

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT TWELLO

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/140

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Voorst

Auteurs

Ilse Wognum
Ruud Esselink

Bestellingen

Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever.

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



INHOUDSOPGAVE

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



5. Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden.....	25
5.1 Inleiding	25
5.2 Koopzondag	25
5.3 Koopavond.....	25
5.4 Markt	26
5.5 Online winkelen	26
5.6 Benchmarking	27
5.7 Conclusie	28
Bijlage 1. Onderzoeksaanpak.....	30
Bijlage 2. Begrippenkader	32
Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche.....	34
Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche.....	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 Voorst zijn 226 huishoudens geïnterviewd, waarvan 136 in Twello.



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

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

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

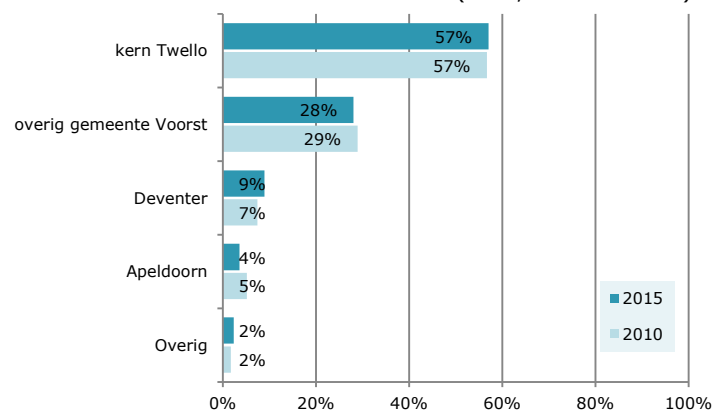
2.1 Dagelijkse sector

Koopkrachttoevloeiing in verhouding gelijk gebleven

Bijna zestig procent van de behaalde omzet aan dagelijkse artikelen in Twello is afkomstig van de eigen inwoners. Daarnaast trekt Twello ook omzet aan uit overige delen van de gemeente Voorst en enige omzet uit omliggende gemeenten, zoals Deventer en Apeldoorn. Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in de dagelijkse sector licht toegenomen. De verhouding tussen de mate van omzet uit eigen kern en uit toevloeiing is gelijk gebleven.

Figuur 2.1

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



Tabel 2.1

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

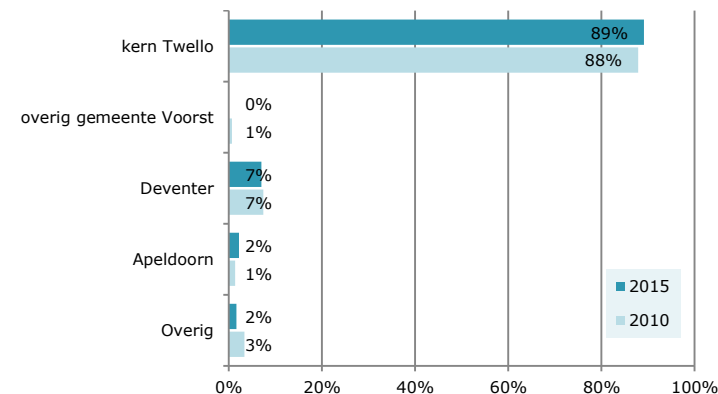
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Omzet uit eigen kern (binding)	27,6	30,2	57%	57%
Toevloeiing ov. gemeente Voorst	14,1	14,9	29%	28%
Toevloeiing ov. Nederland	7,0	7,9	14%	15%
TOTALE OMZET	48,7	52,9	100%	100%

Koopkrachtafvloeiing toegenomen

De mate waarin inwoners voor hun dagelijkse boodschappen bestedingen doen buiten de eigen woonplaats is net als in 2010 beperkt. Na Twello zelf (89 procent) worden de meeste dagelijkse bestedingen in Deventer gedaan. Ten opzichte van 2010 zijn de totale bestedingen in de dagelijkse sector die afvloeien naar andere aankoopplaatsen (overig Nederland) iets toegenomen. De afvloeiing naar internet is in de dagelijkse sector net als vijf jaar geleden zeer beperkt.

Figuur 2.2

Waar gaan de bestedingen uit Twello 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	27,6	30,2	88%	89%
Afvloeiing ov. gemeente Voorst	0,2	0,0	1%	0%
Afvloeiing ov. Nederland	3,4	3,7	11%	11%
Afvloeiing internet e.d.	0,2	0,0	1%	0%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	31,4	33,9	100%	100%

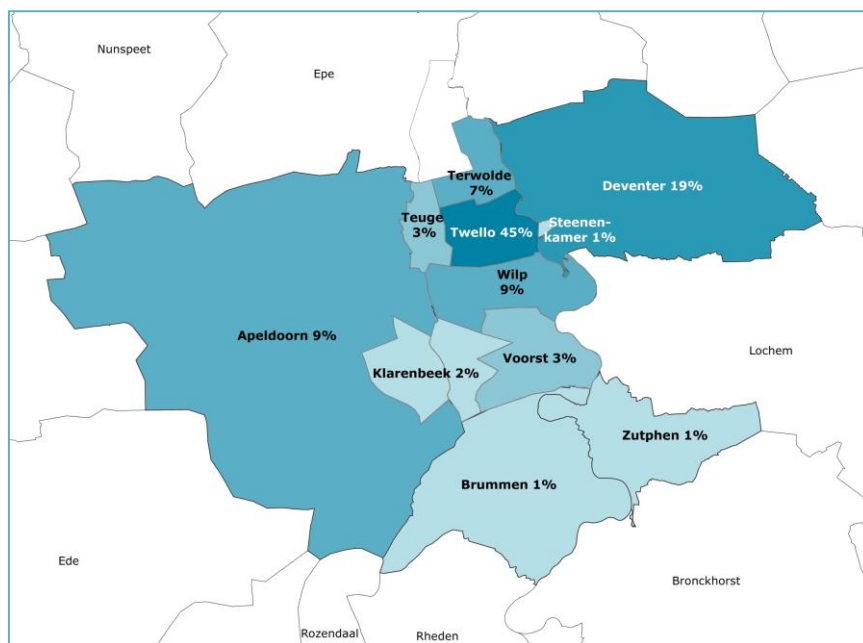
2.2 Niet-dagelijkse sector Veel toevloeiing uit Deventer

Van de omzet in de niet-dagelijkse sector in Twello is 45 procent afkomstig uit Twello zelf. Daarnaast is 25 procent afkomstig uit overige delen van de gemeente Voorst.

