

**KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN**

**RAPPORT DEN HAM**

**Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015**

Oktober 2015

# COLOFON

**Uitgave**

I&O Research  
Zuiderval 70  
Postbus 563  
7500 AN Enschede

**Rapportnummer**

2015/124

**Datum**

Oktober 2015

**Opdrachtgever**

Gemeente Twenterand

**Auteurs**

Marjolein Meurs  
Ralf ten Hove

**Bestellingen**

Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever.

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



# INHOUDSOPGAVE

<b>1. Kort vooraf .....</b>	<b>6</b>
1.1 De winkelwereld is veranderd .....	6
1.2 Doel van het onderzoek .....	6
<b>2. Koopstromen .....</b>	<b>9</b>
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
<b>3. Economisch functioneren .....</b>	<b>17</b>
3.1 Inleiding .....	17
3.2 Detailhandelsomzet .....	17
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties .....	18
3.4 Conclusie .....	19
<b>4. Inzicht in koopgedrag .....</b>	<b>21</b>
4.1 Inleiding .....	21
4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel .....	21
4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen .....	22
4.4 Conclusie .....	23



<b>5. Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden.....</b>	<b>25</b>
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
<b>Bijlage 1. Onderzoeksaanpak.....</b>	<b>30</b>
<b>Bijlage 2. Begrippenkader .....</b>	<b>33</b>
<b>Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche.....</b>	<b>35</b>
<b>Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche.....</b>	<b>39</b>



# 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 Twenterand zijn 837 huishoudens geïnterviewd, waarvan 170 in Den Ham.



## **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 Den Ham 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 Den Ham 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 Den Ham – 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 Den Ham, gaat het bij het bestedingspotentieel om alle detailhandelsbestedingen van inwoners die gedaan worden in winkels (in of buiten Den Ham) maar bijvoorbeeld ook op de markt, of via internet.

Het bestedingspotentieel is opgebouwd uit bestedingen door inwoners van Den Ham gedaan in Den Ham 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

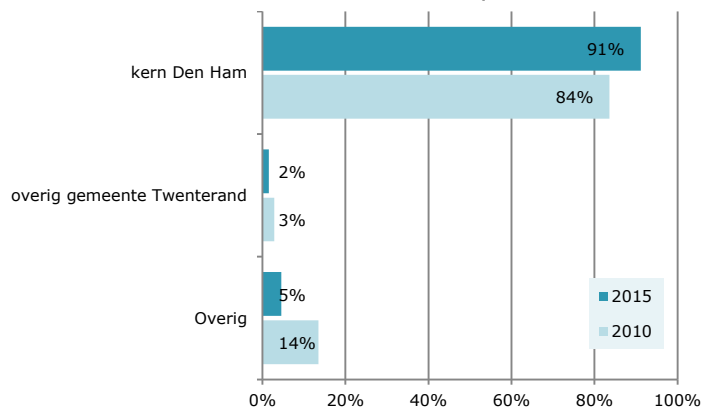
### 2.1 Dagelijkse sector

#### **Koopkrachttoevloeiing afgenomen**

De grote meerderheid van de omzet die wordt gegenereerd in Den Ham is afkomstig van inwoners uit de plaats zelf. Daarnaast trekt de kern Den Ham ook (enige) omzet aan uit andere delen van de gemeente Twenterand. Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in de dagelijkse sector afgenomen. De omzet uit toevloeiing is in verhouding het meest afgenomen.

**Figuur 2.1**

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



**Tabel 2.1**

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

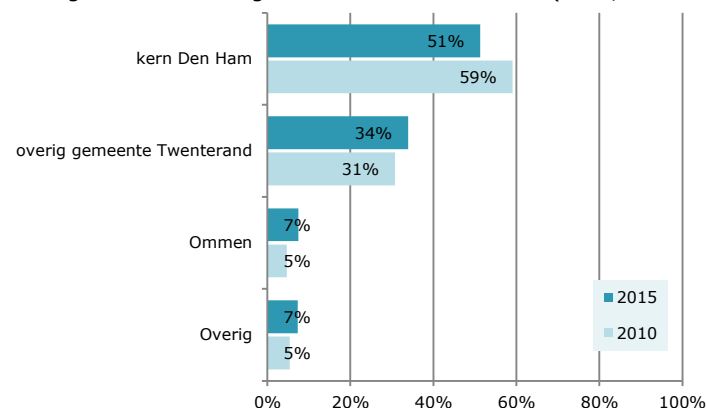
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Omzet uit eigen kern (binding)	8,8	7,9	84%	91%
Toevloeiing ov. gemeente Twenterand	0,3	0,1	3%	2%
Toevloeiing ov. Nederland	1,4	0,6	14%	7%
<b>TOTALE OMZET</b>	<b>10,5</b>	<b>8,6</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

#### **Koopkrachtafvloeiing toegenomen**

Inwoners van Den Ham doen ongeveer de helft van hun dagelijkse boodschappen in de eigen woonplaats. In 2010 was dit aandeel wat hoger. Een derde van de bestedingen wordt in andere delen van de gemeente Twenterand gedaan. Ten opzichte van 2010 zijn de totale bestedingen in de dagelijkse sector die afvloeien naar andere aankoopplaatsen en -kanalen toegenomen.

**Figuur 2.2**

Waar gaan de bestedingen uit Den Ham 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	8,8	7,9	59%	51%
Afvloeiing ov. gemeente Twenterand	4,6	5,2	31%	34%
Afvloeiing ov. Nederland	1,4	2,2	10%	15%
Afvloeiing internet e.d.	0,1	0,0	0%	0%
<b>TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL</b>	<b>14,9</b>	<b>15,4</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



