

Gebroeders van Limburg festival 2018

Effectmeting Nijmeegse evenementenmonitor

Colofon

Gemeente Nijmegen

Onderzoek en Statistiek

Contactpersoon: Marieke Selten

Tel.: (024) 329 9889

e-mailadres: onderzoek.statistiek@nijmegen.nl

Inhoud

Conclusie.....	4
Inleiding.....	5
Doel onderzoek en onderzoeksvragen.....	5
Onderzoeksopzet	5
Publieksprofiel; wie komen er op het festival af?	6
Inhoudelijk profiel; hoe waardeert het publiek het evenement?	7
Economisch profiel; wat levert het evenement op aan bestedingen?	8
Promotioneel profiel; betekenis voor het imago van Nijmegen en herhaalbezoek.....	9

Conclusie

In augustus 2018 vond het jaarlijkse Gebroeders van Limburg festival plaats; een tweedaags festival in de Nijmeegse binnenstad dat de middeleeuwen tot leven wekt. Wat is de betekenis van dit evenement voor Nijmegen?

De editie van 2018 trok zo'n 11.000 bezoekers die gezamenlijk 12.500 bezoeken brachten aan het festival. Daaronder waren zo'n 2200 bezoekers Nijmegen nog niet of nauwelijks kenden. Ruim 1300 van hen is voornemens om Nijmegen in de toekomst vaker te bezoeken. Gekeken naar de kenmerken van bezoekers trok het festival in meerderheid een hoogopgeleid en wat ouder publiek. De helft was afkomstig uit Nijmegen, de helft kwam van buiten de stad. Ongeveer een vijfde van de bezoekers had minderjarige kinderen bij zich. De waardering van het publiek voor het festival is hoog (een 8 als gemiddeld rapportcijfer).

Het festival ging gepaard met de nodige bestedingen; zo'n €80.000 tot €100.000. Deze economische impact wordt met name veroorzaakt door uitgaven aan eten, drinken en in winkels.

Ruim de helft van het publiek zegt door het festival een beter beeld te hebben gekregen van Nijmegen als historische stad. Niet-Nijmegenaren zeggen dit wat vaker dan Nijmegenaren. Verder weet bijna de helft van de bezoekers te vertellen dat de gebroeders van Limburg schilders waren en dat zij uit Nijmegen kwamen. Hiermee draagt het festival bij aan de versterking van het historisch imago van de stad.

Inleiding

In augustus 2018 vond het jaarlijkse Gebroeders van Limburg festival plaats; een festival in de Nijmeegse binnenstad dat de middeleeuwen tot leven wekt. Om in beeld te krijgen wat dit evenement betekent voor de stad, is rond het festival een effectmeting uitgevoerd.

Doel onderzoek en onderzoeksvragen

Het onderzoek moet inzicht geven in de betekenis van het festival voor de stad, in inhoudelijk, economisch en promotioneel opzicht. Hieruit volgen de volgende onderzoeksvragen:

1) Wat voor bezoekers komen op het evenement af?

We schetsen een beeld van de bezoekers als het gaat om persoonskenmerken (herkomst, leeftijd, geslacht, opleidingsniveau), in wat voor samenstelling men het festival heeft bezocht en hoe men over het festival heeft gehoord. Inzicht in dit soort kenmerken vormt ook de basis voor het interpreteren van de uitkomsten op de andere onderzoeksvragen.

2) Hoe wordt het evenement gewaardeerd?

Hierbij gaat het met name om de tevredenheid van bezoekers met de organisatie rond het evenement en eventuele verbeterpunten.

3) Wat is de economische impact van het evenement voor de stad?

Welke uitgaven worden gedaan vanwege het evenement die neerslaan in de stad?

4) Wat is de toeristisch-promotionele impact van de concerten?

Welk effect hebben heeft het evenement op het (historisch) imago van Nijmegen en het bezoeken van de stad in de toekomst?

