

Deelrapport gemeente Arnhem

KOPEN IN ARNHEM

Koopstromenonderzoek regio Arnhem-Nijmegen 2016

Oktober 2016

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2016/171

Datum

Oktober 2016

Opdrachtgever

Gemeente Arnhem

Auteur(s)

Gert Versteeg

Bestellingen

Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever.

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



INHOUDSOPGAVE

1.	Inleiding	5
1.1	Aanleiding	5
1.2	Doelstelling van het onderzoek	5
1.3	Onderzoeksaanpak en -uitvoering	5
1.4	Leeswijzer	9
2.	Winkelaanbod.....	11
2.1	Inleiding	11
2.2	Ontwikkeling aantal winkels en winkelmeters	11
2.3	Winkelaanbod per aankooplocatie	13
2.4	Conclusie	15
3.	Koopstromen.....	17
3.1	Dagelijkse sector	17
3.2	Niet-dagelijkse sector	19
3.3	Kooporiëntatie op Arnhemse winkelgebieden	20
3.4	Toevloeiing versus afvloeiing	22
3.5	Conclusie	22
4.	Economisch functioneren	25
4.1	Inleiding	25
4.2	Detailhandelsbestedingen.....	25
4.3	Vloerproductiviteit	27
4.4	Conclusie	28
5.	Inzicht in koopgedrag	30
5.1	Inleiding	30
5.2	Kenmerken van koopgedrag	30
5.3	Beoordeling winkelvoorzieningen	35
5.4	Winkelen en boodschappen doen op zondag	37
5.5	Conclusie	38
Bijlage 1.	Begrippenkader	40



1

HOOFDSTUK

Inleiding



1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Toenemende winkelleegstand, verschuivingen in de detailhandel en verschraling van het voorzieningenniveau maken dat in toenemende mate op regionaal en provinciaal niveau afstemming plaatsvindt ten aanzien van detailhandelsbeleid en -investeringen. Ter onderbouwing van afspraken en besluiten over de lokale en regionale toekomstige positie van de detailhandel, hebben de gemeenten in de regio Arnhem-Nijmegen behoefte aan recentere gegevens over koopstromen. Het laatste (eu-) regionale koopstromenonderzoek dateert immers uit 2009.

De gemeente Arnhem heeft als gedelegeerd opdrachtgever namens het Intergemeentelijk Overleg Detailhandel (IOD) I&O Research opdracht gegeven een nieuw regionaal koopstromenonderzoek uit te voeren. De uitkomsten van het onderzoek vormen tevens belangrijke input voor het Regionaal Programma Werklocaties (RPW) dat tot doel heeft om, onder meer voor detailhandel, regionale overprogrammering weg te nemen en plannen voor werklocaties beter te laten aansluiten bij (toekomstige) behoeften. I&O Research heeft in het regionale koopstromenonderzoek samengewerkt met onderzoeksbureau Ecorys. Ecorys heeft als uitvoerder van het RPW-onderzoek samen met I&O Research en de regio Arnhem-Nijmegen voor een optimale inbedding en aansluiting tussen beide onderzoeken gezorgd.

Deze rapportage bevat de resultaten specifiek voor de gemeente Arnhem. De resultaten voor het hele onderzoeksgebied zijn beschreven in het rapport van het regionale koopstromenonderzoek van de regio Arnhem-Nijmegen.

1.2 Doelstelling van het onderzoek

De centrale doelstelling van koopstromenonderzoek is het geven van een actueel beeld van het functioneren van winkelgebieden/-voorzieningen in Arnhem. Hierbij gaat het zowel om het economisch functioneren (de bestedingen en de herkomst van de bestedingen) als het kwalitatief functioneren (beleving).

Drie hoofdvragen staan in deze rapportage centraal:

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

1.3 Onderzoeksaanpak en –uitvoering

De basis van het onderzoek wordt gevormd door een grootschalig consumentenonderzoek, in de vorm van een enquête, onder inwoners van de regio Arnhem-Nijmegen en de 1e rand van gemeenten rondom deze regio. 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 aselecte steekproef met verspreiding van uitnodigingsbrieven webrespons 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 in Arnhem 431 geslaagde enquêtes afgenomen, waarvan 366 via internet zijn ingevuld (85 procent) en 65 enquêtes telefonisch zijn afgenomen (15 procent). Voor het totale onderzoek in de regio Arnhem-Nijmegen zijn 6.167 vragenlijsten afgenomen, waarvan circa 5.200 via web (84 procent) en bijna 1.000 telefonisch (16 procent). De afname van de vragenlijst heeft plaatsgevonden van 4 mei tot en met 28 juni 2016.

Tabel 1.1

Responsoverzicht Arnhem.

TYPE	ARNHEM		TOTALE ONDERZOEKSGBIED	
	absoluut	procentueel	absoluut	procentueel
Web –panel	226	46%	5.197	51%
Web - steekproef	140	32%	2.076	34%
Telefonisch	65	15%	970	16%
TOTAAL	431	100%	6.167	100%

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 geënkquêteerd. In totaal zijn in het Nederlandse randgebied 1.323 enquêtes afgenomen en 237 in de vier Duitse randgemeenten (Kleve, Emmerich, Goch en Kranenburg). In het onderzoek zijn toeristische bestedingen gedaan door toeristisch-recreatieve bezoekers van buiten het onderzoeksgebied niet meegenomen.

Deelgebieden in Arnhem

In de rapportage van het onderzoek wordt onderscheid gemaakt tussen de deelgebieden Arnhem Noord en Arnhem Zuid. De respons is voldoende groot om betrouwbare uitspraken te kunnen doen over de kooporiëntatie en het koopgedrag van inwoners van Arnhem, met daarin onderscheid tussen inwoners van Arnhem Noord en van Arnhem Zuid.

Tabel 1.2

Responsoverzicht Arnhem, deelgebied.

	POPULATIE	RESPONS	
	2016	absoluut	procentueel
Arnhem Noord	80.666	206	48%
Arnhem Zuid	73.151	225	52%
TOTAAL	153.817	431	100%

Inhoud vragenlijst

De basis van het regionale koopstromenonderzoek is een enquête over koopgedrag. De vragenlijst bevat vragen over:

- de aankooplocatie waar men het laatst dagelijkse boodschappen heeft gedaan (waar, motief, beoordeling, frequentie en vervoermiddel);
- de aankooplocatie waar men het laatst heeft gewinkeld (idem);
- de aankooplocatie waar men de laatste keer in acht niet-dagelijkse branches iets heeft gekocht;
- oriëntatie op grootschalige winkelgebieden;
- oriëntatie op koopzondag en supermarktbezoek op zondag;
- achtergrondkenmerken.

De voorgelegde niet-dagelijkse artikelgroepen zijn hetzelfde als in 2009, met als toevoeging sport- en spelartikelen en hobby- en media-artikelen (zie tabel 1.3).

Tabel 1.3

Overzicht artikelgroepen.

DAGELIJKS / NIET-DAGELIJKS	ARTIKELGROEP
Dagelijks	Dagelijkse boodschappen (levensmiddelen, alcoholische dranken, tabak en schoonmaakartikelen)
Niet-dagelijks	Mode en luxe artikelen
	Huishoudelijke artikelen
	Elektronica
	Woninginrichting
	Doe-het-zelf
	Bloemen, planten en tuinartikelen
	Sport- en spelartikelen
	Hobby- en media-artikelen

Winkelaanbod

Naast de uitgebreide enquête van consumenten, op basis waarvan de vraagzijde in beeld wordt gebracht, is voor de analyse van het winkelaanbod gebruik gemaakt van aanbodgegevens van Locatus voor de jaren 2009 en 2016 (peildatum: 1 april 2016). Voor de 2016 - gegevens is in overleg met gemeente Arnhem wel een beperkte correctie doorgevoerd. Zo is de voormalige V&D-locatie wel als ingevuld meegenomen in de aanbodcijfers en niet als leegstand gerekend (in Arnhem is de Topshelf inmiddels geopend). Daarnaast is ook de Decathlon in Arnhem – 1 juni geopend – meegenomen in de aanbodcijfers.

In hoofdstuk 2, bij de beschrijving van het winkelaanbod, worden enkele clusters onderscheiden. De gehanteerde Locatus-indeling is daarbij als volgt:

CLUSTER	HOOFDBRANCHE
Dagelijks	Levensmiddelen
	Persoonlijke Verzorging
Mode & Luxe	Warenhuis
	Kleding & Mode
	Schoenen & Lederwaren
	Juwelier & Optiek
Vrije Tijd	Huishoudelijke- & Luxe Ar
	Antiek & Kunst
	Sport & Spel
In/Om Huis	Hobby
	Media
	Plant & Dier
	Bruin & Witgoed
Detailhandel overig	Auto & Fiets
	Doe-Het-Zelf
	Wonen
Detailhandel overig	Detailhandel overig

Economisch functioneren

Het koopstromenonderzoek is een grootschalig consumentenonderzoek waarin inzicht wordt gegeven in het koopgedrag van consumenten. De consument is dus het uitgangspunt. Om inzicht te krijgen in het functioneren van winkelgebieden worden de koopstromen ook in financiële zin bepaald. Dit wordt gedaan door kooporiëntatiecijfers te vermenigvuldigen met *consumentenbestedingen*. Het gaat hier om de gemiddelde bestedingen per hoofd van de bevolking (inclusief BTW). De in het consumentenonderzoek gemeten koopkrachtbindingscijfers geven aan welk deel van de bestedingen in de 'eigen' woongemeente of regio wordt uitgegeven en hoeveel er afvloeit naar aankoopplaatsen buiten de eigen gemeente of regio.

Omgekeerd vloeien er ook bestedingen naar een gemeente toe, afkomstig van consumenten die buiten die gemeente of regio wonen (toevloeiing). Door de gebonden bestedingen van bewoners en de toevloeiende bestedingen van bezoekers bij elkaar op te tellen, kunnen de totale consumentenbestedingen in individuele winkelgebieden, gemeenten en regio's worden vastgesteld. 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.

De gehanteerde bestedingscijfers (op jaarbasis) zijn¹:

- dagelijks: € 2.690 (€ 2.440 exclusief BTW) per hoofd van de bevolking (KSO 2009: € 2.210 exclusief BTW)
- niet-dagelijks: € 2.840 (€ 2.340 exclusief BTW) per hoofd van de bevolking (KSO 2009: € 2.690 exclusief BTW)

¹ Bron: *Detailhandel.info*

De bestedingen in de dagelijkse sector zijn dus toegenomen, terwijl de uitgaven in de niet-dagelijkse sector teruggelopen zijn. Voor de feitelijke bestedingen van respondenten zijn de bestedingsbedragen op het niveau van de gemeente gecorrigeerd voor CBS-inkomenscijfers. 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.

Vergelijking met 2009

Internet als aankoopkanaal wordt steeds belangrijker, met name voor niet-dagelijkse aankopen. Omdat de internetaankopen niet zijn meegenomen in de bindings- en afvloeiingspercentages in 2009 is vergelijking niet mogelijk. In 2009 is gekozen voor een andere presentatie en opbouw van kengetallen dan de methode die I&O Research gebruikt om koopstromen te analyseren. Zo is de detailhandelsomzet in 2009 gepresenteerd exclusief BTW en zijn de koopstromen in de meeste gevallen weergegeven zonder afvloeiing naar internet en postorder. Om deze redenen is vergelijking met 2009 beperkt en niet één op één mogelijk. De andere methode (mede ook gevolg van ontwikkelingen zoals sterke doorgroei van internet) en een trendbreuk in de bepaling van de bestedingskengetallen maken dat een vergelijking met 2009 niet goed mogelijk is.

1.4 Leeswijzer

Dit rapport geeft een algeheel en actueel beeld van de ontwikkeling van het koopgedrag en de positie van gemeente Arnhem in de regio Arnhem-Nijmegen. Voordat het koopgedrag wordt beschreven, beschrijven we in hoofdstuk 2 de samenstelling en ontwikkeling van het winkelaanbod aan de hand van de Locatus-data. In hoofdstuk 3 besteden we aandacht aan de koopstromen. Zo wordt onder andere duidelijk in welke mate inwoners aankopen doen in de eigen gemeente en hoe groot de oriëntatie op andere (nabijgelegen) gemeenten is. Hoofdstuk 4 geeft inzicht in het economisch functioneren van winkelvoorzieningen in de regio in termen van omzet en vloerproductiviteit. In hoofdstuk 5 komen bezoekfrequentie en -motieven, vervoermiddelgebruik, beoordeling van winkelvoorzieningen en kooporiëntatie op zondag aan bod. Waar mogelijk en van waarde zijn vergelijkingen met 2009 opgenomen.

In de bijlage van het rapport is een beknopte begrippenlijst opgenomen.

