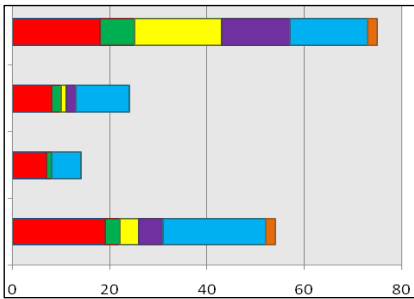
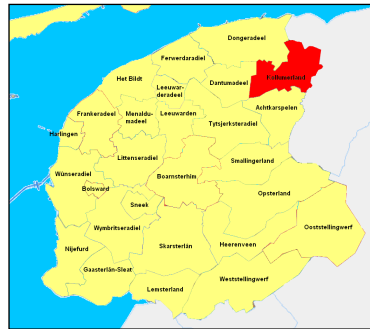


Koopstromenonderzoek

Provincie Fryslân

2007



Gemeente Kollumerland c.a.

Koopstromenonderzoek

Provincie Fryslân

2007

Gemeente Kollumerland c.a.

Opdrachtgever: Kamer van Koophandel Friesland
Projectnummer: 0507.030
Datum: 11-02-2008

Broekhuis Rijs Advisering
Wederik 1
9801 LX Zuidhorn
tel. (0594-528358)
fax: (0594-528487)
e-mail: info@broekhuisrijs.nl
internet: www.broekhuisrijs.nl

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	4
	a. Aanleiding en doelstelling	4
	b. Opbouw van het rapport	5
2.	Landelijke trends	6
3.	Gemeente Kollumerland c.a.	8
	a. Ligging	8
	b. Demografische gegevens	9
	c. Detailhandelsaanbod	9
4.	Kollum	11
	a. Aanbod	11
	b. Koopkrachtcijfers	13
	c. Economisch functioneren	17
	d. Bezoekgedrag en –motieven	18
5.	Kollumerzwaag	23
	a. Aanbod	23
	b. Koopkrachtcijfers	24
	c. Economisch functioneren	27
	d. Bezoekgedrag en –motieven	28
6.	Samenvatting Kollumerland c.a.	33
7.	Conclusies Kollumerland c.a.	34
8.	Resultaten Vraaghetdevries.nl	35
	Bijlage:	41
1.	Verantwoording	41
2.	Verklarende woordenlijst	42
3.	Overzicht deelnemende gemeenten	43

1. Inleiding

a. Aanleiding en doelstelling

Het voorzieningenniveau in een gemeente wordt voor een belangrijk deel bepaald door het detailhandelsaanbod. Dit aanbod draagt bij aan de leefbaarheid van een kern en vormt een belangrijk deel van de lokale economie. Bij een voldoende aantrekkelijk aanbod vervult een kern bovendien een functie voor de omliggende regio.

De dynamiek in de detailhandel is groot. Vraag en aanbod zijn sterk in ontwikkeling. Binnen deze dynamiek verandert de rol van gemeente en provincie ook. De provincie en de gemeente krijgen meer eigen beleidsvrijheid ten aanzien van het formuleren van het beleid inzake detailhandel. Taken vanuit het Rijk zijn gedecentraliseerd naar de provincies en gemeenten. In de Nota Ruimte is deze rol voor provincie en gemeenten, als regisseur van ruimtelijk economische ontwikkelingen, helder onderstreept.

Vanwege het economische belang van de sector detailhandel voor de Friese economie heeft de Kamer van Koophandel, in direct overleg met de provincie Fryslân, medio 2007 aan Broekhuis Rijs Advisering gevraagd om een volledig koopstromenonderzoek in de provincie uit te voeren. Een koopstromenonderzoek is het middel bij uitstek om een beter beeld te krijgen van de dynamiek in het koopgedrag en in het functioneren van de diverse winkelcentra. Een dergelijk onderzoek vormt vaak de basis voor distributieplanologisch onderzoek en voor detailhandelsbeleid. Het biedt, met name op gemeentelijk niveau, diverse bouwstenen voor op te stellen en uit te voeren beleid.

De doelstelling van het onderzoek is om inzicht te verkrijgen in de Friese koopstromen. Van belang is om de koopstromen tussen de verschillende kernen/gebieden in kaart te brengen, en om daarmee ook de onderlinge verhouding tussen kernen aan te kunnen geven. Daarnaast is er aandacht voor diverse kwalitatieve aspecten, om het ruimtelijk gedrag beter te begrijpen.

De Kamer van Koophandel heeft aangegeven een dergelijk onderzoek eens in de vijf à zes jaar te willen houden. Het thans voorliggende koopstromenonderzoek kan beschouwd worden als een 0-meting. Wanneer over een aantal jaren het onderzoek herhaald wordt, kan tevens de ontwikkeling van de detailhandel in Fryslân beschreven worden.

Het onderzoek valt uiteen in een kwantitatief en een kwalitatief gedeelte. In het kwantitatieve deel gaat het vooral om het in beeld brengen van de koopkrachtbindingscijfers en de koopstromen. In het kwalitatieve deel vindt een analyse plaats van de beweegredenen achter de cijfers. Het waarom van het

boodschappen doen of shoppen op een bepaalde plaats is een belangrijke vraagstelling.

Dit koopstromenonderzoek is in samenwerking met het Kenniscentrum van de Noordelijke Hogeschool Leeuwarden in de maanden september, oktober en november 2007 uitgevoerd. In totaal zijn bijna 14.000 vraaggesprekken gevoerd. Deze vraaggesprekken zijn zowel telefonisch in de gehele provincie, als ter plekke door middel van straatinterviews in tevoren geselecteerde winkelgebieden verricht. De methodische verantwoording is omschreven in bijlage 1.

Naast de provincie Fryslân hebben 14 gemeenten geparticipeerd in het onderzoek (zie bijlage 3), waarbij in totaal 24 winkelgebieden of kernen betrokken waren. Eén van de deelnemende gemeenten is de gemeente Kollumerland c.a.. Hier is onderzoek verricht in twee verschillende kernen, te weten Kollum en Kollumerzwaag. In totaal zijn in de gemeente Kollumerland c.a. ongeveer 850 vraaggesprekken gevoerd. Dit rapport geeft de resultaten weer van het onderzoek in deze specifieke winkelkernen.

b. Opbouw van het rapport

In hoofdstuk 2 is een korte weergave gegeven van een aantal landelijke trends, die zich ook op regionaal en lokaal niveau zullen laten voelen.

In hoofdstuk 3 wordt de positie van de gemeente Kollumerland c.a. in Fryslân geschetst. Enige belangrijke demografische kengetallen worden op een rij gezet. Het detailhandelsaanbod wordt weergegeven voor de totale gemeente, met onderscheid naar hoofdbranches, en naar de verschillende kernen in de gemeente.

In de hoofdstukken 4 en 5 worden de deelnemende kernen – te weten Kollum en Kollumerzwaag – in detail besproken. Het aanbod in de detailhandel wordt geschetst, met daarnaast alle uitkomsten van het koopstromenonderzoek. Naast het cijfermatige gedeelte over de koopkracht en de koopstromen worden hier ook de resultaten weergegeven met betrekking tot de kwalitatieve beoordeling van het winkelgebied door de consument.

In hoofdstuk 6 wordt een samenvatting van de belangrijkste bevindingen voor de gehele gemeente gegeven. In hoofdstuk 7 wordt een aantal conclusies getrokken naar aanleiding van de bevindingen van het koopstromenonderzoek.

Tenslotte volgt in hoofdstuk 8 nog een weergave van de resultaten van het “Vraaghetdevries.nl”-onderzoek. Dit onderzoek is niet specifiek voor Kollumerland c.a. gehouden, doch voor de hele provincie.

2. Landelijke trends

Op landelijk niveau speelt een aantal trends, dat ook op regionaal of lokaal niveau zichtbaar is. Diverse trends zullen vroeg of laat gevolgen geven voor het te voeren detailhandelsbeleid. De belangrijkste trends geven we hier weer.

Trends op het gebied van de detailhandel

Schaalvergroting doet zich binnen vrijwel alle branches voor. Binnen de food sector betekent het onder andere dat supermarkten groter zijn geworden, maar ook speciaalzaken zijn groter en specifiekier geworden. Het aantal speciaalzaken (slager, bakker, AGF) is wel afgenomen. Een andere opvallende branche waar de schaalvergroting zich vooral heeft voorgedaan is die van de bouwmarkten en tuincentra. Maar ook in de modische sector is te zien dat mede door de sterkere mate van filialisering (meer filiaalbedrijven van landelijke ketens) de vraag naar grotere panden is toegenomen. Ook in Fryslân is hiervan sprake.

De trend naar schaalvergroting heeft ook een duidelijke ruimtelijke component. In Fryslân is een aantal locaties te vinden met grootschalige winkelunits buiten de oorspronkelijke winkelgebieden. Duidelijke voorbeelden hiervan zijn te vinden in de meeste grote kernen, zoals Leeuwarden met "De Centrale", Drachten met de MLK-singel en Heerenveen met bedrijventerrein Nijehaske.

Sterk samenhangend met de schaalvergroting is de trend van de branchevervaging. Een ieder kent de voorbeelden in zijn eigen omgeving; bouwmarkten verkopen ook planten, tuincentra verkopen ook huishoudelijke artikelen, supermarkten verkopen ook mediaproducten. Hier is sprake van een onomkeerbaar proces. Ook tussen sectoren treedt vervaging op, horecaconcepten met detailhandelsverkopen en omgekeerd komen steeds meer in beeld.

Behalve van schaalvergroting is ook sprake van schaalverkleining. Mede doordat provincies en gemeenten zich actief inzetten voor een behoud van voorzieningen worden deze voorzieningen zoveel mogelijk geconcentreerd. Daardoor wordt het voor diverse (filiaal-)bedrijven aantrekkelijk om concepten te ontwikkelen, die ook in kernen van geringere omvang levensvatbaar zijn. Een voorbeeld hiervan is de ontwikkeling van kleinschalige HEMA vestigingen in de afgelopen jaren.

De opkomst van de postorder- en internetbedrijven is de afgelopen jaren heel sterk geweest. Volgens het CBS lag het aantal bedrijven in deze sector dat zich in de detailhandel begeeft in 2006 op 3.300, terwijl in het jaar 2000 sprake was van 800 bedrijven. Het totale bedrag aan bestedingen is in deze periode gestegen van € 1.420 naar € 2.093 miljoen (bron: Thuiswinkel.org). Het aandeel van de onlineverkopen in de totale detailhandelsomzet bedraagt tot op heden slechts 2,8 %. Naar verwachting zal het percentage in 2012 zijn toegenomen tot 10%. Vooralsnog zullen de ruimtelijke gevolgen van het internetwinkelen de komende jaren meevallen. Hoewel

brancheafhankelijk, worden de grootste gevolgen verwacht voor de winkeliers op het platteland en in binnensteden. Winkelgebieden voor de dagelijkse boodschappen merken nauwelijks iets (bron: RPB, "Winkelen in internettijdperk", april 2007).

Trends op het gebied van de demografie

Enkele belangrijke trends in Nederland op demografisch gebied zijn de vergrijzing en gezinsverdunding. De ontwikkeling van het ouder worden van de bevolking is al jaren aan de gang, en lijkt nog niet tot een einde te komen. Ook in Fryslân is hiervan, in iets sterkere mate, sprake.

Landelijk is ook een tendens te zien naar gezinsverdunding. In Nederland komen steeds meer éénoudergezinnen, terwijl door de vergrijzing ook het aantal alleenstaanden toeneemt. Het percentage eenpersoonshuishoudens ligt in Fryslân op 13,7% van de totale bevolking, in Nederland totaal op 15,0%. Deze trends hebben verschillende effecten op het detailhandelsaanbod. Zo zullen mogelijk meer speciaalzaken voor bepaalde doelgroepen (zoals ouderen) ontstaan, en komen er ook meer specifieke producten op de markt.

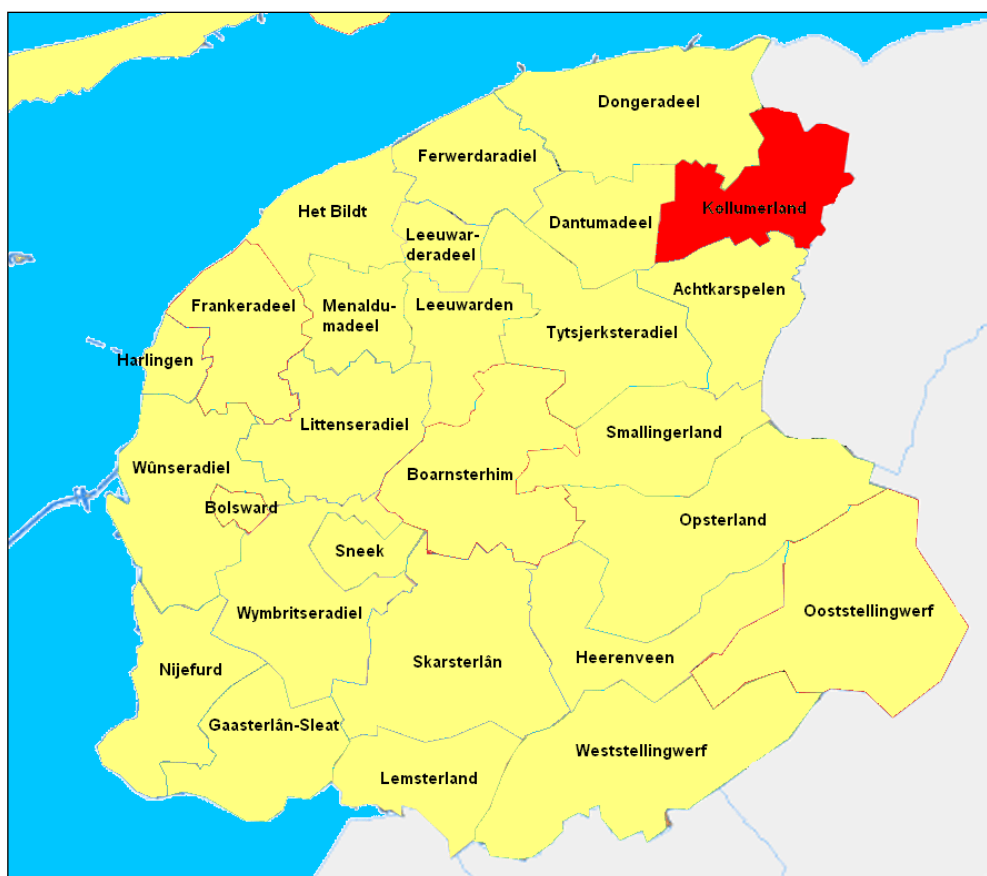
Een zeer belangrijke demografische trend is de verwachting dat de bevolkingsomvang in Noord-Nederland binnen afzienbare tijd stabiliseert en dat binnen enkele gebieden er sprake zal zijn van krimp van de bevolking. Volgens de Prognose Bevolking & Woningbehoefte van de provincie Fryslân zal het totale inwonertal van de provincie nog enigszins blijven groeien tot ongeveer 2030 (afhankelijk van de variant), waarna de daling zich zal inzetten. Regionaal zijn er wel verschillen; zo zullen de stadsregio's langer en sterker blijven groeien, terwijl in bijvoorbeeld Noordoost-Fryslân nu al nauwelijks sprake meer is van groei. Vanzelfsprekend zal dit effect hebben op het detailhandelsaanbod.