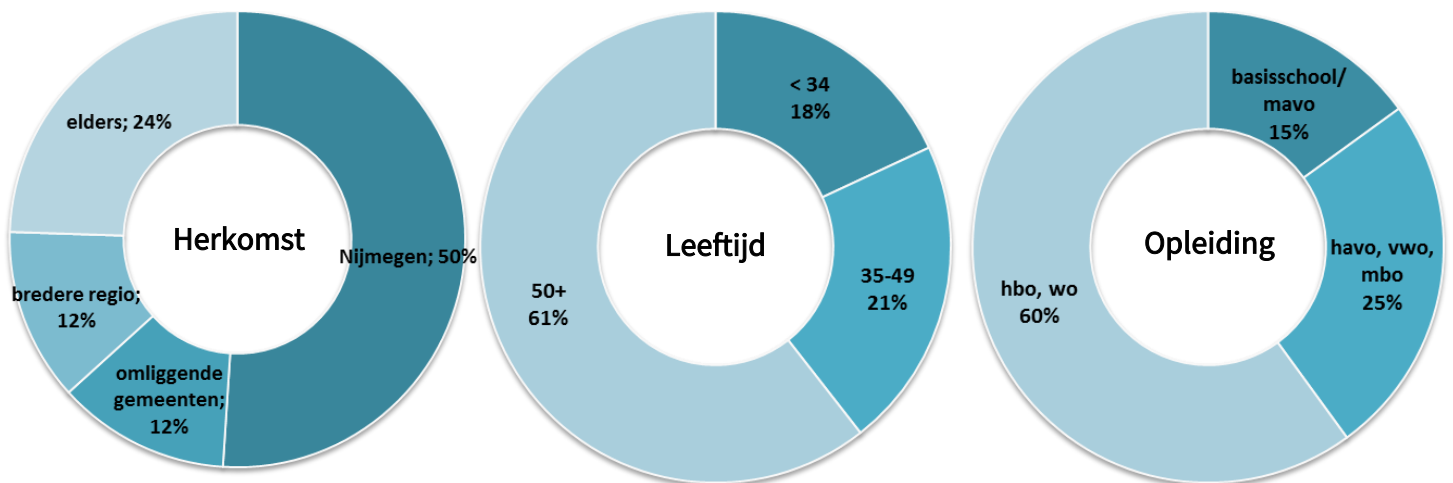
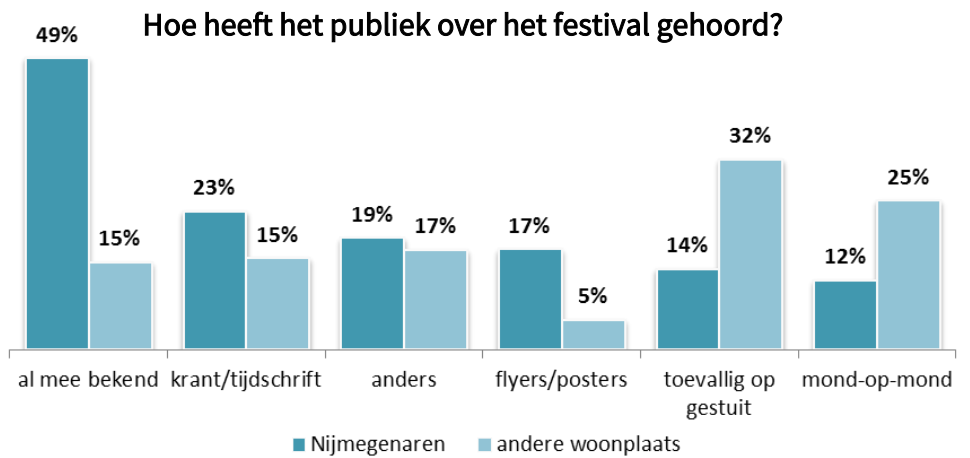
Onderzoeksopzet

Het onderzoek is uitgevoerd volgens een vaste werkwijze die bureau Onderzoek en Statistiek van de gemeente Nijmegen hanteert bij evenementenonderzoek. Het gaat om een geheel van vragen en uitgangspunten die worden gehanteerd, zodat effectmetingen van evenementen onderling goed vergelijkbaar zijn. De basis voor het onderzoek vormen enerzijds metingen van telefoondata om het bezoekersaantal te bepalen¹, anderzijds wordt gebruik gemaakt van bezoekersenquêtes. Deze enquêtes zijn face-to-face verzameld tijdens het festival. Dit heeft ruim 300 enquêtes opgeleverd. Dat zijn voldoende enquêtes om een beeld van het festival te schetsen op hoofdlijnen.

¹ Deze meting is uitgevoerd door economisch onderzoek- en adviesbureau Decisio. Zie voor meer informatie de rapportage die Decisio heeft opgeleverd.

Publieksprofiel; wie komen er op het festival af?

