

**Provincie Groningen
Koopstromen PDV-gebieden 2018**



Winschoten – Posttil

Provincie Groningen

Koopstromen PDV-gebieden 2018

Winschoten – Posttil

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 Winschoten	8
4.	Uitkomsten onderzoek	10
5.	Samenvatting en aanbevelingen Winschoten	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 Posttil te Winschoten. Dit rapport geeft de resultaten van het onderzoek in Winschoten 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 Posttil te Winschoten 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 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.

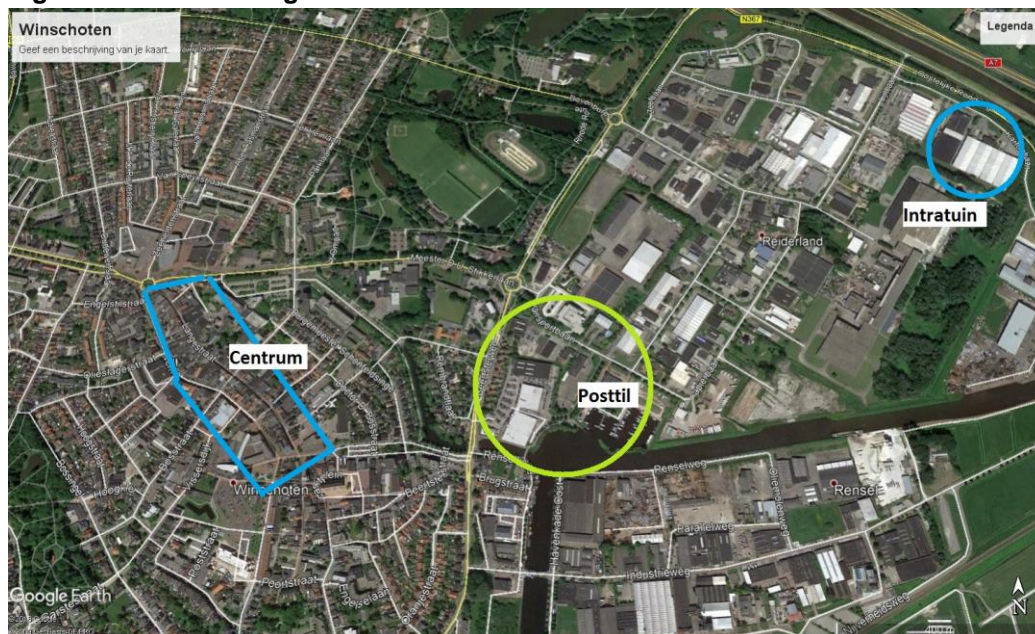
3. Gegevens PDV-gebied Winschoten

Het PDV-gebied van Winschoten bestaat in feite uit een gebied dat ten oosten van het centrum van Winschoten ligt. Het wordt aan de westkant begrensd door de Beertsterweg, één van de invalswegen naar het centrum. Aan de zuidkant wordt het gebied begrensd door het water, de Rensel. Het gemengde gebied ligt globaal tussen de brug over de Rensel en de rotonde naar de Mr. D.U. Stikkerlaan. Hier bevindt zich een grootschalige concentratie van aanbieders, genaamd Posttil. In dit gebied is het onderzoek uitgevoerd. Verderop in het gebied zijn verspreid tussen de industrie ook nog diverse grootschalige winkels te vinden, zoals Intratuin en GoudGoed, een 2^e handwinkel.

Het aanbod van Posttil in de grootschalige detailhandel betreft de groep In/Om Huis, met als branches Plant & Dier, Auto & Fiets, Doe-Het-Zelf (DHZ), Bruin & Witgoed, Wonen en de groep Detailhandel Overig (o.a. 2^e hands). Maar ook een grote supermarkt van Albert Heijn, een Gall&Gall en een McDonald's zijn hier te vinden. In de definitie van perifere detailhandel zijn dit vreemde eenden in de bijt. Het Posttil aanbod is dus feitelijk een PDV/GDV-locatie geworden. In totaal gaat het om 20 panden (excl. leegstand, en excl. AH en Gall&Gall) met een totaal winkelvloeroppervlak (wvo) van ruim 23.000 m². Het totale aanbod in Winschoten in uitsluitend de groepen In/Om Huis en Detailhandel Overig is ruim 29.000 m² wvo groot, met 56 vestigingen. Dit betekent dat het overgrote deel van het grootschalige aanbod in Winschoten in dit gebied aanwezig is, gelet op de vierkante meters. Bijna de helft van het aantal vestigingen is op Posttil en omgeving gevestigd; elders zijn nog diverse kleinschalige winkels in deze branches aanwezig, veelal in het centrum.

