

**Provincie Groningen**  
Koopstromen PDV-gebieden 2018



Leek – Grootwinkelplein

# Provincie Groningen

## Koopstromen PDV-gebieden 2018

Leek – Grootwinkelplein

Oprachtgever: 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 Leek	8
4.	Uitkomsten onderzoek	10
5.	Samenvatting en aanbevelingen Leek	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 Grootwinkelplein te Leek. Dit rapport geeft de resultaten van het onderzoek in Leek 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 op het Grootwinkelplein te Leek 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 Grootwinkelplein in Leek 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-gebied Leek

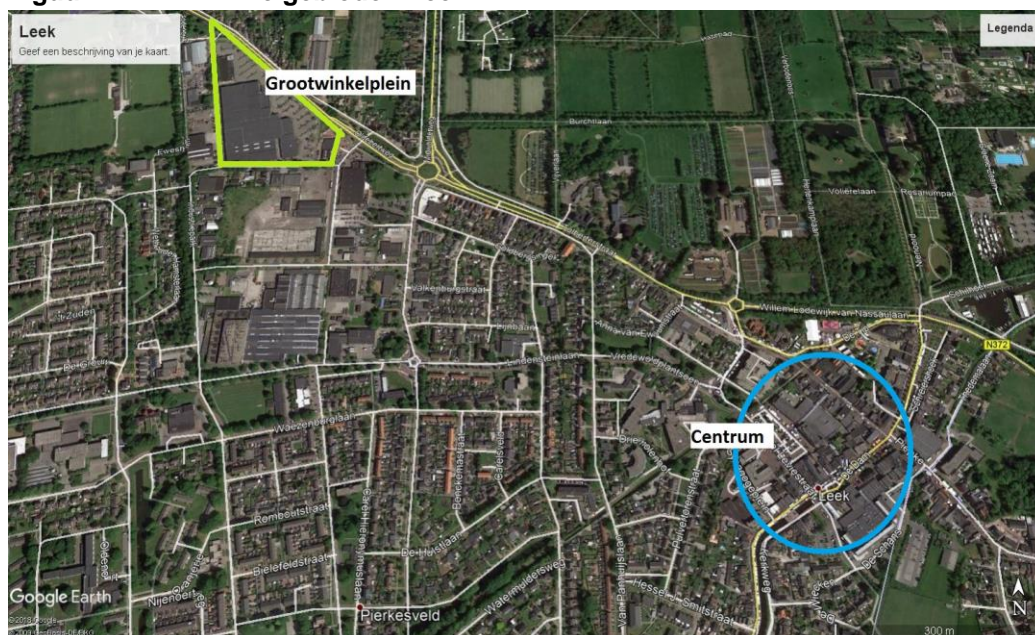
Het PDV-gebied van Leek ligt tegen de bebouwing van Leek aan, aan de noordzijde. Het gebied is planmatig ontwikkeld, en ligt tussen de Oldebertweg en het Industriepark. Het heeft de naam Grootwinkelplein Leek gekregen.

Het winkelgebied ligt aan de doorgaande weg van Leek naar onder meer Tolbert, en ligt op korte afstand van de invalsroute vanaf de A-7. De aanbieders in dit winkelgebied zijn de ketenbedrijven Jumbo, Aldi, Praxis, Welkoop, Beter Bed, Kwantum, Leen Bakker en Bristol. De afstand tot het centrumgebied van Leek bedraagt ongeveer 1,5 kilometer. Combinatiebezoek is goed mogelijk, ook al liggen beide gebieden niet op loopafstand van elkaar.

Het aanbod op het Grootwinkelplein in de grootschalige detailhandel betreft de groep In/Om Huis, met als branches Wonen, Plant & Dier en Doe-Het-Zelf (DHZ). Daarnaast zijn er twee supermarkten gevestigd, van Jumbo en Aldi, en een vestiging van Bristol (Mode & Luxe). In de definitie van perifere detailhandel zijn dit vreemde eenden in de bijt. Het Grootwinkelplein is dus feitelijk een GDV-locatie geworden. Horeca ontbreekt op het Grootwinkelplein. Niet alle groepen uit de perifere detailhandel zijn aanwezig op het Grootwinkelplein; zo is Auto & Fiets niet vertegenwoordigd. Vaak zijn in dit type gebieden ook aanbieders in de 'Detailhandel Overig' aanwezig, zoals 2<sup>e</sup> handszaken. In Leek zijn deze zaken niet in dit gebied, maar elders in de kern gevestigd.

