

Gemeente Hoogeveen

Koopstromenonderzoek gemeente Hoogeveen

Gemeente Hoogeveen

Koopstromenonderzoek gemeente Hoogeveen

Datum 13 februari 2007
Kenmerk HGV025/Gsj/0128
Eerste versie

Documentatiepagina

Oprachtgever(s) Gemeente Hoogeveen

Titel rapport Koopstromenonderzoek Gemeente Hoogeveen

Kenmerk Hgv025/Gsj/0128

Datum publicatie 13 februari 2007

Projectteam opdrachtgever(s) mevrouw Gerritsma en de heer Bolkesteijn

Projectteam Goudappel Coffeng de heren Gosselt, de Graaf en Scheerder

Projectomschrijving Onderzoek naar het consumentengedrag in de gemeente Hoogeveen.

Trefwoorden Koopstromenonderzoek, consumentengedrag, draagvlak, bezoekmotief en beoordeling winkelgebieden

	Inhoud	Pagina
1	Inleiding	1
1.1	Onderzoeksopzet	1
1.2	Leeswijzer	1
2	Bezoekredenen	3
2.1	Bezoekredenen boodschappen doen en winkelen	3
2.2	Waarom winkelt de consument niet in Hoogeveen?	4
3	Waardering door de consument	6
3.1	Vergelijking met voorgaande jaren	6
3.2	Minder positieve aspecten, gemiste zaken en sterke punten	7
4	De koopstromen	11
4.1	De kooporiëntatie voor dagelijkse goederen	11
4.2	De kooporiëntatie voor niet-dagelijkse goederen	12
4.2.1	De positie van het stadscentrum in de regio	13
4.3	Het draagvlak	13
4.3.1	Draagvlak per artikelgroep	14
5	Economisch functioneren	16
5.1	Het winkelaanbod in de gemeente Hoogeveen	16
5.2	Economisch functioneren	16
5.3	Het centrum van Hoogeveen vergeleken	18
6	Resumé	19

1 Inleiding

De gemeente Hoogeveen stelt een ontwikkelingsvisie op voor het Stadscentrum. De ontwikkelingsvisie dient het 'spoorboekje' te vormen voor een krachtige kwaliteitsimpuls aan het Stadscentrum. Onderzoek is nodig om een goed beeld te krijgen van het huidige functioneren van het Stadscentrum. In opdracht van de gemeente Hoogeveen heeft Goudappel Coffeng onderzoek gedaan in deze gemeente en in de omliggende regio naar het koopgedrag. Dit onderzoek geeft een beeld van het functioneren van de winkelgebieden in de gemeente Hoogeveen. Daarnaast wordt een beeld geschetst van de aantrekkingskracht van het Stadscentrum van Hoogeveen en de sterke en minder sterke punten van dit centrum.

1.1 Onderzoeksopzet

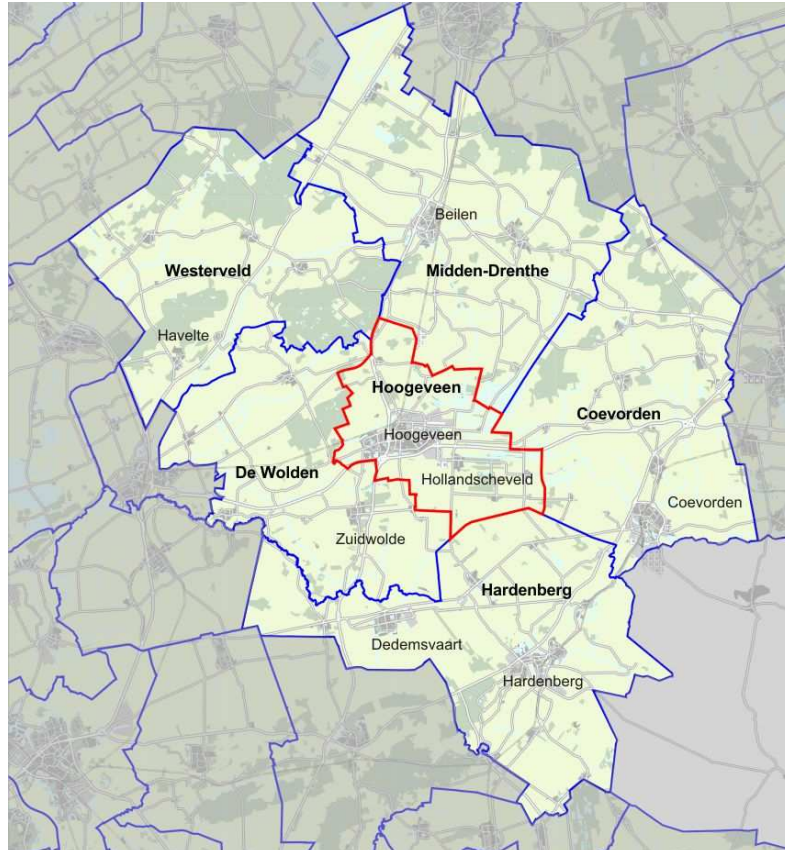
De basis voor dit onderzoek vormt een telefonische enquête onder huishoudens in de gemeente Hoogeveen en omgeving. In totaal zijn voor dit onderzoek 1.200 huishoudens in de gemeente Hoogeveen en regio telefonisch geënuquêteerd. Tot de regio behoren de gemeenten De Wolden, Coevorden, Hardenberg, Midden-Drenthe en Westerveld (zie afbeelding 1.1). Het veldwerk vond eind 2006 plaats in de weken 48 – 50.

1.2 Leeswijzer

In de rapportage zijn de onderzoeksresultaten beschreven. Achtereenvolgens komen de volgende onderwerpen aan de orde:

- Bezoekredenen (Hoofdstuk 2)
- Waardering (Hoofdstuk 3)
- De koopstromen (Hoofdstuk 4)
- Het economisch functioneren van winkelgebieden (Hoofdstuk 5)
- Resumé met de belangrijkste onderzoeksuitkomsten (Hoofdstuk 6)

Afbeelding 1.1: Overzicht onderzoeksgebied



2 Bezoekredenen

De consument is gevraagd met welke redenen zij een bezoek aan de grotere winkelcentra in Hoogeveen brengen. Daarbij maken wij allereerst onderscheid naar consumenten uit de gemeente Hoogeveen en consumenten uit de omliggende gemeenten. Daarnaast zijn de bezoekredenen verbijzonderd naar het (doelgerichte) boodschappen doen (tabel 2.1) en het (recreatieve) winkelen (tabel 2.2).

