

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT **GOOR**

**Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015**

Oktober 2015

# COLOFON

**Uitgave**

I&O Research  
Zuiderval 70  
Postbus 563  
7500 AN Enschede

**Rapportnummer**

2015/087

**Datum**

Oktober 2015

**Opdrachtgever**

Gemeente Hof van Twente

**Auteurs**

Ruud Esselink  
Laurens Klein Kranenburg

**Bestellingen**

Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever.

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



# INHOUDSOPGAVE

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



<b>5. Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden.....</b>	<b>25</b>
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
<b>Bijlage 1. Onderzoeksaanpak.....</b>	<b>30</b>
<b>Bijlage 2. Begrippenkader .....</b>	<b>32</b>
<b>Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche.....</b>	<b>34</b>
<b>Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche.....</b>	<b>38</b>



# 1

## HOOFDSTUK

### Kort vooraf



## 1. Kort vooraf

### 1.1 De winkelwereld is veranderd

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

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

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

In 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 Hof van Twente zijn 745 huishoudens geïnterviewd, waarvan in Goor 243.

**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 Goor 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 Goor 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 Goor – 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 in de afgelopen jaren de bestedingen per hoofd van de bevolking 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 Goor, gaat het bij het bestedingspotentieel om alle detailhandelsbestedingen van inwoners die gedaan worden in winkels (in of buiten Goor) maar bijvoorbeeld ook op de markt, of via internet.

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

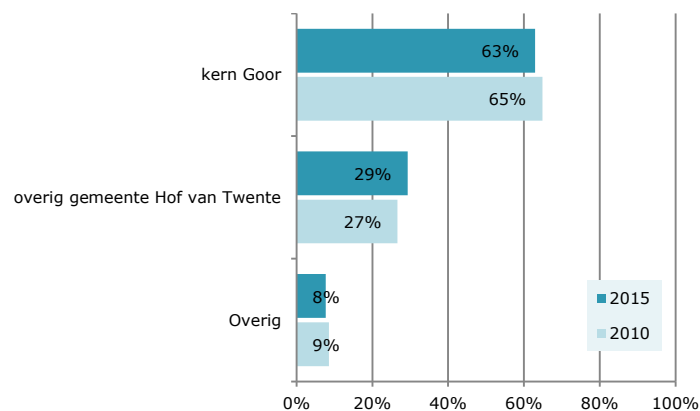
### 2.1 Dagelijkse sector

#### Meer toevloeiing vanuit gemeente Hof van Twente

Van alle omzet die in Goor wordt gerealiseerd in de dagelijkse sector, is 63 procent afkomstig van inwoners van Goor zelf. Daarnaast trekt Goor ook (enige) omzet aan uit het overige deel van de gemeente Hof van Twente. Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in de dagelijkse sector toegenomen. Vooral de toevloeiing uit het overige deel van de gemeente is gestegen.

**Figuur 2.1**

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



**Tabel 2.1**

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

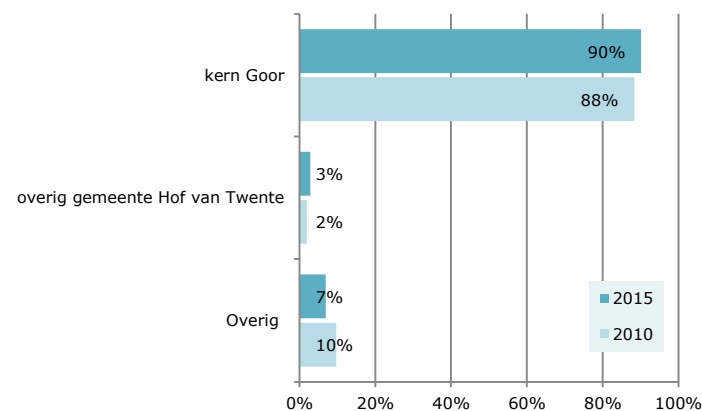
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Omzet uit eigen kern (binding)	28,0	29,4	65%	63%
Toevloeiing ov. gemeente Hof van Twente	11,5	13,7	27%	29%
Toevloeiing ov. Nederland	3,7	3,6	9%	8%
<b>TOTALE OMZET</b>	<b>43,2</b>	<b>46,6</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

#### Koopkrachtafvloeiing afgenomen

De mate waarin inwoners voor hun dagelijkse boodschappen bestedingen buiten de eigen woonplaats doen, is net als in 2010 beperkt. De meeste bestedingen buiten de eigen plaats worden in het overige deel van de gemeente en beperkt ook in Rijssen-Holten en Hengelo gedaan. Ten opzichte van 2010 zijn de totale bestedingen in de dagelijkse sector die afvloeien naar andere aankoopplaatsen en -kanalen (met name internet) afgenomen.

**Figuur 2.2**

Waar gaan de bestedingen uit Goor 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	28,0	29,4	88%	90%
Afvloeiing ov. gemeente Hof van Twente	0,6	0,9	2%	3%
Afvloeiing ov. Nederland	2,9	1,7	9%	5%
Afvloeiing Duitsland	0,1	0,3	0%	1%
Afvloeiing internet e.d.	0,2	0,2	1%	1%
<b>TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL</b>	<b>31,7</b>	<b>32,6</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## 2.2 Niet-dagelijkse sector

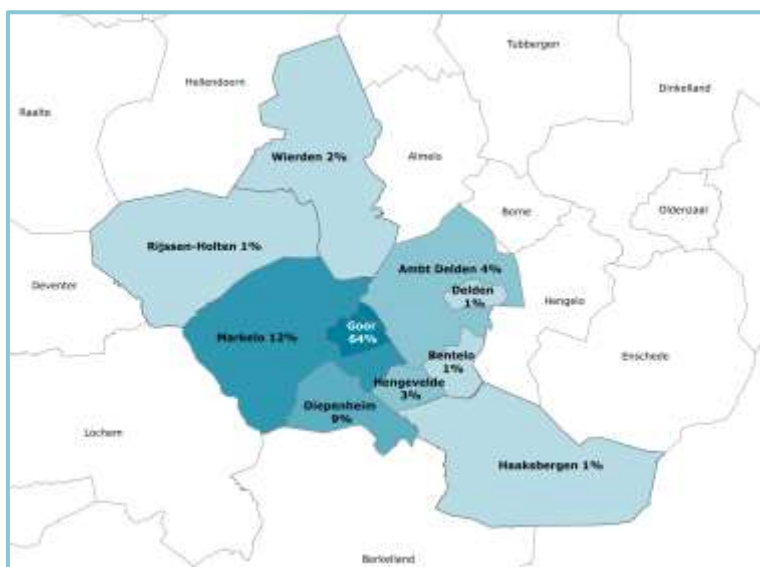
### Meeste toevloeiing afkomstig uit overig Hof van Twente

Van de omzet in de niet-dagelijkse sector in Goor geldt dat 64 procent afkomstig is uit Goor zelf. Daarnaast is 29 procent afkomstig uit het overige deel van Hof van Twente.

