

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT KERN **HEERDE**

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/120

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Heerde

Auteurs

Ilse Wognum
Marjolein Meurs

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 – onderzoeksaanpak). In de gemeente Heerde zijn 470 huishoudens geïnterviewd, waarvan in Heerde 324.



**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 Heerde 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 Heerde 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 Heerde – ook gekeken naar waar deze inwoners hun detailhandelsuitgaven doen. Bij het bestedingspotentieel gaat het om het totaal aan detailhandelsbestedingen die door inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Dit is berekend door het inwonertal te vermenigvuldigen met de gemiddelde landelijke besteding per hoofd van de bevolking (incl. BTW), gecorrigeerd naar inkomenssituatie in het betreffende gebied. Ook hierbij is het van belang te realiseren dat de bestedingen per hoofd van de bevolking in de afgelopen jaren zijn veranderd, wat invloed heeft op het totale bestedingspotentieel (hoger in de dagelijkse sector en lager in de niet-dagelijkse sector).

Waar het bij de detailhandelsomzet gaat om bestedingen bij winkelvoorzieningen in Heerde, gaat het bij het bestedingspotentieel om alle detailhandelsbestedingen van inwoners die gedaan worden in winkels (in of buiten Heerde) maar bijvoorbeeld ook op de markt, of via internet.

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

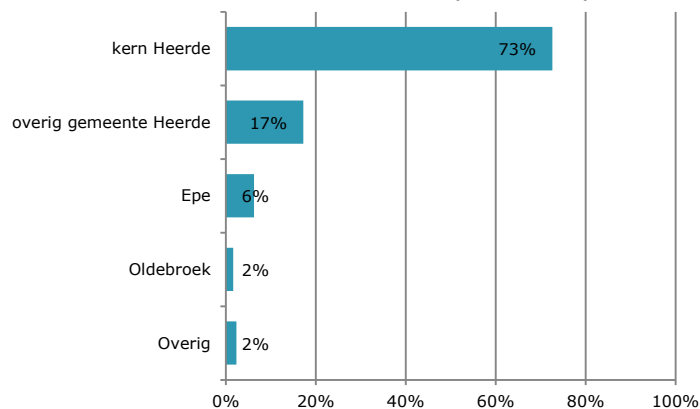
2.1 Dagelijkse sector

Meeste dagelijkse aankopen in eigen kern

Van alle omzet die in Heerde wordt gerealiseerd in de dagelijkse sector, is 73 procent afkomstig van inwoners van Heerde zelf. Daarnaast trekt Heerde ook (enige) omzet aan uit het overige deel van de gemeente en omliggende gemeenten.

Figuur 2.1

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



Tabel 2.1

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

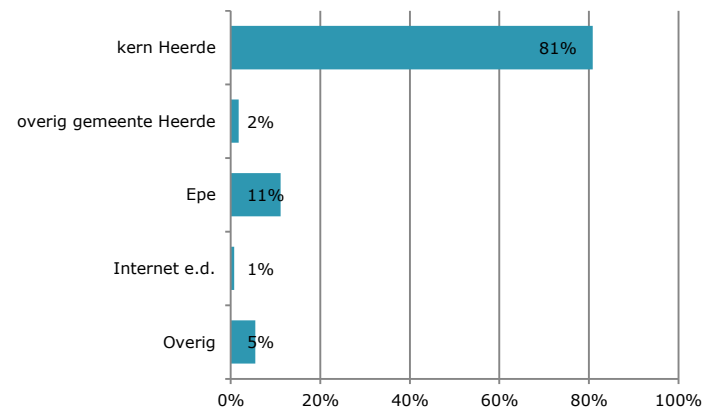
	ABS	%
Omzet uit eigen kern (binding)	24,8	73%
Toevloeiing ov. gemeente Heerde	5,9	17%
Toevloeiing ov. Nederland	3,5	10%
TOTALE OMZET	34,2	100%

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 ook buiten de gemeente Heerde gedaan en dan voornamelijk in Epe.

Figuur 2.2

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



Tabel 2.2

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

	ABS	%
Binding	24,8	81%
Afvloeiing ov. gemeente Heerde	0,6	2%
Afvloeiing ov. Nederland	5,1	17%
Afvloeiing Duitsland	0,0	0%
Afvloeiing internet e.d.	0,2	1%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	30,7	100%



