

Provincie Groningen
Koopstromen PDV-gebieden 2018



Stad Groningen – Sontplein

Provincie Groningen

Koopstromen PDV-gebieden 2018

Groningen – Sontplein

Opdrachtgever: Provincie Groningen
Projectnummer: 0517.359
Datum: Februari 2019

Broekhuis Rijs Advisering
Wederik 1
9801 LX Zuidhorn
tel. (0594-528358)
fax: (0594-528487)
e-mail: info@broekhuisrijs.nl
internet: www.broekhuisrijs.nl

Inhoudsopgave

| | | |
|----------|--|----|
| 1. | Inleiding | 4 |
| 2. | Algemene gegevens PDV-gebieden | 6 |
| 3. | Informatie PDV-GDV locatie Stad Groningen Sontplein | 8 |
| 4. | Uitkomsten onderzoek | 10 |
| 5. | Samenvatting en aanbevelingen Stad Groningen Sontplein | 15 |
| Bijlage: | | |
| 1. | Samenstelling begeleidingscommissie | 17 |
| 2. | Verklarende woordenlijst | 18 |

1. Inleiding

a. Aanleiding en doelstelling

De provincie Groningen heeft in 2016 aan Broekhuis Rijs Advisering gevraagd om een koopstromenonderzoek voor de reguliere detailhandel in de provincie uit te voeren. Dit onderzoek is eind 2016 en begin 2017 uitgevoerd; sindsdien zijn op basis van dit onderzoek diverse verdere acties ondernomen in de provincie om de detailhandel zoveel mogelijk te versterken. Een vervolgactie is tevens geweest om in 2018 ook de perifere en grootschalige winkelconcentraties in de provincie nader te analyseren. De perifere winkellocaties verdienen een eigen aanpak vanwege het specifieke aanbod en het veelal doelgerichte bezoek aan deze winkelgebieden.

*De **doelstelling** van het onderzoek is om inzicht te verkrijgen in de huidige positie en de (regionale) positionering van de PDV/GDV-locaties, zowel kwantitatief als kwalitatief.*

Het thans voorliggende onderzoek kan beschouwd worden als een nulmeting, en als een aanvulling op het koopstromenonderzoek in de provincie. Wanneer over enkele jaren het onderzoek herhaald wordt, kan tevens de ontwikkeling in beeld worden gebracht.

Vraagstelling

Om de doelstelling te kunnen bereiken dienen de volgende vragen te worden beantwoord:

- Hoe ziet het detailhandelsaanbod eruit in de benoemde winkelgebieden, uitgesplitst naar hoofdbranches;
- Hoe is de beleving van het winkelgebied door consumenten?

De volgende locaties zijn in het onderzoek opgenomen:

- Appingedam/Delfzijl Farmsumerweg
- Groningen Sontplein
- Groningen Hoendiep/Peizerweg
- Hoogezand Winkelpark
- Leek Grootwinkelplein
- Stadskanaal Navolaan
- Veendam Lloydsweg/Transportweg
- Winschoten Posttil
- Winsum Het Aanleg

Het onderzoek is in de maanden mei, juni, juli en september 2018 uitgevoerd. In totaal zijn ongeveer 3.000 vraaggesprekken afgenomen. Deze vraaggesprekken zijn ter plekke door middel van straatinterviews in de aangegeven winkelgebieden en/of winkelstraten uitgevoerd. Verder zijn diverse gegevens van Locatus benut voor het bepalen van het aanbod van de verschillende winkelgebieden. Voor alle gemeenten en kernen zijn de gegevens van Locatus gebruikt met als peildatum september 2018. De combinatie van de bezoekersenquête en Locatus gegevens

maakt het mogelijk om te komen tot een betrouwbaar overzicht (95% betrouwbaarheid) van de koopstromen naar en tussen de perifere winkelgebieden. Voor de kwalitatieve beoordeling van de winkelgebieden zijn alle gebieden bezocht en is kritisch gekeken naar de huidige stand van zaken.

Eén van de deelnemende perifere winkelgebieden is het Sontplein in de stad Groningen. Dit rapport geeft de resultaten van het onderzoek aan het Sontplein weer.

b. Opbouw van het rapport

In hoofdstuk 2 wordt een kort overzicht gegeven van een aantal eigenschappen van dit type winkelgebieden, alsmede enkele landelijke trends waar juist deze gebieden mee te maken hebben.

In hoofdstuk 3 wordt de positie van het perifere detailhandelsgebied aan het Sontplein te Groningen geschetst. Het detailhandelsaanbod in het winkelgebied in de aanwezige branches wordt aangegeven, alsmede de omvang in relatie tot het totale aanbod in de plaats. Naast kwantitatieve gegevens worden verder enkele kwalitatieve gegevens ten aanzien van de ligging van het winkelgebied beschreven.

