

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT **KERN WIERDEN**

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/096

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Wierden

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	32
Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche.....	34
Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche.....	38



1

HOOFDSTUK

Kort vooraf



1. Kort vooraf

1.1 De winkelwereld is veranderd

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

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

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

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

1.2 Doel van het onderzoek

Het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015 beantwoordt de onderstaande onderzoeksvragen:

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

Wat is koopstromenonderzoek?

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

Hoe is het onderzoek uitgevoerd?

De dataverzameling heeft in de periode april tot en met mei 2015 plaatsgevonden. In totaal zijn 31.350 consumenten in Overijssel en delen van Drenthe, Flevoland en Gelderland geïnterviewd, waarbij consumenten gevraagd is naar de plaats waar zij artikelgroepen kopen. Aanvullend zijn vragen gesteld over winkelgedrag (bijvoorbeeld bezoekfrequentie en waardering meest bezochte aankoopplaatsen, marktbezoek en webwinkelen). De opzet van het onderzoek is vergelijkbaar met het in 2010 uitgevoerde koopstromenonderzoek. De enquêtes zijn zowel telefonisch als via internet afgenomen (zie ook bijlage 1 – onderzoeksaanpak). In de gemeente Wierden zijn 592 huishoudens geïnterviewd, waarvan 393 in de kern Wierden.



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

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

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

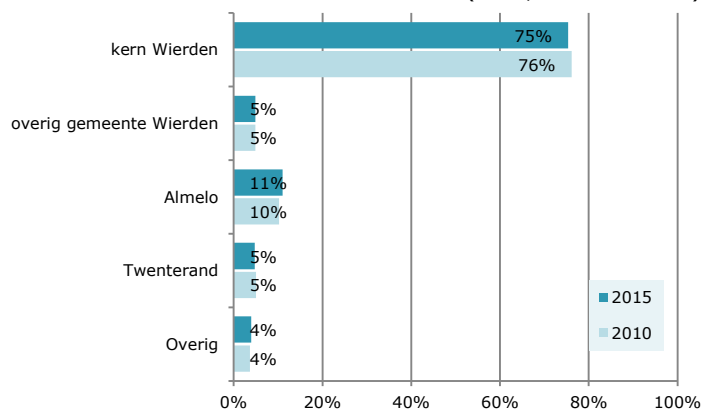
2.1 Dagelijkse sector

Koopkrachttoevloeiing toegenomen

Van alle omzet die in de kern Wierden in de dagelijkse sector wordt gerealiseerd, is driekwart afkomstig van inwoners uit Wierden zelf. Daarnaast trekt Wierden ook enige omzet aan uit het overige deel van de gemeente Wierden en uit de omliggende gemeenten Almelo en Twenterand. Ten opzichte van 2010 is de totale omzet in de dagelijkse sector toegenomen. In verhouding is de omzet uit toevloeiing iets meer gestegen dan die uit eigen kern.

Figuur 2.1

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



Tabel 2.1

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

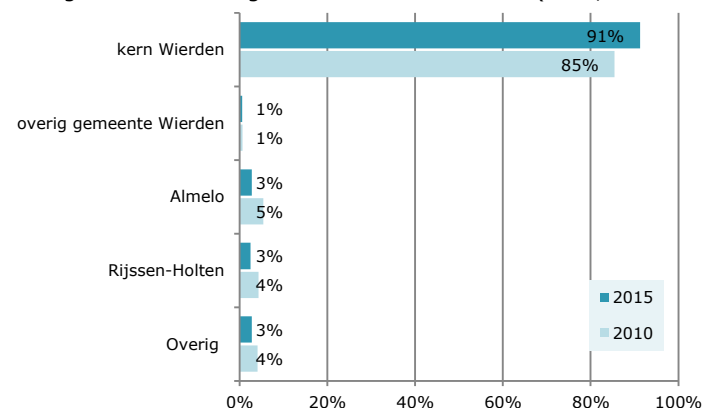
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Omzet uit eigen kern (binding)	32,7	37,2	76%	75%
Toevloeiing ov. gemeente Wierden	2,1	2,4	5%	5%
Toevloeiing ov. Nederland	8,1	9,7	19%	20%
TOTALE OMZET	42,9	49,3	100%	100%

Meer binding, minder afvloeiing

De mate waarin inwoners voor hun dagelijkse boodschappen bestedingen doen buiten de eigen woonplaats is in verhouding nog beperkter dan in 2010. Het bindingspercentage is gestegen van 85 procent in 2010 naar 91 procent in 2015. Ten opzichte van 2010 zijn de totale bestedingen die afvloeien naar andere aankoopplaatsen afgenomen.

Figuur 2.2

Waar gaan de bestedingen uit Wierden 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	32,7	37,2	85%	91%
Afvloeiing ov. gemeente Wierden	0,3	0,2	1%	1%
Afvloeiing ov. Nederland	5,0	3,1	13%	8%
Afvloeiing Duitsland	0,1	0,1	0%	0%
Afvloeiing internet e.d.	0,3	0,1	1%	0%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	38,2	40,7	100%	100%



2.2 Niet-dagelijkse sector

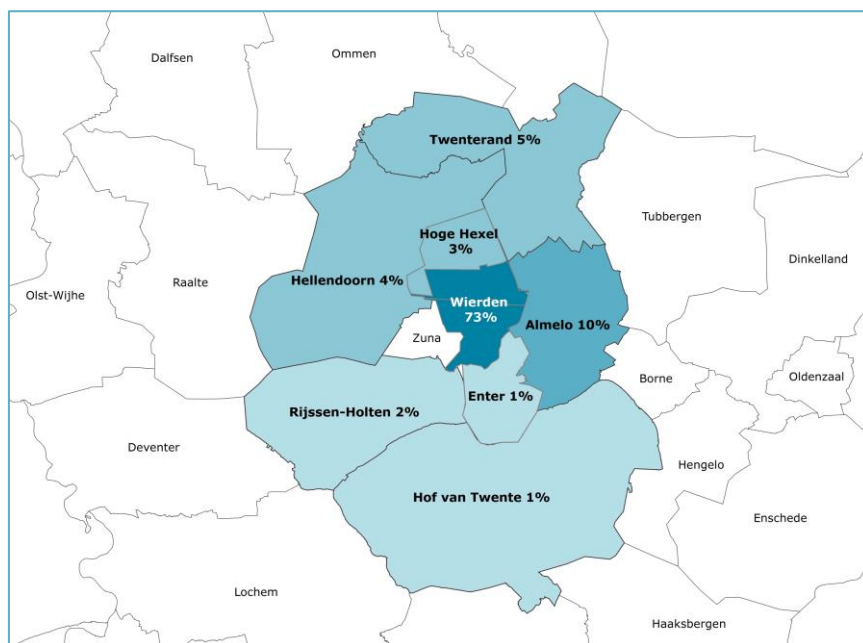
Veel toevloeiing uit Almelo

Van de omzet in de niet-dagelijkse sector in Wierden is 73 procent afkomstig uit de kern Wierden zelf. Daarnaast is 4 procent afkomstig uit het overige deel van de gemeente Wierden.

