

Provincie Groningen
Koopstromen PDV-gebieden 2018



Winsum – Het Aanleg

Provincie Groningen

Koopstromen PDV-gebieden 2018

Winsum – Het Aanleg

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 Winsum	8
4.	Uitkomsten onderzoek	10
5.	Samenvatting en aanbevelingen Winsum	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 Aanleg te Winsum. Dit winkelgebied is relatief gering in omvang met een beperkte verzorgingsfunctie. Hierdoor was het lastig om voldoende respons te krijgen van unieke bezoekers; hierdoor is de betrouwbaarheid in dit winkelgebied 93%. Dit rapport geeft de resultaten van het onderzoek in Winsum 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 het Aanleg 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. Een compact centrum, waar de winkels elkaar kunnen versterken.

3. Gegevens PDV-gebied Winsum

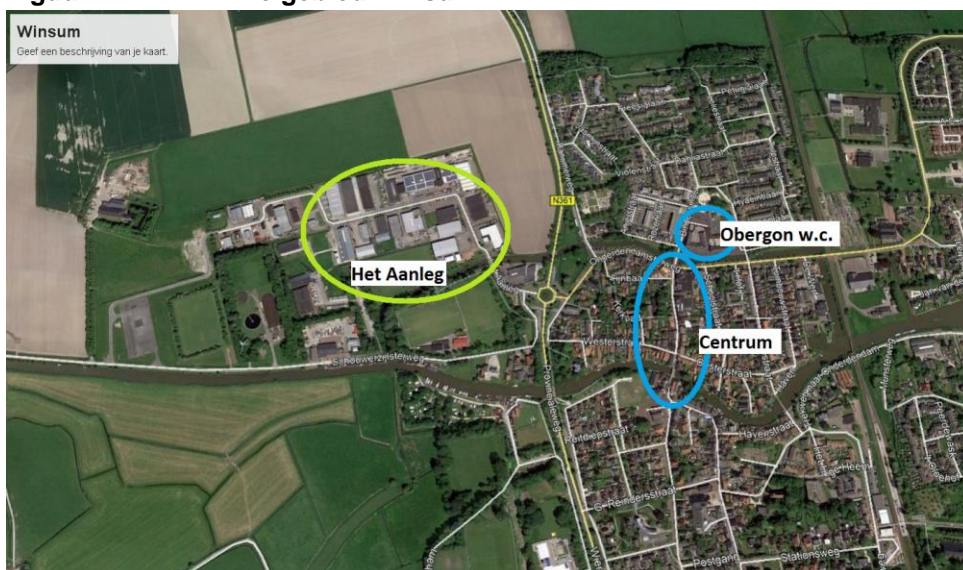
Het PDV-gebied van Winsum bevindt zich op bedrijventerrein Het Aanleg en ligt ten noordwesten van de kern Winsum. De woningen in Winsum zijn allemaal ten oosten van de N361 gelegen, de doorgaande weg vanaf Groningen naar Leens en Uithuizen. Bedrijventerrein Het Aanleg ligt ten westen van deze weg, en ten noorden van het Winsumerdiep.

Het Aanleg is prima ontsloten vanaf een rotonde aan de N361. Het gebied is bovendien prima begrensd. Het gaat in feite om één doodlopende weg, waar alle bedrijven en grootschalige winkels aan gevestigd zijn. De aanbieders in de detailhandel zijn vooral aan het begin van Het Aanleg gevestigd; op basis van de categorisering in het bestemmingsplan is dit ook zo vastgelegd. Een enkele retailer zit verder naar achteren op Het Aanleg (Nieuwold Fietsen).

De aanbieders in dit winkelgebied zijn Praxis, Welkoop, I.d. Wonen, Geertsema slaapcomfort, Rispens Zonwering, Nieuwold Fietsen, Compèl Computers, Auto Center, Sennema Tuindrive-in, Tuintechniek Winsum en Sennema verf & wonen. Het gaat derhalve om een mix van zelfstandige (lokale) ondernemers en enkele ketenbedrijven. De afstand tot het centrumgebied van Winsum bedraagt hemelsbreed slechts zo'n 500 meter. Gezien de geringe afstand tussen beide gebieden en de goede bereikbaarheid is combinatiebezoek goed mogelijk.