De toevloeiing uit overige omliggende gemeenten is ook in de niet-dagelijkse sector beperkt. Er is enige koopkrachttoevloeiing afkomstig uit Wierden, Haaksbergen en Rijssen-Holtten.

**Figuur 2.3**

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

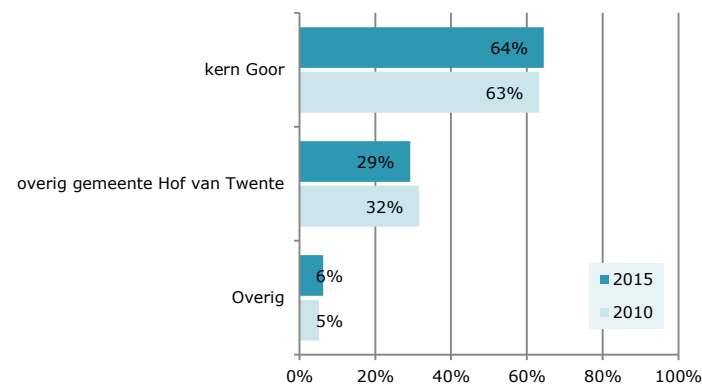


## Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in Goor, gerealiseerd door zowel inwoners als bezoekers, afgenomen. Als we kijken naar de herkomst van de kooporiëntatie op Goor, dan zijn er nauwelijks veranderingen.

**Figuur 2.4**

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



**Tabel 2.3**

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

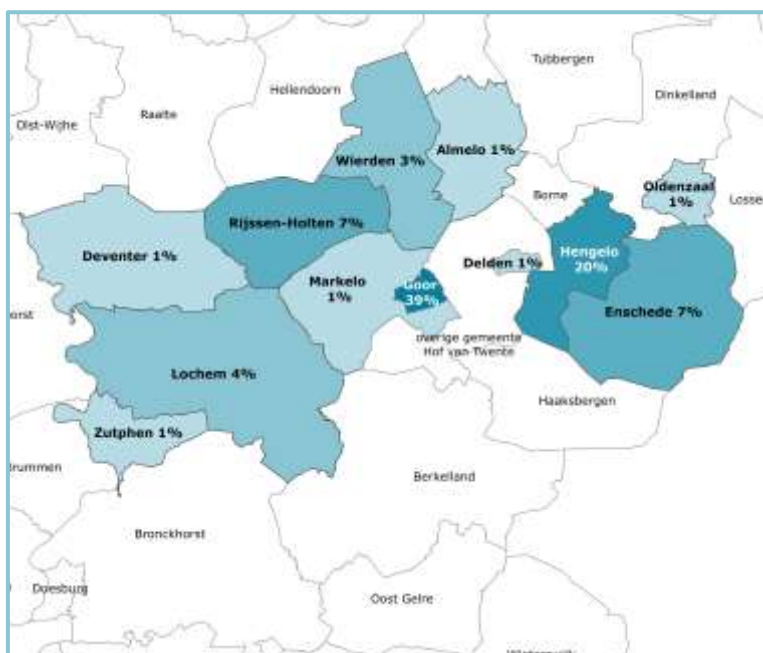
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	13,4	11,4	63%	64%
Toevloeiing ov. gemeente Hof van Twente	6,7	5,2	32%	29%
Toevloeiing ov. Nederland	1,1	1,1	5%	6%
<b>TOTALE OMZET</b>	<b>21,2</b>	<b>17,7</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### Inwoners Goor sterk georiënteerd op Hengelo

Vanuit Goor zijn inwoners voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector – naast de eigen woonplaats – vooral ook op Hengelo georiënteerd. Andere gemeenten die ook afvloeiing ontvangen vanuit Goor zijn Enschede, Rijssen-Holten en in iets mindere mate ook Lochem en Wierden.

**Figuur 2.5**

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



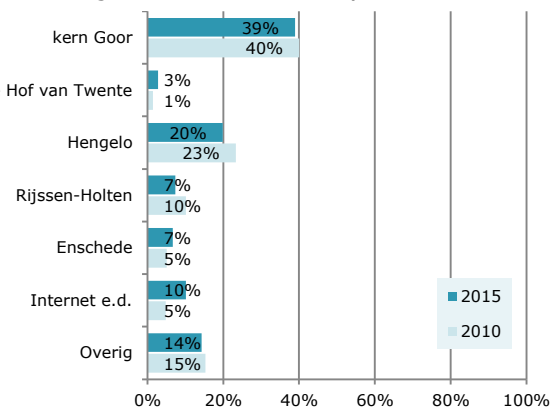
De afvloeiing naar internet is in de niet-dagelijkse sector met ruim 10 procent aanzienlijk groter dan in de dagelijkse sector.

### Ontwikkeling herkomst bestedingen niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 doen inwoners van Goor in de niet-dagelijkse sector verhoudingsgewijs in gelijke bestedingen in de eigen woonplaats. Verder is de afvloeiing naar andere gemeenten overall wat kleiner geworden. De mate waarin consumenten bestedingen doen via internet is in de afgelopen vijf jaar in Goor ongeveer verdubbeld

**Figuur 2.6**

Waar gaan de bestedingen uit Goor 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	13,4	11,4	40%	39%
Afvloeiing ov. gemeente Hof van Twente	0,5	0,8	1%	3%
Afvloeiing ov. Nederland	17,6	13,8	53%	47%
Afvloeiing Duitsland	0,4	0,3	1%	1%
Afvloeiing internet e.d.	1,6	3,0	5%	10%
<b>TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL</b>	<b>33,6</b>	<b>29,3</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### 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 de doe-het-zelf de hoogste binding met 79 procent. Vergeleken met 2010 is vooral de binding in de elektronica kleiner geworden.

