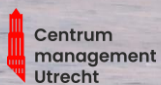


Trends in Bezoek

2024 t/m Q3



Centrum
management
Utrecht

Utrecht Marketing

Opgesteld door: Centrummanagement Utrecht & Utrecht Marketing

Inleiding

- De laatste paar jaar investeren Centrummanagement Utrecht en Utrecht Marketing samen in data en onderzoek. Dit stelt ons in staat om proactief regie te voeren op de acties, evenementen, projecten en campagnes die we samen uitvoeren.
- In de monitor Trends in Bezoek staan verschillende kengetallen die de basis vormen voor een constructieve en op feiten gebaseerde dialoog met stakeholders, overheden en andere belanghebbenden.
- Inhoud:
 - > Inschatting bezoekersaantallen
 - > Best bezochte straten
 - > Bezoekmomenten per weekdag
 - > Bezoekmomenten per uur
 - > Verblijfsduur
 - > Herkomst



Conclusies

Stijgende lijn in bezoek

Het aantal bezoeken aan het centrumgebied stijgt door in de eerste 9 maanden van 2024 (in vergelijking met dezelfde periode in 2023).

- Horeca: **2,8** miljoen bezoeken in de eerste 9 maanden van 2024 (+11% ten opzichte van 2023 tm Q3)
- Retail: **20,1** miljoen bezoeken in de eerste 9 maanden van 2024 (+3% ten opzichte van 2023 tm Q3)
- Cultuur: **2,7** miljoen bezoeken in de eerste 9 maanden van 2024 (+8% ten opzichte van 2023 tm Q3)
- De zomermaanden (juli t/m september) laten een sterk herstel zien ten opzichte van het voorjaar, met name de Horeca gebieden zijn door het mooiere weer en de vakanties met ruim 32% gestegen

Hoewel het aantal bezoeken aan het centrumgebied door stijgt, staan bestedingen wel onder druk en horen we in de dagelijkse praktijk van veel ondernemers dat het hard werken is om omzetdoelstellingen te halen en het hoofd te bieden aan stijgende kosten voor arbeid, inkoop en/of energie.

Best bezochte gebieden Q3 2024

Voor de verschillende sectoren (retail, horeca en cultuur) zijn meerdere gebieden gekozen om een beeld te geven van de ontwikkeling in bezoek. Bij de Horeca gebieden is de Neude de grootste stijger met 54% meer bezoek ten opzichte van Q2. Bij Retail behoren de gebieden Steenweg en de Lange Elisabethstraat tot de grootste klimmers in Q2, gevolgd door de Choorstraat en de Bakkerstraat.

Bezoekmomenten per weekdag: zaterdag neemt in Q3 in aandeel af voor retail en horeca. Woensdag neemt in aandeel toe voor de cultuurgebieden.

- Horeca: populairste dagen 2023 - zaterdag (18%), gevolgd door vrijdag (16%) en donderdag (15%)
- Retail: populairste dagen 2023 - zaterdag (20%), gevolgd door vrijdag (16%) en donderdag (14%)
- Cultuur: populairste dagen 2023 - zondag (16%), gevolgd door zaterdag (15%) en woensdag (14%)

Bezoekmomenten per uur wisselt per sector, retail sterk gerelateerd aan openingsuren. Ochtenduren nemen in belang toe.

- Horeca: Zaterdag is populair tussen 11:00 en 16:00 uur met als piek lunchtijd 12:00 en 14:00 uur. In 2024 Q3 neemt het aandeel in de avonduren wat meer toe in vergelijking met voorjaar en winter (avonduren sterker door mooiere weer)
- Retail: Zaterdag is veruit de populairste dag om te winkelen, gevolgd door vrijdag en zondag. In 2024 Q3 neemt het tijdvak van 09:00-12:00 uur een kleiner aandeel in dan in de eerste 2 kwartelen van 2024. Het tijdvak tussen 12:00 en 15:00 neemt licht toe (rond 1%).
- Cultuur: De weekenddagen zijn het populairst bij de gemeten cultuurinstellingen. De ochtenduren nemen door de jaren heen in aandeel toe van 30% naar 40%.

Conclusies

Verblijfsduur is redelijk stabiel binnen horeca en retail

Van de drie sectoren verblijft men in 2023 relatief het langst in de horeca gebieden: **115** minuten. In de retail gebieden ligt de gemiddelde verblijfsduur op **82** minuten en binnen de gemeten culturele instellingen is men gemiddeld **64** minuten binnen. De verblijfstijden in Q3 2024 zijn in lijn met de gemiddelde jaarcijfers, waarbij de verblijfstijd in de cultuurgebieden positief afwijkt van het jaargemiddelde.

Herkomst: toename bezoek uit rest van Nederland

Vanaf 2021 neemt het aandeel van mensen uit de **rest van Nederland (totaal NL exclusief provincie Utrecht)** binnen alle drie de sectoren (Horeca, Retail en Cultuur) toe.

- Horeca: van 34% in 2021 naar 42% in 2024 tm Q3
- Retail: van 40% in 2021 naar 44% in 2024 tm Q3
- Cultuur: van 33% in 2021 naar 56% in 2024 tm Q3

Opvallend is ook dat de Horeca gebieden en pleinen meer door de bewoners uit de stad worden bezocht dan de Retailgebieden (38% versus 29%), terwijl de Retailgebieden een breder verzorgingsgebied kennen en juist afhankelijker zijn van bezoek uit de provincie Utrecht bedienen (16% versus 23%) en bezoek van buiten de provincie (44%). De cultuursector is voor haar bestaansrecht beduidend afhankelijker van landelijk publiek (56%) en slaagt er met haar aanbod in om met name uit de provincies Noord- en Zuid Holland publiek aan te spreken.



Indeling sectoren

Horeca

- Drieharingenstraat
- Mariastraat
- Het Wed
- Vismarkt
- Stadhuisplein
- Neude
- Korte Jansstraat
- Ledig Erf
- Janskerkhof
- Lucas Bolwerk

Retail

- Domstraat West
- Lijnmarkt
- Zadelstraat
- Oudegracht - Twijnstraat
- Oudegracht (thv Broese)
- Oudkerkhof
- Schoutenstraat
- Vinkenburgstraat
- Nobelstraat Noord
- Voorstraat Noordwest
- Voorstraat Zuidoost
- Wittevrouwenstraat Noord
- Achter Clarenburg
- Bakkerstaat
- Choorstraat
- Oudegracht (thv de HEMA)
- Lange Elisabethstraat
- Oudegracht (thv Aldi)
- Steenweg
- Vredenburg
- Zakkendragersteeg

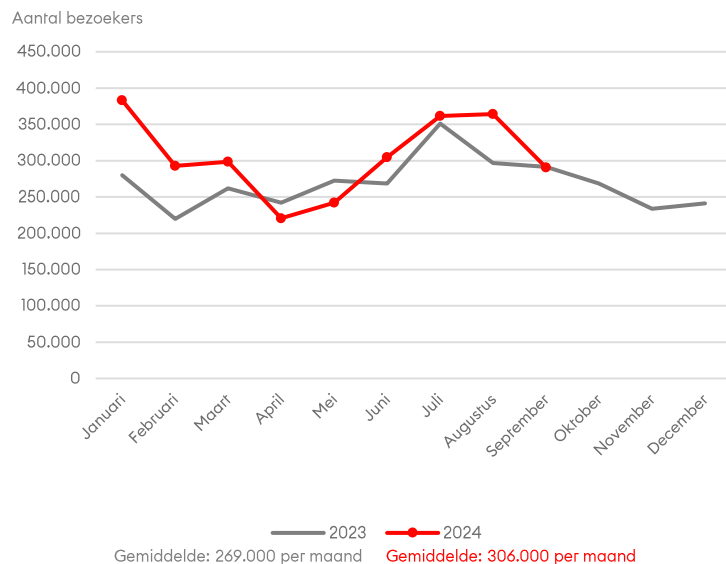
Cultuur

- Centraal Museum
- Museum Catharijneconvent
- Domtoren
- Museum Speelklok
- Spoorwegmuseum
- Universiteitsmuseum
- nijntjemuseum
- Utrechts Archief
- Sonnenborgh
- Tivoli Vredenburg
- SSBU

