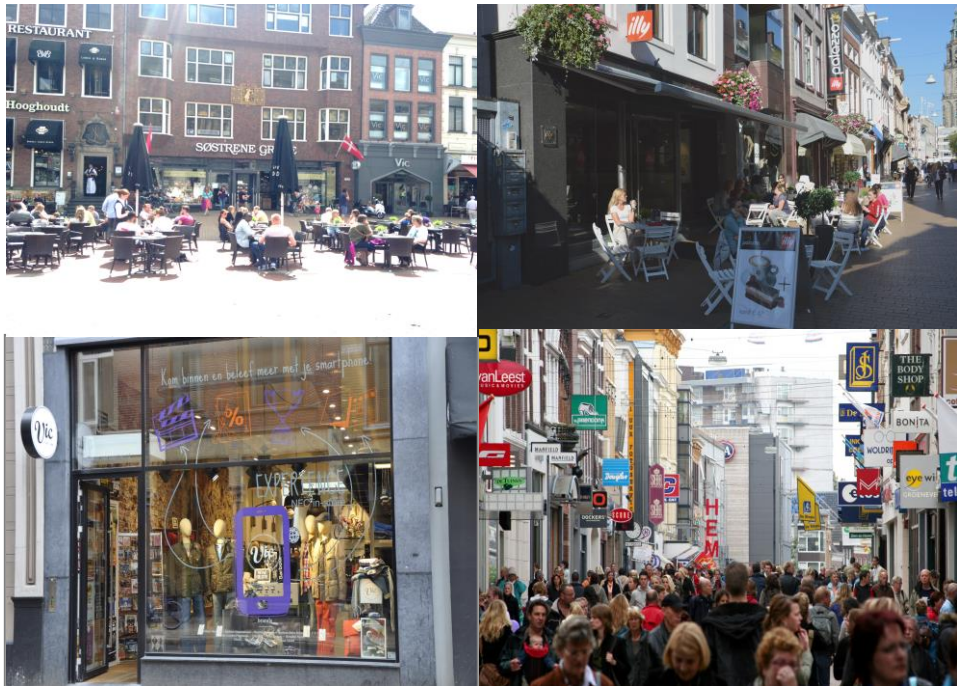


## Groningen



Detailhandelsmonitor 2018

# **Gemeente Groningen**

## **Uitkomsten detailhandelsmonitor 2018**

Opdrachtgever: Gemeente Groningen  
Projectnummer: 0118.388  
Datum: 28 februari 2019

Broekhuis Rijs Advisering  
Postadres: Wederik 1  
9801 LX Zuidhorn  
Tel. (0594-528358)  
E-mail: [info@broekhuisrijs.nl](mailto:info@broekhuisrijs.nl)  
Internet : [www.broekhuisrijs.nl](http://www.broekhuisrijs.nl)

# Inhoud

1.	Conclusies en beleidsaanbevelingen	4
2.	Inleiding	9
3.	Bezoek binnenstad Groningen	11
3.1	Herkomst en bestedingen	
3.2	Bezoekmotief	
3.3	Bezoekfrequentie	
3.4	Vervoerswijze	
3.5	Verblijfsduur	
3.6	Waardering winkelaanbod	
3.7	Activiteiten en verblijf	
4.	Winkelgebied Oosterstraat	19
4.1	Herkomst	
4.2	Bezoekmotief en -frequentie	
4.3	Vervoerswijze	
4.4	Verblijfsduur en besteding	
4.5	Waardering winkelgebied	
5.	Economisch functioneren binnenstad	23
5.1	Algemene kengetallen	
5.2	Landelijke ontwikkelingen	
5.3	Kengetallen binnenstad Groningen	
	Bijlages	26
	Bijlage 1 Verklarende woordenlijst	
	Bijlage 2 Regio-indeling	
	Bijlage 3 Socio-economische kenmerken	

# 1. Conclusies en beleidsaanbevelingen

In het jaar 2018 is net als in vorige jaren in de binnenstad een Detailhandelsmonitor (DHM) uitgevoerd. Op vier momenten in het jaar is in de binnenstad van Groningen een groot aantal enquêtes uitgevoerd. Hetzelfde onderzoek heeft dit jaar voor het eerst ook in de Oosterstraat plaatsgevonden. De belangrijkste bevindingen en aanbevelingen voor **de binnenstad** zijn:

- Van alle bezoekers aan de binnenstad was het afgelopen jaar **70% afkomstig uit de stad zelf**. In absolute aantallen uitgedrukt is er sprake van een lichte afname van de lokale bezoekers aan de binnenstad naar ca. 21,5 miljoen bezoeken. De stad vervult dus een belangrijke centrumfunctie voor haar eigen inwoners.
- Het aandeel bezoekers uit de omliggende **regio rond de stad** is de afgelopen jaren gestegen. Opvallend is dat er met name vanuit de provincies Friesland en Drenthe relatief meer mensen naar de stad komen. Van alle bezoekers komt nog steeds 18% uit het bovenregionale gebied; de daling van de jaren hiervoor is gestopt. Deze categorie is voor de bovenregionale functie van de stad van groot belang. De bezoekers uit het **bovenregionale gebied** hebben namelijk veelal een relatief hoog bestedingspatroon, dat het afgelopen jaar bovendien aanzienlijk is gestegen.
- De beoordeling van de binnenstad lag het afgelopen jaar in lijn met die van de vorige jaren, op een paar uitzonderingen na. Met name de bereikbaarheid van de binnenstad en de parkeermogelijkheden kregen een lagere **waardering** dan eerdere jaren. Vooral de lagere waardering voor de bereikbaarheid is opvallend; de werkzaamheden aan de ring spelen hier mogelijk een rol. De score voor de sfeer en gezelligheid is weer iets gestegen richting de 8. Gezien het toenemende belang van dit aspect voor een goed functionerende binnenstad is dit goed om te zien.
- De **verblijfsduur** in de binnenstad is het afgelopen jaar duidelijk gestegen. Vooral het aandeel bezoekers dat "langer dan 2 uur" verblijft is toegenomen. Het iets hogere aantal bezoekers van verder weg gelegen gebieden en waarschijnlijk het mooie weer zijn verklarende factoren. Om de langere verblijfsduur te behouden (of niet te ver te laten dalen) is een aantal randvoorwaarden belangrijk, zoals de bereikbaarheid. Op dit punt heeft de binnenstad dit jaar een lagere waardering gekregen van de bezoeker, hetgeen aandacht vraagt.
- Omdat in de binnenstad naar verhouding iets minder mensen vanuit de stad zelf komen is **de bezoekfrequentie** ook iets naar beneden gegaan; de verschillen zijn evenwel beperkt.

- Het aandeel mensen dat naar de binnenstad komt om te **winkelen of shoppen** is opnieuw gedaald. Vooral het aandeel “toerisme en vermaak” is sterk toegenomen; ook hier speelt het goede weer waarschijnlijk een rol. Ook het aandeel “horecabezoek” is relatief gestegen.
- Veel bezoekers komen naar de binnenstad om te winkelen en shoppen, maar voor 43% geldt dat ze ook nog om een andere reden de binnenstad bezoeken. Dit **combinatiebezoek** is een sterk punt voor de binnenstad. Met name horeca/terrasbezoek in combinatie met winkelen en shoppen scoorde hoog.
- Een bezoek aan de binnenstad vindt vooral plaats vanwege de **nabijheid**. Deze factor blijft het meest van belang. Maar ook de gewoonte om in de binnenstad te winkelen, en omdat het dichtbij het werk of de studie ligt, werd vaak aangedragen als reden. Het grote aanbod blijkt steeds meer een ‘normaal’ aspect te zijn geworden. De behoefte aan een warenhuis wordt vaak genoemd als gewenste winkel.
- De (brom)fiets en/of scooter zijn nog steeds de belangrijkste **vervoermiddelen** naar de binnenstad. Voor 42% van de bezoekers zijn dit de meest populaire vervoermiddelen. De bezoeker stalt de fiets meestal bij de te bezoeken winkel (59%) of in een niet-bewaakte fietsenstalling (29%). Het aandeel bezoekers dat met de auto komt is de afgelopen jaren redelijk gelijk gebleven. Het afgelopen jaar is iets vaker gebruik gemaakt van de trein en van P+R-locaties.
- Wat de **parkeerlocaties** betreft, is het meest opvallend dat er weer meer gebruik is gemaakt van de P+R-terreinen. Het percentage van de bezoekers dat daar de auto parkeert is gestegen van 9 naar 15%. Van de bezoekers is 66% van mening dat Groningen goed bereikbaar is per auto.
- De meeste **omzet** in de binnenstad komt naar verhouding niet meer van de eigen inwoners (42%), maar nu van de bezoekers uit het bovenregionale gebied (44%). De gemiddelde besteding per bezoeker lag in 2018 op een duidelijk hoger niveau dan de afgelopen jaren, namelijk op € 32,-. Met name van de bezoekers uit het bovenregionale gebied steeg de gemiddelde besteding. De gemiddelde bestedingen van de bezoekers uit de stad zelf stegen eveneens enigszins.

