

Onderwerp Kenmerken binnenstadbezoekers

Steller Thomas Miedema, Juliette Tempel

De leden van de raad van de gemeente Groningen  
te  
GRONINGEN

Telefoon 8161 Bijlage(n) 3 Ons kenmerk 168993-2023

Datum 24 mei 2023 Uw brief van Uw kenmerk



Geachte heer, mevrouw,

Het is onze gezamenlijke ambitie dat de binnenstad functioneert als de huiskamer voor alle Stadlers en daarnaast voor mensen uit de (verdere) omgeving. Een levendige plek waar iedereen op een laagdrempelige manier naartoe kan gaan, elkaar kan ontmoeten en mee kan doen. We monitoren het binnenstadbezoek actief zodat we een goed beeld hebben waarom mensen de binnenstad bezoeken.

Graag delen wij de uitkomsten van verschillende binnenstadonderzoeken met u. Onder verwijzing naar de toezegging van het college richten wij ons in deze brief op de kenmerken van (voormalige) binnenstadbezoekers en hun redenen om de binnenstad wel of niet (meer) te bezoeken. De belangrijkste ontwikkelingen over het breder functioneren van de binnenstad lichten we graag toe in de aanstaande presentatie aan uw raad over horeca- en detailhandelontwikkelingen in de binnenstad.

Tot slot gaan we aan het eind van deze brief nog op hoofdlijn in op de andere winkelgebieden in onze gemeente. Dat naar aanleiding van de vragen die uw raad heeft gesteld bij de behandeling van het Meerjarenprogramma Ruimtelijke economie op 11 mei jl.

#### **Ingetrokken motie ‘Onderzoek naar bezoekers binnenstad’**

Bij de raadsbehandeling van de visie ‘Ruimte voor Retail’ (21 december 2021) is door de SP de motie ‘Onderzoek naar bezoekers binnenstad’ ingediend. In de motie werd het college verzocht breed onderzoek (zowel kwantitatief als kwalitatief) te doen naar de demografische kenmerken van binnenstadbezoekers, voormalige binnenstadbezoekers en Groningers die de binnenstad nooit bezoeken en hun redenen daarvoor in kaart te brengen. De motie is ingetrokken na toezegging van het college dat het inwonerspanel ‘Groningen Gehoord’ daarover bevraagd zou worden. Dat onderzoek heeft inmiddels plaatsgevonden. Hoewel wij weinig waarde hechten aan de uitkomsten omdat OIS Groningen het onderzoek niet representatief vindt, sturen wij u deze wel toe. Dat hadden wij immers toegezegd. Onder Ad 2. gaan wij hier nader op in.

### **Monitoring binnenstadbezoek(ers)**

De gemeente Groningen doet met regelmaat onderzoek naar binnenstadbezoek(ers):

1. In het tweejaarlijks kwalitatief onderzoek 'Economisch Binnenstad Onderzoek' (Sweco) vragen wij binnenstadbezoekers onder andere naar de herkomst op postcodeniveau, groepssamenstelling, leeftijd, bestedingen, bezoekmotief, waardering en de zaken die men mist in de binnenstad.
2. Via een aanvullende onderzoeksopdracht hebben we een indicatie gekregen van de redenen waarom een specifieke groep respondenten de binnenstad niet, niet meer of minder vaak bezoekt. Daartoe heeft OIS Groningen het onderzoek 'Bezoek binnenstad Groningen: Een onderzoek onder leden van het inwonerspanel Groningen Gehoord' uitgevoerd.
3. Via het 'Koopstromenonderzoek Provincie Groningen 2022' (I&O Research en BRDG Advies) krijgen wij periodiek inzicht in het koopgedrag van de consument, hoe en waar deze inkopen doet en hoe deze consument de gebieden beoordeelt.

In de ingetrokken motie gaf u aan dat een goed beeld ontbreekt van de demografische samenstelling van de (voormalige) binnenstadbezoekers die de binnenstad niet, niet meer of minder vaak bezoeken. Voor een gedegen antwoord op die vraag zou grootschalig onderzoek op wijkniveau uitgevoerd moeten worden. Dat is een vrij kostbaar onderzoek omdat er veel kwalitatief onderzoek gedaan moet worden. Toch zijn we wel heel benieuwd of wijkbewoners de binnenstad nog weten te vinden. We gaan daarom graag de mogelijkheden na om komend jaar opnieuw onderzoek te doen.

