

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT DEVENTER

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/132

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Deventer

Auteur(s)

Ralf ten Hove
Ilse Wognum

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	14
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 Extra vragen	23
4.5 Conclusie	27



5. Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden.....	30
5.1 Inleiding	30
5.2 Koopzondag	30
5.3 Koopavond.....	30
5.4 Markt	31
5.5 Online winkelen	31
5.6 Benchmarking	32
5.7 Conclusie	33
Bijlage 1. Onderzoeksaanpak.....	35
Bijlage 2. Begrippenkader	37
Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche.....	39
Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche.....	43



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 Deventer zijn 2.194 huishoudens geïnterviewd.



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

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

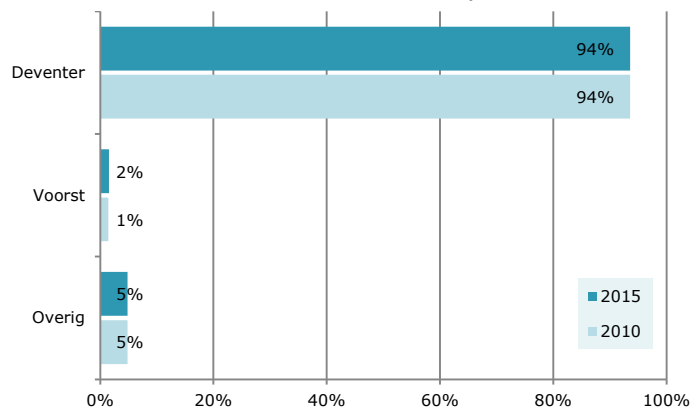
Koopkrachttoevloeiing blijft op niveau

Veruit het grootste deel van de behaalde omzet aan dagelijkse artikelen in Deventer is afkomstig van de eigen inwoners (94 procent). Daarnaast trekt Deventer ook nog enige omzet aan uit overige delen van Nederland, in verhouding het meest uit buurtgemeente Voorst (2 procent).

Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in de dagelijkse sector toegenomen. In verhouding zijn de omzet uit eigen gemeente en de toevloeiing even sterk gestegen.

Figuur 2.1

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



Tabel 2.1

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

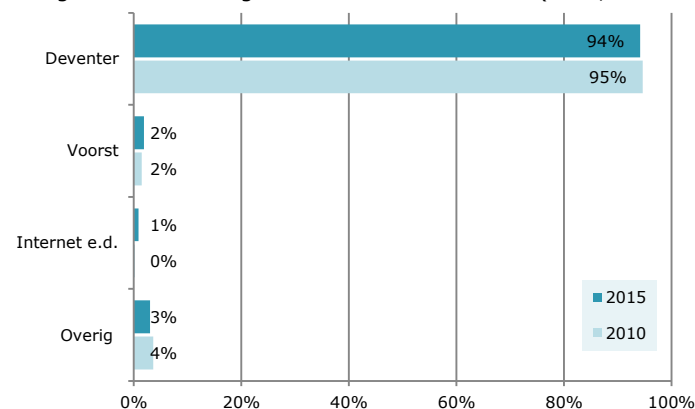
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Omzet uit eigen kern (binding)	230,8	241,0	94%	94%
Toevloeiing ov. Nederland	15,8	16,5	6%	6%
TOTALE OMZET	246,7	257,6	100%	100%

Koopkrachtafvlouing toegenomen

De mate waarin inwoners voor hun dagelijkse boodschappen bestedingen doen buiten de eigen gemeente is net als in 2010 beperkt. Na Deventer zelf (94 procent) worden de meeste dagelijkse bestedingen in buurtgemeente Voorst gedaan. Ten opzichte van 2010 zijn de bestedingen binnen de eigen gemeente in verhouding iets afgenomen. Dit komt met name doordat het bestedingsaandeel naar internet is toegenomen¹.

Figuur 2.2

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



¹ Overigens kunnen internetbestedingen een ruimtelijke component hebben, wanneer bijvoorbeeld een product afgehaald wordt in de winkel (en natuurlijk ook de verkeersstromen als gevolg van de aflevering van bestelde producten). Daarnaast hebben lokale winkeliers ook steeds vaker naast de fysieke winkel een webshop waarbij onder andere oude collecties online worden aangeboden. Een deel van de afvlouing naar internet in zowel dagelijkse als niet-dagelijkse sector zal dus ook wel lokaal 'terugvloeien'. Echter, hoe groot deze component is en waar deze bestedingen terecht komen, is onbekend.

Tabel 2.2

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

	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	230,8	241,0	95%	94%
Afvloeiing ov. Nederland	12,3	12,0	5%	5%
Afvloeiing Duitsland	0,2	0,7	0%	0%
Afvloeiing internet e.d.	0,6	2,2	0%	1%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	243,9	255,9	100%	100%

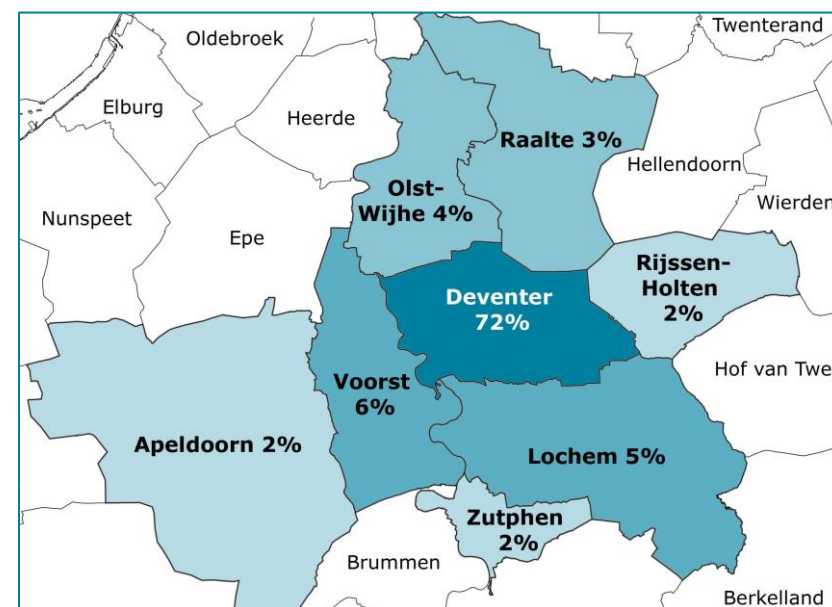
2.2 Niet-dagelijkse sector

Meeste toevloeiing uit buurgemeenten

Van de omzet in de niet-dagelijkse sector in Deventer is 72 procent afkomstig uit Deventer zelf. Daarnaast is er enige omzet afkomstig uit de buurgemeenten. Net als bij de dagelijkse sector zijn ook in de niet-dagelijkse sector in verhouding de meeste bestedingen afkomstig uit de gemeente Voorst (6 procent) en Lochem (5%).

Figuur 2.3

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

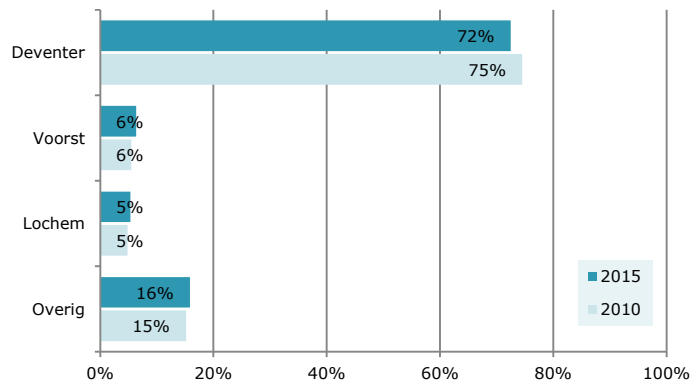


Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 is de totale niet-dagelijkse omzet in Deventer (gerealiseerd door zowel inwoners als bezoekers) afgenomen. Als we kijken naar waar de kooporiëntatie op Deventer is veranderd, dan zien we vooral minder omzet uit Deventer zelf.

Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

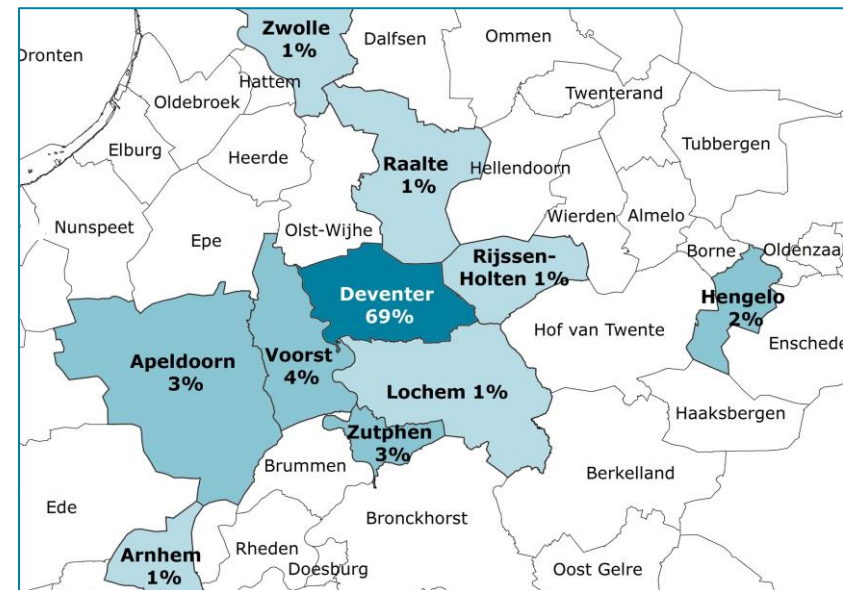
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Omzet uit eigen kern (binding)	182,3	154,5	75%	72%
Toevloeiing ov. Nederland	62,4	58,7	25%	28%
TOTALE OMZET	244,7	213,1	100%	100%

Inwoners Deventer ook georiënteerd op Voorst

Net als in de dagelijkse sector zijn inwoners van Deventer voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector hoofdzakelijk georiënteerd op de eigen gemeente, maar wel in mindere mate (69 procent). Buiten Deventer is er met name afvloeiing naar Voorst (4 procent), Zutphen en Apeldoorn (beide 3 procent).