±11000 bezoekers
±12.500 bezoeken
55% vrouw
45% man
20% met kinderen



Het tweedaagse Gebroeders van Limburg festival is bezocht door 11.000 (unieke) bezoekers. Samen brachten zij 12.500 bezoeken. Zondag trok het festival de meeste bezoekers; 7300, met een piek tijdens de 'blijde incomste' (middeleeuwse optocht). Er waren meer vrouwen (55%) dan mannen (45%). Een vijfde van de bezoekers kwam met (minderjarige) kinderen naar het festival. De meeste bezoekers (50%) kwamen uit Nijmegen. 12% kwam uit buurgemeenten², 12% uit andere gemeenten in de regio³ en een kwart woonde verder weg. Wat betreft leeftijd ligt het zwaartepunt in de groep boven de 50 jaar. Gekeken naar opleiding is het publiek hoger opgeleid dan gemiddeld; 60% heeft een hbo- of wo-diploma (tegen zo'n 52% van de Nijmeegse bevolking), 25% is middelbaar opgeleid (tegen ongeveer 32% van de Nijmegenaren) en 15% heeft basisschool of mavo als hoogst behaalde opleiding (tegen een vergelijkbare 15% van de Nijmeegse inwoners).

Het publiek is gevraagd via welke kanalen zij over het festival hebben gehoord. Het beeld is verschillend voor Nijmegenaren en niet-Nijmegenaren⁴. Veruit het meest genoemd door Nijmegenaren is dat zij het festival al kenden. Bezoek van buiten de stad komt het festival het vaakst per toeval tegen of heeft erover gehoord van bekenden.

² Beuningen, Berg en Dal, Heumen, Mook en Middelaar, Wijchen

³ Boxmeer, Cuijk, Druten, Gennep, Grave, Mill en St. Hubert, Lingewaard, Overbetuwe, Sint Anthonis

⁴ Kanalen die niet in de figuur zijn opgenomen (<10% genoemd); sociale media, website

Inhoudelijk profiel; hoe waardeert het publiek het evenement?



8 Gemiddeld rapportcijfer

Meest voorkomende opmerkingen:

- Positief over het festival
- Festival was voorheen groter
- Mag meer spektakel/muziek/
Kraampjes hebben

Het publiek van het Gebroeders van Limburg festival is positief over het evenement; het krijgt een 8 als gemiddeld rapportcijfer en ruim 80% van de bezoekers zou het evenement aanraden aan vrienden en bekenden. De overeenstemming over de waardering voor het festival is groot; het oordeel van Nijmegenaren en bezoekers van buiten de stad is vergelijkbaar. Ook verschilt het oordeel niet tussen bezoekers die de binnenstad speciaal voor het festival bezoeken en bezoekers die zonder het festival ook in de binnenstad waren geweest.

Economisch profiel; wat levert het evenement op aan bestedingen?

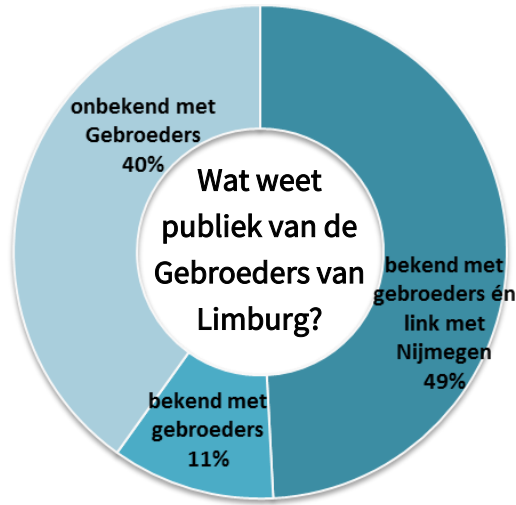
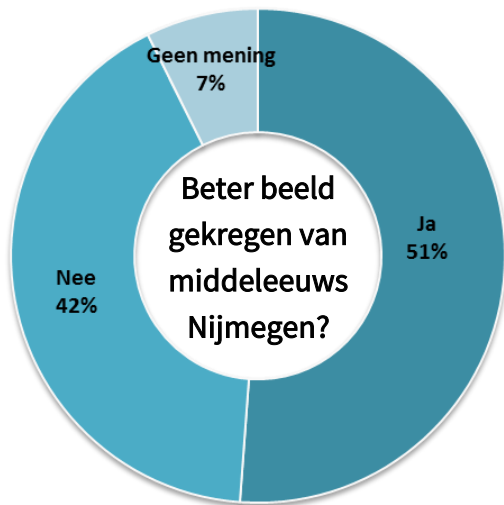
±5500
extra bezoeken
door festival