Achtereenvolgens geven we de resultaten van bovengenoemde onderzoeken op hoofdlijn weer. Zoals aangegeven focussen we daarbij op de vragen in de ingetrokken motie.

#### **Ad 1. Economisch Binnenstedelijk Onderzoek 2021-2022 (Sweco, maart 2023)**

Dit onderzoek is als bijlage opgenomen. OIS Groningen heeft een aantal herberekeningen uitgevoerd en deze wijzigingen in een oplegmemo bij de rapportage uiteengezet. Ook deze oplegmemo is als bijlage bij deze brief opgenomen.

In de rapportage is een algemeen profiel opgesteld van mensen die de binnenstad bezoeken: Een gemiddeld beeld van alle doelgroepen gezamenlijk (hoofdstuk 4). In de daarop volgende hoofdstukken worden de kenmerken per hoofddoelgroep (met subdoelgroepen) weergegeven. In deze brief beperken wij ons tot een paar opvallende zaken over het algemene profiel van de binnenstadbezoekers:

- Ten opzichte van 2019 is het aandeel van bezoekers uit de directe omgeving als enige doelgroep toegenomen en wel met bijna 14 procent (doelgroep 'overige binnenstadbezoekers').
- Voor elke doelgroep neemt het aandeel respondenten toe dat aangeeft naar de horeca te gaan. De uitgaven aan de horeca zijn flink toegenomen (voor de binnenstadbezoeker verdubbeld), mogelijk vanwege de opleving na corona.
- De gemiddelde leeftijd van alle doelgroepen in de binnenstad (vanaf 16 jaar) is 44 jaar met uitschieters onder de leeftijdscategorie 16 t/m 25 jaar (bijna een kwart) en ook onder de hogere leeftijdsklassen.
- Alle doelgroepen besteden tijd aan recreatief winkelen en de lokale horeca. Het Forum bezoeken is ook een populaire activiteit onder vrijwel alle doelgroepen. De stadswandeling is daarnaast vooral populair bij de verblijfstoeristen en dagrecreanten. Voor inwoners en binnenstadbezoekers is dagelijkse boodschappen relatief belangrijk.
- De verschillende doelgroepen zijn allemaal zeer enthousiast en geven gemiddeld de binnenstad een waardering van 8,0.
- Van de respondenten die een winkel- of horecaconcept missen in de binnenstad, mist het merendeel een warenhuis. Daarnaast is er meer vraag naar kleine en lokale

## Volgvel 2

winkels/boetieks en naar meer diversiteit in het winkel- en horeca-aanbod, bijvoorbeeld met kleinere winkels, kringloop/vintage winkels en vegetarische of veganistische restaurants.

- Wat missen de respondenten verder nog: een beperkt aantal respondenten gaat bij deze vraag in op de fietsproblematiek, meer groen, zitplaatsen en openbare toiletten.

### **Ad 2. Bezoek binnenstad Groningen: Een onderzoek onder leden van inwonerspanel Groningen Gehoord (OIS Groningen, juli 2022)**

Het onderzoek is als bijlage bij deze brief opgenomen.

Zoals aangegeven hechten wij op aangeven van OIS Groningen weinig waarde aan de uitkomsten van dit onderzoek. Dat is om de volgende redenen:

- De demografie van het panel is niet representatief voor de samenstelling van de hele gemeente Groningen. Het inwonerspanel bestaat uit leden die zich vrijwillig hebben aangemeld om periodiek mee te doen aan onderzoeken van OIS.
- Het onderzoek is uitgevoerd in april 2021, net nadat de laatste corona-restricties vervallen waren. Het coronavirus en de maatregelen vormden een belangrijke reden voor de respondenten om de binnenstad niet te bezoeken.

