

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT KERN **EMMEN**

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/103

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Emmen

Auteurs

Ruud Esselink
Marjolein Meurs

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 | 33 |
| | |
| Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche..... | 35 |
| | |
| Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche..... | 39 |



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 Emmen zijn 1.057 huishoudens geïnterviewd, waarvan 584 in de plaats Emmen.



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

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

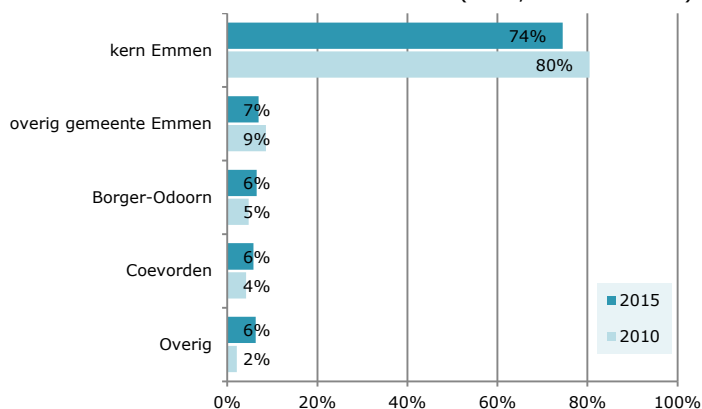
2.1 Dagelijkse sector

Koopkrachttoevloeiing toegenomen

Circa driekwart van de omzet in dagelijkse artikelen is afkomstig van inwoners uit Emmen. Daarnaast haalt Emmen ook (enige) omzet uit het overige deel van de gemeente en omliggende gemeenten. Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in de dagelijkse sector toegenomen. Vooral de toevloeiing is gestegen.

Figuur 2.1

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



Tabel 2.1

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

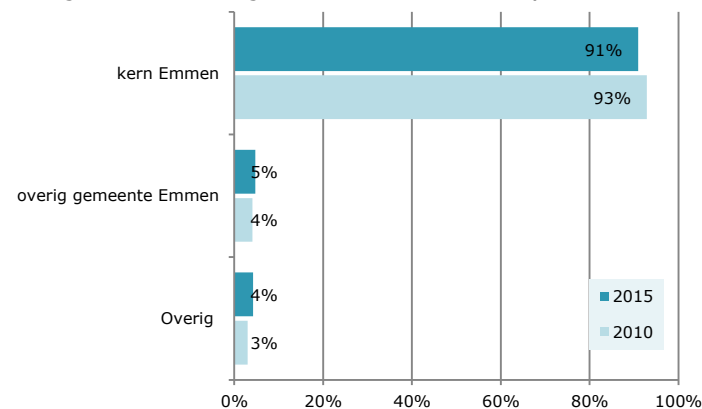
| | ABS | | % | |
|--------------------------------|--------------|--------------|-------------|-------------|
| | 2010 | 2015 | 2010 | 2015 |
| Omzet uit eigen kern (binding) | 130,2 | 131,6 | 80% | 74% |
| Toevloeiing ov. gemeente Emmen | 13,9 | 12,3 | 9% | 7% |
| Toevloeiing ov. Nederland | 17,8 | 24,0 | 11% | 14% |
| Toevloeiing Duitsland | 0,0 | 8,9 | 0% | 5% |
| TOTALE OMZET | 161,9 | 176,8 | 100% | 100% |

Weinig verandering in koopkrachtafvloeiing

De mate waarin inwoners voor hun dagelijkse boodschappen bestedingen doen buiten de eigen woonplaats is net als in 2010 beperkt. De meeste bestedingen buiten de eigen plaats worden in het overige deel van de gemeente Emmen gedaan. Het bindingspercentage is 2 procentpunt lager dan in 2010 maar nog altijd boven de 90 procent. De afvloeiing naar internet is voor wat betreft dagelijkse artikelen beperkt.

Figuur 2.2

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



Tabel 2.2

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

| | ABS | | % | |
|------------------------------------|--------------|--------------|-------------|-------------|
| | 2010 | 2015 | 2010 | 2015 |
| Binding | 130,2 | 131,6 | 93% | 91% |
| Afvloeiing ov. gemeente Emmen | 5,7 | 6,9 | 4% | 5% |
| Afvloeiing ov. Nederland | 2,7 | 2,4 | 2% | 2% |
| Afvloeiing Duitsland | 1,0 | 2,6 | 1% | 2% |
| Afvloeiing internet e.d. | 0,5 | 1,1 | 0% | 1% |
| TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL | 140,2 | 144,7 | 100% | 100% |



2.2 Niet-dagelijkse sector

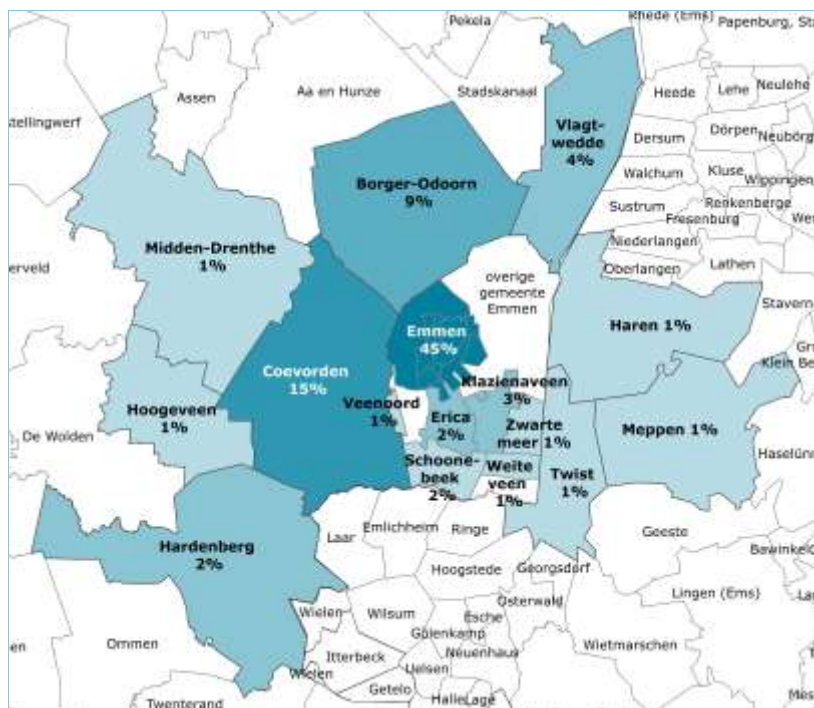
Veel toevloeiing uit 1^e ring omliggende gemeenten

Van de omzet in de niet-dagelijkse sector in Emmen is 45 procent afkomstig uit de plaats Emmen. Daarnaast is 20 procent afkomstig uit het overige deel van de gemeente Emmen.

Net als bij de dagelijkse sector zijn ook in niet-dagelijkse sector bestedingen afkomstig vanuit de gemeenten Coevorden en Borger-Odoorn. Daarnaast zijn ook consumenten uit onder meer Vlagtwedde en Hardenberg en enkele Duitse grensgemeenten georiënteerd op Emmen.