Het aanbod op Het Aanleg in de grootschalige detailhandel betreft de groepen In/Om Huis, met aanbod in alle branches van deze groep, te weten Wonen, Plant & Dier, Doe-Het-Zelf (DHZ), Bruin & Witgoed (computers) en Auto & Fiets. Verder kent Het Aanleg ook aanbieders in de groep Detailhandel Overig, die veelal ook op dit type winkelgebieden aanwezig zijn (een tweetal 2^e handswinkels en een houtkachelcentrum), en Vrije Tijd (Van Dijk watersport). Horeca ontbreekt op Het Aanleg.

Figuur 1 Winkelgebied Winsum



Bron: Google Earth, bewerking Broekhuis Rijs Advisering

In totaal gaat het om 15 detailhandelspanden. Het totale winkelvloeroppervlak (wvo) bedraagt ca. 12.700 m². Het totale aanbod in Winsum in de groep In/Om Huis en

Detailhandel Overig is ruim 13.200 m² wvo groot, met 22 vestigingen. Dit betekent dat het overgrote deel van het grootschalige perifere aanbod in Winsum op Het Aanleg aanwezig is. Wat het aantal vestigingen betreft zijn er nog 7 elders in Winsum gevestigd; deze zijn veel kleiner in oppervlakte. Het gaat dan onder meer om Hijlkema (centrum) en Poort Fietsen.

De parkeergelegenheid ligt voor de winkels. Vanaf de rotonde in de N361 kan men eenvoudig naar de winkels en de parkeerplaatsen toerijden. Zowel de zichtbaarheid als de bereikbaarheid van Het Aanleg is uitstekend. De inrichting van de openbare ruimte is netjes en verzorgd.

Het gebied profileert zich naar buiten toe niet als een compleet aankoopgebied voor grootschalige producten. Wel staat op de ANWB-bebording op de rotonde "Bedrijventerrein Het Aanleg" als zodanig aangegeven.

4. Uitkomsten onderzoek

a. Herkomst bezoekers

De bezoekers van Het Aanleg in Winsum zijn voor een belangrijk deel (41%) afkomstig uit Winsum zelf. Verder is 18% afkomstig uit de rest van de gemeente Winsum. Dit betekent dat nog eens 41% van alle bezoekers aan Het Aanleg van buiten de eigen gemeente afkomstig is. Zij komen hoofdzakelijk uit de aangrenzende gemeenten, vooral uit De Marne. Vanuit de rest van de provincie komt 7%; het gaat dan vooral om Slochteren en omgeving. Van buiten de provincie komen nauwelijks bezoekers.

Herkomst bezoekers	
Winsum kern	41%
Rest gemeente Winsum	18%
Gemeente De Marne	14%
Gemeente Bedum	8%
Gemeente Eemsum	10%
Rest provincie Groningen	7%
Overig	1%

b. Bezoekgedrag en -motieven

Bezoekers van Het Aanleg in Winsum komen vooral voor de bouwmarkt en het tuincentrum naar het gebied; dit geldt voor 75% van de bezoekers. Verder wordt vooral een specifieke (andere) winkel genoemd; in bijna alle gevallen betreft dit de kringloopwinkel.

Wat komt u vandaag doen?	
Bezoek aan een bouwmarkt	37%
Bezoek aan een tuincentrum	38%
Bezoek aan een woon-/meubelzaak	6%
Bezoek aan een keukenzaak	2%
Bezoek aan een specifieke winkel	13%
Iets anders	3%

Op de vraag waarom de bezoekers vooral naar Het Aanleg komen om hun aankopen te doen wordt de afstand tot het winkelgebied duidelijk als belangrijkste reden aangevoerd.

Waarom HIER winkelen?	
Dichtbij huis	49%
Prijs	3%
Handige combinatie winkels	8%
Bereikbaarheid	1%
Specifieke winkel	17%
Specifieke producten	6%
Gewoonte	10%
Dichtbij werk	3%
Overig	3%

Daarnaast is vaak aangegeven, dat men uit gewoonte of voor een specifieke winkel hier naartoe komt, zoals de bouwmarkt, het tuincentrum of de kringloopwinkel. Ook de mogelijkheid om in één bezoek diverse winkels te combineren is regelmatig genoemd (8%); het complete aanbod op het Aanleg is aantrekkelijk.

De meeste bezoekers (85%) geven aan niet iets te missen op Het Aanleg. Als men wel iets mist is dat vooral een specifieke winkel. Met name Action wordt veel genoemd.

