

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT
KERN DEDEMSVAART

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/102

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Hardenberg

Auteurs

Marjolein Meurs
Thijs Lenderink

Bestellingen

Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever.

Het overnemen uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld.



INHOUDSOPGAVE

1.	Kort vooraf	6
1.1	De winkelwereld is veranderd	6
1.2	Doel van het onderzoek	6
2.	Koopstromen	9
2.1	Dagelijkse sector	9
2.2	Niet-dagelijkse sector	10
2.3	Vergelijking oriëntatie op eigen kern	13
2.4	Toevloeiing versus afvloeiing	13
2.5	Conclusie	15
3.	Economisch functioneren	17
3.1	Inleiding	17
3.2	Detailhandelsomzet	17
3.3	Detailhandelsomzet aankooplocaties	18
3.4	Conclusie	19
4.	Inzicht in koopgedrag	21
4.1	Inleiding	21
4.2	Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel	21
4.3	Beoordeling winkelvoorzieningen	22
4.4	Conclusie	23



5.	Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden.....	25
5.1	Inleiding	25
5.2	Koopzondag	25
5.3	Koopavond	25
5.4	Markt	26
5.5	Online winkelen	26
5.6	Benchmarking	27
5.7	Conclusie	28
Bijlage 1.	Onderzoeksaanpak.....	30
Bijlage 2.	Begrippenkader	32
Bijlage 3.	Binding en toevloeiing per branche.....	34
Bijlage 4.	Binding en afvloeiing per branche.....	38



1

HOOFDSTUK

Kort vooraf



1. Kort vooraf

1.1 De winkelwereld is veranderd

Wat gaat de tijd snel. Vijf jaar geleden voelden we niet alleen de pijn van de verloren WK-finale. Ook de economische crisis was voelbaar in de portemonnee.

Kijken we naar de detailhandel dan was 2010 het jaar waarin:

- ... er voor het eerst sinds jaren sprake is van een koopkrachtdaling. Dat wil zeggen dat consumenten minder te besteden hebben, ook in de detailhandel.
- ... de online consumentenbestedingen ongeveer € 8 miljard bedragen; 4 jaar later is dat € 14 miljard.
- ... de ontwikkeling van winkelleegstand versnelt: tot 2010 bevindt het leegstandpercentage zich onder de 6%. Daarna neemt het groeitempo toe en is in 2015 de leegstaand opgelopen tot 7,5%.
- ... de toerismebepaling voor koopzondagen van kracht wordt: gemeenten mogen meer dan 12 koopzondagen aanwijzen, mits kan worden aangetoond dat er substantieel toerisme is in de gemeente. Inmiddels hebben gemeenten de vrijheid zelf beleid te bepalen ten aanzien van zondagsopenstelling van winkels.
- ... de vooruitblikken voor de detailhandel veelal somber zijn, waarbij geanticipeerd dient te worden op de effecten van crisis, krimp & computer (internetwinkelen). Dit perspectief heeft zich doorontwikkeld naar een meer positief en tegelijkertijd ook reëel besef van wat de kansen voor de toekomst zijn.

In de afgelopen 5 jaar is er dus weer veel veranderd in het winkellandschap. Een goed moment om opnieuw het koopgedrag van de consument in Oost-Nederland in beeld te brengen.

1.2 Doel van het onderzoek

Het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015 beantwoordt de onderstaande onderzoeksvragen:

- Waar doen inwoners de dagelijkse en niet-dagelijkse inkopen en in welke mate komen bezoekers van buiten hier inkopen doen?
- Wat betekent dit voor het economisch functioneren van de detailhandel?
- Wat zijn de kenmerken van het consumentengedrag (frequentie, motief, vervoermiddel en waardering)?
- In welke mate zijn inwoners georiënteerd op koopzondag, koopavond, warenmarkt en internet?

Wat is koopstromenonderzoek?

Koopstromenonderzoek brengt het koopgedrag van consumenten in kaart en laat veranderingen in dit gedrag in tijd en plaats zien. Gegevens over koopgedrag en -beleving bieden zicht op het functioneren van detailhandel en vormen 'bouw materiaal': met gegevens over koopstromen kan *gericht* gewerkt worden aan een toekomstbestendig winkelaanbod voor inwoners en bezoekers.

Hoe is het onderzoek uitgevoerd?

De dataverzameling heeft in de periode april tot en met mei 2015 plaatsgevonden. In totaal zijn 31.350 consumenten in Overijssel en delen van Drenthe, Flevoland en Gelderland geïnterviewd, waarbij consumenten gevraagd is naar de plaats waar zij artikelgroepen kopen. Aanvullend zijn vragen gesteld over winkelgedrag (bijvoorbeeld bezoekfrequentie en waardering meest bezochte aankoopplaatsen, marktbezoek en webwinkelen). De opzet van het onderzoek is vergelijkbaar met het in 2010 uitgevoerde koopstromenonderzoek. De enquêtes zijn zowel telefonisch als via internet afgenomen (zie ook bijlage 1 – onderzoeksaanpak). In de gemeente Hardenberg zijn 883 huishoudens geïnterviewd, waarvan 149 in Dedemsvaart.



**VOORDAT U BEGINT TE LEZEN,
EEN KORTE TOELICHTING:**

Om inzicht te krijgen in het koopgedrag van consumenten en het economisch functioneren van winkelvoorzieningen in Dedemsvaart is bij het beschrijven van de koopstromen onderscheid te maken tussen detailhandelsomzet en bestedingspotentieel. Onderstaand wordt kort uitgelegd hoe beide zijn opgebouwd en wat de cijfers zeggen.

Detailhandelsomzet (waar komt omzet vandaan?)

Met de totale omzet wordt in beeld gebracht in welke mate klanten – inwoners en bezoekers uit andere plaatsen – bestedingen doen bij de winkelvoorzieningen in de kern.

De detailhandelsomzet (draagvlak) is berekend door het aantal klanten te vermenigvuldigen met gemiddelde landelijke besteding per hoofd van de bevolking (incl. BTW), gecorrigeerd naar inkomenssituatie in het betreffende gebied. Bij de beoordeling van de omvang en de ontwikkeling van de detailhandelsomzet dient er rekening mee te worden gehouden dat in de afgelopen jaren de bestedingen in de dagelijkse sector zijn toegenomen (+4 procent), terwijl deze in de niet-dagelijkse sector – mede als gevolg van de economische crisis – zijn afgenomen (-11 procent).

De detailhandelsomzet is opgebouwd uit bestedingen gedaan door klanten uit Dedemsvaart zelf (**binding**) en door klanten uit andere plaatsen (**toevloeiing**). De omzet bestaat uit een aandeel omzet uit binding en een aandeel omzet uit toevloeiing.

Kortom: bij detailhandelsomzet is het perspectief de winkelvoorzieningen in de kern (de oriëntatie op de aanbodkant).

Bestedingspotentieel (waar gaan bestedingen naar toe?)

Vervolgens wordt – vanuit het perspectief van inwoners van Dedemsvaart – ook gekeken naar waar deze inwoners hun detailhandelsuitgaven doen. Bij het bestedingspotentieel gaat het om het totaal aan detailhandelsbestedingen die door inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Dit is berekend door het inwonertal te vermenigvuldigen met de gemiddelde landelijke besteding per hoofd van de bevolking (incl. BTW), gecorrigeerd naar inkomenssituatie in het betreffende gebied. Ook hierbij is het van belang te realiseren dat de bestedingen per hoofd van de bevolking in de afgelopen jaren zijn veranderd, wat invloed heeft op het totale bestedingspotentieel (hoger in de dagelijkse sector en lager in de niet-dagelijkse sector).

Waar het bij de detailhandelsomzet gaat om bestedingen bij winkelvoorzieningen in Dedemsvaart, gaat het bij het bestedingspotentieel om alle detailhandelsbestedingen van inwoners die gedaan worden in winkels (in of buiten Dedemsvaart) maar bijvoorbeeld ook op de markt, of via internet.

Het bestedingspotentieel is opgebouwd uit bestedingen door inwoners van Dedemsvaart gedaan in Dedemsvaart zelf (**binding**) en gedaan in andere plaatsen of via andere 'niet-ruimtelijke' aankoopkanalen (met name internet) (**afvloeiing**). Het bindingspercentage wordt uitgedrukt als percentage van het bestedingspotentieel.

Kortom: bij bestedingspotentieel is het perspectief de inwoner van de kern (de oriëntatie vanuit de vraagkant).



