

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT KERN **OLDEBROEK**

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/090

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Oldebroek

Auteurs

Ilse Wognum
Ralf ten Hove

Bestellingen

Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever.

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



INHOUDSOPGAVE

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



5. Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden.....	25
5.1 Inleiding	25
5.2 Koopzondag	25
5.3 Koopavond	25
5.4 Markt	26
5.5 Online winkelen	26
5.6 Benchmarking	27
5.7 Conclusie	28
Bijlage 1. Onderzoeksaanpak.....	30
Bijlage 2. Begrippenkader	32
Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche.....	34
Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche.....	37



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 Oldebroek zijn 421 huishoudens geïnterviewd, waarvan 108 in de kern Oldebroek.



**VOORDAT U BEGINT TE LEZEN,
DE BELANGRIJKSTE BEGRIPPEN OP EEN RIJ:**

Om inzicht te krijgen in het koopgedrag van consumenten en het economisch functioneren van de winkelvoorzieningen in Oldebroek 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 Oldebroek 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 Oldebroek – 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 Oldebroek, gaat het bij het bestedingspotentieel om alle detailhandelsbestedingen van inwoners die gedaan worden in winkels (in of buiten Oldebroek) maar bijvoorbeeld ook op de markt, of via internet.

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

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



2

HOOFDSTUK

Koopstromen



2. Koopstromen

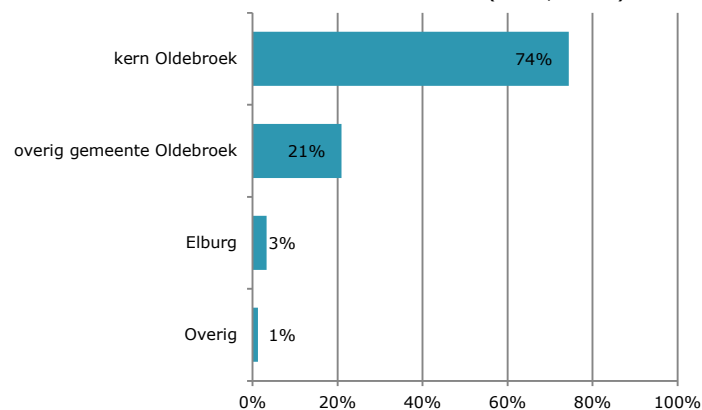
2.1 Dagelijkse sector

Meeste dagelijkse aankopen in eigen kern

Van alle omzet die in Oldebroek in de dagelijkse sector wordt gerealiseerd, is 74 procent afkomstig van inwoners van Oldebroek zelf. Daarnaast trekt Oldebroek ook (enige) omzet aan uit het overige deel van de gemeente en omliggende gemeenten als Elburg.

Figuur 2.1

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



Tabel 2.1

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

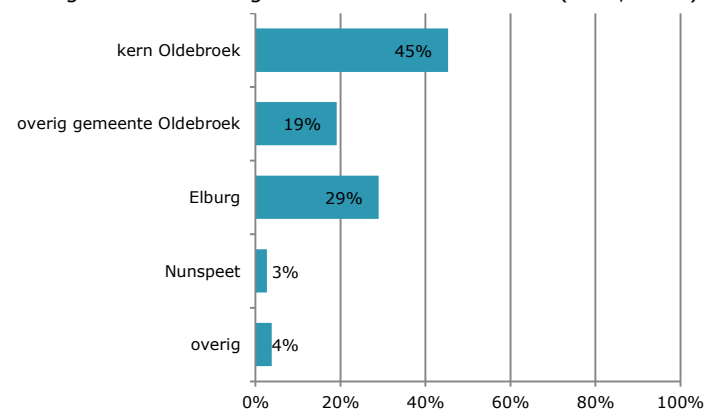
	ABS	%
Omzet uit eigen kern (binding)	7,1	74%
Toevloeiing ov. gemeente Oldebroek	2,0	21%
Toevloeiing ov. Nederland	0,4	5%
TOTAAL OMZET	9,5	100%

Koopkrachtafvloeiing relatief groot

De mate waarin inwoners voor hun dagelijkse boodschappen bestedingen doen buiten de eigen woonplaats is relatief groot. De meeste bestedingen buiten de eigen plaats worden in Elburg gedaan.

Figuur 2.2

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



Tabel 2.2

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

	ABS	%
Binding	7,1	45%
Afvloeiing ov. gemeente Oldebroek	3,0	19%
Afvloeiing ov. Nederland	5,5	35%
Afvloeiing internet e.d.	0,04	0%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	15,6	100%



