

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT WEERSELO

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/119

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Dinkelland

Auteurs

Ralf ten Hove
Laurens Klein Kranenburg

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.....	38



1

HOOFDSTUK

Kort vooraf



1. Kort vooraf

1.1 De winkelwereld is veranderd

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

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

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

In 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 Dinkelland zijn 622 huishoudens geïnterviewd, waarvan in 83 de kern Weerselo.



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

Het bestedingspotentieel is opgebouwd uit bestedingen door inwoners van de kern Weerselo gedaan in de kern Weerselo 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

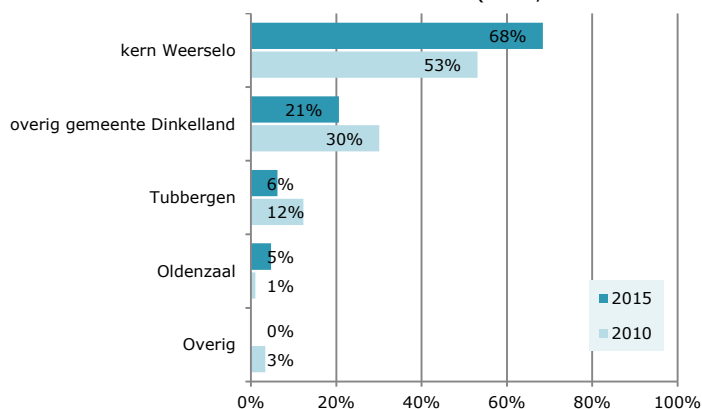
Koopkrachtbinding toegenomen

Ruim twee derde van de omzet aan dagelijkse artikelen (68 procent) in Weerselo is afkomstig van de eigen inwoners. Daarnaast trekt Weerselo ook omzet aan uit het overige deel van de gemeente Dinkelland en omliggende gemeenten.

Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in de dagelijkse sector afgenomen. Vooral de toevloeiing is gedaald.

Figuur 2.1

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



Tabel 2.1

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

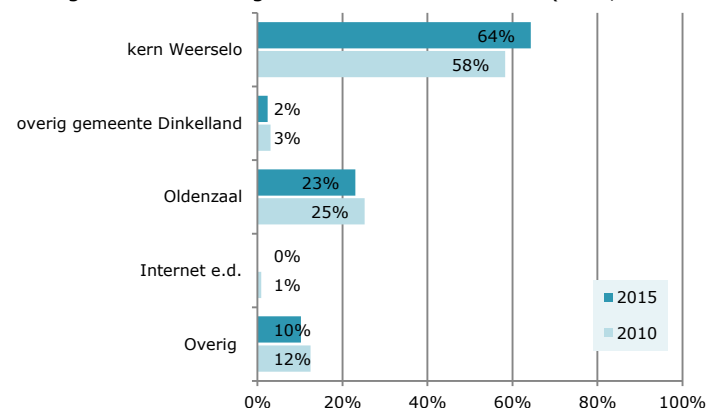
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Omzet uit eigen kern (binding)	4,6	5,2	53%	68%
Toevloeiing ov. gemeente Dinkelland	2,6	1,6	30%	21%
Toevloeiing ov. Nederland	1,4	0,8	17%	11%
TOTAAL OMZET	8,6	7,6	100%	100%

Koopkrachtafvloeiing afgenomen

Inwoners van Weerselo doen hun dagelijkse boodschappen in grote mate binnen de eigen kern. Ten opzichte van 2010 is de binding toegenomen. De meeste bestedingen buiten de eigen plaats worden in Oldenzaal gedaan. Ten opzichte van 2010 zijn de totale bestedingen in de dagelijkse sector die afvloeien naar andere aankoopplaatsen en – kanalen beperkt afgenomen. Internet wordt voor de dagelijkse boodschappen in 2015 (vrijwel) niet als aankoopkanaal gebruikt.

Figuur 2.2

Waar gaan de bestedingen uit Weerselo 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	4,6	5,2	58%	64%
Afvloeiing ov. gemeente Dinkelland	0,2	0,2	3%	2%
Afvloeiing ov. Nederland	2,9	2,7	37%	33%
Afvloeiing Duitsland	0,0	0,0	0%	0%
Afvloeiing internet e.d.	0,1	0,0	1%	0%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	7,8	8,1	100%	100%

2.2 Niet-dagelijkse sector

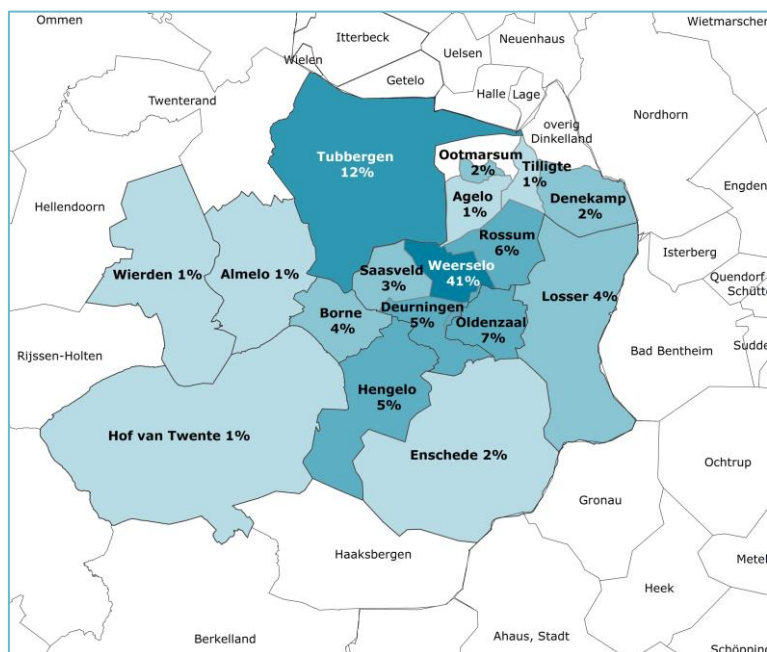
Veel toevloeiing uit overig gemeente Dinkelland

Voor de niet-dagelijkse omzet in Weerselo geldt dat 41 procent afkomstig is uit de kern Weerselo. Daarnaast is 21 procent afkomstig uit het overige deel van de Dinkelland.

