

**Rapport**

# WINKELATLAS DEVENTER

**Resultaten koopstromenonderzoek 2015**

December 2015

# COLOFON

**Uitgave**

I&O Research  
Zuiderval 70  
Postbus 563  
7500 AN Enschede

**Rapportnummer**

2015/180

**Datum**

December 2015

**Opdrachtgever**

Gemeente Deventer

**Auteur(s)**

Jon Severijn  
Gert Versteeg

**Bestellingen**

Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever.

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



# INHOUDSOPGAVE

<b>1. Inleiding</b> .....	<b>5</b>
1.1 Koopstromenonderzoek.....	5
1.2 Begrippen.....	5
1.3 Leeswijzer .....	6
<b>2. Koopstromen gemeente Deventer</b> .....	<b>8</b>
2.1 Koopkrachtbinding.....	8
2.2 Koopkrachtafvloeiing .....	8
2.3 Koopkrachttoevloeiing.....	9
<b>3. Bezoekmotieven winkelgebieden</b> .....	<b>12</b>
<b>4. Beoordeling winkelgebieden</b> .....	<b>14</b>
<b>5. Ontwikkeling lokale oriëntatie</b> .....	<b>16</b>
<b>6. Deventer winkelgebieden</b> .....	<b>18</b>
6.1 Inleiding: Deventer totaal.....	18
6.2 Centrum Deventer.....	18
6.3 Winkelcentrum Keizerslanden .....	24
6.4 Winkelgebied Colmschate .....	26
6.5 Runshopping Centre De Snipperling .....	28
6.6 Zwolseweg/Boxbergerweg .....	30
6.7 Zamenhofplein e.o.....	32
6.8 Brinkgreverweg/Rielerweg/Beestenmarkt .....	34
6.9 Deltaplein .....	35
6.10 Andriessenplein (De Vijfhoek).....	37
6.11 Borgele (Dreef).....	39
6.12 Zwaluwenburg .....	40
6.13 Schalkhaar .....	42
6.14 Diepenveen.....	43
6.15 Bathmen.....	45
<b>7. Draagvlak Deventer winkelgebieden: stijgers en dalers</b> .....	<b>48</b>



# 1

## HOOFDSTUK

### **Inleiding**



# 1. Inleiding

## 1.1 Koopstromenonderzoek

Vanaf het midden van de jaren tachtig van de vorige eeuw deden 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. In 2015 speelt de KvK geen rol en zijn het in eerste instantie de gemeenten die het onderzoek laten uitvoeren. De uitkomsten worden gebruikt om te bepalen hoe winkelgebieden functioneren. Net als bij eerdere onderzoeken heeft de gemeente Deventer ook in 2015 aan het koopstromenonderzoek deelgenomen en 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. In de gemeente Deventer zijn 2.194 huishoudens geënquêteerd.

In deze rapportage komen de volgende zaken aan bod:

- draagvlak, koopkrachtbinding, -afvloeiing en -toevloeiing
- bezoekmotieven winkelcentra
- beoordeling winkelcentra
- ontwikkeling lokale oriëntatie 2010-2015
- de winkelcentra op een rij
- draagvlak Deventer winkelcentra: stijgers en dalers

In het onderzoek is onderscheid gemaakt tussen vijftien winkelgebieden. Nieuw in 2015 is het winkelgebied Zwaluwenburg. Winkelgebied Colmschate omvat WC Flora en dorp-Colmschate.

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

## 1.2 Begrippen

Om inzicht te krijgen in het koopgedrag van consumenten en het economisch functioneren van de winkelvoorzieningen in Deventer is bij het beschrijven van de koopstromen onderscheid te maken tussen detailhandelsomzet en bestedingspotentieel. Onderstaand wordt kort uitgelegd hoe beide zijn opgebouwd en wat de cijfers zeggen.

### **Detailhandelsomzet (waar komt omzet vandaan?)**

Met de totale omzet wordt in beeld gebracht in welke mate klanten – inwoners en bezoekers uit andere plaatsen – bestedingen doen bij de winkelvoorzieningen in de kern.

De detailhandelsomzet (draagvlak) is berekend door het aantal klanten te vermenigvuldigen met gemiddelde landelijke besteding per hoofd van de bevolking (incl. BTW), gecorrigeerd naar inkomenssituatie in het betreffende gebied. Bij de beoordeling van de omvang en de ontwikkeling van de detailhandelsomzet dient er rekening mee te worden gehouden dat in de afgelopen jaren de bestedingen in de dagelijkse sector zijn toegenomen (+4 procent), terwijl deze in de niet-dagelijkse sector – mede als gevolg van de economische crisis – zijn afgenomen (-11 procent).

De detailhandelsomzet is opgebouwd uit bestedingen gedaan door klanten uit Deventer zelf (**binding**) en door klanten uit andere plaatsen (**toevloeiing**). De omzet bestaat uit een aandeel omzet uit binding en een aandeel omzet uit toevloeiing.

Kortom: bij detailhandelsomzet is het perspectief de winkelvoorzieningen in de kern (de oriëntatie op de aanbodkant)

### **Bestedingspotentieel (waar gaan bestedingen naar toe?)**

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

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

Het bestedingspotentieel is opgebouwd uit bestedingen door inwoners van Deventer gedaan in Deventer zelf (**binding**) en gedaan in andere plaatsen of via andere 'niet-ruimtelijke' aankoopkanalen (met name internet<sup>1</sup>) (**afvloeiing**). Het bindingspercentage<sup>1</sup> wordt uitgedrukt als percentage van het bestedingspotentieel.

Kortom: bij bestedingspotentieel is het perspectief de inwoner van de kern (de oriëntatie vanuit de vraagkant).

### **1.3 Leeswijzer**

In dit rapport ligt de nadruk op de afzonderlijke winkelgebieden. Wel gaat hoofdstuk 2 in op de gemeentelijke ontwikkelingen. In de hoofdstukken 3, 4 en 5 worden bezoekmotieven, beoordeling en de oriëntatie op de winkelgebieden beknopt behandeld. Hoofdstuk 6 gaat uitgebreider in op de afzonderlijke winkelgebieden, terwijl hoofdstuk 7 de ontwikkeling van het draagvlak ten opzichte van 2010 recapituleert.

In de afzonderlijke rapportage over de gemeente Deventer ('Kijken, kijken naar kopen') wordt ook ingezoomd op kenmerken van het koopgedrag en op andere aankoopkanalen. In de bijlagen is per branche en wijk de herkomst van omzet in de winkelgebieden opgenomen, evenals de oriëntatie per wijk.

---

<sup>1</sup> Overigens kunnen internetbestedingen een ruimtelijke component hebben, wanneer bijvoorbeeld een product afgehaald wordt in de winkel (en natuurlijk ook de verkeersstromen als gevolg van de aflevering van bestelde producten). Daarnaast hebben lokale winkeliers ook steeds vaker naast de fysieke winkel een webshop waarbij onder andere oude collecties online worden aangeboden. Een deel van de afvloeiing naar internet zal dus ook wel lokaal 'terugvloeien'. Echter, hoe groot deze component is en waar deze bestedingen terecht komen, is onbekend.

# 2

## HOOFDSTUK

### **Koopstromen gemeente Deventer**



## 2. Koopstromen gemeente Deventer

### 2.1 Koopkrachtbinding

In de dagelijkse sector is de bindingsomzet € 241 miljoen, wat een binding betekent van 94 procent. Dat is een kleine daling ten opzichte van 2010 toen de binding 95 procent bedroeg. In de niet-dagelijkse sector is de daling groter, van 73 procent in 2010 naar 69 procent in 2015. Binnen de niet-dagelijkse sector is de binding het grootst bij doe-het-zelf artikelen (93 procent) en het kleinst bij woninginrichting (55 procent). In alle branches is de binding terug gelopen. De afvloeiing is niet alleen gericht op andere gemeenten, maar ook op internet.

De binding voor dagelijkse artikelen is het hoogst in Colmschate-Noord en het laagst voor de binnenstad/De Hoven en het buitengebied (zie ook de bijlagen).

**Tabel 2.1**

Binding per branche, 2010 en 2015.

branche	2010		2015	
	absoluut	%	absoluut	%
dagelijks	€ 230.822.000	95%	€ 241.049.000	94%
niet-dagelijks	€ 182.332.000	73%	€ 154.460.000	69%
kleding	€ 45.596.000	65%	€ 40.609.000	61%
schoenen en lederwaren	€ 11.221.000	75%	€ 10.226.000	70%
huishoudelijke artikelen	€ 17.529.000	87%	€ 14.981.000	83%
elektronica	€ 33.342.000	83%	€ 30.231.000	76%
woninginrichting	€ 27.963.000	56%	€ 19.778.000	55%
doe-het-zelf artikelen	€ 26.132.000	95%	€ 20.020.000	93%
bloemen, planten en tuinartikelen	€ 20.550.000	75%	€ 18.616.000	66%

### 2.2 Koopkrachtafvoer

In de dagelijkse sector is de afvloeiing met name gericht op Voorst en Rijssen-Holten.

**Tabel 2.2**

Afvoer dagelijkse sector.

GEMEENTE	%
Vorst	2%
Rijssen-Holten	1%
Internet e.d.	1%
Overig	2%

In de niet-dagelijkse sector vindt de meest omvangrijke afvoer plaats naar webshops. Daarbuiten zijn de belangrijkste afvoergemeenten Voorst, Apeldoorn en Zutphen.



**Tabel 2.3**

Afvloeiing niet-dagelijkse sector.

GEMEENTE	%
Voorst	4%
Apeldoorn	3%
Zutphen	3%
Hengelo	2%
Arnhem	1%
Raalte	1%
Rijssen-Holten	1%
Zwolle	1%
Lochem	1%
Amsterdam	1%
Internet e.d.	11%
Overig	5%

### 2.3 Koopkrachttoevloeiing

Tegenover de afvloeiing staat toevloeiing. In 2015 is deze 6 procent in de dagelijkse sector (gelijk aan 2010) en in de niet-dagelijkse sector 28 procent, 3 procentpunten meer dan in 2010. De toevloeiing is in alle niet-dagelijkse branches toegenomen en het meest bij schoenen en lederwaren (tabel 2.4).

**Tabel 2.4**

Toevloeiing per branche, 2010 en 2015.

branche	2010		2015	
	absoluut	%	absoluut	%
dagelijks	€ 15.839.000	6%	€ 16.545.000	6%
niet-dagelijks	€ 62.396.000	25%	€ 58.655.000	28%
kleding	€ 22.723.000	33%	€ 22.687.000	36%
schoenen en lederwaren	€ 3.902.000	26%	€ 4.460.000	30%
huishoudelijke artikelen	€ 3.093.000	15%	€ 3.385.000	18%
elektronica	€ 13.760.000	29%	€ 13.595.000	31%
woninginrichting	€ 12.115.000	30%	€ 8.694.000	31%
doe-het-zelf artikelen	€ 4.471.000	15%	€ 3.636.000	15%
bloemen, planten en tuinartikelen	€ 2.333.000	10%	€ 2.198.000	11%

In de dagelijkse sector is de toevloeiing vooral afkomstig uit Voorst, Olst-Wijhe en Lochem. In de niet-dagelijkse sector is het gebied waaruit de toevloeiing afkomstig is omvangrijker en omvat ook Raalte, Zutphen, Rijssen-Holten en Apeldoorn (tabel 2.5 en 2.6)

**Tabel 2.5**

Toevloeiing dagelijkse sector.

<b>GEMEENTE</b>	<b>%</b>
Voorst	2%
Olst-Wijhe	1%
Lochem	1%
Overig	2%

**Tabel 2.6**

Toevloeiing niet-dagelijkse sector.

<b>GEMEENTE</b>	<b>%</b>
Voorst	6%
Lochem	5%
Olst-Wijhe	4%
Raalte	3%
Zutphen	2%
Rijssen-Holten	2%
Apeldoorn	2%
Overig	4%

# 3

## HOOFDSTUK

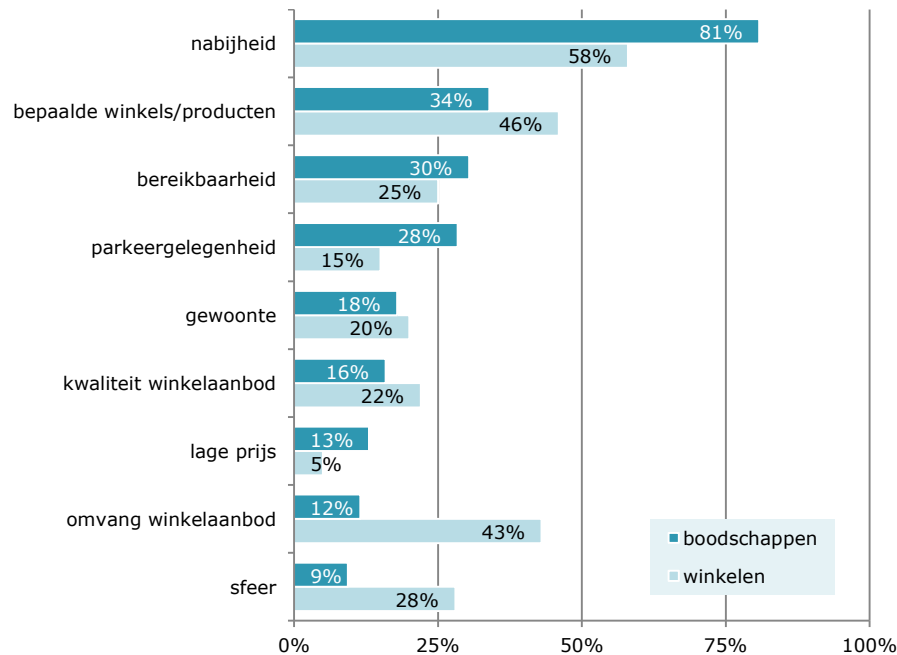
### **Bezoekmotieven winkelgebieden**

### 3. Bezoekmotieven winkelgebieden

Aan de consumenten in dit kooponderzoek is, naast waar ze hun dagelijkse en niet-dagelijkse aankopen doen, ook gevraagd wat hun bezoekmotieven zijn. Deze bezoekmotieven zijn uitgesplitst naar waarom de consument kiest voor het winkelgebied waar men meestal de dagelijkse boodschappen doet en waarom men kiest voor het winkelgebied waar men het vaakst winkelt. In dit hoofdstuk worden de bezoekmotieven voor alle winkelgebieden in Deventer gezamenlijk weergegeven, in hoofdstuk 6 komen deze bezoekmotieven voor elk winkelgebied afzonderlijk aan bod. In figuur 3.1 zijn de antwoorden opgenomen (meer antwoorden mogelijk).

**Figuur 3.1**

Bezoekmotieven voor winkelgebieden waar men meestal boodschappen doet, het vaakst winkelt.



Als het gaat om het bezoekmotief van mensen om ergens de meeste dagelijkse boodschappen te doen, blijkt nabijheid erg belangrijk te zijn (81 procent). Voor het winkelen is dit ook het belangrijkste motief (58 procent). Het tweede bezoekmotief voor zowel de dagelijkse boodschappen als het winkelen is de aanwezigheid van bepaalde winkels en/of producten (respectievelijk 34 procent en 46 procent). Het derde en vierde bezoekmotief voor het doen van de dagelijkse boodschappen is de bereikbaarheid en de parkeergelegenheid. Voor winkelen zijn de omvang van het winkelaanbod, bereikbaarheid en sfeer van groot belang. Voor de dagelijkse boodschappen wordt sfeer het minst vaak als bezoekmotief genoemd (9 procent) en voor het winkelen de lage prijs (5 procent).

