

Winkelen en vervoerwijzekeuze

een data-analyse

Patrick van Beynen de Hoog
pvbeynen@reisinformatiegroep.nl
REISinformatiegroep B.V.

Karel Brookhuis
k.a.brookhuis@ppsw.rug.nl
TU Delft/Rijksuniversiteit Groningen

September 2005

Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk 2005,
24 en 25 november 2005, Antwerpen

Samenvatting

Winkelen en vervoerwijzekeuze: een data-analyse

Verkeersproblemen rond winkelbezoek worden steeds nijpender. Om deze het hoofd te bieden is inzicht in vervoerwijzekeuzegedrag rond winkelen noodzakelijk. Juist winkelbezoek kenmerkt zich door een bewuster keuzeproces bij de reiziger ten aanzien van vervoerwijzekeuze. Winkelbezoek wordt gedomineerd door gebruik van de auto en de fiets. Het openbaar vervoer speelt vooral een rol bij bezoek aan binnensteden en stadsdeelcentra. Gezien een verschil in keuzeproces bij verplaatsingen met reismotieven 'winkelen' en 'boodschappen doen' is het voor een meer fundamentele vervolganalyse wenselijk dit onderscheid te hanteren.

Summary

Non-maintenance shopping activities and mode choice : a data analysis

Traffic problems surrounding shopping activities are increasing. Insight in mode choice behaviour of shoppers is necessary to tackle these problems. Especially shopping behaviour is characterized by a more conscious choice process of the traveler regarding the mode choice. Non-maintenance shopping activities are dominated by use of car and bike. Public transport predominantly plays a part when visiting town centres and town subareas. Considering the difference between the choice process for 'maintenance shopping activities' and 'non-maintenance shopping activities', it is essential to handle this distinction for a more fundamental follow-up analysis .

1. Inleiding

Het is een bekend gegeven dat veel mobiliteitsproblemen doordeweeks optreden. Steeds vaker ontstaan echter ook in de weekenden problemen op de weg en in het openbaar vervoer. Denk aan de file bij de afslag naar de IKEA op zaterdag en koopzondag, de overvolle parkeerplekken aan de rand van het Nationale Park De Hoge Veluwe op zondag, de lange files en volle trams richting strand op een mooie dag of de lange wachttijd voor het parkeren bij de koopgoot in Rotterdam op een zaterdag. Om deze problemen het hoofd te bieden wordt bijvoorbeeld betaald parkeren ingevoerd bij winkelgebieden, zoals bij Outlet Centrum Lelystad (Omroep Flevoland, 2005), of wordt gratis openbaar vervoer ingevoerd voor het zaterdagse winkelpubliek zoals in Almere (CDA Almere, 2005).

Mobiliteitsproblemen zijn kortom niet alleen voorbehouden aan de werkende mens, maar ook aan de recreërende - en de winkelende mens. Veel onderzoek en beleid is vooralsnog gericht op maatregelen om woon-/werkverkeer beter onder controle te krijgen en niet op winkelverplaatsingen (Beek, 2004). Dit artikel is gericht op het relatief onbekende terrein van winkelmobiliteit en in het bijzonder vervoerwijzekeuze. Op dit moment is slechts beperkt inzicht in verplaatsingspatronen met betrekking tot winkelen in Nederland. Onderzoek is of te gedateerd (IMK, 1995; Kesteren, 1995) of te weinig diepgaand met betrekking tot vervoerwijze (Goudappel Coffeng/Intomart GfK, 2005: 51).

Getracht wordt meer inzicht te krijgen in vervoerwijzekeuzen onder winkelend publiek. De analyse heeft plaatsgevonden op een aantal cases van winkelgebieden. Deze data-analyse zal de opmaat zijn voor een meer fundamenteel onderzoek naar gedragsaspecten van verplaatsingen met reismotief winkelen.

Voor vaste, dagelijkse verplaatsingen zoals woon-/werkverkeer is gewoontegedrag zeer bepalend in de vervoerwijzekeuze (Aarts, 2000). Bij reismotief winkelen is de frequentie van het maken van de verplaatsing lager en kunnen de bestemmingen wisselend zijn. De kans op een bewust keuzemoment is zodoende aanmerkelijk groter dan bij gewoontegedrag rond bijvoorbeeld woon-/werkverkeer. Veel reizigers nemen bewust het openbaar vervoer bij winkelverplaatsingen als een auto beschikbaar is (Tertoolen, 2003:26; Flycatcher, 2005).

2. Definiëring soorten winkelgebieden

Alvorens naar de modaliteitkeuze van bezoekers van winkelgebieden te kijken is het zaak eerst onderscheiden te maken tussen winkelgebieden. Er wordt onderscheid gemaakt tussen centrale winkelgebieden, ondersteunende winkelgebieden en overige winkelgebieden (Locatus, 2005). Een centraal winkelgebied is de grootste winkelconcentratie in een woonplaats. Ondersteunende winkelgebieden zijn ondergeschikt aan het in dezelfde woonplaats gelegen centrale winkelgebied.

We kunnen de volgende centrale winkelgebieden onderscheiden:

- Binnensteden
Deze winkelgebieden kennen meer dan 400 verkooppunten en ongeveer 50% van de winkels richt zich op modieuze en luxe artikelen
- Hoofdwinkelgebieden
Deze winkelgebieden kennen tussen de 100 en 400 verkooppunten en ook hier is de modesector prominent aanwezig.
- Kernverzorgende winkelgebieden groot
Deze winkelgebieden kennen tussen de 50 en 100 winkels en hebben een ander karakter dan de hoofdwinkelgebieden. Het belang van de dagelijkse aankopen ('boodschappen') is hier veel groter.
- Kernverzorgende winkelgebieden klein
Deze winkelgebieden kennen minder dan 50 winkels en dagelijkse goederen worden verhoudingsgewijs meer aangetroffen dan in grote kernverzorgende gebieden. Veel van deze centra zijn ook het enige winkelgebied in de woonplaats.

We kunnen de volgende ondersteunende winkelgebieden onderscheiden:

- Stadsdeelcentra
Dit zijn winkelgebieden met meer dan 50 winkels en worden gekenmerkt door relatief kleine winkels.
- Wijkwinkelcentra groot
Dit zijn winkelgebieden met tussen de 25 en 50 winkels met een relatief groot levensmiddelenaanbod. In dit type winkelgebied zijn vaak landelijk bekende supermarkketens gevestigd.

- Wijkwinkelcentra klein

Dit zijn winkelgebieden met 10 tot 25 winkels of 5 tot 10 winkels waaronder 2 supermarkten. De levensmiddelenbranche is prominent aanwezig.

- Buurtwinkelcentra

Dit is de kleinste concentratie winkels met 5 tot 9 verkooppunten net maximaal 1 supermarkt. Ook hier is de levensmiddelenbranche de belangrijkste speler.