De belangrijkste trekkers in het gebied zijn AH, McDonalds, Praxis, Kwantum, Welkoop, Leen Bakker en Jysk. Verderop in het gebied zijn onder meer Intratuin, Geuken rijwielen, Bosma Bedden, Baderie en een kringloopwinkel gevestigd.

Figuur 1 Winkelgebieden Winschoten



Bron: Google Earth, bewerking Broekhuis Rijs Advisering

Behalve de McDonalds is op Posttil of elders in het gebied geen horeca aanwezig. Het echte PDV/GDV gebied is het Posttil. Dit is een planmatig ontwikkeld gebied van

grootschalige panden, met parkeergelegenheid aan de voorzijde. Aan de Beertsterweg ligt een rij woningen, waardoor de panden niet of nauwelijks zichtbaar zijn vanaf de doorgaande route. Op de kop is McDonalds wel goed zichtbaar; hiernaast is tevens een toerit naar het parkeerterrein. Via de rotonde en de Transportbaan is het winkelgebied ook goed bereikbaar.

De overige vestigingen zitten verspreid door het bedrijventerrein, met een concentratie aan en rondom de Papierbaan. Hier zijn o.a. een fietsenzaak, Formido en een verlichtingszaak gevestigd. Intratuin zit aan de rand van het gebied, bij de rondweg.

Hoewel vrijwel alle winkels in feite wel in hetzelfde deel van Winschoten zijn gevestigd, vormen ze niet allemaal een geheel. Posttil is dat wel, maar de rest zit verspreid. Dit maakt dat bezoekers niet zo snel verschillende winkels zullen bezoeken. Het gaat hier vooral om doelgericht bezoek van een specifieke winkel.

In parkeergelegenheid is op Posttil centraal voor alle winkels samen voorzien. Bij de overige winkels is het parkeren bij de panden zelf geregeld. Over het algemeen zijn voldoende parkeerplaatsen aanwezig bij de diverse winkels. De inrichting van de openbare ruimte is netjes en verzorgd; uitingen van een totaal winkelgebied, dat de eenheid kan benadrukken, zijn niet aanwezig.

4. Uitkomsten onderzoek

a. Herkomst bezoekers

De bezoekers aan Posttil in Winschoten zijn voor een belangrijk deel – namelijk bijna de helft - afkomstig uit Winschoten zelf. Verder is 18% afkomstig uit de rest van de gemeente Oldambt. Deze bezoekers komen heel verspreid uit de verschillende kernen, zoals Scheemda, Midwolda, Finsterwolde, Oostwold, Westerlee en Heiligerlee.

Verder komen regelmatig bezoekers vanuit Duitsland naar Winschoten. Ze komen niet uitsluitend naar het centrum, maar ook naar Posttil. Bijna 1 op de 10 bezoekers van Posttil is afkomstig uit Duitsland. Verder komen bezoekers uit vooral het oostelijke deel van de provincie. Vanuit noordelijker gebieden (zoals Delfzijl en omgeving) komen nauwelijks bezoekers naar Winschoten.

Herkomst bezoekers	
Winschoten	47%
rest gemeente Oldambt	18%
Hoogezand-Sappemeer	5%
gem. Bellingwedde	5%
gem. Pekela	5%
gem. Veendam	3%
rest provincie Groningen	5%
Duitsland	9%
Elders	3%

b. Bezoekgedrag en -motieven

Bezoekers aan Posttil in Winschoten komen vooral voor de supermarkt; dit geldt voor 43% van de bezoekers. Daarnaast zijn de bouwmarkt en de meubelzaak belangrijke redenen om naar dit gebied te gaan. Als specifieke winkel wordt vooral McDonalds genoemd, maar men noemt ook Welkoop en de kringloopwinkel.

Wat komt u vandaag doen?	
Bezoek aan een bouwmarkt	23%
Bezoek aan een tuincentrum	6%
Bezoek aan een woon-/meubelzaak	19%
Bezoek aan een supermarkt	43%
Bezoek aan een specifieke winkel	5%
Iets anders	3%

Op de vraag waarom de bezoekers vooral naar Posttil komen om hun aankopen te doen wordt de afstand tot het winkelgebied als belangrijkste reden aangevoerd. Verder komt een veelvoud aan antwoorden en redenen naar voren. De gewoonte om ergens de aankopen te doen is zeker een belangrijke reden. Verder is zowel de mogelijkheid om een bezoek aan diverse winkels te combineren (11%) als het bezoek aan een specifieke winkel of specifieke producten (12% en 10%) regelmatig genoemd. Als specifieke winkel wordt vooral AH aangegeven. De aanwezigheid van voldoende parkeerplaatsen en de goede bereikbaarheid worden ook regelmatig als antwoord gegeven.