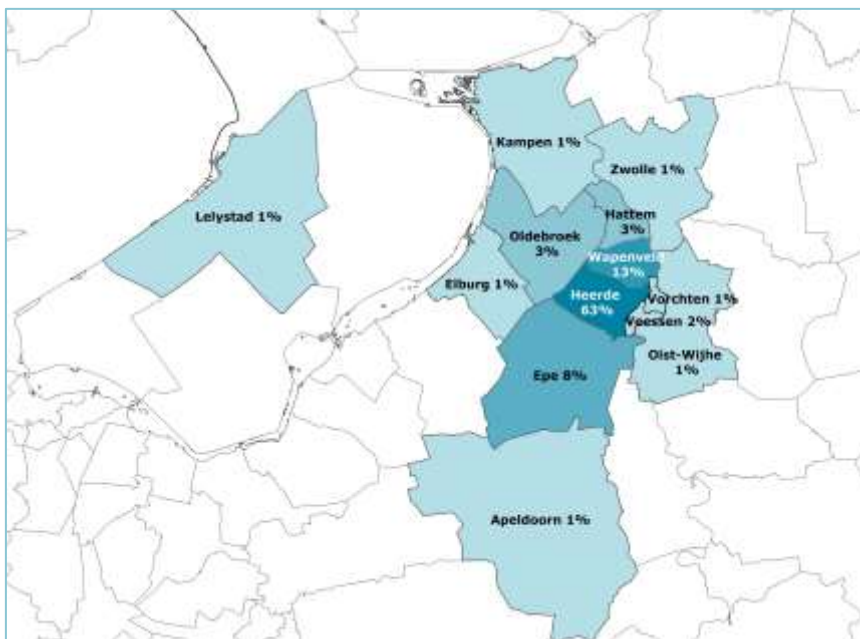
2.2 Niet-dagelijkse sector

Enige toevloeiing vanuit Epe

Net als bij de dagelijkse sector is ook in de niet-dagelijkse sector de meeste omzet afkomstig uit Heerde (63 procent). Daarnaast is 16 procent afkomstig uit het overige deel van gemeente Heerde.

Figuur 2.3

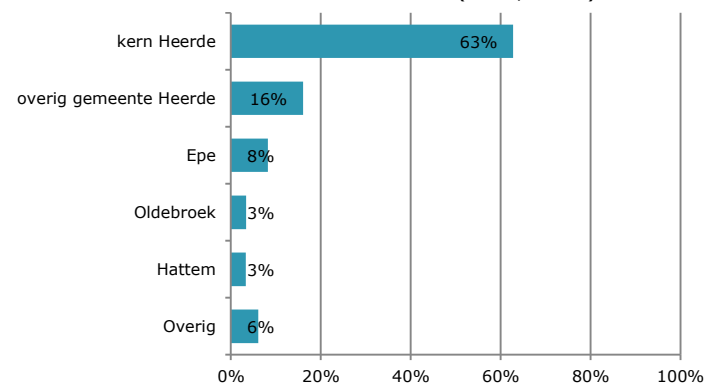
Waar komt de omzet in Heerde vandaan? (in %; 2015).



Daarnaast zijn ook consumenten uit Epe, Oldebroek en Hatten in mindere mate georiënteerd op Heerde.

Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

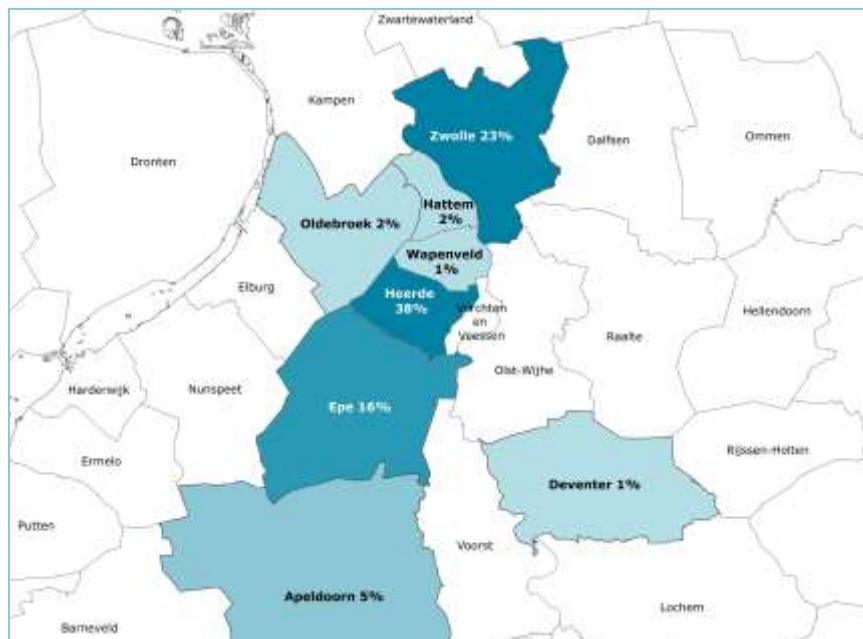
	ABS	%
Binding	10,4	63%
Toevloeiing ov. gemeente Heerde	2,7	16%
Toevloeiing ov. Nederland	3,5	21%
TOTALE OMZET	16,6	100%

Inwoners Heerde ook georiënteerd op Zwolle

Net als in de dagelijkse sector zijn inwoners van Heerde voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector in sterke mate georiënteerd op de eigen woonplaats. Ook zijn de inwoners georiënteerd op Zwolle. Daarnaast is er met name enige afvloeïng naar Epe en Apeldoorn.

Figuur 2.5

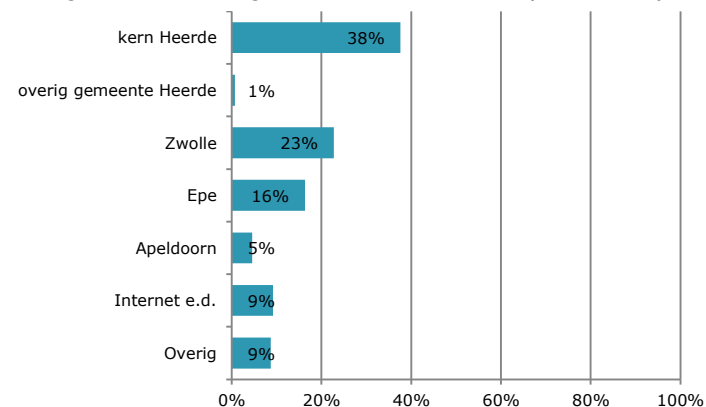
Waar gaan de bestedingen uit Heerde naar toe? (in %; 2015).



