

Gemeente Groningen

Detailhandelsmonitor 2003

Gemeente Groningen

Detailhandelsmonitor 2003

Datum 27 januari 2004
Kenmerk GNG025/Sdg/0358
Eerste versie

Documentatiepagina

Oprachtgever(s) Gemeente Groningen

Titel rapport Detailhandelsmonitor 2003

Kenmerk GNG025/Sdg/03580358

Datum publicatie 27 januari 2004

Projectteam opdrachtgever(s) De heren J. Cats en G. Tolner

Projectteam Goudappel Coffeng De heren J.H.G. de Beer, J. Gosselt en G.F. Scheerder

Projectomschrijving Het monitoren van de detailhandel in en om Groningen.

Trefwoorden monitoren, detailhandel, Groningen, binnenstad, koopstromen, marktpositie, bibliotheekbezoek

| | |
|---|-----------|
| Samenvatting | 1 |
| 1 Inleiding | 6 |
| 1.1 Doelstelling van de detailhandelsmonitor | 6 |
| 1.2 Werkwijze detailhandelsmonitor | 6 |
| 1.3 Leeswijzer | 7 |
| 2 Koopgedrag regio Groningen | 8 |
| 2.1 De consument in het onderzoeksgebied | 8 |
| 2.2 Kooporiëntatie | 9 |
| 2.3 Vervoermiddel | 11 |
| 2.4 Leisurevoorzieningen | 13 |
| 3 De consument in de Groninger binnenstad | 15 |
| 3.1 Koopgedrag in de binnenstad | 15 |
| 3.1.1 Bezoekersprofiel | 15 |
| 3.1.2 Verblijfsduur en bestedingen | 16 |
| 3.1.3 Vervoerwijze en gebruik parkeergelegenheden | 19 |
| 3.2 Bezoekgedrag bibliotheek | 21 |
| 3.2.1 Bezoekersprofiel | 21 |
| 3.2.2 Combinatiebezoek | 22 |
| 3.2.3 Vervoerwijze en gebruik parkeergelegenheden | 23 |
| 4 Economische performance | 24 |
| 4.1 Gemeente Groningen | 24 |
| 4.1.1 Dagelijkse sector | 24 |
| 4.1.2 Niet-dagelijkse sector | 25 |
| 4.2 Groninger binnenstad | 25 |
| 4.2.1 Dagelijkse sector | 25 |
| 4.2.2 Niet-dagelijkse sector | 26 |
| 4.3 Overall functioneren binnenstad | 26 |
| Bijlagen | |
| 1 Resultaten telefonische enquête | B1 |
| 2 Resultaten passantenenquête | B2 |
| 3 Vragenlijsten | B3 |
| 4 Begrippenlijst | B4 |

| | | |
|---|---|----|
| 5 | Onderzoeksmethodiek en statistische significantie | B5 |
| 6 | Toonkaarten | B6 |
| 7 | Kooporiëntatie gemeenten (in euro's) | B7 |
| 8 | Overzicht branchering en aanbod | B8 |
| 9 | Resultaten bibliotheekenquête | B9 |

Samenvatting

In opdracht van de gemeente Groningen stelt Goudappel Coffeng BV jaarlijks een detailhandelsmonitor op. Vanaf 1997 wordt de dynamiek in deze gegevens op de voet gevolgd. Door te monitoren is het mogelijk om eventuele veranderingen in het koopgedrag en in marktposities te signaleren. Tevens biedt de detailhandelsmonitor de mogelijkheid actuele thema's te belichten, zoals dit jaar de relatie tussen de Centrale Bibliotheek en de omliggende winkels. In Groningen speelt de informatie uit de detailhandelsmonitor een rol bij de besluitvorming over planontwikkelingen in de binnenstad, PDV/GDV en visies op wijkniveau. Daarnaast biedt de detailhandelsmonitor informatie voor het opstellen van planvisies en voor het toetsen van planaanvragen van marktpartijen. Met de detailhandelsmonitor heeft de gemeente Groningen een meetinstrument om te werken aan haar (deel)missie: het bevorderen van een gezond economisch voorzieningsklimaat in de stad.

In deze samenvatting worden de belangrijkste conclusies en aanbevelingen die zich uit het monitoronderzoek laten afleiden, op beknopte wijze gepresenteerd. Deze conclusies, aanbevelingen en onderzoeksresultaten zijn uitvoerig beschreven in het vervolg van deze rapportage. In deze samenvatting wordt ingegaan de marktpositie van Groningen, het bezoekgedrag in de binnenstad en het economisch functioneren van het winkelaanbod.

Marktpositie Groningen

De positie van de binnenstad op de lokale markt is de afgelopen jaren versterkt. Het marktaandeel van de binnenstad in de gemeente Groningen is in de niet-dagelijkse sector van 58% in 2001, toegenomen tot 64% in 2002 en 69% in 2003. Ook buiten de gemeente neemt de aantrekkingskracht van de binnenstad toe. Het (boven)regionaal omzetaandeel in de niet-dagelijkse sector steeg de afgelopen drie jaar van 51% in 2001 tot 56% in 2002 en 59% in 2003. Waar de oriëntatie op de binnenstad toenam, gaven de bezoekers gemiddeld minder uit. In vergelijking tot voorgaande jaren daalde de gemiddelde besteding per bezoeker naar € 18,-. In de 2001 en 2002 werd gemiddeld nog respectievelijk € 22,- en € 25,- uitgegeven. Een afnemende besteding per bezoeker is overigens een trend die zich het afgelopen jaar in vrijwel alle binnensteden en winkelgebieden aftekende en niet specifiek aan Groningen is voorbehouden.

Het omzetvolume in de niet-dagelijkse sector neemt vooral dankzij de toenemende oriëntatie vanuit en van buiten de gemeente toe. Ondanks een afname van de gemiddelde besteding liepen de totale bestedingen in de niet-dagelijkse sector op tot een omzet van € 753 miljoen. In grafiek 0.1 wordt de geïndiceerde marktomvang vergeleken met de landelijk trend.

Het omzetvolume in de Groninger binnenstad vertoont een sterkere toename dan het landelijk gemiddelde. Een andere indicator die een indruk geeft van het functioneren van de binnenstad, is de verblijfsduur¹. In vergelijking tot 2001 (89) en 2002 (88) neemt de gemiddelde verblijfsduur licht toe, tot 93 minuten.

In grafiek 0.2 zijn geïndiceerde maximumpassantentellingen op post 1 in de Herestraat, afgezet tegen het bezoekersaantal van de binnenstad². Hoewel de trend in de passantentellingen in de Herestraat vooral neerwaarts is, laat het totaal aantal bezoekers van de binnenstad stijging te zien. Net als vorig jaar neemt de drukte in de Herestraat niet toe. Dat de drukte meer gespreid wordt over het gehele centrum, bleek vorig jaar al uit het druktepatroon in de Groninger binnenstad. Eerder dit jaar werd door Goudappel Coffeng al een toename in het aantal passanten waargenomen in het Waagstraatcomplex³.

Het grote verzorgingsbereik van de Groninger binnenstad blijkt uit het hoge aandeel bovenregionale bezoekers. Dit aandeel schommelt de afgelopen jaren rond de 30%. Net als voorgaande jaren blijft een meerderheid naar de binnenstad komen om te winkelen (69%). Circa 31% komt dit jaar met het openbaar vervoer naar binnenstad. Het aandeel autobezoekers is dit jaar iets toegenomen. Een op de vijf bezoekers neemt de auto. Bezoekers die met de auto komen blijven een groot aandeel in de omzet van de binnenstad houden (38%). Een toenemend deel van bezoekers die met de auto komen parkeert in de parkeergarage onder de Westerhaven. Het gebruik van die garage is onder de autobezoekers in drie jaar na de opening opgelopen tot 13%.

¹ Verblijfsduur van alle bezoekers, inclusief de winkelbezoekers

² Bezoekersaantal binnenstad (totaal) zijn in tegenstelling tot de Herestraat geen tellingen maar afgeleid uit andere gegevens. Zie bijlage 5 voor methode en reden.

³ Goudappel Coffeng, Passantentellingen Waagstraatcomplex, 2003

De key performance indicatoren (zie tabel 0.3) wijzen net als vorig jaar op een positieve ontwikkeling van de binnenstad. De gerealiseerde omzet en vloerproductiviteit in de Groninger binnenstad liggen op een hoog niveau. De oriëntatie op de binnenstad neemt nog toe. Dit geldt eveneens voor de verblijfstijd. De teruggelopen gemiddelde besteding is, gelet op landelijke signalen, niet alleen een Groningse aangelegenheid.

| Indicator (begrippen in bijlage 4) | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| <i>Bezoekersaantal en bestedingen</i> | | | | | | | |
| Aantal bezoekers per jaar** | 24 mln. | 22 mln. | 23 mln. | 26 mln. | 29 mln. | 31 mln. | 34 mln. |
| Gemiddeld besteed bedrag* KT | € 21,- | € 21,- | € 21,- | € 19,- | € 22,- | € 25,- | € 18,- |
| Bezoekdoel winkelen | 65% | 68% | 69% | 82% | 76% | 71% | 69% |
| <i>Verblijfsduur</i> | | | | | | | |
| Aandeel kortblijvers (< een half uur)* KT | 36% | 45% | 44% | 35% | 33% | 39% | 37% |
| Aandeel langblijvers (> twee uur)* KT | 22% | 11% | 13% | 17% | 18% | 20% | 22% |
| Gemiddelde verblijfsduur* KT | 88 min. | 67 min. | 78 min. | 85 min. | 89 min. | 88 min. | 93 min. |
| Autogebruik alle regioconsumenten*/*** KT | 37% | 41% | 31% | 33% | 35% | 43% | 36% |
| <i>Marktpositie niet-dagelijks</i> | | | | | | | |
| Oriëntatie/marktaandeel vanuit de regio** | 29% | 28% | 28% | 26% | 29% | 31% | 33% |
| Binding (inwoners gemeente Groningen)* KT | 57% | 55% | 54% | 53% | 58% | 64% | 67% |
| Regionaal (regio zonder gemeente) omzetaandeel* | 22% | 18% | 21% | 17% | 18% | 25% | 19% |
| Bovenregionaal omzetaandeel* | 32% | 30% | 30% | 31% | 34% | 31% | 40% |
| Toevloeiing* KT | 54% | 49% | 50% | 47% | 51% | 56% | 59% |
| Omzet | € 482 mln. | € 447 mln. | € 495 mln. | € 522 mln. | € 622 mln. | € 775 mln. | € 908 mln. |
| <i>Effectieve vloerproductiviteit</i> | | | | | | | |
| Dagelijks | € 8.100,- | € 10.000,- | € 9.400,- | € 11.900,- | € 11.800,- | € 12.100,- | € 16.700,- |
| Niet-dagelijks | € 4.400,- | € 4.000,- | € 4.400,- | € 4.400,- | € 5.400,- | € 6.700,- | € 7.500,- |

* Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête, 1997 t/m 2003

** Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 1997 t/m 2003

*** In hoofdstuk 2 is het autogebruik afgeleid uit de telefonische enquête

KT Kengetal, standaardindicator gemeten in reguliere detailhandelsmonitors, opgenomen in tabel 0.4 *Kengetallen*

Tabel 0.3: Key performance indicatoren voor de Groninger binnenstad

Bibliotheekbezoek en winkels

Naast het reguliere passantenonderzoek zijn dit jaar de bezoekers van bibliotheek in de binnenstad van Groningen apart geënquêteerd. Overeenkomstig het verzorgingsbereik komt het merendeel van de bezoekers van de Centrale Bibliotheek Groningen uit de gemeente Groningen. De bibliotheek blijkt voor hen de belangrijkste reden om naar de binnenstad te komen. Ruim een derde van de bibliotheekbezoekers geeft aan (ook) te komen om te winkelen. De helft geeft aan een of meerdere keren per week de winkels in de buurt van de bibliotheek te bezoeken. Een minderheid koopt voor of na het bibliotheekbezoek daadwerkelijk iets in de winkels in de buurt. Eén op de tien bibliotheekbezoekers doet een aankoop en geeft daarbij gemiddeld € 39,- uit. Indien de bibliotheek vertrekt naar een andere locatie gaat een derde minder winkelen in buurt van de huidige locatie van de bibliotheek.

Aangezien het merendeel van de bibliotheekbezoekers uit de gemeente Groningen komt, wordt de bibliotheek met name te voet bereikt of per (brom)fiets. De fietsenstalling wordt maar weinig door hen gebruikt, de meeste bezoekers zetten de fiets op straat.

Vergelijking Groninger binnenstad met andere binnensteden

Deze detailhandelsmonitor heeft een aantal relevante kengetallen opgeleverd voor de binnenstad van Groningen. Door deze cijfers te vergelijken met cijfers uit andere binnensteden, kunnen de ontwikkelingen in Groningen in een breder kader geplaatst worden. Tabel 0.4 biedt een vergelijking waarin voor referentiegemeenten gebruik kan worden gemaakt van een inventarisatie die op initiatief van Goudappel Coffeng heeft plaatsgevonden.

Uit deze tabel blijkt onder andere dat winkelen als primair bezoekdoel voor de Groninger binnenstad op een vergelijkbaar niveau is met de referentiesteden. De lokale binding is hoog en neemt toe. Gezien het brede en complete aanbod en een aantal grote consumententrekkers is de hoge binding niet exceptioneel, maar wel eraan te danken. De toevloeiing valt inmiddels binnen de marges die voor een centrum als dat van Groningen verwacht mag worden, met name gezien Groningen als grote stad een unieke positie in het noorden inneemt. De bezoekers en omzetverdeling naar herkomst is vergelijkbaar met andere steden en vertoont een stabiel patroon over de afgelopen jaren. Het relatief lage omzetaandeel van autogebruikers houdt verband met het lage aandeel (lokale) bezoekers dat met de auto komt. Groningen wenst vooral voor de eigen inwoners het fietsen aantrekkelijk te houden.

| Aspect | Groningen | | | Referentiesteden |
|--|-----------|---------|---------|------------------|
| | 2001 | 2002 | 2003 | |
| binnenstadsbezoekers, winkelen als <i>primaire</i> bezoekdoel | 56% | 58% | 54% | 50-60% |
| binding eigen inwoners op binnenstad (niet-dagelijks) * | 58% | 64% | 67% | 48% |
| bezoekersaandeel lokale bezoekers | 56% | 51% | 52% | 40-60% |
| bezoekersaandeel regionale bezoekers | 16% | 20% | 17% | 10-20% |
| bezoekersaandeel bovenregionale bezoekers | 28% | 30% | 31% | 20-45% |
| omzetaandeel regionale en bovenregionale bezoekers (toevloeiing niet-dagelijks) ⁴ | 51% | 56% | 59% | 55-70% |
| bezoekers die een aankoop hebben verricht | 41% | 51% | 48% | 45-60% |
| besteed bedrag per bezoeker | €22,- | €25,- | €18,- | €29,- |
| besteed bedrag per <i>winkel</i> bezoeker | €29,- | €35,- | €26,- | €30,- - €40,- |
| autogebruik alle bezoekers | 23% | 25% | 20% | 28% |
| autogebruik lokale bezoekers | 11% | 10% | 7% | 10-20% |
| autogebruik regionale bezoekers | 35% | 43% | 36% | 30-60% |
| omzetaandeel automobilisten | 33% | 36% | 38% | 40-60% |
| bezoekersaandeel jongeren (tot 25 jaar) | 39% | 31% | 40% | 35% |
| bezoekersaandeel ouderen (vanaf 60 jaar) | 13% | 16% | 11% | 10% |
| bezoekfrequentie: 1x per week of vaker | 67% | 64% | 65% | 50-70% |
| aandeel kortverblijvers (korter dan een uur) | 55% | 61% | 58% | 51% |
| aandeel langverblijvers (langer dan twee uur) | 18% | 20% | 22% | 25% |
| gemiddelde verblijfsduur | 89 min. | 88 min. | 93 min. | 85-115 min. |

* Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête, 1999 en 2003

Bron: D&P 1998 (Leiden, Gent), D&P 1999 (Groningen), BRO 1999 (Koopstromenonderzoek Zuid-Holland), Strabo 2000 (Koopstromenonderzoek kernwinkelgebied Eindhoven), Gemeente Breda 2000 (Distributie Planologisch Onderzoek Binnenstad Breda), D&P Goudappel Coffeng, Feiten en ficties rondom trends in detailhandel, juli 2000, Universiteit van Amsterdam 2003 (effect nieuwbouwoontwikkelingen op koopstromen, cases: Amersfoort, Den Haag, Dordrecht, Heerlen, Apeldoorn, Nijmegen en Rotterdam) Goudappel Coffeng 2001 (Monitor kernwinkelapparaat Utrecht), Goudappel Coffeng 1999 - 2003 (Monitor detailhandel en horeca Assen), Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2001, 2002 en 2003

Tabel 0.4: Kengetallen Groninger binnenstad vergeleken met andere binnensteden

⁴ zie bijlage 4 begrippenlijst

1 Inleiding

In opdracht van de gemeente Groningen stelt Goudappel Coffeng BV jaarlijks een detailhandelsmonitor op. Van 1997 tot en met 1999 werd onder de vlag van D&P Onderzoek en Advies de waardevolle informatiereeks verzameld. De monitor is een belangrijke onderlegger voor het detailhandelsbeleid in het algemeen en voor de binnenstad in het bijzonder. Met de detailhandelsmonitor heeft de gemeente Groningen een meetinstrument om te werken aan haar (deel)missie: het bevorderen van een gezond economisch voorzieningenklimaat in de stad.

1.1 Doelstelling van de detailhandelsmonitor

Het doel van de detailhandelsmonitor is het jaarlijks volgen van ontwikkelingen in relatie tot het (economisch) functioneren van de detailhandel in het algemeen en van afzonderlijke winkelgebieden. De monitor legt bijzondere nadruk op het reilen en zeilen van de binnenstad. Het biedt informatie ten behoeve van het formuleren van beleid. De detailhandelsmonitor levert informatie op over marktontwikkelingen, meningsvorming, doelgroepen, ruimtelijk keuzegedrag en daarmee de economische positie. Vanaf 1997 wordt de dynamiek in deze gegevens op de voet gevolgd. Door te monitoren wordt het bijvoorbeeld mogelijk om eventuele veranderingen in het koopgedrag en in marktposities in beeld te krijgen. Dit geldt ook voor wijzigingen aan de aanbodzijde en (effecten op) bereikbaarheidsaspecten en de leefbaarheid. Derhalve is de detailhandelsmonitor een onderlegger voor *beleidsvraagstukken*. Een aantal indicatoren uit de detailhandelsmonitor worden gebruikt voor de jaarlijks op te stellen stadsvisie monitor. De informatie uit de detailhandelsmonitor speelt een rol bij de besluitvorming over planontwikkelingen in de binnenstad, GDV/PDV en visies op wijkniveau. Daarnaast biedt de detailhandelsmonitor informatie voor het opstellen van *planvisies* en voor het toetsen van *planaanvragen* van marktpartijen.

1.2 Werkwijze detailhandelsmonitor

De detailhandelsmonitor is in 1997 door middel van een nulmeting van start gegaan. In 1999 is een uitgebreider onderzoek verricht. Hierin werden de uitkomsten voor 1999 weergegeven, maar de nadruk lag op vergelijking van de drie eerste monitorjaren, waarbij relevante trends werden gesignaleerd en waar mogelijk verklaard. In 1999 is ook een uitgebreide aanbodanalyse gedaan. In 2002 is een soortgelijk (uitgebreide) versie van de detailhandelsmonitor opgesteld. De voorliggende rapportage (detailhandelsmonitor 2003) is in de opzet vergelijkbaar met tussenliggende jaren 2000 en 2001.