**Tabel 2.5**

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

x € miljoen	BINDING		TOEVLOEIING		TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	2,2	2,1	2,0	1,1	4,3	3,2
Schoenen	1,1	0,8	0,8	0,6	1,9	1,4
Huishoudelijke artikelen	1,8	1,4	1,0	0,8	2,8	2,2
Elektronica	2,6	1,8	1,4	1,0	4,0	2,8
Woninginrichting	1,1	1,1	0,8	0,5	1,9	1,6
Doe-het-zelf	2,4	2,2	1,2	1,5	3,6	3,8
Bloemen en planten	2,1	2,1	0,6	0,7	2,8	2,8
<b>TOTAAL</b>	<b>13,4</b>	<b>11,4</b>	<b>7,8</b>	<b>6,3</b>	<b>21,2</b>	<b>17,7</b>

**KORTE TOELICHTING:**

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

De mate waarin de verschillende niet-dagelijkse artikelgroepen bestedingen van bezoekers van buiten de eigen plaats genereren schommelt zo rond de 30-40 procent. In bestedingen is het bedrag aan toevloeiing in elke artikelgroep kleiner dan in 2010,

uitgezonderd de doe-het-zelf en bloemen, planten en tuinartikelen. Voor met name bestedingen in kleding en woninginrichting zijn inwoners relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen.

**Tabel 2.6**

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

x € miljoen	BINDING		AFVLOEIING		TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	2,2	2,1	7,1	6,6	9,4	8,7
Schoenen	1,1	0,8	0,9	1,1	2,0	1,9
Huishoudelijke artikelen	1,8	1,4	0,9	0,9	2,7	2,4
Elektronica	2,6	1,8	2,8	3,4	5,4	5,2
Woninginrichting	1,1	1,1	5,6	3,7	6,7	4,7
Doe-het-zelf	2,4	2,2	1,2	0,6	3,7	2,8
Bloemen en planten	2,1	2,1	1,5	1,6	3,7	3,7
<b>TOTAAL</b>	<b>13,4</b>	<b>11,4</b>	<b>20,1</b>	<b>17,9</b>	<b>33,6</b>	<b>29,3</b>

**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	24%	24%	47%	35%
Schoenen	54%	41%	41%	43%
Huishoudelijke artikelen	67%	61%	37%	36%
Elektronica	48%	34%	35%	36%
Woninginrichting	17%	22%	41%	33%
Doe-het-zelf	66%	79%	32%	41%
Bloemen en planten	58%	56%	23%	26%
<b>TOTAAL</b>	<b>40%</b>	<b>39%</b>	<b>37%</b>	<b>36%</b>



### 2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

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

Ten opzichte van plaatsen met 10.000-20.000 inwoners heeft Goor in de dagelijkse sector in 2015 een relatief hoge koopkrachtbinding.

De niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met gemiddeld in plaatsen met 10.000-20.000 inwoners een iets lagere koopkrachtbinding. Binnen deze sector hebben vooral de artikelgroepen kleding, elektronica en woninginrichting verhoudingsgewijs een wat zwakkere lokale verzorgingsfunctie.

**Tabel 2.8**

Bindingspercentage Goor vergeleken (2015).

	GOOR	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	90%	88%
Niet-dagelijkse sector	39%	47%
- Kleding	24%	35%
- Schoenen	41%	41%
- Huishoudelijke artikelen	61%	63%
- Elektronica	34%	43%
- Woninginrichting	22%	33%
- Doe-het-zelf	79%	72%
- Bloemen en planten	56%	72%

### 2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

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

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

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

Voor alle niet-dagelijkse artikelgroepen geldt dat de afvloeiing naar andere (fysieke) aankoopplaatsen – nog – groter dan de afvloeiing naar internet.

**Tabel 2.9**

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

<u>x € miljoen</u>	TOEVLOEIING		↔	AFVLOEIING		
	ov. gemeente	elders		ov. gemeente	elders	internet
Kleding	0,9	0,2	↔	0,1	5,3	1,2
Schoenen	0,5	0,1	↔	0,0	0,9	0,2
Huishoudelijke artikelen	0,7	0,1	↔	0,0	0,7	0,2
Elektronica	0,9	0,1	↔	0,1	2,4	0,8
Woninginrichting	0,3	0,2	↔	0,1	3,2	0,4
Doe-het-zelf	1,2	0,3	↔	0,0	0,5	0,1
Bloemen en planten	0,6	0,1	↔	0,3	1,2	0,0
<b>TOTAAL</b>	<b>5,2</b>	<b>1,1</b>	<b>↔</b>	<b>0,8</b>	<b>14,1</b>	<b>3,0</b>

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

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

In de vorige paragrafen hebben we gezien wat de invloed is van internet op de koopstromen. De totale afvloeiing naar internet bedraagt in Goor in 2015 ongeveer € 3,2 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 Goor vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Goor in ongeveer gelijke mate artikelen via internet. De bestedingsaandelen van internet als aankooplocatie zijn weinig afwijkend.

<u>BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)</u>	GOOR	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	1%	1%
Niet-dagelijkse sector	10%	10%
- Kleding	14%	12%
- Schoenen	11%	10%
- Huishoudelijke artikelen	9%	7%
- Elektronica	16%	18%
- Woninginrichting	8%	8%
- Doe-het-zelf	4%	3%
- Bloemen en planten	1%	1%

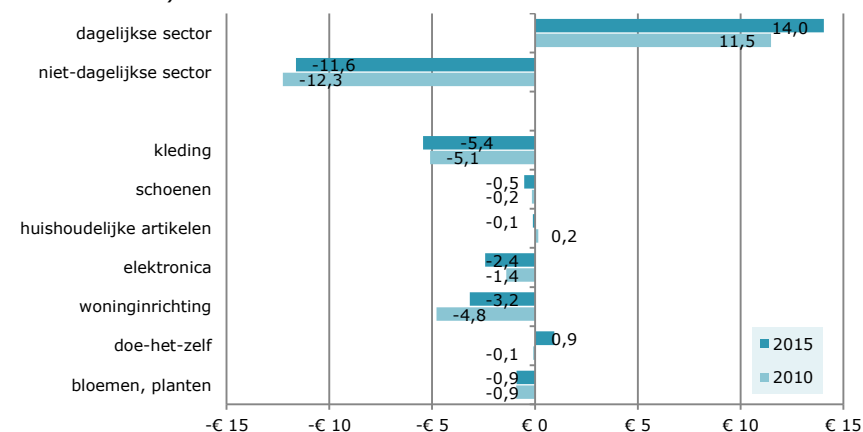
### **Ontwikkeling koopstromensaldo**

Op basis van tabel 2.9 is te concluderen dat in 2015 de niet-dagelijkse sector in Goor te maken heeft 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 komen er in de dagelijkse sector in 2015 meer consumentenbestedingen binnen dan dat er naar 'buiten' gaan. In de niet-dagelijkse sector is het beeld vergelijkbaar met 2010. Daar hebben de meeste artikelgroepen een negatief koopstromensaldo. Van de niet-dagelijkse artikelgroepen is de doe-het-zelf de enige met meer toevoeiing dan afvloeiing.