De afvloeïng naar internet is in de niet-dagelijkse sector met 9 procent groter dan in de dagelijkse sector (1 procent). De koopkrachtafvloeïng naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector € 2,6 miljoen.

Figuur 2.6

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



Tabel 2.4

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

	ABS	%
Binding	10,4	38%
Afvloeïng ov. gemeente Heerde	0,2	1%
Afvloeïng ov. Nederland	14,4	52%
Afvloeïng Duitsland	0,1	0%
Afvloeïng internet e.d.	2,6	9%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	27,7	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 bloemen en planten en huishoudelijke artikelen de hoogste binding respectievelijk 69 en 57 procent. Artikelgroepen met veel bestedingen van bezoekers van buiten de eigen woonplaats zijn kleding en huishoudelijke artikelen.

Tabel 2.5

Binding & toevloeiing niet-dagelijkse sector (2015).

x C miljoen	BINDING	TOEVLOEIING	TOTALE OMZET
Kleding	1,7	1,8	3,6
Schoenen	0,5	0,3	0,9
Huishoudelijke artikelen	1,3	0,9	2,1
Elektronica	2,3	1,4	3,7
Woninginrichting	0,8	0,5	1,3
Doe-het-zelf	1,3	0,5	1,8
Bloemen en planten	2,4	0,7	3,1
TOTAAL	10,4	6,2	16,6

Voor bestedingen in de artikelgroep woninginrichting, kleding en schoenen zijn inwoners relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen (binding 19, 21 en 29 procent).

KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN HEERDE 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 HEERDE 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 C miljoen	BINDING	AFVLOEIING	TOTAAL BESTEDINGS-POTENTIEEL
Kleding	1,7	6,5	8,2
Schoenen	0,5	1,3	1,8
Huishoudelijke artikelen	1,3	1,0	2,2
Elektronica	2,3	2,5	4,9
Woninginrichting	0,8	3,6	4,5
Doe-het-zelf	1,3	1,3	2,7
Bloemen en planten	2,4	1,1	3,5
TOTAAL	10,4	17,3	27,7

Tabel 2.7

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

In %	BINDINGSPERCENTAGE	AANDEEL TOEVLOEIING IN TOTALE OMZET
Kleding	21%	52%
Schoenen	29%	39%
Huishoudelijke artikelen	57%	41%
Elektronica	48%	37%
Woninginrichting	19%	36%
Doe-het-zelf	50%	27%
Bloemen en planten	69%	24%
TOTAAL	38%	37%



2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

De mate waarin Heerde 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 het gemiddelde in plaatsen met 10.000 tot 20.000 inwoners heeft Heerde in de dagelijkse sector in 2015 een lagere koopkrachtbinding. Ook de niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met gemiddeld in plaatsen met 10.000 tot 20.000 inwoners een lagere koopkrachtbinding. Binnen deze sector heeft vooral de artikelgroep elektronica in Heerde verhoudingsgewijs een sterkere lokale verzorgingsfunctie. De artikelgroepen doe-het-zelf, kleding en woninginrichting hebben in Heerde verhoudingsgewijs een zwakke(re) lokale verzorgingsfunctie.

Tabel 2.8

Bindingspercentage Heerde vergeleken (2015).

	HEERDE	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	81%	88%
Niet-dagelijkse sector	38%	47%
- Kleding	21%	35%
- Schoenen	29%	41%
- Huishoudelijke artikelen	57%	63%
- Elektronica	48%	43%
- Woninginrichting	19%	33%
- Doe-het-zelf	50%	72%
- Bloemen en planten	69%	72%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

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

Toevloeiing groter afvloeiing

Alle niet-dagelijkse artikelgroepen hebben meer koopkrachtafvloeiing dan toevloeiing. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats 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, Heerde (milj. €; 2015).

x € miljoen	TOEVLOEIING		↔	AFVLOEIING		
	ov. gemeente	elders		ov. gemeente	elders	internet
Kleding	0,5	1,4	↔	0,00	5,5	1,0
Schoenen	0,2	0,1	↔	0,02	1,1	0,2
Huishoudelijke artikelen	0,5	0,3	↔	0,00	0,8	0,2
Elektronica	0,5	0,9	↔	0,03	1,7	0,8
Woninginrichting	0,2	0,3	↔	0,02	3,2	0,3
Doe-het-zelf	0,2	0,3	↔	0,11	1,1	0,1
Bloemen en planten	0,5	0,2	↔	0,03	1,0	0,04
TOTAAL	2,7	3,5	↔	0,20	14,5	2,6

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 Heerde 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 Heerde vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Heerde gemiddeld even vaak artikelen via internet. Bij elektronica wordt relatief vaker voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 16 procent van de bestedingen aan elektronica in een webwinkel gedaan.

