

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT ENTER

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/097

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Wierden

Auteurs

Ralf ten Hove
Ruud Esselink

Bestellingen

Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever.

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



INHOUDSOPGAVE

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



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



1

HOOFDSTUK

Kort vooraf



1. Kort vooraf

1.1 De winkelwereld is veranderd

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

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

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

In 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 Wierden zijn 592 huishoudens geïnterviewd, waarvan in Enter 160.



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

Het bestedingspotentieel is opgebouwd uit bestedingen door inwoners van Enter gedaan in Enter zelf (**binding**) en gedaan in andere plaatsen of via andere 'niet-ruimtelijke' aankoopkanalen (met name internet) (**afvloeiing**). Het bindingspercentage wordt uitgedrukt als percentage van het bestedingspotentieel.

Kortom: bij bestedingspotentieel is het perspectief de inwoner van de kern (de oriëntatie vanuit de vraagkant).



2

HOOFDSTUK

Koopstromen

2. Koopstromen

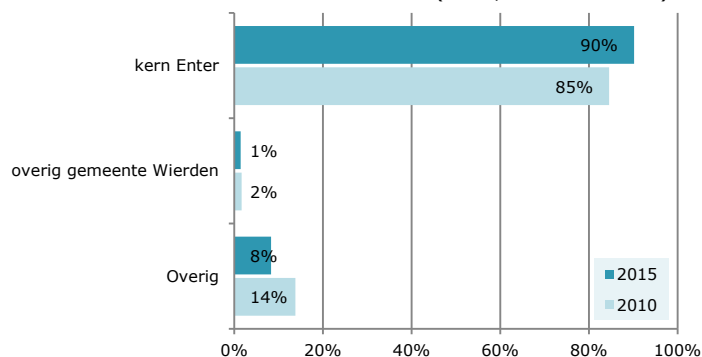
2.1 Dagelijkse sector

Koopkrachttoevloeiing afgenomen

Het grootste deel van de omzet aan dagelijkse artikelen in Enter is afkomstig van de eigen inwoners (90 procent). Daarnaast trekt Enter in zeer beperkte mate omzet aan uit overige delen van de gemeente Wierden. Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in de dagelijkse sector gestegen. Dit is vooral het gevolg van een toegenomen bindingsomzet. De omzet uit toevloeiing is in de afgelopen vijf jaar gedaald, met name van buiten de gemeente Wierden.

Figuur 2.1

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



Tabel 2.1

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

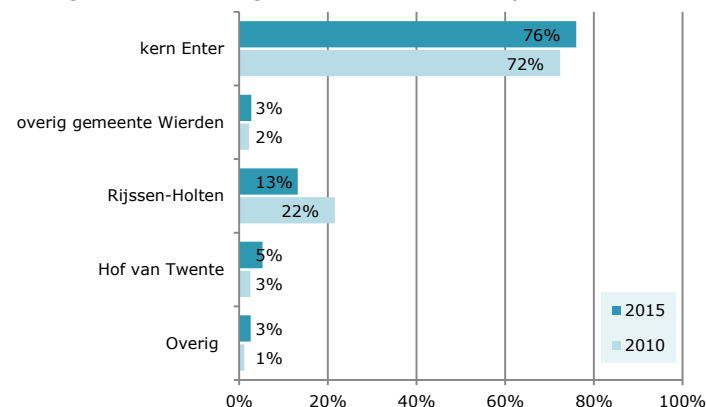
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Omzet uit eigen kern (binding)	13,3	14,6	85%	90%
Toevloeiing ov. gemeente Wierden	0,3	0,2	2%	1%
Toevloeiing ov. Nederland	2,2	1,3	14%	8%
TOTALE OMZET	15,8	16,1	100%	100%

Koopkrachtafvloeiing afgenomen

De mate waarin inwoners voor hun dagelijkse boodschappen bestedingen doen buiten Enter is in vergelijking met 2010 gedaald. Ten opzichte van 2010 zijn de totale bestedingen in de dagelijkse sector die afvloeien naar andere aankoopplaatsen afgenomen. De meeste bestedingen buiten de eigen plaats worden nog steeds in de gemeente Rijssen-Holtten gedaan. De binding is in de afgelopen vijf jaar dus toegenomen en wel tot 76 procent.

Figuur 2.2

Waar gaan de bestedingen uit Enter 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	13,3	14,6	72%	76%
Afvloeiing ov. gemeente Wierden	0,4	0,5	2%	3%
Afvloeiing ov. Nederland	4,6	4,0	25%	21%
Afvloeiing internet e.d.	0,0	0,0	0%	0%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	18,4	19,1	100%	100%



2.2 Niet-dagelijkse sector

Veel toevloeiing, uit wijde omgeving

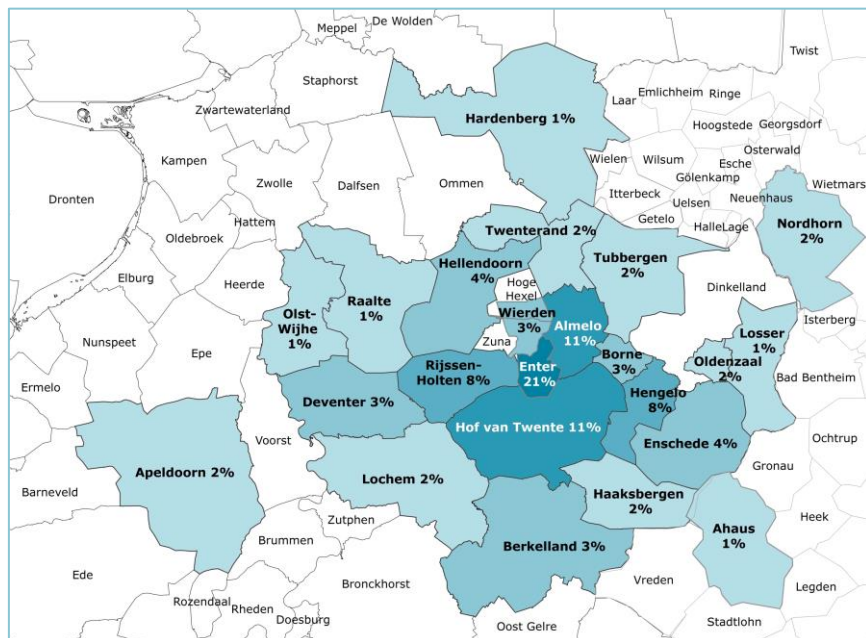
In tegenstelling tot de dagelijkse sector is de omzet in de niet-dagelijkse sector voor een groot deel afkomstig uit andere gemeenten. Slechts 21 procent van de niet-dagelijkse omzet komt uit Enter zelf en 3 procent uit het overige deel van Wierden.

