

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT **HOLTEN**

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/083

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Rijssen-Holten

Auteurs

Laurens Klein Kranenburg
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 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 Rijssen-Holten zijn 872 huishoudens geïnterviewd, waarvan 230 in de kern Holten.



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

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

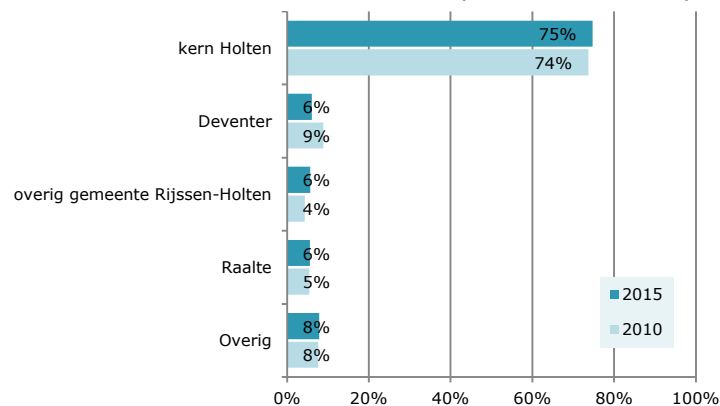
2.1 Dagelijkse sector

Verhoudingsgewijs meer omzet uit Holten zelf

Driekwart van de omzet aan dagelijkse artikelen (75 procent) in Holten is afkomstig van de eigen inwoners. Daarnaast trekt Holten ook (enige) omzet aan uit Deventer, Raalte en het overige deel van de gemeente Rijssen-Holten. Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in de dagelijkse sector toegenomen. Vooral de omzet uit eigen kern en de toevloeiing uit de rest van de gemeente is gestegen.¹

Figuur 2.1

Waar komt de omzet in Holten 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)	17,2	19,5	74%	75%
Toevloeiing ov. gemeente R-H	1,0	1,5	4%	6%
Toevloeiing ov. Nederland	5,1	5,1	22%	20%
TOTAAL OMZET	23,3	26,0	100%	100%

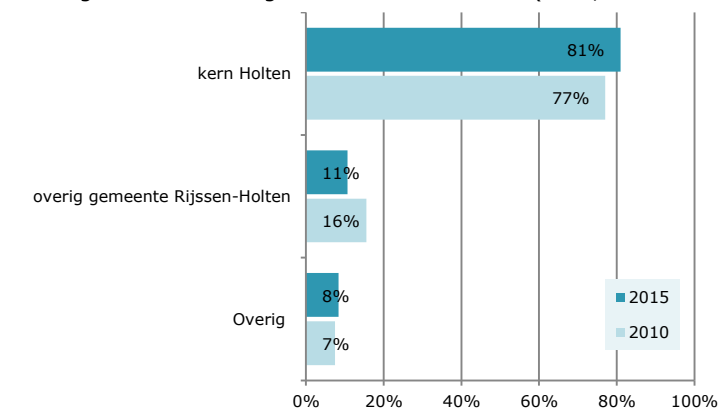
¹ Toeristische bestedingen zijn niet meegenomen in het onderzoek.

Koopkrachtafvloeiing afgenomen

De mate waarin inwoners van Holten hun dagelijkse boodschappen bestedingen doen buiten de eigen woonplaats is net als in 2010 beperkt. De binding is toegenomen. De meeste bestedingen buiten de eigen plaats worden in andere plaatsen in de gemeente Rijssen-Holten gedaan. Deze vorm van afvloeiing is ten opzichte van 2010 gedaald. De afvloeiing naar het internet is zeer beperkt.

Figuur 2.2

Waar gaan de bestedingen uit Holten 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	17,2	19,5	77%	81%
Afvloeiing ov. gemeente R-H	3,5	2,6	16%	11%
Afvloeiing ov. Nederland	1,5	1,9	7%	8%
Afvloeiing internet e.d.	0,2	0,1	1%	0%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	22,3	24,0	100%	100%

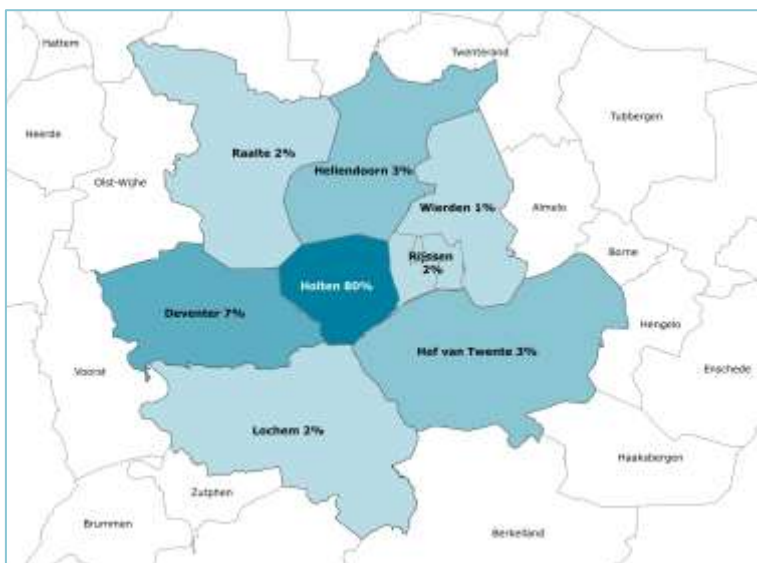
2.2 Niet-dagelijkse sector

Meeste toevloeiing uit Deventer

Van de omzet in de niet-dagelijkse sector in Holten is 80 procent afkomstig uit Holten zelf. Daarnaast is 7 procent afkomstig uit Deventer. De toevloeiing vanuit omliggende plaatsen en gemeenten is relatief beperkt.²