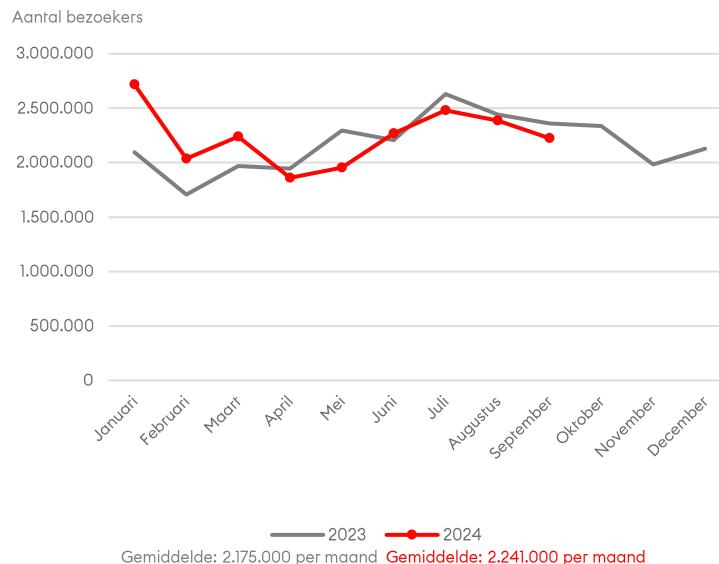


Trends in bezoek

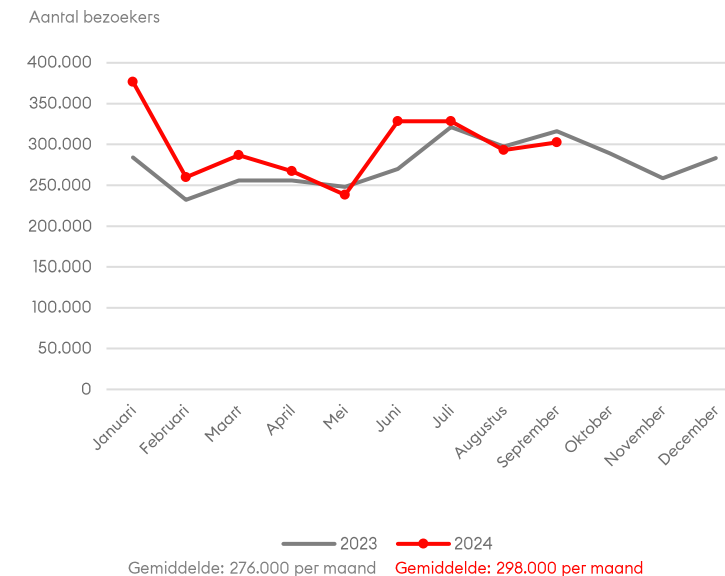
Horeca (2023: 3,2 miljoen bezoeken)



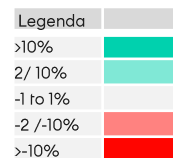
Retail (2023: 26,1 miljoen bezoeken)



Cultuur (2023: 3,3 miljoen bezoeken)



Periodes	Horeca	Retail	Cultuur
2022 vs 2021	10%	40%	47%
2023 vs 2022	4%	10%	4%
2024 YTD vs 2023 YTD	11%	3%	8%
2024 Q3 vs 2024 Q2	+32%	+17%	+11%