2

HOOFDSTUK

Koopstromen



2. Koopstromen

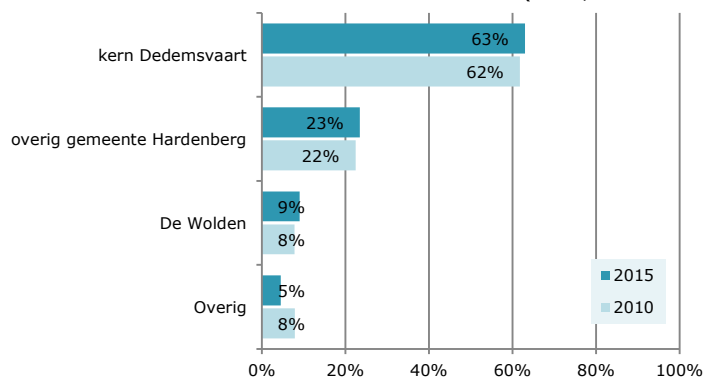
2.1 Dagelijkse sector

Koopkrachttoevloeiing iets afgenomen

Van alle omzet die in Dedemsvaart wordt gerealiseerd in de dagelijkse sector, is 63 procent afkomstig van inwoners van Dedemsvaart zelf. Daarnaast trekt Dedemsvaart ook (enige) omzet aan uit het overige deel van de gemeente Hardenberg en uit de gemeente De Wolden. Ten opzichte van 2010 is de omzet in de dagelijkse sector licht gestegen. In verhouding is er iets minder omzet afkomstig van buiten de gemeentegrenzen.

Figuur 2.1

Waar komt de omzet in Dedemsvaart vandaan? (in %; 2010 en 2015).



Tabel 2.1

Binding & toevloeiing (bestedingen x € miljoen en in %; 2010 en 2015).

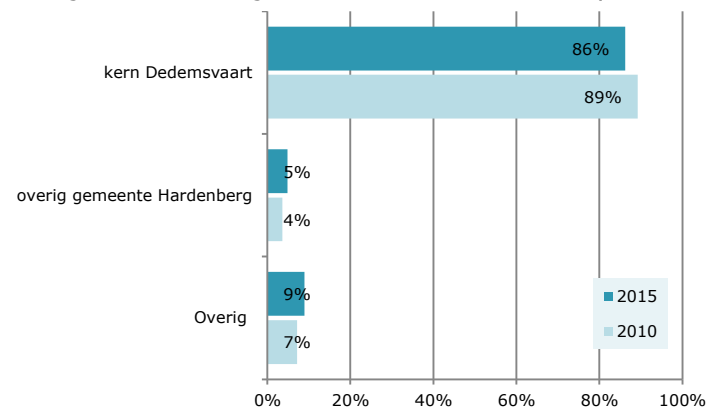
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Omzet uit eigen kern (binding)	27,2	28,0	62%	63%
Toevloeiing ov. gemeente Hardenberg	9,9	10,4	22%	23%
Toevloeiing ov. Nederland	6,5	6,0	15%	14%
Toevloeiing Duitsland	0,5	0,0	1%	0%
TOTAAL OMZET	44,0	44,4	100%	100%

Koopkrachtafvloeiing toegenomen

De mate waarin inwoners voor hun dagelijkse boodschappen bestedingen doen buiten de eigen woonplaats is net als in 2010 beperkt. De meeste bestedingen worden binnen de eigen plaats, of anders buiten de gemeente Hardenberg gedaan. Ten opzichte van 2010 zijn de totale bestedingen in de dagelijkse sector die afvloeien naar andere aankoopplaatsen en -kanalen (met name internet) toe genomen. Vooral in overig gemeente Hardenberg worden meer dagelijkse boodschappen gedaan dan in 2010.

Figuur 2.2

Waar gaan de bestedingen uit Dedemsvaart naar toe? (in %; 2010 en 2015).



Tabel 2.2

Binding & afvloeiing (bestedingen x € miljoen en in %; 2010 en 2015).

	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	27,2	28,0	89%	86%
Afvloeiing ov. gemeente Hardenberg	1,1	1,6	4%	5%
Afvloeiing ov. Nederland	2,0	2,1	6%	6%
Afvloeiing Duitsland	0,1	0,2	0%	1%
Afvloeiing internet e.d.	0,2	0,6	1%	2%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	30,5	32,4	100%	100%

2.2 Niet-dagelijkse sector

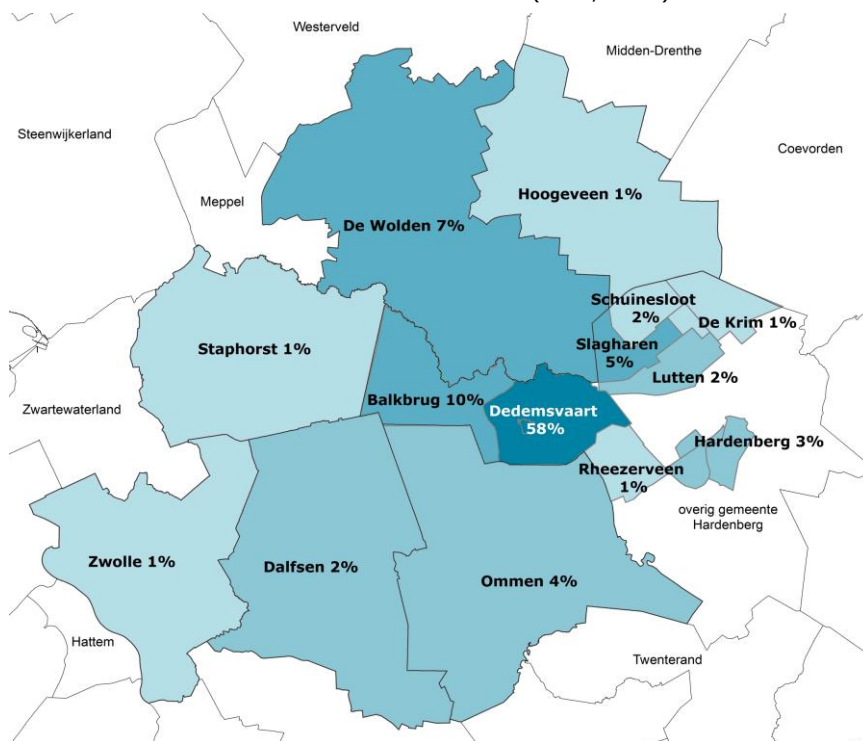
Veel toevloeiing uit overig Hardenberg

Van de omzet in de niet-dagelijkse sector in Dedemsvaart is 58 procent afkomstig uit Dedemsvaart zelf. Daarnaast is 26 procent afkomstig uit het overige deel van de gemeente Hardenberg (o.a. Balkbrug is goed voor 10 procent van de omzet in Dedemsvaart).

Net als bij de dagelijkse sector zijn ook in de niet-dagelijkse sector bestedingen afkomstig van buiten de gemeente Hardenberg. Vooral vanuit De Wolden en Ommen komt relatief veel omzet.

Figuur 2.3

Waar komt de omzet in Dedemsvaart vandaan? (in %; 2015).

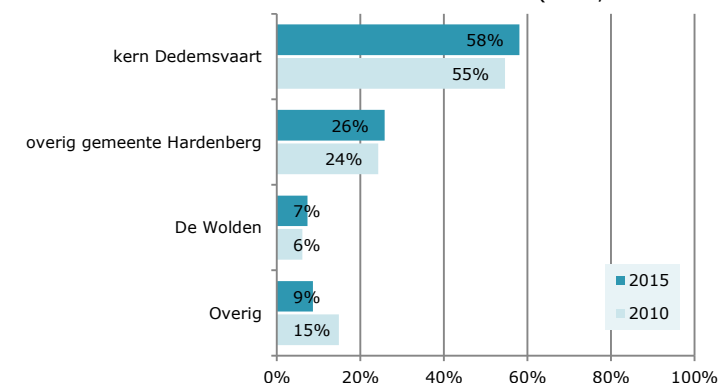


Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in Dedemsvaart (gerealiseerd door zowel inwoners als bezoekers) afgenomen. Als we kijken naar waar de kooporiëntatie op Dedemsvaart is veranderd, dan zien we vooral minder toevloeiing vanuit Ommen en Dalfsen.

Figuur 2.4

Waar komt de omzet in Dedemsvaart vandaan? (in %; 2010 en 2015).



Tabel 2.3

Binding & toevloeiing (bestedingen x € miljoen en in %; 2010 en 2015).

