

Groningen, koopstromenonderzoek

Gemeente Groningen

Definitief



Groningen, koopstromenonderzoek

Gemeente Groningen

Definitief

Rapportnummer:	203X00692.058623_2
Datum:	11 juni 2010
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer M. de Gier en de heer E. Mooij
Projectteam BRO:	Jaap Kaai, Aiko Mein, Stefan van Aarle
Trefwoorden:	Koopstromenonderzoek, Groningen, regio, beoordeling
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 9
Beknopte inhoud:	Deze rapportage geeft inzicht in de kooporiëntatie van inwoners van de gemeente Groningen en de regio. Daarnaast is onderzoek gedaan naar de mening van de inwoners en bezoekers ten aanzien van bepaalde winkelgebieden in de stad.

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401

SAMENVATTING

Koopstromen dagelijkse artikelensector

- De koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector in de gemeente Groningen is 99%. Dit wil zeggen dat er nauwelijks koopkracht naar andere plaatsen afvloeit.
- De resultaten bevestigen dat consumenten graag boodschappen doen in de eigen buurt: tussen de 70% en 80% van de bestedingen blijven binnen het eigen stadsdeel.
- De binnenstad trekt de meeste koopkracht binnen de stad, gevolgd door winkelcentrum De Beren.
- Het aandeel van de omzet afkomstig van buiten de gemeente Groningen (koopkrachttoevoeiing) in de dagelijkse sector bedraagt 10%. Relatief veel inwoners uit de (primaire) regio zijn georiënteerd op het aanbod in de gemeente Groningen.

Koopstromen niet-dagelijkse artikelensector

- De koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse artikelensector in de gemeente Groningen is met 94% zeer hoog. Met andere woorden, de afvloeiing van omzet is beperkt.
- De binnenstad weet 46% van de koopkracht in de gemeente te binden, gevolgd door de stadsdelen Noord-West/Hoogkerk (19%) en Zuid (18%).
- Groningen is een belangrijke aankoopplaats in Noord-Nederland. Circa eenderde van alle koopkracht in de regio wordt uitgegeven in Groningen.
- De verschillen in koopkrachttoevoeiing tussen de regio's zijn groot. Afstand en kooporiëntatie op het eigen aanbod zijn belangrijke factoren voor de consument.
- Het aanbod in de binnenstad is vooral populair bij jonge mensen (tot 25 jaar). Opvallend is het verschil met de belangrijkste 'concurrent' Assen. De binnenstad van Assen is relatief meer in trek bij de oudere leeftijdscategorieën.

Bezoekgedrag en beoordeling binnenstad

In dit onderzoek is niet alleen gevraagd naar de kooporiëntatie van de consumenten. Er is ook inzicht verkregen in de bezoekfrequentie (aantal bezoeken op jaarbasis) en de beoordeling van de diverse winkelgebieden.

- Inwoners van Groningen bezoeken de binnenstad gemiddeld 65 keer per jaar om te winkelen. Dat is omgerekend circa één keer per week. Inwoners uit de regio doen dit gemiddeld 20 keer per jaar.

- Een aanzienlijk deel (40%) van de inwoners uit de regio geeft aan dat zij de binnenstad van Groningen minder vaak is gaan bezoeken. Vaak spelen persoonlijke omstandigheden daarbij een rol.
- Inwoners van Groningen geven aan vaker te binnenstad te zullen gaan bezoeken wanneer de bereikbaarheid en parkeermogelijkheden worden verbeterd en als de parkeertarieven worden verlaagd.
- De binnenstad van Groningen wordt positief beoordeeld. Er zijn wel grote verschillen tussen de indicatoren. De sfeer en gezelligheid en de keuzemogelijkheid aan winkels krijgen van de inwoners de hoogste score, respectievelijk een 7,9 en 8,0. De parkeermogelijkheden (cijfer 5,7), maar met name de parkeertarieven (cijfer 4,1) worden als onvoldoende beoordeeld.
- Zetten we de resultaten af tegen metingen uit het verleden dan is er een negatieve trend zichtbaar in de beoordeling van de bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden. De keuzemogelijkheden en de sfeer en gezelligheid worden daarentegen beter beoordeeld dan in het verleden.

Bezoekgedrag en beoordeling overige winkelgebieden

- De respondenten is gevraagd naar de bezoekfrequentie aan het meest nabijgelegen winkelgebied. De winkelcentra die gericht zijn op het boodschappen doen, worden gemiddeld één tot twee keer per week bezocht.
- De winkelcentra in de eigen woonomgeving worden gemiddeld met een 7,2 beoordeeld.
- De boodschappencentra Lewenborg, Rijksweg 16, Vinkhuizen en Helperplein worden het beste beoordeeld. Sterke punten zijn de kwaliteit van de winkels, gratis parkeren en de bereikbaarheid.
- De perifere centra Hoendiep en Sontplein worden gemiddeld beoordeeld met respectievelijk een 7,2 en een 7,1. Goed scorende indicatoren zijn de bereikbaarheid, de parkeermogelijkheden en de parkeertarieven.

Inhoudsopgave	pagina
1. INLEIDING	3
2. KOOPSTROMEN	7
2.1 Koopstromen dagelijkse sector	7
2.2 Koopstromen niet-dagelijkse sector	15
2.3 Koopstromen branches	19
3. BEZOEKGEDRAG EN BEOORDELING	21
3.1 Winkelcentra in eigen woonomgeving	21
3.2 Beoordeling binnenstad	23
3.3 Beoordeling belangrijke winkelgebieden	25
3.4 Bezoek belangrijke winkelgebieden	26
3.5 Bezoek binnenstad	27
3.6 Jumbo Euroborg	32

1. INLEIDING

Aanleiding

BRO maakt momenteel in opdracht van de gemeente Groningen een detailhandelsstructuurvisie voor de gemeente. Met het oog hierop is er behoefte aan een actueel beeld van de kooporiëntatie van inwoners van de gemeente Groningen en van de mening van deze inwoners ten aanzien van bepaalde winkelgebieden in de stad. Deze inzichten zijn nodig om een goed inzicht te krijgen in het functioneren van de verschillende winkelgebieden in de gemeente, alsmede de sterke en zwakke punten van deze gebieden en kunnen worden gebruikt voor het formuleren van nieuw beleid.

De stad Groningen heeft ook een belangrijke positie binnen de regio Noord Nederland. Voor het formuleren van nieuw detailhandelbeleid is het daarom ook interessant meer inzicht te krijgen in het koopgedrag van deze regionale consumenten.

BRO heeft daarom in opdracht van de gemeente Groningen een koopstromenonderzoek uitgevoerd in de gemeente Groningen en de regio (globaal de provincie Groningen en Drenthe noord). Hiervoor is een online consumentenonderzoek uitgevoerd.

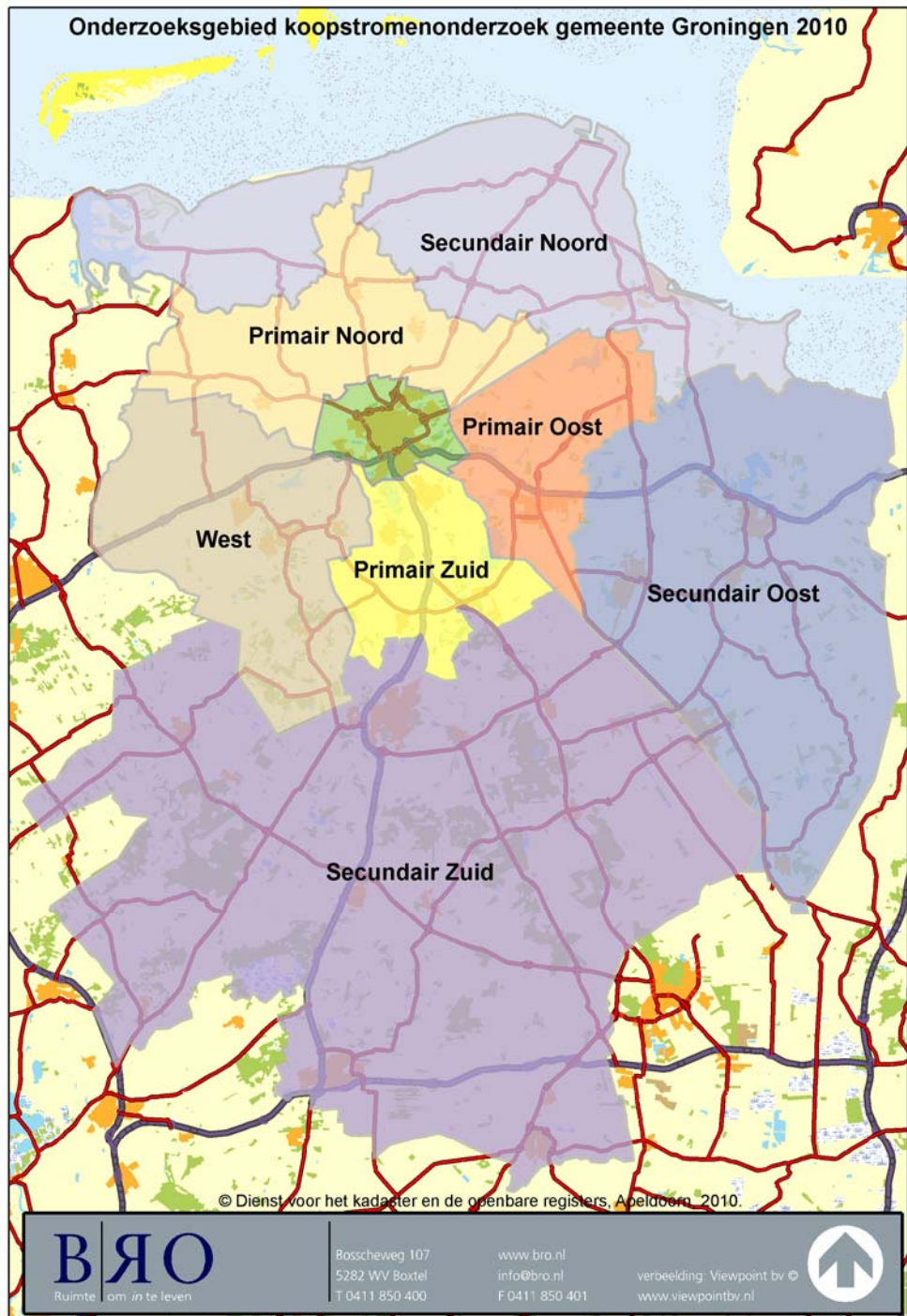
Vraagstelling

De centrale vraag in het onderzoek luidt als volgt:

- Welke verzorgingsfunctie bekleden de winkelgebieden in de gemeente Groningen voor de inwoners (koopkrachtbinding)?
- In welke mate zijn de inwoners gericht op buiten de gemeente gelegen winkel-aanbod (koopkrachtafvloeiing)?
- Hoe waarderen consumenten de winkelgebieden op een aantal essentiële onderdelen?
- Wat is de koopkrachttoevloeiing van buiten de gemeente Groningen.

Opzet onderzoek

- Het consumentenonderzoek heeft plaatsgevonden middels een online enquête onder de inwoners van de gemeente Groningen en de regio.
- Onder de huishoudens is een representatieve steekproef getrokken met een evenredige verdeling naar leeftijd en aantal inwoners per wijk.
- De gemeente Groningen is ingedeeld in vijf stadsdelen, gelijk aan de gemeentelijke indeling en de indeling zoals gevolgd in de detailhandelsvisie: Binnenstad, Noordwest (inclusief Hoogkerk), Noorddijk, Oude Wijken en Zuid.
- De regio is ingedeeld in zeven deelgebieden, met onderscheid naar primaire en secundaire regio, gelijk aan de detailhandelsmonitor 2005 (Goudappel 2005).



