

**KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN**

**RAPPORT  
KERN ELSPEET**

**Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015**

Oktober 2015

# COLOFON

**Uitgave**

I&O Research  
Zuiderval 70  
Postbus 563  
7500 AN Enschede

**Rapportnummer**

2015/134

**Datum**

Oktober 2015

**Opdrachtgever**

Gemeente Nunspeet

**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

<b>1. Kort vooraf .....</b>	<b>6</b>
1.1 De winkelwereld is veranderd .....	6
1.2 Doel van het onderzoek .....	6
<b>2. Koopstromen .....</b>	<b>9</b>
2.1 Dagelijkse sector .....	9
2.2 Niet-dagelijkse sector .....	10
2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern .....	13
2.4 Toevloeiing versus afvloeiing .....	13
2.5 Conclusie .....	15
<b>3. Economisch functioneren .....</b>	<b>17</b>
3.1 Inleiding .....	17
3.2 Detailhandelsomzet .....	17
3.3 Conclusie .....	18
<b>4. Inzicht in koopgedrag .....</b>	<b>20</b>
4.1 Inleiding .....	20
4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel.....	20
4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen .....	21
4.4 Conclusie .....	22



<b>5. Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden.....</b>	<b>24</b>
5.1 Inleiding .....	24
5.2 Koopzondag .....	24
5.3 Koopavond.....	24
5.4 Markt .....	25
5.5 Online winkelen .....	25
5.6 Benchmarking .....	26
5.7 Conclusie .....	27
<b>Bijlage 1. Onderzoeksaanpak.....</b>	<b>29</b>
<b>Bijlage 2. Begrippenkader .....</b>	<b>31</b>
<b>Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche.....</b>	<b>33</b>
<b>Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche.....</b>	<b>36</b>

# 1

## HOOFDSTUK

### Kort vooraf

## 1. Kort vooraf

### 1.1 De winkelwereld is veranderd

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

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

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

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

### 1.2 Doel van het onderzoek

Het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015 beantwoordt de onderstaande onderzoeksvragen:

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

#### ***Wat is koopstromenonderzoek?***

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

#### ***Hoe is het onderzoek uitgevoerd?***

De dataverzameling heeft in de periode april tot en met mei 2015 plaatsgevonden. In totaal zijn 31.350 consumenten in Overijssel en delen van Drenthe, Flevoland en Gelderland geïnterviewd, waarbij consumenten gevraagd is naar de plaats waar zij artikelgroepen kopen. Aanvullend zijn vragen gesteld over winkelgedrag (bijvoorbeeld bezoekfrequentie en waardering meest bezochte aankoopplaatsen, marktbezoek en webwinkelen). De opzet van het onderzoek is vergelijkbaar met het in 2010 uitgevoerde koopstromenonderzoek. De enquêtes zijn zowel telefonisch als via internet afgenomen (zie ook bijlage 1 – onderzoeksaanpak). In de gemeente Nunspeet zijn 516 huishoudens geïnterviewd, waarvan 87 in de kern Elspeet.



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

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

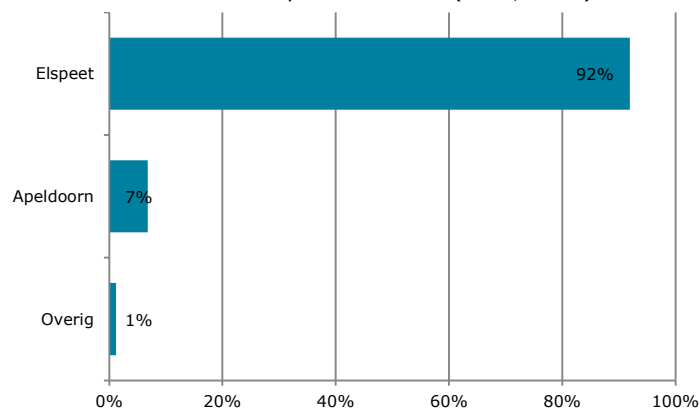
### 2.1 Dagelijkse sector

#### **Meeste dagelijkse aankopen in eigen kern**

Het merendeel van de bestedingen aan dagelijkse artikelen (92 procent) in Elspeet is afkomstig van de eigen inwoners. Daarnaast trekt Elspeet ook enige omzet aan uit Apeldoorn.

**Figuur 2.1**

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



**Tabel 2.1**

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

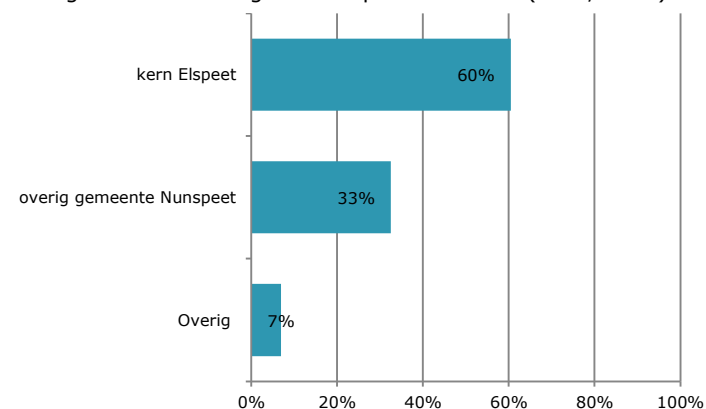
	ABS	%
Omzet uit eigen kern (binding)	7,1	92%
Toevloeiing ov. gemeente Nunspeet	0,1	1%
Toevloeiing ov. Nederland	0,5	7%
<b>TOTALE OMZET</b>	<b>7,8</b>	<b>100%</b>

#### **Koopkrachtafvloeiing naar Nunspeet**

Inwoners van Elspeet doen hun dagelijkse boodschappen voor een groot deel in de eigen woonplaats. Daarnaast is er met name afvloeiing naar Nunspeet (33%).

