

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

**RAPPORT
KERN LEMELERVELD**

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015
Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/148

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Dalfsen

Auteurs

Jon Severijn
Laurens Klein Kranenburg

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 Samenvatting	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 Samenvatting	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 Samenvatting	27
Bijlage 1. Onderzoeksaanpak.....	29
Bijlage 2. Begrippenkader	31
Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche.....	33
Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche.....	36



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 Dalfsen zijn 653 huishoudens geïnterviewd, waarvan in Lemelerveld 139.

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

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

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

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



2

HOOFDSTUK

Koopstromen



2. Koopstromen

2.1 Dagelijkse sector

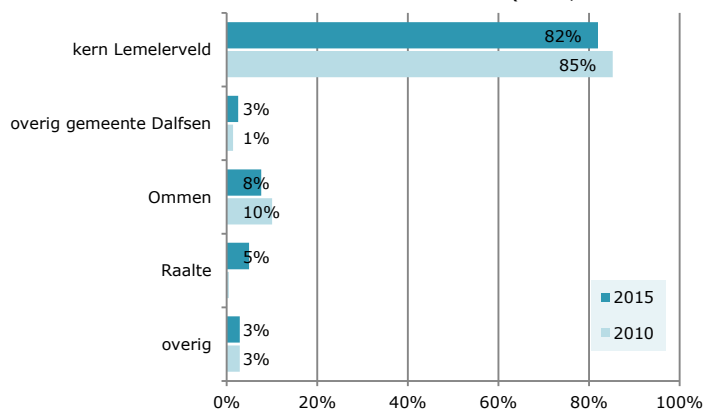
Meer toevloeiing

Vier vijfde van de bestedingen aan dagelijkse artikelen (82 procent) in Lemelerveld is afkomstig van de eigen inwoners. Daarnaast trekt Lemelerveld ook (enige) omzet aan uit het overige deel van de gemeente en/of omliggende gemeenten, met name uit Ommen (8 procent) en Raalte (5 procent).

Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in de dagelijkse sector toegenomen. Vooral de toevloeiing is gestegen.

Figuur 2.1

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



Tabel 2.1

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

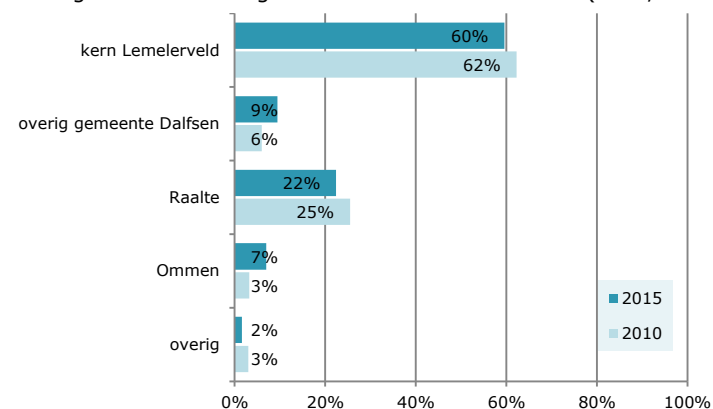
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Omzet uit eigen kern (binding)	7,1	7,2	85%	82%
Toevloeiing ov. gemeente Dalfsen	0,1	0,2	1%	3%
Toevloeiing ov. Nederland	1,1	1,4	13%	15%
TOTAAL OMZET	8,3	8,8	100%	100%

Koopkrachtafvloeiing toegenomen

Bijna twee derde van de inwoners van Lemelerveld (60 procent) doet de dagelijkse of wekelijkse boodschappen bestedingen in de eigen woonplaats, vrijwel evenveel als in 2010. De meeste bestedingen buiten de eigen plaats worden in Raalte gedaan. Ten opzichte van 2010 zijn de totale bestedingen in de dagelijkse sector die afvloeien naar andere aankoopplaatsen iets toegenomen. Vooral in Ommen worden meer dagelijkse boodschappen gedaan dan in 2010.

Figuur 2.2

Waar gaan de bestedingen uit Lemelerveld 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	7,1	7,2	62%	60%
Afvloeiing ov. gemeente Dalfsen	0,7	1,1	6%	9%
Afvloeiing ov. Nederland	3,6	3,7	32%	31%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	11,4	12,1	100%	100%

2.2 Niet-dagelijkse sector

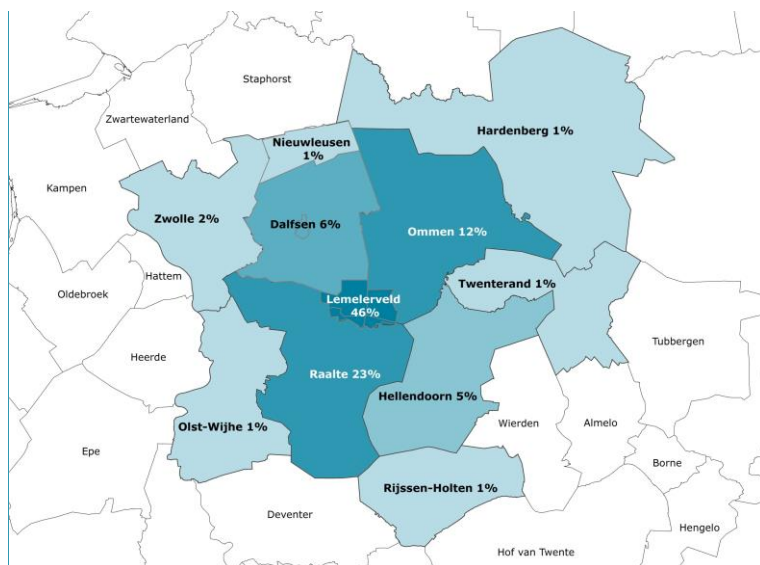
Veel toevloeiing uit Raalte

Van de niet-dagelijkse omzet in Lemelerveld geldt dat 46 procent afkomstig is uit Lemelerveld zelf. Daarnaast is 7 procent afkomstig uit het overige deel van Dalfsen.