In hoofdstuk 4 worden de uitkomsten van het onderzoek uitgebreid weergegeven. Onder meer de herkomst van de bezoekers, de beoordeling door de bezoekers van het winkelgebied en de bezoekmotieven komen aan bod. Verder wordt antwoord gegeven op de vraag in welk winkelgebied de bezoekers hun (grootschalige) aankopen doen.

In hoofdstuk 5 wordt een samenvatting van de belangrijkste bevindingen gegeven en worden enkele aanbevelingen gedaan.

2. Algemene gegevens PDV-gebieden

In dit hoofdstuk zullen we een aantal algemene karakteristieken geven van de perifere en grootschalige gebieden. In het eerste deel van het hoofdstuk benoemen we een aantal eigenschappen. In het tweede deel staan we stil bij een aantal ontwikkelingen en trends op dit specifieke terrein.

a) Eigenschappen

De perifere winkelgebieden liggen allemaal aan de rand van een plaats; ze zijn hier al dan niet bewust zo gerealiseerd vanwege de grote ruimtevrage van de aanwezige winkels. Hierbij is het belangrijk om het onderscheid aan te geven tussen de PDV- en GDV-locaties.

Een Perifere Detailhandels Vestiging (PDV)-locatie is zo genoemd vanwege de ligging aan de rand, oftewel perifeer. Typische vestigingen op deze locaties zijn de ABC-groepen (auto's, boten, caravans), maar in de detailhandel betreft het met name de groep In/Om Huis, soms aangevuld met Overige Detailhandel. Bouwmarkten, tuincentra en woonwinkels hebben allemaal een grote oppervlakte nodig om hun waren te kunnen uitstallen. Ze passen om die reden niet in het centrum. Ook passen ze vanwege hun aard en omvang niet in de traditionele winkelcentra. Vanwege de omvang is in sommige gevallen dan ook een minimale oppervlakte vereist aan winkels om op een PDV-locatie gevestigd te mogen worden.

Een Grootschalige Detailhandels (Vestiging (GDV)-locatie is een locatie, waar grote vestigingen aanwezig zijn. Ook hier geldt veelal een minimale oppervlakte-eis. Op een GDV-locatie zijn vaak meerdere branches mogelijk; dus niet uitsluitend de branches zoals die op een PDV-locatie voorkomen. De enige GDV-locatie in de provincie Groningen is het Sontplein; dit terrein is specifiek voor dit doel ontwikkeld vanuit het beleid van de gemeente. Grote sportzaken zijn hier bijvoorbeeld ook mogelijk.

De meeste perifere winkelgebieden in de provincie Groningen zijn specifiek voor dit winkeldoel ontwikkeld, andere zijn min of meer spontaan ontstaan en verder gegroeid. Dit is onder meer het geval in Veendam, Winschoten en Winsum. In deze winkelgebieden is dan ook sprake van een mix van verschillende typen winkels.

Een belangrijke randvoorwaarde voor een PDV- of GDV-locatie is dat de bereikbaarheid – met name per auto – goed is. De meeste bezoekers komen met de auto om hun artikelen te kopen; de producten zijn vaak groot en/of zwaar (denk aan bouwmaterialen, diervoeders, bedden en banken) of men heeft er veel van nodig (denk aan planten). Omdat de meeste bezoekers met de auto komen is ook de aanwezigheid van een groot en overzichtelijk parkeerterrein met voldoende plaatsen erg belangrijk.

Een eigenschap van de PDV-locaties is onder meer dat bezoekers hier in sterke mate gericht naar toe gaan om hun aankopen te doen of om specifiek iets te bekijken. Hoewel de combinatie van winkels wel een belangrijke factor is, komen veel mensen gericht voor een specifieke winkel. Het percentage bezoekers dat ook daadwerkelijk iets koopt ligt in deze gebieden dan ook relatief hoog. Het liefst doet men aankopen op alle gewenste momenten, maar zeker op de koopavonden (alle avonden dus) en op zaterdag en zondag, inclusief de feestdagen.

In de meeste gebieden is nauwelijks sprake van een echt verblijfsklimaat; in binnensteden is dit sterk ontwikkeld, maar in een perifere winkelgebied is dit van minder belang. Horeca ter ondersteuning van de winkels is niet of nauwelijks aanwezig.

b) Ontwikkelingen en trends

Sinds de economische crisis hebben verschillende branches in de detailhandel zware tijden doorgemaakt. Bovendien nam tegelijkertijd het doen van aankopen via internet een grote vlucht. Een aantal branches heeft daar in grote mate last van gehad. Het gaat dan onder meer om kleding, schoenen, speelgoed en elektronica.