Tot slot is aan consumenten die Hoogeveen niet bezoeken gevraagd, waarom zij niet voor Hoogeveen kiezen. De uitkomsten op deze vraag zijn gepresenteerd in paragraaf 2.2. Na elke tabel worden de belangrijkste conclusies die zich uit de tabel laten afleiden kort weergegeven.

2.1 Bezoekreden boodschappen doen en winkelen

Tabel 2.1: bezoekreden winkelgebied om boodschappen te doen (meerdere antwoorden)

Motief	Winkelgebied					
	Stadscentrum	De Nije Nering	De Weide	De Wielewaal	Grote Beer	Hollandscheveld 't Hoekje
nabijheid/afstand	50	27	90	74	79	83
gewoonte	12	10	4	11	10	5
bepaalde winkels/producten	18	7	6	15	7	10
veelheid winkels	15	20	3	3		2
lage prijs	20	35	4	9	2	7
kwaliteit winkelaanbod	8	8	1	2	3	2
bereikbaarheid/parkeren	6	14	6	14	7	2
sfeer	2	2	2	2		2
overig						
totaal	132	122	117	128	107	113

- Nabijheid is het belangrijkste bezoekmotief bij de keuze voor een winkelgebied om boodschappen te doen. Een keuze op basis van het aanbod, de prijs of de bereikbaarheid is overwegend van minder belang.
- Naast de nabijheid wordt het Stadscentrum vooral bezocht vanwege specifieke winkels, de lage prijs en de veelheid aan winkels.
- Voor een bezoek aan winkelcentrum de Nije Nering voor het doen van boodschappen is de lage prijs de voornaamste overweging. Dit komt vooral voort uit de aanwezigheid van een discount-supermarkt in het winkelcentrum. Ook de aanwezigheid van meerdere winkels is een belangrijk motief.
- Voor een bezoek aan winkelcentra de Nije Nering en de Wielewaal is bereikbaarheid en parkeren een belangrijkere reden dan voor de andere winkelgebieden. Voor de Wielewaal is de aanwezigheid van bepaalde winkels ook een belangrijk motief.
- Vergeleken met de onderzoeksresultaten uit 2000 zijn de bezoekredenen om boodschappen in Hoogeveen te doen nauwelijks gewijzigd. Nabijheid en gewoonte werden ook toen veruit het vaakst genoemd. Opvallend verschil is dat consumenten

ten nu vaker de reden 'lage prijs' benoemen om voor een bepaald winkelgebied te kiezen.

Tabel 2.2: bezoekreken winkelgebied om te winkelen (meerdere antwoorden)

Motief	Stads- centrum	Wijkwin- kelcentra	Assen	Beilen	Coevorden	Emmen	Harden- berg	Meppel
nabijheid/afstand	49	74	39	89	80	56	84	92
gewoonte	16	22	10	16	15	24	16	17
bepaalde winkels en producten	16	20	2	3	6	8	9	
veelheid winkels	32	8	35	7	2	14	10	19
lage prijs	5	4	3			11		
kwaliteit winkelaanbod	5		4		0	0	4	
bereikbaarheid en parkeren	2	4	14					2
sfeer	5	4	3	3	2	12	0	13
overig			3				2	
Totaal	130	135	113	119	104	125	124	144

- Voor een bezoek aan winkelgebieden om te winkelen is nabijheid het belangrijkste motief. Meer dan bij boodschappen spelen het winkelaanbod en de keuzemogelijkheden een rol. Bereikbaarheid, parkeren en lage prijs vormen juist in mindere mate een argument.
- Het Stadscentrum van Hoogeveen wordt, meer dan andere winkelgebieden in en buiten de regio, bezocht om het aanbod (specifieke winkels en veelheid winkels).
- Assen wordt meer dan andere winkelgebieden bezocht vanwege het parkeren en de bereikbaarheid, in Emmen geldt dat voor de prijs en in Emmen en Meppel voor de sfeer.
- De bezoekrekenen zijn grotendeels overeenkomstig met het onderzoek uit 2000. Wel geven de geënquêteerden nu vaker aan voor het Stadscentrum van Hoogeveen te kiezen vanwege de veelheid aan winkels en de aanwezigheid van specifieke winkels en producten.

2.2 Waarom winkelt de consument niet in Hoogeveen?

Interessant om te onderzoeken is waarom consumenten niet voor Hoogeveen kiezen om te winkelen, maar juist voor een ander winkelgebied. In tabel 2.3 zijn de antwoorden van de consument gepresenteerd.

Tabel 2.3: redenen om NIET te winkelen in Hoogeveen Centrum

Motief	Stadscentrum
nabijheid/afstand	68%
gewoonte	11%
bepaalde winkels en producten	2%
veelheid winkels	1%
lage prijs	9%
kwaliteit winkelaanbod	1%
bereikbaarheid en parkeren	0%
sfeer	1%
overig	6%
Totaal	100%

- Nabijheid is de belangrijkste reden om in een ander winkelgebied dan het centrum van Hoogeveen te gaan winkelen. Dit geldt met name voor consumenten vanuit de regio, aangezien de inwoners van Hoogeveen juist wel voor een groot deel in het Stadscentrum van Hoogeveen winkelen (zie ook hoofdstuk 4). In minder mate is de prijs een overweging.

3 Waardering door de consument

Aan de lokale en regionale consument is gevraagd Hoogeveen-centrum op een aantal relevante onderdelen te beoordelen. De onderdelen die gevraagd zijn te beoordelen met een rapportcijfer komen overeen met het onderzoek uit 2000. Daarnaast is specifiek gevraagd wat de consument als sterke en minder sterke aspecten ervaart en welke winkels en voorzieningen in het Stadscentrum worden gemist.

Tabel 3.1: Rapportcijfer Stadscentrum op onderdelen

aspecten	Inwoners gemeente	Inwoners regio	Totaal
aantal winkels	7,4	7,5	7,5
kwaliteit van winkels	7,3	7,4	7,4
aanbod daghoreca	7,1	7,1	7,1
inrichting, aankleding winkelgebied - sfeer/gezelligheid -	6,6	6,8	6,7
veiligheid winkelomgeving	6,6	6,5	6,6
bereikbaarheid per auto	6,9	7,2	7,0
parkeermogelijkheden auto	6,9	7,2	7,1
parkeermogelijkheden auto	6,8	7,1	6,9
bereikbaarheid per fiets	7,6	7,6	7,6
stallingsmogelijkheden fiets	7,6	7,6	7,6
aanbod activiteiten	6,8	7,3	7,0
aanbod markt	6,8	7,0	6,9
locatie markt	7,2	7,4	7,3
locatie markt	7,2	7,3	7,2
lengte van het centrum	6,5	6,2	6,4

- Aspecten die een hoge waardering krijgen zijn het 'aantal winkels', 'de kwaliteit van de winkels' en de 'bereikbaarheid per fiets'. Ook de markt (aanbod en locatie) krijgt een hoge waardering.
- De 'lengte van het centrum' scoort een minder hoog cijfer, evenals de sfeer en 'gezelligheid' en de 'aankleding van het winkelgebied'. Ook de stallingsmogelijkheden voor fietsen kunnen in de ogen van inwoners van Hoogeveen verbeterd worden.
- In vergelijking soortgelijke winkelgebieden scoort Hoogeveen relatief goed op het aantal winkels. De waardering voor de inrichting en aankleding van het winkelgebied en de daarmee samenhangende sfeer scoort relatief wat lager.

