

KIJKEN, KIJKEN NAAR KOPEN

RAPPORT KERN 'T HARDE

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015

Oktober 2015

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2015/145

Datum

Oktober 2015

Opdrachtgever

Gemeente Elburg

Auteurs

Thijs Lenderink
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.....	37



1

HOOFDSTUK

Kort vooraf



1. Kort vooraf

1.1 De winkelwereld is veranderd

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

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

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

In 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 Elburg zijn 461 huishoudens geïnterviewd, waarvan in kern 't Harde 220.



**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 't Harde 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 't Harde 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 't Harde – 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 't Harde, gaat het bij het bestedingspotentieel om alle detailhandelsbestedingen van inwoners die gedaan worden in winkels (in of buiten 't Harde) maar bijvoorbeeld ook op de markt, of via internet.

Het bestedingspotentieel is opgebouwd uit bestedingen door inwoners van 't Harde gedaan in 't Harde 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

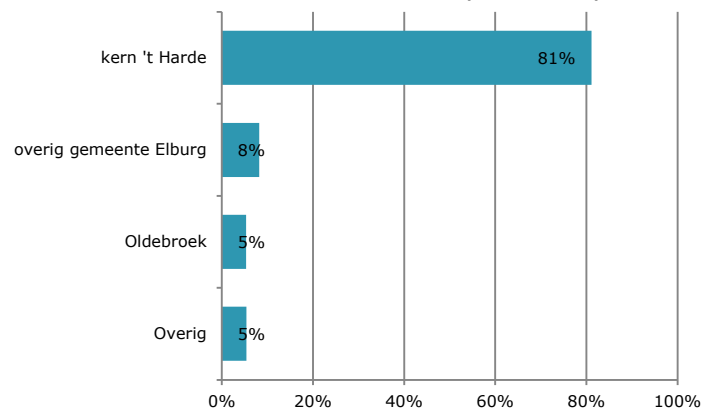
2.1 Dagelijkse sector

Meeste dagelijkse aankopen in eigen kern

Vier vijfde van de omzet aan dagelijkse artikelen (81 procent) in de kern 't Harde is afkomstig van de eigen inwoners. Daarnaast trekt 't Harde ook (enige) omzet aan uit het overige deel van de gemeente Elburg en gemeente Oldebroek.

Figuur 2.1

Waar komt de omzet in 't Harde vandaan? (in %; 2015).



Tabel 2.1

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

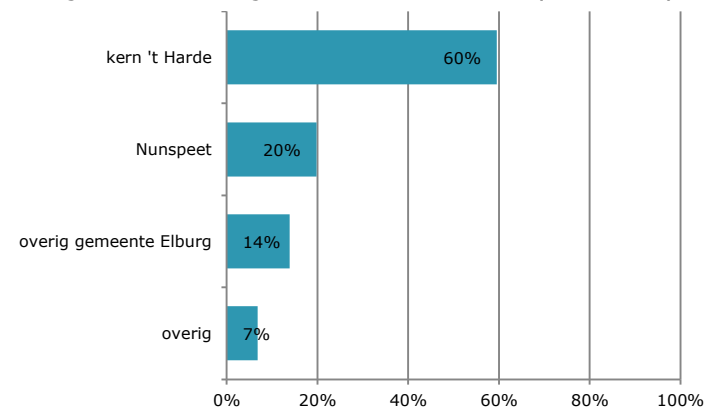
	ABS	%
Omzet uit eigen kern (binding)	10,4	81%
Toevloeiing ov. gemeente Elburg	1,0	8%
Toevloeiing ov. Nederland	1,4	11%
TOTALE OMZET	12,8	100%

Koopkrachtafvloeiing vooral naar Nunspeet

Inwoners van 't Harde doen hun dagelijkse boodschappen voor het grootste deel in de eigen woonplaats. Daarnaast is er afvloeiing naar Nunspeet (20%) en het overig deel van de gemeente Elburg (14%).

Figuur 2.2

Waar gaan de bestedingen uit 't Harde naar toe? (in %; 2015).



Tabel 2.2

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

	ABS	%
Binding	10,4	60%
Afvloeiing ov. gemeente Elburg	2,4	14%
Afvloeiing ov. Nederland	4,6	26%
Afvloeiing internet e.d.	0,0	0%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	17,5	100%

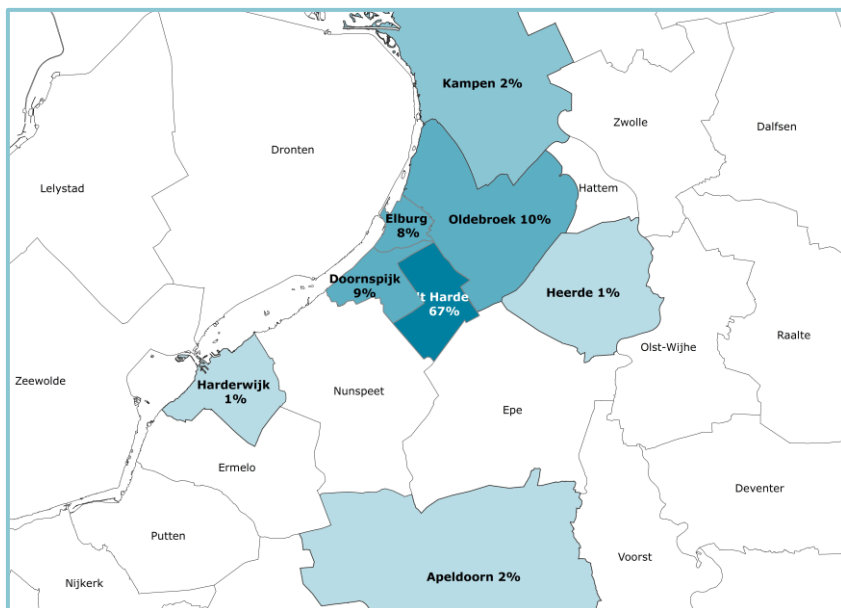
2.2 Niet-dagelijkse sector

Toevloeiing uit overig deel gemeente Elburg

Voor de niet-dagelijkse omzet in 't Harde geldt dat 67 procent afkomstig is uit 't Harde zelf. Daarnaast is 17 procent afkomstig uit het overige deel van de gemeente Elburg en 10 procent uit Oldebroek.