Wanneer we naar **het economisch functioneren** van de binnenstad kijken vallen een paar zaken op.

- De totale omzet (dagelijks en niet-dagelijks) ligt in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector hoger dan in de voorgaande jaren. De omzet bedraagt ongeveer € 662 tot € 702 miljoen.
- Het verschil met de uitkomsten van 2017 wordt vooral veroorzaakt door een toename van de landelijke algemene bestedingen in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector, door een toename van de

bestedingen in de stad, en door een geringe toename van het inwonertal van de stad Groningen.

- De vloerproductiviteit in de dagelijkse sector ligt hoger dan in 2017. Dit wordt veroorzaakt door de hogere bestedingen en een daling van het aanbod. Als gevolg hiervan is de vloerproductiviteit in deze sector naar ruim € 14.300 gestegen.
- De vloerproductiviteit in de niet-dagelijkse sector is eveneens gestegen, en zelfs aanzienlijk. Dit heeft ook te maken met een stijging van de algemene bestedingen en een geringe afname van het aantal vierkante meters aan winkelaanbod, maar vooral met de toegenomen toevloeiing van buiten de stad.
- Het aantal bezoekers aan de Groninger binnenstad is het afgelopen jaar in totaal op 21 tot 23,0 miljoen uitgekomen, iets minder dan in 2017. Dit aantal ligt nog altijd op een hoog niveau, zeker gezien de hoge bestedingsbedragen van deze bezoekers.

De belangrijkste uitkomsten over **de Oosterstraat** waren:

- De herkomstgegevens van de bezoekers in de Oosterstraat zijn vergelijkbaar met die in de binnenstad als totaal. In de Oosterstraat komen relatief iets meer bezoekers uit de stad zelf (73% t.o.v. 70% in de binnenstad).
- Van de bezoekers was 45% onderweg naar iets anders dan specifiek de Oosterstraat. In de meeste gevallen was dit de rest van de binnenstad. Maar toch gaf 37% juist als de belangrijkste **bezoekreden** het winkelen of boodschappen doen in de Oosterstraat.
- Iets meer dan de helft van de bezoekers geeft aan niet voor een specifieke winkel te komen, maar de supermarkt van Jumbo wordt wel veel genoemd. De **bezoekfrequentie** in de Oosterstraat ligt lager dan die in de binnenstad als totaal, maar het ontloopt elkaar niet zoveel.
- Het gebruik van de fiets als **vervoermiddel** is ook onder Oosterstraat-bezoekers het hoogst. De meeste bezoekers stallen de fiets bij de winkel waar ze moeten zijn. Afwijkend van de binnenstad als geheel is vooral een hoger aandeel bezoekers dat lopend komt.
- Aangezien de Oosterstraat vooral als 'doorvoerstraat' naar de binnenstad wordt gebruikt, is het niet verrassend dat de **bezoekduur** relatief kort is. Van alle bezoekers blijft 74% maximaal een uur in de Oosterstraat.
- Gemiddeld genomen is de bezoeker tevreden over de Oosterstraat; de **scores voor de waardering** op diverse aspecten zijn voldoende, maar in de meeste gevallen lager dan in de binnenstad. De bereikbaarheid van de Oosterstraat scoort evenwel aanzienlijk beter dan de bereikbaarheid van de binnenstad (per auto) als totaal. De

stallingsmogelijkheden van de fiets krijgen een duidelijk lagere waardering.

## CONCLUDEREND

Over het algemeen gaat het met de detailhandel weer beter dan de afgelopen jaren vaak het geval is geweest. De stijgende lijn van 2017 is het afgelopen jaar doorgezet. Ook in de stad Groningen is dat duidelijk te zien. De leegstand is onder meer gedaald.

De bestedingen in de binnenstad zijn het afgelopen jaar gestegen, en daarmee ook de vloerproductiviteit voor zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector. Naast het stijgen van de gemiddelde bestedingen is het winkelaanbod licht gedaald, en het inwonertal licht gegroeid. Dit heeft een positief effect op de vloerproductiviteit. Het afgelopen jaar is het aandeel bezoekers van buiten de stad beperkt gestegen, maar het valt vooral op dat deze bezoekers van buiten de stad veel hebben uitgegeven. De gemiddelde besteding is behoorlijk gestegen; hier ligt mogelijk een relatie met de langere verblijfsduur in de binnenstad. Over het algemeen is het zo, dat hoe langer een bezoeker in een winkelgebied blijft, hoe meer hij of zij uitgeeft.

De waardering van de bezoeker voor de verschillende aspecten van de binnenstad en voor de diverse activiteiten blijft goed. De belangrijkste uitzondering hierop is de bereikbaarheid van de binnenstad per auto. Deze scoorde nu met een 5,8 duidelijk lager dan de voorgaande jaren. Tweederde van de ondervraagden is van mening dat Groningen goed bereikbaar is per auto. Voor een stad als Groningen, met veel bezoekers van buiten de stad, is de bereikbaarheid iets om volop aandacht te geven. Een ander belangrijk aspect is de sfeer en gezelligheid in de stad; hier is de score weer iets omhooggegaan.

Het afgelopen jaar is opnieuw de Net Promotor Score (NPS) opgesteld; hieruit blijkt dat met een score van +7 de binnenstad een goede score laat zien. De score lag in 2017 op +2. Dit betekent dat de Groninger binnenstad goede ambassadeurs heeft; het onderstreept ook de uitkomsten van de waarderingen.

## BELEIDSAANBEVELINGEN

- Groningen is vrijwel de enige stad in het Noorden waar nieuwe ketens een locatie zoeken. Om het aanbod attractief en verrassend te houden, is actief beleid hierop gewenst. Dit zal ervoor zorgen dat inwoners in het noorden de binnenstad blijven bezoeken.
- Het afgelopen jaar is qua weer een prima jaar geweest. Mede daardoor is de verblijfsduur duidelijk gestegen. En hiermee ook de bestedingen. Door zorg te dragen voor volop attracties, spannende formules en evenementen e.d. kan de binnenstad als verblijfsgebied zo sterk mogelijk gemaakt worden. Dit wordt zeer gewaardeerd door bezoekers.

- In dit kader blijft het van belang om onder meer 'blurring'-concepten en de menging van horeca en winkels te blijven ondersteunen; ook andere combinaties als hotels, cultuur, horeca en retail kunnen elkaar nog veel beter en vaker aanvullen dan nu gebeurt.
- De ombouw van de zuidelijke ringweg is een potentiële drempel voor regionale binnenstadbezoekers. Hoewel wij op de hoogte zijn van het feit dat er al zeer veel communicatie hierover plaatsvindt is het essentieel dat de aandacht voor de bereikbaarheid van de binnenstad door alle partijen positief wordt ondersteund en uitgedragen. De bereikbaarheid van de binnenstad (per auto) scoorde het afgelopen jaar met een 5,8 weer iets lager dan voorgaande jaren. Gezien de activiteiten aan de ring vraagt de bereikbaarheid de nodige aandacht de komende jaren.
- Het afgelopen jaar is door relatief meer bezoekers gebruik gemaakt van de P+R-terreinen. Dit aanbod voorziet dus duidelijk in een behoefte. In verband met de werkzaamheden aan de ring is voldoende capaciteit op de P+R-terreinen zo mogelijk nog belangrijker dan voorheen.



