

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT **RIJSSEN**

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/082

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Rijssen-Holten

Auteurs

Laurens Klein Kranenburg
Ralf ten Hove

Bestellingen

Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever.

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



INHOUDSOPGAVE

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



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



1

HOOFDSTUK

Kort vooraf

1. Kort vooraf

1.1 De winkelwereld is veranderd

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

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

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

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

1.2 Doel van het onderzoek

Het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015 beantwoordt de onderstaande onderzoeksvragen:

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

Wat is koopstromenonderzoek?

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

Hoe is het onderzoek uitgevoerd?

De dataverzameling heeft in de periode april tot en met mei 2015 plaatsgevonden. In totaal zijn 31.350 consumenten in Overijssel en delen van Drenthe, Flevoland en Gelderland geïnterviewd, waarbij consumenten gevraagd is naar de plaats waar zij artikelgroepen kopen. Aanvullend zijn vragen gesteld over winkelgedrag (bijvoorbeeld bezoekfrequentie en waardering meest bezochte aankoopplaatsen, marktbezoek en webwinkelen). De opzet van het onderzoek is vergelijkbaar met het in 2010 uitgevoerde koopstromenonderzoek. De enquêtes zijn zowel telefonisch als via internet afgenomen (zie ook bijlage 1 – onderzoeksaanpak). In de gemeente Rijssen-Holtten zijn 872 huishoudens geïnterviewd, waarvan 642 in de kern Rijssen.



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

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

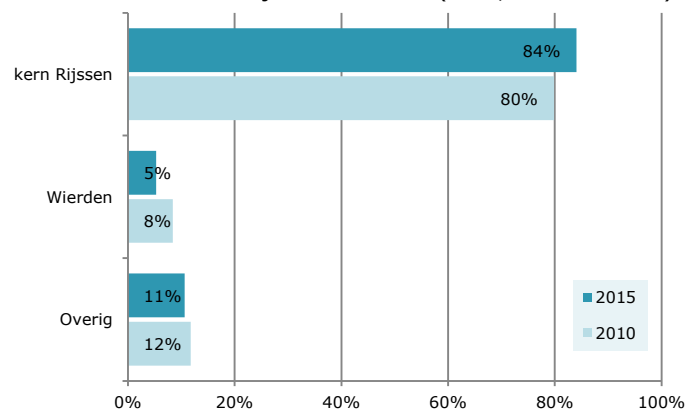
Koopkrachttoevloeiing afgenomen

Het grootste deel van de behaalde omzet aan dagelijkse artikelen in Rijssen is afkomstig van de eigen inwoners (84 procent). Daarnaast trekt Rijssen ook (enige) omzet aan uit Wierden en overige gemeenten.

Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in de dagelijkse sector toegenomen. De omzet uit eigen kern is gestegen, terwijl de toevloeiing uit de rest van de gemeente en Nederland is gedaald.

Figuur 2.1

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



Tabel 2.1

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

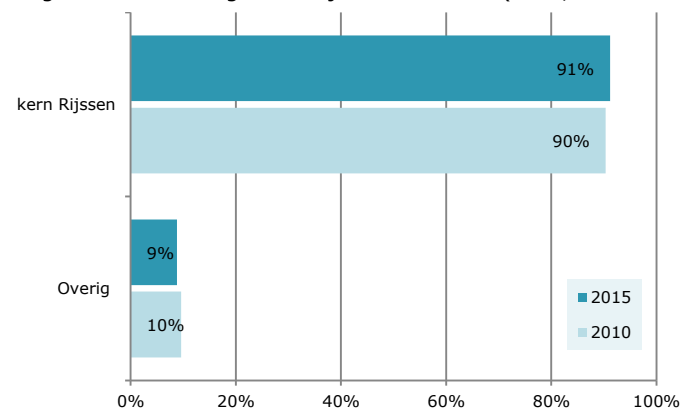
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Omzet uit eigen kern (binding)	64,8	69,9	80%	84%
Toevloeiing ov. gemeente R-H	3,5	2,6	4%	3%
Toevloeiing ov. Nederland	12,9	10,7	16%	13%
TOTALE OMZET	81,1	83,2	100%	100%

Koopkrachtafvloeiing afgenomen

De mate waarin inwoners van Rijssen voor hun dagelijkse boodschappen bestedingen doen buiten de eigen woonplaats is net als in 2010 beperkt. De binding is zowel absoluut als relatief toegenomen. De meeste afvloeiing vindt plaats buiten de gemeente. De afvloeiing binnen de gemeente Rijssen-Holten is ten opzichte van 2010 toegenomen. De afvloeiing naar internet is zeer beperkt.

Figuur 2.2

Waar gaan de bestedingen uit Rijssen 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	64,8	69,9	90%	91%
Afvloeiing ov. gemeente R-H	1,0	1,5	1%	2%
Afvloeiing ov. Nederland	5,7	4,6	8%	6%
Afvloeiing Duitsland	0,1	0,4	0%	0%
Afvloeiing internet e.d.	0,1	0,3	0%	0%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	71,7	76,7	100%	100%

2.2 Niet-dagelijkse sector

Meeste toevloeiing uit Wierden en Hof van Twente

Van de omzet in de niet-dagelijkse sector in Rijssen is 51 procent afkomstig uit Rijssen zelf. Daarnaast is 13 procent afkomstig uit Wierden en 9 procent uit Hof van Twente. Ook vanuit andere omliggende gemeenten is er sprake van toevloeiing naar Rijssen.