Net als bij de dagelijkse sector zijn ook in niet-dagelijkse sector bestedingen afkomstig uit de gemeenten Ommen en Raalte. Vooral vanuit de gemeente Raalte worden relatief veel bestedingen in Lemelerveld gedaan.

Figuur 2.3

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

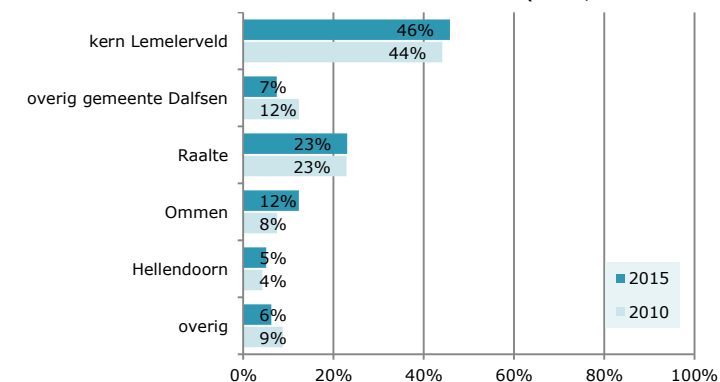


Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 is de omzet, gerealiseerd door zowel inwoners als bezoekers van Lemelerveld, sterk afgenomen. Als we kijken naar de kooporiëntatie op Lemelerveld is veranderd, dan zien we dat er vooral relatief minder toevloeiing is vanuit het overig deel van de gemeente Dalfsen, maar ook de bindingsomzet uit Lemelerveld zelf en de toevloeiing vanuit buurgemeenten is duidelijk teruggelopen.

Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

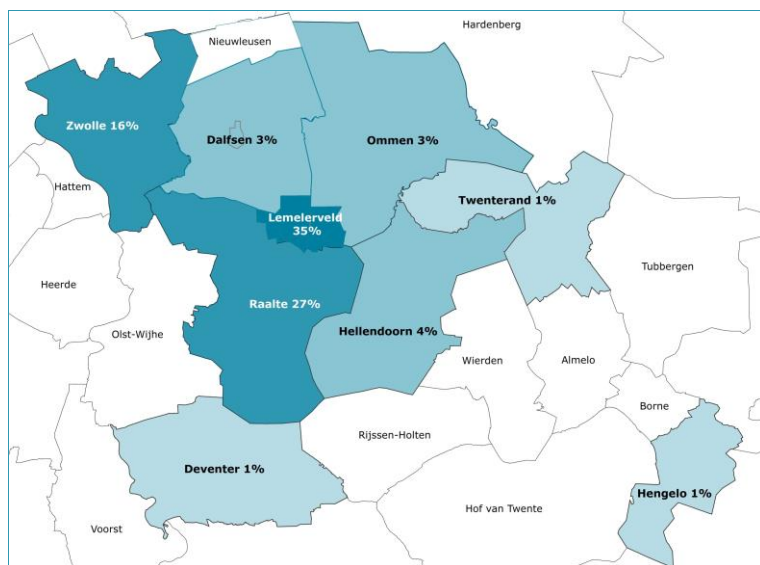
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	5,4	3,9	44%	46%
Toevloeiing ov. gemeente Dalfsen	1,5	0,6	12%	7%
Toevloeiing ov. Nederland	5,3	3,9	43%	47%
TOTALE OMZET	12,2	8,4	100%	100%

Inwoners Lemelerveld ook sterk georiënteerd op Raalte

Net als in de dagelijkse sector zijn inwoners van Lemelerveld voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector in sterke mate georiënteerd op Raalte. Van de bestedingen aan niet-dagelijkse artikelen blijft 35 procent in Lemelerveld zelf en gaat 27 procent naar Raalte. Ook de afvloeiing naar Zwolle (16 procent) is substantieel.

Figuur 2.5

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



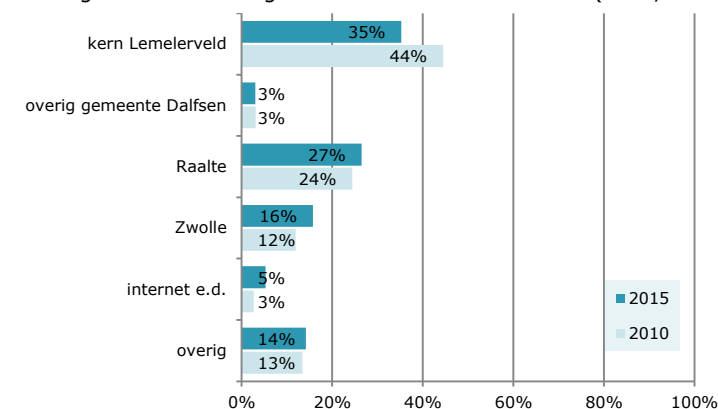
De afvloeiing naar internet is in de niet-dagelijkse sector met 5 procent groter dan in de dagelijkse sector.

Ontwikkeling herkomst bestedingen niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 doen inwoners van Lemelerveld in de niet-dagelijkse sector meer bestedingen buiten de eigen woonplaats. Vooral de afvloeiing naar Zwolle is toegenomen (naar 16 procent), ook de afvloeiing naar Raalte is in 2015 groter dan in 2010. De mate waarin consumenten bestedingen doen via internet is in de afgelopen vijf jaar in Lemelerveld toegenomen. De koopkrachtafvloeiing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector nu € 0,6 miljoen, tegen € 0,3 miljoen in 2010.