Net als bij de dagelijkse sector is ook in de niet-dagelijkse sector omzet afkomstig uit de gemeenten Tubbergen en Oldenzaal. Daarnaast zijn ook consumenten uit Hengelo en Borne enigszins op Weerselo georiënteerd.

Figuur 2.3

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

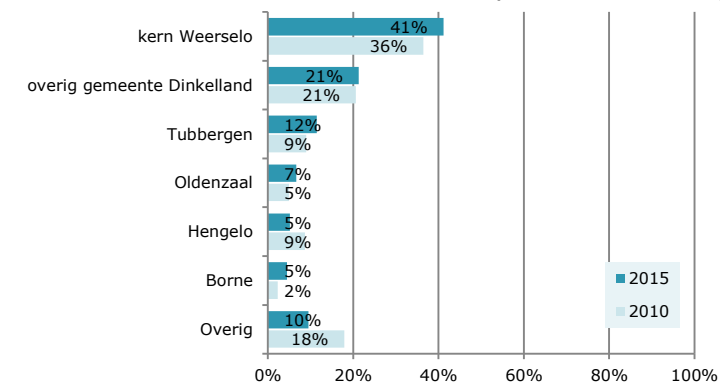


Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 is de omzet gerealiseerd door zowel inwoners als bezoekers van Weerselo afgenomen. Als we kijken naar de kooporiëntatie op de kern Weerselo is veranderd, dan zien we vooral minder toevloeiing van bestedingen van buiten de gemeente Dinkelland. Omdat de toevloeiing uit de rest van Nederland verhoudingsgewijs sterker is gedaald dan de binding, is de binding in 2015 relatief gezien toegenomen.

Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

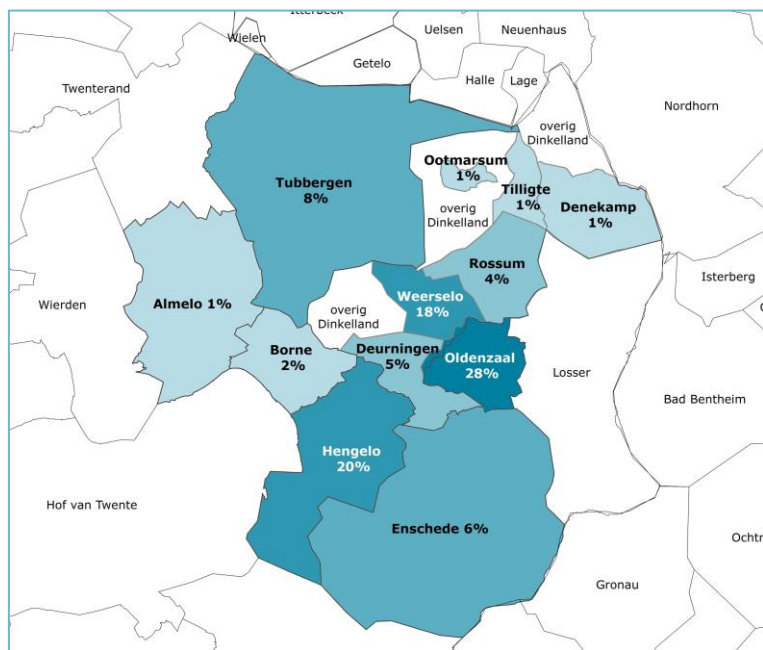
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	1,5	1,3	36%	41%
Toevloeiing ov. gemeente Dinkelland	0,8	0,7	21%	21%
Toevloeiing ov. Nederland	1,8	1,2	43%	37%
TOTALE OMZET	4,1	3,2	100%	100%

Inwoners kern Weerselo ook georiënteerd op Oldenzaal en Hengelo

Net als in de dagelijkse sector zijn inwoners van Weerselo voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector in sterke mate georiënteerd op de gemeente Oldenzaal. Buiten Oldenzaal is er ook een behoorlijke afvloeiing naar de gemeente Hengelo en in mindere mate naar Tubbergen en Enschede.

Figuur 2.5

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



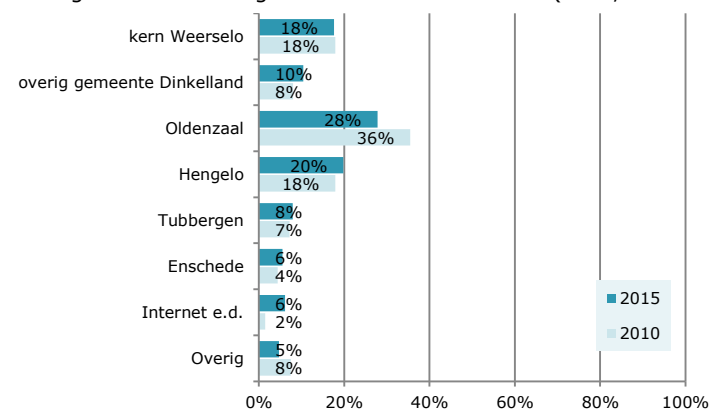
De afvloeiing naar internet is in de niet-dagelijkse sector met 6 procent aanzienlijk groter dan in de dagelijkse sector.

Ontwikkeling herkomst bestedingen niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 besteden inwoners van Weerselo minder aan niet-dagelijkse artikelen. Doordat de afvloeiing naar buiten de gemeente sterker is gedaald, zijn de bestedingen binnen de eigen kern in relatieve zin gelijk gebleven. De mate waarin consumenten bestedingen doen via internet is in de afgelopen vijf jaar in Weerselo sterk toegenomen. De koopkrachtafvloeiing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector nu € 0,5 miljoen, tegen € 0,1 miljoen in 2010.

