

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT
GEESTEREN

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/115

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Noaberkracht Dinkelland Tubbergen

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	33
Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche.....	35
Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche.....	38



1

HOOFDSTUK

Kort vooraf

1. Kort vooraf

1.1 De winkelwereld is veranderd

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

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

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

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

1.2 Doel van het onderzoek

Het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015 beantwoordt de onderstaande onderzoeksvragen:

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

Wat is koopstromenonderzoek?

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

Hoe is het onderzoek uitgevoerd?

De dataverzameling heeft in de periode april tot en met mei 2015 plaatsgevonden. In totaal zijn 31.350 consumenten in Overijssel en delen van Drenthe, Flevoland en Gelderland geïnterviewd, waarbij consumenten gevraagd is naar de plaats waar zij artikelgroepen kopen. Aanvullend zijn vragen gesteld over winkelgedrag (bijvoorbeeld bezoekfrequentie en waardering meest bezochte aankoopplaatsen, marktbezoek en webwinkelen). De opzet van het onderzoek is vergelijkbaar met het in 2010 uitgevoerde koopstromenonderzoek. De enquêtes zijn zowel telefonisch als via internet afgenomen (zie ook bijlage 1 – onderzoeksaanpak). In de gemeente Tubbergen zijn 619 huishoudens geïnterviewd, waarvan 119 in Geesteren.

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

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

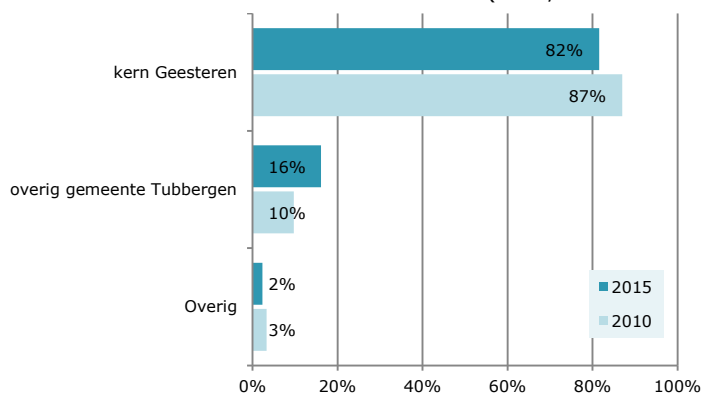
2.1 Dagelijkse sector

Koopkrachtbinding en -toevloeiing toegenomen

Het grootste deel van de omzet in de dagelijkse sector (82 procent) in Geesteren is afkomstig van de eigen inwoners. Daarnaast trekt Geesteren ook (enige) omzet aan uit overige delen van Tubbergen. Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in de dagelijkse sector toegenomen. Zowel de bindingsomzet als de omzet uit toevloeiing is gestegen. In verhouding is vooral de toevloeiing toegenomen.

Figuur 2.1

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



Tabel 2.1

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

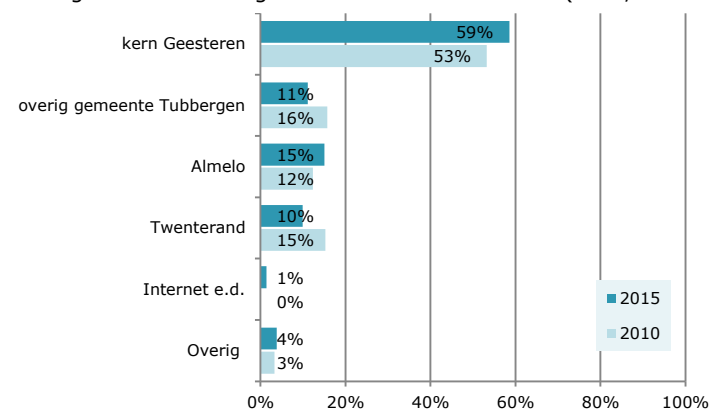
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Omzet uit eigen kern (binding)	5,9	6,7	87%	82%
Toevloeiing ov. gemeente Tubbergen	0,7	1,3	10%	16%
Toevloeiing ov. Nederland	0,2	0,2	3%	2%
TOTAAL OMZET	6,8	8,3	100%	100%

Koopkrachtafvloeiing afgenomen

Inwoners van Geesteren doen hun dagelijkse boodschappen hoofdzakelijk in de eigen kern. Dit aandeel is bovendien toegenomen ten opzichte van 2010. De meeste bestedingen buiten de eigen plaats worden in Almelo gedaan. Ook in overige delen van Tubbergen en in de gemeente Twenterand wordt relatief veel besteed. Ten opzichte van 2010 zijn de totale bestedingen in de dagelijkse sector die afvloeien naar andere aankoopplaatsen afgenomen. Internet wordt voor de dagelijkse boodschappen (nog) nauwelijks gebruikt.

Figuur 2.2

Waar gaan de bestedingen uit Geesteren 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	5,9	6,7	53%	59%
Afvloeiing ov. gemeente Tubbergen	1,8	1,3	16%	11%
Afvloeiing ov. Nederland	3,4	3,2	31%	28%
Afvloeiing Duitsland	0,0	0,1	0%	1%
Afvloeiing internet e.d.	0,0	0,2	0%	1%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	11,1	11,5	100%	100%

