

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT DELDEN

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/089

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Hof van Twente

Auteurs

Ruud Esselink
Laurens Klein Kranenburg

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 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 Hof van Twente zijn 745 huishoudens geïnterviewd, waarvan in Delden 195.



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

Om inzicht te krijgen in het koopgedrag van consumenten en het economisch functioneren van de winkelvoorzieningen in Delden 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 Delden 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 Delden – 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 in de afgelopen jaren de bestedingen per hoofd van de bevolking 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 Delden, gaat het bij het bestedingspotentieel om alle detailhandelsbestedingen van inwoners die gedaan worden in winkels (in of buiten Delden) maar bijvoorbeeld ook op de markt, of via internet.

Het bestedingspotentieel is opgebouwd uit bestedingen door inwoners van Delden gedaan in Delden 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

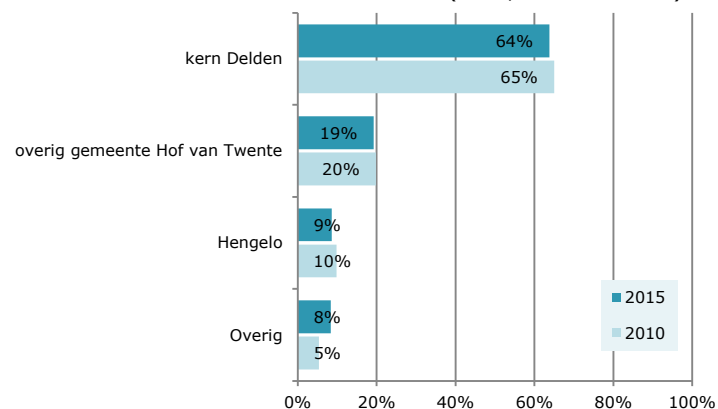
2.1 Dagelijkse sector

Omzetdeel uit eigen kern constant

Van alle omzet die in Delden wordt gerealiseerd in de dagelijkse sector, is 64 procent afkomstig van inwoners van Delden. Daarnaast trekt Delden ook (enige) omzet aan uit het overige deel van de gemeente en het nabijgelegen Hengelo. Ten opzichte van 2010 is herkomstverdeling ongeveer gelijk. In absolute zin is de totale omzet in de dagelijkse sector toegenomen. Zowel binding als toevloeiing zijn gestegen.

Figuur 2.1

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



Tabel 2.1

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

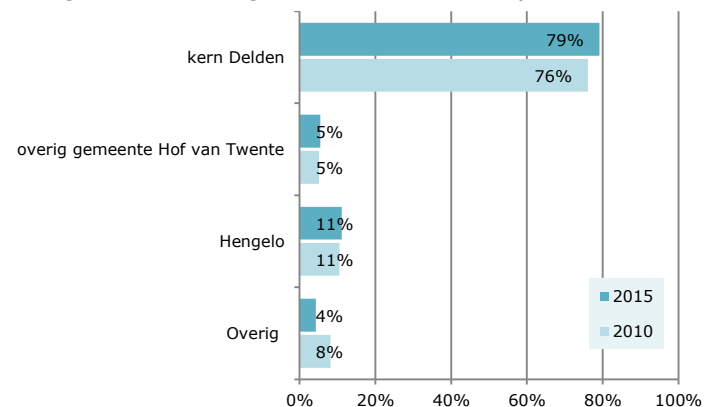
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Omzet uit eigen kern (binding)	13,8	15,5	65%	64%
Toevloeiing ov. gemeente Hof van Twente	4,2	4,7	20%	19%
Toevloeiing ov. Nederland	3,2	4,1	15%	17%
TOTAAL OMZET	21,2	24,2	100%	100%

Koopkrachtafvloeiing naar Hengelo

De mate waarin inwoners hun dagelijkse boodschappen in de eigen woonplaats doen, is licht toegenomen (van 76 naar 79 procent). De koopkrachtafvloeiing naar Hengelo is procentueel gezien gelijk gebleven. Wel worden ten opzichte van 2010 minder dagelijkse boodschappen in andere gemeenten gedaan.

Figuur 2.2

Waar gaan de bestedingen uit Delden naartoe? (in %; 2010 en 2015).



Tabel 2.2

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

	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	13,8	15,5	76%	79%
Afvloeiing ov. gemeente Hof van Twente	0,9	1,1	5%	5%
Afvloeiing ov. Nederland	3,4	2,9	19%	15%
Afvloeiing Duitsland	0,0	0,1	0%	1%
Afvloeiing internet e.d.	0,0	0,0	0%	0%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	18,1	19,5	100%	100%



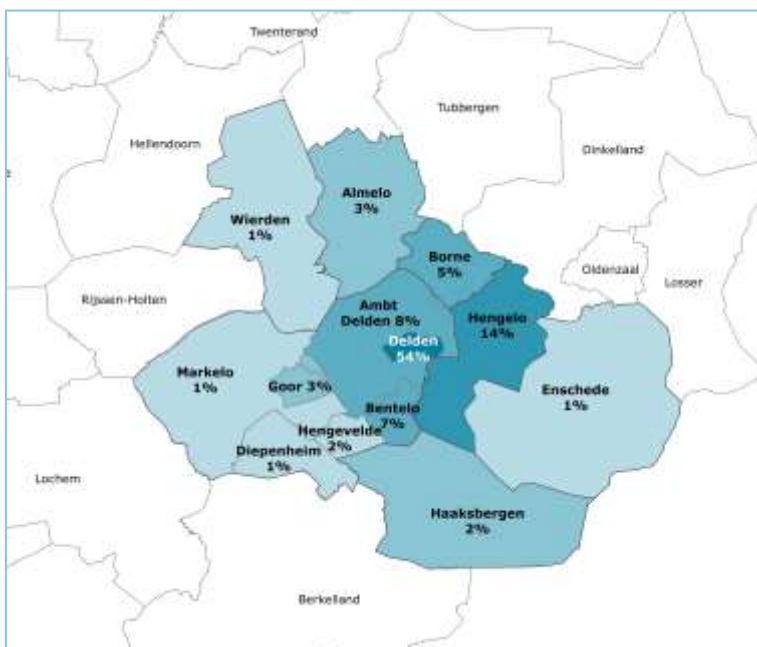
2.2 Niet-dagelijkse sector

Veel toevloeiing uit gemeente Hof van Twente

Van de omzet in de niet-dagelijkse sector in Delden is 54 procent afkomstig uit Delden zelf. Daarnaast is 20 procent afkomstig uit het overige deel van de gemeente Hof van Twente. Een vergelijkbaar percentage zagen we bij de dagelijkse sector. Ook is er sprake van enige toevloeiing uit Hengelo (13 procent) en Borne (5 procent).