3. Gemeente Kollumerland c.a.

a. Ligging

De gemeente Kollumerland c.a. ligt in het noordoosten van Fryslân, tegen de provincie Groningen aan. Kollum en Kollumerzwaag zijn respectievelijk de grootste en de tweede plaats in de gemeente. Kollumerzwaag ligt 5 kilometer westelijk van Kollum. Kollum ligt min of meer tussen Leeuwarden en de stad Groningen in. Beide steden liggen op ongeveer 25 kilometer afstand. Kollum ligt aan de Lauwersmeerweg N358; Kollum en Kollumerzwaag liggen op korte afstand van de doorgaande weg van Leeuwarden naar Groningen (N355). Aan deze weg ligt Buitenpost (gemeente Achtkarspelen), een kern met ruim 5.700 inwoners. Een andere kern van geringere omvang, maar groter dan Kollum, is Dokkum (gemeente Dongeradeel). Dokkum ligt 10 kilometer ten noorden van Kollum. Kollumerzwaag is een lintdorp; in het verlengde ligt westelijk van Kollumerzwaag Zwaagwesteinde (gemeente Dantumadeel).

Kaart 1 Ligging Kollumerland c.a.



Bron: Broekhuis Rijs Advisering

b. Demografische gegevens

De gemeente Kollumerland c.a. telt in totaal ruim 13.100 inwoners. Het merendeel van de inwoners van de gemeente (66%) woont in de twee aan het koopstromenonderzoek deelnemende kernen, te weten Kollum en Kollumerzwaag. Hier wonen respectievelijk 5.654 en 3.056 inwoners. De overige kernen in de gemeente hebben minder dan 900 inwoners, zoals Oudwoude, Zwagerbosch, Westergeest en Burum.

In vergelijking met het Friese gemiddelde is binnen de gehele gemeente weinig verschil te constateren in de leeftijdsopbouw. Relatief gezien zijn de jongere leeftijdsgroepen iets sterker vertegenwoordigd, terwijl de ouderen juist iets minder sterk aanwezig zijn. Het percentage 65+-ers ligt in Kollumerland c.a. op 14.1%, terwijl dit in Fryslân op 14.9% ligt.

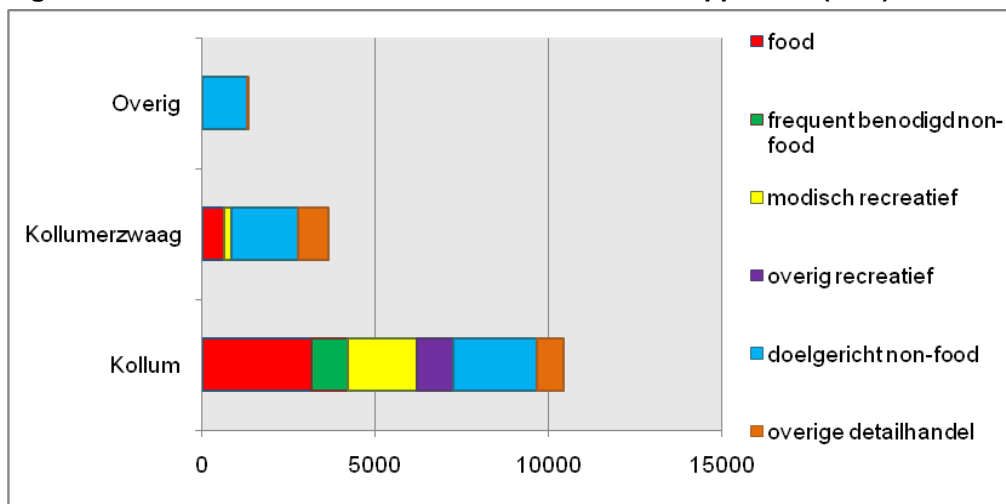
In Kollumerland c.a. wonen gemiddeld 2,51 personen per huishouden. Het gemiddelde voor Fryslân ligt op 2,32 en voor Nederland op 2,27 personen per huishouden. De gezinnen zijn in deze gemeente relatief iets groter van omvang. Dit past bij het beeld van de leeftijdsopbouw.

Het inkomensniveau van de provincie Fryslân blijft achter bij het gemiddelde inkomen van geheel Nederland. Het inkomensniveau van Fryslân ligt ongeveer 9% onder het Nederlands gemiddelde. Het inkomensniveau van Kollumerland c.a. behoort tot de laagste van Fryslân, en ligt dan ook 8% onder het Friese gemiddelde.

c. Detailhandelsaanbod

In Kollumerland c.a. bedraagt het totale aantal vierkante meters in de detailhandel 15.370 m², waarvan door de sector food 3.750 m² (24%) wordt ingenomen.

Figuur 1 Detailhandelsaanbod in m² winkelvloeroppervlak (wvo)



Bron: Locatus Retailverkenner 2007, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

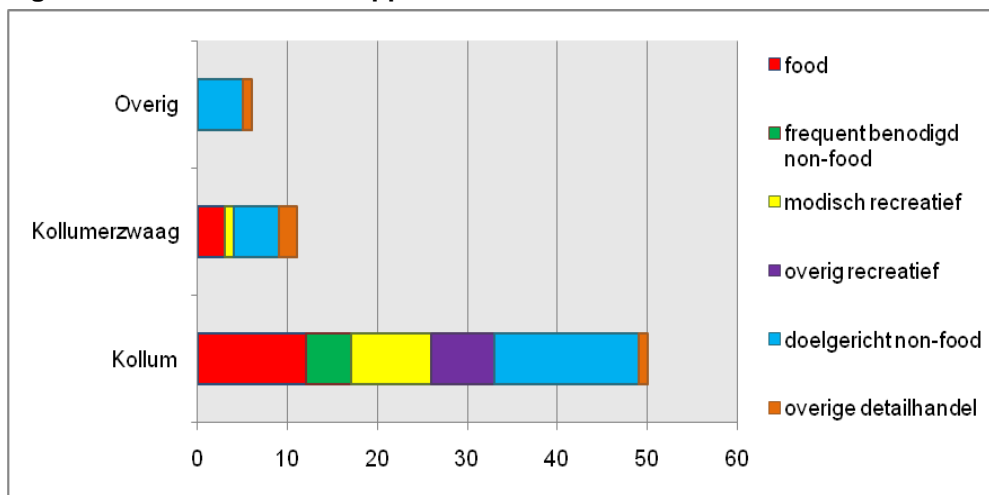
In vergelijking met een eerder detailhandelonderzoek van DrooghTrommelen Broekhuis (2000) is het winkelvloeroppervlak nagenoeg gelijk gebleven. Voor geheel Fryslân bedroeg de toename ongeveer 30%. In Kollum en Kollumerzwaag is sprake geweest van een geringe toename in meters, terwijl in het overige gebied een afname te zien geweest is.

De leegstand in Kollumerland c.a. is met 4% gering, en kan gezien worden als frictieleegstand. Enige leegstand zal namelijk altijd aanwezig zijn.

In figuur 1 is te zien, dat het recreatieve aanbod en het frequent benodigde non-foodaanbod van de gemeente zich voornamelijk in Kollum heeft geconcentreerd. Ook op foodgebied is het grootste aanbod in Kollum te vinden, hoewel ook Kollumerzwaag hier een gering aanbod kent. Buiten Kollum is vooral doelgerichte non-food te vinden, vooral in de branche woninginrichting.

In totaal zijn in de gemeente bijna 70 winkels aanwezig, waardoor de gemiddelde oppervlakte per winkel op 230 m² komt. Deze gemiddelde oppervlakte ligt iets lager dan het Nederlands gemiddelde van 247 m² en het Fries gemiddelde van 252 m². Het aanbod is dan ook relatief kleinschalig. Het aantal winkels is in vergelijking met het onderzoek van DTB uit 2000 veel geringer geworden; een daling van bijna 100 naar 70 winkels. Met name in Kollumerzwaag en het overige gebied zijn veel winkels verdwenen.

Figuur 2 Aantal verkooppunten



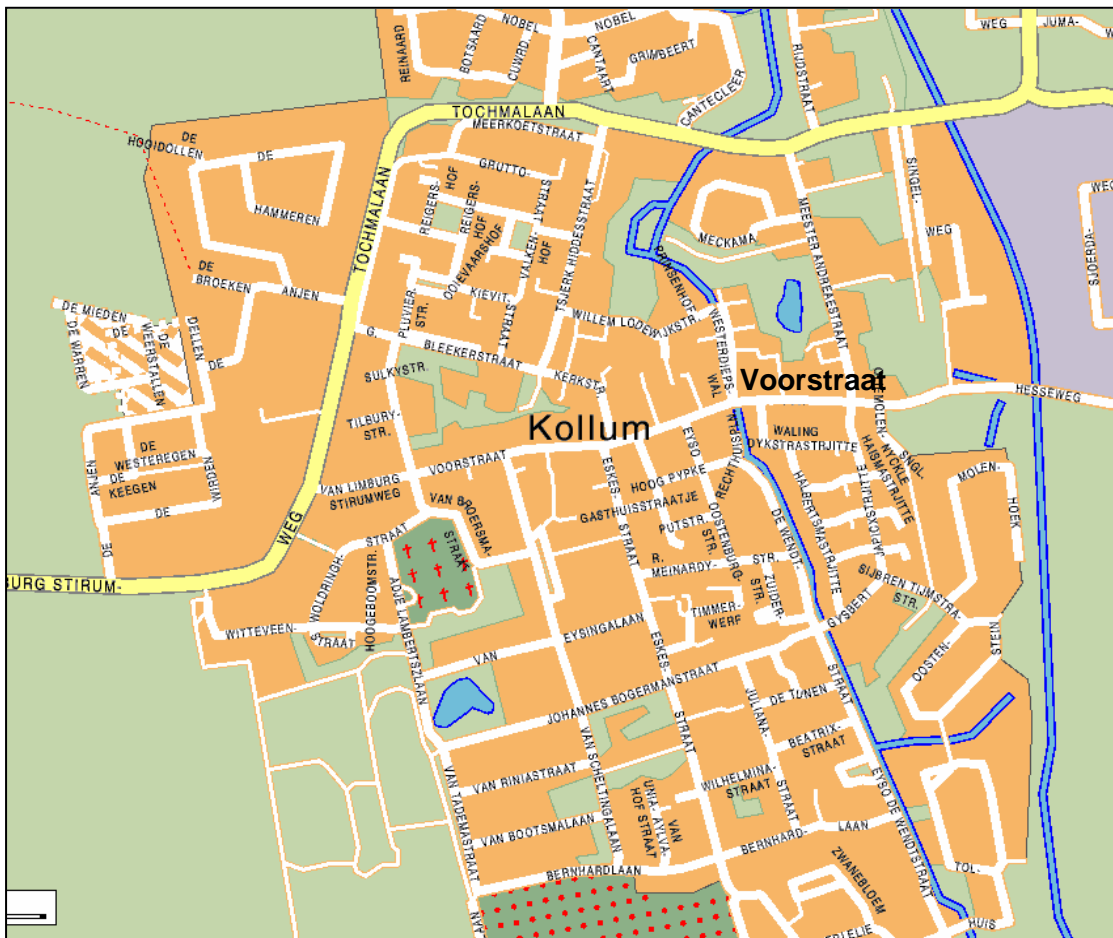
Bron: Locatus Retailverkenner 2007, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

4. Kollum

a. Aanbod

De *bewinkeling* in Kollum speelt zich af in het oude centrum van Kollum, waar de Voorstraat en de Mr. Andreaestraat de belangrijkste winkelstraten zijn. Hier bevinden zich winkels als de HEMA, Action, Kruidvat, Blokker, Bruna en Schlecker. De supermarkten (Super de Boer, Poiesz en Aldi) bevinden zich ook in dit gebied.

Kaart 2 Kollum



Bron: Digitale Stratenatlas

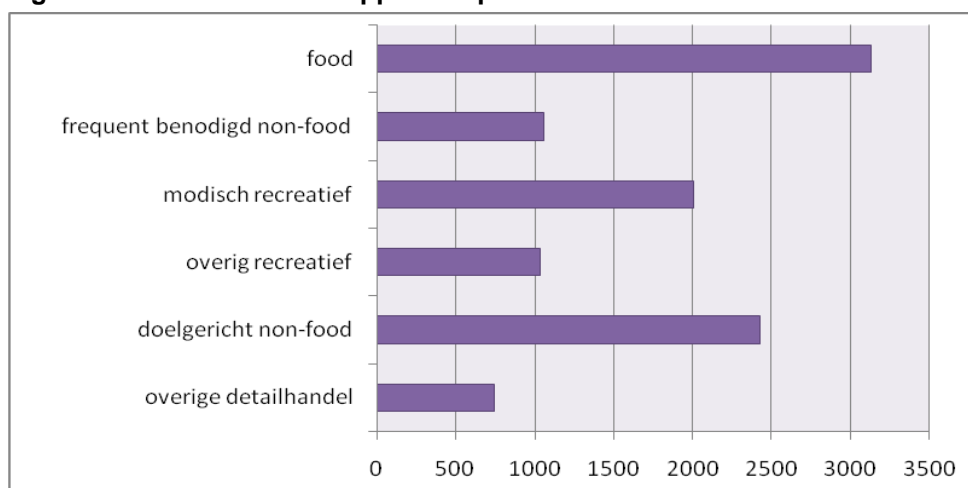
Op het gebied van de doelgerichte non-foodbranche (Welkoop, EP, Faunaland) zijn de meeste winkels ook in het centrum te vinden. In Kollum is sprake van een gevarieerd aanbod.

Het parkeren in het centrum kan op meerdere plekken, en levert geen grote problemen op. Vooral aan de Mr. Andreaestraat is parkeercapaciteit te vinden.



Het totale winkelvloeroppervlak van Kollum bedraagt 10.400 m², ongeveer 68% van de hele gemeente Kollumerland c.a.. In figuur 3 is de verdeling aangegeven.

