

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT HATTEM

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/095

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Hattem

Auteurs

Ilse Wognum
Ralf ten Hove

Bestellingen

Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever.

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



INHOUDSOPGAVE

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



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



1

HOOFDSTUK

Kort vooraf

1. Kort vooraf

1.1 De winkelwereld is veranderd

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

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

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

In 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 – onderzoeks aanpak). In de gemeente Hattem zijn 226 huishoudens geïnterviewd, allemaal uit de kern Hattem.



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

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

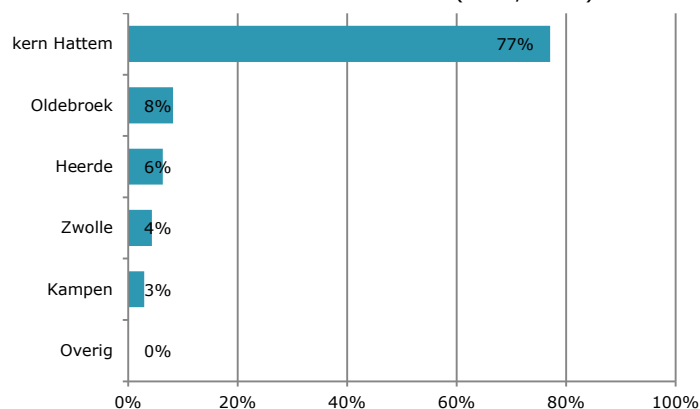
2.1 Dagelijkse sector

Meeste dagelijkse aankopen in eigen kern

Van alle omzet die in Hattem in de dagelijkse sector wordt gerealiseerd, is 77 procent afkomstig van inwoners van Hattem zelf. Daarnaast trekt Hattem ook (enige) omzet aan uit de omliggende gemeenten. In het onderzoek zijn toeristische bestedingen buiten beschouwing gelaten.

Figuur 2.1

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



Tabel 2.1

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

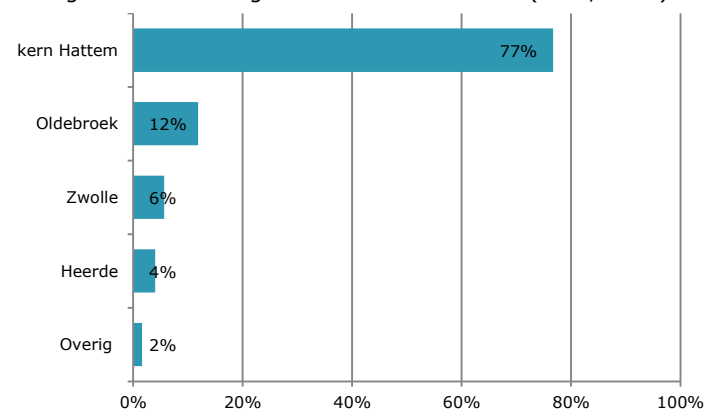
	ABS	%
Omzet uit eigen kern (binding)	24,4	77%
Toevloeiing ov. Nederland	7,3	23%
TOTALE OMZET	31,7	100%

Koopkrachtafvloeiing beperkt

De mate waarin inwoners voor hun dagelijkse boodschappen bestedingen doen buiten de eigen gemeente is beperkt. De meeste bestedingen buiten de eigen plaats worden in Oldebroek gedaan.

Figuur 2.2

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



Tabel 2.2

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

	ABS	%
Binding	24,4	77%
Afvloeiing ov. Nederland	7,2	23%
Afvloeiing internet e.d.	0,2	1%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	31,8	100%

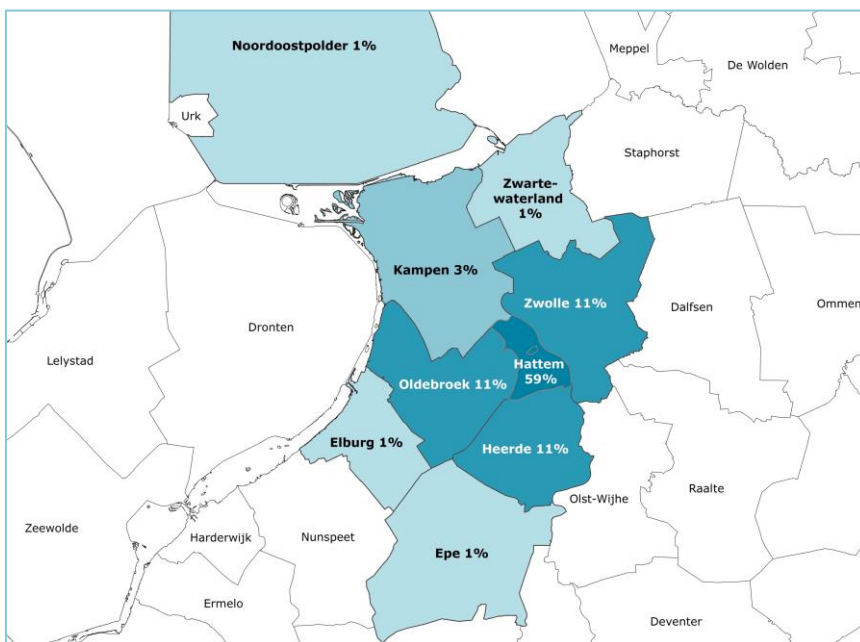
2.2 Niet-dagelijkse sector

Toevloeiing uit omliggende gemeenten

Net als bij de dagelijkse sector is ook in de niet-dagelijkse sector een belangrijk deel van de omzet afkomstig uit Hattem. Voor de niet-dagelijkse omzet in Hattem geldt dat 59 procent afkomstig is uit Hattem. In het onderzoek zijn toeristische bestedingen buiten beschouwing gelaten.

