

**Provincie Groningen**  
Koopstromen PDV-gebieden 2018



Hoogezand – Winkelpark

# Provincie Groningen

## Koopstromen PDV-gebieden 2018

Hoogezand – Winkelpark

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](mailto:info@broekhuisrijs.nl)  
internet: [www.broekhuisrijs.nl](http://www.broekhuisrijs.nl)

# Inhoudsopgave

1.	Inleiding	4
2.	Algemene gegevens PDV-gebieden	6
3.	Informatie PDV-locatie Hoogezand	8
4.	Uitkomsten onderzoek	10
5.	Samenvatting en aanbevelingen Hoogezand	14
Bijlage:		
1.	Samenstelling begeleidingscommissie	16
2.	Verklarende woordenlijst	17

## 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 Winkelpark te Hoogezand. Dit rapport geeft de resultaten van het onderzoek in Hoogezand 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 het Winkelpark te Hoogezand 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 perifeer 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.

### 3. Gegevens PDV-gebied Hoogezand

Het PDV-gebied van Hoogezand ligt aan de zuidoostkant van de kern. Het gebied is planmatig ontwikkeld, en ligt op de hoek van de doorgaande weg Kielsterachterweg en de Vosholen. Het PDV-gebied heet Winkelpark Hoogezand. Aan de noordzijde ligt een grote middelbare school en een sportcomplex, aan de zuidkant is geen bebouwing.

De aanbieders in dit winkelgebied zijn de bouwmarkten Praxis en Gamma, en 5 woonzaken, te weten Jysk, Kwantum, Prominent, Carpet Right en Beter Bed. Zoals op de meeste PDV-gebieden gaat het om ketenbedrijven.

De afstand van het Winkelpark naar winkelcentrum De Hooge Meeren bedraagt slechts zo'n 600 meter hemelsbreed. Van enige zichtrelatie is evenwel geen sprake.

Combinatiebezoek is goed mogelijk, maar men zal zich wel moeten gaan verplaatsen.

Het aanbod op het Winkelpark in de grootschalige detailhandel betreft de groep In/Om Huis, met als hoofdbranches Wonen en Doe-Het-Zelf (DHZ). Niet alle groepen uit de perifere detailhandel zijn derhalve aanwezig op het Winkelpark; Plant & Dier, Bruin & Witgoed en Auto & Fiets zijn niet vertegenwoordigd. Vanuit het bestemmingsplan zijn woon- en DHZ-branches toegestaan, alsmede een tuincentrum. Horeca ontbreekt momenteel eveneens op het Winkelpark; ondersteunende horeca is in beperkte mate wel toegestaan. In perifere winkelgebieden zijn regelmatig ook aanbieders in de groep 'Detailhandel Overig' gevestigd, zoals 2<sup>e</sup> handszaken. Dit is meestal het geval bij niet-planmatig ontwikkelde gebieden. In Hoogezand zijn deze zaken niet in het Winkelpark, maar elders in Hoogezand gevestigd.

**Figuur 1** Winkelgebieden Hoogezand



Bron: Google Earth, bewerking Broekhuis Rijs Advisering

In totaal zijn op het Winkelpark 7 panden met winkels aanwezig en momenteel staan er 3 panden leeg. Het totale winkelvloeroppervlak (wvo) bedraagt ruim 14.800 m<sup>2</sup> (excl. leegstand). Het totale aanbod in Hoogezand in uitsluitend de groep In/Om Huis bedraagt ongeveer 17.000 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 39 vestigingen. Dit betekent dat de qua oppervlakte grote aanbieders (in m<sup>2</sup> wvo) van de groep In/Om Huis in Hoogezand op het Winkelpark aanwezig zijn. In aantal vestigingen gaat het om slechts 18% van het



totaal aantal winkels. Elders in Hoogezand zijn nog diverse andere winkels in deze branches aanwezig, veelal in het centrum (Hooge Meeren) of in een wijkwinkelcentrum, met name Martenshoek. Een vestiging van Welkoop is solitair gevestigd aan de noordkant van Hoogezand.

Er is ruim voldoende parkeergelegenheid aanwezig op het Winkelpark. De parkeerblokken liggen tussen de winkels in. Via een rondrijroute komt men eenvoudig langs alle winkels, hoewel deze route omslachtig lijkt. Zowel de zichtbaarheid als de bereikbaarheid van het Winkelpark is uitstekend. De inrichting van de openbare ruimte is netjes en verzorgd, maar sfeerloos. Door de open ligging aan de rand van Hoogezand is het er erg winderig.