**Figuur 2.2**

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



**Tabel 2.2**

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

	ABS	%
Binding	7,1	60%
Afvloeiing ov. gemeente Nunspeet	3,8	33%
Afvloeiing ov. Nederland	0,8	7%
<b>TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL</b>	<b>11,8</b>	<b>100%</b>

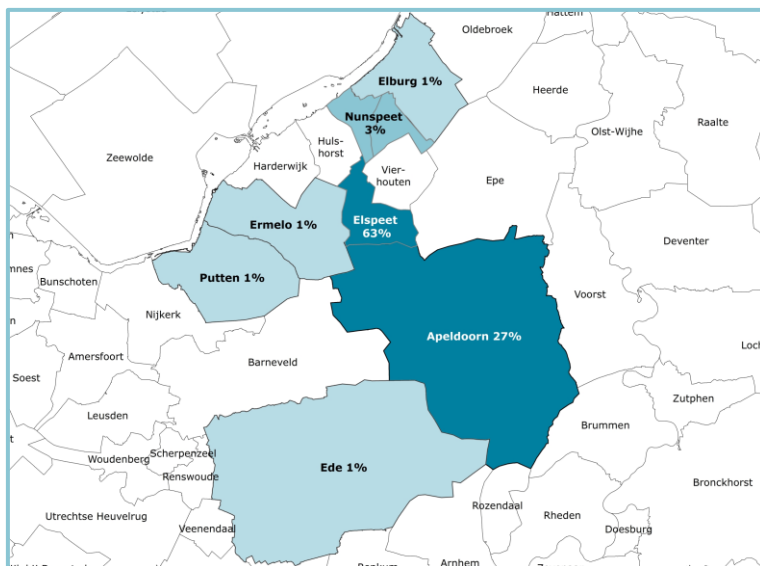
## 2.2 Niet-dagelijkse sector

### Veel toevloeiing uit gemeente Apeldoorn

Voor de niet-dagelijkse omzet in Elspeet geldt dat 63 procent afkomstig is uit de eigen kern. Daarnaast is 27 procent afkomstig uit de gemeente Apeldoorn en 10 procent uit overige gemeenten.

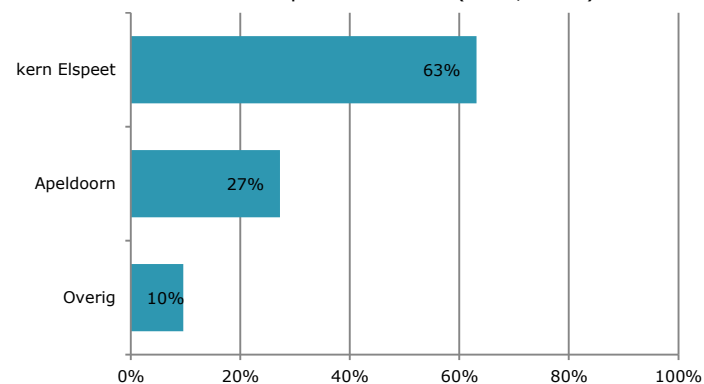
**Figuur 2.3**

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



**Figuur 2.4**

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



**Tabel 2.3**

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

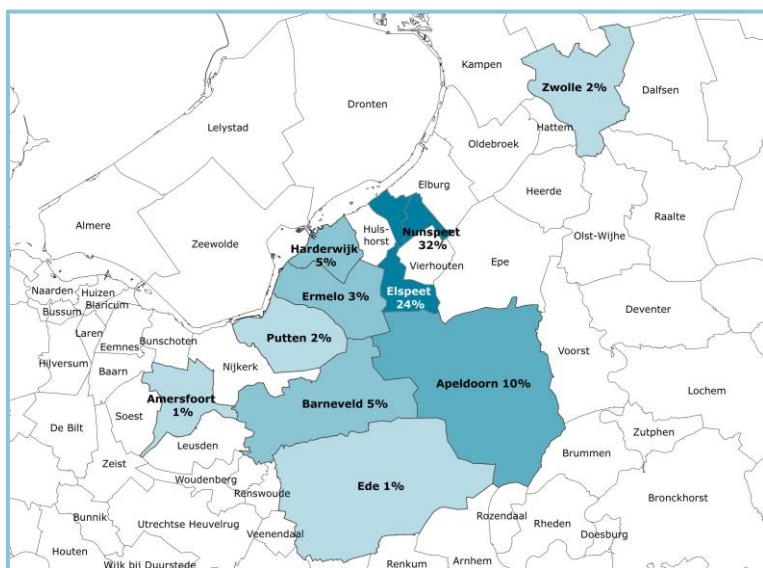
	ABS	%
Omzet uit eigen kern (binding)	2,6	63%
Toevloeiing ov. gemeente Nunspeet	0,2	4%
Toevloeiing ov. Nederland	1,4	33%
<b>TOTALE OMZET</b>	<b>4,1</b>	<b>100%</b>

### **Inwoners Elspeet sterk georiënteerd op Nunspeet en Apeldoorn**

Ten opzichte van de dagelijkse sector zijn inwoners van Elspeet voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector sterker georiënteerd op aankooplocaties buiten de eigen woonplaats. Er is met name afvloeïng naar het overig deel van de gemeente Nunspeet (32%) en Apeldoorn (10%). Ook doen inwoners van Elspeet een deel van hun niet-dagelijkse bestedingen in Barneveld en Harderwijk.