Mist u iets in dit winkelgebied?	
Nee	85%
Ja, horeca	5%
Ja, een bepaalde winkel	10%
Iets anders	0%

Het bezoek aan het winkelgebied Het Aanleg wordt meestal niet gecombineerd met een bezoek aan het centrum van Winsum of een ander winkelgebied. Dit is voor 74% van de bezoekers het geval. Wanneer er wel sprake is van combinatiebezoek gaat het vooral om het centrum van Winsum of om een supermarkt (AH).

c. Waardering en besteding

De waardering voor het winkelgebied Het Aanleg 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.

Waardering winkelgebied	
Aantal winkels	7,3
Kwaliteit van de winkels	7,6
Gevarieerdheid van het aanbod	7,2
Bereikbaarheid per auto	8,2
Parkeermogelijkheden auto	8,3
Gezelligheid/sfeer	6,4
Inrichting en aankleding openbare ruimte	6,5
Aanbod daghoreca	4,9

De hoogste scores zijn gegeven voor de bereikbaarheid per auto en de parkeermogelijkheden. Voor een gebied als Het Aanleg 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 4,9 het laagst. Het Aanleg is niet echt een verblijfsgebied; de mogelijkheden voor horeca zijn hier zeer beperkt.

Van alle bezoekers heeft 67% ook daadwerkelijk iets gekocht. Dit onderstreept het doelgerichte bezoek bij dit type winkelgebieden. Gemiddeld geven de bezoekers ruim € 51,- uit; verdeeld over alle bezoekers betekent dit een bedrag van circa € 34,- per bezoek.

d. Bezoekwijze en -frequentie

Zoals te verwachten was komt een ruime meerderheid van de bezoekers met de auto naar Het Aanleg. Dit heeft zowel met de ligging als met de aankoop van het type producten te maken. Toch komen door de ligging dichtbij het woongebied relatief veel bezoekers op de fiets (20%). De bezoekers op de fiets komen vrijwel allen uit de directe omgeving.

Vervoerswijze bezoeker	
Auto/motor	77%
Fiets/scooter/bromfiets	20%
Overig	3%

Bezoekers komen redelijk vaak naar dit winkelgebied in Winsum. Maar liefst 37% bezoekt minimaal wekelijks Het Aanleg. Nog eens 31% komt zeker enkele malen per maand.

Bezoekfrequentie	
1x per week of vaker	37%
enkele malen per maand	31%
1x per maand	13%
ca. 1x per 3 maanden	12%
Minder vaak	7%

e. Aankoopgebieden en productgroepen

In het volgende overzicht geven we aan waar de bezoekers van Het Aanleg in Winsum 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.
Winsum (Het Aanleg)	23%	11%	20%	54%	22%	46%
Rest gemeente Winsum	7%	4%	17%	17%	22%	23%
Groningen Sontplein	20%	16%	17%	6%	3%	0%
Gron. Peizerweg/Hoendiep	23%	35%	11%	2%	4%	2%
Rest stad Groningen	16%	19%	17%	9%	12%	8%
Rest provincie Groningen	7%	7%	11%	9%	28%	17%
Elders	4%	9%	7%	2%	9%	4%

De bezoekers van Het Aanleg 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. Dit aanbod is ook goed vertegenwoordigd op het Aanleg. Als het aanbod in een bepaalde branche in de gemeente beperkt is 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 woninginrichting en keukens bezocht. Het Sontplein springt er onder bezoekers van Het Aanleg iets minder sterk uit dan bij bezoekers van andere PDV-gebieden. Wellicht speelt ligging ten opzichte van het Sontplein hier een rol; het Sontplein ligt aan de andere kant van de stad, gezien vanuit het punt waar inwoners vanuit Winsum en omgeving de stad binnenkomen. 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.

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

Aankoop via internet?		
	Ja	Nee
Woninginrichtingsartikelen	37%	63%
DHZ-producten	29%	71%
Elektro-artikelen	49%	51%
Tuinartikelen en dierbenodigdheden	26%	74%

Het blijkt dat de bezoekers van Het Aanleg relatief weinig gebruik maken van het internet voor de aankoop van producten in deze branches. In veel andere PDV-gebieden liggen de percentages hoger. Dit kan zowel te maken hebben met het aanbod op Het Aanleg als met de nabijheid van het grote aanbod in de stad Groningen. 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, tuin- en 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 shoppinggehalte is onder deze producten veel hoger.

