

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT
VROOMSHOOP

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/125

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Twenterand

Auteurs

Marjolein Meurs
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	33
Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche.....	35
Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche.....	39

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 de 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 Twenterand zijn 837 huishoudens geïnterviewd, waarvan 222 in Vroomshoop.

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

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

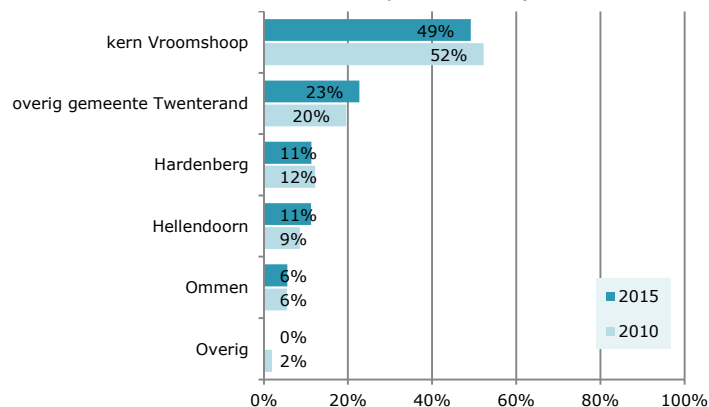
Koopkrachttoevloeiing toegenomen

Ongeveer de helft van de omzet in de dagelijkse sector (49 procent) in Vroomshoop is afkomstig van de eigen inwoners. Daarnaast trekt Vroomshoop ook (enige) omzet aan uit het overige deel van de gemeente Twenterand en omliggende gemeenten.

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

Figuur 2.1

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



Tabel 2.1

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

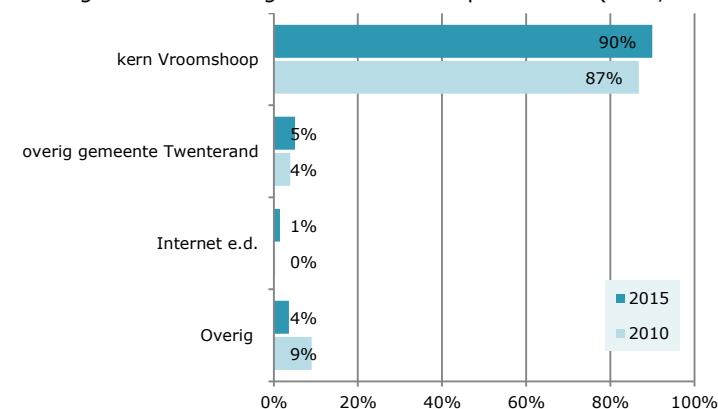
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Omzet uit eigen kern (binding)	20,3	20,6	52%	49%
Toevloeiing ov. gemeente Twenterand	7,6	9,5	20%	23%
Toevloeiing ov. Nederland	10,9	11,7	28%	28%
TOTAAL OMZET	38,8	41,8	100%	100%

Koopkrachtafvloueiing afgenomen

De mate waarin inwoners van Vroomshoop voor hun dagelijkse boodschappen bestedingen doen buiten de eigen woonplaats is net als in 2010 beperkt. De meeste bestedingen buiten de eigen plaats blijven wel binnen de gemeente. Ten opzichte van 2010 zijn de totale bestedingen in de dagelijkse sector die afvloeien naar andere aankoopplaatsen en -kanalen afgenomen. Vooral in 'overig Nederland' worden minder dagelijkse boodschappen gedaan dan in 2010.

Figuur 2.2

Waar gaan de bestedingen uit Vroomshoop naar toe? (in %; 2010 en 2015).



Tabel 2.2

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

	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	20,3	20,6	87%	90%
Afvloueiing ov. gemeente Twenterand	0,9	1,1	4%	5%
Afvloueiing ov. Nederland	2,0	0,8	9%	3%
Afvloueiing Duitsland	0,1	0,1	0%	1%
Afvloueiing internet e.d.	0,1	0,2	0%	1%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	23,4	22,9	100%	100%

2.2 Niet-dagelijkse sector

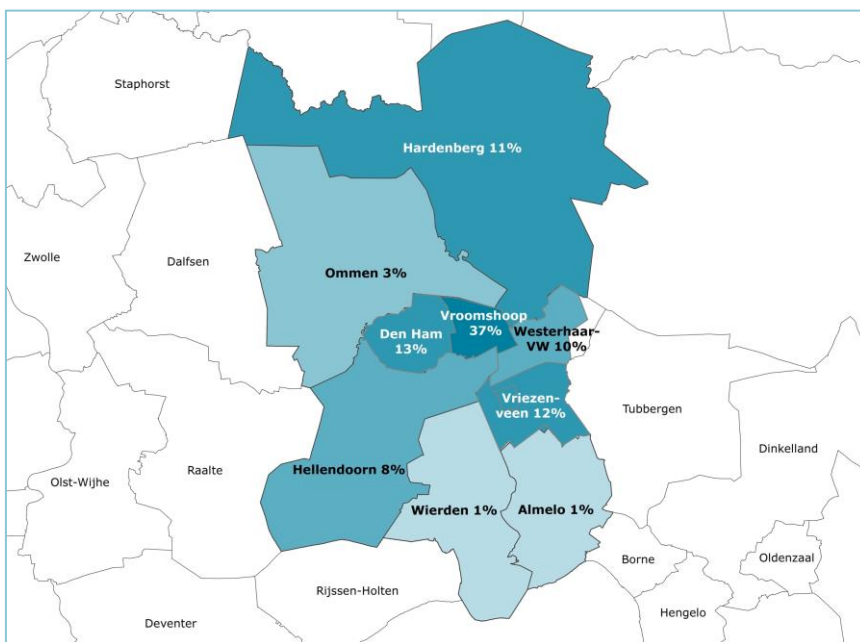
Veel toevloeiing uit Hardenberg en Hellendoorn

Van de niet-dagelijkse omzet in Vroomshoop is 37 procent afkomstig uit Vroomshoop. Daarnaast is 38 procent afkomstig uit het overige deel van Twenterand.