1.3 Leeswijzer

De hiernavolgende rapportage van de monitorgegevens over 2003 is opgedeeld in drie hoofdstukken. Hoofdstuk 2 geeft een beeld van het koopgedrag van de consument uit Groningen en de regiogemeenten. Het beeld is gebaseerd op resultaten uit de telefonische enquête. Het (winkel)bezoek aan de binnenstad van Groningen staat omschreven in hoofdstuk 3. De omschrijving is gemaakt met behulp van de resultaten van de passantenenquête. Dit jaar is eenmalig een extra passantenenquête gehouden onder bibliotheekbezoekers, om de samenhang tussen een bezoek aan de Centrale bibliotheek en de omliggende winkels na te gaan. Hoofdstuk 4 geeft de economische performance van de winkelvoorzieningen in de binnenstad van Groningen en de gemeente Groningen als geheel. In de bijlagen 1 en 2 worden de tabellen van de telefonische-, respectievelijk de passantenenquête weergegeven die niet, of niet in zijn geheel in de tekst zijn opgenomen. Bijlage 3 bevat de gehanteerde vragenlijsten voor de 3 enquêtes. In bijlage 4 is een begrippenlijst afgebeeld. In bijlage 5 wordt ingegaan op de gehanteerde methoden en technieken, de statistische relevantie wordt toegelicht even als de berekening van de omzet en het aantal bezoekers. In bijlage 6 zijn de kaarten weergegeven die gebruikt zijn bij het opzetten en uitvoeren van de enquêtes. Bijlage 7 bevat de kooporiëntatie van gemeente in euro's. Tot slot is in bijlage 8 een overzicht van de branchering gegeven zoals gehanteerd in deze rapportage.

Toelichting bij de tabellen

Als in de tabel een 0 staat betekent dit een percentage kleiner dan 0,5 (afgerond 0). Staat er een (.); in dat geval is er geen waarde gemeten. Totalen kunnen door afronding soms afwijken van de som van waarden in rij of kolom.

2 Koopgedrag regio Groningen

Het koopgedrag van het winkelend publiek in de regio Groningen is middels een telefonisch enquête onderzocht (zie vragenlijst in Bijlage 3). Het onderzoeksgebied waarbinnen de telefonische enquête is uitgevoerd beslaat net als voorgaande jaren de gemeente Groningen en de voorheen veertien omliggende gemeenten die tot het verzorgingsgebied⁵ van de gemeente Groningen behoren (zie nevenstaande kaart: Bedum, Ten Boer, Eelde, Grootegast, Haren, Hoogezand-Sappemeer, Leek, Peize, Roden, Slochteren, Vries, Winsum, Zuidhorn en Zuidlaren)⁶.

Een aantal belangrijke aspecten van het koopgedrag in de regio wordt in dit hoofdstuk toegelicht. Allereerst is een kenschets gegeven van de consument in het onderzoeksgebied. In de daaropvolgende paragraaf wordt de kooporiëntatie binnen het onderzoeksgebied beschreven. Vervolgens is ingegaan op de vervoermiddelen waarmee de consument naar de winkelgebieden komt. Tot slot is stilgestaan bij het bezoek aan leisuvoorzieningen in de binnenstad van Groningen.

2.1 De consument in het onderzoeksgebied

Uit de leeftijdsopbouw weergegeven in tabel 2.1 is af te lezen dat respondenten tot 35 jaar regelmatig naar de Groninger binnenstad gaan om te winkelen. In de leeftijdscategorie boven de 45 gaat men minder frequent. Dit is een patroon dat zich in de loop van de jaren blijft manifesteren.

| Leeftijdsopbouw | Frequente bezoekers | Niet-frequente bezoekers | Totaal | n |
|------------------|---------------------|--------------------------|--------|-----|
| 15 tot 25 jaar | 12 | 4 | 8 | 144 |
| 25 tot 35 jaar | 27 | 13 | 20 | 352 |
| 35 tot 45 jaar | 25 | 23 | 24 | 428 |
| 45 tot 60 jaar | 21 | 26 | 24 | 418 |
| 60 jaar of ouder | 15 | 34 | 24 | 435 |

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2003

Tabel 2.1: Leeftijd respondenten naar bezoekfrequentie Groninger binnenstad (in %)

Net als vorig jaar valt een grote groep respondenten in de inkomenscategorie € 20.000,- tot € 25.000,- (zie tabel 2.2). De laagste inkomensgroep bezoekt de binnenstad van Groningen minder frequent om te winkelen. In de categorie € 25.000,- tot € 35.000,- wordt de binnenstad juist regelmatig bezocht om te winkelen. In de overige inkomenscategorieën (€ 15.000,- tot € 20.000,-/ € 35.000,- of meer) is weinig verschil in het aandeel frequente of minder frequente bezoekers van de binnenstad.

⁵ Begrippen worden toegelicht in bijlage 4.

⁶ Situatie van voor de gemeentelijke herindelingen

| Inkomensverdeling* | Frequente bezoekers | Niet-frequente bezoekers | Totaal | n |
|---------------------------|---------------------|--------------------------|--------|-----|
| Tot € 15.000,- | 9 | 17 | 13 | 134 |
| € 15.000,- tot € 20.000,- | 19 | 18 | 19 | 187 |
| € 20.000,- tot € 25.000,- | 37 | 34 | 35 | 352 |
| € 25.000,- tot € 35.000,- | 20 | 15 | 17 | 174 |
| € 35.000,- of meer | 15 | 16 | 16 | 158 |

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2003

* Inkomensverdeling is in 2002 gewijzigd na invoering van de euro. De percentages hebben alleen betrekking op 2002 en 2003.

Tabel 2.2: Inkomensverdeling huishoudens naar bezoekfrequentie Groninger binnenstad

2.2 Kooporiëntatie

De kooporiëntatie in de regio Groningen wordt aangeduid met behulp van koopkrachtbindingcijfers⁷. Een bindingcijfer geeft aan in welke mate inwoners hun aankopen doen in hun eigen stads- of winkelcentrum. Voor de gemeente Groningen wordt in de niet-dagelijkse sector een binding van koopkracht gerealiseerd van 90%. In verhouding tot gemeenten met een vergelijkbare omvang kent Groningen een hoge koopkrachtbinding. In dergelijke gemeenten ligt het gemiddelde op 88%⁸. De binnenstad bindt het grootste deel van de koopkracht binnen de gemeente: 67%. De aantrekkingskracht van de binnenstad op de inwoners van Groningen is iets toegenomen ten opzichte van vorig jaar toen de koopkrachtbinding 64% bedroeg.

Ook het dagelijks aanbod in de binnenstad van Groningen geniet binnen de gemeente een toenemende aantrekkingskracht. Na een koopkrachtbinding van 19% en 23% in respectievelijk 2001 en 2002 stijgt het aandeel van de binnenstad naar 30%. Net als voorgaande jaren doet 95% van de Groningers de bestedingen aan boodschappen in de gemeente Groningen. In gemeenten met de omvang van Groningen bedraagt de gemiddelde koopkrachtbinding 96%. De toegenomen oriëntatie op de binnenstad voor boodschappen gaat net als in 2002 gepaard met een afname in de oriëntatie op overig winkelgebieden in de gemeente Groningen. In bijlage 1 is een compleet overzicht opgenomen van de kooporiëntatie van de gemeenten op de aanwezige winkelgebieden in het onderzoeksgebied alsmede de kooporiëntatie binnen de gemeente Groningen. Tabel 2.3 geeft een indruk van de oriëntatie op de artikelgroepen die in de binnenstad van Groningen worden aangeboden.

⁷ Zie bijlage 4 begrippenlijst.

⁸ Bolt, winkelvoorzieningen op waarde geschat, 2003.

| | Gro- ningen | Bedum | Ten Boer | Eelde | Groote- gast | Haren | Hooge- zand | Leek | Peize | Roden | Sloch- teren | Vries | Win- sum | Zuid- horn | Zuid- laren | Totaal |
|--------------------------|----------------|-------|-------------|-------|-----------------|-------|----------------|------|-------|-------|-----------------|-------|-------------|---------------|----------------|--------|
| brood en banket | 25 | 10 | 11 | 4 | 2 | 10 | 1 | 1 | 2 | 7 | 5 | 2 | 3 | 6 | 3 | 14 |
| vlees en vleeswaren | 25 | 10 | 11 | 3 | 1 | 10 | 0 | 1 | 2 | 5 | 4 | 2 | 3 | 8 | 3 | 14 |
| groente/fruit/aardappels | 26 | 11 | 11 | 4 | 2 | 12 | 0 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 1 | 7 | 3 | 15 |
| kleding | 76 | 57 | 59 | 47 | 38 | 45 | 48 | 33 | 33 | 28 | 40 | 27 | 67 | 58 | 32 | 59 |
| schoenen/lederwaren | 76 | 54 | 58 | 47 | 31 | 40 | 44 | 29 | 28 | 26 | 39 | 25 | 56 | 49 | 29 | 57 |
| drogisterij/parfumerie | 47 | 16 | 26 | 6 | 4 | 15 | 7 | 9 | 13 | 12 | 11 | 9 | 12 | 15 | 7 | 28 |
| meubelen | 42 | 54 | 55 | 55 | 51 | 51 | 42 | 35 | 45 | 38 | 43 | 36 | 53 | 58 | 33 | 44 |
| woningtextiel | 50 | 51 | 51 | 50 | 35 | 46 | 31 | 32 | 28 | 26 | 30 | 31 | 51 | 42 | 29 | 43 |
| audio/video | 75 | 55 | 62 | 36 | 33 | 39 | 28 | 24 | 29 | 26 | 28 | 25 | 58 | 57 | 25 | 55 |
| huishoudelijke app. | 75 | 52 | 55 | 29 | 26 | 33 | 21 | 17 | 23 | 20 | 23 | 26 | 40 | 38 | 22 | 51 |
| doe-het-zelfartikelen | 51 | 42 | 51 | 20 | 19 | 27 | 14 | 9 | 11 | 8 | 12 | 24 | 27 | 35 | 10 | 35 |
| huishoud-/luxeartikelen | 72 | 37 | 43 | 27 | 22 | 28 | 26 | 15 | 18 | 13 | 18 | 25 | 43 | 30 | 13 | 48 |
| bloem/plant/dier | 51 | 18 | 35 | 10 | 12 | 20 | 13 | 11 | 8 | 10 | 10 | 10 | 14 | 17 | 6 | 32 |
| boeken en kantoorart. | 71 | 27 | 40 | 22 | 16 | 27 | 17 | 18 | 21 | 14 | 21 | 26 | 29 | 26 | 15 | 45 |
| (brom)fietsen | 59 | 37 | 46 | 24 | 25 | 35 | 20 | 16 | 17 | 15 | 17 | 18 | 35 | 30 | 13 | 41 |
| fotografische artikelen | 72 | 26 | 46 | 22 | 19 | 31 | 13 | 10 | 15 | 9 | 19 | 21 | 24 | 34 | 18 | 45 |
| brillen/sieraden | 76 | 47 | 57 | 35 | 28 | 30 | 27 | 18 | 26 | 15 | 22 | 14 | 54 | 40 | 17 | 52 |
| sport-/spel-/kampeerart. | 74 | 49 | 56 | 35 | 27 | 34 | 23 | 13 | 13 | 12 | 20 | 16 | 45 | 38 | 17 | 50 |

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2003

Tabel 2.3: Kooporiëntatie van gemeenten op de binnenstad van Groningen per artikelgroep

Voor een groot deel van de niet-dagelijkse aankopen is de binnenstad van Groningen een belangrijke aankoopplaats. Voor Groningers is de binnenstad niet alleen een populaire locatie om te winkelen voor kleding, schoenen en huishoudelijke artikelen. De binnenstad wordt eveneens vaak bezocht om doelgerichte aankopen te doen als audio en videoapparatuur, boeken en sportartikelen. De oriëntatie in deze branchegroepen bedraagt 70% of meer. Voor de overige doelgerichte artikelgroepen, zoals doe-het-zelf en meubelen zorgt perifeer gelegen concurrerend aanbod voor een lagere koopkrachtbinding van de binnenstad. De oriëntatie in deze branchegroepen bedraagt tussen de 40% en 50%.