Figuur 2.3

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

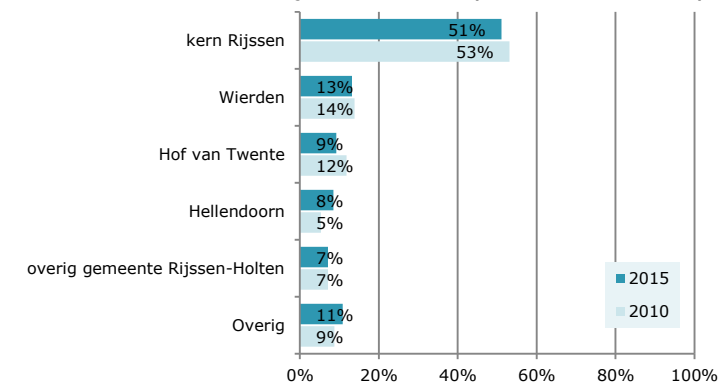


Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector

De totale omzet in de niet-dagelijkse sector in Rijssen (gerealiseerd door zowel inwoners als bezoekers) is sterk gedaald en opzichte van 2010. Hiermee volgt Rijssen de landelijk trend. Als we kijken naar waar de kooporiëntatie op Rijssen is veranderd, dan zien we vooral minder bestedingen door inwoners van Rijssen (binding). Ook de toevloeiing vanuit de rest van de gemeente en overig Nederland is afgenomen.

Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	49,5	42,2	53%	51%
Toevloeiing ov. gemeente R-H	6,7	5,9	7%	7%
Toevloeiing ov. Nederland	37,0	34,5	40%	42%
TOTALE OMZET	93,2	82,6	100%	100%

Inwoners Rijssen ook georiënteerd op Hengelo, Hellendoorn, Almelo en internet

Anders dan in de dagelijkse sector zijn inwoners van Rijssen voor de niet-dagelijkse bestedingen wat sterker georiënteerd op andere plaatsen. Er is met name enige afvloeiing naar Hengelo, Hellendoorn en Almelo.

Figuur 2.5

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



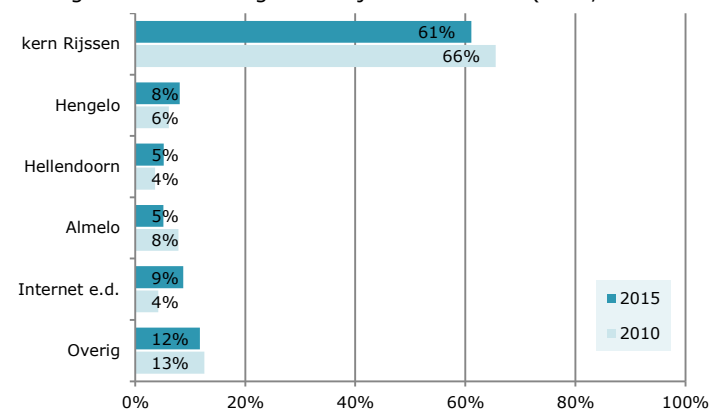
De afvloeiing naar internet is in de niet-dagelijkse sector met 9 procent aanzienlijk groter dan in de dagelijkse sector.

Ontwikkeling binding & afvloeiing niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 doen inwoners van Rijssen in de niet-dagelijkse sector minder bestedingen in de eigen woonplaats. De afvloeiing naar internet is verdubbeld. De koopkrachtafvloeiing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector nu € 6 miljoen, tegen € 3,2 miljoen in 2010.

Figuur 2.6

Waar gaan de bestedingen uit Rijssen 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	49,5	42,2	66%	61%
Afvloeiing ov. gemeente R-H	0,1	0,1	0%	0%
Afvloeiing ov. Nederland	22,4	20,3	30%	29%
Afvloeiing Duitsland	0,3	0,5	0%	1%
Afvloeiing internet e.d.	3,2	6,0	4%	9%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	75,5	69,1	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 heeft doe-het-zelf de hoogste binding met 92 procent, gevolgd door huishoudelijke artikelen en bloemen en planten. Vergeleken met 2010 zijn de bindingspercentages voor schoenen en elektronica in behoorlijke mate gedaald.

Tabel 2.5

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

x € miljoen	BINDING		TOEVLOEIING		TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	11,6	11,1	19,4	20,1	31,0	31,2
Schoenen	3,5	3,0	3,5	3,8	7,0	6,8
Huishoudelijke artikelen	5,1	4,4	3,1	3,5	8,2	7,9
Elektronica	6,2	4,3	3,4	2,1	9,7	6,4
Woninginrichting	8,9	6,4	7,7	5,5	16,6	12,0
Doe-het-zelf	7,8	6,1	5,5	4,0	13,3	10,1
Bloemen en planten	6,4	6,8	1,0	1,3	7,4	8,1
TOTAAL	49,5	42,2	43,7	40,4	93,2	82,6

Artikelgroepen met veel bestedingen van bezoekers van buiten de eigen woonplaats zijn kleding en schoenen. In de artikelgroepen elektronica en doe-het-zelf is de toevloeiing enigszins gedaald.

KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN RIJSSSEN 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 RIJSSSEN 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 elektronica, kleding en woninginrichting zijn inwoners van Rijssen relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen.

Tabel 2.6

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

x € miljoen	BINDING		AFVLOEIING		TOTAAL BESTEDINGS-POTENTIEEL	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	11,6	11,1	9,5	9,3	21,2	20,4
Schoenen	3,5	3,0	1,0	1,4	4,5	4,5
Huishoudelijke artikelen	5,1	4,4	1,0	1,1	6,0	5,5
Elektronica	6,2	4,3	5,9	7,9	12,1	12,2
Woninginrichting	8,9	6,4	6,2	4,7	15,1	11,1
Doe-het-zelf	7,8	6,1	0,5	0,5	8,3	6,6
Bloemen en planten	6,4	6,8	1,9	1,8	8,3	8,6
TOTAAL	49,5	42,2	26,0	26,9	75,5	69,1

Tabel 2.7

Bindingspercentage en aandeel toevloeiing niet-dagelijks (2010 en 2015).

