

Provincie Groningen Koopstromen PDV-gebieden 2018



Stadskanaal – Navolaan

Provincie Groningen

Koopstromen PDV-gebieden 2018

Stadskanaal – Navolaan

Opdrachtgever: Provincie Groningen
Projectnummer: 0517.359
Datum: Februari 2019

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

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	4
2.	Algemene gegevens PDV-gebieden	6
3.	Informatie PDV-locatie Stadskanaal	8
4.	Uitkomsten onderzoek	10
5.	Samenvatting en aanbevelingen Stadskanaal	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 de Navolaan te Stadskanaal. Dit rapport geeft de resultaten van het onderzoek in Stadskanaal weer.

b. Opbouw van het rapport

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

In hoofdstuk 3 wordt de positie van het perifere detailhandelsgebied aan de Navolaan te Stadskanaal 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, Stadskanaal en Winsum. In deze winkelgebieden is dan ook sprake van een mix van verschillende typen winkels.

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

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

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

b) Ontwikkelingen en trends

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

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

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

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

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

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

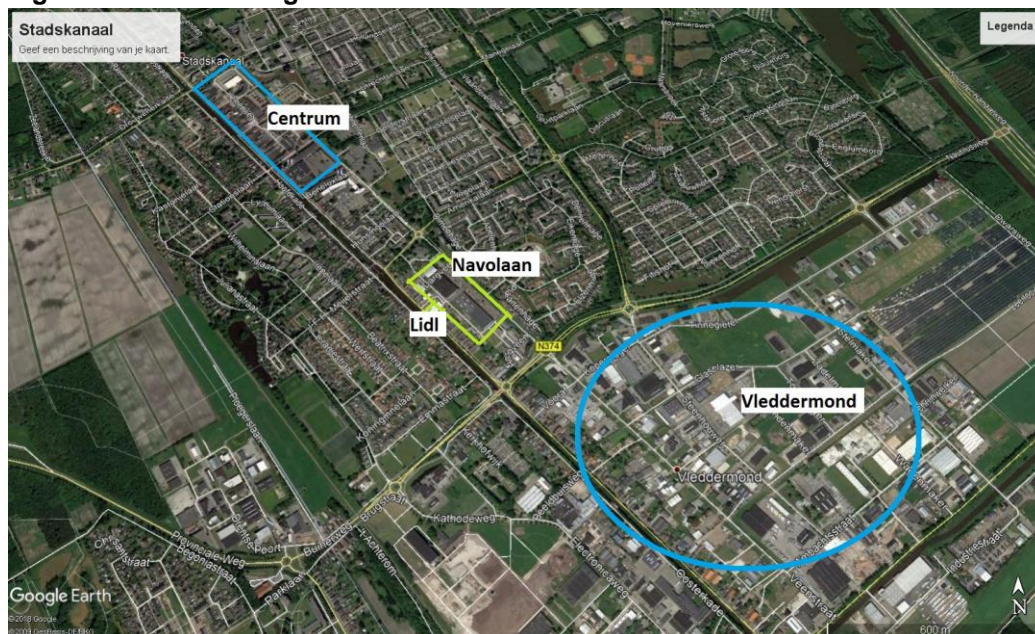
3. Gegevens PDV-gebied Stadskanaal

Het PDV-gebied van Stadskanaal bestaat uit de specifiek voor dit doel gebouwde panden aan de Navolaan, grofweg tussen de rotondes bij de Amerikalaan en de N374. Het zijn twee grote blokken, met trekkers in beide blokken. De parkleermogelijkheden zijn gelegen aan de voorzijde van de winkels. Tussen beide blokken in bevindt zich een doorgang; hier komt men uit bij de Lidl-supermarkt, aan de Hoofdstraat. De Navolaan loopt verder door naar het centrumgebied van Stadskanaal; de afstand tot het centrum is gering.

Het aanbod aan de Navolaan in de grootschalige detailhandel betreft de groep In/Om Huis, met als branches Doe-Het-Zelf (DHZ) en Wonen. In totaal gaat het om 9 panden met een totaal winkelvloeroppervlak (wvo) van ruim 11.700 m², inclusief het aansluitende deel aan de Hoofdstraat. Het totale aanbod in Stadskanaal in de groepen In/Om Huis en Detailhandel Overig – waarvan een deel vaak ook op een PDV-gebied aanwezig is - is ruim 33.200 m² wvo groot, met 62 vestigingen. Dit betekent dat een aanzienlijk deel van het aanbod in Stadskanaal gemeten in vierkante meters langs de Navolaan aanwezig is, maar slechts een beperkt deel van het totaal aantal winkelpanden.