2.2 Niet-dagelijkse sector

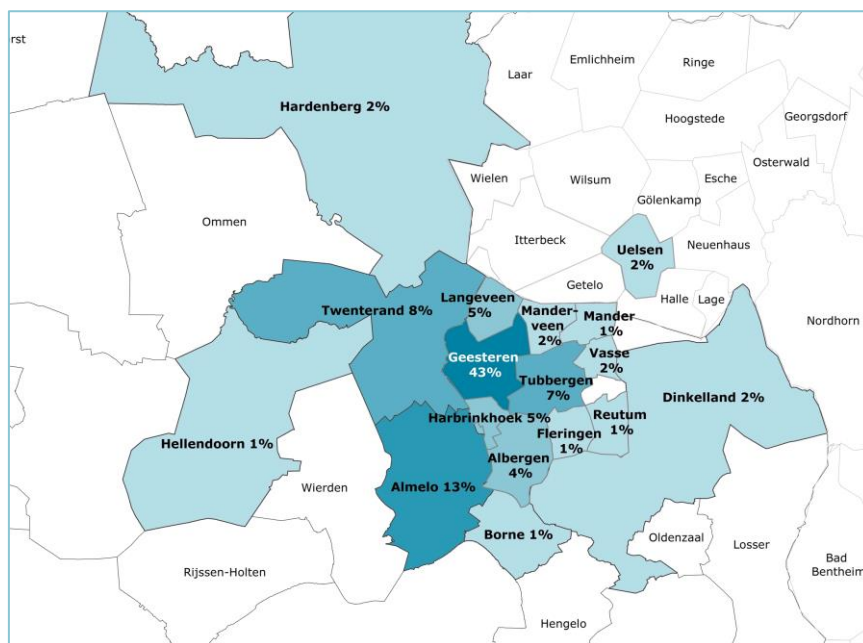
Veel toevloeiing uit het overige deel van Tubbergen

Voor de niet-dagelijkse omzet in Geesteren geldt dat 43 procent afkomstig is uit de eigen kern. Daarnaast is 27 procent afkomstig uit het overige deel van Tubbergen.

Ook zijn er in de niet-dagelijkse sector bestedingen afkomstig uit Almelo; 13 procent van de omzet in Geesteren is afkomstig uit deze gemeente. Daarnaast zijn ook consumenten uit de gemeente Twenterand (8 procent) enigszins op Geesteren georiënteerd.

Figuur 2.3

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

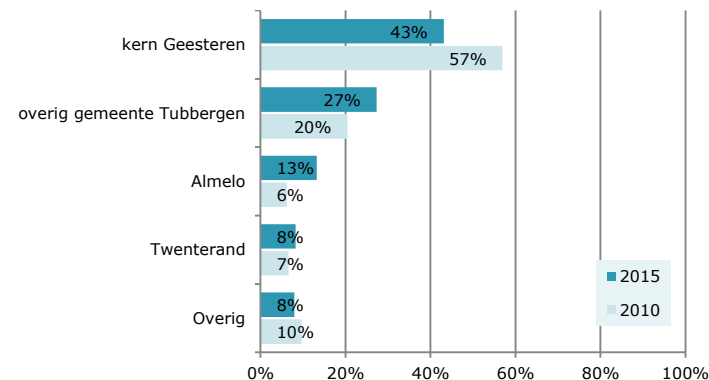


Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 is de omzet gerealiseerd door inwoners uit Geesteren afgenomen. Als we kijken naar de kooporiëntatie op Geesteren verder is veranderd, dan zien we vooral meer toevloeiing, zowel uit het overige deel van de gemeente als daarbuiten. Hierdoor is de detailhandelsomzet in de niet-dagelijkse sector in totaal toegenomen.

Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

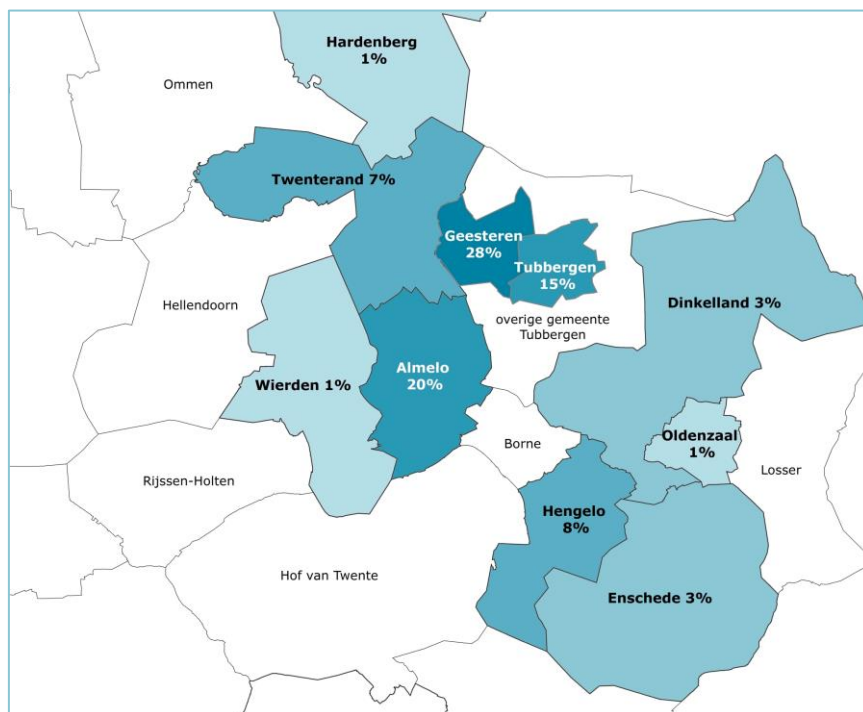
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	3,6	2,9	57%	43%
Toevloeiing ov. gemeente Tubbergen	1,3	1,8	20%	27%
Toevloeiing ov. Nederland	1,3	1,8	20%	27%
Toevloeiing Duitsland	0,2	0,1	3%	2%
TOTALE OMZET	6,3	6,7	100%	100%

Inwoners Geesteren ook georiënteerd op Almelo en Tubbergen

In tegenstelling tot de dagelijkse sector zijn inwoners van Geesteren voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector in beperkte mate georiënteerd op de eigen woonplaats (28 procent). Binnen de gemeente gaan verder 15 procent van de bestedingen naar de kern Tubbergen. Buiten de gemeente is er met name afvloeiing naar Almelo, en enigszins naar Hengelo en Twenterand.