In de hele detailhandel is sprake van een groot overaanbod aan meters; in de provincie Groningen is dat niet anders, integendeel. Veel PDV-locaties zijn opgezet met het idee van groei, waarvan in het begin ook wel sprake was. Deze groei is evenwel gestopt. Leegstand komt veel voor in winkelgebieden, maar op de onderzochte winkelgebieden valt het in de meeste gevallen nog wel mee. Alleen het Winkelpark in Hoogezand kent enige leegstand.

De groei van aankopen via het internet in het algemeen, maar voor de branches op een PDV-locatie in het bijzonder heeft niet alleen gevolgen gehad voor de groei in het aantal vestigingen, maar zeker ook voor de omzetten van de aanwezige winkels. Veel winkels en grootschalige winkelconcentraties hebben het lastig; diverse zitten in de rode cijfers. Zelfs in een stad als Amsterdam, waar momenteel volop sprake is van groei van de detailhandel, is de keus gemaakt om minder ruimte te bieden aan grootschalige detailhandel.

Een trend die al langer gaande is in de reguliere detailhandel doet zich ook voor bij de branches van In/Om Huis, en dat is die van de branchevervaging. Bouwmarkten verkopen naast bouwartikelen vaak ook allerlei andere producten, zoals meubels, fietsen, planten enz. Regelmatig kan men bij een bouwmarkt, meubelzaak of tuincentrum ook een kop koffie nuttigen. De verwachting is dat deze trend zich de komende tijd zal doorzetten.

Het afgelopen decennium heeft het middensegment het steeds lastiger gekregen. Veel bedrijven die in dit segment opereren hebben te kampen met een onvoldoende onderscheidend vermogen. Vaak is de prijs/kwaliteitverhouding niet meer de juiste. We zien dit zowel bij de reguliere detailhandel (denk aan V&D) als bij bedrijven op een PDV- of GDV-locatie.

Een laatste ontwikkeling om hier te noemen is die van de druk uit de markt om aanwezige ruimte op PDV- of GDV-locaties te vullen met andere branches. Ontwikkelaars zoeken ruimte voor gegadigden op dit type locaties, omdat de ruimte aanwezig is, parkeergelegenheid vaak volop beschikbaar en veelal het huurniveau ook lager ligt dan in winkelcentra of binnensteden. Te denken valt aan bijvoorbeeld supermarkten, maar ook diverse modeketens – vaak in het lagere segment – zoeken regelmatig winkelruimte in dit soort gebieden. Veelal conflicteert dit met gemeentelijk en provinciaal beleid, waar de typische 'shopping' winkels een positie in het centrum moeten innemen. Een compact centrum, waar de winkels elkaar kunnen versterken.

3. Gegevens PDV-GDV gebied Groningen - Sontplein

De stad Groningen kent naast het PDV gebied Peizerweg/Hoendiep aan de oostzijde van het centrum een PDV/GDV locatie rondom het Sontplein. Winkelgebied Sontplein is planmatig ontwikkeld, en is nog steeds volop in ontwikkeling. Het ligt bij invalroutes naar de binnenstad van Groningen, aan een afslag van de zuidelijke ringweg. Het gebied ligt tussen de Europaweg, de zuidelijke ringweg, de Sontweg en de Bornholmstraat.

De grootste aanbieders en trekkers in dit winkelgebied zijn IKEA, Bauhaus en Mediamarkt. Verder zijn onder meer aanwezig Belga sport (fietsen), Intersport Daka en Leen Bakker. Tevens zijn McDonalds en KFC er gevestigd. Zoals op de meeste PDV-gebieden gaat het om ketenbedrijven. Er zijn momenteel diverse bouwactiviteiten gaande rondom het Sontplein; binnenkort vestigen zich hier vestigingen van Decathlon en Kwantum. De opening staat gepland voor 2019. Voor het gehele gebied is een visie en masterplan ontwikkeld.

Praxis was gevestigd op het Sontplein, maar heeft zijn vestiging op het Sontplein gesloten en heeft zich geconcentreerd op de iets noordelijker gelegen locatie aan het Damsterdiep. In het oostelijker gelegen Driebond bevinden zich onder meer vestigingen van Gamma en Karwei; tussen deze gebieden bestaat wel een directe verbinding, maar het vormt geen geheel met elkaar.

De afstand van het Sontplein naar de Grote Markt in het centrum bedraagt hemelsbreed slechts zo'n 1.200 meter. Van enige zichtrelatie is evenwel geen sprake. Wel is de gemeente bezig om de relatie tussen beide winkelgebieden zo sterk en aantrekkelijk mogelijk te maken. Combinatiebezoek is goed mogelijk, maar dan vooral met het openbaar vervoer, de fiets of te voet.