Behalve aan de Navolaan is ook een aanzienlijk deel van het grootschalige aanbod in het bedrijventerrein Vleddermond te vinden. Dit gebied, met tevens veel industrie, ligt tussen de N374, de Oosterstraat, de Gedempte Vleddermond en de Stelmaker. Verspreid in dit relatief grote gebied zijn nog veel andere aanbieders in de groepen In/Om huis en Detailhandel Overig gevestigd. Het gaat hier om 18 panden met een totale oppervlakte van ruim 15.200 m² wvo. De twee gebieden samen hebben derhalve bijna 27.000 m² wvo aan aanbod in deze twee groepen; dat is ruim 81% van het totale aanbod in deze groepen in Stadskanaal.

Figuur 1 Winkelgebieden Stadskanaal



Bron: Google Earth, bewerking Broekhuis Rijs Advisering

De belangrijkste trekkers in het gebied aan de Navolaan zijn Praxis, Kwantum, een keukenstudio, Jysk, Leen Bakker, Beter Bed en Kornelius. Het merendeel bestaat

derhalve uit ketenbedrijven. Aan de Hoofdstraat zit nog een Lidl supermarkt, maar ook Leo Music & Audio en Kloeze. De belangrijkste trekkers op het Industriegebied zijn onder meer Gamma, Brezan, Jumper, een groot tuincentrum (TuinGroen) en een grote kringloopwinkel.

Aanbod in de horeca is nauwelijks aanwezig op de twee locaties. Aan de noordzijde van de N374 zit vlakbij de rotonde een McDonalds-vestiging. Het pand sluit niet direct aan op het grootschalige gebied.

De uitstraling van het gebied aan de Navolaan kenmerkt zich niet door eenheid, er is geen gezamenlijke uiting. Wel is het gebied goed herkenbaar; vlaggen van de aanwezige ondernemers (met name van de ketens) staan keurig langs de weg, goed zichtbaar. In principe is de bereikbaarheid en zichtbaarheid van het gebied prima, toch is het voor een buitenstaander niet duidelijk dat hier zo'n groot aanbod aanwezig is. Er is geen sprake van signing naar dit PDV-gebied aan de Navolaan. Op het Industriegebied is evenmin sprake van gezamenlijke uitingen. Op deze plek is dat niet zo vreemd, aangezien geen sprake is van een duidelijk PDV-gebied. Het gaat hier vooral om een menging van industrie en autobedrijven met grootschalige detailhandel.

De winkels aan de Navolaan zitten vlak naast elkaar; men kan lopend van het ene naar het andere pand. Op het Industriegebied zal men met de auto van het ene naar het andere pand moeten gaan; het is een uitgestrekt gebied.

De parkeergelegenheid van PDV-Navolaan is prima geregeld bij de winkels zelf. Door de overzichtelijkheid is direct duidelijk hoeveel en waar parkeerplaatsen vrij zijn. De inrichting van de openbare ruimte is netjes en verzorgd.

4. Uitkomsten onderzoek

a. Herkomst bezoekers

De bezoekers voor de Navolaan in Stadskanaal zijn voor een belangrijk deel – namelijk ruim de helft - afkomstig uit Stadskanaal zelf. Verder is nog eens 8% afkomstig uit de rest van de gemeente.

Uit de rest van provincie Groningen komen relatief weinig bezoekers; de meeste komen uit de gemeente Vlagtwedde gevolgd door de gemeenten Pekela, Groningen en Oldambt. Wel veel bezoekers zijn afkomstig uit Drenthe (19%); gezien de ligging aan de provinciegrens is dit niet zo vreemd, maar het is een relatief dun bevolkt gebied. Van deze 19% is 13% afkomstig uit de gemeente Borger-Odoorn en 4%% uit de gemeente Aa en Hunze. Van buiten Groningen en Drenthe komen nauwelijks bezoekers.

Herkomst bezoekers	
Stadskanaal-kern	58%
Rest gemeente Stadskanaal	8%
Gemeente Vlagtwedde	4%
Rest provincie Groningen	9%
Provincie Drenthe	19%
Elders	1%

b. Bezoekgedrag en -motieven

Bezoekers aan de Navolaan Stadskanaal komen vooral om een bouwmarkt te bezoeken; dit geldt voor 59% van de bezoekers. Daarnaast zijn de winkels op het gebied van woninginrichting een belangrijke reden om naar dit gebied te gaan. Bij 'iets anders' gaat het vooral om rondkijken of wandelen, of een bezoek aan de apotheek.

