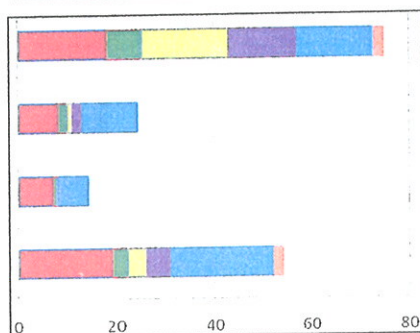


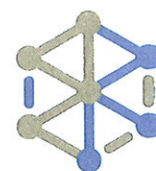
Koopstromenonderzoek

Provincie Fryslân

2007



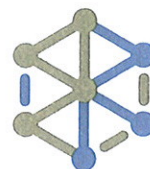
Gemeente Lemsterland



BROEKHUIS RIJS ADVISOREN

Ruimtelijk **eco**
& Procesmanagement **and**

GEMEENTE	
NR.:	
- 1 APR 2007	
KI.nr.	
RAPPEL	



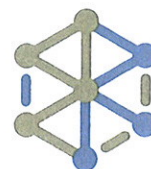
Koopstromenonderzoek
Provincie Fryslân
2007

Gemeente Lemsterland

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

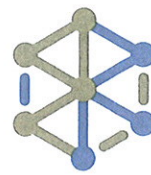
Broekhuis Rijs Advisering
Wederik 1
9801 LX Zuidhorn
tel. (0594-528358)
fax: (0594-528487)
e-mail: info@broekhuisrijs.nl
internet: www.broekhuisrijs.nl

Broekhuis Rijs Advisering



Inhoudsopgave

1.	Inleiding	4
	a. Aanleiding en doelstelling	4
	b. Opbouw van het rapport	5
2.	Landelijke trends	7
3.	Gemeente Lemsterland	9
	a. Ligging	9
	b. Demografische gegevens	9
	c. Detailhandelsaanbod	10
4.	Lemmer	12
	a. Aanbod	12
	b. Koopkrachtcijfers	14
	c. Economisch functioneren	18
	d. Bezoekgedrag en –motieven	19
5.	Samenvatting Lemsterland	22
6.	Conclusies Lemsterland	23
7.	Resultaten “Vraaghetdevries.nl”	24
Bijlage:		
1.	Verantwoording	30
2.	Verklarende woordenlijst	31
3.	Overzicht deelnemende gemeenten	32



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.

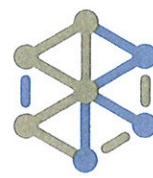
De dynamiek in de detailhandel is groot. Vraag en aanbod zijn sterk in ontwikkeling. Binnen deze dynamiek verandert de rol van gemeente en provincie ook. De provincie en de gemeente krijgen meer eigen beleidsvrijheid ten aanzien van het formuleren van het beleid inzake detailhandel. Taken vanuit het 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 koopstromenonderzoek 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 verricht, als ter plekke door middel van straatinterviews in tevoren geselecteerde winkelgebieden. De methodische verantwoording is omschreven in bijlage 1.

Naast de Kamer van Koophandel Friesland en 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 Lemsterland. Hier is onderzoek verricht in Lemmer en naar de positie van het centrum van Lemmer. In totaal zijn bijna 500 vraaggesprekken gevoerd in de gemeente Lemsterland. Dit rapport geeft de resultaten van het onderzoek in Lemsterland en Lemmer weer.

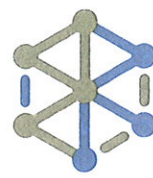
b. Opbouw van het rapport

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

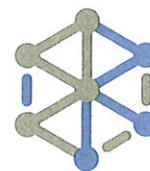
In hoofdstuk 3 wordt de positie van de gemeente Lemsterland in Fryslân geschetst. Enige belangrijke demografische kengetallen worden op een rij gezet. Het detailhandelsaanbod wordt weergegeven voor de totale gemeente, met onderscheid naar hoofdbranches.

In hoofdstuk 4 wordt de deelnemende kern – te weten Lemmer – 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 5 wordt een samenvatting van de belangrijkste bevindingen voor de gehele gemeente gegeven. De resultaten zijn van belang voor een goed begrip van het gedrag van de consument, en kunnen bouwstenen zijn voor het lokale detailhandelsbeleid. In hoofdstuk 6 wordt een aantal conclusies getrokken naar aanleiding van de bevindingen van het koopstromenonderzoek.



Tenslotte volgt in hoofdstuk 7 een weergave van de resultaten van het "Vraaghetdevries.nl"-onderzoek. Dit onderzoek is niet specifiek voor Lemsterland 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 gebied van de detailhandel

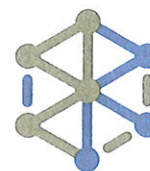
Schaalvergroting doet zich binnen vrijwel alle branches voor. Binnen de food sector betekent het onder andere dat supermarkten groter zijn geworden, maar ook speciaalzaken zijn groter en specifiekier geworden. Het aantal speciaalzaken (slager, bakker, AGF) is wel afgenomen. Een andere opvallende branche 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 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 kleinschaliger 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



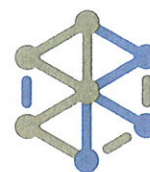
naar € 2.093 miljoen (bron: Thuiswinkel.org). Het aandeel van de onlineverkoop in de totale detailhandelsomzet bedraagt tot op heden slechts 2,8 %. Naar verwachting zal het percentage in 2012 zijn toegenomen tot 10 %. Vooralsnog zullen de ruimtelijke gevolgen van het internetwinkelen de komende jaren 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 gebied van de demografie

Enkele belangrijke trends in Nederland op demografisch gebied zijn de vergrijzing en gezinsverdunning. 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 gezinsverdunning. In Nederland komen steeds meer éénoudergezinnen, terwijl door de vergrijzing ook het aantal alleenstaanden toeneemt. Het percentage éénpersoonshuishoudens 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 het bevolkingsaantal 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.