Net als bij de dagelijkse sector zijn ook in de niet-dagelijkse sector bestedingen afkomstig uit de gemeenten Deventer (19 procent) en Apeldoorn (9 procent).

Figuur 2.3

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

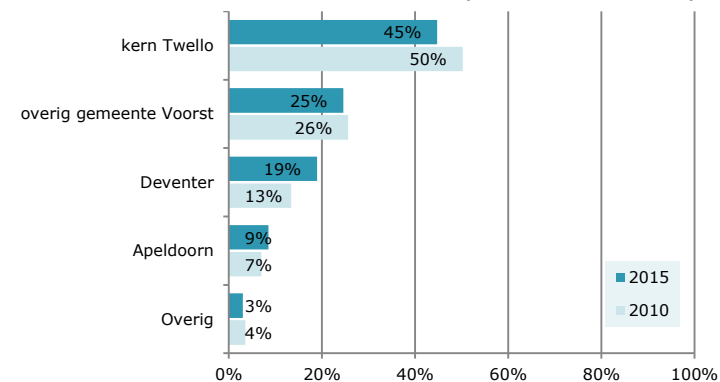


Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 is de totale niet-dagelijkse omzet in Twello (gerealiseerd door zowel inwoners als bezoekers) afgenomen. Als we kijken naar waar de kooporiëntatie op Twello is veranderd, dan zien we vooral minder bestedingen door inwoners van Twello en iets minder vanuit de andere kernen binnen de gemeente Voorst. Door deze afnames nemen de licht toegenomen bestedingen vanuit Deventer en Apeldoorn een groter deel van de totale niet-dagelijkse omzet voor hun rekening.

Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

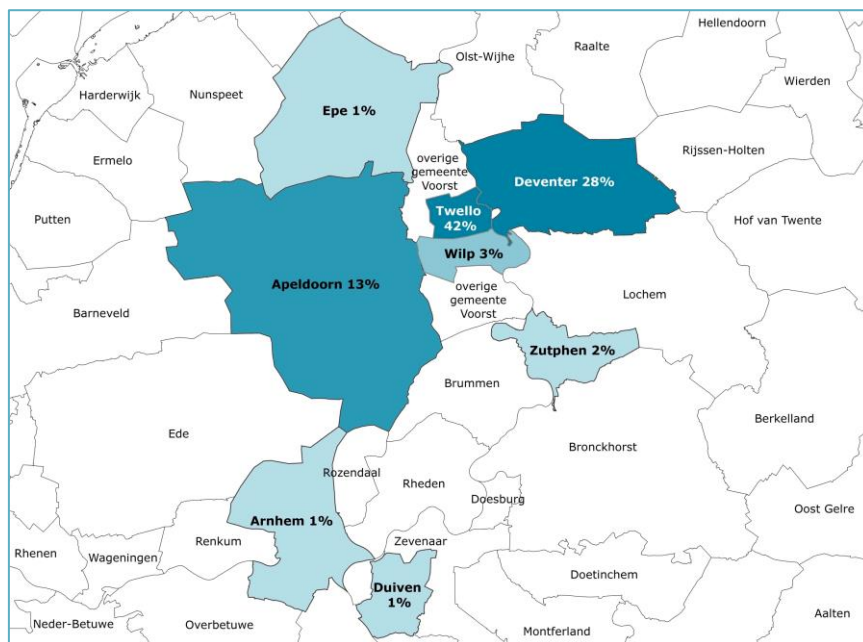
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	17,5	12,8	50%	45%
Toevloeiing ov. gemeente Voorst	9,0	7,1	26%	25%
Toevloeiing ov. Nederland	8,4	8,8	24%	31%
TOTALE OMZET	34,9	28,7	100%	100%

Inwoners Twello ook georiënteerd op Deventer

Voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector zijn inwoners van Twello het meest georiënteerd op de eigen kern (42 procent). Buiten de gemeente is er met name afvloeiing naar Deventer en Apeldoorn. Dus naast toevloeiing vanuit deze gemeenten naar Twello is er andersom ook sprake van koopkrachtafvloeiing naar deze gemeenten.

Figuur 2.5

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



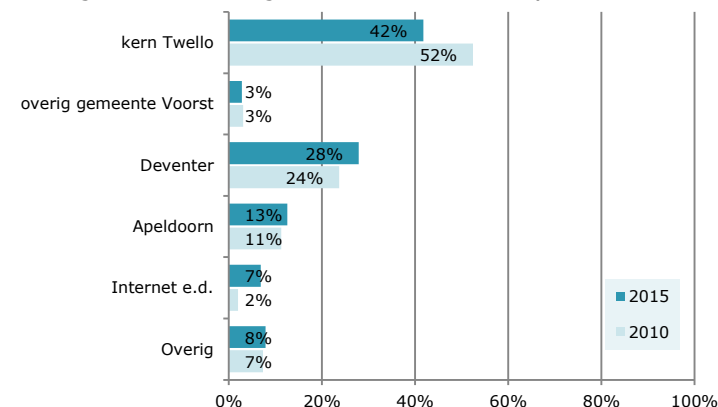
De afvloeiing naar internet is in de niet-dagelijkse sector met 7 procent aanzienlijk groter dan in de dagelijkse sector (0 procent).

Meer afvloeiing naar Deventer en internet

Ten opzichte van 2010 doen inwoners van Twello in de niet-dagelijkse sector relatief gezien meer bestedingen buiten de eigen gemeente. Vooral de afvloeiing naar Deventer is toegenomen. De mate waarin consumenten bestedingen doen via internet is in de afgelopen vijf jaar in Twello toegenomen. De koopkrachtafvloeiing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector nu € 2,1 miljoen, tegen € 0,7 miljoen in 2010.

Figuur 2.6

Waar gaan de bestedingen uit Twello 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	17,5	12,8	52%	42%
Afvloeiing ov. gemeente Voorst	1,0	0,9	3%	3%
Afvloeiing ov. Nederland	14,1	14,8	42%	48%
Afvloeiing Duitsland	0,0	0,1	0%	0%
Afvloeiing internet e.d.	0,7	2,1	2%	7%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	33,4	30,7	100%	100%

Inzoom op niet-dagelijkse branches

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

Binnen de niet-dagelijkse sector hebben bloemen en planten de hoogste omzet. Dit is ook de enige artikelgroep waarbij er sprake is van omzetsijging.

