

Gemeente Groningen

Detailhandelsmonitor 2008 **gemeente Groningen**

Eindrapport

Detailhandelsmonitor 2008

gemeente Groningen

Eindrapport

Datum 5 februari 2009
Kenmerk GNG054/Gfr/0471
Eerste versie

Documentatiepagina

Opdrachtgever(s)	Gemeente Groningen Eindrapport
Titel rapport	Detailhandelsmonitor 2008 gemeente Groningen
Kenmerk	GNG054/Gfr/0471
Datum publicatie	5 februari 2009
Projectteam opdrachtgever(s)	de heer M. Doornbosch
Projectteam Goudappel Coffeng	de heren R.J. de Graaf en T. van Huffelen
Projectomschrijving	Monitoren van het economisch functioneren van de Groninger binnenstad.
Trefwoorden	Groningen, binnenstad, detailhandel, koopstromen

Inhoud

	Samenvatting.....	1
1	Inleiding.....	1
2	Bezoek binnenstad Groningen.....	2
3	Economische performance.....	6
3.1	Omzetprestatie Groninger binnenstad.....	6
3.2	Overall functioneren binnenstad	7
3.3	Aanbevelingen.....	8

Samenvatting

Hierbij treft u de twaalfde detailhandelsmonitor van de gemeente Groningen aan. De ontwikkelingen van de detailhandel in de Groninger binnenstad wordt sinds 1997 jaarlijks gemonitord. In deze 'Detailhandelsmonitor 2008' is het economisch functioneren van de binnenstad onderzocht. Hierbij is een vergelijking gemaakt met de eerdere monitorjaren. De belangrijkste bevindingen zijn overzichtelijk gepresenteerd als key performance indicatoren. Dit jaar is bovendien ingegaan op de waardering van de consument voor het centrum als aankoopgebied.

Key performance indicatoren

Het algemene beeld wat resulteert uit de monitor 2008, is dat Groningen nog over een uitstekend functionerende binnenstad beschikt en waarbij de belangrijkste trends in lijn zijn met voorgaande onderzoeksjaren. Alleen de uitzonderlijk hoge prestaties die in 2007 werden gemeten, zijn in 2008 licht gedaald. Dit wordt mede veroorzaakt door een zeer geringe daling van de toevloeiing, doordat een groter deel van de bestedingen in de binnenstad van de lokale bezoekers komt.

De belangrijkste conclusies uit de binnenstadsmonitor zijn.

- Het gemiddeld besteed bedrag per bezoeker in de detailhandel is ten opzichte van 2007 zeer licht gestegen naar 32 euro (was 31 euro in 2007).
- De totale omzet in de detailhandel is ten opzichte van 2007 licht gedaald. Deze daling wordt veroorzaakt door een geringe afname in de bestedingen van buiten de gemeente. Het omzetpeil zit echter nog ver boven de waardes die in de periode voor 2007 werden gemeten.
- De toevloeiing is vergelijkbaar met 2007. Het bovenregionale aandeel in de bestedingen is constant gebleven, het regionale aandeel is minimaal afgenomen. De 59% bestedingen van buiten de gemeente betekent nog altijd een grote (boven)regionale functie.
- De hoge behaalde vloerproductiviteiten in 2007 zijn bij deze meting licht afgenomen. Oorzaak is een licht dalende omzet in combinatie met een beperkte stijging van het aantal winkelmeters. In de dagelijkse sector bedraagt de vloerproductiviteit € 18.600,- (2007: € 19.300,-). In de niet-dagelijkse sector is de huidige vloerproductiviteit € 7.200,- (2007: € 7.300,-). Dit zijn nog altijd zeer hoge omzetten per vierkante meter in vergelijking met andere binnensteden en betekent dat de Groninger binnenstad uitstekend functioneert.
- Winkelen als primair bezoekdoel is na een neergaande trend in de laatste jaren weer toegenomen (2008: 59%, 2007: 52%, 2006: 54%, 2005: 57%).
- De gemiddelde verblijfsduur schommelt de laatste jaren rond de 85 minuten. Dit jaar is de verblijfsduur van 85 minuten iets korter dan 2007 (87 minuten).
- In tegenstelling tot de trend in de voorgaande jaren is het autogebruik van de regioconsumenten afgenomen. Het OV-gebruik is afgenomen.