**Figuur 2.7**

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



## 2.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- In de dagelijkse sector blijft 90 procent van de detailhandelsbestedingen binnen de eigen kern. Het bindingspercentage is ten opzichte van 2010 toegenomen. Inwoners van Goor doen dus een groot deel van de dagelijkse boodschappen in de eigen woonplaats. Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in de dagelijkse sector toegenomen.
- In de niet-dagelijkse sector is de binding met 39 procent minder groot (oriëntatie vanuit de vraagkant). Inwoners van Goor zijn – naast de eigen woonplaats – vooral ook op Hengelo georiënteerd. Andere gemeenten die ook afvloeiing ontvangen vanuit Goor zijn Enschede, Rijssen-Holten en in iets mindere mate Lochem en Wierden.
- Inwoners van Goor besteden in het geheel minder aan niet-dagelijkse artikelen dan in 2010. De mate waarin men bestedingen doet via internet is in de afgelopen vijf jaar in Goor sterk toegenomen.
- De omzet in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector in Goor is grotendeels afkomstig uit Goor zelf. Daarnaast komt een deel van de omzet uit het overig deel van de gemeente Hof van Twente en – in mindere mate – uit Wierden, Haaksbergen en Rijssen-Holten.
- Binnen de niet-dagelijkse sector heeft de doe-het-zelf de hoogste binding met 79 procent. Vergeleken met 2010 is vooral de binding in de elektronica kleiner geworden. Voor met name bestedingen in kleding en woninginrichting zijn inwoners van Goor relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen.
- Elektronica en kleding worden door de inwoners van Goor relatief het meest online gekocht.



# 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 Goor. 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.

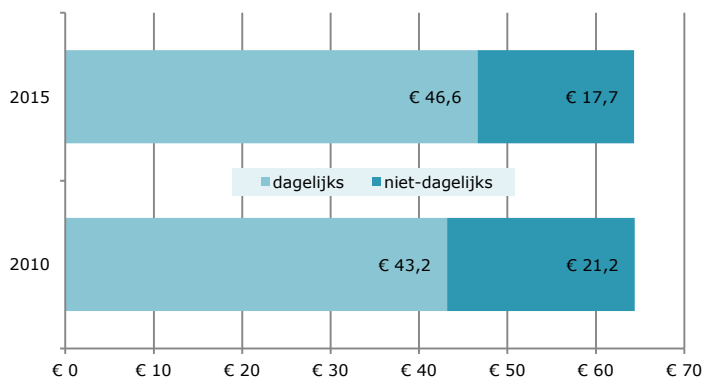
#### 3.2 Detailhandelsomzet

##### *Totale detailhandelsomzet in Goor gelijk gebleven*

De totale detailhandelsomzet in Goor is in de afgelopen vijf jaar op peil gebleven. De totale omzet is 64 miljoen euro. De krimp van de niet-dagelijkse sector wordt gecompenseerd door een omzetstijging in de dagelijkse sector.

**Figuur 3.1**

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

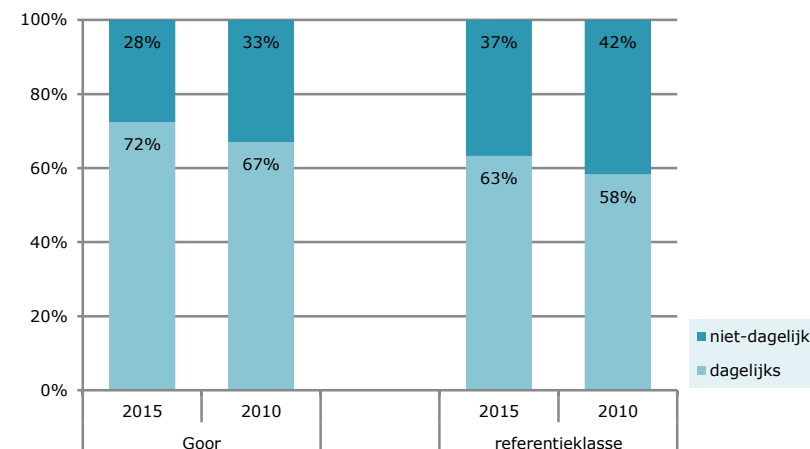


##### *Omzetaandeel dagelijks groter geworden*

De dagelijkse sector (72 procent) neemt een groter deel van de detailhandelsomzet in Goor voor haar rekening dan de niet-dagelijkse sector. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is ook gestegen van 67 procent in 2010 naar 72 procent in 2015. Deze ontwikkeling is vergelijkbaar met het gemiddelde beeld in referentiekernen.

**Figuur 3.2**

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



##### *Gemiddelde omzet per inwoner*

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

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

**Tabel 3.1**

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

	GOOR		REFERENTIEKLASSE	
	2010	2015	2010	2015
Dagelijkse sector	3.500	3.810	3.260	3.500
Niet-dagelijkse sector	1.720	1.450	2.340	2.030
- Kleding	350	260	550	500
- Schoenen	150	110	150	120
- Huishoudelijke artikelen	230	180	240	210
- Elektronica	320	230	360	310
- Woninginrichting	160	130	360	270
- Doe-het-zelf	290	310	350	270
- Bloemen en planten	220	230	330	350
<b>TOTALE OMZET PER INWONER</b>	<b>5.220</b>	<b>5.260</b>	<b>5.600</b>	<b>5.530</b>