Figuur 2.3

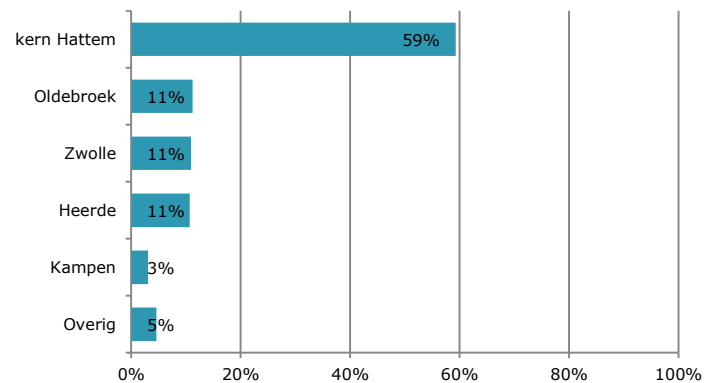
Waar komt de omzet in Hattem vandaan? (in %; 2015).



Daarnaast zijn ook consumenten uit Oldebroek, Zwolle en Heerde in mindere mate georiënteerd op Hattem.

Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

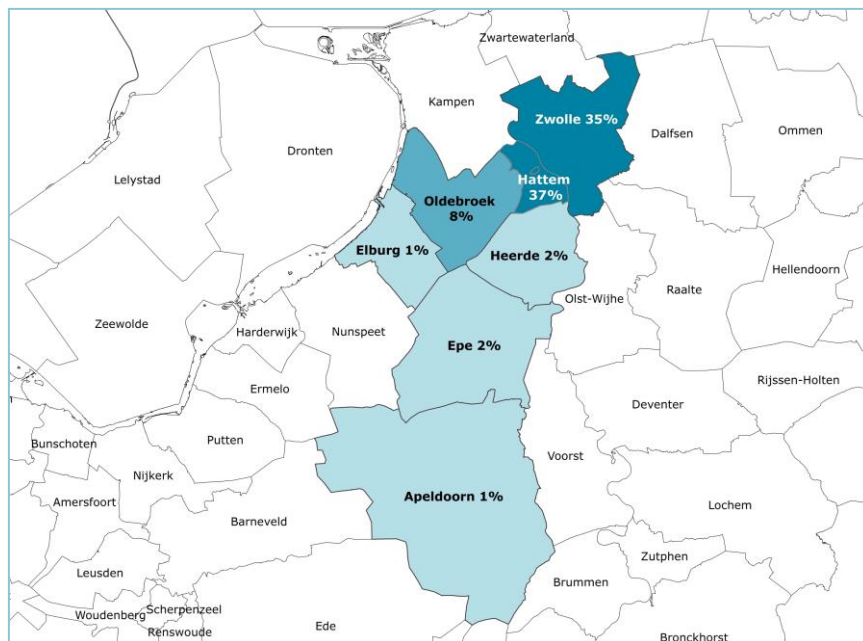
	ABS	%
Binding	10,6	59%
Toevloeiing ov. Nederland	7,2	41%
TOTALE OMZET	17,8	100%

Inwoners Hattem ook georiënteerd op Zwolle

Net als in de dagelijkse sector zijn inwoners van Hattem voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector in sterke mate georiënteerd op de eigen woonplaats. Ook zijn de inwoners sterk georiënteerd op Zwolle. Daarnaast is er met name enige afvloeiing naar Oldebroek.

Figuur 2.5

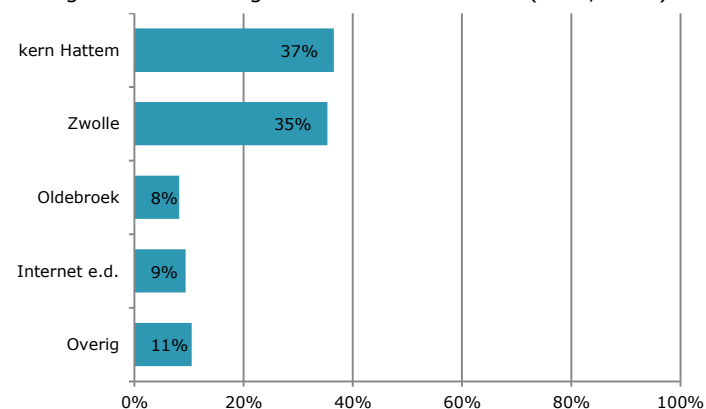
Waar gaan de bestedingen uit Hattem naar toe? (in %; 2015).



De afvloeiing naar internet is in de niet-dagelijkse sector met 9 procent groter dan in de dagelijkse sector (1 procent). De koopkrachtafvloeiing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector € 2,7 miljoen.

Figuur 2.6

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



Tabel 2.4

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

	ABS	%
Binding	10,6	37%
Afvloeiing ov. Nederland	15,6	54%
Afvloeiing internet e.d.	2,7	9%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	28,9	100%

Inzoom op niet-dagelijkse branches

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

Binnen de niet-dagelijkse sector hebben doe-het-zelf, bloemen & planten en huishoudelijke artikelen de hoogste binding met respectievelijk 61, 55 en 53 procent. Artikelgroepen met relatief veel bestedingen van bezoekers van buiten de eigen woonplaats zijn schoenen, kleding en woninginrichting.

Tabel 2.5

Binding & toevloeiing niet-dagelijkse sector (2015).

x € miljoen	BINDING	TOEVLOEIING	TOTALE OMZET
Kleding	2,9	3,3	6,2
Schoenen	0,7	0,9	1,6
Huishoudelijke artikelen	1,2	0,5	1,7
Elektronica	1,1	0,3	1,4
Woninginrichting	0,9	0,7	1,6
Doe-het-zelf	1,7	0,4	2,1
Bloemen en planten	2,0	1,2	3,2
TOTAAL	10,6	7,2	17,8

Voor bestedingen in de artikelgroepen woninginrichting en elektronica zijn inwoners relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen (binding bedraagt respectievelijk 20 en 22 procent).