2

HOOFDSTUK

Winkelaanbod



2. Winkelaanbod

2.1 Inleiding

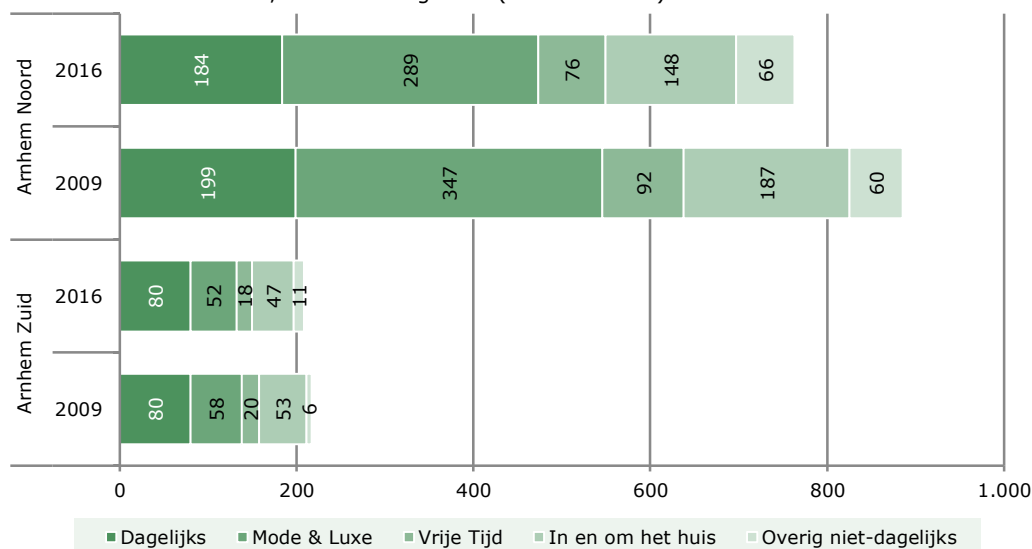
In dit hoofdstuk staat de vraag centraal hoe het winkelaanbod en de winkelleegstand in Arnhem zich hebben ontwikkeld tussen 2009 en 2016. Alle gegevens zijn afkomstig van Locatus. De peildatum voor 2009 is 1 oktober en voor 2016 1 april.

2.2 Ontwikkeling aantal winkels en winkelometers

Tussen 2009 en 2016 is het aantal winkels afgenomen in zowel Arnhem Noord (-14 procent) als in Arnhem Zuid (-4 procent) (zie figuur 2.1). Het winkelvloeroppervlak is in Arnhem-Noord afgenomen met 12 procent, terwijl het winkelvloeroppervlak in Arnhem Zuid is gestegen met 3 procent.

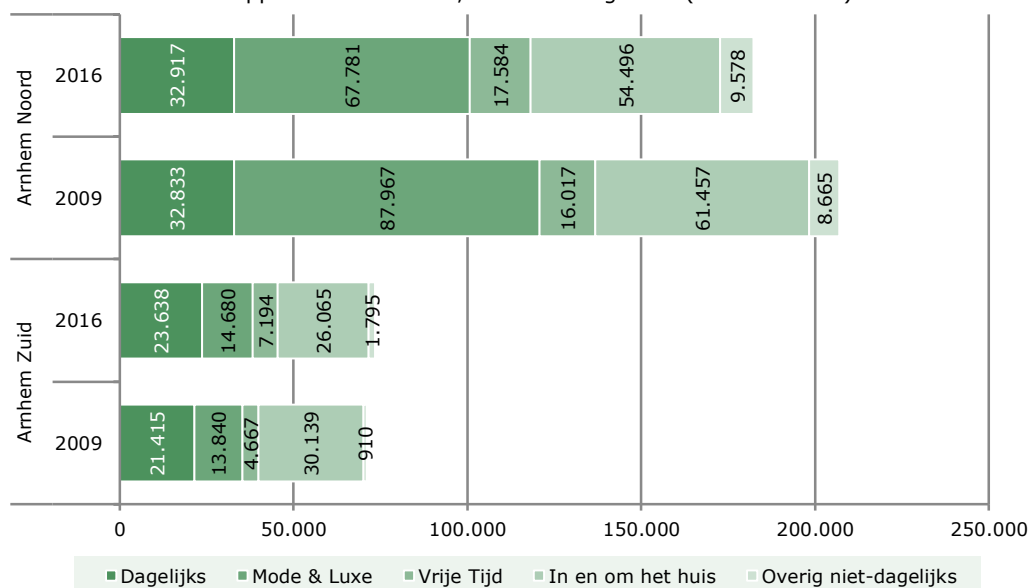
Figuur 2.1

Aantal winkels in Arnhem, exclusief leegstand (2009 en 2016).



Figuur 2.2

Aantal m² winkelvloeroppervlak in Arnhem, exclusief leegstand (2009 en 2016).

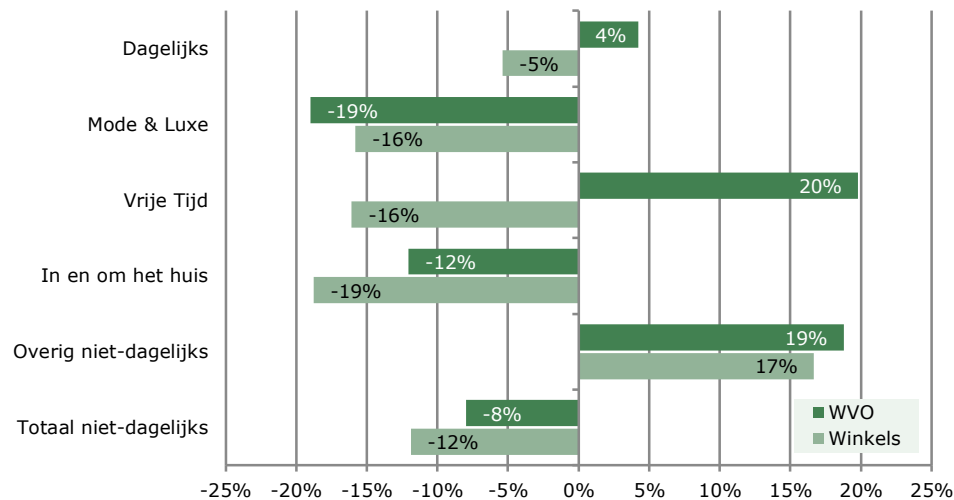


De toename in winkelvloeroppervlak in Arnhem Zuid is vooral te danken aan groei in de dagelijkse sector (+2.200 m²) en aan de nieuwe Decathlon (+3.500 m²). In de branche 'In en om het huis' is het aantal m² winkelvloeroppervlak in Arnhem Zuid gedaald met 4.000 m². In Arnhem Noord is het aantal m² vloeroppervlak in de dagelijkse sector ongeveer gelijk gebleven en de afname vooral zichtbaar in de branches 'Mode & Luxe' (-20.000 m²) en 'In en om het huis' (-7.000 m²).

In figuur 2.3 is te zien dat het aantal winkels in de niet-dagelijkse sector in Arnhem is gedaald met 12 procent, en het aantal m² winkelvloeroppervlak met 8 procent. In de dagelijkse sector is het aantal winkels afgenomen met 5 procent, maar is het aantal m² winkelvloeroppervlak toegenomen met 4 procent.

Figuur 2.3

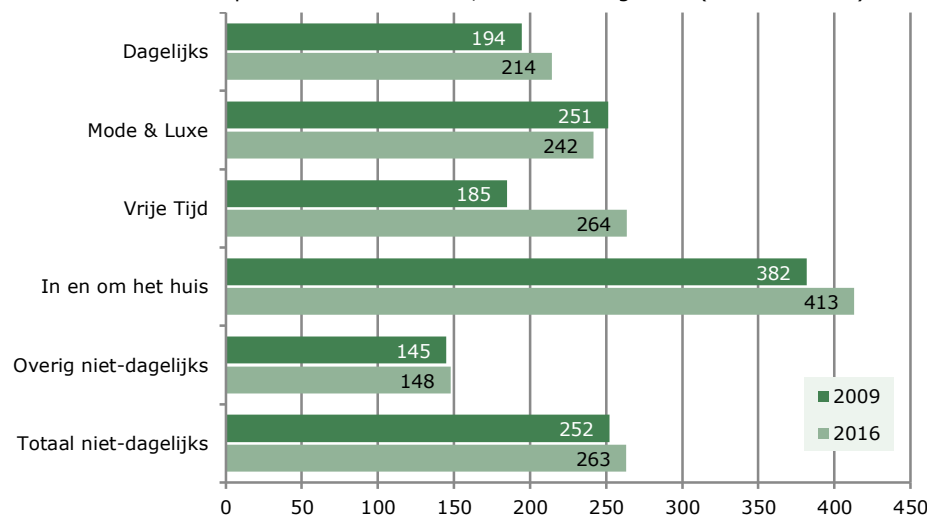
Verandering aantal winkels en m² wvo in Arnhem, exclusief leegstand (2009 en 2016).



Er is dus over het algemeen sprake van schaalvergroting, zowel in de dagelijks als in de niet-dagelijkse sector. Het duidelijkst is dat in de vrije tijds-branche. Het aantal winkels is in Arnhem tussen 2009-2016 met 16 procent afgenomen, maar het aantal m² winkelvloeroppervlak is met 20 procent gestegen (figuur 2.4).

Figuur 2.4

Gemiddelde m² wvo per winkel in Arnhem , exclusief leegstand (2009 en 2016).



Leegstand in Arnhem is toegenomen

In 2009 stond ruim 28.000 m² aan winkelvloeroppervlak leeg in Arnhem. Zeven jaar later is dit bijna 41.000 m² winkelvloeroppervlak, een stijging van 44 procent. De gemiddelde omvang van een leegstaand verkooppunt is met 9 procent toegenomen. Het percentage leegstaande verkooppunten² is toegenomen van 12 procent in 2009 naar 16 procent in 2016.

Tabel 2.1

Leegstaand winkelaanbod Arnhem (2009 en 2016).

	2009	2016	ONTWIKKELING
Aantal verkooppunten	145	191	+ 32%
Aantal m ² wvo	28.500	40.900	+ 44%
Gemiddeld m ² wvo	196	214	+ 9%

2.3 Winkelaanbod per aankooplocatie

Het centrum van Arnhem is met 87.000 m² winkeloppervlak veruit het grootste winkelgebied van Arnhem, gevolgd door meubelplein Arnhem Zuid en Kronenburg (tabel 2.2). Winkelgebied Steenstraat heeft relatief veel winkels en Woonboulevard Elden in Arnhem Zuid heeft relatief grote winkels.

Tabel 2.2

Detailhandelsaanbod gemeente Arnhem per winkelgebied, exclusief leegstand (2016).

	DAGELIJKS		MODE & LUXE		VRIJE TIJD		IN EN OM HET HUIS		OVERIG NIET-DAGELIJKS		TOTAAL	
	winkels	wvo	winkels	wvo	winkels	wvo	winkels	wvo	winkels	wvo	winkels	wvo
Arnhem Noord												
Centrum Arnhem	51	6.600	227	55.200	48	12.400	46	8.500	27	4.200	399	86.700
Steenstraat	32	4.600	15	1.100	12	1.400	28	7.100	12	1.300	99	15.600
Presikhaaf	16	4.200	20	7.100	3	600	4	500	1	100	44	12.500
Amsterdamse Hoek	3	2.300	0	0	1	300	4	3.700	0	0	8	6.300
Het Broek	6	3.500	3	2.000	0	0	2	600	0	0	11	6.100
van Lawick van Pabstraat	6	1.600	1	100	0	0	3	600	0	0	10	2.200
Hommelseweg	3	1.000	10	500	0	0	3	400	2	100	18	2.000
Geitenkamp	6	700	0	0	4	200	5	800	0	0	15	1.700
Klarendalseweg	6	1.200	5	400	0	0	1	0	2	100	14	1.700
Vrij Nederlandstraat	3	900	0	0	0	0	2	100	0	0	5	1.100
Beethovenlaan	4	700	0	0	0	0	2	100	0	0	6	900
Honigkamp	5	700	0	0	0	0	1	100	1	100	7	800
Johan de Wittlaan West	4	700	0	0	0	0	1	100	2	100	7	800
Oranjestraat	3	400	0	0	0	0	1	100	1	0	5	500
Middachtensingel	0	0	0	0	0	0	2	100	0	0	2	100
overig Arnhem Noord	36	3.800	7	1.400	9	2.700	43	31.700	18	3.600	113	43.400
<i>totaal Arnhem Noord</i>	<i>184</i>	<i>32.900</i>	<i>288</i>	<i>67.800</i>	<i>77</i>	<i>17.600</i>	<i>148</i>	<i>54.500</i>	<i>66</i>	<i>9.600</i>	<i>763</i>	<i>182.400</i>

² Aantal leegstaande winkelpanden gedeeld door het aantal leegstaande panden + ingevulde winkelpanden.