## 2. Inleiding

De gemeente Groningen volgt al jaren de ontwikkeling van de detailhandel in de binnenstad. Naast de herkomst en het winkelgedrag van de bezoekers wordt daarbij ook gekeken naar diverse andere onderwerpen, zoals de wijze waarop de bezoekers naar de stad komen en hoeveel ze gemiddeld besteden. Door dit jaren achter elkaar op een vergelijkbare wijze uit te voeren kan gesproken worden van het “monitoren” van de bezoekers.

Vanaf 2010 voert ons bureau dit onderzoek uit. Het jaar 2010/2011 was het eerste jaar waarin wij deze Detailhandelsmonitor hebben uitgevoerd. Het onderzoek wordt elk kwartaal uitgevoerd.

In 2016 heeft de provincie Groningen een nieuw koopstromenonderzoek laten uitvoeren – door ons bureau - voor alle gemeenten in de provincie, inclusief de stad Groningen. Dit betekent dat vanaf dit jaar weer actuele koopstroomgegevens beschikbaar zijn voor de monitor. Deze gegevens worden vooral als basis voor de berekening van de bezoekersaantallen en de omzet in de binnenstad benut.

### *De onderzoeken in 2018*

De hier gepresenteerde onderzoeksgegevens hebben betrekking op de detailhandel in de binnenstad van Groningen. Naast de enquêtes in de binnenstad zijn elke keer ook minimaal 250 enquêtes afgenomen op een andere locatie in de stad Groningen; voor het eerst was dit de Oosterstraat, waar de komende tijd op het gebied van verkeer en vervoer het nodige gaat veranderen.

De enquêtes zijn gehouden in de weken 12/13, 26, 39 en 50/51 in 2018. In deze weken zijn op de dinsdag, de donderdag, de zaterdag en de zondag de interviews afgenomen. De bezoekers zijn geënquêteerd op diverse plekken in de binnenstad, maar vooral in de Herestraat, op de Grote Markt, de Vismarkt en in het tussengelegen gebied.

Het totale aantal enquêtes dat in de binnenstad is afgenomen bedroeg ongeveer 1.100. In de Oosterstraat gaat het in totaal om ruim 1.200 vraaggesprekken. De benodigde aantallen voor statistisch betrouwbare gegevens zijn ruimschoots behaald.

In tegenstelling tot de voorgaande jaren was het weer tijdens de enquêteweek in maart aan de frisse kant en grijs. De temperatuur was slechts zo'n 6 graden. De zon kwam nauwelijks tevoorschijn. In juni was het weer juist beter dan in 2017. Het was volop zonnig en zomers, met temperaturen van ongeveer 24 graden. Ook tijdens de vraaggesprekken in september was het beter weer dan een jaar eerder. In 2017 was het vooral grijs en rustig weer, met temperaturen rond de 15 à 16 graden; in 2018 was het droog en overwegend zonnig. De temperatuur bedroeg 18 graden. Ten tijde van de enquêtes in december was het – evenals in 2017 - fris met 1 tot 6 °C. Het was vooral waterkoud, soms ook (mot)regen.

### *Leeswijzer*

De uitkomsten van het onderzoek in de binnenstad worden in hoofdstuk 3 weergegeven, waaronder de waardering en het gedrag van de bezoekers wordt beschreven. Hoofdstuk 4 is gewijd aan het winkelgebied van de Oosterstraat. In hoofdstuk 5 wordt het economisch functioneren van de binnenstad omschreven. Hiervoor is in hoofdstuk 1 al een weergave gegeven van de belangrijkste conclusies uit het rapport en enkele aanbevelingen voor toekomstig beleid.

## 3. Bezoek binnenstad Groningen

In 2018 is wederom op een viertal momenten de bezoekers van de binnenstad gevraagd naar hun winkelgedrag. Daar waar mogelijk en relevant is een vergelijking gemaakt met de voorgaande jaren. Waar gesproken wordt over 'regionaal', worden de (voormalige) gemeenten Bedum, Grootegast, Haren, Hoogezand-Sappemeer, Leek, Noordenveld, Slochteren, Ten Boer, Tynaarlo, Winsum en Zuidhorn bedoeld (zie bijlage 2).

### 3.1 Herkomst en bestedingen

De binnenstad van Groningen heeft het afgelopen jaar de regionale positie iets weten versterken. Voor het eerst sinds 2015 is het percentage bezoekers vanuit het regionale gebied weer iets gestegen. Het aandeel bovenregionaal is gelijk gebleven. Dit betekent dat het aandeel vanuit de stad zelf iets gedaald is.

Herkomst	2014	2015	2016	2017	2018
Lokaal	71%	62%	67%	72%	70%
Regionaal	13%	14%	12%	10%	13%
Bovenregionaal	16%	24%	21%	18%	18%

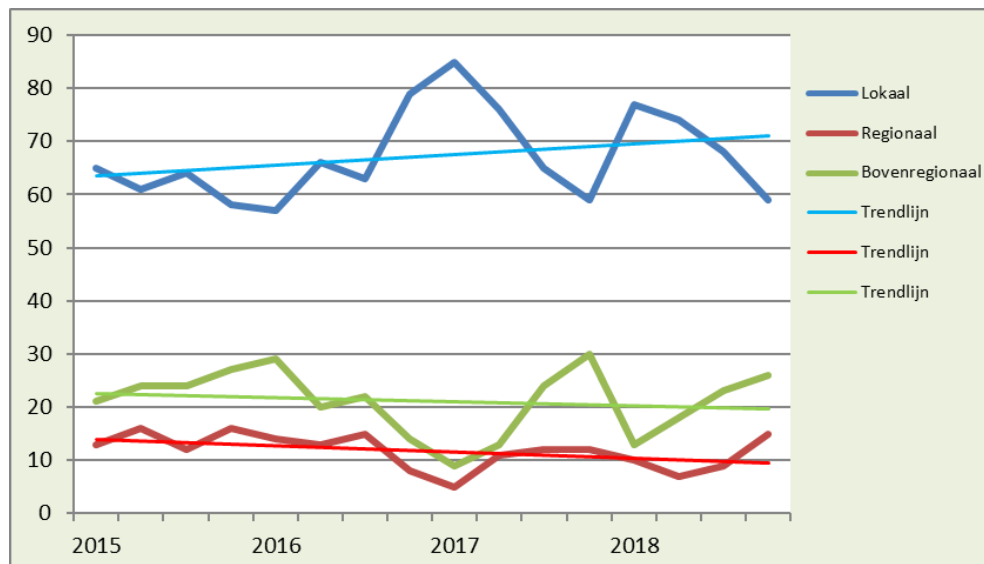
Wanneer we kijken naar de herkomst per provincie zien we dat ook hier sprake is van een verandering; het aandeel uit de provincies Friesland en Drenthe is gestegen, maar vanuit de rest van de provincie Groningen komen relatief iets minder mensen. Met name in de tweede helft van het jaar kwamen procentueel meer mensen van buiten de stad naar Groningen toe.

Als we de gegevens uit beide tabellen koppelen is de conclusie dat er vooral sprake is van een lichte afname van het bezoek aan de binnenstad van Groningen vanuit de provincie Groningen. Maar deze daling wordt nu gecompenseerd door bezoekers vanuit de twee andere noordelijke provincies. Een verklaring hiervoor is niet eenvoudig te vinden. Mogelijk dat de algemene verbeterde economische situatie iets vaker aanleiding geeft om op iets grotere afstand te gaan shoppen.

