



ER GAAT NIETS BOVEN   
**GRONINGEN**

Gemeente Groningen

# Detailhandelsmonitor 2005

## Hoofdrapport



Gemeente Groningen

# Detailhandelsmonitor 2005

## Hoofdrapport

Datum 10 juli 2006  
Kenmerk GNG042/SDG/0423  
Eerste versie

## Documentatiepagina

Oprachtgever(s)	Gemeente Groningen
Titel rapport	Detailhandelsmonitor 2005 Hoofdrapport
Kenmerk	GNG042/SDG/0423
Datum publicatie	10 juli 2006
Projectteam opdrachtgever(s)	De heer M. Doornbosch en de heer G. Tolner
Projectteam Goudappel Coffeng	De heer B.P. van Dijk, de heer J. Gosselt, de heer R. Jansen en de heer G. Scheerder
Projectomschrijving	Monitoring van het functioneren van de Groninger binnenstad
Trefwoorden	monitoring, detailhandel, Groningen, koopstromen

Inhoud	Pagina
<b>Samenvatting</b>	<b>1</b>
<b>1 Inleiding</b>	<b>7</b>
<b>2 Het winkelaanbod</b>	<b>8</b>
2.1 Omvang en keuzemogelijkheden	8
2.2 De kwaliteit van het aanbod	12
2.3 Beoordeling door de consument	15
<b>3 Bezoek binnenstad Groningen</b>	<b>17</b>
3.1.1 Bezoekersprofiel	17
3.1.2 Vervoerswijze	20
3.1.3 Bestedingen	22
3.1.4 Ruimtelijk bezoekersgedrag	23
3.1.5 Deelgebieden	25
3.1.6 Koopzondag, Ikea en leisurevoorzieningen	29
<b>4 Het koopgedrag</b>	<b>31</b>
<b>5 Economische performance</b>	<b>36</b>
5.1 Gemeente Groningen	36
5.1.1 Dagelijkse sector	36
5.1.2 Niet-dagelijkse sector	37
5.2 Groninger binnenstad	37
5.2.1 Dagelijkse sector	38
5.2.2 Niet-dagelijkse sector	38
5.3 Overall functioneren binnenstad	38
5.4 Vergelijking met referentiesteden	40

## Samenvatting

Voor u ligt de negende Detailhandelsmonitor binnenstad. Met deze monitor kan antwoord worden gegeven op de vraag of de economische kerndoelstelling van het gemeentelijk binnenstadsbeleid, namelijk streven naar een aantrekkelijke binnenstad, meer bezoekers en een gezond winkelapparaat, wordt gehaald.

In het monitoronderzoek wordt het winkelaanbod geïnventariseerd, wordt middels een koopstromen onderzoek in stad en regio het koopgedrag van de consumenten in kaart gebracht. Verder geeft het passantenonderzoek uitkomsten over onder meer herkomst van bezoekers, bestedingen, verblijfsduur, bezoekmotieven en vervoerswijzekeuze. De monitorgegevens bieden vooral zicht op een aantal trends en geven aanknopingspunten of het binnenstadsbeleid effectief is geweest, en kan aanwijzingen geven dat het bijsturing behoeft.

### *Resultaten*

Ook in 2005 is het aantal bezoekers gestegen en wel naar 31 miljoen. De bestedingen zijn verhoogd van € 25,- naar € 27,- en de omzet is gegroeid met een kleine € 100 miljoen euro. Hier kan de gemeente met recht trots op zijn. Het spoort met de doelen van de Beste Binnenstad. Voor de komende periode is het de kunst om de stijgende lijn vast te houden. Dit kan door samen met Marketing Groningen nog meer de stad te promoten en om de bezoekers langer in de Beste Binnenstad te houden. Naast meer marketing activiteiten kan samen met de bedrijfsmakelaars, binnen OAB, actief op zoek worden gegaan naar die winkel die Groningen nog beter op de kaart zal zetten. Kortom: actieve acquisitie naar de nog ontbrekende winkelformule.

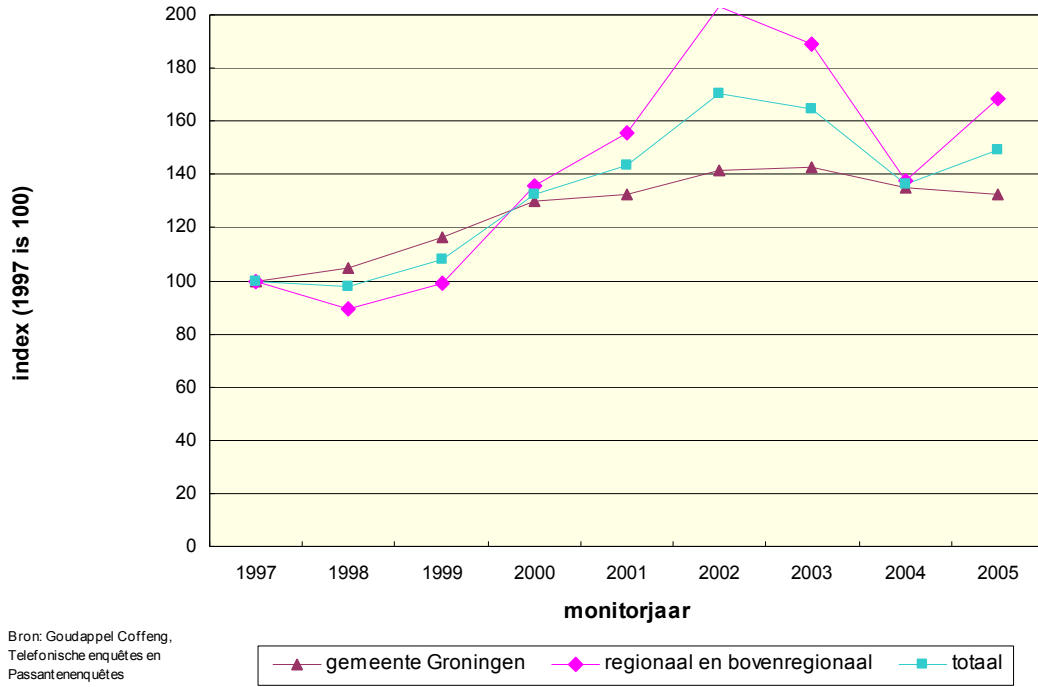
Uit de recente cijfers blijkt dat de meetweek in 2003 niet echt representatief is geweest. Uit nadere analyse blijkt dat op de dagen van de enquête het Groninger museum een belangrijke tentoonstelling had, die zorgde voor een extreme piek in het (bovenregionale) bezoek en de monitor-uitkomsten heeft beïnvloed.

### *Winkelaanbod*

Groningen beschikt, gerelateerd aan het aantal inwoners, over een relatief ruim winkelaanbod. Dit geldt ook voor de binnenstad. Afgezet tegen vergelijkbare centra zijn de modische winkels in de binnenstad sterk vertegenwoordigd. Het zijn juist deze winkels die de aantrekkingskracht van een winkelgebied bepalen.

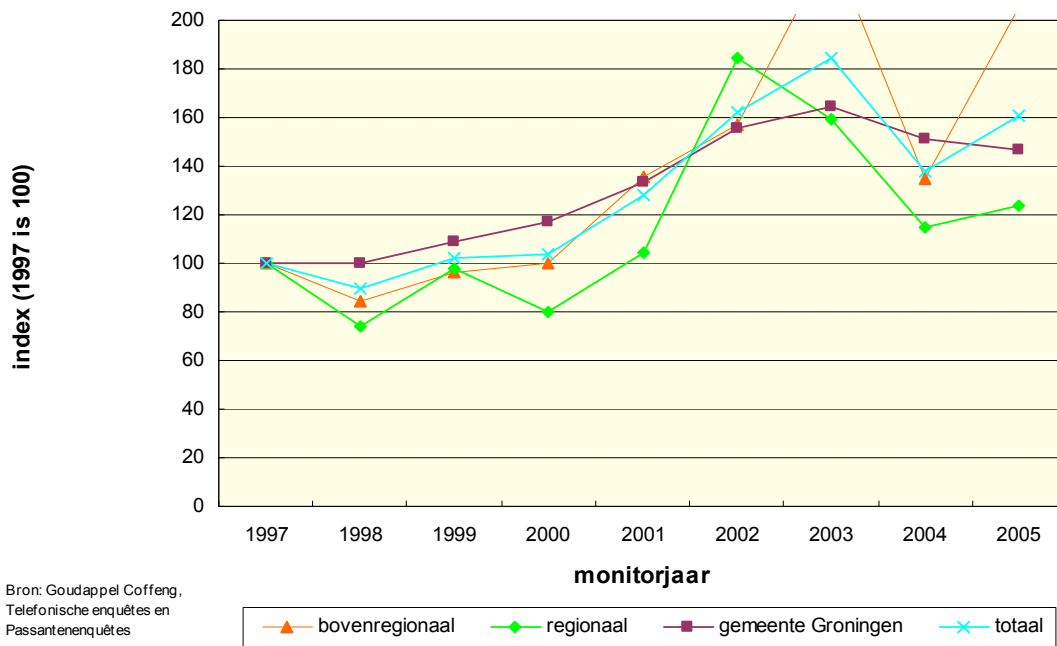
Het winkelaanbod is sterk gevarieerd, terwijl alle kwaliteits- en marktsegmenten aanwezig zijn. Ten opzichte van de concurrerende winkelgebieden in Noord Nederland is het aanbod een stuk ruimer en steken de winkels positief af qua variatie, diversiteit en kwaliteit.

### Gemeente Groningen: indexen omzet per herkomstgebied



figuur 0.1

### Binnenstad: indexen omzet per herkomstgebied



figuur 0.2

### *Consumentengedrag*

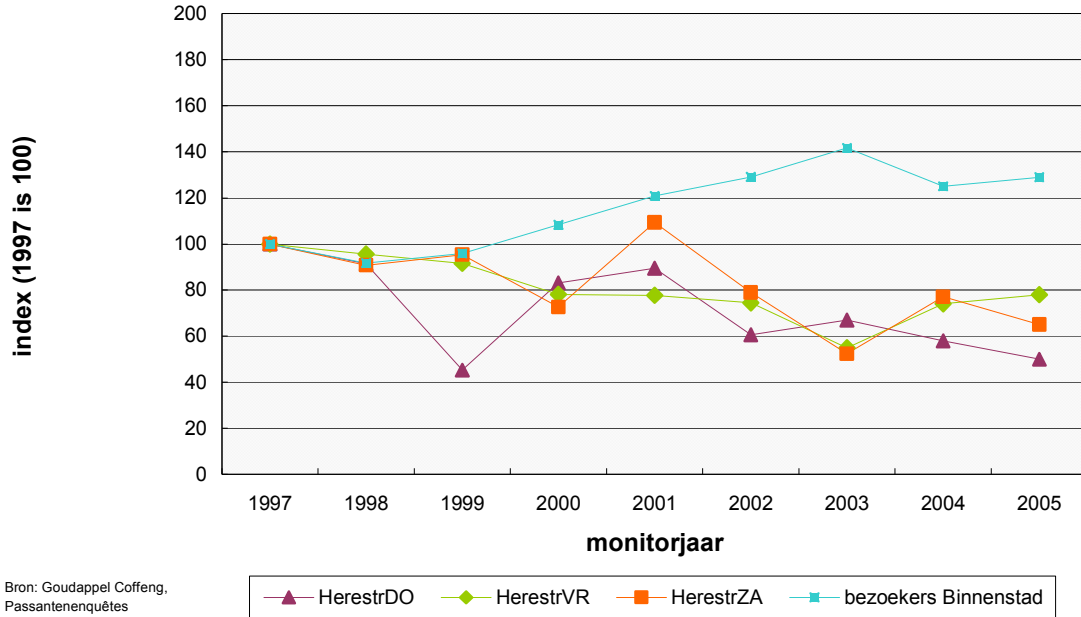
De oriëntatie van de Stadgers is vergelijkbaar met voorgaande jaren. Zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector blijft de koopkrachtbinding hoog. Vooral in de branches gericht op recreatief winkelen (kleding & mode, schoenen, huishoudelijke artikelen, opticien en juwelier) blijft de oriëntatie op de binnenstad hoog. Voor echte doelgerichte aankopen zoals meubelen en doe-het-zelf neemt de oriëntatie op de binnenstad af. De bestedingen in deze branches blijven binnen de gemeente Groningen en komen terecht op Meubelboulevard Hoendiep, de Peizerweg en de Sontweg. Ook in het dagelijks segment blijft de oriëntatie op de binnenstad hoog. De binnenstad onderscheidt zich door een groot aantal foodspeciaalzaken en gemakszaken.

De (boven)regionale aantrekkingskracht blijkt uit de hoge toevloeiing. De bestedingen aan niet-dagelijks aankopen door bezoekers van buiten de gemeente zijn goed voor een omzetaandeel van 58% en ook nog 40% in de dagelijkse sector. De aantrekkingskracht is het grootst op de regio ten noorden van Groningen. Deze regio bestaat overwegend uit kleinere kernen en er ontbreken grote winkelgebieden. Ook in de andere regio's rondom Groningen behaalt de binnenstad een hoog marktaandeel. De centra van Appingedam en Delfzijl behalen, in hun regio gezien, een gering marktaandeel. Op de linkerpagina is de ontwikkeling van de omzetherkomst voor zowel binnenstad als gemeente weergegeven (figuur 0.1 en 0.2). De omzet vanuit de gemeente Groningen blijft nagenoeg gelijk. Ondanks de toegenomen binding op gemeenteniveau stijgt de omzet niet. De oorzaak ligt in een afname van de landelijke bestedingen aan niet-dagelijkse artikelen stijgt. De indexcijfers van de (boven-)regionale omzet vertonen een stijgende lijn.

De Duitse consument uit de regio net over de grens zorgt voor een toevloeiing van 2% aan bestedingen in de dagelijkse sector en 3% in de niet-dagelijkse sector in de gemeente. Daarnaast is de vestiging van IKEA in trek bij de Duitse consument. De functie van de binnenstad en IKEA houdt natuurlijk niet op bij de Duitse grensstreek en zal hier ook verder doorlopen. Daarom zal de daadwerkelijke koopkracht toevloeiing uit Duitsland nog groter zijn dan de alleen in de (dunbevolkte) grensstreek gemeten toevloeiing.

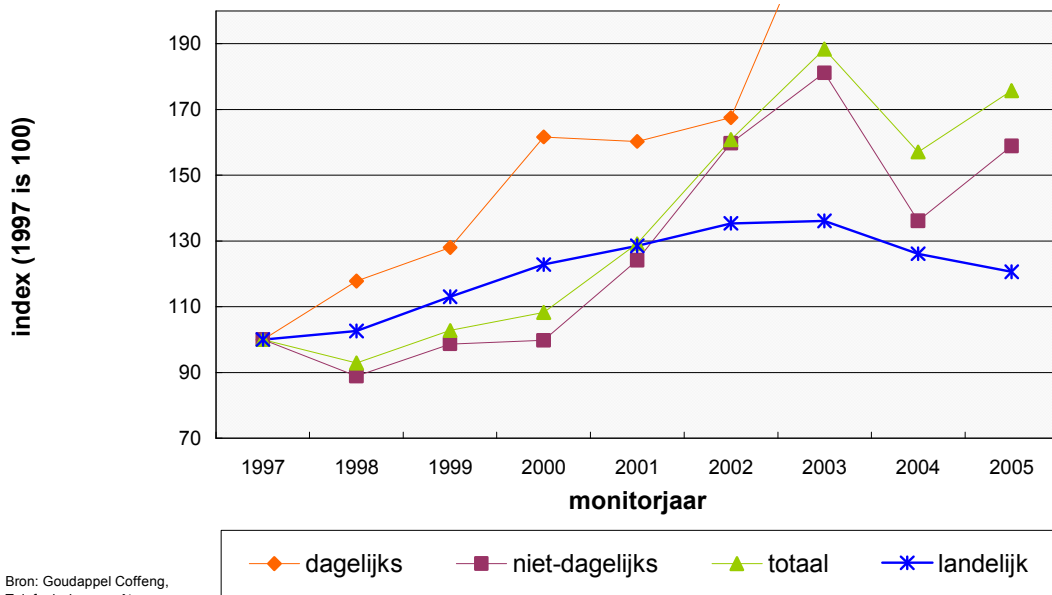
In vergelijking met het vorige uitgebreide monitoronderzoek (in 2002), waar de consument eveneens expliciet naar de mening over de Groninger binnenstad is gevraagd, is de waardering voor dit winkelgebied groter geworden. Met name de bereikbaarheid wordt beter gewaardeerd. Ook het parkeren scoort nu een voldoende, maar blijft een relatieve dissatisfier waaraan doorgewerkt kan worden. Daarnaast krijgen de sfeer en gezelligheid, de keuze aan winkels en de veiligheid een betere beoordeling. Een ander aandachtspunt is de routing in het centrum.

### indexen passanten Herestraat (maximum telling) op do, vr en za en bezoekers binnenstad



figuur 0.3

### index marktomvang Groninger binnenstad dagelijks, niet-dagelijks en totaal



figuur 0.4



Het winkelcircuit wordt door meer bezoekers als onduidelijk ervaren dan in 2002. Tegelijk valt op dat de 'doorbloeding' van het centrumwinkelgebied juist beter is geworden. Dit betekent dat de bezoekers van de Groninger binnenstad in meer straatdelen komen per bezoek. Over het hele centrum genomen zijn er meer straten waar het drukker is geworden dan rustiger. Straatdelen die meer dan 10% drukker worden bezocht, zijn de zuidzijde van de Grote Markt en de noordzijde van de Vismarkt. Het aantal bezoekers dat in de Westerhaven komt is met 5% toegenomen, terwijl voor de Herestraat de toename 6% bedraagt. Ook lijken steeds meer mensen de Zwanestraat in hun winkelroute op te nemen. Straatdelen die relatief minder vaak bezocht worden tijdens een bezoek aan de Groninger binnenstad zijn de zuidzijde van de Vismarkt, het Waagstraatcomplex, de Gelkingestraat en de westzijde van de Grote Markt. De geïndexeerde maximumtellingen op de linkerpagina (figuur 0.3) laten zien dat de passantendrukke in de Herestraat, zoals gemeten aan het eind van de jaren negentig, de laatste jaren niet bereikt worden. Vermoedelijk is een betere doorbloeding van de binnenstad (en spreiding in de tijd) hiervan de oorzaak.

In het monitoronderzoek is dit jaar expliciet aandacht besteed aan de koopzondag. Het blijkt dat een grote meerderheid van zowel de inwoners van Groningen als de regiobevolking geen voorstander is van een uitbreiding van het aantal koopzondagen. Groningen past hiermee in het landelijke beeld. De huidige koopzondagen voorzien overigens wel in de behoefte van een bepaald publiek.

#### *Economisch functioneren*

Bezien over de tijdsreeks 1997 tot aan 2005 ontwikkelt het functioneren van de binnenstad van Groningen zich positief. De meeste indicatoren kennen sinds 1997 een stijgende lijn. Het *economisch functioneren* is daarop geen uitzondering, gelet op een stijgende: koopkrachtbinding, -toevloeiing, omzet en vloerproductiviteit (zie overzicht indicatoren op de volgende pagina).

Ten opzichte van 2004 zijn de meeste indicatoren toegenomen. Zo zijn het aantal bezoekers, het gemiddeld besteed bedrag en de koopkracht toevloeiing in de niet-dagelijkse sector (licht) gestegen. De totale detailhandelsomzet van de Groninger binnenstad is eveneens toegenomen, zoals ook blijkt uit figuur 0.4 op de linkerpagina, waarin de geïndexeerde omzet een stijgende lijn vertoont. Dit komt geheel op het conto van de niet-dagelijkse sector. In deze sector is de omzet per m<sup>2</sup> (vloerproductiviteit) gestegen. In de dagelijkse sector zijn de koopkracht toevloeiing en de omzet wat afgenomen, maar is de omzet per m<sup>2</sup> nog steeds bijzonder hoog. Wat wel opvalt is dat de verblijfsduur is afgenomen met 10 minuten. Een echte oorzaak is hier niet voor te noemen, maar we moeten er wel alert op blijven.

Indicator	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<i>Bezoekersaantal en bestedingen</i>									
Aantal bezoekers per jaar <sup>*/**</sup>	24 mln.	22 mln.	23 mln.	26 mln.	29 mln.	31 mln.	34 mln.	30 mln.	31 mln.
Gemiddeld besteed bedrag <sup>*</sup>	€ 21,-	€ 21,-	€ 21,-	€ 19,-	€ 22,-	€ 25,-	€ 18,-	€ 25,-	€ 27,-
Bezoekdoel winkelen	65%	68%	69%	82%	76%	71%	69%	73%	75%
<i>Verblijfsduur</i>									
Aandeel kortblijvers (< een half uur)*	36%	45%	44%	35%	33%	39%	37%	36%	40%
Aandeel langblijvers (> twee uur)*	22%	11%	13%	17%	18%	20%	22%	21%	17%
Gemiddelde verblijfsduur*	88 min.	67 min.	78 min.	85 min.	89 min.	88 min.	93 min.	92 min.	83 min.
Autogebruik alle regioconsumenten <sup>*/***</sup>	37%	41%	31%	33%	35%	43%	36%	36%	36%
<i>Marktpositie niet-dagelijks</i>									
Oriëntatie/marktaandeel vanuit de regio**	29%	28%	28%	26%	29%	31%	33%	33%	30%
Binding (inwoners gemeente Groningen)*	57%	55%	54%	53%	58%	64%	67%	66%	66%
Regionaal (regio zonder gemeente) omzetaandeel*	22%	18%	21%	17%	18%	25%	19%	18%	17%
Bovenregionaal omzetaandeel*	32%	30%	30%	31%	34%	31%	40%	31%	41%
Toevloeiing*	54%	49%	50%	47%	51%	56%	59%	50%	58%
Omzet	€ 482 mln.	€ 447 mln.	€ 495 mln.	€ 522 mln.	€ 622 mln.	€ 775 mln.	€ 908 mln.	€ 757 mln.	€ 847 mln.
<i>Effectieve vloerproductiviteit</i>									
Dagelijks	€ 8.100,-	€ 10.000,-	€ 9.400,-	€ 11.900,-	€ 11.800,-	€ 12.100,-	€ 16.700,-	€ 18.900,-	€ 18.900,-
Niet-dagelijks	€ 4.400,-	€ 4.000,-	€ 4.400,-	€ 4.400,-	€ 5.400,-	€ 6.700,-	€ 7.500,-	€ 5.500,-	€ 6.300,-

\* Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête, 1997 t/m 2005

\*\* Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 1997 t/m 2005

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

De vergelijking met referentiecentra laat zien dat de binnenstad van Groningen het qua economisch functioneren bijzonder goed doet. De vloerproductiviteit (omzet per m<sup>2</sup>) is in de binnenstad zowel in de dagelijkse- als in de niet dagelijkse sector beduidend hoger dan in de referentiecentra. Groningen kent zowel binnen de eigen gemeente als in de regio weinig concurrentie. Er is slechts sprake van één wat groter wijkwinkelcentrum c.q. stadsdeelcentrum, Paddepoel, terwijl in andere grotere steden over het algemeen meer stadsdeelcentra en grote wijkwinkelcentra zijn. Hierdoor zijn de inwoners van Groningen in relatief sterke mate op de binnenstad gericht. Voor de inwoners van de wijde regio geldt hetzelfde. In de drie noordelijke provincies is geen winkelcentrum dat qua omvang en diversiteit in de buurt komt van de Groninger binnenstad. Voor het echte winkelen moet je in deze binnenstad zijn. Een referentieplaats als Enschede ligt bijvoorbeeld tegen een bijna vergelijkbaar Hengelo aan, terwijl de vier grote steden in de Randstad dicht bij elkaar liggen en tussen deze steden nog aantrekkelijke winkelgebieden zijn als de binnensteden van Haarlem, Delft, Gouda, etc.. Door de gunstige situering vervult de Groninger binnenstad in vergelijking met andere binnensteden een krachtige verzorgingsfunctie voor een wijde regio; in feite heel Noord-Nederland. De hoge omzetten per m<sup>2</sup> in de Groninger binnenstad zijn voor een belang-

rijk deel het gevolg van de krachtige lokale en regionale concurrentiepositie. Daarnaast geldt dat deze binnenstad een sterk accent op mode kent in vergelijking met de referentiecentra. In de modische sector ligt de vloerproductiviteit (omzet per m<sup>2</sup>) over het algemeen hoog. De aanwezigheid van consumententrekkers als MediaMarkt en Bijenkorf, die niet in alle binnensteden gevestigd zijn, draagt ook bij aan een hoge omzet.

Ook wat betreft de gerealiseerde detailhandelsomzet scoort Groningen hoog. Om dit te behouden zal het belangrijk zijn om het onderscheidend vermogen van de binnenstad te vergoten door meer attractieve winkels naar Groningen te trekken.

#### *Beleidsaanbevelingen*

De belangrijkste aanbevelingen om het functioneren van de Groningse detailhandel op het hoge niveau vast te houden en waar mogelijk nog te versterken, die zich uit de monitor laten afleiden zijn:

1. Het onderscheidend vermogen moet groot blijven ten opzichte van de concurrerende winkelgebieden in de omgeving. Dit geldt zowel voor de keuzemogelijkheden als voor de diversiteit en variatie in het aanbod. We zullen nog meer 'unieke' winkels (bijvoorbeeld een 'Zara') en formules naar Groningen proberen te halen binnen het project OAB. Hieraan gekoppeld zal er een regeling worden opgesteld (soort van objectsubsidie), als de IPR subsidie maar dan voor de binnenstad en retail.
2. De enige aspecten van de Groninger binnenstad die wat minder scoren dan voorgaande jaren zijn de helderheid van de routing en de verblijfstijd. Enerzijds is de 'doorbloeding' van het centrum beter geworden, maar anderzijds vindt de consument het moeilijker het 'winkelscircuit' te onderscheiden. We zullen onderzoeken hoe de routing beter en 'spannender' gemarkeerd kan worden.
3. De bezoekers uit de regio combineren een bezoek aan de IKEA regelmatig met een bezoek aan de binnenstad. Een combinatiebezoek van 7% is redelijk te noemen, maar kan altijd hoger. Duidelijke verwijzingen, goede ruimtelijk-functionele verbindingen en promotionele acties stimuleren de uitwisseling en synergie zullen aandachtsvelden zijn die worden opgepakt met IKEA en Marketing Groningen.
4. De binnenstad van Groningen is aantrekkelijk en is bepaald niet zonder reden gekozen tot 'Beste Binnenstad' van Nederland. De cijfers uit deze detailhandelsmonitor onderstrepen dit nog eens. De vergelijking met andere binnensteden laat zien dat de binnenstad van Groningen wat betreft het economisch functioneren ook de 'beste' binnenstad vormt. Deze verkiezing en de cijfers over het functioneren vormen een uitgelezen mogelijkheid om Groningen positief onder de aandacht te brengen. Het is kortom nu 'het' moment om breed de publiciteit op te zoeken en te krijgen. Hierbij kan gedacht worden aan artikelen in (landelijke) dagbladen en tijdschriften. Binnen Groningen en de omliggende regio is de binnenstad van Groningen reeds bekend en geliefd, maar elders in Nederland is het voor een deel nog: 'onbekend maakt onbemind'. Juist buiten de regio is nog veel te winnen en kan een met cijfers 'onderbouwd' publiciteitsoffensief de bekendheid en aantrek-

kingskracht van de binnenstad van Groningen sterk vergroten. Een bijzondere mogelijkheid om Groningen te promoten is het organiseren van een symposium met grote uitstraling over de binnenstad.

## 1 Inleiding

Sinds 1997 monitort Goudappel Coffeng de ontwikkeling van de detailhandel in de gemeente Groningen. Ook in 2005 is een monitoronderzoek uitgevoerd, waarvan u de resultaten in deze rapportage kunt zien. Evenals in 1997, 1999 en 2002 gaat het dit jaar om de 'uitgebreide' monitor. Bovendien bevat de detailhandelsmonitor 2005 'extra' veel informatie. De monitor voor de gemeente Groningen is dit jaar geïntegreerd in een provinciaal koopstromenonderzoek. In dit onderzoek zijn de koopstromen gemeten in de gehele provincie Groningen, het noordelijke deel van Drenthe en in de Duitse grensstreek. Het hele regiovisiegebied is daarmee in 2005 in beeld gebracht. De voor de gemeente Groningen relevante uitkomsten van het provinciale onderzoek zijn in deze rapportage verwerkt.

In de detailhandelmonitor 2005 beschrijven wij op beknopte wijze de ontwikkelingen in:

1. de kwantiteit en kwaliteit van het winkelaanbod in Groningen (hoofdstuk 2);
2. de kenmerken en het gedrag van de bezoekers van de Groninger binnenstad (hoofdstuk 3);
3. de koopstromen van en naar Groningen (hoofdstuk 4);
4. het economisch functioneren van de Groninger detailhandel (hoofdstuk 5).

Voor de uitgebreide onderzoeksresultaten, analyses en onderzoeksverantwoording verwijzen wij u graag naar het bijlagenboek.

## 2 Het winkelaanbod

In dit hoofdstuk beschrijven wij in het kort de omvang en samenstelling van het winkelaanbod en de kwaliteit van het aanbod. Daarna volgt een beoordeling van het Groningse winkels door de consument.