Figuur 2.3

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

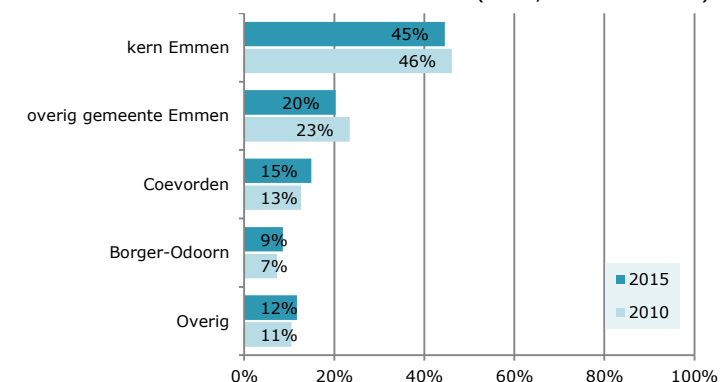


Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in Emmen (gerealiseerd door zowel inwoners als bezoekers) afgenomen. Als we kijken naar waar de kooporiëntatie op Emmen is veranderd, dan zien we dat vooral de toevloeiing vanuit overig Emmen minder groot is. Hier staat een toename van de toevloeiing vanuit de Duitse grensregio tegenover.

Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

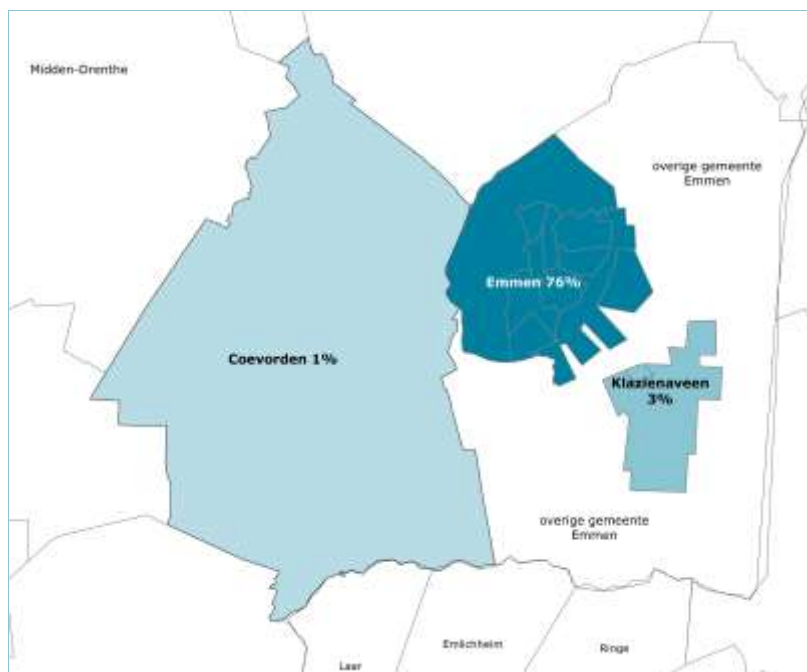
| | ABS | | % | |
|--------------------------------|--------------|--------------|-------------|-------------|
| | 2010 | 2015 | 2010 | 2015 |
| Binding | 112,7 | 95,5 | 46% | 45% |
| Toevloeiing ov. gemeente Emmen | 57,2 | 43,5 | 23% | 20% |
| Toevloeiing ov. Nederland | 71,2 | 69,7 | 29% | 32% |
| Toevloeiing Duitsland | 3,2 | 5,8 | 1% | 3% |
| TOTALE OMZET | 244,4 | 214,5 | 100% | 100% |

Inwoners Emmen voor niet-dagelijkse aankopen sterk georiënteerd op Emmen

Net als in de dagelijkse sector zijn inwoners van de kern Emmen voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector in sterke mate georiënteerd op de eigen woonplaats (76 procent). Buiten de plaats Emmen is er met name enige afvloeïing naar Klazienaveen en Coevorden.

Figuur 2.5

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



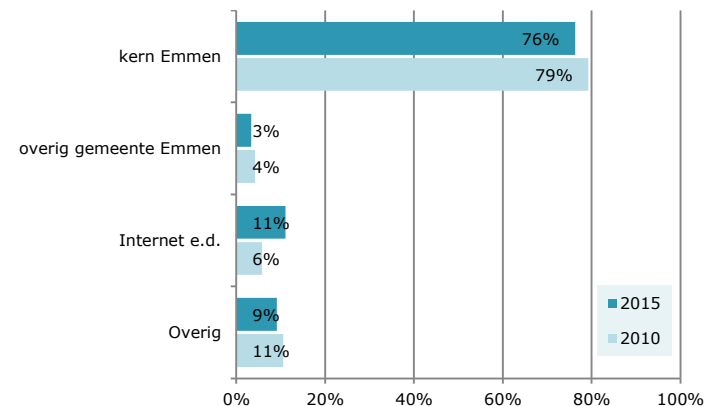
De afvloeïing naar internet is in de niet-dagelijkse sector met 11 procent aanzienlijk groter dan in de dagelijkse sector.

Vooraf meer afvloeïing naar internet in niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 doen inwoners van Emmen in de niet-dagelijkse sector meer bestedingen buiten de eigen woonplaats. Vooral de mate waarin consumenten bestedingen doen via internet is in de afgelopen vijf jaar in Emmen (sterk) toegenomen. De koopkrachtafvloeïing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector nu € 13,9 miljoen, tegen € 8,3 miljoen in 2010.

Figuur 2.6

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



Tabel 2.4

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

| | ABS | | % | |
|------------------------------------|--------------|--------------|-------------|-------------|
| | 2010 | 2015 | 2010 | 2015 |
| Binding | 112,7 | 95,5 | 79% | 76% |
| Afvloeïing ov. gemeente Emmen | 6,1 | 4,3 | 4% | 3% |
| Afvloeïing ov. Nederland | 14,0 | 9,4 | 10% | 8% |
| Afvloeïing Duitsland | 1,1 | 2,0 | 1% | 2% |
| Afvloeïing internet e.d. | 8,3 | 13,9 | 6% | 11% |
| TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL | 142,2 | 125,1 | 100% | 100% |

Inzoom op niet-dagelijkse branches

De niet-dagelijkse sector is, vergelijkbaar met 2010, samengesteld op basis van 7 artikelgroepen. Binnen de niet-dagelijkse sector hebben doe-het-zelf en bloemen, planten en tuinartikelen de hoogste binding met respectievelijk 92 en 91 procent. Vergeleken met 2010 zijn de bindingspercentages in vooral de modische branches gedaald.