In totaal gaat het om 10 panden; 1 pand hiervan staat leeg. Het totale winkel-vloeroppervlak (wvo) bedraagt bijna 12.800 m<sup>2</sup> (excl. leegstand). Het totale aanbod in Leek in uitsluitend de groep In/Om Huis is ongeveer 16.500 m<sup>2</sup> wvo groot, met 26 vestigingen. Dit betekent dat de grote aanbieders (in m<sup>2</sup> wvo) van grootschalige aanbod in Leek op het Grootwinkelplein aanwezig zijn. In aantal vestigingen gaat het om ongeveer een derde van het totaal. Diverse kleinschalige winkels in deze branches zijn elders in Leek gevestigd, veelal in het centrum. De dierenzaak Otter en Morgana bedden zijn enkele grotere winkels in deze branche, die solitair elders in Leek zijn gevestigd.

**Figuur 1 Winkelgebieden Leek**



Bron: Google Earth, bewerking Broekhuis Rijs Advisering



De parkeergelegenheid ligt voor de winkels, in de volle breedte. Vanaf de Oldebertweg kan men eenvoudig naar dit parkeerterrein toerijden. Zowel de zichtbaarheid als de bereikbaarheid van het Grootwinkelplein is uitstekend. De inrichting van de openbare ruimte is netjes en verzorgd, met het nodige groen. Het winkelgebied profileert zich duidelijk als het Grootwinkelplein, vooral in de bewegwijzering. Op het terrein zelf gaat het vooral om eigen uitingen van de winkels, maar er staan wel vlaggenmasten (met eigen vlaggen) samen op één plek, waardoor er zeker sprake is van een eenheid.

## 4. Uitkomsten onderzoek

### a. Herkomst bezoekers

De bezoekers aan het Grootwinkelplein in Leek zijn voor een belangrijk deel – namelijk ruim de helft - afkomstig uit Leek zelf. Verder is 14% afkomstig uit de rest van de gemeente Leek.

Dit betekent dat nog eens 35% van alle bezoekers aan het Grootwinkelplein van buiten de eigen gemeente afkomstig is. Een aanzienlijk deel hiervan komt uit de gemeente Noordenveld (vooral Roden, Nieuw-Roden en Nietap), maar ook uit andere gemeenten op korte afstand (Marum, Grootegast, Zuidhorn, stad Groningen) komen bezoekers vandaan.

Herkomst bezoekers	
Leek kern	51%
Rest gemeente Leek	14%
Gem. Marum	8%
Rest prov. Groningen	7%
Gem. Noordenveld	13%
Prov. Friesland	4%
Overig	2%

### b. Bezoekgedrag en -motieven

Bezoekers aan het Grootwinkelplein in Leek komen vooral voor een supermarkt naar het Grootwinkelplein; dit geldt voor 52% van de bezoekers. Daarnaast zijn de bouwmarkt en de meubelzaken belangrijke redenen om naar dit gebied te gaan. Als specifieke winkel werden vrijwel alle aanwezige winkels wel genoemd, maar met name Bristol.

Wat komt u vandaag doen?	
Bezoek aan een bouwmarkt	14%
Bezoek aan een tuincentrum	7%
Bezoek aan een woon-/meubelzaak	16%
Bezoek aan een supermarkt	52%
Bezoek aan een specifieke winkel	9%
Iets anders	2%

Op de vraag waarom de bezoekers vooral naar het Grootwinkelplein komen om hun aankopen te doen wordt de afstand tot het winkelgebied duidelijk als belangrijkste reden aangevoerd. Verder komt een veelvoud aan antwoorden en redenen naar voren. De mogelijkheid om een bezoek aan diverse winkels te combineren is regelmatig genoemd (12%), maar ook een specifieke winkel (en dan vooral Welkoop) is een regelmatig (10%) gehoord antwoord. De aanwezigheid van voldoende parkeerplaatsen en de goede bereikbaarheid worden minder vaak genoemd; dit ziet men blijkbaar meer als een gegeven.