Net als bij de dagelijkse sector is er in de niet-dagelijkse sector ook omzet afkomstig uit andere gemeenten. Vooral vanuit de gemeenten Hardenberg en Hellendoorn zijn consumenten relatief sterk georiënteerd op Vroomshoop.

Figuur 2.3

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

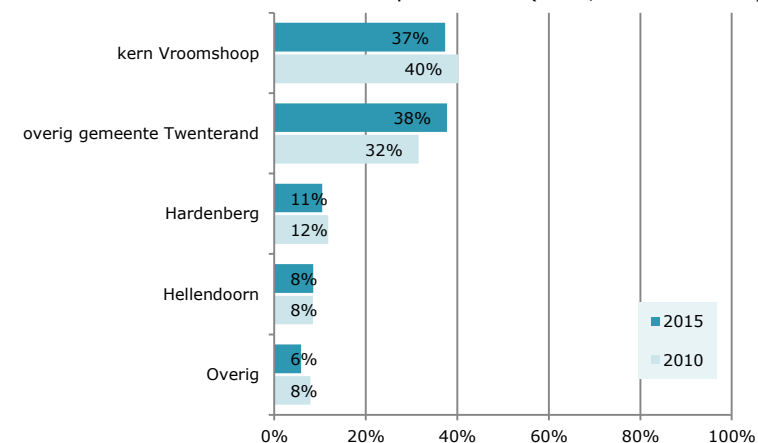


Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 is de omzet gerealiseerd door inwoners van Vroomshoop licht afgenomen. Wel is meer omzet afkomstig uit overige delen van de gemeente Twenterand. Het *aandeel* omzet uit overig Twenterand is ook gegroeid.

Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

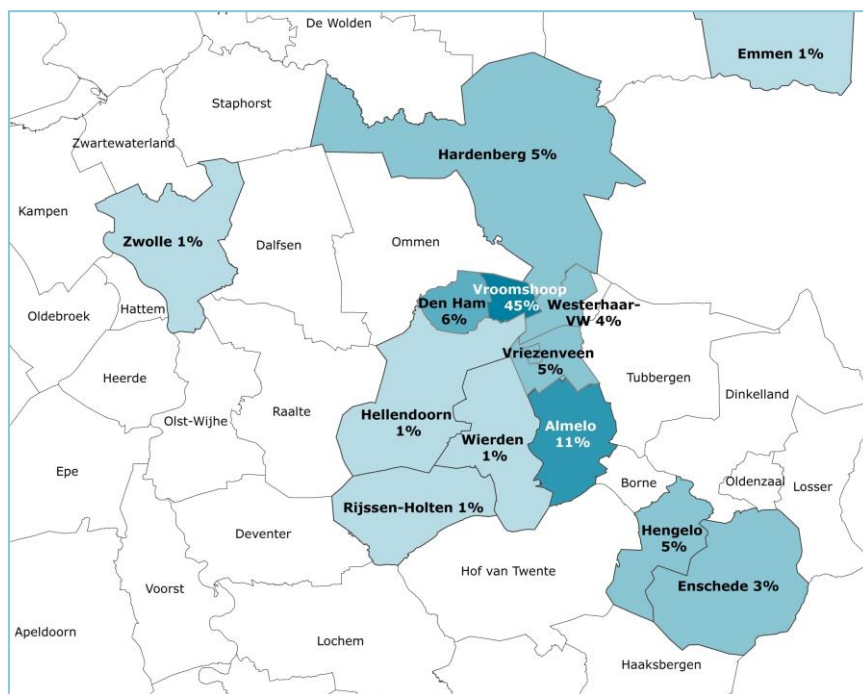
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	11,1	9,1	40%	37%
Toevloeiing ov. gemeente Twenterand	8,7	9,2	32%	38%
Toevloeiing ov. Nederland	7,7	6,1	28%	25%
TOTALE OMZET	27,5	24,4	100%	100%

Inwoners Vroomshoop ook georiënteerd op Almelo

Net als in de dagelijkse sector zijn inwoners van Vroomshoop voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector in sterke mate georiënteerd op de eigen woonplaats (45 procent van de bestedingen blijven in Vroomshoop). Buiten de gemeente Twenterand is er met name enige afvloeiing naar Almelo (11 procent).

Figuur 2.5

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



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

Ontwikkeling herkomst bestedingen niet-dagelijkse sector

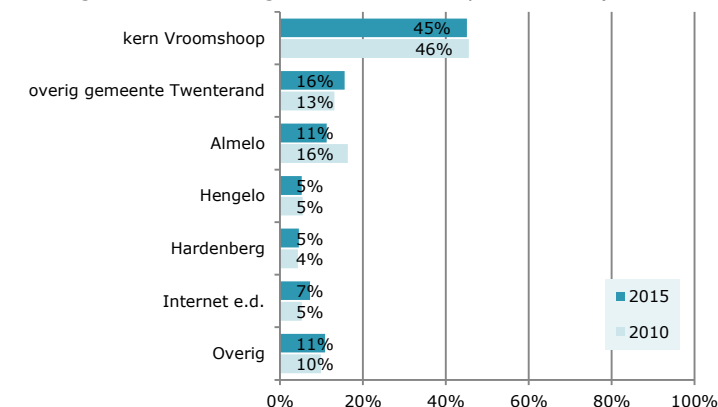
Ten opzichte van 2010 doen inwoners van Vroomshoop in de niet-dagelijkse sector minder bestedingen buiten de eigen woonplaats.

Vooraf de afvloeiing naar overig Nederland is afgenomen.

De mate waarin consumenten bestedingen doen via internet is in de afgelopen vijf jaar in Vroomshoop toegenomen. De koopkrachtafvloeiing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector nu € 1,5 miljoen, tegen € 1,3 miljoen in 2010.