Figuur 2.5

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



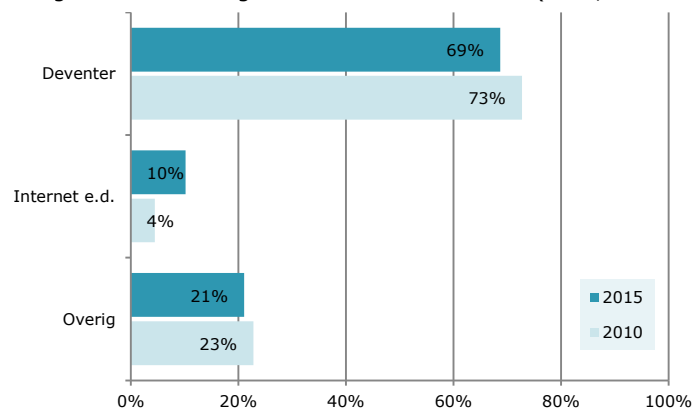
De afvloeiing naar internet is in de niet-dagelijkse sector met ruim 10 procent aanzienlijk groter dan in de dagelijkse sector (1 procent).

Ontwikkeling binding & afvloeiing niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 doen inwoners van Deventer in de niet-dagelijkse sector zowel minder bestedingen binnen als buiten de eigen gemeente. Dit komt doordat de afvloeiing naar internet in de afgelopen vijf jaar in Deventer relatief sterk is toegenomen. De koopkrachtafvloeiing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector nu € 22,9 miljoen, tegen € 11,2 miljoen in 2010.

Figuur 2.6

Waar gaan de bestedingen uit Deventer 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	182,3	154,5	73%	69%
Afvloeiing ov. Nederland	56,3	46,1	22%	21%
Afvloeiing Duitsland	0,8	1,3	0%	1%
Afvloeiing internet e.d.	11,2	22,9	4%	10%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	250,6	224,8	100%	100%

Inzoom op niet-dagelijkse branches

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

Binnen de niet-dagelijkse sector heeft doe-het-zelf de hoogste binding met 93 procent. Vergeleken met 2010 zijn de bindingspercentages bij alle artikelgroepen afgenomen, het meest bij bloemen en planten en elektronica.

Tabel 2.5

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

x € miljoen	BINDING		TOEVLOEIING		TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	45,6	40,6	22,7	22,7	68,3	63,3
Schoenen	11,2	10,2	3,9	4,5	15,1	14,7
Huishoudelijke artikelen	17,5	15,0	3,1	3,4	20,6	18,4
Elektronica	33,3	30,2	13,8	13,6	47,1	43,8
Woninginrichting	28,0	19,8	12,1	8,7	40,1	28,5
Doe-het-zelf	26,1	20,0	4,5	3,6	30,6	23,7
Bloemen en planten	20,6	18,6	2,3	2,2	22,9	20,8
TOTAAL	182,3	154,5	62,4	58,7	244,7	213,1

De artikelgroep met relatief de meeste omzet van buiten de eigen gemeente (toevloeiing) is kleding (36 procent). Vergeleken met 5 jaar geleden is er in vijf van de zeven artikelgroepen in verhouding meer omzet afkomstig van buiten.

KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN DEVENTER 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 DEVENTER 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%.

Voor woninginrichting en kleding is de afvloeiing relatief groot. Bestedingen in deze artikelgroepen worden relatief vaak buiten Deventer gedaan.

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	45,6	40,6	24,5	25,8	70,2	66,4
Schoenen	11,2	10,2	3,8	4,4	15,0	14,6
Huishoudelijke artikelen	17,5	15,0	2,5	3,1	20,1	18,0
Elektronica	33,3	30,2	6,7	9,5	40,1	39,8
Woninginrichting	28,0	19,8	22,1	16,5	50,1	36,3
Doe-het-zelf	26,1	20,0	1,4	1,6	27,6	21,6
Bloemen en planten	20,6	18,6	7,0	9,5	27,6	28,1
TOTAAL	182,3	154,5	68,1	70,4	250,6	224,8

Tabel 2.7

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

In %	BINDINGSPERCENTAGE		AANDEEL TOEVLOEIING IN TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015
Kleding	65%	61%	33%	36%
Schoenen	75%	70%	26%	30%
Huishoudelijke artikelen	87%	83%	15%	18%
Elektronica	83%	76%	29%	31%
Woninginrichting	56%	55%	30%	31%
Doe-het-zelf	95%	93%	15%	15%
Bloemen en planten	75%	66%	10%	11%
TOTAAL	73%	69%	25%	28%

2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

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

Ten opzichte van plaatsen met meer dan 50.000 inwoners heeft Deventer in de dagelijkse sector in 2015 een gemiddelde koopkrachtbinding.

De niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met gemiddeld in plaatsen met meer dan 50.000 inwoners een iets lagere koopkrachtbinding. Binnen deze sector hebben vooral de artikelgroepen bloemen en planten en woninginrichting in Deventer verhoudingsgewijs een zwakkere lokale verzorgingsfunctie.

Tabel 2.8

Bindingspercentage Deventer vergeleken (2015).

	DEVENTER	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	94%	93%
Niet-dagelijkse sector	69%	72%
- Kleding	61%	65%
- Schoenen	70%	72%
- Huishoudelijke artikelen	83%	82%
- Elektronica	76%	70%
- Woninginrichting	55%	62%
- Doe-het-zelf	93%	92%
- Bloemen en planten	66%	83%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

Deventer 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

In de niet-dagelijkse artikelgroepen is er in woninginrichting, bloemen en planten en kleding sprake van meer koopkrachtafvoer dan toevloeiing. Elektronica en doe-het-zelf hebben een duidelijk positief koopstromensaldo. In totaal is de aangetrokken koopkracht van buiten de eigen gemeente echter kleiner dan het koopkrachtverlies.

In elektronica is de afvloeiing naar internet groter dan de afvloeiing naar (winkel)aankooplocaties buiten Deventer.

Tabel 2.9

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

x € miljoen	TOEVLOEIING		AFVLOEIING	
	ov. Ned.	↔	ov. Ned.	internet
Kleding	22,7	↔	16,8	9,0
Schoenen	4,5	↔	2,7	1,7
Huishoudelijke artikelen	3,4	↔	1,8	1,2
Elektronica	13,6	↔	2,6	6,9
Woninginrichting	8,7	↔	13,3	3,2
Doe-het-zelf	3,6	↔	0,9	0,6
Bloemen en planten	2,2	↔	9,3	0,3
TOTAAL	58,7	↔	47,4	22,9

Afvoer naar internet goed zichtbaar

In de vorige paragrafen hebben we gezien wat de invloed is van internet op de koopstromen. De totale afvoer naar internet bedraagt in Deventer in 2015 zo'n € 25 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 Deventer vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Deventer gemiddeld iets minder artikelen via internet. Bij elektronica wordt relatief vaak voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 17 procent van de bestedingen in een webwinkel gedaan.

BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)	DEVENTER	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	1%	1%
Niet-dagelijkse sector	10%	11%
- Kleding	14%	15%
- Schoenen	12%	12%
- Huishoudelijke artikelen	7%	8%
- Elektronica	17%	20%
- Woninginrichting	9%	9%
- Doe-het-zelf	3%	4%
- Bloemen en planten	1%	1%

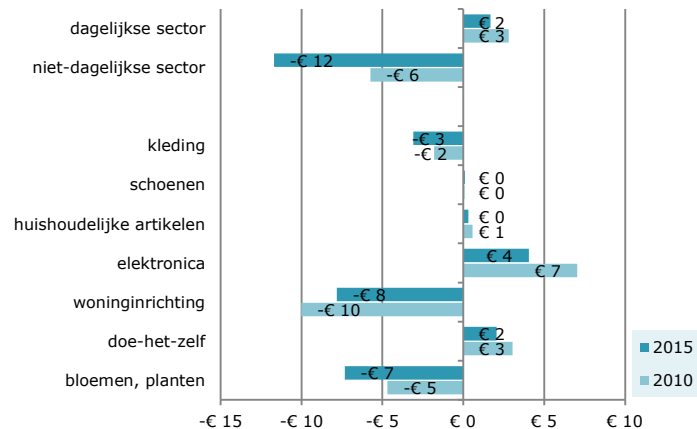
Ontwikkeling koopstromensaldo

Op basis van tabel 2.9 is te concluderen dat in 2015 de niet-dagelijkse artikelgroepen in Deventer te maken hebben met meer koopkrachtafvoeiing 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 is het positieve verschil tussen toe- en afvoeiing in de dagelijkse sector in 2015 kleiner. In de niet-dagelijkse sector is de ontwikkeling anders. Daar hebben de meeste artikelgroepen ten opzichte van 2010 in 2015 te maken met vooral de gevolgen van de toegenomen oriëntatie op winkelen via internet. Per saldo is het koopstromensaldo meer negatief. In de artikelgroep woninginrichting is het negatieve saldo afgenomen, bij schoenen is het saldo gelijk gebleven. In de overige artikelgroepen is er sprake van een negatieve ontwikkeling in de afgelopen vijf jaar.