Vervolg tabel 2.2

	DAGELIJKS		MODE & LUXE		VRIJE TIJD		IN EN OM HET HUIS		OVERIG NIET-DAGELIJKS		TOTAAL	
	winkels	wvo	winkels	wvo	winkels	wvo	winkels	wvo	winkels	wvo	winkels	wvo
Arnhem Zuid												
Meubelplein Arnhem Zuid	0	0	2	1.500	1	1.300	13	19.000	1	300	17	22.100
Arnhem Kronenburg	23	7.500	39	10.800	9	2.000	12	1.100	1	500	84	21.900
Malburgen	17	3.600	3	400	1	0	4	400	1	100	26	4.500
Elderhof	7	2.700	3	500	1	0	3	200	0	0	14	3.400
Rijkerswoerd	7	2.100	3	600	1	0	2	200	0	0	13	2.900
Winkelcentrum de Laar	6	1.600	0	0	0	0	2	200	0	0	8	1.800
Kruidenplein	3	1.700	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1.700
Hoefbladlaan	3	1.200	0	0	2	100	1	100	1	100	7	1.400
Kroonse Wal	2	1.100	0	0	0	0	1	0	0	0	3	1.200
Groningensingel	2	1.000	0	0	0	0	1	100	0	0	3	1.100
Kamillelaan	1	0	1	100	0	0	2	100	2	100	6	400
overig Arnhem Zuid	9	1.100	1	800	3	3.800	6	4.700	5	700	24	11.000
<i>totaal Arnhem Zuid</i>	<i>80</i>	<i>23.600</i>	<i>52</i>	<i>14.700</i>	<i>18</i>	<i>7.200</i>	<i>47</i>	<i>26.100</i>	<i>11</i>	<i>1.800</i>	<i>208</i>	<i>73.400</i>
Arnhem totaal	264	56.600	340	82.500	95	24.800	195	80.600	77	11.400	971	255.700

Nota bene: wvo=winkelvloeroppervlak in m²

De grote winkelgebieden in Arnhem Noord laten relatief een grotere daling zien in aantal winkels en aantal m² winkeloppervlak vergeleken met de grote winkelgebieden in Arnhem Zuid. Vooral het centrum heeft sinds 2009 relatief veel m² winkelvloeroppervlak verloren. In de Amsterdamse Hoek en Presikhaaf is -van de grote winkelgebieden- het aantal winkels relatief het sterkst gedaald.

Tabel 2.3

Ontwikkeling detailhandelsaanbod grootste winkelgebieden in Arnhem (2009-2016).

WINKELGEBIED	WINKELS	WVO
Arnhem Noord		
Centrum Arnhem	-15%	-27%
Steenstraat	-8%	-20%
Presikhaaf	-25%	-17%
Amsterdamse Hoek	-27%	-22%
Arnhem Zuid		
Meubelplein Arnhem Zuid	-6%	-7%
Arnhem Kronenburg	-1%	-2%
Malburgen	-10%	5%
Elderhof	0%	-6%
TOTAAL ARNHEM	-11%	-14%



2.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Ten opzichte van 2009 is in de dagelijkse sector het aantal winkels met 5 procent gedaald, maar het aantal m² winkelvloeroppervlak met 4 procent gestegen.
- De niet-dagelijkse sector herbergt nu 12 procent minder winkels en 8 procent minder winkelometers dan in 2009.
- Hoewel het aantal winkels in de vrije tijdsbranche met 16 procent is gedaald, is het aantal m² winkelvloeroppervlak met 20 procent gestegen.
- Het aantal leegstaande winkelpanden is met een derde gestegen en het aantal m² winkelvloeroppervlak met 44 procent.
- De grote winkelgebieden in Arnhem Noord hebben sinds 2009 relatief meer aan winkels en m² winkelvloeroppervlak ingeleverd dan de grote winkelgebieden in Arnhem Zuid. Het aantal winkelometers in de niet-dagelijkse sector is in Arnhem Zuid gelijk gebleven, terwijl er in Arnhem Noord - waar ook de Arnhemse binnenstad onder valt - een afname zichtbaar is van 14 procent. Deze afname vertaalt zich grotendeels in meer leegstand.

3

HOOFDSTUK

Koopstromen



3. Koopstromen

Consumenten zijn gevraagd aan te geven waar ze voor het laatst bepaalde artikelen hebben gekocht. Hierdoor ontstaat inzicht in het ruimtelijk koopgedrag. Door koppeling van herkomst- en aankoopplaats kunnen koopstromen worden beschreven en in kaart worden gebracht. Koopstromen maken duidelijk welke plaatsen consumenten bezoeken voor de dagelijkse en wekelijkse boodschappen en ook voor het recreatieve winkelen.

Het draagvlak van een aankoopgebied bestaat uit de koopkrachtbinding (de mate waarin inwoners van een plaats hun aankopen doen in winkels in dit aankoopgebied) en uit koopkrachttoevoeiing (de mate waarin inwoners uit andere plaatsen en gemeenten aankopen doen in het aankoopgebied). Bestedingen die buiten de eigen plaats of gemeente of via internet gedaan worden, noemen we koopkrachtafvoeiing.

3.1 Dagelijkse sector

Binding aan Arnhem bij inwoners Arnhem Zuid groter dan bij inwoners Arnhem Noord

In de hele gemeente Arnhem is de binding in de dagelijkse sector met 91 procent het hoogst van de 19 gemeenten in de regio Arnhem-Nijmegen. Het bindingspercentage van stadsdeel Arnhem Noord is 72 procent en van Arnhem Zuid is dit 77 procent. Voor beide percentages geldt dat dit exclusief de bestedingen is die wel in Arnhem plaatsvinden, maar waar de respondent niet kan aangeven in welk winkelgebied dit is. Van de dagelijkse bestedingen van inwoners van Arnhem Noord blijft 89 procent in Arnhem en dit geldt voor 92 procent van de bestedingen uit Arnhem Zuid. Acht procent van de bestedingen door inwoners van Arnhem Noord komen in de regio terecht. Dit geldt voor 5 procent van de bestedingen uit Arnhem Zuid.

Tabel 3.1

Koopkrachtbinding en -afvoeiing dagelijks (€ x miljoen).

↓ NAAR	VAN →	ARNHEM NOORD	ORIËNTATIE	ARNHEM ZUID	ORIËNTATIE	ARNHEM	ORIËNTATIE
Arnhem Noord		€ 151	72%	€ 11	5%	€ 162	40%
Arnhem Zuid		€ 6	3%	€ 144	77%	€ 150	38%
Arnhem overig/onbekend		€ 29	14%	€ 17	10%	€ 46	12%
Arnhem totaal		€ 186	89%	€ 173	92%	€ 359	91%
Overig regio Arnhem-Nijmegen		€ 16	8%	€ 8	5%	€ 24	7%
Overig NL		€ 2	2%	€ 1	1%	€ 4	1%
Duitsland		€ -	0%	€ 2	1%	€ 2	0%
Internet		€ 2	0%	€ 3	1%	€ 5	1%
TOTAAL		€ 206	100%	€ 188	100%	€ 394	100%

Afvoeiing dagelijkse sector vooral naar Rheden

Als we inzoomen op de koopstromen naar buiten de gemeente Arnhem dan zijn deze vooral gericht op de gemeenten Rheden, Renkum en Overbetuwe. Net als in 2009 komt de afvoeiing in de dagelijkse sector vooral in Rheden terecht (2 procent), gevolgd door Renkum en Overbetuwe. Inwoners van Arnhem Noord zijn vooral op de gemeenten Rheden en Renkum georiënteerd en inwoners van Arnhem Zuid op Overbetuwe (zie tabel 3.2).



Tabel 3.2

Afvloeiing dagelijkse sector.

↓ NAAR	VAN →	ARNHEM NOORD	ARNHEM ZUID	ARNHEM
Rheden		3%	0%	2%
Renkum		2%	0%	1%
Overbetuwe		1%	2%	1%

Herkomst bestedingen in Arnhem Noord en Zuid vergelijkbaar

In tabel 3.3 is weergegeven waar de totale bestedingen in de dagelijkse sector in Arnhem vandaan komen. Van alle dagelijkse bestedingen in Arnhem is 88 procent van Arnhemmers afkomstig, 46 procent van inwoners van Arnhem Noord en 42 procent van inwoners van Arnhem Zuid. Een groot deel van de totale dagelijkse bestedingen in Arnhem Noord (83 procent) en Arnhem Zuid (85 procent) is afkomstig van inwoners uit het desbetreffende stadsdeel. Daarnaast is een tiende van de dagelijkse bestedingen in Arnhem Zuid afkomstig uit de overige gemeenten van de regio Arnhem-Nijmegen. In Arnhem Noord is dit acht procent.

Tabel 3.3Detailhandelsbestedingen (inclusief toevloeiing) dagelijks (€ x miljoen)³.

↓ NAAR	VAN →	ARNHEM NOORD		ARNHEM ZUID		OVERIGE REGIO		OVERIG NL		DUITSLAND		TOTAAL	
Arnhem Noord		€ 151	83%	€ 11	6%	€ 14	8%	€ 3	2%	€ 2	1%	€ 182	100%
Arnhem Zuid		€ 6	4%	€ 144	85%	€ 17	10%	€ -	0%	€ 2	1%	€ 170	100%
Arnhem overig		€ 29	52%	€ 17	31%	€ 7	12%	€ 1	1%	€ 2	4%	€ 56	100%
ARNHEM TOTAAL		€ 186	46%	€ 173	42%	€ 38	9%	€ 4	1%	€ 7	2%	€ 407	100%

Toevloeiing dagelijkse sector vooral uit Lingewaard en Rheden

In de dagelijkse sector ontvangt Arnhem van buiten Arnhem de meeste bestedingen uit Lingewaard, Rheden en Overbetuwe. Vijf procent van de totale dagelijkse bestedingen in Arnhem Zuid zijn uit Lingewaard afkomstig en 3 procent van de dagelijkse bestedingen in Arnhem Noord uit Rheden. In 2009 hadden Lingewaard en Rheden ook het grootste aandeel in de toevloeiing.

Tabel 3.4

Toevloeiing dagelijkse sector.

↓ NAAR	VAN →	LINGEWAARD	RHEDEN	OVERBETUWE
Arnhem Noord		1%	3%	0%
Arnhem Zuid		5%	0%	3%
ARNHEM		3%	2%	1%

³ De bestedingen in Arnhem zijn hoger dan Arnhem Noord en Zuid opgeteld, omdat een aantal aankooplocaties niet aan één van de stadsdelen is toe te rekenen. Dit zijn de aankooplocaties markt, tankstation, werk/fabriek/groothandel, Arnhem onbekend, Arnhem elders, bedrijventerrein, bebouwde kom en buiten bebouwde kom.

3.2 Niet-dagelijkse sector

In totaal blijft 64 procent van de niet-dagelijkse bestedingen van de Arnhemmers binnen de gemeente. Het bindingspercentage van Arnhem Noord voor niet-dagelijkse bestedingen is 51 procent en voor Arnhem Zuid is de binding 36 procent. De afvloeiing van inwoners van Arnhem Noord en Zuid naar internet is respectievelijk 14 en 12 procent. De inwoners van Arnhem Noord besteden 16 procent aan niet-dagelijkse aankopen in een andere gemeente in de regio Arnhem-Nijmegen. Voor inwoners van Arnhem Zuid is dit 17 procent.

Tabel 3.5

Koopkrachtbinding en -afvloeiing niet-dagelijks (€ x miljoen).

↓ NAAR	VAN →	ARNHEM NOORD	ORIËNTATIE	ARNHEM ZUID	ORIËNTATIE	ARNHEM	ORIËNTATIE
Arnhem Noord		€ 108	51%	€ 45	23%	€ 153	38%
Arnhem Zuid		€ 10	5%	€ 69	36%	€ 80	20%
Arnhem overig/onbekend		€ 15	7%	€ 11	6%	€ 26	7%
Arnhem totaal		€ 134	63%	€ 125	65%	€ 259	64%
Overig regio Arnhem-Nijmegen		€ 33	16%	€ 33	17%	€ 66	16%
Overig NL		€ 13	6%	€ 8	4%	€ 21	5%
Duitsland		€ 1	0%	€ 2	1%	€ 3	1%
Internet		€ 30	14%	€ 24	12%	€ 54	13%
TOTAAL		€ 211	100%	€ 192	100%	€ 402	100%

Afvloeiing naar internet groter dan naar afzonderlijke gemeenten

De afvloeiing in de niet-dagelijkse sector van Arnhemmers naar internetwinkels is met 13 procent groter dan naar afzonderlijke gemeenten. Van de afvloeiing naar gemeenten komt 7 procent in Duiven terecht, in Overbetuwe 3 procent en in Lingewaard 2 procent. Inwoners van Arnhem Noord zijn vooral op Duiven georiënteerd en inwoners van Arnhem Zuid, naast Duiven, op Overbetuwe. Zeven jaar geleden ontvingen vooral Duiven en Zevenaar detailhandelsbestedingen vanuit Arnhem.

Tabel 3.6

Afvloeiing niet-dagelijkse sector.

↓ NAAR	VAN →	ARNHEM NOORD	ARNHEM ZUID	ARNHEM
Duiven		9%	5%	7%
Overbetuwe		0%	5%	3%
Lingewaard		0%	3%	2%
Rheden		4%	0%	2%
Renkum		2%	0%	1%
Overbetuwe		0%	2%	1%

Arnhem Noord trekt veel niet-dagelijkse bestedingen van buiten Arnhem

In totaal komt ruim de helft van de niet-dagelijkse bestedingen in Arnhem uit Arnhem zelf. Ruim een derde (36 procent) komt uit de overige gemeenten uit de regio, 10 procent uit het Nederlandse randgebied en 2 procent uit Duitsland. Het deel van de bestedingen dat uit het stadsdeel zelf komt is in Arnhem Zuid (52 procent) groter dan in Arnhem Noord (34 procent).