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

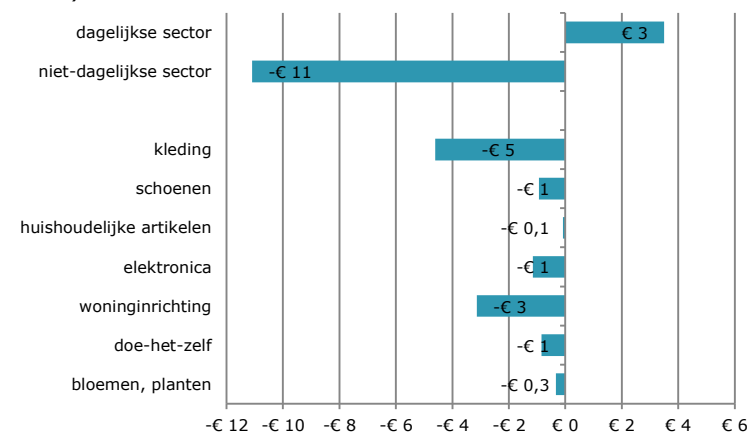
Koopstromensaldo per sector

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

De dagelijkse sector is de enige branche waarin er meer consumentenbestedingen binnenkomen dan dat er naar 'buiten' gaan. In de niet-dagelijkse sector is de verhouding anders. Daar hebben de meeste artikelgroepen te maken met een negatief saldo.

Figuur 2.7

Saldo toevloeiing minus afvloeiing per sector en artikelgroep, Heerde (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 doen, gaan de meeste naar Epe.
- 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 Heerde geldt dat 63 procent afkomstig is uit Heerde. Daarnaast is 16 procent afkomstig uit het overige deel van gemeente Heerde.
- De inwoners zijn ook georiënteerd op Zwolle. Daarnaast is er met name enige afvloeiing naar Epe en Apeldoorn.
- Binnen de niet-dagelijkse sector hebben bloemen en planten en huishoudelijke artikelen de hoogste binding. Artikelgroepen met veel bestedingen van bezoekers van buiten de eigen woonplaats zijn kleding en huishoudelijke artikelen.
- Ten opzichte van plaatsen met 10.000-20.000 inwoners hebben in Heerde de artikelgroepen elektronica verhoudingsgewijs een sterkere lokale verzorgingsfunctie, maar heeft een zwakke(re) lokale verzorgingsfunctie bij de artikelgroepen doe-het-zelf, kleding en woninginrichting.
- Alle niet-dagelijkse artikelgroepen in Heerde 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 Heerde. 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.

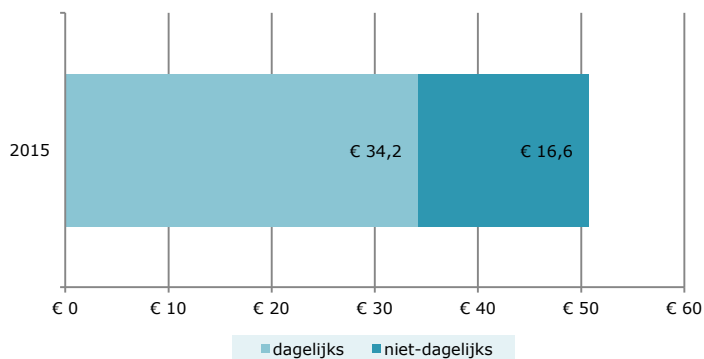
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Heerde iets meer dan € 50 miljoen

In Heerde komt de totale detailhandelsomzet uit op 50,8 miljoen euro. De dagelijkse sector heeft de grootste aandeel in de totale detailhandelsomzet, namelijk 67 procent.

Figuur 3.1

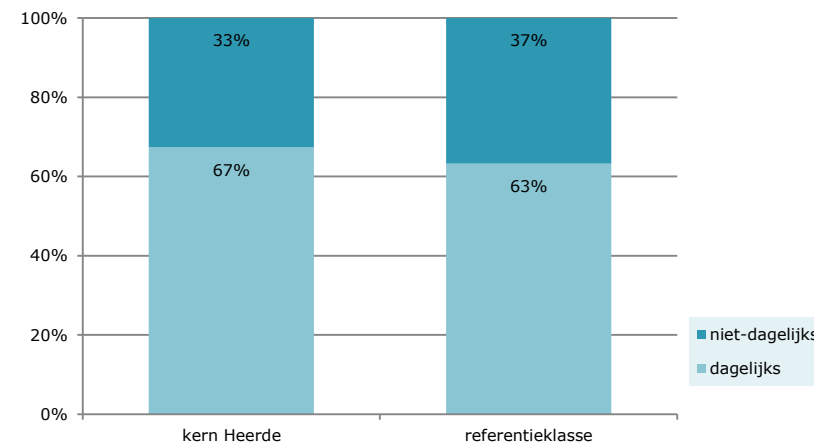
Detailhandelsomzet in Heerde voor dagelijkse en niet-dagelijkse sector (milj. €; 2015).



De verdeling van de dagelijkse sector en de niet-dagelijkse sector van Heerde sluit aan bij het gemiddelde beeld in referentiekernen. In Heerde is een iets groter aandeel aan dagelijkse artikelen dan in vergelijkbare kernen.