- Consumenten zijn bevestigd over feitelijkheden in hun koopgedrag. Hiervoor is een standaardmethodiek gebruikt.
- De vragenlijst bevat de volgende onderdelen:
 - *Koopstromen*: In de vraagstelling zijn in totaal negen branchegroepen onderscheiden (2 dagelijks en 7 niet-dagelijks). Per branchegroep is gevraagd bij welk winkelcentrum artikelen 'meestal', 'ook wel' en 'soms' aangekocht worden. Doordat per branchegroep drie aankoopplaatsen genoemd kunnen worden, komen ook de kleinere aankoopplaatsen aan de orde. In de antwoordcategorieën krijgt de respondent een zo compleet mogelijk overzicht van de aankoopplaatsen te zien (voor de opbouw en samenstelling zie bijlage). Zodoende geven deze vragen inzicht in de kooporiëntatie van de consument naar alle mogelijke aankoopplaatsen. Door middel van een weging naar bestedingen per branchegroep en naar antwoordcategorie ('meestal', 'ook wel' en 'soms') zijn de koopstromen bepaald.
 - *Bezoekfrequentie*: Gevraagd is naar de algemene bezoekfrequentie met betrekking tot de vijf winkelcentra met een bovengemeentelijke verzorgingsfunctie en het 'eigen' wijkwinkelcentrum. Dit 'eigen' winkelcentrum is het meest in de nabijheid gelegen winkelcentrum.
 - *Beoordeling winkelgebieden*: Gevraagd is op vijf elementen een oordeel te geven over een specifiek winkelgebied. Deze vraag is gesteld voor het belangrijkste winkelcentrum in de directe omgeving van de respondent.
 - *Sociaal-demografische kenmerken*, naar leeftijd, huishoudensamenstelling en inkomen.

Ten aanzien van de Jumbo in Euroborg is specifiek gevraagd of deze winkel ook op zondag wordt bezocht en zo ja welk aandeel van de bestedingen hier dan worden gedaan.

Omvang steekproef

De enquêtes zijn afgenomen onder 1.091 inwoners van de gemeente Groningen, die aan de hand van een representatieve steekproef per stadsdeel zijn uitgenodigd voor deelname aan het onderzoek. Op grond hiervan kunnen betrouwbare uitspraken gedaan worden over koopgedrag en waardering van consumenten. Met de steekproef zijn op gemeenteniveau uitspraken te doen met een betrouwbaarheid van 95% en een maximale afwijking van 3,5%. Voor de uitspraken op stadsdeelniveau ligt deze betrouwbaarheid op 85% met een maximale afwijking van 5,5%.

In de regio zijn 1.073 inwoners bevestigd. Deze steekproef is verdeeld over de gemeenten in de regio, waarbij zeven deelgebieden zijn onderscheiden. Per deelgebied is een steekproef getrokken van ca. 100 enquêtes met een min of meer gelijke verdeling naar inwoner per gemeente.

De respons is verworven uit diverse internetpanels, waaronder het panel van Multiscope. Daarnaast hebben mensen de vragenlijst ingevuld na oproepen in lokale media, de gemeentelijke internetsite en een flyer actie bij enkele grotere winkelketens in de gemeente. De totale respons op deze extra werving is ongeveer 500 volledig ingevulde enquêtes.

Als vragenlijst voor het regionale onderzoek is vrijwel dezelfde als voor de gemeente Groningen gebruikt.

Online enquêteren

Het koopstromenonderzoek is uitgevoerd door middel van een vragenlijst onder consumenten c.q. inwoners in het onderzoeksgebied. De vragenlijst is via internet in het onderzoeksgebied uitgezet. Daarbij is gebruik gemaakt van het internetpanel van Multiscope. Panelleden woonachtig in het onderzoeksgebied zijn op diverse manieren (e-mail, schriftelijk, internet en persberichten) uitgenodigd de digitale vragenlijst in te vullen.

2. KOOPSTROMEN

2.1 Koopstromen dagelijkse sector

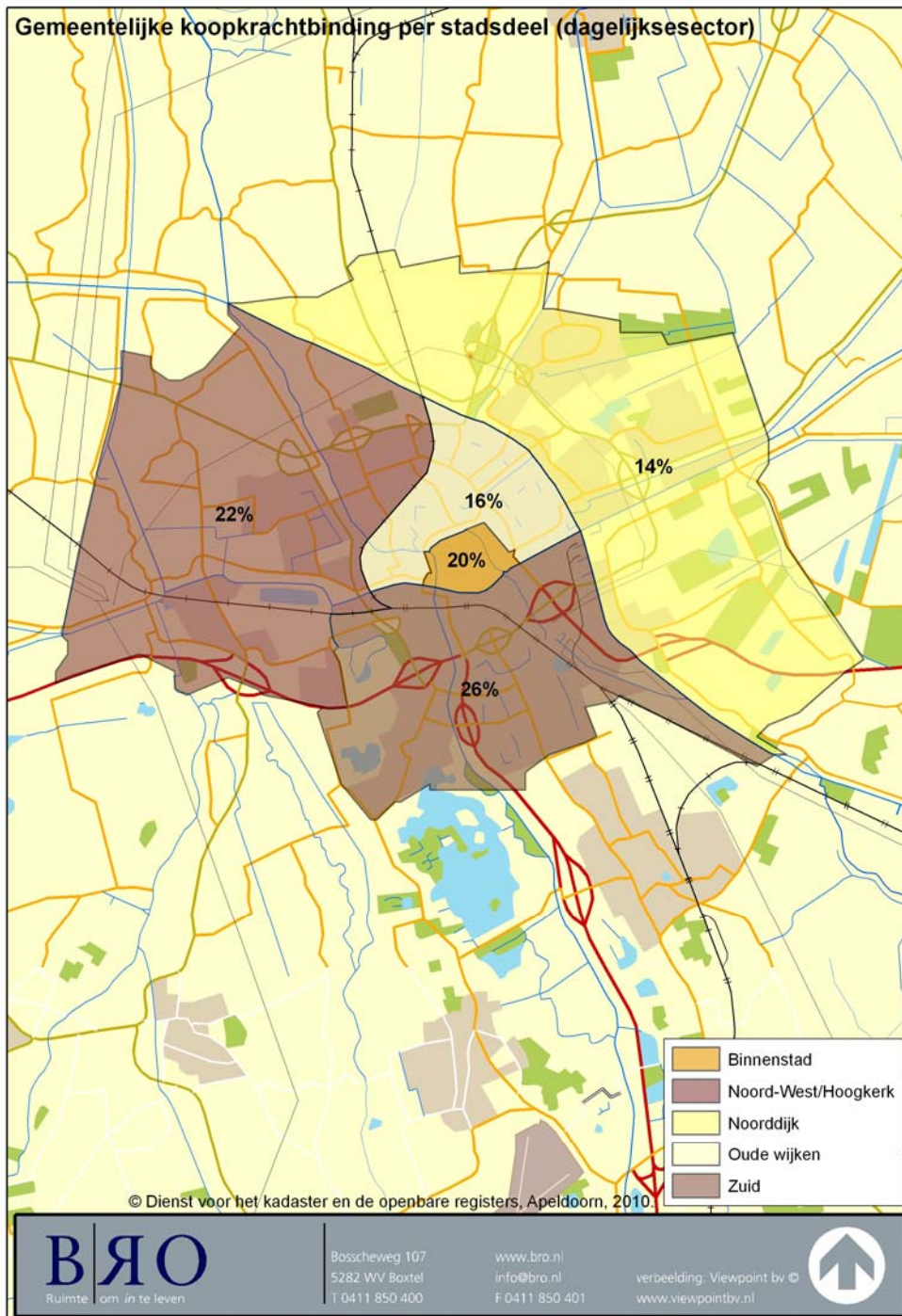
Koopstromen Stad

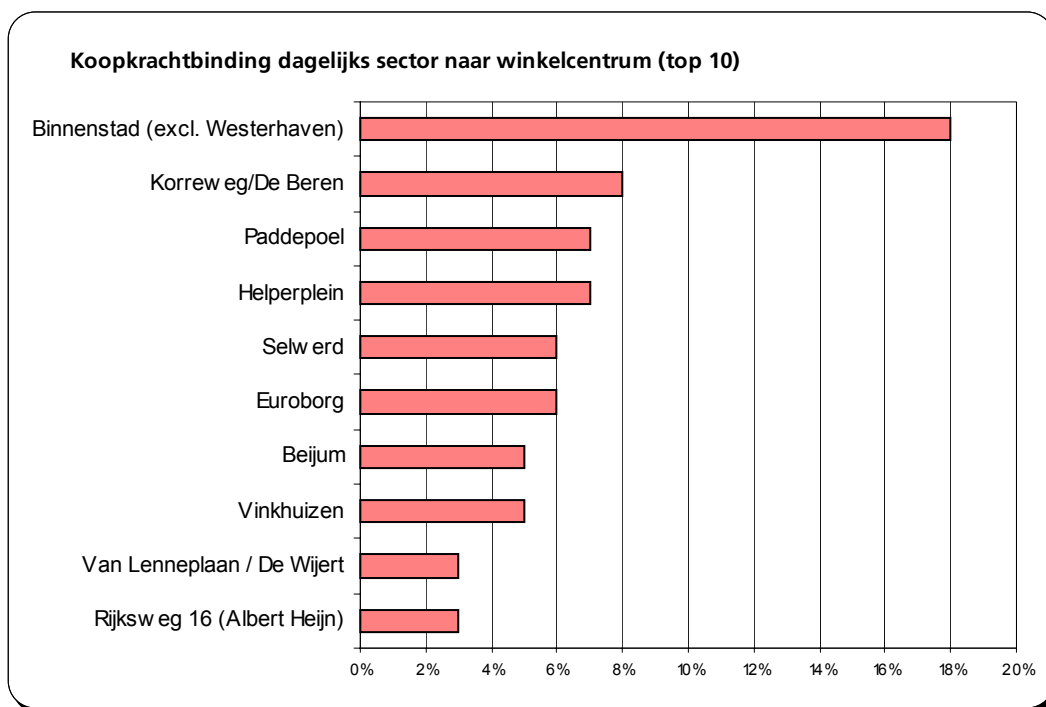
Het merendeel van de koopkracht in de dagelijkse sector in Groningen stad wordt besteed in het 'eigen' winkelaanbod. De koopkrachtbinding is bijna 100%. De afvloeiing naar winkelaanbod buiten de gemeente is verwaarloosbaar.

Koopstromen Groningen stad dagelijkse sector

Bestemming	Herkomst	Binnenstad	Oude Wijken	Noord-West/ Hoogkerk	Noorddijk	Zuid	Totaal
Binnenstad		57%	25%	9%	9%	18%	20%
Oude Wijken		23%	46%	6%	6%	2%	16%
Noord-West/Hoogkerk		4%	13%	77%	7%	3%	22%
Noorddijk		0%	6%	1%	70%	1%	14%
Zuid		13%	8%	5%	7%	73%	26%
Verspreid		2%	1%	1%	1%	1%	1%
Stad totaal		99%	99%	99%	100%	98%	99%
Regio		1%	1%	2%	1%	1%	1%
Totaal		100%	100%	100%	100%	100%	100%

- Een groot deel van de koopkracht, tussen de 70% en 80% blijft binnen het eigen stadsdeel. Alleen in het stadsdeel Oude Wijken zien we een relatief lage binding en tevens hoge afvloeiing, met name naar de binnenstad en voor een deel ook naar Noord-West.
- Omgekeerd vloeit er ook veel koopkracht af vanuit de Binnenstad naar Oude Wijken. Tussen deze twee stadsdelen is er dus veel uitwisseling van koopstromen.
- Noord-West/Hoogkerk heeft binnen de stad de hoogste koopkrachtbinding.
- De binnenstad trekt uit het grootste aantal verschillende stadsdelen koopkracht.