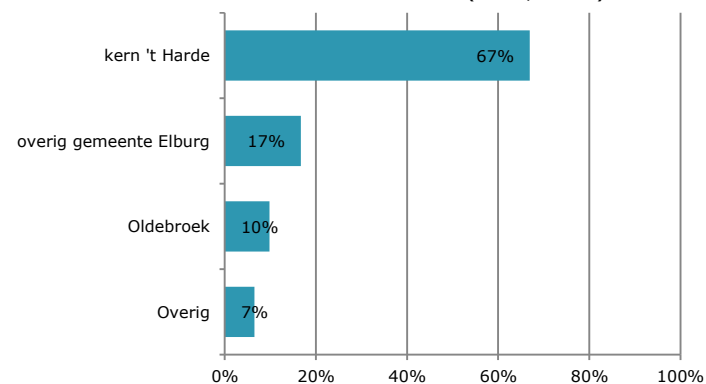
Figuur 2.3

Waar komt de omzet in 't Harde vandaan? (in %; 2015).



Figuur 2.4

Waar komt de omzet in 't Harde vandaan? (in %; 2015).



Tabel 2.3

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

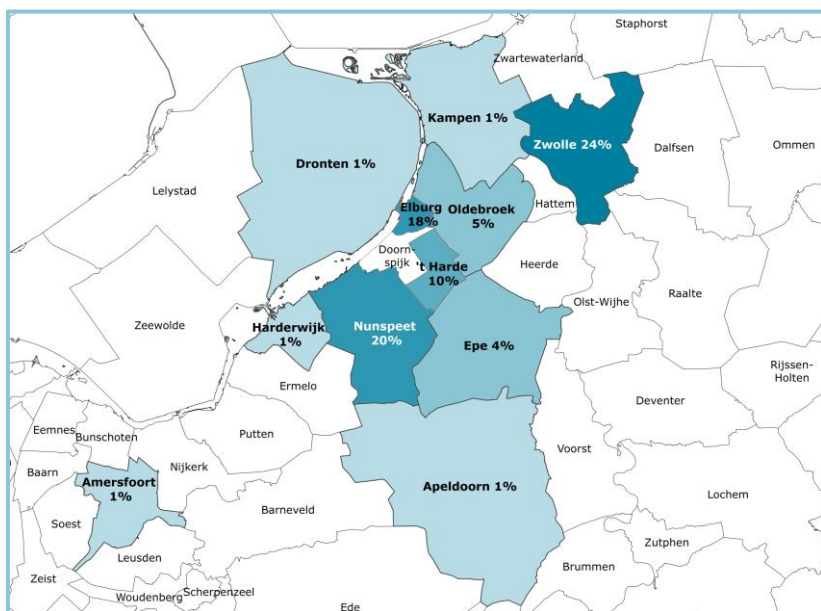
	ABS	%
Omzet uit eigen kern (binding)	1,6	67%
Toevloeiing ov. gemeente Elburg	0,4	17%
Toevloeiing ov. Nederland	0,4	16%
TOTALE OMZET	2,4	100%

Inwoners 't Harde sterk georiënteerd op Zwolle en Nunspeet

Ten opzichte van de dagelijkse sector zijn inwoners van 't Harde voor de bestedingen in de niet-dagelijkse sector sterker georiënteerd op aankooplocaties buiten de eigen woonplaats. Er is met name afvloeïng naar Zwolle (24%) en Nunspeet (20%). Ook doen inwoners van 't Harde een deel van hun niet-dagelijkse bestedingen in het overig deel van de gemeente Elburg (18%).

Figuur 2.5

Waar gaan de bestedingen uit 't Harde naar toe? (in %; 2015).

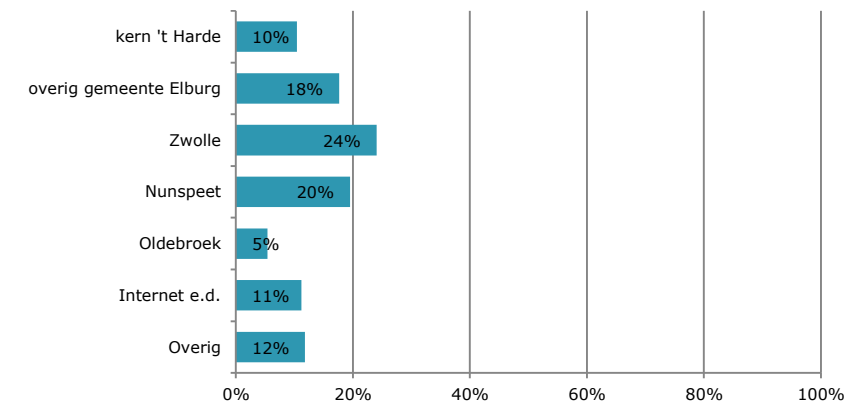


Binding & afvloeïng niet-dagelijkse sector

De afvloeïng naar internet is in de niet-dagelijkse sector met ruim 11 procent aanzienlijk groter dan in de dagelijkse sector. De koopkrachtafvloeïng naar internet bedraagt in de niet-dagelijkse sector € 1,7 miljoen.

Figuur 2.6

Waar gaan de bestedingen uit 't Harde naar toe? (in %; 2015).



Tabel 2.4

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

	ABS	%
Binding	1,6	10%
Afvloeïng ov. gemeente Elburg	2,8	18%
Afvloeïng ov. Nederland	9,5	61%
Afvloeïng internet e.d.	1,7	11%
TOTAAL BESTEDINGSPOTENTIEEL	15,6	100%

Inzoom op niet-dagelijkse branches

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

Binnen de niet-dagelijkse sector heeft de artikelgroep bloemen en planten de hoogste binding met 48 procent. Voor de andere artikelgroepen is het bindingspercentage (veel) kleiner, wat betekent dat inwoners hun niet-dagelijkse bestedingen voornamelijk buiten 't Harde doen.