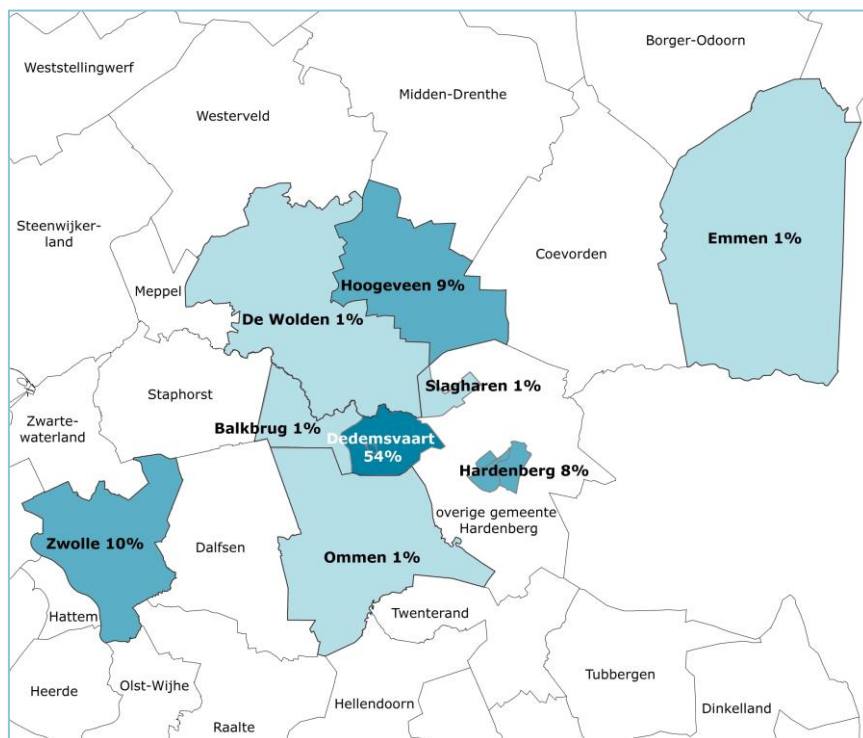
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	17,8	15,6	55%	58%
Toevloeiing ov. gemeente Hardenberg	7,9	6,9	24%	26%
Toevloeiing ov. Nederland	6,6	4,3	20%	16%
Toevloeiing Duitsland	0,3	0,0	1%	0%
TOTALE OMZET	32,6	26,8	100%	100%

Inwoners Dedemsvaart ook georiënteerd op Zwolle en Hoogeveen

Net als in de dagelijkse sector zijn inwoners van Dedemsvaart voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector in sterke mate georiënteerd op de eigen woonplaats (54 procent blijft in Dedemsvaart). Buiten de gemeente Hardenberg is er vooral afvloeiing naar Zwolle en Hoogeveen.

Figuur 2.5

Waar gaan de bestedingen uit Dedemsvaart naar toe? (in %; 2015).



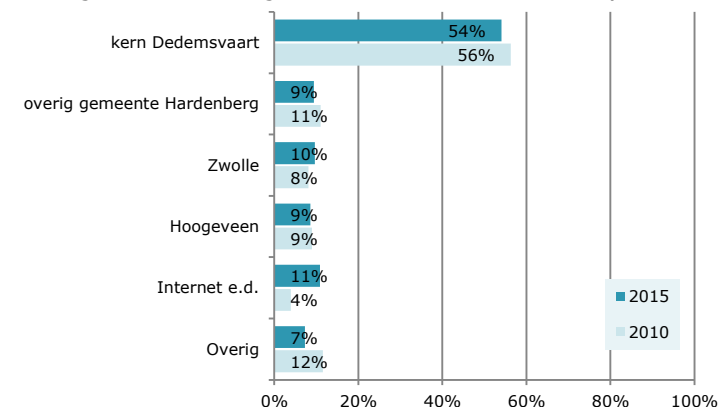
De afvloeiing naar internet is in de niet-dagelijkse sector met ruim 11 procent aanzienlijk groter dan in de dagelijkse sector.

Ontwikkeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector

Inwoners van Dedemsvaart doen in 2015 in de niet-dagelijkse sector ongeveer evenveel bestedingen buiten de eigen woonplaats als in 2010. De afvloeiing naar overig gemeente Hardenberg en overig Nederland is afgenomen. De mate waarin consumenten bestedingen doen via internet is in de afgelopen vijf jaar in Dedemsvaart sterk toegenomen. De koopkrachtafvlouing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector nu € 3,1 miljoen, tegen € 1,2 miljoen in 2010.

Figuur 2.6

Waar gaan de bestedingen uit Dedemsvaart naar toe? (in %; 2010 en 2015).



Tabel 2.4

Binding & afvloeiing (bestedingen x € miljoen en in %; 2010 en 2015).

	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	17,8	15,6	56%	54%
Afvloeiing ov. gemeente Hardenberg	3,5	2,7	11%	9%
Afvloeiing ov. Nederland	9,1	7,3	29%	25%
Afvloeiing Duitsland	0,0	0,1	0%	0%
Afvloeiing internet e.d.	1,2	3,1	4%	11%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	31,7	28,8	100%	100%

Inzoom op niet-dagelijkse branches

De niet-dagelijkse sector is, vergelijkbaar met 2010, samengesteld op basis van 7 artikelgroepen. Onderstaand is de omzet in de niet-dagelijkse sector nader gespecificeerd naar artikelgroep.

Binnen de niet-dagelijkse sector heeft de artikelgroep huishoudelijke artikelen de hoogste binding met 71 procent. Vergeleken met 2010 zijn de bindingspercentages voor de meeste artikelgroepen afgenomen.

Tabel 2.5

Binding & toevloeiing niet-dagelijkse sector (2010 en 2015).

x € miljoen	BINDING		TOEVLOEIING		TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	3,5	3,6	4,0	3,1	7,5	6,7
Schoenen	1,2	0,9	1,4	0,9	2,6	1,8
Huishoudelijke artikelen	1,9	1,6	1,4	1,2	3,2	2,8
Elektronica	3,7	3,1	3,5	3,3	7,2	6,5
Woninginrichting	2,5	1,8	2,8	1,1	5,3	2,9
Doe-het-zelf	2,4	1,9	0,7	0,7	3,0	2,6
Bloemen en planten	2,6	2,5	1,1	0,9	3,8	3,4
TOTAAL	17,8	15,6	14,8	11,2	32,6	26,8

KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN DEDEMSVAART WEERGEGEVEN, UITGESPLITST NAAR BINDING EN TOEVLOEIING ('WAAR KOMT DE OMZET VANDAAN?').
- IN **TABEL 2.6** IS BINDING EN AFVLOEIING IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR VOOR DEDEMSVAART WEERGEGEVEN ('WAAR GAAN BESTEDINGEN NAAR TOE?').
- IN **TABEL 2.7** IS HET BINDINGSPERCENTAGE UITGEDRUKT ALS PERCENTAGE VAN HET BESTEDINGSPOTENTIEEL. HET AANDEEL TOEVLOEIING ALS PERCENTAGE VAN DE TOTALE OMZET. HIERDOOR TELT HET GEHEEL NIET OP TOT 100%.

Artikelgroepen met veel bestedingen van bezoekers van buiten de eigen woonplaats zijn elektronica en schoenen. Vergeleken met 5 jaar geleden is er minder koopkracht afkomstig van buiten.

Voor bestedingen in de artikelgroepen woninginrichting en kleding zijn inwoners ook relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen (o.a. Zwolle en Hoogeveen), alsmede op internet.

Tabel 2.6

Binding & afvloeiing niet-dagelijkse sector (2010 en 2015).

x € miljoen	BINDING		AFVLOEIING		TOTAAL BESTEDINGS-POTENTIEEL	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	3,5	3,6	5,3	4,9	8,9	8,5
Schoenen	1,2	0,9	0,7	1,0	1,9	1,9
Huishoudelijke artikelen	1,9	1,6	0,7	0,7	2,5	2,3
Elektronica	3,7	3,1	1,3	2,0	5,1	5,1
Woninginrichting	2,5	1,8	3,8	2,8	6,3	4,6
Doe-het-zelf	2,4	1,9	1,1	0,8	3,5	2,8
Bloemen en planten	2,6	2,5	0,8	1,1	3,5	3,6
TOTAAL	17,8	15,6	13,8	13,2	31,7	28,8

Tabel 2.7

Bindingspercentage en aandeel toevloeiing niet-dagelijkse sector (2010 en 2015).

In %	BINDINGSPERCENTAGE		AANDEEL TOEVLOEIING IN TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015
Kleding	39%	43%	53%	46%
Schoenen	62%	48%	54%	50%
Huishoudelijke artikelen	74%	71%	42%	42%
Elektronica	74%	62%	49%	51%
Woninginrichting	40%	39%	53%	38%
Doe-het-zelf	68%	70%	22%	27%
Bloemen en planten	76%	70%	29%	25%
TOTAAL	56%	54%	45%	42%



2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

De mate waarin Dedemsvaart in staat is de bestedingen van inwoners te binden aan de eigen plaats kan worden vergeleken met het gemiddelde bindingspercentage in kernen van vergelijkbare omvang.

Ten opzichte van plaatsen met 10.000 tot 20.000 inwoners heeft Dedemsvaart in de dagelijkse sector in 2015 een vergelijkbare koopkrachtbinding.

De niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met gemiddeld in plaatsen met 10.000 tot 20.000 inwoners een relatief hoge koopkrachtbinding. Binnen deze sector hebben vooral de artikelgroepen huishoudelijke artikelen, kleding en elektronica in Dedemsvaart verhoudingsgewijs een sterkere lokale verzorgingsfunctie.

Tabel 2.8

Bindingspercentage Dedemsvaart vergeleken (2015).

	DEDEMSVAART	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	86%	88%
Niet-dagelijkse sector	54%	47%
- Kleding	43%	35%
- Schoenen	48%	41%
- Huishoudelijke artikelen	71%	63%
- Elektronica	62%	43%
- Woninginrichting	39%	33%
- Doe-het-zelf	70%	72%
- Bloemen en planten	70%	72%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

Dedemsvaart heeft te maken met toe- en afvloeiing. Maar hoe verhouden toe- en afvloeiing zich tot elkaar en hoe zijn beide opgebouwd? Is er een positief of negatief koopstromensaldo?