Figuur 2.6

Waar gaan de bestedingen uit Vroomshoop 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	11,1	9,1	46%	45%
Afvloeiing ov. gemeente Twenterand	3,2	3,2	13%	16%
Afvloeiing ov. Nederland	8,7	6,3	36%	31%
Afvloeiing Duitsland	0,0	0,1	0%	1%
Afvloeiing internet e.d.	1,3	1,5	5%	7%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	24,3	20,2	100%	100%

Inzoom op niet-dagelijkse branches

De niet-dagelijkse sector is, net als in 2010, samengesteld op basis van 7 artikelgroepen. Binnen de niet-dagelijkse sector hebben huishoudelijke artikelen en doe-het-zelfartikelen de hoogste binding met respectievelijk 74 en 73 procent. Vergeleken met 2010 zijn de bindingspercentages van de meeste artikelgroepen ongeveer gelijk gebleven of licht 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	2,4	1,9	2,6	1,8	4,9	3,7
Schoenen	0,7	0,6	1,0	1,2	1,7	1,8
Huishoudelijke artikelen	1,2	1,2	1,9	1,7	3,1	2,9
Elektronica	2,3	2,2	5,7	6,2	8,0	8,4
Woninginrichting	0,9	0,5	1,5	0,9	2,4	1,4
Doe-het-zelf	1,9	1,4	2,7	2,4	4,6	3,8
Bloemen en planten	1,6	1,4	1,0	1,1	2,6	2,4
TOTAAL	11,1	9,1	16,4	15,3	27,5	24,4

Artikelgroepen met veel bestedingen van bezoekers van buiten Vroomshoop zijn elektronica, woninginrichting en schoenen. Vergeleken met 5 jaar geleden is er – in absolute zin – minder koopkracht afkomstig van buiten.

KORTE TOELICHTING:

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

Het *aandeel* toevloeiing is wel groter dan in 2010. Voor bestedingen in de artikelgroepen woninginrichting en kleding zijn inwoners relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen (o.a. overig Twenterand, Almelo en Hengelo), alsook op internet.

Tabel 2.6

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

x € miljoen	BINDING		AFVLOEIING		TOTAAL BESTEDINGS-POTENTIEEL	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	2,4	1,9	4,4	4,1	6,8	6,0
Schoenen	0,7	0,6	0,8	0,7	1,5	1,3
Huishoudelijke artikelen	1,2	1,2	0,7	0,4	1,9	1,6
Elektronica	2,3	2,2	1,6	1,4	3,9	3,6
Woninginrichting	0,9	0,5	3,9	2,8	4,9	3,3
Doe-het-zelf	1,9	1,4	0,8	0,5	2,7	1,9
Bloemen en planten	1,6	1,4	1,1	1,2	2,7	2,5
TOTAAL	11,1	9,1	13,2	11,1	24,3	20,2

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	35%	31%	52%	49%
Schoenen	48%	47%	60%	66%
Huishoudelijke artikelen	64%	74%	60%	59%
Elektronica	60%	61%	71%	74%
Woninginrichting	19%	14%	62%	67%
Doe-het-zelf	71%	73%	59%	63%
Bloemen en planten	60%	53%	39%	45%
TOTAAL	46%	45%	60%	63%

2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

De mate waarin Vroomshoop 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 5.000 tot 10.000 inwoners heeft Vroomshoop in de dagelijkse sector in 2015 een relatief hoge koopkrachtbinding.

De niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met gemiddeld in plaatsen met 5.000 tot 10.000 inwoners ook een relatief hoge koopkrachtbinding. Binnen deze sector hebben vooral de artikelgroepen huishoudelijke artikelen, doe-het-zelf en elektronica in Vroomshoop verhoudingsgewijs een sterkere lokale verzorgingsfunctie.

Tabel 2.8

Bindingspercentage Vroomshoop vergeleken (2015).

	VROOMSHOOP	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	90%	71%
Niet-dagelijkse sector	45%	29%
- Kleding	31%	16%
- Schoenen	47%	22%
- Huishoudelijke artikelen	74%	38%
- Elektronica	61%	32%
- Woninginrichting	14%	20%
- Doe-het-zelf	73%	42%
- Bloemen en planten	53%	58%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

Vroomshoop 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

Met uitzondering van de artikelgroepen kleding, woninginrichting en bloemen & planten hebben alle niet-dagelijkse artikelgroepen meer koopkrachttoevloeiing dan afvloeiing. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats is groter dan het koopkrachtverlies.

In alle artikelgroepen is de afvloeiing naar (winkel)aankooplocaties buiten Vroomshoop groter dan de afvloeiing naar internet.

Tabel 2.9

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

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

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 Vroomshoop in 2015 zo'n € 1,7 miljoen.

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

De bestedingsaandelen van internetaankopen door inwoners van Vroomshoop zijn voor alle niet-dagelijkse artikelgroepen kleiner dan gemiddeld in de referentiekernen.

<u>BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)</u>	VROOMSHOOP	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	1%	0%
Niet-dagelijkse sector	7%	9%
- Kleding	12%	14%
- Schoenen	7%	10%
- Huishoudelijke artikelen	3%	6%
- Elektronica	11%	14%
- Woninginrichting	6%	8%
- Doe-het-zelf	1%	3%
- Bloemen en planten	0%	1%