Figuur 2.3

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

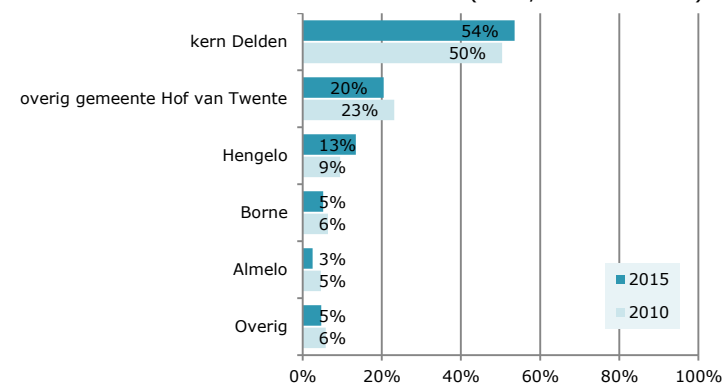


Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in Delden iets gedaald. Echter, doordat de bestedingen van inwoners uit het overige deel van Hof van Twente relatief sterker zijn teruggelopen is het bestedingsaandeel van de binding wel groter dan in 2010 (2010: 50 procent; 2015: 54 procent).

Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

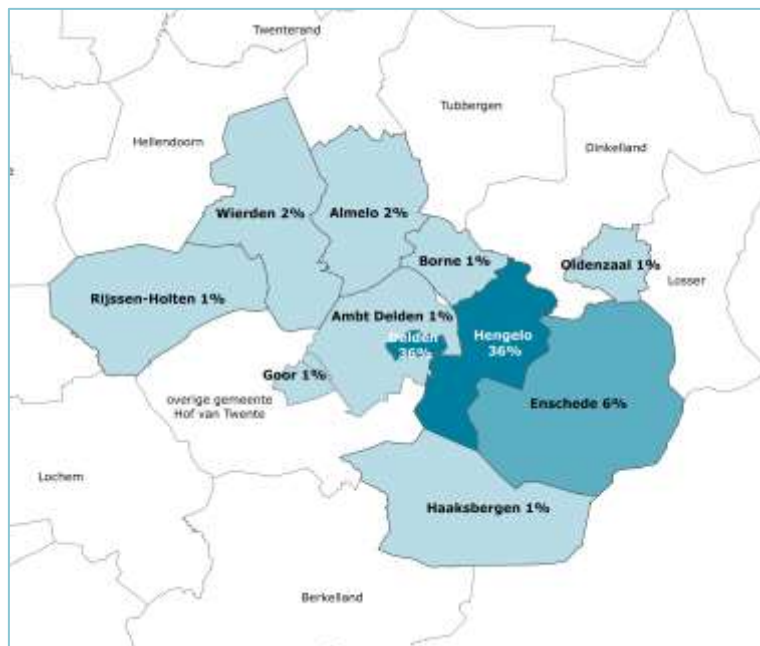
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	6,7	6,2	50%	54%
Toevloeiing ov. gemeente Hof van Twente	3,1	2,4	23%	20%
Toevloeiing ov. Nederland	3,5	3,0	26%	26%
TOTALE OMZET	13,4	11,7	100%	100%

Inwoners Delden sterk georiënteerd op Hengelo

In de niet-dagelijkse sector zijn inwoners van Delden in sterke mate georiënteerd op Hengelo. Zij besteden ongeveer even veel in Hengelo als in de eigen woonplaats. Daarnaast is er afvloeiing naar Enschede (6 procent).

Figuur 2.5

Waar gaan de bestedingen uit Delden naartoe? (in %; 2015).



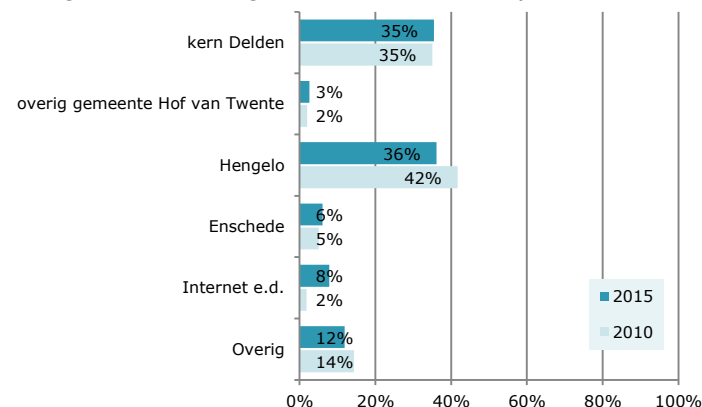
De afvloeiing naar internet is in de niet-dagelijkse sector met 8 procent aanzienlijk groter dan in de dagelijkse sector.

Ontwikkeling herkomst bestedingen niet-dagelijkse sector

Net als in 2010 doen inwoners van Delden in de niet-dagelijkse sector een groot deel van hun bestedingen buiten de eigen woonplaats. Er is wel een verschuiving zichtbaar, waarbij er minder afvloeiing is naar omliggende gemeenten en meer afvloeiing naar internet. De bestedingen via internet zijn de afgelopen vijf jaar sterk toegenomen. De koopkrachtafvloeiing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector nu zo'n € 1,4 miljoen, tegen € 0,4 miljoen in 2010.

Figuur 2.6

Waar gaan de bestedingen uit Delden naartoe? (in %; 2010 en 2015).