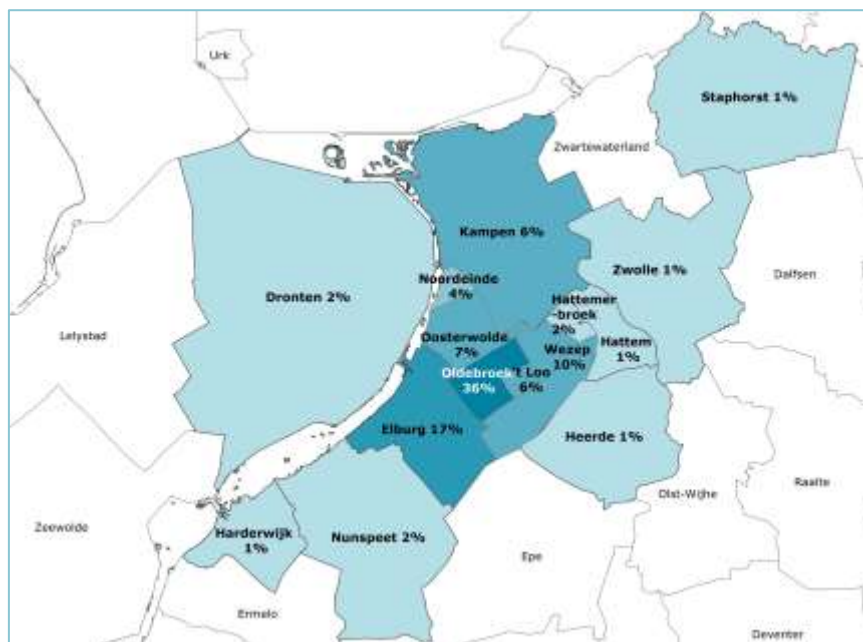
2.2 Niet-dagelijkse sector

Toevloeiing uit omliggende gemeenten

Voor de niet-dagelijkse omzet in Oldebroek geldt dat 36 procent afkomstig is uit Oldebroek zelf. Daarnaast zijn ook consumenten uit Elburg, Wezep, Oosterwolde, en Kampen in mindere mate georiënteerd op Oldebroek.

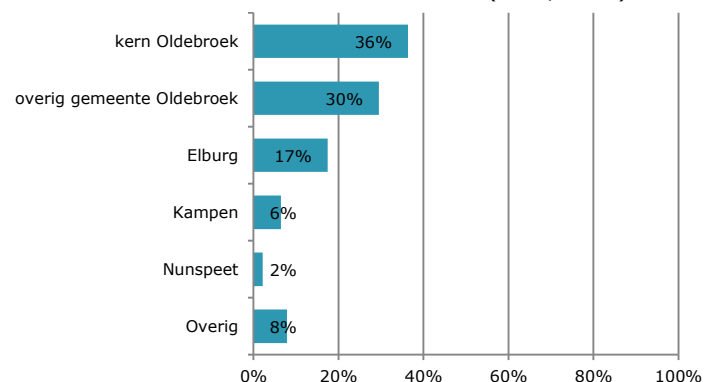
Figuur 2.3

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



Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

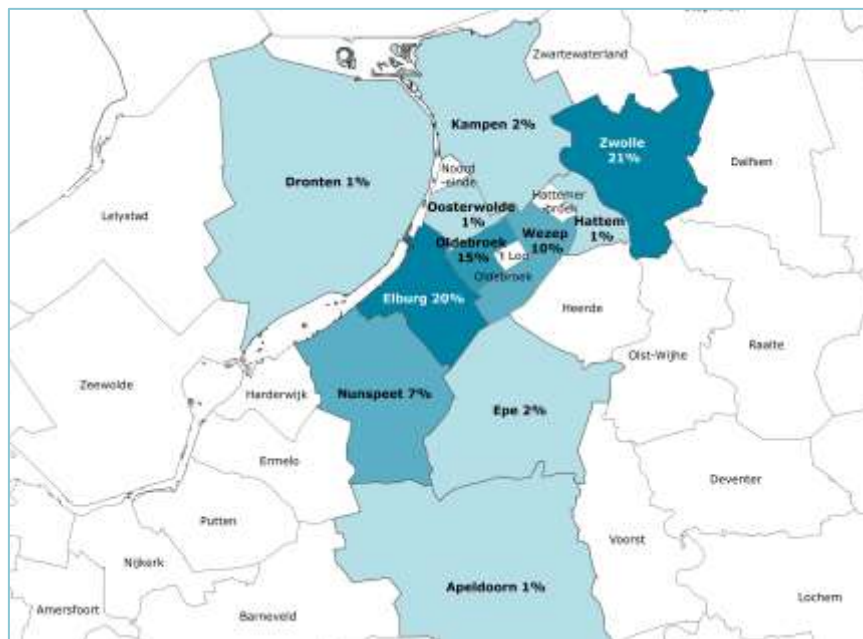
	ABS	%
Binding	2,1	36%
Toevloeiing ov. gemeente Oldebroek	1,7	30%
Toevloeiing ov. Nederland	2,0	34%
Toevloeiing Duitsland	0,0	0%
TOTALE OMZET	5,7	100%

Inwoners Oldebroek georiënteerd op Elburg en Zwolle

De inwoners van Oldebroek zijn voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector in mindere mate georiënteerd op de eigen woonplaats. De inwoners zijn sterk georiënteerd op Elburg en Zwolle. Daarnaast is er met name enige afvloeiing naar Wezep, en Nunspeet.

Figuur 2.5

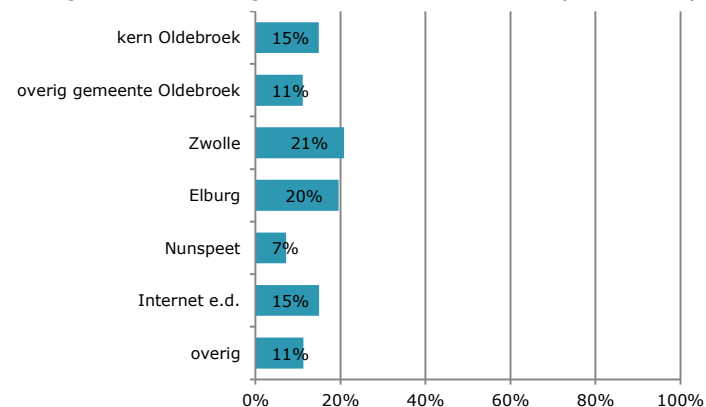
Waar gaan de bestedingen uit Oldebroek naar toe? (in %; 2015).