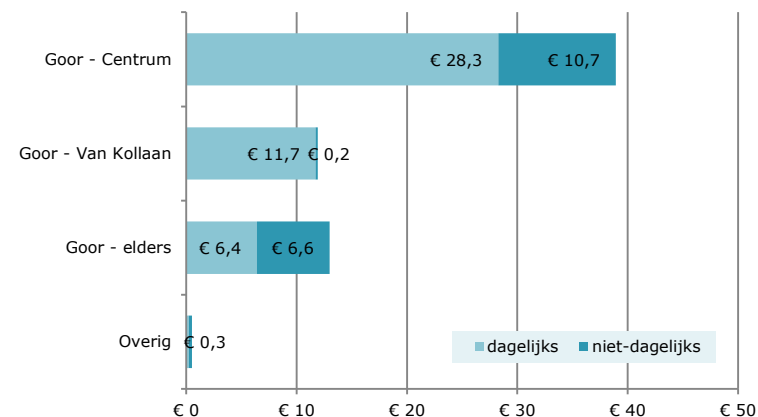
### 3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

#### *Grootste deel omzet landt in het centrum van Goor*

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Goor dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door het centrum. De dagelijkse sector heeft hierin de grootste bijdrage. Bij aankooplocaties elders in Goor ligt het accent sterker op de niet-dagelijkse sector.

**Figuur 3.3**

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Goor (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 Goor is afgenomen. In de dagelijkse sector neemt de Van Kollaan een kwart van de bestedingen in de dagelijkse sector voor haar rekening. In de niet-dagelijkse sector is het omzetaandeel van Goor – elders gegroeid naar 37 procent.

**Tabel 3.2**

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

	DAGELIJKE SECTOR		NIET-DAGELIJKE SECTOR	
	2010	2015	2010	2015
Goor - Centrum	83%	61%	83%	60%
Goor - Van Kollaan	0%	25%	0%	1%
Goor - elders	16%	14%	16%	37%
Overig	1%	0%	1%	2%
<b>TOTAAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### 3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Meer detailhandelsomzet in de dagelijkse sector en minder omzet in de niet-dagelijkse sector in Goor. De totale omzet is op hetzelfde niveau gebleven.
- De omzetsijging in de dagelijkse sector is in lijn met de ontwikkeling in vergelijkbare kernen. Dit geldt ook voor de omzetsdaling in de niet-dagelijkse sector.
- Uit benchmarking blijkt dat de gemiddelde detailhandelsomzet per inwoner in Goor onder het niveau van vergelijkbare kernen ligt. Dit is vooral het gevolg van de relatief geringe omvang van de niet-dagelijkse sector, afgezet tegen plaatsen van vergelijkbare omvang.
- Wanneer we inzoomen op de aankooplocaties in Goor dan zien we dat de dominantie van het centrum is afgenomen ten gunste van andere aankooplocaties.



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

### 4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel *Veranderingen in de bezoekfrequentie*

De consumenten die voor de dagelijkse boodschappen vooral naar Goor gaan, doen dit in vergelijking met 2010 in grotere mate 1 keer per week. Het aandeel 'meer dan 1 keer per week' is met 9 procentpunt afgenomen. Ondanks deze lichte verschuiving doet nog steeds meer dan 90 procent minimaal 1 keer per week de dagelijkse boodschappen in Goor.

Bij het recreatieve winkelen zijn ook enkele verschuivingen. Van de consumenten die (ook) op Goor gericht zijn voor het winkelen, winkelt een groter deel minimaal eens per week in Goor (2010: 59 procent; 2015: 69 procent).

**Tabel 4.1**

Bezoekfrequentie Goor voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

	DAGELIJKE BOODSCHAPPEN		WINKELN	
	2010	2015	2010	2015
Meer dan 1 x per week	62%	53%	30%	36%
1 x per week	35%	41%	29%	33%
1-3 x per maand	3%	6%	28%	21%
Minder dan 1 x per maand	0%	0%	13%	10%
<b>TOTAAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### ***Parkeermogelijkheden meer genoemd als bezoeksredene***

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen of te winkelen in Goor? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door nabijheid, parkeergelegenheid en de aanwezigheid van bepaalde winkels. Ten opzichte van 2010 is nabijheid wel minder 'dominant' als bezoeksredene. Andere bezoeksredenen zoals met name de parkeermogelijkheden worden in 2015 meer genoemd.

**Figuur 4.1**

Top 3 van bezoeksredenen:



Voor het winkelen zijn de afstand tot de winkels en de parkeergelegenheid ook veelgenoemde bezoeksredenen. Daarnaast is ook de bereikbaarheid nu veel genoemd. Wellicht dat hier de afweging ten opzichte van andere minder goed bereikbare aankoopplaatsen

gemaakt is.

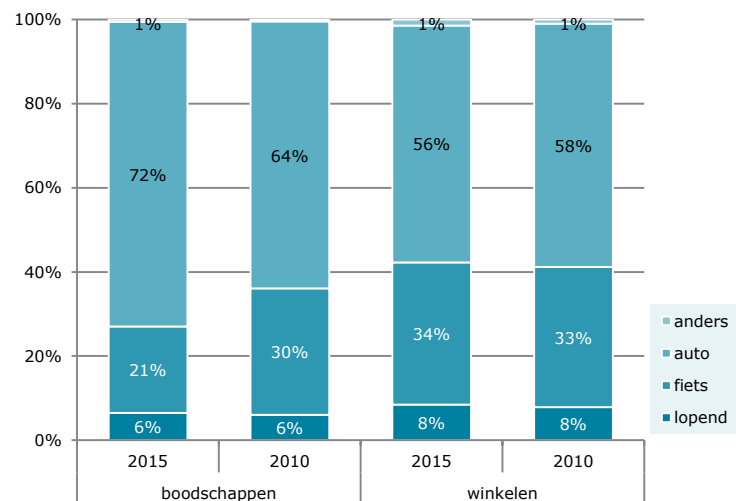
In 2010 waren bereikbaarheid en parkeren minder genoemde bezoermotieven, wat ook geldt voor het net buiten de top 3 vallende motief 'bepaalde winkels' (door 40 procent genoemd). Het accent ligt ook voor het winkelen in Goor toch meer op doelgericht winkelbezoek.

### Meer met de auto boodschappen doen

Zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor het winkelen is de auto het meest gebruikte vervoermiddel. Bij het winkelen is de procentuele verdeling van het vervoermiddelgebruik in 2015 hetzelfde als in 2010. Bij de boodschappen zijn de verschillen groter. Er wordt vaker voor de auto gekozen, wat ten koste gaat van de fiets. Mogelijk hangt dit samen met de afgenomen bezoekfrequentie waarbij vaker boodschappen voor de hele week worden gedaan.