indicatoren	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<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.	32 mln.	31 mln.	30 mln.
gemiddeld besteed bedrag*	€ 21,-	€ 21,-	€ 21,-	€ 19,-	€ 22,-	€ 25,-	€ 27,-	€ 25,-	€ 27,-	€ 26,-	€ 31,-	€ 32,-
winkelen als primair bezoekdoel	60%	60%	53%	63%	56%	58%	54%	57%	57%	54%	52%	59%
<i>verblijfsduur</i>												
aandeel kortblijvers (< een half uur)*	36%	45%	44%	35%	33%	39%	37%	36%	40%	38%	31%	31%
aandeel langblijvers (> twee uur)*	22%	11%	13%	17%	18%	20%	22%	21%	17%	18%	24%	24%
gemiddelde verblijfsduur*	88 min.	67 min.	78 min.	85 min.	89 min.	88 min.	93 min.	92 min.	83 min.	80 min.	87 min.	85 min.
autogebruik alle regioconsumenten*	37%	41%	31%	33%	35%	43%	36%	36%	36%	43%	48%	46%
<i>marktpositie niet-dagelijks</i>												
regionaal (exclusief gemeente) omzetaandeel*	22%	18%	21%	17%	18%	25%	19%	18%	17%	21%	20%	19%
bovenregionaal omzetaandeel* toevloeiing*	32% 54%	30% 49%	30% 50%	31% 47%	34% 51%	31% 56%	40% 59%	31% 50%	41% 58%	35% 56%	40% 60%	40% 59%
omzet	€ 482 mln.	€ 447 mln.	€ 495 mln.	€ 522 mln.	€ 622 mln.	€ 775 mln.	€ 908 mln.	€ 757 mln.	€ 847 mln.	€ 827 mln.	€ 967 mln.	€ 954 mln.
<i>effectieve vloerproductiviteit</i>												
dagelijks	€ 8.100	€ 10.000	€ 9.400	€ 11.900	€ 11.800	€ 12.100	€ 16.700	€ 18.900	€ 18.900	€ 16.600	€ 19.300	€ 18.600
niet-dagelijks	€ 4.400	€ 4.000	€ 4.400	€ 4.400	€ 5.400	€ 6.700	€ 7.500	€ 5.500	€ 6.300	€ 6.300	€ 7.300	€ 7.200

* Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête, 2001 t/m 2008.

** Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2001 t/m 2005. In 2006-2008 is geen telefonische enquête uitgevoerd. De gehanteerde koopkrachtbinding is een gemiddelde uit de voorgaande monitorjaren.

Tabel 1: Key performance indicatoren voor de Groninger binnenstad

Waardering winkels binnenstad

Tijdens deze monitor zijn aanvullende vragen gesteld over de waardering van het winkel-aanbod, de kwaliteit van winkels en welke winkels men mist. De belangrijkste bevindingen zijn:

- Het aanbod aan winkels beoordeelt 19% van de respondenten als zeer positief en 63% als positief. Slechts 3% is hier ontevreden over.
- De respondenten beoordelen de kwaliteit van het winkelaanbod in iets mindere mate als zeer positief (12%), maar wel een groot deel is positief gestemd (73%). Hierover is slechts 2% van de respondenten negatief gestemd.
- Consumenten zijn tevreden over de samenstelling van het winkelaanbod in de binnenstad, driekwart van de respondenten zegt geen winkels te missen.
- Versterking is gewenst van het recreatieve aanbod, zoals extra kledingaanbod (o.a. Zara), kleine boetiekjes en winkels gericht op specifiek dames- en herenkleding.

1

Inleiding

Sinds 1997 monitort de gemeente Groningen de ontwikkeling van de detailhandel in de binnenstad. Ook in 2008 is via een passantenenquête de ontwikkelingen in de binnenstad van Groningen onderzocht.

De Detailhandelsmonitor 2008 richt zich op de binnenstad van Groningen. Uit de resultaten van het monitoronderzoek valt af te leiden hoe de binnenstad van Groningen functioneert en hoe het functioneren zich ontwikkelt ten opzichte van de voorgaande monitorjaren. Daarnaast is dit monitorjaar specifiek aandacht besteed aan de waardering van het winkelaanbod in de Groninger binnenstad.