Waarom HIER winkelen?	
Dichtbij huis/werk	31%
Prijs	2%
Gewoonte	13%
Handige combinatie winkels	11%
Sfeer	2%
Specifieke winkel	12%
Specifieke producten	10%
Voldoende parkeerplaatsen	7%
Voordelig parkeren	2%
Aanwezigheid horeca	2%
Bereikbaarheid	5%
Overig	3%

De meeste bezoekers (80%) geven aan niet iets te missen in het winkelgebied Posttil. Als men wel iets mist is dat vooral een plek om even te zitten; niet specifiek een horecagelegenheid maar gewoon wat bankjes.

Mist u iets in dit winkelgebied?	
Nee	80%
Ja, horeca	12%
Ja, voldoende P-plaatsen	1%
Iets anders	7%

Het bezoek aan het winkelgebied Posttil wordt meestal niet gecombineerd met een bezoek aan het centrum of een ander winkelgebied. Dit is voor 81% van de bezoekers het geval. Wanneer er wel sprake is van combinatiebezoek gaat het vooral om het centrum van Winschoten of (in mindere mate) om een bezoek aan de Jumbo.

c. Waardering en besteding

De waardering voor het winkelgebied Posttil is over het algemeen redelijk 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 Posttil 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 (nauwelijks aanwezig, alleen McDonalds) scoort met een 6,0 het laagst. Een echt verblijfsgebied ontbreekt, waardoor het voor horeca lastiger is om bezoekers te trekken.

Waardering winkelgebied	
Aantal winkels	6,8
Kwaliteit van de winkels	7,2
Gevarieerdheid van het aanbod	6,9
Bereikbaarheid per auto	7,6
Parkeermogelijkheden auto	7,6
Gezelligheid/sfeer	6,7

Inrichting en aankleding openbare ruimte	6,6
Aanbod daghoreca	6,0

Van alle bezoekers heeft 71% ook daadwerkelijk iets gekocht. Dit onderstreept het doelgerichte bezoek bij dit type winkelgebieden. Gemiddeld geven de bezoekers bijna € 60,- uit; verdeeld over alle bezoekers betekent dit een bedrag van € 42.- per bezoek.

d. Bezoekwijze en -frequentie

Zoals te verwachten was komt een meerderheid van de bezoekers met de auto naar Posttil. Dit heeft zowel met de ligging als met de aankoop van het type producten te maken. Toch komen door de ligging dichtbij het centrum relatief veel bezoekers op de fiets (20%), lopend of met het OV (elk 5%) naar Posttil. De bezoekers op de fiets komen vrijwel allen uit de directe omgeving.

Vervoerswijze bezoeker	
Auto/motor	69%
Fiets/scooter/bromfiets	20%
Overig	11%

Bezoekers komen zeer regelmatig naar dit winkelgebied in Winschoten. Ruim 40% bezoekt Posttil minimaal wekelijks. De aanwezigheid van een supermarkt zal hier ongetwijfeld ook een rol spelen.

Bezoekfrequentie	
1x per week of vaker	42%
enkele malen per maand	29%
1x per maand	13%
ca. 1x per 3 maanden	11%
Minder vaak	5%

e. Aankoopgebieden en productgroepen

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

Het aanbod op Posttil komt duidelijk naar voren in de antwoorden. Zo worden aankopen in de DHZ-branche meestal op Posttil gedaan. Ook voor de andere groepen met een relatief laag shoppinggehalte (fiets- en auto-onderdelen, bloemen/planten en dierbenodigdheden) blijft men vaak dicht bij huis. Deze producten worden ook vaak op Posttil en omgeving gekocht, of elders in Winschoten. Opvallend is dat ook woninginrichtingsartikelen/bedden vaak op Posttil worden aangeschaft; de aanwezigheid van een beddenzaak speelt hier duidelijk een rol.