Herkomst naar provincie	2014	2015	2016	2017	2018
Stad Groningen	71%	62%	67%	72%	70%
Provincie Groningen	16%	18%	16%	12%	11%
Provincie Friesland en Drenthe	9%	12%	11%	11%	14%
Overig	4%	8%	6%	5%	5%

In het volgende overzicht laten we de ontwikkeling van de herkomst van de bezoekers per enquêtemoment zien in de afgelopen jaren (vanaf 2015). Hierbij houden we het onderscheid aan naar lokaal, regionaal en bovenregionaal. In de figuur hebben we de trendlijn van de afgelopen jaren opgenomen, waardoor het algemene beeld snel duidelijk wordt. Het aandeel lokaal is overwegend licht stijgend, ondanks een mogelijke kentering dit jaar. Het aandeel regionale en bovenregionale bezoekers is beide licht dalende. De categorie 'bovenregionaal'

is voor de stad van groot belang; deze bezoekers hebben veelal een relatief hoog bestedingspatroon, en blijven langer in de stad. Om deze reden is het dan ook positief om te zien, dat het aandeel van buiten de stad nu weer iets aan het toenemen is.



Als we kijken naar de omzet dan ook hier sprake van een verandering. Voor het eerst komt niet meer de helft van de omzet van de eigen inwoners, maar van buiten de stad. Het aandeel van de omzet vanuit de bovenregionale regio is gestegen naar maar liefst 44%, terwijl dat uit de stad gedaald is van 52% naar 42%. Het omzetaandeel van de regionale bezoeker is het afgelopen jaar nog iets gedaald.

Aandeel omzet totaal	2014	2015	2016	2017	2018
Stad Groningen	60%	50%	52%	52%	42%
Regionaal	17%	19%	15%	16%	15%
Bovenregionaal	23%	31%	33%	33%	44%

Het gemiddeld bestede bedrag van alle bezoekers aan de binnenstad schommelt nogal; het lijkt sterk mee te bewegen met de economie. In 2014 was sprake van een gemiddelde besteding van ruim € 27,- per bezoeker. Ondanks een stijging in 2015 naar € 33,- lag het in 2016 met € 28,- op ongeveer hetzelfde niveau als in 2014. In 2017 lag het nog iets lager; het bedrag kwam uit op ruim € 26,-. Het afgelopen jaar bedroeg de gemiddelde besteding € 32,- per bezoeker. Gezien het feit dat meer omzet afkomstig is van buiten de stad is dit goed verklaarbaar. De besteding van bezoekers uit de stad zelf is op peil gebleven, maar uit het bovenregionale gebied is sprake van een stijging van de bestedingen.

### 3.2 Bezoekmotief

Veruit de belangrijkste reden om de binnenstad te bezoeken blijkt het shoppen of winkelen. Hoewel het percentage door de jaren heen enigszins schommelt, blijft het wel het belangrijkste bezoekmotief. Maar het percentage ligt dit jaar wel

aanzienlijk lager dan eerdere jaren. Wanneer we naar de seizoenen kijken ligt het aandeel opvallend genoeg in december juist lager. De meeste andere redenen scoren daardoor iets hoger. Vooral de stijging vanuit het toerisme, vermaak en evenementen is opvallend. Vooral in juni en december was dit het geval.

<b>Belangrijkste reden om de binnenstad te bezoeken</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Shoppen/winkelen	57%	56%	51%	40%
Werk	8%	10%	9%	7%
Marktbezoek	3%	2%	6%	6%
Toerisme/vermaak/cultuur	8%	9%	6%	11%
Studie	5%	6%	7%	8%
Wonen	3%	3%	3%	4%
Horeca	6%	6%	7%	9%
Familie- en ziekenhuisbezoek, voorzieningen	4%	3%	4%	7%
Overig	6%	5%	6%	8%

Verder blijkt de markt haar positie behouden te hebben, waar het de bezoekredenen betreft. Met een mooie, lange zomer is het niet zo vreemd dat ook de horeca een hoger percentage laat zien. Bij het antwoord 'overig' gaat het vooral om het gegeven, dat men zomaar of om te wandelen in de binnenstad is. Wellicht heeft hierin het goede weer ook een rol gespeeld.

Evenals vorige jaren hebben we gevraagd of er ook nog een andere reden was om de binnenstad te bezoeken; voor 43% van de bezoekers was dit het geval. Ook hierbij scoorde het shoppen aanzienlijk lager. Het lijkt erop dat dit niet is omdat het shoppen niet interessant is, maar omdat andere factoren op dat moment een grotere rol speelden. Opvallend is opnieuw de hogere score voor de horeca; het hele jaar door lagen de percentages hiervoor hoog. De categorie overig betrof vooral het rondwandelen.

<b>Ik kom ook nog voor:</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
shoppen/winkelen	35%	30%	31%	20%
marktbezoek	7%	5%	9%	8%
werk/studie/wonen	13%	13%	13%	11%
toerisme/evenementen	9%	9%	10%	11%
dienstverlening/voorzieningen	5%	3%	3%	3%
horeca/terras	29%	37%	19%	28%
overig	3%	3%	15%	20%

Op de vraag waarom bezoekers juist de binnenstad van Groningen bezoeken worden uiteenlopende antwoorden gegeven.

Het antwoord 'dichtstbij gelegen' is dit jaar door minder bezoekers genoemd; gewoonte daarentegen juist veel vaker. Wanneer een binnenstad vooral uit gewoonte wordt bezocht, ligt deze naar grote waarschijnlijkheid ook het dichtstbij. Het antwoord 'anders' laat een stijging zien; dit wordt ongeveer in

gelijke mate veroorzaakt door de aanwezigheid van specifieke winkels, de horeca en diverse andere redenen.

<b>Waarom juist in binnenstad Groningen winkelen</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Groter aanbod dan elders	17%	15%	6%	3%
Handige combinatie van winkels en voorzieningen	7%	9%	7%	5%
De markt	3%	2%	1%	3%
Gewoonte/gemak	6%	6%	5%	16%
Dichtstbij gelegen	41%	38%	51%	33%
Dichtbij werk/studie	7%	10%	12%	14%
Dagje/weekend uit	7%	9%	5%	5%
Sfeer en gezelligheid, altijd wat te beleven	11%	10%	7%	8%
Anders	1%	1%	6%	11%

Van de ondervraagden geeft minder dan een kwart (22%) aan bepaalde winkels te missen. Vooral de Bijenkorf, een warenhuis (als V&D), Action en Lush werden veelvuldig genoemd. Daarnaast onder meer Lidl, Abercrombie, Decathlon, Mango en Esprit. Verder vooral boetiekjes, speciaalzaken, DHZ-winkels en schoenenwinkels, naast de vraag naar (merk)kledingzaken in het algemeen.

### 3.3 Bezoekfrequentie

Het afgelopen jaar is de gemiddelde bezoekfrequentie in vergelijking met de vorige jaren nauwelijks veranderd. Per saldo is de bezoekfrequentie iets lager komen te liggen. Gezien de herkomstwijziging (iets minder lokale bezoekers) is dit een logisch gevolg.

<b>Hoe vaak komt u hier in de binnenstad om te winkelen en/of boodschappen te halen?</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
(Bijna) elke dag	19%	19%	26%	28%
Enkele malen per week	25%	23%	33%	29%
1x per week	19%	18%	12%	11%
Enkele malen per maand	13%	16%	10%	10%
1x per maand	10%	10%	6%	8%
Minder dan 1x per maand	15%	15%	13%	14%

Over de seizoenen heen is sprake van een redelijk constant beeld.

### 3.4 Vervoerswijze

De wijze waarop bezoekers naar de binnenstad komen, is het afgelopen jaar eveneens iets veranderd. Het aandeel mensen (procentueel), dat lopend of met

de fiets/bromfiets naar de binnenstad komt is het afgelopen jaar weer iets afgenomen, en ligt nu op ongeveer hetzelfde niveau als in 2016. Hier staat tegenover dat relatief meer mensen gebruik hebben gemaakt van het openbaar vervoer. Vooral het aandeel bezoekers dat met de trein komt en bezoekers die gebruik maken van een P+R-terrein is toegenomen.