De bevindingen uit het onderzoek zijn wat ons betreft niet meer dan een indicatie:

- Het bezoek van deze specifieke respondenten aan de binnenstad is de afgelopen zeven jaar gedaald. Corona en de corona-gerelateerde maatregelen waren echter een belangrijke reden voor de respondenten om de binnenstad in de afgelopen drie jaren minder te bezoeken.
- De daling zien we terug in respondenten van alle leeftijden, opleidingsniveaus en gezinssamenstellingen. Uitzonderingen zijn de groep 18- t/m 27-jarigen en alleenstaanden in een studentenhuis. Deze groepen komen voor vertier en voor bewoning vaker naar de binnenstad dan andere groepen.
- Andere redenen (naast corona en bijbehorende maatregelen) waarom respondenten de binnenstad minder bezochten zijn het (veranderend) aanbod in winkels en cultuur, de wegwerkzaamheden rondom Groningen en de bereikbaarheid van de binnenstad.
- Het merendeel van de respondenten denkt in de toekomst vaker naar de binnenstad te gaan, vooral om de horeca te bezoeken of voor culturele activiteiten. Meer winkels toevoegen van lokale ondernemers zou voor de meerderheid (met name voor de hoogopgeleide respondenten) een reden zijn de binnenstad vaker te bezoeken.

Zoals eerder in deze brief aangegeven is ons college graag bereid de mogelijkheden na te gaan om komend jaar opnieuw (ander) onderzoek te doen naar het binnenstadbezoek van onze wijkbewoners.

### **Ad 3. Koopstromenonderzoek Provincie Groningen (I&O Research en BRDG Advies, 28 maart 2023)**

We geven hier een aantal bevindingen weer uit het koopstromenonderzoek. Het gehele onderzoek vindt u hier: <https://koopstromen.nl/groningen>

- In de binnenstad van Groningen zijn ten opzichte van het vorige Koopstromenonderzoek (2016/2017) vooral de beoordelingen van het horeca-aanbod (van 7,6 naar maar liefst een 8,5), het winkelaanbod (van 7,6 naar 8,0) en de sfeer (van 7,6 naar 7,8) gestegen.
- Daarnaast vallen de gedaalde beoordelingen voor bereikbaarheid en parkeren op: de beoordeling van de bereikbaarheid van de binnenstad van Groningen is gedaald van een 5,9 in 2017 naar een 5,3 in 2022 en de beoordeling van de parkeermogelijkheden van een 5,7 naar een 5,2.
- Hoewel het aandeel online aankopen is toegenomen, blijven we de behoefte houden elkaar te ontmoeten, te consumeren, nieuwe trends te ervaren en te genieten van kwalitatieve producten, gastvrijheid en goed ondernemerschap.

### Volgvel 3

- Bijna 40 procent van de omzet in de gemeente Groningen is afkomstig van inwoners van buiten de eigen gemeente.
- Ruim 60 procent van de respondenten geeft aan minimaal een uur te winkelen in de binnenstad van Groningen. Het combinatiebezoek met horeca is groot; die horeca wordt hier ook hoog gewaardeerd. Een combinatie van een breed en compleet aanbod aan winkels en een goed aanbod aan horeca en cultuur kan verblijfsduur en aantrekkingskracht van een centrumgebied significant verlengen.
- Met name de grotere warenmarkten zijn belangrijke trekkers voor consumenten. Ook andere onderdelen van een goede functiemix, zoals culturele en maatschappelijke functies hebben grote sociale meerwaarde en geven inwoners een extra reden om een centrumgebied te bezoeken.
- Enige tijd na de laatste coronagolf is er nog steeds een grote groep Groningers van bijna 37 procent die zich minder prettig voelt in grote mensenmassa's. Dit percentage is enigszins groter bij de groep 65-plussers (40 procent).
- Kwaliteit, ambacht en gastvrijheid blijven belangrijke pijlers voor lokale winkeliers, zeker gezien de toenemende kracht van internet. Lokale betrokkenheid, service, unieke producten en persoonlijke aandacht zijn aspecten waarmee lokale winkeliers zich kunnen onderscheiden van online concurrenten.

### **Winkelgebieden in de dagelijkse sector**

In het Koopstromenonderzoek is gekeken naar de grotere winkelgebieden in onze provincie. Naast de binnenstad zijn voor onze gemeente onder andere de winkelcentra in Haren, Ten Boer, Hoogkerk, Overwinningsplein, Rijksweg 129a, Van Lenneplaan, Helpman, Paddepoel en Vinkhuizen meegenomen. Desgewenst vindt u via deze link de factsheets per centrum: <https://koopstromen.nl/groningen>.