Tabel 2.5

Binding & toevloeiing niet-dagelijkse sector (2015).

x € miljoen	BINDING	TOEVLOEIING	TOTALE OMZET
Kleding	0,1	0,0	0,1
Schoenen	0,0	0,0	0,0
Huishoudelijke artikelen	0,0	0,0	0,0
Elektronica	0,0	0,1	0,1
Woninginrichting	0,3	0,3	0,6
Doe-het-zelf	0,2	0,0	0,3
Bloemen en planten	0,9	0,3	1,3
TOTAAL	1,6	0,8	2,4

KORTE TOELICHTING:

- IN **TABEL 2.5** IS DE TOTALE OMZET IN DE NIET-DAGELIJKE SECTOR IN 'T HARDE 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 'T HARDE 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 alle artikelgroepen geldt dat de afvloeiing groter is dan de binding. Inwoners van 't Harde doen hun niet-dagelijkse bestedingen relatief vaak buiten de eigen kern.

Tabel 2.6

Binding & afvloeiing niet-dagelijkse sector (2015).

x € miljoen	BINDING	AFVLOEIING	TOTAAL BESTEDINGS-POTENTIEEL
Kleding	0,1	4,5	4,6
Schoenen	0,0	1,0	1,0
Huishoudelijke artikelen	0,0	1,2	1,3
Elektronica	0,0	2,7	2,8
Woninginrichting	0,3	2,2	2,5
Doe-het-zelf	0,2	1,3	1,5
Bloemen en planten	0,9	1,0	2,0
TOTAAL	1,6	14,0	15,6

Tabel 2.7

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

In %	BINDINGSPERCENTAGE	AANDEEL TOEVLOEIING IN TOTALE OMZET
Kleding	2%	18%
Schoenen	0%	100%
Huishoudelijke artikelen	0%	69%
Elektronica	1%	71%
Woninginrichting	12%	49%
Doe-het-zelf	15%	15%
Bloemen en planten	48%	26%
TOTAAL	10%	33%

2.3 Vergelijking oriëntatie op eigen kern

De mate waarin 't Harde 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 5.000-10.000 inwoners heeft 't Harde in de dagelijkse sector in 2015 een relatief lage koopkrachtbinding.

De niet-dagelijkse sector heeft in vergelijking met de referentieklassse ook een relatief lage koopkrachtbinding.

Binnen deze sector hebben vooral de artikelgroepen kleding, schoenen, huishoudelijke artikelen en elektronica in 't Harde nauwelijks een lokale verzorgingsfunctie.

Tabel 2.8

Bindingspercentage kern 't Harde vergeleken (2015).

	'T HARDE	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	60%	71%
Niet-dagelijkse sector	10%	29%
- Kleding	2%	16%
- Schoenen	0%	22%
- Huishoudelijke artikelen	0%	38%
- Elektronica	1%	32%
- Woninginrichting	12%	20%
- Doe-het-zelf	15%	42%
- Bloemen en planten	48%	58%

2.4 Toevloeiing versus afvloeiing

De kern 't Harde 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 groter dan toevloeiing

Alle niet-dagelijkse artikelgroepen hebben te maken met meer koopkrachtafvloeiing dan toevloeiing. De aangetrokken koopkracht van buiten de eigen plaats is dus kleiner dan het koopkrachtverlies.

In alle artikelgroepen is de afvloeiing naar overige plaatsen in Nederland (buiten de gemeente) groter dan de afvloeiing naar het internet.

Tabel 2.9

Toe- en afvloeiing per artikelgroep, 't Harde (milj. €; 2015).

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

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



Afvoeiing naar internet goed zichtbaar

In het vorige paragrafen hebben we gezien wat de invloed is van internet op de koopstromen. De totale afvoeiing naar internet bedraagt in 't Harde in 2015 zo'n € 1,7 miljoen. De mate waarin gebruik wordt gemaakt van internet als aankoopkanaal varieert niet alleen naar branche. Ook naar kern is onderscheid zichtbaar (wat mede kan samenhangen met bijvoorbeeld leeftijdsopbouw en stedelijkheidsgraad).

Wanneer de online kooporiëntatie in 't Harde vergeleken wordt met het gemiddelde in kernen van vergelijkbare omvang dan kopen inwoners van 't Harde gemiddeld meer artikelen via internet. Vooral bij elektronica wordt relatief vaak voor internet gekozen als 'aankoopplaats'. Zo is 22 procent van de bestedingen in een webwinkel gedaan.

<u>BESTEDINGSAANDEEL VAN INTERNET (2015)</u>	'T HARDE	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	0%	0%
Niet-dagelijkse sector	11%	9%
- Kleding	13%	14%
- Schoenen	15%	10%
- Huishoudelijke artikelen	6%	6%
- Elektronica	22%	14%
- Woninginrichting	8%	8%
- Doe-het-zelf	4%	3%
- Bloemen en planten	1%	1%

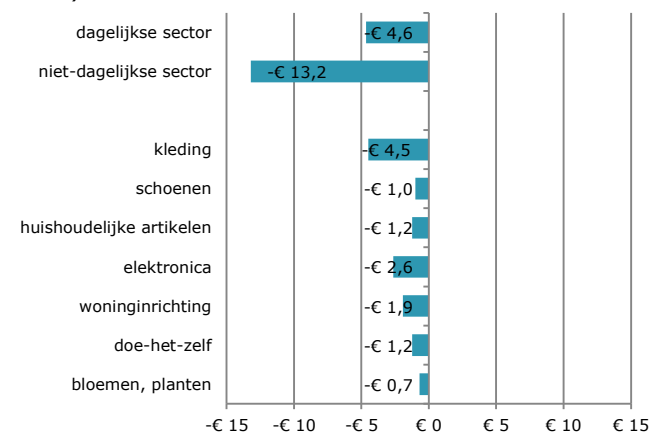
Koopstromensaldo per sector

Op basis van onder meer tabel 2.9 is reeds te concluderen dat in 2015 de niet-dagelijkse sector in 't Harde te maken heeft met meer koopkrachtafvoeiing dan koopkrachttoevoeiing. De onderstaande figuur toont het 'koopstromensaldo'.

Zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector gaan er meer consumentenbestedingen naar 'buiten' dan dat er binnenkomen. In de artikelgroep bloemen en planten is het koopstromensaldo het minst negatief.

Figuur 2.7

Saldo toevoeiing minus afvoeiing per sector en artikelgroep, 't Harde (milj. €; 2015).



2.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- In de dagelijkse sector blijft het gros van de detailhandelsbestedingen van inwoners binnen de kern 't Harde (60 procent). Daarnaast is er afvloeiing naar Nunspeet (20%) en het overig deel van de gemeente Elburg (14%).
- In de niet-dagelijkse sector is de binding veel minder groot (10 procent). Inwoners van 't Harde zijn voor de niet-dagelijkse bestedingen voornamelijk georiënteerd op Zwolle (24%) en Nunspeet (20%). Ook doen inwoners van 't Harde een deel van hun niet-dagelijkse bestedingen in het overig deel van de gemeente Elburg (18%). Daarnaast bedraagt de koopkrachtafvloeiing naar internet € 1,7 miljoen (11%).
- Als we kijken naar de herkomst van de in 't Harde gerealiseerde omzet in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector is deze grotendeels afkomstig uit 't Harde zelf. Daarnaast komt een deel van de omzet uit het overig deel van de gemeente Elburg en Oldebroek.
- Binnen de niet-dagelijkse sector heeft de artikelgroep bloemen en planten de hoogste binding met 48 procent. De binding in andere artikelgroepen is duidelijk lager (<20%). Bestedingen in deze artikelgroepen worden door inwoners van 't Harde vooral elders gedaan.
- Elektronica wordt door de inwoners van 't Harde relatief het meest online gekocht. De mate waarin inwoners van 't Harde aankopen doen via internet ligt iets boven het gemiddelde van referentiekernen.
- Zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector gaan er meer consumentenbestedingen naar 'buiten' dan dat er binnenkomen. Het koopstromensaldo is dus negatief.

3

HOOFDSTUK

Economisch functioneren



3. Economisch functioneren

3.1 Inleiding

Een belangrijk element om te komen tot detailhandelsbeleid is inzicht verkrijgen in het economisch functioneren van de detailhandel. In hoofdstuk 2 is een (ruimtelijk) beeld geschetst van de kooporiëntatie op en vanuit 't Harde. 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.

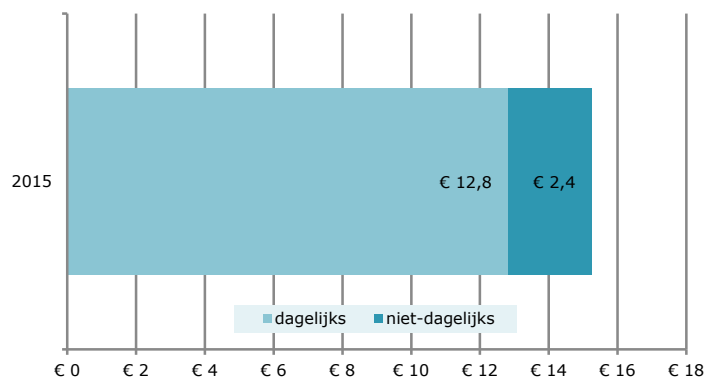
3.2 Detailhandelsomzet

Totale omzet in 't Harde

De totale detailhandelsomzet in 't Harde bedraagt in 2015 € 15,2 miljoen. Hiervan is € 12,8 miljoen gegenereerd door de dagelijkse sector en € 2,4 miljoen door de niet-dagelijkse sector.

Figuur 3.1

Detailhandelsomzet in 't Harde voor dagelijkse en niet-dagelijkse sector (milj. €; 2015).

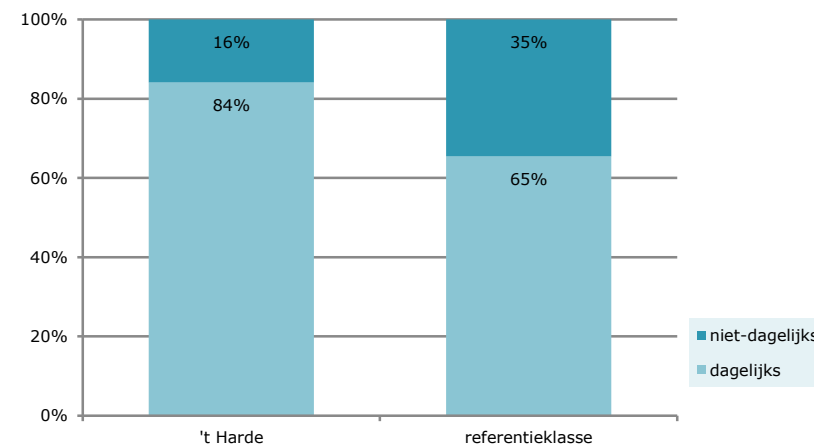


Grootste deel omzet afkomstig van dagelijkse sector

De dagelijkse sector (84 procent) neemt het overgrote deel van de detailhandelsomzet in 't Harde voor haar rekening. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is in 't Harde verhoudingsgewijs groter dan in kernen van vergelijkbare omvang.

Figuur 3.2

Omzetaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse sector, 't Harde (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 't Harde is de omzet per inwoner in de dagelijkse sector lager dan in de referentieklass. Ook de gemiddelde omzet per inwoner in de niet-dagelijkse sector ligt onder het niveau van plaatsen van vergelijkbare omvang. Hierdoor ligt de totale omzet per inwoner onder het vergelijkingscijfer.



Tabel 3.1

Gemiddelde detailhandelsomzet per inwoner (€; 2015).