Met uitzondering van doe-het-zelf en bloemen en planten hebben de overige artikelgroepen vergeleken met 2010 lagere bindingspercentages (zie tabel 2.7).

Tabel 2.5

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

x € miljoen	BINDING		TOEVLOEIING		TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	3,3	2,2	3,8	2,9	7,2	5,1
Schoenen	0,8	0,5	0,6	0,6	1,4	1,1
Huishoudelijke artikelen	2,2	1,6	1,8	1,4	3,9	3,0
Elektronica	3,6	2,6	3,7	3,4	7,3	6,0
Woninginrichting	2,7	1,4	1,7	0,8	4,3	2,2
Doe-het-zelf	2,1	1,7	1,3	1,0	3,4	2,7
Bloemen en planten	2,9	2,9	4,5	5,7	7,3	8,6
TOTAAL	17,5	12,8	17,4	15,8	34,9	28,7

KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN TWELLO 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 TWELLO 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%.

Artikelgroepen met relatief veel omzet van buiten de eigen kern zijn bloemen en planten, elektronica en kleding. Mede door de afname van de binding is het omzetaandeel van de toevloeiing bij enkele artikelgroepen wel wat groter (kleding, schoenen en elektronica).

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	3,3	2,2	6,0	6,9	9,4	9,1
Schoenen	0,8	0,5	1,2	1,5	2,0	2,0
Huishoudelijke artikelen	2,2	1,6	0,5	0,8	2,7	2,5
Elektronica	3,6	2,6	1,7	2,8	5,3	5,4
Woninginrichting	2,7	1,4	4,0	3,6	6,7	5,0
Doe-het-zelf	2,1	1,7	1,6	1,3	3,7	3,0
Bloemen en planten	2,9	2,9	0,8	1,0	3,7	3,8
TOTAAL	17,5	12,8	15,9	17,9	33,4	30,7

Tabel 2.7

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

In %	BINDINGSPERCENTAGE		AANDEEL TOEVLOEIING IN TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015
Kleding	36%	24%	53%	57%
Schoenen	39%	26%	45%	55%
Huishoudelijke artikelen	81%	66%	45%	46%
Elektronica	68%	48%	50%	57%
Woninginrichting	40%	28%	39%	37%
Doe-het-zelf	57%	57%	39%	38%
Bloemen en planten	78%	75%	61%	67%
TOTAAL	52%	42%	50%	55%



2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

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

Ten opzichte van plaatsen met 10.000-20.000 inwoners heeft Twello in de dagelijkse sector in 2015 een vergelijkbare koopkrachtbinding.

De niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met gemiddeld in plaatsen met 10.000-20.000 inwoners een relatief lage koopkrachtbinding. Binnen deze sector hebben vooral de artikelgroepen schoenen en doe-het-zelf in Twello verhoudingsgewijs een laag bindingspercentage. De oriëntatie op andere aankooplocaties dan Twello is voor deze artikelgroepen dus verhoudingsgewijs groot. Ondanks de afgenomen bindingspercentages is de binding voor huishoudelijke artikelen en elektronica nog wel relatief hoog. De sterke(re) verzorgingsfunctie van bloemen en planten blijkt ook hier.

Tabel 2.8

Bindingspercentage Twello vergeleken (2015).

	TWELLO	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	89%	88%
Niet-dagelijkse sector	42%	47%
- Kleding	24%	35%
- Schoenen	26%	41%
- Huishoudelijke artikelen	66%	63%
- Elektronica	48%	43%
- Woninginrichting	28%	33%
- Doe-het-zelf	57%	72%
- Bloemen en planten	75%	72%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

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

Toevloeiing kleiner dan afvloeiing

In de niet-dagelijkse sector is er in totaal meer koopkrachtafvoer dan -toevoer. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats is dus kleiner dan het koopkrachtverlies.

De artikelgroepen elektronica, huishoudelijke artikelen en bloemen en planten genereren wel meer toevoer dan afvoer naar andere aankoopplaatsen.

Hoewel de afvoer naar internet in 5 jaar tijd gegroeid is, is in alle artikelgroepen de afvoer naar internet nog kleiner dan de afvoer naar andere (fysieke) aankoopplaatsen.

Tabel 2.9

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

x € miljoen	TOEVLOEIING		↔	AFVLOEIING		
	ov. gemeente	elders		ov. gemeente	elders	internet
Kleding	1,2	1,6	↔	0,3	5,8	0,8
Schoenen	0,4	0,2	↔	0,0	1,3	0,2
Huishoudelijke artikelen	1,1	0,3	↔	0,0	0,7	0,1
Elektronica	1,8	1,6	↔	0,0	2,1	0,7
Woninginrichting	0,3	0,5	↔	0,1	3,3	0,2
Doe-het-zelf	0,8	0,2	↔	0,0	1,2	0,1
Bloemen en planten	1,4	4,3	↔	0,5	0,5	0,0
TOTAAL	7,1	8,8	↔	0,9	14,9	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 de vorige paragrafen hebben we gezien wat de invloed is van internet op de koopstromen. De totale afvloeiing naar internet bedraagt in Twello 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 Twello vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Twello gemiddeld wat minder artikelen via internet. Vooral bij elektronica wordt relatief vaak voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 14 procent van de bestedingen in een webwinkel gedaan.

BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)	TWELLO	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	0%	1%
Niet-dagelijkse sector	7%	10%
- Kleding	9%	12%
- Schoenen	8%	10%
- Huishoudelijke artikelen	4%	7%
- Elektronica	14%	18%
- Woninginrichting	5%	8%
- Doe-het-zelf	2%	3%
- Bloemen en planten	0%	1%

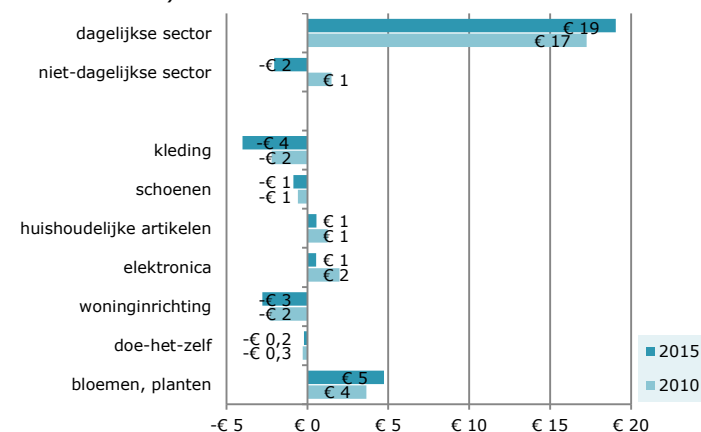
Ontwikkeling koopstromensaldo

Op basis van onder meer tabel 2.9 is te concluderen dat in 2015 een aantal niet-dagelijkse artikelgroepen in Twello te maken heeft met meer koopkrachtafvloeiing dan koopkrachttoevloeiing. Hoe was dat in 2010 en zijn de verhoudingen gewijzigd? Komt er per saldo meer in of gaat er meer uit?