We schetsen hier een aantal bevindingen op hoofdlijn:

- De koopkrachtbinding van met name de grotere winkelkernen zijn op niveau gebleven ten opzichte van 2017. Dat is zeker het geval in de dagelijkse sector.
- De grotere, moderne boodschappencentra met enkele grote supermarkten, aanvullende bewinkeling en ruime parkeermogelijkheden hebben een sterke positie en een relatief groot marktaandeel.
- In de top 20 van winkelgebieden met het hoogste marktaandeel zijn veel winkelgebieden uit onze gemeente vertegenwoordigd. Het gaat dan niet alleen om de binnenstad, maar ook om sterke winkelgebieden als Haren, Paddepoel, Helpman en Vinkhuizen.
- Ten opzichte van 2017 valt op dat de bezoekersbeoordelingen in bijna alle onderzochte gebieden gestegen zijn. Relatief grote stijgingen vonden plaats in binnenstad Groningen, Paddepoel en Haren.
- De factor 'nabijheid' is voor veel kleine en middelgrote winkelgebieden met afstand het belangrijkste argument voor consumenten om het gebied te bezoeken. Zodra een consument dichtbij huis een goed aanbod aan één of enkele supermarkten, een drogisterij en enkele vers-speciaalzaken tot zijn beschikking heeft en deze ook nog eens goed bereikbaar zijn, dan zal deze consument voor het overgrote deel ook kiezen voor dit cluster. Pas wanneer het dichtstbijzijnde cluster te beperkt is qua aanbod of niet de bedrijven heeft die een specifieke consument zoekt, wordt een ander gebied bezocht.

Als gemeente ondersteunen wij initiatieven die deze wijk- en dorpscentra versterken en wij investeren in de aantrekkelijkheid en toekomstbestendigheid ervan. Deze centra vervullen immers een belangrijke rol in de voorzieningenstructuur: niet alleen bieden ze inwoners mogelijkheden aankopen te doen, ook hebben winkelgebieden een ontmoetingsfunctie, bieden ze vermaak en zijn het belangrijke bronnen van inkomsten van ondernemers en hun werknemers. We zetten daarom in op vergroting van de aantrekkelijkheid van centra op dorps-, wijk-, buurt- als op bovenwijken niveau. We noemen hier een paar voorbeelden.

Volgvel 4

In onze dorpen Haren (Raadhuisplein en omgeving) en Ten Boer (Koopmansplein) werken we aan een plan voor de openbare ruimte in combinatie met versterking van het ondernemerschap. Dat doen we in samenwerking met de ondernemersvereniging.

Op buurtniveau combineren we de aanpak van de verkeersveiligheid, vergroening en versterking van het winkelaanbod in een gezamenlijk plan aan de Savornin Lohmanlaan in Helpman. We werken aan de uitvoering van de beleefplekken (mobiliteitsvisie) met vastgoedeigenaren en ontwikkelaars aan de Hereweg/Helperplein en het Overwinningsplein. Hier koppelen we marktinitiatieven aan onze maatschappelijke doelstellingen voor het vergroten van de verblijfskwaliteit en klimaatinvesteringen.

Met betrekking tot onze bovenwijkse voorzieningen bent u onlangs geïnformeerd over de gesloten intentieovereenkomst met de Vereniging van Eigenaren en de ontwikkelaar van stadsdeelcentrum Paddepoel.

Mochten er nieuwe ontwikkelingen zijn dan zullen we u hier per project over informeren.

In deze brief hebben we de uitkomsten met u gedeeld van drie onderzoeken met betrekking tot de kenmerken van de bezoekers van de binnenstad en hun motieven de binnenstad wel of niet (meer) te bezoeken. Aan het eind van deze brief gingen wij nog in op een aantal andere winkelgebieden voor de dagelijkse boodschappen in onze gemeente.

Wij vertrouwen erop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Met vriendelijke groet,  
burgemeester en wethouders van Groningen,

burgemeester,  
Koen Schuiling

loco-secretaris,  
Bert Popken

*Deze brief is elektronisch aangemaakt en daarom niet ondertekend.*

Bijlagen:

1. Economisch Binnenstedelijk Onderzoek 2021-2022 (Sweco, maart 2023)
2. Oplegmemorandum OIS Groningen bij Economisch Binnenstedelijk Onderzoek 2021-2022
3. Bezoek binnenstad Groningen: Een onderzoek onder leden van inwonerspanel Groningen Gehoord (OIS Groningen, juli 2022)