



Onafhankelijke Planologische Adviesgroep
7 april 2015
Groningen

Groningen op het juiste pad

Passantenstromen en knelpunten van de Groninger binnenstad

Adviesrapport

Titel: Groningen op het juiste pad

Ondertitel: Passantenstromen en knelpunten van de Groninger binnenstad

Auteurs: Coen van Beusekom, Joost Hendriksen, Eliza Janssen,
Maurits Jongebreur, Maarten van der Leck, David
Ruizendaal, Ellen Stutterheim en Marlous van der Veen

Organisatie: Onafhankelijke Planologische Adviesgroep

Opdrachtgever: Gemeente Groningen

Datum: 7 april 2015

Groningen op het juiste pad

Onafhankelijke Planologische Adviesgroep

Samenvatting

Dit rapport bevat een analyse van het winkelgebied in de stad Groningen. Naar aanleiding van eerder onderzoek is bij de Gemeente Groningen de vraag ontstaan: *Waarom wordt door de gemiddelde bezoeker slechts een relatief klein deel van het centrale winkelgebied in Groningen bezocht?* De beantwoording van deze vraag is gerealiseerd door middel van literatuurstudie, interviews en een enquête.

In de literatuurstudie is gekeken naar huidige trends en ontwikkelingen die van invloed zijn op de bezoekers van de binnenstad en is er gekeken naar andere binnensteden in Nederland. Daaruit blijkt dat een eigen identiteit van een gebied belangrijk is voor de bezoekers en dat het ruimtelijk gedrag gestuurd kan worden door duidelijke looproutes en goede informatievoorziening.

Uit de bezoekersenquête komt naar voren dat er volgens de bezoekers een tekort is aan (stads)groen, zitgelegenheden en parkeergelegenheden in de gehele binnenstad. Ook blijkt dat gewoontegedrag, congestie, directheid en doel van de route de belangrijkste rol spelen bij de routekeuze in het winkelgebied. De bezoekers geven daarnaast aan dat ze graag beter geïnformeerd willen worden over goede looproutes en men vindt de loopafstand tussen de verschillende winkelgebieden te groot. Congestie (drukke) door het samenkomen van verschillende modaliteiten en weinig ruimte op trottoirs is een veel genoemde belemmering.

In de interviews geven ondernemers en vastgoedspecialisten aan dat publiekstrekkers veel invloed hebben op passantenstromen. De komst van de Primark bij de Westerhaven zal volgens hen een negatief gevolg kunnen hebben op de oostzijde van de binnenstad. Regelgeving moet volgens deze groep versoepeld worden om meer initiatieven aan te wakkeren. De bussen ziet men graag verder uit de binnenstad verdwijnen en men denkt dat er een betere scheiding van modaliteiten nodig is. De bekendheid van de verschillende winkelgebieden is vaak nog ondermaats en hier denkt men nog veel te kunnen winnen. Duidelijke looproutes zijn hierbij essentieel, maar ook de aanrijdroutes naar parkeergarages, aanloopstraten, uitstraling en identiteit dragen hieraan bij. Door een sterkere identiteit aan een bepaald gebied te geven en vergelijkbare winkelconcepten meer te clusteren, kan men gebruik maken van elkaars doelgroep en klantenkring, waardoor de ruimtelijke positie voor deze ondernemingen versterkt.

Voorwoord

Het rapport “Groningen op het juiste pad” is geschreven door de Onafhankelijke Planologische Adviesgroep (OPA) bestaande uit acht studenten van Rijksuniversiteit Groningen. Alle leden van de groep hebben een studieachtergrond binnen het vakgebied van de planologie. In dit onderzoek is gekeken naar het centrale winkelgebied van de stad Groningen. De lage penetratie van dit gebied is voor de gemeente Groningen de aanleiding voor dit rapport. Op basis van een literatuuronderzoek, interviews en een enquête zijn we tot een analyse gekomen van de huidige situatie van de Groningse binnenstad.

Onze dank gaat uit naar Mischa de Gier en Just Verhoeven, die ons de mogelijkheid hebben gegeven deze opdracht voor de gemeente Groningen uit te voeren. Daarnaast gaat onze dank naar alle respondenten die de enquête hebben ingevuld en de partijen die we hebben mogen interviewen.

