

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT KERN  
**IJSSELMUIDEN**

**Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015**

Oktober 2015

# COLOFON

**Uitgave**

I&O Research  
Zuiderval 70  
Postbus 563  
7500 AN Enschede

**Rapportnummer**

2015/109

**Datum**

Oktober 2015

**Opdrachtgever**

Gemeente Kampen

**Auteurs**

Marjolein Meurs  
Ralf ten Hove

**Bestellingen**

Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever.

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



# INHOUDSOPGAVE

<b>1.</b>	<b>Kort vooraf .....</b>	<b>6</b>
1.1	De winkelwereld is veranderd .....	6
1.2	Doel van het onderzoek .....	6
<b>2.</b>	<b>Koopstromen .....</b>	<b>9</b>
2.1	Dagelijkse sector .....	9
2.2	Niet-dagelijkse sector .....	10
2.3	Vergelijking oriëntatie op eigen kern .....	13
2.4	Toevloeiing versus afvloeiing .....	13
2.5	Conclusie .....	15
<b>3.</b>	<b>Economisch functioneren .....</b>	<b>17</b>
3.1	Inleiding .....	17
3.2	Detailhandelsomzet .....	17
3.3	Detailhandelsomzet aankooplocaties .....	18
3.4	Conclusie .....	18
<b>4.</b>	<b>Inzicht in koopgedrag .....</b>	<b>20</b>
4.1	Inleiding .....	20
4.2	Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel .....	20
4.3	Beoordeling winkelvoorzieningen .....	21
4.4	Conclusie .....	22



<b>5. Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden.....</b>	<b>24</b>
5.1 Inleiding .....	24
5.2 Koopzondag .....	24
5.3 Koopavond .....	24
5.4 Markt .....	25
5.5 Online winkelen .....	25
5.6 Benchmarking .....	26
5.7 Conclusie .....	27
<b>Bijlage 1. Onderzoeksaanpak.....</b>	<b>29</b>
<b>Bijlage 2. Begrippenkader .....</b>	<b>31</b>
<b>Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche.....</b>	<b>33</b>
<b>Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche.....</b>	<b>36</b>



# 1

## HOOFDSTUK

### Kort vooraf



## 1. Kort vooraf

### 1.1 De winkelwereld is veranderd

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

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

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

In 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 Kampen zijn 859 huishoudens geïnterviewd, waarvan 179 in IJsselmuiden.



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

Het bestedingspotentieel is opgebouwd uit bestedingen door inwoners van IJsselmuiden gedaan in IJsselmuiden zelf (**binding**) en gedaan in andere plaatsen of via andere 'niet-ruimtelijke' aankoopkanalen (met name internet) (**afvloeiing**). Het bindingspercentage wordt uitgedrukt als percentage van het bestedingspotentieel.

Kortom: bij bestedingspotentieel is het perspectief de inwoner van de kern (de oriëntatie vanuit de vraagkant).



# 2

## HOOFDSTUK

### Koopstromen





## 2. Koopstromen

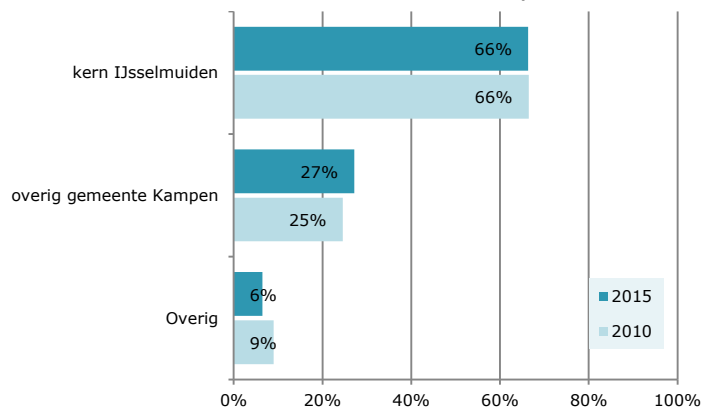
### 2.1 Dagelijkse sector

#### Meer omzettoevoeling uit overig Kampen

Twee derde van de behaalde omzet aan dagelijkse artikelen (66 procent) in IJsselmuiden is afkomstig van de eigen inwoners. Daarnaast trekt IJsselmuiden ook (enige) omzet aan uit het overige deel van de gemeente Kampen en omliggende gemeenten. Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in de dagelijkse sector met ongeveer € 2 miljoen toegenomen.

**Figuur 2.1**

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



**Tabel 2.1**

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

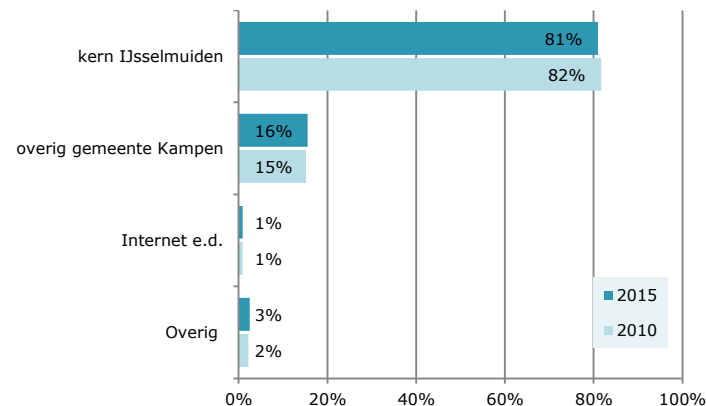
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Omzet uit eigen kern (binding)	24,0	25,3	66%	66%
Toevoeling ov. gemeente Kampen	8,9	10,3	25%	27%
Toevoeling ov. Nederland	3,3	2,5	9%	6%
<b>TOTALE OMZET</b>	<b>36,2</b>	<b>38,1</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### Koopkrachtafvloeiing toegenomen

Inwoners van IJsselmuiden doen de meeste bestedingen aan dagelijkse boodschappen in de eigen woonplaats. Het bindingspercentage is 81 procent. Inwoners van IJsselmuiden doen 16 procent van de bestedingen in andere delen van de gemeente Kampen. Ten opzichte van 2010 zijn binding en afvloeiing weinig veranderd.