De afvloeiing naar internet is in de niet-dagelijkse sector met 15 procent groter dan in de dagelijkse sector (0 procent). De koopkrachtafvloeiing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector € 2,1 miljoen.

Figuur 2.6

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



Tabel 2.4

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

	ABS	%
Binding	2,1	15%
Afvloeiing ov. gemeente Oldebroek	1,6	11%
Afvloeiing ov. Nederland	8,3	59%
Afvloeiing Duitsland	0,0	0%
Afvloeiing internet e.d.	2,1	15%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	14,0	100%

Inzoom op niet-dagelijkse branches

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

Binnen de niet-dagelijkse sector hebben bloemen en planten, elektronica en woninginrichting de hoogste binding met respectievelijk 30, 24 en 17 procent. Artikelgroepen met veel bestedingen van bezoekers van buiten de eigen woonplaats zijn elektronica, woninginrichting en kleding.

Tabel 2.5

Binding & toevloeiing niet-dagelijkse sector (2015).

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

KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN OLDEBROEK 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 OLDEBROEK 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 alle artikelgroepen zijn inwoners relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen. Dit geldt het sterkst voor schoenen, doe-het-zelf en kleding (lage binding).

Tabel 2.6

Binding & afvloeiing niet-dagelijkse sector (2015).

x € miljoen	BINDING	AFVLOEIING	TOTAAL BESTEDINGS-POTENTIEEL
Kleding	0,4	3,7	4,1
Schoenen	0,0	0,9	0,9
Huishoudelijke artikelen	0,1	1,0	1,1
Elektronica	0,6	1,9	2,5
Woninginrichting	0,4	1,9	2,3
Doe-het-zelf	0,0	1,3	1,3
Bloemen en planten	0,5	1,2	1,8
TOTAAL	2,1	11,9	14,0

Tabel 2.7

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

In %	BINDINGSPERCENTAGE	AANDEEL TOEVLOEIING IN TOTALE OMZET
Kleding	10%	69%
Schoenen	2%	43%
Huishoudelijke artikelen	13%	30%
Elektronica	24%	73%
Woninginrichting	17%	69%
Doe-het-zelf	2%	47%
Bloemen en planten	30%	29%
TOTAAL	15%	64%



2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

De mate waarin Oldebroek in staat is de bestedingen van inwoners te binden aan de eigen plaats kan worden vergeleken met het gemiddelde bindingspercentage in kernen van vergelijkbare omvang.

Ten opzichte van plaatsen met 5.000-10.000 inwoners heeft Oldebroek zowel in de dagelijkse als in de niet-dagelijkse sector in 2015 een relatief lage koopkrachtbinding.

Binnen de niet-dagelijkse sector hebben vooral de artikelgroepen schoenen, huishoudelijke artikelen en doe-het-zelf in Oldebroek verhoudingsgewijs een zwakke(re) lokale verzorgingsfunctie.

Tabel 2.8

Bindingspercentage Oldebroek vergeleken (2015).

	OLDEBROEK	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	45%	71%
Niet-dagelijkse sector	15%	29%
- Kleding	10%	16%
- Schoenen	2%	22%
- Huishoudelijke artikelen	13%	38%
- Elektronica	24%	32%
- Woninginrichting	17%	20%
- Doe-het-zelf	2%	42%
- Bloemen en planten	30%	58%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

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

Afvloeiing groter dan toevloeiing

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

De afvloeiing naar andere (fysieke) aankoopplaatsen buiten Oldebroek is in alle artikelgroepen groter dan de afvloeiing naar internet.

Tabel 2.9

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

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

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



Afvloeiing naar internet goed zichtbaar

In het vorige paragrafen hebben we gezien wat de invloed is van internet op de koopstromen. De totale afvloeiing naar internet bedraagt in Oldebroek in 2015 zo'n € 2 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 Oldebroek vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Oldebroek gemiddeld meer artikelen via internet. Vooral bij kleding wordt relatief vaak voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 24 procent van de bestedingen in een webwinkel gedaan.

<u>BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)</u>	OLDEBROEK	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	0%	0%
Niet-dagelijkse sector	15%	9%
- Kleding	24%	14%
- Schoenen	16%	10%
- Huishoudelijke artikelen	12%	6%
- Elektronica	18%	14%
- Woninginrichting	14%	8%
- Doe-het-zelf	5%	3%
- Bloemen en planten	0%	1%

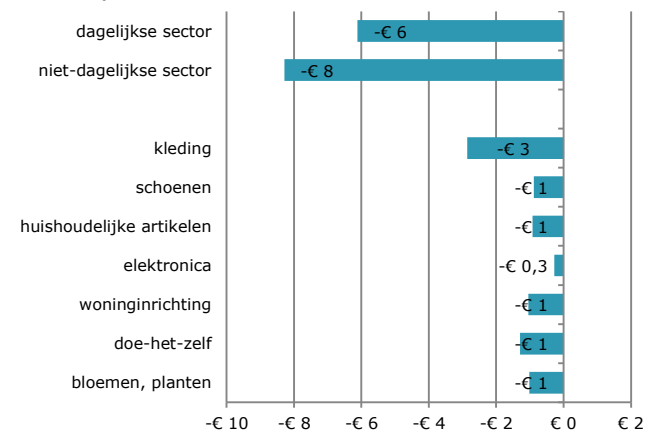
Koopstromensaldo per sector

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

Voor alle sectoren en artikelgroepen geldt dat er sprake is van negatieve koopstromensaldo's. Er gaan meer consumentenbestedingen naar buiten dan dat er naar 'binnen' gaan.