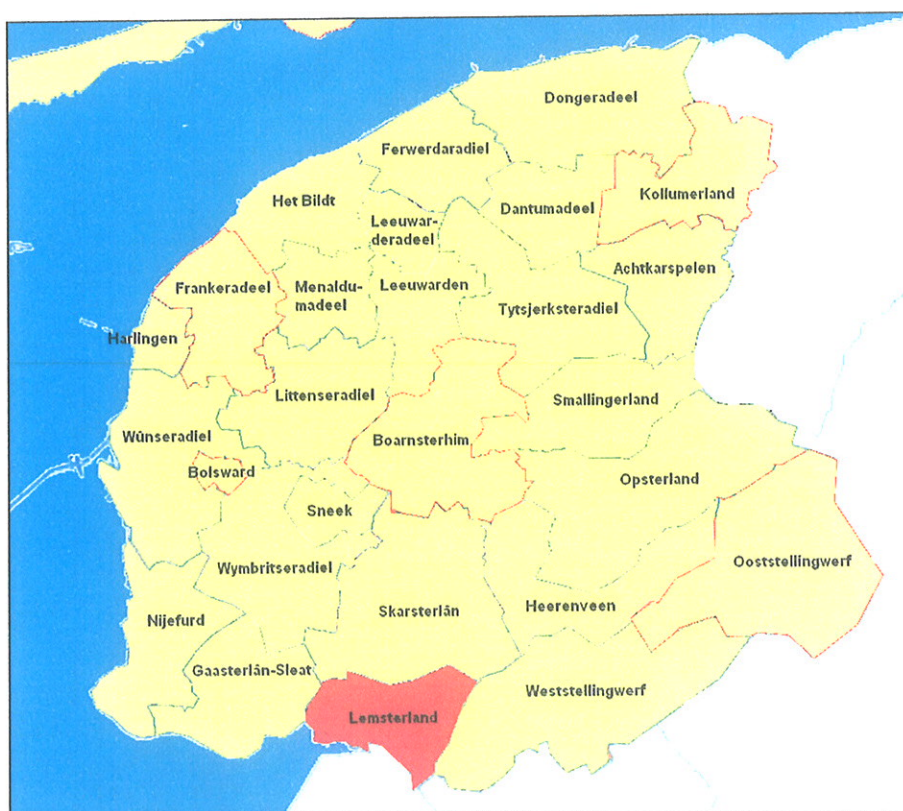


3. Gemeente Lemsterland

a. Ligging

De gemeente Lemsterland ligt in het zuiden van Fryslân. De gemeente grenst aan het IJsselmeer en aan de provincie Flevoland. Lemmer zelf ligt ook aan het IJsselmeer. De watersport en het toerisme spelen in Lemmer een belangrijke rol. De plaats is goed bereikbaar door de ligging aan de A50. De afstand tot Joure bedraagt ongeveer 15 kilometer. De afstand naar Emmeloord is ongeveer even groot. Naar Heerenveen, dat in noordoostelijke richting ligt, is het ongeveer 20 kilometer rijden.

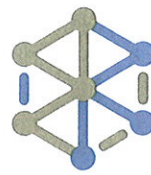
Kaart 1 Ligging Lemsterland



Bron: Broekhuis Rijs Advisering

b. Demografische gegevens

De gemeente telt in totaal 8 kernen met in totaal 13.405 inwoners. Het merendeel hiervan woont in de hoofdkern Lemmer (75%), met in totaal 10.029 inwoners.



Van de overige kernen in de gemeente zijn Echtenerbrug (1.089 inwoners), Oosterzee (805 inwoners) en Bantega (603 inwoners) de grootste. Alle andere dorpen hebben minder dan 500 inwoners.

In vergelijking met het Fries gemiddelde zijn in de leeftijdsopbouw niet veel verschillen te constateren. Alleen de 65+-ers zijn iets minder aanwezig; 13.0% in Lemsterland ten opzichte van 14.9% in Fryslân.

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 Lemsterland ligt daarentegen 2% boven het Fries gemiddelde.

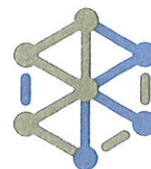
In Lemsterland wonen 2,41 personen per huishouden. Het gemiddelde voor Fryslân ligt op 2,32 en voor Nederland op 2,27 personen per huishouden. De gezinsgrootte is dus iets groter dan in Fryslân en Nederland.

c. Detailhandelsaanbod

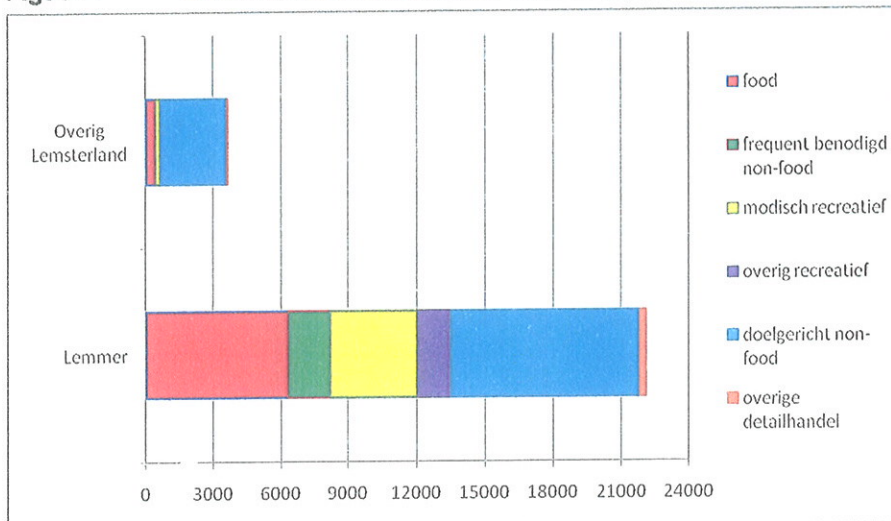
In de gemeente Lemsterland bedraagt het totale aantal vierkante meters vloeroppervlak in de detailhandel ruim 25.700. Het detailhandelsaanbod in de gemeente ligt hiermee relatief iets hoger dan in kernen van vergelijkbare omvang. Dit wordt echter volledig door het food-aanbod veroorzaakt. In vergelijking met een eerder detailhandelsonderzoek van DrooghTrommelen Broekhuis (2000) is het winkelvloeroppervlak met ongeveer 20% toegenomen. Voor geheel Fryslân bedroeg de toename ongeveer 30%.

De leegstand in Lemsterland is met 5% gering, en kan gezien worden als frictieleegstand. Enige leegstand zal altijd aanwezig zijn. In totaal zijn in de gemeente ongeveer 110 winkels gevestigd, waardoor de gemiddelde oppervlakte per winkel op 234 m² komt. Deze gemiddelde oppervlakte ligt fractioneel onder het Nederlands gemiddelde van 247 m² en het Fries gemiddelde van 252 m².

In figuur 1 is te zien, dat het detailhandelsaanbod zich vrijwel geheel in Lemmer heeft geconcentreerd (86% van het totaalaanbod). Het aanbod in de overige kernen is vooral in de doelgerichte non-food te vinden; een grote aanbieder hier is Melchers & De Jong in Echtenerbrug.



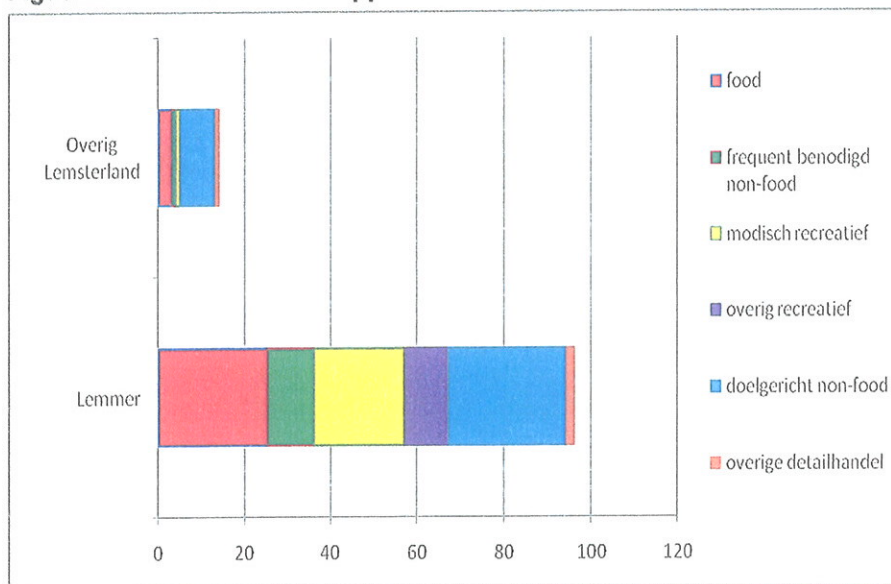
Figuur 1 Detailhandelsaanbod in m² wvo (x 1.000)



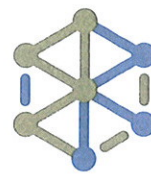
Bron: Locatus Retailverkenner 2007, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

Het totale aantal verkooppunten in de gemeente Lemsterland bedraagt 110. Dit aantal is in vergelijking met het onderzoek uit 2000 vrijwel gelijk gebleven (minus 2.5%). De meeste winkels in Lemmer bevinden zich in het centrumgebied; op bedrijventerrein de Lemstervaart is een concentratie grootschalige aanbieders aanwezig.