Figuur 2.3

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

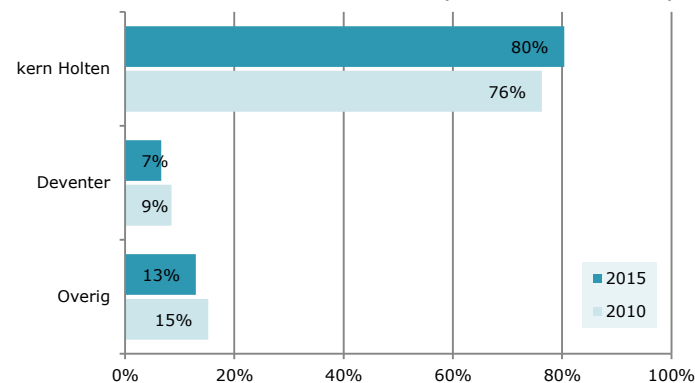


Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector

De totale omzet in de niet-dagelijkse sector in Holten (gerealiseerd door zowel inwoners als bezoekers) is sterk afgenomen ten opzichte van 2010. Hiermee volgt Holten de landelijk trend. Als we kijken naar waar de kooporiëntatie op Holten is veranderd, dan zien we vooral minder toevloeiing van buiten de gemeente. De bindingsomzet is in absolute zin gedaald, maar doordat de toevloeiing verhoudingsgewijs sterker is gedaald, is de binding gestegen.

Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	6,8	5,6	76%	80%
Toevloeiing ov. gemeente	0,1	0,1	2%	2%
Toevloeiing ov. Nederland	2,0	1,2	22%	18%
TOTALE OMZET	8,9	7,0	100%	100%

² Toeristische bestedingen zijn niet meegenomen in het onderzoek.

Inwoners Holten ook georiënteerd op Deventer

Anders dan in de dagelijkse sector zijn inwoners van Holten voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector ook in sterke mate georiënteerd op andere plaatsen. Buiten de gemeente Rijssen-Holten is er met name afvloeïng naar Deventer en Hengelo.

Figuur 2.5

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



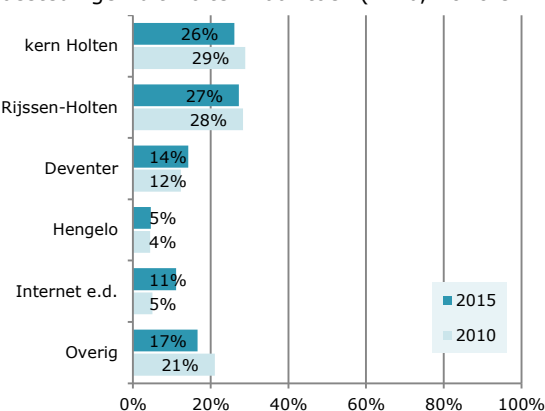
De afvloeïng naar internet is in de niet-dagelijkse sector met 11 procent aanzienlijk groter dan in de dagelijkse sector.

Ontwikkeling binding & afvloeïng niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 doen inwoners van Holten in de niet-dagelijkse sector minder bestedingen in de eigen woonplaats. De afvloeïng naar internet is verdubbeld. De koopkrachtafvloeïng naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector nu € 2,4 miljoen, tegen € 1,2 miljoen in 2010.

Figuur 2.6

Waar gaan de bestedingen uit Holten naar toe? (in %; 2010 en 2015).



Tabel 2.4

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

	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	6,8	5,6	29%	26%
Afvloeïng ov. gemeente R-H	6,7	5,9	28%	27%
Afvloeïng ov. Nederland	8,9	7,6	38%	35%
Afvloeïng Duitsland	0,0	0,1	0%	0%
Afvloeïng internet e.d.	1,2	2,4	5%	11%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	23,5	21,7	100%	100%

Inzoom op niet-dagelijkse branches

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

Binnen de niet-dagelijkse sector heeft doe-het-zelf de hoogste binding met 53 procent, gevolgd door huishoudelijke artikelen (52 procent) en bloemen en planten (51 procent). Vergeleken met 2010 zijn de bindingspercentages voor schoenen en bloemen en planten gedaald.

Tabel 2.5

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

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

De artikelgroep met relatief de meeste bestedingen van bezoekers van buiten de eigen woonplaats is schoenen (41 procent). Vergeleken met 5 jaar geleden is er minder koopkracht afkomstig van buiten.

KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN HOLTEN 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 HOLTEN WEERGEGEVEN ('WAAR GAAN BESTEDINGEN NAAR TOE?').
- IN **TABEL 2.7** IS HET BINDINGSPERCENTAGE UITGEDRUKT ALS PERCENTAGE VAN HET BESTEDINGSPOTENTIEEL. HET AANDEEL TOEVLOEIING ALS PERCENTAGE VAN DE TOTALE OMZET. HIERDOOR TELT HET GEHEEL NIET OP TOT 100%.

Voor bestedingen in de artikelgroep kleding en woninginrichting zijn inwoners van Holten relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen.