Tabel 3.7

Detailhandelsbestedingen (inclusief toevloeiing) niet-dagelijks (€ x miljoen).

↓ NAAR	VAN →	ARNHEM NOORD		ARNHEM ZUID		OVERIGE REGIO		OVERIG NL		DUITSLAND		TOTAAL	
Arnhem Noord		€ 108	34%	€ 45	14%	€ 119	37%	€ 40	12%	€ 9	3%	€ 321	100%
Arnhem Zuid		€ 10	8%	€ 69	52%	€ 49	37%	€ 5	4%	€ -	0%	€ 133	100%
Arnhem overig		€ 15	31%	€ 11	22%	€ 15	31%	€ 5	11%	€ 3	6%	€ 50	100%
ARNHEM TOTAAL		€ 134	27%	€ 125	25%	€ 183	36%	€ 50	10%	€ 12	2%	€ 504	100%

Toevloeiing niet-dagelijkse sector vooral uit omliggende gemeenten

Het grootste deel van de toevloeiing in de niet-dagelijkse sector komt uit de gemeenten Rheden, Lingewaard, Overbetuwe en Renkum. Arnhem Zuid trekt net als bij de dagelijkse sector vooral bestedingen uit Lingewaard en Overbetuwe. Bij Arnhem Noord (met vooral de Arnhemse binnenstad als trekker) is het herkomstbeeld meer gespreid. In 2009 was procentueel gezien wel een groter deel van de bestedingen afkomstig uit Lingewaard (10 procent) en Rheden (8 procent).

Tabel 3.8

Toevloeiing niet-dagelijkse sector.

↓ NAAR	VAN →	RHEDEN	LINGEWAARD	OVERBETUWE	RENKUM
Arnhem Noord		8%	4%	4%	6%
Arnhem Zuid		2%	13%	12%	3%
Arnhem		6%	6%	6%	5%

3.3 Kooporiëntatie op Arnhemse winkelgebieden

Presikhaaf belangrijkste winkelgebied dagelijkse sector in Arnhem Noord

Een vijfde van de bestedingen door inwoners van Arnhem Noord komt terecht in winkelcentrum Presikhaaf (zie tabel 3.9). Hoewel de binnenstad meer winkeloppervlak in de dagelijkse sector heeft, is het bestedingsaandeel van de binnenstad (13 procent) kleiner. Relatief veel bestedingen uit Arnhem Noord komen terecht in de winkelgebieden Van Lawick van Pabststraat en Amsterdamse Hoek (beide 8 procent).

Kronenburg krijgt bijna een derde bestedingen dagelijkse sector uit Arnhem Zuid

Van de bestedingen in de dagelijkse sector door inwoners van Arnhem Zuid komt 30 procent terecht in Winkelcentrum Kronenburg. Ook Elderhof is een relatief belangrijk winkelgebied voor inwoners van Arnhem Zuid, met een oriëntatie van 15 procent. Rijkerswoerd haalt 9 procent van deze bestedingen (tabel 3.9).

Tabel 3.9

Koopkrachtoriëntatie vanuit stadsdeel op winkelcentra, dagelijkse sector.

GEBIED/WINKELGEBIED ARNHEM NOORD	ORIËNTATIE	GEBIED/WINKELGEBIED ARNHEM ZUID	ORIËNTATIE
Arnhem Noord	73%	Arnhem Zuid	77%
Presikhaaf	20%	Arnhem Kronenburg	30%
Centrum Arnhem	13%	Elderhof	15%
Van Lawick van Pabststraat	8%	Rijkerswoerd	9%
Amsterdamse Hoek	8%	Malburgen	6%
Klarendalseweg	6%	Winkelcentrum de Laar	5%
Geitenkamp	4%	Kroonse Wal	5%
overige winkelcentra Arnhem Noord	14%	overige winkelcentra Arnhem Zuid	6%
Arnhem Zuid	3%	Arnhem Noord	6%
Overig Arnhem	14%	Overig Arnhem	9%
Afvloeiing (internet, buiten Arnhem)	10%	Afvloeiing (internet, buiten Arnhem)	8%
TOTAAL	100%	TOTAAL	100%

In tabel 3.10 is de koopkrachtoriëntatie voor niet-dagelijkse sector vanuit Arnhem Noord en Arnhem Zuid weergegeven op de grotere winkelcentra in beide stadsdelen. Inwoners van Arnhem Noord zijn meer op het centrum georiënteerd (37 procent) dan inwoners van Arnhem Zuid (22 procent). Deze laatste groep is meer op Kronenburg en Woonboulevard Elden georiënteerd. De afvloeiing vanuit beide stadsdelen naar buiten Arnhem is vergelijkbaar in omvang.

Tabel 3.10

Koopkrachtoriëntatie vanuit stadsdeel op winkelcentra, niet-dagelijkse artikelen.

	ARNHEM NOORD	ARNHEM ZUID
Arnhem Noord		
Centrum Arnhem	37%	22%
Presikhaaf	8%	0%
Amsterdamse Hoek	3%	0%
overige winkelcentra Arnhem Noord	4%	0%
Arnhem Zuid		
Arnhem Kronenburg	2%	18%
Meubelplein Arnhem Zuid (Woonboulevard Elden)	2%	13%
Rijkerswoerd	0%	2%
overige winkelcentra Arnhem Noord	0%	3%
Overig Arnhem	7%	6%
Afvloeiing (internet, buiten Arnhem)	37%	35%
TOTAAL	100%	100%

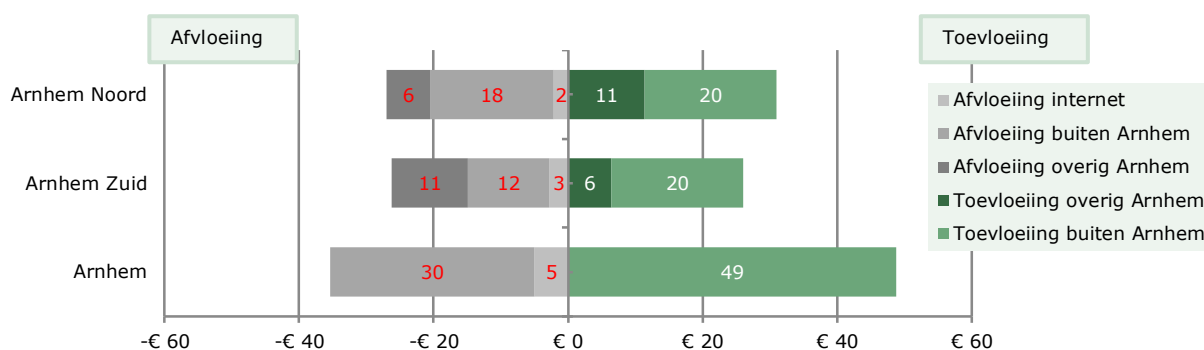
3.4 Toevloeiing versus afvloeiing

Dagelijkse sector

Van alle gemeenten in de regio Arnhem-Nijmegen weet de gemeente Arnhem de meeste koopkracht van buiten de eigen gemeente te trekken (€ 49 miljoen). In Arnhem is de afvloeiing van dagelijkse bestedingen lager dan de toevloeiing, waardoor er sprake is van een positief saldo. In Arnhem Noord is er per saldo sprake van koopkrachttoevloeiing en in Arnhem Zuid houden toevloeiing en afvloeiing elkaar in evenwicht.

Figuur 3.1

Toe- en afvloeiing dagelijkse sector (miljoen €).

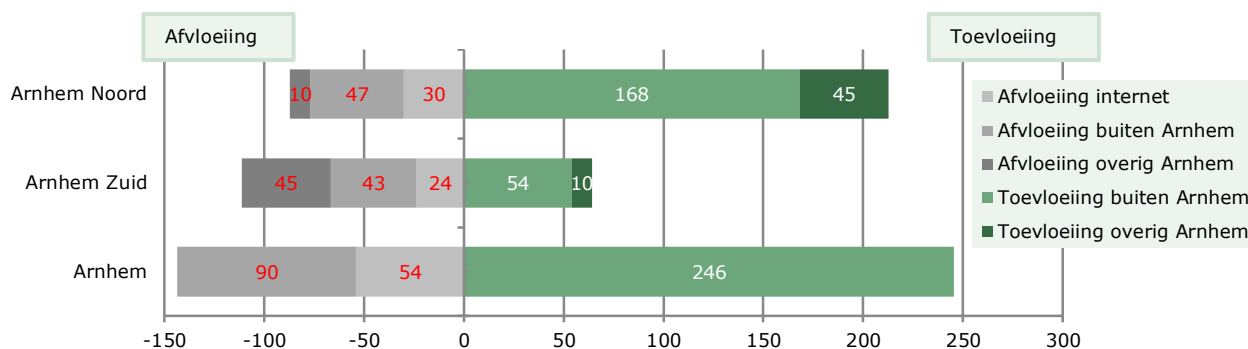


Niet-dagelijkse sector

Voor de niet dagelijkse sector weet Arnhem zich in de regio Arnhem-Nijmegen positief te onderscheiden met een toevloeiing van koopkracht van bijna €250 miljoen. Omdat er daarnaast in verhouding minder bestedingen afvloeien, heeft Arnhem ook het grootste 'toevloeiingsoverschot' in de niet-dagelijkse sector (ruim €100 miljoen). Het toevloeiingsoverschot is vooral zichtbaar in Arnhem-Noord, waar zich de binnenstad bevindt.

Figuur 3.2

Toe- en afvloeiing niet-dagelijkse sector (miljoen €).



3.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- In de dagelijkse sector blijft het gros van de detailhandelsbestedingen (91 procent) binnen de gemeentegrenzen. Inwoners van Arnhem Noord besteden relatief meer aan dagelijkse aankopen buiten Arnhem dan inwoners van Arnhem Zuid.
- Het grootste deel van de afvloeiing in de dagelijkse sector van Arnhemmers komt in de gemeente Rheden terecht (2 procent), gevolgd door de gemeenten Renkum en Overbetuwe. Toevloeiing in de dagelijkse sector komt ook vooral uit deze gemeenten en de gemeente Lingewaard.

- In de dagelijkse sector is er in Arnhem sprake van koopkrachttoevloeiing. De toevloeiing is circa € 15 miljoen groter dan de afvloeiing.
- In de niet-dagelijkse sector is de binding van Arnhem 64 procent. Van de niet-dagelijkse bestedingen gaat 13 procent naar internet. In gemeenten in de regio komt 16 procent terecht, waarvan bijna de helft in Duiven.
- In totaal komt ruim de helft van de niet-dagelijkse bestedingen in Arnhem uit Arnhem zelf. Daarnaast is er veel toevloeiing uit de gemeenten Rheden, Overbetuwe, Renkum en Lingewaard.
- Inwoners van Arnhem Noord zijn voor niet-dagelijkse artikelen meer op het centrum georiënteerd (37 procent), dan inwoners van Arnhem Zuid (22 procent). Deze laatste groep is ook relatief sterk op Kronenburg en Woonboulevard Elden georiënteerd.
- Voor de niet-dagelijkse sector is er een toevloeiingsoverschot van ruim € 100 miljoen. Het toevloeiingsoverschot wordt behaald in Arnhem Noord, waar zich de binnenstad bevindt.

4

HOOFDSTUK

Economisch functioneren

4. Economisch functioneren

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk vertalen we de koopstroomgegevens in cijfers over de detailhandelsbestedingen en geven we door confrontatie van vraag en aanbod inzicht in de omzet per winkelmeter.

4.2 Detailhandelsbestedingen

Sterke afname niet-dagelijkse bestedingen in Arnhem

Het totaal aan detailhandelsbestedingen in de gemeente Arnhem is € 911 miljoen. Het gaat hierbij om de winkelbestedingen van zowel bewoners als bezoekers van de detailhandel in de gemeente Arnhem. De detailhandelsbestedingen bestaan voor het grootste deel uit niet-dagelijkse bestedingen (€ 504 miljoen). Ten opzichte van 2009 zijn de bestedingen in de dagelijkse sector in Arnhem toegenomen (2009: € 366 miljoen; +11 procent) en in de niet-dagelijkse sector gedaald (2009: € 779 miljoen; -35 procent).

De bestedingen aan dagelijkse boodschappen zijn in Arnhem Noord en Arnhem Zuid ongeveer gelijk, maar de niet-dagelijkse bestedingen zijn in Arnhem Noord (m.n. door de binnenstad) veel hoger.

Tabel 4.1

Detailhandelsbestedingen in Arnhem, per branche (milj. €).