Figuur 3.2

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, Heerde (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 Heerde is de gemiddelde omzet per inwoner in de dagelijkse sector lager dan de totale omzet per inwoner 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 elektronica iets hoger dan de referentieklassse.

Tabel 3.1

Gemiddelde detailhandelsomzet per inwoner (€; 2015).

	HEERDE	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	2970	3500
Niet-dagelijkse sector	1440	2030
- Kleding	310	500
- Schoenen	70	120
- Huishoudelijke artikelen	190	210
- Elektronica	320	310
- Woninginrichting	120	270
- Doe-het-zelf	160	270
- Bloemen en planten	270	350
TOTALE OMZET PER INWONER	4410	5530

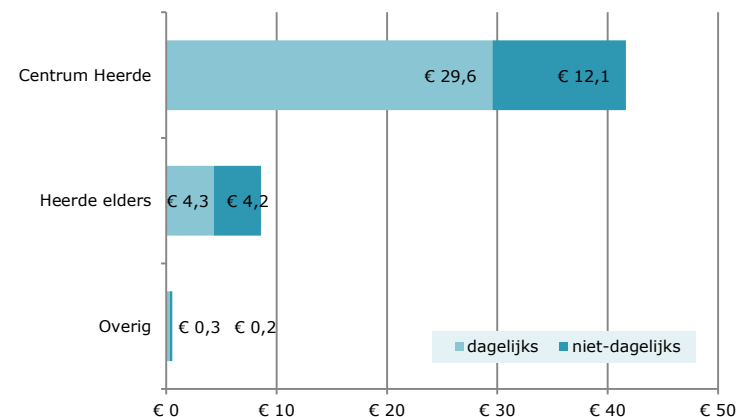
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Grootste deel omzet landt in het centrum van Heerde

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Heerde dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door het centrum. De dagelijkse sector heeft hierin de grootste bijdrage.

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Heerde (miljoen €; 2015).



In tabel 3.2 zijn de marktaandelen van de aankooplocaties voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector weergegeven. Hieruit blijkt ook de dominantie van het centrum in Heerde. De overige locaties hebben een beperkt marktaandeel.

Tabel 3.2

Marktaandelen aankooplocaties, Heerde (in %; 2015).

	DAGELIJKSE SECTOR	NIET-DAGELIJKSE SECTOR
Centrum Heerde	86%	73%
Heerde overig	13%	26%
Overig	1%	1%
TOTAAL	100%	100%



3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De dagelijkse sector heeft het grootste aandeel in de totale detailhandelsomzet, namelijk 67 procent. In Heerde komt de totale detailhandelsomzet uit op 50,8 miljoen euro. Dit is overeenkomstig met kernen van vergelijkbare omvang.
- Uit de benchmarking blijkt dat de gemiddelde omzet per inwoner in Heerde lager is dan de totale omzet per inwoner bij plaatsen van vergelijkbare omvang.
- In alle artikelgroepen, met uitzondering van elektronica is de berekende omzet per inwoner kleiner dan gemiddelde in plaatsen met 10.000 - 20.000 inwoners.
- Wanneer er wordt ingezoomd op de aankooplocaties in Heerde dan heeft het centrum het grootste marktaandeel. De meeste detailhandelsomzet wordt zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector gegenereerd door het centrum.



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

4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel

Weinig veranderingen in de bezoekfrequentie

Voor de dagelijkse boodschappen geldt dat de groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Heerde doet, voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker is; 70 procent gaat meer dan 1 keer per week boodschappen doen.

Bij het recreatieve winkelen is de verdeling anders. Ongeveer twee derde van de consumenten gaat 1 keer of meer per week recreatief winkelen in Heerde.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Heerde voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

	DAGELIJKE BOODSCHAPPEN	WINKELN
Meer dan 1 x per week	70%	44%
1 x per week	26%	22%
1-3 x per maand	4%	19%
Minder dan 1 x per maand	0%	15%
TOTAAL	100%	100%

Bezoekmotief

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

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekmotieven:



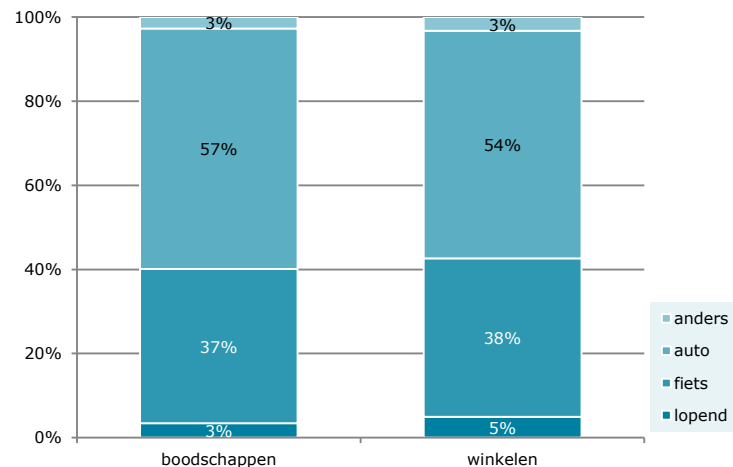
Voor het winkelen geldt dat met name nabijheid/afstand, het aanbod van bepaalde winkels en de bereikbaarheid in veel gevallen een rol spelen in de keuze voor winkelen in Heerde.