YTD = t/m Q3

Ontwikkelingen op straatniveau

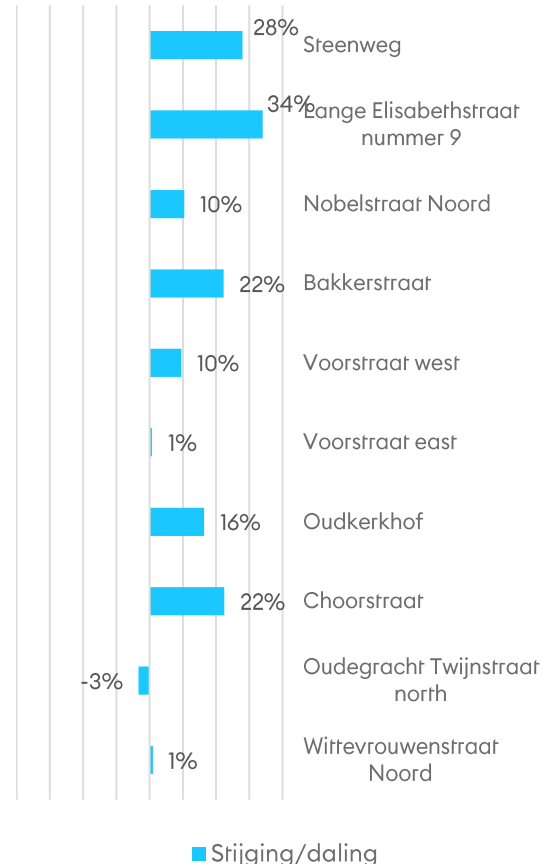
Horeca

Q3 2024 vs Q2 2024



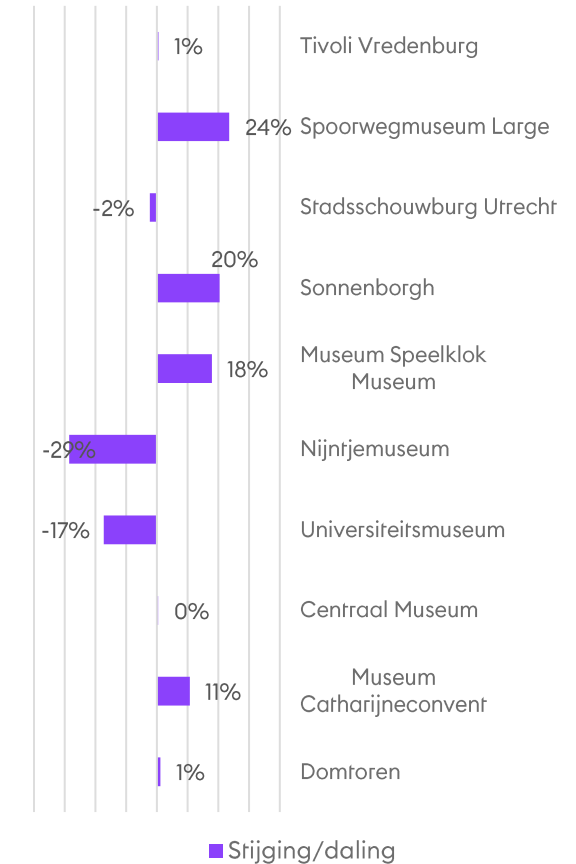
Retail

Q3 2024 vs Q2 2024



Cultuur

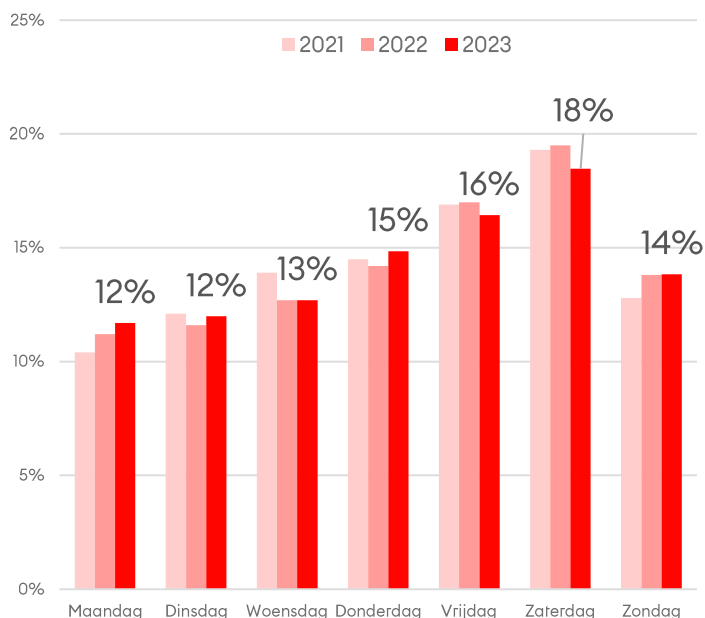
Q3 2024 vs Q2 2024



Bezoekmomenten per weekdag – Jaren

Horeca

Top 3 dagen 2023: zaterdag, vrijdag en donderdag

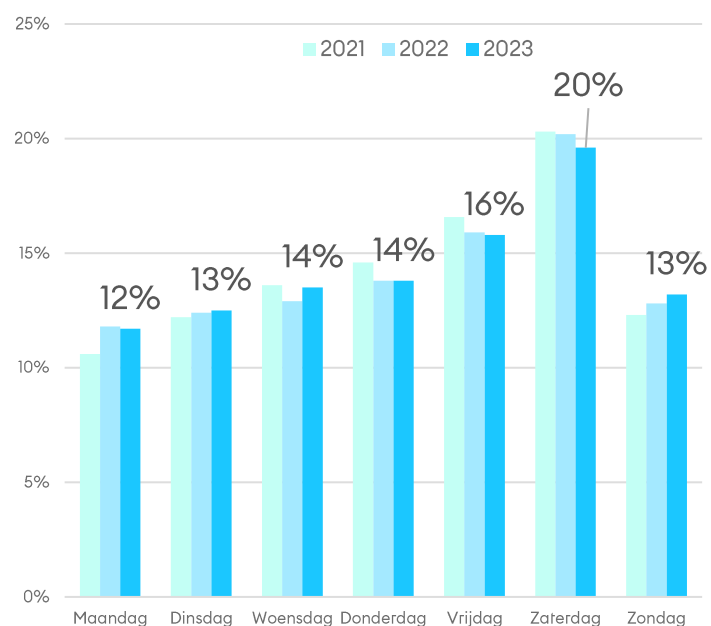


Horeca 2023 – 2022

Populairste dag in toenemende mate donderdag (+1%), gevolgd door maandag (+1%). Zaterdag neemt af (-2%).

Retail

Top 3 dagen 2023: zaterdag, vrijdag en donderdag

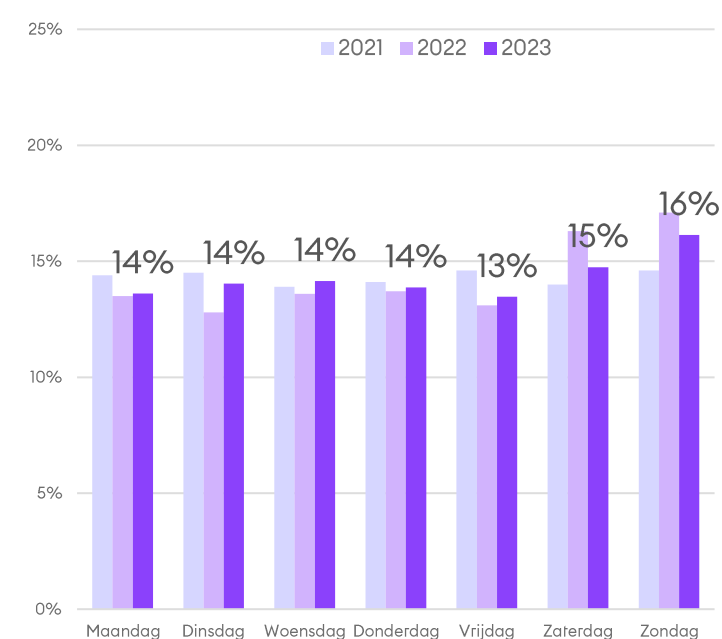


Retail 2023 – 2022

Zaterdag, vrijdag en donderdag zijn de populairste dagen, waarbij zaterdag in 2023 licht afneemt (-1%) en woensdag en zondag juist wat aandeel winnen.

Cultuur

Top 3 dagen 2023: zondag, zaterdag en woensdag



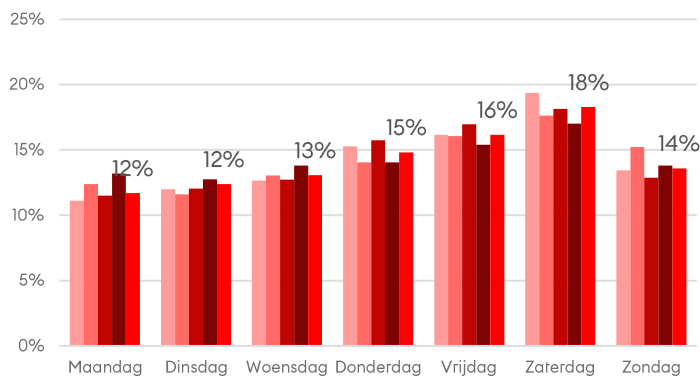
Cultuur 2023 - 2022

Bezoek aan cultuurinstellingen is evenrediger verdeeld over de weekdagen, met name dinsdag en woensdag. Het aandeel van de weekend dagen neemt naar verhouding af.

Bezoekmomenten per weekday – Per Q

Horeca

Laatste 5 Q



■ Q3 2023 ■ Q4 2023 ■ Q1 2024 ■ Q2 2024 ■ Q3 2024

Horeca

2024 Q3 vs 2024 Q2

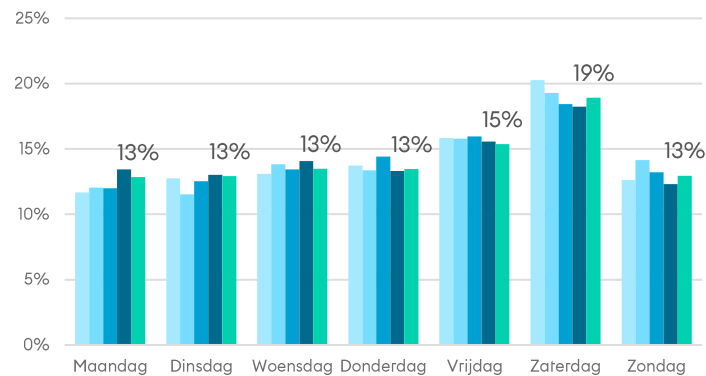
Zaterdag is in de lift (+1,3%). Maandag daalt het hardst (-1,5%)

2024 Q3 vs 2023 Q3

Minimale verschuivingen, waarbij zaterdag in 2024 met 1,1% daalt ten opzichte van hetzelfde kwartaal van vorig jaar.