Tabel 2.5

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

| x € miljoen | BINDING | | TOEVLOEIING | | TOTALE OMZET | |
|--------------------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2010 | 2015 | 2010 | 2015 | 2010 | 2015 |
| Kleding | 29,4 | 24,1 | 48,9 | 41,8 | 78,2 | 65,9 |
| Schoenen | 6,7 | 5,8 | 9,4 | 8,5 | 16,1 | 14,2 |
| Huishoudelijke artikelen | 10,0 | 8,2 | 8,2 | 7,2 | 18,2 | 15,4 |
| Elektronica | 18,0 | 16,8 | 16,2 | 20,1 | 34,1 | 36,9 |
| Woninginrichting | 20,0 | 15,2 | 30,9 | 23,7 | 51,0 | 39,0 |
| Doe-het-zelf | 14,7 | 11,1 | 10,0 | 7,9 | 24,7 | 19,0 |
| Bloemen en planten | 14,0 | 14,3 | 8,0 | 9,8 | 22,0 | 24,1 |
| TOTAAL | 112,7 | 95,5 | 131,6 | 119,0 | 244,4 | 214,5 |

Artikelgroepen met de meeste bestedingen van bezoekers van buiten de eigen woonplaats zijn kleding en woninginrichting. Dit beeld is ongewijzigd ten opzichte van 2010.

KORTE TOELICHTING:

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

Anderzijds zijn inwoners voor bestedingen in de artikelgroep kleding ook relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen (waarbij dit ook met name internet is).

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 | 29,4 | 24,1 | 10,4 | 12,9 | 39,8 | 37,0 |
| Schoenen | 6,7 | 5,8 | 1,8 | 2,4 | 8,5 | 8,1 |
| Huishoudelijke artikelen | 10,0 | 8,2 | 1,4 | 1,8 | 11,4 | 10,0 |
| Elektronica | 18,0 | 16,8 | 4,8 | 5,3 | 22,7 | 22,1 |
| Woninginrichting | 20,0 | 15,2 | 8,4 | 4,9 | 28,4 | 20,2 |
| Doe-het-zelf | 14,7 | 11,1 | 1,0 | 0,9 | 15,6 | 12,0 |
| Bloemen en planten | 14,0 | 14,3 | 1,6 | 1,4 | 15,6 | 15,7 |
| TOTAAL | 112,7 | 95,5 | 29,4 | 29,6 | 142,2 | 125,1 |

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 | 74% | 65% | 62% | 63% |
| Schoenen | 78% | 71% | 58% | 59% |
| Huishoudelijke artikelen | 88% | 82% | 45% | 47% |
| Elektronica | 79% | 76% | 47% | 54% |
| Woninginrichting | 70% | 75% | 61% | 61% |
| Doe-het-zelf | 94% | 92% | 41% | 42% |
| Bloemen en planten | 90% | 91% | 36% | 41% |
| TOTAAL | 79% | 76% | 54% | 55% |



2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

De mate waarin Emmen 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 minimaal 50.000 inwoners heeft Emmen in de dagelijkse sector in 2015 een iets hoger bindingspercentage.

Ook de niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met gemiddeld in plaatsen met minimaal 50.000 inwoners een relatief hoge koopkrachtbinding. Binnen deze sector hebben vooral de artikelgroepen elektronica, woninginrichting en bloemen, planten en tuinartikelen in Emmen verhoudingsgewijs een sterke(re) lokale verzorgingsfunctie.

Tabel 2.8

Bindingspercentage Emmen vergeleken (2015).

| | EMMEN | REFERENTIEKLASSE |
|----------------------------|-------|------------------|
| Dagelijkse sector | 91% | 89% |
| Niet-dagelijkse sector | 76% | 67% |
| - Kleding | 65% | 60% |
| - Schoenen | 71% | 67% |
| - Huishoudelijke artikelen | 82% | 77% |
| - Elektronica | 76% | 65% |
| - Woninginrichting | 75% | 57% |
| - Doe-het-zelf | 92% | 87% |
| - Bloemen en planten | 91% | 78% |

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

De kern Emmen heeft te maken met toe- en afvloeiing. Maar hoe verhouden toe- en afvloeiing zich tot elkaar en hoe zijn beide opgebouwd?

Toevloeiing groter dan afvloeiing

Alle niet-dagelijkse artikelgroepen hebben meer koopkrachttoevloeiing dan afvloeiing. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats is dus groter dan het koopkrachtverlies.

Voor elektronica is de afvloeiing naar internet groter dan de afvloeiing naar (winkel)aankooplocaties buiten de kern Emmen. Bij kleding, huishoudelijke artikelen en doe-het-zelf is er meer afvloeiing naar andere (winkel)aankooplocaties dan naar internet, maar is het verschil niet heel groot (meer).

Tabel 2.9

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

| x € miljoen | TOEVLOEIING | | ↔ | AFVLOEIING | | |
|--------------------------|---------------------|---------------|----------|---------------------|---------------|-----------------|
| | ov. gemeente | elders | | ov. gemeente | elders | internet |
| Kleding | 12,9 | 28,9 | ↔ | 1,5 | 5,5 | 5,9 |
| Schoenen | 2,7 | 5,8 | ↔ | 0,3 | 1,1 | 1,0 |
| Huishoudelijke artikelen | 2,6 | 4,6 | ↔ | 0,4 | 0,6 | 0,8 |
| Elektronica | 8,1 | 12,0 | ↔ | 0,5 | 0,7 | 4,1 |
| Woninginrichting | 9,7 | 14,0 | ↔ | 0,8 | 2,7 | 1,5 |
| Doe-het-zelf | 3,5 | 4,5 | ↔ | 0,3 | 0,2 | 0,4 |
| Bloemen en planten | 4,1 | 5,7 | ↔ | 0,5 | 0,5 | 0,3 |
| TOTAAL | 43,5 | 75,5 | ↔ | 4,3 | 11,5 | 13,9 |

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



Afvoeiing naar internet goed zichtbaar

In de vorige paragrafen hebben we gezien wat de invloed is van internet op de koopstromen. De totale afvoeiing naar internet bedraagt in Emmen in 2015 zo'n € 15 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 Emmen vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Emmen gemiddeld nog iets minder artikelen via internet. Bij elektronica wordt relatief vaak voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 19 procent van de bestedingen aan elektronica in een webwinkel gedaan.

| BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015) | EMMEN | REFERENTIEKLASSE |
|---------------------------------------|-------|------------------|
| Dagelijkse sector | 1% | 1% |
| Niet-dagelijkse sector | 11% | 13% |
| - Kleding | 16% | 16% |
| - Schoenen | 12% | 14% |
| - Huishoudelijke artikelen | 8% | 10% |
| - Elektronica | 19% | 22% |
| - Woninginrichting | 7% | 11% |
| - Doe-het-zelf | 3% | 5% |
| - Bloemen en planten | 2% | 2% |