KORTE TOELICHTING:

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

Tabel 2.6

Binding & afvloeiing niet-dagelijkse sector (2015).

x € miljoen	BINDING	AFVLOEIING	TOTAAL BESTEDINGS-POTENTIEEL
Kleding	2,9	5,7	8,5
Schoenen	0,7	1,2	1,9
Huishoudelijke artikelen	1,2	1,1	2,3
Elektronica	1,1	4,0	5,1
Woninginrichting	0,9	3,7	4,7
Doe-het-zelf	1,7	1,1	2,8
Bloemen en planten	2,0	1,6	3,6
TOTAAL	10,6	18,3	28,9

Tabel 2.7

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

In %	BINDINGSPERCENTAGE	AANDEEL TOEVLOEIING IN TOTALE OMZET
Kleding	34%	53%
Schoenen	37%	57%
Huishoudelijke artikelen	53%	29%
Elektronica	22%	21%
Woninginrichting	20%	42%
Doe-het-zelf	61%	19%
Bloemen en planten	55%	37%
TOTAAL	37%	41%



2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

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

Ten opzichte van plaatsen met 10.000-20.000 inwoners heeft Hattem in de dagelijkse sector een iets lagere koopkrachtbinding. Ook de niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met gemiddeld in plaatsen met 10.000-20.000 inwoners een lagere koopkrachtbinding. Binnen deze sector heeft vooral de artikelgroep elektronica in Hattem verhoudingsgewijs een zwakkere lokale verzorgingsfunctie.

Tabel 2.8

Bindingspercentage Hattem vergeleken (2015).

	HATTEM	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	77%	88%
Niet-dagelijkse sector	37%	47%
- Kleding	34%	35%
- Schoenen	37%	41%
- Huishoudelijke artikelen	53%	63%
- Elektronica	22%	43%
- Woninginrichting	20%	33%
- Doe-het-zelf	61%	72%
- Bloemen en planten	55%	72%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

Hattem 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 toevloeiing

Alle niet-dagelijkse artikelgroepen hebben meer koopkrachtafvloeiing dan toevloeiing. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats/gemeente is dus kleiner dan het koopkrachtverlies.

De afvloeiing naar andere (fysieke) aankoopplaatsen is – nog – groter dan de afvloeiing naar internet.

Tabel 2.9

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

<u>x € miljoen</u>	TOEVLOEIING	↔	AFVLOEIING	
			fysieke aankoopplaatsen	internet
Kleding	3,3	↔	4,6	1,1
Schoenen	0,9	↔	1,0	0,2
Huishoudelijke artikelen	0,5	↔	0,9	0,2
Elektronica	0,3	↔	3,2	0,8
Woninginrichting	0,7	↔	3,4	0,4
Doe-het-zelf	0,4	↔	1,0	0,1
Bloemen en planten	1,2	↔	1,6	0,1
TOTAAL	7,2	↔	15,6	2,7



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 Hattem in 2015 zo'n € 3 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 Hattem vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Hattem gemiddeld ongeveer gelijk aantal artikelen via internet. Bij elektronica en kleding wordt relatief vaker voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is respectievelijk 15 procent en 13 procent van de bestedingen in een webwinkel gedaan.

<u>BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)</u>	HATTEM	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	1%	1%
Niet-dagelijkse sector	9%	10%
- Kleding	13%	12%
- Schoenen	9%	10%
- Huishoudelijke artikelen	7%	7%
- Elektronica	15%	18%
- Woninginrichting	8%	8%
- Doe-het-zelf	4%	3%
- Bloemen en planten	1%	1%

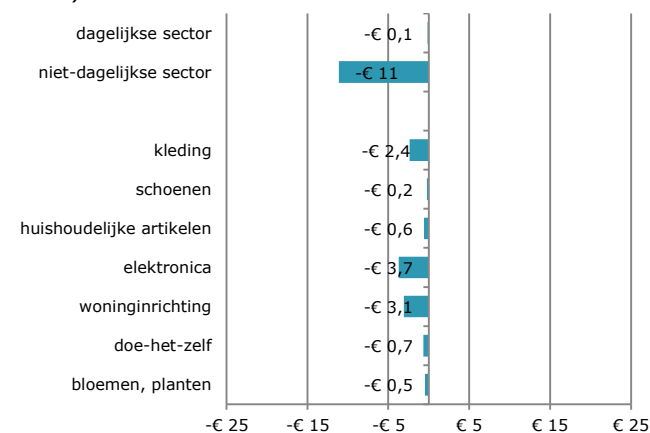
Koopstromensaldo per sector

Op basis van tabel 2.9 is reeds te concluderen dat in 2015 de dagelijkse en niet-dagelijkse sector in Hattem te maken hebben met meer koopkrachtafvloeiing dan koopkrachttoevoeiing. De onderstaande figuur toont het 'koopstromensaldo'.

Voor alle sectoren en artikelgroepen geldt dat er sprake is van negatieve koopstromensaldo's. Er gaan meer consumentenbestedingen naar buiten dan dat er naar 'binnen' gaan.