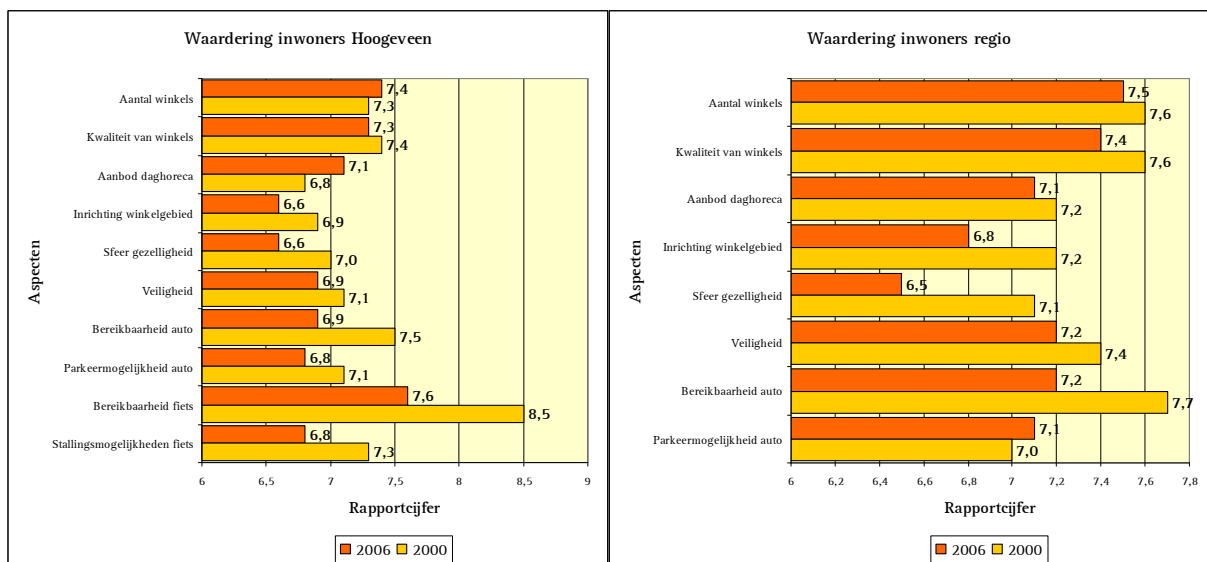
3.1 Vergelijking met voorgaande jaren

In figuur 3.1 zijn de waarderingen voor zowel de inwoners van Hoogeveen als de regio vergeleken met het onderzoek uit 2000. hieruit is het volgende af te leiden:

- Consumenten uit Hoogeveen zijn in vergelijking met het onderzoek uit 2000 nog steeds zeer positief over belangrijke aspecten als het aantal winkels, de kwaliteit van de winkels en de veiligheid van de winkelomgeving.
- Het aanbod aan daghoreca is in vergelijking met 2000 positiever beoordeeld.

- De bereikbaarheids- en parkeeraspecten worden in vergelijking met 2000 lager beoordeeld door de inwoners van Hoogeveen.
- De rapportcijfers gegeven door de inwoners uit de regio zijn in vergelijking met 2000 een fractie lager. Uitzondering hierop vormt de beoordeling van de parkeermogelijkheden voor de auto, deze zijn hoger beoordeeld. De bereikbaarheid van het centrum daarentegen wordt 0,5 punt lager beoordeeld, maar is met een beoordeling van 7,2 nog steeds ruim voldoende.

Figuur 3.1: Vergelijking waardering 2000 - 2006



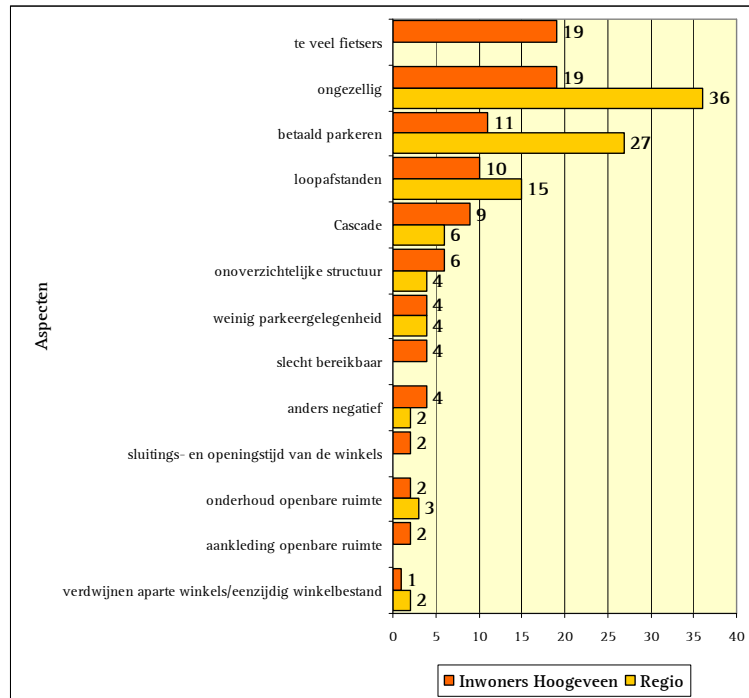
3.2 Minder positieve aspecten, gemiste zaken en sterke punten

Aan de lokale en regionale bevolking is tevens gevraagd aan te geven wat zij als sterke en minder positieve punten van het Stadscentrum ervaren en welke zaken zij missen, met het volgende resultaat.

Minder positieve aspecten

- Als minder positieve aspecten aan het Stadscentrum wordt door de consument met name de ongezelligheid, het betaalde parkeren en de loopafstanden genoemd. De bezoekers uit de regio benoemen deze aspecten vaker dan de inwoners van Hoogeveen. Ook de Cascade wordt door sommigen genoemd als minder positief.
- Vooral inwoners van Hoogeveen vinden dat er te veel fietsers in het Stadscentrum rijden.

