

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT ERMELO

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/093

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Ermelo

Auteurs

Ilse Wognum
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	Extra vragen	23
4.5	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.....	37



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 Ermelo zijn 540 huishoudens geïnterviewd.



**VOORDAT U BEGINT TE LEZEN,
EEN KORTE TOELICHTING:**

Om inzicht te krijgen in het koopgedrag van consumenten en het economisch functioneren van de winkelvoorzieningen in Ermelo 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 Ermelo 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 Ermelo – 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 Ermelo, gaat het bij het bestedingspotentieel om de detailhandelsbestedingen van inwoners die gedaan worden in winkels (in of buiten Ermelo) maar bijvoorbeeld ook op de markt, of via internet.

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

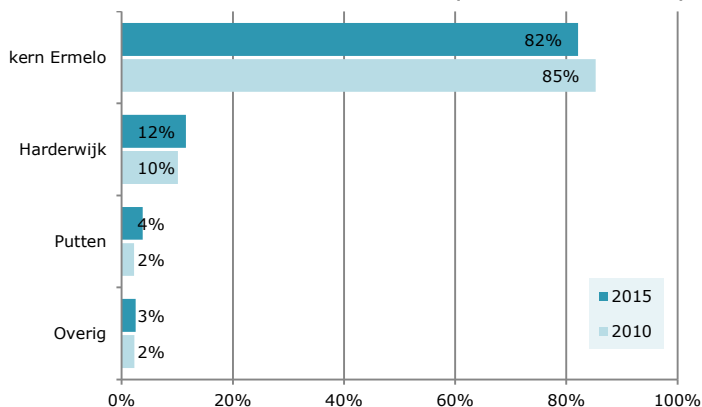
2.1 Dagelijkse sector

Koopkrachttoevloeiing toegenomen

Ruim tachtig procent van de behaalde omzet aan dagelijkse artikelen in Ermelo is afkomstig van de eigen inwoners. Daarnaast trekt Ermelo ook enige omzet aan uit omliggende gemeenten, zoals Harderwijk en Putten. Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in de dagelijkse sector toegenomen. De toevloeiing uit overig Nederland is hierbij in verhouding sterker gestegen dan de omzet uit de eigen.

Figuur 2.1

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



Tabel 2.1

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

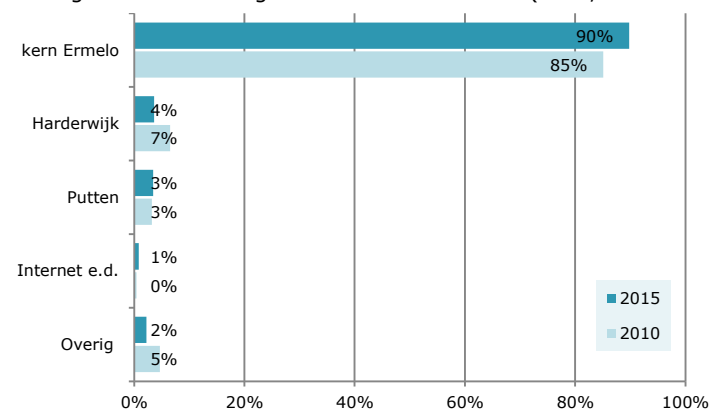
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Omzet uit eigen kern (binding)	57,3	62,6	85%	82%
Toevloeiing ov. Nederland	9,9	13,6	15%	18%
TOTALE OMZET	67,2	76,3	100%	100%

Koopkrachtafvloeiing afgenomen

De mate waarin inwoners voor hun dagelijkse boodschappen bestedingen doen buiten de eigen woonplaats is net als in 2010 beperkt. Er is enige afvloeiing naar Harderwijk en Putten, maar deze is wel minder groot dan 5 jaar geleden. De afvloeiing naar internet is ondanks een licht toename nog steeds bescheiden.

Figuur 2.2

Waar gaan de bestedingen uit Ermelo 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	57,3	62,6	85%	90%
Afvloeiing ov. Nederland	9,7	6,5	14%	9%
Afvloeiing internet e.d.	0,3	0,6	0%	1%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	67,4	69,7	100%	100%

2.2 Niet-dagelijkse sector

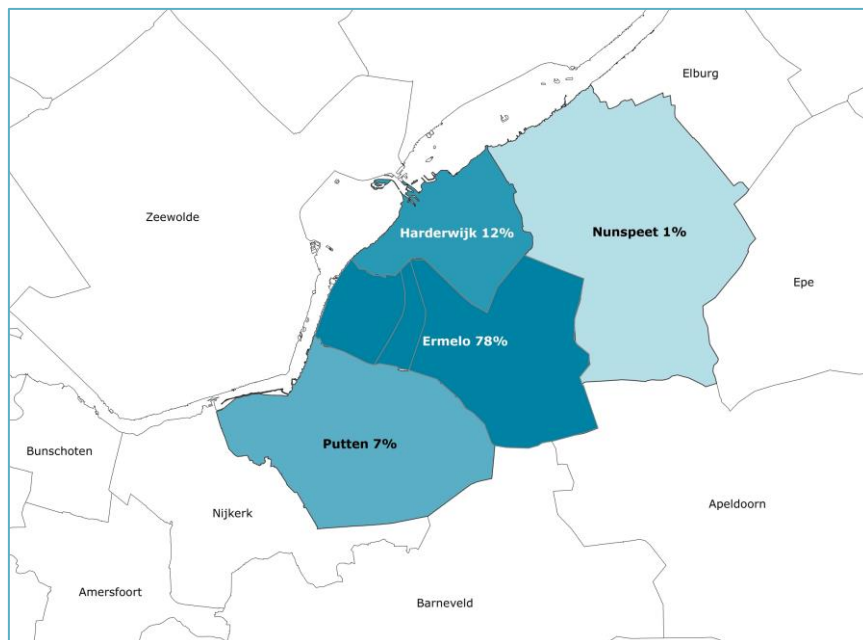
Relatief veel toevloeiing uit Harderwijk

Van de omzet in de niet-dagelijkse sector in Ermelo is 78 procent afkomstig uit Ermelo zelf.

Daarnaast is, net als bij de dagelijkse sector, ook in niet-dagelijkse sector toevloeiing van omzet afkomstig uit de gemeenten Harderwijk (12 procent) en Putten (7 procent).

