

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT KERN **ELBURG**

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/144

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Elburg

Auteurs

Ruud Esselink
Laurens Klein Kranenburg

Bestellingen

Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever.

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



INHOUDSOPGAVE

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



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



1

HOOFDSTUK

Kort vooraf



1. Kort vooraf

1.1 De winkelwereld is veranderd

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

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

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

In 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 – onderzoeks aanpak). In de gemeente Elburg zijn 461 huishoudens geïnterviewd, waarvan in de kern Elburg 179.



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

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

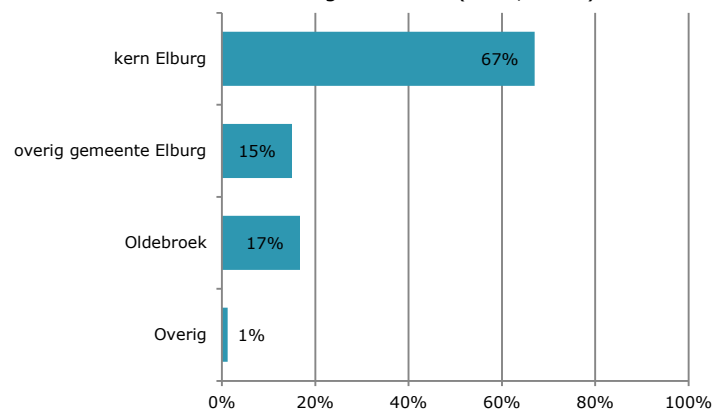
2.1 Dagelijkse sector

Meeste dagelijkse aankopen in eigen kern

Ruim twee derde van de bestedingen aan dagelijkse artikelen (67 procent) in de kern Elburg is afkomstig van de eigen inwoners. Daarnaast trekt Elburg ook omzet aan uit het overige deel van de gemeente Elburg en de gemeente Oldebroek.

Figuur 2.1

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



Tabel 2.1

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

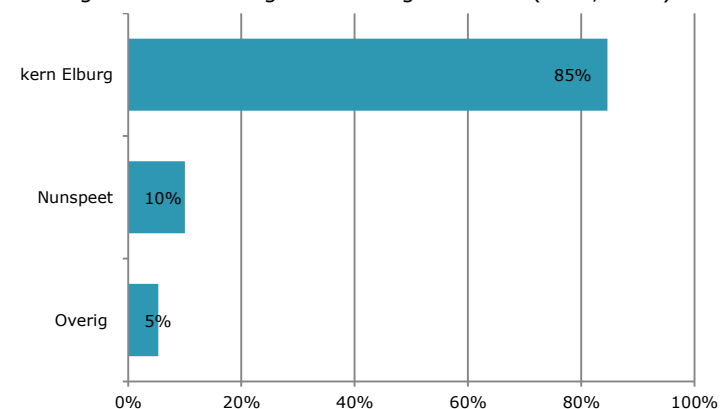
	ABS	%
Omzet uit eigen kern (binding)	27,2	67%
Toevloeiing ov. gemeente Elburg	6,1	15%
Toevloeiing ov. Nederland	7,3	18%
TOTALE OMZET	40,5	100%

Enige koopkrachtafvloeiing naar Nunspeet

Inwoners van Elburg doen hun dagelijkse boodschappen voor het grootste deel in de eigen woonplaats. Daarnaast is er enige afvloeiing naar Nunspeet (10%) en overige gemeenten (5%).

Figuur 2.2

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



Tabel 2.2

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

	ABS	%
Binding	27,2	85%
Afvloeiing ov. gemeente Elburg	0,1	0%
Afvloeiing ov. Nederland	4,7	15%
Afvloeiing Duitsland	0,1	0%
Afvloeiing internet e.d.	0,1	0%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	32,1	100%



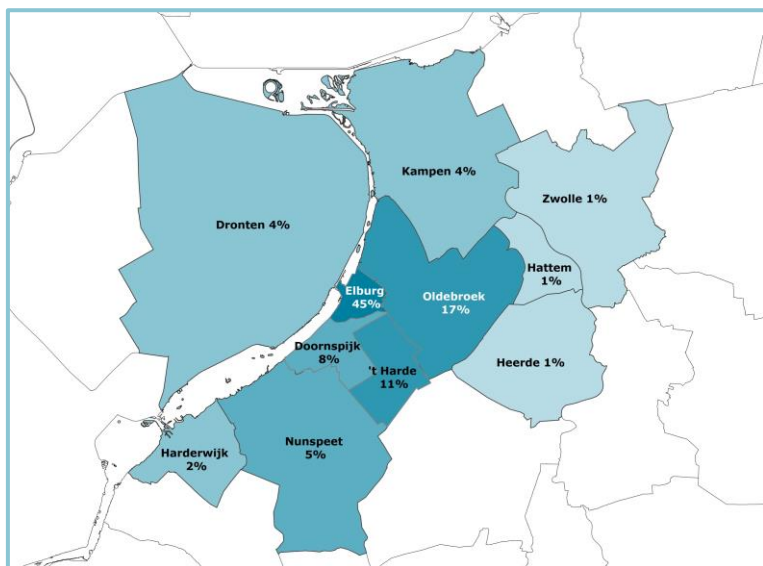
2.2 Niet-dagelijkse sector

Toevloeiing uit overig deel gemeente Elburg en Oldebroek

Voor de niet-dagelijkse omzet in Elburg geldt dat 45 procent afkomstig is uit Elburg zelf. Daarnaast is er met name toevloeiing vanuit het overige deel van de gemeente Elburg (19 procent) en Oldebroek (17 procent).

