

Kooporiëntatieonderzoek Deventer 2010

November 2010

Uitgave : Eenheid Strategische Ontwikkeling
Naam : Jaap Barink en Marieke Hottenhuis
Telefoonnummer : (0570) 693369 / 693283
Mail : j.barink@deventer.nl / m.hottenhuis@deventer.nl

Inhoudsopgave

Samenvatting	3
1. Inleiding	5
2. Koopstromen gemeente Deventer	6
2.1 Koopkrachtbinding, -toevloeiing en -afvloeiing	6
2.2 Binding nader bekeken	7
2.3 Afvloeiing nader bekeken	9
2.4 Toevloeiing nader bekeken	11
3. Bezoekmotieven winkelcentra	12
4. Beoordeling winkelcentra	14
5. Ontwikkeling lokale oriëntatie	16
6. Deventer winkelcentra op een rij	17
6.1 Deventer Centrum	18
6.2 Boreelplein	20
6.3 WC Keizerslanden	22
6.4 WC Colmschate	23
6.5 Runshopping Center de Snippeling	26
6.6 Zwolseweg/Boxbergerweg	27
6.7 Zamenhofplein e.o.	28
6.8 Brinkgreverweg/Rielerweg/Beestenmarkt	29
6.9 Deltaplein	30
6.10 Andriessenplein (de Vijfhoek)	30
6.11 Borgele (Dreef)	31
6.12 Schalkhaar	32
6.13 Diepenveen	33
6.14 Bathmen	34
7. Draagvlak Deventer winkelcentra: stijgers en dalers	36
Bijlagen	40

Samenvatting

De gemeente Deventer heeft in 2010 voor de vijfde keer deelgenomen aan het vijfjaarlijkse onderzoek naar het koopgedrag in de provincie Overijssel en delen van Drenthe en Gelderland. Per plaats worden zo koopstromen bepaald. Die gegevens worden gebruikt om te bepalen hoe winkelcentra functioneren. Ook worden bezoekmotieven en waarderingscijfers voor de centra gemeten. In deze rapportage Kooporiëntatieonderzoek Deventer 2010 worden de Deventer resultaten van het koopstromenonderzoek gepresenteerd. Daarbij komen de volgende zaken aan bod:

- koopkrachtbinding, -afvloeiing en -toevloeiing;
- bezoekmotieven winkelcentra;
- beoordeling winkelcentra;
- ontwikkeling lokale oriëntatie 2005-2010;
- de winkelcentra op een rij;
- draagvlak Deventer winkelcentra: stijgers en dalers

In deze samenvatting staan de belangrijkste uitkomsten (de onderdelen 'winkelcentra op een rij' en 'draagvlak Deventer winkelcentra: stijgers en dalers' blijven in deze samenvatting vanwege de veelheid aan details buiten beschouwing).

Koopkrachtbinding, -toevloeiing en -afvloeiing

De koopkrachtbinding in de dagelijkse sector in Deventer bedraagt in 2010 95%, in de niet-dagelijkse sector 73%. Beide liggen onder het niveau van 2005, toen respectievelijk 96% en 80% werd gemeten. Van de onderscheiden productgroepen in de niet-dagelijkse sector is de binding het hoogst bij doe-het-zelf en huishoudelijke artikelen. Veruit het laagst is de binding bij woninginrichting en kleding. Voor die artikelen doet de Deventer consument dus relatief vaker zijn inkopen buiten de gemeente. Met uitzondering van bloemen, planten en tuinartikelen is bij alle productgroepen de binding afgenomen. De productgroep woninginrichting laat het grootste verval zien. Ook de kledingbranche kent een duidelijk lagere binding dan in 2005.

De afvloeiing in de dagelijkse sector vindt vooral plaats naar de gemeenten Voorst, Rijssen-Holten en Raalte. De afvloeiing naar de gemeente Voorst betreft vooral inwoners van De Hoven die hun boodschappen in Twello doen. Bij de afvloeiing naar Rijssen-Holten gaat het om inwoners van Bathmen die hun dagelijkse artikelen in Holten kopen, de afvloeiing naar Raalte is vooral afkomstig uit Diepenveen. Voor aankopen in de niet-dagelijkse sector worden vooral de gemeenten Voorst, Zutphen en Apeldoorn bezocht, Hengelo volgt op de vierde plek. Het betreft bij de aankopen in Voorst vooral bloemen, planten en tuinartikelen, maar ook kleding. Bij aankopen in Zutphen betreft het hoofdzakelijk woninginrichting. In Apeldoorn worden voornamelijk kleding en schoenen aangeschaft, in Hengelo betreft het voornamelijk woninginrichting.

Tegenover de afvloeiing van Deventer consumenten staat de koopkrachttoevloeiing naar Deventer vanuit andere gemeenten. De toevloeiing in de dagelijkse sector bedraagt 6.200 klanten. Deze toevloeiing is overwegend afkomstig uit de gemeenten Lochem, Voorst en Olst-Wijhe. De toevloeiing in de niet-dagelijkse sector bedraagt 23.100 klanten. De gemeenten Lochem en Voorst kennen de grootste aandelen toevloeiing, gevolgd door Olst-Wijhe en Raalte. Circa één op de tien klanten is afkomstig uit verder weg gelegen gemeenten, in 2005 was dat aandeel nog achttien procent. De toevloeiing is het hoogst in de productgroepen doe-het-zelf en schoenen en het laagst voor dagelijkse artikelen en bloemen, planten en tuinartikelen. Vergeleken met 2005 zien we een forse afname van de toevloeiing bij woninginrichting en een forse toename bij elektronica.

De helft van de koopkrachttoevloeiing naar Deventer heeft het Centrum van Deventer als bestemming, in 2005 was dit 47%. Op ruime afstand volgt Runshopping Center De Snippeling met een aandeel van veertien procent als tweede. Het Runshopping Center had in 2005 nog een aandeel van 35%. Nieuwkomer het Boreelplein haalt een aandeel van twaalf procent. WC



Colmschate volgt als vierde met zes procent, evenveel als in 2005. De overige winkellocaties in Deventer zijn samen goed voor achttien procent toevloeiing, zes procentpunt meer dan in 2005.

Het totale draagvlak komt in de dagelijkse sector uit op 99.500, in 2005 was dit 97.550. De niet-dagelijkse sector kent een gemiddelde koopkrachtbinding van 71.800 en een toevloeiing van 23.100. Het totale draagvlak in de niet-dagelijkse sector bedraagt daarmee 94.900, een daling van vier procent in vergelijking met 2005. Over de hele linie is er een wisselend beeld zichtbaar als we het draagvlak van 2010 vergelijken met dat van 2005. De productgroepen dagelijks, schoenen, huishoudelijke artikelen, elektronica en bloemen, planten en tuinartikelen laten een toename zien, kleding, woninginrichting en doe-het-zelf een afname.

Bezoekmotieven

Bij het doen van de dagelijkse boodschappen is voor 74% van de klanten de nabijheid/afstand tot het meest bezochte winkelgebied het bezoekmotief. Als tweede motief komt de aanwezigheid van bepaalde winkels en producten uit de bus, op de derde en vierde plaats gevolgd door bereikbaarheid en parkeergelegenheid. Sfeer, kwaliteit van het winkelaanbod en lage prijzen worden bij het doen van de dagelijkse boodschappen minder vaak als bezoekredenen genoemd.

Bij het winkelen is de nabijheid/afstand voor 56% van de consumenten het motief om een bepaald winkelcentrum te bezoeken. De veelheid aan winkels in het meest bezochte winkelcentrum is de tweede bezoekreden (36%). Sfeer, bepaalde winkels en producten en bereikbaarheid zijn door 20% tot 25% van het winkelend publiek als motief genoemd. Bij het winkelen zijn lage prijzen het minst vaak als bezoekmotief opgegeven.

Beoordeling winkelcentra

Het winkelend publiek waardeert de meest bezochte winkelcentra gemiddeld enigszins hoger dan de dagelijkse klanten. Het grootste verschil is zichtbaar bij de waardering voor het aanbod van daghoreca. Waardeert het winkelend publiek dit aspect gemiddeld met een 7,6, de dagelijkse klanten geven gemiddeld een 6,1. Alleen de aspecten bereikbaarheid, parkeermogelijkheden voor de auto en veiligheid van de winkelomgeving worden door de dagelijkse klanten hoger gewaardeerd dan door het winkelend publiek. De stallingsmogelijkheden voor de fiets krijgen van beide consumentengroepen de hoogste waardering: 7,8. De dagelijkse klanten waarderen ook de bereikbaarheid van de winkelcentra gemiddeld met een 7,8. Het aanbod van daghoreca wordt door de dagelijkse klanten het laagst gewaardeerd. Het winkelend publiek waardeert de parkeermogelijkheden voor de auto het laagst (6,9).

Ontwikkeling lokale oriëntatie 2005-2010

Net als in 2005 is onderzocht welke aandelen van de lokale kooporiëntatie in de verschillende winkelcentra in Deventer terechtkomen. Opnieuw trekt WC Flora (Colmschate) de meeste dagelijkse klanten: circa één op de vijf doet hier hoofdzakelijk zijn boodschappen. Na WC Flora zijn WC Keizerslanden en Deventer Centrum de meest favoriete locaties voor de dagelijkse boodschappen. Maar de aandelen klanten die hier hun boodschappen doen, zijn in vergelijking met 2005 afgenomen tot zo'n vijftien procent. Negen procent van de dagelijkse klanten gaat hoofdzakelijk naar het Andriessenplein voor de boodschappen, een gelijk aandeel gaat naar het Zamenhofplein e.o. Voor vijf procent van de klanten is de Boreel de belangrijkste locatie voor het doen van de dagelijkse boodschappen. Schalkhaar, Bathmen, Diepenveen en Brinkgreverweg/Rielerweg/Beestenmarkt trekken elk drie tot vier procent, Zwolseweg/Boxbergerweg, Deltaplein en Borgele elk twee procent. De overige winkellocaties trekken gezamenlijk zes procent van de dagelijkse klanten.

Bij de niet-dagelijkse aankopen is de lokale oriëntatie op het Centrum nagenoeg gelijk gebleven (45%). Het aandeel van Runshopping Center De Snippeling is afgenomen van 29 naar 25 procent. Verder is acht procent van de klanten voor de niet-dagelijkse producten hoofdzakelijk georiënteerd op WC Flora, de Boreel bindt vijf procent van de lokale oriëntatie aan zich, Schalkhaar drie procent. Het aandeel van de gezamenlijke overige winkellocaties bedraagt bij de niet-dagelijkse aankopen veertien procent.

1. Inleiding

Vanaf het midden van de jaren tachtig van de vorige eeuw doen de Kamers van Koophandel samen met de provincies Overijssel en Drenthe en een groot aantal gemeenten onderzoek naar het koopgedrag van de consument in Overijssel en het omliggende gebied. Per plaats worden zo de koopstromen bepaald. Die gegevens worden gebruikt om te bepalen hoe winkelcentra functioneren. Net als in 1990, 1995, 2000 en 2005 heeft de gemeente Deventer ook in 2010 aan het koopstromenonderzoek deelgenomen. Net als in 2005 heeft Deventer gebruik gemaakt van de mogelijkheid om extra enquêtes af te laten nemen. Hiermee kunnen ook koopstromen in en tussen wijken inzichtelijk gemaakt worden, en ontstaat er inzicht in de voedingsgebieden van de diverse winkelcentra. Ook kunnen bezoekmotieven en waarderingscijfers voor de centra worden gemeten.

Net als in 2000 en 2005 heeft het team Kennis en Verkenning van de eenheid Strategische Ontwikkeling van de gemeente Deventer de analyse van de lokale kooporiëntatie voor haar rekening genomen. Kennis en Verkenning kon in 2010 beschikken over de antwoorden van 3.517 respondenten in het onderzoek, onderverdeeld in 2.048 inwoners van Deventer en 1.469 inwoners uit andere gemeenten in het onderzoeksgebied. Laatstgenoemde groep heeft bij de beantwoording van één of meer vragen een winkelcentrum in Deventer als aankoopplaats genoemd. Om over- of ondervertegenwoordiging van wijken in Deventer of plaatsen van herkomst in het onderzoek te corrigeren, is gebruik gemaakt van zogenoemde weegfactoren.

In deze rapportage Kooporiëntatieonderzoek Deventer 2010 komen de volgende zaken aan bod:

- draagvlak, koopkrachtbinding, -afvloeiing en -toevloeiing;
- bezoekmotieven winkelcentra;
- beoordeling winkelcentra;
- ontwikkeling lokale oriëntatie 2005-2010;
- de winkelcentra op een rij
- draagvlak Deventer winkelcentra: stijgers en dalers.

In het onderzoek is onderscheid gemaakt in veertien winkelcentra of -concentraties:

1. Deventer Centrum;
2. Boreelplein;
3. WC Keizerslanden;
4. WC Flora (Colmschate);
5. Runshopping Center de Snippeling;
6. Zwolseweg/Boxbergerweg;
7. Zamenhofplein e.o.;
8. Brinkgreverweg/Rielerweg/Beestenmarkt;
9. Deltaplein;
10. Andriessenplein (de Vijfhoek);
11. Borgele (Dreef);
12. Schalkhaar;
13. Diepenveen;
14. Bathmen.

Waar mogelijk wordt in deze rapportage aan de veertien winkelgebieden aandacht besteed. Dit is echter afhankelijk van het aantal respondenten in het onderzoek dat van een bepaald winkelgebied gebruik heeft gemaakt.

2. Koopstromen gemeente Deventer

2.1 Koopkrachtbinding, -toevloeiing en -afvloeiing

Koopkrachtbinding:	de mate waarin inwoners van de gemeente Deventer hun aankopen doen in winkels die in de eigen gemeente gevestigd zijn
Koopkrachtafvloeiing:	de mate waarin inwoners van de gemeente Deventer hun aankopen doen in winkels die in andere gemeenten gevestigd zijn
Dagelijkse artikelen:	levensmiddelen, drogisterijartikelen, alcoholische dranken, tabak, schoonmaakartikelen
Niet-dagelijkse artikelen:	kleding, schoenen, woninginrichting, huishoudelijke artikelen, doe-het-zelf, elektronica en bloemen, planten en tuinartikelen
Klant/consument:	rekeneenheid voor een denkbeeldige consument die zijn bestedingen voor 100 procent in een winkelcentrum/-locatie verricht. Het daadwerkelijke aantal consumenten ligt vele malen hoger

De koopkrachtbinding in de dagelijkse sector in Deventer bedraagt in 2010 95%, in de niet-dagelijkse sector 73%. Beide liggen onder het niveau van 2005, toen respectievelijk 96% en 80% werd gemeten. Van de onderscheiden productgroepen in de niet-dagelijkse sector is de binding het hoogst bij doe-het-zelf artikelen (95%) en huishoudelijke artikelen (88%). Veruit het laagst is de binding bij woninginrichting (56%), gevolgd door kleding (65%). Voor die artikelen doet de Deventer consument dus relatief vaker zijn inkopen buiten de gemeente, wat koopkrachtafvloeiing wordt genoemd.

Met uitzondering van bloemen, planten en tuinartikelen is voor alle productgroepen de binding relatief afgenomen. De consument koopt deze zaken dus meer dan in 2005 in andere gemeenten. De productgroep woninginrichting laat het grootste verval zien. Het vertrek van Morres Wonen uit Deventer doet zich hier gelden. Ook de kledingbranche laat een duidelijk lagere binding dan in 2005 zien.

Tabel 2.1 Koopkrachtbinding Deventer 2005 en 2010

	2005		2010	
	binding rel.	binding abs.	binding rel.	binding abs.
dagelijks	96%	92.000	95%	93.300
niet dagelijks	80%	76.550	73%	71.800
- kleding	73%	69.700	65%	64.150
- schoenen	78%	74.600	75%	74.050
- woninginrichting	64%	61.650	56%	55.100
- huishoudelijk	90%	86.550	88%	86.250
- elektronica	85%	82.100	83%	82.050
- doe-het-zelf	97%	92.800	95%	93.250
- bloemen, planten e.a.	72%	69.250	74%	73.350

Koopkrachttoevloeiing:	de mate waarin inwoners van andere gemeenten hun aankopen doen in winkels die in de gemeente Deventer gevestigd zijn
Draagvlak:	het totale aantal klanten van een aankoopplaats: de som van de klanten uit binding en toevloeiing

Tegenover de afvloeiing van Deventer consumenten staat de koopkrachttoevloeiing naar Deventer van consumenten uit andere gemeenten. Uit tabel 2.2 blijkt dat die toevloeiing het hoogst is in de productgroepen doe-het-zelf en schoenen en het laagst bij dagelijkse artikelen en bloemen, planten en tuinartikelen. Vergeleken met 2005 zien we een forse afname van de toevloeiing bij woninginrichting en een forse toename bij elektronica.

Het totale draagvlak komt in de dagelijkse sector uit op 99.500, in 2005 was dit 97.550. De niet-dagelijkse sector kent een koopkrachtbinding van 71.800 en een toevloeiing van 23.100. Het totale draagvlak in de niet-dagelijkse sector bedraagt daarmee 94.900, een daling van vier procent in vergelijking met 2005. Over de hele linie bekeken is er een wisselend beeld zichtbaar als we het draagvlak van 2010 vergelijken met dat van 2005. Het draagvlak van de productgroepen dagelijks, schoenen, huishoudelijk, elektronica en bloemen, planten en tuinartikelen is toegenomen. Voor de productgroepen kleding, woninginrichting, en doe-het-zelf geldt dat het draagvlak is afgenomen. Tabel 2.3 laat per productgroep nog zien welk aandeel van het draagvlak uit toevloeiing van elders bestaat. De top drie bestaat uit kleding, woninginrichting en elektronica.