Figuur 1 Winkelgebieden Stad Groningen



Bron: Google Earth, bewerking Broekhuis Rijs Advisering

Het aanbod op het Sontplein in de grootschalige detailhandel betreft de groep In/Om Huis, met als branches Wonen, Doe-Het-Zelf (DHZ), Auto & Fiets en Bruin & Witgoed. Niet alle groepen uit de perifere detailhandel zijn derhalve aanwezig op het Sontplein; Plant & Dier is niet vertegenwoordigd. Tevens zijn in de groep Vrije Tijd aanbieders

aanwezig in de branches Sport & Spel en Hobby. Op het gebied van horeca zijn er vestigingen van onder andere KFC en McDonalds te vinden. Verder zijn op perifere winkelgebieden regelmatig aanbieders in de 'Detailhandel Overig' gevestigd, zoals 2^e handszaken. Aan de rand van het gebied is onder meer een kachelzaak te vinden, die tot de overige detailhandel gerekend wordt.

In totaal zijn op en rondom het Sontplein 17 panden met winkels aanwezig; verder staan er enkele panden leeg, totdat de verbouwingen gereed zijn. Het totale winkel-vloeroppervlak (wvo) bedraagt ruim 62.600 m² (excl. leegstand). Het totale aanbod in de stad Groningen in uitsluitend de groep In/Om Huis bedraagt ongeveer 215.000 m² wvo, verdeeld over ruim 270 vestigingen. Dit betekent dat 29% van alle vierkante meters van de groep In/Om Huis in de stad op het Sontplein aanwezig is. In de gebieden Peizerweg en Hoendiep samen is ruim 37% van het totale aanbod (gemeten in meters) te vinden. Samen zijn deze 2 gebieden verantwoordelijk voor 2/3 van het aanbod. Ander grootschalig aanbod is onder meer aanwezig in Driebond (o.a. Gamma en Karwei), Eemspoort en Koningslaagte (Hornbach). Verder is op het gebied van In/Om Huis ook veel aanbod in het centrum te vinden, maar dan kleinschaliger.

Parkeergelegenheid is royaal aanwezig op het Sontplein. De parkeerterreinen liggen tussen de winkels in, zodat men vaak dichtbij de winkel kan parkeren. Het gaat wel om betaald parkeren, waarbij het eerste uur gratis is bij aankoop van producten in één van de winkels. Bij IKEA en Bauhaus is sprake van gratis parkeren. Zowel de zichtbaarheid als de bereikbaarheid van het Sontplein is uitstekend, hoewel niet alle winkels vanaf dezelfde kant te zien zijn. De inrichting van de openbare ruimte is op dit moment niet optimaal; dit heeft mede met de bouwactiviteiten te maken.

Het winkelgebied profileert zich niet gezamenlijk als het Sontplein; de verschillende grote winkels hebben allen hun eigen uitingen, met grote reclamezuilen, aanduidingen aan de weg en vlaggen. Er is nog wel een grote zuil, waarop diverse ketens hun reclame-uiting hebben. Overigens wordt hier wel in gezamenlijkheid aan gewerkt.

4. Uitkomsten onderzoek

a. Herkomst bezoekers

De bezoekers aan het Sontplein in Groningen komen voor iets meer dan de helft – namelijk 52% - uit de stad zelf. Verder komen de bezoekers uit een groot regiogebied, maar vooral uit de provincie Groningen, namelijk 20%. De meeste zijn afkomstig uit de gemeente Midden-Groningen, maar verder komen de bezoekers uit een zeer verspreid gebied. Verder komt 11% uit de provincie Drenthe, vooral uit de gemeenten Tynaarlo, Noordenveld en Assen. Ook vanuit Friesland komt nog 9% van de bezoekers, vooral uit de aangrenzende gemeenten, maar niet uitsluitend.

Het Sontplein heeft duidelijk een regionale functie, die de noordelijke provincies bestrijkt, en zelfs een deel van Duitsland.

| Herkomst bezoekers | |
|---|-----|
| Stad Groningen | 52% |
| Gemeente Midden-Groningen | 6% |
| Gemeenten Haren, Ten Boer, Bedum, Winsum, Zuidhorn, Leek, Grootegast, Marum | 7% |
| Gemeenten Oldambt, Pekela, Stadskanaal, Vlagtwedde, Eemsmond, De Marne, Delfzijl, Appingedam, Loppersum | 8% |
| Provincie Drenthe | 11% |
| Provincie Friesland | 9% |
| Duitsland | 5% |
| Elders | 3% |

b. Bezoekgedrag en -motieven

Bezoekers aan het Sontplein komen vooral voor een van de grote namen, Ikea, Bauhaus of Mediamarkt. Dit bepaalt voor 80% de reden van het bezoek. Voor de rest werden allerlei winkels, inclusief horeca, genoemd.