Retail

Laatste 5 Q



■ Q3 2023 ■ Q4 2023 ■ Q1 2024 ■ Q2 2024 ■ Q3 2024

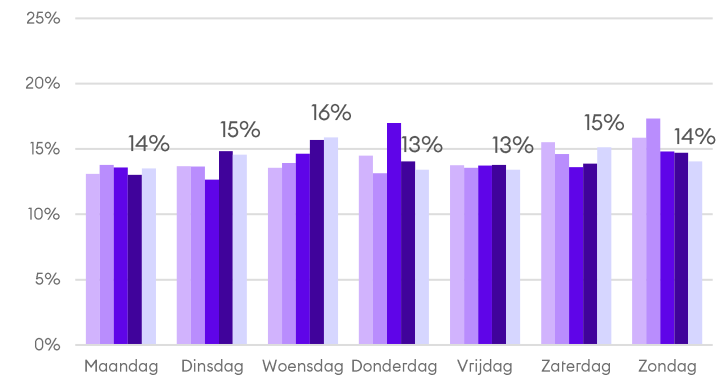
Retail

Weekenddagen zitten licht in de plus ten koste van de maandag en de woensdag.

Zaterdag daalt met -1,3%, maandag klimt met 1,2%.

Cultuur

Laatste 5 Q



■ Q3 2023 ■ Q4 2023 ■ Q1 2024 ■ Q2 2024 ■ Q3 2024

Cultuur

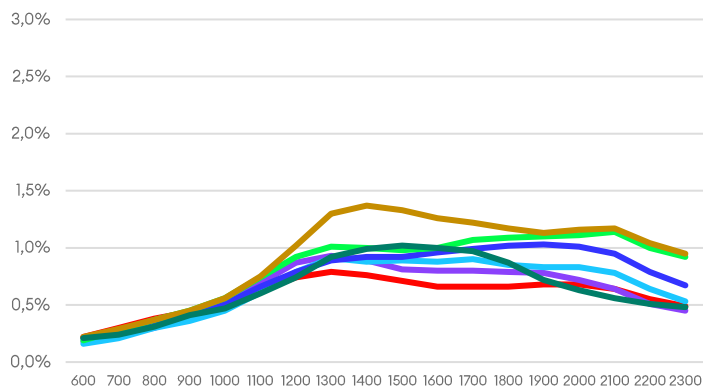
Zaterdag wordt populairder en stijgt met 1,3%.

Woensdag klimt over de jaren naar een steeds groter aandeel en is voor de cultuursector nu een van de belangrijkste dagen, na zaterdag.

Bezoekmomenten per dag / uur – 2024 Q3

Horeca

2024 Q3



Maandag Dinsdag Woensdag Donderdag
Vrijdag Zaterdag Zondag

Ontwikkelingen
Q3 2024

Horeca

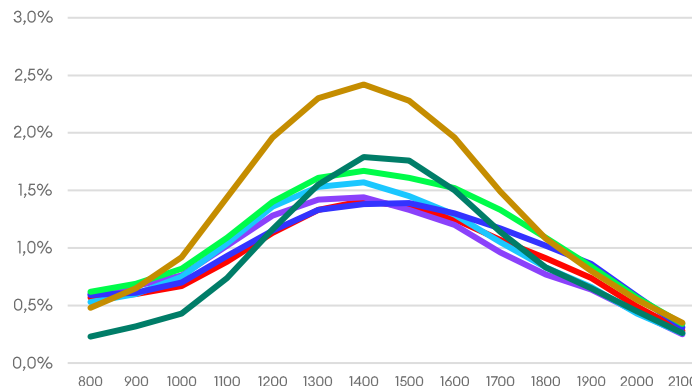
Zaterdag is populair tussen 11:00 en 16:00 met als piek lunchtijd 12:00 en 14:00 uur.

Zondag volgt hetzelfde patroon als zaterdag, hoewel de bezoeken wat later op gang komen. Het aandeel op zondag daalt vanaf 16:00 uur en vertoont dan hetzelfde patroon als maandag, dinsdag en woensdag.

Naast vrijdag en zaterdag is donderdag bij uitstek een borrelavond

Retail

2024 Q3



Maandag Dinsdag Woensdag Donderdag
Vrijdag Zaterdag Zondag

Retail

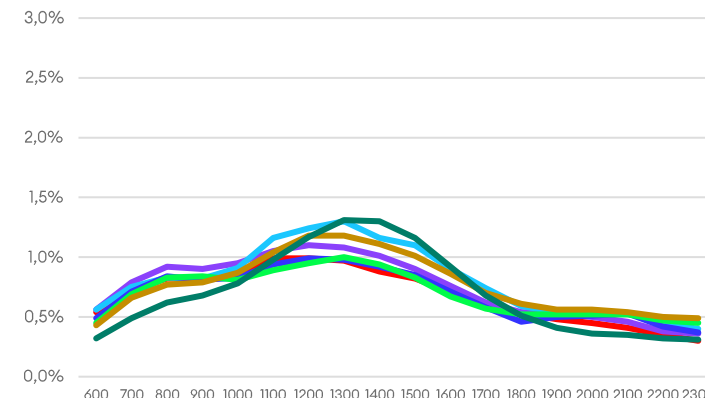
Zaterdag is veruit de populairste dag om te winkelen, gevolgd door vrijdag en zondag.

Maandag en donderdag komen in vergelijking met de andere weekdays wat later op de dag op gang.

Woensdag kent een bezoekverloop met een hoge piek in de voormiddag door de markt op Vredenburgplein

Cultuur

2024 Q3



Maandag Dinsdag Woensdag Donderdag
Vrijdag Zaterdag Zondag

Cultuur

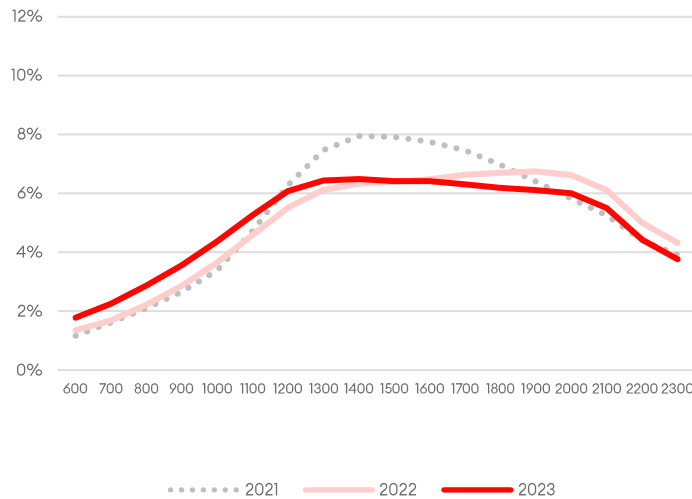
De weekenddagen zijn het populairst bij de gemeten cultuurinstellingen, met ook woensdag in de kielzog.

Met name zondag is een belangrijke dag voor cultuurbezoek (aandeel bezoek dominantier dan andere dagen over de hele dag)

Bezoekmomenten per uur

Horeca

Op basis van alle dagen in de week



Horeca

Ontwikkelingen 2021-2023 (grafiek)

In de Corona jaren 2020 en 2021 lag het zwaartepunt van het aandeel bezoeken meer midden op de dag (binnen het tijdvak 12:00 en 16:00). Het bekende rondje wandelen met een coffee to go.

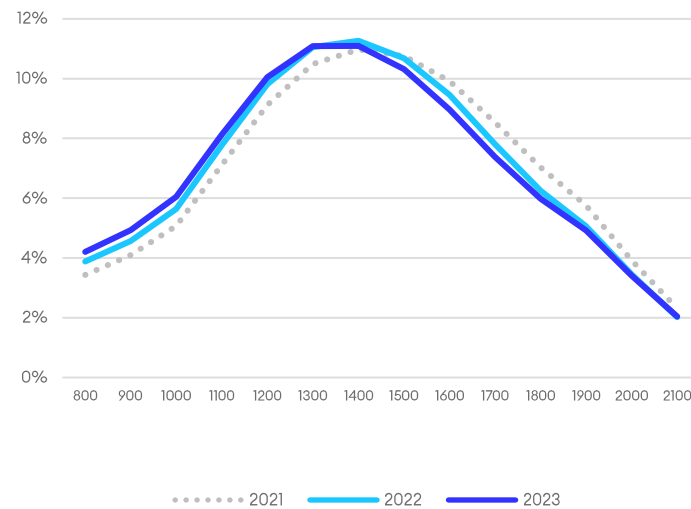
In 2023 neemt het aandeel van de ochtend toe, tussen 9:00 en 12:00 uur.