De overige winkelgebieden bestaan uit de volgende typen:

- Grootschalige concentraties

Dit zijn winkelgebieden waarbij aanbieders op het gebied van wonen en doe-het-zelf de grootste aanbieders zijn. Minimaal 50% van het winkelvloeroppervlak moet doelgericht zijn.

- Speciale winkelgebieden

Winkelgebieden rondom een station en winkelgebieden met een speciaal thema worden aangemerkt als speciale winkelgebieden.

Een specifiek onderdeel van het winkelaanbod in Nederland wordt gevormd door de planmatige winkelcentra (Locatus, 2001). Een planmatig winkelcentrum kan een deelontwikkeling zijn in een bestaand centrum of als volledig zelfstandig centrum zijn ontwikkeld.

3. Winkelverplaatsingen

Alvorens het begrip ‘winkelen’ te hanteren voor de analyse is het noodzakelijk een goede definitie van ‘winkelen’ te formuleren. Over het algemeen wordt wat betreft winkelaanbod onderscheid gemaakt tussen de dagelijkse sector (voedings- en genotmiddelen), niet-dagelijkse sector en woonboulevards (Goudappel Coffeng/Intomart GfK, 2005). Het ligt voor de hand de activiteit ‘winkelen’ synoniem te stellen aan bezoek van winkels van de niet-dagelijkse sector en woonboulevards. Boodschappen doen verwijst normaliter naar bezoek van winkels van de dagelijkse sector. In veel onderzoek wordt geen onderscheid gemaakt tussen boodschappen doen en winkelen. Over het algemeen zijn het echter verschillende activiteiten met verschillende keuzeprocessen (HBD, 2004: 7). Boodschappen doen heeft een min of meer verplicht karakter, doet men geregeld dichtbij huis, met zware bagage op vaste bestemmingen en zeer waarschijnlijk met vaste vervoerwijzen en vaste routes. Winkelen heeft vaak een meer recreatief karakter, naar wisselende bestemmingen en met een lagere frequentie dan boodschappen doen. Zoals eerder

vermeld kent het gebruik van het openbaar vervoer het grootste concurrentievermogen ten opzichte van de auto bij reismotief winkelen. Het suggereert een bewust keuzeprocess, mede ingegeven door de specifieke verplaatsingsomstandigheden die winkelen met zich meebrengt.

4. Databronnen

Voor de analyse is gebruik gemaakt van twee databronnen. Op de eerste plaats de data zoals die door AVV is verzameld over 2004: Mobiliteitsonderzoek Nederland (MON). Daarnaast is er de beschikking geweest over de reisvragen die aan REISinformatiegroep gesteld zijn met bijbehorende OV-reisadviezen.

In totaal zijn 32 cases over alle verschillende type winkelgebieden behalve buurtcentra genomen. De cases zijn gekozen op basis van de voorbeelden zoals Locatus deze vermeldt in zijn publicaties. Over alle cases is de vervoerwijze onderzocht. In een aantal gevallen is de herkomstplaats van de verplaatsingen naar het winkelgebied in kaart gebracht. Zodoende ontstaat een globaal beeld van mobiliteitspatronen rond de verschillende soorten winkelgebieden.

4.1 MON 2004

Vanaf 1978 verzamelde CBS jaarlijks verplaatsingsgegevens van enkele tienduizenden huishoudens in Nederland onder de noemer OnderzoekVerplaatsingsGedrag (OVG). Sinds vorig jaar is dit werk door AVV overgenomen onder de noemer Mobiliteitsonderzoek Nederland (MON). In MON 2004 zijn 206.864 verplaatsingen opgenomen van 66.482 personen over 29.221 huishoudens. Dit vormt een zo zorgvuldig mogelijke representatie van het verplaatsingsgedrag in Nederland (Rijkswaterstaat [1], 2005). In deze data (Rijkswaterstaat [2], 2005) is elke verplaatsing opgebouwd uit ritten met bijbehorende modaliteiten. Zodoende kan van elke verplaatsing de modaliteit worden bepaald of de combinatie van modaliteiten. Elke verplaatsing bevat ook een zogenaamde ‘hoofdvervoermiddelklasse’. Om de data zo inzichtelijk mogelijk te presenteren is in eerste instantie gebruikgemaakt van deze variabele. Dit is mede gelegitimeerd omdat het aandeel multimodaliteit zeer beperkt is en meest relevante hoofdmodaliteiten zoals fiets, lopen, auto, trein en overig openbaar vervoer opgenomen zijn in de ‘hoofdvervoermiddelklasse’. Om na te gaan of de verplaatsing winkelen betreft is gebruikgemaakt van het opgegeven motief per verplaatsing. Meest beperkende factor in de dataset is de samenvoeging van de reismotieven ‘boodschappen doen’ en ‘winkelen’.

Voor de koppeling met de cases van de diverse winkelgebieden is behalve reismotief gebruik gemaakt van aankomstpostcode van de verplaatsing op basis van 4 cijfers. In het artikel worden deze cijfers verder aangeduid met 'MON 2004'.