Figuur 2 Aantal verkooppunten



Bron: Locatus Retailverkenner 2007, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

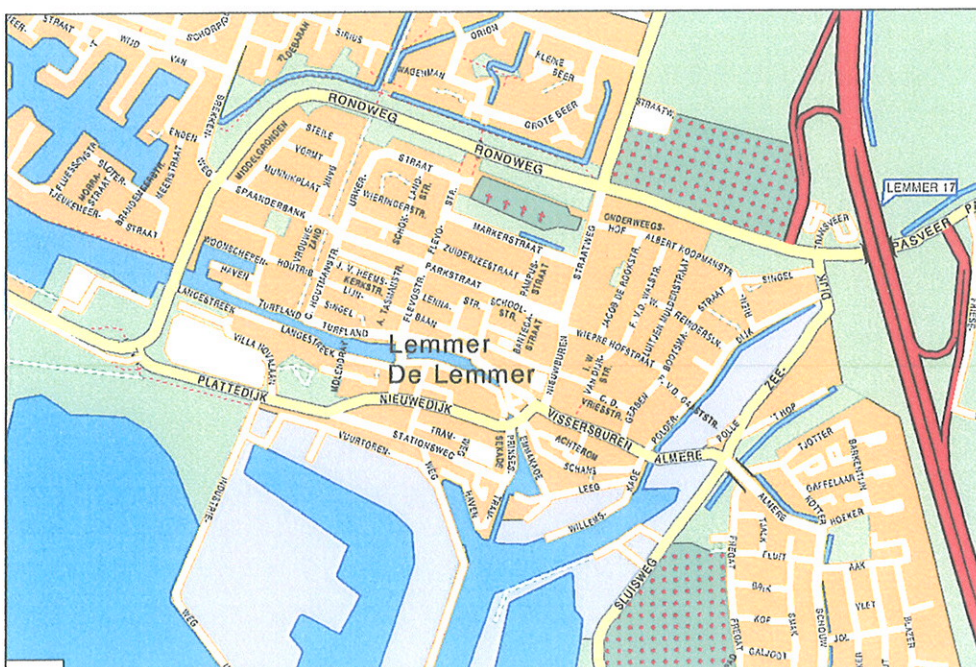


4. Lemmer

a. Aanbod

In het centrumgebied van Lemmer zijn de meeste winkels te vinden rondom de brug. Belangrijke winkelstraten zijn de Vissersburen, de Langestreek en Kortestreek, de Schulpen en de Lijnbaan (zie kaart 2). Hier bevinden zich o.a. de HEMA, Pets Place, Bentex, Marskramer en diverse speciaalzaken. Op donderdagmiddag is er de weekmarkt in het centrum van Lemmer.

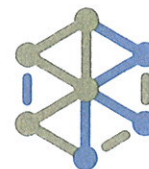
Kaart 2 Lemmer



Bron: Digitale stratenatlas

Op geringe afstand – op loopafstand - vindt men nog een concentratie aan de Stationsweg/Nieuwedijk/Tramweg met onder meer Aldi, Super de Boer, Lidl, Action, Scapino en Expert.

De parkeermogelijkheden in het centrumgebied liggen verspreid, op een aantal P-terreinen, en langs de straat. Bij de supermarkten is een eigen parkeergelegenheid aangelegd.

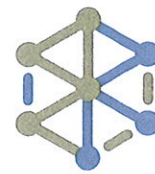


Op bedrijventerrein Lemstervaart en de Zeedijk (aan de oostzijde van Lemmer) vindt men o.a. Multimate en Karwei, op het gebied van de doelgerichte non-food. Bovendien bevindt zich hier een supermarkt van Poiesz, in het voormalige Edah-pand.

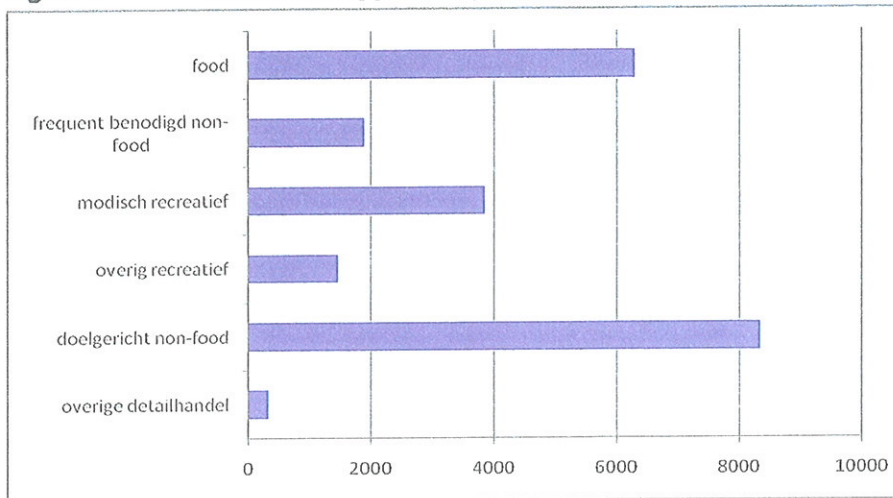
Het totale winkelvloeroppervlak van Lemmer bedraagt ruim 22.000, waarvan door de sector food 6.293 m² (28%) wordt ingenomen. Dit aandeel food en het metrage food ligt veel hoger dan in andere kernen van deze omvang. Gemiddeld is 4.200 m² aan food (levensmiddelen) aanwezig, met een aandeel van 18% (zie figuur 3).



Het totale winkelvloeroppervlak in de detailhandel is redelijk vergelijkbaar met het Nederlands gemiddelde. Per 1.000 inwoners is in Lemmer 2.200 m² aan detailhandel beschikbaar, hetgeen iets boven het gemiddelde van kernen van deze omvang ligt (circa 1.950 m²). Niet in alle onderscheiden branches is sprake van een oververtegenwoordiging. Naast de al genoemde foodsector is vooral de modisch recreatieve branche sterk vertegenwoordigd in Lemmer. Hierbij zal het toerisme ongetwijfeld een factor van belang zijn. In de branche overig recreatief, waaronder de watersportwinkels vallen, ligt het winkelvloeroppervlak relatief gezien iets lager.



Figuur 3 Winkelvloeroppervlak per branche in m² (x 1.000)



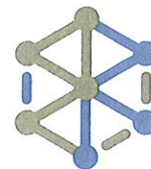
Bron: Locatus, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

In totaal zijn in Lemmer 96 winkelvestigingen aanwezig. Dit aantal past redelijk bij plaatsen van deze omvang (bron Bolt). Vooral in de foodsector en de modische branche heeft Lemmer meer winkelvestigingen dan gemiddeld. In de overig recreatieve branche ligt het aantal winkels lager.

