



BEZOEK RIVIEREN OMNIBUSENQUÊTE 2020

Op verzoek van diverse afdelingen van de gemeente Rotterdam voert de gemeentelijke afdeling Onderzoek en Business Intelligence jaarlijks in het begin van het jaar een Omnibusenquête uit onder Rotterdammers van 16 tot en met 85 jaar. Het betreft een enquête die naar eigen keuze schriftelijk dan wel via internet kan worden ingevuld, waarbij via aanvullend mondeling veldwerk door een gespecialiseerd extern bureau extra zorg wordt besteed aan voldoende respons onder Rotterdammers met een migratieachtergrond.

In de Omnibusenquête 2020 zijn onder meer ook vragen opgenomen over de Nieuwe Maas (Vragenlijst A), de Schie (Vragenlijst C), het Rottemerengebied (Vragenlijst D) en de Rotte (Vragenlijst E). In deze notitie worden de resultaten beschreven.

De respons op de betreffende Vragenlijsten van Omnibusenquête bedroeg 29% respectievelijk 30% respectievelijk 31% respectievelijk 30%, wat niet slecht is voor enquêtes in een stad als Rotterdam. Dankzij een aantal veranderingen in de aanpak is de dalende trend in de respons de laatste jaren gekeerd. Bovendien is de representativiteit van de respons de laatste jaren door een veel grotere opbrengst van het aanvullend mondeling veldwerk onder Rotterdammers met een migratieachtergrond een stuk beter dan daarvóór, al blijven sommige bevolkingsgroepen wat ondervertegenwoordigd. Uitkomsten kunnen dan ook nog steeds goed vergeleken worden met uitkomsten uit eerdere Omnibusenquêtes.

Recreatiefrequentie

In de vragenlijsten is allereerst de vraag opgenomen: 'Hoe vaak komt u bij de Nieuwe Maas/ de Rotte/ de Schie/ de Rottemeren?'.

Ongeveer een derde van de Rotterdammers gaat wel eens naar de Nieuwe Maas (37%). Met 45% ligt het bezoek aan de Rotte iets hoger dan in 2019 (36%). Ongeveer één op de vijf Rotterdammers (21%) brengt wel eens een bezoekje aan de Schie en 41% komt wel eens bij de Rottemeren. Verreweg de meeste bezoekers, bezoeken deze gebieden minder dan één keer per maand (tabel 1).

Tabel 1 <i>Bezoekfrequentie rivieren (inclusief havenbekkens, oevers en kades)</i>	Nieuwe Maas*	Rotte#	Schie#	Rottemeren
Elke dag of bijna elke dag	2%	4%	1%	1%
Een paar keer per week	4%	6%	2%	5%
Eén tot drie keer per maand	11%	12%	4%	10%
Minder dan één keer per maand	21%	23%	15%	25%
Totaal aandeel bezoekers	37%	45%	21%	41%
Ik kom daar nooit om te recreëren	63%	55%	79%	59%

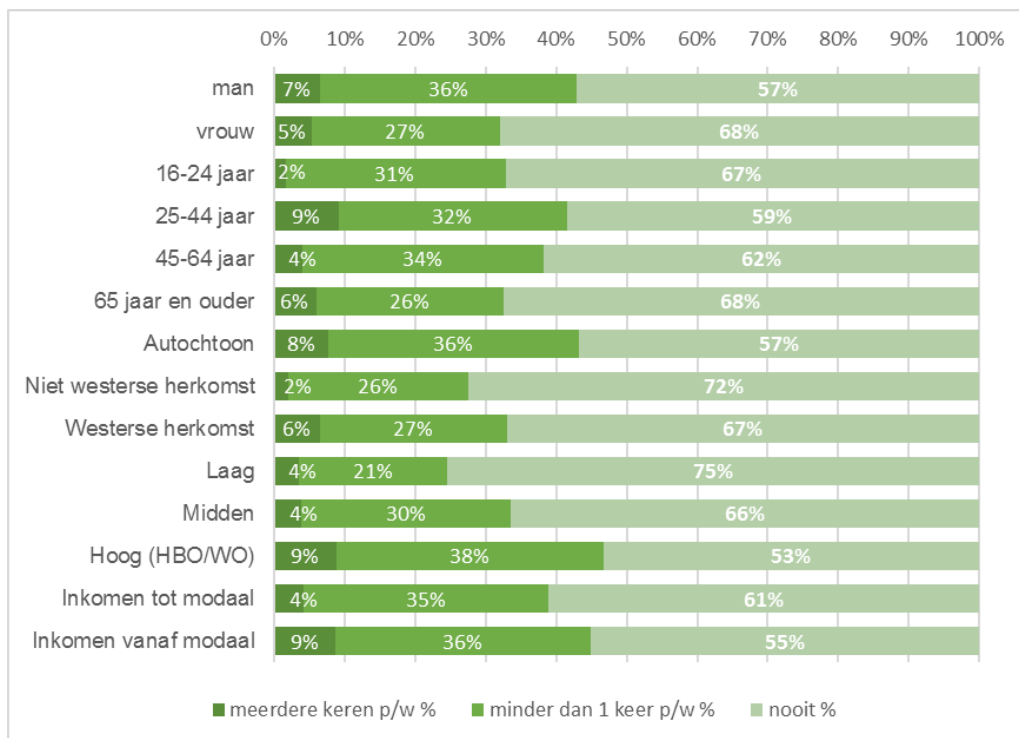
* Gebied tussen de Van Brieneoordbrug en Schiedam.