Figuur 2.6

Waar gaan de bestedingen uit Weerselo 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	1,5	1,3	18%	18%
Afvloeiing ov. gemeente Dinkelland	0,7	0,8	8%	10%
Afvloeiing ov. Nederland	6,0	4,8	72%	65%
Afvloeiing Duitsland	0,0	0,0	1%	1%
Afvloeiing internet e.d.	0,1	0,5	2%	6%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	8,3	7,4	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 en elektronica de hoogste binding met respectievelijk 33 en 32 procent. Vergeleken met 2010 is het bindingspercentage voor huishoudelijke artikelen 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	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
Schoenen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Huishoudelijke artikelen	0,2	0,1	0,1	0,1	0,3	0,2
Elektronica	0,4	0,4	0,6	0,4	1,0	0,9
Woninginrichting	0,3	0,2	1,5	1,0	1,8	1,2
Doe-het-zelf	0,2	0,2	0,1	0,0	0,3	0,2
Bloemen en planten	0,3	0,3	0,2	0,2	0,5	0,5
TOTAAL	1,5	1,3	2,6	1,9	4,1	3,2

Artikelgroepen met veel bestedingen van bezoekers van buiten Weerselo zijn elektronica en bloemen en planten. Vergeleken met 5 jaar geleden is er minder koopkracht afkomstig van buiten.

KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN WEERSELO 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 WEERSELO WEERGEGEVEN ('WAAR GAAN BESTEDINGEN NAAR TOE?').
- IN **TABEL 2.7** IS HET BINDINGSPERCENTAGE UITGEDRUKT ALS PERCENTAGE VAN HET BESTEDINGSPOTENTIEEL. HET AANDEEL TOEVLOEIING ALS PERCENTAGE VAN DE TOTALE OMZET. HIERDOOR TELT HET GEHEEL NIET OP TOT 100%.

Voor bestedingen in de artikelgroepen kleding, schoenen en woninginrichting zijn inwoners van Weerselo relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen.

Tabel 2.6

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

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

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	2%	4%	58%	46%
Schoenen	0%	0%	100%	0%
Huishoudelijke artikelen	29%	23%	41%	30%
Elektronica	32%	32%	57%	51%
Woninginrichting	18%	16%	83%	84%
Doe-het-zelf	23%	23%	32%	22%
Bloemen en planten	33%	33%	42%	44%
TOTAAL	18%	18%	64%	59%

2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

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

Ten opzichte van plaatsen met 5.000 inwoners of minder heeft Weerselo in de dagelijkse sector in 2015 een relatief hoge koopkrachtbinding.

De niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met gemiddeld in plaatsen met 5.000 inwoners of minder een relatief lage koopkrachtbinding.

Binnen deze sector hebben vooral de artikelgroepen bloemen en planten, schoenen, woninginrichting en doe-het-zelf in Weerselo verhoudingsgewijs een zwakkere lokale verzorgingsfunctie.

Tabel 2.8

Bindingspercentage kern Weerselo vergeleken (2015).

	WEERSELO	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	64%	58%
Niet-dagelijkse sector	18%	21%
- Kleding	4%	5%
- Schoenen	0%	7%
- Huishoudelijke artikelen	23%	19%
- Elektronica	32%	22%
- Woninginrichting	16%	28%
- Doe-het-zelf	23%	29%
- Bloemen en planten	33%	49%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

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

Afvloeiing veel groter dan toevloeiing

Met uitzondering van de artikelgroep woninginrichting hebben alle niet-dagelijkse artikelgroepen meer koopkrachtafvloeiing dan toevloeiing. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats is dus kleiner dan het koopkrachtverlies.

In de artikelgroep bloemen en planten is de afvloeiing binnen de gemeente groter dan de afvloeiing naar elders. De afvloeiing naar internet is in alle artikelgroepen kleiner dan de afvloeiing naar fysieke (winkel)aankooplocaties (elders).

Tabel 2.9

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

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

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 Weerselo in 2015 zo'n € 0,5 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 Weerselo vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Weerselo gemiddeld minder artikelen via internet, hoewel bij enkele artikelgroepen verhoudingsgewijs meer aankopen via internet worden gedaan. Vooral bij schoenen wordt relatief vaak voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 13 procent van de bestedingen in een webwinkel gedaan.

<u>BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)</u>	WEERSELO	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	0%	0%
Niet-dagelijkse sector	6%	8%
- Kleding	11%	13%
- Schoenen	13%	10%
- Huishoudelijke artikelen	6%	5%
- Elektronica	6%	11%
- Woninginrichting	3%	6%
- Doe-het-zelf	2%	3%
- Bloemen en planten	0%	1%

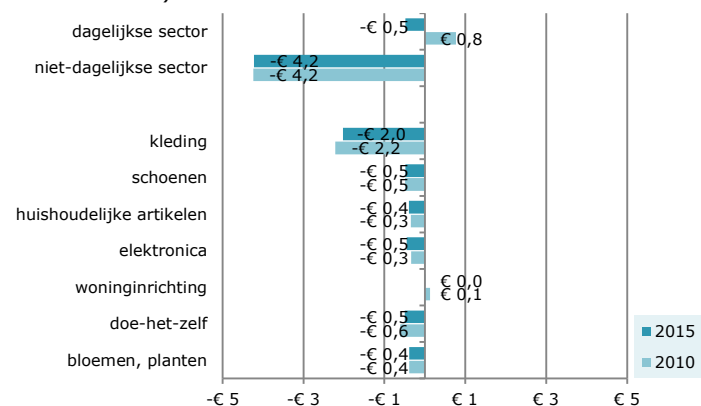
Ontwikkeling koopstromensaldo

Op basis van onder meer tabel 2.9 is te concluderen dat in 2015 de niet-dagelijkse artikelgroepen in Weerselo te maken hebben met meer koopkrachtafvloeiing dan koopkrachttoevloeiing (behalve woninginrichting). Hoe was dat in 2010 en zijn de verhoudingen gewijzigd? Komt er per saldo meer in of gaat er meer uit?