**Figuur 2.2**

Waar gaan de bestedingen uit IJsselmuiden 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	24,0	25,3	82%	81%
Afvloeiing ov. gemeente Kampen	4,5	4,9	15%	16%
Afvloeiing ov. Nederland	0,7	0,8	2%	3%
Afvloeiing internet e.d.	0,2	0,3	1%	1%
<b>TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL</b>	<b>29,4</b>	<b>31,2</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## 2.2 Niet-dagelijkse sector

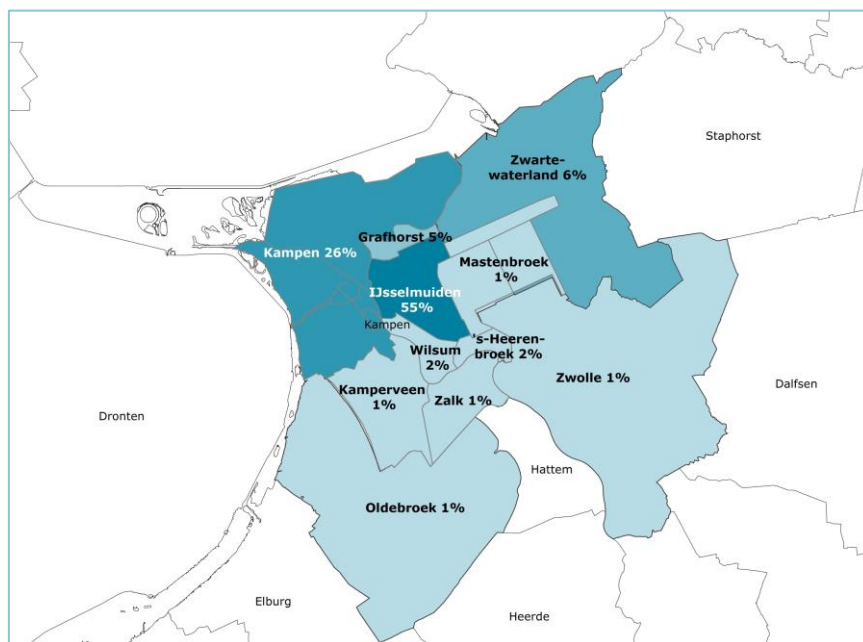
### *Veel toevloeiing uit kern Kampen en Zwartewaterland*

Van de omzet in de niet-dagelijkse sector in IJsselmuiden is 55 procent afkomstig uit IJsselmuiden. Daarnaast is 37 procent afkomstig uit het overige deel van de gemeente Kampen.

Net als bij de dagelijkse sector zijn ook in niet-dagelijkse sector bestedingen afkomstig uit omliggende gemeenten. Vooral vanuit gemeente Zwartewaterland zijn consumenten georiënteerd op IJsselmuiden.

**Figuur 2.3**

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

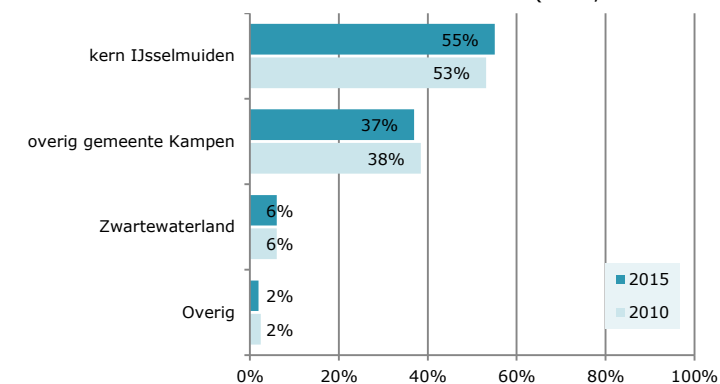


## *Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector*

Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in IJsselmuiden (gerealiseerd door zowel inwoners als bezoekers) afgenomen. Qua herkomst van de omzet zijn de verschillen met 2010 klein. De omzet is iets meer 'lokaal' geworden (omzetaandeel van de binding gestegen van 53 naar 55 procent).

**Figuur 2.4**

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



**Tabel 2.3**

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

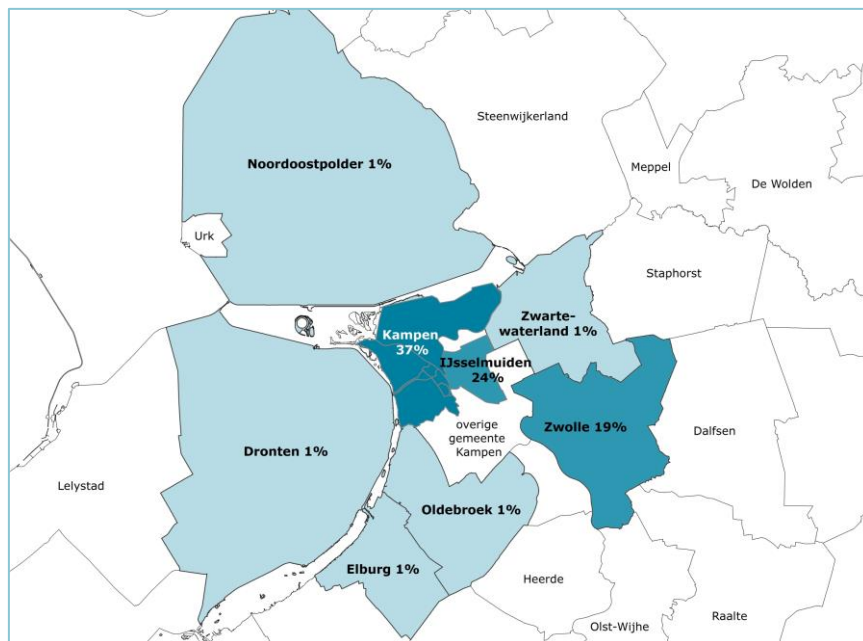
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	7,7	6,7	53%	55%
Toevloeiing ov. gemeente Kampen	5,6	4,5	38%	37%
Toevloeiing ov. Nederland	1,2	1,0	8%	8%
<b>TOTALE OMZET</b>	<b>14,6</b>	<b>12,1</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### Inwoners IJsselmuiden ook georiënteerd op Zwolle

Net als in de dagelijkse sector zijn inwoners van IJsselmuiden voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector in sterke mate georiënteerd op de eigen woonplaats en op de kern Kampen. Buiten de gemeente Kampen is er met name omzetafvoeiing naar de gemeente Zwolle.

**Figuur 2.5**

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



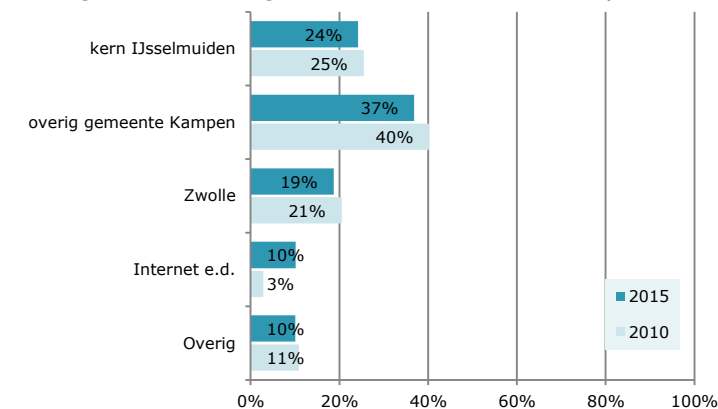
De afvloeiing naar internet is in de niet-dagelijkse sector met 10 procent aanzienlijk groter dan in de dagelijkse sector, waar deze 1 procent is.