Ten opzichte van 2010 is het positieve verschil tussen toe- en afvloeiing in de dagelijkse sector in 2015 groter. In de niet-dagelijkse sector is de ontwikkeling anders. Daar heeft de totale niet-dagelijkse sector, ten opzichte van 2010, in 2015 te maken met onder meer de gevolgen van de toegenomen oriëntatie op winkelen via internet. Per saldo is het koopstromensaldo meer negatief in artikelgroepen kleding en woninginrichting. De artikelgroepen huishoudelijke artikelen en elektronica hebben een (kleiner) positief saldo. In vergelijking met 2010 genereert bloemen en planten in 2015 meer toevloeiing dan afvloeiing.

Figuur 2.7

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



2.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- In de dagelijkse sector blijft het gros van de detailhandelsbestedingen binnen de eigen kern. De binding is op hetzelfde niveau als in 2010 (89 procent). Daarnaast is er net als in 2010 sprake van relatief veel omzet uit het overige deel van de gemeente Voorst en in iets mindere mate ook Deventer.
- In de niet-dagelijkse sector is de binding afgenomen ten opzichte van 2010. De omzetafvloeiing (naar met name Deventer en online) is groter en de toevloeiing is kleiner.
- Binnen de niet-dagelijkse sector hebben bloemen en planten de hoogste binding met 78 procent. Vergeleken met 2010 zijn de bindingspercentages in alle artikelgroepen van de niet-dagelijkse sector, met uitzondering van doe-het-zelf, afgenomen. De grootste daling betreft de artikelgroep elektronica.
- Artikelgroepen met relatief veel bestedingen van bezoekers van buiten de eigen gemeenten zijn bloemen en planten, elektronica en kleding. Kleding is ook de artikelgroep met de meeste afvloeiing.
- Het bestedingsaandeel van internet als aankoopkanaal is in de niet-dagelijkse sector toegenomen van 2 naar 7 procent. Met name elektronica wordt door de inwoners van Twello veel online gekocht.
- De dagelijkse sector heeft haar (gemeentelijke) verzorgingsfunctie behouden, de niet-dagelijkse sector in Twello heeft enigermate terrein verloren.

3

HOOFDSTUK

Economisch functioneren



3. Economisch functioneren

3.1 Inleiding

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

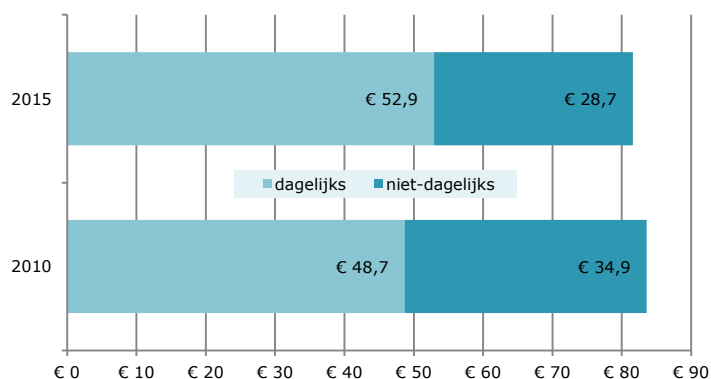
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Twello iets afgenomen

De totale detailhandelsomzet in Twello is in de afgelopen vijf jaar met 2 procent afgenomen naar 81,6 miljoen euro. De dagelijkse sector kan de omzetafname in de niet-dagelijkse sector niet volledig compenseren.

Figuur 3.1

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

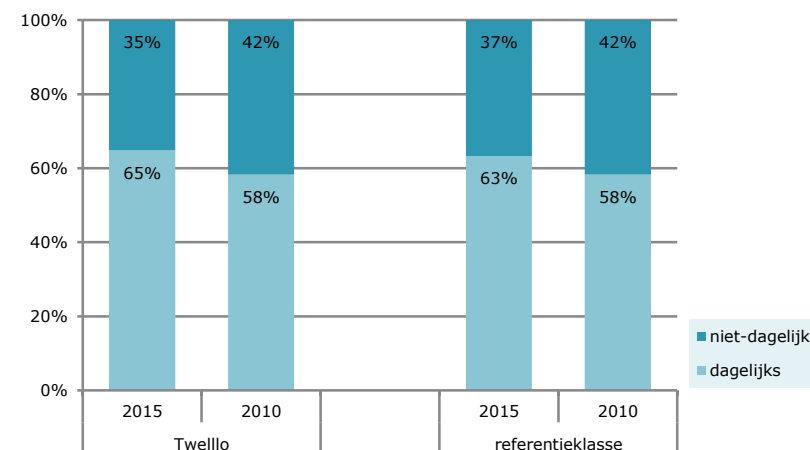


Omzetaandeel dagelijks groter geworden

Door de omzetgroei in de dagelijkse sector en de omzetkrimp in de niet-dagelijkse sector is het omzetaandeel van de dagelijkse sector verder toegenomen. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is in Twello gestegen van 58 procent in 2010 naar 65 procent in 2015. Ook in referentiekernen is een groei van het omzetaandeel dagelijks te zien, maar deze groei is iets minder sterk.

Figuur 3.2

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, Twello (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 Twello is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector gestegen. Vergeleken met plaatsen van vergelijkbare omvang is dit omzetcijfer ook aanzienlijk hoger. Doordat de gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector ook relatief hoog is, ligt de totale omzet per inwoner boven het vergelijkscijfer. Met name bij de artikelgroepen elektronica en bloemen en planten ligt de omzet per inwoner hoger dan bij plaatsen van vergelijkbare omvang.