Net als bij de dagelijkse sector is ook in niet-dagelijkse sector omzet afkomstig uit de gemeenten Almelo (10 procent van de totale niet-dagelijkse omzet in Wierden) en Twenterand (5 procent).

Figuur 2.3

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

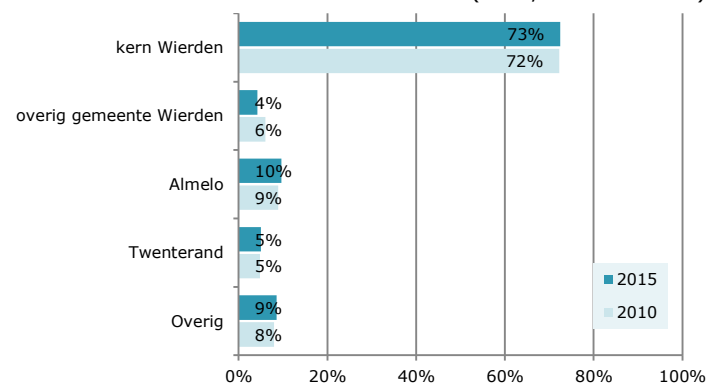


Ontwikkeling herkomst omzet niet-dagelijkse sector

Ten opzichte van 2010 is de totale niet-dagelijkse omzet in Wierden (gerealiseerd door zowel inwoners als bezoekers) iets afgenomen. Als we kijken naar waar de kooporiëntatie op Wierden is veranderd, dan zien we in verhouding vooral minder toevloeiing vanuit overige delen van de gemeente Wierden.

Figuur 2.4

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



Tabel 2.3

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

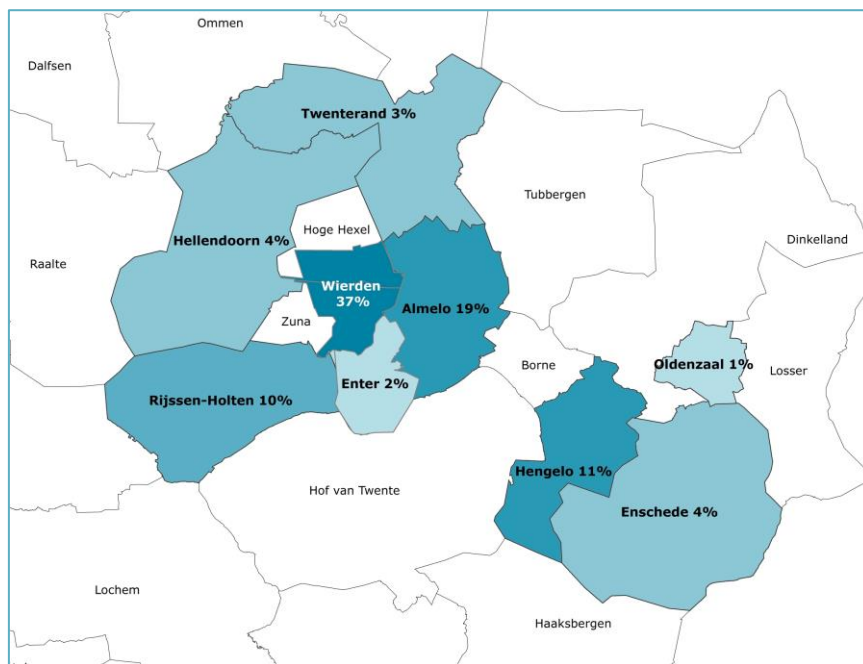
	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	14,5	13,9	72%	73%
Toevloeiing ov. gemeente Wierden	1,2	0,8	6%	4%
Toevloeiing ov. Nederland	4,4	4,4	22%	23%
Toevloeiing Duitsland	0,0	0,1	0%	1%
TOTALE OMZET	20,1	19,2	100%	100%

Inwoners Wierden ook sterk georiënteerd op Almelo

Voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector zijn inwoners van Wierden het meest georiënteerd op de eigen woonplaats (37 procent). Daarbuiten is er ook in relatief veel afvloeïing naar buurgemeente Almelo (19 procent). Verder zijn inwoners van Wierden enigermate georiënteerd op de gemeenten Hengelo en Rijssen-Holten.

Figuur 2.5

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

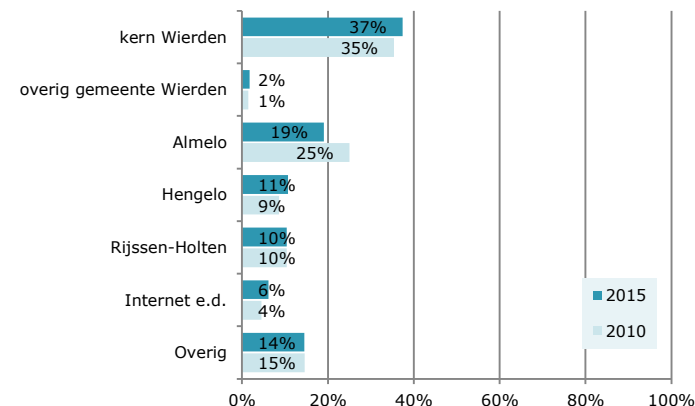


In niet-dagelijkse sector minder afvloeïing naar Almelo

Ten opzichte van 2010 doen inwoners van Wierden in de niet-dagelijkse sector in verhouding minder bestedingen buiten de eigen woonplaats. Vooral de afvloeïing naar Almelo is afgenomen. De mate waarin consumenten bestedingen doen via internet is in de afgelopen vijf jaar in Wierden in redelijke mate toegenomen. De koopkrachtafvloeïing naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector nu € 2,3 miljoen, tegen € 1,8 miljoen in 2010.