Tabel 2.2 Koopkrachttoevloeiing en draagvlak Deventer 2005 en 2010

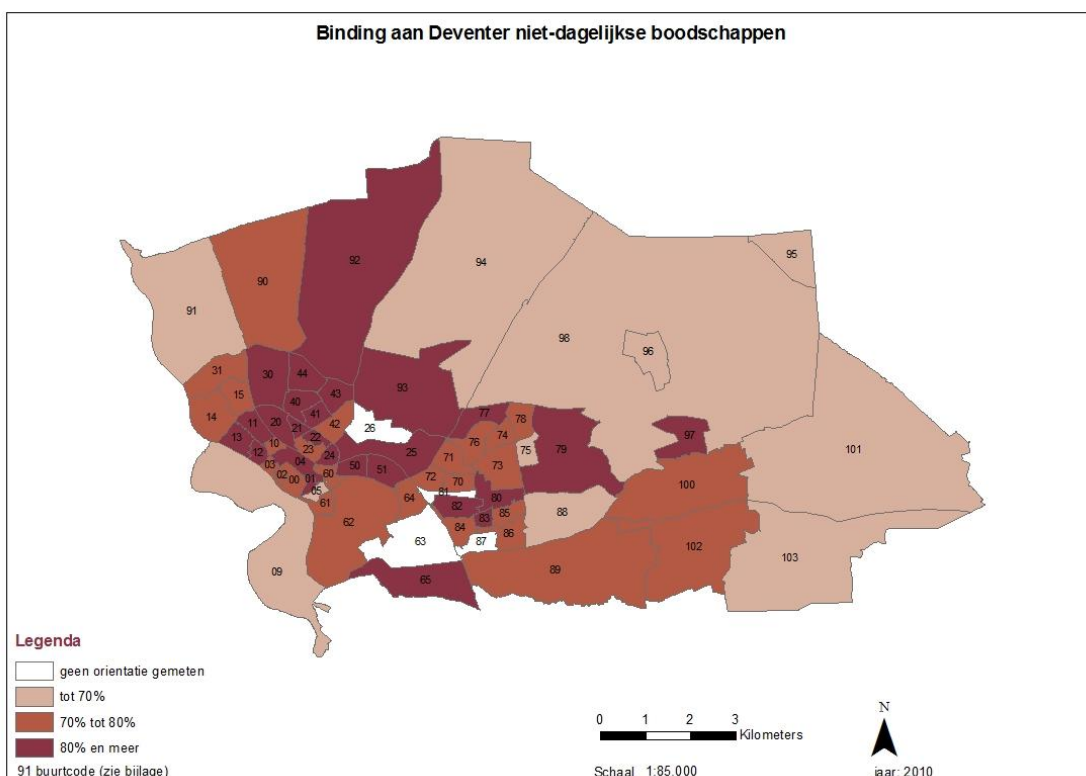
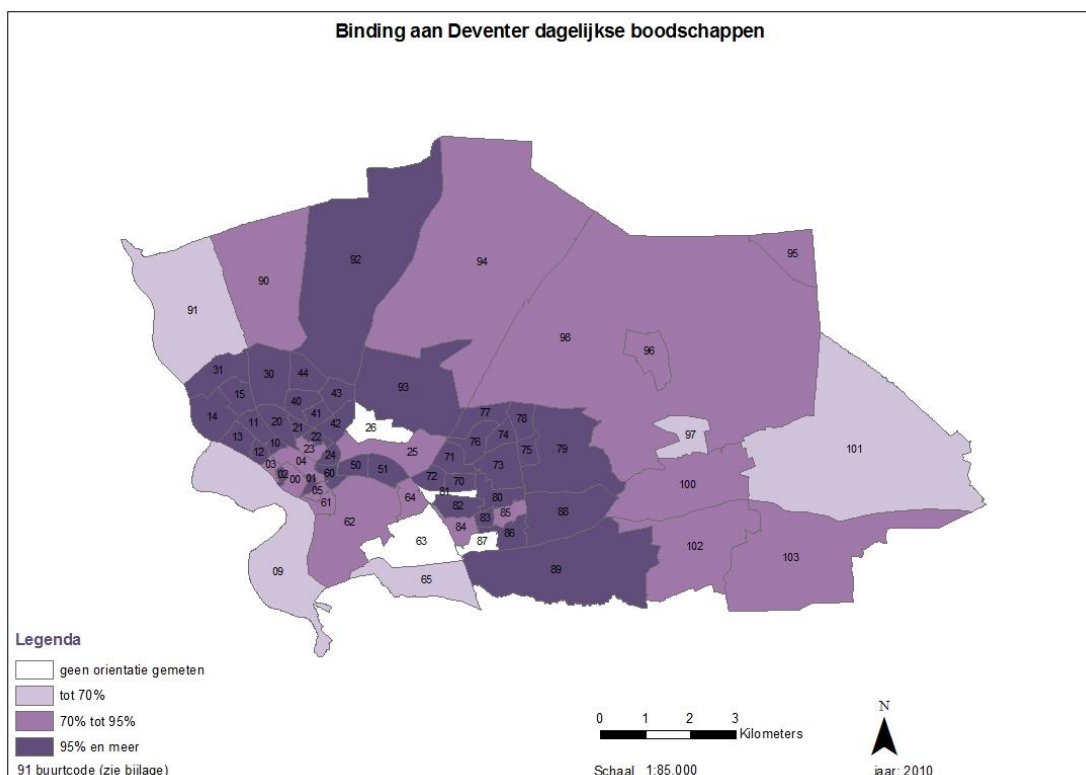
	2005		2010	
	toevloeiing abs.	draagvlak	toevloeiing abs.	draagvlak
dagelijks	5.550	97.550	6.200	99.500
niet-dagelijks	22.300	98.850	23.100	94.900
- kleding	31.800	101.500	30.050	94.250
- schoenen	23.250	97.850	24.000	98.050
- woninginrichting	45.000	106.650	22.400	77.500
- huishoudelijk	12.750	99.300	14.250	100.500
- elektronica	15.950	98.050	31.900	113.950
- doe-het-zelf	20.200	113.000	14.850	108.100
- bloemen, planten e.a.	7.250	76.500	7.850	81.200

Tabel 2.3 Koopkrachttoevloeiing als % van draagvlak Deventer 2005 en 2010

	2005	2010
dagelijks	6%	6%
niet dagelijks	23%	24%
- kleding	31%	32%
- schoenen	24%	24%
- woninginrichting	42%	29%
- huishoudelijk	13%	14%
- elektronica	16%	28%
- doe-het-zelf	18%	14%
- bloemen, planten e.a.	9%	10%

2.2 Binding nader bekeken

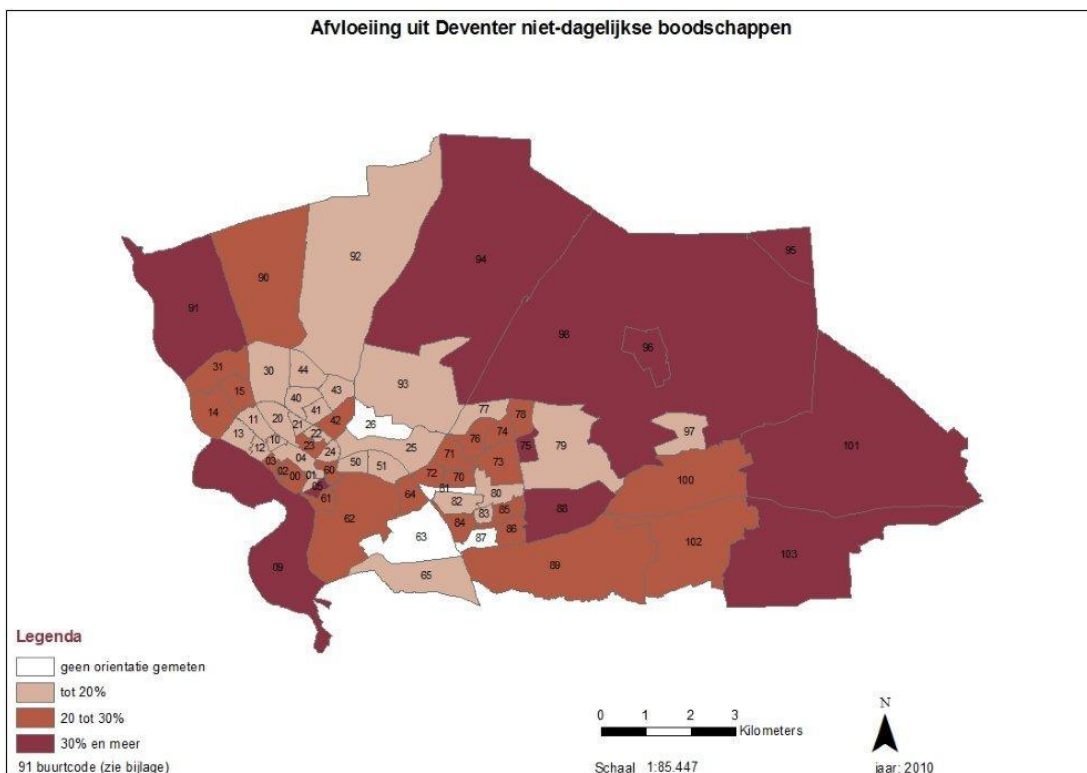
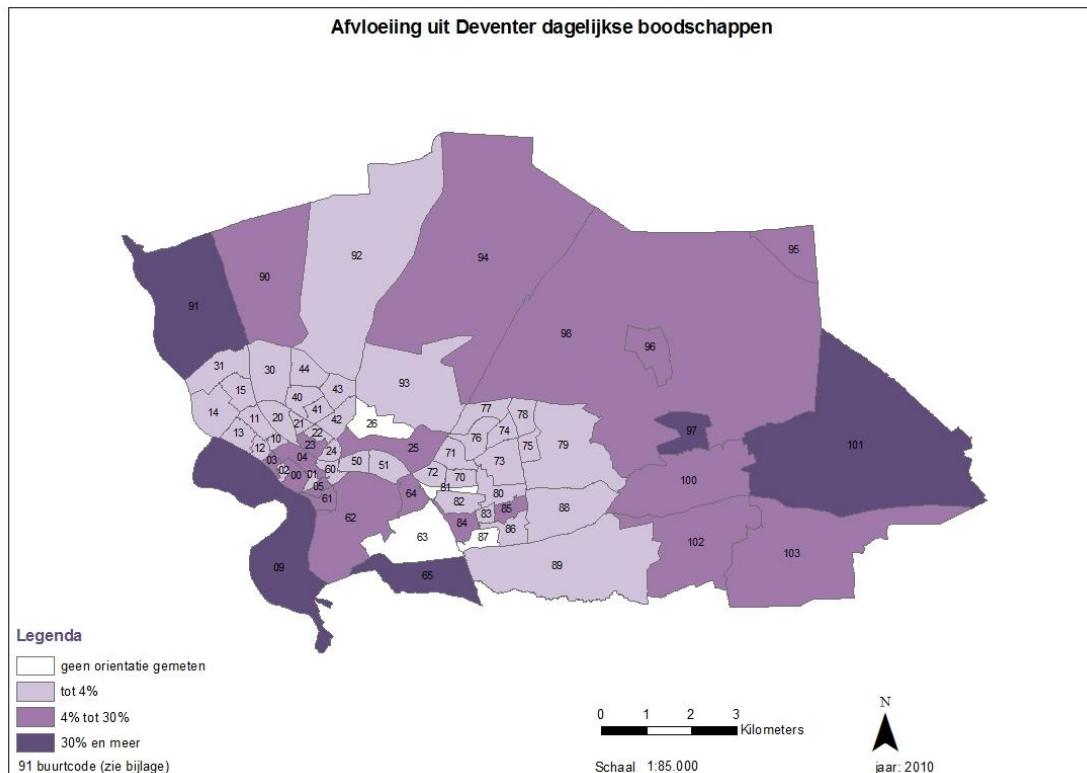
De lokale binding in de dagelijkse sector bedraagt 95%. Uit het eerste kaartbeeld op de volgende pagina blijkt dat niet overal in Deventer dat percentage wordt gehaald. De buurten aan de rand van de gemeente laten een lagere binding zien, in het bijzonder De Hoven, Epse-Noord, Rande en Loo. Consumenten in deze buurten zijn voor hun dagelijkse boodschappen dus minder op het Deventer winkelapparaat georiënteerd dan consumenten elders in Deventer. Uit bijlage 1.2 blijkt dat bewoners van De Hoven in totaal 58% van hun dagelijkse boodschappen in Deventer doen, onder de bevolking van het gebied Diepenveen is dat 94% en onder de Bathmenaren 84%. Keizerslanden (99%) en Oude Zandweerd, Zandweerd/Borgele/Platvoet en Colmschate-Noord (98% elk) laten de hoogste binding zien.



Een vergelijkbaar beeld zien we bij de binding in de niet-dagelijkse sector. Het Deventer gemiddelde is 73%, maar ook nu zien we dat dit percentage in de meeste buurten langs de gemeentegrens niet wordt gehaald. Uit bijlage 2.2 blijkt dat bewoners van De Hoven 63% van hun niet-dagelijkse aankopen in Deventer doen, van de Diepenveense bevolking 78% en van de Bathmenaren 73%.

2.3 Afvloeiing nader bekeken

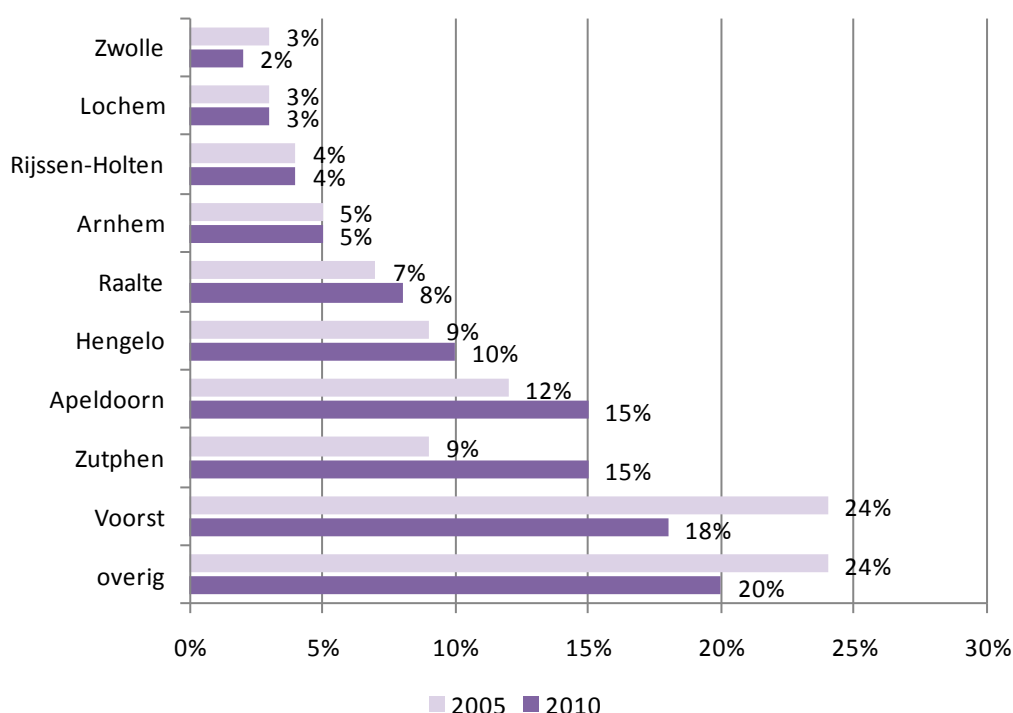
Waar in de buurten langs de gemeentegrens de binding relatief lager is dan elders in Deventer, is de afvloeiing logischerwijs groter. De beide volgende kaartbeelden illustreren dit.



De afvloeiing in de dagelijkse sector vindt vooral plaats naar de gemeenten Voorst (35% van de totale afvloeiing), Rijssen-Holten (17%) en Raalte (10%). De afvloeiing naar de gemeente Voorst betreft vooral inwoners van De Hoven die hun boodschappen in Twello doen. Bij de afvloeiing naar Rijssen-Holten gaat het om inwoners van Bathmen die hun dagelijkse artikelen in Holten kopen, de afvloeiing naar Raalte is vooral afkomstig uit Diepenveen.

De afvloeiing in de niet-dagelijkse sector vindt vaker over grotere afstanden plaats. De volgende figuur laat zien dat vooral in Voorst, Zutphen en Apeldoorn aankopen worden gedaan. Hengelo volgt op de vierde plek. Wat in de figuur opvalt is dat in vergelijking met 2005 vooral het aandeel van Zutphen in de afvloeiing is gestegen, en wel van negen naar vijftien procent. De gemeente Voorst kent daarentegen een afgenomen aandeel (van 24% naar 18%). Tabel 2.4 laat zien voor welke producten Deventer consumenten naar de vier genoemde gemeenten gaan.