Figuur 2.3

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

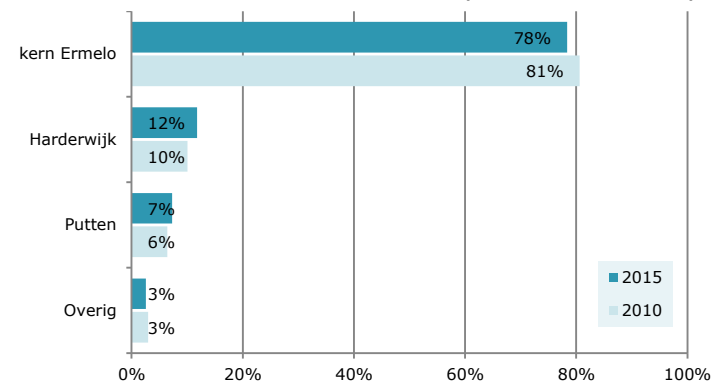


Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 is de totale niet-dagelijkse omzet in Ermelo afgenomen. Als we kijken naar waar de kooporiëntatie op Ermelo is veranderd, dan zien we in verhouding vooral minder bestedingen door inwoners van Ermelo. De toevloeiing van buiten Ermelo is namelijk op peil gebleven.

Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

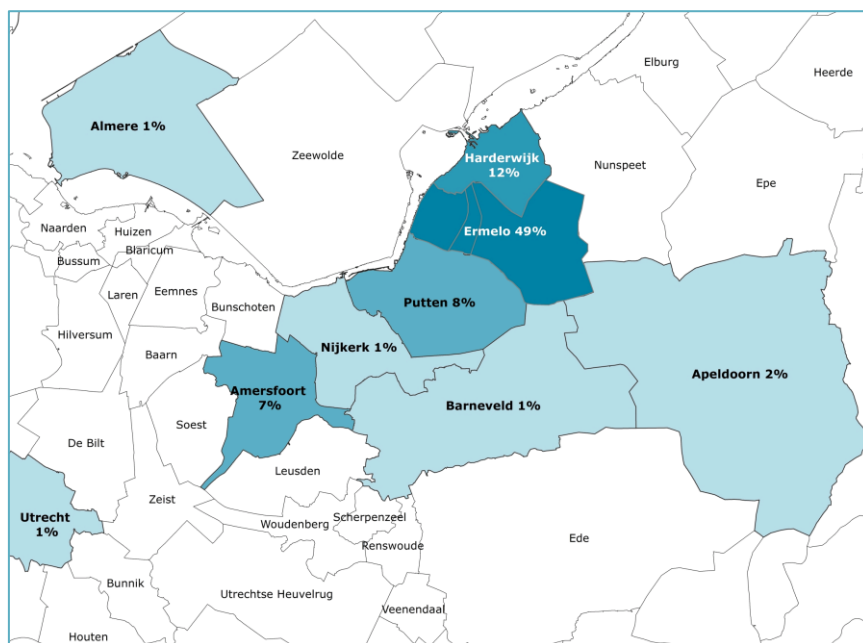
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	37,0	30,6	81%	78%
Toevloeiing ov. Nederland	8,9	8,5	19%	22%
TOTALE OMZET	45,9	39,1	100%	100%

Inwoners Ermelo ook georiënteerd op Harderwijk

De inwoners van Ermelo zijn voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector in mindere mate georiënteerd op de eigen gemeente (49 procent). Tegenover de toevloeiing van Harderwijk en Putten staat ook enigermate van afvloeiing naar beide gemeenten. Daarnaast is oriëntatie op de grote(re) steden zichtbaar, met name Amersfoort.

Figuur 2.5

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



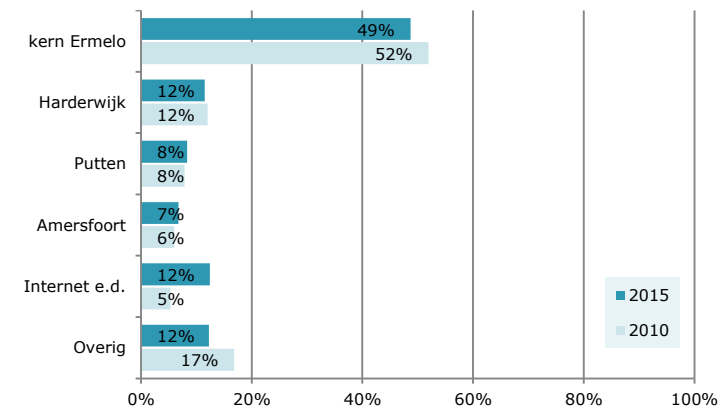
De afvloeiing naar internet is in de niet-dagelijkse sector met 12 procent aanzienlijk groter dan in de dagelijkse sector (1 procent).

In niet-dagelijkse sector vooral meer afvloeiing naar internet

Ten opzichte van 2010 doen inwoners van Ermelo in de niet-dagelijkse sector relatief gezien minder bestedingen in de eigen gemeente. Vooral de mate waarin consumenten bestedingen doen via internet is in de afgelopen vijf jaar in Ermelo toegenomen. De koopkrachtafvloeiing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector nu € 7,8 miljoen, tegen € 3,8 miljoen in 2010.

Figuur 2.6

Waar gaan de bestedingen uit Ermelo 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	37,0	30,6	52%	49%
Afvloeiing ov. Nederland	30,4	24,3	43%	39%
Afvloeiing Duitsland	0,0	0,1	0%	0%
Afvloeiing internet e.d.	3,8	7,8	5%	12%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	71,2	62,8	100%	100%

Inzoom op niet-dagelijkse branches

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

Binnen de niet-dagelijkse sector is bloemen en planten de enige artikelgroep met een hogere omzet dan in 2010. De overige artikelgroepen hebben te maken met omzetafnames.

Tabel 2.5

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

<u>x € miljoen</u>	BINDING		TOEVLOEIING		TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	6,5	5,6	2,3	2,0	8,8	7,6
Schoenen	2,3	1,9	0,8	0,7	3,1	2,6
Huishoudelijke artikelen	4,2	3,7	1,0	1,0	5,1	4,6
Elektronica	8,2	6,3	2,2	1,9	10,3	8,2
Woninginrichting	4,0	2,6	0,9	0,7	4,9	3,3
Doe-het-zelf	6,3	4,6	1,3	1,1	7,6	5,7
Bloemen en planten	5,5	6,0	0,6	1,0	6,1	7,0
TOTAAL	37,0	30,6	8,9	8,5	45,9	39,1

Doe-het-zelf en bloemen en planten hebben met 76 procent de hoogste bindingspercentages. Vergeleken met 2010 zijn de bindingspercentages in alle niet-dagelijkse artikelgroepen, met uitzondering van bloemen en planten en huishoudelijke artikelen, afgenomen.

KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN ERMELO 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 ERMELO 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 woninginrichting en kleding zijn inwoners relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen.

Tabel 2.6

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

<u>x € miljoen</u>	BINDING		AFVLOEIING		TOTAAL BESTEDINGS-POTENTIEEL	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	6,5	5,6	13,4	12,9	19,9	18,5
Schoenen	2,3	1,9	2,0	2,2	4,3	4,1
Huishoudelijke artikelen	4,2	3,7	1,5	1,4	5,7	5,0
Elektronica	8,2	6,3	3,2	4,8	11,4	11,1
Woninginrichting	4,0	2,6	10,2	7,6	14,2	10,1
Doe-het-zelf	6,3	4,6	1,5	1,5	7,8	6,0
Bloemen en planten	5,5	6,0	2,3	1,9	7,8	7,9
TOTAAL	37,0	30,6	34,2	32,2	71,2	62,8

Tabel 2.7

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

<u>In %</u>	BINDINGSPERCENTAGE		AANDEEL TOEVLOEIING IN TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015
Kleding	33%	30%	26%	26%
Schoenen	54%	47%	25%	26%
Huishoudelijke artikelen	73%	73%	19%	21%
Elektronica	72%	57%	21%	24%
Woninginrichting	28%	25%	18%	22%
Doe-het-zelf	81%	76%	17%	20%
Bloemen en planten	70%	76%	10%	14%
TOTAAL	52%	49%	19%	22%



2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

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

Ten opzichte van plaatsen met 20.000-50.000 inwoners heeft Ermelo in de dagelijkse sector in 2015 een relatief hoge koopkrachtbinding.

De niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met gemiddeld in plaatsen met 20.000-50.000 inwoners een wat lagere koopkrachtbinding. Binnen deze sector hebben vooral de artikelgroepen kleding en woninginrichting in Ermelo verhoudingsgewijs een zwakke(re) lokale verzorgingsfunctie. De artikelgroep elektronica heeft, ondanks de relatief sterk gedaalde binding, vergeleken met andere kernen een sterke(re) lokale verzorgingsfunctie.

Tabel 2.8

Bindingspercentage Ermelo vergeleken (2015).

	ERMELO	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	90%	88%
Niet-dagelijkse sector	49%	57%
- Kleding	30%	47%
- Schoenen	47%	55%
- Huishoudelijke artikelen	73%	71%
- Elektronica	57%	49%
- Woninginrichting	25%	47%
- Doe-het-zelf	76%	83%
- Bloemen en planten	76%	74%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

Ermelo heeft te maken met toe- en afvloeiing, met name ook in relatie tot de buurgemeenten Harderwijk en Putten. Maar hoe verhouden toe- en afvloeiing zich tot elkaar en hoe zijn beide opgebouwd? Is er een positief of negatief koopstromensaldo?

Toevloeiing kleiner dan afvloeiing

Alle niet-dagelijkse artikelgroepen hebben meer koopkrachtafvoer dan -toevloeiing. De aangetrokken omzet van bezoekers van buiten de eigen gemeente is dus kleiner dan het koopkrachtverlies.

De afvloeiing naar internet is bij de elektronica groter dan de afvloeiing naar andere (fysieke) aankoopplaatsen. Bij de overige artikelgroepen is dit (nog) niet het geval.

Tabel 2.9

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

<u>x € miljoen</u>	TOEVLOEIING	↔	AFVLOEIING	
			fysieke aankoopplaatsen	internet
Kleding	2,0	↔	10,3	2,6
Schoenen	0,7	↔	1,7	0,5
Huishoudelijke artikelen	1,0	↔	1,0	0,4
Elektronica	1,9	↔	1,9	3,0
Woninginrichting	0,7	↔	6,5	1,1
Doe-het-zelf	1,1	↔	1,3	0,2
Bloemen en planten	1,0	↔	1,8	0,1
TOTAAL	8,5	↔	24,4	7,8

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 Ermelo in 2015 zo'n € 8 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 Ermelo vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Ermelo gemiddeld meer artikelen via internet. Vooral bij elektronica wordt relatief vaak voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 27 procent van de bestedingen in een webwinkel gedaan.

BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)	ERMELO	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	1%	1%
Niet-dagelijkse sector	12%	11%
- Kleding	14%	13%
- Schoenen	12%	11%
- Huishoudelijke artikelen	8%	8%
- Elektronica	27%	21%
- Woninginrichting	11%	9%
- Doe-het-zelf	3%	3%
- Bloemen en planten	2%	1%

Ontwikkeling koopstromensaldo

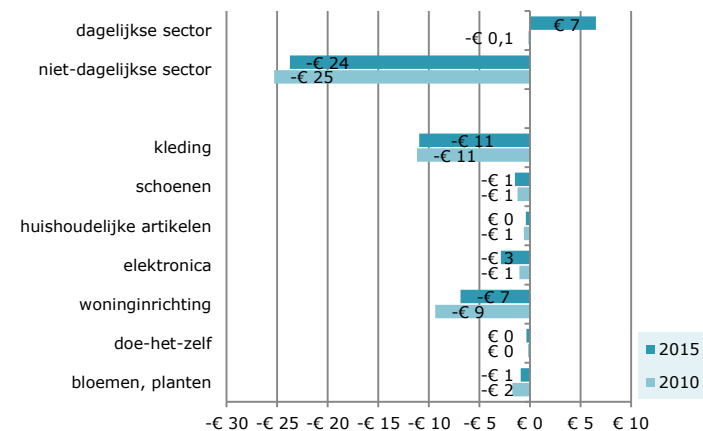
Op basis van onder meer tabel 2.9 is te concluderen dat in 2015 de niet-dagelijkse artikelgroepen in Ermelo te maken hebben met meer koopkrachtafvloeiing dan koopkrachttoevoeiing. Hoe was dat in 2010 en zijn de verhoudingen gewijzigd? Komt er per saldo meer in of gaat er meer uit?

Ten opzichte van 2010 is het licht negatieve verschil tussen toe- en afvloeiing in de dagelijkse sector in 2015 veranderd naar een positief saldo. In de niet-dagelijkse sector is het saldo onveranderd negatief. Het beeld is vergelijkbaar met 2010. De toegenomen oriëntatie op online winkelen lijkt vooral ook de binding te beïnvloeden.

Per saldo is het koopstromensaldo minder negatief in de artikelgroep woninginrichting. In vergelijking met 2010 heeft de artikelgroep elektronica meer afvloeiing dan toevoeiing.