Gedeelte binnen Rotterdam.

Recreatiefrequentie naar achtergrondkenmerken

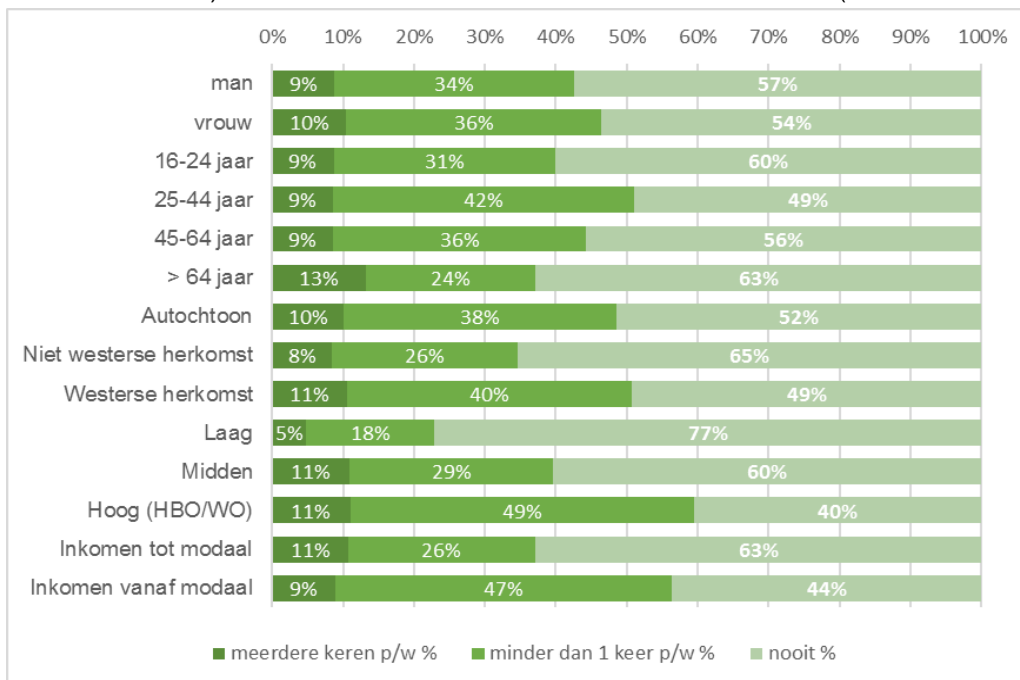
De figuren 1 t/m 3 op de volgende pagina's laten de bezoekfrequentie aan de rivieren zien, uitgesplitst naar de achtergrondkenmerken geslacht, leeftijd, herkomst, opleidingsniveau en inkomen.

Figuur 1 laat zien dat de Nieuwe Maas het minst populair is onder laag opgeleiden (75% komt er nooit) en onder Rotterdammers met een niet-westerse herkomst (72% komt er nooit). Het meest wordt de Nieuwe Maas bezocht door hoog opgeleide Rotterdammers (47%) en Rotterdammers met een bovenmodaal inkomen (45%).