Bestemming afvloeiing niet-dagelijkse boodschappen, 2005 en 2010



Van alle aankopen buiten Deventer wordt achttien procent in de gemeente Voorst gedaan. Het betreft bij deze aankopen vooral bloemen, planten en tuinartikelen, maar ook kleding. Bij aankopen in Zutphen betreft het hoofdzakelijk woninginrichting. Net als voor Zutphen geldt dat vijftien procent van de niet-dagelijkse aankopen buiten Deventer in de gemeente Apeldoorn wordt gedaan, voornamelijk kleding en schoenen. De afvloeiing naar Hengelo bedraagt tien procent van het totaal, voornamelijk woninginrichting.

Tabel 2.4 Samenstelling afvloeiing voornaamste gemeenten 2010 naar productgroep

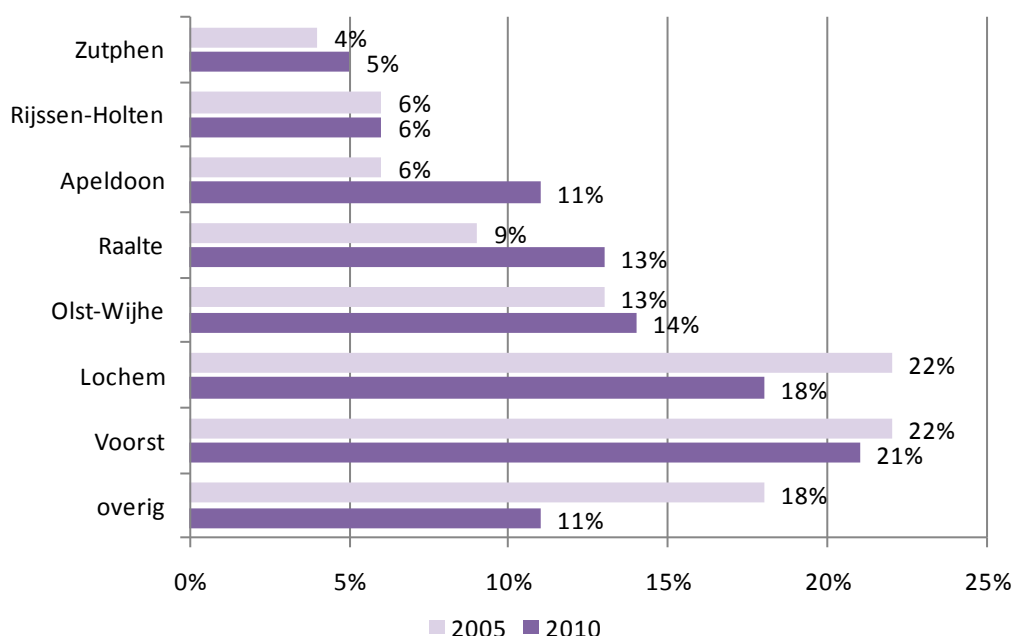
productgroep	Apeldoorn	Hengelo	Voorst	Zutphen
kleding	41%	2%	12%	5%
schoenen	29%	2%	3%	4%
huishoudelijke artikelen	6%	18%	4%	2%
elektronica	3%	7%	7%	1%
woninginrichting	14%	69%	3%	88%
doe-het-zelf	4%	2%	2%	0%
bloemen, planten en tuinartikelen	2%	0%	69%	0%
totaal	100%	100%	100%	100%

2.4 Toevloeiing nader bekeken

De toevloeiing naar Deventer in de dagelijkse sector bedraagt 6.200 klanten, goed voor zes procent van het totale draagvlak van 99.500. Deze toevloeiing is overwegend afkomstig uit de gemeenten Lochem (1.500, 25%), Voorst (1.350, 22%) en Olst-Wijhe (1.250, 20%).

De gemiddelde toevloeiing in de niet-dagelijkse sector bedraagt 23.100 klanten, 24% van het totale draagvlak van bijna 99.000. De onderstaande figuur laat zien welk aandeel van de toevloeiing de omringende gemeenten voor hun rekening nemen. De gemeenten Lochem en Voorst kennen met respectievelijk 21% en 18% de grootste aandelen. Olst-Wijhe volgt op een derde plaats met een aandeel van veertien procent en Raalte neemt met dertien procent de vierde plek in. Circa één op de tien klanten is afkomstig uit verder weg gelegen gemeenten, in 2005 was dat aandeel nog achttien procent. Tabel 2.5 laat zien voor welke producten consumenten uit de vier genoemde gemeenten naar Deventer komen.

Herkomst toevloeiing niet-dagelijkse boodschappen, 2005 en 2010



Tabel 2.5 Samenstelling toevloeiing voornaamste gemeenten 2010 naar productgroep

productgroep	Lochem	Olst-Wijhe	Raalte	Voorst
kleding	15%	15%	18%	15%
schoenen	11%	13%	13%	18%
huishoudelijke artikelen	11%	10%	8%	7%
elektronica	15%	16%	11%	14%
woninginrichting	9%	12%	24%	10%
doe-het-zelf	12%	8%	5%	15%
bloemen, planten en tuinartikelen	5%	4%	6%	4%
totaal	100%	100%	100%	100%

De helft van de koopkrachttoevloeiing naar Deventer heeft het Centrum van Deventer als bestemming, in 2005 was dit 47%. Op ruime afstand volgt Runshopping Center De Snippeling met een aandeel van veertien procent als tweede. Het Runshopping Center had in 2005 nog een aandeel van 35%. Nieuwkomer Boreelplein haalt een aandeel van twaalf procent. WC Colmschate volgt als vierde met zes procent, evenveel als in 2005. De overige winkellocales in Deventer zijn samen goed voor achttien procent toevloeiing, zes procentpunt meer dan in 2005.

3. Bezoekmotieven winkelcentra

Aan de consumenten in het Koopstromenonderzoek is niet alleen gevraagd waar zij meestal hun dagelijkse en niet-dagelijkse aankopen doen, maar ook naar hun bezoekmotieven. Gevraagd is waarom de consument kiest voor het winkelgebied waar men meestal dagelijkse boodschappen doet, en voor het winkelgebied waar men het vaakst winkelt. Van de consumenten in het onderzoek zijn de volgende bezoekmotieven opgetekend:

- nabijheid/afstand;
- gewoonte;
- bepaalde winkels en producten;
- veelheid winkels;
- lage prijs;
- kwaliteit winkelaanbod;
- bereikbaarheid;
- parkeergelegenheid;
- sfeer.

In dit korte hoofdstuk worden voor de gezamenlijke winkelgebieden in Deventer de belangrijkste bezoekmotieven op een rijtje gezet. In hoofdstuk 6 komen de bezoekmotieven voor elk afzonderlijk winkelgebied aan bod.

De nabijheid/afstand tot het winkelcentrum is het meest genoemde motief voor de keuze van de belangrijkste aankooplocatie van de (dagelijkse) consumenten in Deventer. Bij het doen van de dagelijkse boodschappen is voor 74% van de klanten nabijheid/afstand het bezoekmotief. Bij het winkelen speelt dit motief bij 56% van de consumenten.



Bij het doen van de dagelijkse boodschappen komt als tweede bezoekmotief de aanwezigheid van bepaalde winkels en producten in het meest bezochte winkelcentrum uit de bus (22%), op de derde en vierde plaats gevolgd door bereikbaarheid (17%) en parkeergelegenheid (16%). Sfeer, kwaliteit van het winkelaanbod en lage prijzen worden bij het doen van de dagelijkse boodschappen door minder dan tien procent van de klanten als bezoekredenen genoemd.

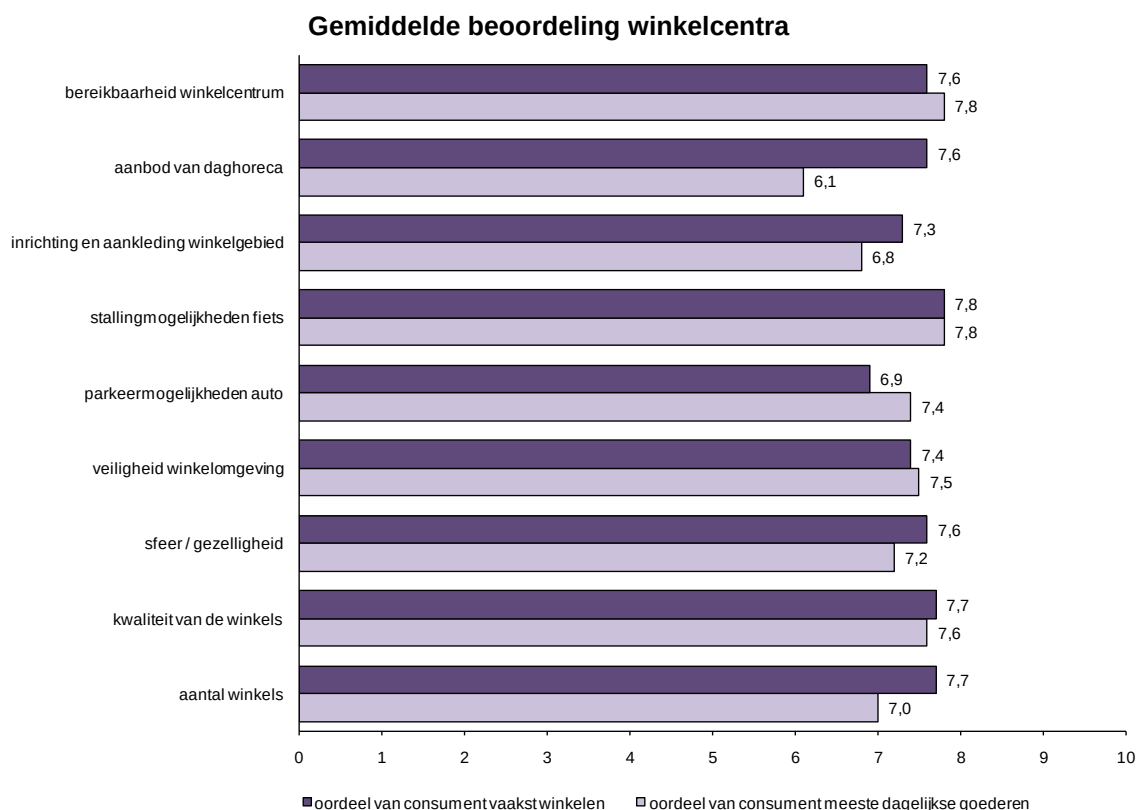
Na de nabijheid/afstand is voor het winkelend publiek de veelheid aan winkels in het meest bezochte winkelcentrum de tweede bezoekreken (36%). Sfeer, bepaalde winkels/producten en bereikbaarheid zijn door 20% tot 25% van het winkelend publiek als motief genoemd. Bij het winkelen zijn lage prijzen het minst vaak als bezoekmotief opgegeven.

4. Beoordeling winkelcentra

Het koopstromenonderzoek van de provincie Overijssel en de Kamer van Koophandel heeft niet alleen tot doel om koopkrachtbinding en –toevloeiing inzichtelijk te maken, maar ook de kwalitatieve beoordeling van de winkelgebieden door de consument. Aan de respondenten in het onderzoek is gevraagd het winkelgebied waar men het vaakst de dagelijkse boodschappen doet, respectievelijk het vaakst winkelt op een aantal criteria te beoordelen. Het gaat daarbij om:

- het aantal winkels;
- de kwaliteit van de winkels;
- de sfeer/gezelligheid;
- de veiligheid van de winkelomgeving;
- de parkeermogelijkheden voor de auto;
- de stallingmogelijkheden voor de fiets;
- de inrichting en aankleding van het winkelgebied;
- het aanbod van de daghoreca;
- de bereikbaarheid van het winkelcentrum.

Hier worden voor de gezamenlijke winkelgebieden in Deventer de waarderingscijfers gepresenteerd. In hoofdstuk 6 komen de cijfers voor elk afzonderlijk winkelgebied aan bod. Onderstaand figuur toont de gemiddelde waardering van alle Deventer winkelcentra. De dagelijkse consument waardeert de diverse zaken met betrekking tot het winkelcentrum waar deze de meeste dagelijkse boodschappen doet, met rapportcijfers variërend van 6,1 tot 7,8. Het winkelend publiek kent cijfers van 6,9 tot 7,8 toe.



Het winkelend publiek waardeert de winkelcentra gemiddeld enigszins hoger dan de dagelijkse klanten. Het grootste verschil is zichtbaar bij de waardering voor het aanbod van daghoreca. Waardeert het winkelend publiek dit aspect gemiddeld met een 7,6, de dagelijkse klanten geven gemiddeld een 6,1. Alleen de aspecten bereikbaarheid, parkeermogelijkheden voor de auto en

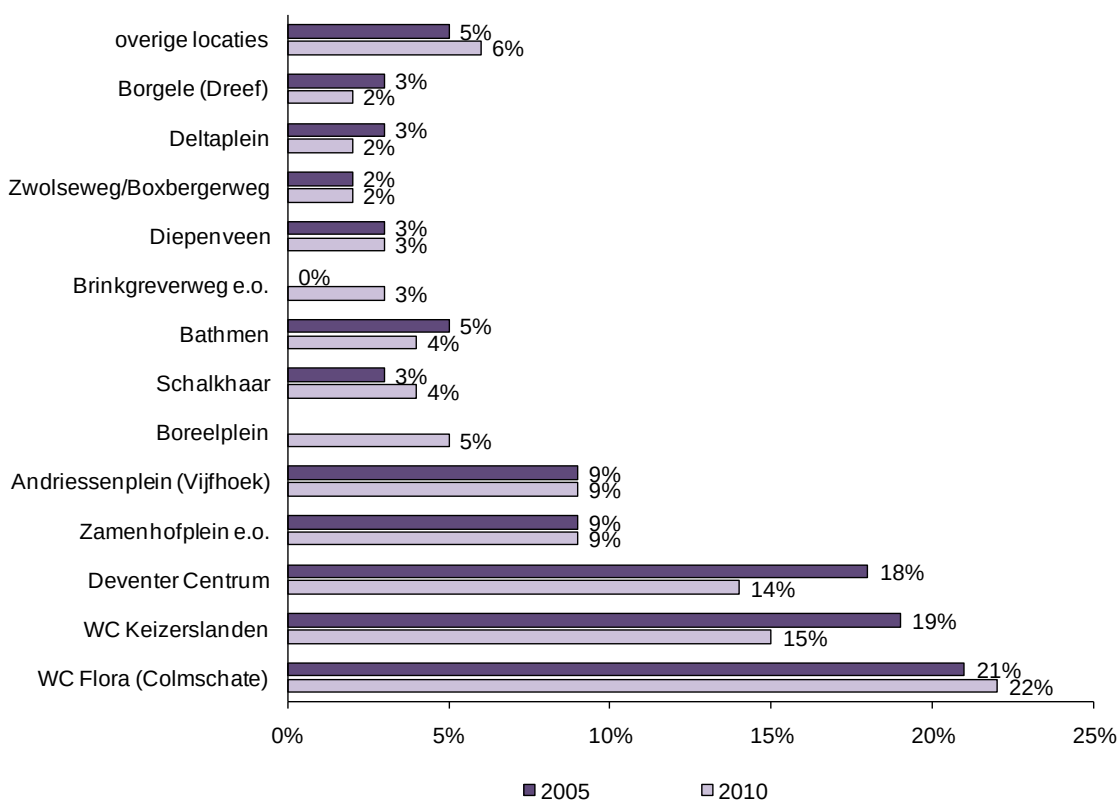
veiligheid van de winkelomgeving worden door de dagelijkse klanten hoger gewaardeerd dan door het winkelend publiek. De stallingsmogelijkheden voor de fiets krijgen van beide consumentengroepen de hoogste waardering: 7,8. De dagelijkse klanten waarderen ook de bereikbaarheid van de winkelcentra gemiddeld met een 7,8. Het aanbod van daghoreca wordt door de dagelijkse klanten het laagst gewaardeerd. Het winkelend publiek waardeert de parkeermogelijkheden voor de auto het laagst (6,9).

5. Ontwikkeling lokale oriëntatie

Net als in het onderzoek in 2005 is onderzocht welke aandelen van de lokale kooporiëntatie in de dagelijkse en niet-dagelijkse boodschappen in de verschillende winkelcentra in Deventer terechtkomen.

Net als in 2005 trekt WC Flora (Colmschate) de meeste dagelijkse klanten: circa één op de vijf doet hier hoofdzakelijk zijn boodschappen. Na WC Flora zijn WC Keizerslanden en Deventer Centrum de meest favoriete locaties voor de dagelijkse boodschappen. Maar de aandelen klanten die hier hun boodschappen doen, zijn in vergelijking met 2005 afgenomen tot zo'n vijftien procent. Negen procent van de dagelijkse klanten gaat hoofdzakelijk naar het Andriessenplein voor de boodschappen, een gelijk aandeel gaat naar het Zamenhofplein e.o. Voor vijf procent van de klanten is de het Boreelplein de belangrijkste locatie. Schalkhaar, Bathmen, Diepenveen en Brinkgreverweg/Rielerweg/Beestenmarkt trekken elk drie à vier procent van de dagelijkse klanten, Zwolseweg/Boxbergerweg, Deltaplein en Borgele elk twee procent. De overige winkellocaties in de gemeente trekken gezamenlijk zes procent van de dagelijkse klanten.

Ontwikkeling lokale oriëntatie dagelijkse boodschappen 2005-2010



Bij de niet-dagelijkse aankopen is de lokale oriëntatie op het Centrum nagenoeg gelijk gebleven (45%). Het aandeel van Runshopping Center De Snippeling is afgenomen van 29% naar 25%. Verder is acht procent van de klanten voor de niet-dagelijkse producten hoofdzakelijk georiënteerd op WC Flora, het Boreelplein bindt vijf procent van de lokale oriëntatie aan zich, Schalkhaar drie procent. Het aandeel van de gezamenlijke overige winkellocaties bedraagt veertien procent.