In %	BINDINGSPERCENTAGE		AANDEEL TOEVLOEIING IN TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015
Kleding	55%	54%	63%	64%
Schoenen	77%	68%	50%	56%
Huishoudelijke artikelen	84%	80%	38%	44%
Elektronica	52%	35%	35%	33%
Woninginrichting	59%	58%	46%	46%
Doe-het-zelf	94%	92%	42%	40%
Bloemen en planten	77%	79%	14%	16%
TOTAAL	66%	61%	47%	49%



2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

De mate waarin Rijssen 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 Rijssen in de dagelijkse sector in 2015 een relatief hoge koopkrachtbinding.

De niet-dagelijkse sector in Rijssen heeft in vergelijking met de referentieklassse eveneens een wat hogere koopkrachtbinding. Binnen deze sector hebben vooral de artikelgroepen doe-het-zelf, huishoudelijke artikelen, bloemen en planten en schoenen in Rijssen verhoudingsgewijs een sterke lokale verzorgingsfunctie. Voor elektronica is de binding, vergeleken met de referentieklassse, relatief laag.

Tabel 2.8

Bindingspercentage Rijssen vergeleken (2015).

	KERN RIJSSSEN	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	91%	88%
Niet-dagelijkse sector	61%	57%
- Kleding	54%	47%
- Schoenen	68%	55%
- Huishoudelijke artikelen	80%	71%
- Elektronica	35%	49%
- Woninginrichting	58%	47%
- Doe-het-zelf	92%	83%
- Bloemen en planten	79%	74%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

Rijssen 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 groter dan afvloeiing

In de meeste niet-dagelijkse artikelgroepen is er sprake van meer koopkrachttoevloeiing dan afvloeiing. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats is dus groter dan het koopkrachtverlies. Het koopkrachtsaldo is negatief bij elektronica en bloemen en planten.

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

Tabel 2.9

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

<u>x € miljoen</u>	TOEVLOEIING		↔	AFVLOEIING		
	ov. gemeente	elders		ov. gemeente	elders	internet
Kleding	2,4	17,6	↔	0,0	6,9	2,4
Schoenen	0,5	3,3	↔	0,0	1,0	0,4
Huishoudelijke artikelen	0,5	3,0	↔	0,0	0,7	0,4
Elektronica	0,6	1,6	↔	0,0	6,1	1,8
Woninginrichting	0,8	4,7	↔	0,0	3,9	0,8
Doe-het-zelf	0,7	3,3	↔	0,0	0,4	0,1
Bloemen en planten	0,4	0,9	↔	0,0	1,8	0,0
TOTAAL	5,9	34,5	↔	0,1	20,7	6,0

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

Afvloeiing naar internet goed zichtbaar

In de vorige paragrafen hebben we gezien wat de invloed is van internet op de koopstromen. De totale afvloeiing naar internet bedraagt in Rijssen in 2015 zo'n € 6,3 miljoen.

De mate waarin gebruik wordt gemaakt van internet als aankoopkanaal varieert niet alleen naar branche. Ook naar kern is onderscheid zichtbaar (wat mede kan samenhangen met bijvoorbeeld leeftijdsopbouw en stedelijkheidsgraad).

Wanneer de online kooporiëntatie in Rijssen vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Rijssen gemiddeld minder artikelen via internet, als het gaat om de niet-dagelijkse bestedingen. Bij elektronica en kleding wordt relatief vaak voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 15 procent van de bestedingen aan elektronica in een webwinkel gedaan.

BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)	RIJSSEN	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	0%	1%
Niet-dagelijkse sector	9%	11%
- Kleding	12%	13%
- Schoenen	9%	11%
- Huishoudelijke artikelen	7%	8%
- Elektronica	15%	21%
- Woninginrichting	7%	9%
- Doe-het-zelf	2%	3%
- Bloemen en planten	0%	1%

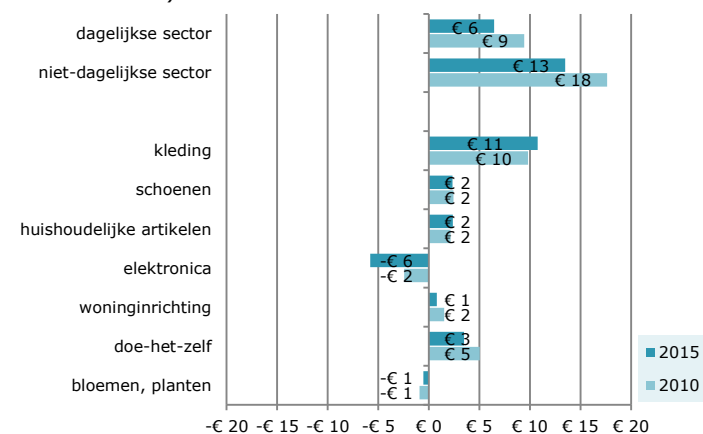
Ontwikkeling koopstromensaldo

Op basis van onder meer tabel 2.9 is te concluderen dat in 2015 de meeste niet-dagelijkse artikelgroepen in Rijssen te maken hebben met meer toevloeiing dan koopkrachtafvloeiing. 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 koopkrachtsaldo zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector verslechterd, hoewel het nog steeds positieve saldi betreft. In enkele artikelgroepen, waaronder kleding, huishoudelijke artikelen en bloemen en planten, is het koopstromensaldo verbeterd in de laatste vijf jaar. Daar staat een verslechtering van het koopstromensaldo in andere sectoren tegenover. De meeste artikelgroepen hebben daarnaast ten opzichte van 2010 te maken met de gevolgen van de toegenomen oriëntatie op winkelen via internet.