In vergelijking met voorgaande jaren blijkt dat de binnenstad meer wordt bezocht om boodschappen te doen. Vermoedelijk wordt naast een bezoek aan de wijksupermarkten ook de binnenstad bezocht voor de speciaalzaken of 'take away' food. Dit specifieke marktsegment bedient een aantal binnenstedelijke doelgroepen zoals bijvoorbeeld werknemers. Daarnaast neemt het zogenoemde 'out of home'-kanaal⁹ vooral onder kleine huishoudens, een bevolkingsgroep die bovengemiddeld in de binnenstad woonachtig is, aan belang toe. Met name de supermarkten en speciaalzaken in de grotere centra, zoals de binnenstad van Groningen, spelen in op deze behoefte.

⁹ Zie bijlage 4 begrippenlijst

| Artikelgroep | 2001 | 2002 | 2003 |
|-------------------------------|------|------|------|
| Brood en banket | 16 | 20 | 25 |
| Vlees en vleeswaren | 16 | 20 | 25 |
| Groente/fruit/aardappels | 16 | 21 | 26 |
| Kleding | 70 | 74 | 76 |
| Schoenen/lederwaren | 73 | 74 | 76 |
| Drogisterij/parfumerie | 39 | 43 | 47 |
| Meubelen | 34 | 41 | 42 |
| Woningtextiel | 44 | 50 | 50 |
| Audio/video | 73 | 76 | 75 |
| Huishoudelijke apparatuur | 66 | 74 | 75 |
| Doe-het-zelfartikelen | 27 | 39 | 51 |
| Huishoud-/luxeartikelen | 64 | 69 | 72 |
| Bloem/plant/dier | 32 | 43 | 51 |
| Boeken en kantoorartikelen | 63 | 68 | 71 |
| (brom)fietsen | 50 | 53 | 59 |
| Fotografische artikelen | 57 | 63 | 72 |
| Brillen/sieraden | 71 | 76 | 76 |
| Sport-/spel-/kampeerartikelen | 65 | 72 | 74 |

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2003

Tabel 2.4: Kooporiëntatie van Groningen op de binnenstad per artikelgroep per jaar

De Groningers zijn in hun eigen binnenstad goed voor tweederde van de omzet. Ook in de gemeenten ten noorden van Groningen geniet de Groninger binnenstad grote aantrekkingskracht (zie tabel 2.5). In de gemeenten ten oosten van Groningen neemt het marktaandeel van de binnenstad toe tot 30%. In 2001 was het marktaandeel nog 22% (zie ook tabel B1-8 in Bijlage 1).

| | Groningen | Noord* | Oost* | Zuid* | West* | Totaal onderzoeksgebied |
|-------------------------------|-----------|--------|-------|-------|-------|----------------------------|
| Omzetverdeling** | 67 | 12 | 7 | 8 | 7 | 100 |
| Marktaandeel in deelgebied*** | 67 | 47 | 30 | 31 | 24 | 49 |

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2003

* onderzoeksregio's zoals weergegeven op nevenstaande kaart bij blz. 8

** totale omzet (dagelijkse en niet-dagelijkse sector)

*** niet dagelijkse-sector (marktaandeel wordt ook wel (koop)oriëntatie genoemd)

Tabel 2.5: Marktpositie Groninger binnenstad

2.3 Vervoermiddel

De modal-split voor bezoek aan de binnenstad is weergegeven in grafiek 2.6. Het merendeel van de bezoekers komt ofwel met de (brom)fiets ofwel met de auto of motor. In vergelijking met voorgaande jaren is het autogebruik toegenomen. In grafiek 2.7 staat weergegeven hoe de modal-split voor bezoek aan de binnenstad zich de afgelopen jaren ontwikkeld heeft. Zowel vanuit de gemeente Groningen als vanuit de regio neemt men meer de auto om naar de binnenstad van Groningen te gaan (zie tabel 2.10 en 2.12). Het toegenomen autogebruik blijkt ook uit een meerjarig over-

zicht opgenomen in de bijlage (B1.9). De betere parkeervoorziening in de binnenstad, na de ingebruikname van parkeergarage Westervhaven, zou een oorzaak kunnen zijn van het toegenomen autogebruik onder de Groningers die hun eigen binnenstad bezoeken. De overige winkelgebieden in de gemeente Groningen, waaronder Paddepoel, worden in vergelijking tot voorgaande jaren minder met de auto bezocht (tabel 2.9).

Naar Stadsdeelcentrum Paddepoel en de overige detailhandel in de gemeente Groningen, waaronder veel buurt- en wijkwinkelcentra, verkiest men te voet of met de (brom)fiets te gaan (grafiek 2.8). De reden hiervoor is het kleinere verzorgingsbereik van deze winkelcentra. Uit tabel 2.9 valt op te maken dat ook voor niet-dagelijks gebruik de (brom)fiets nog steeds het meest gebruikte vervoermiddel is binnen de gemeente Groningen.

| Aankoopplaats | Lopen | (Brom)fiets | Openbaar vervoer | Auto/motor** | Overig | <i>n</i> |
|----------------------|-------|-------------|------------------|--------------|--------|----------|
| Binnenstad Groningen | 15 | 52 | 10 | 23 | 0 | 1.052 |
| Paddepoel | 40 | 37 | 0 | 23 | 0 | 68 |
| Overig Groningen | 34 | 44 | 5 | 16 | 1 | 131 |
| Grote centra regio* | - | - | - | - | - | 6 |
| Kleine centra regio* | - | - | - | - | - | 6 |
| Totaal | 18 | 50 | 9 | 23 | 0 | 1.263 |

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2003

* De oriëntatie van de Stadgers op de regio is dermate klein dat er voor deze selectie geen uitsplitsing naar vervoermiddel is te maken.

** Inclusief P+R Citybus.

Tabel 2.9: Meest gebruikte vervoermiddel Groningers naar belangrijkste aankoopplaats (in %)

| Aankoopplaats | 2001 | 2002 | 2003 |
|----------------------|------|------|------|
| Binnenstad Groningen | 12 | 19 | 23 |
| Paddepoel | 29 | 24 | 23 |
| Overig Groningen | 28 | 23 | 16 |
| Totaal | 16 | 20 | 23 |

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2003

Tabel 2.10: Autogebruik onder inwoners van Groningen naar bezochte aankoopplaats (in %)

Driekwart van de inwoners uit de regio komt met de auto naar de binnenstad van Groningen (tabel 2.11). Circa de helft van de bezoekers van grote en kleine centra in de regio neemt de auto. Naast de auto is de fiets in de regio het belangrijkste vervoermiddel om naar een winkelgebied te gaan. In tabel 2.12 is te zien dat ook in de regio het belang van de auto toeneemt. De binnenstad van Groningen wordt vanuit de regio in toenemende mate met de auto bezocht.

| Aankoopplaats | Lopen | (Brom)fiets | Openbaar vervoer | Auto/motor** | Overig | n |
|----------------------|-------|-------------|------------------|--------------|--------|-------|
| Binnenstad Groningen | 1 | 12 | 11 | 76 | 0 | 281 |
| Paddepoel* | - | - | - | - | - | 9 |
| Overig Groningen* | - | - | - | - | - | 8 |
| Grote centra regio | 8 | 39 | 2 | 51 | 0 | 532 |
| Kleine centra regio | 9 | 39 | 3 | 48 | 0 | 477 |
| Totaal | 7 | 33 | 5 | 55 | 0 | 1.307 |

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2003

* De oriëntatie vanuit de regio op Stadsdeelcentrum Paddepoel en overige wijk- en buurtwinkelcentra is dermate klein dat er voor deze selectie geen uitsplitsing is te maken.