**Figuur 2.5**

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

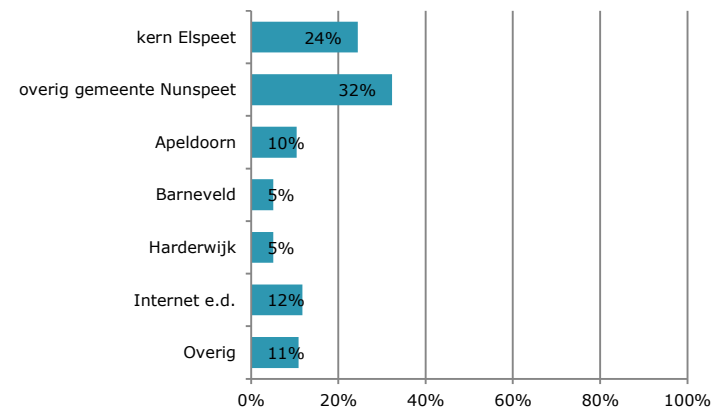


### **Binding & afvloeïng niet-dagelijkse sector**

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 € 1,3 miljoen.

**Figuur 2.6**

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



**Tabel 2.4**

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

	<b>ABS</b>	<b>%</b>
Binding	2,6	24%
Afvloeïng ov. gemeente Nunspeet	3,4	32%
Afvloeïng ov. Nederland	3,4	31%
Afvloeïng internet e.d.	1,3	12%
<b>TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL</b>	<b>10,7</b>	<b>100%</b>

### **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 54 procent, gevolgd door doe-het-zelf (46 procent). Artikelgroepen met relatief veel omzet van buiten de eigen woonplaats zijn woninginrichting, elektronica en kleding.

**Tabel 2.5**

Binding & toevloeiing niet-dagelijkse sector (2015).

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

**KORTE TOELICHTING:**

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN ELSPEET 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 ELSPEET 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 bloemen en planten, geldt dat de afvloeiing groter is dan de binding. Inwoners van Elspeet doen hun niet-dagelijkse bestedingen relatief vaak buiten de eigen kern.

**Tabel 2.6**

Binding & afvloeiing niet-dagelijkse sector (2015).

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

**Tabel 2.7**

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

In %	BINDINGSPERCENTAGE	AANDEEL TOEVLOEIING IN TOTALE OMZET
Kleding	6%	50%
Schoenen	0%	45%
Huishoudelijke artikelen	18%	34%
Elektronica	19%	44%
Woninginrichting	42%	47%
Doe-het-zelf	46%	36%
Bloemen en planten	54%	10%
<b>TOTAAL</b>	<b>24%</b>	<b>37%</b>

### 2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

De mate waarin Elspeet 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 minder dan 5.000 inwoners heeft Elspeet in de dagelijkse sector in 2015 een iets hogere koopkrachtbinding.

De niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met de referentieklassse ook een relatief hogere koopkrachtbinding. Binnen deze sector hebben vooral de artikelgroepen bloemen en planten, doe-het-zelf en woninginrichting in Elspeet een tamelijk sterke lokale verzorgingsfunctie.

**Tabel 2.8**

Bindingspercentage kern Elspeet vergeleken (2015).

	ELSPEET	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	60%	58%
Niet-dagelijkse sector	24%	21%
- Kleding	6%	5%
- Schoenen	0%	7%
- Huishoudelijke artikelen	18%	19%
- Elektronica	19%	22%
- Woninginrichting	42%	28%
- Doe-het-zelf	46%	29%
- Bloemen en planten	54%	49%

### 2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

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

#### **Afvloeiing groter dan toevloeiing**

Alle niet-dagelijkse artikelgroepen hebben te maken met meer koopkrachtafvloeiing dan toevloeiing. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats is dus kleiner dan het koopkrachtverlies.

Met name bij kleding en elektronica is er afvloeiing naar het internet.

**Tabel 2.9**

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

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

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

### **Afvloeiing naar internet goed zichtbaar**

In het vorige paragrafen hebben we gezien wat de invloed is van internet op de koopstromen. De totale afvloeiing naar internet bedraagt in Elspeet in 2015 zo'n € 1,3 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 Elspeet vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Elspeet gemiddeld meer artikelen via internet. Vooral bij elektronica wordt relatief vaak voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 22 procent van de bestedingen in een webwinkel gedaan.

<u>BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)</u>	ELSPEET	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	0%	0%
Niet-dagelijkse sector	12%	8%
- Kleding	15%	13%
- Schoenen	13%	10%
- Huishoudelijke artikelen	5%	5%
- Elektronica	22%	11%
- Woninginrichting	10%	6%
- Doe-het-zelf	4%	3%
- Bloemen en planten	1%	1%

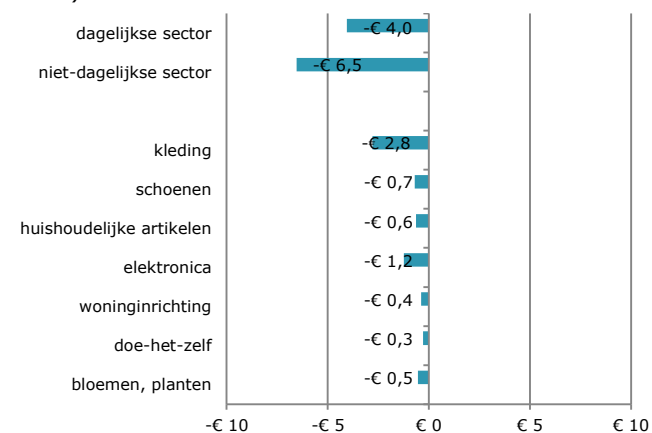
### **Koopstromensaldo per sector**

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

Zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector gaan er meer consumentenbestedingen naar 'buiten' dan dat er binnenkomen. In de artikelgroep doe-het-zelf is het koopstromensaldo het minst negatief.