Afvloeiing groter dan toevloeiing

Met uitzondering van de dagelijkse sector hebben alle niet-dagelijkse artikelgroepen meer koopkrachtafvloeiing dan toevloeiing. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats is dus kleiner dan het koopkrachtverlies.

De afvloeiing naar andere (fysieke) aankoopplaatsen is voor alle artikelgroepen behalve elektronica en huishoudelijke artikelen groter dan de afvloeiing naar internet.

Tabel 2.9

Toe- en afvloeiing per artikelgroep, Dedemsvaart (milj. €; 2015).

<u>x € miljoen</u>	TOEVLOEIING		↔	AFVLOEIING		
	ov. gemeente	elders		ov. gemeente	elders	internet
Kleding	1,8	1,3	↔	0,7	3,0	1,2
Schoenen	0,4	0,5	↔	0,1	0,7	0,2
Huishoudelijke artikelen	0,8	0,4	↔	0,1	0,4	0,2
Elektronica	2,4	0,9	↔	0,1	0,8	1,1
Woninginrichting	0,6	0,5	↔	0,8	1,7	0,3
Doe-het-zelf	0,4	0,3	↔	0,5	0,3	0,1
Bloemen en planten	0,4	0,4	↔	0,4	0,6	0,0
TOTAAL	6,9	4,3	↔	2,7	7,4	3,1

Nota bene: Tot de categorie 'elders' behoort de toe/afvloeiing vanuit/naar overig Nederland en (voor zover van toepassing) Duitsland.

Afvoeiing naar internet goed zichtbaar

In de vorige paragrafen hebben we gezien wat de invloed is van internet op de koopstromen. De totale afvoeiing naar internet bedraagt in Dedemsvaart in 2015 zo'n € 3,7 miljoen.

De mate waarin gebruik wordt gemaakt van internet als aankoopkanaal varieert niet alleen naar branche. Ook naar kern is onderscheid zichtbaar (wat mede kan samenhangen met bijvoorbeeld leeftijdsopbouw en stedelijkheidsgraad).

Wanneer de online kooporiëntatie in Dedemsvaart vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Dedemsvaart gemiddeld even vaak artikelen via internet. Vooral bij elektronica wordt relatief vaak voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 21 procent van de bestedingen in een webwinkel gedaan.

BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)	DEDEMSVAART	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	2%	1%
Niet-dagelijkse sector	11%	10%
- Kleding	14%	12%
- Schoenen	12%	10%
- Huishoudelijke artikelen	7%	7%
- Elektronica	21%	18%
- Woninginrichting	7%	8%
- Doe-het-zelf	3%	3%
- Bloemen en planten	1%	1%

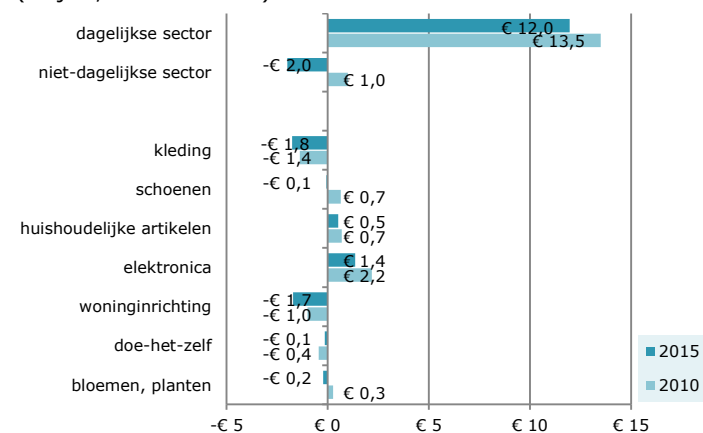
Ontwikkeling koopstromensaldo

Op basis van tabel 2.9 is te concluderen dat in 2015 de niet-dagelijkse sector in Dedemsvaart te maken heeft met meer koopkrachtafvoeiing dan koopkrachttoevoeiing. In tabel 2.2 en 2.3 zagen we dat in de dagelijkse sector de toevoeiing juist groter is dan de koopkrachtafvoeiing. Hoe was dat in 2010 en zijn de verhoudingen gewijzigd? Komt er per saldo meer in of gaat er meer uit?

Net als in 2010 komen er in de dagelijkse sector in 2015 meer consumentenbestedingen binnen dan dat er naar 'buiten' gaan. In de niet-dagelijkse sector is het positieve saldo veranderd in een negatief saldo. De artikelgroepen elektronica, huishoudelijke artikelen en schoenen hebben ten opzichte van 2010 in 2015 een vergelijkbaar positief koopstromensaldo. In de woninginrichting en kleding is het saldo negatief, en is het verlies iets groter dan in 2010.

Figuur 2.7

Saldo toevoeiing minus afvoeiing per sector en artikelgroep, Dedemsvaart (milj. €; 2010 en 2015).



2.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- In de dagelijkse sector blijft het gros van de detailhandelsbestedingen binnen de eigen kern (86 procent). Ten opzichte van 2010 is de oriëntatie op de eigen plaats wat afgenomen.
- In de niet-dagelijkse sector is de binding minder groot, ook ten opzichte van 2010, met name doordat meer bestedingen afvloeien naar internet.
- Dedemsvaart trekt voor dagelijkse artikelen (enige) omzet aan uit de gemeente De Wolden. Ook zijn consumenten uit deze gemeente, evenals consumenten uit Ommen, relatief sterk georiënteerd op Dedemsvaart voor niet-dagelijkse artikelen.
- Binnen de niet-dagelijkse sector heeft de artikelgroep huishoudelijke artikelen de hoogste binding. Vergeleken met 2010 zijn de bindingspercentages voor de meeste artikelgroepen afgenomen. Voor bestedingen in de artikelgroepen woninginrichting en kleding zijn inwoners van Dedemsvaart relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen
- Het bestedingsaandeel van internet als aankoopkanaal is in alle branches gestegen. Als we kijken naar de artikelen die inwoners online kopen, dan zijn dit voornamelijk elektronica-artikelen
- In de dagelijkse sector is het afvloeiingspercentage naar internet verdubbeld van 1 naar 2 procent, maar het aandeel van internet dit is nog steeds beperkt.



3

HOOFDSTUK

Economisch functioneren



3. Economisch functioneren

3.1 Inleiding

Een belangrijk element om te komen tot detailhandelsbeleid is inzicht verkrijgen in het economisch functioneren van de detailhandel. In hoofdstuk 2 is een (ruimtelijk) beeld geschetst van de kooporiëntatie op en vanuit Dedemsvaart. In dit hoofdstuk zoomen we verder in op de detailhandelsomzet totaal en per (onderscheiden) aankooplocatie.

Nota bene: het betreft hier de totale consumentenbestedingen, afkomstig van bestedingen van bewoners en bezoekers. In het rapport wordt ook wel gesproken over de gerealiseerde detailhandelsomzet. Belangrijk hierbij is dat het dan gaat om de totale som van consumentenbestedingen, inclusief BTW en exclusief bestedingen van bedrijven en instellingen in de detailhandel.

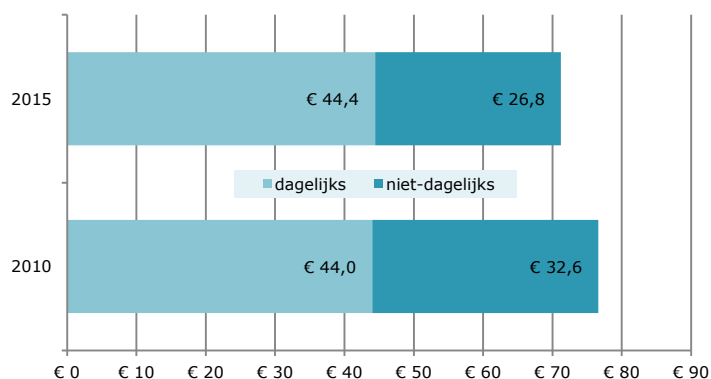
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Dedemsvaart afgenomen

De totale detailhandelsomzet in Dedemsvaart is in de afgelopen vijf jaar met 7 procent afgenomen naar 71,2 miljoen euro. Vooral de niet-dagelijkse sector draagt bij aan deze afname. De bestedingen aan dagelijkse artikelen zijn nagenoeg gelijk gebleven.

Figuur 3.1

Detailhandelsomzet in Dedemsvaart voor dagelijkse en niet-dagelijkse sector (milj. €; 2010 en 2015).