Figuur 2.6

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



Tabel 2.4

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

	ABS		%	
	2010	2015	2010	2015
Binding	14,5	13,9	35%	37%
Afvloeïing ov. gemeente Wierden	0,6	0,6	1%	2%
Afvloeïing ov. Nederland	23,8	20,2	58%	54%
Afvloeïing Duitsland	0,2	0,2	0%	0%
Afvloeïing internet e.d.	1,8	2,3	4%	6%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	41,0	37,2	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 huishoudelijke artikelen (65 procent) en bloemen en planten (63 procent) de hoogste binding. Vergeleken met 2010 zijn de bindingspercentages voor drie van de zeven artikelgroepen toegenomen, het meest voor woninginrichting.

Tabel 2.5

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

x € miljoen	BINDING		TOEVLOEIING		TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	3,2	3,4	1,8	1,8	5,0	5,2
Schoenen	1,0	0,8	0,9	0,7	1,9	1,5
Huishoudelijke artikelen	2,1	1,9	0,5	0,5	2,6	2,5
Elektronica	1,7	1,7	0,3	0,4	2,1	2,1
Woninginrichting	1,1	1,3	0,4	0,3	1,6	1,6
Doe-het-zelf	2,5	1,9	0,4	0,3	2,9	2,2
Bloemen en planten	3,0	3,0	1,1	1,2	4,1	4,1
TOTAAL	14,5	13,9	5,6	5,3	20,1	19,2

De modische artikelgroepen kleding en schoenen trekken de meeste omzet van buiten de eigen woonplaats aan. Ten opzichte van 2010 zijn de verschillen beperkt.

KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN WIERDEN 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 WIERDEN 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 woninginrichting (Almelo) en elektronica (Hengelo) zijn inwoners relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen. Al geldt voor de woninginrichting wel dat ten opzichte van 2010 de binding licht is toegenomen.

Tabel 2.6

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

x € miljoen	BINDING		AFVLOEIING		TOTAAL BESTEDINGS-POTENTIEEL	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Kleding	3,2	3,4	8,3	7,6	11,5	11,0
Schoenen	1,0	0,8	1,5	1,6	2,5	2,4
Huishoudelijke artikelen	2,1	1,9	1,2	1,0	3,3	3,0
Elektronica	1,7	1,7	4,8	4,9	6,6	6,6
Woninginrichting	1,1	1,3	7,1	4,8	8,2	6,0
Doe-het-zelf	2,5	1,9	2,0	1,7	4,5	3,6
Bloemen en planten	3,0	3,0	1,5	1,7	4,5	4,7
TOTAAL	14,5	13,9	26,5	23,3	41,0	37,2

Tabel 2.7

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

In %	BINDINGSPERCENTAGE		AANDEEL TOEVLOEIING IN TOTALE OMZET	
	2010	2015	2010	2015
Kleding	28%	31%	37%	34%
Schoenen	39%	33%	49%	48%
Huishoudelijke artikelen	63%	65%	20%	21%
Elektronica	27%	26%	15%	19%
Woninginrichting	14%	21%	28%	20%
Doe-het-zelf	55%	52%	13%	16%
Bloemen en planten	66%	63%	27%	29%
TOTAAL	35%	37%	28%	27%



2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

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

Ten opzichte van plaatsen met 10.000 tot 20.000 inwoners heeft Wierden in de dagelijkse sector in 2015 een relatief hoge koopkrachtbinding.

De niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met gemiddeld in plaatsen met 10.000 tot 20.000 inwoners een relatief lage koopkrachtbinding. Binnen deze sector hebben vooral de artikelgroepen doe-het-zelf en elektronica in Wierden verhoudingsgewijs een zwakkere lokale verzorgingsfunctie.

Tabel 2.8

Bindingspercentage Wierden vergeleken (2015).

	WIERDEN	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	91%	88%
Niet-dagelijkse sector	37%	47%
- Kleding	31%	35%
- Schoenen	33%	41%
- Huishoudelijke artikelen	65%	63%
- Elektronica	26%	43%
- Woninginrichting	21%	33%
- Doe-het-zelf	52%	72%
- Bloemen en planten	63%	72%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

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

Toevloeiing kleiner dan afvloeiing

In tegenstelling tot de dagelijkse sector hebben alle niet-dagelijkse artikelgroepen meer koopkrachtafvoer dan toevloeiing. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats is dus kleiner dan het koopkrachtverlies.

In geen enkele artikelgroep is de afvloeiing naar internet groter dan de afvloeiing naar (winkel)aankooplocaties buiten Wierden.

Tabel 2.9

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

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

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 Wierden in 2015 zo'n € 2,4 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 Wierden vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van Wierden gemiddeld minder artikelen via internet. Bij elektronica wordt door inwoner van Wierden relatief het vaakst voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 14 procent van de bestedingen in een webwinkel gedaan.

<u>BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)</u>	WIERDEN	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	0%	1%
Niet-dagelijkse sector	6%	10%
- Kleding	7%	12%
- Schoenen	7%	10%
- Huishoudelijke artikelen	6%	7%
- Elektronica	14%	18%
- Woninginrichting	5%	8%
- Doe-het-zelf	1%	3%
- Bloemen en planten	0%	1%

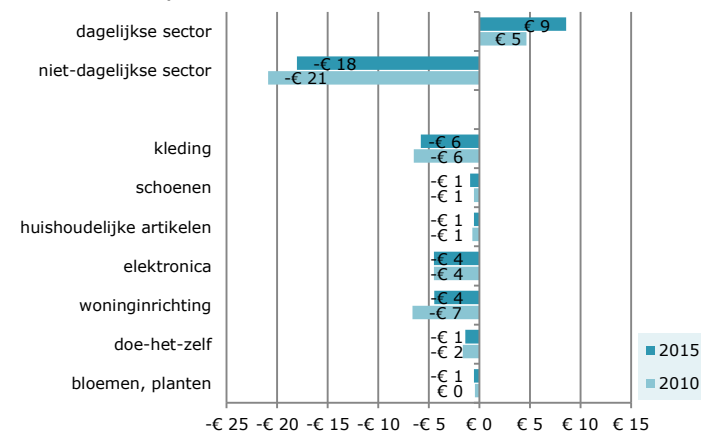
Ontwikkeling koopstromensaldo

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

Ten opzichte van 2010 is het positieve verschil tussen toe- en afvloeiing in de dagelijkse sector in 2015 groter geworden. In de niet-dagelijkse sector is het negatieve saldo kleiner geworden, ondanks dat de meeste artikelgroepen te maken hebben gehad met de gevolgen van een toegenomen oriëntatie op winkelen via internet. De licht toegenomen binding draagt hier aan bij.