Tabel 3.1

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

	TWELLO		REFERENTIEKLASSE	
	2010	2015	2010	2015
Dagelijkse sector	4.000	4.190	3.260	3.500
Niet-dagelijkse sector	2.870	2.270	2.340	2.030
- Kleding	590	400	550	500
- Schoenen	120	90	150	120
- Huishoudelijke artikelen	320	240	240	210
- Elektronica	600	470	360	310
- Woninginrichting	360	170	360	270
- Doe-het-zelf	280	220	350	270
- Bloemen en planten	600	680	330	350
TOTALE OMZET PER INWONER	6.870	6.460	5.600	5.530

3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

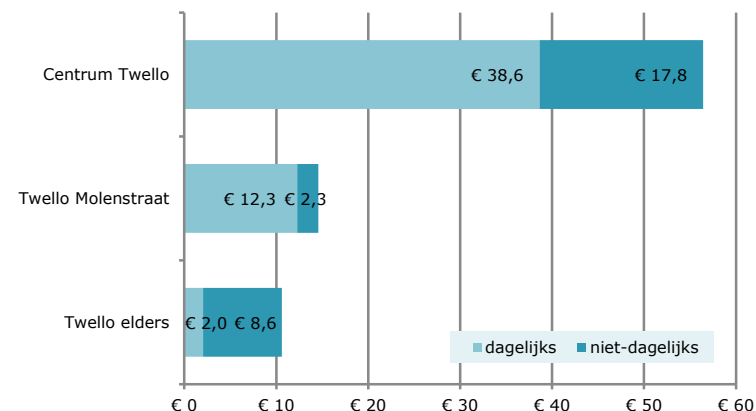
Grootste deel omzet landt in het centrum van Twello

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Twello dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door het centrum. De dagelijkse sector heeft hierin de grootste bijdrage. Bij de winkelconcentratie aan de Molenstraat ligt het accent ook op de dagelijkse sector.

Bij de overig verspreide bewinkeling in Twello ligt het accent sterker op de niet-dagelijkse sector (hierin zal de artikelgroep bloemen en planten een belangrijke bijdrage hebben).

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Twello (miljoen €; 2015).



In tabel 3.2 zijn de marktaandelen van de aankooplocaties voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector voor zowel 2010 als 2015 weergegeven. Hieruit blijkt dat de dominantie van het centrum in Twello wat is afgenomen.

Tabel 3.2

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

	DAGELIJKE SECTOR		NIET-DAGELIJKE SECTOR	
	2010	2015	2010	2015
Centrum Twello	82%	73%	77%	62%
Twello Molenstraat	17%	23%	6%	8%
Twello elders	1%	4%	17%	30%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De totale detailhandelsomzet in Twello is sinds 2010 met 2 procent gedaald. Deze afname wordt gedragen door de niet-dagelijkse sector; de dagelijkse sector heeft namelijk omzetgroei.
- Hierdoor is het omzetaandeel van de dagelijkse sector gestegen van 58 procent in 2010 naar 65 procent in 2015. Ook in referentiekernen is een groei van het omzetaandeel dagelijks te zien, maar deze groei is minder sterk.
- Uit de benchmarking blijkt dat de gemiddelde omzet per inwoner in Twello hoger ligt (zowel in de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector). In de niet-dagelijkse sector is vooral bij bloemen en planten de gemiddelde omzet per inwoner hoger dan bij plaatsen van vergelijkbare omvang.
- Wanneer we inzoomen op de aankooplocaties in Twello dan zien we het centrum de meest omzet genereert, maar wel enig marktaandeel inlevert ten koste van de aankooplocatie Molenstraat en overig Twello.



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 Twello boodschappen doet en/of er winkelt. Wat zijn de bezoekenmotieven, 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 Twello op een aantal aspecten ook afgezet tegen het gemiddelde beeld van/in vergelijkbare plaatsen.

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

Voor de dagelijkse boodschappen geldt dat de groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Twello doen, voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker is; 97 procent gaat minimaal een keer per week boodschappen doen, waarvan 66 procent meer dan 1 keer per week. Ten opzichte van 2010 is hierin niets veranderd.

Bij het recreatieve winkelen is de verdeling anders. Bijna de helft van de consumenten (44 procent) gaat meer dan 1 keer per week winkelen in Twello, gevolgd door ongeveer eens per maand (32 procent). In vergelijking met 2010 is het aandeel dat 1-3 per maand naar Twello gaat toegenomen.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Twello voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

	DAGELIJKE BOODSCHAPPEN		WINKELN	
	2010	2015	2010	2015
Meer dan 1 x per week	66%	66%	41%	44%
1 x per week	31%	31%	28%	18%
1-3 x per maand	2%	3%	20%	32%
Minder dan 1 x per maand	0%	0%	11%	6%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

Bezoekmotief

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen of te winkelen in Twello? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door de nabijheid/afstand van de winkels, de parkeergelegenheid en de bereikbaarheid. Ten opzichte van 2010 zijn met name nabijheid/ afstand en de parkeergelegenheid meer genoemd als motief om boodschappen te doen in Twello.

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekenmotieven:



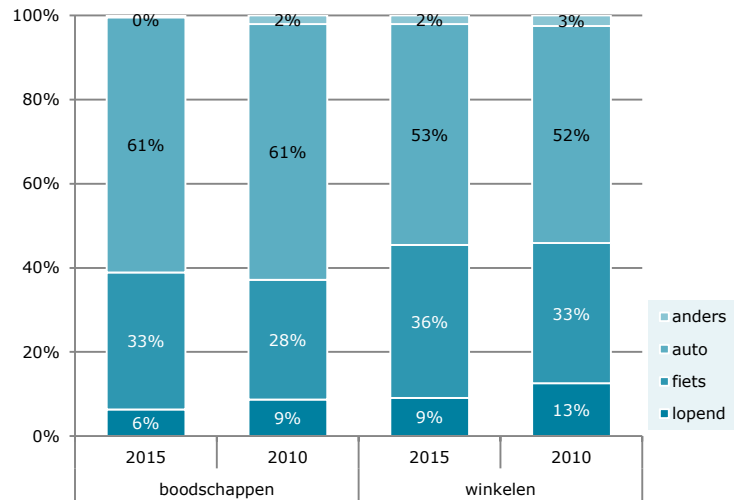
Voor het winkelen geldt dat naast nabijheid/afstand en parkeergelegenheid ook de aanwezigheid van bepaalde winkels in veel gevallen een rol speelt in de keuze voor winkelen in Twello. In 2010 was de dominantie van nabijheid/afstand wel wat groter.

Vervoermiddel

Zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor het winkelen is de auto het meest gebruikte vervoermiddel. Wel is het aandeel bezoekers dat met de fiets boodschappen gaat doen of gaat winkelen gestegen ten opzichte van 2010. Men komt minder te voet.