### Minder afvloeiing naar overig Kampen

Ongeveer een kwart van de bestedingen in de niet-dagelijkse sector worden gedaan in de eigen woonplaats. De afvloeiing naar overig gemeente Kampen en Zwolle is (licht) afgenomen. De mate waarin consumenten bestedingen doen via internet is in de afgelopen vijf jaar in IJsselmuiden sterk toegenomen. De koopkrachtafvoeiing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector nu € 2,8 miljoen, tegen € 0,9 miljoen in 2010.

**Figuur 2.6**

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



**Tabel 2.4**

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

	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	7,7	6,7	25%	24%
Afvloeiing ov. gemeente Kampen	12,2	10,1	40%	37%
Afvloeiing ov. Nederland	9,5	7,9	31%	29%
Afvloeiing internet e.d.	0,9	2,8	3%	10%
<b>TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL</b>	<b>30,4</b>	<b>27,5</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### Inzoom op niet-dagelijkse branches

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

Binnen de niet-dagelijkse sector hebben bloemen & planten en doe-het-zelfartikelen net als in 2010 de hoogste omzet uit *binding*.

Vergeleken met 2010 is de omzet in de bloemen en planten ook licht toegenomen. De totale omzet woninginrichting ligt in 2015 met € 2,1 miljoen net iets hoger dan de omzet uit doe-het-zelf (€ 2,0 miljoen).

**Tabel 2.5**

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

x € miljoen	BINDING		TOEVLOEIING		TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	0,3	0,6	0,1	0,3	0,4	0,8
Schoenen	0,4	0,4	0,3	0,3	0,7	0,7
Huishoudelijke artikelen	0,9	0,4	0,4	0,2	1,3	0,6
Elektronica	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,3
Woninginrichting	1,5	1,0	2,7	1,1	4,2	2,1
Doe-het-zelf	1,9	1,5	0,7	0,6	2,6	2,0
Bloemen en planten	2,7	2,6	2,6	2,9	5,3	5,5
<b>TOTAAL</b>	<b>7,7</b>	<b>6,7</b>	<b>6,8</b>	<b>5,4</b>	<b>14,6</b>	<b>12,1</b>

In de bloemen & planten en woninginrichting is meer dan de helft van de omzet afkomstig van buiten IJsselmuiden (tabel 2.7). In de woninginrichting is de toevloeiing wel relatief sterk afgenomen.

#### KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKSE SECTOR IN IJSSELMUIDEN WEERGEGEVEN, UITGESPLITST NAAR BINDING EN TOEVLOEIING ('WAAR KOMT DE OMZET VANDAAN?').
- IN **TABEL 2.6** IS BINDING EN AFVLOEIING IN DE NIET-DAGELIJKSE SECTOR VOOR IJSSELMUIDEN 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 kleding en elektronica is de afvloeiing groot. Bestedingen in deze artikelgroepen worden relatief vaak buiten IJsselmuiden gedaan.

**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	0,3	0,6	8,2	7,5	8,5	8,1
Schoenen	0,4	0,4	1,5	1,4	1,8	1,8
Huishoudelijke artikelen	0,9	0,4	1,5	1,8	2,4	2,2
Elektronica	0,1	0,2	4,8	4,7	4,9	4,9
Woninginrichting	1,5	1,0	4,6	3,4	6,1	4,4
Doe-het-zelf	1,9	1,5	1,5	1,2	3,3	2,6
Bloemen en planten	2,7	2,6	0,6	0,8	3,3	3,4
<b>TOTAAL</b>	<b>7,7</b>	<b>6,7</b>	<b>22,6</b>	<b>20,8</b>	<b>30,4</b>	<b>27,5</b>

**Tabel 2.7**

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

In %	BINDINGSPERCENTAGE		AANDEEL TOEVLOEIING IN TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015
Kleding	3%	7%	29%	31%
Schoenen	20%	20%	47%	46%
Huishoudelijke artikelen	37%	20%	28%	32%
Elektronica	2%	4%	44%	35%
Woninginrichting	25%	22%	64%	52%
Doe-het-zelf	56%	55%	28%	28%
Bloemen en planten	81%	76%	49%	53%
<b>TOTAAL</b>	<b>25%</b>	<b>24%</b>	<b>47%</b>	<b>45%</b>



### 2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

De mate waarin IJsselmuiden 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.<sup>1</sup>

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

De niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met gemiddeld in plaatsen met 10.000-20.000 inwoners een relatief lage koopkrachtbinding. Binnen deze sector hebben alle artikelgroepen, met uitzondering van bloemen en planten, in IJsselmuiden een lager bindingspercentage. De ligging van IJsselmuiden tussen Kampen en Zwolle speelt daarbij een rol.

**Tabel 2.8**

Bindingspercentage IJsselmuiden vergeleken (2015).

	IJSSELMUIDEN	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	81%	88%
Niet-dagelijkse sector	24%	47%
- Kleding	7%	35%
- Schoenen	20%	41%
- Huishoudelijke artikelen	20%	63%
- Elektronica	4%	43%
- Woninginrichting	22%	33%
- Doe-het-zelf	55%	72%
- Bloemen en planten	76%	72%

<sup>1</sup> Hiertoe behoren onder meer Dalfsen, Elburg, Goor, Hardenberg, Hattem en Raalte. Zie ook het hoofdrapport op de website <http://koopstromen.nl/>.

### 2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

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

#### **Toevloeiing kleiner dan afvloeiing**

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

Bij alle artikelgroepen is de afvloeiing naar internet kleiner dan de afvloeiing naar fysieke (winkel)aankooplocaties buiten IJsselmuiden.

**Tabel 2.9**

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

x € miljoen	TOEVLOEIING		↔	AFVLOEIING		
	ov. gemeente	elders		ov. gemeente	elders	internet
Kleding	0,2	0,0	↔	3,7	3,0	0,9
Schoenen	0,3	0,0	↔	0,7	0,6	0,2
Huishoudelijke artikelen	0,1	0,1	↔	1,2	0,4	0,2
Elektronica	0,1	0,0	↔	2,3	1,4	1,0
Woninginrichting	0,8	0,3	↔	0,9	2,1	0,4
Doe-het-zelf	0,5	0,1	↔	0,9	0,2	0,1
Bloemen en planten	2,4	0,5	↔	0,4	0,3	0,1
<b>TOTAAL</b>	<b>4,5</b>	<b>1,0</b>	<b>↔</b>	<b>10,1</b>	<b>7,9</b>	<b>2,8</b>

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

### Afvloeiing naar internet goed zichtbaar

In de vorige paragrafen hebben we gezien wat de invloed is van internet op de koopstromen. De totale afvloeiing naar internet bedraagt in IJsselmuiden 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 IJsselmuiden vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van IJsselmuiden gemiddeld even vaak artikelen via internet. Bij elektronica wordt relatief vaak voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 20 procent van de bestedingen aan elektronica in een webwinkel gedaan.

BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)	IJSSELMUIDEN	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	1%	1%
Niet-dagelijkse sector	10%	10%
- Kleding	11%	12%
- Schoenen	9%	10%
- Huishoudelijke artikelen	8%	7%
- Elektronica	20%	18%
- Woninginrichting	10%	8%
- Doe-het-zelf	3%	3%
- Bloemen en planten	3%	1%

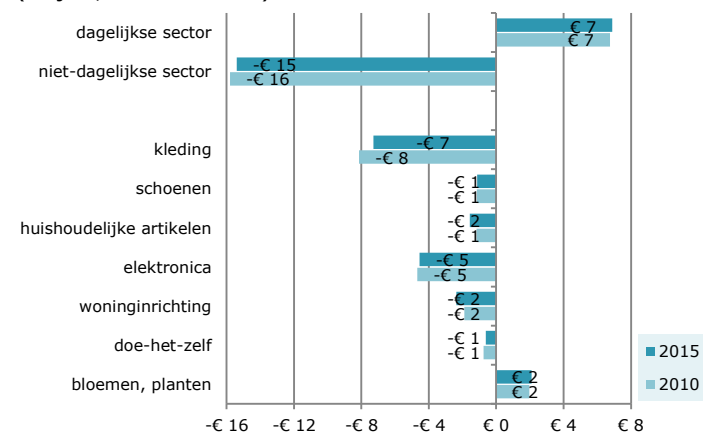
### Ontwikkeling koopstromensaldo

Op basis van onder meer tabel 2.9 is te concluderen dat in 2015 de niet-dagelijkse sector in IJsselmuiden te maken heeft met meer koopkrachtafvloeiing dan koopkrachttoevoeiing. In tabel 2.2 en 2.3 zagen we dat in de dagelijkse sector de toevoeiing juist groter is dan de koopkrachtafvloeiing. Hoe was dat in 2010 en zijn de verhoudingen gewijzigd? Komt er per saldo meer in of gaat er meer uit?

Net als in 2010 komen er in de dagelijkse sector in 2015 meer consumentenbestedingen binnen dan dat er naar 'buiten' gaan. In de niet-dagelijkse sector is het saldo beide jaren negatief. De afzonderlijke artikelgroepen hebben in 2010 en 2015 allemaal een vergelijkbaar koopstromensaldo. Wel is het verschil tussen toevoeiing en afvloeiing bij kleding wat kleiner geworden. In de bloemen & planten is het saldo positief, en is het verschil in 2010 en 2015 ongeveer even groot.

**Figuur 2.7**

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



## 2.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- In de dagelijkse sector blijft het gros van de detailhandelsbestedingen binnen de eigen kern. Ten opzichte van 2010 is de oriëntatie op de eigen plaats vrijwel gelijk gebleven. Daarnaast is er sprake van omzettoevloeiing uit met name de kern Kampen.
- In de niet-dagelijkse sector is de binding licht afgenomen. Meer verschuiving is zichtbaar bij de afvloeiing. Deze richt zich in vergelijking met 2010 minder op de kern Kampen en op Zwolle en meer op internet.
- Binnen de niet-dagelijkse sector heeft de artikelgroep bloemen & planten de hoogste binding. Deze artikelgroep heeft ook ten opzichte van kernen van vergelijkbare omvang een hoge binding. En heeft een hogere toevloeiing dan in 2010.
- Voorts zijn met uitzondering van de doe-het-zelf de bindingspercentages laag. Inwoners van IJsselmuiden zijn met name voor kleding en elektronica sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen.
- Het bestedingsaandeel van internet als aankoopkanaal is in alle branches gestegen. Als we kijken naar de artikelen die inwoners online kopen, dan zijn dit voornamelijk elektronica-artikelen.
- De afvloeiing naar internet in de niet-dagelijkse sector is in 5 jaar tijd in totaal gegroeid van 3 naar 10 procent. In de dagelijkse sector is de internetoriëntatie met omzetaandeel van 1 procent vooralsnog bescheiden.

# 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 IJsselmuiden. 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. Het besteedbaar inkomen van huishoudens in IJsselmuiden ligt onder het landelijk gemiddelde.

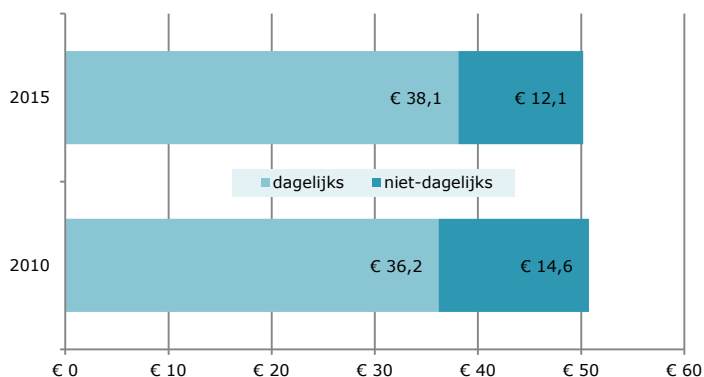
#### 3.2 Detailhandelsomzet

##### *Totale omzet in IJsselmuiden vrijwel gelijk gebleven*

De totale detailhandelsomzet in IJsselmuiden is in de afgelopen vijf jaar met 1 procent afgenomen naar € 50,2 miljoen. De niet-dagelijkse sector (-17 procent) draagt deze afname, aangezien de omzet in de dagelijkse sector is toegenomen (+5 procent).

**Figuur 3.1**

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

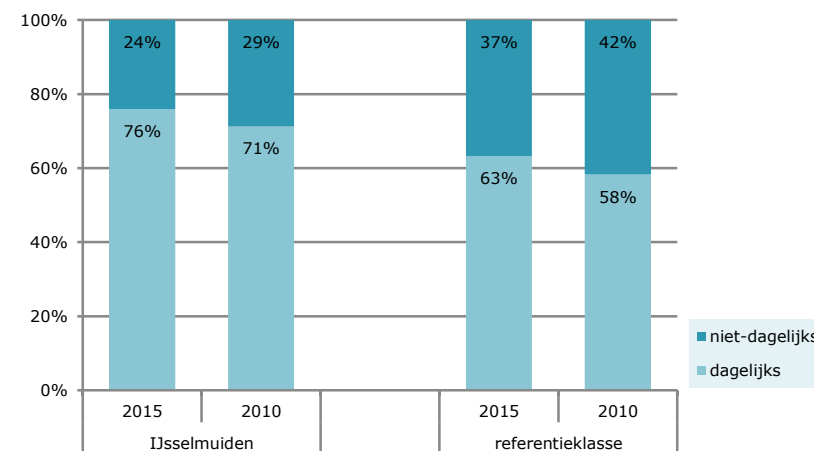


##### *Omzetaandeel dagelijks groter geworden*

De dagelijkse sector (76 procent) neemt een groter deel van de detailhandelsomzet in IJsselmuiden voor haar rekening dan de niet-dagelijkse sector. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is ook gestegen van 71 procent in 2010 naar 76 procent in 2015. Deze ontwikkeling is vergelijkbaar met het gemiddelde beeld in referentiekernen. Wel is het omzetaandeel van de dagelijkse sector bovengemiddeld.