In de dagelijkse sector is het verschil tussen toe- en afvloeiing in 2015 negatief geworden, waar in 2010 de toevloeiing groter was dan de afvloeiing. In de niet-dagelijkse sector is geen sprake van een verschil tussen 2010 en 2015. Daar hebben de meeste artikelgroepen ten opzichte van 2010 in 2015 ook nog te maken met de gevolgen van de toegenomen oriëntatie op winkelen via internet. Het koopstromensaldo is in 2015 negatiever bij huishoudelijke apparaten, woninginrichting en elektronica. Hoewel in absolute zin negatief, hebben kleding en doe-het-zelf een relatief positiever saldo dan in 2010. Van de niet-dagelijkse artikelgroepen is woninginrichting de enige met meer toevloeiing dan afvloeiing (net als in 2010).

Figuur 2.7

Saldo toevloeiing minus afvloeiing per sector en artikelgroep, kern x (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 ten opzichte van 2010 toegenomen. Dat betekent dat verhoudingsgewijs meer inwoners de dagelijkse boodschappen in de eigen kern doen.
- In de niet-dagelijkse sector is de binding minder groot. In absolute zin is de binding ten opzichte van 2010 afgenomen, maar in relatieve zin gelijk gebleven of gestegen (doordat de afvloeiing sterker is gedaald).
- De omzet in Weerselo is voor een belangrijk deel afkomstig uit Weerselo zelf en de omliggende plaatsen in de gemeente Dinkelland. Dit geldt voor zowel dagelijkse als niet-dagelijkse bestedingen. In de dagelijkse sector is er met name afvloeiing naar Oldenzaal, terwijl in de niet-dagelijkse sector er ook afvloeiing is naar Hengelo, Tubbergen en Enschede.

- Binnen de niet-dagelijkse sector hebben bloemen en planten en elektronica de hoogste binding met respectievelijk 33 en 32 procent. Voor andere niet-dagelijkse bestedingen zijn inwoners uit Weerselo op andere aankoopkanalen georiënteerd.
- In de dagelijkse sector is het afvloeiingspercentage naar internet gedaald van 1 naar 0 procent. Voor de niet-dagelijkse bestedingen is het afvloeiingspercentage gestegen van 2 naar 6 procent tussen 2010 en 2015.

3

HOOFDSTUK

Economisch functioneren



3. Economisch functioneren

3.1 Inleiding

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

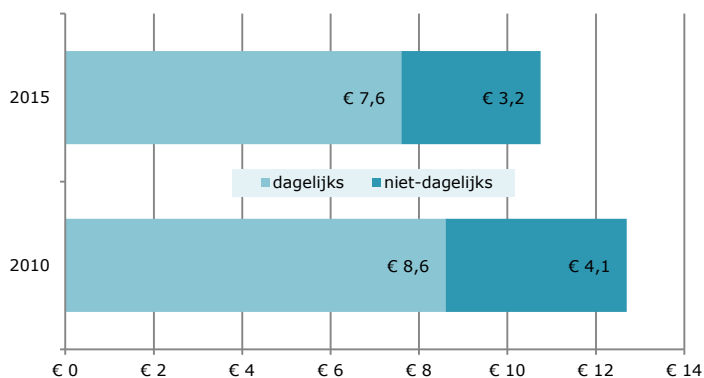
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Weerselo sterk afgenomen

De totale detailhandelsomzet in Weerselo is in de afgelopen vijf jaar met 15 procent afgenomen naar 10,8 miljoen euro. De niet-dagelijkse sector is sterker gekrompen (-23%) dan de dagelijkse sector (-12%).

Figuur 3.1

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

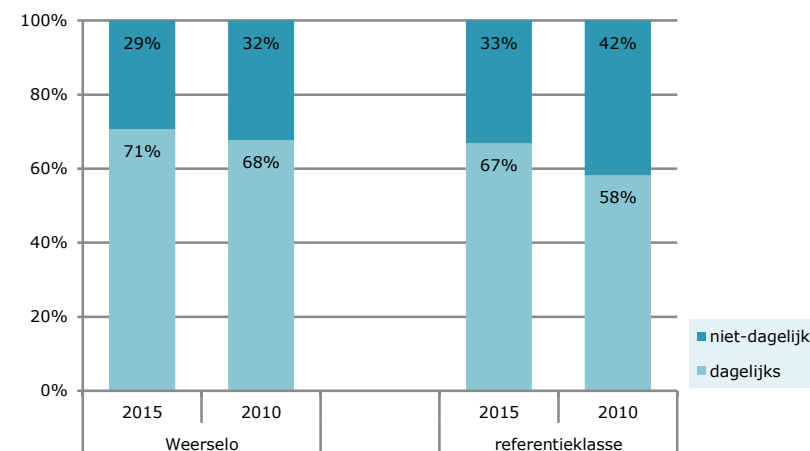


Omzetaandeel dagelijks groter geworden

De dagelijkse sector (71 procent) neemt een relatief groot deel van de detailhandelsomzet in Weerselo voor haar rekening in vergelijking met de niet-dagelijkse sector. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is ook gestegen van 68 procent in 2010 naar 71 procent in 2015. Ook in referentiekernen is een toename van het omzetaandeel dagelijks zichtbaar.

Figuur 3.2

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, kern Weerselo (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 Weerselo is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector gedaald. Deze ontwikkeling is tegengesteld aan die in de referentieklassse, waar de omzet per inwoner in de dagelijkse sector is gestegen. Ook de gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector is tussen 2010 en 2015 gedaald. De totale omzet per inwoner is in Weerselo hoger dan in de referentieklassse.