| Wat komt u vandaag doen? | |
|--|-----|
| Bezoek aan IKEA | 44% |
| Bezoek aan Bauhaus | 20% |
| Bezoek aan Mediamarkt | 16% |
| Bezoek aan een andere woon-/meubelzaak | 7% |
| Bezoek aan een specifieke winkel | 7% |
| Iets anders | 6% |

Op de vraag waarom de bezoekers juist naar het Sontplein komen om hun aankopen te doen wordt als een van de weinige onderzochte PDV-gebieden NIET de afstand tot het winkelgebied als belangrijkste reden aangevoerd; dat percentage is hier 20%. De meeste bezoekers (23%) geven aan voor een specifieke winkel naar het Sontplein te komen. Verder valt op het Sontplein op dat veel mensen komen voor een specifiek product (15%). Daarnaast speelt ook een rol dat de winkels bij elkaar in de buurt gevestigd zijn, waardoor meerdere winkels in één bezoek bezocht kunnen worden (11%). In vergelijking met de overige PDV-gebieden vallen ook de hogere percentages voor het voordelig parkeren en voor de horeca op (beide 5%). Bij 'overig' gaat het vooral om de gewoonte, de bereikbaarheid of vanwege een dagje uit.

| Waarom HIER winkelen? | |
|------------------------------|-----|
| Dichtbij huis | 20% |
| Prijs | 3% |
| Handige combinatie winkels | 11% |
| Aanwezigheid horeca | 5% |
| Specifieke winkel | 23% |
| Specifieke producten | 15% |
| Voldoende/voordelig parkeren | 8% |
| Dichtbij werk | 4% |
| Overig | 11% |

Bijna driekwart van de bezoekers (74%) geeft aan niet iets te missen op het Sontplein. Als men wel iets mist, noemen de bezoekers vooral de horeca. Vooral 'gezonde' opties of een 'gewone' broodjeszaak worden gemist. Ook een terras wordt veelvuldig genoemd. Naast horeca worden veel verschillende winkels genoemd. Het gaat dan onder andere om Decathlon, Big Bazaar, Karwei, een outdoorwinkel en een supermarkt. Bij 'iets anders' gaat het o.a. om een betere verbinding tussen de winkels, looppaden, stoepen en groen.

| Mist u iets in dit winkelgebied? | |
|----------------------------------|-----|
| Nee | 74% |
| Ja, horeca | 11% |
| Ja, een bepaalde winkel | 6% |
| Iets anders | 8% |

Het bezoek aan het winkelgebied Sontplein wordt meestal niet gecombineerd met een bezoek aan het centrum of een ander winkelgebied. Dit is voor 67% van de bezoekers het geval. Wanneer er wel sprake is van combinatiebezoek (33%) gaat het vrijwel uitsluitend om het centrum; enkele bezoekers geven de Praxis aan het Damsterdiep aan. Het feit dat 1 op de 3 bezoekers ook nog een ander winkelgebied bezoekt is relatief hoog, ook wanneer we het vergelijken met de meeste andere onderzochte PDV-gebieden.

c. Waardering en besteding

De waardering voor het winkelgebied Sontplein is over het algemeen goed; niet laag en niet hoog. De bezoekers is gevraagd om een cijfer te geven voor diverse aspecten, op een schaal van 1 tot 10.

| Waardering winkelgebied | |
|--|-----|
| Aantal winkels | 7,0 |
| Kwaliteit van de winkels | 7,4 |
| Gevarieerdheid van het aanbod | 6,9 |
| Bereikbaarheid per auto | 7,7 |
| Parkeermogelijkheden auto | 7,9 |
| Gezelligheid/sfeer | 6,5 |
| Inrichting en aankleding openbare ruimte | 6,5 |
| Aanbod daghoreca | 6,5 |

De hoogste scores zijn gegeven voor de bereikbaarheid per auto en de parkeermogelijkheden. Voor een gebied als het Sontplein zijn dit heel belangrijke aspecten; het is gunstig dat hiervoor dan ook de beste waarderingen zijn gegeven. Over het algemeen krijgen in dit type winkelgebieden de sfeer en de inrichting van het gebied lagere waarderingen; ook hier is dat het geval, maar de score ligt wel ruim boven de 6. Het aanbod aan daghoreca heeft met een 6,5 de beste score van alle onderzochte PDV-gebieden; het is dan ook het gebied met het grootste aanbod op het gebied van daghoreca. Een score van 6,9 voor de gevarieerdheid van het aanbod is wellicht laag gelet op het grote aanbod; het zegt vooral iets over het verwachtingspatroon van de bezoeker.