4.2 REISinformatiegroep 2004

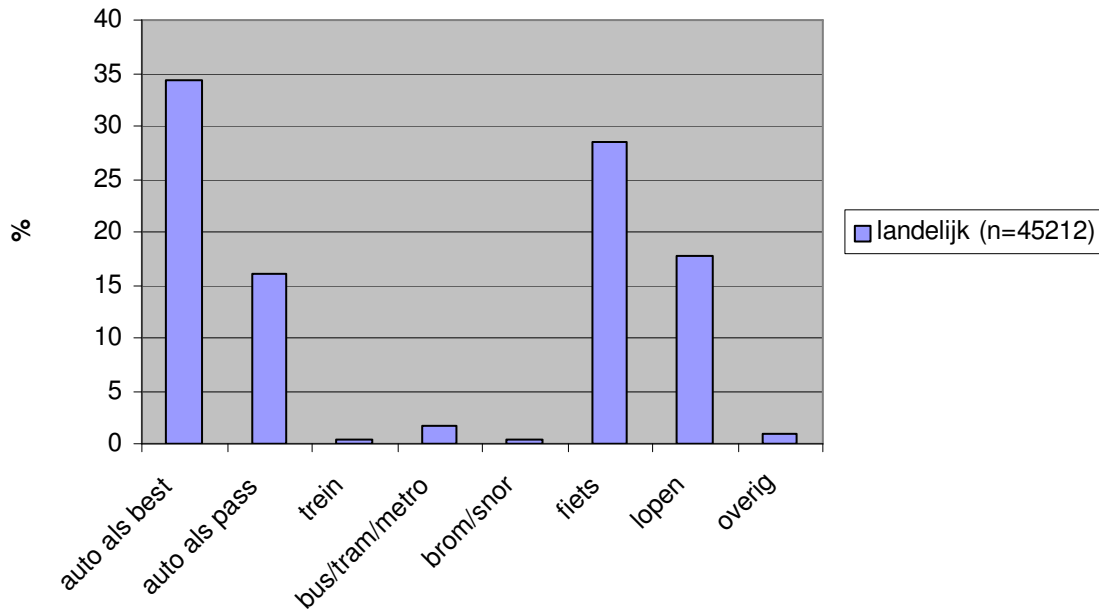
Sinds augustus 2001 worden alle gestelde reisvragen en gegeven reisadviezen door REISinformatiegroep gelogd. Dit heeft geresulteerd in een omvangrijke databank waar veelvuldig uit geput wordt door onderzoeks- en adviesbureaus. Voor het jaar 2004 betreft het dan zo'n 30 miljoen reisvragen/reisadviezen via diverse distributiekkanalen waarvan de voornaamste het telefoonnummer (0900-9292) en internet (www.9292ov.nl) zijn. Hoewel data van REISinformatiegroep over eerste halfjaar 2005 beschikbaar is, is ervoor gekozen om de complete jaargang 2004¹ te nemen. Zodoende is de dataset groter en beter toe te passen op de dataset van MON 2004. Voor de koppeling met de cases van de diverse winkelgebieden is gebruikgemaakt van de betreffende winkelstraten die het winkelgebied vormen. In een aantal situaties is ook gebruikgemaakt van de letterlijke naam van het winkelgebied zoals deze bij REISinformatiegroep beschikbaar was. Discriminatie op basis van reismotief is uiteraard niet mogelijk. Eventuele haltenamen die doubleren met straatnaam in winkelgebied of naam van winkelgebied zijn niet meegenomen in de dataset. Gebruikers van 0900-9292 maken voor 89% letterlijk de reis zoals opgevraagd. Voor www.9292ov.nl is dat 79% (Newcom, 2005: 32). Het kan dus als een indicatie worden gezien van de werkelijke mobiliteit, hoewel het aannemelijk is dat voor korte OV-verplaatsingen relatief weinig reisinformatie wordt opgevraagd. In het artikel worden deze cijfers verder aangeduid met 'REIS 2004'

¹ Een jaargang houdt voor REISinformatiegroep in dat het data betreft van reisvragen die in dat jaar aan het systeem zijn gesteld. Dit hoeft dus niet noodzakelijkerwijs te betekenen dat de reisdatum ook in dat betreffende jaar is geweest.

5. Vervoerwijzekeuze onderscheiden naar soort winkelgebied

5.1 landelijk

Alvorens per type winkelgebied de vervoerwijzekeuzen onder de loep te nemen, wordt eerst naar het landelijk beeld gekeken voor alle soorten winkelgebieden (figuur 1).

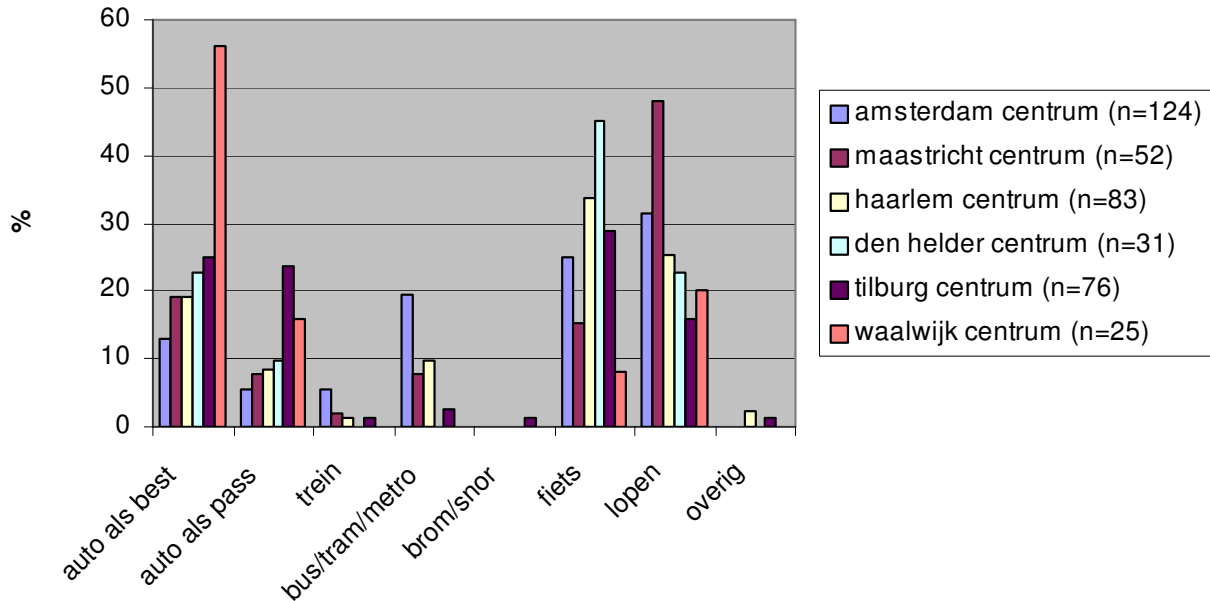


Figuur 1 hoofdvervoermiddelklasse landelijk MON 2004

Het landelijke beeld wordt in hoge mate bepaald door de auto, de fiets en in mindere mate door lopen. Het openbaar vervoer speelt nauwelijks een rol van betekenis. Het is plausibel aan te nemen dat dit beeld vooral is bepaald door verplaatsingen met reismotief boodschappen doen en in veel mindere mate door winkelen. Mensen doen immers vaker boodschappen dan dat ze winkelen.

5.2 binnenstad/hoofdwinkelgebied

De vervoerwijze in binnensteden (Amsterdam centrum, Maastricht centrum en Haarlem centrum) wordt vooral bepaald door fietsen en lopen (figuur 2).



**Figuur 2 Hoofdvervoermiddelklasse binnensteden/hoofdwinkelgebieden
MON 2004²**

Tevens is het aandeel openbaar vervoer substantieel te noemen. In Amsterdam centrum en Maastricht centrum domineert het lopen, terwijl het winkelend publiek van Haarlem centrum vaker de fiets gebruikt. Het mobiliteitspatroon naar binnensteden voor winkelen lijkt dus duidelijk af te wijken van het gemiddelde mobiliteitspatroon voor winkelen.

Bij de hoofdwinkelgebieden (Den Helder centrum, Tilburg centrum en Waalwijk centrum) vormen fietsen, lopen en de auto de belangrijkste vervoerwijzen (figuur 2). Waalwijk centrum wijkt enigszins af. De auto is zeer bepalend bij winkelbezoek aan Waalwijk centrum. Wellicht dat Waalwijk en omgeving sterker op de auto is georiënteerd vanwege het landelijke karakter in ruimtelijke zin.