Tabel 2.6

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

x € miljoen	BINDING		AFVLOEIING		TOTAAL BESTEDINGS-POTENTIEEL	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	0,5	0,5	6,1	5,9	6,6	6,4
Schoenen	0,5	0,4	0,9	1,1	1,4	1,4
Huishoudelijke artikelen	0,9	0,9	1,0	0,8	1,9	1,7
Elektronica	1,1	0,9	2,7	2,9	3,8	3,8
Woninginrichting	0,8	0,5	3,9	3,0	4,7	3,5
Doe-het-zelf	1,5	1,1	1,0	1,0	2,6	2,1
Bloemen en planten	1,6	1,4	1,0	1,3	2,6	2,7
TOTAAL	6,8	5,6	16,7	16,0	23,5	21,7

Tabel 2.7

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

In %	BINDINGSPERCENTAGE		AANDEEL TOEVLOEIING IN TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015
Kleding	7%	8%	41%	23%
Schoenen	34%	25%	49%	41%
Huishoudelijke artikelen	45%	52%	22%	22%
Elektronica	29%	24%	18%	14%
Woninginrichting	16%	13%	22%	25%
Doe-het-zelf	60%	53%	15%	18%
Bloemen en planten	62%	51%	18%	12%
TOTAAL	29%	26%	24%	20%



2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

De mate waarin Holten 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 5.000 tot 10.000 inwoners heeft Holten in de dagelijkse sector in 2015 een relatief hoge koopkrachtbinding. De niet-dagelijkse sector in Holten heeft in vergelijking met de referentieklassse een iets lagere koopkrachtbinding. Binnen deze sector hebben vooral de artikelgroepen kleding, woninginrichting en elektronica in Holten verhoudingsgewijs een zwakke lokale verzorgingsfunctie.

Tabel 2.8

Bindingspercentage Holten vergeleken (2015).

	KERN HOLTEN	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	81%	71%
Niet-dagelijkse sector	26%	29%
- Kleding	8%	16%
- Schoenen	25%	22%
- Huishoudelijke artikelen	52%	38%
- Elektronica	24%	32%
- Woninginrichting	13%	20%
- Doe-het-zelf	53%	42%
- Bloemen en planten	51%	58%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

Holten 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

In alle niet-dagelijkse artikelgroepen is er sprake van meer koopkrachtafvloeiing dan toevloeiing. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats is dus kleiner dan het koopkrachtverlies.

De afvloeiing naar internet is relatief het grootst in de artikelgroepen elektronica en kleding.

Tabel 2.9

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

x € miljoen	TOEVLOEIING		↔	AFVLOEIING		
	ov. gemeente	elders		ov. gemeente	elders	internet
Kleding	0,00	0,15	↔	2,44	2,38	1,07
Schoenen	0,03	0,21	↔	0,49	0,44	0,12
Huishoudelijke artikelen	0,01	0,24	↔	0,50	0,23	0,10
Elektronica	0,00	0,15	↔	0,58	1,60	0,72
Woninginrichting	0,05	0,11	↔	0,81	1,91	0,31
Doe-het-zelf	0,02	0,22	↔	0,67	0,26	0,05
Bloemen en planten	0,03	0,16	↔	0,42	0,87	0,03
TOTAAL	0,14	1,23	↔	5,91	7,69	2,41

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

Afvoeiing naar internet goed zichtbaar

In de vorige paragrafen hebben we gezien wat de invloed is van internet op de koopstromen. De totale afvoeiing naar internet bedraagt in Holten in 2015 zo'n € 2,5 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 Holten vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Holten gemiddeld meer artikelen via internet, als het gaat om de niet-dagelijkse bestedingen. Vooral bij elektronica en kleding wordt relatief vaak voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 19 procent van de bestedingen aan elektronica in een webwinkel gedaan.

BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)	HOLTEN	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	0%	0%
Niet-dagelijkse sector	11%	9%
- Kleding	17%	14%
- Schoenen	9%	10%
- Huishoudelijke artikelen	6%	6%
- Elektronica	19%	14%
- Woninginrichting	9%	8%
- Doe-het-zelf	3%	3%
- Bloemen en planten	1%	1%

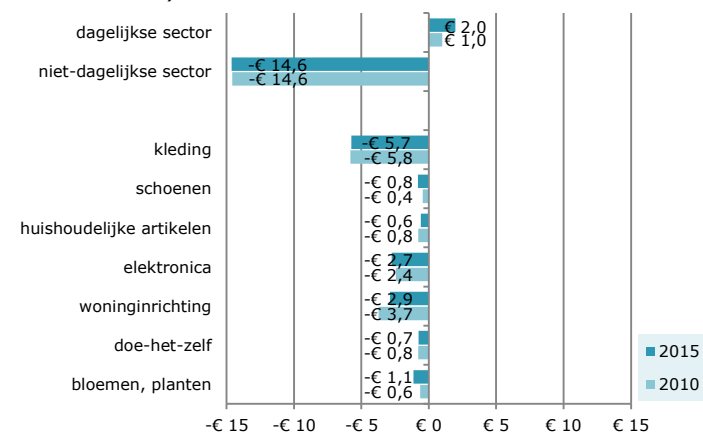
Ontwikkeling koopstromensaldo

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

Ten opzichte van 2010 is het positieve verschil tussen toe- en afvoeiing in de dagelijkse sector in 2015 groter. In de niet-dagelijkse sector is het negatieve saldo ongeveer gelijk gebleven ten opzichte van 2010. In enkele artikelgroepen, waaronder woninginrichting en huishoudelijke artikelen, is het koopstromensaldo minder negatief geworden in de laatste vijf jaar. Daar staat een verslechtering van het koopstromensaldo in andere sectoren tegenover. De meeste artikelgroepen hebben daarnaast ten opzichte van 2010 te maken met de gevolgen van de toegenomen oriëntatie op winkelen via internet.