## 2.2 Niet-dagelijkse sector

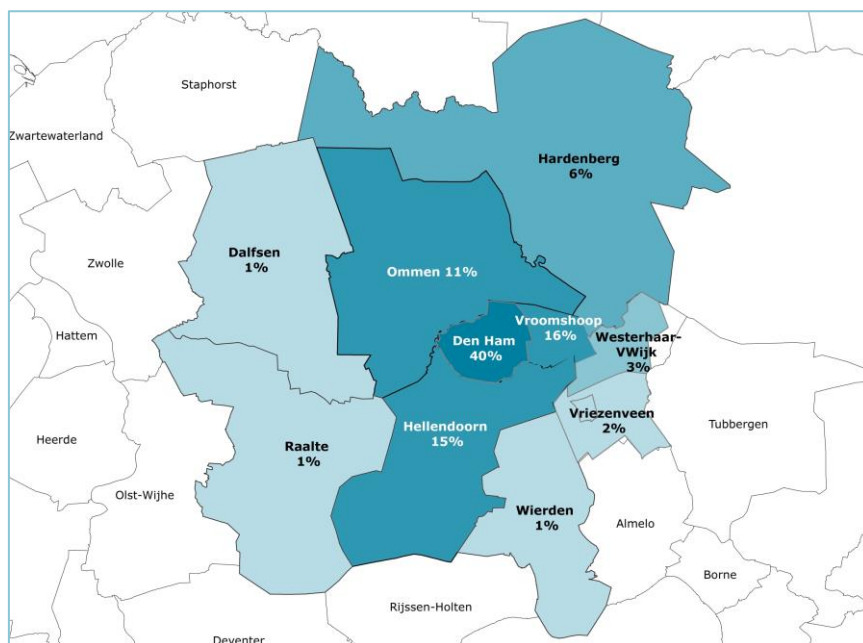
### Veel toevloeiing uit Hellendoorn

Van de niet-dagelijkse omzet in Den Ham is 41 procent afkomstig uit Den Ham zelf. Daarnaast is 22 procent afkomstig uit het overige deel van de gemeente Twenterand.

In de niet-dagelijkse sector is verder omzet afkomstig uit de gemeenten Hardenberg en Ommen. Vooral vanuit gemeente Hellendoorn zijn consumenten relatief sterk georiënteerd op Den Ham.

**Figuur 2.3**

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

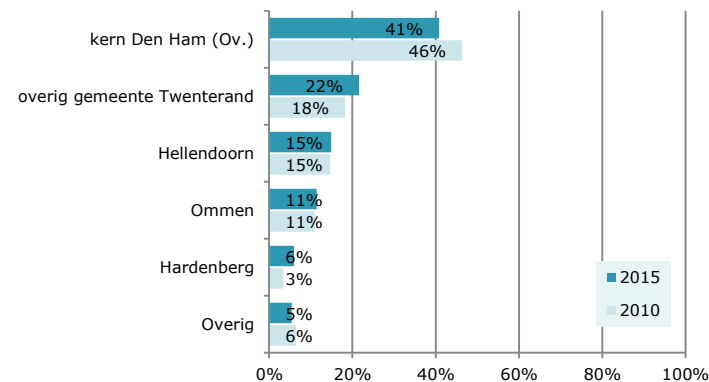


## Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 is de omzet gerealiseerd door zowel inwoners als bezoekers van Den Ham in absolute zin afgenomen. Als we kijken naar de kooporiëntatie op Den Ham is veranderd, dan zien we vooral minder bestedingen door inwoners van Den Ham zelf.

**Figuur 2.4**

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



**Tabel 2.3**

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

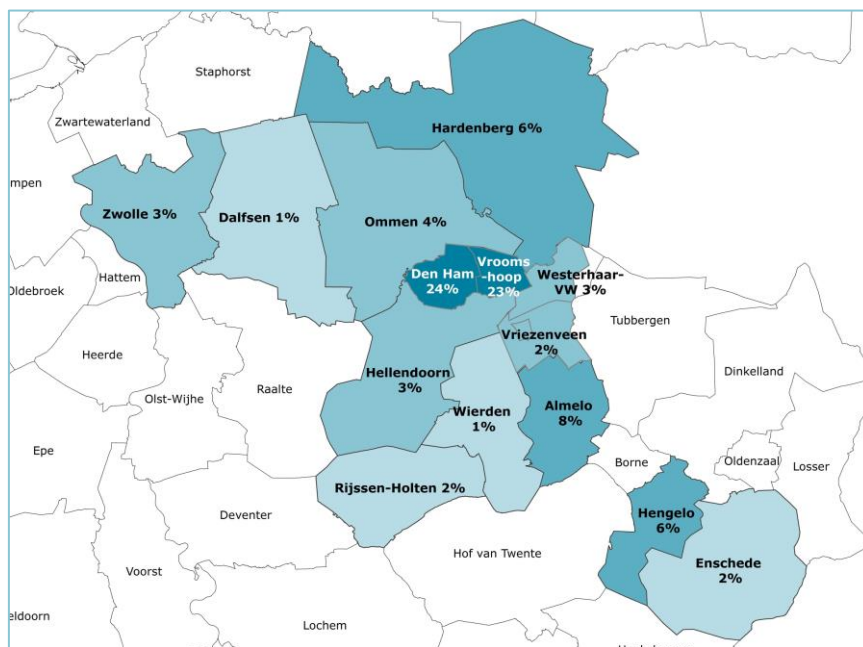
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	4,7	3,3	46%	41%
Toevloeiing ov. gemeente Twenterand	1,9	1,7	18%	22%
Toevloeiing ov. Nederland	3,6	3,1	35%	38%
<b>TOTAAL OMZET</b>	<b>10,2</b>	<b>8,1</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### **Inwoners Den Ham ook georiënteerd op Almelo, Hengelo en Hardenberg**

Net als in de dagelijkse sector zijn inwoners van Den Ham voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector in sterke mate georiënteerd op de eigen woonplaats of andere plaatsen in de gemeente Twenterand. Buiten de gemeente is er met name enige afvloeiing naar Almelo, Hengelo en Hardenberg.

**Figuur 2.5**

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



De afvloeiing naar internet is in de niet-dagelijkse sector met 9 procent aanzienlijk groter dan in de dagelijkse sector.