**Figuur 2.7**

Saldo toevoeiing minus afvloeiing per sector en artikelgroep, Elspeet (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 Elspeet (60 procent). Daarnaast is er met name afvloeiing naar het overig deel van de gemeente Nunspeet (33%).
- In de niet-dagelijkse sector is de binding veel minder groot (24 procent). Inwoners van Elspeet zijn voor de niet-dagelijkse bestedingen voornamelijk georiënteerd op Nunspeet (32%) en Apeldoorn (10%). Ook doen inwoners van Elspeet een deel van hun niet-dagelijkse bestedingen in Barneveld en Harderwijk. Daarnaast bedraagt de koopkrachtafvloeiing naar internet € 1,3 miljoen (12%).
- Als we kijken naar de herkomst van de in Elspeet gerealiseerde omzet in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector is deze grotendeels afkomstig uit Elspeet zelf. Daarnaast komt een deel van de omzet uit de gemeente Apeldoorn.
- Binnen de niet-dagelijkse sector heeft de artikelgroep bloemen en planten de hoogste binding met 54 procent, gevolgd door doe-het-zelf (46 procent). Voor alle artikelgroepen, behalve bloemen en planten, geldt dat de afvloeiing groter is dan de binding. Bestedingen in deze artikelgroepen worden door inwoners van Elspeet vooral elders gedaan.
- Elektronica wordt door de inwoners van Elspeet relatief het meest online gekocht. De mate waarin inwoners van Elspeet aankopen doen via internet ligt boven het gemiddelde van referentiekernen.
- Zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector gaan er meer consumentenbestedingen naar 'buiten' dan dat er binnenkomen. Het koopstromensaldo is dus negatief.



# 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 Elspeet. 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.

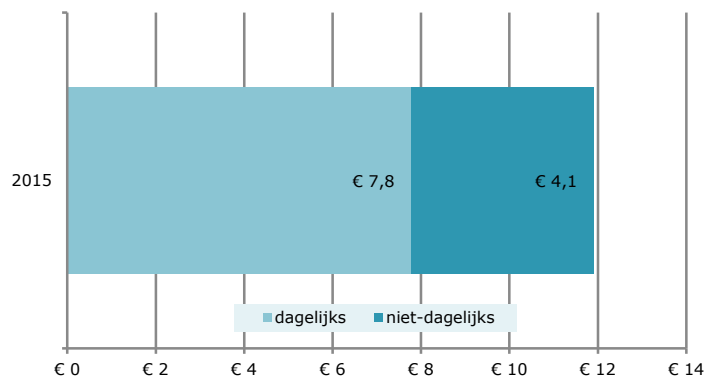
#### 3.2 Detailhandelsomzet

##### **Totale omzet in Elspeet**

De totale detailhandelsomzet in Elspeet bedraagt in 2015 € 11,9 miljoen. Hiervan is € 7,8 miljoen gegenereerd door de dagelijkse sector en € 4,1 miljoen door de niet-dagelijkse sector.

**Figuur 3.1**

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

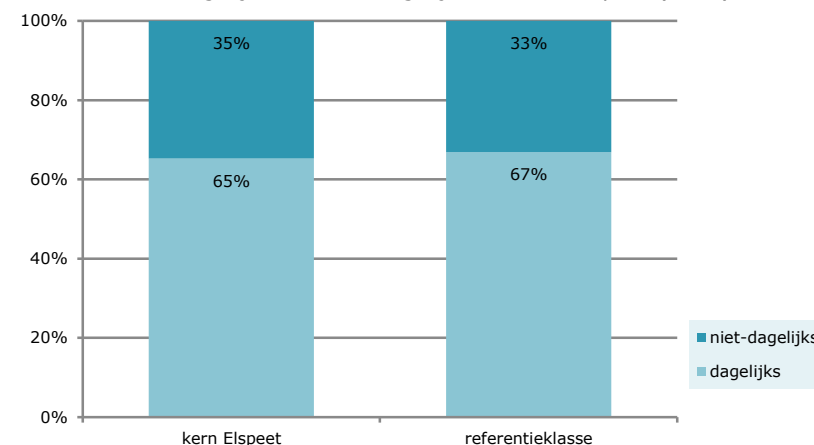


##### **Grootste deel omzet afkomstig van dagelijkse sector**

De dagelijkse sector (65 procent) neemt een groter deel van de detailhandelsomzet in Elspeet voor haar rekening dan de niet-dagelijkse sector (35 procent). De verhouding tussen dagelijks en niet-dagelijks is goed vergelijkbaar met het gemiddelde beeld in referentiekernen.

**Figuur 3.2**

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, Elspeet (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 Elspeet is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector lager dan in de referentieklassse. Ook de gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector ligt onder het niveau van plaatsen van vergelijkbare omvang. Hierdoor ligt de totale omzet per inwoner onder het vergelijkingscijfer.