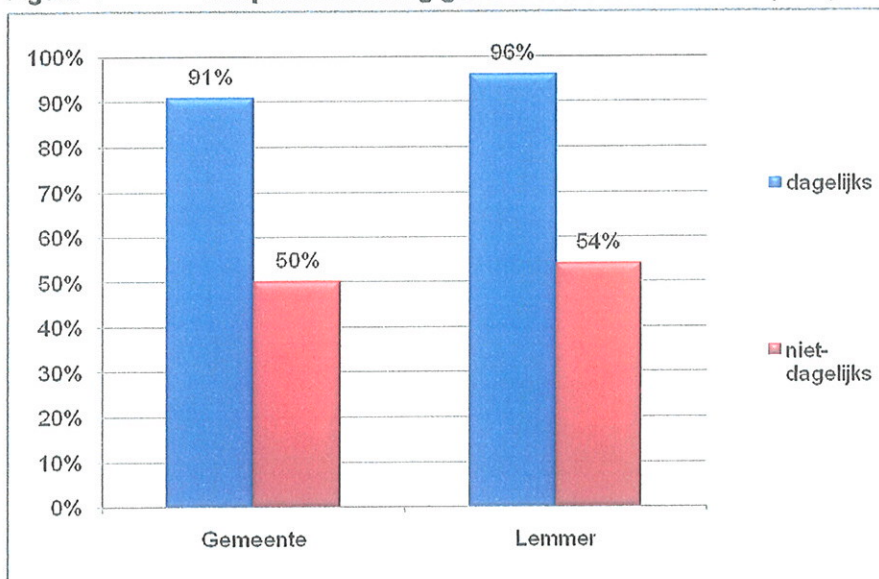
b. Koopkrachtcijfers

Wanneer in deze paragraaf gesproken wordt over koopkracht, dan gaat het over de bestedingen van mensen (tenzij anders vermeld). In figuur 4 staat een overzicht van de koopkrachtbinding voor de gemeente, en specifiek voor Lemmer. De genoemde percentages voor de niet-dagelijkse sector zijn een gewogen gemiddelde voor de niet-dagelijkse categorieën.

De *koopkrachtbinding* voor Lemmer is met 96% in de dagelijkse sector en 54% in de niet-dagelijkse sector op een niveau, dat hoger ligt dan bij kernen van vergelijkbare omvang. Het gemiddelde percentage voor plaatsen van deze omvang ligt in de dagelijkse sector op ongeveer 88%, zodat Lemmer hier hoger scoort. Gezien de omvang van het aanbod is dit niet verrassend; het aanbod zorgt er voor, dat de inwoners van Lemmer in hun eigen plaats de aankopen blijven doen. In de niet-dagelijkse sector ligt het bindingspercentage gemiddeld tegen de 50%.



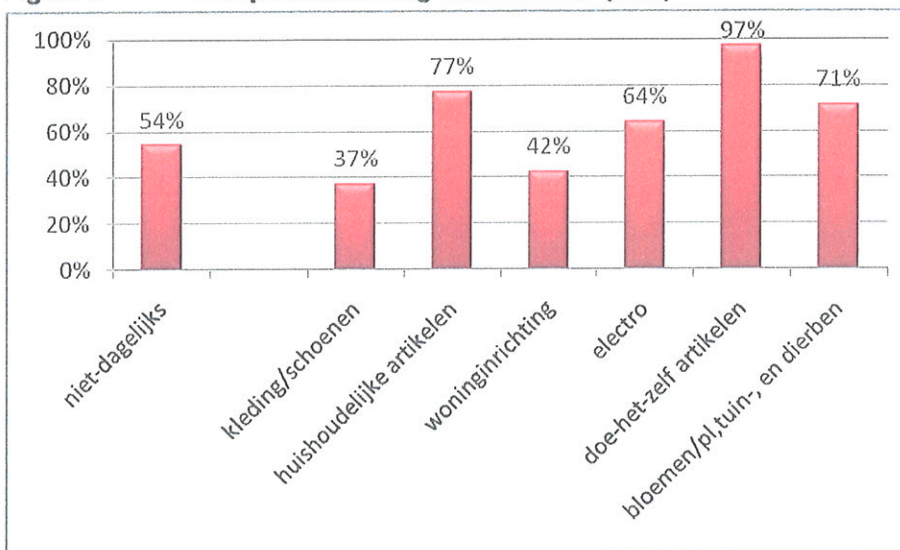
Figuur 4 Koopkrachtbinding gemeente en kern Lemmer (in %)



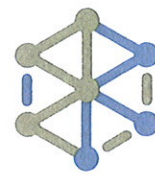
Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Wanneer we naar de onderverdeling van de niet-dagelijkse sector kijken (zie figuur 5), dan liggen de meeste percentages op een gemiddeld niveau voor deze plaatsen. Een meer dan gemiddelde koopkrachtbinding is vooral te zien in de branches DHZ-artikelen, en in mindere mate ook in de electrobranche. Het aanbod in deze branches in Lemmer kan als een verklaring hiervoor worden aangevoerd.

Figuur 5 Koopkrachtbinding kern Lemmer (in %)

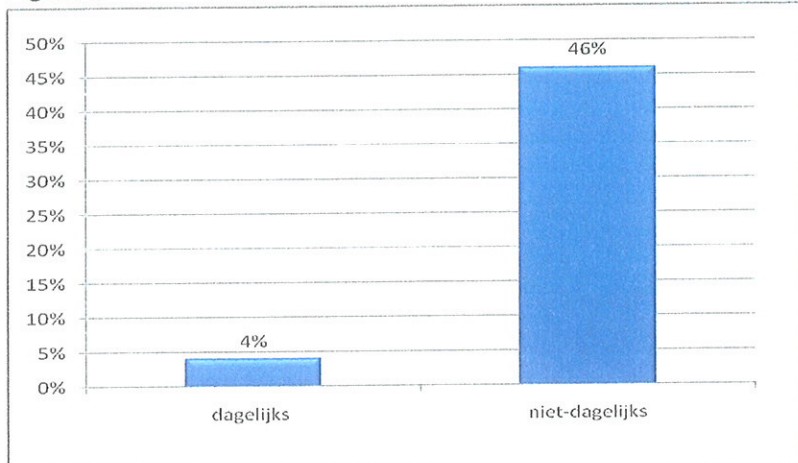


Bron: Broekhuis Rijs Advisering



Van *afvloeiing van koopkracht* vanuit Lemmer (figuur 6) in de dagelijkse sector is nauwelijks sprake. In de niet-dagelijkse sector bedraagt de afvloeiing van koopkracht in totaal 46%.

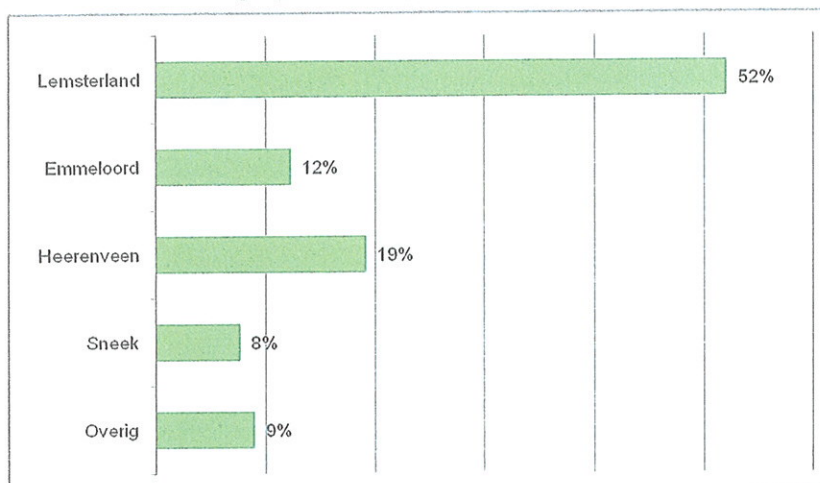
Figuur 6 Koopkrachtafvloeiing vanuit kern Lemmer (in %)



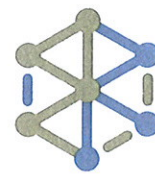
Bron: Broekhuis Rijs Advisering

In de volgende figuur staat aangegeven waar de inwoners van de gemeente Lemsterland naar toe gaan voor hun niet-dagelijkse aankopen. In deze figuur gaat het dus om bezoekers en niet om bestedingen. Uit figuur 7 blijkt dat de inwoners van Lemmer – wanneer ze niet in Lemmer blijven - vooral naar Heerenveen of naar Emmeloord gaan. Op de derde plaats volgt, op enige afstand, Sneek.