- Het aanbod in de dagelijkse sector in de binnenstad trekt de meeste koopkracht binnen de hele stad.
- Winkelcentrum De Beren neemt binnen de gemeente ten aanzien van de koopkrachtbinding de tweede plaats in.
- Winkelcentrum Paddepoel en Helperplein zijn respectievelijk het derde en vierde centrum. Ondanks dat er maar één supermarkt is gevestigd trekken deze centra iets meer koopkracht dan andere wijkwinkelcentra met twee of meer supermarkten.

Koopstromen regio

Inwoners in de regio Groningen zijn over het algemeen redelijk op het eigen winkelaanbod in de dagelijkse sector georiënteerd. Gemiddeld binden de subregio's 70% tot 80% van de koopkracht in de dagelijkse sector. Toch zien we in tegenstelling tot de gemeente Groningen een sterke uitwisseling van koopstromen tussen subregio's. Naar verwachting gaat het hier vooral om de koopstromen in de randen van de subregio's. Daarnaast zullen de inwoners van deze landelijke gebieden meer gewend zijn grotere afstanden af te leggen.

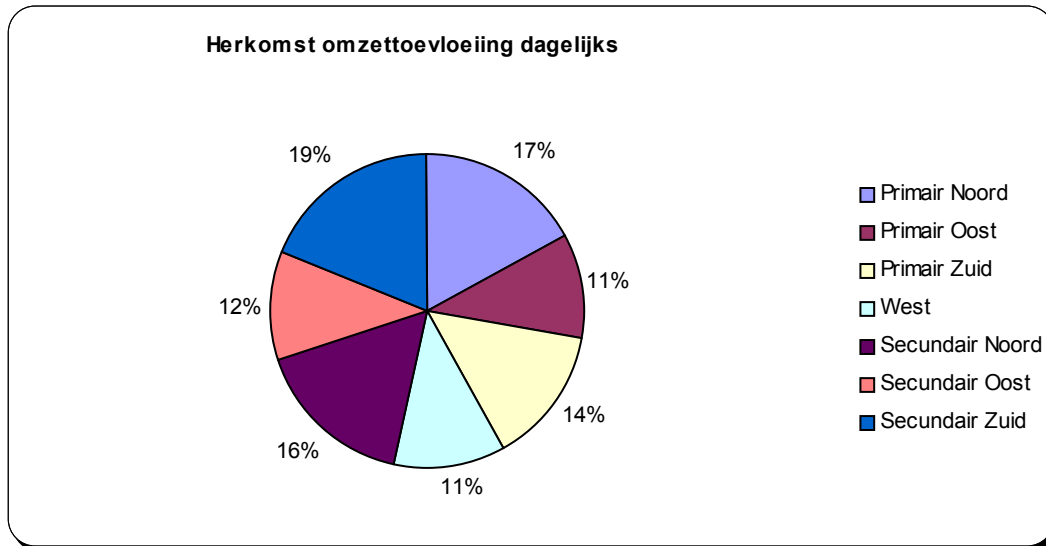
Tegelijk zien we dat relatief veel inwoners toch ook georiënteerd zijn op Groningen. Uit de totale regio komt 10% van de koopkracht terecht bij winkelaanbod in Groningen. Deze koopkracht is met name afkomstig van de inwoners van de primaire subregio's, zoals Winsum, Bedum en Zuidhorn (Primair Noord) en Haren en Tynaarlo (Primair Zuid). Groningen heeft een surplus in koopkrachtorientatie in de dagelijkse sector. Dat wil zeggen de koopkrachttoevloeiing is hoger dan de afvloeiing.

Koopstromen Groningen regio dagelijkse sector

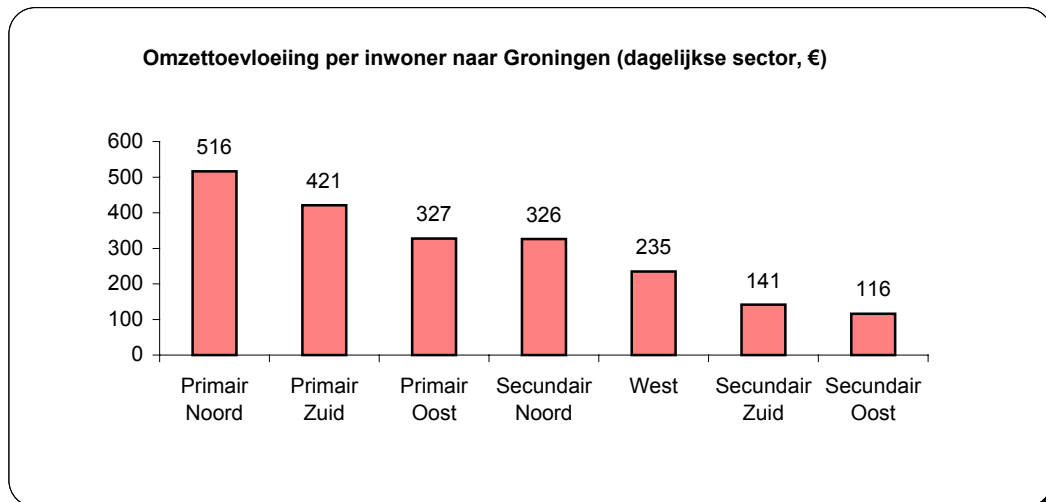
Bestemming	Herkomst	Noord prim.	Noord sec.	Oost prim.	Oost sec.	Zuid prim.	Zuid sec.	West	Totaal
Groningen stad		22%	14%	14%	5%	17%	6%	10%	10%
Noord primair		69%	11%	0%	0%	0%	0%	2%	7%
Noord secundair		4%	71%	3%	1%	-	-	0%	9%
Oost primair		0%	0%	80%	5%	2%	0%	0%	8%
Oost secundair		0%	0%	1%	83%	0%	9%	0%	22%
Zuid primair		0%	1%	1%	0%	64%	0%	0%	5%
Zuid secundair		1%	0%	1%	2%	14%	73%	5%	25%
West		3%	0%	-	-	2%	1%	78%	9%
Elders		1%	2%	0%	3%	1%	10%	5%	5%
Totaal		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

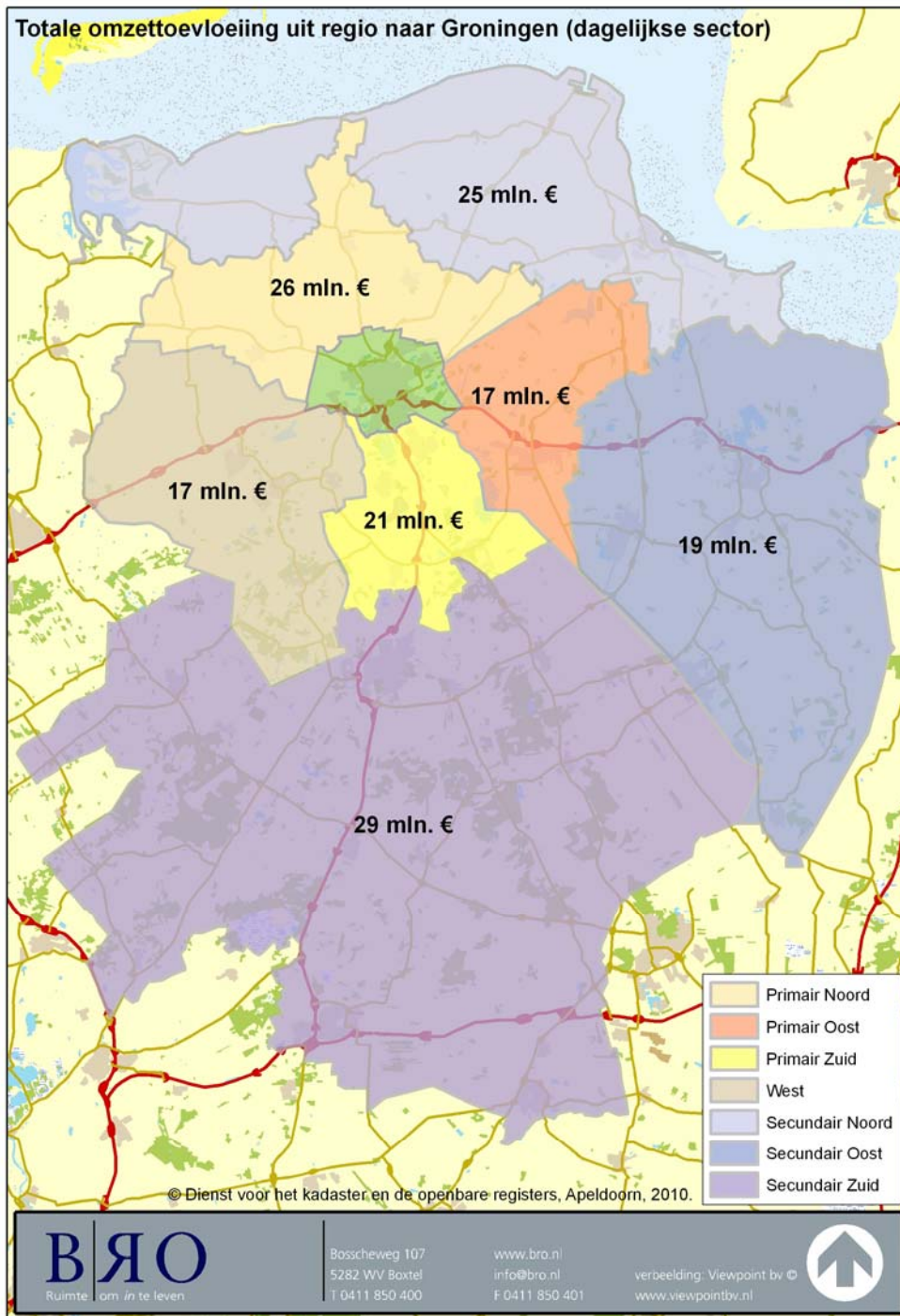
Omzetherkomst

Op basis van het aantal inwoners, de gemiddelde bestedingen per hoofd van de bevolking en de koopstromen kan een benadering worden gemaakt van de totale koopkrachttoevoeiing op Groningen. In de grafiek is dit weergegeven met een verdeling van de subregio's.