Figuur 2.6

Waar gaan de bestedingen uit Lemelerveld 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	5,4	3,9	44%	35%
Afvloeiing ov. gemeente Dalfsen	0,4	0,3	3%	3%
Afvloeiing ov. Nederland	6,0	6,2	50%	56%
Afvloeiing internet e.d.	0,3	0,6	3%	5%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	12,1	11,0	100%	100%

Inzoom op niet-dagelijkse branches

De niet-dagelijkse sector is, net als in 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 elektronica de hoogste binding met 63 procent. Vergeleken met 2010 zijn de bindingspercentages vrijwel alle afgenomen.

Tabel 2.5

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

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

Artikelgroepen met veel bestedingen van bezoekers van buiten Lemelerveld zijn elektronica en woninginrichting. Vergeleken met 5 jaar geleden is er duidelijk minder koopkracht afkomstig van buiten.

KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN LEMELERVELD 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 LEMELERVELD 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 artikelgroepen kleding en schoenen zijn inwoners relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen, met name Raalte en Zwolle als ook op internet.

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	0,4	0,0	3,0	3,2	3,4	3,2
Schoenen	0,1	0,0	0,6	0,7	0,7	0,7
Huishoudelijke artikelen	0,4	0,3	0,5	0,6	1,0	0,9
Elektronica	1,4	1,2	0,5	0,7	1,9	1,9
Woninginrichting	1,4	0,9	1,0	0,8	2,4	1,8
Doe-het-zelf	0,7	0,6	0,6	0,5	1,3	1,1
Bloemen en planten	0,9	0,8	0,5	0,6	1,3	1,4
TOTAAL	5,4	3,9	6,7	7,1	12,1	11,0

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	10%	0%	48%	0%
Schoenen	12%	0%	25%	0%
Huishoudelijke artikelen	47%	33%	29%	18%
Elektronica	75%	63%	54%	57%
Woninginrichting	60%	53%	74%	71%
Doe-het-zelf	55%	57%	27%	33%
Bloemen en planten	66%	60%	23%	26%
TOTAAL	44%	35%	56%	54%

2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

De mate waarin Lemelerveld 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 minder dan 5.000 inwoners heeft Lemelerveld in de dagelijkse sector in 2015 een gemiddelde koopkrachtbinding.

De niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met het gemiddelde in plaatsen vergelijkbare omvang een relatief hoge koopkrachtbinding. Binnen deze sector zijn de artikelgroepen kleding en schoenen in Lemelerveld niet vertegenwoordigd.

Tabel 2.8

Bindingspercentage Lemelerveld vergeleken (2015).

	LEMELERVELD	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	60%	58%
Niet-dagelijkse sector	35%	21%
- Kleding	0%	5%
- Schoenen	0%	7%
- Huishoudelijke artikelen	33%	19%
- Elektronica	63%	22%
- Woninginrichting	53%	28%
- Doe-het-zelf	57%	29%
- Bloemen en planten	60%	49%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

Lemelerveld 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

Behalve in de elektronica en de woninginrichting is er sprake van meer koopkrachtafvoer dan toevloeiing. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats/gemeente is dus kleiner dan het koopkrachtverlies.

Tabel 2.9

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

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

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 Lemelerveld in 2015 zo'n € 0,6 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 Lemelerveld vergeleken wordt met het gemiddelde in vergelijkbare kernen dan kopen inwoners van Lemelerveld gemiddeld minder artikelen via internet. Dat geldt vooral voor kleding. Zo is vanuit Lemelerveld 8 procent van deze bestedingen in een webwinkel gedaan tegen 13 procent vanuit vergelijkbare kernen.

BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)	LEMELERVELD	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	0%	0%
Niet-dagelijkse sector	5%	8%
- Kleding	8%	13%
- Schoenen	7%	10%
- Huishoudelijke artikelen	5%	5%
- Elektronica	8%	11%
- Woninginrichting	3%	6%
- Doe-het-zelf	1%	3%
- Bloemen en planten	0%	1%

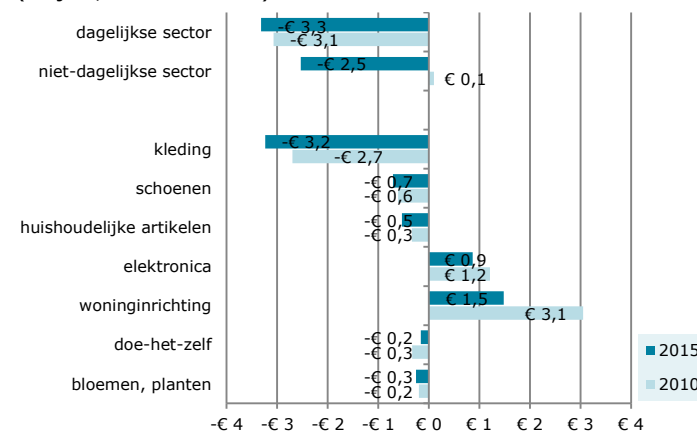
Ontwikkeling koopstromensaldo

Op basis van onder meer tabel 2.9 is te concluderen dat in 2015 de niet-dagelijkse artikelgroepen in Lemelerveld 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 negatieve verschil tussen toe- en afvoeiing in de dagelijkse sector in 2015 iets groter. In de niet-dagelijkse sector is de ontwikkeling anders. Per saldo is het koopstromensaldo negatiever in 4 artikelgroepen en minder positief in 2 artikelgroepen (elektronica en woninginrichting).