Figuur 3 Winkelvloeroppervlak per branche in m² vvo



Bron: Locatus, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

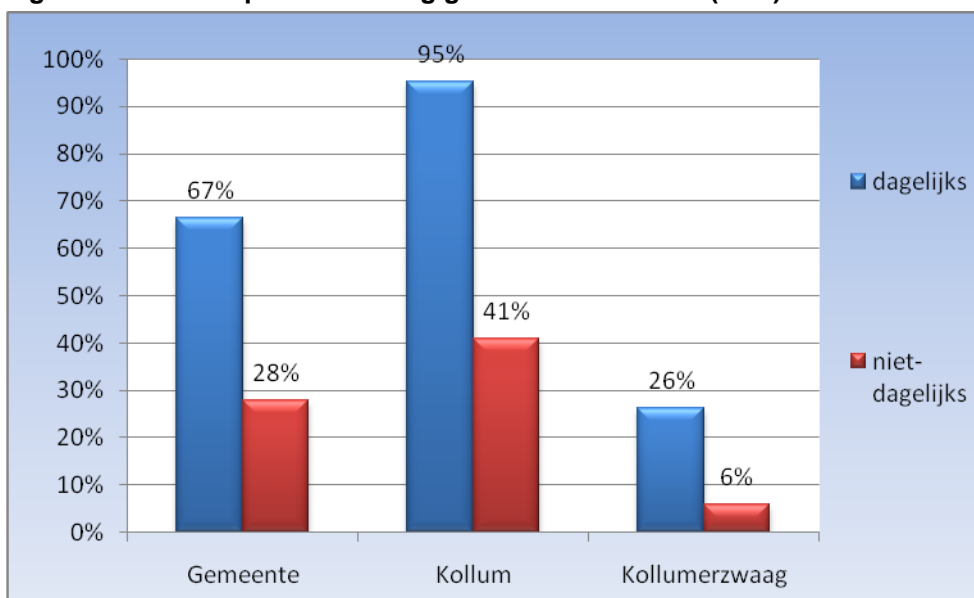
Het totale winkelvloeroppervlak in de detailhandel ligt iets hoger dan in plaatsen van vergelijkbare omvang in Nederland (bron Bolt). Gemiddeld ligt dit aanbod op ongeveer 8.700 m². Per 1.000 inwoners is 1.840 m² aan detailhandel beschikbaar, hetgeen ook boven het gemiddelde van kernen van deze omvang ligt. In bijna alle onderscheiden branches is sprake van een gemiddeld royaler aanbod, met uitzondering van de doelgerichte non-foodbranche, waar het aanbod juist geringer is. Vooral het aanbod in de foodsector en in de modisch recreatieve branche is oververtegenwoordigd. Het aanbod past bij plaatsen met een omvang van bijna 10.000 inwoners. Met dit aanbod mag verwacht worden dat Kollum een verzorgingsfunctie heeft voor een groter gebied dan alleen voor Kollum zelf.

b. Koopkrachtcijfers

Wanneer in deze paragraaf gesproken wordt over koopkracht, dan gaat het over de bestedingen van mensen. In figuur 4 staat een overzicht van de *koopkrachtbinding* (mate waarin inwoners van een bepaalde kern de bestedingen in die kern doen) in de gemeente en de afzonderlijke kernen, waaronder Kollum. Het percentage voor niet-dagelijks is een gewogen gemiddelde van alle niet-dagelijkse categorieën.

De koopkrachtbinding in de gemeente als geheel komt vooral tot stand door de gerealiseerde binding in Kollum (dagelijkse en niet-dagelijks) en de dagelijkse binding in Kollumerzwaag. Dit is een logische uitkomst; immers, Kollum is de grootste kern in de gemeente met het grootste aanbod.

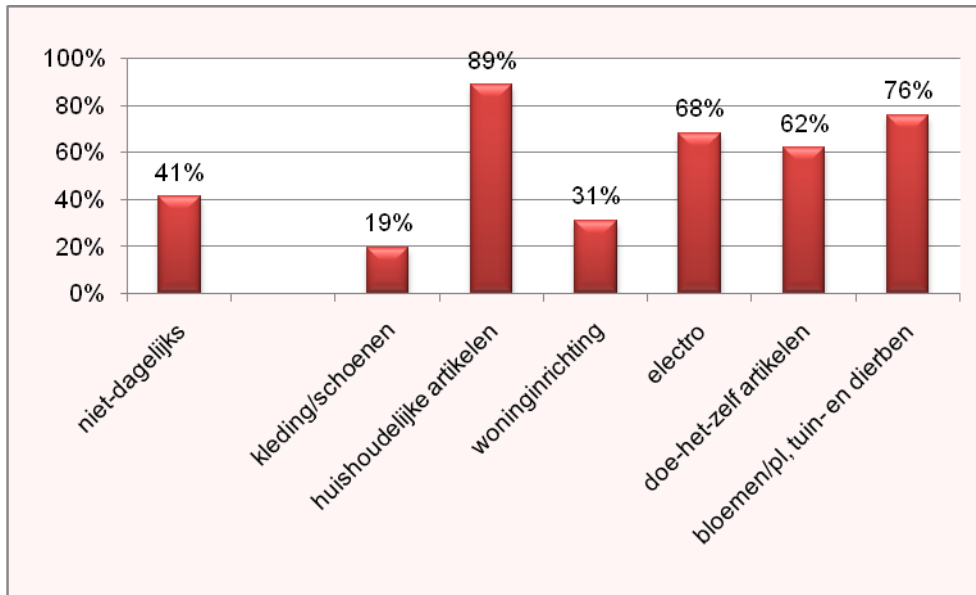
Figuur 4 Koopkrachtbinding gemeente en kernen (in %)



Bron: Broekhuis Rijs Advisering

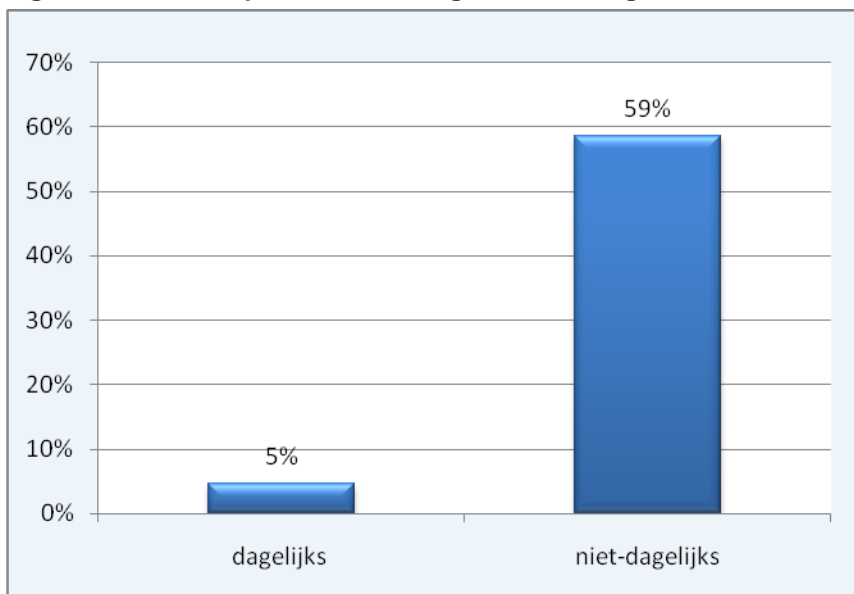
De koopkrachtbinding in de dagelijkse sector in Kollum ligt hoog met 95%. Gemiddeld ligt het in plaatsen van deze omvang op 80 à 85% (bron Bolt). Gezien het aanbod in Kollum is dit niet verrassend. Ook in de niet-dagelijkse sector ligt de binding iets hoger dan gemiddeld, namelijk 41%, ten opzichte van 38% gemiddeld.

In figuur 5 is een uitsplitsing gegeven van de binding in de niet-dagelijkse sector. De binding ligt in de meeste branches op of boven hetgeen verwacht mag worden. In de branche huishoudelijke artikelen ligt de binding relatief hoog, waarbij duidelijk een relatie met het aanbod gelegd kan worden (o.a. Blokker). Ook de binding in de electrobranche ligt iets hoger dan gemiddeld.

Figuur 5 Koopkrachtbinding niet-dagelijks in Kollum (in %)

Bron: Broekhuis Rijs Advisering

De dagelijkse afvloeiing is nagenoeg te verwaarlozen (zie figuur 6). De niet-dagelijkse *koopkrachtafvloeiing* bedraagt 59%. Deze afvloeiing is het grootst in de branches kleding/schoenen en in de woninginrichting.

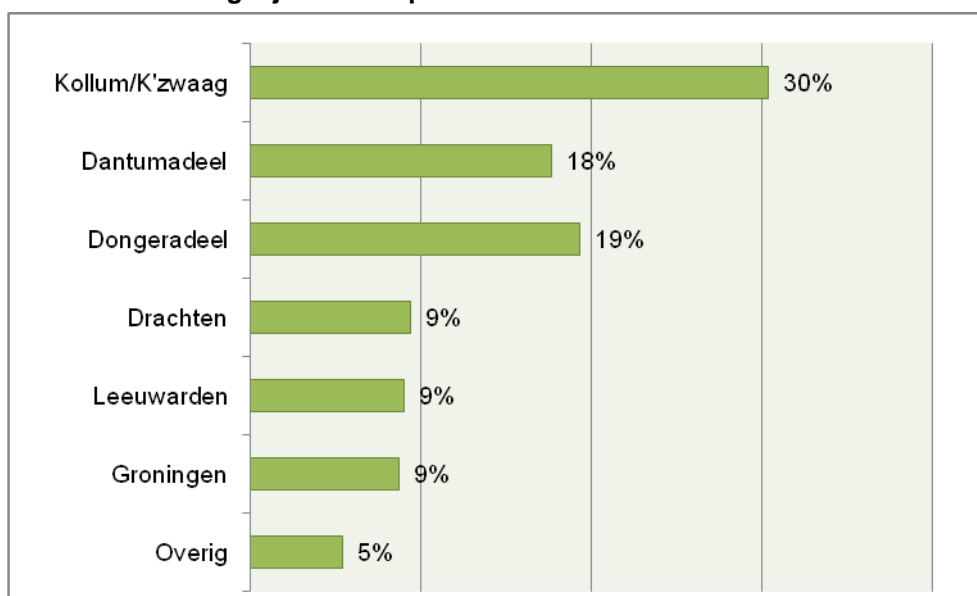
Figuur 6 Koopkrachtafvloeiing naar buiten gemeente

Bron: Broekhuis Rijs Advisering

In de volgende figuur (figuur 7) staat aangegeven waar de inwoners van de gemeente Kollumerland c.a. het vaakst naar toe gaan voor hun niet-dagelijkse aankopen. In deze figuur gaat het dus om bezoekers en niet om bestedingen. Dan blijkt dat de inwoners

van Kollumerland c.a. – wanneer ze niet in de gemeente blijven - vooral naar de gemeenten Dongeradeel (Dokkum) en Dantumadeel (Zwaagwesteinde) gaan. Hier komt een duidelijk verschil in aankoopgedrag naar voren tussen de inwoners van Kollum en van Kollumerzwaag. De inwoners van Kollum zijn vooral georiënteerd op de gemeente Dongeradeel (met Dokkum), de kernen Drachten en Groningen, en vrijwel niet op de gemeente Dantumadeel (Zwaagwesteinde). De inwoners van Kollumerzwaag daarentegen zijn juist sterk op de gemeente Dantumadeel en in mindere mate op de gemeente Dongeradeel georiënteerd. Leeuwarden wordt door de hele gemeente in ongeveer gelijke mate bezocht.

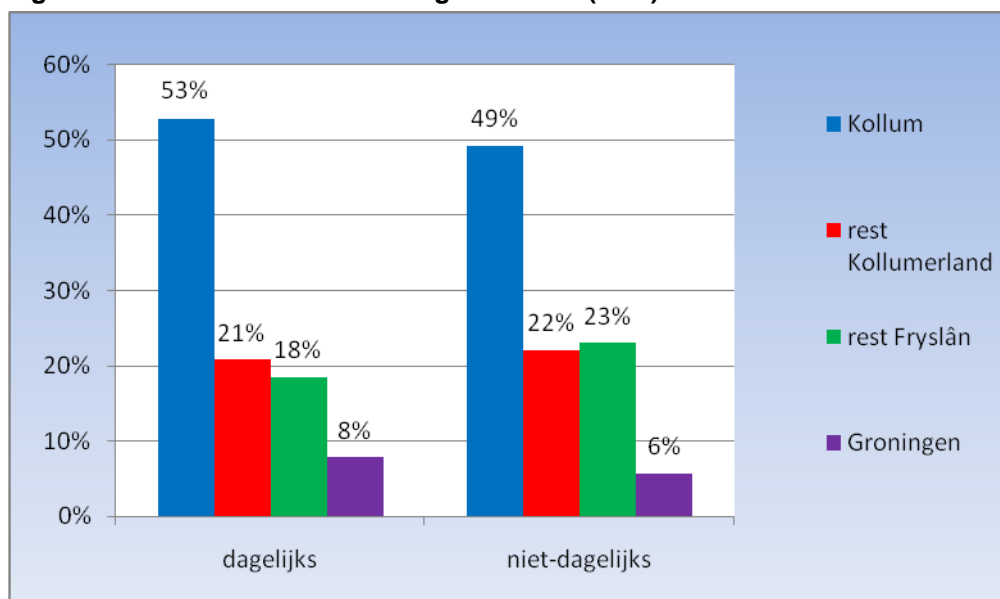
Figuur 7 Waar gaan inwoners Kollumerland c.a. (in %) naar toe voor niet-dagelijkse aankopen



Bron: Broekhuis Rijs Advisering

In de branche kleding/schoenen zijn na Dongeradeel Groningen, Drachten en Leeuwarden belangrijke bezoekgebieden. Op het gebied van de woninginrichting worden Dongeradeel, Groningen en Achtkarspelen ongeveer even vaak bezocht. Tot slot worden voor aankopen in de electrobranche vooral Dantumadeel (vanuit Kollumerzwaag) en in mindere mate Dongeradeel en Leeuwarden (de Centrale) bezocht.

In de volgende figuur gaat het weer om de bestedingen, en wel om de herkomst van de bestedingen in Kollum, en om de *toevloeiing* naar Kollum toe.

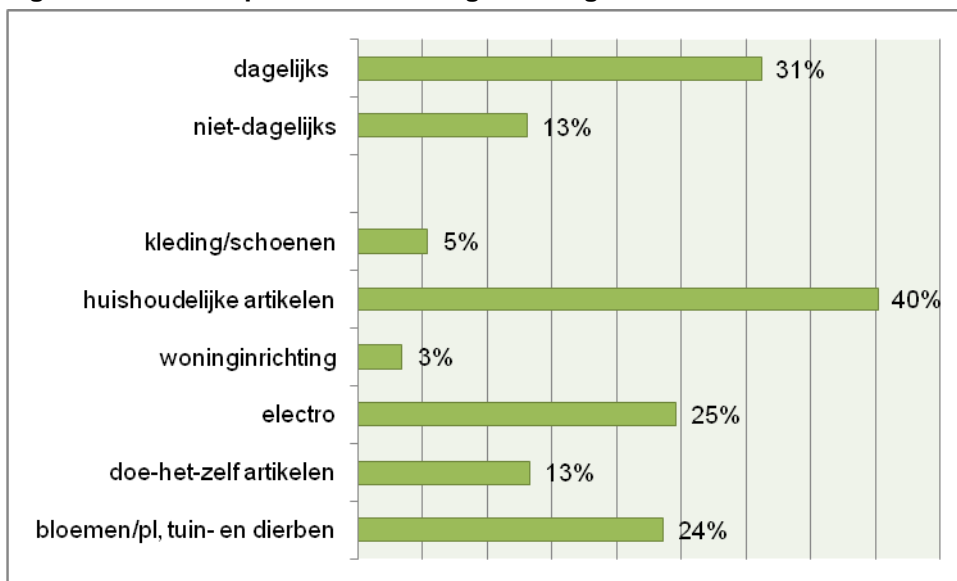
Figuur 8 Herkomst bestedingen Kollum (in %)

Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Van alle bestedingen in de dagelijkse sector in Kollum wordt 53% door de eigen inwoners verricht (zie figuur 8). Dit betekent dat 47% van buiten Kollum komt, waarvan een groot deel (21%) uit de rest van de gemeente. In vergelijking met andere plaatsen van deze omvang ligt het aandeel vreemde koopkracht (omzet van buiten de eigen kern) heel hoog. Gemiddeld ligt dit voor vergelijkbare kernen op 24% (bron Bolt). Hieruit komt de sterke functie van Kollum voor de rest van de gemeente en het direct aangrenzende gebied naar voren. Het aanbod aan dagelijkse goederen in Kollumerzwaag is beperkt van omvang. De omzet van buiten de gemeente komt vooral uit de gemeente Achtkarspelen en de provincie Groningen.