Vervoermiddel

Bij zowel het dagelijkse boodschappen als het recreatieve winkelen is de auto en de fiets het meest gebruikte vervoermiddel; 57 procent gebruikt de auto bij het boodschappen doen tegen 54 procent bij het recreatief winkelen. De fiets wordt door 37 procent gebruikt bij het boodschappen doen tegen 38 procent bij het winkelen.

Figuur 4.2

Vervoermiddelgebruik voor boodschappen en winkelen, Heerde (2015).



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Heerde 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.

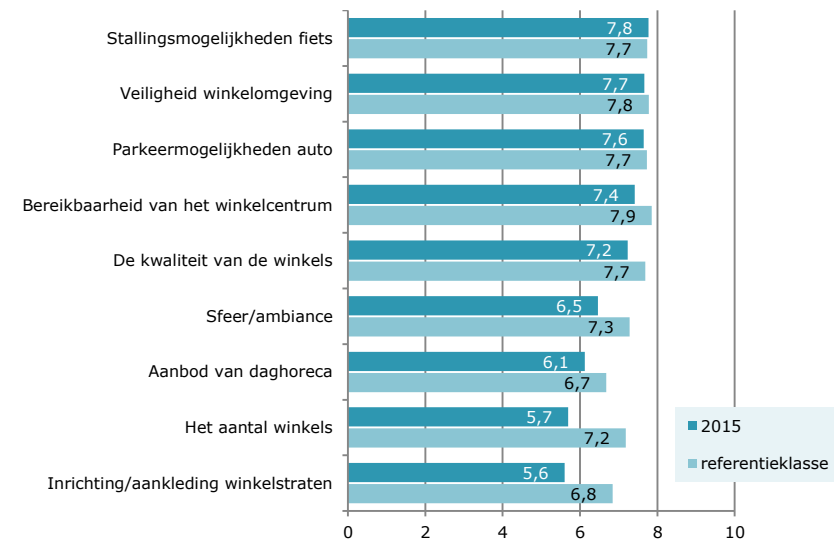
In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Heerde.

Hoogste waardering voor stallingsmogelijkheden fiets

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in Heerde gematigd tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor de stallingsmogelijkheden voor de fiets. Over de inrichting/aankleding van de winkelstraten en het aantal winkels is men minder te spreken. In vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen scoort Heerde voor acht van de negen aspecten lager.

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen Heerde (2015).



1 van de 9

aspecten krijgt 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; ongeveer twee derde van de consumenten gaat 1 keer of meer per week recreatief winkelen in Heerde.
- De belangrijkste bezoekenmotieven voor de dagelijkse boodschappen zijn nabijheid/afstand van de winkels, de bereikbaarheid en parkeergelegenheid. Bij winkelen speelt – naast de nabijheid/afstand – vooral het aanbod van bepaalde winkels en de bereikbaarheid een rol in de keuze voor Heerde.
- Bij zowel het boodschappen doen als het recreatief winkelen is de auto het meest gebruikte vervoermiddel, gevolgd door de fiets.
- De winkelvoorzieningen in Heerde worden op acht van de negen aspecten lager beoordeeld dan de gemiddelde beoordelingscijfers in 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.

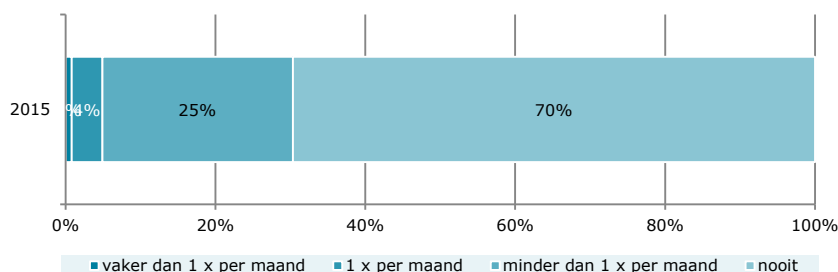
5.2 Koopzondag

Weinig belangstelling voor bezoek koopzondag

De oriëntatie op de zondag als winkeldag is onder inwoners van Heerde klein. In totaal gaat 70 procent nooit naar een koopzondag en een kwart gaat minder dan een keer per maand op zondag naar de winkel.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Heerde (2015).



Circa drie op de tien inwoners bezoeken wel eens een koopzondag. De meerderheid gaat hiervoor wel naar een andere plaats, namelijk het centrum van Zwolle (51 procent) of naar het centrum van Apeldoorn (17 procent). Een klein deel, namelijk 6 procent, heeft Amsterdam of het centrum van Deventer opgegeven.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

2015	
Plaats 1	Zwolle, Centrum Zwolle
Plaats 2	Apeldoorn, Centrum Apeldoorn
Plaats 3	Amsterdam, Amsterdam

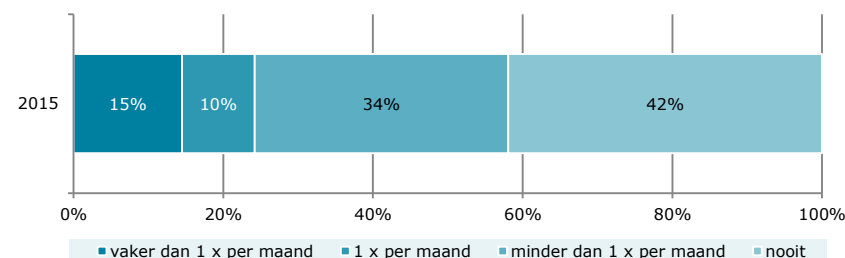
5.3 Koopavond

Vier op de tien 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 van inwoners van Heerde op de koopavond groter. Twee vijfde gaat (minimaal) eens per maand naar een koopavond. 42 procent van de inwoners heeft aangegeven nooit winkels te bezoeken tijdens koopavond.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Heerde (2015).