Wij wensen u veel leesplezier en nieuwe inspiratie toe bij het lezen van dit adviesrapport. Indien u vragen of opmerkingen hebt, kunt u uiteraard altijd contact met ons opnemen via contact@opagroningen.nl.

Hartelijke groet,

*Coen van Beusekom
Joost Hendriksen
Eliza Janssen
Maurits Jongebreur
Maarten van der Leek
David Ruizendaal
Ellen Stutterheim
Marlous van der Veen*

Inhoudsopgave

SAMENVATTING	2
VOORWOORD	3
1. INTRODUCTIE	5
1.1 AANLEIDING	5
1.2 HOOFDVRAAG EN DEELVRAGEN	5
1.3 ORGANISATIE EN PROJECTTEAM	6
1.4 LEESWIJZER	7
2. TRENDS EN ANALYSES	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
2.1 DEMOGRAFISCHE TRANSITIES	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
2.2 DE COMPACTE STAD	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
2.3 BEREIKBAARHEID	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
2.4 BELEIDSVERANDERINGEN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
2.5 DE BELEVING VAN BINNENSTEDEN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
2.6 ROUTEKEUZE EN RUIMTELIJK GEDRAG VAN BEZOEKERS	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3. ONDERZOEKSMETHODEN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.1 KWANTITATIEVE ONDERZOEKSMETHODEN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.2 KWALITATIEVE ONDERZOEKSMETHODE	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4. VERGELIJKING BINNENSTEDEN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4.1 VERGELIJKING	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4.2 UTRECHT	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4.3 LEIDEN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4.4 MAASTRICHT	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4.5 EINDHOVEN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4.6 TOEPASSING OP GRONINGEN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
5. KWANTITATIEVE ANALYSE	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
5.1 DE ENQUÊTE	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
5.2 RESULTATEN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
5.3 MOTIVATIE BEZOEKERS BINNENSTAD	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
5.4 WAARDERING VAN DE BINNENSTAD	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
5.5 BELEMMERINGEN IN EN TUSSEN WINKELGEBIEDEN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
5.6 LOOPROUTES	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
5.7 CONCLUSIE	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
6. KWALITATIEVE ANALYSE	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
6.1 PENETRATIEGRAAD EN PASSANTENSTROMEN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
6.2 RUIMTELIJK GEDRAG EN ROUTEKEUZE	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
6.4 BELEID	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
6.5 DE BELEVING VAN DE BINNENSTAD	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
6.6 VERGELIJKING ANDERE STEDEN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
6.7 CONCLUSIE	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
8. INTERVENTIEKAART	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
8. CONCLUSIE	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
8.1 CONCLUSIE ONDERZOEKSRÉSULTATEN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
8.2 AANBEVELINGEN VOOR VERVOLGONDERZOEK	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
REFERENTIES	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
BIJLAGES	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
INTERVIEW GUIDE PENETRATIEGRAAD GRONINGEN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
VRAGENLIJST BEZOEKERSENQUÊTE	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

1. Introductie

1.1 Aanleiding

De typisch Nederlandse winkelgebieden bevinden zich veelal in de historische binnensteden. Deze binnensteden hebben het voordeel aantrekkelijk te zijn voor winkelend publiek en het historische karakter van de steden geven de winkelgebieden een gezellige uitstraling en maakt winkelen een gezellige aangelegenheid. De aanwezigheid van zowel het midden- en kleinbedrijf, grote warenhuizen en horeca in een historische setting karakteriseert hiermee de Nederlandse binnenstad. Binnen deze typering van de Nederlandse binnenstad valt ook de stad Groningen. Haar binnenstad trekt toeristen, studenten en winkelpubliek vanuit de rest van de stad, de provincie, en de rest van Nederland. Doordat het overgrote deel van de binnenstad autovrij is, bestaan de grootste migratiestromen uit voetgangers, fietsers en het openbaar vervoer.