Figuur 2.7

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



2.5 Samenvatting

De belangrijkste punten op een rij:

- In de dagelijkse sector blijft ruim de helft (60 procent) van de detailhandelsbestedingen binnen de eigen kern. Dat is ongeveer gelijk aan het bindingspercentage in kernen van vergelijkbare grootte. Wel is de binding licht afgenomen.
- In de niet-dagelijkse sector is de binding minder groot (35 procent), maar wel groter dan gemiddeld in vergelijkbare kernen.
- De bestedingen in Lemelerveld aan niet-dagelijkse artikelen zijn ten opzichte van 2010 duidelijk teruggelopen.
- In 2015 zijn er in Lemelerveld geen bestedingen aan kleding en schoenen. De bestedingen aan elektronica en woninginrichting zijn ten opzichte van 2010 teruggelopen, maar de toevloeiing is voor deze artikelgroepen wel groter dan de afvloeiing.
- Het bestedingsaandeel van internet als aankoopkanaal is in alle branches gestegen. Kleding en elektronica worden het meest door de inwoners van Lemelerveld 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 hoofdstuk 2 is een (ruimtelijk) beeld geschetst van de kooporiëntatie op en vanuit Lemelerveld. 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.

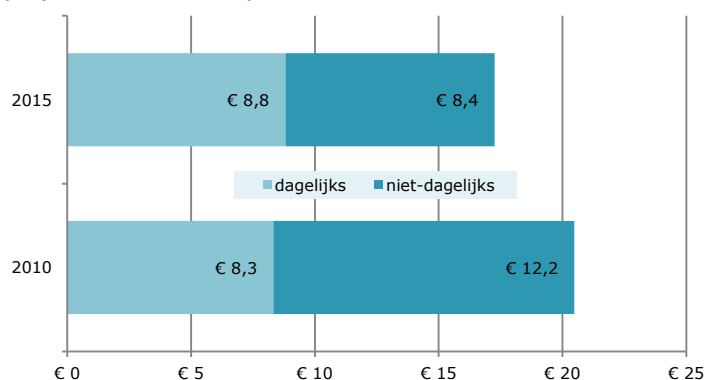
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Lemelerveld relatief sterk afgenomen

De totale detailhandelsomzet in Lemelerveld is in de afgelopen vijf jaar met 16 procent afgenomen naar 17,2 miljoen euro. De niet-dagelijkse sector is verantwoordelijk voor deze afname en krimpt met 31 procent.

Figuur 3.1

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

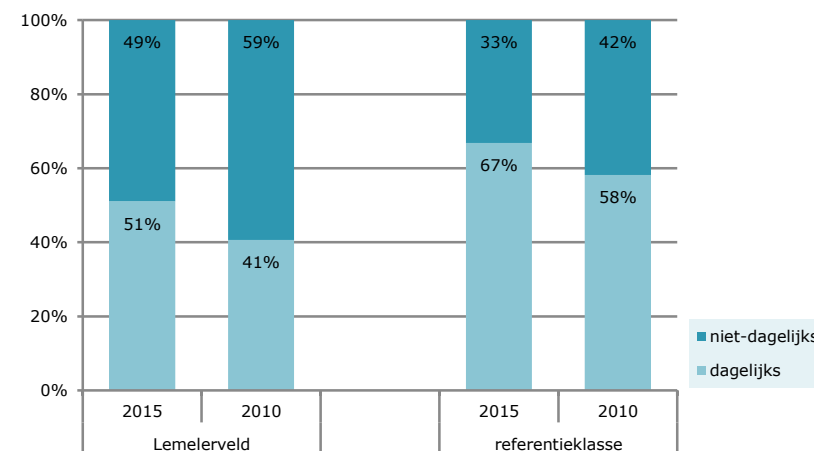


Omzetaandeel dagelijks groter geworden

De dagelijkse sector (51 procent) neemt in 2015 een iets groter deel van de detailhandelsomzet in Lemelerveld voor haar rekening dan de niet-dagelijkse sector. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is ook gestegen van 41 procent in 2010 naar 51 procent in 2015. Deze ontwikkeling is vergelijkbaar met het gemiddelde beeld in referentiekernen, maar het aandeel niet-dagelijks is nog steeds duidelijk groter dan in vergelijkbare kernen.

Figuur 3.2

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



Gemiddelde omzet per inwoner

De detailhandelsomzet en daarmee ook de verzorgingsfunctie hangen 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 Lemelerveld is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector licht gestegen. Maar vergeleken met plaatsen van vergelijkbare omvang is dit omzetcijfer lager en is het verschil sinds 2010 toegenomen. Doordat de gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector wel relatief hoog is, ligt de totale omzet per inwoner nog boven het vergelijkingscijfer.

Tabel 3.1

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

	KERN X		REFERENTIEKLASSE	
	2010	2015	2010	2015
Dagelijkse sector	1.880	1.900	2.070	2.310
Niet-dagelijkse sector	2.740	1.820	1.514	1.141
- Kleding	150	0	120	80
- Schoenen	30	0	30	30
- Huishoudelijke artikelen	140	80	70	50
- Elektronica	710	610	230	180
- Woninginrichting	1.230	700	660	400
- Doe-het-zelf	230	190	130	100
- Bloemen en planten	250	240	270	310
TOTALE OMZET PER INWONER	4.620	3.720	3.584	3.451

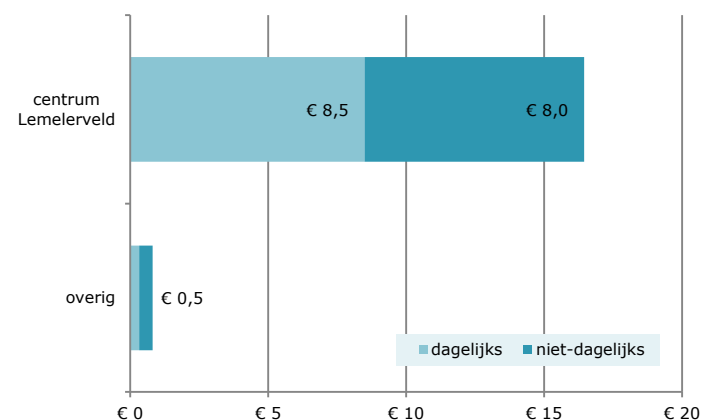
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Vrijwel alle omzet landt in het centrum van Lemelerveld

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Lemelerveld dan is vrijwel alle (95 procent) detailhandelsomzet gegenereerd door het centrum. De dagelijkse sector heeft hierin de grootste bijdrage. Bij de andere locaties ligt het accent sterker op de niet-dagelijkse sector.