Tabel 3.1

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

	WEERSELO		REFERENTIEKLASSE	
	2010	2015	2010	2015
Dagelijkse sector	2.840	2.540	2.070	2.310
Niet-dagelijkse sector	1.360	1.050	1.514	1.141
- Kleding	40	50	120	80
- Schoenen	110	70	30	30
- Huishoudelijke artikelen	330	290	70	50
- Elektronica	590	400	230	180
- Woninginrichting	100	70	660	400
- Doe-het-zelf	180	180	130	100
- Bloemen en planten	0	0	270	310
TOTALE OMZET PER INWONER	4.200	3.590	3.584	3.451

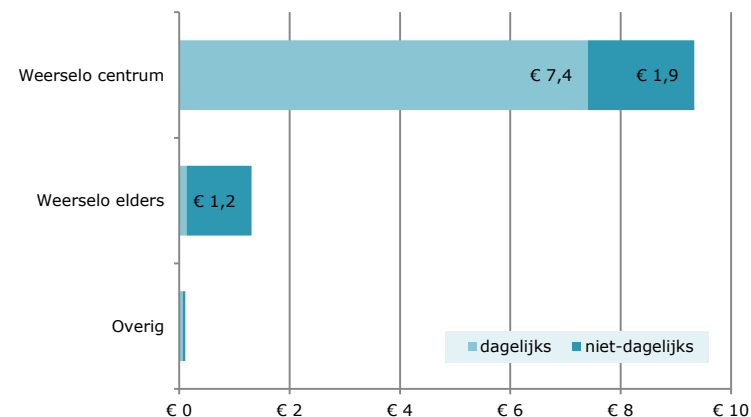
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Grootste deel omzet landt in het centrum van Weerselo

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Weerselo dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door het centrum. De dagelijkse sector heeft hierin de grootste bijdrage. Het accent in de rest van Weerselo (excl. centrum) ligt op de niet-dagelijkse bestedingen.

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Weerselo (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 Weerselo op peil is gebleven. In de niet-dagelijkse sector levert het centrum iets marktaandeel in ten gunste van de rest van de Weerselo en de markt.

Tabel 3.2

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

	DAGELIJKE SECTOR		NIET-DAGELIJKE SECTOR	
	2010	2015	2010	2015
Weerselo centrum	98%	98%	64%	61%
Overig	2%	2%	36%	39%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Er is sprake van minder detailhandelsomzet in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector in Weerselo. De totale detailhandelsomzet is in de afgelopen vijf jaar met 15 procent afgenomen.
- Doordat de niet-dagelijkse sector sterker is gekrompen, is het totale omzetaandeel van de dagelijkse sector gegroeid. Deze relatieve groei is conform de ontwikkeling in vergelijkbare kernen.
- Uit benchmarking blijkt dat de gemiddelde omzet per inwoner in Weerselo hoger is dan in vergelijkbare kernen. Niettemin is de omzetsdaling in de dagelijkse sector tegengesteld aan die in andere plaatsen van vergelijkbare grootte.
- Wanneer we inzoomen op de aankooplocaties in Weerselo dan zien we dat het centrum domineert in de dagelijkse sector en in mindere mate in de niet-dagelijkse sector.



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 Weerselo boodschappen doet en/of er winkelt. Wat zijn de bezoekmotieven, hoe vaak worden winkelvoorzieningen bezocht en hoe worden ze beoordeeld? In de meeste gevallen vergelijken we de uitkomsten met het in 2010 geschetste beeld. Daarnaast wordt Weerselo op een aantal aspecten ook afgezet tegen het gemiddelde beeld van/in vergelijkbare plaatsen. Er zijn te weinig respondenten die in Weerselo winkelen om uitspraken te kunnen doen over het winkelgedrag van consumenten in Weerselo.

4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel

Bezoekfrequentie voor boodschappen toegenomen

De bezoekfrequentie voor de dagelijkse boodschappen is enigszins veranderd vergeleken met 2010. De groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in Weerselo doet, is net als in 2010 voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker. De relatieve omvang van de groep consumenten die vaker dan een keer per week boodschappen doen is toegenomen ten opzichte van minder frequente bezoekers.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie kern Weerselo voor dagelijkse boodschappen

	DAGELIJKE BOODSCHAPPEN	
	2010	2015
Meer dan 1 x per week	64%	78%
1 x per week	36%	22%
1-3 x per maand	0%	0%
Minder dan 1 x per maand	0%	0%
TOTAAL	100%	100%

Bezoekmotief

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen of te winkelen in Weerselo? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door nabijheid/afstand, parkeergelegenheid en bereikbaarheid, waarbij nabijheid/afstand een duidelijke koppositie inneemt. Ten opzichte van 2010 zijn met name parkeergelegenheid en bereikbaarheid vaker genoemd als bezoekmotief.

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekmotieven:

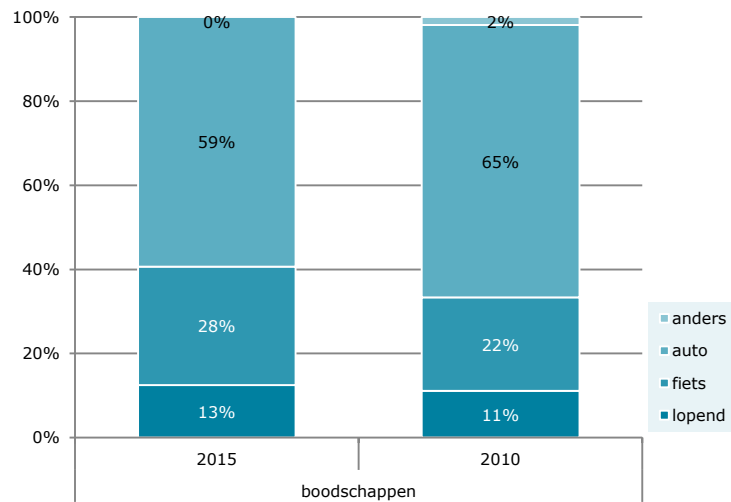


Vervoermiddel

Voor de dagelijkse boodschappen is de auto het meest gebruikte vervoermiddel (59 procent). In 2015 heeft de auto wat terrein verloren aan de fiets en mensen te voet.