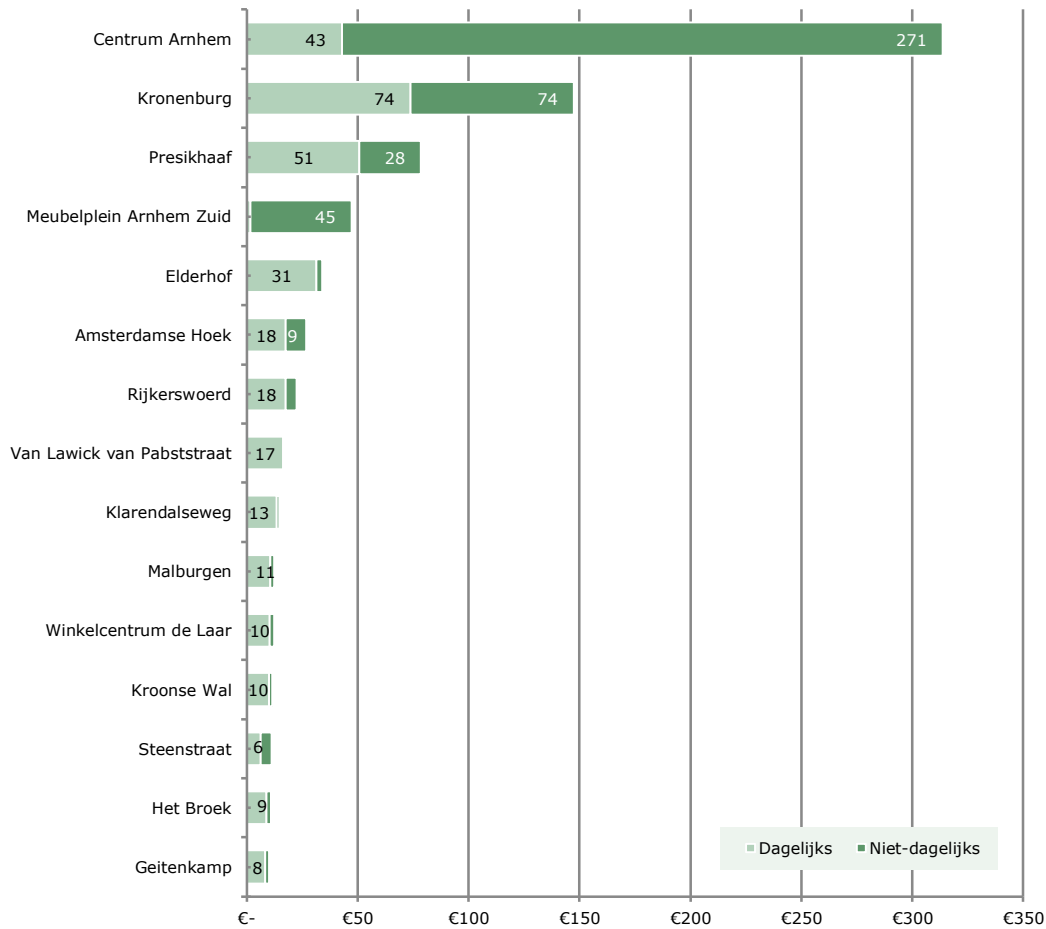
	ARNHEM NOORD	ARNHEM ZUID	ARNHEM OVERIG	ARNHEM
dagelijkse boodschappen	€ 182	€ 170	€ 56	€ 407
niet-dagelijks	€ 321	€ 133	€ 50	€ 504
- mode en luxe artikelen	€ 193	€ 54	€ 6	€ 252
- huishoudelijke artikelen	€ 13	€ 8	€ 1	€ 22
- woninginrichting	€ 18	€ 27	€ 15	€ 59
- elektronica	€ 41	€ 17	€ 5	€ 63
- doe-het-zelf artikelen	€ 12	€ 12	€ 14	€ 38
- bloemen, planten en tuinartikelen	€ 5	€ 2	€ 3	€ 10
- sport- en spel artikelen	€ 21	€ 7	€ 5	€ 33
- hobby- en media-artikelen	€ 19	€ 6	€ 2	€ 27
TOTAAL	€ 502	€ 304	€ 105	€ 911

Detailhandelsbestedingen aankooplocaties

In figuur 4.1 zijn de detailhandelsbestedingen van Arnhemse winkelgebieden met minimaal € 10 miljoen detailhandelsbestedingen weergegeven, uitgesplitst naar niet-dagelijkse en dagelijkse bestedingen. Arnhem centrum genereert duidelijk de meeste detailhandelsbestedingen (ook in de gehele regio Arnhem-Nijmegen). Stadsdeelwinkelcentrum Kronenburg volgt dan met bijna € 150 miljoen aan bestedingen. Kronenburg en Presikhaaf hebben de hoogste bestedingen in de dagelijkse sector. Meubelplein Arnhem Zuid (Woonboulevard Elden) volgt na de binnenstad en Kronenburg als winkellocatie met de meeste niet-dagelijkse bestedingen (figuur 4.1)

Figuur 4.1

Detailhandelsbestedingen belangrijkste winkelgebieden in de gemeente Arnhem (x € 1 miljoen).

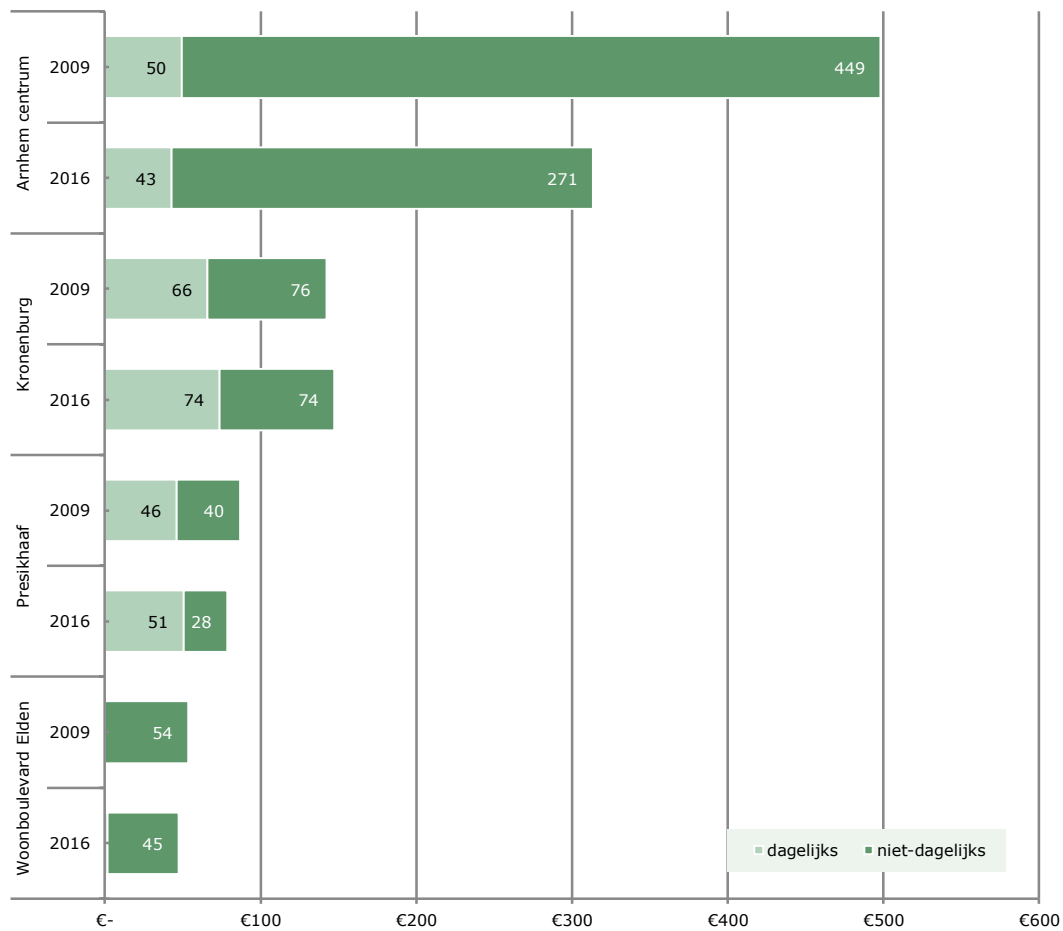


Waar in 2009 het centrum van Arnhem nog de tweede winkellocatie was voor dagelijkse boodschappen, komt het centrum qua dagelijkse bestedingen nu de 3^e plaats. De winkelcentra Kronenburg en Presikhaaf hebben in de dagelijkse sector een sterke verzorgingspositie.

Ten opzichte van 2009 zijn de bestedingen in de dagelijkse sector in Arnhem centrum gedaald. De niet-dagelijkse bestedingen in het centrum van Arnhem zijn echter sterker afgenomen. In totaal zijn de bestedingen in de Arnhemse binnenstad met 37 procent gedaald (figuur 4.2).

Figuur 4.2

Detailhandelsbestedingen belangrijkste winkelgebieden in de gemeente Arnhem (x € 1 miljoen; 2009 en 2016).



N.B. De detailhandelsomzet van 2009 is opgehoogd met het BTW-tarief dat toen van kracht was, dagelijkse sector: 10% en niet-dagelijkse sector 19%.

4.3 Vloerproductiviteit

In hoofdstuk 2 is al beschreven dat in Arnhem het winkelloppervlak in de dagelijkse sector tussen 2009-2016 is gestegen en dat in de niet-dagelijkse sector het aantal vierkante meters winkelaanbod met 8 procent is gedaald maar in Arnhem Zuid gelijk is gebleven. In de vorige paragraaf is duidelijk geworden dat voor de meeste winkelgebieden de dagelijkse bestedingen zijn toegenomen in de periode 2009-2016, terwijl er in de niet-dagelijkse sector sprake is geweest van een bestedingsdaling.

Om verder inzicht te krijgen in de verhouding tussen de detailhandelsbestedingen ten opzichte van de veranderingen in het winkelloppervlak (exclusief leegstand) kan worden gekeken naar de bestedingen per m². In geheel Arnhem wordt er per m² winkelvloeroppervlak € 7.200 aan dagelijkse artikelen besteed en € 2.600 aan niet-dagelijkse artikelen. De regio-gemiddelden bedragen per m² wvo € 7.700 in de dagelijkse sector en € 2.000 in de niet-dagelijkse sector.

In tabel 4.2 zijn indicatieve vloerproductiviteiten opgenomen voor de winkelgebieden met minimaal € 10 miljoen bestedingen. Te zien is dat het centrum en Kronenburg hoge bestedingen per m² hebben in de niet-dagelijkse sector, gevolgd door Presikhaaf en het Meubelplein. In de dagelijkse sector hebben Geitenkamp en Presikhaaf de hoogste bestedingen per m², onmiddellijk gevolgd door Elderhof.

Tabel 4.2Gerealiseerde bestedingen per m² belangrijkste winkelgebieden.

	DAGELIJKS	NIET-DAGELIJKS
Centrum Arnhem	€ 6.500	€ 3.100
Kronenburg	€ 9.900	€ 3.400
Presikhaaf	€ 12.100	€ 2.200
Meubelplein Arnhem Zuid	-	€ 2.100
Elderhof	€ 11.800	€ 700
Amsterdamse Hoek	€ 7.700	€ 1.400
Rijkerswoerd	€ 8.400	€ 1.700
Van Lawick van Pabststraat	€ 10.400	€ 200
Klarendalseweg	€ 11.100	€ 700
Malburgen	€ 3.000	€ 400
Winkelcentrum de Laar	€ 6.600	€ 1.100
Kroonse Wal	€ 8.900	€ 1.200
Steenstraat	€ 1.400	€ 300
Het Broek	€ 2.500	€ 400
Geitenkamp	€ 12.300	€ 1.000
ARNHEM	€ 7.200	€ 2.600

4.4 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Ten opzichte van 2009 zijn in de dagelijkse sector de bestedingen in Arnhem toegenomen (+11 procent). De niet-dagelijkse bestedingen zijn daarentegen gedaald met ongeveer 35 procent.
- Voor een deel hangt deze afname in de niet-dagelijkse sector samen met de landelijke ontwikkeling dat consumenten de afgelopen jaren minder zijn gaan uitgeven in de niet-dagelijkse sector en dat ook vaker gekozen wordt voor online winkelen. Hierdoor vloeit niet alleen een deel van de bestedingen van Arnhemmers naar internet, maar is ook een deel van toevloeiing weggevallen. Voorts zal ook de veranderde regionale trekkracht van invloed zijn, onder meer met het vertrek van de Bijenkorf en de sluiting van V&D.
- De daling van detailhandelsbestedingen in Arnhem lijkt zich grotendeels ook te concentreren in de binnenstad van Arnhem. Ten opzichte van 2009 is er een afname van ongeveer 37 procent.
- Buiten het centrum hebben de stadsdeelwinkelcentra Kronenburg en Presikhaaf een belangrijke positie in de verzorgingsstructuur. In vergelijking met 2009 zijn de detailhandelsbestedingen ongeveer op gelijk niveau gebleven. In termen van vloerproductiviteit heeft Presikhaaf vooral in de dagelijkse sector hoge bestedingen per m² winkelvloeroppervlak, terwijl Kronenburg in de niet-dagelijkse sector een hoge vloerproductiviteit heeft.
- Op stedelijk niveau heeft Arnhem in de dagelijkse sector een vloerproductiviteit van € 7.200 per m² en in de niet-dagelijkse sector € 2.600 per m². De regio-gemiddelden bedragen per m² vwo € 7.700 in de dagelijkse sector en € 2.000 in de niet-dagelijkse sector. Dat Arnhem – ondanks de sterk gekrompen bestedingen in de niet-dagelijkse sector – een bovengemiddelde vloerproductiviteit in de niet-dagelijkse sector heeft mede te maken met de lagere vloerproductiviteiten in veel kleinere regiogemeenten. Dit betekent niet automatisch een beter economisch functioneren omdat de lasten van winkeliers in grote steden doorgaans ook groter zijn (onder andere hogere huisvestingskosten).