6. Deventer winkelcentra op een rij

In het voorjaar van 2010 telde de gemeente Deventer exclusief leegstand 661 winkelvestigingen met een totaal verkoopvloeroppervlak van 162.203 vierkante meter. Van het totale winkelbestand behoren 166 vestigingen tot de branchegroep dagelijkse boodschappen, gezamenlijk goed voor 33.064 vierkante meter verkoopvloeroppervlak. De 495 winkels in de branchegroepen niet-dagelijkse boodschappen nemen gezamenlijk 129.139 vierkante meter voor hun rekening. In onderstaande tabel is de samenstelling van het totale Deventer winkelbestand in 2005 en 2010 opgenomen.

Tabel 6.1 Samenstelling winkelbestand Deventer

branche/productgroep	aantal winkels		verkoopvloer-oppervlakte (m ²)		gemiddelde verkoopvloer-oppervlakte (m ²)	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
totaal	651	661	152.637	162.203	234,5	245,4
waarvan:						
dagelijks	157	166	27.776	33.064	176,9	199,2
niet-dagelijks	494	495	124.861	129.139	252,8	260,7
waarvan:						
mode en luxe	194	209	29.728	36.444	153,2	174,4
vrije tijd	67	62	8.817	10.399	131,6	167,7
in/om huis	170	162	79.616	74.960	468,3	462,7
overig	63	62	6.700	7.336	106,3	118,3

De vijf onderscheiden branche- of productgroepen omvatten de volgende subbranches:

dagelijks: voedings- en genotmiddelen, persoonlijke verzorging;
mode en luxe: warenhuizen, kleding en modeaccessoires, schoenen en lederwaren, juweliers-artikelen en optiek, huishoudelijke en luxe artikelen, antiek en kunstvoorwerpen;
vrije tijd: sport- en spelartikelen, hobbybenodigdheden, boeken en tijdschriften;
in/om huis: bloemen, planten en tuinbenodigdheden, bruin- en witgoed, auto- en fietsbenodigdheden, doe-het-zelf artikelen, wonen;
overig: overige detailhandel.

In vergelijking met 2005 is het aantal winkels in de gemeente licht toegenomen. Deze toename zie je vooral terug in het aantal dagelijkse winkels. De verkoopvloeroppervlakte is in vijf jaar tijd met bijna 10.000 vierkante meter toegenomen. Ook de gemiddelde verkoopvloeroppervlakte is toegenomen, met gemiddeld elf vierkante meter per winkel. Hoewel het aantal winkels in de dagelijkse goederenbranche het sterkst is toegenomen, is de verkoopvloeroppervlakte het meest toegenomen in de niet-dagelijkse branche. En dan met name in de branche 'mode en luxe'. Vrije tijd en overig laten een afname zien van het aantal winkels, maar hun verkoopvloeroppervlakte is daarentegen toegenomen. De productgroep in/om huis laat zowel qua aantal winkels als qua verkoopvloeroppervlak een daling zien.

In dit slothoofdstuk wordt samen met de kenmerken uit de voorgaande hoofdstukken het winkelbestand van de diverse Deventer winkelcentra en –concentraties belicht. Per winkelcentrum of concentratie van winkels ontstaat er een profielschets, die de volgende kenmerken bevat:

- aantal winkels en branchering;
- (gemiddelde) verkoopvloeroppervlakte;
- binding;
- toevloeiing;
- draagvlak;
- voedingsgebied;
- bezoekmotieven;
- beoordelingscijfers.

De kleinere buurtwinkelcentra Zwaluwenburg, Mariënburchplein en Koningin Julianastraat blijven vanwege hun marginale omvang buiten beschouwing. Aan de belangrijkste winkelcentra wordt in de vorm van kaartbeelden van de kooporiëntatie vanuit de Deventer buurten extra

aandacht geschonken. Voor de beschrijving van de samenstelling van de winkelcentra in termen van aantal winkels, verkoopvloeroppervlak en branchering is gebruik gemaakt van gegevens uit 2010 van Locatus. Alle andere informatie is afkomstig uit het koopstromenonderzoek. Voor een aantal winkelgebieden is het aantal respondenten in het koopstromenonderzoek dat van die gebieden gebruik maakt, onvoldoende om uitspraken te kunnen doen over bezoekmotieven en beoordelingscijfers. Deze worden dan ook achterwege gelaten bij de betreffende winkelgebieden.

6.1 Deventer Centrum

Exclusief leegstand en het Boreelplein telt het centrum van Deventer begin 2010 324 winkelves-tingen met een totale verkoopvloeroppervlakte van 47.565 vierkante meter. Van deze vesti-gingen behoren er 38 tot de branchegroep dagelijkse boodschappen, gezamenlijk goed voor 4.766 vierkante meter verkoopvloeroppervlak. De 286 winkels in de branchegroepen niet-dagelijkse boodschappen nemen 42.799 vierkante meter voor hun rekening. De samenstelling van het winkelbestand was in 2005 en 2010 als volgt:

Tabel 6.2 Samenstelling winkelbestand Deventer Centrum

branche/productgroep	aantal winkels		verkoopvloer- oppervlakte (m ²)		gemiddelde verkoopvloer- oppervlakte (m ²)	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
totaal	319	324	49.194	47.565	154,2	146,8
waarvan:						
dagelijks	40	38	6.024	4.766	150,6	125,4
niet-dagelijks	279	286	40.170	42.799	144,0	149,6
waarvan:						
mode en luxe	153	160	24.008	25.874	156,9	161,7
vrije tijd	39	39	4.957	4.877	127,1	125,1
in/om huis	44	45	8.515	8.633	193,5	191,8
overig	43	42	2.690	3.415	62,6	81,3

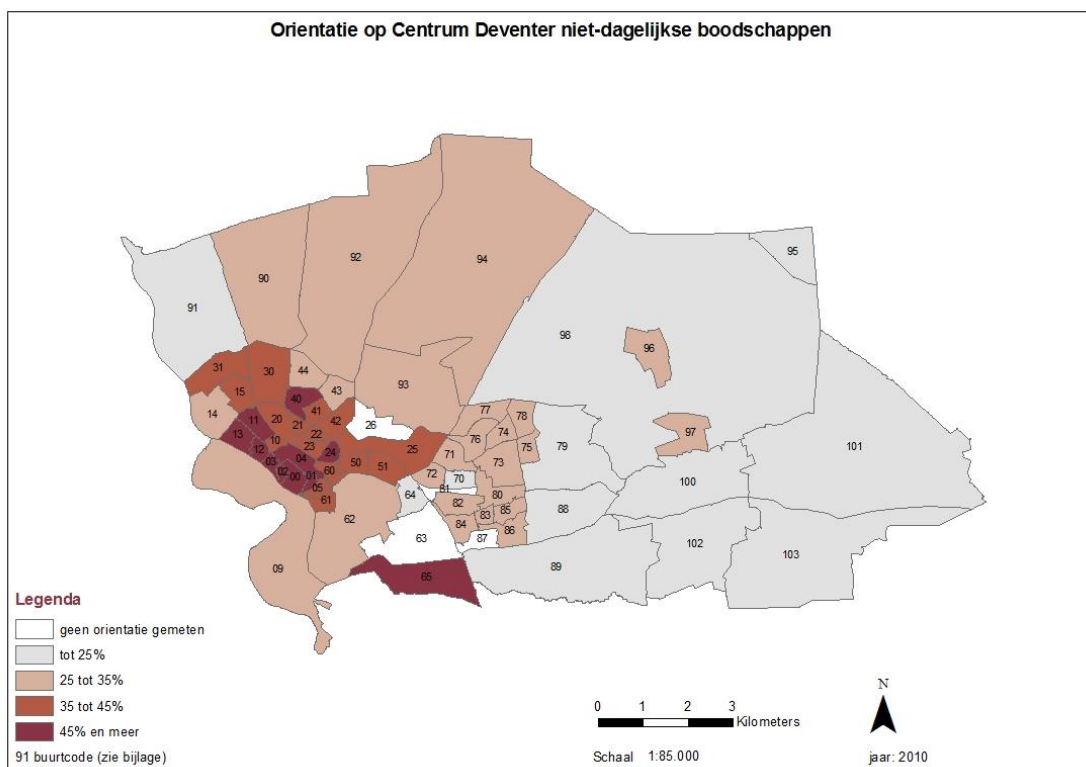
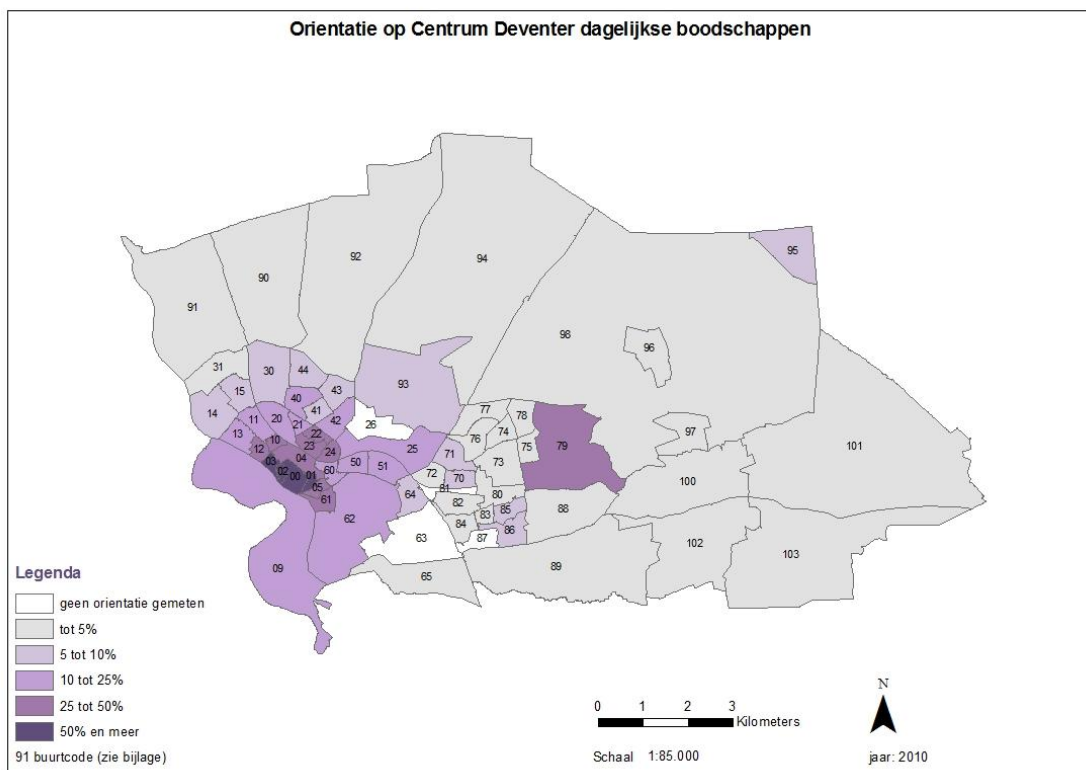
Vergelijken we het winkelbestand van 2010 met dat van 2005, dan zien we dat het aantal vesti-gingen in de branchegroep dagelijks iets is afgenomen. Opvallend is de grote afname van het aantal vierkante meters verkoopvloeroppervlakte bij de branchegroep dagelijks. Dit resulteert ook in een afname van de gemiddelde verkoopvloeroppervlakte per vestiging. Het aantal vesti-gingen gekenmerkt als niet-dagelijks is daarentegen toegenomen. Dit geldt ook voor de (ge-middelde) verkoopvloeroppervlakte.

Tabel 6.3 Binding, toevloeiing en draagvlak Deventer Centrum

branche/productgroep	binding abs.		toevloeiing abs.		draagvlak		toevloeiing als % van draagvlak	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010	2005	2010
dagelijks	15.400	13.100	2.200	1.800	17.600	14.900	13%	12%
kleding	62.500	55.650	29.500	28.400	92.000	84.050	32%	34%
schoenen	54.150	54.050	20.000	20.500	74.150	74.550	27%	28%
woninginrichting	14.250	13.900	8.650	5.850	22.900	19.600	38%	29%
huishoudelijk	46.750	48.050	8.450	11.050	55.200	59.100	15%	19%
elektronica	28.750	26.600	5.200	8.900	33.950	35.500	15%	25%
doe-het-zelf	8.150	9.700	950	1.800	9.100	11.500	10%	16%
bloemen, planten e.a.	9.500	7.400	600	500	10.100	7.900	6%	7%

De Deventer consument haalde in 2010 veertien procent van de dagelijkse boodschappen in Deventer Centrum, wat neerkomt op 13.100 standaardconsumenten. Met een toevloeiing van 1.800 erbij opgeteld, bedraagt het totale draagvlak in de dagelijkse sector 14.900. In 2005 be-droeg het totale draagvlak in de dagelijkse sector nog 17.600. Het voedingsgebied in de dage-

lijkse sector beslaat voor een kwart de binnenstad zelf en voor zeventien procent Voorstad. Daarnaast betreft Deventer Centrum haar klandizie overwegend uit Rivierenwijk/Bergweide en Oude Zandweerd. Klanten van buiten Deventer vormen een aandeel van twaalf procent.



De meest genoemde motieven om in Deventer Centrum de dagelijkse boodschappen te doen zijn nabijheid/afstand (77%) en bepaalde winkels en producten (22%). De dagelijkse klanten waarderen verschillende aspecten van het centrum als aantal winkels, kwaliteit van de winkels,

veiligheid en bereikbaarheid gemiddeld. De bereikbaarheid van het centrum wordt het hoogst gewaardeerd (7,8), het aanbod van daghoreca het laagst (6,1).

Het grootste draagvlak in de niet-dagelijkse sector komen we tegen bij de branchegroepen kleding (84.050) en schoenen (74.550). Het kleinste draagvlak zien we bij de doe-het-zelf artikelen (11.500) en bloemen, planten en tuinartikelen (7.900). Bijna dertig procent van alle aankopen in de niet-dagelijkse sector komt op naam van consumenten van buiten Deventer.

Consumenten die in Deventer Centrum de meeste niet-dagelijkse aankopen doen, noemen hiervoor als bezoekmotief in meerderheid nabijheid/afstand (61%), gevolgd door hoeveelheid winkels (35%) en sfeer (26%). Het winkelend publiek kent het centrum een bovengemiddelde waardering toe voor het aanbod van daghoreca (7,9), sfeer (7,7) en inrichting/aankleding van de winkelstraten (7,4). Parkeermogelijkheden voor de auto (6,6) scoren een waardering beneden het gemiddelde, overige zaken worden op of rond het gemiddelde gewaardeerd. Met een rapportcijfer van 7,9 is aanbod van daghoreca het hoogst gewaarde aspect door de niet-dagelijkse klant, het laagst gewaardeerde de parkeermogelijkheden voor de auto.