Figuur 2.7

Saldo toevloeiing minus afvloeiing per sector en artikelgroep, Oldebroek (milj. €; 2015).



2.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- In de dagelijkse sector blijft het gros van de detailhandelsbestedingen binnen de gemeente. Indien de bezoekers buiten de eigen plaats doen, gaan de meeste naar Elburg. Internet heeft in de dagelijkse sector nog een heel gering aandeel in de afvloeiing.
- In de niet-dagelijkse sector is de binding minder groot. Voor de niet-dagelijkse omzet in Oldebroek geldt dat 36 procent afkomstig is uit Oldebroek. De inwoners zijn sterk georiënteerd op Elburg en Zwolle. En er is met name enige afvloeiing naar Wezep en Nunspeet.
- Binnen de niet-dagelijkse sector hebben bloemen en planten, elektronica en woninginrichting de hoogste binding. Artikelgroepen met veel bestedingen van bezoekers van buiten de eigen woonplaats zijn elektronica, woninginrichting. De inwoners zijn bij artikelgroepen schoenen, doe-het-zelf en kleding sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen.
- Vergeleken met referentiekernen hebben de artikelgroepen schoenen, huishoudelijke artikelen en doe-het-zelf in Oldebroek verhoudingsgewijs een zwakke(re) lokale verzorgingsfunctie.
- Alle niet-dagelijkse artikelgroepen in Oldebroek genereren meer koopkrachtafvloeiing dan koopkrachttoevoeiing.



3

HOOFDSTUK

Economisch functioneren



3. Economisch functioneren

3.1 Inleiding

Een belangrijk element om te komen tot detailhandelsbeleid is inzicht verkrijgen in het economisch functioneren van de detailhandel. In het hoofdstuk 2 is een (ruimtelijk) beeld geschetst van de kooporiëntatie op en vanuit Oldebroek. 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.

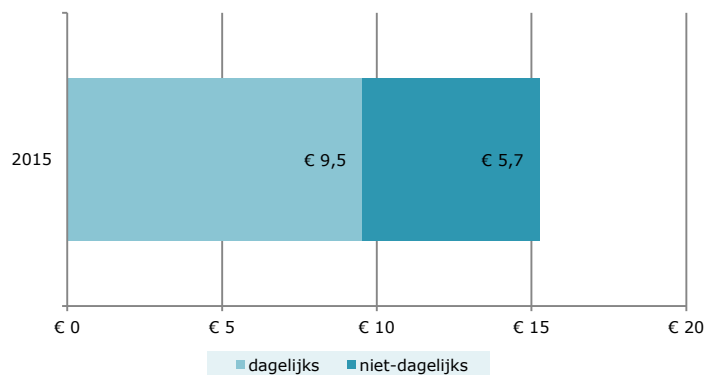
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Oldebroek

In Oldebroek komt de totale detailhandelsomzet uit op 15,3 miljoen euro. De dagelijkse sector heeft de grootste aandeel in de totale detailhandelsomzet, namelijk 62 procent.

Figuur 3.1

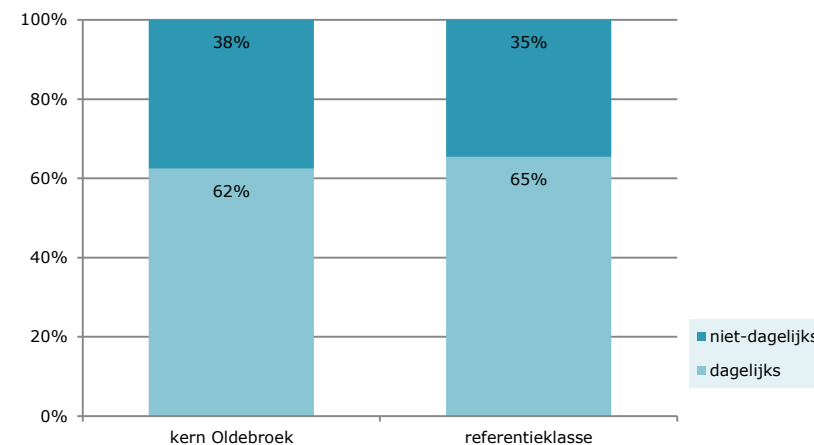
Detailhandelsomzet in Oldebroek voor dagelijkse en niet-dagelijkse sector (milj. €; 2015).



De verdeling van de dagelijkse sector en de niet-dagelijkse sector van Oldebroek sluit aan bij het gemiddelde beeld in referentiekernen. In Oldebroek is het aandeel niet-dagelijks iets groter.

Figuur 3.2

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, Oldebroek (2015).