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Lemelerveld (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 Lemelerveld licht is afgenomen.

Tabel 3.2

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

	DAGELIJKE SECTOR		NIET-DAGELIJKE SECTOR	
	2010	2015	2010	2015
centrum Lemelerveld	98%	96%	95%	94%
Overig	2%	4%	5%	6%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Er is wat meer detailhandelsomzet in de dagelijkse sector en duidelijk minder omzet in de niet-dagelijkse sector in Lemelerveld. De omzetsdaling is groter dan gemiddeld in kernen van vergelijkbare omvang.
- Door de omzetsstijging is het totale omzetaandeel van de dagelijkse sector gegroeid. Deze groei is vergelijkbaar met de ontwikkeling in vergelijkbare kernen
- Wanneer we inzoomen op de aankooplocaties in Lemelerveld dan zien we het centrum iets marktaandeel inleveren en overig Lemelerveld juist 'terrein' winnen.



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 Lemelerveld 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 Lemelerveld op een aantal aspecten ook afgezet tegen het gemiddelde beeld van/in vergelijkbare plaatsen.

4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel *Weinig veranderingen in de bezoekfrequentie*

Voor de dagelijkse of wekelijkse boodschappen geldt dat de bezoekfrequentie op hoofdlijnen iets is veranderd vergeleken met 2010. De groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Lemelerveld doet, is net als in 2010 voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker (meer dan wekelijks). Deze groep is zelfs nog iets gegroeid.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Lemelerveld voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

	DAGELIJKSE BOODSCHAPPEN	
	2010	2015
Meer dan 1 x per week	71%	76%
1 x per week	29%	21%
1-3 x per maand	0%	3%
Minder dan 1 x per maand	0%	0%
TOTAAL	100%	100%

Bezoekmotief

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen in Lemelerveld? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door 'gemak'-motieven, door nabijheid, bereikbaarheid en parkeergelegenheid. Ten opzichte van 2010 worden bereikbaarheid en parkeergelegenheid vaker genoemd als bezoekmotief.

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekmotieven:

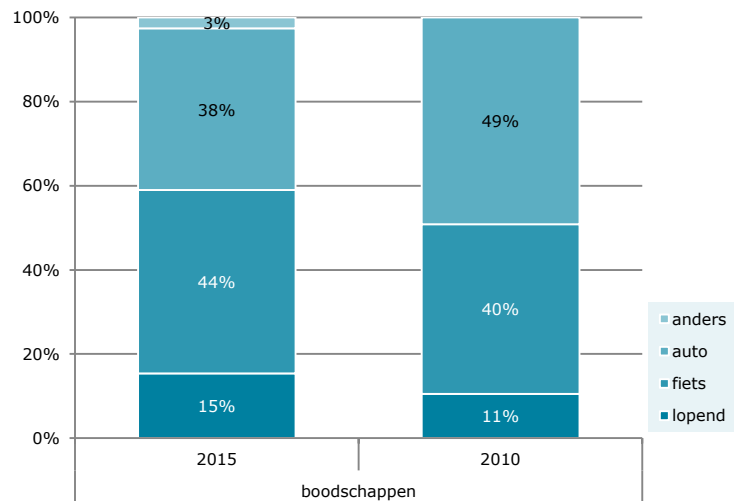


Vervoermiddel

Voor het doen van de dagelijkse en wekelijkse boodschappen is de fiets het meest gebruikte vervoermiddel. Bijna de helft (44 procent) van de consumenten die boodschappen doen in Lemelerveld komt met de fiets. Ten opzichte van 2010 is het aandeel consumenten dat met de auto komt om boodschappen te doen sterk gedaald, van 49 procent naar 38 procent.

Figuur 4.2

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



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Lemelerveld 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.

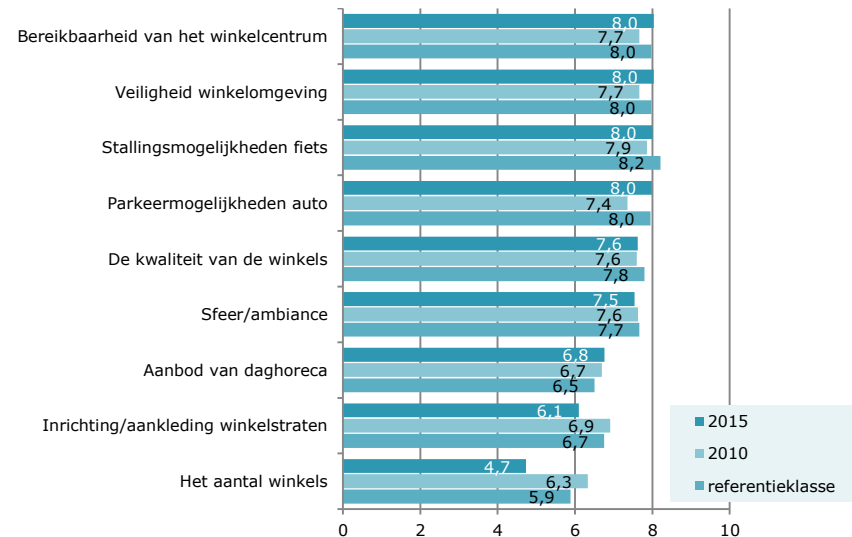
In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Lemelerveld.