**Tabel 3.1**

Gemiddelde detailhandelsomzet per inwoner (in €; 2015).

	ELSPEET	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	1.760	2.310
Niet-dagelijkse sector	930	1.141
- Kleding	80	80
- Schoenen	0	30
- Huishoudelijke artikelen	50	50
- Elektronica	150	180
- Woninginrichting	310	400
- Doe-het-zelf	170	100
- Bloemen en planten	180	310
<b>TOTALE OMZET PER INWONER</b>	<b>2.690</b>	<b>3.451</b>

### 3.3 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De totale detailhandelsomzet in Elspeet bedraagt in 2015 € 11,9 miljoen. Hiervan is € 7,8 miljoen (65%) gegenereerd door de dagelijkse sector en € 4,1 miljoen (35%) door de niet-dagelijkse sector. De verhouding tussen dagelijks en niet-dagelijks is goed vergelijkbaar met het gemiddelde beeld in referentiekernen.
- Uit benchmarking blijkt dat de gemiddelde omzet per inwoner in Elspeet relatief lager is dan gemiddeld in plaatsen van vergelijkbare omvang. Zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector wordt gemiddeld minder omzet per inwoner gegenereerd.

# 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 Elspeet boodschappen doet. Wat zijn de bezoekmotieven, hoe vaak worden winkelvoorzieningen bezocht en hoe worden ze beoordeeld? Daarnaast wordt Elspeet op een aantal aspecten ook afgezet tegen het gemiddelde beeld van/in vergelijkbare plaatsen. Er zijn te weinig respondenten die in Elspeet winkelen om uitspraken te kunnen doen over het winkelgedrag van consumenten in Elspeet.

### 4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel

#### **Bezoekfrequentie boodschappen**

Voor de dagelijkse boodschappen geldt dat de groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Elspeet doet, voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker is. Zo doet 74 procent meer dan 1 keer per week boodschappen in Elspeet.

**Tabel 4.1**

Bezoekfrequentie Elspeet voor dagelijkse boodschappen.

DAGELIJKE BOODSCHAPPEN	
Meer dan 1 x per week	74%
1 x per week	23%
1-3 x per maand	3%
Minder dan 1 x per maand	0%
<b>TOTAAL</b>	<b>100%</b>

#### **Bezoekmotief**

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen in Elspeet? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door nabijheid/afstand, parkeergelegenheid en bereikbaarheid. Hiervan wordt nabijheid (85%) veruit het meest genoemd.

**Figuur 4.1**

Top 3 van bezoekmotieven boodschappen:

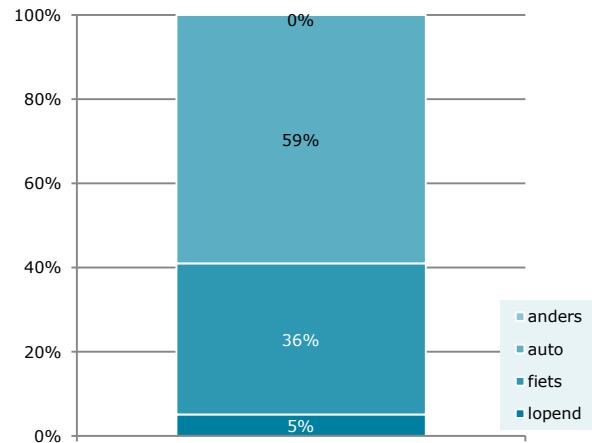


### Vervoermiddel

Voor de dagelijkse boodschappen zijn de auto (59%) en de fiets (36%) de meest gebruikte vervoermiddelen in Elspeek. Daarnaast komt 5 procent te voet.

**Figuur 4.2**

Vervoermiddelgebruik voor boodschappen, Elspeek (2015).



### 4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Elspeek 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.

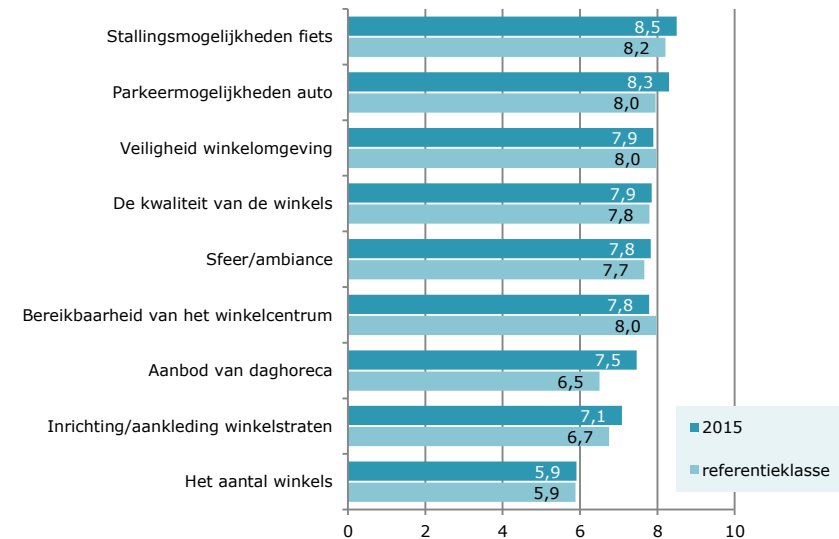
In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Elspeek.