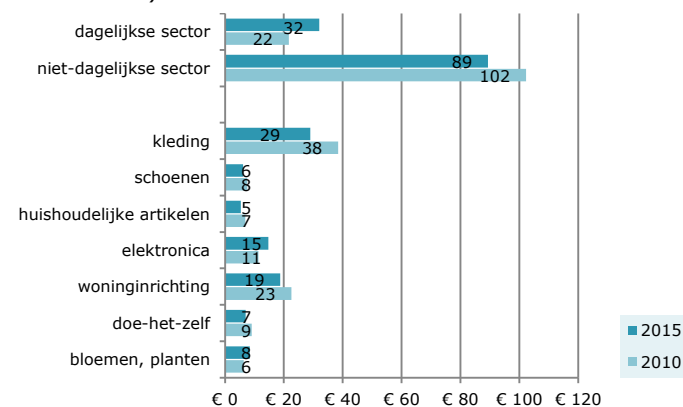
Ontwikkeling koopstromensaldo

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

Voor alle sectoren en artikelgroepen geldt dat er net als in 2010 sprake is van positieve koopstromensaldo's (er komen meer consumentenbestedingen binnen dan dat er naar 'buiten' gaan). In de niet-dagelijkse sector is het positieve saldo wel kleiner dan in 2010. Alleen bij elektronica en bloemen, planten en tuinartikelen is het positieve koopstromensaldo in 2015 groter dan in 2010.

Figuur 2.7

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



2.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- In de dagelijkse sector blijft het gros van de detailhandelsbestedingen binnen de kern Emmen. Wel is de binding licht afgenomen. Ten opzichte van 2010 doen iets meer inwoners de dagelijkse boodschappen dus niet in de eigen woonplaats. Internet heeft in de dagelijkse sector nog een bescheiden aandeel in de afvloeiing.
- De binding in de niet-dagelijkse sector is ten opzichte van 2010 in verhouding minder groot. In absolute zin zijn de bestedingen binnen de eigen kern afgenomen, maar blijft de mate van afvloeiing vrijwel gelijk; er vloeien meer bestedingen af naar internet en Duitsland, maar minder binnen de eigen gemeente en de rest van Nederland.
- Emmen heeft in de niet-dagelijkse sector een sterke verzorgingsfunctie voor het overige deel van de gemeente en directe buurgemeenten Coevorden, Borger-Odoorn en Vlagtwedde. Ook is er enige oriëntatie vanuit de Duitse grensgemeenten op Emmen.
- Met uitzondering van de artikelgroep bloemen en planten hebben alle niet-dagelijkse artikelgroepen in 2015 een lagere koopkrachtbinding dan in 2010. Dit geldt met name voor de modische branche (kleding en schoenen) en huishoudelijke artikelen.
- Alle niet-dagelijkse artikelgroepen in Emmen genereren nog steeds meer toevloeiing dan afvloeiing, wat de regionale verzorgingspositie van Emmen bevestigt.
- De mate waarin bestedingen aan de eigen kern worden gebonden is in Emmen ook hoger dan gemiddeld in kernen van vergelijkbare omvang.



3

HOOFDSTUK

Economisch functioneren



3. Economisch functioneren

3.1 Inleiding

Een belangrijk element om te komen tot detailhandelsbeleid is inzicht verkrijgen in het economisch functioneren van de detailhandel. In het hoofdstuk 2 is een (ruimtelijk) beeld geschetst van de kooporiëntatie op en vanuit Emmen. 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.

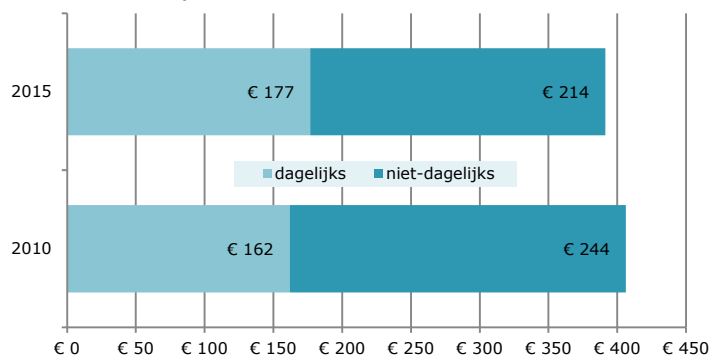
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Emmen afgenomen

De totale detailhandelsomzet in Emmen is in de afgelopen vijf jaar met 4 procent afgenomen naar 390 miljoen euro. Deze afname wordt verklaard door een omzetzdaling in de niet-dagelijkse sector.

Figuur 3.1

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

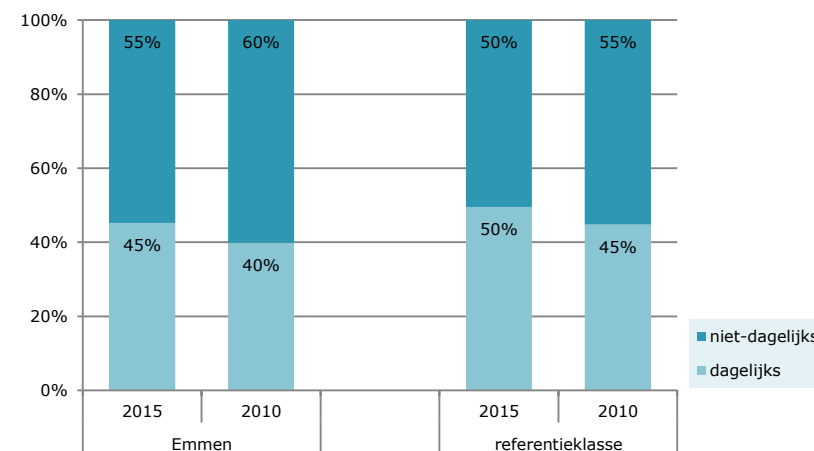


Omzetaandeel dagelijks groter geworden

De dagelijkse sector (45 procent) neemt een kleiner deel van de detailhandelsomzet in Emmen voor haar rekening dan de niet-dagelijkse sector. Echter, het omzetaandeel van de dagelijkse sector is in 5 jaar tijd wel gestegen van 40 procent in 2010 naar 45 procent in 2015. Deze ontwikkeling is vergelijkbaar met het gemiddelde beeld in referentiekernen.

Figuur 3.2

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, Emmen (2010 en 2015).



Gemiddelde omzet per inwoner

De detailhandelsomzet en daarmee ook de verzorgingsfunctie hangt naast het aanwezige winkelaanbod grotendeels samen met de omvang van een kern. De gemiddelde omzet per inwoner in Emmen geeft een indicatie van de relatieve trekkracht van de detailhandel, zeker wanneer deze wordt afgezet tegen het gemiddelde in plaatsen van vergelijkbare omvang.

In Emmen is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector gestegen. En vergeleken met plaatsen van vergelijkbare omvang is dit omzetcijfer ook aanzienlijk hoger. Doordat de gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector ook relatief hoog is, ligt de totale omzet per inwoner boven het vergelijkingscijfer.