**€80.000 -
€100.000**
extra bestedingen



Het festival lokte *naar raming* €80.000 tot €100.000 aan extra bestedingen uit in de binnenstad. Het meeste werd uitgegeven aan eten, drinken en in winkels. De economische impact wordt geschat door de gemiddelde besteding per bezoek (zoals opgegeven in de enquête) te vermenigvuldigen met het extra aantal bezoeken (zoals vastgesteld met metingen van mobiele telefoons). Met extra aantal bezoekers bedoelen we de bezoekers die zonder het evenement niet in de binnenstad waren geweest, waarvan het aantal 'vaste' bezoekers dat de stad door het festival vermijdt (de zogenaamde verdringing) wordt afgetrokken. Bij deze extra bezoekers zitten ook Nijmegenaren die zonder het festival niet in de binnenstad waren geweest. Wanneer zij worden meegenomen liggen de door het evenement uitgelokte bestedingen rond de €100.000. Er is echter ook iets voor te zeggen om bestedingen van Nijmegenaren buiten beschouwing te laten; zij brachten 'extra' bezoeken aan de binnenstad, maar niet direct aan Nijmegen als geheel. Omdat de economische impact berekend wordt voor de stad als geheel, is ook een berekening gemaakt zonder de bestedingen van Nijmegenaren die speciaal voor het festival naar de stad kwamen. De economische impact ligt dan rond de €80.000.

Promotioneel profiel; betekenis voor het imago van Nijmegen en herhaalbezoek



±1100

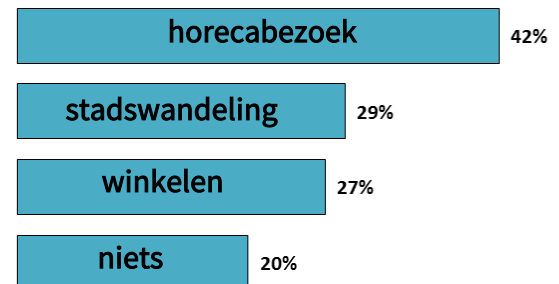
'nieuwe' bezoekers in de stad door het festival

±700

'nieuwe' bezoekers willen Nijmegen vaker bezoeken



'nieuw' bezoek combineerde festival met:



In hoeverre draagt het Gebroeders van Limburg festival bij aan de positionering van Nijmegen als historische stad? Ruim de helft van het publiek heeft door het festival een beter beeld gekregen van Nijmegen als middeleeuwse stad; niet-Nijmegenaren vaker (56%) Nijmegenaren (47%). Daarnaast is gevraagd naar de bekendheid van de Gebroeders van Limburg. Kennen de bezoekers de historische figuren aan wie het evenement zijn naam ontleent? En weet het publiek wat de broers met Nijmegen te maken hebben? Bijna de helft kent de Gebroeders van Limburg als schilders en weet te vertellen dat zij uit Nijmegen komen. Nog eens een tiende kent de schilders, maar weet niet welke link zij met Nijmegen hebben. 40% is volledig onbekend met de Gebroeders van Limburg.

Een andere manier waarop het Gebroeders van Limburg festival promotionele waarde kan hebben voor Nijmegen, is door het aantrekken van bezoekers die nog nooit of slechts enkele keren in Nijmegen zijn geweest. Onder de bezoekers die speciaal voor het festival Nijmegen bezochten, waren zo'n 1100 'nieuwe' bezoekers (jaarlijks maximaal 2 bezoeken aan de stad). In totaal (dus inclusief de bezoekers die niet speciaal voor het festival naar de binnenstad kwamen, maar het wel hebben bekeken) bestond de groep 'nieuwe' bezoekers uit zo'n 2200 man. De meerderheid (80%) van deze groep combineerde het festivalbezoek met andere activiteiten; meestal een bezoek aan een restaurant, terrasje of kroeg (42%). Ruim drie kwart kreeg door het evenementbezoek een positiever beeld van Nijmegen, 60% spreekt daarnaast het voornemen uit om Nijmegen vaker te bezoeken. Dat betekent voorgenomen herhaalbezoek van zo'n 1300 personen.