Gemiddelde omzet per inwoner

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

In Oldebroek is de gemiddelde omzet per inwoner in de dagelijkse sector lager dan de gemiddelde omzet per inwoner bij plaatsen van vergelijkbare omvang. Doordat de gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector ook relatief laag is, ligt de totale omzet per inwoner onder het vergelijkingscijfer. De gemiddelde omzet per inwoner ligt bij elektronica en woninginrichting hoger dan de referentieklassse.

Tabel 3.1

Gemiddelde detailhandelsomzet per inwoner (€; 2015).

	OLDEBROEK	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	1.610	2.930
Niet-dagelijkse sector	970	1.570
- Kleding	220	380
- Schoenen	10	90
- Huishoudelijke artikelen	40	130
- Elektronica	370	280
- Woninginrichting	210	170
- Doe-het-zelf	10	170
- Bloemen en planten	130	350
TOTALE OMZET PER INWONER	2.580	4.500

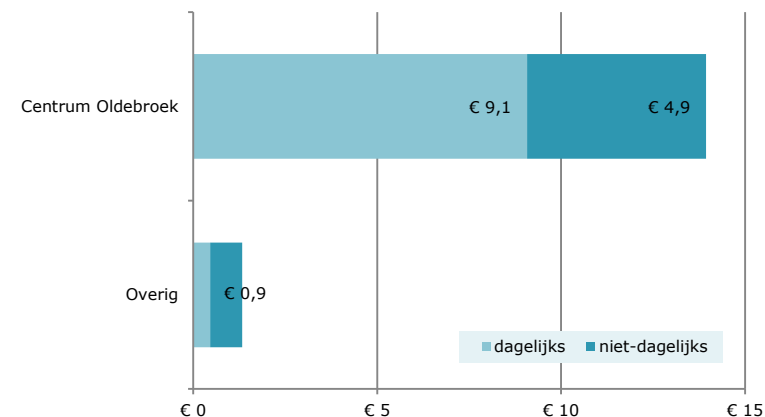
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Grootste deel omzet landt in het centrum van Oldebroek

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Oldebroek dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door het centrum. De dagelijkse sector heeft hierin de grootste bijdrage. Bij de andere locaties ligt het accent iets meer op de niet-dagelijkse sector.

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Oldebroek (miljoen €; 2015).



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

Tabel 3.2

Marktaandelen aankooplocaties, Oldebroek (in %; 2015).

	DAGELIJKSE SECTOR	NIET-DAGELIJKSE SECTOR
Centrum Oldebroek	95%	85%
Overig	5%	15%
TOTAAL	100%	100%

3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De dagelijkse sector heeft de grootste aandeel in de totale detailhandelsomzet, namelijk 62 procent. In Oldebroek komt de totale detailhandelsomzet uit op 15,3 miljoen euro. Dit is overeenkomstig met kernen van vergelijkbare omvang.
- Uit de benchmarking blijkt dat de gemiddelde omzet per inwoner in Oldebroek lager is dan de totale omzet per inwoner bij plaatsen van vergelijkbare omvang.
- In alle artikelgroepen, met uitzondering van elektronica en woninginrichting is de berekende omzet per inwoner kleiner dan gemiddelde in plaatsen met 5.000-10.000 inwoners.
- De meeste detailhandelsomzet wordt gegenereerd door het centrum, met name de dagelijkse sector heeft hierin een grotere bijdrage.



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

4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel

Bezoekfrequentie

Voor de dagelijkse boodschappen geldt dat de groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Oldebroek doet, voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker is; 72 procent gaat meer dan 1 keer per week boodschappen doen en 23 procent een keer per week.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Oldebroek voor dagelijkse boodschappen.

DAGELIJKE BOODSCHAPPEN	
Meer dan 1 x per week	72%
1 x per week	23%
1-3 x per maand	5%
Minder dan 1 x per maand	0%
TOTAAL	100%

Bezoekmotief

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

Figuur 4.1

Top 3 van bezoeksredenen:

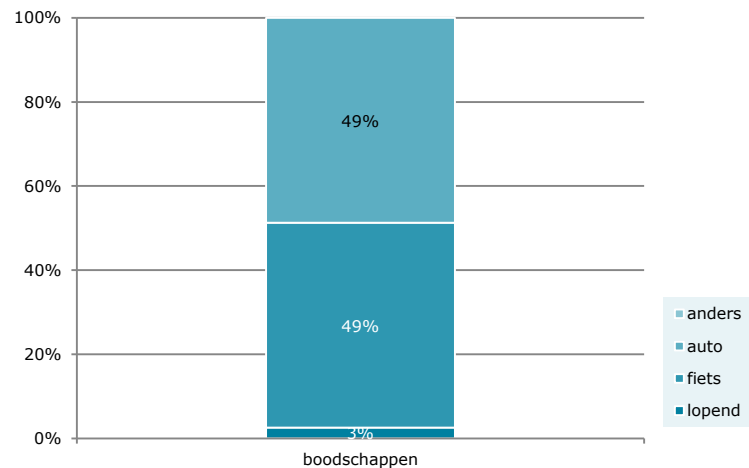


Vervoermiddel

Bij het dagelijkse boodschappen is de auto en de fiets het meest gebruikte vervoermiddel; 49 procent gebruikt de auto. De fiets wordt ook door 49 procent gebruikt bij het boodschappen. 3 procent doet lopend de boodschappen.