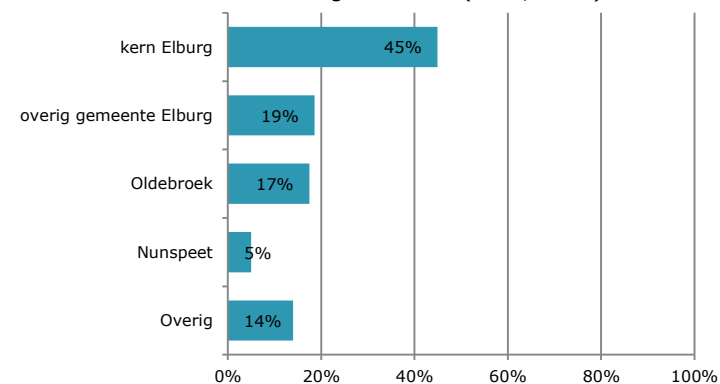
Figuur 2.3

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



Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

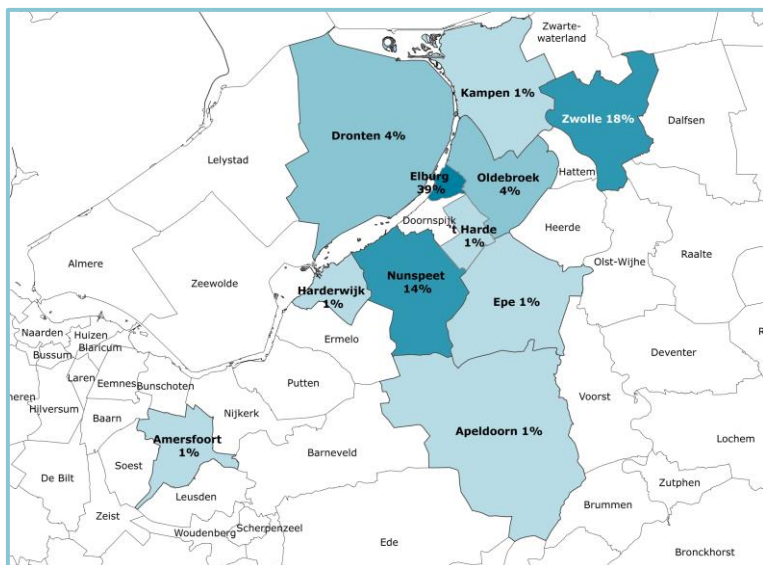
	ABS	%
Omzet uit eigen kern (binding)	11,3	45%
Toevloeiing ov. gemeente Elburg	4,7	19%
Toevloeiing ov. Nederland	9,2	36%
TOTALE OMZET	25,2	100%

Inwoners Elburg ook georiënteerd op Zwolle en Nunspeet

Ten opzichte van de dagelijkse sector zijn inwoners van Elburg voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector sterker georiënteerd op aankooplocaties buiten de eigen woonplaats. Er is met name afvloeïng naar Zwolle (18%) en Nunspeet (14%).

Figuur 2.5

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

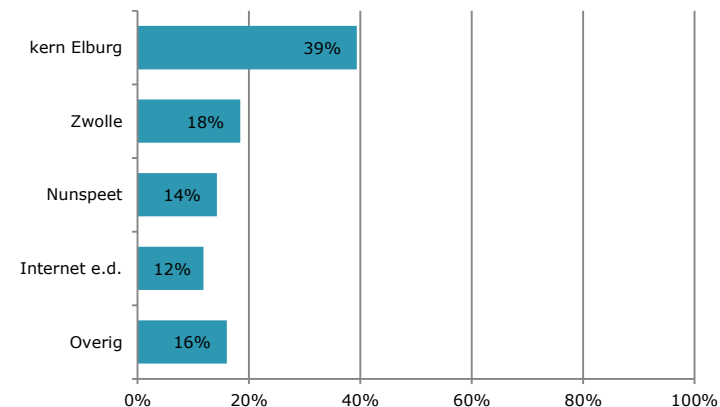


Binding & afvloeïng niet-dagelijkse sector

De afvloeïng naar internet is in de niet-dagelijkse sector met 12 procent aanzienlijk groter dan in de dagelijkse sector. De koopkrachtafvloeïng naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector € 3,4 miljoen.

Figuur 2.6

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



Tabel 2.4

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

	ABS	%
Binding	11,3	39%
Afvloeïng ov. gemeente Elburg	0,3	1%
Afvloeïng ov. Nederland	13,7	48%
Afvloeïng internet e.d.	3,4	12%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	28,7	100%

Inzoom op niet-dagelijkse branches

De niet-dagelijkse sector is 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 79 procent, gevolgd door doe-het-zelf (74 procent). Artikelgroepen met relatief veel omzet van buiten de eigen woonplaats zijn woninginrichting en doe-het-zelf.

Tabel 2.5

Binding & toevloeiing niet-dagelijkse sector (2015).

x € miljoen	BINDING	TOEVLOEIING	TOTALE OMZET
Kleding	2,0	1,6	3,6
Schoenen	0,2	0,1	0,4
Huishoudelijke artikelen	1,0	0,7	1,7
Elektronica	1,5	0,8	2,2
Woninginrichting	1,7	5,9	7,6
Doe-het-zelf	2,0	2,6	4,6
Bloemen en planten	2,8	2,2	5,0
TOTAAL	11,3	13,8	25,2

KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN ELBURG 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 ELBURG 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 alle artikelgroepen, behalve doe-het-zelf en bloemen en planten, geldt dat de afvloeiing groter is dan de binding. Inwoners van Elburg doen hun niet-dagelijkse bestedingen voor een belangrijk deel buiten de eigen kern.

Tabel 2.6

Binding & afvloeiing niet-dagelijkse sector (2015).

x € miljoen	BINDING	AFVLOEIING	TOTAAL BESTEDINGS-POTENTIEEL
Kleding	2,0	6,4	8,5
Schoenen	0,2	1,6	1,9
Huishoudelijke artikelen	1,0	1,3	2,3
Elektronica	1,5	3,6	5,1
Woninginrichting	1,7	2,9	4,6
Doe-het-zelf	2,0	0,7	2,8
Bloemen en planten	2,8	0,8	3,6
TOTAAL	11,3	17,4	28,7

Tabel 2.7

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

In %	BINDINGSPERCENTAGE	AANDEEL TOEVLOEIING IN TOTALE OMZET
Kleding	24%	44%
Schoenen	13%	38%
Huishoudelijke artikelen	42%	42%
Elektronica	29%	34%
Woninginrichting	36%	78%
Doe-het-zelf	74%	56%
Bloemen en planten	79%	43%
TOTAAL	39%	55%

2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

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

Ten opzichte van plaatsen met 10.000-20.000 inwoners heeft Elburg in de dagelijkse sector in 2015 een iets lagere koopkrachtbinding.

De niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met de referentieklassen een relatief lage koopkrachtbinding. Binnen deze sector hebben de artikelgroepen bloemen en planten en doe-het-zelf een relatief sterke lokale verzorgingsfunctie, terwijl kleding en schoenen verhoudingsgewijs een zwakkere lokale verzorgingsfunctie hebben.

Tabel 2.8

Bindingspercentage kern Elburg vergeleken (2015).

	ELBURG	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	85%	88%
Niet-dagelijkse sector	39%	47%
- Kleding	24%	35%
- Schoenen	13%	41%
- Huishoudelijke artikelen	42%	63%
- Elektronica	29%	43%
- Woninginrichting	36%	33%
- Doe-het-zelf	74%	72%
- Bloemen en planten	79%	72%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

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

Afvloeiing op totaalniveau groter dan toevloeiing

Woninginrichting, doe-het-zelf en bloemen en planten trekken meer koopkracht van buiten Elburg aan dan dat er afvloeit naar andere aankoopkanalen. Voor de overige artikelgroepen geldt dat de aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats kleiner is dan het koopkrachtverlies.

In alle artikelgroepen is de afvloeiing naar internet en elders groter dan binnen de gemeente Elburg.

Tabel 2.9

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

<u>x € miljoen</u>	TOEVLOEIING		↔	AFVLOEIING		
	ov. gemeente	elders		ov. gemeente	elders	internet
Kleding	0,5	1,0	↔	0,0	5,1	1,4
Schoenen	0,0	0,1	↔	0,0	1,3	0,3
Huishoudelijke artikelen	0,4	0,4	↔	0,0	1,1	0,2
Elektronica	0,4	0,3	↔	0,0	2,6	1,0
Woninginrichting	1,1	4,8	↔	0,1	2,3	0,5
Doe-het-zelf	1,3	1,3	↔	0,0	0,6	0,1
Bloemen en planten	0,9	1,2	↔	0,1	0,6	0,0
TOTAAL	4,7	9,2	↔	0,3	13,7	3,4

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



Afvloeiing naar internet goed zichtbaar

In het vorige paragrafen hebben we gezien wat de invloed is van internet op de koopstromen. De totale afvloeiing naar internet bedraagt in Elburg in 2015 zo'n € 3,5 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 Elburg vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Elburg gemiddeld iets vaker artikelen via internet. Vooral bij elektronica wordt relatief vaak voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 20 procent van de bestedingen in een webwinkel gedaan.

<u>BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)</u>	ELBURG	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	0%	1%
Niet-dagelijkse sector	12%	10%
- Kleding	16%	12%
- Schoenen	15%	10%
- Huishoudelijke artikelen	8%	7%
- Elektronica	20%	18%
- Woninginrichting	10%	8%
- Doe-het-zelf	3%	3%
- Bloemen en planten	1%	1%

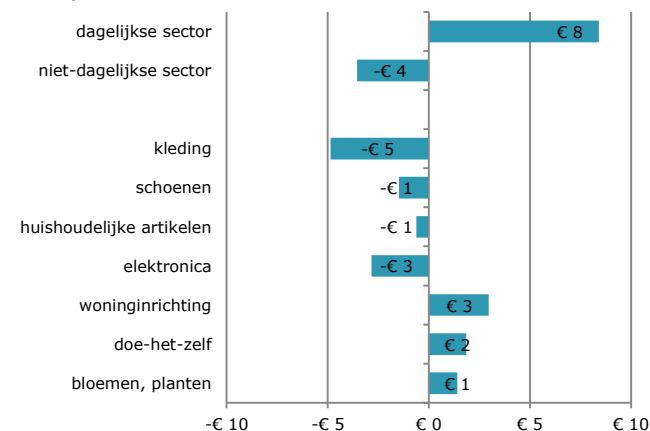
Koopstromensaldo per sector

Op basis van onder meer tabel 2.9 is reeds te concluderen dat in 2015 de niet-dagelijkse sector in Elburg op totaalniveau te maken heeft met meer koopkrachtafvloeiing dan koopkrachttoevoeiing. De onderstaande figuur toont het 'koopstromensaldo'.

In de dagelijkse sector is het koopstromensaldo positief. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen woonplaats is dus groter dan het koopkrachtverlies. In de niet-dagelijkse sector verschilt het koopstromensaldo per sector. Bij woninginrichting, doe-het-zelf en bloemen en planten is de toevoeiing groter dan de afvloeiing. Voor de andere sectoren geldt het omgekeerde: hier gaan er meer consumentenbestedingen naar 'buiten' dan dat er binnenkomen.

Figuur 2.7

Saldo toevoeiing minus afvloeiing per sector en artikelgroep, Elburg (milj. €; 2015).