Figuur 2.7

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



2.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- In de dagelijkse sector blijft het gros van de detailhandelsbestedingen binnen de gemeente. Indien de bezoekers buiten de eigen plaats boodschappen doen, gaan de meeste naar Oldebroek. Internet heeft in de dagelijkse sector nog een bescheiden aandeel in de afvloeiing.
- In de niet-dagelijkse sector is de binding minder groot. Voor de niet-dagelijkse bestedingen in Hattem geldt dat 59 procent afkomstig is uit Hattem. De inwoners zijn ook sterk georiënteerd op Zwolle. En is er met name enige afvloeiing naar Oldebroek en Heerde.
- Binnen de niet-dagelijkse sector hebben doe-het-zelf en bloemen, planten en huishoudelijke artikelen de hoogste binding. Artikelgroepen met veel bestedingen van bezoekers van buiten de eigen woonplaats zijn schoenen kleding en woninginrichting.
- De artikelgroep elektronica heeft in Hattem verhoudingsgewijs een zwakkere lokale verzorgingsfunctie. Voor bestedingen in de artikelgroepen woninginrichting en elektronica zijn inwoners relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen.
- Alle niet-dagelijkse artikelgroepen in Hattem genereren meer koopkrachtafvloeiing dan koopkrachttoevoeiing.



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 Hattem. 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.

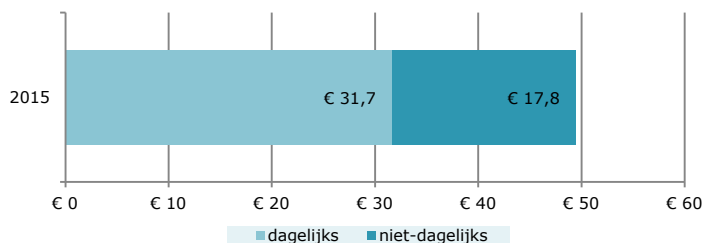
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Hattem 49,5 miljoen euro

In Hattem komt de totale detailhandelsomzet uit op 49,5 miljoen euro. De dagelijkse sector heeft de grootste aandeel in de totale detailhandelsomzet, namelijk 65 procent.

Figuur 3.1

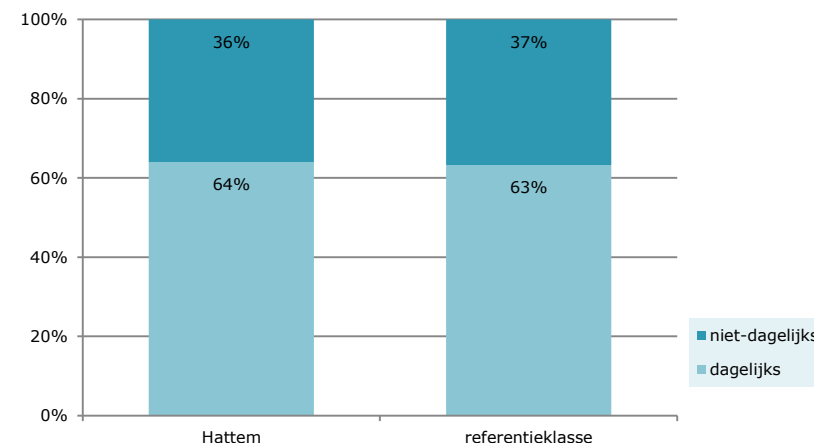
Detailhandelsomzet in Hattem voor dagelijkse en niet-dagelijkse sector (milj. €; 2015).



De verdeling van de dagelijkse sector en de niet-dagelijkse sector van Hattem sluit aan bij het gemiddelde beeld in referentiekernen.

Figuur 3.2

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, Hattem (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 Hattem is de gemiddelde omzet per inwoner in de dagelijkse sector lager dan de bij plaatsen van vergelijkbare omvang. Doordat de gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector ook relatief laag is, ligt de totale omzet per inwoner onder het vergelijkingscijfer. De gemiddelde omzet per inwoner ligt bij kleding en schoenen iets hoger dan de referentieklassie.

Tabel 3.1

Gemiddelde detailhandelsomzet per inwoner (€; 2015).

	HATTEM	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	2.680	3.500
Niet-dagelijkse sector	1.510	2.030
- Kleding	520	500
- Schoenen	140	120
- Huishoudelijke artikelen	150	210
- Elektronica	120	310
- Woninginrichting	130	270
- Doe-het-zelf	180	270
- Bloemen en planten	270	350
TOTALE OMZET PER INWONER	4.190	5.530

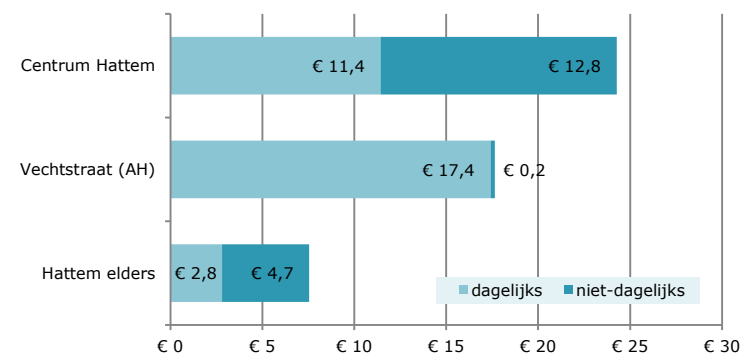
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Grootste deel omzet in centrum van Hattem

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Hattem dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door het centrum. De niet-dagelijkse sector heeft hierin een iets grotere bijdrage. Ook bij andere aankooplocaties binnen Hattem ligt het accent vooral op de niet-dagelijkse sector.

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Hattem (miljoen €; 2015).



In tabel 3.2 zijn de marktaandelen van de aankooplocaties voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector weergegeven. In de dagelijkse sector is het marktaandeel van de Vechtstraat groter dan die van het centrum van Hattem. Bij de niet-dagelijkse sector domineert het centrum in Hattem.

Tabel 3.2

Marktaandelen aankooplocaties, Hattem (in %; 2015).