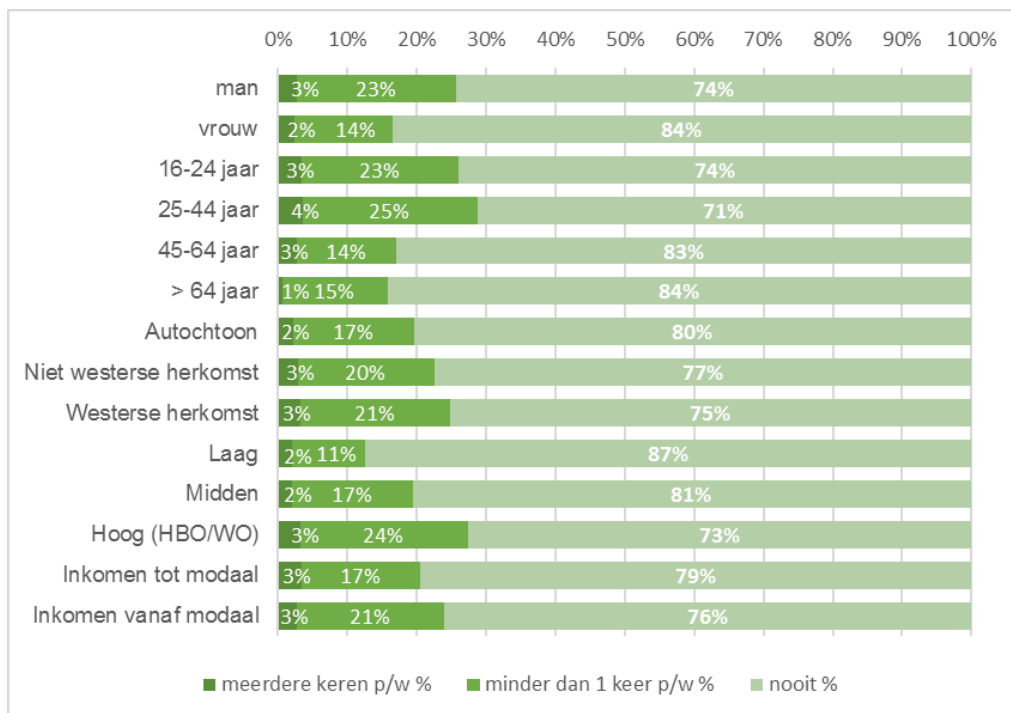
Figuur 1 Bezoekfrequentie Nieuwe Maas naar achtergrondkenmerken

Ook bij de Rotte (figuur 2) geldt dat de groep die de rivier nooit bezoekt het hoogst is onder laag opgeleide Rotterdammers (77%) en Rotterdammers met een niet-westerse herkomst (65%). Net als de Nieuwe Maas is ook deze rivier het populairst bij hoog opgeleide Rotterdammers (60% bezoekt de rivier) en Rotterdammers met een bovenmodaal inkomen (56% bezoekt de rivier).



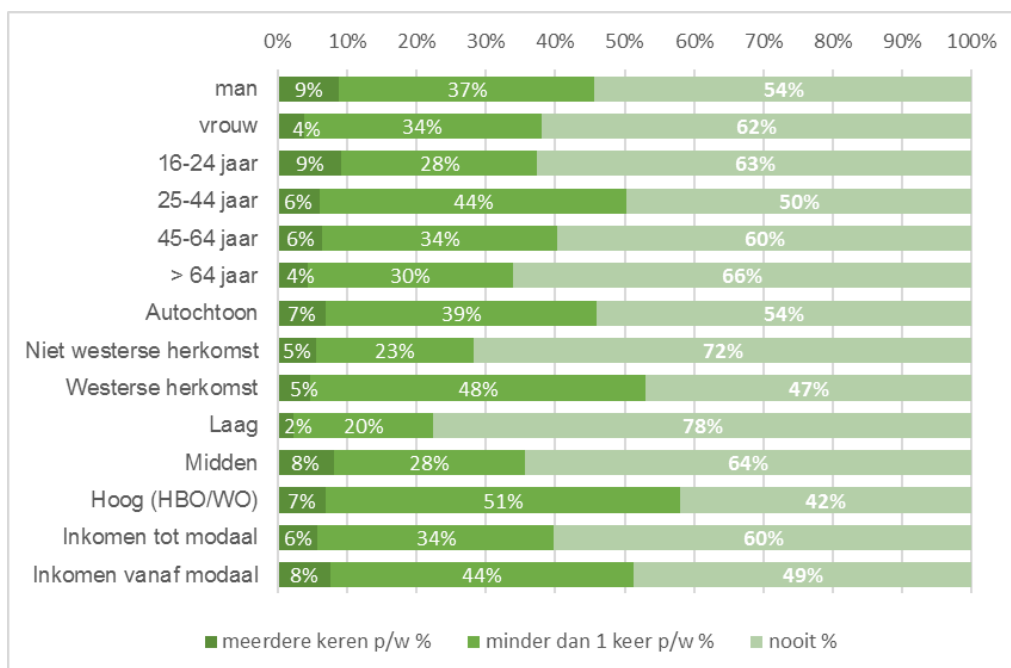
Figuur 2 Bezoekfrequentie de Rotte naar achtergrondkenmerken