Figuur 2.7

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



2.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De totale omzet in de dagelijkse sector is ten opzichte van 2010 toegenomen. De omzet uit de eigen gemeente en de toevoeiing zijn in verhouding even sterk gestegen.
- In de dagelijkse sector blijft het overgrote deel van de detailhandelsbestedingen binnen Deventer (94 procent). De afvoeiing van bestedingen is iets toegenomen ten opzichte van 2010, met name door een toename van bestedingen naar internet.
- In de niet-dagelijkse sector is de totale omzet de afgelopen vijf jaar afgenomen. Na Deventer zelf (72 procent) is het grootste deel van de omzet afkomstig uit de buurgemeenten Voorst en Lochem.
- De binding in de niet-dagelijkse sector is minder groot (69 procent), ook ten opzichte van 2010. Inwoners van Deventer zijn verder relatief sterk georiënteerd op internet. Er is een sterke toename van bestedingen naar internet (+6 procentpunt).
- De artikelgroep doe-het-zelf weet in verhouding de meeste bestedingen te trekken van de eigen inwoners. Bezoekers van buiten Deventer komen in verhouding het meest voor kleding. Voor de artikelgroepen woninginrichting en kleding zijn inwoners van Deventer relatief het meest georiënteerd op andere aankoopplaatsen.
- De artikelgroepen woninginrichting, bloemen en planten en kleding hebben meer koopkrachtafvoeiing dan toevoeiing. In de dagelijkse sector is het positieve verschil in het totale koopstromensaldo kleiner geworden. In de niet-dagelijkse sector is het negatieve verschil groter geworden ten opzichte van 2010.
- De mate waarin bestedingen aan de eigen kern worden gebonden is in de niet-dagelijkse sector in Deventer iets kleiner dan gemiddeld in kernen van vergelijkbare omvang. Datzelfde geldt voor de oriëntatie op internet.

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 Deventer. 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.

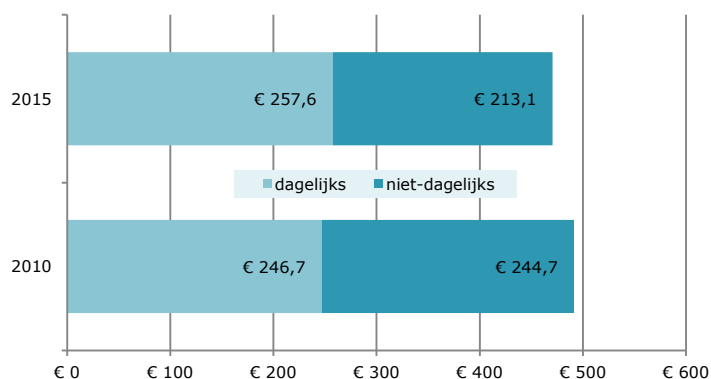
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Deventer afgenomen

De totale detailhandelsomzet in Deventer is in de afgelopen vijf jaar met 4 procent afgenomen naar 470,7 miljoen euro. De niet-dagelijkse sector (-13 procent) is verantwoordelijk voor deze afname, want de omzet in de dagelijkse sector nam licht toe (+4 procent).

Figuur 3.1

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

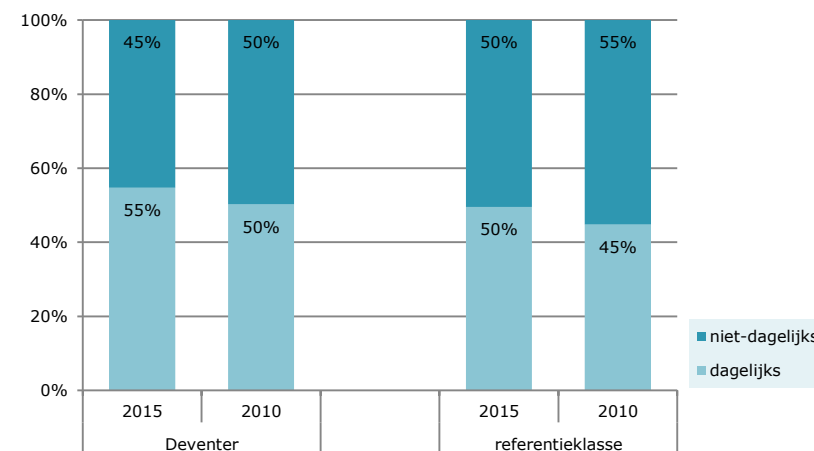


Omzetaandeel dagelijks groter geworden

De dagelijkse sector (55 procent) neemt een iets groter deel van de detailhandelsomzet in Deventer voor haar rekening dan de niet-dagelijkse sector. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is ook gestegen van 50 procent in 2010 naar 55 procent in 2015. Deze ontwikkeling is vergelijkbaar met het gemiddelde beeld in referentiekernen.

Figuur 3.2

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, Deventer (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 Deventer is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector gestegen, maar 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).

	DEVENTER		REFERENTIEKLASSE	
	2010	2015	2010	2015
Dagelijkse sector	2.520	2.610	2.640	2.740
Niet-dagelijkse sector	2.500	2.160	3.250	2.780
- Kleding	700	640	1.000	850
- Schoenen	150	150	210	190
- Huishoudelijke artikelen	210	190	250	220
- Elektronica	480	440	540	510
- Woninginrichting	410	290	600	450
- Doe-het-zelf	310	240	340	250
- Bloemen en planten	230	210	300	300
TOTALE OMZET PER INWONER	5.020	4.770	5.890	5.520

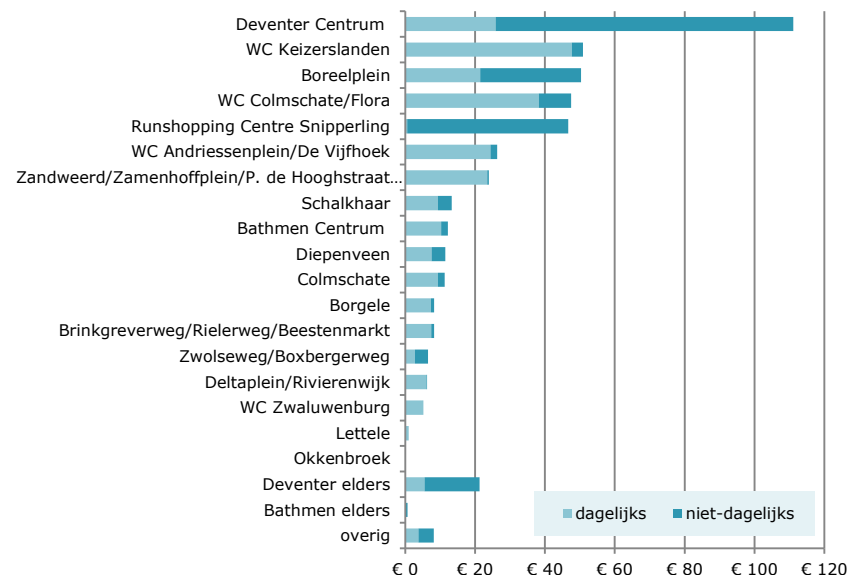
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Grootste deel omzet landt in het centrum van Deventer

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Deventer dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door het centrum. De niet-dagelijkse sector heeft hierin de grootste bijdrage. Bij de andere locaties ligt het accent sterker op de dagelijkse sector, met uitzondering van het Boreelplein, Runshopping Centre Snipperling, de Zwolseweg/Boxbergerweg, locaties elders in Deventer en Bathmen en overige aankooplocaties in de gemeente. In de dagelijkse sector wordt de meeste omzet gegenereerd in Winkelcentrum Keizerslanden, gevolgd door Winkelcentrum Colmschate/Flora.

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Deventer (miljoen €; 2015).



In tabel 3.2 zijn de marktaandeelen van de aankooplocaties voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector voor zowel 2010 als 2015 weergegeven. Hieruit blijkt dat de dominantie van het centrum in Deventer is afgenomen, zowel in de dagelijkse als in de niet-dagelijkse sector. In de dagelijkse sector hebben Winkelcentrum Keizerslanden en het Boreelplein het meeste marktaandeel gewonnen. Ook in de niet-dagelijkse sector is vooral het marktaandeel van het Boreelplein toegenomen.