	'T HARDE	REFERENTIEKLASSE
Dagelijkse sector	1.940	2.930
Niet-dagelijkse sector	380	1.570
- Kleding	30	380
- Schoenen	0	90
- Huishoudelijke artikelen	0	130
- Elektronica	20	280
- Woninginrichting	90	170
- Doe-het-zelf	40	170
- Bloemen en planten	190	350
TOTALE OMZET PER INWONER	2.320	4.500

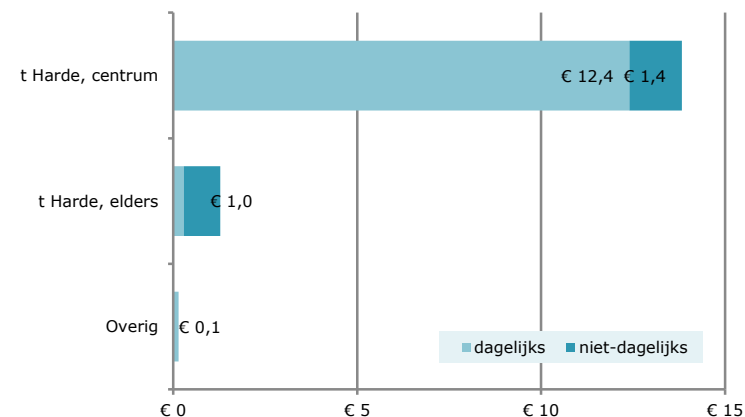
3.3 Detailhandelsomzet aankooplocaties

Grootste deel omzet landt in het centrum van 't Harde

Als we kijken naar de onderscheiden aankooplocaties in 't Harde dan is de meeste detailhandelsomzet gegenereerd door het centrum. De dagelijkse sector heeft hierin de grootste bijdrage. Bij 't Harde elders ligt het accent sterker op de niet-dagelijkse sector.

Figuur 3.3

Detailhandelsomzet aankooplocaties, kern 't Harde (miljoen €; 2015).



In tabel 3.2 zijn de marktaandelen van de aankooplocaties voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector weergegeven. Hieruit blijkt dat het centrum van 't Harde domineert in de dagelijkse sector. In de niet-dagelijkse sector heeft, behalve het centrum, ook 't Harde elders een aanzienlijk marktaandeel (41%).

Tabel 3.2

Marktaandelen aankooplocaties, 't Harde (in %; 2015).

	DAGELIJKSE SECTOR	NIET-DAGELIJKSE SECTOR
't Harde, centrum	97%	59%
't Harde, elders	2%	41%
Overig	1%	0%
TOTAAL	100%	100%

3.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De totale detailhandelsomzet in 't Harde bedraagt in 2015 € 15,2 miljoen. Hiervan is € 12,8 miljoen (84%) gegenereerd door de dagelijkse sector en € 2,4 miljoen (16%) door de niet-dagelijkse sector. Het omzetaandeel van de dagelijkse sector is in 't Harde verhoudingsgewijs groter dan in kernen van vergelijkbare omvang.
- Uit benchmarking blijkt dat de gemiddelde omzet per inwoner in 't Harde relatief lager is dan gemiddeld in plaatsen van vergelijkbare omvang. Zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector wordt gemiddeld minder omzet per inwoner gegenereerd.
- Wanneer we inzoomen op het niveau van aankooplocaties in 't Harde dan zien we dat het centrum domineert in de dagelijkse sector. In de niet-dagelijkse sector heeft overig 't Harde, behalve het centrum, een aanzienlijk marktaandeel.



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 't Harde boodschappen doet. Wat zijn de bezoekmotieven, hoe vaak worden winkelvoorzieningen bezocht en hoe worden ze beoordeeld? Daarnaast wordt 't Harde op een aantal aspecten ook afgezet tegen het gemiddelde beeld van/in vergelijkbare plaatsen. Er zijn te weinig respondenten die in 't Harde (meestal) winkelen om uitspraken te kunnen doen over het winkelgedrag van consumenten in 't Harde.

4.2 Bezoekfrequentie, -motief en vervoermiddel

Bezoekfrequentie boodschappen

Voor de dagelijkse boodschappen geldt dat de groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in 't Harde doet, voor het overgrote deel hoofdfrequent bezoeker is. Zo doet 73 procent meer dan 1 keer per week boodschappen in 't Harde.

Tabel 4.1

Bezoekfrequentie 't Harde voor dagelijkse boodschappen.

DAGELIJKE BOODSCHAPPEN	
Meer dan 1 x per week	73%
1 x per week	24%
1-3 x per maand	3%
Minder dan 1 x per maand	0%
TOTAAL	100%

Bezoekmotief

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen in 't Harde? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door nabijheid/afstand, bereikbaarheid en lage prijs. Hiervan wordt nabijheid (87%) veruit het meest genoemd.

Figuur 4.1

Top 3 van bezoekmotieven boodschappen:

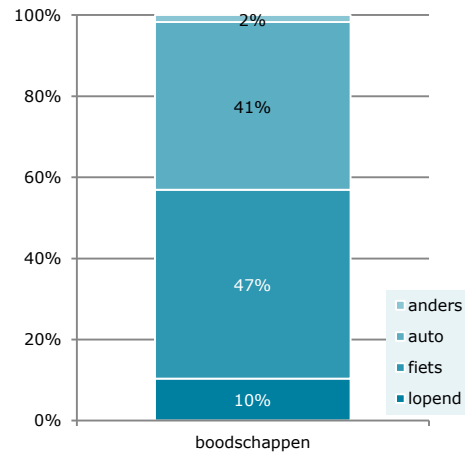


Vervoermiddel

Voor de dagelijkse boodschappen zijn de fiets (47%) en de auto (41%) de meest gebruikte vervoermiddelen in 't Harde. Daarnaast komt 10 procent te voet.

Figuur 4.2

Vervoermiddelgebruik voor boodschappen, 't Harde (2015).



4.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Hoe tevreden consumenten zijn met de winkelvoorzieningen in 't Harde 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.