6.2 Boreelplein

Boreelplein is een relatief nieuw winkelgebied in Deventer, gelegen aan de rand van het centrum. Begin 2010 telde Boreelplein 7 winkelvestigingen met een totale verkoopvloeroppervlakte van 11.151 vierkante meter. Twee van de zeven vestigingen behoren tot de branchegroep dagelijks, gezamenlijk goed voor 2.950 vierkante meter. De overige 5 vestigingen nemen 8.201 vierkante meter, gemiddeld 1.640 per vestiging, voor hun rekening. De samenstelling van het winkelbestand was begin 2010 volgt:

Tabel 6.4 Samenstelling winkelbestand Boreelplein

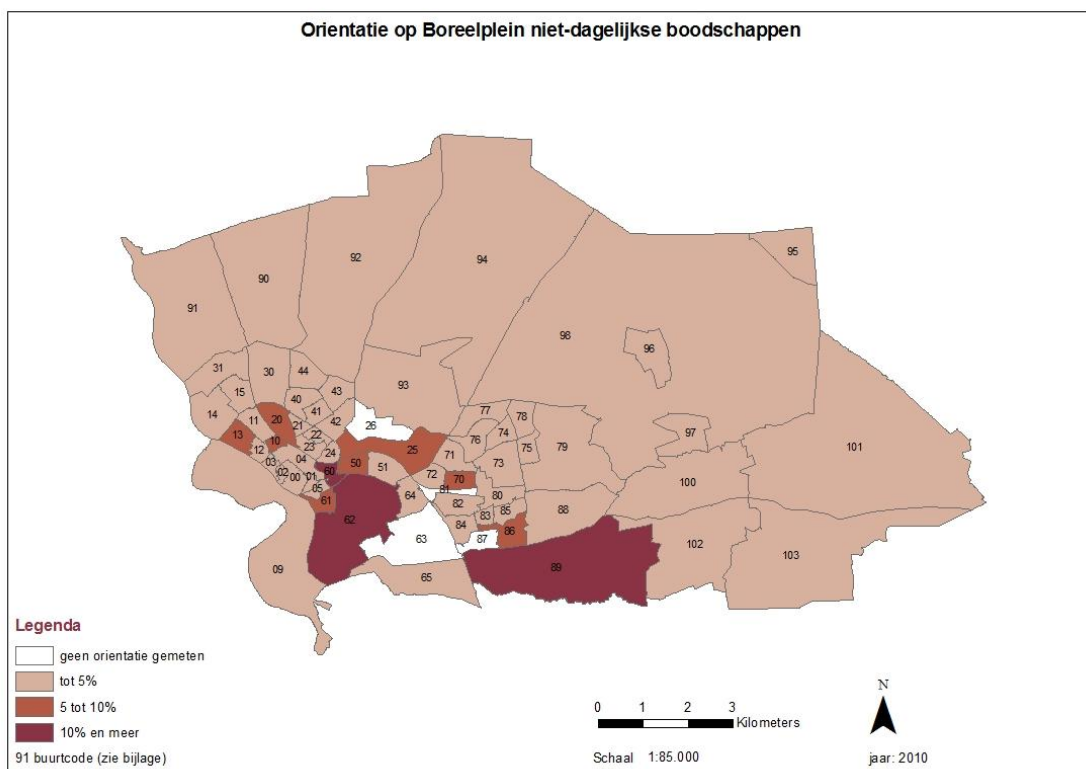
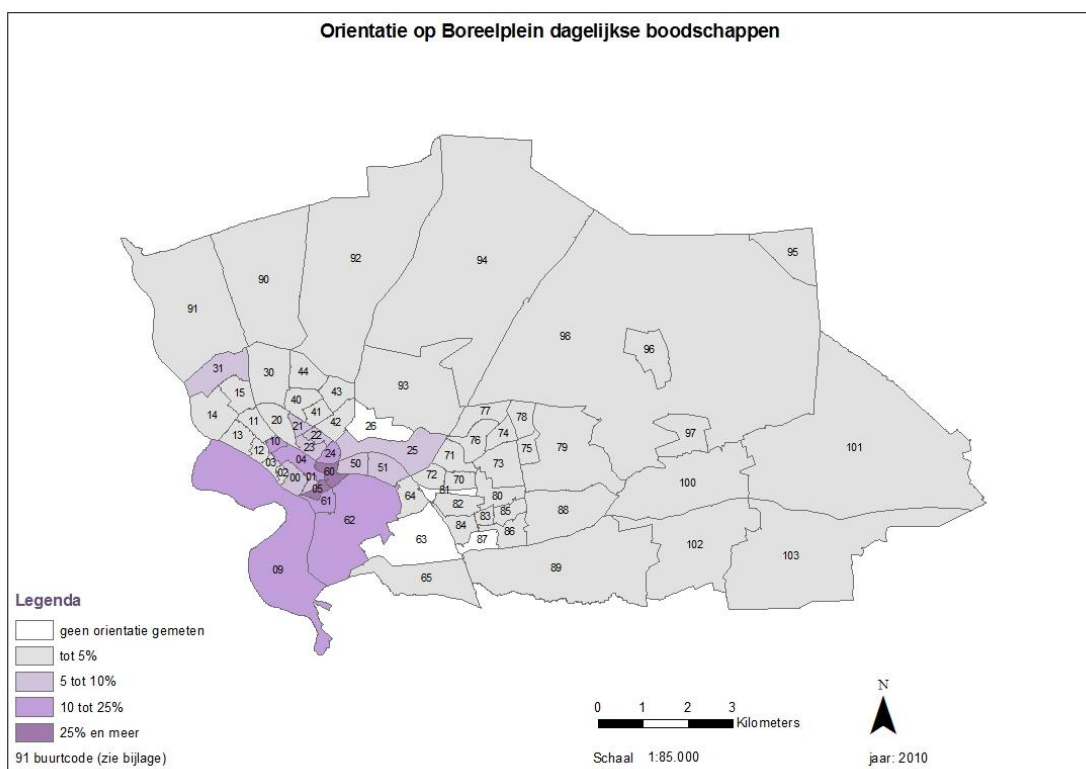
branche/productgroep	aantal winkels		verkoopvloer- oppervlakte (m ²)		gemiddelde verkoopvloer- oppervlakte (m ²)	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
totaal	.	7	.	11.151	.	1.593,0
waarvan:						
dagelijks	.	2	.	2.950	.	1.475,0
niet-dagelijks	.	5	.	8.201	.	1.640,2
waarvan:						
mode en luxe	.	3	.	2.820	.	940,0
vrije tijd	.	1	.	2.280	.	2.280,0
in/om huis	.	1	.	3.101	.	3.101,0

Tabel 6.5 Binding, toevloeiing en draagvlak Boreelplein

branche/productgroep	binding abs.		toevloeiing abs.		draagvlak		toevloeiing als % van draagvlak	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010	2005	2010
dagelijks	.	4.150	.	950	.	5.100	.	19%
kleding	.	400	.	150	.	550	.	24%
schoenen	.	2.650	.	800	.	3.450	.	23%
woninginrichting	.	150	.	150	.	300	.	44%
huishoudelijk	.	2.100	.	1.00	.	3.100	.	32%
elektronica	.	17.650	.	14.900	.	32.550	.	46%
doe-het-zelf	.	450	.	0	.	450	.	0%
bloemen, planten e.a.	.	1.000	.	0	.	1.000	.	0%

De Deventer consument haalde in 2010 vier procent van de dagelijkse boodschappen op het Boreelplein, wat neerkomt op 4.150 standaardconsumenten. Tezamen met een toevloeiing van 950, bedraagt het totale draagvlak in de dagelijkse sector 5.100. Het voedingsgebied in de da-

gelijke sector beslaat voor bijna een kwart Rivierenwijk, vijftien procent van de klandizie komt uit Voorstad. Klanten van buiten Deventer vormen een aandeel van negentien procent.



De meest genoemde motieven om in De Boreel de dagelijkse boodschappen te doen zijn nabijheid/afstand (46%), lage prijs (42%) bepaalde winkels en producten (38%), parkeergelegenheid (30%) en kwaliteit van het winkelaanbod (25%). Stallingmogelijkheden voor de fiets (8,1) worden bovengemiddeld gewaardeerd door de dagelijkse klanten, het aanbod van daghoreca krijgt

met een 6,0 de laagste waardering. De veiligheid van de winkelomgeving (7,2) scoort minder dan gemiddeld. De waardering van de overige aspecten ligt net rond het gemiddelde.

Het grootste draagvlak in de niet-dagelijkse sector komen we tegen bij de branchegroep elektronica (32.550). Het kleinste draagvlak zien we bij woninginrichting (300), doe-het-zelf (450) en kleding (550). Meer dan veertig procent van alle aankopen in de niet-dagelijkse sector komt op naam van consumenten van buiten Deventer.

Consumenten die op het Boreelplein de meeste niet-dagelijkse aankopen doen, noemen hiervoor als bezoeks-motief in meerderheid nabijheid/afstand (50%), gevolgd door bepaalde winkels/producten (37%), hoeveelheid winkels (33%), lage prijs (30%) en bereikbaarheid (27%). Het winkelend publiek kent het Boreelplein een bovengemiddelde waardering toe voor parkeermogelijkheden voor de auto (8,0), de kwaliteit van de winkels (7,9) en bereikbaarheid van het winkelcentrum (7,8). Het aantal winkels (7,3), sfeer (7,1), veiligheid (7,1) en het aanbod van daghoreca (7,1) blijven achter in de waardering door de klant. Met een rapportcijfer van 8,0 is parkeermogelijkheden voor de auto het hoogst gewaarde aspect door de niet-dagelijkse klant, het laagst gewaardeerd zijn sfeer (7,1) en veiligheid van de winkelomgeving (7,1).

6.3 WC Keizerslanden

Op WC Keizerslanden waren begin 2010 18 winkelvevestigingen aanwezig. Zij waren samen goed voor een verkoopvloeroppervlak van 4.514 vierkante meter. Elf winkels met een gezamenlijk oppervlak van 3.624 vierkante meter vertegenwoordigen de branchegroep dagelijkse boodschappen. De zeven winkels in de branchegroepen niet-dagelijkse boodschappen nemen gezamenlijk 890 vierkante meter voor hun rekening. In tabel 6.6 is de samenstelling van het winkelbestand opgenomen.

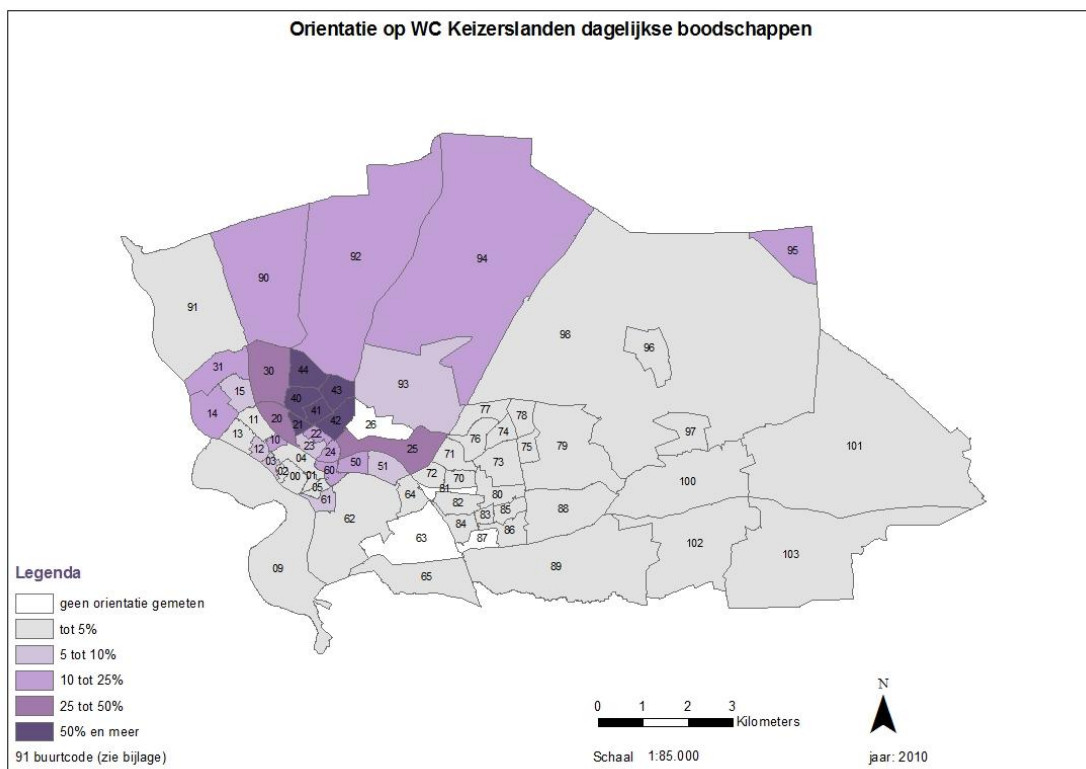
Tabel 6.6 Samenstelling winkelbestand WC Keizerslanden

branche/productgroep	aantal winkels		verkoopvloeroppervlakte (m ²)		gemiddelde verkoopvloeroppervlakte (m ²)	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
totaal	17	18	4.289	4.514	252,3	250,8
waarvan:						
dagelijks	11	11	3.499	3.624	318,1	329,5
niet-dagelijks	6	7	790	890	131,7	127,1
waarvan:						
mode en luxe	3	3	560	560	186,7	186,7
vrije tijd	1	2	50	150	50,0	75,0
in/om huis	2	2	180	180	90,0	90,0

Tabel 6.7 Binding, toevloeiing en draagvlak WC Keizerslanden

branche/productgroep	binding abs.		toevloeiing abs.		draagvlak		toevloeiing als % van draagvlak	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010	2005	2010
dagelijks	17.500	14.000	600	250	18.100	14.250	3%	2%
huishoudelijk	5.400	6.550	100	50	5.500	6.600	2%	1%
bloemen, planten e.a.	3.000	5.000	0	50	3.000	5.050	0%	1%

Van de Deventer consumenten deed in 2010 vijftien procent de dagelijkse boodschappen op Keizerslanden, wat gelijk staat aan 14.000 standaardconsumenten. De toevloeiing bedraagt 250, het totale draagvlak in de dagelijkse sector bedraagt daarmee 14.250. In 2005 was het draagvlak nog 18.100. Bijna de helft van de dagelijkse klanten van WC Keizerslanden komt uit Keizerslanden zelf. Inwoners van Voorstad vormen twintig procent van de dagelijkse klanten. De klandizie van buiten Deventer is met twee procent minimaal.



De meest genoemde motieven om op Keizerslanden de dagelijkse boodschappen te doen zijn nabijheid/afstand (75%) en bepaalde winkels en producten (23%). De dagelijkse klanten geven een bovengemiddelde waardering voor de bereikbaarheid van het winkelcentrum (8,2), kwaliteit van de winkels (7,9), parkeergelegenheid voor de auto (7,8) en de inrichting/aankleding van het centrum (7,1). Er is een benedengemiddelde waardering voor het aanbod van daghoreca (4,7), veiligheid (7,2) en stallingmogelijkheden voor de fiets (7,2). De overige waarderingen liggen op of rond het gemiddelde. Bereikbaarheid is met een gemiddeld rapportcijfer van 8,2 het hoogst gewaarde aspect van dit winkelcentrum door de dagelijkse klant, het laagst gewaardeerde het aanbod van daghoreca.

Met de resultaten van het koopstromenonderzoek is het mogelijk om voor twee branchegroepen in de niet-dagelijkse sector het draagvlak te berekenen. Bij de huishoudelijke artikelen zien we een draagvlak van 6.600 consumenten, bloemen, planten en tuinartikelen blijken goed voor een draagvlak van 5.050. Voor beide branchegroepen geldt dat het draagvlak is toegenomen in vergelijking met 2005. De toevloeiing in beide branchegroepen is nihil.

Een ruime meerderheid van de klanten die op Keizerslanden de meeste niet-dagelijkse aankopen doen, noemt als bezoekmotief nabijheid/afstand (85%). Op ruime afstand volgen veelheid aan winkels (35%), bereikbaarheid (35%) en parkeergelegenheid (35%). Het winkelend publiek kent Keizerslanden een bovengemiddelde waardering toe voor de bereikbaarheid van het winkelcentrum (8,1) en de parkeermogelijkheden voor de auto (8,0). Het aanbod van daghoreca (4,9), de inrichting van het winkelcentrum (7,0), het aantal winkels (7,1), sfeer (7,1), veiligheid (7,1) en stallingmogelijkheden voor de fiets (7,3) behalen een waardering beneden het gemiddelde, de overige aspecten worden op of rond het gemiddelde gewaardeerd. Bereikbaarheid is het hoogst gewaarde aspect door de niet-dagelijkse klant, het laagst gewaardeerde het aanbod van daghoreca.

6.4 WC Colmschate

Winkelcentrum Colmschate – inclusief de aangrenzende winkels aan de Holterweg - telt begin 2010 43 winkelvevestigingen met een totaal verkoopvloeroppervlak van 9.200 vierkante meter. Er

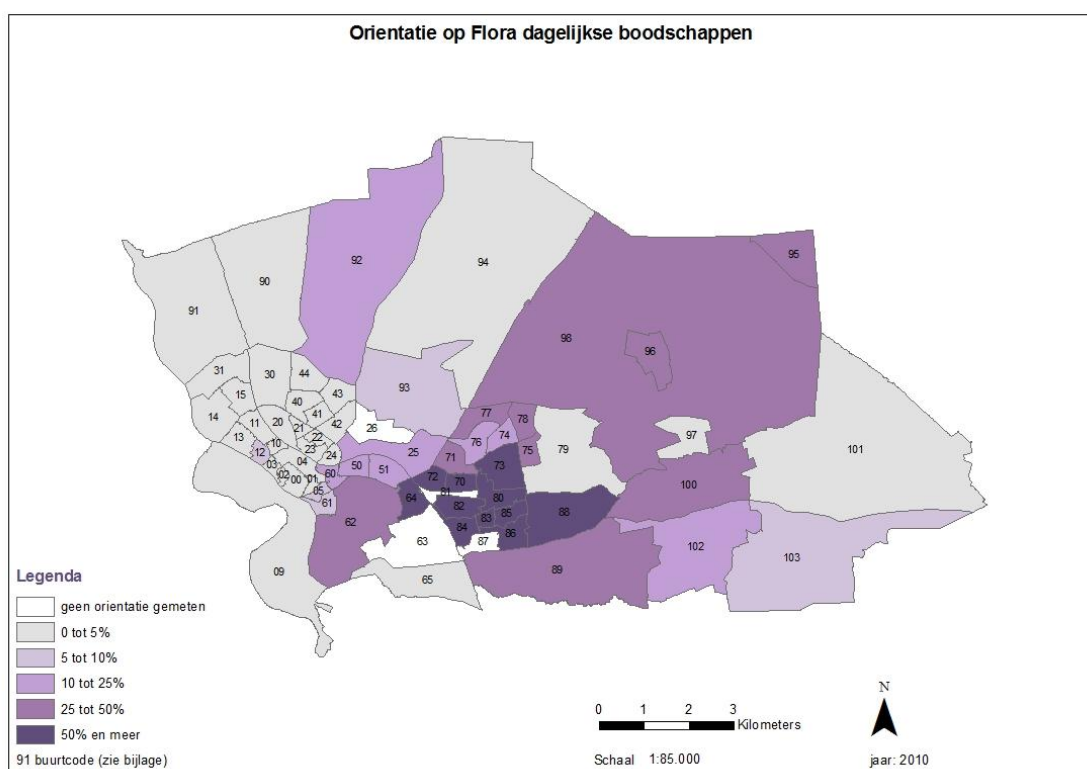
zijn zestien winkels in de dagelijkse sector, gezamenlijk goed voor 3.463 vierkante meter verkoopvloeroppervlak. De 27 winkels in de branchegroepen niet-dagelijkse boodschappen beslaan in totaal 5.737 vierkante meter. De samenstelling van het winkelbestand is als volgt:

Tabel 6.8 Samenstelling winkelbestand WC Colmschate (Flora)

branche/productgroep	aantal winkels		verkoopvloer- oppervlakte (m ²)		gemiddelde verkoopvloer- oppervlakte (m ²)	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
totaal	32	43	6.619	9.200	206,8	214,0
waarvan:						
dagelijks	12	16	3.237	3.463	269,8	216,4
niet-dagelijks	20	27	3.382	5.737	169,1	212,5
waarvan:						
mode en luxe	10	13	1.951	2.540	195,1	195,4
vrije tijd	5	4	882	752	176,4	188,0
in/om huis	5	9	549	2.425	109,8	269,4
overig	0	1	0	20	.	20,0

Tabel 6.9 Binding, toevloeiing en draagvlak WC Colmschate (Flora)

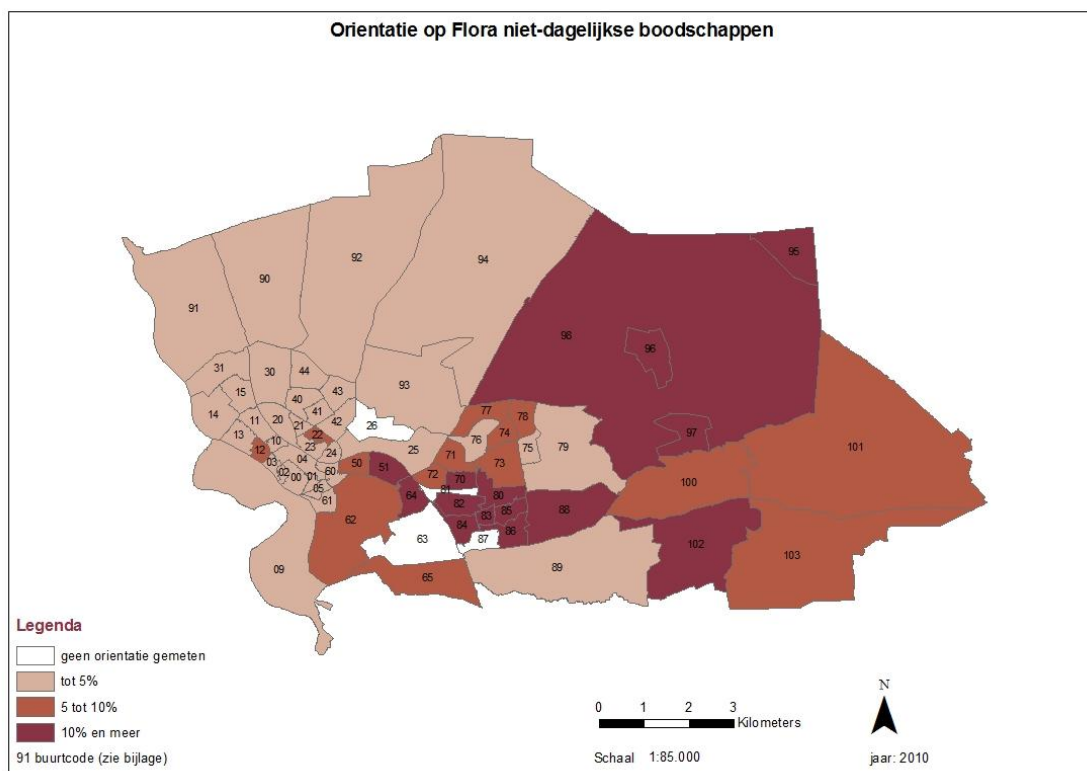
branche/productgroep	binding abs.		toevloeiing abs.		draagvlak		toevloeiing als % van draagvlak	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010	2005	2010
dagelijks	19.350	20.550	1.300	1.200	20.650	21.750	6%	5%
kleding	4.050	5.000	1.550	900	5.600	5.950	28%	16%
schoenen	13.750	12.150	1.550	1.550	15.300	13.700	10%	11%
woninginrichting	3.000	2.700	2.600	750	5.600	3.500	47%	22%
huishoudelijk	11.150	13.700	1.000	700	12.150	14.400	8%	5%
elektronica	3.850	3.000	1.500	150	5.350	3.150	28%	5%
doe-het-zelf	4.700	4.150	850	600	5.550	4.750	15%	13%
bloemen, planten e.a.	7.800	7.100	1.000	300	8.800	7.400	12%	4%



Anno 2010 doet 21 procent van de Deventer consumenten de dagelijkse boodschappen in WC Colmschate, dit zijn 20.550 standaardconsumenten. De toevloeiing bedraagt 1.200, het totale draagvlak in de dagelijkse sector is 21.750. De toevloeiing van buiten Deventer maakt vijf procent uit van het totale draagvlak. De dagelijkse klanten van WC Colmschate komen in meerderheid uit de eigen wijk: 74% woont in Colmschate-Noord en -Zuid.

Ook voor WC Colmschate is nabijheid/afstand het meest genoemde motief om er de dagelijkse boodschappen te doen (70%), op afstand gevolgd door veelheid aan winkels (25%) en bepaalde winkels en producten (23%). Het winkelcentrum ontvangt van de dagelijkse klanten een bovengemiddelde waardering voor de bereikbaarheid (8,2), parkeermogelijkheden (7,7) en de inrichting van het centrum (7,1). Geen enkel aspect is lager dan gemiddeld beoordeeld. Alle niet-genoemde aspecten worden op of rond (max. 0,2 punt verschil) het Deventer gemiddelde gewaardeerd. Bereikbaarheid is met een gemiddelde van 8,2 het hoogst gewaarde aspect door de dagelijkse klant, het laagst gewaardeerde het aanbod van daghoreca (6,2).

Het grootste draagvlak in de niet-dagelijkse sector treffen we aan bij de branchegroepen schoenen (13.700) en huishoudelijk (14.400). Deventer consumenten doen in totaal zeven procent van hun niet-dagelijkse aankopen in WC Colmschate. Het volgende kaartbeeld laat de oriëntatie van de Deventer buurten in de niet-dagelijkse sector op het winkelcentrum zien.



Van de consumenten die WC Colmschate noemen als het winkelgebied waar de meeste niet-dagelijkse boodschappen worden gedaan, noemt 73% nabijheid/afstand als bezoekmotief. Bereikbaarheid wordt door 38% van de klanten genoemd, gevolgd door hoeveelheid winkels (37%) en parkeergelegenheid (35%), 28% noemt bepaalde winkels/producten. Het winkelend publiek geeft WC Colmschate een bovengemiddelde waardering voor de bereikbaarheid (7,9) en parkeermogelijkheden voor de auto (7,3). Het aanbod van daghoreca (6,0) behaalt een waardering beneden het Deventer gemiddelde, de overige zaken worden op of rond het gemiddelde gewaardeerd. Bereikbaarheid en het aantal winkels zijn de hoogst gewaarde aspecten door de niet-dagelijkse klant, het laagst gewaardeerde het aanbod van daghoreca.

6.5 Runshopping Center de Snippeling

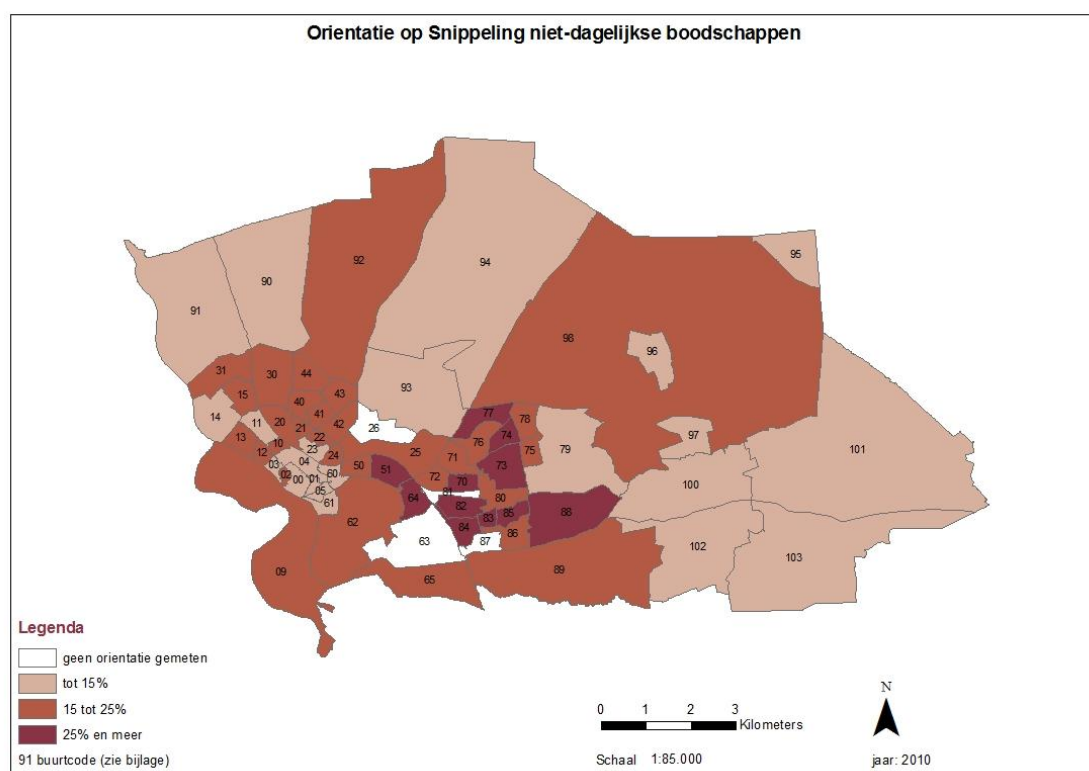
Runshopping Center de Snippeling telde begin 2010 23 winkelvevestigingen met een totaal verkoopvloeroppervlak van 32.665 vierkante meter. Op het Runshopping Center zijn alleen winkels in de branchegroep in/om huis gevestigd. In 2005 waren er minder winkels gevestigd op Runshopping Center de Snippeling, maar het in gebruik zijnde aantal vierkante meters verkoopvloeroppervlakte was toen groter. Het vertrek van Morres Wonen is hier debet aan.

Tabel 6.10 Samenstelling winkelbestand Runshopping Center de Snippeling

branche/productgroep	aantal winkels		verkoopvloer-oppervlakte (m ²)		gemiddelde verkoopvloer-oppervlakte (m ²)	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
totaal	22	23	43.646	32.665	1.983,9	1.420,2
waarvan:						
niet-dagelijks	22	23	43.646	32.665	1.983,9	1.420,2
waarvan:						
in/om huis	22	23	43.646	32.665	1.983,9	1.420,2

Tabel 6.11 Binding, toevloeiing en draagvlak Runshopping Center de Snippeling

branche/productgroep	binding abs.		toevloeiing abs.		draagvlak		toevloeiing als % van draagvlak	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010	2005	2010
woninginrichting	33.050	25.050	25.050	10.400	58.100	35.450	43%	29%
huishoudelijk	11.850	3.950	2.200	650	14.050	4.600	16%	14%
elektronica	30.650	21.250	7.000	3.750	37.650	24.950	19%	15%
doe-het-zelf	65.400	59.050	17.500	9.900	82.900	68.950	21%	14%
bloemen, planten e.a.	23.550	18.100	2.750	2.550	26.300	20.650	10%	12%



Veruit het grootste draagvlak op het Runshopping Center zien we bij de branchegroep doe-het-zelf (68.950), voor veertien procent van buiten Deventer afkomstig. Woninginrichting komt qua draagvlak op de tweede plaats: 35.450, 29% van de klanten komt van buiten Deventer. Deven-

ter consumenten doen in totaal achttien procent van hun niet-dagelijkse aankopen op het Runshopping Center.

Van de consumenten die het Runshopping Center noemen als het winkelgebied waar de meeste niet-dagelijkse boodschappen worden gedaan, noemt 44% de nabijheid/afstand als bezoekmotief, een gelijk aandeel noemt de veelheid aan winkels als bezoekmotief. Andere genoemde bezoekmotieven zijn bepaalde winkels (32%) en bereikbaarheid (24%). De consument geeft het Runshopping Center een bovengemiddelde waardering voor de parkeermogelijkheden voor de auto (8,6) en de bereikbaarheid (8,1). De stallingmogelijkheden voor de fiets worden gemiddeld gewaardeerd, de andere aspecten krijgen een waardering lager dan gemiddeld. Parkeermogelijkheden voor de auto is het hoogst gewaarde aspect door de klant, het laagst gewaardeerde het aanbod van daghoreca (5,0).

6.6 Zwolseweg/Boxbergerweg

Zwolseweg/Boxbergerweg telde begin 2010 exclusief leegstand 37 winkelvestigingen met een totaal verkoopvloeroppervlak van 5.192 vierkante meter. Tien winkels behoren tot de branchegroep dagelijkse boodschappen, gezamenlijk goed voor 792 vierkante meter verkoopvloeroppervlak. De 27 winkels in de branchegroepen niet-dagelijkse boodschappen nemen gezamenlijk 4.400 vierkante meter voor hun rekening. De samenstelling van het winkelbestand was in 2005 en 2010 als volgt:

Tabel 6.12 Samenstelling winkelbestand Zwolseweg/Boxbergerweg

branche/productgroep	aantal winkels		verkoopvloeroppervlakte (m ²)		gemiddelde verkoopvloeroppervlakte (m ²)	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
totaal	38	37	4.912	5.192	129,3	140,3
waarvan:						
dagelijks	10	10	1.550	792	155,0	79,2
niet-dagelijks	28	27	3.362	4.400	120,1	163,0
waarvan:						
mode en luxe	7	9	906	1.933	129,4	214,8
vrije tijd	6	4	974	584	162,3	146,0
in/om huis	12	12	1.184	1.414	98,7	117,8
overig	3	2	298	469	99,3	234,5

In vergelijking met 2005 valt op dat, gekeken naar vloeroppervlakte, er een verschuiving heeft plaatsgevonden van de branchegroep dagelijks naar niet-dagelijks. De grootste toename heeft zich voorgedaan in de branche 'mode en luxe'.

Tabel 6.13 Binding, toevloeiing en draagvlak Zwolseweg/Boxbergerweg

branche/productgroep	binding abs.		toevloeiing abs.		draagvlak		toevloeiing als % van draagvlak	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010	2005	2010
dagelijks	2.300	1.650	0	0	2.300	1.650	0%	1%
kleding	950	500	0	50	950	550	1%	6%
schoenen	4.150	2.950	500	450	4.650	3.400	11%	13%
elektronica	2.100	1.000	200	250	2.300	1.250	9%	21%
doe-het-zelf	950	650	0	50	950	700	1%	5%
bloemen, planten e.a.	1.750	1.650	300	50	2.050	1.700	15%	3%

Twee procent van de Deventer consumenten doet in 2010 de dagelijkse boodschappen aan de Zwolseweg/Boxbergerweg, dit zijn 1.650 standaardconsumenten. De toevloeiing naar het winkelcentrum in de dagelijkse sector is nihil. De dagelijkse klanten komen in meerderheid uit de omliggende wijk Oude Zandweerd (50%). Zo'n twintig procent van de klandizie komt uit Zand-

weerd/Borgele/Platvoet. Met afstand het meest genoemde motief om aan de Zwolse-weg/Boxbergerweg de dagelijkse boodschappen te doen is nabijheid/afstand (77%).

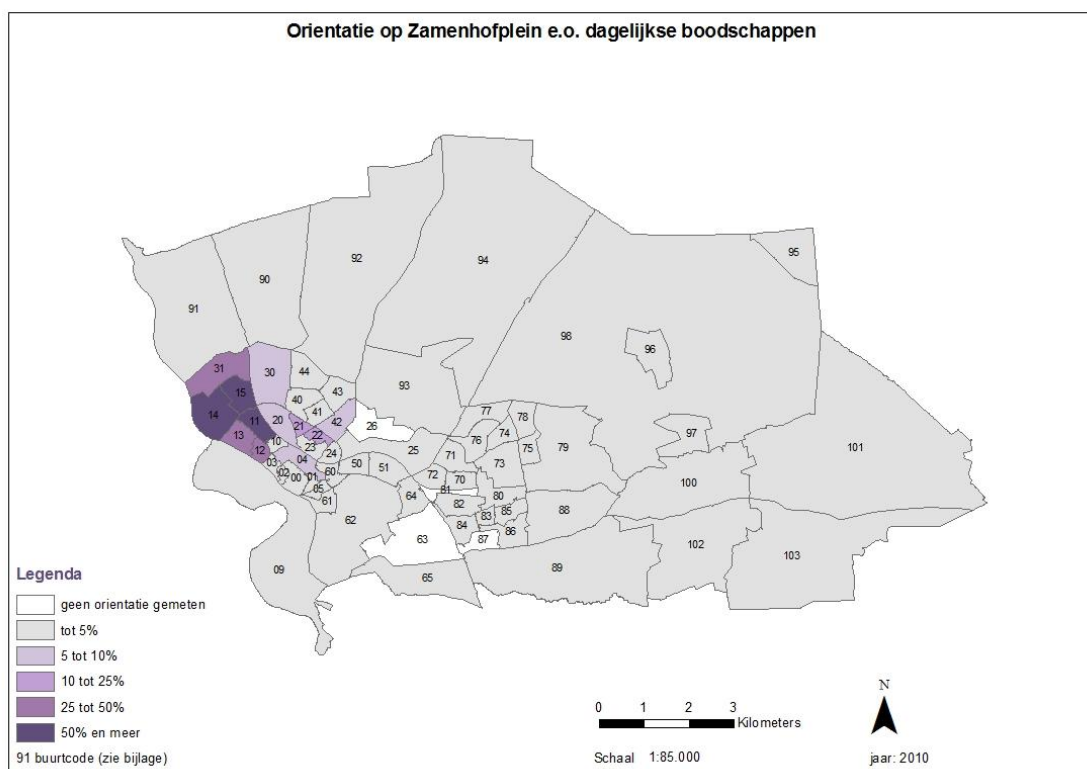
6.7 Zamenhofplein e.o.