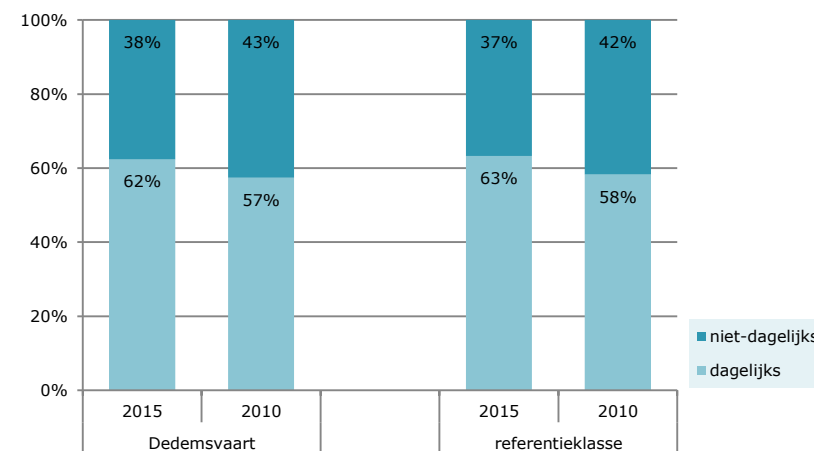


Omzetaandelen zijn ongeveer stabiel

De dagelijkse sector (62 procent) neemt een groter deel van de detailhandelsomzet in Dedemsvaart voor haar rekening dan de niet-dagelijkse sector. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is in de periode 2010-2015 gegroeid van 57 procent naar 62 procent. Deze ontwikkeling is vergelijkbaar met het gemiddelde beeld in referentiekernen. Het belang van de niet-dagelijkse sector in Dedemsvaart is wat kleiner geworden (-5 procent).

Figuur 3.2

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, Dedemsvaart (2010 en 2015).



Gemiddelde omzet per inwoner

De detailhandelsomzet en daarmee ook de verzorgingsfunctie hangt naast het aanwezige winkelaanbod grotendeels samen met de omvang van een kern. De gemiddelde omzet per inwoner in Dedemsvaart geeft een indicatie van de relatieve trekkracht van de detailhandel, zeker wanneer deze wordt afgezet tegen het gemiddelde in plaatsen van vergelijkbare omvang.



In Dedemsvaart is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector gedaald. Maar vergeleken met plaatsen van vergelijkbare omvang is dit omzetcijfer wat hoger. Doordat de gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector ook relatief hoog is, ligt de totale omzet per inwoner boven het vergelijkingscijfer.

Tabel 3.1

Gemiddelde detailhandelsomzet per inwoner (€; 2010 en 2015).

	DEDEMSVAART		REFERENTIEKLASSE	
	2010	2015	2010	2015
Dagelijkse sector	3.630	3.590	3.260	3.500
Niet-dagelijkse sector	2.690	2.170	2.340	2.030
- Kleding	620	550	550	500
- Schoenen	210	150	150	120
- Huishoudelijke artikelen	270	230	240	210
- Elektronica	600	520	360	310
- Woninginrichting	440	240	360	270
- Doe-het-zelf	250	210	350	270
- Bloemen en planten	310	270	330	350
TOTALE OMZET PER INWONER	6.320	5.760	5.600	5.530

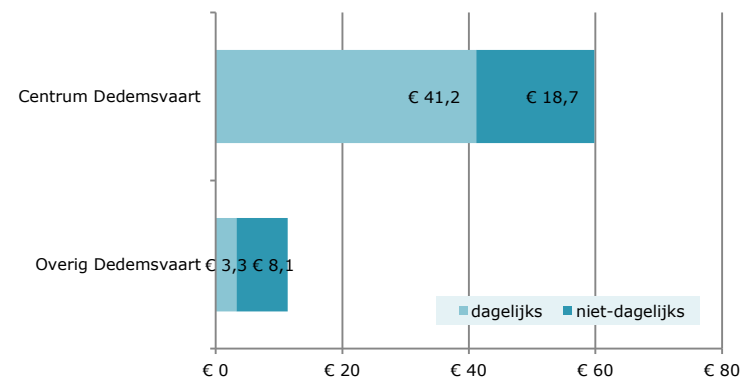
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Grootste deel omzet landt in het centrum van Dedemsvaart

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Dedemsvaart dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door het centrum. De dagelijkse sector heeft hierin de grootste bijdrage. Bij de andere aankooplocaties in Dedemsvaart (o.a. Formido) ligt het accent sterker op de niet-dagelijkse sector.

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Dedemsvaart (miljoen €; 2015).



In tabel 3.2 zijn de marktaandeelen van de aankooplocaties voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector voor zowel 2010 als 2015 weergegeven. Hieruit blijkt dat de dominantie van het centrum in Dedemsvaart is afgenomen. De overige aankooplocaties hebben meer marktaandeel verworven.

Tabel 3.2

Marktaandeelen aankooplocaties, Dedemsvaart (in %; 2010 en 2015).

	DAGELIJKE SECTOR		NIET-DAGELIJKE SECTOR	
	2010	2015	2010	2015
Centrum Dedemsvaart	98%	93%	82%	70%
Overig Dedemsvaart	2%	7%	18%	30%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Minder detailhandelsomzet in de niet-dagelijkse sector en ongeveer evenveel omzet in de dagelijkse sector in Dedemsvaart. De omzetverdeling dagelijks / niet-dagelijks is vergelijkbaar met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang
- Uit de benchmarking blijkt dat de gemiddelde omzet per inwoner in Dedemsvaart hoger is dan de totale omzet per inwoner bij plaatsen van vergelijkbare omvang.
- In alle artikelgroepen, met uitzondering van woninginrichting, doe-het-zelf en bloemen & planten is de berekende omzet per inwoner groter dan gemiddeld in plaatsen met 10.000 - 20.000 inwoners.
- De meeste detailhandelsomzet wordt gegenereerd door het centrum. Met name de dagelijkse sector heeft hierin een grote bijdrage. Wel is het centrum in de afgelopen vijf jaar minder belangrijk geworden als aankoopplaats, voor zowel dagelijkse als niet-dagelijkse artikelen.



4

HOOFDSTUK

Inzicht in koopgedrag

4. Inzicht in koopgedrag

4.1 Inleiding

Voorgaande hoofdstukken hebben laten zien dat het economisch functioneren van de detailhandel aan verandering onderhevig is. Dit heeft onder meer te maken met ontwikkelingen in het winkelaanbod en ook met het ruimtelijke winkelgedrag van de consument. Hoe veranderen de onderliggende beweegredenen van de consument?

In dit hoofdstuk besteden we vooral aandacht aan het koopgedrag van de consument die in Dedemsvaart boodschappen doet en/of er winkelt. Wat zijn de bezoekmotieven, hoe vaak worden winkelvoorzieningen bezocht en hoe worden ze beoordeeld? In de meeste gevallen vergelijken we de uitkomsten met het in 2010 geschetste beeld. Daarnaast wordt Dedemsvaart op een aantal aspecten ook afgezet tegen het gemiddelde beeld van/in vergelijkbare plaatsen.

4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel *Weinig veranderingen in de bezoekfrequentie*

Zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor het winkelen is de bezoekfrequentie op hoofdlijnen weinig veranderd vergeleken met 2010. De groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in kern Dedemsvaart, is net als in 2010 voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker.

Bij het recreatieve winkelen zijn de verschuivingen iets groter. De groep die (zeer) weinig winkelt is een paar procent groter geworden, terwijl de categorie die ongeveer eens per week winkelt in Dedemsvaart kleiner geworden is. De groei van het online winkelen vertaalt zich langzamerhand in een verschuiving van de bezoekfrequentie aan Dedemsvaart.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Dedemsvaart voor dagelijkse boodschappen en winkelen.

	DAGELIJKSE BOODSCHAPPEN		WINKELN	
	2010	2015	2010	2015
Meer dan 1 x per week	54%	56%	31%	33%
1 x per week	41%	39%	34%	20%
1-3 x per maand	5%	5%	26%	33%
Minder dan 1 x per maand	0%	0%	9%	15%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

Bezoekmotief

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen of te winkelen in Dedemsvaart? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door nabijheid/afstand, parkeergelegenheid en bereikbaarheid. Ten opzichte van 2010 zijn met name parkeren en bereikbaarheid vaker genoemd als bezoekmotief.

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekmotieven:



De nabijheid, parkeergelegenheid en de aanwezigheid van bepaalde winkels spelen in veel gevallen een rol in de keuze voor winkelen in Dedemsvaart. In 2010 werden deze motieven ook veel genoemd. Toen behoorde echter de veelheid

aan winkels ook tot de meest genoemde bezoekredenen. Vijf jaar later is dit motief in mindere mate van belang bij de keuze om in Dedemsvaart te winkelen.