Figuur 2.7

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



2.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- In de dagelijkse sector blijft het gros van de detailhandelsbestedingen (90 procent) binnen Ermelo. Het bindingspercentage is toegenomen ten opzichte van 2010. Ten opzichte van 2010 zijn inwoners voor de dagelijkse boodschappen meer georiënteerd op Ermelo. Ook de toevloeiing is toegenomen.
- In de niet-dagelijkse sector is de binding afgenomen ten opzichte van 2010. Er is vooral meer afvloeiing naar internet. De afvloeiing naar omliggende gemeenten is in 2015 kleiner dan in 2010. Er is enige afvloeiing naar de gemeente Harderwijk (12 procent), Putten (8 procent) en Amersfoort (7 procent).
- De herkomst van de niet-dagelijkse omzet is ongeveer vergelijkbaar met 2010. Iets meer dan driekwart is afkomstig uit Ermelo (78 procent), 12 procent uit de gemeente Harderwijk en 7 procent uit Putten.
- Binnen de niet-dagelijkse sector hebben doe-het-zelf en bloemen en planten de hoogste binding met 76 procent. Beide hebben dus een relatief sterke lokale verzorgingsfunctie. Anders is dit bij met name de kleding en woninginrichting. Bestedingen in deze artikelgroepen worden door Ermeloërs vooral elders gedaan.
- Het bestedingsaandeel van internet als aankoopkanaal is in de niet-dagelijkse sector toegenomen van 5 naar 12 procent. Met name elektronica wordt door de inwoners van Ermelo online gekocht. Ter vergelijking: de afvloeiing naar internet is even groot als de afvloeiing naar buurgemeente Harderwijk.
- Geheel overziend geldt dat de dagelijkse sector haar verzorgingsfunctie heeft versterkt en de niet-dagelijkse sector in Ermelo in vergelijking met 2010 wat achteruit is gegaan.

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 Ermelo. 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.

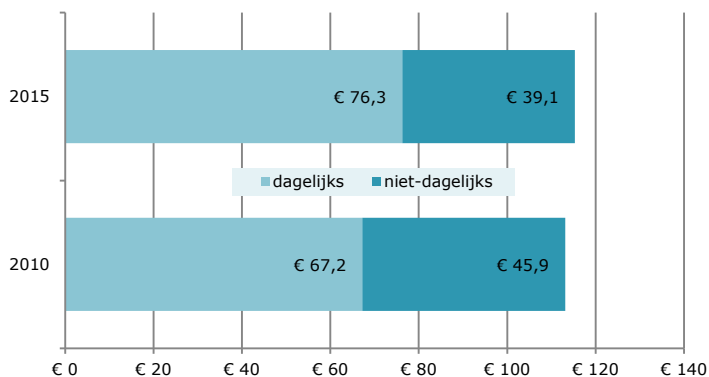
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Ermelo licht toegenomen

De totale detailhandelsomzet in Ermelo is in de afgelopen vijf jaar met 2 procent toegenomen naar 115,3 miljoen euro. De dagelijkse sector is verantwoordelijk voor deze toename.

Figuur 3.1

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

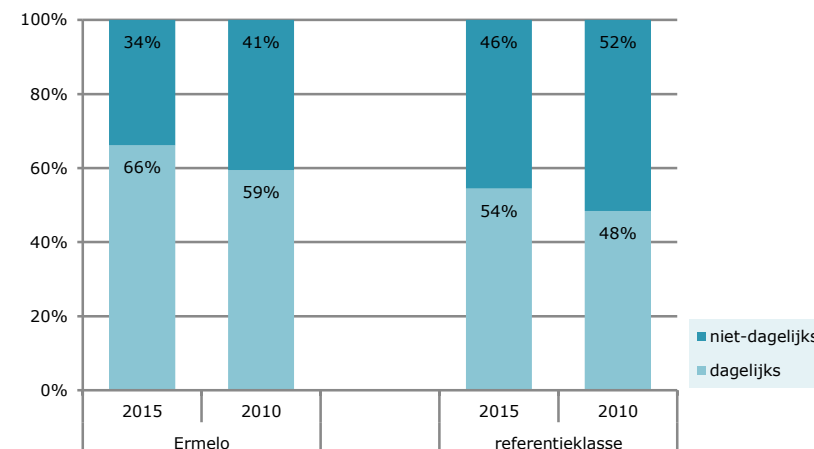


Omzetaandeel dagelijks groter geworden

De dagelijkse sector neemt tweederde deel van de detailhandelsomzet in Ermelo voor rekening. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is gestegen van 59 procent in 2010 naar 66 procent in 2015. Ook in referentiekernen is een groei van het omzetaandeel dagelijks te zien, al ligt het aandeel dagelijks wel aanzienlijk lager.

Figuur 3.2

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, Ermelo (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 Ermelo is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector gestegen. Vergeleken met plaatsen van vergelijkbare omvang is dit omzetcijfer hoger. Doordat de gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector relatief laag is, ligt de totale omzet per inwoner wel onder het vergelijkingscijfer.

Tabel 3.1

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

	ERMELO		REFERENTIEKLASSE	
	2010	2015	2010	2015
Dagelijkse sector	2.560	2.910	2.840	2.880
Niet-dagelijkse sector	1.740	1.490	3.030	2.410
- Kleding	330	290	810	690
- Schoenen	120	100	190	160
- Huishoudelijke artikelen	190	180	250	210
- Elektronica	390	310	420	320
- Woninginrichting	190	130	700	470
- Doe-het-zelf	290	220	380	280
- Bloemen en planten	230	270	280	280
TOTALE OMZET PER INWONER	4.300	4.400	5.870	5.290

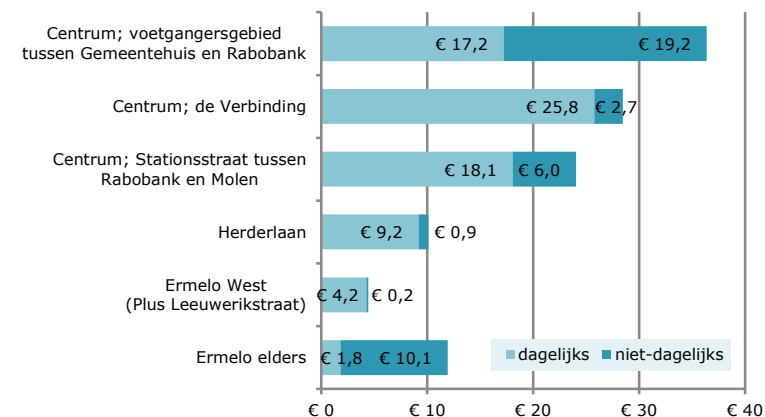
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Grootste deel omzet landt in het centrum van Ermelo

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Ermelo dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd in het centrum, met name in het voetgangersgebied tussen het gemeentehuis en Rabobank. De niet-dagelijkse sector heeft op deze locatie de grootste bijdrage. Vervolgens wordt op aankooplocatie de Verbinding (ook onderdeel van het centrum van Ermelo) de meeste omzet behaald. Hier ligt het accent voornamelijk op de dagelijkse sector.