De enquête is medio november 2008 uitgevoerd. De weersomstandigheden waren wisselvallig. Op enkele aspecten kunnen de resultaten afwijken ten opzichte van voorgaande jaren als gevolg hiervan. In de rapportage wordt dit waar nodig benadrukt.

Leeswijzer

Deze rapportage is opgedeeld in twee onderdelen. In hoofdstuk 2 staan de kenmerken, waarderingen en het gedrag van de bezoekers van de Groninger binnenstad centraal. Vervolgens volgt in hoofdstuk 3 een analyse van het economisch functioneren.

2

Bezoek binnenstad Groningen

Het monitoronderzoek onder bezoekers van de binnenstad geeft een duidelijk beeld van het bezoekgedrag en de bezoekers in de Groninger binnenstad. De vergelijking met voorgaande jaren maakt ontwikkelingen in het bezoekersprofiel en het bezoekgedrag inzichtelijk. De belangrijkste items uit het onderzoek onder passanten in de Groninger binnenstad zijn hieronder gepresenteerd.

Herkomst en bestedingen

De Groninger binnenstad heeft al jarenlang een sterke regionale en bovenregionale functie. In 2008 komt circa de helft van de bezoekers van buiten de gemeente. Ten opzichte van het voorgaande monitorjaar is het percentage lokale en regionale bezoekers licht toegenomen ten koste van de bovenregionale bezoekers. De weeromstandigheden gedurende de enquêteperiode is onder meer de oorzaak voor de daling van dit aandeel.

Dit blijkt ook uit het omzetaandeel in combinatie met de herkomst. Bovenregionale bezoekers besteden in 2008 meer dan voorgaande jaren. In tegenstelling tot 2007 geven de bovenregionale bezoekers meer uit dan de regionale bezoekers. De lokale consument geeft in lijn met de trend meer uit in 2008. Door deze veranderingen in bestedingen is het omzetaandeel van de lokale bezoekers gestegen en van de regionale en bovenregionale bezoekers licht gedaald.

	herkomst	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
aandeel personen	lokaal	56%	51%	52%	58%	55%	50%	48%	51%
	regionaal	16%	20%	17%	15%	13%	14%	15%	17%
	bovenregionaal	28%	30%	31%	28%	30%	36%	37%	32%
aandeel omzet	lokaal	39%	44%	39%	51%	43%	46%	40%	44%
	regionaal	26%	26%	17%	18%	17%	20%	20%	19%
	bovenregionaal	36%	30%	44%	31%	40%	34%	40%	37%
uitgaven per persoon	lokaal	€ 15,-	€ 22,-	€ 14,-	€ 22,-	€ 21,-	€ 24,-	€ 26,-	€ 28,-
	regionaal	€ 35,-	€ 33,-	€ 19,-	€ 29,-	€ 28,-	€ 38,-	€ 42,-	€ 37,-
	bovenregionaal	€ 28,-	€ 26,-	€ 26,-	€ 28,-	€ 29,-	€ 24,-	€ 33,-	€ 38,-

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2001 t/m 2008

Tabel 2.1: *Herkomst en bestedingen*

Bezoekmotief

In 2008 is winkelen veruit het belangrijkste motief om de Groninger binnenstad te bezoeken. In vergelijking met eerdere jaren is het winkelmotief aanzienlijk gestegen, terwijl onder meer horecabezoek en het toeristisch bezoek is afgenomen. Dit kan verklaard worden door de weersomstandigheden, aangezien bij regenachtig weer mensen als uitstapje relatief vaak gaan shoppen. Wanneer we kijken naar de bestedingen en het bezoekmotief, dan blijken bezoekers met als primair doel winkelen goed voor 75% van de bestedingen. In de categorie 'overig' gaat het onder andere om bezoek aan vrienden/familie, mensen die voor de gezelligheid/zomaar de binnenstad bezoeken, wandelaars en voor sportactiviteiten.

bezoekmotief	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
winkelen	56%	58%	54%	57%	59%	54%	52%	59%
werk	10%	12%	11%	11%	9%	7%	7%	8%
dienstverlening	2%	4%	4%	4%	5%	3%	4%	3%
horeca	2%	3%	4%	4%	3%	3%	5%	2%
Groninger museum	1%	1%	0%	0%	0%	1%	1%	0%
overig toeristisch bezoek	3%	4%	3%	2%	1%	5%	7%	5%
wonen	9%	6%	7%	6%	10%	6%	5%	5%
studie	10%	6%	12%	10%	7%	12%	10%	8%
overig	8%	6%	5%	6%	5%	6%	7%	9%
totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2001 t/m 2008.