Van alle bezoekers heeft 69% ook daadwerkelijk iets gekocht in de winkels; dit is een gemiddeld percentage. Wel onderstreept dit het doelgerichte bezoek bij dit type winkelgebieden. Gemiddeld geeft men ruim € 106,- uit; verdeeld over alle bezoekers betekent dit een bedrag van circa € 73,- per bezoek. Dit zijn hoge bedragen. Bovendien gaven de bezoekers ook geld uit in de horeca. Ongeveer 1 op de 3 bezoekers bezocht de horeca, en gaf gemiddeld ruim € 4,- uit.

d. Bezoekwijze en -frequentie

Zoals te verwachten is in een stad komt een ruime meerderheid van de bezoekers met de auto naar het Sontplein, maar naar verhouding komen ook veel bezoekers op de fiets/scooter. In Groningen gaat het zelfs om 26% van de bezoekers, hetgeen het hoogste percentage van de onderzochte PDV-gebieden is. Verder komen veel bezoekers (7%) met het openbaar vervoer; de rest komt lopend (2%).

| Vervoerswijze bezoeker | |
|-------------------------|-----|
| Auto/motor | 64% |
| Fiets/scooter/bromfiets | 26% |
| Overig | 9% |

Bezoekers aan het Sontplein komen minder frequent dan bij veel andere PDV-gebieden; dat heeft onder meer te maken met het aanbod, maar ook met de herkomst van de bezoekers.

| Bezoekfrequentie | |
|------------------------|-----|
| 1x per week of vaker | 15% |
| enkele malen per maand | 24% |
| 1x per maand | 15% |
| ca. 1x per 3 maanden | 31% |
| Minder vaak | 15% |

e. Aankoopgebieden en productgroepen

In het volgende overzicht geven we aan waar de bezoekers van het Sontplein meestal hun aankopen in de 7 gevraagde productgroepen doen. In de stad is ook gevraagd naar de groep sportartikelen; in andere PDV-gebieden is dit niet gedaan.

| Waar koopt u de volgende artikelen? | | | | | | | |
|-------------------------------------|---------------|------------------|---------|-----|-------------------------|---------------------------|----------------|
| | Woning/bedden | Keukens/sanitair | Electro | DHZ | Fietsen/auto-onderdelen | Bloemen/planten /dierben. | Sportartikelen |
| Groningen-Sontplein | 53% | 47% | 53% | 42% | 27% | 24% | 19% |
| Gron. Peizerweg/Hoendiep | 8% | 12% | 3% | 6% | 1% | 3% | 1% |
| Rest stad Groningen | 14% | 13% | 17% | 24% | 37% | 36% | 48% |
| Ov. PDV-gebieden prov. | 3% | 4% | 5% | 6% | 8% | 7% | 7% |
| Rest provincie Groningen | 8% | 9% | 4% | 6% | 9% | 9% | 7% |
| Provincie Drenthe | 4% | 3% | 4% | 4% | 5% | 5% | 5% |
| Provincie Friesland | 7% | 7% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% |
| Duitsland | 4% | 4% | 5% | 4% | 4% | 5% | 4% |
| Elders | 0% | 1% | 0% | 1% | 2% | 2% | 2% |

De bezoekers aan het Sontplein doen meestal op het Sontplein hun aankopen in de ondervraagde groepen. Toch zijn er wel enkele uitzonderingen. In het geval van fietsen/auto-onderdelen, bloemen/dierbenodigdheden, maar juist ook sportartikelen worden de meeste aankopen in de rest van de stad gedaan. Op het gebied van keukens doet men de meeste aankopen op het Sontplein, maar de Peizerweg wordt ook regelmatig bezocht. Wanneer men buiten de provinciegrens gaat, gaat het onder meer om de provincies Friesland en Drenthe, maar ook om Duitsland. De herkomst van de bezoekers is hierin terug te zien.

Aan bezoekers is gevraagd in hoeverre ze voor de aankoop van bepaalde productgroepen gebruik maken van het internet.

| Aankoop via internet? | | |
|------------------------------------|-----|-----|
| | Ja | Nee |
| Woninginrichtingsartikelen | 40% | 60% |
| DHZ-producten | 35% | 65% |
| Elektro-artikelen | 57% | 43% |
| Tuinartikelen en dierbenodigdheden | 26% | 74% |

Het blijkt dat de bezoekers van het Sontplein relatief veel gebruik maken van het internet voor de aankoop van elektroproducten (57%). In de andere PDV-gebieden liggen de percentages vaak iets lager, maar de verschillen zijn beperkt. Ook landelijk is bekend dat juist in de elektrobranche veel internetaankopen gedaan worden.