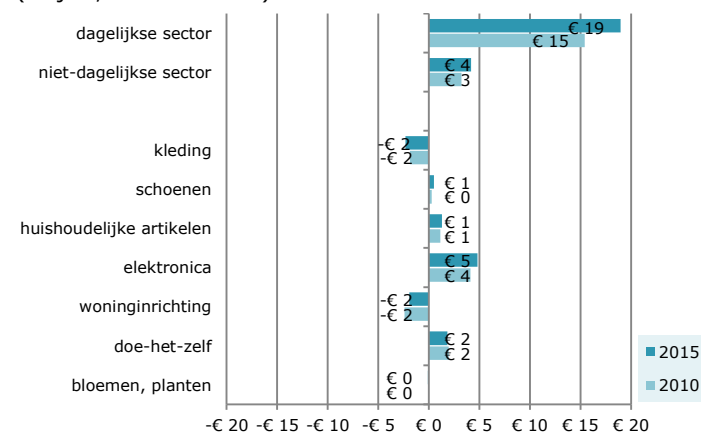
Ontwikkeling koopstromensaldo

Op basis van onder meer tabel 2.9 is te concluderen dat in 2015 de niet-dagelijkse artikelgroepen in Vroomshoop te maken hebben met meer koopkrachttoevoeiing dan koopkrachtafvoer. In tabel 2.2 en 2.3 zagen we dat in de dagelijkse sector de toevoeiing ook groter is dan de koopkrachtafvoer. 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 afvoer in de dagelijkse sector in 2015 wat groter geworden. In de niet-dagelijkse sector is het (positieve) saldo in zowel 2010 als 2015 ongeveer gelijk gebleven. Bij de meeste afzonderlijke artikelgroepen zijn de verschillen tussen toevoeiing en afvoer nog steeds positief. Bij de artikelgroepen kleding en woninginrichting zijn de saldo's in 2010 en 2015 beide negatief, maar de verschillen tussen toevoeiing en afvoer zijn niet groter geworden. Voor bloemen & planten zijn toevoeiing en afvoer in zowel 2010 als 2015 in balans.

Figuur 2.7

Saldo toevoeiing minus afvoer per sector en artikelgroep, Vroomshoop (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. Ten opzichte van 2010 doen iets meer inwoners de dagelijkse boodschappen in de eigen kern.
- In de niet-dagelijkse sector is de binding minder groot, ook ten opzichte van 2010, met name doordat meer bestedingen afvloeien naar voornamelijk andere delen van de gemeente Twenterand.
- Vroomshoop trekt voor dagelijkse artikelen omzet aan andere delen van de gemeente Twenterand. Consumenten vanuit de gemeenten Hardenberg en Hellendoorn zijn relatief sterk op Vroomshoop georiënteerd voor niet-dagelijkse artikelen.
- Binnen de niet-dagelijkse sector hebben de artikelgroepen huishoudelijke en doe-het-zelf artikelen de hoogste binding. Vergeleken met 2010 zijn de bindingspercentages voor de meeste artikelgroepen stabiel of licht afgenomen. Voor bestedingen in de artikelgroepen woninginrichting en kleding zijn inwoners van Vroomshoop relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen.
- Het afvloeiingspercentage naar internet (niet-dagelijkse sector) bedraagt 7 procent. In de dagelijkse sector bedraagt het afvloeiingspercentage naar internet 1 procent.

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 Vroomshoop. 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.

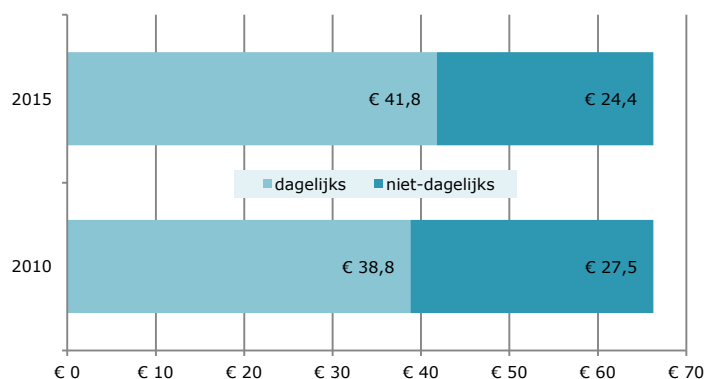
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Vroomshoop stabiel

De totale detailhandelsomzet in Vroomshoop bedraagt 66,3 miljoen euro. Dit is vergelijkbaar met de totale omzet in 2010. In de dagelijkse sector groeide de omzet, terwijl deze in de niet-dagelijkse sector afnam.

Figuur 3.1

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

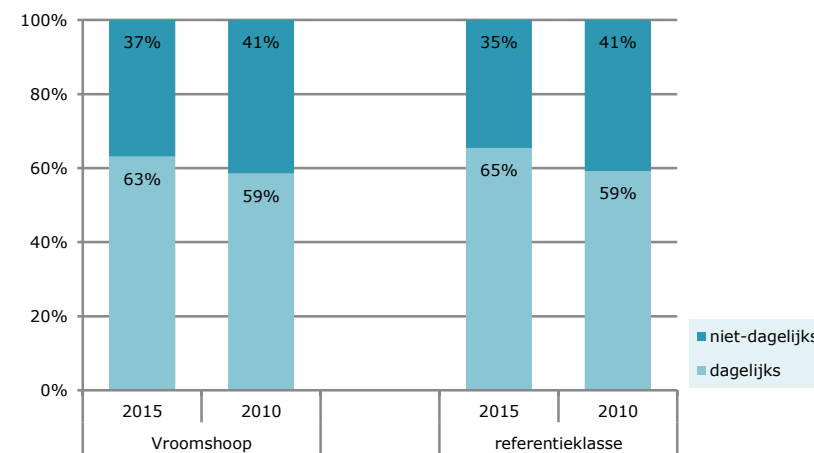


Omzetaandeel dagelijks groter geworden

De dagelijkse sector (63 procent) neemt een groter deel van de detailhandelsomzet in Vroomshoop voor haar rekening dan de niet-dagelijkse sector. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is ook gestegen van 59 procent in 2010 naar 63 procent in 2015. Deze ontwikkeling is vergelijkbaar met het gemiddelde beeld in referentiekernen.

Figuur 3.2

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, Vroomshoop (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 Vroomshoop is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector gestegen. Vergeleken met plaatsen van vergelijkbare omvang is het omzetcijfer hoger. Doordat de gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector ook relatief hoog is, ligt de totale omzet per inwoner boven het vergelijkingscijfer.