Tabel 2.4

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

	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	6,7	6,2	35%	35%
Afvloeiing ov. gemeente Hof van Twente	0,4	0,5	2%	3%
Afvloeiing ov. Nederland	11,6	9,3	61%	53%
Afvloeiing Duitsland	0,1	0,2	1%	1%
Afvloeiing internet e.d.	0,4	1,4	2%	8%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	19,2	17,6	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 bloemen en planten de hoogste binding met 74 procent. Vergeleken met 2010 zijn enkele bindingspercentages lager (kleding, schoenen, elektronica) en hebben woninginrichting en doe-het-zelf een hoger bindingspercentage.

Tabel 2.5

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

x € miljoen	BINDING		TOEVLOEIING		TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	1,0	0,9	1,5	1,0	2,5	1,8
Schoenen	0,4	0,4	0,5	0,3	0,9	0,7
Huishoudelijke artikelen	0,7	0,6	0,4	0,3	1,1	1,0
Elektronica	1,5	1,3	1,8	1,6	3,3	2,9
Woninginrichting	1,1	0,9	1,2	0,7	2,4	1,6
Doe-het-zelf	0,5	0,5	0,2	0,1	0,6	0,6
Bloemen en planten	1,6	1,6	1,0	1,4	2,6	3,0
TOTAAL	6,7	6,2	6,6	5,4	13,4	11,7

KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN DELDEN 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 DELDEN 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 de meeste bestedingen van bezoekers van buiten de eigen woonplaats zijn elektronica en bloemen en planten.

Vergeleken met 5 jaar geleden is er minder koopkracht afkomstig van buiten, uitgezonderd de artikelgroep bloemen en planten.

Voor de meeste artikelgroepen geldt dat inwoners van Delden relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen.

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	1,0	0,9	4,3	4,3	5,4	5,2
Schoenen	0,4	0,4	0,8	0,8	1,2	1,1
Huishoudelijke artikelen	0,7	0,6	0,9	0,8	1,5	1,4
Elektronica	1,5	1,3	1,6	1,8	3,1	3,1
Woninginrichting	1,1	0,9	2,7	1,9	3,8	2,8
Doe-het-zelf	0,5	0,5	1,7	1,2	2,1	1,7
Bloemen en planten	1,6	1,6	0,5	0,6	2,1	2,2
TOTAAL	6,7	6,2	12,5	11,3	19,2	17,6

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	19%	17%	60%	52%
Schoenen	34%	32%	57%	47%
Huishoudelijke artikelen	44%	45%	37%	35%
Elektronica	48%	43%	55%	54%
Woninginrichting	29%	33%	52%	43%
Doe-het-zelf	22%	29%	27%	21%
Bloemen en planten	75%	74%	38%	46%
TOTAAL	35%	35%	50%	46%



2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

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

Ten opzichte van plaatsen met 5.000-10.000 inwoners heeft Delden in de dagelijkse sector in 2015 een relatief hoge koopkrachtbinding.

Dit geldt ook voor de niet-dagelijkse sector. Alleen de doe-het-zelf blijft hierbij enigszins achter. De sterke lokale verzorgingsfunctie van bloemen en planten in Delden blijkt ook hier: Delden heeft een bindingspercentage van 74 procent, terwijl dat gemiddeld 58 procent is.

Tabel 2.8

Bindingspercentage Delden vergeleken (2015).

	DELLEN	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	79%	71%
Niet-dagelijkse sector	35%	29%
- Kleding	17%	16%
- Schoenen	32%	22%
- Huishoudelijke artikelen	45%	38%
- Elektronica	43%	32%
- Woninginrichting	33%	20%
- Doe-het-zelf	29%	42%
- Bloemen en planten	74%	58%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

Delden 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 en bloemen en planten hebben alle overige niet-dagelijkse artikelgroepen meer koopkrachtafvloeiing dan toevloeiing. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats is dus kleiner dan het koopkrachtverlies.

Voor alle artikelgroepen geldt dat de afvloeiing naar andere (fysieke) aankoopplaatsen – nog – groter is dan de afvloeiing naar internet.

Tabel 2.9

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

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

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



Afvloeiing naar internet goed zichtbaar

In de vorige paragrafen hebben we gezien wat de invloed is van internet op de koopstromen. De totale afvloeiing naar internet bedraagt in Delden in 2015 zo'n € 1,4 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 Delden vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Delden gemiddeld iets minder artikelen via internet. Bij elektronica wordt verhoudingsgewijs nog wat minder vaak voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 9 procent van de bestedingen in een webwinkel gedaan, tegen 14 procent gemiddeld.

BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)	DELLEN	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	0%	0%
Niet-dagelijkse sector	8%	9%
- Kleding	12%	14%
- Schoenen	11%	10%
- Huishoudelijke artikelen	6%	6%
- Elektronica	9%	14%
- Woninginrichting	8%	8%
- Doe-het-zelf	3%	3%
- Bloemen en planten	0%	1%

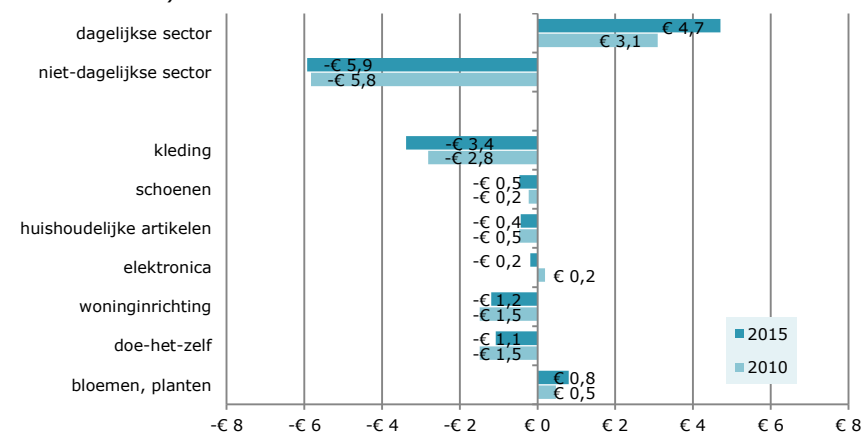
Ontwikkeling koopstromensaldo

Op basis van tabel 2.9 is te concluderen dat in 2015 de niet-dagelijkse sector in Delden te maken hebben met meer koopkrachtafvloeiing dan koopkrachttoevoeiing. Hoe was dat in 2010 en zijn de verhoudingen gewijzigd? Komt er per saldo meer in of gaat er meer uit?