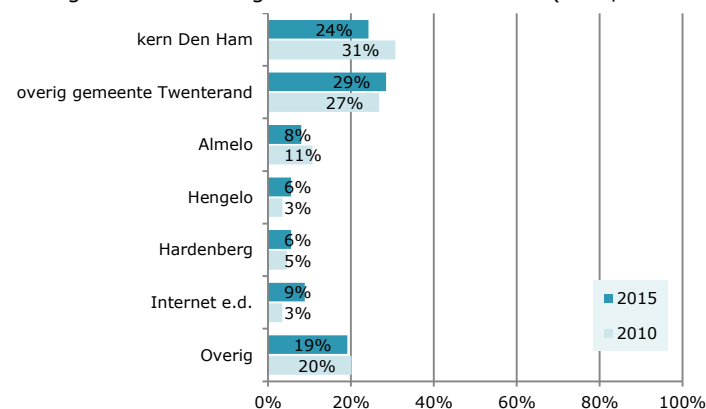
### **Ontwikkeling herkomst bestedingen niet-dagelijkse sector**

Ten opzichte van 2010 doen inwoners van Den Ham in de niet-dagelijkse sector minder bestedingen in de eigen woonplaats. De afvloeiing naar overig Twenterand en Almelo is in verhouding toegenomen.

De mate waarin consumenten bestedingen doen via internet is in de afgelopen vijf jaar in Den Ham sterk toegenomen. De koopkrachtafvloeiing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector nu € 1,2 miljoen, tegen € 0,5 miljoen in 2010.

**Figuur 2.6**

Waar gaan de bestedingen uit Den Ham 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	4,7	3,3	31%	24%
Afvloeiing ov. gemeente Twenterand	4,1	3,9	27%	29%
Afvloeiing ov. Nederland	6,0	5,2	39%	38%
Afvloeiing internet e.d.	0,5	1,2	3%	9%
<b>TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL</b>	<b>15,4</b>	<b>13,6</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### 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 bloemen en planten de hoogste binding met 71 procent. Vergeleken met 2010 zijn de bindingspercentages gedaald.

**Tabel 2.5**

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

x € miljoen	BINDING		TOEVLOEIING		TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	0,6	0,3	0,6	0,7	1,2	1,0
Schoenen	0,4	0,2	1,2	0,9	1,5	1,1
Huishoudelijke artikelen	0,5	0,4	0,2	0,3	0,7	0,7
Elektronica	0,9	0,5	0,4	0,2	1,3	0,8
Woninginrichting	0,4	0,2	0,7	0,1	1,0	0,3
Doe-het-zelf	0,7	0,5	0,6	0,5	1,3	1,0
Bloemen en planten	1,3	1,2	1,9	2,0	3,2	3,2
<b>TOTAAL</b>	<b>4,7</b>	<b>3,3</b>	<b>5,5</b>	<b>4,8</b>	<b>10,2</b>	<b>8,1</b>

#### KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN DEN HAM 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 DEN HAM 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 relatief veel bestedingen van bezoekers van buiten Den Ham zijn schoenen en kleding. Vergeleken met 5 jaar geleden is er minder koopkracht afkomstig van buiten (maar het *aandeel* toevloeiing is toegenomen).

Voor kleding en woninginrichting zijn inwoners van Den Ham relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen (o.a. overig Twenterand en Almelo), als ook 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	0,6	0,3	3,8	3,7	4,3	4,0
Schoenen	0,4	0,2	0,6	0,7	0,9	0,9
Huishoudelijke artikelen	0,5	0,4	0,7	0,7	1,2	1,1
Elektronica	0,9	0,5	1,6	1,9	2,5	2,4
Woninginrichting	0,4	0,2	2,7	2,0	3,1	2,2
Doe-het-zelf	0,7	0,5	1,0	0,8	1,7	1,3
Bloemen en planten	1,3	1,2	0,4	0,5	1,7	1,7
<b>TOTAAL</b>	<b>4,7</b>	<b>3,3</b>	<b>10,7</b>	<b>10,3</b>	<b>15,4</b>	<b>13,6</b>

**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	13%	7%	53%	71%
Schoenen	39%	22%	76%	83%
Huishoudelijke artikelen	41%	40%	31%	38%
Elektronica	36%	22%	29%	30%
Woninginrichting	12%	8%	63%	40%
Doe-het-zelf	42%	36%	44%	54%
Bloemen en planten	79%	71%	59%	63%
<b>TOTAAL</b>	<b>31%</b>	<b>24%</b>	<b>54%</b>	<b>59%</b>



### 2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

De mate waarin Den Ham 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 tot 10.000 inwoners heeft Den Ham in de dagelijkse sector in 2015 een relatief lage koopkrachtbinding.

De niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met gemiddeld in plaatsen met 5.000 tot 10.000 inwoners eveneens een relatief lage koopkrachtbinding. Binnen deze sector hebben vooral de artikelgroepen elektronica en woninginrichting in Den Ham verhoudingsgewijs een zwakke(re) lokale verzorgingsfunctie. De binding aan Den Ham voor bloemen en planten is wel hoger dan gemiddeld.

**Tabel 2.8**

Bindingspercentage Den Ham vergeleken (2015).

	DEN HAM	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	51%	71%
Niet-dagelijkse sector	24%	29%
- Kleding	7%	16%
- Schoenen	22%	22%
- Huishoudelijke artikelen	40%	38%
- Elektronica	22%	32%
- Woninginrichting	8%	20%
- Doe-het-zelf	36%	42%
- Bloemen en planten	71%	58%

### 2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

Den Ham 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?

#### **Toevloeiing kleiner dan afvloeiing**

Met uitzondering van de artikelgroep bloemen en planten hebben alle niet-dagelijkse artikelgroepen meer koopkrachtafvoer dan toevloeiing. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats is dus kleiner dan het koopkrachtverlies.

In alle artikelgroepen is de afvloeiing naar (winkel)aankooplocaties buiten Den Ham groter dan de afvloeiing naar internet.

**Tabel 2.9**

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

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

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 Den Ham in 2015 zo'n € 1,2 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).

Inwoners van Den Ham kiezen bij het kopen van kleding relatief vaak voor internet als 'aankoopplaats'. Zo is 17 procent van de bestedingen aan kleding in een webwinkel gedaan.

