

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT NIJVERDAL

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/099

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Hellendoorn

Auteurs

Ralf ten Hove
Ruud Esselink

Bestellingen

Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever.

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



INHOUDSOPGAVE

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



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



1

HOOFDSTUK

Kort vooraf

1. Kort vooraf

1.1 De winkelwereld is veranderd

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

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

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

In afgelopen 5 jaar is er dus weer veel veranderd in het winkellandschap. Een goed moment om opnieuw het koopgedrag van de consument in Oost-Nederland in beeld te brengen.

1.2 Doel van het onderzoek

Het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015 beantwoordt de onderstaande onderzoeksvragen:

- Waar doen inwoners de dagelijkse en niet-dagelijkse inkopen en in welke mate komen bezoekers van buiten hier inkopen doen?
- Wat betekent dit voor het economisch functioneren van de detailhandel?
- Wat zijn de kenmerken van het consumentengedrag (frequentie, motief, vervoermiddel en waardering)?
- In welke mate zijn inwoners georiënteerd op koopzondag, koopavond, warenmarkt en internet?

Wat is koopstromenonderzoek?

Koopstromenonderzoek brengt het koopgedrag van consumenten in kaart en laat veranderingen in dit gedrag in tijd en plaats zien. Gegevens over koopgedrag en -beleving bieden zicht op het functioneren van detailhandel en vormen 'bouw materiaal': met gegevens over koopstromen kan *gericht* gewerkt worden aan een toekomstbestendig winkelaanbod voor inwoners en bezoekers.

Hoe is het onderzoek uitgevoerd?

De dataverzameling heeft in de periode april tot en met mei 2015 plaatsgevonden. In totaal zijn 31.350 consumenten in Overijssel en delen van Drenthe, Flevoland en Gelderland geïnterviewd, waarbij consumenten gevraagd is naar de plaats waar zij artikelgroepen kopen. Aanvullend zijn vragen gesteld over winkelgedrag (bijvoorbeeld bezoekfrequentie en waardering meest bezochte aankoopplaatsen, marktbezoek en webwinkelen). De opzet van het onderzoek is vergelijkbaar met het in 2010 uitgevoerde koopstromenonderzoek. De enquêtes zijn zowel telefonisch als via internet afgenomen (zie ook bijlage 1 – onderzoeksaanpak). In de gemeente Hellendoorn zijn 831 huishoudens geïnterviewd, waarvan 614 in Nijverdal.



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

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

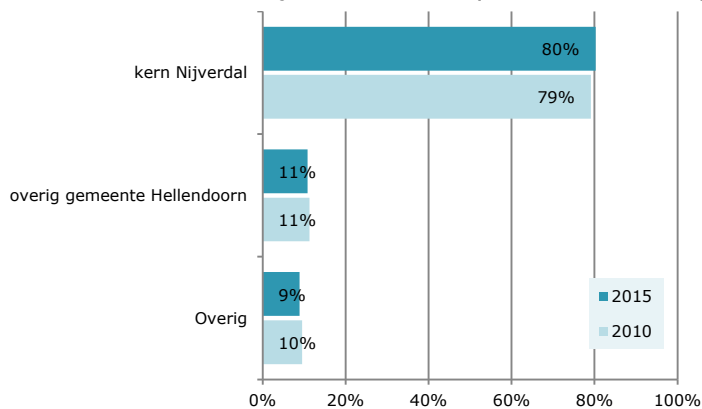
Koopkrachttoevloeiing licht afgenomen

Het grootste deel van de behaalde omzet aan dagelijkse artikelen in Nijverdal (80 procent) is afkomstig van de eigen inwoners. Daarnaast trekt Nijverdal ook enige omzet aan uit het overige deel van de gemeente Hellendoorn.

Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in de dagelijkse sector iets afgenomen, dankzij een lichte afname in de toevloeiing.

Figuur 2.1

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



Tabel 2.1

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

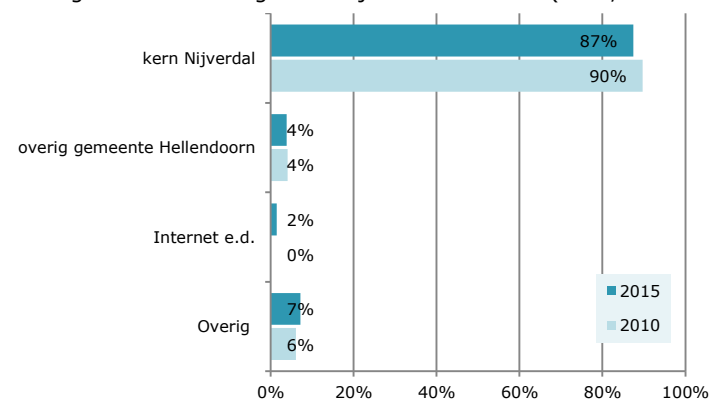
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Omzet uit eigen kern (binding)	56,8	57,0	79%	80%
Toevloeiing ov. gemeente Hellendoorn	8,1	7,7	11%	11%
Toevloeiing ov. Nederland	6,9	6,3	10%	9%
TOTALE OMZET	71,7	71,0	100%	100%

Koopkrachtafvloeiing toegenomen

De mate waarin inwoners voor hun dagelijkse boodschappen bestedingen doen buiten de eigen woonplaats is net als in 2010 beperkt. De meeste bestedingen buiten Nijverdal worden elders binnen de gemeente Hellendoorn gedaan. Doordat de bestedingen per hoofd van de bevolking in de afgelopen jaren in de dagelijkse sector zijn toegenomen is het totale bestedingspotentieel gegroeid. Hierdoor is het bindingspercentage – bij een gelijkblijvende bindingsomzet en toegenomen afvloeiing - ten opzichte van 2010 gedaald naar 87%.