2.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- In de dagelijkse sector blijft het gros van de detailhandelsbestedingen van inwoners binnen de kern Elburg (85 procent). Daarnaast is er afvloeiing naar Nunspeet (10%) en overige gemeenten (5%).
- In de niet-dagelijkse sector is de binding veel minder groot (39 procent). Inwoners van Elburg zijn voor de niet-dagelijkse bestedingen ook georiënteerd op Zwolle (18%) en Nunspeet (14%). Daarnaast bedraagt de koopkrachtafvloeiing naar internet € 3,4 miljoen (12%).
- Als we kijken naar de herkomst van de in Elburg gerealiseerde omzet in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector is deze voor een belangrijk deel afkomstig uit Elburg zelf. Daarnaast komt een deel van de omzet uit het overig deel van de gemeente Elburg, Oldebroek en – in mindere mate – Nunspeet.
- Binnen de niet-dagelijkse sector heeft de artikelgroep bloemen en planten de hoogste binding met 79 procent, gevolgd door doe-het-zelf met 74 procent. Voor andere artikelgroepen, zoals kleding en schoenen, zijn inwoners van Elburg voornamelijk georiënteerd op andere aankooplocaties, waaronder het internet.
- Elektronica wordt door de inwoners van Elburg relatief het meest online gekocht (20 procent). De mate waarin inwoners van Elburg aankopen doen via internet (in de niet-dagelijkse sector) ligt iets boven het gemiddelde van referentiekernen.
- In de dagelijkse sector is het koopstromensaldo positief. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen woonplaats is dus groter dan het koopkrachtverlies. In de niet-dagelijkse sector verschilt het koopstromensaldo per sector. Bij woninginrichting, doe-het-zelf en bloemen en planten is de toevloeiing groter dan de afvloeiing. Voor de andere sectoren geldt het omgekeerde: hier gaan er meer consumentenbestedingen naar 'buiten' dan dat er binnenkomen.



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 Elburg. 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.

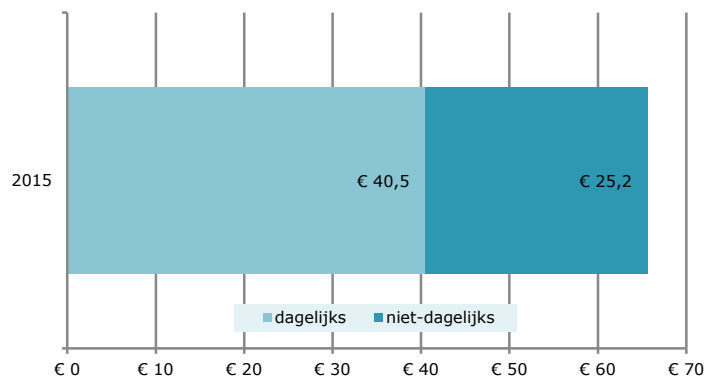
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Elburg

De totale detailhandelsomzet in Elburg bedraagt in 2015 € 65,7 miljoen. Hiervan is € 40,5 miljoen gegenereerd door de dagelijkse sector en € 25,2 miljoen door de niet-dagelijkse sector.

Figuur 3.1

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

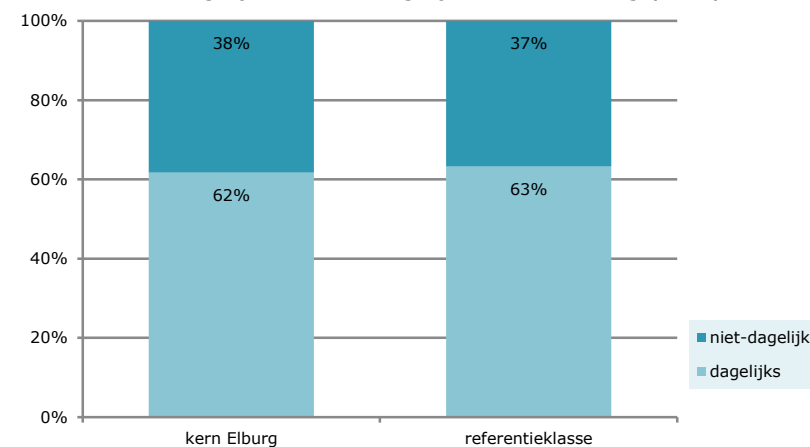


Grootste deel omzet afkomstig van dagelijkse sector

De dagelijkse sector (62 procent) neemt een groter deel van de detailhandelsomzet in Elburg voor haar rekening dan de niet-dagelijkse sector (38 procent). De verhouding tussen dagelijks en niet-dagelijks is goed vergelijkbaar met het beeld in de referentiekernen.

Figuur 3.2

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, Elburg (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 Elburg is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector lager dan in de referentieklassse. De gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector ligt iets boven het niveau van plaatsen van vergelijkbare omvang. Per saldo ligt de totale omzet per inwoner in Elburg onder het vergelijkingscijfer.

Tabel 3.1

Gemiddelde detailhandelsomzet per inwoner (in €; 2015).

	ELBURG	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	3.340	3.500
Niet-dagelijkse sector	2.070	2.030
- Kleding	300	500
- Schoenen	30	120
- Huishoudelijke artikelen	140	210
- Elektronica	190	310
- Woninginrichting	630	270
- Doe-het-zelf	380	270
- Bloemen en planten	410	350
TOTALE OMZET PER INWONER	5.410	5.530

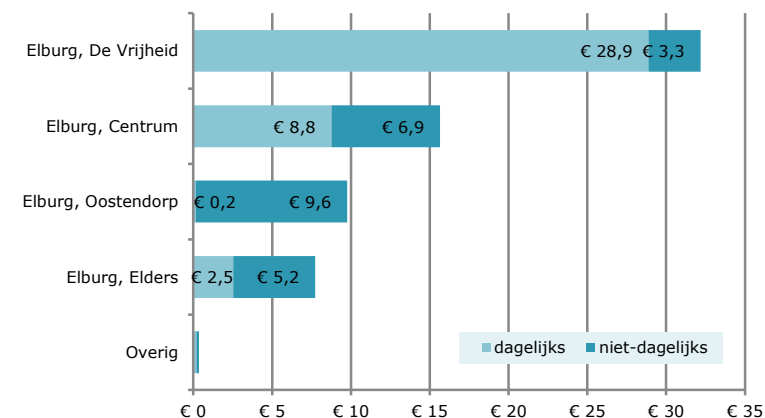
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Grootste deel omzet landt op aankooplocatie De Vrijheid

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Elburg dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door aankooplocatie De Vrijheid. De dagelijkse sector heeft hierin de grootste bijdrage. Bij andere aankooplocaties, zoals Elburg Oostendorp, ligt het accent sterker op de niet-dagelijkse sector.