Waar koopt u de volgende artikelen?						
	Woning/bedden	Keukens/sanitair	Electro	DHZ	Fietsen/auto-onderdelen	Bloemen/planten /dierben.
Winschoten-Posttil	26%	8%	16%	50%	15%	37%
Rest gemeente Oldambt	17%	15%	22%	19%	35%	36%
Groningen Sontplein	14%	22%	15%	0%	1%	1%
Gron. Peizerweg/Hoendiep	6%	5%	2%	1%	1%	1%
Rest stad Groningen	6%	5%	7%	4%	8%	2%
Hoogezand-Sappemeer	6%	3%	4%	4%	3%	3%
Rest prov. Groningen	7%	14%	10%	6%	14%	6%
Duitsland	9%	17%	8%	9%	11%	8%
Elders	10%	13%	17%	7%	10%	6%

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 het Sontplein – wordt veelvuldig bezocht voor het aankopen van meubels/ bedden, keukens en sanitair en electro. Van de overige kernen wordt Hoogezand het vaakst bezocht, maar duidelijk minder vaak dan Duitsland. Hiervoor hebben we geconstateerd dat 9% van de bezoekers afkomstig was uit Duitsland. Het ligt voor de hand dat zij vaak hun aankopen in Duitsland doen. Maar bij een aantal branches blijkt het percentage, dat aankopen doet in Duitsland aanzienlijk hoger te liggen. Het gaat dan vooral om de aankoop van keukens/sanitair.

Andere kernen in de provincie worden weinig bezocht; deze percentages zijn gering. Het percentage dat 'elders' aankopen doet ligt relatief hoog onder bezoekers aan Posttil. Het internet kan hier als factor een belangrijke rol spelen.

Wanneer we onder de bezoekers uitsluitend naar de inwoners van Winschoten zelf kijken komt hetzelfde beeld naar voren. De gerichtheid op Winschoten zelf is dan alleen nog iets sterker.

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

Aankoop via internet?		
	Ja	Nee
Woninginrichtingsartikelen	47%	53%
DHZ-producten	38%	62%
Elektro-artikelen	56%	44%
Tuinartikelen en dierbenodigdheden	28%	72%

Het blijkt dat voor bepaalde groepen vaak via het internet wordt aangekocht; met name bij elektro-artikelen zien we dit, maar ook bij de woninginrichtingsartikelen. Bij de andere artikelen is het eenvoudig om zelf snel iets te halen (DHZ-producten, tuinartikelen), omdat ze vaak direct nodig zijn. De percentages in Winschoten liggen hoger dan onder bezoekers aan bijvoorbeeld het perifere gebied van Veendam.

Wanneer men ervoor kiest om iets via internet aan te schaffen bestaan daarvoor diverse redenen, maar het uitgebreide assortiment, het gemak en de prijs van de

artikelen zijn de belangrijkste. Opvallend is de hoge score van de factor 'uitgebreider assortiment'. Ook geeft nog eens 10% van de bezoekers aan dat het feit dat de gewenste producten niet in de buurt te koop zijn een reden is voor internetaankopen.

Waarom aankoop via internet	
Goedkoper	18%
Uitgebreider assortiment	23%
Overdag geen tijd	5%
24/7 mogelijkheid	11%
Gemak/comfortabel	21%
Betere service	9%
Producten niet in de buurt te koop	10%
Anders	2%