Volgens opgave van Locatus telde het Zamenhofplein en omgeving begin 2010 vijftien winkels, samen goed voor een oppervlak van 4.486 vierkante meter. Negen winkels behoren tot de branchegroep dagelijkse boodschappen, gezamenlijk goed voor 3.931 vierkante meter verkoopvloeroppervlak. De zes winkels in de branchegroep niet-dagelijkse boodschappen meten samen 555 vierkante meter. De samenstelling van het winkelbestand is als volgt:

Tabel 6.14 Samenstelling winkelbestand Zamenhofplein e.o.

branche/productgroep	aantal winkels		verkoopvloer-oppervlakte (m ²)		gemiddelde verkoopvloer-oppervlakte (m ²)	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
totaal	12	15	2.779	4.486	231,6	299,1
waarvan:						
dagelijks	5	9	2.027	3.931	405,4	436,8
niet-dagelijks	7	6	752	555	107,4	92,5
waarvan:						
mode en luxe	1	1	260	260	260,0	260,0
vrije tijd	0	2	0	90	.	45,0
in/om huis	5	2	429	160	85,8	80,0
overig	1	1	63	45	63	45,0

Het aantal winkels voor de dagelijkse boodschappen in vijf jaar tijd bijna verdubbeld, net als de hoeveelheid verkoopvloeroppervlakte in deze branchegroep.



Van de Deventer consumenten deed in 2010 acht procent de dagelijkse boodschappen aan het Zamenhofplein en omgeving, wat neerkomt op 8.100 standaardconsumenten. De toevloeiing naar het winkelcentrum is gering (100), het totale draagvlak 8.200. De dagelijkse klanten van

Zamenhofplein e.o. komen vooral uit Oude Zandweerd (38%) en Zandweerd/Borgele/Platvoet (44%).

Tabel 6.15 Binding, toevloeiing en draagvlak Zamenhofplein e.o.

branche/productgroep	binding abs.		toevloeiing abs.		draagvlak		toevloeiing als % van draagvlak	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010	2005	2010
dagelijks	8.650	8.100	100	100	8.750	8.200	1%	1%
elektronica	2.800	800	50	0	2.850	800	1%	0%
bloemen, planten e.a.	1.350	1.200	50	0	1.400	1.200	3%	0%

De uitkomsten van het onderzoek maken het mogelijk om voor twee branches in de niet-dagelijkse sector het draagvlak te berekenen. Bij elektronica is sprake van een draagvlak van 800 standaardconsumenten, bloemen, planten en tuinartikelen blijken goed voor een draagvlak van 1.200. De toevloeiing in beide branchegroepen is nihil.

Het belangrijkste motief om aan Zamenhofplein e.o. de dagelijkse boodschappen te doen is nabijheid/afstand (87%).

6.8 Brinkgreverweg/Rielerweg/Beestenmarkt

Brinkgreverweg/Rielerweg/Beestenmarkt telde begin 2010 25 winkelvevestigingen met een totaal verkoopvloeroppervlak van 3.460 vierkante meter. Zeventien winkels behoren tot de branchegroep dagelijkse boodschappen, gezamenlijk goed voor 2.987 vierkante meter verkoopvloeroppervlak. De acht winkels in de branchegroepen niet-dagelijkse boodschappen nemen gezamenlijk 473 vierkante meter voor hun rekening. De samenstelling van het winkelbestand ziet er in 2005 en 2010 als volgt uit:

Tabel 6.16 Samenstelling winkelbestand Brinkgreverweg/Rielerweg/Beestenmarkt

branche/productgroep	aantal winkels		verkoopvloeroppervlakte (m ²)		gemiddelde verkoopvloeroppervlakte (m ²)	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
totaal	25	25	1.897	3.460	75,9	138,4
waarvan:						
dagelijks	14	17	781	2.987	55,8	175,7
niet-dagelijks	11	8	1.116	473	101,5	59,1
waarvan:						
mode en luxe	2	1	110	65	55,0	65,0
vrije tijd	4	1	329	53	82,3	53,0
in/om huis	5	4	677	270	135,4	67,5
overig	0	2	0	85	.	42,5

Tabel 6.17 Binding, toevloeiing en draagvlak Brinkgreverweg/Rielerweg/Beestenmarkt

branche/productgroep	binding abs.		toevloeiing abs.		draagvlak		toevloeiing als % van draagvlak	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010	2005	2010
dagelijks	200	2.750	0	150	200	2.850	0%	4%
doe-het-zelf	1.650	1.200	0	50	1.650	1.250	0%	4%
bloemen, planten e.a.	950	750	100	0	1.050	750	8%	0%

Drie procent van de Deventer consumenten doet zijn dagelijkse boodschappen in het gebied Brinkgreverweg/Rielerweg/Beestenmarkt, dit zijn 2.750 standaardconsumenten. De toevloeiing is gering. Het totale draagvlak in het gebied is 2.850. Uit de antwoorden van de weinige respondenten kan worden berekend dat het draagvlak in de doe-het-zelf branche 1.250 bedraagt, dat van bloemen, planten en tuinbenodigdheden 750.

6.9 Deltaplein

De oppervlakte van Deltaplein bedraagt 1.445 vierkante meter, waarin in 2010 zeven winkels waren gevestigd. Zes ervan behoren tot de dagelijkse sector, gezamenlijk goed voor 1.205 vierkante meter verkoopvloeroppervlak. De branchegroep niet-dagelijkse boodschappen telt één winkel, 240 vierkante meter. Vergeleken met 2005 valt op dat het aantal (dagelijkse) winkels gelijk is gebleven, maar de hoeveelheid verkoopvloeroppervlakte is toegenomen.

Tabel 6.18 Samenstelling winkelbestand Deltaplein

branche/productgroep	aantal winkels		verkoopvloer-oppervlakte (m ²)		gemiddelde verkoopvloer-oppervlakte (m ²)	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
totaal	7	7	1.250	1.445	178,6	206,4
waarvan:						
dagelijks	6	6	1.010	1.205	168,3	200,8
niet-dagelijks	1	1	240	240	240,0	240,0
waarvan:						
in/om huis	1	1	240	240	240,0	240,0

Tabel 6.19 Binding, toevloeiing en draagvlak Deltaplein

branche/productgroep	binding abs.		toevloeiing abs.		draagvlak		toevloeiing als % van draagvlak	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010	2005	2010
dagelijks	2.900	1.750	50	50	2.950	1.800	2%	3%

Van de Deventer klanten doet twee procent zijn dagelijkse boodschappen aan het Deltaplein. Het winkelcentrum laat in de dagelijkse sector een draagvlak van 1.800 zien, de toevloeiing naar het centrum is gering. Ruim de helft van de klanten komt uit de eigen Rivierenwijk. Was het Deltaplein in 2005 nog het enige winkelcentrum met lage prijs als meest genoemde bezoeks-motief, in 2010 is dit nabijheid (65%). Lage prijzen volgt met 45%. In het onderzoek zijn geen bezoekers aangetroffen voor niet-dagelijkse aankopen op het Deltaplein.

6.10 Andriessenplein (de Vijfhoek)

Het Andriessenplein in de Vijfhoek is een vrij nieuw wijkwinkelcentrum. Begin dit jaar telde het centrum negen winkelvestigingen met een totaal verkoopvloeroppervlak van 2.726 vierkante meter. Zeven winkels behoren tot de branchegroep dagelijkse boodschappen, gezamenlijk goed voor 2.369 vierkante meter verkoopvloeroppervlak. De twee winkels in de branchegroepen niet-dagelijkse boodschappen nemen samen 357 vierkante meter voor hun rekening. De samenstelling van het winkelbestand was in 2005 en begin dit jaar als volgt:

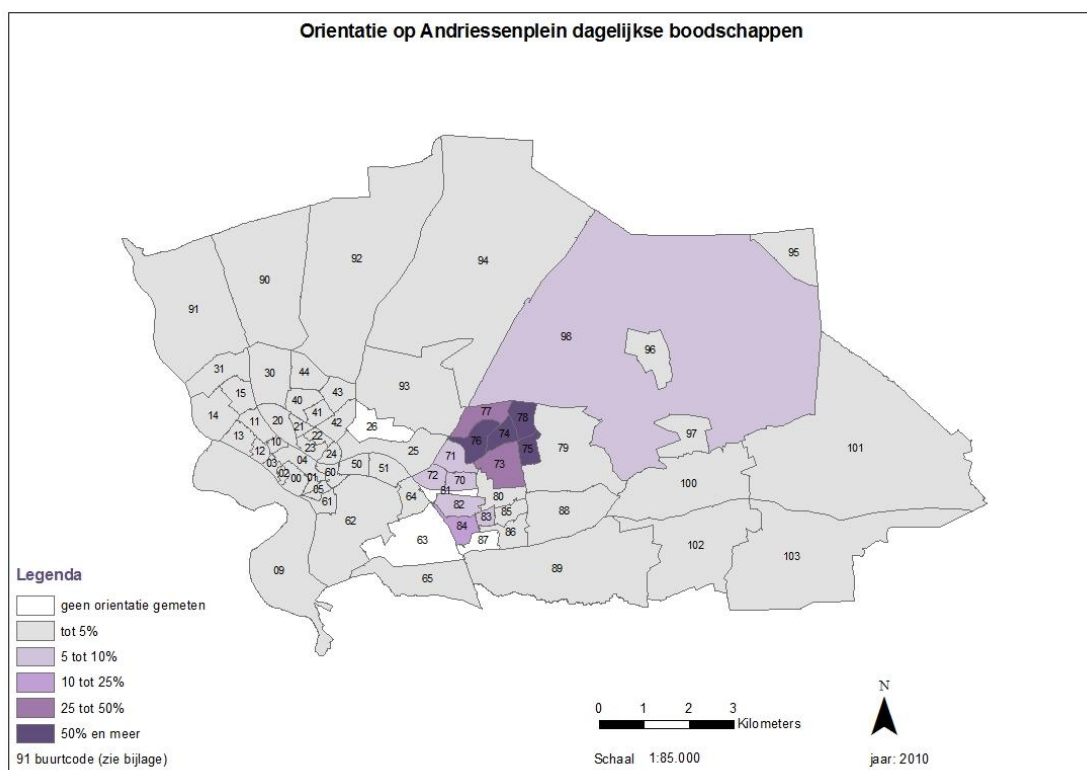
Tabel 6.20 Samenstelling winkelbestand Andriessenplein (de Vijfhoek)

branche/productgroep	aantal winkels		verkoopvloer-oppervlakte (m ²)		gemiddelde verkoopvloer-oppervlakte (m ²)	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
totaal	10	9	2.783	2.726	278,3	302,9
waarvan:						
dagelijks	7	7	2.266	2.369	323,7	338,4
niet-dagelijks	3	2	517	357	172,3	178,5
waarvan:						
mode en luxe	1	1	294	294	294,0	294,0
vrije tijd	1	0	160	0	160,0	.
in/om huis	1	1	63	63	63,0	63,0

Tabel 6.21 Binding, toevloeiing en draagvlak Andriessenplein (de Vijfhoek)

branche/productgroep	binding abs.		toevloeiing abs.		draagvlak		toevloeiing als % van draagvlak	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010	2005	2010
dagelijks	8.650	8.050	500	200	9.150	8.300	5%	3%
huishoudelijk	2.300	2.900	50	0	2.350	2.900	2%	0%
bloemen, planten e.a.	2.400	3.350	150	150	2.550	3.500	5%	4%

Acht procent van de Deventer consumenten doet de dagelijkse boodschappen op het Andriessenplein, in totaal 8.050 standaardconsumenten. De toevloeiing naar het winkelcentrum is drie procent van het totale draagvlak van 8.300. De dagelijkse klanten van het Andriessenplein komen in grote meerderheid uit het omringende Colmschate-Noord (79%). Het volgende kaartbeeld illustreert de kooporiëntatie vanuit de Deventer buurten op dit winkelcentrum.



De meest genoemde motieven om op het Andriessenplein de dagelijkse boodschappen te doen zijn nabijheid/afstand (86%), bepaalde winkels en producten (19%) en parkeergelegenheid (17%). Het hoogst gewaardeerd wordt de bereikbaarheid van het winkelcentrum, het laagst het aanbod van daghoreca.

Met de resultaten van het koopstromenonderzoek is het mogelijk om voor twee branchegroepen in de niet-dagelijkse sector het draagvlak te berekenen. Bij de huishoudelijke artikelen zien we een draagvlak van 2.900 consumenten, bloemen, planten en tuinartikelen blijken goed voor een draagvlak van 3.500. De toevloeiing in beide branchegroepen is gering.

6.11 Borgele (Dreef)

Borgele telde begin 2010 vijf winkelvestigingen met een totaal verkoopvloeroppervlak van 1.083 vierkante meter. Vier winkels behoren tot de branchegroep dagelijkse boodschappen, gezamenlijk goed voor 981 vierkante meter verkoopvloeroppervlak. De winkel in de branchegroep niet-dagelijkse boodschappen neemt 102 vierkante meter voor zijn rekening. De samenstelling van het winkelbestand is als volgt:

Tabel 6.22 Samenstelling winkelbestand Borgele (Dreef)

branche/productgroep	aantal winkels		verkoopvloer-oppervlakte (m ²)		gemiddelde verkoopvloer-oppervlakte (m ²)	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
totaal	6	5	1.103	1.083	183,8	216,6
waarvan:						
dagelijks	4	4	981	981	245,3	245,3
niet-dagelijks	2	1	122	102	61,0	102,0
waarvan:						
vrije tijd	1	1	102	102	102,0	102,0
in/om huis	1	0	20	0	20,0	.

Tabel 6.23 Binding, toevloeiing en draagvlak Borgele

branche/productgroep	binding abs.		toevloeiing abs.		draagvlak		toevloeiing als % van draagvlak	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010	2005	2010
dagelijks	2.700	1.900	100	50	2.800	1.900	3%	2%
elektronica	.	250	.	950	.	1.200	.	81%
bloemen, planten e.a.	850	550	0	50	850	550	3%	.

Van de Deventer consumenten doet twee procent zijn dagelijkse boodschappen aan de Dreef. Het winkelcentrum laat in de dagelijkse sector een draagvlak van 1.900 zien. Nabijheid/afstand komt als bezoekmotief op de eerste plaats: 81%. Het koopstromenonderzoek bevat weinig respondenten die Dreef als aankoopplaats in de niet-dagelijkse sector hebben genoemd. Er kan alleen voor elektronica en bloemen, planten en tuinbenodigdheden een draagvlak worden bepaald: respectievelijk 1.200 en 550 consumenten.

6.12 Schalkhaar

In Schalkhaar zijn begin 2010 achttien winkelvestigingen geteld met een totaal verkoopvloeroppervlak van 9.498 vierkante meter. De zeven winkels behorend tot de branchegroep dagelijkse boodschappen namen in totaal 1.825 vierkante meter verkoopvloeroppervlak voor hun rekening, de elf winkels in de branchegroepen niet-dagelijkse boodschappen 7.673 vierkante meter. De samenstelling van het winkelbestand is als volgt:

Tabel 6.24 Samenstelling winkelbestand Schalkhaar

branche/productgroep	aantal winkels		verkoopvloer-oppervlakte (m ²)		gemiddelde verkoopvloer-oppervlakte (m ²)	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
totaal	18	18	7.382	9.498	410,1	527,7
waarvan:						
dagelijks	5	7	1.172	1.825	234,4	260,7
niet-dagelijks	13	11	6.210	7.673	477,7	697,5
waarvan:						
mode en luxe	3	2	482	426	160,7	213,0
vrije tijd	0	1	0	53	.	53,0
in/om huis	8	6	5.672	7.138	709,0	1189,7
overig	2	2	56	56	28,0	28,0

Van de Deventer consumenten deed in 2010 vier procent de dagelijkse boodschappen in Schalkhaar, 4.000 standaardconsumenten. De toevloeiing naar het winkelcentrum is 200. De dagelijkse klanten komen in ruime meerderheid (80%) uit het gebied dat gekenmerkt kan worden als de voormalige gemeente Diepenveen. Het grootste draagvlak in de niet-dagelijkse sector treffen we aan bij de branchegroep woninginrichting (6.150, waarvan 800 toevloeiing) en elektronica (4.450).

Tabel 6.25 Binding, toevloeiing en draagvlak Schalkhaar

branche/productgroep	binding abs.		toevloeiing abs.		draagvlak		toevloeiing als % van draagvlak	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010	2005	2010
dagelijks	2.500	3.800	0	200	2.500	4.000	0%	6%
woninginrichting	5.200	5.450	900	800	6.100	6.150	15%	13%
huishoudelijk	3.250	2.100	200	0	3.450	2.100	6%	0%
elektronica	4.150	4.250	100	200	4.250	4.450	3%	5%
doe-het-zelf	1.450	900	0	0	1.450	900	0%	0%
bloemen, planten e.a.	1.850	2.000	0	0	1.850	2.000	0%	0%

Veruit het meest genoemde motief om in Schalkhaar de dagelijkse boodschappen te doen is nabijheid/afstand (80%).