### 2.1 Omvang en keuzemogelijkheden

#### *Gemeente Groningen*

De gemeente Groningen telt ruim 1.300 winkels met een totaal winkelvloeroppervlak van circa 380.000 m<sup>2</sup> vvo (zie tabel 2.1). Het merendeel van de winkels en het winkelloppervlak behoort tot de niet-dagelijkse sector. In verhouding met het gemiddelde voor woonplaatsen van circa 180.000 inwoners beschikt Groningen over een (zeer) ruim winkelaanbod<sup>1</sup>. In de dagelijkse sector ligt het aanbod per inwoner in Groningen circa 28% hoger dan het gemiddelde voor woonplaatsen met een vergelijkbaar inwonertal. In de niet-dagelijkse ligt het aanbod 45% boven het gemiddelde. Vooral in de branchegroepen 'mode en luxe' en 'in en om het huis' is het aanbod relatief ruim.

sector	branchegroep	winkelaanbod		schaalgrootte vvo per winkel	verzorgingsindex* vvo per 1.000 inw.	aandeel formules	
		aantal	vvo			aantal	vvo
dagelijks		303	67.600	223	377	47%	85%
niet dagelijks		1.018	313.400	308	1.749	29%	55%
waarvan:	- mode en luxe	404	76.400	189	426	34%	68%
	- vrije tijd	147	27.000	184	151	33%	52%
	- in en om het huis	375	194.600	519	1086	26%	53%
	- ov. detailhandel	92	15.500	168	86	11%	20%

\* Retail Handboek 2005, categorie woonplaatsen 'meer dan 175.000 inwoners'

Bron: Locatus Verkenner, oktober 2005

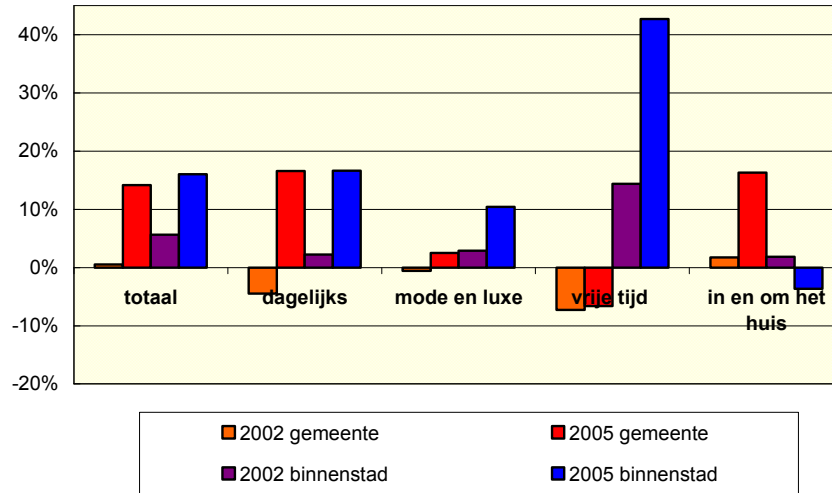
Tabel 2.1.: Winkelaanbod gemeente Groningen

#### *Binnenstad van Groningen*

Bijna de helft van het aantal winkels in Groningen is gelegen in de binnenstad. De binnenstad telt ruim 600 winkels met een totaal winkelvloeroppervlak van 115.000 m<sup>2</sup>. Het winkelaanbod in zowel binnenstad als gemeente zijn de afgelopen 6 jaar met een vergelijkbaar percentage van circa 15% toegenomen (figuur 2.1 op de volgende pagina). Conform de landelijke trend neemt het binnenstedelijk aanbod in Groningen in de branchegroep 'in en om het huis' af over de afgelopen jaren. Grotere winkels die uit de binnenstad zijn verdwenen zijn onder meer meubelwinkels 'Kamphuis' en 'Jenckova', woninginrichtingszaak 'Woldring' en 'Megapool'. Het aanbod in deze branchegroep verplaatst zich overwegend naar andere delen van de gemeente. Zo is Kamp-

<sup>1</sup> Retailhandboek (Locatus 2004)

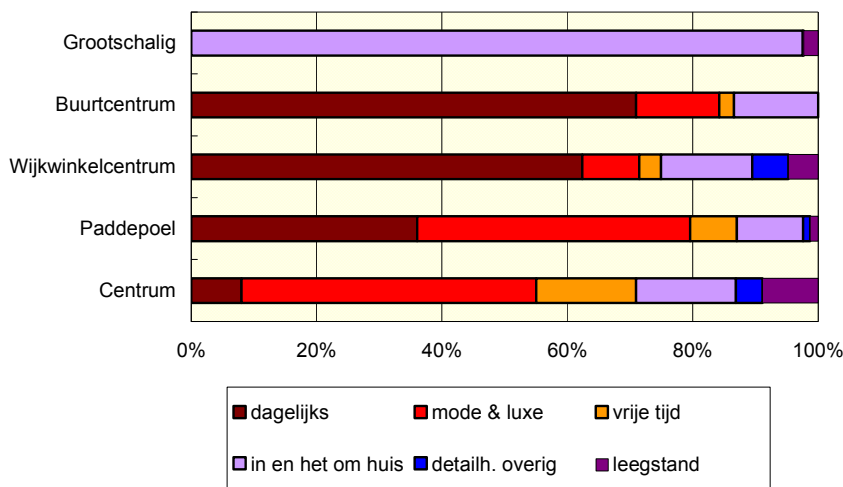
<sup>2</sup> Zie bijlagenboek voor een uitgebreid overzicht van het winkelaanbod in de binnenstad van Groningen



Bron: Locatus Verkenner 1999, 2002 en 2005

Figuur 2.1: Verandering winkelaanbod vanaf 1999 (% wvo)

huis thans gevestigd aan de Peizerweg en Woldring aan de Friesestraatweg. In de branchegroep 'vrije tijd' is de ontwikkeling omgekeerd. Het winkelaanbod in deze branchegroep in de binnenstad neemt toe; in de rest van de gemeente neemt het aanbod af.



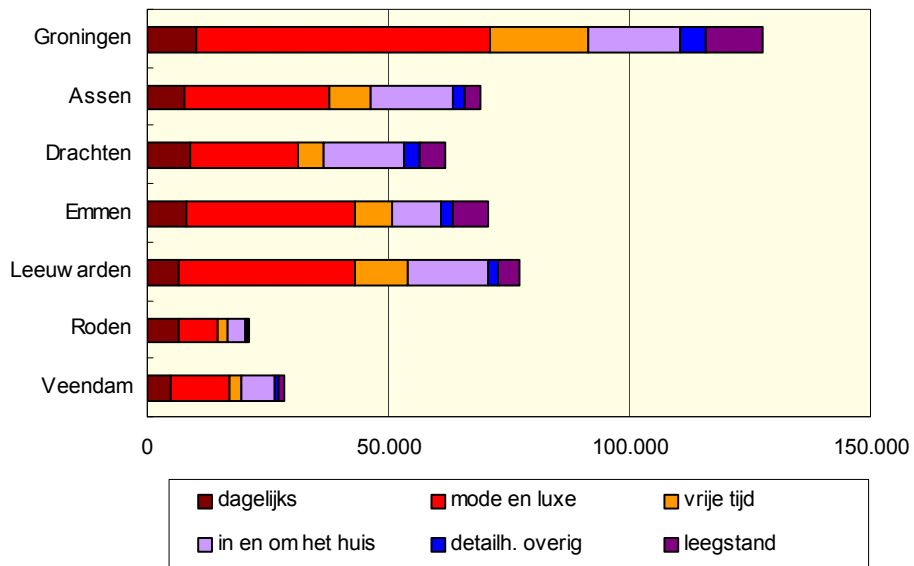
Bron: Locatus Verkenner, oktober 2005

Figuur 2.2: Samenstelling winkelaanbod in de verschillende winkelgebiedstypen in de gemeente Groningen (% wvo)

De samenstelling van het aanbod in de verschillende winkelgebiedstypen in de gemeente Groningen is weergegeven in figuur 2.2. De buurt- en wijkwinkelcentra zijn nadrukkelijk gericht op de dagelijkse boodschappen. Het recreatieve en doelgerichte winkelaanbod is beperkt. Het grootschalige geconcentreerde aanbod bestaat uitsluitend uit winkels met producten in de categorie 'in en om het huis'. Het aanbod in stadsdeelcentrum Paddepoel bestaat hoofdzakelijk

uit een combinatie van recreatief en boodschappenaanbod.

Figuur 2.3 vergelijkt het detailhandelsaanbod in het Centrum van Groningen met een aantal 'grotere' binnensteden in Noord Nederland. Het centrum van Groningen kent een gevarieerd aanbod met als belangrijkste categorieën mode & luxe (circa 50% van het m<sup>2</sup> vvo), vrije tijd (15%) en 'in en om het huis' (15%). In verhouding tot de benchmarksteden neemt de binnenstad van Groningen een uitzonderlijke positie in.



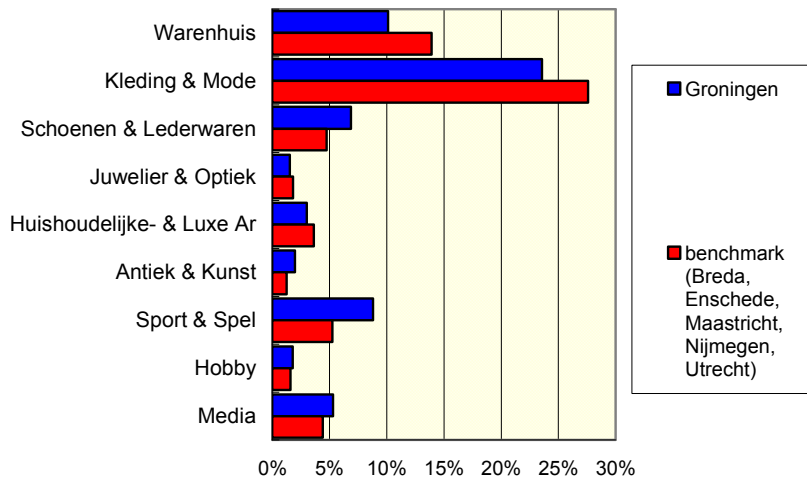
bron: Locatus Verkenner, 2005

*Figuur 2.3: Aandeel branchegroep in winkelaanbod in regionale benchmarkcentra*

Het winkelaanbod in de binnensteden van Assen, Emmen, Drachten en Leeuwarden is qua omvang redelijk met elkaar vergelijkbaar (allen tussen 55.000 en 75.000 m<sup>2</sup> vvo) en omvat ongeveer de helft tot tweederde van het aanbod in de Groninger binnenstad. Het winkelaanbod in Groningen telt ruim 115.000 m<sup>2</sup> vvo.



Het aanbod in de binnenstad van Groningen bestaat voor een groot deel uit winkels in



bron: Goudappel Coffeng, 2005

*Figuur 2.4: Aandeel branchegroep in winkelaanbod (wvo) van Groninger binnenstad en centra van benchmarksteden*

ruimer aanbod heeft, zowel qua wvo als aantal winkels. Vooral in de branches schoenen, sport- en spel, media en hobby beschikt Groningen over een ruim aantal m<sup>2</sup> wvo. Een uitzondering vormt de branche warenhuis, waarin Groningen een minder ruim aanbod heeft in m<sup>2</sup> wvo.

In figuur 2.4 is het wvo en het aantal winkels in de recreatieve branches als aandeel in het totale winkelaanbod afgezet tegen vergelijkbare landelijke centra. Daaruit blijkt dat de branches sport- en spel en schoenen een bovengemiddeld aandeel hebben in het wvo. De binnenstad van Groningen beschikt over een bovengemiddeld aantal winkels in de branche kleding & mode. Het is juist deze branche die in sterke mate de aantrekkingskracht van een binnenstad bepaalt.

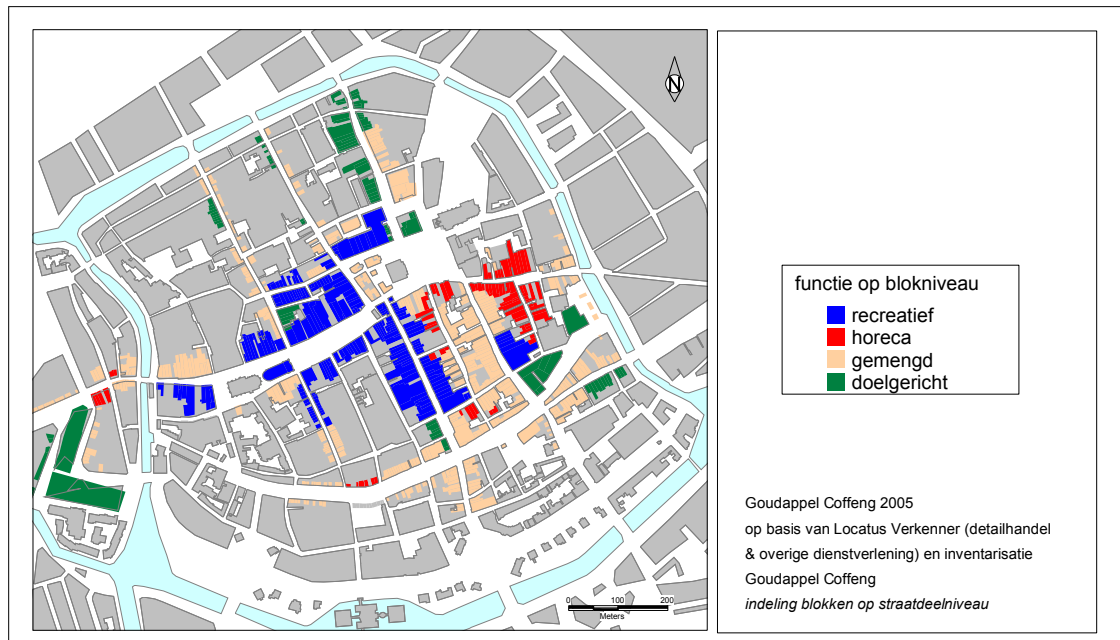
In de binnenstad van Groningen is een groot aantal formules gevestigd dat niet in de andere 'grotere' centra van Noord Nederland is gevestigd. Voorbeelden hiervan zijn Houtbrox, Mango, Lady Sting en bekende brandstores als Gant en Tommy Hilfiger (zie tabel 2.8). Daarnaast zijn er ook formules die in de grotere centra van Nederland wel een vestiging hebben en in de binnenstad van Groningen (nog) niet. Voorbeelden van formules die de binnenstad van Groningen kunnen versterken zijn Dept, Only en Hessels.

de branchegroepen mode & luxe en vrije tijd. Winkels in deze groepen, maar ook in de branchegroep vrije tijd zijn vooral gericht op het recreatieve winkelpubliek. De keuzemogelijkheden voor dit publiek, zowel in de omvang van het aantal m<sup>2</sup> als in het aantal winkels, bepaalt in hoge mate de aantrekkingskracht en de verblijfstijd van de consument.

Wordt de binnenstad van Groningen afgezet tegen vergelijkbare centra in Nederland (Utrecht, Breda, Maastricht, Nijmegen en Enschede) dan blijkt dat in nagenoeg alle branches Groningen een even ruim of

## 2.2 De kwaliteit van het aanbod

In figuur 2.5 is voor de verschillende winkelblokken in het centrum van Groningen aangegeven welke functie het blok hoofdzakelijk vervult. Hierbij is onderscheid gemaakt tussen recreatief winkelen, doelgericht winkelen en horeca. De blokken waarin geen van deze drie categorieën de overhand hebben, zijn ingedeeld in de categorie gemengd. Het kaartbeeld laat zien dat er een duidelijk cluster van recreatief winkelen is rondom de Vismarkt, Herestraat, Zwanestraat en Grote Markt. De winkelblokken die een nadruk hebben op het doelgerichte winkelen liggen veelal aan de rand van de binnenstad. Er is een duidelijk horecacluster te onderscheiden in het gebied rondom de Poelestraat.



Figuur 2.5 Functies binnenstad Groningen op blokniveau

Om de kwaliteit van het winkelaanbod in Groningen te beoordelen zijn dit jaar alle op de consument gerichte voorzieningen aan de hand van twee indicatoren beoordeeld: marktsegment en presentatie. Op grond van deze twee indicatoren is een totaalbeeld vervaardigd van de Groninger binnenstad. De resultaten hiervan zijn figuur 2.6 weergegeven. Hieronder zullen de verschillende straten in de Groninger binnenstad naar kwaliteitsbeeld omschreven worden.



*Figuur 2.6: Kwaliteitsbeoordeling (marktsegmentatie en presentatie) winkel- en horeca blokken binnenstad Groningen*

#### *Hoog kwaliteitsbeeld*

De straatedelen die onder de categorie 'zeer hoog' vallen bevinden zich alle in het noordwesten van de binnenstad. Het gaat hierbij om straatedelen in de Zwanestraat, de Oude Boteringestraat en de Oude Kijk in 't Jatstraat. Elke winkelstraat heeft zijn eigen identiteit. De Zwanestraat bestaat uit een groot aantal, merendeels zelfstandige, kledingwinkels, die zich onderscheiden door hun exclusiviteit en hun verzorgde uitstraling. Ook aan de Oude Kijk in 't Jatstraat zijn, met name in het zuidelijk deel, veel exclusieve winkels gevestigd, alleen heeft de mode-branche hier een lager aandeel dan in de Zwanestraat. In de Oude Boteringestraat is een aantal exclusieve hotels en res-

taurants gevestigd. Doordat de straatdelen allemaal op elkaar aansluiten ontstaat er een cluster voor onderscheidend recreatief winkelen en hoogwaardige horeca.

Direct aansluitend aan dit cluster zitten enkele andere straatdelen met eveneens een hoge kwaliteit. Hierbij springen de noordzijde van Akerkhof en Vismarkt in het oog, alsmede het Waagstraatcomplex. Het Waagstraatcomplex is met name gevuld met aantrekkelijke kledingwinkels in het (midden)plussegment. Het Akerkhof en de Vismarkt bestaat uit een aantal grotere winkelpanden die zich ook richten op het duurere segment van de modebranche. Hier betreft het een mix van zelfstandige ondernemers en winkelketens.

Ook het Westerhavencomplex behaalt een hoge score bij de kwaliteitsbeeldmeting. Deze hoge score heeft het te danken aan de goede presentatie van het grootschalige winkelcomplex. Het centrum richt zich op winkelketens uit het goedkopere prijssegment. Het is daarmee een van de weinige plekken in de binnenstad waar een zeer goede presentatie samengaat met een goedkoper segment. Aan de oostkant van het centrum ligt het casino dat ook hoog scoort in de kwaliteitsmeting.

#### *Gemiddeld kwaliteitsbeeld*

De Herestraat is met afstand de belangrijkste winkelstraat van de stad, waar de grotere winkelketens uit de modische branches bijna allemaal een plaatsje hebben veroverd. Door de sterke vertegenwoordiging van deze winkelketens komt de uitstraling van de straat overeen met hoofdwinkelstraten uit andere steden. Het gemiddelde segment overheerst met af en toe een uitzondering naar 'prijsvriendelijk' of naar 'middenplus'. De presentatie van het gebied is gemiddeld; het ziet er niet slecht verzorgd uit, maar erg bijzonder is het ook niet. Dit is precies waar de formules – per definitie – voor staan: voldoen aan de verwachting. Hetzelfde beeld geldt voor de Vismarkt en de Grote Markt.

De Oude Ebbingestraat kent eveneens een groot aandeel landelijke ketens met name voor doelgerichte aankopen. Ook hier geldt dat het aanbod niet erg bijzonder is maar wel voldoet aan de verwachting. De straat laat dan ook een gemiddeld kwaliteitsbeeld zien, waarbij de kwaliteit minder wordt naarmate van het centrum wordt afgelopen. De segmentering in dit straatdeel valt over het algemeen onder 'prijsvriendelijk' en 'gemiddeld'. De aanloopstraten, de Astraat en Brugstraat, laten ook een gemiddeld kwaliteitsbeeld zien. Deze straten kennen een sterk gemengd winkel- en horeca-aanbod, met enkele uitschieters zowel naar boven als naar beneden. Uitschieters in het exclusieve segment zijn bijvoorbeeld 'Droppie' en 'Westerhaven Muziekhuis' aan de Astraat en 'Gant', 'Moda Forma' en 'Kamphuis Kookgereedschap' aan de Brugstraat.

#### *Laag kwaliteitsbeeld*

In de binnenstad liggen enkele straatdelen die als 'zeer laag' gekwalificeerd zijn. Dit zijn het noordelijk deel van de Gelkingestraat, het oostelijke uiteinde van de Steentilstraat, het oostelijk uiteinde van de Poelestraat en de noordkant van het Gedempte

Zuiderdiep tussen Folkingestraat en Schoolholm. Aan de zuidzijde van de Oosterstraat is ook een blok dat laag scoort bij de kwaliteitsmeting. In deze delen van de binnenstad wordt geïnvesteerd in het verblijfsklimaat door onderhoud van (winkel)panden te verbeteren en gevels aantrekkelijker te maken. Geen van de straatdelen die laag scoren in de kwaliteitsmeting hebben (thans) de functie recreatief winkelen.

### 2.3 Beoordeling door de consument

De waardering voor het winkelaanbod in de gemeente Groningen blijft onverminderd hoog. Net als in 2002 wordt de keuze aan winkels in de Groninger binnenstad zowel door bezoekers uit de gemeente Groningen als uit de regio rondom Groningen gewaardeerd met circa een 7,5. Andere aspecten als sfeer en gezelligheid, uitgangsmogelijkheden en veiligheid worden ruim voldoende geacht. De bereikbaarheid van de binnenstad wordt hoger gewaardeerd dan in 2002. Parkeergelegenheid en reistijd krijgen een hoger rapportcijfer van zowel lokale als regionale bezoeker.

Aspect	Groningen		Regio		Totaal	
	2002	2005	2002	2005	2002	2005
Reistijd	7,6	7,8	7,0	7,3	7,3	7,5
Parkeergelegenheid	5,4	6,1	5,9	6,2	5,7	6,1
Sfeer en gezelligheid	7,5	7,6	7,1	7,5	7,3	7,5
Keuze aan winkels	7,5	7,5	7,4	7,6	7,4	7,5
Uitgangsmogelijkheden	7,6	7,5	7,4	7,5	7,5	7,5
Veiligheid	7,0	7,2	6,6	7,1	6,8	7,1

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2002 en 2005

Tabel 2.9: Oordeel over aspecten van de Groninger binnenstad naar herkomst

Gevraagd naar negatieve punten of gemiste zaken vormt de parkeergelegenheid een belangrijk item. Hoewel het betaald parkeren met name door de frequente bezoeker meer geaccepteerd lijkt, vormt het grootste kritiekpunt van deze bezoeker op de binnenstad de geringe parkeercapaciteit. Voor de niet-frequente bezoeker blijft het betaald parkeren het grootste negatieve punt. Het parkeertarief in de Groninger binnenstad ligt overigens een stuk lager dan in de andere grote binnensteden van Nederland, waaronder Zwolle<sup>3</sup>. De kritiek op de winkelstructuur is toegenomen sinds 2002. Zowel frequente als niet-frequente bezoekers geven aan de structuur onoverzichtelijk te vinden (zie bijlage 1 B1.13 t/m B1.15). De consument geeft aan dat een verruiming van het kledingaanbod gewenst is. Kleding en overig modisch aanbod vormen bij uitstek een segment waarin de consument, ongeacht de omvang van aanwezige winkelaanbod, een ruime(re) keuze wenst. Ook het aanbod aan warenhuizen en dienstverlening zou mogen toenemen in de ogen van de consument.

<sup>3</sup> Goudappel Coffeng, Parkeermonitor 2005-2006

Buiten het centrum, in de wijk en buurtwinkelcentra van de gemeente Groningen wenst men meer drogisterijen en kledingaanbod. De behoefte aan een extra supermarkt of levensmiddelenpeciaalzaak lijkt te zijn afgenomen. Ongezelligheid neemt onder bepaald deel van de bezoekers toe als kritiekpunt, alhoewel de waardering van sfeer en gezelligheid in algemeenheid hoger is (tabel 2.9). Andere aspecten als parkeren of bereikbaarheid lijken geen issue.

In de regio rondom de gemeente Groningen mist de consument met name winkels in de modische en luxe sfeer. Aanvullend kleding-, schoenen- en huishoudelijk aanbod wordt gemist. In tegenstelling tot de kleinere centra wordt in de grotere centra ook een (extra) supermarkt of levensmiddelenpeciaalzaak gemist. In de regionale centra lijkt de consument zich geen zorgen te maken over de bereikbaarheid en het parkeren aldaar.

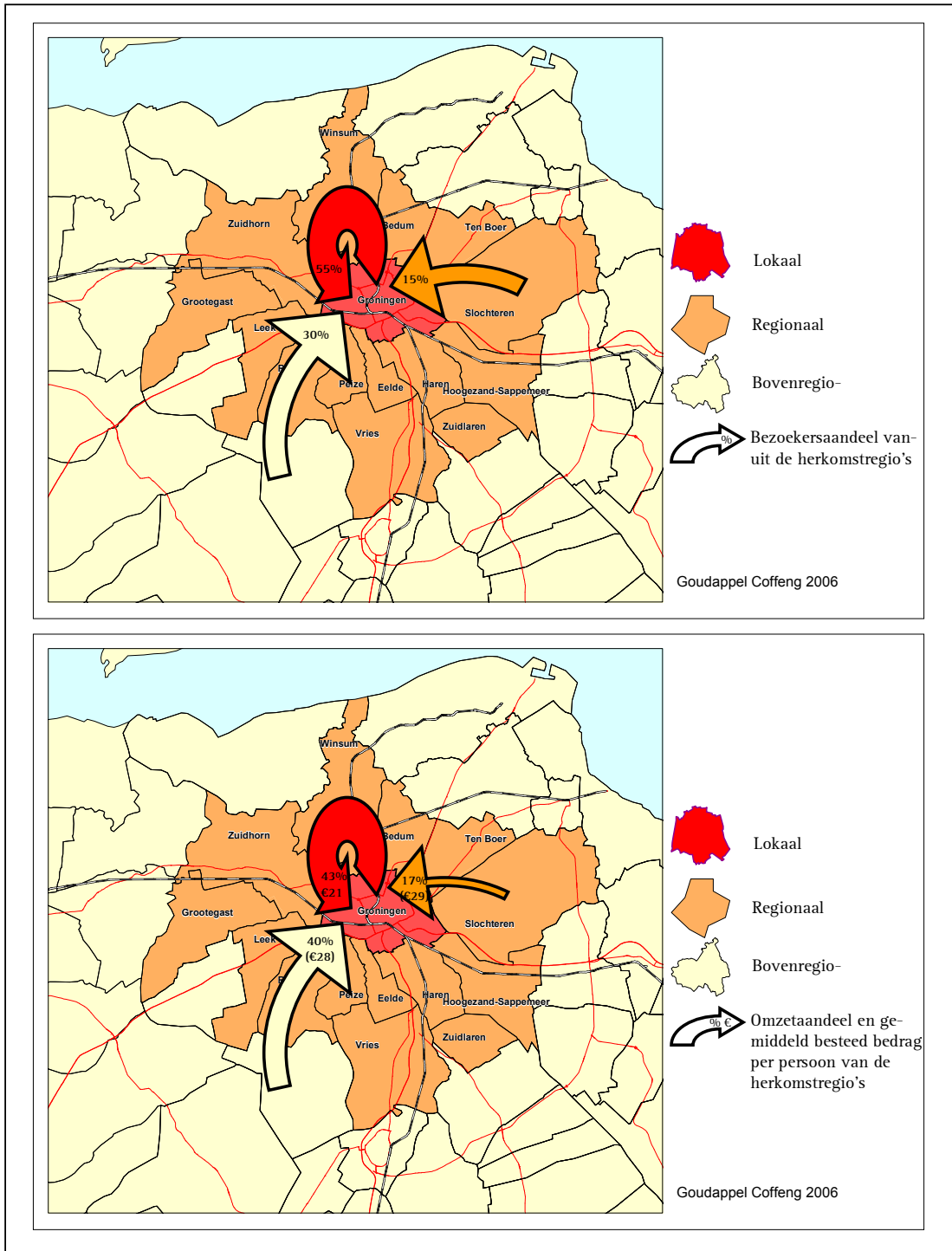
### 3 Bezoek binnenstad Groningen

Om inzicht te krijgen in het bezoekgedrag van de consument in de binnenstad van Groningen is er van donderdag 15 tot en met zaterdag 17 september een passanten-enquête gehouden. In totaal zijn er 1.279 passanten in de binnenstad ondervraagd. Aangezien in voorgaande jaren het passantenonderzoek met dezelfde methodiek is uitgevoerd zijn trendanalyses mogelijk.

#### 3.1.1 Bezoekersprofiel

Bij het passantenonderzoek zijn drie herkomstregio's onderscheiden. Figuur 3.1 geeft op kaartbeeld de herkomstregio's weer en laat zien welk aandeel deze hebben in het aantal personen en de omzet.

Meer dan de helft van de bezoekers van de binnenstad komt uit de stad Groningen zelf. Deze Stadgers geven per bezoek minder geld uit dan de (boven)regionale bezoekers, namelijk € 21,-. Het meest spenderen de bezoekers uit de regio: € 29,- per bezoek. Het aandeel bezoekers dat van buiten de regio komt is in Groningen traditioneel hoog bij dit passantenonderzoek en bedraagt 30%. Deze groep bezoekers zijn van grote waarde voor het economisch functioneren van de binnenstad aangezien ze voor 40% van de omzet zorgen. In vergelijking met vorig jaar is met dank aan deze bovenregionale bezoeker de koopkrachttoevloeiing toegenomen.



Figuur 3.1: Bezoekersaandelen, omzetaandelen en uitgaven per persoon van de herkomstregio's

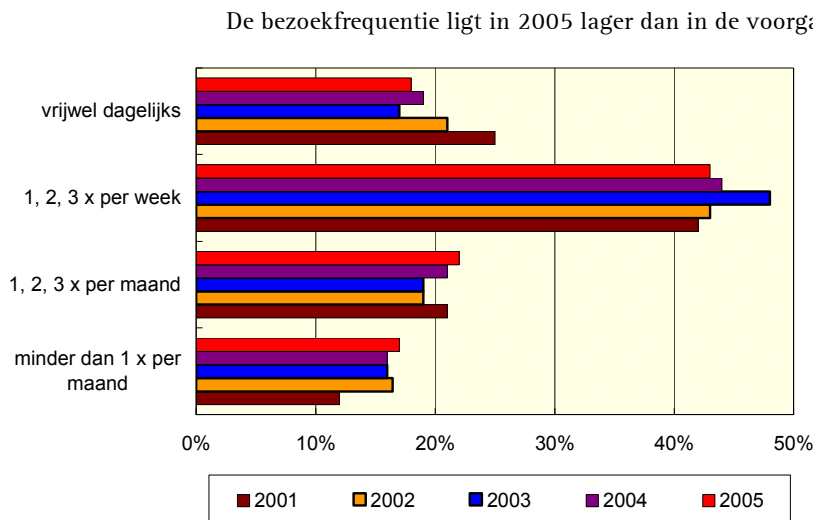


Tabel 3.1 laat de bezoekdoelen van het centrum van Groningen zien. Winkelen is voor 75% van de passanten een bezoekdoel, en is hiermee net als alle voorgaande jaren veruit de belangrijkste reden om naar het centrum van Groningen te gaan. Horeca (12%), studie (12%) en werk (11%) worden veel minder vaak genoemd als bezoekdoel.

Bezoekmotief	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Winkelen	65	68	69	82	76	71	69	73	75
Horeca	6	8	9	15	9	12	17	20	12
Studie	9	8	12	9	13	9	14	13	12
Werk	13	14	11	10	12	14	14	13	11
Wonen	5	8	13	10	11	7	9	9	8
Dienstverlening	7	6	9	3	3	5	7	7	7
Overig toeristisch bezoek	2	3	3	5	4	6	4	3	6
Groninger museum	1	1	0	1	1	1	1	1	2
Overig	7	8	8	7	10	9	9	9	8
Totaal*	115	123	134	142	138	135	143	148	142

\* Percentage hoger dan 100% als gevolg van multiresponse  
Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2005

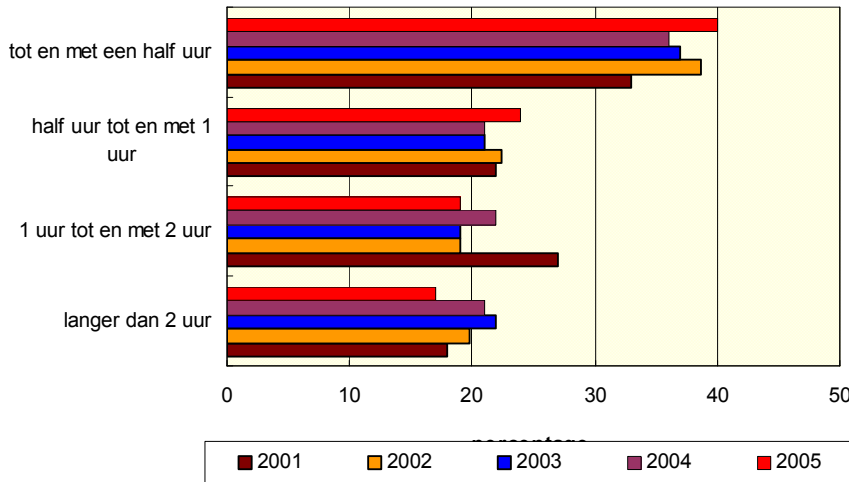
Tabel 3.1: Totaal bezoekmotief binnenstadsbezoekers (% door respondenten genoemd)



Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête vanaf 2001

Figuur 3.2 : Bezoekfrequentie binnenstad Groningen

Groningen op zijn minst wekelijks. De helft van de bezoekers vanuit de regio geeft aan de binnenstad minimaal wekelijks te bezoeken, van de bovenregionale bezoekers is dit een kwart. Bezoekers die aangeven minimaal wekelijks de binnenstad te bezoeken besteden gemiddeld duidelijk minder dan de minder frequente bezoekers van de binnenstad.



Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête vanaf 2001

*Figuur 3.3 : Bezoekduur bezoekers binnenstad Groningen*

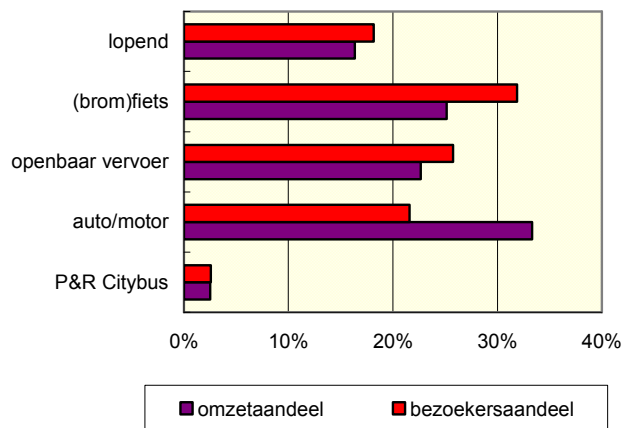
De bezoekduur ligt lager dan de afgelopen jaren. In figuur 3.3 is aangegeven hoe lang de bezoekers in de binnenstad vertoeven. Van de bezoekers blijft 64% niet langer dan een uur in het centrum. In voorgaande jaren lag dit percentage altijd onder de 61%. Van de bezoekers blijft 17% langer dan 2 uur in de binnenstad.

Stadgers blijven duidelijk minder lang in de binnenstad van Groningen. Een op de vier bezoekers uit de gemeente Groningen geeft

aan langer dan een uur in de binnenstad te verblijven. Van de bezoekers uit de regio of daarbuiten verblijft twee op de vier langer dan een uur in de binnenstad.

### 3.1.2 Vervoerswijze

Figuur 3.4 laat zien met welk vervoermiddel de bezoekers naar de binnenstad toekomen. Net als in 2004 is de fiets het meest gekozen vervoermiddel om naar het centrum te gaan. Van de bezoekers geeft 31% fietsend naar het centrum te zijn toegenomen. Een kwart van de bezoekers komt met het OV naar het centrum, voor 22% van de bezoekers was de auto het belangrijkste vervoermiddel. Als gekeken wordt naar het omzetaandeel per vervoerswijze dan heeft de auto een zeer prominente rol. Samen zijn de 'autobezoekers' goed voor 36% van de omzet in

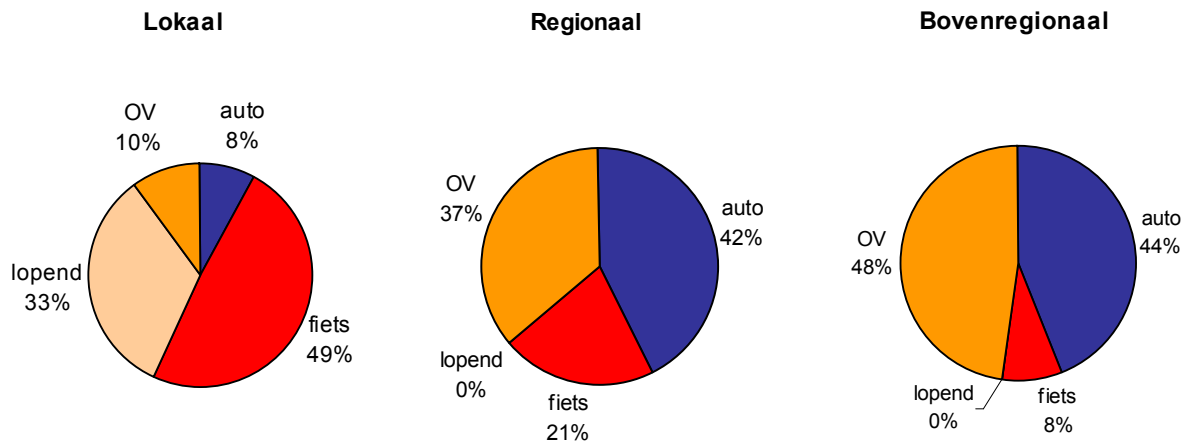


Bron: Goudappel Coffeng Passantenenquête, 2005

*Figuur 3.4: Bezoekers- en omzetaandeel per vervoerswijze binnenstad Groningen*

de binnenstad.

In figuur 3.5 is de modal split per herkomstregio weergegeven. Van de lokale bezoekers komt bijna de helft (48%) met de fiets. De regionale bezoekers zijn het meest op de auto georiënteerd bij een bezoek aan de binnenstad. Voor de bovenregionale bezoekers is het openbaar vervoer de voornaamste vervoerswijze.



Bron: Goudappel Coffeng Passantenenquête 2005

*Figuur 3.5: Vervoerswijze naar de binnenstad van Groningen per herkomstregio*

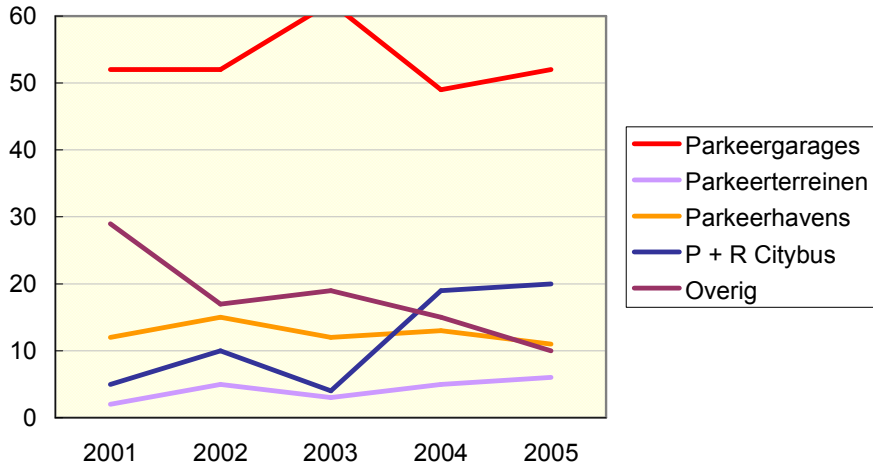
Onder de 'autobezoekers' is de parkeergarage de voornaamste parkeervoorziening. Een op de vijf autobezoekers van de Groninger binnenstad maakt gebruik van een van de P&R-voorzieningen.

Parkeergelegenheid	Lokale bezoekers	Regionale bezoekers	Bovenregionale bezoekers	Totaal
Parkeergarages	59	44	53	52
Parkeerterreinen	8	6	5	6
Parkeerhavens	13	10	11	11
P + R Citybus	3	28	23	20
Overig	16	11	8	10

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2005

*Tabel 3.6: Autobezoekers per type parkeergelegenheid (in %)*

Uit bijlage 2 (tabel B2.11) valt op te maken dat parkeergarage Westerhaven een belangrijk bronpunt vormt voor de autobezoekers. Ook Rademarkt en Ossenmarkt trekken veel parkeerders. De belangrijkste P&R-locaties is de Sontweg, dat in het voorjaar van 2005 per saldo met 200 parkeerplaatsen werd uitgebreid.



Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête vanaf 2001

Uit tabel 3.7 blijkt dat de P&R-voorzieningen net als in 2004 een groot aandeel van de bezoekers aantrekt. Het aandeel bezoekers dat parkeert op overige parkeerplaatsen (voornamelijk buiten Diepenring) is dit jaar opnieuw afgenomen. Het gebruik van parkeerterreinen en parkeerhavens ligt sinds 2001 bij elkaar opgeteld tussen 15% en 20%.

Tabel 3.7: Autobezoekers per type parkeergelegenheid vanaf 2001 (in %)

### 3.1.3 Bestedingen

Tabel 3.8 laat het bestedingspatroon per herkomstgemeente zien. Van de bezoekers geeft 45% geen geld uit in de winkels van Groningen. Bezoekers die uitsluitend voor de niet-dagelijkse aankopen naar het centrum van Groningen toegaan, geven het meeste uit, gemiddeld € 61,- per bezoek. Consumenten die voor alleen de boodschappen naar het centrum komen geven gemiddeld € 14,- per bezoek uit. Zowel voor het boodschappen doen als voor het winkelen geldt dat de Stadgers minder uitgeven dan de regionale en bovenregionale bezoekers.

	Lokaal		Regionaal		Bovenregionaal		Totaal	
	Aandeel	Uitgave per persoon	Aandeel	Uitgave per persoon	Aandeel	Uitgave per persoon	Aandeel	Uitgave per persoon
alleen dagelijkse aankopen	16%	€ 13	7%	€ 23	7%	€ 17	12%	€ 14
alleen niet-dagelijkse aankopen	32%	€ 53	43%	€ 69	42%	€ 68	36%	€ 61
zowel dagelijkse als niet-dagelijkse aankopen	6%	€ 37	7%	€ 46	7%	€ 87	7%	€ 53
geen bestedingen in winkels	46%	€ 0	43%	€ 0	45%	€ 0	45%	€ 0
Totaal	100%	€ 21	100%	€ 35	100%	€ 35	100%	€ 28

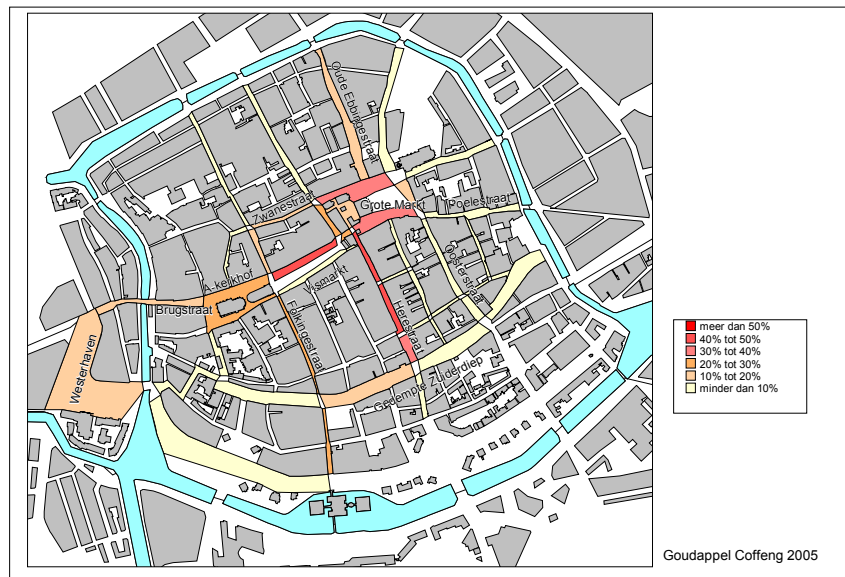
Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2005

Tabel 3.8 Bestedingspatroon per herkomstregio

Van het deel van de bezoekers dat als motief 'winkelen' heeft, besteedt 63% iets aan dagelijkse, niet-dagelijkse of een combinatie van beide soorten artikelen. Bijna tweederde van de bezoekers dat naar de binnenstad van Groningen komt om te winkelen slaagt dus daadwerkelijk in het aankopen.

### 3.1.4 Ruimtelijk bezoekersgedrag

De bezoekers van het passantenonderzoek is gevraagd aan te geven hoe zij tijdens hun bezoek door de binnenstad zijn gelopen<sup>4</sup>. Op basis hiervan is het mogelijk om inzicht te verkrijgen in het ruimtelijk bezoekersgedrag in het centrum van Groningen. In figuur 3.6 is het druktebeeld van de binnenstad van Groningen weergegeven.



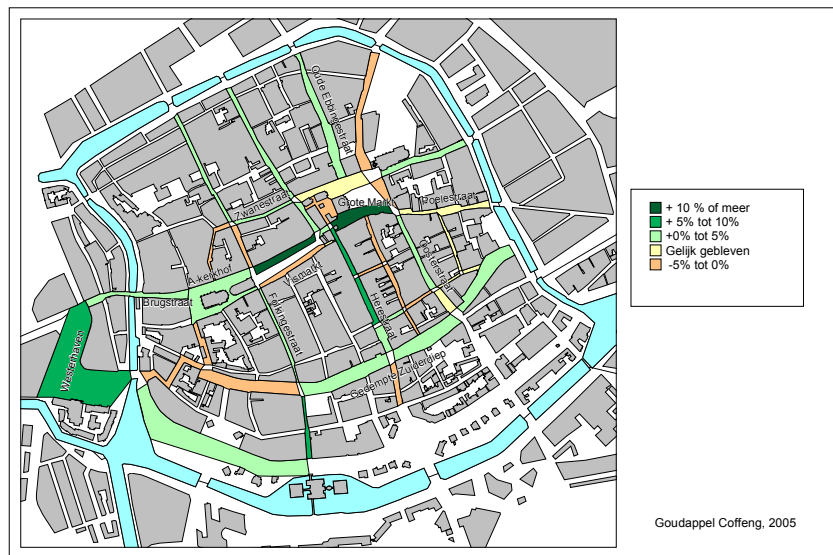
Figuur 3.6: Percentage van de bezoekers dat de verschillende straatdelen heeft bezocht

De figuur laat zien dat de straatdelen die het drukst worden bezocht (de Herestraat, de noordzijde van de Vismarkt en de Grote Markt) ook de straatdelen zijn waar de grote winkelketens gevestigd zijn. De hoge huurniveaus die doorgaans betaald moeten worden in de drukker winkelstraten, en die vaak alleen door de winkelketens opgebracht kunnen worden, zijn hier de oorzaak van. Omgekeerd trekken de ketens weer veel publiek. Het kaartbeeld geeft ook duidelijk de aanlooproutes van de bezoekers van de binnenstad weer: de Brugstraat, de Folkingestraat en de Oude Ebbingestraat behalen alle drie een aanwezigheidspercentage van boven de 20%. Van alle centrumbezoekers is 13% in het cluster grootschalige winkels Westervaren geweest.

In 2002 is op gelijke wijze het druktepatroon van Groningen-centrum in kaart gebracht.

<sup>4</sup> De afzonderlijke straatdelen zijn genummerd en beschreven in het Bijlagenboek, Bijlage 6

Figuur 3.7 laat zien of de straatdelen drukker zijn geworden ten opzichte van 2002 of juist rustiger.



Figuur 3.7: verschil in druktepatroon per straatdeel ten opzichte van 2002

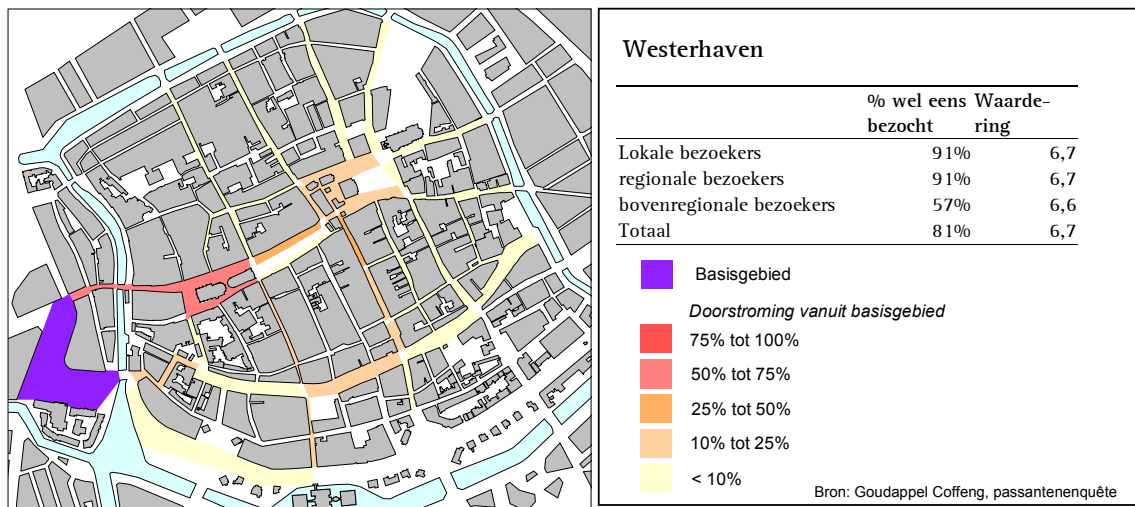
Over het hele centrum genomen zijn er meer straten die drukker zijn geworden dan rustiger. Dit betekent dat de respondenten tijdens een bezoek aan de binnenstad meer straatdelen hebben bezocht tijdens hun bezoek dan in 2002. Oftewel de 'doorbloeding' van het centrum is sterker geworden. Straatdelen die meer dan 10% drukker zijn geworden zijn de Zuidzijde van de Grote Markt en de Noordzijde van de Vismarkt. Het aantal bezoekers dat in de Westerhaven komt tijdens een bezoek aan het centrum is met 5% toegenomen, voor de Herestraat is deze toename 6%. Ook lijken steeds meer mensen de Zwanestraat in hun winkelroute op te nemen. Straatdelen die minder vaak bezocht worden tijdens een bezoek aan Groningen –Centrum zijn de zuidzijde van de Vismarkt, het Waagstraatcomplex, de Gelkingestraat en de westzijde van de Grote Markt. De straatdelen waar de grote winkelketens zijn gevestigd worden ook het drukst bezocht.

### 3.1.5 Deelgebieden

De binnenstad van Groningen wordt in het monitoronderzoek onderverdeeld in een zestal deelgebieden (Westerhaven, Herestraat, 'Linksonder', Rechtsonder' Linksboven' en Rechtsboven'). In deze paragraaf geven wij een korte beschrijving van het bezoek aan deze deelgebieden en de beoordeling van het gebied.

#### *Westerhaven*

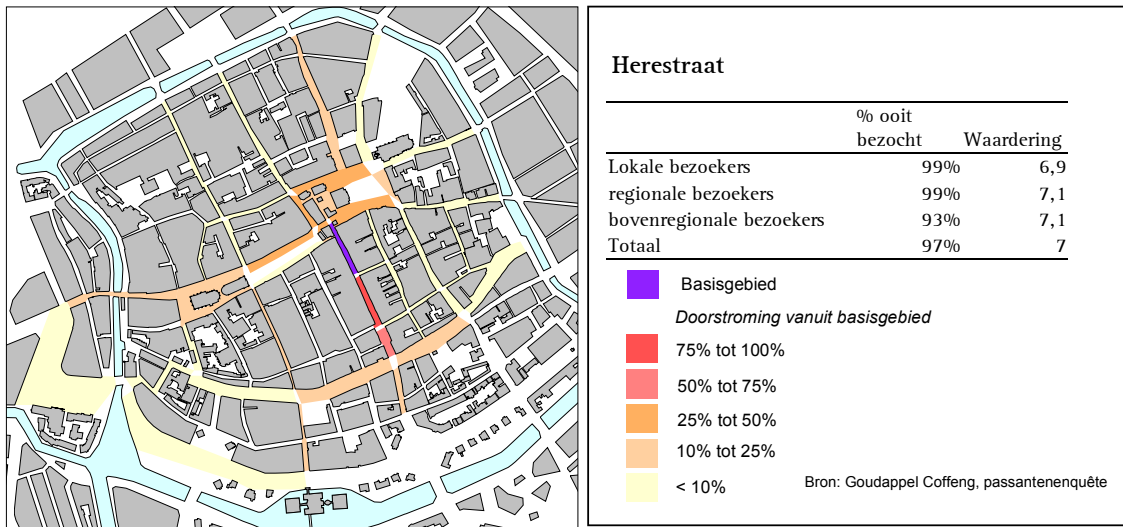
De Westershaven wordt van de in dit onderzoek onderscheiden deelgebieden het minst bezocht. 19% van de passanten geeft aan nooit in dit deelgebied geweest te zijn. Het lage percentage wordt vooral veroorzaakt door de bovenregionale bezoekers van wie 43% nog nooit in de Westershaven is geweest. Dit cluster grootschalige winkels wordt door de bezoekers gewaardeerd met een ruime voldoende (6,7), maar krijgt van de verschillende deelgebieden wel de laagste score.



*Figuur 3.8: Doorstroming, bekendheid met deelgebied en waardering Westershaven*

### Herestraat

De Herestraat is met afstand het meest bezocht deelgebied. Slechts 3% van de onder-  
vraagden geeft aan hier nooit geweest te zijn. Het deelgebied wordt met een 7 gemid-  
deld beoordeeld. De regionale en bovenregionale bezoekers zijn iets positiever over de  
Herestraat dan de bezoekers uit Groningen.

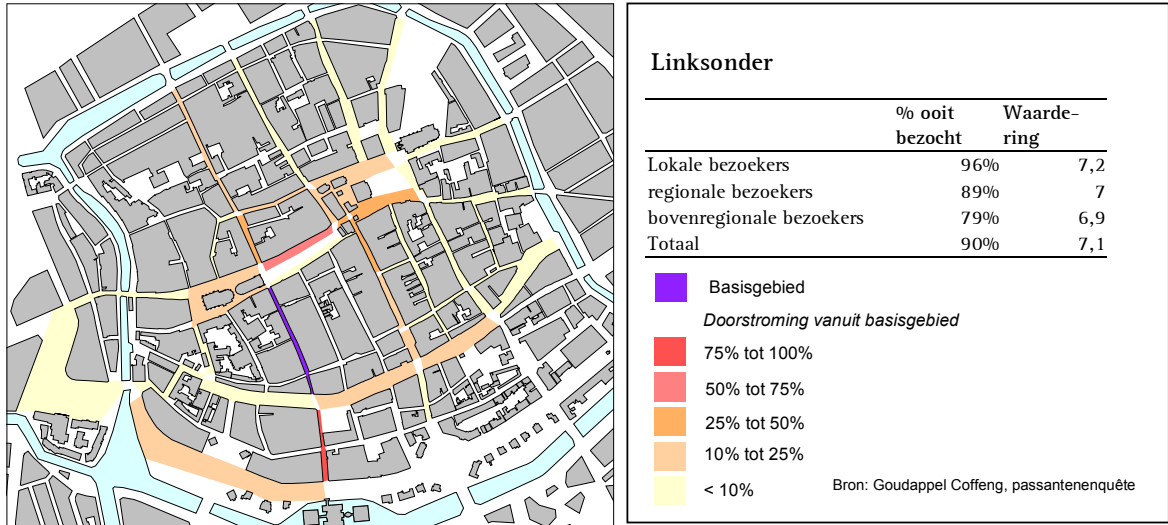


Figuur 3.9: Doorstroming, bekendheid met deelgebied en waardering Herestraat

### Linksonder

Van de bovenregionale bezoekers is 79% wel eens geweest in deelgebied 'Linksonder'  
geweest. Een groot deel van de bezoekers passeert het deelgebied onderweg van het  
centraal station naar de grote winkelstraten. Veel bezoekers in dit winkelgebied lopen  
over de werkmansbrug het centrum in, zoals blijkt uit de doorstromingskaart in figuur  
3.10. Lokale bezoekers weten het deelgebied een fractie beter te waarderen dan de  
regionale en bovenregionale bezoekers.

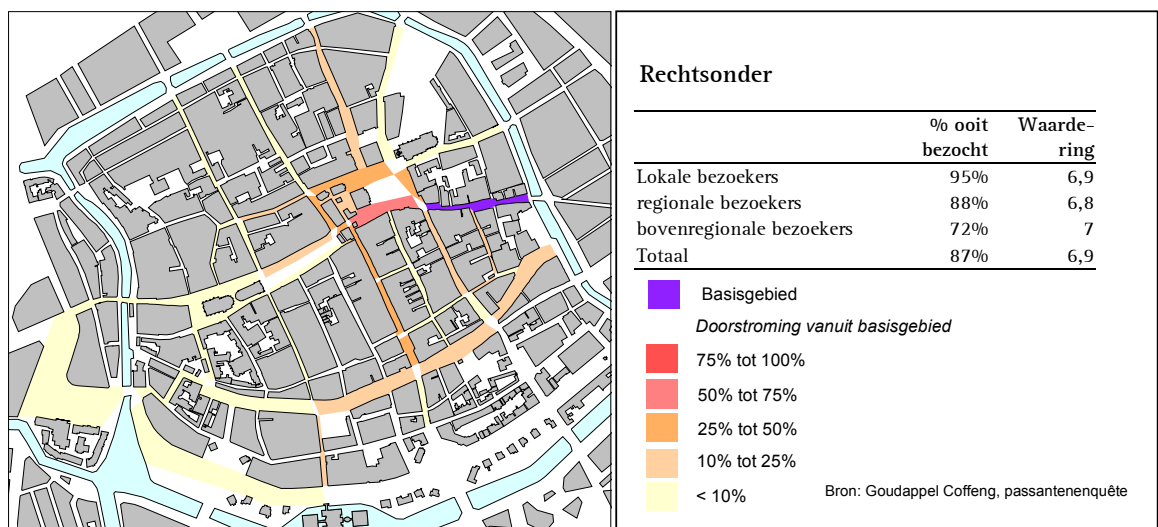




Figuur 3.10: Doorstroming, bekendheid met deelgebied en waardering Linksonder

#### Rechtsonder

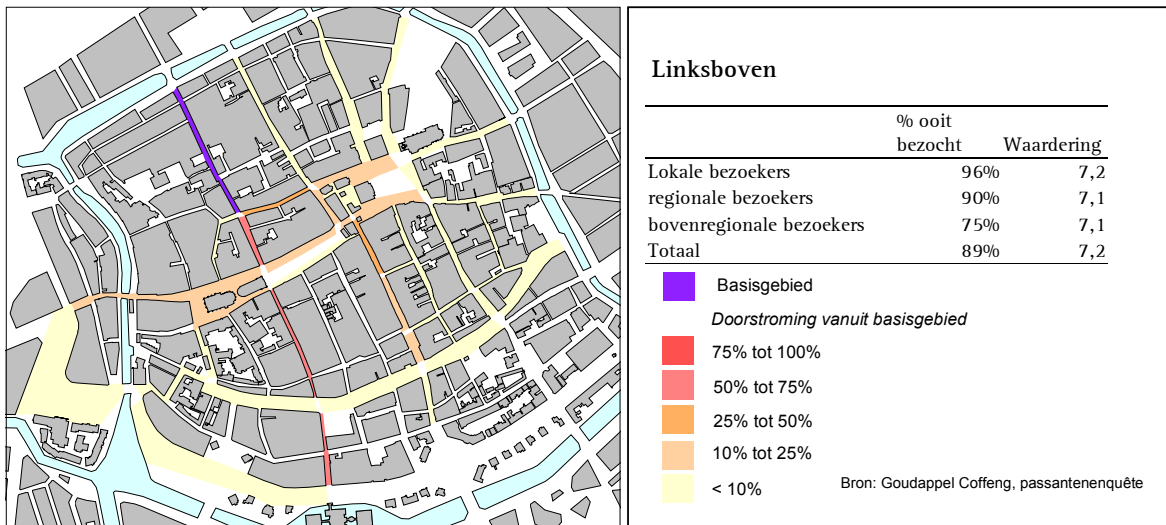
Van de deelgebieden binnen de diepenring is het gebied 'Rechtsonder' voor de bezoekers van alle herkomstregio's de minst bezochte. In totaal heeft 13% van de bezoekers dit deelgebied nog nooit bezocht. Dit komt doordat de nadruk in dit deelgebied op horeca en doelgericht winkelen ligt en er zich geen grote trekkers (wel ANWB) in het gebied bevinden.



Figuur 3.11: Doorstroming, bekendheid met deelgebied en waardering rechtsonder

### Linksboven

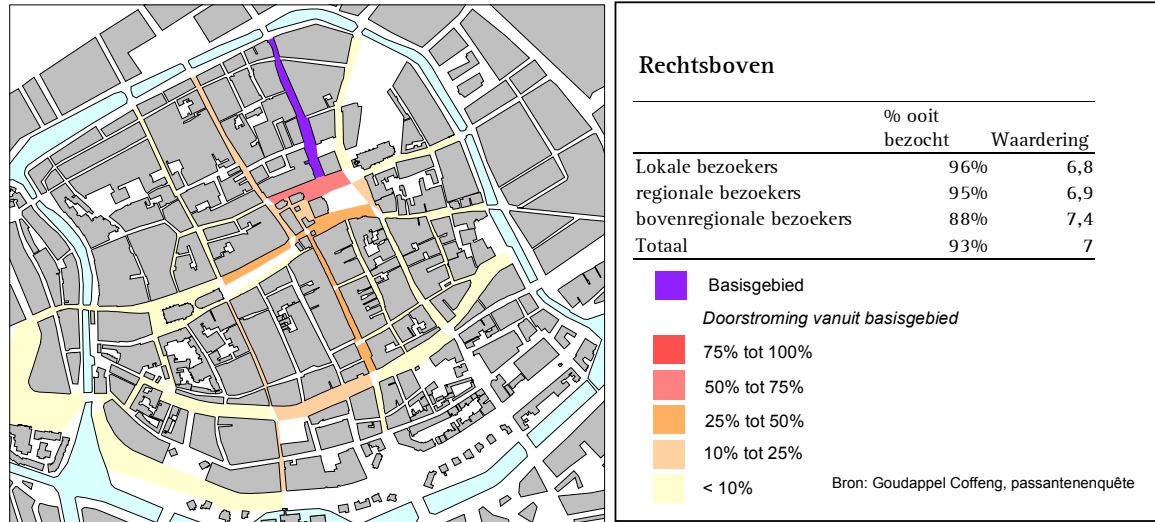
Deelgebied 'Linksboven' behaalt de hoogste waardering van de deelgebieden van Groningen. Dit stemt overeen met de hoge beoordeling van dit deelgebied in de kwaliteitsbeeldmeting in hoofdstuk 2. In totaal is 89% van de bezoekers wel eens in dit gebied geweest. Figuur 3.12 laat zien dat veel van de bezoekers van dit gebied via de Folklingestraat, of via de A-straat komen.



Figuur 3.12: Doorstroming, bekendheid met deelgebied en waardering Linksboven

### Rechtsboven

Deelgebied 'Rechtsboven' is na de Herestraat het drukstbezochte deelgebied. Onder dit deelgebied vallen grote trekkers als de V&D en de H&M. Opmerkelijk is het grote verschil in waardering tussen de lokale bezoekers en de bovenregionale bezoekers. De stadjsers geven het deelgebied een 6,8 terwijl de bovenregionale bezoekers een 7,4 geven.



Figuur 3.13: Doorstroming, bekendheid met deelgebied en waardering Rechtsboven

### 3.1.6 Koopzondag, Ikea en leisurevoorzieningen

In de passantenenquête is gevraagd of de bezoekers wel eens de koopzondag in het centrum van Groningen bezoeken en of zij het wenselijk zouden vinden als het aantal koopzondagen zou worden uitgebreid. De uitkomsten vindt u in tabel 3.14.

	Heeft u wel eens een koopzondag in Groningen bezocht?		Is het wenselijk dat het aantal koopzondagen wordt uitgebreid?	
	Ja	Nee	Ja	Nee
Lokale bezoekers	40	60	20	80
Regionale bezoekers	14	86	9	91
Bovenregionale bezoekers	16	84	11	89
totaal	23	77	13	87

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2005

Tabel 3.14 bezoek en wenselijkheid koopzondag per herkomstgemeente

Van de inwoners van de stad Groningen heeft 40% wel eens een koopzondag bezocht. Bij de regionale bezoekers bedraagt dit percentage 14% en bij de bovenregionale bezoekers 16%. Er lijkt weinig draagvlak te zijn voor uitbreiding van het aantal koopzondagen. In totaal vindt slechts 13% van de bezoekers het wenselijk dat het aantal koopzondagen wordt uitgebreid. Van de Stadgers vindt 20% het wenselijk dat het aantal koopzondagen wordt uitgebreid. Groningen past wat de koopzondag betreft in het landelijke beeld waar de meerderheid van de bevolking geen voorstander is van een uitbreiding van het aantal koopzondagen (o.a Utrecht). Dit ondanks het feit dat de meest koopzondagen drukbezocht worden.

In het passantenonderzoek is tevens gevraagd of de respondenten het bezoek aan de binnenstad combineren met een bezoek aan IKEA. De uitkomsten van deze vraag zijn weergegeven in tabel 3.15. De tabel laat zien dat met name de regionale bezoekers deze combinatie maken. In totaal heeft 8% van de bezoekers uit de regio dezelfde dag ook een bezoek aan IKEA gebracht. Van de lokale bezoekers is 3% dezelfde dag ook in de IKEA geweest. Omgekeerd is het aandeel IKEA-bezoekers dat de binnenstad bezoekt vanzelfsprekend hoger.