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Ermelo (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. Hierbij geldt dat de drie deellocaties van het centrum samengevoegd zijn om zo de vergelijking met 2010 te kunnen maken. De aankooplocaties Herderlaan en Ermelo West en Ermelo elders vormen samen in tabel 3.2 de categorie Overig Ermelo.

De dominantie van het centrum in de dagelijkse sector is op niveau gebleven (beide jaren 80 procent). De uitkomsten uit 2015 leren dat de Verbinding binnen het centrum het grootste marktaandeel heeft. In de niet-dagelijkse sector hebben de drie centrumlocaties gezamenlijk een marktaandeel van 71 procent. Het centrum heeft hier dus marktaandeel verloren ten opzichte aankooplocaties elders in Ermelo.

Tabel 3.2

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

	DAGELIJKSE SECTOR		NIET-DAGELIJKSE SECTOR	
	2010	2015	2010	2015
Centrum	80%	80%	88%	71%
Overig Ermelo	20%	20%	12%	29%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De totale detailhandelsomzet in Ermelo is sinds 2010 met 2 procent gestegen, dankzij een toename van de omzet in de dagelijkse sector.
- De dagelijkse sector heeft in Ermelo aan gewicht gewonnen en heeft ook in vergelijking met plaatsen van vergelijkbare omvang een sterke (omzet-)positie.
- Dit blijkt ook uit de gemiddelde omzet per inwoner die in Ermelo in de dagelijkse sector hoger is dan plaatsen van vergelijkbare omvang. De omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector is in Ermelo daarentegen ondergemiddeld.
- Wanneer we inzoomen op de aankooplocaties in Ermelo dan zien we dat de Verbinding het grootste marktaandeel heeft in de dagelijkse sector en het gebied tussen het Gemeentehuis en Rabobank in de niet-dagelijkse sector. De 'gezamenlijke' aankooplocaties in het centrum van Ermelo hebben ten opzichte van 2010 in de niet-dagelijkse sector marktaandeel ingeleverd.

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 Ermelo boodschappen doet en/of er winkelt. Wat zijn de bezoekmotieven, hoe vaak worden winkelvoorzieningen bezocht en hoe worden ze beoordeeld? In de meeste gevallen vergelijken we de uitkomsten met het in 2010 geschetste beeld. Daarnaast wordt Ermelo op een aantal aspecten ook afgezet tegen het gemiddelde beeld van/in vergelijkbare plaatsen.

4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel

Kleine veranderingen in de bezoekfrequentie

Zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor het winkelen geldt dat de bezoekfrequentie iets is gewijzigd vergeleken met 2010. De groep consumenten die meer dan één keer per week boodschappen in Ermelo doet, is gedaald van 67 procent in 2010 naar 61 procent in 2015. Hier staat tegenover dat het aandeel bezoekers die 1-3 keer per maand boodschappen doen, is gestegen.

Bij het recreatieve winkelen is het aandeel hoogfrequente (meer dan eens per week) en het aandeel laagfrequente (minder dan eens per maand) gedaald.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Ermelo voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

	DAGELIJKE BOODSCHAPPEN		WINKELN	
	2010	2015	2010	2015
Meer dan 1 x per week	67%	61%	37%	34%
1 x per week	31%	32%	28%	33%
1-3 x per maand	2%	7%	22%	27%
Minder dan 1 x per maand	0%	0%	12%	6%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

Bezoekmotief

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

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekmotieven:



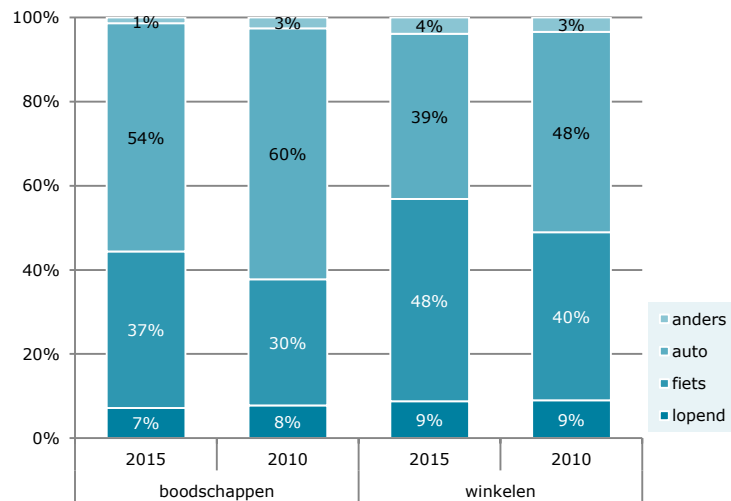
Ten opzichte van 2010 is bij boodschappen en winkelen nabijheid minder genoemd. Daarentegen komt men relatief vaker vanwege bereikbaarheid en parkeren en de aanwezigheid van bepaalde winkels (meer doelgericht winkelbezoek).

Vervoermiddel

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

Figuur 4.2

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



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Ermelo 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.

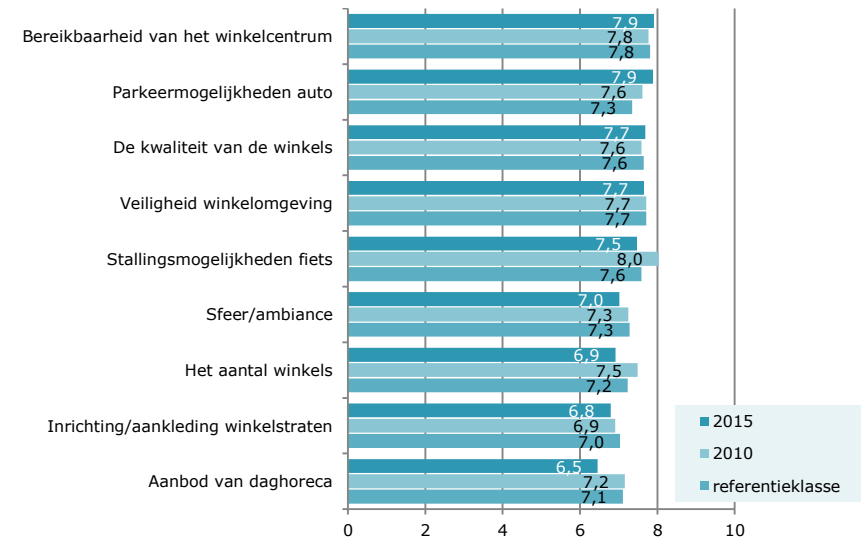
In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Ermelo.