Figuur 7 Waar gaan inwoners Lemsterland (in %) naar toe voor niet-dagelijkse aankopen



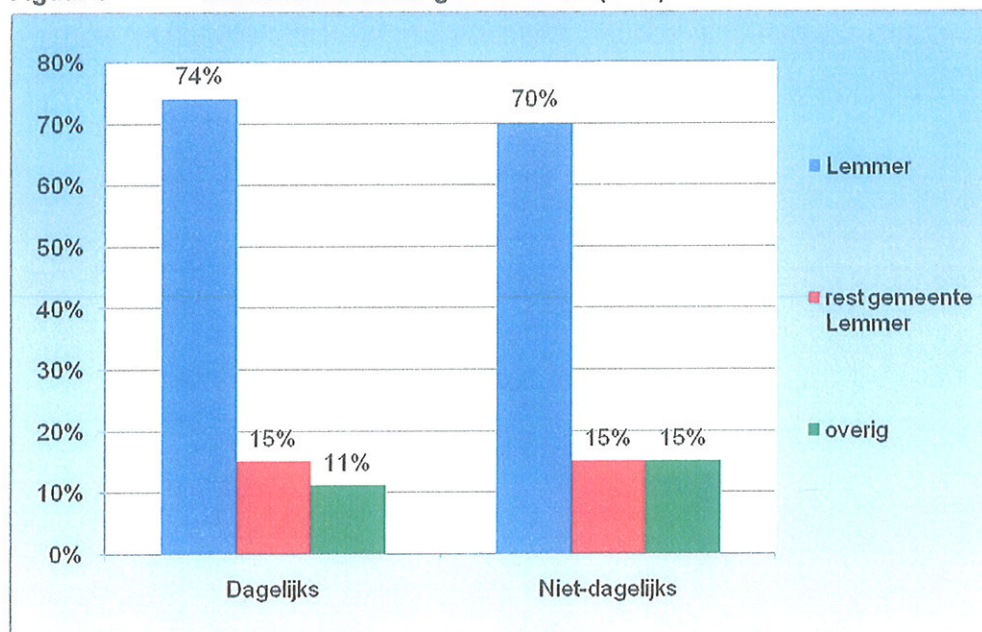
Bron: Broekhuis Rijs Advisering



Wanneer we naar de diverse branches kijken kunnen we constateren dat deze volgorde van Heerenveen, Emmeloord en dan Sneek het vaakst genoemd wordt. Bij aankopen in de branche woninginrichting ligt dit anders; hier worden veel meer andere gebieden bezocht. Na Heerenveen volgen o.a. Emmeloord, Groningen, Weststellingwerf en Sneek, in ongeveer gelijke mate. In de branche electro wordt na de kern Heerenveen de stad Leeuwarden (met name de Centrale) evenveel genoemd als Emmeloord.

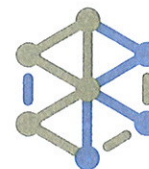
In de volgende figuur gaat het weer om de bestedingen, en wel om de herkomst van de bestedingen in Lemmer, en om de *toevloeiing* naar Lemmer toe. De bestedingen van toeristen zijn hierin niet opgenomen. Hierop komen we terug bij het onderwerp economisch functioneren (zie paragraaf c).

Figuur 8 Herkomst bestedingen Lemmer (in %)



Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Van de totale bestedingen in de dagelijkse sector in Lemmer komt 74% uit Lemmer zelf (zie figuur 8). Dit betekent dat toch 26% van de bestedingen van buiten de eigen kern komt, waarvan 15% uit de rest van de gemeente. In vergelijking met andere kernen van deze omvang ligt dit percentage iets hoger. Gemiddeld ligt het aandeel bestedingen van buiten de kern bij vergelijkbare kernen op 20% (bron: Bolt). Mede dankzij het feit dat Lemmer de hoofdkern is van de gemeente, is Lemmer in staat relatief veel mensen van buiten de eigen kern naar Lemmer te halen voor de dagelijkse boodschappen. Het ruime aanbod speelt hierin ook absoluut een rol.



In de niet-dagelijkse sector in Lemmer komt 30% van de bestedingen van buiten de kern; in vergelijkbare kernen ligt dit percentage vreemde omzet (omzet van buiten de eigen kern) rond de 40% (bron: Bolt). Hierbij kan een deel van de verklaring gevonden worden in het feit, dat het gebied rondom Lemmer dunbevolkt is. De omzet van buiten de gemeente is nagenoeg geheel afkomstig uit de gemeente Skarsterlân. Vanuit Weststellingwerf wordt een gering deel van de omzet getrokken, terwijl vanuit de Noordoostpolder nagenoeg geen omzet komt. De koopstromen zijn hier vooral vanuit Lemmer richting de polder en niet omgekeerd.

Uit het eerder uitgevoerde onderzoek van DTB (in 2000) kwam tijdens de *indicatieve* klantenherkomstmeting (klanten, en geen bestedingen) naar voren, dat in het centrum van Lemmer 62% van de bezoekers uit Lemmer zelf afkomstig was. Uit de rest van de gemeente kwam 4% en nog eens 34% van buiten de gemeente Lemsterland.

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. Supermarkten en ook non-food winkels zijn dan ook vaak groter van omvang. In de berekeningen wordt voor de bestedingen een correctie toegepast voor het inkomensniveau van de gemeente. Ook is in de berekeningen rekening gehouden met de factor toerisme.

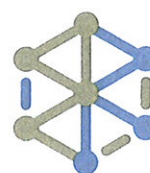
In de dagelijkse sector ligt de vloerproductiviteit in Lemmer op ongeveer € 4.450,- (zie tabel 1). Dit bedrag ligt beduidend onder het Nederlands gemiddelde van ongeveer € 6.500 omzet per m²; daarmee functioneert deze sector matig tot slecht. Het grote aanbod weegt zwaar; de omzet van buiten de gemeente en de omzet van de toeristen is niet groot genoeg om te zorgen voor een economisch gezond dagelijks aanbod, terwijl het draagvlak in Lemmer zelf daar ook niet groot genoeg voor is.

Tabel 1 Vloerproductiviteit (omzet per m², in €)

	Lemmer	Nederland
Dagelijks	4.443	6.500
niet-dagelijks	1.449	2.000

Bron: Broekhuis Rijs Advisering

In de niet-dagelijkse sector ligt de vloerproductiviteit ook lager dan het Nederlands gemiddelde, maar het verschil is minder groot. Hierbij speelt een aantal lokale factoren een belangrijke rol. In de eerste plaats ligt het landelijk gemiddelde in non-foodzaken op



ongeveer € 2.000,-, maar dit is een gemiddelde waarbij kleinere kernen veelal iets lager uitkomen. Ten tweede ligt de vloerproductiviteit in DHZ-zaken ook onder het gemiddelde van € 2.000,- per m²; Lemmer kent een aantal grote aanbieders in deze branche. Ondanks deze lokale factoren blijven de berekende cijfers voor de niet-dagelijkse sector op een (te) laag niveau.