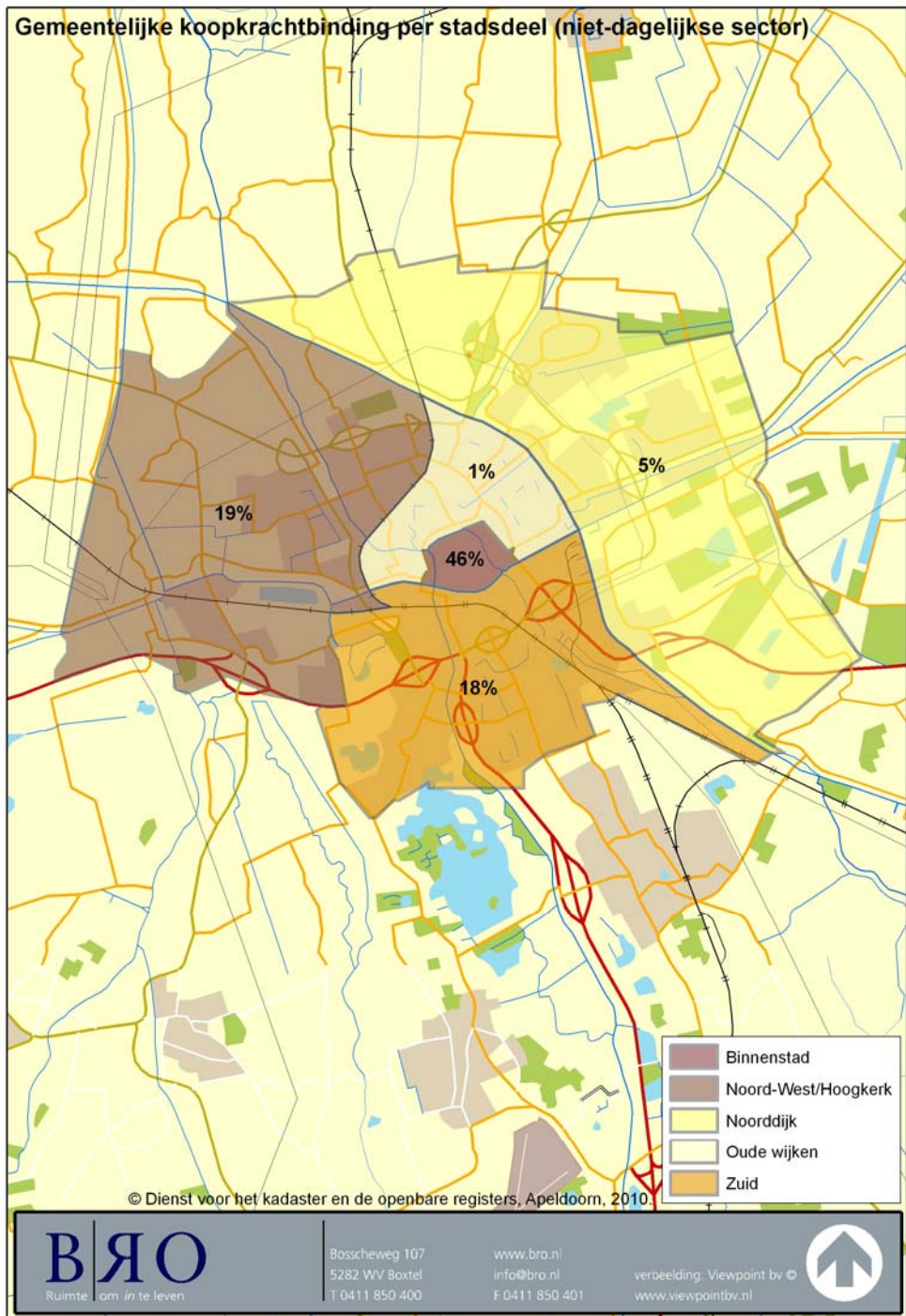


De subregio's zijn qua oppervlak en inwonertal niet vergelijkbaar. Met name de secundaire regio's zijn groot. Toch heeft elke regio een min of meer gelijk aandeel in de totale omzettoevoeiing. Uit de primaire regio's (inclusief West) komt gezamenlijk iets meer dan de helft van alle toevoeiing.





Indien de omzettoevloeiing op Groningen vanuit de regio wordt afgezet tegen het aantal inwoners, door de gemiddelde omzet per inwoner te bepalen, zien we dat vooral de primaire regio's relatief sterk op Groningen georiënteerd zijn. Ook inwoners uit de noordelijke secundaire subregio (o.a. gemeente De Marne en Eemsmond) zijn relatief sterk op Groningen gericht. Dit kan verklaard worden door de naar verhouding geringe omvang van het winkelaanbod aldaar en het gebrek aan alternatieven door de barrière van de Waddenzee. Mensen die verder weg wonen, zoals de secundaire subregio's zuid en oost, besteden gemiddeld minder aan dagelijkse artikelen in Groningen en zijn meer op het eigen aanbod georiënteerd.



2.2 Koopstromen niet-dagelijkse sector

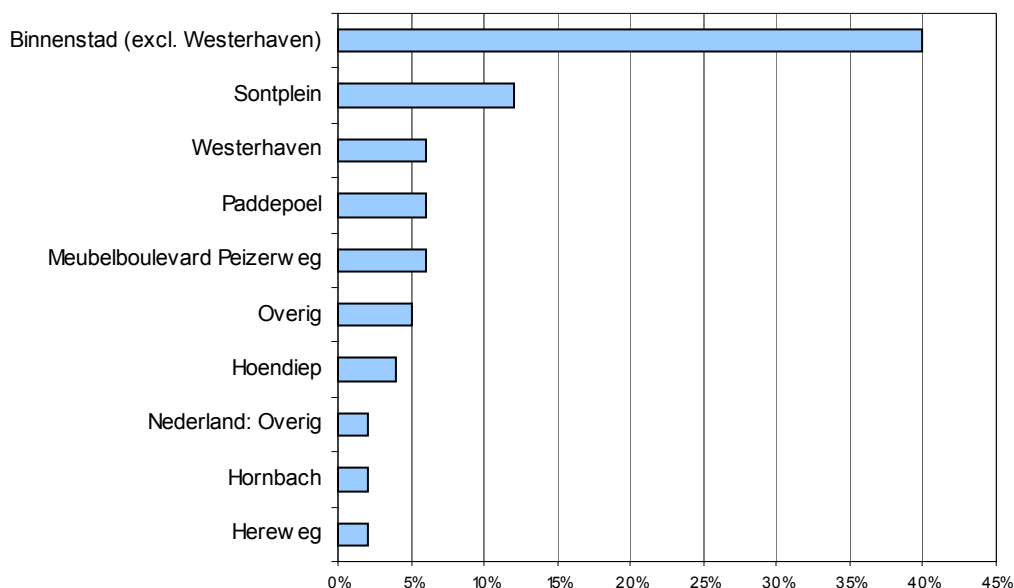
In de niet-dagelijkse sector is de totale koopkrachtbinding iets lager dan in de dagelijkse sector. Desondanks kan gesproken worden over een zeer hoge binding. De afvloeiing naar detailhandelsaanbod buiten de gemeente is gering en bovendien zeer versnipperd. In de regio is, gezien de koopstromen, geen duidelijk concurrerend winkelgebied aan te wijzen.

Koopstromen Groningen stad niet-dagelijkse sector

Bestemming	Herkomst Binnenstad	Oude Wijken	Noord-West/ Hoogkerk	Noorddijk	Zuid	Totaal
Binnenstad	62%	51%	39%	39%	48%	46%
Oude Wijken	2%	2%	0%	1%	1%	1%
Noord-West/Hoogkerk	10%	13%	35%	19%	14%	19%
Noorddijk	1%	2%	3%	17%	2%	5%
Zuid	18%	17%	13%	14%	25%	18%
Verspreid	2%	8%	5%	6%	3%	5%
Stad totaal	95%	93%	95%	96%	93%	94%
Regio	5%	7%	5%	4%	7%	6%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%

- De binnenstad bindt de meeste koopkracht, gevolgd door de stadsdelen Noord-West, met het stadsdeelcentrum Paddepoel, en Zuid, waar een aanzienlijk deel van de koopkracht gebonden wordt door het aanbod op Sontplein.
- Elk stadsdeel bindt min of meer een gelijk aandeel koopkracht. De verschillen tussen de stadsdelen zijn niet substantieel.

Koopkrachtbinding niet-dagelijks sector naar winkelcentrum (top 10)



Koopstromen regio

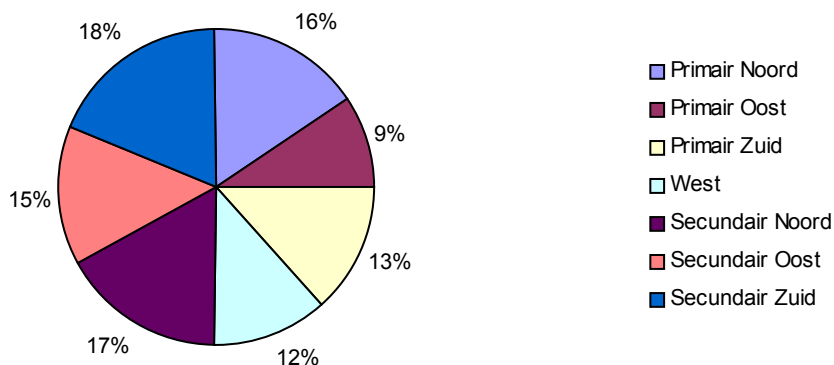
In de niet-dagelijkse sector is de gemeente Groningen een belangrijke aankoopplaats in Noord Nederland. Bijna eenderde van alle koopkracht in deze sector wordt uitgegeven in Groningen. In vergelijking tot landelijke gemiddelden is dit een vrij groot aandeel. Voor een belangrijk deel kan dit verklaard worden door de geografische en functionele situatie. Noord Nederland is een dunbevolkt gebied met naar verhouding weinig winkelaanbod. Het aanbod dat aanwezig is, is geconcentreerd in de grotere plaatsen, dit aanbod trekt de meeste omzet. Groningen speelt hierin een grote rol.

Koopstromen Groningen regio niet-dagelijkse sector

Bestemming	Herkomst	Noord prim.	Noord sec.	Oost prim.	Oost sec.	Zuid prim.	Zuid sec.	West	Totaal
Groningen stad		61%	43%	37%	19%	44%	18%	31%	30%
Noord primair		27%	4%	0%	0%	0%	0%	1%	3%
Noord secundair		4%	43%	5%	1%	0%	1%	0%	6%
Oost primair		0%	1%	48%	3%	2%	0%	0%	5%
Oost secundair		0%	2%	3%	63%	0%	9%	0%	18%
Zuid primair		0%	0%	1%	1%	29%	1%	0%	3%
Zuid secundair		1%	2%	3%	4%	20%	52%	8%	20%
West		3%	1%	0%	0%	2%	2%	47%	6%
Elders		3%	4%	2%	9%	2%	18%	12%	10%
Totaal		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

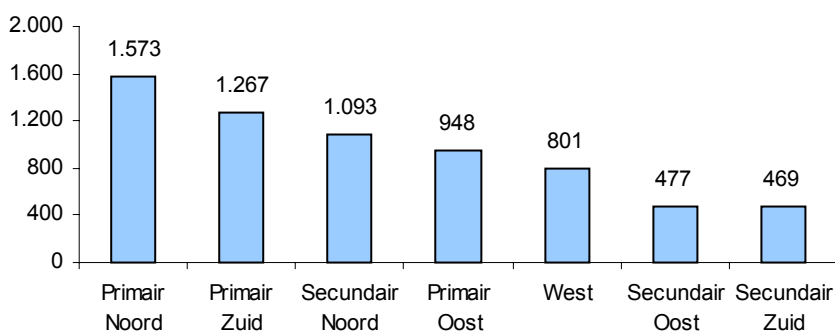
- De subregio's binden tussen de 25% en 65% van de eigen koopkracht in de niet-dagelijkse sector.
- De totale koopkrachtbinding is sterk afhankelijk van het aanbod in de eigen regio en de afstand tot de gemeente Groningen.
- De subregio's Noord primair en Zuid primair binden relatief de minste koopkracht. Deze regio's liggen dan ook dicht bij Groningen en hebben een vrij beperkt eigen aanbod.
- Hoe verder men van Groningen af woont en hoe meer alternatieve aankoopmogelijkheden men heeft, hoe lager de oriëntatie op Groningen is.
- Inwoners van de secundaire subregio's Oost en Zuid zijn het minste op Groningen georiënteerd. Hier zijn belangrijke aankoopplaatsen de centra van Winschoten, Stadskanaal, Veendam en Assen.