Figuur 2.7

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



2.5 Conclusie

- De totale omzet in de dagelijkse sector is ten opzichte van 2010 toegenomen. Er sprake van meer binding en minder afvloeiing. Het overgrote deel van de detailhandelsbestedingen blijft binnen de kern Wierden (91 procent).
- In de niet-dagelijkse sector is de totale omzet de afgelopen vijf jaar bijna gelijk gebleven. Het bindingspercentage is licht gestegen van 35 procent naar 37 procent.
- De verschillen tussen 2010 en 2015 zijn voor de niet-dagelijkse artikelgroepen beperkt. De artikelgroepen huishoudelijke artikelen en bloemen en planten hebben net als in 2010 de hoogste binding. Terwijl voor de artikelgroepen woninginrichting en elektronica zijn inwoners van Wierden relatief sterk georiënteerd op andere aankoopplaatsen, met name Almelo en Hengelo.
- In vergelijking met 2010 is de totale koopkrachtafvloeiing naar Almelo wel kleiner geworden.
- De mate waarin bestedingen aan de eigen kern worden gebonden, is in de dagelijkse sector in Wierden groter dan gemiddeld in kernen van vergelijkbare omvang, maar in de niet-dagelijkse sector – ondanks de toename – nog kleiner. De oriëntatie op internet is ook kleiner dan in referentiekernen. Er is dus verhoudingsgewijs nog meer afvloeiing naar fysieke winkellocaties.



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 Wierden. 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.

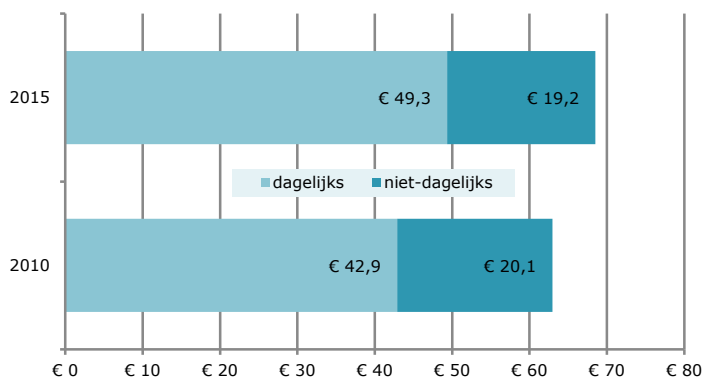
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in Wierden relatief sterk toegenomen

De totale detailhandelsomzet in Wierden is in de afgelopen vijf jaar met 9 procent toegenomen naar 68,5 miljoen euro. Vooral de dagelijkse sector draagt bij aan de groei.

Figuur 3.1

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



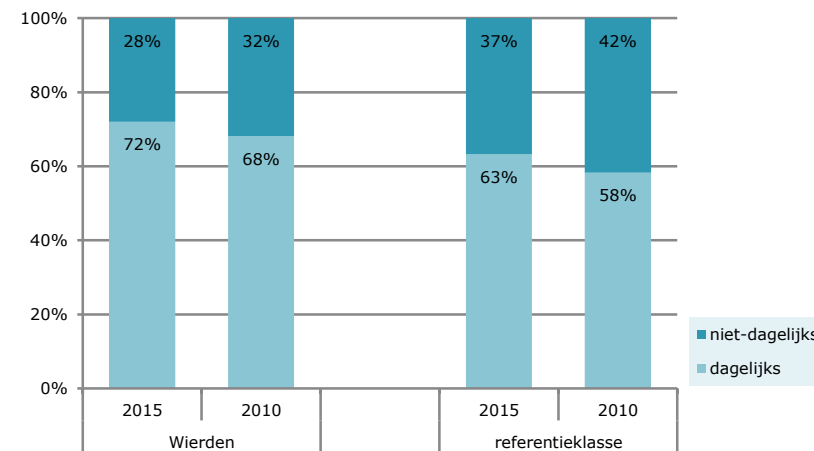
Gezien de algemene ontwikkeling van gedaalde consumentenuitgaven in de niet-dagelijkse sector de afgelopen jaren, duidt de ongeveer gelijkblijvende omzet in de niet-dagelijkse sector erop dat de verzorgingsfunctie van Wierden in de niet-dagelijkse sector niet verslechterd is.

Omzetaandeel dagelijks groter geworden

De dagelijkse sector neemt een groter deel van de detailhandelsomzet in Wierden voor rekening dan de niet-dagelijkse sector. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is gestegen van 68 procent in 2010 naar 72 procent in 2015. Vergeleken met het gemiddelde beeld in referentiekernen is de dagelijkse sector qua omzet wel wat sterker vertegenwoordigd.

Figuur 3.2

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, Wierden (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 Wierden is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector sterk gestegen. Vergeleken met plaatsen van vergelijkbare omvang is dit omzetcijfer nog wel wat lager, maar het verschil is minder groot dan in 2010. De gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector is verhoudingsgewijs minder sterk gedaald, maar is in vergelijking met de referentieklassie aan de lage kant.

Tabel 3.1

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

In €	WIERDEN		REFERENTIEKLASSE	
	2010	2015	2010	2015
Dagelijkse sector	2.920	3.270	3.260	3.500
Niet-dagelijkse sector	1.360	1.270	2.340	2.030
- Kleding	340	350	550	500
- Schoenen	130	100	150	120
- Huishoudelijke artikelen	180	160	240	210
- Elektronica	140	140	360	310
- Woninginrichting	110	100	360	270
- Doe-het-zelf	190	150	350	270
- Bloemen en planten	280	270	330	350
TOTALE OMZET PER INWONER	4.280	4.540	5.600	5.530

3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Grootste deel omzet landt in het centrum van Wierden

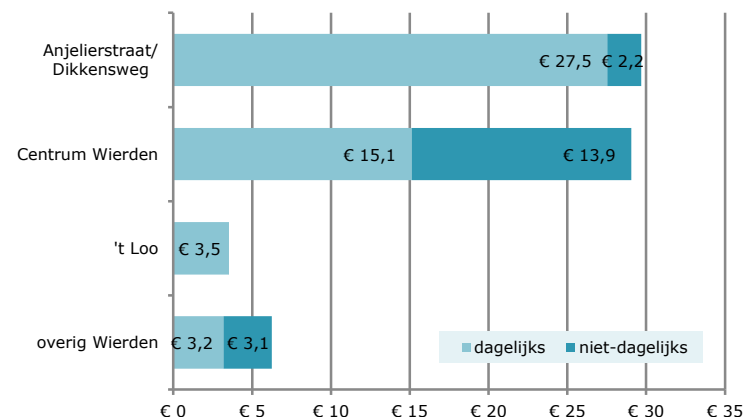
Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in Wierden dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door het winkelgebied Anjelierstraat/Dikkensweg. De hier gegenereerde omzet behoort hoofdzakelijk tot de dagelijkse sector.