** Inclusief P&R Citybus.

Tabel 2.11: Meest gebruikte vervoermiddel regio naar belangrijkste aankoopplaats (in %)

| Aankoopplaats | 2001 | 2002 | 2003 |
|----------------------|------|------|------|
| Binnenstad Groningen | 60 | 72 | 76 |
| Grote centra regio | 45 | 44 | 51 |
| Kleine centra regio | 33 | 39 | 48 |
| Totaal | 46 | 48 | 55 |

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2003

Tabel 2.12: Autogebruik onder inwoners uit de regio naar bezochte aankoopplaatsen (in %)

2.4 Leisurevoorzieningen

Naast winkelen wordt de Groninger binnenstad ook bezocht vanwege de ontspanningsmogelijkheden. Van een aantal leisurevoorzieningen, zoals de schouwburg, het casino en het museum overstijgt het voorzieningenniveau de gemeente. In het gemeentelijk binnenstadsbeleid geniet het multifunctionele gebruik van de binnenstad, waaronder leisurevoorzieningen, bijzondere aandacht. Vooral voor de schouwburg en bioscoop is een toenemende belangstelling (2001: 48%, 2002: 54%). Dit geldt eveneens voor de musea (2001: 36%, 2002: 41%). Het aandeel Groningers dat gebruik maakt van de voorzieningen in tabel 2.13 laat sinds 2001 een stabiel beeld zien (zie tabel B1.10 in bijlage).

| Leisurevoorzieningen | Groningen | Regio | Totaal | n |
|----------------------|-----------|-------|--------|-------|
| Bioscoop/schouwburg | 68 | 57 | 62 | 2.731 |
| Disco/dancing | 24 | 15 | 19 | 2.714 |
| Casino | 21 | 21 | 21 | 2.704 |
| Museum | 54 | 42 | 48 | 2.708 |

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2003

Tabel 2.13: Bezoek aan voorgelegde leisurevoorzieningen binnenstad Groningen (in %)

Als een ontbrekend antwoord wordt gezien als 'geen combinatiebezoek aan winkels en overige voorzieningen' dan betekent het dat 41% van de respondenten wel eens een bezoek aan de winkels combineert met een bezoek aan overige voorzieningen (zoals genoemd in tabel 2.13). Dit geldt zowel voor de Groningers als voor de respondenten uit de regio. Van die groep 'combinerende respondenten' doet 35% dat zelfs meer dan eenmaal per maand (zie tabel 2.14).

| Frequentie* | Groningen (n=339) | Regio (n=403) | Totaal (n=742) |
|-------------------------|------------------------------|--------------------------|---------------------------|
| vrijwel dagelijks | 4 | 1 | 2 |
| 2-3 keer per week | 7 | 5 | 6 |
| 1 keer per week | 16 | 10 | 13 |
| 2-3 keer per maand | 14 | 13 | 14 |
| 1 keer per maand | 32 | 24 | 27 |
| minder dan 1x per maand | 28 | 47 | 38 |
| Totaal | 100 | 100 | 100 |

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2003

* Percentages hebben alleen betrekking op 2002 en 2003 (N=1.811)

Tabel 2.14: Frequentieverdeling combinatiebezoek winkels en overige voorzieningen (zoals genoemd in tabel 2.13)

3 De consument in de Groninger binnenstad

De binnenstad van Groningen heeft een winkelaanbod met regionale uitstraling. Een breed publiek voelt zich aangetrokken tot de binnenstad. Het koopgedrag van de consument in de binnenstad is afgeleid aan de hand van een passantenenquête. De resultaten opgenomen in de tabellen zijn, tenzij anders aangegeven, gebaseerd op geënquêteerde onderzoekspopulatie, inclusief de bezoekers die aangeven vanwege het winkelen naar de binnenstad te komen. Dit jaar zijn ook bezoekers van de bibliotheek apart geënquêteerd. De resultaten van de bibliotheekenquête komen in het tweede deel van dit hoofdstuk aan de orde. In het eerste deel (3.1 Koopgedrag in de binnenstad) zijn de resultaten van de bibliotheekenquête niet meegenomen.

Weersomstandigheden en bijzonderheden

Om de resultaten met voorgaande jaren zo goed mogelijk te kunnen vergelijken, wordt de passantenenquête in steeds dezelfde periode van het jaar uitgevoerd. Dit jaar zijn op donderdag 18, vrijdag 19 en zaterdag 20 september, tijdens winkeluren, 1.625, bezoekers geënquêteerd. Op alle drie de dagen was het droog en zonnig. De externe omstandigheden waren gunstig voor de tijd van het jaar, maar vergelijkbaar met 2002.

3.1 Koopgedrag in de binnenstad

3.1.1 Bezoekersprofiel

De herkomst van de bezoekers in de Groninger binnenstad is, net als voorgaande monitorjaren, ingedeeld in drie categorieën. Onderscheiden zijn bezoekers uit de gemeente Groningen (lokaal), de regio (regiogemeenten zonder gemeente Groningen, zie kaart, blz. 8) en van buiten de regio (bovenregionaal). De herkomst van bezoekers kent een stabiel patroon. Een op de twee binnenstadsbezoekers komt uit de gemeente Groningen. Van de overige helft komt een kleine meerderheid van buiten de regio, dit jaar 31% (zie tabel 3.3).

Winkelen is voor ruim de helft van de bezoekers de belangrijkste reden om naar de binnenstad te komen. Grafiek 3.1 geeft een trendmatig overzicht van 'winkelen als primair bezoekdoel'. Het aandeel bezoekers dat winkelen als belangrijkste reden aanvoert was voorgaande jaren iets hoger dan in 2003. Uit tabel 3.2 valt op te maken dat 69% van de bezoekers naar de binnenstad komt om te winkelen. Een deel hiervan (15%) combineert het winkelen met een andere reden om naar de binnenstad te komen. Die redenen staan aangegeven in tabel 3.2¹⁰.

¹⁰ De bezoekerredenen (hoofdstuk 3) en leisuurevoorzieningen (hoofdstuk 2) zijn beide apart onderzochte onderzoeksitems

Het aandeel winkelend publiek onder bezoekers van de binnenstad is in lijn met 2002 (zie tabel 3.2 en grafiek 3.1). Meer dan voorgaande jaren geven bezoekers aan (ook) te komen voor de horeca in de binnenstad. Een zelfde constatering geldt voor bezoekers die (ook) vanwege studiedoelinden de binnenstad bezoeken.

| Bezoekdoel | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 |
|---------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| Winkelen | 65 | 68 | 69 | 82 | 76 | 71 | 69 |
| Werk | 13 | 14 | 11 | 10 | 12 | 14 | 14 |
| Dienstverlening | 7 | 6 | 9 | 3 | 3 | 5 | 7 |
| Horeca | 6 | 8 | 9 | 15 | 9 | 12 | 17 |
| Groninger museum | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Overig toeristisch bezoek | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 6 | 4 |
| Wonen | 5 | 8 | 13 | 10 | 11 | 7 | 9 |
| Studie | 9 | 8 | 12 | 9 | 13 | 9 | 14 |
| Overig | 7 | 8 | 8 | 7 | 10 | 9 | 9 |
| Totaal | 115 | 123 | 134 | 142 | 138 | 135 | 143 |

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête

Tabel 3.2: Totaal bezoekmotief voor de Groninger binnenstad

3.1.2 Verblifsduur en bestedingen

De gemiddelde besteding per persoon per bezoek bedraagt in de binnenstad € 18,-. Dit is zeven euro minder dan vorig jaar, toen de gemiddelde besteding nog € 25,-bedroeg. In tabel 3.3 is te zien dat de afname van de bestedingen terug te voeren is op de lokale en regionale bezoekers. De gemiddelde bovenregionale bestedingen blijven op peil van de afgelopen twee jaar.

Uit tabel 3.3 blijkt dat de bestedingscijfers fluctueren over de monitorjaren. De bestedingscijfers zijn meer dan andere resultaten uit de detailhandelsmonitor de uitkomst van een momentopname. Niettemin is het gemiddelde bestedingscijfer flink gedaald ten opzichte van voorgaande jaren (zie bijlage 1). Deze constatering is echter in lijn met de landelijke signalen van een gedaald consumentenvertrouwen, meer prijsbewustheid en afgenomen bestedingen. Dit neemt echter niet weg, zo blijkt uit het hoofdstuk 3, dat kennelijk meer bezoekers komen zoeken en rondkijken in de binnenstad van Groningen.

| | | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 |
|----------------------|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Herkomst | | | | | | | | |
| Aandeel personen | Lokaal | 58% | 56% | 60% | 54% | 56% | 51% | 52% |
| | Regionaal | 19% | 18% | 17% | 13% | 16% | 20% | 17% |
| | Bovenregionaal | 23% | 27% | 23% | 32% | 28% | 30% | 31% |
| Aandeel omzet | Lokaal | 51% | 53% | 52% | 53% | 39% | 44% | 39% |
| | Regionaal | 20% | 18% | 20% | 15% | 26% | 26% | 17% |
| | Bovenregionaal | 31% | 29% | 28% | 31% | 36% | 30% | 44% |
| Uitgaven per persoon | Lokaal | € 18,- | € 20,- | € 18,- | € 19,- | € 15,- | € 22,- | € 14,- |
| | Regionaal | € 23,- | € 21,- | € 26,- | € 23,- | € 35,- | € 33,- | € 19,- |
| | Bovenregionaal | € 28,- | € 23,- | € 26,- | € 19,- | € 28,- | € 26,- | € 26,- |

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête

Tabel 3.3: Bezoek en besteding naar herkomst binnenstadbezoekers

Eén op de twee bezoekers geeft geld uit in de binnenstad. De slaagkans is gelijk aan vorig jaar maar groter dan in 2001 toen slechts 41% van de bezoekers een aankoop in de binnenstad deed (zie grafiek 3.4). Bijna een derde doet niet-dagelijkse aankopen, 14% houdt het bij boodschappen. Een kleine minderheid van de binnenstadsbezoekers doet zowel boodschappen als niet-dagelijkse aankopen. Grafiek 3.4 laat zien dat het aankooppatroon overeenkomt met afgelopen jaar. Bezoekers uit de gemeente Groningen doen meer boodschappen in de binnenstad (17%) maar zijn net als de bezoekers van buiten de gemeente vooral gericht op niet dagelijkse aankopen (25%). Een volledig overzicht van het aankooppatroon van lokale, regionale en bovenregionale bezoekers is opgenomen in bijlage 2. Voor bezoekers die als bezoekdoel winkelen (69%/ tabel 3.2) opgeven is de slaagkans overigens groter. Drie op de vijf winkelbezoekers geeft geld uit.

Zoals elk monitor jaar, worden meer vrouwen dan mannen in de steekproef aangetroffen (54%). De gemiddelde besteding van mannen is even hoog als onder vrouwen. Een toenemend aantal bezoekers komt met zijn tweeën (34%) (grafiek 3.5). De meeste bezoekers komen alleen naar de binnenstad (64%). Hun aandeel in de omzet bedraagt 65%.