Figuur 4.2

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



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Twello 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 Twello.

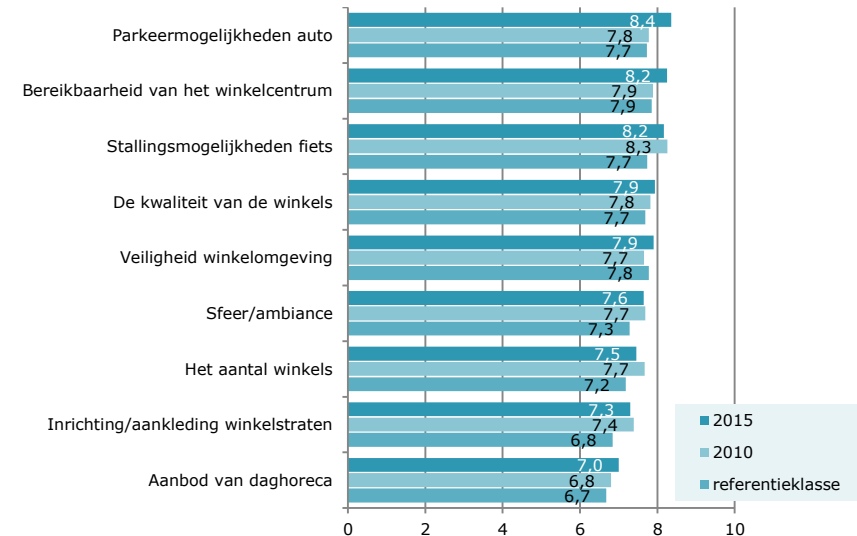
Hoogste waardering voor parkeermogelijkheden

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in Twello tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Alle aspecten scoren minimaal een 7,0. Het hoogste cijfer is gegeven voor de parkeermogelijkheden met de auto (8,4) en de laagste beoordeling is voor het aanbod van de daghoreca (7,0). Ten opzichte van 2010 is de waardering voor met name ook de parkeermogelijkheden en de bereikbaarheid relatief sterk gestegen. De waardering voor het aantal winkels is wat gedaald, maar krijgt nog altijd een ruime voldoende.

In vergelijking met kernen van vergelijkbare omvang scoort Twello goed.

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen Twello (2010 en 2015).



9 van de 9

aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld

4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Het boodschappen doen in Twello gebeurt veelal meer dan één keer per week. De bezoekfrequentie is hetzelfde als in 2010. De bezoekfrequentie voor het winkelen is licht afgenomen; het aandeel bezoekers dat heeft aangegeven eens per week in Twello te winkelen is kleiner dan in 2010, en het aandeel 1-3 keer per maand is toegenomen.
- Men doet vooral in Twello boodschappen vanwege de nabijheid/afstand van de winkels, de parkeergelegenheid en de bereikbaarheid. Vooral de parkeermogelijkheden wegen in vergelijking met 2010 zwaarder mee in de keuze (voor Twello). Bij winkelen speelt ook nabijheid/afstand en parkeermogelijkheden een belangrijke rol, aangevuld met de aanwezigheid van bepaalde winkels. Deze overwegingen duiden op ook op een meer doelgericht winkelen in Twello.
- De winkelvoorzieningen in Twello worden goed beoordeeld. De parkeermogelijkheden, de bereikbaarheid van het winkelcentrum en de stallingsmogelijkheden voor de fiets zijn de best beoordeelde winkelvoorzieningen van Twello. Twello scoort goed in vergelijking met zowel 2010 als de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen van vergelijkbare omvang.



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.

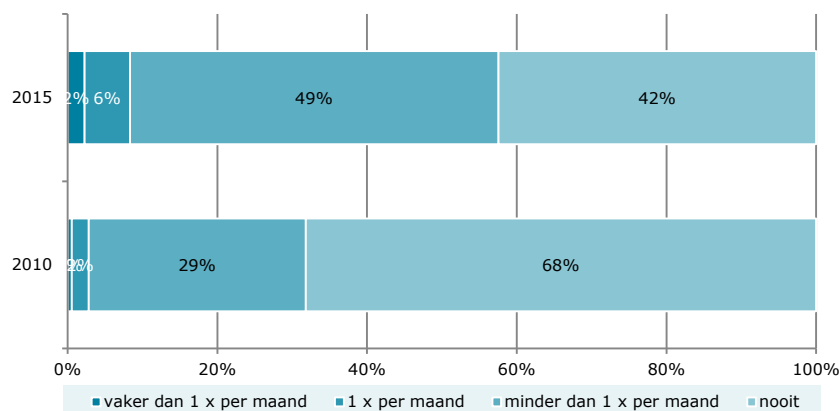
5.2 Koopzondag

Oriëntatie op de koopzondag gegroeid

In vijf jaar tijd is de oriëntatie van inwoners van Twello op de zondag als winkeldag toegenomen. Ging in 2010 68 procent nooit op zondag winkelen / inkopen doen, in 2015 is dat aandeel gedaald naar 42 procent. Wel is met name de groep laagfrequente bezoekers in omvang toegenomen. De helft bezoekt namelijk minder dan eens per maand een koopzondag.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Twello (2010 en 2015).



Circa zes op de 10 inwoners bezoekt wel eens een koopzondag. In meerderheid gaan ze hiervoor wel naar een andere plaats, namelijk het centrum van Deventer.

Ten opzichte van 2010 is dit beeld veranderd; toen was het centrum van Apeldoorn nog het meest genoemd. Het centrum van Twello is door 8 procent genoemd als locatie waar meestal op zondag gewinkeld wordt.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015	2010
Centrum Deventer	41%	26%
Centrum Apeldoorn	20%	40%
Deventer, Boreelplein	16%	8%
Centrum Twello	8%	11%

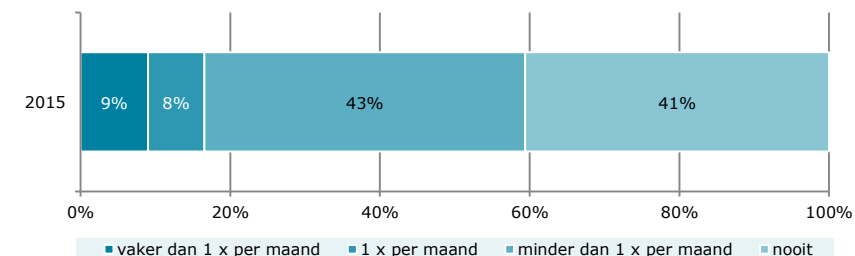
5.3 Koopavond

Vier op de tien bezoekt nooit een koopavond

Daar waar de mate van zondagopenstelling veelal per plaats verschilt, is er in de meeste plaatsen wel wekelijks een koopavond. Een dag in de week zijn de winkels 's avonds langer geopend. In vergelijking met de koopzondag zijn inwoners van Twello iets sterker georiënteerd op de koopavond. Het aandeel dat minimaals eens per maand tijdens koopavond winkels bezoekt, bedraagt 17 procent. Vier op de tien (41 procent) inwoners geeft op nooit op koopavond te winkelen.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Twello (2015).