Bij 'overig' gaat het vooral om het feit dat het op de route ligt. Dit kan zowel naar een andere plaats, als naar school, familie, vrienden of naar een sportaccommodatie zijn.

<b>Waarom HIER winkelen?</b>	
Dichtbij huis/werk	46%
Prijs	4%
Gewoonte	7%
Handige combinatie winkels	12%
Sfeer	1%
Specifieke winkel	10%
Specifieke producten	3%
Voldoende parkeerplaatsen	5%
Voordelig parkeren	2%
Aanwezigheid horeca	0%
Bereikbaarheid	3%
Overig	7%

De meeste bezoekers (79%) geven aan niet iets te missen op het Grootwinkelplein. Degenen die aangeven wel iets te missen, noemen vooral de horeca of een specifieke winkel. De wensen zijn zeer divers, van een terrasje/café, of gewoon een bankje tot een tweede bouwmarkt, een drogist, een speelgoedzaak, een sportzaak of een echt tuincentrum.

<b>Mist u iets in dit winkelgebied?</b>	
Nee	79%
Ja, horeca	8%
Ja, een bepaalde winkel	7%
Iets anders	5%

Het bezoek aan het winkelgebied Grootwinkelplein 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 dan gaat het vooral om het centrum van Leek.

### c. Waardering en besteding

De waardering voor het winkelgebied Grootwinkelplein is over het algemeen goed te noemen. De bezoekers is gevraagd om een cijfer te geven voor diverse aspecten, op een schaal van 1 tot 10.

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

De hoogste scores zijn gegeven voor de bereikbaarheid per auto en de parkeermogelijkheden. Voor een gebied als het Grootwinkelplein zijn dit heel belangrijke aspecten; het is gunstig dat hiervoor dan ook hoge 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. Niettemin scoren deze factoren wel een ruime voldoende. Het aanbod aan daghoreca (niet aanwezig) scoort met een 5,6 het laagst. Het Grootwinkelplein is niet echt een verblijfsgebied; de mogelijkheden voor horeca zijn hier zeer beperkt.

Van alle bezoekers heeft 79% ook daadwerkelijk iets gekocht. Dit onderstreept het doelgerichte bezoek bij dit type winkelgebieden. Gemiddeld geven de bezoekers ruim € 50,- uit; verdeeld over alle bezoekers betekent dit een bedrag van circa € 40,- per bezoek.

#### d. Bezoekwijze en -frequentie

Zoals te verwachten was komt een ruime meerderheid van de bezoekers met de auto naar het Grootwinkelplein. Dit heeft zowel met de ligging als met de aankoop van het type producten te maken. Maar door de ligging dichtbij het centrum en de woonwijken komen relatief toch nog veel bezoekers op de fiets (23%). De bezoekers op de fiets komen vrijwel allen uit de directe omgeving.

Vervoerswijze bezoeker	
Auto/motor	74%
Fiets/scooter/bromfiets	23%
Overig	3%

Bezoekers komen zeer regelmatig naar dit winkelgebied in Leek, ook in vergelijking met de andere PDV-gebieden in de provincie. Bijna 70% bezoekt minimaal wekelijks het Grootwinkelplein. De aanwezigheid van twee supermarkten zal hier ongetwijfeld een grote rol spelen.

Bezoekfrequentie	
1x per week of vaker	69%
enkele malen per maand	14%
1x per maand	9%
ca. 1x per 3 maanden	4%
Minder vaak	4%