**Figuur 4.2**

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



### 4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Goor 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

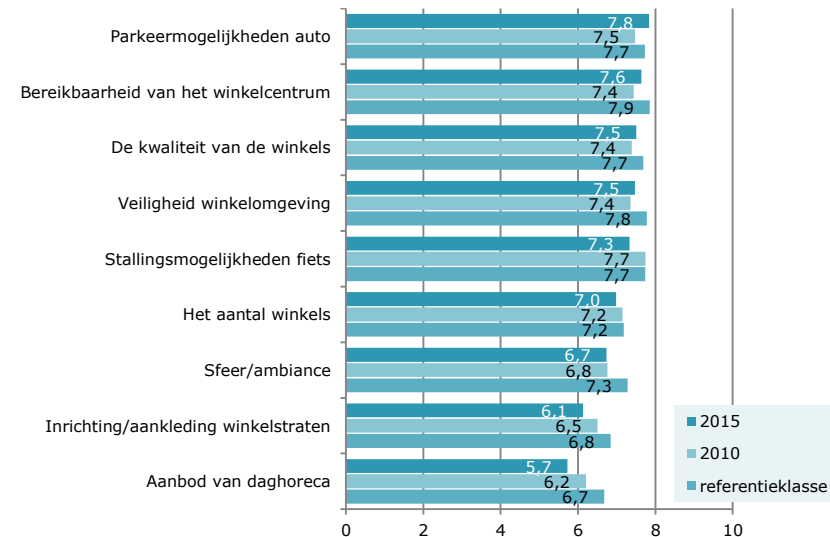
eventuele aandachtspunten. In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Goor.

### Hoogste waardering voor parkeermogelijkheden auto

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in Goor redelijk tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor de parkeermogelijkheden voor de auto en de laagste beoordeling krijgt het aanbod van daghoreca. Ook over de inrichting van de winkelstraten is men kritisch. Ten opzichte van 2010 is de waardering voor het parkeren en de bereikbaarheid gestegen. In vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen scoort Goor op een aantal aspecten minder goed.

**Figuur 4.3**

Waardering winkelvoorzieningen Goor (2010 en 2015).



1 van de 9 aspecten krijgt een hogere waardering dan gemiddeld

#### 4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Afgezien van enkele kleine verschuivingen, is de bezoekfrequentie voor dagelijkse boodschappen en winkelen ten opzichte van 2010 weinig veranderd. Voor beide bezoekdoelen is het grootste deel (hoog)frequente bezoeker (minimaal 1 keer per week).
- Het belangrijkste motief om te winkelen of boodschappen te doen in Goor is nabijheid. Parkeergelegenheid, bereikbaarheid en de aanwezigheid van bepaalde winkels worden daarnaast ook veel genoemd.
- Net als in 2010 is de auto is het meest gebruikte vervoermiddel om boodschappen te doen of te winkelen. Bij winkelen zijn er vrijwel geen verschuivingen waarneembaar. Bij de boodschappen wordt vaker voor de auto gekozen in plaats van de fiets.
- De winkelvoorzieningen in Goor worden in het algemeen minder goed beoordeeld in vergelijking met de referentiekernen. Acht van de negen aspecten krijgen een lagere beoordeling dan gemiddeld. De hoogste waardering wordt gegeven aan de parkeermogelijkheden voor de auto, gevolgd door de bereikbaarheid van het winkelcentrum. Men is minder tevreden over het aanbod van daghoreca en de aankleding van winkelstraten, ook in vergelijking met referentiekernen.



# 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.

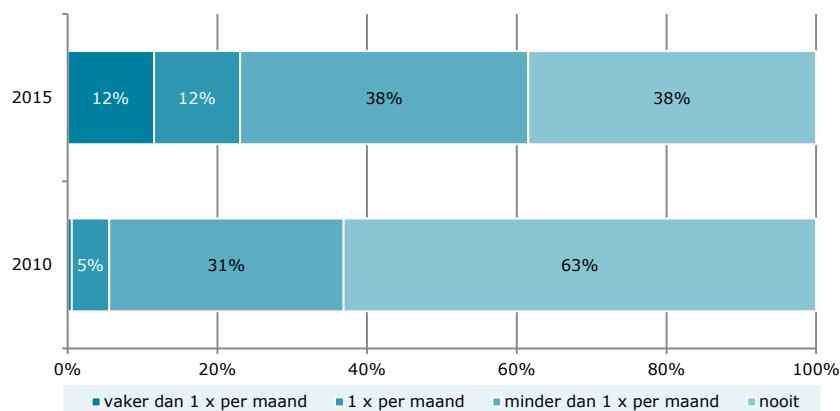
### 5.2 Koopzondag

#### **Sterke groei bezoek koopzondag**

In vijf jaar tijd is de oriëntatie op de zondag als winkeldag sterk toegenomen. Ook in Goor is deze groei zichtbaar. Ging in 2010 63 procent nooit op zondag winkelen / inkopen doen, in 2015 is dat aandeel teruggelopen tot 38 procent. Het aandeel dat (minimaal) maandelijks op zondag winkelt is gestegen van 5 procent naar 24 procent.

**Figuur 5.1**

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Goor (2010 en 2015).



Circa 6 op de 10 inwoners bezoekt wel eens een koopzondag. In meerderheid zijn ze daarbij wel op Goor gericht, namelijk het centrum van Goor en aankooplocatie Van Kollaan (hier is een supermarkt

gevestigd die wekelijks op zondag open is). Ook wordt de koopzondag in Enschede bezocht (14 procent, tegen 28 procent in 2010). Het centrum van Hengelo is in 2015 veel minder genoemd als locatie waar men meestal heen gaat om te winkelen op zondag (2010: 27 procent; 2015: 6 procent).