Figuur 2.7

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



2.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De totale omzet in de dagelijkse sector is ten opzichte van 2010 toegenomen. Er is meer omzet afkomstig uit de eigen gemeente, de toevloeiing is afgenomen.
- In de dagelijkse sector blijft 81 procent van de detailhandelsbestedingen binnen de eigen kern. Het bindingspercentage is ten opzichte van 2010 toegenomen. Inwoners van Holten doen dus een groot deel van de dagelijkse boodschappen in de eigen woonplaats.
- In de niet-dagelijkse sector is de totale omzet de afgelopen vijf jaar afgenomen. Na Holten zelf (80 procent) is het grootste deel van de omzet afkomstig uit de uit Deventer (7 procent).
- De binding in de niet-dagelijkse sector is minder groot (26 procent), ook ten opzichte van 2010 (29 procent). Inwoners van Holten zijn buiten de eigen gemeente relatief sterk georiënteerd op Deventer en Hengelo. De mate waarin men bestedingen doet via internet is in de afgelopen vijf jaar sterk toegenomen (+6 procentpunt).
- Van alle niet-dagelijkse artikelgroepen hebben doe-het-zelf (53 procent), huishoudelijke artikelen (52 procent) en bloemen en planten (51 procent) de hoogste binding. Voor kleding en woninginrichting zijn inwoners van Holten vrijwel uitsluitend georiënteerd op andere aankoopplaatsen.
- Elektronica en kleding worden door de inwoners van Holten 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 Holten. 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.

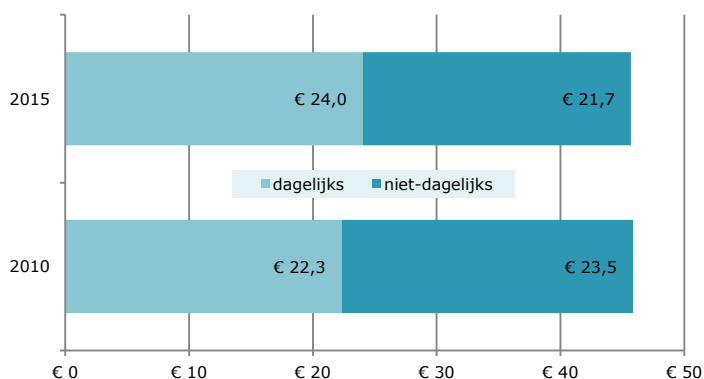
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Holten vrijwel gelijk gebleven

De totale detailhandelsomzet in Holten is in de afgelopen vijf jaar vrijwel gelijk gebleven ruim 45 miljoen euro. De daling van de niet-dagelijkse bestedingen (-8 procent) wordt gecompenseerd door de groei van dagelijkse bestedingen (+8 procent).

Figuur 3.1

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

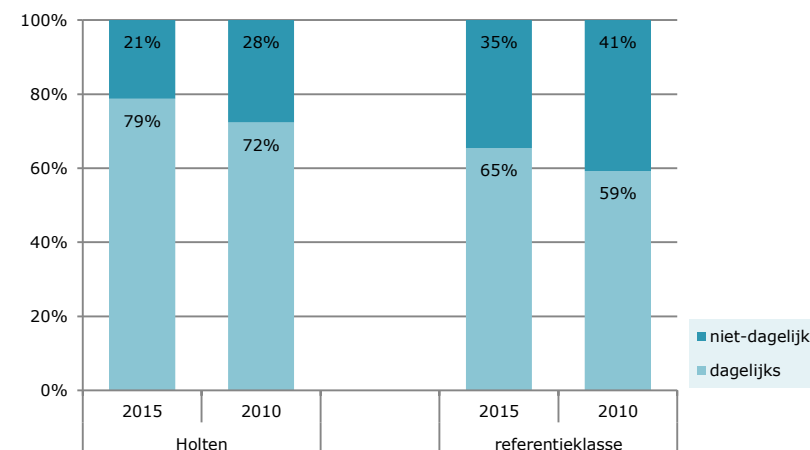


Omzetaandeel dagelijks groter geworden

De dagelijkse sector (79 procent) neemt een veel groter deel van de detailhandelsomzet in Holten voor haar rekening dan de niet-dagelijkse sector. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is ook gestegen van 72 procent in 2010 naar 79 procent in 2015. Deze ontwikkelingsrichting is vergelijkbaar met het gemiddelde beeld in referentiekernen.

Figuur 3.2

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



Gemiddelde omzet per inwoner

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



In Holten is de totale omzet per inwoner over de periode 2010-2015 vrijwel gelijk gebleven. In de dagelijkse sector is sprake van een toename, terwijl in de niet-dagelijkse sector de gemiddelde omzet per inwoner is gedaald. Door de relatief geringe omvang van de niet-dagelijkse sector ligt de totale omzet per inwoner in Holten onder het gemiddelde van de referentieklassen.