Figuur 2.7

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



2.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De totale omzet in de dagelijkse sector is ten opzichte van 2010 toegenomen. Er is meer omzet afkomstig uit de eigen gemeente, de toevloeiing is afgenomen.
- In de dagelijkse sector blijft 91 procent van de detailhandelsbestedingen binnen de eigen kern. Het bindingspercentage is ten opzichte van 2010 toegenomen. De koopkrachtafvloeiing is afgenomen.
- In de niet-dagelijkse sector is de totale omzet de afgelopen vijf jaar afgenomen. Na Rijssen zelf (51 procent) is het grootste deel van de omzet afkomstig uit de uit de randgemeenten Wierden en Hof van Twente
- De binding in de niet-dagelijkse sector is minder groot (61 procent), ook ten opzichte van 2010 (66 procent). Inwoners van Rijssen zijn verder relatief sterk georiënteerd op Hengelo, Hellendoorn en Almelo. De mate waarin men bestedingen doet via internet is in de afgelopen vijf jaar in Rijssen verdubbeld.
- Binnen de niet-dagelijkse sector heeft doe-het-zelf (92 procent) de hoogste binding, gevolgd door huishoudelijke artikelen, bloemen en planten en schoenen. Voor bestedingen in de artikelgroepen elektronica, kleding en woninginrichting zijn inwoners van Rijssen relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen.
- Elektronica en kleding worden relatief het meest door de inwoners van Rijssen online gekocht. De aankooporiëntatie op internet is in Rijssen verhoudingsgewijs wat lager dan in gemeenten van vergelijkbare grootte.



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 Rijssen. 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.

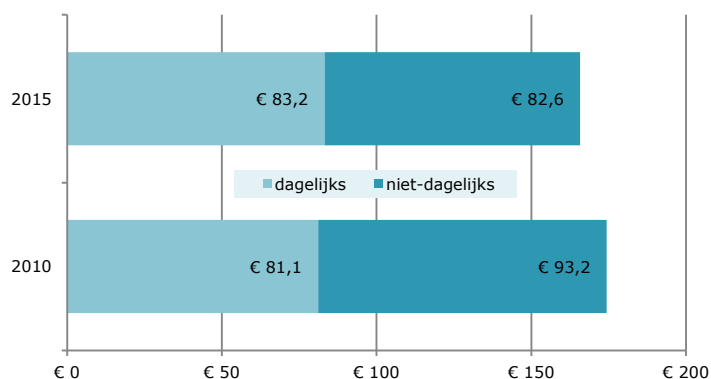
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Rijssen gedaald

De totale detailhandelsomzet in Rijssen is in de afgelopen vijf jaar met 5 procent afgenomen naar 165,7 miljoen euro. Hoewel de dagelijkse bestedingen zijn gegroeid (+3 procent), is de daling van de niet-dagelijkse bestedingen sterker (-11 procent).

Figuur 3.1

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

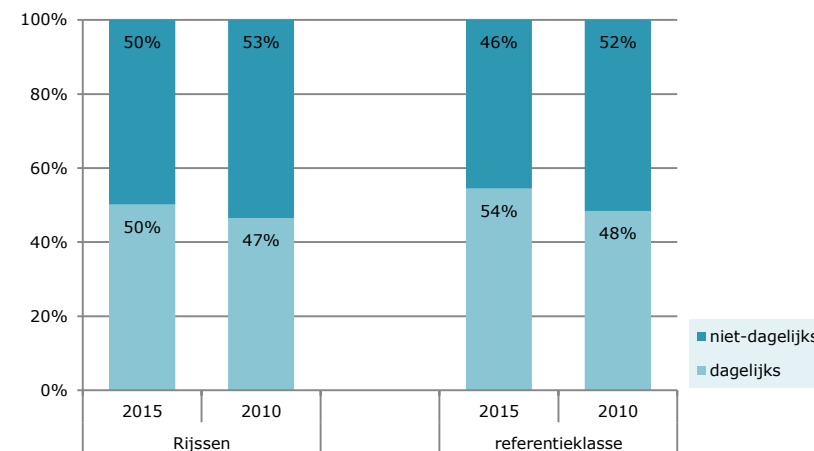


Omzetaandeel dagelijks groter geworden

De dagelijkse sector neemt de helft van de detailhandelsomzet in Rijssen voor haar rekening. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is gestegen van 47 procent in 2010 naar 50 procent in 2015. Deze ontwikkeling is vergelijkbaar met het gemiddelde beeld in referentiekernen.

Figuur 3.2

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, Rijssen (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 Rijssen is de totale omzet per inwoner over de periode 2010-2015 gedaald, een ontwikkeling die zich ook in de referentieklassie heeft voorgedaan. In de dagelijkse sector is de gemiddelde omzet gelijk gebleven, terwijl in de niet-dagelijkse sector de gemiddelde omzet per inwoner is gedaald. De totale omzet per inwoner in Rijssen ligt boven het gemiddelde van de referentieklassie.