56% bezoekt meestal de koopavond in Twello

Meest genoemde plaats waar inwoners van Twello de koopavond bezoeken, is het centrum van Twello (56 procent). Andere veelgenoemde aankooplocaties zijn het centrum van Deventer (24 procent) en van Apeldoorn (10 procent).

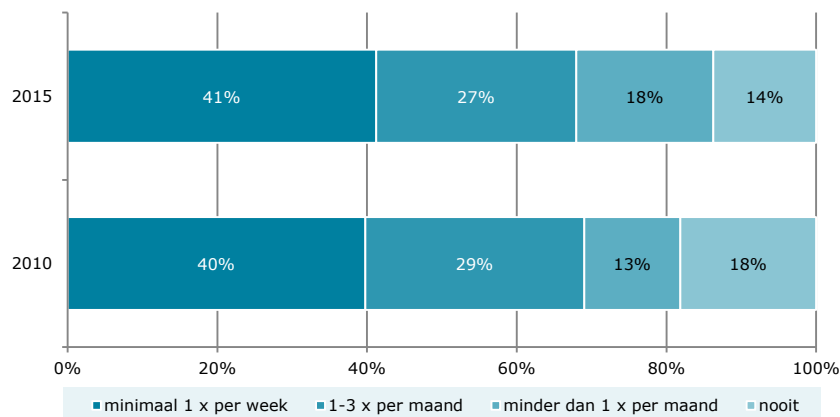
5.4 Markt

Oriëntatie op de markt neemt iets toe

Ruim acht op de tien inwoners van Twello (86 procent) gaat wel eens naar de markt; 68 procent doet dit minimaal maandelijks. Ten opzichte van 2010 zijn de verschillen klein. Alleen het aandeel dat nooit naar de markt gaat is iets kleiner geworden.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Twello (2010 en 2015).



Het overgrote deel van de inwoners die naar de markt gaan, bezoekt vooral de 'eigen' markt in Twello. Ook in 2010 was dit de meest genoemde plaats.

Een klein deel noemt de markt in Deventer. Andere markten worden nauwelijks genoemd.

Tabel 5.2

Top 2 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015	2010
Voorst, Twello	88%	84%
Deventer, Brink	5%	4%

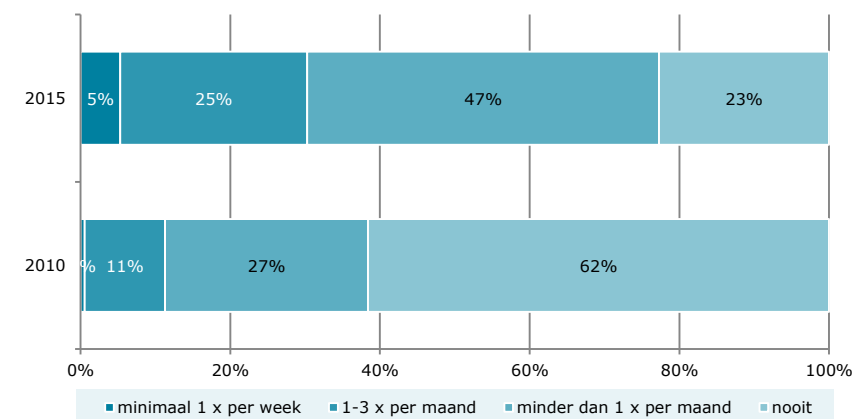
5.5 Online winkelen

Inwoners Twello kopen vaker via internet

Het gebruik van internet als aankoopkanaal voor winkelen is toegenomen. Dit blijkt niet alleen uit de toegenomen omzetafvloeiing naar internet. Ook de gemiddelde frequentie waarmee artikelen via internet worden gekocht, is sterk toegenomen. In 2010 deed 62 procent van de consumenten nooit aankopen via internet. In vijf jaar tijd is dit aandeel afgenomen tot 23 procent. Bijna een derde geeft aan minimaal eens per maand online te winkelen.

Figuur 5.4

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

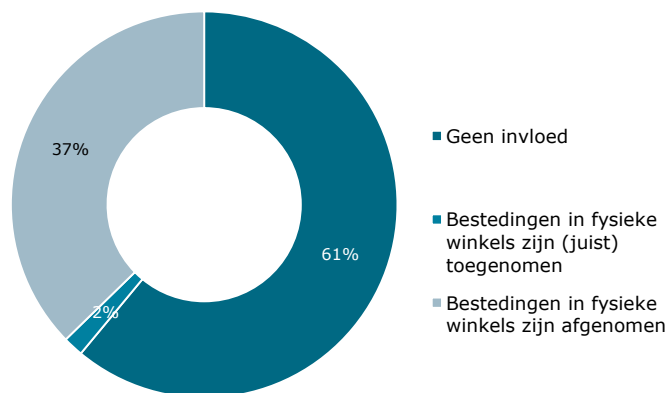


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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. Ongeveer 60 procent geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat 37 procent opgeeft door de doorgroei van het online winkelaanbod minder te besteden in fysieke winkels. Hoewel het hier om beleving (zelfopgave) gaat, blijkt hieruit nogmaals de invloed van internet op het winkelgedrag.