Wat komt u vandaag doen?	
Bezoek aan een bouwmarkt	59%
Bezoek aan een tuincentrum	3%
Bezoek aan een woon-/meubelzaak	31%
Bezoek aan een supermarkt	3%
Bezoek aan een specifieke winkel	1%
Iets anders	4%

Op de vraag waarom de bezoekers vooral aan de Navolaan hun aankopen doen wordt de afstand van huis tot het winkelgebied als belangrijkste reden aangevoerd.

Waarom HIER winkelen?	
Dichtbij huis	46%
Prijs	8%
Handige combinatie winkels	12%
Voldoende/voordelig parkeren	4%
Specifieke winkel	9%
Specifieke producten	7%
Gewoonte	6%
Dichtbij werk	2%
Overig	5%

Door 12% van de bezoekers wordt aangegeven dat de combinatie van winkels erg handig is. Verder worden diverse andere antwoorden gegeven; bij 'een specifieke winkel' gaat het vooral om de Praxis.

De meeste bezoekers (84%) geven aan niet iets te missen aan de Navolaan. Als men wel iets mist, wordt een horecagelegenheid of een bepaalde winkel (vooral een dierenzaak, Action of een tuincentrum) genoemd. Bij iets anders wordt vooral aangegeven dat er prullenbakken gemist worden.

Mist u iets in dit winkelgebied?	
Nee	84%
Ja, horeca	7%
Ja, een bepaalde winkel	4%
Iets anders	4%

Het bezoek aan het winkelgebied aan de Navolaan wordt soms gecombineerd met een bezoek aan het centrum of een ander winkelgebied. Dit is voor 33% van de bezoekers het geval. Het gaat dan vrijwel uitsluitend om het centrum van Stadskanaal; of om een specifieke supermarkt in Stadskanaal.

c. Waardering en besteding

De waardering voor het winkelgebied Navolaan 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. De hoogste scores zijn gegeven voor de bereikbaarheid per auto en de parkeermogelijkheden. Voor een gebied als de Navolaan zijn dit heel belangrijke aspecten; het is gunstig dat hiervoor dan ook hoge waarderingen van boven een 8 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 voldoende. Het aanbod aan daghoreca (nauwelijks aanwezig) scoort ruim onvoldoende. In een gebied als de Navolaan (geen concentratie van aanbieders) is dit lastig te realiseren. Het is ook geen echt verblijfsgebied; het centrum is bovendien op korte afstand.

Waardering winkelgebied	
Aantal winkels	7,1
Kwaliteit van de winkels	7,4
Gevarieerdheid van het aanbod	7,0
Bereikbaarheid per auto	8,2
Parkeermogelijkheden auto	8,4
Gezelligheid/sfeer	6,2
Inrichting en aankleding openbare ruimte	6,2
Aanbod daghoreca	4,1

Van alle bezoekers heeft 64% ook daadwerkelijk iets gekocht. Dit onderstreept het doelgerichte bezoek bij dit type winkelgebieden, hoewel het percentage in een aantal andere PDV-gebieden hoger ligt. Gemiddeld geven ze ruim € 57,- uit; verdeeld over alle bezoekers betekent dit een bedrag van ruim € 36,- per bezoek.

d. Bezoekwijze en -frequentie

Zoals te verwachten was komt het overgrote deel van de bezoekers met de auto naar de Navolaan. Dit heeft zowel met de ligging als met de aankoop van het type producten te maken. De bezoekers op de fiets komen vrijwel allen uit de directe omgeving.

Vervoerswijze bezoeker	
Auto/motor	79%
Fiets/scooter/bromfiets	17%
Overig	4%

Bezoekers komen regelmatig naar dit winkelgebied in Stadskanaal. Bijna 40% bezoekt wekelijks de Navolaan en nog eens 28% komt enkele keren per maand.

Bezoekfrequentie	
1x per week of vaker	38%
enkele malen per maand	28%
1x per maand	19%
ca. 1x per 3 maanden	10%
Minder vaak	5%

e. Aankoopgebieden en productgroepen

In onderstaand overzicht geven we aan waar de bezoekers van de Navolaan in Stadskanaal meestal hun aankopen in de 6 gevraagde productgroepen doen.