Combinatiebezoek met IKEA?	Ja	Nee
Lokale bezoekers	3	97
Regionale bezoekers	8	92
Bovenregionale bezoekers	6	94
totaal	5	95

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2005

Tabel 3.15: Combinatiebezoek binnenstad en IKEA (in %)

De respondenten van de telefonische huishoudensenquête hebben aangegeven in hoeverre zij wel eens leisurevoorzieningen in de binnenstad van Groningen bezoeken. Tabel 3.16 laat zien dat met name de schouwburg en de bioscoop goed bezocht worden in de binnenstad. De regio lijkt echter in 2005 voor alle voorzieningen minder op de binnenstad van Groningen georiënteerd te zijn dan in voorgaande jaren.

leisurevoorziening	2001		2002		2003		2004		2005	
	Gemeente Groningen	Regio Groningen	Gemeente Groningen	Regio Groningen	Gemeente Groningen	Regio Groningen	Gemeente Groningen	Regio Groningen	Gemeente Groningen	Regio Groningen
Bioscoop/schouwburg	65	48	68	54	68	57	70	59	68	53
Disco/dancing	24	14	25	15	24	15	23	12	21	9
Casino	20	20	24	21	21	21	20	19	15	13
Museum	51	36	52	41	54	42	56	45	58	40

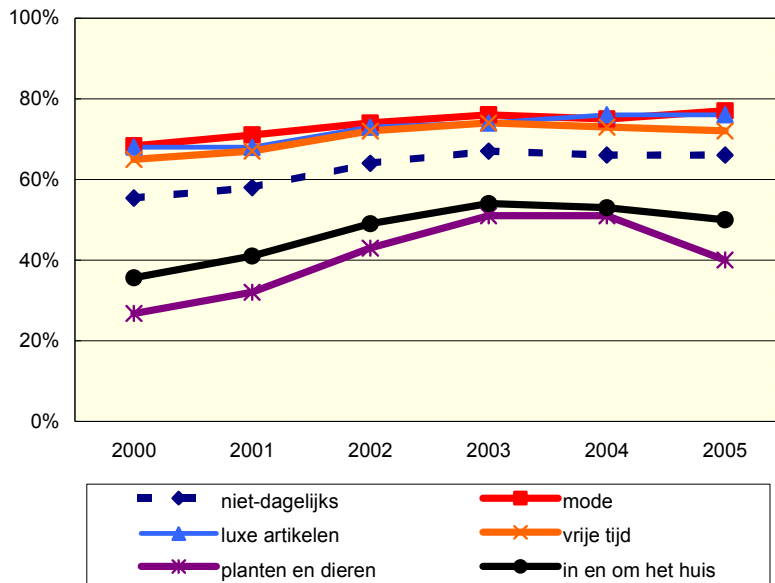
Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête vanaf 2001

Tabel 3.16: Bezoek aan voorgelegde leisurevoorzieningen binnenstad Groningen vanaf 2001 (in %)

## 4 Het koopgedrag

Het koopgedrag in de gemeente en regio Groningen is uitgedrukt in koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiingcijfers. De koopkrachtbinding is de mate waarin inwoners hun aankopen in hun eigen stads- of winkelcentrum verrichten. De koopkrachttoevloeiing is het aandeel koopkracht dat van buiten de eigen gemeenten of wijk komt.

De koopkrachtbinding van de dagelijkse bestedingen binnen de gemeente Groningen is hoog en vertoont weinig verandering over de afgelopen jaren. Dit jaar ligt de koopkrachtbinding in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector licht hoger dan vorig jaar. De afvloeiing in de dagelijkse sector bedraagt dit jaar slechts 3% tegen 5% in 2004. In de niet-dagelijkse sector bedraagt de afvloeiing van koopkracht 8%, tegen 10% vorig jaar.



Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête vanaf 2001

*Figuur 4.1: koopkrachtbinding branchegroepen niet-dagelijks gemeente Groningen op*

De koopkrachtbinding van de Groninger binnenstad blijft in de niet-dagelijkse sector op een vergelijkbaar niveau als de afgelopen jaren (zie figuur 4.1). Voor tweederde van de inwoners van Groningen is de binnenstad de belangrijkste plaats om niet-dagelijkse aankopen te doen. Eind jaren '90 lag dit percentage lange tijd op circa 55%. Voor 30% van de Groningers is de binnenstad de voorname locatie om dagelijkse aankopen te doen. Ook dit percentage is vergelijkbaar met afgelopen jaren.

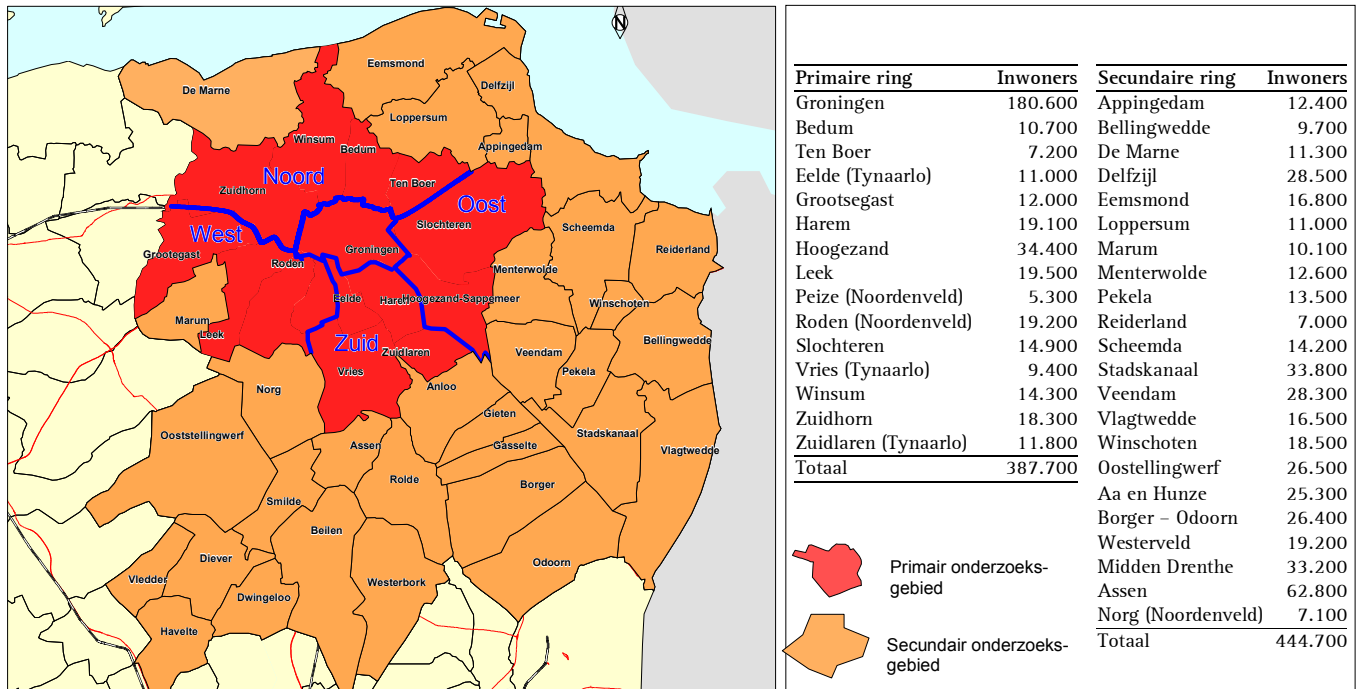
Vooral in de branches gericht op recreatief winkelen (kleding & mode, schoenen, huishoudelijke artikelen, opticien en juwelier) blijft de oriëntatie van de Groningers op de binnenstad hoog. Voor echte doelgerichte aankopen zoals meubelen en doe-het-zelf neemt de oriëntatie op de binnenstad af. De koopkrachtbinding in deze branches voor de gemeente Groningen bedraagt meer dan 90%. Bestedingen in de doelgerichte branches blijven binnen de gemeente en komen vooral terecht op Meubelboulevard Hoendiep (woninginrichting), Sontweg (woninginrichting, doe-het-zelf) en de Peizerweg (woninginrichting). In de sport- en spelbranche zorgt 'De Vrijbouter' in Roden voor enige afvloeiing vanuit Groningen. Bestedingen in de bloem-, plant- en dierbranche vloeien buiten het centrum vooral naar de wijk- en buurtwinkelcentra en de grotere tuincentra (Tuinland) of de combinaties van tuin- en doe-het-zelfzaken als Hornbach en Praxis.

Artikelgroep	1998	2001	2002	2003	2004	2005
Brood en banket	20	16	20	25	28	25
Vlees en vleeswaren	19	16	20	25	28	26
Groente/fruit/aardappels	16	16	21	26	29	27
Kleding	66	70	74	76	75	77
Schoenen/lederwaren	70	73	74	76	75	77
Drogisterij/parfumerie	46	39	43	47	47	44
Meubelen	32	34	41	42	42	34
Woningtextiel	54	44	50	50	54	51
Audio/video	71	73	76	75	71	69
Huishoudelijke apparatuur	65	66	74	75	75	74
Doe-het-zelfartikelen	16	27	39	51	49	45
Huishoud-/luxeartikelen	70	64	69	72	74	75
Bloem/plant/dier	23	32	43	51	51	51
Boeken en kantoorartikelen	65	63	68	71	74	76
(Brom)fietsen	49	50	53	59	59	60
Fotografische artikelen	58	57	63	72	72	73
Brillen/sieraden	70	71	76	76	77	76
Sport-/spel-/kampeerartikelen	68	65	72	74	70	68

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête vanaf 1998

*Tabel 4.2: Kooporiëntatie van inwoners gemeente Groningen op de binnenstad per artikelgroep per jaar (in %)*

Bij het beschrijven van het koopgedrag is de indeling van een primaire en een secundaire ring gebruikt. Figuur 4.3 laat de ligging van deze ringen zien en geeft de inwoneraantallen van de bijbehorende gemeenten.



Figuur 4.3: Onderzoeksbied telefonische enquête

Vanuit de directe regio rondom Groningen (primaire ring) zijn het vooral de gemeenten ten noorden van de gemeente Groningen die relatief het meest op de binnenstad van Groningen zijn georiënteerd. In de regio Groningen (inclusief de gemeente Groningen) is 46% van de inwoners voor niet-dagelijkse inkoop gericht op de binnenstad van Groningen (zie tabel 4.4 op de volgende pagina). Exclusief de gemeente Groningen bedraagt dit aandeel 29%, hetgeen iets lager is dan de afgelopen jaren (zie bijlage 1, tabel B1.12). In de binnenstad hebben de branchegroepen mode, luxe en vrije tijd de meeste regionale aantrekkingskracht. Voor 'planten en dieren' en 'in en om het huis' is de regionale aantrekkingskracht kleiner.

	Groningen	Noord*	Oost*	Zuid*	West*	Totaal onderzoeksgebied****
Omzetverdeling**	70	10	6	8	6	100
Marktaandeel in deelgebied***	66	42	25	30	21	46

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2005

\* onderzoeksregio's zoals weergegeven in figuur 4.2

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

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

\*\*\*\* gemeente Groningen en primaire ring

Tabel 4.4: Marktpositie Groninger binnenstad (in %)

De voornaamste alternatieve aankoopplaatsen buiten Groningen met regionale aantrekkingskracht zijn het centrum van Roden, het centrum van Assen, 'De Nieuwe Meeren' in Hoogezand (voorheen 'Groot Gorecht'), het centrum van Leek en het centrum van Haren. De lichte afname van het marktaandeel van de binnenstad van Groningen in de regio is het gevolg van een toename van de aantrekkingskracht van enkele van deze grotere winkelgebieden. 'De Nieuwe Meeren' en de centra van Haren en Leek vergrootten het regionaal marktaandeel afgelopen jaar.

Uit de ring van gemeente rondom de directe, hierboven beschreven, regio (secundaire ring) ontvangt de binnenstad van Groningen eveneens veel bezoekers. De afstand tot Groningen en de ligging van grotere concurrerende winkelgebieden beïnvloeden de keuze voor de binnenstad van Groningen. Vooral in het noorden van de provincie Groningen, in de gemeenten die bestaan uit kleinere kernen zoals De Marne, Marum en Eemsmond, behaalt de binnenstad van Groningen een groot marktaandeel. Ook voor dagelijkse aankopen zijn betreffende gemeenten voor een deel op het boodschappen-aanbod in Groningen gericht.

De centra van Delfzijl en Appingedam vormen alleen in de eigen gemeente de belangrijkste aankoopplaats voor niet-dagelijkse artikelen. In de gemeenten in het uiterste oosten van de provincie (Bellingwedde, Reiderland, Pekela en Scheemda) is het centrum van Winschoten de primaire plaats om niet-dagelijkse aankopen te doen. Het centrum van Veendam vervult een belangrijke winkelfunctie voor inwoners van Menterwolde en Stadskanaal heeft deze functie voor inwoners van Vlagtwedde. Het marktaandeel van de binnenstad van Groningen in dit gebied bedraagt per gemeente tussen de 5% en 20% (Menterwolde 28%).

In het noordelijk deel van de provincie Drenthe is het centrum van Assen de belangrijkste aankoopplaats voor niet-dagelijkse aankopen. Alleen in de uiterst noordelijk gelegen gemeenten van Drenthe (Assen, Aa en Hunze en Norg (gemeente Noorderveld) behaalt de binnenstad van Groningen een marktaandeel van meer dan 10% (zie Bijlage 1 tabel B1.7 t/m B1.10).



Een belangrijk deel van de bezoekers van de binnenstad van Groningen komt van buiten de primaire en secundaire ring (zie figuur 4.2). Circa 16% van de bezoekers van de Groninger binnenstad komt van buiten de provincie Groningen en het noorden van Drenthe. Het bestedingsaandeel van deze bezoekers is 12% in de dagelijkse sector en 16% in de niet-dagelijkse sector.

De aantrekkingskracht van de binnenstad van Groningen en enkele grootschalige detailhandel buiten de binnenstad reikt tot in Duitsland. De Duitse consument uit de regio net over de grens zorgt voor een toevloeiing van 2% aan bestedingen in de dagelijkse sector en 3% in de niet-dagelijkse sector van de gemeente Groningen. De binnenstad ontvangt zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector 1% toevloeiing uit de Duitse grensstreek<sup>5</sup>. Daarnaast is de vestiging van IKEA in trek bij de Duitse consument.

In vergelijking tot de aankopen in de winkelgebieden, is het aandeel aankopen via alternatieve kanalen (internet en postorderbedrijven) beperkt. Voor minder dan 1% van de inwoners in de regio (inclusief de gemeente) Groningen is internet of postorder een belangrijke manier om aankopen te doen. Het zijn de bekende aankopen in de branches boeken en tijdschriften, electronica (waaronder cd's en dvd's) en de reisbranche waar men relatief meer via alternatieve kanalen aankoopt. In de branche boeken, tijdschriften en kantoorartikelen wordt een aandeel aankopen via internet gemeten van bijna 2%. In de reisbranche bedraagt dit aandeel ruim 2%. In de overige branches ligt dit onder de 1%. In de Randstad gaat gemiddeld 0,7% van de bestedingen via internet, zo blijkt uit het Koopstromenonderzoek Randstad 2004. De verwachting is dat internet als aankoopkanaal in de toekomst sterk zal toenemen.

---

<sup>5</sup> Het grensgebied strekt zicht uit tot ca. 15 km vanaf de Nederlands/Duitse grens

## 5 Economische performance

De economische performance van de detailhandel in de gemeente Groningen en de binnenstad in het bijzonder zijn uitgedrukt in de totale omzetvolumes en de vloerproductiviteit (omzet per m<sup>2</sup> wvo). De hoeveelheid omzet wordt afgeleid uit het aantal inwoners van de gemeente in combinatie met het koopgedrag (uit de telefonische en passantenquête, zie hoofdstuk 4) en de landelijk gemiddelde toonbankbestedingen.

De landelijk gemiddelde bestedingen aan dagelijkse en niet-dagelijkse aankopen bedragen respectievelijk € 2.088,- en € 2.310,- per inwoner<sup>6</sup>. Ten opzichte van vorig jaar zijn de detailhandelsbestedingen in de dagelijkse sector licht toegenomen en in de niet-dagelijkse sector afgenomen. Vorig jaar bedroegen de bestedingscijfers in de dagelijkse- en in de niet-dagelijkse sector respectievelijk € 2.060,- en € 2.400,-.

In paragraaf 5.1 volgt een overzicht van de economische performance van de gemeente Groningen, terwijl paragraaf 5.2 specifiek ingaat op de performance van de binnenstad.

### 5.1 Gemeente Groningen

Confrontatie van vraag- en aanbodgegevens geeft inzicht in de omzet die per m<sup>2</sup> gerealiseerd wordt, oftewel de vloerproductiviteit. De gemiddelde vloerproductiviteit dient als graadmeter voor het functioneren van de detailhandel.

Gemeente Groningen***	Dagelijks	Niet-dagelijks
binding in %**	97	92
afvloeiing in %	3	8
toevoeiing in %*	18	53
Marktomvang (in miljoen euro's)	444	813
effectieve vloerproductiviteit in euro's per m <sup>2</sup> wvo	6.600	2.600

\* Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2005

\*\* Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2005

\*\*\* Inwonertal gemeente Groningen: 180.600, bron: CBS Statline

Tabel 5.1: Omzetprestatie detailhandel gemeente Groningen

#### 5.1.1 Dagelijkse sector

De binding in de dagelijkse sector bedraagt 97% en is nagenoeg gelijk aan vorig jaar, toen deze 96% bedroeg. De binding van de dagelijkse bestedingen aan de gemeente ligt al jaren op een vergelijkbaar niveau en past binnen de bandbreedte voor gemeen-

<sup>6</sup>Bestedingen en marktaandelen 2005, EIM/HBD

ten van de omvang van Groningen<sup>7</sup>. Het aandeel koopkrachttoevoeiing van buiten Groningen bedraagt 18% en is iets lager dan vorig jaar toen dit aandeel 20% bedroeg.

De totale omzet in de dagelijkse sector is met 444 miljoen euro vrijwel gelijk aan de omzet in 2004 van 442 miljoen euro. De lichte toename van de detailhandelsbestedingen per inwoner en van de lokale koopkrachtbinding zorgen voor een hogere omzet. Dit effect wordt weer wat geneutraliseerd door een bescheiden afname van de koopkrachttoevoeiing, waardoor de omzet in 2005 vrijwel overeenkomt met 2004.

De omzet per m<sup>2</sup> (vloerproductiviteit) is iets afgenomen in vergelijking met vorig jaar. De vloerproductiviteit bedraagt nu € 6.600,- per m<sup>2</sup> wvo en was € 7.000,- in 2004. Deze afname van de vloerproductiviteit is het gevolg van een toename van het winkelaanbod met circa 5.000 m<sup>2</sup>. Kortom: het aanbod is toegenomen terwijl de omzet vrijwel gelijk gebleven is, waardoor de omzet per m<sup>2</sup> weer iets afneemt. De omzet per m<sup>2</sup> in de gemeente is nog steeds in lijn met het landelijk gemiddelde niveau<sup>8</sup>.

### 5.1.2 Niet-dagelijkse sector

In de niet-dagelijkse sector bedraagt de koopkrachtbinding 92% (tabel 5.1). De koopkrachttoevoeiing van buiten Groningen is goed voor 53% van de omzet in deze sector. In vergelijking met 2004 is zowel de koopkrachtbinding (was 91%) als de toevoeiing (was 47%) toegenomen. Hierdoor is de omzet gestegen van 744 miljoen euro in 2004 naar 813 miljoen euro in 2005. Dit ondanks een lichte afname van de gemiddelde detailhandelsbestedingen per inwoner.

Op basis van een aanbod van 313.400 m<sup>2</sup><sup>9</sup> wvo is de omzet per m<sup>2</sup> wvo vastgesteld op € 2.600,-. Dit is een licht toename ten opzichte van 2004 (€ 2.500,-). De vloerproductiviteit is in iets minder sterke mate gestegen dan het omzetvolume, omdat het winkelaanbod ook wat ruimer (circa 13.000 m<sup>2</sup>) is dan in 2004. De niet-dagelijkse sector scoort in Groningen met een vloerproductiviteit van € 2.600,- boven de landelijke niet-dagelijkse detailhandel waar door de forse schaalvergroting de vloerproductiviteit de afgelopen jaren flink is afgenomen<sup>10</sup>.

## 5.2 Groninger binnenstad

Voor de binnenstad van Groningen is eveneens voor zowel de dagelijkse- als de niet-dagelijkse sector de omzetraming weergegeven (tabel 5.2).

<sup>7</sup> Bandbreedte van 95% tot 99%. Bronnen onder andere: 'Winkelvoorzieningen op waarde geschat', (Bolt 2003). Koopstromenonderzoek Randstad (Goudappel Coffeng 2004) en Koopstromenonderzoek Overijssel (goudappel Coffeng 2005)

<sup>8</sup> € 6.500,- per m<sup>2</sup> (Bron: HBD/EIM, bewerkt door Goudappel Coffeng)

<sup>9</sup> Locatus oktober 2005

<sup>10</sup> € 1.800,- (Bron: HBD/EIM en Locatus, bewerkt door Goudappel Coffeng).

Gemeente Groningen, aankoopplaats binnenstad***	Dagelijks	Niet-dagelijks
binding in %**	30	66
afvloeiing in %	70	34
toevloeiing in %*	40	58
marktombang (in miljoen euro's)	186	661
effectieve vloerproductiviteit in euro's per m <sup>2</sup> wvo	18.900	6.300

\* Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2005

\*\* Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2005

\*\*\* Inwonertal gemeente Groningen per 1 januari 2005: 180.600, bron: CBS Statline

Tabel 5.2: Omzetprestatie detailhandel Groninger binnenstad

### 5.2.1 Dagelijkse sector

De koopkrachtbinding van het dagelijks aanbod in de binnenstad van Groningen bedraagt 30% en ligt hiermee iets lager dan de vorige twee monitorjaren (33% in 2003 en 32% in 2004). De toevloeiing is daarentegen met 2% toegenomen van 38% vorig jaar tot 40% in dit jaar. Door de afgenomen koopkrachtbinding is het omzetvolume gedaald van € 199 miljoen euro in 2004 naar 186 miljoen in 2005.

De gerealiseerde vloerproductiviteit is met € 18.900,- per m<sup>2</sup> wvo evenals in 2004 nog steeds een bijzonder hoog en ligt nog ver boven landelijk niveau voor dit type centrumgebieden<sup>11</sup>. In paragraaf 5.4 gaan wij hier nader op in en wordt de Groninger binnenstad afgezet tegen vergelijkbare winkelgebieden

### 5.2.2 Niet-dagelijkse sector

De binding aan het niet-dagelijkse aanbod in de gemeente is met 66% vergelijkbaar met voorgaande jaren (2003: 67% en 2004: 66%). De toevloeiing is met 58% groter dan vorig jaar (50%) en weer meer in lijn met de jaren ervoor (2002: 56%, 2003: 59%) De totale bestedingen in de detailhandel in de binnenstad resulteren in een omzet van € 661,- en zijn vooral door de grotere toevloeiing (fors) toegenomen ten opzichte van 2004 (566,- miljoen). De gemiddelde omzet bedraagt op basis van 105.300m<sup>2</sup><sup>12</sup> wvo niet-dagelijks aanbod € 6.300 per m<sup>2</sup> wvo en is hoog te noemen. De vloerproductiviteit in de binnenstad is hoger dan in 2004 (€ 5.500), maar minder hoog dan de zeer hoge vloerproductiviteit in 2003 (€ 7.500) en 2002 (€ 6.700).

## 5.3 Overall functioneren binnenstad

In tabel 5.3 zijn de belangrijkste monitoraspecten op een rij gezet en afgezet tegen voorgaande jaren. De key performance indicatoren laten een positief beeld zien van

<sup>11</sup> Circa € 10.000,-. Bronnen onder andere: 'Koopstromenonderzoek Randstad (Goudappel Coffeng 2004) en Koopstromenonderzoek Overijssel (goudappel Coffeng 2005)

<sup>12</sup> Locatus oktober 2005

het functioneren van de detailhandel. Slechts een beperkt aantal indicatoren 'scoort' minder dan in 2004. De ontwikkeling in de indicatoren behoeft een toelichting.

Bezien over de tijdsreeks 1997 tot aan 2005 ontwikkelt het functioneren van de binnenstad van Groningen zich positief. De meeste indicatoren kennen sinds 1997 een stijgende lijn. Het *economisch* functioneren is daarop geen uitzondering, gelet op een stijgende koopkrachtbinding, oriëntatie vanuit de regio, vloerproductiviteit en omzet.

Indicator (begrippen in bijlage 4)	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<i>Bezoekersaantal en bestedingen</i>									
Aantal bezoekers per jaar**/**	24 mln.	22 mln.	23 mln.	26 mln.	29 mln.	31 mln.	34 mln.	30 mln.	31 mln.
Gemiddeld besteed bedrag*	€ 21,-	€ 21,-	€ 21,-	€ 19,-	€ 22,-	€ 25,-	€ 18,-	€ 25,-	€ 27,-
Bezoekdoel winkelen	65%	68%	69%	82%	76%	71%	69%	73%	75%
<i>Verblijfsduur</i>									
Aandeel kortblijvers (< een half uur)*	36%	45%	44%	35%	33%	39%	37%	36%	40%
Aandeel langblijvers (> twee uur)*	22%	11%	13%	17%	18%	20%	22%	21%	17%
Gemiddelde verblijfsduur*	88 min.	67 min.	78 min.	85 min.	89 min.	88 min.	93 min.	92 min.	83 min.
Autogebruik alle regioconsumenten*/***	37%	41%	31%	33%	35%	43%	36%	36%	36%
<i>Marktpositie niet-dagelijks</i>									
Oriëntatie/marktaandeel vanuit de regio**	29%	28%	28%	26%	29%	31%	33%	33%	30%
Binding (inwoners gemeente Groningen)*	57%	55%	54%	53%	58%	64%	67%	66%	66%
Regionaal (regio zonder gemeente) omzetaandeel*	22%	18%	21%	17%	18%	25%	19%	18%	17%
Bovenregionaal omzetaandeel*	32%	30%	30%	31%	34%	31%	40%	31%	41%
Toevloeiing*	54%	49%	50%	47%	51%	56%	59%	50%	58%
Omzet	€ 482 mln.	€ 447 mln.	€ 495 mln.	€ 522 mln.	€ 622 mln.	€ 775 mln.	€ 908 mln.	€ 757 mln.	€ 847 mln.
<i>Effectieve vloerproductiviteit</i>									
Dagelijks	€ 8.100,-	€ 10.000,-	€ 9.400,-	€ 11.900,-	€ 11.800,-	€ 12.100,-	€ 16.700,-	€ 18.900,-	€ 18.900,-
Niet-dagelijks	€ 4.400,-	€ 4.000,-	€ 4.400,-	€ 4.400,-	€ 5.400,-	€ 6.700,-	€ 7.500,-	€ 5.500,-	€ 6.300,-

\* Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête, 1997 t/m 2005

\*\* Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 1997 t/m 2005

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

Tabel 5.3: Key performance indicatoren voor de Groninger binnenstad

Ten opzichte van vorig jaar (2004) zijn de meeste indicatoren toegenomen. Zo zijn het aantal bezoekers, het gemiddeld besteed bedrag en de koopkrachttoevloeiing in de niet-dagelijkse sector (licht) gestegen. De totale detailhandelsomzet van de Groninger binnenstad is eveneens toegenomen. Dit komt geheel op het conto van de niet-dagelijkse sector. In deze sector is de omzet per m<sup>2</sup> (vloerproductiviteit) gestegen. In de dagelijkse sector zijn de koopkrachttoevloeiing en de omzet wat afgenomen, maar is de omzet per m<sup>2</sup> nog steeds bijzonder hoog. In de volgende paragraaf waarin we Groningen vergelijken met een aantal referentiesteden gaan wij hier nader op in. Verder valt op dat de gemiddelde verblijfsduur wat is afgenomen.

## 5.4 Vergelijking met referentiesteden

In tabel 5.4 zijn de keyperformance indicatoren voor de binnenstad van Groningen vergeleken met de kerngegevens van de binnensteden in referentiegemeenten.

	Groningen	Zwolle*	Enschede*	Apeldoorn*	Rotterdam**	Utrecht**	Den Haag**
Inwonertal	180.000	107.000	134.000	130.800	599.600	265.000	464.000
m <sup>2</sup> dagelijks	9.800	4.500	9.000	8.000	9.300	10.700	13.000
m <sup>2</sup> niet-dagelijks	105.300	62.000	79.000	74.500	134.200	125.000	143.500
Binding dagelijks	30%	10%	14%	16%	12%	18%	9%
Binding niet-dagelijks	66%	50%	51%	56%	26%	44%	29%
Toevloeiing dagelijks	40%	20%	27%	15%	11%	19%	14%
Toevloeiing niet-dagelijks	58%	53%	47%	37%	51%	61%	33%
Omzet (mln euro)	847	295	369	331	939	838	580
Vloerproductiviteit dagelijks (€)	18.400	6.500	6.200	6.700	11.000	11.300	7.300
Vloerproductiviteit niet-dagelijks (€)	6.300	4.300	4.000	3.800	4.700	5.700	3.400

\* Bron: Koopstromenonderzoek Overijssel 2005 (Goudappel Coffeng, januari 2006)

\*\* Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2004 (Goudappel Coffeng, januari 2005)

Tabel 5.4: Kerngegevens binnenstad Groningen en centra referentiesteden

De vergelijking met referentiecentra laat zien dat de binnenstad van Groningen het qua economisch functioneren bijzonder goed doet. De vloerproductiviteiten (omzet per m<sup>2</sup>) zijn in de binnenstad van Groningen zowel in de dagelijkse- als in de niet-dagelijkse sector beduidend hoger dan in de referentiecentra. Ook wat betreft de gerealiseerde detailhandelsomzet scoort Groningen hoog. Met een omzet van 847 miljoen euro komt de binnenstad van Groningen op de tweede plaats na Rotterdam, maar nog voor Utrecht en Den Haag. Dit ondanks het feit dat deze grote steden over een ruimer winkelaanbod in de binnenstad beschikken.

De vloerproductiviteit liet het al zien: in verhouding tot het winkelaanbod haalt de binnenstad van Groningen een hoog omzetniveau. Dit komt door een hoge lokale koopkrachtbinding en een forse koopkrachttoevloeiing. De binnenstad van Groningen haalt zowel in de dagelijkse- als in de niet-dagelijkse sector de hoogste bindingspercentages. Wat betreft de koopkrachttoevloeiing, oftewel het aandeel 'vreemde' koopkracht, scoort de binnenstad van Groningen eveneens hoog. Groningen komt net na het centraal in Nederland gelegen Utrecht, waar Hoog Catharijne profiteert van de talloze OV-reizigers op het aangrenzende Utrecht-centraal. Ook Eindhoven-centrum kent een hoge toevloeiing, maar de aantrekkingskracht op de eigen inwoners is veel kleiner dan in Groningen. Kennelijk weet de binnenstad van Groningen zich goed te onderscheiden van de wijk- en stadsdeelcentra in de eigen plaats en de hoofdwinkelcentra in de omgeving. De aanwezigheid van consumententrekkers als MediaMarkt en Bijenkorf, die niet in alle binnensteden gevestigd zijn, dragen ook bij aan een hoge omzet.