Tabel 3.1

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

| | EMMEN | | REFERENTIEKLASSE | |
|---------------------------------|--------------|--------------|------------------|--------------|
| | 2010 | 2015 | 2010 | 2015 |
| Dagelijkse sector | 2.840 | 3.120 | 2.640 | 2.740 |
| Niet-dagelijkse sector | 4.290 | 3.790 | 3.250 | 2.780 |
| - Kleding | 1.370 | 1.160 | 1.000 | 850 |
| - Schoenen | 280 | 250 | 210 | 190 |
| - Huishoudelijke artikelen | 320 | 270 | 250 | 220 |
| - Elektronica | 600 | 650 | 540 | 510 |
| - Woninginrichting | 890 | 690 | 600 | 450 |
| - Doe-het-zelf | 430 | 340 | 340 | 250 |
| - Bloemen en planten | 390 | 420 | 300 | 300 |
| TOTALE OMZET PER INWONER | 7.130 | 6.910 | 5.890 | 5.520 |

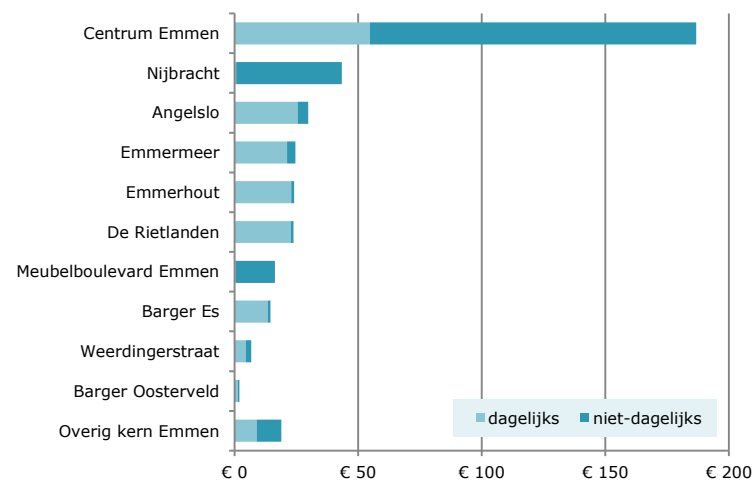
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Grootste deel omzet landt in het centrum van Emmen

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Emmen dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door het centrum. De niet-dagelijkse sector heeft hierin de grootste bijdrage. Met uitzondering van Nijbracht en Meubelboulevard Emmen ligt bij de andere locaties het accent vooral op de dagelijkse sector.

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Emmen (miljoen €; 2015).



In tabel 3.2 zijn de marktaandelen van de aankooplocaties voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector voor zowel 2010 als 2015 weergegeven. Hieruit blijkt dat de dominantie van het centrum in Emmen op peil is gebleven. Het marktaandeel van Angelslo is in 2015 voor wat betreft de dagelijkse sector kleiner dan in 2010, terwijl het omgekeerde geldt voor Emmerhout en Emmermeer. Bij de overige aankooplocaties zijn de verschillen tussen 2010 en 2015 kleiner.

Tabel 3.2

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

| | DAGELIJKE SECTOR | | NIET-DAGELIJKE SECTOR | |
|-------------------------|------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| | 2010 | 2015 | 2010 | 2015 |
| Centrum Emmen | 33% | 31% | 63% | 62% |
| Nijbracht | 0% | 0% | 26% | 20% |
| Angelslo | 25% | 14% | 1% | 2% |
| De Rietlanden | 11% | 13% | 0% | 1% |
| Emmermeer | 9% | 12% | 1% | 2% |
| Emmerhout | 5% | 13% | 0% | 1% |
| Barger Es | 9% | 8% | 0% | 1% |
| Weerdingerstraat | 2% | 3% | 0% | 1% |
| Barger Oosterveld | 1% | 1% | 0% | 0% |
| Meubelboulevard Emmen*) | 1% | 0% | 0% | 7% |
| Overig kern Emmen | 5% | 5% | 6% | 5% |
| TOTAAL | 100% | 100% | 100% | 100% |

*) in 2010 niet als afzonderlijke aankooplocatie opgenomen

3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Meer detailhandelsomzet in de dagelijkse sector en beperkt minder omzet in de niet-dagelijkse sector in Emmen.
- Door de omzetsijging is het totale omzetaandeel van de dagelijkse sector met 5 procentpunt gegroeid. Deze groei is conform ontwikkeling in vergelijkbare kernen.
- Uit de benchmarking blijkt dat de gemiddelde omzet per inwoner in Emmen ook relatief hoog is. In alle artikelgroepen is de berekende omzet per inwoner groter dan gemiddeld in plaatsen met minimaal 50.000 inwoners.
- De gemiddelde omzet per inwoner is tussen 2010 en 2015 ook minder hard gedaald dan in de referentiekernen (-3 procent versus -6 procent).
- Wanneer we inzoomen op de aankooplocaties in Emmen dan zien we dat het centrum van Emmen veruit het grootste marktaandeel heeft en ten opzichte van 2010 ook weinig heeft ingeleverd qua marktaandeel. De winkelcentra in Emmerhout en Emmermeer hebben in vergelijking met 2010 een groter marktaandeel in de dagelijkse sector. De aankooplocatie Angelslo heeft daarentegen terrein verloren.



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 Emmen boodschappen doet en/of er winkelt. Wat zijn de bezoeksredenen, 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 Emmen 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 is de bezoekfrequentie vergeleken met 2010 wat lager. De groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Emmen doet, is net als in 2010 voor het overgrote deel nog steeds hoogfrequente bezoeker. Maar het aandeel 1-3 keer per maand is wel vaker genoemd dan in 2010.

Bij het recreatieve winkelen zijn de verschuivingen iets groter. De groep die (zeer) weinig winkelt in Emmen, is een paar procent groter geworden, terwijl de categorie die ongeveer 1 keer per week winkelt in Emmen kleiner geworden is.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Emmen voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

| | DAGELIJKE BOODSCHAPPEN | | WINKELN | |
|--------------------------|------------------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2010 | 2015 | 2010 | 2015 |
| Meer dan 1 x per week | 65% | 59% | 14% | 11% |
| 1 x per week | 32% | 33% | 26% | 17% |
| 1-3 x per maand | 3% | 7% | 43% | 51% |
| Minder dan 1 x per maand | 0% | 1% | 17% | 21% |
| TOTAAL | 100% | 100% | 100% | 100% |

Bezoekmotief: verschil tussen boodschappen en winkelen

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen of te winkelen in Emmen? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door nabijheid/afstand, parkeermogelijkheden en bereikbaarheid. Ten opzichte van 2010 is de keuze voor Emmen vanwege bepaalde winkels/producten voor het boodschappen doen minder vaak genoemd.

Figuur 4.1

Top 3 van bezoeksredenen:



Voor het winkelen spelen met name compleetheit en veelheid van het winkelaanbod, naast ook afstand en de aanwezigheid van bepaalde winkels in veel gevallen een rol in de keuze voor winkelen in Emmen. In 2010 werden deze motieven ook veel genoemd.