**Figuur 3.2**

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, IJsselmuiden (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 IJsselmuiden is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector gestegen. Maar vergeleken met plaatsen van vergelijkbare omvang is dit omzetcijfer nog wel lager. Doordat de gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector ook relatief laag is, ligt de totale omzet per inwoner onder het vergelijkingscijfer.

**Tabel 3.1**

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

	IJSSELMUIDEN		REFERENTIEKLASSE	
	2010	2015	2010	2015
Dagelijkse sector	3.080	3.180	3.260	3.500
Niet-dagelijkse sector	1.240	1.010	2.340	2.030
- Kleding	30	70	550	500
- Schoenen	60	50	150	120
- Huishoudelijke artikelen	110	50	240	210
- Elektronica	20	30	360	310
- Woninginrichting	360	170	360	270
- Doe-het-zelf	220	170	350	270
- Bloemen en planten	450	460	330	350
<b>TOTALE OMZET PER INWONER</b>	<b>4.320</b>	<b>4.190</b>	<b>5.600</b>	<b>5.530</b>

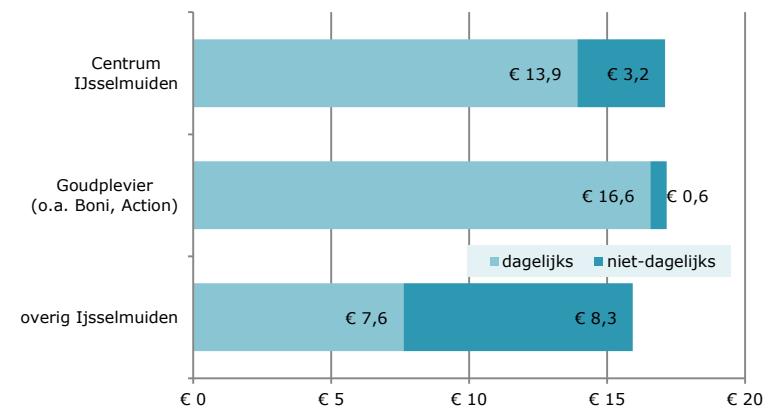
### 3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

#### *Grootste deel omzet landt in het centrum en Goudplevier*

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in IJsselmuiden dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door het centrum en door de aankooplocatie Goudplevier. De dagelijkse sector heeft in beide gevallen de grootste bijdrage. Bij de overige aankooplocaties in IJsselmuiden ligt het accent sterker op de niet-dagelijkse sector.

**Figuur 3.3**

Detailhandelsomzet aankooplocaties, IJsselmuiden (miljoen €; 2015).



### 3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De detailhandelsomzet in de dagelijkse sector is gestegen, terwijl de omzet in de niet-dagelijkse sector is gekrompen. De totale detailhandelsomzet in IJsselmuiden is daardoor met 1 procent gedaald ten opzichte van 2010.
- Door deze ontwikkeling is het belang van de dagelijkse sector in de omzet gestegen tot meer dan driekwart van het totaal. Andere kernen van vergelijkbare omvang hebben ook het omzetaandeel van de dagelijkse sector zien stijgen maar het omzetaandeel van de dagelijkse sector is wel bovengemiddeld in IJsselmuiden.
- Uit benchmarking blijkt dat de gemiddelde detailhandelsomzet per inwoner in IJsselmuiden lager is dan gemiddeld in plaatsen van vergelijkbare omvang. Vooral in de niet-dagelijkse sector is het verschil relatief groot, wat mede verklaard wordt door positie van IJsselmuiden tussen de nabijgelegen steden Kampen en Zwolle.
- Wanneer we inzoomen op de aankooplocaties in IJsselmuiden dan genereren het centrum van IJsselmuiden en de winkelconcentratie Goudplevier ongeveer dezelfde omzet. Met dien verstande dat het centrum meer niet-dagelijkse omzet heeft.

# 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 IJsselmuiden boodschappen doet en/of er winkelt. Wat zijn de bezoermotieven, hoe vaak worden winkelvoorzieningen bezocht en hoe worden ze beoordeeld? Bij de dagelijkse boodschappen vergelijken we de uitkomsten met het in 2010 geschetste beeld. Bij het winkelen is een vergelijking met 2010 niet mogelijk, vanwege onvoldoende respons. IJsselmuiden wordt op een aantal aspecten ook afgezet tegen het gemiddelde beeld van/in vergelijkbare plaatsen.

### 4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel

#### **Bezoekfrequentie voor boodschappen: vaker eens per week**

De bezoekfrequentie voor de dagelijkse boodschappen is in de afgelopen vijf jaar iets afgenomen. De groep consumenten die meer dan een keer per week de boodschappen in IJsselmuiden doet, is kleiner geworden, met name ten gunste van de wekelijkse bezoeker. Desondanks blijft het grootste deel hoogfrequente bezoeker.

Bij het recreatieve winkelen ligt de bezoekfrequentie iets lager. Met name de groep die een aantal keer per maand winkelt is groter dan in het geval van de dagelijkse boodschappen. Ook hier is grootste deel van de consumenten hoogfrequente bezoeker.

**Tabel 4.1**

Bezoekfrequentie IJsselmuiden voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

	DAGELIJKSE BOODSCHAPPEN		WINKELLEN
	2010	2015	2015
Meer dan 1 x per week	69%	57%	47%
1 x per week	29%	38%	21%
1-3 x per maand	3%	6%	26%
Minder dan 1 x per maand	0%	0%	5%
<b>TOTAAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

#### **Bezoermotief**

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen of te winkelen in IJsselmuiden? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door nabijheid, parkeergelegenheid en, gedeeld op plaats drie, lage prijs en bereikbaarheid. Ten opzichte van 2010 is met name parkeergelegenheid (+25 procentpunt) vaker genoemd als bezoermotief.