Tabel 3.1

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

	RIJSSSEN		REFERENTIEKLASSE	
	2010	2015	2010	2015
Dagelijkse sector	2.890	2.890	2.840	2.880
Niet-dagelijkse sector	3.320	2.870	3.030	2.410
- Kleding	1.100	1.080	810	690
- Schoenen	250	240	190	160
- Huishoudelijke artikelen	290	280	250	210
- Elektronica	340	220	420	320
- Woninginrichting	590	420	700	470
- Doe-het-zelf	480	350	380	280
- Bloemen en planten	260	280	280	280
TOTALE OMZET PER INWONER	6.210	5.760	5.870	5.290

3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

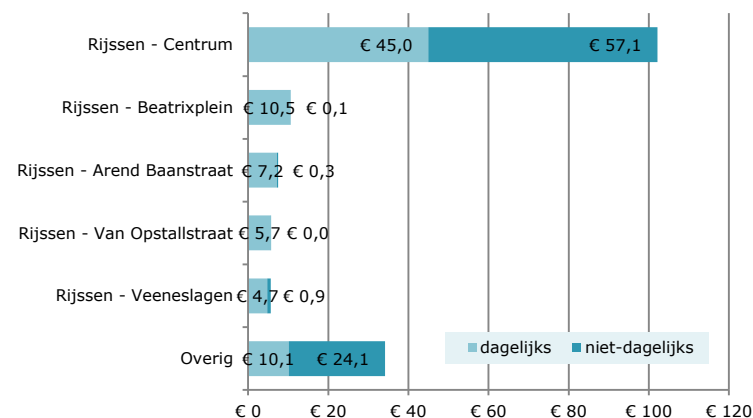
Grootste deel omzet landt in het centrum van Rijssen

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Rijssen dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door het centrum¹. De niet-dagelijkse sector heeft hierin de grootste bijdrage. De andere vooraf gedefinieerde aankooplocaties behalen vrijwel uitsluitend omzet in de dagelijkse sector, waarvan het Beatrixplein het meest. Bij overige, niet nader gedefinieerde aankooplocaties in Rijssen wordt een aanzienlijke omzet behaald in de niet-dagelijkse sector.

¹ De aankooplocatie Rijssen Centrum is inclusief de aankooplocatie De Hoge Wal

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Rijssen (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 het centrum van Rijssen met name domineert in de niet-dagelijkse sector, terwijl het marktaandeel in de dagelijkse sector van twee derde is afgenomen naar de helft.

Tabel 3.2

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

	DAGELIJKE SECTOR		NIET-DAGELIJKE SECTOR	
	2010	2015	2010	2015
Rijssen - Centrum	67%	54%	71%	69%
Rijssen - Beatrixplein	0%	13%	0%	0%
Rijssen - Arend Baanstraat	0%	9%	0%	0%
Rijssen - Van Opstallstraat	0%	7%	0%	0%
Rijssen - Veeneslagen	0%	6%	0%	1%
Overig	33%	12%	29%	29%
TOTAAL	100%	106%	100%	101%

3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Meer detailhandelsomzet (+3 procent) in de dagelijkse sector en minder omzet in de niet-dagelijkse sector (-11 procent) in Rijssen. De totale omzet is tussen 2010 en 2015 met 5 procent gedaald naar 165,7 miljoen euro.
- De omzetsijging in de dagelijkse sector is in lijn met de ontwikkeling in vergelijkbare kernen. Dit geldt ook voor de omzetsdaling in de niet-dagelijkse sector.
- Uit benchmarking blijkt dat de gemiddelde detailhandelsomzet per inwoner in Rijssen relatief hoog is. Dit is mede het gevolg van de relatief grote omvang van de niet-dagelijkse sector, afgezet tegen plaatsen van vergelijkbare omvang.
- Wanneer we inzoomen op de aankooplocaties in Rijssen dan zien we dat het centrum vooral domineert in de niet-dagelijkse sector, terwijl het marktaandeel in de dagelijkse sector ten opzichte van 2010 is afgenomen.

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

4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel

Bezoekfrequentie winkelen afgenomen

De groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Rijssen doet, is net als in 2010 voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker ("meer dan 1 keer per week"). Er is enige verschuiving van de categorie die meer dan een keer per week boodschappen doet naar de categorie 'een keer per week'. Bij het winkelbezoek zien we een daling van de bezoekfrequentie. Met name het aandeel hoogfrequente bezoekers (meer dan 1 keer per week) is afgenomen.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Rijssen voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

	DAGELIJKE BOODSCHAPPEN		WINKELN	
	2010	2015	2010	2015
Meer dan 1 x per week	66%	60%	23%	16%
1 x per week	30%	35%	21%	20%
1-3 x per maand	3%	5%	37%	44%
Minder dan 1 x per maand	0%	0%	19%	21%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

Bezoekmotief

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen of te winkelen in Rijssen? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door nabijheid/afstand, parkeergelegenheid en kwaliteit winkelaanbod. Nabijheid en kwaliteit winkelaanbod worden ten opzichte van 2010 (iets) vaker genoemd als bezoekmotief, terwijl parkeergelegenheid iets minder wordt genoemd.

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekmotieven:



Afgezien van parkeergelegenheid, zijn andere motieven voor het winkelen belangrijk. De veelheid aan winkels en de aanwezigheid van bepaalde winkels worden het vaakst als bezoekmotief genoemd. Alle motieven uit deze top 3 worden vaker

genoemd dan in 2010.