Vervoerswijze naar binnenstad	2015	2016	2017	2018
Lopend	18%	19%	21%	20%
Fiets/bromfiets/scooter	41%	42%	45%	42%
Auto/motor en lopen	18%	20%	19%	17%
Auto/motor en city bus/P+R	2%	2%	2%	5%
OV (streekbus/citybus)	14%	11%	6%	6%
Trein en lopen	7%	5%	6%	9%
Anders	0%	0%	0%	1%

In de volgende tabel wordt indicatief aangegeven waar de auto-bezoeker de auto parkeert. De parkeergarage aan de Westerhaven is dit jaar in populariteit afgenomen. Wat verder met name opvalt is het toegenomen aandeel bezoekers, dat gebruik maakt van een P+R-terrein, zoals we ook hiervoor al zagen. Het feit dat iets meer mensen van buiten de stad komen, en wellicht de drukte rondom de stad, doen dit percentage mogelijk stijgen. Het bezoeken van de overige parkeergarages is onderling wel iets gewijzigd, maar niet op grote schaal.

Waar parkeert autobezoeker de auto	2015	2016	2017	2018
Westerhaven	7%	11%	16%	11%
Ossemarkt	10%	10%	3%	6%
Rademarkt	12%	12%	9%	11%
City-Zuid	4%	8%	5%	2%
Haddingestraat/centrum	9%	14%	8%	9%
Pathé-garage	6%	5%	7%	5%
Damsterdiep	4%	4%	11%	8%
Boterdiep	7%	6%	3%	3%
UMCG	4%	3%	3%	4%
Sontplein	13%	9%	11%	10%
P&R-terrein	10%	7%	9%	15%
Elders	14%	12%	15%	15%

De afgelopen jaren is aan de bezoeker die met de fiets, bromfiets of scooter naar de binnenstad kwam gevraagd waar zij hun vervoermiddel stallen. Een meerderheid geeft aan dit bij de te bezoeken winkel te doen. Zo'n 36% geeft aan de fiets in een (bewaakte) stalling te plaatsen. Zo'n 7% geeft aan de fiets 'elders' te stallen. De genoemde percentages zijn redelijk constant over de jaren heen.

<b>Stallingsplaats fiets/bromfiets/scooter</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Bewaakte stalling	3%	8%	3%	7%
Overige (fietsen-)stalling	16%	30%	35%	29%
Bij de winkel/pand waar ik moet zijn	63%	51%	59%	58%
Elders	18%	12%	3%	7%

### 3.5 Verblijfsduur

Het afgelopen jaar bleef bijna de helft van de bezoekers langer dan 2 uur in de binnenstad van Groningen. Dit aandeel is relatief sterk gestegen. Iets meer bezoekers van buiten de stad, meer mensen die voor vermaak en/of een terras naar de stad komen (o.a. vanwege het mooie weer), zorgen voor de langere verblijfsduur.

<b>Verblijfsduur in de binnenstad</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
t/m een half uur	12%	17%	22%	19%
half uur t/m 1 uur	17%	18%	17%	13%
1 uur t/m 2 uur	26%	22%	22%	19%
langer dan 2 uur	45%	43%	40%	49%

De gemiddelde verblijfsduur in de stad bedroeg in 2014 135 minuten. In 2015 was sprake van een toename naar 144 minuten; in 2016 was het 142 minuten. In 2017 lag het hier ook weer in de buurt met bijna 141 minuten. Gezien het feit dat relatief meer mensen langer dan 2 uur in de stad blijven en het mooie weer, is het logisch dat in 2018 de gemiddelde verblijfsduur verder gestegen is. Deze bedroeg namelijk ruim 165 minuten.

### 3.6 Waardering winkelgebied

Evenals in vorige onderzoeken is gevraagd naar de beoordeling van de binnenstad op diverse aspecten. Hierbij is onder meer gevraagd naar het aanbod van winkels en de parkeermogelijkheden, maar ook de sfeerbeleving is meegenomen.

<b>Waardering van de bezoeker voor de verschillende aspecten van de binnenstad</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Het winkelaanbod	7,6	7,5	7,6	7,6
De winkelkwaliteit	7,5	7,5	7,4	7,5
De service en bediening/gastvrijheid	7,4	7,5	7,4	7,4
De bereikbaarheid van de binnenstad (per auto)	6,4	6,4	6,2	5,8
De parkeermogelijkheid van uw auto	6,3	6,3	6,1	6,0
De parkeertarieven	4,9	5,1	5,1	5,1
De stallingmogelijkheden van uw fiets	6,6	6,3	6,4	6,6
De sfeer en gezelligheid	8,1	8,0	7,8	7,9
De schoonheid en netheid van de stad	7,3	7,2	7,2	7,1



De bezoeker is gevraagd een rapportcijfer te geven. De bezoeker is nog altijd behoorlijk tevreden over de verschillende aspecten. Het meest tevreden is de bezoeker over de sfeer en gezelligheid in de stad, wat voor een binnenstad heel belangrijk is. Bovendien is het cijfer weer iets gestegen. Een opvallende daling doet zich voor bij de bereikbaarheid per auto. Deze is gedaald van een 6,2 naar een 5,8. Ook vorig jaar was al sprake van een (lichtere) daling. De werkzaamheden aan de Ring zullen hier ongetwijfeld een rol spelen. Juist voor bezoekers van buiten de Stad zal de bereikbaarheid duidelijk en goed moeten blijven. Dit vraagt om aandacht.

Dit jaar is voor de tweede keer de Net Promotor Score gevraagd. De Net Promotor Score (NPS) is gebruikt om de bezoekers te vragen of ze de binnenstad van Groningen ook zullen aanraden aan familie en vrienden. De score komt tot stand door het percentage 'promotors' van het winkelgebied te verminderen met het percentage 'detractors'/criticasters. De promotors zijn degenen die het winkelgebied een score 9 of 10 geven. De criticasters beantwoorden de vraag met een 0 t/m 6. Deze score komt in de binnenstad van Groningen uit op +7 gemiddeld over het jaar, waardoor de loyaliteit redelijk hoog lijkt te zijn. Bezoekers geven vaak een 6 of 7, waardoor de uitkomsten nogal eens kunnen schommelen, en de score ook vaak onder de 0 ligt (bij veel zessen of lager). Over de vier periodes van het jaar bedroeg de score +13, +4, +2 en -1! Het gemiddelde van +7 is goed te noemen, en nog beter dan een jaar eerder (+2). Tijdens het Koopstromenonderzoek in de provincie Friesland (2017) bleek de score voor Leeuwarden bijvoorbeeld op -17 te liggen, voor Drachten kwam de score uit op -42, en voor Sneek op -3.

### 3.7 Activiteiten en verblijf

De afgelopen jaren is aan bezoekers gevraagd in hoeverre men andere activiteiten bezoekt, en of deze voldoen. Hoewel iets minder dan een jaar eerder, is een meerderheid van de bezoekers van mening dat er in de binnenstad voldoende activiteiten worden georganiseerd. Het verschil zit met name in de antwoorden met 'geen idee'. Van alle bezoekers gaf 86% aan geen evenement of activiteit in de binnenstad te missen. De activiteiten krijgen van de bezoeker een 7,3 als rapportcijfer, evenals in 2017.

Voldoende activiteiten georganiseerd?	2017	2018
Ja	72%	62%
Nee	6%	9%
Geen idee	23%	29%

Aan bezoekers is tevens de vraag gesteld of ze een bezoek aan de binnenstad combineren met een andere activiteit. Voor een aanzienlijk deel van de bezoekers, namelijk 75%, is dat niet het geval. Van de kwart die dat wel doet, blijven de meeste dan binnen de gemeentegrenzen.

<b>Combinatie met andere activiteit?</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Nee	63%	75%
Ja, binnen de gemeente	33%	17%
Ja, binnen de provincie (buiten de gemeente)	2%	4%
Ja, elders	2%	3%

Tenslotte is bezoekers gevraagd of ze de Groninger binnenstad ook een prettige verblijfplaats vinden. Dit geldt voor de meeste bezoekers, namelijk 72%. Het rapportcijfer is hier opnieuw een 7,4.