Tabel 3.1

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

	HOLTEN		REFERENTIEKLASSE	
	2010	2015	2010	2015
Dagelijkse sector	2.670	2.880	2.840	2.930
Niet-dagelijkse sector	1.020	780	1.950	1.570
- Kleding	90	70	430	380
- Schoenen	110	70	120	90
- Huishoudelijke artikelen	130	130	170	130
- Elektronica	150	120	330	280
- Woninginrichting	110	70	280	170
- Doe-het-zelf	210	150	240	170
- Bloemen en planten	220	180	390	350
TOTALE OMZET PER INWONER	3.690	3.660	4.790	4.500

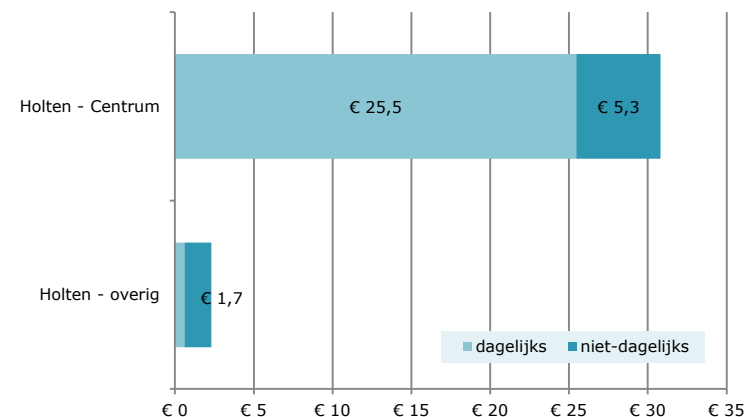
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Grootste deel omzet landt in het centrum van Holten

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

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Holten (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 Holten in de dagelijkse sector op peil is gebleven, terwijl het aandeel in de niet-dagelijkse sector is gegroeid.

Tabel 3.2

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

	DAGELIJKE SECTOR		NIET-DAGELIJKE SECTOR	
	2010	2015	2010	2015
Holten - Centrum	99%	98%	70%	76%
Holten - overig	1%	2%	30%	24%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%



3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Meer detailhandelsomzet in de dagelijkse sector (+8 procent) en minder omzet in de niet-dagelijkse sector (-8 procent) in Holten. De totale omzet is gelijk gebleven op ruim 45 miljoen euro.
- 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 Holten relatief laag is. 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 Holten dan zien we dat het centrum domineert, met name in de dagelijkse sector.



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 Holten boodschappen doet en/of er winkelt. Wat zijn de bezoekmotieven, hoe vaak worden winkelvoorzieningen bezocht en hoe worden ze beoordeeld? In de meeste gevallen vergelijken we de uitkomsten met het in 2010 geschetste beeld. Daarnaast wordt Holten 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*

Zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor het winkelen geldt dat de bezoekfrequentie op hoofdlijnen weinig is veranderd vergeleken met 2010. De groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Holten doet, is net als in 2010 voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker ("meer dan 1 keer per week").

Bij het recreatieve winkelen zijn we geringe verschuivingen. De groep die (zeer) weinig winkelt is een paar procent groter geworden, terwijl de categorie die minstens een keer per week in Holten winkelt wat kleiner geworden is. De groei van het online winkelen heeft zich hier voornamelijk niet vertaald in een sterke verschuiving van de bezoekfrequentie.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Holten voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

	DAGELIJKE BOODSCHAPPEN		WINKELN	
	2010	2015	2010	2015
Meer dan 1 x per week	70%	66%	50%	46%
1 x per week	28%	32%	29%	27%
1-3 x per maand	2%	3%	15%	19%
Minder dan 1 x per maand	0%	0%	6%	8%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

Bezoekmotief

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen of te winkelen in Holten? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door nabijheid/afstand, bereikbaarheid en parkeergelegenheid, die ten opzichte van 2010 vaker worden genoemd als bezoekmotief.

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekmotieven:



Voor het winkelen geldt dat dezelfde motieven terugkeren in de top 3. Parkeergelegenheid wordt nu iets vaker genoemd als motief dan bereikbaarheid. In 2010 werd nabijheid/afstand wat vaker

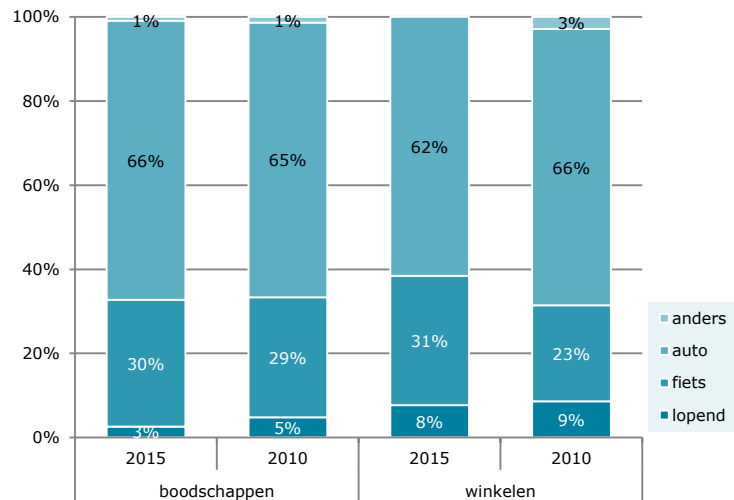
genoemd, net als de omvang van het winkelaanbod.

Vervoermiddel

Zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor het winkelen is de auto het meest gebruikte vervoermiddel. Bij de boodschappen is de procentuele verdeling van het vervoermiddelgebruik in 2015 vrijwel hetzelfde als in 2010. Bij het winkelen heeft de auto wat ingeleverd ten opzichte van de fiets.

Figuur 4.2

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



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Holten 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.