In de niet-dagelijkse sector is het verhaal eender. Van alle bestedingen in de niet-dagelijkse sector komt 51% van buiten de kern, waarvan een groot deel wederom uit de eigen gemeente. Gemiddeld ligt het percentage vreemde koopkracht in vergelijkbare kernen op ongeveer 33% (bron Bolt). Behalve vanuit de gemeente Achtkarspelen komt in de niet-dagelijkse sector ook omzet vanuit de gemeente Dongeradeel en de provincie Groningen.

In figuur 9 is aangegeven hoe groot de *koopkrachttoevoering* vanuit de gemeente Kollumerland c.a. (exclusief Kollum) naar Kollum is. In de dagelijkse sector geven de inwoners van Kollumerland c.a. (exclusief inwoners Kollum) 31% van hun bestedingen uit in Kollum. Voor de niet-dagelijkse sector ligt dit lager, maar het laat per branche wel aanzienlijke verschillen zien. Zo gaat 40% van alle bestedingen in de huishoudelijke branche vanuit Kollumerland (excl. Kollum) naar Kollum. Het lijkt aannemelijk dat Kollum met Blokker een goede trekker in de plaats heeft (in Zwaagwesteinde is geen Blokker aanwezig).

Figuur 9 Koopkrachtoevloeiing binnen gemeente

Bron: Broekhuis Rijs Advisering

c. Economisch functioneren

De vloerproductiviteit in het noorden van het land ligt over het algemeen iets lager dan in het midden of westen van het land. Dit heeft vaak te maken met het feit dat de meters goedkoper te verkrijgen zijn, waardoor supermarkten en ook non-food winkels vaak groter van omvang zijn. In de berekeningen is voor de bestedingen een correctie toegepast voor het inkomensniveau van de gemeente. Omdat de vloerproductiviteit van de non-foodzaken een gemiddelde is voor meerdere sterk uiteenlopende branches, dient dit cijfer als een indicatie van het economisch functioneren beschouwd te worden.

In de dagelijkse sector ligt de vloerproductiviteit in Kollum iets onder het Nederlands gemiddelde van ongeveer € 6.500 omzet per m². Binnen dit gemiddelde ligt de vloerproductiviteit in kleinere plaatsen veelal lager dan in grote steden. De dagelijkse sector in Kollum functioneert derhalve naar behoren.

Tabel 1 Vloerproductiviteit (omzet per m², in €)

	Kollum	Nederland
dagelijks	5.914	6.500
niet-dagelijks	1.740	2.000

Bron: Broekhuis Rijs Advisering

In de niet-dagelijkse sector ligt de vloerproductiviteit tegen het Nederlands gemiddelde aan. In kernen met de omvang van Kollum ligt de vloerproductiviteit op ongeveer

€ 1.800,-- per m². Ook in de niet-dagelijkse sector kunnen de ondernemers economisch gezien rendabel opereren. De afhankelijkheid van de bestedingen van buiten Kollum is gemiddeld genomen voor de ondernemers in Kollum tamelijk groot.

d. Bezoekgedrag en –motieven

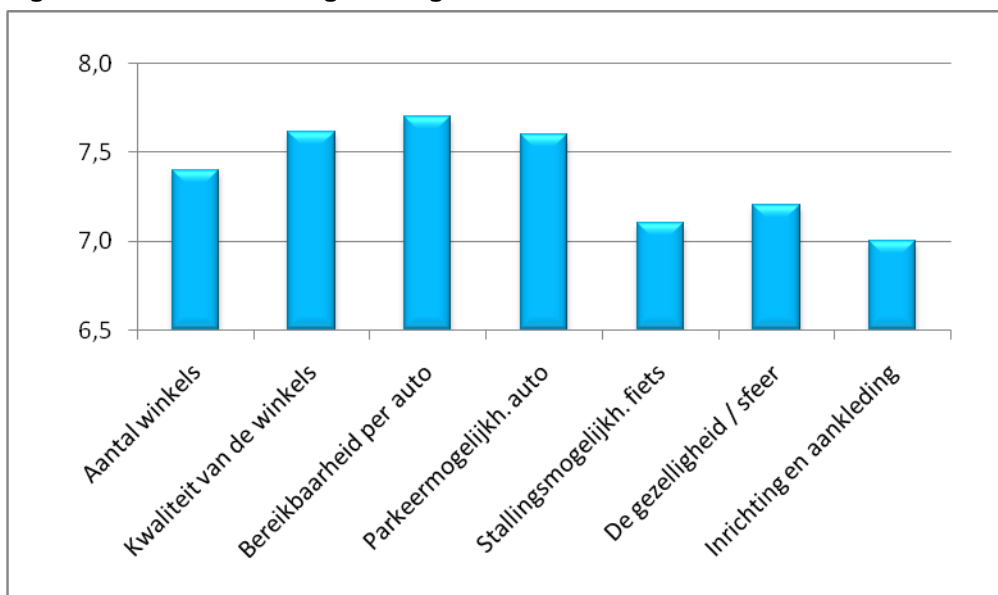
Een belangrijk onderdeel van het koopstromenonderzoek is de beoordeling door de bezoeker van dat winkelgebied. Op basis van een aantal kwalitatieve vragen is de waardering gepeild. Aan de klant is gevraagd om voor een aantal onderwerpen een rapportcijfer op de schaal van 1 tot 10 te geven. De onderwerpen waarover naar een mening gevraagd is luiden als volgt:

- Het aantal winkels in het winkelgebied
- De kwaliteit van de winkels
- De bereikbaarheid van het winkelgebied per auto
- De parkeermogelijkheden met de auto
- De stallingsmogelijkheden voor de fiets
- De gezelligheid en sfeer in het winkelgebied
- De inrichting en aankleding van het winkelgebied

Waar het onderscheid tussen de regiobezoekers en de inwoners van Kollum een significant verschil oplevert, wordt dit vermeld. In Kollum is dit bij twee onderdelen het geval.

De bezoekers waarderen het winkelgebied over het algemeen goed; de cijfers liggen allemaal op een 7.0 of hoger (zie figuur 10).

Figuur 10 Waardering winkelgebied

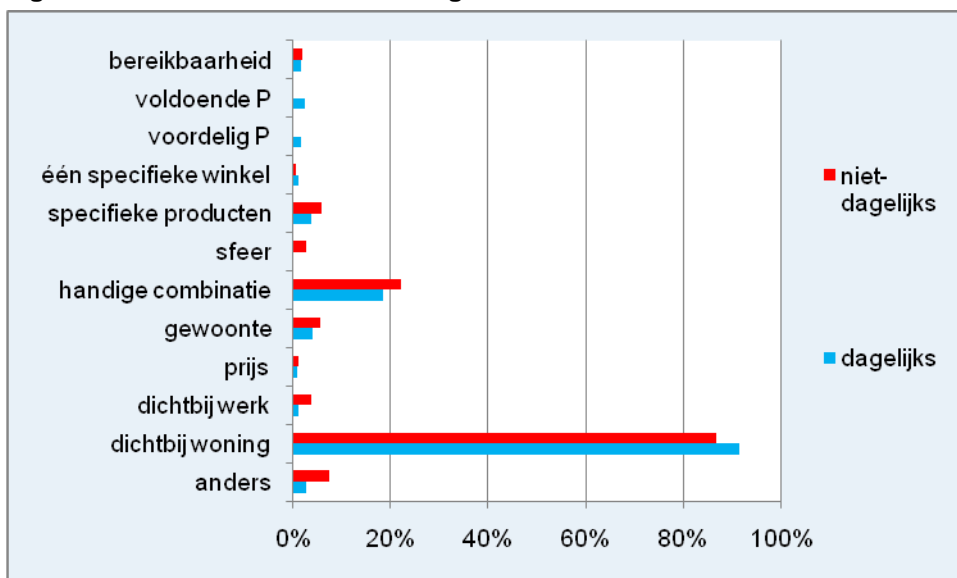


Bron: Broekhuis Rijs Advisering

De hoogste waardering krijgt Kollum voor de bereikbaarheid per auto, de parkeermogelijkheden en de kwaliteit van de winkels. Op het onderdeel parkeermogelijkheden is de bezoeker van buiten Kollum nog meer tevreden dan de eigen inwoner (7.8 ten opzichte van 7.4). Op het onderdeel gezelligheid en sfeer geven de eigen inwoners juist een iets hogere score. Zij waarderen Kollum op dit onderdeel met een 7.3 en de bezoekers van buiten Kollum met een 7.0.

Zowel voor aankopen in de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector blijkt de factor afstand (dichtbij woning) de meest bepalende voor de keus voor een winkelgebied (zie figuur 11). Daarnaast is de aanwezigheid van diverse winkels in elkaars omgeving ook van belang. Het is eenvoudig om een aantal boodschappen gelijktijdig te halen.

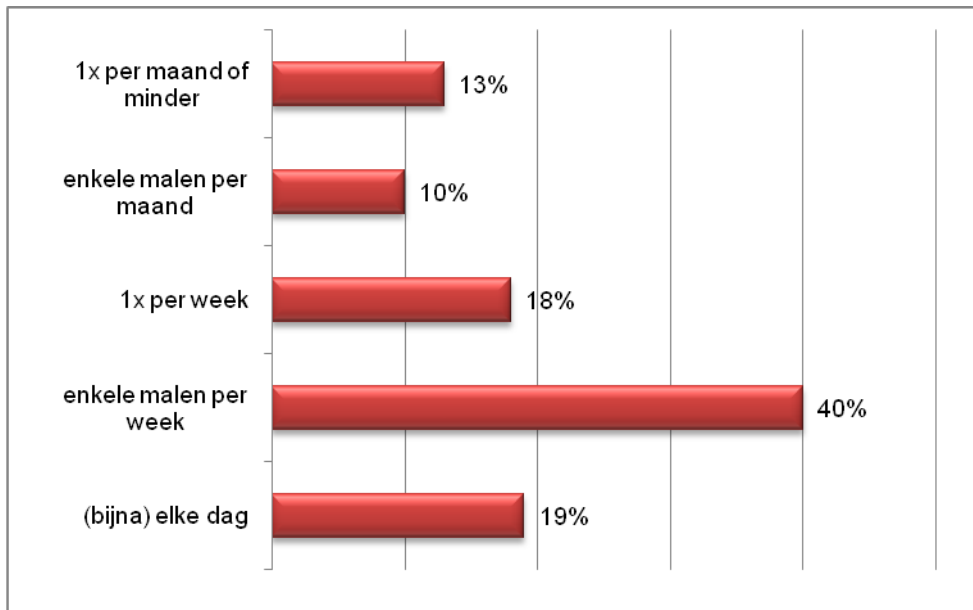
Figuur 11 Bezoekreden winkelgebied



Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Het winkelgebied in Kollum wordt regelmatig bezocht (figuur 12). Toch komt bijna een kwart (23%) van de bezoekers niet vaker dan enkele malen per maand, hetgeen aangeeft, dat Kollum niet alleen voor de dagelijkse boodschappen wordt bezocht.

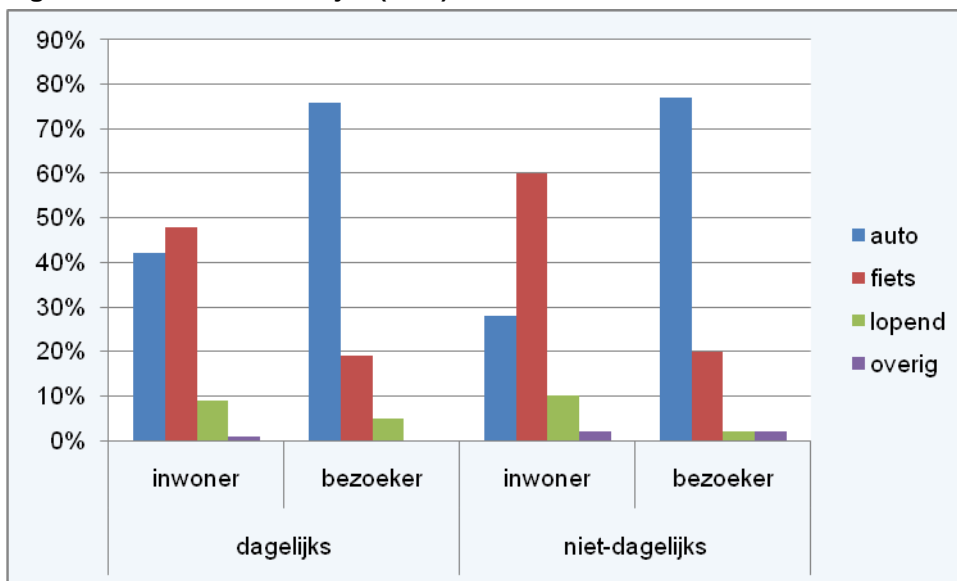
Figuur 12 Bezoekfrequentie



Bron: Broekhuis Rijs Advisering

In Kollum gaan de inwoners zowel op de fiets als met de auto hun aankopen doen (figuur 13). Voor de bezoeker van buiten Kollum is uiteraard de auto het belangrijkste vervoersmiddel. In de dagelijkse sector komt in totaliteit (inwoners en bezoekers) 51% met de auto, en 40% met de fiets. Voor de niet-dagelijkse aankopen komen ongeveer evenveel mensen met de auto naar het centrum van Kollum als op de fiets.

Figuur 13 Vervoerswijze (in %)

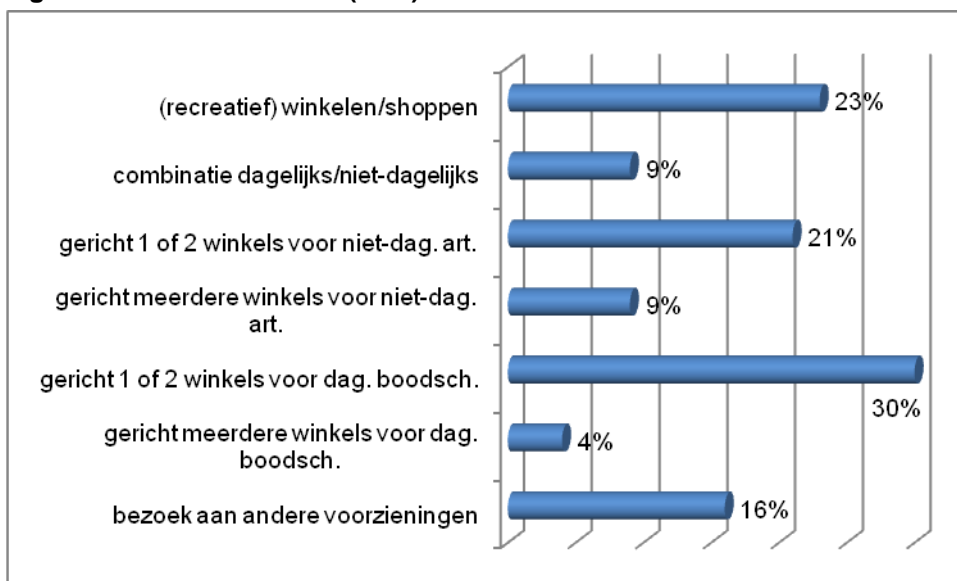


Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Naast deze algemene vragen is in de kernen van Kollumerland c.a. nog een paar specifieke vragen gesteld tijdens de mondelinge enquêtes over wat bezoekers in het centrum van plan zijn te gaan doen, en hoeveel geld ze hebben uitgegeven of denken uit te gaan geven.