<u>BESTEDINGSAAANDEEL VAN INTERNET (2015)</u>	DEN HAM	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	0%	0%
Niet-dagelijkse sector	9%	9%
- Kleding	17%	14%
- Schoenen	11%	10%
- Huishoudelijke artikelen	3%	6%
- Elektronica	10%	14%
- Woninginrichting	6%	8%
- Doe-het-zelf	2%	3%
- Bloemen en planten	1%	1%

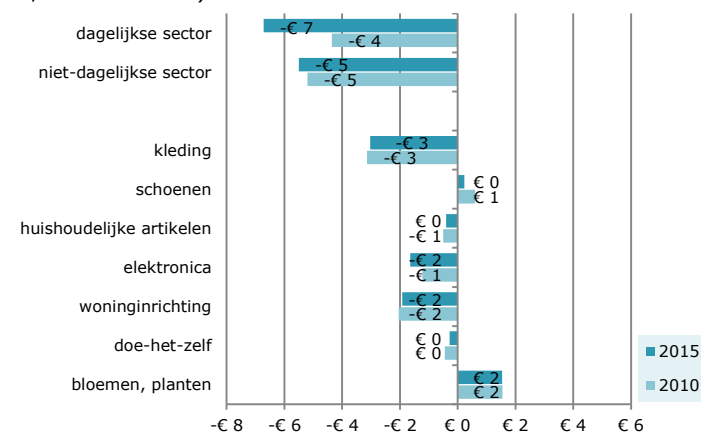
### **Ontwikkeling koopstromensaldo**

Op basis van onder meer tabel 2.9 is te concluderen dat in 2015 de niet-dagelijkse artikelgroepen in Den Ham te maken hebben met meer koopkrachtafvloeiing dan koopkrachttoevoeiing. In tabel 2.2 en 2.3 zagen we dat in de dagelijkse sector de afvloeiing ook groter is dan de 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 is het negatieve verschil tussen toe- en afvloeiing in de dagelijkse sector in 2015 wat groter geworden. In de niet-dagelijkse sector is het (negatieve) saldo in zowel 2010 als 2015 ongeveer gelijk gebleven. Bij de afzonderlijke artikelgroepen schoenen en bloemen & planten zijn de verschillen tussen toevoeiing en afvloeiing nog steeds positief. Bij de overige artikelgroepen zijn de saldo's in 2010 en 2015 beide negatief, maar in de meeste gevallen zijn de verschillen tussen toevoeiing en afvloeiing wel kleiner geworden.

### **Figuur 2.7**

Saldo toevoeiing minus afvloeiing per sector en artikelgroep, Den Ham (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. Ten opzichte van 2010 doen minder inwoners de dagelijkse boodschappen in de eigen kern.
- In de niet-dagelijkse sector is de binding minder groot, ook ten opzichte van 2010, met name doordat relatief meer bestedingen afvloeien naar andere gemeenten, maar ook naar internet.
- Den Ham trekt voor dagelijkse artikelen (enige) omzet aan andere delen van de gemeente Twenterand. Consumenten vanuit de gemeenten Hellendoorn, Hardenberg en Ommen zijn relatief sterk op Den Ham georiënteerd voor niet-dagelijkse artikelen.
- Binnen de niet-dagelijkse sector heeft de artikelgroep bloemen & planten de hoogste binding. Vergeleken met 2010 zijn de bindingspercentages voor alle artikelgroepen afgenomen. Voor bestedingen in de artikelgroepen woninginrichting en kleding zijn inwoners van Den Ham relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen.
- Het afvloeiingspercentage naar internet (niet-dagelijkse sector) bedraagt 9 procent. Als we kijken naar de artikelen die inwoners online kopen, dan is dit voornamelijk kleding.
- In de dagelijkse sector bedraagt het afvloeiingspercentage naar internet 0 procent.



# 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 Den Ham. 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.

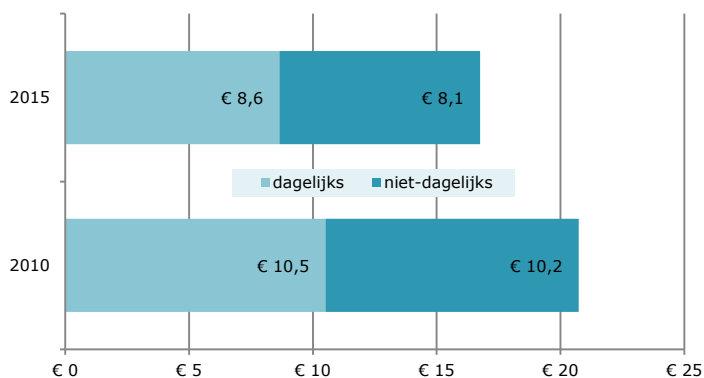
#### 3.2 Detailhandelsomzet

##### **Totale omzet in Den Ham relatief sterk afgenomen**

De totale detailhandelsomzet in Den Ham is in de afgelopen vijf jaar met 19 procent afgenomen naar 16,7 miljoen euro. In de dagelijkse sector bedraagt de afname 21 procent.

**Figuur 3.1**

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

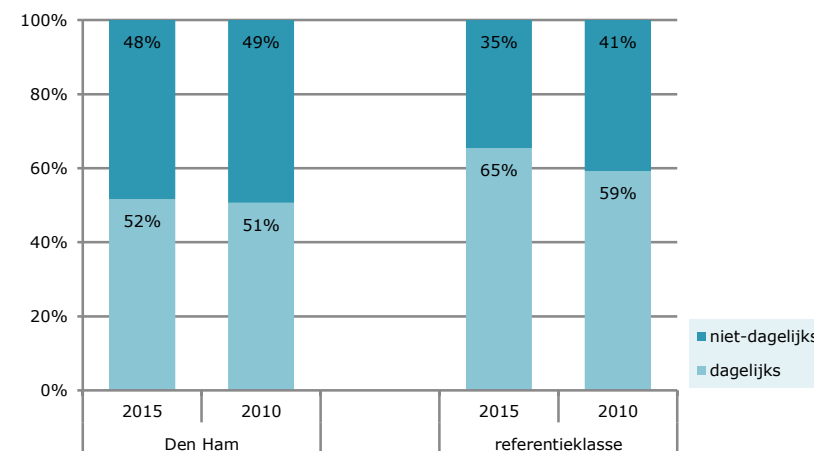


##### **Omzetaandeel dagelijks vrijwel gelijk gebleven**

De dagelijkse sector (52 procent) neemt een iets groter deel van de detailhandelsomzet in Den Ham voor haar rekening dan de niet-dagelijkse sector. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is tussen 2010 en 2015 ongeveer gelijk gebleven. In de referentiekernen zien we een toename van het aandeel omzet in de dagelijkse sector.