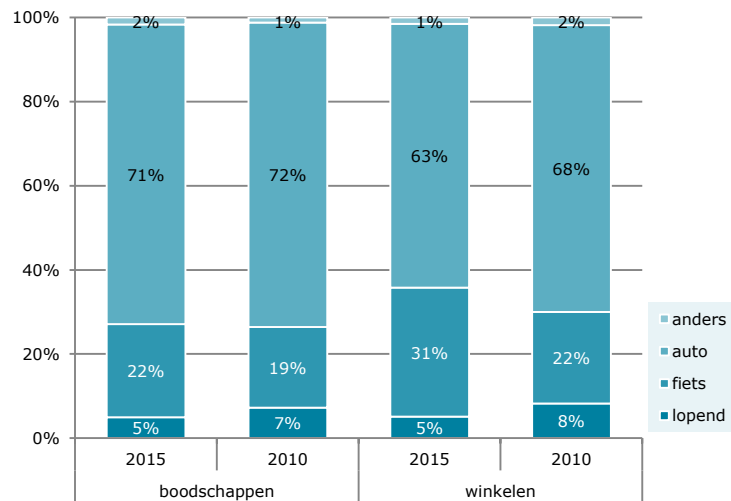


Vervoermiddel

Zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor het winkelen is de auto het meest gebruikte vervoermiddel. Bij het winkelen is de procentuele verdeling van het vervoermiddelgebruik in 2015 hetzelfde als in 2010. Bij de boodschappen zijn de verschillen ook zeer klein. De fiets heeft licht terrein verloren en auto en te voet hebben een bescheiden plus.

Figuur 4.2

Vervoermiddelgebruik voor boodschappen en winkelen, Dedemsvaart (2010 en 2015).



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Dedemsvaart is af te leiden uit de beoordeling die men heeft gegeven aan de hand van rapportcijfers. Hiermee ontstaat inzicht in de sterke punten en de eventuele aandachtspunten.

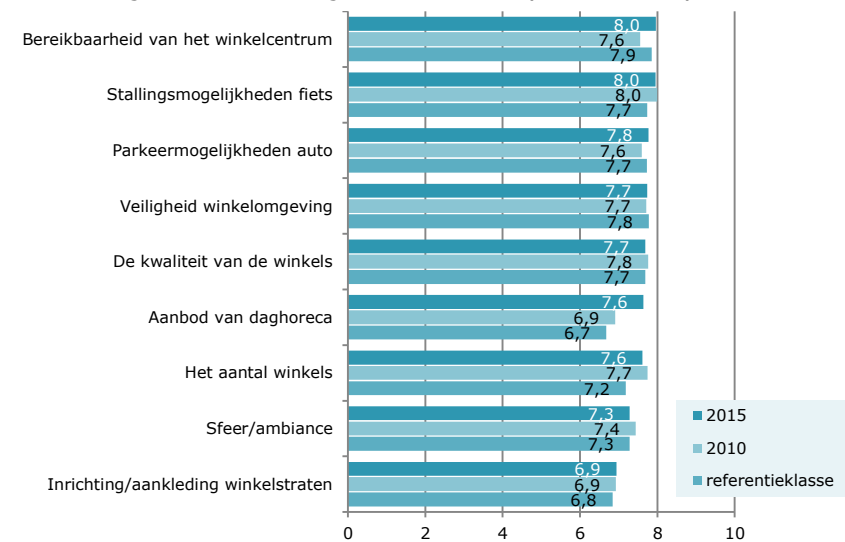
In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Dedemsvaart.

Hoogste waardering voor bereikbaarheid

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in Dedemsvaart tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor de bereikbaarheid en de inrichting/aankleding krijgt de laagste beoordeling. Ten opzichte van 2010 is de waardering voor de meeste aspecten gestegen of gelijk gebleven. In vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen scoort Dedemsvaart relatief goed.

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen Dedemsvaart (2010 en 2015).



5 van de 9

aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld



4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De meeste bezoekers gaan meer dan één keer per week of één tot drie keer per maand winkelen in Dedemsvaart.
- De belangrijkste bezoekmotieven voor de dagelijkse boodschappen zijn nabijheid/afstand van de winkels, de parkeergelegenheid en de bereikbaarheid. Bij winkelen speelt – naast de nabijheid/afstand en bereikbaarheid– het aanbod van bepaalde winkels een rol in de keuze voor Dedemsvaart.
- De auto is het meest gebruikte vervoermiddel om boodschappen te doen, gevolgd door de fiets. Bij het winkelen wordt ook het vaakst gekozen voor de auto (maar wel wat minder vaak dan bij het boodschappen doen)
- De winkelvoorzieningen in Dedemsvaart worden over het algemeen goed beoordeeld. Dedemsvaart scoort goed in vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen van vergelijkbare omvang.



5

HOOFDSTUK

Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden



5. Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden

5.1 Inleiding

Het laatste hoofdstuk beschouwt vanuit het inwonerperspectief de oriëntatie op de warenmarkt, de koopavond en -zondag. Ook wordt de mate van online winkelen verder uitgelicht.

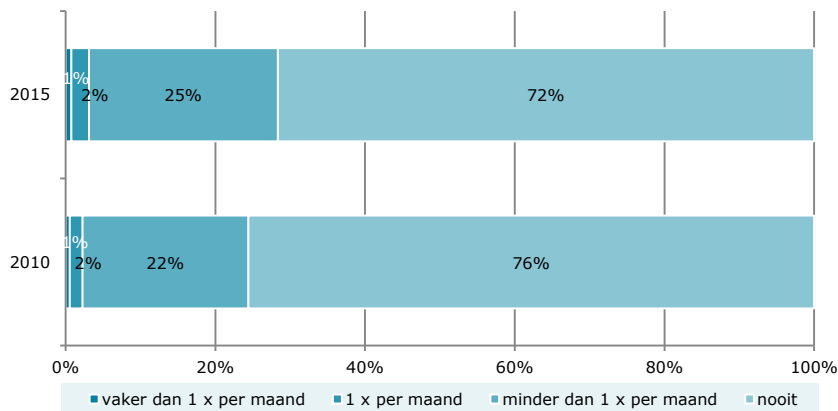
5.2 Koopzondag

Beperkte groei bezoek koopzondag

In vijf jaar tijd is de oriëntatie op de zondag als winkeldag sterk toegenomen. In Dedemsvaart is deze groei ook zichtbaar, zij het in mindere mate. Ging in 2010 76 procent nooit op zondag winkelen / inkopen doen, in 2015 is dat aandeel gedaald tot 72 procent.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Dedemsvaart (2010 en 2015).



Circa 3 op de 10 inwoners bezoekt wel eens een koopzondag. De meeste inwoners bezoeken op zondag winkels in Zwolle, Emmen of Hoogeveen. De oriëntatie op Emmen is ten opzichte van 2010 wat afgenomen.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015	2010
Zwolle, Centrum	29%	30%
Emmen, Centrum	13%	16%
Hoogeveen, Centrum	8%	7%
Zwolle, Bedrijventerrein Hessenpoort (IKEA, Intratuin)	8%	-

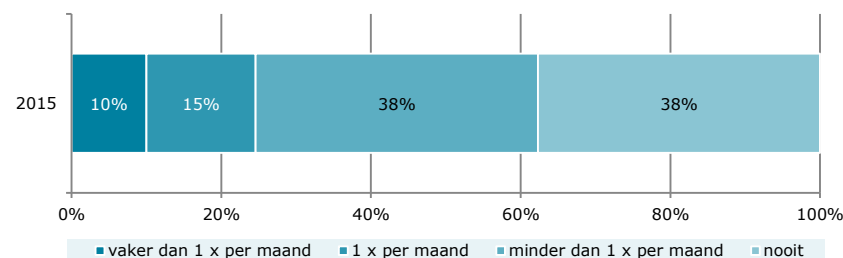
5.3 Koopavond

Ruim een derde bezoekt nooit een koopavond

Daar waar de zondagopenstelling per gemeente verschilt, is er in de meeste plaatsen wel sprake van avondopenstelling. Eén dag in de week zijn de winkels 's avonds langer geopend. In vergelijking met de koopzondag zijn inwoners van Dedemsvaart is de oriëntatie op de koopavond wat kleiner. Ongeveer een kwart gaat (minimaal) eens per maand. Iets meer dan een op de drie inwoners geeft aan nooit op koopavond te winkelen.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Dedemsvaart (2015).



Meest genoemde plaats waar inwoners van Dedemsvaart de koopavond bezoeken, is het centrum van Dedemsvaart. Andere veelgenoemde aankooplocaties zijn Hoogeveen (6 procent) en overig Dedemsvaart (5 procent).





76%

bezoekt meestal de koopavond in het centrum van Dedemsvaart

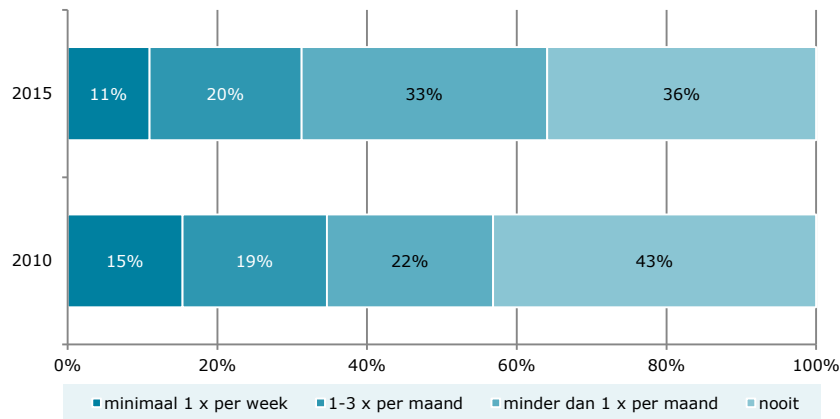
5.4 Markt

Oriëntatie op de markt blijft op niveau

Ongeveer twee derde van inwoners van Dedemsvaart bezoekt weleens de markt. De meesten gaan minder dan een keer per maand. Een op de tien inwoners van Dedemsvaart is frequent marktbezoekers en gaat minimaal een keer per week naar de markt.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Dedemsvaart (2010 en 2015).