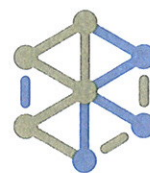
d. Bezoekgedrag en –motieven

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:

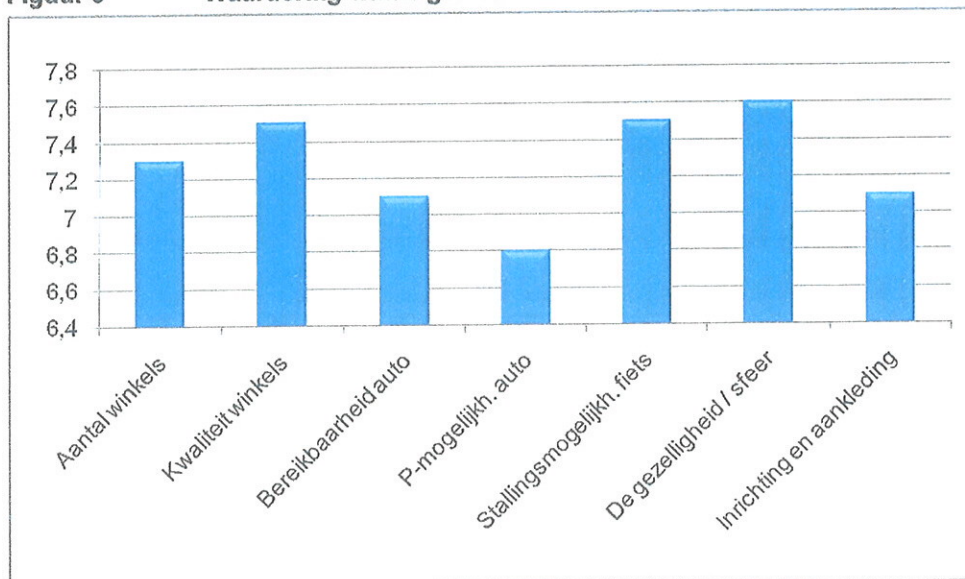
- Het aantal winkels in het winkelgebied
- De kwaliteit van de winkels
- De bereikbaarheid van het winkelgebied per auto
- De parkeermogelijkheden met de auto
- De stallingsmogelijkheden voor de fiets
- De gezelligheid en sfeer in het winkelgebied
- De inrichting en aankleding van het winkelgebied

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

Over het algemeen wordt het winkelgebied van Lemmer goed gewaardeerd. De hoogste waarderingen worden gegeven voor de gezelligheid/sfeer in Lemmer, voor de kwaliteit van de winkels, de stallingsmogelijkheden voor de fiets en het aantal winkels (zie figuur 9). Op het onderdeel gezelligheid/sfeer is de inwoner van Lemmer iets meer te spreken dan de bezoeker (7.7 ten opzichte van 7.1).



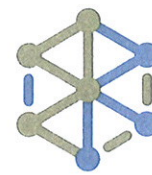
Figuur 9 Waardering winkelgebied



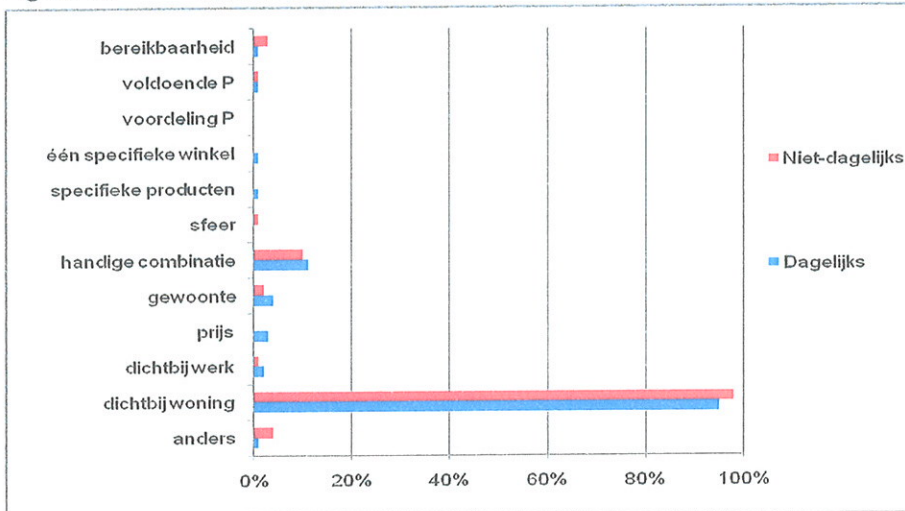
Bron: Broekhuis Rijs Advisering

De lagere scores voor de bereikbaarheid per auto en de parkeermogelijkheden komen vooral voor rekening van de eigen inwoners. De bezoekers geven hier wel hoge cijfers. Bij de bereikbaarheid geven de inwoners een 7.0 tegen een 7.5 van de bezoekers van buiten Lemmer. Bij de parkeermogelijkheden is dit cijfer 6.7 en een 7.3.

Zowel voor dagelijks als voor niet-dagelijks blijkt de factor afstand de meest bepalende voor de keus voor een winkelgebied (figuur 10). Daarnaast is de aanwezigheid van diverse winkels in elkaars omgeving ook van belang. Het is eenvoudig om een aantal aankopen gelijktijdig te verrichten. Dit is zowel voor de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector van belang.



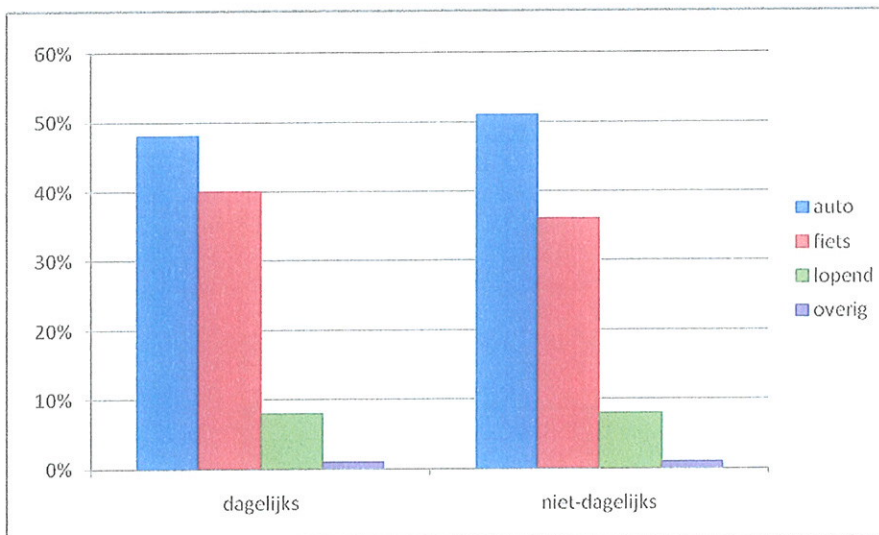
Figuur 10 Bezoekreden winkelgebied



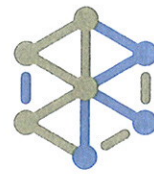
Bron: Broekhuis Rijs Advisering

De auto is voor zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse aankopen het meest populaire vervoermiddel (figuur 11). Ongeveer de helft van alle centrumbezoekers komt met de auto. Onder bezoekers van buiten Lemmer ligt dit percentage op ongeveer 90%. Een niet onaanzienlijk deel komt echter op de fiets boodschappen halen. Hierbij gaat het vooral om de eigen inwoners van de stad. Ten tijde van het onderzoek van DTB (2000) lag het percentage centrumbezoekers dat met de auto kwam op 40%.