Voor het overige deel is de omzet in de niet-dagelijkse sector afkomstig uit gemeenten in de wijde omtrek van Enter.

Burgemeenten Almelo en Hof van Twente, beide verantwoordelijk voor 11 procent van de bestedingen, zorgen voor de meeste toevloeiing naar Enter, maar er is geen gemeente die er wat bestedingsaandeel betreft echt bovenuit steekt.

Figuur 2.3

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

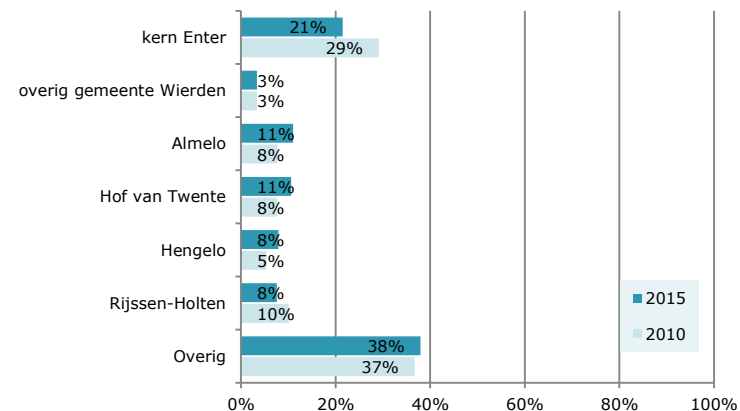


Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 hebben inwoners van Enter minder binnen de eigen kern besteed. Maar omdat de bestedingen door bezoekers van Enter in de afgelopen vijf jaar zijn toegenomen is de totale omzet in de niet-dagelijkse sector in Enter gestegen.

Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

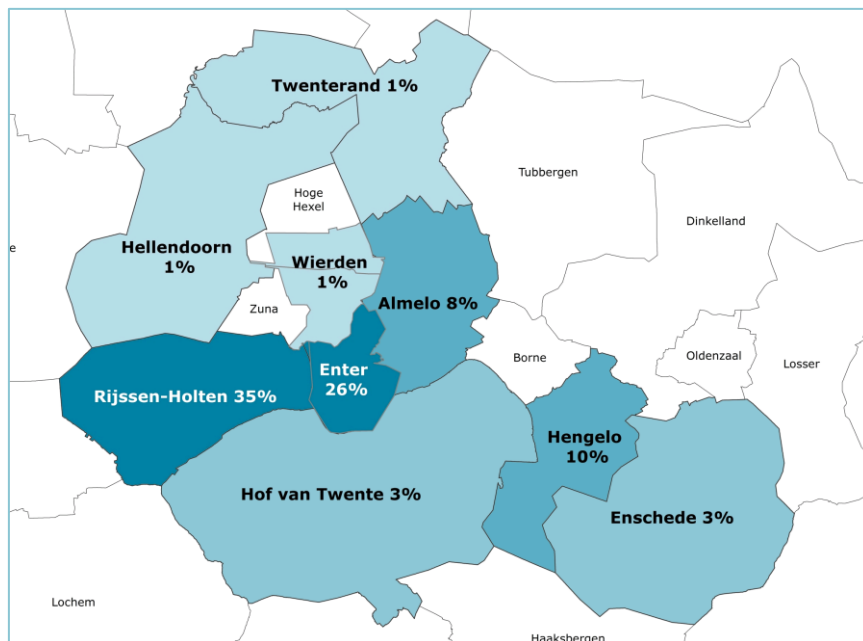
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	5,6	4,5	29%	21%
Toevloeiing ov. gemeente Wierden	0,6	0,7	3%	3%
Toevloeiing ov. Nederland	12,9	15,0	67%	72%
Toevloeiing Duitsland	0,0	0,6	0%	3%
TOTALE OMZET	19,1	20,8	100%	100%

Inwoners Enter sterk georiënteerd op gemeente Rijssen-Holten

Een kwart van de niet-dagelijkse bestedingen door inwoners van Enter vindt binnen de eigen kern plaats. Inwoners van Enter zijn voor de niet-dagelijkse sector sterker georiënteerd op de gemeente Rijssen-Holten (35 procent). Verder is er afvloeiing naar Hengelo en Almelo.

Figuur 2.5

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



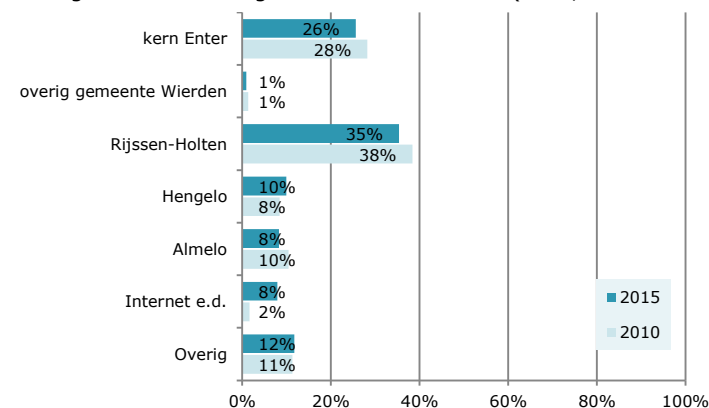
De afvloeiing naar internet is in de niet-dagelijkse sector met ruim 8 procent aanzienlijk groter dan in de dagelijkse sector, waar vrijwel geen afvloeiing naar internet plaatsvindt.