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, kern Elburg (miljoen €; 2015).



In tabel 3.2 zijn de marktaandelen van de aankooplocaties voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector weergegeven. Hieruit blijkt dat Elburg De Vrijheid domineert in de dagelijkse sector. In de niet-dagelijkse sector hebben Elburg Oostendorp (38%) en Elburg Centrum (27%) een aanzienlijk marktaandeel.

Tabel 3.2

Marktaandelen aankooplocaties, Elburg (in %; 2015).

	DAGELIJKSE SECTOR	NIET-DAGELIJKSE SECTOR
Elburg, De Vrijheid	71%	13%
Elburg, Centrum	22%	27%
Elburg, Oostendorp	0%	38%
Elburg, Elders	6%	21%
Overig	0%	1%
TOTAAL	100%	100%

3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De totale detailhandelsomzet in Elburg bedraagt in 2015 € 65,7 miljoen. Hiervan is € 40,5 miljoen (62%) gegenereerd door de dagelijkse sector en € 25,2 miljoen (38%) door de niet-dagelijkse sector. De verhouding tussen dagelijks en niet-dagelijks is goed vergelijkbaar met het beeld in de referentiekernen.
- Uit benchmarking blijkt dat de gemiddelde omzet per inwoner in Elburg relatief lager is dan gemiddeld in plaatsen van vergelijkbare omvang. Dit komt vooral doordat de omzet per inwoner in de dagelijkse sector onder het niveau in de referentieklassen ligt. De omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector ligt iets boven het gemiddelde in referentiekernen.
- Wanneer we inzoomen op het niveau van aankooplocaties in Elburg dan zien we dat de aankooplocatie De Vrijheid domineert in de dagelijkse sector. In de niet-dagelijkse sector hebben Elburg Oostendorp (38%) en Elburg Centrum (27%) een aanzienlijk marktaandeel.



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 Elburg boodschappen doet. Wat zijn de bezoekmotieven, hoe vaak worden winkelvoorzieningen bezocht en hoe worden ze beoordeeld? Daarnaast wordt Elburg op een aantal aspecten ook afgezet tegen het gemiddelde beeld van/in vergelijkbare plaatsen.

4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel

Bezoekfrequentie boodschappen en recreatief winkelen

Voor de dagelijkse boodschappen geldt dat de groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Elburg doet, voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker is. Zo doet ruim 90 procent minstens 1 keer per week boodschappen in Elburg.

Bij het recreatieve winkelen zien we een meer gespreid patroon, maar ook hier gaat ruim de helft (62 procent) minimaal 1 keer per week winkelen in Elburg. Drie op de tien consumenten gaan tussen 1 en 3 keer per maand winkelen in Elburg.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Elburg voor dagelijkse boodschappen en winkelen.

	DAGELIJKE BOODSCHAPPEN	WINKELN
Meer dan 1 x per week	64%	28%
1 x per week	34%	34%
1-3 x per maand	2%	30%
Minder dan 1 x per maand	0%	8%
TOTAAL	100%	100%

Bezoekmotief

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen of te winkelen in Elburg? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door nabijheid/afstand, parkeergelegenheid en bereikbaarheid. Hiervan wordt nabijheid (67%) veruit het meest genoemd.

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekmotieven boodschappen en winkelen:



Boodschappen doen:

- 1: nabijheid/afstand: 67%
- 2: parkeergelegenheid: 38%
- 3: bereikbaarheid: 33%



Winkelen:

- 1: nabijheid/afstand: 66%
- 2: bepaalde winkels/producten: 38%
- 3: sfeer: 35%

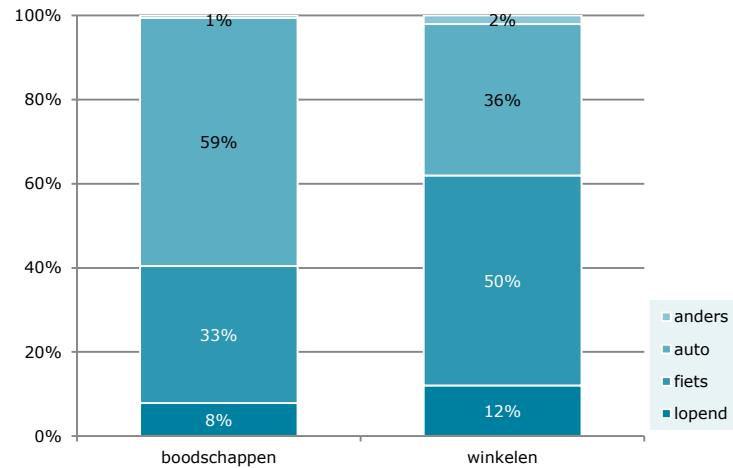
Bij winkelen wordt nabijheid ook het vaakst genoemd (66%). Daarnaast worden de aanwezigheid van bepaalde winkels of producten (38%) en sfeer (35%) relatief vaak genoemd.

Vervoermiddel

Voor de dagelijkse boodschappen is de auto (59%) het meest gebruikte vervoermiddel in Elburg, gevolgd door de fiets (33%). Bij het winkelen wordt de fiets het vaakst gebruikt (50%) en in mindere mate de auto (36%).

Figuur 4.2

Vervoermiddelgebruik voor boodschappen, Elburg (2015).



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Elburg 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.