Waar koopt u de volgende artikelen?						
	Woning/bedden	Keukens/sanitair	Elektro	DHZ	Fietsen/auto-onderdelen	Bloemen/planten/dierben.
Stadskanaal-Navolaan	35%	19%	23%	61%	19%	32%
Rest gemeente Stadskanaal	19%	22%	41%	24%	60%	46%
Groningen Sontplein	9%	14%	10%	2%	1%	0%
Groningen - Peizerweg/Hoendiep	13%	16%	7%	2%	0%	0%
Rest stad Groningen	6%	6%	3%	1%	1%	1%
Rest prov. Groningen	6%	9%	6%	6%	12%	13%
Provincie Drenthe	9%	6%	5%	3%	6%	6%
Duitsland	2%	7%	2%	1%	1%	1%
Elders	1%	2%	3%	0%	1%	1%

Duidelijk komt naar voren, dat in alle productgroepen het gebied rondom de Navolaan het meest bezocht wordt voor de aankoop van DHZ-artikelen. De aanwezigheid van de grote Praxis als belangrijke trekker is hier duidelijk te zien. Maar naast de Navolaan

wordt ook de rest van Stadskanaal veel bezocht, en dan met name het Industriegebied. Dit is het sterkst het geval voor fiets- en auto-onderdelen, maar ook voor elektroproducten. Hoe meer 'geshopt' en vergeleken wordt om een aankoop te doen, hoe vaker ook andere (grotere) gebieden bezocht worden. De stad Groningen – en dan vooral de Peizerweg/ Hoendiep en het Sontplein – wordt veelvuldig bezocht voor het doen van aankopen van meubels, bedden, keukens en sanitair. Voor fietsen/fiets- en auto-onderdelen en voor bloemen & planten wordt ook aan andere winkelgebieden in de provincie een bezoek gebracht. Van de overige kernen wordt Stadskanaal het vaakst bezocht; de grote Intratuin lijkt vooral een trekker te zijn. Andere kernen in de provincie worden weinig bezocht; deze percentages zijn gering. Verder wordt ook regelmatig een bezoek gebracht aan winkelgebieden in de provincie Drenthe, zoals Emmen. Wanneer we onder de bezoekers uitsluitend naar de inwoners van Stadskanaal zelf kijken komt de gerichtheid op het eigen winkelgebied nog sterker naar voren. Pas secundair gaat men ook wel eens naar het Sontplein in Groningen of naar de provincie Drenthe.

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

Aankoop via internet?		
	Ja	Nee
Woninginrichtingsartikelen	27%	73%
DHZ-producten	30%	70%
Elektro-artikelen	45%	55%
Tuinartikelen en dierbenodigdheden	21%	79%

Het blijkt dat voor bepaalde groepen veelal wordt aangekocht via het internet; met name bij elektro-artikelen is dit het geval. Bij de andere artikelen is het eenvoudig om zelf snel iets te halen (DHZ-producten, tuinartikelen), omdat ze vaak direct nodig zijn, of men wil het toch echt zien of voelen (meubels ed.).

Wanneer men ervoor kiest om iets via internet aan te schaffen bestaan daarvoor diverse redenen, maar het gemak en de prijs van de artikelen zijn de belangrijkste. Ook het grote assortiment speelt een rol in het keuzeprocess.

Waarom aankoop via internet	
Goedkoper	35%
Uitgebreider assortiment	17%
Overdag geen tijd	1%
24/7 mogelijkheid	4%
Gemak/comfortabel	36%
Betere service	1%
Producten niet in de buurt te koop	5%
Anders	0%