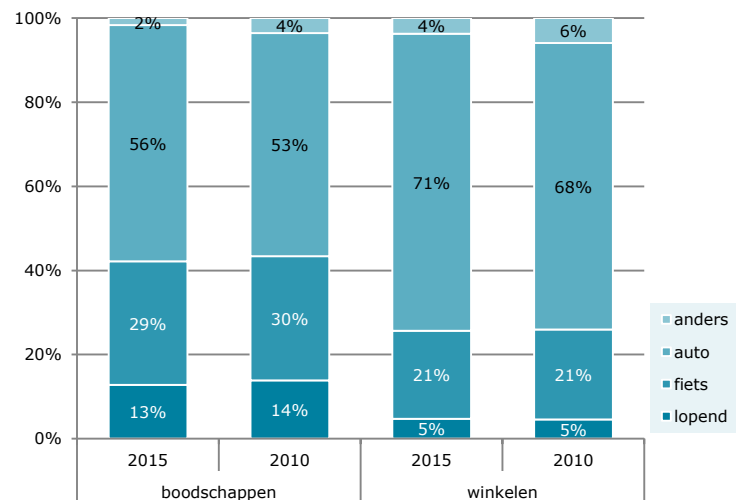
In tegenstelling tot bij de dagelijkse boodschappen is in 2015 de aanwezigheid van bepaalde winkels meer genoemd als motief om te winkelen in Emmen dan in 2010.

Vervoermiddel: meer met de auto

Zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor het winkelen is de auto het meest gebruikte vervoermiddel. Bij de boodschappen gaat ongeveer een derde met de fiets of lopend. De auto heeft zowel bij de boodschappen als bij het winkelen iets terrein gewonnen in de afgelopen 5 jaar (+3 procentpunt).

Figuur 4.2

Vervoermiddelgebruik, Emmen (2010 en 2015).



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

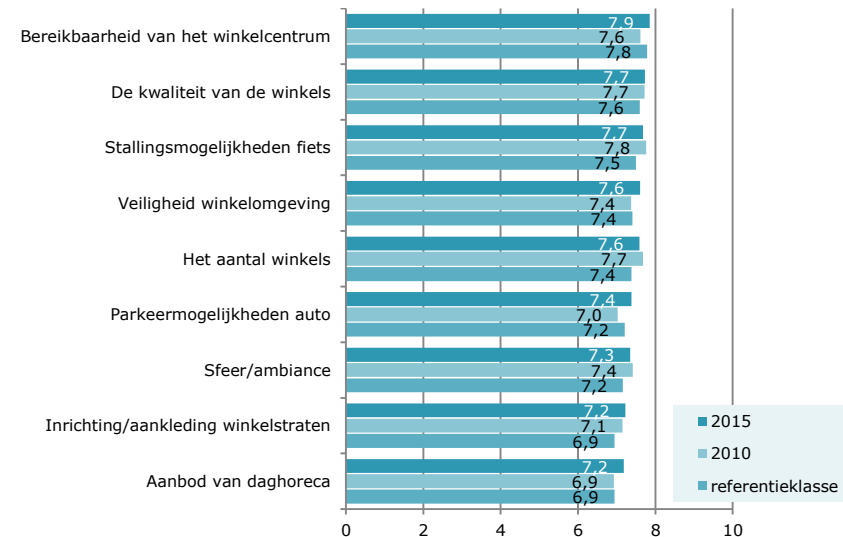
Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Emmen is af te leiden uit de beoordeling die men heeft gegeven aan de hand van rapportcijfers. Hiermee ontstaat inzicht in de sterke punten en de eventuele aandachtspunten.

Hoogste waardering voor bereikbaarheid

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in Emmen tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor de bereikbaarheid, het aanbod van daghoreca krijgt de laagste beoordeling. Ten opzichte van 2010 is de waardering voor de meeste aspecten gestegen. Alleen het aantal winkels en de stallingsmogelijkheden voor de fiets hebben iets lagere beoordeling. Ook in vergelijking met de gemiddelde beoordelingcijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen scoort Emmen relatief goed.

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen Emmen (2010 en 2015).



9 van de 9

aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld



4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Bezoekers die hebben aangegeven in Emmen boodschappen te doen en/of te winkelen, doen dit in vergelijking met 2010 wel wat minder vaak. Het aandeel bezoekers dat minimaal eens per week boodschappen doet of winkelt in Emmen is kleiner geworden.
- De belangrijkste bezoekmotieven voor de dagelijkse boodschappen zijn nabijheid en bereikbaarheid en parkeren. Bij winkelen speelt – naast de nabijheid/afstand – vooral het winkelaanbod een rol in de keuze voor Emmen.
- Net als in 2010 is de auto is het meest gebruikte vervoermiddel. De keuze voor de auto is in 2015 ook wat groter dan in 2010. Voor het doen van de boodschappen wordt naast de auto ook voor de fiets en te voet gekozen.
- De winkelvoorzieningen in Emmen worden goed beoordeeld. Emmen scoort daarbij niet alleen beter dan in 2010, ook ligt de waardering hoger dan de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen van vergelijkbare omvang.



5

HOOFDSTUK

Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden



5. Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden

5.1 Inleiding

Het laatste hoofdstuk beschouwt vanuit het inwonerperspectief de oriëntatie op de warenmarkt, de koopavond en -zondag. Ook wordt de mate van online winkelen verder uitgelicht.

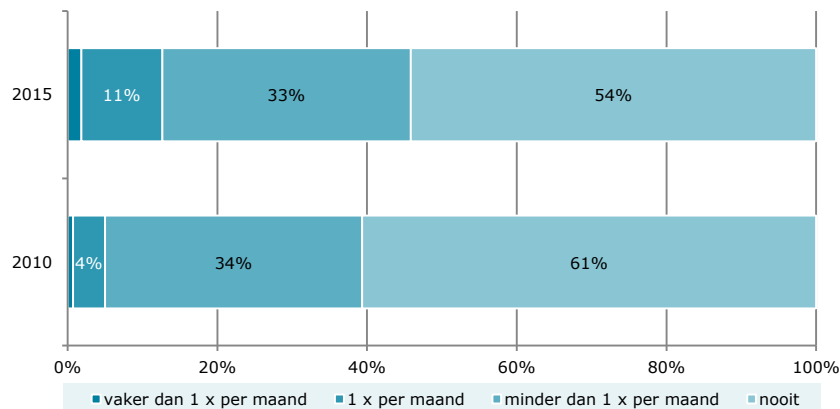
5.2 Koopzondag

Bezoek koopzondag gegroeid

In vijf jaar tijd is de oriëntatie op de zondag als winkeldag toegenomen. Ook in Emmen is deze groei zichtbaar. Ging in 2010 5 procent minimaal eens per maand op zondag winkelen / inkopen doen, in 2015 is dat aandeel opgelopen tot 13 procent.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Emmen (2010 en 2015).