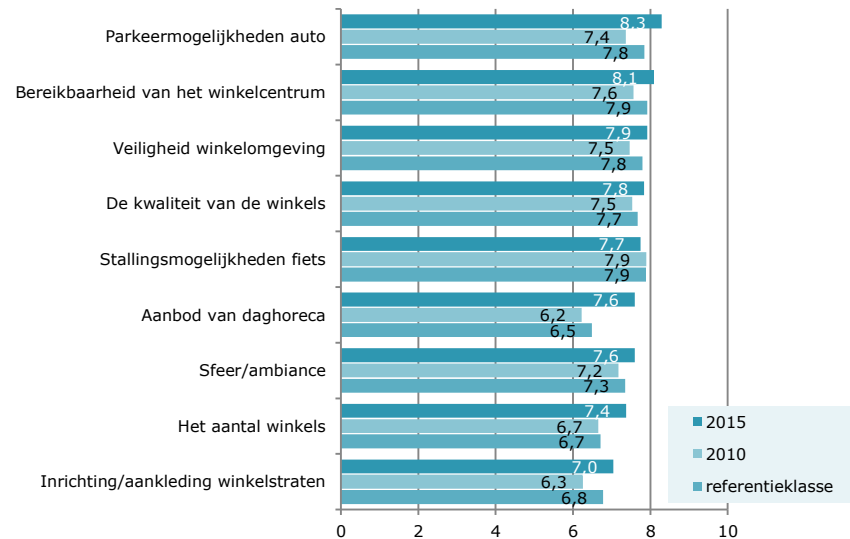
In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Holten.

Hoogste waardering voor parkeermogelijkheden auto

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in Holten tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor parkeermogelijkheden voor de auto en de laagste beoordeling krijgt de inrichting c.q. aankleding van de winkelstraten. Ten opzichte van 2010 is de waardering voor alle aspecten gestegen, behalve voor de stallingsmogelijkheden voor de fiets. Ook in vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen scoort kern Holten relatief goed, met name ten aanzien van het aanbod daghoreca.

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen Holten (2010 en 2015).



8 van de 9

aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld

4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De bezoekfrequentie voor boodschappen en winkelen is ten opzichte van 2010 weinig veranderd. De groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Holten doet of er gaat winkelen, is net als in 2010 voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker.
- Het belangrijkste motief om te winkelen of boodschappen te doen in Holten is nabijheid. Bereikbaarheid en parkeergelegenheid behoren daarnaast tot de top 3 meest genoemde bezoekredenen.
- Net als in 2010 is de auto het meest gebruikte vervoermiddel om boodschappen te doen of te winkelen. De auto heeft wel licht terrein verloren ten opzichte van de fiets bij het winkelen.
- De winkelvoorzieningen in Holten worden goed beoordeeld in vergelijking met de referentiekernen. De parkeermogelijkheden voor de auto, de bereikbaarheid van het winkelcentrum en de veiligheid van de winkelomgeving worden erg goed beoordeeld. De inrichting c.q. aankleding van de winkelstraten krijgt de laagste beoordeling. Holten scoort relatief goed ten opzichte van kernen van vergelijkbare omvang, met name voor het aanbod van daghoreca.
-



5

HOOFDSTUK

Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden



5. Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden

5.1 Inleiding

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

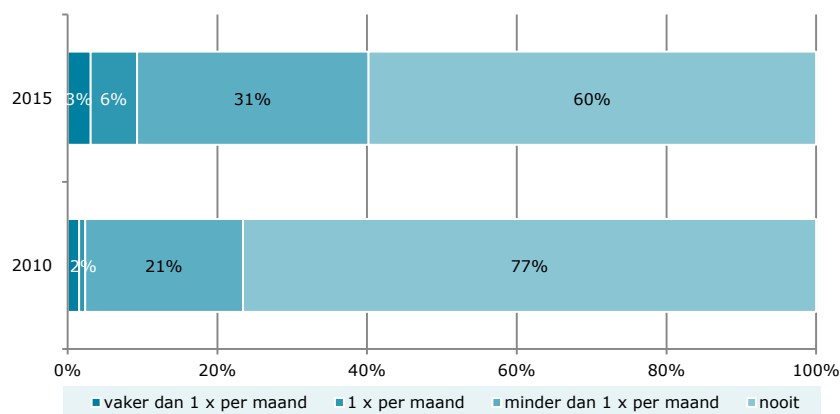
5.2 Koopzondag

Bezoek koopzondag gegroeid

In vijf jaar tijd is de oriëntatie op de zondag als winkeldag toegenomen. Ook in Holten is deze groei zichtbaar. Gaf in 2010 nog 77 procent van de inwoners aan nooit een koopzondag te bezoeken, in 2015 is dit gedaald tot 60 procent. Het aantal inwoners dat minimaal eens per maand een koopzondag bezoekt, is nog relatief beperkt.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Holten (2010 en 2015).



Circa 4 op de 10 inwoners bezoekt wel eens een koopzondag. Hiervoor gaan ze wel naar andere plaatsen, waaronder Deventer en Colmschate.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015	2010
Deventer - Centrum	33%	28%
Colmschate	9%	-
Deventer - WC Colmschate/Flora	9%	6%

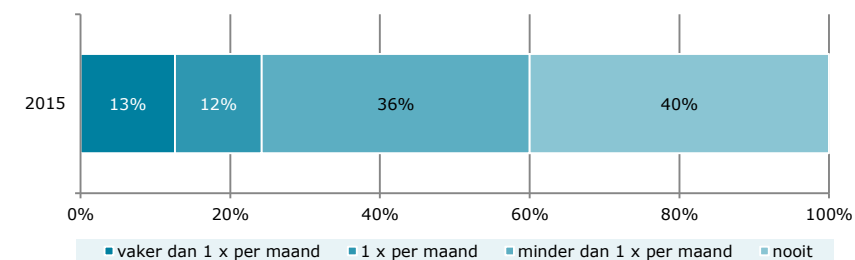
5.3 Koopavond

Vier op de tien inwoners bezoeken 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 onder inwoners van Holten. Ongeveer een kwart gaat (minimaal) eens per maand. Vier op de tien inwoners geven aan nooit op koopavond te winkelen.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Holten (2015).