Figuur 4.2

Vervoermiddelgebruik voor boodschappen, Weerselo (2010 en 2015).



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Weerselo 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.

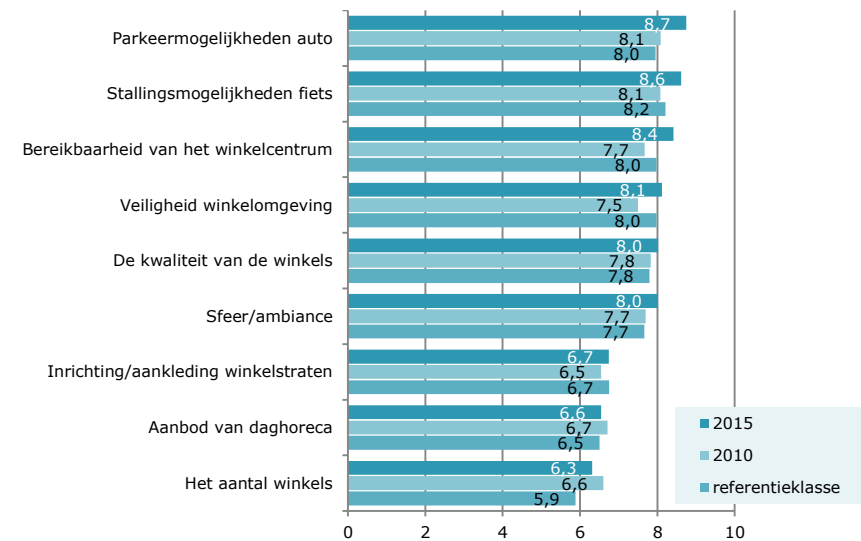
In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Weerselo.

Hoogste waardering voor parkeermogelijkheden auto

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in Weerselo tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor de parkeermogelijkheden voor de auto en de laagste beoordeling is gegeven aan het aantal winkels. Ten opzichte van 2010 is de waardering voor de meeste aspecten gestegen. Ook in vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen scoort Weerselo relatief goed.

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen Weerselo (2010 en 2015).



8 van de 9

aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld



4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De bezoekfrequentie voor boodschappen is toegenomen; het aandeel bezoekers dat heeft aangegeven meer dan een keer per week in Weerselo boodschappen te doen is groter dan in 2010.
- Nabijheid is met afstand het belangrijkste bezoekmotief voor de dagelijkse boodschappen in Weerselo. Parkeergelegenheid en bereikbaarheid completeren de top 3 van meest genoemde bezoekredenen. Alle drie bezoekmotieven zijn vaker genoemd dan in 2010.
- Net als in 2010 is de auto is het meest gebruikte vervoermiddel om boodschappen te doen. De auto heeft wel licht terrein verloren ten opzichte van de fiets en mensen te voet.
- De winkelvoorzieningen in Weerselo worden goed beoordeeld. De parkeermogelijkheden voor de auto, de stallingsmogelijkheden voor de fiets en de bereikbaarheid van het winkelcentrum worden erg goed beoordeeld. Het aantal winkels krijgt de laagste beoordeling. Acht van de negen aspecten krijgen een hogere beoordeling dan in 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.

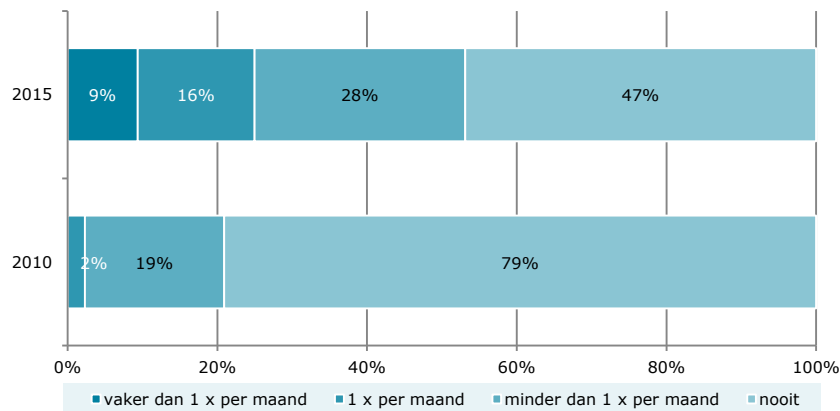
5.2 Koopzondag

Sterke groei bezoek koopzondag

In vijf jaar tijd is de oriëntatie op de zondag als winkeldag sterk toegenomen. Ook in Weerselo is deze groei zichtbaar. Ging in 2010 2 procent minimaal eens per maand op zondag winkelen/inkopen doen, in 2015 is dat aandeel opgelopen tot 25 procent.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Weerselo (2010 en 2015).