Het winkelgebied profileert zich als het Winkelpark; bij de entree van het winkelgebied hangen vlaggen met de naam erop. Bewegwijzering naar het Winkelpark is wel aanwezig, maar de entree zit voor bezoekers niet op een echt logische plek. Op het Winkelpark zou de bewegwijzering verbeterd kunnen worden. Er is hier nauwelijks sprake van gezamenlijke uitingen. Op het terrein zelf gaat het vooral om eigen uitingen van de winkels.

Tussen de twee rijen van winkels zit een brede grasstrook met sloten; om van de ene naar de andere winkel te gaan zullen de meeste bezoekers gebruik maken van de auto. Het is in het midden mogelijk om over te steken. De route voor auto's is duidelijk gescheiden van de bevoorrading. Wel is de route voor auto's lang; fietsers kunnen via het fietspad eenvoudiger bij het Winkelpark komen.

## 4. Uitkomsten onderzoek

### a. Herkomst bezoekers

De bezoekers aan het Winkelpark in Hoogezand zijn voor een belangrijk deel – namelijk 63% - afkomstig uit de twee kernen Hoogezand en Sappemeer. Het percentage uit Sappemeer is relatief gering, namelijk 6%. Verder is nog eens 18% afkomstig uit de rest van de gemeente Midden-Groningen. Deze bezoekers komen vooral uit Kropswolde, Kielwindeweer en Foxhol.

Dit betekent dat slechts 19% van alle bezoekers aan het Winkelpark van buiten de eigen (nieuwe) gemeente afkomstig is. Ze komen uit een verspreid gebied, waaronder de stad Groningen en omgeving Veendam.

Herkomst bezoekers	
Kernen Hoogezand en Sappemeer	63%
Rest gemeente Midden-Groningen	18%
Gemeente Stadskanaal	4%
Gemeente Oldambt	3%
Rest provincie Groningen	7%
Provincie Drenthe	4%
Overig	1%

### b. Bezoekgedrag en -motieven

Bezoekers aan het Winkelpark in Hoogezand komen vooral voor een van de bouwmarkten op het Winkelpark. Van de bezoekers gaat 28% naar een woonwinkel. De overige bezoekers komen vooral voor het ophalen van een pakket.

Wat komt u vandaag doen?	
Bezoek aan een bouwmarkt	68%
Bezoek aan een woon-/meubelzaak	28%
Iets anders	4%

Op de vraag waarom de bezoekers juist naar het Winkelpark komen om hun aankopen te doen wordt de afstand tot het winkelgebied als belangrijkste reden aangevoerd (34%). Verder valt in Hoogezand op dat veel mensen komen voor een specifieke winkel of een specifiek product. Daarnaast speelt ook een rol dat de winkels bij elkaar gevestigd zijn, waardoor meerdere winkels in één keer bezocht kunnen worden (10%).

Waarom HIER winkelen?	
Dichtbij huis	34%
Prijs	5%
Handige combinatie winkels	10%
Openingstijden/koopzondagen	3%
Specifieke winkel	15%
Specifieke producten	19%
Voldoende/voordelig parkeren	4%
Dichtbij werk	3%
Overig	7%

Bij 'overig' gaat het vooral om het feit dat het op de route ligt of dat men al in de buurt was. Verder werden ook nog 'gewoonte' of de goede bereikbaarheid genoemd.

Nog net de meeste bezoekers (53%) geven aan niet iets te missen op het Winkelpark. In vergelijking met andere PDV-gebieden in de provincie missen veel bezoekers dus iets in dit gebied. Naast een horecagelegenheid (o.a. McDonalds) worden veel verschillende winkels genoemd. Het gaat dan vooral om een elektronicazaak, Ikea, Leen Bakker, Welkoop, een tuincentrum, sportzaken (o.a. Decathlon) en -scholen en een supermarkt. Bij 'iets anders' gaat het vooral om fietsenrekken en bankjes.

Mist u iets in dit winkelgebied?	
Nee	53%
Ja, horeca	26%
Ja, een bepaalde winkel	15%
Iets anders	6%

Het bezoek aan het winkelgebied Winkelpark wordt meestal niet gecombineerd met een bezoek aan het centrum of een ander winkelgebied. Dit is voor 77% van de bezoekers het geval. Wanneer er wel sprake is van combinatiebezoek (23%) gaat het vrijwel uitsluitend om het centrum van Hoogezand, de Hooge Meeren.

### c. Waardering en besteding

De waardering voor het winkelgebied Winkelpark is over het algemeen aan de lage kant. De bezoekers is gevraagd om een cijfer te geven voor diverse aspecten, op een schaal van 1 tot 10.