Figuur 2.5

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



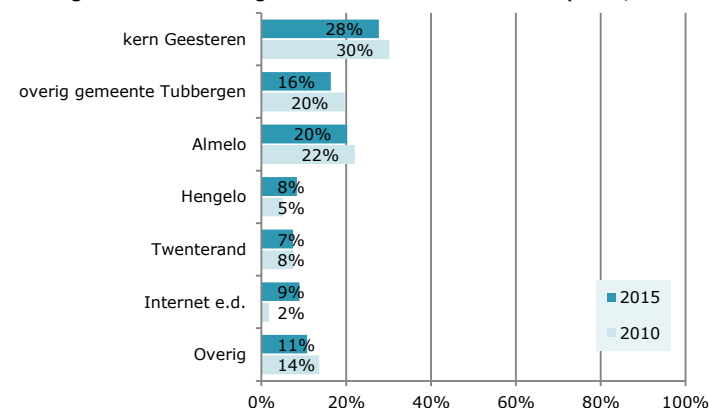
De afvloeiing naar internet is in de niet-dagelijkse sector met ruim 9 procent aanzienlijk groter dan in de dagelijkse sector.

Ontwikkeling herkomst bestedingen niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 besteden inwoners van Geesteren 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 Geesteren wel sterk toegenomen. De koopkrachtafvloeiing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector nu € 0,9 miljoen, tegen € 0,2 miljoen in 2010.

Figuur 2.6

Waar gaan de bestedingen uit Geesteren 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	3,6	2,9	30%	28%
Afvloeiing ov. gemeente Tubbergen	2,3	1,7	20%	16%
Afvloeiing ov. Nederland	5,7	4,9	48%	47%
Afvloeiing internet e.d.	0,2	0,9	2%	9%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	11,8	10,5	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 heeft bloemen en planten veruit de hoogste binding met 77 procent. Vergeleken met 2010 is het bindingspercentage voor woninginrichting het meest afgenomen.

Tabel 2.5

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

x € miljoen	BINDING		TOEVLOEIING		TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	0,2	0,2	0,0	0,1	0,2	0,3
Schoenen	0,3	0,3	0,1	0,2	0,4	0,5
Huishoudelijke artikelen	0,4	0,2	0,1	0,1	0,5	0,3
Elektronica	0,7	0,5	0,3	0,2	1,0	0,7
Woninginrichting	0,8	0,3	0,4	0,2	1,2	0,5
Doe-het-zelf	0,3	0,3	0,0	0,1	0,4	0,4
Bloemen en planten	0,9	1,0	1,7	3,1	2,6	4,1
TOTAAL	3,6	2,9	2,7	3,8	6,3	6,7

De artikelgroep bloemen en planten trekt in verhouding veel bestedingen van bezoekers van buiten Geesteren. Vergeleken met vijf jaar geleden is er meer koopkracht afkomstig van buiten.

KORTE TOELICHTING:

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

Tabel 2.6

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

x € miljoen	BINDING		AFVLOEIING		TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	0,2	0,2	3,1	2,9	3,3	3,1
Schoenen	0,3	0,3	0,5	0,4	0,7	0,7
Huishoudelijke artikelen	0,4	0,2	0,6	0,6	0,9	0,8
Elektronica	0,7	0,5	1,2	1,3	1,9	1,9
Woninginrichting	0,8	0,3	1,6	1,4	2,4	1,7
Doe-het-zelf	0,3	0,3	1,0	0,7	1,3	1,0
Bloemen en planten	0,9	1,0	0,4	0,3	1,3	1,3
TOTAAL	3,6	2,9	8,3	7,6	11,8	10,5

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	7%	7%	10%	32%
Schoenen	36%	39%	29%	43%
Huishoudelijke artikelen	38%	28%	24%	23%
Elektronica	37%	27%	27%	23%
Woninginrichting	33%	19%	35%	34%
Doe-het-zelf	25%	34%	13%	18%
Bloemen en planten	71%	77%	65%	75%
TOTAAL	30%	28%	43%	57%

2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

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

Ten opzichte van plaatsen met 5.000 of minder inwoners heeft Geesteren in de dagelijkse sector in 2015 een gemiddelde koopkrachtbinding.

De niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met plaatsen met 5.000 inwoners of minder relatief een iets hogere koopkrachtbinding. Binnen deze sector hebben vooral de artikelgroepen schoenen en bloemen en planten in Geesteren verhoudingsgewijs een sterke lokale verzorgingsfunctie.

Tabel 2.8

Bindingspercentage Geesteren vergeleken (2015).

	GEESTEREN	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	59%	58%
Niet-dagelijkse sector	28%	21%
- Kleding	7%	5%
- Schoenen	39%	7%
- Huishoudelijke artikelen	28%	19%
- Elektronica	27%	22%
- Woninginrichting	19%	28%
- Doe-het-zelf	34%	29%
- Bloemen en planten	77%	49%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

Geesteren 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 kleiner dan afvloeiing

Met uitzondering van bloemen en planten hebben alle niet-dagelijkse artikelgroepen meer koopkrachtafvoer dan toevloeiing. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats is dus kleiner dan het koopkrachtverlies.

De afvloeiing naar internet is in alle artikelgroepen kleiner dan de afvloeiing naar fysieke (winkel)aankooplocaties.

Tabel 2.9

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

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

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 Geesteren in 2015 ruim € 1 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 Geesteren vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Geesteren gemiddeld iets meer artikelen via internet. Vooral bij kleding wordt relatief vaak voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 14 procent van de bestedingen in een webwinkel gedaan.