Ontwikkelingen 2024 Q3 (niet in grafiek)

In 2024 Q3 neemt het aandeel in de avonduren wat meer toe in vergelijking met voorjaar en winter (avonduren sterker door mooiere weer)

Retail

Op basis van alle dagen in de week



Retail

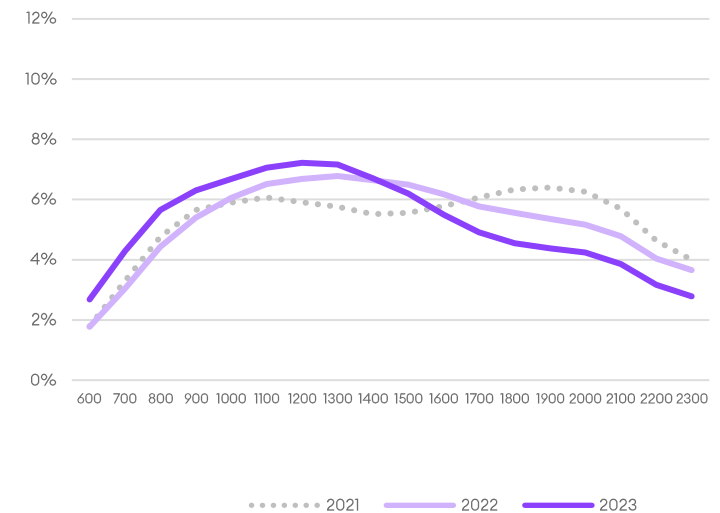
Patroon over de jaren heen voor retail concentreert zich meer overdag (openingstijden winkels) met een piek tussen 13:00 en 15:00 uur.

In 2023 stijgt het aandeel bezoeken aan retail licht naar de late ochtend.

In 2024 Q3 neemt het tijdvak van 09:00-12:00 uur een kleiner aandeel in dan in de eerste 2 kwartelen van 2024. Het tijdvak tussen 12:00 en 15:00 neemt licht toe (rond 1%).

Cultuur

Op basis van alle dagen in de week



Cultuur

Patroon voor de culturele instellingen laat zien dat een groot deel van het bezoek in de ochtenduren plaats vindt.

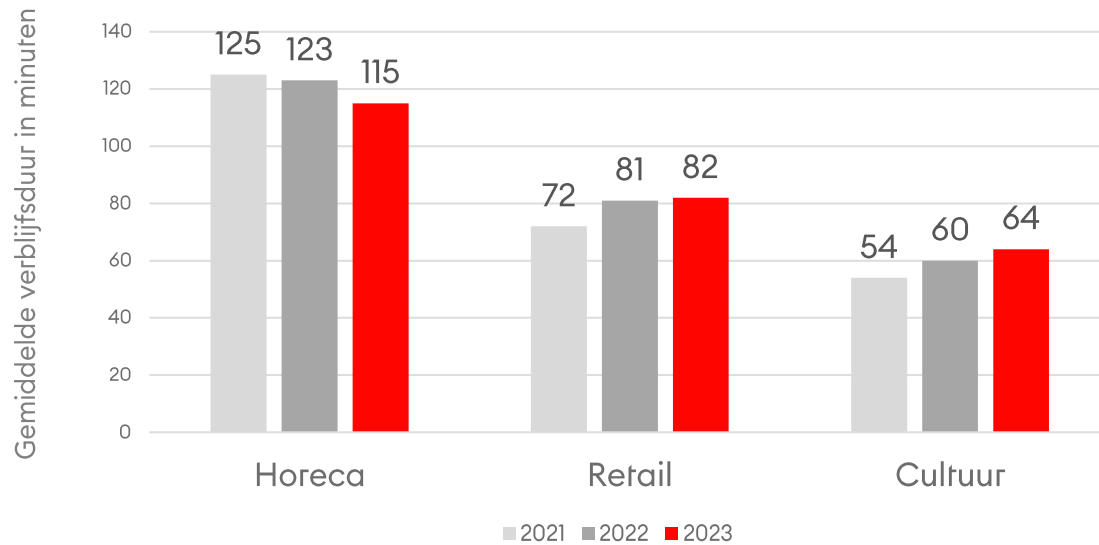
Dit ochtend aandeel (06:00-12:00) stijgt door de jaren heen van 30% naar 40%.

In 2024 Q3 is het patroon vergelijkbaar met de andere kwartelen met iets minder drukte in de vroege ochtend.

Verblijfsduur

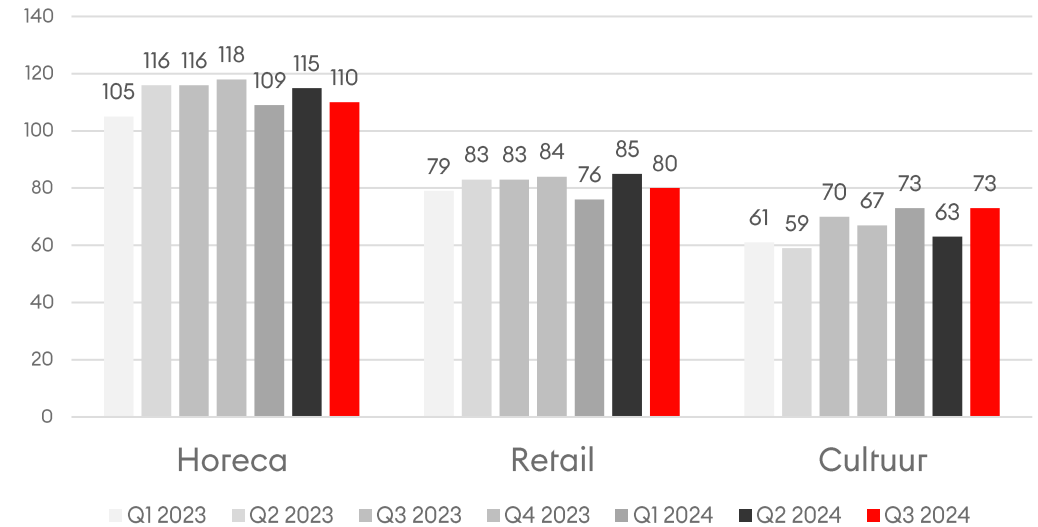
Per jaar

Verblijfsduur in minuten



Per kwartaal

Verblijfsduur in minuten



	Horeca	Retail	Cultuur
2023 versus 2022	- 8	+ 2	+ 4
2024 Q3 vs 2024 Q2	-5	-5	+10
2024 Q3 vs 2023 Q3	- 6	-3	+ 3