Ontwikkeling herkomst bestedingen niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 besteden inwoners van Enter minder aan niet-dagelijkse artikelen. Zowel de bestedingen binnen de eigen kern als daarbuiten zijn afgenomen. De mate waarin consumenten bestedingen doen via internet is in de afgelopen vijf jaar in Enter wel sterk toegenomen. De koopkrachtafvlouing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector nu € 1,4 miljoen, tegen € 0,3 miljoen in 2010.

Figuur 2.6

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



Tabel 2.4

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

	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	5,6	4,5	28%	26%
Afvloeiing ov. gemeente Wierden	0,3	0,2	1%	1%
Afvloeiing ov. Nederland	13,5	11,3	68%	65%
Afvloeiing Duitsland	0,1	0,1	0%	1%
Afvloeiing internet e.d.	0,3	1,4	2%	8%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	19,7	17,5	100%	100%

Inzoom op niet-dagelijkse branches

De niet-dagelijkse sector is, vergelijkbaar met 2010, samengesteld op basis van 7 artikelgroepen. Onderstaand is de omzet in de niet-dagelijkse sector nader gespecificeerd naar artikelgroep. Binnen de niet-dagelijkse sector hebben bloemen en planten de hoogste binding met 59 procent. Vergeleken met 2010 is het bindingspercentage voor huishoudelijke artikelen het sterkst veranderd, met een afname van 33 procent.

Tabel 2.5

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

x € miljoen	BINDING		TOEVLOEIING		TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	1,2	1,2	12,2	15,0	13,4	16,1
Schoenen	0,2	0,2	0,3	0,4	0,5	0,7
Huishoudelijke artikelen	0,6	0,1	0,1	0,0	0,7	0,1
Elektronica	1,3	1,1	0,4	0,4	1,6	1,5
Woninginrichting	0,8	0,5	0,4	0,3	1,2	0,8
Doe-het-zelf	0,2	0,1	0,0	0,0	0,2	0,1
Bloemen en planten	1,4	1,3	0,1	0,2	1,5	1,5
TOTAAL	5,6	4,5	13,5	16,4	19,1	20,8

De artikelgroep met veruit de meeste bestedingen van bezoekers van buiten Enter is kleding. Zij doen hun aankopen voornamelijk bij Roetgerink. Vergeleken met 5 jaar geleden is in de artikelgroep kleding bovendien meer koopkracht afkomstig van buiten.

KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN ENTER 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 ENTER 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 bestedingen in de artikelgroepen doe-het-zelf en huishoudelijke artikelen zijn inwoners relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen (voornamelijk Rijssen-Holten).

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	1,2	1,2	4,4	4,0	5,5	5,2
Schoenen	0,2	0,2	1,0	0,9	1,2	1,1
Huishoudelijke artikelen	0,6	0,1	0,9	1,3	1,6	1,4
Elektronica	1,3	1,1	1,9	2,0	3,2	3,1
Woninginrichting	0,8	0,5	3,2	2,3	3,9	2,8
Doe-het-zelf	0,2	0,1	2,0	1,6	2,2	1,7
Bloemen en planten	1,4	1,3	0,8	0,9	2,2	2,2
TOTAAL	5,6	4,5	14,1	13,0	19,7	17,5

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	21%	23%	91%	93%
Schoenen	14%	20%	66%	66%
Huishoudelijke artikelen	41%	8%	8%	12%
Elektronica	40%	35%	22%	27%
Woninginrichting	20%	18%	32%	37%
Doe-het-zelf	9%	4%	16%	36%
Bloemen en planten	63%	59%	10%	15%
TOTAAL	28%	26%	71%	79%



2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

De mate waarin Enter 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 5.000 tot 10.000 inwoners heeft Enter in de dagelijkse sector in 2015 een iets hogere koopkrachtbinding.

De niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met gemiddeld in plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal een iets lagere koopkrachtbinding.

Binnen deze sector hebben vooral de artikelgroepen doe-het-zelf en huishoudelijke artikelen in Enter verhoudingsgewijs een zwakkere lokale verzorgingsfunctie.

Tabel 2.8

Bindingspercentage Enter vergeleken (2015).

	ENTER	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	76%	71%
Niet-dagelijkse sector	26%	29%
- Kleding	23%	16%
- Schoenen	20%	22%
- Huishoudelijke artikelen	8%	38%
- Elektronica	35%	32%
- Woninginrichting	18%	20%
- Doe-het-zelf	4%	42%
- Bloemen en planten	59%	58%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

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

Toevloeiing groter dan afvloeiing

Met uitzondering van kleding hebben alle niet-dagelijkse artikelgroepen meer koopkrachtafvoer dan toevloeiing. Maar omdat de aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats voor kleding zo groot is, is er in totaliteit sprake van een positief koopstromensaldo in de niet-dagelijkse sector in Enter.

In geen enkele artikelgroep is de afvloeiing naar internet groter dan de afvloeiing naar (winkel)aankooplocaties buiten Enter.

Tabel 2.9

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

<u>x € miljoen</u>	TOEVLOEIING		↔	AFVLOEIING		
	ov. gemeente	elders		ov. gemeente	elders	internet
Kleding	0,6	14,4	↔	0,0	3,3	0,6
Schoenen	0,0	0,4	↔	0,0	0,8	0,1
Huishoudelijke artikelen	0,0	0,0	↔	0,0	1,2	0,1
Elektronica	0,1	0,3	↔	0,0	1,6	0,4
Woninginrichting	0,0	0,3	↔	0,0	2,1	0,1
Doe-het-zelf	0,0	0,0	↔	0,0	1,6	0,0
Bloemen en planten	0,0	0,2	↔	0,0	0,9	0,0
TOTAAL	0,7	15,7	↔	0,2	11,4	1,4

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

Afvloeiing naar internet goed zichtbaar

In de vorige paragrafen hebben we gezien wat de invloed is van internet op de koopstromen. De totale afvloeiing naar internet bedraagt in Enter in 2015 € 1,4 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 Enter vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Enter gemiddeld iets minder artikelen via internet. Vooral bij elektronica en kleding wordt relatief vaak voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 13 procent van de bestedingen aan elektronica in een webwinkel gedaan.

BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)	ENTER	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	0%	0%
Niet-dagelijkse sector	8%	9%
- Kleding	12%	14%
- Schoenen	10%	10%
- Huishoudelijke artikelen	6%	6%
- Elektronica	13%	14%
- Woninginrichting	5%	8%
- Doe-het-zelf	3%	3%
- Bloemen en planten	0%	1%

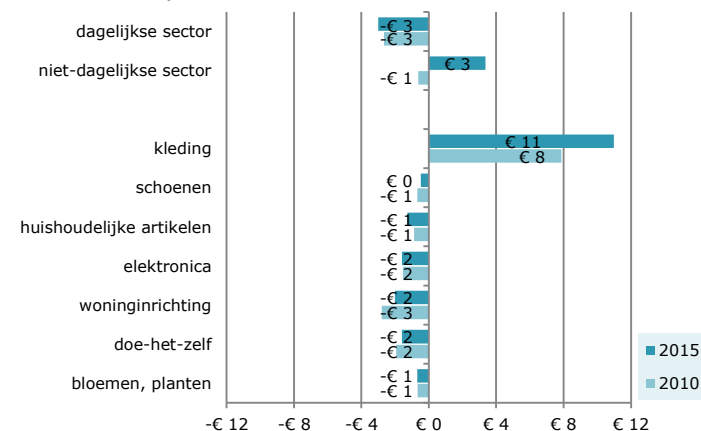
Ontwikkeling koopstromensaldo

Op basis van onder meer tabel 2.9 is te concluderen dat in 2015 alle niet-dagelijkse artikelgroepen behalve kleding in Enter te maken hebben met meer koopkrachtafvloeiing dan koopkrachttoevoeiing. Hoe was dat in 2010 en zijn de verhoudingen gewijzigd? Komt er per saldo meer in of gaat er meer uit?

Ten opzichte van 2010 is het negatieve verschil tussen toe- en afvloeiing in de dagelijkse sector in 2015 vrijwel gelijk gebleven. In de niet-dagelijkse sector is de ontwikkeling anders. Ondanks de gevolgen van de toegenomen oriëntatie op winkelen via internet is het positieve koopstromensaldo toegenomen. Dit is vrijwel geheel te danken aan de ontwikkelingen in de artikelgroep kleding.

Figuur 2.7

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



2.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- In de dagelijkse sector blijft het gros van de detailhandelsbestedingen binnen de eigen kern. Bovendien is de bindingsomzet toegenomen ten opzichte van 2010, zowel in absolute als relatieve zin. De bestedingen die afvloeien naar andere aankoopplaatsen zijn afgenomen, ook zowel in absolute als relatieve zin. De meeste bestedingen buiten Enter worden in de gemeente Rijssen-Holten gedaan.
- In de niet-dagelijkse sector is een groot deel van de omzet afkomstig uit gemeenten in de wijde omtrek van Enter. De omzet die van inwoners van Enter zelf afkomstig is, is in absolute en relatieve zin afgenomen. De totale omzet in de niet-dagelijkse sector is wel toegenomen, doordat er meer koopkracht toevloeiing is. Niet-dagelijkse bestedingen uit Enter vloeien vooral af naar de gemeente Rijssen-Holten.
- De mate waarin men consumenten uit Enter bestedingen doet via internet is in de afgelopen vijf jaar sterk toegenomen. Voor het overige deel zijn de bestedingen door inwoners van Enter in de niet-dagelijkse sector afgenomen.
- Het afvloeiingspercentage naar internet bedraagt 9 procent in de niet-dagelijkse sector. In de dagelijkse sector bedraagt het afvloeiingspercentage naar internet 0 procent.
- Van alle niet-dagelijkse artikelgroepen zorgt kleding voor de hoogste omzet in Enter. Dit komt vooral door de grote toevloeiing in deze branche. Inwoners van Enter zijn voor doe-het-zelf en huishoudelijke artikelen relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen.



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 Enter. 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.

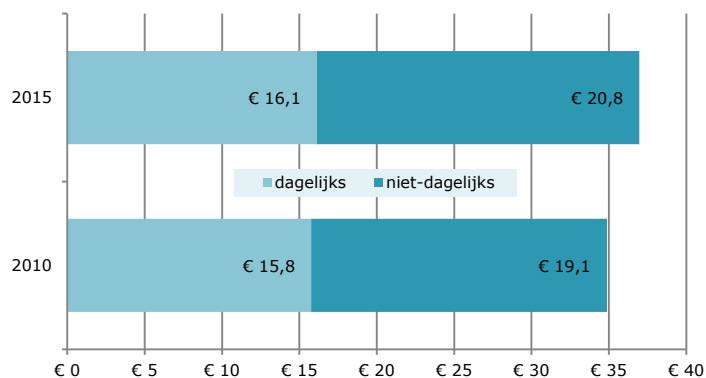
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Enter toegenomen

De totale detailhandelsomzet in Enter is in de afgelopen vijf jaar met 6 procent toegenomen naar 37 miljoen euro. In verhouding draagt de niet-dagelijkse sector iets meer bij aan deze groei.

Figuur 3.1

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

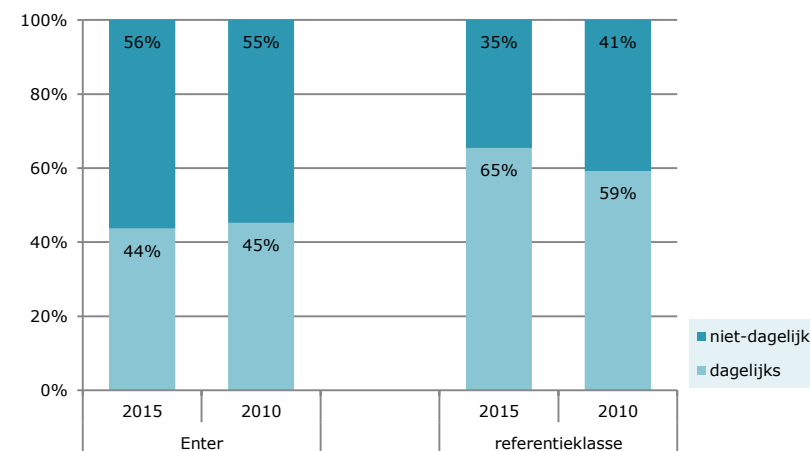


Omzetaandeel niet-dagelijks groter

De niet-dagelijkse sector (56 procent) neemt een groter deel van de detailhandelsomzet in Enter voor haar rekening dan de niet-dagelijkse sector. Het omzetaandeel van de niet-dagelijkse sector is ook iets gestegen van 55 procent in 2010 naar 56 procent in 2015. Deze ontwikkeling is tegengesteld aan het gemiddelde beeld in referentiekernen, waar de dagelijkse sector een groter – en toegenomen – omzetaandeel heeft.