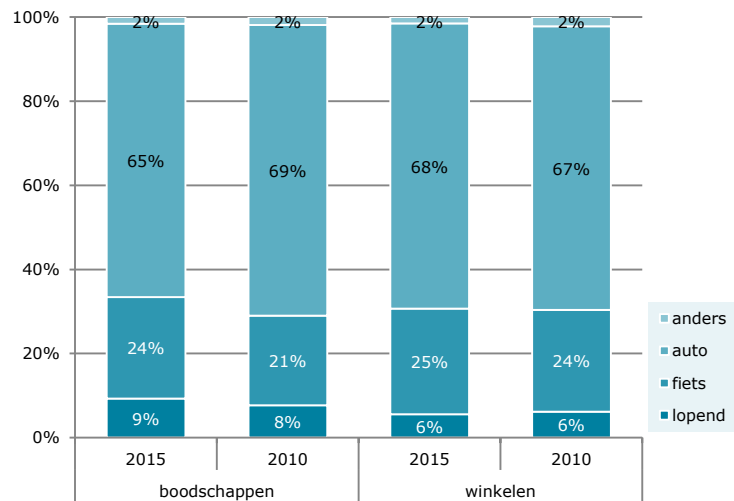


Vervoermiddel

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

Figuur 4.2

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



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

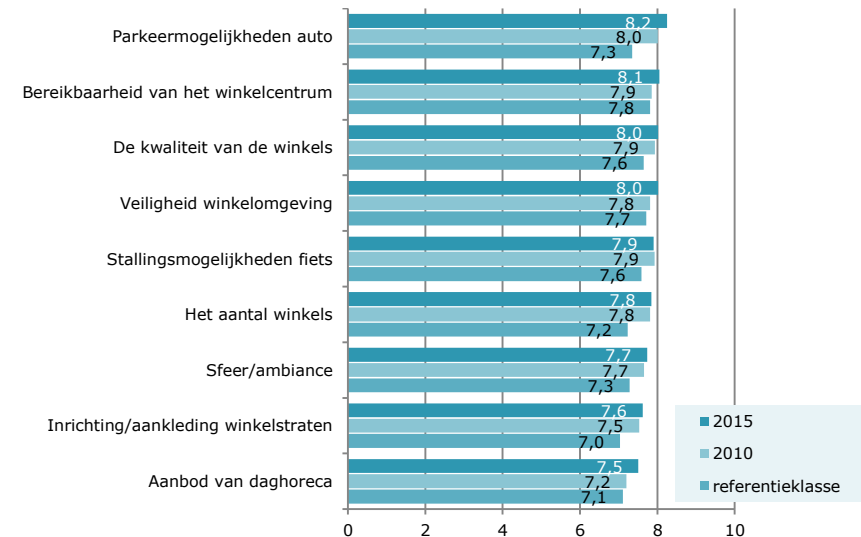
Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Rijssen is af te leiden uit de beoordeling die men heeft gegeven aan de hand van rapportcijfers. Hiermee ontstaat inzicht in de sterke punten en de eventuele aandachtspunten. In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Rijssen.

Hoogste waardering voor parkeermogelijkheden auto

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

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen Rijssen (2010 en 2015).



9 van de 9

aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld

4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De bezoekfrequentie voor winkelen is ten opzichte van 2010 afgenomen. Met name het aandeel hoogfrequente bezoekers is afgenomen. De groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Rijssen doet, is net als in 2010 voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker.
- Het belangrijkste motief om boodschappen te doen in Rijssen is nabijheid. Voor winkelen geldt als belangrijkste motief de veelheid aan winkels. Ook parkeergelegenheid heeft een plaats in de top 3 van zowel boodschappen als winkelen.
- Net als in 2010 is de auto is het meest gebruikte vervoermiddel om boodschappen te doen of te winkelen. De auto heeft wel licht terrein verloren ten opzichte van de fiets bij het boodschappen doen.
- De winkelvoorzieningen in Rijssen worden goed beoordeeld in vergelijking met de referentiekernen. Alle aspecten krijgen een hogere beoordeling dan gemiddeld. Het best gewaardeerd worden de parkeermogelijkheden voor de auto (8,2), de bereikbaarheid van het winkelcentrum en de kwaliteit van de winkels. Het aanbod van daghoreca (7,5) krijgt de laagste 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.

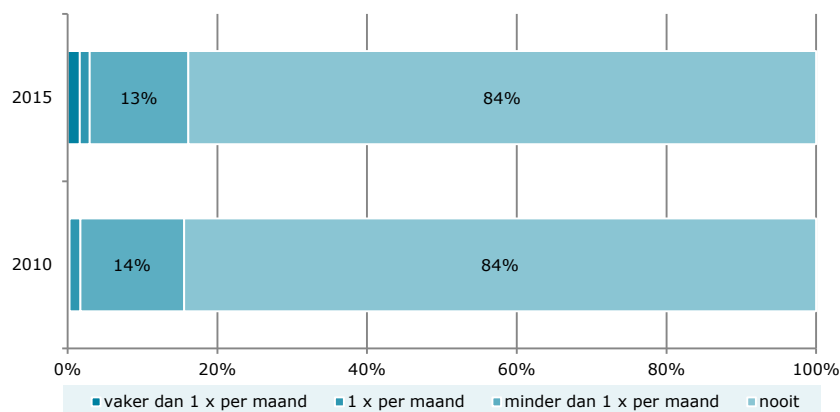
5.2 Koopzondag

Bezoek koopzondag onveranderd

In vijf jaar tijd is de oriëntatie op de zondag als winkeldag hetzelfde gebleven. Een ruime meerderheid van de inwoners (84 procent) geeft aan nooit een koopzondag te bezoeken.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Rijssen (2010 en 2015).



Circa 16 procent van de inwoners bezoekt wel eens een koopzondag. Hiervoor gaan ze wel naar andere plaatsen, voornamelijk naar het centrum van Enschede, Plein Westermaat in Hengelo en het centrum van Almelo. Deze aankooplocaties worden vaker genoemd dan in 2010.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015	2010
Enschede - Centrum	34%	17%
Hengelo - Plein Westermaat	15%	6%
Almelo - Centrum	10%	8%

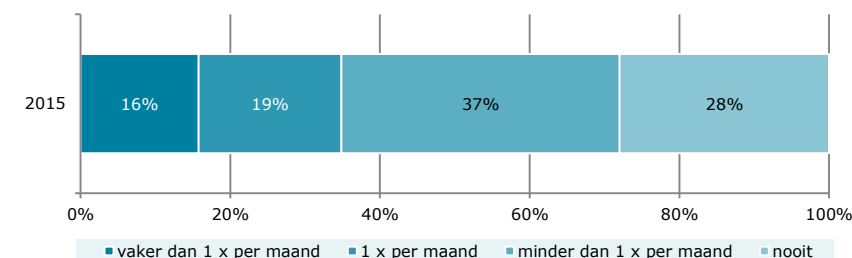
5.3 Koopavond

Zeven op de tien inwoners bezoeken wel eens 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 Rijssen. Ruim een derde gaat (minimaal) eens per maand. Drie op de tien inwoners (28 procent) geven aan nooit op koopavond te winkelen.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Rijssen (2015).