### Hoogste waardering voor stallingsmogelijkheden fiets

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen in Elspeek tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor de stallingsmogelijkheden voor de fiets. De laagste beoordeling is gegeven voor het aantal winkels. Opvallend is verder dat het aanbod van daghoreca in Elspeek duidelijk beter wordt gewaardeerd dan in de referentiegroep. In vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen scoort Elspeek relatief goed. Zeven van de negen aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld.

**Figuur 4.3**

Waardering winkelvoorzieningen Elspeek (2015).



7 van de 9

aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld

#### 4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Voor de dagelijkse boodschappen geldt dat de groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Elspeet doet, voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker is. Zo doet 74 procent meer dan 1 keer per week boodschappen in Elspeet.
- Het belangrijkste motief om boodschappen te doen in Elspeet is nabijheid/afstand. Dit motief wordt veruit het meest genoemd (85%). Parkeergelegenheid en bereikbaarheid behoren daarnaast tot de top 3 meest genoemde bezoekredenen.
- De auto en de fiets zijn de meest gebruikte vervoermiddelen om boodschappen te doen in Elspeet.
- Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen in Elspeet tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor de stallingsmogelijkheden voor de fiets. Het aantal winkels krijgt de laagste waardering. Zeven van de negen aspecten worden beter beoordeeld dan gemiddeld in referentiekernen.

## 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.

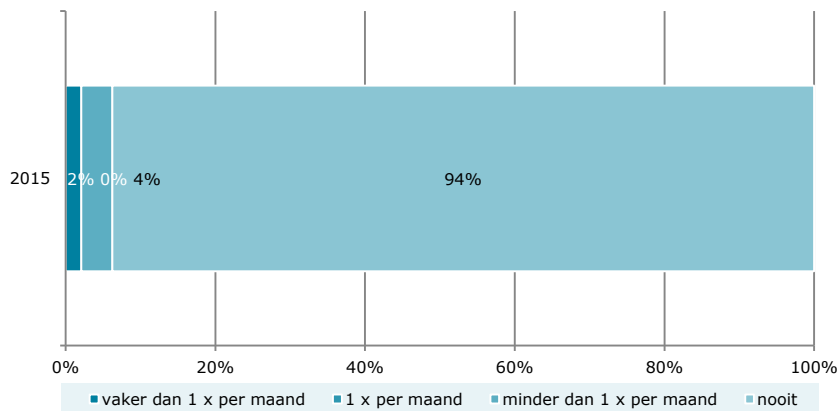
### 5.2 Koopzondag

#### **Bezoek koopzondag beperkt**

De oriëntatie op de zondag als winkeldag is onder inwoners van Elspeet relatief klein. In totaal gaat 2 procent minimaal eens per maand op zondag naar de winkel. Ruim negen op de tien inwoners (94 procent) bezoeken nooit de koopzondag.

**Figuur 5.1**

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Elspeet (2015).



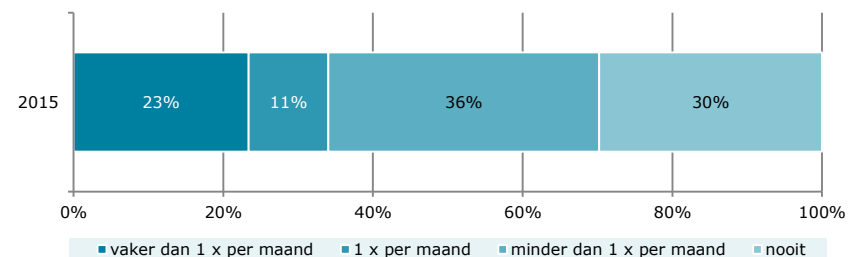
### 5.3 Koopavond

#### **Een derde 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 groter onder inwoners van Elspeet. Ongeveer een derde gaat (minimaal) eens per maand. Drie op de tien inwoners geven aan nooit op koopavond te winkelen.

**Figuur 5.2**

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Elspeet (2015).



Meest genoemde plaatsen waar inwoners van Elspeet de koopavond bezoeken, zijn Nunspeet (38 procent) en Elspeet (29 procent). Daarnaast worden – in mindere mate – Apeldoorn (12 procent) en Harderwijk (9 procent) genoemd.



**38%** bezoekt meestal de koopavond in Nunspeet





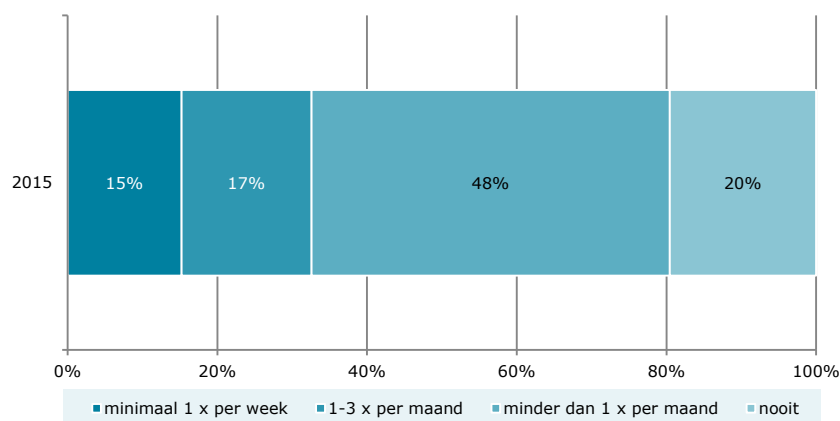
## 5.4 Markt

### Bezoekfrequentie warenmarkt

Ruim drie op de tien inwoners van Elspeet gaan minimaal eens per maand naar de markt (32 procent). Het aandeel inwoners dat nooit naar de markt gaat, is 20 procent.