<u>BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)</u>	GEESTEREN	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	1%	0%
Niet-dagelijkse sector	9%	8%
- Kleding	14%	13%
- Schoenen	10%	10%
- Huishoudelijke artikelen	8%	5%
- Elektronica	11%	11%
- Woninginrichting	6%	6%
- Doe-het-zelf	5%	3%
- Bloemen en planten	1%	1%

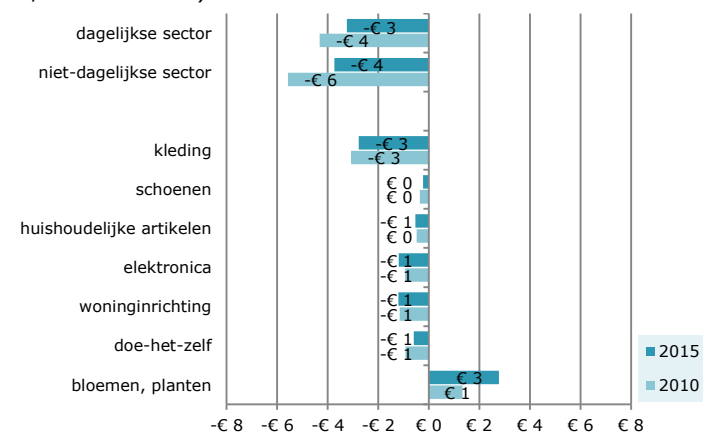
Ontwikkeling koopstromensaldo

Op basis van onder meer tabel 2.9 is te concluderen dat in 2015 de meeste niet-dagelijkse artikelgroepen in Geesteren te maken hebben met meer koopkrachtafvloeiing dan koopkrachttoevloeiing. 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 kleiner geworden. Hetzelfde geldt voor de ontwikkeling in de niet-dagelijkse sector. De meeste artikelgroepen hebben ten opzichte van 2010 in 2015 ook nog te maken met de gevolgen van de toegenomen oriëntatie op winkelen via internet. Per saldo is het koopstromensaldo minder negatief in de artikelgroepen kleding, schoenen en doe-het-zelf. Bloemen planten hebben daarnaast een positiever koopstromensaldo dan in 2010.

Figuur 2.7

Saldo toevloeiing minus afvloeiing per sector en artikelgroep, Geesteren (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 binding toegenomen ten opzichte van 2010. De bestedingen die afvloeien naar andere aankoopplaatsen zijn afgenomen. De meeste bestedingen buiten Geesteren worden in Almelo gedaan.
- Ten opzichte van 2010 zijn zowel de bindingsomzet als de omzet uit toevloeiing in de dagelijkse sector gestegen.
- Inwoners van Geesteren besteden minder aan niet-dagelijkse artikelen dan in 2010. 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 Geesteren wel sterk toegenomen.
- De omzet in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector in Geesteren is grotendeels afkomstig uit de kern zelf. Daarnaast komt deze voornamelijk uit het overige deel van Tubbergen.
- Van alle niet-dagelijkse artikelgroepen hebben bloemen en planten veruit het hoogste bindingspercentage. Voor kleding en woninginrichting zijn inwoners van Geesteren relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen.
- Het bestedingsaandeel van internet als aankoopkanaal is in alle branches gestegen. Kleding wordt relatief het meest door de inwoners van Geesteren online gekocht.
- In de dagelijkse sector is het afvloeiingspercentage naar internet gestegen van 0 naar 2 procent, maar is dus nog steeds beperkt.

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 Geesteren. 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.

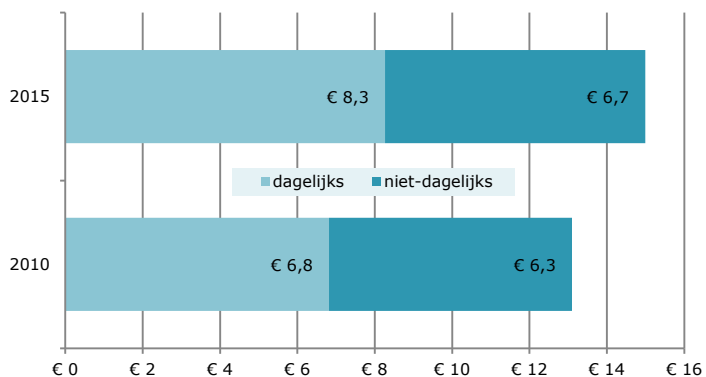
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Geesteren relatief sterk toegenomen

De totale detailhandelsomzet in Geesteren is in de afgelopen vijf jaar met 14 procent toegenomen naar 15 miljoen euro. Vooral de dagelijkse sector draagt bij aan de groei.

Figuur 3.1

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

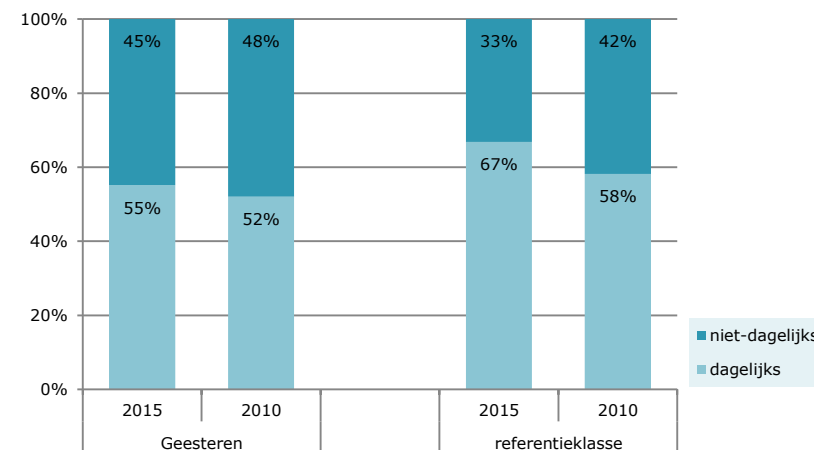


Omzetaandeel dagelijks groter geworden

De dagelijkse sector (55 procent) neemt een iets groter deel van de detailhandelsomzet in Geesteren voor haar rekening dan de niet-dagelijkse sector. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is ook gestegen van 52 procent in 2010 naar 55 procent in 2015. Deze ontwikkeling is vergelijkbaar met het gemiddelde beeld in referentiekernen.