**Figuur 3.2**

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

In Den Ham is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector gedaald. Vergeleken met plaatsen van vergelijkbare omvang is dit omzetcijfer lager. Doordat de gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector ook relatief laag is, ligt de totale omzet per inwoner onder het vergelijkingscijfer.

**Tabel 3.1**

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

	DEN HAM		REFERENTIEKLASSE	
	2010	2015	2010	2015
Dagelijkse sector	1.780	1.470	2.840	2.930
Niet-dagelijkse sector	1.730	1.380	1.950	1.570
- Kleding	200	170	430	380
- Schoenen	260	190	120	90
- Huishoudelijke artikelen	120	120	170	130
- Elektronica	210	130	330	280
- Woninginrichting	180	50	280	170
- Doe-het-zelf	210	170	240	170
- Bloemen en planten	550	550	390	350
<b>TOTALE OMZET PER INWONER</b>	<b>3.510</b>	<b>2.850</b>	<b>4.790</b>	<b>4.500</b>

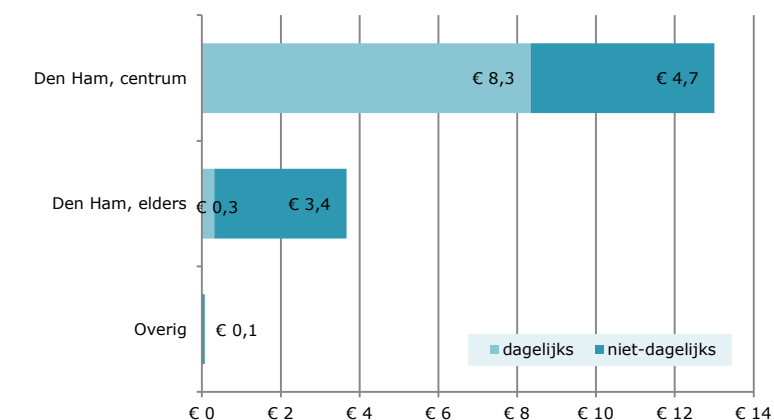
### 3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

#### *Grootste deel omzet landt in het centrum van Den Ham*

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

**Figuur 3.3**

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Den Ham (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 Den Ham op peil is gebleven.

**Tabel 3.2**

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

	DAGELIJKE SECTOR		NIET-DAGELIJKE SECTOR	
	2010	2015	2010	2015
Den Ham, centrum	97%	96%	60%	58%
Den Ham, elders	2%	4%	39%	42%
Overig	1%	0%	0%	1%
<b>TOTAAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### 3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Minder detailhandelsomzet in de dagelijkse sector en de niet-dagelijkse sector in Den Ham. Het aandeel niet-dagelijks is hoger dan het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang.
- Uit de benchmarking blijkt dat de gemiddelde totale omzet per inwoner in Den Ham lager is dan de gemiddelde totale omzet per inwoner bij plaatsen van vergelijkbare omvang.
- In alle artikelgroepen, met uitzondering van bloemen & planten en schoenen is de berekende omzet per inwoner kleiner dan gemiddeld in plaatsen met 5.000 tot 10.000 inwoners.
- De meeste detailhandelsomzet wordt gegenereerd door het centrum. Met name de dagelijkse sector heeft hierin een grote bijdrage.



# 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 Den Ham 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 Den Ham op een aantal aspecten ook afgezet tegen het gemiddelde beeld van/in vergelijkbare plaatsen.

### 4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel

#### *Alleen veranderingen in de bezoekfrequentie bij niet-dagelijks*

Voor de dagelijkse boodschappen is de bezoekfrequentie op hoofdlijnen weinig veranderd vergeleken met 2010. De groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Den Ham doet, is net als in 2010 voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker.

Bij het recreatieve winkelen zijn de verschuivingen iets groter. De groep die minder dan 1 keer per maand winkelt is groter geworden, terwijl de categorie die eens per week of vaker winkelt in Den Ham is afgenomen. De groei van het online winkelen vertaalt zich langzamerhand in een verschuiving van de bezoekfrequentie aan Den Ham.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Den Ham voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

	DAGELIJKE BOODSCHAPPEN		WINKELN	
	2010	2015	2010	2015
Meer dan 1 x per week	75%	77%	37%	20%
1 x per week	21%	21%	11%	0%
1-3 x per maand	4%	3%	37%	27%
Minder dan 1 x per maand	0%	0%	15%	53%
<b>TOTAAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

#### **Bezoekmotief**

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen of te winkelen in Den Ham? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door nabijheid/afstand, gewoonte en bereikbaarheid. Ten opzichte van 2010 worden met name bereikbaarheid en sfeer minder vaak genoemd als bezoekmotief.

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekmotieven:



#### **Boodschappen doen:**

- 1: nabijheid/afstand: 84%
- 2: gewoonte: 15%
- 3: bereikbaarheid: 12%



#### **Winkelen:**

- 1: bepaalde winkels: 59%
- 2: nabijheid/afstand: 42%
- 3: kwaliteit winkelaanbod: 27%

Voor het winkelen spelen bepaalde winkels, nabijheid/afstand en kwaliteit van het winkelaanbod in veel gevallen een rol bij de keuze voor winkelen in Den Ham. In 2010

werden 'bepaalde winkels' en de kwaliteit van het winkelaanbod veel minder vaak genoemd als bezoekredenen. Nabijheid/afstand was minder belangrijk dan in 2010.

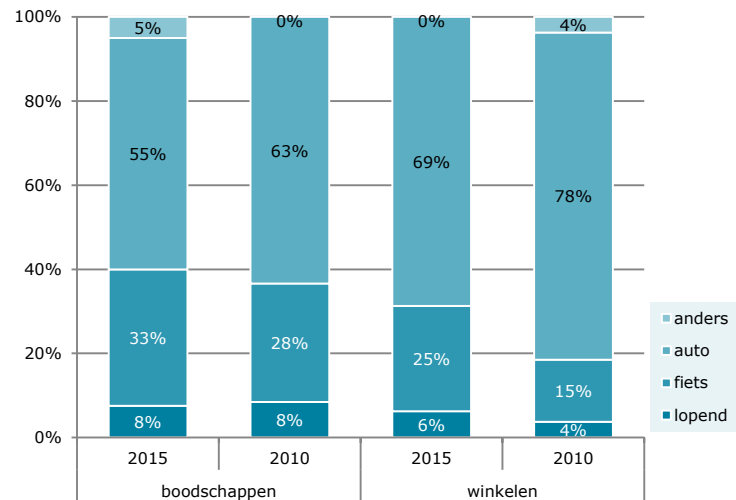


### Vervoermiddel

Zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor het winkelen is de auto het meest gebruikte vervoermiddel. In 2015 maken bezoekers vaker gebruik van de fiets en minder van de auto. Ook dit geldt voor zowel winkelen als boodschappen doen.