Wanneer men ervoor kiest om iets via internet aan te schaffen bestaan daarvoor diverse redenen, maar het gemak, de prijs van de artikelen en het uitgebreide assortiment zijn de belangrijkste. De overige factoren spelen nauwelijks een rol van betekenis.

Waarom aankoop via internet	
Goedkoper	24%
Uitgebreider assortiment	19%
Overdag geen tijd	1%
24/7 mogelijkheid	8%
Gemak/comfortabel	44%
Betere service	0%
Producten niet in de buurt te koop	4%
Anders	0%

5. Samenvatting en aanbevelingen

Samenvatting

- Op Het Aanleg in Winsum is bijna 9.300 m² winkelvloeroppervlak aan Perifere detailhandel aanwezig (excl. leegstand), verdeeld over 12 panden. Hiermee is het in vierkante meters het kleinste van de onderzochte PDV-gebieden in de provincie. Het aanbod bestaat uit aanbieders in alle hoofdbranches van de groep In/Om Huis en er is aanbod in de groep Detailhandel Overig en Vrije Tijd.
- Het Aanleg is een duidelijk begrensd gebied in het noordwesten van Winsum, met een mix van zelfstandige ondernemers en ketenbedrijven. Het ligt direct aan een afslag/rotonde aan de N361. Er is voldoende parkeergelegenheid aanwezig bij de verschillende winkels. De bereikbaarheid van het winkelgebied is prima.
- De bezoekers van Het Aanleg zijn in meerderheid afkomstig uit de eigen kern en de rest van gemeente Winsum; dit geldt voor 59% van de bezoekers. Dit betekent dat ook nog een aanzienlijk deel van andere plaatsen komt; dan gaat het met name om de aangrenzende gemeenten als De Marne, Eemsmond en Bedum.
- De waardering van de bezoekers voor de verschillende aspecten van Het Aanleg is in vergelijking met die voor de andere PDV-gebieden in de provincie hoog. Vooral de kwaliteit van het aanbod scoort relatief goed; ook de bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden scoren met cijfers boven een 8 uitstekend. Deze laatste twee factoren zijn zeer belangrijk voor het functioneren van een PDV-gebied.
- De bezoekers komen vooral naar Het Aanleg voor de bouwmarkt en het tuincentrum. Bezoekers komen vooral op Het Aanleg omdat het dichtbij huis is, maar daarnaast ook voor een specifieke winkel. Ook de kringloopwinkel wordt veelvuldig genoemd. Veel bezoekers geven aan niets te missen in het aanbod op Het Aanleg.
- De bezoekfrequentie ligt op Het Aanleg op een gemiddeld niveau; 37% komt minimaal 1x per week. Het Aanleg wordt bovendien zeer doelgericht bezocht; veel bezoekers kopen ook daadwerkelijk iets (67%). Hoewel de meeste mensen met de auto komen, ligt het percentage bezoekers dat op de fiets/scooter/bromfiets komt met 20% tamelijk hoog.
- Het Aanleg wordt vooral bezocht voor de aankoop van DHZ-artikelen, bloemen/planten en dierbenodigdheden; voor elektro, wonen en keukens is men sterk gericht op de winkelgebieden van de stad Groningen. Vooral fietsen/auto-onderdelen – en in mindere mate bloemen/planten - worden voor een belangrijk deel elders in de provincie gekocht.
- Het percentage aankopen via internet ligt bij bezoekers van Het Aanleg ongeveer op het gemiddelde van alle PDV-gebieden in de provincie. Onder bezoekers van Het Aanleg is vooral het gemak van internet belangrijk bij deze keus.

Aanbevelingen

- Het Aanleg voorziet duidelijk in een behoefte van de bezoekers. De waardering voor het winkelgebied is prima. De randvoorwaarden (zoals goede bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid) zijn voldoende ingevuld. Aanpassing van beleid is dan ook niet direct noodzakelijk.
- Samenwerking tussen de ondernemers is aanwezig, maar kan nog verder versterkt worden. Het totale aanbod kan nog sterker onder de aandacht gebracht worden.
- Door de relatie met (de ondernemers van) het centrumgebied te versterken kan combinatiebezoek verbeterd worden. Het aanbod vult elkaar aan, in een winkelgebied waar vooral doelgericht gewinkeld wordt.
- De uitstraling van het winkelgebied vanaf de doorgaande route lijkt meer op die van een industriegebied dan van een winkelgebied. Het ziet er netjes uit, maar niet uitnodigend.

- 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