Figuur 3.2

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



Gemiddelde omzet per inwoner

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



In Enter is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector heel iets gestegen. Vergeleken met plaatsen van vergelijkbare omvang is dit omzetcijfer lager. Maar aangezien de gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector veel hoger is, ligt de totale omzet per inwoner boven het vergelijkscijfer. Doordat de gemiddelde omzet in de niet-dagelijkse sector ook is gestegen, is de totale omzet per inwoner in Enter hoger dan in 2015, in tegenstelling tot het gemiddelde beeld in vergelijkbare kernen.

Tabel 3.1

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

	ENTER		REFERENTIEKLASSE	
	2010	2015	2010	2015
Dagelijkse sector	2.230	2.280	2.840	2.930
Niet-dagelijkse sector	2.700	2.940	1.950	1.570
- Kleding	1.890	2.280	430	380
- Schoenen	70	90	120	90
- Huishoudelijke artikelen	100	20	170	130
- Elektronica	230	210	330	280
- Woninginrichting	160	110	280	170
- Doe-het-zelf	30	10	240	170
- Bloemen en planten	210	210	390	350
TOTALE OMZET PER INWONER	4.930	5.220	4.790	4.500

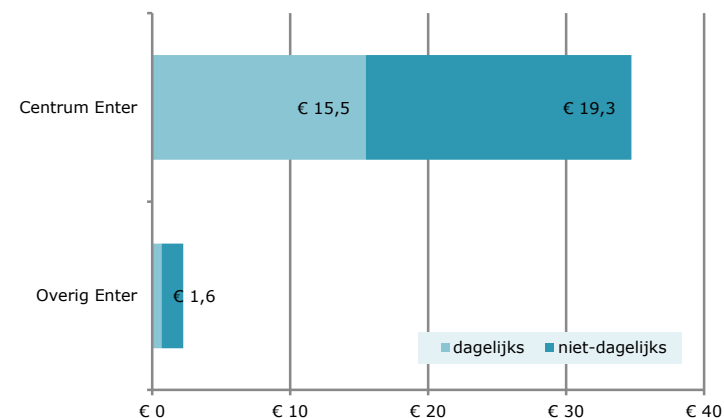
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Grootste deel omzet landt in het centrum van Enter

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Enter dan is veruit de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door het centrum. De niet-dagelijkse sector heeft hierin de grootste bijdrage. Ook bij de overige, buiten het centrum gelegen detailhandel ligt het accent sterker op de niet-dagelijkse sector.

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Enter (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 Enter iets is afgenomen.

Tabel 3.2

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

	DAGELIJKSE SECTOR		NIET-DAGELIJKSE SECTOR	
	2010	2015	2010	2015
Centrum Enter	98%	96%	95%	92%
Overig Enter	2%	4%	5%	8%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%



3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Meer detailhandelsomzet in zowel de dagelijkse sector als de niet-dagelijkse sector. De totale bestedingen in Enter zijn met 6 procent toegenomen. De omzetstijging is groter dan gemiddeld in kernen van vergelijkbare omvang
- Door de omzetstijging is het totale omzetaandeel van de niet-dagelijkse sector met 1 procent gegroeid. Deze groei wijkt af van de ontwikkeling in vergelijkbare kernen.
- Uit benchmarking blijkt dat de gemiddelde omzet per inwoner in Enter groter is dan gemiddeld in plaatsen van vergelijkbare omvang. Dit is mede te danken aan de omzetstijging in de niet-dagelijkse sector in Enter.
- Wanneer we inzoomen op de aankooplocaties in Enter dan zien we het centrum heel iets marktaandeel inleveren ten opzichte van overige aankooplocaties in Enter.



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 Enter boodschappen doet en/of er winkelt. Wat zijn de bezoekenmotieven, 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 Enter op een aantal aspecten ook afgezet tegen het gemiddelde beeld van/in vergelijkbare plaatsen.

4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel

Weinig veranderingen in de bezoekfrequentie

Zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor het winkelen geldt dat de bezoekfrequentie van Enter op hoofdlijnen weinig is veranderd vergeleken met 2010. De groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Enter doet, is net als in 2010 voor het overgrote deel een hoogfrequente bezoeker.

Bij het recreatieve winkelen zijn de verschuivingen iets groter, al blijven de verschillen beperkt. In grote lijnen is de bezoekfrequentie iets afgenomen. Een vergelijking tussen de bezoekfrequentie bij het boodschappen doen en bij winkelen laat een sterk verschil zien.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Enter voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

	DAGELIJKSE BOODSCHAPPEN		WINKELN	
	2010	2015	2010	2015
Meer dan 1 x per week	78%	80%	19%	13%
1 x per week	21%	20%	9%	7%
1-3 x per maand	1%	0%	13%	19%
Minder dan 1 x per maand	0%	0%	58%	60%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

Bezoekmotief

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen of te winkelen in Enter? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door nabijheid/afstand, bereikbaarheid en gewoonte. Ten opzichte van 2010 is met name bereikbaarheid vaker genoemd als bezoekenmotief.

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekenmotieven:



Voor het winkelen geldt dat met name de aanwezigheid van bepaalde winkels, parkeergelegenheid en de kwaliteit van het winkelaanbod in veel gevallen een rol spelen in de keuze voor winkelen in Enter.