Het omzetverschil met het centrum van Wierden is beperkt.

De in het centrum gerealiseerde € 29 miljoen omzet is verdeeld over de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. De niet-dagelijkse sector heeft hierin de grootste bijdrage.

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, Wierden (miljoen €; 2015).



In tabel 3.2 zijn de marktaandelen van de aankooplocaties voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector weergegeven. Dit toont nogmaals dat de omzet in de niet-dagelijkse sector in Wierden vooral in het centrum wordt gehaald.

Tabel 3.2

Marktaandelen aankooplocaties, Wierden (in %; 2015).

	DAGELIJKSE SECTOR	NIET-DAGELIJKSE SECTOR
Anjelierstraat/Dikkensweg	56%	11%
Centrum Wierden	31%	73%
't Loo	7%	0%
Overig Wierden	6%	15%
TOTAAL	100%	100%



3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De detailhandelsomzet in de dagelijkse sector in Wierden is toegenomen, maar in de niet-dagelijkse sector is er sprake van een lichte afname. De totale detailhandelsomzet in Wierden is met 9 procent gestegen ten opzichte van 2010.
- Door deze omzetontwikkeling is het totale omzetaandeel van de dagelijkse sector verder gegroeid. Deze groei is conform ontwikkeling in vergelijkbare kernen. Wel is het omzetaandeel van de dagelijkse sector bovengemiddeld.
- Uit benchmarking blijkt dat de gemiddelde omzet per inwoner in Wierden lager is dan gemiddeld in plaatsen van vergelijkbare omvang. Vooral in de niet-dagelijkse sector is het verschil groot.
- Wanneer we inzoomen op het niveau van aankooplocaties in Wierden dan heeft de Anjelierstraat/Dikkensweg een sterke positie in de dagelijkse sector. Het centrum heeft een iets lagere omzet, bijna gelijk verdeeld over de dagelijkse en 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 Wierden 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 Wierden op een aantal aspecten ook afgezet tegen het gemiddelde beeld van/in vergelijkbare plaatsen.

4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel

Minder vaak meermaals per week

Zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor het winkelen geldt dat de bezoekfrequentie in vergelijking met 2010 licht is afgenomen. Voor de dagelijkse boodschappen geldt dat het gros nog steeds frequent bezoeker is. Maar het aandeel dat vaker dan 1 keer per week boodschappen doet in Wierden is kleiner geworden, terwijl het aandeel wekelijks bezoekers is toegenomen.

Bij het recreatieve winkelen zijn de verschuivingen wat minder groot. De groep die (zeer) weinig winkelt is een paar procent groter geworden, terwijl de categorie die (minimaal) eens per week winkelt in Wierden kleiner geworden is.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie Wierden voor dagelijkse boodschappen en voor winkelen.

	DAGELIJKE BOODSCHAPPEN		WINKELN	
	2010	2015	2010	2015
Meer dan 1 x per week	71%	60%	40%	35%
1 x per week	26%	36%	26%	25%
1-3 x per maand	2%	4%	22%	27%
Minder dan 1 x per maand	0%	0%	12%	13%
TOTAAL	100%	100%	100%	100%

Bezoekmotief

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen of te winkelen in Wierden? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door nabijheid/afstand, parkeermogelijkheden en de kwaliteit van het winkelaanbod. Ten opzichte van 2010 zijn de mogelijkheden om de auto te parkeren en de kwaliteit van het winkelaanbod meer genoemd als bezoekmotief.

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekmotieven:



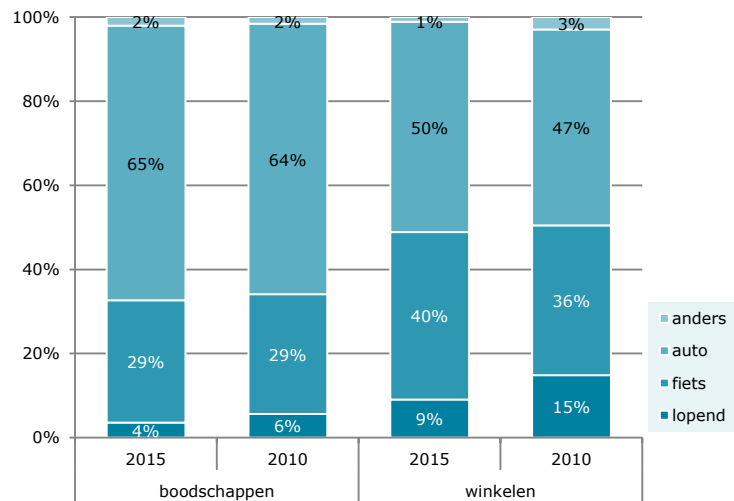
Voor het winkelen geldt dat naast de nabijheid ook de bereikbaarheid van Wierden en de aanwezigheid van bepaalde winkels in veel gevallen een rol spelen in de keuze voor winkelen in Wierden. In 2010 was de 'dominantie' van nabijheid als bezoekmotief groter.

Vervoermiddel

Zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor het winkelen is de auto het meest gebruikte vervoermiddel, gevolgd door de fiets. De verschuivingen in het vervoermiddelgebruik zijn beperkt. De auto heeft heel licht terrein gewonnen. Bezoekers komen minder vaak te voet.

Figuur 4.2

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



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in Wierden 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.