5

HOOFDSTUK

Inzicht in koopgedrag



5. Inzicht in koopgedrag

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk besteden we vooral aandacht aan het koopgedrag van de consument die in Arnhem boodschappen doet en/of er winkelt. Wat zijn de bezoekmotieven, hoe vaak worden winkelgebieden beoordeeld? Daarnaast wordt inzichtelijk gemaakt in welke mate Arnhemmers georiënteerd zijn op de koopzondag en online winkelen.

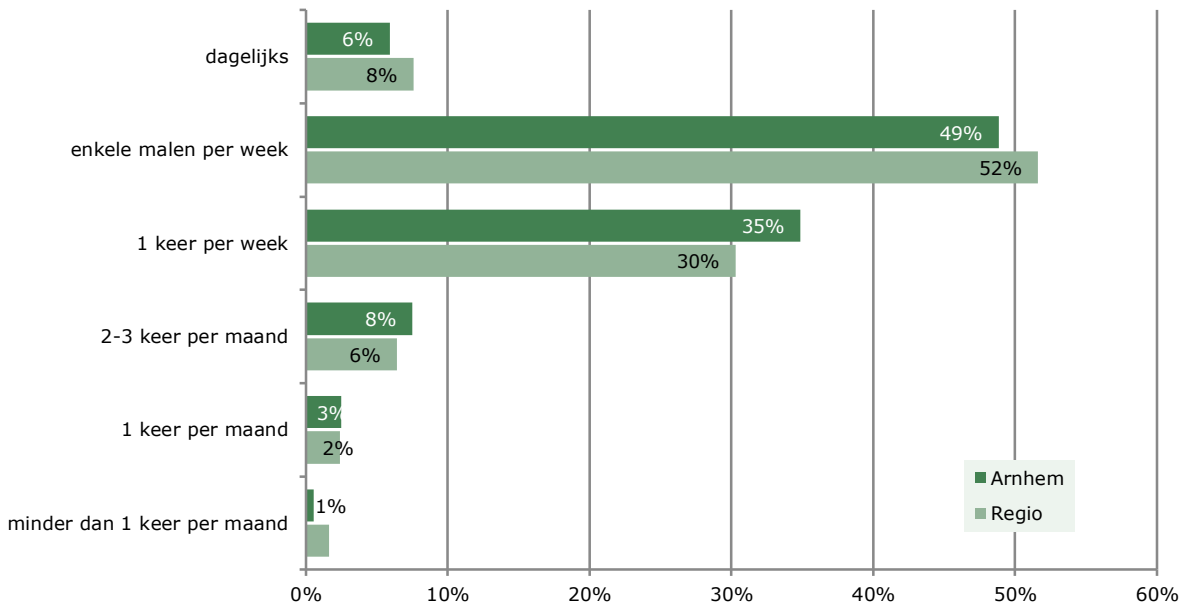
5.2 Kenmerken van koopgedrag

Bezoekfrequentie

De consumenten die de dagelijkse boodschappen doen in Arnhem zijn voor meer dan helft hoogfrequente bezoekers, die minstens enkele keren per week boodschappen doen (55 procent). In de regio Arnhem-Nijmegen ligt dit aandeel echter hoger. Consumenten die in Arnhem boodschappen doen – grotendeels inwoners – doen dit wat vaker eens per week. Mogelijk speelt bereikbaarheid en parkeermogelijkheden van boodschappenlocaties een rol. Deze worden in grote steden doorgaans kritischer beleefd.

Figuur 5.1

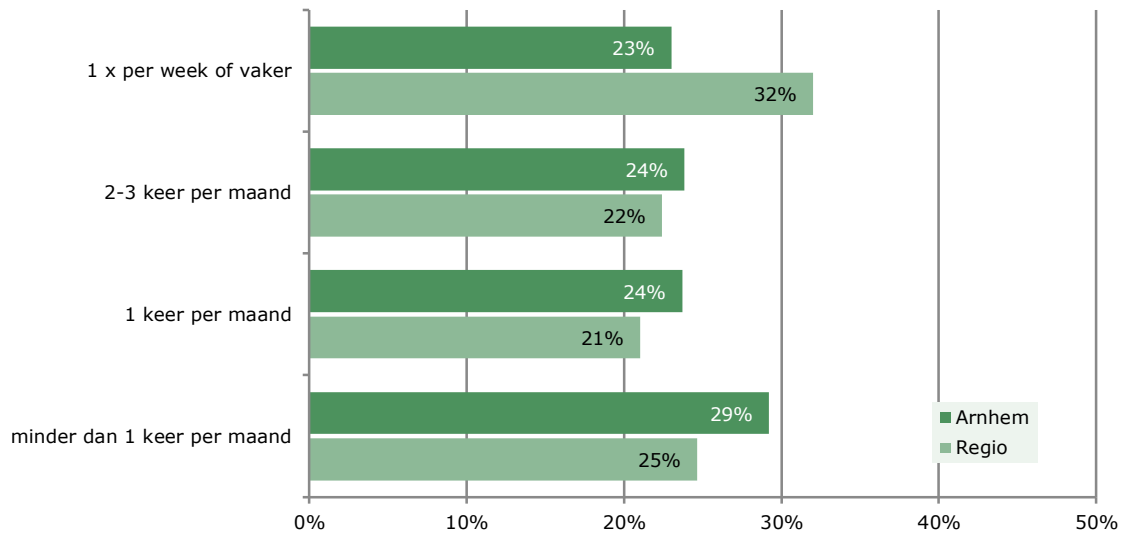
Bezoekfrequentie aankoopplaats voor *dagelijkse boodschappen*.



Een zelfde beeld is zichtbaar bij de frequentie waarmee consumenten in Arnhem winkelen. De consumenten die in Arnhem winkelen, doen dat minder vaak wekelijks dan gemiddeld in de regio (figuur 5.2). Dit kan deels ook samenhangen met de regionale verzorgingspositie van Arnhem. Regiobezoekers hebben doorgaans gemiddeld een lagere bezoekfrequentie.

Figuur 5.2

Bezoekfrequentie aankoopplaats voor *recreatief winkelen*.

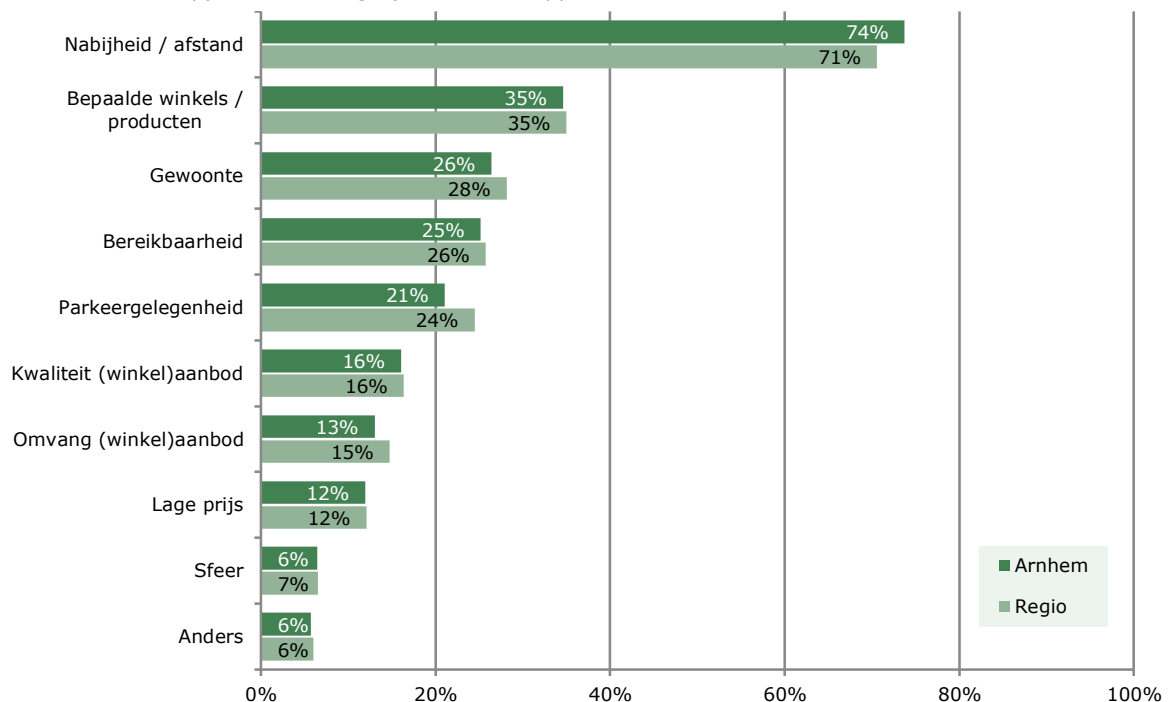


Bezoekmotief

Wat zijn de belangrijkste redenen van consumenten om boodschappen te doen of te winkelen in Arnhem? De top 3 bij boodschappen wordt gevormd door nabijheid/afstand, bepaalde winkels of producten en gewoonte. Qua verdeling van genoemde bezoekmotieven wijkt Arnhem weinig af van het totale regionale beeld. Het dicht bij huis boodschappen kunnen doen, is veruit het meest genoemde motief. Parkeergelegenheid is relatief wat minder genoemd als bezoekmotief (auto ook beperkt minder gekozen als vervoermiddel).

Figuur 5.3

Bezoekmotief aankoopplaats voor *dagelijkse boodschappen*.



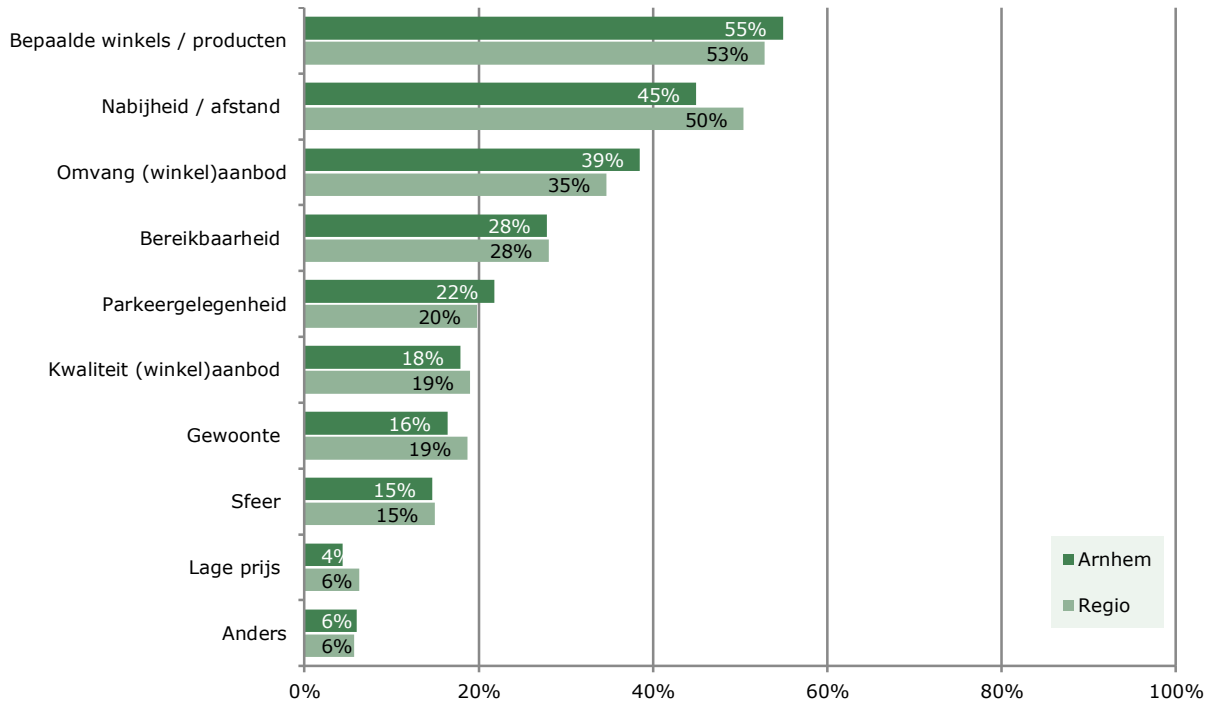
Nota bene: meerdere antwoorden mogelijk



Voor het winkelen zijn de aanwezigheid van bepaalde winkels en de omvang van het winkelaanbod meer genoemde bezoekenmotieven. Reistijd en –afstand spelen nog steeds een belangrijke rol, maar is wel minder genoemd dan bij boodschappen. Ook ten opzichte van het regionale beeld speelt dit aspect bij winkelen in Arnhem een wat minder grote rol, wat samenhangt met de verzorgingspositie en trekkracht van Arnhem.

Figuur 5.4

Bezoekmotief aankoopplaats voor *recreatief winkelen*.