Een groot deel van de inwoners bezoekt vooral de markt in Dedemsvaart zelf. Ook in 2010 was dit meest genoemde plaats.

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015	2010
Marktplaats Dedemsvaart	70%	60%
Zwolle, Centrum	4%	3%
Ommen, Centrum	4%	-

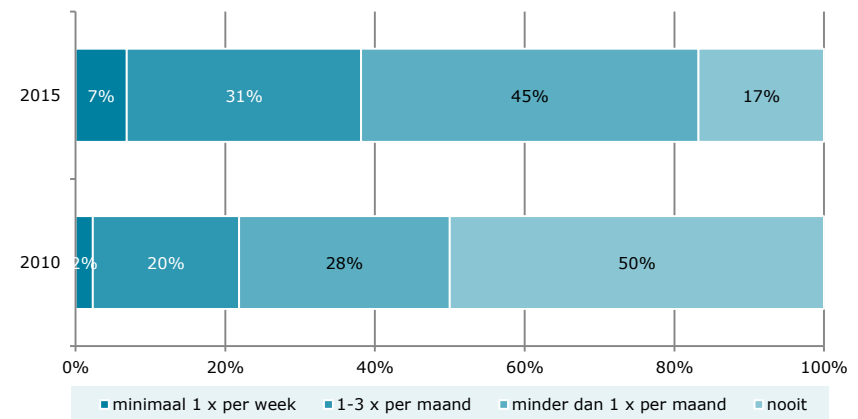
5.5 Online winkelen

Inwoners Dedemsvaart kopen vaker via internet

Het gebruik van internet als aankoopkanaal voor winkelen is toegenomen. Dit blijkt niet alleen uit de toegenomen omzetafvloeiing naar internet. Ook de gemiddelde frequentie waarmee artikelen via internet worden gekocht, is sterk toegenomen. In 2010 deed de helft van de consumenten nooit aankopen via internet. In vijf jaar tijd is dit aandeel afgenomen tot 17 procent.

Figuur 5.4

Aankoopfrequentie artikelen via internet, inwoners Dedemsvaart (2010 en 2015).

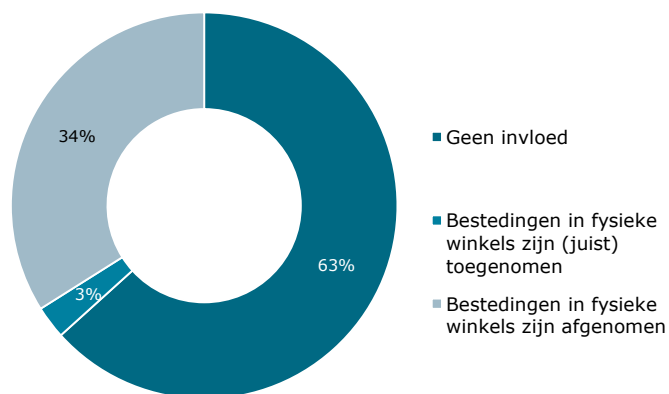


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

Aan de inwoners die hebben aangegeven (wel eens) via internet detailhandelsaankopen te doen, is gevraagd wat de invloed van de groei van het online winkelaanbod op de bestedingen is. Meer dan de helft geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat 34 procent opgeeft door de doorgroei van het online winkelaanbod minder te besteden in fysieke winkels. Hoewel het hier om beleving (zelfopgave) gaat, blijkt hieruit nogmaals de invloed van internet op het winkelgedrag.

Figuur 5.5

Invloed van groei online winkelaanbod op bestedingen in fysieke winkels (%; 2015).



5.6 Benchmarking

In de vorige paragrafen is ingezoomd op verschillende aanvullende winkelmogelijkheden. Afsluitend vergelijken we Dedemsvaart met het gemiddelde beeld in plaatsen van vergelijkbare omvang. Daarbij wordt voor alle vier thema's gekeken naar het aandeel dat hier minimaal maandelijks 'gebruik' van maakt (ongeacht of dit in de eigen plaats is of elders).

Inwoners van Dedemsvaart bezoeken relatief weinig winkels op zondag en gaan verhoudingsgewijs in mindere mate naar de markt. Het aandeel dat frequent iets via internet koopt en winkels bezoekt op koopavond is vergelijkbaar met het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

Figuur 5.6

Aandeel (minimaal) maandelijks, kern x vergeleken met referentiekernen (2015).



5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de zondag als winkeldag is relatief klein. Ruim driekwart gaat nooit naar een koopzondag. Als men wel een koopzondag bezoekt, doet men dat overwegend in Zwolle, Emmen of Hoogeveen.
- De oriëntatie op de koopavond is groter. Een kwart gaat minimaal eens per maand tijdens een koopavond winkelen. Men bezoekt dan voornamelijk het centrum van Dedemsvaart.
- De markt wordt ook vaker bezocht. Twee derde van de inwoners van Dedemsvaart bezoekt de markt. Daarvan gaat 31 procent een keer per maand of vaker naar de markt. De markt in Dedemsvaart wordt het meest bezocht.
- Bijna vier op de tien doet 1 keer per maand of vaker een aankoop via internet. Van de inwoners van Dedemsvaart die hebben aangegeven online te winkelen zegt 34 procent dat door de online aankopen de bestedingen in fysieke winkels zijn afgenomen.



1

BIJLAGE

Onderzoeksaanpak

Bijlage 1. Onderzoeksaanpak

De basis van het onderzoek vormt een grootschalig consumentenonderzoek onder inwoners van Overijssel en delen van Drenthe, Flevoland en Gelderland. De enquête is erop gericht de (ruimtelijke) kooporiëntatie alsmede het (meer kwalitatieve) koopgedrag van de bevolking in beeld te brengen.

Onderzoeksverloop en respons

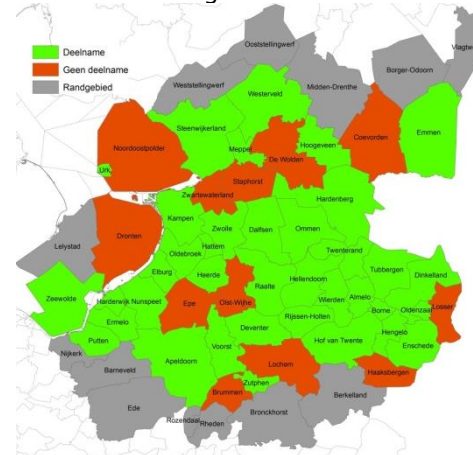
De enquête is voor het grootste deel afgenomen via internet. Daarbij is gebruik gemaakt van een aantal panels en is op basis van een aselechte steekproef web respons geworven. Een beperkt deel van het veldwerk heeft plaatsgevonden door middel van telefonische enquêtering; vooral bedoeld om 'gaten' in de respons gericht aan te vullen. In totaal zijn 25.534 enquêtes via internet ingevuld (81 procent) en 5.814 telefonisch afgenomen (19 procent). De dataverzameling heeft in de periode begin april tot en met begin juni 2015 plaatsgevonden.

Dataverzameling en -verwerking

Omdat de koopstromen niet ophouden bij de grenzen van het onderzoeksgebied is voor de toevloeiing uit de gemeenten direct buiten het onderzoeksgebied ook in het randgebied geënuquêteerd. Daarnaast zijn ook in de niet-deelnemende gemeenten enquêtes afgenomen zodat deelnemende gemeenten een volledig zicht krijgen op de kooporiëntatie.

Om de koopstromen goed te kunnen vergelijken met 2010 is in 2015 dezelfde methode gehanteerd. Bij alle voorgelegde branchegroepen is net als in 2010 gevraagd naar de 'meest bezochte' en de 'ook wel eens bezochte' aankoopplaats. Er is dus naar twee aankoopplaatsen gevraagd. Daarbij geldt dat respondenten wel konden aangeven dat ze maar op één aankoopplaats gericht zijn.

Het onderzoeksgebied:



Na afronding van de dataverzameling zijn de enquêteresultaten verwerkt tot SPSS databestand. Om zorg te dragen voor de juiste onderlinge verhoudingen in het complete onderzoeks- plus randgebied is in de eerste plaats een inwonertalweging doorgevoerd. De herweging naar inwonertallen is in de onderzoeksgemeenten op postcodecijferniveau gedaan, in de randgemeenten op gemeentelijk niveau.