Meest genoemde plaats waar inwoners van Rijssen de koopavond bezoeken, is het centrum van Rijssen zelf. Andere aankooplocaties zijn De Hoge Wal in Rijssen (3 procent) en niet nader gedefinieerde aankooplocaties in Rijssen (circa 3 procent).



90%

bezoekt meestal de koopavond in het centrum van Rijssen

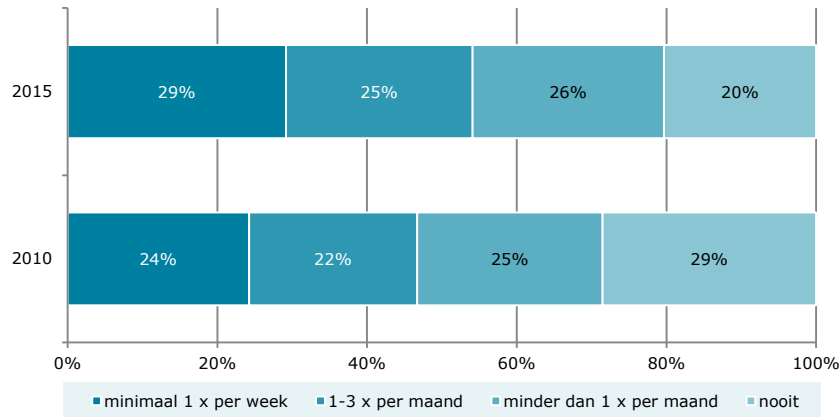
5.4 Markt

Oriëntatie op de markt gestegen

Ruim de helft van de inwoners van Rijssen gaat minimaal eens per maand naar de markt (54 procent). In 2010 was dit aandeel 46 procent. Het aandeel inwoners dat nooit naar de markt gaat is in vergelijking met 2010 gedaald van 29 naar 20 procent.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Rijssen (2010 en 2015).



Vrijwel alle inwoners bezoeken de warenmarkt in het centrum van Rijssen. Dit beeld is hetzelfde als in 2010.

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015	2010
Rijssen - Centrum	96%	98%
Overig	4%	2%

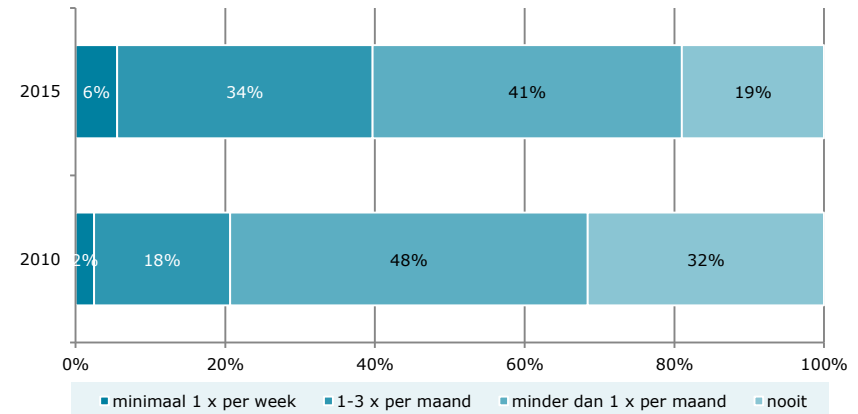
5.5 Online winkelen

Inwoners Rijssen 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 toegenomen. In 2010 deed 32 procent van de consumenten nooit aankopen via internet. In vijf jaar tijd is dit aandeel afgenomen tot 19 procent. Verder is met name het aandeel van mensen dat een tot drie keer per maand artikelen via internet koopt, sterk gestegen (+16 procentpunt).

Figuur 5.4

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

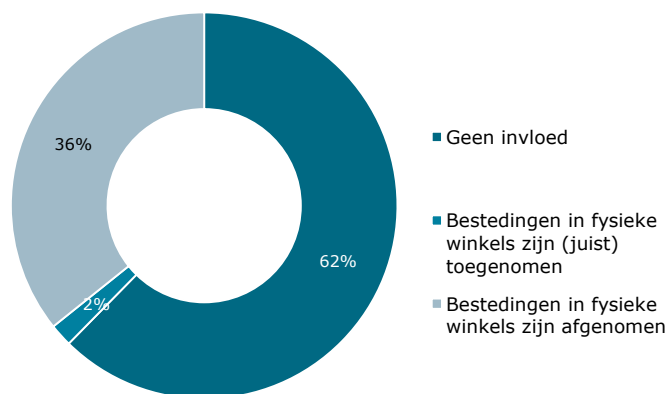


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

Aan de inwoners die hebben aangegeven (wel eens) via internet detailhandelsaankopen te doen, is gevraagd wat de invloed van de groei van het online winkelaanbod op de bestedingen is. Ruim 60% geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat 36 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 Rijssen 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 Rijssen bezoeken relatief minder vaak winkels op zondag, terwijl ze verhoudingsgewijs vaker naar een koopavond gaan in vergelijking met inwoners van de referentiekernen. Het aandeel dat maandelijks een warenmarkt bezoekt ligt enigszins boven het gemiddelde in de referentieklassen. Het aandeel dat frequent iets via internet koopt, ligt iets onder het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