Figuur 4.2

Vervoermiddelgebruik voor boodschappen en winkelen, Oldebroek (2015).



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Oldebroek 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.

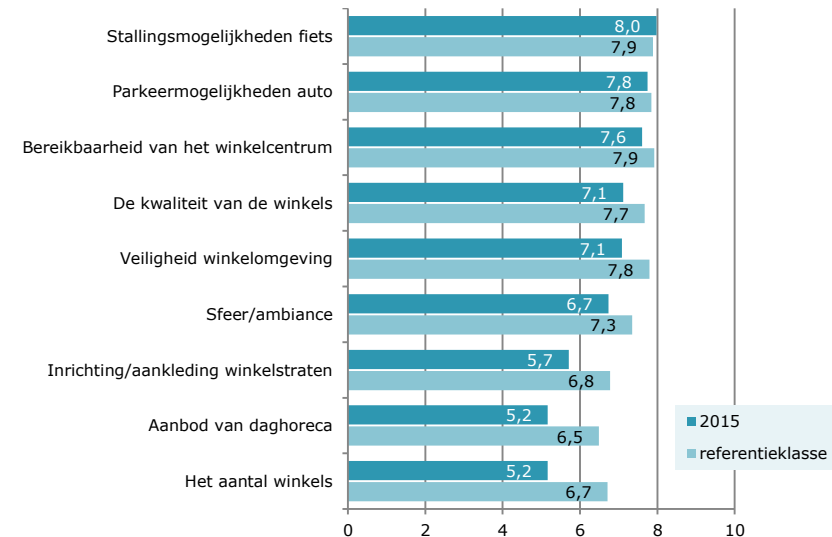
In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Oldebroek.

Hoogste waardering voor stallingsmogelijkheden fiets

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

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen Oldebroek (2015).



1 van de 9

aspecten krijgt een hogere waardering dan gemiddeld



4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Het boodschappen doen gebeurt veelal meer dan één keer per week.
- De belangrijkste bezoekmotieven voor de dagelijkse boodschappen zijn de nabijheid/ afstand van de winkels, de gewoonte en door de parkeergelegenheid.
- Bij het boodschappen doen zijn de auto en de fiets het meest gebruikte vervoermiddel (beide 49 procent).
- In vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen scoort Oldebroek voor acht van de negen aspecten lager.



5

HOOFDSTUK

Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden



5. Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden

5.1 Inleiding

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

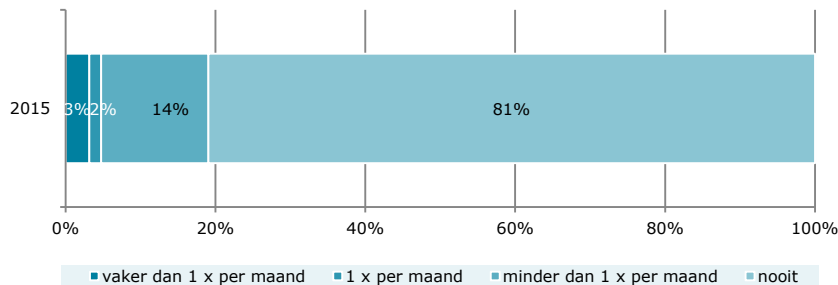
5.2 Koopzondag

Weinig belangstelling voor bezoek koopzondag

De oriëntatie op de zondag als winkeldag is onder inwoners van Oldebroek klein. In totaal gaat 81 procent nooit naar een koopzondag en een zevende gaat minder dan een keer per maand op zondag naar de winkel.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Oldebroek (2015).



Circa een op de vijf inwoners bezoekt wel eens een koopzondag. De meerderheid gaat hiervoor wel naar een andere plaats, namelijk het centrum van Zwolle (46 procent). Een klein deel, acht procent, heeft Almere of Amsterdam opgegeven als aankooplocatie.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015
Zwolle - Centrum	46%
Almere	8%
Amsterdam	8%

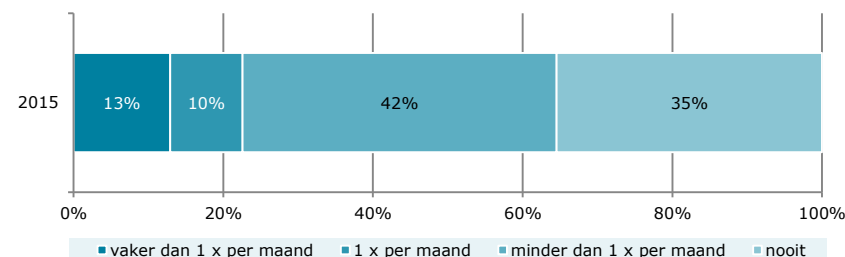
5.3 Koopavond

Ongeveer een derde bezoekt nooit een koopavond

Daar waar de zondagopenstelling per gemeente/plaats verschilt, is er in de meeste plaatsen wel sprake van avondopenstelling. Een dag in de week zijn de winkels 's avonds langer geopend. In vergelijking met de koopzondag is de oriëntatie op de koopavond groter onder inwoners van Oldebroek. Ongeveer een kwart gaat (minimaal) eens per maand naar een koopavond. Ongeveer een derde van de inwoners heeft aangegeven nooit naar een koopavond te zijn geweest.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Oldebroek (2015).