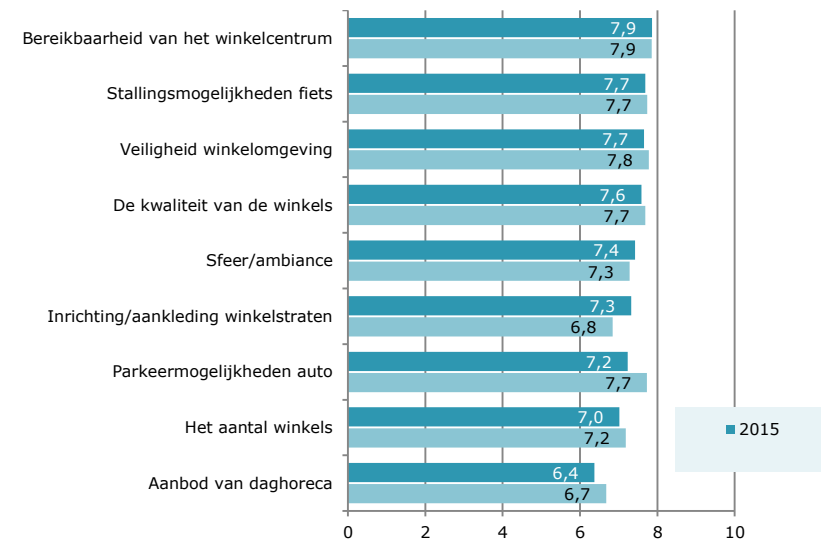
In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Elburg.

Hoogste score voor bereikbaarheid winkelcentrum

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen of winkelen in Elburg tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor de bereikbaarheid van het winkelcentrum (7,9). De laagste beoordeling krijgt het aanbod van daghoreca (6,4). Dit aspect krijgt een lagere waardering dan in vergelijkbare kernen. In vergelijking met de beoordelingscijfers van referentiekernen scoort Elburg gemiddeld. Drie van de negen aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld.

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen Elburg (2015).



3 van de 9

aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld

4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Elburg doet, is voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker. Zo doet 98 procent minimaal 1 keer per week boodschappen in Elburg.
- Bij het recreatieve winkelen zien we een meer gespreid patroon, maar ook hier gaat ruim de helft (62 procent) minimaal 1 keer per week winkelen in Elburg.
- Het belangrijkste motief om boodschappen te doen of te winkelen in Elburg is nabijheid. Bij de dagelijkse boodschappen behoren parkeergelegenheid en bereikbaarheid daarnaast tot de top 3 meest genoemde bezoekrekenen. Bij het recreatieve winkelen bestaat de top 3, behalve nabijheid, uit de aanwezigheid van bepaalde winkels of producten en sfeer.
- De auto is het meest gebruikte vervoermiddel om boodschappen te doen in Elburg. Bij het winkelen is dit de fiets.
- Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen of winkelen in Elburg tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor de bereikbaarheid van het winkelcentrum. Het aanbod van daghoreca scoort duidelijk lager in vergelijking met referentiekernen. Drie van de negen aspecten krijgen in Elburg een hogere waardering dan gemiddeld.



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.

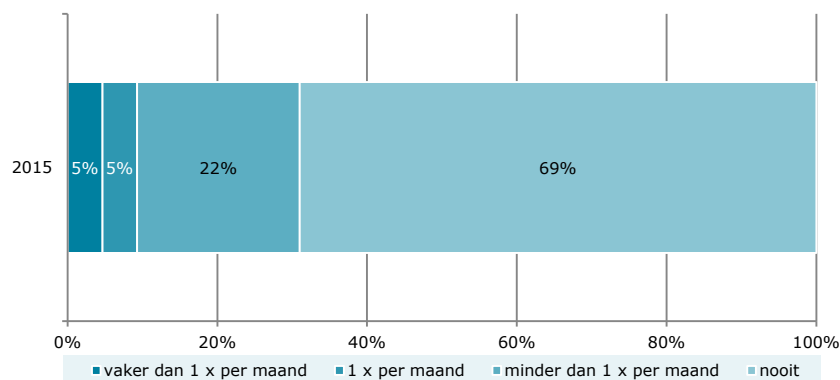
5.2 Koopzondag

Bezoek koopzondag beperkt

Elburg kent geen zondagopenstelling van winkels; winkels zijn op zondag gesloten. De oriëntatie op de zondag als winkeldag is onder inwoners van Elburg relatief klein. In totaal gaat circa 10 procent minimaal eens per maand op zondag naar de winkel. Zeven op de tien inwoners (69 procent) bezoeken nooit de koopzondag.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Elburg (2015).



Circa 3 op de 10 inwoners bezoeken dus wel eens een koopzondag. Zij gaan hiervoor vooral naar Zwolle (53%). Daarnaast worden Amsterdam en Almere in beperkte mate genoemd.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015
Zwolle	53%
Amsterdam	10%
Almere	5%

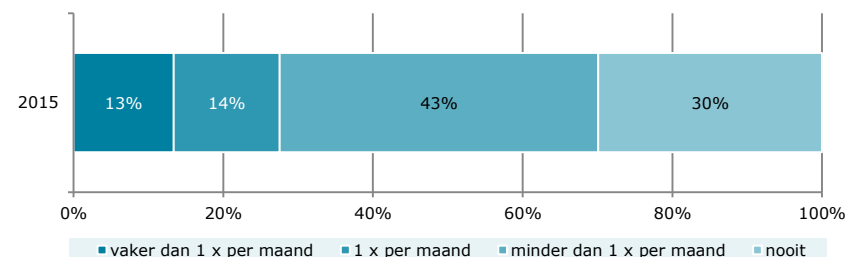
5.3 Koopavond

Drie 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 Elburg is het op vrijdag koopavond. In vergelijking met de koopzondag is de oriëntatie op de koopavond groter onder inwoners van Elburg. Ruim een kwart gaat (minimaal) eens per maand. Drie op de tien inwoners geven aan nooit op koopavond te winkelen.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Elburg (2015).



Meest genoemde plaatsen waar inwoners van Elburg de koopavond bezoeken, zijn het centrum van Elburg (38 procent), Elburg De Vrijheid (21 procent) en Nunspeet (16 procent).