<b>Is Groninger binnenstad een prettige verblijfplaats?</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Ja	74%	72%
Nee	7%	8%
Geen idee	19%	20%

Dit jaar is voor het eerst gevraagd naar de verkeerssituatie rondom Groningen en de bereikbaarheid van de binnenstad. Een meerderheid is nog van mening dat Groningen goed bereikbaar is. In de loop van het jaar daalde dit percentage wel iets. Het Julianaplein bleek in de ogen van de bezoeker het lastigste knooppunt te zijn.

<b>Vindt u Groningen goed bereikbaar per auto?</b>	
Ja	66%
Nee	34%

Verder is gevraagd of de bereikbaarheid in vergelijking met een jaar eerder ook veranderd is. De meeste bezoekers hebben geen idee, terwijl daarna de meesten als antwoord gaven dat het gelijk was gebleven.

<b>Is bereikbaarheid per auto veranderd?</b>	
Gelijk gebleven	31%
Verbeterd	9%
Verslechterd	18%
Geen idee	41%

## 4. De Oosterstraat

De Oosterstraat ligt aan de zuidoostkant van de Markt, en is een belangrijke aanvoerroute naar het centrumgebied van de stad. Het is een drukke straat, waar (nu nog) de bussen veelvuldig doorheen rijden. Niettemin is de Oosterstraat altijd een winkelstraat geweest, hoewel het karakter in de afgelopen jaren wel veranderd is. Wanneer de bussen uit de straat verdwijnen zal het beeld nog meer gaan veranderen. Op de kop van de Oosterstraat wordt gebouwd aan zowel Merckt als het Forum; ook hierdoor is sprake van duidelijke veranderingen in het gebied.

In het winkelgebied Oosterstraat is op dezelfde momenten als in de binnenstad een passantenenquête gehouden. In totaal zijn hier ruim 1.200 vraaggesprekken gevoerd, in verschillende delen van de straat.

### 4.1 Herkomst

Wanneer we als eerste kijken naar de herkomst van de bezoekers, dan blijkt dat gemiddeld 73% uit de stad zelf afkomstig is, iets meer dan gemiddeld in de rest van de binnenstad. In de binnenstad als geheel lag het percentage op 70%, en lag het aandeel vanuit regionaal juist iets hoger.

Bezoekersherkomst	
Lokaal	73%
Regionaal	10%
Bovenregionaal	18%

Wanneer we het gebied buiten de stad anders indelen (naar provincie), dan komt naar voren dat relatief gezien nog vrijwel evenveel bezoekers vanuit de provincie Groningen kwamen. Vanuit Friesland komen relatief iets minder bezoekers in de Oosterstraat als vanuit Drenthe.

Stad Groningen	73%
Provincie Groningen	11%
Provincie Friesland/Drenthe	11%
Overig	5%

### 4.2 Bezoekmotief en -frequentie

Een belangrijke reden om in de Oosterstraat aanwezig te zijn, is vooral dat de bezoeker onderweg is naar iets of iemand anders. En dan gaat het vooral om de rest van de binnenstad. Maar een aanzienlijk aandeel komt ook in de Oosterstraat om gericht iets te kopen of om te winkelen. Dit percentage bedraagt nog altijd 37%.

Wat komt u doen in de Oosterstraat?		
Winkelen, shoppen	37%	
Horecabezoek	10%	
Onderweg naar:	45%	
Binnenstad		17%
Studie		4%
Huis		10%
Familie/vrienden		5%
Werk		8%
Iets anders		2%
Andere reden	8%	

Aan de bezoekers is gevraagd of ze juist voor een specifieke winkel naar de Oosterstraat gaan. De belangrijkste aanwezige winkels zijn de supermarkt van Jumbo en de ANWB-winkel. Maar de meeste bezoekers komen niet voor een specifieke winkel. Bij iets anders werd een keur aan winkels genoemd, zoals de Coffee Company, Happy Italy, Brownies en Downies, Appel en ei en Koko Toko

Komt u voor een specifieke winkel?	
Nee	52%
Ja, de Jumbo	17%
Ja, ANWB	8%
Iets anders	24%

Een ruime meerderheid van de bezoekers geeft aan geen winkels te missen in de Oosterstraat (88%). Wanneer ze wel iets missen gaat het niet zozeer om winkels, maar vooral om allerlei soorten horeca. Zowel fastfood wordt genoemd als ook lunchrestaurant, koffiezaken of kroegen. Als gewenste winkel wordt vooral Action of (nog) een supermarkt genoemd. Verder komt de behoefte aan fietsenstalling naar voren.

De bezoekfrequentie ligt op de Oosterstraat lager dan in de binnenstad. Toch is wel duidelijk dat de gebieden dichtbij elkaar liggen; ook de Oosterstraat wordt regelmatig bezocht.

Hoe vaak komt u hier om te winkelen en/of boodschappen te halen?	
(Bijna) elke dag	21%
Enkele malen per week	23%
1x per week	12%
Enkele malen per maand	16%
1x per maand	8%
Minder dan 1x per maand	20%

#### 4.3 Vervoerswijze

De wijze waarop bezoekers naar de Oosterstraat komen, is enigszins afwijkend van die van de binnenstadbezoekers. Voor een bezoek aan of door de Oosterstraat komt de bezoeker vooral vaker lopend; dit is het hele jaar door het geval. De overige gebruikte vervoersmiddelen wijken niet sterk af; ze zijn allemaal iets lager.

Vervoerswijze naar Oosterstraat	
Lopend	31%
Fiets/bromfiets/scooter	41%
Auto/motor en lopen	12%
Auto/motor en city bus/P+R	3%
OV (streekbus/citybus)	5%
Trein en lopen	7%
Anders	1%

Het aantal bezoekers met de auto is dermate laag, dat hier slechts indicatief iets over de parkeerlocatie gezegd kan worden. Dan blijkt dat de meeste bezoekers gebruik maken van de parkeergarages Rademarkt en Damsterdiep, op de parkeerterreinen bij het Sontplein of op een P+R-terrein.

Wel representatief is het antwoord op de vraag waar men de fiets heeft gestald. Een ruime meerderheid, en nog iets meer dan in de binnenstad, geeft aan dit bij de te bezoeken winkel te doen. Zo'n 18% geeft aan de fiets in een (bewaakte) stalling te plaatsen. Bij 'elders' gaat het met name om het Gedempte Zuiderdiep of de Grote Markt. Veel ondervraagden hadden de fiets aan de hand.

Stallingsplaats fiets/bromfiets/scooter	
Bewaakte stalling	6%
Overige (fietsen-)stalling	11%
Bij de winkel/pand waar ik moet zijn	66%
Elders	17%

#### 4.4 Verblijfsduur

Wanneer bezoekers naar de Oosterstraat komen, blijven ze meestal veel minder lang dan in de binnenstad. Velen komen gericht voor een of enkele winkel(s), of gaan daarna nog naar de binnenstad. Van alle bezoekers blijft bijna 3 op de 4 maximaal een half uur in de Oosterstraat. Gemiddeld was de verblijfsduur bijna 40 minuten. In december is de verblijfsduur het kortst.

Hoelang blijft u in de Oosterstraat?	
0 - 30 minuten	74%
31 - 60 min.	13%
61 - 120 min.	7%
> 120 min.	7%

#### 4.5 Waardering winkelgebied

De Oosterstraat wordt veelal doelgericht bezocht voor bepaalde winkels, maar maakt als belangrijke aanrijroute zeker ook deel uit van de binnenstad, waarbij sprake is van combinatiebezoek. De scores liggen op een iets lager niveau dan voor de binnenstad als geheel. Vooral de stallingsmogelijkheden voor de fiets krijgen een lage waardering. De bereikbaarheid van de Oosterstraat krijgt daarentegen een goede waardering met een 7,2.