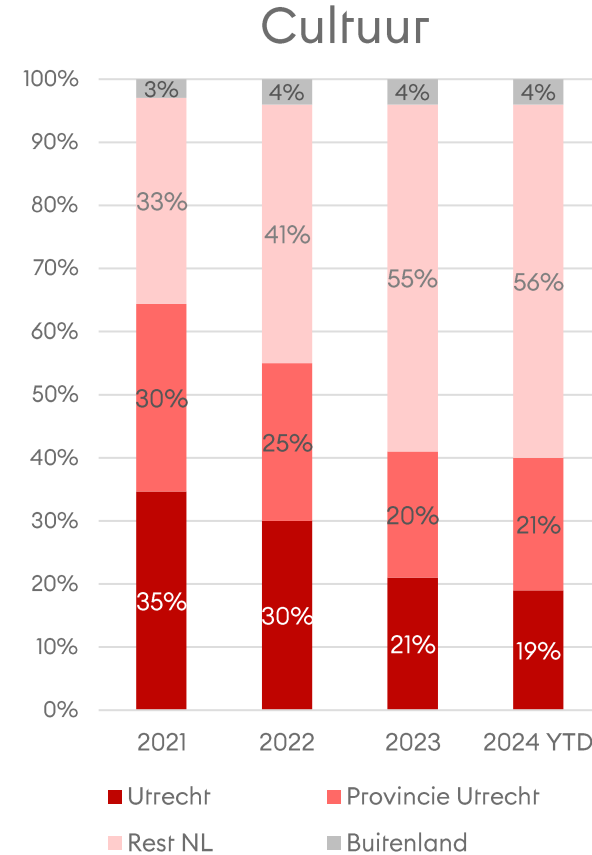
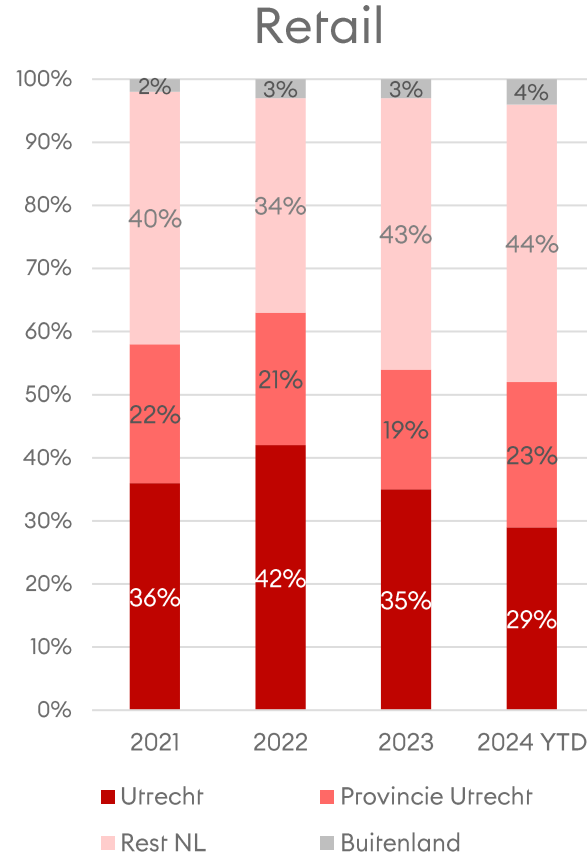
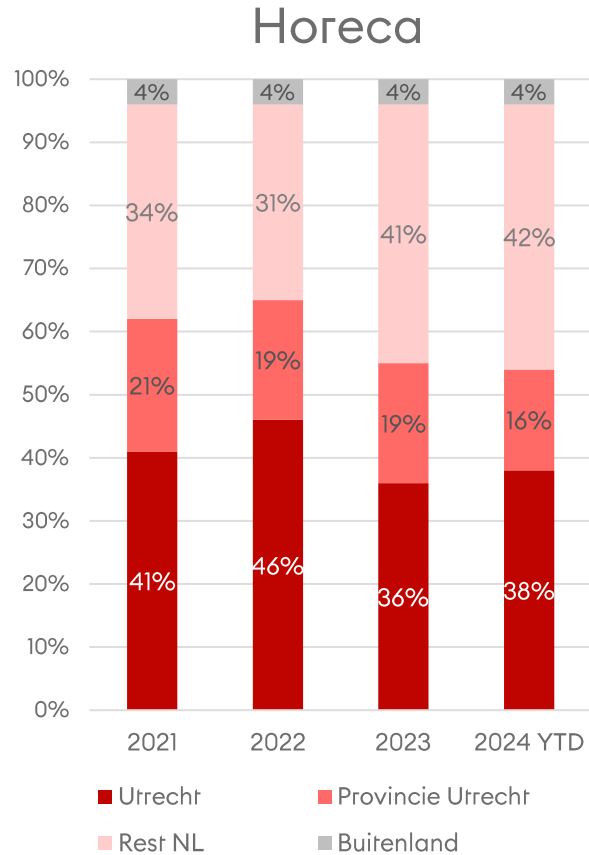
Legenda	
> +10 min	
+ 2 / + 10 min	
-1 to 1 min	
-2 /-10 min	
> -10 min	



Leeswijzer: In de grafiek staat de gemiddelde verblijfsduur per sector. Periode: kwartaal. Dit is informatie die gebruikt kan worden om inzicht te verkrijgen in de doorloop van bezoekers. Daarnaast geeft het informatie over de trends in bezoek voor het centrumgebied. De gemiddelde tijd is in lijn met andere bronnen, zoals STRABO. Uniek aan deze informatie is de splitsing op sector niveau.

Herkomst bezoekers

Buitenland = met name Duitsland en is nog niet volledig



Leeswijzer: In de grafiek staat de herkomst per sector. Periode: jaar. Dit is informatie die bijvoorbeeld gebruikt kan worden voor geografische targeting bij bezoekerscampagnes. Retail periode 2021 is op basis van Q3 Q4 ivm definitie en historische data. Daarnaast geeft het informatie over de trends in bezoek voor het centrumgebied. De herkomst is lijn met andere bronnen, zoals STRABO. Uniek aan deze informatie is de splijding op sector niveau.