# 4

## HOOFDSTUK

### **Beoordeling winkelgebieden**

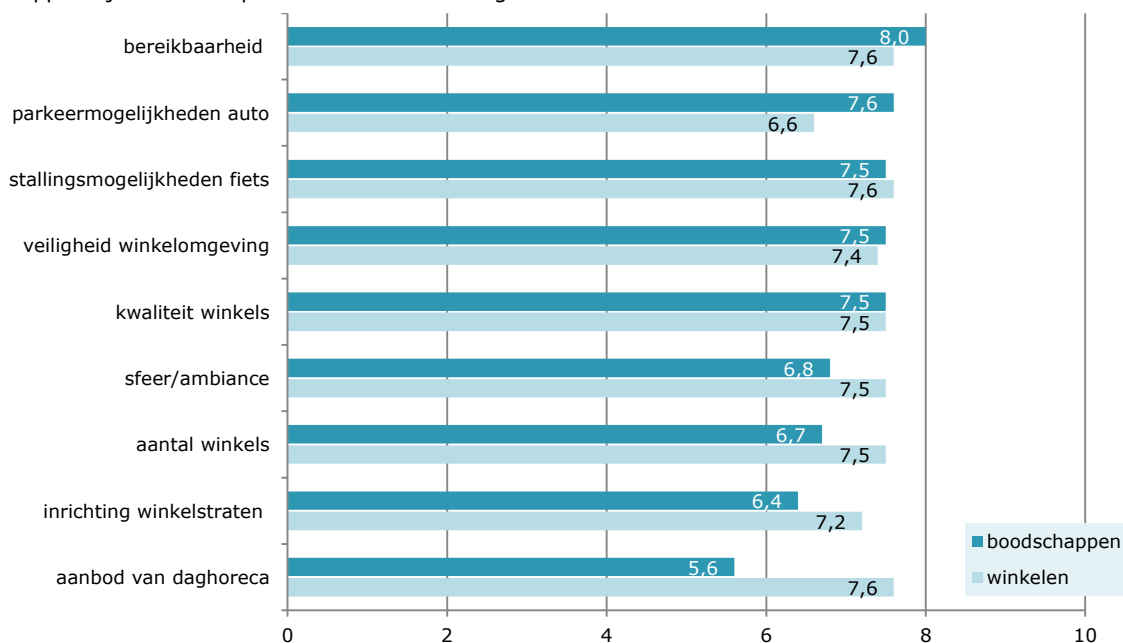
## 4. Beoordeling winkelgebieden

In dit hoofdstuk komt de kwalitatieve beoordeling van consumenten van de winkelgebieden aan bod. Aan de consumenten is gevraagd de winkelgebieden te beoordelen waar ze de meeste dagelijkse boodschappen doen en waar ze het vaakst winkelen. De beoordelingen van de winkelgebieden in Deventer worden gezamenlijk in figuur 4.1 weergegeven in de vorm van rapportcijfers.

Voor de winkelgebieden waar meestal de boodschappen worden gedaan is er de hoogste waardering voor bereikbaarheid, parkeermogelijkheden en stallingsmogelijkheden. Wanneer het gaat om winkelen is er juist een betrekkelijk lage waardering voor de parkeermogelijkheden. Het grootste verschil doet zich voor ten aanzien van de daghoreca, die voor de gebieden waar men winkelt veel hoger wordt gewaardeerd dan waar men boodschappen doet.

**Figuur 4.1**

Rapportcijfers voor aspecten Deventer winkelgebieden.



# 5

## HOOFDSTUK

### **Ontwikkeling lokale oriëntatie**

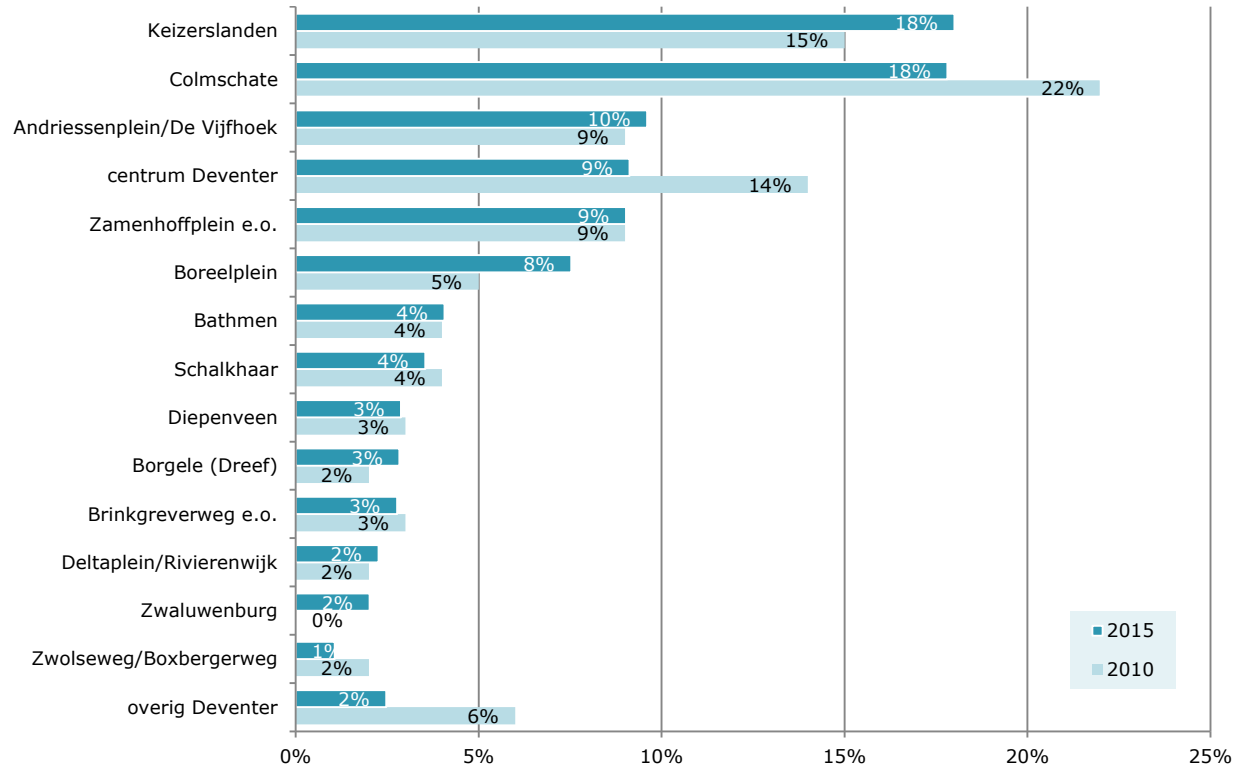


## 5. Ontwikkeling lokale oriëntatie

Net als in de onderzoeken in 2010 is onderzocht welke aandelen van de lokale kooporiëntatie in de dagelijkse boodschappen in de verschillende winkelgebieden in Deventer terecht komen. De aandelen zijn in figuur 5.1 weergegeven.

**Figuur 5.1**

Oriëntatie van Deventer op winkelgebieden.



Net als in 2010 trekt het winkelgebied Colmschate veel klanten voor de dagelijkse boodschappen: bijna een of de vijf doet hier vooral de dagelijkse boodschappen. Maar anders dan in 2010 doet hetzelfde aandeel de dagelijkse boodschappen in het winkelcentrum Keizerslanden. Andere favoriete locaties om de dagelijkse boodschappen te doen zijn, net als in 2010, Andriessenplein/De Vijfhoek en Zamenhoffplein e.o.

Het centrum (exclusief Boreelplein) is als winkellocatie voor de dagelijkse boodschappen nog steeds belangrijk, maar tussen 2010-2015 is het omzetaandeel wel gedaald van 14 procent naar 9 procent. Het Boreelplein is voor het doen van de dagelijkse boodschappen in populariteit gestegen en heeft nu een bestedingsaandeel van 8 procent in 2015. Het winkelcentrum Zwaluwenburg (nieuw in het onderzoek in vergelijking met 2010) trekt 2% van de inwoners van Deventer voor de dagelijkse boodschappen. Minder mensen dan in 2010 doen hun dagelijkse boodschappen in overige locaties in Deventer (2 procent in 2015 en 6 procent in 2010).



# 6

## HOOFDSTUK

### **Deventer winkelgebieden**



## 6. Deventer winkelgebieden

### 6.1 Inleiding: Deventer totaal

Volgens gegevens van Locatus heeft Deventer in het najaar van 2015, buiten de leegstand, 615 winkels met in totaal een verkoopvloeroppervlak van 157 duizend m<sup>2</sup>. Een kwart van de winkels (166) is actief in de verkoop van dagelijkse artikelen en driekwart in niet-dagelijkse artikelen. Uitgedrukt in vierkante meters winkelvloeroppervlak (wvo) zijn de aandelen respectievelijk een vijfde en vier vijfde. In aantallen winkels is branchegroep mode en luxe het grootst en in winkelvloeroppervlak de branchegroep in/om het huis.

Ten opzichte van 2010 is het aantal winkels gedaald met 46 (-7 procent) en het winkelvloeroppervlak met ruim 5.300 m<sup>2</sup> (-3 procent). In 2015 staan 118 winkelruimten leeg. Het leegstandspercentage in m<sup>2</sup> is 15 procent (een groot aandeel hierin heeft het leegstaande Morres-pand op het Runshopper Center).

**Tabel 6.1**

Samenstelling winkelbestand gemeente Deventer, 2010 en 2015.

branche/productgroep <sup>2</sup>	2015			2010			2010-15
	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	ontw. wvo
totaal	615	156.881	255	661	162.203	245	-3%
<i>waarvan</i>							
dagelijks	159	34.080	214	166	33.064	199	3%
niet-dagelijks	456	122.801	269	495	129.139	261	-5%
<i>waarvan</i>							
mode & luxe	185	34.697	188	209	36.444	174	-5%
vrije tijd	59	10.192	173	62	10.399	168	-2%
in/om huis	154	69.357	450	162	74.960	463	-7%
overig	58	8.555	148	62	7.336	118	17%

In de volgende paragrafen worden per winkelgebied de karakteristieken van het winkelbestand belicht en daarnaast binding, toevloeiing en draagvlak (koopstromen) en de bezoekmotieven en beoordelingen voor de winkelgebieden.

### 6.2 Centrum Deventer

In het centrum van Deventer, inclusief het Boreelplein, zijn 301 winkels te vinden met een winkelvloeroppervlak (wvo) van 55.679 m<sup>2</sup>. Ten opzichte van 2010 betekent dit een daling van 30 winkels en van ruim 3 duizend m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (-5 procent). De leegstand (in wvo) bedraagt 12 procent. Het aantal winkels en het wvo is in de dagelijkse sector toegenomen en in de niet-dagelijkse sector afgenomen. De branche mode en luxe is goed voor bijna de helft van de winkels en het winkelvloeroppervlak.

<sup>2</sup> De vijf onderscheiden branche- of productgroepen in het winkelapparaat omvatten de volgende subbranches:

- dagelijks: voedings- en genotmiddelen, persoonlijke verzorging
- mode en luxe: warenhuizen, kleding en modeaccessoires, schoenen en lederwaren, juweliersartikelen 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 deze branche is er sprake van schaalvergroting, doordat het aantal winkels sneller is gedaald dan het winkelvloeroppervlak, waarschijnlijk door het stoppen van kleine winkeltjes. De samenstelling van het winkelbestand is opgenomen in tabel 6.2.

**Tabel 6.2**

Samenstelling winkelbestand centrum Deventer (inclusief Boreelplein), 2010 en 2015.

branche/productgroep	2015			2010			2010-15
	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	ontw. wvo
totaal	301	55.679	185	331	58.716	177	-5%
<i>waarvan</i>							
dagelijks	46	8.445	184	40	7.716	193	9%
niet-dagelijks	255	47.234	185	291	51.000	175	-7%
<i>waarvan</i>							
mode & luxe	143	27.516	192	163	28.694	176	-4%
vrije tijd	40	7.604	190	40	7.157	179	6%
in/om huis	41	9.533	233	46	11.734	255	-19%
overig	31	2.581	83	42	3.415	81	-24%

Van de totale bestedingen door consumenten aan dagelijkse artikelen gaat 17 procent naar winkels in het centrum, wat een bindingsomzet betekent van € 41,6 miljoen. De toevloeiing bedraagt € 5,8 miljoen (12 procent). Het totale draagvlak (totale omzet) komt uit op € 47,4 miljoen en dat is € 1,8 miljoen minder dan in 2010. In alle niet-dagelijkse branches is het draagvlak gedaald, maar de daling is duidelijk het grootst bij de volumineuze goederen (woninginrichting, doe-het-zelf en bloemen, planten en tuinartikelen). Hoewel het binnenstedelijke winkelaanbod in deze branches ook wel iets kleiner is geworden, wordt de afname vooral verklaard door lagere consumentenbestedingen in deze artikelgroepen. De toevloeiing, uitgedrukt in het aandeel van het draagvlak, is toegenomen in de branches kleding, schoenen en huishoudelijke artikelen (tabel 6.3).

**Tabel 6.3**

Binding, toevloeiing en draagvlak centrum Deventer, 2010 en 2015 (in € mln).

	BINDINGSOMZET		TOEVLOEIING		DRAAGVLAK		TOEVLOEIING (%)	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
dagelijkse boodschappen	€ 42,6	€ 41,6	€ 7,0	€ 5,8	€ 49,7	€ 47,4	14%	12%
kleding	€ 39,7	€ 35,0	€ 21,5	€ 21,1	€ 61,3	€ 56,1	35%	38%
schoenen	€ 8,6	€ 7,6	€ 3,5	€ 3,7	€ 12,0	€ 11,4	29%	33%
huishoudelijke artikelen	€ 10,1	€ 8,0	€ 2,6	€ 2,6	€ 12,7	€ 10,7	21%	25%
elektronica	€ 17,8	€ 17,3	€ 10,3	€ 10,2	€ 28,1	€ 27,5	37%	37%
woninginrichting	€ 7,1	€ 4,1	€ 3,2	€ 1,6	€ 10,3	€ 5,7	31%	29%
doe-het-zelf	€ 2,8	€ 1,3	€ 0,5	€ 0,1	€ 3,3	€ 1,4	16%	6%
bloemen, planten, tuinartikelen	€ 2,3	€ 1,2	€ 0,2	€ 0,1	€ 2,5	€ 1,3	6%	6%

### **Centrum exclusief Boreelplein**

In 2010 is onderscheid gemaakt tussen de winkelgebieden 'centrum van Deventer exclusief Boreelplein' en het winkelgebied Boreelplein. Voor de vergelijkbaarheid met 2010 zijn hieronder de binding, toevloeiing en draagvlak voor beide winkelgebieden opgenomen.

In het centrum (exclusief Boreelplein) is het draagvlak voor dagelijkse boodschappen teruggelopen van € 36,4 miljoen naar € 25,9 miljoen, vooral door een daling van de bindingsomzet. De daling bij de elektronica is relatief gezien nog groter, van € 14,4 miljoen naar € 4,7 miljoen, en deze daling komt mede door het vetrek van It's (tabel 6.4).

**Tabel 6.4**

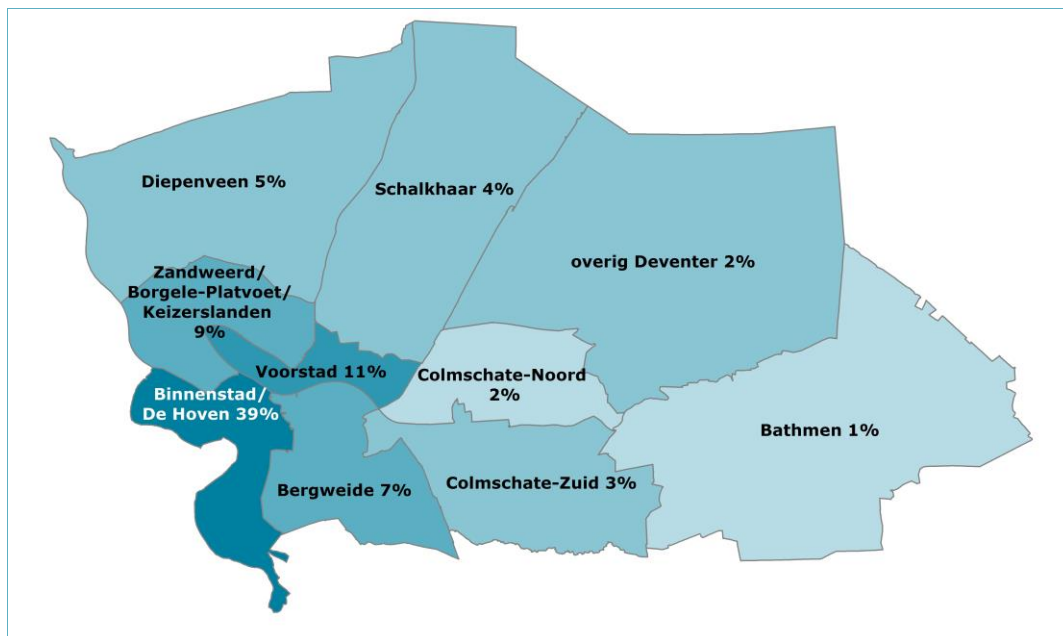
Binding, toevloeiing en draagvlak centrum Deventer, exclusief Boreelplein, 2010 en 2015 (in € mln).