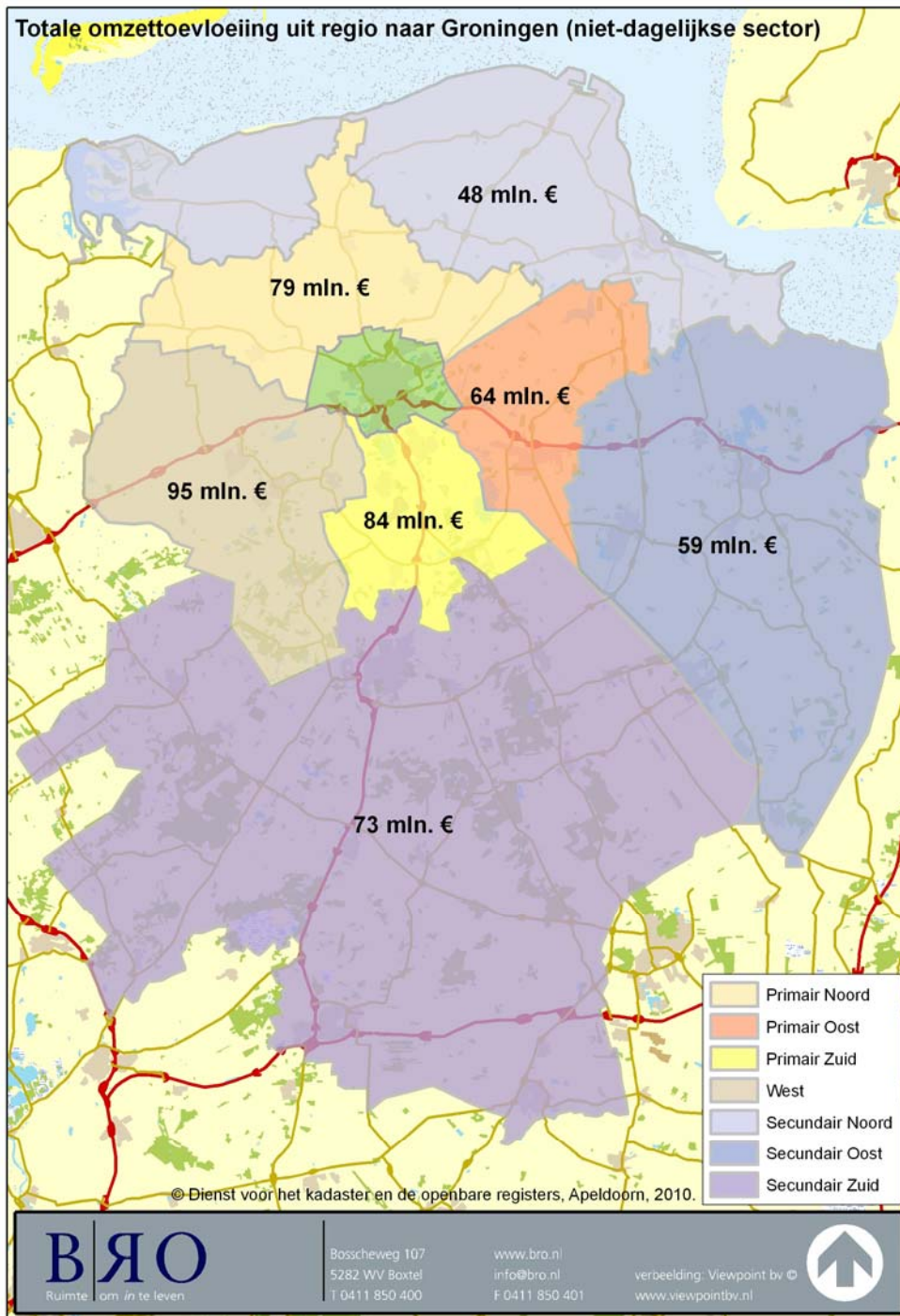
Herkomst omzettoevloeiing niet-dagelijks



- De aandelen per subregio in de totale omzettoevloeiing lopen verder uiteen dan voor de dagelijkse sector.
- In aandeel zijn voor de niet-dagelijkse sector de primaire regio Oost en de secundaire regio Zuid het belangrijkste. In absolute zin komt hier de meeste omzettoevloeiing vandaan. Met name voor de secundaire regio Zuid kan dit verklaard worden door het grote inwonertal.
- De primaire subregio's Noord, Oost en Zuid zijn qua inwonertal vergelijkbaar (ca. 50.000 inwoners). Toch zien we dat het aandeel in de omzettoevloeiing van de Primaire subregio Oost naar verhouding gering is. Hoogezand-Sappemeer is hier een belangrijke aankoopplaats.

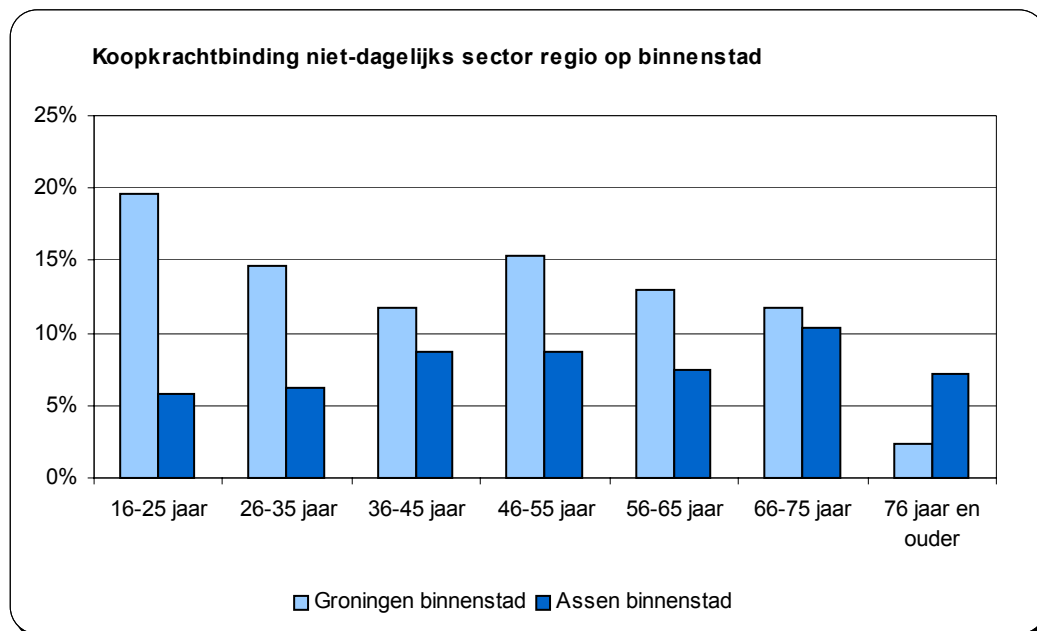
Omzettoevloeiing per inwoner naar Groningen (niet-dagelijkse sector)





Groningen versus Assen

In de grafiek is de regionale koopkrachtbinding op Groningen afgezet tegen de binding op Assen, met een verdeling naar leeftijd. Hierbij zijn de koopstromen uit zowel Groningen en Assen zelf buiten beschouwing gelaten.



- Groningen is populair bij jongere mensen. In de leeftijdscategorie jonger dan 25 jaar is de koopkrachtbinding uit de regio ongeveer 20% tegen ongeveer 5% op Assen.
- Ook voor de categorie 25 – 35 jaar zien we een groot verschil tussen Groningen en Assen.
- In de oudere leeftijdscategorieën bindt Groningen telkens weliswaar meer koopkracht, maar zijn de verschillen kleiner.
- Met name de oudere leeftijdscategorieën zijn vrijwel evenveel of meer op Assen georiënteerd.

2.3 Koopstromen branches

In alle branches wordt de meeste koopkracht gebonden door het winkelaanbod in de gemeente. De koopkrachtafvloeiing naar aanbod in de regio is gering. De 'hoogste' afvloeiing zien we nog in de kledingbranche, ook al is dit in verhouding tot landelijke gemiddelden weinig.

Koopstromen Groningen stad naar branche

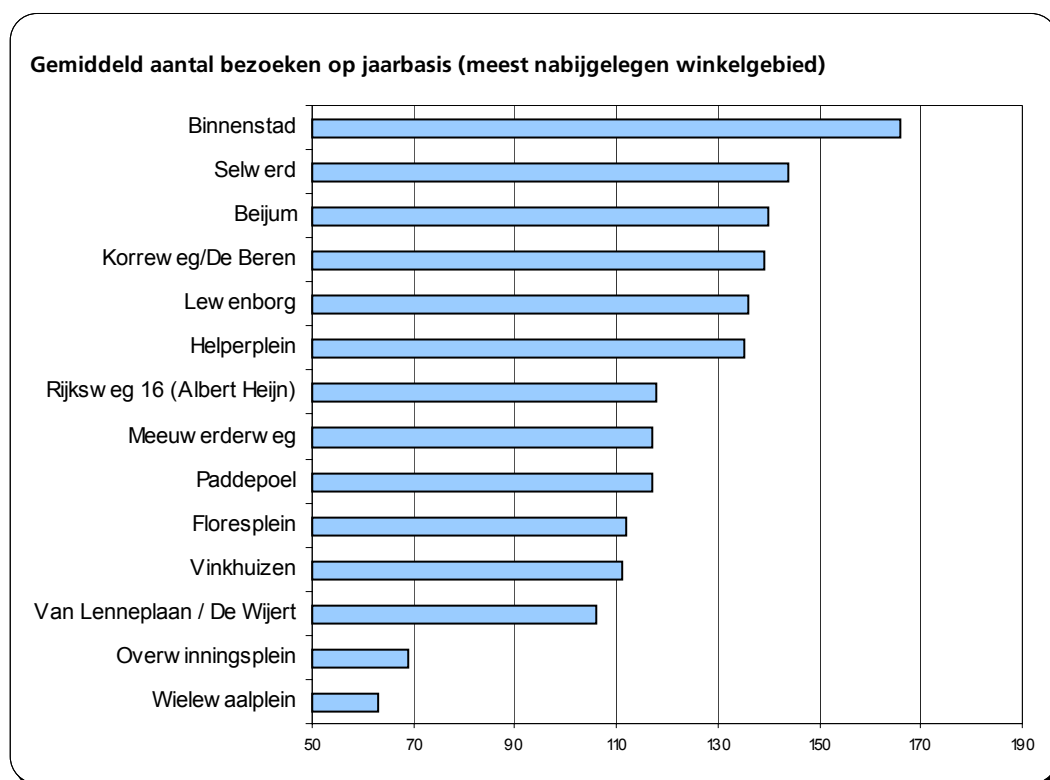
	Levens- middelen	Drogis- terij	Kleding	Media	Hobby	Huis- houdelijk	Bruin- en witg	Dhz en tuin	Wonen	Totaal
Binnenstad	18%	36%	66%	57%	65%	51%	63%	11%	18%	33%
Oude Wijken	16%	8%	1%	4%	1%	1%	1%	1%	1%	9%
Noord-W./H.	23%	20%	12%	13%	11%	15%	6%	31%	36%	21%
Noorddijk	14%	11%	3%	5%	5%	5%	1%	17%	2%	9%
Zuid	27%	20%	6%	15%	9%	19%	22%	25%	33%	22%
Verspreid	1%	2%	3%	2%	4%	5%	4%	12%	5%	3%
Stad totaal	99%	97%	91%	96%	95%	96%	97%	97%	95%	97%
Regio	1%	2%	9%	3%	5%	5%	5%	3%	5%	3%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

- De binnenstad is veruit de belangrijkste aankoopplaats. Met name op het gebied van recreatief winkelen branches, zoals kleding, media en hobby, zien we een hoge binding.
- Tweede aankoopplaats in deze recreatieve branches is het aanbod in stadsdeel Noord-West, voornamelijk winkelcentrum Paddepoel.
- Noord-West en Zuid trekken als tweede en derde stadsdeel de meeste koopkracht. Noord-West is, met het aanbod in Paddepoel en de woonboulevard vooral sterk in de recreatieve branches en de branches doe-het-zelf en wonen. Zuid trekt eveneens in de branches doe-het-zelf en wonen veel koopkracht, ook de bruin- en witgoedbranche is hier sterk, vooral door het aanbod op Sontplein.
- De minste koopkracht wordt gebonden door het aanbod in Oude Wijken.