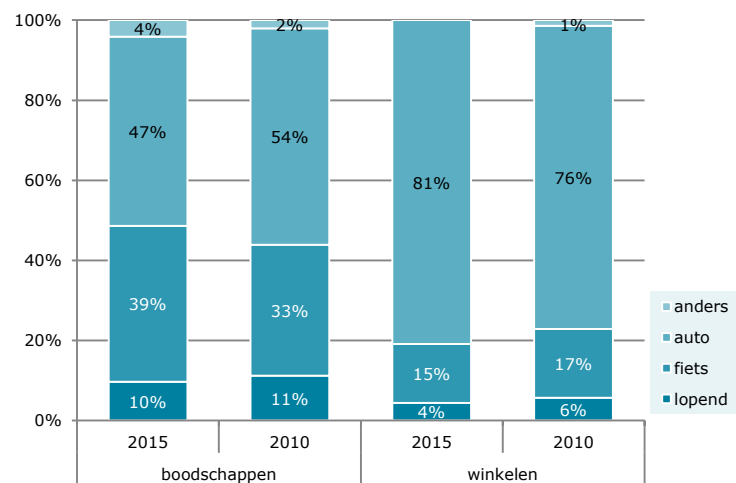
In 2010 werden deze motieven ook veel genoemd. Toen behoorden nabijheid en sfeer echter ook tot de meest genoemde bezoekredenen. Vijf jaar later zijn dit in mindere mate een motieven om in Enter te winkelen.

Vervoermiddel

Voor de dagelijkse boodschappen is de auto het meest gebruikte vervoermiddel, gevolgd door de fiets, die ten opzichte van 2010 terrein heeft gewonnen. Bij het winkelen is de auto met afstand, en in toegenomen mate, het meest gebruikte vervoermiddel.

Figuur 4.2

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



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

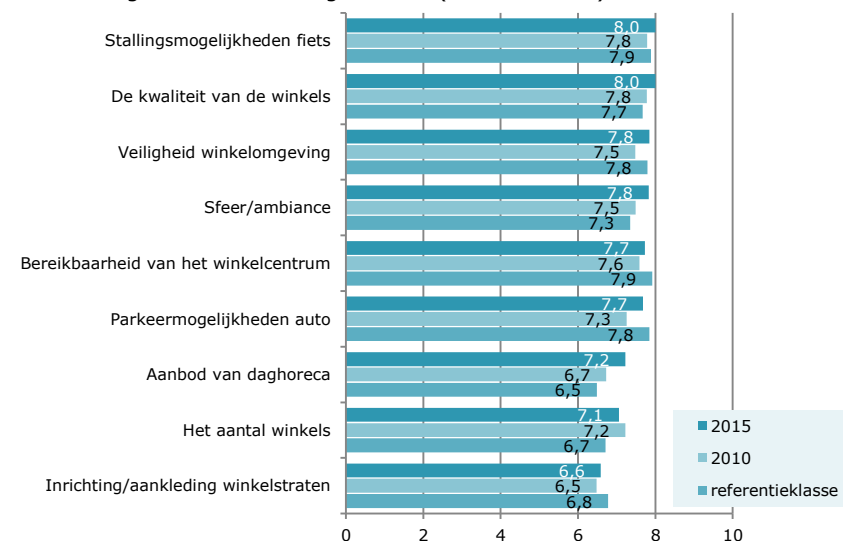
Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Enter is af te leiden uit de beoordeling die men heeft gegeven aan de hand van rapportcijfers. Hiermee ontstaat inzicht in de sterke punten en de eventuele aandachtspunten. In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Enter.

Hoogste waardering voor stallingsmogelijkheden fiets

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in Enter tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor de stallingsmogelijkheden voor de fiets en de laagste beoordeling krijgt de inrichting/aankleding van de winkelstraten. Ten opzichte van 2010 is de waardering voor alle aspecten gestegen, met uitzondering van het aantal winkels. Ook in vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen scoort Enter relatief goed. Met name bij het aanbod van daghoreca en de sfeer/ambiance.

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen Enter (2010 en 2015).



5 van de 9

aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld



4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Bezoekers van Enter doen frequent boodschappen. De bezoekfrequentie is nauwelijks veranderd ten opzichte van 2010. Bij het recreatieve winkelen is de bezoekfrequentie iets afgenomen. Deze is bovendien veel lager dan bij de boodschappen.
- De belangrijkste bezoekmotieven voor de dagelijkse boodschappen zijn nabijheid, bereikbaarheid en gewoonte. Bij het winkelen zijn dat de aanwezigheid van bepaalde winkels, parkeergelegenheid en de kwaliteit van het winkelaanbod.
- Net als in 2010 is de auto het meest gebruikte vervoermiddel bij zowel het boodschappen doen als bij het winkelen in Enter.
- De winkelvoorzieningen in Enter worden goed beoordeeld, met name ten opzichte van 2010. In vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen van vergelijkbare omvang worden vooral het aanbod van daghoreca en de sfeer/ambiance goed beoordeeld.



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.

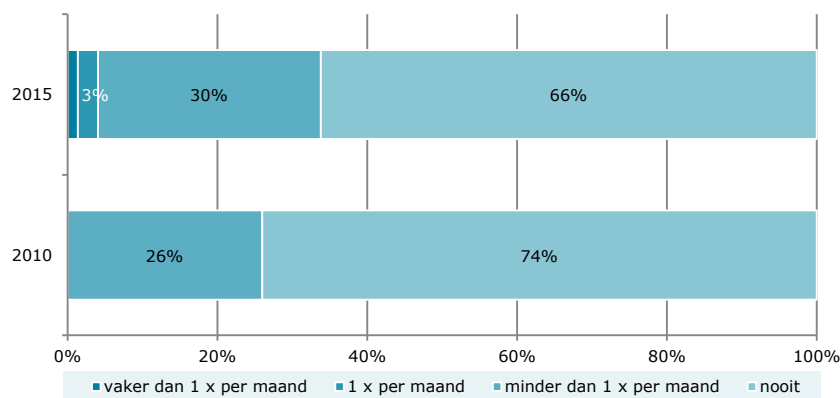
5.2 Koopzondag

Enige groei in bezoek van koopzondag

In vijf jaar tijd is de oriëntatie op de zondag als winkeldag sterk toegenomen. Ook in Enter is deze groei enigszins zichtbaar. Waar in 2010 nog driekwart van de inwoners nooit op zondag ging winkelen of boodschappen doen, is dat aandeel in 2015 teruggelopen tot twee op de drie inwoners.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Enter (2010 en 2015).