	BINDINGSOMZET		TOEVLOEIING		DRAAGVLAK		TOEVLOEIING (%)	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
dagelijkse boodschappen	€ 31,8	€ 22,8	€ 4,6	€ 3,1	€ 36,4	€ 25,9	13%	12%
kleding	€ 39,4	€ 33,3	€ 21,4	€ 20,5	€ 60,9	€ 53,8	35%	38%
schoenen	€ 8,2	€ 6,4	€ 3,3	€ 3,4	€ 11,5	€ 9,7	29%	35%
huishoudelijke artikelen	€ 9,7	€ 6,8	€ 2,4	€ 2,4	€ 12,1	€ 9,2	20%	26%
elektronica	€ 10,6	€ 3,5	€ 3,9	€ 1,2	€ 14,4	€ 4,7	27%	25%
woninginrichting	€ 7,0	€ 3,9	€ 3,1	€ 1,6	€ 10,1	€ 5,5	31%	29%
doe-het-zelf	€ 2,6	€ 1,2	€ 0,5	€ 0,0	€ 3,2	€ 1,2	17%	3%
bloemen, planten, tuinartikelen	€ 2,1	€ 1,0	€ 0,2	€ 0,1	€ 2,2	€ 1,1	7%	7%

Van de inwoners van de Binnenstad/De Hoven doet 39 procent de dagelijkse boodschappen in het centrum. Ook voor inwoners van Voorstad is het centrum relatief belangrijk: 11 procent doet hier de boodschappen.

**Figuur 6.1**

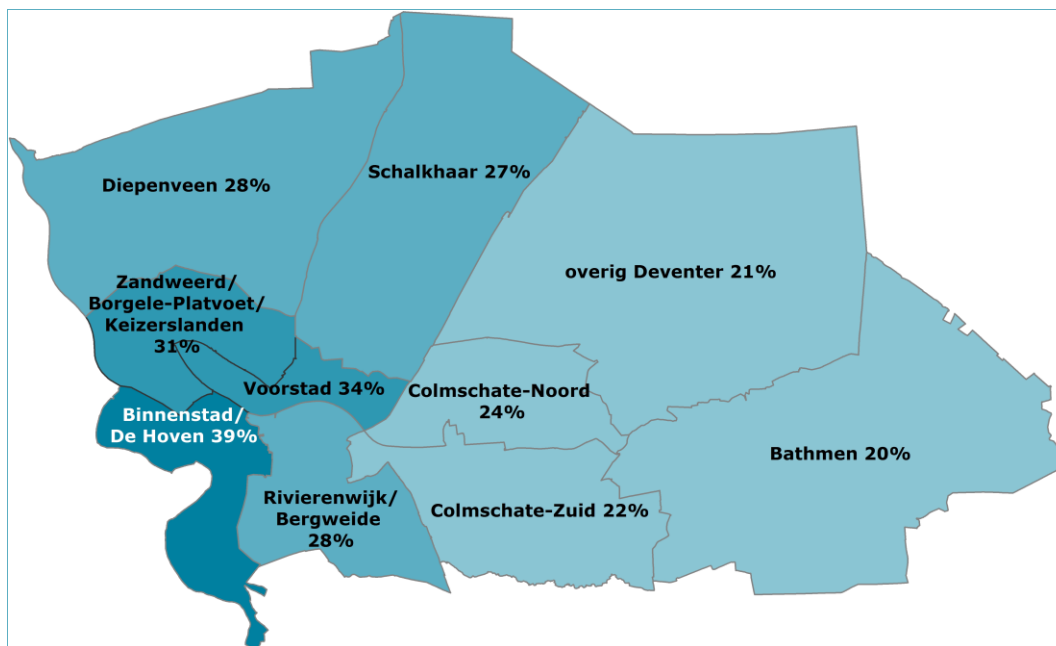
Oriëntatie op centrum Deventer (exclusief Boreelplein), dagelijkse artikelen.



Van de inwoners van de Binnenstad/De Hoven koopt 39 procent de niet-dagelijkse artikelen in het centrum. In de andere delen van de gemeente ligt dit aandeel lager, ook afhankelijk van de afstand, maar is minstens 20 procent.

**Figuur 6.2**

Oriëntatie op centrum Deventer (exclusief Boreleplein), niet-dagelijkse artikelen.



Driekwart van de consumenten die meestal de dagelijkse inkopen doen in het centrum van Deventer doet dat (ook) vanwege de nabijheid (tabel 6.5). Vergeleken met andere winkelgebieden is de omvang van het winkelapparaat een belangrijk motief (20 procent) om boodschappen te doen in het centrum. Bereikbaarheid is relatief gezien een weinig belangrijk bezoekmotief en de parkeergelegenheid speelt nauwelijks een rol (zie ook de bijlagen). De parkeergelegenheid wordt gewaardeerd met een krappe voldoende (5,7). Vergeleken met de andere winkelgebieden in Deventer is de waardering voor het aantal winkels en voor de daghoreca hoog.

Ook voor het winkelen in het centrum van Deventer is de nabijheid een belangrijk motief (56 procent), net iets belangrijker dan de omvang van het winkelaanbod (51 procent). Relatief gezien is de sfeer in het centrum een belangrijk bezoekmotief (33 procent). De waardering voor de sfeer blijkt ook uit de relatief hoge rapportcijfers voor 'sfeer' (7,7), daghoreca (8,0) en aankleding winkelstraten (7,4).

**Tabel 6.5**

Bezoekmotief en waardering van centrum Deventer voor dagelijkse inkopen en om te winkelen.

	BEZOEKMOTIEF		WAARDERING	
	DAGELIJKE INKOPEN	WINKELN	DAGELIJKE INKOPEN	WINKELN
Nabijheid / afstand	74%	56%	Het aantal winkels	7,6
Gewoonte	20%	22%	De kwaliteit van de winkels	7,5
Bepaalde winkels / producten	40%	46%	Sfeer/ambiance	7,7
Omvang winkelaanbod	20%	51%	Veiligheid winkelomgeving	7,8
Lage prijs	11%	2%	Parkeermogelijkheden auto	5,7
Kwaliteit winkelaanbod	17%	22%	Stallingsmogelijkheden fiets	7,1
Bereikbaarheid	17%	21%	Inrichting/aankleding winkelstraten	7,1
Parkeergelegenheid	1%	9%	Aanbod van daghoreca	7,9
Sfeer	15%	33%	Bereikbaarheid winkelcentrum	8,0

## Boreelplein

Een belangrijk deel van het omzetverlies van Deventer centrum wordt gecompenseerd door een grotere omzet op het Boreelplein. Op de branche bloemen, planten en tuinartikelen na is er toename zichtbaar van het draagvlak in alle branches. Het draagvlak voor dagelijkse boodschappen is hier toegenomen van € 13,2 miljoen naar € 21,5 miljoen en dat voor elektronica van € 13,6 miljoen naar € 22,8 miljoen.

**Tabel 6.6**

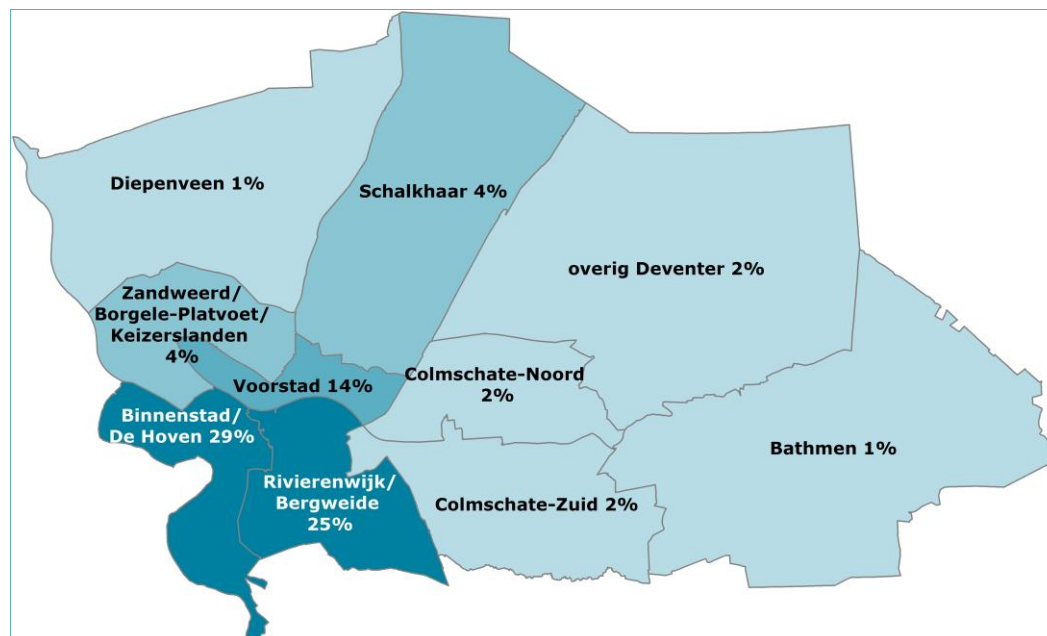
Binding, toevloeiing en draagvlak Boreelplein, 2010 en 2015 (in € mln).

	BINDINGSOMZET		TOEVLOEIING		DRAAGVLAK		TOEVLOEIING (%)	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
dagelijkse boodschappen	€ 10,8	€ 18,8	€ 2,4	€ 2,7	€ 13,2	€ 21,5	18%	12%
kleding	€ 0,3	€ 1,7	€ 0,1	€ 0,6	€ 0,4	€ 2,3	25%	26%
schoenen	€ 0,4	€ 1,3	€ 0,1	€ 0,4	€ 0,5	€ 1,6	24%	23%
huishoudelijke artikelen	€ 0,4	€ 1,2	€ 0,2	€ 0,2	€ 0,6	€ 1,5	36%	16%
elektronica	€ 7,3	€ 13,8	€ 6,4	€ 9,0	€ 13,7	€ 22,8	47%	39%
woninginrichting	€ 0,1	€ 0,2	€ 0,1	€ 0,0	€ 0,2	€ 0,3	46%	18%
doe-het-zelf	€ 0,1	€ 0,1	-	€ 0,0	€ 0,1	€ 0,2	0%	23%
bloemen, planten, tuinartikelen	€ 0,3	€ 0,2	-	€ 0,0	€ 0,3	€ 0,2	0%	3%

Voor de inwoners van de Binnenstad/De Hoven is het Boreelplein een belangrijk winkelgebied voor de dagelijkse boodschappen, want 29 procent doet hier de boodschappen. De oriëntatie op het Boreelplein is nauwelijks lager in Rivierenwijk/Bergweide (25 procent).

**Figuur 6.3**

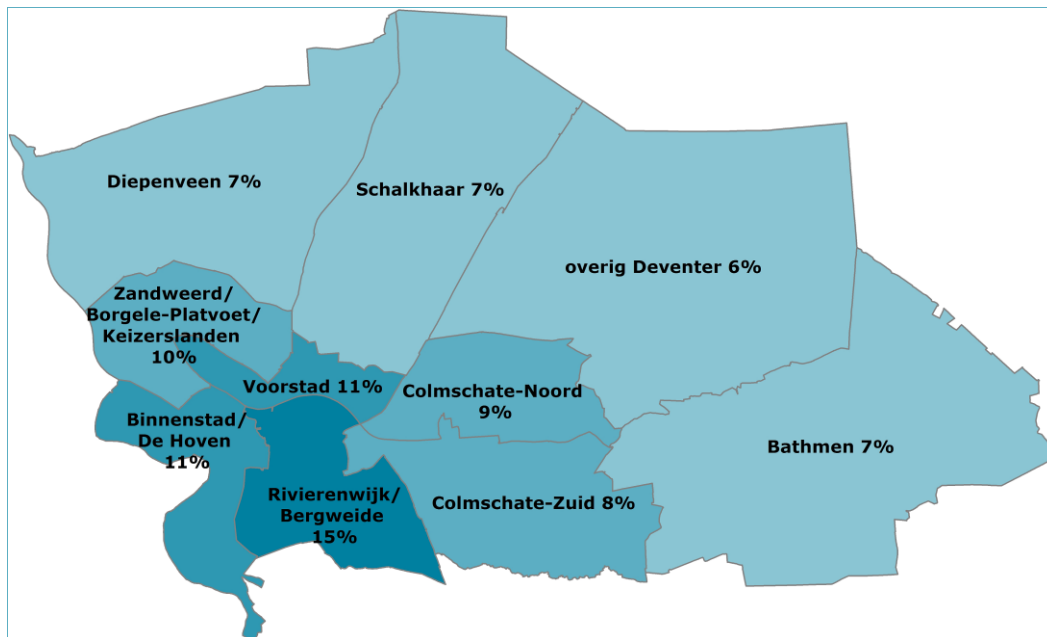
Oriëntatie op Boreelplein, dagelijkse artikelen.



Voor de inwoners van de wijken van Deventer is het Boreelplein belangrijk voor de niet-dagelijkse aankopen. Van de inwoners van Rivierenwijk/Bergweide koopt 15 procent op het Boreelplein, maar de oriëntatie op het Boreelplein is nergens lager dan 6 procent (figuur 6.4).

**Figuur 6.4**

Oriëntatie op Boreelplein, niet-dagelijkse artikelen.



Voor de consumenten die boodschappen doen op het Boreelplein is weliswaar de nabijheid een belangrijk bezoekmotief (67 procent) maar vergeleken met andere winkelgebieden zijn kwaliteit van het winkelaanbod, bepaalde winkels en ook de prijsstelling belangrijk (tabel 6.7). Vergeleken met het overige centrum (centrum excl. Boreelplein) worden bereikbaarheid en parkeergelegenheid vaak genoemd. Bezoekers die hier boodschappen doen waarderen veel aspecten hoger dan het Deventer gemiddelde, maar de waardering voor de parkeermogelijkheden voor de auto is een uitschieter (rapportcijfer 8,3). De waardering voor de stallingsmogelijkheden voor de fiets blijft juist achter (6,9).

Wanneer consumenten winkelen op het Boreelplein, springen drie bezoekmotieven er uit. De aanwezigheid van bepaalde winkels is daarbij de belangrijkste, met 61 procent. Ook de bereikbaarheid en de parkeergelegenheid zijn, vergeleken met het gemiddelde, belangrijk bezoekmotieven. De waardering voor bereikbaarheid (7,8) en parkeergelegenheid (7,6) zijn hoger dan het gemiddeld voor de Deventer winkelgebieden. De waardering voor de andere aspecten ligt over algemeen lager dan het gemiddelde.

**Tabel 6.7**

Bezoekmotief en waardering van Boreelplein voor dagelijkse inkopen en om te winkelen.

	BEZOEK MOTIEF		WAARDERING		
	DAGELIJKSE INKOPEN	WINKELN	DAGELIJKSE INKOPEN	WINKELN	
Nabijheid / afstand	67%	41%	Het aantal winkels	7,1	7,3
Gewoonte	14%	11%	De kwaliteit van de winkels	7,6	7,5
Bepaalde winkels / producten	44%	61%	Sfeer/ambiance	6,9	7,1
Omvang winkelaanbod	10%	25%	Veiligheid winkelomgeving	7,2	7,1
Lage prijs	18%	15%	Parkeermogelijkheden auto	8,3	7,6
Kwaliteit winkelaanbod	26%	27%	Stallingsmogelijkheden fiets	6,9	7,6
Bereikbaarheid	29%	40%	Inrichting/aankleding winkelstraten	6,6	7,2
Parkeergelegenheid	21%	30%	Aanbod van daghoreca	6,4	7,3
Sfeer	8%	16%	Bereikbaarheid winkelcentrum	8,0	7,8

### 6.3 Winkelcentrum Keizerslanden

In het winkelcentrum Keizerslanden zijn 19 winkels met een winkelvloeroppervlak (wvo) van circa 4.700 m<sup>2</sup>. Ten opzichte van 2010 is het aantal winkels met één toegenomen, het saldo van meer niet-dagelijkse winkels (+2) en minder dagelijkse winkels (-1). Het wvo is door de extra winkel toegenomen met 3 procent (tabel 6.8). De leegstand (wvo) bedraagt 6 procent.

**Tabel 6.8**

Samenstelling winkelbestand winkelcentrum Keizerslanden, 2010 en 2015.

branche/productgroep	2015			2010			2010-15
	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	ontw. wvo
totaal	19	4.668	246	18	4.514	251	3%
<i>waarvan</i>							
dagelijks	10	3.615	362	11	3.624	329	0%
niet-dagelijks	9	1.053	117	7	890	127	18%
<i>waarvan</i>							
mode & luxe	4	663	166	3	560	187	18%
vrije tijd	0	0	-	0	0	-	-
in/om huis	2	180	90	2	150	75	20%
overig	3	210	70	2	180	90	17%

Het draagvlak voor winkelcentrum Keizerslanden is gegroeid ten opzichte van 2010. De groei is groot wat betreft dagelijkse artikelen, van € 34,6 miljoen naar € 47,7 miljoen. Mogelijke oorzaken hiervoor zijn de zondagopenstelling, komst van de Lidl in plaats van de Plus en toegenomen belang & waardering van de goede bereikbaarheid en parkeren. De toevloeiing is hier gegroeid van 2 procent naar 6 procent. De omzet in niet dagelijkse artikelen is hierbij vergeleken bescheiden, met wel een omzet van € 1,4 miljoen in huishoudelijke artikelen en € 1,2 miljoen in bloemen en planten.