3. BEZOEKGEDRAG EN BEOORDELING

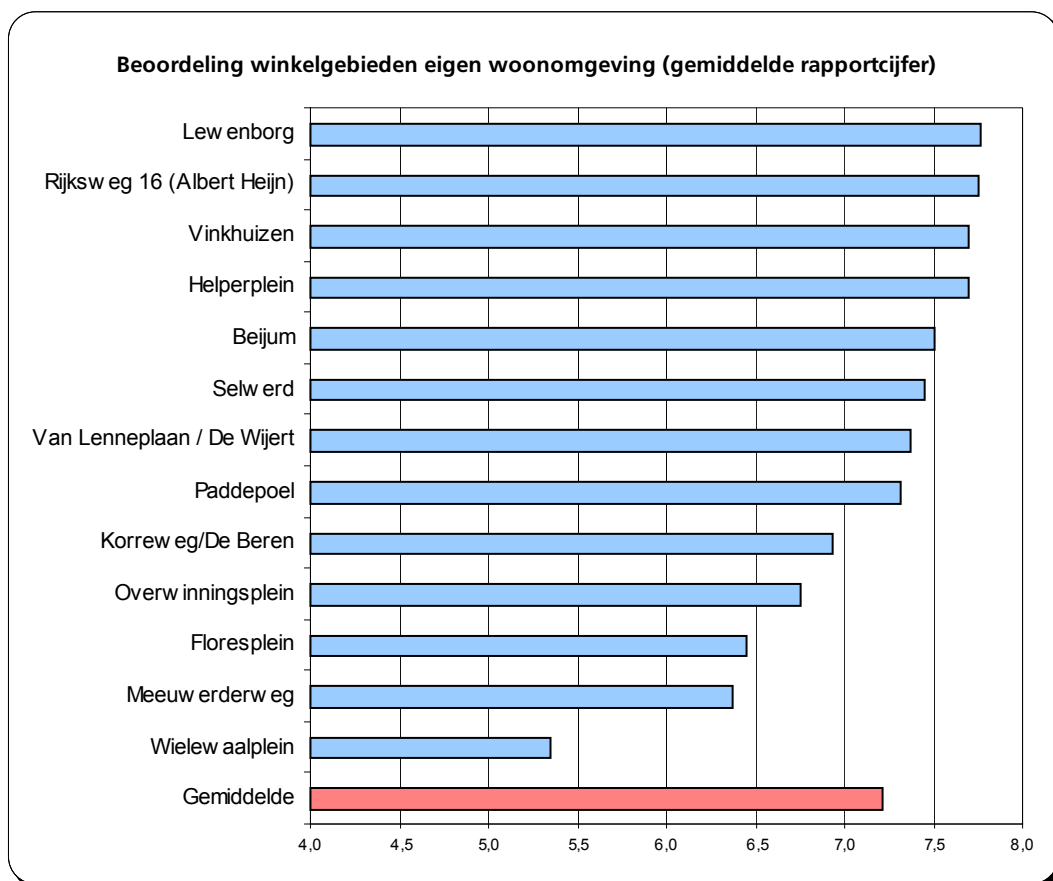
3.1 Winkelcentra in eigen woonomgeving

In het onderzoek is gevraagd naar het bezoekgedrag aan het belangrijkste winkelgebied in de directe woonomgeving van de respondent. Daarbij is gevraagd naar de bezoekfrequentie aan dit centrum en is gevraagd op een aantal aspecten een beoordeling te geven van dit winkelcentrum. De bezoekfrequentie is vertaald naar een gemiddeld aantal bezoeken op jaarbasis.



- De binnenstad wordt naar verhouding met de hoogste frequentie bezocht door mensen die in de binnenstad wonen of daar direct omheen. Gemiddeld komt men drie keer per week in de binnenstad. Dit heeft veel te maken met het feit dat de binnenstad zowel een uitgebreid aanbod heeft in de dagelijkse als ook in de niet-dagelijkse sector, maar ook allerlei andere functies en voorzieningen.
- De andere winkelcentra zijn vooral gericht op een verzorging voor de dagelijkse boodschappen. Hier zien we een gemiddelde bezoekfrequentie en één tot twee keer per week.

- Ten aanzien van de bezoekfrequentie is er geen duidelijk verband naar de omvang van een winkelcentrum of het type. Het is bijvoorbeeld niet zo dat een groter winkelcentrum vaker wordt bezocht dan een kleiner centrum.
- Verschillen zijn er wel naar leeftijd van de consument jongere (< 25 jaar) en ouderen (> 56 jaar) bezoeken gemiddeld vaker het winkelcentrum in de eigen woonomgeving, dan mensen van middelbare leeftijd. De eerste groep gaat gemiddeld drie keer per week. De laatste groep gaat gemiddeld twee keer.



- De winkelcentra in de eigen woonomgeving (exclusief binnenstad) worden gemiddeld met een 7,2 beoordeeld.
- De best scorende winkelcentra zijn Lewenborg en Rijksweg 16 (Albert Heijn). Sterke punten van deze twee centra zijn het gratis parkeren, de goede bereikbaarheid en de kwaliteit van de winkels.
- De parkeertarieven worden over het algemeen goed beoordeeld. Alleen wanneer in een centrum een parkeerregime geldt (betaald of blauwe zone) zien we het gemiddelde rapportcijfer sterk dalen.

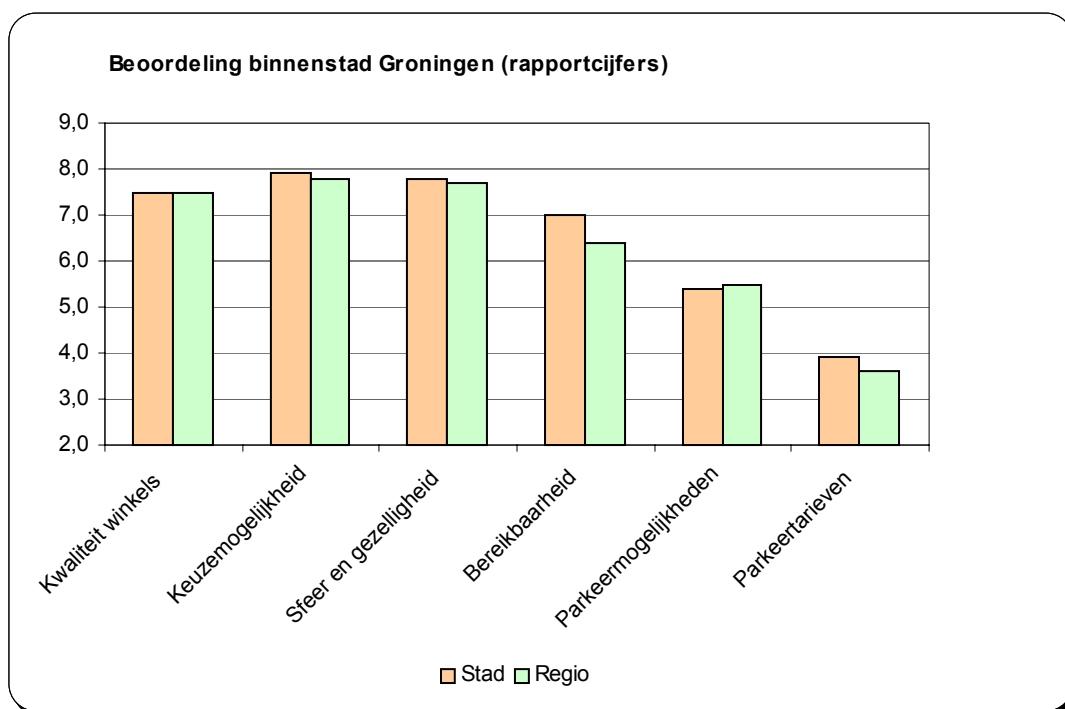
- De keuzemogelijkheden en de sfeer en gezelligheid worden naar verhouding het minst beoordeeld. Vooral het Floresplein en het Wielwaalplein scoren hierop een onvoldoende.
- De Meeuwerderweg wordt matig beoordeeld, vooral vanwege de slechte parkeermogelijkheden en het parkeerregime dat hier geldt. De sfeer en gezelligheid scoren hier naar verhouding redelijk.

3.2 Beoordeling binnenstad

De binnenstad van Groningen wordt over het algemeen goed beoordeeld. Vooral de aspecten als keuzemogelijkheid aan winkels en sfeer en gezelligheid zijn punten waarop de binnenstad scoort.

De parkeermogelijkheden en met name de parkeertarieven zijn aspecten die met een onvoldoende worden gewaardeerd.

Over de breedte gezien is de Groninger iets positiever over de binnenstad dan de regioconsument. Vooral bereikbaarheid wordt door hen goed beoordeeld. Alleen de parkeermogelijkheden worden door de regioconsument naar verhouding iets beter gewaardeerd.



Trend beoordeling binnenstad

De binnenstad van Groningen scoort vooral op keuzemogelijkheden en sfeer en gezelligheid. Deze aspecten worden steeds beter gewaardeerd door zowel de lokale consument als door de regionale consument.

Minder goed gaat het met de bereikbaarheidsaspecten, inclusief de parkeermogelijkheden en parkeertarieven. Deze aspecten worden nu lager beoordeeld dan vijf jaar geleden. Vooral de regionale consument is hier negatiever over geworden.

Trend beoordeling binnenstad¹

	Stad			Regio		
	2002	2005	2010	2002	2005	2010
Kwaliteit winkels*	-	-	7,6	-	-	7,4
Keuzemogelijkheid	7,5	7,5	8,0	7,4	7,6	7,7
Sfeer en gezelligheid	7,5	7,6	7,9	7,1	7,5	7,7
Bereikbaarheid	7,6	7,8	7,2	7,0	7,3	6,5
Parkeermogelijkheden	5,4	6,1	5,7	5,9	6,2	5,6
Parkeertarieven*	-	-	4,1	-	-	3,9

* Niet gemeten in 2002 en 2005

¹ Gegevens 2002 en 2005; bron Detailhandelsmonitor 2005 gemeente Groningen (Goudappel Coffeng 2005)

3.3 Beoordeling belangrijke winkelgebieden

Het Sontplein en het Hoendiep zijn zowel door Groningers als door regioconsumenten beoordeeld. Wat blijkt is dat de beoordeling gemiddeld genomen van deze twee groepen vrijwel gelijk is. Evenals voor de binnenstad is opgemerkt zijn ook voor het Sontplein en het Hoendiep de regioconsumenten iets minder positief over de parkeermogelijkheden en –tarieven.