Tabel 3.2

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

	DAGELIJKSE SECTOR		NIET-DAGELIJKSE SECTOR	
	2010	2015	2010	2015
Deventer Centrum	15%	10%	47%	40%
WC Keizerslanden	14%	19%	1%	2%
Boreelplein	5%	8%	6%	14%
WC Colmschate/Flora	20%	15%	6%	4%
Runshopping Centre Snipperling	0%	0%	22%	22%
WC Andriessenplein/De Vijfhoek	8%	9%	1%	1%
Zandweerd/Zamenhoffplein/ P. de Hooghstraat e.o.	8%	9%	0%	0%
Schalkhaar	4%	4%	3%	2%
Bathmen Centrum	4%	4%	2%	1%
Diepenveen	3%	3%	2%	2%
Colmschate	2%	4%	1%	1%
Borgele	2%	3%	0%	0%
Brinkgreverweg/Rielerweg/ Beestenmarkt	3%	3%	0%	0%
Zwolsesweg/Boxbergerweg	2%	1%	1%	2%
Deltaplein/Rivierenwijk	2%	2%	0%	0%
WC Zwaluwenburg	1%	2%	0%	0%
Lettele	0%	0%	0%	0%
Okkenbroek	0%	0%	0%	0%
Deventer elders	5%	2%	6%	7%
Bathmen elders	1%	0%	0%	0%
Overig	1%	1%	1%	2%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Iets meer detailhandelsomzet in de dagelijkse sector, maar veel minder omzet in de niet-dagelijkse sector zorgen ervoor dat de totale detailhandelsomzet in Deventer met 4 procent is gedaald ten opzichte van 2010.
- Door de omzetontwikkeling is het totale omzetaandeel van de dagelijkse sector gegroeid. Deze groei is conform ontwikkeling in vergelijkbare kernen. Wel is het omzetaandeel van de dagelijkse sector bovengemiddeld.
- Uit benchmarking blijkt dat de gemiddelde omzet per inwoner in Deventer lager is dan gemiddeld in plaatsen van vergelijkbare omvang. Vooral in de niet-dagelijkse sector is het verschil groot.
- Wanneer we inzoomen op het niveau van aankooplocaties in Deventer dan zien we het centrum marktaandeel inleveren en met name het Boreelplein 'terrein' winnen.



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

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

Zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor het winkelen geldt dat de bezoekfrequentie op hoofdlijnen weinig is veranderd vergeleken met 2010. De groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Deventer doet, is net als in 2010 voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker. Wel is de groep consumenten die meer dan één keer per week boodschappen in Deventer doet, licht gedaald van 71 procent in 2010 naar 69 procent in 2015.

Bij het recreatieve winkelen is het aandeel hoogfrequente bezoekers (meer dan eens per week) gedaald. De groep die (zeer) weinig winkelt of minimaal een keer per maand is een paar procent groter geworden.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Deventer voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

	DAGELIJKE BOODSCHAPPEN		WINKELN	
	2010	2015	2010	2015
Meer dan 1 x per week	71%	69%	17%	16%
1 x per week	27%	28%	23%	20%
1-3 x per maand	2%	4%	43%	45%
Minder dan 1 x per maand	0%	0%	17%	18%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

Bezoekmotief

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen of te winkelen in Deventer? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door nabijheid, aanwezigheid van bepaalde winkels en de bereikbaarheid. Voor het winkelen geldt dat met name de nabijheid, de aanwezigheid van bepaalde winkels en de omvang van het winkelaanbod (veelheid aan winkels) in veel gevallen een rol spelen in de keuze voor Deventer.

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekmotieven:



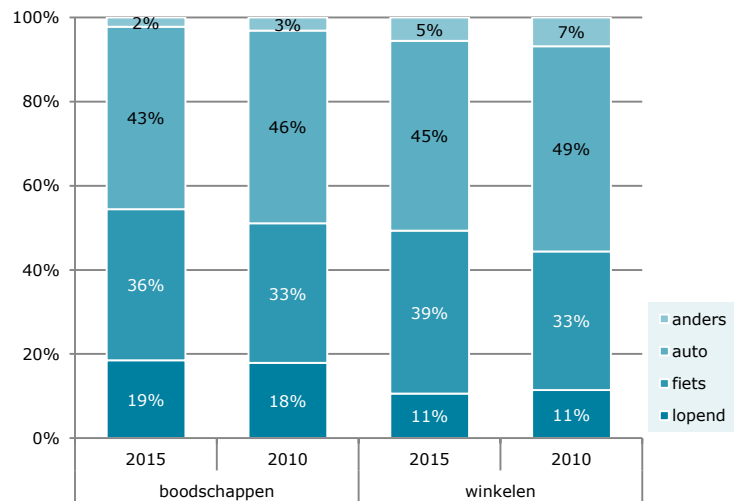
Ten opzichte van 2010 is bij boodschappen nabijheid vaker genoemd en bij het winkelen juist minder genoemd. Daarentegen komt men relatief vaker winkelen vanwege de aanwezigheid van bepaalde winkels en de omvang van het winkelaanbod (meer doelgericht winkelbezoek).

Vervoermiddel

Voor de dagelijkse boodschappen is de auto het meest gebruikte vervoermiddel. Het aandeel bezoekers dat met de fiets boodschappen doet is gestegen ten opzichte van 2010, ten koste van het aandeel dat met de auto gaat. Ook bij het winkelen is de auto het meest gebruikte vervoermiddel. De fiets is in 2015 ook meer genoemd als vervoermiddel dan in 2010.

Figuur 4.2

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



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Deventer 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.

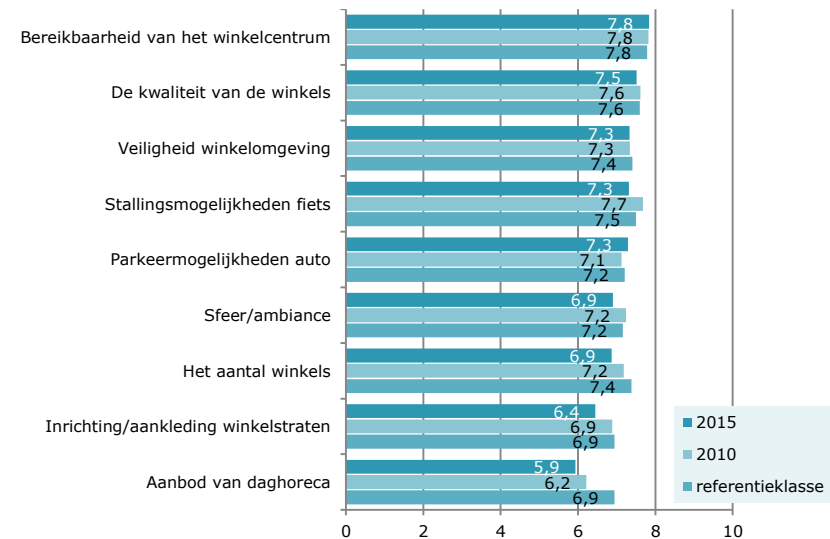
In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Deventer.

Hoogste waardering voor bereikbaarheid winkelcentrum

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in Deventer redelijk tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen; bijna alle aspecten scoren minimaal een 6,4. De hoogste cijfers zijn gegeven voor de bereikbaarheid en de kwaliteit van de winkels. In vergelijking met kernen van vergelijkbare omvang scoort Deventer relatief matig. De bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden van de auto worden in Deventer hoger beoordeeld dan in kernen van vergelijkbare omvang. Ten opzichte van 2010 is de waardering voor de parkeermogelijkheden voor de auto gestegen. Met name de inrichting/aankleding van de winkelstraten, de stallingmogelijkheden voor de fiets, de sfeer/ambiance, het aantal winkels en het aanbod van de daghoreca worden minder goed beoordeeld dan 5 jaar geleden.

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen Deventer (2010 en 2015).



2 van de 9

aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld

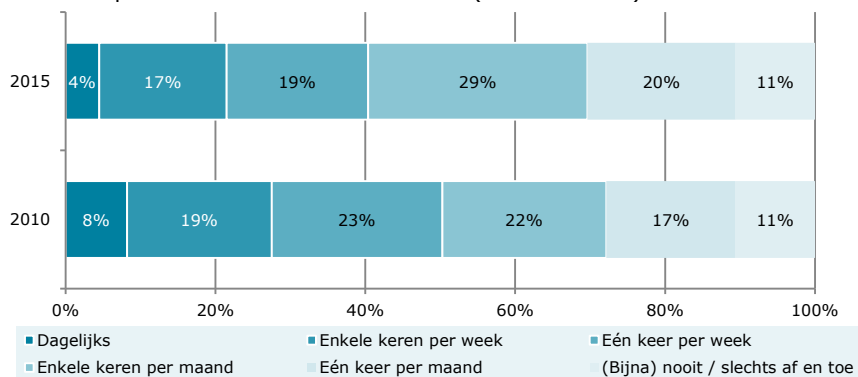
4.4 Extra vragen

Aan de respondenten die aangeven wel eens de binnenstad van Deventer te bezoeken om er te winkelen, is aanvullend gevraagd naar de vervoerswijze, de bereikbaarheid en het parkeren tijdens het bezoek aan de binnenstad van Deventer.