Tabel 2.2: Primair bezoekmotief

Bezoekfrequentie

Het aantal bezoekers dat de binnenstad van Groningen frequent bezoekt (meerdere malen per week) laat vanaf 2003 een dalende lijn zien, dit is in overeenstemming met met het beeld in andere binnensteden. Ten opzichte van de vorige meting is de bezoekfrequentie redelijk stabiel gebleven. Het aandeel bezoekers dat minder dan 1x per maand komt, is iets afgenomen. Dit kan worden verklaard door een afname van het aandeel bovenregionale bezoekers.

Frequentie bezoek	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
(vrijwel) dagelijks	25%	21%	17%	19%	18%	14%	14%	13%
1, 2, 3 keer per week	42%	43%	48%	44%	43%	40%	39%	40%
1, 2, 3 keer per maand	21%	19%	19%	21%	22%	22%	25%	27%
minder dan 1 keer per maand	12%	16%	16%	16%	17%	23%	22%	20%

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2001 t/m 2008.

Tabel 2.3: Bezoekfrequentie

Vervoerswijze

Tabel 2.4 laat zien met welk vervoermiddel bezoekers naar de binnenstad van Groningen komen. Het aandeel bezoekers dat gebruik maakt van de (brom)fiets is iets toegenomen. Een reden hiervoor is dat het aantal lokale bezoekers eveneens is toegenomen. Verder valt op dat in vergelijking met 2007 het gebruik van het openbaar vervoer is toegenomen en het autogebruik licht afgenomen. De toename in het OV-gebruik is vooral zichtbaar in het busvervoer.

vervoerswijze	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
lopend	22%	22%	19%	20%	18%	14%	15%	14%
(brom-)fiets	24%	23%	27%	31%	32%	25%	26%	28%
openbaar vervoer	29%	26%	30%	23%	26%	31%	26%	29%
auto/motor	23%	25%	20%	21%	21%	27%	30%	29%
overig	2%	4%	3%	5%	4%	3%	2%	0%

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2001 t/m 2008.

Tabel 2.4: Vervoerswijze

Verblijfsduur

De verblijfsduur is in vergelijking met 2007 nauwelijks veranderd. Het aandeel kortblijvers is nog steeds relatief laag. De trend dat bezoekers langer blijven, minder vaak komen en meer besteden, zet zich nog wel door, maar de trend ontwikkelt zich in minder sterke mate dan in de voorgaande jaren. De gemiddelde verblijfstijd is 85 minuten. Dit is iets korter dan in 2007 (87 minuten), maar iets langer dan in 2006 (80 minuten).

verblijfsduur	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
tot en met een half uur	33%	39%	37%	36%	40%	38%	31%	31%
half uur tot en met 1 uur	22%	22%	21%	21%	24%	27%	19%	21%
1 uur tot en met 2 uur	27%	19%	19%	22%	19%	17%	24%	24%
langer dan 2 uur	18%	20%	22%	21%	17%	18%	26%	24%

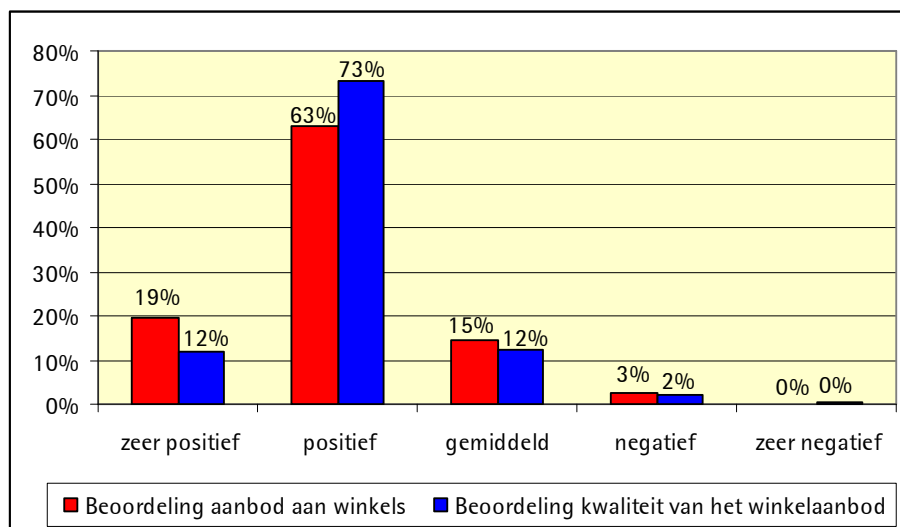
Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2001 t/m 2008.