Tabel 3.1

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

	VROOMSHOOP		REFERENTIEKLASSE	
	2010	2015	2010	2015
Dagelijkse sector	4.180	4.790	2.840	2.930
Niet-dagelijkse sector	2.960	2.800	1.950	1.570
- Kleding	530	420	430	380
- Schoenen	190	210	120	90
- Huishoudelijke artikelen	330	340	170	130
- Elektronica	860	960	330	280
- Woninginrichting	260	160	280	170
- Doe-het-zelf	500	430	240	170
- Bloemen en planten	280	280	390	350
TOTALE OMZET PER INWONER	7.140	7.590	4.790	4.500

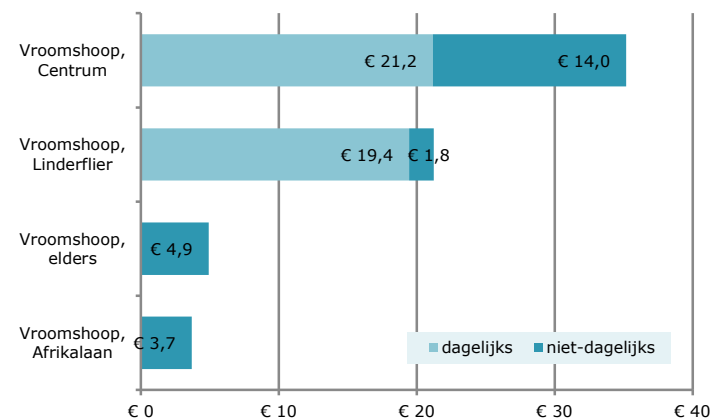
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Grootste deel omzet landt in het centrum van Vroomshoop

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Vroomshoop dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door het centrum. De dagelijkse sector heeft hierin de grootste bijdrage. Ditzelfde geldt voor aankooplocatie Linderfliet. Bij de andere locaties ligt het accent sterker op de niet-dagelijkse sector.

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Vroomshoop (miljoen €; 2015).



In tabel 3.2 zijn de marktaandeelen 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 Vroomshoop is afgenomen. Aankooplocatie Linderfliet heeft een flink marktaandeel in de dagelijkse sector. Ditzelfde is te zien in de niet-dagelijkse sector, waar een deel van de omzet wordt gegenereerd door aankooplocatie Afrikalaan.

Tabel 3.2

Marktaandeelen aankooplocaties, Vroomshoop (in %; 2010 en 2015).

	DAGELIJKE SECTOR		NIET-DAGELIJKE SECTOR	
	2010	2015	2010	2015
Vroomshoop, Centrum	79%	51%	72%	57%
Vroomshoop, Linderfliet	-	46%	-	7%
Vroomshoop, elders	20%	2%	28%	20%
Vroomshoop, Afrikalaan	-	1%	-	15%
Overig	1%	0%	0%	0%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Meer detailhandelsomzet in de dagelijkse sector, minder in de niet-dagelijkse sector in Vroomshoop. De verhouding dagelijks – niet-dagelijks is vergelijkbaar met kernen van vergelijkbare omvang.
- Uit de benchmarking blijkt dat de gemiddelde omzet per inwoner in Vroomshoop hoger is dan de totale omzet per inwoner bij plaatsen van vergelijkbare omvang.
- In alle artikelgroepen, met uitzondering van woninginrichting is de berekende omzet per inwoner groter dan gemiddeld in plaatsen met 5.000 tot 10.000 inwoners.
- De meeste dagelijkse detailhandelsomzet wordt gegenereerd door het centrum en aankooplocatie Linderflier. Voor niet-dagelijkse artikelen is de Afrikalaan, naast het centrum, een belangrijke aankoopplaats.



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

4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel

Bezoekfrequentie voor winkelen afgenomen

Voor de dagelijkse boodschappen is de bezoekfrequentie op hoofdlijnen weinig veranderd vergeleken met 2010. De groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Vroomshoop doet, is net als in 2010 voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker.

Bij het recreatieve winkelen zijn de verschuivingen iets groter. De groep die een tot drie keer per maand winkelt is groter geworden, terwijl de categorie die meer dan een keer per week winkelt in Vroomshoop kleiner geworden is. De groei van het online winkelen vertaalt zich langzamerhand in een verschuiving van de bezoekfrequentie aan Vroomshoop.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Vroomshoop voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

	DAGELIJKE BOODSCHAPPEN		WINKELN	
	2010	2015	2010	2015
Meer dan 1 x per week	52%	47%	40%	24%
1 x per week	39%	49%	28%	29%
1-3 x per maand	8%	4%	21%	36%
Minder dan 1 x per maand	0%	0%	12%	11%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

Bezoekmotief

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen of te winkelen in Vroomshoop? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door nabijheid/afstand, bepaalde winkels en parkeergelegenheid. Ten opzichte van 2010 zijn met name de aanwezigheid van bepaalde winkels/producten en 'lage prijs' meer genoemd als bezoeksredenen.

Figuur 4.1

Top 3 van bezoeksredenen:



Boodschappen doen:

- 1: nabijheid/afstand: 61%
- 2: bepaalde winkels: 38%
- 3: parkeergelegenheid: 34%



Winkelen:

- 1: nabijheid/afstand: 57%
- 2: bepaalde winkels: 41%
- 3: parkeergelegenheid: 38%

Voor het winkelen wordt de top 3 gevormd door dezelfde bezoeksredenen. In 2010 werden bereikbaarheid en bepaalde winkels ook veel genoemd. De omvang van het winkelaanbod is in 2015 een minder genoemde reden om in

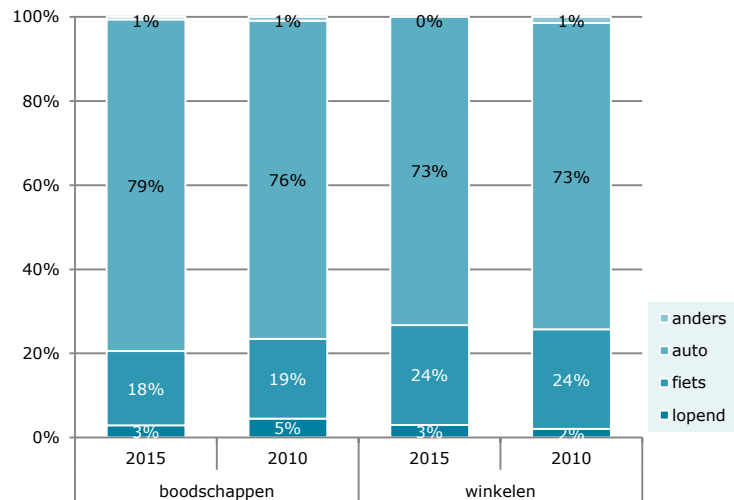
Vroomshoop te winkelen.