Figuur 3.2: Minder positieve aspecten Stadscentrum*

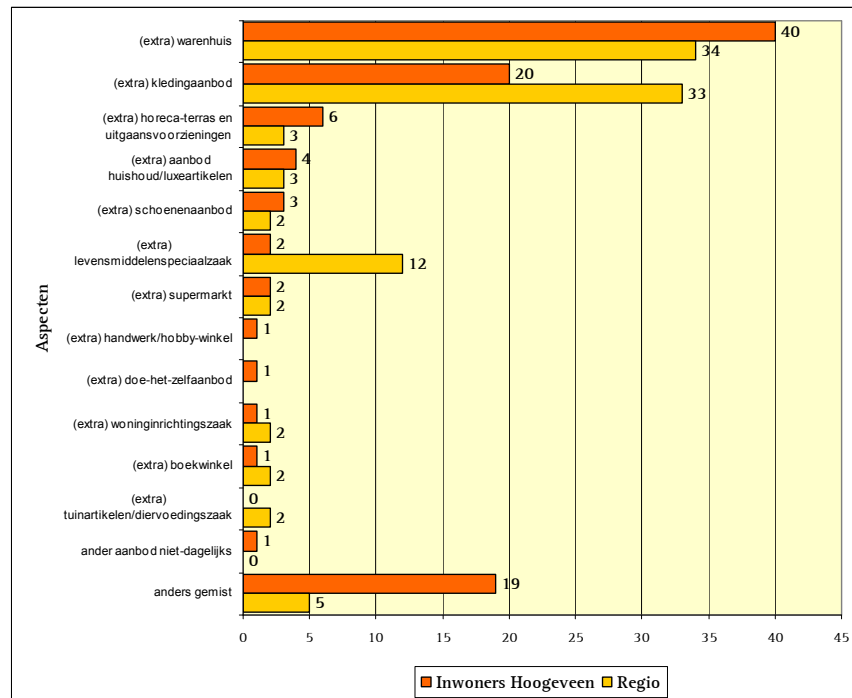


* als percentage van het aantal respondenten dat minder positieve aspecten noemt (18%)

Gemiste zaken

- Zowel de inwoners van Hoogeveen als van de regio geven aan een extra warenhuis en extra kledingzaken als een wenselijke aanvulling op het huidige winkelbestand van het Stadscentrum te beschouwen. In mindere mate geldt dat voor extra horeca, schoenwinkels en winkels voor huishoudelijke artikelen.
- Vooral inwoners uit de regio missen extra levensmiddelenpecialzaken in het centrum
- In de categorie gemiste zaken worden winkelvoorzieningen als kledingwinkels voor grotere maten, kookwinkels, snoepwinkels en kleine boetiekjes genoemd.

Figuur 3.3: Gemiste zaken Stadscentrum*

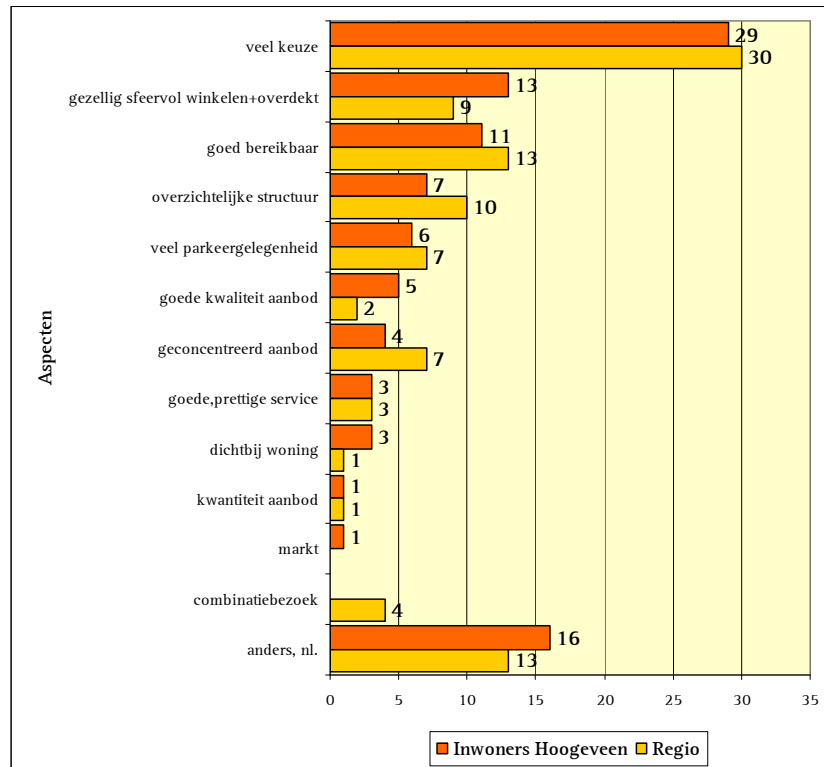


* als percentage van het aantal respondenten dat gemiste zaken noemt (22%)

Sterke punten

- De inwoners van zowel Hoogeveen als de regio zijn eensgezind in het benoemen van de sterkte punten van het Stadscentrum en wijzen hierbij op de ruime keuzemogelijkheden, de bereikbaarheid en de mogelijkheid om overdekt te winkelen. Ook de overzichtelijke structuur wordt gewaardeerd.
- Andere sterke punten die worden genoemd zijn onder meer de kwaliteit van de horecavoorzieningen (en de verbetering hierin de laatste jaren) en de aanwezigheid van een bioscoop en een theater

Figuur 3.4: Sterke punten Stadscentrum



* als percentage van het aantal respondenten dat sterke punten noemt (12%)

4 De koopstromen

In dit hoofdstuk behandelen wij de lokale en regionale koopstromen en de marktpositie van de winkelcentra in de gemeente Hoogeveen. De koopstromen zijn tevens vertaald naar draagvlak.

4.1 De kooporiëntatie voor dagelijkse goederen

In deze paragraaf behandelen wij de koopstromen voor de dagelijkse goederen. Hiertoe behoren naast levensmiddelen ook artikelen voor de persoonlijke verzorging.