Circa 5 op de 10 inwoners bezoekt wel eens een koopzondag. In meerderheid gaan ze hiervoor naar Emmen. Een klein deel, namelijk 5 procent, heeft Nijbracht in Emmen opgegeven. En 4 procent noemt Groningen. Ten opzichte van 2010 is dit beeld niet veel veranderd.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

| | 2015 | 2010 |
|-------------------|------|------|
| Emmen - Centrum | 80% | 79% |
| Emmen - Nijbracht | 5% | 6% |
| Groningen | 4% | 2% |

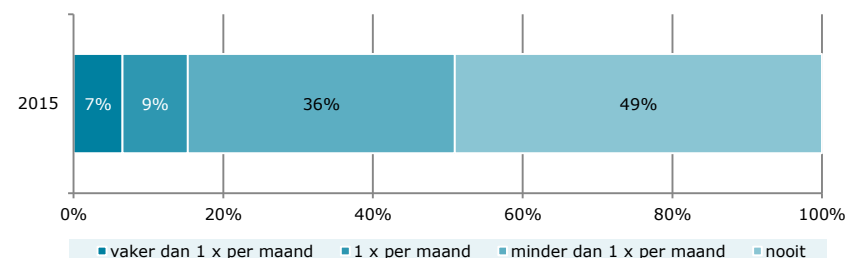
5.3 Koopavond

De helft 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 zijn inwoners van Emmen is de oriëntatie op de koopavond iets groter. Zo gaat 16 procent (minimaal) eens per maand. Bijna de helft van de inwoners geeft aan nooit op koopavond te winkelen.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Emmen (2015).



Meest genoemde plaats waar inwoners van Emmen de koopavond bezoeken, is Emmen-centrum. Andere genoemde aankooplocaties zijn onder andere Angelslo (5 procent) en Emmerhout (3 procent).





81%

bezoekt meestal de koopavond in het centrum van Emmen

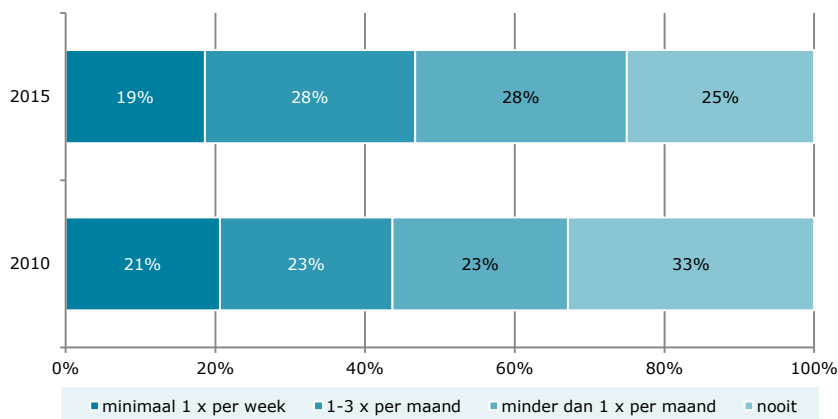
5.4 Markt

Oriëntatie op de markt is toegenomen

Bijna de helft van de Emmenaren gaat 1 keer per maand of vaker naar de markt (47 procent). In 2010 was dat 44 procent. Ook het aandeel dat nooit naar de markt gaat is kleiner geworden. De marktorientatie is dus toegenomen.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Emmen (2010 en 2015).



Een groot deel van de inwoners bezoekt vooral de markt in het centrum van Emmen (door 92 procent genoemd). De andere markten in de gemeente Emmen worden door inwoners van de kern Emmen zeer weinig genoemd.

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

| | 2015 |
|-----------------------|------|
| Emmen - Centrum | 92% |
| Emmen -Emmercompascum | 2% |
| Emmen - Klazienaveen | 1% |

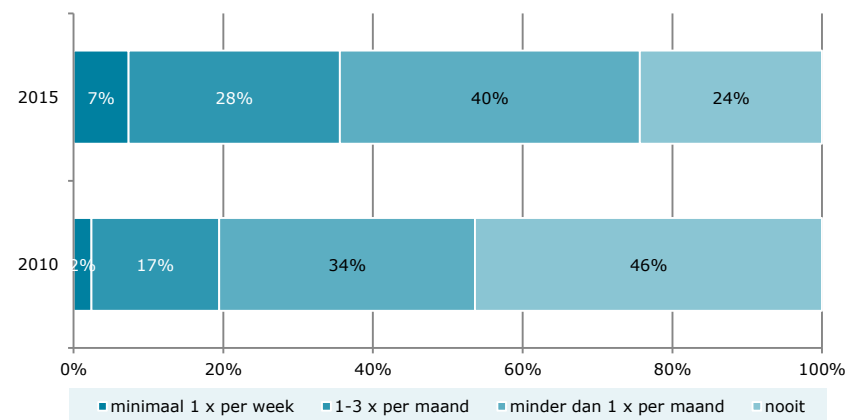
5.5 Online winkelen

Inwoners Emmen 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 19 procent van de consumenten minimaal eens per maand aankopen via internet. Nu is dat bijna verdubbeld tot 35 procent. Ook het percentage dat nooit via internet winkelt is ongeveer gehalveerd.

Figuur 5.4

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

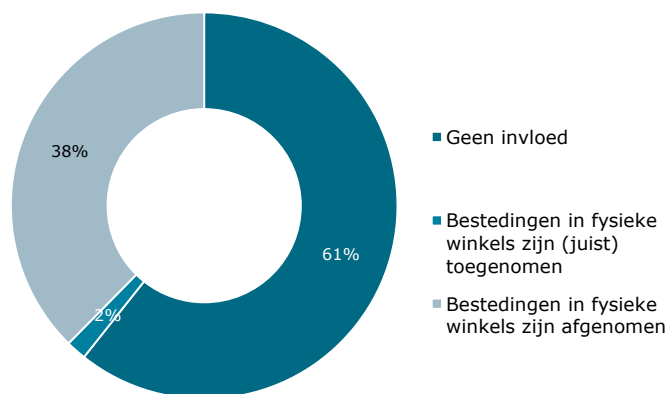


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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. Ongeveer twee derde geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat 38 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 Emmen 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 Emmen bezoeken relatief weinig winkels op zondag. Voor wat betreft de koopavond is er weinig verschil met de referentiekernen. Het aandeel dat frequent naar de markt gaat en dat wel eens via internet koopt is in Emmen ook een aantal procentpunten lager dan gemiddeld in plaatsen van vergelijkbare omvang.