Figuur 5.6

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



5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Het bezoek van koopzondagen is in de afgelopen vijf jaar onveranderd gebleven. Een ruime meerderheid van de inwoners geeft aan nooit een koopzondag te bezoeken. Ten opzichte van andere kernen bezoeken inwoners van Rijssen minder vaak een koopzondag. Degenen die een koopzondag bezoeken, zijn voornamelijk georiënteerd op het centrum van Enschede en Plein Westermaat in Hengelo.
- De bezoekfrequentie van de koopavond is hoger dan bij de koopzondag. Het bezoek van de koopavond is groter dan het gemiddelde in referentiekernen. Men is dan vooral georiënteerd op het centrum van Rijssen.
- De warenmarkt wordt in verhouding met referentiegemeenten relatief vaak bezocht. Ruim de helft van de inwoners van Rijssen gaat minstens eens per maand naar de markt. Ten opzichte van 2010 is de oriëntatie op de markt gestegen.
- Inwoners van Rijssen bezoeken vaker de warenmarkt dan een koopavond.
- In vergelijking met 2010 is de frequentie waarmee artikelen via internet worden gekocht sterk gestegen. Vier op de tien inwoners van Rijssen doen dit een keer per maand of vaker. Van de consumenten die hebben aangegeven online te winkelen, zegt 36 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 Rijssen	84%
Overig gemeente Rijssen-Holten	3%
Wierden	5%
Hellendoorn	3%
Hof van Twente	3%
Overig	2%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Rijssen	51%
Overig gemeente Rijssen-Holten	7%
Wierden	13%
Hof van Twente	9%
Hellendoorn	8%
Almelo	3%
Twenterand	2%
Deventer	1%
Raalte	1%
Lochem	1%
Haaksbergen	1%
Overig	3%

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 Rijssen	36%
Overig gemeente Rijssen-Holten	8%
Wierden	14%
Hellendoorn	12%
Hof van Twente	11%
Almelo	6%
Twenterand	3%
Deventer	2%
Raalte	1%
Lochem	1%
Enschede	1%
Haaksbergen	1%
Hengelo	1%
Borne	1%
Tubbergen	1%
Overig	3%



Tabel 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Rijssen	44%
Overig gemeente Rijssen-Holten	7%
Wierden	16%
Hellendoorn	10%
Hof van Twente	10%
Almelo	3%
Twenterand	2%
Raalte	1%
Deventer	1%
Haaksbergen	1%
Enschede	1%
Hengelo	1%
Overig	3%

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Rijssen	56%
Overig gemeente Rijssen-Holten	6%
Wierden	16%
Hof van Twente	11%
Hellendoorn	7%
Almelo	1%
Twenterand	1%
Raalte	1%
Deventer	1%
Overig	1%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Rijssen	67%
Overig gemeente Rijssen-Holten	9%
Wierden	11%
Hof van Twente	7%
Hellendoorn	3%
Raalte	1%
Twenterand	1%
Deventer	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 Rijssen	54%
Overig gemeente Rijssen-Holten	7%
Wierden	13%
Hellendoorn	9%
Hof van Twente	8%
Almelo	2%
Raalte	2%
Twenterand	1%
Deventer	1%
Haaksbergen	1%
Enschede	1%
Overig	2%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Rijssen	60%
Overig gemeente Rijssen-Holten	7%
Wierden	16%
Hof van Twente	10%
Hellendoorn	5%
Almelo	1%
Overig	1%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Rijssen	84%
Overig gemeente Rijssen-Holten	5%
Wierden	5%
Hellendoorn	3%
Hof van Twente	2%
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 Rijssen	91%
Overig gemeente Rijssen-Holten	2%
Hellendoorn	2%
Wierden	2%
Hof van Twente	1%
Internet e.d.	1%
Overig	2%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Rijssen	61%
Overig gemeente Rijssen-Holten	0%
Hengelo	8%
Hellendoorn	5%
Almelo	5%
Enschede	3%
Wierden	3%
Deventer	1%
Lochem	1%
Twenterand	1%
Internet e.d.	9%
Overig	3%

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

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en afvloeiing kleding.

KERN	%
Kern Rijssen	54%
Overig gemeente Rijssen-Holten	0%
Enschede	9%
Almelo	7%
Wierden	6%
Hengelo	3%
Deventer	2%
Hellendoorn	1%
Apeldoorn	1%
Internet e.d.	13%
Overig	4%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Rijssen	68%
Overig gemeente Rijssen- Holten	1%
Almelo	5%
Wierden	5%
Enschede	4%
Hengelo	3%
Deventer	1%
Hellendoorn	1%
Apeldoorn	1%
Internet e.d.	10%
Overig	3%



Tabel 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Rijssen	80%
Overig gemeente Rijssen-Holten	0%
Hengelo	6%
Hellendoorn	2%
Enschede	1%
Almelo	1%
Wierden	1%
Deventer	1%
Internet e.d.	7%
Overig	2%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Rijssen	35%
Overig gemeente Rijssen-Holten	0%
Hellendoorn	23%
Hengelo	23%
Wierden	1%
Enschede	1%
Almelo	1%
Internet e.d.	15%
Overig	1%

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

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en afvloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Rijssen	58%
Overig gemeente Rijssen-Holten	0%
Hengelo	14%
Almelo	7%
Twenterand	4%
Hellendoorn	2%
Zutphen	1%
Wierden	1%
Oldenzaal	1%
Neder-Betuwe	1%
Internet e.d.	7%
Overig	5%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Rijssen	92%
Overig gemeente Rijssen-Holten	0%
Hellendoorn	1%
Almelo	1%
Hengelo	1%
Wierden	1%
Internet e.d.	2%
Overig	1%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Rijssen	79%
Overig gemeente Rijssen-Holten	0%
Almelo	10%
Lochem	5%
Wierden	1%
Enschede	1%
Hellendoorn	1%
Hof van Twente	1%
Dinkelland	1%
Overig	1%