Ten opzichte van 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 negatieve saldo ongeveer gelijk gebleven. De modische artikelgroepen (kleding en schoenen) hebben wat meer afvloeiing. Terwijl elektronica anders dan in 2010 in 2015 ook meer bestedingen uitgaand dan inkomend heeft. Dit zal vooral een gevolg zijn van de toegenomen oriëntatie op winkelen via internet. Van de niet-dagelijkse artikelgroepen is bloemen en planten de enige met gestegen positief koopstromensaldo.

Figuur 2.7

Saldo toevloeiing minus afvloeiing per sector en artikelgroep, Delden (milj. €; 2010 en 2015).



2.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- In de dagelijkse sector blijft 79 procent van de detailhandelsbestedingen binnen de eigen kern. Het bindingspercentage is ten opzichte van 2010 toegenomen. Inwoners van Delden doen dus een groot deel van de dagelijkse boodschappen in de eigen woonplaats.
- In de niet-dagelijkse sector is de binding minder groot (35 procent). Inwoners van Delden besteden een groot deel van hun niet-dagelijkse bestedingen buiten de eigen woonplaats. De mate waarin men bestedingen doet via internet is in de afgelopen vijf jaar in Delden gestegen van 2 procent naar 8 procent.
- De omzet in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector in Delden is grotendeels afkomstig uit Delden zelf. Daarnaast komt een deel van de omzet uit het overig deel van de gemeente Hof van Twente en de gemeente Hengelo.
- Van alle niet-dagelijkse artikelgroepen heeft bloemen en planten de hoogste binding (54 procent). Ten opzichte van plaatsen met 5.000-10.000 inwoners heeft Delden in de dagelijkse sector in 2015 een relatief hoge koopkrachtbinding. Voor kleding, woninginrichting en schoenen zijn inwoners van Delden in sterke mate georiënteerd op andere aankoopplaatsen.
- Kleding en schoenen worden relatief het meest door de inwoners van Delden online gekocht. De afvloeiing naar internet is gemiddeld iets minder dan in referentiegemeenten.

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 het hoofdstuk 2 is een (ruimtelijk) beeld geschetst van de kooporiëntatie op en vanuit Delden. 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.

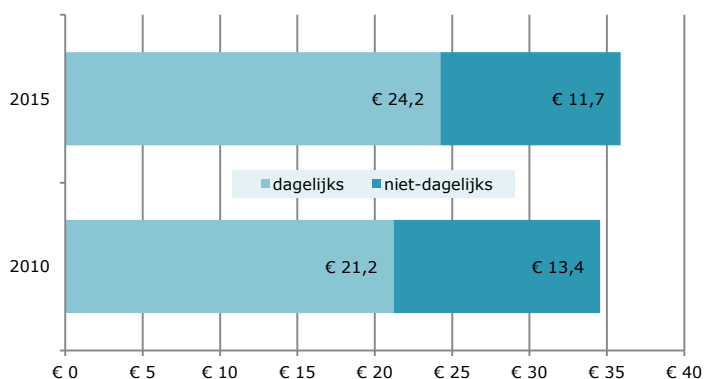
3.2 Detailhandelsomzet

Totale detailhandelsomzet in Delden toegenomen

De totale detailhandelsomzet in Delden is in de afgelopen vijf jaar met 4 procent toegenomen naar 35,9 miljoen euro. Vooral de dagelijkse sector draagt bij aan de groei, terwijl de niet-dagelijkse sector een omzetsdaling laat zien.

Figuur 3.1

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

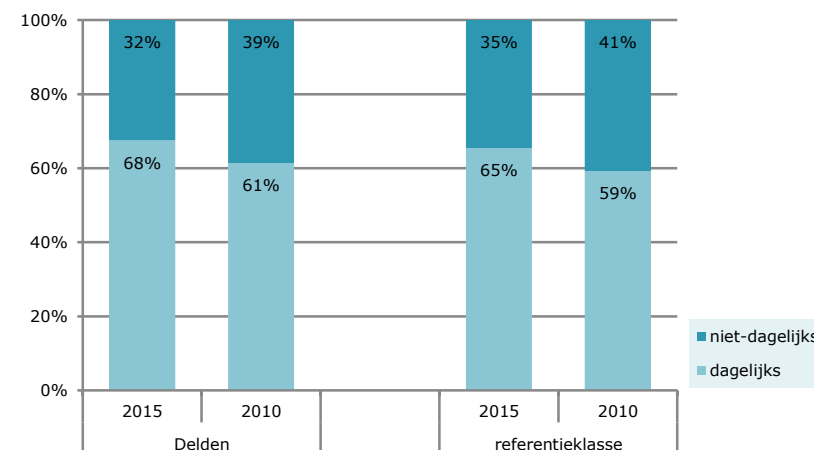


Omzetaandeel dagelijks groter geworden

De dagelijkse sector (68 procent) neemt een groter deel van de detailhandelsomzet in Delden voor haar rekening dan de niet-dagelijkse sector. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is ook gestegen van 61 procent in 2010 naar 68 procent in 2015. Deze ontwikkeling is vergelijkbaar met het gemiddelde beeld in referentiekernen.

Figuur 3.2

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, Delden (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 kern geeft een indicatie van de relatieve trekkracht van de detailhandel, zeker wanneer deze wordt afgezet tegen het gemiddelde in plaatsen van vergelijkbare omvang.

In Delden is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector gestegen. Vergeleken met plaatsen van vergelijkbare omvang is dit omzetcijfer hoger. De gemiddelde omzet per inwoner is in de niet-dagelijkse sector gedaald, een ontwikkeling in lijn met de referentiekernen.