Figuur 5.5

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



5.6 Benchmarking

In de vorige paragrafen is ingezoomd op verschillende aanvullende winkelmogelijkheden. Afsluitend vergelijken we Twello 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 Twello gaan verhoudingsgewijs in grotere mate naar de markt, maar bezoeken relatief minder winkels op koopavonden. Het aandeel dat frequent iets via internet koopt is minder groot dan het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

Figuur 5.6

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



5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de zondag als winkeldag is ten opzichte van 2010 gegroeid. Vooral het aandeel dat nooit een koopzondag bezoekt is kleiner geworden. De groep inwoners van Twello die minstens elke maand op zondag winkelen is nog wel beperkt. Als men een koopzondag bezoekt, gaat men vooral naar het centrum van Deventer of Apeldoorn.
- De oriëntatie op de koopavond is iets groter. Maar de grootste groep geeft aan weinig of nooit tijdens koopavond te winkelen. De oriëntatie is wel meer lokaal: men bezoekt voornamelijk het centrum van Twello.
- De markt wordt vaak bezocht. Ten opzichte van 2010 bezoeken iets meer inwoners van Twello de warenmarkt; 86 procent in 2015 tegen 82 procent in 2010. De markt in Twello wordt veruit het meest bezocht.
- Ten opzichte van 2010 is een toename zichtbaar in de frequentie waarmee artikelen via internet worden gekocht. In 2010 deed 62 procent van de inwoners nooit online aankopen, in 2015 is dit aandeel gedaald naar 23 procent. Dertig procent van de inwoners koopt minimaal eens per maand online.
- De hogere oriëntatie op online kopen heeft gevolgen voor bestedingen in fysieke winkels. Vier op de tien inwoners van Twello (37 procent) geeft aan dat men vanwege het online winkelen minder besteedt in fysieke winkels.



1

BIJLAGE

Onderzoeksaanpak



Bijlage 1. Onderzoeksaanpak

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

Onderzoeksverloop en respons

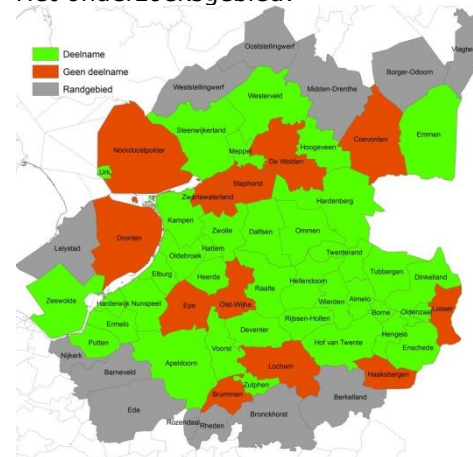
De enquête is voor het grootste deel afgenomen via internet. Daarbij is gebruik gemaakt van een aantal panels en is op basis van een aselechte steekproef web respons geworven. Een beperkt deel van het veldwerk heeft plaatsgevonden door middel van telefonische enquêtering; vooral bedoeld om 'gaten' in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

Dataverzameling en -verwerking

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

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

Het onderzoeksgebied:



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

Bestedingscijfers

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

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

2

BIJLAGE

Begrippenkader



Bijlage 2. Begrippenkader

Aankoopplaats (aankooplocatie)

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

Afvloeiing (koopkrachtafvloeiing)

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

Artikelgroepen

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

Bestedingspotentieel

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

Binding (koopkrachtbinding)

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

Detailhandelsomzet (draagvlak)

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

Koopstroom

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

Toevloeiing (koopkrachttoevloeiing)

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

Winkelen

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

3

BIJLAGE

Binding en toevloeiing per branche

Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en toevloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Twello	57%
Overig gemeente Voorst	28%
Deventer	9%
Apeldoorn	4%
Olst-Wijhe	1%
Lochem	1%
Overig	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Twello	45%
Overig gemeente Voorst	25%
Deventer	19%
Apeldoorn	9%
Zutphen	1%
Brummen	1%
Overig	2%

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

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en toevloeiing kleding.

KERN	%
Kern Twello	43%
Overig gemeente Voorst	25%
Apeldoorn	15%
Deventer	10%
Zutphen	2%
Brummen	2%
Almelo	1%
Zwolle	1%
Overig	1%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Twello	45%
Overig gemeente Voorst	37%
Apeldoorn	9%
Deventer	7%
Olst-Wijhe	1%
Dalfsen	1%

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Twello	54%
Overig gemeente Voorst	35%
Apeldoorn	5%
Deventer	4%
Overig	1%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Twello	43%
Overig gemeente Voorst	30%
Deventer	13%
Apeldoorn	11%
Brummen	2%
Lochem	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 Twello	63%
Overig gemeente Voorst	15%
Apeldoorn	11%
Deventer	7%
Epe	3%
Overig	1%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Twello	62%
Overig gemeente Voorst	30%
Deventer	5%
Apeldoorn	3%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Twello	33%
Overig gemeente Voorst	16%
Deventer	43%
Apeldoorn	5%
Zutphen	1%
Lochem	1%
Overig	1%

4

BIJLAGE

Binding en afvloeiing per branche

Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en afvloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Twello	89%
Overig gemeente Voorst	0%
Deventer	7%
Apeldoorn	2%
Venlo	1%
Ede	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Twello	42%
Overig gemeente Voorst	3%
Deventer	28%
Apeldoorn	13%
Internet e.d.	7%
Zutphen	2%
Arnhem	1%
Epe	1%
Duiven	1%
Venlo	1%
Overig	2%

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 Twello	24%
Overig gemeente Voorst	3%
Deventer	34%
Apeldoorn	21%
Internet e.d.	9%
Arnhem	2%
Epe	1%
Venlo	1%
Amsterdam	1%
Rijssen-Holten	1%
Overig	3%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Twello	26%
Overig gemeente Voorst	1%
Deventer	37%
Apeldoorn	22%
Internet e.d.	8%
Arnhem	2%
Epe	1%
Venlo	1%
Rijssen-Holten	1%
Overig	2%

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Twello	66%
Overig gemeente Voorst	0%
Deventer	17%
Apeldoorn	6%
Internet e.d.	4%
Arnhem	2%
Duiven	1%
Venlo	1%
Epe	1%
Amersfoort	1%
Rijssen-Holten	1%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Twello	48%
Overig gemeente Voorst	0%
Deventer	33%
Internet e.d.	14%
Apeldoorn	4%
Arnhem	1%
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 Twello	28%
Overig gemeente Voorst	2%
Deventer	25%
Apeldoorn	15%
Zutphen	13%
Internet e.d.	6%
Duiven	4%
Epe	2%
Hengelo	2%
Arnhem	1%
Bronckhorst	1%
Oldenzaal	1%
Zaanstad	1%
Venlo	1%
Hof van Twente	1%
Overig	1%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Twello	57%
Overig gemeente Voorst	0%
Deventer	32%
Apeldoorn	8%
Internet e.d.	2%
Overig	1%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Twello	75%
Overig gemeente Voorst	12%
Deventer	8%
Apeldoorn	3%
Venlo	1%
Overig	1%