De Schie wordt van de drie rivieren het minst bezocht. Het aandeel dat deze rivier nooit bezoekt is het hoogst onder de groep laag opgeleide Rotterdammers (87%). De Schie is het meest populair bij de groep 25- tot 45-jarigen: van deze groep brengt 29% wel eens een bezoekje aan deze rivier.



Figuur 3 Bezoekfrequentie de Schie naar achtergrondkenmerken

Ook voor de Rottemeren geldt dat het aandeel niet-bezoekers het grootst is onder laag opgeleide Rotterdammers (78%) en Rotterdammers met een niet-westerse herkomst (72%). Populair is dit gebied vooral bij de Rotterdammer met een westerse herkomst (53% bezoekt het gebied) en hoog opgeleide Rotterdammers (58% bezoekt het gebied).



Figuur 4 Bezoekfrequentie Rottemeren naar achtergrondkenmerken

Bezoekmotieven

De rivieren worden het meest bezocht om te wandelen langs de oevers, te genieten van de uitzichten, een terrasje aan het water te pakken en om langs de oevers te fietsen (tabel 2). Niet helemaal onverwacht lopen de redenen voor bezoek het meest uiteen bij de Nieuwe Maas. Deze rivier wordt ook vaak bezocht in verband met evenementen of om een uitstapje te maken met bezoek (beide 27%), of om een museum of attractie te bezoeken (25%). Verder valt uit de tabel op te maken dat fietsen langs de Rotte en de Rottemeren een geliefde bezigheid is.

Tabel 2 <i>Bezoekmotief bezoekers rivieren</i>	Nieuwe Maas*	Rotte#	Schie#	Rottemeren
Wandelen langs de rivier	72%	63%	60%	70%
Genieten van het uitzicht/boten kijken	56%	35%	30%	41%
Op een terras aan het water zitten	50%	37%	28%	40%
Fietsen langs de rivier	42%	58%	44%	56%
Bezoek evenement	27%	12%	11%	15%
Uitstapje maken met bezoek	27%	20%	13%	17%
Sporten	-	-	-	11%
Bezoek museum of attractie	25%	8%	8%	9%
Hardlopen langs de rivier	18%	22%	22%	19%
Meevaren met georganiseerde tocht	13%	3%	4%	4%
Varen met eigen boot	2%	8%	4%	7%
Zwemmen	2%	7%	5%	12%
Vissen	2%	3%	3%	4%

Meest gebruikte vervoermiddel om de rivieren te bezoeken

De meerderheid van de bezoekers pakt nog steeds de fiets om naar de rivier te gaan (58%-65%), maar een flink deel komt ook wel eens te voet (tabel 3). Voor bezoek aan de Nieuwe Maas wordt ook geregeld het openbaar vervoer gebruikt (30%). Bezoekers van de Rottemeren komen daarentegen vaker met de auto (39%).

Tabel 3 <i>Meest gebruikte vervoermiddel om de rivieren te bezoeken</i>	Nieuwe Maas*	Rotte#	Schie#	Rottemeren
Fiets	58%	65%	53%	61%
Lopend	33%	34%	33%	26%
Bus, tram, metro of trein	30%	13%	21%	15%
Auto	23%	21%	21%	39%
Boot	2%	2%	2%	3%

Verbetermogelijkheden van de rivieren

Tabel 4 laat zien dat een aanzienlijk deel van de bezoekers aan de rivieren en de Rottemeren tevreden is met het gebied zoals het nu is en geen verbetermogelijkheden ziet (Rotte: 38%; de Schie: 41%; de Rottemeren: 45%). Net als in 2019 geldt dit in mindere mate voor de bezoekers van de Nieuwe Maas (29%). Bij deze rivier zou ruim een derde meer bestemmingen (37%) of meer natuur (35%) langs de rivier verwelkomen. Bij de Rotte zou 31% graag meer bestemmingen

zoals terrasjes, attracties of musea langs de rivier zien.