**Tabel 6.9**

Binding, toevloeiing en draagvlak Winkelcentrum Keizerslanden, 2010 en 2015 (in € mln).

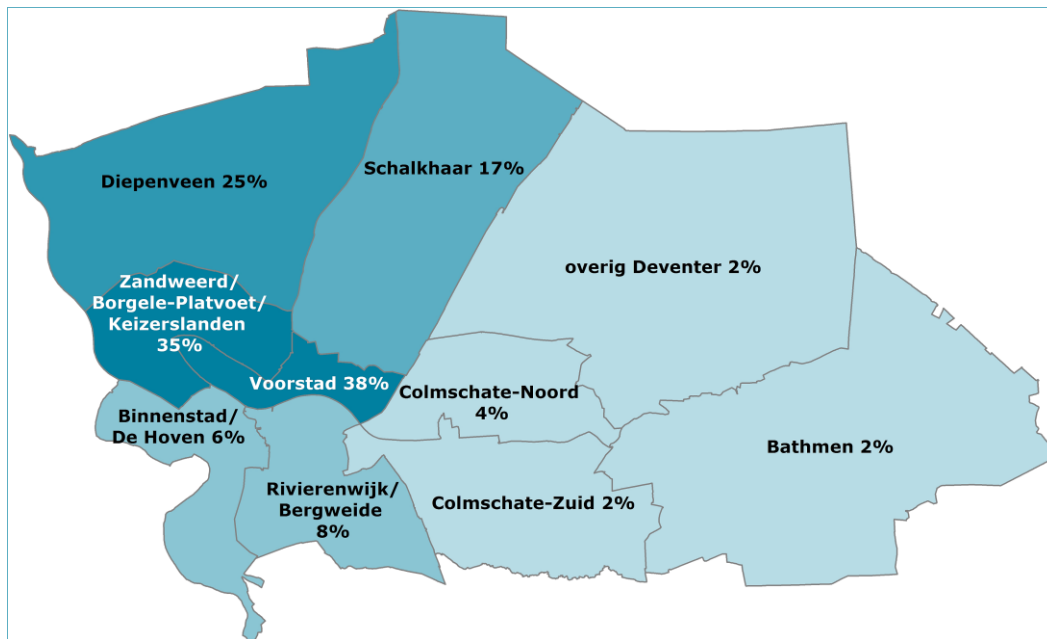
	BINDINGSOMZET		TOEVLOEIING		DRAAGVLAK		TOEVLOEIING (%)	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
dagelijkse boodschappen	€ 34,0	€ 45,0	€ 0,6	€ 2,7	€ 34,6	€ 47,7	2%	6%
kleding	€ 0,0	€ 0,2	-	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,2	0%	12%
schoenen	€ 0,0	€ 0,0	-	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	0%	36%
huishoudelijke artikelen	€ 1,3	€ 1,3	€ 0,0	€ 0,1	€ 1,3	€ 1,4	0%	9%
elektronica	€ 0,0	€ 0,1	-	€ 0,1	€ 0,0	€ 0,1	0%	44%
woninginrichting	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	-	€ 0,1	€ 0,0	77%	0%
doe-het-zelf	€ 0,1	€ 0,2	-	-	€ 0,1	€ 0,2	0%	0%
bloemen, planten, tuinartikelen	€ 1,3	€ 1,1	€ 0,0	€ 0,0	€ 1,4	€ 1,2	2%	4%

Ruim een derde van de inwoners van Zandweerd/Borgele-Platvoet/Keizerslanden en van Voorstad doet de boodschappen in winkelcentrum Keizerslanden. Maar ook voor Schalkhaar en Diepenveen is dit winkelgebied belangrijk. De oriëntatie vanuit andere delen van de stad is aanzienlijk geringer (figuur 6.5).



**Figuur 6.5**

Oriëntatie op winkelcentrum Keizerslanden, dagelijkse artikelen.



De consumenten die in Keizerslanden de boodschappen doen, motiveren dit vooral door de nabijheid, de aanwezigheid van bepaalde winkels en de parkeergelegenheid (tabel 6.10). Deze laatste twee aspecten zijn voor bezoekers van Keizerslanden belangrijker dan gemiddeld voor de winkelgebieden van Deventer.

De waardering voor de diverse aspecten van Keizerslanden blijft achter bij het Deventer gemiddelde. Relatief laag scoren sfeer, de inrichting en aankleding en de daghoreca. De waardering voor de veiligheid is minder dan gemiddeld.

**Tabel 6.10**

Bezoekmotief en waardering van Keizerslanden voor dagelijkse inkopen.

BEZOEK MOTIEF		WAARDERING	
DAGELIJKSE INKOPEN		DAGELIJKSE INKOPEN	
Nabijheid / afstand	67%	Het aantal winkels	7,1
Gewoonte	14%	De kwaliteit van de winkels	7,6
Bepaalde winkels / producten	44%	Sfeer/ambiance	6,9
Omvang winkelaanbod	10%	Veiligheid winkelomgeving	7,2
Lage prijs	18%	Parkeermogelijkheden auto	8,3
Kwaliteit winkelaanbod	26%	Stallingsmogelijkheden fiets	6,9
Bereikbaarheid	29%	Inrichting/aankleding winkelstraten	6,6
Parkeergelegenheid	21%	Aanbod van daghoreca	6,4
Sfeer	8%	Bereikbaarheid winkelcentrum	8,0

## 6.4 Winkelgebied Colmschate

Ten opzichte van 2010 is zowel het aantal winkels afgenomen (-3) als het winkelvloeroppervlak (-4 procent). De afname heeft zich voorgedaan bij mode en luxe. In het winkelcentrum is er 3.500 m<sup>2</sup> wvo in gebruik voor dagelijkse artikelen. In de niet-dagelijkse sector is er vooral ruimte voor mode & luxe (2.200 m<sup>2</sup> wvo) en voor artikelen voor in en om het huis (2.400 m<sup>2</sup>). De leegstand (wvo) bedraagt 10 procent.

**Tabel 6.11**

Samenstelling winkelbestand winkelcentrum Colmschate/Flora, 2010 en 2015.

branche/productgroep	2015			2010			2010-15
	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	ontw. wvo
totaal	40	8.845	221	43	9.200	214	-4%
<i>waarvan</i>							
dagelijks	16	3.473	217	16	3.463	216	0%
niet-dagelijks	24	5.372	224	27	5.737	212	-6%
<i>waarvan</i>							
mode & luxe	10	2.175	218	13	2.540	195	-14%
vrije tijd	4	700	175	4	752	188	-7%
in/om huis	9	2.447	272	9	2.425	269	1%
overig	1	50	50	1	20	20	150%

In het gehele winkelgebied Colmschate (inclusief dorp) is het grootste deel van de omzet te vinden in de dagelijkse sector (€ 47,6 miljoen). Ten opzichte van 2010 is er aanzienlijke afname van de omzet in de dagelijkse sector. De toevloeiing is wel ongeveer gelijk gebleven. Hoewel het aanbod in omvang ongeveer gelijk is aan 2010 is de trekkracht van het winkelcentrum voor de dagelijkse boodschappen kleiner geworden. Inwoners van Colmschate kiezen vaker voor andere boodschap-locaties. In de niet-dagelijkse sector is de omzet ook gedaald, maar zeer sterk in de branches woninginrichting en doe-het-zelf artikelen.

**Tabel 6.12**

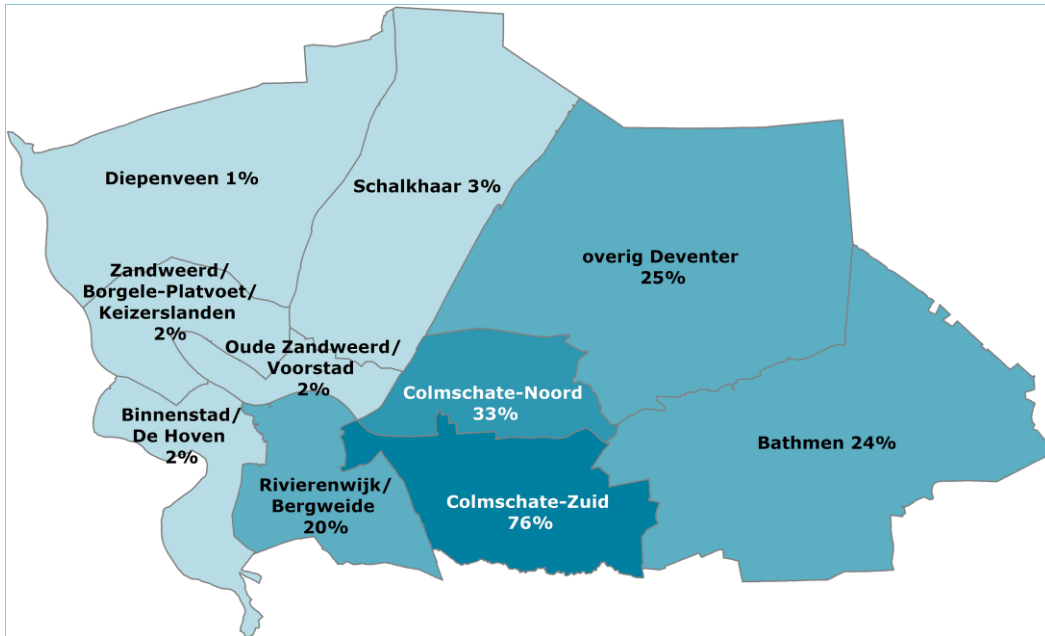
Binding, toevloeiing en draagvlak Winkelgebied Colmschate (inclusief dorp), 2010 en 2015 (in € mln).

	BINDINGSOMZET		TOEVLOEIING		DRAAGVLAK		TOEVLOEIING (%)	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
dagelijkse boodschappen	€ 51,2	€ 44,5	€ 3,0	€ 3,1	€ 54,3	€ 47,6	6%	7%
kleding	€ 3,6	€ 2,9	€ 0,7	€ 0,7	€ 4,3	€ 3,5	16%	19%
schoenen	€ 1,9	€ 1,5	€ 0,3	€ 0,3	€ 2,1	€ 1,8	12%	18%
huishoudelijke artikelen	€ 2,8	€ 2,6	€ 0,2	€ 0,2	€ 3,0	€ 2,8	5%	8%
elektronica	€ 1,2	€ 0,8	€ 0,1	€ 0,0	€ 1,3	€ 0,9	5%	1%
woninginrichting	€ 1,3	€ 0,2	€ 0,4	€ 0,2	€ 1,8	€ 0,4	24%	53%
doe-het-zelf	€ 1,1	€ 0,3	€ 0,2	€ 0,1	€ 1,3	€ 0,3	14%	18%
bloemen, planten, tuinartikelen	€ 2,0	€ 1,5	€ 0,1	€ 0,1	€ 2,1	€ 1,6	4%	8%

Driekwart van de inwoners van Colmschate-Zuid doet de dagelijkse boodschappen in Winkelcentrum Colmschate/Flora en het dorp. Vanuit Colmschate-Noord gaat een derde naar het winkelgebied voor de dagelijkse boodschappen. Ook voor inwoners van Bathmen, Rivierenwijk/Bergweide en overig Deventer is het winkelgebied Colmschate belangrijk, met een oriëntatie van minstens 20 procent.

**Figuur 6.6**

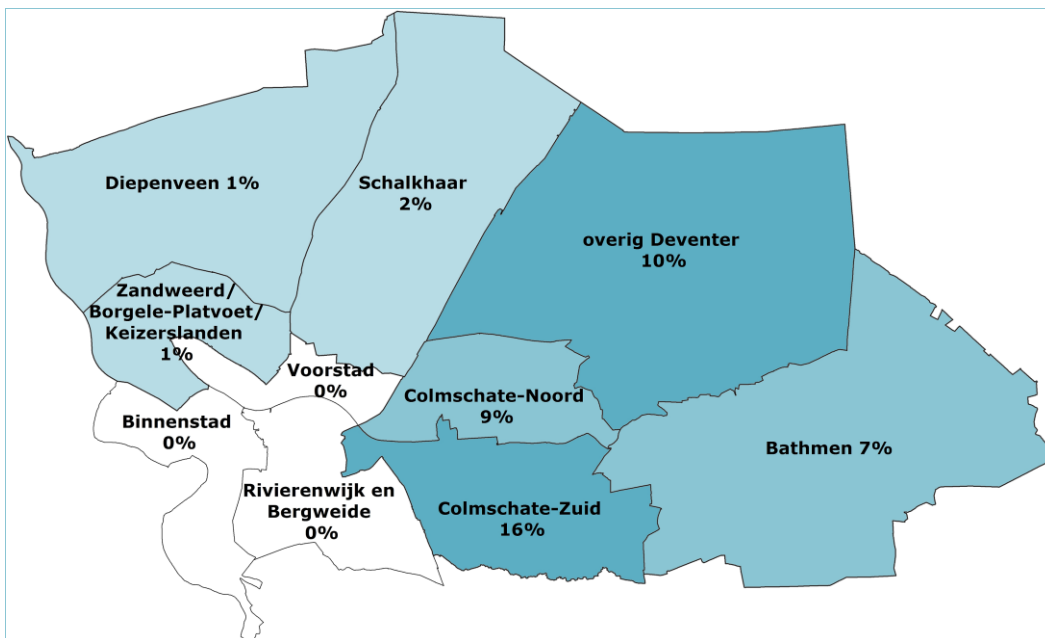
Oriëntatie op winkelgebied Colmschate, dagelijkse artikelen.



De oriëntatie op winkelgebied Colmschate is voor niet-dagelijkse artikelen veel geringer dan voor dagelijkse artikelen. Een zesde van de bestedingen door inwoners van Colmschate-Zuid komt in het winkelgebied terecht. Voor Colmschate-Noord is dit 9 procent.

**Figuur 6.7**

Oriëntatie op winkelgebied Colmschate, niet-dagelijkse artikelen.



Voor het doen van de boodschappen in winkelcentrum Colmschate/Flora is nabijheid het belangrijkste motief (83 procent, tabel 6.13). De omvang van het winkelaanbod in deze sector speelt meer dan in de overige winkelgebieden van Deventer een rol.

De kwaliteit van de winkels en de veiligheid van de winkelomgeving krijgen de hoogste rapportcijfers (7,5), maar de omvang van het winkelaanbod wordt met een 7,3 bovengemiddeld gewaardeerd.

Wanneer consumenten de niet-dagelijkse artikelen kopen in Colmschate zijn bereikbaarheidsmotieven (zeer) belangrijk. Zowel de nabijheid, bereikbaarheid en de parkeergelegenheid scoren hoger dan gemiddeld als bezoeks-motieven. Sfeer en omvang van het winkelaanbod spelen een ondergeschikte rol.

De waardering voor de meeste aspecten van het winkelgebied blijven achter bij het gemiddelde voor de gemeente. Wel is het oordeel over bereikbaarheid en parkeergelegenheid iets positiever dan gemiddeld.

**Tabel 6.13**

Bezoekmotief en waardering van Colmschate (inclusief dorp) voor dagelijkse inkopen en om te winkelen.

	BEZOEK MOTIEF		WAARDERING		
	DAGELIJKSE INKOPEN	WINKELN	DAGELIJKSE INKOPEN	WINKELN	
Nabijheid / afstand	82%	71%	Het aantal winkels	7,3	7,4
Gewoonte	16%	15%	De kwaliteit van de winkels	7,5	7,4
Bepaalde winkels / producten	33%	42%	Sfeer/ambiance	6,6	6,8
Omvang winkelaanbod	27%	26%	Veiligheid winkelomgeving	7,5	7,4
Lage prijs	9%	11%	Parkeermogelijkheden auto	6,7	6,9
Kwaliteit winkelaanbod	16%	20%	Stallingsmogelijkheden fiets	7,1	7,0
Bereikbaarheid	32%	36%	Inrichting/aankleding winkelstraten	6,2	6,5
Parkeergelegenheid	29%	35%	Aanbod van daghoreca	4,8	5,4
Sfeer	7%	7%	Bereikbaarheid winkelcentrum	7,9	7,9

## 6.5 Runshopping Centre De Snipperling

De Snipperling (Runshopping Centre) is een winkelgebied voor uitsluitend niet-dagelijkse aankopen. In 2015 zijn er 21 winkels met een totaal winkelvloeroppervlak van 30.400 m<sup>2</sup>. Dat betekent een afname van 2 winkels en 1.400 m<sup>2</sup> wvo. De winkels zijn alle actief in de branchegroep 'in en om het huis'. De leegstand bedraagt hier 31 procent (waarin de leegstand van het Morres-pand een groot aandeel heeft).