Hoogste waardering voor bereikbaarheid winkelcentrum

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in Ermelo redelijk tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen; alle aspecten scoren minimaal een 6,5. De hoogste cijfers zijn gegeven voor de bereikbaarheid en parkeermogelijkheden. In vergelijking met kernen van vergelijkbare omvang scoort Ermelo op deze twee aspecten ook hoger. Ten opzichte van 2010 is de waardering voor de bereikbaarheid van het winkelcentrum, de parkeermogelijkheden voor de auto, en de kwaliteit van de winkels gestegen. Met name de stallingsmogelijkheden en het aantal winkels worden minder goed beoordeeld dan 5 jaar geleden. Wellicht houdt de lagere waardering voor de stallingsmogelijkheden voor de fiets verband met het toegenomen gebruik van de fiets.

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen Ermelo (2010 en 2015).



3 van de 9

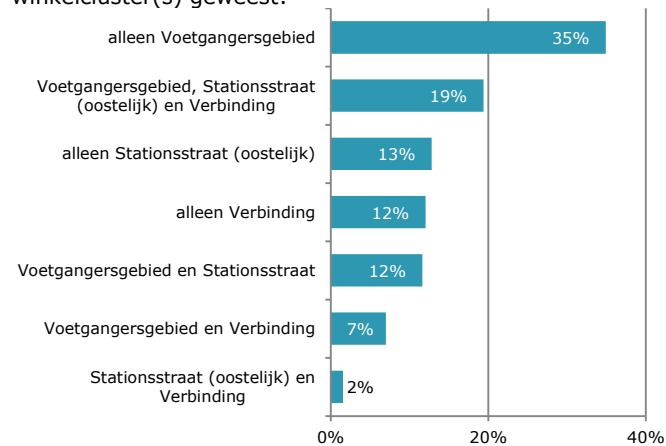
aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld

4.4 Extra vragen

Aan de respondenten die centrum Ermelo hebben opgegeven als aankoopplaats is aanvullend gevraagd welke winkelgebieden men in het centrum tijdens het laatste bezoek aan het centrum heeft bezocht. In de onderstaande figuur is te zien dat een groot deel (35 procent) alleen het voetgangersgebied (kernwinkelgebied) heeft bezocht. Bijna 1 op de 5 zegt tijdens het laatste centrumbezoek in alle drie deelgebieden te zijn geweest. In totaal is 40 procent combinatiebezoeker en heeft 60 procent tijdens het laatste bezoek specifiek 1 van de 3 deelgebieden bezocht.

Figuur 4.4

De laatste keer dat ik het centrum van Ermelo bezocht, ben ik in de volgende winkelcluster(s) geweest:



Als belangrijkste reden om niet primair in Ermelo te winkelen gaven de inwoners van Ermelo als reden dat het winkelaanbod te beperkt is; weinig diversiteit en verscheidenheid. Een andere reden die de respondenten gaven om niet primair in Ermelo te winkelen is de sfeer in het centrum van Ermelo (geen gezellige ambiance, te uitgestrekt).

4.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De boodschappen doet men in Ermelo veelal meer dan één keer per week. Bezoekers die hebben aangegeven in Ermelo boodschappen te doen en/of te winkelen, doen dit in vergelijking met 2010 wel wat minder vaak.
- Nabijheid, aanwezigheid van bepaalde winkels en de parkeergelegenheid zijn de belangrijkste motieven om in Ermelo boodschappen te doen. Bij winkelen spelen met name de aanwezigheid van bepaalde winkels, de nabijheid en de bereikbaarheid een rol in de keuze voor Ermelo.
- De winkelvoorzieningen in Ermelo worden redelijk goed beoordeeld. De bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden zijn de best beoordeelde winkelvoorzieningen van Ermelo. Beide aspecten scoren ook hoger dan in 2010 en dan de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen van vergelijkbare omvang. Het aantal winkels, de stallingsmogelijkheden voor de fiets en de sfeer/gezelligheid krijgen lagere cijfers. Dit beeld sluit ongeveer aan bij de opgegeven redenen om als inwoner niet primair in Ermelo te winkelen.
- Ten aanzien van de verwevenheid tussen de 3 centrumgebieden geldt dat meer dan de helft van de centrumbezoekers specifiek voor 1 van de 3 deelgebieden naar het centrum komt.

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.

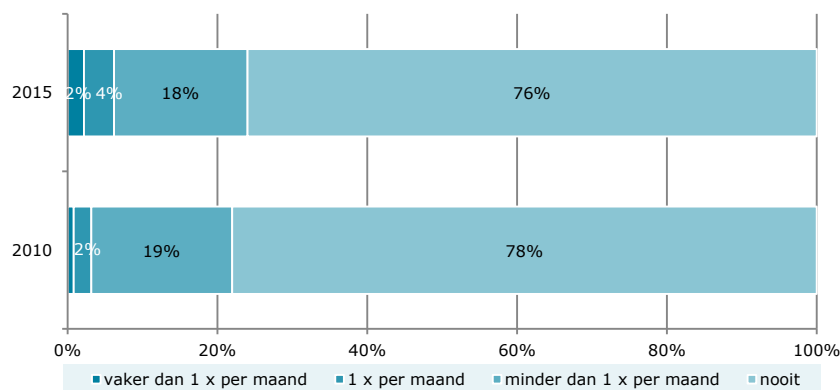
5.2 Koopzondag

Bezoek koopzondag ongeveer op hetzelfde niveau

In vijf jaar tijd is de oriëntatie op de zondag als winkeldag nauwelijks toegenomen. De oriëntatie op de koopzondag blijft onder inwoners van Ermelo beperkt. Ging in 2010 3 procent minimaal eens per maand op zondag winkelen / inkopen doen, in 2015 is dat aandeel opgelopen tot 6 procent.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Ermelo (2010 en 2015).



Hoewel Ermelo zelf geen zondagopenstelling van winkels heeft, bezoekt ongeveer een kwart van de inwoners (24 procent) wel eens een koopzondag. In meerderheid gaan ze hiervoor wel naar de grotere steden in de omgeving, waarbij Amersfoort het meest genoemd is.