Bij de vraag naar het bezoekdoel (figuur 14) konden de bezoekers meerdere antwoorden geven, zodat het totaal op meer dan 100% uitkomt. De bezoekers van het centrum van Kollum komen veelal gericht een paar winkels bezoeken, zowel in de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector. Daarnaast is ook het aantal mensen dat naar het centrum komt om te shoppen aanzienlijk (23%). Het doel waarvoor men naar Kollum komt is derhalve zeer gevarieerd. Te meer daar ook veel mensen aangeven nog andere voorzieningen te bezoeken. Hierbij kan gedacht worden aan de horeca, maar ook aan voorzieningen als een gemeentehuis, bank of bibliotheek. Kollum is immers de hoofdkern van de gemeente.

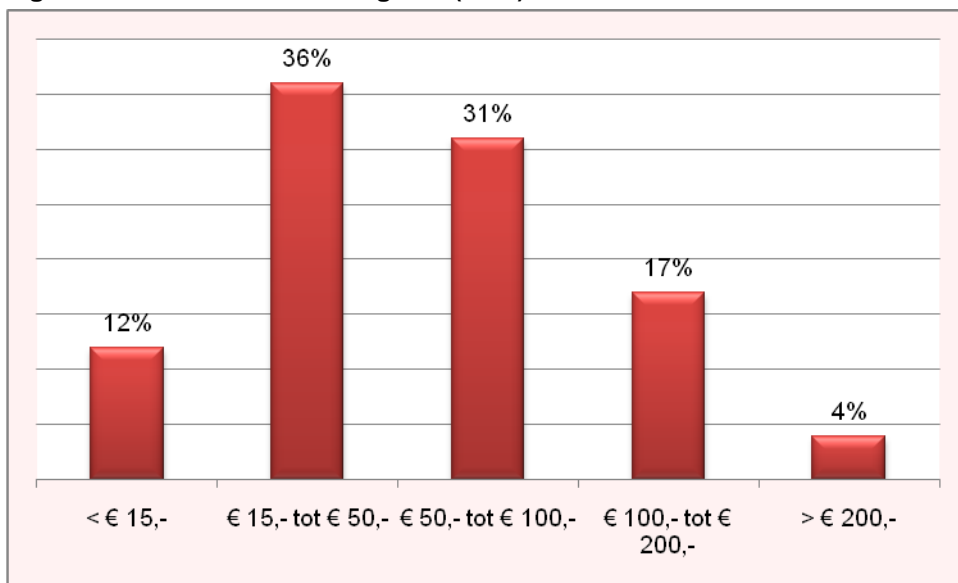
Figuur 14 Bezoekdoel (in %)



Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Tot slot is de bezoeker nog gevraagd naar het te besteden bedrag (figuur 15). De bedragen tot € 15,- worden door de bezoekers van het centrum van Kollum door slechts 12% genoemd; dit ligt relatief laag. Als men naar Kollum gaat geldt voor een beperkt deel van de bezoekers, dat ze elke dag komen (zie figuur 12). De meeste komen minder frequent, waardoor het uitgegeven bedrag per keer hoger komt te liggen.

Figuur 15 Besteed bedrag in € (in %)



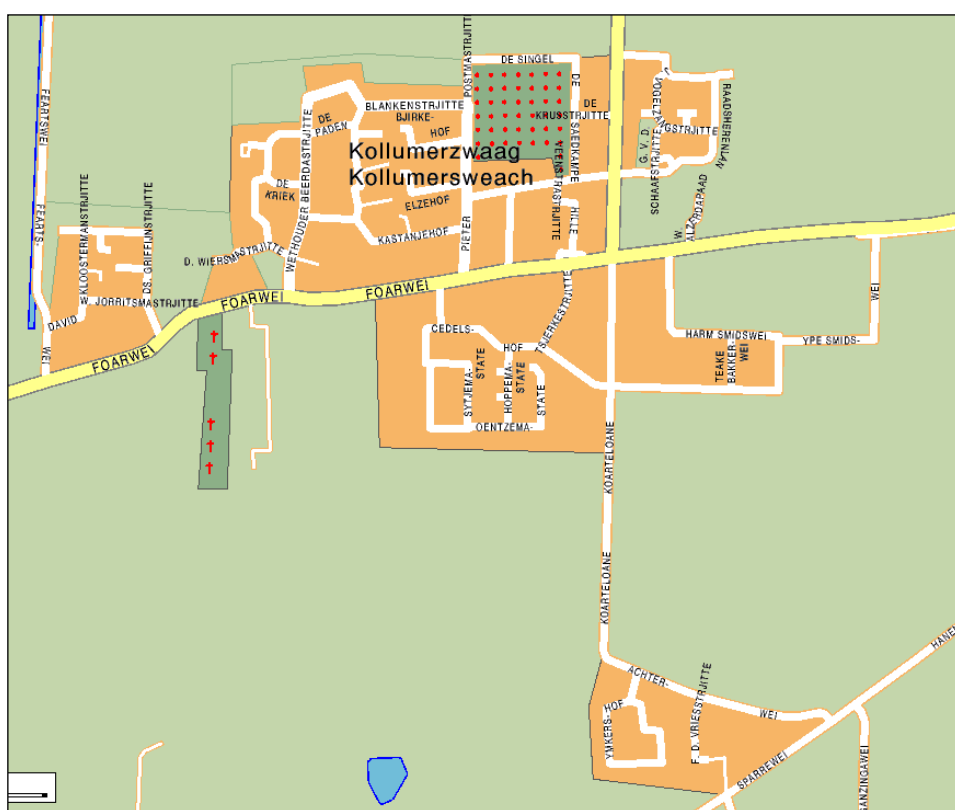
Bron: Broekhuis Rijs Advisering

5. Kollumerzwaag

a. Aanbod

Van oudsher is de bewinkeling van Kollumerzwaag te vinden aan de doorgaande route, de Foarwei. Als belangrijkste trekkers in dit centrumgebied fungeren de tamelijk kleine Sparsupermarkt en de winkel van Van Seggeren met rijwielen. Verder zijn nog enkele speciaalzaken (bakker, slager, modezaak) aanwezig. Iets verder in de richting van Zwaagwesteinde zijn nog een DHZ-winkel en een tuincentrum gevestigd.

Kaart 2 Kollumerzwaag



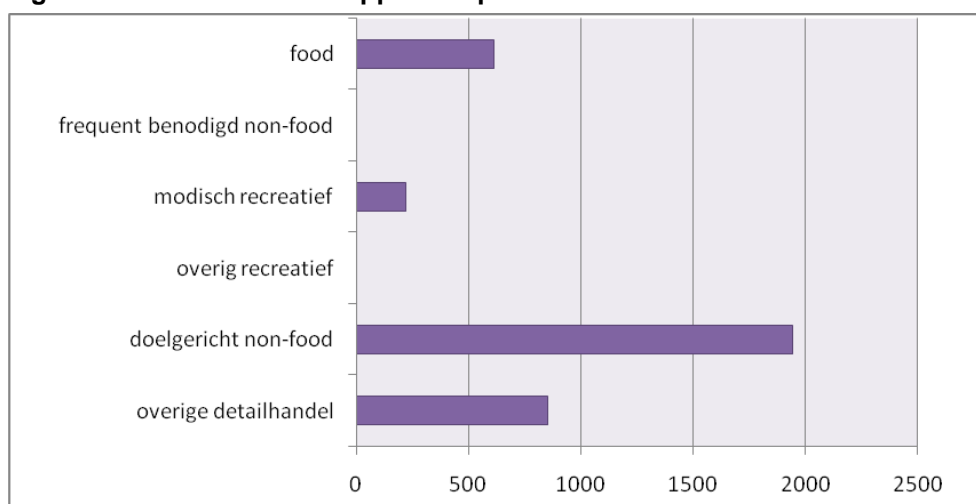
Bron: Digitale Stratenatlas

Veel winkels zijn de afgelopen jaren verdwenen. In 2000 werden 20 winkels waargenomen, inmiddels zijn dat er nog 11. Het totale winkelvloeroppervlak aan detailhandel in Kollumerzwaag bedraagt ruim 3.600 m², hetgeen een lichte toename in vergelijking met het onderzoek uit 2000 laat zien. Van leegstand is geen sprake.



Het totale winkelvloeroppervlak in de detailhandel (figuur 16) ligt iets boven dat van andere kernen van deze omvang (gemiddeld 3.200 m²). Per 1.000 inwoners is ruim 1.187 m² aan detailhandel beschikbaar, hetgeen gemiddeld is voor kernen van deze omvang.

Figuur 16 Winkelvloeroppervlak per branche in m²



Bron: Locatus, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

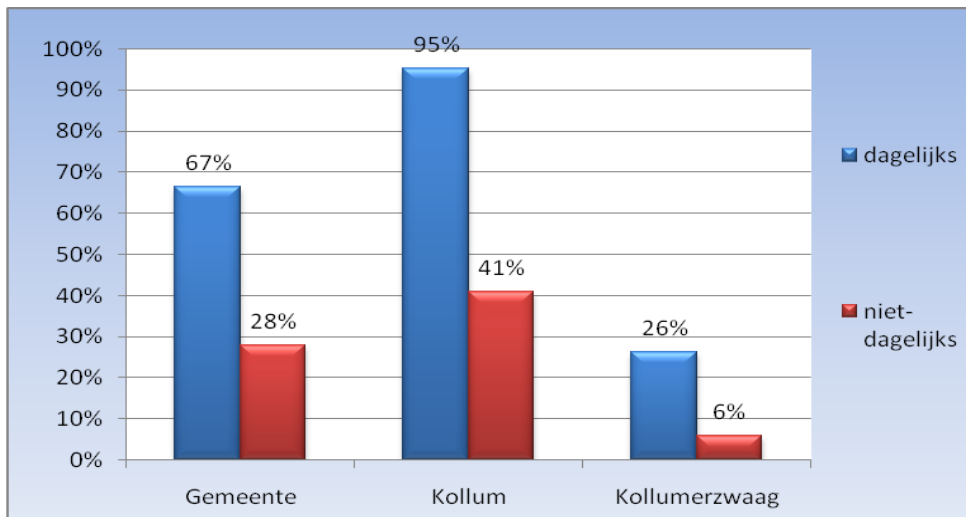
Het aanbod beperkt zich vooral tot de dagelijkse boodschappen en tot het aanbod waar men gericht naar toe gaat, in de non-food.

b. Koopkrachtcijfers

Wanneer in deze paragraaf gesproken wordt over koopkracht, dan gaat het over de bestedingen van mensen. De *koopkrachtbinding* van 26% voor Kollumerzwaag in de dagelijkse sector is laag. De Spar is te gering van omvang om een volledig aanbod te kunnen bieden, terwijl bovendien in Zwaagwesteinde en Kollum op geringe afstand een ruim aanbod aan (grote) supermarkten aanwezig is. Gemiddeld is de koopkrachtbinding in plaatsen met de omvang van Kollumerzwaag rond de 50% (bron Bolt).

In de figuren 17 en 18 staan overzichten van de koopkrachtbinding in de gemeente en specifiek in Kollumerzwaag. Het percentage voor niet-dagelijks is een gewogen gemiddelde van alle niet-dagelijkse categorieën.

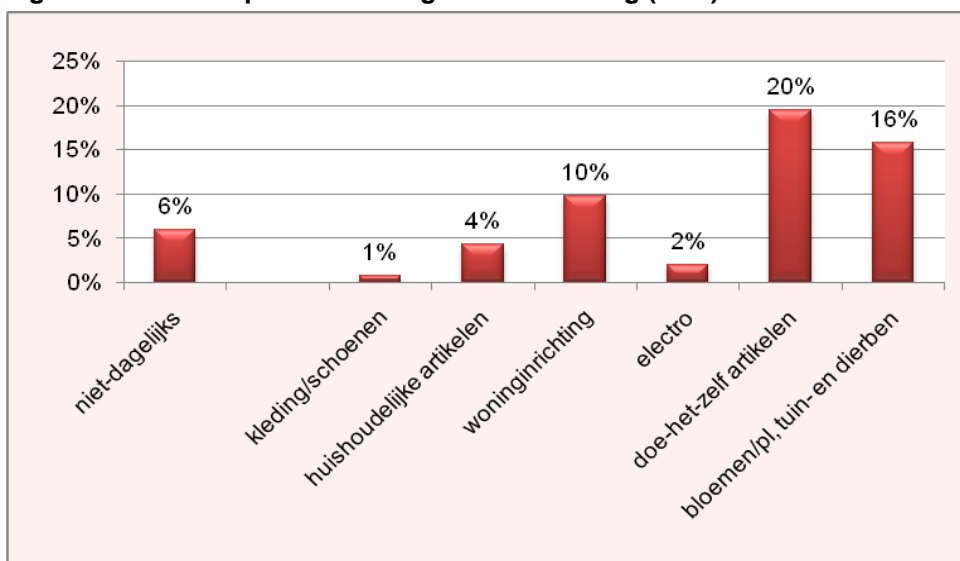
Figuur 17 Koopkrachtbinding gemeente (in %)



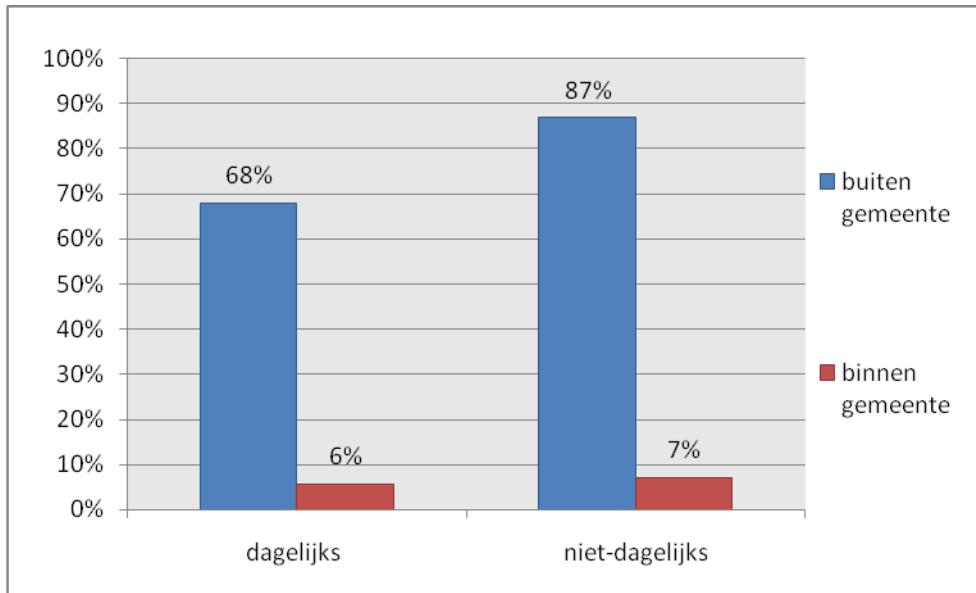
Bron: Broekhuis Rijs Advisering

De binding in de niet-dagelijkse sector ligt met 6% ook aan de lage kant, hoewel dit gezien het geringe aanbod niet verwonderlijk is. De aanwezigheid van de winkel van Van Seggeren heeft een gering aandeel in dit percentage. In vergelijkbare kernen ligt de binding veelal tussen de 15 en 20%. Naast het geringe aanbod speelt hier de beperkte afstand tot overige kernen een rol. Uit figuur 18 is duidelijk af te lezen, dat de binding een afgeleide is van het aanbod in de plaats.