**Figuur 4.2**

Vervoermiddelgebruik voor boodschappen en winkelen, Den Ham (2010 en 2015).



### 4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Den Ham 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.

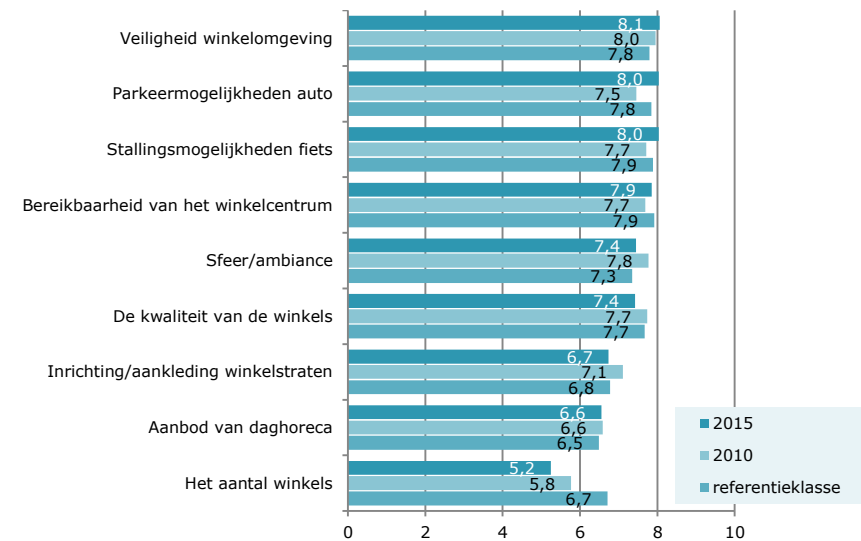
In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Den Ham.

### Hoogste waardering voor veiligheid winkelomgeving

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in Den Ham tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor de veiligheid van de winkelomgeving, het aantal winkels krijgt de laagste beoordeling. Ten opzichte van 2010 is de waardering voor vijf aspecten gestegen, en voor vier gedaald. In vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen scoort Den Ham relatief goed.

**Figuur 4.3**

Waardering winkelvoorzieningen Den Ham (2010 en 2015).



6 van de 9

aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld



#### 4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De meeste bezoekers gaan minder dan een keer per maand winkelen in Den Ham.
- De belangrijkste bezoekmotieven voor de dagelijkse boodschappen zijn nabijheid/afstand, gewoonte en bereikbaarheid. Voor het winkelen zijn de aanwezigheid van bepaalde winkels, nabijheid/afstand en de kwaliteit van het winkelaanbod belangrijke redenen om voor Den Ham te kiezen.
- 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.
- De winkelvoorzieningen in Den Ham worden over het algemeen goed beoordeeld. Den Ham scoort wat beter 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.

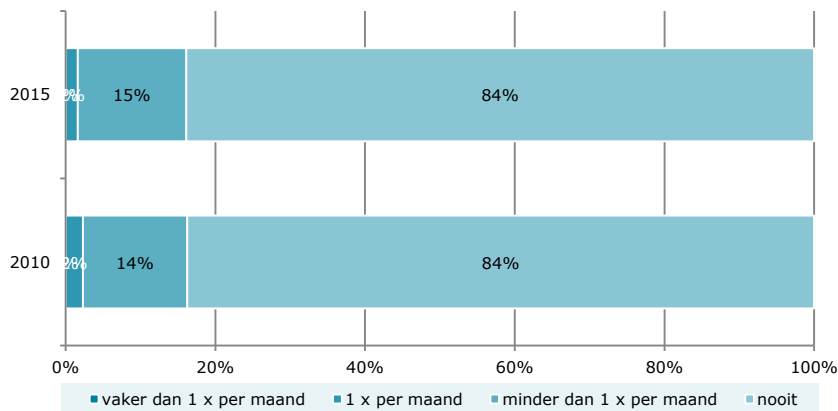
### 5.2 Koopzondag

#### *Bezoek koopzondag stabiel*

In vijf jaar tijd is de oriëntatie op de zondag als winkeldag sterk toegenomen. In Den Ham blijft deze ontwikkeling nog uit. In 2010 ging 84 procent nooit op zondag winkelen/inkopen doen, in 2015 is dat aandeel nog steeds 84 procent.

**Figuur 5.1**

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Den Ham (2010 en 2015).



Circa 16 procent van de inwoners bezoekt wel eens een koopzondag. In meerderheid gaan ze hiervoor wel naar een andere plaats, namelijk Almelo, Enschede of Zwolle. Zwolle is een belangrijker aankooplocatie op zondag geworden.

**Tabel 5.1**

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015	2010
Almelo, Centrum	25%	27%
Enschede, Centrum	25%	27%
Zwolle, Centrum	25%	9%

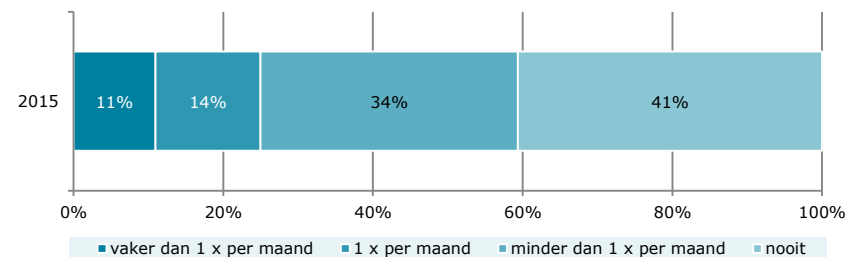
### 5.3 Koopavond

#### *Vier op de tien bezoeken nooit een koopavond*

Daar waar de zondagopenstelling per gemeente/plaats verschilt, is er in de meeste plaatsen wel sprake van avondopenstelling. Een dag in de week zijn de winkels 's avonds langer geopend. In vergelijking met de koopzondag is de oriëntatie op de koopavond groter onder inwoners van Den Ham. Een kwart gaat (minimaal) eens per maand. Vier op de tien inwoners geeft aan nooit op koopavond te winkelen.