Gemeente Groningen

# Detailhandelsmonitor 2005

## Bijlagenboek

Gemeente Groningen

# Detailhandelsmonitor 2005

## Bijlagenboek

Datum 10 juli 2006  
Kenmerk GNG042/Sdg/0423  
Eerste versie



## Inhoud

Bijlage 1: Resultaten telefonische enquête

Bijlage 2: Resultaten passantenenquête

Bijlage 3: Vragenlijsten

Bijlage 4: Begrippenlijst

Bijlage 5: Onderzoeksmethodiek en statistische significantie

Bijlage 6: Toonkaarten

Bijlage 7: Kooporiëntatie gemeenten (in euro's)

Bijlage 8: Overzicht branchering en aanbod

## Bijlage 1: Resultaten telefonische enquête

- B1.1 Kooporiëntatie gemeenten op winkelgebieden; niet-dagelijkse goederen
- B1.2 Kooporiëntatie gemeenten op winkelgebieden; dagelijkse goederen
- B1.3 Kooporiëntatie wijken op wijken; niet-dagelijkse goederen
- B1.4 Kooporiëntatie wijken op wijken; dagelijkse goederen
- B1.5 Kooporiëntatie gemeenten op Groninger binnenstad per branchegroep
- B1.6 Kooporiëntatie gemeenten op Groninger binnenstad; niet-dagelijkse goederen
- B1.7 Kooporiëntatie van gemeenten in secundaire ring (provincie Groningen) op Groninger binnenstad; niet-dagelijkse goederen (in %)
- B1.8 Kooporiëntatie van gemeenten in secundaire ring (noord Drenthe) op Groninger binnenstad; niet-dagelijkse goederen (in %)
- B1.9 Kooporiëntatie van gemeenten in secundaire ring (provincie Groningen) op Groninger binnenstad; dagelijkse goederen (in %)
- B1.10 Kooporiëntatie van gemeenten in secundaire ring (noord Drenthe) op Groninger binnenstad; dagelijkse goederen (in %)
- B1.11 Key performance indicatoren voor de Groninger binnenstad
- B1.12 Marktpositie Groninger binnenstad vanaf 2001 (in %)
- B1.13 Bezoekreden aan het meest bezochte winkelcentrum (in %, meer antwoorden mogelijk)
- B1.14 Groningen-centrum meest bezochte aankoopplaats: bezoekreden naar herkomst (in %, meer antwoorden mogelijk)
- B1.15 Opinie over het meest bezochte winkelcentrum (in %, meer antwoorden mogelijk)
- B1.16 Meest gebruikte vervoermiddel Groningers en inwoners regio naar belangrijkste aankoopplaats vanaf 2001 (in %)
- B1.17 Combinatie leisure met winkelen in de binnenstad van Groningen (in %)
- B1.18 Leeftijd respondenten naar bezoekfrequentie Groninger binnenstad
- B1.19 Inkomensverdeling huishoudens naar bezoekfrequentie Groninger binnenstad

van ⇨	Groningen			Grootegast				Peize				Winsum				Totaal
	Bedum	Ten Boer	Eelde	Haren	Hoogezand	Leek	Roden	Slochteren	Vries	Zuidhorn	Zuidlaren					
naar ⇩																
Binnenstad	66	48	54	38	22	35	25	21	26	18	24	16	34	41	24	46
Paddepoel	5	2	1	1		0	1	0	0		0	0	4	2	0	3
ov. gem. Groningen	2.1	6	5	4	2	4	3	2	3	2	3	1	6	2	2	11
Bedum	0	35	5										2		0	1
Ten Boer			12					0						0		0
Eelde	0	0	0	22		1			1	0		3			0	1
Paterswolde	0		0	15		0		0	0	0	0		0			1
Grootegast	0	0	0		20	0	0	1	0	0	0	0	0	1		1
Haren-c	2	0	0	6		49	1	0	0	1	0	2	0	0	0	4
Hooge Meeren Sappemeer-c	0	0	1	0		0	38				24		0		4	4
Leek		0	0	0	13	0	0	53	1	3	1	0	0	3	0	4
Tolbert					0			1	0	0			0			0
Zevenhuizen		0	0		0		0	3	0	0						0
Peize	0		0		0			0	6	0		1	0			0
Roden Nieuw Roden	1	1	0	4	2	1	0	9	50	65	0	2	1	1	0	5
Schildwolde Siddeburen	0		0									6				0
	0		0					0	0			8				0
Vries				0		0						27			0	1
Winsum	0	2	0					0					33	0		1
Zuidhorn Grijpskerk	0				3			0	0			0	0	30	0	2
	0		0	0	1	0								8		0
Zuidlaren elders in onder- zoeksgebied	0	0	0	1		1	0			0		3		0	46	2
	1	2	1	0	6	1	16	1	3	2	10	2	3	3	1	3
Assen-c	1	1	1	9	0	4	2	2	8	5	1	42	1	0	16	3
Appingedam-c	0	0	10				0				6		0	0	0	0
Delfzijl-c	0	0	5	0		0	0	0			4		0			0
Drachten-c	0	0	0	0	14	1	0	3	0	1		0	0	2		1
Surhuisterveen-c					14	0		0						1		1
Veendam-c	0	0	0				2	0	0	0	2	0			1	0
elders Nederland	2	3	5	1	3	1	4	3	1	2	8	3	16	6	5	3
Buitenland	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2005

Tabel B1.1: Kooporiëntatie van gemeenten op winkelgebieden; niet-dagelijkse goederen (in %)

van ⇨	Groningen			Grootegast				Peize				Winsum				
	Bedum		Ten Boer	Haren		Hoogezand		Roden		Slochteren		Zuidhorn		Zuidlaren		
naar ⇩			Eelde				Leek				Vries				Totaal	
Binnenstad	30	10	10	7	2	13	4	2	3	6	3	2	6	7	3	18
Paddepoel	9	2	1				1		0				1	2		5
ov. gem. Groningen	58	12	6	1	0	1	1	1	0		2		1	1	0	29
Bedum	0	68	14										12			3
Ten Boer		1	54											0		1
Eelde	0		1	49		6			3			8			1	2
Paterswolde	0		1	29		2		1	1			0	0			1
Grootegast						39							0	3		1
Haren-c	1			6		69	0			0	0	0			0	4
Hooge Meeren Sappemeer-c						39		15		0		2		0	3	1
Leek	0	0	0	0	13	0	1	69	2	14	0	0	0	2	0	4
Tolbert								10		0						0
Zevenhuizen					0		0	9		0						0
Peize				0					41	0		0	0			1
Roden Nieuw Roden	0	0	0	2	0			5	49	70		1	0	1	0	5
Schildwolde Siddeburen											23					1
								1			16					1
Vries				1		0	0				0	62			1	2
Winsum	0	2											54	0		2
Zuidhorn Grijpskerk	0		0		7	0		1					2	53	0	3
					1	0								18		1
Zuidlaren elders in onder- zoeksgebied	1	1	1	0	12	2	33	0	0	0	25	2	16	10	6	5
Assen-c Appingedam-c Delfzijl-c	0			3		1	0	1	1	3		15			4	1
												0				0
Drachten-c Surhuisterveen-c Veendam-c	0	1	1		3	1		2		0		1				0
					17											1
							2		0		0			0	0	0
elders Nederland Buitenland	0	4	1	0	5	1	3	1	0	1	3	2	6	3	13	2
	0				0		0				0			0		0
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2005

Tabel B1.2: Kooporiëntatie van gemeenten op winkelgebieden; dagelijkse goederen (in %)

van ⇨	Binnenstad				Oosterparkwijk				Hoogkerk		
	Schilders/Zeehelden		Oranjewijk		Oosterpoortwijk		Hereweg/Helpman		Noorddijk	Totaal	
naar ⇩											
Binnenstad	81	65	65	74	73	69	61	65	70	69	81
Binnenstad buiten diepenring		0	0	0	1					0	
totaal Binnenstad	81	65	65	74	73	69	61	65	70	69	81
WC Vinkenhof			3			1			0	1	
Meubelboulevard Hoendiep	3	7	4	6	3	5	3	6	6	4	3
overig Schilders- en Zeeheldenwijk	1	3	2	1	2	1	2	2	2	3	1
totaal Schilders- en Zeeheldenwijk	4	13	6	7	6	6	4	8	9	7	4
WC Paddepoel			6	16	5	2	1	1	7	5	
WC Selwerd	0	0	1								0
overig Oranjewijk	0	0								0	0
totaal Oranjewijk	0	6	18	5	2	1	1	1	7	5	0
Korrewegwijk	0	0	0	2	0	1	3			0	0
Oosterparkwijk	1	3	1	3	9	5	1	1	1	4	1
Meeuwerderweg	0	0				1	0				0
overig Oosterpoortwijk	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
totaal Oosterpoortwijk	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Verlengde Hereweg				0			4	0			
overig Herewegwijk en Helpman		0	0			1	10	1	0	0	
totaal Herewegwijk en Helpman		0	1			1	14	1	0	0	
Meubelboulevard Peizerweg	1	0	0	0	0	0	0	2	1	1	1
WC Overwinningssplein	0	1		0	0		0	7	0		0
overig Stadsparkwijk											
totaal Stadsparkwijk	1	1	0	0	0	0	1	9	1	1	1
Hoogkerk					0	1	0		4		
WC Lewenborg	0		0	0		0				4	0
WC Beijum		0	0	1				0	0	2	
overig Noorddijk											
totaal Noorddijk	0	0	0	1		0		0	0	6	0
elders gemeente Groningen	5	4	4	3	5	6	5	2	1	3	5
elders onderzoeksgebied	1	3	2	3	2	4	8	6	5	2	1
elders Nederland	5	3	3	2	2	4	2	5	2	2	5
Buitenland	0	0				1	0	1		0	0

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2005

Tabel B1.3: Kooporiëntatie van wijken op wijken; niet-dagelijkse goederen (in %)

van ⇨	Binnenstad				Oosterparkwijk				Hoogkerk			Totaal
	Schilders/Zeehelden		Oranjewijk		Oosterpoortwijk		Hereweg/Helpman		Noorddijk			
naar ⇩												
	Binnenstad	67	26	25	31	33	33	29	27	16	17	67
Binnenstad buiten diepenring	1	1	1	0	2				0		1	
totaal Binnenstad	69	27	26	31	35	33	29	27	17	17	69	
WC Vinkenhof	0	24	3		1	1	1	3	20		0	
overig Schilders- en Zeeheldenwijk	0	7	1	2	0			0			0	
totaal Schilders- en Zeeheldenwijk	0	31	3	2	1	1	1	3	20		0	
WC Paddepoel	7	10	34	8	5	0	0	4	21	4	7	
WC Selwerd			1	23	6	2				2		
overig Oranjewijk												
totaal Oranjewijk	7	11	57	15	6	0	0	4	21	6	7	
Korrewegwijk	14	2	4	45	11	4	4	2	1	6	14	
Oosterparkwijk	1		1	2	29	14		1		5	1	
Meeuwerderweg					1	11			0			
overig Oosterpoortwijk	1		1	2	29	14		1		5	1	
totaal Oosterpoortwijk	1		1	2	30	25		1	0	5	1	
Verlengde Hereweg		2				2	9		0			
overig Herewegwijk en Helpman	2	1		1	2	6	45	15	0		2	
totaal Herewegwijk en Helpman	2	2		1	2	8	54	15	1		2	
WC Overwinningssplein	2	4	0	1	1	1	1	38	1		2	
overig Stadsparkwijk												
totaal Stadsparkwijk	2	4	0	1	1	1	1	38	1		2	
Hoogkerk	0	1	1		1	1	1	1	33		0	
WC Lewenborg	0	2				2	1			29	0	
WC Beijum	2	1	1			1		1	1	31	2	
overig Noorddijk												
totaal Noorddijk	2	2	1			4	1	1	1	60	2	
elders gemeente Groningen	2	15	5	1	11	10	2	3	1	1	2	
elders onderzoeksgebied		3		2	1	10	5	4	5	1		
elders Nederland	1	0	1	2		1	0				1	
buitenland						0						

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2005

Tabel B1.4: Kooporiëntatie van wijken op wijken; dagelijkse goederen (in %)

van ⇨	Groningen			Grootegast			Peize			Winsum			Totaal			
	Bedum	Ten Boer	Eelde	Haren	Hoogezand	Leek	Roden	Slochteren	Vries	Zuidhorn	Zuidlaren					
naar ⇩																
niet-dagelijks mode	66	48	54	38	22	35	25	21	26	18	24	16	34	41	24	46
luxeartikelen	77	57	55	49	32	46	38	30	33	27	35	22	52	53	33	57
vrije tijd	76	50	48	35	16	26	20	14	26	13	20	12	39	37	18	48
planten en dieren	72	47	50	35	19	32	25	18	27	17	25	16	35	41	23	48
in en om het huis	40	36	30	21	12	30	30	18	16	23	10	9	18	29	20	29
	50	45	45	37	19	33	23	13	20	15	18	14	26	40	21	37

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2005

Tabel B1.5: Kooporiëntatie van gemeenten op Groninger binnenstad per branchegroep (in %)

gemeente	2001		2002		2003		2004		2005	
	markt aandeel	omzet aandeel	markt aandeel	omzet aandeel	markt aandeel	omzet aandeel	markt aandeel	omzet aandeel	markt aandeel	omzet aandeel
Groningen	58	68	64	69	67	64	66	68	66	66
Regio	29	32	31	31	33	36	33	32	29	34
Bedum	40	3	42	3	47	3	48	3	48	3
Ten Boer	46	2	47	2	53	2	54	2	54	2
Eelde	29	2	33	2	36	2	40	2	38	2
Grootegast	23	1	31	1	30	2	26	2	22	2
Haren	33	4	35	4	37	4	39	4	35	4
Hoogezand-Sappemeer	23	5	28	6	31	6	31	6	25	5
Leek	25	2	24	2	23	2	21	2	21	2
Peize	25	1	26	1	25	1	26	1	26	1
Roden	19	2	20	2	21	2	20	2	18	2
Slochteren	20	1	25	1	28	2	28	2	24	2
Vries	16	1	23	1	24	1	21	1	16	1
Winsum	51	4	52	3	47	4	48	4	34	3
Zuidhorn	38	3	40	3	44	4	46	4	41	4
Zuidlaren	23	2	22	2	22	1	24	1	24	2
Tot. onderzoeksgebied	44	100	48	100	49	100	48	100	46	100

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête vanaf 2001

Tabel B1.6: Kooporiëntatie van gemeenten op Groninger binnenstad; niet-dagelijkse goederen (in %)

van ⇨	Groningen			Delfzijl			Menterwolde			Stadskanaal						
	Appingedam		Bellingwedde		Eemsmond		Loppersum		Pekela		Veendam					
naar ⇩			De Marne				Marum				Vlagtwedde					
Binnenstad	66	17	12	32	13	31	43	25	28	8	9	20	10	15	5	17
Paddepoel	5	0			2				3	2		3	0	0		1
ov. gem. Groningen	21	0			1	3	1	2		1		0	0	0		0
Appingedam C.	0	47	1		7		22					0		0		0
Assen C.	2	0	2	2	1	0		1	0	1		1	4	3	2	1
Delfzijl C.	0	16	0	0	55	5	18	0				2		0		1
De Hooge Meeren						3			10	1		0	0	0		0
Roden C.	1	0	0	1	0		1	7				0		0		0
Stadskanaal C.				11					1	3				1	21	0
Veendam C.	0	0	2		0	1			40	18	2	3	3	65		2
Winschoten C.		1	53	1	5	0			5	24	68	60	2	2	3	63

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2005

Tabel B1.7: Kooporiëntatie van gemeenten in secundaire ring (provincie Groningen) op Groninger binnenstad; niet-dagelijkse goederen (in %)

van ⇨	Groningen			Midden-Drenthe				
	Aa en Hunze		Assen		Norg			
naar ⇩			Borger-Odoorn		Ooststellingwerf			
Binnenstad	66	12	13	4	2	13	5	3
Paddepoel	5	3		0	1			
ov. gem. Groningen	21	0	0		0		0	
Appingedam C.	0				0	0		
Assen C.	2	45	63	10	34	31	22	10
Delfzijl C.	0		0					
De Hooge Meeren		0						
Roden C.	1	1		0	0	23	1	
Stadskanaal C.		4	0					
Veendam C.	0	1	0	1				
Winschoten C.			0	0				

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2005

Tabel B1.8: Kooporiëntatie van gemeenten in secundaire ring (noord Drenthe) op Groninger binnenstad; niet-dagelijkse goederen (in %)



van ⇨	Groningen			Delfzijl			Menterwolde			Stadskanaal			
	Appingedam			Eemmond			Pekela			Veendam			
naar ⇩	Bellingwedde			Loppersum			Reiderland			Vlagtwedde			
	De Marne			Marum			Scheemda			Winschoten			
Binnenstad	30	2	1	6	1	5	4	8	7	1	1	2	1
Paddepoel	9								1		0	0	
ov. gem. Groningen	58												
Appingedam C.		64	3		6	1	24				0		
Assen C.											0	0	
Delfzijl C.		2			41	1	11			4	1		
De Hooge Meeren						3			5		0	0	
Roden Centrum								1					
Stadskanaal C.			3										
Veendam C.									26	1	1	0	1
Winschoten C.			41		2				3	5	40	30	0
												0	10
													0
													75

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2005

Tabel B1.9: Kooporiëntatie van gemeenten in secundaire ring (provincie Groningen) op Groninger binnenstad; dagelijkse goederen (in %)

van ⇨	Groningen			Midden-Drenthe			
	Aa en Hunze			Norg			
naar ⇩	Assen			Ooststellingwerf			
	Borger-Odoorn			Westerveld			
Binnenstad	30	0	0	0			1
Paddepoel	9	0					
ov. gem. Groningen	58						
Appingedam C.							
Assen C.		11	29	2	4	10	4
Delfzijl C.			0				
De Hooge Meeren					1		
Roden C.							
Stadskanaal C.		3	19				
Veendam C.		0		0			
Winschoten C.							

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2005

Tabel B1.10: Kooporiëntatie van gemeenten in secundaire ring (noord Drenthe) op Groninger binnenstad; dagelijkse goederen (in %)

Indicator (begrippen in bijlage 4)	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<i>Detailhandelsaanbod (in m<sup>2</sup> wvo)</i>									
Dagelijks	8.000	7.800	9.000	x	x	9.200	9.300	10.100	9.800
Niet-dagelijks	93.800	92.300	94.100	x	x	99.500	100.200	103.800	105.300
Totaal	100.800	100.100	103.100	x	x	108.700	109.500	113.900	115.200
<i>Bezoekersaantal en bestedingen</i>									
Aantal bezoekers per jaar**	24 mln.	22 mln.	23 mln.	26 mln.	29 mln.	31 mln.	34 mln.	30 mln.	31 mln.
Gemiddeld besteed bedrag*	€ 21,-	€ 21,-	€ 21,-	€ 19,-	€ 22,-	€ 25,-	€ 18,-	€ 25,-	€ 27,-
Bezoekdoel winkelen	65%	68%	69%	82%	76%	71%	69%	73%	75%
<i>Verblijfsduur</i>									
Aandeel kortblijvers (< een half uur)*	36%	45%	44%	35%	33%	39%	37%	36%	40%
Aandeel langblijvers (> twee uur)*	22%	11%	13%	17%	18%	20%	22%	21%	17%
Gemiddelde verblijfsduur*	88 min.	67 min.	78 min.	85 min.	89 min.	88 min.	93 min.	92 min.	83 min.
<i>Marktpositie niet-dagelijks</i>									
Oriëntatie/marktaandeel vanuit de regio**	29%	28%	28%	26%	29%	31%	33%	33%	29%
Binding (inwoners gemeente Groningen)*	57%	55%	54%	53%	58%	64%	67%	66%	66%
Regionaal omzetaandeel*	22%	18%	21%	17%	18%	25%	19%	18%	17%
Bovenregionaal omzetaandeel*	32%	30%	30%	31%	34%	31%	40%	31%	41%
Toevloeiing*	54%	49%	50%	47%	51%	56%	59%	50%	58%
<i>Effectieve vloerproductiviteit</i>									
Dagelijks	€ 8.100,-	€ 10.000,-	€ 9.400,-	€ 11.900,-	€ 11.800,-	€ 12.100,-	€ 16.700,-	€ 18.900,-	€ 18.900,-
Niet-dagelijks	€ 4.400,-	€ 4.000,-	€ 4.400,-	€ 4.400,-	€ 5.400,-	€ 6.700,-	€ 7.500,-	€ 5.500,-	€ 6.300,-

\* Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête, 1997 t/m 2005

\*\* Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 1997 t/m 2005

Tabel B1.11: Key performance indicatoren voor de Groninger binnenstad

gemeente	2001		2002		2003		2004		2005	
	markt-aandeel*	omzet-aandeel**	markt-aandeel*	omzet-aandeel**	markt-aandeel*	omzet-aandeel**	markt-aandeel*	omzet-aandeel**	markt-aandeel*	omzet-aandeel**
Groningen	58	64	64	66	67	67	66	68	66	70
Regio*	42	36	36	34	33	33	33	32	34	30
Noord	43	14	45	12	47	12	48	12	42	10
Oost	22	6	27	6	30	7	30	7	25	6
Zuid	27	9	30	8	31	8	33	8	30	8
West	22	7	25	7	24	7	22	6	21	6

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête vanaf 2001

\* onderzoeksregio's zoals weergegeven op nevenstaande kaart bij blz. 23

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

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

Tabel B1.12: Marktpositie Groninger binnenstad vanaf 2001 (in %)

Reden	binnenstad Groningen		winkel- centrum Paddepoel		buurt-/ wijk- centra in gem. Groningen		grote kern- verzorgende centra in regio		kleine kern- verzorgende centra in regio	
	2002	2005	2002	2005	2002	2005	2002	2005	2002	2005
Dichtbij woning	57	32	72	50	73	82	80	77	91	82
Veel keuze	60	68	39	74	25	48	40	58	27	51
Goede kwaliteit aanbod	7	20	11		5	3	8	6	4	13
Goede / prettige service	7	12	11		4		1	6	1	6
Gezellig, sfeervol winkelen	19	30	26		16		5	8	5	9
Overzichtelijke structuur	2	6	15		1	7	5	2	2	1
Markt	1	8					1	0	1	
Veel parkeergelegenheid	1		7	11		4	2	1	3	1
Gratis parkeergelegenheid		0	2	11			2	1	2	1
Goed bereikbaar	2	2	4	6			2	0	1	3
Niet-dagelijks aanbod		0					0			
Anders	2	1	11			4	2	0	4	0
Dichtbij werk / school	6	3	7				2	1	1	1
Combinatiebezoek	1	1		2			3	0	0	2
Aanwezigheid bepaalde zaak	0	1	2			4	1	0	1	0
Prijs in winkels	1	2				6	1	0	1	2
Noodzaak	0	4				6	0	2	1	2
Gewoonte	7	7				10	2	5	6	5
<b>Totaal</b>	<b>173</b>	<b>197</b>	<b>208</b>	<b>154</b>	<b>154</b>	<b>143</b>	<b>157</b>	<b>168</b>	<b>151</b>	<b>180</b>

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2002 en 2005

Tabel B1.13: Bezoekredenen aan het meest bezochte winkelcentrum (in %, meer antwoorden mogelijk)

Reden	Groningen		Regio		Totaal	
	2002	2005	2002	2005	2002	2005
Dichtbij woning	61	31	47	35	57	32
Veel keuze	60	64	61	80	60	67
Goede kwaliteit aanbod	6	20	8	22	7	20
Goede / prettige service	8	10	5	23	7	12
Gezellig, sfeervol winkelen	17	29	25	35	19	30
Overzichtelijke structuur	3	5	2	6	2	6
Markt	1	9	1	3	1	8
Veel parkeergelegenheid	0	0	1	0	1	0
Gratis parkeergelegenheid		0				0
Goed bereikbaar	1	3	3		2	2
Niet-dagelijks aanbod		0				0
Anders	2	1	1		2	1
Dichtbij werk / school	3	2	11	6	6	3
Combinatiebezoek	1	1	0		1	1
Aanwezigheid bepaalde zaak	0	1	0	1	0	1
Prijs in winkels	1	2	0	1	1	2
Noodzaak	0	5		2	0	4
Gewoonte	8	8	7	3	7	7
<b>Totaal</b>	<b>173</b>	<b>192</b>	<b>175</b>	<b>216</b>	<b>173</b>	<b>197</b>

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2005

Tabel B1.14: Groningen-centrum meest bezochte aankoopplaats: bezoekredenen naar herkomst (in %, meer antwoorden mogelijk)

gemiste zaak / negatief punt	binnenstad		binnenstad		winkel-		buurt-/		grote kern-		kleine kern-		
	Groningen:		Groningen:		centrum		wijkcentra		verzorgende		verzorgende		
	frequente bezoekers	2002	2005	niet-frequente bezoekers	2002	2005	Paddepoel	in gem. Groningen	centra in regio	2002	2005	centra in regio	2002
(extra) aanbod huish..art.	3	6	2	4				2	6	26	4	14	
(extra) dienstverlening	1	9							1	1		4	
(extra) doe-het-zelfaanbod	2	2	0			90		3	0	3	2	4	
(extra) drogisterij			1				19	19		3	4	4	
(extra) horeca	3	1	1	2			20			2	1	2	
(extra) kledingaanbod	19	19	6	12	12	10	8	19	48	46	48	59	
(extra) levensmid. spec.zaak	1	6	1	2			28	8	1	14	6	3	
(extra) schoenenaanbod	4	3	2	2					31	21	22	34	
(extra) supermarkt	2	4	1	1	24		24	16	2	13	9	5	
(extra) warenhuis	17	9	5	3	26		11		30	7	18	15	
anders gemist	17	11	7	2	38	0	19	0	12	4	23	1	
beperkte keuze / diversiteit	2	2	3	1			7		3	1	3	1	
betaald parkeren	30	18	29	35					3		1		
criminaliteit, onveilig	2	2	6	1									
drukke		0					0	0		0		0	
ongezellig	2	1	8	10			6	16	2	1		2	
onoverzichtelijke structuur		6	3	12					1	2		2	
slecht bereikbaar	6	10	9	12							2		
sluitingstijd van de winkels		0	0				0	0		0		0	
ver weg		1	3	1						1	1		
vuil, slecht onderhouden	1	6	3	1					1				
weinig parkeergelegenheid	18	22	21	27					4	2	2	1	
locatie markt		0	1	1									
anders negatief	6	7	16			0	11	27	4	0	6	0	
<b>totaal</b>	<b>136</b>	<b>143</b>	<b>128</b>	<b>128</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>155</b>	<b>108</b>	<b>151</b>	<b>147</b>	<b>149</b>	<b>152</b>	

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2002 en 2005

Tabel B1.15: *Opinie over het meest bezochte winkelcentrum (in %, meer antwoorden mogelijk)*

	2001		2002		2003		2004		2005	
	Gemeente	Regio	Gemeente	Regio	Gemeente	Regio	Gemeente	Regio	Gemeente	Regio
	Groningen		Groningen		Groningen		Groningen		Groningen	
Lopend	14	9	14	9	18	7	20	5	20	6
(Brom)fiets	58	36	56	38	50	33	48	30	50	33
Openbaar vervoer	12	9	9	5	9	5	9	4	10	3
Auto/motor*	16	46	20	48	23	55	24	60	19	57
Overig	1	0	0	0	0	0	0	1	1	2

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête

\* Inclusief P+R Citybus

Tabel B1.16: *Meest gebruikte vervoermiddel Groningers en inwoners regio naar belangrijkste aankoopplaats vanaf 2001 (in %)*

Combinatiebezoek	Gemeente Groningen	Regio	Totaal
vrijwel dagelijks	4	1	3
1, 2, 3 keer per week	13	5	9
1, 2, 3 keer per maand	29	22	24
minder dan 1 keer per maand	18	31	25
nooit	36	40	38

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2005

*Tabel B1.17: Combinatie leisure met winkelen in de binnenstad van Groningen (in %)*

Leeftijdsoepbouw	Frequente bezoekers	Niet-frequente bezoekers	Totaal	n
15 tot 25 jaar	7	4	5	156
25 tot 35 jaar	23	11	17	485
35 tot 45 jaar	20	20	20	577
45 tot 60 jaar	25	27	26	746
60 jaar of ouder	24	39	32	914

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2005

*Tabel B1.18: Leeftijd respondenten naar bezoekfrequentie Groninger binnenstad (in %)*

Inkomensverdeling*	Frequente bezoekers	Niet-frequente bezoekers	Totaal	n
Tot € 15.000,-	15	16	16	257
€ 15.000,- tot € 20.000,-	15	15	15	244
€ 20.000,- tot € 25.000,-	27	28	27	453
€ 25.000,- tot € 35.000,-	23	22	23	375
€ 35.000,- of meer	20	19	20	324

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2005

*Tabel B1.19: Inkomensverdeling huishoudens naar bezoekfrequentie Groninger binnenstad (in %)*

## Bijlage 2: Resultaten passantenenquête

- B2.1 Bezoekfrequentie
- B2.2 Vervoermiddel
- B2.3 Verblijfsduur
- B2.4 Bezoekgroepgrootte
- B2.5 Geslacht
- B2.6 Leeftijd
- B2.7 Huishoudengrootte
- B2.8 Combinatieaankopen
- B2.9 Penetratiegraad
- B2.10 Verdeling autobezoekers over parkeergelegenheden (in %)
- B2.11 Autobezoekers per type parkeergelegenheid (in %)
- B2.12 Autobezoekers per type parkeergelegenheid vanaf 2001 (in %)

*Bezoekfrequentie*

## lokale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
vrijwel dagelijks	26%	19%	15
1, 2, 3 keer per week	58%	59%	22
1, 2, 3 keer per maand	14%	22%	33
minder dan 1 keer per maand	2%	0%	3
<b>totaal</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>21</b>

## regionale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
vrijwel dagelijks	13%	8%	18
1, 2, 3 keer per week	35%	30%	25
1, 2, 3 keer per maand	39%	46%	34
minder dan 1 keer per maand	12%	16%	38
<b>totaal</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>29</b>

## bovenregionale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
vrijwel dagelijks	7%	2%	12
1, 2, 3 keer per week	21%	16%	27
1, 2, 3 keer per maand	25%	24%	34
minder dan 1 keer per maand	47%	58%	43
<b>totaal</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>

## TOTAAL

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
vrijwel dagelijks	18%	10%	15
1, 2, 3 keer per week	43%	37%	23
1, 2, 3 keer per maand	21%	27%	34
minder dan 1 keer per maand	17%	26%	41
<b>totaal</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>

*Vervoermiddel*

## lokale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
lopend	33%	37%	24
(brom)fiets	48%	46%	21
openbaar vervoer	10%	8%	17
auto/motor	8%	9%	25
P&R Citybus	0%	0%	6
overig	1%	0%	7
totaal	100%	100%	22

## regionale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
lopend			
(brom)fiets	20%	6%	9
openbaar vervoer	36%	54%	45
auto/motor	36%	34%	29
P&R Citybus	7%	5%	22
overig	0%	0%	0
totaal	100%	100%	30

## bovenregionale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
lopend			
(brom)fiets	8%	7%	31
openbaar vervoer	48%	27%	20
auto/motor	39%	61%	54
P&R Citybus	4%	4%	33
overig	1%	1%	20
totaal	100%	100%	35

## TOTAAL

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
lopend	18%	16%	24
(brom)fiets	32%	25%	21
openbaar vervoer	26%	23%	24
auto/motor	21%	33%	42
P&R Citybus	3%	3%	27
overig	1%	0%	12
totaal	100%	100%	27



*Verblijfsduur*

## lokale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
tot en met een half uur	48%	21%	10
half uur tot en met 1 uur	27%	35%	28
1 uur tot en met 2 uur	15%	23%	34
langer dan 2 uur	11%	21%	41
totaal	100%	100%	21

## regionale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
tot en met een half uur	35%	13%	11
half uur tot en met 1 uur	15%	19%	37
1 uur tot en met 2 uur	28%	39%	40
langer dan 2 uur	22%	30%	41
totaal	100%	100%	29

## bovenregionale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
tot en met een half uur	28%	15%	19
half uur tot en met 1 uur	22%	24%	39
1 uur tot en met 2 uur	23%	25%	39
langer dan 2 uur	27%	36%	47
totaal	100%	100%	35

## TOTAAL

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
tot en met een half uur	40%	17%	12
half uur tot en met 1 uur	24%	28%	32
1 uur tot en met 2 uur	19%	26%	37
langer dan 2 uur	17%	28%	44
totaal	100%	100%	27

*Bezoekgroepgrootte*

## lokale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
1 persoon	70%	73%	22
2 personen	26%	23%	19
3 personen	4%	2%	12
4 personen	0%	0%	5
5 of meer personen	1%	2%	71
totaal	100%	100%	21

## regionale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
1 persoon	55%	66%	35
2 personen	33%	28%	25
3 personen	5%	3%	20
4 personen	3%	2%	18
5 of meer personen	4%	1%	9
totaal	100%	100%	29