	DAGELIJKSE SECTOR	NIET-DAGELIJKSE SECTOR
Centrum Hattem	36%	72%
Vechtstraat (AH)	55%	1%
Overig	8%	26%
TOTAAL	100%	100%

3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De dagelijkse sector heeft de grootste aandeel in de totale detailhandelsomzet, namelijk 65 procent. In Hattem komt de totale detailhandelsomzet uit op 49,5 miljoen euro. Dit is overeenkomstig met kernen van vergelijkbare omvang.
- Uit de benchmarking blijkt dat de gemiddelde omzet per inwoner in Hattem lager is dan de totale omzet per inwoner bij plaatsen van vergelijkbare omvang.
- In alle artikelgroepen, met uitzondering van kleding en schoenen is de berekende omzet per inwoner kleiner dan gemiddelde in plaatsen met 10.000 - 20.000 inwoners.
- De meeste detailhandelsomzet wordt gegenereerd door het centrum, met name de niet-dagelijkse sector heeft hierin een iets grotere bijdrage.



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 Hattem boodschappen doet en/of er winkelt. Wat zijn de bezoekmotieven, hoe vaak worden winkelvoorzieningen bezocht en hoe worden ze beoordeeld? Daarnaast wordt Hattem op een aantal aspecten ook afgezet tegen het gemiddelde beeld van/in vergelijkbare plaatsen.

4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel

Bezoekfrequentie

Voor de dagelijkse boodschappen geldt dat de groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Hattem doet, voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker is.

Bij het recreatieve winkelen is de verdeling anders. Ongeveer een derde van de consumenten gaat meer dan 1 keer per week recreatief winkelen in Hattem, gevolgd door ongeveer eens per maand (26 procent).

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Hattem voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

	DAGELIJKE BOODSCHAPPEN	WINKELN
Meer dan 1 x per week	71%	35%
1 x per week	25%	21%
1-3 x per maand	4%	26%
Minder dan 1 x per maand	0%	18%
TOTAAL	100%	100%

Bezoekmotief

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen of te winkelen in Hattem? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door de nabijheid/afstand van de winkels, de parkeergelegenheid en de bereikbaarheid.

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekmotieven:

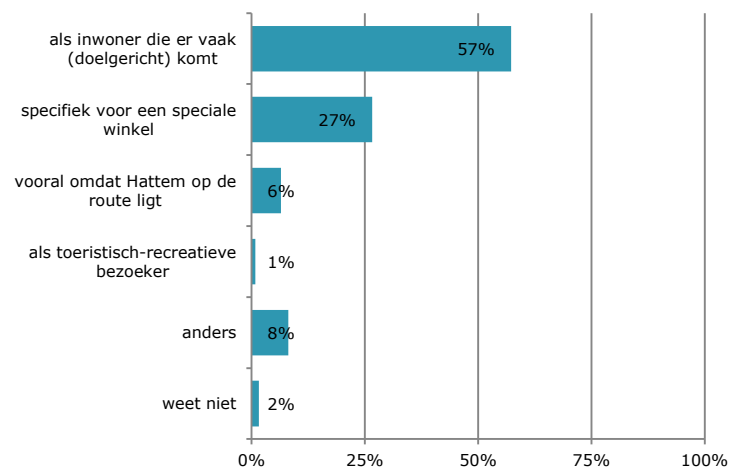


Voor het winkelen geldt dat met name nabijheid/afstand, het aanbod van bepaalde winkels en de kwaliteit van het winkelaanbod in veel gevallen een rol spelen in de keuze voor winkelen in Hattem.

De bezoekers van het centrum van Hattem zijn vaak inwoners die doelgericht naar het centrum komen. Ongeveer een kwart van de inwoners komt voor een specifieke winkel naar het centrum van Hattem. De specifieke winkels zijn voor een groot deel supermarkten of zelfstandige speciaalzaken zoals Borst Mode en Elferink Schoenen. Het aandeel 'toeristisch-recreatieve bezoekers' valt laag uit. Hierbij dient er rekening mee gehouden te worden dat deze alleen aan bezoekers die winkelen in het centrum van Hattem is voorgelegd, met het onderzoeksgebied (Oost-Nederland) als afbakening. Toeristisch dagbezoek, bijvoorbeeld vanuit andere delen van het land, komt hiermee zeer beperkt in zicht.

Figuur 4.2

Ik bezoek het centrum van Hattem.

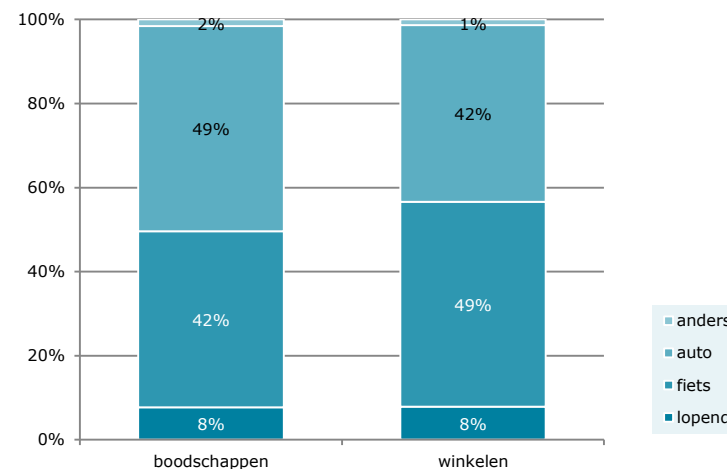


Vervoermiddel

Bij het dagelijkse boodschappen is de auto en de fiets het meest gebruikte vervoermiddel; 49 procent gaat met de auto en 42 procent met de fiets. Consumenten gaan bij het winkelen eerder met de fiets (49 procent) dan met de auto (43 procent) naar het winkelcentrum.

Figuur 4.3

Vervoermiddelgebruik voor boodschappen en winkelen, Hattem (2015).