In de onderstaande figuur is te zien dat een groot deel (40 procent) minimaal een keer per week de binnenstad bezoekt. De meerderheid (49 procent) bezoekt de binnenstad een keer of enkele keren per maand. Een klein gedeelte van de bezoekers geeft aan bijna nooit of af en toe de binnenstad van Deventer te bezoeken. Vergeleken met 2010 wordt de binnenstad minder frequent bezocht; toename van de laagfrequente bezoeken (enkele keren per maand) en een afname van de hoofdfrequente bezoeken (dagelijks en enkele keren per week).

Figuur 4.4

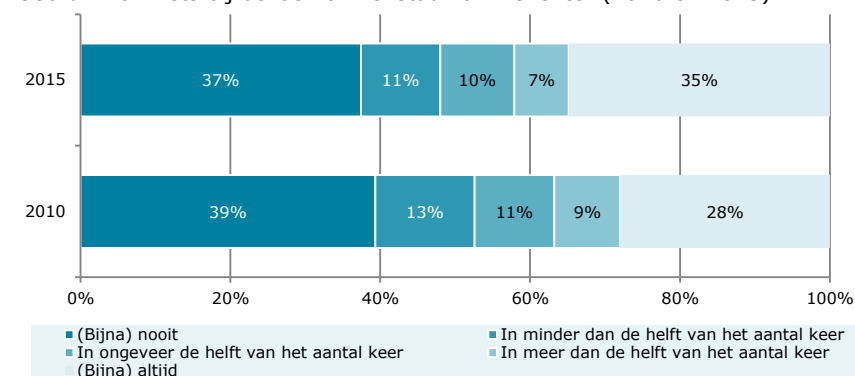
Bezoekfrequentie binnenstad van Deventer (2010 en 2015)



De figuren 4.5 t/m 4.7 laten het gebruik van de verschillende vervoermiddelen zien. Het gebruik van de fiets kent een lichte toename. Met name is het aantal bezoekers dat (bijna) altijd gebruik maakt van de fiets om de binnenstad te bezoeken gegroeid.

Figuur 4.5

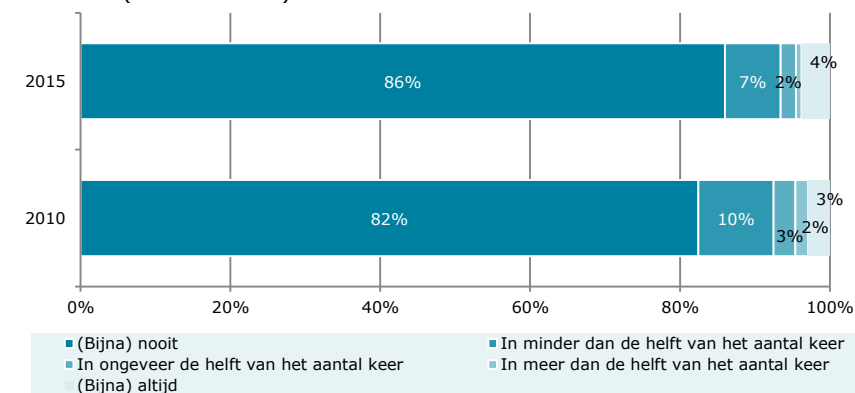
Gebruik van fiets bij bezoek binnenstad van Deventer (2010 en 2015)



Bij een bezoek aan de binnenstad wordt minder gebruik gemaakt van het openbaar vervoer. Ten opzichte van 2010 is het aandeel bezoekers dat bijna nooit met het OV komt, gegroeid van 82 procent naar 86 procent.

Figuur 4.6

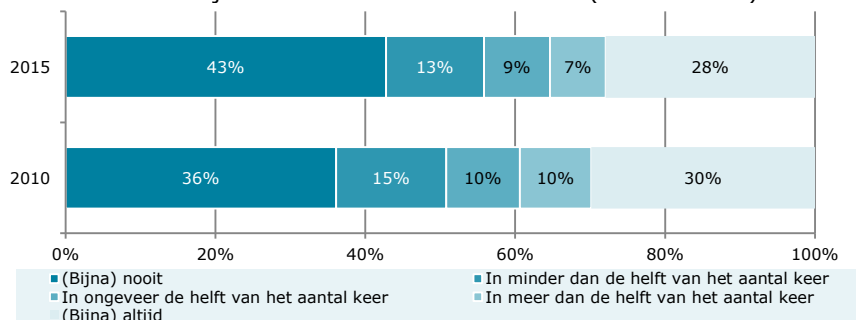
Gebruik van openbaar vervoer (bus of trein) bij bezoek binnenstad van Deventer (2010 en 2015)



In 2015 is het aandeel bezoekers dat frequent gebruik maakt van de auto om de binnenstad te bezoeken gedaald, van 40 procent naar 35 procent. Het aandeel bezoekers dat (bijna) nooit gebruik maakt van de auto is gestegen, van 36 procent naar 43 procent.

Figuur 4.7

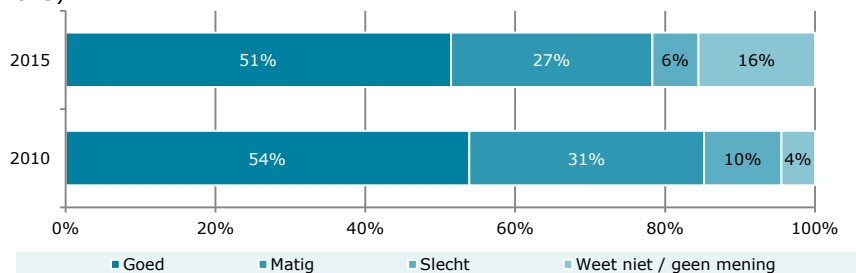
Gebruik van auto bij bezoek binnenstad van Deventer (2010 en 2015)



Aan de bezoekers die met de auto de binnenstad bezoeken is gevraagd naar de beoordeling van de bereikbaarheid van de parkeergarages. De meerderheid van hen is tevreden over de bereikbaarheid van de parkeergarages. Wel is het aandeel dat de bereikbaarheid van de parkeergarages met goed beoordeelt ten opzichte van 2010 licht gedaald.

Figuur 4.8

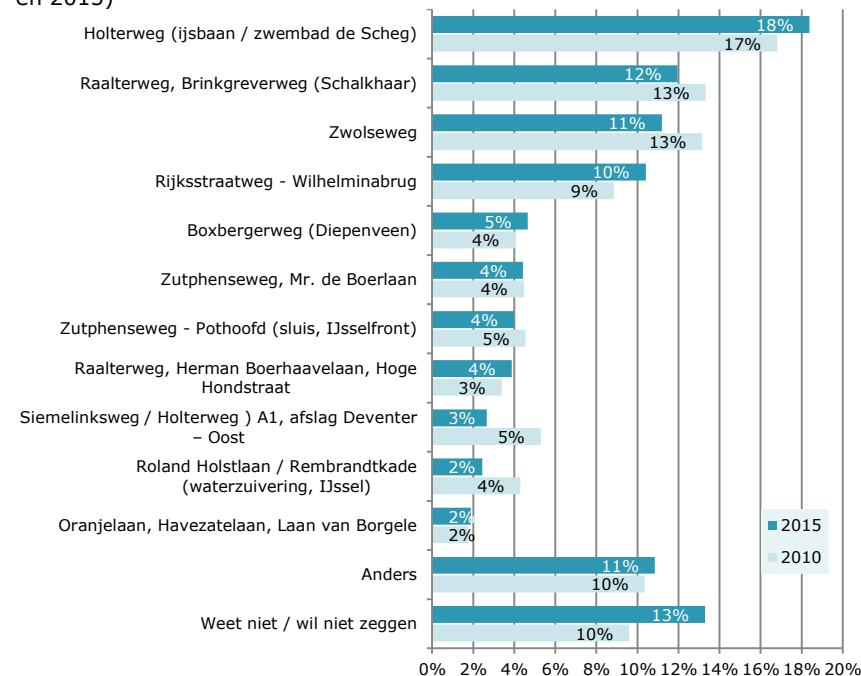
Beoordeling bereikbaarheid van de parkeergarages (indien met auto) (2010 en 2015)



De meest gebruikte invalsweg bij binnenkomst van Deventer is de Holterweg, gevolgd door de Raalterweg / Brinkgreverweg (Schalkhaar). In vergelijking met 2010 worden de Holterweg en de Rijksstraatweg – Wilhelminabrug vaker genoemd als gebruikte invalsweg. Bij categorie anders wordt vaak genoemd dat men al in Deventer/centrum woont en dus geen gebruik maakt van de invalsweg bij Deventer. Andere genoemde wegen in die categorie zijn Diepenveenseweg, Hoge Hondstraat en de Stationsstraat.

Figuur 4.9

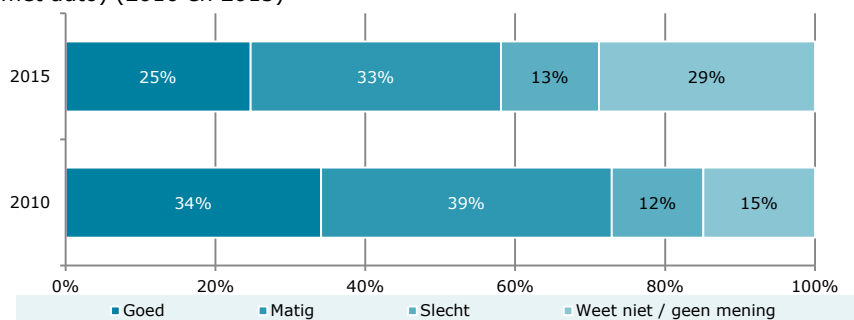
Meest gebruikte invalsweg bij binnenkomst Deventer (indien met auto) (2010 en 2015)



De bereikbaarheid van de pleinen waar geparkeerd kan worden, wordt minder goed beoordeeld dan in 2010. Een kwart is tevreden over de bereikbaarheid van de pleinen. De groep die geen mening heeft is in 2015 opvallend groter dan in 2010.