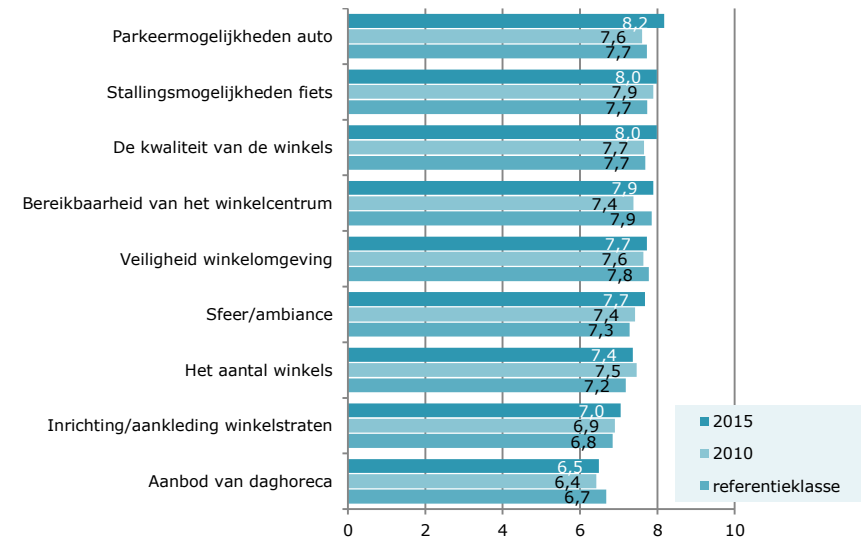
In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in Wierden.

Hoogste waardering voor parkeer- en stallingsmogelijkheden

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen en/of winkelen in Wierden tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. De hoogste cijfers zijn gegeven voor de parkeer- en stallingsmogelijkheden. Met name de parkeermogelijkheden worden ook beter gewaardeerd dan in 2010. Dit geldt overigens ook voor de bereikbaarheid en sfeer/ambiance. Er is geen enkel aspect dat in 2015 meer kritisch beoordeeld wordt dan in 2010. Ook in vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen scoort Wierden relatief goed.

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen Wierden (2010 en 2015).



6 van de 9

aspecten krijgen een hogere waardering dan gemiddeld



4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Bezoekers die hebben aangegeven in Wierden boodschappen te doen, doen dit hoogfrequent, al is het aandeel dat vaker dan 1 keer per week boodschappen doet wel kleiner geworden. Bij het winkelen is de bezoekfrequentie lager, met ook enige verschuiving richting meer laagfrequent bezoek.
- De belangrijkste bezoermotieven voor de dagelijkse boodschappen zijn nabijheid, parkeren en kwaliteit van het winkelaanbod. De parkeermogelijkheden zijn in vergelijking met 2010 meer bepalend in de keuze van de aankooplocatie. Bij winkelen speelt naast nabijheid de aanwezigheid van bepaalde winkels en de bereikbaarheid van winkelvoorzieningen een voorname rol in de keuze voor Wierden. Dit duidt ook op een meer doelgericht winkelgedrag.
- Net als in 2010 is de auto het meest gebruikte vervoermiddel voor zowel boodschappen als winkelen. De keuze voor de auto is in 2015 licht opgelopen ten opzichte van 2010, ten gunste van het te voet komen.
- De winkelvoorzieningen in Wierden worden beter gewaardeerd dan in 2010. Met name de parkeermogelijkheden (hoogste waarderingscijfer), bereikbaarheid en sfeer/ambiance hebben zich qua beoordeling positief ontwikkeld. Ten opzichte van kernen van vergelijkbare omvang hebben de meeste aspecten ook een bovengemiddelde waardering.



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.

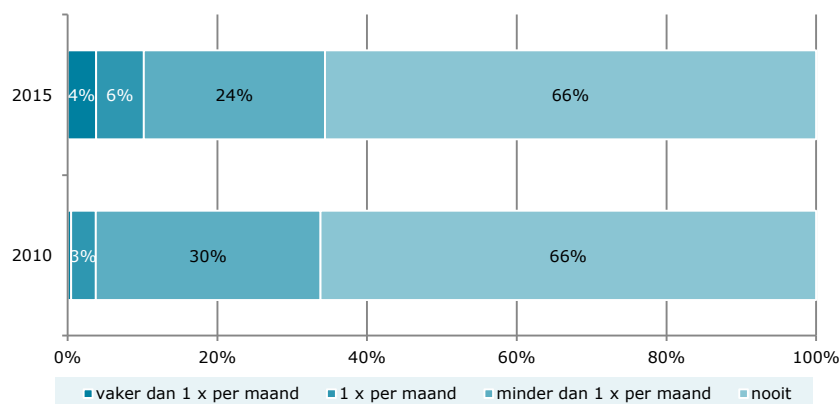
5.2 Koopzondag

Lichte groei bezoek koopzondag

In vijf jaar tijd is de oriëntatie op de zondag als winkeldag toegenomen. Ging in 2010 3 procent minimaal eens per maand op zondag winkelen / inkopen doen, in 2015 is dat aandeel opgelopen tot 10 procent. Het aandeel dat nooit op zondag winkels bezoekt, is wel gelijk gebleven.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners Wierden (2010 en 2015).



Hoewel Wierden zelf geen koopzondag heeft, bezoekt circa 1 op de 3 inwoners wel eens een koopzondag. In meerderheid gaan ze hiervoor naar het centrum van Almelo en Enschede. Daarnaast zijn de Almelose Woonboulevard en het centrum van Hengelo in gelijke mate genoemd.

Ten opzichte van 2010 is het centrum van Almelo in 2015 vaker genoemd.

Tabel 5.1

Top 3 genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015	2010
Centrum Almelo	29%	21%
Centrum Enschede	27%	33%
Woonboulevard Almelo	10%	16%
Centrum Hengelo	10%	15%

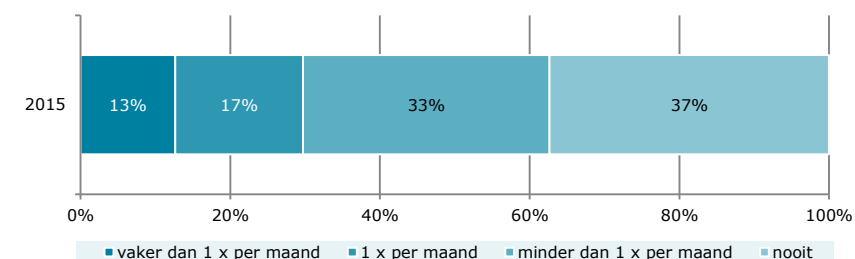
5.3 Koopavond

Een derde bezoekt nooit een koopavond

Op vrijdag is het koopavond in Wierden. In vergelijking met de koopzondag is de oriëntatie op de koopavond groter onder inwoners van Wierden. Bijna een derde gaat (minimaal) eens per maand. Hier staat tegenover dat ook een op de drie inwoners opgeeft nooit op koopavond te winkelen.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners Wierden (2015).