Waardering winkelgebied	
Aantal winkels	6,1
Kwaliteit van de winkels	6,9
Gevarieerdheid van het aanbod	5,9
Bereikbaarheid per auto	7,5
Parkeermogelijkheden auto	7,8
Gezelligheid/sfeer	5,4
Inrichting en aankleding openbare ruimte	5,4
Aanbod daghoreca	4,3

De hoogste scores zijn gegeven voor de bereikbaarheid per auto en de parkeermogelijkheden. Voor een gebied als het Winkelpark 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. Deze factoren scoren onder een 6, als enige van de onderzochte PDV-gebieden. Het aanbod aan daghoreca (niet aanwezig) scoort met een 4,3 het laagst. Het Winkelpark is niet echt een verblijfsgebied; de mogelijkheden voor horeca zijn economisch gezien momenteel dan ook beperkt. Een score van 5,9 voor de gevarieerdheid van het aanbod is laag in vergelijking met andere gebieden; gezien het aanbod is het verklaarbaar. De scores voor het Winkelpark zijn gemiddeld lager dan die in de andere PDV-gebieden.

Van alle bezoekers heeft 87% ook daadwerkelijk iets gekocht; dit is een hoog percentage, hoger dan in de andere gebieden. Dit onderstreept het doelgerichte bezoek

bij dit type winkelgebieden. Gemiddeld geven de bezoekers ruim € 75,- uit; verdeeld over alle bezoekers betekent dit een relatief hoog bedrag van circa € 65,- per bezoek.

#### d. Bezoekwijze en -frequentie

Zoals te verwachten was komt een ruime meerderheid van de bezoekers met de auto naar het Winkelpark. In Hoogezand is dit aandeel zelfs 86%, hetgeen heel hoog is. Dit heeft met de ligging van het Winkelpark, maar vooral met het type producten te maken.

Vervoerswijze bezoeker	
Auto/motor	86%
Fiets/scooter/bromfiets	14%
Overig	0%

Bezoekers komen wel regelmatig, maar niet zeer frequent naar dit winkelgebied in Hoogezand. Slechts 12% bezoekt minimaal wekelijks het Winkelpark. Veel bezoekers komen enkele malen per maand of bijvoorbeeld eens per kwartaal. Het type producten koopt men ook niet zo vaak, m.u.v. die van de bouwartikelen.

Bezoekfrequentie	
1x per week of vaker	12%
enkele malen per maand	29%
1x per maand	17%
ca. 1x per 3 maanden	26%
Minder vaak	17%

#### e. Aankoopgebieden en productgroepen

In het volgende overzicht geven we aan waar de bezoekers van het Winkelpark in Hoogezand meestal hun aankopen in de 6 gevraagde productgroepen doen.

Waar koopt u de volgende artikelen?						
	Woning/bedden	Keukens/sanitair	Electro	DHZ	Fietsen/auto-onderdelen	Bloemen/planten /dierben.
<b>Hoogezand (Winkelpark)</b>	18%	5%	9%	44%	9%	17%
<b>Rest gem. Midden-Groningen</b>	21%	21%	35%	30%	53%	59%
<b>Groningen Sontplein</b>	12%	21%	15%	4%	1%	1%
<b>Gron. Peizerweg/Hoendiep</b>	14%	13%	5%	2%	0%	1%
<b>Rest stad Groningen</b>	13%	14%	11%	6%	12%	4%
<b>Winschoten</b>	4%	5%	6%	2%	6%	4%
<b>Veendam</b>	2%	2%	2%	2%	2%	2%
<b>Rest provincie Groningen</b>	6%	10%	6%	4%	7%	5%
<b>Provincie Drenthe</b>	2%	1%	2%	1%	2%	2%
<b>Elders</b>	7%	8%	9%	5%	8%	5%

De bezoekers aan het Winkelpark blijven veelal in de buurt om hun aankopen te doen. Maar dit betreft dan niet zozeer het Winkelpark als wel de hele plaats en de rest van de gemeente. Alleen voor de DHZ-branche doet men meestal de aankopen op het Winkelpark. De stad Groningen blijkt een grote trekkracht uit te oefenen op de bezoekers aan het Winkelpark, wat gezien de nabijheid niet zo vreemd is. Dat is het sterkst voor de aankoop van producten voor de woninginrichting en voor keukens/sanitair. Voor deze laatste branche gaat men het vaakst naar het Sontplein. Van de overige kernen in de provincie wordt vooral Winschoten genoemd als aankooplocatie. De rest is erg versnipperd. Wanneer men buiten de provinciegrens gaat, dan gaat het onder meer om de provincie Drenthe, soms Duitsland en verschillende plekken elders in Nederland.

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

Aankoop via internet?		
	Ja	Nee
Woninginrichtingsartikelen	51%	49%
DHZ-producten	49%	51%
Elektro-artikelen	66%	34%
Tuinartikelen en dierbenodigdheden	39%	61%

Het blijkt dat de bezoekers van het Winkelpark relatief veel gebruik maken van het internet voor de aankoop van producten in deze branches; dit ondanks de nabijheid van de stad Groningen met een groot aanbod. In enkele andere PDV-gebieden liggen de percentages lager.