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Hattem 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 4.4 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Hattem.

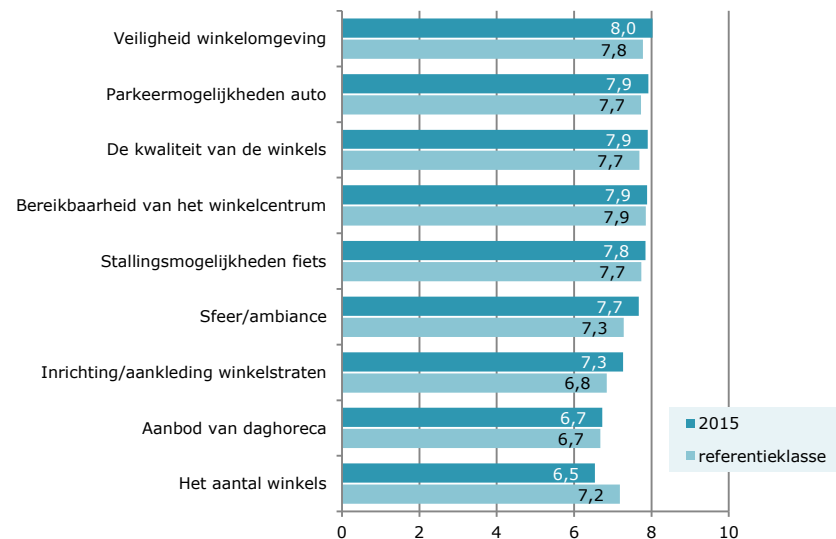
Hoogste waardering voor veiligheid winkelomgeving

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in Hattem tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor de veiligheid van het winkelcentrum (8,0), het aantal winkels (6,5) krijgt de laagste beoordeling. In vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen scoort Hattem relatief goed, met name ten aanzien van de inrichting/aankleding van de winkelstraten en sfeer/ambiance.

De waardering voor het aantal winkels blijft achter bij het gemiddelde beeld in referentiekernen.

Figuur 4.4

Waardering winkelvoorzieningen Hattem (2015).



6 van de 9 aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld

4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Het boodschappen doen gebeurt veelal meer dan één keer per week. Winkelen heeft een meer verspreide verdeling; de meeste bezoekers gaan meer dan één keer per week of één tot drie keer per maand winkelen in Hattem.
- De belangrijkste bezoekmotieven voor de dagelijkse boodschappen zijn nabijheid/afstand van de winkels, de parkeergelegenheid en de bereikbaarheid. Bij winkelen speelt – naast de nabijheid/afstand – vooral het aanbod van bepaalde winkels en de kwaliteit van het winkelaanbod een rol in de keuze voor Hattem.
- Meer dan de helft van de bezoekers van het centrum van Hattem zijn inwoners die doelgericht naar het centrum komen.
- De auto is het meest gebruikte vervoermiddel, gevolgd door de fiets. Bij het winkelen wordt eerder gekozen voor de fiets, gevolgd door de auto.
- De winkelvoorzieningen in Hattem worden over het algemeen goed beoordeeld. Hattem scoort goed in vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen van vergelijkbare omvang.

5

HOOFDSTUK

Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden



5. Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden

5.1 Inleiding

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

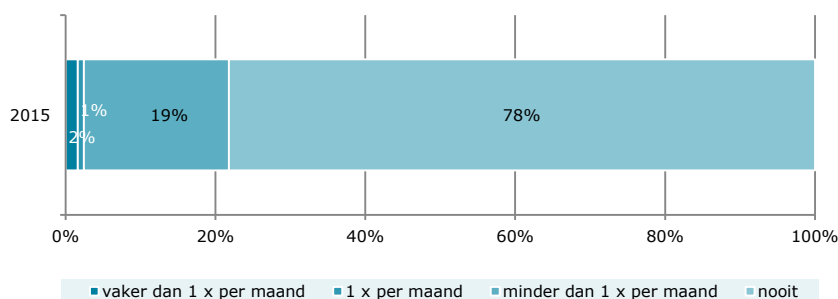
5.2 Koopzondag

Matige belangstelling voor bezoek koopzondag

De oriëntatie op de zondag als winkeldag is onder inwoners van Hattem klein. In totaal gaat 78 procent nooit naar een koopzondag en 19 procent gaat minder dan een keer per maand op zondag naar de winkel.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Hattem (2015).



Circa twee op de 10 inwoners bezoeken wel eens een koopzondag. De meerderheid gaat hiervoor wel naar een andere plaats, namelijk het centrum van Zwolle. Een klein deel, 3 procent, heeft Amsterdam of het centrum van Apeldoorn opgegeven.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015
Zwolle - Centrum	67%
Amsterdam	3%
Apeldoorn - Centrum	3%

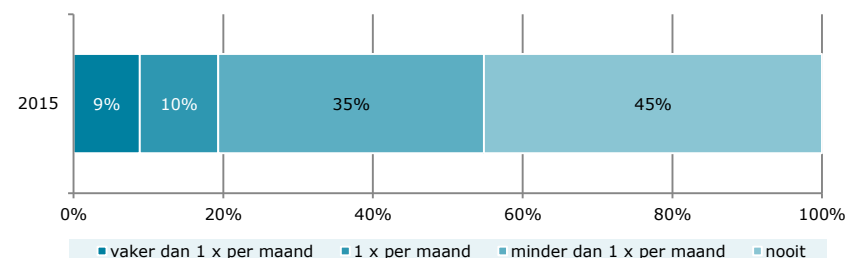
5.3 Koopavond

Bijna de helft bezoekt nooit een koopavond

Daar waar de zondagopenstelling per gemeente/plaats verschilt, is er in de meeste plaatsen wel sprake van avondopenstelling. Een dag in de week zijn de winkels 's avonds langer geopend. In vergelijking met de koopzondag is de oriëntatie op de koopavond groter. Een op de vijf gaat (minimaal) eens per maand naar een koopavond. Ongeveer de helft van de inwoners heeft aangegeven nooit naar een koopavond te zijn geweest.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Hattem (2015).