- De gemeente Hoogeveen behaalt een koopkrachtbinding van 98% in de dagelijkse sector; slechts 2% vloeit af naar winkelgebieden buiten de gemeente.
- In de dagelijkse sector behaalt de gemeente Hoogeveen een normale tot hoge koopkrachtbinding. Gemiddeld bedraagt de koopkrachtbinding in gemeenten met een vergelijkbare omvang circa 95%¹.
- Bijna de helft van de inwoners van Hoogeveen geeft aan de boodschappen in het Stadscentrum te kopen. Vanuit de regio komt circa 4% boodschappen doen in het Stadscentrum, waarvan het meeste uit de gemeenten De Wolden en Coevorden;
- De Weide (18%) en de Wielewaal (11%) zijn voor de inwoners van Hoogeveen de belangrijkste boodschappenvoorzieningen buiten het Centrum. De Nije Nering en Grote Beer bezitten een aandeel van circa 5%. De Nije Nering ontvangt enige koopkrachttoevoeiing vanuit de gemeente De Wolden.

Tabel 4.1: Oriëntatie op winkelgebied voor boodschappen vanuit Hoogeveen en regio

winkelgebied	Inwoners Hoogeveen (%)	Regio (%)
Stadscentrum	46	4
De Nije Nering	4	1
De Weide	15	
De Wielewaal	10	
Grote Beer	6	
Hollandscheveld Het Hoekje	10	
Elim	3	
Nieuwlande	1	
Noordscheschut	1	
Pesse	1	
Elders gemeente Hoogeveen	1	
<i>Hoogeveen totaal</i>	<i>98</i>	
elders	2	95
<i>totaal</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

¹ Winkelvoorzieningen op waarde geschat, Bolt 2003

4.2 De kooporiëntatie voor niet-dagelijkse goederen

In deze paragraaf behandelen wij de koopstromen voor de niet-dagelijkse goederen. Hiertoe behoren alle artikelgroepen behalve levensmiddelen en persoonlijke verzorging.

- Hoogeveen behaalt een koopkrachtbinding van 90% in de niet-dagelijkse sector. 10% vloeit af naar winkelgebieden buiten de gemeente. Plaatsen met een groot winkelaanbod als Assen, Emmen, Groningen en Zwolle weten circa 1% marktaandeel te behalen in Hoogeveen.
- In de niet-dagelijkse sector behaalt de gemeente Hoogeveen met 90% een hoge koopkrachtbinding. In soortgelijke gemeenten ligt de koopkrachtbinding over het algemeen een stuk lager (circa 70 tot 80%)².
- Binnen de gemeente heeft het Stadscentrum het grootste marktaandeel in de niet-dagelijkse sector (69%), gevolgd door het grootschalige detailhandelscluster aan de Griendtveensweg (9%);
- De sterke positie van het Stadscentrum blijkt wel uit het marktaandeel van 12% dat in de regio wordt behaald. Andere plaatsen met een sterke positie in de regio zijn Hardenberg en Coevorden, gevolgd door Beilen.
- De centra van Assen en Emmen, beide buiten de onderzoekersregio (gemeenten Hoogeveen, De Wolden, Coevorden, Hardenberg, Midden-Drenthe en Westerveld) gelegen, behalen eveneens een redelijk marktaandeel. Dit zijn centrumgebieden met een groter winkeloppervlak dan het Stadscentrum van Hoogeveen.

Tabel 4.2: Oriëntatie op winkelgebied voor winkelen vanuit Hoogeveen en regio

winkelgebied	Inwoners Hoogeveen (%)	Regio (%)
Stadscentrum	69	12
Griendtveensweg	9	1
Wijkwinkelcentra	2	0
Elders plaats Hoogeveen	1	0
Hollandscheveld	5	0
Elders kleine kernen gemeente	4	0
<i>Hoogeveen totaal</i>	<i>90</i>	<i>14</i>
Beilen	0	9
Coevorden	1	10
Hardenberg	0	13
Zuidwolde	0	2
Elders regio	1	19
Assen	1	11
Dedemsvaart	0	6
Emmen	1	8
Groningen	1	2
Meppel	0	5
Steenwijk	0	2
Zwolle	1	3
Elders buiten regio	2	2
<i>totaal</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

² Winkelvoorzieningen op waarde geschat, Bolt 2003

4.2.1 De positie van het stadscentrum in de regio

In deze paragraaf geven wij per regiogemeente de belangrijkste aankoopplaatsen weer en gaan wij in op de positie van het Stadscentrum van Hoogeveen.

- In de onderzochte regiogemeenten zijn het de grotere centrumgebieden in de gemeente zelf of in het omliggend gebied, die het grootste marktaandeel behalen.
- In de gemeente de Wolden is Hoogeveen de belangrijkste locatie om te winkelen.
- Voor consumenten in de overige regiogemeenten is het stadscentrum van Hoogeveen de 3^e of 4^e aankoopplaats (zie ook tabel 4.3).

Tabel 4.3: De positie van het stadscentrum in de regio

Gemeente	Winkelgebied 1	Koop-oriëntatie	Winkelgebied 2	Koop-oriëntatie	Positie Hoogeveen in de regio	Koop-oriëntatie
De Wolden	Hoogeveen	32%	Meppel	20%	1 ^e	32%
Coevorden	Coevorden	41%	Emmen	31%	3 ^e	9%
Hardenberg	Hardenberg	37%	Dedemsvaart	16%	4 ^e	8%
Midden-Drenthe	Beilen	31%	Assen	31%	3 ^e	8%
Westerveld	Steenwijk	20%	Meppel	18%	3 ^e	9%

4.3 Het draagvlak

De marktomvang van een winkelgebied kan worden bepaald aan de hand van het draagvlak. Het draagvlak geeft het aantal klanten, ook wel standaardconsumenten genoemd, weer. Een standaardconsument is te beschouwen als een consument die 100% van zijn bestedingen in één bepaald winkelgebied verricht. De standaardconsument is overigens een theoretische rekeneenheid om makkelijk vergelijkingen met andere winkelcentra te maken. Bijna geen enkele consument zal alle bestedingen in 1 winkelgebied verrichten. Aan de hand van het draagvlak, vertaald in standaardconsumenten, zijn winkelgebieden eenvoudig met elkaar te vergelijken. Deze vergelijking tussen winkelgebieden is later in de rapportage, in paragraaf 5.3, gemaakt.

In tabel 4.4 is het draagvlak voor de dagelijkse artikelen weergegeven.

- Het totale draagvlak dagelijkse artikelen bedraagt in Hoogeveen 64.900 standaardconsumenten. Van het totale draagvlak is 18%, oftewel 11.800 standaardconsumenten, afkomstig van buiten de gemeente;
- Het centrum heeft veruit het hoogste draagvlak in de dagelijkse goederen. Van alle bestedingen komt de helft in het stadscentrum terecht. Na het stadscentrum behaalt winkelcentrum De Weide het hoogste draagvlak dagelijkse goederen (8.500 standaardconsumenten);
- Na het stadscentrum hebben de centra De Weide, De Wielewaal en 't Hoekje het grootste draagvlak dagelijkse artikelen. Het draagvlak voor winkelcentrum 't Hoekje in Hollandscheveld is voor een belangrijk deel afkomstig van buiten de gemeente (21%). Dit hoge percentage koopkrachttoevloeiing is onder meer het gevolg van de ligging aan de rand van de gemeente.