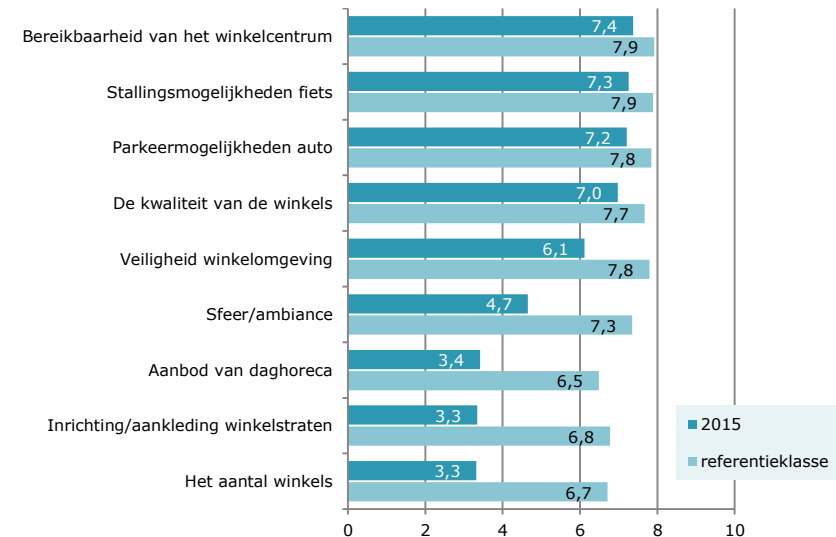
In figuur 4.3 is de waardering af te lezen voor de winkelvoorzieningen in 't Harde.

Matige tevredenheid over winkelvoorzieningen

Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen in 't Harde matig tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor de bereikbaarheid van het winkelcentrum. Vier aspecten krijgen een onvoldoende, waaronder de inrichting c.q. aankleding van winkelstraten en het aantal winkels. In vergelijking met de gemiddelde beoordelingscijfers van kernen met vergelijkbare inwonertallen scoort 't Harde relatief matig. Geen van de aspecten krijgt een hogere waardering dan gemiddeld.

Figuur 4.3

Waardering winkelvoorzieningen 't Harde (2015).



4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Voor de dagelijkse boodschappen geldt dat de groep consumenten die de dagelijkse boodschappen in 't Harde doet, voor het overgrote deel hoogfrequente bezoeker is. Zo doet 73 procent meer dan 1 keer per week boodschappen in 't Harde.
- Het belangrijkste motief om boodschappen te doen in 't Harde is nabijheid/afstand. Dit motief wordt veruit het meest genoemd (87%). Bereikbaarheid en lage prijs behoren daarnaast tot de top 3 meest genoemde bezoekredenen.
- De auto en de fiets zijn de meest gebruikte vervoermiddelen om boodschappen te doen in 't Harde.
- Over het geheel gezien zijn consumenten die boodschappen doen in 't Harde matig tevreden over de diverse aspecten van de winkelvoorzieningen. Het hoogste cijfer is gegeven voor de bereikbaarheid van het winkelcentrum. Vier aspecten krijgen een onvoldoende, waaronder de inrichting c.q. aankleding van winkelstraten en het aantal winkels.



5

HOOFDSTUK

Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden



5. Oriëntatie op aanvullende winkelmogelijkheden

5.1 Inleiding

Het laatste hoofdstuk beschouwt vanuit het inwonerperspectief de oriëntatie op de warenmarkt, de koopavond en -zondag. Ook wordt de mate van online winkelen verder uitgelicht.

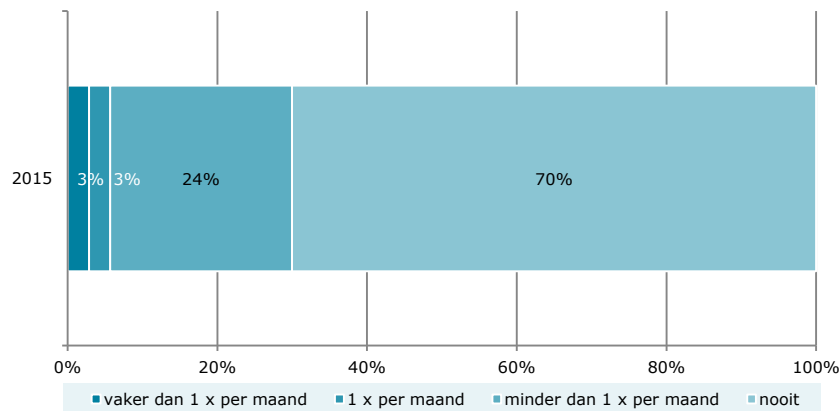
5.2 Koopzondag

Bezoek koopzondag beperkt

De oriëntatie op de zondag als winkeldag is onder inwoners van 't Harde relatief klein. In totaal gaat 6 procent minimaal eens per maand op zondag naar de winkel. Zeven van de tien inwoners bezoeken nooit de koopzondag.

Figuur 5.1

Bezoekfrequentie koopzondag, inwoners 't Harde (2015).



Circa 3 op de 10 inwoners bezoeken wel eens een koopzondag. Zij gaan hiervoor wel naar een andere plaats, namelijk Zwolle (63%).

Tabel 5.1

Meest genoemde aankooplocaties voor bezoek koopzondag (% genoemd)

	2015
Zwolle, Centrum	63%
Overig	37%

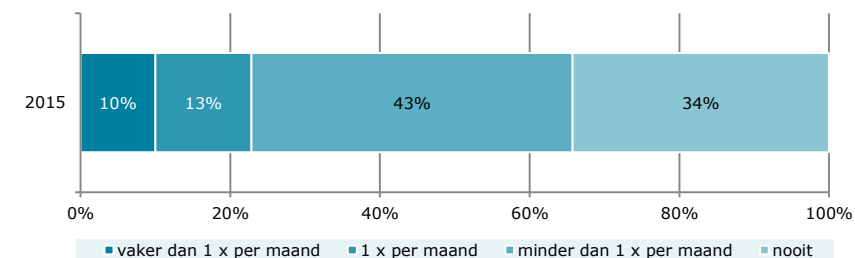
5.3 Koopavond

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, waaronder in 't Harde op vrijdag. In vergelijking met de koopzondag is de oriëntatie op de koopavond groter onder inwoners van 't Harde. Ongeveer een kwart gaat (minimaal) eens per maand. Een op de drie inwoners geeft op nooit op koopavond te winkelen.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie koopavond, inwoners 't Harde (2015).