Circa 5 op de 10 inwoners bezoeken wel eens een koopzondag. Het aandeel van Weerselo Centrum en Oldenzaal Centrum is in 2015 gelijk (38 procent). De groei van Weerselo als aankooplocatie is ten koste gegaan van Hengelo en Enschede.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015	2010
Oldenzaal - Centrum	38%	38%
Weerselo - Centrum	38%	
Hengelo - Centrum	13%	25%
Enschede - Centrum	6%	25%

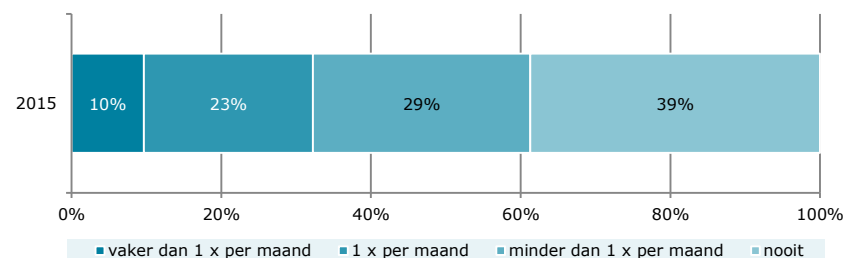
5.3 Koopavond

Ruim een derde bezoekt nooit een koopavond

Daar waar de zondagopenstelling per gemeente/plaats verschilt, is er in de meeste plaatsen wel sprake van avondopenstelling. Een dag in de week zijn de winkels 's avonds langer geopend. In vergelijking met de koopzondag is de oriëntatie op de koopavond groter onder inwoners van Weerselo. Ongeveer een derde gaat (minimaal) eens per maand. Bijna 40 procent van de inwoners geeft aan nooit op een koopavond te winkelen.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Weerselo (2015).



Meest genoemde plaats waar inwoners van Weerselo de koopavond bezoeken, is Oldenzaal. Andere veelgenoemde aankooplocaties zijn het centrum van Weerselo (21 procent) en plein Westermaat in Hengelo (11 procent).





47% bezoekt meestal de koopavond in Oldenzaal

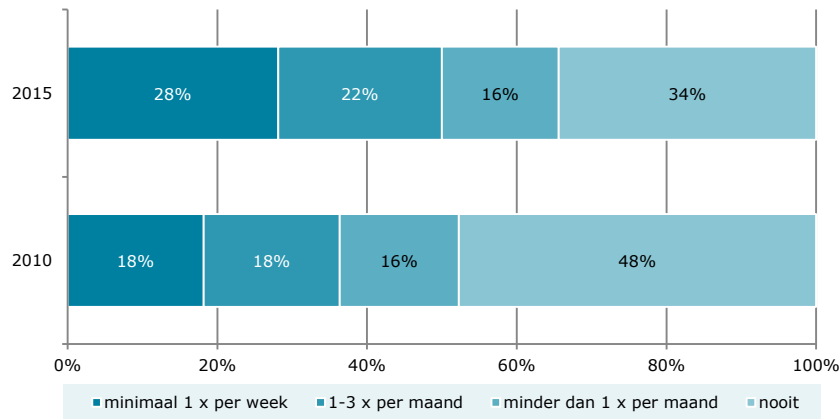
5.4 Markt

Oriëntatie op de markt gestegen

De helft van de inwoners van Weerselo gaat minimaal eens per maand naar de markt (50 procent). Dit is een aanzienlijke toename ten opzichte van 2010, toen 36 procent van de inwoners minimaal een keer per maand naar de markt ging. Het aandeel inwoners dat nooit naar de markt gaat is in vergelijking met 2010 sterk afgenomen van 48 naar 34 procent.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Weerselo (2010 en 2015).



Het warenmarktbezoek door inwoners van Weerselo is geografisch verspreid. Zowel plaatsen binnen als buiten de gemeente Dinkelland worden genoemd.

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015	2010
Overig gemeente Dinkelland	28%	
Hengelo, centrum	11%	13%
Overig	28%	48%

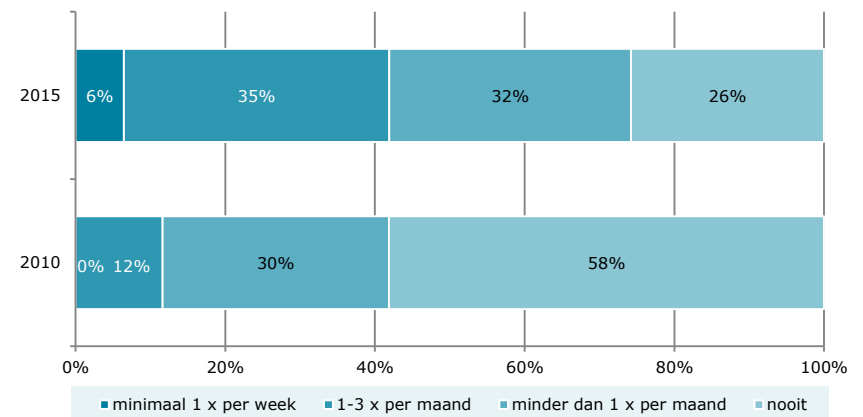
5.5 Online winkelen

Inwoners Weerselo 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 ruim de helft (58 procent) van de consumenten nooit aankopen via internet. In vijf jaar tijd is dit aandeel afgenomen tot 26 procent.

Figuur 5.4

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

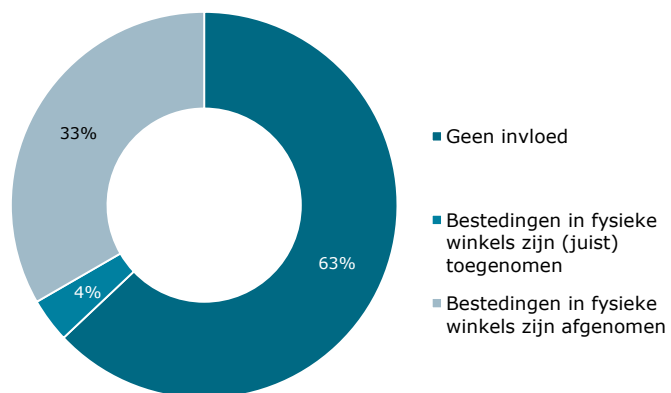


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

Aan de inwoners die hebben aangegeven (wel eens) via internet detailhandelsaankopen te doen, is gevraagd wat de invloed van de groei van het online winkelaanbod op de bestedingen is. Ruim zes op de tien inwoners geven 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 Weerselo 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 Weerselo bezoeken relatief vaak winkels op zondag of gedurende een koopavond. Daarnaast gaan zijn verhoudingsgewijs vaker naar de warenmarkt. Ook het aandeel dat frequent iets via internet koopt, ligt boven het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