Circa een op de drie inwoners bezoekt dus wel eens een koopzondag. Zij gaan hiervoor naar andere plaatsen, namelijk het centrum van Enschede (40 procent) of Plein Westermaat (25 procent) of het centrum (20 procent) in Hengelo.

Ten opzichte van 2010 is de oriëntatie op de twee eerst genoemde aankooplocaties bovendien toegenomen.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015	2010
Enschede - Centrum	40%	28%
Hengelo - Plein Westermaat	25%	3%
Hengelo - Centrum	20%	10%

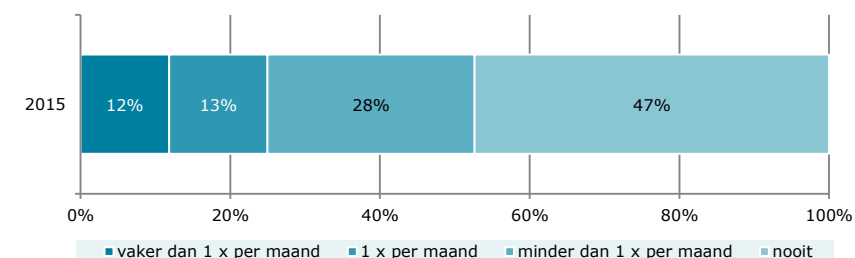
5.3 Koopavond

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 is de oriëntatie op de koopavond groter. Ongeveer een kwart gaat (minimaal) eens per maand. Bijna de helft van de Enternaren geeft aan nooit op een koopavond te winkelen.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Enter (2015).



Meest genoemde plaats waar inwoners van Enter de koopavond bezoeken, is het centrum van Enter zelf (50 procent). Een andere veelgenoemde aankooplocatie is het centrum van Rijssen (45 procent).





50%

bezoekt meestal de koopavond in het centrum van Enter

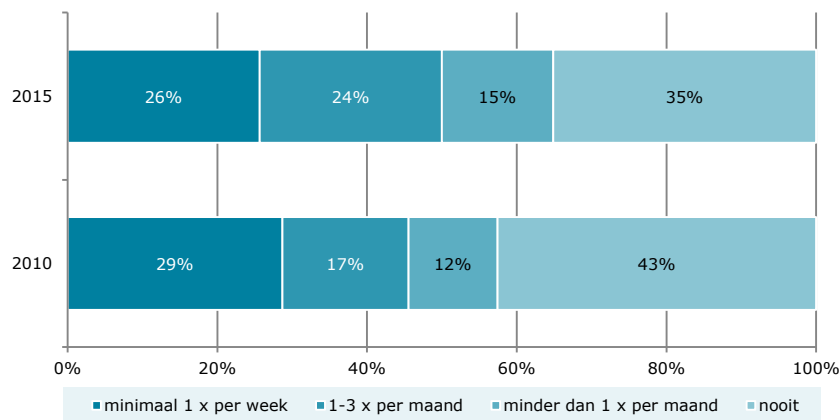
5.4 Markt

Oriëntatie op de markt toegenomen

De ruime meerderheid van de inwoners van Enter (65 procent) bezoekt weleens de markt. Een kwart van de Enternaren gaat minimaal een keer per week. Nog eens een kwart gaat 1 tot 3 keer per maand. In grote lijnen in de oriëntatie op de markt toegenomen ten opzichte van 2010.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Enter (2010 en 2015).



Een groot deel van de inwoners bezoekt de markt op het Dorpsplein in Enter (50 procent). Daarnaast gaan er ook relatief veel inwoners van Enter naar de markt in Rijssen (34 procent). Ook in 2010 werden deze beide markten het meest genoemd.

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015	2010
Enter - Dorpsplein	50%	56%
Rijssen - Centrum	34%	28%
Almelo - Centrumplein	5%	2%

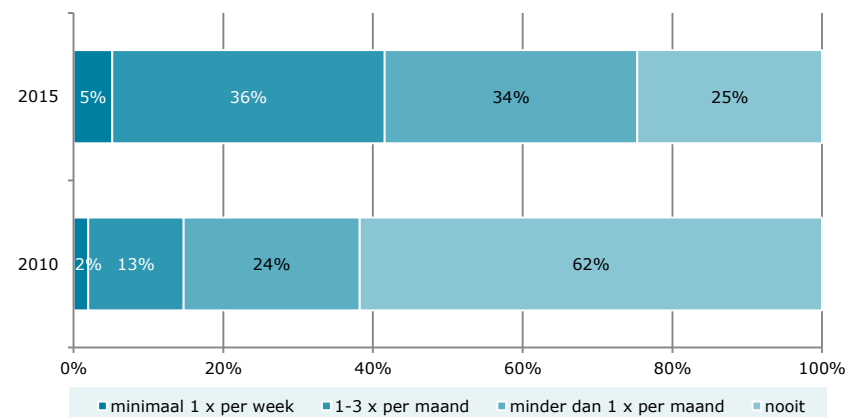
5.5 Online winkelen

Inwoners Enter 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 62 procent van de consumenten in Enter nooit aankopen via internet. In vijf jaar tijd is dit aandeel afgenomen tot 25 procent.

Figuur 5.4

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

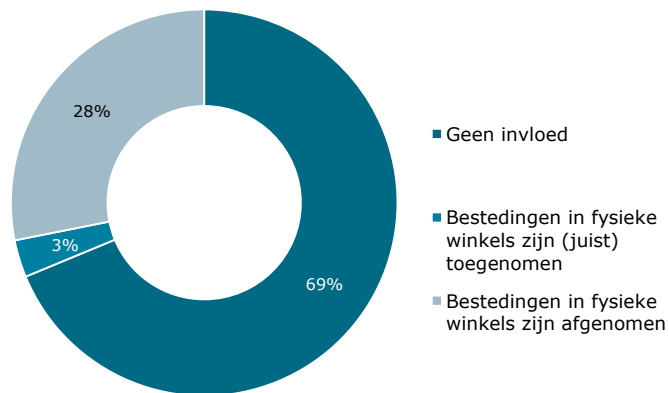


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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. Bijna zeventig procent geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat bijna dertig 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 Enter 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 Enter bezoeken relatief minder vaak winkels op zondag maar gaan verhoudingsgewijs vaak naar de markt. Het aandeel dat frequent een koopavond bezoekt of iets via internet koopt is overeenkomstig het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