Ten opzichte van 2010 is dit beeld wel veranderd. In 2010 ging 20 procent meestal naar het centrum van Amersfoort, tegen 26 procent in 2015. Mogelijk hangt dit samen met de wekelijkse zondagopenstelling in Amersfoort.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015	2010
Amersfoort	26%	20%
Apeldoorn	13%	19%
Utrecht	12%	15%

5.3 Koopavond

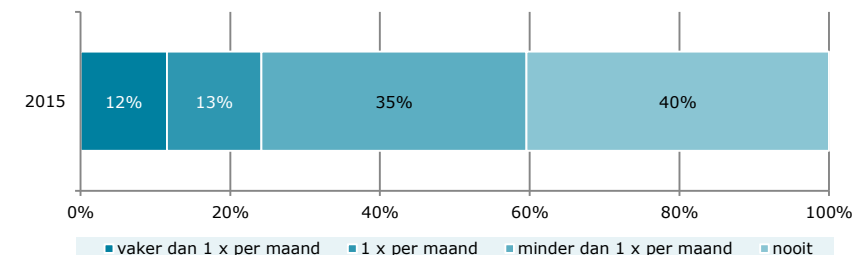
Vier op de tien bezoekt nooit een koopavond

Daar waar de mate van zondagopenstelling per gemeente/plaats verschilt, is er in de meeste plaatsen wel een wekelijkse koopavond. Een dag in de week zijn de winkels 's avonds langer geopend.

Een kwart van de inwoners van Ermelo gaat (minimaal) eens per maand naar een koopavond. Vier op de tien inwoners geeft op nooit op koopavond te winkelen.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Ermelo (2015).



Meest genoemde plaats waar inwoners van Ermelo de koopavond bezoeken, is het centrum van Ermelo (81 procent). Daarbinnen is het voetgangersgebied tussen het Gemeentehuis en Rabobank het meest genoemd. Koopavonden buiten Ermelo worden in geringe mate bezocht; Harderwijk is met 4 procent het meest genoemd.



81% bezoekt meestal de koopavond in Ermelo

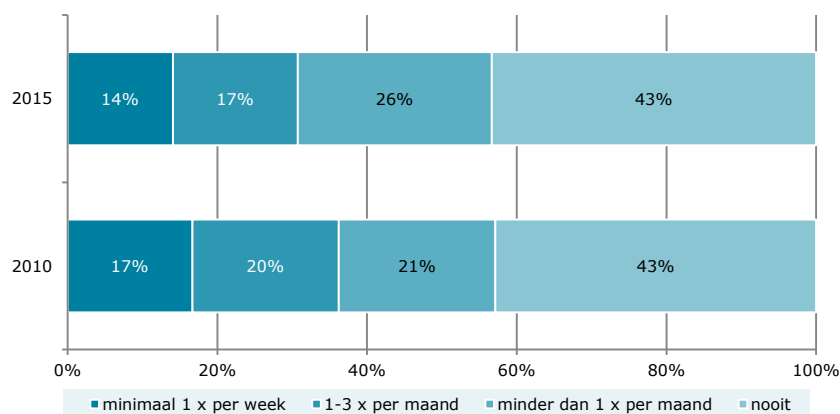
5.4 Markt

Oriëntatie op de markt blijft op niveau

Bijna 60 procent van de inwoners van Ermelo gaat wel eens naar de markt; 31 procent doet dit minimaal maandelijks. In 2010 was dit aandeel iets groter. Het aandeel inwoners dat nooit naar de markt gaat is in vergelijking met 2010 gelijk gebleven op 43 procent.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Ermelo (2010 en 2015).



Van de Ermeloërs die naar de markt gaan, bezoekt iets meer dan de helft vooral de 'eigen' markt in Ermelo. Een kwart gaat meestal naar de markt in Putten. De oriëntatie op de markt in Harderwijk is kleiner geworden.

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd).

	2015	2010
Ermelo, De Markt	55%	54%
Putten, Kerkplein/Fontanusplein	26%	26%
Harderwijk, Klooster en Smeepoortenbrink	5%	13%

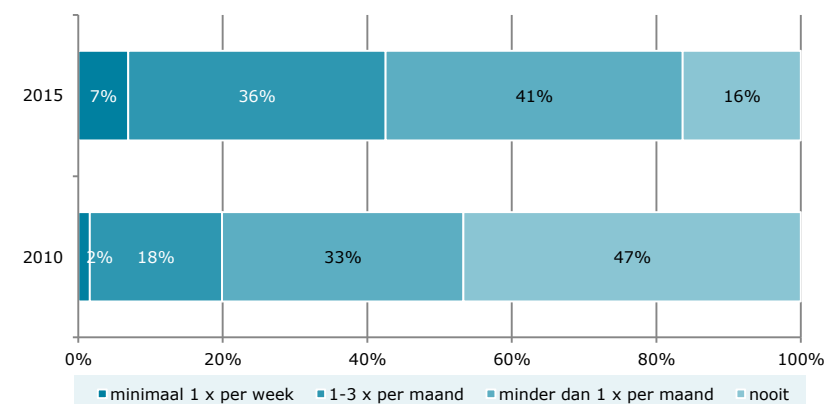
5.5 Online winkelen

Inwoners Ermelo 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 bijna de helft (47 procent) van de consumenten in Ermelo nooit aankopen via internet. In vijf jaar tijd is dit aandeel afgenomen tot 16 procent.

Figuur 5.4

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

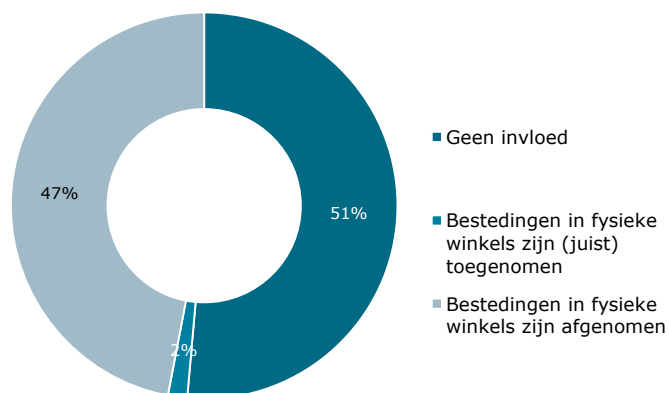


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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. De helft geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat 47 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 Ermelo met het gemiddelde beeld in plaatsen van vergelijkbare omvang. Daarbij wordt voor alle vier thema's gekeken naar het aandeel dat hier minimaal maandelijks 'gebruik' van maakt (ongeacht of dit in de eigen plaats is of elders).