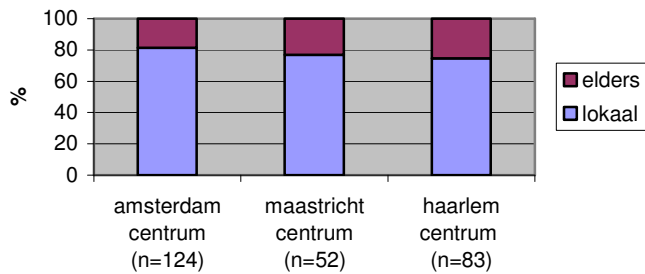
Zoals reeds aangegeven volstaat het analyseren van de hoofdvervoermiddelklasse. Het aandeel multimodaliteit is volgens MON 2004 in de meeste gevallen beperkt. Voor Amsterdam centrum

² Amsterdam centrum: postcode 1012; Maastricht centrum: postcode 6211; Haarlem centrum: postcode 2011; Den Helder centrum: postcode 1781; Tilburg centrum: postcode 5038; Waalwijk centrum: postcode 5141

betreft het 7%, waarbij het vooral om combinaties van het openbaar vervoer gaat. Maastricht centrum telde slechts 2% multimodaal vervoer en voor Haarlem centrum betrof het 1%³.

Figuur 3 toont de herkomst van de bezoekers van de binnensteden volgens MON 2004.

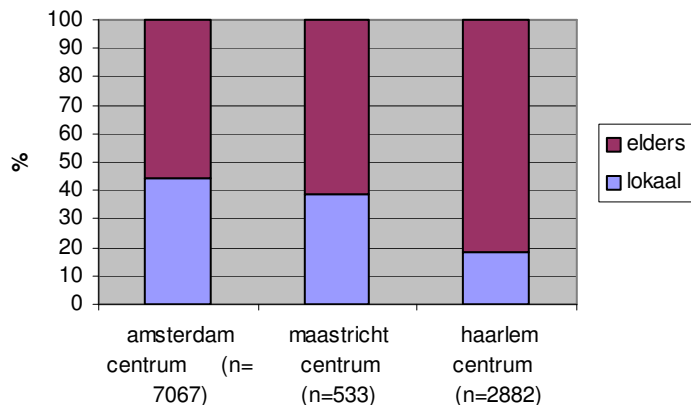
Van de bezoekers van Amsterdam centrum met als reismotief winkelen/boodschappen doen komt 4% uit Almere. Voor Maastricht centrum komt 6% uit Meerssen. Het is duidelijk dat de



binnensteden sterk lokaal worden bezocht. Dat kan ook verklaren waarom fietsen en lopen bovengemiddeld scoren.

Figuur 3 Herkomst binnensteden MON 2004

Figuur 4 toont de herkomst van de bezoekers van de binnensteden volgens REIS 2004. Dit beeld



wijkt af van het beeld dat uit MON 2004 naar voren komt. Wellicht dat het beeld van REIS 2004 beter aansluit bij het winkelend publiek. De gekozen straten voor de binnensteden ter onderzoek in dataset REIS 2004 zijn tenslotte specifieke winkelstraten.

Figuur 4 Herkomst binnensteden REIS 2004⁴

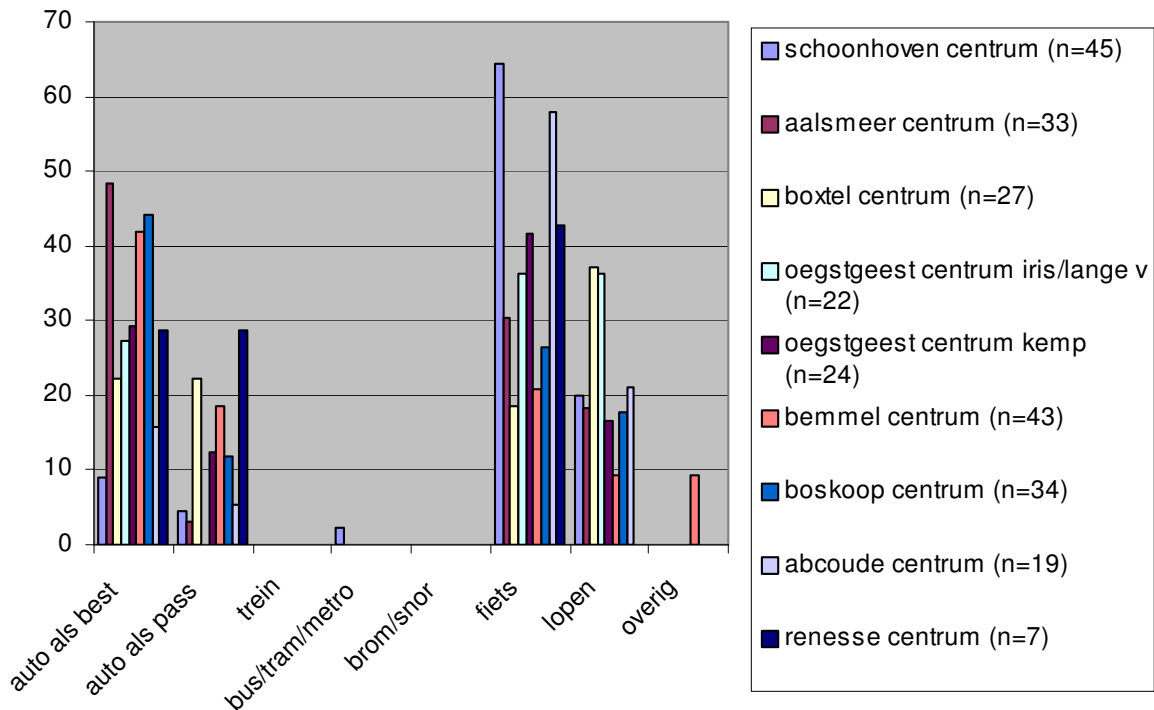
³ Uit REIS 2004 blijkt dat van de 7067 OV-verplaatsingen naar Amsterdam centrum 27% met de tram is zonder overstap, 7% streekbus-tram en 5% metro-tram. Voor Haarlem centrum blijkt dat uit 2882 OV-verplaatsingen 44% met de streekbus is zonder overstap, 14% met de streekbus met één overstap en 4% met sneltrein-streekbus.