Tabel 4.4: Draagvlak dagelijkse artikelen

winkelgebied	Binding		Toevloeiing		absoluut
	Draagvlak	%	absoluut	%	
Stadscentrum	33.200	46%	24.900	25%	8.300
De Nije Nering	3.100	4%	2.200	30%	900
De Weide	8.500	15%	8.100	5%	400
De Wielewaal	5.700	10%	5.400	5%	300
De Grote Beer	3.400	6%	3.200	5%	200
't Hoekje Hollandscheveld	6.800	10%	5.400	20%	1.400
Elim	1.900	3%	1.600	15%	300
Overig Hoogeveen	2.200	4%	2.200	0%	
Totaal	64.900	98%	53.100	18%	11.800

In tabel 4.5 is het draagvlak voor de niet-dagelijkse artikelen weergegeven.

- Het totale draagvlak voor niet-dagelijkse artikelen in de gemeente Hoogeveen heeft een omvang van 77.700 standaardconsumenten;
- Het Stadscentrum bezit veruit het grootste draagvlak niet-dagelijkse artikelen. 80% van het gemeentelijke draagvlak komt voor rekening van het centrum. Dat het Stadscentrum een sterke verzorgingsfunctie heeft blijkt wel uit het feit dat maar liefst 40% van het draagvlak van buiten de gemeente komt.
- De PDV-locatie 'Griendtsveenweg' is uitgedrukt in draagvlak met 7.500 standaardconsumenten het tweede winkelgebied in de gemeente Hoogeveen.
- Van alle buurt- en wijkcentra heeft alleen 't Hoekje een substantieel draagvlak in de niet-dagelijkse artikelen. Winkelcentrum 't Hoekje is goed voor 4% van het totale draagvlak niet-dagelijkse artikelen.

Tabel 4.5: Draagvlak niet-dagelijkse artikelen

	Binding		Toevloeiing		absoluut
	Draagvlak	%	absoluut	%	
Stadscentrum	62.300	69%	37.400	40%	24.900
Griendtsveenweg	7.500	9%	4.900	35%	2.600
't Hoekje Hollandscheveld	3.400	5%	2.700	20%	700
Elders Hoogeveen	1.800	7%	1.600	11%	200
Totaal Hoogeveen	77.700	90%	48.800	37%	28.900

4.3.1 Draagvlak per artikelgroep

Het ruimtelijk aankoopgedrag is naast de dagelijkse- en niet-dagelijkse goederen ook in beeld gebracht voor een 7-tal specifieke artikelgroepen. De uitkomsten hiervan zijn in de hiernavolgende tabel gepresenteerd.

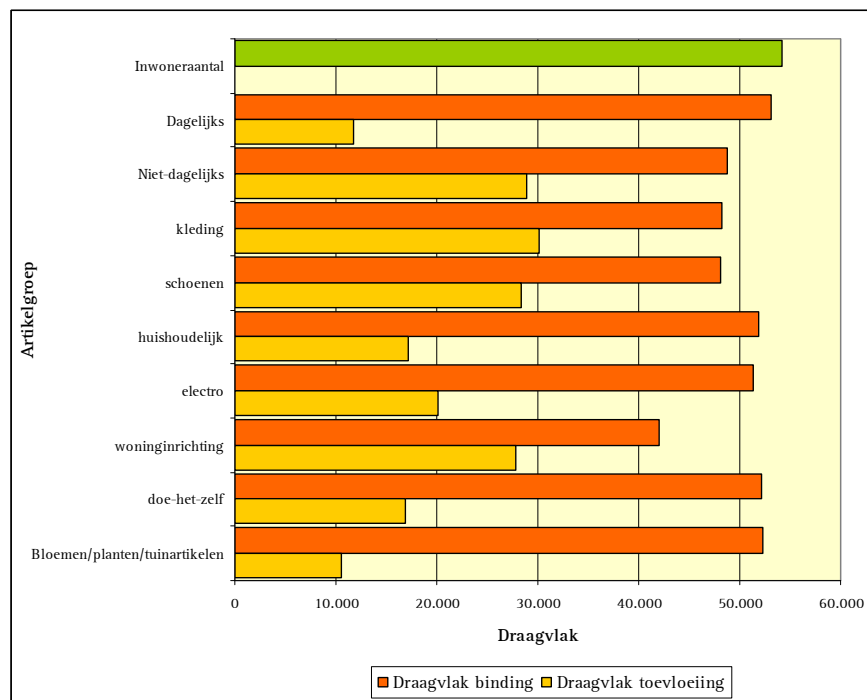
- De inwoners van Hoogeveen zijn voor alle artikelgroepen sterk georiënteerd op het eigen winkelaanbod. De koopkrachtbinding is met 97% het hoogst in de artikelgroep bloemen, planten en tuinartikelen. Het zeer complete winkelaanbod in deze artikelgroep, dat onder meer bestaat uit 2 grote tuincentra, leidt tot dit hoge percentage.

- In de modische artikelgroepen, kleding en schoenen is de omvang van het draagvlak van buiten Hoogeveen het hoogst (zie ook figuur 4.1). Relatief gezien is de koopkrachttoevloeiing met 40% het hoogst in de artikelgroep woninginrichting.
- De oriëntatie-index geeft de verhouding weer tussen het totale draagvlak (binding + toevloeiing) en het inwoneraantal. Een index van meer dan 100 duidt op een (sterke) verzorgingsfunctie van het winkelaanbod in de betreffende branche. Het draagvlak is dan immers groter dan het inwoneraantal van de gemeente. De oriëntatie-index is in alle artikelgroepen hoger dan 100. Dit onderschrijft nogmaals de sterke positie van Hoogeveen in de regio.