Meest genoemde plaats waar inwoners van Heerde de koopavond bezoeken, is het centrum van Heerde (52 procent). Andere veelgenoemde aankooplocaties zijn het centrum van Zwolle (25 procent) en het centrum van Epe (14 procent).





52% bezoekt meestal de koopavond in Heerde

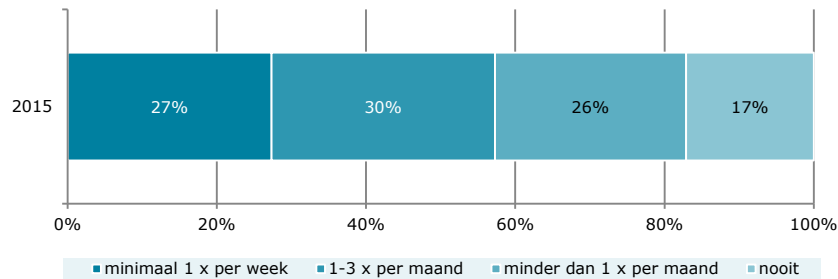
5.4 Markt

Vier vijfde bezoekt de markt

Ruim 80 procent van de inwoners van Heerde bezoekt de markt. Daarvan gaat 57 procent van de inwoners een keer per maand of vaker naar de markt. 17 procent heeft nog nooit een warenmarkt bezocht.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Heerde (2015).



Een groot deel van de inwoners (64 procent) bezoekt vooral de markt in Heerde, gevolgd door de markt in het centrum van Wapenveld (13 procent) en het Marktplein in Epe (12 procent).

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015
Heerde, dorp	64%
Wapenveld, centrum	13%
Epe, Marktplein	12%

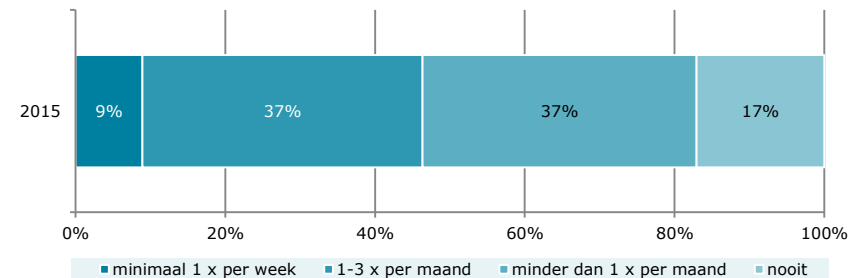
5.5 Online winkelen

Inwoners Heerde kopen regelmatig via internet

Het gebruik van internet als aankoopkanaal voor winkelen is in het algemeen toegenomen. Ongeveer de helft van de inwoners van Hattem koopt minimaal een keer per maand via internet. Het aandeel inwoners dat nooit iets via internet koopt, is klein (17 procent).

Figuur 5.4

Aankoopfrequentie artikelen via internet, inwoners Heerde (2015).

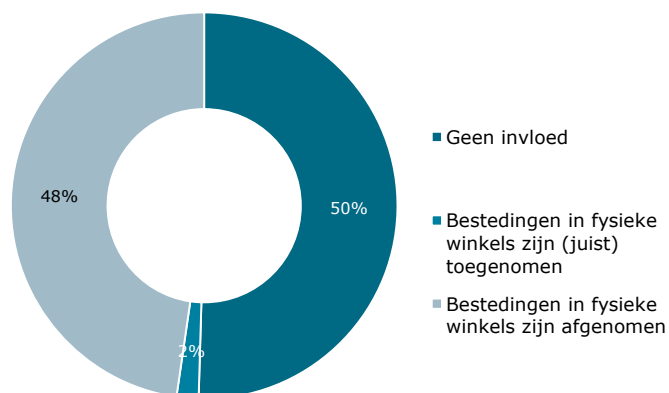


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

Aan de inwoners die hebben aangegeven (wel eens) via internet detailhandelsaankopen te doen, is gevraagd wat de invloed van de groei van het online winkelaanbod op de bestedingen is. De helft geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat 48 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 winkel mogelijkheden. Afsluitend vergelijken we Heerde 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 Heerde bezoeken relatief weinig winkels op zondag, maar gaan relatief vaker naar warenmarkten. Het aandeel dat frequent iets via internet koopt is hoger dan het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

Figuur 5.6

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



5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de zondag als winkeldag is klein. 70 procent 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. 44 procent gaat minimaal eens per maand tijdens een koopavond winkelen. Men bezoekt voornamelijk het centrum van Heerde en het centrum van Zwolle.
- De markt wordt ook vaker bezocht. 83 procent van inwoners van Heerde bezoekt de markt. Daarvan gaat 57 procent van de inwoners een keer per maand of vaker naar de markt. De markt in Heerde (Heerde dorp), gevolgd door de markt in het centrum Wapenveld in Heerde wordt het meest bezocht.
- 83 procent heeft een aankoop via internet gedaan, waarvan 46% een keer per maand of vaker een aankoop via internet. Van de inwoners van Heerde die hebben aangegeven online te winkelen zegt 48 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 geënquêteerd. Daarnaast zijn ook in de niet-deelnemende gemeenten enquêtes afgenomen zodat deelnemende gemeenten een volledig zicht krijgen op de kooporiëntatie.