⁴ Amsterdam centrum: kalverstraat en nieuwendijk; Maastricht centrum: wolfstraat, kleine staat, muntstraat, stokstraat, grote staat en nieuwstraat; Haarlem centrum: grote houtstraat

Wel is het aannemelijk dat het accent bij de reisvragen in REIS 2004 sterker ligt op regionale en landelijke verplaatsingen omdat men gewoonweg voldoende bekend is met de OV-mogelijkheden in de lokale omgeving. Aan de andere kant blijken veel reisvragen uit REIS 2004 (en eerdere jaargangen) voor grote steden veel binnenstedelijke verplaatsingen te betreffen (Beynen de Hoog, 2002). Evenzo kunnen bij REIS 2004 vragen gesteld worden over een traject dat slechts een gedeelte van de totale verplaatsing vormt. Zo kan een reisvraag dan onterecht als lokale verplaatsing worden aangemerkt.

5.3 kernverzorgend centrum

De kernverzorgende centra⁵ vertonen een enigszins uiteenlopend beeld van gebruik van vervoerwijzen (figuur 5).



Figuur 5 Hoofdvervoermiddelklasse kernverzorgende centra MON 2004⁶

⁵ Bij benoeming van het centrum van Oegstgeest bleek al gauw dat daar twee gebieden als centrum kunnen worden bestempeld. Een Oegstgeester wist hierover te vertellen dat 'het gebied van De Kempenaerstraat wordt gekenmerkt als zijnde voor de elite en vooral wordt bezocht met SAAB's en Volvo's en De Lange Voort/Irislaan is voorbehouden aan het gewone volk'. Dit wordt bevestigd bij beschouwing van het winkelaanbod van de twee winkelgebieden. Uit de gegevens van MON 2004 blijkt overigens geen aantoonbaar verschil in vervoerwijzekeuze voor de twee centra van Oegstgeest.

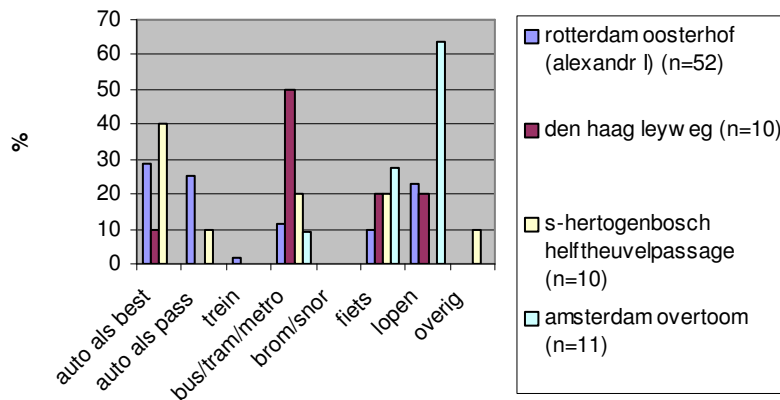
Vooral grote kernverzorgende centra Aalsmeer centrum (auto) en Schoonhoven centrum (fiets) hebben uitschieters. Hoewel beide een gelijkwaardig centrum kennen op basis van verzorgingsgebied, winkeloppervlak en aantallen winkels is de ruimtelijke inrichting en uitstraling van dorp en omgeving sterk verschillend. Dit heeft zijn weerslag op de vervoerwijzekeuze. Bij de kleine kernverzorgende centra (Bemmel centrum, Boskoop centrum, Abcoude centrum en Renesse centrum) komen vooral de fiets en de auto sterk naar voren (figuur 5). Het openbaar vervoer speelt geen rol van betekenis. Abcoude centrum valt op met een relatief hoog aantal fietsers voor reismotief winkelen/boodschappen doen. De auto scoort zodoende beduidend lager.

5.4 stadsdeelcentrum

In het onderzoek komt de auto het meest nadrukkelijk naar voren als modaliteit voor stadsdeelcentra (figuur 6)⁷. Dit zal samenhangen met het feit dat voor Rotterdam Oosterhof bezoekers van het woongedeelte van Rotterdam Alexandrium ook zijn meegerekend. De aantallen van de andere drie stadsdeelcentra zijn eigenlijk te laag voor een zinvolle interpretatie. Evenzo zijn de aantallen vanuit MON 2004 te laag om uitspraken te doen over de herkomst van de bezoekers van de stadsdeelcentra.

⁶ Schoonhoven centrum: postcode 2871; Aalsmeer centrum: postcode 1431; Boxtel: postcode 5281; Oegstgeest centrum 1: postcode 2343; Oegstgeest centrum 2: postcode 2341; Bemmel centrum: postcode 6681; Boskoop: postcode 2771; Abcoude: postcode 1391; Renesse: postcode 4325

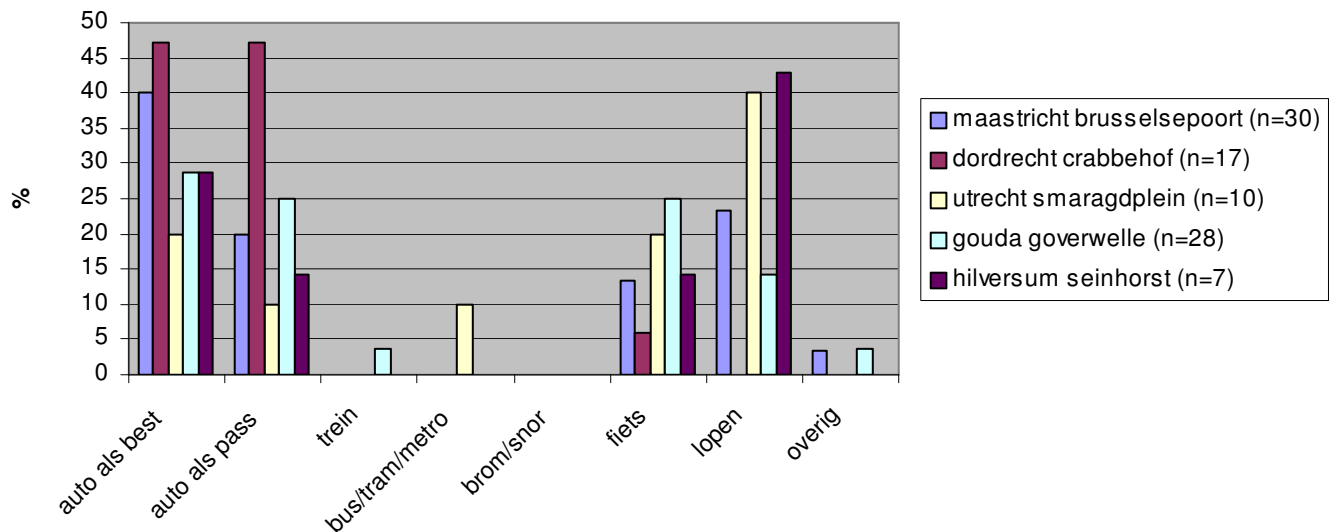
⁷ Uit REIS 2004 blijkt dat van de 2301 OV-verplaatsingen naar Rotterdam Oosterhof de OV-vervoerwijze vooral wordt bepaald door de metro zonder overstap met 10%, streekbus zonder overstap met 9% en de combinatie streekbus-metro met 5%. Voor 5057 OV-verplaatsingen naar Den Haag Leyweg geldt 18% voor de stadsbus zonder overstap, 9% tram zonder overstap en 9% voor de combinatie tram-stadsbus. 's-Hertogenbosch Helftheuvelpassage kent 797 OV-verplaatsingen, met als meest populaire OV-modaliteit 30% stadsbus zonder overstap, 8% streekbus en 6% de combinatie intercity-stadsbus. Amsterdam Overtoom kent 12.816 OV-verplaatsingen. De meest gegeven OV-modaliteit is tram zonder overstap met 21%, 9% tram met één overstap en 5% streekbus zonder overstap.