Tabel 4.6: Draagvlak per artikelgroep

	Binding		Toevloeiing		absoluut	oriëntatie-index
	Draagvlak	%	absoluut	%		
dagelijks	64.900	98%	53.100	18%	11.800	120
niet-dagelijks	77.700	90%	48.800	37%	28.900	143
kleding	78.300	89%	48.200	38%	30.100	145
schoenen	76.500	89%	48.100	37%	28.400	141
huishoudelijk	69.100	96%	51.900	25%	17.200	128
electro	71.500	95%	51.400	28%	20.100	132
woninginrichting	69.900	78%	42.000	40%	27.900	129
doe-het-zelf	69.000	96%	52.100	24%	16.900	127
bloemen/planten/tuinartikelen	62.800	97%	52.300	17%	10.500	116

Figuur 4.1: Draagvlak gemeente Hoogeveen per artikelgroep



5 Economisch functioneren

In dit hoofdstuk gaan wij in op het economische functioneren van de grotere winkelgebieden in de gemeente Hoogeveen. Het economisch functioneren is het resultaat van de confrontatie tussen vraag (de koopstromen) en het winkelaanbod. Daarom wordt in de hiernavolgende paragraaf allereerst de omvang van de winkelvoorzieningen in Hoogeveen getoond.

5.1 Het winkelaanbod in de gemeente Hoogeveen

- Het winkelaanbod in de gemeente Hoogeveen heeft een omvang van 126.000 m² wvo, verdeelt over 391 verkooppunten;
- De meeste winkelmeters, zowel dagelijkse als niet-dagelijkse artikelen, zijn gevestigd in het centrum van Hoogeveen, gevolgd door de PDV-locatie Griendtsveenweg;
- De verschillende wijk- en buurtcentra hebben een beperkte omvang. De omvang van het winkelaanbod in deze winkelgebieden varieert tussen 1.300 en 2.700 m² wvo, en bestaat voornamelijk uit dagelijkse goederen.

Tabel 5.1 Aanbod per winkelgebied gemeente Hoogeveen

	Dagelijks		Niet-dagelijks		Totaal	
	Vkp*	Wvo**	Vkp	Wvo	Vkp	Wvo
Centrum	33	9.800	185	46.800	218	56.600
Griendtsveenweg	2	2.700	15	18.000	17	20.800
De Nije Nering	4	1.000	4	300	8	1.300
De Weide	7	2.200	6	500	13	2.700
De Wielewaal	6	1.700	1	100	7	1.800
Grote Beer	5	1.300	2	300	7	1.600
Elders woonplaats Hoogeveen	3	200	49	23.600	52	23.700
't Hoekje Hollandschveld	12	2.600	11	3.200	23	5.800
Elim	4	700	4	400	8	1.100
Elders gemeente Hoogeveen	7	1.100	31	9.500	38	10.600
Eindtotaal	83	23.300	308	102.700	391	126.000

Bron: Locatusverkenner, editie 2006

* vkp = verkooppunt

** wvo = winkelvloeroppervlak

5.2 Economisch functioneren

Op basis van het gemeten koopgedrag van de inwoners van Hoogeveen en omliggende regio is in de hiernavolgende tabellen een indicatie gegeven van het economisch functioneren van een aantal (grotere) winkelgebieden en van de distributieve uitbreidingsmogelijkheden. In tabel 5.2 is dit gedaan voor de dagelijkse sector en in tabel 5.3 voor de niet-dagelijkse sector.

Tabel 5.2 Economisch functioneren dagelijkse sector 2006

Winkelcentrum	Omzet (mln euro)	Aanbod m ² wvo	Vloerproductiviteit (€ / m ² wvo)
Hoogeveen-centrum	68	9.764	7.000,-
De Weide	17,5	2.178	8.000,-
De Nije Nering	6,3	976	6.500,-
De Wielewaal	11,7	1.660	7.100,-
Grote Beer	7,0	1.293	5.200,-
Hollandsche Veld het Hoekje	13,9	2.679	5.400,-
Elim-centrum	3,9	663	5.900,-

- Het centrum van Hoogeveen kent het meest omvangrijke dagelijkse aanbod van de winkelcentra binnen de gemeente Hoogeveen en heeft ook de hoogste omzet.
- De omzet per m² (vloerproductiviteit) is het hoogst in het wijkwinkelcentrum De Weide.
- De landelijk gemiddeld vloerproductiviteit bedraagt in de dagelijkse sector circa € 6.300,-. Dit gemiddelde is een resultante van vloerproductiviteiten in verschillende gebieden en type winkelcentra. Zo ligt bijvoorbeeld de vloerproductiviteit in de Randstad hoger dan in de noordelijke provincies of in Zeeland en is de benodigde vloerproductiviteit in compacte en moderne wijkcentra weer hoger dan in traditionele dorpscentra.
- Uitbreidingsmogelijkheden doen zich voor, indien rekeninghoudend met de ruimtelijk-functionele context, sprake is van een relatief hoge vloerproductiviteit. In Hoogeveen is dit met name het geval voor de Weide. Dit wil niet zeggen dat in de overige winkelcentra geen uitbreiding in de dagelijkse sector mogelijk is. Winkelcentra dienen met de tijd mee te gaan (o.a. schaalvergroting), waardoor een impuls noodzakelijk kan zijn om de marktpositie te versterken of te behouden.

Tabel 5.3: Economisch functioneren niet-dagelijkse sector 2006

Winkelcentrum	Omzet (mln euro)	Aanbod m ² wvo	Vloerproductiviteit (€ / m ² wvo)
Hoogeveen-centrum	143,2	46.822	3.100,-
Hoogeveen Griendtsveenweg	17,2	18.024	1.000,-
Hollandscheveld het Hoekje	7,8	3.198	2.500,-

- Het economisch functioneren van de winkelcentra in de gemeente Hoogeveen met een substantieel niet-dagelijks aanbod is vrijwel conform de normen. Voor centrumgebieden als dat van Hoogeveen bedraagt de vloerproductiviteit gemiddeld circa € 3.000,- euro, voor PDV-clusters als de Griendtsveenweg is dit gemiddeld circa € 1.100 en voor centra als dat van Hollandscheveld is € 2.500,- gemiddeld.
- In Hoogeveen wordt gewerkt aan de ontwikkelingsvisie voor het Stadscentrum. Deze visie dient het 'spoorboekje' te vormen voor een krachtige kwaliteitsimpuls aan het Stadscentrum. Met deze impuls kan de lokale en regionale positie versterkt worden. In welke mate dit het geval is hangt onder andere sterk af van de omvang, kwaliteit en specifieke invulling van het ontwikkelprogramma. Een ver-

sterking van de lokale en regionale marktpositie geeft distributieve uitbreidingsmogelijkheden. Zo geeft een versterking van de lokale koopkrachtbinding aan het Stadscentrum met 1% en een toename van de (boven)regionale koopkrachttoevoering met eveneens 1%, in de niet-dagelijkse sector ruimte voor een toevoeging van circa 2.000 m² bvo.