6.13 Diepenveen

Begin 2010 telde Diepenveen zeventien winkelveestigingen met een totaal verkoopvloeroppervlak van 3.158 vierkante meter. In het dorp zijn zeven winkels in de dagelijkse sector met in totaal 1.155 vierkante meter verkoopvloeroppervlak. De tien winkels in de branchegroepen niet-dagelijkse boodschappen namen gezamenlijk 2.003 vierkante meter voor hun rekening. De samenstelling van het winkelbestand was in 2005 en 2010 als volgt:

Tabel 6.26 Samenstelling winkelbestand Diepenveen

branche/productgroep	aantal winkels		verkoopvloer-oppervlakte (m ²)		gemiddelde verkoopvloer-oppervlakte (m ²)	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
totaal	13	17	1.994	3.158	153,4	185,8
waarvan:						
dagelijks	5	7	956	1.155	191,2	165,0
niet-dagelijks	8	10	1.038	2.003	129,8	200,3
waarvan:						
mode en luxe	2	4	153	448	76,5	112,0
vrije tijd	1	1	350	220	350,0	220,0
in/om huis	5	5	535	1.335	107,0	267,0

Tabel 6.27 Binding, toevloeiing en draagvlak Diepenveen

branche/productgroep	binding abs.		toevloeiing abs.		draagvlak		toevloeiing als % van draagvlak	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010	2005	2010
dagelijks	2.600	3.100	100	300	2.700	3.400	3%	8%
woninginrichting	400	550	400	100	800	650	50%	17%
huishoudelijk	1.750	1.400	100	150	1.850	1.550	4%	10%
elektronica	3.950	3.450	500	800	4.450	4.250	11%	19%
doe-het-zelf	950	950	100	50	1.050	1.050	10%	6%
bloemen, planten e.a.	5.200	4.700	500	200	5.700	4.850	9%	4%

Van de Deventer consumenten deed in 2010 drie procent de dagelijkse boodschappen in dorp Diepenveen, dit zijn 3.100 standaardconsumenten. Met de koopkrachttoevloeiing van 300 standaardconsumenten erbij opgeteld, komt het totale draagvlak dagelijkse artikelen op 3.400. De dagelijkse klanten komen in ruime meerderheid (81%) uit de voormalige gemeente Diepenveen zelf. Acht procent van de klandizie komt van buiten de gemeente Deventer. Met een aandeel van 85% is nabijheid/afstand het belangrijkste motief om in dorp Diepenveen de dagelijkse boodschappen te doen.

Het grootste draagvlak in de niet-dagelijkse sector treffen we aan bij bloemen, planten en tuinbenodigdheden (4.850, waarvan vier procent toevloeiing) en de elektronicabranche (4.250, waarvan negentien procent toevloeiing).

6.14 Bathmen

In het voorjaar van 2010 telde Bathmen 28 winkelvevestigingen met een totaal verkoopvloeroppervlak van 5.228 vierkante meter. Bathmen heeft tien winkels in de dagelijkse sector met een gezamenlijk vloeroppervlak van 1.396 vierkante meter. Daarnaast zijn er achttien winkels in de branchegroepen niet-dagelijkse boodschappen geteld. Zij nemen gezamenlijk 3.832 vierkante meter voor hun rekening. De samenstelling van het winkelbestand is volgt:

Tabel 6.28 Samenstelling winkelbestand Bathmen

branche/productgroep	aantal winkels		verkoopvloer- oppervlakte (m ²)		gemiddelde verkoopvloer- oppervlakte (m ²)	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
totaal	29	28	4.318	5.228	148,9	186,7
waarvan:						
dagelijks	11	10	1.605	1.396	145,9	139,6
niet-dagelijks	18	18	2.713	3.832	150,7	212,9
waarvan:						
mode en luxe	7	7	629	702	89,9	100,3
vrije tijd	1	1	84	84	84,0	84,0
in/om huis	9	10	1.900	3.046	211,1	304,6
overig	1	0	100	0	100,0	.

Ondanks de afname van het aantal winkels, is de hoeveelheid verkoopvloeroppervlakte toegenomen met 900 vierkante meter. Deze toename is geheel terug te vinden in de branchegroep niet-dagelijks. In de branchegroep dagelijks is er sprake van een afname.

Tabel 6.29 Binding, toevloeiing en draagvlak Bathmen

branche/productgroep	binding abs.		toevloeiing abs.		draagvlak		toevloeiing als % van draagvlak	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010	2005	2010
dagelijks	4.500	3.900	450	200	4.950	4.100	9%	5%
kleding	600	450	150	50	750	500	22%	10%
woninginrichting	1.350	1.450	350	450	1.700	1.900	20%	25%
huishoudelijk	1.450	1.450	300	100	1.750	1.550	17%	7%
elektronica	1.850	950	350	150	2.200	1.100	17%	14%
doe-het-zelf	2.900	3.250	150	150	3.050	3.350	6%	4%
bloemen, planten e.a.	4.600	4.050	250	500	4.850	4.550	6%	11%

Van de Deventer consumenten deed in 2010 vier procent de dagelijkse boodschappen in Bathmen, 3.900 standaardconsumenten. Het totale draagvlak dagelijkse artikelen is 4.100. De dagelijkse klanten komen vooral uit Bathmen zelf (78%), verder uit de voormalige gemeente Diepenveen (10%).

Bathmen scoort bij de dagelijkse klanten op maar liefst acht aspecten een bovengemiddelde waardering. Nabijheid/afstand komt als bezoekmotief op de eerste plaats: 83 procent. Alleen de waardering voor het aantal winkels (6,4) is benedengemiddeld. Stallingmogelijkheden voor de fiets is met een gemiddelde van 8,5 het hoogst gewaarde aspect door de dagelijkse klant).

Het grootste draagvlak in de niet-dagelijkse sector vinden we bij bloemen, planten en tuinbenodigdheden (4.550). Vergeleken met de meeste andere winkelcentra in Deventer heeft Bathmen relatief veel toevloeiing in de branchegroepen kleding, woninginrichting en elektronica.

In de niet-dagelijkse sector is nabijheid/afstand door 91% van de klanten als bezoekmotief genoemd. Veiligheid van de winkelomgeving, bereikbaarheid en parkeermogelijkheden voor zowel de auto als de fiets worden bovengemiddeld gewaardeerd door de niet-dagelijkse klanten. Alleen het aantal winkels wordt lager gewaardeerd dan gemiddeld. Parkeermogelijkheden voor de fiets is met een gemiddelde van 8,5 het hoogst gewaarde aspect door de niet-dagelijkse klant, het laagst gewaardeerde het aantal winkels (6,3).

7. Draagvlak Deventer winkelcentra: stijgers en dalers

In dit slothoofdstuk presenteren we per onderscheiden branche-/productgroep een overzicht waarin de draagvlakontwikkeling van de Deventer winkelcentra/-locaties wordt getoond. In elk overzicht illustreren de groen gearceerde locaties de 'stijgers' in de branche/productgroep in de afgelopen vijf jaar, de rood gearceerde locaties de 'dalers'. Per overzicht worden de belangrijkste conclusies vermeld.

Bij de dagelijkse artikelen is het totale draagvlak gestegen van 97.550 naar 99.500 klanten. Nieuwkomer het Boreelplein is hier de grootste stijger, op de tweede plaats gevolgd door Brinkgreverweg/Rielerweg/Beestenmarkt. Laatstgenoemde locatie dankt zijn stijging aan de komst van de Plus en de Aldi aan de Beestenmarkt. Grootste dalers bij de dagelijkse artikelen zijn Deventer Centrum, WC Keizerslanden en Deltaplein. Bij de beide laatste doet zich de sloop van woningen in het kader van de herstructurering gelden.

Tabel 7.1 Draagvlak Deventer en winkelcentra 2005 en 2010: dagelijks

	2005	2010	groei krimp
totaal Deventer	97.550	99.500	1.950
Deventer Centrum	17.600	14.900	-2.700
Boreelplein	0	5.100	5.100
WC Keizerslanden	18.100	14.250	-3.850
WC Colmschate	20.650	21.750	1.100
Zwolseweg/Boxbergerweg	2.300	1.650	-650
Zamenhofplein e.o.	8.750	8.200	-550
Brinkgreverweg/Rielerweg/Beestenmarkt	200	2.850	2.650
Deltaplein	2.950	1.800	-1.150
Andriessenplein (de Vijfhoek)	9.150	8.300	-850
Borgele (Dreef)	2.800	1.900	-900
Schalkhaar	2.500	4.000	1.500
Diepenveen	2.700	3.400	700
Bathmen	4.950	4.100	-850

In de kledingbranche heeft Deventer in de afgelopen vijf jaar te maken gehad met een afgenomen draagvlak (-7.250 klanten). Grote verliezer is het Centrum van Deventer, het Boreelplein en WC Colmschate laten een lichte groei zien.

Tabel 7.2 Draagvlak Deventer en winkelcentra 2005 en 2010: kleding

	2005	2010	groei krimp
totaal Deventer	101.500	94.250	-7.250
Deventer Centrum	92.000	84.050	-7.950
Boreelplein	.	550	550
WC Colmschate	5.600	5.950	350
Zwolseweg/Boxbergerweg	950	550	-400
Bathmen	750	500	-250

De Deventer schoenenbranche toont een stabiel beeld, al zijn er lokaal verschuivingen. Het Boreelplein kan als belangrijke stijger worden gezien, WC Colmschate en Zwolseweg/Boxbergerweg hebben klandizie verloren.

Tabel 7.3 Draagvlak Deventer en winkelcentra 2005 en 2010: schoenen			
	2005	2010	groei krimp
totaal Deventer	97.850	98.050	200
Deventer Centrum	74.150	74.550	400
Boreelplein	.	3.450	3.450
WC Colmschate	15.300	13.700	-1.600
Zwolseweg/Boxbergerweg	4.650	3.400	-1.250

De woninginrichtingbranche heeft met het vertrek van Morres Wonen van Runshopping Center de Snippeling een fors verlies aan draagvlak geleden. Maar ook Deventer Centrum en WC Colmschate laten een kleiner draagvlak dan in 2005 zien.

Tabel 7.4 Draagvlak Deventer en winkelcentra 2005 en 2010: woninginrichting			
	2005	2010	groei krimp
totaal Deventer	106.650	77.500	-29.150
Deventer Centrum	22.900	19.600	-3.300
Boreelplein	.	300	300
WC Colmschate	5.600	3.500	-2.100
Runshopping Center de Snippeling	58.100	35.450	-22.650
Schalkhaar	6.100	6.150	50
Diepenveen	800	650	-150
Bathmen	1.700	1.900	200

De branchegroep huishoudelijke artikelen mag zich een lichte stijger noemen. Naast het verlies van bijna 9.500 klanten voor Runshopping Center de Snippeling is er winst behaald in vooral Deventer Centrum, het Boreelplein en WC Colmschate.

Tabel 7.5 Draagvlak Deventer en winkelcentra 2005 en 2010: huishoudelijk			
	2005	2010	groei krimp
totaal Deventer	99.300	100.500	1.200
Deventer Centrum	55.200	59.100	3.900
Boreelplein	.	3.100	3.100
WC Keizerslanden	5.500	6.600	1.100
WC Colmschate	12.150	14.400	2.250
Runshopping Center de Snippeling	14.050	4.600	-9.450
Andriessenplein (de Vijfhoek)	2.350	2.900	550
Schalkhaar	3.450	2.100	-1.350
Diepenveen	1.850	1.550	-300
Bathmen	1.750	1.550	-200

Tabel 7.6 toont de draagvlakontwikkeling voor de elektronica-branch. In de cijfers zien we het effect van de komst van de Mediamarkt naar Deventer terug. Het totale draagvlak elektronica is met bijna 16.000 gestegen. Het Boreelplein is de grote stijger met 32.500 klanten, Runshopping

Center de Snippeling de grote verliezer met een draagvlakvermindering van bijna 13.000. Stijgers binnen deze branchegroep zijn verder Deventer Centrum en Borgele (Dreef), dalers WC Colmschate, Zwolseweg/Boxbergerweg, Zamenhofplein e.o. en Bathmen.

Tabel 7.6 Draagvlak Deventer en winkelcentra 2005 en 2010: elektronica

	2005	2010	groei krimp
totaal Deventer	98.050	113.950	15.900
Deventer Centrum	33.950	35.500	1.550
Boreelplein	.	32.550	32.550
WC Colmschate	5.350	3.150	-2.200
Runshopping Center de Snippeling	37.650	24.950	-12.700
Zwolseweg/Boxbergerweg	2.300	1.250	-1.050
Zamenhofplein e.o.	2.850	800	-2.050
Borgele (Dreef)	.	1.200	1.200
Schalkhaar	4.250	4.450	200
Diepenveen	4.450	4.250	-200
Bathmen	2.200	1.100	-1.100

De doe-het-zelf branche heeft in de afgelopen vijf jaar een draagvlakvermindering van bijna 5.000 doorgemaakt. Grootste daler is ook hier Runshopping de Snippeling, hier geldt een daling van rond de 14.000 standaardconsumenten. De voornaamste stijger is Deventer Centrum.

Tabel 7.7 Draagvlak Deventer en winkelcentra 2005 en 2010: doe-het-zelf

	2005	2010	groei krimp
totaal Deventer	113.000	108.100	-4.900
Deventer Centrum	9.100	11.500	2.400
Boreelplein	.	450	450
WC Colmschate	5.550	4.750	-800
Runshopping Center de Snippeling	82.900	68.950	-13.950
Zwolseweg/Boxbergerweg	950	700	-250
Brinkgreverweg/Rielerweg/Beestenmarkt	1.650	1.250	-400
Schalkhaar	1.450	900	-550
Diepenveen	1.050	1.050	0
Bathmen	3.050	3.350	300

Het draagvlak voor bloemen, planten en tuinbenodigdheden is de afgelopen vijf jaar met 4.700 gegroeid. Stijgers zijn in deze branchegroep vooral het Boreelplein, WC Keizerslanden en Andriessenplein (de Vijfhoek). Grootste daler is Runshopping Center de Snippeling, gevolgd door Deventer Centrum en WC Colmschate. Grootste stijgers zijn WC Keizerslanden, Boreelplein en Andriessenplein (de Vijfhoek).

Tabel 7.8 Draagvlak Deventer en winkelcentra 2005 en 2010: bloemen, planten e.a.

	2005	2010	groei krimp
totaal Deventer	76.500	81.200	4.700
Deventer Centrum	10.100	7.900	-2.200
Boreelplein	.	1.000	1.000
WC Keizerslanden	3.000	5.050	2.050
WC Colmschate	8.800	7.400	-1.400
Runshopping Center de Snippeling	26.300	20.650	-5.650
Zwolseweg/Boxbergerweg	2.050	1.700	-350
Zamenhofplein e.o.	1.400	1.200	-200
Brinkgreverweg/Rielerweg/Beestenmarkt	1.050	750	-300
Andriessenplein (de Vijfhoek)	2.550	3.500	950
Borgele (Dreef)	850	550	-300
Schalkhaar	1.850	2.000	150
Diepenveen	5.700	4.850	-850
Bathmen	4.850	4.550	-300

Bijlagen

Bijlage 1.1	Voedingsgebied winkelcentra dagelijkse boodschappen
Bijlage 1.2	Wijkoriëntatie dagelijkse boodschappen
Bijlage 1.3	Buurtoriëntatie dagelijkse boodschappen (indicatief)
Bijlage 2.1	Voedingsgebied winkelcentra niet-dagelijkse boodschappen
Bijlage 2.2	Wijkoriëntatie niet-dagelijkse boodschappen
Bijlage 2.3	Buurtoriëntatie niet-dagelijkse boodschappen (indicatief)
Bijlage 3.1	Voedingsgebied winkelcentra kleding
Bijlage 3.2	Wijkoriëntatie kleding
Bijlage 4.1	Voedingsgebied winkelcentra schoenen
Bijlage 4.2	Wijkoriëntatie schoenen
Bijlage 5.1	Voedingsgebied winkelcentra woninginrichting
Bijlage 5.2	Wijkoriëntatie woninginrichting
Bijlage 6.1	Voedingsgebied winkelcentra huishoudelijke en luxe artikelen
Bijlage 6.2	Wijkoriëntatie huishoudelijke en luxe artikelen
Bijlage 7.1	Voedingsgebied winkelcentra elektronica
Bijlage 7.2	Wijkoriëntatie elektronica
Bijlage 8.1	Voedingsgebied winkelcentra doe-het-zelf
Bijlage 8.2	Wijkoriëntatie doe-het-zelf
Bijlage 9.1	Voedingsgebied winkelcentra bloemen, planten en tuinartikelen
Bijlage 9.2	Wijkoriëntatie winkelcentra bloemen, planten en tuinartikelen
Bijlage 10.1	Bezoekmotieven winkelcentra meeste dagelijkse goederen
Bijlage 10.2	Bezoekmotieven winkelcentra: vaakste winkelen
Bijlage 11.1	Beoordeling winkelcentra: meeste dagelijkse goederen
Bijlage 11.2	Beoordeling winkelcentra: vaakste winkelen