Figuur 18 Koopkrachtbinding Kollumerzwaag (in %)



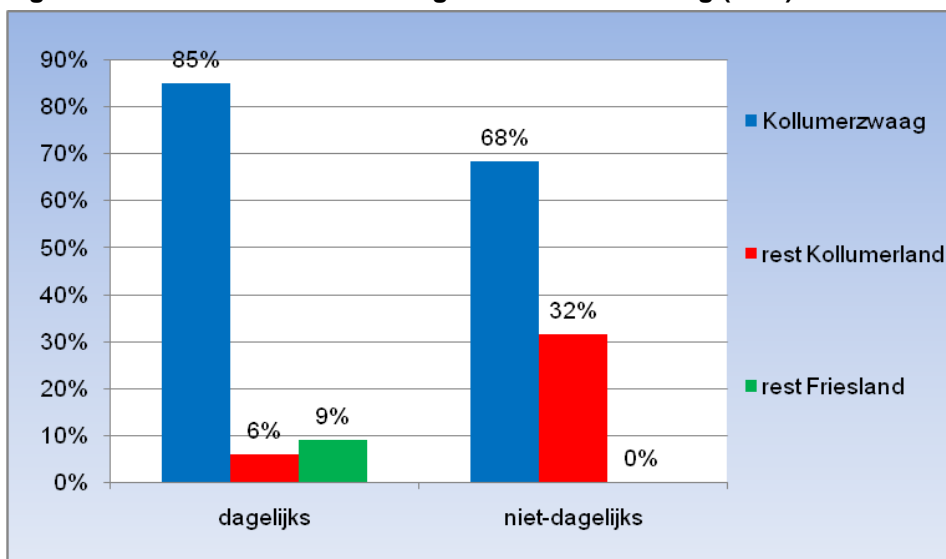
Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Figuur 19 Koopkrachtafvloeiing vanuit Kollumerzwaag (in %)

Bron: Broekhuis Rijs Advisering

De *koopkrachtafvloeiing* in de dagelijkse sector bedraagt 74%, waarvan 6% binnen de gemeente blijft (figuur 19). Vrijwel alle koopkracht gaat naar de gemeente Dantumadeel, en het overige vooral naar Kollum. In de niet-dagelijkse sector vloeit nagenoeg alle koopkracht af naar winkelgebieden buiten Kollumerzwaag (94%). Hiervan blijft slechts een beperkt gedeelte in de gemeente. De overige koopkracht gaat overwegend naar de gemeente Dantumadeel (ca. 40%), op afstand gevolgd door de gemeente Dongeradeel (15 à 20%). Minder dan 10% gaat naar de kernen Drachten, Leeuwarden en de gemeente Achtkarspelen. Per branche zijn verschillende winkelgebieden favoriet; voor kleding en schoenen worden vooral Leeuwarden en Drachten naast gemeente Dongeradeel (Dokkum) bezocht. In de branche woninginrichting worden meerdere winkelgebieden bezocht, waaronder ook aankoopgebieden in Achtkarspelen en Groningen.

In de volgende figuur (figuur 20) kijken we naar de *toevloeiing van koopkracht*. Het aandeel vreemde koopkracht ligt voor Kollumerzwaag iets boven het gemiddelde van vergelijkbare kernen. In de dagelijkse sector ligt het percentage in vergelijkbare plaatsen rond de 12%, in de niet-dagelijkse sector op ongeveer 25% (bron: Bolt). De ligging van de winkels aan de doorgaande weg speelt hier ongetwijfeld een rol. Overigens gaat het hier om relatief geringe absolute bedragen.

Figuur 20 Herkomst bestedingen in Kollumerzwaag (in %)

Bron: Broekhuis Rijs Advisering

c. Economisch functioneren

De vloerproductiviteit in het noorden van het land ligt over het algemeen iets lager dan in het midden of westen van het land. Dit heeft vaak te maken met het feit dat de meters goedkoper te verkrijgen zijn, waardoor supermarkten en ook non-food winkels vaak groter van omvang zijn. Op de bestedingen wordt een correctie toegepast voor het inkomensniveau van de gemeente. Omdat de vloerproductiviteit van de non-foodzaken een gemiddelde is voor meerdere sterk uiteenlopende branches dient dit cijfer als een indicatie van het economisch functioneren beschouwd te worden.

Het aantal winkels in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector is erg gering in Kollumerzwaag. Om te voorkomen dat te gedetailleerd over individuele bedrijven gesproken wordt, worden hier geen harde cijfers van de vloerproductiviteit in Kollumerzwaag omschreven. In tabel 2 wordt aangegeven hoe groot het omzetspotentieel in Kollumerzwaag is in de sectoren. Daarachter staat aangegeven hoe groot de gemeten koopkrachtbinding op dit moment is.

Tabel 2 Omzetspotentieel

Omzetspotentieel (in €)		kkb
Dagelijks	6.65 mln	26%
Niet-dagelijks	7.5 mln	6%

In zijn algemeenheid kan evenwel gesteld worden, dat in Kollumerzwaag de Nederlandse gemiddelden voor de dagelijkse sector van ongeveer € 6.500 omzet per m², en voor de niet-dagelijkse sector van € 2.000 omzet per m², niet gehaald worden. Voor kernen van deze omvang is dat op dit moment overigens niet alarmerend. Ervaring leert dat winkels in kleine kernen, qua vloerproductiviteit, altijd aanzienlijk lager scoren. Vaak hebben ondernemers, die al jaren in een dorp gevestigd zijn, onder andere lage huisvestingslasten. Problemen ontstaan veelal bij bedrijfsovernames.

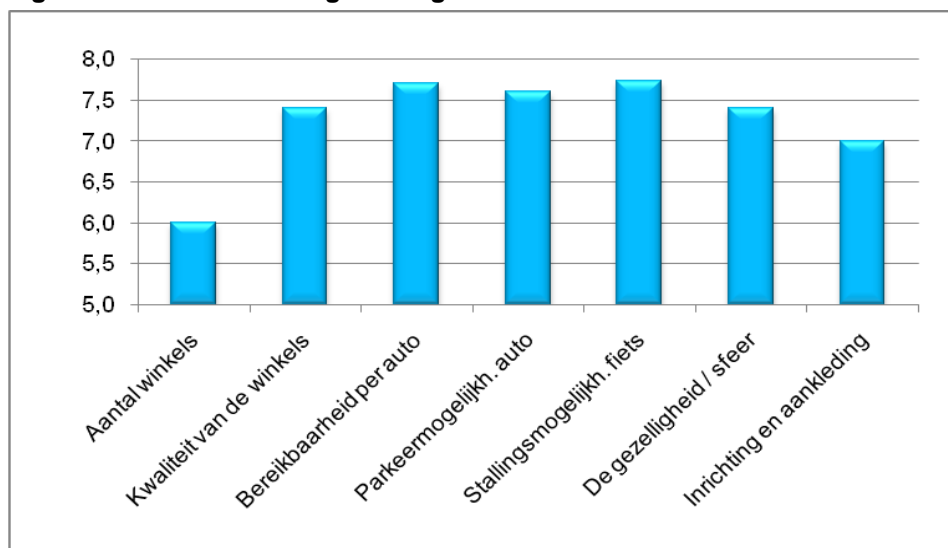
d. Bezoekgedrag en –motieven

Een belangrijk onderdeel van het koopstromenonderzoek is de beoordeling door de bezoeker van dat winkelgebied. Op basis van een aantal kwalitatieve vragen is de waardering gepeild. Aan de klant is gevraagd om voor een aantal onderwerpen een rapportcijfer op de schaal van 1 tot 10 te geven. De onderwerpen waarover naar een mening gevraagd is luiden als volgt:

- Het aantal winkels in het winkelgebied
- De kwaliteit van de winkels
- De bereikbaarheid van het winkelgebied per auto
- De parkeermogelijkheden met de auto
- De stallingsmogelijkheden voor de fiets
- De gezelligheid en sfeer in het winkelgebied
- De inrichting en aankleding van het winkelgebied

Waar het onderscheid tussen de regiobezoekers en de inwoners van Kollumerzwaag een significant verschil oplevert, wordt dit vermeld. In Kollumerzwaag is dit op drie onderdelen het geval.

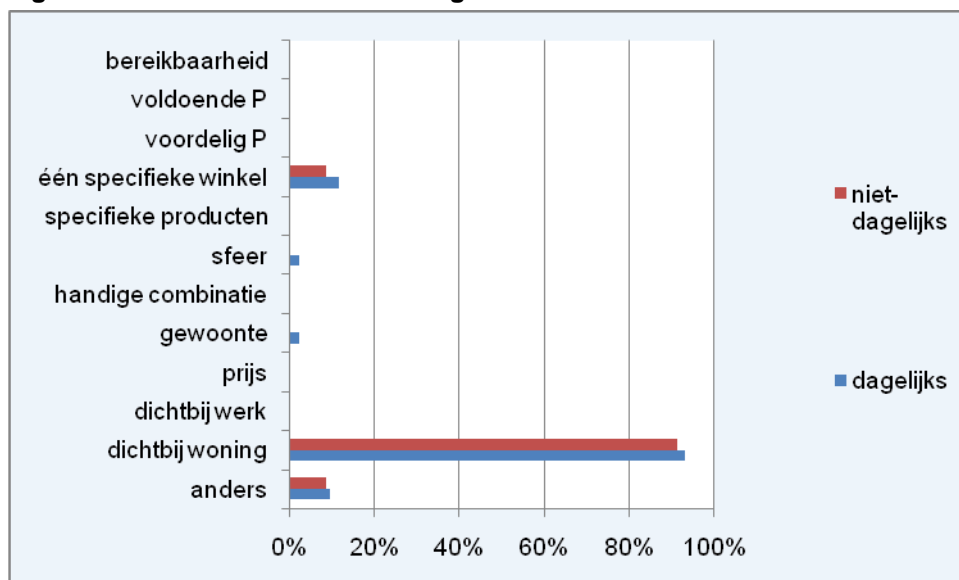
Figuur 21 Waardering winkelgebied



Bron: Broekhuis Rijs Advisering

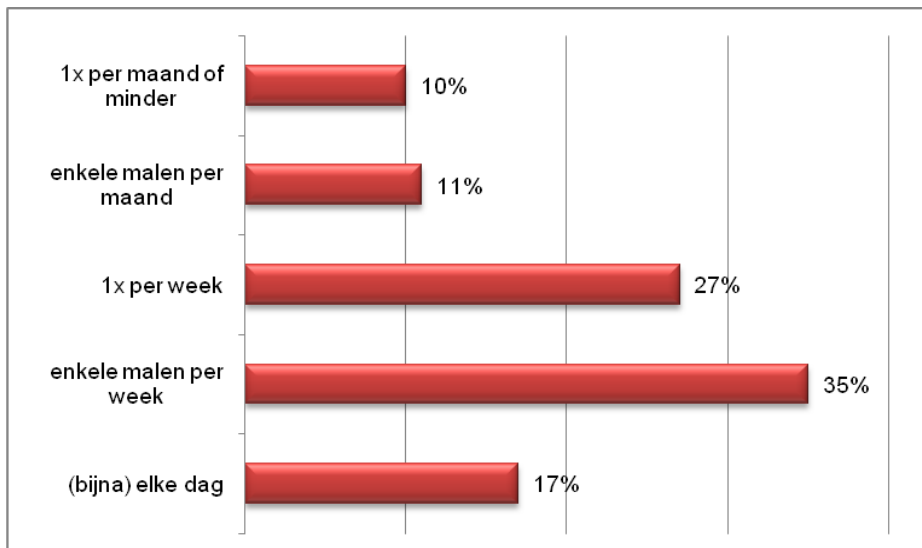
De bezoekers waarderen het winkelgebied over het algemeen goed, met uitzondering van het aantal winkels, hetgeen niet vreemd is (figuur 21). Op alle overige onderdelen geven de bezoekers een 7.0 of hoger. Voor de bereikbaarheid van het winkelgebied en de parkeermogelijkheden geven de inwoners van Kollumerzwaag significant hogere cijfers dan de bezoekers van buiten Kollumerzwaag. Voor de bereikbaarheid geeft de inwoner van Kollumerzwaag een 7.9 en de bezoeker van buiten een 7.3. Voor de parkeermogelijkheden liggen deze scores op 7.8 respectievelijk 7.2. Tenslotte wordt ook het onderdeel gezelligheid/sfeer verschillend beoordeeld. Ook hier is de eigen inwoner meer tevreden. Zij geven een 7.5 en de bezoeker van buiten Kollumerzwaag een 7.0.

Figuur 22 Bezoekreden winkelgebied



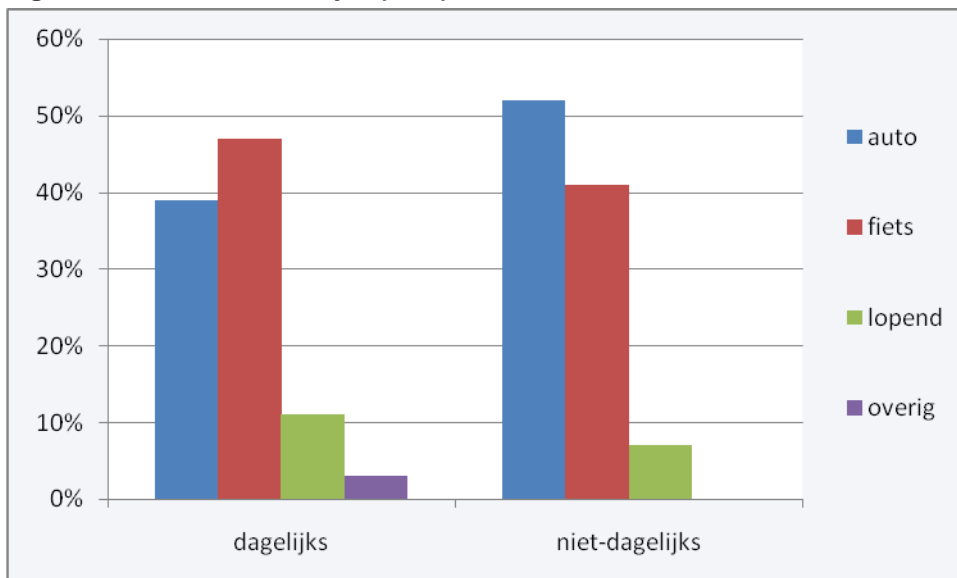
Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Zowel voor dagelijkse als voor niet-dagelijkse aankopen blijkt de factor afstand (dichtbij woning) verreweg de meest bepalende voor de keus van een winkelgebied (figuur 22). Andere factoren spelen nagenoeg geen rol. Bij de antwoordcategorie 'andere' wordt veelal de ondersteuning van de plaatselijke middenstand genoemd.

Figuur 23 Bezoekfrequentie

Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Het winkelgebied in Kollumerzwaag wordt zeer regelmatig bezocht (figuur 23). Het patroon van enerzijds zeer regelmatige bezoeken aan de supermarkt en versspecialzaken gecombineerd met anderzijds minder frequente doelgerichte bezoeken is hier herkenbaar.