Tabel 4 <i>Verbetermogelijkheden van de rivieren</i>	Nieuwe Maas*	Rotte#	Schie#	Rottemeren
Meer bestemmingen langs de rivier (terrasjes, attracties, musea)	37%	31%	22%	19%
Meer natuur langs de rivier	35%	27%	23%	20%
Van mij hoeft er niets te veranderen	29%	38%	41%	45%
Meer plekken om te verblijven langs rivier	25%	25%	15%	-
Meer activiteiten aan, op of langs rivier	22%	23%	15%	14%
Betere routes langs de rivier/in het gebied*	13%	11%	7%	6%*
Betere routes naar de rivier toe	9%	9%	6%	11%
Meer schaduwplekken langs de rivier	9%	8%	6%	6%
Meer routes langs de rivier	8%	7%	5%	7%
Meer personenvervoer over de rivier/het water	7%	7%	3%	5%
Meer routes naar de rivier toe	4%	5%	4%	4%

(Bekendheid met) de reclamecampagne “Ook dit is de Rotte”

In deze editie van de Omnibusenquête zijn ook vragen opgenomen over de bekendheid met de reclamecampagne: ‘Ook dit is de Rotte’. Vijf procent van de bevroagde Rotterdammers laat weten de reclamecampagne het afgelopen jaar te hebben opgemerkt. Tabel 5 laat zien dat het percentage dat bekend is met de campagne wanneer uitgesplitst wordt naar demografische kenmerken niet erg uiteenloopt.

Tabel 5 <i>Heeft u in het afgelopen jaar iets gemerkt van de reclamecampagne “Ook dit is de Rotte”?</i>	ja	nee	weet niet
man	5%	89%	6%
vrouw	5%	90%	5%
Totaal	5%	89%	6%
16-24 jaar	4%	90%	6%
25-44 jaar	4%	92%	4%
45-64 jaar	7%	87%	6%
> 64 jaar	5%	88%	7%
Autochtoon	5%	92%	3%
Niet westerse herkomst	5%	84%	11%
Westerse herkomst	5%	89%	5%
Laag	4%	88%	8%
Midden	6%	90%	4%
Hoog (HBO/WO)	5%	91%	5%
Inkomen tot modaal	7%	87%	6%
Inkomen vanaf modaal	4%	93%	3%

Van degenen die aangeven bekend te zijn met de campagne (of dit niet zeker weten) is 35% de campagne (ook) op internet tegengekomen. Ongeveer een vijfde kwam ermee in aanraking via Facebook (21%) of via de website (18%). Een enkeling zag de campagne op Instagram of Twitter (tabel 6).

Tabel 6 Kent u "Ook dit is de Rotte" op internet?	%	n
Ja, op Facebook	21%	22
Ja, de website	18%	19
Ja, op instagram	7%	7
Ja, op Twitter	1%	1
Nee	65%	70

Van de groep die de campagne van internet kent, gebruikt 66% deze bron(nen) voor informatie over de activiteiten en evenementen in het gebied.

Enkele conclusies uit het bovenstaande:

Het aandeel Rotterdammers dat wel eens een bezoekje aan de Nieuwe Maas of de Schie brengt is ongeveer gelijk gebleven ten opzichte van 2019. Bezoek aan de Rotte ligt iets hoger dan vorig jaar (45% versus 36%). In algemene zin kan gezegd worden dat de rivieren en de Rottemeren het minst worden bezocht door laag opgeleide Rotterdammers en Rotterdammers met een niet-westerse herkomst en het meest worden bezocht door hoog opgeleide Rotterdammers en Rotterdammers met een bovenmodaal inkomen. De meest gebruikte manier om naar deze gebieden te gaan is nog steeds de fiets, gevolgd door wandelen. Men komt het liefst bij de rivier om te fietsen, te wandelen, van het uitzicht te genieten of om een terrasje te pakken. De groep die vindt dat er niets hoeft te verbeteren aan het gebied is het grootst bij de Rottemeren (45%) en het kleinst bij de Nieuwe Maas (29%). Bij deze rivier zou ruim een derde meer bestemmingen of meer natuur langs de rivier verwelkomen.

Ongeveer 5% van de Rotterdammers is bekend met de reclamecampagne 'Ook dit is de Rotte'. Van degenen die deze campagne ook op internet zijn tegengekomen, hebben de meesten de campagne op Facebook of op de website gezien.

Voor alle verdere inlichtingen:

Sarah Boer, tel. 06 22240518, e-mail se.boer@rotterdam.nl.

Onderzoek en Business Intelligence; september 2020.

Auteur: Sarah Boer.

Voor meer informatie: <http://www.onderzoek010.nl>



Gemeente Rotterdam