**Figuur 5.2**

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Den Ham (2015).



Meest genoemde plaats waar inwoners van Den Ham de koopavond bezoeken, is het centrum van Den Ham (36 procent). Andere veelgenoemde aankooplocaties zijn het centrum van Vroomshoop (24 procent) en Vroomshoop Linderflief (15 procent).





36%

bezoekt meestal de koopavond in het centrum van Den Ham

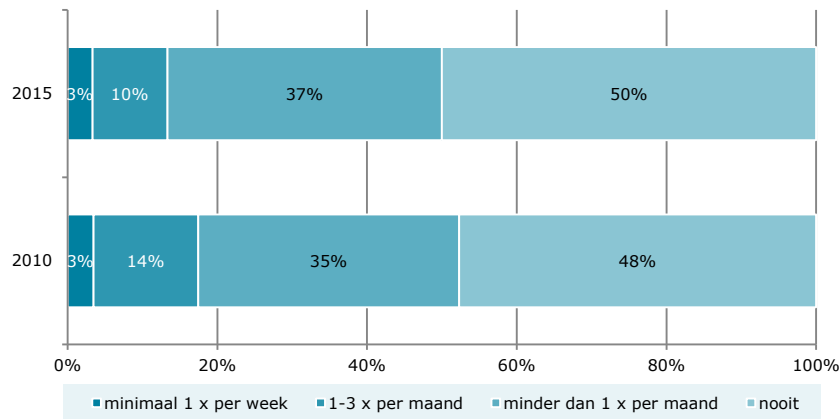
## 5.4 Markt

### *Oriëntatie op de markt blijft op niveau*

De helft van de inwoners van Den Ham bezoekt wel eens de markt. De meeste gaan minder dan eens per maand. Drie procent van de inwoners van Den Ham is frequent marktbezoeker en gaat minimaal een keer per week naar de markt.

**Figuur 5.3**

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Den Ham (2010 en 2015).



Een groot deel van de inwoners bezoekt vooral de markt in Ommen, gevolgd door Almelo en Nijverdal. Ook in 2010 waren dit de meest genoemde plaatsen.

**Tabel 5.2**

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015	2010
Ommen, Centrum	33%	27%
Almelo, Centrumplein	13%	18%
Hellendoorn, Nijverdal	13%	20%

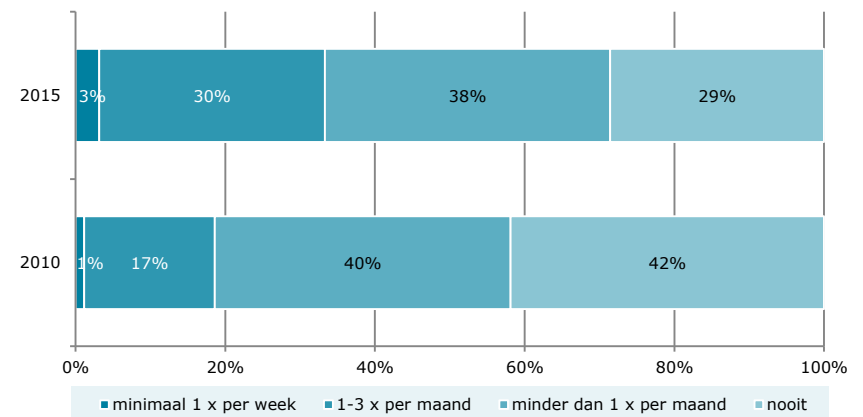
## 5.5 Online winkelen

### *Inwoners Den Ham 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 42 procent van de consumenten nooit aankopen via internet. In vijf jaar tijd is dit aandeel afgenomen tot 29 procent.

**Figuur 5.4**

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

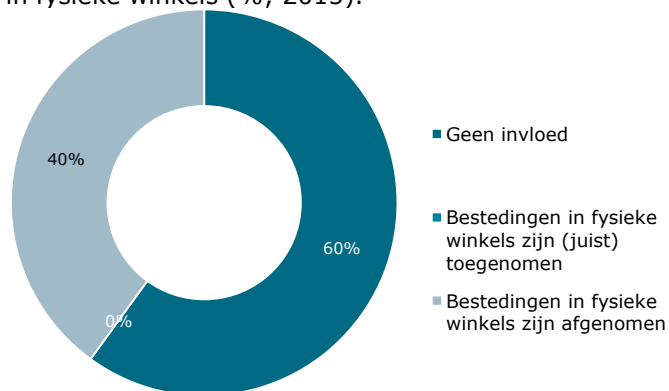


### Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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 40 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 Den Ham 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 Den Ham bezoeken minder vaak winkels op zondag, maar winkelen even vaak tijdens koopavond. Het bezoek aan de warenmarkt ligt wat lager. Het aandeel dat frequent iets via internet koopt, is wat kleiner dan het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

**Figuur 5.6**

Aandeel (minimaal) maandelijks, Den Ham vergeleken met referentiekernen (2015).



## 5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de zondag als winkeldag is relatief klein. Een meerderheid van 84 procent gaat nooit naar een koopzondag. Als men wel een koopzondag bezoekt, doet men dat overwegend in Almelo, Enschede of Zwolle.
- 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 Den Ham, maar ook Vroomshoop.
- De markt wordt ook vaker bezocht. De helft van de inwoners van Den Ham bezoekt de markt. De meeste gaan minder dan een keer per maand, en men bezoekt dan vooral de markt in Ommen.
- Een op de drie inwoners van Den Ham doet één keer per maand of vaker een aankoop via internet. Van de inwoners van Den Ham die hebben aangegeven online te winkelen zegt 40 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.