## bovenregionale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
1 persoon	48%	57%	42
2 personen	41%	37%	32
3 personen	8%	4%	19
4 personen	2%	1%	14
5 of meer personen	0%	0%	9
totaal	100%	100%	35

## TOTAAL

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
1 persoon	61%	65%	29
2 personen	31%	30%	25
3 personen	5%	3%	17
4 personen	1%	1%	14
5 of meer personen	1%	1%	28
totaal	100%	100%	27

*Geslacht*

## lokale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
man	37%	33%	19
vrouw	63%	67%	23
totaal	100%	100%	21

## regionale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
man	38%	35%	27
vrouw	62%	65%	31
totaal	100%	100%	29

## bovenregionale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
man	44%	47%	38
vrouw	56%	53%	34
totaal	100%	100%	36

## TOTAAL

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
man	39%	39%	27
vrouw	61%	61%	27
totaal	100%	100%	27

*Leeftijd*

## lokale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
15 tot 25	35%	32%	19
25 tot 35	21%	25%	26
35 tot 45	12%	13%	25
45 tot 60	18%	22%	25
60 of ouder	14%	9%	13
totaal	100%	100%	21

## regionale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
15 tot 25	34%	37%	32
25 tot 35	6%	4%	22
35 tot 45	13%	11%	25
45 tot 60	31%	33%	32
60 of ouder	16%	14%	27
totaal	100%	100%	30

## bovenregionale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
15 tot 25	33%	15%	16
25 tot 35	11%	9%	28
35 tot 45	10%	19%	67
45 tot 60	22%	24%	39
60 of ouder	23%	33%	50
totaal	100%	100%	36

## TOTAAL

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
15 tot 25	34%	26%	20
25 tot 35	15%	15%	26
35 tot 45	11%	15%	36
45 tot 60	22%	25%	31
60 of ouder	17%	19%	30
totaal	100%	100%	27

*Huishoudengrootte*

## lokale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
1 persoon	48%	45%	20
2 personen	29%	30%	22
3 personen	8%	6%	15
4 personen	11%	16%	31
5 of meer personen	4%	3%	16
totaal	100%	100%	21

## regionale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
1 persoon	11%	18%	48
2 personen	30%	28%	27
3 personen	14%	9%	18
4 personen	22%	23%	31
5 of meer personen	23%	22%	29
totaal	100%	100%	29

## bovenregionale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
1 persoon	15%	16%	36
2 personen	41%	61%	53
3 personen	14%	6%	17
4 personen	18%	12%	24
5 of meer personen	12%	5%	13
totaal	100%	100%	35

## TOTAAL

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
1 persoon	32%	29%	24
2 personen	33%	42%	34
3 personen	11%	7%	16
4 personen	15%	16%	28
5 of meer personen	9%	7%	20
totaal	100%	100%	27

*Combinatieaankopen*

## lokale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
alleen dagelijkse aankopen	16%	9%	13
alleen niet-dagelijkse aankopen	32%	78%	53
zowel dagelijkse als niet-dagelijkse aankopen	6%	11%	37
geen bestedingen in winkels	46%	2%	1
TOTAAL	100%	100%	21

## regionale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
alleen dagelijkse aankopen	7%	6%	23
alleen niet-dagelijkse aankopen	43%	84%	58
zowel dagelijkse als niet-dagelijkse aankopen	7%	10%	46
geen bestedingen in winkels	43%	0%	0
TOTAAL	100%	100%	29

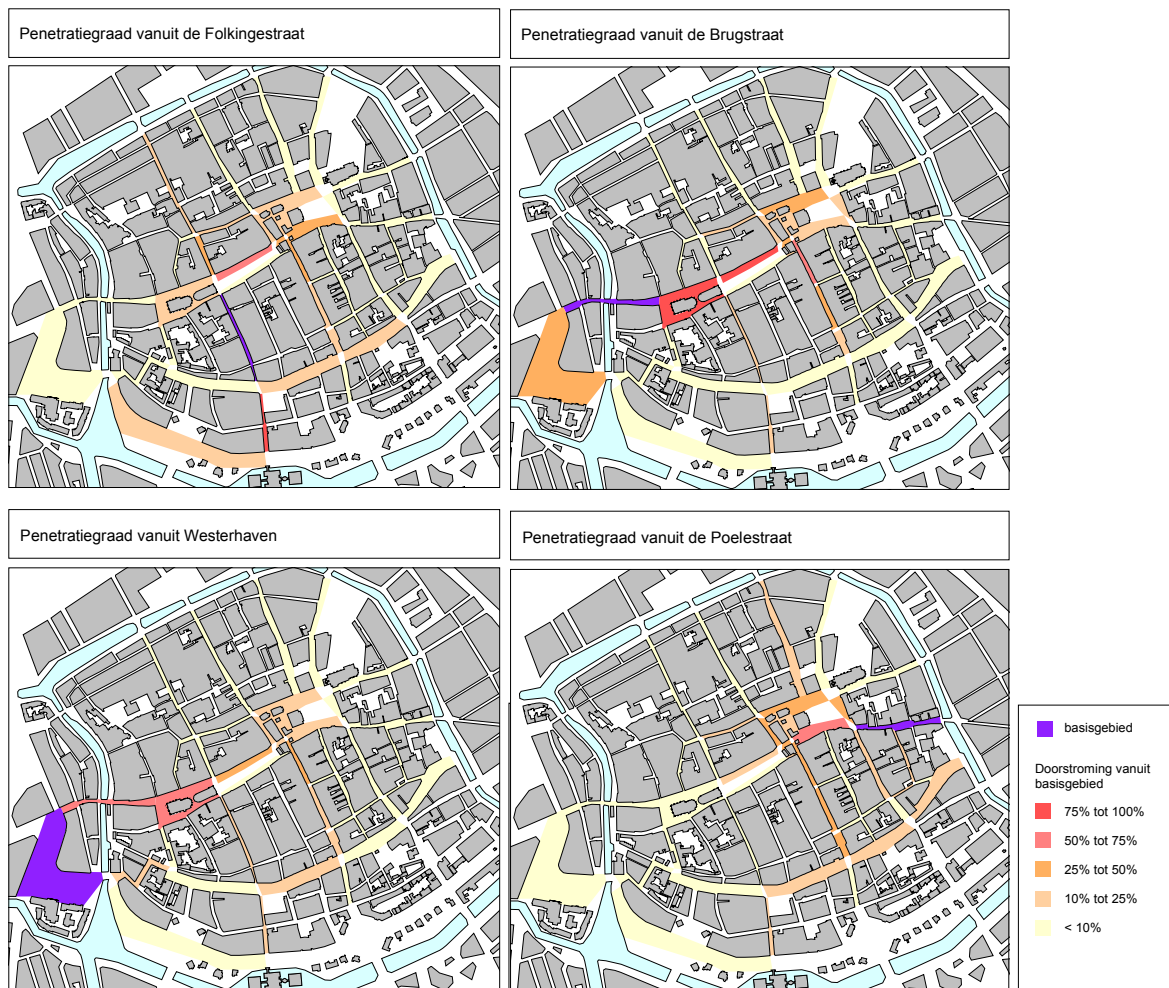
## bovenregionale bezoekers

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
alleen dagelijkse aankopen	7%	3%	17
alleen niet-dagelijkse aankopen	42%	80%	68
zowel dagelijkse als niet-dagelijkse aankopen	7%	16%	87
geen bestedingen in winkels	45%	0%	0
TOTAAL	100%	100%	35

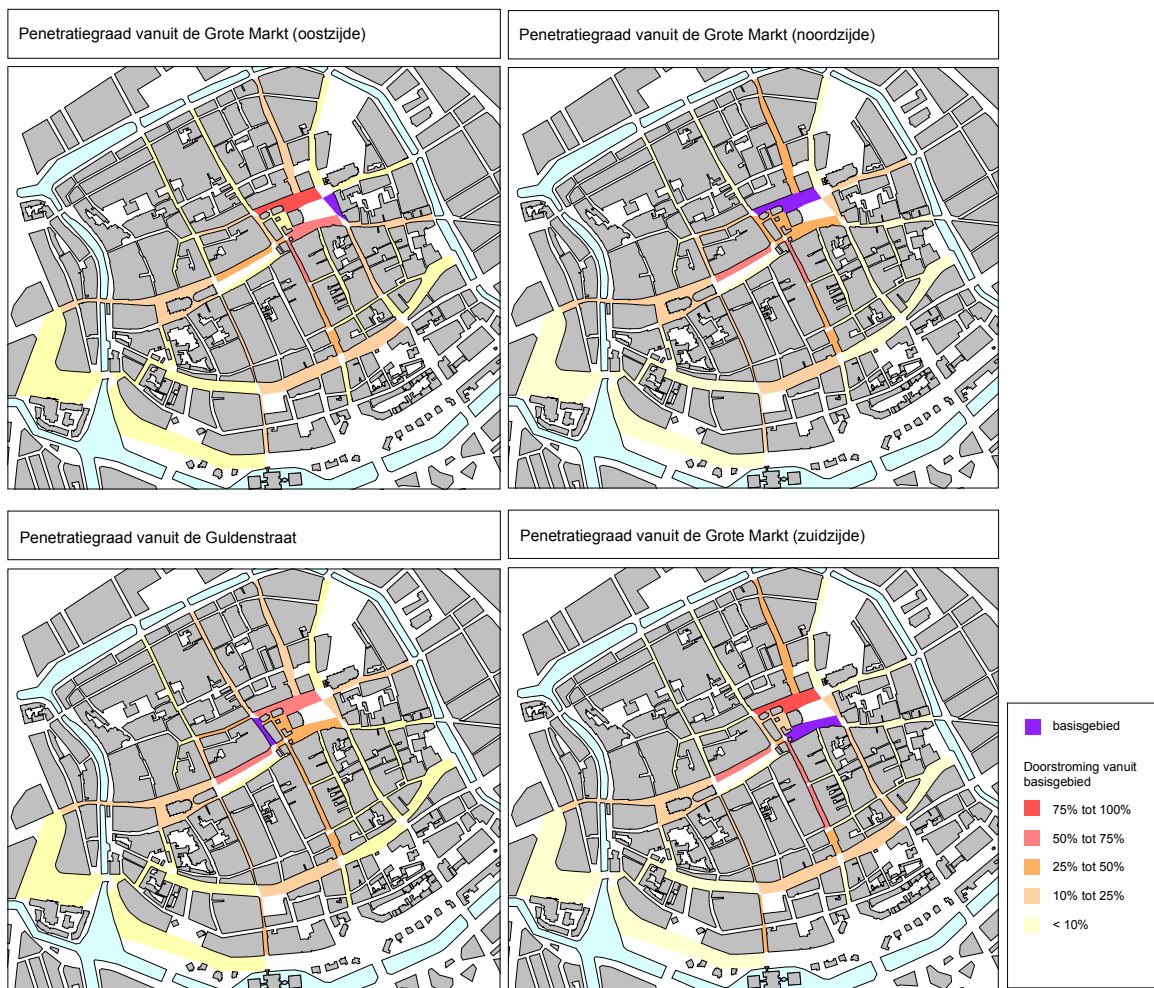
## totaal

	bezoekers	omzetaandeel	gem. besteding
alleen dagelijkse aankopen	12%	6%	14
alleen niet-dagelijkse aankopen	36%	80%	59
zowel dagelijkse als niet-dagelijkse aankopen	7%	13%	53
geen bestedingen in winkels	45%	1%	0
TOTAAL	100%	100%	27

B2.9: Penetratiegraad

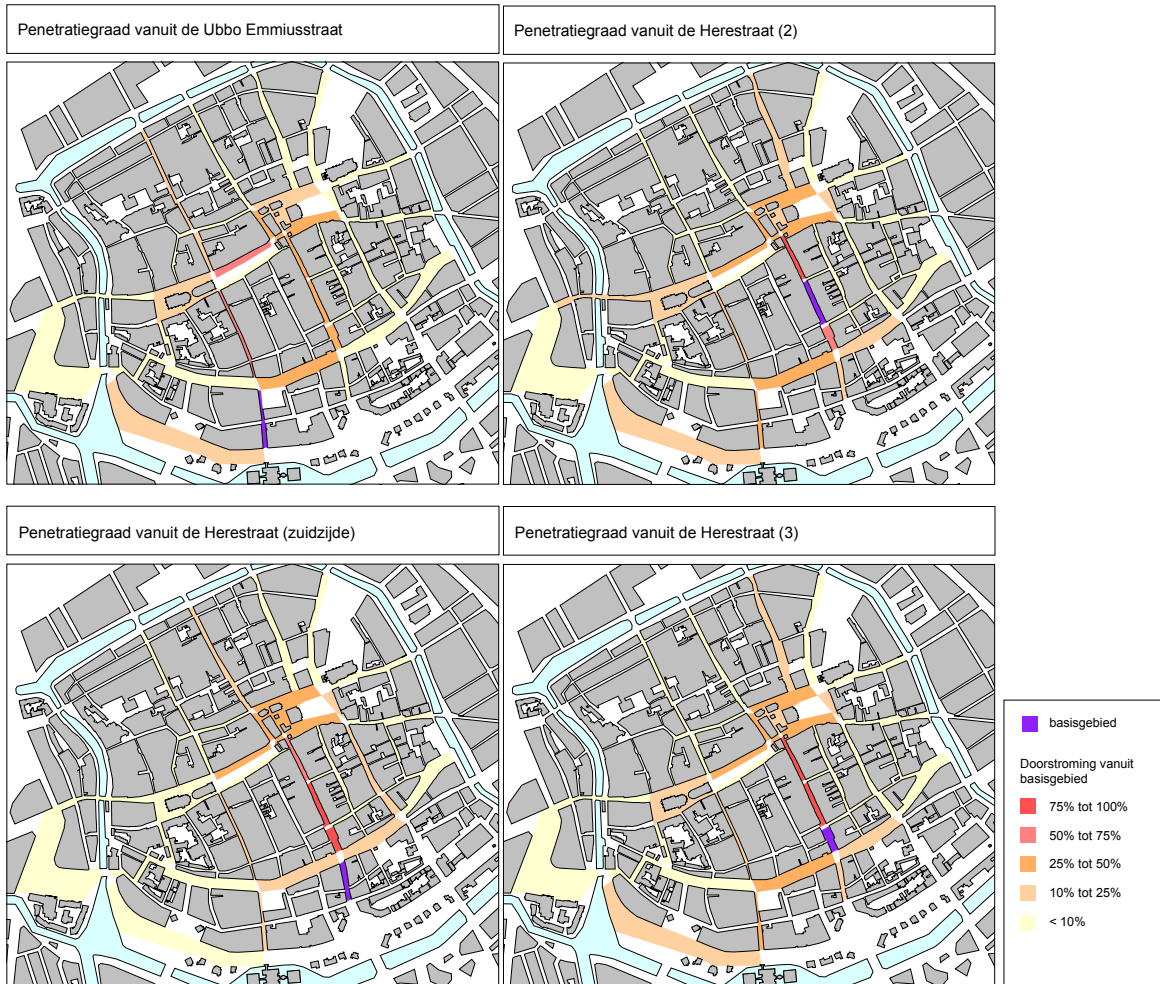


Goudappel Coffeng, passantenenquête Groningen, 2005

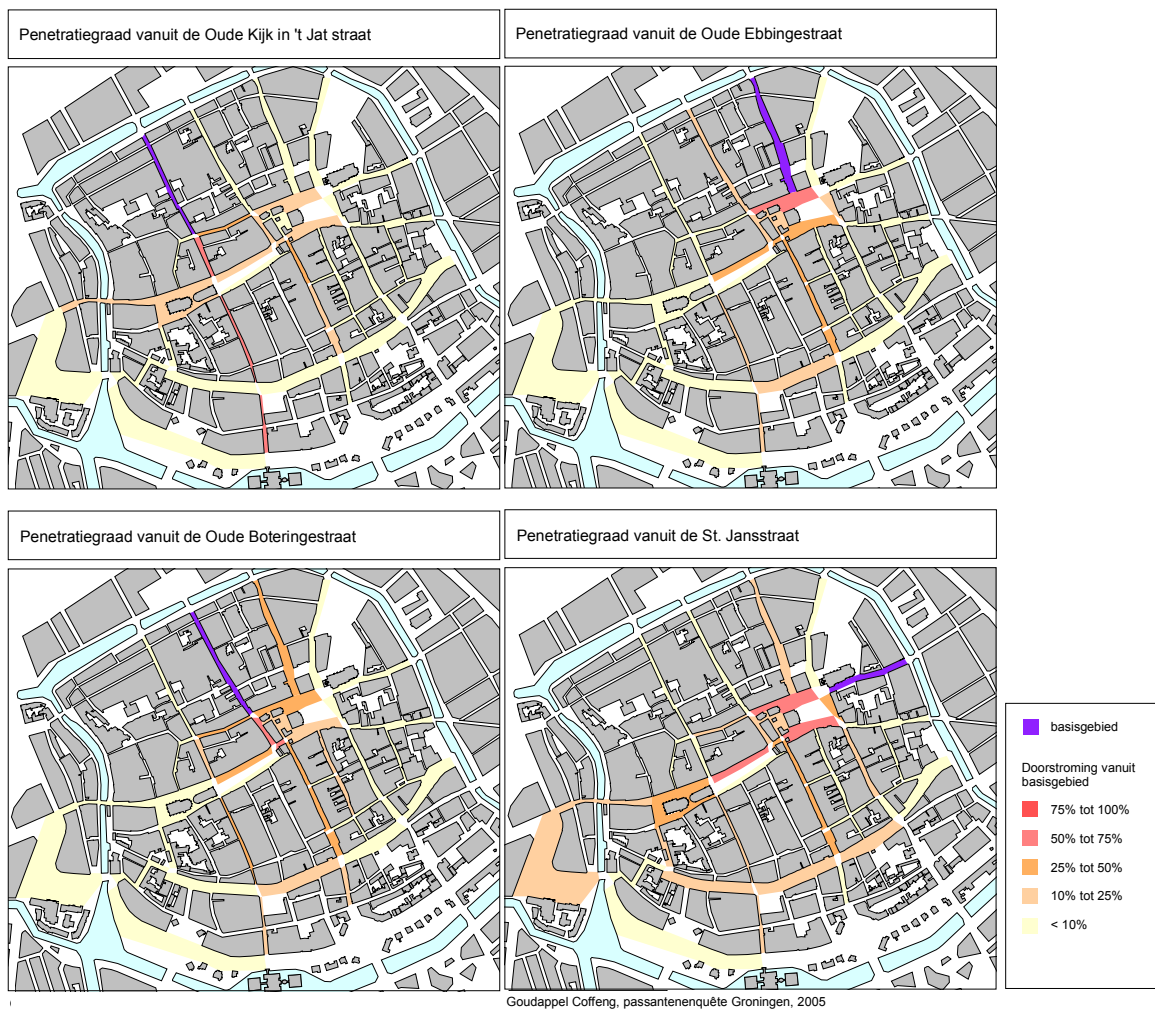


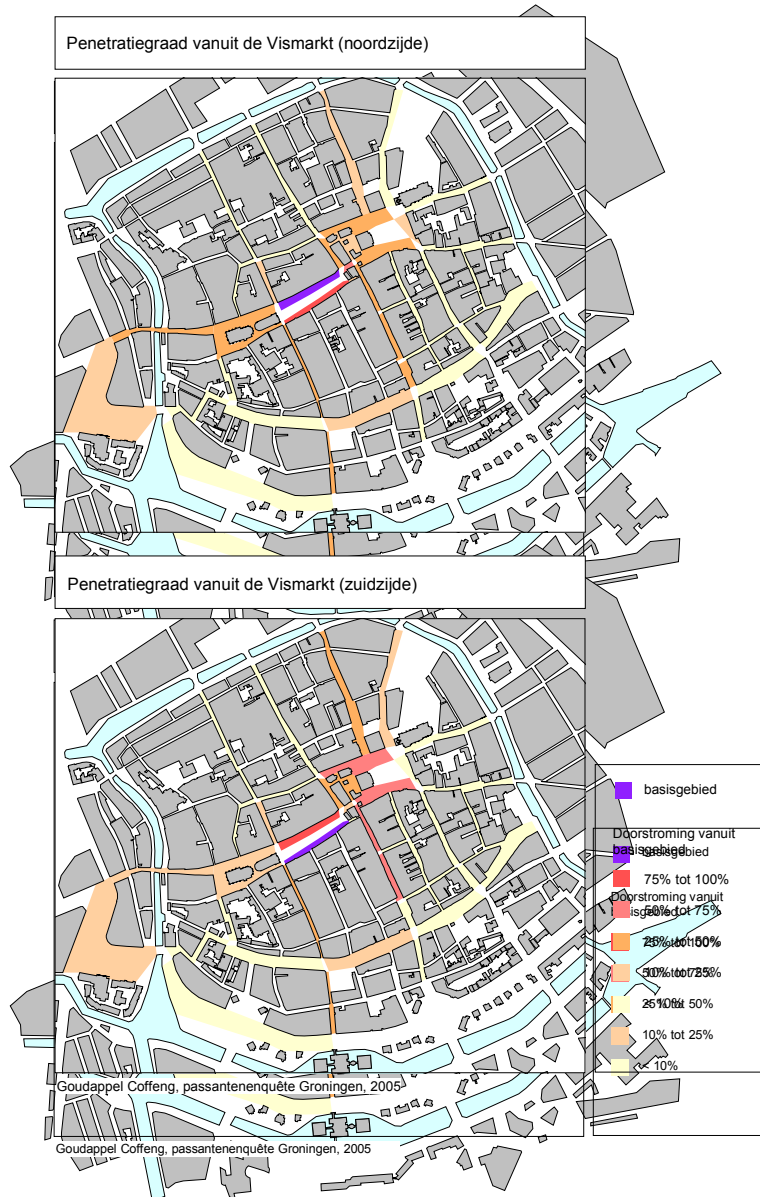
Goudappel Coffeng, passantenenquête Groningen, 2005





Goudappel Coffeng, passantenenquête Groningen, 2005





Vervoerswijze	2001	2002	2003	2004	2005
lopend	51	52	62	48	52
(brom-)fiets	0	2	0	0	0
openbaar vervoer	4	4	4	3	3
auto/motor	9	5	7	7	4
overig	7	4	3	2	5

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête sinds 2001

Tabel B2.10: Vervoerswijze bezoekers Groninger binnenstad (in %)

Parkeergelegenheid	2001	2002	2003	2004	2005
<i>Parkeergarages</i>	51	52	62	48	52
Provinciehuis	0	2	0	0	0
AZG	4	4	4	3	3
Naberpassage	9	5	7	7	4
Centrum	7	4	3	2	5
Bios	4	2	4	2	1
City-Zuid	9	4	7	5	6
Casino	2	3	5	3	3
Oosterpoort	2	4	3	1	2
Rademarkt	7	9	8	11	8
Ossenmarkt	5	7	5	7	7
Westerhaven	1	7	13	8	12
NS/Cascade	2	2	3	.	1
<i>Parkeerterreinen</i>	4	5	3	5	6
Boterdiep	1	4	2	3	2
Damsterdiep	3	2	2	2	4
<i>Parkeerhavens</i>	14	15	12	13	11
Gedempte Zuiderdiep	2	1	3	5	1
Gedempte Zuiderdiep/Rademarkt	0	1	1	1	2
Gedempte Kattendiep	1	2	1	2	0
Pelsterstraat/Haddingestraat	8	6	6	2	5
Hoge der A	0	2	1	0	1
Rode Weeshuisstraat/Oude Ebbingestraat/Kwinkenplein	3	4	1	3	2
<i>P&amp;R Citybus</i>	5	10	4	19	20
P + R Citybus Peizerweg	1	0	1	2	0
P + R Citybus Zaanstraat	1	2	2	4	4
P + R Citybus Sontweg	2	6	1	10	14
P + R Citybus Transferium Noorddijk (Kardinge)	1	2	0	3	2
<i>Overig parkeren</i>	26	17	19	14	10
Overig binnen Diepenring (betaald)	4	3	2	4	3
Overig buiten Diepenring (betaald)	6	2	2	2	3
Overig buiten Diepenring (gratis)	16	4	13	7	4
Overig binnen Diepenring (gratis)	-	3	2	1	1
Privé geparkeerd	-	6	0	.	.
<i>Totaal</i>	100	100	100	100	100

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2005

- niet geïnventariseerd

Tabel B2.11: Verdeling autobezoekers over parkeergelegenheden (in %)



## **Bijlage 3: Vragenlijsten**

**TELEFONISCHE ENQUÊTE GRONINGEN, MONITOR 2005**Datum: Tijdstip: 

Goedemiddag/avond mevrouw, meneer. U spreekt met .. van Goudappel Coffeng. In opdracht van de gemeente Groningen wil ik u een paar vragen stellen over winkelen. Mag dat? Het duurt slechts een paar minuten.

1a Waar, in welk winkelgebied, doet u het grootste deel van uw dagelijkse boodschappen, als het gaat om levensmiddelen? (ENQ.: zie kaartmateriaal/lijst van aankoopplaatsen)

1b Doet u ook nog wel eens in een ander winkelgebied zulke boodschappen? (ENQ.: zie kaartmateriaal/lijst van aankoopplaatsen)

2. Ik noem een aantal artikelen op. Kunt u aangeven in welk winkelgebied u de afgelopen twee jaar hieraan het meeste geld heeft uitgegeven. Daarna waar u dat óók nog heeft gekocht.

(ENQ.: zie kaartmateriaal/lijst van aankoopplaatsen)

		het meest	ook nog
1	brood en banket	1	<input type="text"/>
2	vlees en vleeswaren	2	<input type="text"/>
3	groente/fruit/aardappelen	3	<input type="text"/>
4	drogisterij of parfumerie-artikelen	4	<input type="text"/>
5	schoenen en lederwaren	5	<input type="text"/>
6	dames- of herenkleding	6	<input type="text"/>
7	meubelen	7	<input type="text"/>
8	woningtextiel (vloerbedekking, gordijnen)	8	<input type="text"/>
9	radio, televisie, computer, CD(rom), video, DVD, telecom	9	<input type="text"/>
10	huishoudelijke apparaten (koffiezetter, lamp, koelkast, wasmach.)	10	<input type="text"/>
11	doe-het-zelfartikelen	11	<input type="text"/>
12	huishoud. en luxe art.(serviesgoed, handdoeken, huishoudplastic)	12	<input type="text"/>
13	bloemen, planten, dieren en tuinbenodigdheden	13	<input type="text"/>
14	boeken, tijdschriften, school-/kantoorbenodigdheden	14	<input type="text"/>
15	fietsen, bromfietsen en autoaccessoires	15	<input type="text"/>
16	fotografische artikelen	16	<input type="text"/>
17	brillen, sieraden	17	<input type="text"/>
18	sport- en kampeerartikelen, speelgoed	18	<input type="text"/>
19	Waar, in welk winkelgebied bezoekt u een reisbureau?	19	<input type="text"/>
20	Waar, in welk winkelgebied bezoekt u 'n café of eetgelegenheid?	20	<input type="text"/>
21	Waar, in welk winkelgebied bezoekt u een kapper?	21	<input type="text"/>

NB Welke komt het vaakst voor, categorieën 5 tot en met 18? -->

3. Met welk vervoermiddel gaat u naar ... <het vaakst bezochte gebied>? (zie hierboven)

® lopend

Σ trein

© fiets of bromfiets

/ auto

™ bus

| anders, nl. ....

\ auto + Citybus

4a. Kunt u de belangrijkste redenen noemen waarom u naar ... <het vaakst bezochte gebied> (zie hierboven) gaat? (max. 4)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4b. Welke winkels of andere zaken mist u in ... <het vaakst bezochte gebied> en wat vindt u minder positieve punten? (max. 4)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(indien binnenstad -> vr6)

5. Welke winkels of andere zaken mist u in de binnenstad van Groningen en wat vindt u minder positieve punten? (max. 4)

---



---

6. Bezoekt u wel eens in uw vrije tijd de volgende voorzieningen in de binnenstad van Groningen?

- |   |                        |                          |                           |
|---|------------------------|--------------------------|---------------------------|
| 1 | bioscoop of schouwburg | <input type="radio"/> ja | <input type="radio"/> nee |
| 2 | discotheek of dancing  | <input type="radio"/> ja | <input type="radio"/> nee |
| 3 | casino                 | <input type="radio"/> ja | <input type="radio"/> nee |
| 4 | museum                 | <input type="radio"/> ja | <input type="radio"/> nee |

5 Hoe vaak combineert u winkelen met een bezoek aan de overige voorzieningen in de binnenstad?

vrijwel dagelijks	2 tot 3 keer per maand
2 tot 3 keer per week	1 keer per maand
1 keer per week	minder dan 1 keer per maand
	nooit

7. Ik noem een aantal aspecten die betrekking hebben op de binnenstad van Groningen. Kunt u per aspect een rapportcijfer geven? (ENQ: 1 = zeer slecht, t/m 10 = zeer goed)

		rapportcijfer Groningen
1	reistijd	1
2	parkeren	2
3	sfeer/ gezelligheid	3
4	keuzemogelijkheden van winkelaanbod	4
5	uitgaansmogelijkheden	5
6	veiligheid	6

- 8a. Bezoekt u wel eens de koopzondag in het centrum van Groningen?      ja      nee
- 8b. Zou u het wenselijk vinden als het aantal koopzondagen in de Groninger binnenstad wordt uitgebreid?      ja      nee

Tot slot wil ik u nog een paar algemene vragen stellen.

9. Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden? (ENQ: vul aantal in; 9=9 personen of meer)
10. Mag ik vragen wat uw leeftijd is? (ENQ: vul leeftijd in)
11. Kunt u aangeven tot welke klasse het netto jaar-inkomen van uw huishouden behoort? (in euro's, zie ook lijstje in guldens)
- |   |   |
|---|---|
| <input type="radio"/> tot 15.000              | <input type="radio"/> tussen 25.000 en 35.000 |
| <input type="radio"/> tussen 15.000 en 20.000 | <input type="radio"/> meer dan 35.000         |
| <input type="radio"/> tussen 20.000 en 25.000 | <input type="radio"/> geen antwoord           |

We zijn aan het eind gekomen van de vragenlijst. Hartelijk dank voor uw medewerking en een prettige dag verder.

NOTEER Geslacht:       man       vrouw

NOTEER postcode respondent:



Dag mevrouw, meneer. Wij houden in opdracht van de gemeente Groningen een enquête over uw binnenstadsbezoek.

Mag ik u een paar vragen stellen? Het duurt slechts een paar minuten.