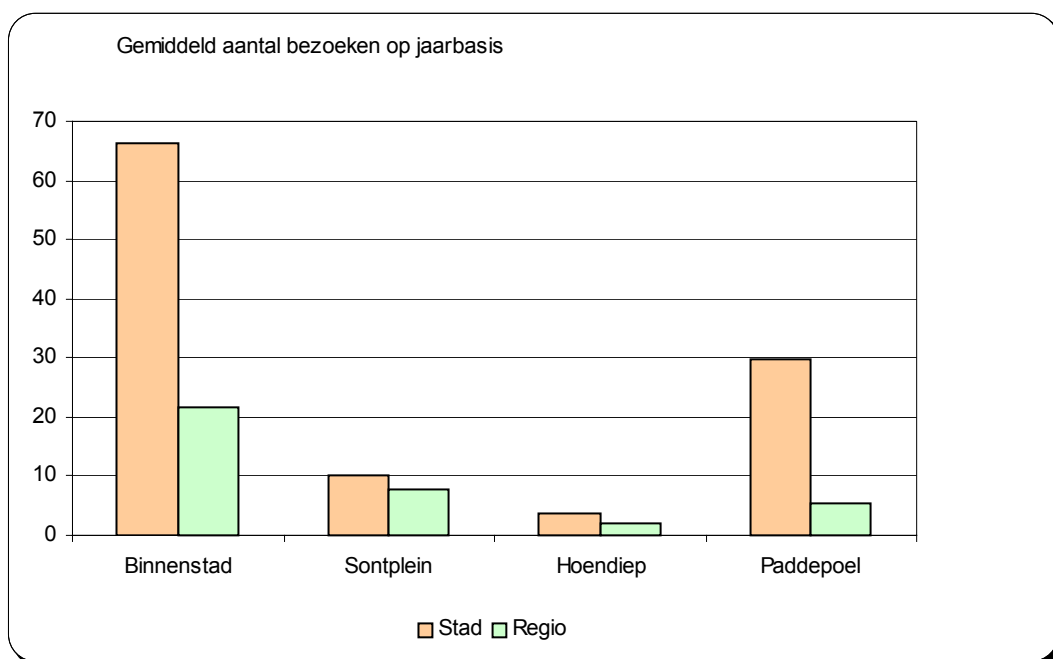
Beoordeling belangrijke winkelgebieden

	Sontplein		Hoendiep	
	Stad	Regio	Stad	Regio
Kwaliteit winkels	7,4	7,4	7,2	7,2
Keuzemogelijkheid	6,5	6,4	7,0	7,0
Sfeer en gezelligheid	6,0	6,3	6,1	6,3
Bereikbaarheid	7,5	7,7	7,4	7,4
Parkeermogelijkheden	7,8	7,7	7,6	7,4
Parkeertarieven	7,4	7,3	8,0	7,7
Gemiddeld	7,1	7,1	7,2	7,2

3.4 Bezoek belangrijke winkelgebieden

De gemiddelde bezoekfrequentie van inwoners van Groningen aan de binnenstad is naar verhouding hoog. Gemiddeld bezoekt men de binnenstad iets meer dan één keer per week om te winkelen. Inwoners uit de regio bezoeken de binnenstad met een veel lagere frequentie, van ongeveer 20 keer per jaar (één tot twee keer per maand). Deze bezoekfrequentie ligt iets hoger voor inwoners uit de primaire subregio's (ongeveer twee keer per maand) dan voor inwoners uit de secundaire regio's (ongeveer één keer per maand).

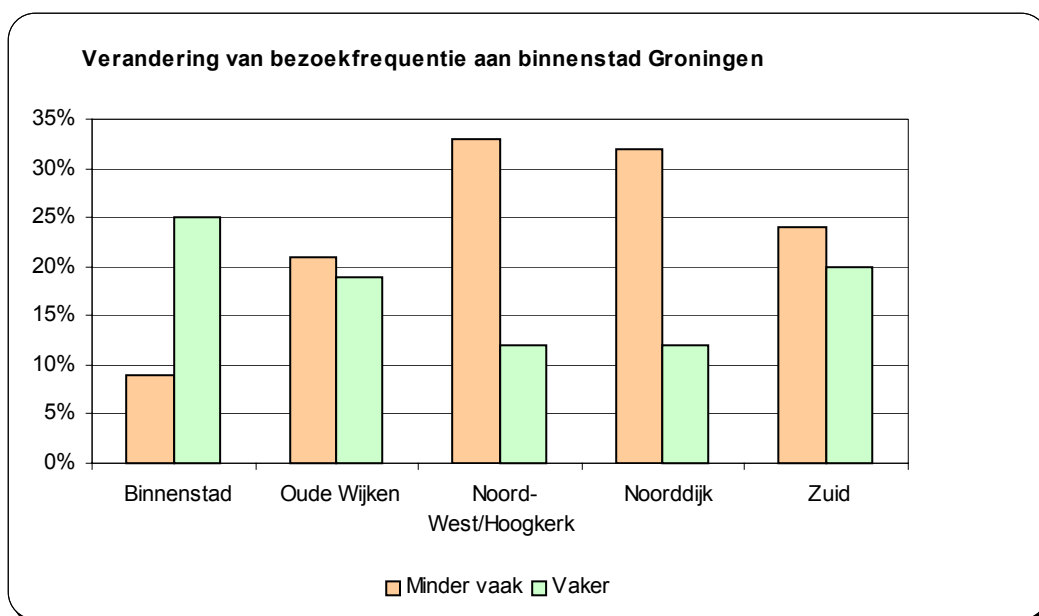
De andere belangrijke winkelgebieden in Groningen worden naar verhouding met een lage frequentie bezocht. Met uitzondering van Paddepoel. Dit centrum wordt door inwoners van Groningen gemiddeld 30 keer per jaar bezocht.



3.5 Bezoek binnenstad

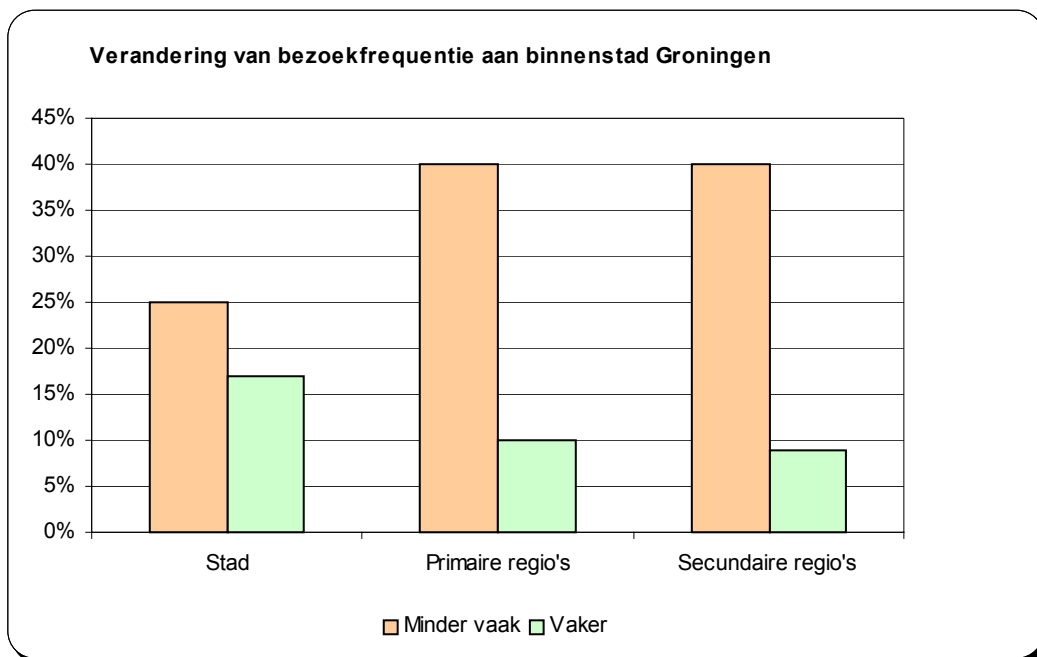
Meer of minder bezoeker Groningers

Een kleine 60% van de inwoners van Groningen zegt de binnenstad even vaak te bezoeken als 2 à 3 jaar terug. 17% geeft aan vaker naar de binnenstad te gaan en 25% zegt juist minder vaak te komen. In deze verandering van het bezoekgedrag zijn grote verschillen naar stadsdeel. Een aanzienlijk deel van de inwoners van de binnenstad geeft aan de binnenstad vaker te zijn gaan bezoeken. Het aandeel is groter dan het aandeel dat zegt minder vaak te komen. Dit heeft naar verwachting veel te maken met verhuizingen. De binnenstad huisvest namelijk veel studenten, die vaak maar voor een aantal jaren daar wonen. Wanneer zij 'op kamers' zijn gaan wonen in de binnenstad bezoeken zij logischerwijs ook vaker de binnenstad. Een tegengestelde ontwikkeling zie je voor de stadsdelen Noord-West en Noorddijk. Hier geven veel mensen aan juist minder vaak naar de binnenstad te gaan.



Meer of minder bezoek stad versus regio

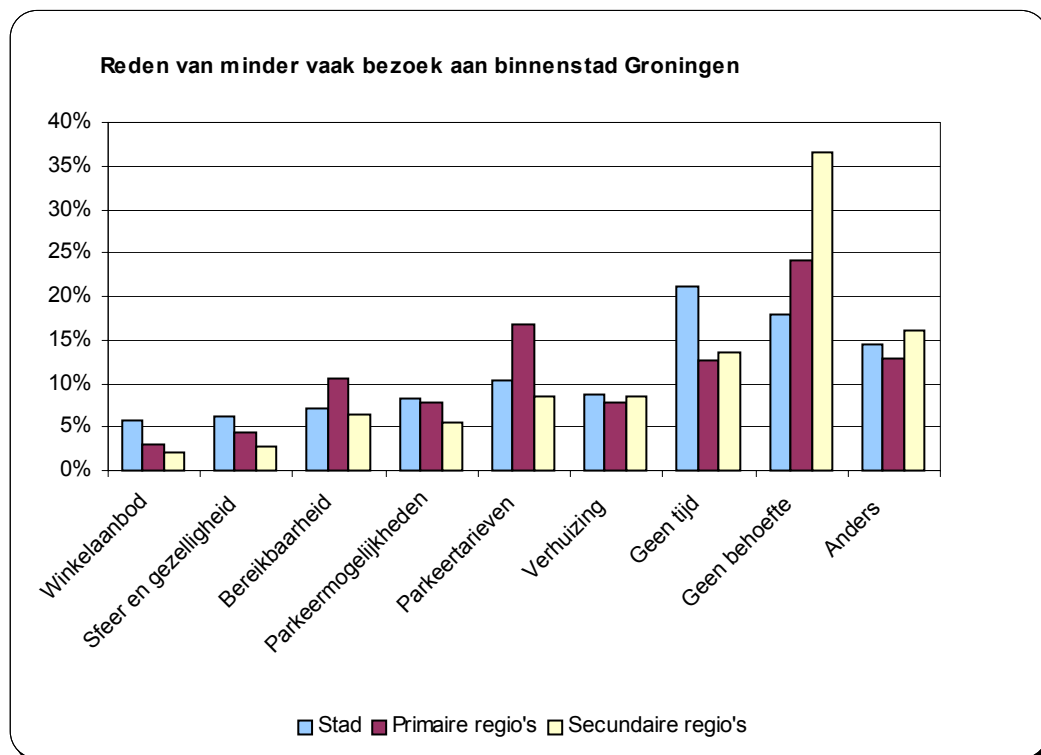
Inwoners van de regio geven, meer dan inwoners van de stad Groningen, aan minder vaak de binnenstad van Groningen te bezoeken. Zowel voor de primaire als de secundaire regio's zegt 40% minder vaak in de binnenstad te komen dan 2 à 3 jaar terug. Een kleine 10% geeft aan vaker te komen.