<b>Waardering Oosterstraat</b>	
Winkelaanbod	7,0
Winkelkwaliteit	7,2
Horeca aanbod	6,9
Service en bediening	7,2
Bereikbaarheid Oosterstraat	7,2
Stallingsmogelijkheden fiets	5,8
Sfeer en gezelligheid	6,9
Schoonheid en netheid	6,5

# 5. Economisch functioneren binnenstad

## 5.1 Algemene kengetallen

Het economisch functioneren van een binnenstad kan op diverse manieren weergegeven worden. In Groningen is gekozen voor het berekenen van de totale omzet van de binnenstad en het aantal bezoekers aan de binnenstad. Een exacte weergave van de omzet van de binnenstad is slechts mogelijk door alle gegevens van alle bedrijven op te vragen, wat buiten de scope van dit onderzoek (en de meeste andere onderzoeken) ligt. Daarom wordt gewerkt met schattingen, die landelijk redelijk uniform worden toegepast. Voor de berekeningen wordt gebruik gemaakt van een aantal kengetallen, waaruit diverse andere gegevens kunnen worden afgeleid.

Een aantal gegevens, zoals het inwonertal van de gemeente Groningen en het aantal verkoopmeters in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector<sup>1</sup> in de binnenstad van Groningen (volgens bron Locatus) is feitelijk voorhanden. Vorig jaar was het aanbod op het gebied van de dagelijkse voorzieningen toegenomen; dit jaar is evenwel het aanbod weer iets afgenomen (peilmoment: februari 2019). Het aanbod lag op ongeveer 16.370 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo); het afgelopen jaar is dat afgenomen met ruim 400 m<sup>2</sup> wvo naar 15.940 m<sup>2</sup>. Het aanbod in de niet-dagelijkse sector is evenals de afgelopen jaren afgenomen, maar niet zo sterk als vorig jaar. Het aanbod is hier met ruim 1.400 m<sup>2</sup> wvo gedaald naar 88.170 m<sup>2</sup> wvo; dit is een relatief beperkte daling.

Daarnaast werken wij met een aantal landelijke kengetallen zoals de gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector in de detailhandel. Bij de gemiddelde omzet per hoofd is rekening gehouden met het inkomensniveau in de gemeente en met de meest recente bestedingsgegevens. Deze cijfers worden door Panteia op basis van gegevens van het CBS en Locatus opgesteld en komen in overleg met diverse adviesbureaus tot stand. Ze worden via de website [www.Detailhandel.info](http://www.Detailhandel.info) gepubliceerd. De meest recente gegevens zijn van 2017. Bij de cijfers van vóór 2017 is een herberekening gemaakt, waarbij de internetomzet uit de bestedingen is gehaald. Het gaat in deze rapportage uitsluitend om de bestedingen in fysieke winkels in de binnenstad (de zogenaamde winkelomzet per hoofd, exclusief multichannel).

Tenslotte worden voor het berekenen van de omzet en het bezoekerspotentieel specifieke cijfers voor het onderzoeksgebied gehanteerd. In het geval van de detailhandel gaat het dan om percentages voor de koopkrachtbinding en koopkrachttoevoeiingspercentages. Ook hier wordt een onderscheid gemaakt tussen de dagelijkse en de niet-dagelijkse sector. Deze gegevens komen uit een koopstromenonderzoek. De gemeente Groningen heeft deelgenomen aan het provinciale koopstromenonderzoek, dat in 2016 door ons bureau is uitgevoerd. De toevoeiing naar de stad toe is op basis van de uitkomsten van

---

<sup>1</sup> Een verklarende woordenlijst is opgenomen in de bijlage

dit onderzoek aangepast; van de bestedingen kwam nu aanmerkelijk meer van buiten de stad dan de afgelopen jaren het geval was. Hiervoor is een correctie uitgevoerd.

## 5.2 Landelijke ontwikkelingen

Na jaren van crisis is de economie de afgelopen jaren weer op gang gekomen. In sommige sectoren (zoals de woninginrichting) gaat het veel beter dankzij de nieuwbouw. De bestedingen in de dagelijkse sector zijn door de jaren heen altijd op peil gebleven en zelfs blijven stijgen. In de niet-dagelijkse sector gaat het met de bestedingen nu ook weer omhoog; het dieptepunt ligt duidelijk achter ons. Toch betreft het een beperkte stijging van de omzet per hoofd. De omzet via internet blijft fors toenemen, en dit heeft zijn weerslag op de 'toonbank'-bestedingen. De fysieke winkels merken dit wel degelijk.

Landelijk zien we dat de leegstand afneemt. Ook gemiddeld genomen is dat het geval in het noorden van het land. In tegenstelling tot vorig jaar is de leegstand in de binnenstad het afgelopen jaar ook gedaald, en wel met ruim 5.500 m<sup>2</sup> naar een totaal van ruim 19.600 m<sup>2</sup> wvo. Hiermee is de leegstand ongeveer gelijk aan 2016.

Niettemin is de aantrekkingskracht van de Groninger binnenstad op nieuwe (buitenlandse) formules nog steeds groot. De Groninger binnenstad is nog sterker dan voorheen de enige plek in het noorden van het land waar men zich nog wenst te vestigen of waar men wil investeren.

## 5.3 Kengetallen binnenstad Groningen

Op basis van de meest recente gegevens (Locatus, CBS) kan een omzetraming gemaakt worden voor de detailhandel in de binnenstad van Groningen, met een onderscheid naar de dagelijkse en niet-dagelijkse sector.

De uitkomsten van het monitor onderzoek geven aan, dat in vergelijking met het voorgaande jaar relatief iets meer bezoekers afkomstig zijn van buiten de stad Groningen, en dat ze naar verhouding ook grotere uitgaven doen.

Uit het meest recente koopstromenonderzoek en het huidige onderzoek komen de volgende uitkomsten naar voren.

Omzetgegevens binnenstad Groningen	Dagelijks	Niet-dagelijks
binding in %*	25%	48%
toevloeiing in %*	44%	52% - 56%
marktomvang in mln. euro's	229	433-473
effectieve vloerproductiviteit (euro's per m <sup>2</sup> )	13.600	4.900 - 5.400

\*: bron: Koopstromenonderzoek Provincie Groningen 2016, Broekhuis Rijs Advisering

De totale omzet (dagelijks en niet-dagelijks) bedraagt ongeveer € 662 tot € 702 miljoen. Hiermee ligt de omzet hoger dan die in het voorgaande jaar, in zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse sector. Het ligt nu weer ongeveer op het niveau van 2014.



Het verschil met de uitkomsten van 2017 wordt vooral veroorzaakt door de bestedingen in zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse sector. De bestedingen van de bezoekers van buiten de stad (en met name uit het bovenregionale gebied) zijn fors toegenomen. Daardoor kent de toevloeiing nu een hoger percentage. Aan de overige percentages van de koopkrachtbinding en -toevloeiing is niets veranderd; het aantal inwoners en het aanbod aan winkelmeters is relatief weinig veranderd.

De vloerproductiviteit in de dagelijkse sector ligt hoger dan in 2017. Dit wordt veroorzaakt doordat de gemiddelde landelijke bestedingen hoger zijn geworden en het aanbod in Groningen iets is afgenomen. Als gevolg hiervan is de vloerproductiviteit in deze sector naar ruim € 14.300 gestegen.

De vloerproductiviteit in de niet-dagelijkse sector is eveneens gestegen, en ligt weer ongeveer op een niveau van enige jaren geleden. Ook hier zien we dat na jaren van daling de landelijke bestedingen weer zijn gestegen. Bovendien zagen we dat de toevloeiing is gestegen. Het aantal vierkante meters aan winkelaanbod is tevens iets gedaald.

Voor het inwonertal is gebruik gemaakt van de cijfers van het PRB van de gemeente Groningen (01-01-2018). Op deze datum telde de stad Groningen 202.747 inwoners; dat zijn er 115 meer dan een jaar geleden.

Voor de bestedingscijfers is gebruik gemaakt van cijfers van Panteia (voor 2016). Voor de dagelijkse sector komt de winkelomzet per hoofd uit op € 2.525 en voor de niet-dagelijkse sector op € 2.138.