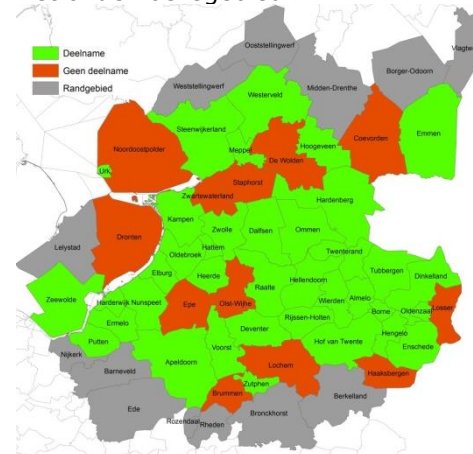
### Dataverzameling en -verwerking

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 toevloeiing vanuit Duitsland te kunnen bepalen, is in de Duitse grensregio ook geënquêteerd. Het gebied strekt zich uit van Haren (ter hoogte van Emmen) tot Vreden (ter hoogte van Haaksbergen), en dan de eerste (en deels tweede) ring van gemeenten aan Duitse zijde.

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 inwonertal-weging doorgevoerd. De herweging naar inwonertallen is in de onderzoeksgemeenten op postcode-cijferniveau gedaan, in de randgemeenten op gemeentelijk niveau.

### Bestedingscijfers

Voor het berekenen van de bestedingen / omzetten per regio, gemeente en aankooplocatie zijn bestedingcijfers van [www.detailhandelsinfo.nl](http://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](http://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 Den Ham	91%
Overig gemeente Twenterand	2%
Raalte	3%
Hellendoorn	3%
Ommen	1%
Overig	1%

**Tabel 2**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Den Ham	41%
Overig gemeente Twenterand	22%
Hellendoorn	15%
Ommen	11%
Hardenberg	6%
Wierden	1%
Dalfsen	1%
Raalte	1%
Overig	2%

**Tabel 3**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing kleding.

KERN	%
Kern Den Ham	29%
Overig gemeente Twenterand	20%
Hellendoorn	22%
Hardenberg	10%
Ommen	7%
Dalfsen	5%
Hoogeveen	3%
Wierden	2%
Raalte	1%

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

**Tabel 4**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Den Ham	17%
Overig gemeente Twenterand	25%
Ommen	21%
Hellendoorn	14%
Hardenberg	10%
Dalfsen	4%
Barneveld	2%
Raalte	1%
Kampen	1%
Almelo	1%
Zwolle	1%
Tubbergen	1%
Overig	1%

**Tabel 5**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Den Ham	62%
Overig gemeente Twenterand	15%
Hellendoorn	13%
Ommen	5%
Hardenberg	4%
Overig	1%

**Tabel 6**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Den Ham	70%
Overig gemeente Twenterand	2%
Hellendoorn	16%
Ommen	3%
Raalte	3%
Hardenberg	2%
Hengelo	2%
Harderwijk	1%

**Tabel 7**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Den Ham	60%
Overig gemeente Twenterand	7%
Hellendoorn	12%
Wierden	9%
Raalte	9%
Almelo	2%

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

**Tabel 8**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Den Ham	46%
Overig gemeente Twenterand	28%
Hellendoorn	13%
Hardenberg	6%
Ommen	3%
Wierden	3%
Overig	1%

**Tabel 9**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Den Ham	37%
Overig gemeente Twenterand	26%
Ommen	16%
Hellendoorn	14%
Hardenberg	5%
Wierden	1%
Overig	1%

# 4

## BIJLAGE

### **Binding en afvloeiing per branche**

## Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche

**Tabel 1**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing dagelijkse sector.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Den Ham	51%
Overig gemeente Twenterand	34%
Ommen	7%
Wierden	2%
Zuidhorn	1%
Hellendoorn	1%
Dronten	1%
Hardenberg	1%
Overig	2%

**Tabel 2**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Den Ham	24%
Overig gemeente Twenterand	29%
Almelo	8%
Hengelo	6%
Hardenberg	6%
Ommen	4%
Hellendoorn	3%
Zwolle	3%
Enschede	2%
Rijssen-Holten	2%
Zuidhorn	1%
Wierden	1%
Dalfsen	1%
Internet e.d.	9%
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.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Den Ham	7%
Overig gemeente Twenterand	16%
Almelo	13%
Hardenberg	11%
Ommen	7%
Hellendoorn	6%
Zwolle	6%
Enschede	5%
Rijssen-Holten	4%
Hengelo	2%
Wierden	1%
Dalfsen	1%
Hof van Twente	1%
Internet e.d.	17%
Overig	4%

**Tabel 4**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Den Ham	22%
Overig gemeente Twenterand	33%
Almelo	6%
Hellendoorn	5%
Hardenberg	5%
Zwolle	5%
Enschede	3%
Hengelo	2%
Rijssen-Holten	2%
Ommen	1%
Wierden	1%
Zuidhorn	1%
Deventer	1%
Arnhem	1%
Internet e.d.	12%
Overig	2%



**Tabel 5**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Den Ham	40%
Overig gemeente Twenterand	37%
Ommen	7%
Hardenberg	3%
Hengelo	3%
Zuidhorn	2%
Hellendoorn	1%
Almelo	1%
Zwolle	1%
Wierden	1%
Rijssen-Holten	1%
Internet e.d.	3%
Overig	1%

**Tabel 6**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Den Ham	22%
Overig gemeente Twenterand	41%
Hengelo	14%
Almelo	3%
Hellendoorn	3%
Zwolle	2%
Hardenberg	2%
Utrechtse Heuvelrug	1%
Internet e.d.	10%
Overig	2%

**Tabel 7**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Den Ham	8%
Overig gemeente Twenterand	37%
Almelo	15%
Hengelo	13%
Hardenberg	6%
Zwolle	2%
Ommen	2%
Dalfsen	2%
Hoogeveen	1%
Hellendoorn	1%
Emmen	1%
Wierden	1%
Dinkelland	1%
Súdwest-Fryslân	1%
Internet e.d.	6%
Overig	5%

**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.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Den Ham	36%
Overig gemeente Twenterand	42%
Ommen	8%
Hardenberg	3%
Almelo	3%
Zuidhorn	2%
Hengelo	1%
Rijssen-Holten	1%
Zwolle	1%
Utrechtse Heuvelrug	1%
Internet e.d.	2%
Overig	1%

**Tabel 9**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Den Ham	71%
Overig gemeente Twenterand	12%
Almelo	5%
Zuidhorn	3%
Ommen	2%
Wierden	1%
Hellendoorn	1%
Utrechtse Heuvelrug	1%
Internet e.d.	1%
Overig	3%