Meest genoemde plaats waar inwoners van Oldebroek de koopavond bezoeken, is het centrum van Zwolle (29 procent). Andere veelgenoemde aankooplocaties zijn het centrum van Oldebroek (18 procent) en het centrum van Elburg (11 procent).





29% bezoekt meestal de koopavond in Zwolle

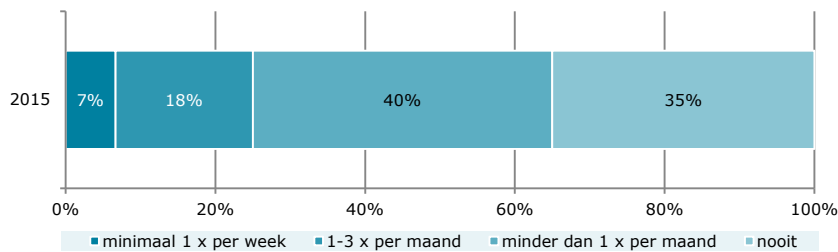
5.4 Markt

Twee derde bezoekt wel eens de markt

Ruim 65 procent van de inwoners van Oldebroek bezoekt de markt. Een kwart van de inwoners gaat een keer per maand of vaker naar de markt.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Oldebroek (2015).



Een groot deel van de inwoners (34 procent) bezoekt vooral de markt in Elburg ('t Schootsveld), gevolgd door de markt in Nunspeet en de markt op het Raadhuisplein in Oldebroek (beide 10 procent).

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015
Elburg, 't Schootsveld	34%
Nunspeet, Markt	10%
Oldebroek, Raadhuisplein	10%

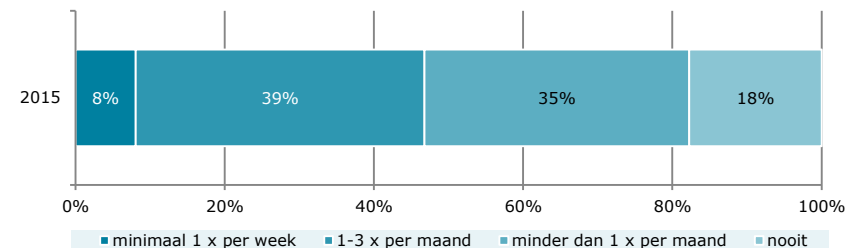
5.5 Online winkelen

Een vijfde van de inwoners koopt nooit via internet

Het gebruik van internet als aankoopkanaal voor winkelen is in het algemeen toegenomen. Van de inwoners van Oldebroek koopt bijna de helft (47 procent) minimaal een keer per maand via internet. Het aandeel inwoners dat nooit iets via internet koopt, is klein, namelijk 18 procent.

Figuur 5.4

Aankoopfrequentie artikelen via internet, inwoners Oldebroek (2015).

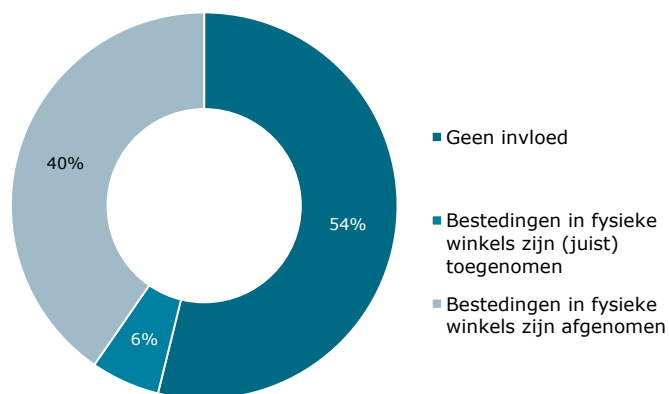


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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. Iets meer dan de helft geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat 40 procent opgeeft door de doorgroei van het online winkelaanbod minder te besteden in fysieke winkels. Hoewel het hier om beleving (zelfopgave) gaat, blijkt hieruit de invloed van internet op het winkelgedrag.

Figuur 5.5

Invloed van groei online winkelaanbod op bestedingen in fysieke winkels (%; 2015).



5.6 Benchmarking

In de vorige paragrafen is ingezoomd op verschillende aanvullende winkel mogelijkheden. Afsluitend vergelijken we Oldebroek 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 Oldebroek bezoeken relatief weinig winkels op zondag en op koopavonden. Ook het bezoek aan warenmarkten loopt licht achter op het gemiddelde aandeel in referentiekernen. Het aandeel dat frequent iets via internet koopt, is hoger dan het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

Figuur 5.6

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



5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de zondag als winkeldag is klein. 81 procent gaat nooit naar een koopzondag. Als men wel een koopzondag bezoekt, doet men dat overwegend in het centrum van Zwolle.
- De oriëntatie op de koopavond is groter; 23 procent gaat minimaal eens per maand tijdens een koopavond winkelen. Men bezoekt voornamelijk het centrum van Zwolle.
- De markt wordt ook vaker bezocht; 65 procent van inwoners van Oldebroek bezoekt de markt. Een kwart van de inwoners gaat een keer per maand of vaker naar de markt. De markt in Elburg ('t Schootsveld) wordt het meest bezocht.
- Van de inwoners in Oldebroek heeft 82 procent een aankoop via internet gedaan. Van de inwoners die hebben aangegeven online te winkelen zegt 40 procent dat door de online aankopen de bestedingen in fysieke winkels zijn afgenomen.