Figuur 5.6

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



5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de koopzondag is in 5 jaar tijd gegroeid, maar nog steeds geeft meer dan de helft aan nooit op zondag winkels te bezoeken. Als men wel een koopzondag bezoekt, doet men dat overwegend in Emmen-centrum.
- De bezoekfrequentie van de koopavond is vergelijkbaar met de koopzondag. Een relatief kleine groep (16 procent) gaat minimaals eens per maand tijdens een koopavond winkelen. Ook hierbij is men dan vooral georiënteerd op het centrum van Emmen.
- De markt wordt vaker bezocht. Bijna de helft van de inwoners van Emmen gaat tenminste 1 keer per maand naar de markt. De markt in het centrum van Emmen is dan het meest bezocht. Ten opzichte van 2010 is het aandeel inwoners dat weleens naar de markt toegenomen.
- In vergelijking met 2010 is de frequentie waarmee artikelen via internet worden gekocht sterk gestegen. Ongeveer een derde doet dit 1 keer per maand of vaker. Van de Emmenaren die hebben aangegeven online te winkelen zegt ruim een derde dat door de online aankopen de bestedingen in fysieke winkels zijn afgenomen.



1

BIJLAGE

Onderzoeksaanpak



Bijlage 1. Onderzoeksaanpak

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

Onderzoeksverloop en respons

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

Dataverzameling en -verwerking

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

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

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

Het onderzoeksgebied:



Na afronding van de dataverzameling zijn de enquêteresultaten verwerkt tot SPSS databestand. Om zorg te dragen voor de juiste onderlinge verhoudingen in het complete onderzoeks- plus randgebied is in de eerste plaats een inwonertal-weging doorgevoerd. De herweging naar inwonertallen is in de onderzoeks-gemeenten 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 het voormalige 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 | % |
|-----------------------|----------|
| Emmen | 74% |
| Overig gemeente Emmen | 7% |
| Borger-Odoorn | 6% |
| Coevorden | 6% |
| Meppen (D) | 3% |
| Haren (D) | 2% |
| Vlagtwedde | 1% |
| Twist (D) | 1% |

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

| KERN | % |
|-----------------------|----------|
| Emmen | 45% |
| Overig gemeente Emmen | 20% |
| Coevorden | 15% |
| Borger-Odoorn | 9% |
| Vlagtwedde | 4% |
| Hardenberg | 2% |
| Hoogeveen | 1% |
| Haren (D) | 1% |
| Midden-Drenthe | 1% |
| Meppen (D) | 1% |
| Twist (D) | 1% |
| Overig | 2% |

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en toevloeiing kleding.

| KERN | % |
|-----------------------|----------|
| Emmen | 37% |
| Overig gemeente Emmen | 20% |
| Borger-Odoorn | 9% |
| Hardenberg | 5% |
| Vlagtwedde | 3% |
| Haren (D) | 2% |
| Hoogeveen | 2% |
| Meppen (D) | 1% |
| Twist (D) | 1% |
| Emlichheim (D) | 1% |
| Laar (D) | 1% |
| Midden-Drenthe | 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 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

| KERN | % |
|-----------------------|-----|
| Emmen | 41% |
| Overig gemeente Emmen | 19% |
| Coevorden | 15% |
| Borger-Odoorn | 10% |
| Vlagtwedde | 4% |
| Hardenberg | 3% |
| Hoogeveen | 2% |
| Meppen (D) | 1% |
| Twist (D) | 1% |
| Haren (D) | 1% |
| Midden-Drenthe | 1% |
| Overig | 2% |

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

| KERN | % |
|-----------------------|-----|
| Emmen | 53% |
| Overig gemeente Emmen | 17% |
| Coevorden | 15% |
| Borger-Odoorn | 9% |
| Vlagtwedde | 3% |
| Haren (D) | 1% |
| Hoogeveen | 1% |
| Hardenberg | 1% |
| Overig | 1% |

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

| KERN | % |
|-----------------------|-----|
| Emmen | 46% |
| Overig gemeente Emmen | 22% |
| Coevorden | 15% |
| Borger-Odoorn | 10% |
| Vlagtwedde | 4% |
| Hardenberg | 1% |
| Hoogeveen | 1% |
| Midden-Drenthe | 1% |
| Overig | 1% |

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en toevloeiing woninginrichting.

| KERN | % |
|-----------------------|-----|
| Emmen | 39% |
| Overig gemeente Emmen | 25% |
| Coevorden | 16% |
| Borger-Odoorn | 9% |
| Vlagtwedde | 5% |
| Midden-Drenthe | 2% |
| Hoogeveen | 1% |
| Hardenberg | 1% |
| Haren (D) | 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 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

| KERN | % |
|-----------------------|----------|
| Emmen | 58% |
| Overig gemeente Emmen | 18% |
| Coevorden | 12% |
| Borger-Odoorn | 7% |
| Vlagtwedde | 2% |
| Midden-Drenthe | 1% |
| Overig | 2% |

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

| KERN | % |
|-----------------------|----------|
| Emmen | 59% |
| Overig gemeente Emmen | 17% |
| Coevorden | 11% |
| Borger-Odoorn | 6% |
| Vlagtwedde | 4% |
| Hardenberg | 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 | % |
|-----------------------|-----|
| Emmen | 91% |
| Overig gemeente Emmen | 5% |
| Coevorden | 1% |
| Meppen (D) | 1% |
| Emlichheim (D) | 1% |
| Internet e.d. | 1% |
| Overig | 1% |

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

| KERN | % |
|-----------------------|-----|
| Emmen | 76% |
| Overig gemeente Emmen | 3% |
| Groningen | 3% |
| Coevorden | 1% |
| Internet e.d. | 12% |
| Overig | 5% |

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en afvloeiing kleding.

| KERN | % |
|-----------------------|-----|
| Emmen | 65% |
| Overig gemeente Emmen | 4% |
| Groningen | 4% |
| Meppen (D) | 1% |
| Hoogeveen | 1% |
| Amsterdam | 1% |
| Enschede | 1% |
| Coevorden | 1% |
| Internet e.d. | 17% |
| Overig | 6% |

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

| KERN | % |
|-----------------------|-----|
| Emmen | 71% |
| Overig gemeente Emmen | 3% |
| Groningen | 3% |
| Borger-Odoorn | 3% |
| Meppen (D) | 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 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

| KERN | % |
|-----------------------|-----|
| Emmen | 82% |
| Overig gemeente Emmen | 4% |
| Groningen | 3% |
| Internet e.d. | 9% |
| Overig | 3% |

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

| KERN | % |
|-----------------------|-----|
| Emmen | 76% |
| Overig gemeente Emmen | 2% |
| Groningen | 1% |
| Internet e.d. | 19% |
| Overig | 2% |

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en afvloeiing woninginrichting.

| KERN | % |
|-----------------------|-----|
| Emmen | 75% |
| Overig gemeente Emmen | 4% |
| Groningen | 6% |
| Coevorden | 2% |
| Steenwijkerland | 1% |
| Internet e.d. | 8% |
| Overig | 4% |

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

| KERN | % |
|-----------------------|-----|
| Emmen | 92% |
| Overig gemeente Emmen | 3% |
| Internet e.d. | 3% |
| Overig | 2 |

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

| KERN | % |
|-----------------------|-----|
| Emmen | 91% |
| Overig gemeente Emmen | 4% |
| Dinkelland | 1% |
| Borger-Odoorn | 1% |
| Internet e.d. | 3% |
| Overig | 1% |

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