Meest genoemde plaats waar inwoners van Wierden de koopavond bezoeken, is het centrum van Wierden. Andere veelgenoemde aankooplocaties zijn het centrum van Rijssen (12 procent) en het centrum van Almelo (9 procent).





62% bezoekt meestal de koopavond in Wierden

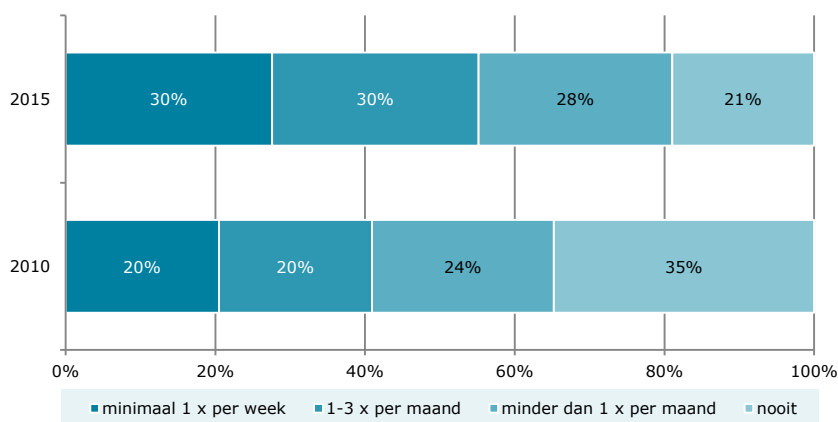
5.4 Markt

Oriëntatie op de markt blijft op niveau

Het aandeel frequente marktbezoekers is tussen 2010 en 2015 gestegen van 20 naar 30 procent. Ongeveer een vijfde van de inwoners van Wierden gaat nooit naar de markt. In 2010 was dit aandeel nog 35 procent.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners Wierden (2010 en 2015).



Een groot deel van de inwoners bezoekt vooral de markt in de eigen woonplaats: 70 procent bezoekt meestal de markt in Wierden. Ook de markt in Almelo is relatief vaak genoemd als bezochte markt.

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015	2010
Markt Wierden	70%	68%
Markt Almelo	16%	19%
Markt Rijssen	5%	4%

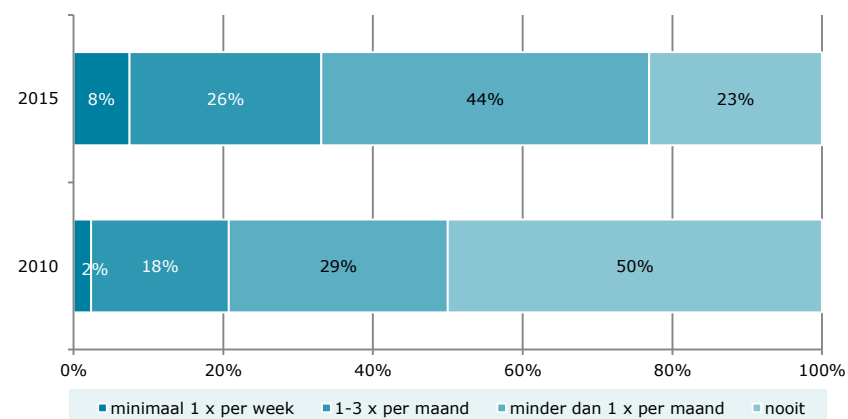
5.5 Online winkelen

Inwoners Wierden kopen vaker via internet

Het gebruik van internet als aankoopkanaal voor winkelen is toegenomen. Dit blijkt niet alleen uit de toegenomen omzetafvloeiing naar internet. Ook de gemiddelde frequentie waarmee artikelen via internet worden gekocht, is toegenomen. In 2010 deed de helft van de consumenten nooit aankopen via internet. In vijf jaar tijd is dit aandeel afgenomen tot 23 procent.

Figuur 5.4

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

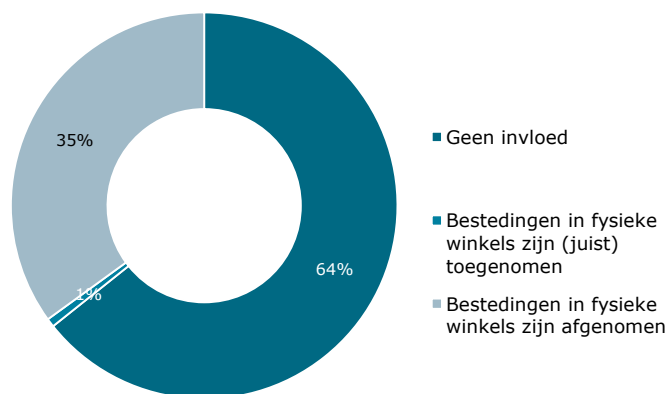


Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

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. Twee derde geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat 35 procent opgeeft door de door groei van het online winkelaanbod minder te besteden in fysieke winkels. Hoewel het hier om beleving (zelfopgave) gaat, blijkt hieruit nogmaals de invloed van internet op het winkelgedrag.

Figuur 5.5

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



5.6 Benchmarking

In de vorige paragrafen is ingezoomd op verschillende aanvullende winkel mogelijkheden. Afsluitend vergelijken we Wierden 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 Wierden bezoeken relatief vaak winkels tijdens koopavond en gaan verhoudingsgewijs in sterkere mate naar de markt. Het aandeel dat frequent iets via internet koopt is kleiner dan het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

Figuur 5.6

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



5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de zondag als winkeldag is in de afgelopen vijf jaar toegenomen, maar is nog steeds relatief beperkt. Twee derde deel van de inwoners van Wierden bezoekt nooit een koopzondag. Als men wel een koopzondag bezoekt, doet men dat vooral in het centrum van Almelo en van Enschede, waar winkels respectievelijk 1 en 2 keer per maand op zondag open (mogen) zijn.
- De oriëntatie op de koopavond is groter: 30 procent gaat minimaal eens per maand tijdens een koopavond winkelen. Men bezoekt dan voornamelijk het centrum van Wierden.
- De oriëntatie op de markt is gegroeid ten opzichte van 2010. Zes op de tien inwoners van Wierden bezoeken minstens eens per maand de markt (2010 nog minder dan de helft). Naast de 'eigen' centrummarkt in Wierden is er ook oriëntatie op de markt in Almelo.
- Een derde van de inwoners van Wierden doet een keer per maand of vaker een aankoop via internet. Van de inwoners die hebben aangegeven online te winkelen zegt 35 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