Figuur 24 Vervoerswijze (in %)

Bron: Broekhuis Rijs Advisering

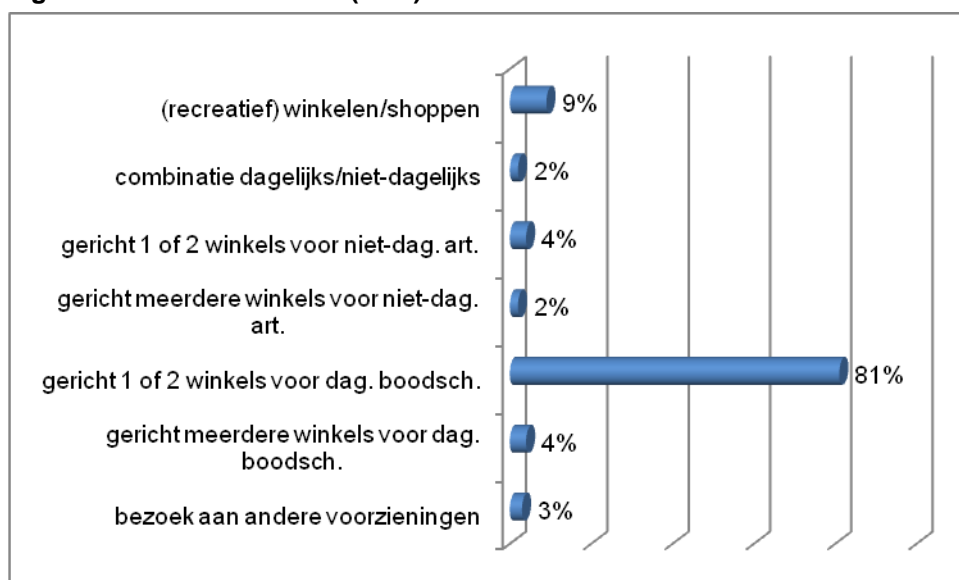
Zowel de auto als de fiets is een veel gebruikt vervoermiddel in Kollumerzwaag (zie figuur 24). De percentages ontlopen elkaar niet zoveel. Voor de dagelijkse sector wordt vaker de fiets gepakt, voor de niet-dagelijkse artikelen wordt de auto iets meer gebruikt. Het ligt voor de hand, dat bezoekers van buiten Kollumerzwaag veelal met de auto

komen. De aantallen zijn hier evenwel te gering om betrouwbare getallen te kunnen geven.

Naast deze algemene vragen is in de kernen van Kollumerland c.a. nog een aantal specifieke vragen gesteld tijdens de mondelinge enquêtes over wat bezoekers in het centrum van plan zijn te gaan doen, en hoeveel geld ze hebben uitgegeven of denken uit te gaan geven.

Bij de vraag naar het bezoekdoel (figuur 25) konden de bezoekers meerdere antwoorden geven, zodat het totaal op meer dan 100% uitkomt. In Kollumerzwaag is daarvan slechts in beperkte mate sprake. De bezoekers van Kollumerzwaag komen hier hoofdzakelijk om gericht 1 of 2 winkels in de dagelijkse sector te bezoeken.

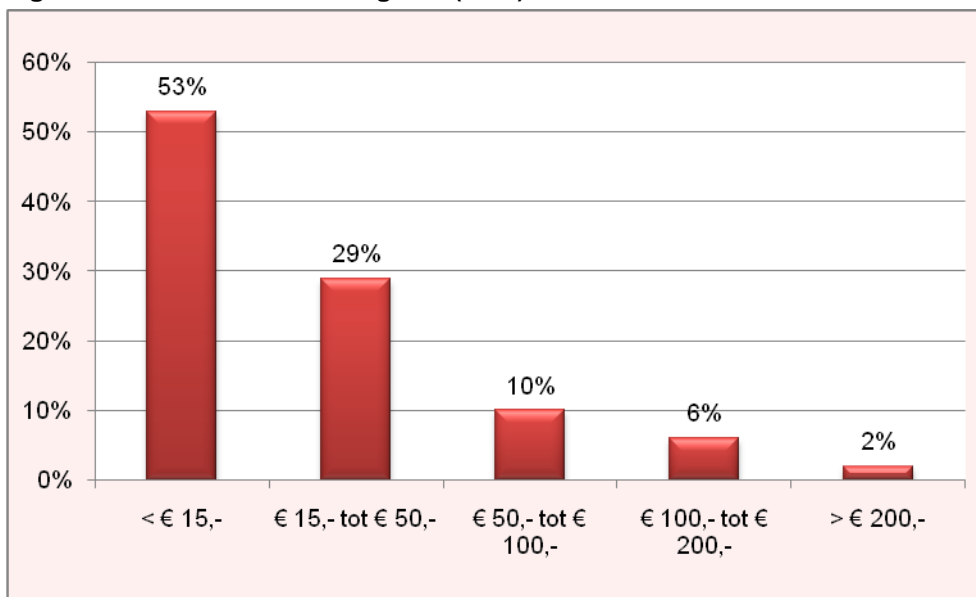
Figuur 25 Bezoekdoel (in %)



Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Tot slot is de bezoeker nog gevraagd naar het te besteden bedrag (figuur 26). Dit geeft een beeld dat past bij een boodschappencentrum, waar de bezoekers vaak komen om beperkte bedragen te besteden. Ruim de helft van alle ondervraagden geeft aan de laatste keer niet meer dan € 15,- te hebben uitgegeven.

Figuur 26 Besteed bedrag in € (in %)



Bron: Broekhuis Rijs Advisering

6. Samenvatting Kollumerland c.a.

- Kollum is met bijna 5.700 inwoners de hoofdkern van de gemeente Kollumerland c.a.. Het winkelgebied van Kollum is compact, en kent diverse (landelijke) trekkers, zoals de HEMA. De winkels bevinden zich geconcentreerd in het centrumgebied, waar ook twee van de drie supermarkten gevestigd zijn. Het aanbod in Kollum is afgestemd op een iets grotere plaats dan Kollum is.
- De koopkrachtbinding in Kollum is aan de hoge kant; namelijk 95% in de dagelijkse en 41% in de niet-dagelijkse sector. Vooral in de branche huishoudelijke artikelen en in de electrobranche worden hoge bindingscijfers behaald. De overall waardering voor het winkelgebied van Kollum is met een ruime 7 goed. Vooral de bereikbaarheid, de kwaliteit van de winkels en de parkeermogelijkheden worden hoog gewaardeerd.
- Daar waar sprake is van koopkrachtafvloeiing vanuit Kollum betreft het met name de niet-dagelijkse sector. Hierbij zijn de inwoners van Kollum vooral gericht op Dongeradeel (Dokkum), en vervolgens op Drachten en Groningen. De toevloeiing naar Kollum ligt hoog; in de dagelijkse sector komt 47% van de bestedingen van buiten Kollum, in de niet-dagelijkse sector is deze 51%. De toevloeiing komt primair uit de eigen gemeente, maar daarnaast ook uit de provincie Groningen en de gemeenten Dongeradeel en Achtkarspelen.
- Het winkelgebied van Kollumerzwaag is vooral voor de eigen inwoners van belang. De koopkrachtbinding in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector is echter laag. Het aanbod in de detailhandel is beperkt; het bestaat vooral uit dagelijkse voorzieningen en doelgerichte non-food. Bovendien ligt Kollumerzwaag tussen kernen met een volledig aanbod als Zwaagwesteinde en Kollum, beide op geringe afstand.
- Mede door de goede bereikbaarheid en naamsbekendheid van lokale ondernemers haalt Kollumerzwaag nog enige omzet uit andere gebieden. Dit is vooral in de niet-dagelijkse sector het geval (32% van de bestedingen). De waardering voor het eigen winkelgebied is op alle onderdelen goed, met uitzondering van het aantal winkels.
- Inwoners van Kollumerzwaag gaan voor hun aankopen vooral naar Dantumadeel (Zwaagwesteinde). Daarnaast wordt ook Dongeradeel (Dokkum) veelvuldig bezocht.
- Het winkelgebied van Kollum functioneert economisch gezien naar behoren, zowel in de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector. In Kollumerzwaag ligt de vloerproductiviteit lager. Bij bedrijfsopvolging kunnen hier problemen ontstaan voor een rendabele bedrijfsvoering.

7. Conclusies Kollumerland c.a.

- Kollum functioneert duidelijk als de hoofdkern van de gemeente. Bezoekers komen niet alleen naar Kollum om gericht aankopen te doen, maar ook om andere voorzieningen te bezoeken of om te shoppen. Met name gezien de omvang van het detailhandelsaanbod en de koopkrachtbindingscijfers in de niet-dagelijkse sector wordt de verzorgingsfunctie van het winkelgebied in Kollum aangemerkt als lokaal-plus. De plus is toegevoegd, omdat wel duidelijk sprake is van een verzorgende rol van Kollum voor het aangrenzende gebied.
- In Kollum is sprake van een sterk winkelgebied, dat goed gewaardeerd wordt. De aanwezigheid van een HEMA-vestiging en een Blokker vormt een sterk pluspunt. Het aanbod voldoet aan de verwachtingen van de consument. Het recreatieve aspect speelt duidelijk een rol bij het winkelen.
- Wanneer inwoners van Kollum ergens anders naar toe gaan voor hun niet-dagelijkse aankopen, dan gaan ze vooral naar grotere kernen in de omgeving. Dit is in de eerste plaats de gemeente Dongeradeel (Dokkum). Daarna volgen Drachten en Groningen, op meer kilometers rijden.
- Het winkelgebied van Kollum is in Kollumerland c.a. het grootste en sterkste centrum van de gemeente, met een functie voor de hele gemeente. Kollumerzwaag is echter sterk op Dantumadeel (Zwaagwesteinde) gericht.
- De winkels in Kollumerzwaag hebben een verzorgingsfunctie voor de eigen inwoners. Dit is echter maar in beperkte mate het geval. De bindingscijfers zijn laag. Het dagelijkse aanbod bestaat slechts uit een kleine supermarkt en enkele speciaalzaken. Het overige aanbod bestaat vooral uit winkels waar men gericht naar toe gaat.
- Kollumerzwaag ligt tussen Zwaagwesteinde en Kollum in, die beide op geringe afstand liggen. Hier zijn alternatieven voor het aanbod in Kollumerzwaag volop aanwezig. Wellicht hebben de huidige ondernemers nog geen problemen om rendabel te opereren, maar bij bedrijfsopvolging zal dit wel een rol gaan spelen.

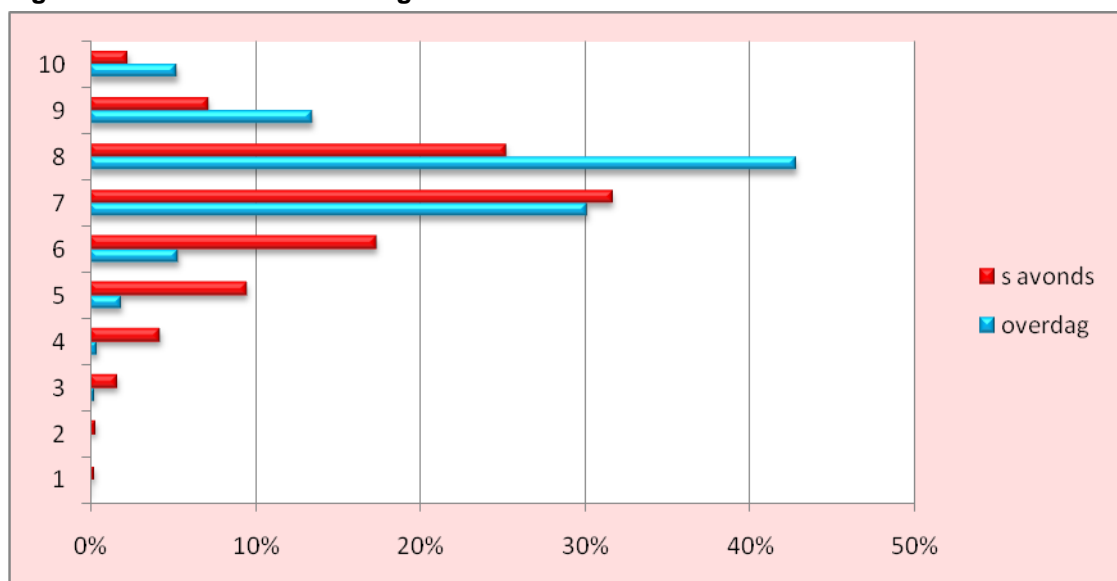
8. Resultaten Vraaghetdevries.nl

In het kader van het koopstromenonderzoek is voor aanvullende consumenten-informatie gebruik gemaakt van het consumentenpanel “Vraaghetdevries.nl” van het Kenniscentrum van de Noordelijke Hogeschool te Leeuwarden. Dit onderzoek is niet specifiek voor Kollumerland c.a. gehouden, doch voor de hele provincie. De uitkomsten hebben geen directe relatie met het voorgaande. Naast informatie over het koopgedrag van de panelleden geven de uitkomsten zicht op een tweetal specifieke onderwerpen in de hele provincie. Deze onderwerpen betreffen de beleving van veiligheid en het online shoppen.

a. Veiligheid

Het consumentenpanel is gevraagd naar het gevoel van veiligheid in winkelgebieden, zowel overdag als 's avonds. Dit is door de consument met een rapportcijfer van 1 tot 10 beoordeeld. De uitkomsten hiervan staan in figuur 38.

Figuur 38 Gevoel van veiligheid

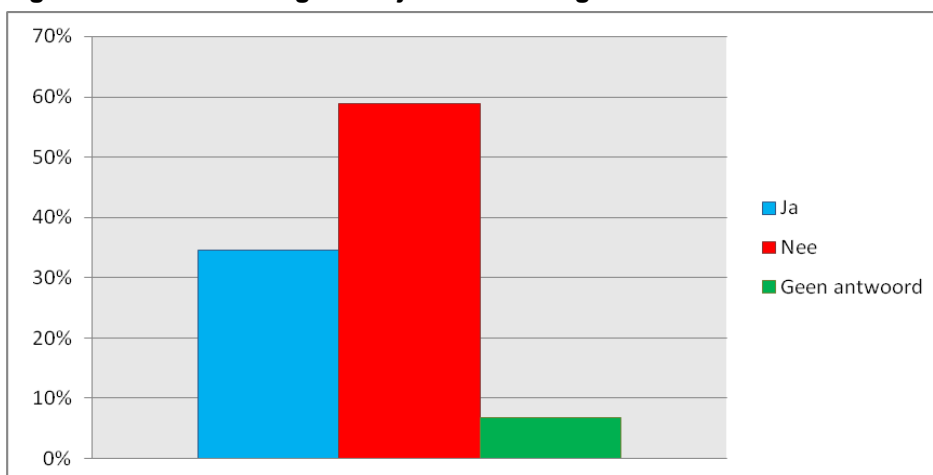


Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Over het algemeen wordt de veiligheid met een 7 of 8 beoordeeld. Er zijn echter grote verschillen waarneembaar tussen de cijfers over de veiligheid overdag, en die over de veiligheid 's avonds. Ongeveer 1 op de 3 panelleden geeft voor 's avonds een 6 of lager als cijfer. Dit geeft aan, dat het veiligheidsgevoel vooral 's avonds veel aandacht vraagt. Factoren als leeftijd, geslacht en inkomensniveau laten bij deze beoordeling vrijwel geen significante verschillen zien.

Wanneer gericht gevraagd wordt of de veiligheid een rol speelt bij het maken van een keuze van het winkelgebied, dan blijkt dit het geval te zijn bij 1 op de 3 van de panelleden (zie figuur 39). Ondanks dat mannen en vrouwen de winkelgebieden dezelfde rapportcijfers geven voor de veiligheid overdag en 's avonds, speelt voor vrouwen de veiligheid significant vaker een rol bij het selecteren van een winkelgebied.