**Figuur 4.1**

Top 3 van bezoermotieven:



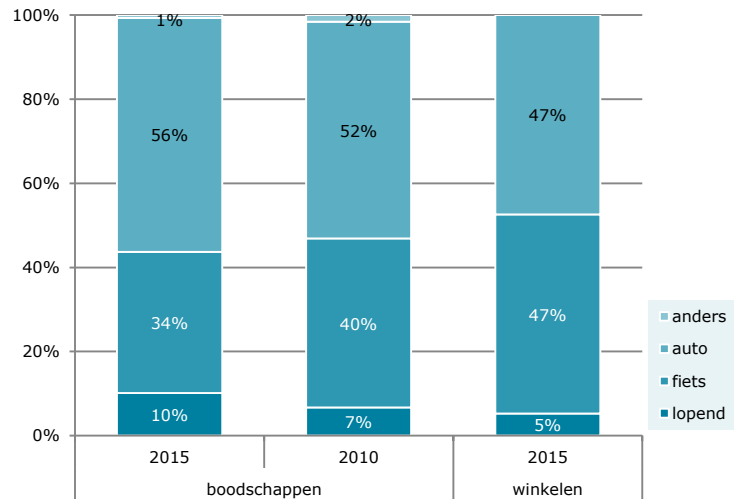
Voor het winkelen spelen dezelfde aspecten een belangrijke rol in de keuze voor in IJsselmuiden als bij de boodschappen, namelijk nabijheid, parkeergelegenheid en bereikbaarheid.

### Vervoermiddel: iets vaker gekozen voor de auto

Voor de dagelijkse boodschappen is de auto het meest gebruikte vervoermiddel. Bij het winkelen wordt even vaak gebruik gemaakt van de auto als van de fiets. Bij de boodschappen heeft de auto ten opzichte van 2010 licht terrein gewonnen ten koste van de fiets. De parkeermogelijkheden zullen daarbij een rol spelen.

**Figuur 4.2**

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



### 4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in IJsselmuiden 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.

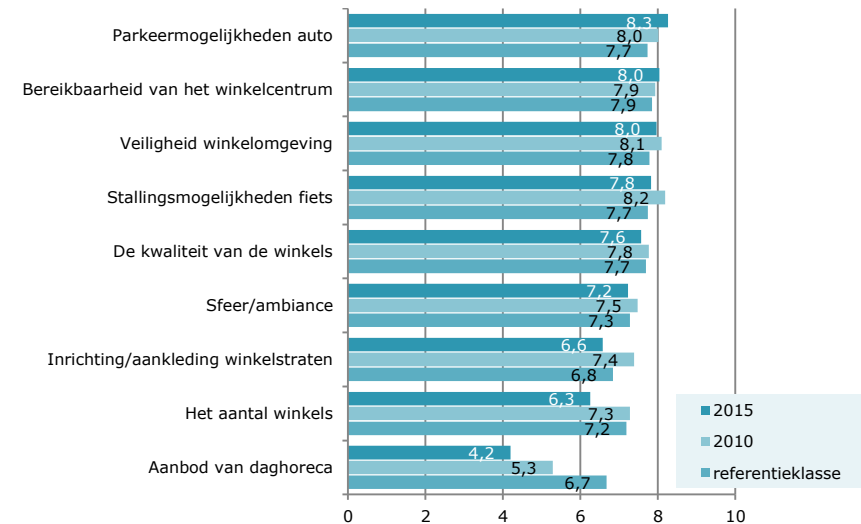
In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in IJsselmuiden.

### Hoogste waardering voor parkeermogelijkheden

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in IJsselmuiden over een aantal aspecten zeer tevreden. Het hoogste cijfer is gegeven voor parkeermogelijkheden voor de auto. De waardering is ook duidelijk hoger dan in 2010 en tevens hoger dan gemiddeld in referentiekernen. Andere aspecten die hoge waarderingcijfers krijgen zijn de bereikbaarheid, veiligheid en stallingsmogelijkheden voor de fiets (al krijgt dit laatste aspect in 2015 wel een lager cijfer dan in 2010). De beoordeling voor de inrichting/aankleding van de winkelstraten, het aantal winkels en het aanbod van daghoreca is sterk afgenomen en is ook lager dan de gemiddelde beoordelingcijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen.

**Figuur 4.3**

Waardering winkelvoorzieningen IJsselmuiden (2010 en 2015).



4 van de 9

aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld



#### 4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Bezoekers die hebben aangegeven in IJsselmuiden boodschappen te doen, doen dit in vergelijking met 2010 minder vaak; men komt vaker 1 keer in plaats van meerdere keren per week. Bij het winkelen ligt de bezoekfrequentie iets lager dan bij boodschappen.
- Nabijheid, parkeergelegenheid en bereikbaarheid zijn de belangrijkste bezoermotieven voor zowel de dagelijkse boodschappen als bij het winkelen zijn. Daarnaast wordt de lage prijs bij boodschappen regelmatig genoemd (mogelijk samenhangend met het winkelaanbod op de Goudplevier). De parkeermogelijkheden zijn in vergelijking met 2010 meer bepalend in de keuze van de aankooplocatie. Het belang van en de waardering voor parkeren is toegenomen. Dit zal ook mede verklaren waarom de auto in vergelijking met 2010 vaker is genoemd als vervoermiddel.
- Van de voorgelegde aspecten van de winkelvoorzieningen in IJsselmuiden krijgen de parkeermogelijkheden voor de auto en de bereikbaarheid de hoogste waardering. De beoordeling voor de inrichting/aankleding van de winkelstraten, het aantal winkels en het aanbod van daghoreca is relatief aan de lage kant en ook afgenomen tussen 2010 en 2015.



# 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.

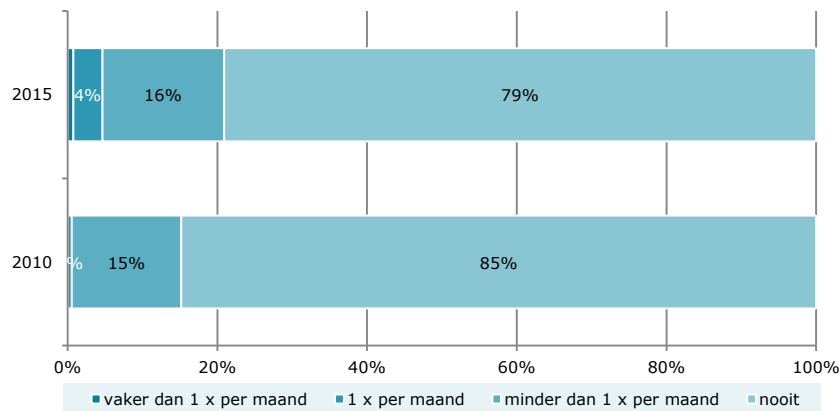
### 5.2 Koopzondag

#### *Beperkte groei bezoek koopzondag*

In vijf jaar tijd is de oriëntatie op de zondag als winkeldag sterk toegenomen. In IJsselmuiden is deze groei beperkt zichtbaar. Ging in 2010 1 procent minimaal eens per maand op zondag winkelen / inkopen doen, in 2015 is dat aandeel opgelopen tot 5 procent.

**Figuur 5.1**

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners IJsselmuiden (2010 en 2015).