Meest genoemde plaats waar inwoners van Holten de koopavond bezoeken, is Holten zelf. Andere veelgenoemde aankooplocaties zijn Rijssen (26 procent) en Deventer (circa 6 procent).





69% bezoekt meestal de koopavond in Holten

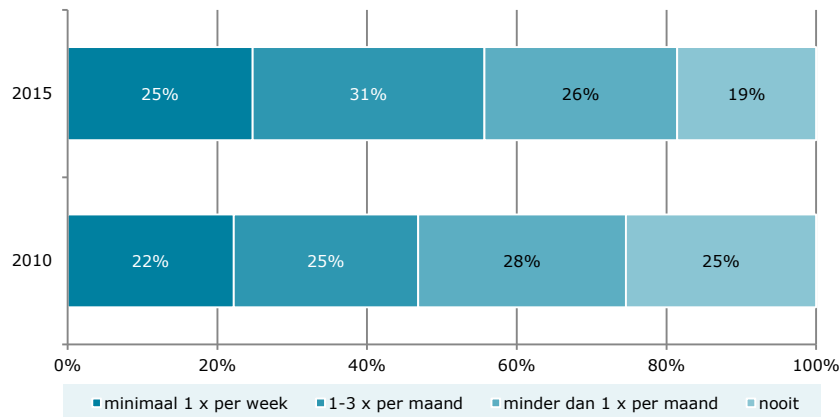
5.4 Markt

Oriëntatie op de markt licht gestegen

Ruim de helft van de inwoners van Holten gaat minimaal eens per maand naar de markt (56 procent). In 2010 was dit aandeel 47 procent. Het aandeel inwoners dat nooit naar de markt gaat is in vergelijking met 2010 gedaald van 25 naar 19 procent.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Holten (2010 en 2015).



Een groot deel van de inwoners bezoekt vooral de markt in Holten en – in mindere mate - Rijssen. Ook in 2010 was Holten de meest genoemde plaats, zij het in veel mindere mate.

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015	2010
Smidsbelt (Holten)	70%	43%
Centrum Rijssen	21%	18%
Overig	10%	39%

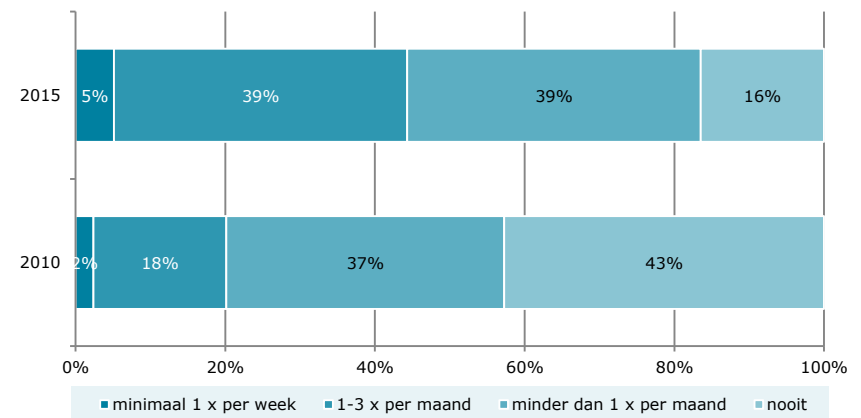
5.5 Online winkelen

Inwoners Holten 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 43 procent van de consumenten nooit aankopen via internet. In vijf jaar tijd is dit aandeel afgenomen tot 16 procent. Verder is met name het aandeel van mensen dat een tot drie keer per maand artikelen via internet koopt, sterk gestegen (+21 procentpunt).

Figuur 5.4

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

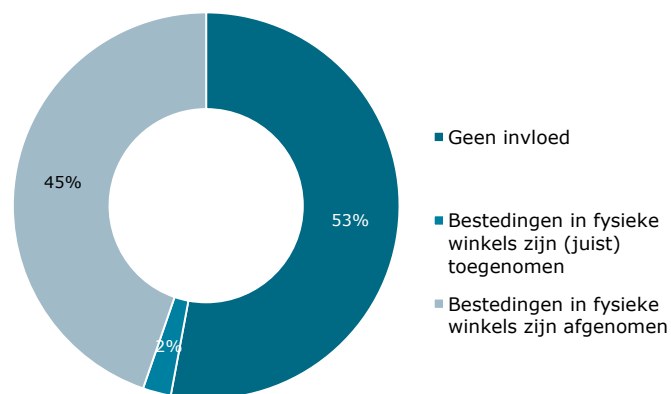


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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. Ruim de helft geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat 45 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 Holten 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 Holten bezoeken relatief minder vaak winkels op zondag en gaan ongeveer even vaak naar een koopavond als inwoners van de referentiekernen. Het aandeel dat maandelijks een warenmarkt bezoekt is verhoudingsgewijs groot: 56 procent in Holten tegen 41 procent in de referentiekernen. Het aandeel dat frequent iets via internet koopt, ligt iets boven het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