Bij andere artikelen is het eenvoudig om zelf snel iets te halen (DHZ-producten, tuin- en dierartikelen), omdat ze vaak direct nodig zijn. Dit komt ook naar voren uit de cijfers.

Wanneer men ervoor kiest om iets via internet aan te schaffen bestaan daarvoor diverse redenen, maar vooral het gemak, het uitgebreide assortiment en de prijs van de artikelen zijn de belangrijkste. Opvallend onder bezoekers aan het Sontplein is vooral de hoge score voor de 24/7 mogelijkheid, en het niet in de buurt verkrijgbaar zijn van de producten. Deze percentages liggen hier hoger dan in de andere gebieden.

| Waarom aankoop via internet | |
|------------------------------------|-----|
| Goedkoper | 18% |
| Uitgebreider assortiment | 19% |
| Overdag geen tijd | 5% |
| 24/7 mogelijkheid | 13% |
| Gemak/comfortabel | 28% |
| Betere service | 3% |
| Producten niet in de buurt te koop | 10% |
| Anders | 5% |

5. Samenvatting en aanbevelingen

Samenvatting

- Op het Sontplein in de stad Groningen is ruim 62.600 m² winkelvloeroppervlak aanwezig (excl. leegstand), verdeeld over 17 panden. Hiermee is het – samen met het Hoendiep/Peizerweg – het grootste PDV/ GDV-gebied in de provincie. Het aanbod bestaat uit aanbieders in bijna alle hoofdbranches van de groep In/Om Huis en Detailhandel Overig. Alleen Plant & Dier ontbreekt. Tevens is daghoreca aanwezig, maar ook nog aanbieders in de branches Sport & Spel en Hobby. Op dit enige als zodanig ontwikkelde GDV-gebied in de provincie zijn ook deze branches toegestaan (mits van een bepaalde oppervlakte).
- Het Sontplein is een planmatig ontwikkeld, grootschalig gebied aan de oostzijde van het centrum. Het Sontplein is nog volop in ontwikkeling; binnenkort zullen nieuwe winkels toetreden. Het Sontplein ligt aan een belangrijke toegangsweg van de A-7 naar het centrum. De bereikbaarheid en de zichtbaarheid van het gebied zijn goed. De parkeergelegenheid bevindt zich op grote terreinen bij de verschillende winkels, zoals voor de Mediamarkt, bij Bauhaus en IKEA. Deze laatste twee winkels zijn de enige van deze formule in de drie noordelijke provincies.
- De bezoekers van het Sontplein zijn nog net in meerderheid afkomstig uit de stad Groningen; dit geldt voor 52% van de bezoekers. Dit betekent dat bijna de helft van alle bezoekers van buiten de stad afkomstig is. Dit onderstreept de regionale positie van het Sontplein als aankoopgebied. De bezoekers komen vooral uit de 3 noordelijke provincies, maar ook uit Duitsland (5%). Het winkelgebied vervult hiermee voor een groot gebied een verzorgingsfunctie.
- De waardering van de bezoekers voor de verschillende aspecten van het Sontplein is in vergelijking met die voor de andere PDV-gebieden in de provincie gemiddeld. Wel is sprake van enkele onderlinge verschillen; zo scoort de bereikbaarheid per auto lager dan gemiddeld, hoewel deze niet slecht is met een 7,7. Vooral de bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden zijn belangrijk voor het functioneren van een PDV/GDV-gebied. De waardering voor de sfeer en gezelligheid (meestal laag in dit type gebieden) scoort op het Sontplein met een 6,5 redelijk. De daghoreca laat de beste score zien van alle gebieden; het Sontplein heeft dan ook het meest royale aanbod.
- Dat IKEA, Bauhaus en de Mediamarkt grote trekkers zijn blijkt wel uit de reden waarom bezoekers naar het Sontplein komen; dat is met name voor een bezoek aan één van deze winkels, ook in de genoemde volgorde. Het bezoek aan een specifieke winkel is dan ook de belangrijkste reden om naar het Sontplein te gaan. Daarnaast spelen enkele andere factoren ook een rol, zoals de handige combinatie van winkels en de nabijheid ervan. Bijna driekwart van de bezoekers (74%) geeft aan niets te missen in het aanbod op het Sontplein.
- De bezoekfrequentie ligt op het Sontplein op een lager dan gemiddeld niveau, maar iets hoger dan op het Hoendiep/Peizerweg. Gezien de aard van het gebied en het productaanbod is dit niet vreemd. Niettemin komt ruim de helft (54% van de bezoekers) minstens een keer per maand naar het Sontplein. Het Sontplein wordt doelgericht bezocht; veel bezoekers kopen ook daadwerkelijk iets (69%), en geven relatief veel geld uit. De meeste mensen brengen met de auto een bezoek aan het winkelgebied, maar in vergelijking met de andere

PDV-gebieden ook veelal met de fiets of lopend (28%); de nabijheid van de stad zal hierin een rol spelen.