Grafiek 3.6 geeft een beeld van leeftijdsverdeling van binnenstadsbezoekers. Vooral jongeren bezoeken de binnenstad, maar dit is op grond van de naar verhouding jonge bevolking van de gemeente Groningen niet opmerkelijk. Bezoekers tussen 35 en 60 jaar hebben hun bestedingen gelijk gehouden (tabel 3.7). Jongeren en jongvolwassenen (25 tot 35 jaar) gaven gemiddeld minder uit in vergelijking tot vorig jaar.

| Leeftijdsgroep | Aandeel personen | Aandeel omzet | Uitgaven per persoon |
|----------------------|------------------|---------------|----------------------|
| Jongeren tot 25 jaar | 40 | 32 | € 15,- |
| 25 tot 35 jaar | 18 | 14 | € 15,- |
| 35 tot 45 jaar | 12 | 20 | € 31,- |
| 45 tot 60 jaar | 19 | 26 | € 25,- |
| 60 jaar en ouder | 11 | 8 | € 13,- |

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2003

Tabel 3.7: Bestedingen naar leeftijdsgroep binnenstadbezoekers

Net als voorgaande jaren geeft circa tweederde van de bezoekers aan de binnenstad een tot meerdere malen per week te bezoeken (grafiek 3.8). Tabel 3.9 toont een duidelijk verschil in de hoogte van de bestedingen tussen frequente en minder frequente binnenstadbezoekers. Zoals al eerder in voorgaande monitorjaren is geconstateerd, geeft de laagfrequente bezoeker meer geld uit. Vooral regionale en bovenregionale bezoekers gaan minder vaak naar de binnenstad, maar geven relatief veel geld uit per bezoektrip.

| Frequentie bezoek | Aandeel personen | Aandeel omzet | Uitgaven per persoon |
|-----------------------------|------------------|---------------|----------------------|
| (Vrijwel) dagelijks | 17 | 11 | € 12,- |
| 1, 2, 3 keer per week | 48 | 37 | € 14,- |
| 1, 2, 3 keer per maand | 19 | 24 | € 23,- |
| Minder dan 1 keer per maand | 16 | 27 | € 32,- |

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2003

Tabel 3.9: Bestedingen naar bezoekfrequentie binnenstadbezoekers

Net als de minder frequente bezoekers zijn het de 'langblijvers' die logischerwijs het meeste geld uitgeven per bezoektrip. De gemiddelde besteding van bezoekers die langer dan een 1 uur blijven bedraagt circa € 30,- (tabel 3.10). 'Kortblijvers vormen' net als voorgaande jaren de grootste groep, maar geven het minst uit. Net als in 2002 blijft de gemiddelde besteding van de kortblijvers onder de € 10,-.

| Verblijfsduur | Aandeel personen | Aandeel omzet | Uitgaven per persoon |
|-----------------------|------------------|---------------|----------------------|
| Tot en met half uur | 37 | 14 | € 7,- |
| Half tot en met 1 uur | 21 | 17 | € 15,- |
| 1 tot en met 2 uur | 19 | 31 | € 30,- |
| Langer dan 2 uur | 22 | 39 | € 31,- |

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2003

Tabel 3.10: Bestedingen naar verblijfsduur binnenstadbezoekers

De gemiddelde verblijfsduur in de binnenstad bedraagt 93 minuten (tabel 3.11). De verblijfstijd is gemiddeld met enkele minuten verlengd ten opzicht van de voorgaande twee jaar. De verblijfstijd in Groningen past binnen de bandbreedtes die voor binnensteden in deze orde van grote zijn gemeten. De verblijfstijd van de bovenregionale bezoekers is het langst (119 minuten), bezoekers uit de gemeente blijven gemiddeld 77 minuten. Uit de tabel komt naar voren dat de verblijfstijd van regionale bezoekers afneemt, terwijl de totale verblijfstijd over de afgelopen drie jaar is toegenomen. Hoewel een langere verblijfstijd vaak gepaard gaat met een hogere besteding, blijkt dit gegeven dit jaar niet op te gaan. De bezoekers blijven aangetrokken tot het verblijfsklimaat, maar zijn desalniettemin iets terughoudender in hun bestedingen.

| Verblijfsduur | 2001 | 2002 | 2003 |
|--------------------------|------|------|------|
| Lokale bezoekers | 72 | 73 | 77 |
| Regionale bezoekers | 114 | 97 | 92 |
| Bovenregionale bezoekers | 104 | 106 | 119 |
| Totaal | 89 | 88 | 93 |

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête

Tabel 3.11: Verblijfstijd naar herkomst binnenstadbezoekers (in minuten)

In grafiek 3.12 zijn lang- en kortblijvers over de afgelopen drie jaar vergeleken. In 2003 zijn er opnieuw meer langblijvers dan het voorgaande jaar.

3.1.3 Vervoerwijze en gebruik parkeergelegenheden

Eén op de vijf bezoekers komt met de auto, 30% verkiest het openbaar vervoer om naar de binnenstad te komen (grafiek 3.13). De verdeling over de verschillende vervoerswijzen vertoont een vrij stabiel beeld. Dit jaar zijn de bezoekers te voet en met de auto in de minderheid. De resultaten in hoofdstuk 2, op basis van de telefonische enquête, duiden echter op een toename in het autogebruik. Het verschil tussen beide resultaten kan verklaard worden op grond van de vraagstelling in beide enquêtes. In de telefonische enquête wordt gevraagd naar het vervoermiddel waarmee men naar het meest bezochte winkelgebied gaat. In de passantenenquête betreft de vraag naar het gebruikte vervoermiddel een momentopname ten tijde van de enquête.

Bezoekers die met het openbaar vervoer of met de auto komen zorgen voor het leeuwendeel van de omzet in de binnenstad (70%) (grafiek 3.14). Vooral bezoekers van buiten de gemeente komen met de auto of het openbaar vervoer naar de binnenstad. Van de regionale bezoekers is dit 79%, van de bovenregionale bezoekers is dit 84%. Inwoners van de gemeente Groningen kiezen met name de (brom)fiets of komen te voet (respectievelijk 45% en 34%) (zie bijlage 2). Fietsers en voetgangers zijn goed voor ruim een kwart van de omzet in de binnenstad.

In tabel 3.15 is aangegeven waar de autobezoekers van de binnenstad parkeren. Opvallend is de toename in het gebruik van het parkeeraanbod onder Westerhaven. De bekendheid van Westerhaven is inmiddels dusdanig dat 13% van de autobezoekers de parkeergarage weet te vinden. Ook de andere parkeergarages in en rond de Groninger binnenstad blijven een groot publiek trekken (62% tegen 52% in 2001 en 2002). Vooral bovenregionale bezoekers stallen hun auto in een parkeergarage (68%).

| Parkeergelegenheid | 2001 | 2002 | 2003 |
|---|-------------|-------------|-------------|
| <i>Parkeergarages</i> | 51 | 52 | 62 |
| Provinciehuis | 0 | 2 | 0 |
| AZG | 4 | 4 | 4 |
| Naberpassage | 9 | 5 | 7 |
| Centrum | 7 | 4 | 3 |
| Bios | 4 | 2 | 4 |
| City-Zuid | 9 | 4 | 7 |
| Casino | 2 | 3 | 5 |
| Oosterpoort | 2 | 4 | 3 |
| Rademarkt | 7 | 9 | 8 |
| Ossenmarkt | 5 | 7 | 5 |
| Westerhaven | 1 | 7 | 13 |
| NS/Cascade | 2 | 2 | 3 |
| <i>Parkeerterrainen</i> | 4 | 5 | 3 |
| Boterdiep | 1 | 4 | 2 |
| Damsterdiep | 3 | 2 | 2 |
| <i>Parkeerhavens</i> | 14 | 15 | 12 |
| Gedempte Zuiderdiep | 2 | 1 | 3 |
| Gedempte Zuiderdiep/Rademarkt | 0 | 1 | 1 |
| Gedempte Kattendiep | 1 | 2 | 1 |
| Pelsterstraat/Haddingestraat | 8 | 6 | 6 |
| Hoge der A | 0 | 2 | 1 |
| Rode Weeshuisstraat/Oude Ebbingestraat/Kwinkenplein | 3 | 4 | 1 |
| <i>P&R Citybus</i> | 5 | 10 | 4 |
| P + R Citybus Peizerweg | 1 | 0 | 1 |
| P + R Citybus Zaanstraat | 1 | 2 | 2 |
| P + R Citybus Sontweg | 2 | 6 | 1 |
| P + R Citybus Transferium Noorddijk (Kardinge) | 1 | 2 | 0 |
| <i>Overig parkeren</i> | 26 | 17 | 19 |
| Overig binnen Diepenring (betaald) | 4 | 3 | 2 |
| Overig buiten Diepenring (betaald) | 6 | 2 | 2 |
| Overig buiten Diepenring (gratis) | 16 | 4 | 13 |
| Overig binnen Diepenring (gratis) | - | 3 | 2 |
| Privé geparkeerd | - | 6 | 0 |

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2003

- niet geïnventariseerd

Tabel 3.15: Verdeling autobezoekers over parkeergelegenheden (in %)

De parkeerterrainen Boterdiep en Damsterdiep worden net als voorgaande jaren vooral gevonden door lokale bezoekers die bekend zijn met de binnenstad. Het gebruik van kleinere parkeerfaciliteiten, in tabel 3.15 en 3.16 aangegeven als overig, blijft de af-

gelopen twee jaar beperkt tot onder de 20% (2001: 26%, zie tabel 3.17). Het gebruik van de P+R-terreinen buiten de stad is teruggelopen tot 4%. Vorig jaar maakte nog 10% van de autobezoekers van de binnenstad gebruik van deze faciliteit (met name Sontweg). De omvangrijke parkeergarage onder Westerhaven is mogelijk een alternatief voor het parkeren op P+R-terreinen.

| Parkeergelegenheid | Lokale bezoekers (n=53) | Regionale bezoekers (n=93) | Bovenregionale bezoekers (n=160) | Totaal (n=305) |
|--------------------|----------------------------|-------------------------------|--|-------------------|
| Parkeergarages | 61 | 52 | 68 | 62 |
| Parkeertreinen | 8 | 1 | 3 | 3 |
| Parkeerhavens | 12 | 15 | 10 | 12 |
| P + R Citybus | 4 | 6 | 2 | 4 |
| Overig | 14 | 26 | 17 | 19 |

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2003

Tabel 3.16: Autobezoekers per type parkeergelegenheid

| Parkeergelegenheid | 2001 | 2002 | 2003 |
|--------------------|------|------|------|
| Parkeergarages | 52 | 52 | 62 |
| Parkeertreinen | 2 | 5 | 3 |
| Parkeerhavens | 12 | 15 | 12 |
| P + R Citybus | 5 | 10 | 4 |
| Overig | 29 | 17 | 19 |

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête

Tabel 3.17: Autobezoekers (totaal) per type parkeergelegenheid vanaf 2001

3.2 Bezoekgedrag bibliotheek

Naast het reguliere passantenonderzoek zijn dit jaar de bezoekers van bibliotheek in de binnenstad van Groningen apart geëncquêteerd. Bibliotheekbezoekers is gevraagd naar hun bibliotheek- en eventueel winkelbezoek om de samenhang tussen bibliotheek en de winkels in de buurt te bepalen. De enquête is gehouden onder 336 bibliotheekbezoekers.