38%

bezoekt meestal de koopavond in het centrum van Elburg

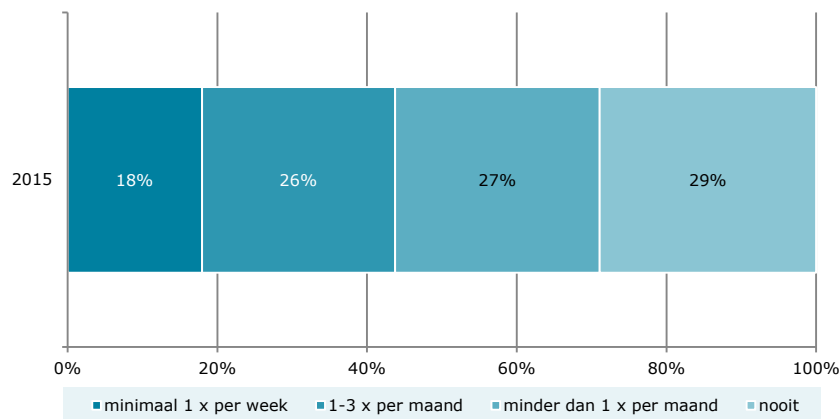
5.4 Markt

Bezoekfrequentie warenmarkt

Ruim vier op de tien inwoners van Elburg gaan minimaal eens per maand naar de markt (44 procent). Het aandeel inwoners dat nooit naar de markt gaat, is 29 procent.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Elburg (2015).



Een groot deel van de inwoners bezoekt vooral de markt in Elburg ('t Schootsveld) en – in mindere mate – de markt in Nunspeet.

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015
Elburg, 't Schootsveld	71%
Nunspeet, Markt	11%
Overig gemeente Elburg	7%

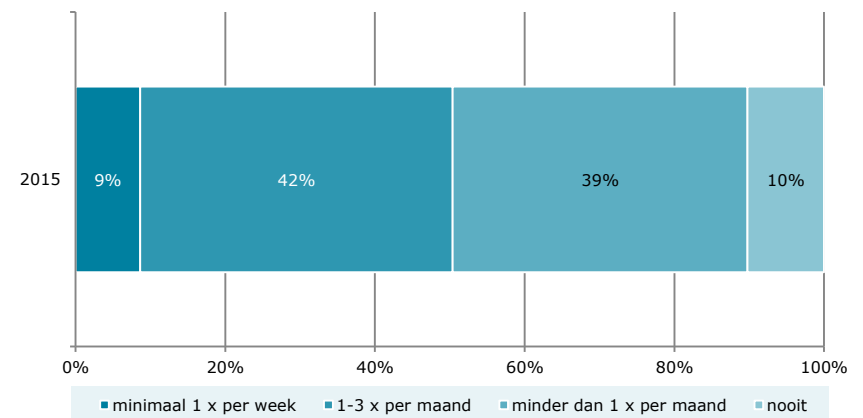
5.5 Online winkelen

Inwoners Elburg kopen vaak via internet

In het algemeen geldt dat het gebruik van internet als aankoopkanaal voor winkelen is toegenomen. Dit blijkt niet alleen uit de omzetafvloeiing naar internet. Ook de gemiddelde frequentie waarmee artikelen via internet worden gekocht, toont de toegenomen oriëntatie op online winkelen. Het aandeel inwoners dat nooit iets via internet koopt, is klein (10 procent).

Figuur 5.4

Aankoopfrequentie artikelen via internet, inwoners kern Elburg (2015).

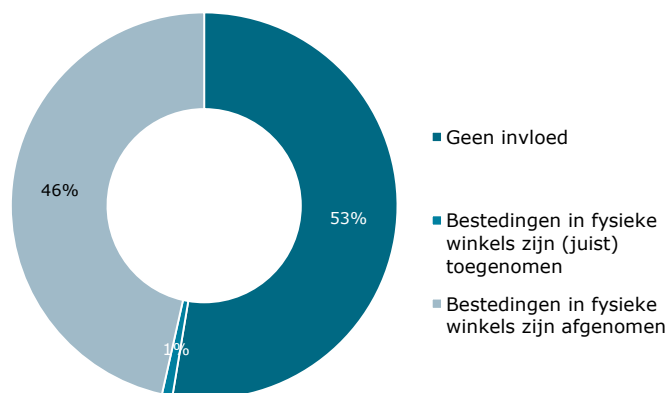


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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. Ruim de helft geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat 46 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 winkel mogelijkheden. Afsluitend vergelijken we Elburg 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 Elburg bezoeken in vergelijking met referentiekernen ongeveer even vaak de koopzondag. Het bezoek aan de koopavond ligt iets boven het gemiddelde in referentiekernen. Verder gaan inwoners van Elburg gemiddeld iets minder vaak naar de warenmarkt. Het aandeel dat frequent iets via internet koopt, ligt duidelijk boven het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

Figuur 5.6

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



5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de koopzondag is in Elburg beperkt. Het aandeel van inwoners dat nooit een koopzondag bezoekt, is 69 procent. In vergelijking met referentiekernen bezoeken inwoners van Elburg ongeveer even vaak de koopzondag. Als men een koopzondag bezoekt, is men voornamelijk georiënteerd op het centrum van Zwolle.
- De bezoekfrequentie van de koopavond is hoger dan bij de koopzondag. Ruim een kwart gaat (minimaal) eens per maand. Het bezoek van de koopavond ligt iets boven het gemiddelde in referentiekernen. Men is hier vooral georiënteerd op het centrum van Elburg, aankooplocatie De Vrijheid in Elburg en Nunspeet.
- De warenmarkt wordt in vergelijking met referentiegemeenten iets minder vaak bezocht. Ruim vier op de tien inwoners van Elburg (44 procent) gaan minstens eens per maand naar de markt.
- De mate waarin inwoners van Elburg aankopen doen via het internet is aanzienlijk: de helft doet dit minimaal 1 keer per maand. Van de consumenten die hebben aangegeven online te winkelen, zegt 46 procent dat door de online aankopen de bestedingen in fysieke winkels zijn afgenomen.