Het internet wordt onder de bezoekers het meest gebruikt voor de aankoop van elektro-artikelen. Ook landelijk is duidelijk dat juist in deze branche 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. Bij de tuin- en dierbenodigdheden komt dit ook naar voren uit de cijfers. Bij de DHZ-producten wordt ondanks een goed aanbod op het Winkelpark toch ook veel gebruik gemaakt voor aankopen via het internet.

Wanneer men ervoor kiest om iets via internet aan te schaffen bestaan daarvoor diverse redenen, maar vooral de prijs van de artikelen en het gemak zijn de belangrijkste. Opvallend onder bezoekers aan het Winkelpark is vooral de hoge score voor de 24/7 mogelijkheid. Dit percentage ligt hier hoger dan in de andere gebieden.

Waarom aankoop via internet	
Goedkoper	27%
Uitgebreider assortiment	18%
Overdag geen tijd	4%
24/7 mogelijkheid	17%
Gemak/comfortabel	21%
Betere service	3%
Producten niet in de buurt te koop	9%
Anders	2%

## 5. Samenvatting en aanbevelingen

### *Samenvatting*

- Op het Winkelpark in Hoogezand is circa 11.400 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak aanwezig (excl. leegstand), verdeeld over 7 panden. Hiermee is het één van de kleinere PDV-gebieden in de provincie. Het aanbod bestaat uit aanbieders in de branches Doe-Het-Zelf en Wonen.
- Het Winkelpark ligt aan de rand van de bebouwing, en is ruim opgezet. Er is voldoende parkeergelegenheid aanwezig, maar het Winkelpark oogt groot, kaal en sfeerloos. De route naar de winkels lijkt voor auto's omslachtig.
- De bezoekers van het Winkelpark zijn in sterke mate afkomstig uit de eigen kern Hoogezand. De overige bezoekers komen vooral uit de rest van de gemeente. Van verder weg worden relatief weinig bezoekers aangetrokken.
- De waardering van de bezoekers voor de verschillende aspecten van het Winkelpark is in vergelijking met die voor de andere PDV-gebieden in de provincie laag. Onder andere de gevarieerdheid en kwaliteit van het aanbod, de sfeer en inrichting scoren laag; de bereikbaarheid en parkeermogelijkheden scoren wel goed. Deze laatste twee factoren zijn erg belangrijk voor het functioneren van een PDV-gebied.
- Het Winkelpark wordt zeer doelgericht bezocht; relatief veel mensen kopen ook daadwerkelijk iets. De bezoekfrequentie ligt daarentegen aan de lage kant. Relatief veel bezoekers geven aan iets te missen in het aanbod op het Winkelpark.
- Het Winkelpark wordt vooral bezocht voor de aankoop van DHZ-artikelen; voor elektro, wonen en keukens is men sterk gericht op de winkelgebieden van de stad Groningen. Fietsen/auto-onderdelen, bloemen/planten en dierbenodigdheden worden vooral in de rest van de gemeente Midden-Groningen gekocht.
- Het percentage aankopen via internet ligt bij bezoekers van het Winkelpark relatief hoog. Het online-aankopen gebeurt voor een belangrijk deel vanwege de prijs van de artikelen, maar daarnaast speelt de 24/7-mogelijkheid hier een grotere rol dan elders. Wellicht is er sprake van een relatie tussen het hoge internetgebruik en de lage bezoekfrequentie, de relatief lage waarderingen en het beperkte aanbod.

### *Aanbevelingen*

- Binnen het op te stellen nieuwe detailhandelsbeleid van de gemeente Midden-Groningen zal ingegaan moeten worden op de vraag op welke wijze het Winkelpark zijn functie in de winkelstructuur beter kan gaan vervullen. Het toestaan van enkele branches die nu nog niet mogelijk zijn, gekoppeld aan een minimale maatvoering zal moeten worden getoetst aan de randvoorwaarden voor het functioneren van de gehele winkelstructuur.
- Een tweede belangrijk aspect is de sfeer op het Winkelpark. Hoewel een PDV-gebied niet direct een verblijfsgebied is, is de sfeer in een dergelijk winkelgebied wel degelijk van belang. De open- en kaalheid van het gebied

nodigen niet uit tot een langer verblijf of bezoek aan meerdere winkels. Dit vraagt om extra aandacht.

- De infrastructuur van het Winkelpark vraagt eveneens om een nadere beoordeling. Zowel de aanrijroute, het parkeren als de route op het terrein is voor de bezoeker op dit moment niet hetgeen verwacht en gewenst is.

## **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 luxeartikelen, 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 <sup>e</sup> 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

---