**Tabel 6.14**

Samenstelling winkelbestand Runshopping Centre De Snipperling, 2010 en 2015.

branche/productgroep	2015			2010			2010-15
	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	ontw. wvo
totaal	21	30.387	1.447	23	32.665	1.420	-7%
<i>waarvan</i>							
dagelijks	0	0	-	0	0	-	-
niet-dagelijks	21	30.387	1.447	23	32.665	1.420	-7%
<i>waarvan</i>							
mode & luxe	0	0	-	0	0	-	-
vrije tijd	0	0	-	0	0	-	-
in/om huis	21	30.387	1.447	23	32.665	1.420	-7%
overig	0	0	-	0	0	-	-

De branches met het grootste draagvlak zijn doe-het-zelf en woninginrichting. Deze branches hebben ten opzichte van 2010 minder omzet, in lijn met de landelijke ontwikkelingen. Consumenten rapporteren ook bestedingen in branches die niet als winkel vertegenwoordigd zijn. Door branchevervaging kunnen bestedingen echter wel hier plaatsvinden.

**Tabel 6.15**

Binding, toevloeiing en draagvlak Runshopping Centre De Snipperling, 2010 en 2015 (in € mln).

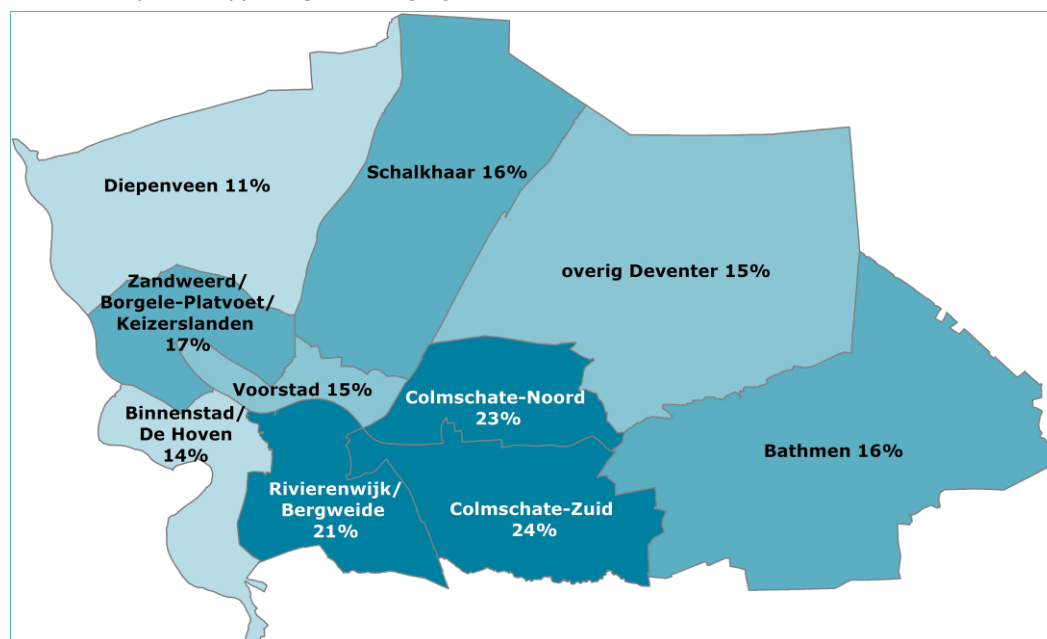
	BINDINGSOMZET		TOEVLOEIING		DRAAGVLAK		TOEVLOEIING (%)	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
dagelijkse boodschappen <sup>*)</sup>	-	€ 0,2	-	€ 0,3	-	€ 0,6	-	-
kleding	€ 0,0	€ 0,0	-	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,1	0%	67%
schoenen	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	-	€ 0,0	€ 0,0	33%	0%
huishoudelijke artikelen	€ 0,8	€ 0,6	€ 0,1	€ 0,1	€ 0,9	€ 0,7	14%	18%
elektronica	€ 8,7	€ 7,2	€ 1,6	€ 1,8	€ 10,3	€ 9,0	16%	20%
woninginrichting	€ 12,6	€ 10,8	€ 5,6	€ 5,1	€ 18,2	€ 15,9	31%	32%
doe-het-zelf	€ 16,7	€ 13,8	€ 3,0	€ 3,3	€ 19,7	€ 17,1	15%	19%
bloemen, planten, tuinartikelen	€ 5,1	€ 3,0	€ 0,8	€ 0,4	€ 5,8	€ 3,3	13%	11%

<sup>\*)</sup> Nota bene: hoewel er geen winkelaanbod in de dagelijkse sector is gevestigd, is de Snipperling wel in geringe mate opgegeven als aankooplocatie.

Voor Colmschate (Noord en Zuid) en Rivierenwijk/Bergweide is De Snipperling (erg) belangrijk voor de aanschaf van niet-dagelijkse artikelen. Meer dan een vijfde tot een kwart van de inwoners koopt hier. Ook buiten deze wijken zijn er veel inwoners van Deventer die de niet-dagelijkse aankopen doen in De Snipperling, met als minimum 11 procent in Diepenveen (figuur 6.8).

**Figuur 6.8**

Oriëntatie op De Snipperling, niet-dagelijkse artikelen.



Wat betreft bezoekmotieven heeft De Snipperling een duidelijk profiel (tabel 6.16). Afgezien van de nabijheid zijn de belangrijke motieven om het winkelcentrum te bezoeken de parkeergelegenheid, bepaalde winkels en in mindere mate de bereikbaarheid.

De pakeermogelijkheden worden door bezoekers zeer gewaardeerd (8,6) en ook de bereikbaarheid scoort goed (8,3). Sfeeraspecten worden laag gewaardeerd: sfeer 5,6, aankleding 5,7 en daghoreca 3,0.

**Tabel 6.16**

Bezoekmotief en waardering van Runshopping Centre De Snipperling voor niet-dagelijkse inkoop.

BEZOEK MOTIEF		WAARDERING	
WINKELN		WINKELN	
Nabijheid / afstand	61%	Het aantal winkels	6,2
Gewoonte	8%	De kwaliteit van de winkels	7,2
Bepaalde winkels / producten	54%	Sfeer/ambiance	5,6
Omvang winkelaanbod	9%	Veiligheid winkelomgeving	7,1
Lage prijs	4%	Parkeermogelijkheden auto	8,6
Kwaliteit winkelaanbod	10%	Stallingsmogelijkheden fiets	7,7
Bereikbaarheid	38%	Inrichting/aankleding winkelstraten	5,7
Parkeergelegenheid	65%	Aanbod van daghoreca	3,0
Sfeer	0%	Bereikbaarheid winkelcentrum	8,3

## 6.6 Zwolseweg/Boxbergerweg

De niet-dagelijkse sector domineert het winkelgebied Zwolseweg/Boxbergerweg zowel wat betreft het aantal winkels als wat betreft het winkelvloeroppervlak. Ten opzichte van 2010 is het aantal winkels gedaald (met 4) en is het wvo eveneens teruggelopen (met 5 procent). De leegstand (wvo) bedraagt 9 procent.

**Tabel 6.17**

Samenstelling winkelbestand Zwolseweg/Boxbergerweg, 2010 en 2015.

branche/productgroep	2015			2010			2010-15
	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	ontw. wvo
totaal	33	4.913	149	37	5.192	140	-5%
<i>waarvan</i>							
dagelijks	11	982	89	10	792	79	24%
niet-dagelijks	22	3.931	179	27	4.400	163	-11%
<i>waarvan</i>							
mode & luxe	8	2.213	277	9	1.933	215	14%
vrije tijd	3	519	173	4	584	146	-11%
in/om huis	9	1.118	124	12	1.414	118	-21%
overig	2	81	41	2	469	235	-83%

De omzet in dagelijkse artikelen is € 2,8 miljoen en dat betekent een forse daling ten opzichte van 2010 (€ 4,2 miljoen). De niet-dagelijkse sector doet het echter goed, met name wat betreft huishoudelijke artikelen en in mindere mate schoenen en lederwaren. Elektronica laat een teruggang zien.

**Tabel 6.18**

Binding, toevloeiing en draagvlak Zwolseweg/Boxbergerweg, 2010 en 2015 (in € mln).

	BINDINGSOMZET		TOEVLOEIING		DRAAGVLAK		TOEVLOEIING (%)	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
dagelijkse boodschappen	€ 4,1	€ 2,7	€ 0,0	€ 0,1	€ 4,2	€ 2,8	1%	4%
kleding	€ 0,4	€ 0,5	€ 0,0	-	€ 0,4	€ 0,5	6%	0%
schoenen	€ 0,4	€ 0,7	€ 0,1	€ 0,1	€ 0,5	€ 0,8	14%	15%
huishoudelijke artikelen	€ 0,1	€ 0,8	-	€ 0,1	€ 0,1	€ 0,9	0%	7%
elektronica	€ 0,4	€ 0,3	€ 0,1	€ 0,1	€ 0,5	€ 0,4	23%	24%
woninginrichting	€ 0,1	€ 0,3	-	€ 0,0	€ 0,1	€ 0,3	0%	7%
doe-het-zelf	€ 0,2	€ 0,4	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,2	€ 0,4	6%	6%
bloemen, planten, tuinartikelen	€ 0,4	€ 0,5	€ 0,0	-	€ 0,4	€ 0,5	3%	0%

Voor het boodschappen doen is nabijheid de bepalende factor (tabel 6.19). Meer dan 9 op de 10 consumenten die hier boodschappen doen, noemt dit als bezoekmotief. Het boodschappen doen hier wordt meer dan gemiddeld (36 procent) gemotiveerd vanuit 'gewoonte'. De bereikbaarheidsaspecten (bereikbaarheid, parkeren auto, stallen fiets) worden door de consumenten die hier boodschappen doen het hoogst gewaardeerd.

Het winkelgebied wordt, ondanks het meer niet-dagelijkse dan dagelijkse karakter, door consumenten weinig of niet beschouwd als een winkelgebied om te winkelen. Uitspraken over bezoekmotieven voor winkelen en over de bijbehorende waarderingen kunnen daarom niet worden gedaan.

**Tabel 6.19**

Bezoekmotief en waardering van Zwolseweg/Boxbergerweg voor dagelijkse inkopen.

	BEZOEK MOTIEF		WAARDERING	
	DAGELIJKSE INKOPEN		DAGELIJKSE INKOPEN	
Nabijheid / afstand	93%	Het aantal winkels	6,5	
Gewoonte	36%	De kwaliteit van de winkels	7,2	
Bepaalde winkels / producten	36%	Sfeer/ambiance	6,6	
Omvang winkelaanbod	7%	Veiligheid winkelomgeving	7,5	
Lage prijs	28%	Parkeermogelijkheden auto	6,9	
Kwaliteit winkelaanbod	14%	Stallingsmogelijkheden fiets	7,3	
Bereikbaarheid	22%	Inrichting/aankleding winkelstraten	6,1	
Parkeergelegenheid	15%	Aanbod van daghoreca	4,0	
Sfeer	15%	Bereikbaarheid winkelcentrum	7,6	

## 6.7 Zamenhofplein e.o.

Het winkelgebied Zamenhofplein, met onder andere De Hooghstraat en de Huygensstraat, is vooral een locatie voor de aanschaf van dagelijkse artikelen. Er zijn 7 winkels in dagelijkse artikelen met een winkelvloeroppervlak van 3.200 m<sup>2</sup> en dat is circa 90 procent van het totale winkelvloeroppervlak. Ten opzichte van 2010 is het aantal winkels en het wvo relatief sterk teruggelopen. De leegstand bedraagt 9 procent.

**Tabel 6.20**

Samenstelling winkelbestand Zamenhofplein e.o., 2010 en 2015.

branche/productgroep	2015			2010			2010-15
	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	ontw. wvo
totaal	10	3.603	360	15	4.486	299	-20%
<i>waarvan</i>							
dagelijks	7	3.218	460	9	3.931	437	-18%
niet-dagelijks	3	385	128	6	555	93	-31%
<i>waarvan</i>							
mode & luxe	1	110	110	1	260	260	-58%
vrije tijd	1	125	125	2	90	45	39%
in/om huis	0	0	-	2	160	80	-100%
overig	1	150	150	1	45	45	233%

Ook uit de omzet blijkt dat het karakter van het winkelgebied vooral wordt bepaald door het kopen van dagelijkse artikelen. De omzet in deze sector is € 23,5 miljoen in 2015, duidelijk meer dan de € 19,9 miljoen in 2010. In de niet dagelijkse sector is alleen de branche bloemen en planten van belang (tabel 6.15). De omzet in dagelijkse artikelen is voor het overgrote deel afkomstig uit Zandweerd/Borgele/Platvoet. Ruim een kwart van de inwoners van deze wijk doet hier de boodschappen (figuur 6.9).

**Tabel 6.21**

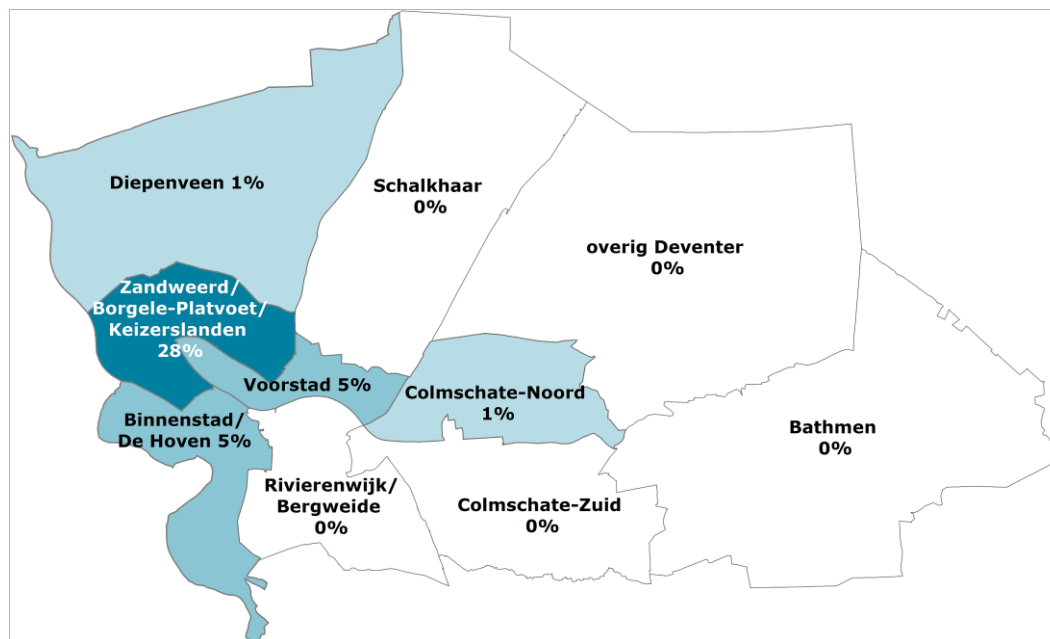
Binding, toevloeiing en draagvlak Zamenhofplein e.o., 2010 en 2015 (in € mln).

	BINDINGSOMZET		TOEVLOEIING		DRAAGVLAK		TOEVLOEIING (%)	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
dagelijkse boodschappen	€ 19,6	€ 22,5	€ 0,3	€ 0,9	€ 19,9	€ 23,5	2%	4%
kleding	€ 0,0	-	-	-	€ 0,0	-	0%	-
schoenen	-	€ 0,0	-	-	-	€ 0,0	-	0%
huishoudelijke artikelen	€ 0,1	€ 0,0	-	-	€ 0,1	€ 0,0	0%	0%
elektronica	€ 0,3	€ 0,0	-	-	€ 0,3	€ 0,0	0%	0%
woninginrichting	€ 0,0	€ 0,0	-	-	€ 0,0	€ 0,0	0%	0%
doe-het-zelf	€ 0,0	€ 0,0	-	-	€ 0,0	€ 0,0	0%	0%
bloemen, planten, tuinartikelen	€ 0,3	€ 0,3	-	€ 0,0	€ 0,3	€ 0,4	0%	6%



**Figuur 6.9**

Oriëntatie op Zamenhofplein e.o, dagelijkse artikelen.