Figuur 2.2

Waar gaan de bestedingen uit Nijverdal 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	56,8	57,0	90%	87%
Afvloeiing ov. gemeente Hellendoorn	2,6	2,5	4%	4%
Afvloeiing ov. Nederland	3,9	4,4	6%	7%
Afvloeiing Duitsland	0,0	0,3	0%	0%
Afvloeiing internet e.d.	0,1	1,0	0%	2%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	63,3	65,2	100%	100%

2.2 Niet-dagelijkse sector

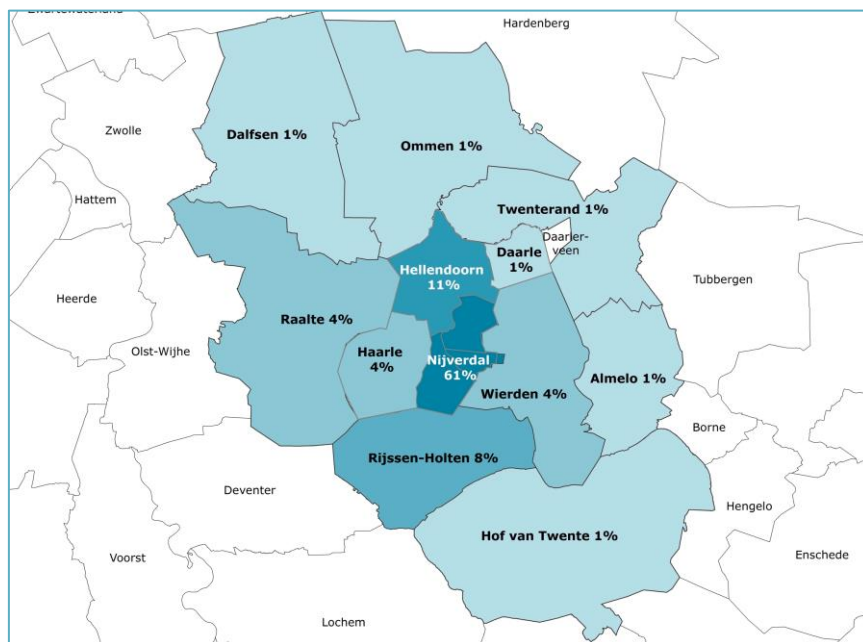
Veel toevloeiing uit Hellendoorn

Van de omzet in de niet-dagelijkse sector in Nijverdal is 61 procent afkomstig uit Nijverdal zelf. Daarnaast is 16 procent afkomstig uit het overige deel van de gemeente Hellendoorn, waarvan 11 procent uit de kern Hellendoorn .

Verder is er in niet-dagelijkse sector relatief veel toevloeiing uit de gemeente Rijssen-Holten (8 procent) en ook vanuit Wierden en Raalte zijn consumenten enigszins georiënteerd op Nijverdal.

Figuur 2.3

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

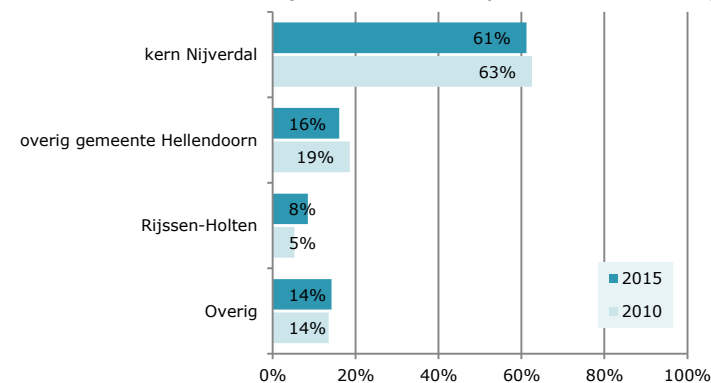


Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 is de niet-dagelijkse omzet in Nijverdal afgenomen. Als we kijken naar waar de kooporiëntatie op Nijverdal is veranderd, dan zien we vooral een afname van de omzet uit de eigen gemeente, zowel vanuit de kern Nijverdal als uit overige delen van de gemeente Hellendoorn. Het *aandeel* toevloeiing uit overige delen van Nederland is hierdoor toegenomen, met name vanuit de gemeente Rijssen-Holten (+3 procentpunt).

Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

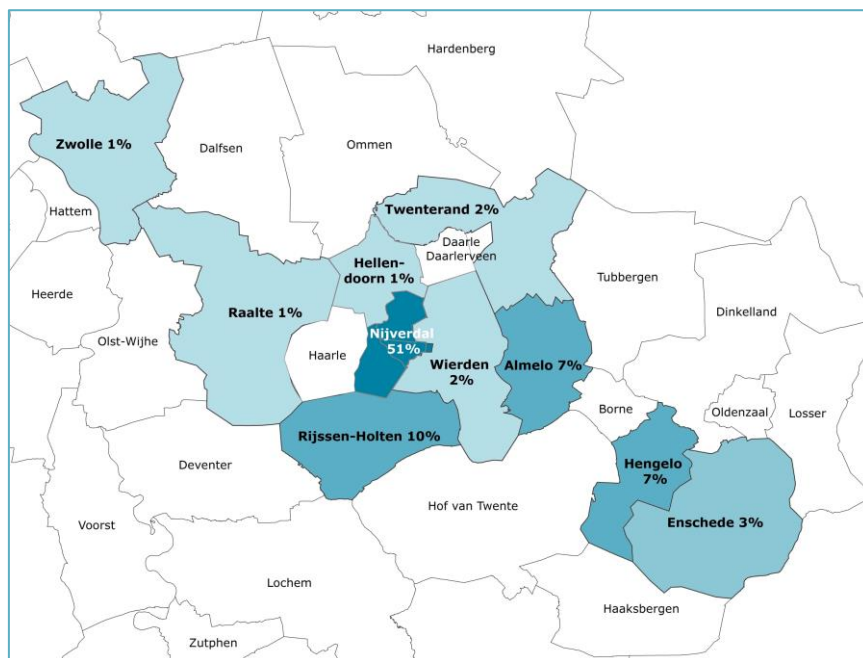
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	38,5	29,9	63%	61%
Toevloeiing ov. gemeente Hellendoorn	11,5	7,9	19%	16%
Toevloeiing ov. Nederland	11,6	11,1	19%	23%
TOTALE OMZET	61,6	48,8	100%	100%

Inwoners Nijverdal ook georiënteerd op Rijssen-Holten

Net als in de dagelijkse sector zijn inwoners van Nijverdal voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector georiënteerd op de eigen woonplaats, maar wel in mindere mate (51 procent). Buiten de gemeente Hellendoorn is er met name enige afvloeiing naar de gemeenten Rijssen-Holten, Almelo en Hengelo.

Figuur 2.5

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



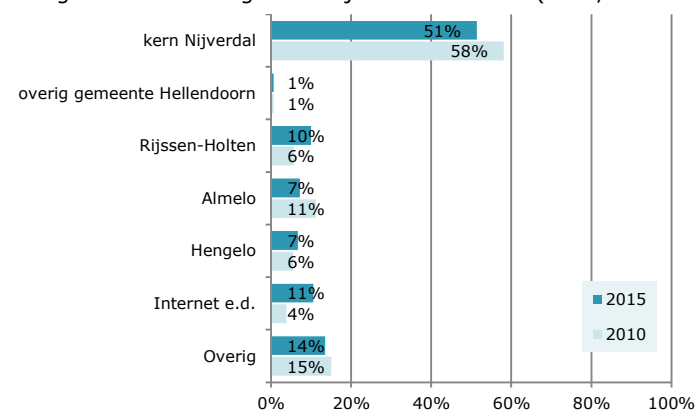
De afvloeiing naar internet is in de niet-dagelijkse sector met ruim 11 procent aanzienlijk groter dan in de dagelijkse sector (2 procent).