In vergelijking met het gemiddeld beeld in kernen van vergelijkbare omvang bezoeken inwoners van Ermelo minder vaak winkels op zondag. Ook de marktoriëntatie is minder sterk dan gemiddeld in de referentiekernen. De oriëntatie op de koopavond is vergelijkbaar, evenals het aandeel dat frequent iets via internet koopt.

Figuur 5.6

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



5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de zondag als winkeldag is beperkt en weinig gegroeid ten opzichte van 2010. Ermelo hanteert ook geen zondagopenstelling. Als men een koopzondag bezoekt, doet men dat overwegend in Amersfoort of Apeldoorn.
- De oriëntatie op de koopavond is groter; 25 procent gaat minimaal eens per maand tijdens een koopavond winkelen. Men bezoekt voornamelijk de koopavond in het centrum van Ermelo.
- Ten opzichte van 2010 blijft de oriëntatie op de markt gelijk; iets meer dan de helft gaat (wel eens) naar de markt, waarbij vooral de markt in Ermelo en in Putten wordt bezocht.
- Er is een sterke toename zichtbaar in de frequentie waarmee artikelen via internet worden gekocht. Vier op de 10 inwoners winkelt (minimaals) maandelijks online; een verdubbeling ten opzichte van 2010. Van degenen die online winkelen geeft bijna de helft aan hierdoor minder te besteden in fysieke winkels.



1

BIJLAGE

Onderzoeksaanpak



Bijlage 1. Onderzoeksaanpak

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

Onderzoeksverloop en respons

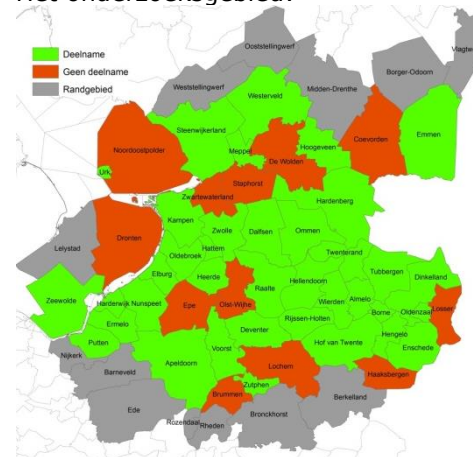
De enquête is voor het grootste deel afgenomen via internet. Daarbij is gebruik gemaakt van een aantal panels en is op basis van een aselechte steekproef web respons geworven. Een beperkt deel van het veldwerk heeft plaatsgevonden door middel van telefonische enquêtering; vooral bedoeld om 'gaten' in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

Dataverzameling en -verwerking

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

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

Het onderzoeksgebied:



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

Bestedingscijfers

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

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

2

BIJLAGE

Begrippenkader



Bijlage 2. Begrippenkader

Aankoopplaats (aankooplocatie)

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

Afvloeiing (koopkrachtafvloeiing)

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

Artikelgroepen

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

Bestedingspotentieel

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

Binding (koopkrachtbinding)

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

Detailhandelsomzet (draagvlak)

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

Koopstroom

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

Toevloeiing (koopkrachttoevloeiing)

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

Winkelen

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

3

BIJLAGE

Binding en toevloeiing per branche

Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en toevloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Ermelo	82%
Harderwijk	12%
Putten	4%
Barneveld	1%
Overig	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Ermelo	78%
Harderwijk	12%
Putten	7%
Nunspeet	1%
Overig	2%

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

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en toevloeiing kleding.

KERN	%
Kern Ermelo	74%
Harderwijk	16%
Putten	6%
Nunspeet	2%
Zeewolde	1%
Apeldoorn	1%
Zwolle	1%
Elburg	0%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Ermelo	74%
Harderwijk	15%
Putten	5%
Nunspeet	2%
Apeldoorn	1%
Barneveld	1%
Zeewolde	1%
Overig	1%

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Ermelo	79%
Harderwijk	13%
Putten	7%
Barneveld	1%
Nunspeet	1%
Overig	0%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Ermelo	76%
Harderwijk	13%
Putten	8%
Barneveld	2%
Nunspeet	1%
Zeewolde	0%

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

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en toevloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Ermelo	78%
Harderwijk	10%
Putten	8%
Voorst	1%
Nunspeet	1%
Zeewolde	1%
Overig	1%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Ermelo	80%
Putten	13%
Harderwijk	5%
Nunspeet	1%
Overig	1%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Ermelo	86%
Harderwijk	10%
Putten	3%
Overig	1%

4

BIJLAGE

Binding en afvloeiing per branche



Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en afvloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Ermelo	90%
Harderwijk	4%
Putten	3%
Internet e.d.	1%
Overig	2%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Ermelo	49%
Harderwijk	12%
Putten	8%
Amersfoort	7%
Apeldoorn	2%
Utrecht	1%
Barneveld	1%
Zwolle	1%
Nijkerk	1%
Amsterdam	1%
Almere	1%
Internet e.d.	13%
Overig	4%

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en afvloeiing kleding.

KERN	%
Kern Ermelo	30%
Harderwijk	16%
Putten	11%
Amersfoort	7%
Apeldoorn	5%
Utrecht	3%
Barneveld	2%
Amsterdam	2%
Almere	1%
Zwolle	1%
Lelystad	1%
Internet e.d.	14%
Overig	6%

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

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Ermelo	47%
Harderwijk	14%
Putten	8%
Amersfoort	4%
Apeldoorn	3%
Utrecht	2%
Zwolle	2%
Amsterdam	1%
Almere	1%
Internet e.d.	12%
Overig	6%

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Ermelo	73%
Harderwijk	6%
Amersfoort	5%
Putten	3%
Apeldoorn	1%
Utrecht	1%
Internet e.d.	8%
Overig	3%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Ermelo	57%
Harderwijk	4%
Zwolle	3%
Amersfoort	3%
Putten	2%
Apeldoorn	1%
Utrecht	1%
Internet e.d.	27%
Overig	3%

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 Ermelo	25%
Amersfoort	20%
Harderwijk	18%
Putten	14%
Zutphen	2%
Barneveld	2%
Apeldoorn	1%
Nunspeet	1%
Utrecht	1%
Zwolle	1%
Veenendaal	1%
Internet e.d.	11%
Overig	4%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Ermelo	76%
Harderwijk	13%
Putten	6%
Internet e.d.	3%
Overig	2%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Ermelo	76%
Putten	8%
Nijkerk	5%
Harderwijk	5%
Barneveld	2%
Leusden	1%
Amersfoort	1%
Internet e.d.	2%
Overig	2%

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