Het belangrijkste bezoektmotief voor het doen van de dagelijkse boodschappen in dit winkelgebied is de nabijheid (89 procent, tabel 6.22). Relatief vaak wordt ook 'gewoonte' genoemd (36 procent). De waardering voor de meeste aspecten van het winkelgebied blijft achter bij het gemeentelijke gemiddelde. Dat geldt ook voor de parkeermogelijkheden en nadrukkelijk voor de daghoreca.

**Tabel 6.22**

Bezoektmotief en waardering van Zamenhofplein e.o. voor dagelijkse inkopen.

BEZOEK MOTIEF		WAARDERING	
DAGELIJKSE INKOPEN		DAGELIJKSE INKOPEN	
Nabijheid / afstand	89%	Het aantal winkels	6,6
Gewoonte	22%	De kwaliteit van de winkels	7,5
Bepaalde winkels / producten	34%	Sfeer/ambiance	6,9
Omvang winkelaanbod	3%	Veiligheid winkelomgeving	7,3
Lage prijs	17%	Parkeermogelijkheden auto	6,9
Kwaliteit winkelaanbod	19%	Stallingsmogelijkheden fiets	7,4
Bereikbaarheid	28%	Inrichting/aankleding winkelstraten	6,1
Parkeergelegenheid	24%	Aanbod van daghoreca	3,5
Sfeer	10%	Bereikbaarheid winkelcentrum	7,8

## 6.8 Brinkgreverweg/Rielerweg/Beestenmarkt

Het winkelgebied Brinkgreverweg e.o. heeft enerzijds een groot aandeel winkels in de dagelijkse sector en anderzijds in de branchegroep in en om het huis. Het aantal winkels is teruggelopen en dat geldt ook voor het wvo (-8 procent). De leegstand is 9 procent.

**Tabel 6.23**

Samenstelling winkelbestand Brinkgreverweg e.o., 2010 en 2015.

branche/productgroep	2015			2010			2010-15
	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	ontw. wvo
totaal	23	3.200	139	25	3.460	138	-8%
<i>waarvan</i>							
dagelijks	13	2.620	202	17	2.987	176	-12%
niet-dagelijks	10	580	58	8	473	59	23%
<i>waarvan</i>							
mode & luxe	1	45	45	1	65	65	-31%
vrije tijd	1	75	75	1	53	53	42%
in/om huis	6	365	61	4	270	68	35%
overig	2	95	48	2	85	43	12%

De omzet in dagelijkse artikelen is sinds 2010 toegenomen van € 6,4 miljoen naar € 7,5 miljoen. De omzet in dagelijkse artikelen is hoofdzakelijk afkomstig uit Oude Zandweerd/ Voorstad (66 procent). In de niet-dagelijkse sector zijn de branches doe-het-zelf en bloemen en planten van (enig) belang.

**Tabel 6.24**

Binding, toevloeiing en draagvlak Brinkgreverweg e.o., 2010 en 2015 (in € mln).

	BINDINGSOMZET		TOEVLOEIING		DRAAGVLAK		TOEVLOEIING (%)	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
dagelijkse boodschappen	€ 6,1	€ 6,9	€ 0,3	€ 0,6	€ 6,4	€ 7,5	5%	8%
kleding	-	€ 0,1	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,1	100%	35%
schoenen	-	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,1	€ 0,0	€ 0,1	100%	88%
huishoudelijke artikelen	€ 0,0	€ 0,0	-	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	0%	13%
elektronica	-	€ 0,1	-	-	-	€ 0,1	-	0%
woninginrichting	€ 0,0	€ 0,0	-	-	€ 0,0	€ 0,0	0%	0%
doe-het-zelf	€ 0,3	€ 0,1	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,4	€ 0,2	4%	5%
bloemen, planten, tuinartikelen	€ 0,2	€ 0,2	-	€ 0,1	€ 0,2	€ 0,3	0%	35%

Het belangrijkste motief om boodschappen te doen in dit winkelgebied is de nabijheid (81 procent) en dat is hetzelfde als het gemiddelde in de gemeente (tabel 6.25). De omvang van het winkelaanbod is nauwelijks een bezoekenmotief, maar wel meer dan gemiddeld de lage prijzen (24 procent).

De meeste aspecten van het winkelgebied worden minder gewaardeerd dan gemiddeld in de gemeente. Een betrekkelijk groot (negatief) verschil is wat betreft de ervaren veiligheid. De parkeermogelijkheden worden hoger gewaardeerd dan gemiddeld.

**Tabel 6.25**

Bezoekmotief en waardering van Brinkgeverweg e.o. voor dagelijkse inkopen.

BEZOEKMOTIEF		WAARDERING	
DAGELIJKE INKOPEN		DAGELIJKE INKOPEN	
Nabijheid / afstand	81%	Het aantal winkels	6,0
Gewoonte	17%	De kwaliteit van de winkels	7,3
Bepaalde winkels / producten	33%	Sfeer/ambiance	6,0
Omvang winkelaanbod	3%	Veiligheid winkelomgeving	6,0
Lage prijs	24%	Parkeermogelijkheden auto	8,1
Kwaliteit winkelaanbod	19%	Stallingsmogelijkheden fiets	7,8
Bereikbaarheid	28%	Inrichting/aankleding winkelstraten	5,8
Parkeergelegenheid	5%	Aanbod van daghoreca	5,0
Sfeer	3%	Bereikbaarheid winkelcentrum	8,2

## 6.9 Deltaplein

Deltaplein (Rivierenwijk) is een klein winkelgebied, met vooral winkels in de dagelijkse sector. Ten opzichte van 2010 is het aantal winkels gelijk gebleven, maar wel is er één winkel in de dagelijkse sector minder en één winkel in de niet-dagelijkse sector meer (tabel 6.26). Er is geen leegstand.

**Tabel 6.21**

Samenstelling winkelbestand Deltaplein, 2010 en 2015.

branche/productgroep	2015			2010			2010-15
	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	ontw. wvo
totaal	7	1.465	209	7	1.445	206	1%
<i>waarvan</i>							
dagelijks	5	1.155	231	6	1.205	201	-4%
niet-dagelijks	2	310	155	1	240	240	29%
<i>waarvan</i>							
mode & luxe	0	0	-	0	0	-	-
vrije tijd	0	0	-	0	0	-	-
in/om huis	2	310	155	1	240	240	29%
overig	0	0	-	0	0	-	-

Op het Deltaplein worden vooral dagelijkse artikelen gekocht. De omzet in deze sector is relatief sterk gegroeid, van € 4,5 miljoen in 2010 naar € 6,0 miljoen in 2015. De helft van de omzet in dagelijkse artikelen is afkomstig uit Rivierenwijk/Bergweide (tabel 6.27).

**Tabel 6.27**

Binding, toevloeiing en draagvlak Deltaplein, 2010 en 2015 (in € mln).

	BINDINGSOMZET		TOEVLOEIING		DRAAGVLAK		TOEVLOEIING (%)	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
dagelijkse boodschappen	€ 4,4	€ 5,7	€ 0,1	€ 0,4	€ 4,5	€ 6,0	3%	6%
kleding	-	-	-	€ 0,0	-	€ 0,0	0%	100%
schoenen	-	-	-	-	-	-	-	-
huishoudelijke artikelen	€ 0,0	€ 0,0	-	-	€ 0,0	€ 0,0	0%	0%
elektronica	-	€ 0,0	-	€ 0,0	-	€ 0,0	-	83%
woninginrichting	-	€ 0,0	-	-	-	€ 0,0	-	0%
doe-het-zelf	€ 0,1	€ 0,0	-	-	€ 0,1	€ 0,0	0%	0%
bloemen, planten, tuinartikelen	€ 0,0	€ 0,1	-	-	€ 0,0	€ 0,1	0%	0%

Na het bezoeks-motief nabijheid (82 procent) zijn lage prijzen belangrijk (58 procent) als motief om hier de boodschappen te doen, veel meer dan gemiddeld in Deventer (tabel 6.28). De waardering voor het aantal winkels en de kwaliteit daarvan en voor de sfeer is geringer dan gemiddeld in Deventer. Hoger dan gemiddeld is daarentegen de waardering voor de parkeermogelijkheden en de stallingsmogelijkheden voor de fiets.

**Tabel 6.28**

Bezoekmotief en waardering van Deltaplein voor dagelijkse inkopen.

	BEZOEK MOTIEF		WAARDERING	
	DAGELIJKSE INKOPEN		DAGELIJKSE INKOPEN	
Nabijheid / afstand	82%	Het aantal winkels	4,5	
Gewoonte	14%	De kwaliteit van de winkels	6,8	
Bepaalde winkels / producten	34%	Sfeer/ambiance	5,5	
Omvang winkelaanbod	0%	Veiligheid winkelomgeving	6,5	
Lage prijs	58%	Parkeermogelijkheden auto	8,1	
Kwaliteit winkelaanbod	21%	Stallingsmogelijkheden fiets	8,3	
Bereikbaarheid	21%	Inrichting/aankleding winkelstraten	6,3	
Parkeergelegenheid	32%	Aanbod van daghoreca	4,9	
Sfeer	3%	Bereikbaarheid winkelcentrum	7,8	

## 6.10 Andriessenplein (De Vijfhoek)

Het winkelgebied Andriessenplein (de Vijfhoek) heeft 9 winkels, waarvan 7 in de dagelijkse sector. Ten opzichte van 2010 zijn er geen veranderingen in omvang en samenstelling. Er is geen leegstand.

**Tabel 6.29**

Samenstelling winkelbestand Andriessenplein (De Vijfhoek), 2010 en 2015.

branche/productgroep	winkels	2015		winkels	2010		2010-15
		wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )		wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	ontw. wvo
totaal	9	2.727	303	9	2.726	303	0%
<i>waarvan</i>							
dagelijks	7	2.370	339	7	2.369	338	0%
niet-dagelijks	2	357	179	2	357	179	0%
<i>waarvan</i>							
mode & luxe	1	294	294	1	294	294	0%
vrije tijd	0	0	-	0	0	-	-
in/om huis	1	63	63	1	63	63	0%
overig	0	0	-	0	0	-	-

De omzet in dagelijkse artikelen is € 24,4 miljoen terwijl dat in 2010 nog € 20,8 miljoen was. In de veel kleinere niet-dagelijkse sector zijn de bestedingen aan huishoudelijke artikelen wat gegroeid en aan woninginrichting gedaald. De omzet, zowel in dagelijkse als niet-dagelijkse artikelen is hoofdzakelijk afkomstig uit Colmschate-Noord. Vier op de tien inwoners door hier de boodschappen.

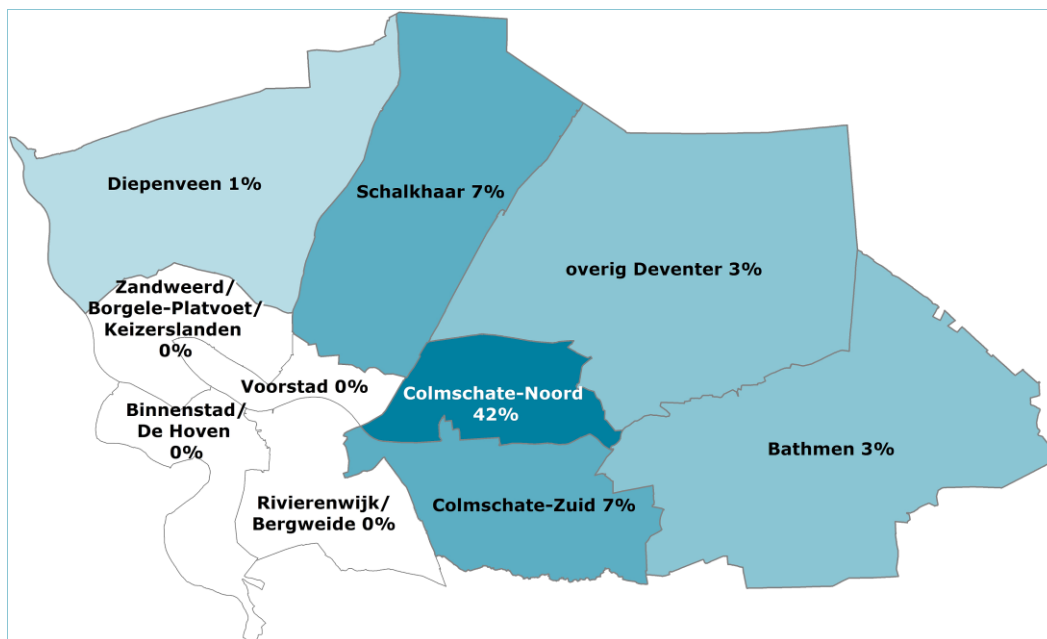
**Tabel 6.30**

Binding, toevloeiing en draagvlak Andriessenplein (De Vijfhoek), 2010 en 2015 (in € mln).

	BINDINGSOMZET		TOEVLOEIING		DRAAGVLAK		TOEVLOEIING (%)	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
dagelijkse boodschappen	€ 20,3	€ 24,0	€ 0,6	€ 0,5	€ 20,8	€ 24,4	3%	2%
kleding	€ 0,0	€ 0,1	€ 0,0	-	€ 0,1	€ 0,1	50%	0%
schoenen	€ 0,0	€ 0,0	-	-	€ 0,0	€ 0,0	0%	0%
huishoudelijke artikelen	€ 0,6	€ 0,7	-	€ 0,0	€ 0,6	€ 0,7	0%	4%
elektronica	-	€ 0,1	€ 0,0	-	€ 0,0	€ 0,1	100%	0%
woninginrichting	€ 0,1	€ 0,0	€ 0,0	-	€ 0,2	€ 0,0	30%	0%
doe-het-zelf	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	-	€ 0,0	€ 0,0	30%	0%
bloemen, planten, tuinartikelen	€ 1,0	€ 0,9	€ 0,0	€ 0,0	€ 1,0	€ 1,0	4%	3%

**Figuur 6.10**

Oriëntatie op Andriessenplein, dagelijkse artikelen.



Voor het winkelgebied Andriessenplein is nabijheid het doorslaggevende argument om hier boodschappen te doen of te winkelen (tabel 6.31). Van de consumenten die hier de boodschappen kopen, zegt 90 procent dit (ook) te doen vanwege de nabijheid. Het winkelaanbod wordt veel minder dan gemiddeld als motief genoemd.

De waardering voor de diverse aspecten van het winkelapparaat blijft over het algemeen in geringe mate achter bij het gemiddelde in Deventer. De waardering voor de daghoreca is duidelijk kleiner.

**Tabel 6.31**

Bezoekmotief en waardering van Andriessenplein voor dagelijkse inkopen en om te winkelen.

	BEZOEK MOTIEF			WAARDERING	
	DAGELIJKSE INKOPEN	WINKELN		DAGELIJKSE INKOPEN	WINKELN
Nabijheid / afstand	90%	71%	Het aantal winkels	6,4	6,9
Gewoonte	18%	7%	De kwaliteit van de winkels	7,5	7,5
Bepaalde winkels / producten	32%	28%	Sfeer/ambiance	6,5	7,0
Omvang winkelaanbod	7%	17%	Veiligheid winkelomgeving	7,4	7,5
Lage prijs	5%	17%	Parkeermogelijkheden auto	7,6	6,9
Kwaliteit winkelaanbod	7%	21%	Stallingsmogelijkheden fiets	7,1	6,8
Bereikbaarheid	32%	48%	Inrichting/aankleding winkelstraten	6,3	6,8
Parkeergelegenheid	33%	42%	Aanbod van daghoreca	4,5	5,6
Sfeer	5%	3%	Bereikbaarheid winkelcentrum	8,1	7,5

## 6.11 Borgele (Dreef)

Het winkelgebied Borgele heeft een relatief geringe omvang en bestaat vooral uit winkelaanbod in de dagelijkse sector. Ten opzichte van 2010 is het aanbod in deze sector sterk gestegen, van 1.100 m<sup>2</sup> wvo naar 1.600 m<sup>2</sup> wvo. Er is omvangrijke leegstand (32 procent).