Meest genoemde plaatsen waar inwoners van 't Harde de koopavond bezoeken, zijn 't Harde (30 procent) en Nunspeet (30 procent). Daarnaast wordt het centrum van Zwolle relatief vaak genoemd (25 procent).



30% bezoekt meestal de koopavond in 't Harde



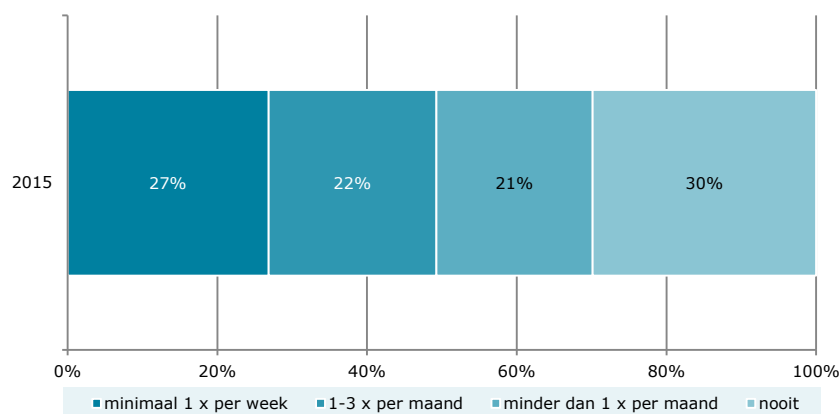
5.4 Markt

Bezoekfrequentie warenmarkt

Bijna de helft van de inwoners van 't Harde gaat minimaal eens per maand naar de markt (49 procent). Het aandeel inwoners dat nooit naar de markt gaat, is 30 procent.

Figuur 5.3

Bezoekfrequentie warenmarkt, inwoners 't Harde (2015).



Een groot deel van de inwoners bezoekt vooral de markt in Elburg ('t Schootsveld) en Nunspeet.

Tabel 5.2

Top 3 genoemde plaatsen bij warenmarktbezoek (% genoemd)

	2015
Elburg ('t Schootsveld)	51%
Nunspeet, Markt	20%

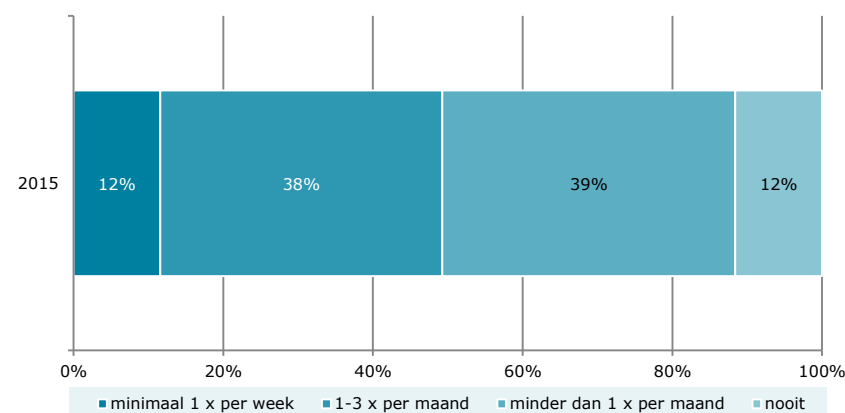
5.5 Online winkelen

Inwoners 't Harde kopen vaak via internet

In het algemeen geldt dat het gebruik van internet als aankoopkanaal voor winkelen is toegenomen. Dit blijkt niet alleen uit de omzetafvloeiing naar internet. Ook de gemiddelde frequentie waarmee artikelen via internet worden gekocht, toont de sterke oriëntatie op online winkelen. Het aandeel inwoners dat nooit iets via internet koopt, is namelijk klein (12 procent). De helft koopt minimaal eens per maand een artikel via internet.

Figuur 5.4

Aankoopfrequentie artikelen via internet, inwoners kern 't Harde (2015).



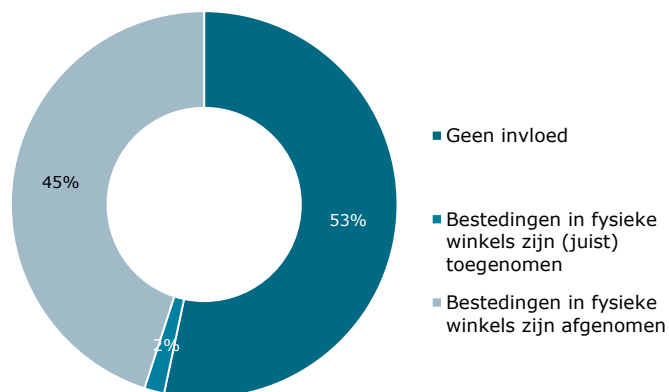
Invloed online shoppen op (fysiek) winkelbezoek

Aan de inwoners die hebben aangegeven (wel eens) via internet detailhandelsaankopen te doen, is gevraagd wat de invloed van de groei van het online winkelaanbod op de bestedingen is. Ongeveer de helft geeft aan dat dit geen invloed heeft op de kooporiëntatie op fysieke winkels. Daar staat tegenover dat 45 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

Involed 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 't Harde 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 't Harde bezoeken relatief minder vaak winkels op zondag en bezoeken verhoudingsgewijs in iets mindere mate de koopavond. Het warenmarktbezoek ligt boven het niveau in referentiekernen. Het aandeel dat frequent iets via internet koopt, ligt eveneens boven het gemiddelde aandeel in referentiekernen.

Figuur 5.6

Aandeel (minimaal) maandelijks, 't Harde vergeleken met referentiekernen (2015).