Tabel 2.5: Verblijfsduur

Waardering winkelaanbod

Dit jaar zijn voor het eerst enkele vragen over de waardering van het winkelaanbod opgenomen. Daarom is het niet mogelijk een vergelijking met voorgaande jaren op te nemen. In de enquête is gevraagd naar de beoordeling over ten eerste het aanbod van winkels en ten tweede over de kwaliteit van het winkelaanbod. Over beide aspecten is het overgrote deel van de respondenten positief gestemd.

Het aanbod aan winkels beoordeelt 19% als zeer positief en 63% als positief. Slechts 3% is hier ontevreden over. De respondenten beoordelen de kwaliteit van het winkelaanbod in iets mindere mate als zeer positief (12%), maar wel een groot deel is positief gestemd (73%).



Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2008.

Figuur 2.1: Waardering winkelaanbod

Aanvullend is een vraag gesteld welke branches/winkels men mist in de binnenstad van Groningen. Het merendeel van de respondenten zegt niets te missen (63%). Van de respondenten die welk één of enkele winkels genoemd hebben, heeft meer dan de helft de behoefte aan extra kledingaanbod genoemd. Dit gaat om de formules Zara, om kleine boetiekjes en winkels gericht op specifiek herenkleding of specifiek dameskleding.

De overige zaken werden in aanzienlijk mindere mate genoemd en zijn zichtbaar in tabel 2.6. Wel vrij opvallend is, dat relatief veel respondenten dierenzaken noemden. Daarnaast werd ook door een klein deel van de respondenten genoemd dat behoefte bestaat aan meer variatie in winkels.

top 10: meest genoemde zaken

1. kleding (Zara, kleine boetiekjes, heren- en dameskleding)
2. huishoudelijke/luxe artikelen
3. warenhuis
4. horeca
5. dierenzaak
6. levensmiddelenpecialzaak
7. doe-het-zelfzaak
8. elektronicazaak
9. supermarkt
10. dienstverlening

Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2008.

Tabel 2.6: Top 10 gemiste zaken

3 Economische performance

De economische performance van de detailhandel in de binnenstad is uitgedrukt in de totale omzetvolumes en de vloerproductiviteit (omzet per vierkante meter wvo). De hoeveelheid omzet wordt afgeleid uit het aantal inwoners van de gemeente in combinatie met het koopgedrag (uit de telefonische¹ en passantenenquête) en de landelijk gemiddelde consumentenbestedingen².

3.1 Omzetprestatie Groninger binnenstad

Voor de binnenstad van Groningen is eveneens voor zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector de omzetraming weergegeven (tabel 3.1).

gemeente Groningen, aankoopplaats binnenstad***	dagelijks	niet-dagelijks
binding in %**	31%	66%
afvloeiing in %**	69%	34%
toevloeiing in %*	37%	59%
marktomvang (in miljoen euro's)	203	751
effectieve vloerproductiviteit in euro's per m ² wvo	18.600	7.200

* Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête 2008.

** Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête 2003, 2004 en 2005. In 2006-2008 is geen telefonische enquête uitgevoerd. De gehanteerde koopkrachtbinding is een gemiddelde uit voorgaande monitorjaren.