Figuur 11 Vervoerswijze (in %)



Bron: Broekhuis Rijs Advisering

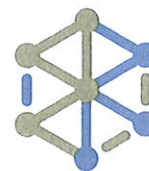


Handwritten note: "10.000 inwoners (2015)"

Handwritten note: "Kern van Lemsterland"

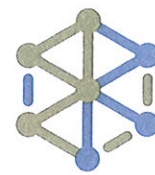
5. Samenvatting Lemsterland

- Lemmer is met ruim 10.000 inwoners de hoofdkern van de gemeente Lemsterland. De meeste winkels bevinden zich in en rondom het centrum van Lemmer. Vooral op bedrijventerrein Lemstervaart en de Zeedijk is het aanbod doelgericht non-food te vinden. Opvallend in Lemmer is het forse aanbod in de foodsector en in de modische branche.
- De koopkrachtbinding ligt in Lemmer zowel voor de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector iets boven het gemiddelde voor plaatsen met de omvang van Lemmer. Deze bedraagt voor de dagelijkse sector 96% en voor de niet-dagelijkse sector 54%. Deze relatief hogere percentages komen vooral tot stand door het aanbod aan supermarkten en aan verkooppunten in de electro en DHZ-branche.
- Daar waar sprake is van koopkrachtafvloeiing vanuit Lemmer betreft het de niet-dagelijkse sector; dit afvloeiingspercentage bedraagt 46%. Voor aankopen buiten Lemmer gaat de inwoner van Lemmer vooral naar Heerenveen of Emmeloord. Daarnaast wordt ook Sneek aangedaan, terwijl voor de branche woninginrichting ook Weststellingwerf (Wolvega; Home Center) van belang is. Leeuwarden wordt met name voor de electro-aankopen bezocht (de Centrale).
- De koopkrachttoevoeiing van omzet komt in de eerste plaats vanuit de eigen gemeente (15% in de dagelijkse en in de niet-dagelijkse sector). Daarnaast komt met name in de niet-dagelijkse sector een aanzienlijk deel van buiten de gemeente (15%), hoofdzakelijk uit de gemeente Gaasterlân-Sleat.
- In de dagelijkse sector ligt de vloerproductiviteit beduidend onder het landelijke gemiddelde (gecorrigeerd naar inkomensniveau). Het grote aantal meters aan supermarkten is hier verantwoordelijk voor. In de niet-dagelijkse sector ligt de vloerproductiviteit ook onder het landelijk gemiddelde.
- De overall waardering voor het winkelgebied van Lemmer is goed. Vooral de gezelligheid/sfeer en de kwaliteit van de winkels worden goed gewaardeerd. Voor een plaats, waar het toerisme een belangrijke rol speelt, zijn dit belangrijke elementen. Het parkeren wordt door inwoners en bezoekers van buiten Lemmer verschillend beoordeeld, maar beide geven voldoende, met bij de bezoekers een hogere score.
- De bezoekers van het centrum komen vaak met de auto, waarbij het parkeren een goede waardering krijgt. De inwoners van Lemmer zelf komen ook vaak met de fiets; hierbij krijgt de stallingmogelijkheid voor de fiets ook een ruime voldoende.



6. Conclusies Lemsterland

- De verzorgingsfunctie van het kernwinkelgebied van Lemmer is bovenlokaal, waarbij de verzorgende functie voor de rest van de gemeente ook een belangrijke is.
- De waardering voor het winkelgebied van Lemmer is goed, waarbij vooral de gezelligheid en de kwaliteit van de winkels hoog scoren. Voor een plaats waar het toerisme een belangrijke rol vervult, is dit een belangrijk pluspunt.
- Een goede waardering voor het winkelgebied van de eigen inwoners blijkt ook uit de hoge koopkrachtbinding. Men blijft graag in Lemmer aankopen verrichten. Het aanbod lijkt aan te sluiten bij de wensen van de consument. Het aanbod is gevarieerd, met in de food en in de modische branche een sterke overcapaciteit.
- Het supermarktaanbod in Lemmer ligt hoog. Vooral hierdoor ligt de vloerproductiviteit op een zorgelijk laag niveau. Zowel servicesupermarkten als discountsupermarkten zijn aanwezig, met volop keus voor de consument. De oppervlaktes zijn groot, waardoor het economisch gezien niet iedereen even goed zal vergaan. Het aanbod in de verblijfsrecreatie verandert niets aan dit feit.
- De vloerproductiviteit in de niet-dagelijkse sector ligt, zelfs met een reeds vrij hoog percentage bestedingen van buiten de kern Lemmer, op een laag niveau. In sommige specifieke branches zal voor ondernemers moeilijk een boterham te verdienen zijn, wat het winkelgebied kwetsbaar maakt.
- Lemmer weet veel klanten naar zich toe te trekken van buiten de gemeente. Dit geldt het sterkst voor de niet-dagelijkse sector, maar zeker ook voor de dagelijkse sector. De bezoekers komen vooral uit de aangrenzende gemeenten.



7. Resultaten “Vraaghetdevries.nl”

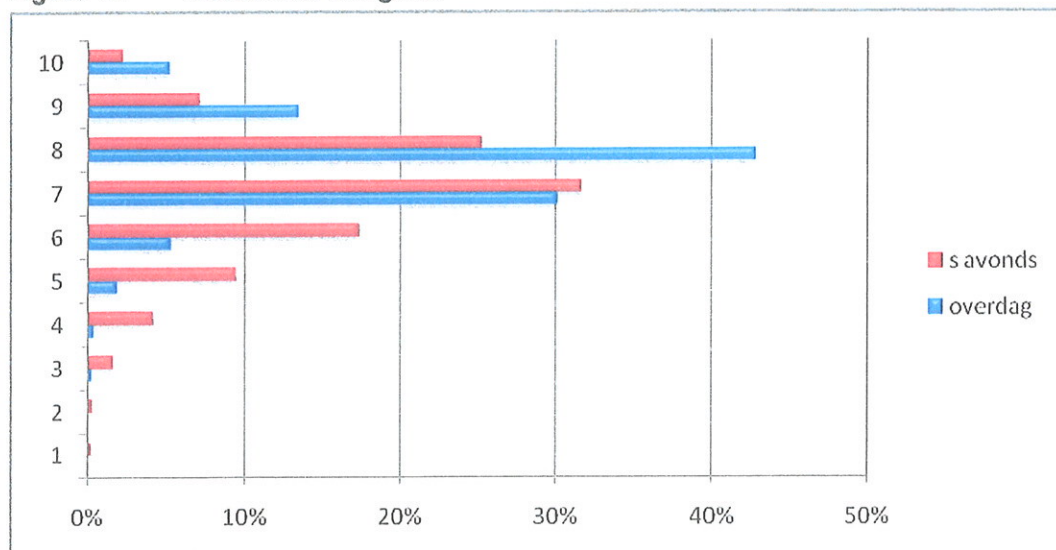
In het kader van het koopstromenonderzoek is voor aanvullende consumenten-informatie gebruik gemaakt van het consumentenpanel “Vraaghetdevries.nl” van het Kenniscentrum van de Noordelijke Hogeschool te Leeuwarden. Dit onderzoek is niet specifiek voor Lemsterland gehouden, doch voor de hele provincie. 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 provincie. Deze onderwerpen betreffen de beleving van veiligheid en het online shoppen.

a. Veiligheid

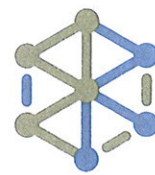
Het consumentenpanel is gevraagd naar het gevoel van veiligheid in winkelgebieden, zowel overdag als 's avonds. Dit is door de consument met een rapportcijfer van 1 tot 10 beoordeeld. De uitkomsten hiervan staan in figuur 12.