Tabel 3.1

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

	DELLEN		REFERENTIEKLASSE	
	2010	2015	2010	2015
Dagelijkse sector	3.010	3.300	2.840	2.930
Niet-dagelijkse sector	1.890	1.590	1.950	1.570
- Kleding	360	250	430	380
- Schoenen	130	90	120	90
- Huishoudelijke artikelen	150	130	170	130
- Elektronica	460	400	330	280
- Woninginrichting	330	220	280	170
- Doe-het-zelf	90	80	240	170
- Bloemen en planten	370	410	390	350
TOTALE OMZET PER INWONER	4.900	4.890	4.790	4.500

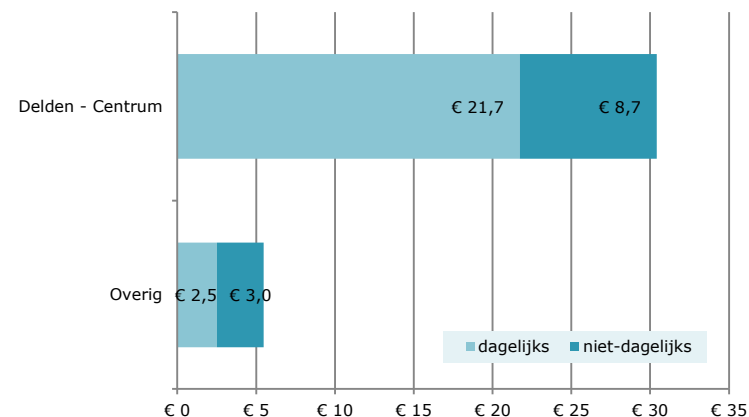
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Grootste deel omzet landt in het centrum van Delden

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Delden dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door het centrum. De dagelijkse sector heeft hierin de grootste bijdrage.

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Delden (miljoen €; 2015).



In tabel 3.2 zijn de marktaandelen 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 Delden is afgenomen ten opzichte van andere locaties.

Tabel 3.2

Marktaandelen aankooplocaties, Delden (in %; 2010 en 2015).

	DAGELIJKE SECTOR		NIET-DAGELIJKE SECTOR	
	2010	2015	2010	2015
Delden - Centrum	97%	90%	84%	75%
Overig	3%	10%	16%	25%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Meer detailhandelsomzet in de dagelijkse sector en minder omzet in de niet-dagelijkse sector in Delden. De totale omzet is met 4 procent toegenomen naar 35,9 miljoen euro.
- De omzetsijging in de dagelijkse sector is in lijn met de ontwikkeling in vergelijkbare kernen. Dit geldt ook voor de omzetsdaling in de niet-dagelijkse sector.
- Uit benchmarking blijkt dat de gemiddelde detailhandelsomzet per inwoner in Delden hoger is dan in vergelijkbare kernen. Dit is mede het gevolg van de relatief grote omvang van de dagelijkse sector, afgezet tegen plaatsen van vergelijkbare omvang.
- Wanneer we inzoomen op de aankooplocaties in Delden dan zien we dat het centrum domineert, zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector, hoewel andere aankooplocaties enig marktaandeel hebben gewonnen.

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 die onderliggende beweegredenen van de consument?

In dit hoofdstuk besteden we vooral aandacht aan het koopgedrag van de consument die in Delden 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 Delden op een aantal aspecten ook afgezet tegen het gemiddelde beeld van/in vergelijkbare plaatsen.

4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel

Grootste groep doet vaak boodschappen in Delden

Voor de dagelijkse boodschappen geldt dat de bezoekfrequentie weinig is veranderd vergeleken met 2010. De groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Delden doet, is net als in 2010 voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker.

Bij het recreatieve winkelen zijn de verschuivingen iets groter. Van degenen die hebben aangegeven te winkelen in Delden doet in vergelijking met 2010 een wat grotere groep dit ook frequent. Het aandeel dat (zeer) weinig winkelt in Delden is kleiner geworden.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Delden voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

	DAGELIJKE BOODSCHAPPEN		WINKELN	
	2010	2015	2010	2015
Meer dan 1 x per week	73%	71%	32%	40%
1 x per week	25%	28%	22%	21%
1-3 x per maand	1%	1%	15%	29%
Minder dan 1 x per maand	0%	0%	32%	10%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

Bezoekmotief

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

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekmotieven:



Boodschappen doen:

- 1: nabijheid/afstand: 79%
- 2: bepaalde winkels: 36%
- 3: bereikbaarheid: 35%



Winkelen:

- 1: nabijheid/afstand: 66%
- 2: bepaalde winkels: 52%
- 3: bereikbaarheid: 41%

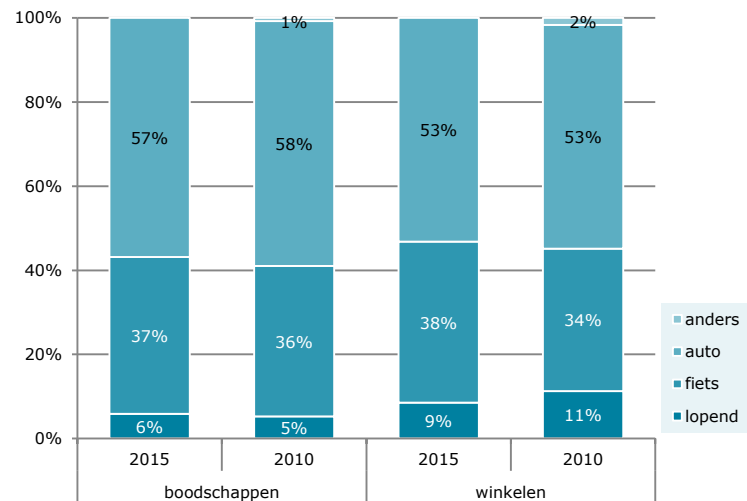
Voor het winkelen geldt dat dezelfde drie motieven het meest zijn genoemd. Daarnaast geldt dat ten opzichte van 2010 ook hier bereikbaarheid en parkeermogelijkheden meer genoemd. Wat overigens ook geldt voor 'bepaalde winkels'. Ook bij de keuze voor winkelen in Delden speelt doelgericht winkelbezoek een rol.

Meeste bezoekers kiezen voor auto en fiets

Zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor het winkelen is de auto het meest gebruikte vervoermiddel. Ten opzichte van 2010 heeft de fiets licht terrein gewonnen; ruim een derde kiest voor de fiets als vervoermiddel.