Bindingspercentage niet-dagelijkse sector gedaald

Ten opzichte van 2010 doen inwoners van Nijverdal in de niet-dagelijkse sector in verhouding vooral minder bestedingen binnen de eigen woonplaats. Het *aandeel* afvloeiing naar andere (fysieke) aankooplocaties is gelijk gebleven. De mate waarin consumenten bestedingen doen via internet is in de afgelopen vijf jaar in Nijverdal meer dan verdubbeld. De koopkrachtafvloeiing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector nu € 6,2 miljoen, tegen € 2,5 miljoen in 2010.

Figuur 2.6

Waar gaan de bestedingen uit Nijverdal 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	38,5	29,9	58%	51%
Afvloeiing ov. gemeente Hellendoorn	0,4	0,3	1%	1%
Afvloeiing ov. Nederland	24,3	21,4	37%	37%
Afvloeiing Duitsland	0,4	0,4	1%	1%
Afvloeiing internet e.d.	2,5	6,2	4%	11%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	66,2	58,1	100%	100%

Inzoom op niet-dagelijkse branches

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

Binnen de niet-dagelijkse sector hebben alle artikelgroepen te maken met een omzetafname, al is de afname bij bloemen en planten klein.

Tabel 2.5

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

x € miljoen	BINDING		TOEVLOEIING		TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	8,1	6,4	6,5	5,3	14,6	11,7
Schoenen	2,2	1,8	1,4	1,2	3,7	3,1
Huishoudelijke artikelen	4,2	3,0	1,6	1,3	5,8	4,3
Elektronica	7,6	6,0	6,7	6,5	14,3	12,5
Woninginrichting	4,9	3,2	4,1	2,3	9,1	5,5
Doe-het-zelf	6,4	4,5	1,6	1,3	8,1	5,8
Bloemen en planten	5,0	4,9	1,1	1,1	6,1	6,0
TOTAAL	38,5	29,9	23,1	19,0	61,6	48,8

Binnen de niet-dagelijkse sector heeft de artikelgroep doe-het-zelf de hoogste binding met 80 procent. Vergeleken met 2010 zijn de bindingspercentages voor alle artikelgroepen afgenomen. Bij elektronica is ongeveer de helft van de omzet afkomstig van bestedingen door bezoekers van buiten de eigen woonplaats.

KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN NIJVERDAL 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 NIJVERDAL 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 woninginrichting en kleding zijn inwoners van Nijverdal relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen (zie ook bijlage 4).

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	8,1	6,4	10,4	10,8	18,5	17,2
Schoenen	2,2	1,8	1,7	1,9	4,0	3,8
Huishoudelijke artikelen	4,2	3,0	1,1	1,6	5,3	4,7
Elektronica	7,6	6,0	3,0	4,2	10,6	10,3
Woninginrichting	4,9	3,2	8,3	6,1	13,2	9,4
Doe-het-zelf	6,4	4,5	0,9	1,1	7,3	5,6
Bloemen en planten	5,0	4,9	2,2	2,4	7,3	7,3
TOTAAL	38,5	29,9	27,6	28,2	66,2	58,1

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	44%	37%	45%	45%
Schoenen	56%	48%	39%	40%
Huishoudelijke artikelen	80%	65%	28%	30%
Elektronica	72%	59%	47%	52%
Woninginrichting	37%	35%	46%	41%
Doe-het-zelf	88%	80%	20%	23%
Bloemen en planten	69%	67%	18%	18%
TOTAAL	58%	51%	37%	39%

2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

De mate waarin Nijverdal 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 20.000 tot 50.000 inwoners heeft Nijverdal in de dagelijkse sector in 2015 een vergelijkbare koopkrachtbinding.

De niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met gemiddeld in plaatsen met 20.000 tot 50.000 inwoners een wat lagere koopkrachtbinding. Binnen deze sector heeft vooral de artikelgroep woninginrichting in Nijverdal verhoudingsgewijs een beperkte lokale verzorgingsfunctie. Elektronica heeft als enige artikelgroep in Nijverdal een verhoudingsgewijs grotere binding.

Tabel 2.8

Bindingspercentage Nijverdal vergeleken (2015).

	NIJVERDAL	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	87%	88%
Niet-dagelijkse sector	51%	57%
- Kleding	37%	47%
- Schoenen	48%	55%
- Huishoudelijke artikelen	65%	71%
- Elektronica	59%	49%
- Woninginrichting	35%	47%
- Doe-het-zelf	80%	83%
- Bloemen en planten	67%	74%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

Nijverdal 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

Met uitzondering van elektronica en doe-het-zelf hebben alle niet-dagelijkse artikelgroepen meer koopkrachtafvoer dan -toevoer. De aangetrokken omzet van bezoekers van buiten de eigen plaats is in totaal kleiner dan het koopkrachtverlies.

Hoewel de oriëntatie op online winkels de afgelopen jaren groter is geworden is in geen enkele artikelgroep de afvloeiing naar internet groter dan de afvloeiing naar (winkel)aankooplocaties buiten Nijverdal.

Tabel 2.9

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

<u>x € miljoen</u>	TOEVLOEIING		↔	AFVLOEIING		
	ov. gemeente	elders		ov. gemeente	elders	internet
Kleding	2,1	3,2	↔	0,0	8,4	2,4
Schoenen	0,6	0,6	↔	0,0	1,5	0,4
Huishoudelijke artikelen	0,8	0,5	↔	0,1	1,2	0,4
Elektronica	1,9	4,5	↔	0,0	2,5	1,7
Woninginrichting	0,8	1,4	↔	0,0	5,3	0,8
Doe-het-zelf	0,9	0,5	↔	0,1	0,8	0,2
Bloemen en planten	0,8	0,3	↔	0,1	2,1	0,1
TOTAAL	7,9	11,1	↔	0,3	21,7	6,2

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 Nijverdal in 2015 zo'n € 7 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 Nijverdal vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Nijverdal in vergelijkbare mate artikelen via internet. Alleen bij elektronica wordt relatief minder vaak voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Toch is 17 procent van de bestedingen binnen deze artikelgroep in een webwinkel gedaan.

BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)	NIJVERDAL	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	2%	1%
Niet-dagelijkse sector	11%	11%
- Kleding	14%	13%
- Schoenen	11%	11%
- Huishoudelijke artikelen	8%	8%
- Elektronica	17%	21%
- Woninginrichting	9%	9%
- Doe-het-zelf	4%	3%
- Bloemen en planten	2%	1%

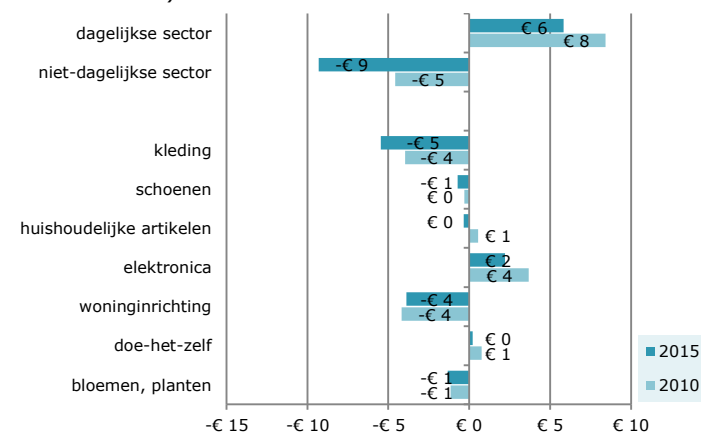
Ontwikkeling koopstromensaldo

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

Ten opzichte van 2010 is het positieve verschil tussen toe- en afvoeiing in de dagelijkse sector in 2015 kleiner. In de niet-dagelijkse sector is het negatieve verschil groter geworden. Het koopstromensaldo is met name negatiever in de artikelgroep kleding en minder positief bij elektronica en doe-het-zelf.

Figuur 2.7

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



2.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Hoewel (landelijk gemiddeld) de uitgaven aan dagelijkse artikelen zijn gestegen is de totale omzet in de dagelijkse sector in Nijverdal ongeveer gelijk gebleven. De omzet uit toevloeiing is licht gedaald en de bindingsomzet zeer bescheiden gestegen.
- Hoewel het gros van de detailhandelsbestedingen in de dagelijkse sector binnen Nijverdal blijven, is het bindingspercentage licht gedaald (van 90 naar 87 procent). Ten opzichte van 2010 is de afvloeiing van bestedingen in 2015 dus groter.
- In de niet-dagelijkse sector is de totale omzet de afgelopen vijf jaar met 21 procent afgenomen. Naast een lagere binding is er ook minder omzet afkomstig uit het overige deel van de gemeente Hellendoorn. De toevloeiing vanuit omliggende gemeenten (Rijssen-Holten, Wierden en Raalte) is wel op peil gebleven.
- De kooporiëntatie op de eigen kern is in de niet-dagelijkse sector dus kleiner geworden (van 58 naar 51 procent). Inwoners van Nijverdal zijn relatief sterk georiënteerd op Rijssen-Holten, Hengelo en Almelo. Daarnaast is er een sterke toename van afvloeiing naar internet (+7 procentpunt).
- Binnen de niet-dagelijkse sector heeft doe-het-zelf de hoogste binding met 80 procent. Wel is ook hier, net als bij de andere artikelgroepen, sprake van een daling van het bindingspercentage tussen 2010 en 2015. Met name voor de kleding en woninginrichting geldt dat bestedingen in deze artikelgroepen door inwoners van Nijverdal vooral elders worden gedaan.
- Met uitzondering van elektronica en doe-het-zelf hebben alle niet-dagelijkse artikelgroepen meer koopkrachtafvloeiing dan toevloeiing.
- De elektronica in Nijverdal onderscheidt zich ook doordat deze als enige artikelgroep ten opzichte van kernen van vergelijkbare omvang een hoger bindingspercentage heeft. Bovendien is de afvloeiing naar internet juist wat lager dan gemiddeld in referentiekernen.

- Verder is de oriëntatie op internet in Nijverdal vergelijkbaar met die in referentiekernen.
- Geheel overziend geldt dat de verzorgingsfunctie van de dagelijkse sector op peil is gebleven, al is ze wel iets meer lokaal geworden en dat de niet-dagelijkse sector in Nijverdal in vergelijking met 2010 wat achteruit is gegaan.



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 Nijverdal. 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.

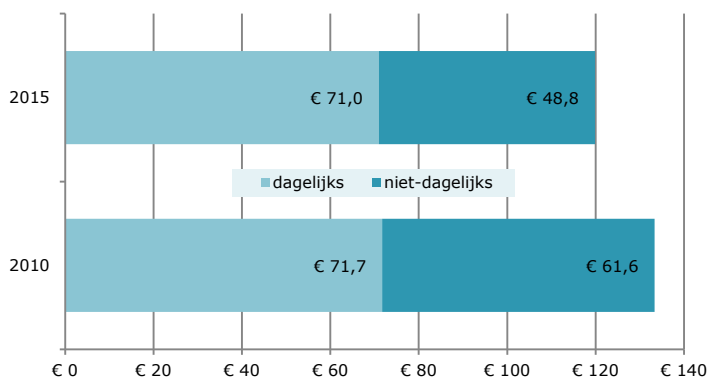
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Nijverdal relatief sterk afgenomen

De totale detailhandelsomzet in Nijverdal is in de afgelopen vijf jaar met 10 procent afgenomen naar ongeveer 120 miljoen euro. Vooral de niet-dagelijkse sector (-21 procent) draagt bij aan deze afname.

Figuur 3.1

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

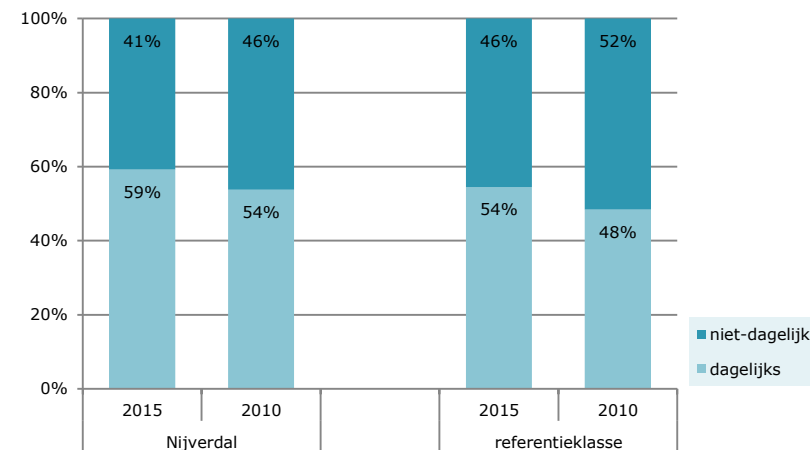


Omzetaandeel dagelijks groter geworden

De dagelijkse sector (59 procent) neemt een groter deel van de detailhandelsomzet in Nijverdal voor rekening dan de niet-dagelijkse sector. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is ook gestegen van 54 procent in 2010 naar 59 procent in 2015. Ook in de referentiekernen is het omzetaandeel van de dagelijkse sector toegenomen. Al geldt wel dat het aandeel dagelijks in Nijverdal hoger ligt dan gemiddeld in kernen van vergelijkbare omvang.