Hoogste waardering voor bereikbaarheid

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen in Lemelerveld tevreden over de bereikbaarheidsaspecten van de winkelvoorzieningen en over de veiligheid. Deze aspecten worden gewaardeerd met het rapportcijfer 8,0. Een duidelijke onvoldoende is er voor het aantal winkels. Ten opzichte van 2010 is de waardering voor het aantal winkels en de inrichting duidelijk gedaald en vooral voor parkeermogelijkheden gestegen. In vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen scoort Lemelerveld relatief matig.

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen kern x (2010 en 2015).



4 van de 9

aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld

4.4 Samenvatting

De belangrijkste punten op een rij:

- Consumenten die boodschappen doen in Lemelerveld doen dat in een hoge frequentie.
- Gemak is de belangrijkste reden om boodschappen te doen in Lemelerveld. Nabijheid, bereikbaarheid en parkeergelegenheid zijn de belangrijkste bezoekmotieven.
- Klanten komen vooral met de fiets.
- De bereikbaarheidsaspecten en de veiligheid van de winkelomgeving worden het hoogst gewaardeerd, het aantal winkels het laagst.



5

HOOFDSTUK

Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden



5. Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden

5.1 Inleiding

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

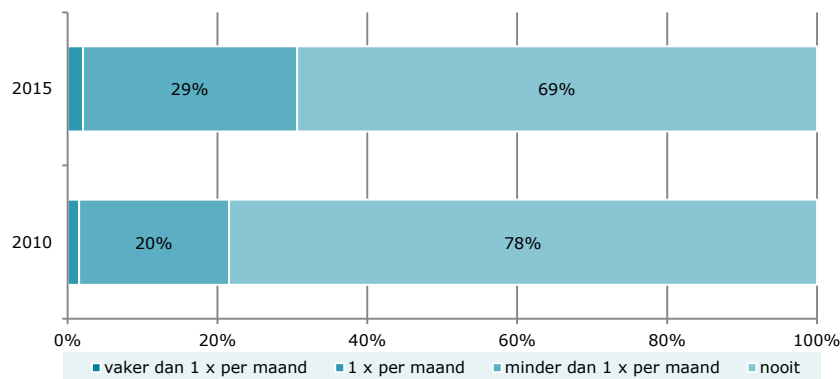
5.2 Koopzondag

Sterke groei bezoek koopzondag

In vijf jaar tijd is de oriëntatie op de zondag als winkeldag in het algemeen sterk toegenomen. Ook in Lemelerveld is deze groei zichtbaar. Ging in 2010 78 procent nooit op zondag winkelen of inkopen doen, in 2015 is dat aandeel gedaald tot 69 procent.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Lemelerveld (2010 en 2015).



Circa 3 op de 10 inwoners bezoekt wel eens een koopzondag. In meerderheid gaan ze hiervoor wel naar een andere plaats, namelijk het centrum van Zwolle en het centrum van Raalte. Een klein deel, 8 procent, heeft de eigen woonplaats opgegeven. Ten opzichte van 2010 is dit beeld veranderd en heeft Lemelerveld als aankoopplaats op zondag aan belang verloren.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015	2010
centrum Zwolle	67%	36%
centrum Raalte	25%	18%
Lemelerveld	8%	27%

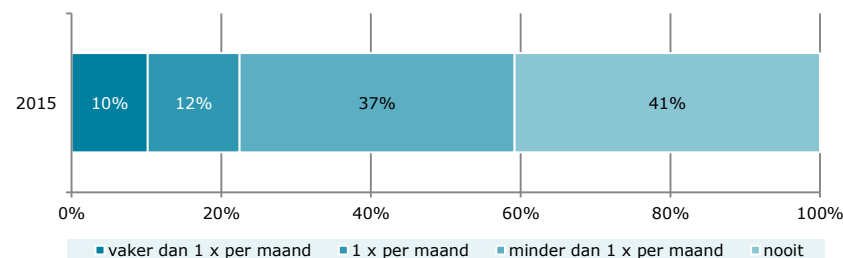
5.3 Koopavond

Vier op de tien inwoners bezoekt nooit een koopavond

Daar waar de zondagopenstelling per 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 Lemelerveld. Ongeveer een kwart (22 procent) gaat (minimaal) eens per maand. Vier op de tien inwoners geeft op nooit op koopavond te winkelen.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Lemelerveld (2015).



De meest genoemde plaats waar inwoners van Lemelerveld de koopavond bezoeken, is Raalte. Andere veelgenoemde aankooplocaties zijn Lemelerveld zelf (32 procent) en Zwolle (11 procent).