<b>Binnenstad Groningen</b>	<b>2014*</b>	<b>2016*</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
marktomvang in mln. euro	565-593	605-637	611-643	662-702
vloerproductiviteit dagelijks	€ 14.200	€ 14.500	€ 13.600	€ 14.340
vloerproductiviteit niet-dagelijks	€ 3.400 – € 3.700	€ 3.800 - € 4.100	€ 4.300 – € 4.700	€ 4.900 – € 5.400
gemiddelde besteding per bezoeker	€ 27	€ 28	€ 26	€ 32
aantal bezoekers op jaarbasis (mln.)	21 - 22	21,6 – 22,8	23,3 – 24,5	21,0 – 23,0

\* Herberekend met terugwerkende kracht op basis van gegevens Panteia, winkelomzet exclusief multichannel.

De gemiddelde besteding van de bezoekers in Groningen ligt met € 32 ook weer op een niveau van een aantal jaren geleden. Het ligt ruim boven de € 26 van vorig jaar. Het aantal bezoekers aan de Groninger binnenstad lijkt mede door deze berekening te zijn gedaald. Leek vorig jaar sprake te zijn van een stijging van het aantal bezoekers aan de binnenstad, nu lijkt de omzet door minder bezoekers te zijn gerealiseerd. Het aantal bezoekers van ongeveer 22.0 miljoen is vergelijkbaar met het aantal van 2014 en 2016. Verschil is wel, dat hun besteding nu beduidend hoger ligt, waardoor de marktomvang en de vloerproductiviteit op een hoger niveau liggen.

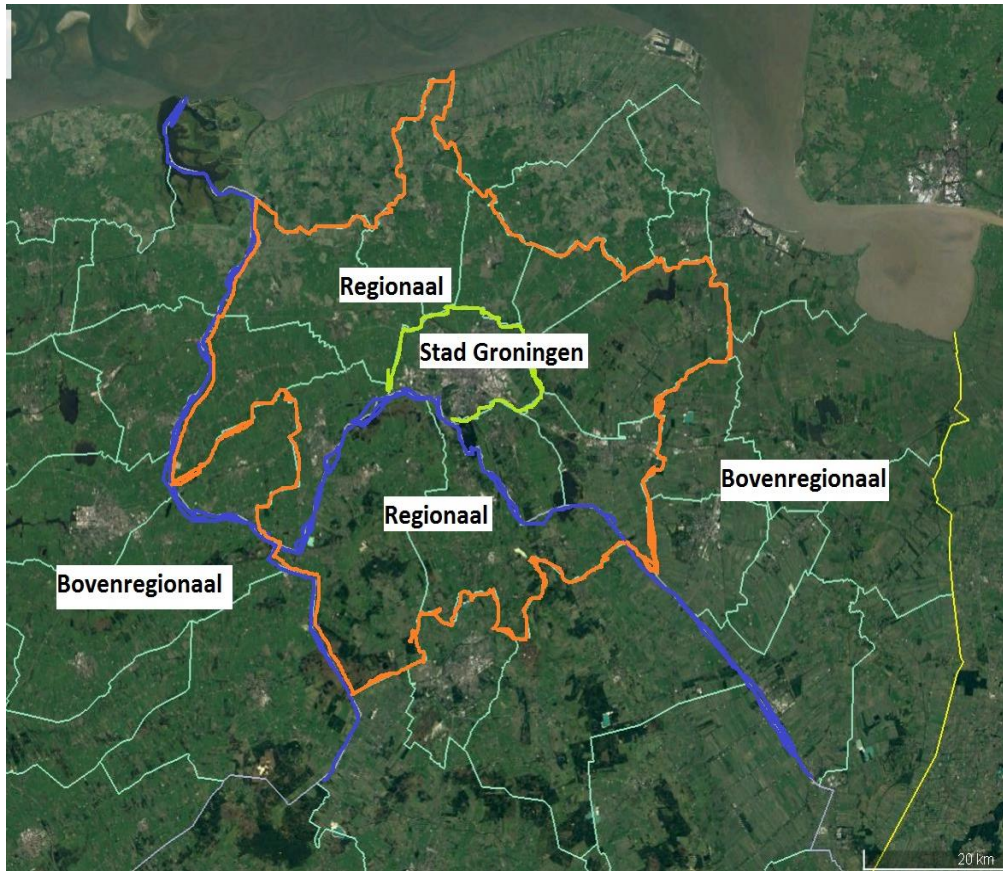
# Bijlages

## Bijlage 1 verklarende woordenlijst

Dagelijkse artikelen	Levensmiddelen (food) en artikelen voor de persoonlijke verzorging.
Niet-dagelijkse artikelen	Alle artikelen die niet onder dagelijks vallen (o.a. kleding, elektronica, huishoudelijke artikelen, DHZ-artikelen, bruin- en witgoed, wonen, vrije tijdsartikelen)
Food	Voedings- en genotmiddelen
Frequent benodigd non-food	Huishoudelijke artikelen, drogist, parfumerie
Modisch recreatief	Kleding, schoenen, lederwaren
Overig recreatief	Warenhuis, juwelier, optiek, hobby, media, sport, antiek
Doelgericht non-food	Doe-het-zelf, wonen, bruin- en witgoed, plant & dier, auto & fiets
Overige detailhandel	2 <sup>e</sup> hands artikelen, audicien, erotiek
Koopkrachtbinding	De mate waarin inwoners uit een bepaald gebied (kern of gemeente) hun bestedingen <b>in</b> dat betreffende gebied doen.
Koopkrachtafvloeiing	De mate waarin inwoners uit een bepaald gebied hun bestedingen <b>buiten</b> dat gebied doen.
Koopkrachttoevoeiing	De mate waarin bestedingen <b>in</b> het betreffende gebied afkomstig zijn van inwoners van <b>buiten</b> dat gebied.
Wvo=winkelvloeroppervlak	Winkelvloeroppervlak dat voor de consument toegankelijk is (dus exclusief kantoren, magazijn ed.)
Koopstromen	Koopkrachtbewegingen tussen kernen, gemeenten of winkelgebieden door binding, afvloeiing en toevoeiing van koopkracht.
Vloerproductiviteit	Gemiddelde detailhandelsomzet per vierkante meter winkelvloeroppervlak

---

## Bijlage 2 Regio indeling



**Lokaal:** Stad Groningen

**Regionaal:** gemeenten Bedum, Grootegast, Haren, Hoogezand-Sappemeer, Leek, Noordenveld, Slochteren, Ten Boer, Tynaarlo, Winsum en Zuidhorn.

**Bovenregionaal:** alles buiten het regionale gebied.

### Bijlage 3 Socio-economische kenmerken

Zowel in de binnenstad als de Oosterstraat waren naar verhouding iets meer vrouwen aanwezig onder de bezoekers.

	Binnenstad	Oosterstraat
<b>vrouw</b>	53%	54%
<b>man</b>	47%	46%

Wat de gezinssamenstelling betreft ligt het aandeel gezinnen met kinderen relatief lager in de stad, zowel de binnenstad als in de Oosterstraat. Dit komt onder andere door het relatief hoge aandeel stellen zonder kinderen en studenten in de stad (samen met andere volwassene of meerdere volwassene).

	Binnenstad	Oosterstraat
Alleenstaand	22%	29%
Samen met andere volwassene	33%	35%
Samen met meerdere volwassene	19%	17%
1 of 2 volwassene met kind tot 4 jaar	4%	4%
1 of 2 volwassene met kind 4-12 jaar	9%	5%
1 of 2 volwassene met kind >12 jaar	13%	10%

Dit komt ook naar voren uit het hoge aandeel mensen met een hoge opleiding (HBO of hoger) onder de bezoekers. Tussen de beide winkelgebieden is weinig verschil te constateren.

	Binnenstad	Oosterstraat
HBO of WO	63%	65%
MBO	29%	26%
LBO	6%	6%
Lagere school	1%	2%
Geen opleiding	1%	1%