Figuur 3.2

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, Nijverdal (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 Nijverdal is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector gelijk gebleven. Ook in vergeleken met plaatsen van vergelijkbare omvang is dit omzetcijfer nagenoeg gelijk. Doordat de gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector wel relatief laag is, ligt de totale omzet per inwoner onder het vergelijkingscijfer.

Tabel 3.1

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

	NIJVERDAL		REFERENTIEKLASSE	
	2010	2015	2010	2015
Dagelijkse sector	2.870	2.870	2.840	2.880
Niet-dagelijkse sector	2.470	1.980	3.030	2.410
- Kleding	580	470	810	690
- Schoenen	150	120	190	160
- Huishoudelijke artikelen	230	180	250	210
- Elektronica	570	510	420	320
- Woninginrichting	360	220	700	470
- Doe-het-zelf	320	230	380	280
- Bloemen en planten	250	240	280	280
TOTALE OMZET PER INWONER	5.340	4.850	5.870	5.290

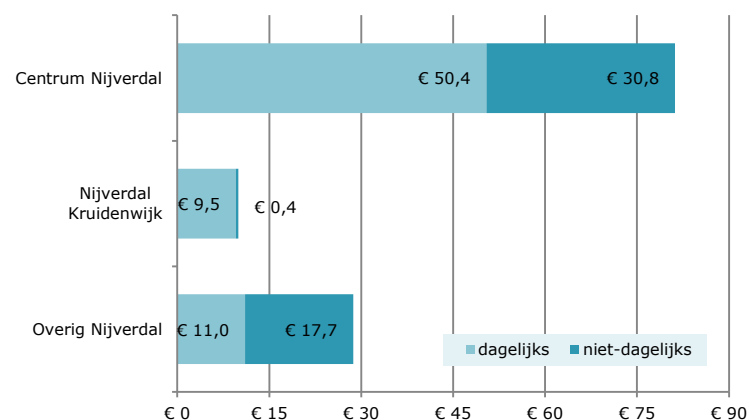
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Grootste deel omzet landt in het centrum van Nijverdal

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

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Nijverdal (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 Nijverdal is afgenomen, vooral in de niet-dagelijkse sector. In de dagelijkse sector heeft met name Kruidenwijk wat marktaandeel gewonnen. Overige locaties in Nijverdal hebben terrein gewonnen in de niet-dagelijkse sector.

Tabel 3.2

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

	DAGELIJKSE SECTOR		NIET-DAGELIJKSE SECTOR	
	2010	2015	2010	2015
Centrum Nijverdal	75%	71%	76%	63%
Nijverdal Kruidenwijk	10%	13%	1%	1%
Overig Nijverdal	15%	16%	24%	36%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Iets minder detailhandelsomzet in de dagelijkse sector en veel minder omzet in de niet-dagelijkse sector zorgen ervoor dat de totale detailhandelsomzet in Nijverdal met 21 procent is gedaald ten opzichte van 2010.
- Door de omzetontwikkeling is het totale omzetaandeel van de dagelijkse sector verder opgelopen tot 59 procent. Deze groei is conform de ontwikkeling in vergelijkbare kernen.
- Uit benchmarking blijkt dat de gemiddelde omzet per inwoner in Nijverdal in de dagelijkse sector vergelijkbaar is met gemiddeld in plaatsen van vergelijkbare omvang. In de niet-dagelijkse sector heeft Nijverdal een lagere omzet per inwoner. Met uitzondering van de elektronica hebben alle niet-dagelijkse artikelgroepen in Nijverdal minder omzet per inwoner dan gemiddeld in kernen van vergelijkbare omvang.
- Wanneer we inzoomen op de aankooplocaties in Nijverdal dan zien we het centrum marktaandeel inleveren. In de dagelijkse sector wint de aankooplocatie Kruidenwijk iets marktaandeel. In de niet-dagelijkse sector levert het centrum terrein in ten opzichte van overige aankooplocaties in Nijverdal.

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

4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel *Veranderingen in de bezoekfrequentie*

De groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Nijverdal doet, is net als in 2010 voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker (meer dan eens per week). Dit aandeel is iets toegenomen ten koste van het aandeel wekelijkse bezoekers.

De bezoekfrequentie bij het recreatieve winkelen is meer verdeeld dan bij de dagelijkse boodschappen. Ten opzichte van 2010 zijn er ook hier beperkte verschuivingen te zien. De groep die 1-3 keer per maand winkelt is groter geworden, terwijl het aandeel hoogfrequente bezoekers een paar procentpunten kleiner is geworden.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Nijverdal voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

	DAGELIJKE BOODSCHAPPEN		WINKELN	
	2010	2015	2010	2015
Meer dan 1 x per week	64%	67%	30%	26%
1 x per week	34%	29%	30%	29%
1-3 x per maand	2%	3%	26%	33%
Minder dan 1 x per maand	0%	0%	13%	12%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

Bezoekmotief

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen of te winkelen in Nijverdal? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door nabijheid, bepaalde winkels en bereikbaarheid. Ten opzichte van 2010 is met name het aanbod van bepaalde winkels vaker genoemd als bezoekmotief (+17 procentpunt).

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekmotieven:



Boodschappen doen:

- 1: nabijheid/afstand: 69%
- 2: bepaalde winkels: 38%
- 3: bereikbaarheid: 27%



Winkelen:

- 1: nabijheid/afstand: 63%
- 2: bepaalde winkels: 46%
- 3: gewoonte: 27%

Ook voor het winkelen spelen nabijheid en bepaalde winkels, naast gewoonte, in veel gevallen een rol in de keuze voor in Nijverdal. Ook hier is het aanbod van bepaalde winkels ten opzichte van 2010 belangrijker geworden (+28 procentpunt). De

omvang van het winkelaanbod is vijf jaar later in mindere mate een motief om in Nijverdal te winkelen (-12 procentpunt).