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

Het onderzoeksgebied:



Na afronding van de dataverzameling zijn de enquêteresultaten verwerkt tot SPSS-databestand. Om zorg te dragen voor de juiste onderlinge verhoudingen in het complete onderzoeks- plus randgebied is in de eerste plaats een inwonertalweging doorgevoerd. De herweging naar inwonertallen is in de onderzoeksgemeenten op 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 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 Heerde	73%
Overig gemeente Heerde	17%
Epe	6%
Oldebroek	2%
Zwolle	1%
Hatterm	1%
Overig	0%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Heerde	63%
Overig gemeente Heerde	16%
Epe	8%
Hatterm	3%
Oldebroek	3%
Kampen	1%
Zwolle	1%
Apeldoorn	1%
Elburg	1%
Lelystad	1%
Olst-Wijhe	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 Heerde	48%
Overig gemeente Heerde	14%
Epe	10%
Hatterm	7%
Oldebroek	6%
Zwolle	5%
Kampen	3%
Apeldoorn	3%
Elburg	3%
Oldenzaal	1%
Harderwijk	1%
Deventer	0%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Heerde	61%
Overig gemeente Heerde	21%
Oldebroek	6%
Epe	5%
Hatterm	3%
Apeldoorn	2%
Kampen	1%



Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Heerde	59%
Overig gemeente Heerde	26%
Oldebroek	8%
Hattem	4%
Epe	3%
Zwolle	1%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Heerde	63%
Overig gemeente Heerde	13%
Epe	13%
Lelystad	3%
Olst-Wijhe	2%
Oldebroek	1%
Hattem	1%
Zwolle	1%
Apeldoorn	1%
Kampen	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 7

Procentuele verdeling binding en toevloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Heerde	64%
Overig gemeente Heerde	15%
Epe	9%
Hattem	6%
Oldebroek	3%
Deventer	1%
Kampen	1%
Overig	1%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Heerde	73%
Overig gemeente Heerde	12%
Epe	10%
Hattem	2%
Oldebroek	2%
Zwolle	1%
Deventer	0%



Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Heerde	76%
Overig gemeente Heerde	16%
Epe	4%
Oldebroek	1%
Nunspeet	1%
Olst-Wijhe	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.

KERN	%
Kern Heerde	81%
Overig gemeente Heerde	2%
Epe	11%
Oldebroek	2%
Zwolle	1%
Hatterm	1%
Internet e.d.	1%
Overig	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Heerde	38%
Zwolle	23%
Epe	16%
Apeldoorn	5%
Hatterm	2%
Oldebroek	2%
Overig gemeente Heerde	1%
Deventer	1%
Arnhem	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 Heerde	21%
Overig gemeente Heerde	0%
Zwolle	28%
Epe	20%
Apeldoorn	8%
Hatterm	3%
Deventer	1%
Arnhem	1%
Voorst	1%
Amsterdam	1%
Internet e.d.	12%
Overig	4%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Heerde	29%
Overig gemeente Heerde	1%
Zwolle	27%
Epe	16%
Apeldoorn	7%
Hatterm	4%
Deventer	1%
Arnhem	1%
Amsterdam	1%
Internet e.d.	10%
Overig	4%



Tabel 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Heerde	57%
Overig gemeente Heerde	0%
Zwolle	15%
Epe	15%
Apeldoorn	2%
Arnhem	1%
Hattern	1%
Internet e.d.	7%
Overig	2%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Heerde	48%
Overig gemeente Heerde	1%
Zwolle	24%
Epe	6%
Apeldoorn	2%
Oldebroek	2%
Internet e.d.	16%
Overig	1%

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en afvloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Heerde	19%
Overig gemeente Heerde	0%
Zwolle	34%
Epe	18%
Apeldoorn	3%
Oldebroek	3%
Zutphen	3%
Elburg	2%
Hattern	2%
Weststellingwerf	1%
Deventer	1%
Arnhem	1%
Duiven	1%
Amersfoort	1%
Zwartewaterland	1%
Internet e.d.	8%
Overig	3%

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

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Heerde	50%
Overig gemeente Heerde	4%
Epe	25%
Zwolle	10%
Apeldoorn	3%
Hattem	2%
Oldebroek	2%
Internet e.d.	4%
Overig	1%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Heerde	69%
Overig gemeente Heerde	1%
Epe	15%
Zwolle	7%
Apeldoorn	3%
Oldebroek	2%
Hattem	1%
Internet e.d.	1%
Overig	1%