*** Inwonertal gemeente Groningen per 1 januari 2008: 182.484, bron: CBS Statline.

Tabel 3.1: Omzetprestatie detailhandel Groninger binnenstad

Dagelijkse sector

De bestedingen in de dagelijkse sector van bezoekers buiten de gemeente Groningen zijn in 2008 licht afgenomen toegenomen. De toevloeiing was in 2006 34% en steeg naar 38% (2007). Nu is het zeer licht gedaald door het lagere aandeel bezoekers van buitenaf naar 37%. Aangezien het inwonertal is gestegen en wij uitgaan van dezelfde koopkrachtbinding als de vorige jaren bedraagt de totale marktomvang € 203 miljoen, een verhoging ten opzichte van 2007. Door deze omzet af te zetten tegen het vloeroppervlak van 10.900 m² realiseert de Groninger binnenstad een omzet van € 18.600,- per m² wvo. Ten

¹ Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2001 t/m 2005. In de periode 2006-2008 is geen telefonische enquête uitgevoerd. De gehanteerde koopkrachtbinding is een gemiddelde uit de voorgaande monitorjaren. Nadeel hiervan is, dat de cijfers steeds meer verouderd raken en de resultaten met een onzekerheidsmarge beoordeeld dienen te worden, aangezien de huidige koopstromen veranderd kunnen zijn.

² Website HBD, bijgewerkt 28 september 2007.

opzichte van 2007 (€ 19.300,-) is de vloerproductiviteit licht afgenomen. Desondanks ligt de vloerproductiviteit in de binnenstad nog altijd op een zeer hoog niveau. De daling van de vloerproductiviteit wordt veroorzaakt door een toename van het aantal winkelmeters. Gezien de huidige tendens van schaalvergroting in de detailhandel en de daaraan gepaarde daling in de vloerproductiviteit een logische ontwikkeling.

Niet-dagelijkse sector

De toevloeiing van bestedingen in de niet-dagelijkse sector is met 59% één procent lager dan vorig jaar, maar hoger dan de voorgaande jaren. In 2006 was de toevloeiing 56% en in 2005 58%. De gemiddelde koopkrachtbinding tussen 2003 en 2005 bedraagt 66%. De koopkrachtbinding en -toevloeiing resulteren in een totale marktomvang in 2008 van € 751 miljoen en een vloerproductiviteit van € 7.200,- per m². Door de geringe afname van de toevloeiing is de omzet lager dan vorig jaar, maar wel aanzienlijk hoger dan de jaren daarvoor (2007: € 763 miljoen, 2006: € 650 miljoen). De vloerproductiviteit is afgenomen door de licht gereduceerde omzet in combinatie met een toename van het aantal winkelmeters in de niet-dagelijkse sector.

3.2 Overall functioneren binnenstad

In tabel 3.2 zijn de belangrijke resultaten uit het monitoronderzoek als key performance indicatoren gepresenteerd en afgezet tegen voorgaande jaren. De key performance indicatoren laten zien dat het sterke functioneren van de binnenstad in de afgelopen jaren ook in 2008 in stand blijft, maar dat de uitzonderlijke hoge cijfers uit 2007 enigszins zijn verminderd.

De totale bestedingen in de binnenstad, oftewel het omzetvolume, bedraagt € 954,- miljoen. Dit is een iets lagere omzet dan vorig jaar als gevolg van een minimale afname in de bestedingen van buiten de stad. Evenals in de voorgaande jaren behoudt Groningen zijn regionale en bovenregionale functie. In vergelijking met 2007 is de toevloeiing weliswaar licht afgenomen, maar blijven de percentages hoog.

Vertaalt naar de omzet per m² wvo laat de binnenstad een hoge omzetprestatie zien, maar zijn de extreem hoge omzetten per vierkante meter uit 2007 enigszins afgenomen. Dit is een logische ontwikkeling aangezien in 2007 de binnenstad dergelijke hoge omzetten per m² had en dat momenteel het winkelaanbod iets is toegenomen, zodat de stijgende omzet leidt tot een lagere omzet per vierkante meter. Ondanks een lichte vermindering, functioneert de binnenstad nog uitstekend.