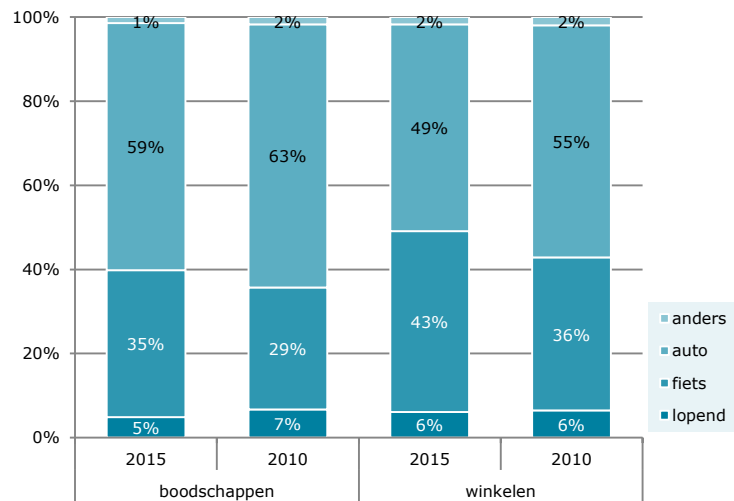


Vervoermiddel

Zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor het winkelen is de auto (nog steeds) het meest gebruikte vervoermiddel. Men doet in Nijverdal in verhouding iets vaker boodschappen met de auto dan dat men er met de auto gaat winkelen. Ten opzichte van 2010 heeft de auto in beide gevallen wel terrein ingeleverd ten opzichte van de fiets.

Figuur 4.2

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



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Nijverdal 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 Nijverdal.

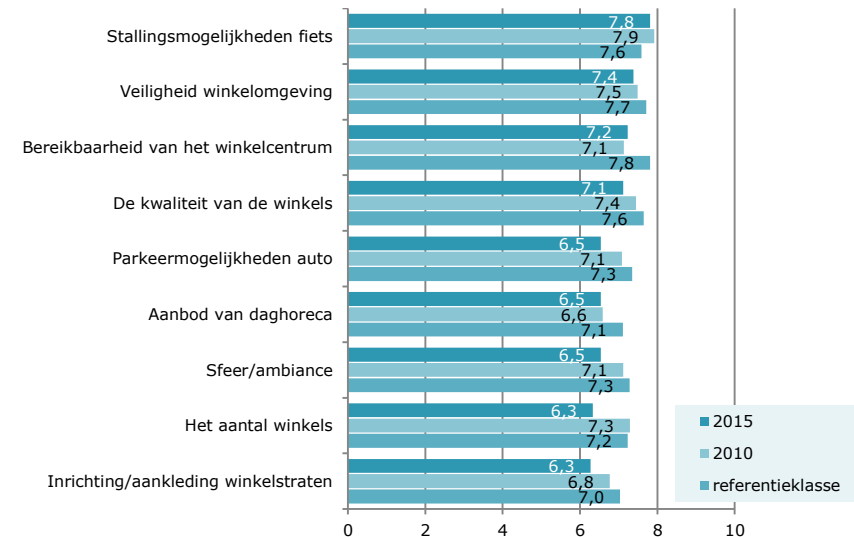
Hoogste waardering voor stallingsmogelijkheden fiets

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in Nijverdal redelijk tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor de stallingsmogelijkheden voor de fiets. De inrichting/aankleding van de winkelstraten krijgt de laagste beoordeling.

Ten opzichte van 2010 is de waardering voor alle aspecten gedaald, met uitzondering van bereikbaarheid. Met name de waardering voor het aantal winkels is sterk afgenomen. Ook in vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen scoort Nijverdal matig. Alleen de stallingsmogelijkheden voor de fiets krijgen een betere beoordeling.

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen Nijverdal (2010 en 2015).



1 van de 9

aspecten krijgt een hogere waardering dan gemiddeld



4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De bezoekfrequentie voor boodschappen en winkelen in Nijverdal is in vergelijking met 2010 niet veel veranderd.
- De belangrijkste bezoekmotieven voor de dagelijkse boodschappen zijn nabijheid, bepaalde winkels en bereikbaarheid. Bij winkelen speelt – naast nabijheid en bepaalde winkels – gewoonte een voorname rol in de keuze voor Nijverdal.
- Net als in 2010 is de auto het meest gebruikte vervoermiddel voor zowel boodschappen als winkelen. De keuze voor de auto is in de afgelopen vijf jaar wel wat teruggelopen ten gunste van de fiets.
- De winkelvoorzieningen in Nijverdal worden ten opzichte van 2010 en in vergelijking met kernen van vergelijkbare omvang beduidend minder goed beoordeeld. Ten opzichte van 2010 is de waardering voor alle aspecten gedaald, met uitzondering van bereikbaarheid. In vergelijking met referentiekernen krijgt alleen de stallingsmogelijkheden voor de fiets, het beste beoordeelde aspect in Nijverdal, een betere beoordeling.



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

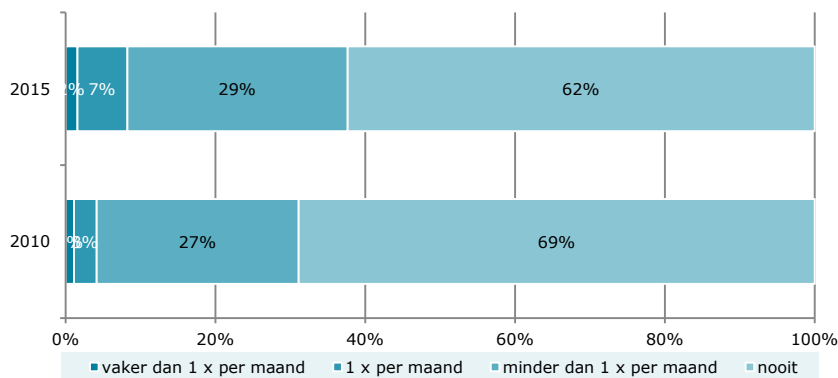
Nijverdal heeft drie koopzondagen, die gekoppeld zijn aan een evenement (o.a. brocante/kunstmarkt).

Beperkte groei bezoek koopzondag

In vijf jaar tijd is de oriëntatie op de zondag als winkeldag in het algemeen toegenomen. In Nijverdal is deze groei beperkt zichtbaar. Ging in 2010 4 procent minimaal eens per maand op zondag winkelen / inkopen doen, in 2015 is dat aandeel opgelopen tot 9 procent.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Nijverdal (2010 en 2015).



Circa 4 op de 10 inwoners bezoeken wel eens een koopzondag. In meerderheid gaat men hiervoor wel naar een andere plaats, namelijk Enschede (33 procent) of Almelo (13 procent).

Een klein deel, 10 procent, heeft de eigen woonplaats opgegeven.