Figuur 4.10

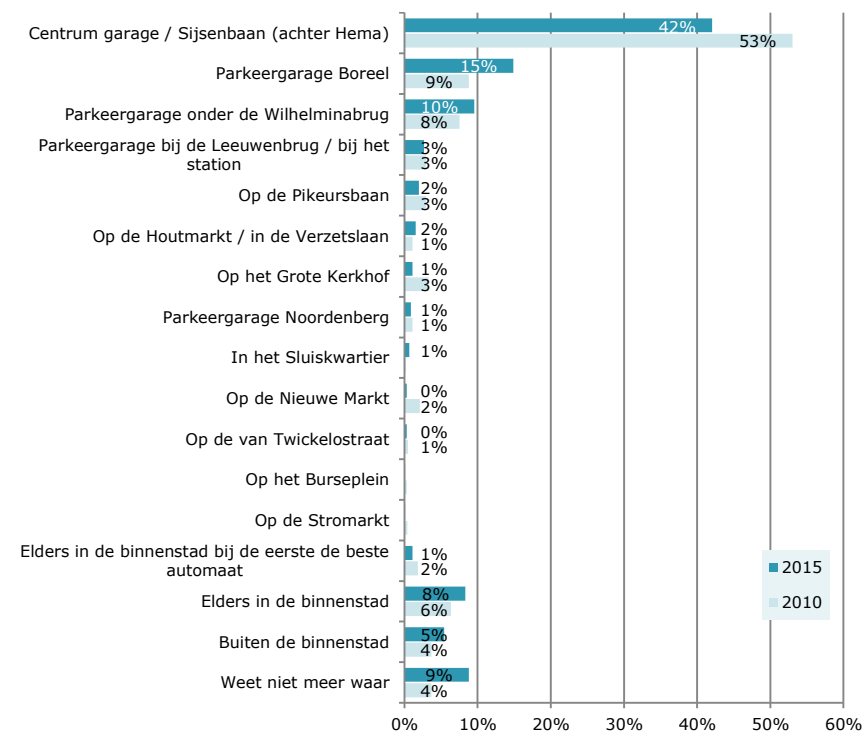
Beoordeling bereikbaarheid van de pleinen, waar geparkeerd kan worden, zoals Nieuwe Markt, Grote Kerkhof, Pikeursbaan, Sluiskwartier en Strommarkt (indien met auto) (2010 en 2015)



De meest gebruikte parkeergelegenheid is de garage in het centrum achter de Hema. Het gebruik van deze garage is wel afgenomen. De parkeergarage Boreel en de parkeergarage onder de Wilhelminabrug worden juist vaker gebruikt.

Figuur 4.11

Meest gebruikte parkeergelegenheid bij bezoek aan de binnenstad van Deventer (2010 en 2015)

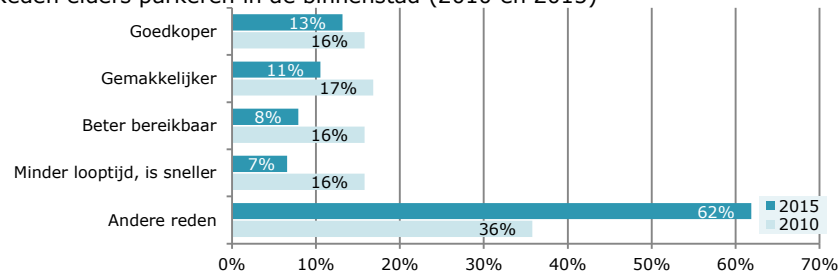


8% geeft aan elders in de binnenstad te parkeren. Meest genoemde locaties zijn parkeerterrein Saxion, de Beestenmarkt en parkeerterrein bij huis/bedrijf.

Goedkoper is desgevraagd de meest genoemde reden van consumenten om elders in de binnenstad te parkeren, gevolgd door gemakkelijker. Andere redenen zijn het hebben van een vergunningskaart of een parkeerplaats bij huis/werk en gratis parkeren.

Figuur 4.12

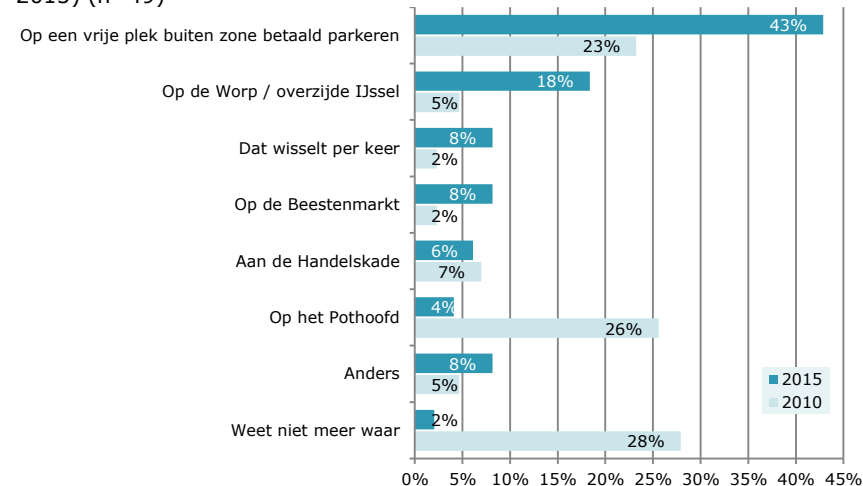
Reden elders parkeren in de binnenstad (2010 en 2015)



5% parkeert buiten de binnenstad. Op een vrije plek buiten de zone betaald parkeren wordt het meest genoemd als locatie voor parkeergelegenheid buiten de binnenstad. Op grotere afstand gevolgd door de Worp/overzijde IJssel. Ten opzichte van 2010 geven meer bezoekers aan hun auto op een vrije plek buiten de zone betaald parkeren te zetten.

Figuur 4.13

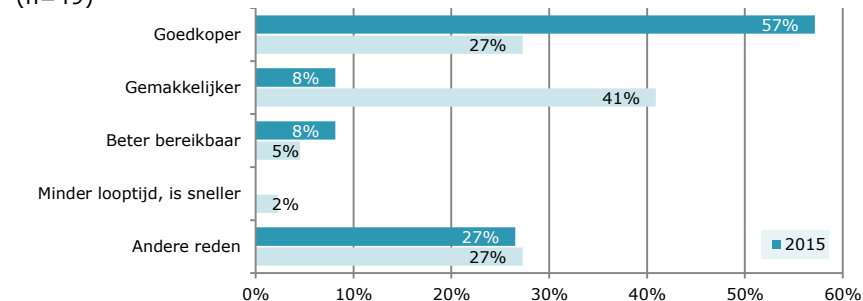
Meeste genoemde locatie parkeergelegenheid buiten de binnenstad (2010 en 2015) (n=49)



Goedkoper is de meest genoemde reden om de auto buiten de binnenstad te parkeren. In 2010 was goedkoper een minder belangrijke reden om de auto buiten de binnenstad te parkeren. Toen was het gemak de meest genoemde reden. De belangrijkste andere 'redenen' die wordt gegeven is bij kennissen/familie.

Figuur 4.14

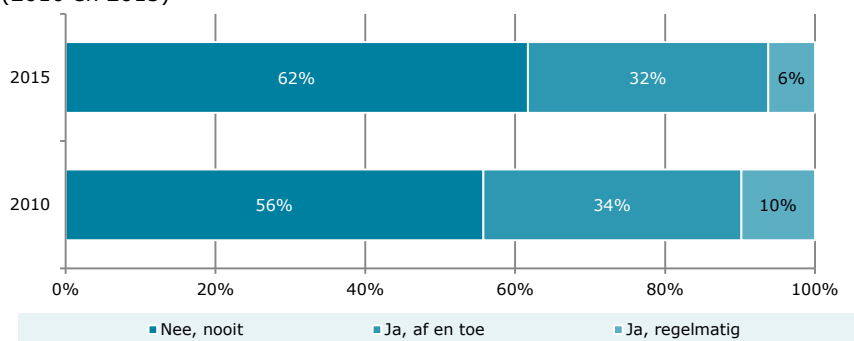
Reden gebruik parkeergelegenheid buiten de binnenstad (2010 en 2015) (n=49)



De meerderheid van de bezoekers ervaart geen problemen met het parkeren bij bezoek aan de binnenstad van Deventer. Dit aandeel is ten opzichte van 2010 ook gestegen. Een derde geeft aan af en toe problemen te ervaren en 6 procent geeft aan regelmatig problemen te ervaren.