Figuur 12 Gevoel van veiligheid



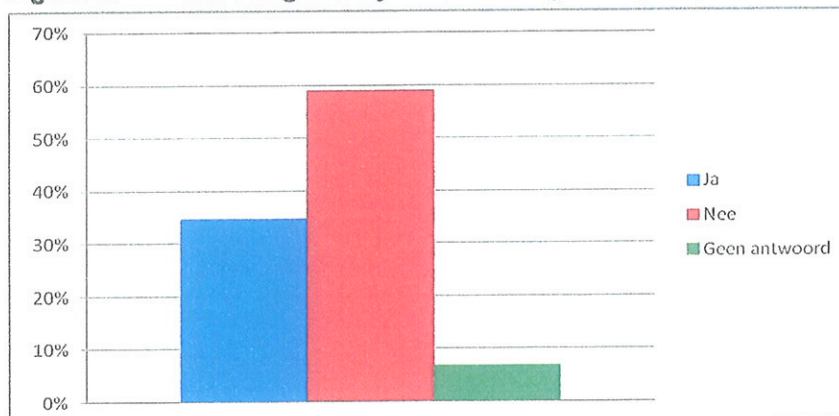
Bron: Broekhuis Rijs Advisering

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 wel het geval te zijn bij 1 op de 3 van de panelleden (figuur 13). 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 13 Rol veiligheid bij keuze winkelgebied (in %)



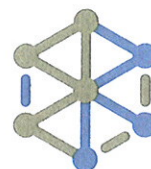
Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Tevens is gevraagd naar de oorzaak van de gevoelens van onveiligheid, bij hen die de veiligheid met een 6 of lager beoordeelden (tabel 2). 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 2 Oorzaken onveiligheidsgevoel

Rondhangen van jongeren/zwervers/dronken mensen	80%
Vernielingen 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 (tabel 3). Daarnaast stelt men meer verlichting in het winkelgebied op prijs. Op dit onderdeel is geen verschil te zien naar leeftijd, geslacht of inkomen.

Tabel 3 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%

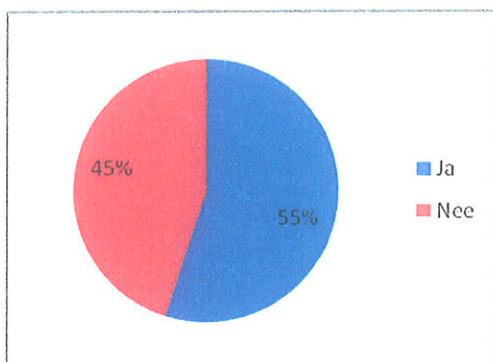
Bron: Broekhuis Rijs Advisering

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.

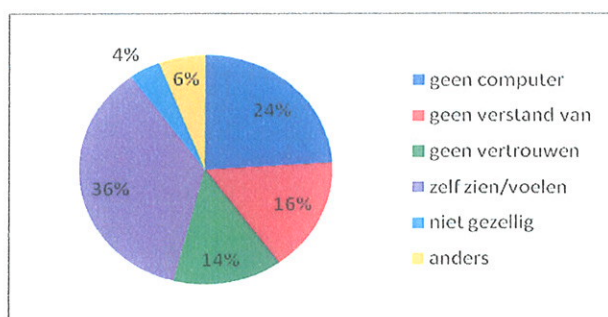
Figuur 14 Online shopping (in %)

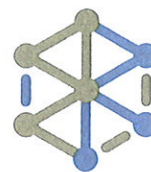
Wel of niet online shoppen



Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Zo nee, waarom niet





In figuur 14 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 eerst 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 4, 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".

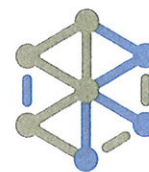
Tabel 4 Aanschaf soort producten

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%

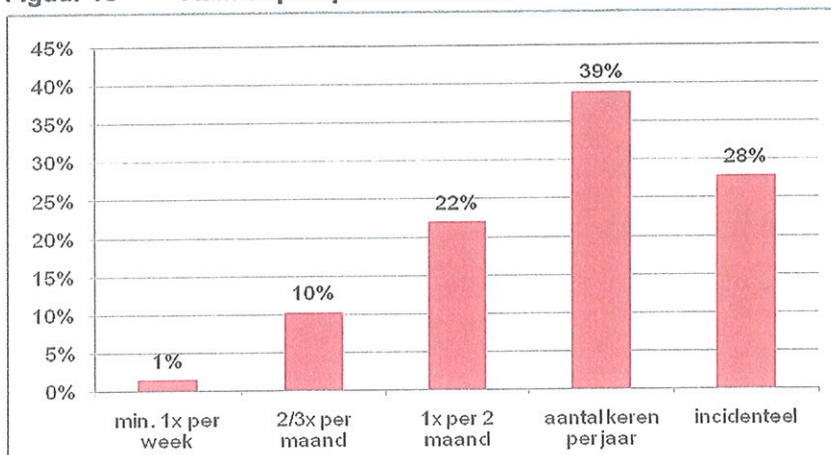
Bron: Broekhuis Rijs Advisering

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 (figuur 15). 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.



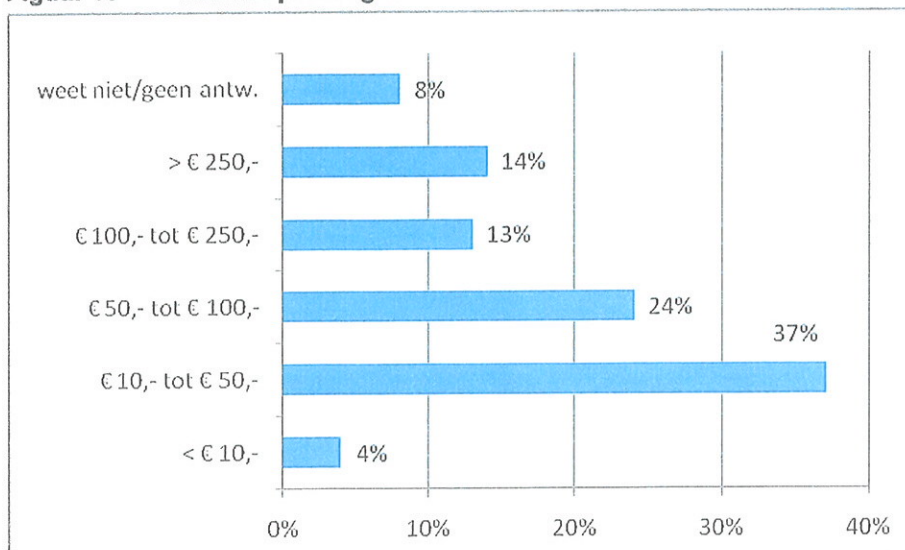
Figuur 15 Aankoopfrequentie internet



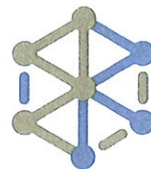
Bron: Broekhuis Rijs Advisering

Uit figuur 16 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.

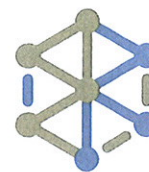
Figuur 16 Aankoopbedrag in €



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 gemeenten 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.

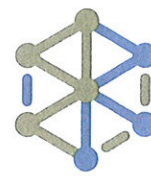
Door de combinatie van telefonisch en mondeling enquêteren is het mogelijk om te komen tot een goed gevulde en representatieve steekproef van de bevolking per herkomstgebied. Per gemeente heeft naar leeftijdsopbouw een weging plaats gevonden. Telefonisch worden over het algemeen meer ouderen ondervraagd, 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

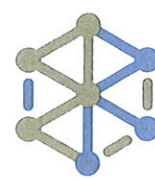
Vraaghetdevries.nl is een bestaand consumentenpanel van het Kenniscentrum van de Noordelijke Hogeschool te Leeuwarden, in samenwerking waarmee dit onderzoek is uitgevoerd. Dit middel is ingezet om enerzijds een aantal vragen over het koopgedrag ook hierbij te stellen, anderzijds om eenvoudig een aantal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

De extra vragen zijn niet specifiek per gemeente, maar 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.
Wwo=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.