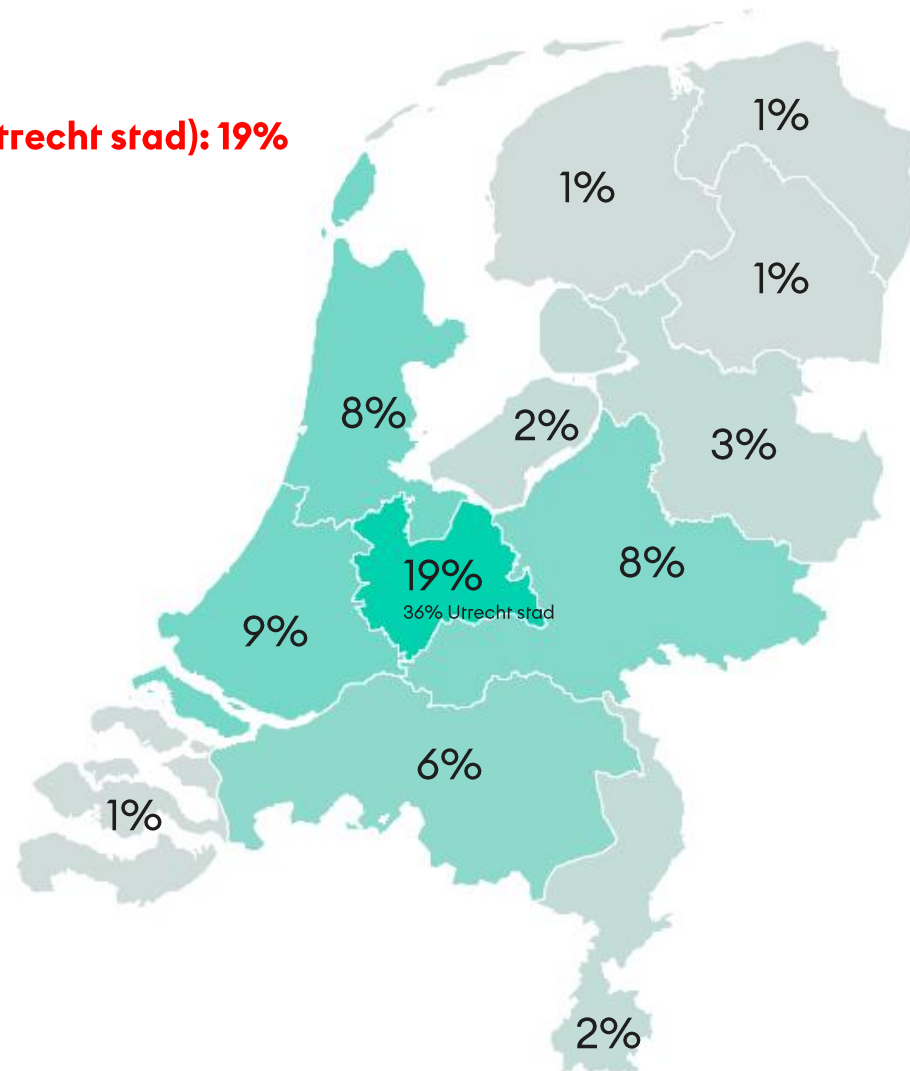
Herkomst bezoekers - Horeca

2023

Utrecht stad: 36%

Provincie Utrecht (excl. Utrecht stad): 19%

Buitenland: 4%



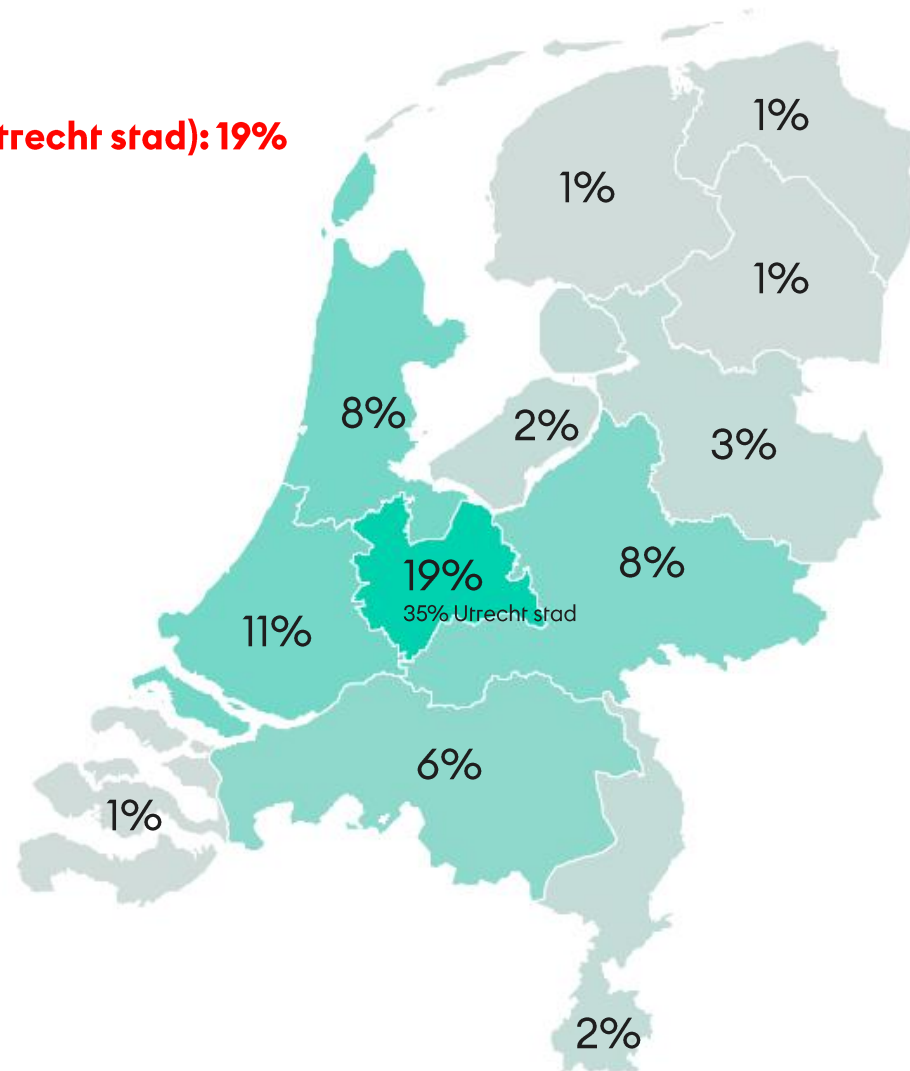
Herkomst bezoekers - Retail

2023

Utrecht stad: 35%

Provincie Utrecht (excl. Utrecht stad): 19%

Buitenland: 3%



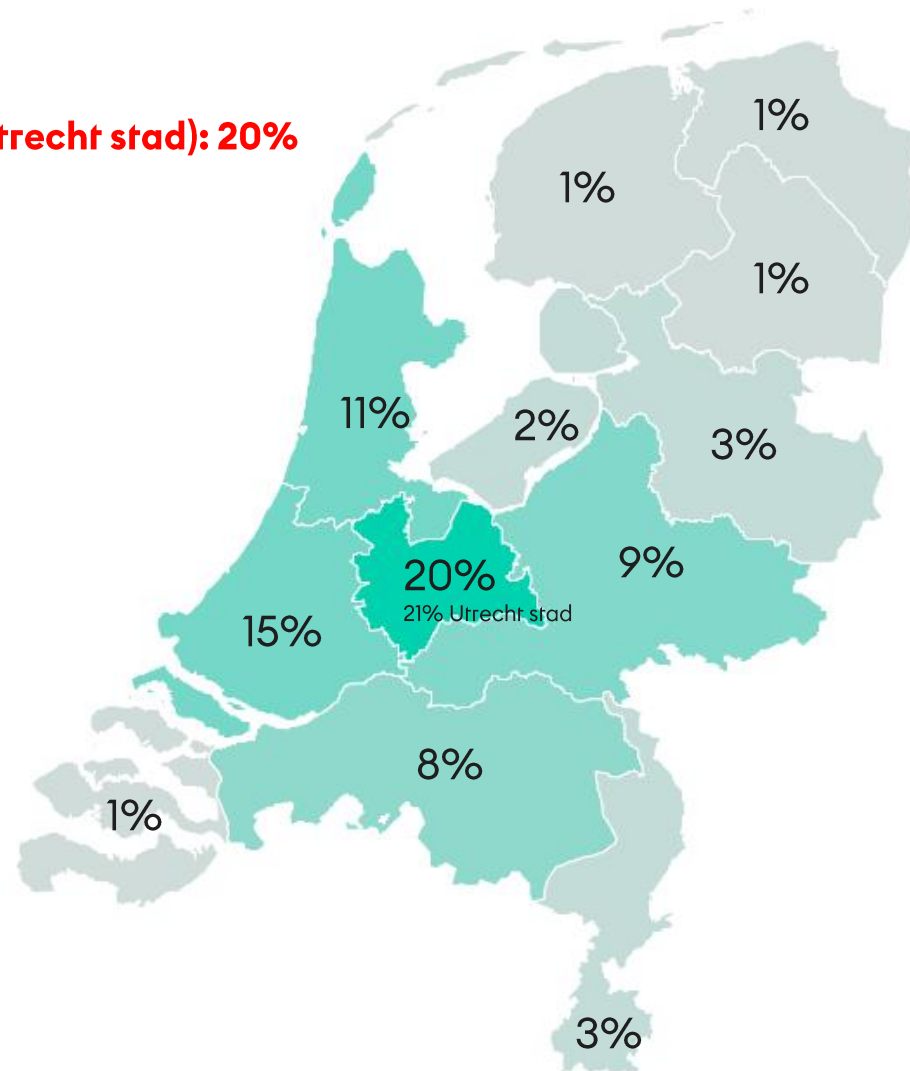
Herkomst bezoekers - Cultuur

2023

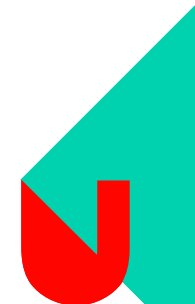
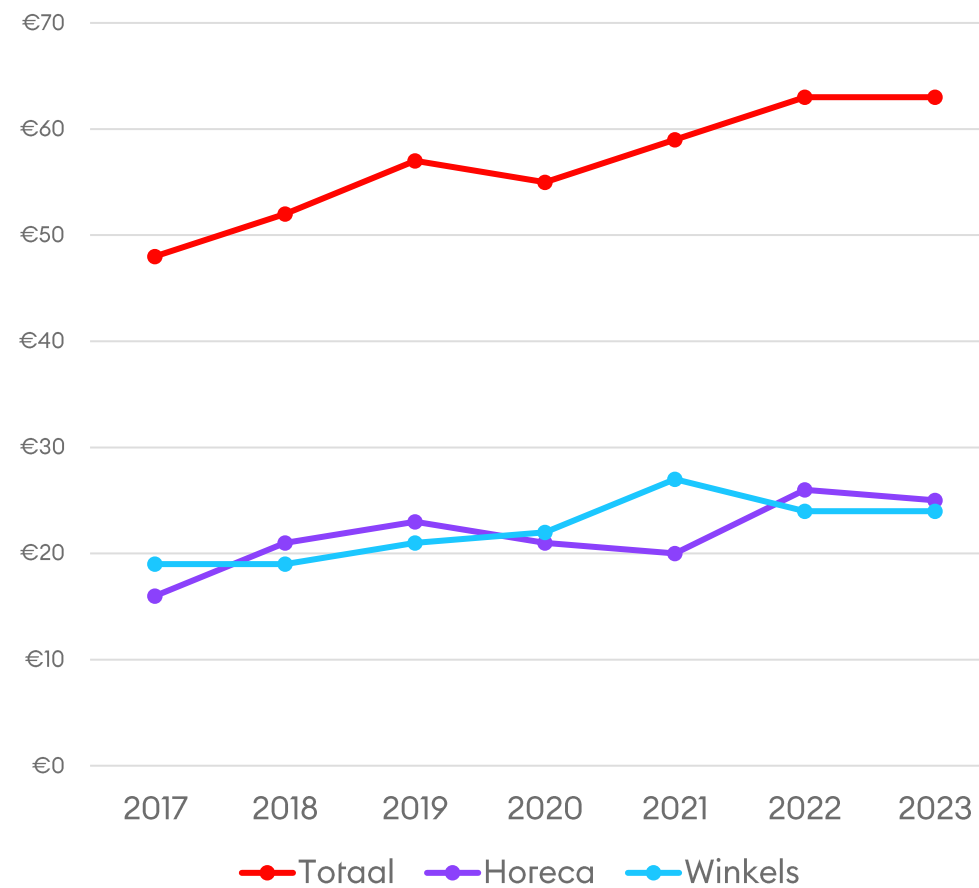
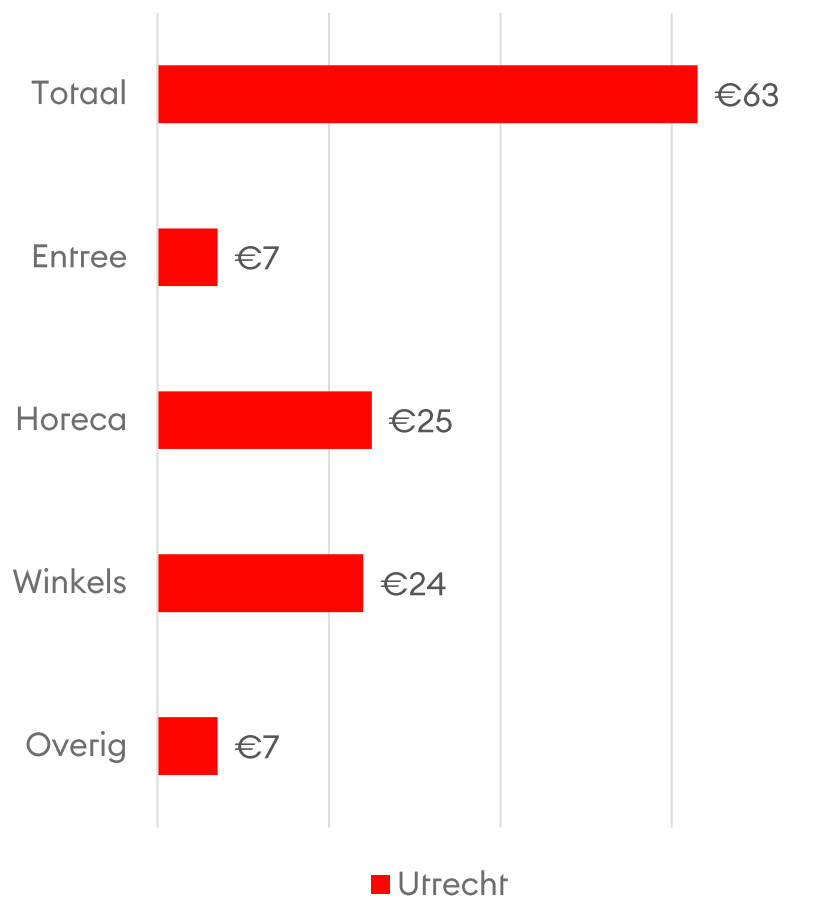
Utrecht stad: 21%

Provincie Utrecht (excl. Utrecht stad): 20%

Buitenland: 4%



Bestedingen per persoon Utrecht



Bijlage



Definities

Inschatting aantal bezoekers: inschatting is gerealiseerd op basis van een algoritme gebaseerd op het verzamelen van GPS-signalen van mobiele telefoons waarbij de gebruiker toestemming heeft gegeven de locatie te delen. Het panel is tussen de 15% en 20% van de NL bevolking.

Polygoon: een vooraf afgebakend gebied ('een op maat gemaakt virtuele poort'). Dit kunnen bijvoorbeeld straten of pleinen, of complete stadsparken zijn.