46% bezoekt meestal de koopavond in Raalte

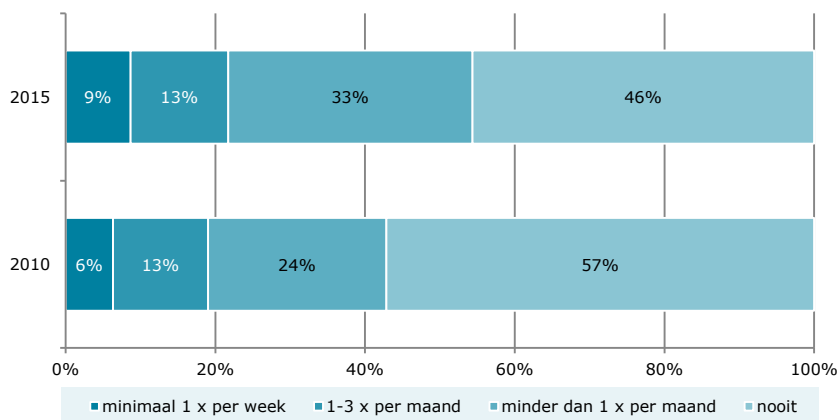
5.4 Markt

Oriëntatie op de markt toegenomen

De helft van de inwoners van Lemelerveld (54 procent) gaat wel eens naar de markt. Marktbezoekers uit Lemelerveld gaan weinig frequent naar de markt. Een op de tien gaat minimaal eens per week naar de markt, maar een derde minder dan één keer per maand. Ten opzichte van 2010 is het marktbezoek toegenomen.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Lemelerveld (2010 en 2015).



Een groot deel van de inwoners bezoekt vooral de markten in Raalte. Ook in 2010 waren dit de best bezochte markten, maar toen was de Grote Markt in Raalte het meest bezocht.

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015	2010
Raalte, Domineeskamp	35%	25%
Raalte, Grote Markt	17%	38%
Zwolle, centrum	17%	8%

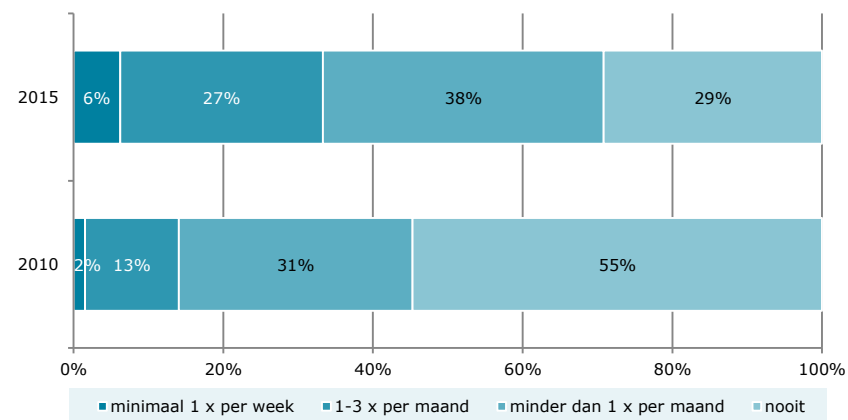
5.5 Online winkelen

Inwoners Lemelerveld kopen vaker via internet

Het gebruik van internet als aankoopkanaal voor winkelen is toegenomen. Dit blijkt niet alleen uit de toegenomen omzetafvloeiing naar internet. Ook de gemiddelde frequentie waarmee artikelen via internet worden gekocht, is sterk toegenomen. In 2010 deed ruim de helft (55 procent) van de consumenten nooit aankopen via internet. In vijf jaar tijd is dit aandeel afgenomen tot 29 procent.

Figuur 5.4

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

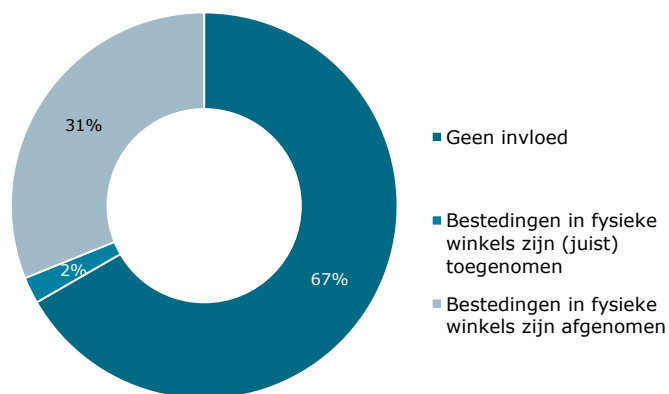


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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. Twee derde geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat 31 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 Lemelerveld 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 Lemelerveld bezoeken relatief zelden winkels op zondag, maar gaan ongeveer even vaak naar een koopavond als inwoners van vergelijkbare kernen. Ze gaan relatief weinig naar de warenmarkt. Het gebruik van internet als aankoopkanaal is onder inwoners van Lemelerveld ongeveer even groot als onder inwoners van vergelijkbare kernen.

Figuur 5.6

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



5.7 Samenvatting

De belangrijkste punten op een rij:

- Kopen op zondag is toegenomen en vindt vooral plaats in Zwolle.
- De koopavond en de warenmarkt worden vooral in Raalte bezocht.
- Het gebruik van internet als aankoopkanaal wijkt in Lemelerveld weinig af van dat in vergelijkbare kernen. Een derde van de consumenten die online kopen zegt daardoor minder te kopen in fysieke winkels.



1

BIJLAGE

Onderzoeksaanpak

Bijlage 1. Onderzoeksaanpak

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

Onderzoeksverloop en respons

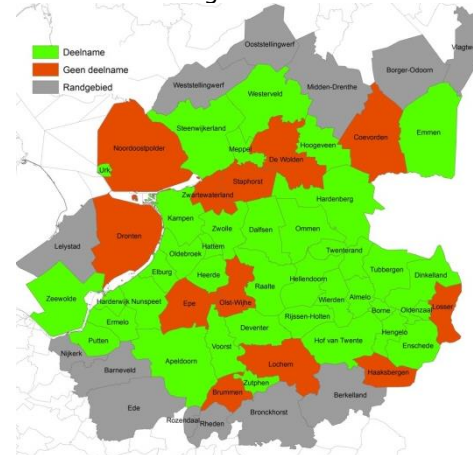
De enquête is voor het grootste deel afgenomen via internet. Daarbij is gebruik gemaakt van een aantal panels en is op basis van een aselechte steekproef web respons geworven. Een beperkt deel van het veldwerk heeft plaatsgevonden door middel van telefonische enquêtering; vooral bedoeld om 'gaten' in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