Meest genoemde plaats waar inwoners van Hattem de koopavond bezoeken, is het centrum van Hattem. Andere veelgenoemde aankooplocaties zijn het centrum van Zwolle (19 procent) en de Vechtstraat (AH) in Hattem (7 procent).





67% bezoekt meestal de koopavond in Hattem

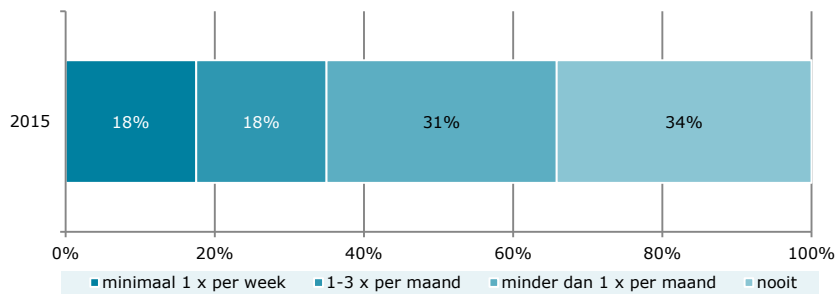
5.4 Markt

Twee derde bezoekt de markt

Twee derde van inwoners van Hattem bezoekt de markt. Daarvan gaat 35 procent van de inwoners een keer per maand of vaker naar de markt. Een derde heeft nog nooit een warenmarkt bezocht.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Hattem (2015).



Een groot deel van de inwoners (60 procent) bezoekt vooral de markt in Hattem (de Stadslaan), gevolgd door de markt in het centrum van Zwolle (23 procent). De andere markten in de gemeente Hattem worden door inwoners van de Hattem zeer bescheiden genoemd.

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015
Hattem, Stadslaan	60%
Zwolle, Centrum	23%
Overig gemeente Hattem	4%

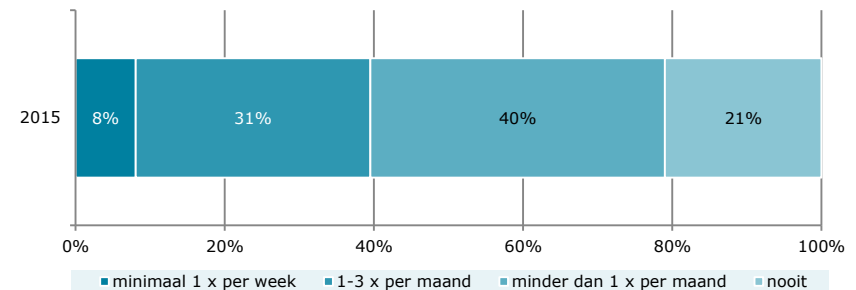
5.5 Online winkelen

Inwoners Hattem kopen vaak via internet

Het gebruik van internet als aankoopkanaal voor winkelen is in het algemeen toegenomen. De inwoners van Hattem koopt ongeveer twee vijfde minimaal een keer per maand via internet. Het aandeel inwoners dat nooit iets via internet koopt, is klein (21 procent).

Figuur 5.4

Aankoopfrequentie artikelen via internet, inwoners Hattem (2015).

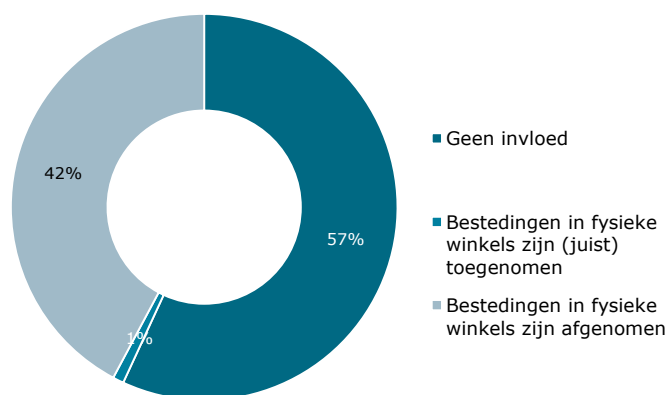


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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 42 procent opgeeft door de doorgroei van het online winkelaanbod minder te besteden in fysieke winkels. Hoewel het hier om beleving (zelfopgave) gaat, blijkt hieruit 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 Hattem 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 Hattem bezoeken relatief weinig winkels op zondag en op koopavonden. Ook worden de warenmarkten minder bezocht. Verhoudingsgewijs worden de warenmarkten in meerdere mate vaker bezocht dan op zondag of tijdens koopavonden. Het aandeel dat frequent iets via internet koopt is overeenkomstig het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

Figuur 5.6

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



5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de zondag als winkeldag is klein. Ruim driekwart gaat nooit naar een koopzondag. Als men wel een koopzondag bezoekt, doet men dat overwegend in Zwolle-centrum.
- De oriëntatie op de koopavond is groter. Een vijfde gaat minimaal eens per maand tijdens een koopavond winkelen. Men bezoekt voornamelijk het centrum van Hattem of het centrum van Zwolle.
- De markt wordt ook vaker bezocht. Twee derde van inwoners van Hattem bezoekt de markt. Daarvan gaat 35 procent een keer per maand of vaker naar de markt. De markt in Hattem, de Stadslaan, wordt het meest bezocht.
- Bijna twee op de vijf doet 1 keer per maand of vaker een aankoop via internet. Van de inwoners van Hattem die hebben aangegeven online te winkelen zegt ruim 42 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