Figuur 4.2

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



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Delden 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.

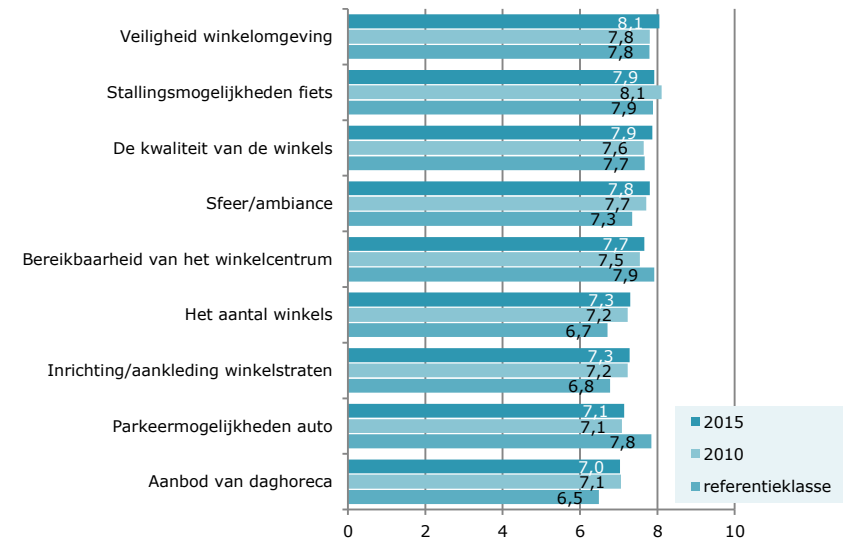
In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Delden.

Goede waardering winkelvoorzieningen Delden

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in Delden tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor de veiligheid van de winkelomgeving. Ten opzichte van 2010 is de waardering voor de meeste aspecten gestegen. Alleen de stallingsmogelijkheden krijgen een iets lager cijfer, maar nog steeds ruim voldoende. De parkeermogelijkheden worden wel verhoudingsgewijs laag beoordeeld.

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen kern x (2010 en 2015).



7 van de 9

aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld

4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Voor de dagelijkse boodschappen geldt dat de bezoekfrequentie weinig is veranderd ten opzichte van 2010. De veranderingen zijn iets groter bij het recreatieve winkelen. De groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Delden doet of er gaat winkelen, is net als in 2010 voor het overgrote deel (hoog)frequente bezoeker.
- Het belangrijkste motief om te winkelen of boodschappen te doen in Delden is nabijheid. Bereikbaarheid en de aanwezigheid van bepaalde winkels behoren daarnaast tot de top 3 meest genoemde bezoekredenen. De meeste bezoekmotieven voor boodschappen doen en winkelen zijn in 2015 vaker genoemd dan in 2010.
- Net als in 2010 is de auto is het meest gebruikte vervoermiddel om boodschappen te doen of te winkelen. Ten opzichte van 2010 heeft de fiets licht terrein gewonnen; ruim een derde kiest voor de fiets als vervoermiddel.
- De winkelvoorzieningen in Delden worden goed beoordeeld in vergelijking met de referentiekernen. Zeven van de negen aspecten krijgen een hogere beoordeling dan gemiddeld in de referentiekernen. De top 3 wordt gevormd door de veiligheid van de winkelomgeving, de stallingsmogelijkheden voor de fiets en de kwaliteit van de winkels worden goed beoordeeld. Het aanbod van daghoreca krijgt in 2015 de laagste beoordeling.



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.

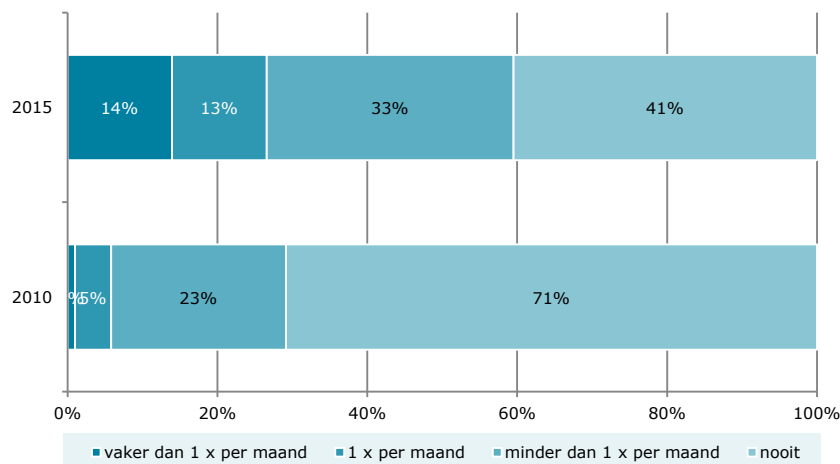
5.2 Koopzondag

Sterke groei bezoek koopzondag

In vijf jaar tijd is de oriëntatie op de zondag als winkeldag sterk toegenomen. Ook in Delden is deze groei zichtbaar. Ging in 2010 6 procent minimaal eens per maand op zondag winkelen / inkopen doen, in 2015 is dat aandeel opgelopen tot 27 procent.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Delden (2010 en 2015).



Circa 6 op de 10 inwoners bezoekt wel eens een koopzondag. De helft gaat hiervoor naar het centrum van Delden. Ook wordt de koopzondag in Hengelo en Enschede bezocht, echter wel in mindere mate dan in 2010.



Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015	2010
Delden - Centrum	50%	13%
Hengelo - Centrum	20%	31%
Enschede - Centrum	16%	25%

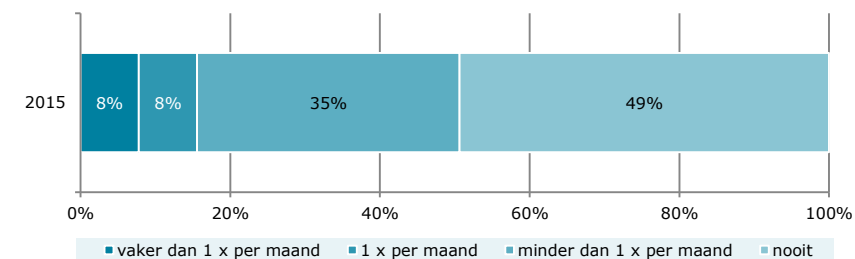
5.3 Koopavond

Ongeveer de helft bezoekt nooit een koopavond

Daar waar de mate van zondagopenstelling per gemeente/plaats verschilt, is er in de meeste plaatsen wel een wekelijkse koopavond. Een dag in de week zijn de winkels 's avonds langer geopend. In totaal bezoekt 16 procent van de inwoners 1 keer per maand of vaker winkels tijdens de koopavond. Bijna de helft geeft op nooit op koopavond te winkelen.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Delden (2015).



50%

bezoekt meestal de koopavond in het centrum Delden

Meest genoemde locatie waar inwoners van Delden tijdens de koopavond heen gaan, is het centrum van Delden. Andere veelgenoemde aankooplocaties zijn het centrum van Hengelo (32 procent), Hengelo-Westermaat (5 procent) het centrum van Enschede (5 procent).

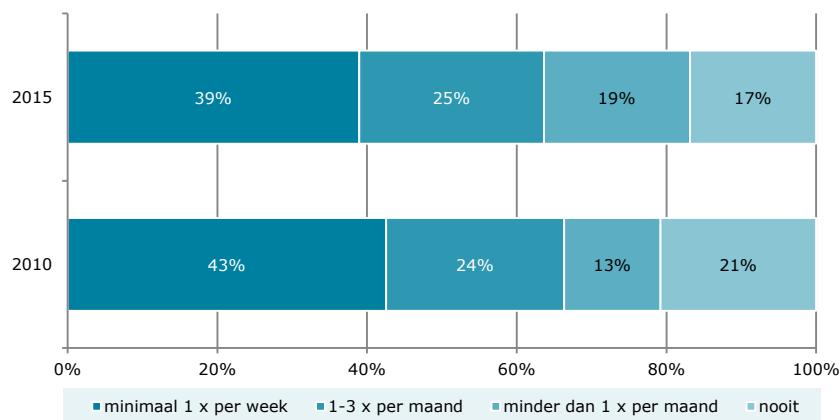
5.4 Markt

Oriëntatie op de markt blijft op niveau

De mate waarin inwoners van Delden de markt bezoeken is in 5 jaar tijd weinig veranderd. Het aandeel dat nooit naar de markt is wel een paar procentpunt kleiner geworden.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Delden (2010 en 2015).



Een groot deel van de inwoners bezoekt, net als in 2010, vooral de markt in de eigen woonplaats. Verder gaat men vanuit Delden ook naar de centrummarkt in Hengelo (20 procent). Andere markten worden zeer beperkt genoemd.

Tabel 5.2

Meest genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015	2010
Delden – Rassingplein	71%	68%
Hengelo - Centrum	20%	22%

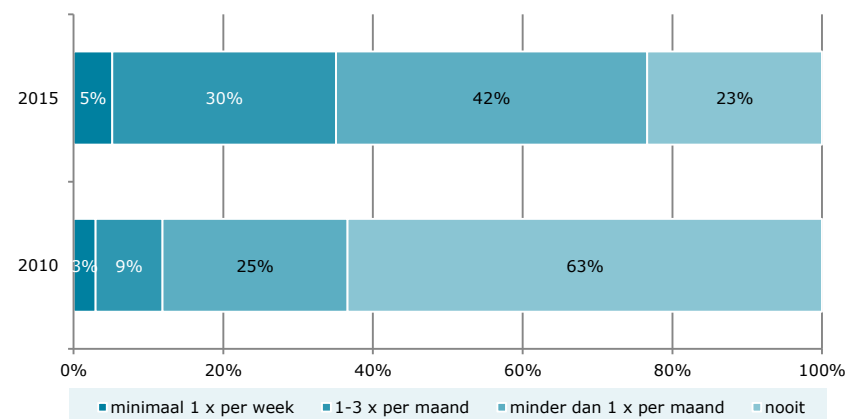
5.5 Online winkelen

Inwoners Delden 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 tweederde deel (63 procent) van de consumenten nooit aankopen via internet. In vijf jaar tijd is dit aandeel afgenomen tot 23 procent.

Figuur 5.4

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

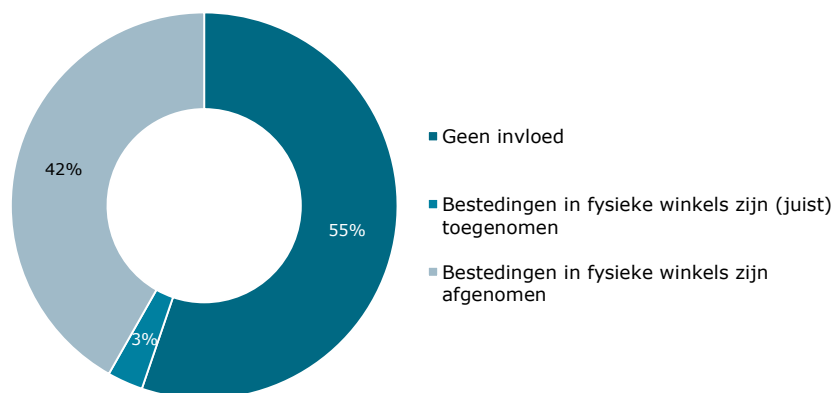


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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. Iets meer dan de helft geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat 42 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 Delden 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 Delden bezoeken relatief vaak winkels op zondag en gaan vaak naar de markt, maar het winkelbezoek tijdens een koopavond blijft wat achter bij het gemiddelde beeld in kernen van vergelijkbare omvang.

Figuur 5.6

Aandeel (minimaal) maandelijks, Delden vergeleken met referentiekernen (2015).