Dataverzameling en -verwerking

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

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

Het onderzoeksgebied:



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

Bestedingscijfers

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

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

2

BIJLAGE

Begrippenkader



Bijlage 2. Begrippenkader

Aankoopplaats (aankooplocatie)

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

Afvloeiing (koopkrachtafvloeiing)

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

Artikelgroepen

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

Bestedingspotentieel

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

Binding (koopkrachtbinding)

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

Detailhandelsomzet (draagvlak)

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

Koopstroom

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

Toevloeiing (koopkrachttoevloeiing)

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

Winkelen

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

3

BIJLAGE

Binding en toevloeiing per branche



Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en toevloeiing dagelijkse sector.

HERKOMST	%
Kern Lemelerveld	82%
Overig gemeente Dalfsen	3%
Ommen	8%
Raalte	5%
Hellendoorn	1%
Rijssen-Holten	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

HERKOMST	%
Kern Lemelerveld	46%
Overig gemeente Dalfsen	7%
Raalte	23%
Ommen	12%
Hellendoorn	5%
Zwolle	2%
Hardenberg	1%
Rijssen-Holten	1%
Olst-Wijhe	1%
Twenterand	1%
Overig	1%

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

NB: geen bestedingen kleding en schoenen (tabel 3 en 4)

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

HERKOMST	%
Kern Lemelerveld	82%
Overig gemeente Dalfsen	2%
Ommen	8%
Raalte	7%
Ermelo	1%
Rijssen-Holten	1%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

HERKOMST	%
Kern Lemelerveld	43%
Overig gemeente Dalfsen	6%
Raalte	29%
Ommen	15%
Hellendoorn	2%
Olst-Wijhe	2%
Rijssen-Holten	1%
Hardenberg	1%
Overig	1%

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en toevloeiing woninginrichting.

HERKOMST	%
Kern Lemelerveld	29%
Overig gemeente Dalfsen	12%
Raalte	30%
Hellendoorn	9%
Ommen	9%
Zwolle	5%
Hardenberg	2%
Rijssen-Holten	1%
Twenterand	1%
Overig	1%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

HERKOMST	%
Kern Lemelerveld	67%
Overig gemeente Dalfsen	0%
Ommen	16%
Raalte	8%
Barneveld	4%
Hellendoorn	4%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

HERKOMST	%
Kern Lemelerveld	74%
Overig gemeente Dalfsen	3%
Ommen	15%
Raalte	6%
Hellendoorn	2%

4

BIJLAGE

Binding en afvloeiing per branche



Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en afvloeiing dagelijkse sector.

AANKOOPPLAATS	%
Kern Lemelerveld	60%
Overig gemeente Dalfsen	9%
Raalte	22%
Ommen	7%
Hellendoorn	1%
Overig	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

AANKOOPPLAATS	%
Kern Lemelerveld	35%
Overig gemeente Dalfsen	3%
Raalte	27%
Zwolle	16%
Hellendoorn	4%
Ommen	3%
Twenterand	1%
Deventer	1%
Hengelo	1%
Hoogeveen	1%
Internet e.d.	5%
Overig	4%

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en afvloeiing kleding.

AANKOOPPLAATS	%
Kern Lemelerveld	0%
Overig gemeente Dalfsen	5%
Raalte	35%
Zwolle	27%
Hellendoorn	8%
Ommen	6%
Deventer	2%
Twenterand	1%
Enschede	1%
Hoogeveen	1%
Arnhem	1%
Opmeer	1%
De Wolden	1%
Internet e.d.	9%
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.

AANKOOPPLAATS	%
Kern Lemelerveld	0%
Overig gemeente Dalfsen	4%
Raalte	43%
Zwolle	23%
Hellendoorn	8%
Twenterand	4%
Ommen	2%
Deventer	1%
Arnhem	1%
Wierden	1%
Enschede	1%
Hardenberg	1%
Hengelo	1%
Rijssen-Holten	1%
Almelo	1%
Internet e.d.	7%
Overig	4%

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

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

AANKOOPPLAATS	%
Kern Lemelerveld	33%
Overig gemeente Dalfsen	4%
Raalte	37%
Zwolle	9%
Ommen	4%
Hellendoorn	4%
Deventer	1%
Hengelo	1%
Internet e.d.	5%
Overig	2%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

AANKOOPPLAATS	%
Kern Lemelerveld	63%
Overig gemeente Dalfsen	1%
Zwolle	12%
Raalte	12%
Ommen	1%
Hellendoorn	1%
Hengelo	1%
Hof van Twente	1%
Deventer	1%
Internet e.d.	8%
Overig	1%

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en afvloeiing woninginrichting.

AANKOOPPLAATS	%
Kern Lemelerveld	53%
Overig gemeente Dalfsen	1%
Raalte	15%
Zwolle	12%
Twenterand	4%
Hengelo	3%
Ommen	2%
Hellendoorn	1%
Zutphen	1%
Rijssen-Holten	1%
Hoogeveen	1%
Groningen	1%
Deventer	1%
Internet e.d.	3%
Overig	2%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

AANKOOPPLAATS	%
Kern Lemelerveld	57%
Overig gemeente Dalfsen	2%
Raalte	32%
Ommen	3%
Hellendoorn	1%
Zwolle	1%
Hardenberg	1%
Rijssen-Holten	1%
Internet e.d.	1%
Overig	2%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

AANKOOPPLAATS	%
Kern Lemelerveld	60%
Overig gemeente Dalfsen	1%
Raalte	23%
Zwolle	13%
Ommen	1%