Minder vaak bezoek binnenstad

De feitelijke motieven achter de verandering van de bezoekfrequentie aan de binnenstad van Groningen hebben voor een groot deel te maken met persoonlijke situaties of omstandigheden. Daarbij kan het gaan om verhuizing, geen tijd of behoefte of nog andere redenen. Aspecten die niet direct met de binnenstad te maken hebben maar met het individu zelf. 20% van de Groningers die aangeven minder vaak naar de binnenstad te gaan geeft bijvoorbeeld aan hiervoor geen tijd meer te hebben. Dit kan te maken hebben met de levensfase waarin men verkeert, bijvoorbeeld jonge gezinnen of een verandering in de werksituatie.

Daar waar de motieven wel direct te maken hebben met de binnenstad zelf, gelden de parkeertarieven, bereikbaarheid en parkeermogelijkheden, als belangrijke struikelblokken. De parkeertarieven zijn vooral voor mensen uit de primaire regio's een motief om minder vaak naar de binnenstad te gaan. Aspecten die te maken hebben met het winkelaanbod of de sfeer en gezelligheid worden naar verhouding weinig genoemd.



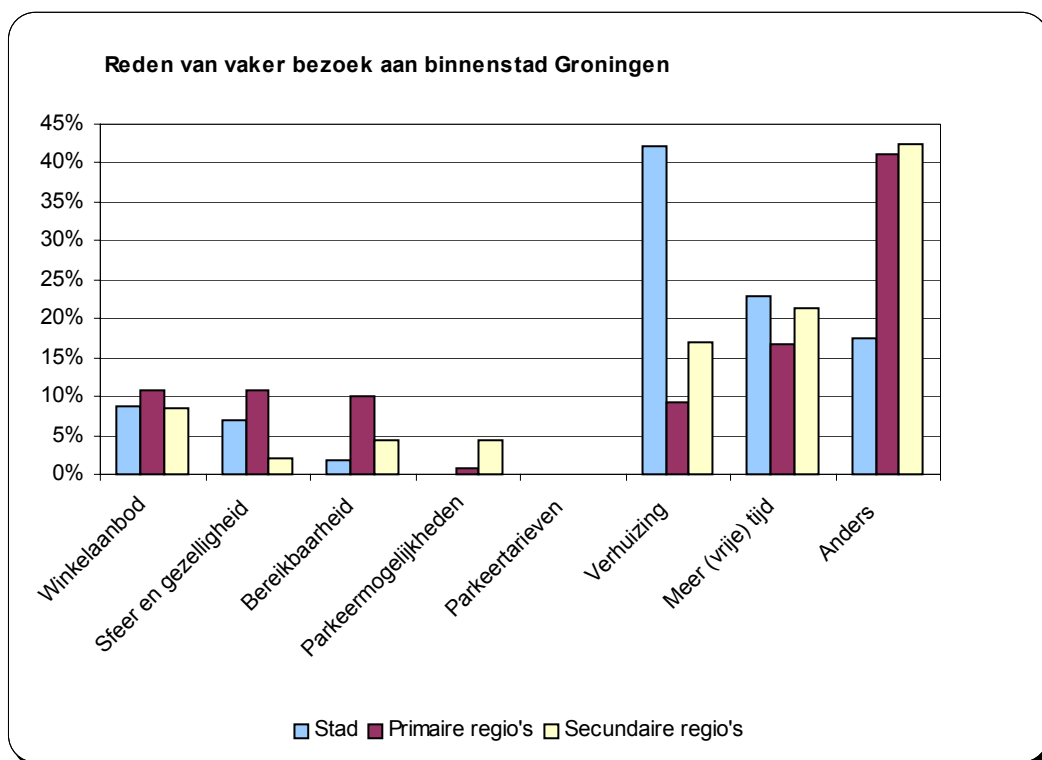
Het beeld dat per saldo meer mensen aangeven minder vaak naar de binnenstad te gaan, is gelijk aan een landelijk beeld en referenties. In het algemeen is de tendens een terugloop van het aantal bezoekers aan binnensteden. Tegelijk zien we juist een opleving van kleinere winkelgebieden en dorpscentra. Uit recent onderzoek in de

regio Eindhoven² blijkt dat mensen de kleinere (dorps)centra in de omgeving van Eindhoven vaker zijn gaan bezoeken, terwijl de bezoekfrequentie aan de binnenstad van Eindhoven juist is afgenomen.

Een lagere bezoekfrequentie aan de binnenstad betekent niet direct ook minder omzet voor het detailhandelsaanbod. Per saldo kan het zijn dat men minder vaak komt, maar per keer wel meer uitgeeft. Hiervan lijkt in Groningen sprake te zijn, omdat de gemiddelde vloerproductiviteit van het aanbod nog altijd hoog is.

Vaker bezoek binnenstad

Het belangrijkste motief de binnenstad vaker te bezoeken is voor mensen uit Groningen dat ze in de stad zijn komen wonen. Op de tweede plek komt het feit dat men meer (vrije) tijd heeft, bijvoorbeeld door een verandering in de werksituatie. Het aandeel mensen dat juist vaker komt vanwege een verbetering van het winkel-aanbod of de sfeer en gezelligheid is gering.



² BRO, Regionaal koopstromenonderzoek Stadsregio Eindhoven (SRE, 2009)

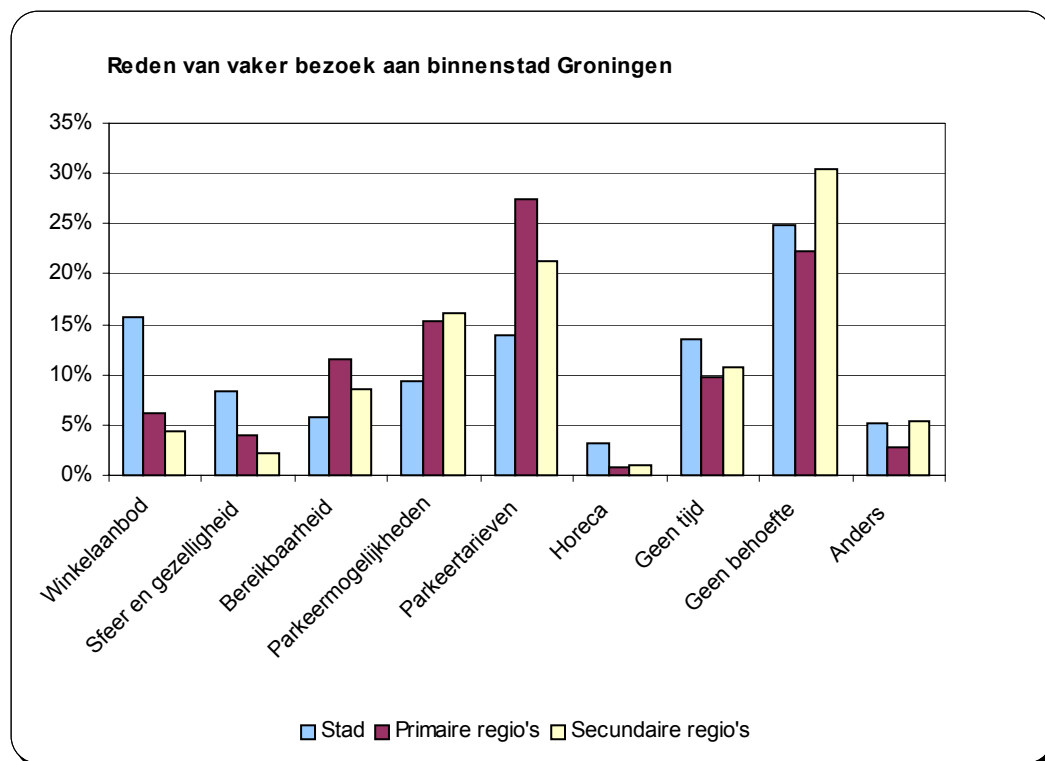
Nog vaker bezoek binnenstad

In het onderzoek is ook gevraagd onder welke voorwaarde men (nog) vaker de binnenstad zou gaan bezoeken. Deze vraag is aan iedereen gesteld, dus ook aan mensen die hebben aangegeven de binnenstad minder vaak te zijn gaan bezoeken.

Opvallend is dat veel mensen zeggen geen behoefte te hebben aan (nog) vaker bezoek aan de binnenstad. Dit kan te maken hebben met een zekere verzadiging in de zin van dat de huidige bezoekfrequentie voldoende wordt geacht. Het kan ook te maken hebben met het type consument. Er is een groep consumenten die over het algemeen weinig in de binnenstad komen en al zeker niet om daar te shoppen. Dit zijn mensen die dus ook geen behoefte zullen hebben aan meer bezoek aan de binnenstad.

Veel mensen, met name vanuit de regio, geven aan dat wanneer de parkeertarieven worden verbeterd, lees verlaagd, vaker naar de binnenstad te zullen gaan. Ook een verbetering van de bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden kan ertoe bijdragen dat het aantal bezoeken toeneemt.

Verbetering van het winkelaanbod kan vooral voor Groningers een reden zijn voor vaker bezoek.



3.6 Jumbo Euroborg

In het onderzoek is gevraagd naar het bezoekgedrag aan de grootschalige Jumbo supermarkt in de Euroborg specifiek op de zondag. Deze vraag is gesteld aan inwoners van de gemeente en de regio. Opgemerkt moet worden dat deze vraag niets zegt over het bezoekgedrag aan deze winkel op andere dagen.

- Meer dan de helft van de Groningers zegt nooit op zondag de Jumbo Euroborg te bezoeken. Vooral mensen die iets verder van de winkel af wonen komen er nooit, zoals inwoners uit de stadsdelen Noord-West/ Hoogkerk en Noorddijk.
- Voor degene die wel (eens) in de Jumbo komen op zondag geldt dat de gemiddelde bezoekfrequentie zeer laag is.
- Het aantal inwoners dat elke week komt is marginaal. Ongeveer 5% komt om de week en 9% zegt gemiddeld eens in de maand te komen.
- Eenderde komt minder vaak.

Tabel: Bezoek Jumbo Euroborg op zondag (inwoners Groningen)

	Binnenstad	Oude Wijken	Noord-West	Noorddijk	Zuid	Gemiddelde
Nooit op Zondag	60%	49%	63%	59%	48%	55%
Elke Zondag	1%	1%	2%	1%	1%	1%
Eens per 2 weken	2%	6%	3%	4%	9%	5%
Eens per maand	7%	11%	7%	9%	10%	9%
Minder vaak	29%	33%	25%	28%	31%	29%

De bezoekfrequentie van inwoners uit de regio is lager dan die van de Groningers. Wel zien we hier duidelijke verschillen naar regio. Inwoners uit de primaire regio Oost en Zuid komen gemiddeld genomen nog het vaakst. Hier spelen duidelijk afstand en bereikbaarheid een rol. Voor de secundaire regio's geldt dat het merendeel van de inwoners nooit op zondag bij de Jumbo komt. En degene die er komt doet dat minder dan eens per maand.

Tabel: Bezoek Jumbo Euroborg op zondag (inwoners regio)

	Noord primair	Noord secundair	Oost primair	Oost secundair	Zuid primair	Zuid secundair	West	Gemiddelde
Nooit op Zondag	82%	88%	77%	89%	73%	92%	85%	86%
Elke Zondag				1%				0%
Eens per 2 weken	1%				1%		0%	0%
Eens per maand	2%	2%	2%	3%	4%	1%	2%	2%
Minder vaak	15%	10%	20%	8%	23%	8%	13%	11%

Wanneer daadwerkelijk wel op zondag de supermarkt wordt bezocht is de gemiddelde besteding per bezoek voor de regionale consument hoger dan voor de Groninger. Gemiddeld besteedt de regionale bezoeker € 43,-, tegen € 33,- voor de Groninger.