Figuur 5.6

Aandeel (minimaal) maandelijks, Holten 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 77 procent in 2010 naar 60 procent in 2015. Ten opzichte van andere kernen bezoeken inwoners van Holten iets minder vaak een koopzondag. Voor de koopzondag is men voornamelijk georiënteerd op het centrum van Deventer en op Colmschate.
- De bezoekfrequentie van de koopavond is hoger dan bij de koopzondag. Het bezoek van de koopavond is conform het gemiddelde in referentiekernen. Men is dan vooral georiënteerd op het centrum van Holten en – in mindere mate – Rijssen.
- De warenmarkt wordt in verhouding met referentiegemeenten relatief vaak bezocht. Ruim de helft van de inwoners van Holten gaat minstens eens per maand naar de markt. Ten opzichte van 2010 is de oriëntatie op de markt licht gestegen. Men bezoekt vooral, en in toegenomen mate, de markt in Holten.
- In vergelijking met 2010 is de frequentie waarmee artikelen via internet worden gekocht sterk gestegen. Ruim vier op de tien inwoners van Holten doen dit een keer per maand of vaker. Van de consumenten die hebben aangegeven online te winkelen, zegt 45 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 Holten	75%
Overig gemeente Rijssen-Holten	6%
Deventer	6%
Raalte	6%
Lochem	3%
Hof van Twente	3%
Hellendoorn	2%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Holten	80%
Overig gemeente Rijssen-Holten	2%
Deventer	7%
Hellendoorn	3%
Hof van Twente	3%
Raalte	2%
Lochem	2%
Wierden	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 Holten	77%
Overig gemeente Rijssen-Holten	0%
Deventer	12%
Hellendoorn	5%
Hof van Twente	5%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Holten	59%
Overig gemeente Rijssen-Holten	4%
Deventer	15%
Hof van Twente	5%
Zwolle	5%
Lochem	4%
Wierden	3%
Raalte	2%
Hellendoorn	2%



Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Holten	78%
Overig gemeente Rijssen-Holten	1%
Hof van Twente	6%
Deventer	6%
Raalte	4%
Hellendoorn	2%
Lochem	1%
Almelo	1%
Wierden	1%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Holten	86%
Overig gemeente Rijssen-Holten	0%
Deventer	7%
Hellendoorn	3%
Lochem	3%
Wierden	1%
Hof van Twente	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 Holten	75%
Overig gemeente Rijssen-Holten	7%
Hellendoorn	6%
Deventer	5%
Hof van Twente	5%
Raalte	2%
Wierden	1%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Holten	82%
Overig gemeente Rijssen-Holten	2%
Deventer	5%
Lochem	5%
Raalte	3%
Hof van Twente	2%
Hellendoorn	1%
Wierden	1%



Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Holten	88%
Overig gemeente Rijssen-Holten	2%
Deventer	4%
Hellendoorn	3%
Raalte	2%
Hof van Twente	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 Holten	81%
Overig gemeente Rijssen-Holten	11%
Deventer	3%
Hof van Twente	1%
Raalte	1%
Lochem	1%
Hellendoorn	1%
Internet e.d.	1%
Overig	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Holten	26%
Overig gemeente Rijssen-Holten	27%
Deventer	14%
Hengelo	5%
Lochem	4%
Hellendoorn	3%
Zutphen	2%
Enschede	1%
Wierden	1%
Raalte	1%
Almelo	1%
Internet e.d.	12%

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en afvloeiing kleding.

KERN	%
Kern Holten	8%
Overig gemeente Rijssen-Holten	38%
Deventer	18%
Enschede	4%
Wierden	3%
Hellendoorn	2%
Apeldoorn	1%
Raalte	1%
Hengelo	1%
Zwolle	1%
Almelo	1%
Lochem	1%
Amsterdam	1%
Internet e.d.	17%
Overig	3%

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

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Holten	25%
Overig gemeente Rijssen-Holten	35%
Deventer	17%
Enschede	2%
Apeldoorn	1%
Almelo	1%
Raalte	1%
Hengelo	1%
Wierden	1%
Amsterdam	1%
Hellendoorn	1%
Zwolle	1%
Internet e.d.	10%
Overig	3%

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Holten	52%
Overig gemeente Rijssen-Holten	29%
Deventer	5%
Hengelo	4%
Hellendoorn	1%
Raalte	1%
Internet e.d.	6%
Overig	3%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Holten	24%
Overig gemeente Rijssen-Holten	15%
Deventer	16%
Hengelo	13%
Hellendoorn	9%
Raalte	2%
Internet e.d.	19%
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 Holten	13%
Overig gemeente Rijssen-Holten	23%
Deventer	19%
Hengelo	10%
Zutphen	10%
Lochem	3%
Hellendoorn	2%
Twenterand	2%
Almelo	2%
Oldenzaal	1%
Hof van Twente	1%
Groningen	1%
Enschede	1%
Apeldoorn	1%
Internet e.d.	9%
Overig	2%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Holten	53%
Overig gemeente Rijssen-Holten	32%
Deventer	8%
Lochem	1%
Raalte	1%
Internet e.d.	3%
Overig	2%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Holten	51%
Overig gemeente Rijssen-Holten	15%
Lochem	22%
Deventer	5%
Almelo	1%
Hof van Twente	1%
Hellendoorn	1%
Internet e.d.	1%
Overig	2%

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