Figuur 5.6

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



5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de koopzondag is in vijf jaar tijd sterk gegroeid. Ten opzichte van andere kernen bezoeken inwoners van Weerselo relatief vaak een koopzondag. Men is het meest georiënteerd op het centrum van Weerselo en Oldenzaal.
- De bezoekfrequentie van de koopavond is (nog) iets hoger dan bij de koopzondag. Inwoners van Weerselo maken in iets meer dan gemiddelde mate gebruik van de koopavond. Men is dan vooral georiënteerd op het centrum van Oldenzaal.
- De markt wordt in verhouding met referentiegemeenten ook vaker bezocht. De helft van de inwoners van Weerselo gaat minstens eens per maand naar de markt. Ten opzichte van 2010 is de oriëntatie op de markt sterk gestegen.
- In vergelijking met 2010 is de frequentie waarmee artikelen via internet worden gekocht sterk gestegen. Ruim vier op de tien inwoners van Weerselo doen dit een keer per maand of vaker. Ruim 60 procent geeft echter aan dat de groei van het online winkelaanbod geen invloed heeft op de bestedingen in fysieke winkels.



1

BIJLAGE

Onderzoeksaanpak

Bijlage 1. Onderzoeksanpak

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

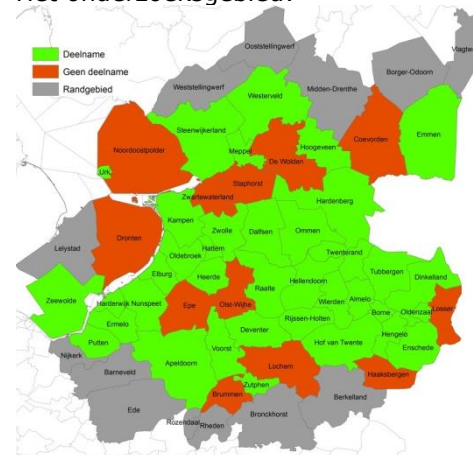
De enquête is voor het grootste deel afgenomen via internet. Daarbij is gebruik gemaakt van een aantal panels en is op basis van een aselechte steekproef web respons geworven. Een beperkt deel van het veldwerk heeft plaatsgevonden door middel van telefonische enquëtering; vooral bedoeld om 'gaten' in 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 geënquëteerd. 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 geënquëteerd. 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 enquëteresultaten 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 Weerselo	68%
Overig gemeente Dinkelland	21%
Tubbergen	6%
Oldenzaal	5%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Weerselo	41%
Overig gemeente Dinkelland	21%
Tubbergen	12%
Oldenzaal	7%
Hengelo	5%
Borne	5%
Losser	4%
Enschede	2%
Wierden	1%
Almelo	1%
Hof van Twente	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 Weerselo	54%
Overig gemeente Dinkelland	29%
Tubbergen	17%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

n.v.t.

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Weerselo	70%
Overig gemeente Dinkelland	15%
Tubbergen	8%
Oldenzaal	5%
Almelo	2%



Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Weerselo	49%
Overig gemeente Dinkelland	22%
Losser	8%
Tubbergen	8%
Oldenzaal	7%
Borne	7%

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 Weerselo	16%
Overig gemeente Dinkelland	24%
Tubbergen	16%
Oldenzaal	10%
Hengelo	10%
Borne	7%
Losser	6%
Enschede	5%
Wierden	3%
Almelo	2%
Hof van Twente	2%
Hellendoorn	1%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Weerselo	78%
Overig gemeente Dinkelland	8%
Dalfsen	6%
Tubbergen	6%
Almelo	2%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Weerselo	56%
Overig gemeente Dinkelland	20%
Tubbergen	11%
Hengelo	9%

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 Weerselo	64%
Overig gemeente Dinkelland	2%
Oldenzaal	23%
Tubbergen	4%
Hengelo	3%
Borne	2%
Overig	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Weerselo	18%
Overig gemeente Dinkelland	10%
Oldenzaal	28%
Hengelo	20%
Tubbergen	8%
Enschede	6%
Borne	2%
Almelo	1%
Internet e.d.	6%
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 Weerselo	4%
Overig gemeente Dinkelland	4%
Oldenzaal	34%
Hengelo	21%
Enschede	12%
Tubbergen	8%
Borne	4%
Internet e.d.	11%
Overig	3%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Weerselo	0%
Overig gemeente Dinkelland	6%
Oldenzaal	40%
Hengelo	18%
Tubbergen	9%
Enschede	8%
Borne	2%
Almelo	2%
Nordhorn (D)	1%
Internet e.d.	13%
Overig	1%



Tabel 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Weerselo	23%
Overig gemeente Dinkelland	3%
Oldenzaal	39%
Hengelo	15%
Tubbergen	6%
Enschede	3%
Borne	2%
Almelo	1%
Oldebroek	1%
Internet e.d.	6%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Weerselo	32%
Overig gemeente Dinkelland	18%
Hengelo	34%
Oldenzaal	4%
Tubbergen	2%
Enschede	1%
Emmen	1%
Internet e.d.	6%
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 Weerselo	16%
Overig gemeente Dinkelland	0%
Oldenzaal	37%
Hengelo	28%
Tubbergen	5%
Enschede	4%
Twenterand	2%
Almelo	1%
Zutphen	1%
Losser	1%
Gronau (D)	1%
Internet e.d.	4%
Nordhorn (D)	1%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Weerselo	23%
Overig gemeente Dinkelland	2%
Oldenzaal	38%
Tubbergen	26%
Hengelo	6%
Enschede	1%
Borne	1%
Internet e.d.	2%



Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Weerselo	33%
Overig gemeente Dinkelland	43%
Oldenzaal	14%
Tubbergen	7%
Hof van Twente	1%
Overig	2%