Figuur 4.15

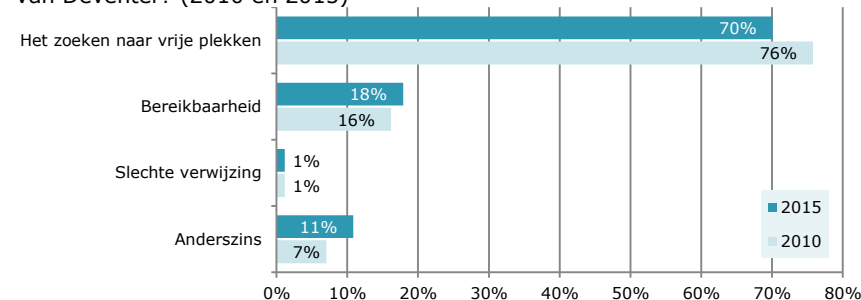
Problemen ervaren met het parkeren bij bezoek aan binnenstad van Deventer (2010 en 2015)



Het probleem dat men ervaart bij het parkeren voor een bezoek aan de binnenstad van Deventer is met name het zoeken naar een vrije parkeerplek. De bereikbaarheid wordt als tweede genoemd. Opstoppingen en drukte/wachtrijen parkeergarages worden bij anderszins genoemd.

Figuur 4.16

Aard van de ervaren problemen met het parkeren bij bezoek aan binnenstad van Deventer? (2010 en 2015)



4.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De boodschappen doet men in Deventer veelal meer dan één keer per week. Bezoekers die hebben aangegeven in Deventer boodschappen te doen en/of te winkelen, doen dit in vergelijking met 2010 wel wat minder vaak.
- Nabijheid, aanwezigheid van bepaalde winkels en de bereikbaarheid zijn de belangrijkste motieven om in Deventer boodschappen te doen. Bij winkelen spelen met name de nabijheid, de aanwezigheid van bepaalde winkels en de omvang van het winkelaanbod (veelheid aan winkels) een rol in de keuze voor Deventer.
- De winkelvoorzieningen in Deventer worden redelijk beoordeeld. De bereikbaarheid en de kwaliteit van de winkels zijn de best beoordeelde winkelvoorzieningen van Deventer. De bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden van de auto scoren hoger dan in 2010 en dan de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen van vergelijkbare omvang. De inrichting/aankleding van de winkelstraten, de stallingsmogelijkheden voor de fiets, de sfeer/ambiance, het aantal winkels en het aanbod van de daghoreca krijgen lagere cijfers.
- Vergeleken met 2010 is de frequentie waarmee bezoekers aan de binnenstad komen wat afgenomen.



- Gebruik van de fiets is bij binnenstadbezoek toegenomen, auto- en OV-gebruik nam af.
- Bezoekers die met de auto kwamen zijn over het algemeen tevreden over de bereikbaarheid van parkeergarages en ervaren minder problemen bij het parkeren dan in 2010.



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.

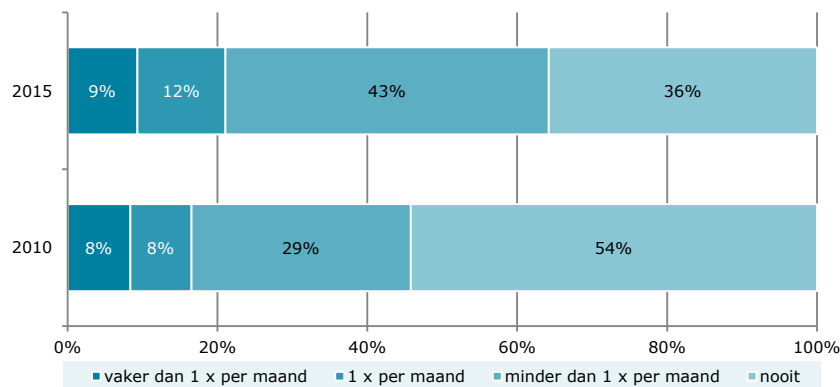
5.2 Koopzondag

Bezoek koopzondag toegenomen

In vijf jaar tijd is de oriëntatie op de zondag als winkeldag sterk toegenomen. Ook in Deventer is deze groei zichtbaar. Ging in 2010 16 procent minimaal eens per maand op zondag winkelen / inkopen doen, in 2015 is dat aandeel opgelopen tot 21 procent.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Deventer (2010 en 2015).



Ongeveer twee derde van de inwoners bezoekt wel eens een koopzondag (64 procent). In meerderheid gaan ze naar het centrum van Deventer (54 procent). Ten opzichte van 2010 is dit beeld niet veranderd. Wel zijn de koopzondagen van de winkels in de Korte en Lange Biscshopstraat, Hema, V&D (centrum Deventer) vaker bezocht.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015	2010
Centrum Deventer (o.a. Korte en Lange Bisschopstraat, HEMA, V&D)	54%	52%
Deventer, WC Colmschate/Flora (incl. dorp Colmschate)	8%	13%
Centrum Deventer, Boreelplein (Jumbo, Mediamarkt en Telstar)	6%	8%

5.3 Koopavond

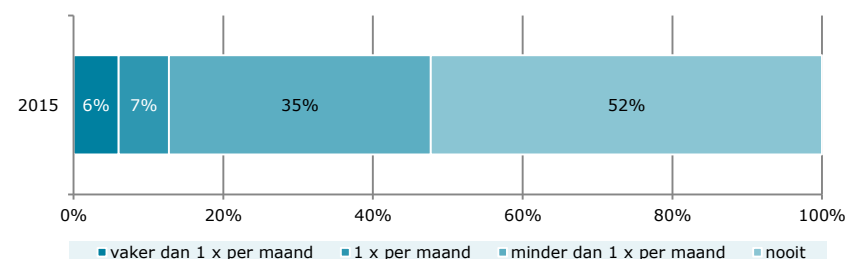
Ruime meerderheid bezoekt nooit een koopavond

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.

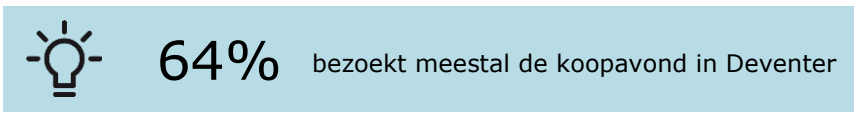
In vergelijking met de koopzondag is de oriëntatie op de koopavond kleiner onder inwoners van Deventer. Ruim de helft van de inwoners geeft op nooit op koopavond te winkelen (52 procent). 13 procent gaat (minimaal) eens per maand winkelen op een koopavond.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Deventer (2015).



Meest genoemde plaats waar inwoners van Deventer de koopavond bezoeken, is het centrum van Deventer (68 procent). Daarbinnen is het gebied Korte en Lange Bisschopstraat, HEMA, V&D het meest genoemd (64 procent). Een ander veelgenoemde aankooplocaties is WC Colmschate/Flora (incl. dorp Colmschate) te Deventer (9 procent).



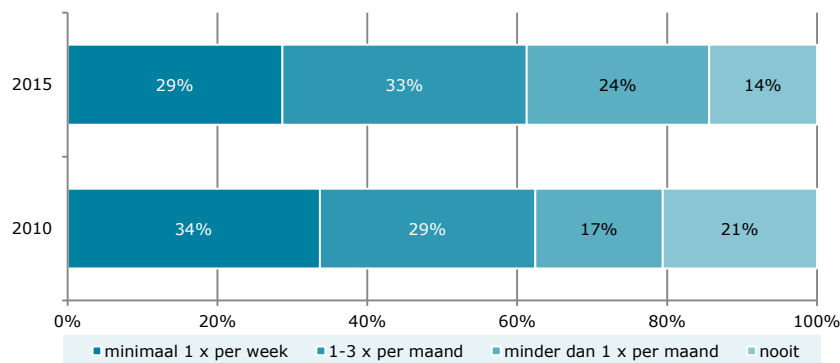
5.4 Markt

Oriëntatie op de markt

Bijna 90 procent van de inwoners van Deventer gaat wel eens naar de markt; 61 procent doet dit minimaal maandelijks. In 2010 was het aandeel dat minimaal een keer per week de warenmarkt bezocht, iets groter. Het aandeel inwoners dat nooit naar de markt gaat is in vergelijking met 2010 echter afgenomen naar 14 procent.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Deventer (2010 en 2015).



Van de inwoners van Deventer die naar de markt gaan, bezoekt 62 procent de 'eigen' markt in Deventer, De Brink. De oriëntatie is wel kleiner geworden.

De markt in Winkelcentrum Flora te Deventer wordt door 14 procent bezocht. De oriëntatie op de Beestenmarkt is toegenomen.