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 hetzelfde als in 2010. Bij de boodschappen zijn de verschillen ook zeer klein.

Figuur 4.2

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



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Vroomshoop 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.

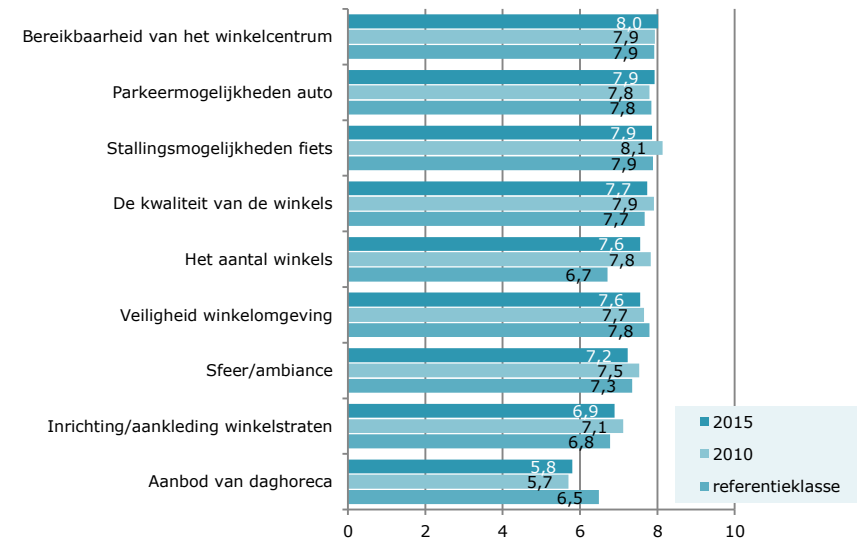
In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Vroomshoop.

Hoogste waardering voor bereikbaarheid

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in Vroomshoop tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor de bereikbaarheid van het winkelcentrum. Het aanbod van daghoreca krijgt de laagste beoordeling. Ten opzichte van 2010 is de waardering voor de meeste aspecten licht gedaald. In vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen scoort Vroomshoop ongeveer gelijk. Het aantal winkels wordt beter beoordeeld dan gemiddeld, het aanbod daghoreca minder goed.

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen Vroomshoop (2010 en 2015).



5 van de 9

aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld

4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De meeste bezoekers gaan één tot drie keer per maand winkelen in Vroomshoop.
- De belangrijkste bezoekmotieven voor de dagelijkse boodschappen zijn nabijheid/afstand, bepaalde winkels en de parkeergelegenheid. Voor het winkelen zijn dezelfde aspecten belangrijke redenen om voor Vroomshoop te kiezen.
- De auto is het meest gebruikte vervoermiddel om boodschappen te doen, gevolgd door de fiets. Bij het winkelen wordt ook het vaakst gekozen voor de auto.
- De winkelvoorzieningen in Vroomshoop worden over het algemeen goed beoordeeld. Vroomshoop scoort vergelijkbaar met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen 5.000 tot 10.000 inwoners.

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.

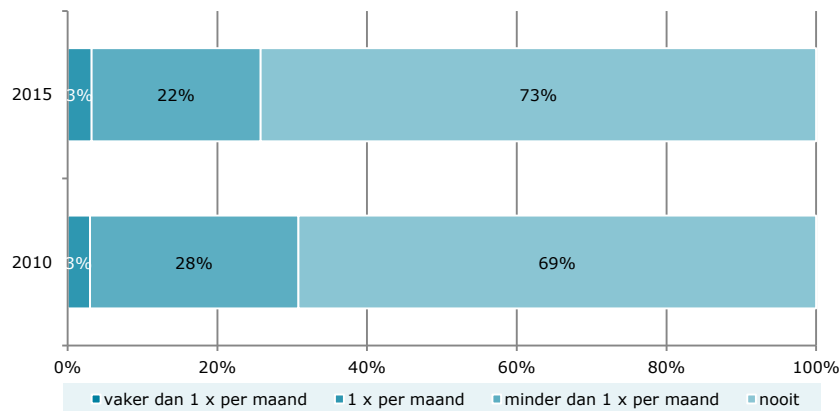
5.2 Koopzondag

Bezoek koopzondag iets minder dan in 2010

In vijf jaar tijd is de oriëntatie op de zondag als winkeldag sterk toegenomen. In Vroomshoop blijft deze ontwikkeling nog uit. Ging in 2010 69 procent nooit op zondag winkelen/inkopen doen, in 2015 is dat aandeel nog gestegen naar 73 procent.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Vroomshoop (2010 en 2015).