Figuur 5.6

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



5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de zondag als winkeldag is in de afgelopen vijf jaar toegenomen, maar blijft relatief klein, Twee op de drie Enternaren gaat nooit naar een koopzondag. Als men wel een koopzondag bezoekt, doet men dat overwegend in Enschede of Hengelo (Plein Westermaat).
- De oriëntatie op de koopavond is groter: een kwart gaat minimaal eens per maand tijdens een koopavond winkelen. Men bezoekt dan voornamelijk het centrum van Enter of het centrum van Rijssen. De markt wordt relatief vaak bezocht. De helft van de inwoners van Enter bezoekt minstens eens per maand de markt. Men bezoekt dan vooral de markt in Enter of die in Rijssen.
- Vier op de tien (42 procent) inwoners van Enter doet een keer per maand of vaker een aankoop via internet. Van de inwoners die hebben aangegeven online te winkelen zegt 28 procent dat door de online aankopen de bestedingen in fysieke winkels zijn afgenomen.



1

BIJLAGE

Onderzoeksaanpak

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 Enter	90%
Overig gemeente Wierden	1%
Rijssen-Holten	4%
Almelo	3%
Hof van Twente	1%

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

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Enter	21%
Overig gemeente Wierden	3%
Almelo	11%
Hof van Twente	11%
Hengelo	8%
Rijssen-Holten	8%
Hellendoorn	4%
Enschede	4%
Deventer	3%
Berkelland	3%
Borne	3%
Nordhorn (D)	2%
Lochem	2%
Haaksbergen	2%
Twenterand	2%
Apeldoorn	2%
Oldenzaal	2%
Tubbergen	2%
Raalte	1%
Losser	1%
Olst-Wijhe	1%
Ahaus (D)	1%
Hardenberg	1%
Overig	3%

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en toevloeiing kleding.

KERN	%
Kern Enter	7%
Overig gemeente Wierden	3%
Almelo	13%
Hof van Twente	12%
Hengelo	10%
Rijssen-Holten	8%
Hellendoorn	5%
Enschede	4%
Deventer	4%
Berkelland	4%
Borne	3%
Nordhorn (D)	3%
Lochem	3%
Haaksbergen	3%
Twenterand	2%
Apeldoorn	2%
Oldenzaal	2%
Tubbergen	2%
Raalte	2%
Losser	1%
Olst-Wijhe	1%
Hardenberg	1%
Ommen	1%
Overig	3%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Enter	34%
Overig gemeente Wierden	3%
Rijssen-Holten	21%
Hof van Twente	8%
Almelo	8%
Borne	4%
Hengelo	4%
Enschede	4%
Hellendoorn	3%
Losser	2%
Olst-Wijhe	2%
Twenterand	1%
Hoogeveen	1%
Hardenberg	1%
Apeldoorn	1%
Hatterem	1%
Deventer	1%
Emmen	1%
Zutphen	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 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Enter	88%
Overig gemeente Wierden	4%
Almelo	4%
Borne	4%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Enter	73%
Overig gemeente Wierden	4%
Hof van Twente	10%
Rijssen-Holten	5%
Almelo	5%
Raalte	2%
Hellendoorn	1%

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

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en toevloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Enter	63%
Overig gemeente Wierden	0%
Ahaus (D)	23%
Almelo	4%
Hof van Twente	3%
Rijssen-Holten	3%
Enschede	2%
Tubbergen	2%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Enter	64%
Overig gemeente Wierden	10%
Rijssen-Holten	20%
Hof van Twente	6%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Enter	85%
Overig gemeente Wierden	3%
Almelo	5%
Rijssen-Holten	3%
Hof van Twente	3%
Hellendoorn	1%

4

BIJLAGE

Binding en afvloeiing per branche

Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en afvloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Enter	76%
Overig gemeente Wierden	3%
Rijssen-Holten	13%
Hof van Twente	5%
Almelo	1%
Overig	2%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Enter	26%
Overig gemeente Wierden	1%
Rijssen-Holten	35%
Hengelo	10%
Almelo	8%
Hof van Twente	3%
Enschede	3%
Twenterand	1%
Hellendoorn	1%
Internet e.d.	8%
Overig	3%

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

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en afvloeiing kleding.

KERN	%
Kern Enter	23%
Overig gemeente Wierden	1%
Rijssen-Holten	37%
Almelo	7%
Enschede	7%
Hengelo	5%
Hof van Twente	2%
Deventer	1%
Amsterdam	1%
Internet e.d.	13%
Overig	3%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Enter	20%
Overig gemeente Wierden	1%
Rijssen-Holten	46%
Almelo	5%
Enschede	5%
Hengelo	5%
Hof van Twente	4%
Internet e.d.	11%
Overig	2%



Tabel 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Enter	8%
Overig gemeente Wierden	1%
Rijssen-Holten	64%
Hengelo	9%
Hof van Twente	5%
Almelo	3%
Enschede	2%
Internet e.d.	6%
Overig	1%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Enter	35%
Overig gemeente Wierden	1%
Hengelo	30%
Rijssen-Holten	11%
Hof van Twente	4%
Almelo	2%
Enschede	1%
Hellendoorn	1%
Raalte	1%
Internet e.d.	13%

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

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en afvloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Enter	18%
Overig gemeente Wierden	0%
Rijssen-Holten	33%
Almelo	14%
Hengelo	13%
Twenterand	7%
Oldenzaal	2%
Hellendoorn	2%
Enschede	2%
Hof van Twente	1%
Internet e.d.	5%
Overig	3%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Enter	4%
Overig gemeente Wierden	1%
Rijssen-Holten	77%
Hof van Twente	10%
Almelo	5%
Hengelo	1%
Internet e.d.	3%
Overig	1%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Enter	59%
Overig gemeente Wierden	2%
Almelo	20%
Rijssen-Holten	11%
Lochem	3%
Hof van Twente	2%
Dinkelland	1%
Enschede	1%
Berkelland	1%
Overig	2%