**Figuur 5.3**

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Elspeet (2015).



Een groot deel van de inwoners bezoekt vooral de markt in Nunspeet (83 procent). Als overige locaties worden onder meer Apeldoorn, Barneveld en Ede genoemd.

**Tabel 5.2**

Meest genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015
Nunspeet	83%
Overig	17%

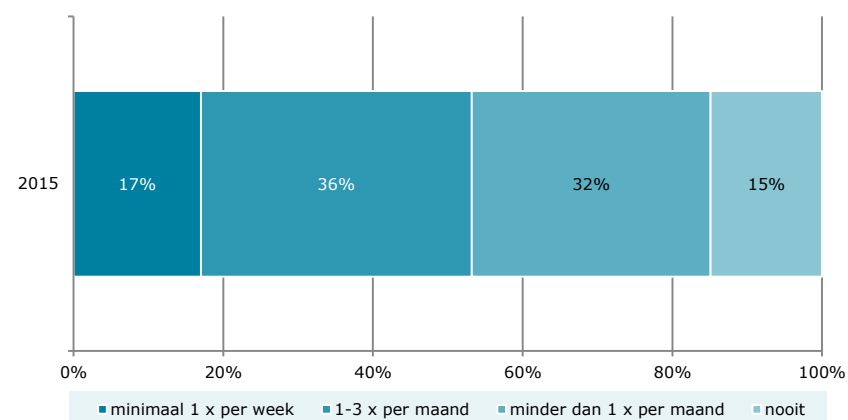
## 5.5 Online winkelen

### Inwoners Elspeet 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 sterke oriëntatie op online winkelen. Het aandeel inwoners dat nooit iets via internet koopt, is namelijk klein (15 procent).

**Figuur 5.4**

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

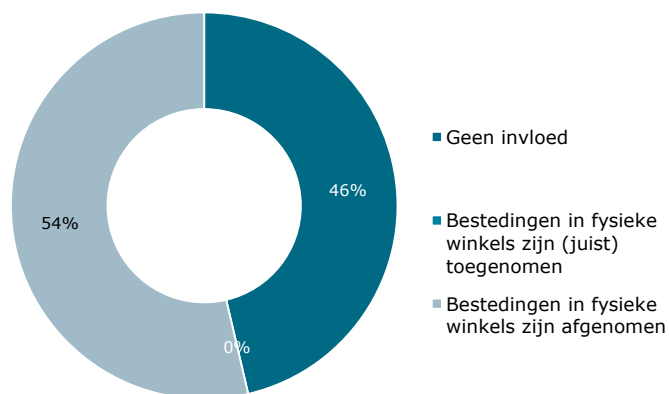


### Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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. Bijna de helft geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat 54 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 Elspeet 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 Elspeet bezoeken relatief minder vaak winkels op zondag, maar zij bezoeken verhoudingsgewijs wel vaker de koopavond. Het warenmarktbezoek ligt iets onder het niveau in referentiekernen. Het aandeel dat frequent iets via internet koopt, ligt duidelijk boven het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

**Figuur 5.6**

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



## 5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de koopzondag is in Elspeet beperkt. Het aandeel van inwoners dat nooit een koopzondag bezoekt, is 94 procent. In vergelijking met referentiekernen bezoeken inwoners van Elspeet relatief minder vaak de koopzondag.
- De bezoekfrequentie van de koopavond is hoger dan bij de koopzondag. Het bezoek van de koopavond ligt boven het gemiddelde in referentiekernen. Men is hier vooral georiënteerd op het centrum van Nunspeet (38 procent) en Elspeet (29 procent).
- De warenmarkt wordt in vergelijking met referentiegemeenten iets minder vaak bezocht. Een derde van de inwoners van Elspeet (33 procent) gaat minstens eens per maand naar de markt.
- De mate waarin inwoners van Elspeet aankopen doen via het internet is aanzienlijk: 53 procent doet dit minimaal 1 keer per maand. Van de consumenten die hebben aangegeven online te winkelen, zegt 54 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**

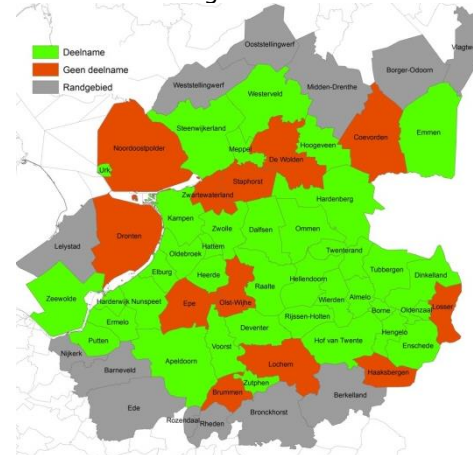
De enquête is voor het grootste deel afgenomen via internet. Daarbij is gebruik gemaakt van een aantal panels en is op basis van een aselechte steekproef web respons geworven. Een beperkt deel van het veldwerk heeft plaatsgevonden door middel van telefonische enquêtering; vooral bedoeld om 'gaten' in 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 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](http://www.detailhandelsinfo.nl) gebruikt. Het meest recente publiek beschikbare peiljaar is 2013. Gemiddeld besteedt elke inwoner van Nederland jaarlijks € 2.630,- aan dagelijkse artikelen. De bestedingen in de niet-dagelijks sector liggen met € 2.340,- iets lager. Ten opzichte van 2010 zijn de bestedingen in de dagelijkse sector toegenomen (+4 procent), die in de niet-dagelijkse sector liggen nu lager (-11 procent). Voor de feitelijke bestedingen van respondenten zijn de bestedingsbedragen op het niveau van de gemeente gecorrigeerd voor de CBS-inkomenscijfers (RIO 2012). Daarnaast is er gerekend met een prijselasticiteit van 0,25 procent in de dagelijkse sector en 0,5 procent in de niet-dagelijkse sector. Toeristische bestedingen zijn niet meegenomen in het onderzoek.