**Tabel 6.32**

Samenstelling winkelbestand Borgele (Dreef), 2010 en 2015.

branche/productgroep	2015			2010			2010-15
	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	ontw. wvo
totaal	6	1.563	261	5	1.083	217	44%
<i>waarvan</i>							
dagelijks	4	1.453	363	4	981	245	48%
niet-dagelijks	2	110	55	1	102	102	8%
<i>waarvan</i>							
mode & luxe	0	0	-	0	0	-	-
vrije tijd	0	0	-	1	102	102	-100%
in/om huis	0	0	-	0	0	-	-
overig	1	110	110	0	0	-	-

In de dagelijkse sector is de omzet sterk gestegen ten opzichte van 2010, van € 4,7 miljoen naar € 7,4 miljoen. De omzet in de niet-dagelijkse sector is hierbij vergeleken bescheiden. Wel is er enige omzet in de doe-het-zelf branche. Waarschijnlijk is dat enkele consumenten de nabijgelegen Karwei (Keizer Karellaan) associëren met / koppelen aan dit winkelgebied. Ten opzichte van 2010 is de omzet in elektronica sterk teruggelopen (tabel 6.33). De omzet in dagelijkse artikelen is vooral afkomstig uit Zandweerd/Borgele/Platvoet (70 procent).

**Tabel 6.33**

Binding, toevloeiing en draagvlak Borgele (Dreef), 2010 en 2015 (in € mln).

	BINDINGSOMZET		TOEVLOEIING		DRAAGVLAK		TOEVLOEIING (%)	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
dagelijkse boodschappen	€ 4,6	€ 7,1	€ 0,1	€ 0,3	€ 4,7	€ 7,4	2%	4%
kleding	€ 0,1	€ 0,1	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,1	€ 0,1	33%	32%
schoenen	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,1	€ 0,0	51%	41%
huishoudelijke artikelen	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,1	€ 0,0	43%	5%
elektronica	€ 0,1	€ 0,1	€ 0,4	€ 0,1	€ 0,5	€ 0,1	85%	63%
woninginrichting	-	€ 0,1	-	€ 0,0	-	€ 0,1	-	36%
doe-het-zelf	€ 0,0	€ 0,3	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,4	52%	13%
bloemen, planten, tuinartikelen	€ 0,1	€ 0,1	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,2	€ 0,1	6%	18%

Wanneer consumenten in dit winkelgebied de boodschappen doen, motiveren ze dat vooral met de nabijheid. Het winkelaanbod (omvang en kwaliteit) wordt relatief weinig genoemd. In vergelijking met het gemeentelijk gemiddeld wordt 'sfeer' relatief veel genoemd.

Het winkelgebied wordt vooral vanwege de parkeergelegenheid gewaardeerd (rapportcijfer 8,1). De sfeer scoort relatief goed.

**Tabel 6.34**

Bezoekmotief en waardering van Borgele (Dreef) voor dagelijkse inkopen.

BEZOEK MOTIEF		WAARDERING	
DAGELIJKSE INKOPEN		DAGELIJKSE INKOPEN	
Nabijheid / afstand	85%	Het aantal winkels	6,2
Gewoonte	10%	De kwaliteit van de winkels	7,8
Bepaalde winkels / producten	17%	Sfeer/ambiance	7,2
Omvang winkelaanbod	2%	Veiligheid winkelomgeving	7,6
Lage prijs	6%	Parkeermogelijkheden auto	8,1
Kwaliteit winkelaanbod	12%	Stallingsmogelijkheden fiets	7,2
Bereikbaarheid	28%	Inrichting/aankleding winkelstraten	6,1
Parkeergelegenheid	19%	Aanbod van daghoreca	4,5
Sfeer	19%	Bereikbaarheid winkelcentrum	7,9

## 6.12 Zwaluwenburg

Winkelcentrum Zwaluwenburg is een klein winkelgebied met vrijwel uitsluitend aanbod in de dagelijkse sector. Er is geen leegstand.

**Tabel 6.35**

Samenstelling winkelbestand Zwaluwenburg, 2015.

branche/productgroep	winkels	2015	
		wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )
totaal	3	1.060	353
<i>waarvan</i>			
dagelijks	2	1.020	510
niet-dagelijks	1	40	40
<i>waarvan</i>			
mode & luxe	0	0	-
vrije tijd	1	40	40
in/om huis	0	0	-
overig	0	0	-

Ten opzichte van 2010 is de omzet in de dagelijkse sector toegenomen, van € 3,5 miljoen naar € 5,0 miljoen. De omzet in de niet-dagelijkse sector is bescheiden. De omzet in het winkelgebied is vrijwel geheel afkomstig uit Colmschate-Noord.



**Tabel 6.36**

Binding, toevloeiing en draagvlak Zwaluwenburg, 2010 en 2015 (in € mln).

	BINDINGSOMZET		TOEVLOEIING		DRAAGVLAK		TOEVLOEIING (%)	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
dagelijkse boodschappen	€ 3,4	€ 5,0	€ 0,1	-	€ 3,5	€ 5,0	3%	0%
kleding	-	€ 0,0	-	-	-	€ 0,0	-	0%
schoenen	€ 0,0	€ 0,0	-	-	€ 0,0	€ 0,0	0%	0%
huishoudelijke artikelen	-	€ 0,0	-	-	-	€ 0,0	-	0%
elektronica	€ 0,0	€ 0,0	-	-	€ 0,0	€ 0,0	0%	0%
woninginrichting	-	-	-	€ 0,0	-	€ 0,0	-	100%
doe-het-zelf	-	€ 0,0	-	-	-	€ 0,0	-	0%
bloemen, planten, tuinartikelen	€ 0,0	€ 0,1	€ 0,0	-	€ 0,1	€ 0,1	28%	0%

Vrijwel iedereen (97 procent) die in dit winkelgebied de boodschappen doet, noemt nabijheid als bezoekmotief (tabel 6.37). Relatief vaak wordt sfeer als motief genoemd.

De hoogste waardering krijgt het winkelgebied door consumenten die hier de boodschappen doen voor bereikbaarheid en voor de kwaliteit van de winkels.

**Tabel 6.37**

Bezoekmotief en waardering van Zwaluwenburg voor dagelijkse inkopen.

	BEZOEKMOTIEF		WAARDERING	
	DAGELIJKSE INKOPEN		DAGELIJKSE INKOPEN	
Nabijheid / afstand	97%	Het aantal winkels	3,6	
Gewoonte	27%	De kwaliteit van de winkels	8,0	
Bepaalde winkels / producten	13%	Sfeer/ambiance	6,5	
Omvang winkelaanbod	4%	Veiligheid winkelomgeving	7,7	
Lage prijs	14%	Parkeermogelijkheden auto	6,9	
Kwaliteit winkelaanbod	23%	Stallingsmogelijkheden fiets	7,9	
Bereikbaarheid	37%	Inrichting/aankleding winkelstraten	5,9	
Parkeergelegenheid	23%	Aanbod van daghoreca	5,7	
Sfeer	23%	Bereikbaarheid winkelcentrum	8,4	

### 6.13 Schalkhaar

In Schalkhaar zijn 14 winkels, waarvan 9 in de niet-dagelijkse sector. Ongeveer vier vijfde van het winkelvloeroppervlak is te vinden in de niet-dagelijkse sector. Ten opzichte van 2010 is het aantal winkels afgenomen (-4) evenals het winkelvloeroppervlak (-12 procent). De leegstand blijft beperkt tot 1 procent.

**Tabel 6.38**

Samenstelling winkelbestand Schalkhaar, 2010 en 2015.

branche/productgroep	2015			2010			2010-15
	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	ontw. wvo
totaal	14	8.312	594	18	9.498	528	-12%
<i>waarvan</i>							
dagelijks	5	1.733	347	7	1.825	261	-5%
niet-dagelijks	9	6.579	731	11	7.673	698	-14%
<i>waarvan</i>							
mode & luxe	2	426	213	2	426	213	0%
vrije tijd	0	0	-	1	53	53	-100%
in/om huis	5	6.093	1219	6	7.138	1190	-15%
overig	2	60	30	2	56	28	7%

De omzet in dagelijkse artikelen in Schalkhaar is € 9,4 miljoen, een afname ten opzichte van 2010, toen de omzet € 10,8 miljoen bedroeg. De omzet in de niet-dagelijkse sector is vooral te vinden in de branches elektronica en woninginrichting. In deze laatste branche is de omzet sterk terug gelopen en sinds 2010 gehalveerd tot € 1,6 miljoen. Ook in de andere branches is de omzet gedaald. De omzet in de dagelijkse sector is hoofdzakelijk afkomstig uit Schalkhaar, maar in de niet-dagelijkse sector is de omzet meer verdeeld afkomstig over de wijken.

**Tabel 6.39**

Binding, toevloeiing en draagvlak Schalkhaar, 2010 en 2015 (in € mln).

	BINDINGSOMZET		TOEVLOEIING		DRAAGVLAK		TOEVLOEIING (%)	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
dagelijkse boodschappen	€ 10,3	€ 8,8	€ 0,6	€ 0,5	€ 10,8	€ 9,4	5%	6%
kleding	€ 0,0	€ 0,0	-	-	€ 0,0	€ 0,0	0%	0%
schoenen	€ 0,0	-	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	10%	100%
huishoudelijke artikelen	€ 0,5	€ 0,2	-	€ 0,0	€ 0,5	€ 0,3	0%	5%
elektronica	€ 1,8	€ 1,5	€ 0,1	€ 0,0	€ 1,9	€ 1,5	5%	2%
woninginrichting	€ 2,8	€ 1,5	€ 0,4	€ 0,2	€ 3,3	€ 1,6	13%	11%
doe-het-zelf	€ 0,3	€ 0,1	-	-	€ 0,3	€ 0,1	0%	0%
bloemen, planten, tuinartikelen	€ 0,7	€ 0,3	-	€ 0,0	€ 0,7	€ 0,4	0%	6%

De consumenten die boodschappen doen in Schalkhaar doen dat met name vanwege de nabijheid (tabel 6.40). Dit motief wordt genoemd door 94 procent van de consumenten die hier boodschappen doen. De waardering voor de verschillende aspecten van het winkelgebied is over het algemeen hoger dan gemiddeld. Voor de waardering voor de bereikbaarheidsaspecten (stallingsmogelijkheden fiets, parkeergelegenheid en bereikbaarheid is hoog). Beneden het gemiddelde ligt de waardering voor het aantal winkels en de daghoreca.

**Tabel 6.40**

Bezoekmotief en waardering van Schalkhaar voor dagelijkse inkopen.

BEZOEK MOTIEF		WAARDERING	
DAGELIJKSE INKOPEN		DAGELIJKSE INKOPEN	
Nabijheid / afstand	94%	Het aantal winkels	6,0
Gewoonte	17%	De kwaliteit van de winkels	7,4
Bepaalde winkels / producten	22%	Sfeer/ambiance	7,3
Omvang winkelaanbod	4%	Veiligheid winkelomgeving	8,1
Lage prijs	6%	Parkeermogelijkheden auto	8,0
Kwaliteit winkelaanbod	11%	Stallingsmogelijkheden fiets	8,3
Bereikbaarheid	40%	Inrichting/aankleding winkelstraten	6,5
Parkeergelegenheid	29%	Aanbod van daghoreca	4,4
Sfeer	16%	Bereikbaarheid winkelcentrum	8,2

## 6.14 Diepenveen

In Diepenveen zijn 11 winkels, aanzienlijk minder dan de 17 die er in 2010 waren. De afname komt vrijwel geheel voor rekening van de niet-dagelijkse sector, waar het winkelvloeroppervlak afnam met 65 procent. Er is geen leegstand.

**Tabel 6.41**

Samenstelling winkelbestand Diepenveen, 2010 en 2015.

branche/productgroep	2015			2010			2010-15
	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	ontw. wvo
totaal	11	1.863	169	17	3.158	186	-41%
<i>waarvan</i>							
dagelijks	6	1.158	193	7	1.155	165	0%
niet-dagelijks	5	705	141	10	2.003	200	-65%
<i>waarvan</i>							
mode & luxe	1	100	100	4	448	112	-78%
vrije tijd	0	0	-	1	220	220	-100%
in/om huis	3	355	118	5	1.335	267	-73%
overig	1	250	250	0	0	-	-

De omzet in Diepenveen is ten opzichte van 2010 gedaald, zowel in de dagelijkse sector (van € 8,4 miljoen naar € 7,6 miljoen) als in de niet-dagelijkse sector. In de niet-dagelijkse sector zijn de ontwikkelingen per branche echter divers. In de branches met een relatief kleine omzet is deze gedaald ten opzichte van 2010. In de branches met een grotere omzet, elektronica en bloemen en planten is de omzet gegroeid.

De omzet in de dagelijkse sector is vooral afkomstig uit Diepenveen en voor een deel uit Zandweerd/Borgele/Platvoet. In de niet-dagelijkse sector is de omzet afkomstig uit alle delen van de gemeente, maar met name uit Diepenveen en Zandweerd/Borgele/Platvoet.

**Tabel 6.42**

Binding, toevloeiing en draagvlak Diepenveen, 2010 en 2015 (in € mln).

	BINDINGSOMZET		TOEVLOEIING		DRAAGVLAK		TOEVLOEIING (%)	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
dagelijkse boodschappen	€ 7,7	€ 7,2	€ 0,7	€ 0,4	€ 8,4	€ 7,6	8%	5%
kleding	€ 0,0	-	-	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	0%	100%
schoenen	€ 0,0	-	-	-	€ 0,0	-	0%	-
huishoudelijke artikelen	€ 0,3	€ 0,0	€ 0,0	-	€ 0,3	€ 0,0	10%	0%
elektronica	€ 1,4	€ 1,5	€ 0,3	€ 0,5	€ 1,8	€ 2,0	19%	25%
woninginrichting	€ 0,3	€ 0,0	€ 0,1	-	€ 0,3	€ 0,0	17%	0%
doe-het-zelf	€ 0,3	€ 0,2	€ 0,0	-	€ 0,3	€ 0,2	7%	0%
bloemen, planten, tuinartikelen	€ 1,3	€ 1,5	€ 0,1	€ 0,1	€ 1,3	€ 1,6	4%	7%

Het belangrijkste motief om boodschappen te doen in Diepenveen is de nabijheid, maar bereikbaarheid, parkeergelegenheid en sfeer worden vaker genoemd dan gemiddeld (tabel 6.43). Deze aspecten worden ook (zeer) goed gewaardeerd, net als de stallingsmogelijkheden voor de fiets en de veiligheid in het winkelgebied.

**Tabel 6.43**

Bezoekmotief en waardering van Diepenveen voor dagelijkse inkopen.

BEZOEK MOTIEF		WAARDERING	
	DAGELIJKSE INKOPEN		DAGELIJKSE INKOPEN
Nabijheid / afstand	92%	Het aantal winkels	5,4
Gewoonte	20%	De kwaliteit van de winkels	7,8
Bepaalde winkels / producten	27%	Sfeer/ambiance	7,7
Omvang winkelaanbod	4%	Veiligheid winkelomgeving	8,5
Lage prijs	1%	Parkeermogelijkheden auto	8,5
Kwaliteit winkelaanbod	10%	Stallingsmogelijkheden fiets	8,6
Bereikbaarheid	40%	Inrichting/aankleding winkelstraten	7,2
Parkeergelegenheid	38%	Aanbod van daghoreca	6,8
Sfeer	27%	Bereikbaarheid winkelcentrum	8,6

## 6.15 Bathmen

Bathmen telt 24 winkels, waarvan 7 in de dagelijkse sector en 17 in de niet-dagelijkse sector. Er is sprake van een aanzienlijke afname ten opzichte van 2010 van het aantal winkels (-4) en het winkelvloeroppervlak (-26 procent). De afname is vooral groot in de niet-dagelijkse sector, in de branchegroep in en om het huis. De leegstand bedraagt 8 procent.

**Tabel 6.44**

Samenstelling winkelbestand Bathmen, 2010 en 2015.

branche/productgroep	2015			2010			2010-15
	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	winkels	wvo (m <sup>2</sup> )	gemiddeld (m <sup>2</sup> )	ontw. wvo
totaal	24	3.850	160	28	5.228	187	-26%
<i>waarvan</i>							
dagelijks	7	1.280	183	10	1.396	140	-8%
niet-dagelijks	17	2.570	151	18	3.832	213	-33%
<i>waarvan</i>							
mode & luxe	8	645	81	7	702	100	-8%
vrije tijd	1	84	84	1	84	84	0%
in/om huis	8	1.841	230	10	3.046	305	-40%
overig	0	0	-	0	0	-	-

De omzet in de dagelijkse sector is vrijwel gelijk gebleven ten opzichte van 2010. In 2015 bedraagt deze € 10,4 miljoen, tegen € 10,2 miljoen in 2010. In de niet-dagelijkse sector is er een forse afname in elektronica, woninginrichting en doe-het-zelf. De omzet in kleding en bloemen en planten is op peil gebleven. De omzet in dagelijkse artikelen is vooral afkomstig uit Bathmen zelf, maar ook het buitengebied. In de niet-dagelijkse sector is dit ook zo, met ook toevloeiing van buiten Deventer.