**Tabel 5.1**

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015	2010
Goor - Centrum	28%	13%
Goor - Van Kollaan	27%	-
Enschede - Centrum	14%	28%

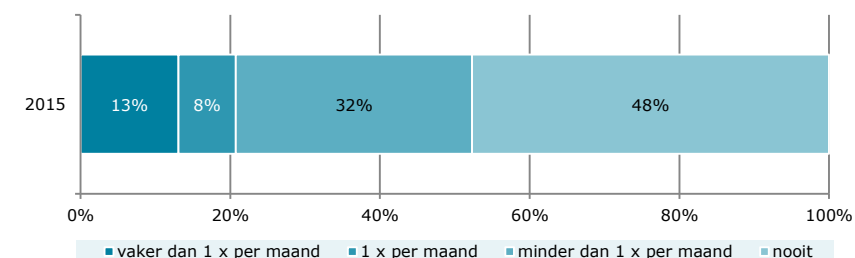
### 5.3 Koopavond

#### **Bijna de helft bezoekt nooit een koopavond**

In vergelijking met de koopzondag is de oriëntatie op de koopavond iets kleiner. Ongeveer een vijfde gaat (minimaal) eens per maand. Bijna de helft geeft op nooit op koopavond te winkelen.

**Figuur 5.2**

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Goor (2015).



**61%**

bezoekt meestal de koopavond in het centrum van Goor



Meest genoemde locatie waar inwoners van Goor de koopavond bezoeken, is het centrum van Goor. Naast de Van Kollaan (9 procent) worden de binnensteden van Hengelo (6 procent) en Enschede (4 procent) en het centrum van Rijssen (4 procent) beperkt genoemd.

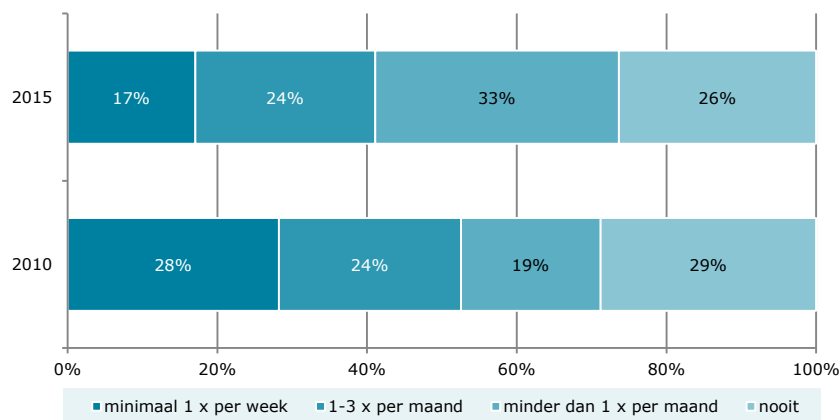
## 5.4 Markt

### Marktbezoek meer incidenteel

Gevraagd naar hoe vaak men naar de markt gaat, geven inwoners van Goor in vergelijking tot 2010 minder vaak aan daar minimaal eens per maand naar toe te gaan. De categorie 'minder dan 1 keer per maand' is opgelopen van 19 naar 33 procent.

**Figuur 5.3**

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Goor (2010 en 2015).



Het grootste deel van de inwoners die naar de markt gaan, bezoeken wel vooral de 'eigen' markt op het Hofteplein. Markten buiten Goor zijn beperkt genoemd.

**Tabel 5.2**

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015
Goor - De Hofte / H. Heyermansstraat	60%
Hengelo - Centrum	6%
Enschede - Van Heekplein	5%
Rijssen - Centrum	5%

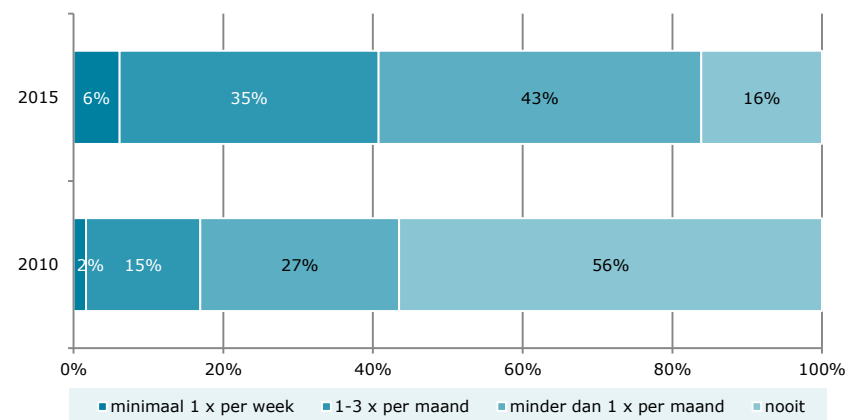
## 5.5 Online winkelen

### Inwoners Goor 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 ruim de helft (56 procent) van de consumenten in Goor nooit aankopen via internet. In vijf jaar tijd is dit aandeel afgenomen tot 16 procent.

**Figuur 5.4**

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

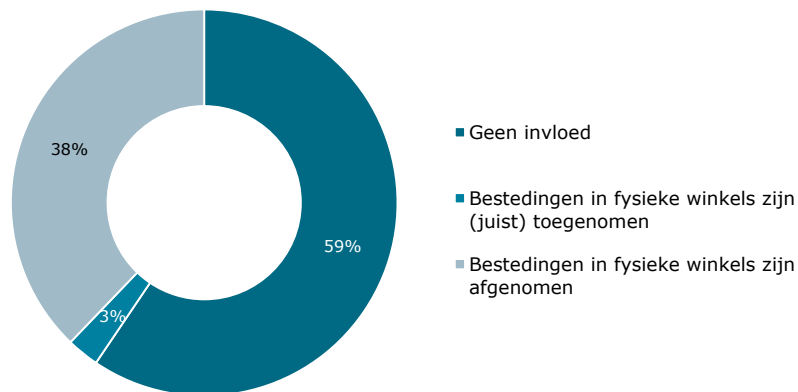


### Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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. Iets meer dan de helft geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat 38 procent opgeeft door de doorgroei van het online winkelaanbod minder te besteden in fysieke winkels. Hoewel het hier om beleving (zelfopgave) gaat, blijkt hieruit nogmaals de invloed van internet op het winkelgedrag.

**Figuur 5.5**

Invloed van groei online winkelaanbod op bestedingen in fysieke winkels (%; 2015).



## 5.6 Benchmarking

In de vorige paragrafen is ingezoomd op verschillende aanvullende winkelmogelijkheden. Afsluitend vergelijken we Goor 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 Goor bezoeken relatief vaak winkels op zondag. En het aandeel dat frequent naar de markt gaat, is wat lager dan gemiddeld. Voor wat betreft de oriëntatie op de koopavond en op internet zijn de verschillen met de gemiddelde cijfers van kernen met 10.000-20.000 beperkt.