1a	WAAROM BENT U VOORNAMELIJK NAAR DE BINNENSTAD GEKOMEN?	winkelen werk dienstverlening (bijv.kapper, reisbureau)	horeca bezoek Groninger museum overig toeristisch bezoek	wonen studie anders, namelijk .....																																																
1b	WAAROM NOG MEER?	winkelen werk dienstverlening (bijv.kapper,reisbureau)	horeca bezoek Groninger museum overig toeristisch bezoek	wonen studie anders, namelijk ..... slechts één reden																																																
2	HOE VAAK BEZOECT U WINKELS IN DE BINNENSTAD?	vrijwel dagelijks 2 tot 3 keer per week 1 keer per week	2 tot 3 keer per maand 1 keer per maand minder dan 1 keer per maand																																																	
3a	BENT U LOPEND NAAR DE STAD GEKOMEN?(ENQ:de respondent loopt in de stad en we willen weten hoe hij naar de stad is gekomen)	lopend <b>niet</b> vanaf huisadres van parkeerplaats, werk, o.i.d.	lopend vanaf huisadres	naar vraag 5																																																
3b	MET WELK VERVOERMIDDEL BENT U DAN GEKOMEN? (ENQ:indien met auto: vragen naar P&R Citybus, zo ja, <u>Alleen</u> Citybus invullen)	fiets of bromfiets trein	gewone streekbus auto of motor	P&R Citybus anders, namelijk .....																																																
3c	(Indien vr3b = 3): BENT U MET DE BUS GEKOMEN VANWEGE DE ACTIE MET HET EUROKAARTJE, OF ZOU U SOWIESO MET DE BUS ZIJN GEKOMEN?*		sowieso met de bus	door het eurokaartje																																																
4	(indien vr3b = 4 of 5:) WAAR HEEFT U UW AUTO GEPARKEERD?	(ENQ: zie parkeerkaart, 99 = niet met auto)																																																		
5	KUNT U OP DIT KAARTJE AANGEVEN WAAR U DE BINNENSTAD BENT BINNENGEKOMEN? (ENQ: zie looproutekaart)	<input type="text"/>																																																		
6	KUNT U OP DEZE KAART AANGEVEN HOE U VANDAAG DOOR DE BINNENSTAD BENT GELOPEN? (ENQ: zie kaart; nauwkeurig omcirkelen!)	<table border="0"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td><td>19</td><td>20</td><td>21</td><td>22</td><td>23</td><td>24</td> </tr> <tr> <td>25</td><td>26</td><td>27</td><td>28</td><td>29</td><td>30</td><td>31</td><td>32</td><td>33</td><td>34</td><td>35</td><td>36</td><td>37</td><td>38</td><td>39</td><td>40</td><td>41</td><td>42</td><td>43</td><td>44</td><td>45</td><td>46</td><td>47</td><td>48</td> </tr> </table>			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24																													
25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48																													
7	HEEFT U VANDAAG AL EEN BEZOEK GEBRACHT AAN DE IKEA IN GRONINGEN, OF BENT U VAN PLAN VANDAAG DE IKEA IN GRONINGEN NOG TE BEZOEKEN?	ja		nee																																																
8	HOE LANG BENT U NU IN DE BINNENSTAD?	(ENQ: in minuten)																																																		
9	BLIJFT U OF GAAT U NU NET WEG?	blijft	gaat net weg																																																	
10a	BENT U BEKEND MET DE VOLGENDE DEELGEBIEDEN VAN DE BINNENSTAD? (OOIT BEZOCHT) (oplezen en tonen op kaart)																																																			
10b	EN HOE WAARDEERT U DE GEBIEDEN DIE U OOIT HEBT BEZOCHT? (a: niet bekend =1, bekend/bezocht =2) (b: rapportcijfer van 1 t/m 10, zeer slecht =1, zeer goed =10)																																																			
	1. Herestraat	a1. <input type="text"/>	b1. <input type="text"/>	4. 'Rechtsboven'	a4. <input type="text"/>	b4. <input type="text"/>																																														
	2. 'Linksboven'	a2. <input type="text"/>	b2. <input type="text"/>	5. 'Rechtsonder'	a5. <input type="text"/>	b5. <input type="text"/>																																														
	3. 'Linksonder'	a3. <input type="text"/>	b3. <input type="text"/>	6. Winkelcomplex Westerhaven	a6. <input type="text"/>	b4. <input type="text"/>																																														
11	HEEFT U VANDAAG IN DE BINNENSTAD IETS BESTEED IN WINKELS OF ANDERE GELEGENHEDEN? (Enq: items noemen die tussen de haakjes staan (bedragen in hele euro's))	ja		nee																																																
	Ja, aan dagelijkse boodschappen (levensmiddelen, drogist)	Totaal bedrag:	<input type="text"/>																																																	
	Ja, aan winkelen (kleding, schoeisel, huishoudelijke en andere apparaten, boeken, meubels, tijdschriften en kantoorartikelen)	Totaal bedrag:	<input type="text"/>																																																	
	Ja, aan cultuur en uitgaan	Totaal bedrag:	<input type="text"/>																																																	
	Ja, aan consumpties (horeca)	Totaal bedrag:	<input type="text"/>																																																	
	Ja, aan dienstverlening (kapper, reisbureau etc.)	Totaal bedrag:	<input type="text"/>																																																	
12	UIT HOEVEEL PERSONEN BESTAAT UW HUISHOUDEN?	(vul aantal in; 9 = 9 personen of meer)																																																		
13	MAG IK VRAGEN WAT UW LEEFTIJD IS?	(geen antwoord=99)																																																		
14	WAT IS DE POSTCODE VAN UW HUISADRES? (indien onbekend, adres + woonplaats:)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>																																																

We zijn aan het eind gekomen van de vragenlijst. Hartelijk dank voor uw medewerking en een prettige dag/avond verder.

**ZELF IN TE VULLEN DOOR ENQUETEUR**

15	GESLACHT	man	vrouw
16	AANTAL PERSONEN IN GEZELSCHAP RESPONDENT (inclusief respondent)	<input type="text"/>	
17	ENQUETEPOST	<input type="text"/>	
18	TIJDVAK	<input type="text"/>	

19	DAG VAN DE WEEK	donderdag	vrijdag	zaterdag
20	VOLGNUMMER			

\*\* alleen op zaterdag

## Bijlage 4: Begrippenlijst

*afvloeiing* - percentage van de koopkracht in een woongebied dat besteed wordt buiten het lokale winkelapparaat.

*binding* - percentage van de koopkracht in een woongebied dat besteed wordt in het lokale winkelapparaat.

*binnen onderzoeksgebied* - de 10 zuidelijke gemeenten van de 14 regiogemeenten voor het imago-onderzoek in 2001 (Slochteren, Hoogezand-Sappemeer, Haren, Eelde, Peize, Roden, Leek, Grootegast, Vries en Zuidlaren) (zie ook: zuiderlingen en onderzoeksgebied).

*bovenregionale bezoekers* - herkomst van deze bezoekers van de binnenstad van Groningen is van buiten het onderzoeksgebied (zie ook lokale en regionale bezoekers van driedeling herkomst in de passantenenquête).

*centra* - we onderscheiden de grote centra (in de omgeving zijn dat de centra van Appingedam, Delfzijl, Haren, Leek, Roden, Stadskanaal, Veendam, Winschoten, en Groot-Gorecht) en de kleinere centra (dorpskernen van bijvoorbeeld Aduard, Midwolda, Muntendam, Oude Pekela en Zuidwolde).

*dagelijkse artikelen* - het aanbod in de branchegroepen voedings- en genotmiddelen en persoonlijke verzorging (drogisterij en parfumerie). Frequentie van 'boodschappen' is vrijwel dagelijks.

*frequente bezoeker Groninger binnenstad* - Groningen-centrum is het meestbezochte winkelgebied voor niet-dagelijkse aankopen voor de respondent uit de telefonische enquête.

*filialiseringsgraad* - het aandeel van formules in het aanbod (ook wel formulegraad).

*GDV-locatie* - locatie voor Geconcentreerde Grootchalige Detailhandels Vestigingen, waar de branchebeperkingen van het PDV-beleid niet of maar beperkt gelden. Uitsluitend en onder voorwaarden mogelijk in de stedelijke knooppunten.

*inkomensverdeling* - de inkomensverdeling die in het onderzoek wordt gehanteerd (zie ook vragenlijst) is ontleend aan de indeling waarmee correcties op detailhandelsbestedingen worden gemaakt.

*kwaliteit van winkelaanbod* - beoordeling van winkels op de aspecten marktsegmentering en presentatie.

*leegstand* – geen economische activiteit in de winkelunit op moment van inventarisatie.

*lokale bezoekers* – herkomst van deze bezoekers van de binnenstad van Groningen is de gemeente Groningen (zie ook (boven)regionale bezoekers van driedeling herkomst in de passantenenquête).

*marktaandeel* – het percentage koopkracht in een gemeente dat een bepaald winkelcentrum weet te trekken.

*marktomvang* – de feitelijke omzet van een bepaald gebied (winkelcentrum, gemeente, regio) als resultaat van het gebonden marktpotentieel (dat wil zeggen dat rekening is gehouden met toe- en afvloeiing van bestedingen).

*marktpositie* – verhouding van het marktaandeel van een winkelcentrum tot de marktaandelen van de overige winkelcentra in een gebied.

*marktpotentieel* – bedrag dat inwoners van een bepaald gebied (gemeente, regio) jaarlijks besteden in de gevestigde detailhandel (doorgaans een combinatie van inwonertallen en gemiddelde bestedingen).

*marktsegmentering* – Een indeling van alle verkooppunten in de marktsegmenten ‘discount’, ‘prijsvriendelijk’, ‘gemiddeld’, ‘midden-plus’, ‘hoogwaardig’ en de uitzonderingsklasse ‘bijzonder’ als onderdeel van de kwaliteitsbeeldmeting.

*MDW-operatie* – Marktwerking-, Deregulering- en Wetgevingskwaliteitsproces waarin een ambtelijke werkgroep het ruimtelijke-ordeningsbeleid gericht op perifere en groot-schalige detailhandel heeft onderzocht. Daaruit zijn suggesties voor een nieuw detailhandelsbeleid voortgekomen die intussen door het kabinet als standpunt zijn overgenomen.

*niet-dagelijkse artikelen* – het aanbod in de onderscheiden branchegroepen, anders dan voedings- en genotmiddelen en persoonlijke verzorging. Het ‘winkelen’; vergelijkend en doelgericht.

*niet-frequente bezoeker Groninger binnenstad* – Groningen-centrum is niet het meest-bezochte winkelgebied voor niet-dagelijkse aankopen voor de respondent uit de telefonische enquête (inclusief nooit bezocht).

*noorderlingen* – inwoners van de noordelijke regiogemeenten (Ten Boer, Bedum, Winsum en Zuidhorn).

*onder onderzoeksgebied* - de 12 gemeenten ten zuiden van de regio voor het imago-onderzoek in 2001 (Achtkarspelen, Anloo, Assen, Marum, Menterwolde, Norg, Ooststellingwerf, Opsterland, Rolde, Smalingerland, Smilde en Veendam).

*onderzoeksgebied* - Groningen en de 14 regiogemeenten. De indeling van het onderzoeksgebied is overeenkomstig de situatie van voor de gemeentelijke herindelingen (zie regio).

*'Out of home'-kanaal* - verkoopkanaal, bestaande uit o.a. horeca, catering en tankstations, waar net als in de detailhandel tevens maaltijden en maaltijdcomponenten te koop zijn.

*PDV-branches* - detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke stoffen en winkelformules die vanwege de omvang en aard van het assortiment een groot oppervlak nodig hebben (auto's, boten en caravans, tuincentra, bouwmarkten, keukens en sanitair, woninginrichting en meubels).

*PDV-locatie* - locatie waar zich de in het Perifere Detailhandels Vestigingenbeleid van de rijksoverheid gedefinieerde branches mogen vestigen (zie boven).

*perifeer* - alle terreinen of locaties binnen de bebouwde kom die niet binnen of nabij een bestaand of gepland winkelgebied liggen.

*presentatie* - Een indeling van de beoordeling van het voorkomen alle verkooppunten in de klassen 'laag', 'laag-midden', 'midden', 'midden-hoog' en 'hoog' als onderdeel van de kwaliteitsbeeldmeting.

*regio(gemeenten)* - de gemeenten Ten Boer, Bedum, Winsum, Zuidhorn, Slochteren, Hoogezand-Sappemeer, Haren, Eelde, Peize, Roden, Leek, Grootegast, Vries en Zuidlaren. Vorenstaand overzicht van gemeenten dateert van voor de gemeentelijke herindelingen. In 1998 zijn alle gemeenten in Drenthe heringedeeld. Binnen het onderzoeksgebied van deze detailhandelsmonitor zijn de voormalige gemeenten Zuidlaren, Eelde en het grootste deel van Vries opgegaan in de gemeente Zuidlaren. De voormalige gemeenten Peize en Roden zijn samen met Norg de gemeente Noordenveld gaan vormen.

*regionale bezoekers* - herkomst van deze bezoekers van de binnenstad van Groningen is uit het onderzoeksgebied exclusief de gemeente Groningen (zie ook lokale en bovenregionale bezoekers van driedeling herkomst in de passantenenquête).

*toevloeiing* - percentage van de omzet in een winkelgebied dat van buiten de eigen gemeente komt.

*verkooppunt* - het begrip verkooppunt is in het algemeen te vertalen als winkel. Echter, in sommige gevallen zijn in het winkelpand meer verkooppunten gevestigd. Zodra er sprake is van aanbod in verschillende hoofdbanches wordt er een onderscheid gemaakt tussen verkooppunten.

*verkoopvloeroppervlak (vvo)* - hierbij gaat het om de overdekte verkoopruimten die bedoeld zijn voor het publiek en die direct samenhangen met de winkelverkoop (zoals etalages, vitrines, toonbanken, schapruimte, paskamers en kassar ruimten). Dit in tegenstelling tot het bruto vloeroppervlak (bvo) waarbij ook kantoor en magazijnruimte wordt meegeteld.

*verspreide bewinkeling* - zowel in woongebied als in niet-woongebied gelegen winkels, die niet in een winkelgebied liggen.

*verzorgingsgebied* - het geografisch gebied waar een winkelcentrum (bijvoorbeeld Groninger binnenstad) het grootste deel (80%) van de omzet vandaan haalt.

*verzorgingsniveau* - winkelaanbod in vierkante meters verkoopvloeroppervlak per 1.000 inwoners, ofwel het verkoopvloeroppervlak gerelateerd aan de bevolking in de woonplaats.

*vloerproductiviteit* - omzet per vierkante meter verkoopvloeroppervlak.

*volumineuze detailhandel* - winkelformules die vanwege de omvang en aard van het assortiment een groot oppervlak nodig hebben.

*winkelbezoeker* - bezoeker van de Groninger binnenstad met winkelen als bezoekdoel.

*zuiderlingen* - inwoners van de zuidelijke regiogemeenten (Slochteren, Hoogezand-Sappemeer, Haren, Eelde, Peize, Roden, Leek, Grootegast, Vries en Zuidlaren).

## Bijlage 5: onderzoeksmethodiek en statistische significantie

Het monitoronderzoek behelst het periodiek (jaarlijks) herhalen van een aanbodinventarisatie, een onderzoek naar het koopgedrag van consumenten (koopstromenonderzoek) en een herkomstonderzoek in de binnenstad van Groningen (passantenenquête). De onderdelen van het onderzoek worden jaarlijks in de maand september uitgevoerd.

### Onderzoek naar ruimtelijk koopgedrag: telefonische enquête

Het telefonisch onderzoek geeft inzicht in het koopgedrag van de inwoners van Groningen en de omliggende gemeenten: waar koopt men de dagelijkse en de niet-dagelijkse artikelen. De ruimtelijke component van het koopgedrag van consumenten wordt aangeduid met het begrip koopstroom. Met de enquête wordt echter ook inzicht verworven in de motieven voor het wel of juist niet bezoeken van de binnenstad. Dit laatste is met name interessant met het oog op de marketing van de binnenstad.

Met behulp van koopstromenonderzoek wordt een beeld verkregen van de mate waarin de consumenten voor hun aankopen gericht zijn op het lokale winkelapparaat, ook wel binding geheten, en in welke mate zij gericht zijn op winkelaanbod buiten de eigen woonplaats, ofwel de afvloeiing. Deze cijfers worden vaak weergegeven als percentages van het totale marktpotentieel van een gemeente: de totale bestedingen van haar inwoners.

De afvloeiing naar een andere gemeente betekent voor de gemeente van bestemming een instroom van bestedingen van buitenaf. Het totaal van instroom van buiten de eigen gemeente, dus het aandeel van de omzet dat een winkelgebied uit omliggende plaatsen haalt, wordt aangeduid met toevloeiing. De toevloeiing als geheel is een factor die voor het economisch functioneren van een gebied van groot belang is.

De telefonische enquêtes zijn gehouden in september. De steekproef van enquêtes binnen het onderzoeksgebied is gestratificeerd naar gemeente, en binnen de gemeente Groningen naar wijk. Het monitorprincipe is opgebouwd uit een nulmeting in het eerste jaar (1997), gevolgd door jaarlijkse herhalingen. De onderzoeksmethode is gebaseerd op het principe van voortschrijdende gemiddelden: Bij deze jaarlijkse herhalingen kan de steekproefomvang minder omvangrijk zijn dan bij de nulmeting. Elk jaar worden nieuwe onderzoeksgegevens toegevoegd aan bestaande gegevens.

Voor het eerste jaar is een steekproef vereist van 600 enquêtes in Groningen-stad en 150 enquêtes in de overige 14 gemeenten in het gebied (binnen de gemeenten verdeeld naar rato van het inwoneraantal). De totale basissteekproef voor het eerste jaar (de nulmeting) is daarmee bepaald op 2.700. In de jaren daarna worden achtereenvolgens 1.350 (in 1998) en 900 enquêtes (in 1999 en volgende jaren) afgenomen. De enquêtes worden voorzien van een weging waardoor de gemeenten onderling verge-

lijkbaar zijn. In dit rapport worden dus de cijfers gepresenteerd op basis van 2.700 enquêtes uit 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 en 2005 van 900 enquêtes in elk jaar.

Monitorjaar	1997	1998	1999 (en verder)
Steekproef n=	2.700	1.350	900
Rapportage in:			
1997 o.b.v. n=	2.700		
1998 o.b.v. n=	1.350	1.350	
1999 (en verder) o.b.v. n=	900	900	900

*Tabel B5.1: Steekproefverdeling telefonisch onderzoek over de jaren*

In het telefonisch onderzoek is aan de respondenten voor 18 artikelgroepen gevraagd waar men deze artikelen meestal koopt. Daarna is gevraagd waar men die artikelen ook wel koopt (tweede aankoopplaats). Het koopgedrag voor deze gidsartikelen vormt een kenmerkende afspiegeling van het totale koopgedrag. Deze vele malen beproefde methode staat dan ook borg voor een basis waarmee betrouwbare uitspraken kunnen worden gedaan over het koopgedrag op het niveau van dagelijks en niet-dagelijks koopgedrag op gemeenteniveau.

De steekproef van enquêtes binnen het onderzoeksgebied is gestratificeerd naar gemeente, waarbij de opbouw van de steekproef de nodige waarborgen dient te bevatten. Vanuit elk woongebied dienen er voldoende waarnemingen te zijn, en voor de onderscheiden aankoopplaatsen moeten er voldoende registraties opgetekend kunnen worden. Het gaat bij de steekproefopzet dus niet alleen om de omvang van de steekproef, maar ook om de ruimtelijke spreiding ervan.

Goudappel Coffeng gaat bij de opbouw van de steekproef uit van postcodes. Deze postcodes kunnen weergegeven worden als ruimtelijk aaneengesloten postcodegebieden. Het steekproefontwerp wordt als het ware heen en weer getrokken tussen de wens om per herkomstgebied uitspraken van gelijke betrouwbaarheid te kunnen formuleren (elk herkomstgebied evenveel enquêtes) en de wens om voor elk onderscheiden winkelgebied representatieve uitspraken te kunnen doen (elk winkelgebied een minimaal aantal geregistreerde kooptrips).

Goudappel Coffeng heeft veel fundamenteel onderzoek verricht naar steekproef-technieken binnen ruimtelijk onderzoek. Een van de resultaten van dit onderzoek is geweest dat bij koopstromenonderzoek absoluut de beste resultaten worden bereikt als men als basis niet van de respondent uitgaat, maar van zijn individuele kooptrips. Hierdoor wordt er optimaal rekening gehouden met verschillen tussen consumenten onderling (niet iedereen koopt alle artikelen), gedragsfactoren (niet iedereen heeft een tweede of derde aankoopplaats) en ruimtelijke allocatie (het hebben van een tweede of



derde aankoopplaats is afhankelijk van de nabijheid van de eerste aankoopplaats in relatie tot alternatieve aankoopplaatsen).

De steekproefomvang is afhankelijk van de gewenste nauwkeurigheid en betrouwbaarheid van uitspraken. Statistisch is er een groot verschil tussen nauwkeurig en betrouwbaar. Een weersvoorspelling die aangeeft dat de temperatuur morgen tussen de -20 en +40 graden Celsius zal liggen is bijvoorbeeld zeer betrouwbaar, maar absoluut niet nauwkeurig.

Om betrouwbare uitspraken op gemeenteniveau te kunnen doen is bij de nulmeting een steekproef vereist van 150 enquêtes per gemeente. Deze enquêtes worden achteraf voorzien van een weging waardoor de gemeenten onderling vergelijkbaar zijn. Meer over betrouwbaarheid leest u in het vervolg van deze bijlage onder 'betrouwbaarheid en significantie'.

### **Onderzoek naar de regionale functie: passantenenquête**

De toevloeiing is met een telefonisch onderzoek alleen niet te bepalen. Om volledig inzicht in het functioneren van een individueel winkelgebied te krijgen dient daarom in aanvulling op het koopstromenonderzoek het winkelbezoek aan dat winkelgebied ter plaatse te worden onderzocht. Daarom is er in de binnenstad van Groningen een passantenenquête uitgevoerd.

Een passantenenquête geeft inzicht in de centrum- en bovenregionale functie van het winkelgebied. Daarnaast wordt informatie verkregen over de bezoekers: hun bestedingen, de waardering van de binnenstad, de gekozen vervoerswijze en de verblijfsduur. Ook worden de onderlinge relaties hiertussen duidelijk.

Het onderzoek bestaat uit een combinatie van tellingen en interviews op verschillende strategische locaties in het centrum. Door de tellingen kunnen de resultaten van de interviews worden voorzien van een weging, zodat kwantitatieve uitspraken kunnen worden gedaan. Door respondenten te vragen naar hun bestedingen in de binnenstad, alsmede naar hun woonplaats, kan de toevloeiing voor, en daarmee de regionale functie van de binnenstedelijke detailhandel bepaald worden. Samen met de resultaten van de telefonische enquête kan daardoor een betrouwbaar verzorgingsgebied worden afgebakend. Ook kan een inschatting van het jaarlijkse aantal bezoekers van de binnenstad worden gemaakt. Door de strategische spreiding van de enquêteurs over de verschillende locaties in de binnenstad wordt tevens inzicht verkregen in de verdeling van de bezoekdruk over de verschillende delen van de binnenstad (druktepatroon). De mate waarin de bezoekers van de binnenstad zich verspreiden over de verschillende winkelstraten en delen van het centrum wordt daarmee gemeten en kan worden weergegeven in penetratiekaarten.

Tevens wordt door registratie van de bezochte delen in het centrum, de gebruikte parkeerplaats en ingang een indruk verkregen van de loopstromen en het druktepatroon in het centrum. Hiermee ontstaat niet alleen een helder inzicht in het effect dat het inplanten van nieuw aanbod in de binnenstad heeft op het loop- en koopgedrag, maar ook in de populariteit van het nieuwe aanbod. Ten slotte geeft het inzicht in de bezoekdruk op jaarbasis in de binnenstad en de belangrijkste winkelstraten.

Voor alle zeven de monitorjaren geldt dat in principe de derde week van september op donderdag (inclusief de koopavond), vrijdag en zaterdag tijdens winkelopeningsuren vanaf 10.00 is geëncquêteerd in het centrum van Groningen. Het onderzoek vindt elk jaar in dezelfde periode plaats teneinde seizoensinvloeden zoveel mogelijk weg te nemen. In totaal zijn steeds meer dan 1.200 consumenten ondervraagd. Deze steekproef is van dusdanige omvang dat trends in de verschillende onderzochte aspecten kunnen worden waargenomen. Omdat het een momentopname blijft, moeten de cijfers (met name de bestedingen) waar zij verder worden uitgesplitst, met een zekere voorzichtigheid worden benaderd.

In de jaar-op-jaarvergelijking zijn de meeste gevonden verschillen hooguit enkele procenten, die niet altijd als significant zijn te betitelen. Er kan zich echter wel een tendens uit laten aflezen die dalende dan wel stijgende is. Meer over significantie leest u in het vervolg van deze bijlage onder 'betrouwbaarheid en significantie'.

#### *Presentatie*

De koopstromen worden weergegeven in koopstroommatrices. Dit zijn kruistabellen (van/naar) met een volledig overzicht van de koopstromen; daarnaast zijn de koopstromen in kaart weergegeven, zodat in een oogopslag een indruk wordt verkregen van het ruimtelijk koopgedrag. De pijlen in deze kaarten geven de omvang van de omzet weer die van de ene gemeente naar de andere gemeente vloeit. Hierdoor kan zowel de koopkrachtverdeling vanuit een gemeente in beeld worden gebracht, als de verdeling van de herkomst van de toevloeiing voor een bepaalde gemeente worden bekeken. Ook zijn de pijlen van verschillende kaarten onderling vergelijkbaar. Voor de binnenstad van Groningen is het verzorgingsgebied afgebakend en weergegeven in kaarten. Van de grotere aankoopplaatsen in de regio zijn steeds de marktaandeelen in kaart gebracht.

Op basis van de passantenenquête is ook voor de verschillende delen van de binnenstad van Groningen de bezoekdruk bepaald. Ook is de penetratie vanuit een bepaald segment naar andere delen van het winkelgebied vastgesteld. Deze gegevens worden in tabelvorm en in kaart gepresenteerd.

## Berekeningswijze

In de detailhandelsmonitor is een aantal parameters opgenomen die het economische functioneren van de binnenstad en gemeente Groningen inzichtelijk maken. De omzet, vloerproductiviteit en bezoekersaantal in de detailhandel is afgeleid uit een combinatie van in deze monitor onderzochte variabelen en externe gegevens. De berekeningswijze van de genoemde aspecten is hieronder toegelicht.

### *Omzet*

De omzet is de totale som van bestedingen die in de detailhandel van het betreffend gebied wordt gedaan. De omzet is berekend op basis van de koopkrachtbinding van de Groningers en de toevloeiing van (boven)regionale bestedingen. De 'gebonden' omzet is een resultante van koopkrachtbindingcijfers, gemiddelde landelijke bestedingen en de bevolkingsomvang van de gemeente Groningen. De toevloeiing is als percentage van de 'gebonden' omzet ingebracht en is voor de binnenstad van Groningen afgeleid uit de bestedingen van bezoekers in de binnenstad afkomstig van buiten de gemeente Groningen. Voor de gemeente Groningen is de toevloeiing afgeleid uit een combinatie van bestedingen van (boven)regionale bezoekers van de binnenstad en de regionale koopstromen binnen het onderzoeksgebied.

### *Vloerproductiviteit*

De vloerproductiviteit geeft de omzet weer die gemiddeld per m<sup>2</sup> vwo detailhandel is behaald. De vloerproductiviteit wordt berekend door het totaal aantal m<sup>2</sup> vwo detailhandel in de gemeente of binnenstad af te zetten tegen de omzet die in de gemeente dan wel binnenstad is behaald.

### *Bezoekersaantal*

Het bezoekersaantal in de binnenstad van Groningen is afgeleid uit de omzet en landelijke bestedingscijfers. Door de totale omzet in de binnenstad van Groningen af te zetten tegen de gemiddelde landelijke bestedingen in de detailhandel is berekend hoeveel personen de Groninger binnenstad jaarlijks dienen te bezoeken.

## Betrouwbaarheid en significantie

Dit jaar (2005) zijn voor het eerst betrouwbaarheidsintervallen afgeleid voor de Key Performance Indicatoren van de Detailhandelsmonitor Groningen. Er volgt een beschrijving van wat een betrouwbaarheidsinterval is, hoe deze zijn bepaald en wat de betrouwbaarheidsintervallen voor de key performance indicatoren in 2005 zijn.

Met behulp van steekproefonderzoek zoals het passantenonderzoek en het telefonisch enquêteonderzoek naar kooporiëntatie, worden gegevens verzameld over consumentenpopulaties. De steekproefgegevens worden gebruikt om puntschattingen te maken. Een puntschatting zoals een gemiddelde wordt verondersteld gelijk te zijn aan het

populatiegemiddelde. Een nadeel van deze werkwijze is dat we er met de puntschatting er meestal naast zitten (voor grote steekproeven zitten we meestal wel tamelijk dicht in de buurt). Bovendien weten we vaak niet hoever we ernaast zitten. Om hieraan te ontkomen schatten we een gebied (interval) waarvan we met een bepaalde zekerheid weten (bijvoorbeeld 95%) dat het populatiegemiddelde daarbinnen ligt. Het gaat er om grenzen aan te geven waartussen de te schatten populatieparameter ligt met een bepaalde mate van zekerheid.

Als het gemiddelde van een steekproef normaal verdeeld is en we weten de standaardafwijking van de scores, dan leiden we het 95%-betrouwbaarheidsinterval af. Voor zo'n interval geldt dat we met 95% zekerheid weten dat het populatiegemiddelde tussen deze grenzen ligt. Met een zekerheid van 5% weten we dat het populatiegemiddelde wel eens niet binnen het betrouwbaarheidsinterval ligt.

Voor de Key Performance Indicatoren van de Detailhandelsmonitor Groningen die op basis van steekproefonderzoek zijn vastgesteld hebben we de 95%-betrouwbaarheidsintervallen bepaald. Het gaat om grootheden zoals gemiddelden en proporties die direct uit de steekproefgegevens kunnen worden afgeleid. Voor het uitrekenen van de linker- en rechtergrenswaarden van de betrouwbaarheidsintervallen is van standaardformules gebruik gemaakt die in elk statistisch handboek zijn terug te vinden.

Een aantal Key Performance Indicatoren zijn niet direct afleidbaar uit de steekproefgegevens, zoals omzet en effectieve vloerproductiviteit. Deze zijn op indirecte wijze afgeleid door de onderliggende verdelingen die deze grootheden samenstellen met behulp van statistische software te simuleren. Op indirecte wijze zijn de 95%-betrouwbaarheidsgrenzen voor deze grootheden bepaald. De betrouwbaarheidsintervallen voor de Key Performance Indicatoren zijn opgenomen in onderstaand overzicht.

Indicator	waarde	linkergrens	rechtergrens
<i>bestedingen</i>			
gemiddeld besteed bedrag	€ 27,-	€ 23,-	€ 30,-
bezoekdoel winkelen	75%	73%	77%
<i>Verblijfsduur</i>			
aantal kortverblijvers (< een half uur)	40%	37%	43%
aantal langverblijvers (> twee uur)	17%	15%	19%
gemiddelde verblijfsduur	83 min.	78 min.	88 min.
autogebruik regioconsumenten	36%	29%	43%
<i>Marktpositie niet-dagelijks</i>			
oriëntatie/marktaandeel vanuit de regio	29%	27%	31%
binding (inwoners gemeente Groningen)	66%	64%	68%
regionaal (regio zonder gemeente) omzetaandeel	17%	12%	22%
bovenregionaal omzetaandeel	41%	36%	46%

Indicator (vervolg)	waarde	linkergrens	rechtergrens
toevloeiing	58%	54%	62%
omzet (in mln. euro)	€ 847 mln.	€ 808 mln.	€ 886 mln.
<i>Effectieve vloerproductiviteit</i>			
dagelijks (in euro per m <sup>2</sup> wvo)	€ 18.900,-	€ 15.900,-	€ 22.000,-
niet dagelijks (in euro per m <sup>2</sup> wvo)	€ 6.300,-	€ 6.000,-	€ 6.500,-

Tabel B5.2: Betrouwbaarheidsintervallen van Key Performance Indicatoren voor de Groninger binnenstad

Voor die performance indicatoren die direct afleidbaar zijn uit de onderzoeksresultaten is getoetst of de toe- of afname sinds 1997 significant is. De resultaten zijn opgenomen in de navolgende tabel. Uitspraken over significantie zijn gebaseerd op een eenzijdige toets met een  $\alpha$  van 0,05.