Circa 2 op de 10 inwoners bezoeken wel eens een koopzondag. In meerderheid gaat men hiervoor naar een andere plaats, namelijk het centrum van Zwolle (53 procent), net als in 2010. Een klein deel gaat meestal naar het centrum van Apeldoorn (10 procent).

**Tabel 5.1**

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015	2010
Zwolle, Centrum	53%	56%
Apeldoorn, Centrum	10%	0%
Overige locaties	37%	44%

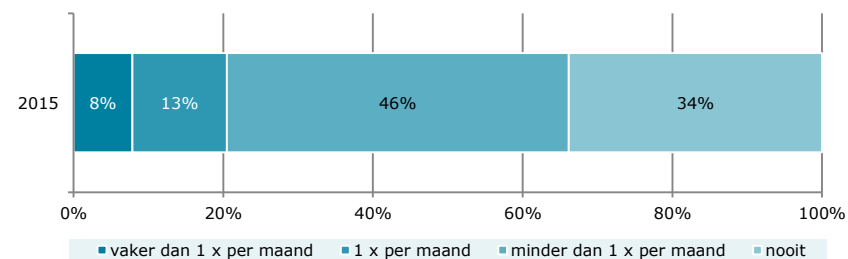
### 5.3 Koopavond

#### *Een derde bezoekt nooit een koopavond*

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 IJsselmuiden. Ongeveer een op de vijf inwoners gaat (minimaal) eens per maand. Een derde geeft aan nooit op koopavond te winkelen.

**Figuur 5.2**

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners IJsselmuiden (2015).



Meest genoemde plaats waar inwoners van IJsselmuiden de koopavond bezoeken, is het centrum van Kampen (56 procent). Een andere veelgenoemde aankooplocatie is het centrum van Zwolle (20 procent). Het centrum van IJsselmuiden zelf volgt als derde (12 procent).







56%

van de inwoners die de koopavond bezoeken, gaat naar het centrum van Kampen

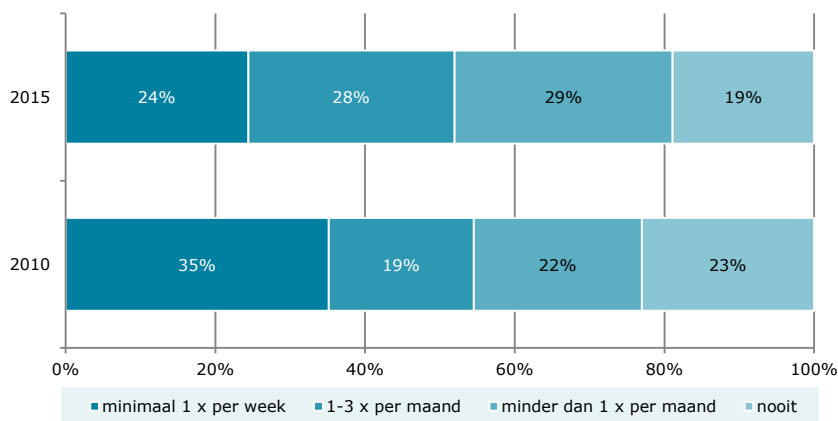
## 5.4 Markt

### *Oriëntatie op de markt blijft op niveau*

Meer dan de helft van de inwoners van IJsselmuiden gaat minimaal eens per maand naar de markt (52 procent). In 2010 was dit aandeel groter (55 procent), en ging destijds een iets groter deel minimaal één keer per week. Het aandeel inwoners dat nooit naar de markt gaat is in vergelijking met 2010 licht afgenomen van 23 naar 19 procent.

**Figuur 5.3**

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners IJsselmuiden (2010 en 2015).



Een groot deel van de inwoners bezoekt vooral de markt in IJsselmuiden zelf (70 procent).

**Tabel 5.2**

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015
IJsselmuiden, Markeresplein	70%
Kampen, Binnenstad	15%
Kampen, 'Plantage'	4%

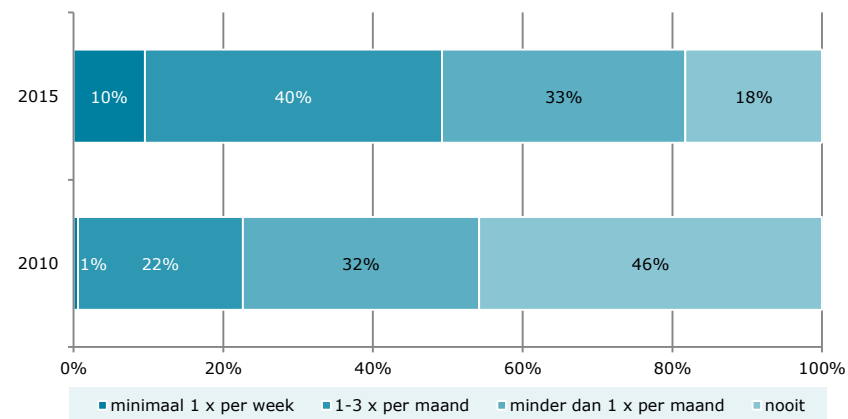
## 5.5 Online winkelen

### *Inwoners IJsselmuiden 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 bijna de helft (46 procent) van de consumenten nooit aankopen via internet. In vijf jaar tijd is dit aandeel afgenomen tot 18 procent.

**Figuur 5.4**

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

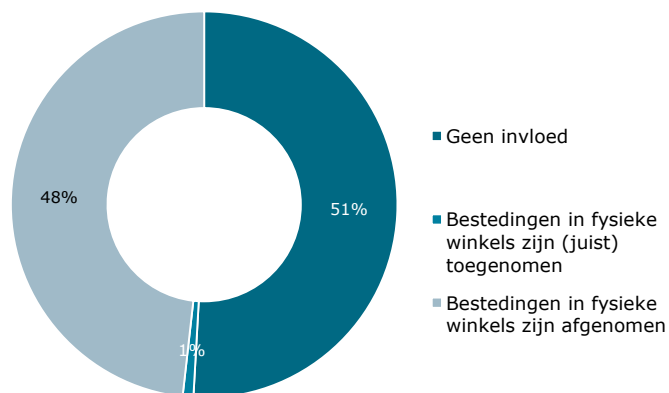


### Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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. De helft geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat 48 procent opgeeft door de door groei 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 winkel mogelijkheden. Afsluitend vergelijken we IJsselmuiden 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 IJsselmuiden bezoeken relatief minder vaak winkels op zondag en de koopavond, maar gaan verhoudingsgewijs vaker naar de markt. Het aandeel dat frequent iets via internet koopt is een stuk groter dan het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

**Figuur 5.6**

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



## 5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de zondag als winkeldag is in de afgelopen vijf jaar iets toegenomen. Vijf procent van de inwoners bezoekt minimaal eens per maand een koopzondag. Als men een koopzondag bezoekt, doet men dat overwegend in het centrum van Zwolle, waar winkels gemiddeld 1 keer per maand op zondag open (mogen) zijn.
- De oriëntatie op de koopavond is groter: 20 procent gaat minimaal eens per maand tijdens een koopavond winkelen. Men bezoekt dan voornamelijk het centrum van Kampen.
- De markt wordt in vergelijkbare mate bezocht als in 2010. Meer dan de helft van de inwoners van IJsselmuiden bezoekt minstens eens per maand de markt. Men is veel meer georiënteerd op de 'eigen' centrummarkt dan in 2010.
- Bijna de helft van de inwoners in IJsselmuiden doet een keer per maand of vaker een aankoop via internet. Van de inwoners die hebben aangegeven online te winkelen zegt bijna de helft dat door de online aankopen de bestedingen in fysieke winkels zijn afgenomen.