Verblijfsduur: de lengte van een bezoek wordt gemeten zodra een bezoeker gedurende een periode van 2 uur in een polygoon gesignaleerd is. Dit kan dus betekenen dat een bezoeker een straat uitgaat en binnen 2 uur weer in deze straat komt. Dit wordt gezien als 1 bezoek.

Bezoek: indien een bezoeker binnen 2 uur in een polygoon weer gesignaleerd wordt geldt dit als 1 bezoek. Komt men na 2 uur weer op dezelfde dag door hetzelfde polygoon dan wordt deze persoon weer meegeteld. Er kan dan ook beter gesproken worden over bezoeken dan over unieke bezoekers.



Bronnen en methode

- De data wordt op kwartaalbasis verzameld en gerapporteerd door Perfect Place.
- De dataverzameling is op basis van 'geofencing' van vooraf bepaalde gebieden en straten en maakt gebruik van de locatiedata van apps op mobiele telefoons.
- De data is geaggregeerd per maand om trends te identificeren.
- Absolute aantallen zijn een indicatie en zijn vooral bruikbaar om lange termijn trends te identificeren.
- Alle verzamelde informatie is in lijn met de AVG wetgeving en niet herleidbaar tot individuele personen.
- Meer info is op te vragen bij CMU of UM.