Een uitgebreidere onderzoeksverantwoording is te lezen op [www.koopstromen.nl](http://www.koopstromen.nl).

# 2

## BIJLAGE

### Begrippenkader

## **Bijlage 2. Begrippenkader**

### **Aankoopplaats (aankooplocatie)**

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

### **Afvloeiing (koopkrachtafvloeiing)**

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

### **Artikelgroepen**

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

### **Bestedingspotentieel**

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

### **Binding (koopkrachtbinding)**

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

### **Detailhandelsomzet (draagvlak)**

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

### **Koopstroom**

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

### **Toevloeiing (koopkrachttoevloeiing)**

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

### **Winkelen**

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

# 3

## BIJLAGE

### **Binding en toevloeiing per branche**



### Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche

**Tabel 1**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Elspeet	92%
Overig gemeente Nunspeet	1%
Apeldoorn	7%

**Tabel 2**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Elspeet	63%
Overig gemeente Nunspeet	4%
Apeldoorn	27%
Ermelo	1%
Putten	1%
Ede	1%
Urk	1%
Elburg	1%
Overig	1%

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

**Tabel 3**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing kleding.

KERN	%
Kern Elspeet	50%
Overig gemeente Nunspeet	7%
Apeldoorn	19%
Elburg	8%
Ermelo	7%
Urk	5%
Putten	3%

**Tabel 4**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Elspeet	55%
Overig gemeente Nunspeet	0%
Urk	45%

**Tabel 5**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Elspeet	66%
Overig gemeente Nunspeet	7%
Apeldoorn	27%

**Tabel 6**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Elspeet	56%
Overig gemeente Nunspeet	5%
Apeldoorn	37%
Ermelo	2%
Putten	1%

**Tabel 7**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Elspeet	53%
Overig gemeente Nunspeet	4%
Apeldoorn	35%
Putten	2%
Ermelo	2%
Harderwijk	1%
Rijssen-Holten	1%
Urk	1%

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

**Tabel 8**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Elspeet	64%
Overig gemeente Nunspeet	1%
Apeldoorn	29%
Ede	6%

**Tabel 9**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Elspeet	90%
Overig gemeente Nunspeet	2%
Apeldoorn	8%

# 4

## BIJLAGE

### Binding en afvloeiing per branche

## Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche

**Tabel 1**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing dagelijkse sector.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Elspeet	60%
Overig gemeente Nunspeet	33%
Ermelo	3%
Apeldoorn	2%
Putten	2%
Barneveld	1%

**Tabel 2**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Elspeet	24%
Overig gemeente Nunspeet	32%
Apeldoorn	10%
Barneveld	5%
Harderwijk	5%
Ermelo	3%
Zwolle	2%
Putten	2%
Amersfoort	1%
Ede	1%
Internet e.d.	12%
Overig	3%

**Tabel 3**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing kleding.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Elspeet	6%
Overig gemeente Nunspeet	29%
Apeldoorn	22%
Barneveld	6%
Harderwijk	6%
Putten	3%
Ermelo	3%
Zwolle	3%
Almere	1%
Kampen	1%
Ede	1%
Epe	1%
Amersfoort	1%
Veenendaal	1%
Internet e.d.	15%
Overig	2%

**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	%
Kern Elspeet	0%
Overig gemeente Nunspeet	41%
Apeldoorn	18%
Harderwijk	7%
Ermelo	6%
Barneveld	6%
Zwolle	2%
Putten	1%
Opsterland	1%
Ede	1%
Amersfoort	1%
Veenendaal	1%
's-Gravenhage	1%
Internet e.d.	13%
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 Elspeet	18%
Overig gemeente Nunspeet	56%
Apeldoorn	6%
Harderwijk	4%
Barneveld	4%
Ermelo	4%
Amersfoort	3%
Internet e.d.	5%
Overig	1%

**Tabel 6**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Elspeet	19%
Overig gemeente Nunspeet	41%
Zwolle	5%
Apeldoorn	4%
Ermelo	4%
Barneveld	2%
Ede	1%
Harderwijk	1%
Internet e.d.	22%

**Tabel 7**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing woninginrichting.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Elspeet	42%
Overig gemeente Nunspeet	15%
Harderwijk	8%
Barneveld	7%
Amersfoort	5%
Apeldoorn	5%
Putten	3%
Elburg	2%
Bronckhorst	1%
Internet e.d.	10%
Overig	1%

**Tabel 8**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Elspeet	46%
Overig gemeente Nunspeet	30%
Harderwijk	10%
Ermelo	4%
Apeldoorn	2%
Barneveld	2%
Putten	1%
Internet e.d.	4%
Overig	1%

**Tabel 9**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Elspeet	54%
Overig gemeente Nunspeet	30%
Barneveld	7%
Apeldoorn	4%
Ermelo	2%
Harderwijk	1%
Internet e.d.	1%