5.7 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- De oriëntatie op de koopzondag is in 't Harde beperkt. Het aandeel van inwoners dat nooit een koopzondag bezoekt, is 70 procent. In vergelijking met referentiekernen bezoeken inwoners van 't Harde relatief minder vaak de koopzondag. Als men een koopzondag bezoekt, is men voornamelijk georiënteerd op het centrum van Zwolle.
- De bezoekfrequentie van de koopavond is hoger dan bij de koopzondag. Het bezoek van de koopavond ligt iets onder het gemiddelde in referentiekernen. Men is hier vooral georiënteerd op het centrum van 't Harde en Nunspeet (beide 30 procent).
- De warenmarkt wordt in vergelijking met referentiegemeenten relatief vaak bezocht. Bijna de helft van de inwoners van 't Harde (49 procent) gaat minstens eens per maand naar de markt.
- De mate waarin inwoners van 't Harde aankopen doen via het internet is aanzienlijk: 49 procent doet dit minimaal 1 keer per maand. Van de consumenten die hebben aangegeven online te winkelen, zegt 45 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

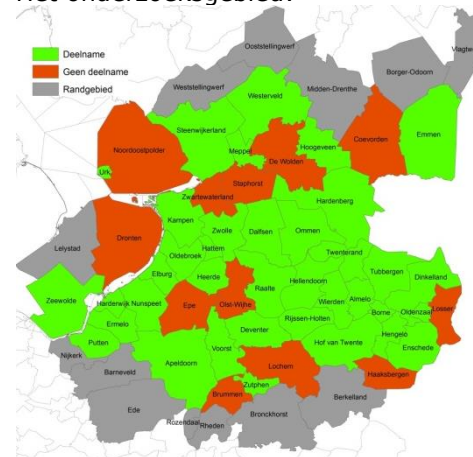
De enquête is voor het grootste deel afgenomen via internet. Daarbij is gebruik gemaakt van een aantal panels en is op basis van een aselechte steekproef web respons geworven. Een beperkt deel van het veldwerk heeft plaatsgevonden door middel van telefonische enquêtering; vooral bedoeld om 'gaten' in 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 't Harde	81%
Overig gemeente Elburg	8%
Oldebroek	5%
Zwolle	2%
Kampen	1%
Apeldoorn	1%
Hoogeveen	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en toevloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
kern 't Harde	67%
overig gemeente Elburg	17%
Oldebroek	10%
Kampen	2%
Apeldoorn	2%
Heerde	1%
Harderwijk	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 't Harde	82%
Overig gemeente Elburg	0%
Oldebroek	10%
Heerde	7%

Tabel 4

Procentuele verdeling binding en toevloeiing schoenen.

n.v.t.

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en toevloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
kern 't Harde	31%
Overig gemeente Elburg	0%
Kampen	40%
Harderwijk	28%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en toevloeiing elektronica.

KERN	%
kern 't Harde	29%
overig gemeente Elburg	14%
Apeldoorn	28%
Kampen	13%
Oldebroek	10%
Nunspeet	6%

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en toevloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern 't Harde	51%
Overig gemeente Elburg	28%
Kampen	2%
Urk	1%
Heerde	3%
Oldebroek	14%

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 't Harde	85%
Overig gemeente Elburg	11%
Harderwijk	3%
Heerde	1%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en toevloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern 't Harde	74%
Overig gemeente Elburg	15%
Oldebroek	10%
Kampen	1%
Kampen	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 't Harde	60%
Overig gemeente Elburg	14%
Nunspeet	20%
Oldebroek	2%
Zwolle	2%
Epe	2%
Overig	1%

Tabel 2

Procentuele verdeling binding en afvloeiing niet-dagelijkse sector.

KERN	%
Kern 't Harde	10%
Overig gemeente Elburg	18%
Zwolle	24%
Nunspeet	20%
Oldebroek	5%
Epe	4%
Harderwijk	1%
Apeldoorn	1%
Amersfoort	1%
Kampen	1%
Dronten	1%
Utrecht	1%
Internet e.d.	11%
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 't Harde	2%
Overig gemeente Elburg	7%
Zwolle	32%
Nunspeet	25%
Epe	6%
Apeldoorn	3%
Harderwijk	2%
Oldebroek	2%
Heerde	2%
Kampen	1%
Utrecht	1%
Hatterem	1%
Dronten	1%
Almere	1%
Internet e.d.	13%
Overig	3%



Tabel 4

Procentuele verdeling binding en afvloeiing schoenen.

KERN	%
Kern 't Harde	0%
Overig gemeente Elburg	2%
Zwolle	37%
Nunspeet	27%
Epe	5%
Harderwijk	2%
Apeldoorn	2%
Hattem	2%
Utrecht	1%
Dronten	1%
Kampen	1%
's-Gravenhage	1%
Internet e.d.	16%
Overig	4%

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

Tabel 5

Procentuele verdeling binding en afvloeiing huishoudelijke artikelen.

KERN	%
Kern 't Harde	0%
Overig gemeente Elburg	16%
Nunspeet	52%
Zwolle	14%
Epe	6%
Oldebroek	1%
Harderwijk	1%
Dronten	1%
Internet e.d.	6%
Overig	3%

Tabel 6

Procentuele verdeling binding en afvloeiing elektronica.

KERN	%
Kern 't Harde	1%
Overig gemeente Elburg	8%
Zwolle	30%
Nunspeet	17%
Oldebroek	16%
Epe	2%
Internet e.d.	22%
Overig	3%

Tabel 7

Procentuele verdeling binding en afvloeiing woninginrichting.

KERN	%
Kern 't Harde	12%
Overig gemeente Elburg	25%
Zwolle	29%
Oldebroek	6%
Nunspeet	6%
Amersfoort	4%
Epe	3%
Dronten	1%
Apeldoorn	1%
Harderwijk	1%
Kampen	1%
Utrecht	1%
Internet e.d.	8%
Overig	2%

Tabel 8

Procentuele verdeling binding en afvloeiing doe-het-zelf.

KERN	%
Kern 't Harde	15%
Overig gemeente Elburg	59%
Nunspeet	11%
Zwolle	3%
Oldebroek	3%
Kampen	1%
Epe	1%
Internet e.d.	4%
Overig	2%

Tabel 9

Procentuele verdeling binding en afvloeiing bloemen, planten en tuinartikelen.

KERN	%
Kern 't Harde	48%
Overig gemeente Elburg	25%
Nunspeet	9%
Zwolle	7%
Oldebroek	5%
Internet e.d.	1%
Overig	3%