Figuur 3.2

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, Geesteren (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 Geesteren is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector gestegen. Maar vergeleken met plaatsen van vergelijkbare omvang is dit omzetcijfer nog steeds lager. Doordat de gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector wel relatief hoog is, is de totale omzet per inwoner vergelijkbaar met het gemiddelde cijfer in de referentieklassse.

Tabel 3.1

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

	GEESTEREN		REFERENTIEKLASSE	
	2010	2015	2010	2015
Dagelijkse sector	1.580	1.930	2.070	2.310
Niet-dagelijkse sector	1.450	1.570	1.514	1.141
- Kleding	60	80	120	80
- Schoenen	80	110	30	30
- Huishoudelijke artikelen	110	70	70	50
- Elektronica	220	150	230	180
- Woninginrichting	280	110	660	400
- Doe-het-zelf	90	100	130	100
- Bloemen en planten	610	950	270	310
TOTALE OMZET PER INWONER	3.030	3.500	3.584	3451

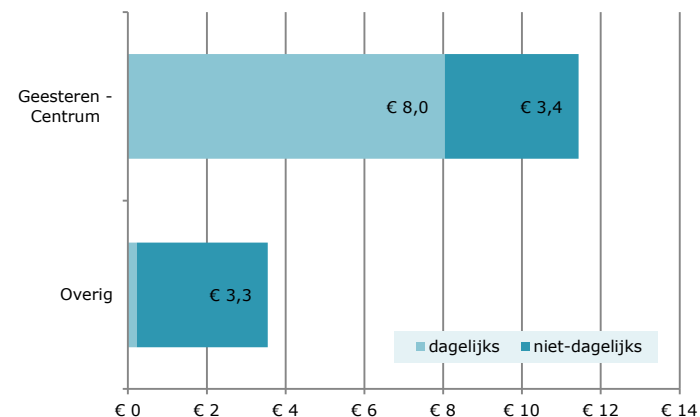
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Grootste deel omzet landt in het centrum van Geesteren

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Geesteren dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door het centrum. De dagelijkse sector heeft hierin de grootste bijdrage. Bij andere locaties in Geesteren ligt het accent vrijwel uitsluitend op de niet-dagelijkse sector.

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Geesteren (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 Geesteren in de niet-dagelijkse sector is afgenomen.

Tabel 3.2

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

	DAGELIJKE SECTOR		NIET-DAGELIJKE SECTOR	
	2010	2015	2010	2015
Geesteren - Centrum	99%	97%	69%	51%
Overig	1%	3%	31%	49%
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 in Geesteren. De totale bestedingen in Geesteren zijn met 14 procent toegenomen.
- Door de omzetsijging is het totale omzetaandeel van de dagelijkse sector iets gegroeid. Deze groei is conform de ontwikkeling in vergelijkbare kernen.
- Uit benchmarking blijkt dat de gemiddelde omzet per inwoner in Geesteren relatief gelijk is aan plaatsen van vergelijkbare omvang. Dit is met mede te danken aan de omzetsijging in de niet-dagelijkse sector.
- Wanneer we inzoomen op de aankooplocaties in Geesteren dan zien we dat het centrum in de niet-dagelijkse sector marktaandeel heeft ingeleverd ten opzichte van overige aankooplocaties in Geesteren.

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 Geesteren 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 Geesteren op een aantal aspecten ook afgezet tegen het gemiddelde beeld van/in vergelijkbare plaatsen.

4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel

Hoge bezoekfrequentie voor boodschappen en winkelen

De bezoekfrequentie voor de dagelijkse boodschappen is nauwelijks veranderd vergeleken met 2010. De groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Geesteren doet, is net als in 2010 uitsluitend hoogfrequente bezoeker.

Bij het recreatieve winkelen zijn de verschuivingen iets groter. De groep consumenten die vaker dan een keer per week winkelen was in 2010 al groot in Geesteren, maar is vijf jaar later nog groter geworden. Dit is ten koste gegaan van de bezoekers die wekelijks in Geesteren winkelen.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Geesteren voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

	DAGELIJKSE BOODSCHAPPEN		WINKELN	
	2010	2015	2010	2015
Meer dan 1 x per week	69%	65%	58%	70%
1 x per week	31%	35%	25%	10%
1-3 x per maand	0%	0%	8%	10%
Minder dan 1 x per maand	0%	0%	8%	10%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

Bezoekmotief

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

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekenmotieven:



Boodschappen doen:

- 1: nabijheid/afstand: 81%
- 2: bereikbaarheid: 32%
- 3: gewoonte: 26%



Winkelen:

- 1: nabijheid/afstand: 73%
- 2: bereikbaarheid: 42%
- 3: gewoonte: 34%
- 3: parkeergelegenheid: 34%

Voor het winkelen worden dezelfde bezoekenmotieven, die genoemd worden bij het boodschappen doen, het vaakst genoemd, met daarnaast ook nog parkeergelegenheid. In 2010 werden, met uitzondering van nabijheid/afstand, andere motieven vaker genoemd.