#### e. Aankoopgebieden en productgroepen

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

De bezoekers aan het Grootwinkelplein blijven veelal in de buurt om hun aankopen te doen. Dit is het sterkst het geval in de DHZ-branche en bij de plant- en dierbenodigdheden. Als het aanbod in de gemeente beperkt is – zoals bij keukens en

sanitair – gaat men vaker naar andere plaatsen. De gerichtheid op de stad Groningen is dan erg groot, wat gezien de nabijheid en het omvangrijke aanbod heel logisch is. De Peizerweg en het Hoendiep worden vooral voor de woninginrichting en keukens bezocht, terwijl het Sontplein met name voor de aankoop van elektronica bezocht wordt. Voor keukens/sanitair worden ook andere aankoopgebieden in de stad Groningen wel genoemd (12%). Wat met name elders in de provincie wordt aangekocht zijn de fietsen/fiets- en auto-onderdelen. Hiervoor zoekt men een specialist, of een bekend adres in de woonomgeving. Opvallend is tenslotte dat relatief weinig mensen ‘elders’ aankopen doen in deze branches.

Waar koopt u de volgende artikelen?						
	Woning/bedden	Keukens/sanitair	Electro	DHZ	Fietsen/auto-onderdelen	Bloemen/planten /dierben.
<b>Leek (Grootwinkelplein)</b>	31%	20%	26%	57%	33%	50%
<b>Rest gemeente Leek</b>	10%	9%	21%	15%	29%	28%
<b>Groningen Sontplein</b>	15%	15%	17%	4%	2%	1%
<b>Gron. Peizerweg/Hoendiep</b>	17%	22%	8%	4%	3%	2%
<b>Rest stad Groningen</b>	9%	12%	9%	6%	5%	3%
<b>Rest provincie Groningen</b>	5%	6%	5%	4%	12%	8%
<b>Provincie Drenthe</b>	3%	3%	3%	6%	6%	4%
<b>Provincie Friesland</b>	5%	5%	1%	1%	2%	2%
<b>Elders</b>	4%	8%	9%	3%	8%	3%

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

Aankoop via internet?		
	Ja	Nee
Woninginrichtingsartikelen	22%	78%
DHZ-producten	20%	80%
Elektro-artikelen	42%	58%
Tuinartikelen en dierbenodigdheden	19%	81%

Het blijkt dat de bezoekers van het Grootwinkelplein relatief weinig gebruik maken van het internet voor de aankoop van producten in deze branches. In de meeste andere PDV-gebieden liggen de percentages hoger. Dit kan zowel met het aanbod hier als met de nabijheid van de stad Groningen met haar grote aanbod te maken hebben. Het internet wordt onder de bezoekers het meest gebruikt voor de aankoop van elektro-artikelen. Ook landelijk is bekend dat juist in deze branche veel internetaankopen gedaan worden. Bij de andere artikelen is het eenvoudig om zelf snel iets te halen (DHZ-producten, tuinen dierartikelen), omdat ze vaak direct nodig zijn. Vooral bij de woninginrichting is te zien, dat men de artikelen graag eerst wil zien en/of voelen. Het shoppinghalte is onder deze producten veel hoger.

Wanneer men ervoor kiest om iets via internet aan te schaffen zijn daarvoor diverse redenen, maar het gemak, de prijs van de artikelen en het uitgebreide assortiment zijn in Leek de belangrijkste. Dat producten niet in de buurt te koop zijn speelt slechts een geringe rol van betekenis. Bij 'anders' gaat het vooral om de mogelijkheid te kunnen vergelijken en het kunnen laten bezorgen (niet hoeven sjouwen).

Waarom aankoop via internet	
Goedkoper	26%
Uitgebreider assortiment	20%
Overdag geen tijd	3%
24/7 mogelijkheid	4%
Gemak/comfortabel	33%
Betere service	3%
Producten niet in de buurt te koop	6%
Anders	5%