Figuur 6 Hoofdvervoermiddelklasse stadsdeelcentrum MON 2004⁸

5.5 wijkwinkelcentrum

In figuur 7 is te zien dat de auto het beeld bepaalt als vervoerwijze naar grote wijkwinkelcentra. Het openbaar vervoer speelt voor dit type winkelgebied geen rol van betekenis. Het zijn ook geen typische randstedelijke gebieden waar het openbaar vervoer en de fiets sterker zijn vertegenwoordigd.



Figuur 7 Hoofdvervoermiddelklasse wijkwinkelcentra MON 2004⁹

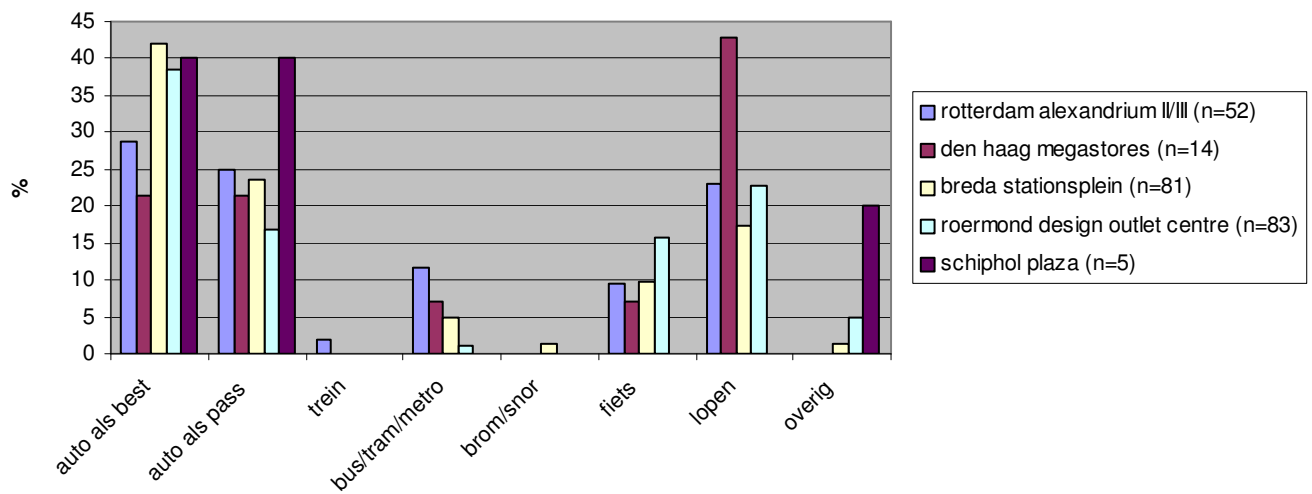
⁸ Rotterdam Oosterhof (Alexandrium I): postcode 3067; Den Haag Leyweg: postcode 2545; 's-Hertogenbosch Helftheuvelpassage: postcode 5224; Amsterdam Overtoom: postcode 1054

⁹ Maastricht Brusselsepoort: postcode 6216; Dordrecht Crabbehof: postcode 3317; Utrecht Smaragdplein: postcode 3523; Gouda Goverwelle: postcode 2807; Hilversum Seinhorst: postcode 1223

Het kleine wijkwinkelcentrum Gouda Goverwelle wordt voor winkelen vooral bezocht met de auto en de fiets. Het openbaar vervoer speelt geen rol van betekenis. Van de overige twee kleine wijkwinkelcentra zijn de aantallen eigenlijk te klein om conclusies aan te verbinden.

5.6 grootschalige concentratie/speciaal winkelgebied

Bezoek aan grootschalige concentraties (Rotterdam Alexandrium II/III en Den Haag Megastores) wordt gedomineerd door gebruik van de auto en lopen (figuur 8). Het aandeel openbaar vervoer is ook substantieel¹⁰.

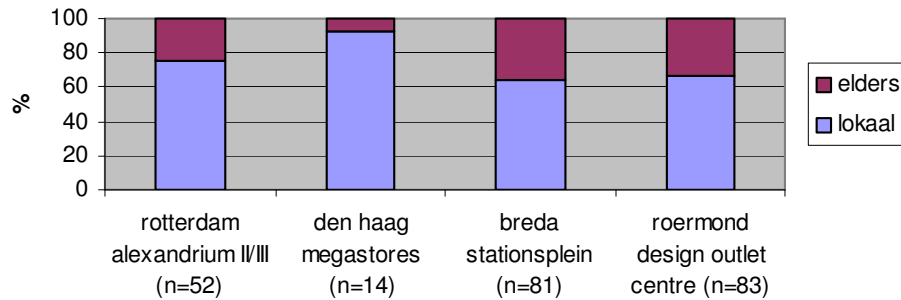


Figuur 8 Hoofdvervoermiddelklasse grootschalige concentraties/speciale winkelgebieden MON 2004¹¹

Volgens MON 2004 is 75% van de bezoekers van het Alexandrium II/III afkomstig uit Rotterdam (figuur 9). Een goede tweede is Hendrik Ido Ambacht met 6%. 19% komt elders vandaan. Den Haag Megastores is sterker lokaal georiënteerd dan Rotterdam Alexandrium II/III.

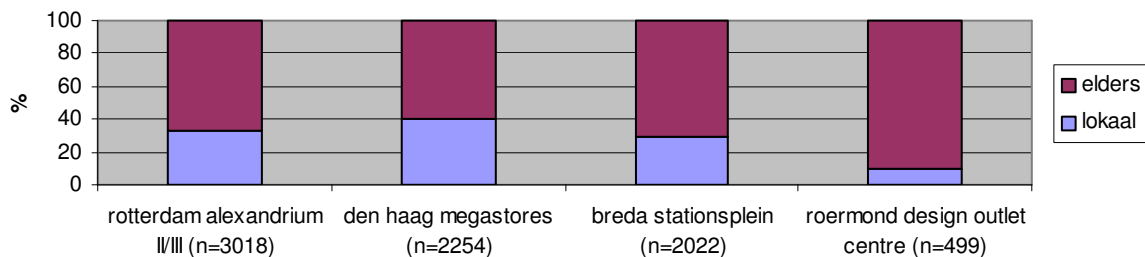
¹⁰ Voornaamste OV-modaliteit naar Rotterdam Alexandrium II/III vanuit REIS 2004 op basis van 3018 OV-verplaatsingen is streekbus zonder overstap met 7%, Metro zonder overstap met 5% en de intercity met één overstap 5%. Den Haag Megastores kent OV-verplaatsingen vanuit REIS 2004. Voornaamste modaliteit is tram zonder overstap met 19%, 9% van stadsbus zonder overstap en 6% van intercity zonder overstap.