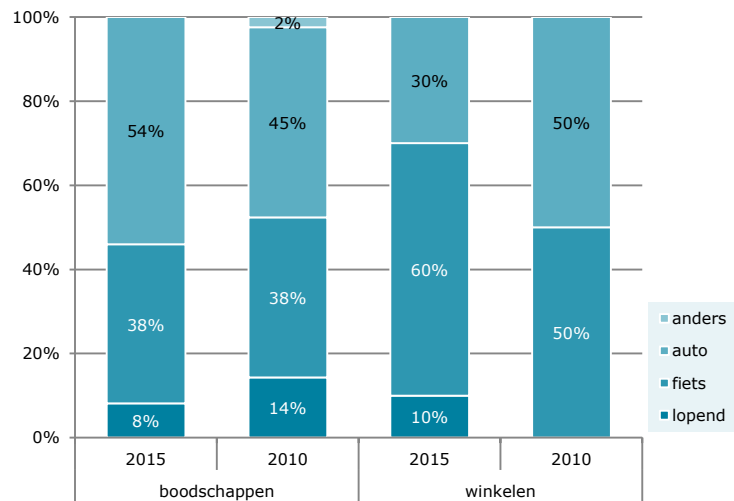
Destijds behoorden sfeer en kwaliteit van het winkelaanbod tot de meest genoemde bezoekenredenen.

Vervoermiddel

Voor de dagelijkse boodschappen is de auto het meest gebruikte vervoermiddel, bij het winkelen is dat de fiets. Ten opzichte van 2010 heeft de auto bij het boodschappen doen terrein gewonnen van 'te voet'. Daarnaast gaat men vijf jaar later vaker met de fiets of te voet winkelen dan met de auto.

Figuur 4.2

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



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Geesteren 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 Geesteren.

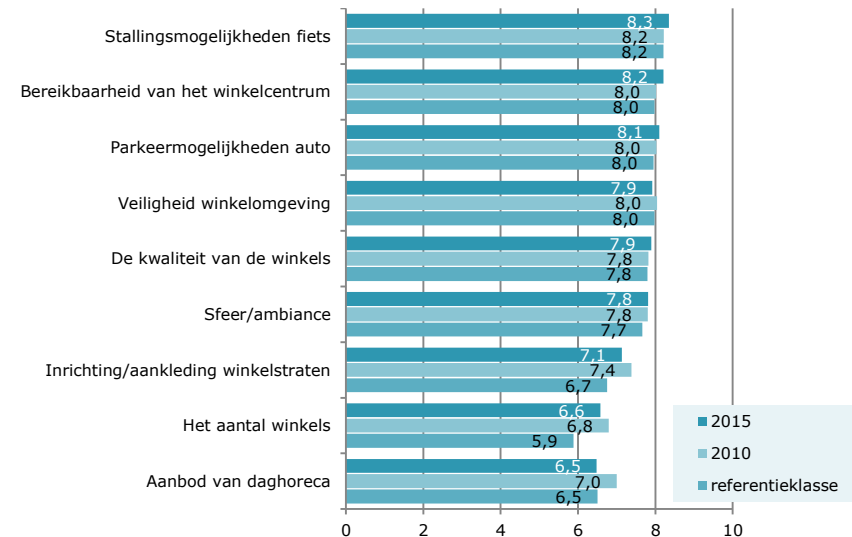
Hoogste waardering voor stallingsmogelijkheden voor de fiets

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in Geesteren tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor stallingsmogelijkheden voor de fiets. De waardering voor de meeste aspecten is ten opzichte van 2010 licht gestegen. Alleen de beoordeling voor het aanbod van daghoreca is sterk gedaald. Dit aspect krijgt ook de laagste beoordeling.

In vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen scoort Geesteren relatief goed. Met name de inrichting/aankleding van de winkelstraten en het aantal winkels krijgen een hogere beoordeling.

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen Geesteren (2010 en 2015).



7 van de 9

aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld

4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De bezoekfrequentie voor boodschappen is vrijwel gelijk gebleven. Voor het winkelen lag de bezoekfrequentie in 2010 al hoog, maar vijf jaar later winkelen nog meer consumenten in Geesteren vaker dan een keer per week.
- Nabijheid is het belangrijkste bezoekmotief voor zowel de dagelijkse boodschappen als voor winkelen in Geesteren. Bereikbaarheid en gewoonte behoren daarnaast in beide sectoren tot de top 3 meest genoemde bezoekredenen.
- Voor de dagelijkse boodschappen is de auto het meest gebruikte vervoermiddel, bij het winkelen is dat de fiets.
- De winkelvoorzieningen in Geesteren worden relatief goed beoordeeld. De stallingsmogelijkheden voor de fiets krijgen het hoogste waarderingcijfer. Het aanbod van daghoreca scoort het laagst en als enige aspect een stuk slechter dan in 2010.

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.

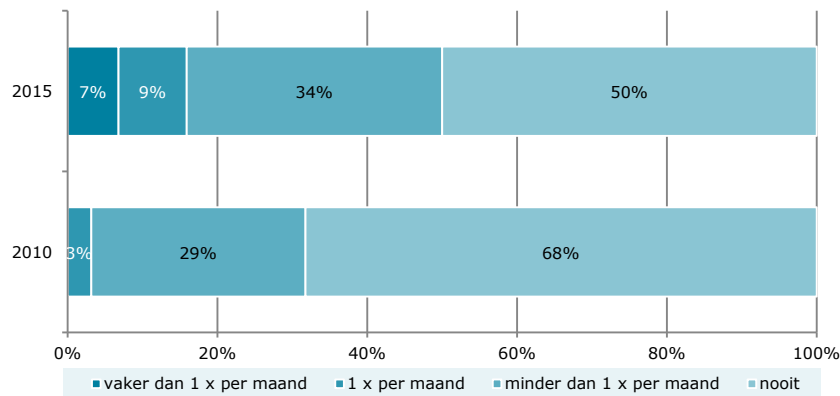
5.2 Koopzondag

Sterke groei bezoek koopzondag

In vijf jaar tijd is de oriëntatie op de zondag als winkeldag sterk toegenomen. Ook in Geesteren is deze groei zichtbaar. Ging in 2010 3 procent minimaal eens per maand op zondag winkelen / inkopen doen, in 2015 is dat aandeel opgelopen tot 16 procent.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Geesteren (2010 en 2015).