Bestedingscijfers

Voor het berekenen van de bestedingen / omzetten per regio, gemeente en aankooplocatie zijn bestedingscijfers van www.detailhandelsinfo.nl gebruikt. Het meest recente publiek beschikbare peiljaar is 2013. Gemiddeld besteedt elke inwoner van Nederland jaarlijks € 2.630,- aan dagelijkse artikelen. De bestedingen in de niet-dagelijks sector liggen met € 2.340,- iets lager. Ten opzichte van 2010 zijn de bestedingen in de dagelijkse sector toegenomen (+4 procent), die in de niet-dagelijkse sector liggen nu lager (-11 procent). Voor de feitelijke bestedingen van respondenten zijn de bestedingsbedragen op het niveau van de gemeente gecorrigeerd voor de CBS inkomenscijfers (RIO 2012). Daarnaast is er gerekend met een prijselasticiteit van 0,25 procent in de dagelijkse sector en 0,5 procent in de niet-dagelijkse sector. Toeristische bestedingen zijn niet meegenomen in het onderzoek.

Een uitgebreidere onderzoeksverantwoording is te lezen op www.koopstromen.nl.

2

BIJLAGE

Begrippenkader

Bijlage 2. Begrippenkader

Aankoopplaats (aankooplocatie)

Plaats waar men koopt. Er zijn verschillende soorten fysieke aankoopplaatsen, waarnaar onderscheid gemaakt kan worden (stadscentrum, wijkwinkelcentrum) en er zijn ook niet ruimtelijke/fysieke 'aankoopplaatsen' zoals online winkels.

Afvloeiing (koopkrachtafvloeiing)

De mate waarin de bevolking buiten de eigen woonplaats koopt. Wordt in dit onderzoek uitgedrukt als de totale bestedingen die inwoners buiten hun eigen woonplaats of gemeente doen of als percentage van het totale bestedingspotentieel.

Artikelgroepen

In dit rapport wordt het onderscheid gemaakt tussen dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen. Tot de dagelijkse artikelen behoren levensmiddelen, drogisterij artikelen, alcoholische dranken, tabak en schoonmaakartikelen. Niet-dagelijkse artikelen zijn uitgesplitst naar: kleding, schoenen, woninginrichting, huishoudelijke artikelen, doe-het-zelf, elektronica en bloemen, planten en tuinartikelen.

Bestedingspotentieel

Totaal aan detailhandelsbestedingen die door inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Berekend door inwonertal te vermenigvuldigen met gemiddelde (landelijke) besteding per hoofd van de bevolking, gecorrigeerd naar inkomenssituatie in het betreffende gebied.

Binding (koopkrachtbinding)

De mate waarin de bevolking in de eigen woonplaats koopt. Wordt in dit onderzoek uitgedrukt als de totale bestedingen die inwoners in de eigen woonplaats of gemeente doen of als percentage van het bestedingspotentieel.

Detailhandelsomzet (draagvlak)

Totaal aan gerealiseerde winkelomzet gegenereerd door het aantal klanten van een aankoopplaats, bestaande uit consumentenbestedingen van bewoners en van bezoekers. Berekend door het aantal klanten te vermenigvuldigen met gemiddelde landelijke besteding per hoofd van de bevolking (incl. BTW), gecorrigeerd naar inkomenssituatie in het betreffende gebied.

Koopstroom

De mate waarin men in een aankoopplaats bepaalde artikelen koopt (consumentenbestedingen), naar plaats van herkomst.

Toevloeiing (koopkrachttoevloeiing)

De mate waarin een aankoopplaats koopstromen aantrekt vanuit een andere plaats. Wordt in dit onderzoek uitgedrukt als percentage van de totale detailhandelsomzet (draagvlak) en uitgesplitst naar herkomst.

Winkelen

Het meer recreatief rondlopen in een winkelgebied en een groot aantal winkels bezoeken. Het doen van (niet-dagelijkse) aankopen is niet de belangrijkste activiteit en de consument neemt geen boodschappenlijst mee.

3

BIJLAGE

Binding en toevloeiing per branche

Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en toevloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Dedemsvaart	63%
Overig gemeente Hardenberg	23%
De Wolden	9%
Ommen	2%
Staphorst	1%
Dalfsen	1%
Overig	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Dedemsvaart	58%
Overig gemeente Hardenberg	26%
De Wolden	7%
Ommen	4%
Dalfsen	2%
Staphorst	1%
Hoogeveen	1%
Zwolle	1%
Overig	1%

Nota bene: het betreft hier niet het *bindingspercentage* maar de verdeling van totale omzet over binding en toevloeiing (optellend tot 100%)

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en toevloeiing kleding.

KERN	%
Kern Dedemsvaart	54%
Overig gemeente Hardenberg	26%
De Wolden	7%
Ommen	5%
Dalfsen	3%
Staphorst	2%
Zwolle	1%
Hoogeveen	1%
Twenterand	1%
Overig	0%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Dedemsvaart	50%
Overig gemeente Hardenberg	24%
De Wolden	10%
Ommen	8%
Dalfsen	4%
Staphorst	2%
Zwolle	1%
Overig	1%



Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Dedemsvaart	58%
Overig gemeente Hardenberg	29%
De Wolden	8%
Ommen	2%
Dalfsen	2%
Staphorst	1%
Overig	1%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Dedemsvaart	49%
Overig gemeente Hardenberg	37%
De Wolden	7%
Ommen	2%
Dalfsen	2%
Coevorden	1%
Zwolle	1%
Hoogeveen	1%
Twenterand	0%

Nota bene: het betreft hier niet het *bindingspercentage* maar de verdeling van *totale omzet* over binding en toevloeiing (optellend tot 100%)

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en toevloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Dedemsvaart	62%
Overig gemeente Hardenberg	22%
De Wolden	6%
Ommen	4%
Dalfsen	2%
Hoogeveen	2%
Meppel	1%
Twenterand	1%
Overig	1%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Dedemsvaart	73%
Overig gemeente Hardenberg	16%
De Wolden	9%
Ommen	2%
Dalfsen	1%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Dedemsvaart	75%
Overig gemeente Hardenberg	13%
De Wolden	8%
Ommen	3%
Hoogeveen	1%
Dalfsen	1%
Overig	0%

4

BIJLAGE

Binding en afvloeiing per branche

Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en afvloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Dedemsvaart	86%
Overig gemeente Hardenberg	5%
Ommen	2%
Hoogeveen	2%
Zwolle	1%
Internet e.d.	2%
Overig	2%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Dedemsvaart	54%
Overig gemeente Hardenberg	9%
Zwolle	10%
Hoogeveen	9%
Ommen	1%
Emmen	1%
Hengelo	1%
De Wolden	1%
Internet e.d.	11%
Overig	3%

Nota bene: het betreft hier de verdeling van het totale *bestedingspotentieel* over binding en afvloeiing (optellend tot 100%)

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en afvloeiing kleding.

KERN	%
Kern Dedemsvaart	43%
Overig gemeente Hardenberg	8%
Hoogeveen	14%
Zwolle	12%
Emmen	2%
De Wolden	1%
Ommen	1%
Internet e.d.	14%
Overig	4%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Dedemsvaart	48%
Overig gemeente Hardenberg	5%
Hoogeveen	12%
Zwolle	12%
Twenterand	1%
Emmen	1%
Borger-Odoorn	1%
Ommen	1%
De Wolden	1%
Internet e.d.	14%
Overig	5%



Tabel 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Dedemsvaart	71%
Overig gemeente Hardenberg	4%
Zwolle	8%
Hoogeveen	5%
Hengelo	2%
Groningen	1%
Internet e.d.	7%
Overig	1%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Dedemsvaart	62%
Overig gemeente Hardenberg	2%
Zwolle	10%
Hoogeveen	3%
Hengelo	1%
Internet e.d.	21%
Overig	1%

Nota bene: het betreft hier de verdeling van het totale *bestedingspotentieel* over binding en afvloeiing (optellend tot 100%)

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en afvloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Dedemsvaart	39%
Overig gemeente Hardenberg	-29%
Dedemsvaart	39%
Zwolle	12%
Hoogeveen	9%
Slagharen	5%
Hengelo (Ov.)	3%
Coevorden	2%
Ommen	2%
Nieuwleusen	1%
Meppel	1%
Emmen	1%
Alteveer gem. Hoogeveen	1%
De Wijk	1%
Gramsbergen	1%
Nordhorn (D)	1%
Wolvega	1%
Groningen	1%
Nieuw-Amsterdam	1%
Zutphen	1%
Internet e.d.	7%
Overig	1%



Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Dedemsvaart	70%
Overig gemeente Hardenberg	-52%
Dedemsvaart	70%
Hoogeveen	4%
Ommen	4%
Zwolle	1%
Internet e.d.	4%
Overig	1%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Dedemsvaart	70%
Overig gemeente Hardenberg	-60%
Dedemsvaart	70%
Zwolle	7%
Hoogeveen	4%
Balkbrug	2%
Ommen	1%
Eindhoven	1%
Emmen	1%
Noordscheschut	1%
Denekamp	1%
Internet e.d.	1%
Overig	1%