¹¹ Rotterdam Alexandrium II/III: postcode 3067; Den Haag Megastores: postcode 2521; Breda stationsplein: postcode 4811; Roermond design outlet centre: postcode 6041; Schiphol plaza: postcode 1118



Figuur 9 Herkomst grootschalige concentraties/speciale winkelgebieden MON 2004

Figuur 10 toont de herkomst van bezoekers van twee grootschalige concentraties volgens REIS 2004. Opvallend genoeg zijn de voornaamste bezoekers van Rotterdam Alexandrium II/III naast de Rotterdammers zelf, bezoekers uit Den Haag (5%) en de voornaamste bezoekers van Den Haag Megastores naast de Hagenaars zelf, mensen uit Rotterdam (7%).



Figuur 10 Herkomst grootschalige concentraties/speciale winkelgebieden REIS 2004¹²

Bezoek van speciale winkelgebieden (Breda Stationsplein, Roermond Design Outlet Centre en Schiphol Plaza) wordt sterk gedomineerd door de automobilist. Het openbaar vervoer speelt nauwelijks een rol¹³. De fiets is ook relatief ondervertegenwoordigd. Van Roermond Design Outlet Centre is bekend dat ze veel gegevens beschikbaar heeft over de bezoekers (Rossum, 2005). In het verstrekken van deze gegevens is het winkelgebied echter vanuit

¹² Rotterdam Alexandrium II/III: watermanweg en wkc alexandrium; Den Haag Megastores: van der kunstraat, waldorpstraat en wkc megastore; Breda stationsplein: stationsplein; Roermond design outlet centre: stadswaide

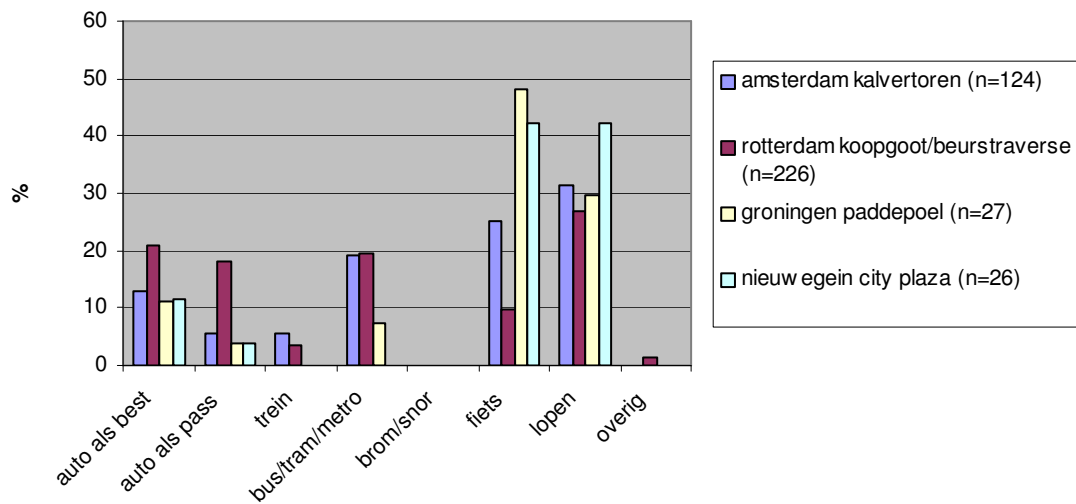
¹³ Van de 499 OV-verplaatsingen naar Roermond Design Outlet centre uit REIS 2004 reist 16% met de intercity zonder overstap, 12% met de streekbus zonder overstap en 10% met de combinatie stoptrein-intercity.

concurrentieoverwegingen terughoudend. Ze wisten te vertellen dat ze zo'n 2,4 miljoen bezoekers per jaar hebben, waarvan de meerderheid uit Duitsland komt en zich richten op een goede autobereikbaarheid. Bij het outlet centre zijn momenteel 3000 parkeerplaatsen en het bestaat sinds november 2001.

Ruim 60% van de bezoekers van de twee speciale winkelgebieden komt uit de plaats zelf. Overige bezoekers komen vooral uit omliggende dorpen en niet zozeer uit andere grote steden. REIS 2004 laat voor Roermond Design Outlet Centre nauwelijks bezoekers uit Roermond zien (figuur 10). Hier speelt waarschijnlijk ook een rol dat bezoekers uit Roermond voldoende de weg weten naar het speciale winkelgebied zonder OV-reisinformatie te hoeven opvragen.

5.7 planmatig centrum

Planmatige centra worden door veel mensen lopend bezocht (figuur 11). Het openbaar vervoer kent ook een sterk aandeel¹⁴.

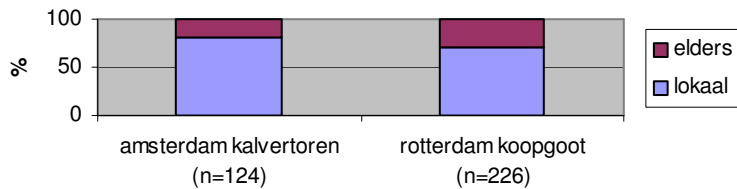


Figuur 11 Hoofdvervoermiddelklasse planmatig centrum MON 2004¹⁵

¹⁴ Van de 9304 OV-verplaatsingen naar Amsterdam Kalvertoren uit REIS 2004 is 25% met de tram zonder overstap, 6% de combinatie intercity-tram en 5% de combinatie sneltrein-tram. Van de 1226 OV-verplaatsingen naar Rotterdam koopgoot/Beurstraverse is 14% met de metro zonder overstap, 12% met de tram zonder overstap en 10% met de streekbus zonder overstap.