**Tabel 6.45**

Binding, toevloeiing en draagvlak Bathmen, 2010 en 2015 (in € mln).

	BINDINGSOMZET		TOEVLOEIING		DRAAGVLAK		TOEVLOEIING (%)	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
dagelijkse boodschappen	€ 9,7	€ 10,1	€ 0,5	€ 0,2	€ 10,2	€ 10,4	5%	2%
kleding	€ 0,3	€ 0,3	€ 0,0	€ 0,1	€ 0,4	€ 0,4	11%	18%
schoenen	€ 0,1	€ 0,0	€ 0,0	-	€ 0,1	€ 0,0	35%	0%
huishoudelijke artikelen	€ 0,3	€ 0,2	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,3	€ 0,2	7%	4%
elektronica	€ 0,5	€ 0,1	€ 0,1	€ 0,0	€ 0,5	€ 0,2	13%	24%
woninginrichting	€ 0,7	€ 0,3	€ 0,3	€ 0,1	€ 1,0	€ 0,4	27%	25%
doe-het-zelf	€ 0,9	€ 0,2	€ 0,0	€ 0,0	€ 1,0	€ 0,2	4%	4%
bloemen, planten, tuinartikelen	€ 1,1	€ 1,2	€ 0,2	€ 0,1	€ 1,3	€ 1,2	13%	5%

Het belangrijkste motief om boodschappen te doen in Bathmen is nabijheid (tabel 6.46). Relatief vaak worden bereikbaarheid, parkeergelegenheid en sfeer genoemd. Deze aspecten worden door consumenten die hier boodschappen doen ook hoog gewaardeerd, net als de veiligheid van het winkelgebied en de stallingsmogelijkheden voor fietsen. De bezoekmotieven voor winkelen in Bathmen en de waardering voor de aspecten van het winkelgebied vertonen het zelfde beeld als in het geval van boodschappen doen, maar de hoge waarderingcijfers zijn dan nog positiever.

**Tabel 6.46**

Bezoekmotief en waardering van Bathmen voor dagelijkse inkopen en om te winkelen.

	BEZOEKMOTIEF		WAARDERING		
	DAGELIJKSE INKOPEN	WINKELN	DAGELIJKSE INKOPEN	WINKELN	
Nabijheid / afstand	88%	89%	Het aantal winkels	5,9	6,8
Gewoonte	14%	6%	De kwaliteit van de winkels	7,7	8,3
Bepaalde winkels / producten	9%	33%	Sfeer/ambiance	7,7	8,4
Omvang winkelaanbod	2%	0%	Veiligheid winkelomgeving	8,3	8,5
Lage prijs	2%	6%	Parkeermogelijkheden auto	8,6	9,1
Kwaliteit winkelaanbod	18%	28%	Stallingsmogelijkheden fiets	8,5	8,9
Bereikbaarheid	39%	61%	Inrichting/aankleding winkelstraten	6,9	7,5
Parkeergelegenheid	44%	50%	Aanbod van daghoreca	7,5	7,7
Sfeer	19%	33%	Bereikbaarheid winkelcentrum	8,5	8,9

# HOOFDSTUK

## **Draagvlak Deventer winkelgebieden: stijgers en dalers**

## 7. Draagvlak Deventer winkelgebieden: stijgers en dalers

In dit laatste hoofdstuk laten we de ontwikkeling van het draagvlak van de winkelcentra / -locaties zien per branche. In onderstaande tabellen wordt per branche gepresenteerd of er sprake is van een stijgend of dalend draagvlak op elk van de winkelgebieden tussen 2010 en 2015. Bij de winkelgebieden waar sprake is van een dalend draagvlak zijn de cijfers in rood weergegeven. In het totaal is ook de omzet in niet genoemde winkelgebieden en de niet in te delen omzet in Deventer inbegrepen.

Bij de dagelijkse aankopen is het totale draagvlak tussen 2010 en 2015 gestegen met ongeveer € 11 miljoen. Winkelcentrum Keizerslanden is hoofdzakelijk voor deze stijging verantwoordelijk. Binnen het centrum is het Boreelplein ook een grote stijger en (dus) het overige deel van het centrum een grote verliezer. Ook Colmschate (Flora en dorp) waar bijna € 7 miljoen minder is uitgegeven als het gaat om dagelijkse artikelen verliest omzet.

**Tabel 7.1**

Draagvlak Deventer en winkelcentra 2010 en 2015: dagelijks (in € mln).

	2010	2015	STIJGING/DALING
Totaal Deventer	€ 246,7	€ 257,6	€ 10,9
Centrum	€ 49,7	€ 47,4	€ -2,3
<i>waarvan Boreelplein</i>	€ 13,2	€ 21,5	€ 8,3
Keizerslanden	€ 34,6	€ 47,7	€ 13,1
Colmschate	€ 54,3	€ 47,6	€ -6,7
De Snipperling	-	€ 0,6	€ 0,6
Zwolve-/Boxbergerweg	€ 4,2	€ 2,8	€ -1,4
Zamenhofplein e.o.	€ 19,9	€ 23,5	€ 3,6
Deltaplein	€ 4,5	€ 6,0	€ 1,5
Andriessenplein	€ 20,8	€ 24,4	€ 3,6
Dreef	€ 4,7	€ 7,4	€ 2,7
Zwaluwenburg	€ 3,5	€ 5,0	€ 1,6
Schalkhaar	€ 10,8	€ 9,4	€ -1,5
Diepenveen	€ 8,4	€ 7,6	€ -0,8
Bathmen	€ 10,2	€ 10,4	€ 0,2

Als gaat om de kledingbranche is te zien er sprake is van een daling van ruim € 5 miljoen. De grootste daler met een daling van ruim € 5 miljoen is het totale centrum (ondanks een sterke toename van de omzet op het Boreelplein met € 1,9 miljoen), maar ook in winkelgebied Colmschate is minder aan kleding uitgegeven in 2015 ten opzichte van 2010.



**Tabel 7.2**

Draagvlak Deventer en winkelcentra 2010 en 2015: kleding (in € mln).

	2010	2015	STIJGING/DALING
Totaal Deventer	€ 68,3	€ 63,3	€ -5,0
Centrum	€ 61,3	€ 56,1	€ -5,2
<i>waarvan Boreelplein</i>	€ 0,4	€ 2,3	€ 1,9
Keizerslanden	€ 0,0	€ 0,2	€ 0,1
Colmschate	€ 4,3	€ 3,5	€ -0,8
De Snipperling	€ 0,0	€ 0,1	€ 0,0
Zwolse-/Boxbergerweg	€ 0,4	€ 0,5	€ 0,1
Zamenhofplein e.o.	€ 0,0	-	€ -0,0
Deltaplein	-	€ 0,0	€ 0,0
Andriessenplein	€ 0,1	€ 0,1	€ -
Dreef	€ 0,1	€ 0,1	€ -0,0
Zwaluwenburg	-	€ 0,0	€ 0,0
Schalkhaar	€ 0,0	€ 0,0	€ -0,0
Diepenveen	€ 0,0	€ 0,0	€ -0,0
Bathmen	€ 0,4	€ 0,4	€ 0,0

In de schoenenbranche is er sprake van een afname van het draagvlak met € 437.000 in geheel Deventer. Binnen het centrum is er een afname van het draagvlak en een verschuiving in de richting van het Boreelplein. Colmschate verliest omzet en het winkelgebied Zwolseweg/Boxbergerweg wint omzet.

**Tabel 7.3**

Draagvlak Deventer en winkelcentra 2005 en 2010: schoenen (in € mln).

	2010	2015	STIJGING/DALING
Totaal Deventer	€ 15,1	€ 14,7	€ -0,4
Centrum	€ 12,0	€ 11,4	€ -0,7
<i>waarvan Boreelplein</i>	€ 0,5	€ 1,6	€ 1,1
Keizerslanden	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0
Colmschate	€ 2,1	€ 1,8	€ -0,3
De Snipperling	€ 0,0	€ 0,0	€ -0,0
Zwolse-/Boxbergerweg	€ 0,5	€ 0,8	€ 0,3
Zamenhofplein e.o.	-	€ 0,0	€ 0,0
Deltaplein	-	-	€ -
Andriessenplein	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0
Dreef	€ 0,1	€ 0,0	€ -0,0
Zwaluwenburg	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0
Schalkhaar	€ 0,0	€ 0,0	€ -0,0
Diepenveen	€ 0,0	-	€ -0,0
Bathmen	€ 0,1	€ 0,0	€ -0,1

In de woninginrichting is er sprake van een flinke daling van het draagvlak tussen 2010 en 2015 (€ 11,6 miljoen). De grootste daling is er in het centrum, De Snipperling en Colmschate. Bescheiden stijgingen hebben plaatsgevonden op de locaties Zwolse- / Boxbergerweg en het Boreelplein.

**Tabel 7.4**

Draagvlak Deventer en winkelcentra 2005 en 2010: woninginrichting (in € mln).

	2010	2015	STIJGING/DALING
Totaal Deventer	€ 40,1	€ 28,5	€ -11,6
Centrum	€ 10,3	€ 5,7	€ -4,5
<i>waarvan Boreelplein</i>	€ 0,2	€ 0,3	€ 0,1
Keizerslanden	€ 0,1	€ 0,0	€ -0,0
Colmschate	€ 1,8	€ 0,4	€ -1,4
De Snipperling	€ 18,2	€ 15,9	€ -2,4
Zwolse-/Boxbergerweg	€ 0,1	€ 0,3	€ 0,2
Zamenhofplein e.o.	€ 0,0	€ 0,0	€ -0,0
Deltaplein	-	€ 0,0	€ 0,0
Andriessenplein	€ 0,2	€ 0,0	€ -0,1
Dreef	-	€ 0,1	€ 0,1
Zwaluwenburg	-	€ 0,0	€ 0,0
Schalkhaar	€ 3,3	€ 1,6	€ -1,6
Diepenveen	€ 0,3	€ 0,0	€ -0,3
Bathmen	€ 1,0	€ 0,4	€ -0,5

Voor huishoudelijke artikelen is er tussen 2010 en 2015 een afname van het draagvlak. De grootste dalers zijn de winkelgebieden Centrum, Diepenveen, De Snipperling en Schalkhaar. Grote stijgers in deze branche zijn het Boreelplein (onderdeel van het centrum) en de Zwolse- / Boxbergerweg.

**Tabel 7.5**

Draagvlak Deventer en winkelcentra 2005 en 2010: huishoudelijke artikelen (in € mln).

	2010	2015	STIJGING/DALING
Totaal Deventer	€ 20,6	€ 18,4	€ -2,3
Centrum	€ 12,7	€ 10,7	€ -2,1
<i>waarvan Boreelplein</i>	€ 0,6	€ 1,5	€ 0,9
Keizerslanden	€ 1,3	€ 1,4	€ 0,1
Colmschate	€ 3,0	€ 2,8	€ -0,2
De Snipperling	€ 0,9	€ 0,7	€ -0,2
Zwolse-/Boxbergerweg	€ 0,1	€ 0,9	€ 0,7
Zamenhofplein e.o.	€ 0,1	€ 0,0	€ -0,0
Deltaplein	€ 0,0	€ 0,0	€ -0,0
Andriessenplein	€ 0,6	€ 0,7	€ 0,1
Dreef	€ 0,1	€ 0,0	€ -0,0
Zwaluwenburg	-	€ 0,0	€ 0,0
Schalkhaar	€ 0,5	€ 0,3	€ -0,2
Diepenveen	€ 0,3	€ 0,0	€ -0,3
Bathmen	€ 0,3	€ 0,2	€ -0,2

In de electronicabranche heeft er een daling van het draagvlak van € 3,3 miljoen plaatsgevonden tussen 2010 en 2015 in geheel Deventer. Binnen het centrum is er een grote verschuiving in de richting van het Boreelplein, dat met ruim € 9 miljoen een flinke stijging in draagvlak laat zien. De grootste dalers in draagvlak zijn de locaties De Snipperling, Schalkhaar, Dreef, Colmschate en Bathmen.

**Tabel 7.6**

Draagvlak Deventer en winkelcentra 2005 en 2010: elektronica (in € mln).

	2010	2015	STIJGING/DALING
Totaal Deventer	€ 47,1	€ 43,8	€ -3,3
Centrum	€ 28,1	€ 27,5	€ -0,6
<i>waarvan Boreelplein</i>	€ 13,7	€ 22,8	€ 9,1
Keizerslanden	€ 0,0	€ 0,1	€ 0,1
Colmschate	€ 1,3	€ 0,9	€ -0,4
De Snipperling	€ 10,3	€ 9,0	€ -1,3
Zwolve-/Boxbergerweg	€ 0,5	€ 0,4	€ -0,1
Zamenhofplein e.o.	€ 0,1	€ 0,0	€ -0,0
Deltaplein	-	€ 0,0	€ 0,0
Andriessenplein	€ 0,0	€ 0,1	€ 0,0
Dreef	€ 0,5	€ 0,1	€ -0,3
Zwaluwenburg	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0
Schalkhaar	€ 1,9	€ 1,5	€ -0,4
Diepenveen	€ 1,8	€ 2,0	€ 0,3
Bathmen	€ 0,5	€ 0,2	€ -0,4

De doe-het-zelf-branche laat in de periode 2010-2015 een daling in draagvlak zien van bijna € 7 miljoen. Deze daling is vooral terug te zien in de locaties de Snipperling en de Binnenstad. De grootste stijgers in draagvlak zijn de locaties Dreef, Zwolve- / Boxbergerweg en Keizerslanden.

**Tabel 7.7**

Draagvlak Deventer en winkelcentra 2005 en 2010: doe-het-zelf (in € mln).

	2010	2015	STIJGING/DALING
Totaal Deventer	€ 30,6	€ 23,7	€ -6,9
Centrum	€ 3,3	€ 1,4	€ -2,0
<i>waarvan Boreelplein</i>	€ 0,1	€ 0,2	€ 0,0
Keizerslanden	€ 0,1	€ 0,2	€ 0,2
WC Colmschate / Flora	€ 1,3	€ 0,3	€ -1,0
De Snipperling	€ 19,7	€ 17,1	€ -2,7
Zwolve-/Boxbergerweg	€ 0,2	€ 0,4	€ 0,2
Zamenhofplein e.o.	€ 0,0	€ 0,0	€ -0,0
Deltaplein	€ 0,1	€ 0,0	€ -0,1
Andriessenplein	€ 0,0	€ 0,0	€ -0,0
Dreef	€ 0,0	€ 0,4	€ 0,4
Zwaluwenburg	-	€ 0,0	€ 0,0
Schalkhaar	€ 0,3	€ 0,2	€ -0,1
Diepenveen	€ 1,0	€ 0,2	€ -0,8
Bathmen	€ 0,3	€ 0,1	€ -0,1

Tot slot is bij de laatste branche, bloemen en planten, te zien dat er een daling van ruim € 2 miljoen in draagvlak heeft plaatsgevonden tussen 2010 en 2015. De grootste dalers zijn de locaties De Snipperling en het centrum. De grootste stijger in draagvlak in deze branche is, van de opgenomen winkelgebieden, Schalkhaar. In de niet ingedeelde winkelgebieden is een groei van het draagvlak geweest met circa € 2,3 miljoen.

**Tabel 7.8**

Draagvlak Deventer en winkelcentra 2005 en 2010: bloemen, planten, tuinartikelen (in € mln).

	2010	2015	STIJGING/DALING
Totaal Deventer	€ 22,9	€ 20,8	€ -2,1
Centrum	€ 2,5	€ 1,3	€ -1,2
<i>waarvan Boreelplein</i>	€ 0,3	€ 0,2	€ -0,0
Keizerslanden	€ 1,4	€ 1,2	€ -0,2
Colmschate	€ 2,1	€ 1,6	€ -0,5
De Snipperling	€ 5,8	€ 3,3	€ -2,5
Zwolse-/Boxbergerweg	€ 0,4	€ 0,5	€ 0,1
Zamenhofplein e.o.	€ 0,3	€ 0,4	€ 0,0
Deltaplein	€ 0,0	€ 0,1	€ 0,0
Andriessenplein	€ 1,0	€ 1,0	€ -0,0
Dreef	€ 0,2	€ 0,1	€ -0,0
Zwaluwenburg	€ 0,1	€ 0,1	€ -0,0
Schalkhaar	€ 1,3	€ 1,6	€ 0,3
Diepenveen	€ 1,3	€ 1,2	€ -0,0
Bathmen	€ 0,7	€ 0,4	€ -0,3