## 5. Samenvatting en aanbevelingen

### *Samenvatting*

- Op het Grootwinkplein in Leek is bijna 12.800 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak aanwezig (excl. leegstand), verdeeld over 9 panden. Hiermee is het één van de kleinere PDV-gebieden in de provincie, maar groter dan onder andere die in Hoogezand en Appingedam. Het aanbod bestaat uit aanbieders in de groep In/Om Huis (branches Doe-Het-Zelf, Wonen en Plant & Dier), Mode & Luxe en er zijn 2 supermarkten gevestigd. Feitelijk is er dus nu sprake van een GDV-locatie.
- Het Grootwinkplein ligt aan de doorgaande weg van Leek naar Tolbert, en is ruim opgezet. Er is voldoende parkeergelegenheid aanwezig, over de volle breedte aan de voorkant van de winkels. De zichtbaarheid en bereikbaarheid zijn prima.
- De bezoekers van het Grootwinkplein zijn vooral afkomstig uit de eigen kern en de rest van de gemeente Leek; dit geldt voor ongeveer 2/3 van de bezoekers. Dit betekent dat ook nog een aanzienlijk deel van andere plaatsen komt. Het gaat dan met name om de aangrenzende gemeenten, vooral de gemeente Noordenveld.
- De waardering van de bezoekers voor de verschillende aspecten van het Grootwinkplein is in vergelijking met die voor de andere PDV-gebieden in de provincie hoog. Zowel de gevarieerdheid als de kwaliteit van het aanbod scoren goed; ook de bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden scoren uitstekend. Deze laatste twee factoren zijn zeer belangrijk voor het functioneren van een PDV-gebied.
- De aanwezigheid van twee supermarkten op het Grootwinkplein is bepalend voor de bezoekerredenen en -frequentie van de bezoekers. Ruim de helft van de bezoekers komt specifiek voor het bezoek aan een supermarkt. Bezoekers komen vooral op het Grootwinkplein omdat de afstand gering is, maar daarnaast ook voor de handige combinatie van winkels of voor een specifieke winkel.
- De bezoekfrequentie ligt hoog; 69% komt minimaal 1x per week. Het Grootwinkplein wordt bovendien zeer doelgericht bezocht; relatief veel mensen kopen ook daadwerkelijk iets (79%). Hoewel de meeste mensen met de auto komen, ligt het percentage bezoekers dat op de fiets/scooter/bromfiets komt met 23% tamelijk hoog. Relatief veel bezoekers geven aan niets te missen in het aanbod op het Grootwinkplein.
- Het Grootwinkplein wordt vooral bezocht voor de aankoop van DHZ-artikelen en bloemen/planten en dierbenodigdheden; voor elektro, wonen en keukens is men sterk gericht op de winkelgebieden van de stad Groningen. Fietsen/auto-onderdelen worden vooral in de rest van de gemeente Leek en elders in de provincie gekocht.
- Het percentage aankopen via internet ligt bij bezoekers van het Grootwinkplein relatief laag. Het online-aankopen gebeurt voor een belangrijk deel vanwege het gemak, de prijs van de artikelen en het grotere assortiment.

Wellicht is sprake van een relatie tussen het lage internetgebruik en de relatief hoge waardering voor het winkelgebied.

- De supermarkten zijn heel bepalend voor de uitstraling en het bezoekgedrag aan het Grootwinkelplein. De combinatie tussen PDV branches en de supermarkten lijkt in Leek goed te werken.
- Ondanks de nabijheid van de stad Groningen voorziet het Grootwinkelplein duidelijk in een behoefte van de bezoekers. De waardering voor het winkelgebied is uitstekend. De randvoorwaarden (zoals goede bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid) zijn optimaal ingevuld.

#### *Aanbevelingen*

- Gezien de uitkomsten zijn er momenteel geen grote redenen om het beleid inzake het Grootwinkelplein aan te passen. Ook inzake de randvoorwaarden voor het functioneren, zoals bereikbaarheid, parkeren en inrichting van de openbare ruimte voldoet het Grootwinkelplein.
- Met relatief veel ketenbedrijven is de onderlinge samenwerking op het Grootwinkelplein voor verbetering vatbaar. Ook de samenwerking met het centrumgebied van Leek en bijvoorbeeld Nienoord wordt met het onlangs opgerichte Platform Leek beter mogelijk. Ook voor de ondernemers op het Grootwinkelplein biedt dit een meerwaarde.
- Het Grootwinkelplein voldoet goed; het is dan ook van belang om te behouden wat er is, en om geen verdere uitbreidingen qua branches na te streven. Gezien de relatie met het centrum zal dit gaan conflicteren.
- De toevoeging van daghoreca is niet direct gewenst op het Grootwinkelplein; dit zal ten koste gaan van de horeca in het centrum.



## **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 <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

---