1

BIJLAGE

Onderzoeksaanpak



Bijlage 1. Onderzoeksaanpak

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

Onderzoeksverloop en respons

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

Dataverzameling en -verwerking

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

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

Het onderzoeksgebied:



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

Bestedingscijfers

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

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

2

BIJLAGE

Begrippenkader



Bijlage 2. Begrippenkader

Aankoopplaats (aankooplocatie)

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

Afvloeiing (koopkrachtafvloeiing)

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

Artikelgroepen

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

Bestedingspotentieel

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

Binding (koopkrachtbinding)

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

Detailhandelsomzet (draagvlak)

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

Koopstroom

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

Toevloeiing (koopkrachttoevloeiing)

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

Winkelen

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



3

BIJLAGE

Binding en toevloeiing per branche



Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en toevloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Oldebroek	74%
Overig gemeente Oldebroek	21%
Elburg	3%
Kampen	1%
Heerde	0%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Oldebroek	36%
Overig gemeente Oldebroek	30%
Elburg	17%
Kampen	6%
Nunspeet	2%
Dronten	2%
Hattem	1%
Staphorst	1%
Zwolle	1%
Harderwijk	1%
Heerde	1%
Enschede	1%
Overig	1%

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

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en toevloeiing kleding.

KERN	%
Kern Oldebroek	31%
Overig gemeente Oldebroek	36%
Elburg	17%
Kampen	11%
Enschede	3%
Zwolle	2%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Oldebroek	57%
Overig gemeente Oldebroek	0%
Zwolle	32%
Elburg	11%

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Oldebroek	70%
Overig gemeente Oldebroek	21%
Elburg	7%
Dinkelland	2%



Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Oldebroek	27%
Overig gemeente Oldebroek	34%
Elburg	24%
Nunspeet	5%
Kampen	5%
Staphorst	2%
Hatterm	1%
Heerde	1%
Harderwijk	0%

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en toevloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Oldebroek	31%
Overig gemeente Oldebroek	25%
Elburg	16%
Dronten	9%
Kampen	8%
Harderwijk	3%
Hatterm	2%
Urk	2%
Zwolle	2%
Raalte	1%
Heerde	1%
Ermelo	1%
Putten	1%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Oldebroek	53%
Overig gemeente Oldebroek	0%
Noordoostpolder	30%
Kampen	7%
Heerde	5%
Elburg	4%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Oldebroek	71%
Overig gemeente Oldebroek	19%
Elburg	4%
Kampen	2%
Nunspeet	2%
Hatterm	1%
Heerde	1%

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



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 Oldebroek	45%
Overig gemeente Oldebroek	19%
Elburg	29%
Nunspeet	3%
Zwolle	2%
Hatterm	1%
Amsterdam	1%
Overig	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Oldebroek	15%
Overig gemeente Oldebroek	11%
Zwolle	21%
Elburg	20%
Nunspeet	7%
Kampen	2%
Epe	2%
Apeldoorn	1%
Hatterm	1%
Dronten	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 3

Procentuele verdeling binding en afvloeiing kleding.

KERN	%
Kern Oldebroek	10%
Overig gemeente Oldebroek	2%
Zwolle	27%
Nunspeet	10%
Elburg	9%
Kampen	5%
Epe	4%
Apeldoorn	2%
Hatterm	2%
Dronten	2%
Almere	1%
Leeuwarden	1%
Voorst	1%
Amsterdam	1%
Nijmegen	1%
Internet e.d.	24%
Overig	2%



Tabel 4

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Oldebroek	2%
Overig gemeente Oldebroek	6%
Zwolle	34%
Nunspeet	19%
Elburg	5%
Kampen	4%
Epe	4%
Apeldoorn	3%
Hattem	2%
Dronten	1%
Amsterdam	1%
Heerde	1%
Nijmegen	1%
Laren	1%
Internet e.d.	16%
Overig	2%

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 Oldebroek	13%
Overig gemeente Oldebroek	18%
Elburg	21%
Nunspeet	15%
Zwolle	11%
Epe	3%
Kampen	2%
Apeldoorn	1%
Duiven	1%
Heerde	1%
Montfoort	1%
Heerenveen	1%
Internet e.d.	12%
Overig	1%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Oldebroek	24%
Overig gemeente Oldebroek	21%
Zwolle	25%
Elburg	6%
Nunspeet	3%
Weesp	1%
Internet e.d.	18%
Overig	2%

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en afvloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Oldebroek	17%
Overig gemeente Oldebroek	5%
Elburg	26%
Zwolle	24%
Epe	3%
Nunspeet	2%
Amersfoort	2%
Staphorst	2%
Kampen	1%
Apeldoorn	1%
Zutphen	1%
Zwartewaterland	1%
Putten	1%
Internet e.d.	14%
Overig	1%

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 Oldebroek	2%
Overig gemeente Oldebroek	25%
Elburg	59%
Nunspeet	3%
Zwolle	2%
Apeldoorn	1%
Dronten	1%
Weesp	1%
Coevorden	1%
Internet e.d.	5%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Oldebroek	30%
Overig gemeente Oldebroek	15%
Elburg	33%
Zwolle	11%
Nunspeet	5%
Hatterem	2%
Dronten	1%
Amsterdam	1%
Epe	1%
Kampen	1%
Overig	1%