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015	2010
Deventer, Brink/De Brink	62%	65%
Deventer, Colmschate (Winkelcentrum Flora)	14%	15%
Deventer, Beestenmarkt	9%	4%

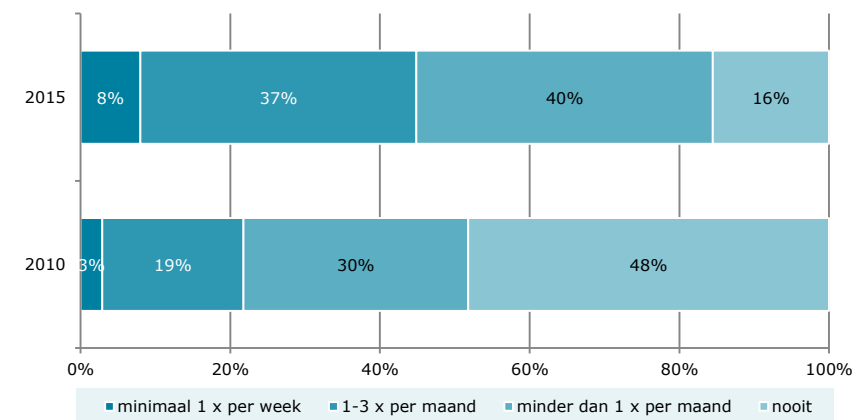
5.5 Online winkelen

Inwoners Deventer 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 ruim een kwart (26 procent) van de consumenten nooit aankopen via internet. In vijf jaar tijd is dit aandeel afgenomen tot 14 procent.

Figuur 5.4

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

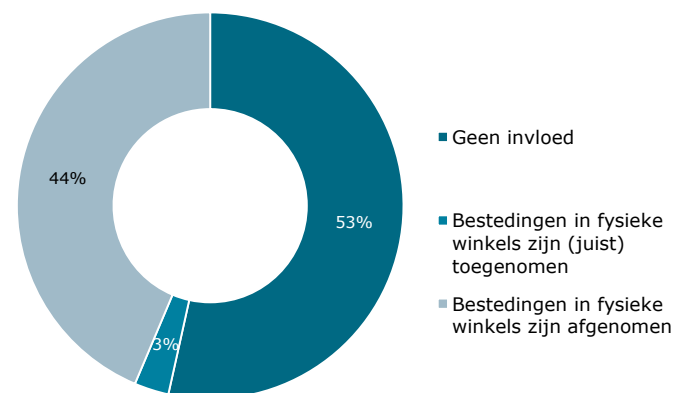


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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 44 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 Deventer 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).

In vergelijking met het gemiddeld beeld in kernen van vergelijkbare omvang bezoeken inwoners van Deventer minder vaak winkels op koopavonden. De marktorientatie is sterker dan gemiddeld in de referentiekernen. De oriëntatie op de koopzondag is vergelijkbaar, evenals het aandeel dat frequent iets via internet koopt

Figuur 5.6

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



5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de zondag als winkeldag is toegenomen. Ongeveer twee derde van de inwoners bezoekt wel eens een koopzondag (64 procent). Tegen 46 procent in 2010. Als men een koopzondag bezoekt, doet men dat overwegend in het centrum van Deventer.
- De oriëntatie op de koopavond is kleiner; 13 procent gaat minimaal eens per maand tijdens een koopavond winkelen. Men bezoekt voornamelijk de koopavond in het centrum van Deventer. Daarbinnen is het gebied Korte en Lange Bisschopstraat, HEMA, V&D het meest genoemd.
- Ten opzichte van 2010 is de oriëntatie op de markt toegenomen; bijna 90 procent gaat (wel eens) naar de markt, waarbij vooral de markt in Deventer (De Brink) en de markt in Winkelcentrum Flora (Deventer) wordt bezocht.
- Er is een sterke toename zichtbaar in de frequentie waarmee artikelen via internet worden gekocht. Kocht in 2010 iets meer dan de helft van de inwoners van Deventer online, in 2015 is dit percentage opgelopen tot 84 procent. Van degenen die online winkelen geeft 44 procent aan hierdoor minder te besteden in fysieke winkels.



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

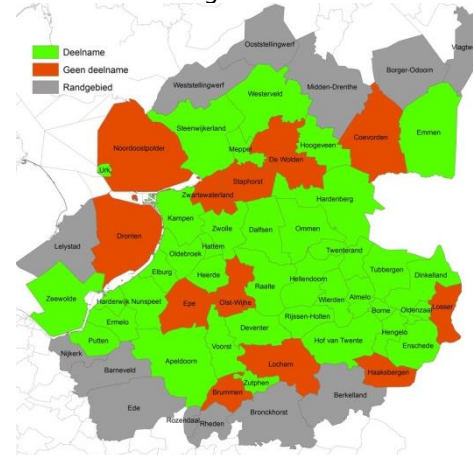
De enquête is voor het grootste deel afgenomen via internet. Daarbij is gebruik gemaakt van een aantal panels en is op basis van een aselechte steekproef web respons geworven. Een beperkt deel van het veldwerk heeft plaatsgevonden door middel van telefonische enquêtering; vooral bedoeld om 'gaten' in 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 geënuêteerd. Daarnaast zijn ook in de niet-deelnemende gemeenten enquêtes afgenomen zodat deelnemende gemeenten een volledig zicht krijgen op de kooporiëntatie.

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

Het onderzoeksgebied:



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

Bestedingscijfers

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

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

2

BIJLAGE

Begrippenkader

Bijlage 2. Begrippenkader

Aankoopplaats (aankooplocatie)

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

Afvloeiing (koopkrachtafvloeiing)

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

Artikelgroepen

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

Bestedingspotentieel

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

Binding (koopkrachtbinding)

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

Detailhandelsomzet (draagvlak)

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

Koopstroom

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

Toevloeiing (koopkrachttoevloeiing)

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

Winkelen

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



3

BIJLAGE

Binding en toevloeiing per branche



Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en toevloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Deventer	94%
Voorst	2%
Olst-Wijhe	1%
Lochem	1%
Overig	2%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Deventer	72%
Voorst	6%
Lochem	5%
Olst-Wijhe	4%
Overig	4%
Raalte	3%
Zutphen	2%
Rijssen-Holten	2%
Apeldoorn	2%

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	%
Deventer	64%
Voorst	7%
Lochem	6%
Olst-Wijhe	4%
Apeldoorn	3%
Raalte	3%
Rijssen-Holten	3%
Zutphen	2%
Berkelland	1%
Brummen	1%
Zwolle	1%
Epe	1%
Hof van Twente	1%
Overig	4%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Deventer	70%
Voorst	8%
Lochem	5%
Olst-Wijhe	4%
Apeldoorn	2%
Raalte	2%
Rijssen-Holten	2%
Zutphen	2%
Bronckhorst	1%
Epe	1%
Zwolle	1%
Overig	3%

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Deventer	82%
Lochem	5%
Voorst	4%
Olst-Wijhe	3%
Raalte	2%
Apeldoorn	1%
Zutphen	1%
Zwolle	1%
Rijssen-Holten	1%
Overig	2%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Deventer	69%
Lochem	7%
Voorst	7%
Olst-Wijhe	5%
Zutphen	4%
Raalte	3%
Rijssen-Holten	2%
Apeldoorn	1%
Berkelland	1%
Bronckhorst	1%
Overig	2%

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	%
Deventer	69%
Voorst	7%
Raalte	6%
Lochem	5%
Olst-Wijhe	5%
Rijssen-Holten	3%
Apeldoorn	1%
Hof van Twente	1%
Zutphen	1%
Overig	3%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Deventer	85%
Voorst	6%
Lochem	4%
Olst-Wijhe	3%
Raalte	1%
Rijssen-Holten	1%
Overig	1%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Deventer	89%
Voorst	3%
Olst-Wijhe	3%
Lochem	2%
Raalte	1%
Rijssen-Holten	1%
Overig	2%

4

BIJLAGE

Binding en afvloeiing per branche

Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en afvloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Deventer	94%
Voorst	2%
Rijssen-Holten	1%
Internet e.d.	1%
Overig	2%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Deventer	69%
Voorst	4%
Apeldoorn	3%
Zutphen	3%
Hengelo	2%
Arnhem	1%
Raalte	1%
Rijssen-Holten	1%
Zwolle	1%
Lochem	1%
Amsterdam	1%
Internet e.d.	11%
Overig	5%

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en afvloeiing kleding.

KERN	%
Deventer	61%
Apeldoorn	6%
Voorst	3%
Arnhem	2%
Amsterdam	1%
Raalte	1%
Rijssen-Holten	1%
Wierden	1%
Enschede	1%
Utrecht	1%
Zwolle	1%
Zutphen	1%
Internet e.d.	14%
Overig	5%

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



Tabel 4

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

KERN	%
Deventer	70%
Apeldoorn	4%
Arnhem	2%
Raalte	1%
Amsterdam	1%
Rijssen-Holten	1%
Voorst	1%
Olst-Wijhe	1%
Zwolle	1%
Utrecht	1%
Lochem	1%
Zutphen	1%
Internet e.d.	13%

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Deventer	83%
Hengelo	3%
Apeldoorn	1%
Voorst	1%
Zwolle	1%
Raalte	1%
Rijssen-Holten	1%
Internet e.d.	7%
Overig	4%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Deventer	76%
Voorst	2%
Raalte	1%
Apeldoorn	1%
Hengelo	1%
Internet e.d.	18%
Overig	2%

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

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en afvloeiing woninginrichting.

KERN	%
Deventer	55%
Zutphen	14%
Hengelo	10%
Apeldoorn	2%
Duiven	2%
Zwolle	1%
Arnhem	1%
Amersfoort	1%
Olst-Wijhe	1%
Epe	1%
Internet e.d.	9%
Overig	5%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Deventer	93%
Voorst	1%
Internet e.d.	3%
Overig	4%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Deventer	66%
Voorst	24%
Lochem	3%
Marum	2%
Apeldoorn	1%
Internet e.d.	1%
Overig	3%