Dit blijkt bijvoorbeeld ook uit de verblijfsduur en de bestedingen. De binnenstad wordt evenals in 2007 relatief lang bezocht en de bestedingen per consument zijn wederom licht toegenomen. Kortom, uit de analyse van de key-performance-indicatoren blijkt dat de Groninger binnenstad nog altijd goed functioneert, alhoewel de extreem hoge cijfers uit 2007 iets zijn afgenomen.

indicatoren	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<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.	32 mln.	31 mln.	30 mln.
gemiddeld besteed bedrag*	€ 21,-	€ 21,-	€ 21,-	€ 19,-	€ 22,-	€ 25,-	€ 27,-	€ 25,-	€ 27,-	€ 26,-	€ 31,-	€ 32,-
winkelen als primair bezoekdoel	60%	60%	53%	63%	56%	58%	54%	57%	57%	54%	52%	59%
<i>verblijfsduur</i>												
aandeel kortblijvers (< een half uur)*	36%	45%	44%	35%	33%	39%	37%	36%	40%	38%	31%	31%
aandeel langblijvers (> twee uur)*	22%	11%	13%	17%	18%	20%	22%	21%	17%	18%	24%	24%
gemiddelde verblijfsduur*	88 min.	67 min.	78 min.	85 min.	89 min.	88 min.	93 min.	92 min.	83 min.	80 min.	87 min.	85 min.
autogebruik alle regioconsumenten*	37%	41%	31%	33%	35%	43%	36%	36%	36%	43%	48%	46%
<i>marktpositie niet-dagelijks</i>												
regionaal (excl. gemeente) omzetaandeel*	22%	18%	21%	17%	18%	25%	19%	18%	17%	21%	20%	19%
bovenregionaal omzetaandeel* toevoeiing*	32%	30%	30%	31%	34%	31%	40%	31%	41%	35%	40%	40%
omzet	€ 482 mln.	€ 447 mln.	€ 495 mln.	€ 522 mln.	€ 622 mln.	€ 775 mln.	€ 908 mln.	€ 757 mln.	€ 847 mln.	€ 827 mln.	€ 967 mln.	€ 954 mln.
<i>effectieve vloerproductiviteit</i>												
dagelijks	€ 8.100	€ 10.000	€ 9.400	€ 11.900	€ 11.800	€ 12.100	€ 16.700	€ 18.900	€ 18.900	€ 16.600	€ 19.300	€ 18.600
niet-dagelijks	€ 4.400	€ 4.000	€ 4.400	€ 4.400	€ 5.400	€ 6.700	€ 7.500	€ 5.500	€ 6.300	€ 6.300	€ 7.300	€ 7.200

* Bron: Goudappel Coffeng passantenenquête, 2001 t/m 2008.

** Bron: Goudappel Coffeng telefonische enquête, 2001 t/m 2005. In 2006-2008 is geen telefonische enquête uitgevoerd. De gehanteerde koopkrachtbinding is een gemiddelde uit de voorgaande monitorjaren.

Tabel 3.2: Key performance indicatoren voor de Groninger binnenstad

3.3 Aanbevelingen

Ondanks een beperkte terugval ten opzichte van 2007 blijft de Groninger binnenstad uitstekend functioneren. De wereldwijde financiële ontwikkelingen zijn tot op heden beperkt van invloed op de detailhandelsbestedingen van consumenten.

Voor het goed functioneren van binnenstad is het van belang de sterke lokale en (boven)regionale aantrekkingskracht te behouden. Het blijven verbeteren en ontwikkelingen van de binnenstad en het verblijfsklimaat is van groot belang, ook omdat andere winkelcentra niet stilstaan. Aandachtspunten om de binnenstad verder te versterken, kunnen zijn:

- Het verbeteren van het verblijfsklimaat, toevoegen van attracties om zo de verblijfsduur te verlengen. Hoe langer mensen blijven, hoe meer zij besteden.
- Het blijven profileren van Groningen als de winkelstad in Noord-Nederland, zodat zowel vanuit de regio als van buitenaf bezoekers blijven komen (promotie).
- Een deel van de consumenten mist specifiek (kleding)aanbod. Versterking van het aanbod, toevoegen van 'trekkers' en verder complementeren van de diversiteit vergoot de aantrekkelijkheid van het winkelaanbod (d.m.v. benchmark).
- Het OV-gebruik neemt ten opzichte van het autogebruik toe. Dit is een positieve ontwikkeling. Dit kan verder worden gestimuleerd door het reizen met het OV te koppelen aan evenementen en activiteiten in de binnenstad (i.c.m. kortingskaarten).
- Uitwisseling met andere publiekstrekende voorzieningen in Groningen en omgeving stimuleren (Ikea, Saturn, Groningen Museum).