- Het Sontplein neemt een sterke positie in; het wordt voor de aankoop van alle productgroepen veel bezocht, maar zeker voor woninginrichting, keukens, elektro en DHZ. De andere producten worden veelal elders in de stad gekocht, maar nauwelijks op het Hoendiep/Peizerweg. Waar bezoekers van het Hoendiep/Peizerweg ook het Sontplein bezoeken, is dat in omgekeerde richting veel minder het geval. De bezoekers aan het Sontplein doen ook buiten de stad hun aankopen; deze percentages komen overeen met de herkomstgebieden van de bezoekers.
- Het percentage aankopen via internet ligt bij bezoekers van het Sontplein marginaal hoger dan gemiddeld in de PDV-gebieden in de provincie. Onder bezoekers van het Sontplein zijn vooral het gemak, het uitgebreide assortiment en de prijs van de artikelen belangrijk bij de keus voor het internet. Opvallend is het feit, dat relatief veel van de bezoekers de 24/7-mogelijkheid hier als reden noemen.

Aanbevelingen

- Het Sontplein is met de aanwezigheid van IKEA en Bauhaus een sterk aankoopgebied in het noorden van het land. Het aanbod voldoet aan de wensen en verwachtingen van de bezoeker. Het gevoerde actieve beleid dient om deze redenen dan ook niet gewijzigd te worden.
- De bereikbaarheid laat een iets lagere score zien dan verwacht; de werkzaamheden aan de Ring spelen hier wellicht een rol. Niettemin blijft dit een heel belangrijke factor voor het goed functioneren van een dergelijk winkelgebied. Dit blijft om aandacht vragen.
- Het Sontplein blijft zich verder ontwikkelen; hiermee zal de trekkracht en de verzorgingsfunctie van het gebied zich verstevigen. De komst van onder meer Decathlon (verder alleen in Leeuwarden) is een uitstekende aanvulling op het huidige aanbod.
- Bij het Sontplein liggen de verwachtingen hoog. Het blijft dan ook van belang om de bezoekers te verrassen met een aantrekkelijk spraakmakend aanbod, uniek voor het Noorden van het land. Ook naar de toekomst toe zal dit van belang blijven in deze dynamische branche.
- De relatie met de binnenstad heeft volop de aandacht. De afstand is niet erg groot, waardoor combinatiebezoek uitstekend mogelijk is. Ook dit is een aspect dat voortdurend om aandacht zal blijven vragen, gezien ook de infrastructurele projecten in en rondom de stad.

Bijlages

1. Samenstelling begeleidingscommissie

Gedurende het onderzoek is op initiatief van de provincie Groningen een begeleidingscommissie werkzaam geweest. Deze commissie bestond uit de volgende personen:

- Mw. S. Buter, Provincie Groningen
- Dhr. S.T. Wester, Provincie Groningen
- Mw. A. Lootsma, Provincie Groningen
- Mw. A. Bronsema, Gemeente Groningen
- Mw. L. Hoekstra, Gemeente Midden-Groningen
- Dhr. M. van der Meulen, Gemeente Leek/Gemeente Westerkwartier
- Dhr. H.J. Visker, Gemeente Delfzijl

2. Verklarende woordenlijst

| | |
|---------------------------|--|
| Dagelijkse artikelen | Levensmiddelen (food) en artikelen voor de persoonlijke verzorging. |
| Niet-dagelijkse artikelen | Alle artikelen die niet onder dagelijks vallen(o.a. kleding, elektronica, huishoudelijke artikelen, DHZ-artikelen, bruin- en witgoed, wonen, vrijetijdsartikelen) |
| Mode & Luxe | Warenhuizen, kleding en mode, schoenen en lederwaren, huishoudelijke en luxe artikelen, juwelier en optiek, antiek en kunst |
| Vrije Tijd | Hobby, media, sport en spel |
| In/Om Huis | Plant en dier, bruin- en witgoed, auto en fiets, Doe-Het-Zelf (DHZ), wonen |
| Overige detailhandel | 2 ^e hands artikelen, audicien, erotiek |
| Wvo=winkelvloeroppervlak | Winkelvloeroppervlak dat voor de consument toegankelijk is (dus exclusief kantoren, magazijn ed.) |
| Koopstromen | Koopkrachtbewegingen tussen kernen, gemeenten of winkelgebieden door binding, afvloeiing en toevloeiing van koopkracht. |
| Vloerproductiviteit | Gemiddelde detailhandelsomzet per vierkante meter winkelvloeroppervlak |