Voetgangers en fietsers vormen de belangrijkste groep van het winkelend publiek. Voor de winkeliers en de gemeente is het van belang kennis te hebben over het ruimtelijk gedrag van het winkelend publiek. Hiermee kunnen winkeliers hun strategieën aanpassen en kan er nieuw beleid worden gevormd. Om ruimtelijk gedrag te monitoren is de penetratiegraad een belangrijke tool. De penetratiegraad is de verhouding tussen het aantal passanten en het totaal aantal bezoekers (Locatus, 2008). Met deze ratio kan men zien welk percentage van een gebied bezocht wordt door de gemiddelde bezoeker. Onderzoek van Locatus (2013) heeft uitgewezen dat de gemiddelde penetratiegraad van het winkelgebied in Groningen 14% is. De gemeente Groningen heeft aangegeven deze penetratiegraad van het winkelgebied relatief laag is. Dit onderzoek richt zich op de vraag wat deze penetratiegraad van 14% precies betekent voor de stad Groningen.

1.2 Hoofdvraag en deelvragen

Dit onderzoek richt zich op de penetratiegraad in Groningen laag is en wat gedaan kan worden om deze graad te verbeteren. Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de Gemeente Groningen. De centrale vraagstelling van dit onderzoek luidt als volgt:

- *Waarom wordt door de gemiddelde bezoeker slechts een relatief klein deel van het centrale winkelgebied in Groningen bezocht?*

Aan de hand van deze hoofdvraag zijn drie deelvragen opgesteld om de brede vraagstelling te concretiseren. Ten eerste zal gericht worden op vergelijkbare steden in Nederland. De volgende steden zijn het beste te vergelijken en daarmee het meest relevant: Maastricht, Utrecht, Eindhoven en Leiden. De tweede en derde deelvraag gaan vervolgens in op ervaringen van bezoekers en ondernemers met betrekking tot het winkelgebied.

1. *Hoe spelen vergelijkbare Nederlandse binnensteden in op het ruimtelijk gedrag van bezoekers?*

2. *Hoe ervaren bezoekers de ruimtelijke inrichting van het centrale winkelgebied in Groningen?*
3. *Wat zijn de ervaringen van ondernemers en vastgoedspecialisten met de ruimtelijke inrichting van het centrale winkelgebied en het ruimtelijke gedrag van de bezoekers in Groningen?*

1.3 Organisatie en projectteam

De Onafhankelijke Planologische Adviesgroep (kortweg: OPA) richt zich op het geven van onafhankelijk advies aan verschillende organisaties en instanties. Dit kunnen bijvoorbeeld gemeenten, woningcorporaties, projectontwikkelaars, bouwbedrijven zijn, maar ook particulieren die op zoek zijn naar een frisse wind door hun project. Dit wordt gerealiseerd door een interdisciplinaire groep universitaire studenten binnen het vakgebied van de ruimtelijke ordening. Zij passen actuele kennis en vaardigheden toe op het gewenste vraagstuk, maar kunnen dit door hun onafhankelijke houding anders benaderen dan 'de eigen mensen' van de betreffende organisatie. Er wordt niet ingezet op het in stand houden van bestaande kaders, maar deze worden overstegen en hiermee wordt een fris, jong doch realistisch doel beoogd: het leuker en mooier maken van de omgeving om ons heen voor en door iedereen.

Aan dit project heeft een groep van acht student-adviseurs gewerkt. Eerst is het winkelgebied van Groningen verkend, zijn analyses uitgevoerd en hebben vervolgens brainstormsessies plaatsgevonden. Vervolgens is er een enquête opgezet en zijn er interviews afgenomen om tot het huidige resultaat te komen. De leden van het projectteam hebben verschillende achtergronden, waaronder de bachelor Technische Planologie, de bachelor Sociale Geografie en Planologie, de master Vastgoedkunde en de master Sociale Planologie. Dit biedt de mogelijkheden tot een brede visie ontwikkeling en voor dit rapport is expertise vanuit verschillende invalshoeken ingezet.

1.4 Leeswijzer

In de onderstaande leeswijzer wordt het onderzoek zoals eerder beschreven schematisch weer gegeven. De leeswijzer laat zien waar de verschillende onderdelen te vinden zijn en biedt daarnaast een zeer globaal overzicht van de genomen stappen om het doel van het onderzoek te behalen.