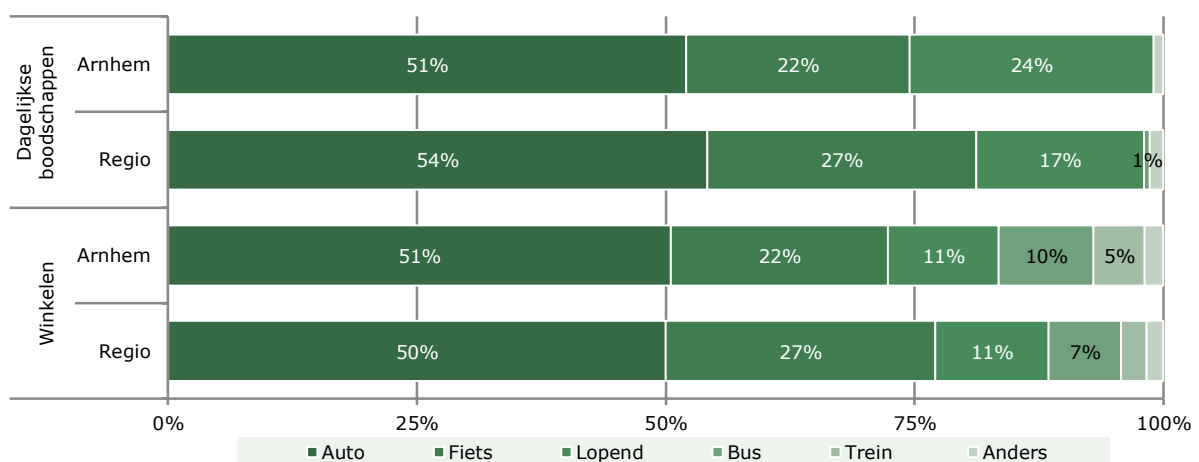
Nota bene: meerdere antwoorden mogelijk

Vervoermiddel

Zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor het recreatief winkelen is de auto het meest gebruikte vervoermiddel. Het autogebruik is bij de boodschappen wel iets lager dan gemiddeld in de regio Arnhem-Nijmegen. Men gaat vaker lopend. Bij het winkelen is het openbaar vervoer vaker gebruikt.

Figuur 5.5

Vervoermiddelgebruik voor dagelijkse boodschappen en recreatief winkelen



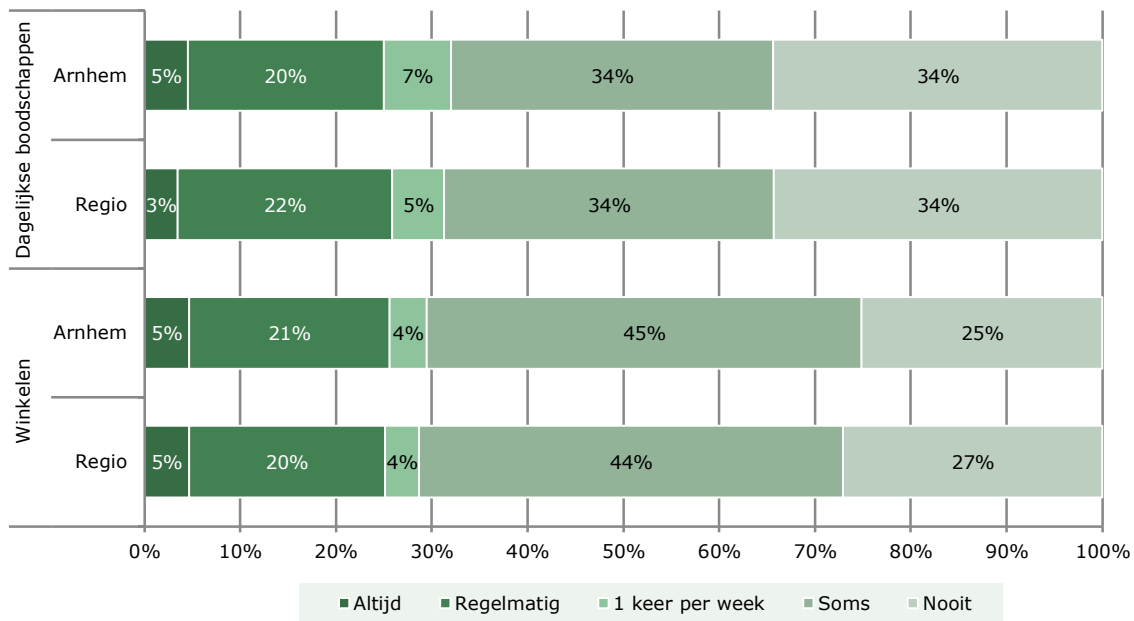
Combinatiebezoek

Aan de consumenten die in Arnhem boodschappen doen en/of winkelen is gevraagd hoe vaak ze het winkelbezoek combineren met een bezoek aan aanvullende voorzieningen. Met aanvullende voorzieningen worden onder meer horeca en dienstverlenende voorzieningen bedoeld.

Voor de dagelijkse boodschappen combineert ongeveer een kwart het winkelbezoek altijd of regelmatig met een bezoek aan andere voorzieningen. De grootste groep combineert de boodschappen niet of nauwelijks met een andere publiekvoorziening. Bij het winkelen is de verdeling vergelijkbaar, met dien verstande dat het aandeel nooit kleiner is en dat een grotere groep soms voor combinatiebezoek kiest. Er is nauwelijks onderscheid tussen Arnhem en de regio.

Figuur 5.6

Combinatiebezoek bij dagelijkse boodschappen en recreatief winkelen

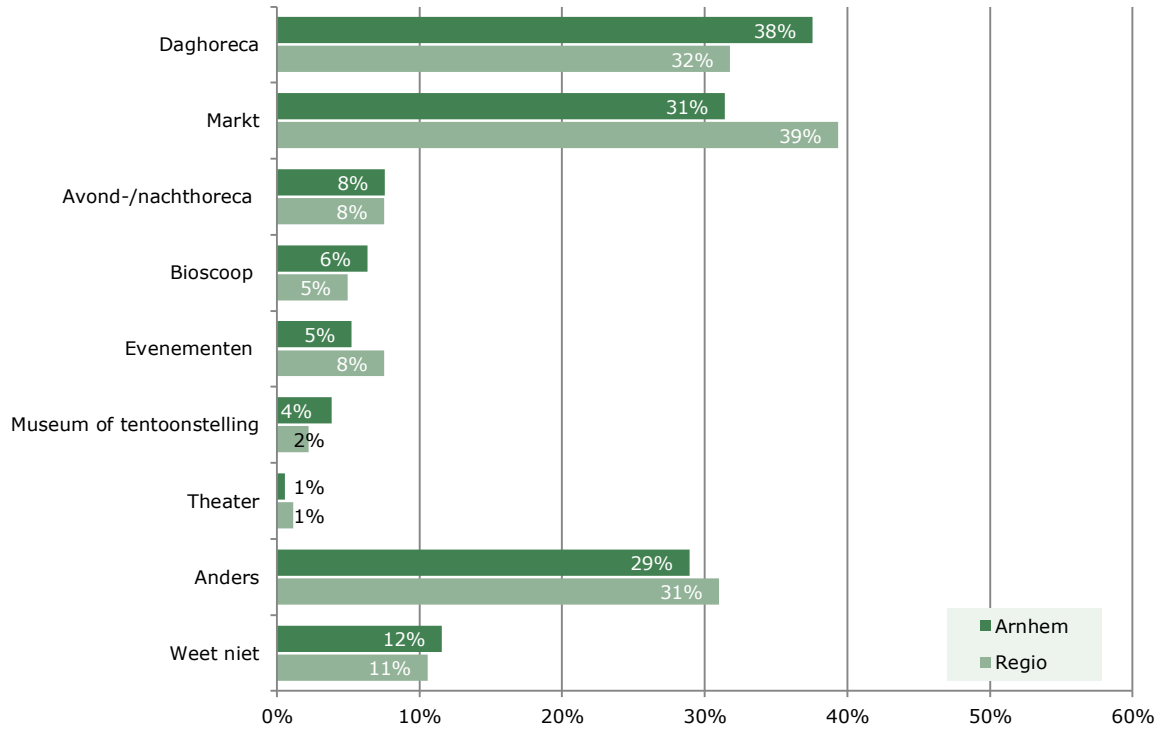


Degenen die het boodschappen doen wel eens combineren met andere activiteiten noemen daarbij vooral daghoreca-voorzieningen en de markt (zie figuur 5.7). Ten opzichte van het regionale beeld is daghoreca wat meer genoemd en marktbezoek wat minder. Onder de categorie 'anders' vallen onder meer dokter- en ziekenhuisbezoek, bibliotheek als ook familiebezoek.

Het recreatief winkelend publiek dat winkelbezoek combineert met andere voorzieningen in Arnhem noemt in vergelijking met boodschappen meer combinaties (zie figuur 5.8). Zo worden voorzieningen als avondhoreca, evenementen en ook theaterbezoek vaker genoemd. Deze voorzieningen laten zich ook wel beter combineren met het recreatief, vrijetijdsgerichte winkelen.

Figuur 5.7

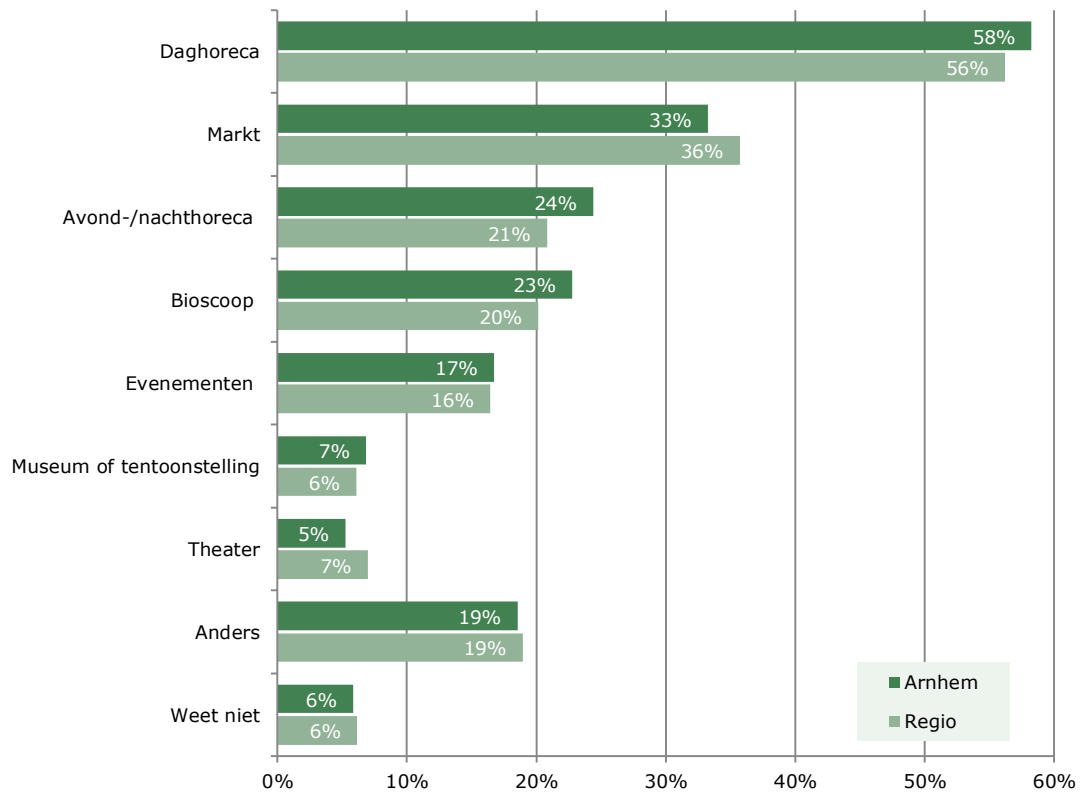
Bezochte voorzieningen bij combinatiebezoek met boodschappen doen.



Nota bene: meerdere antwoorden mogelijk

Figuur 5.8

Bezochte voorzieningen bij combinatiebezoek met recreatief winkelen.



Nota bene: meerdere antwoorden mogelijk

5.3 Beoordeling winkelvoorzieningen

Rapportcijfers

Tabel 5.1 laat de gemiddelde beoordeling zien van (aspecten van) de winkelvoorzieningen in Arnhem voor dagelijkse boodschappen en tabel 5.2 voor recreatief winkelen. Hierbij wordt Arnhem zowel vergeleken met 2009 als met het regiobeeld. Ook zijn de waarderingcijfers voor drie aankooplocaties opgenomen. Aan de consument is gevraagd het winkelgebied te beoordelen dat zij het laatst hebben bezocht. Zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor recreatief winkelen geldt dat de gemiddelde waarderingcijfers nauwelijks afwijken van de gemiddelde cijfers gegeven voor winkelvoorzieningen in de regio Arnhem-Nijmegen.

Het totaaloordeel voor Arnhemse aankooplocaties voor dagelijkse boodschappen is een 7,6 (regio Arnhem-Nijmegen: 7,5). De bereikbaarheid per fiets krijgt met een 8,4 de hoogste beoordeling, gevolgd door bereikbaarheid per auto. Het regiogemiddelde voor de bereikbaarheid van winkelvoorzieningen (dus niet verbijzonderd naar vervoermiddel) bedraagt bij de boodschappen een 7,9.