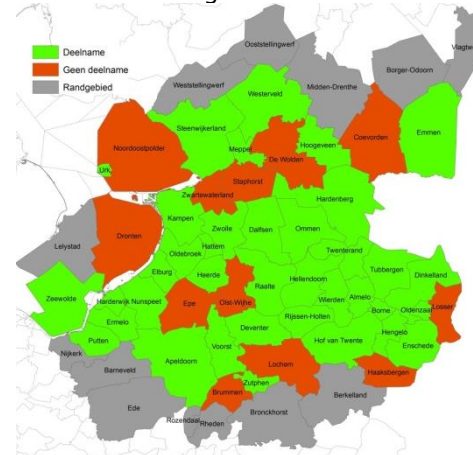
De enquête is voor het grootste deel afgenomen via internet. Daarbij is gebruik gemaakt van een aantal panels en is op basis van een aselechte steekproef web respons geworven. Een beperkt deel van het veldwerk heeft plaatsgevonden door middel van telefonische enquêtering; vooral bedoeld om 'gaten' in 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 geënuquêteerd. Daarnaast zijn ook in de niet-deelnemende gemeenten enquêtes afgenomen zodat deelnemende gemeenten een volledig zicht krijgen op de kooporiëntatie.

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

Het onderzoeksgebied:



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

Bestedingscijfers

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

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

2

BIJLAGE

Begrippenkader



Bijlage 2. Begrippenkader

Aankoopplaats (aankooplocatie)

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

Afvloeiing (koopkrachtafvloeiing)

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

Artikelgroepen

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

Bestedingspotentieel

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

Binding (koopkrachtbinding)

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

Detailhandelsomzet (draagvlak)

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

Koopstroom

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

Toevloeiing (koopkrachttoevloeiing)

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

Winkelen

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

3

BIJLAGE

Binding en toevloeiing per branche



Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en toevloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Hattem	77%
Overig gemeente Hattem	0%
Oldebroek	8%
Heerde	6%
Zwolle	4%
Kampen	3%
Overig	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Hattem	59%
Overig gemeente Hattem	0%
Oldebroek	11%
Zwolle	11%
Heerde	11%
Kampen	3%
Zwartewaterland	1%
Epe	1%
Noordoostpolder	1%
Elburg	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 Hattem	47%
Overig gemeente Hattem	0%
Zwolle	16%
Heerde	12%
Oldebroek	12%
Kampen	5%
Zwartewaterland	3%
Epe	2%
Noordoostpolder	1%
Elburg	1%
Dalfsen	1%
Ermelo	1%
Overig	1%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Hattem	43%
Overig gemeente Hattem	0%
Oldebroek	17%
Heerde	16%
Zwolle	13%
Kampen	3%
Elburg	3%
Epe	3%
Zwartewaterland	1%
Dalfsen	1%
Overig	0%



Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Hattem	71%
Overig gemeente Hattem	0%
Heerde	15%
Oldebroek	10%
Kampen	2%
Zwolle	1%
Zwartewaterland	1%
Overig	0%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Hattem	79%
Overig gemeente Hattem	0%
Noordoostpolder	7%
Zwolle	4%
Kampen	3%
Heerde	3%
Oldebroek	2%
Zwartewaterland	1%
Overig	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 Hattem	58%
Overig gemeente Hattem	0%
Zwolle	18%
Oldebroek	12%
Heerde	10%
Raalte	1%
Overig	1%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Hattem	81%
Overig gemeente Hattem	0%
Heerde	15%
Zwolle	2%
Kampen	1%
Oldebroek	1%
Overig	0%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Hattem	63%
Overig gemeente Hattem	0%
Oldebroek	17%
Zwolle	12%
Heerde	4%
Kampen	3%
Overig	0%

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 Hattem	77%
Overig gemeente Hattem	0%
Oldebroek	12%
Zwolle	6%
Heerde	4%
Internet e.d.	1%
Overig	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Hattem	37%
Overig Hattem	0%
Zwolle	35%
Oldebroek	8%
Heerde	2%
Epe	2%
Amsterdam	1%
Apeldoorn	1%
Elburg	1%
Internet e.d.	10%
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.

KERN	%
Kern Hattem	34%
Overig gemeente Hattem	0%
Zwolle	38%
Epe	4%
Heerde	3%
Amsterdam	1%
Apeldoorn	1%
Kampen	1%
Nunspeet	1%
Meppel	1%
Internet e.d.	13%
Overig	3%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Hattem	37%
Overig gemeente Hattem	0%
Zwolle	40%
Epe	4%
Heerde	2%
Amsterdam	2%
Oldebroek	1%
Apeldoorn	1%
Internet e.d.	10%
Overig	4%



Tabel 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Hattem	53%
Overig gemeente Hattem	0%
Zwolle	27%
Oldebroek	4%
Heerde	4%
Epe	2%
Internet e.d.	7%
Overig	2%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Hattem	22%
Overig gemeente Hattem	0%
Zwolle	39%
Oldebroek	18%
Heerde	3%
Internet e.d.	15%
Overig	2%

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 Hattem	20%
Overig gemeente Hattem	0%
Zwolle	46%
Oldebroek	8%
Epe	3%
Elburg	3%
Heerde	2%
Zutphen	2%
Duiven	1%
Amersfoort	1%
Coevorden	1%
Kampen	1%
Meppel	1%
Apeldoorn	1%
Diemen	1%
Internet e.d.	8%
Overig	4%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Hattem	61%
Overig gemeente Hattem	0%
Zwolle	27%
Oldebroek	4%
Heerde	1%
Epe	1%
Internet e.d.	4%
Overig	1%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Hattem	55%
Overig gemeente Hattem	0%
Oldebroek	23%
Zwolle	17%
Heerde	1%
Internet e.d.	1%
Overig	2%