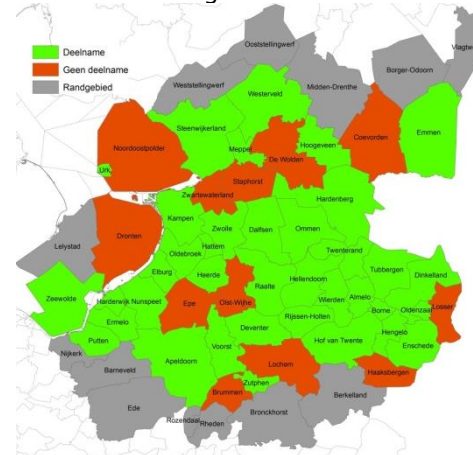
De enquête is voor het grootste deel afgenomen via internet. Daarbij is gebruik gemaakt van een aantal panels en is op basis van een aselechte steekproef web respons geworven. Een beperkt deel van het veldwerk heeft plaatsgevonden door middel van telefonische enquêtering; vooral bedoeld om 'gaten' in 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 geënuquêteerd. Daarnaast zijn ook in de niet-deelnemende gemeenten enquêtes afgenomen zodat deelnemende gemeenten een volledig zicht krijgen op de kooporiëntatie.

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

Het onderzoeksgebied:



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

Bestedingscijfers

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

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

2

BIJLAGE

Begrippenkader



Bijlage 2. Begrippenkader

Aankoopplaats (aankooplocatie)

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

Afvloeiing (koopkrachtafvloeiing)

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

Artikelgroepen

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

Bestedingspotentieel

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

Binding (koopkrachtbinding)

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

Detailhandelsomzet (draagvlak)

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

Koopstroom

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

Toevloeiing (koopkrachttoevloeiing)

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

Winkelen

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



3

BIJLAGE

Binding en toevloeiing per branche



Bijlage 3. Binding en toevloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en toevloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Wierden	75%
Overig gemeente Wierden	5%
Almelo	11%
Twenterand	5%
Hellendoorn	2%
Rijssen-Holten	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Wierden	73%
Overig gemeente Wierden	4%
Almelo	10%
Twenterand	5%
Hellendoorn	4%
Rijssen-Holten	2%
Uelsen (D)	1%
Hof van Twente	1%
Overig	2%

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en toevloeiing kleding.

KERN	%
Kern Wierden	66%
Overig gemeente Wierden	2%
Almelo	14%
Twenterand	6%
Hellendoorn	6%
Rijssen-Holten	1%
Enschede	1%
Deventer	1%
Hof van Twente	1%
Hardenberg	1%
Hengelo	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 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Wierden	52%
Overig gemeente Wierden	3%
Almelo	15%
Twenterand	9%
Hellendoorn	7%
Rijssen-Holten	7%
Hof van Twente	3%
Tubbergen	1%
Dinkelland	1%
Dalfsen	1%
Hardenberg	1%
Enschede	1%
Overig	1%

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Wierden	79%
Overig gemeente Wierden	6%
Almelo	7%
Twenterand	4%
Hellendoorn	2%
Rijssen-Holten	1%
Enschede	1%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Wierden	81%
Overig gemeente Wierden	6%
Almelo	6%
Rijssen-Holten	4%
Hellendoorn	1%
Twenterand	1%
Kampen	1%
Hof van Twente	1%

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en toevloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Wierden	80%
Overig gemeente Wierden	5%
Almelo	7%
Twenterand	4%
Rijssen-Holten	2%
Kampen	1%
Hellendoorn	1%

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

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en toevloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Wierden	84%
Overig gemeente Wierden	4%
Almelo	6%
Twenterand	2%
Hellendoorn	2%
Rijssen-Holten	1%
Hengelo	1%
Overig	1%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Wierden	71%
Overig gemeente Wierden	5%
Almelo	8%
Twenterand	7%
Hellendoorn	4%
Uelsen (D)	3%
Rijssen-Holten	1%
Overig	1%

4

BIJLAGE

Binding en afvloeiing per branche



Bijlage 4. Binding en afvloeiing per branche

Tabel 1

Procentuele verdeling binding en afvloeiing dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Wierden	91%
Overig gemeente Wierden	1%
Almelo	3%
Rijssen-Holten	3%
Hellendoorn	1%
Overig	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern Wierden	37%
Overig gemeente Wierden	2%
Almelo	19%
Hengelo	11%
Rijssen-Holten	10%
Enschede	4%
Hellendoorn	4%
Twenterand	3%
Oldenzaal	1%
Internet e.d.	7%
Overig	3%

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

Tabel 3

Procentuele verdeling binding en afvloeiing kleding.

KERN	%
Kern Wierden	31%
Overig gemeente Wierden	5%
Rijssen-Holten	18%
Almelo	17%
Enschede	10%
Hengelo	4%
Hellendoorn	4%
Internet e.d.	7%
Overig	4%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

KERN	%
Kern Wierden	33%
Overig gemeente Wierden	1%
Almelo	21%
Rijssen-Holten	20%
Hengelo	5%
Enschede	5%
Hellendoorn	3%
Apeldoorn	1%
Internet e.d.	8%
Overig	3%



Tabel 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern Wierden	65%
Overig gemeente Wierden	0%
Rijssen-Holten	10%
Almelo	8%
Hengelo	7%
Enschede	2%
Hellendoorn	1%
Internet e.d.	6%
Overig	2%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern Wierden	26%
Overig gemeente Wierden	1%
Hengelo	35%
Almelo	8%
Hellendoorn	8%
Rijssen-Holten	4%
Enschede	2%
Haaksbergen	1%
Twenterand	1%
Internet e.d.	14%
Overig	1%

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

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en afvloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern Wierden	21%
Overig gemeente Wierden	0%
Almelo	23%
Twenterand	16%
Hengelo	14%
Rijssen-Holten	8%
Hellendoorn	3%
Oldenzaal	3%
Zutphen	2%
Enschede	1%
Internet e.d.	5%
Overig	3%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern Wierden	52%
Overig gemeente Wierden	0%
Almelo	33%
Rijssen-Holten	7%
Hellendoorn	4%
Hengelo	1%
Internet e.d.	2%
Overig	1%



Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern Wierden	63%
Overig gemeente Wierden	1%
Almelo	30%
Rijssen-Holten	2%
Dinkelland	1%
Twenterand	1%
Overig	2%