3.2.1 Bezoekersprofiel

Gelet op het gemiddelde verzorgingsniveau van een bibliotheek, is het niet verwonderlijk dat het merendeel van de bezoekers uit de gemeente Groningen afkomstig is (85%). Ondervraagden geven aan voornamelijk vanwege het bezoek aan de bibliotheek naar de binnenstad te zijn gekomen. Voor de helft is dit dé belangrijkste reden (grafiek 3.18). Naast de bibliotheek is een bezoek aan de winkels aanleiding om naar de binnenstad te komen.

Onder de geëncquêteerden vormen de vrouwen een kleine meerderheid (53%). Een bezoek aan de Centrale bibliotheek blijkt vooral een individuele aangelegenheid te zijn.

Negen op de tien ondervraagden komt alleen naar de bibliotheek. Bibliotheekbezoek in de binnenstad is van alle leeftijden. Onderscheid naar verschillende leeftijdscategorieën vanaf 15 jaar toont aan dat de bibliotheek qua leeftijd een gemêleerd publiek trekt.

Tweederde van de bibliotheekbezoekers blijft minder dan een uur in de binnenstad. Een groot deel, 40%, blijft zelfs minder dan een half uur. Bezoekers vanuit de regio blijven gemiddeld langer (grafiek 3.19). De helft van hen blijft langer dan een uur.

3.2.2 Combinatiebezoek

Van de bibliotheek bezoekers gaat een merendeel maandelijks of frequenter naar de winkels in de buurt van de bibliotheek (85%). De bibliotheekbezoekers geven aan de winkels in de omgeving even vaak te bezoeken als de bibliotheek zelf (tabel 3.20).

| Frequentie bezoek | Bibliotheek | Nabijgelegen winkels |
|-----------------------------|-------------|----------------------|
| (Vrijwel) dagelijks | 7 | 8 |
| 1, 2, 3 keer per week | 48 | 42 |
| 1, 2, 3 keer per maand | 36 | 34 |
| Minder dan 1 keer per maand | 9 | 15 |

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2003

Tabel 3.20: bezoekfrequentie bibliotheek en nabijgelegen winkels door bibliotheekbezoekers

Slechts (11%) doet voor of na het bezoek aan de bibliotheek daadwerkelijk een aankoop in winkels of andere gelegenheden in de buurt (grafiek 3.21). Van de bezoekers doet 7% niet-dagelijkse aankopen en 3% doet boodschappen in de buurt van de bibliotheek. Diegenen die iets uitgeven, besteden gemiddeld voor € 39,- (tabel 3.22). De bibliotheek bezoekers zijn overigens redelijk tevreden over het winkelaanbod in de buurt van de bibliotheek. De waardering voor de winkels wordt uitgedrukt in een 6.8.

| Combinatieaankopen | bezoekers | Besteed bedrag | n |
|----------------------------------|-----------|----------------|-----|
| Bestedingen in winkels, waarvan: | 11 | € 39,- | 35 |
| Alleen dagelijkse aankopen | 3 | € 16,- | 22 |
| Alleen niet-dagelijkse aankopen | 7 | € 35,- | 4 |
| Geen bestedingen in winkels | 89 | € 0,- | 396 |
| Totaal | 100 | € 4,- | 331 |

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2003

Tabel 3.22: Bestedingen van bibliotheekbezoekers

Als de bibliotheek vertrekt naar een andere locatie gaat 32% van de bezoekers minder naar de winkels in de buurt van de bibliotheek. De rest blijft de winkels, ook als de bibliotheek er niet meer is even vaak bezoeken.

3.2.3 Vervoerwijze en gebruik parkeergelegenheden

Aangezien het merendeel van de bibliotheekbezoekers uit de gemeente Groningen komt, wordt de bibliotheek met name te voet bereikt of per (brom)fiets (87%). Vooral de fiets wordt vaak gebruikt (72%) (grafiek 3.23). De fiets wordt nauwelijks gestald in de daarvoor aanwezige fietsenstalling. Veruit de meerderheid zet de fiets op straat (84%). Het parkeren bij de bibliotheek wordt gewaardeerd met een 7,0. Over de reistijd naar de bibliotheek is men zeer tevreden en wordt gewaardeerd met een 7,9.

4 Economische performance

Voor zowel de binnenstad als het totale winkelaanbod van de gemeente Groningen is de totale marktomvang en de vloerproductiviteit in beeld gebracht¹¹. Deze grootheden geven een indruk van het economisch functioneren van de detailhandel in Groningen¹². De marktomvang (de hoeveelheid omzet) wordt afgeleid uit het aantal inwoners van de gemeente in combinatie met het koopgedrag (uit de telefonische en passanten-enquête) en de landelijk gemiddelde toonbankbestedingen¹³. De landelijk gemiddelde bestedingen aan dagelijkse en niet-dagelijkse aankopen bedragen respectievelijk € 1.930,- en € 2.600,- (bron: EIM/HBD)¹⁴.

In paragraaf 4.1 volgt een overzicht van de economische performance van de gemeente Groningen, paragraaf 4.2 gaat in op de performance van de binnenstad van Groningen.

4.1 Gemeente Groningen

Confrontatie van vraag- en aanbodgegevens geven inzicht in de omzet die per vierkante meter gerealiseerd wordt, of te wel de vloerproductiviteit. De landelijk gemiddelde vloerproductiviteit dient als graadmeter voor het functioneren van de detailhandel in Groningen.

| Gemeente Groningen*** | Dagelijks | Niet-dagelijks |
|---|-----------|----------------|
| binding in %** | 95 | 90 |
| afvloeiing in % | 5 | 10 |
| toevloeiing in %* | 19 | 54 |
| Marktomvang (in miljoen euro's) | 401 | 901 |
| effectieve vloerproductiviteit in euro's per m ² vvo | 6.780 | 3.000 |

* Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2003

** Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2003

*** Inwonertal gemeente Groningen: 177.200, bron: CBS Statline

Tabel 4.1: Omzet prestatie detailhandel gemeente Groningen

4.1.1 Dagelijkse sector

De binding in de dagelijkse sector is gelijk aan vorig jaar (95%). Hoewel de koopkrachtbinding sinds 1999 (97%) licht is afgenomen, ligt deze binnen de bandbreedte

¹¹ Een overzicht van het detailhandelaanbod in de Groninger binnenstad even als de gehele gemeente Groningen is opgenomen in bijlage 8.

¹² De berekeningswijze van zowel omzet als vloerproductiviteit wordt toegelicht in bijlage 5.

¹³ De detailhandelsmonitor gaat in op het functioneren van het winkelaanbod. De warenmarkt, postorderbedrijven en internet zijn niet onbelangrijk, maar vallen buiten het kader van het onderzoek.

¹⁴ Opgave uit 2001. Voorzichtigheidshalve niet uitgegaan van bestedingsgroei in 2002. Berichten van het CBS ten tijde van het onderzoek duiden op bestedingsafname. Structurele cijfers hierover zijn nog niet bekend.

als voor gemeenten van de omvang van Groningen verwacht mag worden. De omzet in de dagelijkse sector is € 401 miljoen. Daarvan is 19% toevloeiing van buiten de gemeente.

Geconfronteerd met het aanbod van 59.400¹⁵ m² vvo in de gemeente, behaalt de dagelijkse sector een omzet per m² van 6.780 m². De omzet per m² in de gemeente is in is lijn met het landelijk gemiddelde niveau.

4.1.2 Niet-dagelijkse sector

In de niet-dagelijkse sector bedraagt de koopkrachtbinding 90%. De binding aan het winkelaanbod in de gemeente vertoont over de afgelopen jaren een zeer stabiel patroon. De bestedingen van de Groningers in het winkelaanbod binnen de gemeente is goed voor € 415 miljoen. Door een toename in de toevloeiing van buiten de gemeente en het aantal inwoners binnen de gemeente neemt de totale omzet toe tot € 901 miljoen.

Op basis van een aanbod van 310.100 m²¹⁶ vvo is de omzet per m² vvo vastgesteld op € 3.000,-. Net als de dagelijkse sector functioneert ook niet niet-dagelijkse sector vergelijkbaar met de landelijke niet-dagelijkse detailhandel.

4.2 Groninger binnenstad

Voor de binnenstad van Groningen is eveneens voor zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse sector een omzetraming gedaan (tabel 4.2).

| Gemeente Groningen, aankoopplaats binnenstad*** | Dagelijks | Niet-dagelijks |
|---|-----------|----------------|
| binding in %** | 30 | 67 |
| afvloeiing in % | 70 | 33 |
| toevloeiing in %* | 34 | 59 |
| marktomvang (in miljoen euro's) | 155 | 753 |
| effectieve vloerproductiviteit in euro's per m ² vvo | 16.700 | 7.500 |

* Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2003

** Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2003

*** Inwonertal gemeente Groningen per 1 januari 2003: 177.200, bron: CBS Statline

Tabel 4.2: Omzet prestatie detailhandel gemeente Groningen

4.2.1 Dagelijkse sector

De koopkrachtbinding van het dagelijks aanbod in de binnenstad van Groningen is toegenomen tot 30%. In vergelijking tot voorgaande jaren (2001: 20%, 2002: 23%)

¹⁵Locatus april 2003

¹⁶Locatus april 2003

betekent dit een behoorlijke toename. Daar ook de toevloeiing is toegenomen van 30% vorig jaar tot 34% in dit jaar, is de marktomvang gestegen tot € 155 miljoen.