5. Samenvatting en aanbevelingen

Samenvatting

- De Navolaan is een planmatig ontwikkeld PDV-gebied, bestaande uit twee grote blokken met winkels. De parkeergelegenheid ligt tussen de Navolaan en de winkels, en is goed bereikbaar en zichtbaar. De Navolaan leidt in noordelijke richting naar het centrum van Stadskanaal. Op het bedrijventerrein Vleddermond in Stadskanaal is nog een gebied aanwezig met eveneens veel aanbod in PDV-branches.
- Op de Navolaan in Stadskanaal is bijna 11.800 m² winkelvloeroppervlak aanwezig (excl. leegstand), verdeeld over 9 panden. Het aanbod aan de Navolaan bestaat uit aanbieders in de hoofdbranches DHZ en Wonen, voornamelijk ketenbedrijven. Verspreid op het bedrijventerrein de Vleddermond is nog zo'n 15.200 m² wvo aanwezig, verdeeld over 18 panden.
- De bezoekers van de Navolaan zijn in meerderheid afkomstig uit Stadskanaal, namelijk 58%. Maar liefst 19% van de bezoekers komt uit de provincie Drenthe (vooral uit Borger-Odoorn); hetgeen gezien de ligging tegen de provinciegrens niet echt bevreemd. De overige bezoekers komen uit de directe omgeving van Stadskanaal.
- De waardering van de bezoekers voor de verschillende aspecten van de Navolaan is in vergelijking met die voor de andere PDV-gebieden in de provincie heel gemiddeld. De scores voor de bereikbaarheid per auto en de parkeermogelijkheden voor de auto laten een score boven de 8 zien. Deze twee factoren zijn zeer belangrijk voor het functioneren van een PDV-gebied.
- De bezoekers komen vooral naar de Navolaan voor de bouwmarkt, op enige afstand gevolgd door de woon-/meubelzaken. Bezoekers komen met name naar de Navolaan omdat het dichtbij is. Daarnaast spelen diverse andere factoren ook een rol, zoals de handige combinatie van winkels en specifieke winkels. Veel bezoekers (84%) geven aan *niets* te missen in het aanbod op de Navolaan.
- De bezoekfrequentie op de Navolaan ligt vrijwel op het gemiddeld niveau van de vergelijkbare PDV-gebieden in de provincie, zoals Veendam en Winschoten. De Navolaan wordt doelgericht bezocht; een combinatiebezoek met het centrum wordt niet zo vaak gemaakt. Veel bezoekers kopen ook daadwerkelijk iets (64%). Dit ligt echter iets onder het gemiddelde van alle onderzochte locaties in de provincie Groningen. Door de aanwezigheid van relatief veel woonzaken is dit goed te verklaren. De meeste mensen (bijna 4 op de 5) brengen met de auto een bezoek aan het winkelgebied.
- De Navolaan wordt het vaakst bezocht voor de aankoop van DHZ-artikelen; bezoekers blijven voor fietsen/auto-onderdelen veel in de eigen gemeente of elders in de provincie. Opvallend is dat de gerichtheid op de eigen gemeente in vergelijking met de andere onderzochte PDV-gebieden behoorlijk groot is. De stad Groningen wordt wel bezocht voor het doen van aankopen, maar veel minder sterk dan bij de meeste andere PDV-gebieden; de uitkomsten in Stadskanaal zijn op dit vlak vergelijkbaar met die in Winschoten. Vanuit Stadskanaal zijn de winkelgebieden in Drenthe (Emmen) en Duitsland snel te bereiken. Vooral voor keukens gaan bezoekers naar Duitsland.

- Het percentage aankopen via internet ligt bij bezoekers van De Navolaan duidelijk lager dan gemiddeld in de PDV-gebieden in de provincie. Dit is het sterkst bij de woninginrichting (27% in Stadskanaal t.o.v. 37% gemiddeld). Onder bezoekers van de Navolaan is vooral de prijs van de artikelen, maar ook het gemak van internet belangrijk bij de keus voor het internet.
- Ook al is niet het volledige grootschalige aanbod aan de Navolaan te vinden, het gebied is toch dermate volledig, dat het voorziet in een behoefte van de bezoekers. De randvoorwaarden voor een PDV-gebied, zoals voldoende parkeermogelijkheden en een goede bereikbaarheid zijn goed verzorgd aan de Navolaan.

Aanbevelingen

- Gezien de uitkomsten zijn er momenteel geen grote redenen om het beleid inzake de Navolaan aan te passen. Ook inzake de randvoorwaarden voor het functioneren, zoals bereikbaarheid, parkeren en inrichting van de openbare ruimte voldoet de Navolaan.
- Het verdient wel aanbeveling om het aanbod aan perifere detailhandel op het bedrijventerrein de Vleddermond beter in beeld te brengen en te zien op welke wijze er mogelijk gekomen kan worden tot versterking van de winkelstructuur door verdere clustering van bij elkaar passende functies.
- Het centrum van Stadskanaal ligt op korte afstand van het PDV-gebied aan de Navolaan. De mogelijkheid tot combinatiebezoek kan nog verder versterkt worden. De samenwerking tussen ondernemers van de verschillende winkelgebieden kan resulteren in een beter overzicht voor de bezoeker van het complete aanbod. De marketing kan hier meer op afgestemd worden.

Bijlages

1. Samenstelling begeleidingscommissie

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

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

2. Verklarende woordenlijst

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