1

BIJLAGE

Onderzoeksaanpak



Bijlage 1. Onderzoeksaanpak

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

Onderzoeksverloop en respons

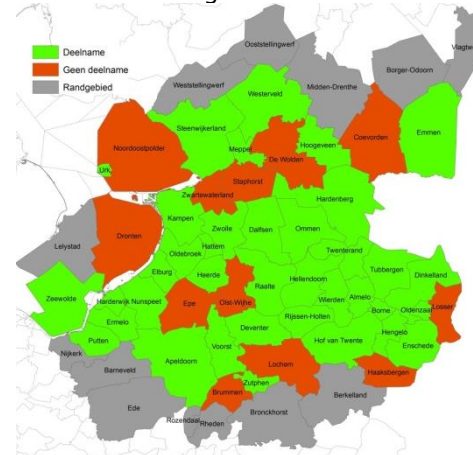
De enquête is voor het grootste deel afgenomen via internet. Daarbij is gebruik gemaakt van een aantal panels en is op basis van een aselechte steekproef web respons geworven. Een beperkt deel van het veldwerk heeft plaatsgevonden door middel van telefonische enquêtering; vooral bedoeld om 'gaten' in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

Dataverzameling en -verwerking

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

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

Het onderzoeksgebied:



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

Bestedingscijfers

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

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

2

BIJLAGE

Begrippenkader



Bijlage 2. Begrippenkader

Aankoopplaats (aankooplocatie)

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

Afvloeiing (koopkrachtafvloeiing)

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

Artikelgroepen

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

Bestedingspotentieel

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

Binding (koopkrachtbinding)

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

Detailhandelsomzet (draagvlak)

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

Koopstroom

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

Toevloeiing (koopkrachttoevloeiing)

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

Winkelen

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



3

BIJLAGE

Binding en toevloeiing per branche



Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en toevloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Elburg	67%
Overig gemeente Elburg	15%
Oldebroek	17%
Overig	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Elburg	45%
Overig gemeente Elburg	19%
Oldebroek	17%
Nunspeet	5%
Dronten	4%
Kampen	4%
Harderwijk	2%
Heerde	1%
Zwolle	1%
Hatterm	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 3

Procentuele verdeling binding en toevloeiing kleding.

KERN	%
Kern Elburg	56%
Overig gemeente Elburg	15%
Oldebroek	15%
Dronten	5%
Nunspeet	3%
Kampen	2%
Heerde	1%
Harderwijk	1%
Apeldoorn	1%
Tubbergen	1%
Hatterm	0%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Elburg	62%
Overig gemeente Elburg	9%
Oldebroek	19%
Staphorst	3%
Dronten	2%
Zwolle	2%
Nunspeet	2%
Kampen	1%
Harderwijk	1%



Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Elburg	58%
Overig gemeente Elburg	21%
Oldebroek	20%
Coevorden	1%
Overig	1%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Elburg	66%
Overig gemeente Elburg	19%
Oldebroek	12%
Nunspeet	2%
Urk	1%
Harderwijk	0%

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

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en toevloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Elburg	22%
Overig gemeente Elburg	14%
Oldebroek	16%
Nunspeet	11%
Kampen	10%
Dronten	8%
Harderwijk	6%
Zwolle	3%
Heerde	3%
Hatterm	2%
Epe	1%
Lelystad	1%
Putten	1%
Overig	1%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Elburg	44%
Overig gemeente Elburg	28%
Oldebroek	25%
Nunspeet	2%
Kampen	1%
Dronten	0%



Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Elburg	57%
Overig gemeente Elburg	19%
Oldebroek	17%
Nunspeet	4%
Dronten	3%
Kampen	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.

KERN	%
Kern Elburg	85%
Overig gemeente Elburg	0%
Nunspeet	10%
Dronten	3%
Oldebroek	1%
Internet e.d.	0%
Overig	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Elburg	39%
Overig gemeente Elburg	1%
Zwolle	18%
Nunspeet	14%
Dronten	4%
Oldebroek	4%
Epe	1%
Apeldoorn	1%
Amersfoort	1%
Kampen	1%
Harderwijk	1%
Internet e.d.	12%
Overig	3%

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

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en afvloeiing kleding.

KERN	%
Kern Elburg	24%
Overig gemeente Elburg	0%
Zwolle	23%
Nunspeet	16%
Dronten	7%
Epe	2%
Apeldoorn	2%
Oldebroek	1%
Kampen	1%
Almere	1%
Amsterdam	1%
Harderwijk	1%
Rotterdam	1%
Lelystad	1%
Internet e.d.	16%
Overig	3%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Elburg	13%
Overig gemeente Elburg	0%
Zwolle	29%
Nunspeet	26%
Dronten	4%
Apeldoorn	2%
Hatterij	2%
Lelystad	1%
Almere	1%
Harderwijk	1%
Epe	1%
Amsterdam	1%
Internet e.d.	15%
Overig	3%

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

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Elburg	42%
Overig gemeente Elburg	0%
Nunspeet	28%
Zwolle	14%
Dronten	3%
Oldebroek	1%
Duiven	1%
Almere	1%
Internet e.d.	8%
Overig	2%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Elburg	29%
Overig gemeente Elburg	0%
Zwolle	26%
Nunspeet	12%
Oldebroek	10%
Duiven	1%
Bronckhorst	1%
Internet e.d.	20%
Overig	2%

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en afvloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Elburg	36%
Overig gemeente Elburg	2%
Zwolle	19%
Nunspeet	9%
Oldebroek	6%
Dronten	5%
Amersfoort	5%
Harderwijk	1%
Kampen	1%
Epe	1%
Duiven	1%
Leeuwarden	1%
Apeldoorn	1%
Internet e.d.	10%
Overig	2%

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

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Elburg	74%
Overig gemeente Elburg	2%
Nunspeet	12%
Oldebroek	4%
Zwolle	3%
Dronten	2%
Internet e.d.	3%
Overig	1%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Elburg	79%
Overig gemeente Elburg	3%
Nunspeet	7%
Zwolle	7%
Oldebroek	2%
Dronten	1%
Internet e.d.	1%
Overig	2%