**Figuur 5.6**

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



## 5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de koopzondag is in vijf jaar tijd gegroeid. Het aandeel van inwoners dat nooit een koopzondag bezoekt, is gedaald van 63 procent in 2010 naar 38 procent in 2015. Ten opzichte van andere vergelijkbare kernen bezoeken inwoners van Goor vaker een koopzondag. Voor de koopzondag is men voornamelijk georiënteerd op het centrum van Goor en de locatie Van Kollaan, en in mindere mate op het centrum van Enschede.
- De bezoekfrequentie van de koopavond is lager dan bij de koopzondag. Het bezoek van de koopavond is onder het gemiddelde in referentiekernen. Men is dan vooral georiënteerd op het centrum van Goor.
- De warenmarkt wordt in verhouding met referentiegemeenten relatief minder vaak bezocht. Ongeveer vier op de tien inwoners (41 procent) van Goor gaan minstens eens per maand naar de markt. Ten opzichte van 2010 is de oriëntatie op de markt licht gedaald.
- In vergelijking met 2010 is de frequentie waarmee artikelen via internet worden gekocht sterk gestegen. Ruim vier op de tien inwoners van Goor doen dit een keer per maand of vaker. Van de consumenten die hebben aangegeven online te winkelen, zegt 38 procent dat door de online aankopen de bestedingen in fysieke winkels zijn afgenomen.



# 1

## BIJLAGE

### Onderzoeksaanpak

## Bijlage 1. Onderzoeksaanpak

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

### **Onderzoeksverloop en respons**

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

### **Dataverzameling en -verwerking**

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

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

Het onderzoeksgebied:



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

cijferniveau gedaan, in de randgemeenten op gemeentelijk niveau.

### **Bestedingscijfers**

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

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

# 2

## BIJLAGE

### Begrippenkader

## **Bijlage 2. Begrippenkader**

### **Aankoopplaats (aankooplocatie)**

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

### **Afvloeiing (koopkrachtafvloeiing)**

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

### **Artikelgroepen**

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

### **Bestedingspotentieel**

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

### **Binding (koopkrachtbinding)**

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

### **Detailhandelsomzet (draagvlak)**

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

### **Koopstroom**

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

### **Toevloeiing (koopkrachttoevloeiing)**

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

### **Winkelen**

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



# 3

## BIJLAGE

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

### Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche

**Tabel 1**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Goor	63%
Overig gemeente Hof van Twente	29%
Haaksbergen	3%
Wierden	2%
Rijssen-Holten	2%
Overig	1%

**Tabel 2**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Goor	64%
Overig gemeente Hof van Twente	29%
Wierden	2%
Haaksbergen	1%
Rijssen-Holten	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 Goor	65%
Overig gemeente Hof van Twente	28%
Wierden	2%
Enschede	2%
Rijssen-Holten	1%
Hengelo	1%
Twenterand	1%
Hellendoorn	0%

**Tabel 4**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Goor	57%
Overig gemeente Hof van Twente	37%
Wierden	3%
Haaksbergen	1%
Almelo	1%
Hellendoorn	1%
Overig	1%

**Tabel 5**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Goor	64%
Overig gemeente Hof van Twente	33%
Wierden	3%
Overig	1%

**Tabel 6**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Goor	64%
Overig gemeente Hof van Twente	33%
Wierden	2%
Rijssen-Holten	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 Goor	67%
Overig gemeente Hof van Twente	18%
Barneveld	4%
Haaksbergen	2%
Rijssen-Holten	2%
Emmen	1%
Borne	1%
Hellendoorn	1%
Twenterand	1%
Hengelo	1%
Overig	1%

**Tabel 8**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Goor	59%
Overig gemeente Hof van Twente	33%
Wierden	4%
Haaksbergen	2%
Losser	1%
Overig	1%

**Tabel 9**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Goor	74%
Overig gemeente Hof van Twente	22%
Haaksbergen	2%
Lochem	1%
Wierden	1%
Rijssen-Holten	1%
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.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Goor	90%
Overig gemeente Hof van Twente	3%
Rijssen-Holten	2%
Hengelo	2%
Gronau (D)	1%
Internet e.d.	1%
Overig	2%

**Tabel 2**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Goor	39%
Overig gemeente Hof van Twente	3%
Hengelo	20%
Rijssen-Holten	7%
Enschede	7%
Lochem	4%
Wierden	3%
Zutphen	1%
Almelo	1%
Oldenzaal	1%
Internet e.d.	11%
Overig	4%

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

**Tabel 3**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing kleding.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Goor	24%
Overig gemeente Hof van Twente	1%
Hengelo	15%
Enschede	14%
Rijssen-Holten	12%
Wierden	8%
Amsterdam	1%
Almelo	1%
Deventer	1%
Lochem	1%
Borne	1%
Zutphen	1%
Internet e.d.	15%
Overig	4%



**Tabel 4**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Goor	41%
Overig gemeente Hof van Twente	2%
Hengelo	13%
Enschede	10%
Rijssen-Holten	9%
Wierden	2%
Lochem	2%
Amsterdam	1%
Borne	1%
Deventer	1%
Almelo	1%
Berkelland	1%
Internet e.d.	13%
Overig	3%

**Tabel 5**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Goor	61%
Overig gemeente Hof van Twente	1%
Hengelo	16%
Rijssen-Holten	7%
Enschede	3%
Internet e.d.	9%
Overig	2%

**Tabel 6**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Goor	34%
Overig gemeente Hof van Twente	3%
Hengelo	38%
Enschede	2%
Rijssen-Holten	2%
Hellendoorn	1%
Deventer	1%
Wierden	1%
Internet e.d.	16%
Overig	1%

**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.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Goor	22%
Overig gemeente Hof van Twente	3%
Hengelo	35%
Rijssen-Holten	7%
Zutphen	6%
Enschede	6%
Oldenzaal	4%
Almelo	3%
Haaksbergen	1%
Twenterand	1%
Internet e.d.	9%
Overig	3%

**Tabel 8**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Goor	79%
Overig gemeente Hof van Twente	1%
Rijssen-Holten	9%
Hengelo	5%
Enschede	1%
Internet e.d.	4%
Overig	1%

**Tabel 9**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern Goor	56%
Overig gemeente Hof van Twente	9%
Lochem	26%
Haaksbergen	2%
Hengelo	1%
Rijssen-Holten	1%
Dinkelland	1%
Almelo	1%
Internet e.d.	1%
Overig	1%