De gerealiseerde vloerproductiviteit is op basis van 9.300 m²¹⁷ vvo dagelijks aanbod in het centrum € 16.700,- per m² vvo. Het dagelijkse aanbod realiseert een hoge vloerproductiviteit en ligt boven landelijk niveau.

4.2.2 Niet-dagelijkse sector

Net als het dagelijks aanbod in de binnenstad, weet ook het niet-dagelijks aanbod meer koopkracht te binden (2002: 64%). De toevloeiing blijft net als voorgaande jaren nog toenemen (2002: 56%) en bedraagt momenteel 59%. De totale bestedingen in de detailhandel in de binnenstad resulteren in een omzet van €753 miljoen. De omzet neemt in lijn met voorgaande jaren opnieuw toe (2001: € 516 miljoen, 2002: € 664 miljoen). De gemiddelde omzet bedraagt op basis van 100.200m²¹⁸ vvo niet-dagelijks aanbod € 7.500 per m² vvo. Net als vorig jaar is vloerproductiviteit in de binnenstad als hoog te kwalificeren. Gezien het totale winkelaanbod in de niet-dagelijkse sector nauwelijks gewijzigd is, zorgt de toename in de omzet voor flinke stijging van de vloerproductiviteit.

4.3 Overall functioneren binnenstad

In tabel 4.3 zijn de belangrijkste monitoraspecten op een rij gezet en afgezet tegen voorgaande jaren. Deze key performance indicatoren wijzen net als vorig jaar op een positieve ontwikkeling van de binnenstad. De gerealiseerde omzet en vloerproductiviteit in de Groninger binnenstad liggen op een hoog niveau. Ook de oriëntatie van Groningers, zowel vanuit de gemeente als uit de regio neemt nog toe. Dit geldt eveneens voor de verblijfstijd. De teruggelopen gemiddelde besteding is, gelet op landelijke signalen, niet alleen een Groningse aangelegenheid. Vooral de toevloeiing van buiten de regio is in 2003 relatief hoog. Het regionale omzetaandeel is daarentegen gedaald. Mogelijkerwijs houdt een daling van het aandeel autobezoekers vanuit de regio hier verband mee. Autobezoekers geven gemiddeld veel uit. De totale toevloeiing valt inmiddels binnen de marges die voor een centrum als dat van Groningen verwacht mag worden, met name gezien Groningen als grote stad een unieke positie in het noorden inneemt.

¹⁷Locatus april 2003


¹⁸Locatus april 2003

| Indicator (begrippen in bijlage 4) | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| <i>Bezoekersaantal en bestedingen</i> | | | | | | | |
| Aantal bezoekers per jaar ^{*/**} | 24 mln. | 22 mln. | 23 mln. | 26 mln. | 29 mln. | 31 mln. | 34 mln. |
| Gemiddeld besteed bedrag [*] | € 21,- | € 21,- | € 21,- | € 19,- | € 22,- | € 25,- | € 18,- |
| Bezoekdoel winkelen | 65% | 68% | 69% | 82% | 76% | 71% | 69% |
| <i>Verblijfsduur</i> | | | | | | | |
| Aandeel kortblijvers (< een half uur) [*] | 36% | 45% | 44% | 35% | 33% | 39% | 37% |
| Aandeel langblijvers (> twee uur) [*] | 22% | 11% | 13% | 17% | 18% | 20% | 22% |
| Gemiddelde verblijfsduur [*] | 88 min. | 67 min. | 78 min. | 85 min. | 89 min. | 88 min. | 93 min. |
| Autogebruik alle regioconsumenten ^{*/***} | 37% | 41% | 31% | 33% | 35% | 43% | 36% |
| <i>Marktpositie niet-dagelijks</i> | | | | | | | |
| Oriëntatie/marktaandeel vanuit de regio ^{**} | 29% | 28% | 28% | 26% | 29% | 31% | 33% |
| Binding (inwoners gemeente Groningen) [*] | 57% | 55% | 54% | 53% | 58% | 64% | 67% |
| Regionaal (regio zonder gemeente) omzetaandeel [*] | 22% | 18% | 21% | 17% | 18% | 25% | 19% |
| Bovenregionaal omzetaandeel [*] | 32% | 30% | 30% | 31% | 34% | 31% | 40% |
| Toevloeiing [*] | 54% | 49% | 50% | 47% | 51% | 56% | 59% |
| Omzet | € 482 mln. | € 447 mln. | € 495 mln. | € 522 mln. | € 622 mln. | € 775 mln. | € 908 mln. |
| <i>Effectieve vloerproductiviteit</i> | | | | | | | |
| Dagelijks | € 8.100,- | € 10.000,- | € 9.400,- | € 11.900,- | € 11.800,- | € 12.100,- | € 16.700,- |
| Niet-dagelijks | € 4.400,- | € 4.000,- | € 4.400,- | € 4.400,- | € 5.400,- | € 6.700,- | € 7.500,- |

* Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête, 1997 t/m 2003

** Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 1997 t/m 2003

*** In hoofdstuk 2 is het autogebruik afgeleid uit de telefonische enquête

 Kengetal, standaardindicator gemeten in reguliere detailhandelsmonitors, opgenomen in tabel 4.4 *Kegetallen*

Tabel 4.3: *Key performance indicatoren voor de Groninger binnenstad*

Door een aantal key performance indicatoren te vergelijken met cijfers uit andere binnensteden, kunnen de ontwikkelingen in Groningen in een breder kader geplaatst worden. Tabel 4.4 biedt een vergelijking waarin voor referentiegemeenten gebruik kan worden gemaakt van een inventarisatie die op initiatief van Goudappel Coffeng heeft plaatsgevonden.

Uit deze tabel blijkt onder andere dat winkelen als primair bezoekdoel voor de Groninger binnenstad op een vergelijkbaar niveau is met de referentiesteden. De lokale binding is hoog en neemt toe. Gezien het brede en complete aanbod en een aantal grote consumententrekkers is de hoge binding niet exceptioneel. De toevloeiing valt inmiddels binnen de marges die voor een centrum als dat van Groningen verwacht mag worden, met name gezien solitaire ligging in de regio. De bezoekers en omzetverdeling naar herkomst is vergelijkbaar met andere steden en vertoont een stabiel patroon over de afgelopen jaren. Ditzelfde geldt voor de autobezoekers. Uit de tabel valt op te maken dat het omzetaandeel van de autobezoekers in Groningen aan de lage kant is, maar in 2003 is toegenomen ten opzichte van andere jaren.

| Aspect | Groningen | | | Referentiesteden |
|--|-----------|---------|---------|------------------|
| | 2001 | 2002 | 2003 | |
| binnenstadsbezoekers, winkelen als primair bezoekdoel | 56% | 58% | 54% | 60% |
| binding eigen inwoners op binnenstad (niet-dagelijks) * | 58% | 64% | 67% | 48% |
| bezoekersaandeel lokale bezoekers | 56% | 51% | 52% | 40-60% |
| bezoekersaandeel regionale bezoekers | 16% | 20% | 17% | 10-20% |
| bezoekersaandeel bovenregionale bezoekers | 28% | 30% | 31% | 20-45% |
| omzetaandeel regionale en bovenregionale bezoekers (toevoeiing niet-dagelijks) | 51% | 56% | 59% | 55-70% |
| bezoekers die een aankoop hebben verricht | 41% | 51% | 48% | 45-60% |
| besteed bedrag per bezoeker | €22,- | €25,- | €18,- | €29,- |
| besteed bedrag per winkelbezoeker | €29,- | €35,- | €26,- | €30,- - €40,- |
| autogebruik alle bezoekers | 23% | 25% | 20% | 28% |
| autogebruik lokale bezoekers | 11% | 10% | 7% | 10-20% |
| autogebruik regionale bezoekers | 35% | 43% | 36% | 30-60% |
| omzetaandeel automobilisten | 33% | 36% | 38% | 40-60% |
| bezoekersaandeel jongeren (tot 25 jaar) | 39% | 31% | 40% | 35% |
| bezoekersaandeel ouderen (vanaf 60 jaar) | 13% | 16% | 11% | 10% |
| bezoekfrequentie: 1x per week of vaker | 67% | 64% | 65% | 50-70% |
| aandeel kortverblijvers (korter dan een uur) | 55% | 61% | 58% | 51% |
| aandeel langverblijvers (langer dan twee uur) | 18% | 20% | 22% | 25% |
| gemiddelde verblijfsduur | 89 min. | 88 min. | 93 min. | 85-115 min. |

* Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête, 1999 en 2003

Bron: D&P 1998 (Leiden, Gent), D&P 1999 (Groningen), BRO 1999 (Koopstromenonderzoek Zuid-Holland), Strabo 2000 (Koopstromenonderzoek kernwinkelgebied Eindhoven), Gemeente Breda 2000 (Distributie Planologisch Onderzoek Binnenstad Breda), D&P Goudappel Coffeng, Feiten en ficties rondom trends in detailhandel, juli 2000, Universiteit van Amsterdam 2003 (effect nieuwbouwonwikkelingen op koopstromen, cases: Amersfoort, Den Haag, Dordrecht, Heerlen, Apeldoorn, Nijmegen en Rotterdam), Goudappel Coffeng 2001 (Monitor kernwinkelapparaat Utrecht), Goudappel Coffeng 1999 - 2003 (Monitor detailhandel en horeca Assen), Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2001, 2002 en 2003 (Door verschil in de methode van meten in de diverse gebruikte onderzoeken geven de referentiecijfers een indicatie, maar zijn deze niet één op één vergelijkbaar)

Tabel 4.4: Kengetallen Groninger binnenstad vergeleken met andere binnensteden

Al met al kan op basis van de key performance indicatoren (o.a. bezoekersaantallen, omzetvolume en vloerproductiviteit) en de vergelijking met de referentiesteden, geconcludeerd worden dat de Groninger binnenstad goed functioneert. Ten opzichte van vorige monitorjaren valt vooral op dat het aantal bezoekers is toegenomen, maar de bestedingen per bezoek zijn afgenomen. Deze bestedingsafname per bezoek is overigens een trend die zich het afgelopen jaar op landelijk niveau heeft voorgedaan en niet specifiek aan de Groninger binnenstad is voorbehouden.