De bewegwijzering in en naar de binnenstad worden ook goed beoordeeld met respectievelijk een 7,8 en een 7,7. Het aanbod van daghoreca krijgt met een 6,3 de laagste beoordeling. Tussen binnenstad, Dukenburg en Presikhaaf zijn enkele verschillen in waardering. De binnenstad krijgt een lagere beoordeling op bereikbaarheid per auto, parkeren en parkeertarieven en een hoger cijfer voor daghoreca. Het gratis kunnen parkeren wordt bij met name Kronenburg en in iets minder mate Presikhaaf goed gewaardeerd. Verder krijgt Kronenburg hogere cijfers ten aanzien van aantal winkels en inrichting van het winkelcentrum, terwijl in Presikhaaf de kwaliteit van het aanbod beter gewaardeerd wordt door consumenten die hier boodschappen doen.

Tabel 5.1

Beoordeling van consumenten over aankooplocaties voor dagelijkse boodschappen.

	ARNHEM	ARNHEM 2009	REGIO	CENTRUM ARNHEM	KRONENBURG	PRESIKHAAF
Bereikbaarheid per fiets*	8,4			8,7	8,5	8,5
Bereikbaarheid per auto*	7,9			6,9	8,7	8,5
Bewegwijzering in binnenstad*	7,8			7,8	.	
Bewegwijzering naar binnenstad*	7,7			7,7	.	
Bereikbaarheid per OV*	7,7			8,4	8,1	8,1
Stallingsmogelijkheden fiets	7,6	7,6	7,5	7,9	8,2	7,8
Klantvriendelijkheid winkeliers*	7,6			7,6	7,6	7,4
Parkeermogelijkheden auto	7,5	7,5	7,6	6,0	8,8	8,4
Hoogte van de parkeertarieven*	7,4			4,8	9,3	7,4
De kwaliteit van de winkels	7,4	7,2	7,5	7,7	7,7	8,5
Veiligheid winkelomgeving	7,3	7,1	7,5	7,4	7,7	7,1
Sfeer/ambiance	6,8	6,6	6,9	7,7	7,1	7,2
Het aantal winkels	6,8	6,6	6,7	7,9	7,8	6,1
Inrichting/aankleding winkelstraten	6,7		6,7	7,4	7,5	6,7
Aanbod van daghoreca	6,3		6,4	7,8	7,2	6,4
TOTAALORDEEL	7,6		7,5	7,9	8,1	6,5

* Deze aspecten zijn alleen in Arnhem voorgelegd.

Als het gaat om recreatief winkelen krijgen de winkelvoorzieningen in Arnhem een oordeel dat vergelijkbaar is met gemiddeld in de regio Arnhem-Nijmegen. Ten opzichte van 2009 is de waardering wel wat lager, met name als het gaat om winkelaanbod en sfeer. Dat bewegwijzering naar en in de binnenstad hier lager wordt gewaardeerd dan bij boodschappen heeft mede te maken met de samenstelling van de groep consumenten. Deze is bij het recreatief winkelen meer regionaal van aard. Winkelcentrum Kronenburg krijgt ook van bezoekers die hier winkelen hoge waarderingscijfers. Het Meubelplein blijft hier bij achter, met duidelijk lagere cijfers voor aanbod van daghoreca, sfeer en inrichting.

Tabel 5.2

Beoordeling van consumenten over aankooplocaties voor recreatief winkelen.

	ARNHEM	ARNHEM 2009	REGIO	CENTRUM ARNHEM	KRONENBURG	MEUBELPLEIN ARNHEM ZUID**
Bereikbaarheid per fiets*	8,2			8,0	8,5	
Bereikbaarheid per auto*	8,0			6,7	8,5	
Bewegwijzering in binnenstad*	7,8	7,7	7,6	6,8		
Bewegwijzering naar binnenstad*	7,7	7,9	7,6	6,9		
Bereikbaarheid per OV*	7,5		7,4	8,0	7,9	
Stallingsmogelijkheden fiets	7,5	7,6	7,5	7,6	8,4	7,2
Klantvriendelijkheid winkeliers*	7,4			7,3	7,6	
Parkeermogelijkheden auto	7,3	7,3	7,5	6,3	8,6	7,5
Hoogte van de parkeertarieven*	7,2			4,6	9,3	
De kwaliteit van de winkels	7,2	7,4	7,3	7,5	7,8	7,0
Veiligheid winkelomgeving	7,2		7,2	7,3	7,8	7,0
Sfeer/ambiance	7,0	6,8	7,1	7,4	7,5	6,4
Het aantal winkels	6,9			7,8	8,1	6,8
Inrichting/aankleding winkelstraten	6,8			7,1	7,7	6,2
Aanbod van daghoreca	5,4			7,8	7,7	4,3
TOTAALORDEEL	7,6		7,6	7,4	8,2	6,9

* Deze aspecten zijn alleen in Arnhem voorgelegd.

** De waardering voor Meubelplein Arnhem Zuid afzonderlijk gevraagd op basis van bezoek grootschalige winkelgebieden in de regio.

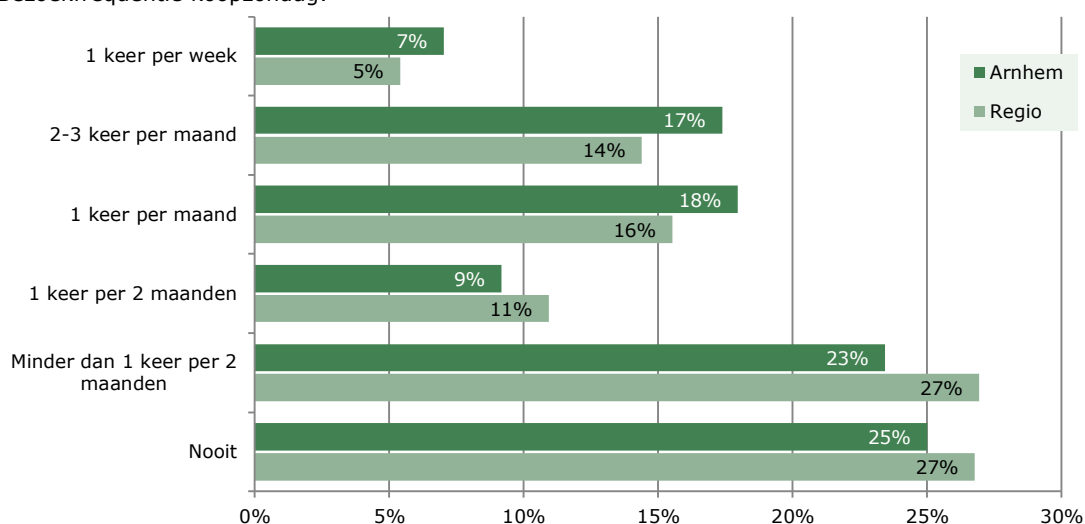
5.4 Winkelen en boodschappen doen op zondag

Bezoek koopzondag

Het aandeel inwoners dat (nog) geen koopzondag bezoekt, is iets kleiner dan gemiddeld in de regio Arnhem-Nijmegen, respectievelijk 25 en 27 procent (zie figuur 5.9). De Arnhemmers bezoeken de koopzondag frequenter dan de gemiddelde inwoner uit de regio. De mogelijkheid om elke zondag te kunnen winkelen in Arnhem maakt hoogfrequent winkelen op zondag ook mogelijk.

Figuur 5.9

Bezoekfrequentie koopzondag.



Ruim de helft van de Arnhemmers die wel eens op zondag winkelen heeft als laatst bezochte locatie Arnhem centrum opgegeven (54 procent). Daarnaast wordt Arnhem Kronenburg (8 procent), Presikhaaf (6 procent), Amsterdamse Hoek (4 procent) en Klarendalseweg (3 procent) genoemd door Arnhemmers.

Tabel 5.3

Top 5 genoemde aankooplocatie voor bezoek koopzondag (% genoemd).

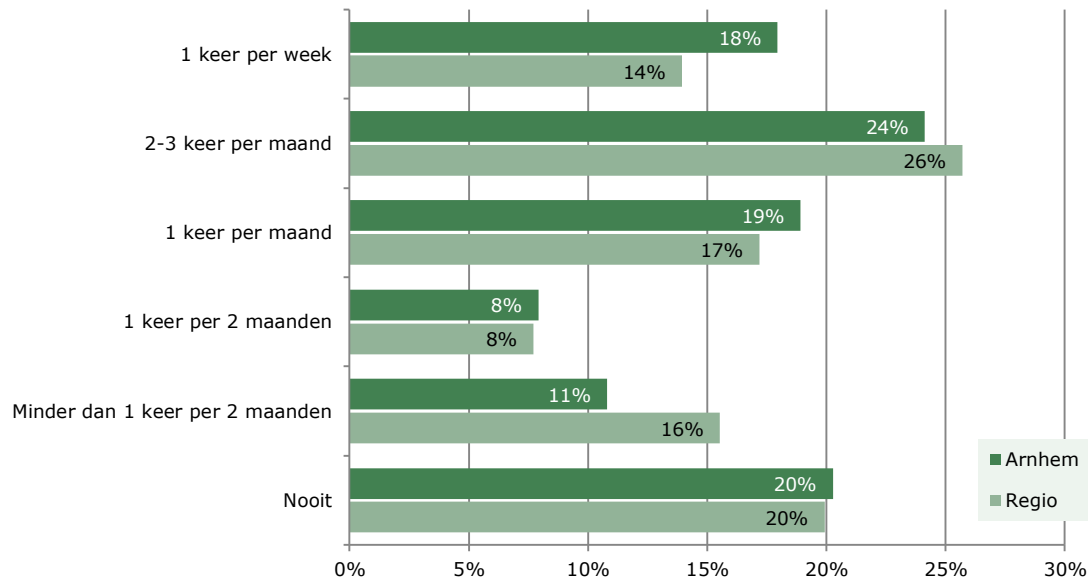
AANKOOPLOCATIE	%
Centrum Arnhem	54%
Kronenburg	8%
Presikhaaf	6%
Amsterdamse Hoek	4%
Klarendalseweg	3%

Supermarktbezoek op zondag

Supermarkten mogen in Arnhem elke zondag geopend zijn. De mate waarin inwoners van Arnhem op zondag naar de supermarkt gaan, is dan ook groter dan gemiddeld in de regio Arnhem-Nijmegen (zie figuur 5.10). Ongeveer een kwart bezoekt twee tot drie keer per maand een supermarkt op zondag en 18 procent één keer per week (regio: 14 procent). Het deel van de Arnhemmers dat nooit op zondag een supermarkt bezoekt, is wél gelijk aan de regio: één op de vijf inwoners gaat nooit naar de supermarkt op zondag.

Figuur 5.10

Bezoekfrequentie supermarkt op de zondag



5.5 Conclusie

De belangrijkste conclusies op een rij:

- Bij de 'dagelijkse' boodschappen speelt nabijheid duidelijk de grootste rol, op ruime afstand gevolgd door de aanwezigheid van bepaalde winkels en producten en gewoonte.
- Bij het ('fysiek') winkelen wordt de keuze van de consumenten om (recreatief) te winkelen in Arnhem vaker gemaakt op basis de aanwezigheid van bepaalde winkels en producten en de omvang van het winkelaanbod. Daarnaast speelt ook nabijheid een belangrijke rol.
- Er is zowel bij de dagelijkse boodschappen als bij het winkelen sprake van combinatiebezoek. Wel verschillen de gekozen combinatie-opties. Bij de boodschappen wordt vaker de meer 'doelgerichte' combinatie gemaakt met bijvoorbeeld de markt en ook wel daghoreca. Terwijl het winkelen vaker gecombineerd wordt met meer leisure-activiteiten en -voorzieningen zoals theater, schouwburg of evenementen.
- Voor veel aspecten krijgen winkelvoorzieningen in Arnhem een goede beoordeling, zowel als het gaat om bezoek voor boodschappen als voor recreatief winkelen. Ten opzichte van 2009 is men wel wat kritischer geworden, al zijn de verschillen niet heel groot.
- Verbeterpunten met hoge prioriteit voor aankooplocaties voor de dagelijkse boodschappen zijn inrichting/aankleding winkelstraten, de sfeer/ambiance en de kwaliteit van winkels. Voor het niet-dagelijkse winkelen zijn naast ook inrichting/aankleding winkelstraten en de sfeer/ambiance de specifieke aspecten bewegwijzering in de binnenstad en klantvriendelijkheid van winkeliers ook aspecten die nog een betere bijdrage kunnen leveren aan de tevredenheid van consumenten.
- Iets minder dan de helft van de Arnhemse bevolking bezoekt minstens eens per maand winkels op een koopzondag. Hierbij is de Arnhemse binnenstad de populairste bezoeklocatie. Een kwart bezoekt nooit een koopzondag.
- Tachtig procent van de Arnhemmers bezoekt wel eens een supermarkt op zondag. Bijna een vijfde gaat elke week op zondag naar de supermarkt.

1

BIJLAGE

Begrippenkader



Bijlage 1. 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.

Detailhandelsbestedingen (draagvlak)

Totaal aan gerealiseerde winkelbestedingen 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 detailhandelsbestedingen (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.