 2).
Dit bevestigt dat de gebruikelijke methode goed is. De bezoekfrequentie komt bij het nemen van een juiste steekproef terug in het percentage vervoerwijze.

Bezoekfrequentie • Toch kan een kanttekening worden geplaatst bij de gebruikelijke methode: de methode kan alleen vaststellen dat een vermindering van het aantal auto's gecompenseerd kan worden door zoveel extra fietsbezoeken. Maar in een stad waar de bezoekfrequentie van de fietser hoger is, zullen minder extra fietsers 'in personen' hoeven te worden aangetrokken om het extra aantal fietsbezoeken te bereiken. Als in het bovenstaande voorbeeld de bezoekfrequentie van de fietser 3 was geweest met hetzelfde bestede bedrag per bezoek, dan zouden er maar 125 extra fietsers 'in personen' aangetrokken hoeven te worden in plaats van 187,5.
Dit kan worden opgelost door wel naar de bezoekfrequentie te vragen en deze weer te geven zoals in tabel 3. Verder wordt in tabel 3 gerekend met aantallen fietsers in personen en automobilisten in personen en in aantallen fietsbezoeken en autobezoeken. Ook is er gerekend met het gemiddeld besteed bedrag per persoon per week. De omzet per vervoerwijze kan dan als volgt worden berekend:

- een vermenigvuldiging van 'vervoerwijze in bezoeken' en 'gemiddeld besteed bedrag per bezoek' (gebruikelijke methode);
- een vermenigvuldiging van 'vervoerwijze in personen' en 'gemiddeld besteed bedrag per persoon per week' (vergelijking per tijdsperiode lijkt logischer dan vergelijking per bezoek, omdat ogenschijnlijk de bezoekfrequentie hierin is meegenomen, tevens lijkt de verhouding uitgave fiets-auto voor de fietser relatief gunstiger uit te pakken).

Praktijkonderzoek • In Breda is in het kader van het afstudeerproject de ontwikkelde methode in de praktijk getoetst. In april van dit voorjaar is een passantenenquête gehouden in de binnenstad van Breda. In het totaal zijn er ongeveer 600 mensen ondervraagd. Het onderzoek vond plaats op een dinsdag (als maatgevende 'doordeweekse dag') en op een zaterdag (als piekmoment). Op die dagen was het weer voor de fietser redelijk gunstig.
De enquêtes zijn afgenomen bij zowel wil-



Automobilisten besteden meer per bezoek dan fietser, maar bezoeken de binnenstad minder vaak.

Voor omzetberekeningen per vervoerwijze moet de bezoekfrequentie worden meegenomen.

Schema
Factoren die van invloed zijn op de aantrekkelijkheid van een binnenstad, samengevat in een profielschets.

Hoofdpunten profielschets	Invloedsfactoren op omzet
Verhouding/evenwicht kwaliteit en bereikbaarheid	Kwaliteitsaspecten van de binnenstad Bereikbaarheidsaspecten van de binnenstad Evenwicht tussen kwaliteit en bereikbaarheid Aanwezigheid concurrerende winkelcentra Kwaliteit en bereikbaarheid concurrerende winkelcentra
Imago binnenstad	Imago binnenstad
Modal-split	Percentage regiobezoek Consumentenaspecten Omvang aankopen
Kenmerken per vervoerwijze	Bestedingen per vervoerwijze Bezoekfrequentie per vervoerwijze

Tabel 1. Voorbeeld (fictief) gangbare omzetberekening. 1000 bezoeken aan de binnenstad zijn geënquêteerd. Van die 1000 bezoeken waren er 600 fietsbezoeken en 400 autobezoeken. Per fietsbezoek werd gemiddeld 40 gulden uitgegeven en per autobezoek werd gemiddeld 100 gulden uitgegeven. Verder komt een gemiddelde fietser 2x in de week en komt de gemiddelde automobilist 1x in de week. De omzetberekening ziet er dan als volgt uit:

	vervoerwijze (%)	gemiddeld besteed bedrag (f)	omzet per vervoerwijze (f)	omzet per vervoerwijze (%)
fietser	60	40	2400	37,5
automobilist	40	100	4000	62,5
totaal	100	64	6400	100

Tabel 2. In het voorbeeld uit tabel 1 wordt een autoreducerende maatregel ingevoerd die leidt tot 150 minder autobezoekers. Berekend is het aantal benodigde fietsers om de omzet op peil te houden (cursief de herberekende getallen).

	vervoerwijze (aantal)	besteed bedrag (f)	omzet per vervoerwijze (f)	omzet per vervoerwijze (%)
fietser	600	40	24000	37,5
automobilist	400	100	40000	62,5
totaal	1000		64000	100
na maatregel				
fietser	975	40	39000	61
automobilist	250	100	25000	39
totaal	1225		64000	100

lekeurige passanten (onder andere voor het bepalen van de modal-split) als gericht bij fietsers en automobilisten (onder andere voor het inventariseren van het besteed bedrag en bezoekfrequentie) in de binnenstad. Hiertoe is aanvullend bij de fietsenstallingen en autoparkeerplaatsen in de stad geënquêteerd. De berekening uit dit onderzoek staat in tabel 4. Verder leert het onderzoek in Breda het volgende:

- Ook in Breda hebben de automobilisten een groter aandeel in de winkelomzetten in de binnenstad dan fietsers.
- De fietsers geven per bezoek minder uit dan de automobilisten, maar komen per tijdperiode vaker naar de binnenstad.
- De fietsers besteden in Breda per tijdperiode meer dan automobilisten.
- De automobilisten dragen door het hoge aandeel in de modal-split het meeste van alle vervoerwijzen bij aan de omzet van winkeliers in binnensteden.
- In Breda kan een verlies van 100 automobilisten opgevangen worden door 70 extra fietsers in personen.
- In Breda bleek op zaterdag 16% en op dinsdag 12% van de automobilisten een potentiële fietser te zijn; als deze poten-

Tabel 3. Berekening als in tabel 1, maar met daarin bezoekfrequenties verdisconteerd.

	vervoer-wijze (bezoeken)	bezoek-frequentie	vervoer-wijze (in personen)	gemiddeld besteed bedrag per bezoek	omzet per vervoer wijze	omzet per vervoer-wijze (%)	gemiddeld besteed bedrag per persoon per week
fietser	60	2	30	40	2400	37,5	80
auto-mobilist	40	1	40	100	4000	62,5	100
totaal	100	1,43	70	64	6400	100	91

Tabel 4. De methoden toegepast in de praktijk (Breda).

	vervoer-wijze (bezoeken)	bezoek-frequentie	vervoer-wijze (in personen)	gemiddeld besteed bedrag per bezoek	omzet per vervoer wijze	omzet per vervoer-wijze (%)	gemiddeld besteed bedrag per persoon per week
fiets	19	1,7	11	107	2033	15	182
auto	47	0,64	73	197	9259	67	126
te voet	15	2,7	6	65	975	7	76
ov	20	2,3	9	81	1620	12	186
totaal	101	7,31	99	450	13887	100	667

tiële fietsers voortaan met de fiets komen, heeft dit geen negatieve invloed voor de winkelomzetten, aangenomen dat de overige automobilisten gewoon blijven komen.

Nieuwe categorie • In de huidige methode worden uitgaven toegeschreven aan één vervoerwijze. In het praktijkonderzoek in Breda bleek echter dat veel aankopen die per auto worden meegenomen zijn voorbereid per fiets. Iemand die met de fiets in de stad is en iets leuks ziet, koopt dit vaak pas een volgende keer als hij/zij met de auto is. Het product kan te groot of te lastig zijn om het met de fiets mee te nemen. De aankoop door de automobilist is als het ware voorbereid door de fietser. Die aankopen zijn dus niet geheel toe te schrijven aan de auto.

Uit het praktijkonderzoek blijkt dat ongeveer 25% van de autobezoekers wel eens met de fiets naar de binnenstad komt. Van deze groep zegt, dat als ze met de fiets zijn, 25% regelmatig aankopen uitstelt tot een later moment als ze met de auto zijn, omdat de aankoop te groot of te lastig is om met de fiets mee te nemen. Nog eens 25% zegt dit wel eens te doen. Deze gegevens bevestigen het nut van een nieuwe categorie 'auto-aankopen voorbereid door de fietser'

Nader onderzoek is nodig om te kunnen vaststellen of dit beeld ook in andere binnensteden kan worden bevestigd. Feit is dat het toevoegen van extra categorieën aan de berekening een beter totaalbeeld geeft van de omzetverdeling over de diverse vervoerwijzen. Hierbij lijkt nader onderzoek naar meer van dergelijke tussencategorieën, waarbij aankopen met een bepaalde vervoerwijze voorbereid zijn door een andere vervoerwijze, nodig te zijn, waarbij ook de vervoerwijzekeuzen openbaar vervoer en te voet aan bod moeten komen.

Literatuur

1. Winkelbezoek en vervoerwijze, IMK, Diemen, 1995.
2. Kesteren, E.E. van, Hoorn, A.I.J.M. van der & Oldenburger, R.H., Detailhandel wijkt niet voor autoluwe binnenstad, artikel in Verkeerskunde nr. 9, 1995, p. 22-26.
3. Christiaens, B.J.L., Fiets en auto om(ge)zet, afstudeerverslag NHTV in opdracht van SOAB, Breda, mei 2000.

Met dank aan: David Wansink (NHTV)

Kortweg

- Automobilisten besteden per bezoek aan de binnenstad meer dan fietsers. Wordt de bezoekfrequentie van fietsers en automobilisten in een bepaalde tijdsperiode meegenomen, dan verandert dit beeld ten gunste van de fietser.
- Een onderzoek in Breda leerde dat het verlies van 100 autobezoekers, kan worden gecompenseerd door 70 extra fietsbezoekers.