Een even groot deel gaat meestal naar Plein Westermaat in Hengelo.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015	2010
Enschede, Centrum	33%	35%
Almelo, Centrum	13%	13%
Hengelo, Plein Westermaat	10%	4%
Nijverdal, Centrum	10%	-

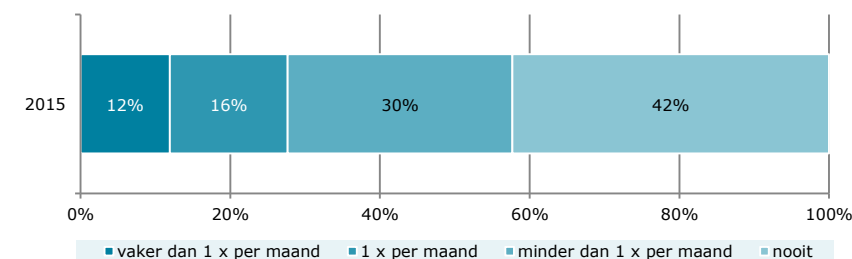
5.3 Koopavond

Ruim veertig procent bezoekt nooit een koopavond

Daar waar de zondagopenstelling per gemeente/plaats verschilt, is er in de meeste plaatsen wel sprake van avondopenstelling. Een dag in de week zijn de winkels 's avonds langer geopend; in Nijverdal is dat de donderdag. In vergelijking met de koopzondag is de oriëntatie op de koopavond groter onder inwoners van Nijverdal. Ruim een kwart gaat minimaal eens per maand. Vier op de tien inwoners geven aan nooit op koopavond te winkelen.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Nijverdal (2015).



Meest genoemde plaats waar inwoners van Nijverdal de koopavond bezoeken, is het centrum van Nijverdal zelf. Een andere veelgenoemde aankooplocatie is het centrum van Rijssen (8 procent).



81%

bezoekt meestal de koopavond in het centrum van Nijverdal

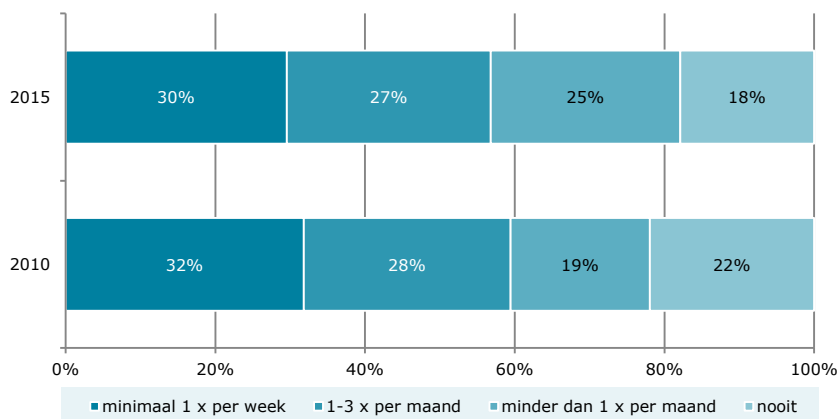
5.4 Markt

Oriëntatie op de markt licht toegenomen

Meer dan de helft van de inwoners van Nijverdal gaat een keer per maand of vaker naar de markt (57 procent). In 2010 waren dat er iets meer (60 procent). Het aandeel dat nooit naar de markt gaat, is wel iets kleiner geworden.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Nijverdal (2010 en 2015).



Een groot deel van de inwoners bezoekt vooral de markt in Nijverdal (84 procent). Ook in 2010 was dit veruit de meest genoemde plaats.

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015	2010
Nijverdal	84%	83%
Rijssen, Centrum	5%	3%
Almelo, Centrumplein	1%	4%

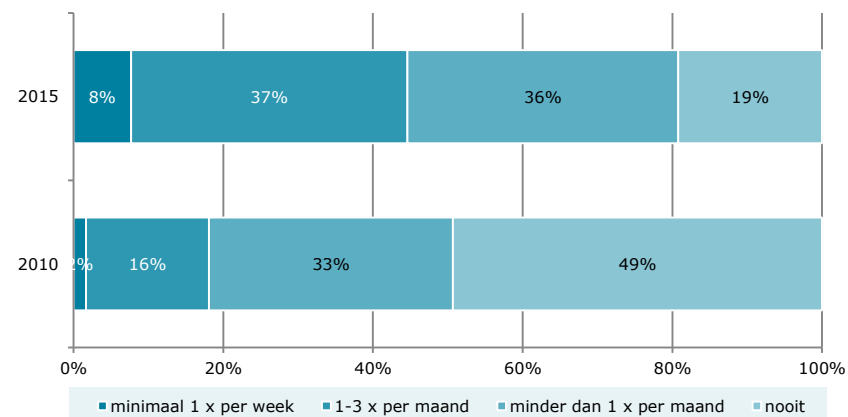
5.5 Online winkelen

Inwoners Nijverdal 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 van de consumenten nooit aankopen via internet. In vijf jaar tijd is dit aandeel afgenomen tot 19 procent.

Figuur 5.4

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

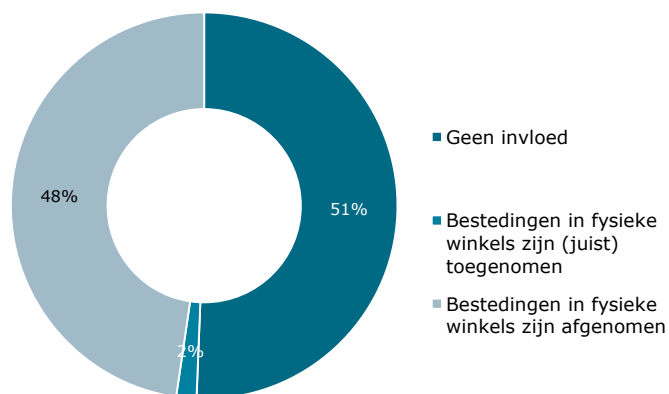


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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 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 winkel mogelijkheden. Afsluitend vergelijken we Nijverdal 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 Nijverdal bezoeken in verhouding minder vaak winkels op zondag, maar vaker op een koopavond. Daarnaast gaat men relatief vaak naar de markt. Ook het aandeel dat frequent iets via internet koopt is groter dan het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

Figuur 5.6

Aandeel (minimaal) maandelijks, Nijverdal 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 beperkt toegenomen. Acht procent van de inwoners van Nijverdal bezoekt minimaal eens per maand een koopzondag. Dat is minder dan in referentiekernen. Als men wel een koopzondag bezoekt, doet men dat het vaakst in Enschede. Ten opzichte van 2010 is het centrum van Nijverdal nieuw als genoemde aankooplocatie op zondag, wat mede te maken heeft met de mogelijkheid om 4 keer per jaar op zondag de winkeldeuren te openen.
- De oriëntatie op de koopavond is relatief groot. Ruim een kwart gaat minimaal eens per maand tijdens een koopavond winkelen. Men bezoekt dan voornamelijk het centrum van Nijverdal.
- Ook de markt wordt relatief vaak bezocht. Bijna zestig procent bezoekt minstens eens per maand de markt, hoofdzakelijk in Nijverdal.
- Bijna de helft van de inwoners van Nijverdal doet een keer per maand of vaker een aankoop via internet. Van de inwoners die hebben aangegeven online te winkelen zegt 48 procent dat door de online aankopen de bestedingen in fysieke winkels zijn afgenomen.