Circa een kwart van inwoners bezoekt wel eens een koopzondag. In meerderheid gaan ze hiervoor wel naar een andere plaats, namelijk Almelo of Enschede. Ten opzichte van 2010 is de oriëntatie op de centra van deze beide steden op zondag licht toegenomen.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015	2010
Almelo, Centrum	25%	20%
Enschede, Centrum	25%	20%
Almelo, Woonboulevard	20%	20%

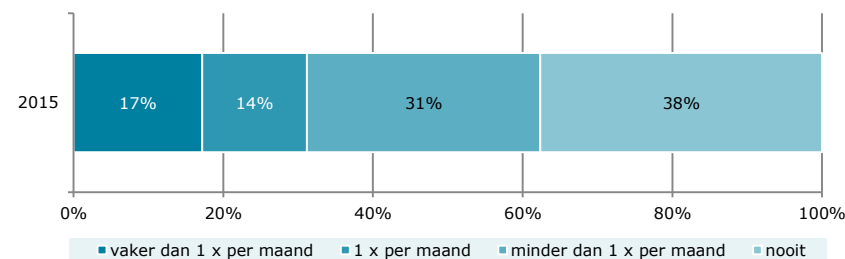
5.3 Koopavond

Bijna twee derde bezoekt weleens 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 Vroomshoop. Ongeveer een derde gaat (minimaal) eens per maand. In totaal geeft 38 procent van de inwoners aan nooit op koopavond te winkelen.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Vroomshoop (2015).



Meest genoemde plaats waar inwoners van Vroomshoop de koopavond bezoeken, is het centrum van Vroomshoop (75 procent). Een andere veelgenoemde aankooplocatie is Linderflief in Vroomshoop (9 procent). Buiten Vroomshoop wordt Almelo centrum het vaakst genoemd (4 procent).





75%

bezoekt meestal de koopavond in Vroomshoop

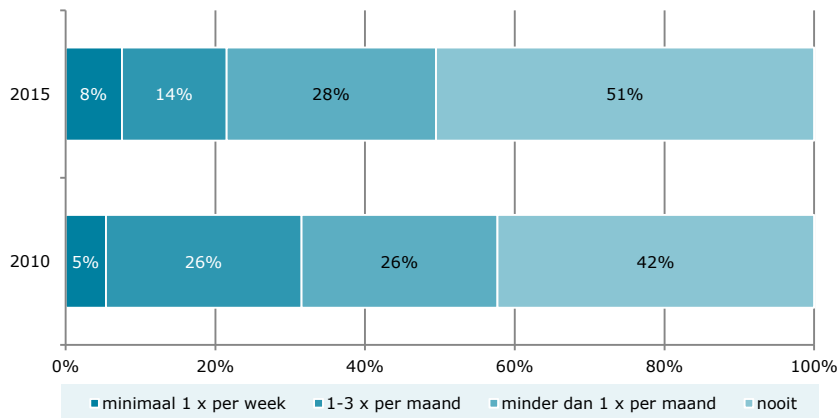
5.4 Markt

Oriëntatie op de markt in de afgelopen vijf jaar toegenomen

De helft van de inwoners van Vroomshoop bezoekt wel eens de markt. In 2010 was dit aandeel groter. De meeste inwoners gaan minder dan eens per maand. Acht procent van de inwoners van Vroomshoop is frequent marktbezoeker en gaat minimaal 1 keer per week naar de markt.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Vroomshoop (2010 en 2015).



Een groot deel van de inwoners bezoekt vooral de markt in Vroomshoop zelf. Ook in 2010 was dit meest genoemde plaats.

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015	2010
Twenterand, Vroomshoop	55%	57%
Almelo, Centrumplein	19%	20%
Hellendoorn, Nijverdal	5%	0%

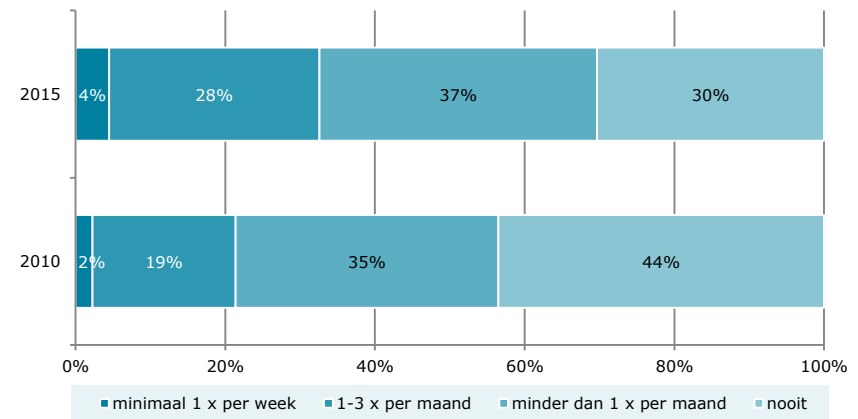
5.5 Online winkelen

Inwoners Vroomshoop 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 44 procent van de consumenten nooit aankopen via internet. In vijf jaar tijd is dit aandeel afgenomen tot 30 procent.

Figuur 5.4

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

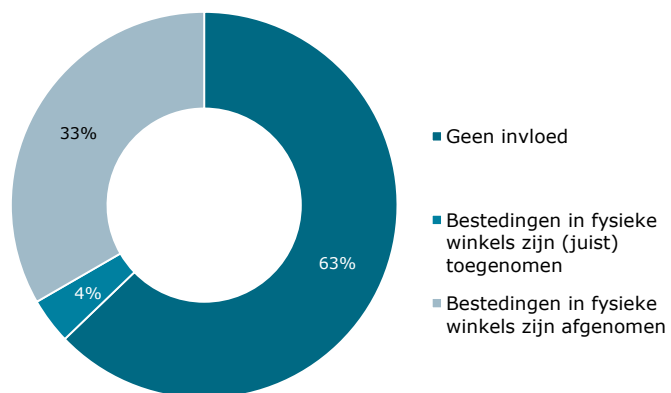


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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. Bijna twee derde (63 procent) geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat 33 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 Vroomshoop 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 Vroomshoop bezoeken minder vaak winkels op zondag maar winkelen vaker tijdens koopavond. Het bezoek aan de warenmarkt ligt wat lager. Het aandeel dat frequent iets via internet koopt is wat kleiner dan het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

Figuur 5.6

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



5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de zondag als winkeldag is relatief klein. Een meerderheid van 73 procent gaat nooit naar een koopzondag. Als men wel een koopzondag bezoekt, doet men dat vooral in Almelo of Enschede.
- De oriëntatie op de koopavond is groter. Bijna een derde gaat minimaal eens per maand tijdens een koopavond winkelen. Men bezoekt dan voornamelijk het centrum van Vroomshoop of de Linderflie in Vroomshoop.
- De markt wordt ook vaker bezocht. De helft van de inwoners van Vroomshoop bezoekt de markt. De meeste gaan minder dan een keer per maand, en men bezoekt dan vooral de markt in Vroomshoop zelf.
- Een op de drie inwoners van Vroomshoop doet 1 keer per maand of vaker een aankoop via internet. Van de inwoners van Vroomshoop die hebben aangegeven online te winkelen zegt 33 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.