5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de koopzondag is in vijf jaar tijd gegroeid. Het aandeel van inwoners dat nooit een koopzondag bezoekt, is gedaald van 71 procent in 2010 naar 41 procent in 2015. Ten opzichte van andere kernen bezoeken inwoners van Delden relatief vaak een koopzondag. Voor de koopzondag is men voornamelijk georiënteerd op het centrum van Delden en Hengelo.
- De bezoekfrequentie van de koopavond is iets lager dan bij de koopzondag. Het bezoek van de koopavond is onder het gemiddelde in referentiekernen. Het centrum van Delden is de meest bezochte locatie.
- De warenmarkt wordt in verhouding met referentiegemeenten relatief vaak bezocht. Ruim de helft van de inwoners (64 procent) van Delden gaat minstens eens per maand naar de markt. Ten opzichte van 2010 blijft de oriëntatie op de markt op niveau.
- In vergelijking met 2010 is de frequentie waarmee artikelen via internet worden gekocht sterk gestegen. Ruim drie op de tien inwoners van Delden doen dit een keer per maand of vaker. Van de consumenten die hebben aangegeven online te winkelen, zegt 42 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

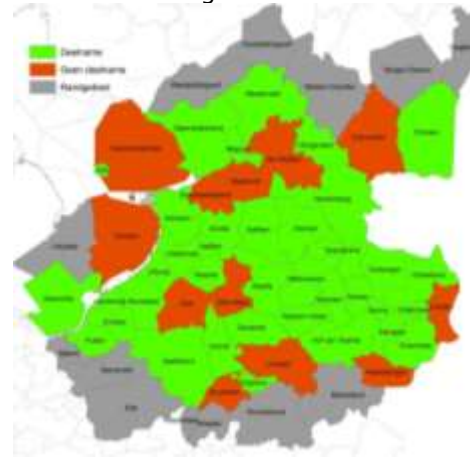
De enquête is voor het grootste deel afgenomen via internet. Daarbij is gebruik gemaakt van een aantal panels en is op basis van een aselechte steekproef web respons geworven. Een beperkt deel van het veldwerk heeft plaatsgevonden door middel van telefonische enquêtering; vooral bedoeld om 'gaten' in 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 geënquêteerd. 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 onderzoeksplus 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 Delden	64%
Overig gemeente Hof van Twente	19%
Hengelo	9%
Berkelland	3%
Borne	1%
Enschede	1%
Haaksbergen	1%
Almelo	1%
Overig	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Delden	54%
Overig gemeente Hof van Twente	20%
Hengelo	13%
Borne	5%
Almelo	3%
Haaksbergen	2%
Wierden	1%
Enschede	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 Delden	48%
Overig gemeente Hof van Twente	18%
Hengelo	20%
Haaksbergen	6%
Borne	4%
Almelo	3%
Wierden	1%
Overig	1%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Delden	53%
Overig gemeente Hof van Twente	23%
Hengelo	14%
Borne	2%
Almelo	2%
Haaksbergen	2%
Enschede	1%
Wierden	1%
Deventer	1%
Overig	1%



Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Delden	65%
Overig gemeente Hof van Twente	23%
Hengelo	9%
Borne	1%
Almelo	1%
Overig	1%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Delden	46%
Overig gemeente Hof van Twente	21%
Hengelo	14%
Borne	13%
Almelo	3%
Wierden	2%
Oldenzaal	1%
Enschede	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 Delden	57%
Overig gemeente Hof van Twente	20%
Hengelo	10%
Haaksbergen	5%
Almelo	2%
Borne	2%
Dinkelland	1%
Enschede	1%
Wierden	1%
Deventer	1%
Rijssen-Holten	1%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Delden	79%
Overig gemeente Hof van Twente	9%
Hengelo	8%
Almelo	3%
Borne	1%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Delden	54%
Overig gemeente Hof van Twente	23%
Hengelo	13%
Borne	3%
Almelo	2%
Haaksbergen	2%
Enschede	1%
Dinkelland	1%
Wierden	1%
Oldenzaal	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	%
Kern Delden	79%
Overig gemeente Hof van Twente	5%
Hengelo	11%
Borne	2%
Internet e.d.	0%
Overig	2%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Delden	35%
Overig gemeente Hof van Twente	3%
Hengelo	36%
Enschede	6%
Wierden	2%
Almelo	1%
Borne	1%
Rijssen-Holten	1%
Oldenzaal	1%
Haaksbergen	1%
Internet e.d.	9%

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 Delden	17%
Gemeente Hof van Twente	1%
Hengelo	37%
Enschede	14%
Wierden	5%
Borne	3%
Rijssen-Holten	2%
Almelo	1%
Haaksbergen	1%
Lelystad	1%
Amsterdam	1%
Arnhem	1%
Zutphen	1%
Maastricht	1%
Berkelland	1%
Gronau (D)	1%
Internet e.d.	14%
Overig	2%



Tabel 4

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Delden	32%
Overig gemeente Hof van Twente	4%
Hengelo	35%
Enschede	6%
Borne	3%
Almelo	2%
Rijssen-Holten	2%
Amsterdam	1%
Wierden	1%
Lelystad	1%
Gronau (D)	1%
Internet e.d.	11%
Overig	3%

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Delden	45%
Overig gemeente Hof van Twente	2%
Hengelo	40%
Enschede	2%
Borne	1%
Rijssen-Holten	1%
Tubbergen	1%
Internet e.d.	7%
Overig	2%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Delden	43%
Overig gemeente Hof van Twente	2%
Hengelo	44%
Enschede	1%
Internet e.d.	9%
Overig	1%

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en afvloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Delden	33%
Overig gemeente Hof van Twente	1%
Hengelo	37%
Oldenzaal	4%
Enschede	4%
Almelo	3%
Haaksbergen	2%
Zutphen	2%
Hellendoorn	1%
Dongen	1%
Twenterand	1%
Steenwijkerland	1%
Internet e.d.	9%
Overig	4%

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

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Delden	29%
Overig gemeente Hof van Twente	6%
Hengelo	57%
Almelo	1%
Borne	1%
Enschede	1%
Barneveld	1%
Dongen	1%
Internet e.d.	3%
Overig	1%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Delden	74%
Overig gemeente Hof van Twente	6%
Enschede	5%
Hengelo	5%
Almelo	3%
Lochem	2%
Dinkelland	2%
Borne	1%
Oldenzaal	1%
Dongen	1%
Overig	0%