# 1

## BIJLAGE

### Onderzoeksaanpak



## Bijlage 1. Onderzoeksaanpak

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

### **Onderzoeksverloop en respons**

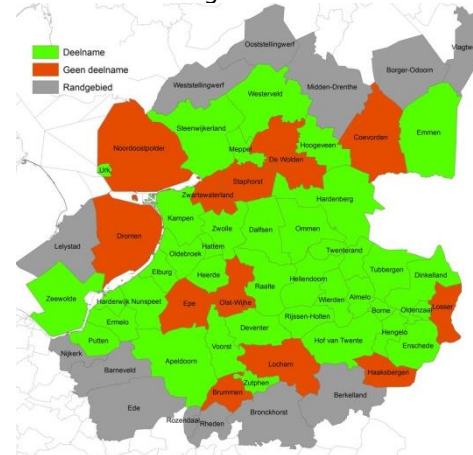
De enquête is voor het grootste deel afgenomen via internet. Daarbij is gebruik gemaakt van een aantal panels en is op basis van een aselechte steekproef web respons geworven. Een beperkt deel van het veldwerk heeft plaatsgevonden door middel van telefonische enquêtering; vooral bedoeld om 'gaten' in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

### **Dataverzameling en -verwerking**

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

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

Het onderzoeksgebied:



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

### **Bestedingscijfers**

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

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

# 2

## BIJLAGE

### Begrippenkader



## **Bijlage 2. Begrippenkader**

### **Aankoopplaats (aankooplocatie)**

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

### **Afvloeiing (koopkrachtafvloeiing)**

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

### **Artikelgroepen**

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

### **Bestedingspotentieel**

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

### **Binding (koopkrachtbinding)**

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

### **Detailhandelsomzet (draagvlak)**

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

### **Koopstroom**

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

### **Toevloeiing (koopkrachttoevloeiing)**

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

### **Winkelen**

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



# 3

## BIJLAGE

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





### Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche

**Tabel 1**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Kern IJsselmuiden	66%
Overig gemeente Kampen	27%
Zwartewaterland	4%
Noordoostpolder	1%
Steenwijkerland	1%
Overig	1%

**Tabel 2**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern IJsselmuiden	55%
Overig gemeente Kampen	37%
Zwartewaterland	6%
Oldebroek	1%
Zwolle	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 IJsselmuiden	69%
Overig gemeente Kampen	27%
Zwartewaterland	4%

**Tabel 4**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern IJsselmuiden	54%
Overig gemeente Kampen	40%
Zwartewaterland	5%
Steenwijkerland	1%

**Tabel 5**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern IJsselmuiden	68%
Overig gemeente Kampen	23%
Zwartewaterland	7%
Dronten	2%
Oldebroek	1%

**Tabel 6**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern IJsselmuiden	65%
Overig gemeente Kampen	35%
Toevloeiing vanuit elders	0%

**Tabel 7**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern IJsselmuiden	48%
Overig gemeente Kampen	39%
Zwartewaterland	5%
Zwolle	3%
Urk	2%
Oldebroek	2%
Overig	1%

**Tabel 8**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern IJsselmuiden	72%
Overig gemeente Kampen	25%
Zwartewaterland	3%
Elburg	0%

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

**Tabel 9**

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern IJsselmuiden	47%
Overig gemeente Kampen	43%
Zwartewaterland	9%
Overig	1%



# 4

## BIJLAGE

### **Binding en afvloeiing per branche**



## Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche

**Tabel 1**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing dagelijkse sector.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern IJsselmuiden	81%
Overig gemeente Kampen	16%
Zwolle	1%
Houten	1%
Internet e.d.	1%
Overig	1%

**Tabel 2**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern IJsselmuiden	24%
Overig gemeente Kampen	37%
Zwolle	19%
Elburg	1%
Noordoostpolder	1%
Dronten	1%
Zwartewaterland	1%
Oldebroek	1%
Apeldoorn	1%
Internet e.d.	10%
Overig	4%

**Tabel 3**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing kleding.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern IJsselmuiden	7%
Overig gemeente Kampen	46%
Zwolle	22%
Noordoostpolder	3%
Dronten	2%
Apeldoorn	1%
Heerde	1%
Barneveld	1%
Elburg	1%
Opsterland	1%
Arnhem	1%
Internet e.d.	11%
Overig	5%

**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 IJsselmuiden	20%
Overig gemeente Kampen	38%
Zwolle	23%
Noordoostpolder	1%
Apeldoorn	1%
Hatterm	1%
Dronten	1%
Meppel	1%
Heerde	1%
Middelburg	1%
Lelystad	1%
Internet e.d.	9%
Overig	3%

**Tabel 5**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern IJsselmuiden	20%
Overig gemeente Kampen	56%
Zwolle	12%
Dronten	1%
Noordoostpolder	1%
Zwartewaterland	1%
Apeldoorn	1%
Internet e.d.	8%
Overig	2%

**Tabel 6**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern IJsselmuiden	4%
Overig gemeente Kampen	48%
Zwolle	24%
Oldebroek	2%
Dronten	1%
Internet e.d.	20%
Overig	1%

**Tabel 7**

Procentuele verdeling binding en afvloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern IJsselmuiden	22%
Overig gemeente Kampen	21%
Zwolle	26%
Elburg	7%
Zwartewaterland	5%
Oldebroek	2%
Zutphen	2%
Dronten	1%
Amersfoort	1%
Internet e.d.	10%
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 afvloeïing doe-het-zelf.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern IJsselmuiden	55%
Overig gemeente Kampen	34%
Zwolle	6%
Internet e.d.	3%
Overig	1%

**Tabel 9**

Procentuele verdeling binding en afvloeïing bloemen, planten en tuinartikelen.

<b>KERN</b>	<b>%</b>
Kern IJsselmuiden	76%
Overig gemeente Kampen	11%
Zwolle	7%
Barneveld	1%
Overig	2%