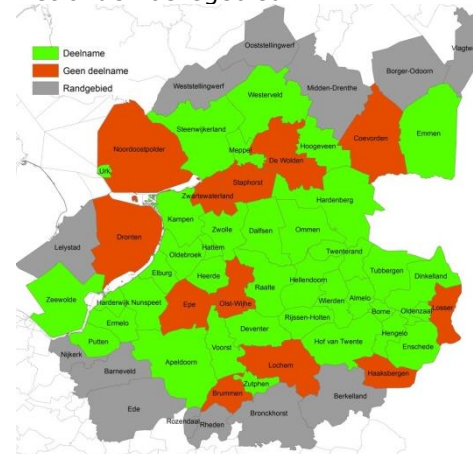
Dataverzameling en -verwerking

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 toevloeiing vanuit Duitsland te kunnen bepalen, is in de Duitse grensregio ook geënquêteerd. Het gebied strekt zich uit van Haren (ter hoogte van Emmen) tot Vreden (ter hoogte van Haaksbergen), en dan de eerste (en deels tweede) ring van gemeenten aan Duitse zijde.

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 inwonertal-weging 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 Vroomshoop	49%
Overig gemeente Twenterand	23%
Hardenberg	11%
Hellendoorn	11%
Ommen	6%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Vroomshoop	37%
Overig gemeente Twenterand	38%
Hardenberg	11%
Hellendoorn	8%
Ommen	3%
Wierden	1%
Almelo	1%
Overig	1%

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

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en toevloeiing kleding.

KERN	%
Kern Vroomshoop	51%
Overig gemeente Twenterand	32%
Hellendoorn	8%
Hardenberg	4%
Ommen	3%
Apeldoorn	1%
Overig	1%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Vroomshoop	34%
Overig gemeente Twenterand	37%
Hardenberg	10%
Hellendoorn	9%
Ommen	6%
Oldenzaal	1%
Wierden	1%
Tubbergen	1%

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Vroomshoop	41%
Overig gemeente Twenterand	35%
Hardenberg	10%
Hellendoorn	10%
Ommen	4%
Overig	1%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Vroomshoop	26%
Overig gemeente Twenterand	46%
Hardenberg	15%
Hellendoorn	8%
Ommen	2%
Wierden	1%
Tubbergen	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 7

Procentuele verdeling binding en toevloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Vroomshoop	33%
Overig gemeente Twenterand	29%
Hardenberg	16%
Hellendoorn	7%
Almelo	6%
Wierden	3%
Ommen	2%
Borne	2%
Dalfsen	1%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Vroomshoop	37%
Overig gemeente Twenterand	41%
Hellendoorn	10%
Hardenberg	8%
Ommen	2%
Almelo	1%
Oldenzaal	1%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Vroomshoop	55%
Overig gemeente Twenterand	21%
Hellendoorn	9%
Hardenberg	8%
Ommen	6%

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 Vroomshoop	90%
Overig gemeente Twenterand	5%
Hardenberg	1%
Almelo	1%
Internet e.d.	1%
Overig	2%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Vroomshoop	45%
Overig gemeente Twenterand	16%
Almelo	11%
Hengelo	5%
Hardenberg	5%
Enschede	3%
Wierden	1%
Zwolle	1%
Rijssen-Holten	1%
Emmen	1%
Hellendoorn	1%
Internet e.d.	8%
Overig	4%

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en afvloeiing kleding.

KERN	%
Kern Vroomshoop	31%
Overig gemeente Twenterand	4%
Almelo	18%
Hardenberg	9%
Enschede	6%
Wierden	4%
Zwolle	3%
Hengelo	2%
Emmen	2%
Rijssen-Holten	2%
Hellendoorn	1%
Rotterdam	1%
Internet e.d.	13%
Overig	4%

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

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Vroomshoop	47%
Overig gemeente Twenterand	14%
Almelo	12%
Enschede	5%
Hardenberg	3%
Hengelo	2%
Zwolle	1%
Rijssen-Holten	1%
Hoogeveen	1%
Hellendoorn	1%
Wierden	1%
Zuidhorn	1%
Internet e.d.	7%
Overig	3%

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Vroomshoop	74%
Overig gemeente Twenterand	7%
Almelo	4%
Hengelo	3%
Hardenberg	3%
Tubbergen	1%
Enschede	1%
Zwolle	1%
Hellendoorn	1%
Internet e.d.	3%
Overig	2%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Vroomshoop	61%
Overig gemeente Twenterand	4%
Hengelo	17%
Almelo	3%
Enschede	1%
Zwolle	1%
Internet e.d.	11%
Overig	2%

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 Vroomshoop	14%
Overig gemeente Twenterand	45%
Almelo	16%
Hengelo	7%
Hardenberg	6%
Ommen	2%
Enschede	1%
Zwolle	1%
Tubbergen	1%
Internet e.d.	6%
Overig	1%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Vroomshoop	73%
Overig gemeente Twenterand	12%
Almelo	5%
Hardenberg	5%
Hengelo	1%
Internet e.d.	1%
Overig	2%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Vroomshoop	53%
Overig gemeente Twenterand	30%
Almelo	9%
Zuidhorn	1%
Tubbergen	1%
Dinkelland	1%
Wierden	1%
Overig	3%