1

BIJLAGE

Onderzoeksaanpak



Bijlage 1. Onderzoeksaanpak

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

Onderzoeksverloop en respons

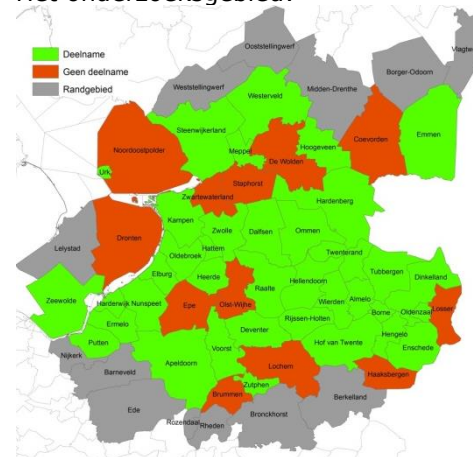
De enquête is voor het grootste deel afgenomen via internet. Daarbij is gebruik gemaakt van een aantal panels en is op basis van een aselechte steekproef web respons geworven. Een beperkt deel van het veldwerk heeft plaatsgevonden door middel van telefonische enquêtering; vooral bedoeld om 'gaten' in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

Dataverzameling en -verwerking

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

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

Het onderzoeksgebied:



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

Bestedingscijfers

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

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

2

BIJLAGE

Begrippenkader



Bijlage 2. Begrippenkader

Aankoopplaats (aankooplocatie)

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

Afvloeiing (koopkrachtafvloeiing)

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

Artikelgroepen

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

Bestedingspotentieel

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

Binding (koopkrachtbinding)

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

Detailhandelsomzet (draagvlak)

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

Koopstroom

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

Toevloeiing (koopkrachttoevloeiing)

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

Winkelen

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

3

BIJLAGE

Binding en toevloeiing per branche

Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en toevloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Nijverdal	80%
Overig gemeente Hellendoorn	11%
Raalte	4%
Rijssen-Holten	2%
Wierden	2%
Ommen	1%
Overig	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Nijverdal	61%
Overig gemeente Hellendoorn	16%
Rijssen-Holten	8%
Raalte	4%
Wierden	4%
Twenterand	1%
Dalfsen	1%
Ommen	1%
Almelo	1%
Hof van Twente	1%
Overig	2%

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 Nijverdal	55%
Overig gemeente Hellendoorn	18%
Raalte	7%
Wierden	4%
Twenterand	4%
Rijssen-Holten	3%
Dalfsen	3%
Ommen	2%
Deventer	1%
Almelo	1%
Lochem	1%
Overig	2%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Nijverdal	60%
Overig gemeente Hellendoorn	20%
Raalte	6%
Wierden	4%
Ommen	2%
Twenterand	2%
Dalfsen	2%
Rijssen-Holten	2%
Almelo	1%
Overig	2%



Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Nijverdal	70%
Overig gemeente Hellendoorn	18%
Raalte	5%
Rijssen-Holten	2%
Wierden	2%
Ommen	1%
Dalfsen	1%
Twenterand	1%
Overig	1%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Nijverdal	48%
Overig gemeente Hellendoorn	15%
Rijssen-Holten	25%
Wierden	5%
Raalte	3%
Hof van Twente	1%
Almelo	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%)

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en toevloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Nijverdal	59%
Overig gemeente Hellendoorn	15%
Raalte	6%
Rijssen-Holten	6%
Wierden	5%
Haaksbergen	2%
Almelo	1%
Hengelo	1%
Twenterand	1%
Deventer	1%
Apeldoorn	1%
Hof van Twente	1%
Overig	2%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Nijverdal	77%
Overig gemeente Hellendoorn	15%
Wierden	3%
Rijssen-Holten	2%
Ommen	1%
Raalte	1%
Overig	1%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Nijverdal	82%
Overig gemeente Hellendoorn	13%
Wierden	2%
Rijssen-Holten	1%
Raalte	1%
Overig	1%

4

BIJLAGE

Binding en afvloeiing per branche

Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en afvloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Nijverdal	87%
Overig gemeente Hellendoorn	4%
Rijssen-Holten	4%
Almelo	1%
Wierden	1%
Internet e.d.	2%
Overig	2%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Nijverdal	51%
Overig gemeente Hellendoorn	1%
Rijssen-Holten	10%
Almelo	7%
Hengelo	7%
Enschede	3%
Wierden	2%
Twenterand	2%
Zwolle	1%
Raalte	1%
Internet e.d.	11%
Overig	4%

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en afvloeiing kleding.

KERN	%
Kern Nijverdal	37%
Overig gemeente Hellendoorn	0%
Rijssen-Holten	17%
Enschede	8%
Almelo	5%
Wierden	5%
Zwolle	3%
Hengelo	3%
Raalte	1%
Deventer	1%
Twenterand	1%
Arnhem	1%
Internet e.d.	15%
Overig	4%

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 Nijverdal	48%
Overig gemeente Hellendoorn	0%
Rijssen-Holten	16%
Enschede	5%
Almelo	4%
Zwolle	3%
Hengelo	3%
Wierden	2%
Twenterand	1%
Raalte	1%
Deventer	1%
Internet e.d.	12%
Overig	3%

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.

KERN	%
Kern Nijverdal	65%
Overig gemeente Hellendoorn	2%
Rijssen-Holten	11%
Hengelo	6%
Almelo	2%
Enschede	1%
Zwolle	1%
Raalte	1%
Wierden	1%
Internet e.d.	9%
Overig	3%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Nijverdal	59%
Overig gemeente Hellendoorn	0%
Hengelo	17%
Enschede	2%
Rijssen-Holten	2%
Almelo	1%
Internet e.d.	17%
Overig	3%

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en afvloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Nijverdal	35%
Overig gemeente Hellendoorn	0%
Almelo	14%
Hengelo	14%
Rijssen-Holten	9%
Twenterand	7%
Zutphen	2%
Oldenzaal	2%
Enschede	2%
Zwolle	1%
Dalfsen	1%
Ommen	1%
Raalte	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 afvloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Nijverdal	80%
Overig gemeente Hellendoorn	1%
Rijssen-Holten	8%
Almelo	3%
Hengelo	1%
Wierden	1%
Internet e.d.	4%
Overig	2%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Nijverdal	67%
Overig gemeente Hellendoorn	2%
Almelo	20%
Rijssen-Holten	3%
Wierden	1%
Dinkelland	1%
Twenterand	1%
Internet e.d.	2%
Overig	3%