5. Samenvatting en aanbevelingen

Samenvatting

- Op het Posttil-terrein in Winschoten is bijna 25.000 m² winkelvloeroppervlak aanwezig (excl. leegstand), verdeeld over 22 panden. Hiermee is het – buiten de stad Groningen – het grootste PDV/ GDV-gebied in de provincie. Het aanbod bestaat uit aanbieders uit alle hoofdbranches van de groep In/Om Huis en Detailhandel Overig. Tevens is een McDonalds aanwezig, en een supermarkt en slijterij. Feitelijk is er dus geen sprake meer van een PDV-locatie, maar van een GDV-gebied. Elders in het gebied is een tuincentrum en een grote tweedehandswinkel gevestigd.
- Het Posttil-terrein is een gemengd gebied aan de oostzijde van het centrum. Het overgrote deel van het grootschalige perifere aanbod van Winschoten is hier aanwezig. Het Posttil is planmatig ontwikkeld, en ligt aan een belangrijke toegangsweg van de A-7 naar het centrum. De zichtbaarheid van het gebied is beperkt, doordat er woningen vóór staan. De bereikbaarheid is wel prima. De parkeergelegenheid bevindt zich vooral aan de voorzijde van de winkels.
- De bezoekers van het Posttil-terrein zijn in meerderheid afkomstig uit Winschoten en de gemeente Oldambt; dit geldt voor 65% van de bezoekers. Tevens is nog eens 35% afkomstig van buiten de gemeente. Deze bezoekers komen uit diverse andere gemeenten in het (zuid)oosten van de provincie, maar ook uit Duitsland (9%). Het winkelgebied vervult hiermee voor een groot gebied een verzorgingsfunctie.
- De waardering van de bezoekers voor de verschillende aspecten van Het Posttil is in vergelijking met die voor de andere PDV-gebieden in de provincie heel gemiddeld. Hierop is een tweetal uitzonderingen te noemen, te weten de parkeermogelijkheden voor de auto en de sfeer/gezelligheid in het gebied. Het parkeren scoort met een 7,6 een ruime voldoende, maar wel de laagste score van alle onderzochte winkelgebieden. Het omgekeerde is het geval bij de sfeer in het gebied. Hier heeft het Posttil met een 6,7 de hoogste score. Vooral de bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden zijn zeer belangrijk voor het functioneren van een PDV-gebied; op dit vlak liggen de scores op het Posttil niet erg hoog.
- De bezoekers komen vooral naar Het Posttil voor de supermarkt, op enige afstand gevolgd door de bouwmarkt en de woonzaken. In elk winkelgebied is een supermarkt altijd een belangrijke klantentrekker. Bezoekers komen vooral op Het Posttil omdat het dichtbij huis is. Daarnaast spelen diverse andere factoren ook een rol, zoals de handige combinatie van winkels en de aanwezigheid van specifieke winkels of producten. Veel bezoekers (80%) geven aan niets te missen in het aanbod op Het Posttil.
- De bezoekfrequentie ligt op het Posttil-terrein op een iets hoger dan gemiddeld niveau, maar beduidend lager dan bijvoorbeeld in Leek, waar ook supermarkten op het PDV-gebied aanwezig zijn. Niettemin komt 71% van de bezoekers minstens enkele keren per maand naar het Posttil. Het Posttil wordt doelgericht bezocht; veel bezoekers kopen ook daadwerkelijk iets (71%). De meeste mensen brengen met de auto een bezoek aan het winkelgebied, maar in vergelijking met de andere PDV-gebieden ook veelal op de fiets of lopend.

- Het Posttil-terrein wordt het vaakst bezocht voor de aankoop van DHZ-artikelen, bloemen/planten en dierbenodigdheden; bezoekers blijven voor fietsen/auto-onderdelen ook veel in de eigen gemeente. Opvallend is dat de gerichtheid op de stad Groningen wel degelijk aanwezig is (vooral bij keukens/sanitair), maar veel minder sterk dan bij de andere onderzochte PDV-gebieden. De afstand zal hier zeker een rol spelen. Daarnaast blijkt de nabijheid van koopgebieden in Duitsland ook een rol te spelen; relatief veel aankopen worden over de grens gedaan, in alle branches, maar vooral in de keukenbranche.
- Het percentage aankopen via internet ligt bij bezoekers van het Posttil-terrein hoger dan gemiddeld in de PDV-gebieden in de provincie. Dit verschil is het sterkst bij de woninginrichting (47% in Winschoten t.o.v. 37% gemiddeld). Onder bezoekers van Het Posttil zijn vooral het uitgebreide assortiment, het gemak van internet en de prijs van de artikelen belangrijk bij de keus voor het internet. De prijs van de artikelen speelde in andere PDV-gebieden een grotere rol.
- Het Posttil-terrein voorziet duidelijk in een behoefte van de bezoekers. De combinatie van de verschillende winkels kan de bezoeker waarderen. De waardering voor het winkelgebied is redelijk in vergelijking met de andere gebieden. De relatief mindere score voor de parkeermogelijkheden in combinatie met een niet-optimale bereikbaarheid naar de mening van de bezoekers zijn punten van zorg

Aanbevelingen

- Het verdient aanbeveling om het aanbod aan perifere detailhandel op het bedrijventerrein 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.
- De relatie met het centrumgebied van Winschoten kan verder versterkt worden. De afstand tussen beide gebieden is niet erg groot. Combinatiebezoek ligt op geen enkel PDV/GDV-gebied hoog, maar in Winschoten nog iets lager dan in andere gebieden. Dit terwijl de afstand relatief gering is. Hier liggen zeker nog mogelijkheden.
- Door als ondernemers onderling goed samen te werken kan de relatie tussen de beide winkelgebieden ondersteund worden. Door het werken met packagedeals of gezamenlijke marketing is hier nog winst te behalen. Het totaalpakket Winschoten kan dan beter onder de aandacht gebracht worden.
- Het parkeren vraagt ook om aandacht. De waardering van de consument zou beter kunnen. Het verdient aanbeveling om het aantal parkeerplaatsen en de routing nog eens nader te onderzoeken. Ook de zichtbaarheid en/of vindbaarheid van de winkels op het Posttil kan hierin meegenomen 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 & 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