De helft van de inwoners bezoekt wel eens een koopzondag. Hoofdzakelijk blijft men hiervoor in Geesteren zelf, namelijk 35 procent. Een kleiner deel gaat naar het centrum van Enschede (22 procent) of Almelo (13 procent). Vanaf 2010 is het beeld sterk veranderd. Toen bezocht nog niemand een koopzondag in Geesteren.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015	2010
Geesteren - Centrum	35%	0%
Enschede - Centrum	22%	31%
Almelo - Centrum	13%	19%

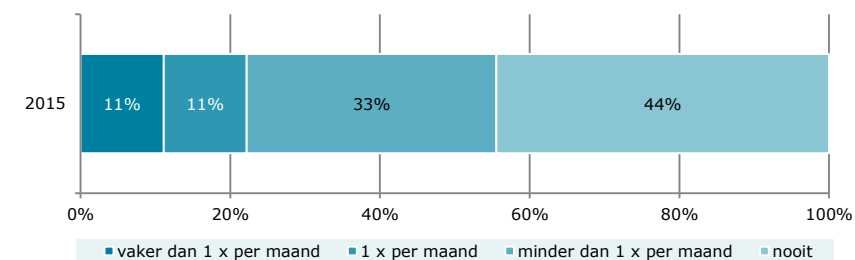
5.3 Koopavond

Ruim veertig procent 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 nog iets groter. Ruim een op de vijf inwoners van Geesteren gaat (minimaal) eens per maand. Meer dan vier op de tien inwoners geven aan nooit op koopavond te winkelen.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Geesteren (2015).



Meest genoemde plaats waar inwoners van Geesteren de koopavond bezoeken, is het centrum van Geesteren. Andere veelgenoemde aankooplocaties zijn de centra van Almelo (27 procent) en Tubbergen (14 procent).





36%

bezoekt meestal de koopavond in het centrum van Geesteren

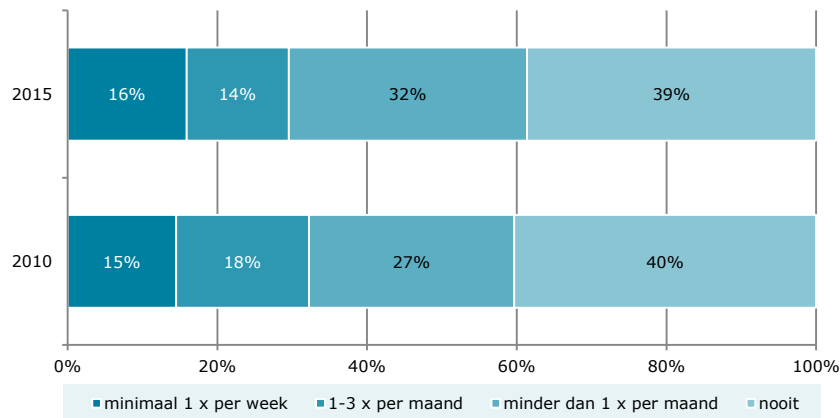
5.4 Markt

Oriëntatie op de markt blijft op niveau

De oriëntatie op de warenmarkt is onder inwoners van Geesteren in vijf jaar tijd vrijwel onveranderd gebleven. Nog steeds gaat bijna een derde van de inwoners minimaal eens per maand naar de markt (30 procent) en bezoeken vier op de tien inwoners van Geesteren nooit een warenmarkt.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Geesteren (2010 en 2015).



Een groot deel van de inwoners bezoekt vooral de markt op het Centrumplein in Almelo (35 procent). Ook in 2010 was dit meest genoemde markt.

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015	2010
Almelo - Centrumplein	35%	39%
Tubbergen - Dorp Raadhuisplein	19%	28%
Overig	46%	33%

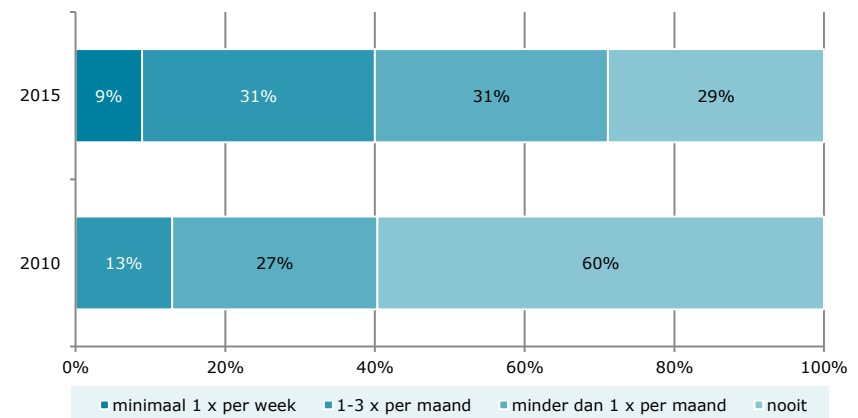
5.5 Online winkelen

Inwoners Geesteren 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 een meerderheid (60 procent) van de consumenten nooit aankopen via internet. In vijf jaar tijd is dit aandeel gehalveerd tot 29 procent.