Figuur 39 Rol veiligheid bij keuze winkelgebied



Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Tevens is gevraagd naar de oorzaak van de gevoelens van onveiligheid, bij hen die de veiligheid met een 6 of lager beoordeelden. Hieruit komt vooral naar voren, dat men beducht is voor het rondhangen van personen, die daar niet aan het winkelen zijn. Agressief gedrag en het lastig gevallen worden zijn ook veel genoemde oorzaken. In combinatie met deze antwoorden wordt ook de beperkte aanwezigheid van de politie veelvuldig genoemd.

Tabel 3 Oorzaken onveiligheidsgevoel

Rondhangen van jongeren/zwervers/dronken mensen	80%
Vernieling aan fietsen/bushokjes	13%
Gebrek aan straatverlichting	13%
Graffiti, rommel op straat	7%
Weinig politiesurveillance	21%
Agressief gedrag, lastig gevallen worden door onbekenden	24%
Eigen slechte ervaringen	3%
Anders	10%

Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Om het gevoel van onveiligheid te verminderen is door de panelleden aangegeven dat er vooral veel behoefte is aan meer toezicht door de politie, bewaking en/of camera's is. Daarnaast zou men meer verlichting in het winkelgebied op prijs stellen. Op dit onderdeel is geen verschil te zien naar leeftijd, geslacht of inkomen.

Tabel 4 Suggesties ter verbetering

Meer toezicht door personen en/of camera's	81%
Geen dode hoeken	6%
Meer verlichting	28%
Minder bosjes en struiken die het zicht belemmeren	3%
Anders	11%

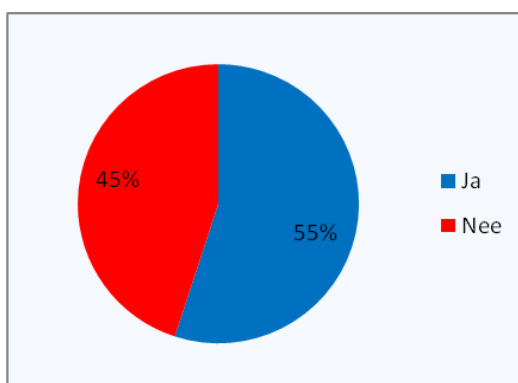
Bron: Broekhuis Rijs Advisering

b. Online shopping

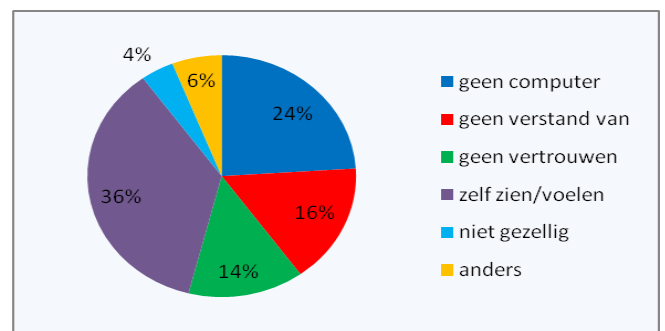
Tegenwoordig worden steeds vaker aankopen gedaan via het internet. Aan het consumentenpanel is de vraag voorgelegd in hoeverre gebruik gemaakt wordt van aankopen via het internet. Uit de antwoorden blijkt dat maar liefst 55% wel eens aankopen via het internet doet. Een minderheid (45%) doet het dus nog niet. Van de Friezen tot 40 jaar doet ruim driekwart wel eens aankopen via het internet. Bovendien maken mannen iets vaker gebruik van het internet voor aankopen. Friezen met een hoger inkomen doen dit ook vaker.

Figuur 40 Online shopping

Wel of niet online shoppen



Zo nee, waarom niet



Bron: Broekhuis Rijs Advisering

In figuur 40 staat aangegeven waarom de panelleden (nog) geen gebruik maken van het internet voor het doen van aankopen. Voor 40% geldt dat ze geen computer hebben of er geen verstand van hebben. Vooral 60+-ers geven aan nog geen computer te hebben. Ook bij de inkomens beneden modaal speelt dit nadrukkelijk een rol. Van het totaal geeft 36% aan het betreffende product liever eerste te willen zien of voelen alvorens het aan te schaffen.

Degene die wel via internet aankopen verrichten is gevraagd wat zij dan zoal kopen op deze manier (zie tabel 5, met meerdere antwoordcategorieën). Dit blijkt zeer divers te zijn; van alles wordt via internet aangeschaft.

Wel scoort een aantal categorieën hoog; dat zijn o.a. mode, uitstapjes/reizen en boeken, cd's en dvd's. Opgemerkt dient te worden dat de online bestellingen bij postorderbedrijven als Wehkamp, Neckermann en Otto in deze getallen zijn meegenomen, evenals aankopen via sites als "marktplaats.nl".

Tabel 5 Aanschaf soort producten

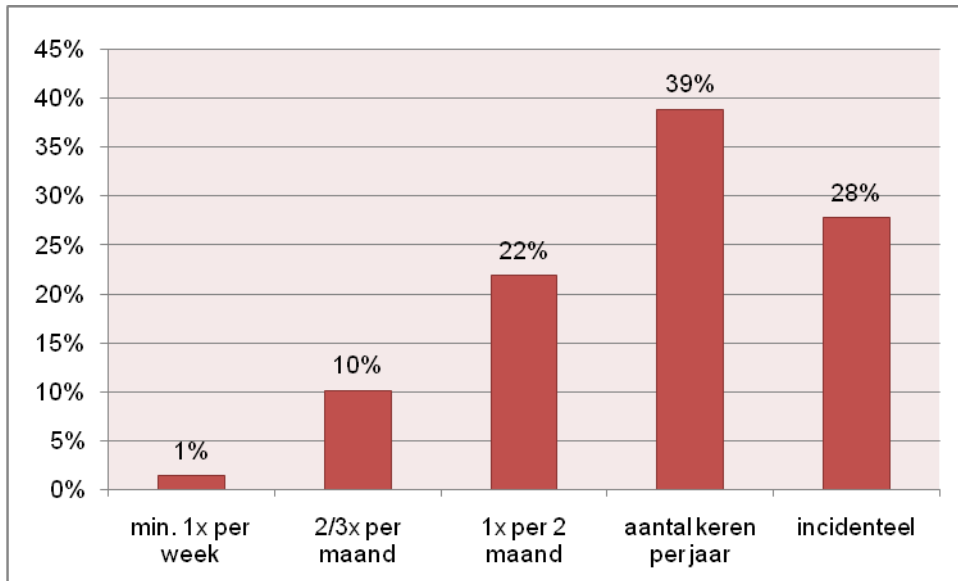
Levensmiddelen / drogisterijartikelen	3%
Kleding en/of schoenen	37%
Reizen / weekendjes weg / uitstapjes	37%
PC Hardware / software / games	23%
Telecom / telefoons	10%
Boeken/cd's/dvd's	32%
Woninginrichting	4%
Witgoed / elektronische producten	7%
Overig	21%

Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Uit het onderzoek is verder naar voren gekomen, dat vrouwen vaker kleding en schoenen via internet aanschaffen, terwijl mannen vaker computerspullen kopen via internet. Friezen met een hoger inkomen kopen vaker reizen en weekendjes weg. De leeftijd laat geen wezenlijke verschillen zien in de soort producten, die men koopt.

De meeste mensen kopen enkele keren per jaar iets via internet, maar een aanzienlijk aantal (33%) toch al op zeer regelmatige basis, vaker dan 6 keer per jaar (zie figuur 41). Met name de groep 30-40 jarige internetshoppers is actief in het regelmatig aankopen doen. Het aantal keren aankopen doen verschilt niet naar geslacht of inkomen.

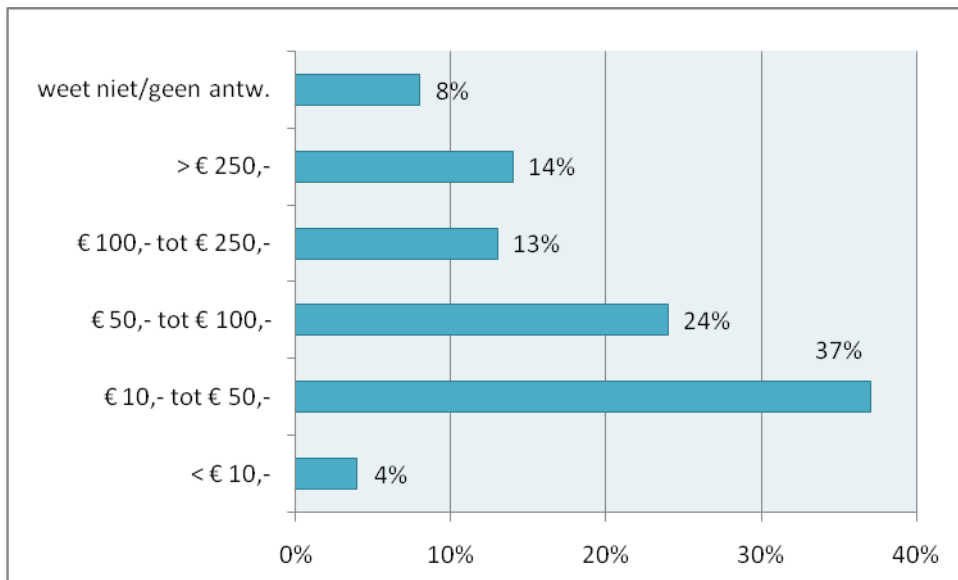
Figuur 41 Aankoopfrequentie internet



Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Uit figuur 42 blijkt, dat het niet alleen om geringe bedragen gaat; 27% geeft aan dat ze de laatste keer meer dan € 100,- hebben uitgegeven per aankoop op het internet. Het besteed bedrag van de laatste aankoop verschilt niet naar geslacht, leeftijd of inkomensniveau.

Figuur 42 Aankoopbedrag



Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Uit vergelijkbare onderzoeken in Nederland (o.a. HBD, 2005) blijkt dat internet duidelijk aan populariteit wint. Het onderzoek van de HBD geeft aan dat het landelijk gemiddelde op € 113,- per online bestelling ligt, hetgeen redelijk overeenkomt met de uitkomsten van dit onderzoek.

Bijlage:

1. Verantwoording

In de gehele provincie Fryslân zijn voor het koopstromenonderzoek telefonische enquêtes gehouden. Dat wil zeggen, dat ook in de gemeentes die niet aan het onderzoek deelnemen, vraaggesprekken zijn gevoerd. Hiermee is het mogelijk om met voldoende betrouwbaarheid (95%) uitspraken te doen over de koopstromen binnen Fryslân. De betrouwbaarheid van de uitkomsten is een harde randvoorwaarde geweest in het onderzoek.

In alle deelnemende gemeenten zijn minimaal 385 telefonische vraaggesprekken gevoerd. Daarnaast zijn in alle deelnemende gemeenten minimaal 100 straatinterviews gehouden, om de toevloeiing naar de gemeente en/of het winkelgebied goed te kunnen berekenen. Om over een aantal kwalitatieve aspecten meer duidelijkheid te krijgen, is door diverse gemeenten de keus gemaakt om de straatinterviews op te hogen naar 300, zodat ook hierover met voldoende zekerheid uitspraken gedaan kunnen worden. Hierdoor is de representativiteit gewaarborgd. In totaliteit zijn bijna 14.000 vraaggesprekken gevoerd.

Door de combinatie van telefonisch en mondeling enquêteren is het mogelijk om te komen tot een goed gevulde en representatieve steekproef van de bevolking per herkomstgebied. Per gemeente heeft naar leeftijdsopbouw een weging plaats gevonden. Telefonisch worden over het algemeen meer ouderen ondervraagd, terwijl dit op straat vaker jongeren zijn. Uiteraard is ook een weging toegepast op het inwonertal van de verschillende gemeenten en kernen.

Bovendien is ook in een aantal aan Fryslân grenzende gemeenten in Groningen, Overijssel en Flevoland telefonisch onderzoek verricht.

Vraaghetdevries.nl

Vraaghetdevries.nl is een bestaand consumentenpanel van het Kenniscentrum van de Noordelijke Hogeschool te Leeuwarden, in samenwerking waarmee dit onderzoek is uitgevoerd. Dit middel is ingezet om enerzijds een aantal vragen over het koopgedrag ook hierbij te stellen, anderzijds om eenvoudig een aantal aanvullende vragen te kunnen stellen. Het panel bestaat uit 1.500 respondenten, van wie alle achtergrondgegevens bekend zijn.

De extra vragen zijn niet specifiek per gemeente, doch voor de gehele provincie een waardevolle aanvulling. De onderzochte onderwerpen betreffen de veiligheid in winkelgebieden en het online shoppen.

2. Verklarende woordenlijst

Dagelijkse artikelen	Levensmiddelen (food) en artikelen voor de persoonlijke verzorging.
Niet-dagelijkse artikelen	Alle artikelen die niet onder dagelijks vallen(o.a. kleding, elektronica, huishoudelijke artikelen, DHZ-artikelen, bruin- en witgoed, wonen, vrije tijdsartikelen)
Food	Voedings- en genotmiddelen
Frequent benodigd non-food	Huishoudelijke artikelen, drogist, parfumerie
Modisch recreatief	Kleding, schoenen, lederwaren
Overig recreatief	Warenhuis, juwelier, optiek, hobby, media, sport, antiek
Doelgericht non-food	Doe-het-zelf, wonen, bruin- en witgoed, plant & dier, auto & fiets
Overige detailhandel	2 ^e hands artikelen, audicien, erotiek
Koopkrachtbinding	De mate waarin inwoners uit een bepaald gebied (kern of gemeente) hun bestedingen in dat betreffende gebied doen.
Koopkrachtafvloeiing	De mate waarin inwoners uit een bepaald gebied hun bestedingen buiten dat gebied doen.
Koopkrachttoevoeiing	Het aandeel van de bestedingen in het betreffende gebied afkomstig van inwoners van buiten dat gebied.
Wvo=winkelvloeroppervlak	Winkelvloeroppervlak dat voor de consument toegankelijk is (dus exclusief kantoren, magazijn ed.)
Koopstromen	Koopkrachtbewegingen tussen kernen, gemeenten of winkelgebieden door binding, afvloeiing en toevoeiing van koopkracht.
Vloerproductiviteit	Gemiddelde detailhandelsomzet per vierkante meter winkelvloeroppervlak

3. Overzicht deelnemende gemeenten

Gemeenten	Kernen/winkelgebieden
Boarnsterhim	Grou
Boarnsterhim	Akkrum
Bolsward	Bolsward
Harlingen	binnenstad
Harlingen	Kimswerda
Heerenveen	centrum
Het Bildt	St. Annaparochie
Kollumerland c.a.	Kollum
Kollumerland c.a.	Kollumerzwaag
Leeuwarden	binnenstad
Leeuwarden	De Centrale
Leeuwarden	Schrans
Lemsterland	Lemmer
Littenseradiel	Wommels
Littenseradiel	Mantgum
Littenseradiel	Winsum
Nijefurd	Workum
Skarsterlân	Joure
Smallingerland	Drachten centrum
Smallingerland	Drachten-MLK singel
Sneek	Sneek
Tytsjerksteradiel	Burgum
Tytsjerksteradiel	Hurdegaryp
Tytsjerksteradiel	Gytsjerk

NB. Opsterland heeft niet deelgenomen aan het onderzoek, maar uitkomsten van een eerder in opdracht van de gemeente uitgevoerd onderzoek zijn in het provincierapport opgenomen.