5.3 Het centrum van Hoogeveen vergeleken

Dit hoofdstuk sluiten wij af door het centrum van Hoogeveen op een aantal aspecten te vergelijken met centra in de omgeving³.

- Het winkelaanbod in het centrum van Hoogeveen is duidelijk groter dan in de centra van plaatsen als Hengelo, Almelo en Deventer. Centra in de nabije omgeving, zoals de binnensteden van Assen en Emmen, bezitten meer winkelmeters;
- Het inwoneraantal van de gemeente Hoogeveen is met ca. 54.000 inwoners kleiner dan in de nabij gelegen gemeenten Assen (ca. 63.400 inwoners) en Emmen (ca. 108.600 inwoners);
- In vergelijking met andere steden valt op dat de dagelijkse sector relatief sterk is vertegenwoordigd in het centrum van Hoogeveen. In de grotere centra, van onder meer Assen en Zwolle, is de dagelijkse sector kleiner van omvang;
- In de omvang van het draagvlak is hetzelfde patroon te ontdekken als in de omvang van het winkelaanbod. Het totale draagvlak in het centrum van Hoogeveen bedraagt 95.500 standaardconsumenten en is kleiner dan het draagvlak van de centra van onder meer Assen (104.100 standaardconsumenten) en Emmen (102.000 standaardconsumenten). Het draagvlak van de centra in onder meer Hengelo, Deventer en Almelo, is evenals als het winkelaanbod beduidend kleiner dan van het centrum van Hoogeveen;
- De gerealiseerde vloerproductiviteit in Hoogeveen is voor zowel de dagelijkse- als niet-dagelijkse goederen vrij gemiddeld.

	Winkelaanbod			Draagvlak			Vloerproductiviteit		Inwoners
	Dagelijks	Niet-dagelijks	Totaal	Dagelijks	Niet-dagelijks	Totaal	Dagelijks	Niet-dagelijks	
Centrumgebied <i>Hoogeveen</i>	9.800	46.800	56.600	33.200	62.300	95.500	€ 7.000	€ 3.100	54.150
Groningen	12.800	127.800	140.600	90.400	284.000	374.400	€ 18.400	€ 6.300	180.729
Zwolle	4.000	63.200	67.200	13.400	111.600	125.000	€ 6.500	€ 4.300	113.078
Assen	7.000	57.400	64.400	25.500	78.600	104.100	€ 7.400	€ 3.100	63.383
Emmen	8.200	53.500	61.700	21.500	80.500	102.000	€ 6.500	€ 3.500	108.589
Hengelo	4.800	43.500	48.300	17.600	66.900	84.500	€ 7.700	€ 3.500	81.299
Almelo	7.200	38.700	45.900	20.900	53.600	74.500	€ 6.400	€ 3.200	72.048
Deventer	5.300	42.000	47.300	17.900	56.300	74.200	€ 7.000	€ 3.100	96.540
Meppel	9.100	34.700	43.800	20.400	35.300	55.700	€ 6.600	€ 4.300	30.539
Hardenberg	6.800	15.700	22.500	22.200	23.000	45.200	€ 7.200	€ 3.300	57.909
Steenwijk	4.400	14.500	18.900	12.500	18.300	30.800	€ 5.900	€ 3.100	43.122

³ Bron: KSO Overijssel 2005, Detailhandelsmonitor 2005, Detailhandelsmonitor Groningen 2006, Monitor detailhandel en horeca Assen 2005

6 Resumé

In dit laatste hoofdstuk hebben wij de belangrijkste conclusies die zich uit het koopstromenonderzoek laten afleiden als volgt kort op een rij gezet:

- Nabijheid is het belangrijkste bezoekmotief bij de keuze voor een winkelgebied om boodschappen te doen. Op het niveau van afzonderlijke winkelgebieden zijn voor het doen van boodschappen naast nabijheid andere belangrijke bezoekmotieven te onderscheiden zoals voor het Stadscentrum en de Nije Nering (lage prijs en winkelaanbod) en voor de Weide en Wielewaal (bereikbaarheid). Vergeleken met de onderzoeksresultaten uit 2000 zijn de bezoekredenen om in een bepaald winkelgebied boodschappen te doen nauwelijks gewijzigd.
- Ook voor een bezoek aan winkelgebieden om te winkelen is nabijheid het belangrijkste motief. Meer dan bij het boodschappen doen, spelen bij het winkelen het winkelaanbod en de keuzemogelijkheden een rol. Bereikbaarheid, parkeren en lage prijs vormen juist in mindere mate een argument. Het Stadscentrum van Hoogeveen wordt, meer dan andere winkelgebieden in en buiten de regio, bezocht om het aanbod (specifieke winkels en veelheid winkels). De bezoekredenen zijn grotendeels overeenkomstig met het onderzoek uit 2000. Wel geven respondenten nu vaker aan voor het Stadscentrum van Hoogeveen te kiezen vanwege de veelheid aan winkels en de aanwezigheid van specifieke winkels en producten.
- In vergelijking soortgelijke winkelgebieden scoort het Stadscentrum van Hoogeveen relatief goed op het aspect 'aantal winkels'. De waardering voor de inrichting en aankleding van het winkelgebied en de daarmee samenhangende factor sfeer scoort relatief wat lager. Consumenten zijn in vergelijking met het onderzoek uit 2000 nog steeds zeer positief over belangrijke aspecten als het aantal winkels, de kwaliteit van de winkels en de veiligheid van de winkelomgeving. Ook de markt (aanbod en locatie) krijgt een hoge waardering. Het aanbod aan daghoreca wordt positiever beoordeeld dan in 2000. Een aantal aspecten, waaronder sfeer/gezelligheid en de bereikbaarheid per fiets, wordt nu (iets) minder goed beoordeeld.
- In de dagelijkse sector behaalt de gemeente Hoogeveen een normale tot hoge lokale koopkrachtbinding. In de niet-dagelijkse sector behaalt de gemeente Hoogeveen een zeer hoge koopkrachtbinding.
- De meeste winkelcentra in de gemeente Hoogeveen functioneren thans redelijk tot goed en halen een omzet per m² (vloerproductiviteit) die past bij hun functie. Dit betekent dat vraag en aanbod goed op elkaar zijn afgestemd.
- Om de toekomstige marktpositie van een winkelgebied veilig te stellen of te versterken is een impuls noodzakelijk. De lokale en regionale consument geeft aan voor het Stadscentrum met name behoefte te hebben aan een ruimer (modisch) aanbod. Ook de gezelligheid mag verbeterd worden en de loopafstanden beperkt. Ook de aanwezigheid van fietsers in het winkelgebied is een belangrijk punt van aandacht.