Figuur 5.4

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

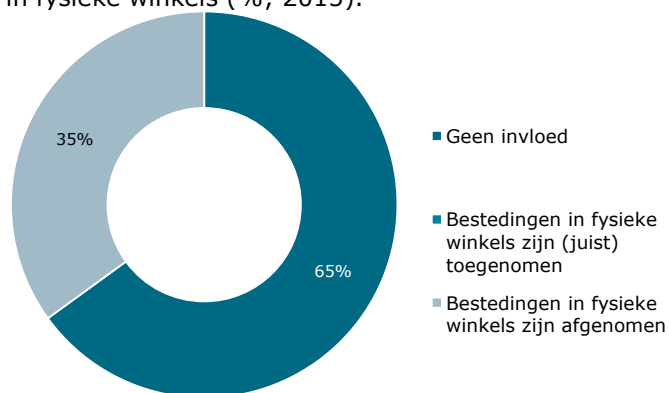


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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. Twee derde geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat een derde (35 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 Geesteren 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 Geesteren bezoeken in verhouding iets vaker winkels op zondag maar gaan verhoudingsgewijs in mindere mate naar een koopavond en de markt. Het aandeel dat frequent iets via internet koopt is iets groter dan het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

Figuur 5.6

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



5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de koopzondag is in vijf jaar tijd sterk gegroeid, verdeeld over alle frequentieniveaus. Ten opzichte van andere kernen bezoeken inwoners van Geesteren iets vaker een koopzondag. Men is het meest georiënteerd op het eigen centrum.
- De bezoekfrequentie van de koopavond is (nog) iets hoger dan bij de koopzondag. Inwoners van Geesteren maken in iets minder dan gemiddelde mate gebruik van de koopavond. Men is dan vooral georiënteerd op het eigen centrum.
- De markt wordt in verhouding met referentiegemeenten iets minder vaak bezocht. Minder dan een derde van de inwoners van Geesteren gaat minstens eens per maand naar de markt. Ten opzichte van 2010 is er weinig aan de frequentie van het marktbezoek veranderd.
- In vergelijking met 2010 is de frequentie waarmee artikelen via internet worden gekocht sterk gestegen. Vier op de tien inwoners van Geesteren doen dit een keer per maand of vaker. Van degenen die hebben aangegeven online te winkelen, zegt een derde (35 procent) dat door de online aankopen de bestedingen in fysieke winkels zijn afgenomen.



1

BIJLAGE

Onderzoeksaanpak

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 Geesteren	82%
Overig gemeente Tubbergen	16%
Twenterand	2%
Dinkelland	0%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Geesteren	43%
Overig gemeente Tubbergen	27%
Almelo	13%
Twenterand	8%
Uelsen (D)	2%
Dinkelland	2%
Hardenberg	2%
Borne	1%
Hellendoorn	1%
Overig	1%

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

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en toevloeiing kleding.

KERN	%
Kern Geesteren	68%
Overig gemeente Tubbergen	17%
Almelo	4%
De Wolden	8%
Dinkelland	3%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Geesteren	57%
Overig gemeente Tubbergen	37%
Almelo	2%
Dinkelland	2%
Wierden	1%
Putten	1%
Twenterand	1%

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Geesteren	77%
Overig gemeente Tubbergen	12%
Enschede	3%
Almelo	3%
Dinkelland	2%
Oldenzaal	2%
Twenterand	1%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Geesteren	77%
Overig gemeente Tubbergen	15%
Twenterand	6%
Dinkelland	2%

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 Geesteren	66%
Overig gemeente Tubbergen	20%
Dinkelland	7%
Enschede	4%
Almelo	3%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Geesteren	82%
Overig gemeente Tubbergen	16%
Twenterand	2%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Geesteren	25%
Overig gemeente Tubbergen	32%
Almelo	21%
Twenterand	12%
Uelsen (D)	4%
Hardenberg	3%
Borne	1%
Hellendoorn	1%
Dinkelland	1%
Wierden	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 Geesteren	59%
Overig gemeente Tubbergen	11%
Almelo	15%
Twenterand	10%
Berkelland	1%
Dinkelland	1%
Uelsen (D)	1%
Internet e.d.	2%
Overig	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Geesteren	28%
Overig gemeente Tubbergen	16%
Almelo	20%
Hengelo	8%
Twenterand	7%
Dinkelland	3%
Enschede	3%
Oldenzaal	1%
Wierden	1%
Hardenberg	1%
Berkelland	1%
Internet e.d.	9%
Overig	1%

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en afvloeiing kleding.

KERN	%
Kern Geesteren	7%
Overig gemeente Tubbergen	16%
Almelo	31%
Enschede	7%
Twenterand	7%
Dinkelland	5%
Wierden	4%
Hengelo	3%
Hardenberg	2%
Oldenzaal	1%
Arnhem	1%
Rijssen-Holten	1%
Emmen	1%
Internet e.d.	14%

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 Geesteren	39%
Overig gemeente Tubbergen	6%
Almelo	30%
Hengelo	3%
Twenterand	3%
Wierden	2%
Enschede	1%
Berkelland	1%
Hardenberg	1%
Oldenzaal	1%
Borne	1%
Amsterdam	1%
Rijssen-Holtén	1%
Internet e.d.	10%
Overig	1%

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Geesteren	28%
Overig gemeente Tubbergen	18%
Almelo	25%
Twenterand	11%
Hengelo	6%
Berkelland	1%
Enschede	1%
Hardenberg	1%
Internet e.d.	8%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Geesteren	27%
Overig gemeente Tubbergen	21%
Hengelo	29%
Almelo	7%
Twenterand	2%
Enschede	1%
Dinkelland	1%
Berkelland	1%
Internet e.d.	11%

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 Geesteren	19%
Overig gemeente Tubbergen	6%
Almelo	23%
Twenterand	21%
Hengelo	9%
Oldenzaal	6%
Dinkelland	5%
Hardenberg	1%
Berkelland	1%
Enschede	1%
Haaksbergen	1%
Zutphen	1%
Internet e.d.	6%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Geesteren	34%
Overig gemeente Tubbergen	43%
Almelo	13%
Twenterand	1%
Hardenberg	1%
Hengelo	1%
Groesbeek	1%
Nordhorn (D)	1%
Internet e.d.	5%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Geesteren	77%
Overig gemeente Tubbergen	7%
Almelo	6%
Twenterand	3%
Dinkelland	3%
Berkelland	1%
Internet e.d.	1%
Overig	1%

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