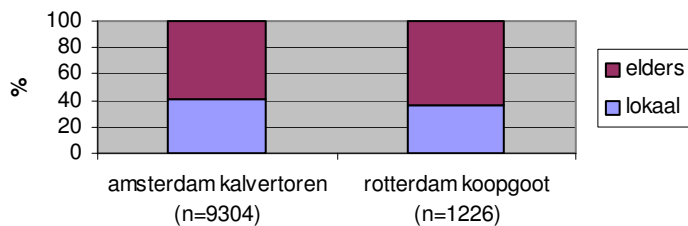
¹⁵ Amsterdam Kalvertoren: postcode 1012; Rotterdam koopgoot/Beurstraverse: postcode 3011; Groningen Paddepoel: postcode 9742; Nieuwegein City Plaza: postcode 3431

Figuur 12 toont de herkomst van bezoekers aan planmatige centra volgens MON 2004. De verdeling lokaal en elders geeft voor de planmatige centra globaal hetzelfde beeld als binnensteden, grootschalige concentraties en speciale winkelgebieden. Zo'n driekwart van de bezoekers van deze typen winkelgebieden komt uit de plaats zelf.



Figuur 12 Herkomst planmatige centra MON 2004

Op basis van REIS 2004 kan geconcludeerd worden dat zo'n 40% uit de plaats zelf komt en 60% van elders (figuur 13). Dit is ook globaal de verdeling in binnensteden en grootschalige concentraties. De aantallen verplaatsingen naar Groningen Paddepoel en Nieuwegein City Plaza waren te laag om de herkomst verder te onderzoeken.



Figuur 13 Herkomst planmatige centra REIS 2004¹⁶

¹⁶ Amsterdam Kalvertoren: singel; Rotterdam koopgoot/Beurstraverse: beurstraverse

Discussie/Conclusie

De vervoerwijze per type winkelgebied kent een grote variëteit. Voor een aantal type winkelgebieden is de onderlinge variëteit ook groot. De auto is in de meeste soorten winkelgebieden sterk vertegenwoordigd, waarbij de speciale winkelgebieden het sterkst worden gedomineerd door de automobilist. De fiets domineert de vervoerwijze voor hoofdwinkelgebieden en grote kernverzorgende centra. Lopen is als hoofdvervoermiddelklasse vooral sterk vertegenwoordigd in de binnensteden. Het openbaar vervoer speelt nauwelijks een rol als vervoerwijze voor winkelen/boodschappen doen. De exacte splitsing voor deze twee verschillende reismotieven kan echter een ander beeld geven. Het openbaar vervoer speelt enige rol van betekenis voor een bezoek aan binnensteden en stadsdeelcentra.

Over het geheel genomen zijn de aantallen zoals die beschikbaar zijn in MON 2004 te laag om al te generieke uitspraken te doen. Het geeft een indicatie over mobiliteitsgedrag ten aanzien van winkelbezoek. De data uit REIS 2004 heeft weliswaar hogere aantallen, maar is vooral nuttig bij analyseren OV-gebruik. Verder gaat het om specifieke verplaatsingen die weliswaar in de meeste gevallen exact gelijk zijn aan het reisadvies, maar meer gericht op de incidentele en niet-lokale verplaatsing.

Het zou interessant zijn in een vervolgstudie meer cases te onderzoeken met een groter aantal verplaatsingen per winkelgebied. Tevens zouden persoonsgegevens meer inzicht kunnen geven in vervoerwijzekeuzeprocessen. Ook zou gemeentebestuur ten aanzien van (winkel)bereikbaarheid als variabele mee genomen kunnen worden.

De winkelgebiedstypering lijkt tot op zekere hoogte geschikt om de vervoerwijzekeuze te bestuderen. De typering is gebaseerd op omvang en functie van een winkelgebied. Het zou interessant zijn om ruimtelijke inrichting mee te nemen zodat onderlinge verschillen binnen een type winkelgebied verklaard kunnen worden.

Literatuur

Aarts, H., A. Dijksterhuis (2000) "The automatic activation of goal-directed behaviour: the case of travel habit" in *Journal of environmental psychology* 20(1): 75-82.

Beek, P. van, J. Schölvinc en P. Nijssen (2004) "Koopstromenonderzoek: betekenis voor verkeer en vervoer" in *Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk 2004*: 1533-1543.

Beynen de Hoog, P. van (2002) "Kwart reisadviezen binnen grote steden " in *OV'R 9292* 8(3): 6-7.

CDA Almere (2005) 'CDA wil gratis openbaar vervoer op zaterdag'. Materiaal verkregen via internet [<http://www.cda-almere.nl/archief.html>], 22 augustus 2005.

Flycatcher (2005) *Effectmeting campagne 9292*. Maastricht: Flycatcher.

Goudappel Coffeng/Intomart GfK(2005) *Koopstromenonderzoek Randstad 2004*. Deventer/Hilversum: Goudappel Coffeng/Intomart GfK.

HBD [Hoofdbedrijfschap Detailhandel] (2004) *Dynamische winkelgebieden*. Den Haag: HBD.

IMK (1995) *Winkelbezoek en vervoerwijze*. Diemen: IMK.

Kesteren, E.E. en A.I.J.M. van der Hoorn, R.H. Oldenburger (1995) "Detailhandel wijkt niet voor autoluwe binnenstad", *Verkeerskunde* 46(9): 22-26.

Locatus (2001) *Retail handboek 2001: kengetallen voor de detailhandel*. Woerden: Locatus.

Locatus (2005) *Retail handboek 2005: Kengetallen voor de detailhandel*. Den Haag: Sdu Uitgevers.

Newcom (2005) *Onderzoek naar de klanttevredenheid ten aanzien van 0900-9292, www.9292ov.nl en 0900-1475 in opdracht van REISinformatiegroep*. Newcom: Enschede.

Omroep Flevoland (2005) 'Dossier Batavia Stad'. Materiaal verkregen via internet [<http://www.omroepflevoland.nl/niswww.nsf/503300d0181a689bc12568770038fb9c/58d14ce8f18aa160c1256ab10046dfb1?OpenDocument>], 4 augustus 2005.

Provincie Utrecht (2005) 'Winkelexpress: gratis van Amersfoort Noord naar winkelcentrum'. Materiaal verkregen via internet [<http://www.provincie-utrecht.nl/prvutr/internet/verkeerenvervoer.nsf/all/3?opendocument>], 22 augustus 2005.

Rijkswaterstaat [1] (2005) *Mobiliteitsonderzoek Nederland 2004: het onderzoek*. Rotterdam: Ministerie van Verkeer en Waterstaat Rijkswaterstaat.

Rijkswaterstaat [2] (2005) *Mobiliteitsonderzoek Nederland 2004: het tabellenboek*. Rotterdam: Ministerie van Verkeer en Waterstaat Rijkswaterstaat.

Rossum, M. van (2005) 'Uitverkoopdorpen' in *De Volkskrant* 16 juli 2005.

Tertoolen, G. (2003) *De keuzereiziger in onderzoek: verslag van de secundaire analyse van enkele databestanden op zoek naar kenmerken van de keuzereiziger en diens reisgedrag*. 's-Hertogenbosch/Tilburg: Provincie Noord-Brabant/Ayit Consultancy.