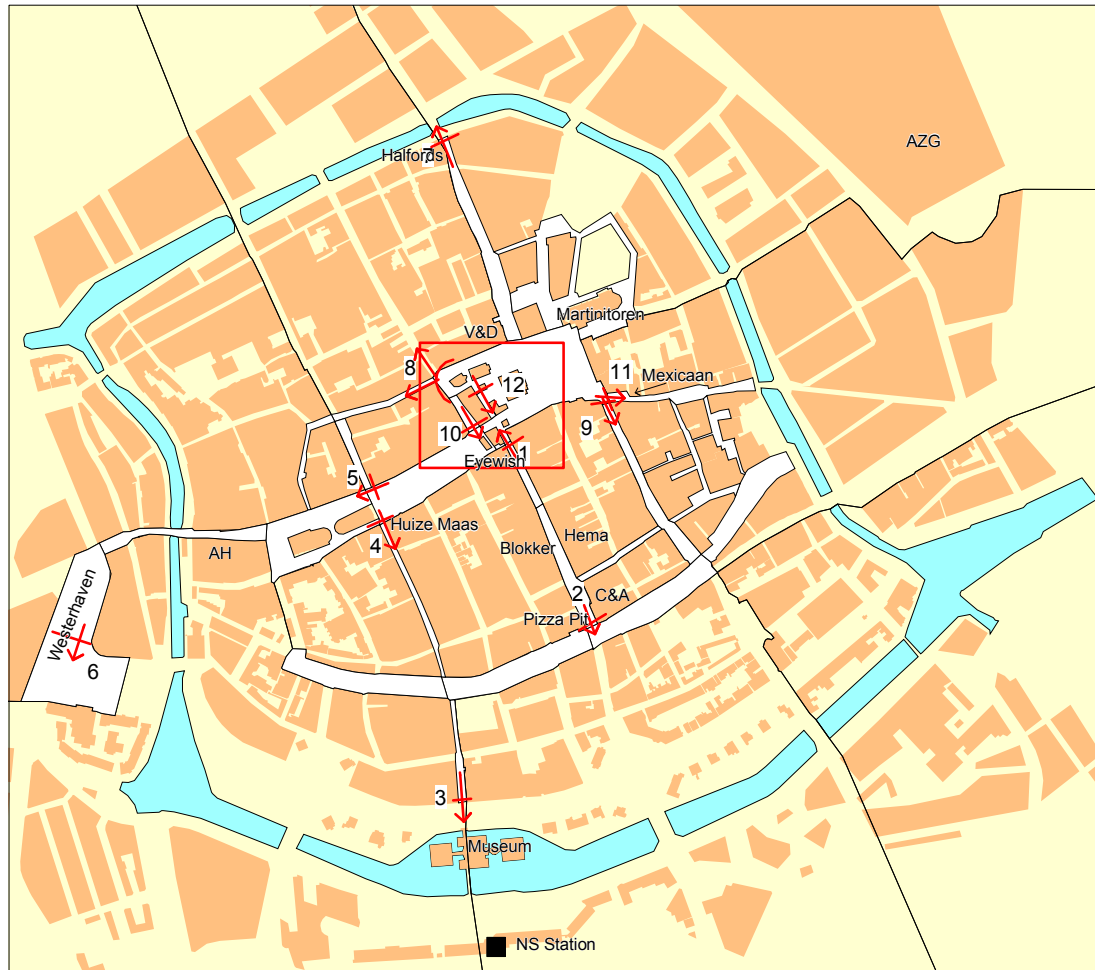
Indicator	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	significante ontwikkeling*
<i>bestedingen</i>										
gemiddeld besteed bedrag (in euro)	21	21	21	19	22	25	18	25	27	0
bezoekdoel winkelen	65%	68%	69%	82%	76%	71%	69%	73%	75%	+
<i>Verblijfsduur</i>										
aantal kortverblijvers (< een half uur)	36%	45%	44%	35%	33%	39%	37%	36%	40%	0
aantal langverblijvers (> twee uur)	22%	11%	13%	17%	18%	20%	22%	21%	17%	-
gemiddelde verblijfsduur (in min.)	88	67	78	85	89	88	93	92	83	0
autogebruik regioconsumenten	37%	41%	31%	33%	35%	43%	36%	36%	36%	0
<i>Marktpositie niet-dagelijks</i>										
oriëntatie/marktaandeel vanuit de regio	29%	28%	28%	26%	29%	31%	33%	33%	29%	0
binding (inwoners gemeente Groningen)	57%	55%	54%	53%	58%	64%	67%	66%	66%	+
regionaal (regio zonder gemeente) omzetaandeel	22%	18%	21%	17%	18%	25%	19%	18%	17%	0
bovenregionaal omzetaandeel	32%	30%	30%	31%	34%	31%	40%	31%	41%	+
toevloeiing	54%	49%	50%	47%	51%	56%	59%	50%	58%	0

\* +: significante toename | -: significante afname | 0: geen significante toe- of afname

Tabel B5.3: Statistische toets van de ontwikkeling van de Key Performance indicatoren voor de Groninger binnenstad tussen 1997 en 2005

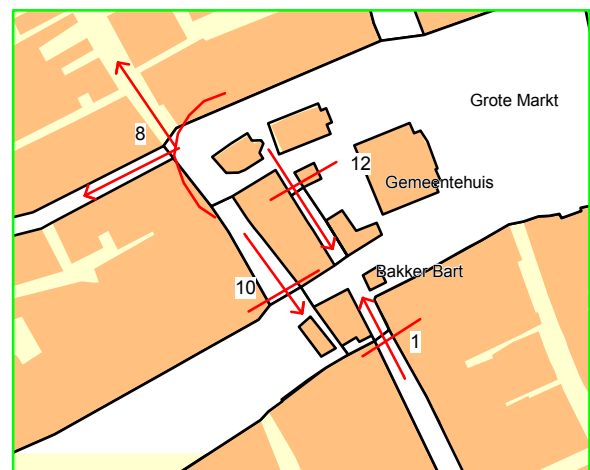
## **Bijlage 6: Toonkaarten**

### Enquêteposten- en telpuntenkaart



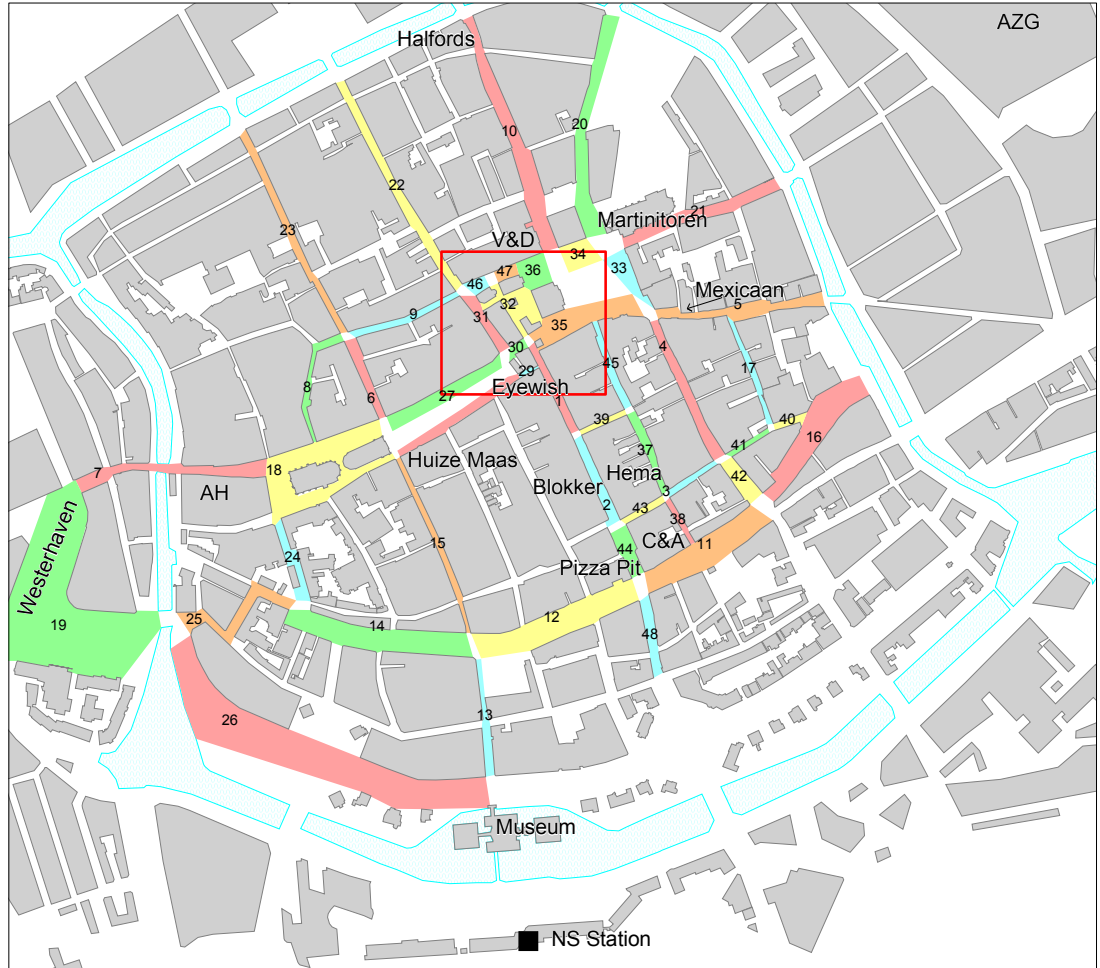
Enquêteposten/ telpunten  
pijl geeft richting aan van  
te enquêteren/ tellen passanten

Detailkaart van Waagstraat e.o.



Goudappel Coffeng, Passantenenquête Groningen 2005

Looproutekaart vraag 5 + 6



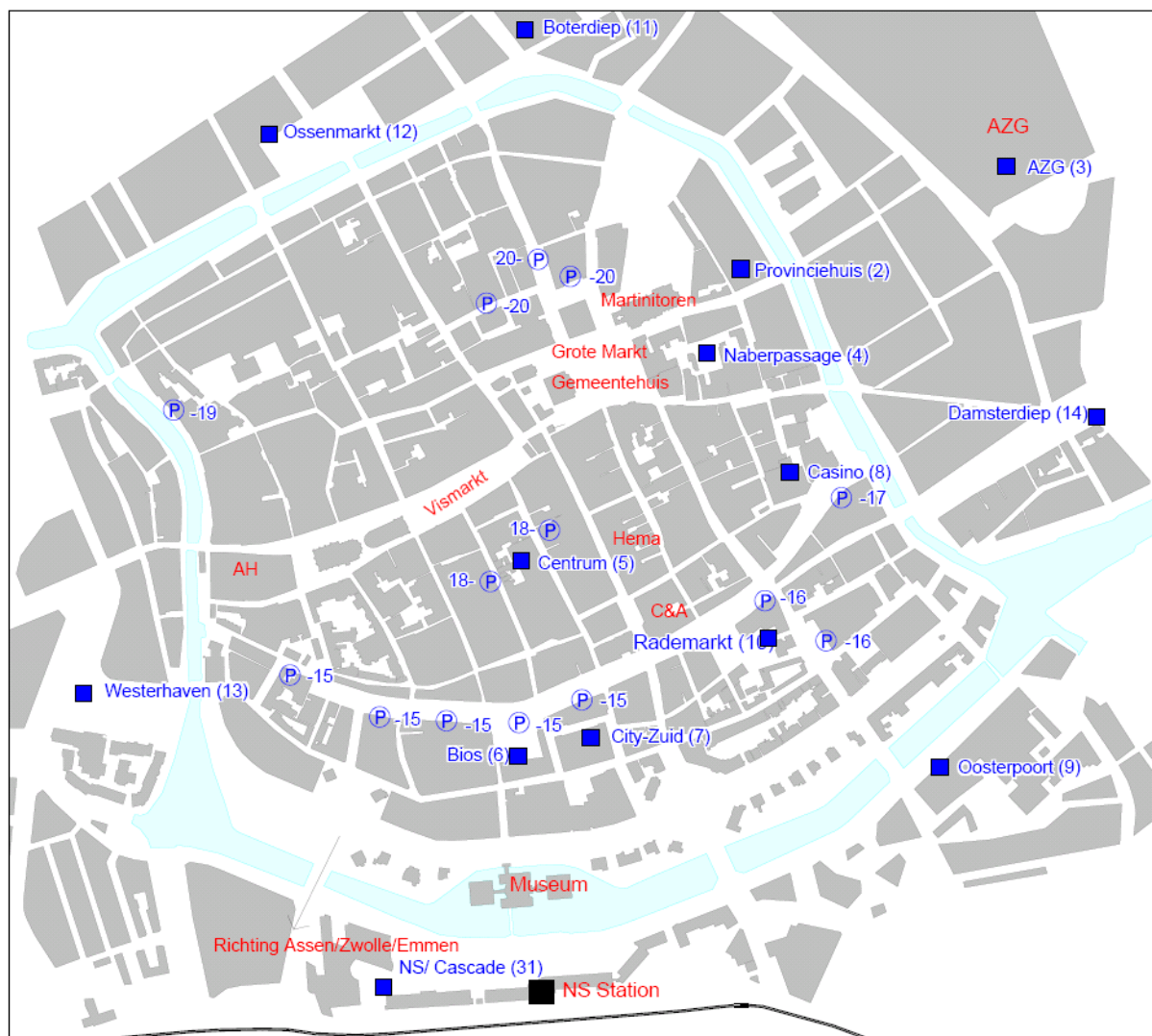
- |  |  |
|--|--|
| 1 - Herestraat   | 26 - Praediniusseingel/Emmapplein/<br>Ubbo Emmiusseingel |
| 2 - Herestraat   | 27 - Vismarkt  |
| 3 - Carolieweg   | 28 - Vismarkt  |
| 4 - Oosterstraat   | 29 - Koude Gat   |
| 5 - Poelstraat   | 30 - Tussen beide Markten                                |
| 6 - Stoeldraaierstraat   | 31 - Guldenstraat  |
| 7 - A-straat (Brugstraat)  | 32 - Waagstraatcomplex                                   |
| 8 - A-Kerkstraat   | 33 - Grote Markt   |
| 9 - Zwanestraat  | 34 - Grote Markt   |
| 10 - Oude Ebbingestraat  | 35 - Tussen beide Markten                                |
| 11 - Gedempte Zuiderdiep   | 36 - Grote Markt   |
| 12 - Gedempte Zuiderdiep   | 37 - Gelkingestraat                                      |
| 13 - Ubbo Emmiusstraat   | 38 - Kleine Gelkingestraat                               |
| 14 - Gedempte Zuiderdiep   | 39 - Hoogstraatje  |
| 15 - Folkingestraat  | 40 - Kleine Peperstraat                                  |
| 16 - Gedempte Kattendiep   | 41 - Kleine Peperstraat                                  |
| 17 - Peperstraat   | 42 - Oosterstraat  |
| 18 - A-Kerkhof   | 43 - Carolieweg  |
| 19 - Westerhaven   |  |
| 20 - Kreupelstraat/St. Walburgstraat/44 - Herestraat<br>Kattenhage | 45 - Gelkingestraat                                      |
| 21 - St. Jansstraat  | 46 - Grote Markt   |
| 22 - Oude Boteringestraat  | 47 - Grote Markt   |
| 23 - Oude Kijk in 't Jat straat                                    | 48 - Herestraat  |
| 24 - Munnekeholm   |  |
| 25 - Ganzevoortseingel/Zuiderkuipen/<br>Reitemakersrijge           |  |



Goudappel Coffeng, Passantenenquête Groningen 2005



## Parkeerkaart vraag 4 (zie ook achterzijde)



■ 2 t/m 10, 12, 13 en 31: parkeergarages

■ 11 en 14: parkeerterreinen

Ⓟ parkeerhavens: 15 = Gedempte Zuiderdiep  
 16 = Gedempte Zuiderdiep/Rademarkt  
 17 = Gedempte Kattendiep  
 18 = Pelsterstraat/Haddingestraat  
 19 = Hoge der A  
 20 = Rode Weeshuisstraat/Oude Ebbingestraat/  
 Kwinkenplein

21 = overig binnen Diepenring (betaald)

22 = overig buiten Diepenring (betaald)

27 = overig buiten Diepenring (gratis)

28 = overig binnen Diepenring (gratis)

### Parkeerkaart vraag 4 (zie ook achterzijde)



Nummers in kaart zijn codes voor parkeren voor vraag 4

## **Bijlage 7: Kooporiëntatie gemeenten (in euro's)**

van ⇨	Groningen			Grootegast				Peize			Winsum					Totaal
	Bedum	Ten Boer	Eelde	Haren	Hoogezand	Leek	Roden	Slochteren	Vries	Zuidhorn	Zuidlaren					
naar ⇩																
Binnenstad	17.364	12.607	9.303	9.681	6.196	16.116	20.457	9.763	2.999	8.253	8.616	3.729	11.444	17.922	6.382	427.715
Paddepoel	21.413	473	122	173	0	138	731	14	38	0	150	21	1.273	1.046	22	25.483
ov. gem. Groningen	89.092	1.600	814	915	448	1.807	2.192	728	303	752	1.173	251	2.055	986	426	103.037
Bedum	103	9.125	864	0	0	0	0	0	0	0	0	0	711	0	7	10.355
Ten Boer	0	0	2.155	0	0	0	0	26	0	0	0	0	0	98	0	2.263
Eelde	602	9	70	5.760	0	441	0	0	163	16	0	661	0	0	45	8.142
Paterswolde	357	0	28	3.760	0	173	0	121	38	28	40	0	18	0	0	4.806
Grootegast	358	41	15	0	5.694	83	33	391	4	5	4	38	8	547	0	7.457
Haren-c	8.192	59	4	1.522	0	22.437	614	45	16	279	43	376	13	25	93	33.717
Groot-Gorecht	171	10	97	31	0	108	30.701	0	0	0	8.754	0	13	0	1.083	40.795
Sappemeer-c	0	0	0	0	0	0	6.019	29	0	9	294	0	0	0	39	6.432
Leek	0	64	11	13	3.692	84	245	24.894	173	1.490	325	8	18	1.396	16	32.947
Tolbert	0	0	0	0	6	0	0	649	6	15	0	0	12	0	0	699
Zevenhuizen	0	7	10	0	11	0	9	1.515	7	166	0	0	0	0	0	1.746
Peize	51	0	24	0	5	0	0	48	732	93	0	123	33	0	0	1.199
Roden	4.041	193	59	930	574	392	380	4.097	5.836	28.807	68	357	187	266	113	46.485
Nieuw Roden	0	0	0	0	0	0	0	0	12	394	0	0	0	0	0	399
Schildwolde	83	0	10	0	0	0	0	0	0	0	2.151	0	0	0	0	2.107
Siddeburen	82	0	16	0	0	0	190	129	0	0	2.934	0	0	0	0	3.169
Vries	0	0	0	16	0	27	0	0	0	0	0	6.299	0	0	82	6.302
Winsum	42	406	10	0	0	0	0	26	0	0	0	0	11.323	114	0	12.147
Zuidhorn	325	0	0	0	925	0	0	109	12	0	0	24	61	12.893	8	14.127
Grijpskerk	290	0	4	2	289	75	0	0	0	0	0	0	0	3.272	0	3.874
Zuidlaren	289	13	3	220	0	505	270	0	0	12	0	717	0	23	12.016	15.017
Assen-c	4.742	198	99	2.224	85	1.799	1.691	753	884	2.231	181	9.967	241	43	4.218	29.670
Appingedam-c	22	34	1.719	0	0	0	13	0	0	0	2.185	0	20	8	21	3.874
Delfzijl-c	331	46	907	9	0	23	76	104	0	0	1.534	0	26	0	0	2.953
Drachten-c	744	53	7	25	3.958	372	148	1.426	36	270	0	18	132	731	0	8.098
Surhuisterveen-c	0	0	0	0	4.072	65	0	74	0	0	0	0	0	231	0	4.617
Veendam-c	323	62	2	0	0	0	1.831	82	3	9	608	5	0	0	382	3.313
elders Nederland	2.887	414	125	97	1.663	429	12.676	503	317	790	3.717	539	136	1.207	181	0
totaal n-ongebied	9.098	737	784	204	922	493	2.986	1.246	150	991	2.967	605	5.303	2.401	1.260	30.114
Buitenland	964	0	8	96	20	32	338	31	31	31	16	23	98	231	5	1.926

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2005

Tabel B7.1: Kooporiëntatie van gemeenten op winkelgebieden; niet-dagelijkse goederen (in 1.000 euro's)

van ⇨	Groningen			Grootegast				Peize			Winsum					Totaal
naar ⇩	Bedum	Ten Boer	Eelde	Haren	Hoogezand	Leek	Roden	Slochteren	Vries	Zuidhorn	Zuidlaren					
Binnenstad	112.224	2.238	1.525	2.160	953	9.622	1.375	484	724	2.289	608	520	2.455	829	1.117	142.354
Paddepoel	35.403	343	189	0	0	0	170	0	6	0	0	0	536	244	0	39.355
ov. Gem. Groningen	217.059	2.617	845	175	77	923	337	160	65	0	348	0	586	81	179	234.899
Bedum	969	15.140	2.102	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4.751	0	0	21.887
Ten Boer	0	149	8.179	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	26	0	5.917
Eelde	259	0	173	14.676	0	4.266	0	0	591	0	0	2.002	0	0	259	17.601
Paterswolde	1.028	0	76	8.803	0	1.179	0	145	206	0	0	52	137	0	0	9.755
Grootegast	0	0	0	0	14.978	0	0	0	0	0	0	0	187	304	0	12.090
Haren-c	3.883	0	0	1.931	0	49.823	21	0	0	20	7	71	0	0	130	35.275
Groot-Gorecht	0	0	124	0	0	880	12.218	13	0	0	4.026	0	0	0	1.561	27.689
Sappemeer-c	0	0	0	0	0	0	4.679	0	11	0	429	0	0	0	29	8.232
Leek	310	77	0	0	4.903	0	195	16.197	370	5.451	0	10	11	225	0	30.172
Tolbert	0	0	0	0	0	0	0	2.461	0	37	0	0	0	0	0	2.976
Zevenhuizen	0	0	0	0	145	0	21	2.158	0	15	0	0	0	0	0	2.731
Peize	0	0	0	113	0	0	0	0	9.529	114	0	95	151	0	0	5.524
Roden	731	83	44	518	133	0	0	1.131	11.157	28.000	0	176	76	65	89	37.699
Nieuw Roden	0	0	0	0	0	0	0	34	15	2.171	0	0	0	0	0	2.254
Schildwolde	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4.476	0	0	0	0	7.100
Siddeburen	0	0	0	0	0	0	0	145	0	0	3.101	0	0	0	0	5.091
Vries	0	0	0	327	0	43	16	0	0	0	52	15.653	0	0	320	14.131
Winsum	306	491	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21.925	47	0	18.422
Zuidhorn	263	0	25	0	2.504	286	0	176	0	0	0	0	671	5.890	17	24.060
Grijpskerk	0	0	0	0	503	244	0	0	0	0	0	0	0	1.953	0	7.480
Zuidlaren	0	0	0	13	0	1.063	97	0	84	0	0	1.680	12	0	26.889	20.053
Assen-c	114	0	0	969	0	894	97	134	130	1.211	0	3.695	0	0	1.513	7.275
Appingedam-c	0	0	1.197	0	0	0	0	0	0	0	892	0	0	0	0	2.245
Delfzijl-c	0	184	159	0	0	0	0	0	0	0	182	0	0	0	0	588
Drachten-c	214	0	0	79	1.094	824	0	444	0	20	0	0	216	0	0	2.292
Surhuisterveen-c	0	0	0	0	6.545	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4.744
Veendam-c	0	0	0	0	0	0	578	0	43	0	40	0	0	4	178	1.149
elders Nederland	2.553	201	191	10	4.636	1.297	10.229	697	30	161	4.810	608	6.404	1.076	2.225	43.182
Buitenland	1.401	819	205	84	1.725	431	981	260	6	392	632	494	2.599	318	5.581	14.645

Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2005

Tabel B7.2: Kooporiëntatie van gemeenten op winkelgebieden; dagelijkse goederen (in 1.000 euro's)

## Bijlage 8: Overzicht branchering en aanbod

In de branchering van de verkooppunten is allereerst een onderscheid te maken tussen detailhandel en niet-detailhandel. De detailhandel is te verdelen in dagelijkse aankopen ('boodschappen') en niet-dagelijkse aankopen ('winkelen'). Tabel B8.1 is een hanteerbaar overzicht van bedrijfsactiviteiten in branchegroepen en hoofdbranches.

Verkooppunten	Detailhandel	Branchegroep	Hoofdbranche		
Detailhandel	Dagelijks	Dagelijks	Levensmiddelen		
			Persoonlijke verzorging		
	Niet-dagelijks	Mode & luxe	Mode & luxe	Warenhuis	
				Kleding & mode	
				Schoenen & lederwaren	
				Juwelier & optiek	
		Vrije tijd	Vrije tijd	Vrije tijd	Huishoudelijke & luxe artikelen
					Antiek & kunst
					Sport & spel
		In en om het huis	In en om het huis	In en om het huis	Hobby
Media					
Plant & dier					
Overige detailhandel	Overige detailhandel	Overige detailhandel	Bruin- & witgoed		
			Auto & fiets		
			Doe-het-zelf		
Niet-detailhandel	Transport & brandstoffen	Transport & brandstoffen	Wonen		
			Overige detailhandel		
	Leisure	Leisure	Leisure	Overige detailhandel	
				Automotive	
	Diensten	Diensten	Diensten	Brandstoffen	
				Horeca	
				Cultuur	
Particuliere dienstverlening	Particuliere dienstverlening	Particuliere dienstverlening	Ontspanning		
			Verhuur		
Particuliere dienstverlening	Particuliere dienstverlening	Particuliere dienstverlening	Ambacht		
			Financiële instelling		

Bron: Locatus, april 2004

*Tabel B8.1: Bedrijfsactiviteiten naar branchegroepen en hoofdbranches*

In tabel B8.2 op de volgende pagina staan de aan de hoofdbranches onderliggende branches voor de detailhandel vermeld. Tabel B 8.3 en B 8.4 geven een overzicht van het detailhandelaanbod in de gemeente Groningen en de Groninger binnenstad waarbij gebruik is gemaakt van de bovenstaande indeling.

Branche	Branche (vervolg)	Branche (vervolg)	Branche (vervolg)	Branche (vervolg)
<i>Levensmiddelen</i>	<i>Kleding &amp; mode</i>	<i>Sport &amp; spel</i>	<i>Bruin- &amp; witgoed</i>	<i>Overige detailhandel</i>
Diepvriesartikelen	Badmode	Buitensport	Radio & Tv	2Eh Diversen
Groente en Fruit	Beenmode	Ruitersport	Computers	2Eh Kleding
Bakker	Bont	Speelgoed	Huishoudelijke Onderdelen	2Eh Boeken
Vlaaien	Bruidskleding	Modelbouw	Telecom	Partijgoederen
Buitenl Ov	Damesmode	Sportzaak	Witgoed	Legerdumpwinkel
Toko	Dames & Herenmode	Hengelsport	Electro	Feestartikelen
Chocolaterie	Herenmode	Vliegers		Paramedische Artikelen
Koffie- & Theewinkel	Kindermode	Watersport	<i>Auto &amp; fiets</i>	Hoortoestellen
Delicatessen	Leermode	Sportspecialzaak	Automaterialen	New Age & Spiritualiteit
Kaas	Lingerie		Rijwielen & Bromfietsen	Smartshop
Kampwinkel	Modeaccessoires	<i>Hobby</i>	Car HiFi	Erotica
Minisuper	Sportkleding	Electronica		Growshop
Noten	Textielsuper	Foto & Film	<i>Doe-het-zelf</i>	Sportprijzen
Poelier	Modewarenhuis	Handvaardigheid	Bouwmak	Museumwinkel
Reform		Wol & Handwerk	Bouwmaterialen	Souvenirs
Slagerij	<i>Schoenen &amp; lederwaren</i>	Munten & Postzegels	Deuren en Kozijnen	Odd-Shops
Slijter	Lederwaren	Muziekinstrumenten	Breedpakket Doe-Het-Zelf	Haarden & Kachels
Supermarkt	Schoenen	Naaimachines	Houtheadel	Grafzerken&Natuursteen
Tabak & Lectuur		Stoffen	IJzerwaren& Gereedschap	Non-Food Ov
Vis	<i>Juwelier &amp; optiek</i>		Sanitairmateriaal	
Zoetwaren	Juwelier	<i>Media</i>	Verf & Behang	
Zuivel	Uurwerken	Boekhandel		
Ziekenhuiswinkel	Optiek	Stripboeken	<i>Wonen</i>	
Stationwinkel		Beeld- & Geluiddraggers	Babywoonwinkel	
Levensmiddelen Ov	<i>Huishoudelijke &amp; luxe artikelen</i>	Software & Computergames	Slaapkamers & Bedden	
	Glas/Porselein/Aardewerk	Kantoorartikelen	Keukens	
<i>Persoonlijke verzorging</i>	Huishoudelijke Artikelen	Posters & Kaarten	Meubelen	
Apotheek	Huishoudlinnen	Boek & Kantoor	Woonwarenhuis	
Drogist	Cadeau Artikelen	Inktvullers	Oosterse Tapijten	
Parfumerie	Kookwinkel		Keukens & Badkamers	
Persoonlijke Verzorg Ov	Rotan & Rietwaren	<i>Plant &amp; dier</i>	Badkamers	
		Aquarium	Verlichting	
<i>Warenhuis</i>	<i>Antiek &amp; kunst</i>	Bloemen & Planten	Parket & Laminaat	
Warenhuis	Antiek/Kunst	Dibevo	Tegels & Plavuizen	
Miniwarenhuis	Antiek	Tuinartikelen	Woninginrichting	
	Kunsthandel	Tuincentrum	Woningtextiel	
		Tuinmeubelen	Woondecoratie	
			Zonwering	

Bron: Locatus, oktober 2005

Tabel B8.2: Branchering detailhandelsactiviteiten per hoofdbranche

Sector	Branchegroep	Aantal	Vvo *
Dagelijks		303	67.600
Niet-dagelijks		1.018	313.400
Waaronder:	Warenhuis	4	14.400
	Mode	270	49.300
	Luxe artikelen	130	12.600
	Vrije tijd	147	27.000
	Plant en dier	61	15.000
	In en om het huis	270	170.200
	Detailhandel Overig	92	15.500
<b>Totaal</b>		<b>1.321</b>	<b>381.100</b>
	Leegstand	151	36.200

\* wvo afgerond op 100-tallen  
Bron: Locatus oktober 2005

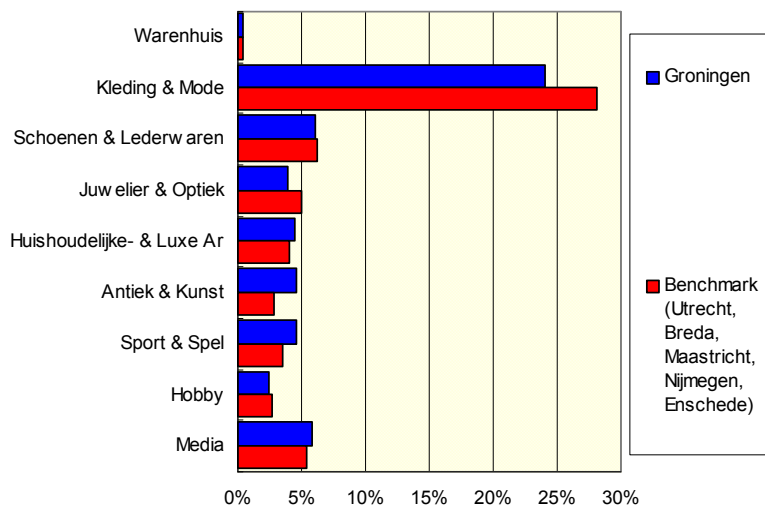
*Tabel B8.3: Detailhandelsaanbod in gemeente Groningen*

Sector	Branchegroep	Aantal	Vvo *
Dagelijks		76	9.800
Niet-dagelijks		544	105.300
Waaronder:	Warenhuis	3	13.300
	Mode	0	39.300
	Luxe artikelen	92	8.500
	Vrije tijd	91	20.400
	Plant en dier	6	500
	In en om het huis	93	18.700
	Detailhandel Overig	44	4.700
<b>Totaal</b>		<b>620</b>	<b>115.200</b>
	Leegstand	72	11.400

\* wvo afgerond op 100-tallen  
Bron: Locatus oktober 2005

*Tabel B8.4: Detailhandelsaanbod in de Groninger binnenstad inclusief Westerhaven*





Bron: Locatus oktober 2005

*Figuur B8.5: Aandeel hoofdbranches in het winkelaanbod in landelijke benchmarkcen tra de binnenstad van Groningen naar aantal winkels (rechts)*